

Obsah

Předmluva	9
Úvod	8
Co je lobbování?	8
Proč lobbovat aneb demokratická funkce zájmových skupin ..	9
Česká republika a Velká Británie	10
O penězích nebo o řešeních	12
Umění lobbovat	12
Proč by měl stát naslouchat?	13
1. kapitola – Struktura organizace a strategie lobbování	15
Kdo jste a koho zastupujete?	15
Dovolte mi, abych představil sebe a svou organizaci	15
Analýza organizační struktury	18
Kdo má co na starost?	19
Analýza silového pole	19
O jakou změnu usilujete a jak jí chcete dosáhnout?	21
Stanovení cíle	21
Další faktory, které mohou ovlivnit váš výběr	22
Určení vhodné strategie	24
Význam průzkumu	26
Stanovení reálných cílů	27
2. kapitola – Vedení kampaně a spolupráce s médii	29
Vedení kampaně	29
Plán kampaně	30
Spolupráce s médii	32
Budování kontaktů	32
Jak upoutat pozornost	33
Co dělá dobrý článek dobrým	35
Co potřebuje novinář vědět, aby mohl napsat dobrý článek? ..	37
Obdrželi od vás novináři všechny potřebné informace?	37
Jakým způsobem jste informace poskytli?	38
Jak informovat média	38
Tisková zpráva	38
Tisková konference	39

Informační materiály	41
Osobní schůzky	42
Rozhlas a televize	43
3. kapitola – Jak jednat s politiky a dalšími lidmi	45
S kým jednat	46
Rozvíjíme profesionalitu v druhých.	46
Jak oslovit politika	47
Jaké jsou vaše požadavky?	48
Jak navázat kontakt	48
Setkání s politikem	50
Udržet kontakt	53
4. kapitola – Jak se stát partnerem na profesionální úrovni	54
Proč by vám měli naslouchat?	54
Co říkají čeští politici	55
Několik rad pro ty, kdo chtějí lobbovat	56
Monitorování zákonodárného procesu ve Velké Británii	58
Získat si respekt	61
Být odborníkem	61
Spolupráce, nikoli opozice	62
5. kapitola – Co dělají občanské organizace ve Velké Británii, aby jejich hlas byl vyslyšen	70
Závěr	70
Několik poznámek závěrem	70
Cesta vpřed	71
Případové studie	72
Lobbování v oblasti komunální politiky	72
Veřejné knihovny v ČR – lobbování na celostátní úrovni	77
Týden duševního zdraví '98 – Ostrava	80
Jak na média?	82
Poděkování	88
O autorech	89