

# **Autoreferát k disertační práci**

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

ThLic. Mgr. Ondřej Havelka

**Teologicko-etická reflexe firemního  
in-house lobbingu v českém stavitelství**

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

Praha 2023

# Obsah disertační práce

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

lobbying 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 lobbyingu. V obou táborech se objevují demagogické simplifikace a (teologickou terminologií) heretické vytrhávání pouze určitých segmentů lobbyingu z komplexního kontextu. Oba tábory jsou navíc značně názorově roztržštěné a nenabízejí žádný ucelený konkordantní pohled na problematiku. Z předkládané pozice budeme argumentačně oponovat oběma táborům: zaměříme se na skutečnou podstatu lobbyingu 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 lobbyingu je v různých zemích velmi odlišný: zcela specifická situace je v USA, ale rovněž v Evropě jednoznačně vidíme značně rozdílné chápání lobbyingu a často mimořádně odlišný postoj veřejnosti. V České republice je situace také unikátní, neboť chybí kodifikace lobbyingu, chybí rovněž komplexnější etická regulace lobbyingu, 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 lobbyingu 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 lobbyingu doposud (2022) nebyl přijat; v roce 2019 podal premiér České republiky nově upravený návrh zákona o lobbyingu s výhledem na jeho schválení k 1. 1. 2021. Tento termín nebyl dodržen, aktuálně tedy

lobbying nepodléhá české jurisdikci. Komparaci obou návrhů zákona o lobbyingu 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 lobbyngem 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 lobbyngu 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 lobbingu provází, je pojetí lobbingu 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 lobbing vertikální (a to obousměrně), i lobbing horizontální, případně dokonce horizontálně-vertikální.

V práci budeme rozlišovat (mimo politického a firemního) také vnitřní strukturu lobbingu: od společensky přínosného lobbingu jako demokratického institutu, který je integrální součástí teorie plurality na jedné straně, po korupční lobbing, respektive tvrdou korupci maskovanou lobbingem na straně druhé. Budeme se věnovat celé škále přístupů, ovšem středobodem bude reflexe velmi nejednoznačného, nejasného, rozporuplného *instrumentalizovaného in-house lobbingu* (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.

Lobbing 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 navrhne rovněž dělení vnější na tzv. vertikální lobbing, tedy lobbování firem za své zájmy směrem k investorům či naopak a tzv. horizontální lobbing, 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 lobbing může být také prvním krokem následovaným krokem vertikálního lobbingu, kdy firmy spojené díky vyjednávání lobbistů míří společně do veřejné soutěže, nebo jsou firemní *in-house lobbisté* společně vysláni za veřejným činitelem; tento lobbistický dvoj krok navrhujeme nazývat horizontálně-vertikální lobbing. Také tento typ lobbingu může mít opačný postup.

## Cíle a současný stav řešené problematiky

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 přehlednutí 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

přehledněme východiska teologické etiky s jejími klíčovými principy a paradigmaty. Ve druhém metodologickém kroku postoupíme k vnitřnímu a vnějšímu rozdělení lobbingu, vytyčení jeho struktury a vějíře přístupů od jednoznačně prospěšného lobbingu hájícího zájem společnosti až po korupci maskovanou lobbinkem 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 lobbinku* 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 lobbinku* 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 lobbinku*. Existují práce zaměřené na obecně etické hodnocení obecného lobbinku, na které navazujeme. V oblasti teologické etiky je téma *in-house lobbinku* 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 lobbinku* 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 lobbinku, ovšem především lobbinku politického, nikoli firemního *in-house lobbinku*. Navazujeme proto na literaturu – z větší části zahraniční – věnující se (obecnému) lobbinku a křesťanské hospodářské etice zaměřené na mikroetiku podnikání. Předními odborníky zabývajícími se obecným lobbinkem 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.

## Metodika a její odraz ve struktuře práce

Jak už bylo zmíněno, 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. Tento základní metodologický modus dále vnitřně rozdělíme na sedm stupňů prohlubujících koncilní trojkrok v etickém myšlení, navržených Konradem Hilpertem: 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.

