



KREATYWNOŚĆ

seria książek naukowych i popularno-naukowych

Antoni Benedikt

WYDAWNICTWO
ASTRUM
www.wydawnictwo-astrum.pl

LOBBING

jako proces komunikacji



e-book
ASTRUM
M E D I A
www.astrummedia.pl

Lobbing

**jako proces
komunikaciji**

Antoni Benedikt

Lobbing

**jako proces
komunikacji**

e-book

ASTRUM

MEDIA

www.astrummedia.pl

WROCLAW

© Copyright by Wydawnictwo ASTRUM Sp. z o.o.

Wszelkie prawa zastrzeżone

Opracowanie redakcyjne

KAMILA HADYŚ

Redakcja techniczna

ELŻBIETA BURSZTYNOWICZ

Projekt okładki

JERZY MICHALSKI

*Żadna część tej pracy nie może być powielana i rozpowszechniana,
w jakiegokolwiek formie i w jakiegokolwiek sposób,
włącznie z fotokopiowaniem, nagrywaniem na taśmy lub przy użyciu
innych systemów, bez pisemnej zgody wydawcy*
(art. 116, 117 Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z dn. 4.02.1994 r.)

Zamówienia na książki można składać na kartach pocztowych
lub przez Internetową Księgarnię Wysyłkową
www.wydawnictwo-astrum.pl

Zapraszamy do zakupu naszych książek, multimediiów,
słuchowisk, poezji śpiewanej w formie e-booków i e-audiobooków
na platformach cyfrowych

Nasz adres

Wydawnictwo ASTRUM Sp. z o.o.
50-374 Wrocław, ul. Norwida 19/6
e-mail: handlowy@astrum.wroc.pl

ISBN 978-83-63758-69-1

SPIS TREŚCI

	Wstęp	7
Rozdział 1	Co to jest lobbing?	10
	Istota lobbingu	10
	Definicje lobbingu	16
	Osoba lobbysty	18
	Lobbing a pozostałe formy nacisku	21
	Pozytywne i negatywne aspekty działalności lobbingowej	22
	Lobbing a public relations	25
	Lobbing a public affairs	28
	Lobbing a government relations	30
	Modele lobbingu	31
	Opracowanie kampanii lobbystycznych	35
Rozdział 2	Komunikowanie się w lobbingu	45
	Elementy procesu komunikowania	46
	Zalecenia niezbędne do dobrego porozumiewania się	50
	Formy komunikowania	52
	Typy komunikowania	56
	Sztuka słuchania	60
	Przeszkody w skutecznej komunikacji	68
	Efektywna komunikacja	71
Rozdział 3	Strategie i taktyki skutecznego lobbingu	74
	Lobbing ofensywny i defensywny	75
	Lobbing bezpośredni i pośredni	87
Rozdział 4	Manipulacje w lobbingu	112
	Istota manipulacji	112
	Wybrane techniki stosowane w manipulacjach i sposoby radzenia sobie z nimi	114
	Bibliografia	131

WSTĘP

W Polsce pojęcie lobbingu jest stosunkowo nowe, słabo znane i potocznie postrzegane raczej negatywnie. Między innymi i z tych powodów lobbying nie doczekał się dotychczas dokładnego opracowania na gruncie języka polskiego. Liczba naukowców badających tę problematykę ogranicza się w istocie do kilku nazwisk, wśród których najbardziej znani i wybitni to: Krzysztof Jasiecki, Urszula Kurczewska, Małgorzata Mołęda-Zdziech. Poza kilkoma opracowaniami tychże autorów w języku polskim trudno jest odszukać jakiegokolwiek inne rozważania na ten temat. Na uwagę zasługuje jednak fakt, że od 1999 r. ukazuje się periodyk *Decydent. Pismo lobbिंगowe*, którego problematyka koncentruje się właśnie wokół zjawiska rzecznictwa interesów. O wiele lepiej sytuacja przedstawia się na gruncie opracowań angielskojęzycznych, gdzie opublikowano szereg rozpraw niemalże kompleksowo omawiających to zjawisko. Niestety, jako że na gruncie polskim tematyka ta nie cieszyła się jak dotąd szczególnym zainteresowaniem badawczym i czytelnictwem, angielskojęzyczne książki z tego zakresu są w naszym kraju raczej niedostępne.

We współczesnym świecie w niemal każdym systemie politycznym można zaobserwować samoistne organizowanie się grup interesu w celu wpływu na proces podejmowania decyzji oraz osiągnięcie zaplanowanych korzyści w wyniku realizacji tego wpływu. Obserwując arenę międzynarodową, możemy dostrzec szeroki wachlarz uczestników dążących do realizacji własnych interesów. W miarę jak ludzie stają się coraz bardziej wykształceni, a wiedza i informacja są powszechnie dostępne, liczba osób dostrzegających, że na scenie narodowej, a często ponadnarodowej, zapadają decyzje mające doniosły wpływ na ich codzienne życie, niezmiernie wzrasta. Owi obywatele, czy też

grupy obywateli, chcąc mieć wpływ na treść podejmowanych decyzji, rozpoczynają określone działania. Im dłużej funkcjonują, tym łatwiej jest im się poruszać na poziomie europejskim, odkrywają bowiem liczne nowe możliwości dostępu do instytucji, które są w stanie zapewnić realizację ich interesów. Co więcej, nauczeni czujności potrafią dostrzec zmianę w obrębie rozkładu sił władzy i zaadaptować się do zmieniających się warunków.

