

Průvodce účinným lobbováním v ČR

(Závěrečná zpráva z průzkumu mezi českými politiky)

Donath-Burson-Marsteller
Factum Invenio

Zpracoval
Jiří J. Šebek

Praha, březen 2005

Děkujeme kolegům z mateřské firmy Burson-Marsteller a BKSH Brusel za inspiraci a pomoc při přípravě této studie. Stejný dík náleží partnerské agentuře Factum Invenio za odborné vedení vlastního průzkumu a jeho profesionální vyhodnocení. Hlavní dík ale patří respondentům, bez jejichž vůle svěřit se otevřeně se svými názory bychom se s Vámi nyní nemohli podělit o tolik zajímavých skutečností a názorů.

Poznámka autorů:

Zpráva obsahuje řadu pozitivních i negativních výroků respondentů na téma lobbying a na adresu lobbistů. Jde o citace, které nevyjadřují názory ani postoje autorů studie. Nelze z nich ani usuzovat na postoje politických stran, jejichž členové se průzkumu zúčastnili.

Obsah

Obsah	iii
Lobbing jako legitimní komunikační disciplína	iv
Politické výzkumy – transparentnost.....	v
Metodologie	vi
Etika a politika	1
Věříme v sebe.....	2
Ďáblův advokát.....	3
Občanské judo	4
Evropa v Čechách?.....	5
Chvála lobbistům.....	6
Tah na branku.....	7
Hana lobbistů.....	8
Bezohledný a únavný	9
Prospěchářský a hamižný	10
Lobbisté podle rezortu	11
NGO – tudy cesta nevede.....	12
Umění možného	13
Lobbista obecný.....	14
Česká odyssea 2005.....	15
Bližší košile	16
Hrrr na ně.....	17
Politika a Economia	18
Stav lobbování v ČR	19
Prameny	20
Informace o firmách	21
Kontakt.....	21
Prohlášení o volné distribuci	21
Příloha: Demografické ukazatele.....	22

Lobbing jako legitimní komunikační disciplína



Michal Donath
Donath-Burson-Marsteller

„Základními hodnotami, které má každý zaměstnanec veřejné správy cítit a vytvářet tak základ pro budování a udržení důvěry veřejnosti, jsou zákonnost při rozhodování a rovný přístup ke všem fyzickým i právnickým osobám.“

*Kodex etiky zaměstnanců ve veřejné správě,
usnesení Vlády ČR, 21. března 2001*

Dostává se Vám do rukou výsledná zpráva z dalšího výzkumu společnosti Donath-Burson-Marsteller. Tentokrát jsme společně s agenturou Factum Invenio zkoumali postoje politických elit k lobbingu. O potřebě účelné symbiózy mezi volenými politiky a podnikatelskou veřejností jistě nikdo nepochybuje. Politická rozhodnutí mohou zmařit podnikatelské záměry, ale mohou také pomáhat vytvářet podnikatelské příležitosti. A na druhou stranu mohou být soukromé subjekty významnými přispěvateli na politické kampaně. Právě proto je srozumitelná a transparentní komunikace soukromé sféry s politiky důležitá a zcela oprávněně ve středu zájmu široké veřejnosti.

Při přípravě dotazníku jsme zvažovali, jak nazývat komunikační disciplínu, která existuje v České republice pod názvem lobbing. Z jazykového hlediska se jedná o „cizí slovo“ a jako k něčemu cizímu, nepatřičnému se k lobbingu veřejnost staví. Chybějící tradice, absence transparentních pravidel i obavy z oboru opředeného pochybnostmi o jeho metodách i o lidech, kteří se jím zabývají, vyvolávají spíše nedůvěru. A to i přesto, že z hlediska komunikace jde o disciplínu vlastní jak politickému systému České republiky, tak i ostatním moderním demokratickým systémům. K pochybnostem přispívá i to, že málokdo ví, jak se lobbing píše a čím se liší například od lobování v tenise. Ústav pro jazyk český při Akademii věd na svých stránkách o lobbování píše:

„Lobby je nátlaková skupina, která se snaží prosadit své zájmy. Slovo je ženského rodu a je v češtině neskloňné. Odvozená slova zachovávají v základu dvě b: lobbování, lobbovat. Přípony -ista, -ismus se nepřipojují mechanicky k celému základovému slovu, ale ze dvou stejně vyslovovaných samohlásek y – i zůstává pouze jedna, a to i. Píšeme tedy lobbista (stejně jako třeba ragbista), lobbistický, lobbismus, lobbing.“ (Pramen: Jazyková poradna, <http://www.ujc.cas.cz/poradna/odpo.html>, 2005)

Ať už tomu říkáme lobbing, government relations nebo public affairs, jde o legitimní komunikační disciplínu, která má při dodržování etických postupů a pravidel v politické i hospodářské sféře své místo. Ale jen do té doby, dokud se z lobbingu nestane nástroj nepřipustného ovlivňování, dokud se lobbování nezmění na prachšproskou korupci.

Průzkum ukázal, že moderní transparentní lobbing má v moderní české společnosti své oprávněné místo. Nutnou podmínkou je ovšem existence etických pravidel pro činnost lobbistů a vůle taková pravidla striktně dodržovat ze strany všech zúčastněných. Tato studie chce přispět k tomu, aby eticky prováděný lobbing byl vnímán jako legitimní nástroj rozvoje společnosti.

Politické výzkumy – transparentnost



Jan Herzmann
Factum Invenio

„Výzkum uskutečňovaný na základě principů transparentnosti, důvěrnosti a bezpečného nakládání s osobními údaji získává čím dál větší uznání jako forma ‚statistického nebo vědeckého výzkumu‘ [...]“

*Doporučení, jak aplikovat principy ICC/ESOMAR
pro výzkumy trhu a sociálních ukazatelů
červen 2001*

Novodobá historie nezávislého politického výzkumu názorů a postojů občanů i politické elity se v bývalém Československu začala psát 20. listopadu 1989. Skupina pracovníků tehdejšího Ústavu pro výzkum veřejného mínění (dnes CVVM) se toho dne vzepřela „kontrolě shora“ a zorganizovala sérii šetření, která popisovala vývoj politických postojů v průběhu sametové revoluce. Tak trochu bezděčně se tehdy uplatnily základní principy důvěryhodného politického výzkumu:

- správná identifikace společenských problémů, kterým stojí za to věnovat pozornost,
- nezávislost konceptu výzkumu i formulací dotazníku na aktérech politických procesů,
- statisticky opodstatněný výběr respondentů jako reprezentativního vzorku zkoumané skupiny,
- transparentnost a průkaznost celého výzkumného procesu.

Za více než 15 let, které od té doby uplynuly, jsme mohli zaznamenat desítky, možná i stovky výzkumů politických postojů. Některé se věnovaly klasickému veřejnému mínění, tedy názorům široké veřejnosti na otázky související s politikou v nejširším slova smyslu, jiné se soustřeďovaly na volební procesy a ústily ve více či méně přesné předpovědi volebních výsledků. Tak trochu v ústraní, bez velké pozornosti médií, byly realizovány projekty týkající se politických elit a vysoce postavených úředníků státní správy. Za některé z nich vděčíme mezinárodní vědecké komunitě (např. za výzkumy iniciované univerzitou v belgickém Leydenu mapující procesy utváření institucí parlamentní demokracie), za jiné „evropským penězům“. Připomeňme analýzu postojů českých administrativních elit ke vstupu České republiky do Evropské unie. Vyskytly se i projekty, které různé české společnosti realizovaly z vlastní iniciativy a na vlastní náklady s cílem přispět ke kultivaci obecného politického klimatu v naší společnosti.

Výzkum o postojích politických elit k lobbingu patří do této skupiny. Autoři chtěli transparentně popsat stav věcí a nabídnout materiál k zamyšlení s tím, že při realizaci průzkumu byly důsledně dodržovány všechny čtyři zmíněné základní principy důvěryhodného politického výzkumu. Myslím, že právě proto mohou získané výsledky přispět k tomu, aby byl lobbing prováděn otevřeně a eticky a aby v takové společensky přijatelné podobě byl skutečně vnímán jako legitimní nástroj rozvoje české společnosti.

Metodologie

Cíle:

- Získat informace o názorech českých politiků na lobbying a identifikovat informační zdroje, na základě kterých čeští politici činí svá rozhodnutí.
- Podchytit význam termínu lobbování v České republice a zmapovat povědomí o obecných principech lobbingu jako další formy komunikace a jako předpokladu rozvoje občanské společnosti.
- Srovnat tuzemské a zahraniční názory na lobbying v oblasti firemní komunikace a public affairs.

Průzkum v mezinárodním kontextu

Jedná se o první průzkum na téma lobbingu, který mezi politickými elitami uskutečnila agentura Donath-Burson-Marsteller spolu s partnerskou společností Factum Invenio. Inspirací byly průzkumy mezi politiky a úředníky státní správy v USA a EU, které provádí mateřská společnost Burson-Marsteller a její dceřiná firma BKSH. Tento výzkum navíc vychází z pravidel pro lobbování stanovených v Jednacím řádu Evropského parlamentu. Více o pramenech viz kapitola „Prameny“, str. 20.

Dotazníkový systém

Průzkum byl proveden vlastním dotazovacím internetovým systémem agentury Donath-Burson-Marsteller, který umožňuje okamžité vytváření dotazníků a distribuci personalizovaných osobních žádostí o účast v průzkumu. Data byla zpracována na platformě MS SQL Server, Lotus Notes a MS Access a vyhodnocena pomocí programu SPSS Base.