V tomto bodě jsou rozvrženy jednotlivé metodologické kroky a jejich vnitřní stupně. Zároveň jsou vztaženy k příslušným kapitolám a jejich klíčovým obsahům. 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 lobbyingu v jeho klíkových souvislostech v první a části druhé kapitoly; nahlédneme historii lobbyingu od prvních sumerských záznamů na hliněných tabulkách z období kolem roku 2 000 př. n. l. až po současnost. Lobbying budeme studovat rovněž v Písmu Starého i Nového zákona a zvláštní pozornost budeme věnovat lobbyingu, podnikání a jejich vztahu ke křesťanství. V první části druhé kapitoly představíme problematiku definic, 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 lobbying, jaký je dějinný vývoj lobbyingu, jaký je jeho cíl, jaký je jeho mediální obraz a společenské chápání, jak lobbying (či spíše lobbista) dosahuje svých cílů, jaký je

současný postoj vědních oborů (právo, ekonomika, management, etika, teologie) k lobbyingu, 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 lobbyingem posuzují lobbisté a opomíjí se povinnosti a práva osob lobbovaných, což je velmi jednostranné posuzování. Proto představíme aktéry komplexně, neboť lobbying má více zúčastněných stran a nedobereme se relevantních závěrů, pokud některou stranu vynecháme. V tomto stupni se budeme tázat, kdo jsou přímí účastníci lobbyingu, s jakými motivy, cíli a metodami do lobbyingu 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 lobbyingu z roku 2009 a 2019, jež prozatím nebyly schváleny a uvedeny do právního řádu České republiky. Návrh zákona nabízí sněmovní pohled na lobbying a uvádí do kontextu z perspektivy vládních činitelů; tento kontext doplníme perspektivou hospodářskou, tedy pohledem podnikatelů, kteří vysílají *in-house lobbisty* 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 lobbying v souvislosti s pohledem odborníků, který je představen v předešlé kapitole, jak zákon definuje práva a povinnosti lobbistů a osob lobbovaných, jak předchází popsaným 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 lobbyingu, třetí stupeň je věnován teologické etice, její podstatě, jejím východiskům a paradigmatům, aby bylo možné v dalších kapitolách teologickou

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

Pátý vytyčený stupeň nabídne propojení posuzovaného *in-house lobbyingu* s etickými principy, závazky a kritérii, jež jsou pro posuzování lobbyingu relevantní. Tomuto stupni bude odpovídat šestá kapitola, kde přiblížíme problematiku etických kodexů, nahlédneme, jak etické kodexy a nově zaváděné kodexy firemní pohostinnosti řeší oblast lobbyingu, 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. Navrheme teologicko-etická kritéria mravně legitimního *instrumentalizovaného in-house lobbyingu*, z nichž vyvodíme vnější limity a hranice lobbyingu. V sedmém a posledním stupni navrheme úpravu etických kodexů a kodexů firemní pohostinnosti na základě nalezených kritérií vzhledem k lobbyingu. 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.

## **Přínos práce**

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, totiž firemního *in-house lobbyingu*. 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 lobbisty* 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 je jedním z cílů práce.

## Výběr použité literatury

- 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
- 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.
- 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.
- 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.
- BOOTH, Philip – GREGG, Samuel. *Catholic Social Teaching and the Market Economy*. 1. vyd. London: Institute of Economic Affairs, 2007. ISBN 9780255365819.
- 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.
- Council on Governmental Ethics Laws. *Ethics & Lobbying 1991: Legislation & Litigation*. 1. vyd. Washington: Council on Governmental Ethics Laws, 1992.

- 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. *Sixty Years of Moral Theology: Readings in Moral Theology no. 20*. 1. vyd. New York: Paulist Press, 2020. ISBN 978-0-8091-0665-3.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- FOTR, Jiří a kol. *Manažerské rozhodování: postupy, metody a nástroje*. 1. vyd. Praha: Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-15-9.

