**آماده صفحه‌بندی**

**نقش انجمن‌های دوستی ایران در هدایت افکار عمومی بین‌المللی**

سیدمحمدجواد قربی[[1]](#footnote-1)

**چکیده**

انجمن‌های دوستی در جایگاه یکی از بازوهای ارتقاء دیپلماسی فرهنگی و تأثیرگذار بر روند افکار عمومی بین‌المللی در عصر حاضر به‌شدت مورد توجه بازیگران بین‌المللی قرار گرفته است. از این‌رو، مقاله حاضر با رویکرد تحلیلی و مطالعه کمی و کیفی تلاش دارد با کاربست نظریه سازه‌انگاری و فراملی‌گرایی به این پرسش پاسخ دهد که؛ انجمن‌های دوستی ایران چه نقشی در مدیریت افکار عمومی بین‌المللی دارند؟ یافته‌ها نشان می‌دهند که انجمن‌های دوستی ایران در کشورهای مختلف می‌توانند بسترهای نزدیکی دولت- ملت‌ها را برای جمهوری اسلامی ایران فراهم آورند و این نزدیکی بستر مشروعیت‌آفرینی و کاهش دادن سطح تنش‌های سیاسی میان کشورهای همسایه ایران را فراهم می‌آورد. از آنجا که قدرت‌های بزرگ تلاش دارند نسبت به ایران و سیاست‌های خارجی جمهوری اسلامی، هراس‌افکنی کنند، انجمن‌های دوستی می‌توانند افکار عمومی را تصحیح نمایند و تبلیغات و سیاه‌نمایی‌های غرب علیه ایران را خنثی کنند و تصویری مطلوب و واقعی از جمهوری اسلامی ایران را به ملت‌های آزاده ارائه دهند. بر این ‌اساس، عملکرد انجمن‌های دوستی با اعتبار بین‌المللی ایران نزد افکار عمومی بین‌المللی ارتباطی وثیق دارد و می‌تواند به گسترش فرهنگ و ارزش‌های انقلابی ایران کمک شایانی کند. مجموعه نقش‌ها و عملکردهای انجمن دوستی می‌تواند به هدایت افکار عمومی بین‌المللی کمک کند و این مسئله در راستای تقویت جایگاه بین‌المللی ایران در عرصه مناسبات بین‌المللی دارای اهمیت است. برای کسب اطلاعات مورد نیاز، از پرسشنامه و نرم‌افزارSPSS بهره گرفته شده است.

**واژگان کلیدی:** انجمن‌های دوستی، افکار عمومی، ایران‌هراسی، مراودات بین‌المللی، سازه‌انگاری، تنش‌های سیاسی، اعتبار بین‌المللی، هویت انقلابی.

1. **مقدمه**

هدایت و تربیت افکار عمومی در کشورهای مختلف به‌وسیله بازیگران سیاسی بین‌المللی در عصر جدید امری مهم تلقی می‌شود (کول، 2008، ص19) و در این زمینه، تقویت تشکل­های غیردولتی برای همکاری با کشورهای اسلامی در جهت حفظ اصول و ارزش‌های اسلامی و یا تقویت همکاری­های نرم‌افزاری در حوزه سرمایه‌گذاری پیرامون دیپلماسی عمومی باعث بهره‌گیری از قدرت نرم‌افزاری در مدیریت افکار عمومی منطقه‌ای و بین‌المللی در راستای منابع ملی ایران خواهد شد که از جمله خروجی‌های این جریان می‌توان به اعتباربخشی به فرآیند اطلاع‌رسانی، خنثی‌سازی عملیات روانی دشمنان در منطقه علیه ایران، تقویت مؤلفه‌های هویت‌بخش تمدنی، انتقال پیام از طریق وسایل ارتباط جمعی سنتی و مدرن، تصویرسازی و هنجارسازی ارزشی از سیاست‌های بین‌المللی ایران، تقویت جایگاه ایدئولوژی در نظام تصمیم‌گیری منطقه‌ای و جهانی، گسترش همکاری­های سازنده، مؤثر و چندجانبه منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای بر اساس "منطقه‌گرایی نوین" و ارتقای سطح آگاهی و بیداری ملت‌های منطقه اشاره کرد. سرانجام، بهره‌گیری از ظرفیت نهادهای غیردولتی در مدیریت افکار عمومی منطقه‌ای و بین‌المللی می‌تواند به تعامل مؤثر و سازندة انقلاب اسلامی با دیگر ملت‌های جهان منجر شود و در عین حال، وجوه و رویکردهای مشترک توسعه یابد و به تبعیت از آن، توان انقلاب برای مقابله با چالش‌ها فزون‌تر گردد و جذابیت پیام انقلاب موج جدیدی را در ملت‌های بیدار و آگاه منطقه ایجاد نماید (دهشیری، 1385، صص84و85). با توجه به توضیحات یادشده باید اشاره شود که سازمان‌های غیردولتی همچون انجمن‌های دوستی نقشی مهم در هدایت افکار عمومی بین‌المللی دارند و می‌توانند با بهره‌گیری از ویژگی مردمی بودن و غیررسمی بودن به تولید گفتمان‌سازی با افکار عمومی اقدام نمایند و به دور از محدودیت‌ها و امر و نهی‌های قدرت سخت، با سهولت، پیام خود را به افکار عمومی جهانیان برسانند (مایلی و مطیعی، 1395، ص194). با این منطق، ارتباط هدایت شده با افراد خارجی به منظور تأثیر گذاشتن بر افکار آنها و سر انجام بر دولت‌های آنها مدنظر می‌باشد (پورحسن، 1390، ص141) و این روند می‌تواند توسط سازمان‌های مردم‌نهاد شتاب بیشتری بیابد. در سال‌های اخیر، انجمن‌های دوستی ایران و دیگر کشورها تا حدودی در این زمینه وارد شده‌اند. مقاله حاضر تلاش دارد با بهره‌گیری از روش تحلیلی- توصیفی و مطالعه کمی و کیفی به این پرسش پاسخ دهد که انجمن‌های دوستی ایران چه نقشی در مدیریت افکار عمومی بین‌المللی دارند؟ برای پاسخ به این پرسش پس از بررسی انجمن‌های دوستی ایران و مدیریت افکار عمومی در بخش اول، به بررسی ارتباط این دو متغیر پرداخته می‌شود.

1. **مروری بر مطالعات پژوهش**

رضایی و نژادلطفی در مقاله "نقش انجمن‌های دوستی در توسعه دیپلماسی فرهنگی" به بررسی نقش انجمن‌های دوستی در توسعه دیپلماسی فرهنگی پرداخته‌اند و سعی دارند با تکیه بر نظریه‌ قدرت نرم، اهمیت سازمان‌های غیردولتی را در جایگاه نهادهایی مدنی در روابط بین‌المللی جهان امروز مورد بحث قرار دهند. سپس از طریق روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه و با تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌دست آمده از آن به این پرسش اصلی پاسخ می‌دهند که تا چه اندازه انجمن‌های دوستی می‌توانند در توسعه دیپلماسی فرهنگی اثرگذار باشند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین موانع و مشکلات بر سر راه انجمن‌های دوستی، ابتدا موانع ذهنی می‌باشد و عوامل عینی و امکانات مادی در درجه دوم اهمیت قرار می‌گیرند. همچنین در این پژوهش پاسخ‌دهندگان بر واگذاری برخی فعالیت‌های فرهنگی دستگاه­های دولتی در چارچوب پروژه به انجمن‌های دوستی تأکید کرده‌اند و آن را موجب هماهنگی بخش دولتی و خصوصی و بهره‌گیری بهینه از ظرفیت­های یکدیگر در دست‌یابی به اهداف دیپلماسی فرهنگی کشور دانسته‌اند (رضایی و نژادلطفی، 1391، صص70-41). همچنین ابوالحسن شیرازی مقاله‌ای با عنوان "دیپلماسی فرهنگی و نقش انجمن‌های دوستی در روابط بین‌الملل" به نگارش درآورده است و اعتقاد دارد دست‌یابی به مقاصد سیاسی، امنیتی و اقتصادی، همواره از مهم‌ترین اهداف کشورها در تدوین و اعمال سیاست خارجی‌شان بوده است. برای تحصیل این مقاصد، کشورها اغلب و به‌طور سنتی نوعی دیپلماسی مبتنی‌بر رویکردها و ابزارهای سیاسی، نظامی و اقتصادی را در پیش می‌گیرند؛ با این همه، در سال‌های اولیه هزاره سوم، رویکردهای ‌به‌نسبت جدیدی در دیپلماسی مطرح شده است که توجه افزون‌تر و ﺗﺄکید بیشتر بر راهکارها و ابزارهای فرهنگی را به مسئولان و طراحان سیاست خارجی توصیه می‌کند. این مقاله بر آن است تا ضمن تبیین دیپلماسی فرهنگی به نقش انجمن‌های دوستی در روابط بین‌الملل و ﺗﺄثیرگذاری عوامل فرهنگی بر دیپلماسی و چگونگی بهره‌گیری مؤثر از "قدرت نرم" در پیشبرد دیپلماسی کشورها تأکید کند (شیرازی، 1396، صص25-9). حسین کبریایی‌زاده هم در ویژه‌نامه "دیپلماسی فرهنگی و نقش انجمن‌های دوستی" که توسط مجموعه سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی منتشر شده است مقاله‌ای کوتاه با عنوان "نقش انجمن‌های دوستی در توسعه همكاري‌هاي بين دولتي" به نگارش درآورده است و رويكردهاي انجمن‌های دوستی در همكاري‌هاي بين دولتي را از دیدگاه سنت همکاری و تصویرسازی مورد بررسی قرار داده است (کبریایی‌زاده، 1390).

