

چارچوب و ساختار

دیپارتمان روابط

خارجی و امور

بین الملل

جمهوریخواهان

فهرست مطالب:

- بخش اول: هدف اصلی دیارتمان:
 - مأموریت راهبردی دیارتمان:.....3
 - محورهای اولویت دار فعالیت:.....4
 - پیام محوری دیارتمان در تعاملات بین المللی:.....4
 - اصول راهنمای فعالیت دیارتمان:.....4
 - افق راهبردی فعالیت دیارتمان:.....5
 - دستورالعمل اجرایی دیارتمان روابط خارجی و امور بین الملل
- جمهوری خواهان:

- 1- مأموریت 6
- 2- اهداف کلان 6
- 3- ساختار سازمانی دیارتمان..... 6
- 4- فرایندهای عملیاتی..... 8
- 5- تقسیم مسئولیت ها..... 8
- 6- نقشه راه اجرایی..... 9
- 7- شاخص های ارزیابی عملکرد..... 9
- 8- تامین منابع مالی..... 10
- 9- اصول حاکم..... 10
- 10- اختیارات مدیر دیارتمان..... 10
- ترکیب نقش ها و مسئولیت ها..... 11

- نقشه راه برای فعالیت گروه ارتباطات بین‌المللی 13
- سیستم گزارش‌دهی هفتگی مدیر دیپارتمان 17
- طراحی روایت واحد جهانی 25
- طراحی " وزارت خارجه سایه " 36
- مدل مذاکره حرفه ای با دولت‌ها 38
- نقشه نفوذ در سازمان‌های بین‌المللی برای ارتباط‌گیری مؤثر 40
- ساختار بودجه و تأمین مالی پایدار 42
- مدل امنیت اطلاعات و محرمانگی در دیپارتمان 46
- مدل ائتلاف‌سازی با سایر گروه‌ها 47
- استراتژی ورود به سطح شناسایی از سوی نظام بین‌الملل 50

چارچوب و ساختار دیپارتمان روابط خارجی و امور بین‌الملل جمهوری‌خواهان

فعالیت گروه‌های سیاسی خارج از کشور، چه در مسیر شکل‌دهی به یک ائتلاف ملی و چه در جلب حمایت‌های بین‌المللی، تاکنون به دلایل گوناگون نتوانسته به موفقیت قابل توجهی دست یابد. این مسئله در مورد جریان‌های جمهوری‌خواه نیز، با وجود تنوع فکری و سیاسی، کم‌وبیش صادق است.

یکی از مهم‌ترین دلایل این ناکامی، ضعف در درک دقیق از سیاست‌های کلان قدرت‌های جهانی و نحوه تأثیرگذاری بر معادلات بین‌المللی بوده است. در کنار آن، کمبود تخصص عملی در حوزه سیاست خارجی و ناتوانی در تبدیل ظرفیت‌های نظری به اقدام مؤثر، موجب شده ارتباطی سازمان‌یافته و پایدار با بازیگران بین‌المللی شکل نگیرد.

پیامد این خلأ، در برخی موارد، ظهور رفتارهای فردمحور و فرصت‌طلبانه بوده است؛ رویکردهایی که به جای اتکا بر کار جمعی و برنامه‌محور، بر نمایش‌های هیجانی، شعارهای پوپولیستی و فراخوان‌های فاقد پشتوانه تمرکز داشته‌اند. این روند نه تنها کمکی به پیشبرد اهداف سیاسی نکرده، بلکه در مواردی با ایجاد انتظارات غیرواقعی، هزینه‌های سنگینی را نیز بر جامعه تحمیل کرده است.

در مقابل، بررسی رفتار کشورهای تأثیرگذار نشان می‌دهد که آنها به تدریج به ضرورت گذار از فردگرایی به سمت یک رویکرد مبتنی بر عقلانیت جمعی و ساختارهای منسجم پی برده‌اند. به بیان دیگر، آنچه برای بازیگران بین‌المللی اهمیت دارد، وجود یک طرف گفت‌وگوی قابل اتکا، سازمان‌یافته و برخوردار از ظرفیت کارشناسی است، نه چهره‌های منفرد.

در چنین شرایطی، ضروری است که جریان جمهوری‌خواهان خارج از کشور با عبور از پراکندگی، به سمت همگرایی واقعی میان پنج بلوک موجود حرکت کند. این همگرایی تنها در صورتی معنا پیدا می‌کند که بر پایه ساختار، تخصص و برنامه‌ریزی شکل بگیرد.

در همین راستا، تأسیس دیپارتمان «روابط خارجی و امور بین‌الملل» یک گام راهبردی محسوب می‌شود. این دیپارتمان، در مرحله نخست، زمینه همکاری نیروهای متخصص و تکنوکرات از هر پنج بلوک را فراهم می‌کند و در مرحله بعد، امکان برقراری ارتباطی سازمان‌یافته—و نه فردی—با بازیگران بین‌المللی را ایجاد خواهد کرد.

فعالیت این دپارتمان در آغاز بر سه حوزه کلیدی متمرکز خواهد بود: سیاست، حقوق و رسانه. هدف از این تمرکز، ایجاد یک چارچوب حرفه‌ای برای پیگیری مطالبات واقعی مردم ایران در سطح بین‌المللی است. در مراحل بعدی، با تثبیت این ساختار، حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی نیز به این مجموعه افزوده خواهند شد.

در مجموع، عبور از وضعیت موجود و حرکت به سوی اثرگذاری واقعی، مستلزم جایگزینی رویکردهای فردمحور با یک ساختار منسجم، تخصص‌محور و مبتنی بر کار جمعی است — مسیری که می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری یک بازیگر قابل اعتماد در عرصه بین‌المللی باشد.

بخش اول: هدف اصلی دپارتمان:

با توجه به پراکندگی عملی گروه‌های جمهوریخواه خارج از کشور در مجموعه اپوزیسیون جمهوری اسلامی حرکت در مسیر خواست و مطالبات مردمی دپارتمان روابط خارجی و امور بین‌الملل جمهوریخواهان با هدف ایجاد یک چارچوب منسجم برای معرفی دیدگاه‌ها، ابتکارات و مطالبات ملی مردم ایران در سطح بین‌المللی تشکیل می‌شود تا بتواند نقش مؤثری در تقویت ارتباطات سازنده با دولت‌ها، پارلمان‌ها، اندیشکده‌ها، رسانه‌های بین‌المللی و شخصیت‌های اثرگذار ایفا نماید.