- 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.
- GARDNER, James. *Effective Lobbying in the European Community*. 1. vyd. Heidelberg: Springer Netherlands, 1991. ISBN 9789065445261.
- 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
- 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, 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
- 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
- HAVELKA, Ondřej. Teologicko-etický princip personality a jeho soudobé myšlenkové směry. *Verba Theologica* 2020, roč. 39, č. 2, s. 98–109.
- 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.
- 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.
- CHARI, Raj S. – HOGAN, John – MURPHY, Gary. *Regulating Lobbying: A Global Comparison*. 1. vyd. Manchester: Manchester University Press, 2010. ISBN 9780719079375.
- 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.
- JEZIEŃSKA, Katarzyna – KOCZANOWICZ, Leszek. *Democracy in Dialogue, Dialogue in Democracy: The Politics of Dialogue in Theory and Practice*. 1. vyd. London: Routledge, 2016. ISBN 9781317153139.
- 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.
- 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.
- 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.
- KIRCHIN, Simon. Ethical Phenomenology and Metaethics. *Ethical theory and moral practice* 2003, roč. 6, č. 3, s. 241–264. doi: 10.1023/A:1026012823909
- 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>
- KOTLÁNOVÁ, Eva. *Korupce a ekonomický růst*. 1. vyd. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2012. ISBN 978-80-7248-803-2.
- 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
- KUZMICKI, Tadeusz. *Umkehr und Grundentscheidung: Die moraltheologische optio fundamentalis im neueren ökumenischen Gespräch*. 1. vyd. Regensburg: Verlag Friedrich Pustet, 2015. ISBN 9783791770796.

- LABOUTKOVÁ, Šárka – ŠIMRAL, Vít – VYMĚTAL, Petr. *Transparent Lobbying and Democracy*. 1. vyd. Cham: Springer Nature, 2020. ISBN 9783030360443.
- LANGAN, John. Ethics, Business, and the Economy. *Theological studies* 1994, roč. 55, č. 1, s. 105–123. doi: 10.1177/004056399405500107
- LIMBECK, Meinrad. *Malý Stuttgartský komentář. Nový zákon 2. Evangelium sv. Marka*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 1997. ISBN 8071922196.
- 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.
- 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
- MATZ, Brian. *Patristics and Catholic Social Thought: Hermeneutical Models for a Dialogue*. 1. vyd. South Bend: University of Notre Dame, 2014. ISBN 9780268035310.
- 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.
- Mezinárodní teologická komise. *Společenství a služba. Lidská osoba stvořená k Božímu obrazu*. 1. vyd. Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005. ISBN 80-7192-971-9.
- MOTT, Stephen. *Biblical Ethics and Social Change*. 2. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2011. ISBN 9780190207878.
- 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. *Lobbying 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.
- Nejvyšší státní zastupitelství. *Metodický návod k postupu státních zástupců ve věcech trestných činů souvisejících s korupcí*. 1. vyd. Brno: Nejvyšší státní zastupitelství, 2010.
- NIXON, William H. In Defense of the Lobbyist. *Teaching Ethics* 2006, roč. 6, č. 2, s. 87–92. doi: 10.5840/tej20066210
- 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.
- 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
- 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.
- PARKER, Christine – NIELSEN, Vikebe Lehmann. *Explaining Compliance: Business Responses to Regulation*. 1. vyd. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2011. ISBN 9780857938732.
- 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.

- PELIKÁNOVÁ, Irena. *Obchodní právo. 1. díl.* 2. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. ISBN 978-80-7357-525-0.
- 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.
- POTTS, Timothy C. *Conscience in Medieval Philosophy.* 1. vyd. Cambridge: Cambridge University Press, 2002. ISBN 9780521892704.
- 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
- 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.
- RYAN, George H. *A Guide to Lobbyist Registration & Reporting*. 2. vyd. Illinois: Secretary of State, Index Department, 1994.
- SAMUEL, Vinay. Business and Corruption. *Transformation* 1995, roč. 12, č. 1, s. 23–27. doi: 10.1177/026537889501200106
- 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.
- 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
- 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
- SOKOLOWSKI, Robert. The Human Person and Political Life. *The Thomist* 2001, roč. 65, č. 4, s. 505–527. doi: 10.1353/tho.2001.0036