Obserwując powyżej zarysowaną sytuację z punktu widzenia urzędników i polityków, grupy interesów mają szczególnie istotne znaczenie i na dobrą sprawę w żadnej strefie decyzyjnej – od problemów związanych z ekologią, przez problemy konsumenckie, kobiece, religijne czy zajmujące się ochroną praw człowieka – nie można podejmować optymalnych rozstrzygnięć bez udziału tychże grup. Z powyższego nie wynika, że sam fakt istnienia i działania omawianych podmiotów zapewnia podejmowanie optymalnych decyzji, ale bez wątpienia zwiększa prawdopodobieństwo, że zostaną one podjęte. Dla poziomu decyzyjnego grupy interesu stanowią niezwykle istotne ogniwo pomiędzy rządzącymi a społeczeństwem. Dostarczają one rzetelnej, fachowej wiedzy, a ponadto zwracają uwagę decydentów na możliwość wystąpienia potencjalnych problemów na etapie, na którym decyzje będą realizowane.

Problematyka niniejszej publikacji została podzielona na cztery rozdziały. W rozdziale 1 podano podstawowe informacje na temat zjawiska lobbingu, zaprezentowano jego modele oraz definicje, scharakteryzowano osobę lobbysty. Na zakończenie przedstawiono etapy przygotowania skutecznej kampanii lobbingsowej.

Rozdział 2 przynosi wiedzę z zakresu komunikowania się, niezbędną dla każdej osoby podejmującej działalność lobbingsową. Omówiono m.in. techniki słuchania oraz przeszkody utrudniające skuteczną komunikację.

W rozdziale 3 scharakteryzowano dwie strategie praktykowane w działalności rzeczników interesów: lobbiring ofensywny i defensywny oraz dwie podstawowe taktyki: lobbiring bezpośredni i pośredni.

W rozdziale 4 zaprezentowano techniki manipulacji stosowane przez lobbystów w czasie prowadzenia kampanii.

Publikacja w szczególności adresowana jest do studentów, którzy wybrali dodatkowe kursy lub przygotowują pracę zaliczeniową z tej problematyki. Ponadto wśród adresatów niniejszej książki należy wymienić tych, którzy

z racji swoich obowiązków zawodowych mają, bądź mogą mieć, kontakt ze zjawiskiem rzecznictwa interesów, bowiem coraz więcej firm konstruuje etaty dla osób zajmujących się monitorowaniem takich rozstrzygnięć prawnych, które byłyby w przyszłości sprzyjające dla danej organizacji.

Pozostaje wyrazić nadzieję, że po wejściu w życie *Ustawy o działalności lobbingsowej w procesie stanowienia prawa* z dnia 7 marca 2006 r. postrzeganie działalności lobbystów nie będzie już tak negatywne. Ponadto niniejsza publikacja ma służyć lepszemu rozumieniu pracy rzeczników interesów.

CO TO JEST LOBBING?

Istota lobbingu

W społeczeństwach demokratycznych zostały wypracowane różnorodne kanały komunikacji społecznej. Służą one wyrażaniu opinii, prezentowaniu poglądów i argumentów w celu wywarcia wpływu na podejmowane decyzje czy działania władz.

Jakakolwiek decyzja władz powinna być podejmowana po zapoznaniu się z opiniami, potrzebami i obawami różnorodnych grup społecznych, których będzie dotyczyć, w przeciwnym wypadku jest rozstrzygnięciem niesprawiedliwym, uwzględniającym interesy jednej, najbardziej wpływowej grupy.

Działalność lobbingowa stanowi jeden z istotnych mechanizmów systemu demokratycznego, które umacniają pluralizm opinii i poglądów. Rzecznictwo interesów służy prezentacji i wzajemnemu rozumieniu poglądów oraz interesów grup społecznych, społeczności lokalnych czy środowisk zawodowych. Lobbing sprzyja wypracowaniu rozwiązań uwzględniających różne racje. Analogicznie, jak choćby wolne media, jest on szczególnie kanałem komunikacji społecznej.

Termin „lobbing” etymologicznie wywodzi się z języka łacińskiego, w którym słowo „lobbium” oznacza galerię, portyk lub pasaż. Natomiast w języku angielskim słowo „lobby” pierwotnie oznaczało kuluary. W początkach XIX w. Anglicy nadali temu pojęciu zupełnie nowe znaczenie. Specyficzny sens pojęcia „lobby” wykraczał poza obszar architektury i odnosił się do pewnego typu relacji pomiędzy przedstawicielami władzy a osobami, które pragnęły uzyskać do niej dostęp. Przez analogię z kuluarami Izby Gmin, w których publicz-

ność mogła spotykać się z członkami parlamentu, zaczęto posługiwać się słowem lobbying. Coraz częściej, opisując grupy nacisku, których intencją było wywieranie wpływu na decyzje podejmowane przez członków Izby Gmin i Izby Lordów, mówiono o działalności lobbystycznej. W anglosaskiej kulturze parlamentarnej zakorzenił się nawet termin dyplomacja kularowa, oznaczający tego rodzaju praktyki (B. Woszczyk, *Lobbing w Unii Europejskiej*, Toruń 2004, s. 10).

