



Factors Influencing the Management of Public Opinion in the Islamic Republic of Iran and the Challenges Ahead

Majid Ostovar^{1*}

Received on: 03/04/2024

Accepted on: 10/09/2024

Abstract

Since the emergence of modern states, the issue of controlling and influencing public opinion has been significant. From the perspective of political sociology, controlling public opinion appears to depend, to some extent, on the dynamics of new social forces in politics and the state's hegemonic dominance over them. The main purpose of this article is to investigate and analyze the sociological management of public opinion in the Islamic Republic of Iran. Considering the extensive changes in Iranian society, the central research question is: How does the Islamic Republic influence public opinion? In response, it appears that politicizing all aspects of social and private life from an Islamic perspective is a fundamental characteristic of the Iranian state, which seeks to shape public opinion through the symbolic use of tradition, religion, the media, and the educational system. The research findings also indicate that the Iranian government aims to manage public opinion by constructing Islamic-Shiite symbols. However, globalization, social networks, global media, and socio-economic factors have challenged the government's effectiveness in controlling public opinion. Given the decline in the government's hegemonic influence over public opinion in Iran, it appears that dominating public opinion may be achievable through the creation of new symbols, enhancing governmental efficiency, and implementing bureaucratic structural reforms for the comprehensive development of Iran. Given the nature of the subject, the research method is qualitative and descriptive-analytical. Data were collected through library research and document review.

Keywords: Hegemonic Government, Public Opinion, Globalization, Hegemony, Iran.

^{1*} . Associate Professor, Department of Political Science, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran. (Corresponding Author: ostovar@iaurasht.ac.ir)



Extended Abstract

Purpose: Since the emergence of modern states, managing and controlling public opinion have been central to political stability and legitimacy. From the perspective of political sociology, domination over public opinion is achieved not merely through coercion but primarily through the production of consent, consensus-building, and the reproduction of hegemony. In this framework, the effectiveness of states in managing public opinion is closely linked to their capacity to mobilize new social forces and exercise hegemonic domination. Following the 1979 Islamic Revolution, Iranian society has undergone profound social, cultural, and political transformations that have fundamentally challenged traditional methods of managing public opinion. Accordingly, the main objective of this article is to provide a sociological analysis of the mechanisms through which public opinion is managed in the Islamic Republic of Iran and to identify the emerging challenges confronting this process.

Methodology: The theoretical framework of this study is grounded in Antonio Gramsci's theory of hegemony. Gramsci argued that domination in modern societies is not based solely on overt coercion but is sustained through the production of meaning, ideological control, and the generation of public consent. From this perspective, the state is not merely an apparatus of political domination but also a key instrument of intellectual and cultural leadership. Within this analytical framework, the Iranian state is conceptualized as a hegemonic state that has sought to consolidate its authority over public opinion by politicizing both the public and private spheres of social life in accordance with an Islamic worldview. Employing a descriptive-analytical and interpretive approach, this study examines the factors contributing to the formation and reproduction of state hegemony, as well as the structural and sociopolitical constraints that have undermined it.

Findings: The findings indicate that following the Islamic Revolution, the Iranian state successfully established a relatively effective hegemonic order by relying on Islamic traditionalism, symbolic representations of martyrdom, sacrifice, and resistance, as well as the institutionalization of religious rituals and commemorative practices. Control over educational, media, and religious institutions played a decisive role in shaping and stabilizing public consciousness. State media, in particular, functioned as hegemonic agents by disseminating religious discourses, producing cultural and religious television series, and promoting Shi'i ethical values such as self-sacrifice and martyrdom. Moreover, ideological supervision of formal education and comprehensive regulation of printed and digital publications enabled the state to monitor and filter public discourse in accordance with official doctrines. However,



with the onset of the twenty-first century and the intensification of globalization across technological, economic, social, and cultural domains, the state's ability to manage and control public opinion has faced fundamental challenges. The rapid expansion of global communication networks, the proliferation of social media, and the emergence of new generations with diverse expectations and lifestyles have significantly diminished the influence of official educational, media, and religious institutions. Furthermore, prolonged economic sanctions, rising inflation, and declining government performance have eroded public satisfaction and weakened the alignment between state narratives and popular perceptions. As public approval is a key criterion of political legitimacy, the deterioration in governance quality has undermined the ruling elites' ability to generate consent and maintain hegemonic domination, thereby exposing Iranian society to increasing social and political insecurity.

Conclusion: This study demonstrates that over the past decade, the convergence between public opinion and the Iranian state has substantially declined. The sustainability of political legitimacy and stability in Iran increasingly depends on comprehensive structural reforms in the educational system, bureaucratic rationalization, enhanced governmental effectiveness, and the development of new symbolic frameworks capable of resonating with contemporary social realities. Without the active consent of public opinion, acceptance of the rule of law, implementation of structural reforms, and realization of inclusive development, the reproduction of political hegemony and long-term legitimacy will remain highly precarious. Political legitimation, therefore, depends on the state's ability to project a credible and foreseeable vision of the future and to respond effectively to rapidly evolving and pluralized social demands that increasingly extend beyond the boundaries of state-controlled symbolic and ideological networks.

Keywords: Hegemonic State; Public Opinion; Hegemony; Globalization; Islamic Republic of Iran.



عوامل تأثیرگذار بر مدیریت افکار عمومی در جمهوری اسلامی ایران و چالش‌های پیش رو

مجید استوار^{*۱}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۰

چکیده

از ابتدای پیدایش دولت‌های مدرن، موضوع کنترل و تسلط بر افکار عمومی حائز اهمیت بوده است. بر همین اساس از منظر جامعه‌شناسی سیاسی به نظر می‌رسد کنترل افکار عمومی تا اندازه‌ای به تحرک نیروهای جدید اجتماعی در سیاست و سلطه هژمونیک دولت بر آن بستگی دارد. هدف اصلی مقاله حاضر بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی مدیریت افکار عمومی در جمهوری اسلامی ایران است. با توجه به دگرگونی‌های وسیع جامعه ایران، پرسش اصلی تحقیق حاضر این است که جمهوری اسلامی چگونه بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارد؟ در پاسخ به پرسش اصلی به نظر می‌رسد که سیاسی کردن کلیه شئون زندگی اجتماعی و خصوصی بر اساس چشم‌انداز اسلامی، ویژگی بنیادین دولت در ایران است که با نمادسازی از سنت و دین، رسانه‌ها و شبکه آموزشی نسبت به تأثیرگذاری بر افکار عمومی مبادرت می‌کند. یافته‌های تحقیق نیز نشان می‌دهد که دولت ایران از این طریق و با بساخت نمادهای اسلامی - شیعی به دنبال مدیریت افکار عمومی است. اما جهانی‌شدن، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جهانی و عوامل اجتماعی - اقتصادی، کارایی دولت ایران را در کنترل افکار عمومی به چالش کشیده است. با توجه به کاهش کارایی هژمونیک دولت بر افکار عمومی در ایران، به نظر می‌رسد تسلط بر افکار عمومی از مسیر بساخت نمادهای جدید کارآمد سازی دولت و اصلاحات ساختاری بوروکراتیک در جهت توسعه فراگیر ایران امکان‌پذیر است. با توجه به ماهیت موضوع، روش پژوهش کیفی و از نوع توصیفی - تحلیلی است. گردآوری اطلاعات پژوهش به روش مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد بوده است.

واژگان کلیدی: دولت هژمونیک، افکار عمومی، جهانی شدن، هژمونی، ایران.

مقدمه

چهار دهه از وقوع انقلاب اسلامی ایران می‌گذرد و یکی از موضوعاتی که همچنان در جامعه‌شناسی سیاسی ایران حائز اهمیت است موضوع رابطه دولت^۱ و افکار عمومی است. در این بازه زمانی، جامعه ایران دگرگونی‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی وسیعی را پشت سر گذاشته است. وجود دولت مرکزی قدرتمند، گسترش مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها، افزایش جمعیت جوان و تحصیل کرده، شکل‌گیری نیروی مقتدر نظامی، افزایش شهرنشینی و سواد عمومی، توسعه ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی، دامنه آگاهی‌های سیاسی و انتظارات جامعه و همچنین تقاضای سیاسی افزایش یافته است. چنین تغییرات وسیعی، سبب شده که دولت در ایران، کنترل و سلطه بر افکار عمومی را بیش از پیش مورد توجه قرار دهد و با افزایش تقاضا برای زیست اجتماعی و سیاسی متنوع، نظام‌های سیاسی نیازمند نهادها و سازمان‌های سیاسی متعددی هستند تا با کنترل و مدیریت افکار عمومی به تقاضاهای سیاسی جدید پاسخ دهند و از نظم جوامع حفاظت نمایند.

«سموئل هانتینگتون»، معتقد است که در فرایند نوسازی جوامع و دگرگونی‌های اجتماعی و اقتصادی نظیر شهری شدن، افزایش سواد و آگاهی، صنعتی شدن و گسترش وسایل ارتباط جمعی، اقتدار نهادهای سنتی تضعیف می‌شود و به سبب واماندن تحول نهادهای سیاسی از دگرگونی‌های اجتماعی و اقتصادی، نظم سیاسی درهم می‌ریزد و امکان فروپاشی سیاسی افزایش می‌یابد. (هانتینگتون، ۱۳۸۲: ۱۱-۱۰). با توجه به دگرگونی‌های وسیع جامعه ایران و نگرانی در خصوص ثبات سیاسی، پرسش اصلی تحقیق حاضر این است که جمهوری اسلامی چگونه بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارد؟

از منظر جامعه‌شناسی سیاسی به نظر می‌رسد تأثیر بر افکار عمومی ایران تا اندازه بسیار زیادی به عملکرد دستگاه‌های ایدئولوژیک‌ساز دولت و شکل‌گیری هژمونی سیاسی آن بستگی دارد. دولت ایران به دنبال کنترل افکار عمومی از همه دستگاه‌های ایدئولوژیک‌ساز آموزشی، رسانه‌ای و فرهنگی بهره می‌برد؛ اما تحرک اجتماعی در ایران با وجود ابعاد گسترده جهانی شدن طی سه دهه اخیر و گسترش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، موضوع تسلط دولت بر افکار عمومی را با موانع جدی روبرو کرده است. امروزه با گسترش ابعاد جهانی شدن و وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها، جهت‌گیری‌های افکار

1 . State

عمومی بیش از پیش در معرض تغییرات بنیادین قرار گرفته‌اند و نمی‌توان به تأثیر آن‌ها بر زندگی اجتماعی و سیاسی کنشگران در مقابل هژمونی دولت بی‌توجه بود. در این تحقیق با بهره‌گیری از نظریه «آنتونیو گرامشی» در خصوص هژمونی، تلاش می‌شود تأثیرگذاری دولت و نهادهای سیاسی بر افکار عمومی به بحث گذاشته شود. روش پژوهش کیفی و از نوع توصیفی - تحلیلی است. گردآوری اطلاعات پژوهش به روش مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد بوده است.

