

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
KATOLICKÁ TEOLOGICKÁ FAKULTA
Katedra systematické teologie a filosofie

ThLic. Mgr. Ondřej Havelka

Teologicko-etická reflexe firemního
in-house lobbyingu v českém stavitelství

Disertační práce

Vedoucí práce: ThLic. Petr Štica, Th.D.

Praha 2023

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 1. 12. 2022 Ondřej Havelka

Bibliografická citace

Teologicko-etická reflexe firemního in-house lobbyingu v českém stavitelství [rukopis]: disertační práce / Ondřej Havelka; vedoucí práce: Petr Štica. -- Praha, 2023. -- 219 s.

Anotace

Firemní *in-house lobbying* je mimořádně aktuální, široce využívaný a značně neukotvený i kontroverzemí provázený politicko-hospodářský fenomén, který navíc nemá v České republice legislativní podporu v podobě platného zákona. Neukotvenost, kontroverze i neznalost souvislostí přímo vyzývají k etickému promýšlení *in-house lobbyingu*, které v oblasti teologické etiky dosud chybí. Cílem disertační práce je ověření mravní legitimacy *instrumentalizovaného in-house lobbyingu*. Pracuje s otázkou, jaká je forma a míra mravně legitimního *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* slučitelná s východisky teologické etiky. Vedle ověření mravní legitimacy *in-house lobbyingu* práce hledá vnitřní konstantní kritéria pro definování legitimacy *in-house lobbyingu* a variabilní limity pro konkrétní hospodářské soutěže v oblasti stavebnictví. V souhrnu poté nabízí vzorový etický kodex *in-house lobbisty* aplikovatelný do podnikatelské praxe. Práce postupuje metodologickým trojkrokem 1. vidět, 2. soudit, 3. jednat; tento metodologický trojkrok je rozšířen na sedm vnitřních stupňů. Práce přináší teologicko-etické zhodnocení firemního *in-house lobbyingu*, shledává tento typ lobbyingu mravně legitimním za předpokladu naplnění kritérií, které přináší. Rovněž naznačuje limity lobbyingu pro konkrétní segment podnikatelského prostředí.

Klíčová slova

lobbying, teologická etika, křesťanská hospodářská etika, korupce, etický kodex, management

Theological-ethical Reflection of Corporate In-house Lobbying in the Czech Construction Industry

Abstract

Corporate *in-house lobbying* is an extremely topical, widely used and largely non-stipulated and controversial political and economic phenomenon, which, moreover, has no legislative support in the form of a valid law in the Czech Republic. The non-stipulation, controversy and ignorance of the context directly call for an ethical consideration of *in-house lobbying*, which is still absent in the field of theological ethics. The aim of the Dissertation is to verify the moral legitimacy of *instrumentalized in-house lobbying*. It deals with the question of what form and degree of morally legitimate *instrumentalized in-house lobbying* is compatible with the bases of theological ethics. In addition to verifying the moral legitimacy of *in-house lobbying*, the work seeks internal constant criteria for defining the legitimacy of *in-house lobbying* and variable limits for specific competition in the construction industry. The summary then offers a model code of ethics for *in-house lobbyists* applicable to business practice. The thesis follows the three-step methodology, i.e. 1. see, 2. judge, 3. act; this three-step methodology is extended to seven internal stages. The thesis provides a theological and ethical evaluation of corporate *in-house lobbying*, finding this type of lobbying morally legitimate provided the criteria it offers are met. It also indicates the limits of lobbying for a particular segment of the business environment.

Keywords

Lobbying, Christian Ethics, Christian Business Ethics, Corruption, Code of Ethics, Management

Počet znaků (včetně mezer): 577797

Poděkování

Rád bych vyjádřil upřímné poděkování vedoucímu práce doktoru Petru Šticovi, nejen za podnětné myšlenky a připomínky k práci, ale také za podporu ve studiu, podporu při zahraniční stáži a velkou inspiraci. Za podnětné konzultace na stáži v Římě rovněž děkuji profesorovi Innocenzo M.V. Szaniszló OP. Velký dík patří mé rodině, kolegům studentům a mnohým vyučujícím (nejen) na Katolické teologické fakultě Univerzity Karlovy.

Obsah

Úvod.....	8
1. Metoda, východiska a historické zakotvení lobbingu.....	14
1.1. Metodologický postup teologicko-etického posouzení in-house lobbingu.....	15
1.2. Význam pojmu lobbing.....	20
1.3. Dávní prostředníci hospodářských kontraktů.....	22
1.4. Lobbing ve Starém zákoně.....	27
1.5. Lobbing a vztah k hospodářské oblasti v antickém Řecku a v Novém zákoně... 34	
2. Lobbing v hospodářských vztazích.....	45
2.1. Obecné definice lobbingu.....	46
2.2. Instrumentalizovaný in-house lobbing.....	57
2.3. Vertikální a horizontální in-house lobbing.....	59
2.4. Přímý a nepřímý lobbing, lobbista vs. kmotr.....	63
2.5. Otázky pro etické posouzení.....	67
3. Návrh zákona o lobbingu.....	69
3.1. Návrh zákona o lobbingu z roku 2009.....	70
3.2. Lobbing a střet zájmů.....	77
3.3. Aktuální návrh zákona z roku 2019.....	79
3.4. Námitky.....	80
4. Lobbing v širším etickém kontextu.....	83
4.1. Oprávněnost etiky ve vztahu k lobbingu.....	84
4.2. Přínosy teologické etiky pro hospodářskou oblast a lobbing.....	97
4.3. Princip personality: lidská osoba se sebezpřekračující důstojností.....	106
4.4. Podnikatelská etika: základní předpoklady mravného lobbingu.....	117
4.5. Terminologie: firma, lobbista, podnikatel, zisk.....	122
5. Korupce a lobbing.....	123
5.1. Korupční jednání vzhledem k lobbingu: definice, vymezení.....	125
5.2. Korupce a fenomény související s lobbingem.....	131
5.3. Trestněprávní úprava korupce.....	133
5.4. Původ korupce.....	135
5.5. Finanční a statusový zisk vzhledem k firemní pohostinnosti v lobbingu.....	159
6. Regulace lobbingu.....	168
6.1. Seberegulace lobbingu.....	168
6.2. Etické kodexy jako klíčové nástroje seberegulace in-house lobbingu.....	171
6.3. Etický kodex pro in-house lobbing.....	177
7. Kritéria mravně legitimního in-house lobbingu.....	182
7.1. In-house lobbing a princip personality.....	182
7.2. In-house lobbing a obecné blaho: soulad s principem solidarity.....	191
7.3. Lobbing, princip subsidiarity, vymezení vůči korupci a pravidlo symbolické firemní pohostinnosti.....	194
7.4. In-house lobbing, kritérium spravedlnosti a princip participace.....	197
7.5. Uspořádání hodnot v širším kontextu hospodářských cílů.....	199
7.6. Kritérium trvale udržitelného rozvoje a přiměřenosti.....	201
7.7. Kritérium reality, rozumnosti a pravidla pro vstup do oblasti lobbingu.....	203
7.8. Kritérium nekartelového jednání při horizontálním lobbingu.....	206
8. Návrh kodexu firemního in-house lobbisty.....	208
8.1. Návrh kodexu in-house lobbisty.....	209

8.2. Shrnutí navrženého kodexu in-house lobbisty.....	213
Závěr.....	215
Použité zkratky.....	220
Použitá literatura.....	222

Úvod

Lobbing je mimořádně aktuální, široce využívaný a značně neukotvený i kontroverzemi provázený politicko-hospodářský fenomén, který navíc nemá v České republice legislativní podporu v podobě zákona, což také nahrává jeho častému zneužívání, poškozuje jeho mediální obraz a vytlačuje jeho těžiště do oblasti korupčních praktik. Ačkoli se lobbing jeví jako relativně nový politicko-manažerský nástroj, lze tvrdit, že podstata tohoto efektivního nástroje byla pod různými označeními využívána od pradávna, lépe řečeno od počátku kulturních dějin lidstva, kdy ve společnosti existovali lidé s obecnou rozhodovací pravomocí, další lidé nebo skupiny lidí s konkrétními obchodními zájmy a konečně touto prací posuzovaná skupina lidí, která dokázala díky svým znalostem, zkušenostem, vlivu a schopnostem ovlivňovat rozhodování veřejných činitelů ve prospěch jiných zájmových skupin nebo širší veřejnosti za smlouvenou úplatu.

Již sama formulace „za úplatu“ naznačuje, že lobbing (při vědomí novosti tohoto pojmu bude dále uváděno slovo lobbing rovněž pro „období před znalostí pojmu“) mohl působit a působil jako fenomén související s uplácením a nezákonným nebo neetickým prosazováním jistých zájmů; na druhé straně profesionálové v této oblasti odedávna prosazovali kvalitní a dobré programy často v souladu s obecným blahem (*bonum commune*), žádoucím rozvojem či zefektivňováním infrastruktury a to pochopitelně nemohli dlouhodobě provozovat zdarma. V této práci je předložena teze, podle které je lobbing jevem starým podobně jako kulturní dějiny společnosti, jehož vliv bez jakéhokoli legislativního – a rovněž reflektovaně etického – zakotvení dosahuje v současné době v České republice svého vrcholu, což s sebou přináší značná etická dilemata. Tato teze bude obhajována v první kapitole práce.

Diskurz je v České republice v oblasti lobbingu značně polarizován: jeden tábor odborníků tenduje k idealizaci lobbingu a často nesprávně definuje lobbing pouze jako demokratickou pojistku kontroly politické a legislativní sféry, druhý tábor naproti tomu lobbing démonizuje a příliš propojuje s korupcí, kontroverzními podnikateli (kteří jsou ovšem spíše než lobbisty tzv. kmotry) a nelegální činností související s organizovaným zločinem kladouce důraz na pejorativní akcent lobbingu. V obou táborech se objevují demagogické simplifikace a (teologickou terminologií) heretické vytrhávání pouze

určitých segmentů lobbingu z komplexního kontextu. Oba tábory jsou navíc značně názorově roztržité a nenabízejí žádný ucelený konkordantní pohled na problematiku. Z předkládané pozice budeme argumentačně oponovat oběma táborům: zaměříme se na skutečnou podstatu lobbingu jako dynamicky se rozvíjejícího komplexního fenoménu (recipující myšlenková východiska obou táborů) a teologicko-etický soud zacílíme na onen velmi nejednoznačný interval mezi mravně legitimním a mravně nelegitimním *in-house lobbyingem* (tedy lobbyingem provozovaným interními firemními profesionály, nikoli najatým externím lobbistou, jak bude dále vysvětleno). Onen interval má daleko k „chirurgickým řezům“ uspěchaných či zjednodušených „černobílých“ řešení a navíc se v čase pohybuje a vykazuje známky jistého vlnění souvisejícího s etickou citlivostí společnosti, neboť nedrží ani v pevných mantinelech zákona, a vzhledem k bohaté pluralitě definicí a výkladů, nedrží ani v mantinelech mravních pravidel. Toto tvrzení se budeme snažit obhájit a verifikovat ve druhé, třetí a čtvrté kapitole.

Diskurz o lobbingu je v různých zemích velmi odlišný: zcela specifická situace je v USA, ale rovněž v Evropě jednoznačně vidíme značně rozdílné chápání lobbingu a často mimořádně odlišný postoj veřejnosti. V České republice je situace také unikátní, neboť chybí kodifikace lobbingu, chybí rovněž komplexnější etická regulace lobbingu, veřejné mínění je v dané oblasti značně problematické, neboť je nezřídka založeno na nevědomosti a zavádějících informacích a konečně je lobbying často explicitně zneužíván k maskování korupce.

Podle poslanecké sněmovny, která podala návrh zákona o lobbingu již v roce 2009, je lobbying každodenní součástí politického života a na základě zkušeností z podnikatelské oblasti opřených o soulad s relevantní hospodářskou literaturou můžeme doplnit, že lobbying je také každodenní součástí českého byznysu. Často se v případě velkých zakázek lobbying politický s lobbyingem firemním prolíná a je provozován jedním lobbistou. Zákon o lobbingu doposud (2022) nebyl přijat; v roce 2019 podal premiér České republiky nově upravený návrh zákona o lobbingu s výhledem na jeho schválení k 1. 1. 2021. Tento termín nebyl dodržen, aktuálně tedy lobbying nepodléhá české jurisdikci. Komparaci obou návrhů zákona o lobbingu se věnuje třetí kapitola.

V současné době vyvolává politický i firemní lobbying mnohá etická dilemata, jimiž se v této práci budeme podrobněji zabývat – zájem budeme cílit na firemní lobbying, označovaný jako *in-house lobbying*, v českém stavitelství, kde autor práce profesně působí na úrovni jednatele dopravně-stavební společnosti. Nebudeme tedy cílit práci na politický lobbying, i když se jej budeme často dotýkat v souvislosti s provázáním politiky a byznysu, a zúžíme pozornost na tzv. *instrumentalizovaný in-house lobbying*, jakožto aktuální a efektivní manažerský nástroj uvědoměle a cíleně provozovaný firmou zevnitř, nikoli externím lobbistou. Mezi politickým a firemním lobbyingem je jistá diskrepance, neboť zatímco politický lobbying je písemná nebo ústní komunikace s veřejnými činiteli či přímo politiky za účelem ovlivňování, přijetí či nepřijetí zákonů nebo jiných úředních rozhodnutí na celostátní nebo regionální úrovni za sjednanou odměnu profesionálním lobbistou vnějším vzhledem k zájmové skupině, *in-house lobbying* je provozován lobbistou zaměstnancem, který vykonává kromě lobbyingu vrcholně manažerskou činnost a lobbying je pouze jedním z jeho mnoha úkolů.

Takový lobbista/manažer nevyvíjí aktivitu ve prospěch širší společnosti, obecného blaha nebo rozvoje, ale úzce ve prospěch svého zaměstnavatele, což samo o sobě ještě nemusí znamenat překročení mravně legitimní hranice, ovšem jednoznačně se těžiště problému posouvá směrem k onomu potencionálnímu překročení. Právě tento *instrumentalizovaný in-house lobbying*, tento úzce vytyčený manažerský nástroj budeme v této práci podrobovat teologicko-etickému posouzení – při tom budeme cílit na firemní vztahy v českém stavitelství, což je oblast s výraznou korupční pověstí, často založenou na nevyvratitelných faktech. Tato skutečnost autora práce – jakožto katolického křesťana a podnikatele ve stavebnictví – motivuje k podrobnějšímu promýšlení palčivých témat, která činí z českého stavebnictví oblast přesycenou soudními spory, prokázanou korupcí, klientelismem, nezákonným ovlivňováním veřejných soutěží a dalšími negativními jevy, které brzdí rozvoj, prodražují stavby, snižují jejich kvalitu a odrazují poctivé podnikatele. Firemní *in-house lobbying* patří do této problematické oblasti a s korupcí je velmi často spojován a v médiích leckdy ztotožňován.

Jedním z častých omylů nebo přesněji jednostranností, která společenský obraz lobbyingu provází, je pojetí lobbyingu fungujícího pouze směrem vzhůru, tedy odspoda (od společenských zájmových skupin, sdružení, charitativních organizací, firem...)

směrem vzhůru k veřejným činitelům s rozhodovací pravomocí či politikům. To je příliš simplifikující pojetí, které nepovažujeme za plauzibilní, a proto nabídneme komplexnější pohled na lobbying vertikální (a to obousměrně), i lobbying horizontální, případně dokonce horizontálně-vertikální.

V práci budeme rozlišovat (mimo politického a firemního) také vnitřní strukturu lobbyingu: od společensky přínosného lobbyingu jako demokratického institutu, který je integrální součástí teorie plurality na jedné straně, po korupční lobbying, respektive tvrdou korupci maskovanou lobbyingem na straně druhé. Budeme se věnovat celé škále přístupů, ovšem středobodem bude reflexe velmi nejednoznačného, nejasného, rozporuplného *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* (ve vějíři přístupů mezi dvěma zmíněnými póly) využívanému při získávání zakázky, a to nejen směrem od podnikatelského subjektu k investorům, ale v současné – zakázkami přetížené turbulentní době –, také netradičně (dost možná paradoxně) od investorů směrem k firmám, kdy investor vysílá lobbistu do terénu, neboť do veřejných zakázek se nehlásí žádné firmy.

Lobbying je široký pojem, a jak známo z aristotelské logiky mají nejširší pojmy nejužší obsah a stávají se obtížně uchopitelnými. Proto budeme podrobně diferencovat: vedle vnitřního dělení navrhneme rovněž dělení vnější na tzv. vertikální lobbying, tedy lobbování firem za své zájmy směrem k investorům či naopak a tzv. horizontální lobbying, kdy firma lobbuje za své zájmy u svých konkurentů a kooperujících firem, což může být obecně prospěšné a efektivní pro spravedlivou hospodářskou soutěž, ovšem může to rovněž vést ke vzniku nezákonných firemních kartelů, a hospodářskou soutěž tak omezovat zajišťováním prostoru pro neoprávněnou výhodu. Horizontální lobbying může být také prvním krokem následovaným krokem vertikálního lobbyingu, kdy firmy spojené díky vyjednávání lobbistů míří společně do veřejné soutěže, nebo jsou firemní *in-house lobbisté* společně vysláni za veřejným činitelem; tento lobbistický dvojkrok navrhujeme nazývat horizontálně-vertikální lobbying. Také tento typ lobbyingu může mít opačný postup.

Cílem disertační práce je ověření mravní legitimacy *instrumentalizovaného in-house lobbyingu*. Pracujeme s otázkou, jaká je forma a míra mravně legitimního *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* slučitelná s východisky teologické etiky. Vedle primárního cíle ověření mravní legitimacy, formy a míry *in-house lobbyingu*

vytyčíme sekundární cíle, jimiž bude nalezení konstantních vnitřních kritérií pro definování legitimního *in-house lobbyingu* a variabilních limitů pro konkrétní hospodářské soutěže ve stavebnictví. Tomu musí předcházet jednoznačné odlišení lobbyingu a korupce a jejich jasné vzájemné vymezení, čemuž je věnována pátá kapitola.

Tato práce bude vedena z pozice aristotelsko-tomistické linie teologické etiky, ovšem bude nutně multidisciplinární, už kvůli samotnému tématu lobbyingu, který zasahuje do oblastí sociologie, politologie, ekonomie, etiky, managementu a dalších humanitních oborů. Etické posouzení bude probíhat z pozice teologické etiky, která má svá specifika a je disciplínou v širším kontextu teologie. Dlužno předeslat, že vycházíme z katolické teologie, ovšem nebráníme se inspiraci z ostatních křesťanských denominací, v hospodářské oblasti zejména protestantské teologie. V teologické etice se budeme pohybovat zejména na úrovni aplikované etiky, i když stručný náhled z oblasti metaetiky a fundamentální etiky bude rovněž nezbytný.

V souvislosti s lobbyingem v podnikatelské sféře si všimneme také značně polarizovaného náhledu na podnikání a osobu podnikatele ze strany Božího lidu: přiblížíme dva protichůdné křesťanské názory na podnikání, představíme východiska obou názorových světů a budeme studovat magisteriální dokumenty k této značně problematické otázce; nevyhneme se ani kritice některých zkratkovitých tezí.

V práci budeme postupovat metodologickým trojkrokem navrženým II. vatikánským koncilem: 1. vidět, 2. soudit, 3. jednat. Tento metodologický trojkrok rozšíříme v souladu s etickou metodou prezentovanou Konradem Hilpertem na sedm vnitřních stupňů, které blíže představíme v první kapitole, v samostatném bodě věnovaném metodě. První z trojice metodologických kroků bude znamenat přehlédnutí posuzovaného tématu, tedy firemního *in-house lobbyingu* a souvisejících fenoménů, jako je korupce, firemní pohostinnost, klientelismus, firemní sdružení a kartely v souvislosti s veřejnou hospodářskou soutěží, vždy vztažených k lobbyingu. V tomto kroku také přehlédneme východiska teologické etiky s jejími klíčovými principy a paradigmaty. Ve druhém metodologickém kroku postoupíme k vnitřnímu a vnějšímu rozdělení lobbyingu, vytyčení jeho struktury a vějíře přístupů od jednoznačně prospěšného lobbyingu hájícího zájem společnosti až po korupci maskovanou lobbyingem s důrazem na oblast nejednoznačnou, eticky nejzajímavější, kde bude ležet

těžiště zájmu a kde se bude patrně nacházet *instrumentalizovaný in-house lobbying*. V tomto kroku také představíme konkrétní principy teologické etiky a rovněž nástroje podnikatelské etiky, abychom je ve třetím metodologickém kroku aplikovali na lobbying a konečně přistoupili k praktickým příkladům, předložili kritéria i limity mravně legitimního *in-house lobbyingu* a definováním formy a míry v návrhu kodexu *in-house lobbisty* naplnili cíl práce. Tento krok bude rozpracován v sedmé kapitole věnované kritériím mravně ospravedlnitelného *in-house lobbyingu* a v praktické osmé kapitole věnované návrhu etického kodexu *in-house lobbisty*. V práci se nevyhneme ani ryze teologické kapitole, která detailně pojedná o teologickém pojetí lidské osoby a aplikaci různých přístupů principu personality.

Autor práce nenašel v české ani v zahraniční literatuře jinou práci, která by se zabývala přímo teologicko-etickým posouzením firemního *in-house lobbyingu*. Existují práce zaměřené na obecně etické hodnocení obecného lobbyingu, na které navazujeme. V oblasti teologické etiky je téma *in-house lobbyingu* zpracováno – alespoň podle autorova průzkumu českých a zahraničních zdrojů – prvně nejen v českém prostředí, ale i v prostředí mezinárodním. Lobbying obecně je v literatuře zpracován zejména v oblastech práva (E. Korkea-aho) a managementu (C. McGrath), ovšem i zde je zpracování námi zvoleného segmentu *in-house lobbyingu* spíše okrajové. V USA se někteří autoři (B. C. Waterhouse, G. H. Ryan, J. M. Keffer, R. P. Hill, W. H. Nixon) věnují obecné etice lobbyingu, ovšem především lobbyingu politického, nikoli firemního *in-house lobbyingu*. Navazujeme proto na literaturu – z větší části zahraniční – věnující se (obecnému) lobbyingu a křesťanské hospodářské etice zaměřené na mikroetiku podnikání. Předními odborníky zabývajícími se obecným lobbyingem v českém prostředí jsou Šárka Laboutková, Karel Müller a Petr Vymětal. V zahraniční oblasti jsou to A. Bitonti, P. Harris, L. Drutman, Q. Gee, G. Griffith nebo K. Karr, na jejichž práce rovněž navazujeme.

1. Metoda, východiska a historické zakotvení lobbyingu

Příběh lobbyingu se na první pohled zdá být relativně mladým, ve skutečnosti je však starý jako kulturní dějiny lidstva:¹ lobbying, i když nikoli takto nazývaný, existuje od dob, kdy ve společnosti působili lidé s veřejnou rozhodovací pravomocí, jiní lidé, kteří cílevědomě hájili své či cizí zájmy, ať už to byly zájmy v souladu s veřejným dobrem či nikoli, a konečně další lidé, kteří uměli ve správnou dobu na správném místě vlivnou osobu přesvědčit nebo jen nasměrovat a byli za to patřičně odměněni.² V kapitole věnované historickému zakotvení se budeme tázat po dějinném pozadí současného lobbyingu a související problematiky, přičemž těžiště zájmu bude spočívat v oblasti firemních vztahů a jejich ovlivňování. Proto se ve stručném historickém přehledu zaměříme na hospodářskou oblast, pravidla obchodu a jeho cíleného ovlivňování, hospodářskou legislativu, korupci, která je odedávna nebezpečným nástrojem lobbistů (dříve spíše vlivných osob s patřičnými kontakty a zázemím), a také obchodní pohostinnost, která často bývá legitimním nástrojem lobbistů,³ ovšem také se svými značnými riziky.⁴

Benefity i rizika firemní pohostinnosti, kterou musíme brát v potaz jako širší součást lobbistických technik,⁵ kritéria mravně ospravedlnitelné firemní pohostinnosti a naznačení jejich limitů, což byly hlavní cíle předchozí diplomové/rigorózní práce autora, stručně připomeneme v následujícím bodě; tento bod je nezbytný, neboť jej budeme dále rozvíjet v kapitole věnované lobbyingu a jeho technikám, stejně jako v bodě zacíleném na rizika korupce přímo související s lobbyingem.

V jistém smyslu tak bude navázáno na předchozí práci, ve které byla posuzována mravní legitimita racionalizované firemní pohostinnosti, ovšem těžiště zájmu bude

1 Srov. NICHOLLS, Andrew D. *The Jacobean Union: A Reconsideration of British Civil Policies Under the Early Stuarts*. 1. vyd. Westport: Greenwood Publishing Group, 1999, s. 47–76.

2 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*. 1. vyd. Frankfurt, New York: Campus Verlag, 2007, s. 48–51.

3 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States. *Journal of Business Ethics* 1997, roč. 16, č. 12/13, s. 1371–1372. doi: 10.1023/A:1005722806496

4 Srov. WOLL, Cornelia. *Firm Interests: How Governments Shape Business Lobbying on Global Trade*. 1. vyd. Ithaca, London: Cornell University Press, 2008, s. 153–161.

5 Srov. GEE, Quentin. Corporations, Rights, and Lobbying. *Ethical Theory and Moral Practice* 2016, roč. 19, č. 1, s. 397–408. doi: 10.1007/s10677-015-9631-3

nyňi posunuto do oblasti *instrumentalizovaného in-house lobbyingu*, jakožto často a stále častěji využívaného efektivního manažerského nástroje. Po shrnutí výsledků předchozí práce se v této kapitole podíváme na lobbying v nejstarších textech lidstva a rovněž ve Starém i Novém zákoně, neboť teologicko-etické posouzení jakéhokoli tématu by mělo – a to i v případě tématu zdánlivě vzdáleného, jakým je lobbying – čerpat z Písma svatého.⁶

1.1. Metodologický postup teologicko-etického posouzení in-house lobbyingu

Jak už bylo zmíněno v úvodu, bude v této práci věnované teologicko-etickému posouzení *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* postupováno metodologickým trojkrokem 1. vidět, 2. soudit, 3. jednat, navrženým II. vatikánským koncilem (1962 – 1965).⁷ Tento základní metodologický modus dále vnitřně rozdělíme na sedm stupňů prohlubujících koncilní trojkrok v etickém myšlení, navržených Konradem Hilpertem:⁸ 1. stupeň – pečlivá a důkladná analýza lobbyingu; 2. stupeň – vymezení aktérů lobbyingu a jejich vztahů; 3. stupeň – připomenutí cílů teologicko-etického myšlení, seberealizace v dobrém, nahlédnutí východisek a cílů teologické etiky, křesťanské hospodářské etiky, podnikatelské etiky i etiky obecně; 4. stupeň – definování předem vyloučených jednání v souvislosti s lobbyingem, vytyčení výhod a nevýhod, nahlédnutí, co je při lobbyingu „ve hře“; 5. stupeň – propojení posuzovaného *in-house lobbyingu* s etickými principy, závazky a kritérii, jež jsou pro posuzování lobbyingu relevantní; 6. stupeň – teologicko-etické posouzení; 7. stupeň – implementace a přezkoušení navrženého jednání.⁹

6 Podle dokumentu *Dei Verbum* II. vatikánského koncilu musí být Písmo svaté duší veškeré teologie. Přestože téma *in-house lobbyingu* se může zdát teologii vzdálené, bude posuzováno pohledem teologické etiky, která je integrální součástí teologického myšlení a jednou z teologických disciplín. Proto je nezbytné nahlédnout téma rovněž v Písmu svatém. Koncil se nevyjádřil explicitně k metodě v morální teologii, přesto však jisté směry a důrazy naší disciplíny nabídl: srov. CURRAN, Charles E. *Sixty Years of Moral Theology: Readings in Moral Theology no. 20*. 1. vyd. New York: Paulist Press, 2020, s. 7–16.

7 Srov. PESCH, Otto Hermann. *Druhý vatikánský koncil 1962–1965: Příprava, průběh, odkaz*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 1996, s. 82–104.

8 Srov. HILPERT, Konrad. *Základní otázky křesťanské etiky*. 1. vyd. Brno: CDK, 2017, s. 26–29.

9 Srov. tamtéž, s. 26–29.

1.1.1. Metodologické kroky a jejich odraz ve struktuře práce

V tomto bodě jsou rozvrženy jednotlivé metodologické kroky a jejich vnitřní stupně. Zároveň jsou vztaženy k příslušným kapitolám a jejich klíčovému obsahu. Vedle metody je představena také struktura práce.

a) Metodologický krok „vidět“

Do prvního velkého metodologického kroku nazvaného „vidět“, zahrneme stupeň 1. až 3. První stupeň navrhuje provést podrobnou analýzu konkrétní problematiky: v této práci to bude znamenat představení lobbingu v jeho klíčových souvislostech v první a části druhé kapitoly; nahlédneme historii lobbingu od prvních sumerských záznamů na hliněných tabulkách z období kolem roku 2 000 př. n. l. až po současnost. Lobbing budeme studovat rovněž v Písmu Starého i Nového zákona a zvláštní pozornost budeme věnovat lobbingu, podnikání a jejich vztahu ke křesťanství. V první části druhé kapitoly představíme problematiku definicí, vymezíme specifickou oblast zájmu a firemní *in-house lobbying* detailně rozdělíme podle vnitřní logiky, motivů, cílů a směrů působení. V tomto prvním stupni prvního kroku se budeme tázat, co je lobbing, jaký je dějinný vývoj lobbingu, jaký je jeho cíl, jaký je jeho mediální obraz a společenské chápání, jak lobbing (či spíše lobbista) dosahuje svých cílů, jaký je současný postoj vědních oborů (právo, ekonomika, management, etika, teologie) k lobbingu, jaké je současné legislativní zakotvení.

Druhým stupněm prvního metodologického kroku „vidět“ je představení zúčastněných aktérů a kontextů – v této práci to bude představení lobbistů, osob lobbovaných, veřejných činitelů zodpovědných za zadávání veřejných soutěží, politiků a zájmových skupin, zejména firem usilujících o zakázku. Často se v souvislosti s lobbingem posuzují lobbisté a opomíjí se povinnosti a práva osob lobbovaných, což je velmi jednostranné posuzování. Proto představíme aktéry komplexně, neboť lobbing má více zúčastněných stran a nedobereme se relevantních závěrů, pokud některou stranu vynecháme. V tomto stupni se budeme tázat, kdo jsou přímí účastníci lobbingu, s jakými motivy, cíli a metodami do lobbingu vstupují a co od něho očekávají, co je institucionálním rámcem jejich jednání, z jakých platných právních ustanovení vycházejí – to bude obsahem druhé části druhé kapitoly.

Třetí kapitola je věnována přehledu a komparaci dvou návrhů zákona o lobbingu z roku 2009 a 2019, jež prozatím nebyly schváleny a uvedeny do právního řádu České republiky. Návrh zákona nabízí sněmovní pohled na lobbing a uvádí do kontextu z perspektivy vládních činitelů; tento kontext doplníme perspektivou hospodářskou, tedy pohledem podnikatelů, kteří vysílají *in-house lobbyists* do terénu. Ve třetí kapitole nabídneme nejen přehled obou návrhů, ale také kritické zhodnocení jejich nedostatků z etického pohledu a posouzení zkvalitnění aktuálního návrhu oproti návrhu původnímu. Budeme se tázat, jak návrh zákona definuje lobbing v souvislosti s pohledem odborníků, který je představen v předešlé kapitole, jak zákon definuje práva a povinnosti lobbistů a osob lobbovaných, jak předchází popsáním rizikům, jaké výhody přináší společnosti.

Třetí stupeň prvního kroku přinese připomenutí cílů teologicko-etického myšlení, seberealizace v dobrém, nahlédnutí východisek a cílů teologické etiky, všeobecných zásad a nejvyšších principů, východisek křesťanské hospodářské etiky, podnikatelské etiky i etiky obecně. Rovněž přinese vyjasnění volby argumentace aristotelsko-tomistickým přístupem, který v této práci volíme. Zatímco první dva stupně jsou věnovány problematice lobbingu, třetí stupeň je věnován teologické etice, její podstatě, jejím východiskům a paradigmátům, aby bylo možné v dalších kapitolách teologickou etiku a lobbing plodně propojit a uvést v soulad. Třetímu stupni ve struktuře této práce odpovídá čtvrtá kapitola, kde se budeme tázat na zdánlivě jednoduché, ovšem o to nejednoznačnější otázky: jaký je nárok etiky zasahovat do byznysu, jaká jsou východiska teologické etiky a křesťanské hospodářské etiky v hospodářském kontextu. Přiblížíme rovněž klíčový princip personality detailním nahlédnutím pojetí osoby v teologickém myšlení. Pochopení významu principu personality je elementárním klíčem pro jakoukoli teologicko-etickou práci, nevyjímaje téma lobbingu. Představení postoje k principu personality se tak stává samým středem teologické roviny této práce, a proto je mu věnován obsáhlejší prostor. Čtvrtá kapitola práce bude také určitým přemostěním mezi metodologickými kroky vidět a soudit.

b) Metodologický krok „soudit“

Do druhého velkého metodologického kroku, nazvaného „soudit“, zahrneme 4. a 5. stupeň. Ve čtvrtém stupni se budeme tázat, jaká jsou z etického hlediska předem vyloučená jednání, neboli co je vždy mravně nesprávné: v případě lobbingu to bude

zejména korupce a záměrná geneze obchodních kartelů. Vymezení a jednoznačné odlišení lobbingu a korupce je vzhledem k jejich častému slučování v mediálním prostoru natolik důležité, že tomuto stupni musíme věnovat celou kapitolu, neboť pokud bychom nedokázali pregnantně vymezit lobbing vůči korupci, další etické posuzování lobbingu by bylo prakticky znemožněno – lobbing by byl mravně nesprávným jednáním. Čtvrtému stupni ve struktuře práce odpovídá pátá kapitola, v níž se budeme tázat po podstatě korupce vzhledem k lobbingu, legislativním zakotvení korupce a úplatkářství, rizicích korupce při veřejné soutěži (zejména, avšak nikoli výlučně) ve stavebnictví. V této kapitole přineseme první jednoznačné limity lobbingu, první posouzení jeho hranic a rizik i návrhy řešení v boji s korupcí v souvislosti s lobbingem.

Pátý vytyčený stupeň nabídne propojení posuzovaného *in-house lobbingu* s etickými principy, závazky a kritérii, jež jsou pro posuzování lobbingu relevantní. Tomuto stupni bude odpovídat šestá kapitola, kde přiblížíme problematiku etických kodexů, nahlédneme, jak etické kodexy a nově zaváděné kodexy firemní pohostinnosti řeší oblast lobbingu, posoudíme tyto etické kodexy a navrhneme možné zlepšení.

c) Metodologický krok „jednat“

V posledním velkém metodologickém kroku, nazvaném „jednat“, zpracujeme 6. a 7. stupeň Hilpertovy prohloubené metodologické cesty. Navrhneme teologicko-etická kritéria mravně legitimního *instrumentalizovaného in-house lobbingu*, z nichž vyvodíme vnější limity a hranice lobbingu. V sedmém a posledním stupni navrhneme úpravu etických kodexů a kodexů firemní pohostinnosti na základě nalezených kritérií vzhledem k lobbingu. Sedmému stupni bude odpovídat osmá kapitola, která přinese návrh kodexu firemního *in-house lobbisty*. Tato kapitola bude rovněž klíčovou pro přínos této práce do praxe nejen v oblasti stavebnictví.

1.1.2. Shrnutí výsledků etického posouzení firemní pohostinnosti

Firemní pohostinnost bývá typickým průvodním jevem *instrumentalizovaného in-house lobbingu*. Není to pro *in-house lobbing* jev nezbytný, ovšem rozhodně se nejedná o pouhý epifenomén, který by bylo možné přejít, neboť firemní pohostinnost může hrát významnou roli a být jedním z metodologických kroků promyšleného ovlivňování protistrany, zadavatele veřejné nebo soukromé soutěže, případně

veřejného činitele. Afinita mezi oběma fenomény je zřejmá: jak se ukáže v dalším bodě, byla pohostinnost – často zavazující či manipulující – využívána jako integrální součást lobbingu (ovlivňování jedněch druhými v obchodních vztazích) od pradávna; svědčí o tom mimo jiné nejstarší dochované sumerské texty na hliněných tabulkách. Proto budou v tomto bodě stručně připomenuty výstupy předchozí práce, která se firemní pohostinnosti věnovala. Téma nebude pouze ploše připomenuto, neboť dále v příslušném bodě bude rozvinuto a nově vztaženo k lobbingu. *In-house lobbying* a firemní pohostinnost budou v práci častěji konvergovat, ovšem je třeba oba fenomény jasně rozlišit, neboť firemní pohostinnost může být součástí lobbingu, leč lobbing je zcela jiná disciplína.

V diplomové/rigorózní práci jsme se tázali po podstatě, motivech, limitech a důsledcích firemní pohostinnosti: pracovali jsme s otázkou, zda existuje mravně ospravedlnitelná forma a míra racionalizované (v intencích Weberova pojetí racionalizace)¹⁰ firemní pohostinnosti kompatibilní s východisky teologické etiky; cílem práce bylo nalézt kritéria a limity mravně ospravedlnitelné firemní pohostinnosti obecně i ve specifických situacích, které pravidelně přináší byznys v českém stavebnictví.

Došli jsme k závěru, že firemní pohostinnost vystavěná na kritériích personaly, jednoznačného vymezení se vůči korupci, nepodmíněnosti, symboličnosti, svobody, správné hierarchie cílů, otevřenosti, pravdivosti, úcty, spravedlnosti, empatie, přiměřenosti a důvěry, jejímž stěžejním cílem není výlučně finanční profit a která počítá s člověkem jakožto lidskou osobou se sebezpřekračující důstojností, jakožto cílem a nikoli pouze prostředkem, v mantinelech jasně definovaných limitů ob stojí před soudem teologické etiky a může znamenat přínos pro firmu, její obchodní partnery a všechny *stakeholders*.¹¹ Taková firemní pohostinnost má vzhledem k obchodnímu partnerovi vyjadřovat poděkování, výraz úcty, přijetí, otevřenost do další spolupráce, výraz přátelství, vyjití vstříc.

10 Pojem byl vysvětlen v předešlé práci ve vztahu k Weberově monografiím. Nyní chceme upozornit na plodné rozvíjení Weberových tezí v soudobém diskurzu: srov. např. TREIBER, Hubert. *Reading Max Weber's Sociology of Law*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2020, s. 166–170.

11 Srov. SOUČEK, Zdeněk. *Strategie úspěšného podniku. Symbióza kreativity a disciplíny*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2015, s. 290.

Ukázalo se, že ačkoli zavazující a manipulující firemní pohostinnost nemusí být apriori nezákonná, jako je tomu u korupce, mají tyto přístupy v širokém spektru možností praktického uchopení firemní pohostinnosti z mravního hlediska blíže ke korupci než k racionalizované pohostinnosti. Zatímco racionalizovanou pohostinnost jsme vyhodnotili jako eticky legitimní, zavazující a manipulující či jinak podmíněnou firemní pohostinnost jsme vyhodnotili jako eticky neospravedlnitelnou. Klíčová kritéria mravně ospravedlnitelné racionalizované firemní pohostinnosti budou hrát jistou úlohu také v této práci věnované *in-house lobbyingu*, neboť firemní pohostinnost je běžnou součástí lobbistovy strategie a jedním z jeho manažerských nástrojů. Blíže je proto znovu otevřeme v souvislosti s vymezením *in-house lobbyingu* a korupce.

Výsledkem předchozí práce bylo zjištění, že racionalizovaná firemní pohostinnost, používaná ve firmách jako manažerský nástroj, může být za dodržení kritérií a limitů mravně legitimní a slučitelná s východisky teologické etiky. Přesto však existují situace, kde je podle našeho soudu vhodné firemní pohostinnost nerealizovat a zvolit politiku nulové firemní pohostinnosti.¹² Tyto situace budou nyní nově hodnoceny ve vztahu k lobbyingu.

1.2. Význam pojmu lobbying

Dnešní slovo lobbying¹³ je odvozeno z anglického *lobby*, s významem předsín, předsálí, vstupní hala, jehož vzorem bylo latinské slovo s tímtéž významem *labium*, z něhož vzešel latinský výraz *lobia* s významem předsálí římského senátu (původně hala lemovaná sloupy).¹⁴ Místnost s tímto názvem bývala od starověku využívána k prvním neoficiálním jednáním před samotným oficiálním setkáním, předávání důležitých informací a názorů, případně explicitně k prosazování konkrétních zájmů jednotlivců nebo skupin.¹⁵ V těchto předsíních se mohli do diskuse efektivně zapojit také lidé, kteří se na samotnou oficiální událost dostat nemohli, ať již z důvodu příliš nízkého postavení, nonkomformních politických názorů, nízkého stavu apod. Zde měli

12 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*. Rigorózní práce. Praha: Univerzita Karlova, 2019, 124 s.

13 V českém jazyce se prosadila tato ortografická podoba původního anglického slova lobbying. V literatuře lze často v českých překladech nalézt obě podoby. V souladu s Ústavem pro jazyk český budeme v celé práci používat českou ustálenou podobu pojmu: lobbying.

14 Srov. WATERHOUSE, Benjamin C. *Lobbying America: The Politics of Business from Nixon to NAFTA*. 1. vyd. Princeton, Oxford: Princeton University Press, 2015, s. 46–75.

15 Srov. GELAK, Deanna. *Lobbying and Advocacy: Winning Strategies, Recommendations, Resources, Ethics and Ongoing Compliance for Lobbyists and Washington Advocates*. 2. vyd. Washington: TheCapitol.Net Inc, 2008, s. 6–7.

možnost ovlivnit budoucí jednání za zavřenými dveřmi. Latinskému výrazu *lobia*, který také označoval zastřešený průchod kláštera, odpovídá české loubí.¹⁶

1.2.1. Historie současného pojmu lobbying

Použití anglického slova *lobbying* v dnešním významu se poprvé objevilo v 17. stol. na půdě britského parlamentu a o dvě století později v americkém Kongresu.¹⁷ Ve druhé polovině 19. stol. slovo explicitně v současném významu používal americký prezident U. S. Grant. Právě v USA se začal používat odvozený pojem lobbista pro osobu snažící se ovlivnit zákonodárce.¹⁸ S velkým užitekem se však lze podívat mnohem hlouběji do historie: Pohled do minulosti k (patrně) jednodušším, a tedy také průhlednějším společnostem, vypovídá o funkčních souvislostech často zřetelněji.¹⁹ Přestože pregnantním definicím právníků, ekonomů i sociologů se budeme věnovat v příslušné kapitole, musíme již na tomto místě stručně definovat, co znamená lobbování, abychom jej mohli nahlédnout ve stručném dějinném přehledu.

Lobbing je na nejobecnější rovině chápán jako záměrná aktivní sofistikovaná činnost školené osoby zaměřená na osobu s rozhodovací pravomocí²⁰ za cílem prosazení zájmů jiné osoby nebo skupiny osob.²¹ Legitimní lobbying má zodpovědné osobě usnadnit rozhodovací proces.²² V tomto podání je možné tvrdit, že lobbování bylo součástí lidského soužití minimálně od doby, kdy lidé začali ke vzájemné komunikaci používat jazyk a své jednání začali předem promýšlet.²³

1.2.2. Lobbying jako součást nejstarších kultur

Těžko dnes můžeme prokázat existenci fenoménu lobbování v kulturách předpsaným slovem, ovšem jak bylo představeno v rigorózní práci věnované firemní pohostinnosti, která – jak dále ukážeme – s lobbingem v jisté míře souvisí, lidé

16 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s.17–18.

17 Srov. DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠMÍČEK, Vojtěch. *Korupce. Projevy a potírání v České republice a Evropské unii*. 1. vyd. Brno: Mezinárodní politologický ústav, 2006, s. 20–35.

18 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s.18.

19 Srov. SOKOL, Jan. *Moc, peníze a právo. Esej o společnosti a jejích institucích*. 2. vyd. Praha: Vyšehrad, 2015, s. 10.

20 Srov. WATERHOUSE, Benjamin C. *Lobbying America*, s. 46–75.

21 Srov. POTUČEK, Martin. *Veřejná politika*. 1.vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2005, s. 53.

22 Srov. KORKEA-AHO, Emilia. Legal Lobbying: The Evolving (But Hidden) Role of Lawyers and Law Firms in the EU Public Affairs Market. *German Law Journal* 2021, roč. 22, č. 1, s. 65–84. doi: <https://doi.org/10.1017/glj.2020.97>

23 Srov. WATERHOUSE, Benjamin C. *Lobbying America*, s. 46–75.

využívali sílu daru od té doby, kdy pochopili jeho účinek.²⁴ Podoba naší současné západní civilizace, ve které se lobbying v současném slova smyslu vyprofiloval, je zformována různými staršími kulturami a naukami: euroamerická politicko-ekonomická kultura byla nejsilněji formována řeckou filozofií, římským právem a v nábožensko-kulturní oblasti židovstvím a později zejména křesťanstvím, které esenciálně vymodelovalo naši identitu. Max Weber²⁵ hájil tezi o tom, že za zrod kapitalismu vděčíme protestantské etice, Michael Novak²⁶ akcentoval vliv katolické morálky, zatímco Werner Sombart²⁷ viděl za vznikem moderního kapitalismu židovskou víru. Promyšlené prosazování ekonomických zájmů však dokládá již Chamuraphiho zákoník, jak bude představeno v dalším bodě, a v židovství antického období je doložena nejen aktivní a efektivní ekonomická činnost,²⁸ ale pro tuto práci nesmírně důležité zprostředkovávání obchodů, peněžních transakcí i hospodářských styků a lobbování za zájmy třetí strany.²⁹ Tito školení a schopní prostředníci či poslové známí z historie mohou být dnešním slovníkem nazváni lobbisty.

1.3. Dávní prostředníci hospodářských kontraktů

Z dostupných pramenů a prací kulturních antropologů je patrné, že školení – můžeme dokonce říci profesionální – zprostředkovatelé obchodu, obchodních setkávání nebo jiných hospodářských aktivit (půjčování, ochrana či zhodnocování peněz nebo jiných aktiv) či poslové a vyjednavací panovníků nebo zájmových skupin byli součástí politického i hospodářského života společnosti odedávna. V tomto bodě se nebudeme pouštět na nejistý „tenký led“ hypotéz kulturních antropologů v dobách před psaným slovem, přesto však zmíníme alespoň fenomén daru v tomto mlhavém a z hlediska zprostředkování obchodu těžko mapovatelném období.

Důležitým společenským jevem již v období lovců a sběračů byly podle kulturních antropologů dary:³⁰ byly vnímány jako důležitý a efektivní prostředek navazování

24 Srov. ERIKSEN, Thomas Hylland. *Sociální a kulturní antropologie*. 1. vyd. Praha: Portál, 2008, s. 223–224.

25 Srov. WEBER, Max. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. 1. vyd. New York: Routledge, 2013, 347 s.

26 Srov. NOVAK, Michael. *Catholic Ethic and the Spirit of Capitalism*. 1. vyd. New York: Free Press, 1993, 334 s.

27 Srov. SOMBART, Werner. *Der moderne Kapitalismus*. 1. vyd. München: Verlag von Duncker & Humblot, 1928, 514 s.

28 Srov. WEBER, Max. *Ancient Judaism*. 1. vyd. New York: Simon & Schuster, 2010, s. 252–255.

29 Srov. WEBER, Max. *Autorita, etika a společnost*. 1. vyd. Praha: Mladá Fronta, 1997, s. 270.

30 Srov. např. SAHLINS, Marshall. *Stone Age Economics*. 1. vyd. Chicago: Aldine, 1972, s. 186.

kontaktů mezi lidmi, dosahování a udržování míru, získání spojence, politické loajality nebo prosazení (jednoduchých, směnných) obchodních zájmů.³¹ Thomas Eriksen nahlíží fenomén daru v tradičních společnostech jako důležitý sociální jev, který dosahoval celospolečenského a rovněž náboženského významu.³² Dary mimo jiné pomáhaly prosazovat zájmy u protistrany. S lobbingem fenomén daru – jak se dále ukáže – úzce souvisí.

1.3.1. Nejstarší zákoníky pranýřující korupci

V historickém zakotvení cílíme na kulturní dějiny oblastí, které významně ovlivnily tzv. západní civilizaci, a proto se zaměříme na Přední východ v době vzniku prvních zákoníků. Osídlování Předního východu se již od doby kamenné lokalizovalo ve třech klíčových oblastech: v hornatých lokalitách Sýrie a Palestiny, na pomezí dnešního Iráku a Íránu a na náhorních rovinách jižní Anatólie. Archeologické nálezy z těchto oblastí potvrzují pozůstatky po táborech lovců z 9. tis. př. n. l. Jedním z vůbec nejstarších známých sídlišť městského typu bylo palestinské Jericho³³ (Joz 2,1–21), které se z osady rozrostlo po roce 7 800 př. n. l. v rozsáhlé město.³⁴ Nejstarší dochované písemné prameny, ze kterých můžeme čerpat, nabízí mezopotámská civilizace³⁵ z přelomu 3. a 2. tisíciletí př. n. l. Sumerové a Akkadové³⁶ zanechali velmi vzácné literární dědictví na hliněných tabulkách; pozdější asyrská a babylónská kultura nám skrze nalezené texty nabízí rozsáhlý vhled do ekonomické sféry tehdejšího života. Díky dochovaným tabulkám známe strukturu tehdejších obchodních smluv, která se kupodivu jen málo liší od současných podob (smluvní strany, předmět smlouvy, cena a sankce); víme také, že Babyloňané znali úplatkářství a považovali jej za překročení pravidel, za které následovala materiální sankce.³⁷ Vůbec nejstarší sdělení vytlačené již na koci 4. tis. př. n. l. do hliněných tabulek pomocí jednoduchých ideogramů a logogramů se týkalo hospodářských záležitostí.³⁸

31 Srov. tamtéž, s. 186.

32 Srov. ERIKSEN, Thomas Hylland. *Sociální a kulturní antropologie*, s. 223–224.

33 Srov. TYDLITÁTOVÁ, Věra. *Symbolika hradeb a bran v hebrejské bibli*. 1. vyd. Praha: Triton, 2010, s. 114.

34 Srov. SOUČKOVÁ, Jana. *Starověký Přední východ*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1979, s. 6.

35 Srov. ZAMAROVSKÝ, Vojtěch. *Na počátku byl Sumer*. 2. vyd. Praha: Panorama, 1983, s. 15.

36 Pro detailní náhled do sumerské kultury v období nejstarších psaných textů srov. např. KING, Leonard W. *A History of Sumer and Akkad*. 1. vyd. Norderstedt: Books on Demand, 2020, 328 s. V českém jazyce např. KRAMER, S. N. *Historie začíná v Sumeru*. 2. vyd. Praha: Státní nakladatelství krásné literatury a umění, 1965, 266 s.

37 Srov. BIČ, Miloš. *Při řekách Babylonských*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 1990, s. 233–248.

38 Srov. tamtéž, s. 249.

Zbývá vyjasnit, jak téma spadá do teologicko-etické reflexe současného lobbingu. Byla to právě oblast starověké Mezopotámie, kde se v dějinách lidského myšlení začalo objevovat vědomí lidského hříchu a kde se stovky let před zapsanou židovskou reflexí hříchu a nemravného jednání zformovaly první seznamy hříchů a na hliněných tabulkách dochované mravní reflexe v hospodářské oblasti.³⁹ Etické, a dokonce nábožensky etické reflektování hospodářských aktivit začíná v Sumeru⁴⁰ a odtud se později dostává do židovského, poté do žido-křesťanského myšlení. Vědomí hříšného, nemravného či morálně zlého jednání v hospodářské oblasti se zrodilo ve starověké Mezopotámii a teologicko-etické posouzení lobbingu je dnes možné díky prvním reflexím tehdejších myslitelů a na nich vystavěném etickém diskurzu.

Z tisíce let starých zapsaných pramenů vyplývá, že lidé začali rozlišovat mezi vhodným a nevhodným (v naší terminologii mravně správným a mravně nesprávným) či zákonem zakázaným jednáním, za které jednajícímu hrozil přímý trest, sankce nebo neformální, avšak silný společenský tlak až vyloučení.⁴¹ A tak již v nejstarších písemných pramenech lidských dějin nalézáme explicitní odsouzení úplatkářství, což bude pro tuto práci jeden z důležitých bodů. Z pramenů je zjevné, že rozvinutý obchod provázely jasně specifikované daně, půjčky na úrok, obdarovávání, coby upevňování obchodních dohod, zprostředkovávání obchodu i zakázaná korupce⁴² a zotročování řemeslníků.⁴³ Korupce a zvěčňování dělníků je (patrně nejen) ve stavebnictví trvalé, nadčasové a mimořádně palčivé téma, které dále zmíníme v souvislosti s principem personality.

Jeden z nejstarších známých dochovaných zákoníků babylonského krále Chammurapiho z let 1720 – 1668 př. n. l., tzv. Chammurapiho zákoník,⁴⁴ například uvádí: „...trestáš toho, kdo přijímá úplatek a nespravedlivě soudí. Kdo úplatek

39 Srov. HAVELKA, Ondřej. Předovýchodní zprávy o potopě světa, trestajících dingirech a vědomí hříchu. *Dingir: Náboženský infoservis*. (5.12.2020) [2021-1-24]. <Předovýchodní zprávy o potopě světa, trestajících dingirech a vědomí hříchu – Náboženský infoservis>.

40 Srov. KRAMER, Samuel Noah. *The Sumerians: Their History, Culture, and Character*. 2. vyd. Chicago: University of Chicago Press, 2010, s. 264–265.

41 Srov. SOUKUP, Martin. *Antropologie a Melanésie. Z doby kamenné do kyberprostoru*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2014, s. 36.

42 Srov. PECHA, Lukáš. *Starobabylónský stát. Politický vývoj, hospodářství, státní správa*. 1. vyd. Praha: Orientální ústav Akademie věd ČR, 2003, s. 136–180.

43 Srov. KLÍMA, Josef. *Zákony Chammurapiho*. 1. vyd. Praha: Československá akademie věd, 1954, s. 131.

44 Srov. HARPER, Robert Francis. *The Code of Hammurabi, King of Babylon*. 1. vyd. Chicago: University of Chicago Press, 1999, 192 s.

*nepřijímá a zastává se slabého, Šamašovi milý je, on mu život prodlouží...*⁴⁵ Dalším příkladem jsou o 150 let starší Lipit-Ištarovy zákony, ve kterých se například píše: „*Já, Lipit-Ištar, syn Enlilův, vymýtil jsem zlo a násilí, nářek, reptání a úplatkářství jsem dostal ze světa.*“⁴⁶ Podobně jako Hebrejové znali institut milostivého léta (odpouštění dluhů), o němž bude blíže pojednáno v následujícím bodě, je v hospodářské oblasti mimořádně zajímavé pravidelné odpouštění dluhů zaznamenané také v sumerském Chammurapiho zákoníku.⁴⁷

1.3.2. Lobbings na sumerských tabulkách

Nejstarší dochované literární památky lidstva vypovídají jak o kladném hodnocení mravného jednání poslů (a účastníků hospodářské výměny obecně),⁴⁸ tak o mimořádném významu poslů/lobbistů v průběhu válek: často se dozvídáme, že před bitvou jedna strana vyslala svého posla s plným mandátem ovlivnit protistranu v jejím dalším rozhodování; tento posel (naší dnešní terminologií lobbista) měl za úkol vyjednat co možná nejlepší podmínky pro stranu, která jej vyslala a vzhledem k tomu, že nejčastěji lobboval za odvolání bitvy a přijetí jiného způsobu vypořádání, jednal zároveň v zájmu obecného dobra, ve prospěch lidských životů i celé společnosti, a protože jeho úloha byla natolik zásadní, že mohla zachránit tisíce lidských životů, vyplenění měst, úpadek do hluboké a dlouhé hospodářské krize a nasazoval při tom také svůj život, byl obvykle za tuto činnost mimořádně bohatě odměňován.

Jeden z nejstarších záznamů popsaného lobbování je zaznamenán klínovým písmem v sumerském jazyce na hliněné tabulce datované přibližně do doby kolem roku 2000 př. n. l., ovšem popisuje příběh, který historikové datují ještě o tisíc let dříve. Jde o vyslání posla, který vyjednal podmínky zaručující za příslušné množství zlata a stříbra mír a budoucí ochranu. Jeden z prvních lobbistů není popsán svým jménem, na rozdíl od vůdců protistran, a zůstává tak mužem v zákulisí, který ovšem na svých bedrech nesl budoucnost všech dotčených a byl na tabulce označován prostým pojmem: posel.⁴⁹ Podobní poslové, vyjednavací, kteří byli vytrénováni

45 ANTALÍK, Dalibor – STARÝ, Jiří – VÍTEK, Tomáš. *Zákon a právo v archaických kulturách. Svět archaických kultur V*. 1. vyd. Praha: Herrmann & synové, 2010, s. 146.

46 KLÍMA, Josef. *Nejstarší zákony lidstva*. 1. vyd. Praha: Academia, 1979, s. 114.

47 Srov. FERGUSON, Niall. *The Ascent of Money: A Financial History of the World*. 1. vyd. New York: Penguin Press, 2008, s. 30.

48 Srov. KRAMER, Samuel Noah. *The Sumerians: Their History, Culture, and Character*, s. 264–265.

49 Srov. KRAMER, S. N. *Historie začíná v Sumeru*, s. 30–39.

k sofistikovanému a efektivnímu ovlivňování protistrany, jsou doloženi⁵⁰ také ve sporu mezi králem Aggou a králem Uruku Gilgamešem:⁵¹ tito poslové byli vysláni po nejstarším textem dochovaném lidovém sněmu, který se měl konat před válečným střetem Kiše a Uruku někdy kolem roku 3000 př. n. l.⁵² Podle Samuela N. Kramera se před podobnými zaznamenanými sněmy konala nejedna zákulisní porada „kuloárního“ typu. Právě z těchto kuloárních jednání odvozujeme lobbismus v dnešním slova smyslu a z děl předních historiků je zjevné, že tato činnost provázela důležitá rozhodnutí odedávna.⁵³ Texty sahající až do samotné doby krále Agga se bohužel nedochovaly a historikové se domnívají, že se tak staré tabulky již archeologům nepodaří nalézt. Dochovaly se ovšem sumerské klínopisné texty o sporu mezi králem Uruku Enmerkarem a králem města Aratta. Táhlý spor o nadvládu a vliv králové neřešili osobně, ale prostřednictvím poslů/lobbistů zplnomocněných poměrně významnou kompetencí a vlivem.⁵⁴

Další sumerská tabulka popisující zvyky ve školní výuce zapsaná kolem roku 2000 př. n. l. dokládá velmi zajímavý jev: sumerský chlapec zaznamenal neuspokojivý výsledek písemné úlohy, načež poprosil otce, aby zašel za učitelem, zapůsobil na něho pomocí darů a pozval jej domů na znamenitou hostinu, a vyjednal tak zmírnění učitelova rozhodnutí.⁵⁵ V jistém smyslu se tedy jedná o lobbying otce za svého syna u činitele disponujícího rozhodovací pravomocí a rovněž se jedná o drobné uplácení formou pohostinnosti a využití síly daru, což je do dnešních dob široce využívaná technika profesionálních lobbistů. Takto ji máme zaznamenanou již v období před čtyřmi tisíciletími.

Poetický text o tehdejších způsobech přesvědčování byl velmi rozšířený, o čemž svědčí objevení jedenadvaceti různě zachovaných exemplářů; 13 z nich je možné obdivovat v Univerzitním muzeu ve Filadelfii, 7 v Muzeu starověkého Orientu v Istanbulu a jeden exemplář je rovněž v pařížském Louvru.⁵⁶ Není nezajímavé, že vůbec nejstarší dochované sumerské tabulky, lépe řečeno jejich fragmenty,

50 Srov. BURIAN, Jan – OLIVA, Pavel. *Civilizace starověkého středomoří*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1984, s. 29.

51 Srov. GEORGE, A. R. *The Babylonian Gilgamesh Epic: Introduction, Critical Edition and Cuneiform Texts*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2003, s. 91–136.

52 Srov. KRAMER, S. N. *Historie začíná v Sumeru*, s. 40–43.

53 Srov. tamtéž, s. 43–44.

54 Srov. BIČ, Miloš. *Při řekách Babylonských*, s. 277.

55 Srov. tamtéž, s. 26–27.

56 Srov. KRAMER, S. N. *Historie začíná v Sumeru*, s.27–28.

zaznamenávají dluhy, které se na ně zapisovaly a z tabulek se posléze stalo první oběživo. Zaznamenávaly dlužníka i jeho věřitele a podle odborníků na ekonomickou historii není náhoda, že anglické *credit*, česky úvěr, pochází z latinského *credo*, česky věřím.⁵⁷

Smyslem tohoto bodu bylo prokázat jednoznačnou přítomnost a mimořádný vliv poslů/lobbistů v období nejstarších dochovaných textů lidstva, a dost možná i dříve, a předestřít, že již nejstarší zákoníky⁵⁸ v době formování vědomí hříchu jednoznačně odsuzovaly a zakazovaly korupci a úplatkářství⁵⁹ (což jsou dnes dva nestejně, byť běžně zaměňované pojmy), znaly zneužívání obchodní pohostinnosti, a dokonce i nejstarší eposy a poetické texty lidstva rovněž popisují posly/lobbisty, zjevně bez negativních konotací jako posly s rozsáhlým mandátem a mimořádným významem.

1.4. Lobbying ve Starém zákoně

Spojovat lobbying s Písmem Starého i Nového zákona může vypadat kontroverzně. Ačkoli by bylo možné experimentálně uvažovat o velkých postavách, jakými byli apoštolové Pavel nebo Petr jako o poslech/lobbistech, a dokonce by se tematika dala vztáhnout k samotnému spasiteli světa Ježíši Kristu, do takových experimentů se záměrně pouštět nebudeme. Přesto ovšem téma lobbingu, aktivního hospodářského podnikání nebo hospodářské pohostinnosti v celé Bibli nacházíme, a proto se alespoň do určité míry na toto téma v Písmu nyní zaměříme.

Žádná teologická či teologicko-etická práce se neobejde bez alespoň minimální míry hermeneutiky relevantních biblických textů⁶⁰ a nejinak tomu bude v této práci. Budeme mít při tom stále na paměti, že Písmo svaté je na jedné straně fundamentem každé teologické práce a výchozím i referenčním bodem každé teologie, ovšem na druhé straně nedává jednoduše aplikovatelné normy pro soudobé problémy⁶¹ a nelze ho

57 Srov. FERGUSON, Niall. *The Ascent of Money*, s. 30.

58 Nejstaršími legislativními dokumenty, které se nám z různých kultur dochovaly, jsou právní kodexy neboli zákoníky, souhrny právních norem, které v daných kulturách platily. Můžeme je považovat za jistý přechod mezi rodovým právem archaických společností a laickým občanským právem pozdějších obcí a říší. Uvedeme zde např. hebrejskou Tóru nebo indický Mannův zákoník, které ještě neoddělují předpisy kultovní od vlastního práva. Zmíněný Chamurappiho zákoník je již téměř výlučně profánní, ovšem zaštiťuje se autoritou bohů. Římský zákoník dvanácti desek je již zcela profánní a opírá se o autoritu shromáždění římského lidu, čímž umožňuje budoucí změny.

59 Srov. BIČ, Miloš. *Při řekách Babylonských*, s. 233–248.

60 Srov. ŠTICA, Petr. *Migrace a státní suverenita. Oprávnění a hranice přistěhovalecké politiky z pohledu křesťanské sociální etiky*. 1. vyd. Červený Kostelec: Pavel Mervart, 2010, s. 156.

61 Srov. MOTT, Stephen. *Biblical Ethics and Social Change*. 2. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2011, s. 19–48.

považovat za jednoduchou etickou příručku.⁶² Tyto elementární metodologické principy musí být zjevné a následující body – stejně jako etické hodnocení lobbingu provedené dále v práci – se jich budou držet. Cílem následujících bodů je zejména nahlédnout vztah inspirovaných svatých Písem k aktivnímu podnikání a s naším tématem souvisejících hospodářských nástrojů.

1.4.1. Starý zákon

První písemné zaznamenání mnohem starší hebrejské ústní tradice pochází z doby krále Šalomouna, který vládl jednotnému izraelskému národu patrně mezi lety 973 – 931 př. n. l. Království tehdy bylo stabilní a zrlo po kulturní i duchovní stránce.⁶³ Nejstarší vrstva Starého zákona, Tóra, tedy učení (nebo také zákon, i když původní význam slova tóra je podle některých filologů „směrovka“, nebo přesněji „ukazatel cesty na poušti“), řecky Pentateuch (v překladu pět pouzder na svitky), vznikla podle hypotézy pramenů ze čtyř tradic.⁶⁴ Právě proto najdeme v pěti knihách Mojžíšových některá vyprávění dvakrát i vícekrát jinak podaná někdy i s odchylkami; např. dva příběhy o stvoření, dva příběhy o uzavření smlouvy mezi Abramem a Hospodinem nebo dokonce trojí podání o povolání Mojžíše. Stěžejní výpovědní hodnotu má Bible jako celek, jako jednota ve vsí rozmanité rozlišnosti. Nejstarší autorská tradice je jahvistická (podle označení Boha – JHWH, čteno Jahve) z 10. stol. př. n. l., mladší tradice elohistická (podle staroorientálního označení Boha – Elohim) vznikla v rozmezí 9. a 8. stol. př. n. l., ještě mladší tradice je deuteronomická ze 7. stol. př. n. l. a nejmladší je tzv. Kněžský kodex, který vznikl v babylonském vyhnanství izraelského národa mezi lety 587 až 537 př. n. l.⁶⁵

Text Starého zákona vznikl od 10. do 3. stol. př. n. l. a popisuje velké dějiny izraelského národa a Boží mirakulózní intervence v průběhu dějin spásy ve prospěch člověka, který byl stvořen k Božímu partnerství, ovšem po pádu se Bohu vzdálil. První texty Starého zákona byly psány patrně na papyrus dovážený z Egypta, pergamen nebo

62 Srov. Papežská biblická komise. *Bible a morálka: biblické kořeny křesťanského jednání*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2010, s. 114–123.

63 Srov. MERRILL, Eugene H. *Kingdom of Priests: A History of Old Testament Israel*. 2. vyd. Michigan: Baker Academic, 2008, s. 260–265.

64 Srov. WHEELER, J. T. *An Analysis and Summary of Old Testament History and the Laws of Moses: With a Connection Between the Old and New Testaments*. 1. vyd. Eugene: Wipf and Stock Publishers, 2020, s. 35–44.

65 Srov. MERRILL, Eugene H. *Kingdom of Priests*, s. 479–505.

zvířecí kůži, případně také na hliněné tabulky po mezopotámském způsobu. Z těchto dob ovšem nemáme žádné přímé pozůstatky, zachovaly se pouze mladší opisy.

1.4.2. Lobbisté v nejstarších vrstvách Tóry

Patrně první přímluvce, v tomto případě je přiléhavé označení ovlivňovač, byl biblický had. Otázku, pro čí zájmy had Evu ovlivňoval a jakou úplatu obdržel, ponecháme stranou, postačí prosté odhalení ovlivňování rozhodnutí druhého hned v samém začátku první biblické knihy ještě v zahradě Edenu (Gn 3,1–24). Evu bychom mohli z etického hlediska nazvat první vyznavačkou hédonismu, neboť jako dobro vyhodnotila instantní potěšení bez ohledu na následky, které byly nejen očekávané, ale přímo vyřčené. Eva se neohlížela na důsledky svého jednání, naší terminologií jí byla konsekvencialistická etika cizí, stejně tak jako etika povinnosti,⁶⁶ neboť uloženou povinnost jednoznačně nesplnila. Na každý pád první ovlivňovač/lobbista je Písmu svatém zástupcem zla.

Velkým přímluvcem je v Tóře Mojžíš, který se jako vyvolený vůdce národa přimlouvá za zájmy národa, za možnost bohoslužby Hospodinu, de facto za samotného Hospodina. Mojžíš je Hospodinem vyslán k faraonovi, aby vyjednal lepší podmínky pro zotročený národ Hebrejů, je vyslán, aby lobboval za Hospodinovu věc. K tomu má patřičný mandát, patřičnou moc a za odměnu příslib země plné medu a mléka, příslib štěstí a hojnosti (Ex 3 – 7). Nakonec si také hebrejský lid vyvolí Mojžíše, aby byl jejich prostředníkem ve styku s Hospodinem a lobboval za potřeby lidí (Ex 20,18–21). Mojžíš je v učebnicích managementu v USA uváděn jako nejstarší typický příklad *leadera*⁶⁷ společnosti.⁶⁸ Český ekvivalent „vůdce“ se nepoužívá, neboť slovo je silně zatíženo negativní konotací z období II. světové války. Mojžíš se skutečně v Tóře projevuje jako úspěšný leader a velmi úspěšný prostředník.

Institut starozákonního soudce (*šofét*) lze také nazírat jako prostřednictví mezi Hospodinem a národem. V teologické oblasti lze jako náboženské prostředníky nazírat

66 Srov. STERBA, James P. *Ethics: The Big Questions*. 2. vyd. London: Wiley-Blackwell, 2009, s. 217–234.

67 Mojžíš je uváděn jako příklad pro rozlišení mezi leaderem a manažerem. Mojžíš měl nepochybně také manažerské schopnosti, ale byl zejména typickým leaderem, tedy tím, kdo udával směr; tím kdo vedl společnost; tím, kdo na křižovatce rozhodoval, kudy dál.

68 Srov. COHEN, Norman J. *Moses and the Journey to Leadership: Timeless Lessons of Effective Management from the Bible and Today's Leaders*. 1. vyd. Woodstock, Vermont: Jewish Lights Publishing, 2008, s. 35–49.

proroky, kteří působili za čistotu Hospodinova kultu, za Hospodinovy zájmy vzhledem k národu, za spásu Izraele.

Tóra v hospodářské oblasti nehlásá žádný vyhraněný asketismus, pohrdání penězi či odvracení se od tohoto světa.⁶⁹ Bohatství a zisk jsou ve Starém zákoně vnímány jako výsledek zbožného života (1 Kro 28,28), jemuž Hospodin právě v tomto životě a zde na tomto světě sesílá hojnost (1 Sam 17,25). Praotec Abram byl věrný Hospodinu a byl velmi zámožný, měl stáda, stříbro i zlato (Gn 13,2); to ovšem neznamená, že by Židé považovali bohatství za nejvyšší hodnotu – tou pro ně byla a je věrnost Bohu, zbožnost (bázeň Boží)⁷⁰ a ctnosti jako např. moudrost (2 Kro 1,11), ovšem právě tyto vlastnosti Bůh ve Starém zákoně odměňuje nezměrným materiálním bohatstvím (2 Kro 1,12).

1.4.3. Židovská hospodářská etika ve Starém zákoně

Podle ekonoma Tomáše Sedláčka to byli právě Židé, kdo nejen do oblasti hospodářství integrovali základní etické principy.⁷¹ Myšlenku potvrzují další sociologové a ekonomové, např. Werner Sombart⁷² a zejména texty Starého zákona: „*Lepší je to málo, co má spravedlivý, než bohatství mnoha svévolníků.*“ (Ž 37,16). Nelze nesouhlasit, ovšem je třeba doplnit, že již Sumerové a Akkadéané explicitně uváděli do hospodářské praxe etickou rovinu.⁷³ Vyrůstáme z žido-křesťanské tradice, ta ovšem hluboce koření na březích starověkého Eufratu. Vědomí potřeby eticky legitimního hospodářství se s největší pravděpodobností zrodilo ve starém Sumeru a Židé toto myšlení převzali a dále rozvíjeli.⁷⁴

Je patrné, že hospodářskou prosperitu chápali Židé kladně, ovšem dbali přitom v podstatné míře na etická kritéria nabytí zisku. Vrcholem eticky odpovědné životní orientace byla věrnost Bohu a jeho zákonům, dokonce i formou zabítí protivníka (1 Sam 17,25). Velmi nekompromisně se Starý zákon vymezuje proti úplatkářství: „*Nepřevrátíš právo, nebudeš nikomu stranit, nepřijmeš úplatek. Úplatek oslepuje oči moudrých a překrucuje slova spravedlivých.*“ (Dt 16,19). Podobně na mnoha dalších

69 Srov. SOMBART, Werner. *The Jews and Modern Capitalism*. 3. vyd. New Brunswick, N.J.: Transaction, 1997, s. 151.

70 Srov. RAHNER, Karl – VORGRIMLER, Herbert. *Bázeň Boží*. In RAHNER, Karl – VORGRIMLER, Herbert. *Teologický slovník*. 2. vyd. Praha: Vyšehrad, 2009, s. 52–53.

71 Srov. SEDLÁČEK, Tomáš. *Ekonomie dobra a zla. Po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi*. 2. vyd. Praha: 65. pole, 2012, s. 20.

72 Srov. SOMBART, Werner. *The Jews and Modern Capitalism*, s. 150.

73 Srov. KRAMER, Samuel Noah. *The Sumerians*, s. 264–265.

74 Srov. tamtéž, s. 265–270.

místech od knihy Exodus až k prorokům, tedy napříč dějinným vývojem (Ex 18,21; 1 Sam 12,3; Př 17,23; Iz 1,23; Ez 12,22; Amos 5,12; Mich 3,11; Sir 40,12). Židé odedávna dbali na etický princip epikie, který známe od Aristotela a jemuž se budeme později blíže věnovat – pokud bylo svědomí jedince v rozporu s místními pravidly, zvyky či zákony, které se jedinci zdály odporující dobru, neměl se jimi řídit: „*Nepřidáš se k většině, bude-li páchat zlo.*“ (Ex 23,2). Tento přístup platí rovněž pro oblast hospodářskou.⁷⁵

Ve Starém zákoně nacházíme také přísná vyjádření proti podvodnému jednání (Gn 27,12; Ex 23,7), ovšem najdeme i texty, kde je podvod tolerován, jak vidíme např. v naraci o Jákobovi, jenž podvodem získal otcovo požehnání (Gn 27,6–36). Ve vztahu k nabytí majetku Pentateuch výslovně zakazuje půjčování peněz mezi Izraelci za úrok (Ex 22,24–25; Lv 25,36). Zajímavé ale je, že ostatním národům Židé půjčovat na úrok mohli a hojně to dělali; vysoko postavení rabíni dokonce považovali za povinnost vydělat z půjčky nevěřícímu tolik peněz, kolik je možno.⁷⁶

1.4.4. Židovská hospodářská pohostinnost a vztah k zisku

Je na místě zdůraznit, že překlad z hebrejštiny je zároveň z jisté části výkladem a překladatelé často v různých jazycích nenacházejí přesný ekvivalent, který by měl zcela totožnou výpovědní hodnotu.⁷⁷ V oblasti obchodní pohostinnosti zaznívají ve Starém zákoně také přísnější vyjádření ústy proroků: „*Pohostinnost a dary zaslepují oči moudrých a jako uzda v ústech umlčují káravá slova.*“ (Sir 20,29), nebo podobně: „*Bude tě zahanbovat svou pohostinností, dokud tě jaksepatří neožebračí, aby se ti nakonec vysmál.*“ (Sir 13,7). Nutno připomenout, že proroci ostře kritizovali nejrůznější obyčeje a mravy, ovšem jejich motiv byl zejména teologický. Pro téma lobbingu je zajímavé, že ovlivňování, naklánění obchodního partnera na svou stranu, obchodní pohostinnost a dary byly běžnou součástí hospodářského života (Gn 24; Ex 2,19–20; Iz 58,7).

75 Srov. GLACKIN, Shane N. Obligations of Conscience. *Journal of moral philosophy* 2022, roč. 19, č. 1, s. 1–24. doi: 10.1163/17455243-20212990

76 Srov. SHAHAK, Israel. *Historie a náboženství Židů. Tíha tří tisíc let*. 1. vyd. Olomouc: Votobia, 2005, s. 113.

77 Srov. DOHMEN, Christoph – STEMBERGER, Günter. *Hermeneutika židovské Bible a Starého zákona*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2007, s. 67–69.

Všimněme si, že pohostinnost je již ve Starém zákoně vnímána jako fenomén, který mohl být a patrně býval zneužíván ve smyslu korupce. Stručný nástin vztahu Starého zákona k hospodářství, obchodní pohostinnosti, zisku a bohatství nebude kompletní, pokud nezmníme šabat, institut tzv. šabatového roku a milostivého léta. Šabat, sedmý den v týdnu (pro Židy je tímto dnem sobota), je zasvěcen Hospodinu, a zakazuje se tak veškerá práce vedoucí k výdělku (Ex 31,15). Sedmý den odpočinku, dnes považovaný za samozřejmost v celém civilizovaném světě, okolní národy a kultury v té době neznaly, bylo to něco, co přinesli právě Židé. Institut šabatového roku je každý sedmý rok (Lv 25,2–5), kdy Židé na základě legislativních nařízení nesměli vykonávat žádnou zemědělskou práci a museli ponechat svá pole celý rok ladem.⁷⁸ Ve vztahu k obchodu a zisku je mimořádně inspirativní tzv. milostivé léto, tedy každý padesátý rok, kdy se odpouští všechny dluhy, odpadá povinnost platit daně a na svobodu se propouští otroci (Lv 25,8–17). Hospodářský systém pravděpodobně již tehdy konvergoval ke koncentraci majetku, což není v souladu s myšlenkou, že země patří Hospodinu, všechno na zemi máme pouze v nájmu, nikoli výlučném vlastnictví a tímto světem pouze procházíme jako poutníci.⁷⁹

Kromě vysoké výpovědní hodnoty o vztahu Židů k majetku, jenž by měl zůstat pouhým instrumentálně chápaným prostředkem a zaujmout správné místo v hierarchii životních hodnot, má toto opatření podle současných ekonomů nesporný antimonopolní a sociální účinek.⁸⁰ Podle některých autorů však milostivé léto nebylo v praxi realizováno.⁸¹ Z naznačeného vyplývá, že již ve starozákonní době Židé využívali efekt obchodního daru jako ovlivňování potencionálního či stálého obchodního partnera, znali zprostředkování obchodu, stejně jako ovlivňování společenských rozhodnutí. Pro zvýšení úspěchu v této oblasti prokazatelně využívali obchodní pohostinnosti a znali také korupci, která byla stejně jako ve starších sumerských a babylonských textech jednoznačně odsuzována a hodnocena explicitně negativně. Korupce byla trestána, zatímco chytře aplikovaná obchodní pohostinnost byla legitimní cestou k prosazení zájmů v hospodářské oblasti.⁸²

78 Srov. SHAHAK, Israel. *Historie a náboženství Židů*, s. 62.

79 Srov. tamtéž, s. 62.

80 Srov. SEDLÁČEK, Tomáš. *Ekonomie dobra a zla*, s. 92.

81 Srov. AZENBACHER, Arno. *Křesťanská sociální etika. Úvod a principy*. 2. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2015, s. 18.

82 Srov. MOTT, Stephen. *Biblical Ethics and Social Change*, s. 33–48.

1.4.5. Vztah židů k lidské práci

Posledním zajímavým momentem, který je pro tuto práci důležitý, je kladný vztah Židů k lidské práci (srov. např. Př 10,4; Kaz 5,11; Př 21,25), což v tehdejší světě nebyla samozřejmost – antičtí řečtí filozofové kupříkladu mnohdy považovali práci za nepříjemnou nutnost určenou výhradně nesvobodným třídám společnosti, ovšem nebylo to tak vždy, jak dále ukážeme. Aristotelés považoval práci za zkorumpovanou ztrátu času, která člověku ztěžuje cestu ke skutečné ctnosti.⁸³ Také okolní kanaanejské národy považovaly často fyzickou práci za nízkou a zneuctvující.⁸⁴ Židé na jedné straně vnímají práci pozitivně a v současné době jsou v podnikatelské oblasti velmi úspěšní, ovšem na druhé straně by například ortodoxní Žid měl pracovat jen tolik, aby si vydělal na živobytí a zbytek času mohl věnovat studiu Tóry.⁸⁵ Práce tedy u Židů musí zůstat na správné rovině v žebříčku životních hodnot a neměla by překážet bohoslužbě, studiu Tóry, vztahu s Bohem.⁸⁶ V jistém smyslu tedy židovský vztah k práci odpovídá Aristotelově přednosti filozofie a umění před prací, ovšem přednost u Židů náleží Bohu a práce je na adekvátní rovině chápána jako pozitivní prvek života.

Rozhodně neplatí časté tvrzení, že práce podle Tóry vznikla následkem hříchu.⁸⁷ Již před pádem člověka Bůh uložil člověku obdělávat a střežit zahradu (Gn 2,15). Člověk tedy ve stavu původní dokonalosti pracoval a práce jej měla blažit. Práce tak od počátku stvoření patří k člověku jako prostředek pro plnější projevení a realizování se i sebepoznání.⁸⁸ Člověk byl tedy stvořen, aby také pracoval, ovšem nikoli z nutnosti k přežití, ale z přirozenosti. Nepříjemná práce v potu tváře přišla až po lidském pádu, ale není to práce, která je zlá, je to hřích člověka, který dobrou práci ztížil a často znepríjemnil. V dalším bodě postoupíme k helénskému světu a posléze k Novému zákonu a křesťanství.

83 Srov. HILL, Roger B. *Historical Context of the Work Ethic*. 1. vyd. Athens: University of Georgia, 1996, s. 3–14.

84 Srov. PESCHKE, Karl-Heinz. *Křesťanská etika*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 1999, s. 554.

85 Srov. např. odborně-popularizační publikaci, která má k tématu vysokou výpovědní hodnotu: HALÍK, Tomáš. *Prolínání světů. Ze života světových náboženství*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 2006, s. 57–58.

86 Srov. RAD, Gerhard von. *Old Testament Theology: The theology of Israel's historical traditions*. 2. vyd. Louisville, Kentucky: Westminster John Knox Press, 2001, s. 187–211.

87 Srov. PESCHKE, Karl-Heinz. *Křesťanská etika*, s. 553.

88 Srov. LEVERING, Matthew – ROSZAK, Piotr – VIJGEN, Jürgen. *Reading Job with St. Thomas Aquinas*. 1. vyd. Washington, D.C.: Catholic University of America Press, 2020, s. 68–91.