Vzorek

V průběhu průzkumu bylo osloveno celkem 1669 politiků na nejvyšší státní a regionální úrovni. Obrátili jsme se na poslance a senátory Parlamentu ČR, poslance Evropského parlamentu za ČR, členy vlády ČR, hejtmany, krajské zastupitele, primátory největších českých měst, magistrátní zastupitele, starosty a zastupitele městských částí největších českých měst. Dotazování proběhlo v období od 18. ledna do 3. února 2005. Průzkumu se účastnilo 362 respondentů (23 procent z oslovených). Dohromady respondenti v době sběru dat disponovali 390 mandáty, někteří z nich totiž zastávali více funkcí.

Politická příslušnost

Respondenti svou politickou příslušností pokrývají celé spektrum české politické scény, přičemž největší podíl respondentů (35 procent) pocházel z Občanské demokratické strany. Více než 16 procent bylo z ČSSD, 13 procent bylo bez politické příslušnosti, 12 procent z KSČM a po 8 procentech respondentů bylo z KDU-ČSL a US-DEU + ODA. Zbytek respondentů deklaroval příslušnost k některému z dalších třinácti regionálních politických uskupení.

Více o politické příslušnosti včetně přehledu politických stran a jiných demografických ukazatelů viz kapitola „Příloha: Demografické ukazatele“, str. 22.

Etika a politika

„Kde končí lobbying a začíná uplácení?“ (člen ODA)

I ty, Katilino?

Přestřelky ohledně morálky politiků jsou přinejmenším již od starého Říma na veřejném kolbišti běžné. Stejně jako na Římském fóru se i v českých médiích občané dovídají novinky a zaručené zprávy o politicích a jejich činech či o hitu sezony: předčasných volbách. A ne jeden rétor či komentátor bije na poplach a ukazuje prstem na nekalé praktiky spojené s výkonem politické moci. Píše kritiky a publikuje názory, vysmívá se a hrozí. Koneckonců již v primitivních společnostech bylo zesměšňování oponenta jedním z nekrutějších trestů. Moderní Cicero si nedá pokoj, jen aby Katilinu usvědčil a vyhnal z Říma. A z čeho je onen Katilina viněn v očích veřejnosti? Z toho, že se spráhl s lobbistou. Zkoumáme-li však složitý politický proces, zjistíme, že Katilinou by mohl být nazván každý druhý. U nás i ve světě. Kde je hranice politické kultury, za kterou číhá trest nejvyšší, ostrakismus, vyloučení ze slušné společnosti?

S obdobnými otázkami jsme se obrátili na české politiky a o svůj názor se s námi podělilo více než 360 politicky činných osob. Toto jsou některá zajímavá zjištění.

O lobbyingu

- Nejdůležitějším zdrojem informací jsou pro politika vlastní řešerše, názor kolegů a podklady asistentů a zaměstnanců sekretariátu.
- Veřejnost nemá dostatek informací o způsobu práce a užitečnosti lobbyingu.
- Etické lobbování existuje.

Hodnocení lobbyingu

- Nejdůležitějším principem lobbyingu je transparentnost.
- Lobbyisté mohou poskytovat kvalifikované, detailní, odborné a podložené informace.
- Informace poskytované lobbyisty jsou ale mnohdy jednostranné a zkreslující.

Užitečnost lobbyingu

- Politici mají vysoké mínění o lobbyistech působících v sektoru informačních technologií.
- Firmy jsou lepšími lobbyisty než profesní a nevládní organizace.
- Lobbování je důležité pro fungování nejednoho úřadu a politického orgánu.

Nástroje lobbyingu

- Výzkumy regionálních dopadů mají velký vliv na politické rozhodování.
- Politici preferují osobní schůzky.
- Nejvlivnějším médiem masové komunikace v této oblasti jsou Hospodářské noviny.

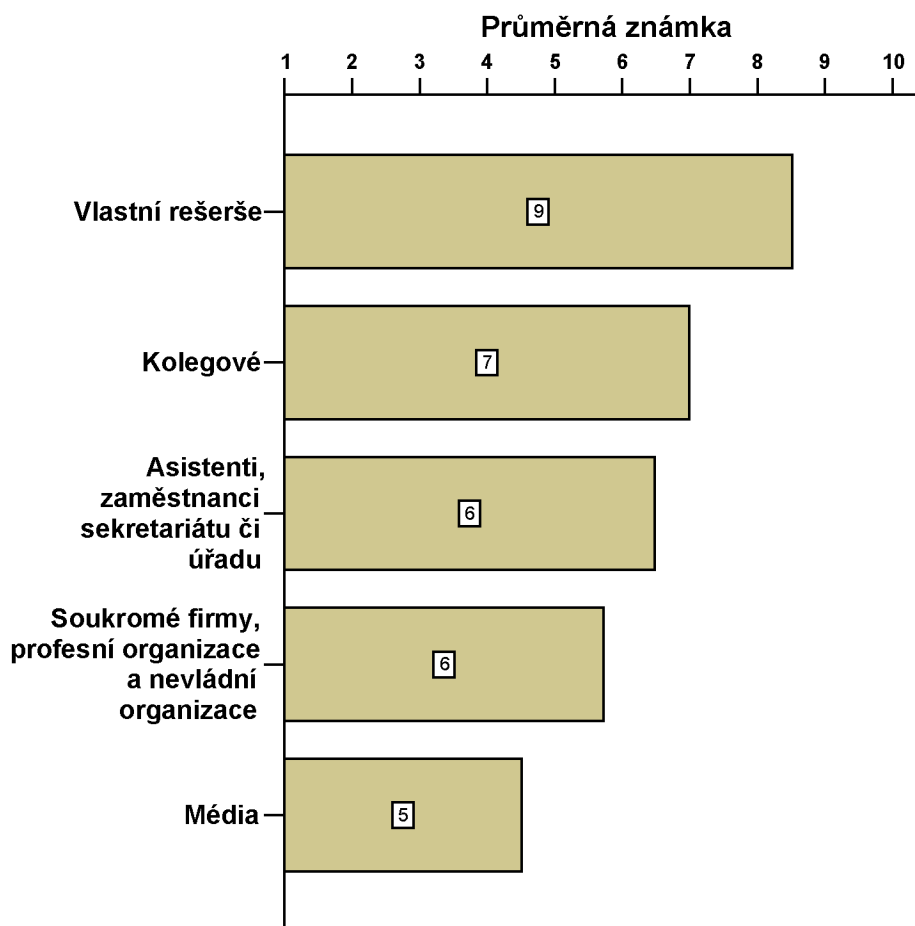
Věříme v sebe

Zdroje informací při práci

Na stupnici 1 až 10 respondenti vyznačovali míru důležitosti různých zdrojů informací, na jejichž základě si vytvářejí kvalifikovaný názor a rozhodují se. (1 = zcela nedůležité a 10 = velmi důležité)

„V určitých případech mohou lobbisté poskytnout nejen důležité informace, ale nabídnout i zatím stále nutné kontakty. Přesto nepřeceňuji jejich vliv.“

člen ODS



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 1: Pro velkou většinu respondentů jsou vlastní rešerše (77 % udělilo známku 8 až 10), kolegové (43 %) a zaměstnanci úřadu (38 %) nejdůležitějšími zdroji informací. Následují soukromé firmy a média.

Neviditelný „Party Whip“

Z výzkumu vyplývá, že čeští politici dají hlavně na svůj vlastní úsudek nebo na úsudek svých kolegů. Tím se od evropských politiků liší. Pro poslance v Bruselu (B-M/BKSH 2001) představují nejdůležitější zdroj informací zaměstnanci jejich sekretariátu. V důležitosti pak v Bruselu následovaly se značným odstupem osobní rešerše a média. Kolegové v EP byli jako důležitý zdroj informací uváděni až na posledním místě – na rozdíl od českých politiků. Pro českého politika představují zřejmě i média relevantní zdroj informací (61 %, známka 4 až 10). Více o médiích v kapitole „Politika a Economia“, str. 18.

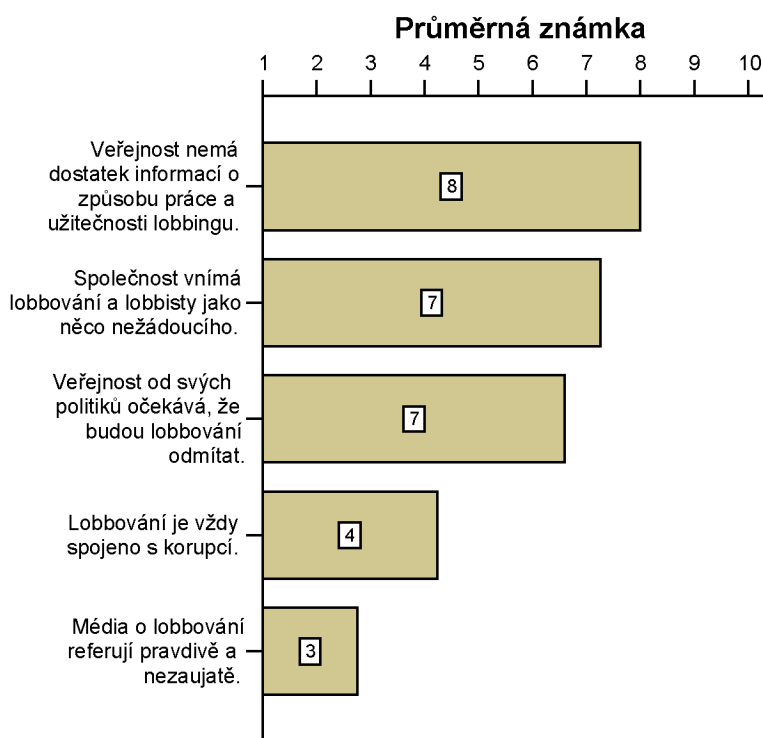
Ďáblův advokát

Vox populi

Respondenti hodnotili, do jaké míry souhlasí s výroky o lobbování za soukromé firmy a profesní organizace.

