

*Krzysztof Jasiecki*\*

## **Lobbing w USA, Europie Zachodniej i Polsce. Podobieństwa i różnice**

### **Odrębność lobbingu w USA i Europie Zachodniej**

Lobbing w różnych państwach można analizować za pomocą dwóch grup kryteriów: jego umiejscowienia w ustroju politycznym oraz rozwoju branżowego. Według pierwszej grupy kryteriów lobbing jest rozpatrywany za pomocą wybranych wyróżników systemowych określających wzorce zachowań w sferze publicznej, takich jak dominująca filozofia polityczna, historyczne i ustrojowe przesłanki jego rozwoju, system rządów i system partyjny, status formalny i instytucjonalny lobbingu, kultura polityczna, a także odbiór społeczny oraz terminologia za pomocą której jest on określany. Według drugiej grupy kryteriów lobbing jest rozpatrywany za pomocą mierników branżowych, o bardziej „technicznym” charakterze: obrotów finansowych i wartości zleceń; liczebności wyspecjalizowanych agencji, firm i działów organizacyjnych w przedsiębiorstwach, wielkości zatrudnienia, wyodrębnienia środowiskowych stowarzyszeń i organizacji, obecności w systemie edukacji i programach szkoleniowych oraz na rynku wydawniczym, w postaci specjalistycznych książek, periodyków i innych publikacji.

Obydwie grupy kryteriów umożliwiają porównanie lobbingu w USA i Europie Zachodniej. W przypadku Europy celowe wydaje się jednak rozróżnienie poziomu państw narodowych oraz poziomu instytucji Unii Europejskiej, które wyróżniają się odmienną logiką działania i własną dynamiką rozwoju. Posługując się kryteriami systemowymi odnotowujemy znaczące różnice interpretacji lobbingu w filozofii politycznej. W Stanach Zjednoczonych jego umiejscowienie zostało określone przez specyficzne podejście teoretyczne wobec interesów społecznych oraz grup nacisku, jak i szczególne wzorce działania w sferze publicznej zakorzenione w doświadczeniu historycznym tego

---

\* Dr hab. **Krzysztof Jasiecki** – Instytut Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, wykładowca w Centrum Europejskim Uniwersytetu Warszawskiego.

kraju. W odróżnieniu od Europy Zachodniej, w amerykańskiej filozofii politycznej duże wpływy zdobyły „teorie grup interesu” i „pluralizmu elit”. Ich wspólnym mianownikiem jest założenie, że konkurencja zorganizowanych grup interesu tworzy mechanizmy przeciwwagi sił, które umożliwiają osiągnięcie dynamicznej równowagi wpływów społecznych w instytucjach władzy. W takiej perspektywie lobbying jest uważany za sposób wykorzystywania konstytucyjnych uprawnień, które przysługują obywatelom w społeczeństwie demokratycznym. Lobbyści są uważani za „pośredników” pomiędzy elitami władzy politycznej i gospodarczej a różnymi grupami społecznymi.

Natomiast w Europie Zachodniej lobbying jest często traktowany inaczej – jako reprezentacja partykularnych, cząstkowych interesów zagrażających dobru publicznemu. Odmienne podejście do lobbyngu i jego inne usytuowanie w systemach politycznych Stanów Zjednoczonych oraz Europy Zachodniej ma specyficzne przesłanki historyczne i ustrojowe. W USA u ich podstaw leżał brak feudalnych ograniczeń w rozwoju demokracji i duża aktywność obywatelska w najbardziej skomercjalizowanym społeczeństwie. Z kolei w Europie Zachodniej – średniowieczne tradycje reprezentacji stanowych, a później sformalizowanych organizacji grup społeczno-zawodowych, których współczesnymi odpowiednikami stały się związki zawodowe i organizacje biznesu. Państwa Europy kontynentalnej wyróżnia też znaczna skłonność do administracyjnych regulacji życia społecznego, w tym oficjalnego włączania grup interesów w kształtowanie decyzji rządowych i wprowadzania ich w życie. Takie rozwiązania znalazły odzwierciedlenie w politycznej praktyce „korporacjonizmu” w wielu krajach europejskich (np. w Austrii, Niemczech i w państwach skandynawskich). Większość Amerykanów odrzuciła tradycję korporatystyczną jako autorytarną, utożsamiając ją z rządami Mussoliniego i Franco.

W instytucjach UE lobbying jest traktowany przychylniej niż w wielu państwach Europy Zachodniej. Uważa się go za element dialogu społecznego i obywatelskiego, tzw. pozatraktatowego partnera w procesie podejmowania decyzji. W pewnej mierze wynika to, podobnie jak w przypadku polityki regionalnej, ze wzmocnienia przez Komisję Europejską sił społecznych i mechanizmów przełamujących logikę państw narodowych. Takie podejście stanowi również społeczny komponent budowania legitymizacji instytucji unijnych oskarżanych o „deficyt demokracji”. Tworzenie reprezentacji różnych dziedzin życia gospodarczego i społecznego stanowi jednak głównie konsekwencję zwiększania roli i kompetencji ponadnarodowych instytucji UE, szczególnie wyraźną od wejścia w życie Jednolitego Aktu Europejskiego w 1987 r. oraz Traktatu z Maastricht w 1993 r.

Zasadniczym źródłem odrębnego miejsca lobbyngu w Stanach i Europie Zachodniej jest również system rządów oraz system partyjny. Charakterystycznymi elementami ustroju politycznego USA są prezydencki system rządów

kumulujących egzekutywę, rozdział władz z bardzo silną pozycją władzy ustawodawczej oraz podziałem kompetencji pomiędzy Kongresem i stanowymi izbami ustawodawczymi (*checks and balance*), a także trwała dominacja dwóch wielkich partii politycznych, republikanów i demokratów. Partie te wyróżniają się komitetową, nierozbudowaną strukturą organizacyjną, która uaktywnia się głównie w okresie kampanii wyborczych. W Europie Zachodniej występuje przewaga rządów parlamentarno-gabinetowych. Nieliczne wyjątki w tym zakresie stanowią Francja (system półprezydencki) i Niemcy (tzw. demokracja kanclerska). Rządy mają zwykle charakter koalicyjny, wielopartyjny, a ugrupowania polityczne mają rozwiniętą strukturę organizacyjną i zrzeszają znaczną liczbę wyborców. Z kolei system rządów w UE tworzą skomplikowane relacje zależności na przecięciu kompetencji Rady, Komisji, Parlamentu Europejskiego i innych unijnych instytucji. Ze względu na szczególny sposób ich kreowania i funkcjonowania oraz współistnienie wielu odmiennych typów interesów narodowych oraz ponadnarodowych, afiliacje partyjne pełnią w nich raczej ograniczoną rolę. W Parlamencie Europejskim reprezentowanych jest zresztą obecnie osiem grup politycznych. Jednak największe znaczenie mają członkowie partii chrześcijańsko-demokratycznych i centroprawicowych (w tym także konserwatyści brytyjscy) oraz partii socjalistycznych i socjaldemokratycznych.

