

## Lobbing

---

Autorem artykułu o lobbingu, który ukazał się na stronie [www.epr.pl](http://www.epr.pl), poświęconej tematyce Public Relation jest Piotr Bielawski - dr nauk ekonomicznych, absolwent Podyplomowego Polsko-Amerykańskiego Studium Komunikacji Społecznej w Organizacji i Zarządzaniu.

W opracowaniu przedstawiono pojęcie lobbingu, z uwzględnieniem jego podmiotów (liderów, autorytetów w danej branży, organizacji mających wpływ na kształtowanie opinii). Autor zwraca uwagę na uwarunkowania społeczne niechęci do lobbingu w Polsce, związanej z faktem, że działania lobbingowe dotyczą szczytów władzy, jak również z niezrozumieniem samego pojęcia lobbingu. Rozważa również zasadność wprowadzenia przepisów prawnych regulujących lobbing, bądź tylko umieszczenia w kodeksach etyki zasad odnoszących się do lobbingu. Piotr Bielawski zwrócił uwagę na dwuznaczność działań lobbingowych, które mogą być odbierane pozytywnie lub negatywnie, posługując się przykładami polskimi i zagranicznymi, a także rolę PR, jako płaszczyzny do skutecznych działań w tym zakresie.

Autor stoi na stanowisku, że działalność lobbingowa może być uzupełnieniem parlamentarnej reprezentacji, a za pośrednictwem lobbystów włączeniem społeczeństwa do publicznej debaty, co jest cechą rozwiniętej demokracji. We wnioskach stwierdza, że jakiegokolwiek uregulowania nie przyniosą rezultatów, jeśli równocześnie interesy obywateli nie będą odpowiednio chronione.



## Pliki do pobrania

[\(pdf, 144.4 KB\)](#)