

قلمروی جدید در عرصه‌ی زیر مجموعه‌های
تخصصی و فوق تخصصی روابط عمومی

لابی‌گری

به صنعتی قانونی برای ساخت و پاختِ پشت پرده!

سعید محمد جعفری
پژوهشگر و مدرس ارتباطات
بین الملل کاربردی

اشاره

طی سالها مقاله‌های بسیاری، چه به صورت تألیف یا ترجمه به فارسی درباره آنچه که «روابط عمومی» نامیده می‌شود، در وسایل ارتباط جمعی کشور منتشر و یا در نشست‌های تخصصی مربوط به این رشته، ارائه شده است.

علاوه بر آن، تا به حال شمار قابل توجهی از استادان روابط عمومی در دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور، به تشریح ابعاد گوناگون «روابط عمومی» پرداخته‌اند، روندی که هنوز هم ادامه دارد. آنچه که قریب به اتفاق در اغلب ادبیات روابط عمومی متعارف کشور مشهود است، تأکید روی شماری محدود از تکنیک‌های روابط عمومی؛ از قبیل ارتباطات یارسانه‌ها، انتشارات، تبلیغات، برخی تئوری پردازیها در حوزه ارتباطات سازمانی و... را در بر می‌گیرد.

وضعیت فوق در حالیست که، روابط عمومی در دنیای امروز به عنوان یکی از صنایع مادر در حوزه ارتباطات اجتماعی، با گردش سرمایه سالانه‌ای متجاوز از چند میلیارد دلار مطرح می‌شود.

به عبارتی دیگر، همان گونه که صنایعی مانند پست، تبلیغات، گردشگری، اوقات فراغت و غیره وجود دارند و از زوایای گوناگون مورد توجه قرار می‌گیرند، صنعت مادر روابط عمومی شامل یک سری صنایع وابسته نیز وجود دارند و فعالیت‌های گسترده‌ای هم انجام می‌دهند.

صنایع وابسته به روابط عمومی خود به دو گروه تقسیم می‌شوند؛ یک گروه شامل صنایع فرعی منتج (زائیده شده) از صنعت مادر (SPINN-OFF) که این رشته از قبیل «بریده جراید»، «ارتباط با رسانه‌ها» و غیره هستند و گروهی دیگر نیز صنایع کمکی مانند گرافیک، چاپ و نظایر آنها را در بر می‌گیرند.

در میان صنایع فرعی روابط عمومی، صنعتی وجود دارد به نام صنعت "LOBBYING" (لابی‌گری) یا رایزنی پشت پرده، که در کشور ما از جمله ابعاد ناشناخته صنعت «روابط عمومی» به شمار می‌رود.



لابی‌گری

لابی‌گری چیست؟

«لابی‌گری» یا «لابی‌کردن» را انجام فعالیت‌هایی به منظور نفوذ روی مقامات رسمی دولتی و به ویژه دست‌اندرکاران قانون‌گذاری در راستای موافقت یا مخالفت با یک قانون قبل یا بعد از تصویب، تعریف می‌کنند. تعریف فوق در حالیکه در عمل مفهوم لابی، ابعاد گسترده‌تری پیدا می‌کند و سطوح گوناگون دولتی و غیر دولتی را در بر می‌گیرد. (۱)

هزینه ۱۳ میلیارد دلاری:

گزارشی که در اردیبهشت گذشته انتشار یافت، نشان می‌دهد که صنعت «لابی‌گری» از سال ۱۹۹۸ تاکنون تنها در ایالات متحده آمریکا ۱۳ میلیارد دلار، به منظور نفوذ روی اعضای کنگره و مقامات فدرال هزینه کرده است.

براساس این آمار، فقط در سال ۲۰۰۳، لابی‌گران ۲/۴ میلیارد دلار هزینه کردند و انتظار می‌رود، رقم یاد شده برای سال ۲۰۰۴ دست کم به ۳ میلیارد دلار برسد.

این گزارش نشان می‌دهد، از سال ۱۹۹۸، پولی که به مصرف نفوذ روی قانون‌گذاران فدرال در آمریکا رسید، دو برابر مبلغی است که به منظور انتخاب آنها هزینه شده است! به عبارتی دیگر لابی‌گران در آمریکا، بیش از تمام حقوقی که به همه ۳۰ لیگ اصلی بسکتبال پرداخت می‌شود، مصرف کرده‌اند!