1.5. Lobbying a vztah k hospodářské oblasti v antickém Řecku a v Novém zákoně

Také v Novém zákoně můžeme vysledovat lobbování za zájmy třetí strany: prostřednictvím je velkým tématem celého Nového zákona. Jak již bylo v úvodu zmíněno, nebudeme se pouštět do experimentů na hraně kontroverze a nahlížet spasitele světa Ježíše Krista, ale ani jeho apoštoly pohledem lobbyingu. Půjdeme spíše po podstatě, výpovědi o hospodářské aktivitě a vztahu k lidské práci. U některých postav, které měly nižší cíle, je ovšem nahlédnutí skrze paradigma lobbyingu možné (a nikoli neúčtivé). Jako příklad uveďme matku Zebedeových synů, která pragmaticky lobbovala za jejich postavení a vliv (Mt 20,20–21). Před nahlédnutím do Nového zákona se v této kapitole podíváme do antického Řecka a Říma a následně také na další křesťanské inspirace v epochách pobiblických.

1.5.1. Antické Řecko a Řím vzhledem k lobbyingu

Vztah k obchodování, nabytému majetku a bohatství byl v antické společnosti kladný:⁸⁹ lidé v Řecku a později v Římě oceňovali hmotné bohatství. Aristotelés (384 – 322 př. n. l.)⁹⁰ např. uváděl, že jedním z důvodů, proč je otrok pouhým nástrojem a nikoli plnohodnotným člověkem, je nedostatek prostředků, které by mu zajistily skutečný lidský život. Sám Aristotelés chápal bohatství pouze jako prostředek na cestě k cíli, kterým je zdařilý život ve svém celku,⁹¹ dosahovaný ctnostným životem, jenž provázela blaženost jakožto doprovodný jev.⁹² Nutno zdůraznit, že Aristotelovi šlo zejména o svobodu života, který není věnován pouhé obživě. Antická helénská společnost měla sice kladný vztah k bohatství, ovšem spíše záporný vztah k lidské – zejména manuální – práci.⁹³ Manuální práce byla vyhrazena otrokům či nesvobodným lidem, zatímco svobodní občané se cítili být povoláni k zastřešování obchodu, umění, politice či filozofii. Podobně jako ve Starém zákoně, najdeme v řeckých bájích příběh o stvoření světa, kde práce byla původně příjemná, ovšem Pandora, první žena, otevřela svou skříňku a z ní vyšla vedle mnohých zel také tíživost

89 Srov. RECINOVÁ, Monika. Úvod. In KLEMENT ALEXANDRIJSKÝ. *Který boháč bude spasen?* 1. vyd. Olomouc: Refugium Velehrad-Roma, 2008, s. 9.

90 Srov. JIMÉNEZ, Erick Raphael. *Aristotle's Concept of Mind*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2017, s. 72–112.

91 Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*. 4. vyd. Praha: Rezek, 2013, s. 28–29.

92 Srov. tamtéž, s. 28.

93 Srov. HILL, Roger B. *Historical Context of the Work Ethic*, s. 3–14.

a nepřijemnost lidské práce.⁹⁴ Pozitivní vztah k lidské práci – a to i manuální – přineslo v návaznosti na židovství na přelomu letopočtu křesťanství.

Materiální bohatství mělo v antickém světě podobně jako u Hebrejů ve Starém zákoně rovněž náboženský kontext, neboť dosahování zisku, podnikání a nabývání majetku bylo chápáno nejen jako umění podnikatele, ale rovněž jako zřejmý projev přízně bohů. Úkolem člověka proto bylo udržet a nejlépe rozmnožit rodinný majetek pro zachování kultu.⁹⁵ V antickém Řecku se můžeme rovněž setkat s posly/lobbisty vysílanými mezi panovníky městských států, i se zprostředkovateli obchodů a hospodářských dohod, kteří využívali obchodní pohostinnost jako důležitou součást ovlivňování rozhodnutí protistrany a dlouhodobého obchodu. Dary utužovaly obchodní vztahy a rovněž poukazovaly na vysoký sociální status darujícího. Zvyk obdarovávat přetrval v politice do dnešních dnů: prakticky žádná oficiální státní návštěva či důležité politické setkání se neobejdou bez symbolických (leč hodnotných) darů. Filozofické linie jako byl např. hédonismus,⁹⁶ který cílil na maximalizaci slasti a minimalizaci strasti jednajícího člověka, považovaly bohatství za žádoucí skutečnost k dosahování blaženosti.⁹⁷ Obdobný přístup k obchodování a generování zisku nacházíme též v antickém Římě: republika investovala mimo jiné do rozsáhlých stavebních projektů a zvýhodňovala při tom římské stavitele a obchodníky na úkor cizí konkurence.⁹⁸ Stavební projekty ve vzdálených oblastech říše byly realizovány římskými podnikateli (můžeme-li použít tohoto slova), když úředníci předem vyloučili účast podnikatelů/stavitelů působících v místě stavby. Honba za ziskem byla v Římě na přelomu letopočtu podle historiků takřka všudypřítomná: „*Touha po majetku a jeho rychlém zvětšování se stala hlavním cílem většiny čelních činitelů římské společnosti, kteří k jeho dosažení využívali všech možností, daných jim jejich postavením.*“⁹⁹

94 Srov. HURWIT, Jeffrey M. Beautiful Evil: Pandora and the Athena Parthenos. *American Journal of Archaeology* 1995, roč. 99, č. 2, s. 171–186. doi: <https://doi.org/10.2307/506338>

95 Srov. COULANGES, Fustel de. *Antická obec*. 1. vyd. Praha: Pastelka, 1998, s. 40.

96 Hédonismus je filozofický směr hodnotící lidské jednání na základě kalkulu mezi slastí a strastí. Žádoucí je podle hédonismu maximalizace slasti. První teoretikem hédonismu byl Aristippos z Kyrény (435–366 př. n. l.). Aristippos rozvinul Sokratovo téma o žádoucnosti dobra, nicméně Sokratovu myšlenku obrátil: zatímco Sokrates tvrdil, že dobro působí potěšení, hédonismus je toho názoru, že co působí potěšení, je dobro.

97 Srov. STÖRIG, Hans Joachim. *Malé dějiny filozofie*. 3. vyd. Praha: Zvon, 1993, s. 146–147.

98 Srov. ZOCH, Paul A. *Ancient Rome: An Introductory History*. 2. vyd. Oklahoma: University of Oklahoma Press, 2020, s. 11–62.

99 BURIAN, Jan – OLIVA, Pavel. *Civilizace starověkého středomoří. II.díl*. 2. vyd. Praha: Arista Books, 2015, s. 468.

Římská republika znala kuloární politické ovlivňování, vysílání profesionálních poslů/lobbistů zájmovými skupinami, zprostředkovávání obchodů a zajišťování výnosných staveb římským podnikatelům odměnou za obchodní pohostinnost pro zodpovědné úředníky, ale samozřejmě také korupci a vydírání.¹⁰⁰ Korupcí se získávaly nejen stavební zakázky, ale také např. úřední tituly, díky nimž potom korupčníci ekonomicky profitovali na přidělené provincii.¹⁰¹ V dnešní době dobře známé pojmy jako klientelismus, nepotismus nebo korupce, pocházejí právě z antického Říma.¹⁰² Korupce byla podle dochovaných pramenů patrně ve všech kulturách jednoznačně za hranicí společenských mravů (zvyků, obyčejů, sociálních zvyklostí) a většinou také za hranicí pozitivně ustanovených zákonů.¹⁰³ Zprostředkovatelé obchodů, poslové vysoko postavených politiků či přímo vládců, naší terminologií lobbisté, se pohybovali jak v oblasti legitimního přesvědčování, tak i v problematické oblasti více či méně zavazujícího přesvědčování, např. formou hodnotné pohostinnosti, ale i v prostoru vydírání a korupce.¹⁰⁴

Kladnému vztahu k materiálním statkům a generaci vnějšího bohatství se v antickém Řecku vzepřely některé filozofické školy, jako byl např. Kynismus, filozofický proud založený ve 4. stol. př. n. l. Sókratovým žákem Antisthenésem.¹⁰⁵ Filozofové kynické školy kladli důraz na skromnost a střídmost, odvracení se od materiálního luxusu a politické moci; šlo de facto o revoluční inverzi tehdejších hodnot: filozofové hlásali, že nezáleží na tom, co člověk má, ale na tom, čím člověk je, co si duchovně osvojil.¹⁰⁶

Silně kladný vztah k majetku a bohatství se poprvé otřásl ve svých základech. Podobným směrem jako kynická filozofie se vydaly i další filozofické směry – podle těchto filozofických proudů odvádí starost o majetek člověka od mnohem důležitější duchovní cesty. Filozofové se proto někdy vzdávali majetku a žili v askezi, aby se tak

100 Srov. tamtéž, s. 468.

101 Srov. LOMBARD, Paul. *Neřest a ctnost. Portréty z dějin korupce*. 1. vyd. Praha: Themis, 2001, s. 6.

102 Srov. MacMULLEN, Ramsay. *Corruption and the Decline of Rome*. 1. vyd. London: Yale University Press, 1988, 319 s.

103 Srov. FRIEDRICH, Carl J. Corruption Concepts in Historical Perspective. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*. 3. vyd. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 2011, s. 15–24.

104 Srov. ČASTORÁL, Zdeněk. *Ekonomická kriminalita a management*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2011, s. 145.

105 Srov. DÍOGENĚS LAERTIOS. *Životy, názory a výroky proslulých filosofů*. 2. vyd. Pelhřimov: Nová tiskárna, 1995, s. 228.

106 Srov. STÖRIG, Hans Joachim. *Malé dějiny filozofie*, s. 139.

nemuseli zaobírat světskými záležitostmi a mohli se plně věnovat filozofii¹⁰⁷ – vzorem takového filozofa se stal Sókratés (469 – 399 př. n. l.).¹⁰⁸

1.5.2. Nový zákon

Opravdový převrat ve vztahu k materiálnímu bohatství přinesl Ježíš z Nazareta – Boží syn a spasitel světa.¹⁰⁹ Z jeho přísných výroků proti bohatství, zejména v Lukášově evangeliu (někdy nazývaném evangelium chudých) se zdálo, že vnější materiální bohatství nejen odvádí člověka od duchovní cesty, ale dokonce je její přímou překážkou a doslova neguje cestu ke spáse. V dějinách vztahu k celé hospodářské oblasti, k aktivitě ve zprostředkování obchodů (tedy i k obchodnímu lobbingu) k zisku a majetku zaznělo převratné tvrzení: „*Blahoslavení chudí, neboť vaše je království Boží.*“ (Lk 6,20)¹¹⁰

V Novém zákoně se setkáváme s celou řadou prostředníků působící na jiné osoby za účelem prosazení zájmu třetí strany. Půjdeme-li v časové ose podle sestavení novozákonního kánonu,¹¹¹ byl prvním novozákonním poslem/prostředníkem anděl Páně (Mt 1,18–21), který se přimlouval u Josefa za Marii a počatého syna.¹¹² Dalším přímluvcem byl Jan Křtitel, který připravoval podmínky pro příchod mesiáše (vysloveno hebrejsky *mašijach*, řecky *christos*).¹¹³ Ovlivňovatelem – tentokrát ovšem v oblasti zla – byl Satan, ovlivňující Ježíše na poušti, aby sešel ze své cesty (Mk 1,13).

Kapitola věnovaná Novému zákonu vzhledem k lobbingu a podnikatelským aktivitám by nebyla kompletní, kdybychom stručně nezmínili Ježíšův vztah k hospodářství, zisku, ale také obecně k lidské práci. Než přistoupíme k tvrdým výrokům proti bohatství, musíme předeslat, že sám Ježíš z Nazareta byl aktivní

107 Srov. RECINOVA, Monika. Úvod. In KLEMENT ALEXANDRIJSKÝ. *Který boháč bude spasen?* s. 10.

108 Srov. STÖRIG, Hans Joachim. *Malé dějiny filozofie*, s. 111–113.

109 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš z Nazareta, Pán a Spasitel*. 4. vyd. Praha: Krystal OP; Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2010, s. 82–83.

110 Srov. SCHNELLE, Udo. *Theology of the New Testament*. 1. vyd. Michigan: Baker Academic, 2009, s. 111–121.

111 Raná církev stála před nelehkým úkolem rozpoznat z množství zapsaných zpráv o Ježíšovi, jeho životě a jeho poselství, ty inspirované. Církev nevybírala, církev vedena Duchem svatým rozpoznávala slovo Boží ve slově lidském. Po rozpoznání inspirovaných textů církev uspořádala kanonické knihy do konečného kánonu, což byl jeden z prvních a také nejdůležitějších úkonů magisteria (učitelského úřadu církve).

112 V této situaci volíme malé „s“, neboť v kontextu věty nejde zatím o vyjádření vztahující se k druhé Božské osobě, tedy Synu, přestože se o druhou Božskou osobu Syna jedná.

113 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš Kristus – Pravda dějin: trojiční a christocentrická teologie dějin*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2009, s. 87–114.

řemeslník, který pracoval a za svou práci dostával náležitě zapláceno. Ježíš nepřišel zrušit či ochromit institut oběživ, vždyť sám říká: „*Dávejte tedy, co je císařovo, císaři, a co je Boží, Bohu.*“ (Mt 22,21)

Také apoštol Pavel vyzýval k aktivní práci a sám se živil jako vyhlášený výrobce kvalitních stanů. Vzhledem k tomu, že apoštol Pavel očekával brzkou parusii, vyjadřoval se v kontextu tohoto očekávání jakoby již práce pozbývala smyslu, neboť je třeba nasadit se plně pro Království nebeské a pro Krista. Na druhé straně ovšem jasně říká, kdo nepracuje, ať nejí (2 Sol 3,10). Práce má v Novém zákoně charakter prostředku, nikoli cíle a smyslu lidského života. Lidskou prací Nový zákon nepohrdá, tak jako některé řecké filozofické školy, ani ji přespříliš neadoruje. Práce v Novém zákoně stojí spíše v pozadí jako přirozená součást lidského života.

Více pozornosti se dostává práci a obchodu ve chvíli, kdy vystoupí z oblasti, kam patří, a nárokuje si vyšší příčku v hierarchii lidských hodnot, než jaká jí náleží. V tu chvíli Ježíš, který jinak vybízí k odpuštění a lásce k hříšníkům, neváhá tvrdě zakročít a srazit obchod (a práci lidí) na své místo (Jan 2,13–16), tedy mimo chrám a v hodnotovém žebříčku hluboko pod Boha, kterému jedinému náleží nejvyšší hodnotová příčka.

1.5.3. Blahoslavení chudí

Nyní vzhledem k podnikatelským aktivitám a snad i hospodářství obecně zazní přísná slova: jedním z nejtvrdějších Ježíšových výroků o vztahu k zisku a bohatství je perikopa o bohatém mladíkovi – tento mladík chtěl následovat Ježíše a tázal se, co má ještě dělat, když přikázání beze zbytku dodržuje. Na to mu Ježíš odpověděl: „*Jen jedno ti chybí, jdi, prodej co máš, a rozdej to chudým a budeš mít poklad v nebi; pak přijď a následuj mě.*“ (Mk 10,21) Na velký význam této perikopy odkazuje jeho výskyt u všech synoptiků (Mt 19,16–30; Lk 18,18–30). Ježíšovy tvrdé výroky o vnějším materiálním bohatství budily mimořádnou pozornost a brzy po sepsání evangelií koncem 1. stol.¹¹⁴ se jimi začali hlouběji zabývat křesťanští myslitelé: perikopu o bohatém mladíkovi cituje církevní otec Irenej z Lyonu¹¹⁵, patrně nejvýznamnější církevní otec 2. stol., známý mimo jiné pro svou slavnou christologickou formuli

114 Srov. LIMBECK, Meinrad. *Malý Stuttgartský komentář. Nový zákon 2. Evangelium sv. Marka.*

1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 1997, s. 12.

115 Srov. KRAFT, Heinrich. *Slovník starokřesťanské literatury.* 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005, s. 149–150.

směny.¹¹⁶ Podle Ireneje z Lyonu je významem textu výzva k důraznému zachovávání příkázání a k solidaritě s chudými.¹¹⁷ První skutečně systematické pojednání o vztahu bohatství a spásy, založené na biblickém příběhu o bohatém mladíkovi, přinesl koncem 2. stol. církevní otec Klement Alexandrijský¹¹⁸ v knize *Který boháč bude spasen?* Podle Klementa jde primárně o vnitřní odpoutání se od vnějšího bohatství,¹¹⁹ neotročení majetku, obecné osvobození se od starosti o majetek a následování Krista. Klement připomínal, že vzdát se majetku není samo o sobě zárukou očištění duše od vášní, a dokonce vnímal majetek jako dobrý, neboť zabezpečuje obživu a umožňuje pomoc pro potřebné. Podle Klementa má být majetek především nástrojem: jde tedy o vnitřní odstup od vnějšího bohatství, nikoli o doslovnou výzvu k radikální chudobě.¹²⁰ Nemálo jiných myslitelů však perikopu chápalo skutečně jako výzvu k materiální chudobě a to je zcela legitimní přístup.

Nutno doplnit, že evangelista Matouš uvádí Kristův výrok o rozdání majetku slovy „chceš-li být dokonalý“ (Mt 19,21). Z řečeného vyplývá, že vlastnit nebo vydělávat není hřích, ale pokud chce křesťan v duchovním životě více, pokud touží po křesťanské dokonalosti, měl by se těchto hodnotových statků vzdát ve prospěch vyšších hodnot, ve prospěch ctnosti dobrovolné chudoby. Podle kardinála Špidlíka se v případě výzvy k rozdání majetku nejedná o příkaz, ale o radu; kdo poruší příkaz, hřeší, ovšem rada nezavazuje pod hříchem, mnohem spíše vybízí a inspiruje.¹²¹

V přístupu k lobbingu, k podnikatelským aktivitám a k hospodářství obecně lze zvolit myšlenkovou linii vystavěnou na přístupu Klementa Alexandrijského, tedy aktivitu, nasazení, tvořivou radost z podnikání a budování, s vnitřní nezávislostí na zisku, financích a majetku, se ziskem chápaným instrumentálně. Lze také volit dobrovolnou chudobu, záměrnou hospodářskou pasivitu ve prospěch vyšších hodnot. Nicméně podniká-li kdo ryze za účelem ziskovosti svých hospodářských aktivit, neznamená to ještě apriori křesťansky nelegitimní jednání – ve hře je množství dalších

116 Christologická formule směny zní: On se stal tím, čím jsme my, abychom se my mohli stát tím, čím je on. Co nebylo přijato Slovem, není spaseno, co však bylo přijato, je spaseno.

117 Srov. IRENEJ. *Adversus haereses, Svatého otce Ireneje, biskupa a mučedníka Patero kněh proti kacířstvím s některými dodatky*. 1. vyd. Praha: Dědictví sv. Prokopa, 1876, s. 311–312.

118 Srov. KRAFT, Heinrich. *Slovník starokřesťanské literatury*, s. 178–179.

119 To odpovídá více Matoušovu výrazu „chudí v duchu“, který se vykládá jako uznání závislosti na Bohu. Evangelista Lukáš naopak cílil na skutečně ekonomicky chudé, zatímco evangelista Matouš zejména na vnitřní odpoutání se od bohatství.

120 Srov. KLEMENT ALEXANDRIJSKÝ. *Který boháč bude spasen?* s. 30–62.

121 Srov. ŠPIDLÍK, Tomáš. *Prameny světla*. 4. vyd. Olomouc: Refugium, 2009, s. 42.

motivů, celkový postoj, *optio fundamentalis* atd. Ke všem těmto motivům se dále dostaneme. Platí, že katolická teologie stojí na pevném pilíři plurality přístupů a totéž platí pro rozličné linie novozákonní teologie.¹²²

1.5.4. Aktivní podnikání v Novém zákoně

Ve vztahu k lobbingu v podnikatelské oblasti a podnikání obecně nelze nezmínit slavné podobenství o hřivnách (Lk 19,11–27), kdy Ježíš příběhem – zdá se – vybízí k aktivitě, k aktivnímu rozmnožení přijatých darů, rozvinutí talentů a předpokladů a ano, lze rovněž říci, že Ježíš kromě důležitějších rovin života vybízí také k využití ekonomických předpokladů k jejich maximalizaci, neboť pochválil správce, kteří svěřené bohatství rozmnožili a pokáral toho, který vrátil pouze to, co dostal a svěřené bohatství tak nijak nevyužil, dary nerozvinul, talent promrhal. Tento proaktivní přístup ke svěřeným hřivnám může u evangelisty Lukáše překvapit, vždyť Lukášovo evangelium bývá označováno jako evangelium chudých,¹²³ neboť právě Lukáš používá v blahoslavenstvích nejradikálnější formuli: „blahoslavení chudí“ (Lk 6,20), zatímco Matouš výrazem „blahoslavení chudí v duchu“ (Mt 5,3) posouvá těžiště významu jinam.

Lukáš v podobenství o hřivnách naopak ještě výrazněji vybízí k aktivitě než Matouš (Mt 25, 14–30), neboť proporční výnos u Lukášových postav je vyšší a působivější než u Matoušových služebníků, kteří vklad „pouze“ zdvojnásobili.¹²⁴ Matouš označuje služebníka, který hřivnu podnikavě nevyužil jako špatného a líného. Neužiteční, špatní a líní služebníci budou podle Matouše vrženi do temnot, kde bude pláč a skřípění zubů (Mt 25,30). Johnsonův výklad Lukášova evangelia doslova říká, že služebník je špatný, protože nechtěl s pánovými penězi podnikat, a adekvátně je tak využit.¹²⁵ Služebníci v podobenství nemají stejné výchozí podmínky, ovšem zároveň se od nich nečeká totéž; ten, kdo má větší předpoklady, má také vydat vyšší počet ze své činnosti.

Matouš přímo používá slovo podnikání, když píše: „*Ten, který přijal pět hřiven, ihned se s nimi dal do podnikání a vyzískal jiných pět.*“ (Mt 25, 16) Mrázkův výklad

122 Srov. SCHNELLE, Udo. *Theology of the New Testament*, s. 49–53.

123 Srov. tamtéž, s. 463–480.

124 Srov. PORTER, Phillip. The Parable of the Talents (Matt 25:14–30): Preparing Jesus' Disciples to Lead the Worldwide Expansion of the Mission of Jesus. *Novum Testamentum* 2021, roč. 63, č. 2, s. 159–176. doi: 10.1163/15685365-12341700

125 Srov. JOHNSON, Luke Timothy. *Sacra pagina. Evangelium podle Lukáše*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005, s. 308.

k Matoušovu evangeliu uvádí, že dobří, tedy pochválení služebníci svěřený movitý majetek nijak nešetří, nýbrž „vyždímají z něho maximum možného; se všemi riziky, že by pán kvůli nim mohl přijít o všechno.“¹²⁶ Jiří Mrázek na jedné straně svou exegezi citelně směřuje do roviny parusie: „nasad'te všechno, neboť nyní jde o všechno“ a vypovídá, že na straně dobra jsou oni podnikaví služebníci, ovšem nakonec stejně obhajuje posledního služebníka, který podle něho věrně chránil tradici svých otců před zkaženým světem,¹²⁷ čímž svůj původní výklad jdoucí v linii hospodářské aktivity otáčí do pochvaly hospodářské pasivity. To má ovšem velmi vysokou výpovědní hodnotu a bytostně patří do této práce, neboť mnozí čeští křesťané při slovech o aktivním podnikání a generování zisku nasadí automatický nesouhlas a předběžnou opatrnost. Dotýkáme se zde jistého křesťanského studu za materiální hojnost.¹²⁸ Co tedy míní Jiří Mrázek svým kontroverzním výkladem?

Mrázek přes viditelnou snahu obhájit podnikatelskou aktivitu pomocí příměru k parusii několikrát připomíná, že v textu jde skutečně v první řadě o hospodářské záležitosti, skutečný ekonomický zisk a služebníci ekonomicky riskují. Už na této úrovni nelze než oponovat: text nikde neuvádí, že by služebníci zbytečně riskovali nejistými obchody, což Mrázek tvrdí; ani širší kontext a porovnání s dalšími podobenstvími to nijak nenaznačují. Autor ve svém výkladu v jednom a tomtéž odstavci říká, že podobenství neuvádí, jakým způsobem služebníci podnikali a hned vzápětí tvrdí, že šlo pravděpodobně o hazardní transakce.¹²⁹ Zde už se nejedná o nevyváženost, ale explicitní exegetický omyl a hrubou chybu. Mrázek neváhá dodat, že služebníci riskovali, že přijdou o vše, „ale ono to našťestí vyjde“.¹³⁰ Tento předpojatý postoj k podnikatelské oblasti bohužel zasahuje nemalou část českých katolických křesťanů. Proti takto předsudečnému, neodůvodněnému, apriornímu postoji nelze než vyjádřit nesouhlas. Mrázek svůj negativní postoj k podnikání vkládá do významu biblických textů, nezdůvodňuje a jednoznačně metodologicky přešlapuje.

Mrázkův výklad vypovídá také o tom, že podnikání a materiální bohatství je mezi českými křesťany kontroverzní téma. Jiří Mrázek v závěru své exegeze podobenství

126 MRÁZEK, Jiří. *Český ekumenický komentář k Novému zákonu. Evangelium podle Matouše*. 1. vyd. Praha: Centrum biblických studií, 2011, s. 421.

127 Srov. tamtéž, s. 422–423.

128 Srov. ANIDJAR, Gil. Christians and Money: (The Economic Enemy). *Ethical perspectives* 2005, roč. 12, č. 4, s. 497–519. doi: 10.2143/EP.12.4.2004795

129 Srov. MRÁZEK, Jiří. *Český ekumenický komentář k Novému zákonu*, s. 421.

130 Tamtéž, s. 421.

o hřivnách shrnuje: „Boží království je tu záměrně přirovnáno k oné problematické finanční sféře pro její dynamiku, byťsi někdy podezřelou.“¹³¹ Mrázek zde v jedné krátké větě označuje finanční sféru za problematickou, a dokonce podezřelou. Mrázkově označení aktivního podnikání za sféru podezřelou a problematickou lze označit za předsudečné a nevyvážené. To ostatně dokládají zcela opačné výklady stejného textu, např. výklad Karla-Heinze Pescheho.¹³²

Pozoruhodný je také Johnsonův výklad Lukášovy verze podobenství o hřivnách, kde Johnson zcela opomíjí rozmnožení hřiven, přestože je u Lukáše v prvním případě desetinásobné (!), což je zarážející výnos, zcela mimořádný, neočekávaný hospodářský úspěch. Johnson tento hospodářský zázrak ve výkladu vůbec nezminí a soustředí se na výklad o Ježíši a blížící se parusii.¹³³ O této podezřívavé obsesi *některých* křesťanských myšlenkových proudů pojednáme podrobněji v příslušném bodě, vždyť pro téma této práce jde o zásadní skutečnost. Zde nechme zaznít alespoň myšlenku Ctirada Václava Pospíšila: Kdo své charisma a talent „zakope“ jako nepohodlnou hřivnu, ten se zpronevřuje sobě¹³⁴ a můžeme dodat také společnosti a Bohu – Dárci charismat a talentů. Nový zákon tedy v souladu se Starým zákonem nahlíží lidskou práci jako pozitivní prvek života, kterému náleží příslušná pozice v žebříčku hodnot. Neměla by být nadhodnocována, ovšem na základě právě popsaného je zjevné, že by rozhodně neměla být podceňována a zanedbávána. Legitimních přístupů k podnikání a zisku je více, měli bychom tedy respektovat různé pozice a nepřekračovat své kompetence unáhleným nebo předsudečným dehonestováním jiného přístupu nebo důrazu.

1.5.5. Další křesťanská tradice ve vztahu k hospodářství

V rané křesťanské tradici se ovšem vyprofilovaly rovněž názorové proudy, které perikopu o bohatém mladíkovi chápaly literárně doslovným způsobem a kázaly zbavit se opravdu veškerého majetku a následovat Krista. Tento enkratický způsob výkladu novozákonních textů nepochybně existoval již na přelomu 1. a 2. stol., ovšem největšího rozvoje se dočkal ve 3. stol.¹³⁵ V polovině 3. stol. se doslovný význam

131 Tamtéž, s. 423.

132 Srov. PESCHKE, Karl-Heinz. *Křesťanská etika*, s. 555.

133 Srov. JOHNSON, Luke Timothy. *Sacra pagina*, s. 305–311.

134 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Hermeneutika mystéria. Struktury myšlení v dogmatické teologii*. 1. vyd. Praha: Krystal OP; Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005, s. 211.

135 Srov. VENTURA, Václav. *Spiritualita křesťanského mnišství I. Od prapočátků po svatého Jana Zlatoústého*. 1. vyd. Praha: Benediktinské arcidiákonství sv. Vojtěcha a sv. Markéty v Břevnově, 2006, s. 47.

perikopy o bohatém mladíkovi stal klíčovým podnětem pro sv. Antonína¹³⁶ k nastoupení jeho přísné asketické cesty naprosté chudoby a odloučení v severoafrické poušti.¹³⁷ Antonínova reakce na evangelijní výzvu chudoby o století později významně zapůsobila na jednu z největších teologických autorit, na sv. Augustina (354 – 430).¹³⁸ Poté, co se Augustin seznámil s motivem poustevníka, otevřel Bibli na náhodné straně a nechal se oslovit textem (Řím 13,13) vybízejícím k odložení rozmařilostí.¹³⁹

Bývají rozlišovány dva stěžejní přístupy k textu o bohatém mladíkovi, které se v období patristiky vyprofilovaly. Dříve silnější model tzv. ztracení bohatství, akcentující ideál chudoby a posléze rozšířenější model vnitřního odstupu, hlásající vnitřní osvobození a odstup od vnějšího bohatství.¹⁴⁰ Ideál chudoby se ovšem zcela nevytratil: novozákonní výzva k chudobě byla na přelomu 12. a 13. stol. hlavním motivem k obrácení sv. Františka z Assisi, zakladatele řehole vyznávající přísnou chudobu a následování Krista.¹⁴¹ Aby byl pohled na problematiku blahoslavenství chudých komplexnější, odkážeme ještě na další pohled, a sice pohled mystika: pohled Mistra Eckharta, který vnímá onen revoluční verš hluboce teologicky či spíše hluboce filozoficky a nabízí do diskurzu další úhel pohledu.¹⁴²

Podle mnohých křesťanských autorů nepřestala Ježíšova novozákonní výzva bohatému mládenci znepokojovat křesťanské svědomí až do dnešních dnů.¹⁴³ Křesťanský vztah k majetku se v církevních dějinách vyznačuje výraznou nejednoznačností až polaritou.¹⁴⁴ Na závěr tohoto bodu dodejme, že podle současných významných exegetů Ježíš ve svých provokujících výrociích cílil na vnitřní odpoutání od majetku¹⁴⁵ a opravdové vnitřní obrácení.¹⁴⁶ Ježíš Kristus požadoval zejména

136 Srov. KRAFT, Heinrich. *Slovník starokřesťanské literatury*, s. 23.

137 Srov. ATANÁŠ. *Život sv. Antonína Poustevníka*. 1. vyd. Velehrad: Refugium, 1996, s. 20.

138 Srov. KRAFT, Heinrich. *Slovník starokřesťanské literatury*, s. 37–49.

139 Srov. AURELIUS AUGUSTINUS. *Vyznání*. 5. vyd. Praha: Kalich, 2006, s. 258.

140 Srov. MATZ, Brian. *Patristics and Catholic Social Thought: Hermeneutical Models for a Dialogue*. 1. vyd. South Bend: University of Notre Dame, 2014, s. 209.

141 Srov. ŠTIVAR, Jiří Bonaventura. *Františkánské prameny I. Spisy sv. Františka a sv. Kláry*. 1. vyd. Velehrad: Ottobre 12, 2001, s. 27.

142 V rámci soudržnosti textu nebudeme pohled Mistra Eckharta detailně představovat a zájemce odkážeme na jeho text: ECKHART, Johannes. *Beati pauperes spiritu, quia ipsorum est regnum caelorum*. In SOKOL, Jan. *Mistr Eckhart a středověká mystika*. 3. vyd. Praha: Vyšehrad, 2009, s. 273–278.

143 Srov. MCGUCKIN, John Anthony. *The Westminster Handbook to Patristic Theology*. 1. vyd. Louisville, London: Westminster John Knox Press, 2004, s. 359–362.

144 Srov. ANIDJAR, Gil. *Christians and Money*, s. 497–519.

145 Srov. MRÁZEK, Jiří. *Český ekumenický komentář k Novému zákonu*, s. 55–57.

146 Srov. JOHNSON, Luke Timothy. *Sacra pagina*, s. 294.

skutečný vnitřní postoj (na rozdíl od farizejského legalismu), doprovázený legitimním vnějším jednáním. Jeho etika byla a stále zůstává ve své radikální pohotovosti odpouštět opravdovou etickou revolucí¹⁴⁷ a světovým etickým dědictvím nikoli výlučně pro křesťany.¹⁴⁸

147 Srov. SCHNELLE, Udo. *Theology of the New Testament*, s. 319–327.

148 Křesťanství je zjevené náboženství a vrcholem Božího zjevení je Ježíš Kristus. Základním zdrojem zjevení je pro nás Bible, ovšem tu nemůžeme nekriticky považovat za etickou příručku nebo zdroj doslovných hotových morálních řešení. Papežská biblická komise nám pro etickou práci s Biblií poskytuje dvě základní a šest specifických kritérií. Základní jsou soulad s biblickou antropologií a s Ježíšovým příkladem, specifická jsou kritéria konvergence, kontrastu, pokroku, komunity, finality a rozlišování. Srov. Papežská biblická komise. *Bible a morálka*, s. 114–187.

2. Lobbying v hospodářských vztazích

Důležitým cílem této kapitoly je poukázat na to, co ve skutečnosti znamená lobbying v kontrastu s tím, co o něm míní nezasvěcená – případně nepřesně zasvěcená – veřejnost, přesněji řečeno: jaký je jeho současný mediální obraz. Nacházíme se v prvním velké metodologickém kroku „vidět“ a v něm tato kapitola naplní první dva stupně rozšířené metody teologicko-etické práce: 1. stupeň – odpovídající pečlivé analýze lobbyingu, která již začala v první kapitole, a 2. stupeň – odpovídající vymezení aktérů lobbyingu a jejich vztahů.

Skutečný lobbying dnes totiž může na etickém poli zaujímat mírně, nebo dokonce velmi odlišnou pozici, než jeho mediální obraz vystavený často na několika kontroverzních jedincích odsouzených pro korupci či defraudaci, kterou se lobbyingem pokoušeli legitimizovat, a lobbyingu tak vytvořili ve společnosti negativní zvuk.¹⁴⁹ Odborníci napříč světem předkládají nepřeborné množství definicí lobbyingu, které jsou značně ovlivněné specifickými podmínkami dané doby a daného místa. Takové definice jsou svým způsobem obrazy své kulturně-politické tradice, z níž nutně vyrůstají. Nás proto bude zajímat zejména (nikoli však výlučně) lobbying v českém prostředí, vztažený nejen k politické, ale ve stejné míře také k podnikatelské oblasti. V souladu s cílem práce bude pozornost směřována na firemní lobbying, tzv. *instrumentalizovaný in-house lobbying*. Bohužel odborníci často podávají jednostranné nebo jinak nevyvážené definice lobbyingu a v odborné literatuře zaměřené zejména na korupci lze najít vyslovené omyly a hrubé chyby v chápání lobbyingu.

Problematika lobbyingu je podle bývalého premiéra České republiky Bohuslava Sobotky velmi palčivá a aktuální;¹⁵⁰ podle některých expertů by se premiéři na svých postech bez velmi vlivných lobbistů vůbec nemohli udržet a prakticky nic prosadit.¹⁵¹ Vliv lobbismu v zemích EU¹⁵² navíc stále narůstá.¹⁵³ Určitou politicko-podnikatelskou

149 Srov. VYMĚTAL, Petr a kol. *V čím zájmu? Jak funguje lobbying*. Transparency International. (2014) [2019-07-26]. <<https://www.transparency.cz/wp-content/uploads/V-%C4%8D%C3%ADm-z%C3%A1jmu-a-jak-funguje-lobbying.pdf>>.

150 Srov. Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbyingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbyingu)*. (2009) [2019-8-2]. <<http://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=5&CT=994&CT1=0>>.

151 Srov. Nadační fond proti korupci. *Premiéři v rukách poradců*. 1. vyd. Brno: Tribun EU, 2017, s. 72.

152 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union: Interest Groups, Lobbying Coalitions, and Policy Change*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2013, s. 93–130.

153 Srov. SVENDSEN, Gert Tinggaard. *The Political Economy of the European Union: Institutions, Policy and Economic Growth*. 1. vyd. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2003, s. 170.

zajímavostí je, že současný (2022) český prezident Miloš Zeman sám o sobě říká, že v zahraničí (zejména na východ od České republiky) lobbuje za zájmy českých firem.¹⁵⁴ O to zajímavěji se potom jeví aktuální vyškrtnutí prezidenta z dosud neschváleného povinného registru veřejných funkcionářů, kteří budou muset hlásit setkání s lobbistou.¹⁵⁵ Připomeňme zde, že lobbista za svou činnost dostává od zájmové skupiny¹⁵⁶ odměnu. Lobbista lobbující za zájmy firem nenaplnuje kritéria politického lobbingu – splňuje kritéria firemního lobbingu, či dokonce firemního *in-house lobbingu*, kdy je placen podílem na zisku z vyjednaných zakázek.¹⁵⁷

2.1. Obecné definice lobbingu

V nesmírně košatém diskurzu spjatém s lobbingem jsou na jedné straně často předkládány teze o lobbingu jako přirozené součásti demokratického zřízení, kdy má jít zejména o společenskou kontrolu politiků a legislativních procesů.¹⁵⁸ S tímto vychýlením významu lobbingu nelze beze zbytku souhlasit – společenskou kontrolu politické a legislativní oblasti u nás zajišťují jiné demokratické nástroje, kterými se v této práci vzhledem k tématu nebudeme zabývat. Na druhé straně lze v odborných monografiích nalézt dehonestování lobbingu označovaného jako predátorská instituce, která má snahu žít na úkor ostatních.¹⁵⁹

Jde o nepochopení smyslu lobbingu a jeho přílišnou adoraci, nebo naopak přílišnou podezíravost či žonglování s pojmy, které má dost možná zakrýt jeho rizika. Lobbing je aktivní, sofistikovaná činnost, provozovaná najatým profesionálem za úplatu¹⁶⁰ či jinou odměnu ve prospěch strany, která lobbistu najímá, platí a cíleně vysílá k zajištění svého zájmu.¹⁶¹ V této práci nebudeme lobbisty ani démonizovat (jak to umí

154 Srov. *Jsem lobbista ve prospěch českých podniků, prohlásil Zeman v Budapešti*. IDNES.cz (14.5.2019) [2019-8-11]. <https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/milos-zeman-prezident-madarsko-budapest-v4-setkani.A190514_223134_zahranicni_hm1>.

155 Srov. *Zeman a lobbisté? Vládní návrh zákona hovoří jasně*. Globe24.cz (6.8.2019) [2019-8-11]. <<https://globe24.cz/domov/69458-zeman-a-lobbiste-vladni-navrh-zakona-hovori-jasne>>.

156 Pro přiblížení zájmových skupin z politologického pohledu srov. např. PINKOVÁ, Aneta. *Zaměstnavatelské a podnikatelské organizace v ČR. Prosazování organizovaných zájmů*. 1. vyd. Brno: CDK, 2011, s. 28–54.

157 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. *An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States*, s. 1371–1379.

158 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 10–18.

159 Srov. BAŽANTOVÁ, Ilona a kol. *Lobbing a korupce při tvorbě veřejné politiky*. 1. vyd. Praha: Prospekturm, 2007, s. 5.

160 Srov. BAUDOT, Lisa – ROBERTS, Robin W. – WALLACE, Dana M. *An Examination of the U.S. Public Accounting Profession's Public Interest Discourse and Actions in Federal Policy Making*. *Journal of Business Ethics* 2017, roč. 142, č. 2, s. 203–220. doi: 10.1007/s10551-016-3158-y

161 Srov. GELAK, Deanna. *Lobbying and Advocacy*, s. 5–10.

senzacektivá média), ovšem nebudeme je ani idealizovat: lobbying budeme řešit střízlivým nezaujatým pohledem s dlouholetou zkušeností z podnikatelské praxe, která prokázala, že obecné blaho¹⁶² obvykle není pro *in-house lobbisty* klíčovým motivem jejich činnosti. Chceme oponovat postojům nediferencovaným, apriori podezřivým, až obviňujícím, ovšem chceme rovněž oponovat banalizaci a trivializaci problematiky lobbyingu jako zcela neškodného fenoménu. Oba extrémy lze považovat za de facto irelevantní, přestože zastánci těchto postojů často publikují i v odborných monografiích či periodikách.

Niterná provázanost české politiky a byznysu, kterou již aktivně kritizuje i Evropská unie, více než v minulosti vybízí k poctivému posouzení „mužů v pozadí“ a jejich činnosti. Vzhledem k těžišti zájmu se nyní posuneme k obecnému definování lobbyingu, abychom po širším přehledu zúžili pohled na *in-house lobbying a* v rámci této disciplíny specifikovali navrhované sousloví *instrumentalizovaný in-house lobbying* v horizontální i vertikální poloze. Právě byl zmíněn termín „muži v pozadí“. Je skutečně zvláštní, že vysoce vlivní lobbisté jsou především muži a nikoli ženy, což se samozřejmě může změnit, ovšem ponecháme téma genderového poměru v lobbyingu sociologům. Zatím je však zřejmé, že vlivní lobbisté jsou skutečně v drtivé většině muži; téma jistě zaslouží rozpracování v příslušném vědním oboru.

2.1.1. Lobbying obecně, osoba lobbisty a lobbovaného

První problém se ukáže hned při pohledu na definice lobbyingu v různých zemích světa, nejlépe potom v různých kulturách, které lobbying nahlíží ze svých specifických světů a jimi podmíněných pohledů.¹⁶³ Různé kultury světa mají různé politické a legislativní tradice a také rozmanité lobbistické praktiky¹⁶⁴ i různě nastavené mantinely.¹⁶⁵

Definovat neznamená s danou problematikou skončit, ale naopak skutečně začít. Tato kapitola nechce nabídnout pouhý kompilát definicí respektovaných odborníků,

162 Srov. SMITH, Benjamin L. The Meaning and Importance of Common Goods. *The Thomist* 2016, roč. 80, č. 4, s. 583–600. doi: 10.1353/tho.2016.0040

163 Srov. OECD. *Principles Transparency and Integrity in Lobbying*. (2013) [2019-07-23]. <<https://www.oecd.org/corruption/ethics/Lobbying-Brochure.pdf>>.

164 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States, s. 1371–1379.

165 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 296.

chce nabídnout výběr těch nejrelevantnějších a nejvyváženějších definicí, které neopomíjí žádné z podstatných znaků lobbingu. Kapitola má tedy za cíl být, spíše než kompilátem, výběrem toho nejlepšího, doplněným kritickou analýzou současného přehledu lobbingu v dnešní dostupné literatuře. Při definování je stále pamatováno na etické otázky, které chceme v práci zodpovědět.

2.1.1.1. Definice lobbingu

Brilantní obecnou definici, která kvalitně uvádí do tématu, předkládá Hodgesová a Wood: „*Lobbování je především dialog – rozhovor mezi občany a těmi, kdo nesou odpovědnost za správu věcí veřejných, protože k tomu byli zvoleni či jmenováni. Je to rozhovor mezi občanskou společností a státem o tom, že by bylo možné věci v určitých ohledech lépe zorganizovat, že se některé problémy opomíjejí, že se s některými skupinami obyvatel zachází nespravedlivě.*“¹⁶⁶ To je velmi dobrá, leč velmi široká definice politického lobbingu, což ještě není předmět našeho zájmu, ovšem důležitý úvod do problematiky. Na úrovni obecnějších definicí politického lobbingu proto ještě vytrvejme.

Podle aktuálního (2019) návrhu zákona o lobbingu¹⁶⁷ v České republice je lobbing chápán jako nedílná součást demokratického politického procesu, dokonce je předními odborníky vnímán jako signifikantní projev vyspělých demokracií, kde zájmové skupiny¹⁶⁸ vstupují do procesu politického rozhodování.¹⁶⁹ V oblasti lobbingu jsou rozlišovány tři elementární prvky: 1. samotná činnost označovaná jako lobbing, 2. fyzická osoba vykonavatele, tedy lobbisty a 3. osoba vykonávající veřejnou funkci, tedy tzv. lobbovaný.¹⁷⁰ Lobbing je v českém politickém prostředí definován jako: „...*přesvědčování vlivných jedinců o názorové správnosti na tvorbu zákonů, ovlivňování jejich přijetí a působení na veřejné mínění k prosazení zájmů jednotlivců, skupin či politických stran, provozované profesionály za úplatu.*“¹⁷¹ Tato velmi dobrá

166 HODGES, Megan – WOOD, Geoffrey. *Aby váš hlas byl vyslyšen. Úvod do lobbování v České republice*. 1. vyd. Praha: ICN, 1998, s. 8.

167 Srov. Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu)*. (2009) [2019-8-2]. <<http://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=5&CT=994&CT1=0>>.

168 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union*, s. 60–92.

169 Srov. FIALA, Petr – SCHUBERT, Klaus. *Moderní analýzy politiky: Uvedení do teorií a metod policy analysis*. 1. vyd. Brno: Barrister a Principal, 2000, s. 133.

170 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbingu v České republice. Od myšlenky ke konceptu a implementaci*. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2013, s. 61.

171 DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 34.

definice nezapomíná na podstatnou skutečnost, která je často odborníky opomíjena nebo zamlčována, a sice, že lobbista provozuje svou sofistikovanou činnost za úplatu.¹⁷² Tento jednoznačný fakt je velmi často v definicích vynecháván, což významně posouvá těžiště jeho etického posouzení.

Lobbing je chápán jako demokratický institut,¹⁷³ který provozuje ten, kdo ve veřejném zájmu – případně ve prospěch zájmů konkrétních skupin – aktivně ovlivňuje rozhodování veřejných činitelů, za což je odměněn. Podobnou, leč rozvinutější definici, která nezapomíná ani na postavu zprostředkovatele lobbingu, tedy lobbistu a rozsah jeho činnosti, přináší v kontextu prosazování politických zájmů např. Karel Müller: „*Lobbing je něčím mnohem víc, nežli jen přesvědčováním zákonodárců. Jeho základní součástí je průzkum a analýza legislativy nebo dalších regulatorních návrhů; monitorování a zprávy o vývoji; účast na sněmovních výborech; práce s koalicemi zajímajícími se o stejný problém; a vzdělávání nejen vládních úředníků, ale také zaměstnanců, nebo představitelů firem o možných důsledcích různých změn. To, co lidé považují za jádro lobbingu – komunikaci s vládními úředníky –, představuje pouze malou část lobbistova programu; mnohem víc času zabírá příprava, poskytování informací a komunikace.*“¹⁷⁴ Müller dobře doplňuje běžně uváděné definice o šíři lobbistovy činnosti spojené s ovlivňováním činitelů a prosazováním zájmů firem či skupin. Lobbing je mnohem komplexnější fenomén, než se může zdát na základě příliš stručných definic, které se v ne zcela vydařených kompilacích často opakují. Lze vysledovat, že zahraniční – zejména americké – definice kladou větší důraz na rozpravu a dialog, než definice českých autorů.¹⁷⁵

Podle organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj, dále zkráceně OECD,¹⁷⁶ se lobbingem rozumí písemná nebo ústní komunikace s veřejnými činiteli, a to za účelem ovlivňování přijetí či nepřijetí zákonů nebo jiných úředních rozhodnutí, na celostátní nebo regionální úrovni. Důležité pro tuto práci je, že se odehrává i na výkonné úrovni, ať už k přijetí či nepřijetí konkrétních pravidel a omezení nebo návrhů projektů

172 Srov. Council on Governmental Ethics Laws. *Ethics & Lobbying 1991: Legislation & Litigation*.

1. vyd. Washington: Council on Governmental Ethics Laws, 1992, s. 23.

173 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 17–35.

174 MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s. 18.

175 Srov. Council on Governmental Ethics Laws. *Ethics & Lobbying*, s. 23–25.

176 OECD, z anglického Organisation for Economic Cooperation and Development, je mezivládní organizace šestatřiceti silně ekonomicky rozvinutých států světa, které přijaly principy tržní ekonomiky a demokracie. OECD vznikla v roce 1961.

a smluv.¹⁷⁷ Termínem veřejný činitel se tedy rozumí rovněž státní úředník, zaměstnanec a nositel veřejné funkce v oblasti zákonodárné a výkonné moci.¹⁷⁸ Podle vyjádření poslanecké sněmovny České republiky je lobbying v našem prostředí každodenní realitou – poslanci jej vnímají jako legitimní participaci občanů na rozhodování státních orgánů, ovšem jedním dechem dodávají, že s sebou nese riziko korupce či klientelismu. Fakt, že lobbying dosud není českým právním řádem definitivně regulován, tato rizika značně zvyšuje.¹⁷⁹

Pokud je lobbování realizováno legitimně a řádně, načítá se zisk na obou stranách, jak na straně zájmových organizací, tak v případě politického lobbingu na straně politiků. Lobbování totiž politikům umožní zůstat v kontaktu s voliči a jejich zájmy a dozvídat se o tom, co voliče trápí, s čím nejsou spokojeni.¹⁸⁰ Zájmovým organizacím dává lobbying možnost prosazovat skupinové zájmy v zákonodárném procesu; slouží tak ve výsledku celé společnosti, neboť občané díky němu získávají lepší přístup ke státním orgánům, které jsou jejich zástupcem.¹⁸¹ Etablování lobbingu jako legitimní formy prosazování a zájmového zprostředkování by mělo být součástí konstituování, případně rehabilitace veřejné sféry, neboť robustní veřejná sféra je spolehlivou zárukou demokracie.¹⁸²

Mezi českými autory zabývajícími se lobbingem z české perspektivy vyniká Karel Müller, který spolu se svými kolegy přispěl do diskurzu pečlivě zpracovanou monografií¹⁸³ přinášející komplexní zpracování tematiky lobbingu. Přesto s ním nelze zcela souhlasit ve všem předloženém: definice lobbingu, lobbisty a lobbovaného Müller zpracovává důkladně a nabízí rovněž přesahy do smyslu regulace, inspirace ze zahraničí a provázání s politickým a sociálním kontextem. Jedné myšlenky je ovšem nutné oponovat: Müller tvrdí, že lobbying je zcela nová skutečnost, která nemá nic společného s dřívějším ovlivňováním politických procesů, rozhodováním či obchodováním, a jde tak o historicky unikátní a zcela nový fenomén. Takové tvrzení

177 Srov. WOLL, Cornelia. *Firm Interests*, s. 153–161.

178 Srov. OECD. *Principles Transparency and Integrity in Lobbying*.

179 Srov. Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu)*.

180 Srov. LABOUTKOVÁ, Šárka – ŠIMRAL, Vít – VYMĚTAL, Petr. *Transparent Lobbying and Democracy*. 1. vyd. Cham: Springer Nature, 2020, s. 31–50.

181 Srov. HODGES, Megan – WOOD, Geoffrey. *Aby váš hlas byl vyslyšen*, s. 13.

182 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 83.

183 Srov. tamtéž, 256 s.

neodpovídá realitě a předešlou kapitolou jsme se pokusili prokázat, že není verifikovatelné. Podle našeho soudu je lobbying (pochopitelně jinak nazývaný) součástí sociálních a politických procesů v celých kulturních dějinách lidstva. Považovat lobbying za zcela novou skutečnost je neudržitelné.

2.1.1.2. *Definice lobbisty*

Stejně jako neexistuje jedna uniformní definice lobbyingu, která by byla odborníky obecně přijímána jako elementární a výchozí, neexistuje ani uniformní definice lobbisty, ale celá řada různě pojatých náhledů na osobu praktikující lobbying. Definice se často nezaměřuje na osobu lobbisty, ale spíše na lobbying jakožto aktivitu, a lobbistou je potom ta osoba, která definovanou činnost v praxi realizuje. Cílem lobbisty je prosazování zájmů,¹⁸⁴ jež nejsou jeho vlastní, ale toho, kdo si kupuje jeho schopnosti a vědomosti, jak tyto zájmy prosadit. V literatuře se setkáme s extrémny, např. že lobbistou je každý, kdo jedná s úřady, nebo že lobbistou je pouze vysoce kvalifikovaný odborník, který v zájmu obecného dobra¹⁸⁵ zdarma veřejně činitele informuje.

Lobbistou v širším smyslu je ten, kdo lobbuje a snaží se prosadit své nebo cizí zájmy,¹⁸⁶ tedy jednotlivce; dále firma lobbující za získání veřejné zakázky (v naší terminologii firemní *in-house lobbyist*),¹⁸⁷ organizovaná zájmová skupina, nevládní organizace nebo dokonce stát v oblasti mezinárodní politiky, a to za předem slíbenou odměnu.¹⁸⁸ Pokud vynecháme z definice přislíbenou odměnu, bude definice velmi aproximativní a posune se nám těžiště etického hodnocení.

V užším smyslu je lobbistou osoba nebo firma, pro kterou je lobbying profesionální činností a je k tomu najímána zájmovou skupinou za úplatu. Taková činnost má ve vyspělých demokraciích svou tradici, je obvykle podrobena regulaci a je v zájmu firem tuto regulaci ctít, neboť v sázce je jejich podnikatelská reputace a tedy – v konečném

184 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States, s. 1371–1379.

185 K pojmu obecného blaha srov. např. SUTOR, Bernhard. *Politická etika*. 1. vyd. Praha: Oikoyomenh, 1996, s. 37–40.

186 Srov. NIXON, William H. In Defense of the Lobbyist. *Teaching Ethics* 2006, roč. 6, č. 2, s. 87–92. doi: 10.5840/tej20066210

187 Srov. Office of the Secretary of State. *Directory of Lobbyists, Lobbying Firms, and Lobbyist Employers*. 1. vyd. Berkeley: Office of the Secretary of State, 2003, s. 150.

188 Srov. DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Korupce*, s. 90.

důsledku – jejich budoucnost.¹⁸⁹ Můžeme si položit otázku, proč firmy utrácí své peníze za lobbisty? Je tomu proto, že lobbisté mohou nabídnout detailní znalost prostředí, která jim umožní přesně identifikovat cílovou instituci nebo osoby, které požadovaný zájem ovlivňují. Jsou schopni nachystat analýzu, která napoví, nakolik je daný zájem prosaditelný a u koho je prosaditelný.¹⁹⁰ Profesionální lobbista nehájí jen zájmy, se kterými je vnitřně ztotožněn, může nastat situace, kdy hájí zájmy jisté strany, načež je pro své schopnosti najat a přeplacen protistranou a lobbista nadále lobbuje za zájmy protistrany. To samo o sobě není nelegitimní a neznamená a priori neetické jednání. Posuzovat musíme samotné jednání, a to podle rozličných kritérií, o kterých pojednáme detailně v příslušném bodě.

Pro tuto práci je důležité, že za lobbistu je považována rovněž osoba, která komunikuje s držitelem veřejné moci ve věci ovlivnění, vypracování, podání či změny veřejné zakázky, grantu nebo zákona.¹⁹¹ Vyzdvihnout je třeba Smithovu námitku k návrhu zákona o lobbingu, která jako lobbistu označuje pouze osobu vykonávající lobbing soustavně, tedy minimálně tři lobbistické kontakty za čtvrtletí, případně 20% profesního času věnovaného lobbingu. Takové pojetí podle Smithe zcela zapomíná na tzv. nárazové lobbisty,¹⁹² a opět tak nechává široce otevřený prostor pro neregulovaný lobbing těch, kteří budou lobbovat např. dvakrát za čtvrtletí. Podle našeho soudu je lobbistou ten, kdo se aktivně, záměrně a cíleně snaží ovlivnit rozhodnutí protistrany v zájmu firmy nebo skupiny, která jej za tuto činnost odměňuje, nezávisle na tom, kolikrát za čtvrtletí tuto činnost vykonal nebo se o to pokusil. Uvažme, že opravdu velké stavební zakázky v řádech miliard českých korun se dojednávají delší dobu a mnohdy stačí jedna velmi přesně zacílená lobbistická schůzka k plodnému ovlivnění takové velké zakázky.

Podobně jako se liší regulace lobbingu v USA a v evropských státech i veřejné mínění v této problematice v USA a v evropských státech, liší se také pojetí lobbisty v USA a v našem kulturním prostředí.¹⁹³ Americké pojetí definuje lobbistu jako podnikatele, který za finanční odměnu reprezentuje zájmy třetí strany před veřejnými

189 Srov. tamtéž, s. 90.

190 Srov. tamtéž, s. 90.

191 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbingu v České republice*, s. 67.

192 Srov. tamtéž, s. 67.

193 Srov. McGRATH, Conor. *Lobbying in Washington, London, and Brussels*, s. 15–50.

představiteli. Evropské kontinentální pojetí vidí lobbistu v kontextu tzv. sociálního partnerství a blíže jej nedefinuje.

Odborníci navrhnou strukturovat typologii a rozlišovat tři elementární typy lobbistů:

1. lobbista/konzultant – osoba nebo firma, která za předem smlouvenou odměnu aktivně působí ve prospěch svého klienta,
2. podnikový lobbista neboli *in-house lobbista* – zaměstnanec firmy, který mimo dalších aktivit také aktivně lobbuje výhradně za zájmy své mateřské firmy, je to tedy firemní lobbista/manažer, případně firemní lobbista/leader,¹⁹⁴
3. lobbista/obhájce – lobbista neziskového sektoru či zaměstnanec dobročinné organizace.¹⁹⁵

Některé právní úpravy vyžadují, aby lobbista v registru uvedl všechny strany, které těží z jeho lobbistické aktivity prospěch.¹⁹⁶ Prospěch má obvykle lobbista sám, skupina nebo firma, ze kterou lobbuje, ale často také veřejnost či určitý segment veřejnosti a konečně také veřejní činitelé. Např. kanadská právní úprava vyžaduje uvést do registru lobbistických kontaktů všechny potenciální příjemce prospěchu.

Pro specificky zacílené téma této práce je důležitá problematika odměny lobbisty: Zatímco většina právních regulací počítá s faktem, že lobbista účtuje firmě či skupině, kterou zastupuje předem dohodnutou částku, v případě následného podílu z dojednaného byznysu už je situace mnohem nejednoznačnější. Některé státy USA ve svých zákonných úpravách zakazují, aby byl lobbistům vyplácen podíl ze zisku zprostředkovaného byznysu.¹⁹⁷ Totéž zakazuje Kanada nebo Austrálie. Neplatí to ovšem pro *in-house lobbisty* a lobbisty neziskových organizací – ti mohou počítat s podílem ze zisku.¹⁹⁸

194 Rozdíl mezi manažerem a leaderem z hlediska současného managementu a leadershipu srov. např. KŘIVÁNEK, Mirko. *Dynamické vedení a řízení projektů. Systémovým myšlením k úspěšným projektům*. 1. vyd. Praha: Grada, 2019, s. 170.

195 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s. 61.

196 Srov. GELAK, Deanna. *Lobbying and Advocacy*, s. 60–66.

197 Srov. tamtéž, s. 81–110.

198 Srov. tamtéž, s. 66–67.

2.1.1.3. Definice lobbovaného

Cílovou skupinou či osobou lobbisty je lobbovaný, což může být instituce, rozhodující úředník, zodpovědný firemní zaměstnanec na úrovni vrcholového managementu, zastupitel nebo poslanec od komunální úrovně až po centrální ministerstva, parlament či Evropskou unii. Pro firemní *in-house lobbisty* usilující o zakázku je lobbovaným nejčastěji zadavatel soutěže nebo vyhodnotitel soutěže, ať už veřejného nebo soukromého sektoru.¹⁹⁹

S osobou lobbovaného úzce souvisí problematika darů, firemní pohostinnosti a jejich zveřejňování: některé právní úpravy, např. v USA nebo v Kanadě,²⁰⁰ vyžadují, aby lobbista zveřejňoval vynaložené náklady a samozřejmě svoje příjmy za lobbying, a osoba lobbovaná, aby zveřejňovala všechny dary od určité hodnoty, typicky od padesáti amerických dolarů výše.²⁰¹ Jistě, limit se může zdát poměrně přísně nízký, ale jde především o transparentnost lobbistických aktivit a firemní pohostinnost předávaná lobbistou je jednou z potenciálně rizikových oblastí a široce využívaným lobbistickým nástrojem. Domníváme se, že registr darů osobám lobbovaným by měl být součástí navrhovaného registru lobbistů i v České republice. Jak jsme ukázali v předešlé práci, firemní pohostinnost může být, a také často je, zdravou a efektivní součástí světa podnikání, ale může překročit, a často také překračuje, do oblasti tvrdé korupce. Registr darů by mohl prospět nejen transparentnosti a kultivaci lobbingu, ale rovněž obecnějšímu boji s korupcí. Registr lobbistů je již běžnou součástí legislativy ve vyspělých státech, ovšem některé vyspělé státy k němu naopak nepřistoupily, např. sousední Německo.²⁰²

2.1.2. Politický a firemní lobbying

Existuje nejednotné dělení lobbistů do kategorií: první kategorie definuje lobbistu jako profesionála jednajícího pro třetí stranu za úplatu; tuto činnost lobbista vykonává soustavně, tedy dlouhodobě aktivně hájí určité zájmy organizace nebo jednotlivce. Druhá kategorie definuje firemní lobbisty jako tzv. *in-house lobbisty*, kteří nemají

199 Srov. DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Korupce*, s. 90.

200 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. *An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States*, s. 1371–1379.

201 Srov. RYAN, George H. *A Guide to Lobbyist Registration & Reporting*. 2. vyd. Illinois: Secretary of State, Index Department, 1994, s. 12–34.

202 Srov. Freedom House. *Freedom in the World 2020: The Annual Survey of Political Rights and Civil Liberties*. 1. vyd. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 2021, s. 449.

lobbying jako prioritní úkol v popisu vykonávané práce ve firmě. *In-house lobbyisté* jsou vysláni na lobbistickou misi v případě potřeby firmy a jsou za takovou práci obvykle odměněni nad rámec smluvené mzdy, pokud taková činnost vyžaduje zvýšené úsilí nebo je časově náročná.²⁰³ Právě tito *in-house lobbyisté* jsou pro tuto práci klíčoví a jejich činnost budeme posuzovat teologicko-etickým pohledem. Třetí kategorie definuje lobbistu jako představitele nevládní organizace, mezi něž lze zahrnout různé spolky i nadace.²⁰⁴ U této definice hrozí nepochopení, že každý představitel nevládní organizace, nebo dokonce její řadový člen, je lobbistou, ovšem tak tomu rozhodně není; lobbista může pocházet ze zmíněných řad, ale platí pro něho výše zmíněné vymezení.

V této práci rozlišujeme politický a firemní *in-house lobbying*. Politický lobbying je pojem obecnější, kdy lobbista provozuje svou činnost v zájmu třetí strany, kterou může být i firma, a to externě; firemní *in-house lobbying* se bude týkat lobbistů zaměstnaných ve firmách (lobbying interní), za jejichž zájmy lobbují a to specificky za účelem ekonomických či expanzních cílů.²⁰⁵

Nyní je nutné definovat, co lobbying naopak není: lobbying není vzájemná komunikace mezi veřejnými činiteli, žádost o poskytnutí informace na základě právního nároku či připomínky v připomínkovém řízení nebo výkon práva na shromažďování.²⁰⁶ V poslední době se v médiích navíc objevuje pojem *lobby*, který znamená prosazování zájmů určité skupiny ve specifické záležitosti u veřejných činitelů obecně, nikoli konkrétní lobbistovu schůzku s lobbovaným. V diskurzu se můžeme setkat s názorem, že lobbista často pouze informuje veřejného činitele o skutečnostech, které činitel přehlídí či nevidí, případně nemůže znát. Lobbista by tak byl pouhým informátorem, což zcela jistě je jedna z jeho úloh, ale nelze tvrdit, že jde o úlohu jedinou. Lobbista veřejného činitele informuje s určitým jasně specifikovaným cílem, kterým je prosazení konkrétních zájmů jednotlivce nebo skupiny, která jej za to platí. Lobbista tedy zajisté informuje, ale zároveň ovlivňuje, prosazuje, využívá

203 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States, s. 1371–1379.

204 Srov. GRIFFITH, Gareth. *The regulation of lobbying*. 1. vyd. Sydney: NSW Parliamentary Library Research Service, 2008, s. 7.

205 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States, s. 1371–1379.

206 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbyingu v České republice*, s. 77.

dostupné nástroje a posléze – což nesmíme opomíjet – za svou činnost fakturuje.²⁰⁷ Omezit jeho úlohu na první bod je nepřesná redukce a simplifikace, která může výrazně vychýlit etické hodnocení lobbistovy činnosti. V odborné literatuře existuje celá řada velmi podobných definic – naším cílem není tyto definice vyjmenovat a zatěžovat jimi další text; poskytli jsme proto výběr těch nejrelevantnějších a posuneme se nyní dále ke zdrojům a funkcím lobbingu.

2.1.3. Zdroje a funkce lobbingu

Lobbista vždy vychází z určitého zázemí, které mu poskytuje náležité podmínky a zdroje pro výkon jeho poslání²⁰⁸ – rozsah jeho zdrojů významně ovlivní efektivitu jeho činnosti. Odborníci rozlišují čtyři nejzákladnější zdroje lobbingu: 1. finanční zdroje, 2. znalosti a dovednosti, 3. kontakty a 4. umění organizace a kooperace.²⁰⁹ V této práci cílíme na lobbing, který má zázemí v organizaci, tedy ve firmě, za jejíž zájmy je provozován. Finanční zdroje nezahrnují pouze odměnu pro lobbistu, ale také provozní náklady související se zvolenou technikou lobbingu, např. financování firemní pohostinnosti. V tomto bodě je na místě ocenit Petra Vymětala, který finanční zdroje lobbingu v souvislosti s provozními náklady uvádí na prvním místě, na rozdíl od autorů, kteří o těchto zdrojích mlčí, případně je zcela popírají, jako by lobbista nepracoval s dary, pozvánkami do vybraných restaurací, na kulturní akce, dostihy atd. Oddělovat lobbing od finančních zdrojů by bylo příliš simplifikující a v etickém posouzení bychom se nepřiměřeně posouvali do oblasti nezištného jednání v souladu s obecným blahem. Takto jednoduché to s (firemním) lobbingem není.

Mezi funkce lobbingu lze zahrnout: 1. přesvědčování (v rámci legitimních limitů), 2. kvalifikované informování, 3. nabídku řešení, 4. předcházení problémům, 5. vymáhání legitimních práv, 6. zasvěcený sběr informací a dohled (tzv. *role hlídacích psa*) a konečně 7. integraci.²¹⁰ Lobbing má být podle části odborníků také doplňujícím nástrojem standardních právních prostředků k prosazení zájmu jako jsou: vstup občanů do politického dění, hlasování ve volbách, legitimní možnost firem obrátit se na vládu

207 Srov. DRUTMAN, Lee. *The Business of America is Lobbying: How Corporations Became Politicized and Politics Became More Corporate*. 1. vyd. Oxford, New York: Oxford University Press, 2015, s. 72–96.

208 Srov. GARDNER, James. *Effective Lobbying in the European Community*. 1. vyd. Heidelberg: Springer Netherlands, 1991, s. 98–112.

209 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s. 38.

210 Srov. tamtéž, s. 39.

či soudní dvůr atd.²¹¹ To je však pouze jedna z jeho mnoha charakteristik, jak jsme již zdůraznili.

Důležité rozdělení na cílení lobbingu je v české odborné literatuře obvykle opomíjené. Podrobněji jej zpracovává Karel Müller, Šárka Laboutková a Petr Vymětal, kteří rozlišují mezi lobbistickou aktivitou pro vlastní zisk, kam obvykle (i když nikoli výlučně) spadá firemní *in-house lobbying* nebo lobbování jednotlivců pro svůj individuální prospěch, a lobbistickou aktivitou za obecně prospěšný zájem.²¹² V zahraniční literatuře je toto rozdělení přítomné častěji.²¹³ Tato práce cílí na etické posouzení lobbistické činnosti pro vlastní, myšleno firemní zájem. Nejedná se tedy o lobbování nezištné a primárně nejde ani o lobbování motivované obecným prospěchem.

Lobbing cílený na vlastní zájem ještě nemusí být apriori neetický,²¹⁴ jak ukážeme dále, ale již v tomto bodě můžeme předeslat, že odborníci v rámci tohoto typu lobbingu rozeznávají tzv. predátorský lobbing,²¹⁵ což je lobbistická aktivita snažící se předem vyřadit konkurenci za pomoci veřejných činitelů. Tento predátorský lobbing lze považovat za neetický, přestože může být veden tak, aby neporušil zákon. Poškozování konkurence, využívání veřejných činitelů jako prostředků k soukromému cíli a omezování otevřené veřejné soutěže jsou mravně nepřijatelné, a tedy neetické postupy.

2.2. Instrumentalizovaný in-house lobbying

V předchozí práci jsme již pracovali s Weberovým pojmem ekonomické racionalizace – krátce jej připomeneme a poté vztáhneme k firemnímu lobbingu, který jakožto sofistikovaný manažerský nástroj navrhujeme označovat jako *instrumentalizovaný in-house lobbying*. Max Weber přinesl ve své době klíčový pojem racionalizace v ekonomickém myšlení. Samotný pojem racionalizace souvisí s procesem, ve kterém jde o dosažení jasně a zřetelně vyjádřeného cíle; nejedná se tedy

211 Srov. SCHENDELEN, Rinus van. *Jak lobbovat v Evropské unii: aneb Machiavelli v Bruselu*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2004, s. 211.

212 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s. 43.

213 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States, s. 1371–1379.

214 Srov. NIXON, William H. In Defense of the Lobbyist, s. 87–92.

215 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s. 43.

o neuvědomělé či nezištné jednání, ale naopak o jednání vhodně využívající užité prostředky k dosažení co nejefektivnějšího cíle. Přestože jistou formu racionalizovaného chování v hospodářské oblasti můžeme vysledovat již v dějinách, racionalizace, kterou do širšího povědomí přinesl právě Max Weber, je považována za ústřední aspekt modernity projevující se typicky v západní společnosti. Weber považuje racionalizaci za proces, který podřizuje rozmanité oblasti mezilidských vztahů administraci a utilitárnímu rozvažování; v hospodářství dokonce neváhá v souvislosti s racionalizací hovořit o počtářském kalkulu, o plánovitém zaměření na hospodářský úspěch.²¹⁶ Jak ovšem poukazuje Mancur Olson, racionalizace neznamená nutně jednání v čistém sebezájmu; v racionálním chování může být a bývá obsažena rovněž část altruistického jednání.²¹⁷

Pojem *instrumentalizace*, který v této práci navrhujeme k pregnatnějšímu uchopení firemního lobbingu jako manažerského nástroje užívaného zaměstnancem firmy, v sobě tedy rovněž zahrnuje promyšlené a plánovité zaměření na cíl v souladu s hospodářským úspěchem (tedy např. také ziskem), dokonce až počtářský kalkul zacílený na efektivitu a utilitu, ovšem vedle této racionální akce v sobě nutně obsahuje rovněž jistou míru afektivní akce, prezentovanou záměrným využíváním lobbistova charismatu (osobnostního předpokladu) a schopnosti zapůsobit na lobbovaného. Afektivní akci považoval Weber za nižší než akci racionální, nicméně v případě *in-house lobbingu* je afektivní rovina *instrumentalizace* podobně důležitá jako rovina racionální, přinejmenším v ní obsažená. *Instrumentalizací* rozumíme zřetelný posun lobbingu z oblasti pouhého informování veřejných činitelů či prosazování veřejného zájmu do zcela přiznané oblasti prosazování zájmu soukromé firmy s explicitními ekonomickými cíli za využití všech *instrumentalizovaných*, tedy ustálených, manažersky prověřených postupů, postojů, předpokladů a nástrojů sloužících dosažení stanoveného cíle.²¹⁸ Tato utilitárně, až počtářsky pojatá *instrumentalizace* však neznamená dosahování efektu za cenu překračování zákona nebo mravní normy. *Instrumentalizací* nemíníme korupci. Vymezení vůči korupci a komplexní etické

216 Srov. WEBER, Max. *Metodologie, sociologie a politika*. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 2009, s. 193–222.

217 Srov. OLSON, Mancur. *Vzestup a pád národů: Ekonomický růst, stagflace a společenská rigidita*. 1. vyd. Praha: Liberální institut, 2008, s. 21.

218 Srov. DRUTMAN, Lee. *The Business of America is Lobbying*, s. 47–69.

posouzení provedeme v příslušné kapitole, nyní pouze vysvětlujeme používanou terminologii a navrhované pojmy.

In-house lobbying v této práci tedy znamená lobbování vedené zevnitř firmy vlastním zaměstnancem, typicky vrcholovým manažerem, za odměnu nad rámec pracovní smlouvy, nikoli tedy externím lobbistou. *Instrumentalizovaný in-house lobbying* zde znamená sofistikovaný, uvědomělý, na efekt zaměřený manažerský nástroj využívaný cíleně manažerem firmy za účelem prosazování jejich zájmů,²¹⁹ ať už u veřejných činitelů nebo soukromých podnikatelských entit.²²⁰

2.3. Vertikální a horizontální in-house lobbying

V promýšlení *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* nyní přikročíme k velmi důležitému rozlišení vnitřní struktury lobbyingu: navrhujeme jednoduché, avšak zásadní a podstatné rozlišení vertikálního a horizontálního lobbyingu, i jejich směrů působení.

2.3.1. Vertikální lobbying

Pojmem vertikální lobbying v této práci rozumíme lobbování dvěma směry: 1. vzestupný vertikální lobbying, tedy lobbování směrem od firmy k investorům, zadavatelům veřejné či soukromé soutěže, případně generálnímu dodavateli stavby a 2. sestupný vertikální lobbying, tedy lobbování směrem od zadavatelů soutěží, investorů či generálních dodavatelů k firmám. Toto navrhované dělení může působit až banálně, ovšem v odborné literatuře se prakticky neuvádí sestupný segment lobbyingu a to je podle našeho soudu nedostatek; ty nejjednodušší věci často nejlépe odhalí podstatu skutečnosti a lobbying nepochybně existuje ve vzestupné i sestupné podobě.

a) Vzestupný vertikální lobbying

Typickým příkladem vzestupného vertikálního lobbyingu je lobbování firmy za zařazení do soutěže nebo přímo za získání zakázky profesionálním lobbistou směrem vzhůru²²¹ k zadavatelům soutěží, veřejným činitelům či jiným činovníkům s rozhodovací pravomocí.²²² Jedná se o nejnámější lobbying a lze říci, že veřejnost

219 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

220 Srov. DRUTMAN, Lee. *The Business of America is Lobbying*, s. 72–96.

221 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

222 Srov. Council on Governmental Ethics Laws. *Ethics & Lobbying*, s. 23.

často lobbying redukuje právě na tento segment.²²³ V případě posuzovaného *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* ve stavebnictví se jedná o lobbování provozované zaměstnancem firmy, tedy manažerem/lobbistou, jehož náplní práce není pouze lobbying, který prosazuje zájmy své mateřské firmy (rozvoj, získání zakázky, zařazení do soutěže, přidělení dotace, stimul ze státní případně evropské pokladny...) u veřejných činitelů zadávajících či vyhodnocujících veřejné soutěže nebo v privátním sektoru osoby zadávající otevřené soutěže či výkonné ředitele generálních dodavatelů staveb. Jde tedy o typický pohyb vzhůru, kdy *in-house lobbyist* nabízí službu (práci, materiál, kompletní realizaci stavby nebo její dílčí specializovanou část) a lobbovaný disponuje přístupem k cíli (přidělení zakázky, proplácení faktur, zařazení do soutěže...).²²⁴ Tento segment lobbyingu je obecně známý a jeho rizika budeme detailně popisovat v kapitole věnované vztahu lobbyingu a korupce.

b) Sestupný vertikální lobbying

Vedle obecně známého vzestupného vertikálního lobbyingu²²⁵ známe z praxe také sestupný vertikální lobbying, který v obecném povědomí prakticky chybí. Z pozice podnikatelů se s ním setkáváme zejména v posledních letech hospodářské konjunktury, kdy začíná být stále častější; jedná se o lobbování směrem od investora k firmě. Typický příklad v podnikatelské oblasti je vyhlášení veřejné hospodářské soutěže na připravenou stavbu, do níž se nepřihlásí dostatečný počet firem, nebo často dokonce žádná firma. Složitě a dlouho připravovaný projekt (stavební povolení, připomínky, dotace, financování...) se tak rázem ocitne v přímém ohrožení a je potřeba velmi rychle a efektivně jednat: místo vyhodnocování přihlášených firem investor vysílá do podnikatelského terénu lobbyisty, kteří lobbují za vyšší zájem firem o účast v soutěži, případně zjišťují, proč nebyla soutěž pro firmy atraktivní a co by bylo třeba modifikovat, aby se firmy přihlásily.

Vedle veřejné hospodářské soutěže, kde je zpravidla najímán externí lobbyista, nám zde jde zejména o případ, kdy generální dodavatel stavby vyhlásí soutěž o dílčí subdodávky, o které není ze strany specializovaných firem zájem. V tomto případě se

223 Srov. NIXON, William H. In *Defense of the Lobbyist*, s. 87–92.

224 Srov. HODGES, Megan – WOOD, Geoffrey. *Aby váš hlas byl vyslyšen*, s. 8.

225 Srov. DRUTMAN, Lee. *The Business of America is Lobbying*, s. 72–96.

jedná o sestupný vertikální *instrumentalizovaný in-house lobbying* provozovaný zaměstnancem/lobbistou. Tento směr lobbyingu bývá velmi neobvyklý v obdobích krizí nebo hospodářských útlumů, nicméně v současné, zakázkami saturované – až přesaturované –, době je to jev stále obvyklejší. Lobbista zcela v souladu s definicí lobbuje za zájmy firmy (v tomto případě generálního dodavatele stavby) u jiných firem,²²⁶ kde využívá všech dostupných nástrojů (pozitivní motivace, pohostinnost, informování, nabídka zkrácení splatnosti faktur či dokonce zálohová platba před samotným zahájením prací...), aby dosáhl stanoveného cíle a za tuto činnost je odměněn často v případě mimořádné naléhavosti i nad rámec pracovní smlouvy.²²⁷ Také tento segment *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* je pro tuto práci cílový a v příslušné kapitole provedeme teologicko-etické posouzení.

Nemálo autorů tento směr lobbyingu zcela přehlíží, což lze považovat za nedostatek a simplifikaci směru působení lobbyingu. Světlou výjimkou v českém prostředí je Petr Vymětal,²²⁸ který ve svých příspěvcích pamatuje také na tento segment, jenž navrhuje nazývat sestupný vertikální lobbying. V zahraniční literatuře je obousměrné pojetí vyváženější.²²⁹

2.3.2. Horizontální lobbying

Pojmové sousloví horizontální *instrumentalizovaný in-house lobbying* navrhuje jako označení pro další méně známý, leč existující segment lobbování: jedná se o tzv. lobbování na horizontální úrovni, kdy firma vysílá svého interního lobbistu, aby prosazoval její zájmy u konkurence, kooperujících nebo potencionálně kooperujících firem na stejné úrovni či stejného zaměření. Může se jednat o vyjednání fúze, akvizice či aktivního sdružení firem, které mají dohromady větší šanci uspět v soutěži o velkou zakázku, na níž by individuálně nestačily;²³⁰ stejně tak se však může jednat o nezákonný kartel, kdy firmy takovou dohodou poškozují otevřenou soutěž. Také tento segment vztáhneme ke korupci a podrobíme teologicko-etickému soudu.

226 Srov. GEE, Quentin. Corporations, Rights, and Lobbying, s. 397–408.

227 Srov. NIXON, William H. In Defense of the Lobbyist, s. 87–92.

228 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 17–30.

229 Srov. RYAN, George H. *A Guide to Lobbyist Registration & Reporting*, s. 14–34.

230 Srov. NIXON, William H. In Defense of the Lobbyist, s. 87–92.

Na horizontální lobbying se v odborné literatuře většinou vůbec nemyslí, což je další nedostatek. O to více je třeba ocenit autory,²³¹ kteří na tento segment nezapomínají, a prokazují tak větší sepětí své práce s reálnou praxí. Horizontální lobbying je leckdy převládající prací pro firemní *in-house lobbyists* ve stavebnictví, neboť mezifiremní dohody, sdružení soutěžitelů a další zákonná uskupení jsou dnes velmi častá.

2.3.3. Horizontálně-vertikální lobbying

Praxe opakovaně poukazuje na příklady, kdy horizontální lobbying plní pouze funkci prvního kroku, po němž následuje lobbying vertikální. Jde o případy, kdy firemní *in-house lobbyisté* nejprve vyjednávají s ostatními firemními *in-house lobbyists* společnou strategii pro účast na velké a významné zakázce (sdružení soutěžitelů) a po dohodě společně míří lobbovat za veřejným funkcionářem, ať už proto, aby si vzájemně neškodili, nebo proto, aby společně měli větší šanci prosadit své firemní cíle na politické úrovni nebo ve veřejné soutěži.²³²

Ovšem i tento lobbistický postup může mít opačný směr: jedná se například o situaci, kdy zadavatel nemá v soutěži žádnou firmu, nebo jsou nabídkové rozpočty firem příliš vysoké a bude nutné zakázku přepracovat a upravit na rozsah odpovídající schváleným finančním prostředkům. V takovém případě může zadavatel do terénu vyslat lobbistu, aby informoval, zjišťoval, mapoval realitu, a docílil tak efektivnějšího výsledku nově vyhlášené soutěže. Oslovené firmy se potom ve druhém kroku mohou legitimně nad připravovanou zakázkou setkat, sdělit si své vize a možnosti, případně navázat spolupráci nebo načerpat hodnotné informace. Jeden z nejdůležitějších manažerských strategických nástrojů, tzv. benchmarking,²³³ je realizován právě na základě takových jednání. Kromě benchmarkingu taková interakce významně pomůže i dalším vnitrofiremním strategickým analýzám, jako je nejzákladnější analýza okolí

231 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

232 Srov. KLING, Lou R. – NUGENT, Eileen – DYKE, Brandon Van. *Negotiated Acquisitions of Companies, Subsidiaries and Divisions*. 1. vyd. New Jersey: Law Journal Press, 2020, s. 16–25.

233 Benchmarking je obvykle v manažerské literatuře chápán jako nepřetržitý a systematický proces porovnávání a měření služeb a produktů, procesů a metod vlastní organizace s těmi, kdo jsou bráni firmou jako vhodní pro toto měření, zejména přímá konkurence, za účelem definovat cíle zlepšování vlastních aktivit. Srov. CODLING, Sylvia. *Best Practice Benchmarking: A Management Guide*. 1. vyd. Hampshire: Gower Publishing, 1995, s. 7–12.

