

Analytical Model of Public Diplomacy of the Islamic Republic of Iran in the Islamic World

Fatemeh Atarod¹, Mehdi Motaharnia², Mohammad Torabi³

¹ Ph.D., Student, Department of Political Science, Qom Branch, Islamic Azad University; a member of the Political Studies Association, Qom, Iran. atarodfateme@yahoo.com

² Assistant Professor, Department of Political Science, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran (**Corresponding author**). dmmotaharnia@gmail.com

³ Assistant Professor, Department of Political Science, Qom Branch, Islamic Azad University, Qom, Iran. mtoraby1418@gmail.com

Abstract

This research aims to present the theoretical foundations and an analytical model of public diplomacy of the Islamic Republic of Iran for maximum presence in the Islamic world. The research method is descriptive-analytical, and the results show that the theoretical foundations of public diplomacy of the Islamic Republic of Iran are based on three principles: dignity, fraternity, and unity in the Islamic world. The analytical model of Iran's public diplomacy is based on the soft power framework, focusing on cultural aspects in three areas: the Persian language, the celebration of Nowruz, and artistic diplomacy. The values section includes supporting the oppressed and Muslims worldwide, supporting freedom-seeking movements, unity in the Islamic world, religious democracy, counterterrorism, opposition to the authoritarian regime, mediation between warring countries, and humanitarian actions. The policy section encompasses cultural diplomacy, media diplomacy, tourism diplomacy, public military diplomacy, citizen diplomacy, and sports diplomacy.

Keywords: Public Diplomacy, Islamic Republic of Iran, Islamic World, Soft Power.

Received: 2023-03-26 ; **Received in revised form:** 2023-04-16 ; **Accepted:** 2023-05-18 ; **Published online:** 2023-05-12

<https://doi.org/10.22034/sm.2023.545661.1806>

© the authors

<http://sm.psas.ir>

Article type: Research Article

Publisher: Political Studies Association of the Seminary



الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام

فاطمه عطار^۱، مهدی مطهرنیا^۲، محمد ترابی^۳

^۱ دانشجوی دکتری، گروه علوم سیاسی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی؛ و عضو انجمن مطالعات سیاسی حوزه، قم، ایران.
atarodfateme@yahoo.com

^۲ استادیار، گروه علوم سیاسی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران (نویسنده مسئول).
dmmotaharnia@gmail.com

^۳ استادیار، گروه علوم سیاسی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران.
mtoraby1418@gmail.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر ارائه مبانی نظری و الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برای حضور حداکثری در جهان اسلام است. روش پژوهش توصیفی-تحلیلی بوده و نتایج نشان داد که مبانی نظری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران بر مبنای سه اصل عزت، اخوت و وحدت در جهان اسلام می‌باشد و الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی ایران براساس چارچوب قدرت نرم، در بخش فرهنگ در سه مقوله زبان فارسی، عید نوروز و دیپلماسی هنر؛ در بخش ارزش‌ها در قالب حمایت از مظلومان و مسلمانان جهان، حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش، وحدت در جهان اسلام، مردم‌سالاری دینی، مقابله با تروریسم، مقابله با نظام سلطه، میانجی‌گری میان کشورهای متخاصم و اقدامات بشردوستانه، و در بخش سیاست‌ها در قالب دیپلماسی فرهنگ، دیپلماسی رسانه، دیپلماسی گردشگری، دیپلماسی عمومی نظامی، دیپلماسی شهروندی و دیپلماسی ورزش ارائه می‌شود.

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی عمومی، جمهوری اسلامی ایران، جهان اسلام، قدرت نرم.

استناد به این مقاله: عطار، فاطمه؛ مطهرنیا، مهدی؛ ترابی، محمد (۱۴۰۲). الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام.