الف- مرور پیشینه تحقیق

با بررسی آثار و نوشته‌های فارسی و انگلیسی به نظر می‌رسد تاکنون تحقیق جامعی درباره نقش دولت در کنترل افکار عمومی در ایران صورت نگرفته است و تعدادی از نوشته‌ها صرفاً بر تأثیر ابعاد ایدئولوژیک ساز نظام آموزشی ایران بر ذهنیت ایرانیان متمرکز بوده‌اند. به عنوان نمونه می‌توان به آثار شهین ایروانی (۱۳۹۳)، در مقاله «مقدمه‌ای بر تبیین ماهیت نظام آموزش و پرورش ایران از آغاز دوره مدرن سازی تا امروز» و دیوید مناشری (۱۴۰۰)، در کتاب «نظام آموزشی و ساختن ایران مدرن» اشاره کرد که بر تأثیر هژمونیک ساز سیستم آموزشی ایران بر افکار عمومی پرداخته‌اند و به عوامل دیگر مؤثر بر افکار عمومی در دوران حاضر توجهی نکردند. در ادامه به بعضی از آثار و نوشته‌های مرتبط با موضوع تحقیق پرداخته می‌شود.

عزت‌الله میرزایی و دیگران (۱۴۰۳)، در مقاله «الزامات سیاست‌گذاری اجتماعی در حیطه مدیریت افکار عمومی با تأکید بر نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی» به عوامل تأثیرگذار بر بدبینی افکار عمومی ایرانیان و بروز نارضایتی و شکل‌گیری اعتراضات پرداخته است.

ندا رستگاران و دیگران (۱۴۰۲)، در مقاله «تأثیر افکار عمومی در نظارت سیاسی بر دولت»، با تشریح جایگاه افکار عمومی در کنترل قدرت به مبانی شکل‌گیری و تأثیرگذاری افکار عمومی پرداخته شده و قدرت نظارت افکار عمومی را از منظر حقوق عمومی واکاوی کرده است.

ابراهیمی کوشالی، حسین (۱۴۰۱). در مقاله «رهیافت‌های رسانه ملی در هدایت افکار عمومی جامعه ایران با رویکرد آینده پژوهی» به اهمیت رسانه ملی در تسلط بر افکار عمومی در ایران پرداخته است. مجردی و پناه دفتری (۱۳۹۱)، در مقاله «بررسی پیامدهای فرهنگی - اجتماعی اینترنت بر امنیت اجتماعی در ایران» به مؤلفه‌هایی مانند هویت، فرهنگ، سیاست، اقتصاد و شبکه‌های اجتماعی مؤثر بر

امنیت اجتماعی در ایران می‌پردازند و راه‌های فرصت‌سازی از این تهدیدات را در فضای مجازی واکاوی می‌کنند.

«ژان - ایودورماگن و دانیل موشار» (۱۳۸۹) در «مبانی جامعه‌شناسی سیاسی»، به تبیین چارچوب‌های فعالیت سیاسی دولت‌ها و کنشگران سیاسی می‌پردازند. این نویسندگان معتقدند با توسعه دموکراسی پارلمانی، نمایندگان مجلس، مطبوعات و امروزه نیز مؤسسات نظرسنجی به عنوان مراجع اصلی بیان افکار عمومی تلقی می‌شوند.

عیوضی، م. ر. (۱۳۸۷). در مقاله «مدیریت رسانه‌ای و مهندسی افکار عمومی» و رستگار و رسولی (۱۳۹۶) در مقاله «مسئولان و افزایش رضایت افکار عمومی در بحران‌ها» معتقدند رسانه‌ها مهم‌ترین عامل اثرگذار در شکل‌گیری افکار عمومی و ظهور و بروز بحران‌ها هستند.

«آنتونیو گرامشی» (۱۹۹۹)، با اشاره به رابطه ایدئولوژی و سلطه بر جامعه مدنی تلاش می‌کند شکل‌گیری افکار عمومی و ایجاد مشروعیت را در دوران مدرن تبیین نماید. بدین منظور با به‌کارگیری مفهوم هژمونی به چگونگی سلطه دولت‌ها بر جوامع می‌پردازد.

«آنتونیو گیدنز» (۱۳۹۰) در جامعه‌شناسی، در کتاب «گزیده جامعه‌شناسی» به شکل‌گیری فرهنگ و زندگی اجتماعی بشر در جهان امروز می‌پردازد و فرصت‌ها و مخاطرات جهانی شدن را مورد واکاوی قرار می‌دهد. امانوئل کاستلز (۱۳۸۴)، در کتاب «شبکه‌های خشم و امید: جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت»، نیز به شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای و دگرگونی روابط اجتماعی و الگوهای زندگی و کار می‌پردازد.

«ساموئل هانتینگتون» (۱۳۸۲)، در کتاب «سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی» با بررسی موضوع ثبات و بی‌ثباتی در جوامع در معرض دگرگونی تلاش می‌کند پایداری حکومت‌ها را در مواجهه با شرایط سیاسی و اجتماعی نوپدید مورد بررسی قرار دهد.

«ژودیت لازار» (۱۳۸۰)، در کتاب «افکار عمومی» به طور مفصل به تبیین افکار عمومی و جنبه‌های تأثیرگذار آن بر زندگی اجتماعی و سیاسی پرداخته است.

نویسندگان این آثار تلاش کرده‌اند به جنبه‌های اثرگذار افکار عمومی در زندگی سیاسی و اجتماعی بپردازند اما به نقش دستگاه‌های هژمونیک‌ساز دولت و مراکز آموزشی و مذهبی بر افکار عمومی در جوامع بی‌توجه بوده‌اند و تاکنون تحقیق مستقلی درباره تأثیر دولت هژمونیک ایران بر افکار عمومی انجام نشده است و با گسترش وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها و تغییر جهت‌گیری‌های افکار عمومی، لازم است این موضوع مورد بررسی قرار گیرد.

ب- مبانی نظری و روش

۱- افکار عمومی

پیدایش افکار عمومی به عصر روشنگری و نظر ورزی‌های فیلسوفان سیاسی لیبرال قرن هفدهم و هجدهم (لاک و روسو) بازمی‌گردد (کاوش نیا و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۴۴). با پیدایش انقلاب فرانسه و ظهور انقلاب صنعتی و گسترش صنعت چاپ و وسایل ارتباط جمعی و آگاهی مردم از رویدادها، جامعه‌ای جدید پدید آمد که در آن کنشگری مردم از اهمیت برخوردار شد و روشنفکران و رسانه‌ها از این قدرت به‌منظور پیش بردن اهداف خود بهره گرفتند. از همین رو افکار عمومی پدیده‌ای اجتماعی است که نتیجه کنش‌ها و واکنش‌های اذهان مختلف یک جامعه است و مجموعه‌ای از مفاهیم، معتقدات و تصورات ذهنی و آرمان‌های بشری است که به طور دائمی تغییر می‌کند (مقتدایی و امیری اسفرجانی، ۱۳۹۶: ۷۰).

در جهان حاضر «افکار عمومی تنها اعمال قدرت نمی‌کند بلکه حکومت می‌کند» (کریستنسن و اومک ویلیامز، ۱۳۶۵: ۳۰). بر همین اساس امروزه دیدگاه و نظر مردم در رژیم‌های دموکراتیک به عنوان منبع مشروعیت قدرت تلقی می‌شود و اساس سیاست نیز می‌بایست در راستای تحقق خواسته‌های مردم و افکار عمومی حرکت کند (ایو دورماگن و موشار، ۱۳۹۴: ۱۸۹). بنابراین افکار عمومی خصالتی بین‌المللی پیدا کرده و به عنوان یک بازیگر سیاسی نقشی تعیین‌کننده در تصمیم‌سازی‌ها دارد. از منظر تعدادی از جامعه‌شناسان، افکار عمومی پدیده‌ای اجتماعی و حاصل کنش‌های متقابل اذهان افراد است

(Ginsberg, 1921: 115) و بر همین اساس افکار عمومی را به دو بخش بنیادی و نمادین تقسیم می‌کنند. بخش بنیادی تمامی عوامل شکل‌گیری بنیان‌های زندگی اجتماعی است که کمتر دستخوش تغییر قرار می‌گیرد و وجه نمادین آن اعتراض و ارائه تصویری از افکار عمومی در واکنش به خدشه‌دار شدن یک باور و یا حفاظت از آن است (نقیب زاده، ۱۳۸۰: ۲۲۸-۲۲۷). امروزه دولت‌های مدرن نیز نسبت به تصویرسازی‌های افکار عمومی و وجه نمادین آن حساسیت زیادی دارند و از طریق ابزارها و دستگاه‌های ایدئولوژیک‌ساز به دنبال برساخت جهان نمادین هماهنگ با ایدئولوژی طبقه مسلط هستند. نهادهای آموزشی و رسانه‌ها از جمله ابزارهای ایدئولوژیک سازند که در اختیار دولت‌ها هستند و وظیفه فراهم کردن تصویری از جهان برای فرد و یک وسیله هویت‌ساز و

اقتناع‌سازی افکار عمومی را بر عهده دارند. شناخت و تحلیل دقیق افکار عمومی می‌تواند به دولت‌ها و نهادها کمک کند تا سیاست‌های خود را بر مبنای نیاز جامعه شکل دهند و پاسخگوی نیازهای واقعی مردم باشند. اینکه تا چه میزانی دستگاه‌های ایدئولوژیک ساز دولت، امکان دستیابی به اهداف خود در کنترل افکار عمومی را دارند، موضوع پژوهش حاضر با تمرکز بر ایران خواهد بود.