(intelligence activity),²³⁴ VRIO analýza, analýza strategických možností, SWOT analýza nebo SPACE analýza.²³⁵

2.4. Přímý a nepřímý lobbying, lobbista vs. kmotr

V této práci jsme již popsali základní chápání pojmů: lobbying, lobbista, lobbovaný a lobby. Definovali jsme lobbying a popsali jeho základní dělení na politický a firemní *in-house lobbying*, ve kterém jsme se zaměřili na *instrumentalizovaný in-house lobbying*, jakožto manažerský nástroj. Dále jsme navrhli rozlišovat vertikální a horizontální firemní lobbying. Na základě využívaných technik se lobbying dále dělí na přímý a nepřímý, případně také vnitřní a vnější. Na toto dělení se zaměříme nyní.

2.4.1. Přímý a nepřímý lobbying

K přímému a nepřímému lobbingu můžeme na základě zkušeností z praxe přiřadit třetí kategorii: organizační podporu, jejímž cílem je tvorba koalic, upevňování a rozvoj společenství, firemních sítí a kontaktů.²³⁶ U tzv. přímého lobbingu probíhá komunikace mezi lobbistou a zastupitelem rozhodovací pravomoci, bez využívání tzv. vedlejších kanálů, tedy oslovování širších skupin. Přímý lobbying míří do středu rozhodovacího procesu a týká se obvykle odborných či technických oblastí, kde lobbista představuje informace nezbytné ke kvalifikovanému rozhodnutí. Přímý lobbying má nejčastěji formu osobní komunikace mezi lobbistou a zodpovědným veřejným činitelem.²³⁷

Nepřímý lobbying se častěji týká oblastí, kde je zapotřebí informovat, či dokonce zapojit širokou veřejnost: jedná se tedy o tzv. masovou komunikaci, zaměřenou na formování veřejného mínění, společenský diskurs, který v důsledku ovlivňuje politickou sféru. Jde o vzdělávací a informační kampaně, kdy se lobbying doplňuje s činností mediálních agentur a PR oddělení firem. Nepřímý lobbying může být realizován řadou technik: nejvýznamnější je tzv. *logrolling* – vytváření sítí a koalic.²³⁸ Tato technika bývá chápána jako snaha agregovat zájmové skupiny v rámci

234 Srov. FOTR, Jiří a kol. *Manažerské rozhodování: postupy, metody a nástroje*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2006, s. 19.

235 Srov. TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 31–47.

236 Srov. KLING, Lou R. – NUGENT, Eileen – DYKE, Brandon Van. *Negotiated Acquisitions of Companies, Subsidiaries and Divisions*, s. 25–47.

237 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

238 Srov. CONGLETON, Roger D. – GROFMAN, Bernard N. – VOIGT, Stefan. *The Oxford Handbook of Public Choice*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2019, s. 452.

konkrétního zájmu s cílem zvýšení šance na úspěch. Spojenectví může být vytvořeno ad hoc jako dočasné, nebo sofistikovanějšími postupy jako trvalé.

Podle právníků je ovšem lobbying přinejmenším dvousečnou (ne-li vícesečnou) zbraní.²³⁹ lobbying jako součást demokracie může obohatit rozhodovací proces (jedná se o zákonný a účinný nátlak na prosazování změn v politice a legislativním procesu a může spoluvytvářet zdravé konkurenční prostředí v tržním hospodářství),²⁴⁰ na druhé straně ovšem narušuje princip rovnosti občanů. V některých zemích (USA, Kanada, Maďarsko, Polsko, Litva...) je lobbying upraven zvláštním zákonem, který chování lobbistů explicitně definuje, a to včetně zákonného vymezení jejich práv a povinností; v jiných zemích je lobbying ponechán seberegulaci (Velká Británie, Německo...), nebo konkrétním etickým pravidlům, která však nejsou stanovena zákonem, ale etickými kodexy (Francie).²⁴¹ Podle našeho soudu jsou správně a promyšleně formulované etické kodexy mimořádně důležité a lze je chápat jako přínosné, i když oblast lobbování upravuje v dané zemi zákon o lobbingu. Vzhledem k významu etických kodexů a dalších nástrojů podnikatelské etiky pro lobbying se kodexům a souvisejícím nástrojům budeme věnovat v samostatné kapitole.

USA začaly regulovat lobbying již téměř před 100 lety: tamější lobbistické a poradenské firmy se musí registrovat, zveřejňovat své příjmy a jejich zdroje. První oficiální regulace byla v USA zavedena v roce 1935, federální zákon o regulaci lobbingu byl v USA přijat v roce 1946.²⁴² Finanční obrat lobbingového byznysu je v USA odhadován na 2,5 mld. amerických dolarů ročně. Toto číslo jasně dokládá, že z definice lobbingu nemůžeme uměle odstraňovat profit, který generuje a pro nějž se realizuje. Jenom ve Washingtonu se počet profesionálních lobbistů odhaduje na 35 tisíc osob. Vysokou výpovědní hodnotu má statistický údaj, který říká, že 43% kongresmanů, kteří od roku 1998 opustili kongres, se poté stalo lobbisty. Být v USA lobbistou je považováno za vrchol manažerské kariéry.²⁴³ Taková situace ovšem není normou po celém světě: například v Polsku není lobbying považován za součást

239 Srov. KLING, Lou R. – NUGENT, Eileen – DYKE, Brandon Van. *Negotiated Acquisitions of Companies, Subsidiaries and Divisions*, s. 25–47.

240 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union*, s. 202–219.

241 Srov. OECD. *Principles Transparency and Integrity in Lobbying*.

242 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 88.

243 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 34–35.

demokratického procesu a pouhá 3% veřejných činitelů jej považují za přijatelný.²⁴⁴ Zkušenosti z USA ukazují, že navzdory dlouhé tradici regulace se do registru hlásí pouze menšina reálně působících lobbistů, často pod zkrácenými jmény, aby tak nebyli jednoduše dohledatelní, a často v listinné podobě, která je mnohem obtížněji kontrolovatelná a neviditelná pro veřejnost. Přesto je systém regulace lobbingu v USA patrně nejpropracovanější. Za nejčastější nedostatky jsou považovány nedostatečně zveřejňované údaje o lobbování a nedostatečná vymahatelnost.²⁴⁵

Za jednu ze zemí, která legislativně dostatečně pokrývá regulaci lobbingu, je považována také Kanada, v jejímž zákoně o lobbingu najdeme rozlišení tří základních typů lobbistů: lobbista–profesionál, firemní *in-house lobbista*, lobbista–obhájce (neziskový sektor). V některých zemích Evropské unie je registrace lobbistů dobrovolná, Evropská komise ji pouze doporučuje. Podle některých politiků je Evropská unie, respektive její zákonodární zástupci, silně a stabilně ovlivňována lobbisty.²⁴⁶ Problémem je podle nich také fakt, že evropské instituce nedefinují jasně, kdo je lobbista a co je lobbistická činnost.²⁴⁷ Regulace platí pouze pro lobbisty, kteří se sami dobrovolně zaregistrují jako lobbisté; je ovšem potvrzené, že v Bruselu působí celá řada profesionálních lobbistických subjektů, které nejsou registrovány, ale lobbing provozují. Rejstřík zástupců zájmových skupin byl otevřen v roce 2008 a stejně jako v Kanadě rozlišuje tři typy lobbistů. Pro nás je důležité, že pamatuje také na firemní *in-house lobbisty*.

Druhým nástrojem Evropské komise po registračním rejstříku je etický kodex pro posílení dialogu mezi komisí a zájmovými skupinami. Z unijních zemí existuje zvláštní úprava pro styk zájmových skupin s poslanci v Německu, Francie zavedla veřejný registr lobbistů a zákonnou regulaci lobbingu mají v Polsku, Maďarsku a Litvě. V České republice se od roku 2009 vede odborná diskuse, jejímž výsledkem má být zákon o lobbingu. Nejčastěji bývá v diskursu voláno po povinnosti hlášení schůzek mezi politiky a lobbisty do veřejných registrů. Zákon je v současné době (2022) stále

244 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbingu v České republice*, s. 27.

245 Srov. RYAN, George H. *A Guide to Lobbyist Registration & Reporting*, s. 7–35.

246 Srov. Klaus: *Brusel ovládají lobbisté*. Aktuálně.cz. (23.9.2019) [2019-9-24].

<<https://video.aktualne.cz/dvtv/ze-jsem-nacionalista-nestydim-se-za-to-svet-bez-ceska-pro-me/r~e55f32d4dd6811e988f50cc47ab5f122/>>.

247 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 141–162.

ve fázi příprav. Lobbying není v České republice zakázán a může jej tedy vykonávat každý, jak vyplývá z Listiny základních práv a svobod.²⁴⁸

2.4.2. Lobbista vs. kmotr

V českém prostředí bývá často mylně považován za lobbistu člověk, který je mnohem spíše než lobbistou tzv. kmotrem. Kmotr bývá úžeji spojován s nelegitimním a nadměrným propojením politiky a byznysu, často s výrazným neformálním vlivem na určitou politickou stranu.²⁴⁹ Právě tito kmotři značně problematizují veřejné vnímání lobbyingu, neboť jím jednoduše a efektivně maskují své osobní, často ryze finanční zájmy. Smyslem tohoto bodu je upozornit na nezbytnost pečlivého rozlišování různých fenoménů, které mohou na první pohled splývat – kmotr a lobbista není totéž.

Pokud budou média saturovat diváky či čtenáře kontroverzními příběhy kmotrů, mafiánů či osob zainteresovaných v organizovaném zločinu a budou je nazývat lobbisty, bude společenské vnímání lobbyingu stále horší. Tito kmotři se často a rádi lobbyingem maskují a snaží se všemožně legitimizovat své jednání, čímž médiím nahrávají a celkově škodí skutečnému lobbyingu.²⁵⁰ Někteří autoři hájí tezi, podle které je *in-house lobbying* apriori neetický, neboť lobbying nepatří do firemního prostředí, ale pouze do sektoru veřejného zájmu, a ve firemním prostředí se tak jedná o kmotrovství.²⁵¹ Většina autorů však zastává opačný postoj a snaží se spíše nalézat pravidla pro mravně legitimní *in-house lobbying*.²⁵² V této práci se kloníme právě k nim.

Patrně nejznámějším nástrojem nepřímého lobbyingu je tzv. *grassroots lobbying*, široce využívaný zejména v USA.²⁵³ Jde o působení na veřejnost směrem odspodu, metaforicky vyjádřeno od kořínků trávy. Vzhledem k tomu, že politici v USA velmi dbají o veřejné mínění, patrně rovněž z utilitárních důvodů jejich krátkého volebního období, setkává se široké veřejné mínění s patřičným ohlasem v nejvyšších patrech tamní politiky.

248 Srov. DAVID, Roman. *Ústava České republiky: Listina základních práv a svobod : úplné znění, doplněné poznámkami, úvodem do problematiky a výběrem ze soudních případů*. 1. vyd. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2001, 259 s.

249 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbyingu v České republice*, s. 12.

250 Srov. NIXON, William H. In *Defense of the Lobbyist*, s. 87–92.

251 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

252 Srov. NIXON, William H. In *Defense of the Lobbyist*, s. 87–92.

253 Srov. United States. *Reform of Laws Governing Lobbying: Hearing Before the Subcommittee on the Constitution of the Committee on the Judiciary, House of Representatives, One Hundred Fourth Congress, First Session, May 23, 1995*. 1. vyd. Washington: U.S. Government Printing Office, 1996, s. 80.

V souvislosti s nepřímým lobbingem se hovoří také o *logrollingu*,²⁵⁴ odvozeném od historické dohody o vzájemné pomoci dřevařů. Jde o vzájemnou pomoc lobbistů a různě zaměřených skupin v případě, že jedna skupina na problematiku nemá dostatečně efektivní moc.²⁵⁵

2.4.3. Lobbing v širším a užším smyslu

Cílovou osobou lobbingu je veřejný činitel, ovšem pojem veřejný činitel zahrnuje další výrazy např. státní úředník, státní činitel, pracovník státní správy atd. Zákon o střetu zájmů potom operuje s výrazem veřejný funkcionář, jež zahrnuje osoby od členů parlamentu až po vykonavatele některých úřadů. Veřejný činitel má jednat v zájmu všech a nemá vyhledávat odměnu pro uspokojování svých osobních zájmů. Pro zákonodárce je klíčová otázka, jak lze definovat adresáta lobbingu – odpověď se v odborných kruzích navrhuje v podobě rozlišení lobbingu v širším a užším smyslu.²⁵⁶

Lobbing v širším smyslu cílí nejen na zákonodárce, ale na více činitelů také z moci výkonné a jejich širšího okolí; lobbista cílí jak na úroveň samosprávy, tak i na celostátní ovlivňování exekutivy. Širší pojetí lobbingu počítá rovněž se spolupracovníky hlavních činitelů, jejich asistenty, a dokonce i příbuznými. Lobbing v užším smyslu cílí výhradně na zákonodárce zodpovědné za tvorbu zákonů a jejich výslednou podobu; v českém prostředí to jsou poslanci a senátoři. Počet lobbistů je v českém prostředí odhadován na stovky, ovšem je mnoho lobbistů, kteří se k lobbingu z různých důvodů nehlásí. V českém právu není lobbing veden mezi předměty podnikání, a tak je obtížné už samotné účtování za tuto činnost; chybí také zájmová asociace nebo komora, která by činnost lobbistů zastřešila.²⁵⁷

2.5. Otázky pro etické posouzení

Po náčrtu podstaty lobbingu, definování aktérů a vnitřního i vnějšího rozdělení do klíčových segmentů navrhneme v závěru této kapitoly základní otázky,²⁵⁸ které budou fundamentem teologicko-etického posouzení, na něž přijde řada v příslušné kapitole ve třetím metodologickém kroku. Budeme se tázat po vnitřní motivaci lobbistovy činnosti, po cílech jeho jednání, po metodách, jaké k dosažení cílů používá, po tom,

254 Srov. CONGLETON, Roger D. – GROFMAN, Bernard N. – VOIGT, Stefan. *The Oxford Handbook of Public Choice*, s. 452.

255 Srov. Woodstock Theological Center. *The Ethics of Lobbying: Organized Interests, Political Power, and the Common Good*. 1. vyd. Georgetown: Georgetown University Press, 2002, s. 71–80.

256 Srov. zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů.

257 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 36.

258 Srov. Woodstock Theological Center. *The Ethics of Lobbying*, s. 71–80.

kdo a proč lobbistu platí a rovněž po sociálních (a v případě stavebnictví také ekologických) dopadech²⁵⁹ jeho kroků.

Navrhujeme tyto elementární otázky:

1. Je lobbying přiznaný? Ví lobbovaný, že je právě lobbován?
2. Má lobbista expertní znalosti lobbované problematiky? Seznámil se dokonale s problematikou a širším kontextem?
3. Poskytuje lobbista lobbovanému skutečně všechny relevantní informace potřebné k jeho rozhodnutí? Nezatajuje některé klíčové skutečnosti?
4. Nezneužívá nebo nenadužívá lobbista firemní pohostinnost?
5. Zaznamenává lobbista svou činnost do transparentního registru?
6. Nelze považovat lobbistovo jednání za korupční, manipulativní, zavazující či jinak nátlakové?
7. Neškodí lobbista svým jednáním konkurenčním firmám?
8. Nesnaží se lobbista manipulovat veřejnou zakázkou?
9. Není firemní cíl, za který lobbista lobbuje, v rozporu se zákonem?
10. Lze tento firemní cíl považovat za eticky ospravedlnitelný perspektivou nezainteresované osoby?
11. Lze považovat firemní cíl, za který je lobbováno, za obecně prospěšný, nebo prospěšný pouze pro firmu či její akcionáře, nebo je dokonce v rozporu s obecným blahem?
12. Není lobbista firmou tlačěn jednat v rozporu se svým svědomím?
13. Jedná lobbista v souladu s etickým kodexem firmy i s etickým kodexem lobbované strany?

259 Srov. LALOUX, Frederic. *Budoucnost organizací. Průvodce budováním organizací v 21. století na základě evoluce lidského uvažování*. 1. vyd. Praha: PeopleComm, 2016, s. 184–185.

3. Návrh zákona o lobbingu

V této kapitole se blíže podíváme na dva návrhy zákona o lobbingu: první návrh je z roku 2009, druhý aktualizovaný návrh zákona je z roku 2019 s původně očekávaným vstoupením v platnost 1. 1. 2021. V roce 2022 zákon stále neplatil. Do dnešní doby (2022) tak Česká republika nemá platný zákon, který by upravoval lobbing, nastavil mantinely lobbistům a chránil nejen veřejný zájem, ale také osoby lobbované a samozřejmě poctivé lobbisty, neboť i oni musí být chráněni před tzv. predátory ve své oblasti. Přitom podle průzkumů veřejného mínění celých 73% respondentů věří, že neregulovaný lobbing vede explicitně ke korupci.²⁶⁰ Neregulovaný lobbing vede k nespravedlivým výhodám pro chytře napojené firmy, které poté požívají zvláštních privilegií a vyhrávají veřejné zakázky, přestože jiné firmy nabízejí lepší produkty nebo služby za nižší ceny. Podle Smithe a Prokeše neregulovaný lobbing škodí ekonomické konkurenci a přitom jednoduchá pravidla transparentního lobbingu by pomohla k tomu, aby veřejní činitelé měřili všem stejným metrem, což by v důsledku vytvořilo účinnější tržní podmínky.²⁶¹ S tímto tvrzením plně souzníme, považujeme absenci zákona o lobbingu za deficit českého právního řádu a zjevně tento odborný názor sdílí i předkladatelé zákona o lobbingu. Diskuse o návrhu zákona má nicméně již více než desetiletou historii a doposud žádný reálný výsledek, žádnou reálnou legislativní implementaci.

Leitmotivem této práce je myšlenka, že rozumná regulace lobbingu patří k rozvoji a stabilizaci liberální demokracie. Rovněž souhlasíme s Müllerovým tvrzením, že kodifikací diskurz nekončí – regulaci lobbingu bude třeba průběžně monitorovat a reflexivně přehodnocovat v závislosti na kontextuálních podmínkách.²⁶² Příklady lze bezesporu čerpat v USA²⁶³ a jejich dlouhodobém legislativním uchopení lobbistických aktivit.²⁶⁴

260 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbingu v České republice*, s.12.

261 Srov. tamtéž, s. 12.

262 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s. 12.

263 Srov. GELAK, Deanna. *Lobbying and Advocacy*, s. 81–110.

264 Srov. West Group. *West's Encyclopedia of American Law*. 2.vyd. Eagan: West Publishing Company, 1998, s. 423.

V prvním kroku této kapitoly se detailně podíváme na návrh zákona z roku 2009, ve druhém kroku učiníme komparaci obou návrhů a zaměříme se na změny a dodatky aktuálního znění.

3.1. Návrh zákona o lobbingu z roku 2009

Návrh zákona o lobbingu z roku 2009, který prošel Poslaneckou sněmovnou již 18. 5. 2010, ovšem stále není přijat, definoval lobbing, osobu lobbisty a osobu lobbovaného. Hlavním přínosem zákona má být zavedení registru lobbistů a přesné zaznamenávání lobbistických schůzek, jejich průběhů a výsledků. Návrh zákona je poměrně vyvážený, pamatuje na podstatné skutečnosti, ovšem v některých specifikách používá vágní formulace, jak dále ukážeme v porovnání s aktuálním návrhem zákona z roku 2019. Předložení návrhu inicioval Bohuslav Sobotka.

3.1.1. Definice lobbingu v návrhu zákona z roku 2009

Lobbing je činnost, jejímž předmětem je

a) lobbistický kontakt nebo

b) pomoc k uskutečnění lobbistického kontaktu, zejména organizování a koordinování lobbistických kontaktů.

(1) Lobbistickým kontaktem je komunikace, včetně jednostranné komunikace, jejímž cílem je ovlivnit rozhodování orgánů veřejné moci nebo proces, který rozhodování předchází, a dosáhnout vypracování, předložení, projednání, schválení, změny nebo doplnění návrhu předpisu nebo dokumentu.

(2) Za lobbistický kontakt se nepovažuje

a) komunikace mezi veřejnými funkcionáři, orgány veřejné moci a jejich zaměstnanci,

b) komunikace na jednání orgánů veřejné moci, včetně jednání v orgánech komor Parlamentu a v orgánech zastupitelstev obcí a krajů,

c) komunikace na jednání orgánů politických stran a politických hnutí,

d) komunikace prostřednictvím hromadných sdělovacích prostředků,

e) komunikace při výkonu shromažďovacího práva²⁶⁵ nebo komunikace při stávce,

265 Zákon č. 84/1990 Sb., o právu shromažďovacím, ve znění pozdějších předpisů.

- f) uplatnění připomínky k návrhu předpisu nebo dokumentu během připomínkového řízení a komunikace týkající se takové připomínky v souladu s předpisy upravujícími připomínkové řízení,
- g) podání stížnosti²⁶⁶ nebo petice,²⁶⁷
- h) žádost o poskytnutí informace podle zvláštního zákona,²⁶⁸
- i) komunikace uskutečněná na jednání poradního orgánu vlády.
- (3) Veřejným funkcionářem se pro účely tohoto zákona rozumí
- a) poslanec Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky (dále jen „poslanec“),
- b) senátor Senátu Parlamentu České republiky (dále jen „senátor“),
- c) člen vlády nebo vedoucí jiného ústředního orgánu státní správy, v jehož čele není člen vlády,
- d) předseda a inspektor Úřadu pro ochranu osobních údajů,
- e) předseda Úřadu pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví,
- f) člen Rady Českého telekomunikačního úřadu,
- g) člen Rady pro rozhlasové a televizní vysílání,
- h) náměstek člena vlády a náměstek vedoucího Úřadu vlády,
- i) hejtman a uvolněný člen rady kraje,
- j) primátor a uvolněný člen rady statutárního města,
- k) ředitel krajského úřadu a tajemník magistrátu statutárního města.
- (4) Lobbistou je osoba, která soustavně vykonává lobbying. Pokud osoba uskutečnila v rámci jednoho kalendářního čtvrtletí více než tři lobbistické kontakty, platí, že soustavně vykonává lobbying.
- (5) Spřízněnou osobou je pro účely tohoto zákona
- a) osoba blízká²⁶⁹ lobbované osoby nebo
- b) právnická osoba, včetně politické strany nebo politického hnutí, v nichž je lobbovaná osoba nebo její osoba blízká členem, společníkem, akcionářem nebo v jejichž orgánech je členem.
- (6) Klientem je pro účely tohoto zákona osoba, v jejíž prospěch nebo na

266 Např. § 175 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, ve znění pozdějších předpisů.

267 Zákon č. 85/1990 Sb., o právu petičním.

268 Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.

269 § 116 občanského zákoníku.

jejíž žádost lobbista vykonává lobbying; pokud lobbista vykonává lobbying z vlastní iniciativy nebo ve svůj prospěch, je klientem tento lobbista.²⁷⁰

3.1.2. Registr lobbistů

Návrh zákona o lobbyingu pamatuje také na seznam lobbistů a jejich práva i povinnosti. Pro úplnost uvádíme dotčené body v plném navrhovaném znění:

- (1) Seznam lobbistů vede Ministerstvo vnitra (dále jen „ministerstvo“). Ministerstvo zveřejňuje seznam lobbistů způsobem umožňujícím dálkový přístup. Ministerstvo dále zveřejní způsobem podle věty druhé elektronickou adresu, na niž se zasílají návrhy podle odstavce 2 a informace podle § 5 odst. 4.*
- (2) Lobbista je povinen se do deseti kalendářních dnů ode dne, kdy poprvé vykoná lobbying, zaregistrovat do seznamu lobbistů; zároveň s písemným návrhem na registraci zašle ministerstvu kopii návrhu elektronickou formou.*
- (3) Obsahem návrhu podle odstavce 2 je jméno, příjmení a místo trvalého pobytu lobbisty, jde-li o podnikající osobu, pak dále obchodní firma nebo název, právní forma, sídlo a identifikační číslo lobbisty, a pokud jde o právnickou osobu, dále jméno, příjmení a místo trvalého pobytu statutárního orgánu nebo členů statutárního orgánu. Obsahem návrhu podle odstavce 2 je dále jméno a příjmení fyzické osoby, která je s lobbistou v pracovním poměru, obdobném pracovněprávním vztahu nebo jiném právním vztahu, na základě kterého bude jménem lobbisty vykonávat lobbistický kontakt. Návrh podle odstavce 2 dále obsahuje údaj o členství v organizacích lobbistů, pokud takové členství existuje.*
- (4) Lobbista může v návrhu na registraci uvést též informace o tom, ve kterých věcech vykonává nebo plánuje vykonávat lobbying, dále informace o tom, zda vykonává nebo plánuje vykonávat lobbying na úrovni rozhodování vlády, Parlamentu, ústředních orgánů státní správy nebo orgánů obecní či krajské samosprávy, jakož i internetovou adresu,*

²⁷⁰ Parlament České republiky. Návrh zákona o lobbyingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbyingu).

kterou používá k uveřejňování informací o své činnosti.

- (5) Obsahuje-li návrh na registraci náležitosti podle odstavců 2 a 3, ministerstvo lobbistu zapíše do seznamu lobbistů a doručí mu potvrzení o zapsání do seznamu lobbistů.*
- (6) Pokud návrh na registraci neobsahuje náležitosti podle odstavců 2 a 3, ministerstvo písemně vyzve lobbistu, aby návrh na registraci ve lhůtě deseti pracovních dnů ode dne doručení výzvy doplnil. Pokud lobbista nedoplní návrh na registraci ve lhůtě podle věty první, ministerstvo lobbistu nezapíše do seznamu lobbistů; o nezapsání do seznamu lobbistů lobbistu písemně vyrozumí s uvedením důvodů.*
- (7) V seznamu lobbistů se uvedou a) identifikační údaje lobbisty v rozsahu podle odstavce 3 a informace podle odstavce 4, pokud je lobbista uvedl, a b) u každého lobbisty informace o sankcích uložených v souvislosti s výkonem lobbingu.*
- (8) Lobbista je povinen oznámit ministerstvu změny skutečností a údajů podle odstavce 3 do čtrnácti dnů ode dne, kdy ke změně došlo.²⁷¹*

3.1.3. Práva a povinnosti lobbistů

V následujících bodech definuje návrh zákona o lobbingu povinnosti a práva osob definovaných jako lobbisté. Vzhledem k tomu, že jsou to jediné texty o lobbingu, lobbistech a osobách lobbovaných vztahující se k právnímu řádu České republiky (i když pouze ve fázi návrhu), uvádíme je rovněž v plném znění.

- (1) Lobbista zapsaný v seznamu lobbistů má právo na vstup do objektů komor Parlamentu v souladu s pravidly stanovenými usnesením komory Parlamentu. Obdobná práva má lobbista, i pokud jde o vstup do objektů krajů, obcí nebo městských částí, kde probíhají veřejná jednání jejich orgánů.*
- (2) Lobbista má právo účastnit se veřejných schůzí výborů, komisí a podvýborů obou komor Parlamentu a výborů zastupitelstev krajů, obcí a městských částí za stejných podmínek jako zástupci hromadných sdělovacích prostředků. Lobbista má právo vystoupit s časově předem*

²⁷¹ Parlament České republiky. Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu).

ohraničeným příspěvkem na jednání výboru, podvýboru nebo komise obou komor Parlamentu nebo výborů kraje, obce nebo městské části, navrhne-li to některý z členů těchto orgánů.

- (3) *Lobbista má právo požadovat, aby jeho stanovisko bylo věcně příslušným orgánem veřejné moci zveřejněno odkazem z internetových stránek orgánu veřejné moci; orgán veřejné moci je oprávněn požadovat úhradu nákladů.*
- (4) *Lobbista zapsaný v seznamu lobbistů je povinen ministerstvu, v případě lobbistických kontaktů s poslanci mandátovému a imunitnímu výboru Poslanecké sněmovny a v případě lobbistických kontaktů se senátory mandátovému a imunitnímu výboru Senátu, oznamovat pravidelně, písemně i elektronickou formou, vždy do posledního dne kalendářního čtvrtletí za předcházející čtvrtletí seznam lobbistických kontaktů s uvedením:*
- a) doby a způsobu jejich uskutečnění,*
 - b) orgánu, v němž působí veřejný funkcionář nebo jehož zaměstnancem je osoba, u nichž uskutečnil lobbistický kontakt,*
 - c) jména a příjmení veřejného funkcionáře, pokud se lobbistický kontakt uskutečnil s veřejným funkcionářem,*
 - d) návrhu předpisu nebo dokumentu, kterého se lobbistický kontakt týkal,*
 - e) seznamu klientů, v jejichž prospěch nebo na jejichž žádost byl lobbistický kontakt uskutečněn.*
- (5) *Ministerstvo, mandátový a imunitní výbor Poslanecké sněmovny a mandátový a imunitní výbor Senátu zveřejní u každého lobbisty způsobem podle § 4 odst. 1 informace předkládané podle odstavce 4 do patnácti dnů ode dne, do kterého měly být lobbistou oznámeny, případně do patnácti dnů ode dne, kdy byly oznámeny opožděně.*
- (6) *Oznámení podle odstavce 4 se podávají na formuláři, jehož strukturu a formát stanoví Ministerstvo vnitra vyhláškou.²⁷²*

²⁷² Parlament České republiky. Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu).

3.1.4. Povinnosti lobbovaných

Návrh zákona dále vymezuje povinnosti veřejných činitelů ve smyslu osob lobbovaných. Opět uvádíme v plném navrhovaném znění:

- (1) Veřejný funkcionář nesmí vykonávat lobbying, nesmí být s lobbistou v pracovním poměru, obdobném pracovněprávním vztahu nebo jiném právním vztahu, na základě kterého by byl povinen postupovat podle pokynů lobbisty, jednat jeho jménem nebo vykonávat jinou činnost pro lobbistu za odměnu pro sebe nebo spřízněnou osobu. Veřejný funkcionář nesmí přijmout nebo dát si zprostředkovat nebo slíbit od lobbisty jakoukoli výhodu, a to ani po skončení své funkce, ani uzavřít s ním smlouvu o půjčce, o úvěru nebo obdobný právní vztah, způsobilý zastříit poskytnutí výhody.*
- (2) Veřejní funkcionáři oznamují ministerstvu, poslanci však mandátovému a imunitnímu výboru Poslanecké sněmovny a senátoři mandátovému a imunitnímu výboru Senátu, do patnáctého dne následujícího měsíce za předcházející čtvrtletí písemně i elektronickou formou svůj pracovní program.*
- (3) Pracovním programem se pro účely tohoto zákona rozumí časový rozvrh pracovních schůzek, na nichž došlo k osobnímu lobbistickému kontaktu, s uvedením jména lobbisty a klienta, místa a data schůzky a s uvedením předpisu, dokumentu nebo jiné věci, jíž se schůzka týkala. Povinnost zveřejnit informace o pracovní schůzce se nevztahuje na informace, které se podle zvláštního zákona nezpřístupňují.²⁷³*
- (4) Oznámení podle odstavce 2 se podávají na formuláři, jehož strukturu a formát stanoví Ministerstvo vnitra vyhláškou.*
- (5) Ministerstvo, mandátový a imunitní výbor Poslanecké sněmovny a mandátový a imunitní výbor Senátu zveřejní oznámení podle odstavce 2 způsobem podle § 4 odst. 1 věty druhé do patnácti dnů ode dne, kdy mu bylo oznámení doručeno.²⁷⁴*

273 § 7 až 12 zákona č. 106/1999 Sb., ve znění pozdějších předpisů.

274 Parlament České republiky. Návrh zákona o lobbyingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbyingu).

3.1.5. Navrhované sankce

Návrh zákona definuje sankce ve vztahu ke konkrétním paragrafům dotčených zákonů:

- (1) *Lobbista se dopustí přestupku, pokud*
 - a) *nesplnil povinnost podle § 4 odst. 2,*
 - b) *porušil povinnost podle § 4 odst. 8,*
 - c) *neuvedl nebo nezveřejnil ve stanovené lhůtě údaje podle § 5 odst. 4 nebo uvedl zjevně nepřesné, neúplné nebo nepravdivé údaje nebo*
 - d) *porušil zákaz podle § 6 odst. 1.*
- (2) *Za přestupek podle odstavce 1 lze uložit pokutu do 1 000 000 Kč nebo zákaz činnosti do 5 let.*
- (3) *Při stanovení výše pokuty se přihlíží k závažnosti přestupku, zejména ke způsobu a okolnostem jeho spáchání, k významu a rozsahu jeho následků, době trvání protiprávního jednání a ke skutečnosti, zda se odpovědná osoba přičinila o odstranění nebo zmírnění škodlivých následků.*
- (4) *Přestupky podle odstavce 1 projednává v přenesené působnosti obecní úřad obce s rozšířenou působností, v jejímž územním obvodu má lobbista trvalý pobyt. V řízení se postupuje podle zákona o přestupcích²⁷⁵ s výjimkou jeho § 84 až 87, pokud tento zákon nestanoví jinak.*
- (5) *Pokuty uložené za přestupky podle odstavce 1 vybírá a vymáhá orgán, který je uložil; příjem z pokut je příjmem rozpočtu obce, jejíž orgán pokutu uložil.*
- (6) *Pokuta je splatná do 30 dnů ode dne, kdy rozhodnutí o jejím uložení nabylo právní moci.*
- (7) *O uložených sankcích informuje orgán, který sankci uložil, ministerstvo.²⁷⁶*

²⁷⁵ Zákon č. 200/1990 Sb., o přestupcích, ve znění pozdějších předpisů.

²⁷⁶ Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu).*

3.1.6. Dodatky návrhu zákona o lobbingu

Uvádíme rovněž podstatné dodatky návrhu zákona o lobbingu:

- (1) *Každý má právo písemně sdělit ministerstvu, popřípadě mandátovému a imunitnímu výboru Poslanecké sněmovny nebo mandátovému a imunitnímu výboru Senátu, skutečnosti, které nasvědčují o nepravdivosti nebo neúplnosti údajů uvedených v seznamu lobbistů a ve zveřejněných oznámeních lobbistů a veřejných funkcionářů; sdělení lze podat též v elektronické podobě prostřednictvím veřejné datové sítě. Orgán podle věty první do 30 dnů ode dne obdržení sdělení písemně oznámí tomu, kdo sdělení podal, jak bylo s jeho sdělením naloženo; bylo-li sdělení učiněno v elektronické podobě, lze odpovědět též tímto způsobem.*
- (2) *Ministerstvo, mandátový a imunitní výbor Poslanecké sněmovny nebo mandátový a imunitní výbor Senátu, pokud se z dostupných informací dozví, že se lobbista nebo veřejný funkcionář dopustil jednání, které má znaky přestupku, oznámí takovou skutečnost bezodkladně příslušnému orgánu, který je oprávněn přestupek projednat.*
- (3) *Ministerstvo zveřejní v seznamu lobbistů uloženou sankci s informací, za porušení jaké povinnosti byla uložena. Ze zveřejnění podle věty první musí být zřejmé, kterého lobbisty se uložená sankce týká.²⁷⁷*

3.2. Lobbing a střet zájmů

S lobbingem úzce souvisí problematika střetu zájmů, na kterou návrh zákona o lobbingu ve své druhé části rovněž pamatuje. Pokud problematika střetu zájmů souvisí s politickým lobbingem, potom bude taková souvislost dvojnásob platit pro firemní *in-house lobbying*, neboť firemní (interní) lobbista lobbuje za zájmy „své“ firmy. Proto je na místě uvést také návrh změny zákona o střetu zájmu v souvislosti s lobbingem.

²⁷⁷ Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu).*

Zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů, ve znění zákona č. 216/2008 Sb., zákona č. 158/2009 Sb. a zákona č. 281/2009 Sb., se mění takto:

- 1. § 5 odst. 2 zní: „Veřejnému funkcionáři uvedenému v § 2 odst. 1 písm. l) a m), který působí v řídicích, dozorčích nebo kontrolních orgánech podnikající právnické osoby, pokud v ní kraj nebo obec nebo jimi ovládaná osoba má podíl nebo hlasovací práva, nenáleží za tuto činnost odměna.“*
- 2. V § 9 se doplňuje odstavec 3, který zní: „Oznámení podle odstavce 1 je o svých činnostech povinen učinit nejpozději do 30. června následujícího kalendářního roku obdobně asistent poslance nebo senátora.“*
- 3. V § 23 odst. 1 se tečka na konci nahrazuje čárkou a doplňují se písm. e) až h), která znějí:*
 - e) nezveřejnil ve stanovené lhůtě pracovní program podle zvláštních předpisů o lobbingu nebo v něm uvedl zjevně nepřesné, neúplné nebo nepravdivé údaje,*
 - f) vykonává lobbing podle zvláštních předpisů o lobbingu,*
 - g) je s lobbistou v pracovním poměru, obdobném pracovněprávním vztahu nebo jiném právním vztahu, na základě kterého by byl povinen postupovat podle pokynů lobbisty, jednat jeho jménem nebo vykonávat jinou činnost pro lobbistu za odměnu pro sebe nebo spřízněnou osobu podle zvláštních předpisů o lobbingu,*
 - h) vykonává činnost pro lobbistu za odměnu pro sebe nebo spřízněnou osobu podle zvláštních předpisů o lobbingu nebo přijme nebo si dá zprostředkovat nebo slíbit od lobbisty jakoukoli výhodu, byť i po skončení své funkce, nebo uzavře s lobbistou smlouvu o půjčce, o úvěru nebo obdobný právní vztah, způsobilý zastřít poskytnutí výhody.²⁷⁸*

Závěrem tohoto bodu dodejme zajímavou skutečnost, že návrh zákona poslanecké sněmovny České republiky byl s menšími úpravami převzat z návrhu Národní rady Slovenské republiky z roku 2005, který byl připraven na základě úpravy platné v USA po konzultacích s podnikateli v oblasti lobbingu. Zákon na Slovensku rovněž doposud nebyl přijat.²⁷⁹

²⁷⁸ Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu).*

²⁷⁹ Srov. Sociologický ústav AV ČR. *Zásady reformy regulace lobbingu.* [2021-3-29]. <zasady_reformy_regulace_lobbingu_eps_soc_ustav.pdf (frankbold.org)>.

3.3. Aktuální návrh zákona z roku 2019

Jak už bylo řečeno výše, návrh zákona o lobbingu z roku 2009 nebyl přes zjevné snahy schválen. Místo jeho schválení – dnes (2022) již bývalý – premiér České republiky Andrej Babiš a ministryně spravedlnosti Marie Benešová předložili nový návrh zákona o lobbingu. Aktuální návrh zákona je násobně rozsáhlejší, a proto jej nebudeme uvádět v plném znění, ale nabídneme výtah podstatných změn a klíčových myšlenek celého textu.

V aktuálním návrhu zákona je pregnatněji a jasněji definována podstata lobbingu, což je pozitivní posun vzhledem k původnímu návrhu, kde přesná definice lobbingu chyběla a byla jen naznačena v obecné části, tedy v textu, který pouze vysvětloval jednotlivé body návrhu zákona. Podle aktuálního návrhu se lobbingem míní:

„... soustavná činnost spočívající v komunikaci, uskutečňovaná lobbistou za účelem ovlivnění jednání lobbovaného při přípravě, projednávání nebo schvalování

a) právního předpisu, který schvaluje Parlament nebo vydává vláda, ústřední správní úřad, správní úřad s celostátní působností nebo Česká národní banka, nebo

b) dokumentu obsahujícího koncepci rozvoje odvětví svěřeného ústřednímu správnímu úřadu, který schvaluje vláda nebo vedoucí ústředního správního úřadu.“²⁸⁰

Vymezení činnosti, která se podle návrhu zákona nepovažuje za lobbing, je v novém návrhu téměř totožná s původním návrhem, liší se pouze uspořádáním. Bod definující lobbovanou osobu je mírně rozšířený, např. o poradce člena vlády nebo zaměstnance zařazeného v kabinetu člena vlády. V bodě, který definuje osobu lobbisty, je nově vymezeno, že lobbista nesmí být ten, kdo byl v minulosti odsouzen za činnost spojenou s lobbováním. Není zde však vymezeno, co znamená soustavná činnost. V původním návrhu sice najdeme přesné vymezení soustavné činnosti, ovšem za lobbistu je tam označen člověk, který vykonává lobbing, aniž by byl lobbing pregnatně definován. Oba návrhy zavádějí registr lobbistů s přesným seznamem lobbistů i lobbovaných, jasně vymezující práva a povinnosti lobbistů a také povinnosti lobbovaných osob. Nový návrh zákona navíc definuje ukončení lobbistické činnosti a povinnost ohlášení této skutečnosti včetně výmazu z registru lobbistů. Lobbista je

280 VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. *Návrh zákona o lobbování*. (30.7.2019) [2019-8-17].
<<https://apps.odok.cz/veklep-detail?pid=KORNB4B9CNQE>>.

podle nového návrhu zákona povinen podávat zprávu o své činnosti elektronickou formou za každé uplynulé čtvrtletí, a to i tehdy, pokud žádnou lobbistickou činnost neprovozoval. Elektronickou zprávu je nově povinen do registračního systému uložit také lobbovaný. Nový návrh zákona přesně upravuje všechny náležitosti této zprávy. Pro účely této práce není nutné všechny tyto body vyjmenovávat. Nový návrh zákona měl původně vstoupit v platnost 1. 1. 2021,²⁸¹ což se ovšem nestalo.

3.4. Námitky

Mezi problematickými momenty návrhu zákona o lobbingu je v odborné literatuře uváděn registr lobbistů. Jde bezpochyby o krok správným směrem, ovšem bude nezbytné systém nastavit tak, aby představoval co nejmenší zátěž a byl co nejefektivnější. Pokud by požadavky byly vnímány jako příliš byrokratické, vedlo by to k jejich neplnění a obcházení; pokud bude podání zprávy příliš obtížné, budou informace podávány v neúplné podobě a registr nebude efektivní. Podle Smithe a Prokeše by vyplnění lobbistického kontaktu v registru mělo trvat maximálně několik minut, jinak nebude dodržováno.²⁸² Znovu zopakujme, že by bylo více než užitečné inspirovat se poměrně přehledným a efektivním registrem lobbistů v USA.²⁸³

Podle některých odborníků je velmi důležitou informací v registru výše náhrady,²⁸⁴ tedy finanční odměna, za kterou lobbista vykonává lobbing. S tímto názorem si dovolíme polemizovat: podle našeho soudu výše náhrady s podstatou lobbingu nesouvisí. Stejně jako vynikající právník s letitými zkušenostmi a řadou úspěšně hájených soudních sporů fakturuje více (často mnohem více) než průměrný právník, bude to podobné ve světě lobbingu. Odměna lobbisty, a pro *in-house lobbistu* to platí dvojnásob, je interní záležitostí toho, kdo lobbistu najímá. Pokud souhlasíme s názorem, že lobbing má ve svobodné demokracii své místo – pakliže nepřekračuje své hranice a kompetence –, neměli bychom se nechat ovlivňovat tím, kolik peněz lobbista fakturuje. Pro nás je klíčové, že lobbista svou činnost provozuje za úplatu, tedy nikoli nezištně. Výše úplaty nás nemusí nutně zajímat, abychom mohli učinit teologicko-etickou reflexi. Taková informace v registru povede k závisti, pranýřování úspěšných a nadprůměrně placených lobbistů v médiích a k podezírání. V důsledku by

281 Srov. tamtéž.

282 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbingu v České republice*, s. 20.

283 Srov. GELAK, Deanna. *Lobbying and Advocacy*, s. 81–110.

284 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbingu v České republice*, s. 20.

firma oficiálně lobbistovi zaplatila běžnou nižší částku a větší část by lobbista fakturoval za jinou činnost, která nepodléhá registru. Firemní *in-house lobbyist* není politik, ale zaměstnanec – zveřejňování majetkových poměrů u politických reprezentantů je oprávněné, ale u manažerů, ředitelů nebo elitních stavbyvedoucích to podle našeho soudu není třeba.

Rozhodně je třeba vyzdvihnout a ocenit, že návrh zákona pamatuje na osobu lobbovanou jako důležitou součást lobbyingu. Právě lobbovaný je rovněž zodpovědný za výsledek lobbyingu a jeho registrace a pravdivé úplné údaje jsou velmi důležité. Zda lobbying skončí korupcí, zda se lobbying posune za hranici etické přijatelnosti, zda se lobbying stane jen prvním krokem ke kriminální činnosti, je v rukou lobbovaného, v jeho svědomí, v jeho odpovědi, v jeho jednání. Autoři návrhu zákona si toho jsou dobře vědomi, na rozdíl od některých autorů, kteří při definování lobbyingu akcentují osobu lobbisty a zcela zapomínají na osobu lobbovaného, což považujeme za nedostatek.

Odborníci se shodují, že legislativní úprava lobbyingu pomůže zejména k vyšší transparentnosti rozhodovacích procesů a tvorby zákonů, k posílení zdravé veřejné kontroly, k omezení privilegování dílčích privátních zájmů a k omezení klientelismu i korupce, jako tomu bylo a je v USA.²⁸⁵ Legislativní zakotvení dále povede k vyšší důvěryhodnosti osoby lobbisty. Někteří odborníci se dále kloní k názoru, že by měl zákon rozlišovat mezi profesionálními lobbisty, firemními *in-house lobbyist* a lobbisty nevládních organizací.²⁸⁶ Rozlišování je podle našeho názoru na místě, ovšem pravidla by měla platit pro všechny uvedené typy lobbistů stejná.

Regulace nemá znamenat represi, ale snahu o kontrolovatelné zdravé prostředí. Na právní regulaci lobbyingu musí navazovat příslušná odezva k souvisejícím zákonech: střet zájmů (na ten je pamatováno), jednací řády, veřejné zakázky a další.²⁸⁷ Podle odborníků musí regulace lobbyingu pamatovat na tři elementární body: 1. jasně lobbying definovat, 2. vymezit mechanismy posilující jeho transparentnost a zajišťující odpovědnost veřejných činitelů a 3. zajistit vymahatelnost pravidel.²⁸⁸ Podle našeho

285 Srov. GELAK, Deanna. *Lobbying and Advocacy*, s. 81–110.

286 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbyingu v České republice*, s. 64.

287 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 54.

288 Srov. tamtéž, s. 55.

soudu návrh zákona mírně selhává již v prvním bodě: Původní návrh z roku 2009 přesnou definici lobbingu vůbec nenabízel, což lze považovat za jeho nejzásadnější slabinu; současný návrh sice stručnou definici lobbingu předkládá, ale zcela opomíjí základní rozlišování na politický lobbing na jedné straně a firemní *in-house lobbying* na straně druhé; rovněž opomíjí rozlišení lobbingu neziskových organizací v zájmu obecného blaha či znevýhodněných nebo dokonce diskriminovaných skupin obyvatelstva na jedné straně a finančně zájmový soukromý lobbing na straně druhé.²⁸⁹ Alespoň toto nejzákladnější dělení, se kterým běžně pracují autoři zabývající se lobbingem z různých úhlů vědeckých pohledů, by zákon měl obsahovat. Pokud není zřejmé, co přesně regulujeme, nemůžeme to dobře, spravedlivě a efektivně regulovat. Na druhé straně je třeba ocenit, že pravidla budou nastavena pro všechny typy lobbingu stejná.

Další argumentačně silnou námitkou je konflikt registru s přijatou ochranou osobních údajů GDPR.²⁹⁰ Otázka zní, zda bude možné vzhledem k GDPR skutečně zveřejňovat osobní údaje lobbistů, lobbovaných a všech dotčených ve veřejně dostupných registrech, což návrh zákona obligatorně nařizuje rovněž u okrajově dotčených osob. Nepřichází registr příliš pozdě? Bude možné jej přijmout? Nebude se dostávat do právní kontradikce s jinými zákony? Je skutečně kogentní metoda tou správnou metodou pro demokratický dialog o velmi nejednoznačné problematice? Budou registr vyplňovat právě ti lobbisté/korupčníci či lobbisté pohybující se těsně za hranicí zákona nebo právě tito (o něž jde především) nebudou své aktivity zveřejňovat a registr budou plnit pouze ti poctiví lobbisté? Připravovaný zákon přináší mnohé otázky, ovšem to je samozřejmé a nutné. Nyní musíme vyčkat, zda a kdy bude zákon přijat a jak se skutečně promítne do praxe.

289 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

290 Srov. SOLOVE, Daniel J. – SCHWARTZ, Paul M. *EU Data Protection and the GDPR*. 1. vyd. Philadelphia: Wolters Kluwer Law & Business, 2020, s. 8–71.

4. Lobbying v širším etickém kontextu

V souladu s metodologickým třetím stupněm v rámci prvního velkého kroku nazývaného „vidět“ přinese tato kapitola připomenutí cílů teologicko-etického myšlení (seberealizace v dobrém), nahlédnutí východisek a cílů teologické etiky, všeobecných zásad a nejvyšších principů, východisek křesťanské hospodářské etiky, podnikatelské etiky i etiky filozofické. Čtvrtá kapitola je také určitým přemostěním mezi metodologickými kroky „vidět“ a „soudit“. Přiblížíme v ní, jak rozumíme (velmi nesamozřejmému) nároku filozofické i teologické etiky zasahovat do podnikatelské oblasti českého stavitelství, hodnotit lobbying a související problematiku, jaké jsou přínosy teologické etiky v hospodářské oblasti vzhledem k lobbyingu a konečně jak definujeme podnikatelskou etiku, do jejíž oblasti působnosti lobbying také patří. Budeme se rovněž tázat po důsledcích etického řízení firmy na její ekonomické a sociální cíle se zvláštním zaměřením na lobbying, s ním spojenou firemní pohostinnost a také potencionální korupci.

Následující body mohou působit jako pouhá příprava, ovšem není tomu tak, neboť je nezbytné vysvětlit a ujasnit používanou terminologii, pečlivě zdůvodnit potřebu etického zamyšlení se nad lobbyingem v hospodářských vztazích, přiblížit a vymezit podnikatelskou etiku, její nástroje a schopnost kultivovat byznys. Konečně zdůvodnit, jak může etickou diskusi v podnikatelské oblasti obohatit teologické myšlení; jinými slovy je potřeba lobbying umístit do širšího etického kontextu a provázat jednotlivé etické disciplíny, na kterých stavíme – jsou jimi filozofická etika, teologická etika a podnikatelská etika, zejména (ovšem nikoli výlučně) na rovině aplikované etiky. Bude nás zajímat, jak podnikatelská etika konvenuje s teologickou etikou, jejíž optika je pro tuto práci výchozí a stěžejní. Posuzujeme-li lobbying teologicko-etickou perspektivou, je na místě objasnit, odkud tato perspektiva vychází, co znamená a co přináší; nabízíme-li etické posouzení lobbyingu, dlužíme říci, co je etika a jaké jsou její cíle. Hovoříme-li o mravně správném/nesprávném a morálně dobrém/zlém jednání, musíme předeslat, co to v naší terminologii znamená. A zde je třeba maximálně upozornět, neboť zdánlivě jednoduché otázky „co je dobro“ a „co je zlo“, respektive, co je dobré či zlé, jsou ve skutečnosti ty nejsložitější otázky,²⁹¹ o nichž byly filozofy

291 Srov. McFARLAND, Ian A. The Problem with Evil. *Theology today* 2018, roč. 74, č. 4, s. 321–339. doi: 10.1177/0040573617731711

a teology popsány celé knihovny. Jen v oblasti etiky je tolik protichůdných odpovědí, že tyto elementární otázky nelze podceňovat, ba je zjevné, že na tyto otázky nelze podat všeobecně uspokojivou odpověď, ale pouze představit svůj postoj k nim. A právě to je cílem této – filozoficky i teologicky nejsložitější (a z téhož pohledu nejdůležitější) kapitoly práce. Zatímco představení lobbingu není nijak problematické, i když je rovněž nelze podceňovat, představení a obhájení vlastního postoje k dobru a zlu, dobrému a zlému jednání v hospodářské oblasti je závažnější výzva. Kruciólním jádrem této kapitoly je představení teologické antropologie, jejíž optikou lobbingu nazíráme. Jak již bylo řečeno, v teologicko-etické oblasti se autor práce hlásí k aristotelsko-tomistické linii. V oblasti antropologie, ze které naše posouzení lobbingu nutně vychází, konvenujeme s tím katolickým přístupem, který chápe lidskou osobu umírněně relacionálně. Toto je klíčové sdělení, neboť princip personality hraje v této práci zásadní roli, a je proto mimořádně důležité přiblížit, jak nazíráme lidskou osobu.

Cílem této kapitoly je tedy přiblížit nárok etiky, teologicko-etická východiska hospodářské etiky, klíčový teologický pojem lidská osoba ve firemních vztazích a východiska podnikatelské etiky i praktické dopady etického řízení firmy na její každodenní chod. Jsme si při tom vědomi, že nelze jednou kapitolou plně obsáhnout mnohovrstevný svět etiky v jeho rozmanitých myšlenkových liniích a jsme si také plně vědomi, že nabízíme pouze elementární východiska a myšlenkové postoje jen některých z velkých jmen etiky. Navzdory této nedostatečnosti považujeme tuto kapitolu za nezbytnou k dalšímu postupu v souladu se zvolenou metodou.

4.1. Oprávněnost etiky ve vztahu k lobbingu

Etika, jako filozofická disciplína, hodnotí lidské jednání:²⁹² posuzuje, zda je mravně správné či nesprávné, morálně dobré či zlé; táže se po dobrém životě v jeho celku, přičemž kritériem k posuzování je dobro osoby.²⁹³ Dobro osoby jako základní předpoklad a směr k posouzení mravnosti a morality lidského jednání vychází z Aristotelovy etiky ctnosti (kritériem byl zdařilý život ve svém celku)²⁹⁴ a je typické pro dnešní aristotelsko-tomistickou myšlenkovou linii etiky, kterou v práci sledujeme.

292 Srov. McAULIFFE, Donna. *Interprofessional Ethics: Collaboration in the Social, Health and Human Services*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2014, s. 86–104.

293 Srov. WEBER, Helmut. *Všeobecná morální teologie*. 1. vyd. Praha: Zvon; Praha: Vyšehrad, 1998, s. 149–171.

294 Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*, s. 23–43.

Kde však pramení oprávněnost etiky k takovým soudům? Jaký je její nárok hodnotit firemní *in-house lobbying* a stanovovat jeho kritéria i limity? Nárok etiky se v současné době zdá být nesamozřejmý – lidé ovšem vždy hodnotili jednání druhých, protože každé lidské jednání má své předpoklady a následky; nejinak tomu je také u firemního *in-house lobbyingu*. Důsledky jednání člověka jsou okamžité nebo dlouhodobé, zjevné nebo skryté, dobré nebo zlé – etika není k lidskému jednání neutrální. Etika má – a v jistém smyslu musí – hodnotit jednání lobbisty i lobbovaného. Odpověď po nároku etiky v manažersky ekonomické oblasti na oné nejzákladnější úrovni je poměrně snadná, neboť nejen etikové, ale dokonce i ekonomové tvrdí, že v pozadí poslední světové ekonomické krize byla krize morální. Privace etického myšlení v ekonomii vedla k hluboké krizi, která nakonec zasáhla celý svět.²⁹⁵

4.1.1. Oblast morální a mravní: svědomí lobbisty vs. pravidla lobbyingu

Jako filozofickou disciplínu známe etiku přinejmenším od Aristotela²⁹⁶ (384 – 322 př. n. l.), který rozlišoval v lidském životě tři roviny: teoretickou (*theoría*), tedy poznávání; praktickou (*praxis*), tedy jednání a tvořivou (*poiésis*), tedy zhotovování.²⁹⁷ Etika hodnotí rovinu praktickou, tedy lidské jednání, neboť jednání má cíl samo v sobě,²⁹⁸ zatímco poznávání a zhotovování má cíl mimo sebe, ať už v tom, co poznáváme, nebo v tom, co zhotovujeme (výrobek, článek, píseň...). Na rovině jednání v případě lobbyingu hodnotíme jak jednání lobbisty, který představuje primární aktivitu ve vztahu, tak i reaktivní jednání lobbovaného. V etice (z řeckého *ethos* s významem: zvyk,²⁹⁹ obyčej)³⁰⁰ rozlišujeme kategorie morální a mravní, navzdory tomu, že mají v běžně užívané řeči (tedy z metaetického pohledu) pro mnohé nezasvěcené uživatele jazyka stejný význam a bývají nezdědka používány jako synonyma.

Jednání člověka může být morální nebo nemorální, jinak vyjádřeno morálně dobré či zlé a mravné či nemravné, případně vyjádřeno mravně správné či mravně nesprávné.

295 Srov. SACHS, Jeffrey D. *The Price of Civilization: Reawakening American Virtue and Prosperity*. 2. vyd. New York: Random House, 2011, s. 3.

296 Srov. SKOBLÍK, Jiří. *Přehled křesťanské etiky*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1997, s. 26.

297 Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*, 291 s.

298 Srov. WEST, Andrew. After Virtue and Accounting Ethics. *Journal of business ethics* 2018, roč. 14, č. 1, s. 21–36. doi: 10.1007/s10551-016-3018-9

299 Tomáš Akvinský zdrůrazňoval, že morální ctnost získáváme zvykem, navykáním.

Srov. AKVINSKÝ, Tomáš. *Komentář k Etice Nikomachově. II. kniha*. 1. vyd. Praha: Krystal OP, 2013, s. 29.

300 Srov. VÁCHA, Marek – KÖNIGOVÁ, Radana – MAUER, Miloš. *Základy moderní lékařské etiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2012, s. 20.

Různé etické směry aplikují různá dělení a nahlížení těchto klíčových pojmů. V této práci se držíme následujícího diferencování, které navazuje na Kanta.³⁰¹ Morální (z latinského *mos*, plurál *mores*, s významem: vůle)³⁰² jednání je v souladu se svědomím jednajícího, nezávisle na objektivní stránce jednání.³⁰³ Dále rozlišujeme jednání mravné či nemravné: mravné (ze staroslovanského *nрав*)³⁰⁴ nebo také mravně správné jednání je takové, které je v souladu s obecně platnými zvyky, obyčejí, etickými normami, neboli mravy, v dané oblasti a v dané době. Mravy se také mění a vyvíjí, ovšem na rozdíl od státních zákonů, které mohou být změněny jednoduchým a rychlým procesem, mravy se obvykle mění jen velmi pomalu a nikoli radikálně.

Ve společnosti hovoříme rovněž o tzv. konformitě, tedy souhrnu naučených kulturních vzorců chování a jednání, které každá forma lidské společnosti po svých příslušnících vyžaduje.³⁰⁵ Společenský mrav – konformita – bývá v jádru velmi podobný napříč kulturami a dějinami: často vychází z imperativu nezabíjet bližního a bližnímu v nouzi pomoci. Významně se však liší vymezení bližního, jak ukážeme v kapitole věnované lidské osobě.

Kategorie mravní hodnotí objektivní, exogenně danou, obsahovou stránku jednání,³⁰⁶ zatímco kategorie morální hodnotí na základě vnitřních, endogenních kritérií souladu se svědomím jednajícího; zvažuje lidské jednání v dichotomii dobré–zlé.³⁰⁷ Kategorie mravní k hodnocení používá adjektiv mravné–nemravné, přičemž posuzuje jednání na základě sociálního étosu, tedy normy či zvyku determinovaného sociálním kontextem.³⁰⁸ Jednoduše vyjádřeno tedy můžeme vypovědět, že morálně dobré lobbvání je takové, které probíhá v souladu se svědomím lobbisty – každý cítí silnou subjektivitu takového posouzení. Mravně správné jednání lobbisty je potom takové, které je v souladu s pravidly, zákony, etickými kodexy, smlouvami, zvyky. Mravný či nemravný *in-house lobbying* je tedy mnohem snadněji hodnotitelný vnějším

301 Srov. ANZENBACHER, Arno. *Úvod do filozofie*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990, s. 223.

302 Srov. VÁCHA, Marek – KÖNIGOVÁ, Radana – MAUER, Miloš. *Základy moderní lékařské etiky*, s. 20.

303 Srov. ANZENBACHER, Arno. *Úvod do filozofie*, s. 223.

304 Praslovanské *nрав* se dodnes obráží v ruském нравится (podle české ortoepie čteno *nrávit'sja*) s významem líbit se, chutnat.

305 Srov. WEST, Andrew. After Virtue and Accounting Ethics, s. 21–36.

306 Srov. ANZENBACHER, Arno. *Úvod do filozofie*, s. 223.

307 Srov. WEST, Andrew. After Virtue and Accounting Ethics, s. 21–36.

308 Srov. ANZENBACHER, Arno. *Úvod do filozofie*, s. 223.

pohledem, tedy pokud existují pravidla a ta, jak jsme ukázali, v České republice prozatím neexistují. Mravní posouzení lobbingu proto bude mnohem složitější.

4.1.2. Svědomí: morální rovina lobbingu

Svědomí je schopnost člověka rozlišovat morální dobro a zlo;³⁰⁹ můžeme rozeznat svědomí předcházející (vybízející nebo varující), průběžné a následné (chválící nebo kárající) vzhledem k jednání; svědomí jisté nebo nejisté;³¹⁰ svědomí laxní (uvolněné, lehkomyšlné), skrupulózní (úzkostlivé, přecitlivělé) či perplexní (zmatené).³¹¹ Zajímavý je pohled Tomáše Akvinského (1224 – 1275), který rozeznával tři elementární roviny svědomí, *synderesis* (pra-svědomí, vrozená schopnost základního rozlišení dobra a zla), *sapientia* (internalizovaný habitus získaný vzděláním, výchovou, zkušeností) a *scientia* (konkrétní „technická“ znalost).³¹² Podle Tomáše Akvinského se svědomí na úrovni *synderesis* a *sapientia* nemůže v ryze morálním smyslu mýlit,³¹³ a to dokonce ani tehdy, když dva lobbisté dospějí na základě svého svědomí k opačnému rozhodnutí ve stejné věci.³¹⁴ V morálním smyslu nemůže stát nad svědomím jednajícího žádná nadřazená autorita, protože má-li být výkon lobbistova svědomí autonomní,³¹⁵ nemůžeme nad něho stavět autoritu, která by jej determinovala, a negovala tak skutečnou autonomii.³¹⁶ Řečeno kantovsky bychom museli hovořit o heteronomním výkonu svědomí. Lobbista by jistě měl znát zákon, mravy, v případě křesťana doporučení magisteria, názor uznávaných odborníků či přátel, kterým důvěřuje, ale nad svědomí v ryze morální oblasti nelze nadřazovat jinou autoritu. Pokud by lobbista dospěl na základě výše uvedených vodítek ve svém svědomí k dobrému řešení (k dobru v dané věci), ale jednal by opačně, protože to nařizuje např.

309 Srov. KOERPEL, Robert C. *Contemplating the Future of Moral Theology*. 1. vyd. Eugene, Oregon: Wipf and Stock Publishers, 2017, s. 1–19.

310 Srov. GLACKIN, Shane N. *Obligations of Conscience*, s. 1–24.

311 Srov. CURRAN, Charles E. *Conscience*. 1. vyd. New York: Paulist Press, 2004, s. 51–64.

312 Srov. SOMME, Luc-Thomas. The Infallibility, Impeccability and Indestructibility of Synderesis. *Studies in Christian ethics* 2006, roč. 19, č. 3, s. 403–416. doi: 10.1177/0953946806071563

313 Srov. ELDERS, Leo J. *The Ethics of St. Thomas Aquinas: Happiness, Natural Law, and the Virtues*. 1. vyd. Washington: Catholic University of America Press, 2019, s. 212.

314 Srov. KACZOR, Christopher – SHERMAN, Thomas. *Thomas Aquinas on the Cardinal Virtues: A Summa of the Summa on Prudence, Justice, Temperance, and Courage*. 1. vyd. Washington: Catholic University of America Press, 2020, s. 4.

315 Auto = vlastní, nomos = zákon.

316 Srov. CURRAN, Charles E. *Sixty Years of Moral Theology: Readings in Moral Theology no. 20*. 1. vyd. New York: Paulist Press, 2020, s. 51.

etický kodex nebo firemní nařízení, konal by morální zlo a to je v teologické etice považováno za nepřipustné.³¹⁷

Svědůmím se zabývali největší filozofové, teologové a myslitelé lidských kulturních dějin a jeho diskurz sahá daleko před Sókrata (469 – 399 př. n. l.), který jej nazýval *daimonion*. Historie diskurzu je mimořádně zajímavá a bohatá, leč periodizací vývoje se nebudeme vzhledem k tématu dále zabývat. Přistoupíme proto k současnému pohledu teologické etiky na svědomí, jak je zakotven v magisteriálních dokumentech. Dokument II. vatikánského koncilu *Gaudium et spes* nazírá svědomí jako nejnaternější svatyni člověka, kde se setkáváme s hlasem Božím (GS 16). Dokument *Dignitatis humanae* dokonce vypovídá, že nikdo nesmí být v náboženské oblasti nucen jednat v rozporu se svým svědomím (DH 1) a svědomí je pro člověka závazné;³¹⁸ jinými slovy výsledek myšlenkového procesu, se kterým se ve svědomí ztotožníme, jsme povinni respektovat (DH 2), i kdyby to přinášelo potíže, nebo dokonce bylo v rozporu s exogenním mravem nebo legislativním nařízením, jak bylo právě demonstrováno na příkladu lobbistova rozhodnutí. Pro naše teologicko-etické posouzení *in-house lobbying* je moralita lobbistova jednání obtížně nahlédnutelná, ovšem zůstává jedním ze dvou pilířů teologicko-etické reflexe. Lobbistovo svědomí je jedním z klíčových faktorů.

Mimořádně zajímavý spor o autoritu svědomí se rozhořel ve vrcholné scholastice:³¹⁹ zatímco významný teolog Petr Lombardský (1100 – 1160) proslulý zejména díky svým *Sentencím*³²⁰ v případě konfliktu mezi svědomím a zákonem nebo nadřízenou autoritou volil vnější lojalitu, a tedy podřízení se autoritě, jedna z největších teologických autorit nejen scholastiky, ale celých dějin teologického myšlení, Tomáš Akvinský,

317 Srov. ADAMS, Robert M. Human Autonomy and Theological Ethics. *European journal for philosophy of religion* 2016, roč. 8, č. 3, s. 3–20. doi: 10.24204/ejpr.v8i3.1665

318 Srov. GLACKIN, Shane N. Obligations of Conscience, s. 1–24.

319 Periodizace teologického myšlení rozlišuje klíčové epochy na patristiku (období církevních otců od konce novozákonního období přibližně do přelomu 6. a 7. stol.), monastiku (teologie se provozovala zejména v monastýrech přibližně do 12. stol), scholastiku (z části se překrývající s monastickým obdobím, svého vrcholu dosahující ve 13. stol. a v úpadkové podobě trávající do Tridentského koncilu mezi lety 1545 – 1563) a manualistiku (od Tridentu do II. vatikánského koncilu, který navrhuje obnovu metody teologické práce ve dvou elementárních krocích 1. *Auditus fidei*, 2. *Intellectus fidei*, platných v současné době).

320 Čtyři knihy sentencí Petra Lombarského se staly standardní učebnicí teologie na všech středověkých univerzitách. Byly vystavěny na metodě tzv. kvestií (*quaestiones*), tedy teologických otázek, které se řešily metodologickým trojkrokem: *fundamentum* (argumenty autorit ve prospěch vymezeného teologického problému), *sed contra* (argumenty autorit proti danému tvrzení), *respondeo* (samostatná odpověď studenta). Srov. např. POSPÍŠIL, Ctírad Václav. *Hermeneutika mystéria*, s. 51.

– v jehož díle můžeme s užitekem nazírat dialog mezi teologií a ekonomikou³²¹ –, který provedl tzv. reinkulturaci teologického myšlení na Aristotelův filozofický odkaz³²² a k vlivnému augustinško-platónskému teologickému proudu přidal neméně vlivný aristotelsko-tomistický (k němuž se v této práci kloníme), zastával nadřazenost svědomí nad jakoukoli heterogenní autoritou.³²³ Tomáš Akvinský si byl dobře vědom, že dva různí lidé mohou zaujmout zcela opačné stanovisko k téže problematice a to v souladu se svým svědomím, přesto v morální oblasti hájí svědomí jako nejvyšší autoritu, která se na úrovni synderesis a sapientia nemůže v ryze morálním smyslu mýlit.³²⁴ Tato problematika bude klíčová v morálním posouzení lobbisty a lobbovaného, neboť z logiky věci vyplývá, že lobbista a lobbovaný mohou tutéž situaci vyhodnotit jeden jako morálně dobrou (v souladu se svědomím) a druhý jako morálně zlou (v rozporu se svědomím).³²⁵

Člověk by měl podle východisek teologické etiky v životě jednat mravně správně a morálně dobře – v ideálním případě jde takové jednání v obou oblastech ruku v ruce (svědomí lobbisty např. velí využít pouze symbolické firemní pohostinnosti a totéž navrhuje etický kodex firmy a povoluje zákon); pokud se ovšem mravní a morální oblast dostanou do konfliktu, člověk musí volit: podle aristotelsko-tomistických etických východisek jsme vázáni jednat v souladu se svědomím, jinak bychom vědomě konali morální zlo, a to je nepřipustné, i kdyby nás k tomu nutil zákon nebo nadřízený.³²⁶ Hovoříme o tzv. principu epikie,³²⁷ jehož základy artikuloval Aristotelés³²⁸ a jehož nejvýznačnějšími reprezentanty se stali zejména Albert Veliký (1206 – 1280) a Tomáš Akvinský. Princip epikie říká, že tam, kde litera zákona nedává jednajícím

321 Srov. HIRSCHFELD, Mary L. *Aquinas and the Market. Toward a Humane Economy*. 2. vyd. Cambridge, London: Harvard University Press, 2018, s. 19–32.

322 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Hermeneutika mystéria*, s. 52.

323 Srov. POTTS, Timothy C. *Conscience in Medieval Philosophy*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2002, s. 122–136.

324 Srov. SOMME, Luc-Thomas. The Infallibility, Impeccability and Indestructibility of Synderesis, s. 403–416.

325 Srov. GLACKIN, Shane N. Obligations of Conscience, s. 1–24.

326 Autor tematiku zpracoval rovněž vzhledem k jinému tématu: srov. HAVELKA, Ondřej. Synkretismus katolického křesťanství a západoafrického vodunu z teologicko-etické perspektivy. *Studia Theologica* 2021, roč. 23, č. 3, s. 149–174. doi: 10.5507/sth.2021.033 a také HAVELKA, Ondřej. The Syncretism of the Gabonese Bwiti Religion and Catholic Christianity from a Theological and Theological-Ethical Perspective. *AUC Theologica* 2022, roč. 12, č. 1, s. 145–159. doi: 10.14712/23363398.2022.22

327 Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*, s. 131–133.

328 Srov. WEST, Andrew. After Virtue and Accounting Ethics, s. 21–36.

smysl, má jednat podle smyslu (ducha) zákona, jak jej chápe ve svém svědomí jako nejlepší možné jednání, jako uskutečněné dobro.³²⁹

Pokud by *in-house lobbyist* nutil majitel firmy, aby nabídl vyšší než zákonem nebo etickým kodexem druhé strany povolenou firemní pohostinnost, ovšem lobbyist by to ve svém svědomí shledal jako ne-dobré jednání, neměl by to z morálního pohledu dělat, i kdyby mu to přineslo problémy s nadřízeným. Nad svědomím v ryze morální oblasti nesmí stát nadřízený. To je ovšem v praxi nejen ve stavebních firmách velmi nesamozřejmé: naopak se zdá, že v *některých* soukromých firmách stojí majitel nad všemi ostatními autoritami, ať už zákony, mravy nebo svědomím zaměstnanců a to samozřejmě není správné. Svědomí se nesmí bát přijmout zodpovědnost za vlastní rozhodnutí, nesmí se schovávat za cizí příkazy a vymlouvat se na nemožnost vlastního rozhodnutí. Je to lobbyist, kdo jedná, nikoli jeho nadřízený, který jej do terénu vysílá.

4.1.3. Mravní nárok na regulaci lobbingu

Když etika obhajuje konkrétní normy (deontologicky, teleologicky...) ³³⁰ a konkrétní východiska zdůvodnění mravní povinnosti (přirozený zákon, etika ctností, situační etika...), ³³¹ neměla by se omezovat pouze na zodpovězení otázky „jak jednat“, což se v historii často dělo, ³³² ale také „proč takto jednat“. Norma či povinnost by měla být vždy komunikovatelná, měla by vždy racionálně a pochopitelně zdůvodnit *co*, ale také *proč* má člověk dělat. ³³³ Proto v této práci hledáme nejen exogenně definovaná pravidla firemního *in-house lobbingu*, ale také, a to zejména, zdůvodňující kritéria mravně legitimního *in-house lobbingu*.

329 Srov. HRDINA, Ignác Antonín – SZABO, Miloš. *Teorie kanonického práva*. 1. vyd. Praha: Karolinum Press, 2020, s. 174.

330 Deontologie uznává existenci platných norem a pravidel, kterými by se jednání mělo řídit a vždy je brát v potaz. Typická je v tomto ohledu deontologická etika povinnosti Imanuela Kanta (1724 – 1804), srov. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*. 2. vyd. Praha: Svoboda, 1990, 128 s. Teleologie naopak hodnotí lidské jednání na základě jejich cíle, případně konsekvencí, např. proporcionalismus, konsekvencialismus nebo situační etika. Srov. FLETCHER, Joseph F. *Situation Ethics: The New Morality*. 1. vyd. Louisville, London: Westminster John Knox Press, 1997, s. 17–39.

331 Srov. např. monografii věnující se těmto přístupům k etice v celém svém rozsahu: RICKABY, Joseph. *Moral Philosophy: Ethics, Deontology and Natural Law*. 1. vyd. Glasgow: Good Press, 2019, 315 s.

332 Obrat od heteronomně pojaté křesťanské morálky k morálce autonomní přichází až s II. vatikánským koncilem (1962 – 1965). Obrat od heteronomního zdůvodňování povinnosti k autonomnímu neznamenal změnu normy, ale spíše změnu formy, jakou byla norma předkládána a zdůvodňována.

333 Srov. WEBER, Helmut. *Všeobecná morální teologie*, s. 81.

Kritéria mají sloužit ke zodpovědnému autonomnímu rozhodování,³³⁴ o to spíše v době, kdy Česká republika nemá platný zákon o lobbingu. Etické kodexy často říkají, jak jednat a nejednat, ale nedodávají ani základní zdůvodnění. V návrhu kodexu lobbisty se pokusíme být vyvážení a kromě doporučení nabídneme rovněž stručné a jasné vysvětlení.

Podle výše přiblíženého principu epikie má člověk za úkol³³⁵ jednat v ideálním případě morálně dobře a mravně správně: má jednat v souladu se svým svědomím a přidržet se poznané pravdy, ovšem protože se jeho jednání dotýká také ostatních, má také jednat podle aktuálně platných společenských norem.³³⁶ Vyjádření typu „kde končí svoboda moje, začíná svoboda druhého“ nám v etice zdaleka nestačí, vždyť jednotlivé svobody se při společném soužití prostupují, prolínají, ovlivňují a závisí na sobě. Zbývá tedy zdůvodnit, proč v této práci hledáme kromě kritérií také exogenní pravidla firemního *in-house lobbyingu*. Autonomie svědomí nemá znamenat mravní libovůli,³³⁷ vnější pravidla jako orientační horizont musí existovat, aby společnost fungovala, byla bezpečnější, předvídatelnější a umožňovala lidské osobě rozvinout svou svobodu.³³⁸ Etika si neklade za cíl primárně zakazovat nebo brzdit – existuje naopak proto, aby pomáhala v orientaci při obtížném rozhodování a tříbila svědomí k převzetí plné odpovědnosti za vykonané činy; etika umocňuje k odpovědnému jednání. Pravidla nemají svobodu omezovat, ale umožňovat.³³⁹ Stejně tak potřebuje svá vnější pravidla firemní *in-house lobbying*, aby tak mohl být svobodně a legitimně využíván. Odůvodněním pro vnější regulaci a navržení vnitřních kritérií rozhodování ve firemním *in-house lobbyingu* je snadné překročení do oblasti korupce a vstup na tzv. kluzký svah.

Etika napomáhá rozlišovat dobro a zlo v nesamozřejmých situacích: vyjadřuje skutečnosti, které jednající z rozličných důvodů nevidí a pomáhá na cestě skutečné seberealizace – pomáhá nesejít ze správné cesty. Etika pomáhá žít a v našem případě také podnikat v „dobrém“, a to nejen pro sebe, ale také pro druhé. „*Etika je hledáním.*“

334 Srov. ADAMS, Robert M. *Human Autonomy and Theological Ethics*, s. 3–20.

335 Franz Böckle nazírá lidský život a svobodu volby jako dar a zároveň úkol: hovoří o tzv. teonomní autonomii. Srov. BÖCKLE, Franz. *Fundamental Moral Theology*. 1. vyd. Pueblo: Pueblo Publishing Company, 1980, s. 6–8.

336 Srov. SKOBLÍK, Jiří. *Přehled křesťanské etiky*, s. 86.

337 Srov. GLACKIN, Shane N. *Obligations of Conscience*, s. 1–24.

338 Srov. ADAMS, Robert M. *Human Autonomy and Theological Ethics*, s. 3–20.

339 Srov. VELKLEY, Richard. *Freedom and the Human Person*. 1. vyd. Washington, D.C.: Catholic University of America Press, 2007, s. 70–79.

*Je úvahou a rozpravou o tom, co je a co není dobré, přičemž motivem úvahy i rozpravy je starost. Kde této starosti není, přichází etika zkrátka.*³⁴⁰

4.1.4. Otázky metaetiky, fundamentální etiky a aplikované etiky

Etika si při hodnocení lidského jednání klade určitý druh otázek: elementární etickou otázkou, kterou si v této práci pokládáme, je, zda se firemní *in-house lobbying* odehrává v prostoru dobra či nikoli; jinými slovy, zda přináší dobro participujícím členům, ale také zda nepřináší zlo třetí (nebo další) straně případně vzdáleným účastníkům, v podnikatelské oblasti např. konkurentům v hospodářské soutěži.

Etika se také táže, zda *in-house lobbying* přináší dobré nebo zlé krátkodobé i dlouhodobé konsekvence. V této práci se nezabýváme otázkami fundamentální etiky, proč jednat morálně dobře a mravně správně, ani metaetickými otázkami. Metaetika³⁴¹ – vycházející z filozofie jazyka³⁴² – se zabývá otázkami, jak vlastně používáme pojmy jako svědomí, mravní povinnost, dobro nebo spravedlnost, jak jim rozumíme na úrovni jazyka, jakou povahu má mravní argumentace, jaké významové zabarvení mají stejné pojmy v různých jazycích a zda se v překladu neztrácí původní význam.³⁴³ Fundamentální etika řeší otázky zdůvodňující mravní a morální povinnost, otázky, co je dobro, proč mám jednat dobře a nikoli zle, co je spravedlnost a podobně. Aplikovaná etika se potom táže, zda je konkrétní jednání dobré či zlé, mravné či nemravné.³⁴⁴ Hodnotí konkrétní jednání, např. zda je lobbistovo jednání mravné či nemravné, čímž je nejvíce spjatá s praxí. Otázky z oblasti fundamentální etiky si neklade, ovšem bez jejích východisek se samozřejmě neobejde. Právě na rovině aplikované etiky se odvíjí tato práce zabývající se teologicko-etickým posouzením firemního *in-house lobbyingu*. Klademe si převážně otázky z oblasti aplikované etiky a v návrzích kritérií a kodexu lobbisty na ně přinášíme návrhy možných odpovědí. Vytyčení prostoru v oblasti hospodářské etiky bude provedeno v příslušném bodě.

340 PŘÍHODA, Petr. Pěstování oboru etiky v situaci přebujelého pragmatismu. *Medicínská etika a bioetika* 1994, roč. 1, č. 3, s. 6–8.

341 Srov. SHAFER-LANDAU, Russ. *Oxford Studies in Metaethics Volume 15*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2020, s. 140–169.

342 Srov. KIRCHIN, Simon. Ethical Phenomenology and Metaethics. *Ethical theory and moral practice* 2003, roč. 6, č. 3, s. 241–264. doi: 10.1023/A:1026012823909

343 Srov. THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004, s. 12.

344 Srov. tamtéž, s. 13.

4.1.5. Filozofická a teologická etika

V této práci dále rozlišujeme dva elementární přístupy k etice: filozofický a teologický. Stručně řečeno: filozofická etika hodnotí lidské jednání ve vztahu k pravdě o člověku poznávané rozumem;³⁴⁵ teologická etika hodnotí lidské jednání ve vztahu k pravdě o člověku poznávané rozumem, nazírané ve světle Božího³⁴⁶ zjevení.³⁴⁷ Teologická etika³⁴⁸ se kromě pravd o člověku nazíraných rozumem řídí dále poznáváním ve světle Božího zjevení, které před náš rozum přináší Písmo a tradice,³⁴⁹ opírá se o nauku církevních otců, významných křesťanských myslitelů a o učitelský úřad církve (*magisterium*). Tato práce vychází z teologické etiky, ovšem z podstaty věci se s filozofickou etikou rovněž prolíná.

Podle Helmuta Webera, který předkládá agregátní pohled na problematiku jedince vs. společnosti, odmítá teologická etika krátkozraké podrobení jednotlivce celku, protože takové myšlení nutně vede ke zvěčňování člověka.³⁵⁰ Zvěčňování člověka – neslučitelné s východisky teologické etiky vystavěné na principu personality – se děje od nepaměti. Důstojností dělníků a důrazným varováním před jejich zvěčňováním se zabývala mimo jiné již sociální encyklika *Rerum Novarum* papeže Lva XIII. z roku 1891.³⁵¹ Situace v průmyslu stále není zdaleka ideální. Jakýkoli druh sociální totality nadřazující celek nad jednotlivce, obětující jednotlivce celku, je teologickou etikou odmítán – jednatel je vždy základem, účinnou příčinou i cílem každého společenského zřízení.³⁵² Etika hraje důležitou úlohu od doby, kdy je člověk člověkem a svobodně jedná: „*Etika se zrodila společně se svobodou, etika se narodila ve chvíli,*

345 Srov. SKOBLÍK, Jiří. *Přehled křesťanské etiky*, s. 19.

346 Křesťanství je tzv. zjevené náboženství. Křesťanská teologie vychází ze zjevení, které se událo v tzv. dějinách spásy (*historia salutis*). Všeobecné dějiny spásy začínají stvořením, partikulární dějiny spásy potom začínají povoláním Abrama (Gn 11). Trojjediný Bůh se nám zjevil (DV 1) a odhalil nám cestu k tajemství Trojice (*mysterium Trinitatis*). O zjevení se dovídáme prostřednictvím Písma svatého Starého i Nového zákona, apoštolské Tradice a magisteria (DV 2).