„Lobbisté jsou ekonomicky a ‚kariérně‘ motivováni k profesionalitě, pracují s informacemi, které mají po odfiltrování relevantní hodnotu, na rozdíl od například médií.“

člen SOS



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 2: Téměř všichni respondenti se shodují, že veřejnost nemá dostatek informací o způsobu práce a užitečnosti lobbingu. Respondenti se také z velké části shodli na tom, že média o lobbování referují nepravdivě a zaujatě.

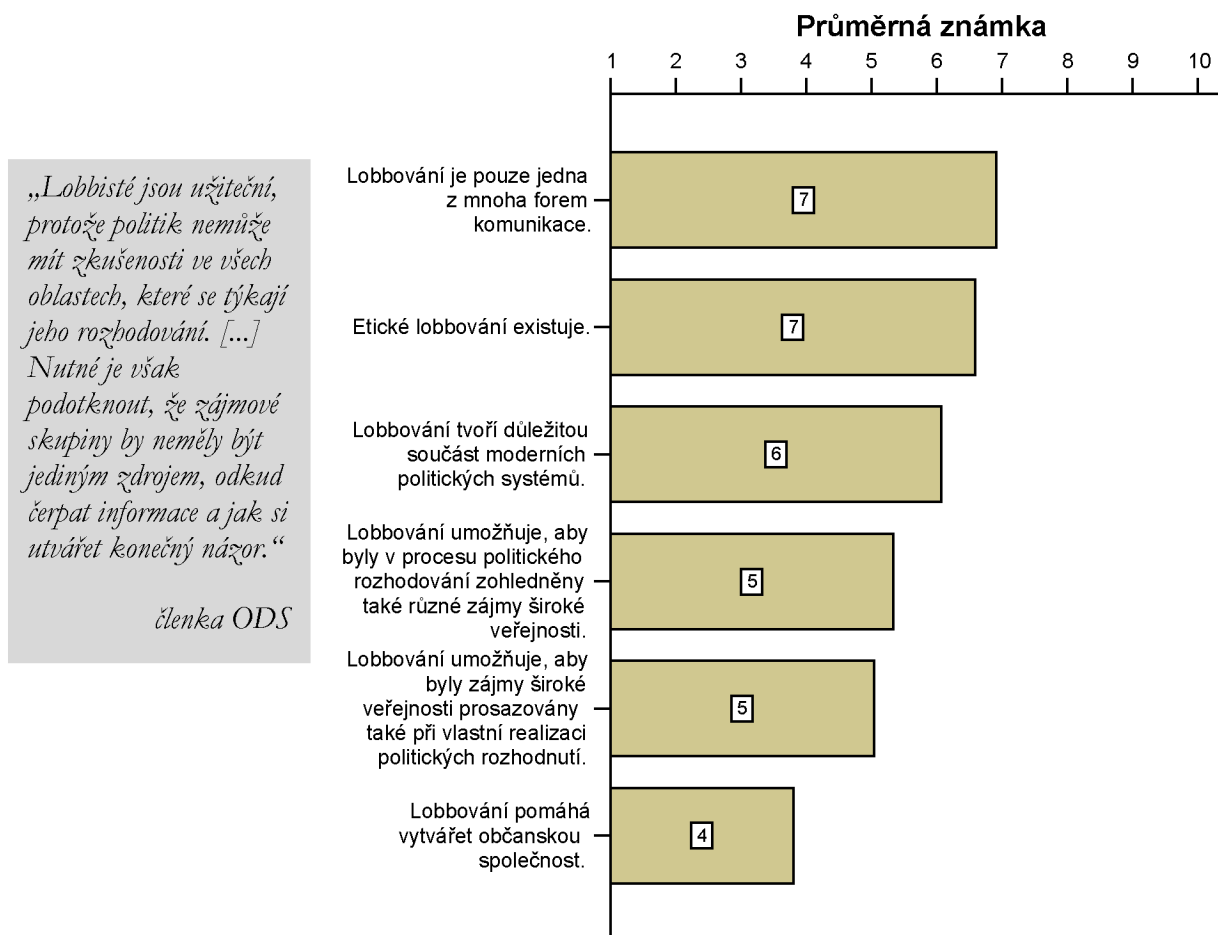
Média a lobbování

Lobbing je podle politiků negativně vnímán veřejností i médii. Politici jsou přesvědčeni, že média o lobbingu referují nepravdivě a zaujatě, přestože podle zkušeností respondentů nebývá lobbování spojeno s korupcí (průměrná známka 4 = „spíše s výrokem nesouhlasím“). Ďáblovým advokátem lobbování jsou tedy média; ta média, která mají na politiky sama vliv, jak vyplývá z předcházející kapitoly.

Občanské judo

Vox dei

Respondenti hodnotili, do jaké míry souhlasí s výroky o lobbování za soukromé firmy a profesní organizace.



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 3: Respondenti obvykle souhlasili s výrokem, že lobbování je pouze jedna z forem komunikace, a také s tím, že etické lobbování existuje. Většina respondentů nesouhlasila s výrokem, že lobbování má pomáhat vytvářet občanskou společnost.

Neobčanská komunikace

Politici se shodli na tom, že lobbování je důležitou součástí moderních politických systémů. Souhlasí i s tím, že lobbování může být etické, že jde vlastně o jednu z mnoha forem komunikace části veřejnosti s politickou reprezentací. Přesto však vnímají roli lobbingu v utváření občanské společnosti jako nevýznamnou.

Respondenti ve svých odpovědích často uváděli, že mají velmi vyhraněné názory na lobby soukromých firem, ale například lobbování některých občanských zájmových skupin vítají. Uváděli, že právě zde vidí prostor pro lobbing jako nástroj budování občanské společnosti. Přesto je právě občanská společnost založena na možnostech jednotlivců vytvářet skupiny podle jakýchkoli zájmů. I takových, které se netýkají pouze veřejně prospěšných aktivit.

Evropa v Čechách?

Pravidla pro lobbování

Která z následujících pravidel chování lobbisty a lobbování jsou podle respondentů důležitá pro chod úřadu, v němž působí, či orgánu, jehož jsou členy.

O lobbistech: „Pokud jde o profesionála, tak ušetřím spoustu času.“

člen KSČM

Princip	ano v %	ne v %	nevím v %
Lobbisté jsou povinni při svých stycích s poslanci, senátory či zastupiteli, úředníky a jinými zaměstnanci vždy jasně označit konkrétní subjekty, jejichž zájmy zastupují.	89	6	5
Lobbisté se za všech okolností musí vyvarovat jakéhokoli jednání, kterým by získali informace nepoctivým způsobem.	88	2	9
Lobbisté musí respektovat povinnost poslance, senátora či zastupitele zaznamenávat informace o jakémkoliv finanční, personální nebo materiální podpoře, kterou mu v souvislosti s jeho politickou činností poskytuje třetí strana.	87	2	11
V případě zaměstnávání bývalých pracovníků úřadu mají lobbisté za povinnost dodržovat ustanovení služebního řádu, která se týkají střetu zájmů.	85	4	10
Než lobbista naváže smluvní vztah (např. pracovní poměr) s asistentem poslance, senátora či zastupitele, měl by mít předběžný souhlas od poslance či zastupitele, aby nemohlo dojít ke střetu zájmů.	83	4	14
Lobbisté musí respektovat interní směrnice a nařízení zajišťující transparentnost finančních zájmů poslanců, senátorů či zastupitelů.	82	6	12
Lobbisté nesmí poskytovat třetí straně za účelem zisku kopie dokumentů získaných z úřadu, kde politik působí.	81	11	9
Lobbisté mají dodržovat předpisy týkající se práv a povinností bývalých poslanců či zastupitelů, např. ochranné lhůty.	79	7	15
Lobbisté se nesmějí při jednání se třetí stranou odvolávat na jakékoli vztahy s úřadem či politickým orgánem, se kterým právě spolupracují a v němž působí.	71	13	15
Lobbisté mají být registrováni ve veřejně přístupném rejstříku.	52	24	24
Osoby, které chtějí často vstupovat do prostor našeho úřadu, aby poskytovaly informace politikům, poslancům, senátorům či zastupitelům, musí být viditelně označeny, například průkazem.	44	38	18

Tabulka 1: Nejvíce respondentů souhlasilo s výrokem: „Lobbisté jsou povinni při svých stycích s poslanci, senátory či zastupiteli, úředníky a jinými zaměstnanci vždy jasně označit konkrétní subjekty, jejichž zájmy zastupují.“

Volání po transparentnosti

V průzkumu jsme politikům předložili seznam principů pro styk lobbistů s poslanci a zaměstnanci Evropského parlamentu. Nesdělili jsme jim, že se jedná o zásady obsažené v Jednacím řádu Evropského parlamentu (EP, 2004). Méně než polovina politiků (44 %) podporovala požadavek, aby byly osoby, které chtějí často vstupovat do prostor úřadu s cílem poskytovat informace politikům, poslancům, senátorům či zastupitelům, viditelně označeny, například průkazem. Pro celou čtvrtinu politiků (24 %) nebylo důležité, aby měli lobbisté povinnost registrovat se ve veřejně přístupném rejstříku. Přesto v tomto testu politici prokázali vzácnou shodu: jejich volání po transparentnosti patří do Evropy!