بیش از ۲۰۰۰ لابی‌گر

طبق همین گزارش که از سوی یک تشکل غیردولتی اطلاعاتی آمریکا به نام «مرکز همگرایی عمومی» (CENTER FOR PUBLIC INTEGRITY) انتشار پیدا کرده، حدود ۲۵۰ عضو سابق کنگره و رئیس سازمان در آمریکا لابی‌گر فعال به شمار می‌روند و بیش از ۲۰۰۰ لابی‌گر، پیش از این در سمت‌های ارشد دولتی قرار داشته‌اند.

در کل صنعت لابی‌گری فدرال در آمریکا را یک خانواده ۱۴۰۰۰ نفری تشکیل می‌دهد، گرچه رقم واقعی باید به ۳۰۰۰۰ نفر برسد.

لابی‌گری در کل در آمریکا، کانادا و اتحادیه‌ی اروپا، اقدامی مرسوم به شمار می‌رود که به هیچ وجه غیرقانونی نیست.

آمریکا، به رسمیت شناخته شدن «لابی‌گری» در متمم قانون اساسی:

در آمریکا لابی‌گری در متن اصلی مشخص نیست بلکه در متمم اول قانون اساسی آن کشور به رسمیت شناخته شده است. هرچند روی این نکته تأکید به عمل می‌آید که مردم باید از میزان پولی که از سوی لابی‌گرها در موضوعات خاص به مصرف می‌رسد، مطلع باشند، ضمن آنکه باید مشخص باشد لابی‌گرها چه اشخاصی هستند.

البته این امر الزاماً به معنی رعایت تمامی این موارد از سوی لابی‌گرها نیست!

در همین زمینه، در خلال ۶ سال گذشته، ۴۹ شرکت از میان ۵۰ شرکت فعال در عرصه‌ی «لابی‌گری» آمریکا از تکمیل یک یا چند فرم مورد نیاز قانون امتناع کردند و در کل ۲۰ درصد شرکت‌های لابی‌گرا ثبت شده، اقدامی برای تکمیل فرم‌های مورد نظر به عمل نیاوردند!

همچنین ۱۴۰۰ سندی که باید به این منظور تنظیم می‌شد، مفقود و نزدیک ۳۰۰ نفر، شرکت یا انجمن، بدون ثبت نام اولیه در این حرفه وارد شدند و حدود ۲۰ درصد هم دیرتر از مهلت تعیین شده، مدارک خود را ارائه دادند!

در سال ۲۰۰۴، مطبوعات آمریکا، ۱۰ برابر بیش از آنکه در خصوص به لابی‌گری مطلب بنویسند، در مورد هزینه‌های مبارزات انتخاباتی نامزدهای ریاست جمهوری مطلب نوشتند و به این ترتیب فرصتی برای «لابی‌گرها» فراهم آمد تا یک مبارزه‌ی پنهانی را که روی دمکراسی آمریکا تأثیر می‌گذارد، انجام دهند.

برپایه‌ی گزارش‌های انتشار یافته در خلال شش سال گذشته، بیش از ۳۰۰ دانشگاه دولتی آمریکا بالغ بر

«لابی‌گری» را انجام

فعالیت‌هایی، به منظور نفوذ روی مقامات رسمی دولتی و بویژه دست‌اندرکاران قانون‌گذاری در راستای موافقت یا مخالفت با یک قانون، قبل یا بعد از تصویب تعریف می‌کنند.



لابی‌گری

• تنها در ایالات متّحده آمریکا از سال ۱۹۹۸ تاکنون، صنعت «لابی‌گری»، ۱۳ میلیارد دلار به منظور نفوذ روی اعضای کنگره و مقامات فدرال، هزینه کرده است.

۱۳۱ میلیون دلار روی «لابی‌گری» خرج کردند.