347 Srov. SKOBLÍK, Jiří. *Přehled křesťanské etiky*, s. 19.

348 Synonymem teologické etiky je morální teologie. Jedná se o záměnně užívaná sousloví, i když můžeme vytušit důraz na etiku u teologické etiky a důraz na teologii u morální teologie. V naší práci používáme jednotně sousloví teologická etika, přičemž sousloví morální teologie chápeme jako synonymum s velmi subtilními odlišnostmi v důrazech.

349 Srov. O'COLLINS, Gerald. *Tradition: Understanding Christian Tradition*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2019, s. 76–91.

350 Srov. WEBER, Helmut. *Všeobecná morální teologie*, s. 158.

351 Srov. ANZENBACHER, Arno. *Křesťanská sociální etika*, s. 136–137.

352 Srov. JAN XXIII. *Mater et Magistra* (1961), čl. 219–220. In *Sociální encykliky (1891–1991)*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1996, s. 165.

*kdy si první tvor poprvé uvědomil, že lze jednat ještě i jinak. Od chvíle, kdy jsme protrhli závoj vědomí, jsme etické bytosti.*³⁵³

Kde bere etika oprávnění zasahovat do oblasti byznysu, ekonomických a obchodních firemních vztahů, do oblasti lobbingu? Etika přichází ke slovu také tehdy, když se ve společnosti rodí nový fenomén nebo je potřeba jisté zažité skutečnosti nově promýšlet; právě v tu chvíli má etika dostat slovo, aby varovala před možným zlem a ukázala lepší směr. Etika má nelehký úkol zamezit vstupu na kluzký svah, na němž se lidská společnost již mnohokrát ocitla.³⁵⁴ Kluzký svah může v našem případě začínat neregulovaným lobbingem a končit korupcí, podplacenou hospodářskou soutěží a nefunkčním konkurenčním systémem. Etika musí predikovat, upozorňovat na možné etické souvislosti,³⁵⁵ a je-li třeba, být hlasitým prorockým slovem.³⁵⁶ Pro zákonem neregulovaný lobbing to platí dvojnásob.

Lobbing není nový fenomén, ovšem stále nemá platné legislativní zakotvení, a vzhledem k jeho aktuálnosti a neustále proměně ve firemních vztazích je potřeba jej nejen právnicky, ale také eticky promýšlet v rámci nových východisek. Etice jde o dobro člověka, o jeho práva a důstojnost, protože člověkem majícím svobodu sebeurčení nesmí nikdo manipulovat.³⁵⁷ Etika tak má ze své podstaty oprávnění posuzovat hranice *in-house lobbingu* a varovat před hrozícím překročením jeho legitimních limitů.

Vícekrát bylo řečeno, že etika posuzuje, zda je jednání morálně dobré či zlé, mravně správné či nesprávné. Palčivou otázkou ovšem zůstává, co to znamená jednat dobře či zle neboli co je dobro a zlo? Na tento typ filozofických otázek se odpovídá spíše prohlubováním otázky samotné, osvětlováním otázky z různých stran a lepším pochopením otázky samé. Otázka „co je dobro“ je typická otázka, u které se prolíná to, po čem se tážeme a na co se tážeme. Nejde přitom o dobrého člověka, dobrého křesťana nebo dobře fungující stroj, jde o dobro nevztažené, nekvalifikované,

353 VÁCHA, Marek. *Místo, na němž stojíš, je posvátná země*. 1. vyd. Brno: Cesta, 2008, s.170.

354 Pro obsáhlejší a detailnější rozbor nároku etiky vstupovat do praktického života autor odkazuje na svou starší diplomovou práci: HAVELKA, Ondřej. *Morální aspekty klonování člověka ve světle křesťanské etiky*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, 2014, s. 41–43.

355 Srov. MAŠEK, Vojtěch. Solidární zisk a efektivita lásky. Motivy současné katolické etiky tržního hospodářství. *Caritas et veritas* 2016, roč. 6, č. 2, s. 194–209. doi: 10.32725/cetv.2016.045

356 Srov. ŠTICA, Petr. *Migrace a státní suverenita*, s. 199.

357 Srov. ROTTER, Hans. *Důstojnost lidského života. Základní otázky lékařské etiky*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 1999. s. 25.

vyvázané, dobro samo o sobě, tedy ontologické dobro. Není to snadná otázka – má samostatné dějiny sahající daleko před slavné Platónovo podobenství o slunci, věnovali se jí největší filozofové a nejpronikavější myslitelé a přesnou odpověď stále nemáme.

Různé etické myšlenkové linie na otázku po dobrém jednání odpovídají po svém: pro hédonistu je dobré jednání to, co způsobuje jednajícimu slast,³⁵⁸ pro utilitaristu je dobré to, co naplňuje čtyři principy: utility, následků, slasti a sociální;³⁵⁹ pro aristotelského etika je to ctnostné jednání, které vede ke zdařilému životu ve svém celku; pro aristotelsko-tomistickou linii je dobré jednání takové, které vede k dobru osoby; pro kantovce je to splnění mravního imperativu; pro machiavellisty je dobré jednání jakékoli, které vede k vytčenému cíli, klidně i násilné; podobně pro zastánce etiky Nietzscheho typu, která nesmlouvavě rozlišuje otrockou a panskou morálku a přímo pohrdá slabšími a oslavuje silné jakožto dobré;³⁶⁰ příznivci extrémní situační etiky neuznávají žádné normy a předcházející pravidla a posuzují dobré jednání vždy *ad hoc*; dále je tady rozličná náboženská etika s širokou škálou přístupů (zcela rozdílná východiska nabízí islámská nebo hinduistická etika atd.); komunistický dialektický materialismus a jeho představa o dobru jako třídním boji vedoucím k rovnosti a mnohé a mnohé další.³⁶¹ Jak je vidět, otázka po dobru je mimořádně komplexní a pro její zodpovězení musí jednající zvolit určitou pozici. Naším postojem je aristotelsko-tomistická linie katolické teologické etiky, která klade do svého středu sebeuskutečnění lidské osoby ve zdařilém ctnostném životě ve svém celku zaměřeném k Bohu.

Teologická etika jde v oblasti rozlišování dobra a zla dál než etika filozofická, když totiž do kompozice zahrnuje problematiku a pojem hříchu.³⁶² Rozlišuje tedy nejen jednání zákonné–nezákonné, mravné–nemravné, morální–nemorální, ale v posledně jmenované oblasti ještě rovinu jednání hříšného, tedy vědomého a záměrného přestoupení Bohem daného limitu.³⁶³ Člověk je podle teologické antropologie, která je

358 Srov. LAMPE, Kurt. *The Birth of Hedonism: The Cyrenaic Philosophers and Pleasure as a Way of Life*. 1. vyd. New Jersey: Princeton University Press, 2017, s. 26–55.

359 Srov. MILL, John Stuart. *Utilitarianism*. 1. vyd. North Chelmsford, Massachusetts: Courier Corporation, 2007, 64 s.

360 Srov. ČAPEK, Jakub a kol. *Přístupy k etice II*. 1. vyd. Praha: Filosofia, 2015, s. 233–254.

361 Srov. JIRSA, Jakub a kol. *Přístupy k etice III*. 1. vyd. Praha: Filosofia, 2016, 353 s.

362 Srov. McFARLAND, Ian A. *The Problem with Evil*, s. 321–339.

363 Srov. CURRAN, Charles E. *Diverse Voices in Modern US Moral Theology*. 1. vyd. Georgetown: Georgetown University Press, 2019, s. 24.

vlastním základem teologicko-etického hodnocení jeho jednání, rovněž *capax Dei*, má svědomí, jakožto Boží zákon vtištěný ve svém srdci.³⁶⁴

4.1.6. Etika v ekonomii a podnikání

Někteří ekonomové odmítali etické působení v oblasti svého oboru jako nežádoucí a neoprávněné: obhajovali názor, že ekonomie je vědní disciplína s vlastním oprávněním, a jako taková je autonomní a nezávislá na mravních ohledech. Pro teologickou (ovšem také filozofickou) etiku je tento přístup neobhajitelný.³⁶⁵ Ekonomika a obecně celé hospodářství musí sloužit člověku a nikoli člověk hospodářství; cíl ekonomiky není z pohledu teologické etiky v ekonomice samotné, neboť ekonomika zdaleka nepokrývá celou oblast lidského života – byznys a ekonomika musí ctít lidskou osobu v plnosti jejího povolání a rovněž tak společné dobro (*bonum commune*).³⁶⁶ Přesto musíme respektovat i tento podhled ekonomů, i když s ním zcela nesouhlasíme, a nabídnout jim pohled na stejnou skutečnost z našeho světa, abychom je inspirovali a zároveň se nechali inspirovat; etika má být interdisciplinární, nesmí být do sebe zahleděná a uzavřená. Stejný postoj je mimořádně plodný také pro ostatní vědní disciplíny. Oddělovat ekonomiku od etiky je přinejmenším nezdravé a nebezpečné.³⁶⁷

Etika si dává za cíl hájit ideál spravedlnosti také v hospodářské oblasti a pomáhat kultivovat podnikatelské prostředí,³⁶⁸ a tedy také lobbying jako nadějný, ale také potencionálně nebezpečný fenomén.³⁶⁹ Dokonce i známý zastánce liberální hospodářské svobody, americký ekonom slovenského původu Michael Novak říká: „*Podnikatelské ctnosti tedy na svou vlastní ochranu nestačí. Podnikatelský systém musí být usměrňován a korigován systémem morálně kulturním, který je na světě podnikání nezávislý; v kritických okamžicích také systémem politickým a státem.*“³⁷⁰

V podobném smyslu se vyjadřuje také Kompendium sociální nauky církve, když vypovídá, že vztah mezi morálkou a ekonomikou je niterný a nezbytný: ekonomické

364 Srov. KOERPEL, Robert C. *Contemplating the Future of Moral Theology*, s. 1.

365 Srov. LANGAN, John. Ethics, Business, and the Economy. *Theological studies* 1994, roč. 55, č. 1, s. 105–123. doi: 10.1177/004056399405500107

366 Srov. SMITH, Benjamin L. The Meaning and Importance of Common Goods, s. 583–600.

367 Srov. MAŠEK, Vojtěch. Solidární zisk a efektivita lásky, s. 194–209.

368 Srov. Woodstock Theological Center. *The Ethics of Lobbying*, s. 71–80.

369 Srov. PESCHKE, Karl-Heinz. *Hospodářství z křesťanského pohledu*. 1. vyd. Praha: Česká křesťanská akademie, 1996, s. 9–11.

370 NOVAK, Michael. *Duch demokratického kapitalismu*. 1. vyd. Praha: Občanský institut, 1992, s. 114.

aktivity a mravní jednání se vzájemně vnitřně prostupují; nezbytné rozlišení mezi etikou a ekonomikou tedy nesmí znamenat oddělování obou těchto oblastí, ale naopak jejich zásadní vzájemný vztah.³⁷¹

4.2. Přínosy teologické etiky pro hospodářskou oblast a lobbying

Poukázali jsme na to, že etika má ze své podstaty oprávnění zasahovat do problematiky firemních vztahů a ze svého úhlu je hodnotit.³⁷² V této práci se zabýváme lobbyingem v oblasti mikroetiky firemních vztahů z perspektivy katolické teologické etiky.³⁷³ V tomto bodě se proto podíváme na přínos teologické etiky, který významně doplňuje obecně etický pohled na člověka, firemní vztahy a obecně celé hospodářství. V prvním kroku se podíváme na problematiku oprávněnosti podnikání a aktivity v hospodářské oblasti pohledem magisteria; ve druhém kroku zaměříme pozornost na zcela klíčový princip personality a ve třetím kroku přejdeme k vlastním křesťanským přínosům pro podnikatelskou etiku, která – jako prozatím jediná – přináší konkrétní nástroje pro regulaci lobbyingu.

4.2.1. Oprávněnost podnikání vzhledem ke křesťanským východiskům

Polarita křesťanských pohledů vzhledem k bohatství a zisku často přináší protichůdné postoje křesťanů k samotnému podnikání a osobě podnikatele.³⁷⁴ *In-house lobbista* je jakýmsi „velvyslancem“ podnikatele v terénu, a tedy zastupuje firmu, potažmo celou podnikatelskou myšlenku. Svoboda podnikání a realizace vizí v hospodářské oblasti, které často dotahuje do cíle právě lobbista, některým křesťanům vadí nebo se domnívají, že křesťané nemají (či dokonce nesmí!) aktivně hospodářsky podnikat. Tato názorová polarita (vnímaná mnoha autory)³⁷⁵ je podle naší zkušenosti zakořeněna nejen mezi laiky, ale také mezi kněžími a teology, jak jsme výše demonstrovali na Mrázkově příkladu. Podívejme se proto, jak magisterium a katolické autority hledí na podnikání, osobu podnikatele a odvozeně tedy také na osobu *in-house lobbisty*. Nutno předeslat, že magisteriální texty se doposud nevyjádřily explicitně

371 Srov. Papežská rada pro spravedlnost a mír. *Kompendium sociální nauky církve*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2008, s. 215.

372 Srov. LANGAN, John. *Ethics, Business, and the Economy*, s. 105–123.

373 Cílení na katolickou teologickou etiku neznamená nezájem o nekatolické křesťanské inspirace, spíše poukazuje na naše základy, ze kterých jakožto katoličtí křesťané vycházíme.

374 Srov. ANIDJAR, Gil. *Christians and Money: (The Economic Enemy)*, s. 497–519.

375 Podle Spiekera byla osoba podnikatele tolikrát haněna, kolikrát byla znovu objevena jako nepostradatelná. Srov. SPIEKER, Manfred. *Katolická sociální nauka a sociální tržní hospodářství*. 1. vyd. Praha: ČKA, 1996, s. 43.

k osobě *in-house lobbyist* či obecně k lobbingu, a proto se spokojíme s magisteriální výpovědí o podnikání a osobě podnikatele.

Podle magisteria je úkolem podnikatele nalézt trh, otevřít jej a zásobovat – společnosti má podnikatel nabídnout potřebné zboží nebo služby, což je důležitá sociální funkce a také zodpovědnost.³⁷⁶ Protože zboží a služeb je mnoho, je podle magisteria také žádoucí co největší množství podnikatelů.³⁷⁷ Papež Jan Pavel II. v encyklice *Sollicitudo rei Socialis* z roku 1987 hlasitě varuje před upíráním práva na svobodné podnikání ve jménu jakési *zdánlivé rovnosti*, což ve svém důsledku ničí tvořivost a podnikavost občana jako aktivního subjektu.³⁷⁸ V encyklice *Laborem exercens* z roku 1981, kterou papež navazuje na *Rerum novarum* a na svou první encykliku *Redemptor hominis*, svatý Jan Pavel II. předkládá myšlenku, že magisterium nemá řídit hospodářské vztahy, ale má udávat "morální souřadnice" rozvoje, jimiž jsou důstojnost a práva pracujících: „*Práce, kterou konáme jako věřící, nemá sloužit jen pozemskému dobru, ale také růstu Božího království, do něhož jsme všichni povoláni mocí Ducha svatého a slovem evangelia.*“³⁷⁹ V encyklice *Laborem exercens* papež také ostře vystupuje proti zvěčňování lidské osoby v oblasti práce. Papež rovněž varuje před negativním hodnocením soukromého vlastnictví využívaného k podnikání, pokud je využíváno správně.³⁸⁰

Podnikatel musí rovněž pracovat se ziskem, který se stává prostředkem k uskutečnění dalších cílů – firma bez zisku je v tržním hospodářství odsouzena k zániku. To v žádném případě neznamená, že podnikání je redukováno na jakousi „honbu za ziskem“. Zisk ale patří mezi legitimní motivy podnikání.³⁸¹ Michael Novak důrazně varuje před sémantickým směřováním zisku a přirážky: zisk je často chápán jako pouhá přirážka k obohacení podnikatele a nikoli ve svém pravém významu, kterým je zejména rozvoj.³⁸²

376 Srov. JAN PAVEL II. *Sollicitudo rei socialis* (1987), čl.15. In *Sociální encykliky (1891-1991)*, s. 351–408.

377 Srov. PESCHKE, Karl-Heinz. *Hospodářství z křesťanského pohledu*, s. 33–34.

378 Srov. JAN PAVEL II. *Sollicitudo rei socialis* (1987), čl.15. In *Sociální encykliky (1891-1991)*, s. 351–408.

379 JAN PAVEL II. *Laborem exercens* (1981), čl. 1. In *Sociální encykliky (1891-1991)*, s. 297–350.

380 Srov. JAN PAVEL II. *Laborem exercens* (1981), čl. 2. In *Sociální encykliky (1891-1991)*, s. 297–350.

381 Srov. PESCHKE, Karl-Heinz. *Hospodářství z křesťanského pohledu*, s. 37.

382 Srov. NOVAK, Michael. *Katolické sociální myšlení a liberální instituce*. 1. vyd. Praha: Česká křesťanská akademie, 1999, s. 34.

Sociální nauka katolické církve akceptuje oprávněnost zisku jako jednoho z klíčových kritérií dobré práce firmy: „*Vyrábí-li podnik se ziskem, znamená to, že se správně užívají výrobní činitelé.*“³⁸³ Je však nutné, aby byl ve firmě soulad oprávněného zaměření na zisk s neopomenutelným respektováním důstojnosti osob, které se jakkoli podílí na jeho chodu: firma musí být solidární sociální komunitou.³⁸⁴ Zisk nemá být jediným motivem, ale pouze jedním z motivů podnikání a nacházet se na správné příčce v hierarchii cílů.³⁸⁵

Je-li podnikatel orientován na zisk, není možné to považovat za pouhou ziskuchtivost, zisk rovněž motivuje k zodpovědnosti a vyšší výkonnosti.³⁸⁶ Na druhé straně však Weberův imperativ maximalizace zisku může vést k dehumanizaci ekonomického života,³⁸⁷ což je nežádoucí. Encyklika *Quadragesimo anno* požadovala, aby byly části zisků investovány do odstranění nezaměstnanosti a odtud také zisk dostává sociálně etický rozměr.³⁸⁸ Podnikání musí charakterizovat schopnost a ochotu sloužit obecnému dobru společnosti produkcí užitečných statků a služeb.³⁸⁹ Přesně toto je moment, který je třeba zdůraznit, neboť tuto myšlenku lze chápat jako klíčovou, jako základní program, skrze který podnikatel čte hospodářskou realitu a skrze který *in-house lobbyist* nazírá své poslání. Sloužit obecnému blahu není v podnikání epifenomén, ale elementární podstata, základní pilíř, na němž by firmy měly stát. To je třeba si uvědomit při posuzování firemního *in-house lobbyingu*.

Každý člověk má právo na legitimní hospodářské podnikání, aby tak přispěl k rozmnožení statků a sklízel spravedlivé plody.³⁹⁰ Svatý Jan Pavel II. ve svém projevu k top managerům a soukromým podnikatelům v roce 1983 v Miláně upozornil na fakt, že stupeň blahobytu, kterého se společnosti dostalo, by nebyl možný bez dynamické postavy podnikatele, neboť právě podnikatelé organizují lidskou práci a prostředky tak, aby bylo efektivně vytvářeno zboží a rovněž služby užitečné pro blaho společnosti.³⁹¹

383 JAN PAVEL II. Centesimus annus (1991), čl 35. In *Sociální encykliky (1891-1991)*, s. 409–474.

384 Srov. Papežská rada pro spravedlnost a mír. *Kompendium sociální nauky církve*, s. 221.

385 Srov. LANGAN, John. *Ethics, Business, and the Economy*, s. 105–123.

386 Srov. OCKENFELS, Wolfgang. *Katolická sociální nauka*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1994, s. 82–83.

387 Srov. HIRSCHFELD, Mary L. *Aquinas and the Market*, s. 21.

388 Srov. tamtéž, s. 83.

389 Srov. Papežská rada pro spravedlnost a mír. *Kompendium sociální nauky církve*, s. 218–221.

390 Srov. KKC, 2429.

391 Srov. PESCHKE, Karl-Heinz. *Křesťanská etika*, s. 628.

Podnikání je tedy zcela legitimní činnost i pro křesťana, musí však sloužit člověku a nikoli člověk podnikání; správná hierarchie cílů je nesmírně důležitá. Obecná etika a stejně tak teologická etika mají za úkol hájit ideál spravedlnosti v hospodářství a pomáhat kultivovat podnikatelské prostředí s respektem k důstojnosti lidské osoby.³⁹² Tomistickým slovníkem bychom mohli doplnit, že materiální dobra jsou sice dobra nižšího řádu, ale stále jsou to dobra a navíc odráží Boží dobrotu³⁹³ a lze se se tedy také jejich reflexí a řádným užíváním směřovat k Bohu jako jejich původci.

Tento bod shrneme následující formulací: jako křesťané rozhodně můžeme aktivně podnikat, ovšem s úctou ke všem zúčastněným, s respektem k lidské osobě a s Trojjediným Bohem na vrcholu hodnotového žebříčku, kde musí podnikání zaujmout optimální místo, aby sloužilo a prospívalo podnikateli, zaměstnancům a zejména obecnému blahu.³⁹⁴ Tyto momenty jdou podle našeho soudu a zkušeností z praxe dobře dohromady a signifikantní je, že i zcela sekulární americké školy managementu kladou velký důraz na spokojenost zaměstnanců a pozitivní dopad podnikání na obecné blaho a zastávají názor, že teprve na základě toho může podnikatel dlouhodobě úspěšně fungovat. Na druhé straně plně respektujeme tu část křesťanů, která za svůj životní postoj volí chudobu či skromnost nebo neaktivní přístup k hospodářství. Nemyslíme si však, že aktivní podnikatelský postoj k lidské práci je jakkoli nekřesťanský.

4.2.2. Křesťanská hospodářská etika

Křesťan má pracovat, není vyvázán z potřeby uživit sebe a svou rodinu; v první knize Mojžíšově čteme, že Bůh nám uložil úkol spravovat proaktivně jeho stvoření, podílet se na něm, pracovat (Gn 2,15). Ježíš rovněž vybízí svým příkladem k práci jako pozitivnímu prvku lidského života – svatý Pavel dokonce říká: „*kdo nechce pracovat, ať nejí*“ (2 Sol 3,10). Ježíš také – jak už bylo výše řečeno – vybízí k aktivitě v podobenství o hřívnách. Pokud má křesťan pracovat, rozhodně nikde není psáno ani naznačeno, že má pouze plnit úkoly jiných, ale je-li toho schopen a dokáže-li sám aktivně podnikat a zajistit pracovní příležitost pro další osoby, může tohoto Božího daru, tohoto nesporného talentu, v dobrou a lásce využít. Křesťanství neomezuje

392 Srov. MARTINS, Nuno. Adam Smith and Catholic Social Teaching. *Journal of business ethics* 2021, roč. 170, č. 2, s. 401–411. doi: 10.1007/s10551-019-04366-7

393 Srov. HIRSCHFELD, Mary L. *Aquinas and the Market*, s. 150–151.

394 Srov. LANGAN, John. *Ethics, Business, and the Economy*, s. 105–123.

samotné podnikání, ale nabízí vyšší hierarchii hodnot, kterou je dobré do podnikání vnést; křesťanství nabízí celistvější antropologii, rozpoznání cílů a smyslu lidského života a v posledku i práce; křesťanství nabízí vytříbenou etiku, která uschopňuje k jednání ve vědomí, že jednáme před Bohem ve složité síti vztahů s ostatními lidmi a z našeho jednání se budeme Bohu zodpovídat.³⁹⁵

Křesťanství cílí na člověka jakožto osobu s nezcizitelnou a nezadatelnou důstojností a tato skutečnost také mění perspektivu náhledu na hospodářství³⁹⁶ a firemní vztahy, do nichž patří i *in-house lobbying*. Křesťanství skrze svůj pohled na člověka předkládá originální impulsy pro spravedlivé uspořádání společnosti³⁹⁷ i v oblasti hospodářství. Křesťanská hospodářská etika posuzuje každý hospodářský systém na základě toho, co pro lidi dělá, jak na lidi působí a v neposlední řadě také nakolik všem umožňuje se na něm podílet. Participace, nediskriminace, tolerance a možnost aktivní hospodářské seberealizace jsou velmi důležité momenty jednoho segmentu lidského života.³⁹⁸ Neřízená honba za ziskem nerespektující žádné legitimní hranice rozhodně není v souladu s postoji teologické etiky. Křesťanství mimo jiné přináší vnitřní osvobození od zotročení majetkem a nový pohled na vlastní majetek jako prostředek ke službě ostatním; přináší myšlenku odpovědného sdílení statků a zvažování důsledků hospodářského jednání pro vzdálené bližní a pro obecné dobro.³⁹⁹ Zisk a materiální plody podnikání mají mít instrumentální charakter. Proto primárním motivem *in-house lobbyingu* nemá být pouze zisk či jeho vidina, ale komplex více motivů obsahující výše uvedené (služba společnosti, sdílení statků, obecné dobro...) a také (nikoli výlučně) možný budoucí zisk, zakázka, spolupráce. Člověk musí zůstat na vrcholu (stvořené) pyramidy ekonomických motivů a jeho důstojnost nesmí být podřízena zakázce, zisku nebo honbě za vlivnými kontakty.⁴⁰⁰ Nad člověkem není místo pro nic a nikoho jiného než pro Trojjediného Boha. To je základní východisko teologické etiky.

Hospodářství nemá být jediným ani nejvyšším cílem člověka – musí se zařadit na správnou pozici v hierarchii cílů. Výše musí vždy stát svoboda a důstojnost lidské

395 Srov. HILL, Alec. *Just Business: Christian Ethics for the Marketplace*. 3. vyd. Illinois: Inter Varsity Press, 2017, s. 321–368.

396 Srov. VOLF, Miroslav. On human work: an evaluation of the key ideas of the encyclical "Laborem exercens". *Scottish journal of theology* 1984, roč. 37, č. 1, s. 65–79.

397 Srov. ŠTICA, Petr. *Migrace a státní suverenita*, s. 10.

398 Srov. MARTINS, Nuno. Adam Smith and Catholic Social Teaching, s. 401–411.

399 Srov. MAŠEK, Vojtěch. Solidární zisk a efektivita lásky, s. 194–209.

400 Srov. LANGAN, John. Ethics, Business, and the Economy, s. 105–123.

osoby, kulturní hodnoty, náboženství, mravnost a Boží univerzální plán.⁴⁰¹ Mravně ospravedlnitelný *in-house lobbying* a celkový vztah k podnikání by měly cílit také na tyto hodnoty. Svobodně zvolený dobrý záměr rovněž určuje etickou hodnotu činu.⁴⁰²

Právě předložené teze shrnuje dokument *Gaudium et spes*: „*Hlavním účelem výroby... není pouhé zvyšování počtu výrobků, zisk a moc, ale služba člověku, celému člověku v jeho hmotných potřebách i v požadavcích jeho intelektuálního, mravního, duchovního a náboženského života; služba každému člověku i každé skupině lidí jakékoli rasy a z kterékoli části světa.*“ (GS 64)

Přínos křesťanství v hospodářské oblasti je kromě mnoha dalších ten, že vyvazuje člověka z otročení hospodářskému systému a zaručuje mu sebezpřekračující, transcendentálně zakotvenou lidskou důstojnost.⁴⁰³ Na druhé straně si křesťanská hospodářská etika plně uvědomuje, že přístup k vyšším hodnotám je bez uspokojení materiálních potřeb omezený, a hospodářství je proto důležité. Materiální pokrok je tedy z křesťanského pohledu legitimním cílem, nikoli však cílem nejvyšším; hospodářství sloužící potřebám člověka má být hospodářstvím sloužícím obecnému blahu⁴⁰⁴ a všechny hospodářské subjekty mají svým dílem přispívat k naplnění tohoto nadřazeného cíle.⁴⁰⁵ Proto bychom se při analýze firemního *in-house lobbyingu* měli tázat nejen po důsledcích konkrétního *lobbying* pro dotčené obchodní strany, ale také po celospolečenských důsledcích takového jednání.

Sociální nauku církve⁴⁰⁶ vzhledem k posouzení ekonomických struktur nelze chápat jako hotovou uzavřenou sociální doktrínu,⁴⁰⁷ ale mnohem spíše jako teologicky

401 Srov. MARTINS, Nuno. Adam Smith and Catholic Social Teaching, s. 401–411.

402 Srov. MATTISON, William C. *Introducing Moral Theology: True Happiness and the Virtues*. 1. vyd. Michigan: Brazos Press, 2008, s. 38–40.

403 Křesťanství jako jedna z prvních světových nauk – po buddhismu a stoicismu – relativizuje hodnotové rozdíly mezi lidmi a staví všechny lidi na stejnou úroveň lidské důstojnosti před Bohem. Důstojnost člověka nepramení z bohatství, vzdělání, znalostí, známostí nebo rodové příslušnosti, ale ze samotné podstaty lidství.

404 Vzrůstající chudoba chudých v některých zemích signalizuje distributivní nespravedlnost v uskutečňování obecného blaha. Obecné blaho je ústřední pojem křesťanské sociální etiky, který známe již od Aristotela. Srov. SMITH, Benjamin L. *The Meaning and Importance of Common Goods*, s. 583–600.

405 Srov. PESCHKE, Karl-Heinz. *Hospodářství z křesťanského pohledu*, s. 11–12.

406 Srov. RICHARDSON, John T. *Readings in Catholic Social Teaching: Selected Documents of the Universal Church, 1891–2011*. 1. vyd. Eugene, Oregon: Wipf and Stock Publishers, 2015, s. 103–145.

407 Srov. FURGER, Franz. *Etika seberealizace, osobních vztahů a politiky*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003, s. 172–174.

promyšlenou (a stále nově promyšlenou) sociální vizi církve,⁴⁰⁸ která se utváří v interakci s otázkami a vývojem lidské společnosti; tento přístup respektuje pluralitu při nalézání jednotlivých morálně-pragmatických řešení. Sociální nauka církve je podle významného myslitele kardinála Reinharda Marxe jakýmsi „trojzvukem“ hlásání křesťanské nauky, vědecké reflexe a sociálního hnutí věřících.⁴⁰⁹ Křesťanská etika,⁴¹⁰ která reflektuje sociální učení církve, zná – stejně jako další humanitní disciplíny – různé přístupy a ponechává prostor pro odlišné myšlenkové koncepce a legitimní pluralitu,⁴¹¹ aniž by tím ztrácela svoji jednotu. K podstatě jedné církevní morální nauky bytostně patří pluralita přístupů: jednotu v teologické etice neznamená umělou uniformitu.⁴¹²

Ježíš v evangeliích vyzývá k aktivitě, ke spolutvoření světa, společnosti a kultury – podobenství o hřivnách je toho typickým příkladem (Lk 19,11–27). Podnikatel je na základě svých vloh a příležitostí doby povolán, aby dobře spravoval hřivny, které obdržel, a sloužil tak nejen tomu, kdo mu je poskytl, ale pokud možno širší společnosti. Ovšem abychom dostáli základního kritéria aplikace novozákonních textů, musíme přehlédnout smysl celku, a proto v oblasti našeho zájmu nelze vynechat Lukášovu kritiku bohatých: „*Ale běda vám, bohatým, vždyť vám se už potěšení dostalo. Běda vám, kdo jste nyní nasyceni, neboť budete hladovět.*“ (Lk 6,24–25). Evangelista Lukáš koriguje tendence vnímat smysl jeho evangelia v hospodářské oblasti jako na zisk zaměřený prokeativní přístup; prokeativita ano, ovšem vystavěná na správné hierarchii hodnot a cílů hospodářského počínání. V křesťanské hospodářské etice musí zůstat v hierarchii hodnot na nejvyšší příčce Trojjediný Bůh.⁴¹³

4.2.3. Zásadní myšlenkové směry křesťanské hospodářské etiky

V křesťanské hospodářské etice se vyprofilovalo více přístupů k hospodářství, které v tomto bodě stručně představíme; ambicí při tom není představit tyto směry podrobně,

408 Uvádíme alespoň stručný přehled nejdůležitějších sociálních encyklik, mezi které patří *Rerum novarum*, *Quadragesimo anno*, *Mater et magistra*, *Pacem in terris*, *Populorum progressio*, *Laborem exercens*, *Sollicitudo rei socialis*, *Centesimus annus*, *Deus caritas est*, *Caritas in veritate*, *Laudato si* a *Fratelli tutti*.

409 Srov. MARX, Reinhard. *Kapitál: plaidoyer pro člověka*. 1. vyd. Praha: Academia, 2013, s. 57–58.

410 Rozlišení mezi sociální etikou a individuální etikou srov. např. ANZENBACHER, Arno.

Křesťanská sociální etika, s. 13–15.

411 Srov. např. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Hermeneutika mystéria*, s. 44.

412 Srov. OVEČKA, Libor. „*Člověče, bylo ti oznámeno, co je dobré...*“ *Česká katolická morální teologie 1884-1948*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2012, s. 130.

413 Srov. LANGAN, John. *Ethics, Business, and the Economy*, s. 105–123.

ani je vyjmenovat všechny, ale spíše stručně poukázat na jejich existenci a nabídnout základní přehled. Vlivným směrem současné (nejen katolické) křesťanské hospodářské etiky je tzv. sociálně-tržní hospodářství,⁴¹⁴ které má kořeny v německé tradici. Zjednodušeně řečeno cílí tento v podstatě protržní svobodně chápaný směr na zakotvení ekonomiky v celosvětovém politickém řádu orientovaném na obecné blaho (*bonum commune*)⁴¹⁵ a poskytujícím prostor pro institucionalizovanou solidaritu s korektivem sociální spravedlnosti. I v tomto směru se vyprofilovaly dva přístupy označované jako ordo-liberální a sociálně-politický. Z myšlenek známého protagonisty sociálně-tržního hospodářství kardinála Reinharda Marxe jsou nám blízké zejména odstraňování extrémní chudoby promyšlenými rozvojovými programy, bojkot sociálně neodpovědných výrobců a podle našeho soudu klíčová myšlenka ručení manažerů (*a in-house lobbistů*) za škody osobním majetkem. Tento mimořádně potřebný nástroj v boji proti podvodům již zvolna proniká do české legislativy na úrovni společností s ručením omezeným, kde doposud chyběl a znamenalo to zcela otevřený prostor pro nekalé jednání podvodníků. Sociálně-tržní hospodářství je velmi vlivným soudobým směrem nejen v katolickém, ale také v evangelickém prostředí.⁴¹⁶ Zároveň se však hovoří o nutnosti aktualizace sociálně-tržního hospodářství a jeho dalšího třibení i vzhledem ke kritice čistého tržního hospodářství papežem Františkem.⁴¹⁷

Jedním z dalších směrů je tzv. ekonomika daru, jejíž základní koncept vyjádřil papež Benedikt XVI. v encyklice *Caritas in veritate* z roku 2009. Ekonomika daru má kořeny v teologické tradici výkladu skutečnosti a veškerého bytí jako Božího daru: zkušenost daru naznačuje, že lidé nejsou absolutním původcem svých hospodářských jistot.⁴¹⁸ „Křesťanská etika ukazuje, že u kořene každého hospodářského rozvoje je kromě spravedlnosti, důvěry, obecného dobra nebo uznání každé osoby také určitá logika nezištnosti, která pomáhá i ekonomické vztahy přetvářet ve vztahy bratrství.“⁴¹⁹

414 Srov. MARX, Reinhard. *Kapitál: plaidoyer pro člověka*, s. 23.

415 Srov. SMITH, Benjamin L. The Meaning and Importance of Common Goods, s. 583–600.

416 Srov. HALAMA, Jindřich. Chápání trhu a tržního hospodářství v evangelické tradici. *AUC Theologica* 2016, roč. 6, č. 1, s. 33–48. doi: 10.14712/23363398.2016.2

417 Srov. KRUIP, Gerhard. Tržní hospodářství v katolickém sociálním učení – historický přehled a sociálněetická analýza. *AUC Theologica* 2016, roč. 6, č. 1, s. 15–31. doi: 10.14712/23363398.2016.1

418 Křesťanská koncepce stvoření hovoří o tzv. gratuitním (zdarmadaném, nezaslouženém) charakteru stvoření od Boha směrem k člověku.

419 MAŠEK, Vojtěch. „Banalita“ dobra a strukturální hřích. *AUC Theologica* 2016, roč. 6, č. 1, s. 173–196. doi: 10.14712/23363398.2016.9

Linie označovaná také jako „ekonomika společenství“ nebo „občanská ekonomika“ navazuje na koncepci Zamagniho a Bruniho, kterou popsali ve společné monografii *Economia civile*.⁴²⁰ Potencionální slabinou této koncepce může být nedostatečné promyšlení nedokonalosti lidského daru ve srovnání s darem Božím. Lobbying často využívá sílu daru, ovšem na rozdíl od daru nezištného, lobbista pracuje s darem spíše racionálně kalkulujícím způsobem. Dokonalost gratuitního Božího daru kontrastuje s nedokonalostí lidského daru speciálně u lobbyingu využívajícího zavazující obdarování (firemní pohostinnost), který někdy sleduje logiku: dáváme, abychom dostali.

Dalším myšlenkovým směrem v křesťanské hospodářské etice je protržní ekonomie svobody a hospodářské prosperity, jejímž známým představitelem je např. Michael Novak. Souhrnný pohled na tento směr poskytuje sborník *Catholic Social Teaching and the Market Economy*.⁴²¹ V tomto směru se vzhledem k tržní samoregulaci dále vyprofilovaly různě nekompromisní či naopak umírněné přístupy. Tato škola chápe lobbying jako pozitivní prvek podnikatelské hospodářské činnosti přesahující do obecnějšího zájmu o politické dění, tzv. prokreativní občanské aktivity.⁴²² Zopakujeme, že současný (2022) papež František se k ryze protržní ekonomii staví kriticky.⁴²³

Proměnou mezilidských vztahů v kontextu hospodářské globalizace se zabývá další směr: škola kritických realistů, která zkoumá dopady lidského jednání na tzv. vzdálené bližní a mravní spoluzodpovědnost za tzv. vzdálené tržní škody. Toto je mimořádně důležitá myšlenka nejen pro *in-house lobbying*, ale pro celé podnikání. Lobbyista se musí tázat, jaké dopady bude mít jeho jednání na přímou konkurenci, na vzdálenější konkurenci na stejném, ale také na odlišném trhu, jaké budou dopady pro širší společnost a pro vzdálené bližní, a to v krátkodobém, ale rovněž dlouhodobém měřítku.

Další směr křesťanského hospodářsko-etického myšlení se zaměřuje na mikroetiku firemního života, neboli problémy konkrétních firem a spotřebitelů. Kromě

420 Srov. BRUNI, Luigino – ZAMAGNI, Stefano. *Economia civile*. Bologna: Il Mulino, 2004, 315 s.

421 Srov. BOOTH, Philip – GREGG, Samuel. *Catholic Social Teaching and the Market Economy*.

1. vyd. London: Institute of Economic Affairs, 2007, 277 s.

422 Srov. MAŠEK, Vojtěch. „Banalita“ dobra a strukturální hřích, s. 173–196.

423 Srov. KRUIP, Gerhard. Tržní hospodářství v katolickém sociálním učení, s. 15–31.

naznačených směrů se v křesťanské hospodářské etice setkáváme s dalšími, více či méně významnými či alternativními směry.⁴²⁴

Křesťanská hospodářská etika mimo jiné poukazuje na zodpovědnost obsaženou ve skutečné svobodě: není opravdové svobody bez zodpovědnosti za svůj život v jeho společenském kontextu. Podnikatel nemůže převzít zodpovědnost za lobbying jako celek,⁴²⁵ ale může svým lidským (a tedy omezeným) způsobem napodobovat Boha přijetím zodpovědnosti za svůj díl, který má na starosti, jak nejlépe to dokáže v souladu s obecným blahem, tedy tak, jak to činí Bůh.⁴²⁶

4.3. Princip personality: lidská osoba se sebepřekračující důstojností

Chceme-li se dobrat legitimních kritérií mravně ospravedlnitelného firemního *in-house lobbyingu*, musíme důsledně a za všech okolností respektovat člověka, jakožto osobu s nezczitelnou důstojností,⁴²⁷ což je stále v oblasti stavitelství namnoze nevyslyšená výzva. Na otázku, co má firemní *in-house lobbying* společného s teologickým pojetím lidské osoby, by bylo možné poskytnout jednoduchou odpověď: mnohé, ne-li všechno. Je tomu tak proto, že všechny firemní vztahy v interní a externí sféře, lobbying nevyjímaje, můžeme vystavět na jedné straně na účtě k druhé osobě a na straně druhé bez respektu a úcty k druhé osobě.⁴²⁸ Celé podnikání od založení firmy, přes její vývoj, vyhledávání příležitostí, realizace zakázek a vůbec vše, co s firmou souvisí, není nic jiného než síť vztahů mezi osobami. Mimo vztahy mezi lidmi nelze být jen teoreticky vystavět fungující firmu. Lobbying je na vztazích postavený o to silněji, vždyť lobbying není nic jiného než pěstovaný vztah. Lidská osoba je niterný střed fenoménu lobbyingu. Tato podkapitola je teologickým srdcem práce věnované teologicko-etickému posouzení lobbyingu. Již na tomto místě předesíláme, že kritérium personality bude kruciálním kritériem mravně legitimního *in-house lobbyingu* a další kritéria, která představíme v příslušné kapitole, budou v personalitě hluboce kořenit a z ní vycházet.

424 Srov. MAŠEK, Vojtěch. Solidární zisk a efektivita lásky, s. 194–209.

425 Srov. Woodstock Theological Center. *The Ethics of Lobbying*, s. 71–80.

426 Srov. CLARKE, Norris W. *Osoba a bytí*. 1. vyd. Praha: Krystal OP; Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2007, s. 58.

427 Srov. HAVELKA, Ondřej. Teologicko-etický princip personality a jeho soudobé myšlenkové směry. *Verba Theologica* 2020, roč. 39, č. 2, s. 98–109.

428 Srov. SOKOŁOWSKI, Robert. The Human Person and Political Life. *The Thomist* 2001, roč. 65, č. 4, s. 505–527. doi: 10.1353/tho.2001.0036

4.3.1. Lidská osoba v teologickém pojetí

Princip personality, tedy teologické pojetí člověka jako osoby se sebezpřekračující, transcendentálně a transcendentně zakotvenou důstojností,⁴²⁹ již ze své podstaty náleží nezcizitelná práva,⁴³⁰ je vlastním základem teologické etiky⁴³¹ a představuje východisko a střed celého sociálního učení církve.⁴³² Teologicko-etický princip personality vybízí, abychom při posuzování rozličných etických dilemat v oblasti aplikované etiky respektovali lidskou bytost vždy jako osobu s nezcizitelnou důstojností Božího obrazu, Božího dítěte, a dokonce účastníka Boží přirozenosti (2 Petr 1,4).⁴³³

V soudobé katolické teologii lze vysledovat přinejmenším dvě základní pojetí pojmu lidská osoba: (1) pojetí statické, *substanciální*, postavené na definici Boëthia, chápající osobu jako hotovou ontologickou skutečnost, ve své krajní podobě jako uzavřené bytí v sobě, nezávislé na vnějších vztazích, a (2) pojetí dynamické, *relacionální*, stavící na definicích Richarda od sv. Viktora a Tomáše Akvinského, akcentující nezbytnost vztahů k plné aktualizaci osoby, ve své krajní podobě hraničící s tzv. čirým aktualismem. Nutno však dodat, že diskurz není v praxi takto černobíle polarizován a rozpíná se do rozmanité škály mezi těmito dvěma stranami.⁴³⁴ Zdá se nám proto vhodné rozlišovat následující čtyři myšlenkové přístupy:

a) Substanciální model

Substanciální model chápe osobu jako individuální podstatu rozumové přirozenosti, jak ji definoval Boëthius, ve své známé definici, která zní: „*persona est rationalis naturae individua substantia* (Osoba je individuální substance rozumové přirozenosti)“.⁴³⁵ Lidská osoba je podle tohoto modelu stvořené jsoucno, v zásadě chápané jako soběstačné (či dokonce uzavřené) bytí v sobě a pro sebe. Výrazně

429 Srov. MARTINEK, Cyril. *Cesta k solidaritě*. 1. vyd. Svitavy: Trinitas, 1998, s. 206.

430 Přehledně k problematice lidských práv a novověkému uchopení srov. např. HANUŠ, Jiří. *Lidská práva: Nárok na obecnou platnost a kulturní diferenciaci*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2001, 140 s. Dále také srov. SUTOR, Bernhard. *Politická etika*. 1. vyd. Praha: Oikoymenth, 1996, s. 171–182.

431 Srov. ANZENBACHER, Arno. *Křesťanská sociální etika*, s. 180.

432 Srov. ŠTICA, Petr. *Migrace a státní suverenita*, s. 173.

433 Srov. ÖRSY, Ladislav. The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae. *Theological studies* 2014, roč. 75, č. 1, s. 8–22. doi: 10.1177/0040563913519565

434 Srov. HAVELKA, Ondřej. Teologicko-etický princip personality a jeho soudobé myšlenkové směry, s. 98–109.

435 BOËTHIUS. *Liber de persona et duabus naturis contra Eutyches et Nestorium*, III; PL 64, s. 1343. Citováno podle: POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš z Nazareta, Pán a Spasitel*, s. 245.

jednostranný substanciální model však nemá v soudobé katolické teologii mnoho zastánců a spíše se z něho vychází.

b) Vyvážený relacionální model

Vyvážený dynamický relacionální model – který v soudobé katolické teologii převládá a k němuž se kloníme – nahlíží lidskou osobu jako individuální substanci rozumové přirozenosti (potud klasická Boëthiova definice), která se ve vztahu „já-ty“ (na horizontální úrovni s lidmi, na vertikální úrovni s Bohem) aktuálně realizuje, a proto vztah potřebuje, ale sama z něho nevzniká.⁴³⁶ Význam pojmu *vztah* totiž logicky implikuje fakt, že se nachází mezi dvěma póly, jež spojuje, tedy mezi dvěma vztaženými jsoucný. Vztažené jsoucný není totéž, co vztah – nelze je beze zbytku redukovat na vztah.⁴³⁷ K základním charakteristikám osoby podle tohoto modelu patří sebe sdílení (pojímáné některými teology dokonce jako základní štědrost existence)⁴³⁸ a s ním spojená receptivita (jako komplementární prvek sebe sdílení), sebe vlastnictví a sebe transcendence.⁴³⁹

Osoba jakožto jsoucný, které si rozumí, podle tohoto modelu rovněž zjišťuje, že ve svém bytí nenáleží sobě, že přichází samo k sobě, když sebe opouští a své pravé uskutečnění nachází ve vztažnosti.⁴⁴⁰ Být znamená „soubýt“, spolu být – plné bytí lidskou osobou a lidské společnosti nelze beze zbytku oddělovat: osoba v plné aktualizaci a realizaci existuje zejména v plurálu, když v sobě zahrnuje esenciální „my“; „já“ si osoba plně *uvědomí* až ve vztahu s „ty“.⁴⁴¹ Teologové, kteří sledují vztahové pojetí, uvažují o tajemství lidské osoby vždy také v souvislosti s tajemstvím Krista a nejsvětější Trojice. Vztah lidské osoby ke Kristu, vtělenému Synu, skrze kterého a pro kterého byl člověk jako osoba stvořen (Kol 1, 16–17), kladou na ústřední místo.⁴⁴² Gerhard L. Müller uvádí, že osoba není určena *pouze* svým bytím, ale *také* svým vztahem k původu.⁴⁴³

436 Srov. GUARDINI, Romano. *Svět a osoba*. 1. vyd. Svitavy: Trinitas, 2005, s. 115.

437 Srov. CLARKE, Norris W. *Osoba a bytí*, s. 23.

438 Srov. MARITIAN, Jacques. *Existence and the Existent*. 1. vyd. Garden City: Doubleday, 1957, s. 90.

439 Srov. SOKOLOWSKI, Robert. *The Human Person and Political Life*, s. 505–527.

440 Srov. RATZINGER, Joseph. *Úvod do křesťanství*. 1. vyd. Brno: Petrov, 1991, s. 115.

441 Srov. KRIEG, Robert A. Romano Guardini's Theology of the Human Person. *Theological studies* 1998, roč. 59, č. 3, s. 457–474. doi: 10.1177/004056399805900305

442 Srov. SCOLA, Angelo et al. *Osoba ludzka. Antropologia teologiczna*. 1. vyd. Poznaň: Pallotinum, 2005, s. 117–118.

443 Srov. MÜLLER, Gerhard Ludwig. *Dogmatika pro studium i pastoraci*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2010, s. 366.

Na jistou neuchopitelnost osoby poukazuje Joseph Ratzinger, když se zamýšlí nad skutečností, že naše vlastní „já“ je současně ze všeho nejméně vlastní, protože naše „já“ nemáme ani od sebe, ani zcela pro sebe – „já“ je podle emeritního papeže to, co zcela vlastním, ale zároveň to, co mi nejméně náleží.⁴⁴⁴ Podobně přemýšlí také Henri de Lubac: „*Co je tvé jako ty? Ale co ti patří méně než ty, jestliže to, co jsi, patří někomu jinému?*“⁴⁴⁵ Osoba je vždy jedinečná, nepředatelná a v jistém smyslu nevlastněná – je existujícím, Bohem stvořeným jsoucnem, ovšem potřebuje vztahy ke své plnohodnotné existenci, ke své aktualizaci a realizaci. V zásadě je přesnější negativní výpověď: osoba není věc, osoba není schopnost, osoba není mohutnost přirozenosti, osoba není případek a osobu nelze ploše identifikovat s vědomím.⁴⁴⁶ Aby osoba zakusila sama sebe a pocítila *sebepotvrzení* ve své bezprostřední osobitosti (osobní identitě), potřebuje k tomu zakusit ne-identitu s osobou odlišnou,⁴⁴⁷ aniž by však touto relací ontologicky vznikala.

c) Výrazně relacionální model

Být osobou podle Karla Rahnera znamená *sebe vlastnění subjektu* ve svobodné a vědomé relaci ke skutečnosti jako celku a také k Bohu jako Stvořiteli. Důraz na svobodnou a vědomou relaci přináší dalekosáhlé důsledky pro všechny lidské bytosti bez aktuálního vědomí sebe sama, neboť se aktuálně svobodně a vědomě nevztahují ke světu jako celku. Výrazně relacionální linie by ovšem také mohla být v souladu s námi hájeným postojem rozšířeným o lidskou *osobnost*, podle něhož je osoba individuální substance rozumové přirozenosti, stvořené – v jistém smyslu vymezené – jsoucno, které se však aktualizuje ve vztahovém zakušení jinakosti a plně realizuje až ve svobodných a vědomých vztazích (s lidmi a s Bohem) prožívaných na rovině osobnosti. Pojem *osobní* by zaručoval identitu v čase (totožnost v proměnlivosti dějů i vlastním vývoji), integritu člověka jako jednoho celku a sebe překračující důstojnost osoby stvořené Bohem, zatímco v čase se vyvíjející a rostoucí *osobnost* by zaručovala uvědomělé a svobodné sebe prožívání v rovině psychické.

444 Srov. RATZINGER, Joseph. *Úvod do křesťanství*, s. 120.

445 LUBAC, Henri de. *Katolicismus*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 1995, s. 183.

446 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *I řekl Bůh. Trinitární teologie stvoření*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2019, s. 64.

447 Srov. MÜLLER, Gerhard Ludwig. *Dogmatika pro studium i pastoraci*, s. 366.

Výrazně vztahové modely pojetí osoby se objevují rovněž u význačných křesťanských filozofů, jako byl např. Norris Clarke, který tvořivě promýšlel teze Tomáše Akvinského.⁴⁴⁸ Norris Clarke postuluje, že individuální rozumová přirozenost vlastní akt bytí je osobou proto, že si je vědoma sebe sama, je zdrojem svých činností, je *dominus sui*, svůj vlastní pán.⁴⁴⁹ Takové tvrzení však implikuje, že člověk, který si není vědom sebe sama, není aktuálně *dominus sui*, není lidskou osobou, což by přinášelo dalekosáhlé důsledky do mnoha dilemat aplikované etiky. Clarke si je ovšem vědom svého výrazně vztahového pojetí osoby a jako jeden z nemnoha myslitelů jasně rozlišuje otázky „co je osoba“ a „co je *být* osobou v reálném uskutečnění“, což obecně není v diskurzu samozřejmé.⁴⁵⁰

Precizně rozlišuje také např. Emerich Coreth, který říká, že bytostnou jednotu těla a ducha jako individuální bytí sebou, jež se *uskutečňuje vědomým vlastněním sebe* a svobodným disponováním sebou, nazýváme osoba.⁴⁵¹ V Corethově definici je zjevná rovina ontologická a následná rovina uskutečňování se. A právě ono vědomé a svobodné disponování sebou lze identifikovat s Clarkovou tezí o nutnosti být *dominus sui*. Pokud bychom tedy tvrdili, že osoba se uskutečňuje skrze osobnost, jejíž prožívaná hluboká stálost v proměnách času koření v unikátní osobě, mohli bychom říci, že osoba se opravdu plně uskutečňuje až vědomým vlastněním sebe, ale bez aktuálního vědomí nepřestává být osobou.⁴⁵²

d) Model čirého aktualismu

Podle pozice čirého aktualismu, nebo též personalistického aktualismu, lidská osoba vzniká teprve ze vztahu s jiným. Tato myšlenková linie tvrdí, že mimo vztahy neexistuje lidská osoba. Čirý aktualismus odebírá osobní důstojnost lidským bytostem vězícím mimo vztahy s ostatními, a je tedy v rozporu s teologicko-etickým principem personality. Vztahové pojetí lidské osoby přišlo v nejintenzivnější míře s mysliteli jako Martin Buber, který postuluje, že není žádné samostatné „já“, ale vždy pouze spojení

448 Clarke zde podle svých slov tvořivě navazuje na Tomáše Akvinského, jehož širě učení je skutečně úctyhodná a ovlivňuje i obory tak vzdálené jako je soudobá ekonomie. Srov. HAVELKA, Ondřej. Mary L. Hirschfeld: Aquinas and the Market: Toward a Humane Economy. *AUC Theologica* 2020, roč. 10, č. 1, s. 194–196. doi: 10.14712/23363398.2020.52

449 Srov. CLARKE, Norris W. *Osoba a bytí*, s. 35.

450 Srov. KRIEG, Robert A. Romano Guardini's Theology of the Human Person, s. 457–474.

451 Srov. CORETH, Emerich. *Co je člověk?* 2. vyd. Praha: Zvon, 1996, s. 151.

452 Srov. SOKOLOWSKI, Robert. The Human Person and Political Life, s. 505–527.

„já-ty“,⁴⁵³ přičemž jedno bez druhého postrádá smyslu.⁴⁵⁴ Ovšem zároveň dodává, že v každém lidském ty je zároveň tajemně přítomno věčné ty našeho Boha,⁴⁵⁵ a není také bez zajímavosti, že Buber reflektuje možnost vztahu i tehdy, když si jej člověk aktuálně neuvědomuje.⁴⁵⁶ Toto byly čtyři elementární přístupy k teologickému pojetí lidské osoby.

Pro teologické promýšlení pojmu osoba je charakteristické odhalovat významnost vztahu Stvořitele a stvoření, Boha a lidské osoby. Podle Müllera je zjevné, že chce-li Bůh stvoření, tedy tvoří-li svobodně, dobrovolně a záměrně, znamená to rovněž, že ve stvoření zakládá takové struktury, skrze něž se může uskutečnit transcendence stvoření k Bohu. K lidské osobě, která má být partnerským nositelem transcendence stvoření, tak patří rozum, vůle a nezbytně též svoboda. Každá stvořená osoba je orientována na Boha a Boží lásku. Skrze své stvořené bytí má analogický vztah k Bohu jako původu. Bůh je původ, střed i cíl stvoření nadaného duchem a svobodou.⁴⁵⁷

Osoba je – jak bylo vícekrát uvedeno – nositelkou obrazu Božího, a je tedy přítomen aspekt otevřenosti transcendenci; přirozenost je potom na rovině lidského začlenění do našeho světa, čili na rovině naší imanence. Coby Boží obraz se tedy člověk v jistém smyslu podílí na Boží transcendenci ke světu.⁴⁵⁸ Na základě aktu stvoření, který uvádí do bytí, se podstata člověka konstituuje tím, že duch se externalizuje v prázdné jinakosti své prostoročasovosti, která je principem, jenž dává duchu hranice a konečnost a zároveň umožňuje jeho konkrétní existenci. Duchová duše zde hraje roli formujícího principu hmoty. Ve vzájemném zprostředkování existence ducha a hmoty potom hmota umožňuje duchu, aby se individualizoval a stal osobou.⁴⁵⁹

Klíčovým důvodem, proč všechna (vzhledem k Bohu) nižší jsoucna – včetně lidské osoby – projevují svou vztahovost a substancialitu, je fakt, že jsou (nějakým způsobem) obrazem Boha, jenž je jako nejvyšší syntéza vztahovosti⁴⁶⁰ a substanciality jejich posledním Zdrojem. Lidská osoba je proto dyadická: má jak introvertní (sebe

453 Buberův obhájce i kritik Lévinas navrhuje vznešenější sousloví já-vy (je-vous). Srov. LÉVINAS, Emmanuel. *Totalita a nekonečno: Esej o exterioritě*. 1. vyd. Praha: Oikoyemenh, 1997, s. 52–53.

454 Srov. BUBER, Martin. *Já a Ty*. 1. vyd. Praha: Kalich, 2005, s. 37.

455 Srov. tamtéž, s. 28.

456 Srov. tamtéž, s. 42.

457 Srov. MÜLLER, Gerhard Ludwig. *Dogmatika pro studium i pastoraci*, s. 563.

458 Srov. ÖRSY, Ladislav. *The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae*, s. 8–22.

459 Srov. MÜLLER, Gerhard Ludwig. *Dogmatika pro studium i pastoraci*, s. 116.

460 Srov. KILBY, Karen. *God, Evil and the Limits of Theology*. 1. vyd. London: Bloomsbury Publishing, 2020, s. 23–24.

vlastnictví, bytí v sobě), tak extrovertní (sebe sdílení, bytí vůči druhým) dimenzi vztahující se k sobě prostřednictvím činnosti.⁴⁶¹ Opomíjet jednu nebo druhou dimenzi lidské osoby se zdá být nedostatkem, podobné je to s přílišnou akcentací jedné či druhé dimenze.

Přestože pro lidskou osobu jsou vztahy případkové, existuje jeden vztah, který je podstatný a má ontologickou kvalitu: všichni lidé jsou dcerou nebo synem; tento konstitutivní vztah však nemá v našem životě viditelný protipól, neboť také naši rodiče jsou bytostně dětmi svých rodičů. Toto *substanciální synovství* tak explicitně odkazuje k substanciálnímu otcovství Boha Otce. Lidské „já“ je stvořeno v relaci s otcovským „ty“ Boha Otce, a tak je tedy lidská osoba stvořená k obrazu Syna a utkána na Trojiční osnově.⁴⁶² Člověk je tedy osobou ne proto, že si to aktuálně uvědomuje, ale proto, že je povolán k uskutečňování a rozvíjení své vlastní transcendence, jakožto podílu na věčném synovství v síle obdaření Duchem.⁴⁶³

Můžeme tedy uzavřít, že lidská bytost je prizmatem teologické antropologie vždy – tedy v každé fázi svého vývoje – ve vztahu, totiž v nezrušitelném vztahu Boha ke stvořené lidské osobě, kterou aktem oslovení a pozvání k partnerství s ním samým tvoří. Lidská osoba je v tomto základním vztahu nasměrována k sebe sdílení a Bůh je pro lidskou osobu absolutním Ty. Lidská osoba nemůže existovat bez Boha.⁴⁶⁴ Důstojnost lidské osoby spočívá rovněž v její sebe transcendenci a v jejím transcendentálním zaměření k Bohu.⁴⁶⁵

4.3.2. Osobnost v kontextu teologického pojetí osoby

Osobností v našem teologickém pojetí nemíníme chápání pojmu prezentované současnou psychologí, neboť ta ve svých typech osobnosti, jako je tzv. velká pětka nebo Galénova čtveřice, silně zobecňuje a nehledí na individualitu a neopakovatelnost každé lidské osoby prožívané v unikátní osobnosti. V čem naopak s pozicí psychologie

461 Srov. CLARKE, Norris W. *Osoba a bytí*, s. 22.

462 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš z Nazareta, Pán a Spasitel*, s. 252.

463 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. Nikdy nekončící zápas o člověka. Lidská osoba ve světle christologie a trinitologie. In *In Spiritu Veritas, Almanach k 65. narozeninám Dominika Duky OP*. 1. vyd. Praha: Krystal OP, 2008, s. 305.

464 Srov. GUARDINI, Romano. *Svět a osoba*, s. 115.

465 Srov. ÖRSY, Ladislav. The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae, s. 8–22.

zcela souzníme, je skutečnost, že se osobnost realizuje v interakcích se svým prostředím.⁴⁶⁶

Podle námi preferovaného postoje existuje mezi osobou a osobností pevná souvztažnost, neboť ona osobnost by se nemohla realizovat, ba nebyla by ani myslitelná bez osoby, z níž se vynořuje, ale zároveň je zde jasná distinkce, neboť na ontologické rovině chápání není osoba a osobnost totéž. Zatímco lidská bytost podle tohoto pojetí (v souladu s ontologickým personalismem) nemůže nebýt osobou, může však současně nebýt osobností, jak dále vysvětlíme. Lapidárně jednotu i distinkci mezi osobou a osobností vysvětluje C. V. Pospíšil, když říká, že zatímco osoba je ontologickou daností (stvořenou skutečností), její prožívání v lidské přirozenosti je nazýváno osobností. Vztah mezi osobou a osobností je proto obdobný jako vztah mezi osobou a přirozeností.⁴⁶⁷ K tomu bychom měli doplnit, že osobnost bez osoby není myslitelná a reálně možná, zatímco osoba bez osobnosti existovat může, nijak na osobnosti nezávisí, pouze se skrze ni v plnosti realizuje.⁴⁶⁸ V těchto myšlenkových postupech rozhodně nemíníme koketovat s jakýmkoli dualismem: pokud hovoříme o distinkci mezi přirozeností a osobou, a dále o distinkci mezi osobou a osobností, stále hovoříme o jedné lidské bytosti ve svém celku.

Osoba je ontologicky vzato stvořené jsoucnou existující nezávisle na vnějších akcidentech, nicméně při vědomí konstitutivního vztahu se Stvořitelem (ten není akcidentální), který osobu oslovením pozval a stále zve do bytí. Ono vědomé prožívání „já“ vzhledem k druhým a světu bychom tedy nazývali spíše osobností a potom platí, že není žádné osobnosti bez vědomí a vztahování se, ale osoby ano. Podle Pospíšila osoba představuje identitu v rozličnosti a proměně plynutí dějů. Osoba tedy není bez vlastního příběhu, ve kterém se vyjevuje a odehrává, avšak také onen příběh v čase přesahuje coby jeho svobodná, zodpovědná spolu tvůrkyně a interpretka. V souvislosti s příběhem potom autor popisuje identitu osoby po obrácení: Osoba podle něj sice zůstává stejná, ale mění se její osobnost neboli způsob sebe prožívání. Takto proměněná osobnost je na znamení obdarována novým jménem, např. při křtu.⁴⁶⁹

466 Srov. ŘÍČAN, Pavel. *Psychologie osobnosti*. 6. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 38.

467 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš z Nazareta, Pán a Spasitel*, s. 258–259.

468 Srov. KRIEG, Robert A. *Romano Guardini's Theology of the Human Person*, s. 457–474.

469 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš Kristus – Pravda dějin*, s. 75.

Podle Boublíka je v základu osobní důstojnosti lidské bytosti její duchovní rozměr. Lidská bytost je osobou, protože je partnerem Božím. Je osobou, protože je Bohem povolána ke společenství v lásce. Pojem partner Boží má vyjadřovat dokonalé *uskutečnění osobnosti* a lidské subjektivity. Člověk skutečně *je* osobou a subjektem, právě když se obrací svým jednáním a bytím k Bohu. Člověk stojí před Bohem jako „ty“, tedy subjekt, který prahne po uskutečnění „my“, tedy společenství. Základním kamenem této osobní důstojnosti je podle Boublíka svoboda. Tato svoboda zde znamená možnost lidské bytosti otevřít se Bohu a rozumět sobě v poznání a lásce jako bytí-pro-Boha a jako bytí-s-Bohem.⁴⁷⁰ Svobodu tedy chápeme jako pramen, princip realizace osobní důstojnosti, kterou realizujeme skrze osobnost. Boublík pokračuje: „*Ve svobodě člověk stvrzuje sám sebe jako „pramen“ poznání a lásky, jako „já“ (svéprávné, jedinečné a odpovědné), které žije a šíří lásku.*“⁴⁷¹ A právě ona svéprávnost, sebevědomí, odpovědná svoboda je znakem rozvinuté osobnosti, neboť nesvéprávný člověk podle našeho postoje nepřestává být lidskou osobou.⁴⁷²

Schopnost překračovat sebe směrem k druhým a milovat je dána právě díky osobnímu bytí, neboť tělesná a duševní rovina lidské existence nás spíše zaměřuje k sobě samým.⁴⁷³ Jolana Poláková upřesňuje, že naše osoba v nás nese lidsky specifickou životní dynamiku heteronomně, vztahově, dialogicky inspirovaného tvoření.⁴⁷⁴ Posledním cílem tohoto dávajícího a přijímajícího sebe překračování není uzavřená celistvost, ale vztahová otevřenost. To však nutně potřebuje esenciální spojení s nekonečným zdrojem osobního tvořivého života.⁴⁷⁵

4.3.3. Osoba jako ontologická danost v otevřenosti relacím uskutečňovaných v osobnosti

Člověk je osobou již před tím, než se začne personálně realizovat v prožívané osobnosti. Osoba je zakotvena ve svém vlastním bytí. Náleží sama sobě, ovšem zároveň stojí v sobě díky otevřené relaci k druhému. Bez personálních vztahů nelze docílit vlastní personální identity, tedy rozvinuté osobnosti. Abychom nevytvářeli

470 Srov. BOUBLÍK, Vladimír. *Teologická antropologie*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2001, s. 67.

471 Tamtéž, s. 67.

472 Srov. ÖRSY, Ladislav. The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae, s. 8–22.

473 Srov. CROSBY, John F. The Incommunicability of Human Persons. *The Thomist* 1993, roč. 57, č. 3, s. 403–442. doi: 10.1353/tho.1993.0020

474 Srov. POLÁKOVÁ, Jolana. *Smysl dialogu*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2008, s. 67.

475 Srov. tamtéž, s. 67.

dojem černobílého nazírání na osobu a osobnost, je třeba jít hlouběji: Jeví se, že ona osoba jako bytí v sobě a pro sebe je umožněna právě otevřeností k druhému a pro druhého (aristotelsky-tomistickou terminologií jako *skutečnost mající se k jinému*),⁴⁷⁶ aniž by však teprve realizací vztahu vznikla. Realizací vztahu se aktualizuje, naplňuje svou potenci, ke které je zaměřena, ovšem sama a zcela z ní nevzniká. Proto nemůžeme říci, že osoba je zcela soběstačné bytí a nepotřebuje vztahy, neboť nutně potřebuje onu otevřenost vztahovosti a extenzivně rovněž onu otevřenost a dispozice pro sebe transcendenci. Jak také potvrzuje Karel Vrána: „*Autorelace, autonomie, možnost být sám sebou, v sobě a pro sebe – to vše je umožněno a založeno na heterorelaci, na personální heteronomii. Zde se ovšem otevírá dvojí možnost: pozitivní, ale též negativní. Autentická, tvořivá a biofilní heterorelace (vztah k druhému) zakládá a umožňuje autentickou autonomii a svobodu. Neautentická, zvěčňující, objektivizující heterorelace narušuje a zraňuje osobní autonomii a dusí svobodu.*“⁴⁷⁷

Lze tedy shrnout, že osoba je individuální podstata rozumové přirozenosti otevřená vztahovosti a zaměřená k sebe transcendenci, zatímco osobnost je vědomé vztahové prožívání této stvořené a otevřené osoby, jakožto jediného a nutného předpokladu. Tento bod uzavřeme definováním, že osobu lze chápat jako stvořené jsoucné, oslovené a povolání Bohem do bytí, jsoucné s transcendentální a transcendentní – v Bohu zakotvenou – důstojností.⁴⁷⁸ Transcendentní s významem sebe přesahující (a tedy v zásadě neuzamknutelnou do nutně zvěčňující definice) a transcendentální s významem otevřenosti a zaměřenosti k jinému.⁴⁷⁹

4.3.4. Aplikace principu personality na lobbying

Vzhledem k mimořádné důležitosti principu personality jsme tématu věnovali více prostoru a nyní zbývá aplikovat naznačené na téma lobbyingu. Otázka tedy zní: co princip personality znamená pro *in-house* lobbistu? Odpověď teologicko-etickou optikou není složitá: lobbista by měl ctít lobbovaného jako lidskou osobu se vším, co to znamená, a tedy zásadně lobbovaného nezvěčňovat, nepoužívat jej jako pouhý

476 Srov. SVOBODA, David. *Metafyzika vztahů. Tomáš Akvinský a vybraní autoři tomistické tradice*. 1. vyd. Praha: Krystal OP, 2017, s. 17.

477 VRÁNA, Karel. Dialogický personalismus. In *Veritas liberabit vos. Sborník k sedmdesátinám Karla Skalického*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2004, s. 239–240.

478 Srov. CORETH, Emerich. *Co je člověk?* s. 151.

479 Srov. KRIEG, Robert A. Romano Guardini's Theology of the Human Person, s. 457–474.

prostředek ke svým cílům bez úcty a respektu k odlišným pozicím, názorům či postojům. Princip personality ovšem nechrání jen osobu lobbovaného, ale v nemenší míře také osobu lobbisty, neboť také jeho chrání před zvěčňováním a redukováním na pouhý firemní prostředek, položku v rozpočtu. V praxi může být lobbista zvěčňován majitelem firmy nebo nejvyšším vedením, může být tlačěn jednat v rozporu se svým svědomím nebo v rozporu se zákonem, případně etickým kodexem protistrany. Může být přetěžován, zneužíván či manipulován. Lobbista ovšem může zvěčňovat také sám sebe, když přijme paradigma, podle kterého je jeho jedinou funkcí prosadit firemní cíl a vzdá se lidskosti v plnosti její šíře pro splnění firemního úkolu. Uvědomit si velikost, jistou neuchopitelnost velikosti a v Bohu zakotvenou důstojnost⁴⁸⁰ všech lidských osob není jednoduché a v praxi je na to velmi často zapomínáno. Systém stavebních rozpočtů – kam samozřejmě patří také náklady na lobbistu – tenduje ke zvěčňování všech položek, a to také položek, které označují práci lidských osob. To je z hlediska teologické etiky velký nedostatek, a právě proto jsme problematice lidské osoby, jejich nezcizitelných práv a její v Bohu zakotvené důstojnosti věnovali tolik prostoru.

Nezvěčňovat znamená respektovat ostatní, neponižovat ani sebe, být stále otevření transcenci a životu ve svém celku, přiznávat všem jejich práva, nediskriminovat, tolerovat, naslouchat, chápat, pomáhat atd. To skutečně v dnešním stavitelství není samozřejmé a je před námi ještě dlouhá cesta. Bez onoho zakotvení důstojnosti lidské osoby v Trojjediném Bohu by byla lidská osoba nutně plochá a její zvěčňování by bylo mnohem snazší. Teologická etika tak garantuje byznysu a osobě lobbisty mimořádnou kvalitu, kterou obecná etika v plnosti transcendentního zakotvení nemůže nabídnout. Je to kvalita nejvyšší, kvalita, která nás všechny povyšuje k důstojnosti Božích partnerů a dětí, účastníků Boží přirozenosti (DV 2).⁴⁸¹ Pokud bude kdokoli přistupovat k podnikání a lobbingu tímto prizmatem, je na dobré cestě jednat mravně správně a v souladu s Božím záměrem s tímto stvořením.

Kritérium personality bude klíčovým kritériem mravně legitimního *in-house lobbyingu*. Představíme jej v bodě 7.1., kde budeme pokračovat v detailní aplikaci principu personality na firemní *in-house lobbying*. Velmi konkrétně aplikujeme problematiku do podnikatelské praxe.

480 Srov. ÖRSY, Ladislav. The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae, s. 8–22.

481 Srov. tamtéž, s. 8–22.

4.4. Podnikatelská etika: základní předpoklady mravného lobbingu

V tomto bodě se stručně seznámíme se základními východisky podnikatelské etiky, jakožto užší subdisciplíny hospodářské etiky.⁴⁸² Zatímco hospodářská etika se zabývá makroúrovní v oblasti hospodářství, podnikatelská etika se zabývá mikroúrovní v této oblasti. Předkládané teologicko-etické posouzení firemního *in-house lobbyingu* ve stavitelství v České republice hodnotíme zejména, i když nikoli výlučně, z pozice mikroúrovně, a proto se zabýváme také východisky podnikatelské etiky. Stejně jako v jiných disciplínách existuje také v podnikatelské etice celá řada přístupů – naší ambicí není tyto přístupy popisovat či hodnotit, ale poskytnout základní pohled na podnikatelskou etiku, jakožto obor, do jehož kompetence nepochybně také spadá korigování a hodnocení firemního *in-house lobbyingu*. Podnikatelská etika⁴⁸³ přináší pro kultivaci lobbingu a obecně pro etické řízení firmy důležité nástroje jako jsou etické kodexy, pravidla jejich dodržování, kodexy firemní pohostinnosti nebo etické audity.⁴⁸⁴ V této podkapitole nás zajímá soulad či nesoulad podnikatelské etiky s teologickou etikou, praktické etické nástroje využitelné pro kultivaci *in-house lobbyingu* a celkové propojení výše naznačených východisek do jednoho homogenního celku.

Podnikatelská etika cílí na oblast, kterou nejen ekonomové chápou jako oblast střetu obecného zájmu se sebezájmem: „*Podnikatelská etika řeší věčný konflikt mezi vlastním sebezájmem a zájmy ostatních lidí, konflikt odedávna spojovaný s obchodní činností.*“⁴⁸⁵ Někteří autoři charakterizují podnikatelskou etiku jako normativní (preskriptivní),⁴⁸⁶ podnikatelská etika však musí být zároveň etikou praktickou, empirickou (deskriptivní),⁴⁸⁷ protože v tomto oboru nelze vystačit s abstraktním hodnotovým určením,⁴⁸⁸ ale je třeba se věcně zabývat konkrétními problémy, dilematy a hospodářským jednáním v jeho celku.⁴⁸⁹

482 Srov. De GEORGE, Richard T. Theological Ethics and Business Ethics. *Journal of Business Ethics* 1986, roč. 5, č. 6, s. 421–432. doi: 10.1007/BF00380748

483 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. 4. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2016, s. 3–15.

484 Srov. tamtéž, s. 182–225.

485 PUTNOVÁ, Anna – SEKNIČKA, Pavel. *Etické řízení ve firmě*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 14.

486 Srov. tamtéž, s. 14.

487 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics*, s. 134–136.

488 Srov. De GEORGE, Richard T. Theological Ethics and Business Ethics, s. 421–432.

489 Srov. MAŠEK, Vojtěch. Solidární zisk a efektivita lásky, s. 194–209.

Posláním podnikatelské etiky je posoudit, zda jsou konkrétní podnikatelské praktiky – v našem případě firemní *in-house lobbying* – morálně dobré či zlé a mravně správné nebo nesprávné. Při řešení jednotlivých problémů ovšem neexistuje jednotný přístup.⁴⁹⁰ Pro tuto práci je klíčovým přínosem podnikatelské etiky využití firemního etického kodexu,⁴⁹¹ v samostatné kapitole proto přiblížíme podstatu etických kodexů, jejich vznik a dopad na etické řízení firem a v inspiraci firemními kodexy velkých stavebních firem navrheme vzorový etický kodex řešící problematiku firemního *in-house lobbyingu*, tzv. kodex *in-house lobbisty*.

Podnikatelská etika nemá být limitujícím faktorem hospodářského podnikání, ale naopak faktorem a činitelem podporujícím jeho správný a žádoucí rozvoj.⁴⁹² Podnikatelská etika je vnímána jako disciplína, která ukazuje lidem v podnikatelském prostředí, jak jednat efektivně a zároveň eticky správně, tedy v souladu s mravními pravidly, s tím, co je společností nazíráno jako mravně správné.⁴⁹³

4.4.1. Důsledky aplikace podnikatelské etiky na podnikatelské cíle

Podle názorů některých dřívějších ekonomů přináší existence etických principů do struktur vedení firmy negativní dopady na ekonomické cíle – tomuto tvrzení bychom rádi oponovali. Do celospolečenských efektů eticky odpovědného řízení firem totiž patří vyšší transparentnost podnikání a s tím úzce související menší míra korupce, dále je zde snižování transakčních nákladů, zvyšování produktivity a zlepšování konkurenceschopnosti, větší atraktivita pro investory, snižování ekonomické kriminality a v konečném důsledku tedy i menší zátěž na soudnictví, orgány činné v trestním řízení a státní správu jako celek.⁴⁹⁴

Efektivní aplikace nástrojů podnikatelské etiky do elementární struktury firmy může ve svém důsledku vést k vyššímu⁴⁹⁵ a dlouhodobějšímu zisku.⁴⁹⁶ Zakladatel moderní

490 Srov. NEČADOVÁ, Věra. *Etika v podnikání*. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2015, s. 76.

491 Srov. WEBLEY, Simon. *Codes of Ethics and International Business*. 1. vyd. London: Institute of Business Ethics, 1997, s. 16–18.

492 Srov. VANĚK, Jiří. *Obecná, ekonomická a informační etika*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 181.

493 Srov. PITRA, Zdeněk – MOHELSKÁ, Hana a kol. *Management transferu znalostí: Od prvního nápadu ke komerčně úspěšné inovaci*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2015, s. 286.

494 Srov. ČANÍK, Petr – ČANÍKOVÁ, Petra. *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí*. (2016) [2017-2-22]. <http://transint.xred.cz/doc/ve_amanpe.pdf>.

495 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics*, s. 182–225.

496 Srov. De GEORGE, Richard T. *Theological Ethics and Business Ethics*, s. 421–432.

ekonomie Adam Smith již v 18. stol. zdůrazňoval v monografiích *Teorie mravních citů*⁴⁹⁷ a *Bohatství národů*,⁴⁹⁸ že důvodem ke směně a obchodní činnosti není jen vlastní zájem, respektive zisk, ale i zájem o okolní společnost, štěstí a dobro druhých. Zdravá sebeláska, kterou Smith striktně odděloval od sobectví vedoucího k poškozování a zanedbávání druhých lidí, je základním motivem člověka k ziskovému jednání. Mravní city, sympatie nebo empatie jsou zdroji mantinelů možných způsobů jednání.⁴⁹⁹ Pro zdravé a efektivní fungování trhu je nezbytně důležitá svoboda a spravedlnost, ale také zodpovědnost a vzájemná důvěra.⁵⁰⁰ Na příkladu nezbytnosti svobody, spravedlnosti a důvěry vidíme souvztažnost mezi pohledem podnikatelské a teologické etiky.

Firma, která nectí žádné hodnoty, bude podle odborníků v oblasti podnikatelské etiky časem sama bez hodnoty; ten, kdo nedbá hodnot, pohrdá člověkem, a tím také v důsledku sám sebou. Atmosféra neúcty mezi lidmi poměrně rychle způsobí, že firma zcela ztratí svou cenu. Lidé tak postupně ztratí sounáležitost a firma sama sebe vyprázdní. Jakkoli to může znít až příliš šablonovitě, praxe dokazuje, že je tomu skutečně tak. Dokonce platí utilitaristické tvrzení, že neetické jednání v podnikání se dlouhodobě nevyplácí.⁵⁰¹

Michael Novak tvrdí, že ctnost je podstatným zájmem podnikání: Podnikání nemůže pokročit v realizmu, odvaze, moudrosti, čestnosti a integritě bez vysoce motivovaného a ctnostného pracovního společenství spolupracovníků. Nemůže přetrvat bez leaderů i kolegů, kteří v sobě interiorizovali klíčové ctnosti.⁵⁰² Také ekonomové si v poslední době uvědomují nezbytnost integrace etiky do hospodářské oblasti,⁵⁰³ ať už v podobě měření kvality institucí, úrovně justice, podnikatelské etiky a korupčnosti nebo sledováním jejího vlivu na ekonomické výsledky firem;⁵⁰⁴ Jan Payne dokonce hovoří o algoritmu odplaty za hřích.⁵⁰⁵ Aplikace podnikatelské etiky

497 Srov. SMITH, Adam. *Teorie mravních citů*. 1. vyd. Praha: Liberální institut, 2005, 460 s.

498 Srov. SMITH, Adam. *Bohatství národů*. 1. vyd. Praha: Liberální institut, 2017, 872 s.

499 Srov. PAVLÍK, Ján. *Teorie mravních citů a geneze pravidel spravedlnosti*. In SMITH, Adam. *Teorie mravních citů*, s. 391–393.

500 Srov. PUTNOVÁ, Anna – SEKNIČKA, Pavel. *Etické řízení ve firmě*, s. 94–95.

501 Srov. KÜNG, Hans. *Světový étos pro politiku a hospodářství*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2000, s. 321.