Szczególnym wyróżnikiem amerykańskiego systemu politycznego jest instytucjonalizacja oraz profesjonalizacja lobbingu, które w porównaniu z innymi państwami wystąpiły najwcześniej i uzyskały też najbardziej wszechstronne odzwierciedlenie m.in. w systemie prawnym i standardach sfery publicznej. W USA lobbing reguluje specjalne ustawodawstwo, a wydatki związane z jego prowadzeniem można traktować jako część kosztów własnych i odpisywać od podstawy opodatkowania. Dla porównania – w większości państw Europy Zachodniej nie istnieją regulacje prawne lobbingu. W Wielkiej Brytanii od 1994 r. obowiązuje kodeks postępowania lobbystów i prowadzony jest rejestr grup lobbingowych działających w kręgach parlamentarnych. W Niemczech i Danii regulacje lobbingu mają charakter załączkowy, sprowadzający się głównie do rejestracji grup interesu. Nieco inna sytuacja kształtuje się w instytucjach UE, w których podlega on bardziej zaawansowanej regulacji. W 1994 r. zgodnie z oficjalnym stanowiskiem Komisji w sprawie grup nacisku, opracowany został kodeks postępowania lobbysty. Wśród sygnatariuszy tego dokumentu znalazły się wpływowe grupy nacisku, prowadzące profesjonalną działalność lobbingową (organizacje doradcze, konsultanci, firmy *public relations*). Od 1 stycznia 2000 r. obowiązują także znowelizowane zasady kodeksu postępowania funkcjonariuszy administracyjnych Komisji Europejskiej, które zostały przyjęte we współpracy z przedstawicielami grup nacisku. Od połowy lat dziewięćdziesiątych regulacje dotyczące lobbingu wprowadza stopniowo również Parlament Europejski (kodeks postępowania lobbysty, regulamin wewnętrzny Parlamentu, rejestr grup interesu).

Odrębności umiejscowienia lobbingu w USA i Europie Zachodniej są również uwarunkowane przez odmienne wzory kultury politycznej. Na przykład szczególnym wyróżnikiem kultury amerykańskiej lub szerzej anglosaskiej, jest duże znaczenie prawa i procedur formalnych. W Europie Zachodniej w tym zakresie występują znaczące odmienności wynikające z różnic krajowych i regionalnych. Dla ilustracji tej kwestii wystarczy przywołać odmienne style zachowań i ekspresji politycznej w kręgu kultury śródziemnomorskiej, niemieckojęzycznej lub skandynawskiej, preferencje dla działań jednostkowych bądź zorganizowanych, formalnych i nieformalnych. Jeszcze inne standardy narzucają instytucje unijne, w których przeważają technokratyczne procedury konsultacyjne. Inna jest również społeczna percepcja lobbingu w Stanach Zjednoczonych, państwach Europy Zachodniej i w UE. W USA działalność lobbystów ma szerszy oddźwięk niż w Europie. Jest to spowodowane m.in. silną pozycją ustrojową Kongresu i regulacjami prawnymi powodującymi, że kontakty grup nacisku z politykami są lepiej znane niż w innych krajach. W USA pełnoetatowy personel zajmujący się lobbingiem przyjęto uważać za stały i ważny składnik procesu podejmowania decyzji politycznych, a jego obecność za równie trwałe element tego procesu jak agencje rządowe i komisje parlamentarne. Z kolei większy wpływ decyzji rządowych na legislację kieruje uwagę europejskich grup nacisku na władze wykonawcze, co często jest utrzymywane w tajemnicy. Europejskie grupy interesów na ogół też unikają rozgłosu i często nie chcą być kojarzone z lobbingiem. W konsekwencji tego typu działalność w wielu krajach Europy Zachodniej odbierana jest ambiwalentnie, krytycznie i podejrzliwie. Nieco inaczej jest w instytucjach UE. Na poziomie Unii lobbing uważany jest na zjawisko powszechnie znane, które jest także coraz bardziej akceptowane.

Zróznicowane podejścia do tej problematyki znajdują również pewne odzwierciedlenie terminologiczne. W literaturze amerykańskiej i anglosaskiej w powszechnym użyciu są terminy *lobbying*, *lobbying industry*, *lobbies* lub *advocacy*, podczas gdy w Europie kontynentalnej częściej występują określenia takie jak „grupy interesów”, „grupy nacisku” bądź „związki interesów”. Z kolei w Unii Europejskiej oficjalnie funkcjonuje termin „otwarty i strukturalny dialog ze specjalnymi grupami interesu”. Rozróżnia się także krajowe i międzynarodowe grupy nacisku, podobnie jak dystynkcja „dialogu społecznego” oraz „dialogu obywatelskiego” wskazuje na występowanie rozmaitych rodzajów grup nacisku.

Warto jednak zauważyć, że oprócz różnic i odmienności pomiędzy umiejscowieniem lobbingu w USA i Europie Zachodniej, występują także wyraźne elementy wspólne. W obydwu rejonach świata postępuje bowiem profesjonalizacja tego rodzaju działalności, której przejawem jest m.in. funkcjonowanie wyspecjalizowanych firm i agencji ponadnarodowych.

**Tabela 1. Systemowe umiejscowienie lobbingu w USA, Europie Zachodniej i Unii Europejskiej**

Kluczowe wyróżniki	USA	Państwa Europy Zachodniej	Instytucje Unii Europejskiej
Filozofia polityczna	Teorie grup nacisku i pluralizmu elit	Reprezentacje partykularnych interesów	Pozatraktatowy partner w procesie podejmowania decyzji w UE, element dialogu społecznego i obywatelskiego
Przesłanki historyczne i ustrojowe	Brak feudalnych ograniczeń w rozwoju demokracji, duża aktywność obywatelska	Tradycje reprezentacji stanowych oraz sformalizowanych organizacji grup społeczno-zawodowych, korporacjonizm	Zwiększanie roli decyzyjnej ponadnarodowych instytucji EWG/WE/UE, tworzenie reprezentacji różnych dziedzin życia gospodarczego i społecznego
System rządów	Prezydencki, silna pozycja władzy ustawodawczej	Przewaga systemów parlamentarno-gabinetowych	Skomplikowane relacje pomiędzy Radą, Komisją i Parlamentem Europejskim
System partyjny	Utrwalony system dwupartyjny	Dominacja systemów wielopartyjnych	Grupy polityczne w Parlamencie Europejskim
Status	Regulacja ustawowa, mocna instytucjonalizacja i profesjonalizacja	Brak regulacji lub ich zaleźkowy charakter	Początki regulacji, postępująca instytucjonalizacja
Kultura polityczna	Duże znaczenie prawa	Różnice krajowe i regionalne	Technokratyczne procedury konsultacyjne
Percepcja społeczna	Staly i ważny element procesu decyzyjnego, szeroki oddźwięk	Ambiwalencja, krytyka i podejrzliwość, niejawni charakter	Zjawisko powszechnie znane, stopniowa akceptacja
Terminologia	<i>Lobbying, lobbying industry, lobbies, advocacy</i>	Grupy nacisku, grupy interesu, związki interesów	Otwarty i strukturalny dialog ze specjalnymi grupami interesu, rozróżnienie krajowych i międzynarodowych grup nacisku

Źródło: opracowanie własne.

