

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
1. Co to jest lobbying?	13
Pochodzenie pojęcia i ewolucja jego znaczenia	13
Definicje lobbyingu	16
Zakres przedmiotowy i adresaci działalności lobbystycznej	18
Lobbying a inne formy nacisku	19
Definicje lobbysty	20
Pozytywne i negatywne aspekty rzecznictwa interesów	22
2. Lobbying a inne formy komunikowania	25
Lobbying jako forma komunikacji	25
Lobbying a informacja	29
Lobbying, perswazja a manipulacja	36
Lobbying a public relations	39
Lobbying a public affairs	41
Lobbying a government relations	44
3. Modele lobbyingu	45
Amerykańskie korzenie lobbyingu	47
Europejskie wzory lobbyingu	53
Porównanie modeli	59
4. Lobbying – regulacje prawne i etyczne	61
Ustawowe regulacje lobbyingu w Stanach Zjednoczonych	62
Regulacje w krajach członkowskich Unii Europejskiej	70
Regulacje lobbyingu w instytucjach Unii Europejskiej	76
Regulacje środowiskowe w Wielkiej Brytanii i Francji	79
Dyskusje o regulacji lobbyingu w Polsce	80

5. Lobbyista jako nowy zawód	88
Dlaczego potrzebni są lobbyści?	88
Profesjonalizacja lobbingu na Zachodzie i w Polsce	91
Kim są profesjonalni lobbyści?	103
Zakres usług zawodowych lobbystów	105
Koszt usług lobbystycznych	109
6. Strategie i metody lobbingu	112
Lobbing ofensywny i defensywny	114
Lobbing bezpośredni i pośredni	116
Próba oceny metod	135
7. Narzędzia i instrumenty lobbingu	138
Zestaw narzędzi lobbysty	138
Przygotowanie kampanii lobbystycznych	150
Współpraca ze środkami masowego przekazu	164
Podsumowanie: zasady skutecznego lobbingu	169
8. W poszukiwaniu polskiego modelu lobbingu	172
Postrzeganie lobbingu w Polsce	172
Kto w Polsce uprawia działalność lobbystyczną?	178
Kierunki rozwoju rzecznictwa interesów w Polsce	192
9. Lobbing w Unii Europejskiej	199
Specyfika procesów decyzyjnych i struktura instytucjonalna w Unii Europejskiej	201
Styl europejskiego lobbingu	236
Polski lobbing w Brukseli	241
Krótki słownik lobbysty	253
Indeks	261