502 Srov. NOVAK, Michael. *Biznis ako poslanie*. 1. vyd. Bratislava: Charis, 1998, s. 99–100.

503 Srov. De GEORGE, Richard T. *Theological Ethics and Business Ethics*, s. 421–432.

504 Srov. SEDLÁČEK, Tomáš. *Ekonomie dobra a zla*, s. 81.

505 Srov. PAYNE, Jan. *Odkud zlo? O nezkratnosti čili slabosti lidské vůle*. 1. vyd. Praha: Triton, 2005, s. 69.

může podle některých autorů firmě dokonce poskytnout další konkurenční výhodu a pomoci překlenout zejména těžká období, kdy se lidé ve firmě mohou spolehnout na pevné zásady, mravně správné a lidsky férové jednání.⁵⁰⁶ Aplikace etického řízení pomáhá firmě vytvářet tzv. nehmotný kapitál.⁵⁰⁷

První velké stavební firmy, které v České republice implementovaly do své struktury etické kodexy, jsou většinou dceřinými společnostmi zahraničních firem západně a severně od České republiky: patří mezi ně např. Skanska, Eurovia nebo Strabag; jejich korupční aféry však ukazují, že samotná existence etických kodexů a pravidel firemní pohostinnosti v praxi nestačí. Přesto platí, že etický kodex je důležitým nástrojem podnikatelské etiky.⁵⁰⁸

4.4.2. Dělení podle míry implementace etického řízení

Dnešní podnikatelská etika rozlišuje pět základních úrovní integrace eticky odpovědného jednání do řízení firmy:⁵⁰⁹

1. *amorální firma*: vše je podřízeno maximalizaci zisku, bezohledně, za jakýchkoli podmínek;
2. *formálně-právní firma*: dbá pouze na soulad s právem, v oblastech, kde překročení práva nelze odhalit, nedbá ani o soulad s právem;⁵¹⁰
3. *společensky odpovědná firma*: chápe etiku jako nástroj k dosažení zisku při vědomí, že etické řízení přináší jisté tržní benefity, ovšem nemá konkrétní etická systémová opatření;
4. *eticky rodící se firma*: při ekonomickém rozhodování bere ohled na etické dopady jednání, integruje etické hodnoty do firemní kultury, obvykle zde existuje etický kodex;

506 Srov. PITRA, Zdeněk – MOHELSKÁ, Hana a kol. *Management transferu znalostí*, s. 286.

507 Srov. PITRA, Zdeněk. *Podnikový management*. 1. vyd. Praha: ASPI – Wolters Kluwer, 2008, s. 284.

508 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics*, s. 182–225.

509 Srov. ROLNÝ, Ivo. *Etika v podnikové strategii: Metodologické postupy integrace etiky do podnikové strategie*. 1. vyd. Boskovice: Albert, 1998, s. 53.

510 V této rovině se nachází nemálo firem, které ovšem mají potenciál k etickému růstu, jak dále ukážeme.

5. *etická firma*: etika je elementární součástí firemní struktury a kultury, důraz na etiku je zřejmý vzhledem ke všem participujícím členům, samozřejmostí je pečlivě propracovaný systém etické infrastruktury.⁵¹¹

V českém prostředí jsme po sametové revoluci v roce 1989 až příliš často potkávali zcela amorální firmy, respektive zcela amorální podnikatele, kteří je vedli. V devadesátých letech tyto lidé a jejich firmy značně poškodili vnější obraz podnikání u širší veřejnosti a z tohoto deformovaného vnějšího obrazu se český byznys stále ještě plně nevysvobodil. Většina firem v českém stavitelství odpovídala spíše formálně-právní úrovni nebo společensky odpovědné firmě. V současné době je situace z etického hlediska lepší: podle našeho soudu odezněla velmi turbulentní až divoká porevoluční doba a firmy dnes mnohem více hledí na dlouhodobé cíle, udržitelnost, stabilitu a prestiž, které jdou ruku v ruce s etickým řízením. Přesto se zatím v podnikatelské praxi ve stavebnictví setkáváme zejména se společensky odpovědnými firmami, tu a tam s eticky se rodící firmou. Malé a střední stavební firmy v drtivé většině etické kodexy nemají a neuvažují o jejich zavedení. – Stavební firmy, jako výše zmíněná Eurovia nebo Strabag, sice zavedly etické kodexy, a dokonce i pravidla firemní pohostinnosti, ovšem na úrovni dělníků, mistrů a nižších stavbyvedoucích je téměř nulové povědomí o významu pojmu etika. Vedení firem je sice výrazně vzdělanější, ale časté korupční kauzy těchto firem ukazují na velké nedostatky v etickém myšlení. České stavebnictví má bohužel zaslouženě korupční pověst a naším cílem a úkolem je s tímto stavem v rámci našich možností bojovat. Přesto i ve stavebnictví lze zaznamenat skutečně etické firmy, zejména mezi ateliéry architektů, projektantů nebo některých developerů. Spolupráce s etickými firmami je mnohem předvídatelnější, bezpečnější, klidnější a příjemnější.⁵¹² Dokonce se již vedle známých pojmů jako firemní obraz nebo firemní atmosféra používá poměrně nový pojem mravní obraz firmy.⁵¹³ Skutečností je, že samostatný kodex firemního *in-house lobbyist* nebo alespoň bod věnovaný *in-house lobbyingu* v etickém kodexu zatím v českém stavebnictví neexistuje.

511 Srov. ROLNÝ, Ivo. *Etika v podnikové strategii*, s. 53.

512 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics*, s. 182–225.

513 Srov. ROLNÝ, Ivo. *Etika v podnikové strategii*, s. 43.

4.5. Terminologie: firma, lobbista, podnikatel, zisk

Po definování základních východisek podnikatelské etiky je na místě definovat související pojmy, které v této práci používáme: podnik, podnikatel, firma, závod.⁵¹⁴ V novém občanském zákoníku je podnikání definováno jako samostatná výdělečná činnost vykonávaná na vlastní účet a odpovědnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku; osoba, která popsanou činnost provádí, je označena za podnikatele.⁵¹⁵ Definici podnikání a podnikatele⁵¹⁶ upravují §§ 420–422 OZ: „...podnikatelem je osoba, která provozuje soustavnou činnost prováděnou samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.“⁵¹⁷

V současné právní terminologii se od 1. 1. 2014, kdy vstoupil v platnost nový občanský zákoník, dále nepoužívá dřívější pojem podnik, ale nově pojem závod – závodem se rozumí „organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil, a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti,“ s tím, že „závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu.“⁵¹⁸ Pojem firma se v právní terminologii užívá ve spojení obchodní firma, jako označení pro „jméno, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku.“⁵¹⁹ Zákon č. 90/2012 Sb. o obchodních korporacích zavedl pojem obchodní korporace, do kterého řadí všechny formy obchodních společností a družstev. V praxi se pojmy podnik, firma, závod nebo korporace používají záměnně. V podnikatelské etice se používají pojmy podnik i firma jako synonyma. Pro účely této disertační práce jednotně používáme pojem firma.

514 Srov. PELIKÁNOVÁ, Irena. *Obchodní právo. 1. díl.* 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010, s. 227–292.

515 Srov. ČERNÁ, Stanislava – PLÍVA, Stanislav a kol. *Podnikatel a jeho právní vztahy.* 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2013, s. 11–12.

516 Srov. ŠVARC, Zbyněk a kol. *Základy obchodního práva.* 1. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2005, s. 26–29.

517 PADRNOS, Jaroslav. *Vhled do právní úpravy českého obchodního práva. Základy podnikání fyzických a právnických osob.* 1. díl. Ostrava: KEY Publishing, 2013, s. 22.

518 § 502 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku.

519 § 423 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku.

5. Korupce a lobbying

V předešlých kapitolách jsme definovali lobbying, osobu lobbisty a osobu lobbovaného, rozdělili jsme lobbying do klíčových kategorií, nahlédli jeho historii, specifikovali *instrumentalizovaný in-house lobbying* a rovněž jsme popsali vnitřní strukturu lobbyingu, podle které odlišujeme vertikální vzestupný i sestupný lobbying a horizontální lobbying. Jak už bylo řečeno, *instrumentalizovaný in-house lobbying* může jako svůj podpůrný nástroj používat firemní pohostinnost, jejíž východiska jsme připomněli v první kapitole; firemní pohostinnost v podnikatelské oblasti je rizikový fenomén, který může snadno skončit v iregularitě. V oblasti manažerského *in-house lobbyingu* je často třeba – podle některých lobbistů – osobu lobbovanou naklonit na svou stranu, přesvědčit či dokonce zavázat nebo přímo manipulovat; proto je korupce nebezpečným strašákem legitimního lobbyingu, neboť lobbying explicitně posouvá do nezákonného, kriminálního jednání,⁵²⁰ čímž ovšem neškodí pouze dotyčné věci, ale celému fenoménu lobbyingu,⁵²¹ neboť média pochopitelně nebudou prezentovat úspěšně a legitimně lobbovanou událost, ale náležitě hlasitě odprezentují událost, kde byl lobbying provázán s korupcí.

Korupce jistě znamená mimořádné riziko pro sledované téma, zvláště potom ve firemním *in-house lobbyingu*, neboť korupce představuje jednoduchou a levnou zkratku k profitu.⁵²² Bohužel je nutné přiznat, že korupce dnes ve stavebnictví představuje sice nezákonný a zakázaný, ale poměrně široce využívaný (a paradoxně snad až konvenční) manažerský nástroj, můžeme-li toho slova pro korupci použít. Podle výzkumného ústavu obchodu je stavebnictví v České republice stabilně zařazeno v nejkorumpovanějších oblastech.⁵²³

Jedním z klíčových bodů této práce proto bude jasné a zřetelné vymezení lobbyingu a korupce;⁵²⁴ jak již bylo řečeno, korupce bývá poměrně úspěšně maskována lobbyingem a časté aféry poté značně poškozují veřejné mínění a mediální obraz

520 Srov. GARDINER, John A. Defining Corruption. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*. 3. vyd. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 2011, s. 25–38.

521 Srov. NIXON, William H. In Defense of the Lobbyist, s. 87–92.

522 Srov. ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption: Cases in Practical Ethics From Enron Through The Financial Crisis*. 3. vyd. New Jersey: John Wiley & Sons, 2017, s. 27–30.

523 Srov. DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Korupce*, s. 87.

524 Srov. SAMUEL, Vinay. Business and Corruption. *Transformation* 1995, roč. 12, č. 1, s. 23–27. doi: 10.1177/026537889501200106

lobbying a lobbistů.⁵²⁵ Pokud nebude možné jasně a zřetelně oddělit lobbying od korupce, bude to jasná indikace neslučitelnosti lobbyingu s východisky teologické etiky. Cílem této kapitoly je tedy bezpečné rozlišení lobbyingu a korupce v souladu se 4. stupněm metodologického postupu, který definuje předem vyloučená jednání. Jak bylo prokázáno předešlou diplomovou/rigorózní prací, korupce spadá do oblasti předem vyloučených jednání bez nejmenších pochyb. Zatímco čtvrtá kapitola byla ukončením metodologického kroku „vidět“ a zároveň přemostěním k druhému velkému kroku „soudit“, kapitola vymezující lobbying vůči korupci se nachází právě ve druhém kroku „soudit“.

V této kapitole definujeme korupci, její podstatu, motivy a následky a jednoznačně ji odlišíme od podstaty, motivů a následků lobbyingu. Jednoduchá definice odlišující korupci od lobbyingu zní: „*Lobbista nabízí informace, analýzu, podněty, jakmile by však nabídl peníze, službu nebo jiné plnění, které by vedlo k finančnímu nebo statusovému zisku osoby, kterou se snaží přesvědčit nebo informovat, dopustil by se korupce.*“⁵²⁶ Ona hranice se jeví býti zřetelnou, ovšem v praxi, v oněch nejednoznačných, složitých, vzájemně se prostupujících zájmových vztazích, v časovém tlaku, stresu, potřebě rozhodnout a omezenému rozhledu i možnostem úředníka a vysoké profesionalitě lobbisty hrající si s firemní pohostinností jemně a chytře, je ona hranice často nečitelná a rozhodně není nijak jednoznačně viditelná.⁵²⁷

Říci, že lobbista nesmí nikoho ničím obdarovat, by bylo zkratkovité, příliš jednoduché a v praxi nerespektované řešení. V této kapitole se na korupci podíváme pečlivěji a vymezíme ji nejen vůči lobbyingu, ale také vůči firemní pohostinnosti, kterou lobbisté často využívají. Definování vztahu lobbyingu a korupce se autorům ne vždy dobře daří – uveďme příklad Petra Vymětala: „*Cílem etablování lobbyingu je především snaha vymezit se vůči korupci, proto musíme klást jasnou dělící čáru mezi korupci, která je nejen nelegální, ale nepřijatelná většinou také z etického hlediska, a lobbying, který je třeba pojímat jako jev legální a legitimní.*“⁵²⁸

525 Srov. DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Korupce*, s. 85.

526 Tamtéž, s. 91.

527 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

528 MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 29.

Nyní je třeba oponovat: považovat za cíl etablování lobbingu pouze jeho vymezení vůči korupci je simplifikující a celkově negativní pojetí celé problematiky. Lobbying znamená mnohem více než zdůraznění, že není korupcí. Místo toho, čím není, navrhuje zaměřit se na to, čím je. Vymětal navrhuje klást jasnou dělící čáru mezi korupcí a lobbying, ovšem nedaří se mu tuto čáru narýsovat, protože je to nemožné. Hájíme tezi, že se nejedná o čáru, ale poměrně široký interval. Dále Vymětal píše, že korupce je nelegální a většinou také neetická. To se zdá být převrácené tvrzení – korupce je vždy neetická a někdy také nelegální⁵²⁹ v závislosti na chytrosti korupčníka a jeho znalosti legislativy.⁵³⁰ Konečně Vymětal tvrdí, že lobbying je třeba pojímat jako jev legální a legitimní. Legální (tedy zákonný, v souladu s právním řádem) lobbying v České republice striktně vzato zatím není, neboť nemáme příslušný zákon. Můžeme tedy říci, že není nelegální a české právo jej nezná. Tvrdit, že *je potřeba* lobbying považovat za legitimní je troufalé: můžeme argumentovat, obhajovat, falzifikovat či verifikovat vytčené teze, ale nemůžeme jednoduše tvrdit, že něco *je potřeba*.

V následujících bodech nahlédneme problematiku korupce – cílem opět není plochá kompilace, ale výběr toho nejrelevantnějšího myšlení odborníků, a to se stálým zřetelem na problematiku korupce ve vztahu mezi soutěžícím a zadavatelem ve veřejné i soukromé soutěži ve stavebnictví, jenž zprostředkovává *in-house lobbista*. Z nabídky, kterou odborná literatura k oblasti korupce předkládá, budeme tedy vybírat to nejlepší a cílit na vymezený zájmový segment.

5.1. Korupční jednání vzhledem k lobbyingu: definice, vymezení

Korupci obvykle chápeme v individuálním smyslu jako selhání jednotlivce nebo ve společenském smyslu jako celospolečenské stigma.⁵³¹ Sociolog Luigi Garziano tvrdí, že lobbying ze své podstaty vylučuje korupční jednání⁵³² – lobbying je podle tohoto autora specializovanou a odbornou reprezentací skrze širokou škálu prostředků, které v zásadě vylučují korupční výměnu služeb, ve své vlastní povaze odlišný od obecné

529 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption: The New Corporate Challenge*. 1. vyd. New York: Palgrave Macmillan, 2011, s. 29–35.

530 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

531 Srov. GARDINER, John A. Defining Corruption. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 25–38.

532 Srov. GRAZIANO, Luigi. Lobbying and the Public Interest. In CLAEYS, Paul H. *Lobbyisme, pluralisme et intégration européenne/Lobbying, Pluralism and European Integration*. 1. vyd. Brusel: PIE-EIP, 1998, s. 43.

nespecializované reprezentace, kterou zajišťují volení zástupci. Jako reprezentant partikulárních zájmů lobbista dodává informace a odborné expertizy, které mohou mít značný a někdy rozhodující vliv při definování legislativní a správní regulace.⁵³³ Garziano je příkladem autorů, kteří hájí tezi, že lobbying ze své podstaty vylučuje korupční jednání, ovšem nijak to nedokládají a ve svých definicích opomíjí fakt, že lobbista je za svou činnost placen. Podle našeho soudu nelze tvrdit, že lobbying ze své podstaty vylučuje korupční jednání; právě naopak, lobbying v současné neregulované podobě bez legislativního zakotvení nabízí pestrou škálu příležitostí ke korumpování a rozhodně nelze korupci od lobbyingu oddělit zkratkovitou nekompletní definicí.

Podle právníků Davida a Netta spočívá odlišení korupce a lobbyingu právě v rovině etiky: lobbying je ze své podstaty přesvědčování, ovšem ono přesvědčování nesmí překročit přijatelný etický rámec.⁵³⁴ S tímto tvrzením lze souhlasit a právě onen přijatelný etický rámec, který právníci nespecifikují, je těžištěm této práce. Právníci zabývající se korupcí a lobbyingem potvrzují aktuální potřebu etického zhodnocení lobbyingu, protože právě etika může zajistit onen doposud nezajištěný prostor často svádějící k mravně nepřijatelnému jednání. Teologická etika se svými důrazy může nabídnout jeden z inspirativních pohledů na onen právníky navržený termín „přijatelného etického rámce“.

Korupce je dnes celospolečenský, globální,⁵³⁵ živý, aktuální a v jistém smyslu také nadčasový fenomén,⁵³⁶ který je navzdory mnohým pokusům o jeho vymýcení či alespoň výraznou restrikcí pozoruhodně persistentní.⁵³⁷ Jak jsme zmínili v kapitole věnované dějinnému přehledu, korupce provázela lidstvo od pradávna a vždy byla z pozice pozitivního zákona nahlížena jako nelegitimní, z pohledu etického dokonce zlé jednání. S korupcí se v praxi setkáváme na všech společenských úrovních v rozmanité škále oblastí od politiky, přes obchod, až po sport a kulturu.⁵³⁸ Z opakovaných průzkumů veřejného mínění plyne, že korupce je společností vnímána

533 Srov. tamtéž, 43.

534 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 34.

535 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 1–5.

536 Srov. PETROVSKÝ, Karel. *Korupce po česku, aneb, Korupce očima průměrného Čecha*. 1. vyd. Praha: Eurolex Bohemia, 2007, s. 9.

537 Srov. GARDINER, John A. Defining Corruption. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 25–38.

538 Srov. ŠTIČKA, Michal. *Korupce a protikorupční politika ve veřejné správě*. 1. vyd. Praha: Transparency International – Česká republika, 2008, s. 17.

jako jeden z nejzávažnějších společenských problémů.⁵³⁹ Termín *korupce* je latinského původu, vychází ze slovního základu *rumpere*, v překladu zlomit, rozlomit, přetřhnout.⁵⁴⁰ Latinský výraz *corruptus* znamená následek nekalého jednání, v překladu má několik výrazů: znečištěný, zkažený, zvrhlý, zvrácený, mravně zvrácený, podplacený.⁵⁴¹

Sociologové nahlíží korupci jako důsledek deviantního chování, jako určitou formu sociální deviace, konkrétně „*nonkonformní jednání vůči některé normě či soustavě norem, které velké množství osob v dané komunitě nebo společnosti akceptuje*“.⁵⁴² Politologové hodnotí korupci jako „*zneužití veřejné moci k soukromému zisku*“.⁵⁴³ Právníci vnímají korupci jako „*vztah dvou subjektů jednajících v rozporu s dobrými mravy spočívající v nabídce, příslibu, realizování výhody v něčí prospěch nebo akceptování takového požadavku za vyžádanou, nabídnutou nebo slíbenou odměnu*“.⁵⁴⁴ Anticipovaná nebo přislíbená firemní pohostinnost ze strany lobbisty je v tomto kontextu spíše korupcí, případně přinejmenším manipulující a zavazující pohostinností. Korupce se obvykle skrývá, probíhá utajeně, zatímco legitimní firemní pohostinnost, která může být součástí lobbistovi strategie, má být zcela otevřená a probíhat veřejně.⁵⁴⁵

Jedna z nejpoužívanějších definicí korupce od Josepha S. Nye zní „*Chování, které se z důvodů dosahování soukromých (osobních, rodinných, úzce skupinových) finančních nebo statusových zisků odchyluje od formálních povinností vyplývajících z veřejné role anebo přesahuje normy proti výkonu určitého typu soukromého vlivu*“.⁵⁴⁶ Tato obecně přijímaná definice je velmi dobrá a vybízí k zamyšlení nad významem finančních nebo statusových zisků, které autoři již povětšinou nedefinují. Vymezení finančních a statusových zisků provedeme v závěru této kapitoly v souvislosti

539 Srov. TAUCHEN, Jaromír – SCHELLE, Karel. *Korupce – Včera a dnes*. 1. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 2013, s. 143.

540 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

541 Srov. CHMELÍK, Jan – TOMICA, Zdeněk. *Korupce a úplatkářství*. 1. vyd. Praha: Linde, 2011, s. 15.

542 GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. 1. vyd. Praha: Argo, 1999, s. 185.

543 ROSE-ACKERMAN, Susan. *Corruption and government: causes, consequences, and reform*. 1. vyd. New York: Cambridge University Press, 1999, s. 91.

544 CHMELÍK, Jan – TOMICA, Zdeněk. *Korupce a úplatkářství*, s. 25.

545 Srov. HUNTINGTON, Samuel P. *Modernization and Corruption*. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 253–264.

546 VOLEJNÍKOVÁ, Jolana. *Korupce v ekonomické teorii a praxi*. 1. vyd. Praha: Profess Consulting, 2007, s. 15.

s přehledem limitů firemní pohostinnosti, ke kterým jsme dospěli v předešlé práci. Předběžně lze říci, že právě pečlivé vymezení významu finančního a statusového zisku bude klíčové pro posouzení nejasné hranice lobbistického ovlivňování, firemní pohostinnosti a korupce.

Podstatou korupce je tedy snaha jedné zájmové entity, v našem případě například firmy (vysílající interního *in-house lobbistu*) usilující o získání zakázky, jenž zkouší vyzískat výhodu nebo náskok před ostatními, a reciproční zájem druhé entity, v našem případě například jedince nebo skupiny zodpovědné za výběrové řízení konkrétní zakázky, tedy zadavatele, jenž je ochoten a schopen v tomto směru zapůsobit a získat protiplnění.⁵⁴⁷ Toto protiplnění může mít v praxi různé podoby: finanční prostředky, zboží, služby, zmíněný statusový zisk nebo protislužby.⁵⁴⁸

Firemní pohostinnost využívaná legitimním lobbingem a korupce mohou vykazovat podobný, nebo dokonce stejný výsledek např. dar či protislužbu, což odkrývá značná úskalí firemní pohostinnosti. Korupce se tedy od firemní pohostinnosti musí lišit v motivaci: zatímco entita korumpující je motivována získáním nekalé výhody v hospodářské soutěži a výsledným ziskem,⁵⁴⁹ entita využívající firemní pohostinnost je motivována vyjádřením díky a úcty k protistraně, a to teprve po vykonané práci, nikoli předem dohodnuté. Korupce a firemní pohostinnost tedy někdy mohou mít, a v praxi mívají, na první pohled stejný vnější obraz, ovšem rozdílná východiska jednání, zcela rozdílné motivy a elementární přístup k věci.⁵⁵⁰ Jinými slovy jsou si teleologicky⁵⁵¹ (z hlediska konečného výsledku) mnohdy podobné (samozřejmě pouze na první pohled), avšak deontologicky⁵⁵² (z hlediska předcházející úvahy) zcela odlišné. Důsledné rozlišení korupce a legitimní firemní pohostinnosti u darů a protislužeb je podle našeho soudu zejména v čase. Předem slíbený dar či protislužba při získávání zakázky je korupční, manipulující nebo přinejmenším zavazující jednání;⁵⁵³ je to snaha o získání nepatřičné výhody.⁵⁵⁴ Legitimní lobbistova firemní

547 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 20–22.

548 Srov. TAUCHEN, Jaromír – SCHELLE, Karel. *Korupce – Včera a dnes*, s. 143.

549 Srov. HUNTINGTON, Samuel P. *Modernization and Corruption*. In HEIDENHEIMER, Arnold J.

– JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 253–264.

550 Srov. tamtéž, s. 253–264.

551 Srov. SKOBLÍK, Jiří. *Přehled křesťanské etiky*, s. 73–75.

552 Srov. tamtéž, s. 73–75.

553 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 20–22.

554 Srov. HUNTINGTON, Samuel P. *Modernization and Corruption*. In HEIDENHEIMER, Arnold J.

– JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 253–264.

pohostinnost v podobě daru nebo protislužby musí přijít až následně a nesmí budít dojem závazku.⁵⁵⁵ Dalším charakteristickým rysem, který legitimní dar odlišuje od úplatku, je ten, že dary se předávají otevřeným způsobem. Někteří odborníci na korupci ovšem následnou firemní pohostinnost považují za nelegální odměnu, tzv. všimné, které je podle jejich soudu svou podstatou podobné úplatkářství. Všimné (naší terminologií firemní pohostinnost) tito autoři (např. Králíček, Molín a další) považují za podhoubí budoucího korupčního vztahu.⁵⁵⁶ K této tezi se lze postavit dvěma způsoby: 1. přijmout ji a zlomit pomyslnou etickou hůl nad celým stavebním byznysem, od majitelů firem až po posledního zaměstnance, a označit celý segment za skrz naskrz zkorumpovaný, nebo 2. odmítnout kriminalizaci firemní pohostinnosti a snažit se jí nastavit vhodná kritéria a bránit proti překročení do korupce. Volíme druhou popsanou cestu a pro lobbying to platí dvojnásob.

Vláda České republiky definuje korupci ve svých dokumentech jako: „*Vztah mezi dvěma subjekty, ať jednotlivci nebo institucemi, z nichž jeden nabízí a většinou i poskytuje druhému určitou formu odměny za poskytnutí či příslib neoprávněné výhody. Druhý pak očekává, že mu za tuto výhodu bude slíbená materiální či nemateriální odměna poskytnuta*“.⁵⁵⁷ Tato definice pracuje s pojmem neoprávněné výhody, což se jeví jako klíčové: soutěžitel ve veřejné soutěži, který ovlivňuje zadavatele s cílem získání neoprávněné výhody se patrně dopouští korupčního jednání, i kdyby nabízel např. pouze drobný dárek v hodnotě do 1000 Kč. Klíčové se zdá být ono získání neoprávněné výhody, ovšem co jiného dělá *in-house lobbista* lobbující za svou firmu, než že se snaží získat výhodu? Klíčovým se tedy zdá být slovo: *neoprávněnou*. Neoprávněnou výhodou rozumíme takové jednání, které na úkor prosazované firmy poškozuje konkurenční firmy a staví je bez jejich přičinění do nevýhodné pozice;⁵⁵⁸ proto by se podle našeho soudu lobbista, který by lobbboval za svou firmu, předal drobný dárek zadavateli jako projev úcty, ovšem bez zřejmých tlaků na získání neoprávněné výhody, bez znevýhodňování ostatních firem, korupčního

555 Více k posouzení vztahu korupce a firemní pohostinnosti srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 59–79.

556 Srov. KRÁLÍČEK, Vladimír – MOLÍN, Jan. *Vnější a vnitřní kontrola z pohledu managementu*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2014, s. 181.

557 PETROVSKÝ, Karel. *Korupce po česku*, s. 18.

558 Srov. HUNTINGTON, Samuel P. Modernization and Corruption. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 253–264.

jednání nedopustil.⁵⁵⁹ Takový dárek ovšem musí být symbolický a podléhat jistým kritériím a limitům: tato endogenní kritéria a exogenní limity jsme zpracovali v předešlé rigorózní práci a stručně je připomeneme v závěru této kapitoly.

Nejvyšší státní zastupitelství definuje korupci jako: „... *zneužití postavení spojené s porušením principu nestrannosti při rozhodování, motivované snahou po zisku. Korupce je projevem chyby v rozhodovacím (řídícím) procesu. Součástí korupčního procesu je vždy ten, kdo rozhoduje, jeho moc odchylovat se od stanovených pravidel, výměna takto vychýleného rozhodnutí za výhodu a nesprávnost (protiprávnost, amorálnost) tohoto vztahu výměny.*“⁵⁶⁰

Všimněme si, že v definici nejvyššího státního zastupitelství zaznívá nejen protiprávnost, ale rovněž amorálnost (v tuto chvíli pomineme nesoulad s naší etickou terminologií, kde morální znamená souladné se svědomím jednajícího) korupce. Je tedy zřejmé, že korupční jednání je také právníky považováno za protiprávní a rovněž tak neetické.⁵⁶¹ V minulosti byl v podnikatelské oblasti kladen důraz zejména na soulad s právem, přičemž etická stránka jednání zůstávala zcela stranou. Důležité bylo vyhnout se přestoupení zákona, avšak nečestné, nemravné či společensky kontroverzní jednání mnohé podnikatele neodrazovalo. V současnosti je v podnikatelské praxi možné sledovat trend, který etickou stránku jednání podstatně více zahrnuje do komplexního hodnocení.⁵⁶²

Z pohledu etiky je korupce zneužitím sociálních vztahů, negací lidské svobody a důvěry ve vztazích, projevem sobectví, destabilizací funkčních sociálních systémů, výrazem nejistoty a strachu z případné budoucí spolupráce. Z teologicko-etického pohledu je korupce realizována v prostoru zla a provázena nesvobodou, strachem, nejistotou, nedůvěrou, skrytostí a destrukcí. Samotné zacílení na zisk korupcí není – v korupci jde o nelegitimní cestu k dosažení onoho zisku. Adekvátní snaha o zisk ve správně chápaném významu je zcela legitimní součástí nejen podnikání, ale také zaměstnaneckého poměru; málokdo ve stavebnictví dochází denně na stavbu z jiného důvodu než kvůli mzdě.

559 Srov. ROSE-ACKERMAN, Susan. When is Corruption Harmful? In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 353–373.

560 CHMELÍK, Jan – TOMICA, Zdeněk. *Korupce a úplatkářství*, s. 24.

561 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

562 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 159–161.

5.2. Korupce a fenomény související s lobbingem

Termín korupce je v našem prostředí často chápán jako synonymum úplatkářství, ovšem jedná se o dva významově ne zcela totožné pojmy: korupce jako pojem obecný zahrnuje veškerá jednání ve smyslu zneužití moci v jakékoli podobě,⁵⁶³ zatímco úplatkářstvím rozumíme pouze jednání postížitelná trestním právem.⁵⁶⁴ Úplatkářství je tedy pojem užší, který lze podřadit pod obecnější kategorii korupce.⁵⁶⁵ V těchto souvislostech rozeznáváme rovněž fenomény jako klientelismus a nepotismus. Klientelismem je míněno upřednostňování přátel vytvářející osobní vazbu mezi klientem a jeho patronem; nepotismem je míněno prosazování členů vlastní rodiny na lukrativní pozice.⁵⁶⁶ Klientelismus a nepotismus nejsou trestním právem České republiky postihovány, ale podle právníků je můžeme je chápat jako společenské fenomény hraničící s korupcí.

Korupční praktiky se v praxi objevují v mnoha variacích: někteří odborníci rozlišují korupci finanční a byrokratickou;⁵⁶⁷ podstatou finanční korupce je nezákonné dosažení finančního zisku, zatímco podstatou byrokratické korupce je nezákonné dosažení postu spojeného s byrokratickou mocí.⁵⁶⁸ Tyto dva momenty budou předmětem samostatného bodu zaměřeného na finanční a statusový zisk.

Odborníci na problematiku korupce často v souvislosti s klientelismem a nepotismem zmiňují lobbing jako související jev korupce. Samo zařazení lobbingu do souvisejících jevů korupce je hodnotící a rozporuplné: lobbing je tak předem odsouzen jako nepřiznaná korupce, aniž by se ztrácel čas jeho poctivým poznáním. Jiní odborníci zabývající se korupcí naopak jasně vymezují korupci vůči lobbingu a nahlíží lobbing méně zaujatě jako demokratický institut, který provozuje ten, kdo ve veřejném zájmu nebo ve prospěch zájmů jistých skupin ovlivňuje rozhodování veřejných činitelů, za což mu může být poskytnuta odměna. První skupině odborníků na korupci, kteří lobbing považují za její průvodní jev, výrazně nahrávají známí lobbisté

563 Srov. GARDINER, John A. Defining Corruption. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 25–38.

564 Srov. PETROVSKÝ, Karel. *Korupce po česku*, s. 20.

565 Srov. tamtéž, s. 20.

566 Srov. Nejvyšší státní zastupitelství. *Metodický návod k postupu státních zástupců ve věcech trestných činů souvisejících s korupcí*. 1. vyd. Brno: Nejvyšší státní zastupitelství, 2010, s. 8.

567 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

568 Srov. DEFLEM, Mathieu. *Sociology of Law – Visions of a Scholarly Tradition*. 2. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2008, s. 73.

pravomocně odsouzení za korupci, jako např. lobbista Marek Dalík,⁵⁶⁹ nebo fotbalový boss a sportovní lobbista Miroslav Pelta.⁵⁷⁰ Pelta se proti své obžalobě z korupce bránil tvrzením, že pouze lobboval za zájmy sportovních klubů.⁵⁷¹ Tito lidé mají ale ve skutečnosti blíže k tzv. kmotrovství, než skutečnému lobbyingu.

Skutečností je, že v zemích s hluboce zakořeněnou korupční kulturou se lobbying (a firemní *in-house lobbying* povýtce) od korupce obtížněji, než ve zdravých demokraciích s nízkou úrovní korupce.⁵⁷² Problémem v zemích se zakořeněnou korupční kulturou (za kterou lze v oblasti stavitelství považovat Českou republiku) a klientelistickými hierarchickými vazbami tkví v tom, že neexistují dostatečné kulturní a institucionální předpoklady pro diferenciaci obou jevů.⁵⁷³ Korupce je jev, který je také měřitelný na základě různých metodologií.⁵⁷⁴ Pro účely této práce se ovšem měřením korupce blíže zabývat nebudeme, spokojíme se se závěrem, že korupce představuje „závažný problém a hrozbu, kterou představuje pro stabilitu a bezpečnost společnosti tím, že podryvá instituce a hodnoty demokracie, etické hodnoty a spravedlnost a zároveň ohrožuje udržitelný rozvoj a zákonnost“.⁵⁷⁵

Odborníci vedle základního dělení na finanční a statusovou korupci rozlišují následující charakteristické oblasti:⁵⁷⁶ finanční korupce, byrokratická korupce, politická korupce, manažerská korupce, strategická korupce, vůdcovská korupce, systémová korupce, mezinárodní korupce, policejní korupce, korupce v médiích, sportovní

569 Srov. Dalík už zaplatil čtyřmilionovou pokutu. Jinak by mu hrozil delší trest. IDNES. (9.9.2016) [2019-8-28]. <http://zpravy.idnes.cz/dalik-uz-zaplatilctyrmilionovoupokutuflm-/domaci.aspxc=A160909_074357_domaci_san>.

570 Srov. Bývalý šéf českého fotbalu Pelta byl nepravomocně odsouzen k šesti letům vězení. Deník N. (26.11.2021) [2022-3-24]. <Bývalý šéf českého fotbalu Pelta byl nepravomocně odsouzen k šesti letům vězení (denikn.cz)>.

571 Srov. Pelta skončil ve vězeňské nemocnici. Policie jej viní z půlmiliardové škody. Česká televize. (11.5.2017) [2019-8-28]. <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2115390-pelta-skoncil-ve-vezenske-nemocnici-policie-jej-vini-z-pulmiliardove-skody>>.

572 Srov. ROSE-ACKERMAN, Susan. When is Corruption Harmful? In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 253–274.

573 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 31.

574 Srov. KOTLÁNOVÁ, Eva. *Korupce a ekonomický růst*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2012, s. 29–32.

575 DAVID, Vladislav – NETT Alexander. *Dokumenty OSN ke korupci a organizovanému zločinu: Úmluva OSN proti korupci, Protokol proti nezákonné výrobě střelných zbraní, jejich částí a součástí a munice i proti nezákonnému obchodu s nimi, doplňující Úmluvu OSN proti nadnárodnímu organizovanému zločinu*. 1. vyd. Praha: Institut pro kriminologii a sociální prevenci, 2008, s. 32.

576 Srov. ROSE-ACKERMAN, Susan. When is Corruption Harmful? In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 253–274.

korupce a nepotismus.⁵⁷⁷ Naším cílem není věnovat se blíže všem vyjmenovaným oblastem; klíčovou pro tuto práci je manažerská korupce, tedy uplácení penězi, dary, statusovým ziskem nebo jiným ziskem veřejného činitele s rozhodovací pravomocí firemním *in-house lobbyistou*.

5.3. Trestněprávní úprava korupce

Korupce, jakožto zneužívání veřejné pravomoci k soukromému prospěchu,⁵⁷⁸ a jednání s ní spojené je v České republice nezákonné a trestněprávně postižitelné. Pro účely této práce v tomto bodě stručně přehlédneme trestně-právní úpravy korupce v České republice. Legislativní postižitelnost korupce je v českém právním řádu upravena ve dvou základních liniích: veřejnoprávní a soukromoprávní. Občanský zákoník pokrývá korupci v soukromém právu; na veřejnoprávní úrovni se jedná o normy trestního práva, konkrétně trestní zákoník, ale také pro nás velmi důležitý zákon o veřejných zakázkách nebo zákon o střetu zájmů, jehož změny jsou navrhovány v souvislosti s návrhem zákona o lobbingu. Korupce v českém právním řádu není postihována coby samostatný delikt; postihovány jsou pouze její konkrétní formy naplňující znaky některých skutkových podstat upravených v trestním zákoníku.⁵⁷⁹ Jedná se o tzv. úplatkářské trestné činy specifikované v hlavě X. trestního zákoníku. Konkrétně jsou to:

- trestný čin přijetí úplatku: „*Úplatkářství se dopustí ten, kdo sám nebo prostřednictvím jiného v souvislosti s obstaráváním věci obecného zájmu pro sebe nebo pro jiného přijme nebo si dá slíbit úplatek, nebo kdo sám nebo prostřednictvím jiného v souvislosti s podnikáním svým nebo jiného pro sebe nebo pro jiného přijme nebo si dá slíbit úplatek*“ (§331 tr.z.),⁵⁸⁰
- trestný čin podplacení, jehož se dopustí ten, kdo „*poskytne, nabídne nebo slíbí úplatek*“ (§332 tr.z.),⁵⁸¹

577 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 59–84.

578 Srov. STAPENHURST, Rick – JOHNSTON, Niall – PELIZZO, Riccardo. *The Role of Parliament in Curbing Corruption. WBI Development Studies*. 1. vyd. Washington, DC: World Bank, 2006, s. 2.

579 Srov. *Metodický návod k postupu státních zástupců ve věcech trestných činů souvisejících s korupcí*. 1. vyd. Brno: Nejvyšší státní zastupitelství, 2010, s. 25.

580 § 331 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

581 § 332 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

- trestný čin nepřímého úplatkářství, jehož se dopustí osoba, která „*bude svým vlivem nebo prostřednictvím jiného působit na výkon pravomoci úřední osoby*“ (§333 tr.z.).⁵⁸²

Úplatek je v právním řádu České republiky definován jako: „*neoprávněná výhoda spočívající v přímém majetkovém obohacení nebo jiném zvýhodnění, které se dostává nebo má dostat uplácené osobě nebo s jejím souhlasem jiné osobě, a na kterou není nárok*“ (§334 tr.z.).⁵⁸³ Další trestné činy vztahující se ke korupci jsou upraveny v hlavě V. Jedná se o zákony upravující např. pravidla hospodářské soutěže či zadávání veřejné zakázky, konkrétně sjednávání výhody při zadávání veřejné zakázky, při veřejné soutěži a veřejné dražbě (§256 tr.z.), pletichy při zadávání veřejné zakázky a při veřejné soutěži (§257 tr.z.) a pletichy při veřejné dražbě (§258 tr.z.).⁵⁸⁴

Odborníci na současné české právo dále uvádějí různé podoby úplatku: kromě peněz nebo protislužby může být příkladem úplatku rovněž zisk vlivu na rozhodovací činnosti⁵⁸⁵ týkající se dispozice s majetkem nebo také sponzorský dar.⁵⁸⁶ Sponzorský dar je přitom často využíván v souvislosti s firemní pohostinností i *in-house lobbyingem*. Minimální výše úplatku, mimořádně důležité téma, není zákonem stanovena; rozhodující je tak oblast společenského života, kde k uplácení dochází.⁵⁸⁷ Například úplatek/dárek/pozornost u lékaře je obecně tolerována, zatímco úplatek v oblasti veřejné správy je ve společnosti vnímán jako silně nežádoucí.⁵⁸⁸ Společenská škodlivost je hodnocena ad hoc na základě zásady subsidiarity trestní represe (§12 odst. 2 tr.z.).⁵⁸⁹

Pro účely této práce nyní definujeme pojmy veřejná zakázka, zadavatel a jejich právní zakotvení. Podle legislativní definice je veřejnou zakázkou „*zakázka realizovaná na základě smlouvy mezi zadavatelem a jedním či více dodavateli, jejímž předmětem je úplatné poskytnutí dodávek či služeb nebo úplatné provedení stavebních*

582 § 333 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

583 § 334 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

584 Srov. § 256–258 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

585 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

586 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 247.

587 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 159–161.

588 Srov. *Metodický návod k postupu státních zástupců ve věcech trestných činů souvisejících s korupcí*, s. 122–130.

589 Srov. tamtéž, s. 122–130.

prací“.⁵⁹⁰ Termín zadavatel je znám na třech různých rovinách: veřejné, sektorové a dotované. Veřejný zadavatel je klasický subjekt veřejného sektoru: spadají sem ministerstva, státní zastupitelství, správní úřady, soudy, státní příspěvkové organizace, obce či kraje; dotovaným zadavatelem je zástupce soukromého sektoru, který zakázku financuje z veřejných zdrojů, kupříkladu z dotace státního rozpočtu; sektorový zadavatel může být subjekt ze soukromého sektoru, vykonávající činnosti důležité pro chod státu, ve kterých mohou mít dané subjekty monopolní postavení, kupříkladu vodní hospodářství, energetika, plynárenství, teplárenství nebo poštovní služby.⁵⁹¹

5.4. Původ korupce

Korupce je obecně považována za trestnou činnost, která ve svých důsledcích ohrožuje samotné základy demokracie; korupční trestné činy jsou nahlíženy jako tzv. „delikty bez obětí“.⁵⁹² Korupci ovšem odborníci někdy chápou také jako reakci na nefunkční systém, a tedy rovněž jako indikaci většího společenského problému.⁵⁹³ Korupci tak můžeme chápat jako vrcholek mnohem komplexnějšího ledovce společenských problémů nebo jako erupci neřešených společenských napětí. V současné době si můžeme položit otázku, zda velké korupční aféry v české politice, obchodu a sportu neindikují širší společenský problém, např. občanskou rezignaci v oblasti spravedlnosti a mravů nebo obecný nezájem o společenské dění a uzavírání se do sebe, do svého soběstačného mikrosvěta.

V problematice korupčního jednání rozlišujeme dva klíčové subjekty: první, který úplatek nabízí a druhý, který úplatek přijímá.⁵⁹⁴ Osoba, která úplatek přijímá či vyžaduje, obvykle disponuje pravomocí nebo postavením, z jehož titulu může zapůsobit na předmět zájmu subjektu nabízejícího úplatek.⁵⁹⁵ Na stále stoupající počty odhalených korupčních afér při získávání veřejných zakázek zareagovalo Ministerstvo pro místní rozvoj tzv. *transparentní novelou* z roku 2012.⁵⁹⁶ Mezi aktualizace

590 § 7 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů.

591 Srov. OCHRANA, František a kol. *Veřejný sektor a veřejné finance: financování nepodnikatelských a podnikatelských aktivit*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, s. 244.

592 Srov. PETROVSKÝ, Karel. *Korupce po česku*, s. 24.

593 Srov. ROSE-ACKERMAN, Susan. When is Corruption Harmful? In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*, s. 253–274.

594 Srov. CHMELÍK, Jan – TOMICA, Zdeněk. *Korupce a úplatkářství*, s. 81.

595 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 134–137.

596 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Veřejné zakázky – Transparentní novela zákona*. (2012) [2017-5-23]. <http://www.mmr.cz/getmedia/a3cb52e6-501f-498e-89fa-d79c1fc0ae0f/Verejne-zakazky_Brozura.pdf>.

a novinky, které měly znemožnit nebo alespoň znesnadnit možnost korupce, patří snížení finančních limitů pro veřejné zakázky, pro něž platí zadávání podle zákona; dále zvýšení požadavků na přípravu veřejné zakázky a zrušení losování; zavedení zveřejňovacích povinností; rozšíření okruhu zadavatelů; přísnější kritéria pro zakázky s vyšší hodnotou; povinné storno zadávacího řízení v případě existence jediné nabídky (později zrušeno pro enormní množství komplikací ve specifických případech); změny v hodnotících kritériích a zrušení možnosti zužovat počet zájemců o zakázku. Nově byla zavedena povinnost zveřejnit plné znění smlouvy uzavřené na veřejnou zakázku, a to včetně změn a dodatků.⁵⁹⁷ Nová právní úprava rovněž upravuje dohled nad zadáváním veřejných zakázek.⁵⁹⁸ Nemálo změn bylo ovšem po krátké době opět zrušeno, a novela se tak stala zejména předmětem odborné kritiky.

5.4.1. Korupční rizika veřejné soutěže související s lobbíngem

Odborníci zabývající se lobbíngem a korupcí uvádějí soutěže o veřejné zakázky jako jednu z nejrizikovějších oblastí, kde může *in-house lobbying* vyústit v korupci.⁵⁹⁹ Přes viditelnou snahu o znesnadnění příležitostí ke korupci při veřejné soutěži praxe stále odhaluje nedostatky: nepřehlednost, nesrozumitelnost, nesystematičnost nebo nejasnost právního předpisu, který není bez studia doplňujících a výkladových komentářů či rozhodovací praxe pro laika pochopitelný a který je často novelizován, omezuje běžnou orientaci v zákoně a neúměrně zvedá nároky na odbornost osob účastnících se zadávacího řízení. Zvyšuje se tak riziko pochybení zadavatele či dodavatele, které sice nemusí být přímo způsobeno korupcí, ale korupce se v takové situaci snadněji skrývá a je obtížněji odhalitelná.⁶⁰⁰

Variabilita výkladů různými institucemi zesiluje nejistotu zadavatelů, umožňuje modifikovat zadání směrem k vlastním potřebám, což ve výsledku pomáhá maskovat korupci; výklad zákona si vedle zadavatele může přizpůsobit také kontrolní orgán. Značná administrativní náročnost ve výsledku snižuje dohledatelnost korupce a prodlužuje zadávání veřejných zakázek. Ze zorného úhlu korupce na úrovni manažerů/lobbistů jde zejména o obcházení konkurenčního prostředí, narušování podmínek soutěže, cílenou likvidaci rovného postavení účastníků soutěže a smysl

597 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Veřejné zakázky – Transparentní novela zákona.*

598 Srov. PAVEL, Jan. *Veřejné zakázky a efektivnost.* 1. vyd. Praha: Ekopress, 2013, s. 81.

599 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbíngu v České republice,* s. 62.

600 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Veřejné zakázky – Transparentní novela zákona.*

soutěže jako takové.⁶⁰¹ Korupce je realizována mezi korupčníkem – v našem případě *in-house lobbyistou*/manažerem firmy ucházející se o zakázku – a korumpovaným, tedy osobou s rozhodovací pravomocí.⁶⁰²

Rozdíl mezi lobbovaným a korumpovaným by měl být zřejmý, ovšem v praxi – zejména při pečlivé psychologické přípravě lobbyistů – to tak jednoznačné není a lobbovaný je často vystaven sofistikovaným technikám, aby ihned nepochopil, že je již korumpovaný. Na každý pád jde ve výsledku o selhání osoby s rozhodovací pravomocí.⁶⁰³ Selhání je spatřováno v tom, že se osoba zadavatele či vyhodnotitele veřejné soutěže odchýlí od pravidel, poruší je či odsouhlasí takové porušení nebo porušení zprostředkuje, a to za odměnu⁶⁰⁴ nebo příslib odměny, případně dokonce pod výhrůzkou násilí⁶⁰⁵ nebo jiným vnějším tlakem vzbuzujícím strach. V tomto případě bychom již neměli hovořit o lobbytech, měli bychom již explicitně hovořit o kmotrech. V odborné literatuře se často zapomíná na další způsob neviditelné korupce, když si firma nechá zaplatit za to, že se nezúčastní soutěže nebo záměrně podá vysokou nabídkovou cenu. Také toto jednání podle našeho soudu omezuje hospodářskou soutěž a blíží se kartelovému jednání.

Do výčtu předem vyloučených jednání ve vztahu k lobbingu musíme tedy kromě samotného uplácení zahrnout také vyhrožování, zastrasování nebo jiné nabídky omezující hospodářskou soutěž.⁶⁰⁶ *In-house lobbyist* pochopitelně hájí zájmy své firmy, ovšem rozhodně nemůže dělat všechno, co jej napadne, a případnou vinu delegovat na příjemce, tedy na lobbovaného. Tento trik ovšem někteří lobbyisté rádi využívají, a když jsou obviněni, hájí se, že pouze usilovně lobbovali za svou firmu nebo za zájmy strany, která je najala.⁶⁰⁷ Příkladem může být již zmíněný lobbyista Miroslav Pelta, který se v rámci svého stíhání hájí, že pouze lobbval za zájmy českého fotbalu.⁶⁰⁸

601 Srov. ČASTORÁL, Zdeněk. *Ekonomická kriminalita a management*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2011, s. 145.

602 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

603 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 124–126.

604 Srov. tamtéž, s. 145.

605 Srov. FRYŠTÁK, Marek. *Hospodářská kriminalita z pohledu teorie a praxe*. 1. vyd. Brno: KEY Publishing, 2007, s. 60.

606 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 17–26.

607 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe: Public Affairs and the Lobbying Industry in 28 EU Countries*. 1. vyd. London: Palgrave Macmillan, 2017, s. 17–30.

608 Srov. Pelta vystoupil poprvé od květnového zatčení. Sebrali mě za to, že jsem lobbval za fotbal. iROZHLAS. (12.12.2017) [2019-9-6]. <https://www.irozhlas.cz/sport/fotbal/martin-malik-je-idealni-kandidat-doporucil-miroslav-pelta-sveho-nastupce-pri_1712121435_bor>.

V dalších bodech se zaměříme na opakující se situace z praxe v oblasti stavitelství, budeme se tázat po limitech *in-house lobbyingu* při získávání zakázky ve veřejném i v soukromém sektoru. Cílem je předběžné vytyčení limitů *in-house lobbyingu* a vymezení firemního *in-house lobbyingu* vůči korupci, jak jen je to možné, při vědomí všech obtíží. Vycházíme zde z dvacetileté praxe podnikání ve stavebnictví, studia managementu a podnikového práva i studia aplikované etiky. V následujících bodech vyjdeme z typických situací, které jsme již naznačili v předešlé rigorózní práci, ovšem nyní je vztáhneme k *instrumentalizovanému in-house lobbyingu*.

5.4.2. Korupce ve veřejné sféře a předběžné limity instrumentalizovaného in-house lobbyingu

Problematika korupčního jednání ve veřejné sféře při otevřené soutěži o veřejnou zakázku má několik typických kritických momentů, které se dlouhodobě opakují. Odborníci dokonce tvrdí, že někteří domácí lobbisté či „kmoťři“ žijí z veřejných výběrových řízení.⁶⁰⁹ Český právní řád pamatuje v souvislosti se zneužitím veřejné soutěže na tzv. nekalé soutěžní jednání (nekalá soutěž) a nedovolené omezování hospodářské soutěže.⁶¹⁰ V následujících bodech představíme jednotlivé problematické situace z praxe, budeme na nich zkoumat limity *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* a navrhneme možná řešení sporných situací.

5.4.2.1. Lobbying při zadání kritérií soutěže „na míru“: vědomé omezení soutěže

Zadavatel veřejné soutěže má legitimní pravomoc stanovit kritéria, která musí účastník soutěže splnit. V českém stavitelství – ovšem rozhodně nejen tam – se nezdá vyskytovat veřejné soutěže postavené tak, aby pečlivě navržená kritéria splnila pouze jedna firma.⁶¹¹ Jinými slovy naplánovaná veřejná zakázka uvedená do soutěže odpovídá nabídce pouze jedné konkrétní firmy a ostatní konkurenci předem sofistikovaně vylučuje.⁶¹² Takto vybraná firma si může de facto stanovit jakoukoli

609 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbyingu v České republice*, s. 14.

610 Srov. KRÁLÍČEK, Vladimír – MOLÍN, Jan. *Vnější a vnitřní kontrola z pohledu managementu*, s. 169.

611 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Výroční zpráva o stavu veřejných zakázek v České republice za rok 2014*. (2015) [2019-9-2]. <http://www.portal-vz.cz/getmedia/e404b766-77d0-488b-8809-6951c53c0eb9/Vyrocni-zprava-o-stavu-verejnych-zakazek-v-Ceske-republice-za-rok-2014_final.pdf>.

612 Srov. MRAVCOVÁ, Jana – JURČÍK, Radek. *Průvodce zadáváním veřejných zakázek: nové možnosti zhodnocení veřejných prostředků*. 1. vyd. Praha: Otevřená společnost, 2009, s. 27–28.

cenu, protože konkurence je předem vyloučena. Podle našeho soudu vykazuje takto zadaná soutěž znaky potencionální korupce⁶¹³ nebo minimálně vychází korupci vstříc.

Při podobně nastavených technických podmínkách již nemůžeme hovořit o účinné hospodářské soutěži, která má svou podstatou snižovat cenu v konkurenčním prostředí. *Instrumentalizovaný in-house lobbying* ze strany jediné firmy, která splňuje požadavky takto zadané soutěže, by vyvolával silné pochybnosti a lze se domnívat, že firemní lobbista, který by prosazoval toto (pro ostatní nesplnitelné) kritérium a zadavateli nabídl odměnu, ať už v podobě firemní pohostinnosti nebo jinou, by překročil limity legitimního *in-house lobbyingu*. Zjevně by však nešlo o nezákonné jednání, vždyť skutečně jde pouze o přísné kritérium, které navíc působí jako záruka vyšší kvality provedených prací. Proto musíme pečlivě posuzovat také druhou stranu lobbyingu, tedy jednání osoby lobbované. Veřejný činitel zodpovědný za otevřenou soutěž by v tomto případě měl pochopit, že jde o lobbying na hranici legitimacy, odmítnout jakoukoli firemní pohostinnost či pozornost a zajistit, aby otevřená hospodářská soutěž nepozbyla svého smyslu na základě jednoho neadekvátního kritéria. Osoba lobbovaná je v oblasti lobbyingu stejně zodpovědná, či spíše ještě zodpovědnější, než osoba lobbisty. Firemní *in-house lobbista* může celkem logicky zkoušet, kam až lze zajít a je povinností veřejného činitele, nenechat se vmanipulovat za hranice principů legitimní hospodářské soutěže.⁶¹⁴ Jak již bylo řečeno, účastníci lobbyingu jsou vždy přinejmenším dva.⁶¹⁵

Na tomto příkladu je vidět, že nemůžeme souhlasit s názorem, že lobbista je pouhý informátor, který rozšiřuje veřejnému činiteli obzory a uvádí jej do specifických oblastí. Nutno vždy dodat, že *in-house lobbista* kromě informování prosazuje zájmy konkrétní firmy,⁶¹⁶ je připraven veřejného činitele odměnit (a tím také nepřímo či přímo zavázat) a sám je za co možná nejefektivnější prosazení zájmů firmy odměněn.⁶¹⁷ Vždy je třeba vidět lobbying ve svém celku, i když se někteří snaží zdůrazňovat jen určitý segment. To potom připomíná teologickou herezi a vede k nesprávnému chápání celku.

613 Srov. ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption*, s. 27–30.

614 Srov. HAUSER, Christian. Fighting Against Corruption: Does Anti-corruption Training Make Any Difference? *Journal of business ethics* 2019, roč. 159, č. 1, s. 281–299. doi: 10.1007/s10551-018-3808-3

615 Srov. NIXON, William H. In Defense of the Lobbyist, s. 87–92.

616 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

617 Srov. Woodstock Theological Center. *The Ethics of Lobbying*, s. 71–80.

Za první předběžný limit *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* při otevřené veřejné soutěži považujeme nelegitimní ovlivňování zadání soutěže ve prospěch mateřské firmy vylučující předem ostatní konkurenci. Takové ovlivňování zadavatele vede k omezení otevřené soutěže, pohybuje se na hranici zákona a je jednoznačně neetické vůči ostatním firmám vyloučeným tímto jednáním ze soutěže i vůči širší společnosti, neboť výsledek prodražuje.⁶¹⁸ Lobbista s osobou lobbovanou nakládá jako s prostředkem ke zjevně jinému cíli. Princip *personality*, klíčový princip teologicko-etického posouzení všech sociálních skutečností, zde zcela ustupuje utilitě. Legitimní lobbying by neměl omezovat či přímo vylučovat demokratické nástroje aplikované v hospodářské oblasti a vynucovat si jakýsi nepřiznaný, leč zcela vědomý monopol.⁶¹⁹

Firemní *in-house lobbista* může legitimně využívat širokého vějíře nástrojů, ovšem neměl by tím narušovat princip otevřené hospodářské soutěže a snažit se svým jednáním poškodit zájmy ostatních firem. Přestože takové jednání nemusí být nezákonné, podle našeho soudu je již za hranicí mravní ospravedlnitelnosti, a to z těchto důvodů: neetické omezování soutěže, neetické jednání vůči konkurenci, neetické jednání vůči společnosti. V ideálním případě by měl lobbista naznačit veřejnému činiteli oprávněné požadavky výběru firem, vysvětlit souvislosti a na základě toho potom připravit ideální nabídku za svoji firmu, aniž by poškozoval ostatní firmy a manipuloval výsledkem. Závěrem tohoto bodu připomeňme, že předem nabídnutá firemní pohostinnost v případě zadání soutěže na míru jedné firmě naplňuje všechny známky korupčního jednání.⁶²⁰

5.4.2.2. Nejnižší cena: lobbista jako informátor a zároveň tajitel klíčových informací

Typickým kritériem pro přidělení veřejné zakázky v současném stavebnictví je nejnižší cena,⁶²¹ ovšem praxe opakovaně odhaluje jednostrannost tohoto kritéria.⁶²² Firmy s nejnižší nabídkovou cenou v důsledku v praxi dohání tzv. „podhodnocené akce“ pomocí předem nachystaných víceprací, které výslednou cenu zakázky upraví

618 Srov. ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption*, s. 27–30.

619 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

620 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 69–70.

621 Srov. OCHRANA, František – PAVEL, Jan – VÍTEK, Leoš a kol. *Veřejný sektor a veřejné finance: Financování nepodnikatelských a podnikatelských aktivit*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 38.

622 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách: jak jim čelit? Metodika pro územní samosprávy*. Bezkorupce.cz. (2012) [2017-5-24].

<http://www.bezkorupce.cz/wp-content/uploads/2011/09/metodika_FINAL.pdf>.

podle potřeby. Příkladem astronomického růstu ceny v průběhu realizace zakázky je např. známá stavba tunelového komplexu Blanka.⁶²³ Schvalování víceprací zadavatelem soutěže je potom oblastí otevřenou pro případné korupční jednání. V devadesátých letech minulého století bylo zaužívané vybírat firmy na základě poskytnuté záruky, bezúhonnosti, ceny, realizovaných referencí a kvality. Právě kvůli potencionálnímu nařčení z korupce se nakonec ustoupilo od všech dalších důležitých kritérií a jediným výběrovým kritériem zůstala nabídková cena, což umožnilo získávat velké stavební zakázky lidem s nejrůznější podnikatelskou motivací a trestní minulostí. Výsledkem je často nevalná kvalita nově realizovaných staveb, zkracující se záruky, které nakonec nelze vymoci, používání nejlevnějších nekvalitních materiálů a bohužel neplacení subdodavatelům, kteří jsou nezřídka následně zlikvidováni, aniž by měly šanci domoci se svého práva. Taková je někdy realita současného stavu českého stavitelství.

Podobně jako v případě zadávání kritérií výběrového řízení „na míru“ hájíme rovněž v tomto případě tezi, podle které *in-house lobbista* aplikující sofistikované nástroje na zadavatele zakázky, posléze vyjednáující výši a finanční rozsah víceprací překračuje kompetence legitimního lobbingu a nebezpečně se blíží manipulativnímu jednání. Takový *in-house lobbista*, který předem chápe nabídkovou cenu jako podhodnocenou a svým jednáním si zavazuje zadavatele, aby byl otevřen schvalování víceprací, opět poškozují zdravou konkurenční soutěž,⁶²⁴ opět vylučuje ostatní firmy z možnosti uspět ve výběrovém řízení a ve výsledku opět poškozují společnost navýšením ceny díla.⁶²⁵ Znovu je třeba hlasitě upozornit, že lobbista může využít všechny zákonné postupy a vyzkoušet pevnost etických hradeb zadavatele, ovšem je na zodpovědnosti zadavatele, aby se etické hradby nestěhovaly podle momentální nabídky,⁶²⁶ aby odhalil blížící se neetické jednání na hranici korupce a takovému jednání předešel minimálně tím, že nepřijme žádnou firemní pohostinnost či pozornost a nepřislíbí navyšování ceny za vícepráce.⁶²⁷

623 Srov. *Stavba tunelu blanka se prodáží o deset miliard korun*. Silnice-železnice. (6.2.2011) [2019-9-5]. <<http://www.silnice-zeleznice.cz/clanek/stavba-tunelu-blanka-se-prodrazi-o-deset-miliard-korun/>>.

624 Srov. MRAVCOVÁ, Jana – JURČÍK, Radek. *Průvodce zadáváním veřejných zakázek*, s. 27–28.

625 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

626 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

627 Srov. tamtéž, s. 281–299.

Efektivní ochranou je delegovat odpovědnost za přijetí víceprací na jinou osobu, nejlépe na skupinu odborníků v oblasti stavebnictví, kteří by ovšem v prvním kroku měli posoudit realizovatelnost stavebního díla za nabídnutou cenu. Lobbisté mají v tomto případě nespočet možností, jak vědomě omezit soutěž a vzhledem k neexistenci registru lobbistů⁶²⁸ a zákona o lobbingu jim de facto nehrozí žádný postih.⁶²⁹

Dále by bylo možné navrhnout optimalizaci kritérií pro výběr dodavatelů v oblasti stavebnictví: zohledňovat by se rozhodně měla poskytnutá záruka na stavební dílo, reference, ale také minulost podnikatelské entity. Je více než nedobré, že podnikatel, který ukončí činnost své firmy s dluhem v řádu desítek či stovek milionů korun a zničí při tom mnoho poctivých dodavatelů, bez problémů založí firmu novou a opět získává velké veřejné stavební zakázky.

Tato skutečnost značně poškozují české podnikatelské prostředí, poctivé podnikatele připravuje o motivaci a mladé lidi připravuje o zdravé ideály a nastavuje jim zvrácená měřítko jako běžnou normu. Nelze se smířit s paradigmatem, že podvádět v případě dobrého krytí je normální – rozhodně nikoli. Právě v tomto momentě přichází ke slovu etika, která musí vysvětlit, proč není normální podvádět ani v případě, že jednání zůstane neodhaleno. To je také jeden z úkolů této práce, ke kterému chceme přispět pohledem teologické etiky.

5.4.2.3. Zlobbované zakázky bez výběrového řízení

Nesmírně palčivým momentem veřejných soutěží je přidělování zakázek menšího rozsahu⁶³⁰ bez výběrového řízení. V praxi lze menší stavební zakázky do určité finanční výše zadat bez výběrového řízení;⁶³¹ není nijak těžké domyslet, že nákladnější zakázky se jednoduše rozdělí na několik dílčích zakázek, které se vejdou do určeného limitu a úředník má téměř neomezenou pravomoc při výběru firmy.⁶³² – Firemní *in-house lobbista* by jednoznačně překročil své kompetence, kdyby sám navrhl úředníkovi rozdělit zakázku na menší dílčí celky, i když je třeba rovněž vzít v potaz, že

628 Srov. SOUKENÍK, Štěpán – GREGOR, Miloš – MATUŠKOVÁ, Anna. Czech Republic. In BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 103–112.

629 Srov. Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu)*.

630 Srov. § 18 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů.

631 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Výroční zpráva o stavu veřejných zakázek v České republice za rok 2014*.

632 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

lobbista tak zadavateli ušetří spoustu práce s organizací a vyhodnocováním soutěže, celý proces významně urychlí a ještě úředníkovi nachystá zajímavou firemní pohostinnost. *In-house lobbisté* dobře vědí, co na koho platí, jsou pravidelně školeni profesionály v oblasti pozitivní motivace, leadershipu, prosazování zájmů firmy a instruování rovněž profesionály vzdělanými v oblasti psychologie. Často sami takovými profesionály jsou.⁶³³

Riziko, že lobbista při prvním kontaktu s úředníkem nabídne finanční úplatek, podle našeho soudu není velké, ovšem chytře zacílená firemní pohostinnost splní tutéž úlohu jako finanční úplatek a nelze proti ní nic moc namítat, vždyť mnohé firmy již zavádí interní pravidla firemní pohostinnosti ve vztahu se zadavatelem či potencionálním investorem.⁶³⁴ Rovněž v tomto vztahu mezi firemním *in-house lobbistou* a úředníkem zodpovědným za přidělení zakázky bez výběrového řízení hájíme pravidlo nulové, případně pouze symbolické firemní pohostinnosti. V žádné z uvedených typických situací z praxe by firemní pohostinnost neměla budit dojem závazku, který je nutné či přinejmenším vhodné oplatit. V tom případě by se jednalo o korupci a nikoli korektní firemní pohostinnost.⁶³⁵ Proto se přikláníme v těchto lobbistických vztazích ze strany lobbované osoby zastávat praxi nulové firemní pohostinnosti, a to i navzdory faktu, že někteří ekonomové považují úplatek úředníkovi jako mravně přijatelný, zejména v případě, kdy tak dosáhneme slušného chování úředníka či urychlení vyřízení žádosti.⁶³⁶ V případě získávání veřejné zakázky musíme této tezi oponovat. Raději bychom navrhovali zvýšit úředníkům zodpovědným za milionové, či dokonce stamilionové zakázky základní plat, aby tak byli spíše imunní vůči selhání. Dosahovat slušného chování úředníka externím úplatkem od žadatele podle našeho názoru dlouhodobě nemůže vést ke zdravému a funkčnímu systému, ale mnohem spíše k postupné legitimizaci korupce a destabilizaci zdravých sociálních vztahů.⁶³⁷

633 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

634 Srov. *Politika firemní pohostinnosti, přijímání a předávání darů skupiny Skanska*. SKANSKA. (15.11.2015) [2019-9-8]. <<https://www.skanska.cz/4a7396/siteassets/kdo-jsme/o-nas/nas-eticky-kodex/politika-firemni-pohostinnosti.pdf>>.

635 Srov. ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption*, s. 27–30.

636 Srov. RYŠKA, Pavel – PRŮŠA, Jan. *Korupce: ekonomie vs. mýty*. 1. vyd. Praha: Institut Václava Klause, 2013, s. 21.

637 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 71.

5.4.2.4. *Nezveřejněné jednací řízení, nedohledatelný korupční lobbying a lobbování za kvalifikační předpoklady*

Rizikovou oblastí v zadávání soutěží je rovněž jednací řízení bez uveřejnění, které v některých případech umožňuje zákon.⁶³⁸ Zadavatel jedná přímo s vytipovaným dodavatelem, aniž by probíhala otevřená soutěž. Pokud k tomu přidáme takové možnosti, prozatím stále tolerované českými zákony, jako jsou anonymní akcie na doručitele,⁶³⁹ je korupční jednání zcela bez rizika a v podstatě nedohledatelné. Tato situace se ovšem týká zejména informačních a komunikačních technologií a ve stavitelství se s ní běžně nesetkáme. Lobbisté zde ovšem mají otevřené dveře k jakémukoli jednání bez možnosti dohledání, bez sebemenší regulace.⁶⁴⁰ Právě navrhovaný registr lobbistů a lobbistických kontaktů by tento nijak neomezený prostor mohl alespoň částečně dostat pod kontrolu, proto je potřeba registr lobbistů v rozumné podobě ocenit a podpořit. Kritici registru lobbistů by si právě toto měli uvědomit, neboť registr nemá primárně omezovat svobodu lobbisty nebo lobbovaného, ale prosvítit zcela temné oblasti, kam prozatím není vidět, a proto se tam realizuje mimo jiné také nekalé jednání, korupce a odvrácená strana byznysu i politiky.⁶⁴¹ Zákon o lobbingu je palčivě třeba přijmout, i kdyby se měl dále zdokonalovat a precizovat. Registr lobbistů a jejich schůzek skutečně Česká republika potřebuje a legitimnímu lobbingu pouze prospěje, neboť nelegitimní lobbing bude alespoň částečně znesnadněn.

Firemní *in-house lobbista* jednající přímo se zadavatelem o zakázce na základě jednacího řízení bez zveřejnění dostává svoji firmu do značné výhody před konkurencí a lobbing zde atakuje limity legitimacy. Pokud by onen lobbing musel být zveřejněn v registru a podroben kontrole konkurence, jistě by obě strany volily opatrnější kroky,

638 Srov. MRAVCOVÁ, Jana – JURČÍK, Radek. *Průvodce zadáváním veřejných zakázek: nové možnosti zhodnocení veřejných prostředků*, s. 27–28.

639 Anonymní akcie na doručitele jsou v současné době ve světě mnohými politiky a odborníky chápány jako nástroj legalizace výnosů korupce a organizovaného zločinu. Zastánci *laissez faire* namítají, že vlastnická forma akciových společností korupci neovlivňuje, že zákaz listinných akcií na doručitele by byl omezením svobody jednotlivce a že v zemi otevřené mezinárodnímu obchodu nic faktického nepřinese. Skutečností ovšem zůstává, že tento typ vlastnictví akcií koliduje s ustanoveními zákonů pro zadávání veřejných zakázek, a všude tam, kde se jedná o veřejné peníze. Anonymní vlastnictví znemožňuje zjistit střety zájmů v případech veřejných zakázek, získávání dotací a veřejné podpory. Stanovení jednoduché právní úpravy, která by vylučovala ze získávání veřejných peněz vlastníky anonymních akcií, zpravidla není možné prosadit. Srov. MORAVEC, Tomáš – ANDREISOVÁ, Lucie. *Obchodní společnosti pohledem Corporate Governance*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2021, s. 82–85.

640 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

641 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

za něž by v budoucnu nesly oprávněnou zodpovědnost.⁶⁴² Jakákoli firemní pohostinnost ze strany lobbisty v této značné výhodě silně poukazuje na manipulující, ne-li přímo korupční jednání.⁶⁴³ Tato situace více než jiné vypovídá o nezbytnosti přijetí zákona o lobbingu a přehodnocení možností jako jsou výše zmíněné anonymní akcie na doručitele.

Praxe ve stavebnictví rovněž odhaluje situace, kdy zadavatel požaduje nadstandardní kvalifikační předpoklady neadekvátního rozsahu či náročnosti zadávaných stavebních prací. Jde kupříkladu o profesní certifikáty, úroveň vzdělání stavbyvedoucích či dozorů nebo referenční zakázky, které menší firmy nemohou doložit. Takovým požadavkem zadavatel vyřadí z otevřené soutěže menší firmy, které by se často pro realizaci zakázky nejlépe hodily. V soutěži potom zůstane jen několik tzv. „velkých hráčů“. Taková situace potom otevírá prostor pro kartel⁶⁴⁴ a případné korupční jednání. Vytváření kartelů je velmi aktuální a problematické téma, neboť sofistikované kartelové dohody vyjednávané některými *in-house lobbyisty* mohou zvyšovat konečnou cenu produktů či služeb o desítky procent. Příkladem je například kartelová dohoda automobilek MAN, Volvo, Daimler, Iveco a DAF s gigantickým dopadem na trh, která fungovala od roku 1997 až do roku 2011 a po celou dobu uměle zvyšovala ceny nákladních automobilů, což mělo přímý dopad na segment stavebnictví. Firmy se po vyšetřování ke kartelu přiznaly a od Evropské komise dostaly rekordní pokutu 2 900 000 000 EUR.⁶⁴⁵

Vytváření firemních kartelů je v České republice zcela běžné.⁶⁴⁶ Jedním z důvodů může být inspirace českou politickou scénou, kterou politologové označují často jako „kartelový stranický model“, v němž mají politická hnutí a strany tendenci kooperovat při exploataci veřejných zdrojů, jež poté využívají k financování vlastní existence a k udržení moci. Politické strany se tak stávají uzavřenou politicko-ekonomickou

642 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

643 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

644 Kartel je forma obchodní dohody mezi soutěžiteli otevřených hospodářských soutěží, která narušuje hospodářskou soutěž. Cílem kartelu bývá omezení, případně vyloučení konkurence. V České republice jsou tyto dohody legislativou zakázané, leč praxe dokládá, že jsou stále realizované. Srov. KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody: teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 218–222.

645 Srov. *Evropská komise uvalila rekordní pokutu 2,9 miliardy eur za kartel. Výrobci kamionů společně zvyšovali ceny*. *Hospodářské noviny*. (19.7.2016) [2019-9-1]. <<https://byznys.ihned.cz/c1-65371430-evropska-komise-se-chysta-uvolit-rekordni-pokutu-za-kartel-dostanou-ji-vyrobcikamionu>>.

646 Srov. KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*, s. 218–222.

kartelovou strukturou, která se pokouší kolonizovat úseky státní moci a parazitovat na jejích veřejných zdrojích.⁶⁴⁷

Firemní *in-house lobbying* ze strany firem, které splňují neadekvátně náročná kritéria a odměňují úředníky za přísné nastavování zadání, nemá v účinné veřejné hospodářské soutěži místo a opět se kloníme k názoru, že takové jednání se nebezpečně blíží korupci. Kromě *instrumentalizovaného vertikálního lobbyingu*, který zde naráží na své limity legitimacy, přichází v tomto případě ke slovu také *instrumentalizovaný horizontální in-house lobbying*, kdy *in-house lobbisté* jednotlivých firem podnikají kroky k úspěchu v hospodářských soutěžích a setkávají se mezi sebou. Lobbisté jsou tak zároveň lobbovanými a v tomto případě testují hranice oprávněného horizontálního lobbyingu.

Vytváření kartelů vede ve výsledku ke značnému prodražení stavby a k likvidaci menší konkurence,⁶⁴⁸ a tedy znemožnění podstaty otevřené soutěže.⁶⁴⁹ Podle našeho soudu pomůže i v této oblasti registr lobbistů a dále lze navrhnout, aby registr myslel také na situaci, kdy se profesionálně setkají dva lobbisté a oba se tak zároveň při témže jednání stanou osobami lobbovanými. V tomto případě se sice jedná o kontakt dvou zaměstnanců soukromých firem, ovšem s cílem ovlivnit veřejnou hospodářskou soutěž a tlačit na zadavatele, aby zpřísnil kritéria výběru firem. Na tento segment lobbyingu podle našeho názoru návrh zákona nemyslí a celkově nebere horizontální lobbying v potaz. To se zdá být slabinou předkládaného návrhu, vždyť právě v tomto bodě lobbying atakuje hranice korektnosti a vyvolává palčivé otázky po mravní legitimitě, zejména z pohledu menších firem nelegitimně vyloučených ze soutěží. Navrhujeme proto zamyslet se v budoucí úpravě zákona také nad problematikou horizontálního lobbyingu, který je často prvním krokem lobbyingu vertikálního.⁶⁵⁰

Nutno dodat, že horizontální *in-house lobbying* může být také velmi prospěšný a legitimní, a to i v případě slučování firem (manažerským slovníkem *firemní sdružení*)⁶⁵¹ s cílem vysoutěžit zajímavou veřejnou zakázku. Menší firmy, které by

647 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 12–13.

648 Srov. KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*, s. 218–222.

649 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

650 Srov. McGRATH, Conor. *Lobbying in Washington, London, and Brussels*, s. 15–50.

651 Srov. SYNEK, Miloslav a kol. *Manažerská ekonomika*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 374–379.

samostatně na zakázku tzv. nedosáhly, se mohou spojit a přihlásit se do soutěže silnější, aniž by vylučovaly konkurenci a poškozovaly soutěž. Může jít o sdružení firem,⁶⁵² může jít o akvizice⁶⁵³ nebo dokonce fúze,⁶⁵⁴ které vyjednávají *in-house lobbyisté*.⁶⁵⁵ Nesmí však jít o nelegální kartel, který necílí na co nejlepší možnost firmy uspět, ale zejména na vyloučení konkurence a s partnery v kartelu o nelegitimní zvýšení ceny díla.

V oblasti zakázaného kartelového jednání v podnikatelské etice rozlišujeme: 1. *cenové kartely* – charakteristické snahou o zajištění vysokých cen nebo dohody o umělém navýšení ceny zainteresovanými podnikatelskými entitami, 2. *restrikční a kontrolní kartely* – charakteristické snahou o dohodu omezení či kontroly výroby v konkrétním segmentu, 3. *segmentační kartely* – charakteristické snahou o rozdělení trhu či zdrojů zásobování, 4. *diskriminační kartely* – charakteristické snahou o znevýhodnění některých partnerů v hospodářské soutěži, 5. *vázací kartely* – charakteristické snahou o podmínění uzavření smlouvy navázané na další plnění nesouvisející s danou smlouvou a 6. *zakázkové kartely* – charakteristické snahou o zajištění veřejné soutěže a její ovládnutí.⁶⁵⁶ Pro tuto práci jsou zajímavé všechny segmenty, ovšem cílíme typicky na zakázkové kartely. Všechny zmíněné typy kartelů jsou eticky nelegitimní z výše představených důvodů – *in-house lobbyist* využívající těchto kartelových technik jedná v rozporu s eticky legitimním lobbingem.

652 Srov. ROGOVA, Galina – SCOTT, Peter. *Fusion Methodologies in Crisis Management: Higher Level Fusion and Decision Making*. 1. vyd. New York: Springer, 2016, s. 313–340.

653 Akvizice je proces získávání nebo nabytí nějakého aktiva (předmětu, věci, osoby), případně cíl tohoto procesu. V ekonomice se akvizicí rozumí právní a ekonomické spojení firem. Horizontální akvizice je spojení na stejném nebo obdobném trhu, např. dvě podobně velké stavební firmy zabývající se primárně stejnou činností, např. dopravním stavitelstvím. Horizontální akvizicí dochází ke snižování počtu konkurentů, a snižuje se tak možnost výběru pro zákazníky nebo dodavatele. Z tohoto důvodu záleží na velikosti tržních podílů spojujících se korporací, neboť významná spojení podléhají povolení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Vertikální akvizice předpokládá vzájemnou návaznost trhů. V příkladu dopravního stavitelství jde např. o obalovnu (dodavatel asfaltových hmot) a firmu pokládající asfaltové plochy. V takovém případě se nesnižuje počet konkurentů, ale je zde snaha o znemožnění jejich zásobování. Dále existuje konglomerátní akvizice, kdy spojující se firmy nabízí stejné zboží na různých trzích, různé zboží na stejném trhu nebo různé zboží na různých trzích. Srov. SMRČKA, Luboš. *Ovládnutí a převzetí firem*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2013, s. 69–70.

654 Fúze je označení pro proces, ve kterém zaniká jedna či více společností a jmění přebírá právní nástupce, který již existuje nebo fúzí nově vzniká. Fúze lze obecně dělit na fúzi sloučením a splynutím. Srov. SMRČKA, Luboš. *Ovládnutí a převzetí firem*, s. 65–68.

655 Srov. TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*, s. 162–173.

656 Srov. HURYCHOVÁ, Klára – SÝKORA, Michal. *Compliance programy (nejen) v České republice*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2018, s. 142–143.

Kartel je charakteristický narušením hospodářské soutěže⁶⁵⁷ formou zakázané dohody soutěžících;⁶⁵⁸ generální klauzule narušení soutěže je vymezena tak, že se jedná o všechny dohody, které přímo vedou k narušení hospodářské soutěže: dohody soutěžitelů, rozhodnutí a dohody sdružení soutěžitelů nebo jednání soutěžitelů ve vzájemné shodě.⁶⁵⁹ Nutno doplnit, že český právní řád pamatuje také na pravidlo de minimis a tzv. bagatelní kartely. Toto pravidlo vychází ze staré římskoprávní zásady *minima non curat praetor*. Jedná se o kartely, které nemají citelný dopad na trh.⁶⁶⁰ Ve stavebnictví jde často o dohody mezi malými firmami či živnostníky, kteří se společnými silami snaží dosáhnout na zakázku, obvykle v souladu s veřejným zájmem (tedy obecným blahem), neboť takový bagatelní kartel nemá prakticky žádný vliv na širší trh a naopak umožní malým firmám a živnostníkům zdravě konkurovat tzv. „velkým hráčům“.

Velmi zajímavý je fakt, že lobbying má svá pravidla právě v zemích, které jsou považovány za nejliberálnější a naopak země, které jsou známy jako nedemokratické, lobbying častěji regulovaný nemají;⁶⁶¹ Česká republika prozatím stále patří do druhé skupiny.

5.4.2.5. Lobbying, nejasná zadávací dokumentace a maskovaný střet zájmů

Dalším problematickým momentem zadávání veřejných zakázek, který praxe opakovaně odhaluje, je neúplná, případně nejasná zadávací dokumentace.⁶⁶² Takto zadaná dokumentace zneprůhledňuje postup zadavatele v zadávacím řízení a často odradí některé dodavatele od podání nabídky. Do veřejné soutěže se poté přihlásí méně uchazečů a zadavatel může pružně přizpůsobit výklad jistých bodů zadávací dokumentace na míru nabídce předem vytipovaného dodavatele, případně vyloučit ostatní dodavatele bez objektivního důvodu.⁶⁶³

Lobbista, který by tlačil na zadavatele s kritérii, jež lze vykládat různými způsoby, případně takovými, která celý proces zamlžují, zjevně překračuje legitimitu lobbyingu,

657 Srov. MUNKOVÁ, Jindřiška – Svoboda, Pavel – KINDL, Jiří. *Soutěžní právo*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, s. 3–4.

658 Srov. KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*, s. 218–222.

659 Srov. ŠVARC, Zbyněk a kol. *Základy obchodního práva*, s. 430.

660 Srov. tamtéž, s. 110–111.

661 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

662 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Výroční zpráva o stavu veřejných zakázek v České republice za rok 2014*.

663 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

místo vhodného informování skutečnosti jaksi rozmazává, a buduje tak nelegitimní výhodu pro svoji firmu. Opět je třeba zdůraznit, že ve střehu musí být zejména zadavatel, tedy osoba lobbovaná.⁶⁶⁴ V odborných diskusích opakovaně zaznívá, že veřejný činitel případně politik, který dané oblasti vyhlášené soutěže detailně nerozumí, což je samozřejmě při jeho záběru naprosto pochopitelné a není třeba to přehnaně kritizovat, získá opravdu cenné informace z praxe právě od firemních *in-house lobbyistů*.⁶⁶⁵ Osvícení politikové potom hájí tezi, že je ideální setkat se před zadáním soutěže s vícero firemními *in-house lobbyist* konkurenčních firem, či dokonce firem cílících na různé trhy, neboť podle názoru politiků *in-house lobbyisté* poskytují mimořádně užitečné informace, ovšem obvykle jednostranně zaměřené s cílem naklonit veřejného činitele na svou stranu. Pokud si veřejný činitel nechá zprostředkovat více lobbistických pohledů, dostane se k objektivnějšímu a detailnějšímu vhledu do problematiky, kterou se sám profesionálně nezabývá.⁶⁶⁶

Proto je třeba zdůraznit, že *instrumentalizovaný in-house lobbying* neznamena pouze *in-house lobbyistu* a jeho cíl, ale je to komplexní skutečnost zahrnující zájmovou firmu, předmět zájmu ve vztahu k obecnému blahu, osobu lobbyisty, osobu lobbovaného a rovněž firemní konkurenci při veřejné soutěži. Pokud začneme chápat lobbying ve svém celku a nebudeme jednostranně vybírat pouze některé segmenty, budeme na dobré cestě k lepšímu posouzení, lepším návrhům na regulaci a seberegulaci i k efektivnějšímu a spravedlivějšímu využívání lobbyingu.