روابط عمومی شرکتهای فعال در لابی‌گری

طبق گزارش‌هایی که «مرکز همگرایی عمومی» آمریکا تهیه کرده است، پنج شرکت روابط عمومی اول آمریکا که در حوزه‌ی تخصص لابی‌گری فعالیت داشته‌اند، عبارتند از:

- ۲۶۵ میلیون دلار *INTERPUBLIC GROUP OF COMPANIES INC*
- ۱۷۰ میلیون دلار *WPP GROUP PLC*
- ۱۴۵ میلیون دلار *PATTON BOGGS*
- ۱۲۵ میلیون دلار *PIPER RUDNICK*
- ۱۲۰ میلیون دلار *AKIN GUMP*

بیشترین هزینه‌کننده‌ها برای لابی‌گری:

همچنین شرکتهایی که بیشترین هزینه را در مورد لابی‌گری صرف کرده‌اند عبارتند از:

- ۱۹۳ میلیون دلار اتاق بازرگانی آمریکا
- ۱۲۵ میلیون دلار *ALTRIA GROUP INC*
- ۱۰۵ میلیون دلار *VERIZON COMMUNICATIONS INC*
- ۱۰۵ میلیون دلار *GENERAL ELECTRIC CO*
- ۱۰۰ میلیون دلار *EDISION ELECTRIC INSTITVTE*

بیشترین هزینه‌کننده‌ها برای لابی‌گری خارج از آمریکا:

شرکتهایی که بیشترین هزینه را در لابی‌گری بیرونی (خارج از آمریکا) صرف کرده‌اند، به شرح زیر هستند:

- ۳۹ میلیون دلار *LOCKHEED MARTIN*
- ۳۷ میلیون دلار *ALTRIA GROUP INC*
- ۳۱ میلیون دلار *AT T CORP*
- ۲۶ میلیون دلار *VERIZON COMMUNICATIONS INC*
- ۲۶ میلیون دلار *PHRMA*

با چه اشخاصی لابی می‌شود؟

اما، لابی‌گرها در آمریکا با چه اشخاصی لابی می‌کنند؟

- مجلس نمایندگان ۱۷۳۰۰ شرکت
- سنا ۱۷۲۰۰ شرکت
- وزارت دفاع ۲۸۰۰ شرکت
- خدمات انسانی و بهداشتی ۲۴۰۰ شرکت
- وزارت خزانه‌داری ۲۳۰۰ شرکت
- وزارت حمل و نقل ۲۲۰۰ شرکت
- اداره‌ی امور اجرایی ریاست جمهوری ۲۰۰۰ شرکت
- اداره‌ی کاخ سفید ۱۹۰۰ شرکت
- وزارت کشاورزی ۱۸۰۰ شرکت

منابع تهیه‌ی پول برای لابی‌گری:

- در این میان، پول لابی‌گری از چه منابعی تهیه می‌شود؟
- شرکتها (به عنوان مشتریان)
- هزینه‌های عضویت اعضا
- دلارهای مالیاتی

ژورنال علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
ژورنال علوم انسانی



● انتظار می رود، رقم مربوط به هزینه «لابی گری» در آمریکا، در سال ۲۰۰۴ به ۳ میلیارد دلار برسد. ● در آمریکا ۳۰۰۰۰ نفر دست اندرکار صنعت «لابی گری» هستند.

موضوعات مورد نظر لابی:

- و سرانجام روی چه موضوعاتی لابی می شود؟
- بودجهی فدرال و تخصیصات
- مسائل بهداشتی
- دفاعی
- مالیات و نظام درآمد داخلی
- حمل و نقل
- ۶۸۰۰ شرکت
- ۴۱۰۰ شرکت
- ۳۷۰۰ شرکت
- ۳۵۰۰ شرکت
- ۳۳۰۰ شرکت

۸۰ میلیون دلار هزینه، ۹۴ میلیارد دلار سود!

جالب آنجاست که «لابی گری» هرگز تضمینی برای کار خود ارائه نمی دهد، هرچند بعضی اوقات فوائد زیادی از این کار به دست می آید.

به عنوان نمونه، شرکت "LOCKHEED MARTIN" که در زمینه ی هوا فضا و امور دفاعی فعالیت می کند، در سال ۱۹۹۸، ۸۰ میلیون دلار هزینه ی لابی کرد، در حالی که ۹۴ میلیارد دلار از طریق قراردادهای دولتی به دست آورد. (۳)
لابی گری در کانادا:

در کشور کانادا قانونی وجود دارد که به موجب آن تمام لابی گرها موظف به ثبت فعالیت خود هستند، (ACT LOBBISTS REGISTRATION) ضمن آنکه یک نظامنامه ی رفتاری (CODE OF CONDUCT) هم از اول مارس ۱۹۹۷، به عنوان الحاقیه ای بر آن، وارد عمل شده است.