سیاست متعالیه، ۱۱(۴۱): ص ۱۹۱-۲۱۲. 1806.2023.545661.sm.10.22034/doi/https

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۰۶؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۱/۲۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸؛ تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۲/۲۲

© the authors

http://sm.psas.ir

نوع مقاله: پژوهشی

ناشر: انجمن مطالعات سیاسی حوزه



۱. مقدمه

امروزه کشورهای مختلف، به ویژه قدرت‌های بزرگ جهان، علاوه بر کسب قدرت نظامی، اقتصادی و پیشرفت‌های فناوریانه، تلاش می‌کنند تا برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود، سرمایه‌گذاری‌هایی در حوزه دیپلماسی عمومی (قدرت نرم) انجام دهند. یکی از راهکارهای ارتباط‌محور برای نزدیک شدن به جهان اسلام، دیپلماسی عمومی است. ایران می‌تواند از دیپلماسی عمومی برای کاهش تنش و برقراری روابط با جهان اسلام استفاده کند. دیپلماسی عمومی در ایران، ظرفیت‌ها، ابزارها و دامنه گسترده‌ای دارد. با توجه به اینکه ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی به صورت نرم، پروژه صدور انقلاب را تحقق می‌بخشد و با توجه به ویژگی‌های دیپلماسی عمومی (فقدان هزینه و حساسیت‌های سیاسی)، بهترین روش برای پیشبرد سیاست‌های ایران در جهان اسلام، دیپلماسی عمومی خواهد بود. هدف پژوهش حاضر ارائه الگوی نظری و تحلیلی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برای حضور حداکثری در جهان اسلام است. برای نظام جمهوری اسلامی ایران که براساس سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، باید الهام‌بخش جهان اسلام باشد، توجه به دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام با اهمیت است.

مسئله اصلی در پژوهش حاضر این است که الگوی نظری و تحلیلی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام، براساس چه شاخصه‌هایی متجلی می‌شود؟ روش پژوهش توصیفی - تحلیلی بوده و معتقد است که مبانی نظری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران، بر مبنای سه اصل عزت، اخوت و وحدت در جهان اسلام بوده و الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی ایران براساس چارچوب قدرت نرم، در بخش فرهنگ در سه مقوله زبان فارسی، عید نوروز و دیپلماسی هنر؛ در بخش ارزش‌ها در قالب حمایت از مظلومان و مسلمانان جهان، حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش، وحدت در جهان اسلام، مردم‌سالاری دینی، مقابله با تروریسم، مقابله با نظام سلطه، میانجی‌گری میان کشورهای متخاصم و اقدامات بشردوستانه؛ و در بخش سیاست‌ها در قالب دیپلماسی فرهنگ، دیپلماسی رسانه، دیپلماسی گردشگری، دیپلماسی عمومی نظامی، دیپلماسی شهروندی و دیپلماسی ورزشی متجلی می‌شود.

۲. دیپلماسی عمومی و قدرت نرم

دیپلماسی عمومی اولین بار در سال ۱۹۶۵م. در آمریکا توسط الموند گولوبون^۱، به‌کار گرفته شد و عبارت

بود از ارتباطات معطوف به منافع ملی يك کشور، از طریق ارتباط با مردم، خارج از مرزهای جغرافیایی. با این تعریف، مسائلی از قبیل اعزام دانشجو به خارج، پذیرش بورس‌های تحصیلی، خبرنگاران اعزامی، فرایند ارتباط میان‌فرهنگی، برگزاری انواع جشنواره‌های هنری، همایش‌ها و سمینارهای فرهنگی و پخش برنامه‌های صوتی و تصویری و حتی ایجاد سایت‌های اینترنتی و غیره، در حوزه دیپلماسی عمومی می‌گنجد (واعظی، ۱۳۸۹: ص ۸۹).

دیپلماسی عمومی اقداماتی برای تعامل و ارتباط با دیگر ملل و اندیشه‌ها دانسته شده است که هدف آن استمرار روابط طولانی‌مدت فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست‌های نظام مورد نظر به جوامع دیگر است. در تعریف دیگری آمده است که دیپلماسی عمومی به عنوان عملیات روانی تلقی شده که در واقع ابزاری برای نفوذ در دیگران است که موجب تقویت نفوذ يك کشور در میان مردم کشور دیگر می‌شود. مسأله اصلی در سیاست خارجی هر کشوری این است که از چه طریقی می‌توان وجهه و تصویر يك کشور را در جهان بهبود بخشید. این امر مربوط به دیپلماسی عمومی است. البته باید توجه داشت که دیپلماسی عمومی نمی‌تواند در خدمت اهداف کوتاه‌مدت دستگاه سیاست خارجی باشد، بلکه در میان‌مدت یا بلندمدت می‌تواند به تأثیرگذاری بر محیط بین‌المللی بپردازد و نگرش‌ها و افکار عمومی خارجی را در مورد کشورش شکل دهد (همان، ۱۳۸۹: ص ۹۰).