Korupčním rizikem při zadávání a následném vyhodnocování veřejné zakázky je rovněž střet zájmů,⁶⁶⁷ který s lobbyingem velmi úzce souvisí.⁶⁶⁸ Návrh zákona o lobbyingu proto rovněž upravuje zákon o střetu zájmů,⁶⁶⁹ jak bylo výše uvedeno. Samotný střet zájmů je sice zákonem definován a omezen, avšak často se v praxi jedná o neprůhledný a maskovaný střet zájmů např. v případech propojenosti firem přes subdodavatele nebo při nejasné vlastnické struktuře firmy, což je dnes běžný případ.

664 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

665 Srov. VYMĚTAL, Petr a kol. *V čím zájmu? Jak funguje lobbying*.

666 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union*, s. 93–130.

667 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Výroční zpráva o stavu veřejných zakázek v České republice za rok 2014*.

668 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

669 Srov. Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbyingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbyingu)*.

Spolupráce mezi spřízněnými osobami nemusí apriori znamenat korupční jednání, jde však o etické hazardování⁶⁷⁰ a je nezbytné být při takové spolupráci co možná nejtransparentnější.⁶⁷¹ Pokud by byl firemní *in-house lobbyist* spřízněn se zadavatelem soutěže, je na morálním zvážení obou stran, zda nepřekračují hranice mravní ospravedlnitelnosti. O takové přízni sice nemusí nikdo vědět, a proto není na první pohled překročena hranice mravnosti ve firemních vztazích, ale obě strany by na základě soudu svého svědomí měly morálně vyhodnotit, zda se nejedná o zbytečný etický hazard a nebylo by lepší přízeň přiznat a přizvat do tohoto vztahu nezávislou osobu. Lobbying by neměl být pouze o dodržování vnějších pravidel, ale stejně jako všechny ostatní sociální otázky také lobbying by měl vycházet z dobrých vnitřních pohnutek, zejména právě v nejednoznačných situacích. Odlišení lobbyngu od korupce je první krok, ovšem následovat by měl krok zvyšování mravní a morální citlivosti.

5.4.2.6. Lobbying, zamlčování důležitých informací při zadávání soutěží a neviditelné zveřejnění veřejné soutěže

Často se v praxi stává, že slepý výkaz výměr zadané zakázky obsahuje např. skládkovné vybouraných hmot, což je v dopravním stavitelství obvykle velmi významná položka rozpočtu. Zadavatel, například město nebo obec, může mít možnost likvidace vybouraných hmot na své interní drtičce stavebních hmot zdarma, případně za velmi nízkou cenu, což je ovšem informace, kterou sdělí pouze vytipované firmě, s jejímž lobbyistou se předem domluvil. Vytipovaná firma, které se tato informace dostane, má potom drtivou konkurenční výhodu při sestavování rozpočtu do soutěže. Firmy, které logicky zahrnou likvidaci vybouraných hmot do svých nabídek, budou zcela jistě dražší, a umožní tak vytipované firmě navýšit ceny ostatních dílčích položek podle potřeby.

Firemní *in-house lobbyist*, který by se dostal k nabídce takovéto informace a nabídku by za protislužbu přijal, vstoupil podle našeho soudu jednoznačně do prostoru korupčního jednání.⁶⁷² Zde se jednoznačně nejedná o lobbying, ale o korupci v metodických krocích:⁶⁷³ 1. nabídka, ať už ze strany lobbyisty nebo zadavatele, 2. přijetí a protiplnění, 3. dohoda o zamlčení významné položky v rozpočtu ostatním

670 Srov. ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption*, s. 27–30.

671 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

672 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRAKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

673 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

firmám. Opět je zřejmé, že registr lobbistů a lobbistických setkání by mohl znesnadnit podobné aktivity a vést ke zprůhlednění zadávání veřejných soutěží i znesnadňování provazování lobbingu s korupcí.⁶⁷⁴ Je otázkou, zda vůbec můžeme ve spojitosti s cíleným zatajováním klíčových informací po tlaku lobbisty hovořit o lobbingu, nebo mnohem spíše o kmotrovství a záměrné korupci.⁶⁷⁵ Bohužel se v praxi s těmito praktikami setkáváme, ovšem realitou také je, že korupčníci většinou dlouhodobě neobstojí a dříve či později na své jednání tvrdě doplatí, ztratí kredibilitu a v oboru rychle skončí. Tentýž konec postihuje rovněž osoby korumpované.

Bohužel se stále v praxi objevuje situace, kdy zadavatel veřejné soutěže zveřejní zadávací dokumentaci tak, že je pro nezasvěceného člověka v podstatě nedohledatelná,⁶⁷⁶ případně je zveřejněna natolik pozdě, že není možné stihnout vyřídit všechny potřebné náležitosti.⁶⁷⁷ Vždy se však najde jedna firma (nebo dvě spolupracující), která podá úplnou nabídku včas. Zadavatel se tak může domluvit s předem vytipovanou firmou a „neviditelnou“ či „bleskovou“ soutěží vyloučit konkurenci. Lobbings předcházející takto zadanou soutěž ze strany firemního *in-house lobbisty* z firmy, která „stihne reagovat včas“, zde znamená korupci stejně jako v předchozím případě se zamlčením důležitých informací. Opět by zde platilo, že registr lobbistických kontaktů by přinejmenším na lobbistu a zadavatele vrhl stín podezření. Bylo by nevyvážené se domnívat, že obě strany by se nebyly schopny domluvit jinde a jinak, ovšem to by nemělo vést k rezignaci vzhledem k připravovanému registru. Je však třeba počítat s tím, že právě lobbisté zneužívající výše zmíněné praktiky se registrovat nebudou.

V současné době bez jakékoli regulace⁶⁷⁸ lobbista může přijít až do kanceláře zadavatele a v podstatě nedohledatelně zkusit, co uzná za vhodné; samozřejmě nelze uvažovat o tom, že lobbista ihned nabídne úplatek. Takové nabídce obvykle předchází vzájemné ohledávání a poté postupné kroky k uplácení.⁶⁷⁹ Podruhé již korupčník ví, co si může dovolit a jde rovnou k věci, aby zajistil za úplatu vyhlášení neviditelné či

674 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

675 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbingu v České republice*, s. 12–14.

676 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

677 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Výroční zpráva o stavu veřejných zakázek v České republice za rok 2014*.

678 Srov. Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu)*.

679 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

bleskové soutěže. Lobbying zkrátka nutně potřebuje ztransparentnit své postupy, jinými slovy potemnělá scéna potřebuje pečlivě nasvítit, aby z hlediště bylo dobře a čistě vidět na celé jeviště a nezůstávaly temné kouty, kde lze herce jen tušit.

5.4.2.7. Návrh kroků k efektivnímu boji s korupcí ve veřejných soutěžích

Český zákon o veřejných zakázkách je v porovnání se zeměmi, které evidují nejnižší úroveň korupce, např. Island, Dánsko, Finsko nebo Švédsko,⁶⁸⁰ velmi složitý a připouští mnohost výkladů.⁶⁸¹ Země s nejnižší mírou korupce mají zákony formulovány jednoduše, jednoznačně a pochopitelně i pro laika, aniž by vytvářely široký prostor pro nejednotné výklady. Zjednodušení a precizování formulací v zákoně o veřejných zakázkách by mohlo být prvním krokem ke snížení korupce ve veřejných zakázkách. S tím také souvisí fenomény jako např. zmíněné kontroverzní akcie na dodávatele, které umožňují uplácet prakticky bez rizika dohledání.⁶⁸² Takové skutečnosti je nezbytné v zákoně upravit: jsou to nástroje, které se lobbistům přímo nabízí a někdy skutečně platí, že „příležitost dělá zloděje“. Registr lobbistů a omezení těchto nebezpečných nástrojů může být efektivním krokem k legitimní regulaci lobbingu.⁶⁸³

Jak již bylo navrženo v předešlé rigorózní práci, zavedení pravidla nulové firemní pohostinnosti vzhledem k zadavateli veřejné zakázky může být dobrou prevencí.⁶⁸⁴ Podle našeho soudu je na místě, aby firemní *in-house lobbyist* zvolil v situaci, kdy jeho firma usiluje o veřejnou zakázku, spíše opatrnější politiku firemní pohostinnosti, nejlépe firemní pohostinnost zcela vynechal a mravně ne hazardoval. Firemní pohostinnost má své místo jinde v obchodních vztazích a jednoduše nepatří do veřejné soutěže, neboť tato oblast je příliš citlivá a ve stavebnictví velmi často korumpovaná. Lobbyisté by kromě regulace měli klást důraz na etickou seberegulaci⁶⁸⁵ a necílit pouze na firemní profit, neboť takto zúžené zacílení může vybízet ke krajnostem, které lobbingu ve výsledku ubližují. Dotýkáme se jednoho z vnitřních kritérií lobbingu,

680 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States, s. 1371–1379.

681 Srov. Ministerstvo pro místní rozvoj. *Výroční zpráva o stavu veřejných zakázek v České republice za rok 2014*.

682 Srov. MORAVEC, Tomáš – ANDREISOVÁ, Lucie. *Obchodní společnosti pohledem Corporate Governance*, s. 82–85.

683 Srov. SOUKENÍK, Štěpán – GREGOR, Miloš – MATUŠKOVÁ, Anna. Czech Republic. In BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 103–112.

684 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 74.

685 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

a sice hierarchie hodnot v podnikání a lobbování, které detailně přiblížíme v příslušné kapitole.

Druhým krokem ke snížení míry korupce ve veřejných soutěžích a legitimizaci lobbingu při jejich získávání může být odstranění „neviditelných“ soutěží a přísnější sankcionování podobných nedohledatelných soutěží.⁶⁸⁶ S tím rovněž souvisí zefektivnění kontrolních mechanismů odhalujících střet zájmů, což v souvislosti s návrhem zákona o lobbingu ošetřuje navazující změna v zákoně o střetu zájmů. Opět je třeba připomenout, že teoreticky již navržené mechanismy existují, jen se je zatím nepodařilo přijmout do praxe.

Třetím navrhovaným krokem – který by legitimnímu *in-house lobbingu* nesmírně prospěl – by mohlo být zrušení veřejných zakázek malého rozsahu bez výběrového řízení, nebo nejlépe ponechání této možnosti, ale mnohem přísnější kontrola potencionálního rozdělování větších zakázek na menší dílčí celky bez soutěže. Zrušení veřejných zakázek malého rozsahu bez soutěže by patrně přineslo větší zatížení zadavatele, a bylo by proto jednodušší zefektivnit kontrolu zadávání těchto soutěží a zneužívání této možnosti. Otázkou zůstává, zda jsou zadavatelé na takové mravní úrovni, aby rozumně navržené úlevy nezneužívali.⁶⁸⁷ Bude-li seberegulace zadavatelů natolik efektivní a funkční jako je tomu například v sousedním Německu, jistě může úleva byrokracie ve formě malých soutěží bez výběrového řízení pokračovat. Pokud se však budeme inspirovat spíše u sousedů východně od České republiky, nezbyde než tuto možnost z opatrnosti zrušit. Znovu je třeba hlasitě zdůraznit, že regulace a seberegulace se netýká jen lobbistů, ale rovněž osob lobbovaných, tedy veřejných činitelů a politiků. Vždy musíme nahlížet lobbing ve svém celku. Pokud byl lobbista usvědčen z korupce, je třeba jedním dechem dodat, že korupce má vždy minimálně dvě strany a protistrana, která úplatek přijímá a za to koná dohodnuté protiplnění, má podobný podíl viny na nekalém jednání.⁶⁸⁸

Čtvrtým navrhovaným krokem pro zabezpečení *in-house lobbingu* proti korupci by mohl být postih úředníků za zamlčování podstatných informací o zakázce nebo za přípravu zakázky pro konkrétní předem vytipovanou firmu.⁶⁸⁹ S tím souvisí také stále

686 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

687 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

688 Srov. ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption*, s. 27–30.

689 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

častěji diskutovaná fluktuace úředníků, kteří by neměli rozhodovací pozici zastávat příliš dlouho, ale měli by se na této pozici naopak pravidelně střídat. Dále by prospělo, kdyby do rozhodovacího procesu a výběru účastníků soutěže bylo zapojeno více úředníků. Každá korupce, do níž jsou zapojeny více než dvě strany, je křehčí, náchylnější k prozrazení a také složitější k dohodnutí mezi zapojenými stranami.⁶⁹⁰

Pátým krokem, který v této práci považujeme za klíčový, by mohlo být etické školení úředníků a veřejných činitelů s rozhodovací pravomocí a totéž etické školení ve firmách usilujících o úspěch v soutěžích.⁶⁹¹ Ačkoli to může znít až příliš jednoduše, praxe odhaluje, že je to mimořádně efektivní prevence, neboť stále v byznysu potkáváme lidi, kteří si pletou etiku s etiketou, nechápou, proč by měli jednat tak či onak, když jim to nenařizuje zákon a patrně nikdy neslyšeli o výrazech jako mravně správně a morálně dobře.⁶⁹² Pro tyto lidi musíme mít pochopení a skutečně se poctivě snažit o etickou kultivaci byznysu všemi rozumnými způsoby. Pokud zaměstnanec dvakrát ročně na zajímavém školení v příjemném prostředí uslyší o etických zásadách, pochopí, že jde o seberealizaci a úspěšný chod firmy v dobrém, dlouhodobě udržitelném módu, který činí podnikání lidštější, čestnější, mravnější, předvídatelnější a bezpečnější, a pokud totéž uslyší dvakrát ročně i zadavatel soutěže, bude se podle našeho soudu situace postupně zlepšovat. Jistě, korupčníci byli, jsou a budou, to však v žádném případě neznamená, že budeme eticky rezignovat, neboť je mnoho lidí, kteří překročili práh korupce z neznalosti a nepřipravenosti a nikoli proto, že by byli předem rozhodnutí uplácat nebo přijímat úplatky.⁶⁹³ Většina lidí preferuje seberealizaci v dobrém a my etikové jim v tom musíme pomáhat. V akademickém světě se to zdá být jasné, ale například v posuzované oblasti podnikání v českém stavitelství je před námi ještě hodně práce.⁶⁹⁴

Většina malých a středních firem ve stavebnictví nemá žádný etický kodex a neuvažuje o jeho zavedení. Velké firmy sice etické kodexy mají,⁶⁹⁵ neboť jim je obvykle vypracovali jejich zahraniční mateřské společnosti, ovšem skutečné etické školení tam neprobíhá a zaměstnanci chápou etický kodex často jako jeden

690 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

691 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

692 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

693 Srov. tamtéž, s. 281–299.

694 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

695 V oboru dopravního stavitelství se jedná např. o společnosti Eurovia, Strabag, Metrostav, Skanska nebo Colas.

z dokumentů, které je nutné podepsat, aby patnáctého dne následujícího měsíce přišla mzda. Disproporce mezi proklamovaným etickým kodexem a skutečným postojem zaměstnanců je podle naší zkušenosti ve stavebnictví enormní. Právě do této tmy je třeba pustit světlo, neboť jak říká Platón v podobenství o slunci, světlo umožňuje vidět a stejně tak etický kodex spolu s etickým školením umožňuje chápat a tříbit mravní a morální zodpovědnost. Jednoduché kroky mohou někdy udělat velmi dobrý výsledek.

Inspirací v boji s korupcí při zadávání veřejných zakázek by pro nás také mohlo být Finsko, kde je jedna z nejnižších úrovní korupce na světě, také proto, že platy úředníků odpovídají vysoké životní úrovni tamní společnosti.⁶⁹⁶ Dobře placení úředníci mají zkrátka větší imunitu vůči nabízenému úplatku.⁶⁹⁷ Podle korupčního indexu měřícího korupci ve veřejné sféře společností Transparency International jsou nejméně zkorumpovanými zeměmi Island, Finsko, Dánsko či Švédsko; Česká republika byla v roce 2005 na 47. příčce.⁶⁹⁸

Pokud zůstaneme ve stavebnictví, máme v České republice v současnosti další problém nahrávající uplácení a obcházení pravidel – tím problémem je stavební zákon. Vyřízení stavebního povolení pro větší developerské projekty dnes trvá mnoho let a často hraničí s úřednickou šikanou. Vysoká poptávka po novém bydlení (zejména, avšak nikoli výlučně, v Praze) a málo novostaveb žene ceny nových i starších bytů a domů stále vzhůru a odborníci již varují před neadekvátním nadhodnocováním reálné hodnoty staveb. Developeři mají zájem stavět a rozhodně netrpíme malým množstvím projektů i větších komplexních vizí v moderním bydlení, ovšem stavební zákon podnikatelskou aktivitu neúměrně brzdí. To potom často nutí firemní *in-house lobbisty* zajít až na hranu svých možností a bohužel někdy také za onu hranu nejen etickou, ale také zákonnou.

Chceme-li hovořit o eticky legitimním *in-house lobbyingu* ve stavebnictví, úzce s tím souvisí nejen připravovaný zákon o lobbyingu a změna zákona o střetu zájmů, ale rovněž reforma stavebního zákona. Jako etikové chceme problematiku přehlédnout v širším kontextu, vidět celek, abychom se poté mohli efektivně zaměřit na detaily. Reforma stavebního zákona je zcela aktuální téma. Tentýž problém jako s novými byty a domy je v oblasti povolování a posuzování nezbytně potřebných dopravních staveb,

696 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

697 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

698 Srov. DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Korupce*, s. 86.

kde rovněž stavebníci v České republice čekají roky a často i více než dekádu, aby mohli zahájit práce, které ve výsledku ocení celá společnost.

Mezi dalšími návrhy v boji s korupcí vzhledem k lobbingu se v literatuře často objevuje také zveřejňování výsledků veřejných soutěží,⁶⁹⁹ což zcela podporujeme, bezhotovostní platby a majetková přiznání, s čímž rovněž souhlasíme a zřizování protikorupčních linek,⁷⁰⁰ čemuž je ovšem třeba oponovat. Za prvé: nepsané pravidlo, které se ve stavebnictví ctí, je nepoškozovat druhého, jinými slovy nežalovat při prvním subjektivním pocitu, že druhý jedná mravně či legislativně nelegitimně. Za druhé: takové linky by se rychle staly nástrojem tvrdých konkurenčních bojů právě těch podnikatelů, kteří sami nejednají mravně legitimně; jinými slovy, tyto linky by využívali a spíše zneužívali zejména právě korupčníci. Kultivace českého podnikatelského prostředí by podle našeho soudu neměla jít cestou jednoduchého anonymního udávání.

V moderním managementu se v poslední době v souvislosti s bojem proti korupci čím dál častěji skloňuje pojem *compliance*,⁷⁰¹ s významem „skutečný soulad s platnou legislativou, s pravidly a etickými kodexy firmy“.⁷⁰² V roce 2012 byl v České republice konečně zaveden zákon o trestní odpovědnosti právnických osob, po němž odborníci na obchodní právo dlouho volali, neboť je velkým krokem vpřed v dlouhodobém boji s korupcí. Dalším efektivním nástrojem uváděným zejména v zahraniční literatuře je protikorupční školení zaměstnanců.⁷⁰³

Na mezinárodní úrovni byla na půdě OECD v souvislosti s problematikou lobbingu a ovlivňování přijata (mimo dalších) Úmluva o boji proti podplácení zahraničních veřejných činitelů v mezinárodních obchodních transakcích.⁷⁰⁴ Dalším důležitým mezinárodním dokumentem je bezesporu ICC Rules on Combating Corruption vydaný Mezinárodní obchodní komorou. Rada Evropy přijala Trestněprávní úmluvu o korupci a poté Občanskoprávní úmluvu o korupci. Na úrovni Rady Evropy vznikla rovněž

699 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

700 Srov. ČASTORÁL, Zdeněk. *Ekonomická kriminalita a management*, s. 149.

701 Srov. PARKER, Christine – NIELSEN, Vikebe Lehmann. *Explaining Compliance: Business Responses to Regulation*. 1. vyd. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2011, 59–77.

702 K tématu compliance v obchodní sféře z právní perspektivy srov. např. HURYCHOVÁ, Klára – SÝKORA, Michal. *Compliance programy (nejen) v České republice*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2018, s. 15–48. Dále např.: SCHENKOVÁ, Kateřina – LASÁK, Jan a kol. *Compliance v podnikové praxi*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2017, s. 5–10.

703 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

704 Srov. OECD. *Principles Transparency and Integrity in Lobbying*.

Skupina států proti korupci (GRECO). Důležitým dokumentem je také Úmluva OSN proti korupci. Nejprísnější protikorupční zákon má v současné době Velká Británie.⁷⁰⁵

5.4.3. Korupce v soukromé sféře a limity horizontálního in-house lobbyingu

V prvním strategickém kroku realizace stavby nebo zadání soukromé soutěže si firmy kladou otázku, zda je výhodnější realizovat dílčí část stavební zakázky interními zdroji, nebo tuto část zadat jako subdodávku. Toto rozhodování je ve strategickém managementu odborně označováno jako *make or buy decision*.⁷⁰⁶ Také v soukromé sféře je mnoho prostoru pro lobbying a také podobná rizika korupce jako ve veřejné sféře.⁷⁰⁷ Na této úrovni se realizuje jak *instrumentalizovaný vertikální*, tak i *horizontální in-house lobbying*.

5.4.3.1. Lobbování majitelů firem

V případě, kdy majitel firmy osobně vybírá subdodavatele pro dílčí část stavby a jedná s *in-house lobbistou* firmy, která má o subdodávku zájem, nemá korupční jednání mnoho důvodů existovat. Majitel chce jednoduše vybrat nikoli nejlevnější, ale optimální firmu a *in-house lobbista* má zájem svoji firmu představit. Velkou inspirací pro zadávání soutěží ve veřejném sektoru by mohly být metody výběru dodavatelů v soukromém sektoru: pokud za generálního dodavatele stavby vybírá subdodavatele přímo majitel firmy, obvykle se nerozhoduje pouze na základě ceny; vzhledem k faktu, že za dílo jako celek ponese zodpovědnost, záruky a dílo bude jeho budoucí referencí a v neposlední řadě také ovlivní firemní obraz generálního dodavatele, vybírá často majitel dílčího dodavatele zejména na základě kvality realizovaných zakázek, dále referencí, záruk a postoje k reklamacím zrealizovaných staveb, podnikatelské historie, firemního obrazu,⁷⁰⁸ firemní kultury subdodavatele⁷⁰⁹ a ceny. Majitel firmy hledá pro svou stavbu nejlepšího, nikoli nejlevnějšího dodavatele. Veřejná sféra bohužel obvykle nehledá nejlepšího dodavatele, ale pouze nejlevnějšího dodavatele.⁷¹⁰ To je podle

705 Srov. HURYCHOVÁ, Klára – SÝKORA, Michal. *Compliance programy (nejen) v České republice*, s. 4–6.

706 Srov. HAMERNÍKOVÁ, Bojka a kol. *Veřejné finance*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2010, s. 103.

707 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

708 Srov. VYSEKALOVÁ, Jitka – MIKEŠ, Jiří – BINAR, Jan. *Image a firemní identita*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2020, s. 10–13.

709 Srov. tamtéž, s. 76–80.

710 Srov. OCHRANA, František – PAVEL, Jan – VÍTEK, Leoš a kol. *Veřejný sektor a veřejné finance*, s. 38.

našeho soudu nedostatek a snižující se kvalita dopravních staveb, které jsou často reklamovány ihned po předání díla, je toho důkazem.⁷¹¹

V situaci, kdy majitel firmy poptává s nabídkou subdodávky majitele ostatních firem, je cílem obou stran naprostý soulad. Korupce zde nemá smysl. Generální dodavatel jednoduše hledá ideálního dílčího dodavatele a onen dodavatel zase ideální zakázku pro svoji firmu. Je ovšem nutné zmínit, že ani ideální vztah majitel-majitel není prost problematických momentů: v praxi jsme se setkali s příkladem, kdy majitel firmy podmínil téměř dohodnutou spolupráci se subdodavatelem povinností věnovat určené procento ze zisku jistému sportovnímu klubu jako sponzorský dar.⁷¹² Tímto sponzorským darem bylo přímo podmíněno pozdější proplacení faktury. Souhrn podnikatelských motivů může být širší a je zjevné, že ideální obecný stav bez možností spekulování v podnikání patrně neexistuje.

5.4.3.2. Horizontální lobbings ve vztahu k zaměstnancům zadavatele a horizontální in-house lobbings mezi zaměstnanci

Odlišná situace než je lobbování majitelů firem nastává, když dílčího dodavatele vybírá pověřený zaměstnanec generálního dodavatele a jedná s jeho *in-house lobbyistou*. Může jít o vztah mezi dvěma *in-house lobbyisty* nebo vztah mezi lobbyistou a obchodním ředitelem či manažerem. V této situaci je riziko korupčního jednání podobné jako u veřejné hospodářské soutěže, a čím je soukromá firma větší, tím více prostoru pro korupční jednání vzniká.⁷¹³ Z podnikatelské zkušenosti vyplývá, že pokušení zneužít tuto pozici zaměstnancem rozhodujícím o výběrovém řízení, je poměrně vysoké a bývá v praxi zneužíváno.⁷¹⁴ Podle našeho názoru je nutné (nebo alespoň vhodné), aby byl zaměstnanec na pozici obchodního manažera či ředitele rozhodující o zakázkách s milionovými zisky dobře motivován a měl odpovídající mzdu. Jestliže se zaměstnanec objektivně cítí finančně podhodnocen, je pro něho mnohem těžší odolat nabídce ze strany lobbyisty cílícího na zakázku.⁷¹⁵

711 Srov. *ŘSD reklamuje další úseky D47, hlavně tunel Klimkovice*. Aktuálně.cz. (16.7.2013) [2019-9-3]. <<https://zpravy.aktualne.cz/domaci/rsd-reklamuje-dalsi-useky-d47-hlavne-tunel-klimkovice/r~9afa63e0edf411e28747002590604f2e/>>.

712 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 247.

713 Srov. KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách*.

714 Srov. ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption*, s. 27–30.

715 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

V případě, kdy o zakázce jedná *in-house lobbista*/manažer generálního dodavatele či investora stavby s *in-house lobbistou* firmy ucházející se o zakázku, je příležitost pro korupci velká, podobně jako u soutěže ve veřejném sektoru.⁷¹⁶ Musíme zde připomenout, že stále uvažujeme o korupci ve veřejných a soukromých soutěžích, a tedy v žádném případě nechceme podsouvat *in-house lobbistům* primárně nekalé úmysly. Korupci řešíme jako jednání vzhledem k lobbingu z etického hlediska předem vyloučené v souladu se čtvrtým stupněm druhého metodologického kroku postupu práce. Nechceme budít dojem, že horizontální *in-house lobbying* v soukromé soutěži musí skončit korupcí nebo je to častý případ. Nyní pouze uvažujeme o možnostech korupce v souvislosti s lobbingem a upozorňujeme na potenciaálně rizikové oblasti.

Praxe ukazuje, že právě v tomto vztahu mezi zástupcem zadavatele a zástupcem soutěžícího přichází skutečná konkurenční soutěž zkrátka a zaměstnanci zadavatele někdy upřednostní osobní zisk před zájmy firmy.⁷¹⁷ Nechceme lobbistům podsouvat zlé jednání, to však neznamená, že budeme nekriticky přehlížet veřejně známá fakta o korupci při získávání zakázek v českém stavitelství.⁷¹⁸ Jedná se přitom mezi manažery či *in-house lobbisty* nejčastěji o tzv. malou korupci v řádech tisíců až statisíců korun. V dopravním stavitelství je to korupce nejobvyklejší a neškodlivější. Praxe ovšem také ukazuje, že vztahy korupčníků a korumpovaných, jakkoli se zdají pevné, obvykle nevydrží příliš dlouho.

5.5. Finanční a statusový zisk vzhledem k firemní pohostinnosti v lobbingu

V této kapitole jsme dospěli k tvrzení, že korupci mezi soutěžitelem, respektive *in-house lobbistou* soutěžitele a zadavatelem indikuje snaha *in-house lobbisty* o dosažení neoprávněné výhody, znevýhodnění postavení konkurenčních firem, a to příslibem a plněním finančního nebo statusového zisku⁷¹⁹ pro osobu lobbovanou, v hospodářské soutěži tedy zadavatele nebo vyhodnotitele soutěže.⁷²⁰ Nyní je nutné pregnantně definovat finanční a statusový zisk, neboť dary nejrůznějších hodnot jsou běžnou

716 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

717 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

718 Srov. *Korupce rozhybala dopravní stavitelství, tvrdí svérázný pardubický podnikatel Ondřej Chládek*. EKONOM. (26.7.2017) [2019-9-4]. <<https://ekonom.ihned.cz/c1-65825880-ondrej-chladek-korupce-rozhybala-dopravni-stavitelstvi>>.

719 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

720 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

součástí obchodních vztahů, a proto nemůžeme za korupci označit jakýkoli finanční zisk, neboť v tu chvíli bychom museli odsoudit velkou část obchodních vztahů, ale také běžných mezilidských vztahů v pracovním poměru jako korupční.

5.5.1. Vymezení korupce a firemní pohostinnosti využívané in-house lobbistou na základě motivů

V tomto bodě shrneme obecnější vymezení korupce a firemní pohostinnosti využívané lobbistou při kontaktu se zadavatelem a stručně připomeneme jejich stěžejní rozdíly na úrovni motivů, významu a důsledků. Jde nám v tuto chvíli o firemní pohostinnost využívanou *in-house lobbisty*.

a) Dlouhodobé dopady korupčního jednání na společnost jsou destruktivní. Korupční jednání vyvolává ochromení svobody, vzájemné důvěry a spravedlnosti.⁷²¹ Dlouhodobé důsledky legitimní firemní pohostinnosti vedou naopak k rozvoji, vzájemné důvěře, předvídatelnosti, aktivitě a kreativitě.

b) Korupce je z etického pohledu krajně negativní forma nelegitimní firemní pohostinnosti, která vede k rozvrácení vzájemné důvěry. Korupce přináší podkopání žádoucí hospodářské a občanské praxe a spravedlnosti institucí v jejím samém základu.⁷²² Zatímco nelegitimní firemní pohostinnost je primárně mravní a nikoli trestně-právní kategorií, která se může korupci přibližovat, nemá obvykle tak devastující konsekvence. Přesto ale jistým způsobem částečně ochromuje, narušuje svobodu, lidskou důstojnost, solidaritu i pravdivost v obchodních vztazích. *In-house lobbista* musí rozlišovat a být opatrný v kvalitě i kvantitě firemní pohostinnosti.

c) Korupce je postavena na jednostranném získání neoprávněné výhody a vyloučení nebo ochromení konkurence za úplatu.⁷²³ Legitimní firemní pohostinnost má mít naopak podstatně komunitní charakter – má být založena na svobodné vzájemnosti a počítat i s konkurencí.

d) Korupce počítá s protistranou jako s pouhým prostředkem ke svému cíli. Vztah je v zásadě jednostranný, o mezilidský nebo obchodní vztah ve své podstatě nejde. Firemní pohostinnost naopak vyjadřuje protistraně respekt a úctu a počítá

721 Srov. ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption*, s. 27–30.

722 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

723 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

s komplementárním vztahem. Firemní pohostinnost má být viditelným projevem živého vztahu.

e) Sociologové poukazují na jednoznačné sobectví korupčníka⁷²⁴ – firemní pohostinnost je opak sobectví, vypovídá symbolickým způsobem o akceptování, přijetí a obdarování druhého (bez zavazování).

f) Korupce ničí důvěru, která je nahrazena úplatkem. Firemní pohostinnost naopak buduje a prohlubuje vzájemnou důvěru mezi zúčastněnými stranami.

g) Korupce je v rozporu s dobrými mravy (právní definice) a spočívá v nabídce, příslibu a realizaci výhody ve prospěch protistrany za dohodnutou odměnu.⁷²⁵ Firemní pohostinnost je naopak v souladu s dobrými mravy (opět z právního hlediska), nesmí být vyžádána ani anticipovaně slíbena či nabídnuta.

h) Korupce obvykle předchází obchodnímu vztahu. Firemní pohostinnost naopak nepředchází, ale následuje po realizaci úspěšného obchodního vztahu jako poděkování, zpětná vazba i výraz úcty.⁷²⁶

ch) Korupce je nezákonná činnost.⁷²⁷ Firemní pohostinnost ve vymezené míře je v souladu se zákonem.

i) Pro korupci je typický nátlak, nelegitimní manipulace či dokonce vyhrožování.⁷²⁸ Firemní pohostinnost naopak nesmí provázet žádný neadekvátní nátlak a vždy musí respektovat svobodnou možnost odmítnout bez jakýchkoli následků. *In-house lobbista* musí respektovat přijetí i odmítnutí, nevyvolávat žádný nátlak a pečlivě rozvažovat míru firemní pohostinnosti.

j) Korupce se skrývá, probíhá utajeně. Firemní pohostinnost je zcela otevřená, probíhá veřejně. *In-house lobbista* by měl svůj kontakt, ale i zvolenou firemní pohostinnost zanést do registru lobbistů, stejně jako protistrana, tedy osoba lobbovaná.

k) Korupce je motivována získáním neoprávněné výhody za účelem zisku cestou ochromení konkurence a navýšení potencionálního zisku i zjednodušení cesty

724 Srov. GIDDENS, Anthony. *Sociologie*, s. 185–189.

725 Srov. CHMELÍK, Jan – TOMICA, Zdeněk. *Korupce a úplatkářství*, s. 25.

726 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

727 Srov. CHMELÍK, Jan – TOMICA, Zdeněk. *Korupce a úplatkářství*, s. 25.

728 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

k němu.⁷²⁹ Firemní pohostinnost *in-house lobbyist* nemá být motivována primárně a výlučně ziskem, ale má cílit na osobu obdarovanou jakožto cíl, nikoli prostředek.

l) Korupce destabilizuje funkční sociálně-ekonomické vztahy, narušuje otevřenou soutěž v tržním hospodářství. Legitimně zvolená firemní pohostinnost *in-house lobbyist* má naopak stabilizovat sociálně-ekonomické vztahy a plně respektovat otevřenou hospodářskou soutěž.⁷³⁰ Z řečeného mimo jiné vyplývá, že se u *in-house lobbyist* počítá s poměrně vysokou etickou vyspělostí a morální pevností. Patrně i proto se v USA většinou stává lobbistou politik či manažer v závěru úspěšné kariéry, kdy již svou etickou vyspělost a morální pevnost opakovaně v dlouhodobém horizontu prokázal.

5.5.2. Symbolické obdarování vs. finanční zisk

Mezi symbolickým obdarováním typickým pro legitimní firemní pohostinnost využívanou *in-house lobbyist* a finančním ziskem musí existovat kritéria posouzení, ze kterých lze odvodit konkrétní finanční nebo hodnotový limit. Lidé se obecně shodnou, že darování květin nebo knihy není korupční jednání, zatímco předání sta tisíc EUR v hotovosti skrytým způsobem za účelem získání zakázky korupcí je. Nás ovšem zajímá onen přechodový interval, ono problematické nesnadno uchopitelné místo definované slovy „ještě ne – už ano“. Např. v USA může lobbista darovat veřejnému činiteli dar v hodnotě do padesáti amerických dolarů, ovšem uvažuje se o snížení na dvacet dolarů;⁷³¹ počet darů při tom není upraven. Evropská unie považuje sponzorské dary lobbistů za neetické.⁷³² Opět je zřejmé, že etika je klíčovou oblastí k pevnějšímu uchopení lobbingu a její nástroje jako např. etický kodex⁷³³ nebo kodex firemní pohostinnosti⁷³⁴ budou představovat jedny z mála skutečně adekvátních a funkčních nástrojů v boji s korupcí ve snaze kultivovat lobbing.

729 Srov. HAUSER, Christian. Fighting Against Corruption, s. 281–299.

730 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 78–79.

731 Srov. KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States, s. 1371–1379.

732 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 36.

733 Srov. RODRIGUEZ-DOMINGUEZ, Luis – GALLEGO-ALVAREZ, Isabel – GARCIA-SANCHEZ, Isabel Maria. Corporate Governance and Codes of Ethics. *Journal of business ethics* 2009, roč. 90, č. 2, s. 187–202. doi: 10.1007/s10551-009-0035-y

734 Kodex firemní pohostinnosti jsme navrhli jako etický manažerský nástroj v předešlé práci. V praxi českého stavitelství se začínají objevovat konkrétní politiky firemní pohostinnosti velkých firem se zahraničním majitelem. Srov. *Politika firemní pohostinnosti, přijímání a předávání darů skupiny Skanska*. SKANSKA.

Tato intervalem vymezená hranice je z podstaty věci v různých případech různá. Kniha jako poděkování za dobrou spolupráci na běžné zakázce v hodnotě stovek tisíc korun je vhodnou pozorností, ovšem ta samá kniha jako pozornost za spolupráci na zakázce v hodnotě stovek milionů korun může naopak vyvolat pocit nedocení a proporcionální neadekvátnosti. V předešlé práci jsme proto navrhli konstantní kritéria, ze kterých vyplývají variabilní limity pro konkrétní stavební zakázky. Tato kritéria velmi stručně vztáhneme k *in-house lobbyingu*, abychom za jejich pomoci vymezili symbolické obdarování jako legitimní nástroj *in-house lobbyingu* vůči nelegitimní korupci.

a) Personalita

Osobní chápání obdarovávaného a zacílení na jeho osobu, nikoli na finanční zisk, má pro legitimní firemní pohostinnost klíčovou roli. Je podstatný rozdíl v tom, jestli *in-house lobbyist* firemní pohostinností cílí na osobu obdarovávaného, nebo jestli má jiné cíle a obdarovávaného považuje pouze za prostředek k jejich dosažení. Jedním z klíčových kritérií legitimní firemní pohostinnosti pro teologickou etiku je soulad s chápáním člověka jakožto lidské osoby⁷³⁵ v teologickém smyru.⁷³⁶

b) Důvěra

Důležitým kritériem mravně legitimní firemní pohostinnosti je důvěra, jakožto ochota jedné strany spolehnout se na stranu jinou. Firemní pohostinnost má upevňovat sounáležitost, vzájemnost a oboustrannou důvěru, neboť pohostinnost má být viditelnou formou něčeho hlubšího, totiž svobodného vztahu pěstovaného *in-house lobbyistou* založeného na důvěře. Důvěra obchodních partnerů je základní charakteristikou mravně legitimní firemní pohostinnosti. Důvěra v obchodních vztazích vytváří jistější, předvídatelnější a bezpečnější prostředí, ve kterém firmy mohou zaměřit úsilí na rozvoj, kreativitu a zkvalitňování řízení firmy. Korupce naopak vyvolává podezřívavost, snahu o nadměrné zajišťování, obavy, nejistotu do

735 Srov. SOKOLOWSKI, Robert. *The Human Person and Political Life*, s. 505–527.

736 Srov. ANZENBACHER, Arno. *Křesťanská sociální etika*, s. 180.

budoucná.⁷³⁷ Pokud tedy obdarování vyvolává důvěru a nikoli podezření či obavy, bylo naplněno důležité kritérium.

c) Nepodmíněnost

Nepodmíněnost je jedním ze základních kritérií mravně legitimní firemní pohostinnosti využívané *in-house lobbistou*. Nezištný dar není ničím podmíněn nebo vázán, ze své podstaty není zasloužen. Pokud je obdarování vázáno na protiplnění nebo k němu manipuluje, nejde již o legitimní firemní pohostinnost, ale vstupujeme do oblasti korupce.⁷³⁸

d) Svoboda

Klíčovým kritériem mravně legitimní firemní pohostinnosti je rovněž svoboda, která úzce souvisí s nepodmíněností.⁷³⁹ Svoboda jako možnost jednat na základě své vůle je základním předpokladem morálního a mravního jednání.⁷⁴⁰ Jedná se nejen o svobodu *in-house lobbisty* v možnosti obdarovat, ale také o svobodu lobbovaného v možnosti přijmout či naopak odmítnout dar. Tam, kde nelze, případně je krajně nevhodné odmítnout firemní pohostinnost, je narušeno jedno z hlavních kritérií mravně ospravedlnitelné pohostinnosti. Možnost odmítnout bez negativních konsekvencí je důležitým prvkem legitimní svobodné firemní pohostinnosti. Firemní pohostinnost nesmí omezovat možnost volby, tedy jednání výlučně na základě vlastní vůle.⁷⁴¹

e) Hierarchie cílů

Dar odkazuje na vztahovost, která je esenciální charakteristikou lidské osoby, a poukazuje rovněž na vztah mezi Bohem a člověkem, jenž je gratuitním obdarováním.⁷⁴² Křesťanský pohled na firemní pohostinnost tedy počítá také

737 Srov. SAMUEL, Vinay. Business and Corruption, s. 23–27.

738 Srov. HAUSER, Christian. Fighting Against Corruption, s. 281–299.

739 Srov. HAJI, Ishtiyaque. Freedom and Practical Reason. *Ethical theory and moral practice* 2009, roč. 12, č. 2, s. 169–179. doi: 10.1007/s10677-008-9132-8

740 Srov. HILPERT, Konrad. *Základní otázky křesťanské etiky*, s. 70–72.

741 Srov. tamtéž, s. 70–72.

742 Srov. HAVELKA, Ondřej. Teologicko-etický princip personality a jeho soudobé myšlenkové směry, s. 98–109.

s vertikálním rozměrem daru, který odkazem na nezištnost odhaluje vyšší hodnoty, než je samotný obchod. Hospodářství nemá být jediným ani nejvyšším cílem člověka. Výše má vždy stát svoboda a důstojnost lidské osoby, kulturní hodnoty, náboženství, mravnost a Boží univerzální plán.⁷⁴³

f) Spravedlnost

Důležitým kritériem legitimní firemní pohostinnosti pro *in-house lobbistu* je spravedlnost.⁷⁴⁴ Při zvažování firemní pohostinnosti je nezbytně nutné jednat spravedlivě nejen s obchodními partnery, ale také s konkurenčními firmami, vzdálenými bližními i nezúčastněnými, na které mohou mít důsledky naší činnosti pozdější dopad. Spravedlnost, jakožto pevná a neměnná vůle dávat každému, co mu náleží,⁷⁴⁵ je jednou ze základních a nejdůležitějších ctností v mezilidském soužití; v mezifiremních vztazích to platí též.

Právě spravedlivé chování vůči konkurenci při získávání zakázky je klíčovým kritériem lobbistovy činnosti. Poškozování nebo znevýhodňování konkurenčních firem není v souladu s mravně legitimní firemní pohostinností nabízenou *in-house lobbistou*, ale je naopak znakem korupce.

g) Symboličnost

Charakteristickým znakem mravně legitimní firemní pohostinnosti je pro *in-house lobbistu* kritérium symboličnosti. Firemní pohostinnost nemá na svém počátku (ale ani na svém konci) výlučně ekonomickou funkci. Firemní pohostinnost má ze své podstaty symbolickou funkci a nesmí být vyžadována. Korupce nemá funkci symbolickou, ale ryze zjištnou.⁷⁴⁶ Finanční nebo statusový zisk je u korupce měřitelný, vyčíslitelný a postupuje podle logiky „má dáti – dal“, nebo „nabídka – zapůsobení – plnění – protiplnění“. Zatímco kniha spadá do oblasti firemní pohostinnosti, finanční hotovost

743 Srov. LANGAN, John. *Ethics, Business, and the Economy*, s. 105–123.

744 Křesťanská sociální etika spatřuje ve spravedlnosti nejdůležitější mravní ctnost pro mezilidské soužití. Mezi významné myslitele zabývající se sociální spravedlností patří např. B. Sutor, A. Anzenbacher nebo J. Rawls. Srov. např. RAWLS, John. *Teorie spravedlnosti*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995, 361 s.

745 Srov. SKOBLÍK, Jiří. *Přehled křesťanské etiky*, s. 112.

746 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

patří do oblasti korupce.⁷⁴⁷ Přitom podle našeho soudu není ani tak důležitá výše finanční hotovosti, neboť jakákoli hotovost zkrátka postrádá kritérium symboličnosti.

h) Otevřenost, pravdivost a transparentnost

Kritériem mravně legitimní pohostinnosti je také otevřenost v kontrastu s korupcí, pro kterou je typická skrytost, uzavřenost.⁷⁴⁸ Zatímco nezákonné nebo neetické jednání se obvykle odehrává za zavřenými dveřmi mezi co možná nejmenším počtem osob, firemní pohostinnost musí být založena na otevřenosti. Předávání či nabídka legitimní firemní pohostinnosti se děje zcela otevřeně, před celou firmou, nejlépe nikoho nevyjímaje. Firemní pohostinnost by měla být otevřená, pravdivá a maximálně transparentní. To je jedno z klíčových kritérií v rozeznávání firemní pohostinnosti a korupce.

ch) Úcta

Kritériem mravně legitimní firemní pohostinnosti je zcela jistě projev úcty *in-house lobbyist* k lobbovanému: firemní pohostinností jde o vyjádření faktu, že si spolupráce s druhou firmou nebo jednotlivým zaměstnancem vážíme, nepovažujeme ji za samozřejmost, chováme druhou stranu v úctě a za spolupráci druhé straně děkujeme. Vzájemná úcta je to, co v oblasti stavitelství stále chybí nejen na staveništi mezi dělníky nebo mistry, ale také na úrovni středního a top managementu. Úcta a respekt k druhému⁷⁴⁹ bývají v praxi nezdárka opomíjeny, neboť se často cílí pouze na efektivitu a ziskovost obchodního vztahu. Právě přiměřená legitimní firemní pohostinnost může do odcizených vztahů zaměřených pouze na výkon a zisk vrátit úctu a respekt k lidské osobě. Vzájemnou úctu a respekt řadíme mezi důležitá kritéria mravně legitimní firemní pohostinnosti. Korupce s úctou nepočítá, cílí pouze na zisk, a to jakýmkoli neoprávněným způsobem.⁷⁵⁰

747 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

748 Srov. KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption*, s. 159–161.

749 Srov. MARTINEK, Cyril. *Cesta k solidaritě*, s. 206.

750 Srov. SAMUEL, Vinay. *Business and Corruption*, s. 23–27.

i) Přiměřenost

Klíčovým kritériem mravně legitimní firemní pohostinnosti je také přiměřenost (nalezení správné míry).⁷⁵¹ Jak už bylo zmíněno, firemní pohostinnost musí adekvátně odpovídat rozsahu, kvalitě a náročnosti realizované zakázky nebo obchodního vztahu. Nedostatečná, ale i nadměrná firemní pohostinnost může vztahu spíše ublížit, a tak je třeba hledat – aristotelsky řečeno – ideální cestu středu, cestu ctnosti, nejlepšího řešení mezi krajnostmi.⁷⁵² Příliš drobná firemní pohostinnost může vyvolat dojem nedocení, nadměrná zase může budít dojem závazku. Těmto krajnostem je třeba se u firemní pohostinnosti při lobbingu vyhnout.

751 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

752 Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*, s. 59–60.

6. Regulace lobbingu

Etická regulace lobbingu si neklade za cíl primárně zakazovat či omezovat, ale dostat lobbing z temné oblasti do oblasti legitimní a transparentní. Jde o to, pustit světlo do temných míst, kam prozatím není vidět, a vznikají tak nezákonné a neetické praktiky. Odborníci v oblasti lobbingu upozorňují na dva elementární způsoby regulace: (1) legislativní a (2) seberegulaci (*selfregulation*).⁷⁵³ Ideální je soulad obou způsobů, neboť zákon nemůže myslet na vše a vždy se najdou specifické případy, kdy je seberegulace nezbytná. O připravované legislativní regulaci⁷⁵⁴ bylo pojednáno ve třetí kapitole práce – o vymezení se vůči korupci a střetu zájmů bylo pojednáno v páté kapitole. V této kapitole se dostáváme k etické seberegulaci, kterou lze chápat jako snahu o mravní ospravedlnitelnost lidského jednání v celkovém zacílení na dobro osoby (a osob obecně), jinými slovy seberealizaci v dobrém. V této kapitole dokončujeme velký metodologický krok „soudit“ a naplňujeme v něm 5. stupeň zvolené metody teologicko-etické práce, v němž jde o propojení posuzovaného *in-house lobbingu* s etickými principy, závazky a kritérii, jenž jsou pro posuzování lobbingu relevantní.

6.1. Seberegulace lobbingu

V oblasti seberegulace odborníci rozlišují (1) individuální autoregulaci,⁷⁵⁵ tedy jakousi samoregulaci jednotlivých lobbistů mezi sebou a zejména lobbistovu samoregulaci vlastní, která v našem teologicko-etickém chápání odpovídá rovněž morální, tedy souladu či nesouladu se svědomím jednajícího lobbisty a za (2) seberegulaci lobbingu pomocí etických kodexů,⁷⁵⁶ tedy vnějšího nastavení mravních norem, čili objektivní soulad či nesoulad s vnějšími etickými pravidly.⁷⁵⁷

V odborné literatuře bývají v oblasti seberegulace – kromě nejdůležitějšího nástroje v podobě etického kodexu⁷⁵⁸ – uváděny další méně známé nástroje jako jsou povinná

753 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union*, s. 202–219.

754 Srov. Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu)*.

755 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 79–86.

756 Srov. RODRIGUEZ-DOMINGUEZ, Luis – GALLEGO-ALVAREZ, Isabel – GARCIA-SANCHEZ, Isabel Maria. *Corporate Governance and Codes of Ethics*, s. 187–202.

757 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbying v moderních demokraciích*, s. 122–126.

758 Srov. DAVIS, Michael. *Profession, Code, and Ethics*. 1. vyd. Farnham: Ashgate, 2002, s. 2–21.

etická školení jako podmínka členství v profesní asociaci (etablovaná např. v medicíně), existence etických komisí, které dbají na dodržování etických zásad ve velkých firmách a konečně existence veřejně přístupného registru lobbistů nebo jiného akreditačního mechanismu s nárokovým členstvím po splnění závazných podmínek.⁷⁵⁹ Ve stavebnictví bychom navrhovali přijmout inspiraci z oblasti lékařství a například profesní autorizaci propojit s etickým školením tak, aby zkouška vedoucí k získání autorizace stavaře neprobíhala pouze v oblasti odborných technických znalostí v dané specializaci, ale aby byla doplněna také příslušným etickým školením a přijetím zásad etického jednání v profesním životě. Autorizovaná osoba by podle našeho soudu neměla být zárukou pouze technických znalostí propojených s náležitou praxí, ale rovněž s jistou mravní a morální úrovní. Chceme realizovat stavby pečlivě a dobře, ovšem s úctou a respektem ke všem zainteresovaným osobám (včetně těch nejnižší postavených dělníků, což bohužel není samozřejmé). Koneckonců stavebnictví má sloužit člověku a nikoli naopak.

6.1.1. Vlastní autoregulace: soulad se svědomím lobbisty⁷⁶⁰

Lobbing nikdy nemůže získat pozitivní vnější obraz, pokud nebude vycházet z morálního základu samotných lobbistů. Při sebelepší kontrole, sebelepší legislativě a sebelepších etických kodexech bude vždy záležet zejména na vnitřní motivaci lobbistova jednání a jeho souladu se svědomím při základním rozhodnutí (*optio fundamentalis*)⁷⁶¹ pro dobro (seberealizaci v dobrém).

Z hlediska teologické etiky jsme všichni povoláni, abychom jednali morálně dobře a mravně správně, jak již bylo řečeno ve čtvrté kapitole. Vnější regulace vtělená do etických kodexů je vynikající podpůrný nástroj, ovšem vysoká míra morality je u lobbistů základním předpokladem svobodného, mravně a morálně hodnotného jednání. Svědomí je velmi těžko uchopitelná skutečnost a lze říci, že svědomí je pro člověka velmi intimní.⁷⁶² Natolik intimní, že se ve svědomí setkává s Bohem (GS 16).⁷⁶³ Proto je mimořádně obtížné až nemožné hodnotit zvnějšku výkon

759 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s. 79.

760 Srov. GLACKIN, Shane N. *Obligations of Conscience*, s. 1–24.

761 Srov. KUZMICKI, Tadeusz. *Umkehr und Grundentscheidung: Die moraltheologische optio fundamentalis im neueren ökumenischen Gespräch*. 1. vyd. Regensburg: Verlag Friedrich Pustet, 2015, s. 381–390.

762 Srov. GLACKIN, Shane N. *Obligations of Conscience*, s. 1–24.

763 Srov. tamtéž, s. 1–24.

lobbistova svědomí, neboť nemůžeme znát jeho motivační horizont, všechny předpoklady jeho jednání a výsledný úsudek jeho svědomí v daném případě.

Svědomí zůstává nejvyšší morální autoritou⁷⁶⁴ a podle již zmíněných magisteriálních dokumentů jsme povoláni žít a jednat plně v souladu se svým svědomím, jinak bychom se dopouštěli morálního zla.⁷⁶⁵ Vzhledem k nemožnosti posoudit lobbistovo svědomí se nyní posuneme k vnější etické regulaci, tedy k etickým kodexům, které mohou svědomí inspirovat, plodně ovlivňovat vnitřní motivační horizont a nakonec přispět nejen k mravně správnému, ale také k morálně dobrému lobbistickému jednání. *In-house lobbyist* by vzhledem ke svědomí měl tuto svou schopnost tříbit, pracovat na ní, zásobovat ji kvalitním vzděláním v oboru, mít rozhled a naslouchat moudrosti nejen náboženské, ale i zkušeným lidem z oboru, kterým důvěřuje a o jejichž moudrost se může opřít.⁷⁶⁶

6.1.2. Etická seberegulace: soulad s mravní normou

V současné době, kdy v České republice neexistuje platný zákon o lobbingu, je vedle individuální seberegulace každého lobbisty dostupná pouze regulace etická, zejména regulace prostřednictvím etických kodexů.⁷⁶⁷ V praxi firemní kodexy stavebních firem na lobbisty prozatím nemyslí, nicméně skutečností rovněž je, že etické kodexy se zkvalitňují a začínají se objevovat také první kodexy firemní pohostinnosti, které s lobbingem úzce souvisí.⁷⁶⁸

Etický kodex je vedle etických školení jedním z nejefektivnějších nástrojů, které podnikatelská etika do praxe přináší.⁷⁶⁹ V následujících bodech se proto detailně zaměříme na problematiku etických kodexů vzhledem k lobbingu, abychom následně vypracovali vzorový etický kodex *in-house lobbyist* pro stavební firmu v České republice.⁷⁷⁰ Tím bychom mimo jiné rádi pomohli variovat veřejné mínění k problematice lobbingu a k oblasti podnikání ve stavebnictví.

764 Srov. SOMME, Luc-Thomas. The Infallibility, Impeccability and Indestructibility of Synderesis, s. 403–416.

765 Srov. CURRAN, Charles E. *Conscience*, s. 51–64.

766 Srov. GLACKIN, Shane N. *Obligations of Conscience*, s. 1–24.

767 Srov. SCHWARTZ, Mark S. Effective Corporate Codes of Ethics: Perceptions of Code Users. *Journal of business ethics* 2004, roč. 55, č. 4, s. 321–341. doi: 10.1007/s10551-004-2169-2

768 Srov. *Politika firemní pohostinnosti, přijímání a předávání darů skupiny Skanska*. SKANSKA.

769 Srov. SCHWARTZ, Mark S. Effective Corporate Codes of Ethics, s. 321–341.

770 Vzorový etický kodex *in-house lobbyist* bude předmětem bodu 8.1.

Lze namítnout, že nedodržením etických zásad naznačených v etickém kodexu lobbistovi nehrozí žádný faktický postih. Jistě, lobbistovi skutečně nehrozí žádný právní postih ve smyslu přímého donucování státem, ale riskuje ztrátu osobní kredibility v oboru, poškození své pověsti a konečně i jakési neformální, ale přesto velmi účinné vyloučení jeho osoby z profesního prostředí. Jakmile lobbista ztratí důvěru, ztratí v oblasti českého stavitelství – kde se dlouhodobě pohybují titíž lidé, kteří se vzájemně znají nebo o sobě alespoň vzdáleně vědí – šanci na další smysluplné lobbování. Proto hájíme názor, že etické kodexy mají i v případě absence zákona velkou váhu a jsou reálně přínosné a efektivní.⁷⁷¹ Jde o jakousi dohodu, kterou se lidé v oboru zavazují respektovat a ctít.

V případě existence právní úpravy může jít etický kodex dál než samotný zákon, pokrývat rozmanitější oblast problematiky a snažit se o ještě vyšší mravní standard, než který zajišťuje zákon. Etické kodexy v českém stavitelství mají mimořádný smysl a bude nezbytné, aby pamatovaly rovněž na lobbying. České stavitelství potřebuje učinit velký krok v evoluci mravní úrovně i individuální morální citlivosti. K tomu může významně pomoci tvorba kvalitních a smysluplných etických kodexů, ale také etická školení a vzdělávání, i kontrolní etické audity.

6.2. Etické kodexy jako klíčové nástroje seberegulace in-house lobbyingu

U seberegulace *in-house lobbyingu* jde o dobrovolné přijímání etických pravidel implementovaných do firemních etických kodexů,⁷⁷² zavádění politiky firemní pohostinnosti, etických školení v oblasti lobbyingu a obecně mravního a morálního školení v širší oblasti byznysu.⁷⁷³ Základním nástrojem, kterým lze implementovat etické hodnoty do podnikatelské praxe jsou stále etické kodexy a etické vzory. Díky etickým kodexům a vzorům lze mezi lidmi v obchodních vztazích docílit internalizace etických hodnot.⁷⁷⁴ Etické kodexy nemůžeme přeceňovat,⁷⁷⁵ ovšem bylo by stejnou

771 Srov. WELLER, Steven. The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics. *Journal of business ethics* 1988, roč. 7, č. 5, s. 389–395. doi: 10.1007/BF00382543

772 Srov. SINGH, Jang B. Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics: An Empirical Study. *Journal of business ethics* 2011, roč. 101, č. 3, s. 385–395. doi: 10.1007/s10551-010-0727-3

773 Srov. RODRIGUEZ-DOMINGUEZ, Luis – GALLEGO-ALVAREZ, Isabel – GARCIA-SANCHEZ, Isabel Maria. Corporate Governance and Codes of Ethics, s. 187–202.

774 Srov. SCHWARTZ, Mark S. Effective Corporate Codes of Ethics, s. 321–341.

775 Srov. SINGH, Jang B. Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 385–395.

chybou je naopak podceňovat⁷⁷⁶ a nevěnovat jim v souvislosti s *in-house lobbyingem* adekvátní pozornost.⁷⁷⁷

Jsme si plně vědomi toho, že etický kodex nemůže pokrýt všechny problematické situace, které praxe přináší, ovšem může pomoci *in-house lobbistům*, lobbovaným, ale i ostatním zaměstnancům v orientaci, nabídnout určité postoje k řešení vzniklých situací, případně odkázat na zodpovědnou osobu. Přestože platí, že skutečná morálka je ta autonomní,⁷⁷⁸ tedy že morální hodnotu vytváříme svobodným, autonomním a zodpovědným rozhodnutím, má zejména právě ve stavebnictví externě definovaný etický kodex své nezastupitelné místo; mnohdy totiž pod vlivem rozmanitých vnějších tlaků (investor, veřejnost, končící dopravní omezení, navazující stavební činnost...), stresu i přepracování a zejména nedostatku času k uváženému rozhodnutí (např. pod vlivem hrozícího penále za nedodržení přísných termínů, blížící se naplánované kolaudace, slavnostního otevření stavby...) člověk zkrátka potřebuje okamžité legitimní řešení.

6.2.1. Etický kodex: základní nástroj etického řízení a etické regulace lobbingu

Tzv. *etická odpovědnost firmy*⁷⁷⁹ je zaměřena dvěma směry – dovnitř firmy, tedy na management, zaměstnance a vnitrofiremní interní záležitosti, a navenek, tedy na investory, zákazníky, dodavatele, konkurenty, stát a další dotčené osoby či entity. Cílená implementace etických hodnot do základní strategie firmy probíhá na základě aplikace etických principů, metod a nástrojů, tedy vznikem etické infrastruktury firmy. Jde především o aplikaci etických kodexů a vzorů, vzdělávání v oblasti podnikatelské etiky, etického a sociálního auditu.⁷⁸⁰ Základními metodami pro uvedení etických principů a východisek do reálného podnikatelského života je dialog a konsenzus. Implementace etiky do podnikání je primárně záležitostí managementu, neboť kvalita etické odpovědnosti celé firmy přímo pramení z etické odpovědnosti vedení.⁷⁸¹

776 Srov. WELLER, Steven. The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 389–395.

777 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics*, s. 182–225.

778 Srov. ADAMS, Robert M. Human Autonomy and Theological Ethics, s. 3–20.

779 Srov. KHANKA, S. S. *Business Ethics and Corporate Social Responsibility*. 1. vyd. New Delhi: S. Chand Publishing, 2014, s. 118–140.

780 Srov. RODRIGUEZ-DOMINGUEZ, Luis – GALLEGOS-ALVAREZ, Isabel – GARCIA-SANCHEZ, Isabel Maria. Corporate Governance and Codes of Ethics, s. 187–202.

781 Srov. ZÁHRADNÍK, Jaroslav. *Základy managementu*. 1. vyd. Praha: České vysoké učení technické, 1996, s. 88.

Při implementaci nástrojů, principů a metod etického řízení do podnikatelské praxe je třeba kontrolovat, zda etická infrastruktura nemá ve firmě jen proklamativní charakter: při této kontrole hovoříme o tzv. *regulativní ideji* garantující efektivnost etické infrastruktury;⁷⁸² jde o intenzitu souvztažnosti mezi tím, co má být a co ve skutečnosti opravdu je.⁷⁸³ V reálné praxi to znamená, že kromě etických kodexů deklarují firmy rovněž pravidla jejich dodržování.⁷⁸⁴ Novinkou je také kodex firemní pohostinnosti, který první zahraniční firmy působící v České republice, např. Skanska nebo Strabag, začínají veřejně deklarovat jako politiku firemní pohostinnosti.⁷⁸⁵

Efektivitu regulativní ideje hodnotí podnikatelská etika na základě tří elementárních funkcí:⁷⁸⁶

1. *definiční funkce* – jež deklaruje firemní krédo, tedy kdo jsme a o co usilujeme, a pomáhá tak všem zúčastněným v orientaci,⁷⁸⁷
2. *strategická funkce* – jež z etického hlediska specifikuje realizaci záměrů v praxi, významně ovlivňuje veřejné mínění i vnitropodnikovou atmosféru,⁷⁸⁸
3. *kontrolní funkce* – jež firmě poskytuje vodítko pro posouzení činnosti a veřejnosti dává možnost hodnotit konkrétní jednání firmy.⁷⁸⁹

Principy eticky orientovaného řízení firmy v souhrnu sestávají ze tří dimenzí: První dimenze definuje filozofická východiska, jako jsou usilování o obecné blaho či respektování lidské důstojnosti; druhá dimenze definuje vlastní firemní zásady etického jednání; třetí dimenze definuje jednání všech participujících osob a skupin a bývá obsažena v etickém kodexu firmy a často také v pravidlech jeho dodržování.⁷⁹⁰

6.2.2. Definice a historie etického kodexu

Pravděpodobně nejstarším doposud používaným profesním etickým kodexem je Hippokratova sponze, za jejíhož autora je považován Hippokratés (460 – 370 př. n. l.), nebo některý z jeho žáků. Jde de facto o vyjádření, k čemu se ve svém jednání jednajících

782 Srov. KHANKA, S. S. *Business Ethics and Corporate Social Responsibility*, s. 100–117.

783 Srov. PUTNOVÁ, Anna – SEKNIČKA, Pavel. *Etické řízení ve firmě*, s. 68.

784 Srov. SINGH, Jang B. Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 385–395.

785 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 91–106.

786 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics*, s. 182–225.

787 Srov. KHANKA, S. S. *Business Ethics and Corporate Social Responsibility*, s. 103–105.

788 Srov. WELLER, Steven. The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 389–395.

789 Srov. ROLNÝ, Ivo. *Etika v podnikové strategii*, s. 67.

790 Srov. WEBLEY, Simon. *Codes of Ethics and International Business*, s. 16–18.

zavazuje, co bude a co nebude v praxi konat.⁷⁹¹ V dějinách se objevily rovněž další profesní etické kodexy (samozřejmě nikoli takto nazvané), např. kodexy mravních norem mnišských řádů či kodexy mistrů řemesel.⁷⁹² Jeden z prvních moderních kodexů vydala v roce 1943 společnost Johnson & Johnson.

Podle OECD, která klade seberegulaci lobbingu do vztahu a souvislosti se seberegulací pracovníků v oblasti public relations (dále jen PR), existuje pět základních etap etické seberegulace v oblasti PR:⁷⁹³

1. První kodex v PR oblasti přijala Public Relations Society of America v roce 1951. Kodex uvádí nejzákladnější etické principy a stal se inspirací pro další etické kodexy v PR oboru.
2. Benátský kodex přijala International Public Relations Association v roce 1961. Kodex prosazoval nastavení etických standardů v PR pro celou mezinárodní komunitu. Od ryze proklamativního charakteru se Benátský kodex posouvá k náčrtu žádoucího a nežádoucího jednání.
3. Aténský kodex (někdy označovaný též jako Mezinárodní etický kodex) přijala Public Relations Association společně s European Public Relations Confederation v roce 1965 a byl novelizován v Teheránu v roce 1968. Kodex vychází ze Všeobecné deklarace lidských práv OSN z roku 1948.
4. Lisabonský kodex (označovaný též jako Evropský kodex profesionálního chování v oblasti PR) byl přijat European Public Relations Confederation v roce 1978. Vychází rovněž ze Všeobecné deklarace lidských práv OSN, vymezuje základní etická pravidla a vymezuje povinnosti vůči klientům, zaměstnavatelům, veřejnému mínění, médiím, partnerům a profesi samé.
5. Bruselský kodex přijala International Public Relations Association v roce 2006. Navazuje na předchozí kodexy s mezinárodním záběrem a zpřesňuje etické požadavky.⁷⁹⁴

791 Srov. SCHWARTZ, Mark S. *Effective Corporate Codes of Ethics*, s. 321–341.

792 Srov. BLÁHA, Jiří – DYTRT, Zdeněk. *Manažerská etika*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003, s. 98–100.

793 Srov. OECD. *Principles Transparency and Integrity in Lobbying*.

794 Srov. MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*, s. 83.

Podle názoru odborníků na problematiku etických kodexů je důležité, aby ve firmě existoval *jen* jeden kodex,⁷⁹⁵ závazný pro všechny zúčastněné osoby, tedy jak pro zaměstnance, tak i pro vedení;⁷⁹⁶ dvojí metr totiž působí významně demotivačně.⁷⁹⁷ Základním charakterem etického kodexu je vymezení pravidel tam, kde může být velký prostor mezi tím, co je zákonem zakázáno, a tím, co je zákonem naopak povoleno. Právě v tomto prostoru se může pohybovat *in-house lobbyist*, aniž by byl zákonem postižitelný. Zákon nemůže obsáhnout velmi širokou škálu etických dilemat, a také proto dostávají slovo konkrétní etické kodexy jednotlivých firem, které se s konkrétními etickými dilematy setkaly.⁷⁹⁸ Podle záběru působnosti můžeme dále dělit etické kodexy na firemní etické kodexy, profesní etické kodexy a odvětvové etické kodexy;⁷⁹⁹ v této práci se zabýváme firemním etickým kodexem.

6.2.3. Vytváření etického kodexu

Sestavení a sepsání etického kodexu firmy obvykle předchází deklarování hodnot firmy a stručného kréda firmy.⁸⁰⁰ Deklarací hodnot se rozumí veřejné prohlášení, v němž firma dává veřejně najevo své nejdůležitější hodnoty, svou vizi, své zaměření, zájem o kvalitu služeb, bezpečnost provozu atd. Firemní krédo (obvykle) v rozsahu několika odstavců vyjadřuje etickou odpovědnost vůči všem *stakeholders*, tedy všem zainteresovaným osobám a skupinám. Etický kodex je nejdetailnějším vyjádřením etických postojů firmy.⁸⁰¹ Klíčovou funkcí firemního etického kodexu je regulace, řešení předpokládaných konfliktních a nejednoznačných situací, podpora etické sebereflexe a rovněž zabránění neetické tvorbě zisku.⁸⁰² Firemní etický kodex by měl definovat základní filozofii, hodnoty a politiku firmy, měl by zvyšovat důvěryhodnost firmy a jejího managementu, zkvalitňovat firemní kulturu, firemní obraz a firemní klima, posilovat vnitřní loajalitu a disciplínu, pozitivně motivovat a eliminovat nežádoucí jednání.⁸⁰³ Kodex má zaměstnancům poskytnout oporu, pokud na ně třetí

795 Srov. SCHWARTZ, Mark S. *Effective Corporate Codes of Ethics*, s. 321–341.

796 Srov. SINGH, Jang B. *Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics*, s. 385–395.

797 Srov. REMIŠOVÁ, Anna. *Etika a ekonomika*. 3. vyd. Bratislava: Kalligram, 2011, s. 232.

798 Srov. STEINMAN, Horst – LÖHR, Albert. *Základy podnikové etiky*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995, s. 67–70.

799 Srov. RODRIGUEZ-DOMINGUEZ, Luis – GALLEGO-ALVAREZ, Isabel – GARCIA-SANCHEZ, Isabel Maria. *Corporate Governance and Codes of Ethics*, s. 187–202.

800 Srov. Ethics Resource Center (U.S.). *Creating a Workable Company Code of Ethics*. 1. vyd. Washington: Ethics Resource Center, 1990, s. 3–9.

801 Srov. KHANKA, S. S. *Business Ethics and Corporate Social Responsibility*, s. 106–107.

802 Srov. REMIŠOVÁ, Anna. *Etika a ekonomika*, s. 207–208.

803 Srov. SCHWARTZ, Mark S. *Effective Corporate Codes of Ethics*, s. 321–341.

strana vyvíjí nátlak, aby jednali nežádoucím způsobem, a nadřazeným zabraňovat ve zneužívání svého postavení. Nově příchozím zaměstnancům má kodex pomoci v základní orientaci, tedy pochopit, co se od nich očekává a co mohou naopak oni očekávat od firmy.⁸⁰⁴ Firemní etický kodex má rovněž zabraňovat korupci a posilovat vůli k dodržování právních předpisů.⁸⁰⁵

Sepsání etického kodexu by měla předcházet analýza etické situace ve firmě se zaměřením zejména na problematické situace, k nimž v praxi opakovaně dochází.⁸⁰⁶ U větších firem často tvorbě kodexu předchází etický audit, jehož cílem je odhalit etické nedostatky a popsat celkovou situaci ve firmě.⁸⁰⁷ Účast zaměstnanců i ostatních klíčových stakeholders na sepsání etického kodexu je možná formou diskusí a následného zapracování adekvátních připomínek do kodexu.⁸⁰⁸ Kodex by měl být tzv. *šitý na míru*, to znamená, že pokud kodex nepřipravuje vlastní vedení firmy, ale externí specialista, musí být dobře obeznámen s chodem firmy a text musí být zhodnocen a schválen vedením firmy.⁸⁰⁹

6.2.4. Obsah kodexu

Při sestavování kodexu je žádoucí formulovat ustanovení pozitivně a vyhýbat se negativním vymezením tam, kde nejsou přímo nutná. Negativní formulace má obvykle traumatizující efekt a strhává pozornost k negativním jevům.⁸¹⁰ Prostor pro negativní formulace je v pravidlech dodržování etického kodexu. Kodex musí být srozumitelný zaměstnancům na všech úrovních; neměl by být psaný příliš odborným jazykem, aby zbytečně nedocházelo k nepochopení či nezájmu.⁸¹¹ Etický kodex by měl být vypracovaný přehledně, výstižně a jednoznačně. Tzv. skandinávský model tvorby etického kodexu počítá s účastí všech zaměstnanců,⁸¹² zatímco tzv. americký model tvorby počítá pouze s užším vedením.⁸¹³

804 Srov. SINGH, Jang B. Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 385–395.

805 Srov. PUTNOVÁ, Anna – SEKNIČKA, Pavel. *Etické řízení ve firmě*, s. 78–80.

806 Srov. SCHWARTZ, Mark S. *Business Ethics: An Ethical Decision-Making Approach*. 1. vyd. New Jersey: John Wiley & Sons, 2017, s. 59–92.

807 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics*, s. 182–225.

808 Srov. KHANKA, S. S. *Business Ethics and Corporate Social Responsibility*, s. 106–110.

809 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 91–107.

810 Srov. ROLNÝ, Ivo. *Etika v podnikové strategii*, s. 76–77.

811 Srov. SCHWARTZ, Mark S. Effective Corporate Codes of Ethics, s. 321–341.

812 Srov. BLÁHA, Jiří – DYTRT, Zdeněk. *Manažerská etika*, s. 109–110.

813 Srov. SCHWARTZ, Mark S. *Business Ethics*, s. 191–230.

Etický kodex firmy nejčastěji začíná preambulí, kterou firma představuje své základní hodnoty nebo svůj firemní slogan a zdůvodní potřebu kodexu.⁸¹⁴ Obvykle následuje krátké poselství majitele firmy přinášející jeho firemní vizi. Dále se kodex obvykle zaměřuje na vztahy se zainteresovanými skupinami a vymezuje žádoucí postoje k nim.⁸¹⁵ Mezi nejdůležitější obsahové oblasti patří představení firemní politiky, zásad jednání, interní i externí komunikace, respekt k zákonům, odpovědnost k životnímu prostředí, úroveň kvality, loajalita, sociální odpovědnost, výrobní prostředí a bezpečnost práce, vymezení poskytování a přijímání darů, korupce, diskriminace, marketing a další. Součástí kodexu obvykle bývá ustanovení o kontrole dodržování pravidel a případné sankce.⁸¹⁶ V ideálním případě dává kodex odpovědi na otázky dříve, než jsou v praxi položeny.⁸¹⁷

Firemní etický kodex má být veřejně uveden do praxe a podepsán všemi přímo zúčastněnými osobami. Vedení firmy musí ovšem také vědět, co dělat v případě, když zaměstnanec odmítne připravený firemní kodex podepsat.⁸¹⁸ Pro maximalizaci efektivity firemního etického kodexu je dobré propojit jej s dalšími nástroji etického řízení. Mohou jimi být již zmíněná pravidla dodržování etického kodexu, krizová telefonní linka, firemní ombudsman, etické školení a nově také kodex firemní pohostinnosti.⁸¹⁹

6.3. Etický kodex pro in-house lobbying

V zahraničí již dnes existuje celá řada etických kodexů pro lobbyisty: v USA je nejuznávanějším kodex Americké asociace lobbyistů z roku 2000; v Evropě má velkou váhu etický kodex lobbyistů při Evropské komisi; velmi dobré etické kodexy pro oblast lobbyingu má Irsko a Velká Británie.⁸²⁰ Tyto kodexy cílí na vysokou míru profesionality lobbyistů a snaží se minimalizovat možné konflikty zájmů. Průzkum společnosti OECD ukázal, že 91% evropských lobbyistů se hlásí k profesnímu etickému kodexu;⁸²¹ většina

814 Srov. SINGH, Jang B. Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 385–395.

815 Srov. CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics*, s. 229–284.

816 Srov. REMIŠOVÁ, Anna. *Etika a ekonomika*, s. 228–233.

817 Srov. BLÁHA, Jiří – DYTRT, Zdeněk. *Manažerská etika*, s. 110.

818 Srov. REMIŠOVÁ, Anna. *Súčasné trendy podnikateľskej etiky. Od teórie k praxi*. 1. vyd. Bratislava: Wolters Kluwer, 2015, s. 139–142.

819 Srov. RODRIGUEZ-DOMINGUEZ, Luis – GALLEGO-ALVAREZ, Isabel – GARCIA-SANCHEZ, Isabel Maria. *Corporate Governance and Codes of Ethics*, s. 187–202.

820 Srov. CHARI, Raj S. – HOGAN, John – MURPHY, Gary. *Regulating Lobbying: A Global Comparison*. 1. vyd. Manchester: Manchester University Press, 2010, s. 83–119.

821 Srov. OECD. *Principles Transparency and Integrity in Lobbying*.

evropských dotázaných lobbistů však také uvedla, že sankce naznačené v etickém kodexu lobbistů jsou téměř neúčinné a vnímají je pouze symbolicky. K vyšší míře transparentnosti a mravnosti jsou podle většiny dotázaných lobbistů potřeba povinné státní registry lobbistů a státem zřízený etický kodex lobbingu s vymahatelnými sankcemi⁸²² a možností reálné ostrakizace ze společnosti lobbistů.⁸²³

6.3.1. Lobbing v etickém kodexu společnosti Skanska

Jednou z prvních stavebních firem v České republice, která zveřejnila svůj postoj k firemnímu *in-house lobbingu* (a také k lobbingu obecně), je společnost Skanska. Skanska jako první firma v České republice také před několika lety zveřejnila svá pravidla firemní pohostinnosti. Zdá se, že vysoký standard mravních závazků firmy Skanska našel prvenství také v oblasti českého *in-house lobbingu*. V následujících odstavcích představíme segment etického kodexu společnosti Skanska týkající se *in-house lobbingu*:⁸²⁴

Lobbování: aktivita zaměřená na ovlivňování veřejných politických rozhodnutí prostřednictvím poskytování informací či názorů voleným či dosazeným úředníkům. Lobbistické aktivity zahrnují jak přímou komunikaci s takovými úředníky, tak poskytování podpory komukoliv, kdo se do takové komunikace zapojí. V některých zemích se lobbování reguluje.

Neposkytujeme dary politickým stranám v takové míře či v takových souvislostech, které by mohly být vnímány jako přehnané či nepatřičné. Chápeme, že lobbování je jeden ze způsobů, jak můžeme pozitivně ovlivnit náš obor a/nebo obchodní příležitosti společnosti Skanska.

Zásady společnosti Skanska

Co to je? Politické příspěvky: finanční i nefinanční podpora politických organizací, stran, kandidátů či referend. Mezi nefinanční dary může patřit poskytování služeb, materiálů nebo času zaměstnanců, případně využívání prostor společnosti. Lobbování: aktivita zaměřená na ovlivňování veřejných politických rozhodnutí prostřednictvím poskytování informací či názorů voleným či dosazeným úředníkům. Lobbistické

822 Srov. WELLER, Steven. The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 389–395.

823 Srov. OECD. *Principles Transparency and Integrity in Lobbying*.

824 Srov. *Etický kodex*. SKANSKA. (2016) [2019–11–16].

<<https://www.skanska.cz/4a742f/siteassets/kdo-jsme/o-nas/nas-eticky-kodex/code-of-conduct-cz.pdf>>.

aktivity zahrnují jak přímou komunikaci s takovými úředníky, tak poskytování podpory komukoliv, kdo se do takové komunikace zapojí. V některých zemích se lobbování reguluje.

- Dbáme na to, aby veškeré lobbistické aktivity prováděné naším jménem byly pro podnikání firmy Skanska vhodné a neměly na něj negativní vliv.*

- Než jménem společnosti Skanska slíbíte, provedete či schválíte jakýkoliv dar politickému subjektu, musíte vždy nejprve získat potřebná povolení. Dary politickým subjektům podléhají schválení CEO AB. Výjimkou jsou Spojené státy, kde se vyžaduje souhlas prezidenta Skanska USA Inc., aby proces odpovídal zákonům US. Jakékoliv dary politickým subjektům se musí čtvrtletně hlásit nejvyššímu vedení společnosti Skanska Senior Executive Team (SET) prostřednictvím oddělení Group Staff Unit Ethics.*

- Nikdy nevyužívejte dary politickým subjektům k obcházení našich protikorupčních zásad Anticorruption Policy.*

- Máte právo přispívat politickým subjektům z vlastních zdrojů, ale nikdy si nesmíte takové výdaje nechat proplatit společností Skanska.*

- Máte právo se zapojit do politiky svou vlastní, osobní kapacitou.*

- Uvědomte si, že lobbista je prostředník a že vždy musíte dodržovat protokoly pro najímání prostředníků.*

Váš regionální manažer najme marketingového konzultanta, aby poskytl místním vládním úředníkům informace o výhodách metody tzv. PublicPrivate Partnerships (partnerství veřejného a soukromého sektoru, dále jen „PPP“), kterou současná legislativa nepovoluje. Cílem společnosti Skanska je přimět poslance, aby přijali zákon, který bude PPP uznávat a povolovat a který by pro nás mohl být přínosný. Je tento marketingový konzultant lobbista? Tento marketingový konzultant obecně vzato lobbuje, a proto je lobbista. Nicméně je třeba to nazírat ve světle místní legislativy, která někdy definuje, které aktivity se považují za lobbying. V některých zemích se lobbisté musí registrovat u příslušných úřadů, a musí tak odevzdávat daňové přiznání, kde uvádějí jména svých klientů.

Příklady

Co to pro vás znamená?

Starosta města požádá, aby směl využít kancelář společnosti Skanska k pořádání akce na shromáždění financí potřebných k financování kampaně na jeho znovuzvolení. Bude to dar politickému subjektu? Ano, podle našeho Kodexu bude využití kanceláře společnosti Skanska považováno za dar politickému subjektu a jako takový vyžaduje schválení CEO Skanska AB (v USA vyžadují příspěvky politickým subjektům schválení prezidenta Skanska USA Inc.). Je důležité najít odpovědi na následující otázky: je takový příspěvek politickému subjektu legální? Musí se takový příspěvek politickému subjektu hlásit? Vrhne využití naší kanceláře k získávání prostředků pro politika na společnost Skanska negativní světlo?⁸²⁵

6.3.2. Zhodnocení etického kodexu společnosti Skanska vzhledem k lobbyingu

Stavební firma Skanska je průkopníkem určité regulace *in-house lobbyingu* v českém stavitelství. Firmě patří prvenství v tom, že vůbec upozornila na existenci lobbyingu v českém podnikání a alespoň nějak se k němu vztáhla. Skutečností zůstává, že výše předložený segment etického kodexu skupiny Skanska týkající se lobbyingu v podstatě vypovídá pouze to, že lobbying existuje a měl by se hlásit vedení. Žádné – dokonce ani elementární – palčivé otázky spojené s firemním *in-house lobbyingem* nezodpovídá, nedává ani základní orientaci a opakuje de facto prázdné fráze, které nic neříkají. Přesto je firma Skanska první v oboru, která otevřela problematiku etické regulace firemního *in-house lobbyingu* a za to je třeba ji ocenit.