دفتر مطالعات سیاسی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی نیز گزارشی با عنوان "مطالعات پارلماني تطبيقي؛ نحوه عضویت و تشكيل گروه‌های دوستي در پارلمان‌های دنيا" به خامه سید حسین حسینی و سمیه زمانی منتشر کرده است. نتایج مطالعه تطبیقي مجلس‌هاي دنیا نشان مي‌دهد که مجالسی که حداکثر اصول را در سیاست‌گذاري گروه‌هاي دوستي لحاظ کرده‌اند، به همان میزان عمق نفوذ و تأثیرگذاري ديپلماسي پارلماني خود را در عرصه روابط بین‌الملل افزايش داده‌اند (حسینی و زمانی، 1395، صص19-1). به غیر از پژوهش‌های یادشده، هیچ‌گونه مطالعه و پژوهش جامعی در خصوص انجمن‌های دوستی در ایران انجام نشده است و بررسی تأثیر این انجمن‌ها بر افکار عمومی مورد غفلت واقع شده است. از این‌رو، پژوهش حاضر از دیدگاه موضوعی نیز بداعت دارد و تلاش دارد قسمتی از خلأهای موجود در این زمینه را برطرف سازد.

1. **چارچوب مفهومی**

در این بخش به بررسی انجمن‌های دوستی و افکار عمومی پرداخته می‌شود.

* 1. **انجمن‌های دوستی**

با گسترش شبکه‌ها و رسانه‌های جدید ارتباطی به‌مثابة مکان عمومی نوین، بازیگرانی جدید پا به عرصه جامعه مدنی جهانی گذاشتند؛ سازمان‌های رسمی اجتماعی مستقل از دولت‌ها که هدف آنها پیگیری اهداف و ارزش‌های مشترک در زمینه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، فنی، اقتصادی و... است. این بازیگران با کمک روش‌های مختلف مانند بهره‌گیری از عرصه سیاست شبکه‌ای و رسانه‌ای، نفوذگری، اطلاع‌رسانی، بسیج و سازماندهی مردم و... تلاش دارند تا نفوذ خود را بر فرایندهای سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری دولت‌ها و دستور کار جهانی افزایش دهند. دولت‌ها به لحاظ وظایف ساختاری خود به‌ویژه وظایف دیپلماتیک، نمی‌توانند نسبت به این سازمان‌ها بی‌تفاوت باشند. از این‌رو، توجه آنها به دیپلماسی عمومی نوین پاسخی به افزایش و اهمیت نقش کنش‌گران قلمرو عمومی در ساخت هنجارها، قواعد و مدیریت امور جهان است. سازمان‌هاي غيردولتي يا سازمان‌هاي مردم‌نهاد در حال حاضر، ساختارهايی توانمند در روند تعاملي جامعه جهاني به‌شمار می‌روند و مي‌توانند به‌عنوان پيك فرهنگي مناسبي در راستاي حضور ملت‌ها در جهان كنوني و مشاركت در امور گوناگون چه در سطح ملي و چه در سطح فراملي در نظر گرفته شوند. اين سازمان‌ها از نيمه اول قرن بيستم به شكل نوين خود در جهان مطرح شدند و كاركرد واقعي و عملي آنها در زمينه‌هاي گوناگون به‌خصوص حوزه‌هاي علمي، فرهنگي، زيست‌محيطي، بشردوستانه و نظاير آن به منصه ظهور رسيده است. انجمن‌های دوستی از سال 1965 و با همکاری‌های بین‌المللی یونسکو به وجود آمدند و از آن تاریخ تاکنون پیوسته بر نقش تعیین‌کننده آنها در معادلات بین‌المللی افزوده شده است. این نهادها مي‌توانند به‌مثابه مشاوران ارزشمندي براي نهادهاي دولتي و دیگر سازمان‌هاي غيردولتي و بين‌المللي به‌شمار آیند و از توانايي و ظرفيتی مناسب در جهت گسترش پيوندهاي علمي، فرهنگي، توسعه روابط دوستانه ميان جوامع مختلف و تحكيم صلح و دوستي ملي و جهاني برخوردار شوند. از همين‌روست كه امروزه اين انجمن‌ها به نحو فزاينده‌اي در حال افزايش و توسعه كمي و كيفي هستند (گلجان،1392، صص1و2). انجمن‌های دوستی به دنبال ارتقاء روابط دوستی در روابط سیاسی و پارلمانی کشورها هستند (مرادی و مقصودی، 1384، ص23).

