

Natalia Wójcik-Krokowska

## **Lobbing jako sztuka skutecznego wywierania wpływu w kontekście społeczno-prawnym**

### **Streszczenie**

W artykule *Lobbing jako sztuka skutecznego wywierania wpływu w kontekście społeczno-prawnym*, zawarto podstawowe informacje na temat zjawiska lobbingu i podano jego definicje, scharakteryzowano osobę lobbysty oraz zaprezentowano dwa podstawowe modele lobbingu: pluralistyczny i korporatystyczny. Ponadto niniejsza publikacja prezentuje dwie strategie praktykowane w działalności rzeczników interesów tj. lobbing ofensywny i defensywny oraz dwie podstawowe taktyki: lobbing bezpośredni i lobbing pośredni. Przedstawiono również regulacje prawne i etyczne lobbingu w Polsce i w Unii Europejskiej. W przedmiotowej publikacji scharakteryzowano także podstawową wiedzę z zakresu opracowania kampanii lobbystycznej, należącej do głównych narzędzi wspierania biznesu.

**Słowa kluczowe:** lobbing, działalność lobbingowa, rzecznictwo interesów

## **Lobby – an effective way in influence and its socio-legal context**

### **Summary**

The article *Lobby – an effective way in influence and its socio-legal context* presents some basic information concerning the phenomenon of lobbying namely, the definitions, the features of a lobbyist, and two basic models of a lobby (the pluralistic and the corporate one). Moreover, this article demonstrates two strategies used by lobbyists that is to say, offensive lobbying and defensive one and two fundamental kinds of tactics, the direct and the indirect one. In addition to this, there were also presented legal and ethical rules for lobbying in Poland and the European Union. Finally, this publication characterizes basic knowledge concerning conducting a lobby campaign - which is a main tool in supporting business.

**Key words:** lobby, lobbying activities, as advocacy

## **Лоббирование как искусство эффективного воздействия**

### **в контексте социально-правовом**

### **Резюме**

Статья „Лоббирование как искусство эффективного воздействия в контексте социально-правовом” содержит основную информацию о феномене лоббирования и

подано его определение, приведена характеристика личности лоббисты и представлено две основные модели лоббирования: плюралистическая и корпоративная. Кроме того, эта публикация представляет две стратегии на практике в деятельности представителей интересов т.е. лоббирование наступательное и оборонное и две основные тактики: лоббирование прямое и косвенное. Также представлены правовые и этические регулирования лоббирования в Польше и в Европейском Союзе. В публикации также описано базовые знания о развитии лоббистской кампании, принадлежащей к основным инструментам поддержки бизнеса.

**Ключевые слова:** лоббирование, лоббистская деятельность, представительство интересов