این دپارتمان تلاش می‌کند مسیر تعامل مسئولانه و هدفمند با جامعه بین‌المللی را در جهت حمایت از گذار مسالمت‌آمیز، بازسازی مشروعیت ملی و تقویت ثبات پایدار در ایران دنبال نماید.

مأموریت راهبردی دپارتمان:

مأموریت اصلی این دپارتمان عبارت است از:

ایجاد ارتباط سازمان‌یافته و هدفمند با نهادهای بین‌المللی اثرگذار به منظور معرفی چارچوب‌های ملی برای بازسازی مشروعیت سیاسی از طریق مراجعه به رأی ملت و تقویت مسیرهای مسالمت‌آمیز گذار سیاسی در ایران.

محورهای اولویت‌دار فعالیت:

دپارتمان روابط خارجی فعالیت‌های خود را بر چهار محور اصلی متمرکز می‌سازد:

۱. ارتباط با دولت‌ها و پارلمان‌های کشورهای مختلف:

معرفی دیدگاه‌ها و ابتکارات ملی جمهوریخواهان در چارچوب تعامل سازنده و مسئولانه با نهادهای رسمی بین‌المللی.

۲. ارتباط با اندیشکده‌ها و مراکز سیاست‌گذاری:

ارائه چارچوب‌های تحلیلی و سیاستی در زمینه گذار مسالمت‌آمیز و بازسازی مشروعیت ملی در ایران.

۳. ارتباط با رسانه‌های اثرگذار بین‌المللی:

تبیین روایت ملی مردم ایران در خصوص آینده سیاسی کشور و مسیرهای کاهش تنش‌های منطقه‌ای.

۴. شناسایی و شبکه‌سازی با شخصیت‌های اثرگذار ایرانی و غیرایرانی:

ایجاد یک شبکه ارتباطی فعال برای معرفی ظرفیت‌های ملی ایران در مسیر حمایت از گذار مبتنی بر مشارکت عمومی.

پیام محوری دپارتمان در تعاملات بین‌المللی:

دپارتمان روابط خارجی جمهوریخواهان بر این اصل تأکید دارد که:

بازسازی مشروعیت سیاسی در ایران از طریق مراجعه به رأی ملت، کم‌هزینه‌ترین، پایدارترین و مسئولانه‌ترین مسیر برای دستیابی به ثبات داخلی و کاهش تنش‌های منطقه‌ای است.

در این چارچوب، ابتکار «همه‌پرسی ملی برای بازگرداندن مشروعیت به ملت ایران» می‌تواند به عنوان یکی از محورهای اصلی تعامل سازنده با جامعه بین‌المللی معرفی گردد.

اصول راهنمای فعالیت دپارتمان:

فعالیت‌های دپارتمان روابط خارجی بر اصول زیر استوار خواهد بود:

- پایبندی به استقلال ملی ایران.

- تأکید بر مسیرهای مسالمت‌آمیز گذار سیاسی.

- پرهیز از رویکردهای حذف‌محور.

- تقویت مشارکت همه طرفیت‌های ملی.

- تعامل مسئولانه و حرفه‌ای با جامعه بین‌المللی.

افق راهبردی فعالیت دیپارتمان:

دیپارتمان روابط خارجی جمهوریخواهان تلاش می‌کند با معرفی ابتکارات ملی مبتنی بر مشارکت عمومی، زمینه شکل‌گیری گفت‌وگوی سازنده میان مردم ایران و جامعه بین‌المللی را فراهم سازد و نقش مؤثری در کاهش تنش‌های موجود و تقویت مسیرهای ثبات آینده ایران ایفا نماید.

اگر این سند در جلسه ۵۰ نفره مطرح شود، یک اثر بسیار مهم خواهد داشت:

به‌جای اینکه جلسه صرفاً درباره «انتخاب افراد» باشد، جلسه تبدیل می‌شود به «تعیین مأموریت مشترک».

و این دقیقاً همان تفاوت بین یک گروه واتس‌آپی و یک دیپارتمان واقعی روابط خارجی است. در ادامه چون هدف این است که طرح ما واقعاً وارد فضای تصمیم‌سازی (policy ecosystem) شود و نه فقط ارسال نمادین باید آن را به گیرندگان درست ارسال کرد.

دستورالعمل اجرایی دیپارتمان روابط خارجی و امور بین‌الملل جمهوریخواهان:

1. مأموریت: (Mission) :

ایجاد، توسعه و نهادینه‌سازی روابط سیاسی، حقوقی و رسانه‌ای با بازیگران بین‌المللی به منظور افزایش مشروعیت، نفوذ و اثرگذاری «ائتلاف جمهوریخواهان خارج از کشور.»

2. اهداف کلان: (Strategic Objectives)

1. مسئولیت مدیریت صحیح تمامی ارتباطات بین الملل گروه جمهوریخواهان خارج کشور با نظام بین الملل بمنظور کسب مشروعیت جهت نمایندگی مطالبات مردم داخل.

2. ایجاد شبکه ارتباطی با نهادهای دیپلماتیک، پارلمانی و اندیشکده‌ها.

3. کسب شناسایی سیاسی و افزایش اعتبار بین‌المللی.

4. تولید و هدایت روایت رسانه‌ای در سطح بین‌المللی
5. طراحی و اجرای دیپلماسی چندلایه .

3- ساختار سازمانی: (Organizational Structure)

۳/۱. شورای راهبردی (پانزده نفر)

- ترکیب: ۳ نفر از هر بلوک (در مجموع ۱۵ نفر)
- وظایف:
 - تعیین سیاست‌ها و اولویت‌های کلان
 - تصمیم‌گیری در موضوعات استراتژیک
 - نظارت بر عملکرد کل دپارتمان

۳/۲. بدنه کارشناسی (پنجاه نفر)

- ترکیب: ۱۰ نفر از هر بلوک
- تقسیم‌بندی تخصصی:
 - کارگروه سیاسی
 - کارگروه حقوقی
 - کارگروه رسانه‌ای
- وظایف:
 - تولید تحلیل و گزارش تخصصی
 - پشتیبانی از مذاکرات و ارتباطات
 - طراحی محتوا و پیام

۳/۳. واحد شناسایی و هدف‌یابی (پنج نفر)

- انتخاب: با رأی جمعی از میان ۵۰ نفر
- وظایف:
 - شناسایی افراد و نهادهای کلیدی در آمریکا، کانادا و اروپا.
 - اولویت‌بندی اهداف ارتباطی (Target Mapping)
 - ایجاد بانک اطلاعاتی از ذی‌نفوذان.