۲- هژمونی سیاسی

اعمال قدرت و سلطه یکی از ویژگی‌های پایدار دولت‌هاست و در همه جوامع وجودی عینی دارند و جامعه‌ای را نمی‌توان بدون اعمال قدرت متصور بود؛ اما این اعمال قدرت صرفاً جنبه فیزیکی ندارد و به دو گونه مدنی و قهرآمیز اعمال می‌شود. در عرصه مدنی به‌کارگیری امور قدسی، ایدئولوژی‌ها، اسطوره‌ها، نمادها و رسانه‌ها مجاز شمرده می‌شوند و در عرصه قهرآمیز، خشونت فیزیکی و سازمان‌های سرکوبگر و بوروکراسی وظیفه اعمال سلطه را بر عهده می‌گیرند. بنابراین جامعه سیاسی ترکیبی از عناصر فیزیکی و غیرفیزیکی اعمال سلطه است که قاعدتاً نیازمند مشروعیت سیاسی^۱ است. این مشروعیت سیاسی در دوران سنت بر پایه ویژگی‌های قدسی افراد استوار بود و در دوران مدرن، با ترکیبی از امور قدسی و غیر قدسی، اعمال سلطه دولت را مشروع جلوه می‌دهد. سه نهاد کلیسا، سازمان آموزشی و رسانه‌های جمعی وظیفه نشر ایدئولوژی را در جامعه مدنی بر عهده دارند و سلطه بر جامعه مدنی مهم‌تر از سلطه بر دولت است و سلطه بر جامعه و افکار عمومی از طریق فعالیت‌های فرهنگی و ایدئولوژیک میسر می‌شود که مسئله‌ای زمان‌بر و تدریجی است (نقیب زاده، ۱۳۸۰: ۱۵۲-۱۴۲).

از نظر «ماکس وبر» استفاده انحصاری از خشونت مشروع تنها ویژگی مشترک همه دولت‌ها محسوب می‌گردد. همین استفاده انحصاری از نیروی زور و اجبار است که شهروندان را ملزم به اجرای قانون و اطاعت‌پذیری وامی‌دارد (ایو دورماگن و موشار، ۱۳۸۹: ۴۱-۴۰)، اما امروزه شهروندان ضرورت اطاعت از دولت را درونی کرده‌اند و سنت‌های فرهنگی و دستگاه‌های ایدئولوژیک‌ساز، وظیفه درونی‌سازی نیروی اجبار را بر عهده داشته‌اند. وجود دستگاه‌های ایدئولوژیک‌ساز دولت یکی از ویژگی‌های پایدار زندگی امروزی است که پیش از تولد افراد وجود دارند. به تعبیر «آلتوسر» «ما با نقشی متولد می‌شویم که از قبل در خانواده، مدرسه، محیط کار و نظایر آن انتظارمان را می‌کشد...

1 . Political Legitimacy

دریافت ما از سوژه بودن و بسیاری از جنبه‌های دیگر افکارمان از کنش‌ها (کردارهایی) سرچشمه می‌گیرند که انتظارمان را می‌کشند و ناگزیر از انجام دادن آن هستیم» (کرایپ، ۱۳۸۶: ۲۱۹-۲۱۸). مفهوم کانونی نزد گرامشی هژمونی یا سلطه همه جانبه سیاسی است. آنتونیو گرامشی (۱۹۳۷-۱۸۹۱)، روشنفکر و فعال سیاسی ایتالیایی یکی از افرادی است که با مهارت توانسته و جوه بارز سلطه بر جامعه را به تصویر بکشد. از نظر گرامشی، هژمونی از دو طریق بر جامعه حاکم می‌شود یا از طریق قدرت مبتنی بر سلطه یا از مسیر رهبری سیاسی و اجتماعی جامعه که مورد قبول عامه قرار می‌گیرد (Gramsci, 1999: 20). «گرامشی» با عبور از روایت مارکسیسم ارتدوکس، ایدئولوژی و سیاست را روبنا قرار می‌دهد و معتقد است تولید معنا، وسیله‌ای برای تثبیت مناسبات سیاسی قدرت است که اعمال قدرت را طبیعی جلوه داده تا هیچ‌چون و چرایی در مقابل آن شکل نگیرد؛ بنابراین کار ویژه هژمونی معنا آفرینی است.

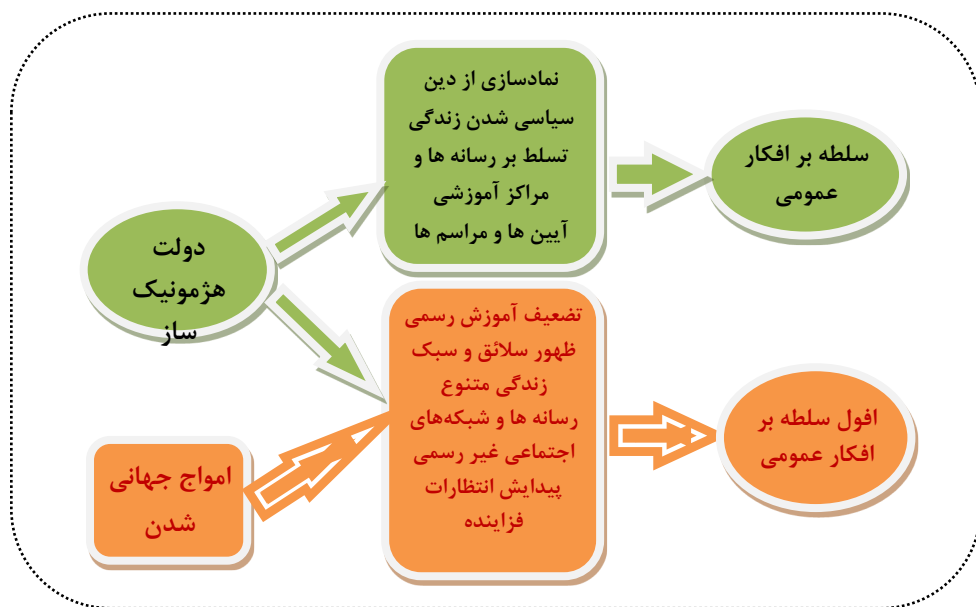
(Jorgensen & Philips, 2002: 32). از نگاه وی هژمونی، صرفاً با زور محقق نمی‌شود و فرودستان، سلطه اخلاقی و مذهبی قدرتمندان را می‌پذیرند و جامعه مدنی نقش مهمی در نهادینه‌سازی هژمونی دارد (Konrad, 2012).

«اندرو وینسنت» درباره هژمونی می‌نویسد:

«گرامشی اساساً بر این نظر بود که اندیشه‌ها و ایدئولوژی نقش عمده‌ای در تعیین ساخت‌های اقتصادی دارند و جامعه بورژوازی صرفاً بر اساس زور و اجبار آشکار مبتنی نیست بلکه از طریق ایجاد اجماع و توافق عمل می‌کند. هژمونی مبین شکل ظریفی از سلطه فرهنگی است. در اینجا تعریف تازه‌ای از قدرت برحسب سلطه و استیلای فکری داده شده است. توده‌ها با بهره‌گیری از وسایل سلطه فکری به سازش کشانده می‌شوند و یا سرکوب می‌گردند. ایدئولوژی بورژوازی نه تنها در درون طبقه حاکمه سلطه دارد بلکه از طریق ابزارهایی چون اخلاق، زبان و جز آن در درون ذهن توده‌ها رسوخ می‌کند و ملاً موجب جلب رضایت آنها و مشروعیت دولت می‌گردد؛ بنابراین دولت صرفاً دستگاه سیاسی اعمال سلطه اجبارآمیز بر یک طبقه نیست بلکه مجرای سلطه فکری است و واکنش مساعدی در بین توده‌ها ایجاد می‌کند. دولت در پی کسب مشروعیت از دیدگاه توده‌هاست» (وینسنت، ۱۳۸۱: ۲۴۶).

در نتیجه، امروزه سلطه بر افکار عمومی به معنی اقتناع‌سازی جامعه بر مبنای منافع کنشگران آن است. این کنشگران اجتماعی و سیاسی، منافع خاص خود را با خواسته‌های مردم پیوند می‌دهند تا

مشروعیت خود را افزایش دهند. بنابراین افکار عمومی با هژمونی ایدئولوژیک تداعی می‌شود (گینگراس و کریر: ۴۹-۴۸) و دولت‌های حاضر همچنان از دستگاه‌های ایدئولوژیک‌ساز آموزشی و مذهبی و نظایر آن به منظور سلطه هژمونیک بهره می‌گیرند و نظام‌های سیاسی به منظور تداوم مشروعیت به آن نیازمندند اما نمی‌توان به اهمیت کنشگران درون ساختارهای موجود بی‌تفاوت بود. این کنشگران‌اند که جهت‌گیری‌های دستگاه‌های ایدئولوژیک‌ساز را تعیین و در ساخت هژمونی جوامع به عنوان سوژه‌هایی فعال درون ساختارها عمل می‌کنند. با توجه به این ویژگی هژمونیک‌ساز دولت‌ها، چارچوب نظری این پژوهش برگرفته از تئوری‌های گرامشی است. بر این اساس چارچوب نظری را بدین صورت می‌توان صورت‌بندی کرد. در یک نمای کلی دولت ایران واجد ویژگی‌های دولت هژمونیک‌ساز است. سیاسی کردن کلیه شئون زندگی اجتماعی و خصوصی براساس چشم‌انداز اسلامی، ویژگی بنیادی دولت در ایران است که با نمادسازی از سنت و دین، رسانه‌ها و شبکه آموزشی نسبت به ایجاد هژمونی بر افکار عمومی مبادرت می‌کند و بدین طریق ثبات سیاسی را تأمین می‌نماید. اما با ظهور جهانی‌شدن و پیدایش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی متکثر و ارائه الگوهای



نمودار شماره ۱- الگوی مفهومی تحقیق

منبع: (محقق ساخته)

زیست جهانی، تسلط دولت بر افکار عمومی با بحران‌های نوپدیدی روبرو شد که در این پژوهش تلاش می‌شود بر اساس الگوهای ترسیمی زیر عوامل سلطه و تقلیل سلطه دولت بر افکار عمومی در ایران مورد بحث قرار گیرد.

۳- روش پژوهش

با توجه به ماهیت موضوع، روش پژوهش کیفی و از نوع توصیفی - تحلیلی است. گردآوری اطلاعات پژوهش به روش مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد بوده است. با توجه به مختصات اندیشه گرامشی، از روش‌شناسی ساختارگرایی تکوینی^۱، به‌منظور واکاوی عناصر هژمونیک ساز دولت و تأثیر آن بر ایران استفاده شده است.