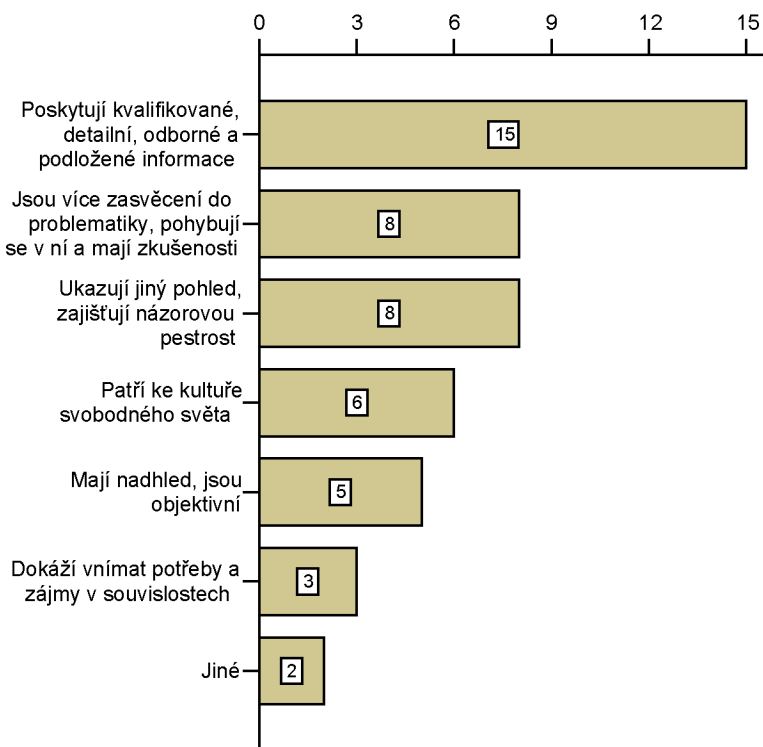
Chvála lobbistům

Co se cení

Někteří respondenti si lobbisty vysoce cenili. Zeptali jsme se jich proč.

Při pozitivním hodnocení potřebnosti lobbistů: „Mám na mysli nevládní organizace z oblasti sociálních služeb. Jejich znalosti potřeb jsou pro mě velmi směrodatné.“

členka ED



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 4: Největší počet respondentů (15 z celkem 44, kteří hodnotili lobbying velmi pozitivně) se shodl na tom, že lobbisté jsou důležití, neboť poskytují kvalifikované, detailní, odborné a podložené informace.

Nepřítel, kterého znám

Někteří politici vidí lobbying takový, jaký je: jsou si vědomi toho, že lobbisté zkrátka prosazují konkrétní zájmy. Podle nich mohou poskytovat detailní informace a mohou být i lépe zasvěcení do problematiky. Rozhodně jsou si někteří politici vědomi toho, že lobbisté nabízejí jiný úhel pohledu na věc a snaží se prezentovat problematiku v konkrétních souvislostech. Jaké bude politické rozhodnutí a které další zdroje informací politik využije, je pak už jen na něm samotném.

Tah na branku

Některá pozitivní vyjádření o lobbingu

„... dle mého soudu není správné dávat dohromady a představovat v přímém spojení soukromé firmy a profesní organizace. Existuje velká skupina profesních organizací, a to např. profesní komory a organizace (lékařská, advokátní, notářská, odbory, zaměstnavatelské svazy), které nelobbují za zájmy úzké skupiny. Většinou přicházejí s podněty, které je v praxi přímo trápí, což je pro politika velmi důležitý a užitečný zdroj informací, zvláště proto, že nemůže postihnout svými vědomostmi celé penzum společenských problémů, zvláště pak v praktickém užití politických rozhodnutí. Rozhodně z tohoto hodnocení vylučuji soukromé firmy v tom smyslu, kdy politické rozhodnutí přináší užitek pouze jedné firmě, netýká-li se takové rozhodnutí pozitivního dopadu na celé odvětví.“ (člen ČSSD)

„Protože mají tah na branku, vymýšlejí další a další nové věci, na které by člověk, někdy sám uzavřený ve svém systému, nepřišel.“ (člen ČSSD)

„Interpretují názor vlivové skupiny, kterou zastupují. Zcela jistě patří ke kultuře svobodného světa právo sdělit svým voleným zástupcům své postoje.“ (člen ODS)

„Lobbisté vždy prosadí věci, za kterými je silný zájem, což je spíše k prospěchu věci než ke škodě. To, co prosadí, se tudíž jeví jako více životaschopné než to, co je prosazeno formou spíše nekonfliktní diskuse.“ (člen ODS)

„Jedná se především o osoby, které se v dané problematice pohybují, věnují se jí. Dá se tedy čerpat z jejich odborných vědomostí, bez kterých tuto práci nemohou vykonávat. Je možné si podle jejich odhadů vypracovat analytické studie, např. plán podávání žádostí podle náročnosti zpracování a následné úspěšnosti a jiné.“ (člen KDU-ČSL)

„Lobbing obecně považuji za prospěšný, jejich činnost za logickou a oprávněnou, samozřejmě za dodržení etických a právních norem.“ (člen KSČM)

„Informace, které poskytují tyto skupiny, jsou zpravidla na vysoké odborné úrovni. Význam pro mé rozhodování má vždy pouze kombinace prosazovaného a oponentního stanoviska těchto zájmových skupin.“ (bez politické příslušnosti)

Hana lobbistů

Co je špatně

Zjistili jsme, že většina respondentů si lobbisty příliš necení. Zeptali jsme se proč.

„Lobbing patří v současné době k běžným způsobům prosazování soukromých a veřejných zájmů, pokud je prosazován etickou formou.“

politická příslušnost respondenta nezjištěna

Proč jste hodnotil/a lobbisty tak nízkou známkou	%
Informace od nich jsou jednostranné, zkreslené, nejsou objektivní.	26
Lobbistům jde výhradně o vlastní prospěch či o prospěch skupiny, kterou hájí.	25
Informace poskytnuté lobbisty nejsou úplné, jsou jen doplňující.	12
Informace získané od lobbistů je nutné ověřit a srovnat s jinými zdroji.	11
Lobbisté jsou nedůvěryhodní a nekorektní.	8
S lobbisty mám velmi malé nebo žádné zkušenosti.	7
Preferuji vlastní úsudek – můj názor je objektivnější.	6
Nemají větší význam a nejsou potřební.	5
Lobbisté to dělají jen pro peníze, jsou spojení s korupcí.	5
Jejich práce není dosud profesionální, jimi poskytnuté informace nejsou vždy užitečné.	5
Postupují proti zájmům celku či veřejnosti.	4
Lobbing hraničí s manipulací, často na hranici etiky a morálky.	2
Nemám lobbisty obecně rád, nemám o nich valné mínění.	2
<i>Jiné důvody</i>	12
<i>Nevedl nebo neví</i>	12

Tabulka 2: Více než 300 respondentů hodnotilo potřebnost lobbistů známkou nižší než 8 na škále 1 až 10. Nejčastěji respondenti tvrdili, že informace lobbistů jsou jednostranné, zkreslené a nejsou objektivní (26 %). Navíc respondentům vadilo, že lobbistům jde výhradně o vlastní prospěch či o prospěch skupiny, kterou hájí (25 %). Respondenti mohli uvést více odpovědí, součet proto převyšuje 100 %.

Obolus a osobní integrita

Námítky politiků proti lobbistům se dají rozdělit na dvě skupiny. První skupina se týká konkrétních očekávání politiků. Čekají, že lobbisté budou poskytovat objektivní informace, že jim nepůjde o prospěch skupiny, kterou zastupují, a že nebudou lobbovat pro peníze. Druhá skupina námitek politiků vůči lobbistům se týká osobní integrity lobbistů. Politici se často domnívají, že lobbisté nejsou důvěryhodní, jsou nekorektní, jsou zbyteční, jsou spjatí s korupcí, poskytují neprofesionální informace a manipulují. Je lobbování opravdu doménou osob mrzkých, o kterých nelze mít valné mínění?

Bezohledný a únavný

Některá negativní vyjádření o lobbingu

„Protože jsou v jedné skupině lobbisté profesních organizací a soukromých firem, jde tedy o průměr dvou, jinak rozdílných hodnocení. Profesním organizacím přikládám poměrně velkou váhu. Odpovědi jsem vztahovala právě i k existenci lobbingu profesních organizací. Lobbing zástupců profesních organizací, kteří jsou většinou voleni, považuji za užitečný a za jeden ze základních nástrojů občanské společnosti. Hranice mezi lobbingem soukromých firem a profesionálním lobbingem a korupcí mi poněkud splývá.“ (člen ČSSD)

„Lobbisté jsou často velmi únavní, nejdou k meritu věci, snaží se přesvědčit slovy – ne fakty. Zdržují. Někdy je za nimi vidět velmi jasně pouhý finanční zájem některé skupiny.“ (členka ČSSD)

„Ne vždy je zaručena serióznost jejich informací a jsou vedeni určitým záměrem. Já hájím zájem veřejný.“ (člen ČSSD)

„Někteří z nich ještě nepochopili, co to je lobbing v pravém slova smyslu, a pouze prosazují bezohledně své zájmy. Politik musí vytrdit podstatné a důležité informace získané od lobbisty, tak aby případné rozhodování bylo objektivní.“ (člen ODS)

„... protože v naší ještě nedostatečně rozvinuté demokracii nejsou hmatatelně nastaveny hranice korektnosti mezi veřejno- a soukromoprávním sektorem, což je nutná podmínka pro vícezdrojové financování a sdružené investice i provozy.“ (člen ODS)

„Jsem založením liberál a nemám obecně ráda omezování trhu a soutěže. Lobbisté pro mě ztělesňují zvýhodnění podmínek pro určité subjekty na trhu, které současně nemusí být podloženo kvalitou nebo podobnými objektivními měřítky.“ (členka ODS)

„Lobbisté za soukromé firmy ‚vypadají podezřele‘. Lobbisté za neziskové organizace, města a obce jsou přijatelní.“ (členka KSČM)

„Pro lobbing nejsou stanovena pravidla hry, proto je tato činnost zpravidla na hranici činnosti trestné.“ (člen KSČM)