Powszechnie lobbing jest traktowany jako jedno z narzędzi promocji, podobnie jak marketing bądź *public relations*. Uznaje się go za odmianę konsultingu, doradztwa prawnego lub politycznego, który w zależności od swojej specyfiki jest również znany pod nazwą *public affairs*, *government relations* lub *parliamentary relations*. Analogicznie jak w innych dziedzinach wpływu społecznego, następuje szybkie upodobnienie metod i form działania,

stosuje się zbliżone narzędzia i instrumenty. Przykładem wielopłaszczyznowych działań z zakresu polityki, dyplomacji, ekonomii, psychologii społecznej i *public relations* są kampanie lobbingowe wielkich korporacji przemysłu lotniczego oddziałujących na decydentów na różnych rynkach (tzw. megamarketing). W Polsce konkretyzacją takich kampanii stanowią chociażby wielostronne negocjacje na najwyższych szczeblach władzy wokół zakupu samolotu wielozadaniowego.

Odmienne aspekty odrębności lobbingu w USA i Europie Zachodniej pokazują mierniki branżowe. W Stanach Zjednoczonych ich działalność nabrała na tyle istotnego znaczenia biznesowego, że pojawił się termin „przemysł lobbyistyczny” (*lobbying industry*). Główną miarą jego rozwoju są obroty firm świadczących tego rodzaju usługi. W USA są one szacowane na kilkanaście miliardów dolarów rocznie. W Europie Zachodniej sytuacja jest w tym zakresie bardziej zróżnicowana. W niektórych państwach, jak w Wielkiej Brytanii, obroty w tej branży są znaczące, chociaż ich skala jest niewielka w porównaniu z rynkiem amerykańskim (np. około 100 mln funtów rocznie). Równocześnie rozwój lobbingu wyraźnie został wzmocniony przez proces integracji europejskiej. Nastąpiła również modyfikacja jego wzorców, które przechodzą od oddziaływania za pośrednictwem krajowych struktur politycznych lub administracyjnych na poziom ponadnarodowy, instytucji UE. Zjawisko to jest określane jako ekspansja lobbingu „ogólnoeuropejskiego”, którego wyróżnikiem staje się rosnąca specjalizacja i profesjonalizacja. Trudno bowiem, np. na poziomie Komisji Europejskiej, skutecznie wpływać na procesy decyzyjne w sposób amatorski. Tendencja ta znajduje odzwierciedlenie w wielkości zatrudnienia oraz ekspansji wyspecjalizowanych agencji, firm i działów organizacyjnych w przedsiębiorstwach, zwłaszcza w dużych korporacjach. Centrami światowego lobbingu są Waszyngton i Bruksela. Szacuje się, że w Waszyngtonie liczba profesjonalnych lobbyistów sięga 20 tysięcy osób. Natomiast w Brukseli działa 10 - 15 tys. osób zajmujących się zawodowo szeroko rozumianym lobbingiem europejskim. Są to urzędnicy w instytucjach UE, ambasadach i organizacjach międzynarodowych, przedstawiciele stowarzyszeń handlu i biznesu europejskiego, korporacji ponadnarodowych, związków zawodowych, stowarzyszeń społecznych, biur regionalnych, kancelarii prawniczych, agencji *public relations*, konsultanci polityczni *etc.* Skalę zjawiska obrazuje publikowany corocznie w Brukseli *The European Public Affairs Directory*, z podtytułem *The comprehensive guide to opinion-formers in the capitol of Europe*.

Ważnym społecznym miernikiem rozwoju branży jest wyodrębnienie profesjonalnych stowarzyszeń i organizacji. Ze względu na tradycję środowiskowej samoorganizacji, stowarzyszenia takie są szczególnie rozpowszechnione w kręgu kultury anglosaskiej. W USA ich przykładem jest m.in. American League of Lobbyist, a w Wielkiej Brytanii Association of Political Consultants

oraz Public Relations Consultants Association. Podobne organizacje działają także w niektórych innych państwach Europy Zachodniej. We Francji powstało stowarzyszenie skupiające praktyków – Association Francaise de Conseils en Lobbying. W związku z rozwojem lobbingu ogólnoeuropejskiego, podobne organizacje zostały utworzone także na poziomie instytucji UE – Society of European Affairs Practitioners i Public Affairs Practitioners.

Wśród innych kryteriów istotna jest także obecność lobbingu w systemie edukacji. W USA lobbing znajduje się w programach studiów wyższych i w działalności szkoleniowej. W państwach anglosaskich problematyka ta umieszczana jest najczęściej w ramach modułów związanych z *public relations*. Wiedza i umiejętności tego typu są umieszczane także na studiach biznesowych np. MBA. Zbliżone funkcje pełnią również przedmioty związane z komunikacją społeczną (*communications management*) i psychologią stosowaną ukierunkowaną na kształcenie praktycznych umiejętności wpływania na innych ludzi. W Europie Zachodniej lobbing stanowi stosunkowo nowy przedmiot zainteresowań badawczych i dydaktyki. W niektórych krajach istnieją już jednak wyspecjalizowane placówki edukacyjne. W Wielkiej Brytanii są to m.in. European Centre for Public Affairs, w Templeton College w Oksfordzie, Institute of Public Relations i Chartered Institute of Marketing. We Francji zajęcia o tej problematyce prowadzone są m.in. przez CELSA na Sorbonie, a także IEP-Institut Nauk Politycznych w Paryżu. W Belgii znanymi ośrodkami szkoleniowymi koncentrującymi się głównie na lobbingu w instytucjach UE są European Centre for Public Affairs w Brukseli oraz European Business and Innovation Centre Network. Przyznaje się nawet certyfikaty Eurolobbyist.