Na příkladu stavební firmy Skanska je dobře patrné, že proklamované hodnoty uváděné v etickém kodexu nemusí odpovídat praktické realitě.⁸²⁶ Skanska například uvádí, že zastává striktní politiku nulových darů mimo firmu, ovšem v dalším dokumentu povoluje firemní pohostinnost jako vhodný marketingový doplněk a vhodné poděkování či nalezení potenciálního klienta.⁸²⁷ Vzhledem k našemu tématu Skanska v etickém kodexu uvádí, že firma ví o existenci lobbyingu, ovšem z praxe je zřejmé, že firma (také) v České republice disponuje vysoce profesionálními

⁸²⁵ *Etický kodex*. SKANSKA.

⁸²⁶ Srov. SCHWARTZ, Mark S. *Effective Corporate Codes of Ethics*, s. 321–341.

⁸²⁷ Srov. *Politika firemní pohostinnosti, přijímání a předávání darů skupiny Skanska*. SKANSKA.

in-house lobbisty. Získávat zakázky ve veřejném sektoru, udržovat plodné vztahy s konkurencí, vědět „co se chystá“, včas reagovat, profesionálně prezentovat a shromažďovat i efektivně distribuovat informace je pro firmu takové velikosti naprostou nezbytností, stejně tak samozřejmě pro všechny firmy podobné velikosti a mnohdy i pro menší podnikatelské entity.⁸²⁸

V tomto bodě se v metodickém postupu posuneme k další části a sice k vymezení kritérií mravně ospravedlnitelného *instrumentalizovaného in-house lobbyingu*, abychom poté na navržených kritériích vypracovali vzorový etický kodex *in-house lobbisty* vhodný pro oblast českého stavitelství. Následující dvě kapitoly jsou klíčové pro dosažení cíle práce.

828 Srov. SINGH, Jang B. Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 385–395.

7. Kritéria mravně legitimního in-house lobbyingu

V sedmé kapitole se dostáváme k vlastní teologicko-etické reflexi firemního *in-house lobbyingu*, i když předběžné limity *in-house lobbyingu* již byly v práci stanoveny a předem vyloučená jednání definována.⁸²⁹ V jednotlivých bodech představíme klíčová kritéria pro posouzení eticky ospravedlnitelného či naopak neospravedlnitelného lobbyingu a argumentačně je zajistíme. Tato obsáhlá kapitola je hlavním teologicko-etickým těžištěm celé práce a přinášíme v ní vlastní poznatky i postuláty k řešení problematice. Tato a následující kapitola si klade za cíl naplnit hlavní cíl práce, tedy přinést kritéria a limity mravně ospravedlnitelného *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* a promítnout je do návrhu kodexu *in-house lobbisty*.⁸³⁰

Sedmá kapitola otevírá třetí velký metodologický krok „jednat“ a odpovídá 6. stupni zvolené rozšířené metody teologicko-etické práce. V tomto stupni jde o teologicko-etické posouzení zkoumané problematiky. Nyní přistoupíme k definování samotných kritérií.

7.1. In-house lobbying a princip personality

Jak již bylo výše uvedeno, princip personality je zcela klíčovým elementárním kritériem pro teologicko-etickou reflexi v oblasti sociální a hospodářské etiky.⁸³¹ Proto jsme teologickému chápání osoby a z pojmu odvozenému principu personality v teologickém pojetí věnovali více prostoru ve čtvrté kapitole. V případě firemního *in-house lobbyingu* však situace nebude tak jednoduchá a jednoznačná, jako tomu bylo v případě promýšlení etické legitimacy firemní pohostinnosti. V případě pohostinnosti bylo zjevné, že pokud darující svou firemní pohostinností cílí na osobu obdarovaného a nepovažuje obdarovaného za pouhý prostředek k dosažení jiného cíle, ale zároveň jako cíl sám o sobě, bylo naplněno klíčové kritérium mravně ospravedlnitelné firemní pohostinnosti.

V případě *in-house lobbyingu* však máme jinou výchozí pozici: firemní *in-house lobbista* vstupuje do vztahu s lobbovaným se zadaným úkolem, totiž pokusit se

829 Jedná se zejména o celou pátou kapitolu, ovšem fragmentálně byly limity a předem vyloučená jednání představovány i v dalších kapitolách.

830 Vzorový kodex *in-house lobbisty* je navržen v osmé kapitole práce.

831 Srov. HAVELKA, Ondřej. Teologicko-etický princip personality a jeho soudobé myšlenkové směry, s. 98–109.

prosadit firemní cíle skrze osobu, která má v dané oblasti vliv a moc efektivně působit.⁸³² Na první pohled se tedy zdá, že lobbista nevstupuje do vztahu s lobbovaným se zájmem o jeho osobu či o vztah, ale právě se zájmem využít lobbovaného jako jeden z metodických kroků (prostředků) k dosažení zadaného firemního cíle. Předběžně se tedy jeví, že druhá formulace Kantova kategorického imperativu⁸³³ přichází zkrátka. V tuto chvíli se ještě pozdržíme na úrovni filozofické etiky, která hraje roli prvního ze dvou kroků souladu s principem personalit.

Naplnění kategorického imperativu nebude v případě *in-house lobbyingu* jednoduše a černobíle řešitelné. Můžeme chápat takový vztah, kdy lobbista vstupuje do relace s lobbovaným s konkrétním cílem ležícím mimo osobu lobbovaného za apriori neetický, na úrovni filozofické etiky opřené o Imanuela Kanta?⁸³⁴ Podle našeho soudu tomu tak není, ovšem rozhodně je na místě eticky zbystřit a velmi podrobně zkoumat danou situaci. Fakt, že *in-house lobbista* plní svěřený úkol, jehož plnění může zajistit lobbovaný, ještě neznamená, že lobbista bude nutně lobbovaného zvěčňovat, uplácet nebo považovat za pouhý věcný prostředek k uskutečnění zadané úlohy.⁸³⁵ Pokud by skutečně lobbista k lobbovanému přistupoval jako k *pouhému* věcnému prostředku, zcela by ignoroval jeho osobní důstojnost a považoval jej *pouze* za schod vedoucí do kýženého patra, potom by se patrně jednalo o lobbování v rozporu s principem personalit vůči osobě lobbovaného⁸³⁶ a lze se domnívat, že takové situace v praxi skutečně nastávají.

Ve chvíli, kdy lobbista zvěčňuje lobbovaného, vysílá tím explicitní vzkaz také svému okolí, neboť vypovídá, jak chápe ostatní zainteresované či nezainteresované osoby, a v posledku tím vypovídá mnohé o sobě samém, totiž, že se za přislíbené peníze, které nadřadil své lidské osobní důstojnosti,⁸³⁷ zvěčňuje také. Z toho rovněž vyplývá důležité kritérium, které rozebereme samostatně a sice kritérium správné hierarchie cílů. Již na úrovni filozofické etiky lze vypovědět, že osobní důstojnost lidské bytosti transcenduje všechny neosobní skutečnosti a má vždy nadřazenou hodnotu, která nelze vyčíslit.⁸³⁸ Teologická etika jde v oblasti osobní důstojnosti ještě

832 Srov. SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbyingu v České republice*, s. 77.

833 Srov. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*, s. 83–92.

834 Srov. tamtéž, s. 83.

835 Srov. NIXON, William H. In *Defense of the Lobbyist*, s. 87–92.

836 Srov. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*, s. 91.

837 Srov. SOKOLOWSKI, Robert. *The Human Person and Political Life*, s. 505–527.

838 Srov. ÖRSY, Ladislav. *The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae*, s. 8–22.

dál, jak již bylo uvedeno v expozici o teologickém pojetí lidské osoby a jak ještě dále v tomto bodě přiblížíme.

Podobná situace zvěčňování vzniká při uplácení nebo nabídce uplácení lobbovaného lobbistou. Jak bylo výše řečeno, korupce je nejen nelegální, ale ještě citelněji neetické jednání, kdy dochází k nemravnému zvěčňování upláceného. Právě popsané můžeme považovat za extrémní příklad jednání na jedné (oné neospravedlnitelné) straně; na druhé straně však máme takového lobbistu, který v rámci prosazení obecně dobré věci (na které může mít rovněž jeho domovská firma svůj utilitární zájem, což se apriori nevylučuje se souladem se zájmem obecným) pravdivě, komplexně a odborně informuje lobbovaného, aby jeho rozhodnutí v dané věci bylo skutečně kompetentní a co možná nejlepší.⁸³⁹ Jistě, i v tomto případě jde zejména o výsledek rozhodnutí a nikoli o osobu lobbovaného, ovšem v tomto případě jde po našem soudu o jednání eticky ospravedlnitelné a nelze tvrdit, že odporuje principu personality, i když v důsledku vzato, o osobu lobbovaného ani v tomto případě nejde. Vidíme, že soulad s Kantovým kategorickým imperativem⁸⁴⁰ nebude v případě *in-house lobbyingu* právě bezproblémový.

Immanuel Kant ovšem ve své druhé známé definici kategorického imperativu říká, že nelze pokládat druhého *pouze* za prostředek, ale *zároveň* za cíl a účel o sobě.⁸⁴¹ Tedy jistá míra instrumentalizace se předpokládá, vždyť u firemního *in-house lobbyingu* skutečně leží cíl mimo osoby lobbisty i lobbovaného, ale právě ona míra je klíčová, neboť pokud by se jednalo o *úplné zvěčnění*, dokonanou instrumentalizaci druhého člověka, jednání by bylo mravně nesprávné, tedy nemravné, mravně neospravedlnitelné. Pokud je však druhý člověk, v našem případě lobbovaný, vždy považován *zároveň* za cíl a účel o sobě, můžeme hovořit o souladu s kategorickým imperativem a můžeme vycítit, že lobbista, který nezapomíná na osobní důstojnost lobbovaného přes firemní zadání, se kterým do vztahu vstupuje, nezapomíná na osobní důstojnost lidí jako takových a vposledku též svoji.⁸⁴²

V praxi bývá situace málokdy černobílá a čitelná jako jedna ze dvou popsaných stran problému. Bude tedy záležet na dalších faktorech, které budeme muset v případě

839 Srov. BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe*, s. 17–30.

840 Srov. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*, s. 83–92.

841 Srov. tamtéž, s. 83–89.

842 Srov. SOKOLOWSKI, Robert. *The Human Person and Political Life*, s. 505–527.

in-house lobbying vzít v potaz a zahrnout do etické reflexe. Proto na rovině prvního pilíře personality vystavěného Kantem⁸⁴³ navrhuje následující body, které verifikují či falzifikují mravní legitimitu lobbistova jednání.

7.1.1. Pravdivost

Jedním z důležitých momentů souladu s principem personality je pravdivost, se kterou *in-house lobbyist* musí přistupovat k lobbovanému. Podle našeho soudu se při tom nejedná pouze o předložení zcela pravdivých informací, ale také o předložení *všech* známých informací, které jsou relevantní k rozhodování (i kdyby se některé lobbistovi příliš nehodily) a nezatajování významných souvislostí.⁸⁴⁴ Jde o to, aby lobbyist podal lobbovanému úplné, nekrácené, pravdivé informace k dané problematice.⁸⁴⁵ Lze vycítit, že takový lobbyist, který nezvěčňuje svůj protějšek a nezapomíná na jeho osobní důstojnost,⁸⁴⁶ spíše nebude přistupovat k fabulacím či lžím. Ty ale nemusí být cizí lobbistovi, který lobbovaného považuje za věcný prostředek k dosažení zadaného cíle za přislíbenou odměnu. Ono mnohokrát opakované nezvěčňování lidské osoby má pro naši problematiku dalekosáhlé důsledky a mohli bychom je aplikovat prakticky na všechny potencionální situace. Lež a manipulace jsou explicitní ukázkou zvěčňování druhého a nadřazení výsledku nad osobní důstojnost člověka. Jistě, i lobbyist může chybovat a nevědomky se splést, ovšem důležité pro naše posouzení je, s jakou motivací do vztahu s lobbovaným vstupuje a jak má nastavené své hranice. Do svědomí nikomu nevidíme a nemůžeme tedy relevantně hodnotit morální rovinu jednání, ovšem mravní rovinu na základě pravdivosti jednání posoudit můžeme. Pravdivost je jedním z klíčových ukazatelů souladu s principem personality; pravdivost úzce souvisí s kardinální ctností spravedlnosti; pravdivost a úplnost informací se nutně musí objevit v každém kodexu firemního *in-house lobbyisty*.

7.1.2. Úcta

Tak jako u všech mezilidských vztahů, zůstává i v relaci mezi lobbyistou a lobbovaným úcta k druhé osobě základním momentem souladu s principem

843 Srov. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*, s. 83–92.

844 Srov. GELAK, Deanna. *Lobbying and Advocacy*, s. 81–110.

845 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 10–18.

846 Srov. ÖRSY, Ladislav. *The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae*, s. 8–22.

personality, a to oboustranně.⁸⁴⁷ Tam, kde vládne úcta a respekt (což rovněž znamená toleranci k alteritě, odlišným názorům a postojům atd.), může se rozvíjet zdravý mezilidský vztah,⁸⁴⁸ který koneckonců aktualizuje a realizuje lidskou osobu⁸⁴⁹ a pro vztahy v zaměstnání i vztahy ryze hospodářské to platí rovněž. Firemní interakce v posledku nejsou ničím jiným než sítí mezilidských vztahů, kde nestačí logika „má dáti – dá“. Úcta je ochranná hráz proti tvrdému zvěčňování a v našem případě proti prosazování dané věci „za každou cenu“.

Úcta se snoubí se slušností a ze slušnosti vyplývá džentlmenství, které v devadesátých letech málem zmizelo z české podnikatelské sféry a v poslední době se tam opatrně vrací. Lobbing vedený z rovinně džentlmenství staví na slovech, která opravdu platí a nejsou kličkami, polopravdami, fintami a nástrahami. Právě takové by mělo být zdravé podnikání, jehož součástí v západních kulturách je již dávno etablovaný lobbing. Ono džentlmenství nadřazuje člověka nad výsledek jednání a metodou úcty k člověku, která zahrnuje rovněž oponenty nebo přímo soupeře, rovná hierarchii cílů na mravně vyspělejší úroveň. Úcta je cosi, co nelze nalézt ve stavebních rozpočtech a nelze ji ekonomicky vyjádřit.⁸⁵⁰ Pro rozpočtáře, ekonomy nebo daňové optimalizátory je to vlastně nadbytečný pojem, který nelze vyčíslit, a tedy nemá ekonomickou valenci a právě v tom je ona hra: úcta a džentlmenství patří právě do oblasti, kde se zdá být nadbytečná, neboť to bývá oblast mravně „vyprahlá“ a naším úkolem a cílem je tuto oblast mravně „hydratovat“, můžeme-li v tomto kontextu použít tuto metaforu. Džentlmenství patří nejen do lobbingu, ale do celého byznysu a pro stavebnictví to platí povýtce. Stavebnictví nutně potřebuje džentlmeny a ke svému džentlmenství nutně potřebuje ve své oblasti rovněž více žen, protože genderová nevyváženost ve stavebnictví přispívá k vyšší míře hrubosti, nevyváženosti a vracíme se v kruhu zpátky: k nedostatku džentlmenství. Tento téměř tautologický výrok zní až triviálně, ovšem praxe jej odhaluje jako palčivě aktuální.

847 Srov. CORETH, Emerich. *Co je člověk?* s. 151–159.

848 Srov. SOKOLOWSKI, Robert. *The Human Person and Political Life*, s. 505–527.

849 Srov. GUARDINI, Romano. *Svět a osoba*, s. 115.

850 Srov. KRAUSE, Neal M. *Church-Based Social Relationships and Change in Self-Esteem Over Time*. *Journal for the scientific study of religion* 2009, roč. 48, č. 4, s. 756–773. doi: 10.1111/j.1468-5906.2009.01477.x

7.1.3. Dialog

Je nutné brát neustále v potaz, že *in-house lobbyist* vstupem do vztahu s lobbovaným počíná dialog dvou fundovaných osob. Dialog je cosi klíčového pro naše společenské uspořádání, vždyť celá demokracie je vystavěna na dialogu.⁸⁵¹ Tam, kde se nevede dialog, nemůže být o skutečné demokracii řeč. Dialog musí mít otevřený závěr, jinak by se totiž nejednalo o skutečný dialog, ale monolog s vyslechnutím druhého, ovšem s předem daným výsledkem, který na ono vyslechnutí vůbec nereaguje. Má-li lobbyist s lobbovaným vést skutečný zdravý dialog, musí nabídnout své fundované, pravdivé a celistvé informace a vyslechnout námitky, doplňující otázky, či dokonce nesouhlas lobbovaného a pravdivě, adekvátně a fundovaně na ně reagovat. Tam, kde lobbyist vstupuje do vztahu s předem danými výsledky, které nehodlá pozměnit, ani kdyby k tomu našel během dialogu pádný důvod, přiči se jeho jednání souladu s obecným blahem, pravdivostí a dialogem s otevřeným závěrem.⁸⁵²

In-house lobbyist reprezentuje v dialogu určitý svět, určitý pohled na věc, určitý úhel, z něhož se problematika nějak jeví. Musí ovšem připustit, že lobbovaný reprezentuje často jiný svět, jiný pohled a jiný názor na tutéž problematiku. Úkolem *in-house lobbyist* by nemělo být „za každou cenu“ přesvědčit lobbovaného, nebo jej dokonce zavazovat či manipulovat neetickou firemní pohostinností, ale předložit důležitá fakta a vést plodný, konstruktivní dialog s otevřeným závěrem.⁸⁵³ Opět se tak dotýkáme kritéria správné hierarchie cílů a uspořádání hodnot, ke kterému se záhy dostaneme. Do dialogu v případě *in-house lobbying* vstupují dva světy s různým předporozuměním dané problematice a obě strany by měly být otevřeny tomu, aby modifikovaly své předporozumění, když z dialogu vzejde relevantní argument. Připraven k tomu však nemá být pouze lobbovaný, ale ve stejné míře také lobbyist, vždyť i on si může během dialogu s „jiným světem“ uvědomit důležité souvislosti či přehlédnuté skutečnosti.⁸⁵⁴

Často jsou v médiích vidět lobbisté, kteří jako „buldozery“ nezastavitelně jedou a prosazují svou věc navzdory jakýmkoli překážkám. Mravně ospravedlnitelný *in-*

851 Srov. JEZERSKA, Katarzyna – KOCZANOWICZ, Leszek. *Democracy in Dialogue, Dialogue in Democracy: The Politics of Dialogue in Theory and Practice*. 1. vyd. London: Routledge, 2016, 298 s.

852 Srov. KRAUSE, Neal M. *Church-Based Social Relationships and Change in Self-Esteem Over Time*, s. 756–773.

853 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 141–162.

854 Srov. GEE, Quentin. *Corporations, Rights, and Lobbying*, s. 397–408.

house lobbying nemá fungovat metodou síly, ale naopak metodou skutečného otevřeného dialogu, který směřuje, doptává se na správnou cestu, váží argumenty a společnými silami směřuje k nejlepšímu možnému výsledku. Lobbisté typu „buldozer“ připomínají antické řečníky, kteří měli za úkol přesvědčit lid, skupinu lidí nebo jednotlivce, nikoli na základě pravdy o dané věci, nikoli na základě logiky sociální prospěšnosti, ale na základě svých rétorických schopností, mezi něž se počítala také verbální manipulace. Mravně ospravedlnitelný *in-house lobbying* není možné provozovat takto. Dialog je v první řadě hledání nejlepšího. *In-house lobbyist* a lobbovaný by měli hledat nejlepší možnou cestu, ideální cestu středu, abychom použil slova Aristotelova;⁸⁵⁵ takovou cestu, která bude schůdná nejen pro ony dva světy zastoupené lobbyistou a lobbovaným, ale pokud možno pro co nejvíce světů žijících v naší společnosti. Lobbying a opravdový dialog nelze odtrhovat.⁸⁵⁶

7.1.4. Beznátlakové jednání

V rámci naplnění kritéria personality je třeba podtrhnout neospravedlnitelnost jakéhokoli korupčního jednání, stejně jako jednání manipulujícího a zavazujícího. Tato oblast se přímo týká zneužívání firemní pohostinnosti, kterou jsme již zpracovali a v tomto bodě tedy pouze připomínáme dosažené závěry.⁸⁵⁷ Principu personality zcela odporuje korumpování lobbovaného, přímá manipulace i zavazování lobbovaného rovnicí „něco za něco“. Vymezení se vůči korupci dále ponecháme více prostoru, ovšem již zde bylo třeba zahrnout beznátlakové jednání do klíčových bodů souladu s principem personality. Manipulace odporuje svobodě, pravdivosti, úctě, skutečnému dialogu a zcela neguje soulad s principem personality. Mravní a morální hodnotu činu určuje mimo jiné svobodně zvolený záměr jednání.⁸⁵⁸ Celý vztah musí nutně provázet svoboda, jejímž předpokladem je mimochodem právě naše osobní důstojnost zakotvená v transcendentním a vůči světu zcela svobodném Bohu.⁸⁵⁹

855 Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*, s. 54–55.

856 Srov. HODGES, Megan – WOOD, Geoffrey. *Aby váš hlas byl vyslyšen*, s. 8–10.

857 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 80–91.

858 Srov. MATTISON, William C. *Introducing Moral Theology: True Happiness and the Virtues*, s. 38–40.

859 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *1 řekl Bůh*, s. 62.

7.1.5. Respekt k osobě jako Božímu obrazu

V teologické etice se nespokojíme pouze s Kantovým kategorickým imperativem, ale vzhledem k principu personality posuneme mravní požadavek ještě dál, když se budeme tázat, zda *in-house lobbyist* jedná s lobbovaným jakožto s osobou s nevýslovnou transcendentálně zakotvenou důstojností Božího obrazu. Teprve tehdy, když si lobbyist (nebo kdokoli jiný) uvědomí, že je sám Božím dítětem, Božím obrazem,⁸⁶⁰ Božím přítelem, a jako křesťan dokonce přímým účastníkem Boží přirozenosti,⁸⁶¹ (DV 2) a že to vše platí rovněž pro lobbovaného (nebo kohokoli druhého), začíná si řadit hierarchii cílů podle správného vzorce. Jednat s druhým důsledně tak, aby naše jednání odpovídalo jeho důstojnosti Božího obrazu, rozhodně není nenáročné. Jednat sám jako skutečný Boží obraz je neméně naléhavé a klade na nás samé maximální nároky. Ale právě tehdy, jedná-li člověk s člověkem podle vzorce důstojnosti Božího obrazu, vydává člověk ze sebe to nejlepší. Jistě, posuzujeme *in-house lobbyistu*, který nemusí být křesťanem, nemusí být vůbec věřícím člověkem (jakéhokoli vyznání), na základě vysokých teologicko-etických kritérií, ovšem toto kritérium není nedosažitelné ani pro nevěřící, jen si samozřejmě explicitně nemohou uvědomovat, v kom je zakotvena ona nevýslovná důstojnost lidské osoby. Také jinak věřící nebo nevěřící lidé mohou žít a jednat vysoce mravně, jak to mnozí prokazují.

Druhá formulace Kantova kategorického imperativu⁸⁶² je výchozím krokem principu personality, ovšem my jakožto křesťanští etikové přidáváme krok následující, a tím je přiznání a uvědomění si slovy nepostižitelné důstojnosti Božího obrazu (*imago Dei*) každé lidské osoby bez výjimky. Toto náročné kritérium je v podstatě základem, z něhož všechna ostatní kritéria vyplývají. Úcta a respekt k osobě jakožto Božímu obrazu v rámci dobrého stvoření totiž ovlivňuje nejen chápání sebe sama (lobbyista) a chápání druhého (lobbovaný), ale zároveň všech zúčastněných (stakeholders, vzdálení bližní, veřejnost...). Toto klíčové kritérium pro teologicko-etický soud je ovšem značně problematicky uchopitelné a patrně nelze jinak, než soulad s ním posoudit podle dalších, z něho vyplývajících a viditelnějších kritérií podle vzorce: strom se pozná po ovoci. Jak jinak také posuzovat, zda lobbyist při svém výkonu chápal lobbovaného jako osobu se sebepřekračující, transcendentálně zakotvenou

860 Srov. tamtéž, s. 64.

861 Srov. ÖRSY, Ladislav. The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae, s. 8–22.

862 Srov. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*, s. 83–92.

důstojností, respektive jako individuální substanci rozumové přirozenosti, jenž se realizuje a aktualizuje ve vztazích stvořenou k obrazu Stvořitele?⁸⁶³ Princip personality toho tedy říká mnoho, ale jistým způsobem zároveň málo a je nutné velmi detailně studovat soulad s dalšími kritérii. Nadále však platí, že chápání člověka jako osoby se všemi výše zmíněnými charakteristikami je klíčovým principem každého teologicko-etického hodnocení.

In-house lobbyist, který chápe lobbovaného i sebe sama jako Božího partnera, tvora stvořeného k Božímu obrazu, který se bude před Boží tváří zodpovídat ze svého jednání, vycítí, že pokud by lobbovaným manipuloval, zahrával by si s Tím, na jehož přirozenosti máme jako pokřtění ve jménu Otce, Syna a Ducha svatého tajemnou účast (DV 2). S Bohem nemůžeme hrát falešnou hru. Uvědomit si, že druhá osoba, která nám mnohdy nemusí být sympatická a jejíž svět se nám může zdát nepochopitelný či absurdní, je Božím dítětem a obrazem, není banální a leckdy vyžaduje úsilí, ale právě v tom je zakotvena velikost osobní důstojnosti člověka, kterou díky zakotvení v nestvořeném Bohu nelze relevantně vtěsnat do stvořených lidských slov.⁸⁶⁴ V osobní důstojnosti se totiž dotýkáme transcendence v nás samých.⁸⁶⁵ To je onen postoj v souladu s teologicko-etickým principem personality. To je onen postoj respektování nevýslovné důstojnosti lidské osoby, která svou hodnotou nekonečně přesahuje veškerou utilitu a materiální, vyčíslitelné cíle. Princip personality nás otevírá pravdě a Pravdě, svobodě a lásce. Všechna ostatní kritéria logicky musí prýštit z tohoto zdroje, který se jako teologové snažíme reflektovat a co možná nejméně nepřesně jej chápat a toto pochopení předávat dál.

Američtí biskupové ve svém pastorálním listu *Economic Justice for All* z roku 1984 zdůrazňují, že každé zřízení zasahující ekonomickou oblast musíme hodnotit zejména podle toho, jak dopadá na důstojnost lidské osoby.⁸⁶⁶ Otázkou „jak posuzovaný firemní *in-house lobbying* dopadá na důstojnost zapojených osob i vzdálených blízkých?“ můžeme ukončit obsáhlejší kapitolu věnovanou kritériu principu personality.

863 Srov. HAVELKA, Ondřej. Teologicko-etický princip personality a jeho soudobé myšlenkové směry, s. 98–109.

864 Srov. KRAUSE, Neal M. Church-Based Social Relationships and Change in Self-Esteem Over Time, s. 756–773.

865 Srov. POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš z Nazareta, Pán a Spasitel*, s. 250.

866 Srov. HIRSCHFELD, Mary L. *Aquinas and the Market*, s. 13–14.

7.2. In-house lobbying a obecné blaho: soulad s principem solidarity

Jako jedno z klíčových kritérií mravně ospravedlnitelného firemního *in-house lobbyingu* nalézáme motivaci jednání alespoň z jisté míry směřovanou obecným blahem (*bonum commune*).⁸⁶⁷ Vlastní smysl lobbyingu lze spatřit v prosazování obecně společensky prospěšných zákonů, inovací, nařízení a jiných skutečností. Lobbista, který je vybaven expertní znalostí v oboru, by měl vyčerpávajícím způsobem informovat lobbovaného o možnostech, předpokladech, výhodách i rizicích dané problematiky v obecném společenském zájmu. Již Aristoteles hovořil o obecném blahu jako vyšším a ušlechtlejším cíli než blahu jednotlivce⁸⁶⁸ či společenského segmentu a Tomáš Akvinský považoval obecné blaho za úhelný kámen celé společenské stavby. Obecné blaho jako mimořádně důležitý pojem pro hospodářskou etiku je vyústěním teologicko-etického principu solidarity, který je výrazem společenské povahy lidské osoby, rovnosti všech osob, co do důstojnosti Božích dětí, Božích obrazů, Božích tvorů a společného směřování ke stále vědomější vzájemnosti a jednotě.⁸⁶⁹ Podle Jana Pavla II. je solidarita⁸⁷⁰ pevná a trvalá vůle usilovat o obecné blaho, tedy blaho všech a jednoho každého, neboť všichni máme zodpovědnost za všechny.

Lobbying na obecné rovině a politický lobbying povýtce, má být motivován zejména obecným blahem.⁸⁷¹ Prosazované zákony, novinky či dodatky k platné legislativě prosazované na politické úrovni s dopadem na celou společnost musí být zaměřeny ke společnému blahu v souladu s principem solidarity.⁸⁷² Politický či legislativní lobbying sledující výlučně soukromé zájmy jednotlivce či úzké skupiny lidí postrádá soulad s elementárním kritériem mravně ospravedlnitelného lobbyingu, a lze tak po našem soudu nazírat jako nemravný, mravně nesprávný. Politický lobbying motivovaný zájmy jednotlivců je zakřiven sám do sebe, vzdává se potence sloužit společnosti a stává se z něho nemravná karikatura. Opět musíme připomenout, že se rovněž jedná o nesoulad

867 Obecné blaho je v magisteriálních dokumentech definováno jako souhrn podmínek společenského života, které jak skupinám, tak jednotlivcům umožňují plnější a snazší dosažení vlastní dokonalosti (GS 26). Používá se také termín společné dobro nebo obecné dobro.

868 Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*, s. 243–247.

869 Srov. SMITH, Benjamin L. *The Meaning and Importance of Common Goods*, s. 583–600.

870 Solidarita je klíčovým pojmem křesťanské reflexe již od prvopočátku křesťanství, vždyť nikdo nebyl solidárnější s ostatními než Ježíš Kristus. Solidarita jako pojem sociální nauky církve prošel v sociálních encyklikách jistým vývojem: v první fázi byl pojem spíše odmítán jako příliš propojený se socialismem (*Rerum novarum*), ve druhé fázi byl váhavě používán (Pius XII.) a ve třetí fázi byl etablován jako důležitý pojem sociální nauky církve (počínaje encyklikou *Populorum progressio*).

871 Srov. Woodstock Theological Center. *The Ethics of Lobbying*, s. 71–80.

872 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union*, s. 93–130.

se správnou hierarchií cílů, kde politický lobbista nadřadil materiální zájmy či jiné zájmy své nebo jednotlivého zadavatele nad zájmy společnosti, ve které žije a které má svým jednáním partikulárně sloužit.

V případě firemního *in-house lobbyist* je ovšem situace vzhledem k zaměření k obecnému blahu poněkud složitější: *in-house lobbyist* nevstupuje do vztahu s lobbovaným primárně za účelem prosazení „dobré věci“ pro společnost nebo její širší segment, ale za účelem prosazení „dobré věci“ pro domovskou firmu;⁸⁷³ motivace je tedy zatížena byznysem a vychyluje etické těžiště. Právě zde se dostáváme do problematické, velmi nejednoznačné situace vzhledem k obecnému blahu – na jedné straně se zdá, že lobbista se motivován ryze firemními zájmy neohlíží k obecnému blahu a soustředí se na firemní cíle, což by skutečně mohlo být v nesouladu s klíčovým kritériem, na druhé straně je však třeba připustit, že firemní zájmy a cíle nemusí být v rozporu s obecným společenským zájmem a nelze firmy apriori podezírat, že myslí krátkozrace pouze na sebe a nerespektují společenský rozvoj, dobro širší společnosti a dotčených bližních. Firemní zájmy mohou být v souladu se zájmy společnosti, ale rozhodně tomu tak nemusí být vždy.

Jak tedy eticky posoudit problematiku z tohoto úhlu pohledu? Lze se domnívat, že pokud jsou firemní zájmy v rozporu s obecným blahem nebo těží ryze soukromý prospěch ze „společné kasy“, přichází kritérium obecného blaha zkrátka. Pokud prosazované firemní zájmy přinášejí výhody rovněž pro širší společnost, vedou k rozvoji a jsou míněny v obecném zájmu, kritérium je naplněno. To samozřejmě ještě neznamená, že se firemní cíl podaří naplnit. V tuto chvíli nehodnotíme teleologicky, podle skutečně dosažených cílů a podle následků, ale ryze deontologicky, podle zamýšleného záměru.⁸⁷⁴ Navrhujeme tedy takový výstup, podle kterého se mravně ospravedlnitelný firemní *in-house lobbying* nesmí realizovat na úkor společnosti a měl by být minimálně otevřen a alespoň z části zaměřen na obecné blaho. Ryze soukromé zájmy parazitující na společném rozpočtu nelze chápat jako mravně legitimní a muselo by zde existovat jiné dobro, které by vyvažovalo zásah do „společné kasy“, např. šance na budoucí využití dané inovace pro společnost, zázemí pro budoucí vývoj léků apod. To už se ovšem posouváme na značně nejistou půdu proporcionalismu nebo situační

873 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 141–162.

874 Srov. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*, s. 83–92.

etiky,⁸⁷⁵ kde by mohl každý *in-house lobbyist* argumentovat, že firemní zájmy do budoucna vyústí v zájmy společnosti. Je však třeba připustit, že originální vizionáři často přichází s inovací, kterou v dané době společnost nechápe a nedokáže ocenit, ale v blízké nebo vzdálené budoucnosti bude z této inovace těžit celá společnost. Takoví vizionáři, kteří svým myšlením předbíhají dobu, jsou poměrně nesnadným zadáním pro současné etické posouzení. Rozhodně se nejedná o snadný úkol a je zapotřebí vytríbených a pečlivých etických soudů, abychom nezmařili skvělou ideu, kterou zatím nechápeme, ale zároveň, abychom rozeznali podvodníky, kteří se za takovou ideu pouze schovávají a chtějí vytěžit veřejné finance.

Rizikem tohoto kritéria zůstává, že není samostatně směrodatné, neboť mohou nastat situace, kdy firemní zájem nemá objektivní přínos pro obecné blaho, ale zároveň nikomu a ničemu neškodí, není v rozporu s ostatními kritérii a nemá pro společnost negativní důsledky. V tom případě nemůžeme lobbying odmítnout jako mravně nepřijatelný a kritérium obecného blaha musíme pečlivě zasadit mezi další kritéria a eticky soudit komplexně, a pokud možno vyváženě. Z dosažených závěrů jednoznačně vyplývá, že kritérium obecného blaha je jedním z nejdůležitějších kritérií pro obecný, neziskový a politický lobbying a rovněž poměrně důležité kritérium pro zde přednostně posuzovaný firemní *in-house lobbying*.⁸⁷⁶

Americká ekonomka a teoložka Mary L. Hirschfeld přináší klíčovou charakteristiku, kterou podle ní musí splňovat firma, aby obhájila svou existenci podle tomistického přístupu k ekonomii a podnikání: je to pravidlo, podle kterého firma, případně podnikatel nebo v našem případě *in-house lobbyist*, musí členům společnosti nabídnout zboží nebo službu, která přispívá rozvoji, doslova vzkvétání lidského života.⁸⁷⁷ Můžeme si tedy položit jednoduchou tomisticky laděnou otázku: Přispívá lobbying k rozvoji společenského života? Často ano. Přispívá firemní *in-house lobbying* témuž? Lze si představit, že v případě dobrých projektů tomu tak může být. Lobbyista může pomoci prosadit projekt, který povede k rozvoji, či dokonce ke vzkvétání společenského života. V oblasti stavebnictví to bývá prosazení projektu staveb knihoven, muzeí, nemocnic či škol, případně větších stavebních zásahů pro modernizaci a zvelebení veřejně sdíleného prostoru. Jistě, lze namítnout, že takový

875 Srov. FLETCHER, Joseph F. *Situation Ethics*, s. 17–39.

876 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 141–162.

877 Srov. HIRSCHFELD, Mary L. *Aquinas and the Market*, s. 154.

lobbying může být a bývá zneužit k soukromým zájmům a principu obecného blaha potom neodpovídá; možnost zneužít by však rozhodně neměla zavrhnout celou oblast, která může přinést mnoho dobrého.

7.3. Lobbying, princip subsidiarity, vymezení vůči korupci a pravidlo symbolické firemní pohostinnosti

Mravně ospravedlnitelný lobbying, který se realizuje do značné míry také v souladu s obecným blahem a principem solidarity, by měl být rovněž v harmonii s třetím elementárním principem křesťanské sociální etiky a sice s principem subsidiarity.⁸⁷⁸ Lobbyista, který lobbovanému podává relevantní, vyvážené, úplné a expertní informace, ukazuje mimo jiné cestu, jaká společenská jednotka stačí na rozvoj či inovaci, kdo by měl tvořivě pracovat, případně jaká společenská jednotka bude třeba k uskutečnění plánů či pomoci s nimi.⁸⁷⁹ Firemní *in-house lobbyist* zde může lobbovanému ukázat, za jakých prosazovaných okolností bude firma sama stačit na danou skutečnost bez pomoci vyšší společenské jednotky, případně s čím bude nezbytné pomoci shora.⁸⁸⁰ Lze tedy tvrdit, že pravdivý, relevantní firemní *in-house lobbying* vyjasňující kompetence pro zvládnutí navrhovaného úkolu naplňuje sociálně etické kritérium subsidiarity.

Toto kritérium je pro efektivní a zdravý společenský chod velmi důležité a není náhodou, že právě pro křesťanskou etiku je jedním ze tří elementárních principů, na nichž stavíme své etické soudy. Sama církev chce být na institucionální rovině organizována v souladu s principem subsidiarity. Faktem zůstává, že mravně ospravedlnitelný lobbying by měl nahrávat efektivní subsidiaritě v uspořádání hospodářských vztahů a kompetencí; tam, kde úkoly, které by bez problému mohla plnit nižší společenská jednotka, přebírá nelogicky a zbytečně vyšší společenská jednotka nebo tam, kde nižší a nejnižší společenské jednotky nemají potřebné kompetence, společnost nemůže pružně a efektivně fungovat, reagovat na dobře

878 Princip subsidiarity (ze slova *subsidium*, tedy pomoc, podpora) je jedním ze základních principů sociální nauky církve, který upravuje vztahy vyšších a nižších entit ve společenské hierarchii. Podle tohoto principu, jehož klasickou formulaci najdeme v encyklice *Quadragesimo anno*, má být vyšší společenská jednotka ve službě nižší společenské jednotce a pomáhat jí realizovat to, na co sama nestačí a chránit ji. To, co mohou jednotlivci udělat sami z vlastního přičinění, nemá se přenášet na společnost a vyšší celky. Podobně to, co mohou udělat nižší celky, nemají přebírat vyšší atd. Celá společnost má být ve službě jednotlivým osobám.

879 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 141–162.

880 Srov. MELÉ, Doméneec. Exploring the Principle of Subsidiarity in Organisational Forms. *Journal of business ethics* 2005, roč. 60, č. 3, s. 293–305. doi: 10.1007/s10551-005-0136-1

nápady a být kreativní. Organizace společnosti podle principu subsidiarity je mimořádně důležitá a právě byznys, který má v této oblasti náskok, ukazuje, jak snadno a pružně může daná entita fungovat v turbulentní době plné novinek a zvrátů na burze, když má každá jednotka potřebné kompetence a je jištěna případnou pomocí shora. *In-house lobbying* má nahrávat právě takovému rozdělení úkolů a nikoli soustředění moci a rozhodovací pravomoci na jedno, nejvyšší místo.⁸⁸¹

Velmi důležitým kritériem je – podobně jako v případě firemní pohostinnosti – jasné vymezení se vůči korupci. Jak bylo výše opakovaně uvedeno, firemní *in-house lobbying* může být ke korupci náchylný a v lobbistických vztazích je mnoho možností pro nedohledatelnou korupci, což situaci ještě více zatěžuje a klade vyšší nároky na etické posouzení. Samotný fakt, že firemní *in-house lobbista* nenabídne ani nenaznačí možnost úplatku pro lobbovaného, ještě zdaleka neznamena, že dané lobbování je mravně ospravedlnitelné.⁸⁸² Jasný odklon od korupce je mnohem spíše elementární předpoklad (jakési obecné nulté kritérium) všech mezilidských a mezifiremních vztahů (které jsou koneckonců rovněž mezilidské) a ve světě byznysu (a nejen byznysu) by mělo jít o výchozí bod, ze kterého může vyrůstat dobrá spolupráce. Korupce totiž dusí vše dobré již v prvopočátku. Korupce křiví vztahy, láme důvěru⁸⁸³ a narušuje vše, na čem lze dobrý byznys uskutečňovat. Korupce ničí zdravé konkurenční prostředí, prospěšné nejen pro koncového zákazníka, ale rovněž pro firmy, jejich kreativitu, inovace a rozvoj.⁸⁸⁴

Pokud jsou obě strany otevřeny korupci, najdou si mnoho možností, jak korupci uskutečnit, prakticky bez možnosti dohledání – etické hodnocení tedy musí být postaveno na důvěře, která bude patrně čas od času podkopána korupčníky; taková je realita, kterou nelze přehlížet. Na druhou stranu kvůli nečestným lidem, kteří se chopí jakékoli příležitosti pro saturaci svých cílů, nelze ztracovat celý segment. Vzhledem k tomu, že se ve stavebnictví odhaluje jedna korupce za druhou, chceme opět připomenout, že v podnikatelském prostředí máme povinnost s korupcí bojovat

881 Srov. MELÉ, Doméne. Exploring the Principle of Subsidiarity in Organisational Forms, s. 293–305.

882 Srov. BAŽANTOVÁ, Ilona a kol. *Lobbying a korupce při tvorbě veřejné politiky*, s. 23–38.

883 Srov. KRAUSE, Neal M. Church-Based Social Relationships and Change in Self-Esteem Over Time, s. 756–773.

884 Srov. DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Korupce*, s. 87.

a máme povinnost zlepšovat firemní vztahy a hájit nejen legální, ale v nemenší míře také mravně legitimní jednání.

Postulujeme, že v případě firemního *in-house lobbying* by mělo být zavedeno pravidlo nulové – respektive symbolické – firemní pohostinnosti. Proč tak ostré vyjádření? Domníváme se, že *in-house lobbying*, který prosazuje skutečně dobrou, prospěšnou a kvalitní věc nepotřebuje doprovodné manažerské nástroje, aby přesvědčoval lobbovaného dárky a benefity.⁸⁸⁵ Naopak *in-house lobbying* prosazující nekvalitní věc nebo skutečnost prospívající jedné firmě či osobě bude patrně muset přesvědčovat právě tímto způsobem. Firemní pohostinnost sice neznamená korupci, ale v nekontrolovaném prostředí může být jejím prvním krokem a může se za ni nedohledatelně maskovat. Toto téma jsme dostatečně zpracovali v předchozí práci, proto jej v tomto bodě pouze připomínáme a nebudeme jej dále rozvíjet. V této práci hájíme tezi, podle které mravně legitimní *in-house lobbying* nepotřebuje využívat vyšší než symbolickou firemní pohostinnost a vzhledem k silnému zatížení českého byznysu ve stavebnictví korupcí navrhujeme opatrnější postoj. Celkový postoj k firemní pohostinnosti totiž úzce souvisí s mravní vyspělostí celé společnosti. Domníváme se, že například v Německu je situace jiná a společnost je tam na mravně vyšší úrovni a sama se lépe brání korupci, aniž bychom zkratkovitě tvrdili, že tam korupce není vůbec, neboť takový stav patrně není reálně možný. V naší společnosti ovšem míra korupce není zanedbatelná. To souvisí také s nízkými mzdami osob s rozhodovací pravomocí, což jsou také často osoby lobbované.

Nulovou firemní pohostinností rozumíme minimální míru pohostinnosti, tedy pohostinnost symbolickou, kterou jsme navrhli v předešlé diplomové/rigorózní práci. V tomto bodě tedy pouze stručně připomeneme její navrhovanou výši: Darované reklamní nebo upomínkové předměty by neměly mít hodnotu převyšující 1 000 Kč; v případě pozvání na společenskou událost nebo pracovní schůzku v restauraci by firemní pohostinnost neměla přesáhnout 3 000 Kč na osobu a událost.⁸⁸⁶ Takto nízkou firemní pohostinnost chápeme jako ryze symbolickou a lze ji považovat za nulovou firemní pohostinnost vzhledem k lobbovanému a jeho rozhodování. Lobbista musí mít možnost pozvat lobbovaného do kavárny či restaurace a očekává se, že kávu nebo

885 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union*, s. 93–130.

886 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 102–105.

občerstvení zaplatí. Upomínkový předmět v hodnotě několika stovek korun rovněž nelze považovat za skutečnost, která by hrála roli v rozhodování lobbovaného. Tato navrhovaná částka se samozřejmě bude vyvíjet v rámci přirozeného vývoje cen v České republice a nemůže být adekvátní v jiných zemích světa, vždyť např. v Norsku jsme na pracovním (skromném) obědě navrhovanou částku násobně přesáhli. Na druhé straně např. v Indii, kde mnohé české firmy participují na velkých zakázkách, by stejná částka stačila pro násobek obchodních partnerů. Tyto návrhy platí pro Českou republiku v roce 2022.

7.4. In-house lobbying, kritérium spravedlnosti a princip participace

Spravedlnost je jednou ze základních ctností, kterou již antičtí řečtí filozofové považovali za důležitou pro mezilidské vztahy a budování společnosti.⁸⁸⁷ Podle známé definice spočívá ctnost spravedlnosti v tom, dávat každému, co mu náleží. Ačkoli to může znít až příliš jednoduše, je právě v těchto slovech zakódován mravně ospravedlnitelný přístup k firemnímu *in-house lobbyingu*. Dávat druhému, co mu náleží, pro lobbistu znamená podat lobbovanému úplné, nezkreslené, pravdivé informace o problematice a zároveň se vyvarovat dávání „něčeho navíc“, co by mohlo zavázat lobbovaného k protiplnění, ať už jde o nadbytečné informace, manipulující informace, zavazující firemní pohostinnost nebo dokonce mnohokrát opakovaný úplatek.⁸⁸⁸ Právě to „něco navíc“ jsme vyloučili pravidlem nulové firemní pohostinnosti a zopakujeme, že se to týká také nadbytečných informací, které mohou vychylovat rozhodování lobbovaného.

Kritérium spravedlnosti vede lobbistu k mravně relevantnímu jednání s otevřeným koncem: podat lobbovanému vše, co mu jako rozhodovateli v dané věci náleží, nic více a nic méně.⁸⁸⁹ Rozhodně se nejedná o banální kritérium a z praxe lze vysledovat, že lobbisté tendují k zatajování nepohodlných skutečností na jedné straně a k nadhodnocování firemní pohostinnosti na straně druhé.⁸⁹⁰ Kritérium spravedlnosti

887 Spravedlnost bývá definována jako neměnná a pevná vůle dávat druhému, co mu náleží. Antičtí filozofové si kladli nesnadnou otázku: co je to, co druhému náleží? Druhým bodem konjunktury pro antické koncepty spravedlnosti je po Platónově myšlení v antickém Řecku myšlení Aristotelovo, a to nejen pro filozofii, ale také pro právo. Aristoteles rozlišoval mezi všeobecnou a speciální spravedlností, přičemž celkovou spravedlnost definoval jako úplné uposlechnutí a následování zákona. Z Aristotelova dělení spravedlnosti na distributivní, retributivní a komutativní se čerpá dodnes. Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*, s. 111–134.

888 Srov. BAŽANTOVÁ, Ilona a kol. *Lobbying a korupce při tvorbě veřejné politiky*, s. 39–48.

889 Srov. tamtéž, s. 33–38.

890 Srov. DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Korupce*, s. 85–97.

je jedním z klíčových a úzce souvisí s ostatními navrženými kritérii, zejména s pravdivostí, vymezení se vůči korupci, manipulaci a explicitnímu zavazování lobbovaného. Podle našeho soudu do mravně ospravedlnitelného lobbingu nepatří zavazování, fabulování, zamlžování klíčových skutečností, manipulace, přímá lež a samozřejmě uplácení. Kritérium spravedlnosti musí v lobbistově žebříčku hodnot stát nad prosazovanou věcí. Jakmile daný úkol pro lobbistu zaujme vyšší pozici než spravedlnost, nelze hovořit o mravně správném lobbování. Opět se dotýkáme kritéria správné hierarchie cílů.

Legitimní *in-house lobbying* je plně v souladu s principem participace, který – stručně řečeno – říká, že člověk by se měl podle svých vloh a možností zapojit do společenských a pracovních struktur a přispět svým dílem k budování společného prospěchu, tedy obecného blaha. Princip participace vychází z principů solidarity a subsidiarity.⁸⁹¹ Vzestupný lobbing působící směrem od zdola vzhůru, tedy od konkrétních potřeb společnosti či sociálních skupin vzhůru k osobám s rozhodovací pravomocí či vyšším jednotkám, zastupuje právě nižší jednotky ve společenské struktuře a podává vyšším jednotkám důležité informace, zpětnou vazbu či přímo stížnosti na nesoulad či bezpráví. Lobbista má svou činností přispívat k participaci obmyšlených osob či skupin, za které lobbuje.⁸⁹² To platí také v případě firemního *in-house lobbyingu*. Participace se tak bezprostředně týká solidarity, subsidiarity a obecného blaha.

Principu participace velmi intenzivně nahrává zejména lobbing neziskových organizací, které se snaží zaměstnat jakkoli znevýhodněné osoby, i kdyby se jednalo o práci symbolickou. Všechny osoby, které o to stojí, mají mít právo a možnost participovat na společenské struktuře také v oblasti lidské práce. Lobbisté neziskových organizací tak často činí velmi záslužnou práci a pomáhají neziskovým organizacím prosadit jejich mnohdy bohulibé vize a cíle. Tyto aktivity jsou samozřejmě většinou málo ekonomicky produktivní a často potřebují pomoc vyšších společenských jednotek, ať už měst, krajů nebo přímo státu či Evropské unie v případě skutečně

891 Srov. MELÉ, Doméneq. Exploring the Principle of Subsidiarity in Organisational Forms, s. 293–305.

892 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 141–162.

velkých projektů.⁸⁹³ Bez dobrého lobbisty by při tom mnoho z těchto kvalitních projektů nebylo realizováno.

V případě lobbingu politického je také často pomáháno osobám nebo skupinám osob, které mají vůli aktivněji se zapojit do hospodářského nebo politického života třeba jen na lokální úrovni.⁸⁹⁴ V případě zde posuzovaného *in-house lobbingu* je třeba posuzovat konkrétní kauzy a tázat se, zda lobbovaná vize zapojuje nebo naopak uzavírá, zda je otevřena dalším lidem či skupinám, nebo je naopak předem vylučuje a podobně. Je zřejmé, že v mnoha kritériích bude mít etický soud odlišný výsledek u lobbingu neziskových organizací, u politického lobbingu a u firemního *in-house lobbingu*. V jiných ovšem – například v kritériu vymezení se vůči korupci či v kritériu personality – bude výsledek podobný nebo stejný.

7.5. Uspořádání hodnot v širším kontextu hospodářských cílů

Jedním z kritérií, která nalézáme jako relevantní k teologicko-etickému posouzení *in-house lobbingu*, je správné uspořádání hodnot a cílů. V obecné etice bychom kladli důraz na obecné mravní požadavky upřednostňované před ziskem vystavěné na Kantově kategorickém imperativu jednat vždy tak, aby toto jednání mohlo být uzákonitelným vzorem pro ostatní, aby se s lobbovaným vždy jednalo rovněž jako s cílem a účelem o sobě, nikoli pouze jako s prostředkem.⁸⁹⁵ V teologické etice si můžeme dovolit vyjít z této platné obecné platformy a „vykročit na hlubinu“ až k inspiraci starozákonním srovnáním životních hodnot, a sice desaterem přikázání, a potom jít teologicky ještě dál (i když historicky zpátky), až k Ježíšovu dvojímu přikázání lásky. Slavný dekalog⁸⁹⁶ nám nabízí srovnání hodnot v poměrně ostrém kontrastu s hodnotami dnešního světa (často, nikoli však výlučně) zaměřeného na výkon a zisk.

Zatímco imperativ dneška někdy zní: optimalizovat pracovní jednání na co možná nejvyšší zisk a užitek, žido-křesťansky pojatý imperativ naopak shledává jako první, nejdůležitější a výchozí bod veškerého lidského počínání Boha a materiální užitek

893 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union*, s. 93–130.

894 Srov. BAŽANTOVÁ, Ilona a kol. *Lobbing a korupce při tvorbě veřejné politiky*, s. 40–42.

895 Srov. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*, s. 83–92.

896 Úplný text starozákonního dekalogu nalézáme v knihách Exodus (Ex 20,1–17) a Deuteronomium (Dt 5,1–22). Dekalog vyjadřuje podstatný obsah sinajského zákona. Dekalog řadí hodnoty podle důležitosti od Boha po hmotný majetek. V kontrastu s dnešní častou honbou za majetkem tak nabízí osvobození od otročení majetku.

klade až na poslední příčku, neboť zisk, efektivita a finanční optimalizace nevedou k trvalému lidskému štěstí a nejsou smyslem lidského života. Trvalejší štěstí – řečeno terminologií aristotelsko-tomistické etiky: dobro osoby⁸⁹⁷ – nepřijde se ziskem nebo s majetkem. K dobru osoby naopak vede správná hierarchie životních hodnot a cílů, která v souladu s Ježíšovým přikázáním lásky klade na první místo Boha a hned na místo druhé člověka, respektive sebe i všechny ostatní nahlížené prizmatem personality.

Lidská osoba musí být vždy nevyčíslitelně nadřazena všem majetkovým či ziskovým motivům lidské práce. Efektivita a optimalizace zisku musí zůstat na svém místě v žebříčku hodnot, neboť pokud se z efektivit v lidském životě stane imperativ, člověk začne pomalu, ale jistě zvětšovat sám sebe a ve druhém kroku také všechny ostatní. Lidský život je nevyčíslitelně a nevyslovitelně víc než efektivní a produktivní využití času. Produktivita musí být hluboko pod vírou, láskou, úctou k lidem, přátelstvím, vztahy a také pod lidskou prací jako takovou, neboť lidská práce sama o sobě je dobrá a pomáhá k plné realizaci osoby. Dobrá není pouze práce produktivní, jak se mnozí materialisté nesprávně domnívají, dobrá je práce sama o sobě a produktivita je doprovodný, řekněme sekundární jev. Práce však není smyslem života a neměla by se za něj zaměřovat. Práce má pomáhat lidské osobě participovat na obecném blahu, pomáhat svým dílem k budování společnosti a realizovat se ve svém životním poslání.⁸⁹⁸

Aplikace životních hodnot na základě dekalogu směrem k lobbingu znamená, že na prvním místě nikdy nemá být zisk a ryzí utilita. Zisk a optimalizovaná efektivita mohou být jedním z legitimních motivů, ovšem v hierarchii hodnot musí zastávat správnou pozici. Pokud by se vše řídilo ziskem, lidská svoboda a důstojnost by brzy přicházela zkrátka, a to v křesťansky orientované etice nemůžeme připustit.⁸⁹⁹ Ve chvíli, kdy je Bůh na prvním místě hodnotového žebříčku, naše jednání je motivováno respektem k druhému člověku jako Božímu tvoru, Božímu obrazu, Božímu partneru. Z toho automaticky vychází úcta ke druhému, pravdivost, ctnostné jednání, vůle konat dobro a nepodrobit se zlému.⁹⁰⁰

897 Srov. ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*, s. 23–43.

898 Srov. MARTINS, Nuno. *Adam Smith and Catholic Social Teaching*, s. 401–411.

899 Srov. VELKLEY, Richard. *Freedom and the Human Person*, s. 70–79.

900 Srov. GUARDINI, Romano. *Svět a osoba*, s. 115.

Křesťanská etika není v žádném případě zaměřena proti kreativní práci, která generuje zisk ani proti soukromému vlastnictví či rozmnožování majetku, ba právě naopak: výše bylo prokázáno, že již novozákonní podobenství nahrává tvořivosti, kreativitě, aktivitě, ale vždy v kontrastu k otročení majetku či zisku. Tak to stvrzují i magisteriální texty.⁹⁰¹ Již desatero přikázání jasně vypovídá, že člověk může vlastnit, může být aktivní, může a má se snažit, ale zisk a hmotný majetek má být na nižších příčkách jeho hodnot a motivací, nikdy jim člověk nesmí podléhat a už vůbec ne otročit. Původní desatero začíná indikativem, po němž teprve následuje imperativ, na což se dnes někdy zapomíná. Bůh nás nejprve a primárně osvobozuje a poté nabízí cestu, jak neupadnout opět do nesvobody. Podle tohoto osvobozujícího vzorce by měl své jednání řídit rovněž *in-house lobbyist* a vůbec každý člověk jednající ve světě byznysu.

Právo vlastnit a vydělávat se také nemá stát povinností vlastnit a vydělávat; právo má osvobozovat a nikoli zotročovat. V oblasti soukromého vlastnictví navíc nesmíme zapomínat na důležitý teologicko-etický princip univerzálního určení statků,⁹⁰² který de facto vychází z výše uvedeného seřazení hierarchie hodnot a cílů.

7.6. Kritérium trvale udržitelného rozvoje a přiměřenosti

Ačkoli je princip trvale udržitelného rozvoje⁹⁰³ v poslední době velmi skloňované téma a působí již jako samozřejmost, je nutné toto významné kritérium zahrnout do posuzování lobbingu a firemního *in-house lobbingu* ve stavebnictví také. Náklady na ekologickou likvidaci odpadů ve stavebnictví jsou totiž vysoké a firmy se doposud

901 Srov. JAN PAVEL II. *Sollicitudo rei socialis* (1987), čl.15. In *Sociální encykliky (1891-1991)*, s. 351–408.

902 Univerzální určení statků je jedním z důležitých principů křesťansky orientované hospodářské etiky, který vychází z faktu, že Bůh dal zemi všem – univerzálně – a nikoho nevyloučil, což nemáme, ba dokonce nesmíme činit ani my, lidé. Člověk má tedy právo vlastnit, ale nikoli tak, aby toto jeho vlastnictví jiné omezovalo, ohrožovalo či porušovalo jejich práva. Nad právem vlastnit vždy stojí důstojnost lidské osoby. Univerzální určení statků můžeme v magisteriálních textech nalézt např. v encyklice *Centesimus annus*, kterou svatý papež Jan Pavel II. vydal ke stému výročí klíčové sociální encykliky *Rerum novarum*. Mimochodem také neplodné vlastnění pouze pro vlastnění kritizují již církevní otcové sv. Ambrož či Klement Alexandrijský a ve scholastice např. Tomáš Akvinský. Listina základních práv a svobod říká, že vlastnictví zavazuje a nesmí být zneužíváno na újmu práv druhých, ani zákonem chráněných obecných zájmů. Srov. SPIEKER, Manfred. *The Universal Destination of Goods: The Ethics of Property in the Theory of a Christian Society*. *Journal of Markets & Morality* 2005, roč. 8, č. 2, s. 333–354.

903 Trvale udržitelný rozvoj je komplexní soubor strategií umožňujících pomocí ekonomických prostředků a technologií saturovat lidské potřeby (materiální, kulturní i duchovní) při plném respektování environmentálních limitů, aniž by se tak dělo na úkor příštích generací nebo jiných národů či společenských skupin.

snaží právě na těchto nákladech ušetřit a stát se cenově konkurenceschopnějšími právě na základě zanedbání zvyšujících se ekologických standardů. Zásahy do ekosystému jsou při tom v případě dopravního stavitelství v podstatě trvalé a téma se nesmí podcenit. Kritérium trvale udržitelného rozvoje je kritériem obecnějším, ovšem také na jeho základě je třeba hodnotit mravní ospravedlnitelnost *in-house lobbying* v českém stavebnictví.

V teologické etice jdeme ještě dál, když celé stvoření nazíráme jako dobré Boží dílo, a přebíráme tak zodpovědnost také za přírodu, ano, i za krásu krajiny jako díla Božího – jak to rovněž nazírá papež František v encyklice *Laudato si'*⁹⁰⁴ –, které nejenom poskytuje prostor, vzduch, zdroje, a tedy je třeba vše chránit pro budoucí generace, ale také krásu krajiny jako umělecké dílo Boží, které nás těší, které nás pozvedá a blaží a nesmíme připustit, aby „obyčejná“ краса krajiny ustoupila např. bezohledným developerům nebo architektům, kteří sledují pouze a výlučně své osobní ambice a nerespektují Boží dílo ve svém celku.⁹⁰⁵ Trvale udržitelný rozvoj v křesťanském pojetí vychází z respektu k celému stvoření, které podle knihy Genesis máme zodpovědně spravovat, chránit a obdělávat. Komunistický materialismus jasně předvedl, jak lze z krásné krajiny vytvořit depresivní měsíční krajinu bez života, když se z lidského počínání vytěsni víra, ustříhne se transcendence a Bůh se symbolicky stáhne z nebe na zem a redukuje se na výrobu.⁹⁰⁶ V teologické etice vnímáme rovněž krásu a vznešenost celého stvoření a potom trvale udržitelný rozvoj nabírá nové intenzity a nových významů, dlužno doplnit ušlechtlejších významů.⁹⁰⁷

Mravně ospravedlnitelný firemní *in-house lobbying* by se nikdy neměl díť na úkor životního prostředí nebo vzdálených bližních a měl by prosazovat pouze takové zájmy firmy, které nemají negativní externality dopadající na lidi nebo životní prostředí. *In-house lobbyist*, který prosazuje zájmy firmy, jenž v budoucnu poškodí životní prostředí (např. liniové stavby v krajině) nebo negativně dopadnou na skupinu osob (znečištění vody, vzduchu, půdy a podobně v konkrétní oblasti), jedná mravně nesprávně a nepřijatelně.

904 Srov. KARCZUBOVÁ, Luisa. *Teologie a ekologie*. 2. vyd. Olomouc: Nakladatelství Centra Aletti Velehrad-Roma, 2018, s. 51–69.

905 Nutno doplnit, že mnozí developéři a architekti poslední dobou skutečně usilují o soulad s přírodou a čím dál tím více se oblibě těší tzv. ekologická architektura i trvale udržitelný rozvoj.

906 Stavebnictví v době této ideologie zcela ignorovalo dopady své činnosti na životní prostředí, což má neblahé dopady až doposud.

907 Srov. KARCZUBOVÁ, Luisa. *Teologie a ekologie*, s. 51–69.

Mezi další manažerské nástroje, které lze u *in-house lobbyistů* pozorovat, patří asertivita, výmluvnost až téměř verbální manipulace, kterou mohou lobbiisté zneužívat k implicitní nabídce protiplnění, ovšem tak, že žádná konkrétní nabídka nikdy nepadne a žádné protiplnění se nikdy nekoná.⁹⁰⁸ Lobbovaný se ale může domnívat, že taková skrytá nabídka existuje. Takové jednání považujeme za mravně nesprávné a vztahuje se na něj kritérium pravdivosti a otevřenosti. Jistě, nejedná se o porušení žádného zákona, neboť nikdy nedojde k explicitní nabídce úplatku či protiplnění ani k její realizaci. Přesto se podle našeho soudu jedná o nemravné kličkování a lobbistickou fintu, jak tlačit na lobbovaného.

Lze si také představit zneužívání sexuálních nabídek, ať už přímo lobbiistů či lobbiistek nebo jistých firem zabývajících se touto oblastí. I takové protiplnění jsme ve stavebnictví nejednou zaznamenali. Tuto metodu nátlaku považujeme jednoznačně za mravně neospravedlnitelnou a v teologické etice odporující nejzákladnějšímu principu personality a osobní důstojnosti každého člověka. Tam, kde je lobbista, lobbovaný nebo třetí strana zvěčňována na předmět sexuálního uspokojení, nemůžeme ani náznakem hovořit o mravně legitimním lobbingu v souladu s východisky morální teologie. Nenechme se mýlit, nabídka sexuálních služeb není na úrovni vysokého byznysu ničím neobvyklým. *In-house lobbista*, který by v rámci svého lobbování nabízel zprostředkování takových služeb, jedná podle našich východisek jednoznačně nemravně a nepřijatelně.

Lobbista by také neměl ani verbálně při výkonu své práce útočit na národnostní či jiné menšiny, znehodnocovat odlišná náboženství, posuzovat číkoli sexuální orientaci nebo politické přesvědčení. Lobbista musí zůstat neutrální a držet se svého úkolu.

7.7. Kritérium reality, rozumnosti a pravidla pro vstup do oblasti lobbingu

Z popsaného je více než zjevné, že lobbing tak, jak je v současnosti chápán, nelze žádným etickým kodexem, žádnou autoregulací, žádným registrem lobbistických kontaktů, ani dalšími měkkými opatřeními vystavenými primárně na dobrovolnosti a ukázněnosti lobbiistů dokonale a bezesbytku ochránit od nelegálního a neetického jednání konkrétních lobbiistů. Pokud vycházíme z elementární pozice demokracie jako diskuse a chápeme lobbing jako součást široké společenské diskuse a nástroj, jak

908 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

docílit zaznění hlasu jednotlivců, skupin, části společnosti nebo dokonce její většiny, musíme se smířit s tím, že takovýto manažerský nástroj může být ve sféře byznysu zneužit.⁹⁰⁹ To by ovšem nemělo znamenat, že kvůli jednotlivým lidem jednajícím neeticky zavrhneme lobbying jako celek. Ve společnosti bohužel existuje jistá míra kriminality či nečestnosti, to ovšem v demokracii neznamena, že kvůli tomu zakážeme lidem volný pohyb nebo jim sebereme kuchyňské nože.

Můžeme ale působit na zvyšování etické odpovědnosti lobbistů a obecně lidí v byznysu, můžeme se zasadit o prosazení etických kodexů do oblasti stavitelství i mezi střední a malé firmy, můžeme v praxi šířit vědomí, že nějaká etika vůbec existuje (což v oblasti stavebnictví rozhodně není samozřejmé), můžeme prosazovat myšlenku, že chovat se mravně je normální a správné, můžeme bojovat proti korupci svými postoji, ale zároveň musíme připustit, že jistá neuchopitelnost lobbyingu, která je zkrátka a dobře pro tuto činnost charakteristická, tu a tam zláká jednotlivce k mravně nesprávnému jednání.⁹¹⁰

To vede k dalšímu postulátu: jedním z návrhů by do budoucna mohlo být pravidlo, aby se lobbistou mohl stát člověk, který již má za sebou viditelné výsledky v politice, byznysu nebo jiné společenské oblasti a za určitý čas již osvědčil své mravní postoje a soulad s pravidly. Tento vzorec je velmi často aplikován v USA, i když to není podmínka, aby se člověk mohl stát lobbistou. V USA se obvykle vlivnými lobbisty, kteří domlouvají významné projekty, stávají bývalí politikové, byznysmeni nebo vysocí úředníci, kteří za sebou mají několik dekád nejen bezúhonné, ale také mravně vyspělé prokazatelné práce.⁹¹¹ Právě tito lidé, kteří prokázali, že vložit do nich důvěru není neuvážený risk a nashromáždili řadu důležitých osobních kontaktů, bývají v poslední etapě aktivního pracovního života vynikajícími lobbisty. Podle našeho soudu je na zvážení, zda by nebylo moudré nastavit podobně strukturovaná pravidla pro vstup do aktivní práce lobbisty také v naší zemi. Jistě, silně to zavání věkovou diskriminací a bylo by nutné otevřít na toto téma nejprve rozsáhlou diskusi, ale vzhledem k faktu, že lobbistická činnost je svým způsobem nepostižitelná a ne zcela kontrolovatelná,⁹¹² měl by podle našeho mínění zájemce o tuto náročnou

909 Srov. KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*, s. 141–162.

910 Srov. HAUSER, Christian. *Fighting Against Corruption*, s. 281–299.

911 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 34–35.

912 Tato situace se může změnit přijetím zákona o lobbyingu a zavedením registru lobbistů.

a zodpovědnou práci vykázat jisté kvality či znalosti, jako koneckonců musí každý, kdo žádá o živnostenský list, jakoukoli autorizaci, koncesi a podobně.⁹¹³

S právě řečeným také souvisí celková mravní úroveň společnosti: tam, kde je společnost na vysoké mravní úrovni a sama automaticky vytváří strukturální imunitu proti jevům jako je korupce, pravidla pro vstup do oblasti lobbingu mohou být mírnější nebo dokonce žádná, ovšem ve společnosti s nízkou mravní úrovní, kam má naše společnost (alespoň segment stavebnictví) spíše blíže, budou pravděpodobně nutná přísnější pravidla. Americký model se zdá být prověřeným, funkčním a inspirativním.

Navrhované kritérium rozumnosti nese lehce provokativní název a skutečně nemíníme být natolik banální, abychom navrhovali posuzovat lobbing či lobbistu podle toho, zda jedná rozumně. Právě naopak: navrhované kritérium rozumnosti se zamýšlí nad přílišnou kontrolou lobbisty a zasahování do jeho soukromí stylem velkého bratra, který vidí kamerou, poslouchá mikrofony a neustále ukládá do složek každý lobbistův krok. V současné době (2022) je navrhován zákon, podle něhož bude možné monitorovat všechny telefonní hovory majitelů, jednatelů a vrcholových manažerů firem s odůvodněním, že takový monitoring pomůže odhalování kartelů.⁹¹⁴ Nyní musíme zpozornět: navrhovaný zákon věc definuje tak, že již pouhá skutečnost, že kompetentní osoba jedné firmy zavolá jiné kompetentní osobě druhé firmy ze stejného oboru před výběrovým řízením, indikuje realizující se kartel a ovlivňování veřejné soutěže. Jako etikové musíme varovat před takovou neuvážeností – proč by v demokratickém systému, který je podstatně založen na dialogu, nemohl majitel jedné firmy zavolat majiteli jiné firmy? Proč by se nemohli setkat? Proč by spolu neměli komunikovat? Skutečně se chceme posunout do fáze apriorního podezřívání podnikatelů a sankcionovat je za to, komu volají a zakazovat jim telefonáty konkurentům? A navíc: opravdu si někdo myslí, že ten, kdo skutečně usiluje o vytvoření kartelu, nenajde jinou cestu, než opakovaně volat před výběrovým řízením své přímé konkurenci?

Velmi podobně vnímáme situaci s lobbingem. Čím více a nesmyslněji svážeme lobbistu a vrhneme na něho světla kamer, tím spíše bude opravdu klíčové věci řešit v ústraní; cestu si najde vždy, o tom není pochyb. Chceme se vracet do časů udávání,

913 Srov. DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*, s. 34–35.

914 Srov. KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*, s. 218–222.

nahlašování, zakazování, podezírání a strachu? Podle našeho soukromého soudu to není správná cesta a zdá se nám, že současný kurz naší politiky míří k hromadění nových a nových povinností pro podnikatele, přitěžování jejich již tak rozbujelé byrokratické povinnosti a zejména k tomu, že uvalováním nových zákazů a příkazů se ve společnosti vytváří dojem, že podnikatelé myslí zejména na to, jak ošidit stát a přilepšit si. Vraťme se k myšlence Jana Pavla II.: podnikatel je zde zejména proto, aby společnosti nabídl službu, kterou společnost potřebuje a svým maximálním nasazením tuto službu společnosti poskytoval.⁹¹⁵ Podnikatel zejména slouží společnosti. Z aktuálních vládních zákazů a příkazů to spíše vypadá, jako by podnikatel primárně parazitoval na společnosti, která se jej chce zbavit. Potom zde ovšem může zůstat jedna gigantická neochvějná všemohoucí firma a svoboda, demokracie, konkurence, dialog a rozvoj budou silně ohroženy. – Kritérium rozumnosti tedy platí nikoli pouze pro lobbying, ale také – a to zejména – pro posuzování lobbyingu a jeho regulaci.

7.8. Kritérium nekartelového jednání při horizontálním lobbyingu

Vzhledem k platným zákonům se musí lobbista vyvarovat nejen korupce v jakékoli fázi včetně nabídky či náznaku⁹¹⁶ (zejména v případě vzestupného vertikálního lobbyingu), ale také takového jednání, které by cílilo na vznik kartelu či kartelové dohody mezi firmami hlásícími se do veřejné soutěže, zejména v případě horizontálního lobbyingu na úrovni podobně silných a podobně velkých firem, které jsou si navzájem přímou konkurencí.⁹¹⁷ Jak jsme představili v kapitole o korupci, kartel je v České republice a rovněž ve většině evropských zemí nelegální a lobbista nesmí usilovat o kartelovou nebo na podobném principu tajně a nepřiznaně vystavenou dohodu s konkurencí. Lobbistické jednání, které cílí na obejití pravidel za účelem získání nekalé výhody v soutěži, je tedy podle našeho soudu považováno za neetické, jak na vertikální úrovni (nabídka protiplnění, firemní pohostinnost, korupce, jiné výhody...), tak na horizontální úrovni (nepovolená dohoda firem, pokoutné rozdělení vlivu, přenechání zakázky konkurenční firmou za úplatu, kartel...).

915 Srov. JAN PAVEL II. *Sollicitudo rei socialis* (1987), čl.15. In *Sociální encykliky (1891-1991)*, s. 351–408.

916 Srov. BAŽANTOVÁ, Ilona a kol. *Lobbying a korupce při tvorbě veřejné politiky*, s. 39–48.

917 Srov. KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*, s. 218–222.

V této obsáhlé kapitole jsme představili kritéria, která při teologicko-etickém posuzování *in-house lobbyingu* považujeme za klíčová. Soulad s nimi lze považovat za indikaci mravně legitimního *in-house lobbyingu*. Touto kapitolou byl naplněn hlavní cíl disertační práce a rovněž byl naplněn šestý stupeň vytyčeného metodického postupu. Nyní přistoupíme k poslední kapitole, která aplikací etického kodexu *in-house lobbisty* přinese limity mravně legitimního *in-house lobbyingu*.

8. Návrh kodexu firemního in-house lobbisty

V předešlé diplomové/rigorózní práci jsme přinesli návrh etického kodexu pro stavební firmu střední velikosti v České republice; vedle toho jsme zpracovali návrh samostatného kodexu firemní pohostinnosti,⁹¹⁸ což byl hlavní přínos práce pro praxi. V tomto bodě tedy v jistém smyslu navážeme na předchozí práci a navrhujeme samostatný etický kodex⁹¹⁹ firemního *in-house lobbisty* vystavěný na kritériích, ke kterým jsme dospěli zejména v předešlé kapitole, fragmentálně však v celé práci. Kodex *in-house lobbisty* je cílený na oblast stavebnictví v České republice. Právě proto, že jsme již vypracovali vzorový etický kodex stavební firmy, nebudeme nyní vzhledem k zaměření této práce navrhopvat kompletní etický kodex pro stavební firmu, ale pouze jeho dílčí část úzce zaměřenou na firemní *in-house lobbying*, koncipovanou jako samostatný kodex firemního *in-house lobbisty*. Zdůvodnění takto navrženého kodexu *in-house lobbisty* je nasnadě: celkové uchopení kodexu, řekněme tedy „duch kodexu“, nebo „obecný záměr kodexu“⁹²⁰ je platný pro *in-house lobbying* ve svém celku. Abychom ovšem mohli být konkrétní a vypracovat vzorový kodex, musíme cílit na konkrétní segment, což je v souladu se zacílením práce na stavebnictví (zejména dopravní) v České republice. Navrhovaný kodex *in-house lobbisty* pro přehlednost odlišíme kurzívou.

V osmé kapitole dokončujeme třetí velký metodologický krok „jednat“ a v něm 7. stupeň rozšířené metody nazvaný: implementace a přezkoušení navrženého jednání. Cílem kapitoly je implementovat dosažené závěry do funkčního, stručného a pochopitelného etického kodexu *in-house lobbisty* použitelného v podnikatelské praxi, tím zároveň dosažená kritéria a limity nově přezkoumat, a přehlédnout tak postup celé práce. Tato kapitola přináší dokončení cílů práce a celého metodického postupu svým závěrečným stupněm.

918 Srov. HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*, s. 102–105.

919 Srov. KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union*, s. 202–219.

920 Srov. WELLER, Steven. *The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics*, s. 389–395.

8.1. Návrh kodexu in-house lobbisty

V tomto bodě přinášíme návrh etického kodexu⁹²¹ *in-house lobbisty* koncipovaný pro oblast českého stavebnictví.

Etický kodex firemního in-house lobbisty

Kdo je in-house lobbista

Firemní in-house lobbista je zaměstnanec firmy, který lobbuje za zájmy firmy na příslušných místech s rozhodovací pravomocí. Lobbováním se rozumí informování klíčových osob o problematice, která přímo souvisí s činností vykonávanou firmou, o připravovaných projektech, návrzích, inovacích nebo podstatných skutečnostech souvisejících s připravovanou veřejnou hospodářskou soutěží a podobně. In-house lobbista svou činností působí na osoby s rozhodovací pravomocí v souladu s firemními cíli, jedná rovněž se zodpovědnými osobami ostatních firem včetně přímé konkurence a v neposlední řadě se zadavateli, investory či dozory, ale také s dodavateli či subdodavateli, je-li to zapotřebí. Činnost in-house lobbisty je tedy zaměřena všemi směry podle aktuální potřeby.

Jak se lobbista chová

Firemní in-house lobbista jedná vždy v souladu se zákonem. Firma odsuzuje korupci a uplácení jako skutečnost, která významně škodí společnosti a zdůrazňuje, že in-house lobbista v žádném případě nenabídne, nepřislíbí, nenaznačí, ani nepřijme žádný úplatek v jakékoli podobě. Pokud in-house lobbista zamýšlí využít firemní pohostinnost vzhledem ke třetí straně, učini tak v souladu s platným kodexem firemní pohostinnosti, a tedy materiální dar nepřekročí hodnotu 1 000 Kč a pozvání na společenskou událost nebo pracovní oběd či podobný event nepřekročí 3 000 Kč na osobu a událost. Je rovněž nepřipustné dary nebo události nepřiměřeně opakovat v krátkých intervalech. V souladu s kodexem firemní pohostinnosti in-house lobbista bere na vědomí, že firma preferuje předávání firemní pohostinnosti až po ukončené spolupráci jako poděkování a vyjádření úcty ke spolupracující straně. Předání této

921 Srov. RODRIGUEZ-DOMINGUEZ, Luis – GALLEGO-ALVAREZ, Isabel – GARCIA-SANCHEZ, Isabel Maria. Corporate Governance and Codes of Ethics, s. 187–202.

firemní pohostinnosti není záležitostí in-house lobbisty. Tyto limity jsou nastaveny tak, aby firemní pohostinnost ze strany lobbisty byla pouze symbolická a nevyvolávala v lobbovaném dojem závazku, nátlaku nebo manipulace. Pokud lobbista využívá související manažerské nástroje, vždy je třeba dodržovat základní kritérium symboličnosti.

Hranice lobbistova jednání

In-house lobbista zejména informuje a vede plodný a konstruktivní dialog. Dialog staví na respektu a úctě k lidské osobě, která hodnotově stojí vysoko nad výsledkem jeho jednání, neboť vlastním smyslem existence firmy není generovat zisk, ale nabízet společnosti službu, kterou společnost potřebuje, a svým dílem tak přispívat k obecnému blahu, realizovat tuto službu co nejlépe ve prospěch lidských osob. Vlastním úkolem in-house lobbisty je tedy informovat příslušné osoby o skutečnostech, které mohou prospět společnosti tak, že firmě umožní nově, lépe nebo plněji saturovat službu, kterou společnost potřebuje. Firma, za kterou in-house lobbista lobbuje, chce společnosti zejména sloužit, nikoli na společnosti parazitovat. Proto se vedení snaží přicházet s dobrými projekty a úkolem lobbisty je pomoci dobré projekty prosadit na příslušných místech, a naplnit tak základní smysl každé firmy a každého podnikání: sloužit společnosti saturováním jejích potřeb v nejvyšší možné kvalitě.

In-house lobbista informuje vždy pravdivě, informuje celistvě a nevynechává ani ty podstatné informace, které se jeví jako nevýhodné pro prosazení dané věci. K osobě lobbovaného lobbista přistupuje s úctou a respektuje, že lobbovaný může zastupovat skupinu s odlišným pohledem na stejnou věc. Nejenže lobbista nenabídne ani nepřijme úplatek v žádné formě, ale vyvaruje se též jakéhokoli nátlaku, manipulování či zavazování lobbovaného. Manipulativní a zavazující jednání nepatří do dialogu, který chce firma vést. Lobbovaný je vždy partner v dialogu, nikdy prostředek k naplnění úkolu či cíle. In-house lobbista svými vědomostmi, znalostmi, praktickými zkušenostmi a dovednostmi zejména slouží lobbovanému – a zástupně tedy společnosti – k jeho kompetentnímu a kvalifikovanému rozhodnutí. Podnikání je zejména radost z participace na svobodě, otevřenosti světa a z toho pramenící toleranci a nedozírných možnostech, které demokratické zřízení společnosti, mír a dialog mezi národy

podnikatelům přináší. *In-house lobbista existuje díky svobodě, otevřenosti a čestnosti, a proto svobodu, otevřenost, čestnost a ctnost ctí jako své elementární pilíře. V nesvobodné společnosti nelze podnikat, lobbovat a de facto ani plnohodnotně žít.*

In-house lobbista bere na vědomí, že při své činnosti firmu zastupuje a také reprezentuje, a proto je zodpovědný za firemní obraz, který lobbovanému či lobbovaným vytváří. Firma se zavázala podnikat na vysoké etické úrovni a jednat vždy férově, poctivě, mravně správně, po vzoru „anglického džentlmenství“. In-house lobbista má jednat stejně.

Firemní in-house lobbista pracuje na prosazování firemních projektů, což naprosto neznamena, že by měl odhlížet od obecného zájmu, obecného blaha, a sledovat zúženě pouze firemní zájmy. Právě naopak: sousloví in-house lobbista chápeme jako vyjádření identifikace s firmou a její celkovou vizí podnikání a rozvoje na jedné straně a identifikaci s lobbingem, jakožto prosazováním dobré, zajímavé či nadějně věci na straně druhé. V samé podstatě lobbingu je zakódováno prosazování dobré věci, liší se pouze společenská skupina, která lobbistu vysílá. Firemní in-house lobbista tedy vždy ohlíží na obecné blaho, jako jeden z hlavních pilířů své činnosti.