هدف دیپلماسی عمومی آن است که وجوه ارتباطی و فنون اعتماد و کسب وجهه را برای بازیگران بین‌المللی افزایش دهد و با توجه به ارتباطی که با افکار عمومی در سطوح ملت‌ها و شهروندان پیدا می‌کند، اصلی‌ترین وظیفه‌اش وارد کردن عنصر اخلاق و اعتماد به دیپلماسی می‌باشد. دیپلماسی عمومی پیوند بسیار زیادی با هنجارها و ارزش‌ها دارد و مدام توسط شهروندان در حال ارزیابی و انتقاد می‌باشد. کشوری که بهتر بتواند با سازوکارهای عصر اطلاعات کنار بیاید و دیپلماسی خود را به لحاظ محتوایی و فیزیکی به نحوی سامان‌دهی کند که وجهه و اعتبار خوبی در افکار عمومی داشته باشد، از قدرت نرم و هوشمند جذب‌کننده استفاده کرده است و به کشوری تنفربرانگیز، دروغ‌گو، بی‌اعتبار و دارای قدرت منفی تبدیل نمی‌شود (ناصری، ۱۳۹۳: ص ۸).

جوزف نای^۱ به عنوان واضع اصطلاح قدرت نرم، کتاب مشهور خود «قدرت نرم: ابزارهای موفقیت در سیاست جهانی» را با عباراتی تأمل‌برانگیز آغاز می‌کند: بیش از چهار قرن پیش، نیکولو ماکیاوولی^۲ به

1. Joseph Nye
2. Niccolo Machiavelli

شاهزادگان ایتالیایی اینگونه گفت: «اینکه مردم از شما بترسند، مهم‌تر است از اینکه شما را دوست داشته باشند»، اما در دنیای امروز بهتر است که به هر دو مورد توجه کنیم. غلبه یافتن بر قلب‌ها و افکار همواره مهم بوده، اما اهمیت آن در عصر اطلاعات دوچندان شده است (نای، ۱۳۸۷: ص ۳۷). این عبارت حاکی از شرایط متحول جهانی در دوران پساوستفالی^۱ است که دیگر نگاه تک‌بعدی به قدرت را برنمی‌تابد و بررسی عناصر نرم‌افزاری قدرت را به موازات عناصر سخت‌افزاری آن ضروری می‌سازد؛ لذا طی سال‌های اخیر، تعریف واقع‌گرایانه از قدرت با محوریت زور و سرکوب مورد انتقادات جدی قرار گرفته است (Bially Mattern, 2007: p. 101؛ به نقل از: سعیدی، ۱۳۹۳: ص ۸۹).

قدرت نرم را جوزف نای اینگونه تعریف می‌کند: «قدرت نرم، توانایی تحت تأثیر قرار دادن دیگران به منظور کسب نتایج مورد نظر از طریق جذب و نه از طریق زور یا پرداخت هزینه است» (بشیر، ۱۳۹۴: ص ۱۹). قدرت نرم یکی از منابع نفوذ به‌شمار رفته، و به معنای توانایی اغوا و جذب است. قدرت نرم از لحاظ علم رفتاری، قدرت جذبه است. وی می‌نویسد: قدرت نرم هر کشوری اساساً متکی بر سه منبع است: فرهنگ آن کشور (در صورتی که برای دیگران جذاب باشد)؛ ارزش‌های سیاسی آن (وقتی در داخل و خارج از کشور، مطابق با انتظارات مورد نظر باشد) و سیاست‌های خارجی (در صورتی که قانونی بوده و دارای اقتدار اخلاقی باشد) (بشیر، ۱۳۹۴: ص ۲۴). به عبارت دیگر، نای منابع قدرت نرم را به سه دسته تقسیم می‌کند: فرهنگ ارزش‌های بنیادین و سیاست‌ها (Nye, 2004: p. 11-15).