„Lobbisté profitují ze svého úspěchu. Jejich úspěch nemusí nutně znamenat optimální řešení problematiky – nemusí splňovat atributy ‚obecného zájmu‘. Takže jsem opatrný, to neznamená, že jim a priori nevěřím.“ (člen KDU-ČSL)

Prospěchářský a hamižný

Některá negativní vyjádření o lobbingu

„Lobbing je bezesporu potřebný, musí ale být veden zcela transparentně tak, aby bylo zřejmé, čí zájmy a z jakých pohnutek příslušný lobbista hájí.“ (člen KDU-ČSL)

„Jako nejpotřebnější se mi jeví lobbing v tzv. neziskovém sektoru (vzdělávání v nejširším smyslu slova, kultura, výzkum, veřejnoprávní instituce atd.). Tento lobbing však nemá takové ekonomické zázemí, které by mu v potřebné míře umožňovalo dostatečné využití nástrojů PR, marketingu a reklamy. Tím je značně snížena jeho efektivita. Naopak lobbing v oblasti čistě ekonomické tyto možnosti má podstatně větší a využívá jich zejména ve prospěch úzkých zájmových skupin. Jeho hlavním nástrojem je zřejmě mediální manipulace a korupce, nikoli podávání relevantních informací a přesvědčování průkaznými argumenty.“ (člen US-DEU)

„Kde končí lobbing a začíná uplácení? (Poslanci už to mají úplně popletené, proto nic nevědí a nikdy se nesetkali s uplácením.) Jsou poslanci a zastupitelé zástupci občanů, nebo firem? Je-li lobbing aspoň trochu užitečný, je nutné ho zprůhlednit.“ (člen ODA)

„Kvalitní lobbisté mají důležité místo při tvorbě legislativy, směrnic, nařízení apod. Řada organizací tuto činnost dělá kvalitně, zejména kvalitní ‚neziskovky‘ a profesní sdružení, ale stále v ČR nejsou stanovena pravidla pro regulérní lobbing tak, jak je tomu v západní Evropě. Mezi tzv. lobbisty jsou zahrnováni i tzv. prostředníci, kteří se snaží politiky podplatit.“ (členka ED)

„Protože ve své většině zastupují POUZE zájmy peněz, téměř vylučuji, že by šlo o poskytování objektivních a společensky důležitých informací. Např. celá oblast kultury lobbisty absolutně nezajímá – není zdrojem VELKÝCH peněz.“ (bez politické příslušnosti)

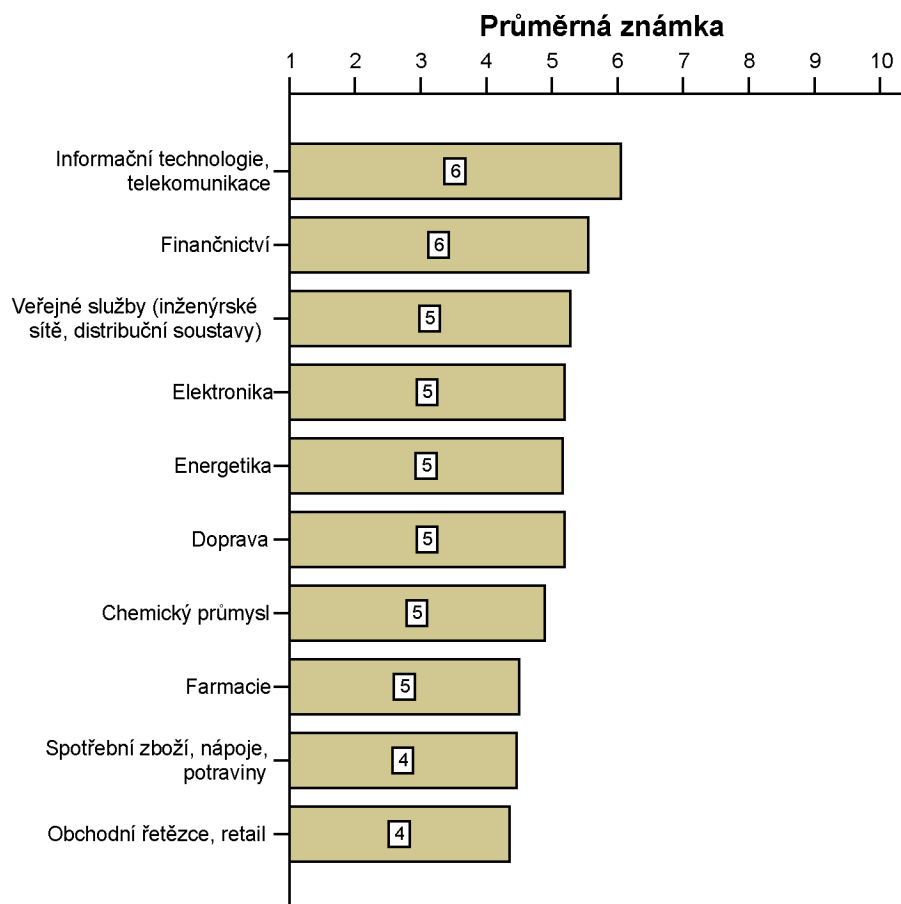
„Nedůvěřuji jim, snažím se vytvořit si vlastní názor bez cizího ovlivnění.“ (bez politické příslušnosti)

Lobbisté podle rezortu

Kdo z koho

Na stupnici 1 až 10 respondenti hodnotili lobbisty podle sektoru, ve kterém působí. (1 = velmi nízké mínění, 10 = velmi vysoké mínění)

„Sám lobbuji a vím, jak je to důležité.“
člen ODS



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 5: Dotázaní političtí představitelé měli nejvyšší mínění o lobbistech v oblasti informačních technologií a telekomunikací (známka 6) a finančnictví (známka 5,6). Nižší mínění pak měli o lobbistech v oblasti obchodních řetězců/retail a farmacie. Nejméně dotázaných mělo osobní zkušenost s lobbisty, kteří vystupují ve prospěch chemického průmyslu (54 % uvedlo, že neví).

Český retailový lobbista na evropské úrovni

Stejně jako politici v České republice mají i poslanci Evropského parlamentu (B-M/BKSH 2001) nízké mínění o lobbistech zastupujících obchodní řetězce a retail (známka 5,5 v EP, 4 v ČR). Poslanci EP měli nejvyšší mínění o lobbistech z chemického průmyslu (známka 6,9) a energetiky (známka 6,8), v ČR se tyto lobbisté umístili uprostřed pelotonu sledovaných průmyslových rezortů.

NGO – tudy cesta nevede

Efektivita podle sektoru

Respondenti porovnali lobbování soukromých firem, lobbování profesních organizací a lobbování nevládních organizací (NGO – z anglického non-governmental organizations). Odpovídali na otázku, kdo lobbuje lépe.

*„Teprve zpětná vazba
konzumentů legislativy ji
činí použitelnou.“*

člen ED

Oblast	Soukromé firmy v %	Profesní organizace v %	Nevládní organizace v %	Nevím v %
Finančnictví	43	15	3	39
Farmacie	36	13	2	49
Spotřební zboží, nápoje, potraviny	42	13	3	42
Doprava	30	25	11	33
Energetika	36	19	7	38
Chemický průmysl	25	10	6	59
Elektronika	44	6	2	48
Obchodní řetězce, retail	53	9	4	34
Informační technologie, telekomunikace	46	18	3	33
Veřejné služby (inženýrské sítě, distribuční soustavy)	39	20	10	31

Tabulka 3: Ve srovnání lobbingu soukromých firem, profesních a nevládních organizací vítězí soukromé firmy s největším náskokem v oblasti obchodních řetězců, IT/telekomunikací, elektroniky a finančnictví. Profesní organizace nejlépe lobbují v oblasti dopravy, veřejných služeb a energetiky. Nevládní organizace lobbují nejlépe v oblasti dopravy a veřejných služeb. Celkově vždy nejlépe lobbují soukromé firmy.

Profesní lobbování

Pokud se problematika týká životního prostředí, např. sektoru dopravy, veřejných služeb či energetiky, jistě v něm nevládní organizace již působí. Přesto mají tyto organizace v očích politiků zjevně chabé renomé v porovnání s ostatními subjekty, které mají zájem ovlivňovat v těchto oblastech politické rozhodování v České republice.

Poslanci Evropského parlamentu (B-M/BKSH 2001) měli o nevládních organizacích mnohem lepší mínění než jejich čeští političtí kolegové. Například čtvrtina poslanců EP (24 %) se domnívá, že nevládní organizace jsou nejefektivnější právě při lobbování v oblasti životního prostředí. V našich podmínkách staví nevládní organizace na první místo v každé ze sledovaných oblastí nejvýše každý devátý respondent.

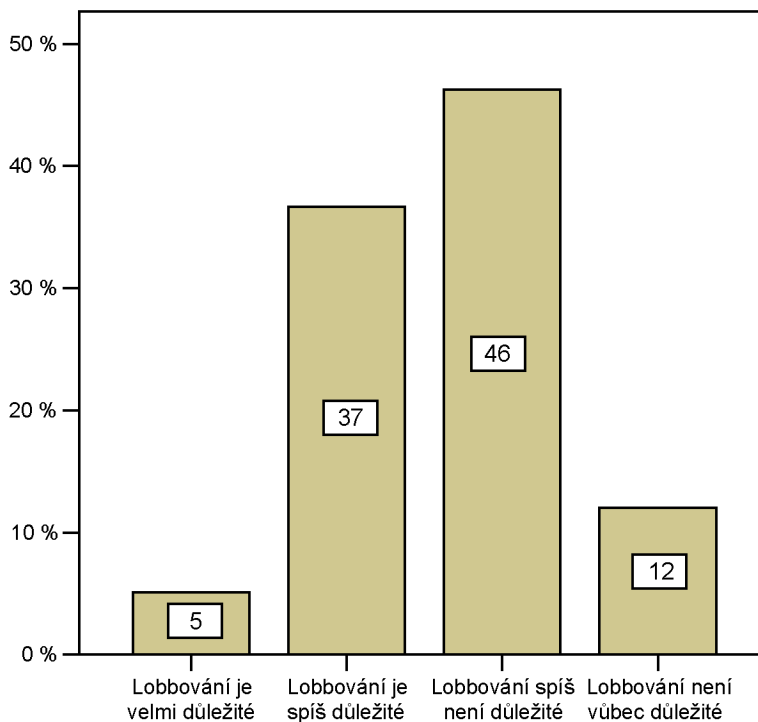
Umění možného

Důležitost lobbingu

Respondenti určovali, do jaké míry je lobbování důležité pro práci jejich úřadu či politického orgánu.

