

POSLOVNA ZNANJA

# JAMES THURBER

## Lobiranje nije korupcija, ali mora biti detaljno zakonski regulirano

Među uspješne lobističke kampanje James Thurber, profesor na Sveučilištu u Washingtonu, ubraja Obaminu reformu zdravstva i reformu financijskog sektora, dva primjera usmjerene kampanje jasnog fokusa i vodstva



razgovarao **VANJA FIGENWALD**  
 vanja.figenwald@liderpress.hr

**J**edan od ključnih govornika na četvrtom po redu Međunarodnom simpoziju o lobiranju, koji će se održati početkom svibnja u Zagrebu u organizaciji Hrvatskog društva lobista i Europskog pokreta Hrvatska, bit će profesor James Thurber, stručnjak za problematiku lobiranja. Ugledni profesor na Školi za javne politike Američkog sveučilišta u Washingtonu prvi će dan održati predavanje, a drugi voditi seminar o metodama i tehnikama lobiranja, implementaciji lobističkih kampanja, mogućnostima utjecanja na regulatorne procese, prikupljanju sredstava te razlikama između europskoga i američkoga načina lobiranja. Čovjek s iskustvom rada u uredima nekoliko američkih senatora surađivao je, među ostalim, i s trenutnim predsjednikom SAD-a Barackom Obamom na reformi lobističkog zakonodavstva.

### • Sudjelovali ste u reformi lobističkog zakonodavstva u SAD-u. Možete li navesti neke ključne točke te nove legislative?

- Primjerice, od trenutnih zakonodavaca traži se da objave pregovore o zaposlenju za poslove nakon mandata u Kongresu, zabranjuje se lobiranje senatorima i njihovu višem osoblju prema njihovim kolegama na razdoblje od dvije godine nakon što prestanu biti senatori, a isto vrijedi i za dužnosnike iz izvršne branše. Nadalje, zabranjen je svaki službeni kontakt između lobista koji je supružnik zakonodavca i osoblja tog zakonodavca u ime klijenata tog supružnika, davanje darova i putovanja članovima Kongresa, kao i utjecaj čla-

nova na odluke privatnih organizacija isključivo na temelju stranačkog dobitka, dok je niz postojećih kazni i razdoblja 'hlađenja' produljen, odnosno povećan. U općim crtama, nova legislativa traži potpunu transparentnost lobističke aktivnosti, objavljivanje izvješća o financijama i putovanjima na internetu, objavljivanje svih pregovora o budućem zaposlenju nakon isteka mandata, odnosno odlaska iz vlasti (problem pokretnih vrata, 'revolving door'), stavlja zabrane na primanje darova lobista i entiteta koji su lobiste unajmili i zahtijeva izvješća Etičkog odbora jednom na godinu o kršenjima, bilo da su odbačena ili su vodila u daljnje istrage.

### • Koje su neke od razlika između europskoga i američkog lobiranja?

- Postoje velike razlike u smislu strategije i taktike. Američko je lobiranje izrazito regulirano, dok to u Europskoj uniji i uopće u Europi nije slučaj. Dapače, lobiranje se u Europi smatra korupcijom i nečim što je načelno loše. S druge strane u Americi je to Ustavom zajamčeno pravo, definirano u Prvom amandmanu i transparentnije je nego u Europi.

### • Koje su, prema vašem mišljenju, neke od najkontroverznijih točaka u lobiranju u SAD-u?

- Mogu vam nabrojati nekoliko zvučnijih skandala. Jack Abramoff i još 26 drugih osoba osuđeni su za kršenje niza lobističkih zakona, republikanski senator Bob Ney osuđen je zbog prihvatanja darova u zamjenu za usluge u zakonodavstvenom procesu, bivši vođa senatske većine Tom DeLay osuđen je zbog pranja korporativnih donacija za političku kampanju, senator Randy Cunningham osuđen je zbog primanja mita, William Jefferson također, Mark Foley zbog primanja darova, iako

je presuda poništena i tako dalje. Problemi neetičkog ponašanja su troškovi za lobiranje (regulirani u odnosu na neregulirane), provođenje zakona na tom području, previdi Etičkog povjerenstva, problem pokretnih vrata (ulazak i izlazak iz zakonodavne i izvršne vlasti) te sve veći problemi sivih zona između zakona i etike.

### • Mnogi uspoređuju lobiranje s korupcijom. Koja je razlika i kako povući granicu između ta dva pojma?

- Lobiranje je Ustavom zajamčeno pravo, korupcija je kršenje zakona u odnosu na lobiranje.

### • Koja se još etička pitanja povezuju s lobiranjem i kako bi ih zakonodavno valjalo riješiti?

- Pokretna vrata - valja ograničiti vremenski tko smije lobirati nakon izlaska iz vlasti i donacije za političke kampanje u smjeru određene zakonodavne akcije koje treba dodatno regulirati i učiniti transparentnijima.

### • Bili ste savjetnik mnogih senatora i imate iskustvo iz prve ruke u praktičnom lobiranju. Je li zaista riječ o tako beskrupuloznom procesu kao što se mnogima čini?

- Većina je ljudi poštena i etična, problem predstavlja nekoliko odmetnika koje valja regulirati. Percepcija odaje dojam da je lobiranje mnogo prljavije nego što uistinu jest, no to ne znači da ne trebamo još rigoroznije zakone koje se provodi kako bismo počistili i te trule jabuke.

### • Barack Obama jedna je od uspješnih priča kad je riječ o lobiranju i vođenju kampanje. U čemu je njegova tajna i zašto je njegov uspjeh tako brzo izbljedio?



- On je pokušao promijeniti način na koji Washington funkcionira, ali je to vrlo teško učiniti.

• **Koja je uloga financiranja u procesu lobiranja? Čini se da onaj tko ima najviše novca na kraju uvijek pobijedi. Je li novac ključan i koji još činitelji čine lobiranje uspješnim?**

- Financiranje kampanja jedan je od elemenata lobiranja. Novac svakako pomaže u lobističkim i političkim kampanjama, ali to nije i jedini činitelj u konačnom ishodu. Uspješna lobistička kampanja u SAD-u zahtijeva jasnu strategiju, temu i poruku povezanu s prikladnim lobističkim taktikama i alatima.

• **Prikupljanje sredstava za kampanju velik je problem lobiranja. Što je dobar novac, a što loš i kako se razlikuju?**

- Dobar novac su legalni doprinosi, loš su ilegalni. Postoje specifična pravila o uporabi novca u političkim kampanjama, dok kod lobističkih iznos novca nije ograničen, ali jesu darovi i druge upotrebe novca.

• **Možete li navesti nekoliko uspješnih lobističkih kampanja i navesti što ih je učinilo takvima?**

- Pokret za ljudska prava iz 1964. i zakonodavstvo koje je iz toga proizašlo godinu poslije, Dan planeta Zemlje i ekološka politika, pokret protiv rata u Vijetnamu i kraj rata, zagovaranje socijalnoga i zdravstvenog osiguranja, Obamina reforma zdravstva i reforma financijskog sektora. Sve te kampanje imale su kontinuiran fokus, jasnu strategiju, poruku i temu usmjerene na konkretan cilj, koalicije s jasnim vodstvom, u nekim slučajevima mnogo novca ali u većini ne, pa su mobilizirale ljude i lidere. ■