علت انتخاب چارچوب نظریه قدرت نرم برای الگوی دیپلماسی عمومی این است که یکی از مهم‌ترین نظریاتی که می‌توان آن را پایه نظری دیپلماسی عمومی دانست، اصطلاح قدرت نرم است. دیپلماسی عمومی، ابزار قدرت نرم است که دولت‌ها از آن برای بسیج منابع برای ایجاد ارتباط و جذب توده سایر کشورها استفاده می‌کنند. بنابراین، می‌توان گفت «تأثیرگذاری دیپلماسی عمومی به شکل‌گیری قدرت نرم می‌انجامد. به عبارت دیگر، اگر دیپلماسی عمومی از طریق برنامه‌های رادیو و تلویزیون و مبادلات فرهنگی و... بتواند در میان ملل جهان جذابیت ایجاد کند، می‌تواند در شکل‌گیری قدرت نرم در درون کشور مبدأ بسیار مؤثر باشد» (واعظی، ۱۳۸۹: ص ۸۵).

لذا پژوهش حاضر در تلاش است تا بر طبق منابع قدرت نرم، یک الگوی تحلیلی برای دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام ارائه دهد.

۳. مبانی نظری دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام

«جهان اسلام شامل ۵۷ کشور مسلمان است که به لحاظ راهبردی، از سوی غرب با جهان مسیحیت (سکولار و لائیک) مواجه بوده و از سوی شرق با بودیسم و هندوئیسم روبه‌رو است». این کشورها در سه قاره آفریقا، آسیا و اروپا و در چند منطقه پرجمعیت و برخوردار از غنای تاریخی، اقتصادی و تمدنی قرار دارند (صفوی، ۱۳۸۸: ص ۱۱). ایران به دلیل واقع شدن در منطقه خاورمیانه، از معضلات و نابسامانی‌های بسیاری در منطقه رنج می‌برد. تعارض اسلام شیعی ایرانی با اسلام وهابی سعودی و سیطره صهیونیسم و حضور امریکا، مسائل و مشکلاتی را برای سیاست خارجی رقم می‌زند. مخالفت‌ها با ایران در حوزه دیپلماسی عمومی، حداقلی است و هزینه و حساسیت کمتری برای ایران در منطقه ایجاد می‌کند. بدیهی است که ایران با ایده صدور انقلاب، حساسیت کشورهای مسلمان را برانگیخته است. یک دهه بعد از انقلاب ایران، از درون اتحاد جماهیر شوروی، تعدادی از کشورهای مسلمان، به استقلال رسیدند. از سوی دیگر، بیداری اسلامی در شمال آفریقا و خاورمیانه در دو دهه اخیر، مزید بر علت شد تا حاکمان مسلمان از جانب ایران احساس خطر نمایند.

ایران دارای اشتراکات فراوانی با برخی کشورهای مسلمان است، اما در روابط سیاسی و فرهنگی با این کشورها دارای چالش‌های بسیاری است. نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تمایز نظام‌های سیاسی و سوءظن حاکمان کشورهای مسلمان درباره ایران، عامل ایجاد چالش‌های فرهنگی و سیاسی برای ایران بوده است. علل سوءظن برخی از حاکمان مسلمان نسبت به ایران عبارت است از: ترس از شکل‌گیری هلال شیعی و سوءظن به شیعیان داخلی، ناسیونالیسم عربی و ایران‌هراسی، بیداری اسلامی در جهان عرب، برنامه هسته‌ای ایران، صدور انقلاب، صلح خاورمیانه و آینده سیاسی فلسطین، نقش ایران در عراق، حزب‌الله لبنان، نقش ایران در سوریه و یمن، حمایت قطر از جنبش‌های اسلام‌گرا در مقابل عربستان و امارات و در آخر، عضویت ایران در سازمان شانگ‌های.

مهم‌ترین راهکار ایران، نزدیکی بیش از پیش به کشورهای مسلمان است که این امر باید از طریق اعتمادسازی صورت گیرد. افزایش اعتمادسازی به کاهش تعارضات هویتی و ایدئولوژیکی دو طرف می‌انجامد. ایران می‌تواند از طریق ابزارهای دیپلماسی عمومی، تصویر مثبتی از خود به کشورهای اسلامی نشان دهد.