- 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
- 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.
- SVENDSEN, Gert Tinggaard. *The Political Economy of the European Union: Institutions, Policy and Economic Growth*. 1. vyd. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2003. ISBN 9781781957097.
- 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.
- WATERHOUSE, Benjamin C. *Lobbying America: The Politics of Business from Nixon to NAFTA*. 1. vyd. Princeton, Oxford: Princeton University Press, 2015. ISBN 9780691168012.
- 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
- Woodstock Theological Center. *The Ethics of Lobbying: Organized Interests, Political Power, and the Common Good*. 1. vyd. Georgetown: Georgetown University Press, 2002. ISBN 9780878409051.

## Závěrečné shrnutí

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 lobbyist* 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 demonizace 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 rozptýlenost 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 jistě 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 promýšlení, 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 klíčovému principu každé teologicko-etické práce, tedy principu personality, neboť právě tento princip se ukázal být klíčovým 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 lobbing provázaný s korupcí a lobbing 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 lobbying do korupčního a predátorského jednání bez dostatečné argumentace, což považujeme za nevyváženost vzhledem k problematice ve svém celku. Lobbying 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 kmoři maskují svou korupci za lobbying 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 lobbying za z podstaty korupční jednání.

V kapitole cílené na lobbying vzhledem ke korupci jsme přinesli ukázky typických situací z podnikatelské praxe, na kterých lze vymezit hranice mravně ospravedlnitelného lobbyingu 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 lobbyingu a hospodářské soutěži jsme navrhli limity legitimního lobbyingu – čímž jsme naplnili jednu z rovin cíle celé práce – a varovali před typickými riziky, které by mravně ospravedlnitelný lobbying 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 lobbyingu vzhledem ke korupci jsme rovněž navrhli možná řešení v boji s korupcí v hospodářské soutěži vzhledem k lobbyingu.

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) personalitu 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 lobbisty* 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 lobbisty* 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*.

## Final Summary

The dissertation addressed the question of whether instrumentalized corporate *in-house lobbying* promoting corporate goals among lobbied decision-makers can be considered morally justifiable, and whether the actions of the *in-house lobbyist* can be considered consistent with the premises of theological ethics. The topic was approached with the knowledge that the portrayal of lobbying in the media in the Czech Republic is controversial, if not outright negative, seeking to understand why this is so. After briefly outlining the nature of corporate *in-house lobbying*, the thesis explored the history of lobbying as far back as the oldest extant texts of mankind to test the hypothesis that lobbying is not a new concept, but instead is as old as the cultural history of mankind and has been used in key events that have often changed the course of history. It has also been noted that in the distant past, lobbying or advocacy by a competent person with detailed knowledge of the subject matter has often been linked to corruption, gift-giving or other manipulation or purposeful commitment. Lobbying has also been unconventionally studied from the point of view of the Scriptures of the Old and New Testaments, and it has been verified that lobbying is a common subject in the Bible as well, permeating human activity and the pursuit of development. Lobbying, called differently of course, has always been part of the economic sphere targeted in this paper and this will probably be no different in the future. This is why the topic must continue to be subjected to ethical judgments and constant observation and scrutiny.

A comprehensive chapter devoted to the essence, motives and methods of lobbying discussed the topic in detail and categorised lobbying according to several keys: direct and indirect lobbying was discussed; the basic division into political lobbying, corporate *in-house lobbying* and lobbying in the non-profit sector was looked into; a division of lobbying according to the direction of action into upward and downward vertical lobbying, horizontal lobbying and diagonal lobbying was proposed; and the distinction between lobbying and the so-called “godfathering” was pointed out, as the portrayal of lobbying in media is often damaged by people who should not be called lobbyists, but rather godfathers. Such a distinction is crucial for ethical assessment. The chapter devoted to the exact definition of lobbying pointed out frequent imbalances in the literature, which clearly show two contradictory tendencies, namely