„Informace jsou často obecně neodpovídající potřebám práce poslance EP. Lobbisté se nezaměřují na klíčovou oblast, kterou je vlastní doporučení způsobu hlasování.“

*poslanec
Evropského parlamentu*



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 6: Pět procent respondentů se domnívá, že lobbování je velmi důležité pro práci úřadu, ve kterém působí. Více než třetina (37 procent) se domnívá, že je lobbování pro fungování jejich úřadů důležité alespoň trochu. Převažují však negativní stanoviska.

Milovaný a nenáviděný

Respondenti se rozdělili v poměru 3:2 na dvě skupiny s rozdílnými názory na užitečnost lobbingu pro fungování politických orgánů a úřadů. Mezi českými politiky nepřevládá představa, že lobbování je legitimním nástrojem pro vytváření občanské společnosti (viz kapitola „Občanské judo“, str. 4). Podle politiků není lobbing jako forma komunikace pro veřejnost zcela legitimní. Přesto značná část politiků uznává, že bez informací zprostředkovaných lobbisty to nejde. Je to tedy „půl na půl“. Umění možného po česku.

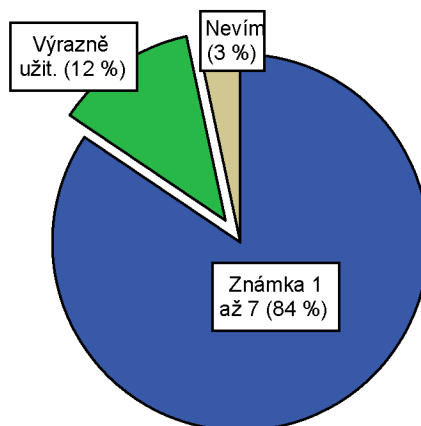
Lobbista obecný

Právo na existenci

Požádali jsme respondenty, aby na stupnici 1 až 10 zhodnotili potřebnost lobbistů lobbujících za zájmy soukromých firem a profesních organizací. (1 = lobbisté poskytují zcela neúčinné informace, 10 = lobbisté jsou pro práci politika důležití a poskytují velmi užitečné informace)

„Lobbisté jsou užiteční, protože mnohdy upozorní na problém, kterého bych si nemusela všimnout. Týká-li se to oboru, v němž se slušně orientuji, je to přínosem. V opačném případě – zejména když je sporné, zda jejich motivace neprosazuje něco, co je v rozporu s obecným zájmem – je beru s rezervou.“

členka KSČM



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 7: Pouze jeden respondent z osmi (12 %) přiznává, že lobbisté jsou velmi užiteční (známka 8 až 10). Čtyři respondenti z pěti (84 %) hodnotí lobbying hůře. Nejpozitivněji hodnotí lobbování politici z ČSSD (18 %, známka 8 až 10) a politici bez politické příslušnosti (16 %, známka 8 až 10).

Zpráva o lobbování

V úvodu dotazování jsme zjišťovali potřebnost lobbistů lobbujících za zájmy soukromých firem a profesních organizací. Většina českých politiků tvrdí, že lobbisté nejsou pro jejich práci právě užiteční. Přesto nemůže být práce lobbistů až tak zbytečná. V kapitole „Umění možného“ (str. 13) jsme totiž zjistili, že téměř polovina respondentů (42 %) potvrdila, že lobbying je důležitý pro chod jejich úřadů či politických orgánů. Právě závěry této studie by měly napomoci českým lobbistům vylepšit jejich reputaci. Rozhodně je zřejmé, že mají své místo na politickém výsluní.

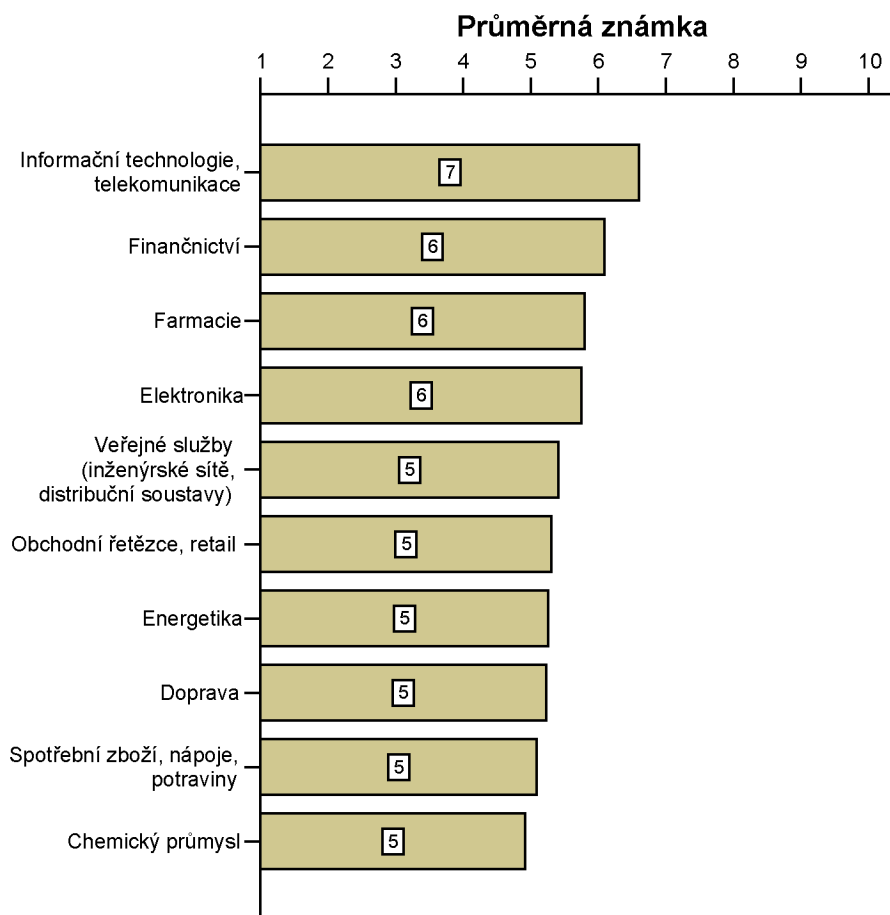
Česká odysea 2005

Míra vynalézavosti

Do jaké míry je lobbování soukromých firem pro respondenty dostatečně vynalézavé či kreativní a do jaké míry respektuje potřeby moderního politika? (1 = lobbování je ve vybraném sektoru naprosto nevyhovující, 10 = lobbování zcela vyhovující či vynalézavé)

„Lobbista je zpravidla velmi inteligentní a ví, že nemůže přímo lhát. [...] Pokud inteligentní není, bude i jeho lobbování hloupé.“

člen ČSSD



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 8: Nejvynalézavější lobbování je podle respondentů v oblasti informačních technologií a telekomunikací (28 % známka 8 až 10) a finančnictví (19 %). Nejméně kreativní je lobby chemického průmyslu (6 %).