تحولات فکری پسا ساختارگرایی به نقد دیدگاه‌های صرفاً ساختارگرا پرداخته و مهم‌ترین خطوط گسل‌های این اندیشه را تبیین نموده‌اند. اینکه سوژه هیچ‌گاه نمی‌میرد و از همه مهم‌تر آنکه مارکسیست‌های ساختارگرا مدافع این نیستند که فرد اجتماعی نشده، به‌صورت یک لوح سپید است بلکه از نظر آن‌ها فرد، از قبل، خصوصیتی از سوژه بودن را داراست؛ بنابراین باید بپذیریم که فرد خالق کنش‌های خودش می‌تواند در ساختارها نیز اثرگذار باشد (کرایپ، ۱۳۸۶: ۲۲۹-۲۲۷). بر همین اساس بعضی از نظریه‌پردازان نظیر «پیر بوردیو»^۲ جامعه‌شناس فرانسوی با بازاندیشی در ساختارگرایی به دنبال تأثیرگذاری کنشگران درون ساختارهاست و بر نقش خصلت و سرمایه‌های سوژه‌ها در میدان‌های سیاسی و اجتماعی (ساختارها) تأکید می‌کنند (استوار، ۱۳۹۹: ۶۵). از این‌رو با توجه به تأثیرگذاری هژمونی بر اذهان و ابعاد امنیت اجتماعی، به نظر می‌رسد روش ساختارگرایی تکوینی و بررسی نقش افراد درون ساختارها بهتر می‌تواند موضوع تحقیق را واکاوی نماید.

پ- عناصر هژمونیک ساز مدیریت دولت بر افکار عمومی در ایران

۱- هویت اسلامی - ایرانی

با ورود اسلام به ایران بسیاری از عناصر هویت‌ساز ایرانیان در عرصه‌های فرهنگی و زبانی تداوم

1. Genetic Structuralism

2. Pierre Bourdieu

یافت. خدامحوری، جدال میان خیر و شر، آیین‌ها و رسوم کهن، جوانمردی و پهلوانی از مهم‌ترین سنت‌های انتقالی ایرانیان از عصر باستان به عصر اسلامی بود. خلق شاهنامه و تجلیل از پهلوانی و سنت‌های ایرانی و ظهور وزیران و خردمندان در دستگاه خلافت از یکسو و گسترش شیعه در دوران صفوی و توجه به امامان معصوم (ع) و شهادت امام حسین (ع) و برگزاری آیین‌های نمادین از سوی دیگر به تقویت حس ملی و جامعه‌پذیری ایرانیان کمک کرد. از نظر «فرهنگ رجایی» چهار منبع ایران، اسلام، سنت و تجدد شاکله رودخانه هویت ایرانیان را می‌سازند که ایران و اسلام به عنوان خمیرمایه مرکزی و ترکیب سنت و تجدد مسیر این رودخانه هویتی و تمدنی را هموار می‌کنند (رجایی، ۱۳۹۲: ۶۸). سرزمین ایران چه در عصر باستان و چه پس از آن بارها با حمله خارجی تا آستانه انهدام و فروپاشی پیش رفته و آنچه از تمامیت و موجودیت این سرزمین حفاظت کرده، وجود سنت‌ها و منابع هویت‌سازی بوده است که در بزنگاه‌های تاریخی خاصیت رهایی‌بخش داشته است. این منابع هویت‌ساز چهارگانه بدون وجود بازیگران و کنشگران ایرانی، قدرت اثرگذاری کاملی نداشتند. به‌واقع وجود نخبگان، نویسندگان، شاعران و وزیران ایرانی بود که زمینه عبور سالم و کم‌هزینه ایران را از دوره‌های سخت گذار تاریخی فراهم می‌کردند. ابوالقاسم فردوسی، خواجه نظام الملک طوسی، خاندان برمکیان، ابن‌سینا، ابوریحان بیرونی و ابی سعید ابوالخیر، سعدی، حافظ، مولوی، عباس میرزا و امیرکبیر بخشی از این کنشگران و قهرمانان تاریخ‌ساز در عبور ایران از این گذار هولناک بودند. شاید بتوان مدعی شد که پنجمین منبع هویت‌ساز ایرانیان همین شخصیت‌های تاریخ‌سازی هستند که در بزنگاه‌های تاریخی خاصیت نجات‌بخشی پیدا می‌کردند.

بر مبنای این پیشینه تاریخی، جمهوری اسلامی در واکنش به مدرنیسم مطلقاً عصر پهلوی، سنت‌گرایی اسلامی را جایگزین مشروعیت مبتنی بر الگوی ایران باستان و تجدد کرد. گفتمان سنت‌گرای اسلامی بازتاب علایق طبقات و گروه‌های اجتماعی رو به افول جامعه سنتی بود که در معرض نوسازی رژیم پهلوی احساس خطر می‌کردند (بشیریه، ۱۳۸۱: ۶۹). از این رو پس از پیروزی انقلاب، دولت با بهره‌گیری از شخصیت‌های مذهبی به منظور الگوسازی و گسترش آثار مکتوب و شفاهی در خصوص آیین‌های شیعی برای گروه‌های سنتی جامعه، جذابیت زیادی ایجاد می‌کرد و حضور روحانیان در متن زندگی اجتماعی و روزمره مردم از یکسو و جنگ تحمیلی از سوی دیگر بر گسترش تسلط این گفتمان در جامعه ایران بسیار مؤثر بود. به نظر می‌رسد با توجه به ماهیت و کارکرد اسلامی دولت و حضور مذهب و روحانیان در تمامی ابعاد فکری و تصمیم‌سازی کلان کشور،

هویت‌سازی اسلامی بیش از بقیه عناصر هویت‌ساز در همه ابعاد زندگی اجتماعی و روزمره جامعه حضوری برجسته دارد.

۲- نمادسازی اسلامی

پیوند ناگسستنی میان آسمان و زمین یکی از باورهای هویت‌ساز ایرانیان بوده است. پیوندی که در طول تاریخ در قالب اندیشه اشراقی در ذهن ایرانیان پدیدار شده و در قالب نبرد میان خیر و شر تداوم داشته است. وجود اسطوره‌ها، قهرمان‌های ملی و انتقال فرهنگی و پهلوانی از نسلی به نسل دیگر از ذخایر نیرومند فرهنگی و هویتی نزد ذهنیت ایرانیان در نمادسازی خبر می‌دهد. تداوم بسیاری از سلوک رفتاری ایرانیان در مبارزه با ظلم و بزرگداشت آیین‌ها و مراسم‌ها از قدرت نفوذ فرهنگ اسلامی و ایرانی نزد ذهن و باور آدمیان این سرزمین حکایت دارد (نقیب‌زاده، ۱۳۸۱، ۷۵-۷۲). این حس ملی که اساس هویت ایرانیان است، بیرون از حوزه حکومت مرکزی شکل گرفته و حکومت‌ها به اجبار با آن سازگار می‌شدند و بی‌توجهی به این الزامات تاریخی، فاصله میان دولت و جامعه را افزون می‌ساخته است (طباطبایی، ۱۳۸۴: ۱۶۴-۱۶۳). به‌طور کلی یکتاپرستی، برگزاری آیین‌ها و رسوم نمادین، پیوند تاریخی دین و سیاست و مفهوم انتظار و عدالت، نشانه‌ای از تداوم تاریخی ایرانیان در پاسداری از هویت و حس ملی در کشورمان تلقی می‌گردد. این عناصر نمادساز در شکل‌گیری ثبات سیاسی در ایران نقشی برجسته داشته‌اند.

بعد از پیروزی انقلاب اسلامی این عناصر هویت‌ساز و همسویی عناصر هویت‌ساز ایرانی و اسلامی با نشر آثار ارزشمندی مورد توجه جدی روشنفکران و نخبگان سیاسی قرار گرفت. آثار منتشره در خصوص اشراق ایرانی و شعر نو فارسی برگ زرینی در فراگیری هویت ایرانی و اسلامی در کشورمان است. نمادسازی از شهدا و مفهوم شهادت، مظلومیت امامان معصوم (ع) و غیبت امام عصر(ع) و عدالت امام علی(ع) بخشی از عناصر نمادین اسلامی بود که در تداوم تاریخی هویت ایرانی تأثیر بسزایی داشته است. دولت ایران پیوند بسیار نزدیکی با عناصر اسلامی - شیعی برقرار کرده و هر ساله با تخصیص منابع مادی و اجرای برنامه‌های وسیعی در سطح کشور به ارتباط مداوم با افکار عمومی می‌پردازد. رسانه ملی و شبکه‌های اجتماعی رسمی در کنار دولت، وظیفه حفظ و تداوم ارتباط میان جامعه و ساختارها را در بساخت جهان نمادین اسلامی بر عهده دارند. برگزاری منظم برنامه سالگرد شهدا در شهرها و روستاها، نمادسازی از شهدا و الگوسازی آن برای نسل‌های

جوان، برگزاری سالانه اردوهای راهیان نور، تکریم مناسبت‌های مقدس مذهبی با حضور مبلغان و مداحان و سخنرانان مذهبی، انتشار آثار مذهبی و اعتقادی، بهره‌گیری از نمادهای اسلامی در دیوارنگارها و معماری شهری و گسترش شبکه‌های اجتماعی دولتی بخشی از نمادسازی‌های اسلامی دولت به منظور تأثیر هژمونیک بر افکار عمومی است. بنابراین نمادسازی از عناصر و چهره‌های مؤثر اسلام شیعی و همچنین نمادسازی از چهره‌های ایثار و شهادت در ادبیات، سینما، تلویزیون، مجله‌ها، کتاب‌ها و شبکه‌های اجتماعی از شیوه‌های مدرن ذهنیت‌سازی و اثرگذاری بر افکار عمومی در این چهار دهه است که از سلطه هژمونیک و تمام عیار دولت در ایران حکایت می‌کند.

۳- تأسیسات آموزشی و مذهبی

ورود تجدد به ایران، کشورمان را با تکانه‌های مهیبی روبرو ساخت. جنگ‌های ایران و روس، چهره ناکامی ایرانیان را در برابر غرب برای نخبگان سیاسی آشکار ساخت. با تلاش‌های عباس میرزا در اعزام محصلان ایرانی به فرانسه و یادگیری علل پیشرفت غربی‌ها هر چند گامی کوچک در نهضت تحول‌خواهی در ایران برداشته شد اما کارهای نخستین اصلاح‌گر قاجاری ناتمام ماند و بعدها امیرکبیر، صدراعظم ناصرالدین‌شاه در تداوم راه عباس میرزا، اقدامات بزرگی را در جهت تغییر ایران سنتی انجام داد که یکی از آن‌ها تأسیس مدرسه دارالفنون بود. به دنبال تأسیس این مدرسه، مدارس اروپایی و مدرسه علوم سیاسی و طب نیز تأسیس شد. این تأسیسات آموزشی مدرن با تربیت افراد، گامی بزرگ در تحول‌خواهی ایرانیان به وجود آوردند و زمینه شکل‌گیری جنبش مشروطه را فراهم ساختند (رینگر، ۱۳۹۳: ۱۰۰-۲۷). بعدها تأسیس دانشگاه تهران و گسترش دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی جدید در ایران عصر پهلوی، گامی دیگر در گسترش تجدد و تأسیسات تمدنی در کشورمان تلقی می‌شود.