(1) inadequate demonization of lobbying and explicit linking of the subject with corruption or even economic predation and (2) excessive adoration of lobbying and neglecting the fact that lobbyists are paid for their activities, often very handsomely too. The thesis have therefore attempted to provide a balanced and comprehensive definition of lobbying in order to enlighten the matter from all angles and to provide an adequate balanced and detailed description based not only on the study of the literature but also on practical experience from twenty years of business in the Czech construction industry. The Czech construction industry was chosen as the area of interest for a simple reason: because the author knows it well professionally, and in order to grasp a relatively very broad topic in a more valuable way, it was necessary to focus on a narrower area so that the results would be relevant to a specific segment and not too broad, too general and therefore too vague. However, the Czech construction sector is also interesting for the topic of corporate *in-house lobbying* because it is known, unfortunately deservedly, for its high corruption.

It was concluded that *instrumentalized in-house lobbying* is a deliberate and targeted activity of a lobbyist who promotes a specific corporate goal or vision before decision-makers, or represents an association of companies or a social segment in which the company is active, or performs this activity towards suppliers or competitors, for a fee. An *in-house lobbyist* is not an external expert, but an employee of the company who is usually a senior manager sent as the company's *in-house lobbyist* when needed. It is the remuneration for a lobbyist's activities that is often neglected in the literature, yet it is one of the key characteristics of lobbying. This is twice as applicable in the case of a corporate *in-house lobbyist*, who is remunerated for lobbying beyond the scope of the employment contract according to the outcome of the lobbying. On the other hand, *in-house lobbying* cannot be considered a priori as corruption, as proven in the second methodological step. It is obvious that the considerable fragmentation of approaches to lobbying in the literature in connection with the not very positive portrayal in the media makes the subject burdened with a very inaccurate pre-understanding, which needs to be modified and refined through study. This is also what this thesis has tried to contribute to.

The third chapter focuses on the bill on lobbying in the Czech Republic from 2009 and the updated bill from 2019. The basic premises, positives and minor negatives

of both bills have been noted. The Lobbying Act was supposed to come into force on 1 January 2021, but it did not, and the current state of affairs (2022) are that there is still no legislation on lobbying in the Czech Republic. This state of affairs cannot be considered good, as experience from around the world shows that legislative and ethical enshrinement of lobbying is necessary, though often not sufficient, to protect society from corruption and economic fraud, especially in public economic competitions. The biggest benefit of the Lobbying Act, besides clearly defining the matter, should be the introduction of a register of lobbyists and lobbying contacts, which is already an established and proven practice in western developed democracies. However, the act alone is certainly not enough, as evidenced by foreign literature and practice revealing colossal cases of corruption or cartel conduct in economic competitions related to corporate *in-house lobbying*. Therefore, in line with the legislative approach to lobbying, careful ethical reflection, the establishment of codes of ethics for lobbyists and *in-house lobbyists*, and the initiation of a constructive ethical debate on lobbying issues are necessary. The fact is that the Czech Republic does not have any valid act on lobbying and construction companies usually do not have a code of conduct for *in-house lobbyists* in their codes of ethics. This paper is about initiating a fruitful discussion on lobbying and proposing a model code of conduct for *in-house lobbyists*.

The fourth comprehensive chapter was devoted to the foundations of ethics, theological ethics and business ethics and the fundamental questions in the context of lobbying. In addition to placing lobbying in a broader ethical context and focusing on theological ethics, this chapter has discussed extensively the key principle of any theological and ethical work, namely the principle of personality, as this principle has also proved to be crucial in the ethical assessment of lobbying. Glimpse have therefore been given of the current lines of thought in understanding the theological concept of a person – the substantive, built on Boethius' definition of the person as the individual substance of a rational nature, and the relational, based on the ideas of Richard of St. Victor and especially Thomas Aquinas, and the different approaches that have emerged from these two models. Attention was also drawn to the risks of a strong, extreme even, relational model due to its application to the theological and ethical principle of personality. *In-house lobbying* was then approached as an entrepreneurial activity and the topic was related to Christian economic ethics,

demonstrating, among other things, that both active entrepreneurship and reasonable profit generation are consistent with Christian premises and challenges for practical life.