Natomiast samo zjawisko lobbingu, rozumiane jako rzecznictwo interesów grup społecznych w strukturach władzy, nie było oczywiście czymś nowym w XIX w. Jego początek datuje się przynajmniej od chwili wyłonienia się zorganizowanych i uporządkowanych stosunków społecznych w ramach państwa. Między innymi w starożytnej Grecji reguły demokracji bezpośredniej teoretycznie gwarantowały każdemu obywatelowi możliwość osobistego przedstawienia swoich żądań lub postulatów przed zgromadzeniem politycznym. Jednak poza niewielkimi miastami-państwami ówczesnej Grecji tego rodzaju możliwości stanowiły jednak przywilej nielicznej grupy, zwykle znajdujących się w bardzo bliskim otoczeniu osób sprawujących władzę. Zjawiska i działania, które współcześnie postrzegamy w kategoriach wpływania na procesy decyzyjne, przez stulecia przybierały formę klik, nieformalnych powiązań, niejednokrotnie mających charakter specyficznych relacji typu patron–klient, odmiennych od współczesnych standardów przyjętych w demokracjach przedstawicielskich. Szczególną nowością, którą do procesu wywierania wpływu na osoby sprawujące władzę wprowadził rozwój parlamentaryzmu, było tworzenie i rozbudowywanie mechanizmów reprezentacji, spośród których właśnie lobbying stał się jedną z ważnych technik komunikacji i oddziaływania pomiędzy obywatelami a rządzącymi.

Jeśli działalność lobbingsową można identyfikować z prawem do w miarę swobodnego wypowiedzania swoich poglądów i z koniecznością uwzględniania przez rządzących interesów różnych grup społecznych, to za jej początek uznać można 1215 r., w którym król Anglii Jan bez Ziemi pod naciskiem możnowładców podpisał przywilej nazywany Wielką Kartą Wolności (*Magna Charta Libertatum*). Wśród najważniejszych postanowień zapisanych w Karcie Wolności można wymienić następujące:

- król nie miał prawa nakładania nowych podatków bez zgody rady królewskiej złożonej z baronów i prałatów,
- król nie mógł ponadto nikogo więzić i karać bez wyroku sądu,
- miasta miały zapewnioną wolność handlu, duchowieństwo zaś swobodę wyborów kanonicznych.

Na straży Karty miała stać rada królewska złożona z 25 baronów. W razie nieprzestrzegania przez króla któregoś z postanowień Karty baronowie mogli wypowiedzieć mu posłuszeństwo i wezwać kraj do zbrojnego powstania. Wielka Karta, jak sądzą niektórzy historycy, przyspieszyła rozwój parlamentaryzmu w Anglii.

W późniejszym okresie za przejaw działalności lobbingowej uważa się m.in. sukcesy Anti-Corn Law League, która w latach 40. XX w. po długiej kampanii zmusiła rząd do wprowadzenia cła na import zboża, chcąc utrzymać wysokie ceny chleba na Wyspach Brytyjskich.

W Polsce za załączek działań lobbingowych można uznać m.in. praktyki parlamentarne polegające na tworzeniu koterii magnackich i pozyskiwaniu poparcia szlachty w okresach wyboru króla lub wskazówki instrukcji poselskiej, które to obliżowały posłów delegowanych przez sejmiki ziemskie do zajmowania określonego stanowiska podczas obrad sejmu walnego.

Współcześnie lobbing najczęściej kojarzony jest z kulturą życia politycznego Stanów Zjednoczonych. Początkowo oznaczał on wywieranie wpływu na procesy legislacyjne w Kongresie albo stanowych organach prawodawczych. Terminem „lobby”, w sensie analogicznym do współczesnego, zaczęto posługiwać się w końcu lat 20. XIX w. Podczas prezydentury L. Jacksona używano najpierw określenia „lobby agents”, które oznaczało osoby przychodzące do kuluarów budynków rządowych w celu wywierania wpływu na decyzje podejmowane przez członków legislatury stanu Nowy Jork. Później, od lat 30. XIX w., zaczęto posługiwać się skróconą formą – lobbyist, a następnie od tego rzeczownika utworzono formę czasownikową lobby, lobbying. Jak podkreślono w literaturze przedmiotu, zjawisko wywierania wpływu odbywało się na niewielką stanową skalę tak długo, dopóki zakres koncentracji kapitału był znikomy. Dopiero powstanie ponadstanowych organizacji gospodarczych i proces stowarzyszania się w organizacje reprezentantów interesów