Ostatnim z uwzględnianych mierników rozwoju branży jest specjalistyczny rynek wydawniczy. W tym zakresie największy rynek istnieje w USA, gdzie ukazuje się dużo prac na temat metod i technik lobbingu, regulacji prawnych, grup interesu, lobbingu w organach władzy wykonawczej, w Kongresie, z udziałem zleceniodawców zagranicznych oraz problemów etycznych takiej działalności. Oprócz literatury poświęconej bezpośrednio tym kwestiom, istnieje wiele wydawnictw o zbliżonym profilu tematycznym: periodyki, jak „*Campaigns & Elections*”, omawiające działania grup nacisku, strategie medialne używane w sferze publicznej, książki z zakresu marketingu politycznego i organizacji wyborów, wydawnictwa informacyjne typu *Who's Who*, informatory parlamentarne, rządowe itd. W Europie Zachodniej pod tym względem sytuacja jest zróżnicowana. Ogólnie lobbing budzi mniejsze zainteresowanie niż w Stanach Zjednoczonych, co znajduje odzwierciedlenie w znacznie skromniejszej liczbie publikacji. Relatywnie najwięcej z nich ukazuje się w państwach większych, w których działalność ta wyróżnia się znaczącą skalą, jak w Wielkiej Brytanii, gdzie wydawane jest pismo „*Effective Lobbying*”. Zainteresowanie tą problematyką wzrasta szczególnie wraz z rozwojem

EWG/UE. Przejawem tego zjawiska są zarówno liczne publikacje poświęcone różnym interesom (narodowym, branżowym, regionalnym etc.) artykułowanym na poziomie ponadnarodowym, zwłaszcza w Komisji Europejskiej, a także adresowane bezpośrednio do lobbystów, jak wspomniany *The European Public Affairs Directory* i wydawnictwa publikujące dokumenty UE wraz z komentarzami ekspertów, np. *Lobby Sources Europe*, miesięcznik „EuroLobby”.

**Tabela 2. Porównanie rozwoju branży w USA, Europie Zachodniej i Unii Europejskiej**

Mierniki	USA	Państwa Europy Zachodniej	Instytucje Unii Europejskiej
Obroty	Bardzo duże, szacowane w miliardach dolarów	Zróżnicowane, w niektórych krajach znaczące	Duże, rosące wraz z rozwojem UE
Zatrudnienie	Duże	Zróżnicowane w poszczególnych krajach	Znaczące i rosące
Liczebność wyspecjalizowanych agencji, firm i działów organizacyjnych w przedsiębiorstwach	Bardzo duży rynek	W niektórych krajach znacząca	Duży, rozwijający się rynek
Wzory działania	Profesjonalizacja na poziomie krajowym i międzynarodowym	Oddziaływanie za pośrednictwem krajowych struktur władzy	Profesjonalizacja na poziomie ponadnarodowym
Wyodrębnienie środowiskowych organizacji	Działają od dawna	W niektórych państwach	Tworzenie i rozwój
Obecność lobbingu w systemie edukacji i programach szkoleniowych	Rozbudowana i utrwalona	Nowa dziedzina, rozwija się odmiennie w poszczególnych państwach	Nowa dziedzina, istnienie i rozwój wyspecjalizowanych placówek
Specjalistyczne publikacje	Największy rynek	Zróżnicowanie sytuacji w poszczególnych krajach	Znaczący rozwój

### Specyfika lobbingu w Polsce

Kryteria umiejscowienia systemowego i branżowego rozwoju lobbingu można także odnieść do Polski. Przy porównaniach z lobbingiem na Zachodzie trzeba jednak uwzględniać jego szczególne uwarunkowania, jakie z jednej strony określa głównie dziedzictwo socjalizmu państwowego, a z drugiej –

specyfika transformacji ustrojowej, przejście do gospodarki rynkowej i liberalnej demokracji. Przesłanki historyczne i ustrojowe tej transformacji, takie jak niedorozwój instytucji demokratycznych i słabość społeczeństwa obywatelskiego, wytworzyły w Polsce specyficzną asymetrię grup nacisku. Jednym z jej aspektów jest dominacja zawodowych i branżowych grup nacisku w znacznej mierze zakorzenionych w strukturach poprzedniego ustroju przy równoczesnej słabości grup nacisku sprzyjających reformom rynkowym i demokracji politycznej. Ze względu na odgórny charakter zmian ustrojowych i duży zakres sektora publicznego w gospodarce, występuje też zjawisko znaczącego upolitycznienia lobbingu, jego uwikłania w powiązania klientelistyczne i korupcyjne (np. zasada partyjnego „podziału łupów”). W filozofii politycznej sytuacja ta przekłada się na współistnienie w dyskursie publicznym dwóch konkurencyjnych koncepcji lobbingu: teorii grup nacisku odwołujących się do liberalnych teorii anglosaskich oraz reprezentacji partykularnych interesów. To drugie podejście kojarzy lobbing głównie z nadużyciami władzy, jej wykorzystywaniem dla prywatnych lub grupowych korzyści, często sprzecznych z interesem publicznym. Na rzecz takiej interpretacji w znacznej mierze przemawia również praktyka systemu rządów i systemu partyjnego.

System rządów w Polsce po 1989 r. charakteryzuje duża zmienność reguł gry, znacząca personalizacja władzy i swoista „instytucjonalizacja nieodpowiedzialności”, która łączy zanik obywatelskiej kontroli z partyjną „kolonizacją państwa” sprzyjającą poczuciu bezkarności oraz obniżaniu się autorytetu władzy publicznej. Z kolei słaby system partyjny, wyróżniający się niestabilnością (charakterystyczną zwłaszcza dla ugrupowań centroprawicowych) i ograniczonym zapleczem kadrowym, sprzyja wytwarzaniu się wielu patologicznych zależności pomiędzy warstwą polityków a grupami interesów. Umacnia się praktyka „państwa partyjnego”, w którym poufne porozumienia pomiędzy elitami politycznymi i gospodarczymi *lobbies* stają się podstawą koalicji redystrybucyjnych preferujących interesy wybranych grup społecznych ulokowanych w strukturach władzy lub tworzących jej bliskie zaplecze. Taką sytuację wzmacniają niektóre inne wyróżniki ustrojowego umiejscowienia lobbingu w Polsce, jak jego niejasny status formalny i kultura polityczna okresu transformacji. Lobbing nie został uregulowany ustawowo. Brakuje rozróżnienia pomiędzy usankcjonowanym prawnie lobbingiem a korupcją. Takiego rozróżnienia nie ma też w praktyce. Szczególną pozycję zdobyły natomiast niektóre grupy nacisku. Są to przede wszystkim centrale związków zawodowych i branżowe grupy interesu oraz towarzysko-protekcyjne grupy wpływu w gospodarce, skuteczne w transferowaniu środków budżetowych do sektora prywatnego (zdobywanie zamówień publicznych, prywatyzacja *etc.*). Pozycja tego rodzaju grup nacisku jest funkcją zarówno pewnych słabości instytucjonalnych nowego ustroju, np. kryzysu wymiaru sprawiedliwości, jak i cech charakterystycznych

polskiej kultury politycznej – niskich standardów prawnych czy słabości dialogu społecznego.