In-house lobbista vždy přistupuje ke své činnosti spravedlivě, což v praxi znamená, že pokud během jednání s lobbovaným načerpá od protistrany takové informace, které budou vyznívat proti prosazení dané věci, nebude prosazovat firemní cíl „za každou cenu“, ale seznámí svého zadavatele s důležitými informacemi a bude otevřen modifikaci svého postoje, bude-li k tomu relevantní důvod. Firemní in-house lobbing v žádném případě neznamená prosazování firemního cíle stůj co stůj.

Firemní in-house lobbista může jednat na tzv. horizontální úrovni se zástupci či in-house lobbisty konkurenčních firem, ovšem nesmí při tomto jednání vyvíjet úsilí za účelem vzniku kartelu nebo jiné tajné dohody vystavěné na podobných principech. Kartelové jednání není povoleno a lobbista jej nejen nesmí navrhnout, ale nesmí na takové jednání ani přistoupit, pokud by bylo navrženo druhou stranou, a má-li informace o existenci kartelu ve veřejné soutěži, je povinen tuto situaci ohlásit, neboť je v rozporu se zákonem a narušuje smysl veřejné soutěže. Jinak in-house lobbista může komunikovat s druhou stranou, jak na vertikální úrovni, tak na horizontální

úrovni podle potřeby a okolností, vždy však v souladu s legislativou a etickým kodexem firmy i druhé strany a v neposlední řadě podle svého nejlepšího svědomí.

Lobbista nejen na nikoho neadekvátně netlačí, ale ani sám se nenechá zatlačit do nemravného nebo nemorálního jednání. V případě tzv. horizontálně-vertikálního lobbingu, kdy in-house lobbista komunikuje nejprve s konkurenčním in-house lobbistou a poté oba společně s úředníkem či jinou osobou zodpovědnou za soutěž, platí stejná pravidla, tedy vyhnout se kartelovému a principiálně podobnému jednání.

Povinnosti in-house lobbisty

In-house lobbista je zejména expertem v dané problematice, a proto musí mít velmi komplexní znalost firmy na všech jejích úrovních, musí studovat prosazovanou problematiku a být skutečně tím, který o prosazované věci ví nejvíc a domýšlí důležité souvislosti. Lobbista musí mít dostatek času na průzkum terénu, monitorování problematiky, neustálé vzdělávání, dialog se zainteresovanými a vlastní studium. Jeho úkol je důležitý a jeho výsledky ovlivňují celou firmu i okolní společnost, a proto lobbista musí ke své činnosti přistupovat s maximální pečlivostí a být komplexně vzdělán.

Lobbista je povinen zaznamenávat všechny lobbistické kontakty a aktivity a zanášet je do registru lobbistů, pokud takový registr existuje. Nepovažuje se za eticky ospravedlnitelné, aby lobbista vzhledem k lobbovanému využíval psychologickou manipulaci a neadekvátně tlačil na rozhodnutí lobbovaného. Lobbista má být expertem, který velmi komplexně a vyváženě informuje, aby se lobbovaný mohl co možná nejlépe rozhodnout o dalším postupu. Zájem firmy nesmí být nikdy nadřazen nad zájem společnosti, tedy obecného blaha. Firemní in-house lobbista se zavazuje vyplňovat lobbistický registr pravdivě a úplně s vědomím, že úplné a pravdivé informace lobbistů a lobbovaných v registru pomáhají transparentnosti celého procesu a jsou přínosem, nikoli překážkou.

Firemní in-house lobbista se při každém lobbování explicitně představí jako kompetentní zástupce firmy, za kterou lobbuje a vyjasní lobbovanému jejich vztah, aby lobbovaný věděl a zcela jasně si uvědomoval, že je lobbován, a že se odehrává lobbistický kontakt. Maskování lobbingu za jinou činnost je neetické a není v souladu

s etickými standardy firmy. Lapidárně řečeno: každý musí vědět, jaká je jeho role a co se děje, jinak by se jednalo o manipulaci a lobbovaný by byl zvěčňován.

In-house lobbista a lobbovaný nesmí být ve střetu zájmů, v příbuzenském, ani jiném blízkém vztahu. Pokud se lobbista v takové situaci ocitne, musí informovat vedení své firmy a bude za něho vyslán jiný firemní in-house lobbista, u kterého není střet zájmů nebo příbuzenský či jinak blízký vztah.

In-house lobbista využívající symbolickou firemní pohostinnost se vyvaruje darování alkoholických nápojů a tabákových výrobků, neboť se jedná o návykové látky, které mohou v případě nadužívání škodit zdraví obdarovaného, a to určitě není cílem.

In-house lobbista se zcela a bezvýhradně vyhýbá jakémukoli – byť jen verbálnímu – sexuálnímu obtěžování a nikdy nenabídne, ani nepřijme nabídku návštěvy podniku zaměřených na sexuální uspokojení, neboť takové podniky nemravně zvěčňují lidskou osobu a připravují ji o lidskou důstojnost. In-house lobbista se zavazuje jednat vždy tolerantně, s úctou, klidně, vyváženě a rozvážně.

8.2. Shrnutí navrženého kodexu in-house lobbisty

Kodex firemního *in-house lobbisty* by na základě navržených kritérií mohl být mnohem obsáhlejší a podrobnější, ovšem základní podmínkou kvalitního a funkčního etického kodexu je jeho stručnost a pochopitelnost.⁹²² Proto jsme navrhli kodex *in-house lobbisty* poměrně krátký a jednoduše formulovaný, aby pomáhal a vyjasňoval, místo toho, aby namáhal a znejistoval.⁹²³ Kodex je vystavěn na kritériích navržených v sedmé kapitole, volně navazuje na firemní kodex stavební firmy navržený v předešlé práci, obsahuje základní limity firemní pohostinnosti využívané lobbistou, přináší jasné mantinely, za které by *in-house lobbista* neměl vkročit a obsahuje také vodítka, jak mravně správně jednat, a rovněž velmi stručné a jednoduché vysvětlení, proč takto jednat.

V tomto bodě práce jsme dospěli k naplnění cílů a k závěru práce věnované *in-house lobbyingu*. Je více než patrné, že problematika *lobbyingu* obecně a *in-house*

922 Srov. SCHWARTZ, Mark S. Effective Corporate Codes of Ethics: Perceptions of Code Users, s. 321–341.

923 Srov. WELLER, Steven. The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics, s. 389–395.

lobbying povýtce není eticky snadno uchopitelná a černobíle řešitelná. Jedná se o komplexní problematiku, která zasahuje do mnoha oblastí a jejíž elementární platformou je demokratické uspořádání společnosti založené na dialogu a důvěře. Lobbying má svá velká rizika, ovšem má rovněž nesporné přínosy a potence vzhledem k obecnému blahu. Nelze považovat téma za eticky vyřešené, ale naopak za otevřené pro další etickou diskuzi a průběžné etické sledování jeho vývoje. Problematika lobbyingu je a bude velmi zajímavá, patrně zůstane také částečně kontroverzní a do určité míry také zneužívána.⁹²⁴ Přesto jsme dospěli k pevnému názoru, že firemní *in-house lobbying* vystavěný na navržených kritériích může být považován za mravně ospravedlnitelný prizmatem teologické etiky.

924 Srov. BAŽANTOVÁ, Ilona a kol. *Lobbying a korupce při tvorbě veřejné politiky*, s. 23–38.

Závěr

V disertační práci jsme pracovali s otázkou, zda lze považovat instrumentalizovaný firemní *in-house lobbying* prosazující firemní cíle u lobbovaných osob s rozhodovací pravomocí za mravně ospravedlnitelný, zda může být jednání *in-house lobbisty* považováno za souladné s východisky teologické etiky. Do tématu jsme vstupovali s vědomím, že mediální obraz lobbyingu v České republice je značně kontroverzní, ne-li přímo negativní a snažili jsme se porozumět, proč je tomu tak. Po stručném naznačení podstaty firemního *in-house lobbyingu* jsme se podívali do historie tak hluboko, kam až to umožnily nejstarší dochované texty lidstva, abychom ověřili hypotézu, že lobbying není novým fenoménem, ale naopak je starý jako kulturní dějiny lidstva a byl využíván při klíčových událostech, které mnohdy měnily výhybku směru dějin. Všimli jsme si rovněž, že již v dávné minulosti bylo lobbování neboli prosazování věci kompetentní osobou vybavenou detailní znalostí problematiky často provázáno s korupcí, předáváním darů nebo jinou manipulací či cíleným zavazováním. Nahlédli jsme lobbying netradičně také v Písmu Starého i Nového zákona a ověřili, že také v Bibli je lobbování častým tématem, které prostupuje lidskou činností a snahou o rozvoj. Lobbying – pochopitelně jinak nazývaný – je součástí hospodářské sféry, na níž jsme v práci cílili, odedávna a patrně tomu v budoucnu nebude jinak. I proto je téma nutné dále podrobovat etickým soudům a stálému sledování a prověřování.

V obsáhlé kapitole věnované podstatě, motivům a metodám lobbyingu jsme téma podrobně promysleli a lobbying jsme rozdělili podle několika klíčů: hovořili jsme o lobbyingu přímém a nepřímém; nahlédli jsme základní dělení na politický lobbying, firemní *in-house lobbying* a lobbying v neziskovém sektoru; navrhli jsme dělení lobbyingu podle směru působení na vzestupný a sestupný vertikální lobbying, horizontální lobbying a horizontálně-vertikální lobbying a rovněž jsme upozornili na oddělení lobbyingu od tzv. kmotrovství, neboť mediální obraz lobbyingu často poškozují lidé, kteří by neměli být označováni jako lobbisté, ale mnohem spíše kmotři. Pro etické posouzení je takové oddělení přímo klíčové. V kapitole věnované exaktnímu definování lobbyingu jsme upozornili na časté nevyváženosti v odborné literatuře, z níž jednoznačně prosvítají dvě protichůdné tendence, a sice (1) neadekvátní démonizace lobbyingu a explicitní propojování problematiky s korupcí, či dokonce hospodářským predátorstvím a (2) přílišná adorace lobbyingu a opomíjení faktu, že lobbista je za svou činnost placen,

a to často velmi dobře. Pokusili jsme se proto přinést vyváženou a komplexní definici lobbingu, abychom problematiku nasvítili ze všech úhlů a přinesli adekvátní vyváženou a detailně promyšlenou deskripci založenou nejen na studiu odborné literatury, ale také na praktických zkušenostech z dvaceti let podnikání v oblasti českého stavebnictví. Právě české stavebnictví jsme si zvolili jako vymezení zájmové oblasti, a to z jednoduchého důvodu: protože jej profesně dobře známe a k hodnotnějšímu uchopení poměrně velmi širokého tématu bylo potřeba téma zacílit na užší oblast, aby byly výsledky relevantní pro konkrétní segment a nebyly příliš široké, příliš obecné a tedy také příliš neurčité. Oblast českého stavebnictví je ovšem pro téma firemního *in-house lobbying* zajímavá také proto, že má – bohužel zaslouženě – značně korupční pověst.

Došli jsme k závěru, že *instrumentalizovaný in-house lobbying* je záměrná a cílená činnost lobbisty, který prosazuje konkrétní firemní cíl nebo vizi u osob s rozhodovací pravomocí, nebo zastupuje sdružení firem či společenský segment, v němž firma aktivně působí, nebo tuto činnost vyvíjí směrem k dodavatelům či konkurentům, a to za úplatu. *In-house lobbista* není externí odborník, ale zaměstnanec firmy, který je obvykle vrcholový manažer a v případě potřeby je vysílán jako firemní *in-house lobbista*. Právě finanční ohodnocení lobbistovy činnosti bývá v odborné literatuře často opomíjeno, přitom je to jedna z klíčových charakteristik lobbingu. V případě firemního *in-house lobbisty*, který je za lobbování odměněn nad rámec pracovní smlouvy podle výsledku lobbování, to platí dvojnásob. Na druhé straně *in-house lobbying* nelze apriori považovat za korupci, jak jsme prokázali ve druhém metodologickém kroku. Je zřejmé, že značná roztržitost přístupů k lobbingu v odborné literatuře v souvislosti s nepříliš pozitivním mediálním obrazem činí problematiku zatíženou velmi nepřesným předporozuměním, které je třeba studiem modifikovat a zpřesňovat. Také k tomu se snažila přispět tato práce.

Ve třetí kapitole práce jsme se zaměřili na návrh zákona o lobbingu v České republice z roku 2009 a aktualizovaný návrh téhož zákona z roku 2019. Všimli jsme si základních východisek, pozitiv i drobných negativ obou návrhů. Zákon o lobbingu měl vstoupit v platnost 1. 1. 2021, ovšem nestalo se, a v současné době (2022) tedy stále platí stav, kdy v České republice nemáme jakékoli legislativní zakotvení lobbingu. Tento stav není možné považovat za dobrý, neboť zkušenosti ze světa ukazují, že

legislativní a etické zakotvení lobbingu je nezbytné a leckdy ani to nestačí k ochraně společnosti před korupcí a hospodářským podváděním zejména ve veřejných hospodářských soutěžích. Největším přínosem zákona o lobbingu má být vedle jasného definování problematiky zavedení registru lobbistů a lobbistických kontaktů, který je v rozvinutých demokraciích na západ od nás již etablovanou a osvědčenou realitou. Samotný zákon ale zajisté nestačí, jak ostatně dokládá zahraniční odborná literatura a také praxe odhalující kolosální případy korupce či kartelového jednání v hospodářských soutěžích souvisejících s firemním *in-house lobbyingem*. Proto je v souladu s legislativním uchopením lobbingu nezbytné pečlivé etické promyšlení, etablování etických kodexů lobbistů i *in-house lobbistů* a otevření konstruktivní etické diskuse o problematice lobbingu. Faktem dnes zůstává, že Česká republika nemá žádný platný zákon o lobbingu a stavební firmy obvykle nemají kodex *in-house lobbisty* ve svých etických kodexech. Právě otevření plodné diskuse o lobbingu a navržení modelového kodexu *in-house lobbisty* tato práce pro podnikatelskou praxi přináší.

Čtvrtou obsáhlou kapitolu jsme věnovali východiskům etiky, teologické etiky a podnikatelské etiky a jejich základním otázkám, které si v souvislosti s lobbingem klademe. Kromě zasazení lobbingu do širšího etického kontextu a zacílení na teologickou etiku jsme se v této kapitole podrobně věnovali klčovému principu každé teologicko-etické práce, tedy principu personality, neboť právě tento princip se ukázal být klčovým také v etickém posouzení lobbingu. Nahlédli jsme proto současné myšlenkové linie chápání teologického pojmu lidská osoba – substanciální, vystavěný na Boethiově definici osoby jako individuální substance rozumové přirozenosti a relacionální, založený na myšlenkách Richarda od sv. Viktora a zejména Tomáše Akvinského, a rozličné přístupy, které z těchto dvou modelů vznikly. Upozornili jsme také na rizika výrazného až extrémního relacionálního modelu vzhledem k aplikaci na teologicko-etický princip personality. *In-house lobbying* jsme poté nahlédli jako podnikatelskou aktivitu a téma vztáhli ke křesťanské hospodářské etice, kde jsme mimo jiné prokázali, že aktivní podnikání i přiměřené generování zisku je v souladu s křesťanskými východisky a výzvami pro praktický život.

V páté kapitole jsme se zabývali předem vyloučeným jednáním, což je v našem případě lobbying provázaný s korupcí a lobbying ve střetu zájmů. Korupce je v českém

stavebnictví natolik palčivé a aktuální téma, že kapitola zasloužila více pozornosti a rozsahu. Vymezení lobbingu a korupce je naprosto klíčovou záležitostí dalšího etického posuzování problematiky. Ukázali jsme, že někteří právníci zařazují lobbing do korupčního a predátorského jednání bez dostatečné argumentace, což považujeme za nevyváženost vzhledem k problematice ve svém celku. Lobbing a korupce jsou dvě jednoznačně oddělitelné a odlišitelné skutečnosti, což jsme v páté kapitole prokázali na úrovni podstaty, motivů, metod a následků lobbistického a korupčního jednání. Faktem je, že někteří kmotři maskují svou korupci za lobbing a faktem také je, že takové maskování je v současné době velmi jednoduché, neboť absence zákona i etických kodexů lobbisty korupčníkům nahrávají. Nelze však označit lobbing za z podstaty korupční jednání.

V kapitole cílené na lobbing vzhledem ke korupci jsme přinesli ukázky typických situací z podnikatelské praxe, na kterých lze vymezit hranice mravně ospravedlnitelného lobbingu v situaci soutěžení veřejné zakázky. Právě veřejná hospodářská soutěž je nejcitlivější místo setkávání soukromého byznysu s veřejnými financemi vzhledem ke korupci a jedno z nejčastějších zacílení firemního *in-house lobbyingu*. Lze říci, že celá tato disertační práce v jistém smyslu cílila právě na tuto situaci. V bodech věnovaných lobbingu a hospodářské soutěži jsme navrhli limity legitimního lobbingu – čímž jsme naplnili jednu z rovin cíle celé práce – a varovali před typickými riziky, které by mravně ospravedlnitelný lobbing mohly posunout do oblasti za ospravedlnitelnou hranou (či spíše intervalem) do oblasti nemravné, nebo dokonce do oblasti korupční, a tedy také nelegální. V závěru kapitoly věnované lobbingu vzhledem ke korupci jsme rovněž navrhli možná řešení v boji s korupcí v hospodářské soutěži vzhledem k lobbingu.

Po těchto krocích jsme přistoupili k problematice etických kodexů. Nastínili jsme jejich podstatu, smysl, historii i metodiku tvorby a připravili si půdu pro navržení vlastního kodexu firemního *in-house lobbisty*. Etické posouzení firemního *in-house lobbyingu* jsme provedli v sedmé a osmé kapitole práce, kde jsme navrhli kritéria mravně ospravedlnitelného *instrumentalizovaného in-house lobbyingu* a následně jsme na jejich základě navrhli konkrétní kodex *in-house lobbisty*.

Dospěli jsme k závěru, že instrumentalizovaný firemní *in-house lobbying* vystavěný na navržených kritériích je mravně ospravedlnitelný a může být realizován v souladu

s východisky teologické etiky, aniž bychom zastírali, že skýtá nebezpečí ke zneužití. Jako klíčová jsme vyhodnotili kritéria: (1) personality v těsném sepětí s podkritérii pravdivosti, úcty, dialogu, beznátlakového jednání a respektu k osobě jako Božímu obrazu, (2) obecného blaha a solidarity, (3) subsidiarity, (4) vymezení se vůči korupci a symbolické firemní pohostinnosti, (5) spravedlnosti, (6) participace, (7) správné hierarchie cílů, (8) trvale udržitelného rozvoje, (9) přiměřenosti, (10) reality, (11) rozumnosti a (12) nekartelového jednání. Kapitola věnovaná návrhu kritérií mravně ospravedlnitelného *in-house lobbyingu* byla klíčovou kapitolou celé práce a metodologickým vyvrcholením zápolení s problematikou *in-house lobbyingu*. Kritéria zřetelně dokládají, že v teologicko-etickém posouzení nemůžeme činit ostré chirurgické řezy a musíme naopak pečlivě posuzovat vždy na základě synergie kritérií, nikdy na základě pouze jednoho z nich.

Navržení kodexu firemního *in-house lobbyisty* bylo určitým epilogem celého zápolení na teoretické rovině, ale zároveň vyvrcholením celé práce na rovině praktické. Přínos práce v teoretické rovině spočívá v teologicko-etické reflexi tématu, které v této disciplíně v českém (a pokud je autorovi známo ani v zahraničním) prostředí doposud nebylo zpracováno. V zahraniční literatuře lze nalézt etické, nikoli ovšem teologicko-etické, zhodnocení obecného či politického, nikoli ovšem firemního *in-house lobbyingu*. V tomto zaměření je téma zpracováno prvně a otevírá další diskuzi. Přínos práce v praktické rovině spočívá v navržení modelového etického kodexu *in-house lobbyisty* pro vytyčený segment podnikání. Modelový kodex je vypracován za základě konstantních kritérií a pro větší sepětí s praxí rovněž variabilních limitů pro daný segment, jejichž nalezení bylo jedním z cílů práce.

Pracovali jsme s otázkou, zda existuje určitá forma a míra mravně legitimního *in-house lobbyingu* slučitelného s východisky teologické etiky. Došli jsme k závěru, že taková forma a míra existuje. Cílem práce bylo přinést kritéria a limity mravně legitimního *in-house lobbyingu* a tento cíl jsme naplnili, aniž bychom však považovali téma za vyřešené. Naopak: domníváme se, že tato práce může být prvním krokem na dlouhé cestě etického prověřování, sledování a posuzování komplexního a velmi aktuálního fenoménu *in-house lobbyingu*.

Použité zkratky

1 Král – první kniha královská

1 Sam – první kniha Samuelova

1 Kol – první list Kolosanům

1 Kro – první kniha kronik

2 Kro – druhá kniha kronik

2 Sol – druhý list Soluňanům

Amos – Amos

DH – deklarace o náboženské svobodě Dignitatis humanae

DV – věroučná konstituce o Božím zjevení Dei verbum

Dt – kniha Deuteronomium

Ex – kniha Exodus

Ez – Ezechiel

Gn – kniha Genesis

GS – pastorální konstituce II. vatikánského koncilu Gaudium et Spes

Iz – Izaiáš

Joz – kniha Jozue

Kaz – kniha Kazatel

KKC – Katechismus katolické církve

Lk – Evangelium podle svatého Lukáše

Lv – kniha Levitikus

Mich – Micheáš

Mt – Evangelium podle svatého Matouše

Mk – Evangelium podle svatého Marka

Př – Přísloví

Řím – list Římanům

Sir – Sirachovec

Ž – žalm

Použitá literatura

- ADAMS, Robert M. Human Autonomy and Theological Ethics. *European journal for philosophy of religion* 2016, roč. 8, č. 3, s. 3–20. doi: 10.24204/ejpr.v8i3.1665
- AKVINSKÝ, Tomáš. *Komentář k Etice Nikomachově. II. kniha*. 1. vyd. Praha: Krystal OP, 2013. ISBN 978-80-87183-61-8.
- ANIDJAR, Gil. Christians and Money: (The Economic Enemy). *Ethical perspectives* 2005, roč. 12, č. 4, s. 497–519. doi: 10.2143/EP.12.4.2004795
- ANTALÍK, Dalibor – STARÝ, Jiří – VÍTEK, Tomáš. *Zákon a právo v archaických kulturách. Svět archaických kultur V*. 1. vyd. Praha: Herrmann & synové, 2010. ISBN 978-80-87054-24-6.
- ANZENBACHER, Arno. *Křesťanská sociální etika. Úvod a principy*. 2. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2015. ISBN 978-80-7325-371-4.
- ANZENBACHER, Arno. *Úvod do filozofie*. 1. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1990. ISBN 80-04-25414-4.
- ARBOGAST, Stephen V. *Resisting Corporate Corruption: Cases in Practical Ethics From Enron Through The Financial Crisis*. 3. vyd. New Jersey: John Wiley & Sons, 2013. ISBN 9781119323747.
- ARISTOTELÉS. *Etika Nikomachova*. 4. vyd. Praha: Rezek, 2013. ISBN 978-80-86207-35-3.
- ATANÁŠ. *Život sv. Antonína Poustevníka*. 1. vyd. Velehrad: Refugium, 1996. ISBN 80-901957-5-X.
- AURELIUS AUGUSTINUS. *Vyznání*. 5. vyd. Praha: Kalich, 2006. ISBN 80-7017-027-1.
- BAUDOT, Lisa – ROBERTS, Robin W. – WALLACE, Dana M. An Examination of the U.S. Public Accounting Profession's Public Interest Discourse and Actions in Federal Policy Making. *Journal of Business Ethics* 2017, roč. 142, č. 2, s. 203–220. doi: 10.1007/s10551-016-3158-y
- BAŽANTOVÁ, Ilona a kol. *Lobbing a korupce při tvorbě veřejné politiky*. 1. vyd. Praha: Prospekturm, 2007. ISBN 978-80-7175-144-1.
- BLÁHA, Jiří – DYTRT, Zdeněk. *Manažerská etika*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-726-1084-8.
- BIČ, Miloš. *Při řekách Babylonských*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 1990. ISBN 80-7021-032-X.

- BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe: Public Affairs and the Lobbying Industry in 28 EU Countries*. 1. vyd. London: Palgrave Macmillan, 2017. ISBN 9781137552563.
- BRUNI, Luigino – ZAMAGNI, Stefano. *Economia civile*. 1. vyd. Bologna: Il Mulino, 2004. ISBN 978-88-15096-73-9.
- BUBER, Martin. *Já a Ty*. 1. vyd. Praha: Kalich, 2005. ISBN 9788071980421.
- BÖCKLE, Franz. *Fundamental Moral Theology*. 1. vyd. Pueblo: Pueblo Publishing Company, 1980. ISBN 9780916134426.
- BOOTH, Philip – GREGG, Samuel. *Catholic Social Teaching and the Market Economy*. 1. vyd. London: Institute of Economic Affairs, 2007. ISBN 9780255365819.
- BOUBLÍK, Vladimír. *Teologická antropologie*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2001. ISBN 80-7195-059-9.
- BURIAN, Jan – OLIVA, Pavel. *Civilizace starověkého středomoří*. 1. vyd. Praha: Svoboda, 1984.
- BURIAN, Jan – OLIVA, Pavel. *Civilizace starověkého středomoří. II. díl*. 2. vyd. Praha: Arista Books, 2015. ISBN 978-80-87867-19-8.
- CODLING, Sylvia. *Best Practice Benchmarking: A Management Guide*. 1. vyd. Hampshire: Gower Publishing, 1995. ISBN 9780566075919.
- COHEN, Norman J. *Moses and the Journey to Leadership: Timeless Lessons of Effective Management from the Bible and Today's Leaders*. 1. vyd. Woodstock, Vermont: Jewish Lights Publishing, 2008. ISBN 9781580233514.
- CONGLETON, Roger D. – GROFMAN, Bernard N. – VOIGT, Stefan. *The Oxford Handbook of Public Choice*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780190469733.
- CORETH, Emerich. *Co je člověk?* 2. vyd. Praha: Zvon, 1996. ISBN 80-7113-089-2.
- Council on Governmental Ethics Laws. *Ethics & Lobbying 1991: Legislation & Litigation*. 1. vyd. Washington: Council on Governmental Ethics Laws, 1992.
- COULANGES, Fustel de. *Antická obec*. 1. vyd. Praha: Pastelka, 1998. ISBN 80-902439-7-5.
- CLARKE, Norris W. *Osoba a bytí*. 1. vyd. Praha: Krystal OP; Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2007. ISBN 978-80-7195-170-4.

- CRANE, Andrew – MATTEN, Dirk. *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. 4. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2016. ISBN 9780199697311.
- CROSBY, John F. The Incommunicability of Human Persons. *The Thomist* 1993, roč. 57, č. 3, s. 403–442. doi: 10.1353/tho.1993.0020
- CURRAN, Charles E. *Conscience*. 1. vyd. New York: Paulist Press, 2004. ISBN 9780809142484.
- CURRAN, Charles E. *Diverse Voices in Modern US Moral Theology*. 1. vyd. Georgetown: Georgetown University Press, 2019. ISBN 9781626166325.
- CURRAN, Charles E. *Sixty Years of Moral Theology: Readings in Moral Theology no. 20*. 1. vyd. New York: Paulist Press, 2020. ISBN 978-0-8091-0665-3.
- ČAPEK, Jakub a kol. *Přístupy k etice II*. 1. vyd. Praha: Filosofia, 2015. ISBN 9788070074428.
- ČASTORÁL, Zdeněk. *Ekonomická kriminalita a management*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2011. ISBN 978-80-7452-005-1.
- ČERNÁ, Stanislava – PLÍVA, Stanislav a kol. *Podnikatel a jeho právní vztahy*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2013. ISBN 9788087146767.
- DANČÁK, Břetislav – HLOUŠEK, Vít – ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Korupce. Projevy a potírání v České republice a Evropské unii*. 1. vyd. Brno: Mezinárodní politologický ústav, 2006. ISBN 80-210-4062-9.
- DAVID, Vladislav – NETT, Alexander. *Korupce v právu mezinárodním, evropském a českém*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-562-9.
- DAVID, Vladislav - NETT Alexander. *Dokumenty OSN ke korupci a organizovanému zločinu: Úmluva OSN proti korupci, Protokol proti nezákonné výrobě střelných zbraní, jejich částí a součástí a munice i proti nezákonnému obchodu s nimi, doplňující Úmluvu OSN proti nadnárodnímu organizovanému zločinu*. 1. vyd. Praha: Institut pro kriminologii a sociální prevenci, 2008. ISBN 978-807-3380-663.
- DAVID, Roman. *Ústava České republiky: Listina základních práv a svobod: úplné znění, doplněné poznámkami, úvodem do problematiky a výběrem ze soudních případů*. 1. vyd. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2001. ISBN 9788071821090.
- DAVIS, Michael. *Profession, Code, and Ethics*. 1. vyd. Farnham: Ashgate, 2002. ISBN 9780754605508.
- De GEORGE, Richard T. Theological Ethics and Business Ethics. *Journal of Business Ethics* 1986, roč. 5, č. 6, s. 421–432. doi: 10.1007/BF00380748

- DEFLEM, Mathieu. *Sociology of Law - Visions of a Scholarly Tradition*. 2. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2008. ISBN 9780511815546.
- DÍOGENÉS LAERTIOS. *Životy, názory a výroky proslulých filozofů*. 2. vyd. Pelhřimov: Nová tiskárna, 1995. ISBN 80-901916-3-0.
- DOHMEN, Christoph – STEMBERGER, Günter. *Hermeneutika židovské Bible a Starého zákona*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2007. ISBN 978-80-7021-874-7.
- Dokumenty II. vatikánského koncilu*. 2. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2002. ISBN 80-7192-467-9.
- DRUTMAN, Lee. *The Business of America is Lobbying: How Corporations Became Politicized and Politics Became More Corporate*. 1. vyd. Oxford, New York: Oxford University Press, 2015. ISBN 9780190215514.
- ELDERS, Leo J. *The Ethics of St. Thomas Aquinas: Happiness, Natural Law, and the Virtues*. 1. vyd. Washington: Catholic University of America Press, 2019. ISBN 9780813231983.
- ERIKSEN, Thomas Hylland. *Sociální a kulturní antropologie*. 1. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-465-6.
- Ethics Resource Center (U.S.). *Creating a Workable Company Code of Ethics*. 1. vyd. Washington: Ethics Resource Center, 1990.
- FERGUSON, Niall. *The Ascent of Money: A Financial History of the World*. 1. vyd. New York: Penguin Press, 2008. ISBN 978-0-14-199026-2.
- FIALA, Petr – SCHUBERT, Klaus. *Moderní analýzy politiky: Uvedení do teorií a metod policy analysis*. 1. vyd. Brno: Barrister a Principal, 2000. ISBN 8085947501.
- FLETCHER, Joseph F. *Situation Ethics: The New Morality*. 1. vyd. Louisville, London: Westminster John Knox Press, 1997. ISBN 9780664257613.
- FOTR, Jiří a kol. *Manažerské rozhodování: postupy, metody a nástroje*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-15-9.
- Freedom House. *Freedom in the World 2020: The Annual Survey of Political Rights and Civil Liberties*. 1. vyd. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 2021. ISBN 9781538151815.
- FRIEDRICH, Carl J. Corruption Concepts in Historical Perspective. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*. 3. vyd. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 2011. ISBN 9781412813891.

- FRYŠTÁK, Marek. *Hospodářská kriminalita z pohledu teorie a praxe*. 1. vyd. Brno: KEY Publishing, 2007. ISBN 978-80-87071-18-2.
- FURGER, Franz. *Etika seberealizace, osobních vztahů a politiky*. 1. vyd. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-1061-0.
- GARDNER, James. *Effective Lobbying in the European Community*. 1. vyd. Heidelberg: Springer Netherlands, 1991. ISBN 9789065445261.
- GARDINER, John A. Defining Corruption. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*. 3. vyd. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 2011. ISBN 9781412813891.
- GEE, Quentin. Corporations, Rights, and Lobbying. *Ethical Theory and Moral Practice* 2016, roč. 19, č. 1, s. 397–408. doi: 10.1007/s10677-015-9631-3
- GELAK, Deanna. *Lobbying and Advocacy: Winning Strategies, Recommendations, Resources, Ethics and Ongoing Compliance for Lobbyists and Washington Advocates*. 2. vyd. Washington: TheCapitol.Net Inc, 2008. ISBN 9781587331008.
- GEORGE, A. R. *The Babylonian Gilgamesh Epic: Introduction, Critical Edition and Cuneiform Texts*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2003. ISBN 9780199278411.
- GIDDENS, Anthony. *Sociologie*. 1. vyd. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-124-4.
- GILSON, Etienne. *Bytí a někteří filosofové*. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 1997. ISBN 80-86005-46-1.
- GLACKIN, Shane N. Obligations of Conscience. *Journal of moral philosophy* 2022, roč. 19, č. 1, s. 1–24. doi: 10.1163/17455243-20212990
- GRAZIANO, Luigi. Lobbying and the Public Interest. In CLAEYS, Paul H. *Lobbyisme, pluralisme et intégration européenne/Lobbying, Pluralism and European Integration*. 1. vyd. Brusel: PIE-EIP, 1998. ISBN 978-90-5201-803-4.
- GRIFFITH, Gareth. *The regulation of lobbying*. 1. vyd. Sydney: NSW Parliamentary Library Research Service, 2008. ISBN 9780731318360.
- GUARDINI, Romano. *Svět a osoba*. 1. vyd. Svitavy: Trinitas, 2005. ISBN 808688502X.
- HAJI, Ischtiyaque. Freedom and Practical Reason. *Ethical theory and moral practice* 2009, roč. 12, č. 2, s. 169–179. doi: 10.1007/s10677-008-9132-8
- HALAMA, Jindřich. Chápání trhu a tržního hospodářství v evangelické tradici. *AUC Theologica* 2016, roč. 6, č. 1, s. 33–48. doi: 10.14712/23363398.2016.2

- HALÍK, Tomáš. *Prolínání světů. Ze života světových náboženství*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny, 2006. ISBN 80-7106-834-9.
- HAMERNÍKOVÁ, Bojka a kol. *Veřejné finance*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2010. ISBN 978-80-7357-497-0.
- HANUŠ, Jiří. *Lidská práva: Nárok na obecnou platnost a kulturní diferenciaci*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2001. ISBN 80-85959-86-0.
- HAVELKA, Ondřej. Mary L. Hirschfeld: Aquinas and the Market: Toward a Humane Economy. *AUC Theologica* 2020, roč. 10, č. 1, s. 194–196. doi: 10.14712/23363398.2020.52
- HAVELKA, Ondřej. Teologicko-etický princip personality a jeho soudobé myšlenkové směry. *Verba Theologica* 2020, roč. 39, č. 2, s. 98–109.
- HAVELKA, Ondřej. *Morální aspekty klonování člověka ve světle křesťanské etiky*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, 2014.
- HAVELKA, Ondřej. *Politika firemní pohostinnosti ve světle křesťanské etiky*. Rigorózní práce. Praha: Univerzita Karlova, 2019.
- HAVELKA, Ondřej. Synkretismus katolického křesťanství a západoafrického vodunu z teologicko-etické perspektivy. *Studia Theologica* 2021, roč. 23, č. 3, s. 149–174. doi: 10.5507/sth.2021.033
- HAVELKA, Ondřej. The Syncretism of the Gabonese Bwiti Religion and Catholic Christianity from a Theological and Theological-Ethical Perspective. *AUC Theologica* 2022, roč. 12, č. 1, s. 145–159. doi: 10.14712/23363398.2022.22
- HARPER, Robert Francis. *The Code of Hammurabi, King of Babylon*. 1. vyd. Chicago: University of Chicago Press, 1999. ISBN 9781584770039.
- HAUSER, Christian. Fighting Against Corruption: Does Anti-corruption Training Make Any Difference? *Journal of business ethics* 2019, roč. 159, č. 1, s. 281–299. doi: 10.1007/s10551-018-3808-3
- HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*. 3. vyd. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 2011. ISBN 9781412813891.
- HILL, Roger B. *Historical Context of the Work Ethic*. 1. vyd. Athens: University of Georgia, 1996.
- HILL, Alec. *Just Business: Christian Ethics for the Marketplace*. 3. vyd. Illinois: Inter Varsity Press, 2017. ISBN 9780830887996.

- HILPERT, Konrad. *Základní otázky křesťanské etiky*. 1. vyd. Brno: CDK, 2017. ISBN 978-80-7325-442-1.
- HIRSCHFELD, Mary L. *Aquinas and the Market. Toward a Humane Economy*. 2. vyd. Cambridge, London: Harvard University Press, 2018. ISBN 978-0-674-98640-4.
- HODGES, Megan – WOOD, Geoffrey. *Aby váš hlas byl vyslyšen. Úvod do lobbování v České republice*. 1. vyd. Praha: ICN, 1998. ISBN 80-902284-4-5.
- HRDINA, Ignác Antonín – SZABO, Miloš. *Teorie kanonického práva*. 1. vyd. Praha: Karolinum Press, 2020. ISBN 9788024639192.
- HUNTINGTON, Samuel P. Modernization and Corruption. In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*. 3. vyd. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 2011. ISBN 9781412813891.
- HURYCHOVÁ, Klára – SÝKORA, Michal. *Compliance programy (nejen) v České republice*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2018. ISBN 978-80-7552-667-0.
- HURWIT, Jeffrey M. Beautiful Evil: Pandora and the Athena Parthenos. *American Journal of Archaeology* 1995, roč. 99, č. 2, s. 171–186. doi: <https://doi.org/10.2307/506338>
- CHADWICK, Ruth. *Encyclopedia of Applied Ethics. Volume 1*. 1. vyd. London: Academic Press, 1998. ISBN 0-12-227066-5.
- CHARI, Raj S. – HOGAN, John – MURPHY, Gary. *Regulating Lobbying: A Global Comparison*. 1. vyd. Manchester: Manchester University Press, 2010. ISBN 9780719079375.
- CHMELÍK, Jan – TOMICA, Zdeněk. *Korupce a úplatkářství*. 1. vyd. Praha: Linde, 2011. ISBN 80-7201-434-X.
- IRENEJ. *Adversus haereses, Svatého otce Ireneia, biskupa a mučedníka Patero kněh proti kacířstvím s některými dodatky*. 1. vyd. Praha: Dědictví sv. Prokopa, 1876.
- JAN XXIII. Mater et Magistra (1961). In *Sociální encykliky (1891-1991)*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1996. ISBN 80-7113-154-7.
- JAN PAVEL II. Centesimus annus (1991). In *Sociální encykliky (1891-1991)*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1996. ISBN 80-7113-154-7.
- JAN PAVEL II. Laborem exercens (1981). In *Sociální encykliky (1891-1991)*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1996. ISBN 80-7113-154-7.

- JAN PAVEL II. *Sollicitudo rei socialis* (1987). In *Sociální encykliky (1891-1991)*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1996. ISBN 80-7113-154-7.
- Jeruzalémská Bible*. 1. vyd. Praha: Krystal OP; Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2009. ISBN 978-80-7195-289-3 (Karmelitánské nakladatelství); ISBN 978-80-87183-10-6 (Krystal OP).
- JIMÉNEZ, Erick Raphael. *Aristotle's Concept of Mind*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2017. ISBN 9781107194182.
- JIRSA, Jakub a kol. *Přístupy k etice III*. 1. vyd. Praha: Filosofia, 2016. ISBN 9788070074824.
- JEZIERSKA, Katarzyna – KOCZANOWICZ, Leszek. *Democracy in Dialogue, Dialogue in Democracy: The Politics of Dialogue in Theory and Practice*. 1. vyd. London: Routledge, 2016. ISBN 9781317153139.
- JOHNSON, Luke Timothy. *Sacra pagina. Evangelium podle Lukáše*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005. ISBN 80-7192-560-8.
- JONES, W. Howard. *Personhood Revisited: Reproductive Technology, Bioethics, Religion and the Law*. 1. vyd. Minneapolis: Langdon Street Press, 2013. ISBN 9781938296154.
- KACZOR, Christopher – SHERMAN, Thomas. *Thomas Aquinas on the Cardinal Virtues: A Summa of the Summa on Prudence, Justice, Temperance, and Courage*. 1. vyd. Washington: Catholic University of America Press, 2020. ISBN 9780813233611.
- KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*. 2. vyd. Praha: Svoboda, 1990. ISBN 9788020501523.
- KARCZUBOVÁ, Luisa. *Teologie a ekologie*. 2. vyd. Olomouc: Nakladatelství Centra Aletti Velehrad-Roma, 2018. ISBN 978-80-7412-312-2.
- KARR, Karolina. *Democracy and Lobbying in the European Union*. 1. vyd. Frankfurt, New York: Campus Verlag, 2007. ISBN 9783593384122.
- Katechismus katolické církve*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2002. ISBN 80-7192-473-3.
- KEFFER, Jone M. – HILL, Ronald Paul. An Ethical Approach to Lobbying Activities of Businesses in the United States. *Journal of Business Ethics* 1997, roč. 16, č. 12/13, s. 1371–1379. doi: 10.1023/A:1005722806496
- KHANKA, S. S. *Business Ethics and Corporate Social Responsibility*. 1. vyd. New Delhi: S. Chand Publishing, 2014. ISBN 9789383746125.

- KILBY, Karen. *God, Evil and the Limits of Theology*. 1. vyd. London: Bloomsbury Publishing, 2020. ISBN 9780567684578.
- KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody: teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009. ISBN 9788074001369.
- KING, Leonard W. *A History of Sumer and Akkad*. 1. vyd. Norderstedt: Books on Demand, 2020. ISBN 9783752399639.
- KIRCHIN, Simon. Ethical Phenomenology and Metaethics. *Ethical theory and moral practice* 2003, roč. 6, č. 3, s. 241–264. doi: 10.1023/A:1026012823909
- KLEMENT ALEXANDRIJSKÝ. *Který boháč bude spasen?* 1. vyd. Olomouc: Refugium Velehrad-Roma, 2008. ISBN 978-80-7412-001-5.
- KLÍMA, Josef. *Nejstarší zákony lidstva*. 1. vyd. Praha: Academia, 1979.
- KLÍMA, Josef. *Zákony Chammurapiho*. 1. vyd. Praha: Československá akademie věd, 1954.
- KLING, Lou R. – NUGENT, Eileen – DYKE, Brandon Van. *Negotiated Acquisitions of Companies, Subsidiaries and Divisions*. 1. vyd. New Jersey: Law Journal Press, 2021. ISBN 9781588520562.
- KLÜVER, Heike. *Lobbying in the European Union: Interest Groups, Lobbying Coalitions, and Policy Change*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2013. ISBN 9780199657445.
- KOCHAN, Nick – GOODYEAR, Robin. *Corruption: The New Corporate Challenge*. 1. vyd. New York: Palgrave Macmillan, 2011. ISBN 9780230298439.
- KOERPEL, Robert C. *Contemplating the Future of Moral Theology*. 1. vyd. Eugene, Oregon: Wipf and Stock Publishers, 2017. ISBN 9781532603365.
- KORKEA-AHO, Emilia. Legal Lobbying: The Evolving (But Hidden) Role of Lawyers and Law Firms in the EU Public Affairs Market. *German Law Journal* 2021, vol. 22, no. 1, s. 65–84. doi: <https://doi.org/10.1017/glj.2020.97>
- KOŘENEK, Josef. *Lékařská etika*. 1. vyd. Praha: Triton, 2002. ISBN 80-7254-235-4.
- KOTLÁNOVÁ, Eva. *Korupce a ekonomický růst*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2012. ISBN 978-80-7248-803-2.
- KRAFT, Heinrich. *Slovník starokřesťanské literatury*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005. ISBN 80-7192-516-0.
- KRÁLÍČEK, Vladimír – MOLÍN, Jan. *Vnější a vnitřní kontrola z pohledu managementu*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer, 2014. ISBN 978-80-7478-557-3.

- KRAMER, S. N. *Historie začíná v Sumeru*. 2. vyd. Praha: Státní nakladatelství krásné literatury a umění, 1965.
- KRAMER, Samuel Noah. *The Sumerians: Their History, Culture, and Character*. 2. vyd. Chicago: University of Chicago Press, 2010. ISBN 9780226452326.
- KRAUSE, Neal M. Church-Based Social Relationships and Change in Self-Esteem Over Time. *Journal for the scientific study of religion* 2009, roč. 48, č. 4, s. 756–773. doi: 10.1111/j.1468-5906.2009.01477.x
- KRUIP, Gerhard. Tržní hospodářství v katolickém sociálním učení – historický přehled a sociálněetická analýza. *AUC Theologica* 2016, roč. 6, č. 1, s. 15–31. doi: 10.14712/23363398.2016.1
- KŘIVÁNEK, Mirko. *Dynamické vedení a řízení projektů. Systémovým myšlením k úspěšným projektům*. 1. vyd. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0408-6.
- KUZMICKI, Tadeusz. *Umkehr und Grundentscheidung: Die moraltheologische optio fundamentalis im neueren ökumenischen Gespräch*. 1. vyd. Regensburg: Verlag Friedrich Pustet, 2015. ISBN 9783791770796.
- KÜNG, Hans. *Světový étos pro politiku a hospodářství*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2000. ISBN 80-7021-327-2.
- LABOUTKOVÁ, Šárka – ŠIMRAL, Vít – VYMĚTAL, Petr. *Transparent Lobbying and Democracy*. 1. vyd. Cham: Springer Nature, 2020. ISBN 9783030360443.
- LALOUX, Frederic. *Budoucnost organizací. Průvodce budováním organizací v 21. století na základě evoluce lidského uvažování*. 1. vyd. Praha: PeopleComm, 2016. ISBN 978-80-87917-29-9.
- LAMPE, Kurt. *The Birth of Hedonism: The Cyrenaic Philosophers and Pleasure as a Way of Life*. 1. vyd. New Jersey: Princeton University Press, 2017. ISBN 9780691176383.
- LANGAN, John. Ethics, Business, and the Economy. *Theological studies* 1994, roč. 55, č. 1, s. 105–123. doi: 10.1177/004056399405500107
- LEVERING, Matthew – ROSZAK, Piotr – VIJGEN, Jürgen. *Reading Job with St. Thomas Aquinas*. 1. vyd. Washington, D.C.: Catholic University of America Press, 2020. ISBN 9780813232836.
- LÉVINAS, Emmanuel. *Totalita a nekonečno: Esej o exterioritě*. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 1997. ISBN 9788086005201.
- LIMBECK, Meinrad. *Malý Stuttgartský komentář. Nový zákon 2. Evangelium sv. Marka*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 1997. ISBN 8071922196.

- LOCKE, John. *An Essay Concerning Human Understanding III*. 1. vyd. London, 1690.
- LOMBARD, Paul. *Neřest a ctnost. Portréty z dějin korupce*. 1. vyd. Praha: Themis, 2001. ISBN 80-85821-71-0.
- LUBAC, Henri de. *Katolicismus*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 1995. ISBN 80-7192-017-7.
- MacMULLEN, Ramsay. *Corruption and the Decline of Rome*. 1. vyd. London: Yale University Press, 1988. ISBN 9780300047998.
- McAULIFFE, Donna. *Interprofessional Ethics: Collaboration in the Social, Health and Human Services*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2014. ISBN 9781316156995.
- McFARLAND, Ian A. The Problem with Evil. *Theology today* 2018, roč. 74, č. 4, s. 321–339. doi: 10.1177/0040573617731711
- McGRATH, Conor. *Lobbying in Washington, London, and Brussels: The Persuasive Communication of Political Issues*. 1. vyd. New York: Edwin Mellen Press, 2005. ISBN 9780773460966.
- MARTINEK, Cyril. *Cesta k solidaritě*. 1. vyd. Svitavy: Trinitas, 1998. ISBN 8086036073.
- MARITIAN, Jacques. *Existence and the Existent*. 1. vyd. Garden City: Doubleday, 1957.
- MARX, Reinhard. *Kapitál: plaidoyer pro člověka*. 1. vyd. Praha: Academia, 2013. ISBN 978-80-200-2191-5.
- MARTINS, Nuno. Adam Smith and Catholic Social Teaching. *Journal of business ethics* 2021, roč. 170, č. 2, s. 401–411. doi: 10.1007/s10551-019-04366-7
- MAŠEK, Vojtěch. „Banalita“ dobra a strukturální hřích. *AUC Theologica* 2016, roč. 6, č. 1, s. 173–196. doi: 10.14712/23363398.2016.9
- MAŠEK, Vojtěch. Solidární zisk a efektivita lásky. Motivy současné katolické etiky tržního hospodářství. *Caritas et veritas* 2016, roč. 6, č. 2, s. 194-209. doi: 10.32725/cetv.2016.045
- MATTISON, William C. *Introducing Moral Theology: True Happiness and the Virtues*. 1. vyd. Michigan: Brazos Press, 2008. ISBN 9781441201904.
- MATZ, Brian. *Patristics and Catholic Social Thought: Hermeneutical Models for a Dialogue*. 1. vyd. South Bend: University of Notre Dame, 2014. ISBN 9780268035310.

- McGUCKIN, John Anthony. *The Westminster Handbook to Patristic Theology*. 1. vyd. Louisville, London: Westminster John Knox Press, 2004. ISBN-10: 0664223966; ISBN-13: 978-0664223960.
- MELÉ, Doménec. Exploring the Principle of Subsidiarity in Organisational Forms. *Journal of business ethics* 2005, roč. 60, č. 3, s. 293–305. doi: 10.1007/s10551-005-0136-1.
- MERRILL, Eugene H. *Kingdom of Priests: A History of Old Testament Israel*. 2. vyd. Michigan: Baker Academic, 2008. ISBN 9780801031991.
- Mezinárodní teologická komise. *Společenství a služba. Lidská osoba stvořená k Božímu obrazu*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005. ISBN 80-7192-971-9.
- MILL, John Stuart. *Utilitarianism*. 1. vyd. North Chelmsford, Massachusetts: Courier Corporation, 2007. ISBN 9780486454221.
- MORAVEC, Tomáš – ANDREISOVÁ, Lucie. *Obchodní společnosti pohledem Corporate Governance*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2021. ISBN 9788027141692.
- MOTT, Stephen. *Biblical Ethics and Social Change*. 2. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2011. ISBN 9780190207878.
- MRAVCOVÁ, Jana – JURČÍK, Radek. *Průvodce zadáváním veřejných zakázek: nové možnosti zhodnocení veřejných prostředků*. 1. vyd. Praha: Otevřená společnost, 2009. ISBN 978-80-87110-16-4.
- MRÁZEK, Jiří. *Český ekumenický komentář k Novému zákonu. Evangelium podle Matouše*. 1. vyd. Praha: Centrum biblických studií, 2011. ISBN 978-80-87287-44-6.
- MÜLLER, Karel – LABOUTKOVÁ, Šárka – VYMĚTAL, Petr. *Lobbing v moderních demokraciích*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3165-0.
- MÜLLER, Gerhard Ludwig. *Dogmatika pro studium i pastoraci*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2010. ISBN 978-80-7195-259-6.
- MUNKOVÁ, Jindřiška – Svoboda, Pavel – KINDL, Jiří. *Soutěžní právo*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. ISBN 80-7179-440-6.
- Nadační fond proti korupci. *Premiéři v rukách poradců*. 1. vyd. Brno: Tribun EU, 2017. ISBN 978-80-263-1301-4.
- NEČADOVÁ, Věra. *Etika v podnikání*. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2015. ISBN 9788088064046.

- Nejvyšší státní zastupitelství. *Metodický návod k postupu státních zástupců ve věcech trestných činů souvisejících s korupcí*. 1. vyd. Brno: Nejvyšší státní zastupitelství, 2010.
- NICHOLLS, Andrew D. *The Jacobean Union: A Reconsideration of British Civil Policies Under the Early Stuarts*. 1. vyd. Westport: Greenwood Publishing Group, 1999. ISBN 9780313308352.
- NIXON, William H. In Defense of the Lobbyist. *Teaching Ethics* 2006, roč. 6, č. 2, s. 87–92. doi: 10.5840/tej20066210
- NOVAK, Michael. *Biznis ako poslanie*. 1. vyd. Bratislava: Charis, 1998. ISBN 9788088743217.
- NOVAK, Michael. *Catholic Ethic and the Spirit of Capitalism*. 1. vyd. New York: Free Press, 1993. ISBN 978-0029232354.
- NOVAK, Michael. *Duch demokratického kapitalismu*. 1. vyd. Praha: Občanský institut, 1992. ISBN 80-900190-1-3.
- NOVAK, Michael. *Katolické sociální myšlení a liberální instituce*. 1. vyd. Praha: Česká křesťanská akademie, 1999. ISBN 80-85795-34-5.
- O'COLLINS, Gerald. *Tradition: Understanding Christian Tradition*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2019. ISBN 9780198830306.
- OCKENFELS, Wolfgang. *Katolická sociální nauka*. 1. vyd. Praha: Zvon, 1994. ISBN 80-7113-081-8.
- OCHRANA, František – PAVEL, Jan – VÍTEK, Leoš a kol. *Veřejný sektor a veřejné finance: Financování nepodnikatelských a podnikatelských aktivit*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 9788024783536.
- Office of the Secretary of State. *Directory of Lobbyists, Lobbying Firms, and Lobbyist Employers*. 1. vyd. Berkeley: Office of the Secretary of State, 2003.
- OLSON, Mancur. *Vzestup a pád národů: Ekonomický růst, stagflace a společenská rigidita*. 1. vyd. Praha: Liberální institut, 2008. ISBN 978-80-86389-51-6.
- OVEČKA, Libor. „Člověče, bylo ti oznámeno, co je dobré...“ *Česká katolická morální teologie 1884-1948*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2012. ISBN 9788024619576.
- ÖRSY, Ladislas. The Divine Dignity of Human Persons in Dignitatis humanae. *Theological studies* 2014, roč. 75, č. 1, s. 8–22. doi: 10.1177/0040563913519565
- PADRNOS, Jaroslav. *Vhled do právní úpravy českého obchodního práva. Základy podnikání fyzických a právnických osob*. 1. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 2013. ISBN 978-80-7418180-1.

- PAVEL, Jan. *Veřejné zakázky a efektivnost*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2013. ISBN 9788087865040.
- PARKER, Christine – NIELSEN, Vikebe Lehmann. *Explaining Compliance: Business Responses to Regulation*. 1. vyd. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2011. ISBN 9780857938732.
- PAYNE, Jan. *Odkud zlo? O nezkrotnosti čili slabosti lidské vůle*. 1. vyd. Praha: Triton, 2005. ISBN 8072545000.
- Papežská rada pro spravedlnost a mír. *Kompendium sociální nauky církve*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2008. ISBN 978-80-7195-014-1.
- Papežská biblická komise. *Bible a morálka: biblické kořeny křesťanského jednání*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2010. ISBN 9788071953678.
- Papežská biblická komise. *Výklad Bible v církvi*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2007. ISBN 978-80-7195-133-9.
- PAVLÍK, Ján. *Teorie mravních citů a geneze pravidel spravedlnosti*. In SMITH, Adam. *Teorie mravních citů*. 1. vyd. Praha: Liberální institut, 2005. ISBN 9788086389387.
- PECHA, Lukáš. *Starobabylónský stát. Politický vývoj, hospodářství, státní správa*. 1. vyd. Praha: Orientální ústav Akademie věd ČR, 2003. ISBN 80-85425-51-3.
- PELIKÁNOVÁ, Irena. *Obchodní právo. 1. díl*. 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. ISBN 978-80-7357-525-0.
- PESCH, Otto Hermann. *Druhý vatikánský koncil 1962–1965: Příprava, průběh, odkaz*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 1996. ISBN 80-7021-194-6.
- PESCHKE, Karl-Heinz. *Hospodářství z křesťanského pohledu*. 1. vyd. Praha: Česká křesťanská akademie, 1996. ISBN 80-85795-25-6.
- PESCHKE, Karl-Heinz. *Křesťanská etika*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 1999. ISBN 8070213310.
- PETROVSKÝ, Karel. *Korupce po česku, aneb, Korupce očima průměrného Čecha*. 1. vyd. Praha: Eurolex Bohemia, 2007. ISBN 978-80-86861-94-4.
- PHELAN, Gerald. *The Existentialism of St. Thomas*. 1. vyd. Toronto: Pontifical Institute of Mediaeval Studies, 1967.
- PINKOVÁ, Aneta. *Zaměstnavatelské a podnikatelské organizace v ČR. Prosazování organizovaných zájmů*. 1. vyd. Brno: CDK, 2011. ISBN 978-80-7325-258-8.
- PITRA, Zdeněk. *Podnikový management*. 1. vyd. Praha: ASPI – Wolters Kluwer, 2008. ISBN 978-80-7357-379-9.

- PITRA, Zdeněk – MOHELSKÁ, Hana a kol. *Management transferu znalostí: Od prvního nápadu ke komerčně úspěšné inovaci*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2015. ISBN 978-80-7431-145-1.
- POLÁKOVÁ, Jolana. *Smysl dialogu*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2008. ISBN 9788070219669.
- POTTS, Timothy C. *Conscience in Medieval Philosophy*. 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. ISBN 9780521892704.
- POTUČEK, Martin. *Veřejná politika*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2005. ISBN 80-86429-50-4.
- POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Hermeneutika mystéria. Struktury myšlení v dogmatické teologii*. 1. vyd. Praha: Krystal OP; Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005. ISBN 80-85929-77-5 (Krystal OP); ISBN 80-7195-001-7 (Karmelitánské nakladatelství).
- POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *I řekl Bůh. Trinitární teologie stvoření*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2019. ISBN 978-80-246-4261-1.
- POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš z Nazareta, Pán a Spasitel*. 4. vyd. Praha: Krystal OP; Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2010. ISBN 978-80-87183-21-2 (Krystal OP); ISBN 978-80-7195-394-4 (Karmelitánské nakladatelství).
- POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Ježíš Kristus – Pravda dějin: trojiční a christocentrická teologie dějin*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2009. ISBN 978-80-7195-369-2.
- POSPÍŠIL, Ctirad Václav. *Jako v nebi, tak i na zemi: náčrt trinitární teologie*. 1. vyd. Praha: Krystal OP; Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2007. ISBN 978-80-85929-99-7 (Krystal OP); ISBN 978-80-7195-123-0 (Karmelitánské nakladatelství).
- POSPÍŠIL, Ctirad Václav. Nikdy nekončící zápas o člověka. Lidská osoba ve světle christologie a trinitologie. In *In Spiritu Veritas, Almanach k 65. Narozeninám Dominika Duky OP*. 1. vyd. Praha: Krystal OP, 2008. ISBN 978-80-87183-02-1.
- PORTER, Phillip. The Parable of the Talents (Matt 25:14–30): Preparing Jesus' Disciples to Lead the Worldwide Expansion of the Mission of Jesus. *Novum Testamentum* 2021, roč. 63, č. 2, s. 159–176. doi: 10.1163/15685365-12341700
- PŘÍHODA, Petr. Pěstování oboru etiky v situaci přebujelého pragmatismu. *Medicínská etika a bioetika* 1994, roč. 1, č. 3, s. 6–8.
- PUTNOVÁ, Anna – SEKNIČKA, Pavel. *Etické řízení ve firmě*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1621-3.

- RAD, Gerhard von. *Old Testament Theology: The theology of Israel's historical traditions*. 2. vyd. Louisville, Kentucky: Westminster John Knox Press, 2001. ISBN 9780664224073.
- RAHNER, Karl. *Základy křesťanské víry*. 1. vyd. Svitavy: Trinitas, 2002. ISBN 8086036383.
- RAHNER, Karl – VORGRIMLER, Herbert. *Teologický slovník*. 2. vyd. Praha: Vyšehrad, 2009. ISBN 978-80-7021-934-8.
- RATZINGER, Joseph. *Úvod do křesťanství*. 1. vyd. Brno: Petrov, 1991. ISBN 8085247135.
- RAWLS, John. *Teorie spravedlnosti*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 9788085605891.
- RECINOVÁ, Monika. Úvod. In KLEMENT ALEXANDRIJSKÝ. *Který boháč bude spasen?* 1. vyd. Olomouc: Refugium Velehrad-Roma, 2008. ISBN 9788074120015.
- REMIŠOVÁ, Anna. *Etika a ekonomika*. 3. vyd. Bratislava: Kalligram, 2011. ISBN 978-80-8101-402-4.
- RICHARDSON, John T. *Readings in Catholic Social Teaching: Selected Documents of the Universal Church, 1891–2011*. 1. vyd. Eugene, Oregon: Wipf and Stock Publishers, 2015. ISBN 9781630878573.
- RICKABY, Joseph. *Moral Philosophy: Ethics, Deontology and Natural Law*. 1. vyd. Glasgow: Good Press, 2019. ISBN 4064066245818.
- RODRIGUEZ-DOMINGUEZ, Luis – GALLEGO-ALVAREZ, Isabel – GARCIA-SANCHEZ, Isabel Maria. Corporate Governance and Codes of Ethics. *Journal of business ethics* 2009, roč. 90, č. 2, s. 187–202. doi: 10.1007/s10551-009-0035-y
- ROGOVA, Galina – SCOTT, Peter. *Fusion Methodologies in Crisis Management: Higher Level Fusion and Decision Making*. 1. vyd. New York: Springer, 2016. ISBN 9783319225272.
- ROLNÝ, Ivo. *Etika v podnikové strategii: Metodologické postupy integrace etiky do podnikové strategie*. 3. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 2007. ISBN 9788086575582.
- ROSE-ACKERMAN, Susan. *Corruption and government: causes, consequences, and reform*. 1. vyd. New York: Cambridge University Press, 1999. ISBN 0521659124.
- ROSE-ACKERMAN, Susan. When is Corruption Harmful? In HEIDENHEIMER, Arnold J. – JOHNSTON, Michael. *Political Corruption: Concepts and Contexts*. 3. vyd. New Brunswick, London: Transaction Publishers, 2011. ISBN 9781412813891.

- ROTTER, Hans. *Důstojnost lidského života. Základní otázky lékařské etiky*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 1999. ISBN 80-7021-302-7.
- ROTTER, Hans. *Osoba a etika. K základům morální teologie*. 1. vyd. Brno: CDK, 1997. ISBN 80-85959-18-6.
- RYAN, George H. *A Guide to Lobbyist Registration & Reporting*. 2. vyd. Illinois: Secretary of State, Index Department, 1994.
- RYŠKA, Pavel – PRŮŠA, Jan. *Korupce: ekonomie vs. mýty*. 1. vyd. Praha: Institut Václava Klause, 2013. ISBN 9788087806036.
- ŘÍČAN, Pavel. *Psychologie osobnosti*. 6. vyd. Praha: Grada, 2010. ISBN 9788024731339.
- SACHS, Jeffrey D. *The Price of Civilization: Reawakening American Virtue and Prosperity*. 2. vyd. New York: Random House, 2011. ISBN 9780679605027.
- SAHLINS, Marshall. *Stone Age Economics*. 1. vyd. Chicago: Aldine, 1972. ISBN 0415320100.
- SAMUEL, Vinay. Business and Corruption. *Transformation* 1995, roč. 12, č. 1, s. 23–27. doi: 10.1177/026537889501200106
- SCOLA, Angelo et al. *Osoba ludzka. Antropologia teologiczna*. 1. vyd. Poznań: Pallotinum, 2005. ISBN 9788370145125.
- SCHNELLE, Udo. *Theology of the New Testament*. 1. vyd. Michigan: Baker Academic, 2009. ISBN 9780801036040.
- SHAFER-LANDAU, Russ. *Oxford Studies in Metaethics Volume 15*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2020. ISBN 9780198859512.
- SHAHAK, Israel. *Historie a náboženství Židů. Tiha tři tisíc let*. 1. vyd. Olomouc: Votobia, 2005. ISBN 80-7220-224-3.
- SCHENDELEN, Rinus van. *Jak lobbovat v Evropské unii: aneb Machiavelli v Bruselu*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2004. ISBN 80-86598-75-6.
- SCHENKOVÁ, Kateřina – LASÁK, Jan a kol. *Compliance v podnikové praxi*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2017. ISBN 978-80-7400-668-5.
- SCHWARTZ, Mark S. *Business Ethics: An Ethical Decision-Making Approach*. 1. vyd. New Jersey: John Wiley & Sons, 2017. ISBN 9781118393444.
- SCHWARTZ, Mark S. Effective Corporate Codes of Ethics: Perceptions of Code Users. *Journal of business ethics* 2004, roč. 55, č. 4, s. 321–341. doi: 10.1007/s10551-004-2169-2

- SEDLÁČEK, Tomáš. *Ekonomie dobra a zla. Po stopách lidského tázání od Gilgameše po finanční krizi*. 2. vyd. Praha: 65. pole, 2012. ISBN 978-80-87506-10-3.
- SINGH, Jang B. Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics: An Empirical Study. *Journal of business ethics* 2011, roč. 101, č. 3, s. 385–395. doi: 10.1007/s10551-010-0727-3
- SKOBLÍK, Jiří. *Přehled křesťanské etiky*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1997. ISBN 8071843571.
- SMRČKA, Luboš. *Ovládnutí a převzetí firem*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2013. ISBN 9788074004421.
- SOKOL, Jan. *Moc, peníze a právo. Esej o společnosti a jejích institucích*. 2. vyd. Praha: Vyšehrad, 2015. ISBN 978-80-7429-638-3.
- SOKOL, Jan. *Mistr Eckhart a středověká mystika*. 3. vyd. Praha: Vyšehrad, 2009. ISBN 978-80-7021-976-8.
- SOKOLOWSKI, Robert. The Human Person and Political Life. *The Thomist* 2001, roč. 65, č. 4, s. 505–527. doi: 10.1353/tho.2001.0036
- SOLOVE, Daniel J. – SCHWARTZ, Paul M. *EU Data Protection and the GDPR*. 1. vyd. Philadelphia: Wolters Kluwer Law & Business, 2020. ISBN 9781543832631.
- SOMBART, Werner. *Der moderne Kapitalismus*. 1. vyd. München: Verlag von Duncker & Humblot, 1928.
- SOMBART, Werner. *The Jews and Modern Capitalism*. 3. vyd. New Brunswick, NJ: Transaction, 1997. ISBN 9781412826921.
- SOMME, Luc-Thomas. The Infallibility, Impeccability and Indestructibility of Synderesis. *Studies in Christian ethics* 2006, roč. 19, č. 3, s. 403–416. doi: 10.1177/0953946806071563
- SOUČEK, Zdeněk. *Strategie úspěšného podniku. Symbióza kreativity a disciplíny*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-572-5.
- SOUČKOVÁ, Jana. *Starověký přední východ*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1979. ISBN 23-075-79.
- SOUKENÍK, Štěpán – GREGOR, Miloš – MATUŠKOVÁ, Anna. Czech Republic. In BITONTI, Alberto – HARRIS, Phil. *Lobbying in Europe: Public Affairs and the Lobbying Industry in 28 EU Countries*. 1. vyd. London: Palgrave Macmillan, 2017. ISBN 9781137552563.

- SOUKUP, Martin. *Antropologie a Melanésie. Z doby kamenné do kyberprostoru*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2014. ISBN 978-80-24624-61-7.
- SMITH, Adam. *Bohatství národů*. 1. vyd. Praha: Liberální institut, 2017. ISBN 9788086389608.
- SMITH, Adam. *Teorie mravních citů*. 1. vyd. Praha: Liberální institut, 2005. ISBN 9788086389387.
- SMITH, Benjamin L. The Meaning and Importance of Common Goods. *The Thomist* 2016, roč. 80, č. 4, s. 583–600. doi: 10.1353/tho.2016.0040
- SMITH, Michael L. – PROKEŠ, Vojtěch. *Regulace lobbingu v České republice. Od myšlenky ke konceptu a implementaci*. 1. vyd. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2013. ISBN 978-80-7330-247-4.
- SPIEKER, Manfred. *Katolická sociální nauka a sociální tržní hospodářství*. 1. vyd. Praha: ČKA, 1996. ISBN 80-85795-24-8.
- SPIEKER, Manfred. The Universal Destination of Goods: The Ethics of Property in the Theory of a Christian Society. *Journal of Markets & Morality* 2005, roč. 8, č. 2, s. 333–354.
- STAPENHURST, Rick – JOHNSTON, Niall – PELIZZO, Riccardo. *The Role of Parliament in Curbing Corruption. WBI Development Studies*. 1. vyd. Washington, DC: World Bank, 2006. ISBN-10: 0-8213-6724-2.
- STEINMAN, Horst – LÖHR, Albert. *Základy podnikové etiky*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-858-6556-4.
- STERBA, James P. *Ethics: The Big Questions*. 2. vyd. London: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-9128-9.
- STÖRIG, Hans Joachim. *Malé dějiny filozofie*. 3. vyd. Praha: Zvon, 1993. ISBN 8071130583.
- SUTOR, Bernhard. *Politická etika*. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 1996. ISBN 8086005178.
- SVOBODA, David. *Metafyzika vztahů. Tomáš Akvinský a vybraní autoři tomistické tradice*. 1. vyd. Praha: Krystal OP, 2017. ISBN 9788075750280.
- SVENDSEN, Gert Tinggaard. *The Political Economy of the European Union: Institutions, Policy and Economic Growth*. 1. vyd. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2003. ISBN 9781781957097.
- SYNEK, Miloslav a kol. *Manažerská ekonomika*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1992-4.

- ŠPIDLÍK, Tomáš. *Prameny světla*. 4. vyd. Olomouc: Refugium, 2009. ISBN 9788074120350.
- ŠTICA, Petr. *Migrace a státní suverenita. Oprávnění a hranice přistěhovalecké politiky z pohledu křesťanské sociální etiky*. 1. vyd. Červený Kostelec: Pavel Mervart, 2010. ISBN 978-80-87378-75-5.
- ŠTIČKA, Michal. *Korupce a protikorupční politika ve veřejné správě*. 1. vyd. Praha: Transparency International – Česká republika, 2008. ISBN 9788087123041.
- ŠTIVAR, Jiří Bonaventura. *Františkánské prameny I. Spisy sv. Františka a sv. Kláry*. 1. vyd. Velehrad: Ottobre 12, 2001. ISBN 80-86528-02-2.
- ŠVARC, Zbyněk a kol. *Základy obchodního práva*. 1. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2005. ISBN 80-86898-51-2.
- TAUCHEN, Jaromír – SCHELLE, Karel. *Korupce – Včera a dnes*. 1. vyd. Ostrava: KEY Publishing, 2013. ISBN 978-80-7418-177-1.
- THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-806-6.
- TYDLITÁTOVÁ, Věra. *Symbolika hradeb a bran v hebrejské bibli*. 1. vyd. Praha: Triton, 2010. ISBN 978-80-7387-305-9.
- TYLL, Ladislav. *Podniková strategie*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 9788074005077.
- TREIBER, Hubert. *Reading Max Weber's Sociology of Law*. 1. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2020. ISBN 9780198837329.
- United States. *Reform of Laws Governing Lobbying: Hearing Before the Subcommittee on the Constitution of the Committee on the Judiciary, House of Representatives, One Hundred Fourth Congress, First Session, May 23, 1995*. 1. vyd. Washington: U.S. Government Printing Office, 1996. ISBN 9780160523564.
- VÁCHA, Marek. *Místo, na němž stojíš, je posvátná země*. 1. vyd. Brno: Cesta, 2008. ISBN 978-80-7295-104-8.
- VÁCHA, Marek – KÖNIGOVÁ, Radana – MAUER, Miloš. *Základy moderní lékařské etiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-7367-780-0.
- VANĚK, Jiří. *Obecná, ekonomická a informační etika*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. ISBN 978-80-7357-504-5.
- VELKLEY, Richard. *Freedom and the Human Person*. 1. vyd. Washington, D.C.: Catholic University of America Press, 2007. ISBN 9780813215082.
- VOLEJNÍKOVÁ, Jolana. *Korupce v ekonomické teorii a praxi*. 1. vyd. Praha: Profess Consulting, 2007. ISBN 978-80-7259-055-1.

- VOLF, Miroslav. On human work: an evaluation of the key ideas of the encyclical "Laborem exercens". *Scottish journal of theology* 1984, roč. 37, č. 1, s. 65–79.
- VIRT, Günter. *Žít až do konce. Etika umírání, smrti a eutanazie*. 1. vyd. Praha: Vyšehrad, 2000. ISBN 80-7021-330-2.
- VRÁNA, Karel. Dialogický personalismus. In *Veritas liberabit vos. Sborník k sedmdesátinám Karla Skalického*. 1. vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2004. ISBN 9788070406809.
- VYSEKALOVÁ, Jitka – MIKEŠ, Jiří – BINAR, Jan. *Image a firemní identita*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2020. ISBN 9788027115952.
- WATERHOUSE, Benjamin C. *Lobbying America: The Politics of Business from Nixon to NAFTA*. 1. vyd. Princeton, Oxford: Princeton University Press, 2015. ISBN 9780691168012.
- WEBER, Helmut. *Všeobecná morální teologie*. 1. vyd. Praha: Zvon; Praha: Vyšehrad, 1998. ISBN 80-7021-292-6.
- WEBER, Max. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. 1. vyd. New York: Routledge, 2013. ISBN 9781135973988.
- WEBER, Max. *Ancient Judaism*. 1. vyd. New York: Simon & Schuster, 2010. ISBN 9781439119181.
- WEBER, Max. *Metodologie, sociologie a politika*. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 2009. ISBN 978-807298-389-6.
- WEBER, Max. *Autorita, etika a společnost*. 1. vyd. Praha: Mladá Fronta, 1997. ISBN 80-204-0611-5.
- WEBLEY, Simon. *Codes of Ethics and International Business*. 1. vyd. London: Institute of Business Ethics, 1997. ISBN 095240205X.
- WELLER, Steven. The Effectiveness of Corporate Codes of Ethics. *Journal of business ethics* 1988, roč. 7, č. 5, s. 389–395. doi: 10.1007/BF00382543
- WEST, Andrew. After Virtue and Accounting Ethics. *Journal of business ethics* 2018, roč. 14, č. 1, s. 21–36. doi: 10.1007/s10551-016-3018-9
- West Group. *West's Encyclopedia of American Law*. 2. vyd. Eagan: West Publishing Company, 1998. ISBN 9780314201607.
- WHEELER, J. T. *An Analysis and Summary of Old Testament History and the Laws of Moses: With a Connection Between the Old and New Testaments*. 1. vyd. Eugene: Wipf and Stock Publishers, 2020. ISBN 9781725291430.

- Woodstock Theological Center. *The Ethics of Lobbying: Organized Interests, Political Power, and the Common Good*. 1. vyd. Georgetown: Georgetown University Press, 2002. ISBN 9780878409051.
- WOLL, Cornelia. *Firm Interests: How Governments Shape Business Lobbying on Global Trade*. 1. vyd. Ithaca, London: Cornell University Press, 2008. ISBN 9780801446092.
- VENTURA, Václav. *Spiritualita křesťanského mnišství I. Od prapočátků po svatého Jana Zlatoústého*. 1. vyd. Praha: Benediktinské arcidiákonství sv. Vojtěcha a sv. Markéty v Břevnově, 2006. ISBN 80-86882-03-9.
- ZAHRAVNÍK, Jaroslav. *Základy managementu*. 1. vyd. Praha: České vysoké učení technické, 1996. ISBN 80-01-01413-4.
- ZAMAROVSKÝ, Vojtěch. *Na počátku byl Sumer*. 2. vyd. Praha: Panorama, 1983.
- Zákon č. 159/2006 Sb., o střetu zájmů.
- Zákon č. 84/1990 Sb., o právu shromažďovacím, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku.
- Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích.
- Zákon č. 500/2004 Sb., správního řádu, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 85/1990 Sb., o právu petičním.
- Zákon č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 200/1990 Sb., o přestupcích, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- Zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů.
- ZOCH, Paul A. *Ancient Rome: An Introductory History*. 2. vyd. Oklahoma: University of Oklahoma Press, 2020. ISBN 9780806166650.

Internetové zdroje

Bývalý šéf českého fotbalu Pelta byl nepravomocně odsouzen k šesti letům vězení. Deník N. (26.11.2021) [2022-3-24]. <[Bývalý šéf českého fotbalu Pelta byl nepravomocně odsouzen k šesti letům vězení \(denikn.cz\)](http://denikn.cz)>.

ČANÍK, Petr – ČANÍKOVÁ, Petra. *Aplikace metod a nástrojů podnikatelské etiky v českém podnikatelském prostředí.* (2016) [2017-2-22]. <http://transint.xred.cz/doc/ve_amanpe.pdf>.

Dalík už zaplatil čtyřmilionovou pokutu. Jinak by mu hrozil delší trest. IDNES. (9.9.2016) [2019-8-28]. <http://zpravy.idnes.cz/dalik-uz-zaplatilctyrmilionovoupokutuflm-/domaci.aspxc=A160909_074357_domaci_san>.

Evropská komise uvalila rekordní pokutu 2,9 miliardy eur za kartel. Výrobci kamionů společně zvyšovali ceny. Hospodářské noviny. (19.7.2016) [2019-9-1]. <<https://byznys.ihned.cz/c1-65371430-evropska-komise-se-chysta-uvolit-rekordni-pokutu-za-kartel-dostanou-ji-vyrobci-kamionu>>.

HAVELKA, Ondřej. *Předovýchodní zprávy o potopě světa, trestajících dingirech a vědomí hříchu.* Dingir: Náboženský infoservis. (5.12.2020) [2021-1-24]. <[Předovýchodní zprávy o potopě světa, trestajících dingirech a vědomí hříchu – Náboženský infoservis](http://www.dingir.cz)>.

Jsem lobbista ve prospěch českých podniků, prohlásil Zeman v Budapešti. IDNES.cz (14.5.2019) [2019-8-11]. <https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/milos-zeman-prezident-madarsko-budapest-v4-setkani.A190514_223134_zahranicni_hm1>.

OECD. *Principles Transparency and Integrity in Lobbying.* (2013) [2019-07-23]. <<https://www.oecd.org/corruption/ethics/Lobbying-Brochure.pdf>>.

KAMENÍK, Martin – PETRÁKOVÁ, Lenka. *Korupční rizika ve veřejných zakázkách: jak jim čelit? Metodika pro územní samosprávy.* Bezkorupce.cz. (2012) [2017-5-24]. <http://www.oziveni.cz/wp-content/uploads/2011/09/metodika_FINAL.pdf>.

Korupce rozhybala dopravní stavitelství, tvrdí svérázný pardubický podnikatel Ondřej Chládek. EKONOM. (26.7.2017) [2019-9-4]. <<https://ekonom.ihned.cz/c1-65825880-ondrej-chladek-korupce-rozhybala-dopravni-stavitelstvi>>.

Klaus: Brusel ovládají lobbisté. Aktuálně.cz. (23.9.2019) [2019-9-24]. <<https://video.aktualne.cz/dvtv/ze-jsem-nacionalista-nestydim-se-za-to-svet-bez-ceska-pro-me/r~e55f32d4dd6811e988f50cc47ab5f122/>>.

Parlament České republiky. *Návrh zákona o lobbingu a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o lobbingu).* (2009) [2019-8-2]. <<http://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=5&CT=994&CT1=0>>.

- Pelta skončil ve vězeňské nemocnici. Policie jej viní z půlmiliardové škody.* Česká televize. (11.5.2017) [2019-8-28].
<<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/2115390-pelta-skoncil-ve-vezenske-nemocnici-policie-jej-vini-z-pulmiliardove-skody>>.
- Pelta vystoupil poprvé od květnového zatčení. Sebrali mě za to, že jsem lobbboval za fotbal.* iROZHLAS. (12.12.2017) [2019-9-6].
<https://www.irozhlas.cz/sport/fotbal/martin-malik-je-idealni-kandidat-doporucil-miroslav-pelta-sveho-nastupce-pri_1712121435_bor>.
- Politika firemní pohostinnosti, přijímání a předávání darů skupiny Skanska.* SKANSKA. (15.11.2015) [2019-9-8].
<<https://www.skanska.cz/4a7396/siteassets/kdo-jsme/o-nas/nas-eticky-kodex/politika-firemni-pohostinnosti.pdf>>.
- ŘSD reklamuje další úseky D47, hlavně tunel Klimkovice.* Aktuálně.cz. (16.7.2013) [2019-9-3]. <<https://zpravy.aktualne.cz/domaci/rsd-reklamuje-dalsi-useky-d47-hlavne-tunel-klimkovice/r~9afa63e0edf411e28747002590604f2e/>>.
- Sociologický ústav AV ČR. Zásady reformy regulace lobbingu.* [2021-3-29]. <zasady_reformy_regulace_lobbingu_eps_soc_ustav.pdf (frankbold.org)>.
- SKANSKA. Etický kodex.* (2016) [2019-11-16].
<<https://www.skanska.cz/4a742f/siteassets/kdo-jsme/o-nas/nas-eticky-kodex/code-of-conduct-cz.pdf>>.
- Stavba tunelu blanka se prodraží o deset miliard korun.* Silnice-železnice. (6.2.2011) [2019-9-5]. <<http://www.silnice-zeleznice.cz/clanek/stavba-tunelu-blanka-se-prodrazi-o-deset-miliard-korun/>>.
- Ministerstvo pro místní rozvoj. Veřejné zakázky – Transparentní novela zákona.* (2012) [2017-5-23]. <http://www.mmr.cz/getmedia/a3cb52e6-501f-498e-89fa-d79c1fc0ae0f/Verejne-zakazky_Brozura.pdf>.
- VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. Návrh zákona o lobbování.* (30.7.2019) [2019-8-17].
<<https://apps.odok.cz/veklep-detail?pid=KORNB4B9CNQE>>.
- VYMĚTAL, Petr a kol. V čím zájmu? Jak funguje lobbing.* Transparency International. (2014) [2019-07-26]. <<https://www.transparency.cz/wp-content/uploads/V-%C4%8D%C3%ADm-z%C3%A1jmu-a-jak-funguje-lobbing.pdf>>.
- Ministerstvo pro místní rozvoj. Výroční zpráva o stavu veřejných zakázek v České republice za rok 2014.* (2015) [2019-9-2] <http://www.portal-vz.cz/getmedia/e404b766-77d0-488b-8809-6951c53c0eb9/Vyrocnizprava-o-stavu-verejnych-zakazek-v-Ceske-republice-za-rok-2014_final.pdf>.

Zeman a lobbisté? Vládní návrh zákona hovoří jasně. Globe24.cz (6.8.2019) [2019-8-11]. <<https://globe24.cz/domov/69458-zeman-a-lobbiste-vladni-navrh-zakona-hovori-jasne>>.