نوشتار حاضر معتقد است که مبانی نظری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام عبارتند از سه اصل عزت، وحدت و اخوت، که در ادامه به آن اشاره می‌شود.

۳-۱. عزت

پژوهش حاضر معتقد است که یکی از مبانی نظری دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام، اصل عزت است. این اصل، ریشه در آیه عزت دارد. مطابق با آیه ۸ سوره منافقون «و لله العزه و لرسوله و للمؤمنین ولكن المنافقین لا یعلمون»، «و حال آنکه عزت ویژه خدا و رسول و اهل ایمان است، ولی منافقان از این معنی آگاه نیستند». همچنین عزت مسلمانان در سوره نساء به شکل قاعده «نفی سبیل» آمده است. طبق این قاعده عزتمندان، سلطه غیر مسلمانان بر مسلمانان نفی می‌شود. در آیه نفی سبیل آمده است: «لن يجعل الله للكافرين على المؤمنين سبيلا»، «خداوند هرگز بر (زیان) مومنان، برای کافران راه (تسلطی) قرار نداده است (نساء: ۱۴۱). طبق این آیه شریفه، در قرآن هیچ حکمی وجود ندارد که اجازه دهد کافران بر مسلمانان سلطه یابند.

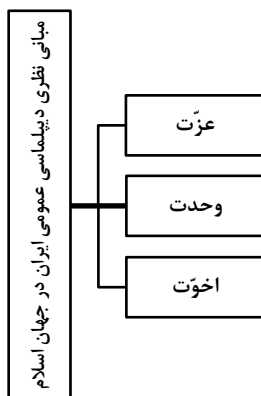
۳-۲. وحدت

یکی از موثرترین گام‌هایی که می‌بایست در راستای چشم‌انداز جهان اسلام برداشته شود، ایجاد وحدت در میان امت اسلامی است. یاری طلبیدن از دیپلماسی عمومی می‌تواند در ایجاد وحدت و همگرایی در امت اسلامی موثر واقع شود و به حل معضلات جهان اسلام یاری رساند. خداوند در سوره آل عمران می‌فرماید: «همگی به ریسمان خدا (قرآن و اسلام و هرگونه وسیله وحدت) چنگ بزنید و پراکنده نشوید و نعمت بزرگ خدا را بر خود به یاد آرید که چگونه دشمن یکدیگر بودید و او میان دل‌های شما، الفت ایجاد کرد و به برکت نعمت او، برادر شدید» (آل عمران: ۱۰۳). این آیه همه مسلمانان را به صورت یک حکم عمومی به وحدت دعوت می‌کند. شرایط امروز جهان اسلام و گوناگونی اندیشه‌های سیاسی مسلمین اقتضاء می‌کند که باید از درگیری و چالش‌های سیاسی - مذهبی در بین گروه‌های اسلامی فروکاهید و تفکر مکتب اهل البیت (ع) را گسترش داد. دیپلماسی عمومی، تلاشی سیاسی است که یک جامعه برای پیشرفت ارتباطی خود با سایر جوامع همگن فرهنگی می‌تواند انجام دهد (حسینی جلی، ۱۳۹۷: ص ۱۷۰).

۳-۳. اخوت

با توجه به اینکه مفهوم «اخوت»، پایه اصلی جامعه‌شناسی دینی است و پیامبر با اصل «اخوت» جامعه مدنی را شکل داد و ساخت؛ لذا پژوهش حاضر از مفهوم «اخوت» به عنوان مبنای نظری دیپلماسی عمومی بهره می‌گیرد. ژرف‌ترین و استوارترین پیوندها، پیوند برادری ایمانی است. قرآن کریم در یک فراخوان عمومی، مسلمانان و مومنان را به صلح و سلم فرامی‌خواند (بقره: ۲۸۶) و پیروان مکتب الهی را به «دارالاسلام» دعوت می‌کند (یونس: ۲۵؛ فقیهی مقدس و همکاران، ۱۳۹۳: ص ۱۱). حکم الهی «انما المؤمنون اخوه» بر وحدت

و یگانگی عمومی امت اسلام تأکید عملی دارد (شیخ مفید، ۱۴۱۳ق: ص ۱۸۷، در: فقیهی مقدس و همکاران، ۱۳۹۳: ص ۱۶). در نگاه امام خمینی، اخوت علاوه بر حکم اخلاقی، یک حکم اجتماعی و سیاسی است. ایشان می‌فرمود: قضیه شیعه و سنی اصلاً در کار نیست؛ ما همه با هم برادریم» (امام خمینی، ۱۳۷۸: ج ۶، ص ۱۳۰، به نقل از: سرپرست سادات و صالحی حاجی آبادی، ۱۳۹۶: ص ۸۶).