Jak pokazują badania empiryczne, lobbing w Polsce przybiera często postać sieci nieformalnych powiązań, poprzez które wspólne interesy przenikają się z kontaktami towarzyskimi. Typowymi sposobami wywierania wpływu są: wykorzystywanie osobistych znajomości, ułatwianie kariery i wzajemność usług. Nierzadko mają one charakter korupcyjny lub korupcjogenny.<sup>1</sup> W konsekwencji społeczny odbiór lobbingu jest bardzo ambiwalentny. Świadomości potrzeby jego istnienia w demokratycznym społeczeństwie towarzyszy duża krytyka i podejrzliwość oraz skojarzenia z nadużyciami władzy i korupcją. Taką percepcję wzmacnia też niejawnosc działania wielu grup nacisku oraz szeroki negatywny oddźwięk medialny wielu działań lobbystycznych. Tego rodzaju konotacje znajdują odzwierciedlenie także w języku potocznym, w publicystyce, a także w terminologii polskich lobbystów. Przejawem tego zjawiska są m.in. często formułowane pytania typu: czym różni się lobbing od korupcji? Pojawiają się również próby „polonizacji” tego pojęcia, zastępowania go np. określeniem „rzecznictwo interesów”, co po części motywowane jest chęcią neutralizacji wątpliwych skojarzeń za pomocą zmiany nazwy.

**Tabela 3. Systemowe umiejscowienie lobbingu w Polsce**

<b>Wyróżniki</b>	<b>Cechy charakterystyczne</b>
Przesłanki historyczne i ustrojowe	Dziedzictwo socjalizmu państwowego, niedorozwój instytucji demokratycznych, upolitycznienie lobbingu, słabość społeczeństwa obywatelskiego, asymetria grup nacisku, klientelizm
Filozofia polityczna	Współistnienie konkurencyjnych koncepcji: teorie grup nacisku, reprezentacje partykularnych interesów
System rządów	Parlamentarno-gabinetowy, personalizacja władzy, zmienność reguł gry, instytucjonalizacja nieodpowiedzialności
System partyjny	Słaby i nieustabilizowany system wielopartyjny
Status	Brak regulacji, szczególna pozycja niektórych grup nacisku
Kultura polityczna	Skuteczność działań nieformalnych, niskie standardy prawne, słabość dialogu społecznego
Percepcja społeczna	Ambiwalencja, krytyka i podejrzliwość, szeroki negatywny oddźwięk, skojarzenia z nadużyciami władzy i korupcją, niejawnosc działania
Terminologia	Lobbing, grupy nacisku, grupy interesu, rzecznictwo interesów

<sup>1</sup> Zob.: badania Krajowej Izby Gospodarczej, PBS (na zlecenie „Rzeczpospolitej”), IFiS PAN i ISP PAN – por. prace K.Jasieckiego: *Lobbing w Sejmie w: Obciążeni polityką. Posłowie i partie*, red. W.Wesołowski, IFiS PAN, Warszawa 2001 oraz *Lobbing gospodarczy w Polsce*, „Studia Socjologiczne”, nr 4/2000.

Z kolei branżowe mierniki lobbingu w Polsce wskazują, że pod względem profesjonalizacji znajduje się on na wczesnym etapie rozwoju. Obroty firm świadczących tego rodzaju usługi nie są znane. Nie został opublikowany żaden ranking działających w Polsce firm lobbystycznych, co może świadczyć o płytkim rynku lub niechęci do ujawniania danych, w tym obrotów. Specyfikę rozwoju tej branży w Polsce określa fakt, że podobnie jak w obszarze *public relations*, pierwsze firmy zajmujące się profesjonalnym lobbingiem powstawały z inspiracji lub na zlecenie inwestorów zagranicznych. Liczebność wyspecjalizowanych agencji, kancelarii i działów organizacyjnych w firmach zajmujących się tą problematyką wydaje się być ograniczona, co znajduje odzwierciedlenie w niewielkim zatrudnieniu. Zmieniają się jednak wzory działania grup nacisku i lobbystów. Nową tendencją jest przechodzenie od „lobbingu amatorskiego” do „lobbingu profesjonalnego”. Ukształtowały się już pewne nowe formy lobbingu instytucjonalnego (uprawianego np. przez niektóre organizacje biznesu) oraz lobbingu korporacyjnego, prowadzonego zwykle przez duże firmy. Współistnieją one ze wzorcami działań roszczeniowych odwołujących się do tradycji związków zawodowych z lat 80. Skrajnym wariantem takich zachowań są wychodzące często poza granice prawa i cywilizowanej kultury politycznej działania liderów „Samoobrony”. Trudno oszacować proporcje pomiędzy różnymi wzorcami lobbingu. Jednak w związku z załamaniem wzrostu gospodarczego Polski, kryzysem finansów publicznych oraz złą kondycją wielu branż i przedsiębiorstw, obserwujemy ostatnio w nowych formach ekspansję wzorców roszczeniowych, żywiołowych protestów społecznych etc. Natomiast lobbing profesjonalny jest domeną głównie środowisk gospodarczych, organizacji biznesu i inwestorów zagranicznych.

Miernikiem wczesnego etapu rozwoju lobbingu w Polsce jest również brak środowiskowych organizacji skupiających profesjonalistów. Nieco lepsza jest sytuacja w edukacji i szkoleniach. Podobnie jak na Zachodzie, zagadnienia związane z lobbingiem najczęściej znajdują się w programach studiów *public relations*, marketingu oraz organizacji i zarządzania. Niekiedy prowadzone są zajęcia wyodrębniające lobbing spośród innych przedmiotów w programie studiów. Są one umieszczane w ramach studiów podyplomowych, a także studiów dziennych. W Warszawie wykłady i warsztaty na temat lobbingu są realizowane m.in. w Podyplomowym Studium PR IFiS PAN, ISNS UW i Centrum Prywatyzacji oraz w ramach studiów europejskich SGH. Jest to również przedmiot prac semestralnych, licencjackich i magisterskich oraz rozpraw doktorskich. Poza instytucjami akademickimi działalność szkoleniową w tym zakresie zainicjowała i prowadziła grupa osób skupiona wokół USAID/GEMINI, a także Polskiej Fundacji Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw.