پارلمان کانادا در سال ۲۰۰۴-۲۰۰۳، دو متمم قانونی در مورد لابی گرها تصویب کرد، تا فعالیت لابی گرها در این کشور شفافیت بیشتری داشته باشد.

از جمله مواردی که در این متمم ها در نظر گرفته شده، الزام لابی گرها به تکمیل فرم های لازم و ارائه به مراجع مربوط به صورت هر شش ماه یکبار است.

علاوه بر آن، لابی گرها متعهد می شوند تا اطلاعات دقیقی از ماهیت شخصی یا سازمانی که به نمایندگی از سوی وی باید لابی گری انجام شود و نیز ویژگیهای این نمایندگی را ارائه دهند. (۴)

لابی گری در اتحادیه ی اروپا:

قوانین نسبتاً محکم و شفاف در مورد لابی گری در آمریکا و کانادا، در حالیست که قانون مربوط به این کار در اتحادیه ی اروپا از انعطاف پذیری بیشتری برخوردار است، به طوری که به تازگی اتحادیه ی یاد شده، در صدد برآمده تا این قانون را سخت تر کند.

در قانون فعلی اتحادیه ی اروپا برای لابی گری، هیچ اجباری برای گزارش کردن یا ثبت این نوع فعالیتها وجود ندارد.

طبق تخمین های به عمل آمده، حدود ۱۵۰۰ لابی گر و حدود ۲۶۰۰ گروه، با علاقه ی ویژه در حرفه ی لابی گری در بروکسل فعالیت می کنند. (۵)

دهه ی ۱۹۶۰ و شروع فعالیت های لابی گری:

اینکه لابی گری در دنیا از چه زمانی شروع شده و چه کسی بنیان گذار آن بوده است را طبق روایتی، باید به شرکت روابط عمومی "HILL AND KNOWLTON" نسبت داد که در دهه ی ۱۹۶۰ این نوع خدمات را برای مشتریان خود معرفی کرد.

شرکت بین المللی "HILL AND KNOWLTON" در دفتر شهر «واشینگتن دی سی» اقدام به ارائه و معرفی این شاخه از روابط عمومی کرد و توانست طی چند سال درآمد قابل توجهی به دست آورد. (۶)
کتابهای تخصصی:

جاذبه‌ی لابی‌گری در عین حال، باعث شده است تا شماری از لابی‌گران حرفه‌ای و قدرتمند، تجربیات سالی‌های کاری خود را در قالب کتابهایی به رشته‌ی تحریر درآورند.

از جمله‌ی این کتابها، می‌توان به دو کتاب، یکی درباره‌ی این نکته که «لابی‌گرها چگونه در واشینگتن تأثیر می‌گذارند»، تألیف "JEFFREY BRINBAUM" و دیگری اساسنامه یا راهنمای جامع لابی‌گری «تألیف "JOHN L.ZORACK" اشاره کرد.

لابی‌گری، الزاماً فقط در کشورهای صنعتی پیشرفته صورت نمی‌گیرد بلکه اطلاعات انتشار یافته، حکایت از انجام این کار در کشورهای روبه‌رشد نیز دارد.
«لابی‌گری در نیجریه»

به عنوان مثال، طبق خبری که یک سایت بنام "ALLAFRICACOM" انتشار داد، پرفسور "OSUGI FABIAN" وزیر آموزش و پرورش نیجریه به اتهام دریافت رشوه از کار برکنار می‌شود. ماجرای که در آن پای "ADOLPHOS WABARA" رئیس اسبق سنا در آن کشور نیز در میان بود.

پرفسور "OSUGI FABIAN" در مقام دفاع از خود گفت، آنچه که وی دریافت کرده، رشوه نبوده، بلکه یک اقدام «لابی‌گری» بوده است!؛ عملی که جهانی است و همه‌ی وزیران کابینه‌ی نیجریه این کار را انجام می‌دهند! (۹)

در مجموع، نگاهی به داستانهای مربوط به «لابی‌گری» حکایت‌های جالبی را از رایزنی‌ها و ساخت و پاخت‌های پشت پرده، آشکار می‌کند.