نمودار ۱- مبانی نظری دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام

۴. الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام

اشاره شد که نای، منابع قدرت نرم را به سه دسته تقسیم می‌کند: فرهنگ، ارزش‌های بنیادین و سیاست‌ها (Nye, 2004: p. 11-15). نوشتار حاضر در تلاش است تا بر طبق منابع قدرت نرم، یک الگوی تحلیلی برای دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام ارائه دهد. این الگو نشان می‌دهد که پیوند محکم و ارتباط معناداری میان منابع قدرت نرم، مبانی نظری و شاخه‌های دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام وجود دارد.

۴-۱. فرهنگ

یکی از منابع مولد قدرت نرم، فرهنگ است. کشور ایران صاحب یکی از کهن‌ترین فرهنگ‌ها و تمدن‌های جهان با قدمتی هزار ساله است. کشورهای منطقه، زمانی متعلق به حوزه تمدنی ایران (دوران هخامنشیان) بودند. در مقابل، ایران نیز در زمانی، متعلق به حوزه تمدنی اسلام (قرون اول تا ششم هجری) بود. در دوران صفویه نیز ایران به عنوان یک کشور قدرتمند و مستقل، تمدنی عظیم را پی‌ریزی کرد. امروز نیز ایران، در پی تحقق آرمان تمدن اسلامی می‌باشد. ایران از پیشینه فرهنگی و تمدنی ارزش‌مندی برخوردار است که می‌تواند

بستر، مبانی و مواد لازم مادی و معنایی را برای يك دیپلماسی عمومی فراهم آورد. نوشتار حاضر، ظرفیت‌های فرهنگی ایران در جهان اسلام، برای تولید قدرت نرم را اینگونه به تصویر می‌کشد.

۴-۱-۱. زبان فارسی

زبان فارسی یکی از ظرفیت‌های فرهنگی است. از آنجا که یکی از مهم‌ترین راه‌های گفت‌وگو، جذب و اقتناع دیگران (به‌مثابه اساس دیپلماسی عمومی)، بهره‌گیری از زبان مشترک است، زبان فارسی فرصت‌های فراوانی را پیش روی ایران می‌گذارد. به دلیل وجود مرزهای وسیع حوزه تمدن ایرانی-اسلامی که شامل کشورهای آسیایی تا شمال آفریقا می‌شود، پتانسیل و ظرفیت مناسبی برای گسترش زبان فارسی در منطقه وجود دارد. «زبان فارسی به عنوان یکی از ارکان اصلی هویت ایرانی، با برخورداری از واژگان عربی، یونانی، ترکی، کردی، بلوچی، ترکمن، مغولی، هندی، روسی و... - که رد پای اقوام و فرهنگ‌های مختلف را در خود جای داده - دارای جایگاهی فراتر از فلات ایران است» (ملک‌زاده، ۱۳۹۴: ص ۱۳۷).

امروزه زبان فارسی در سه کشور ایران، افغانستان و تاجیکستان، زبان رسمی محسوب می‌شود، اما در برخی کشورها مانند عراق، ترکیه، پاکستان و ازبکستان نیز گروه‌هایی از فارسی‌زبانان حضور دارند. گسترش زبان، به بسط فرهنگ کمک شایانی می‌نماید و سبب نفوذ سیاسی بر سایر کشورها می‌شود. به دلیل وجود مرزهای وسیع حوزه تمدن ایرانی-اسلامی که شامل کشورهای عربی تا شمال آفریقا می‌شود، پتانسیل و ظرفیت مناسبی برای گسترش زبان فارسی در منطقه وجود دارد.^۱

در حال حاضر چند کشور هستند که زبان فارسی به عنوان زبان دوم در مدارس آن‌ها تدریس می‌شود، از جمله آن‌ها گرجستان، ارمنستان، لبنان، قرقیزستان و آذربایجان هستند. در بقیه کشورها تلاش می‌شود که زبان فارسی به عنوان زبان دوم در مدارس آن‌ها گنجانده شود. در ۶۰ کشور توسط نمایندگان بنیاد سعدی که همان رایزنان فرهنگی هستند، در طول هفته، کلاس‌هایی برای این افراد که عموماً علاقمند به یادگیری زبان فارسی هستند، تشکیل می‌شود (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۵).