از ابتدای ورود تأسیسات تمدنی به ایران، مدارس و مراکز آموزشی از جمله نهادهایی بودند که دولت‌ها علاقه مضاعفی در ساخت و بازتولید ایدئولوژی از آن طریق داشتند. دولت پهلوی اول را می‌توان نخستین دولت هژمونیک‌ساز دانست که با تمرکز بر گسترش آموزش در ایران به دنبال ساخت شهروند مدرن و هماهنگ با آرمان‌های دولت بود. سیاست‌گذاران آموزشی در این دوره، حمایت رضاشاه از آموزش فراگیر ایران را تأیید می‌کنند. از نظر شاه، آموزش جامعه، آماده‌سازی مردم برای پذیرش مدرن‌سازی، میهن‌پرستی و خدمت به کشور و ساخت آدمیانی هماهنگ با دولت مرکزی

تلقی می‌شد. «برای رضاخان آن طور که از روی غرایز خود به موضوع می‌نگریست مسئله حل شده بود: شهروندان باید مطیع محض دولت باشند و آموزش اگر راهی برای پدید آوردن شهروندان وفادار نباشد هیچ نیست. وطن یا میهن، ملت یا قوم و مفهوم دولت - ملت به طور کلی بالاترین ارزش‌ها بودند: آموزش تنها برای القای لزوم خدمتگزاری به این ارزش‌ها پدید می‌آید» (مناشری، ۱۴۰۰: ۱۴۶). بعد از انقلاب اسلامی و استقرار نظام جدید، با تشکیل ستاد انقلاب فرهنگی، تلاش شد ساختار جدید فرهنگی با تکیه بر سنت اسلامی، مراکز علمی و آموزشی را با آموزه‌های دینی همساز کند و از طریق گزینش معلمان، بازطراحی فضاهای آموزشی، تأسیس معاونت پرورشی و توجه به آموزش تعلیمات دینی و گنجاندن آن در برنامه مدارس، ایدئولوژی اسلامی فراگیر و نهادینه شود. از دیگر اقدامات دولت در فراگیری معنویت و اسلامی سازی، می‌توان به ساخت مساجد، حوزه‌ها و حمایت از شکل‌گیری هیئت‌های مذهبی و کنترل بر آن‌ها از طریق نهادهای امور مساجد و شورای حوزه علمیه و سازمان تبلیغات اسلامی اشاره کرد. متأسفانه آمار جامعی درخصوص تعداد دقیق مساجد، حسینیه‌ها و حوزه‌های علمیه از سوی درگاه مرکز آمار ایران منتشر نشده است. با این حال طبق بررسی‌های صورت گرفته تعداد مساجد ایران حدود ۷۵ هزار مسجد (ارزانی: ۱۴۰۱) و تعداد حوزه‌ها بالغ بر ۴۸۰ مرکز می‌باشند (همشهری آنلاین: ۱۴۰۱). همچنین ۱۳۷ هزار نفر به عنوان روحانی در سازمان تبلیغات اسلامی ثبت اطلاعات شده‌اند (مرکز آماری سازمان تبلیغات اسلامی: ۱۴۰۱). اسلامی سازی رشته‌های دانشگاهی و تأکید بر گسترش علوم انسانی اسلامی، نظارت بر تولید محتوی و انتشار کتاب‌های درسی، حمایت از تأسیس مراکز آموزشی مدرن مذهبی نظیر جامعه المصطفی‌العالمیه و سرمایه‌گذاری عظیم مالی و آموزشی در چنین مجموعه‌هایی از دیگر اقدامات دولت هژمونیک‌ساز در فراگیر کردن مشروعیت دینی در میان ایرانیان و حتی شیعیان دیگر کشورها بوده است.

۴- رسانه‌ها و افکار عمومی

نخستین رسانه رسمی کشور روزنامه کاغذ اخبار در سال ۱۱۹۸ شمسی (۱۸۱۹) توسط «میرزا صالح شیرازی» به چاپ رسید. بعدها با گسترش صنعت چاپ و انتشار روزنامه‌های متعدد، مطبوعات، یکی از ستون‌های روشننگری ایرانیان در انقلاب مشروطه و گسترش سیاست در ایران بودند (رینگر، ۱۳۹۳: ۵۱). در سال ۱۳۱۹ دستگاه پخش صدا و رادیو در ایران افتتاح شد (محبوبی اردکانی، ۱۳۷۶:

۷۶) و به سرعت به‌عنوان دستگاه‌های ایدئولوژیک‌ساز در اختیار دولت پهلوی قرار گرفت. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی نیز رادیو و تلویزیون و برنامه‌های آن تحت تسلط فعالین انقلابی و مذهبی درآمد. پخش آثار مذهبی و سخنرانی‌های دینی، آموزش مذهبی بر اساس آموزه‌های اسلام شیعه (نظیر فداکاری، شهادت و ایثار) و پخش سریال‌ها و برنامه‌هایی در جهت تربیت معنوی افراد از اقدامات هژمونیک‌ساز رسانه‌های دولتی در ایران بوده است. دولت هم‌چنین با نظارت فراگیری نسبت به چاپ و آثار مکتوب و دیجیتال در عرصه عمومی نسبت به پالایش و کنترل افکار عمومی بر اساس آموزه‌های دینی مبادرت می‌کند. افزایش شبکه‌های تلویزیونی و سرمایه‌گذاری عظیم مالی در ایجاد شبکه‌های خبری و اینترنتی، ابعاد رو به گسترش حضور دولت را در ساماندهی و جهت‌دهی افکار عمومی مطابق با سلاطین و باورهای رسمی در ایران به تصویر می‌کشد. با این حال تحولاتی در جهان معاصر پدید آمده که هژمونی دولت‌ها را بر افکار عمومی با بحران روبرو ساخته است. در ادامه به بحران‌های نوظهور و مؤثر بر کنترل افکار عمومی در ایران اشاره می‌شود.

ت- بحران‌های نوظهور و مدیریت افکار عمومی در ایران

کنترل افکار عمومی یکی از کار ویژه‌های مهم دولت‌ها در ایجاد نظم اجتماعی در جهان حاضر است. چالش‌های بنیادی به وجود آمده در کنترل افکار عمومی را در ایران می‌توان ذیل مفهوم جهانی شدن مفصل‌بندی کرد. «آنتونی گیدنز» جهانی شدن را به هم‌پیوستگی رویدادها و روابط اجتماعی سرزمین‌های دور دست با تاروپود محلی جوامع دیگر می‌داند. از نظر وی تقابل جهانی - محلی شدن و تأثیرپذیری زندگی روزمره از ویژگی‌های عصر حاضر است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۴۲). از نظر «واتزر» جهانی شدن فرآیندی اجتماعی است که در آن وجود مرزهای جغرافیایی بر روابط فرهنگی و اجتماعی از میان می‌رود و مردم نسبت به رهایی از این قیدوبندها آگاه می‌گردند (واتزر، ۱۳۷۹: ۱۲). به واقع می‌توان گفت ابعاد جهانی شدن و انقلاب تکنولوژی اطلاعات، کارکرد دولت‌ها و جوامع را تغییر داده و کشورهای دولت‌سالار در تلاش هستند با پیوستن به اقتصاد جهانی، قدرت هژمونیک و اعمال سلطه خود را در جوامع تغییر شکل‌یافته تداوم دهند (کاستلز، ۱۳۸۴: ۴۲-۴۰). بنابراین جهانی شدن سبب بروز ایده‌ها و سبک‌های متنوع زیستی شده و با گسترش آگاهی‌ها، جوامع را نسبت به پذیرش تحولات مدرن دچار تردید کرده است. دولت ایران علی‌رغم توجه به حفاظت از

چارچوب‌های اسلامی جامعه، در مسیری قرار گرفته که با تقلیل امکان کنترل همه ابعاد رو به رشد جهانی شدن، با هجوم همه‌جانبه ابعاد تکنولوژیک و فرهنگی به مرزهای فکری و هویتی کشور روبرو شده که بنیان فکری سنت را از اساس دچار دگرگونی ساخته است. در ادامه به تعدادی از چالش‌های جدید دولت ایران در تأثیرگذاری بر افکار عمومی و تأمین نظم اجتماعی اشاره می‌شود.

۱- جهانی شدن و شکاف در آموزش و پرورش رسمی

طی پنج دهه گذشته با پیوند میان امور محلی و امور جهانی، شتاب زیادی در تغییر روند زندگی اجتماعی بشر پدید آمده و پیشرفت‌های وسیعی در فناوری ارتباطات و اطلاعات و حمل و نقل شکل گرفته است. توسعه راه‌ها، هواپیماها و قطارهای سریع‌السیر و گسترش ارتباطات ماهواره‌ای و اینترنتی، سبک زندگی جدیدی به وجود آورده و ارتباطات جوامع را دگرگون ساخته است. چنین تحولی از منظر جامعه‌شناسان تحت عنوان جهانی شدن مورد تأکید قرار می‌گیرد. فرآیندی که روابط اجتماعی و وابستگی متقابل جهانی را تشدید کرده و الگوهای کار، فعالیت‌های اقتصادی، بازارهای مالی، تجارت جهانی، مهاجرت و تنوع فرهنگی و مرزهای ملی را با دگرگونی روبرو ساخته است. آنتونی گیدنز جامعه‌شناس انگلیسی این پدیده جهانی را درهم‌فردن زمان و مکان می‌نامد و ضمن تأکید بر ایجاد فرصت‌های جدید برای زیست بهتر از گسترش مخاطرات زیست محیطی، بهداشتی و نابرابری نیز یاد می‌کند (گیدنز، ۱۳۹۰: ۱۱۰-۷۷). فرصت‌ها و مخاطراتی که به نظر می‌رسد با جهان جدیدی روبرو هستیم که دولت‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. در ایران نیز با گسترش ابعاد جهانی شدن، دولت‌ها با فرصت‌ها و مخاطرات جدیدی روبرو هستند. یکی از این مخاطرات، تأثیر جهانی شدن بر عرصه آموزش است. عرصه‌ای که تا پیش از این به طور کامل در اختیار و تسلط دولت‌های ملی قرار داشت. یکی از کارکردهای نظام‌های آموزشی، درونی‌سازی ارزش‌ها و هنجارهای مورد قبول نظام سیاسی در افراد است؛ بنابراین مدرسه به عنوان نهادی رسمی، ابزار سلطه و دوام و پایداری دولت‌ها محسوب می‌شوند و نقش مهمی در جامعه‌پذیری سیاسی و تحکیم وحدت و انسجام ملی از طریق تبلیغ ایدئولوژی‌ها ایفا می‌کنند و بدین ترتیب خواست‌های جامعه را با نظام سیاسی هماهنگ می‌سازند (اطهری و امیر انتخابی، ۱۳۸۸: ۶۵-۶۴). در مطالعه‌ای که توسط یکی از پژوهشگران برای شورای عالی انقلاب فرهنگی در خصوص تأثیر جهانی شدن بر آموزش و پرورش ایران صورت گرفته، آمده است:

«لیبرال دموکراسی در پی ایفای نقش دین است و این تغییر ماهیت، نظام آموزشی ما را بر آن می‌دارد که برای پرورش انسان‌های دین آگاه، دین‌خواه و دین‌دار، بار دیگر در استراتژی، اصول، مبانی، روش‌های خود به تأمل بپردازد و متناسب با جهان معاصر، به درک بهتر دین و معرفی مناسب‌تر آن در فضای جدید همت گمارد. آنچه که بدیهی می‌نماید آن است که با الگوها، اصول و روش‌های جاری، نمی‌توان به نقد کامل لیبرال دموکراسی جدید نائل آمد. لذا بحران در چارچوب، بنیادی‌ترین مشکلی است که کل جامعه اسلامی را تهدید می‌نماید و در صورت عدم درک آن و مواجهه صحیح با آن، می‌توان پیش‌بینی نمود که کارکرد «پرورشی» نظام آموزش و پرورش ایران به طور کل بی‌معنا شود. به این صورت که در درون نظام آموزش و پرورش نسلی تربیت خواهند شد که علیرغم فراگرفتن آموزش‌های متعارف، از حیث معنا و وفاداری، دل در گروی ارزش‌ها و اصول دیگری خواهند داشت و چنین رخدادی می‌تواند تهدیدی جدی برای آینده جامعه اسلامی به شمار آید.» (صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۴: ۱۰۳-۱۰۲).

در سند «کلیات نظام آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران»، وظیفه نظام آموزش و پرورش، تربیت انسان‌هایی الهی، هم‌جهت و هماهنگ با معیارهای اسلامی معرفی شده است. (کلیات نظام آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۶: ۹). دولت ایران به منظور تداوم امنیت اجتماعی در مدارس، وظایف متعددی را از مدیران و معلمان پرورشی مدارس در راستای بومی‌سازی عرصه آموزش طلب می‌کند. انجام مراسم‌ها و آیین‌های مذهبی، اردوهای عقیدتی و برگزاری سخنرانی‌های مذهبی و انجام مسابقات ادواری در زمینه حفظ و قرائت قرآن، حدیث و جشن تکلیف بخشی از برنامه‌های پرورشی نظام‌های آموزشی در ایران است که توسط ادارات آموزش و پرورش دولت‌ها به دقت کنترل می‌شود و بخشی از شاخص کیفیت عملکرد مدارس و کارکنان آن محسوب می‌گردد (ایروانی، ۱۳۹۳: ۹۷). نگاهی به وضعیت نظام آموزش و پرورش در سال‌های اخیر نشان می‌دهد فاصله معناداری میان ارزش‌های حاکم بر نظام سیاسی و دانش‌آموزان در حال شکل‌گیری است. جهانی شدن به تدریج سبب تضعیف نظام‌های آموزش محلی و ملی و دگرگونی وسیعی در ترتیبات سنتی و ملی دولت‌ها به وجود آورده است. (شکاری و دهقان کاشانی، ۱۳۹۵: ۱۹). عدم توجه به تلفیق نمادهای ملی با عناصر مذهبی، نگاه نادرست به تقویت علوم انسانی در مدارس، به‌روز و کاربردی نبودن کتب درسی و دیدگاه سنتی نسبت به تعلیم و تربیت از آسیب‌های نظام مدرسه و بازتولید قدرت در ایران است (اطهری و امیرانتخابی، ۱۳۸۸: ۷۳-۷۱).

۲- شبکه‌های اجتماعی

جامعه ایرانی تحت تأثیر اینترنت و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی نوین به کنش اجتماعی معناداری در زندگی اجتماعی و سیاسی رسیده است. از ابتدای ورود کامپیوتر و اینترنت به کشور، ایرانیان از گسترش این تکنولوژی استقبال کرده و در مقابل ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آن قرار گرفتند. گسترش رسانه‌های دیجیتالی در زندگی ایرانیان سبب پیامدهای متعددی در جامعه ایران شده است. تغییر در مصرف، سبک زندگی و مصرف‌گرایی فزاینده به شکل‌گیری تصورات جدید ذهنی در این سرزمین انجامیده است. این شبکه‌ها با اتکاء بر ویژگی سرعت، به دنبال سلطه فکری و فرهنگی بر افکار عمومی می‌باشند و به عنوان رقیبی برای دولت‌ها که در گذشته انحصار آگاهی‌رسانی و ایدئولوژی‌ساز بر افکار عمومی را در اختیار داشته اند درآمده‌اند.

«مانوئل کاستلز» معتقد است که ظهور جنبش‌های اجتماعی شبکه‌ای و فروپاشی سلطه دولت تحت تأثیر عصر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جدید با تمرکز بر ساخت معنا در ذهن مردم مرتبط است. بنابراین جنگ قدرت بنیادین در نبرد برای ساخت معنا در ذهن مردم جریان دارد. وی جامعه ارتباطاتی نوین را با مفهوم خود ارتباطی توده‌ای متمایز می‌سازد. یعنی جامعه‌ای مبتنی بر کاربرد اینترنت و شبکه‌های بی‌سیم به عنوان پایگاه‌های ارتباط دیجیتال (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۴-۱۳). این جامعه نوین دائماً قدرت مستقر را با پرسش‌ها و چالش‌های متعدد روبرو می‌سازد و به دنبال قداست‌زدایی از سلطه نهادها و دولت بر جامعه است. نگاهی به تحولات بهار عربی نشان می‌دهد که چگونه این شبکه‌ها با مکانیزم‌های ارتباطی منحصربه‌فرد، سلطه ایدئولوژیک و فراگیر دولت‌ها را با بحران روبرو ساختند و زمینه‌های تغییر رویه دولت‌ها را فراهم کردند. به‌طورکلی کنترل افکار عمومی یکی از کارویژه‌های مهم رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است و رسانه‌ها در جهت بحران‌سازی یا کنترل یک بحران به مدیریت بر افکار عمومی نیاز دارند. مدیریت افکار عمومی نیز نیازمند سطحی از اقناع‌سازی در مخاطبان است. اقناع افکار عمومی به معنای امری ذهنی مسئله‌ای بسیار مهم در رسانه‌ها و فضای مجازی محسوب می‌شود و رسانه‌های جدید اجتماعی به دلیل تولید و توزیع انبوهی از محتوا توسط کاربران و دسترسی آسان همگان به آن نسبت به رسانه‌های دولتی و سنتی، قدرت اقناع‌سازی بیشتری دارند (صفایی نژاد، ۱۳۹۴: ۳۴-۲۷).

شواهد تجربی از شرایط زیست ایرانیان نشان می‌دهد که در ایران کنونی، وجود ماهواره‌ها، شبکه‌های خبری جدید و شبکه‌های اجتماعی موجب تقلیل استیلای هژمونیک دولت بر افکار عمومی

شده است. تقاضاهای شکل گرفته در آحاد جامعه خبر از کاهش جامعه‌پذیری شهروندان از کانال‌های رسمی دولت حکایت دارد. تغییر در مصرف کالای فرهنگی، تغییر پوشش، شیوه‌های مصرف و همچنین ظهور رقبای جدید در مقابل آموزش رسمی و ایدئولوژیک دولت، نشان می‌دهد که دیگر دولت‌ها به تنهایی تسلط بر اذهان آدمیان را در اختیار ندارند و به‌طور دائمی با شبکه‌های جدید در رقابت خواهند بود. شواهد نیز نشان می‌دهد که میزان جامعه‌پذیری نسل‌های جوان از ایدئولوژی رسمی به شدت افول کرده است. محبوبیت بازی‌های آنلاین کامپیوتری، ارتباط بی‌واسطه با همسالان به‌عنوان همبازی در سراسر جهان، مصرف فرهنگی و سبک زندگی متفاوت، نسل‌های جدید را دگرگون ساخته است. به‌طور کلی با گسترش شبکه‌های اجتماعی جدید و امکان یکسان‌سازی فرهنگی و احتمال کم‌رنگ شدن فرهنگ دینی و بومی، می‌توان از پیامدهای احتمالی گسترش شبکه‌های اجتماعی جدید به‌عنوان رقبای مدارس و مراکز آموزشی رسمی و ایدئولوژیک در آگاهی‌رسانی کودکان و جوانان سخن گفت.

۳- عوامل اقتصادی و اجتماعی

وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی جامعه می‌تواند بر افکار عمومی اثرگذار باشد. بحران‌های اقتصادی، تورم فزاینده و نابرابری‌های اجتماعی و تغییر شرایط زیستی افراد موجب تحول فکری و ذهنی جامعه می‌شود. پدید آمدن شبکه‌های اطلاع‌رسانی جدید و آگاهی‌رسانی به افکار عمومی از روند رو به توسعه در دیگر مناطق جهان سبب می‌شود که سطح انتظارات عمومی از دولت‌ها در ایجاد رفاه عمومی و زمینه‌های رشد اقتصادی افزایش یابد و با وجود ناکارآمدی و کیفیت پایین نخبگان سیاسی، دولت‌های ملی در معرض کاهش مشروعیت و فروپاشی قرار گیرند. مسئله‌ای که در ایران امروز با بروز کاهش رشد اقتصادی و کیفیت حکمرانی از ناکارآمدی دولت در اقماع‌سازی افکار عمومی حکایت دارد. در ایران، وجود نظام مبتنی بر رقابت محدود، سبب نزول شاخص‌های حکمرانی نظیر کارآمدی دولت و کیفیت دولت شده است. برآوردهای آماری نشان می‌دهد کارآمدی دولت ایران در سال ۲۰۲۰ میلادی، رتبه ۱۶۳ را از میان ۱۹۲ کشور کسب کرده است که بر ناکارآمدی دولت صحنه می‌گذارد. بر مبنای آمار بانک جهانی در خصوص کارایی دولت در ایران، ظرفیت مدیریتی و کارشناسی بسیاری از دستگاه‌های اجرایی در حال حاضر ضعیف است و می‌توان مدعی شد که نظام دیوانسالاری ما کارایی خود را در حل مشکلات متعدد اقتصادی، سیاسی و اجرایی از

دست داده است و این مسئله می‌تواند به سلب اعتماد افکار عمومی و کاهش مشروعیت سیاسی منجر شود. معیار سنجش مشروعیت رضایت افکار عمومی است و در نظریه حکومت، مهم‌ترین عامل شکل‌گیری و بقای حکومت، مشروعیت است و رابطه مشروعیت و حکومت متقابل است و افکار عمومی منفی از حکومت مشروعیت زدایی و جلب افکار عمومی از سوی آن موجب افزایش مشروعیت دولت می‌شود (رستگاران و دیگران، ۱۴۰۲: ۱۳۲۹). از همین رو تقلیل کیفیت حکمرانی، عملکرد نخبگان سیاسی حاکم را در اقناع‌سازی افکار عمومی و ایجاد سلطه کاهش می‌دهد و ممکن است ملت‌ها را با بحران ناامنی اجتماعی و سیاسی روبرو سازد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد وجود فقر و تورم و ابر چالش‌های اقتصادی موجب ناامیدی و بی‌اعتمادی مردم به حکمرانی شده و شرایط سیاسی و اجتماعی را با بی‌ثباتی روبرو می‌سازد (میرزایی و کشاورز مقدم، ۱۴۰۳: ۲۰-۱۹).