Chapter 5 dealt with conduct ruled out in advance, which, in our case, is lobbying linked to corruption and lobbying in conflicts of interest. Corruption is such a pressing and topical issue in the Czech construction industry that the chapter deserved more attention and scope. The definition of lobbying and corruption is an absolutely crucial matter for further ethical assessment of the subject. It has been shown that some lawyers classify lobbying as corrupt and predatory conduct without sufficient reasoning, which the author considers to be imbalanced with respect to the topic as a whole. Lobbying and corruption are two clearly separable and distinguishable facts, as demonstrated in Chapter 5 at the level of the essence, motives, methods and consequences of lobbying and corruption. It is a fact that some godfathers disguise their corruption as lobbying, and it is also a fact that such a disguise is currently very easy, as the absence of laws and codes of ethics for lobbyists plays into the hands of the corruptionists. However, lobbying cannot be described as an inherently corrupt act.

The chapter focused on lobbying in relation to corruption provided examples of typical situations from business practice, which can be used to define the boundaries of morally justifiable lobbying in a public procurement competition. Public competition is the most sensitive meeting point between private business and public finance due to corruption and one of the most frequent targets of corporate *in-house lobbying*. It can be said that the entire dissertation was, in a sense, aimed at just this situation. The sections on lobbying and competition proposed the limits of legitimate lobbying, thus fulfilling one of the objectives of the thesis as a whole, warning of the typical risks that could push morally justifiable lobbying beyond the justifiable boundary (or rather interval) into the realm of the immoral, or even into the realm of the corrupt, and thus illegal. The conclusion of the chapter on lobbying in relation to corruption also suggested possible solutions to fight corruption in competition in relation to lobbying.

These steps were followed by the matter of codes of ethics. Their essence, meaning, history and methodology were outlined and the ground was prepared for developing an *in-house lobbyist's* code of conduct. The ethical assessment of corporate *in-house lobbying* was carried out in Chapters 7 and 8 of the thesis, where the criteria of morally

justifiable *instrumentalized in-house lobbying* were proposed and then a specific code of conduct for *in-house lobbyists* was devised on the basis of these criteria.

It was concluded that instrumentalized corporate *in-house lobbying* based on the proposed criteria is morally justified and can be carried out in accordance with the premises of theological ethics, without concealing the fact that it poses a risk of abuse. The following criteria were evaluated to be essential: (1) personality in close connection with the sub-criteria of truthfulness, respect, dialogue, non-coercive behaviour and respect for the person as the image of God, (2) general welfare and solidarity, (3) subsidiarity, (4) opposition to corruption and symbolic corporate hospitality, (5) justice, (6) participation, (7) proper hierarchy of goals, (8) sustainable development, (9) adequacy, (10) reality, (11) reasonableness, and (12) non-cartel conduct. The chapter devoted to the proposal of criteria for morally justifiable *in-house lobbying* was the key chapter of the whole thesis and the methodological culmination of the struggle with the topic of *in-house lobbying*. The criteria clearly demonstrate that one cannot make sharp surgical cuts in theological- and ethical assessment, but must instead always carefully judge on the basis of a synergy of criteria, never on the basis of only one of them.

Developing a code of conduct for *in-house lobbyists* was a kind of an epilogue of the whole struggle on the theoretical level, but at the same time the culmination of the entire thesis on the practical level. Without overestimating its contribution, the proposed code of conduct for *in-house lobbyists* can be beneficial for practical purposes, serve as a model code, help initiate a constructive ethical discussion on *in-house lobbying* in Czech business and be a first step on a new path. The question this dissertation addressed was whether there is a form and degree of morally legitimate *in-house lobbying* compatible with the premises of theological ethics. It was concluded that such a form and degree does exist. The aim of the thesis was to present the criteria and limits of morally legitimate *in-house lobbying*, a goal that has been met without, however, considering the topic to be settled. On the contrary, the author believes that this paper can be the first step on a long path of ethical research, observation and assessment of the complex and very topical subject of *in-house lobbying*.

## 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

## **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