با این اوصاف، انجمن‌های دوستی، سازمان‌هاي غيردولتي يا سازمان‌هاي مردم نهادی(سمن) هستند که ساختارهاي توانمندي در روند تعاملي جامعه جهاني به‌شمار می‌آیند و مي‌توانند همچون پيك فرهنگي مناسبي در راستاي حضور ملت‌ها در جهان كنوني و مشاركت در امور گوناگون چه در سطح ملي چه در سطح فراملي در نظر گرفته شوند. اين سازمان‌ها از نيمه اول قرن بيستم به شكل نوين خود در جهان مطرح شدند. از این‌رو، در جمهوري اسلامي ايران كه بر پايه خواست مردم تأسيس شد، حضور وسيع و مؤثر مردم در فعاليت‌هاي اجتماعي به‌گونه‌اي خودجوش شكل گرفت و آرام آرام در چارچوب‌هاي حقوقي نوين تحت عنوان سازمان‌هاي غيردولتي كه معادل NGOs در فرهنگ بين‌المللي بود، سامان يافت. طي سال‌هاي اخير اين روند در راستاي مفهوم پيشرفت و توسعه پايدار در مقام يكي از راهكارهای جدي مورد توجه قرار گرفته است. انجمن‌هاي دوستي نيز در همين چارچوب و به عنوان صورت‌بندي ويژه‌اي از سازمان‌هاي غيردولتي و نمادي از علاقه‌مندي گروه‌هاي انساني به سرنوشت مشترك بشريت شكل گرفته‌اند. اين انجمن‌ها نشان‌دهنده تلاش ملت‌ها در جهت تعميق هم‌بستگي، برادري و دوستي ميان خود و بهره‌گیری از تجربه‌هاي انباشته شده جامعه بشري براي نهادسازي در زمينه فعاليت‌هاي گوناگون در حوزه روابط بين‌الملل مي‌باشند. انجمن‌هاي دوستي ميان ملت‌ها همچنين مي‌توانند مشاورانی ارزشمند براي نهادهاي دولتي و دیگر سازمان‌هاي غيردولتي و بين‌المللي باشند و از توانايي و ظرفيتی مناسب در جهت گسترش پيوندهاي علمي، فرهنگي، توسعه روابط دوستانه ميان جوامع مختلف و تحكيم صلح و دوستي ملي و جهاني برخوردار شوند. از همين‌روست كه امروزه اين انجمن‌ها به نحو فزاينده‌اي در حال افزايش و توسعه كمي و كيفي هستند (کبریایی‌زاده، 1390). بنابراین باید اشاره شود که فلسفه شکل‌گیری انجمن‌های دوستی ایران و دیگر کشورها در این جمله خلاصه شده است که در حال حاضر و با توجه به موقعيت دولت‌ها، امروزه پیروی صرف از شیوه‌های کلاسیک به هیچ‌وجه پاسخگوی نیازهای دیپلماسی نوین نیست. از سویی دیگر، افزایش توان دست‌یابی به حجم وسیع اطلاعات و سرعت انتقال آن به مخاطبان در اقصی نقاط جهان، مدیریت سیاست خارجی را به چالش کشیده است. بنابراین در همين راستا، الگو‌های سنتی سلسله‌مراتبی در سایه فناوری ارتباطات، به‌طور ناخواسته نقش خود را به شبکه‌های پیچیده و بدون کنترل مرکزی سپرده است و دیپلماسی در یک سازوکار در هم تنیده دولت، رسانه‌ها، افکار عمومی تفسیر می شود. به نظر می‌رسد که اعتقاد مؤسسان انجمن‌ها بر این است که آنچه بیش از هر عامل دیگر جهت و روند امور را در روابط میان دولت‌ها و به‌خصوص ملت‌ها تعیین می‌کند قدرت اندیشه، گفت‌وگو، قلم، درک متقابل و ارتباطات انسانی است. بنابراین در همین راستا تشکیل ان‌.جی‌.اُها با چهار کمیته فرهنگی و هنری (تاریخی، گردشگری، ورزشی و...)، کمیته علمی، آموزشی و پژوهشی، کمیته اجتماعی و ارتباطات و کمیته اقتصادی (صنعتی، بازرگانی، و تجاری) توسط افرادی علاقمند و آشنا با کشور هدف شکل گرفته‌اند و وجود کمیته‌ها تأکید بر روابط انسانی است. انجمن‌هاي دوستي يكي از انواع سازمان‌هاي مردم‌نهاد هستند که در واقع جایگاهی بین‌المللی دارند و همان‌طورکه پیشتر هم اشاره شد با هدف تحكيم و گسترش روابط دوستانه و پيشبرد اهداف مشترك در زمينه‌هاي فرهنگي، علمي، فني، ادبي، هنري، اجتماعي و زمينه‌سازي براي فعاليت‌هاي اقتصادي، بين ملت ايران و يكي از ملت‌هاي جهان كه تحت عنوان يك كشور مستقل در "سازمان ملل متحد" به ثبت رسيده‌اند، تشكيل می‌شوند و می‌توانند بازو و کمک دولت‌ها در برقراری ارتباطات وسیع‌تر باشند و زیر نظر وزارت خارجه فعالیت می‌کنند. هيئت مؤسس انجمن دوستي، متشكل از دست‌کم 5 نفر شخص حقيقي است كه تعداد دو نفر از آنها بايد داراي مدارك عالي تحصيلي (كارشناسي‌ارشد و دكترا) در رشته‌هاي مرتبط با علوم سياسي، ديپلماسي، روابط بين‌الملل، حقوق بين‌الملل یا داشتن تجربه كار، تجارت و بازرگاني، اشتغال به تحصيل، تأليف و ترجمه كتاب در ارتباط با كشور موردنظر باشند. دست‌کم يك نفر از مؤسسان انجمن دوستي ‌بايد به زبان اصلي كشوري كه انجمن دوستي در ارتباط با آن تأسيس مي‌شود مسلط باشد. دستگاه تخصصي برای احراز شرايط یادشده، وزارت امور خارجه (مركز هماهنگي انجمن‌هاي دوستي) است. انجمن‌ها به فراخور و مناسبت‌ در نمایشگاه‌های فرهنگی و یا اقتصادی حضور می‌یابند و یا در طول سال اقدام به برپایی همایش‌هایی می‌کنند. آنها کتاب‌های نوشته شده توسط مؤلفان داخلی ایرانی و یا کشور هدف را هم با موضوع معرفی دو کشور، تاریخ و فرهنگ آنها شناسایی و معرفی می‌کنند. بیشتر خدمات این انجمن‌ها در مقام مشاوره‌ای است چرا که آنها مؤسساتی غیرتجاری هستند (حجت‌الاسلامی، 1394، ص1).

* 1. **افکار عمومی**

ماهیت پديده افکار عمومی در ساختار جامعه در جایگاه امری اجتماعی، جمعی و عمومی که بیان‌گر قضاوت‌های یک جامعه با ملت نسبت به مسائل روز است، شکل می‌گیرد. این پدیده از طریق ارتباط متقابل و دوسویه به‌مثابه منبعی قدرتمند با تأکید بر علایق مشترک میان افراد جامعه که نشئت گرفته از قضاوت­هایی تبلور یافته و سازماندهی شده در آن است، بر عملکرد نظم جامعه اثر می‌گذارد و منجر به توسعه و رشد اندیشه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جامعه در جهت تقویت صلح‌طلبی و بهره‌مندی از منابع مختلف آن می‌شود. ریشه و خاستگاه دانش‌واژه افکار عمومی به‌خوبی روشن نیست. بسیاری از سیاستمداران افکار عمومی را عامل محدودکننده سیاست عمومی می‌دانند. اصطلاح افکار عمومی برای نخستین‌بار در قرن هیجدهم ظاهر شد و تا انقلاب فرانسه معرف افکار نخبگان فرهیخته‌ای بود که پرچم مبارزه با سلطنت مطلقه را برافراشته بودند. آنها افکار خود را در خصوص پادشاه به اطلاع عموم می‌رساندند. از انقلاب فرانسه به بعد این اصطلاح به جای انتساب به اشراف، به شهروندان و نمایندگان آنها اطلاق شد؛ یعنی افکار عمومی، نگرش شهروندان و نمایندگان سیاسی و فکری آنها در خصوص مسائل مختلف به‌شمار می‌آمد. با توسعه حق رأی همگانی، حرکت‌های توده‌ای و گسترش رسانه‌های همگانی و جمعی، نوعی دیگر از افکار عمومی شکل گرفت که با افکار منور نخبگان متفاوت بود. اما این افکار مردمی هم خیلی زود برای رسانه‌های تبلیغاتی و سیاست جنبه ابزاری پیدا کرد. وسایل ارتباط جمعی، فنون بررسی افکار عمومی و اعلام آن در رسانه‌ها، احساس همبستگی مردم در برابر دولت‌ها و بسیاری علل ریز و درشت دیگر در درجه اول باعث ملموس شدن افکار عمومی و درجه دوم باعث استقلال نسبي آنان می‌شود، به‌گونه‌ای که می‌تواند به‌صورت یک بازیگر مستقل از راه‌های گوناگون به ایفای نقش بپردازد. اندیشمندان قرن ۱۷ و ۱۸ همچون ماكیاولی و هابز، افکار عمومی را پدیده نیرومند و قوي و منبع قدرت در اداره جهان دانسته‌اند که بر تمام دنیا مسلط است. آلفرد لوري بیان می‌کند؛ «افکار عمومی ضمیر باطنی یک ملت است، افکار عمومی این قدرت گمنام، اغلب یک نیروی سیاسی است. نیرویی است که در هیچ قانون اساسی پیش‌بینی نشده است» (غفوری و کمالی، صص173و174). در فرهنگنامه علوم سیاسی نیز افکار عمومی به «نظر، روش و ارزیابی مشترک گروهی اجتماعی در رابطه با یک موضوع مورد توجه و علاقه همگان گفته می‌شود که در لحظه‌ای مشخص بین تعدادی از افراد یک قشر یا طبقه یا سراسر اجتماع به‌طور نسبی عمومیت پیدا کرده است» (آقابخشی و افشاری‌راد، 1379، ص480).

در برخی دیگر از فرهنگنامه‌ها، افکار عمومي عبارت از مجموع عقايد، نقطه‌نظرها و گرايش‌هاي بخش بزرگي از جامعه است که پيرامون يک موضوع در يک زمان معين وجود دارد و يا افکار عمومي مجموعه‌اي از عقايد شخصي، در مورد يک امر مربوط به شرايط زيست‌ گروهي است. انجمن جهاني تحقيق افکار عمومي اين تعريف را ارائه کرده است که؛ «افکار عمومي مجموعه عقايدي است که افراد درباره آن موضوع، داراي منافع و علايق مي‌باشند.» (زارعیان، 1385، صص16-13). برای آنکه افکار عمومی شکل بگیرد باید سه عامل وجود داشته باشد؛ کانال‌های ارتباطی، موضوعات و عموم مردم (ویسون، 1376، ص27). "ژودیت لازار" در کتاب "افکار عمومی" اشاره می‌کند که در منشأ افکار عمومی و شکل‌گیری آن به فضای مساعد، مطابقت محتوای افکار با الگوهای فرهنگی جامعه، پاسخ‌گویی افکار عمومی به نیازهای ظاهری و باطنی، دخالت مستقیم مردم در اشاعه افکار، لزوم وجود یک واقعه مرکزی و چندین واقعه متناسب پشت سر هم، گسترش افکار به واسطه رسانه‌های گروهی، رشد فزاینده روابط اجتماعی و... نیاز است (لازار، 1394، صص21-19). از آنجا که افکار عمومی یا مجموع دیدگاه‌های مطرح‌شده از سوی گروهی از مردم، دربارة موضوعاتی است که به دلیل اهمیت و ارزش ویژة خود، مورد توجه همگان قرار می‌گیرد، پیوسته با نوعی ارزش‌گذاری همراه است و نوعی داوری دربارة حوادث و اتفاقات روز، یا حواشی است که در آینده روی خواهد داد. افکار عمومی در جوامع باز و مردم‌سالار، بیش از جوامع بسته و غیر مردم‌سالار از قدرت برخوردار است (ایسپا، 1389، صص1و2).