Publikacji na temat lobbingu ukazało się w Polsce niewiele. Część z nich ma charakter niskonakładowy (materiały z konferencji, opracowania Kancelarii Sejmu itp.). Wyjątek stanowią pionierskie opracowania USAID/GEMINI:

*Sztuka lobbyingu w Polsce i Organizacje członkowskie biznesu.* Wydana została również praca *Lobbying. Sztuka skutecznego wywierania wpływu.* Ostatnio pojawiają się także prace na temat lobbyingu w instytucjach UE. Częściej wydawane są inne użyteczne opracowania zawierające m.in. metody i techniki PR, marketingu, zastosowania psychologii społecznej, socjologii, teorii komunikacji, etyki biznesu. Niewiele jest jednak opracowań na temat „technicznych” aspektów działań grup interesu: marketingu politycznego i medialnego, organizacji i zarządzania kampaniami nacisku lub taktyk efektywnych działań. Pierwszym pismem podejmującym tę problematykę jest miesięcznik „Decydent. Pismo lobbyngowe”.

**Tabela 4. Rozwój branży w Polsce**

Mierniki	Charakterystyka
Obroty	Nieznane
Obecność wyspecjalizowanych agencji, firm i działów organizacyjnych w przedsiębiorstwach	Ograniczony rynek
Zatrudnienie	Niewielkie
Wzory działania	Radykalno-konfliktowe, przechodzenie do lobbyngu profesjonalnego
Wyodrębnienie środowiskowych stowarzyszeń i organizacji	Nie istnieją
Obecność lobbyngu w edukacji i szkoleniach	Początkowa faza
Specjalistyczne publikacje	Niewiele

### Strategie regulacji lobbyngu

Nie tylko w Polsce wpływ grup nacisku i lobbyngu na organy władzy państwowej wywołuje liczne kontrowersje. Oskarżenia o nadużywanie władzy lub korupcję legły u podstaw wprowadzania w niektórych państwach, a także w UE, rozmaitych regulacji zmierzających do „ucywilizowania” lobbyngu poprzez ujęcie tego typu działalności w określone ramy instytucjonalne. Ich istnienie ma odróżniać „dopuszczalne” od „niedopuszczalnych” prawnie i etycznie form rzecznictwa interesów. Współcześnie można wyróżnić trzy zasadnicze, niewykluczające się, strategie normowania lobbyngu w organach władzy publicznej:

- a) regulacje zachowań osób zajmujących ważne stanowiska w państwie;
- b) specjalne ustawodawstwo normujące ten obszar działalności oraz
- c) samoregulacje środowiskowe.

Pierwsza strategia reguluje lobbyng jedynie pośrednio, przy okazji rozstrzygania innych zagadnień. Jej celem jest głównie zwiększanie przejrzystości działań decydentów w sferze publicznej, w tym poprawa jakości rządzenia

i tworzenie etycznych standardów uprawiania polityki oraz funkcjonowania administracji państwowej. Normuje ona prawnie zachowania osób zajmujących ważne stanowiska publiczne (głowy państwa, członków rządu, parlamentarzystów, urzędników państwowych *etc.*). Służy temu wiele rozwiązań, które występują powszechnie w państwach demokratycznych. Konkretyzują one konstytucyjne zasady wolności informacji oraz jawności praktyk legislacyjnych. W tej grupie regulacji znajdują się zasady niełączenia stanowisk w legislatywie i egzekutywie, w polityce i w gospodarce oraz kontrolne funkcje parlamentów i innych wyspecjalizowanych instytucji inspekcyjnych. Ich rozwinięcie stanowią różne regulacje zachowań osób zajmujących stanowiska w organach władzy: ustawy, regulaminy, kodeksy etyki parlamentarnej, urzędniczej, sędziowskiej, deklaracje stanu majątkowego, reguły wynagradzania, zapobieganie konfliktom interesów (m.in. ograniczenia dochodów uzyskiwanych poza zasadniczym miejscem zatrudnienia, podejmowania pracy po zwolnieniu ze stanowiska *etc.*), regulacje finansowania polityki. Dla ich wprowadzania i stosowania powoływane są specjalne komisje – parlamentarne, służby cywilnej, prawników *etc.*

**Tabela 5. Wybrane regulacje zachowań osób zaufania publicznego w państwach demokratycznych**

Podstawowe zasady	Konkretyzacja
Podział władzy	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wyodrębnienie trzech funkcji państwa: ustawodawczej, wykonawczej i sędziowskiej</li> <li>– realizowanie każdej z tych funkcji przez inny organ państwowy</li> <li>– wzajemne ograniczanie się władz</li> </ul>
Rozdzielność stanowisk	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ograniczenia w łączeniu stanowisk w organach władzy państwowej z mandatem poselskim</li> <li>– ograniczenia w łączeniu mandatu poselskiego z działalnością gospodarczą i zawodową</li> </ul>
Przejrzystość działania	<ul style="list-style-type: none"> <li>– dostęp do informacji</li> <li>– powoływanie komisji regulaminowych, tworzenie kodeksów etycznych</li> <li>– zapobieganie konfliktom interesów</li> <li>– reguły finansowania polityki</li> </ul>
Kontrola	<ul style="list-style-type: none"> <li>– kontrolne funkcje parlamentu i innych wyspecjalizowanych instytucji</li> <li>– oświadczenie majątkowe i rejestr korzyści</li> </ul>

Regulacje tego typu mogą być rozmaicie uszczegóławiane. Na przykład w Stanach Zjednoczonych po aferze Watergate ich cechą charakterystyczną jest rozbudowane normowanie kwestii ofiarowywania i ujawniania podarunków, podróży, honorariów za przemówienie, artykuł itp., a także dozwolonych wynagrodzeń, rozliczania kosztów podróży, zaproszeń na koszt innej osoby (fundowane posiłki, bilety). Rozwiązania przyjmowane w tym zakresie

ukierunkowane są na daleko idące precyzowanie istniejących regulacji: m.in. obowiązujące od 1996 r. nowe zasady regulaminowe zabraniają członkom, funkcjonariuszom i pracownikom Izby Reprezentantów przyjmowania większości podarunków, z wyłączeniem podarków od krewnych i najbliższych znajomych.

Inną grupę regulacji związanych jedynie pośrednio z lobbieniem stanowi ustawodawstwo odnoszące się do ogólnych reguł współżycia społecznego (np. członkowie Kongresu mają ograniczony immunitet, który nie obejmuje przestępstw pospolitych lub zakłóceń porządku publicznego) oraz kwestii szczegółowych, takich jak finansowanie partii politycznych i kampanii wyborczych. W tym celu wprowadzono zasadę informowania społeczeństwa przez Federalną Komisję Wyborczą o finansowaniu kampanii do Kongresu i powołano komitety działalności politycznej (PAC – Political Action Committee). PAC tworzą specyficzną amerykańską praktykę w dziedzinie finansowania kampanii. Ich głównym celem jest umożliwienie obywatelom oficjalnego finansowego wspierania partii i kandydatów w sposób zgodny z prawem, w ramach reguł jawności i sprawozdawczości.