۳/۴. مدیریت اجرایی دپارتمان

- مسئول: مدیر دپارتمان .
- وظایف:
 - تخصیص مأموریت‌ها
 - هماهنگی بین واحدها
 - نظارت بر اجرای برنامه‌ها
 - ارزیابی عملکرد

۴. فرآیندهای عملیاتی: (Operational Processes)

۴/۱. فرآیند تصمیم‌سازی:

- ورودی: تحلیل‌های کارشناسی.
- بررسی: شورای راهبردی.
- خروجی: دستور اقدام اجرایی.

۴/۲. فرآیند ارتباطات بین‌المللی:

1. شناسایی هدف واحد (Targeting).
2. آماده‌سازی پرونده (کارگروه سیاسی/حقوقی).
3. طراحی پیام (کارگروه رسانه‌ای).
4. اجرای ارتباط (شورای راهبردی).
5. ارزیابی نتیجه.

۴/۳. فرآیند برگزاری نشست‌ها:

- نشست تخصصی هفتگی (۱۵ نفر): تصمیم‌سازی و توزیع مسئولیت به مجموعه کارشناسان (تیم 50 نفره).
- نشست عمومی هفتگی (۵۰ نفر): هم‌راستاسازی و گزارش‌دهی.

۵. تقسیم مسئولیت‌ها: (Task Allocation)

- هر عضو باید دارای:
 - یک نقش اصلی (Primary Role)
 - یک نقش پشتیبان (Secondary Role)

نمونه:

- تحلیلگر سیاسی + رابط رسانه‌ای
- کارشناس حقوقی + پشتیبانی مذاکرات

۶. نقشه راه اجرایی: (Roadmap)

فاز ۱: شکل‌گیری (۲ هفته)

- معرفی اعضا
- برگزاری نشست اولیه
- تدوین اهداف مکتوب

فاز ۲: سازماندهی (۱ ماه)

- تشکیل کارگروه‌ها
- انتخاب شورای راهبردی
- ایجاد بانک اهداف

فاز ۳: اقدام (۳ ماه)

- آغاز ارتباطات رسمی و غیررسمی
- تولید محتوا و گزارش‌های بین‌المللی
- حضور در نشست‌ها و محافل

فاز ۴: تثبیت (۶ ماه)

- توسعه شبکه ارتباطی
- افزایش اعتبار بین‌المللی
- جذب حمایت‌ها

۷. شاخص‌های ارزیابی عملکرد:

- تعداد ارتباطات مؤثر برقرار شده
- سطح دسترسی به نهادهای رسمی
- میزان بازتاب رسانه‌ای
- کیفیت خروجی‌های تحلیلی
- پیشرفت در شناسایی و جذب افراد کلیدی

۸. تأمین منابع مالی:

- مسئول: کادر رهبری پنج بلوک
- اقدامات:
 - شناسایی حامیان مالی
 - برگزاری جلسات جذب منابع
 - تعریف پروژه‌های قابل حمایت

۹. اصول حاکم: (Core Principles)

- انسجام پیام
- تخصص‌گرایی
- محرمانگی در امور حساس
- چابکی در تصمیم‌گیری
- هماهنگی بین‌بخشی

۱۰. اختیارات مدیر دیارتمان:

- تعیین و تغییر مسئولیت‌ها (بعد از مشورت با تیم 15 نفره).
- ایجاد یا ادغام کارگروه‌ها

- ارزیابی و جایگزینی اعضا
- هدایت مستقیم ارتباطات کلیدی

نتیجه:

این دپارتمان باید به یک «پلتفرم دیپلماسی حرفه‌ای» تبدیل شود که بتواند به صورت هدفمند، هماهنگ و مبتنی بر داده، منافع و مطالبات سیاسی را در سطح بین‌المللی پیش ببرد.

ترکیب نقش‌ها و مسئولیت‌ها:

ترکیب گروه اول به تفکیک حوزه مسئولیت: لایه راهبردی (15 نفر) "شورای راهبردی".

نقش: تصمیم‌سازی + هدایت کلان

شرح وظیفه	تعداد	نقش
هماهنگی نهایی تصمیم‌ها و ارتباط با مدیر دپارتمان	1	رئیس شورای راهبردی
مدیریت جلسات و پیگیری مصوبات	2	معاون راهبردی
تحلیل روابط بین‌الملل و طراحی خطوط دیپلماسی	3	مسئول سیاست خارجی
بررسی حقوقی، مشروعیت‌سازی، اسناد و مواضع	3	مسئول حقوق بین‌الملل
طراحی پیام سیاسی و رسانه‌ای بین‌المللی	3	مسئول رسانه و روایت
نظارت بر خروجی کارگروه‌ها و اصلاح مسیر	3	ارزیاب و کنترل کیفیت

ترکیب گروه دوم: تیم کارشناسی پنجاه نفر:

(الف) 30 نفر در "بدنه عملیاتی".