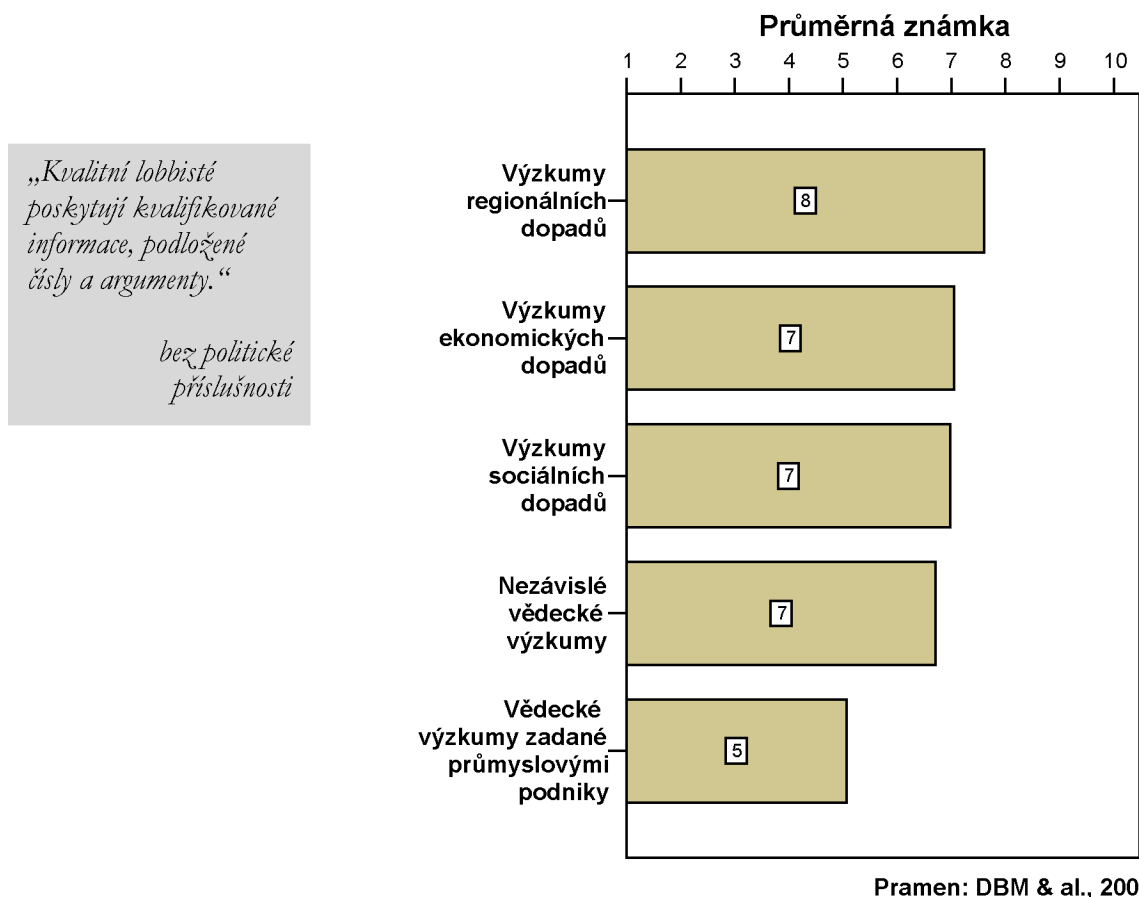
IT má náskok

Mezi úředníky Evropské komise (B-M/BKSH 2003) dostala nejvyšší známku za kreativitu oblast energetiky a chemický průmysl. Chemický průmysl v České republice získal známku nejhorší. Na výši jsou v ČR informační technologie. Umějí lépe zacházet s informacemi?

Bližší košile

Není region jako region

Jaký vliv na rozhodování politického orgánu, jehož je respondent členem, mají různé typy výzkumů? (1 = typ informace nemá žádný vliv na rozhodování, 10 = typ informace má podstatný vliv)



Graf 9: Největší vliv na rozhodování dotazovaných respondentů mají výzkumy regionálních dopadů (62 % známka 8 až 10), následují výzkumy ekonomických dopadů (48 %). Výzkumy zadané průmyslovými podniky měly výrazně nižší vliv (14 %).

Náš region vede

Vzhledem k tomu, že velká část dotazovaných politiků působí v zastupitelstvech krajů a velkých měst, se dalo očekávat, že výzkumy regionálních dopadů budou mít na rozhodování dotazovaných politiků vliv. Mezi vysokými úředníky Evropské komise (B-M/BKSH 2003) byly na prvním místě v důležitosti nezávislé vědecké studie, těsně následované studiemi ekonomických dopadů. Studie regionálních dopadů dostaly také vysokou známku (6,2), ale ve skupině sledovaných typů informací se umístily až na posledním místě.

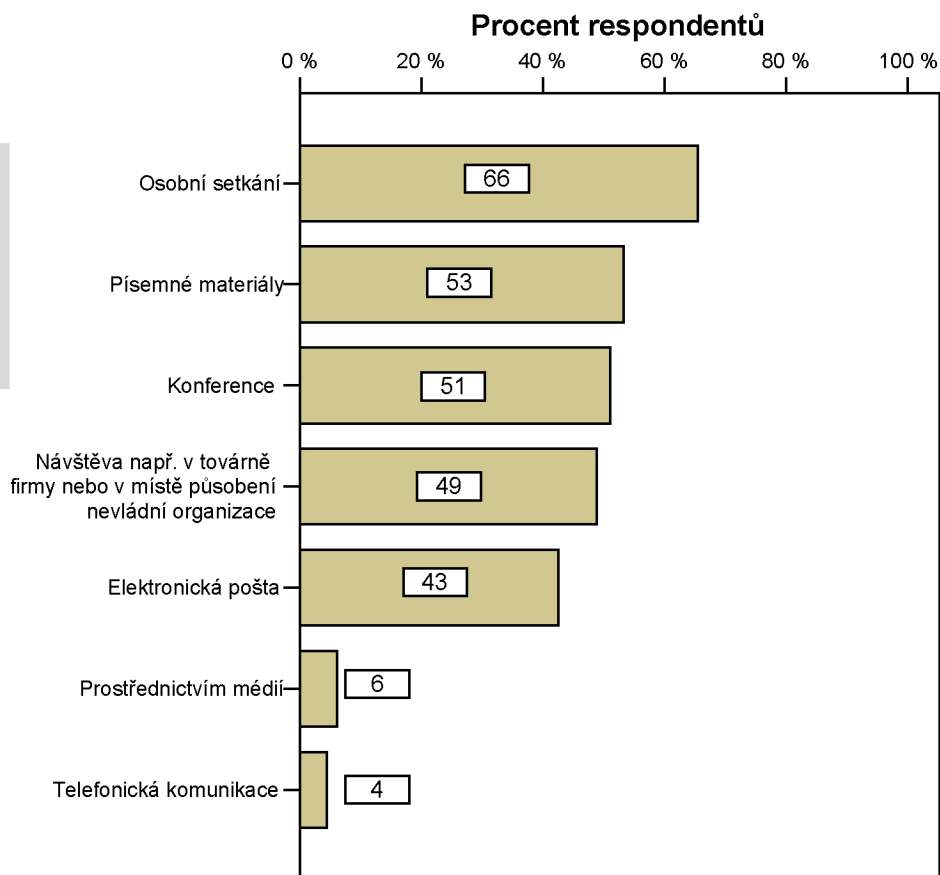
Hrrr na ně

Každému, co jeho jest

Jaké způsoby komunikace nejvíce respondentům vyhovují při jednání s osobami, které lobbuji za zájmy soukromých firem a profesních asociací?

„Lobbisté jsou součástí politického procesu, ovšem jejich vliv bývá někdy přeceněn.“

člen ODS



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 10: V průměru dvě třetiny respondentů dávají přednost osobním schůzkám s lobbisty. Zjistili jsme, že se tato preference liší s politickým přesvědčením, např. pouze jedna třetina (32 %) respondentů z KDU-ČSL uvedla, že jim schůzky vyhovují. Nejméně vyhovuje telefonická komunikace a komunikace prostřednictvím médií.

Nevolat! Klepat!

Stejně jako úředníci Evropské komise (B-M/BKSH 2003) také čeští politici uvítají, když si s nimi lobbista domluví schůzku. Telefon se i v EU umístil na nejnižší příčce, stejně jako mezi českými respondenty. Telefonáty zkrátka nejsou v kurzu.

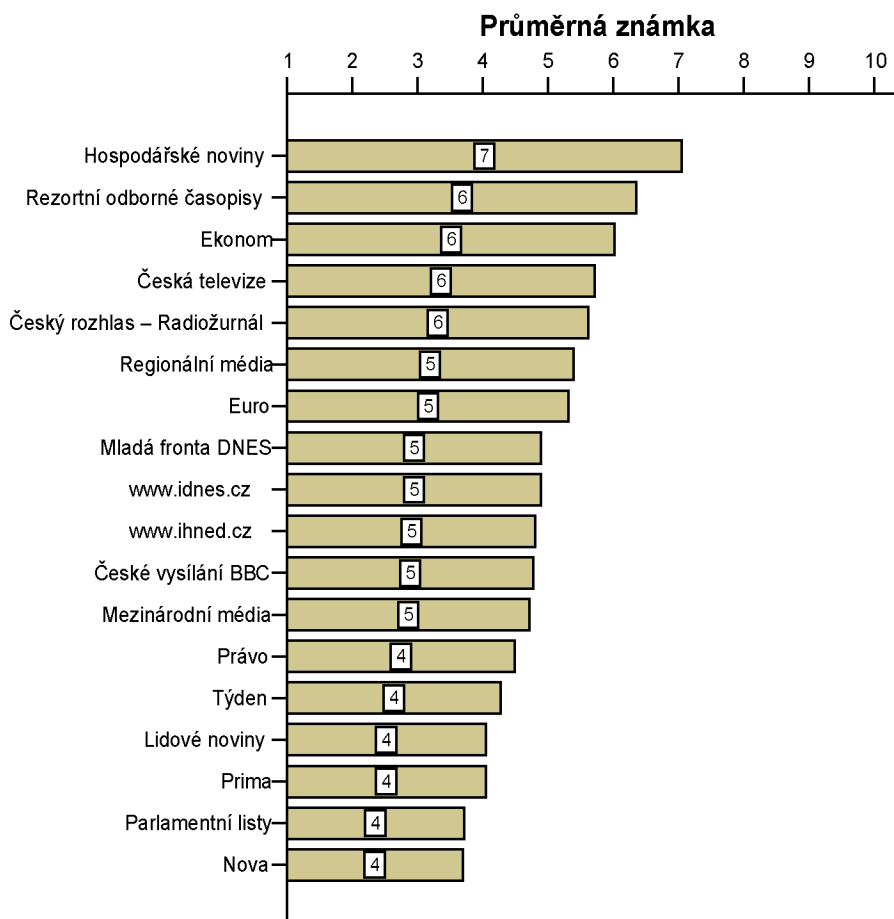
Politika a Economia

Přišel, přečetl...

Které veřejné zdroje informací jsou pro práci respondentů nejdůležitější?
Z kterých médií získávají informace o různých průmyslových odvětvích?
(1 = zdroj je pro rozhodování zcela nedůležitý, 10 = zdroj je velmi důležitý)

„Je třeba mít i vlastní názor.“

poslanec ODS



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 11: Respondenti považují Hospodářské noviny (47 % známka 8 až 10), rezortní odborné časopisy (33 %), Ekonom (29 %) a Českou televizi (30 %) za média s největším vlivem na jejich rozhodování. Pátou příčku nejdůležitějších médií obsadila regionální média (25 %) a šestou ekonomický týdeník Euro (20 %).