W Europie Zachodniej takie podejście jest ugruntowane w rozmaitych wariantach ustrojowych w ramach tzw. kontynentalnej tradycji prawa. W rosnącym zakresie strategia ta jest obecna również w „nowych demokracjach” Europy Środkowej i Wschodniej. Podobnie dzieje się w Polsce; problematyka lobbingu regulowana jest jedynie pośrednio, głównie poprzez regulacje zachowań osób zaufania publicznego i niektórych aspektów ich działalności.

**Tabela 6. Wybrane akty prawne regulujące zachowania osób zaufania publicznego w Polsce**

Konstytucja RP z dnia 2 kwietnia 1997 r.
Regulamin Sejmu RP
Ustawa o wykonywaniu mandatu posła i senatora
Ustawa o partiach politycznych
Ustawa o dostępie do informacji publicznej
Przepisy o statusie urzędników publicznych: ustawy o pracownikach urzędów państwowych, pracownikach samorządowych, służbie cywilnej
Kodeks postępowania administracyjnego
Przepisy kodeksu karnego, dotyczące karalnych zachowań funkcjonariuszy publicznych
Przepisy antykorupcyjne: ustawa o ograniczeniu prowadzenia działalności gospodarczej przez osoby pełniące funkcje publiczne; ustawy o samorządzie gminnym, powiatowym, wojewódzkim
Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji
Ustawa o zamówieniach publicznych
Przepisy o dialogu społecznym: ustawy o rozwiązywaniu sporów zbiorowych, stowarzyszeniach, fundacjach, organizacjach pracodawców, izbach gospodarczych, zgromadzeniach
Przepisy o instytucjach kontrolnych i inspekcyjnych: ustawy o NIK i kontroli skarbowej

Druga z wymienionych strategii, wprowadzanie specjalnych regulacji lobbingu, najpełniej stosowana jest w USA i w niektórych innych państwach anglosaskich (Kanada, Australia). Jej podstawą jest ustawodawstwo, które obejmuje zarówno zachowania lobbystów, jak również decydentów w strukturach władzy państwowej. Określa ono m.in. zasady dostępu do informacji w organach władzy publicznej i legalizuje zasady działania lobbystów (m.in. ich rejestrację i sprawozdawczość). Prawne regulacje lobbingu najwcześniej zapoczątkowały Stany Zjednoczone. W 1946 r. Kongres przyjął ustawę całościowo regulującą lobbing (*Federal Regulation of Lobbying Act*). Ustawa ta, wraz z późniejszymi modyfikacjami, wprowadziła definicję lobbysty, doprecyzowała obowiązek rejestracji lobbystów i szczegółowe wymogi związane z okresową sprawozdawczością (m.in. wskazanie kogo reprezentują, z kim pracują, jakimi funduszami dysponują, ile wynosi ich wynagrodzenie; deklaracje wydatków, wpływów, darczyńców; ustaw, którymi się zajmują). Zestaw takich informacji jest podawany do publicznej wiadomości i publikowany. Kongres zajmuje się archiwizacją danych dotyczących zapisów kampanii, finansów osobistych i działalności lobbystów. Co kwartał sekretarze Senatu i Izby Reprezentantów obowiązani są zdać szczegółowe sprawozdania na temat wszelkiej działalności lobbystycznej. Sprawozdania te są udostępniane do wglądu publicznego i kopiowania. Regulacja lobbingu jest w tej tradycji łączona z normowaniem zachowań osób zaufania publicznego i sferą wartości konstytucyjnych.

**Tabela 7. Główne akty prawne regulujące lobbing w USA**

Federalna ustawa o lobbingu	<i>The Regulation of Lobbying Act</i>	1946
Ustawa o rejestracji rzeczników zagranicznych interesów	<i>Foreign Agents Registration Act</i>	1938, 1996
Ustawa o kampanii wyborczej	<i>The Federal Election Campaign Act</i>	1971, ze zmianami
Ustawa ograniczająca wynagrodzenie urzędników państwowych ze źródeł pozarządowych	<i>Statutes Limiting The Compensation of Public Officials From Non-Government Sources</i>	1989
Ustawa o konflikcie interesów, szczegółowe reguły odnoszące się do władzy ustawodawczej, wykonawczej i sędziowskiej	<i>The Conflict of Interest Statute</i>	
Ustawa o tzw. drzwiach obrotowych	<i>The Anti-Revolving Door Statute</i>	1989
Ustawowe regulacje zachowań przedstawicieli organów władzy publicznej	<i>The Ethics Government Act</i> <i>Ethics Reform Act</i> <i>The Executive Branch Code of Conduct</i> <i>The Rules of The Senate and the House of Representatives</i>	1978, 1989 1989 lata 70 i nast.
Nowelizacja ustawy o lobbingu	<i>Lobbying Disclosure Act</i>	1996

Trzecia strategia, samoregulacji środowiska lobbystycznego, nawiązuje do tradycji przyjmowania profesjonalnych kodeksów etycznych określających wspólne reguły zachowań członków organizacji zawodowych (*Codes of Ethics*, *Codes of Practice* itp.). Jedną z najważniejszych funkcji takiej formy regulacji jest wprowadzenie i upowszechnianie zasad zawartych w kodeksach etyki zawodowej, które stanowią pewien katalog wspólnych wartości i praktyk działania członków organizacji, w tym wiodących firm działających w danej branży. Wypracowanie takich kodeksów jest jednym z elementów kształtowania pozytywnego wizerunku firmy i całego środowiska zawodowego. Ci, którzy wykraczają poza takie kodyfikacje mogą być w pewien sposób publicznie potępiani, co stanowi sygnał dla klientów i decydentów, że z tą firmą lub z tymi osobami nie należy współpracować. W zakresie lobbingu przykładami takich samoregulacji są m.in. *Guidelines for Professional Conduct* zaakceptowany przez członków American League of Lobbyists lub *Code for Conduct for Lobbyist* przyjęty w instytucjach Unii Europejskiej. Regulacje środowiskowe zostały wprowadzone także w niektórych państwach europejskich, m.in. we Francji i Wielkiej Brytanii. W Polsce jak dotąd nie została utworzona żadna organizacja zrzeszająca lobbystów, chociaż ostatnio pojawiają się sygnały o inicjatywach zmierzających do jej powołania. Podobnie pomimo dyskusji nad propozycją Kodeksu Rzecznika Interesu, który zawierał zasadnicze reguły prowadzenia profesjonalnego lobbingu, nie udało się dla nich uzyskać powszechnej akceptacji i Kodeks nie wszedł w życie.