1. کارگروه سیاسی (10 نفر)

شرح	نقش
بررسی اروپا، آمریکا، خاورمیانه	تحلیل گر منطقه‌ای
تمرکز بر ساختار داخلی و اپوزیسیون تحلیل گر ایران	
آمریکا، چین، روسیه	تحلیل گر قدرت‌های بزرگ
پیش‌بینی و طراحی مسیرها	طراح سناریو سیاسی
آماده‌سازی مذاکرات	پشتیبان دیپلماسی
UN، EU، پارلمان‌ها	کارشناس نهادهای بین‌المللی
رصد جامعه هدف	تحلیل گر افکار عمومی
اتصال تیم‌ها	هماهنگ کننده سیاسی
مدل‌های گذار سیاسی	پژوهشگر تطبیقی
تولید گزارش‌های رسمی	مستندساز سیاسی

2. کارگروه حقوقی (10 نفر)

شرح	نقش
چارچوب‌های قانونی	کارشناس حقوق بین‌الملل
تحلیل ابزارهای فشار	کارشناس تحریم‌ها
تدوین بیانیه‌ها	کارشناس اسناد رسمی
مستندسازی نقض‌ها	پژوهشگر حقوق بشر
امکان‌سنجی شکایت‌ها	کارشناس دعاوی بین‌المللی
مشروعیت سیاسی	تحلیل گر حقوق دولت‌ها
همکاری‌های خارجی	تنظیم کننده قراردادها
مقایسه نظام‌ها	کارشناس تطبیقی حقوقی
زیان حقوقی مذاکرات	مشاور دیپلماتیک
بانک اسناد	آرشیو حقوقی

3. کارگروه رسانه (10 نفر)

شرح	نقش
طراحی پیام کلان	استراتژیست رسانه‌ای
مقاله، بیانیه، تحلیل	تولیدکننده محتوا
توزیع محتوا	مدیر شبکه‌های اجتماعی
تحلیل واکنش‌ها	کارشناس افکار عمومی
ارتباط با رسانه‌ها	هماهنگ‌کننده رسانه خارجی
تولید متن‌های اثرگذار	نویسنده سیاسی
ساخت چارچوب ذهنی طراح روایت (Narrative Designer)	
مدیریت بحران	تحلیل‌گر بحران رسانه‌ای
ویدئو و گزارش	مستندساز تصویری
ارتباط مستقیم خارجی	رابط رسانه‌ای بین‌الملل

تیم سوم (پنج نفر انتخابی) واحد هدف‌یابی "Intelligence Unit"

وظیفه	نقش
مدیریت کل بانک اهداف	رئیس واحد هدف‌یابی
شناسایی سیاستمداران اثرگذار	تحلیل‌گر نفوذ سیاسی
شناسایی رسانه‌های کلیدی	تحلیل‌گر رسانه‌ای جهانی
ایرانیان اثرگذار خارج	تحلیل‌گر دیاسپورا
طراحی ارتباطات رسمی و غیررسمی مسئول شبکه‌سازی	

نقشه راه برای فعالیت گروه ارتباطات بین‌المللی :

1- برنامه 3 ماه اول: (International Engagement Roadmap)

هدف کلان:

ساخت یک شبکه اولیه از ارتباطات سیاسی، رسانه‌ای و حقوقی در اروپا، آمریکا و کانادا برای ایجاد «شناخت اولیه و مشروعیت ارتباطی».

فاز اول: پایه‌گذاری شبکه (هفته 1 تا 4)

1-شناسایی (Mapping)

- تهیه لیست 100 نفره اولیه :
 - نمایندگان پارلمان‌ها (EU / UK / US / Canada)
 - اندیشکده‌ها (Think Tanks)
 - روزنامه‌نگاران کلیدی
 - فعالان حقوق بشر

خروجی:

- "بانک اهداف اولیه" (Target Database v1)

2- طبقه‌بندی اهداف:

هر هدف در 4 سطح:

- سطح 1: تصمیم‌ساز (Members of Parliament, Policy Makers)
- سطح 2: اثرگذار رسانه‌ای
- سطح 3: اندیشکده و دانشگاه
- سطح 4: جامعه ایرانیان خارج

3- طراحی پیام مشترک (Core Narrative)

یک پیام واحد 3 لایه:

- سیاسی: ضرورت تغییر ساختار قدرت
- حقوقی: مشروعیت و حقوق بشر
- رسانه‌ای: روایت واحد و قابل فهم برای غرب

فاز دوم: ارتباط‌سازی (هفته 5 تا 8)

اقدامات:

- ارسال اولین بسته ارتباطی (Briefing Pack)
- معرفی رسمی " ائتلاف جمهوری خواهان خارج از کشور "
- شروع ارتباطات غیررسمی (Email + Policy Briefs)

ابزارها:

- White Paper
- Policy Brief 2-3 صفحه‌ای
- معرفی رسمی ساختار دیپارتمان

فاز سوم: تثبیت ارتباط (هفته 9 تا 12)

اقدامات:

- برگزاری حداقل 5 نشست آنلاین یا غیررسمی .
- ایجاد ارتباط با 10 چهره کلیدی.
- دعوت به همکاری رسانه‌ای یا تحلیلی .

خروجی:

- حداقل 3 ارتباط پایدار بین‌المللی .

سناریوی اولین ارتباط رسمی خارجی:

(First International Outreach Protocol)

هدف:

ایجاد اولین تماس رسمی-نیمه رسمی با نهادهای خارجی (پارلمان، اندیشکده، رسانه)

مرحله 1: انتخاب هدف

- 1 نماینده پارلمان
- یا 1 اندیشکده (مثل Brookings / Chatham House / German Marshall Fund)
- یا 1 رسانه بین المللی

مرحله 2: بسته ارتباطی (Communication Pack)

شامل:

1. معرفی رسمی دپارتمان (1 صفحه)
2. خلاصه اهداف سیاسی (1 صفحه)
3. تحلیل کوتاه وضعیت ایران (2 صفحه)
4. درخواست مشخص (Meeting / Dialogue / Briefing)

مرحله 3: متن پیام اولیه (Template)

- کوتاه .
- غیرتهاجمی .
- حرفه ای.
- مبتنی بر policy ، نه سیاست داخلی.

مثال ساختار:

- معرفی.
- هدف همکاری .
- درخواست جلسه یا گفت وگو .