در باب رویکرد جهانی و بین‌المللی افکار عمومی باید اشاره کرد که پیشرفت‌های فناوری در تمدن کنونی، شیوه‌های جدیدی برای گردش اطلاعات در جامعه و حتی جوامع مختلف ایجاد کرده است که شکل ابتدایی آن اطلاع‌رسانی نامیده می‌شود. اما در ورای اطلاع‌رسانی که مقوله‌ای ارزشمند در جوامع انسانی است، "انتقال خواسته‌ها" از سوی قدرت‌های صاحب فناوری ارتباطی صورت گرفته است. ساخت و پردازش افکار عمومی و آماده‌سازی فضای عمومی برای اقدامات سیاسی با هدف "مشروعیت‌بخشی"، مسئله‌ای است که در دهکده جهانی بارها و بارها روی داده است و صاحبان قدرت و سیاستگذاران عرصه‌های داخلی و خارجی، برای توجیهات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی از این ابزار استفاده کرده‌اند. نمونه روشن رسانه‌سالاری در مناسبات قدرت جهانی، جنگ امریکا علیه عراق بود. امریکا برای توجیه افکار عمومی خود و سپس افکار عمومی جهان، دست به تبلیغات جهانی علیه رژیم حاکم بر عراق زد تا بتواند با بهره‌گیری از سیستم رسانه‌ای و ارتباطات جهانی، افکار عمومی جهان را اقناع کند که جنگ با عراق مشروع است. در بحران‌های مشابه نیز، امریکایی‌ها بی‌تردید از این روش استفاده کردند. مسئله ایران و کره‌شمالی از مسائل راهبردی و مهمی است که در دایره ارتباطات یک‌سویه و اطلاع‌رسانی هدفمند آنان قرار دارد (پگاه، 1382، ص26). از این‌رو، وقتی سخن از افکار عمومی بین‌المللی به زبان می‌آید، مجموعه‌ای از مسائل همچون اقناع‌سازی، رسانه‌های بین‌المللی، شایعه‌سازی، تاکتیک‌های اطلاعاتی و ارتباطی، هدایت افکار جهانی و... حائز اهمیت می‌شوند (حقیقی، 1392، صص120-65).

1. **رویکرد نظری؛ سازه‌انگاری و فراملی‌گرایی**

افكار عمومي بين‌المللى، به‌صورت اجتماعى برساخته مى­شود و با انديشه‌ها و برداشت­هاي جاري در جامعه بين‌الملل مرتبط است. بدين‌ترتيب، فرهنگ، تاريخ، هنجارها، رويه­ها و ارزش­هاي مشترك و دیگر همبستگى­هاي بيناذهنى در شكل­دهي به هويت کنش‌گران بین‌المللی نقشی چشمگیر دارند. مسئله نقش "تصويرهاي ذهني" از خود و ديگران در شكل­دهى به افكار عمومي بين­المللى مورد توجه تحليل­هاي سازه­انگار بوده است كه ذهنيت را قوام‌بخش هویت بازيگران بين­المللى قلمداد مي­كنند. در سياست بين­الملل، كنش‌گران از طريق كنش­هايشان نظام را بازتوليد يا متحول مى­سازند و ساختارهاي نظام براي بازتوليد خود وابسته به رويه­هاي كنش‌گران هستند. به عبارت ديگر، كنش‌گران در طول زمان با رويه­ها و اقدامات خود و براساس فهمى كه از واقعيت نظام، روابط حاكم بر آن، دوستى و دشمنى داشته­اند عمل ­كرده‌اند و حاصل آن وضع موجود است و همان‌گونه كه شكل­گيري آن محصول تعاملات، رويه‌ها و فهم مشترك بوده است، تغيير آن نيز به همين‌گونه است. بنابراین، تغيير در افكار عمومي بين‌المللى هنگامى رخ مى‌دهد كه كنش‌گر از طريق رويه‌هاي خود، هنجارها و قواعد تشكيل‌دهنده تعاملات بين‌المللى را تغيير دهد. بنابراين آنچه در تحول نقش دارد، تغيير در سطح فكري و معنايى است. براين اساس، سازه‌انگارى با توجه به اهميتى كه براي فهم‌هاي بيناذهنى و هنجارهاي بين‌المللى قائل است، تغيير در افكار عمومي بين‌المللى را حاصل استفاده مناسب از هنجارهاي مورد اجماع بين‌المللى مى‌داند. اين ديدگاه رويكردي را موفق مى‌بيند كه بتواند از فهم بين‌الأذهانى موجود بهتر استفاده كند و تعديلات هنجاري مناسب را به وجود آورد. بنابراين، هنجارها هستند كه رفتار مناسب را تعيين مى‌كنند و در نتيجه، كنش‌گران بر اساس منطق زيبندگى و تناسب عمل مى‌كنند. به اين ترتيب، هنجارها تابع منافع كنش‌گران نيستند، بلكه به اين منافع شكل می‌دهند. هنجارها به هويت و اولويت­هاى بازيگران شكل مى‌دهند و اهداف جمعى را تعريف مى‌كنند و بر اين اساس افكار عمومي بين­المللى را جهت مي‌دهند. در مجموع، از ديدگاه سازه‌انگاران، رفتار دولت‌ها متأثر از فهم آنها از دنياي اطرافشان است. بنابراين، براي فهم اينكه چرا دولت‌ها به منازعه يا همكاري با يكديگر مي‌پردازند، بايد به بررسى اين موضوع پرداخت كه دولت­هاى یادشده چه تصورى از منافع و محيطى كه در آن زندگى مى‌كنند، دارند. از نظر آنان، تصورات و كنش­هاي بازيگران پیوسته خود و ديگري را توليد و بازتوليد مى‌كنند (دهشیری و دیگران، 1394، صص79و80). با توجه به این منطق، سیاست بین‌المللی کشورها در عصر افکار عمومی نیز بر این اصل استوار است که باید تصویری از کشور در ذهن دیگران ایجاد كرد که با واقعیت متفاوت است، ولی در عین حال، فضایی را ایجاد می­کند که درکنش و واکنش با مردم دیگر کشورها اثر ‌‌مورد دلخواه را به وجود می­آورد. در واقع، تصویری که در اذهان دیگران ایجاد می­شود، بخشی از واقعیت­ها را منعکس می‌کند که مدنظر دیپلماسی عمومی است، ولی در بسیاری از موارد ممکن است این تصویر با واقعیت مطابقت نداشته باشد (رحمانی، 1394، ص74).

به همین دلیل، مدیریت افکار عمومی، یکی دیگر از وظایف سیاست خارجی در چارچوب قدرت نرم است و در این مسیر باید با اتخاذ روش‌های نرم و به دور از خشونت‌، افکار عمومی را مدیریت کرد. دیپلماسی عمومی، شامل برنامه‌هایی همچون انتشار کتاب، ساخت و پخش فیلم‌های سینمایی و مستند، برنامه‌های رادیو و تلویزیونی به زبان‌های رایج بین‌المللی و برگزاری همایش‌ها و کنگره‌های بین‌المللی، برای نزدیک کردن ایده‌ها، افکار، اندیشه‌ها و سیاست‌ها در عرصة جهانی است. این مؤلفه‌ها اغلب در چارچوب سازوکارهای‌های قدرت فرهنگی و مدیریت افکارعمومی بین‌المللی، در دستگاه سیاست خارجی کشورها مورد توجه است (خراسانی، 1387، ص56). در راستاری اهمیت یافتن افکار عمومی در روند دیپلماسی و سیاست بین‌المللی بازیگران سیاسی، این ایده مطرح می‌شود که شهرت و اعتبار کشور و روابط با عموم مردم خارجی، به بخشی مهم از توانایی ملت براي انجام اهداف امور خارجه خود تبدیل شده است. فرض بر آن است که اگر عقاید عمومی در جامعه هدف متقاعد شوند تصویر مورد نظر را بپذیرند، آنان بر دولت خود اعمال فشار می‌کنند تا نگرش‌ها و سیاست‌های خصمانه را تغییر دهند. در واقع، هنگامی که کشورها قدرت خود را در نظر دیگران مشروع جلوه می‌دهند، با مقاومت کمتری در برابر خواسته‌هایشان مواجه می‌شوند. اگر فرهنگ و هنجارهاي کشورهای­شان جذاب باشد و اگر کشوری بتواند قواعد بین­المللی را هماهنگ با منافع و ارزش‌های خود شکل دهد، دیگران با تمایل بیشتري از آن پیروي خواهند کرد و اعمال آن در نظر دیگران مشروع خواهد بود. هدف اصلی در این جریان، تأثیرگذاري بر افکار عمومی جهان از طریق کنترل ایده‌ها، باورها و هنجارها و رفتار در راستای اهداف مورد نظر است. از این‌رو، سعی بر این است تا توسعه و صدور ارزش‌ها و هنجارهای ملی، موجب جذب گروه‌های مردمی و افراد کلیدی در خارج شود. براین اساس، به‌تدریج درك و تفاهم بهتري از آن کشور نزد گروه‌های مردمی شکل خواهد گرفت. این تأثیرگذاري خود زمینه‌ساز کسب موفقیت در صحنه بین‌المللی و تأمین اهداف و منافع ملی خواهد بود که از این طریق، افزایش مخاطبان کشور و مهیا ساختن بستر لازم برای اقدامات آن در محیط بین‌المللی به پیشبرد و تأمین منافع ملی و راهبردی کشور کمک می‌کند (شفیعی و زندیه، 1392، صص157و158).