**Tabela 8. Struktura Kodeksu Rzecznika Interesu**

<b>Preambuła:</b> uzasadnienie potrzeby profesjonalnego lobbingu w społeczeństwie demokratycznym wraz z argumentacją na rzecz ujednoczenia zasad i metod odnoszących się do reprezentacji grup interesu wobec parlamentu, rządu i administracji publicznej
<b>Definicje:</b> rzecznika interesu, osoby zaufania publicznego, grupy interesu
<b>Określenie zakresu zastosowania:</b> kto i w jakim celu będzie posługiwał się Kodeksem
<b>Sprecyzowanie metod działania</b> wraz z zasadami szczegółowymi, które mają być przestrzegane przez rzeczników interesu (akceptowane standardy zachowań, stosunki z klientami, a także z osobami zaufania publicznego)
<b>Rejestracja:</b> utworzenie centralnego Rejestru Rzeczników Interesu, określenie wymogów rejestracji
<b>Powołanie Komitetu ds. Etyki:</b> tryb powołania, skład, kadencja, sankcje za nieprzestrzeganie zasad etycznych kodeksu

Źródło: na podstawie dokumentu ramowego Zespołu do Spraw Lobbingu przy Biurze Studiów i Analiz Kancelarii Senatu, w skład którego wchodziłi parlamentarzyści, urzędnicy i przedstawiciele grup lobbingsowych.

Jednak znacząca obecność zjawisk dysfunkcji i patologii pomiędzy organami władzy publicznej a grupami nacisku powoduje, że co pewien czas wysuwane są postulaty wprowadzenia ustawowej regulacji lobbingu. Jest to zagadnienie tym bardziej ważne, że Polska dopiero kształtuje instytucje, które mają stać się odpowiednikiem rozwiązań stosowanych w państwach wysoko rozwiniętych. Obecne regulacje służące etycznym działaniom funkcjonariuszy publicznych, stwarzają jedynie konstytucyjne i ustawowe ramy prawne, które często nie są wypełnione określoną treścią, a proces ich formowania i egzekwowania został dopiero zapoczątkowany. Wprowadzane nowe rozwiązania takie jak rejestr korzyści, oświadczenia o stanie majątkowym lub zasady etyki poselskiej funkcjonują od niedawna. Kształtują się też komentarze i praktyka orzecznictwa w zakresie ich stosowania, w tym problem sankcji dla osób nie dopełniających formalności, rozstrzygnięć wątpliwości wynikających z zastosowanych regulacji itp.

„Cywilizowanie” lobbingu można zatem rozpatrywać jako ważny fragment tworzenia i wzmacniania pozytywnych wzorów zachowań w sferze publicznej w Polsce. W tym zakresie najbardziej perspektywiczne wydaje się stosowanie wszystkich trzech charakteryzowanych strategii regulacji. Są to bowiem zagadnienia wpływające zarówno na koszty transakcyjne w gospodarce, jak również znacząco kształtujące charakter relacji społecznych, kulturę polityczną elit władzy i społeczeństwa oraz mechanizmy ustroju państwa. Na te aspekty lobbingu wskazuje Bank Światowy w raporcie o korupcji w Polsce z 1999 r. Wśród priorytetów regulacji prawnych oraz mechanizmów administracyjnych i finansowych, które należałoby szybko uruchomić, raport ten wymienia m.in. przepisy dotyczące prowadzenia nacisku (lobbying), finansowania partii politycznych, poprawianie prawa o zamówieniach publicznych, wzmocnienie prawa ograniczającego konflikt interesów, ujawnianie informacji o stanie majątkowym i przyjmowaniu prezentów przez urzędników państwowych oraz zmiany prawa dotyczącego nadzoru finansowego nad spółkami z udziałem skarbu państwa i funduszami pozabudżetowymi. Interesujące są w tym względzie wyniki badań nad poglądami posłów Sejmu poprzedniej kadencji przeprowadzone przez badaczy IFiS PAN. W 2000 r. blisko 64% ogółu respondentów (N=407) deklarowało poparcie dla specjalnego ustawodawstwa regulującego lobbing, które w tym czasie było przedmiotem obrad parlamentu. Wśród posłów szczególnie duże poparcie dla takich działań deklarowali posłowie SLD – 67%. Sejm III kadencji nie wykazał jednak politycznej woli wprowadzenia ustawowej regulacji lobbingu. Wśród posłów obecnego parlamentu także nie widać większego zainteresowania tą problematyką.

### Wybrana bibliografia

- *Decydent. Pismo lobbingsowe* (decydent@atomnet.pl, www.decydent.pl)
- *Etyka parlamentarna. Materiały i dokumenty*, Biuro Studiów i Ekspertyz Kancelarii Sejmu, Warszawa 1997
- K.Jasiecki, *Elita biznesu w Polsce. Drugie narodziny kapitalizmu*, IFiS PAN, Warszawa 2002
- K.Jasiecki, *Lobbing w Sejmie w: Obciążeni polityką. Posłowie i partie*, red. W.Wesołowski, IFiS PAN, Warszawa 2001
- K.Jasiecki, *Lobbing gospodarczy w Polsce*, „*Studia Socjologiczne*”, nr 4/2000
- K.Jasiecki, M.Mołęda-Zdziech, U.Kurczewska, *Lobbing. Sztuka skutecznego wywierania wpływu*, Kraków 2000
- *Korupcja w Polsce: przegląd obszarów priorytetowych i propozycji przeciwdziałania zjawisku*, Bank Światowy, Biuro w Warszawie, 1999
- M.Matyja, *Wpływ Zrzeszenia Konfederacji Przemysłowców i Pracodawców Europy (UNICE) na proces decyzyjny w Unii Europejskiej*, Warszawa
- A.S.McFarland, *Grupy interesów i proces kształtowania polityki: źródła przeciwwagi sił w Ameryce w: Władza i społeczeństwo. Antologia tekstów z zakresu socjologii polityki*, red. J.Szczupaczyński, Warszawa 1995
- K.Michałowska-Gorywoda, *Podjęmowanie decyzji w Unii Europejskiej*, Warszawa 2002
- *National and Private EC Lobbying*, ed. M.Van Schendelen, London 1993
- D.M.Olson, *Demokratyczne instytucje legislacyjne*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa 1998
- C.Souza, *So You Want To Be a Lobbyist? The Inside Story of the Political Lobbying Industry*, London 1998
- *The Lobbying Handbook*, ed. J.Zorack, Professional Lobbying and Consulting Center, Washington 1990