نماینده‌ی اسبق کنگره و لابی‌گری به نفع شرکتهای داروسازی:

به عنوان مثال، یک نماینده‌ی اسبق کنگره در آمریکا به نام "BILLY TAUZIN" که بازمانده‌ی یک بیماری به نام "FABIAN TAUZIN"، که آن هم بازمانده‌ی یک بیماری سرطانی است، از سوی شرکتهای دارویی به لابی‌گری برای داروهای ضدسرطان می‌پردازد.

طبق اطلاعات منتشر شده، "TAUZIN" از سال ۱۹۸۹، ۱۲۷۱۴۷ دلار به این منظور دریافت کرده است. این مبلغ علاوه بر ۲ میلیون دلار حقوق سالانه ثابتی است که وی از شرکت دارویی "PHARMA"، در پی ترک کنگره دریافت می‌کند.

گزارش می‌شود سازندگان مواد بهداشتی و دارویی، ۷۵۸ میلیون دلار روی لابی‌گری در کنگره‌ی آمریکا هزینه کرده‌اند. (۱۰)

لابی‌گری عربستان در آمریکا:

لابی‌گری فقط در داخل کشورها انجام نمی‌شود، بلکه بسیاری اوقات کشورهای خارجی در کشوری دیگر به لابی‌گری می‌پردازند.

از جمله این موارد، گزارشی است که روزنامه "INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE" در ۲۵ MAY 2005 (اردیبهشت ۸۴) انتشار داد.

براساس این گزارش، یک شرکت سعودی از سال ۱۹۹۸، بیش از ۱/۵ میلیون دلار خرج لابی‌گری کرده تا روی خسارت ناشی از خروج بی‌رویه‌ی ماده‌ی سوختی و آلوده‌زا به سرطان "MTBE"، که به عنوان افزودنی به گازوئیل به کار می‌رود، در منابع آبی ناحیه‌ی "NEW ENGLAND" در آمریکا، سرپوش بگذارد. عربستان سعودی این لابی‌گری را با استفاده از نفوذ رهبر اکثریت مجلس نمایندگان آمریکا، سناتور "DELAY TOM" در تگزاس انجام داده است.

شرکت سعودی "SABIC" این کار را از آن رو انجام داده تا از شکایت فعالان محیط زیست علیه خود جلوگیری کند. در صورت وارد بودن شکایت، شرکت "SABIC" ۱۱۰ تا ۱۲۰ میلیون دلار بابت پاکسازی بپردازد.

شرکت روابط عمومی "MILLER AND CHEVALIER"، کارگزار لابی‌گری برای موضوع ماده "MTBE" در واشینگتن به شمار می‌رفت. (۱۱)

• در آمریکا «لابی‌گری» در متمم

اول قانون اساسی به رسمیت

شناخته شده است؛ در کانادا

طبق قانون تمام «لابی‌گرها»

باید فعالیت خود را ثبت کنند، و

در اروپا قانون «لابی‌گری»

انعطاف‌پذیری زیادی دارد.



لابی‌گری

لابی‌گری در سطح خرد:

لابی‌گری علاوه بر آن که در سطح کلان صورت می‌گیرد، در سطح خرد هم انجام می‌شود. به عنوان نمونه، در منطقه‌ای به نام "EAST MIDLANDS" در انگلستان آتش‌نشانان منطقه در ماه‌های اسفند ۸۳ - فروردین ۸۴، به لابی‌گری گسترده‌ای روی آوردند تا اتاق‌های کنترل مراکز آتش‌نشانی، در سطح مناطق مختلف یکپارچه نشود و هر منطقه‌ای، فی‌السابق کنترل خودش را داشته باشد. دولت انگلستان قصد داشت به ازای هر ۵۰ اتاق کنترل در آن منطقه، ۹ اتاق کنترل متمرکز ایجاد کند. (۱۲)

ریاست بریتانیا بر اتحادیه‌ی اروپا و لابی‌گری در مورد بدهی کشورهای جهان سوم وایدز: برخی اوقات لابی‌گری در سطح کلان به صورت ویژه انجام می‌شود، که از جمله موارد مربوط به آن می‌توان به مورد زیر اشاره کرد:

یک خیریه‌ی توسعه‌ی بین‌المللی بنام «WDRILDVISION» در فوریه ۲۰۰۵ (بهمن ۱۳۸۳) شرکت روابط عمومی "CONNECT" را استخدام کرد، تا با توجه به ریاست بریتانیا بر اتحادیه‌ی اروپا که اخیراً شروع شده است، در مورد سرعت بخشیدن به جدال بر سر بدهی‌های کشورهای جهان سوم و نیز موضوع ایدز HIV00 لابی‌گری کند. (۱۳)

استخدام یک خانم در وزارت خارجه‌ی آمریکا، برای بهبود تصویر آمریکا در جهان اسلام: لابی‌گری افراطاً توسط شرکتهای روابط عمومی انجام نمی‌شود، اگر هم انجام شود، طراحی پروژه با آنها نیست.

در یک نمونه‌ی مرتبط با بحث فوق، می‌توان به انتصاب خانم "KAREN HUGHES"، گزارشگر اسبق تلویزیون‌های آمریکا، به عنوان معاون وزیر خارجه‌ی آن کشور در امور عمومی و دیپلماسی عمومی اشاره کرد که به طور ویژه، با هدف «بهبود تصویر آمریکا در جهان اسلام» صورت می‌گیرد.

خانم هیوز در این سمت و به این منظور، طراحی استراتژی‌های گوناگون ارتباطی، از جمله «لابی‌گری» را برعهده خواهد داشت. استراتژی‌هایی که مجری آنها می‌تواند شرکتهای روابط عمومی باشند. (۱۴)

همراهی لابی‌گری با بازاریابی:

برخی اوقات «لابی‌گری با بازاریابی» همراه می‌شود. به عنوان مثال؛ کنسرسیوم ارتباطات ماهواره‌ای سیار جهان به نام "INMARSAT" در صدد استخدام شرکتی برای لابی‌گری با وزارت دفاع آمریکا است، تا نیروهای مسلح آمریکا از سرویس انتقال پرسرعت داده‌های این شبکه‌ی ماهواره‌ای بهره‌گیرند.

این کنسرسیوم، هم‌اکنون شرکت روابط عمومی BITE COMMUNICATIONS را برای ارتباطات تصویری (ویدیویی) در استخدام دارد و قبلاً از شرکتهای روابط عمومی "EPPA" و "PLEON" به صورت پروژه‌ای، استفاده به عمل آورده است. (۱۵)

استخدام کارشناسان خبره‌ی لابی‌گری:

در بعضی مواقع، کارشناسان خبره‌ی «لابی‌گری» به جای شرکتها، به خدمت دعوت می‌شوند. مثلاً تابستان گذشته، یک بنیاد خیریه در انگلستان، یک لابی‌گر برجسته به نام "VICTORIA SILVER" را به استخدام خود درآورد تا با دولت در مورد ارائه‌ی تدابیری، به منظور بهبود زندگی خانواده به لابی‌گری بپردازد.

در حقیقت خانم «سیلور» می‌بایست دولت را ترغیب کند، تا برای زوج‌هایی که ازدواج رسمی انجام نده‌اند ولی با یکدیگر زندگی می‌کنند، همان تسهیلات مالی و رفاهی را بوجد آورد که زوجین رسمی از آن برخوردارند! خانم «سیلور» متعاقباً، بهمن گذشته پس از ۵ ماه همکاری با این بنیاد خیریه، از همکاری با آنها استعفا داد و به کمک شماری از نمایندگان مجلس، عضو حزب کارگر شتافت تا زمینه انتخاب مجدد آنها در جریان انتخابات عمومی آتی را فراهم کند. (۱۶)

نتیجه:

«لابی‌گری» یا رایزنی پشت پرده، همانگونه که در بالا تشریح شد، یکی از ابعاد آن چیزی است که به آن

● «لابی‌گری» به صورت بالقوه از این ارزش برخوردار است تا طراحان سیاستهای ارتباطی ایران در زیر مجموعه روابط عمومی به شاخه‌های تخصصی آن توجه کنند.

«روابط عمومی» می‌گویند و قدمت آن به دهه‌ی ۱۹۶۰ می‌رسد. هرچند این بعد از «روابط عمومی» در کشور ما، شناخته شده نیست.