در باب فراملی‌گرایی باید اشاره شود که با پیدایش ترتیبات فراملی و چندجانبه به‌عنوان ابزار مذاکره و همکاری‌های بین‌المللی، پرسش‌هایی در خصوص چگونگی حضور و مشارکت در چنین ترتیباتی، نحوه ارتباط با آنها و میزان اثرگذاری نهادهای فراملی بر منافع ملی مطرح می‌شود (مصفا و منصور، 1392، ص12). دولت‌ها برای تثبیت موقعیت و منافع خود در سایر کشورها اقدام به توسعه نفوذ عامه و مردمی در آن مناطق می‌کنند و با ایجاد راهکارهای مناسب سعی در ارتباط مستقیم مردم دو کشور در راستای اهداف و خواسته‌ها و یا نیازهایشان دارند. البته این امر، نه تنها اجرایی شدن طرح‌های مشترک بین کشورها و دولت‌ها را به دنبال دارد، بلکه به‌مثابه بیمه‌نامه سیاسی معتبر بین آنها عمل می‌کند و باعث می‌شود سیاستمداران، برای حفظ روابط و فعالیت مشترک بین مردم و دولت‌های دو کشور، عقلانیت سیاسی به خرج دهند و این موضوع به‌‌مثابه یک الگوی ارزشی کارآمد از سوی بیشتر مردم جهان و نهادهای بین‌المللی شناخته شده است (گروه اقتصاد ایران، 1387، ص47). به‌طور طبیعی، انجمن­های غیردولتی همچون انجمن دوستی بین کشورها می­توانند با ساختارهای توانمند خود در روند تعامل با جامعه جهانی فعال باشند و در مقام پیک فرهنگی مناسب در راستای حضور ملت­ها در جهان کنونی و مشارکت در امور گوناگون، چه در سطح ملی و چه در سطح فراملی در نظر گرفته شوند. این انجمن­ها نشان­دهنده تلاش ملت­ها در جهت تعمیق همبستگی، برادری و دوستی میان خود و بهره‌مندی از تجربه‌های انباشته شده جامعه بشری برای نهادسازی در زمینه فعالیت‌های گوناگون در حوزه روابط بین‌الملل می‌باشند؛ همچنین انجمن­های دوستی می‌توانند مشاورانی ارزشمند برای نهادهای دولتی و دیگر سازمان­های غیردولتی و بین‌المللی به‌شمار آیند و از توانایی و ظرفیتی مناسب در جهت گسترش پیوندهای علمی، فرهنگی، توسعه روابط دوستانه میان جوامع مختلف و تحکیم صلح و دوستی ملی و جهانی برخوردار شوند (شیرازی، 1396، ص20).

هر چند گروه‌های دوستی نیز سخنگوي دولت خود يا حتي تمام نمايندگان پارلماني که به آن تعلق دارند نیستند ولي نقشی مهم در تسهیل و تسريع اولويت‌هاي سیاست خارجي کشور ايفا مي‌کنند (حسینی و زمانی، 1395، ص2). از این‌رو، انجمن‌های دوستی از طریق برقراری روابط عاطفی، شخصی، چهره‌به‌چهره و انسانی می‌توانند نظر معطوف به همکاری نهادها، نخبگان و گروه‌های دیگر کشورها را جذب کنند و این امر به تلطیف رابطه کشور در سطح کلان سیاست خارجی می‌انجامد و وجوه روابط مختلف بین دو کشور را تسهیل می‌کند (رضایی و نژادلطفی، 1391، ص48). در این میان، انجمن‌های دوستی ایران اهدافی متعدد در راستای منافع ایران دنبال می‌کنند که از جمله آنها، گسترش و تحکیم روابط دوستی میان ایران و کشور مورد نظر است (حسنی،1380 ب، ص65). پس، انجمن‌های دوستی را می‌توان مشاوران امین دولت و مردم در نظر گرفت که می‌توانند نقش به‌سزایی در سیاست خارجی ایفا کنند (گروه اقتصاد ایران، 1387، ص47). انجمن‌های دوستی به دلیل رویکرد مثبت افکار عمومی کشورها و جوامع به مشارکت‌جویی و مشارکت‌دهی و مشارکت‌پذیری جوامع و نظام‌ها، خودبه‌خود موجب بهبود تصویر کشور نزد افکار عمومی دیگر کشورها خواهند شد (حسنی، 1380، الف، ص82). به هر حال، سیاست دوستی از مفاهیمی است که با نقد جریان مسلط در عرصه روابط بین‌الملل، تقویت رویکردهای هنجاری و نیز نگاه جامعه‌انگارانه به روابط میان دولت‌ها مطرح شده است و می‌تواند مورد توجه بیشتری قرار گیرد (مشیرزاده و کرمی، 1397، ص117). با این اوصاف، انجمن‌های دوستی با رویکرد فراملی‌گرایی خود به تقویت روند مشارکت‌های دو یا چندجانبه همت می‌گمارند و بسترهای نزدیکی ملت‌ها را فراهم می‌کنند.

1. **یافته‌های پژوهش**
	1. **بررسی پتانسیل‌های انجمن‌های دوستی در هدایت افکار عمومی**

انجمن‌های دوستی با توجه به عملکرد و نقش‌هایی که در حوزه سیاست خارجی و پیوند بین کشورها دارند، می‌توانند در راستای هدایت افکار عمومی بین‌المللی مؤثر واقع شوند و به کمک دیدگاه دیپلماسی ایران بیایند. برخی از پتانسیل‌های این انجمن‌ها در راستای هدایت افکار عمومی بین‌المللی به نفع مصالح ملی ایرانیان به قرار زیر است؛

الف. مشروعیت‌آفرینی برای سیاست‌های بین‌المللی ایران: انجمن‌های دوستی با فعالیت‌های چندگانه خود در راستای مباحث سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، هنری و ادبی می‌توانند با ترویج سیاست‌های بین‌المللی ایران، برای عملکرد دیپلماسی و روابط خارجی ایران مشروعیت‌آفرینی کنند. در این حوزه باید اشاره شود که سیاست‌های بین‌المللی ایران دارای مشروعیت هستند ولی کشورهای غربی و برخی دولت‌های وابسته به غرب تلاش دارند تا سیاست‌های ایران را نامشروع جلوه دهند. از این‌رو، انجمن‌های دوستی ایران در کشورهای مختلف می‌توانند با برگزاری نشست‌‌های مختلف، همایش‌ها، میزگردها و... به مشروعیت‌آفرینی برای سیاست خارجی بپردازند و علیه تبلیغات منفی و مسموم مشغول شوند.

ب. کاهش دادن سطح تنش‌های سیاسی در کشورهای همسایه از طریق نزدیک کردن افکار عمومی: انجمن‌های دوستی با نزدیک کردن افکار عمومی ملت‌های هم‌سو با سیاست‌های ایران، می‌توانند سطح تنش‌های سیاسی بین‌ دولت- ملت‌ها را کاهش دهند و در این مسیر، یکی از بازوهای سیاست خارجی کشور برای نزدیک کردن ملت‌های همسایه با ایران باشند. شبکه‌های ماهواره‌ای و تبلیغات منفی شبکه‌های وابسته به قدرت‌های بزرگ همواره تلاش می‌کنند کشورهای همسایه و دوستان ملت ایران را علیه اقدامات وزارت خارجه و مسئولان کشور بسیج کنند و نوعی بی‌اعتمادی نسبت به ایران را به‌وجود آورند. این مسئله می‌تواند تنش سیاسی بین ایران و کشورهای همسایه را به وجود آورد اما هوشیاری و فعالیت سازنده انجمن‌های دوستی می‌تواند بسترهای نزدیکی ملت‌ها و کشورهای همسایه و در حوزه تمدنی اسلام را با ایران فراهم کند و این مسئله با مدیریت کردن افکار عمومی ملت‌های هدف امکان‌پذیر خواهد بود.