مرحله 4: پیگیری (Follow-up Protocol)

- 72 ساعت بعد: یادآوری کوتاه
- 7 روز بعد: ارسال سند تکمیلی
- 14 روز بعد: درخواست جلسه آنلاین

خروجی:

- حداقل 1 جلسه رسمی یا غیررسمی در ماه اول

سیستم گزارش دهی هفتگی مدیر دپارتمان:

(Weekly Executive Reporting System)

هدف:

کنترل کامل جریان اطلاعات + جلوگیری از پراکندگی + حفظ انسجام

ساختار گزارش هفتگی:

1- خلاصه اجرایی (Executive Summary)

- چه اتفاقی افتاد؟
- چه تصمیماتی گرفته شد؟

2- وضعیت کارگروه ها

سیاسی:

- . فعالیت‌ها
- . خروجی‌ها
- . گلوگاه‌ها

حقوقی:

- . اسناد تولید شده
- . تحلیل‌های کلیدی

رسانه:

- . محتواهای تولید شده
- . میزان بازتاب

3- وضعیت هدف‌یابی (Target Unit)

- . تعداد اهداف شناسایی شده
- . تعداد تماس‌ها
- . پاسخ‌ها

4- ارتباطات خارجی

- . تماس‌های برقرار شده
- . جلسات برگزار شده
- . نتایج

5- ریسک‌ها و موانع

- مشکلات هماهنگی
 - موانع سیاسی یا رسانه‌ای
 - نیازهای فوری
-

6- تصمیم‌های مورد نیاز مدیر

- تغییرات ساختاری
- اولویت‌های جدید
- تخصیص منابع

فرمت نهایی:

- 2 تا 3 صفحه
- کاملاً فشرده
- بدون حاشیه

جمع‌بندی :

اگر این سه سند بموقع اجرا شوند، دیارتمان از حالت "شبکه سیاسی داخلی" به "ساختار دیپلماسی فعال و قابل تعامل بین‌المللی" تبدیل می‌شود:

نقشه ارتباط با مقامات ۳۰ کشور هدف

(Global Influence Map – Priority Countries)

منطق انتخاب:

- تأثیرگذاری بر سیاست خارجی نسبت به ایران .

- وزن در نهادهای بین‌المللی .
 - ظرفیت رسانه‌ای و حقوق بشری .
 - حضور دیاسپورای ایرانی .
-

سطح ۱: کشورهای کلیدی :

آمریکای شمالی:

- United States •
- Canada •

اروپا (قدرت‌های اصلی):

- United Kingdom •
 - Germany •
 - France •
-

سطح ۲: بازیگران مهم (Tier 2)

اروپا:

- Italy •
- Spain •
- Netherlands •
- Sweden •
- Norway •
- Denmark •

اتحادیه اروپا:

- European Union
- European Parliament

سطح ۳: کشورهای اثرگذار ثانویه (Tier 3)

اروپای شرقی:

- Poland
- Czech Republic
- Romania

منطقه‌ای و ژئوپلیتیک:

- Turkey
- United Arab Emirates
- Israel

سطح ۴: نهادها و بازیگران جهانی مکمل

- United Nations
- Human Rights Watch
- Amnesty International

خروجی عملی:

هر کشور باید دارای:

- 5 هدف سیاسی
- 5 هدف رسانه‌ای
- 5 هدف حقوقی

لیست عملیاتی اندیشکده‌ها و افراد قابل تماس

(Target Institutions & Profiles)

A (اندیشکده‌های کلیدی

آمریکا:

- Brookings Institution
- Carnegie Endowment for International Peace
- Council on Foreign Relations
- Atlantic Council

اروپا:

- Chatham House
- German Marshall Fund
- European Council on Foreign Relations

B (تیپ افراد هدف (نه صرفاً اسم— بلکه نقش.

1. سیاست‌گذاران:

- Members of Parliament
- Foreign Affairs Committees

2. تحلیلگران:

- Senior Fellows (Iran / Middle East desks)
- Policy Directors

3. رسانه:

- Journalists (Foreign Policy / Iran coverage)
- Editors

4. حقوق بشر:

- Advocacy Directors
- UN Rapporteurs

C (معیار انتخاب افراد:

- دسترسی به سیاست گذاری
- سابقه اظهار نظر درباره ایران
- توان اثرگذاری رسانه‌ای
- openness به engagement

خروجی عملی:

واحد Targeting باید ظرف ۲ هفته:

- لیست 50 نفره واقعی تولید کند
- برای هر فرد :
 - حوزه اثرگذاری

- کانال تماس
- اولویت ارتباط

اسکریپت دقیق اولین تماس رسمی

(Diplomatic Email Script – Ready to Use)

این بخش بسیار مهم است—اینجا اشتباه معمول این است که پیام‌ها یا سیاسی خام هستند یا ضعیف. این قالب حرفه‌ای است:

Subject Line:

Request for Policy Dialogue on Iran’s Democratic Transition

متن ایمیل:

Dear [Name],

I hope this message finds you well.

My name is [Your Name], and I represent the Department of Foreign Relations of the Republican Coalition of Iranians Abroad. Our team brings together political, legal, and media experts working on Iran’s future governance and democratic transition.

We are currently engaging with international partners to exchange perspectives on developments in Iran and explore

constructive avenues for dialogue. Given your expertise and role in [institution/committee], we would highly value the opportunity to connect.

We would be pleased to arrange a brief online meeting at your convenience to share insights and explore potential areas of cooperation.

Please let us know a suitable time, and we will coordinate accordingly.

Warm regards,

[Name]

[Title]

[Contact Info]

نکات کلیدی این پیام:

- غیرتهاجمی
- حرفه‌ای
- بدون شعار
- مبتنی بر «dialogue» نه "درخواست سیاسی مستقیم".

فعالیت دیپارتمان را از «ارتباط‌گیری» به «اثرگذاری واقعی» ارتقا می‌دهد. سه خروجی زیر به صورت کاملاً عملیاتی و قابل اجرا تنظیم شده‌اند:

طراحی روایت واحد جهانی:

(Grand Narrative Framework)

مشکل رایج:

بیشتر جریان‌ها چند پیام پراکنده دارند؛ اما بازیگران حرفه‌ای یک روایت مرکزی (Core Narrative) دارند که همه چیز حول آن می‌چرخد.

هسته روایت (Core Narrative)

"گذار ایران به یک نظام جمهوری دموکراتیک، نه تنها یک ضرورت داخلی، بلکه یک عامل کلیدی برای ثبات منطقه‌ای و نظم بین‌المللی است".