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به بررسی نقش و چالش‌های دولت جمهوری اسلامی در مدیریت افکار عمومی در ایران پرداخته است. تا پیش از عصر جهانی شدن، دولت‌ها با انحصار عناصر هژمونیک‌ساز آموزشی، رسانه‌ای و هویتی نسبت به اقناع‌سازی افکار عمومی نقشی بی‌بدیل داشتند. ایران نیز با تسلط بر نظام آموزش رسمی، رسانه‌ها و مراکز مذهبی در شرایط مطلوبی از نظر کنترل و اقناع افکار عمومی برخوردار بود اما با آغاز قرن بیست و یکم و گسترش ابعاد جهانی شدن در عرصه‌های تکنولوژیکی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به نظر می‌رسد دولت‌ها در کنترل افکار عمومی با موانع بنیادی روبرو شده‌اند.

دولت ایران در مقابل امواج متنوع جهانی شدن از سویی با چالش‌های نوپدید می‌رواچه شده و از سوی دیگر، هژمونی سلطه خود را در جامعه در حال کاهش می‌بیند. یکی از این چالش‌های بزرگ پیدایش نسل‌های جدید با سطوح انتظارات متفاوت و متنوعی است که زیست اجتماعی و فرهنگی رسمی را بر نمی‌تابد و دستگاه‌های رسمی آموزشی، رسانه‌ای و مذهبی امکان تسلط فراگیر بر ذهنیت آن‌ها را از دست داده‌اند. تحریم‌های اقتصادی و تورم فزاینده یک دهه اخیر نیز سطح کارآمدی دولت‌ها را در ایران کاهش داده و امکان ایجاد رضایت‌مندی جامعه را از دولت به حداقل رسانده است و در نتیجه از همگرایی میان افکار عمومی و دولت در ایران به شدت کاسته شده است؛ بنابراین

به نظر می‌رسد دولت در ایران نیازمند اصلاحات ساختاری در نظام‌های آموزشی و توجه ویژه به دوره ابتدایی، اصلاح سیستم بوروکراتیک و به‌کارگیری نخبگان توسعه‌گرا و شکل‌گیری توسعه فراگیر است. دولت ایران بدون همراهی افکار عمومی و بساخت نمادهای جدید، اقلان‌سازی گروه‌ها و نهادهای قدرت در پذیرش حاکمیت قانون، کارآمدسازی دولت و اصلاحات ساختاری بوروکراتیک در جهت توسعه اقتصادی ایران، امکان تداوم و مشروعیت ندارد. مشروع سازی نیز از مسیر تصویرسازی مناسب از آینده‌ای قابل پیش‌بینی و پاسخگویی به تقاضاهای فزاینده و متنوعی است که به سرعت در حال شکل‌گیری و بازتولید از درون شبکه نمادها و باورهایی است که بیرون از سلطه کنترل دولت در ایران ساختاریافته است.

منابع

الف - منابع فارسی

- ابراهیمی کوشالی، حسین. (۱۴۰۱). رهیافت‌های رسانه ملی در هدایت افکار عمومی جامعه ایران با رویکرد آینده پژوهی، *دانش آینده پژوهی رسانه*، ۳ (۳)، ۹۴-۶۵. <http://noo.rs/wthg0>
- ارزانی، حبیب رضا. (۱۳۹۷، ۳۰ مرداد). دقیقا چند مسجد در ایران وجود دارد؟ خبرگزاری شبستان. بازیابی شده در ۱۴۰۱/۰۳/۲۰ از www.shabestan.news/news/723213
- استوار، مجید. (۱۳۹۹). نقش سرمایه فرهنگی امام خمینی (ره) در انقلاب اسلامی ایران. *مطالعات میان فرهنگی*، ۱۵ (۴۵)، صص ۸۰-۶۱. 20.1001.1.17358663.1399.15.45.3.2
- اطهری، سید اسدالله و شهرود امیر انتخابی. (۱۳۸۸). نقش مدرسه در بازتولید نظام سیاسی ایران. *مدیریت فرهنگی*، ۳ (۳)، ۷۷-۶۱. <https://sanad.iau.ir/Journal/jourm/Article/960366>
- ایروانی، شهین. (۱۳۹۳). مقدمه‌ای بر تبیین ماهیت نظام آموزش و پرورش ایران از آغاز دوره مدرن سازی تا امروز. *پژوهش‌نامه مبانی تعلیم و تربیت*، ۴ (۱)، ۱۱۰-۸۳. <https://doi.org/10.22067/fe.v4i1.23691>
- ایودورماگن، ژان و دانیل موشار. (۱۳۹۴). *مبانی جامعه‌شناسی سیاسی*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: نشر آگه.

- بشیریه، حسین. (۱۳۸۱). دیباچه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی ایران دوره جمهوری اسلامی ایران، تهران: نشر نگاه معاصر.
- حسینی، محمدرضا. (۱۳۹۵). آمار حوزه‌های علمیه و روحانیون به روایت مشاور وزیر فرهنگ،
<https://www.irna.ir/news/82164294>
- رجایی، فرهنگ. (۱۳۹۲). مشکله هویت ایرانیان امروز: ایفای نقش در عصر یک تمدن و چند فرهنگ، تهران: نشر نی.
- رستگار، عباسعلی و رسولی، سید نوید. (۱۴۰۳). مسئولان و افزایش رضایت افکار عمومی در بحران‌ها. مدیریت بحران‌های اجتماعی، ۱۶ (۳)، ۸۹-۶۵. 20.1001.1.20083564.1403.16.3.3.2
- رستگاران، ندا، فرزانه، عبدالحمید، رحیمی، روح‌الله. (۱۴۰۲). تأثیر افکار عمومی در نظارت سیاسی بر دولت. مطالعات حقوق عمومی، ۵۳ (۳)، ۱۳۳۴-۱۳۱۷.
<https://doi.org/10.22059/jplsq.2021.306695.2500>
- رینگر، مونیکا ام. (۱۳۹۳). آموزش، دین و گفتمان اصلاح فرهنگی در دوران قاجار، ترجمه مهدی حقیقت‌خواه، تهران: نشر ققنوس.
- شکاری، عباس و سید دهقان کاشانی. (۱۳۹۵). پدیده جهانی شدن (سیاره‌ای شدن) و تأثیر آن بر نظام آموزشی ایران. هفتمین همایش ملی انجمن فلسفه تعلیم و تربیت ایران، پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی.
- صبوری خسرو شاهی، حبیب. (۱۳۸۴). گزارش تحقیق بررسی تأثیر جهانی شدن بر آموزش و پرورش ایران. تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- صفایی نژاد، قاسم. (۱۳۹۴). نظریه‌های اقناع و کاربرد آن در رسانه‌ها. مدیریت رسانه، ۱۲، ۳۸-۲۳.
<https://www.magiran.com/p1472885>
- طباطبایی، سید جواد. (۱۳۸۴). دیباچه‌ای بر نظریه انحطاط ایران. تهران: نشر نگاه معاصر.
- عیوضی، محمد رحیم. (۱۳۸۸). مدیریت رسانه‌ای و مهندسی افکار عمومی. پژوهش‌نامه مبانی تعلیم و تربیت، ۱۰ (۲)، ۲۷۰-۲۵۱. <https://doi.org/10.22067/fe.v10i2.2114>.

- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۴). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه‌ای)، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: نشر طرح نو.
- کاوش نیا، حامد و بندر آباد، علیرضا و مدیری، آتوسا. (۱۳۹۶). تحلیل رویکردهای نظری به عوامل شکل‌دهی افکار عمومی در عرصه‌های عمومی شهری با تأکید بر نظریه‌های فلسفی و رسانه‌ای. مدیریت شهری و روستایی، ۱۶ (۴۶)، ۱۶۸-۱۴۱.
URL: <http://ijurm.imo.org.ir/article-1-1521-fa.html>
- کریستنسن، ریوآم و رابرت. او- مک ویلیامز. (۱۳۶۵). صدای مردم، ترجمه محمود عنایت. تهران: کتاب سرا.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳). شبکه‌های خشم و امید: جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت، ترجمه مجتبی قلی‌پور. تهران: نشر مرکز.
- کرایپ، یان. (۱۳۸۶). نظریه اجتماعی مدرن: از پارسونز تا هابرماس، ترجمه عباس مخبر. تهران: آگه.
- کلیات نظام آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۷۶). ستاد اجرایی تغییرات بنیادی نظام آموزش و پرورش.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۰). گزیده جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر نی.
- گینگراس، آن ماری و جین پیر کریر (بی‌تا). افکار عمومی: شکل‌گیری و اقصاع، ترجمه علی مهرطلب. رسانه، ۱۳ (۳)، ۵۰-۴۴.
- لازار، ژودیت. (۱۳۸۰). افکار عمومی، ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نشر نی.
- مجردی، سعید و پناه دفتری، فاطمه. (۱۳۹۱). بررسی پیامدهای فرهنگی اجتماعی اینترنت بر امنیت اجتماعی در ایران. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- مرکز رصد فرهنگی کشور. (۱۴۰۲). مسجد در ایران (آمار، کارکردها، مسائل و جایگاه اجتماعی)، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

- مقتدایی، لایلا، امیری اسفرجانی، زهرا. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مدیریت افکار عمومی بر احساس امنیت اجتماعی شهروندان اصفهانی. *پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی*، ۶ (۲)، ۸۸-۶۳.
<https://doi.org/10.22108/ssoss.2017.100721.1005>.
- مناشری، دیوید. (۱۴۰۰). *نظام آموزشی و ساختن ایران مدرن*، ترجمه محمد حسین بادامچی و عرفان مصلح. تهران: حکمت سینا.
- میرزایی، عزت‌الله، کشاورز مقدم، الهام. (۱۴۰۳). الزامات سیاستگذاری اجتماعی در حیطه مدیریت افکار عمومی با تأکید بر نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۱۰ (۳۷)، ۴۹-۱.
<https://doi.org/10.22054/nms.2024.75796.1620>.
- نقیب زاده، احمد. (۱۳۸۰). *درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی*. تهران: سمت.
- نقیب زاده، احمد. (۱۳۸۱). *تأثیر فرهنگ ملی بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*. تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- هانتینگتون، سموئل. (۱۳۸۲). *سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی*، ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر علم.
- واترز، مالکوم. (۱۳۷۹). *جهانی‌شدن، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی و سیاوش مریدی*. تهران: سازمان مدیریت صنعت.
- وینست، اندرو. (۱۳۸۱). *نظریه‌های دولت*، ترجمه حسین بشیریه. تهران: نی.