... a rozhodl

I přesto, že se čeští politici často rozhodují na základě vlastních rešerší, zdá se, že publikace vydavatelského domu Economia Hospodářské noviny a týdeník Ekonom hrají mezi externími zdroji informací hlavní roli. Je to jednoduché: politici „Hospodářky“ rádi čtou a na Nově jsou rádi viděni. Zajímavé také je, že některá internetová média (ihned a idnes) se umístila lépe než např. Právo a Lidové noviny či Týden, TV Prima a Parlamentní listy.

Stav lobbování v ČR

Následující závěry vycházejí z většinového názoru politiků, kteří se zúčastnili našeho výzkumu.

- Politici se spoléhají hlavně na vlastní řešerše a názory svých kolegů.
- Veřejnost nemá dostatek informací o způsobu práce a užitečnosti lobbingu. Média nereferují o lobbování pravdivě a nezaujatě.
- Lobbování je pouze jedna z mnoha forem komunikace. Etické lobbování existuje.
- Lobbisté jsou povinni při svých stycích s poslanci, senátory či zastupiteli, úředníky a jinými zaměstnanci vždy jasně označit konkrétní subjekty, jejichž zájmy zastupují.
- Politici také očekávají, že lobbisté se budou chovat transparentně a budou respektovat kromě svých vlastních zájmů také potřeby politiků.
- Informace od lobbistů jsou často jednostranné, zkreslené a nejsou objektivní. Přesto zřejmě někteří lobbisté poskytují kvalifikované, detailní, odborné a podložené informace.
- Lobby informačních technologií má vysokou úroveň. Je také nejkreativnější. Lobby obchodních řetězců má úroveň nízkou.
- Lobby soukromých firem je nejlepší v porovnání s lobby profesních a nevládních organizací.
- Většina respondentů (58 %) se domnívala, že lobbování není pro chod jejich úřadu důležité. Desetina respondentů (12 %) ale uvedla, že lobbisté jsou pro práci politika velmi důležití a poskytují mu užitečné informace.
- Velký vliv na rozhodování politiků mají výzkumy regionálních dopadů.
- Nejvíce preferovanou formou komunikace s lobbisty jsou osobní setkání, písemné materiály, konference, návštěvy v továrnách a elektronická pošta.
- Hospodářské noviny jsou médium s největším vlivem na rozhodování politiků.

Názory politiků nelze automaticky zobecňovat, každý z nich je osobnost s vlastním individuálním přístupem.

Prameny

Podkladové dokumenty

Při přípravě metodologie a dotazníku byly využity veřejně přístupné zdroje informací z oblasti public affairs a government relations. Jedná se zejména o následující studie B-M/BKSH, dokumenty Evropského parlamentu, Parlamentu ČR, Vlády ČR a o zákony České republiky:

Burson-Marsteller/BKSH. *A Guide to Effective Lobbying of the European Commission*. 2003.

———. *A Guide to Effective Lobbying of the European Parliament*. 2001.

European Parliament. Directorate-General for Research. "Lobbying in the European Union: Current Rules and Practices (Working paper)." *Constitutional Affairs Series*. 04-2003. www4.europarl.eu.int/estudies/internet/workingpapers/afco/pdf/104_en.pdf

———. Příloha I. „Ustanovení o používání čl. 9 odst. 1 – Průhlednost a finanční zájmy poslanců.“ *Jednací řádu* 16. vydání, červenec 2004.

———. Příloha IX. „Ustanovení o uplatňování čl. 9 odst. 2 – Působení zájmových skupin v Evropském parlamentu.“ *Jednací řád*. 16. vydání, červenec 2004.

Ministerstvo spravedlnosti České republiky. *Návrh zákona o střetu zájmů*. 8. března 2005, <http://portal.justice.cz/ms/ms.aspx?j=33&o=23&k=381&d=28206>.

Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky. *Sněmovní tisk č. 550/7: Stanovisko prezidenta republiky*. 4. volební období, 10. února 2005.

Vláda České republiky. „Kodex etiky zaměstnanců ve veřejné správě.“ *Usnesení Vlády ČR č. 270+P*. 21. března 2001.

Zákon 96/2005 Sb. „Novela zákona o střetu zájmů č. 287/1995 Sb.“ *Sbírka zákonů*. 28. února 2005.

Informace o firmách

Donath-Burson-Marsteller

Společnost působí v oblasti public relations a public affairs v České republice od roku 1991. Informace o společnosti DBM najdete na adrese

<http://www.dbm.cz/>.

Factum Invenio

Společnost působí v oblasti výzkumu trhu a veřejného mínění v České republice již roku 1991, kdy vznikla značka „Factum“. Informace o společnosti najdete na adrese

<http://www.factum.cz>.

BKSH

Tato dceřiná společnosti Burson-Marsteller působí v USA a EU v oblasti Government Relations. Informace o společnosti najdete na adrese

<http://www.bksh.com/>.

Kontakt

Pokud Vás zajímají další informace o tomto průzkumu či o nabídce služeb agentury DBM a společnosti Factum Invenio, kontaktujte prosím:

- DBM: Michal Donath, GSM +420 602 222 128,
michal_donath@cz.bm.com
- Factum Invenio: Jan Herzmann, GSM +420 602 218 243,
herzmann@factum.cz

Prohlášení o volné distribuci

Tato studie je určena k volné distribuci. V případě citací uvádějte prosím jako pramen © 2005 Donath-Burson-Marsteller, Factum Invenio nebo DBM & al., 2005.

Příloha: Demografické ukazatele

Politická příslušnost respondentů

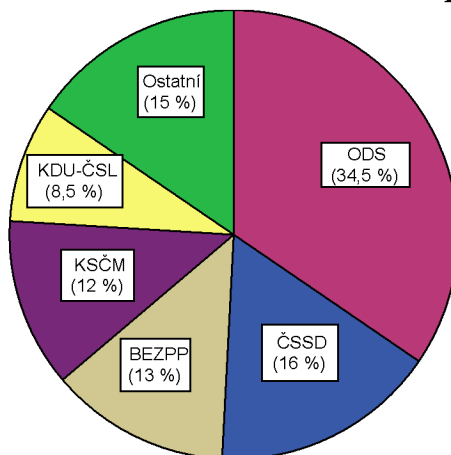
Příslušnost respondentů k politické straně či hnutí byla zjištěna podle údajů

Českého statistického úřadu zveřejněných na internetovém serveru

<http://www.volby.cz/>. Čtyři z respondentů nebyli v politice aktivní. Přesto byli zahrnuti do celkového zpracování, neboť se jednalo o bývalého politika (US-DEU) a tři vysoce postavené úředníky regionální správy.

Zkratka	Plný název	Počet resp.	%
ODS	Občanská demokratická strana	125	34,5
ČSSD	Česká strana sociálnědemokratická	59	16,3
BEZPP	bez politické příslušnosti	47	13,0
KSČM	Komunistická strana Čech a Moravy	44	12,2
KDU-ČSL	Křesťanská a demokratická unie- Československá strana lidová	31	8,6
US-DEU	Unie svobody-Demokratická unie	16	4,4
ODA	Občanská demokratická aliance	12	3,3
ED	Evropští demokraté	9	2,5
SOS	Strana pro otevřenou společnost	5	1,4
CZ	Cesta změny	1	,3
DL	Demokratická liga	1	,3
DRS	Demokratická regionální strana	1	,3
NEZ	Nezávislí	1	,3
PVP	Pravá volba pro Plzeň	1	,3
SDS	Strana demokratického socialismu	1	,3
SNK	SNK sdružení nezávislých	1	,3
SZSP	Sdružení pro zdraví, sport a prosperitu	1	,3
USZ	Unie pro sport a zdraví	1	,3
VPM	Volba pro město	1	,3
ZHN	Zlínské hnutí nezávislých	1	,3
nezjištěno		3	,8
Celkem		362	100,0

Pramen: DBM & al., 2005



Pramen: DBM & al., 2005

Mandáty

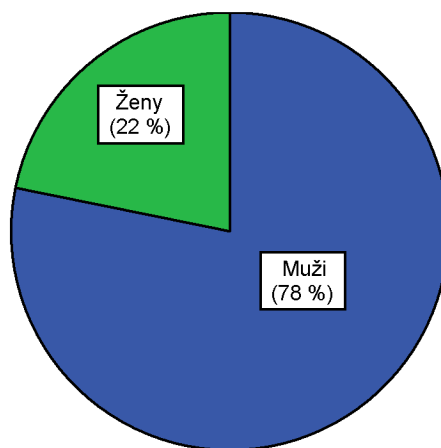
Celkem 359 respondentů z řad politiků v době provádění studie disponovalo 390 mandáty.

Politický orgán	Počet mandátů	% ze skupiny respondentů
Senát	16	4
PSP ČR	22	6
Evropský parlament	7	2
Magistráty krajských měst	67	19
Městské části krajských měst	39	11
Vláda ČR	2	1
Krajská zastupitelstva	87	24
Primátoři	4	1
Hejtmani	3	1
Úředníci	3	1
Pražské městské části kromě magistrátu	118	33
Magistrát hl. m. Prahy	22	6

Pramen: DBM & al., 2005

Pohlaví

Většina respondentů byli muži (78 procent), žen bylo 22 procent. Z oslovených 1669 politiků bylo pouze 302 žen (18 procent), to je způsobeno nízkým počtem žen v politických funkcích v České republice. Například z 281 členů obou komor Parlamentu ČR je pouze 43 žen (15 procent).



Pramen: DBM & al., 2005

Graf 12: Ve skupině respondentů bylo 22 procent žen a 78 procent mužů.