۱. رهبر ایران، آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار با اساتید دانشگاه‌ها در مرداد ۱۳۹۲، استفاده از پیشرفت علمی برای گسترش و نفوذ زبان فارسی را مورد تأکید قرار داده و اشاره فرمودند که باید گسترش و نفوذ فرهنگی زبان فارسی در سطح جهان توسعه روزافزون یابد و باید کاری کرد که در آینده، آن کسانی که از پیشرفت‌های علمی ایران استفاده می‌کنند، ناچار شوند زبان فارسی را یاد بگیرند.

۴-۱-۲. آئین نوروز

از آئین نوروز به عنوان نماد وحدت، صلح، دوستی و احترام متقابل می‌توان به عنوان یکی از ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی در جهان اسلام بهره برد. سنت‌های تاریخی ایرانیان مظهري از قدرت نرم ایران محسوب می‌شود. در سه دهه اخیر، عید نوروز در ایران، رنگ و بوی دینی پیدا کرده است و پیام‌های هوشمندانه مقام معظم رهبری در لحظه آغاز سال نو بر نشاط، انگیزه و هدفمندی ایرانیان می‌افزاید. سازمان ملل متحد، عید نوروز را به عنوان فرهنگ صلح در جهان به رسمیت شناخت.

۴-۱-۳. دیپلماسی هنر

دیپلماسی هنر، ذیل فرهنگ تلقی می‌شود. دیپلماسی هنرها تجربه‌های بی‌همتا و به یادماندنی را فراروی مخاطبان قرار می‌دهد. هنر جلوه‌های نیرومندی را ایجاد می‌کند که در اغلب مواقع برای همیشه در یاد می‌مانند (اسنو و تیلور، ۱۳۹۰: ص ۱۶۶). پس از ظرفیت‌یابی در حوزه هنر، مشخص شد که ایران در دیپلماسی هنر^۱ دارای ۱۰ ظرفیت است. این ۱۰ ظرفیت عبارتند از: شعر و ادبیات، آشپزی، سوغاتی، صنایع دستی، معماری، مینیاتور، تذهیب، خوشنویسی، موسیقی سنتی و رقص محلی. یکی از ویژگی‌های مهم هنر ایرانی، منحصر به فرد بودن آن است، یعنی شبیه هیچ هنر دیگری نیست و به نوعی منعکس‌کننده تمدن ایرانی-اسلامی است. در کشور ایران که از فرهنگ غنی و هنرمندان چیره‌دست در حوزه‌های مختلف هنری برخوردار بوده و هست، عنایتی به دیپلماسی هنر نمی‌شود.

بررسی ظرفیت‌های دیپلماسی هنر، به پژوهش مستقلی نیاز دارد، لذا، در ادامه تنها اشاره‌ای به برخی از ظرفیت‌های دیپلماسی هنر ایرانی در جهان اسلام می‌شود. به عنوان نمونه، اشعار و آثار ادبی، ترکیبی از ارزش‌های انسانی، اخلاقی و اسلامی هستند و معمولاً با بهره‌گیری کامل از آیات و روایات خلق شده‌اند. لذا، اشعار و آثار ادبی ایرانیان می‌تواند در جذب مردمان سایر کشورها مؤثر باشد. «به عنوان مثال، مثنوی معنوی مولوی در میان پرفروش‌ترین کتاب‌های سال آمریکا، نشان‌دهنده زمینه‌ای ارزشمند و بستری گرانمایه برای نشان دادن ارزش‌های فرهنگی ایران‌زمین و ارزش‌های والای اسلامی و انسانی در جهان است» (یزدان‌فام، ۱۳۹۳: ص ۱۰۸).