سه لایه روایت:

1- لایه سیاسی (برای دولت‌ها و پارلمان‌ها)

- ایران آینده = شریک قابل پیش‌بینی (Predictable Partner)
- کاهش ریسک :
 - بی‌ثباتی منطقه
 - تهدیدات امنیتی
- پیام کلیدی:

حمایت از گذار دموکراتیک = سرمایه‌گذاری در ثبات

2- لایه حقوقی (برای نهادهای بین‌المللی)

- تأکید بر :
 - حقوق بشر
 - حاکمیت قانون
 - مسئولیت‌پذیری بین‌المللی
- پیام:

تغییر در ایران یک مطالبه حقوقی مشروع است، نه صرفاً سیاسی

3- لایه رسانه‌ای (برای افکار عمومی)

- ساده، انسانی، قابل درک :
 - آزادی
 - کرامت انسانی
 - آینده بهتر
- پیام:

مردم ایران همان چیزهایی را می‌خواهند که مردم جهان می‌خواهند

ابزارهای اجرایی روایت:

- Message Book کتابچه پیام .
- Talking Points ۱۰ جمله ثابت .
- Narrative Discipline عدم پراکندگی پیام .

سناریوی ورود به رسانه‌های بین‌المللی:

(Media Penetration Strategy)

هدف:

حضور در رسانه‌های سطح بالا مانند:

- BBC
- CNN

- Reuters
- The New York Times

مرحله 1: آماده‌سازی (Preparation)

ایجاد: «Media Kit»

- بیوگرافی سخنگو
- مواضع رسمی
- 3 پیام کلیدی
- پاسخ به سوالات حساس

مرحله 2: ورود غیرمستقیم: (Indirect Entry) : بجای تماس مستقیم با رسانه های بزرگ بهتر است فعالیتها در قالب:

- تحلیل در رسانه‌های کوچک‌تر
- مصاحبه‌های محدود

مرحله 3: ساخت اعتبار (Credibility Building)

- همکاری با :
 - روزنامه‌نگاران مستقل
 - تحلیلگران
 - پادکست‌ها

مرحله 4: ورود مستقیم

• ارائه :

- تحلیل اختصاصی.
- دیدگاه منحصر به فرد .
- دسترسی به اطلاعات .

قواعد طلایی رسانه:

- باید کوتاه حرف زد.
- پیام واحد داشته باشد .
- از اصطلاحات پیچیده باید اجتناب کرد.
- همیشه «قابل نقل قول» باش .

۳ (مدل لابی‌گری ساختاری در پارلمان‌ها

(Parliamentary Lobbying Model)

هدف:

ایجاد نفوذ تدریجی در ساختار تصمیم‌گیری.

مرحله 1: شناسایی (Mapping)

در هر کشور:

- کمیته سیاست خارجی
- نمایندگان فعال در حوزه حقوق بشر

- احزاب سیاسی اثرگذار.

مرحله 2: ورود غیررسمی

- جلسات :
 - Briefing
 - Roundtable
 - جلسات غیررسمی

مرحله 3: ایجاد رابطه (Relationship Building)

- تماس مستمر
- ارسال تحلیل
- دعوت به گفتگو

مرحله 4: اثرگذاری (Influence)

هدف نهایی:

- طرح سوال در پارلمان
- صدور بیانیه
- ایجاد فشار سیاسی

ابزارهای لابی‌گری:

- Policy Brief
- Testimony
- Strategic Meetings

اشتباهات رایج که باید اجتناب شود:

- فشار مستقیم زودهنگام
- پیام‌های احساسی
- عدم شناخت مخاطب

باید در جمع بندی کلی گفت : این سه لایه کنار هم یک «معماری کامل نفوذ» می‌سازند:

1. روایت ، ذهن‌ها را شکل می‌دهد
2. رسانه ، پیام را پخش می‌کند
3. لابی‌گری ، تصمیم‌ها را تغییر می‌دهد

هدف:

ایجاد انضباط روایی (Narrative Discipline) تا همه اعضا «یک صدا» داشته باشند.

الف) پیام‌های هویتی (Identity)

1. ما یک ائتلاف مبتنی بر اصول جمهوری خواهی، دموکراسی و حاکمیت قانون هستیم .
2. هدف ما ساخت یک نظام سیاسی پاسخگو و مبتنی بر رأی مردم است .
3. ما به گذار مسالمت آمیز و ساختاری باور داریم .
4. ما نماینده طیفی از نخبگان سیاسی، حقوقی و رسانه‌ای خارج از کشور هستیم .
5. تمرکز ما بر آینده ایران است، نه صرفاً نقد گذشته .

ب) پیام‌های سیاسی (Political)

6. ثبات پایدار در منطقه بدون تغییر در ساختار سیاسی ایران ممکن نیست .
7. ایران دموکراتیک می‌تواند شریک قابل پیش‌بینی برای جامعه جهانی باشد .
8. ما به تعامل سازنده با همه کشورها متعهدیم .
9. تغییر در ایران باید توسط مردم ایران هدایت شود .
- 10- جامعه جهانی می‌تواند نقش تسهیل‌گر داشته باشد، نه مداخله‌گر .

ج) پیام‌های حقوقی (Legal)

11. وضعیت حقوق بشر در ایران نیازمند توجه و اقدام جدی بین‌المللی است .
12. حاکمیت قانون باید جایگزین ساختارهای غیرپاسخگو شود .
13. ما از چارچوب‌های حقوق بین‌الملل حمایت می‌کنیم .
14. پاسخگویی (Accountability) جزء جدایی‌ناپذیر هر گذار سیاسی است .
15. عدالت انتقالی باید بخشی از آینده ایران باشد .

د) پیام‌های رسانه‌ای (Media)

16. مردم ایران خواهان همان حقوقی هستند که در جوامع آزاد وجود دارد .
17. روایت ایران باید از زاویه مردم آن بازتعریف شود .
18. ما به شفافیت و اطلاع‌رسانی دقیق متعهدیم .
19. صدای جامعه مدنی ایران باید شنیده شود .
20. آینده ایران یک مسئله جهانی است، نه صرفاً داخلی .

پروفایل سخنگوی بین‌المللی:

(International Spokesperson Profile)

هدف:

داشتن یک چهره حرفه‌ای که بتواند در سطح رسانه و سیاست «نماینده‌گی معتبر» ایجاد کند.

ویژگی‌های کلیدی:

1- تخصص:

- آشنایی عمیق با :
 - سیاست ایران
 - روابط بین‌الملل
 - حقوق بشر

2- مهارت‌ها:

- تسلط کامل به انگلیسی (و ترجیحاً یک زبان دیگر)
- توان بیان ساده مفاهیم پیچیده
- کنترل در شرایط فشار رسانه‌ای
- پاسخ سریع و دقیق

3- ویژگی‌های شخصیتی:

- آرام، مسلط، غیرهیجانی
- قابل اعتماد برای مخاطب غربی

• دارای اعتبار رسانه ای و سابقه حرفه‌ای.