ب- منابع انگلیسی

- Giddings, F. H. (1899). The psychology of society. *Science*, 9(210), 16-23.
- Gramsci, A. (2020). Selections from the prison notebooks. In *The applied theatre reader* (pp. 141-142). Routledge.
- *Economic Ranking of Countries*. (2020). Retrieved November 4, 2020. Available at: <https://www.theglobaleconomy.com/rankings>

- Jorgensen, M. & Philips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*, London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications.
- Konrad, A. (2012). Theorizing Realist and Gramscian Hegemony. E-International Relations. <https://www.e-ir.info/2012/09/02/theorizing-realist-and-gramscian-hegemony>.
- Krause, K. (1998). Critical Theory and Security Studies: The Research Programme of Critical Security Studies'. *Cooperation and conflict*, 33(3), 298-333.

References

- Arzani, H. R. (2018, August 10). *How many mosques are there exactly in Iran?* Shabestan News Agency. Retrieved on 20/03/1401, from www.shabestan.news/news/723213 [In Persian]
- Ataheri, S. A., & Shahroud Amir-Entekhab, A. (2009). *The Role of Schools in the Reproduction of Iran's Political System*. *Cultural Management*, 3(3), 61–77. <https://sanad.iau.ir/Journal/jourm/Article/960366> [In Persian]
- Ayvazi, M. R. (2009). *Media Management and the Engineering of Public Opinion*. *Foundations of Education Research Journal*, 10(2), 251–270. <https://doi.org/10.22067/FE.V10I2.2114> [In Persian]
- Bashiriyeh, H. (2002). *An Introduction to the Political Sociology of Iran in the Period of the Islamic Republic*. Tehran: Negah-e Moaser. [In Persian]
- Castells, M. (2005). *The Information Age: Economy, Society, and Culture (Vol. I: The Rise of the Network Society)* (A. Aligholian & A. Khakbaz, Trans.). Tehran: Tarh-e No. [In Persian]
- Castells, M. (2014). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age* (M. Gholipour, Trans.). Tehran: Markaz Publishing. [In Persian]
- Christensen, R. M., & McWilliams, R. O. (1986). *The Voice of the People* (M. Enayat, Trans.). Tehran: Ketabsara. [In Persian]
- Craib, I. (2007). *Modern Social Theory: From Parsons to Habermas* (A. Mokhber, Trans.). Tehran: Agah Publishing. [In Persian]

- Ebrahimi Koushali, H. (2022). *Approaches of the National Media in Guiding Public Opinion in Iranian Society from a Futures Studies Perspective*. Journal of Media Futures Studies, 3(3), 65–94. <http://noo.rs/wthg0> [In Persian]
- Eyodormagen, J., & Mouchard, D. (2015). *Foundations of Political Sociology* (A. Nikgozar, Trans.). Tehran: Agah Publishing. [In Persian]
- Giddens, A. (1999). *Modernity and Self-Identity* (N. Mofaghian, Trans.). Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
- Giddens, A. (2011). *Selected Readings in Sociology* (H. Chavoshian, Trans.). Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
- Gingras, A. M., & Carrier, J. P. (n.d.). *Public Opinion: Formation and Persuasion* (A. Mehrtalab, Trans.). Media, 13(3), 44–50. [In Persian]
- Ginsberg, Morris. (1921). *The Psychology of Society*, London: Wentworth Press.
- Gramsci, Antonio (1999), Edited & Translated by Quentin Hoare & Geoffrey Nowell Smith London, Elecbook
- Hosseini, M. (2016). Statistics of Seminaries and Clergy According to the Advisor to the Minister of Culture, <https://www.irna.ir/news/82164294> [In Persian]
- Huntington, S. P. (2003). *Political Order in Changing Societies* (M. Salasi, Trans.). Tehran: Elm Publishing. [In Persian]
- Iravani, S. (2014). *An Introduction to Explaining the Nature of Iran's Educational System from the Beginning of Modernization to the Present*. Foundations of Education Research Journal, 4(1), 83–110. <https://doi.org/10.22067/FE.V4I1.23691> [In Persian]
- Jorgensen, M. & Philips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*, London: Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications.
- Kavoshnia, H., Bandar-Abad, A., & Modiri, A. (2017). *Theoretical Approaches to the Formation of Public Opinion in Urban Public Spheres with Emphasis on Philosophical and Media Theories*. Urban and Rural Management, 16(46), 141–168. URL: <http://ijurm.imo.org.ir/article-1-1521-fa.html> [In Persian]

- Konrad, A. (2012). Theorizing Realist and Gramscian Hegemony. E-International Relations. <https://www.e-ir.info/2012/09/02/theorizing-realist-and-gramscian-hegemony>.
- Krause, K. (1998). Critical Theory and Security Studies: The Research Programme of Critical Security Studies'. *Cooperation and conflict*, 33(3), 298-333.
- Lazarsfeld, J. (2001). *Public Opinion* (M. Kotbi, Trans.). Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
- Manasheri, D. (2021). *The Educational System and the Making of Modern Iran* (M. H. Badamchi & E. Mosleh, Trans.). Tehran: Hekmat-e Sina. [In Persian]
- Ministry of Education of the Islamic Republic of Iran. (1997). *General Framework of the Educational System of the Islamic Republic of Iran*. [In Persian]
- Mirzaei, E., & Keshavarz Moghaddam, E. (2024). *Social Policy Requirements in the Field of Public Opinion Management with Emphasis on Media and Social Networks*. *New Media Studies*, 10(37), 1-49. <https://doi.org/10.22054/NMS.2024.75796.1620> [In Persian]
- Mojarradi, S., & Panah Daftari, F. (2012). *Cultural and Social Consequences of the Internet for Social Security in Iran*. Research Institute for Humanities and Cultural Studies. [In Persian]
- Moqtadaei, L., & Amiri Asfarjani, Z. (2017). *The Impact of Public Opinion Management on Citizens' Sense of Social Security in Isfahan*. *Strategic Studies of Social Security and Public Order*, 6(2), 63-88. <https://doi.org/10.22108/SSOSS.2017.100721.1005> [In Persian]
- Naghibzadeh, A. (2001). *An Introduction to Political Sociology*. Tehran: SAMT. [In Persian]
- Naghibzadeh, A. (2002). *The Impact of National Culture on the Foreign Policy of the Islamic Republic of Iran*. Tehran: Ministry of Foreign Affairs Press. [In Persian]
- National Cultural Observation Center. (2023). *Mosque in Iran (Statistics, Functions, Issues and Social Position)*. Tehran: Research Institute for Culture, Art and Communications. [In Persian]

- Ostovar, M. (2020). *The Role of Imam Khomeini's Cultural Capital in the Islamic Revolution of Iran*. *Intercultural Studies*, 15(45), 61–80. <https://doi.org/20.1001.1.17358663.1399.15.45.3.2> [In Persian]
- Rajai, F. (2013). *The Problem of Iranian Identity Today: Role-Playing in an Age of One Civilization and Multiple Cultures*. Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
- Rastegar, A., & Rasouli, S. N. (2024). *Officials and the Enhancement of Public Opinion Satisfaction During Crises*. *Social Crisis Management*, 16(3), 65–89. <https://doi.org/20.1001.1.20083564.1403.16.3.3.2> [In Persian]
- Rastegaran, N., Farzaneh, A., Rahimi, R., & Rouhollah, R. (2023). *The Impact of Public Opinion on Political Oversight of the Government*. *Public Law Studies*, 53(3), 1317–1334. <https://doi.org/10.22059/jpls.2021.306695.2500> [In Persian]
- Rezania, M. (2021). *The Role of Social Capital in Enhancing the Soft Power of the Islamic Republic of Iran*. *Contemporary Iranian State Studies*, 3(7), 35–60. [In Persian]
- Ringer, M. A. (2014). *Education, Religion, and the Discourse of Cultural Reform in the Qajar Era* (M. Haghghatkah, Trans.). Tehran: Ghoghnoos Publications. [In Persian]
- Sabouri Khosrowshahi, H. (2005). *Research Report on the Impact of Globalization on Iran's Educational System*. Tehran: Supreme Council of the Cultural Revolution. [In Persian]
- Safaee Nejad, Q. (2015). *Persuasion Theories and Their Application in the Media*. *Media Management*, 12, 23–38. <https://www.magiran.com/p1472885> [In Persian]
- Shakari, A., & Seyed Dehghan Kashani. (2016). *Globalization (Planetaryization) and Its Impact on Iran's Educational System*. Proceedings of the 7th National Conference of the Iranian Association for Philosophy of Education, SID. [In Persian]
- Statistical Center of the Islamic Propagation Organization. (2022, April 21). Retrieved from <https://ido.ir> [In Persian]

- Tabatabaei, S. J. (2005). *An Introduction to the Theory of Iranian Decline*. Tehran: Negah-e Moaser. [In Persian]
- Vincent, A. (2002). *Theories of the State* (H. Bashiriyeh, Trans.). Tehran: Ney Publishing. [In Persian]
- Waters, M. (2000). *Globalization* (E. Mardani Givi & S. Moridi, Trans.). Tehran: Industrial Management Organization. [In Persian]