پ. مقابله با ایران‌هراسی در افکار عمومی کشورهای هدف: یکی از شگردهای غرب برای مهار نفوذ ایران در جهان اسلام، گسترش ایران‌هراسی توسط کشورهای غربی به‌خصوص امریکا، انگلیس و فرانسه است و رسانه‌های کشورهای عربی مانند عربستان هم در این راستا فعالیت فراوانی دارند و به‌موازات گسترش ایران‌هراسی، امکان انحراف افکار عمومی نسبت به سیاست‌های ایران افزایش می‌یابد. این در حالی است که انجمن‌های دوستی با فعالیت‌های خود می‌توانند به خنثی ساختن این تبلیغات همت گمارند و تصویری مطلوب از ایران را به افکار جهانی ارائه دهند. در عین حال، گسترش دادن فرهنگ صلح‌آمیز ایرانی در کشورهای مختلف به‌خصوص در میان نخبگان کشورهای دوست و هم‌پیمان با ایران می‌تواند فعالیت‌های ضدایرانی غرب را خنثی کند و نوعی "واکسسناسیون و ایمن‌سازی افکار عمومی نسبت به ایران" را به ارمغان آورد.

ت. نمایش دادن چهره صلح‌گرا از ایران در افکار عمومی بین‌المللی: برخی از کشورها در تلاش‌های دیپلماتیک خود سعی دارند تا ایران را کشوری جنگ‌طلب و مخالف صلح در خاورمیانه نشان دهند ولی این امر برخلاف واقعیت است و تلاش دولتمردان ایرانی همواره بر ثبات، صلح و سازش در منطقه خاورمیانه و جهان اسلامی است. کشورهایی مانند امریکا با پروپاگاندا تلاش می‌کنند ایران را عامل ناامنی منطقه در کشورهایی همچون سوریه، عراق و... معرفی کنند و خیلی فراتر از این مسئله، ایران را حامی تروریسم معرفی می‌کنند که با توجه به عملکرد انسان‌دوستانه و صلح‌آمیز ایران در روابط بین‌الملل، کاملاً با واقعیت مغایرت دارد. از این‌رو، انجمن‌های دوستی می‌توانند چهره صلح‌گرای ایران را به‌طور مطلوبی برای ملت‌ها، نخبگان و مسئولان کشورهای مختلف ترسیم کنند و خلاف بودن ادعای امریکا و دیگر حامیان این قدرت پوشالی را به همگان نشان دهند. از آنجا که این انجمن‌ها وابستگی مستقیم به دولت‌ها ندارند، در راستای مدیریت و هدایت افکار عمومی به‌سوی منافع ایران می‌توانند موفقیت بیشتری کسب کنند و حتی به پیشبرد سیاست‌های صلح‌گرای ایران کمک نمایند. همچنین از آنجا که سیاه‌نمایی علیه ایران با برچسب‌هایی مانند حامی تروریسم، مانع صلح و توسعه در کشورهای خاورمیانه، هوادار صدور انقلاب اسلامی به هر شیوه و... اگر بی‌پاسخ بماند بر افکار عمومی بین‌المللی تأثیر منفی خواهد گذاشت، انجمن‌های دوستی ایران با ارتقاء فعالیت‌های رسانه‌ای، فرهنگی، دیپلماتیک دو یا چندجانبه می‌توانند این القائات رسانه‌ای را خنثی نمایند و در نقطه مقابل این تصویرسازی منفی، تصویری مطلوب از ایران را به افکار عمومی جهانی ارائه کنند.

ث. کمک به الهام‌بخشی فرهنگی ایران: یکی از سیاست‌های مهم در انقلاب اسلامی، صدور انقلاب اسلامی بوده است که در دهه چهارم انقلاب اسلامی از آن به الهام‌بخشی تعبیر می‌شود و مقام معظم رهبری(مدظله‌العالی) در چشم‌انداز بیست‌ساله کشور بر الهام‌بخشی ایران در حوزه‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تأکید داشته‌اند. ولی دشمنان انقلاب اسلامی همواره این رویکرد بین‌المللی انقلاب اسلامی را مورد خدشه قرار داده‌اند و حتی با هراس‌افکنی از سیاست الهام‌بخشی ایران، در جهت فرسایش پتانسیل‌های قدرت فرهنگی انقلاب اسلامی تلاش کرده‌اند. در این مسیر، انجمن‌های دوستی می‌توانند با آماده‌سازی افکار عمومی در کشورهای هدف، بسترهای توسعه الهام‌بخشی جمهوری اسلامی و تقویت عمق راهبردی جمهوری اسلامی را فراهم کنند. این هدف می‌تواند از طریق گفت‌وگوی انجمن‌های دوستی با شخصیت‌های مهم فرهنگی و سیاسی در کشورهای هدف امکان‌پذیر شود. اقناع این شخصیت‌های مؤثر در کشورهای مختلف، می‌تواند به گفتمان‌سازی عمومی نسبت به اهداف انسانی در سیاست خارجی ایران کمک شایانی کند و به میزانی که فعالیت‌های انجمن‌های دوستی ارتقاء بیشتری یابد، بسترهای امدادرسانی انجمن‌ها در حوزه الهام‌بخشی فرهنگی، سیاسی و اقتصادی افزایش یابد.

ج. افزایش دادن سطح مراودات دو یا چندجانبه با کشورهای هم‌سو: انجمن‌های دوستی بستری مناسب برای گسترش و وسعت‌بخشی به مراودات سیاسی دو یا چندجانبه‌اند و می‌توانند فضای مسموم سیاسی بین کشورها را از طریق مدیریت افکار عمومی از بین ببرند. با توجه به عملکرد کشورهای مختلف غربی برای محدودسازی روابط ایران با کشورهای اسلامی، انجمن‌های دوستی ظرفیت مناسبی برای گسترش روابط خارجی ایران از طریق هدایت افکار عمومی در سطح نخبگان و ملت در کشورهای مختلف هستند.

چ. توسعه هویت انقلابی: جمهوری اسلامی ایران در گام دوم انقلاب اسلامی مترصد تمدن‌سازی نوین اسلامی و تزریق هویت انقلابی به کشورها و ملت‌های آزاده است و به همین دلیل، استکبار جهانی از هویت انقلابی هراس بنیادین دارد؛ زیرا هویت انقلابی که به رهبری امام خمینی(ره) در جهان اسلام رشد و نمو پیدا کرد، دشمن اصلی جریان استکباری در روابط بین‌الملل است و امریکا با آگاهی از این واقعیت، از هر ابزاری برای مخدوش، استحاله و نابودی هویت انقلابی ایران بهره می‌‌گیرد. انجمن‌های دوستی می‌توانند افکار عمومی بین‌المللی را نسبت به هویت انقلابی ایران آگاه سازند و دغدغه‌های جوامع مختلف را در نشست‌ها و میزگردهای دو یا چندجانبه پاسخ دهند و هرگونه شبهه و اشکالاتی که بر هویت انقلابی وارد می‌شود، توسط مقامات مسئول در انجمن‌های دوستی پاسخ داده شود. هویت انقلابی با سیاست خارجی تمدنی ایران عجین شده است و این مسئله نیازمند همراهی افکار عمومی با هویت انقلابی است که یکی از ابزارهای تحقق این مسئله، انجمن‌های دوستی می‌باشند.

ح. کمک به اعتبار بین‌المللی نسبت به ایران: یکی از لوازم پیشبرد اهداف بین‌المللی کشورها در عصر حاضر، هم‌سویی افکار عمومی با عملکرد بین‌المللی کشورهاست و کشورهایی که از نعمت همراهی افکار عمومی برخوردار باشند، از اعتبار بین‌المللی و اعتماد ملت‌های جهان برخوردار خواهند بود. انجمن‌های دوستی با عملکرد مناسب خود خواهند توانست اعتبار بین‌المللی ایران و اعتماد ملت‌ها به ایران را افزایش دهند و هرگونه سستی و کوتاهی در عملکرد این انجمن‌ها می‌تواند فروکاهش اعتبار بین‌المللی کشور را به همراه داشته باشد.