«لابی‌گری» گرچه یکی از ابعاد «روابط عمومی» به شمار می‌رود، ولی مانند بسیاری از ابعاد دیگر «روابط عمومی»، به صورت یک صنعت یا تجارت میلیارد دلاری مستقل، در سطح بین‌المللی، رقم می‌خورد. بسیاری از نمایندگان پارلمان‌ها یا صاحبان پست‌های بالایی حکومتی در کشورهای صنعتی، غالباً پس از کناره‌گیری، وارد حرفه‌ی «لابی‌گری» می‌شوند و دستمزدهایی می‌گیرند که به مراتب بیش از حقوق دولتی آنهاست.

نکته‌ای که نباید از آن غافل ماند، به قانونی بودن «لابی‌گری» در سطح کشورهای کانادا، آمریکا و اتحادیه‌ی اروپا، مربوط می‌شود، با این تأکید که قانون یاد شده در آمریکا دشوارترین و در اتحادیه‌ی اروپا سهل‌ترین قانون به حساب می‌آید.

در قوانین «لابی‌گری»، آن دسته از شرکتهای روابط عمومی که تخصص لابی‌گری دارند و به نمایندگی از سوی شخصیت‌های حقوقی یا حقیقی «لابی‌گری» می‌کنند، باید شفاف عمل کرده و اطلاعات لازم را به مراجع صلاحیت‌دار، از طریق تکمیل پرسش‌نامه‌های مربوط ارائه دهند.

در این زمینه می‌توان گفت «لابی‌گری» بخشی از «نظام جامع اطلاعات و ارتباطات همگانی» شمار قابل توجهی از کشورهای جهان به شمار می‌رود که چارچوب قانونی معین و شفاف، به ویژه به لحاظ گردش مالی دارد. گرچه به طور تمام و کمال رعایت نمی‌شود!

همین موضوع به صورت بالقوه از این ارزش برخوردار است تا طراحان سیاستهای ارتباط همگانی در ایران، هنگام سیاست‌گذاریها و قانون‌گذاریها در بخش نظام جامع اطلاعات و ارتباطات کشور، در زیر مجموعه‌ی «روابط عمومی» به شاخه‌های تخصصی و فوق تخصصی «روابط عمومی» از قبیل «لابی‌گری» توجه کنند. همچنین پژوهشگران، اساتید و سایر دست‌اندرکاران «روابط عمومی» باید این نکته را مدنظر قرار دهند که «روابط عمومی» فقط در ابعاد سنتی آن خلاصه نمی‌شود، بلکه در قالب یک صنعت مادر، متشکل از صنایع جانبی و فرعی با قابلیت مطالعات کاربردی بسیاری است.

منابع:

LMTH.378052405002/ELBATNIRP/SEIROTS/MOC.ACIRFALLA//:PIIH -1
976=DIA?XPSAYLDNEIRF-RETNIRP/YBBOL/GROYTIRGETNI CILBUPWWW//:PTTH -2
086.DIBI -3
/NE/FSN TSIYBBOL-TSIYBBOLNI/TENRETNI/CIPE/AC.CG.CI.SEIGETARTS//:PTTH -4
LMTH.E50100XN
01P.5002.RAM II KEEW RP -5
874=DIL/KU.GRO.HCTAW ETAROPROCVWWW//:PTTH -6
MTH.GFIKHIRT/PMETI-SLACOLNIMDA/1-EMWOD/D//:ELIF -7
MTH.39500/CLPTKRAM/MOC.SKOOB SALTAWWWW//:PTTH -8
TIC.COL.MOC.ACIRFALLA//:PTTH -9
YTESVURIVWC20JZ3WWZIDMZ =RTSQ?PHPTNIRP/MOC.NEGREBWWW//:PTTH -01
YKXBFVUZIFND3YZNXCJZ3 KNCPIJXEMCTM2MT02
61/50/5002/SELCTTRA/ =ELIF?PH.PBUPI_TNIRP/NIB/MOCTNIWWW//:PTTH -11
PHPIDUAS
8.P5002.LRAM II KEEW RP -21
01.P5002.BEF 52 KEEW RP -31
5.P5002.RAM 81 KEEW RP -41
II.P.DIBI -51
01.P5002.BEF4.KEEW RP -61

● آمریکا یک متخصص «لابی‌گری» را در وزارت خارجه استخدام کرده، تا تصویر آن کشور را در جهان اسلام بهبود بخشد.