سناریوی جلسه واقعی با نماینده پارلمان چگونه باید طراحی و اجرا شود:

(Parliamentary Meeting Simulation)

هدف:

ایجاد یک تعامل حرفه‌ای که منجر به «اعتماد و ادامه ارتباط» شود

مدت جلسه:

پیشنهاد میشود مدت زمان این ملاقات که برای اعتماد سازی و انتقال پیامهای کلی است برای 30 دقیقه تنظیم شود و نه بیشتر چون عرف جلسه های رسمی که برای اولین بار برگزار می شود ، بهتر است طولانی تر از 30 دقیقه نباشد.

ساختار جلسه:

1- شروع (5 دقیقه)

• معرفی کوتاه :

- شما چه هستید؟
- هدف جلسه چیست؟

نمونه:

We represent a coalition of Iranian political and policy experts working on Iran's democratic future.

2- ارائه اصلی (10 دقیقه)

سه محور:

الف) وضعیت ایران (واقع گرایانه، نه احساسی).

- چالش‌ها
- روندها

ب) چرا مهم است؟

- اثر بر منطقه
- اثر بر منافع کشور مخاطب

ج) راه حل:

- گذار تدریجی
- نقش جامعه جهانی

3- تعامل (10 دقیقه)

- گوش دادن فعال
- پاسخ دقیق
- اجتناب از بحث ایدئولوژیک

4- پایان (5 دقیقه)

- جمع بندی :
- تشکر
- پیشنهاد ادامه ارتباط

نمونه:

We would be happy to continue this dialogue and provide further briefings if helpful.

خروجی مطلوب جلسه:

- ارتباط حفظ شود .
- امکان جلسه بعدی ایجاد شود .
- اعتماد اولیه شکل بگیرد .

طراحی " وزارت خارجه سایه".

(Shadow Foreign Ministry Model)

هدف:

ایجاد یک ساختار منسجم که بتواند:

- تحلیل تولید کند
- موضع سیاسی ارائه دهد
- با بازیگران خارجی تعامل مستمر داشته باشد
- و در عمل نقش یک «سرویس سیاست خارجی غیررسمی» را ایفا کند

ساختار کلان:

1- دفتر وزیر سایه (Shadow Minister Office)

- مدیر دپارتمان .
- وظیفه :
- تعیین خط‌مشی کلان
- تأیید پیام‌های رسمی
- مدیریت بحران‌های سطح بالا

2- معاونت‌های تخصصی

الف) معاونت سیاست خارجی

- روابط با دولت‌ها و پارلمان‌ها
- طراحی مواضع سیاسی

ب) معاونت حقوق بین‌الملل

- مشروعیت‌سازی حقوقی
- تدوین اسناد رسمی

ج) معاونت رسانه و روایت

- کنترل پیام جهانی
- ارتباط با رسانه‌ها

د) معاونت دیپلماسی مردمی (Track 2)

- ارتباط با جامعه مدنی
- اندیشکده‌ها و دانشگاه‌ها

خروجی‌های وزارت سایه:

- بیانیه‌های رسمی

- Policy Papers
- Position Papers
- تحلیل‌های بحران

اصل کلیدی:

"هر پیام خارجی باید از یک منبع واحد و کنترل‌شده صادر شود".

مدل مذاکره حرفه‌ای با دولت‌ها:

(Advanced Government Negotiation Model)

هدف:

ورود به سطحی از تعامل که:

- قابل پیش‌بینی
- حرفه‌ای
- و مبتنی بر منافع باشد

لایه‌های مذاکره:

لایه 1: غیررسمی (Informal)

- اندیشکده‌ها
- مشاوران پارلمانی
- رسانه‌ها

هدف: ساخت اعتماد اولیه

لایه 2: نیمه رسمی (Semi-official)

- جلسات پارلمانی
- جلسات Policy Briefing

هدف: تثبیت جایگاه

لایه 3: رسمی (Official Interface)

- تماس با :
 - وزارت خارجه کشورها
 - کمیته‌های سیاست خارجی

هدف: ورود به چارچوب دیپلماتیک

اصول مذاکره:

1- منطق محور بودن (Not emotional)

- همیشه با data و policy باید حرف بزنیم.

2- بسته پیشنهادی (Package Approach)

هر مذاکره شامل:

- مشکل

- تحلیل
- راه حل

3- زبان مشترک:

- امنیت
- ثبات
- منافع مشترک

اشتباهات خطرناک:

- سیاسی کاری مستقیم
- درخواست های غیرواقعی
- عدم آمادگی اطلاعاتی

نقشه نفوذ در سازمان های بین المللی برای ارتباط گیری مؤثر:

(UN & International Institutions Influence Map)

هدف:

ایجاد مسیر نفوذ تدریجی در ساختارهای چندجانبه

نهادهای کلیدی:

1. سازمان ملل متحد

• United Nations

2. شورای حقوق بشر

• United Nations Human Rights Council

3. سازمان‌های حقوق بشری:

• Human Rights Watch

• Amnesty International

مسیر نفوذ:

مرحله 1) **Visibility**: قابل دیده شدن.

• گزارش

• بیانیه

• حضور در جلسات جانبی

مرحله 2) **Credibility**: قابل اعتماد شدن.

• ارائه داده مستند

• همکاری کارشناسی

مرحله 3) **Participation**: مشارکت.

• حضور در پنل‌ها

• ارائه تحلیل رسمی

مرحله 4) **Influence**: اثرگذاری.

- وارد شدن به draft گزارش‌ها
- اثر بر زبان اسناد رسمی

ابزارهای کلیدی:

- Shadow Reports
- Policy Submissions
- Side Events
- Expert Briefings

اصل طلایی:

"در سازمان‌های بین‌المللی، دیده شدن کافی نیست؛ باید در متن اسناد وارد شد."