* 1. **ابزارهای انجمن‌های دوستی در هدایت افکار عمومی**

برای مدیریت افکار عمومی بین‌المللی، انجمن‌های دوستی ایران باید از ابزارهای متنوعی بهره بگیرند که برخی از این ابزارها به قرار زیر است:

الف. نشست‌های دو یا چندجانبه: یکی از ابزارهای مدیریت افکار عمومی توسط انجمن‌های دوستی، نشست‌های دو یا چندجانبه است. این نشست‌ها به دلیل حضور مقامات بلندپایه و مقامات سیاسی تأثیرگذار در کشورهای هم‌پیمان می‌تواند بستری مناسب برای کسب منافع مشترک باشد. این نشست‌ها عموماً توسط مقامات سیاسی دو یا چند کشور انجام می‌شود و از نظر راهبردی می‌تواند تأثیراتی فراوان داشته باشد.

ب. میزگردهای تخصصی در خصوص ایران با حضور نخبگان و مقامات کشورهای هدف: این میزگردها در زمینه مسائل موردی و خاص تشکیل شود. برپایی میزگردهای تخصصی بین مقامات دولتی و غیردولتی می‌تواند تأثیری مهم در هدایت افکار عمومی بین‌المللی داشته باشد.

پ. برپایی همایش‌های بین‌المللی: همایش‌ها و ارائه سخنرانی‌های مؤثر توسط اعضای انجمن‌های دوستی که عموماً شخصیت‌های علمی در نهادهای آموزشی کشور هستند، می‌تواند یکی از ابزارهای تأثیرگذار بر افکار عمومی باشد و فرصتی مناسب برای همراه‌سازی نخبگان کشورهای مختلف با سیاست‌های ایران شود.

ت. مشارکت در تولید محصولات رسانه‌ای در کشورهای هدف: یکی از راه‌های مدیریت افکار عمومی، تولید محصولات رسانه‌ای خواهد بود. تولیدات دیداری و شنیداری نقشی مهم در شکل‌گیری افکار عمومی و حتی سوق‌دهی آنان به سمت و سوی مصالح ملی ایران دارد. پخش بروشورهای خبری، کتاب و نشریات فرهنگی، پخش کلیپ و فیلم، مشارکت در ساخت آثار فاخر تلویزیونی و ماهواره‌های و... از جمله پتانسیل‌های انجمن‌های دوستی برای نزدیک کردن افکار ملت‌ها به سیاست‌های ایران است.

ث. برپایی نمایشگاه‌های فرهنگی و ادبی: یکی از ابزارهای انجمن‌های دوستی در تحکیم روابط فرهنگی، برپایی نمایشگاه‌های فرهنگی و ادبی است. بهره‌گیری از ظرفیت‌های ایرانیان در حوزه صنایع دستی می‌تواند به ترویج و نشر فرهنگ و هنر ایرانی کمکی شایان کند و افزون‌بر آن، نمایشگاه‌های کتاب، کرسی‌های ادبی در مجامع دانشگاهی و... می‌توانند ابزارهایی مناسب برای همراهی افکار عمومی با جامعه ایرانی باشند.

**تصویر 1: ابزارهای انجمن‌های دوستی در مدیریت افکار عمومی**

* 1. **تجزیه و تحلیل داده‌ها**

برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش حاضر، پرسش‌نامه‌هایی به افراد صاحب‌نظر داده شد تا صحت و سقم مطالب در خصوص نقش انجمن‌های دوستی در مدیریت افکار عمومی بین‌المللی مشخص شود. در همین راستا، پرسشنامه‌ای در بین اساتید و دانشجویان دانشگاه‌های تهران توزیع گردید و نتایج به‌دست آمده توسط نرم‌افزار SPSS مورد بررسی قرار گرفت. در جدول شماره 1 نیز مؤلفه‌های تأثیرگذار بر عملکرد انجمن‌های دوستی برای مدیریت افکار عمومی آمده است.

|  |
| --- |
| **جدول1: مؤلفه‌های تأثیرگذار بر عملکرد انجمن‌های دوستی برای مدیریت افکار عمومی** |
| ردیف | مؤلفه‌ها |
| 1 | مشروعیت‌آفرینی برای سیاست‌های بین‌المللی ایران |
| 2 | کاهش دادن سطح تنش‌های سیاسی در کشورهای همسایه از طریق نزدیک شدن افکار عمومی |
| 3 | مقابله با ایران‌هراسی در افکار عمومی کشورهای هدف |
| 4 | نمایش دادن چهره صلح‌گرا از ایران در افکار عمومی بین‌المللی |
| 5 | کمک به الهام‌بخشی فرهنگی ایران |
| 6 | افزایش دادن سطح مراودات دو یا چندجانبه با کشورهای هم‌سو |
| 7 | توسعه هویت انقلابی |
| 8 | کمک به اعتبار بین‌المللی نسبت به ایران |

در راستای پاسخ‌گویی به پرسش‌های تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شد و گزینه‌های هر پرسش نیز به شکل طیف لیکرت، یعنی خیلی‌کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد تنظیم شد. جامعه آماری انتخاب‌شده از گرایش‌های علوم سیاسی انتخاب شدند که از جمله این گرایش‌ها می‌توان به علوم سیاسی، روابط بین‌الملل و مطالعات منطقه‌ای اشاره کرد.

جامعه آماری تحقیق، برخی دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری هستند که پرسشنامه‌ها در بین 180 نفر از آنها توزیع شد و در این بین، 110 پرسشنامه تکمیل گردید. توصیف جمعیتی و علمی جامعه آماری به قرار زیر است.

از میان افرادی که پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند، 87 نفر مرد و 23 نفر زن بودند. به‌عبارتی، 09/79 درصد فراوانی مربوط به مردان و 09/20 فراوانی مربوط به زنان است. به لحاظ ترکیب علمی نیز، 54/64 درصد نیز دارای تحصیلات کارشناسی ارشد، 36/26 درصد دانشجوی دکتری و 09/9 دارای مدرک دکتری تخصصی بوده‌اند.

|  |
| --- |
| **جدول2: تجزیه و تحلیل جمعیت‌شناختی نمونه‌های آماری پژوهش** |
| تحصیلات | جنسیت | درصد فراوانی به نسبت جنسیت و تحصیلات در هر مقطع تحصیلی | فراوانی کل |
| مرد | زن |
| 1 | کارشناسی ارشد | 55 | 16 | زن | 53/22 | 54/64 |
| مرد | 46/77 |
| 2 | دانشجوی دکترا | 23 | 6 | زن | 26.86 | 36/26 |
| مرد | 68/20 |
| 3 | دکترای تخصصی | 9 | 1 | زن | 10 | 09/9 |
| مرد | 90 |

نتایج و توصیف داده‌های کمی مربوط به پرسشنامه در جدول شماره 3 نمایش داده شده است.

|  |
| --- |
| **جدول3: توصیف‌های آماری تأثیر انجمن‌های دوستی ایران بر هدایت افکار عمومی بین‌المللی** |
| پرسش | مؤلفه/شاخص | میزان تأثیر بر افکار عمومی |
| خیلی زیاد | زیاد | متوسط | کم | خیلی کم |
| 1 | مشروعیت‌آفرینی برای سیاست‌های بین‌المللی ایران | 98 | 12 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | کاهش دادن سطح تنش‌های سیاسی در کشورهای همسایه از طریق نزدیک شدن افکار عمومی | 110 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | مقابله با ایران‌هراسی در افکار عمومی کشورهای هدف | 107 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| 4 | نمایش دادن چهره صلح‌گرا از ایران در افکار عمومی بین‌المللی | 93 | 10 | 5 | 2 | 0 |
| 5 | کمک به الهام‌بخشی فرهنگی ایران | 87 | 22 | 0 | 1 | 0 |
| 6 | افزایش دادن سطح مراودات دو یا چندجانبه با کشورهای هم‌سو | 110 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | توسعه هویت انقلابی | 79 | 21 | 1 | 2 | 7 |
| 8 | کمک به اعتبار بین‌المللی نسبت به ایران | 107 | 3 | 0 | 0 | 0 |

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که از دیدگاه صاحب‌نظران حوزه افکار عمومی، انجمن‌های دوستی بیشترین نقش را در حوزه کاهش دادن سطح تنش‌های سیاسی در کشورهای همسایه از طریق نزدیک شدن افکار عمومی (110)، مقابله با ایران‌هراسی در افکار عمومی کشورهای هدف (107)، افزایش دادن سطح مراودات دو یا چندجانبه با کشورهای هم‌سو (110) و کمک به اعتبار بین‌المللی نسبت به ایران (107) دارند. دیگر شاخص‌ها در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در نمودار زیر، مؤلفه‌ها و نقش انجمن‌های دوستی براساس نرم‌افزار نقشه ذهنی (Xmind) طراحی شده است.



**تصویر 2. نقشه ذهنی نقش انجمن‌های دوستی بر افکار عمومی بین‌المللی**

**نتیجه‌گیری**

این مقاله تلاشی در جهت پاسخ‌گویی به این پرسش بود که: «انجمن‌های دوستی ایران چه نقشی در مدیریت افکار عمومی بین‌المللی دارند؟ یافته‌های مقاله نشان می‌دهد؛ براساس نظریه‌های جدیدِ سیاست خارجی همچون سازه‌انگاری، تصویرسازی و ذهنیت که در روابط بین‌الملل بسیار مهم است، انجمن‌های دوستی در جایگاه بازیگران غیردولتی در مناسبات جهانی، کمک شایانی به ترمیم چهره بین‌المللی کشورها می‌کنند و می‌توانند در راستای منافع ملت‌های خود گام بردارند. انجمن‌های دوستی ایران با بهره‌گیری از ظرفیت شخصیت‌های علمی و سیاسی، از پتانسیل و ظرفیت‌های مناسبی برای تسهیل کسب منافع ملی ایران در کشورهای مختلف برخوردارند. انجمن‌های دوستی برای تأمین اهداف ترسیم شده خود از ابزارهایی همچون نشست‌های دو یا چندجانبه، میزگردهای تخصصی در خصوص ایران با حضور نخبگان و مقامات کشورهای هدف، برپایی همایش‌های بین‌المللی، مشارکت در تولید محصولات رسانه‌ای در کشورهای هدف و برپایی نمایشگاه‌های فرهنگی و ادبی بهره می‌گیرد و با استفاده از چنین روش‌هایی می‌تواند افکار عمومی جهانی را هدایت کند و تصویری مطلوب از ایران و سیاست‌های ایرانی در ذهن و فکر نخبگان و مسئولان بلندپایه کشورهای هدف ارائه دهد. برخی از دستاوردهای انجمن‌های دوستی در راستای هدایت افکار عمومی بین‌المللی به‌ این شرح است: مشروعیت‌آفرینی برای سیاست‌های بین‌المللی ایران، کاهش دادن سطح تنش‌های سیاسی در کشورهای همسایه از طریق نزدیک شدن افکار عمومی، مقابله با ایران‌هراسی در افکار عمومی کشورهای هدف، نمایش دادن چهره صلح‌گرا از ایران در افکار عمومی بین‌المللی، کمک به الهام‌بخشی فرهنگی ایران، افزایش دادن سطح مراودات دو یا چندجانبه با کشورهای هم‌سو، توسعه هویت انقلابی و کمک به اعتبار بین‌المللی نسبت به ایران. بررسی پرسشنامه‌ها در بین 110 نفر از صاحب‌نظران علوم سیاسی و روابط بین‌الملل نشان می‌دهد که مجموعه این نقش‌ها و عملکردها کاملاً بر مدیریت افکار عمومی بین‌المللی مؤثر است و پاسخ کارشناسان، کمترین مخالفت با گزینه‌های یاد شده را نشان می‌دهد و این مسئله، تأییدی بر یافته‌های این پژوهش است.

**منابع**

- ایسپا (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران) (1389)؛ افکار عمومی در ایران؛ تهران: نشر جامعه‌شناسان.

- آقابخشی، علی و مینو افشاری‌راد (1379): فرهنگ علوم سیاسی؛ تهران: نشر چاپار.

- پگاه حوزه (1382)؛ رسانه‌سالاری و افکار عمومی جهانی؛ هفته‌نامه پگاه حوزه، بیست‌ونهم آذر، ش114.

- پورحسن، ناصر (1390)؛ دیپلماسی عمومی نوین و دفاع همه‌جانبه؛ فصلنامه راهبرد دفاعی، سال نهم، ش 33.

- حجت‌الاسلامی، محمدصالح (1394)؛ همه چیز در مورد انجمن‌های دوستی؛ خبرگزاری شبستان، بیست‌وپنجم اردیبهشت.

- حسنی، محمدحسن (الف1380)؛ سیاست خارجی و انجمن‌های دوستی؛ ماهنامه رویدادها و تحلیل‌ها؛ مرداد، ش 150.

- حسنی، محمدحسن (ب1380)؛ نگاهی به نحوه تشکیل و فعالیت انجمن‌های دوستی؛ ماهنامه رویدادها و تحلیل‌ها، دی ماه، ش155.

- حسینی، سیدحسین و سمیه زمانی (1395)؛ مطالعات پارلماني تطبيقي؛ نحوه عضویت و تشكيل گروه‌های دوستي در پارلمان‌های دنيا؛ تهران: انتشارات دفتر مطالعات سیاسی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

- حقیقی، محمدرضا (1392)؛ افکار عمومی نوین؛ تهران: نشر مشق شب.

- خراسانی، رضا (1387)؛ جایگاه و نقش قدرت فرهنگی در سیاست خارجی و تأثیر آن بر روند تحولات جهانی؛ فصلنامه علوم سیاسی، بهار، ش41.

- دهشیری، محمدرضا (1385)؛ جایگاه قدرت نرم در انقلاب اسلامی ایران؛ فصلنامه حضور، تابستان، ش57.

- دهشیری، محمدرضا و دیگران (1394)؛ توافق هسته‌ای و برساختگی هویت جدید ایران در افکار عمومی بین‌المللی؛ پژوهش‌های روابط بین‌الملل، دوره پنجم، تابستان، ش16.

- رحمانی، منصور (1394)؛ دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی؛ فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن؛ سال ششم، بهار، ش15.

- رضایی، علی اکبر و کامران نژادلطفی (1391)؛ نقش انجمن‌های دوستی در توسعه دیپلماسی فرهنگی؛ فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، دوره دوم، زمستان، ش4.

- زارعیان، داوود (1385)؛ شناخت افکار عمومی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

- شفیعی، نوذر و رؤیا نژادزندیه (1392)؛ هویت در سازه‌انگاری و دیپلماسی­عمومی؛ فصلنامه مطالعات راهبردی، دوره شانزدهم، بهار، ش59.

- شیرازی، حبیب‌اله (1396)؛ دیپلماسی فرهنگی و نقش انجمن‌های دوستی در روابط بین‌الملل؛ پژوهشنامه روابط بین‌الملل، دوره دهم، تابستان، ش38.

- غفوری، محمود و یحیی کمالی (1389)؛ افکار عمومی و سیاستگذاری عمومی(تأملی نظری)؛ فصلنامه سیاست، دوره40، تابستان ش 2.

- کبریایی‌زاده، حسین (1390)؛ نقش انجمن‌های دوستی در توسعه همکاری‌های بین دولتی؛ ویژه‌نامه دومین هم‌اندیشی سازمان‌های مردم‌نهاد و دیپلماسی فرهنگی، تهران: سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.

- گروه اقتصاد ایران (1387)؛ دوست‌یابی انجمن‌های دوستی، جایگاه سازمان‌های غیردولتی در روابط بین‌الملل؛ اقتصاد ایران، فروردین، ش110.

- گلجان، مهدی (1392)؛ کارکرد انجمن‌های دوستی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران؛ سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، دوم اردیبهشت.

- لازار، ژودیت (1394)؛ افکار عمومی؛ (ترجمه مرتضی کتبی)، تهران، نشر نی.

- مايلي، محمدرضا و مریم مطيعي (1395)؛ قدرت نرم در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران؛ فصلنامه مطالعات روابط بين‌الملل، پاييز، دوره نهم، ش35.

- مرادی، سیدمهدی و مجتبی مقصودی (1384)؛ گروه‌های دوستی پارلمانی و نقش آن در در سیاست خارجی: مطالعه موردی ایران؛ فصلنامه مجلس و پژوهش، سال دوازدهم، تابستان، ش48.

- مشیرزاده، حمیرا و فریبا علی کرمی (1397)؛ دوستی در روابط بین‌الملل و نگاهی بومی به آن: درس‌هایی از سعدی؛ پژوهشنامه علوم سیاسی، سال سیزدهم، بهار، ش50.

- مصفا، نسرین و جواد امین منصور (1392)؛ نقش جمهوری اسلامی ایران در نهادهای منطقه‌ای و بین‌المللی؛ فصلنامه سازمان‌های بین‌المللی، بهار، ش1.

- ویسون، فیلیپس دی (1376)؛ افکار عمومی، پیشینه و تعریف؛ (ترجمه فریبا اسکندری آریا)؛ فصلنامه رسانه، سال هشتم، تابستان، ش 30.

- Cull, N. J (2008); ***Public Diplomacy before Gullion***, Routledge Handbook of Public Diplomacy, London, Taylor & Francis.

1. . عضوء هیئت علمی گروه اندیشه سیاسی مرکز اسناد انقلاب اسلامی ghorbi68@yahoo.com [↑](#footnote-ref-1)