ساختار بودجه و تأمین مالی پایدار:

(Sustainable Funding Model)

اصل کلیدی:

"بدون منابع پایدار، هیچ ساختار حرفه‌ای دوام نمی‌آورد"

منابع مالی (Funding Streams)

1- حامیان فردی (Individual Donors)

- ایرانیان خارج از کشور
- افراد با انگیزه سیاسی/مدنی

مدل:

- کمک‌های ماهانه (Subscription-based)
- کمک‌های پروژه‌ای

2- حامیان نهادی (Institutional Support)

- بنیادها
- سازمان‌های غیرانتفاعی
- پروژه‌های مشترک پژوهشی

3- پروژه‌های قابل حمایت

- گزارش‌های تحقیقاتی
- برنامه‌های رسانه‌ای
- نشست‌های بین‌المللی

ساختار مالی داخلی:

الف) واحد جذب منابع (Fundraising Unit)

- شناسایی حامیان
- طراحی پیشنهاد مالی (Proposal)

ب) واحد مدیریت مالی

- ثبت و کنترل هزینه‌ها
- شفافیت مالی

ج) واحد تخصیص منابع

- اولویت‌بندی پروژه‌ها
- تخصیص بودجه

مدل هزینه کرد:

- 40٪ عملیات (تحلیل، ارتباطات، رسانه)
- 30٪ توسعه (شبکه‌سازی، پروژه‌ها)
- 20٪ منابع انسانی
- 10٪ ذخیره اضطراری

اصل مهم:

- شفافیت داخلی
- گزارش‌دهی دوره‌ای
- جلوگیری از وابستگی به یک منبع

مدل امنیت اطلاعات و محرمانگی:

(Information Security Framework)

هدف:

حفظ:

- . اطلاعات حساس
- . ارتباطات
- . هویت افراد

طبقه‌بندی اطلاعات:

سطح 1: عمومی

- . قابل انتشار

سطح 2: داخلی

- . فقط برای اعضا

سطح 3: محرمانه

- . محدود به تیم خاص

سطح 4: بسیار محرمانه

- . فقط مدیر + افراد کلیدی

تهدیدها:

- . نفوذ اطلاعاتی
- . افشای ناخواسته

خطای انسانی

پروتکل‌های امنیتی:

1- ارتباطات:

- استفاده از ابزارهای امن
- عدم استفاده از کانال‌های عمومی برای اطلاعات حساس

2- دسترسی:

- اصل Need-to-Know
- هر فرد فقط به اطلاعات مرتبط دسترسی دارد

3- رفتار اعضا:

- عدم ارسال اطلاعات به خارج
- عدم ضبط جلسات بدون مجوز
- احتیاط در ارتباطات شخصی

4. مدیریت بحران امنیتی:

- شناسایی سریع نشت
- محدودسازی دسترسی
- اصلاح ساختار

اصل کلیدی:

"بزرگ‌ترین تهدید امنیتی، خطای داخلی است نه حمله خارجی."

جمع‌بندی نهایی طرح تأسیس دپارتمان "روابط خارجی و امور بین الملل".

الان ساختاری که طراحی شده شامل:

لایه عملیاتی:

- . دپارتمان
- . نقش‌ها
- . ارتباطات

لایه نفوذ:

- . لابی‌گری
- . رسانه
- . مذاکره

لایه نهادی:

- . وزارت سایه
- . سازمان‌های بین‌المللی

لایه پایداری:

- . تأمین مالی
- . امنیت
- . آموزش

مدل ائتلاف‌سازی با سایر گروه‌ها:

(Coalition Building Model)

هدف: جلوگیری از پراکندگی اپوزیسیون و افزایش قدرت چانه‌زنی

انواع ائتلاف:

1- ائتلاف حداقلی (Minimal Coalition)

- فقط روی چند اصل مشترک :
 - دموکراسی
 - حقوق بشر
 - انتخابات آزاد

2- ائتلاف عملیاتی (Operational Coalition)

- همکاری در پروژه‌ها :
 - بیانیه مشترک
 - نشست مشترک
 - کمپین رسانه‌ای

3- ائتلاف استراتژیک (Strategic Coalition)

- هم‌راستایی بلندمدت
- هماهنگی در سیاست خارجی

مراحل ائتلاف‌سازی:

مرحله 1: شناسایی

- گروه‌های همسو
- افراد کلیدی

مرحله 2: اعتمادسازی

- جلسات غیررسمی
- گفتگوهای محدود

مرحله 3: تعریف اصول مشترک

- بدون ورود به اختلافات عمیق

مرحله 4: اقدام مشترک

- پروژه‌های کوچک اما واقعی

خط قرمزها:

- حفظ هویت مستقل
- عدم وابستگی کامل
- شفافیت در اهداف

اصل کلیدی:

" ائتلاف موفق = حداقل اختلاف، حداکثر همکاری "

استراتژی ورود به سطح شناسایی از سوی نظام بین‌الملل:

(International Recognition Strategy)

هدف:

رسیدن به مرحله‌ای که:

- دپارتمان به عنوان یک "بازیگر فعال قابل تعامل" شناخته شود و
- نه صرفاً یک گروه سیاسی

سطوح به رسمیت شناخته شدن:

سطح 1: شناخت رسانه‌ای

- حضور در رسانه‌ها
- معرفی نام و هویت

سطح 2: شناخت کارشناسی

- ارجاع به تحلیل‌های ارزشمند.
- دعوت به نشست‌ها .

سطح 3: شناخت سیاسی

- برگزاری جلسات با :
 - نمایندگان پارلمان
 - مشاوران سیاست خارجی

سطح 4: شناخت نیمه رسمی

- تعامل با :
 - نهادهای دولتی
 - سازمان‌های بین‌المللی

ابزارهای رسیدن ب سطح به رسمیت شناخته شدن:

1- اعتبار محتوا

- تحلیل قوی
- داده دقیق

2- ثبات پیام

- عدم تغییر ناگهانی مواضع

3- حضور مستمر

- رسانه
- نشست‌ها
- ارتباطات

4- شبکه سازی

- ارتباط با افراد کلیدی
- ایجاد روابط بلندمدت

جمع‌بندی نهایی کل مسیر

الان مسیر کامل فعالیت دپارتمان به این شکل است:

مرحله ۱: ساختار

مرحله ۲: عملیات

مرحله ۳: نفوذ

مرحله ۴: نهادسازی

مرحله ۵: پایداری

مرحله ۶: شناخته‌شدن

تهیه کننده : ابراهیم روشندل

2 می 2026

(12 اردیبهشت 1405).