۱. جان براون در آمریکا، دیپلماسی هنر را ابزار سیاست خارجی می‌داند. وی یکی از جنبه‌های مغفول مانده دیپلماسی فرهنگی آمریکا را، فقر کیفی و کمی بُعد هنری دیپلماسی عمومی می‌داند (اسنو و تیلور، ۱۳۹۰: ص ۱۶۱).

شعر ایران که بیشترین منعکس‌کننده بینش و نگرش جامعه ایرانی می‌باشد، مشحون از آرزوها و آمالی است که همگی در پی جهانی ایده‌آل و آرمانی هستند؛ جهانی که در آن انصاف، عدل، تساوی، برادری و برابری و معنویت، شاخصه‌های اصلی هستند. لذا، شعر فارسی را در حوزه تمدنی ایران و حتی فراتر از آن، منبعی غنی برای قدرت نرم و دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران به‌شمار می‌آوریم (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: ص ۲۰).

همچنین، درباره آشپزی به عنوان یکی دیگر از ظرفیت‌های دیپلماسی هنر باید گفت، «گسترش مفهوم آشپزی و فرهنگ و نظام تغذیه در حوزه‌های جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی سبب شد اصطلاح تازه‌ای به نام «زبان غذا» پدید آید. ویژگی‌های معنایی زبان غذا به طور نمادین ساختار فرهنگی و انگاره‌های دینی - آیینی هر جامعه‌ای را بازگو می‌کند» (ابراهیمی، ۱۳۸۳: ص ۱۸۰).

به شمار کشورهای جهان، شیوه‌های آشپزی وجود دارد، اما اگر این شیوه‌ها را از روی شباهت‌ها و تفاوت‌های آن‌ها دسته‌بندی کنیم، در نهایت، به سه شیوه آشپزی ایرانی، چینی و رومی متمایز می‌رسیم که قابل تحویل به یکدیگر نیستند و به تعبیری، مکتب‌های مادر شمرده می‌شوند. آشپزی ایرانی، به عنوان یکی از وجوه مهم فرهنگ خاورمیانه، در واقع مکتب مادری است که دو شاخه مهم آشپزی جهان امروز، آشپزی هندی از یک طرف و آشپزی ترکی و عربی از طرف دیگر، از تنه اصلی آن روییده‌اند (دریابندری، ۱۳۸۴: ج ۱، ص ۶۷). امروزه کشور چین از آشپزی به عنوان ظرفیتی برای دیپلماسی عمومی استفاده می‌کند.

۴-۲. ارزش‌ها

ارزش‌هایی که به عنوان منبع تولید قدرت نرم ایران در جهان اسلام قابل توجه هستند، عبارتند از: حمایت از مظلومان و مستضعفان، حمایت از مسلمانان جهان، حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش، مقابله با تروریسم، مردم‌سالاری دینی، مدافع وحدت در جهان اسلام، اقدامات بشردوستانه، میانجی‌گری میان کشورهای متخاصم و مقابله با نظام سلطه. ارزش‌های فوق‌الذکر وقتی اجرایی شوند و قدرت نرم تولید کنند؛ آنگاه می‌توانند در دیپلماسی عمومی، تصویر و وجهه مثبتی از جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام به نمایش بگذارند.

۴-۳. سیاست خارجی

جوزف نای، دیپلماسی عمومی را بخشی از سیاست خارجی می‌داند. سیاست خارجی نیز به زعم نای، می‌تواند منبع تولید قدرت نرم باشد. در این بخش دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام را به شش بخش تقسیم می‌کنیم، که عبارتند از: دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی رسانه، دیپلماسی گردشگری، دیپلماسی عمومی

نظامی، دیپلماسی شهروندی و دیپلماسی ورزش.

۴-۳-۱. دیپلماسی فرهنگی

فروپاشی نظام دوقطبی، اهمیت تفاوت‌های فرهنگی را که قبلاً در دوران جنگ سرد، تحت الشعاع رقابت دو ابرقدرت قرار گرفته بود، روشن کرد. دیپلماسی فرهنگی مؤثر نیازمند کوششی درازمدت برای فتح قلوب و اذهان مردمان منطقی در هر جای دنیا است (کشاوری شگری، ۱۳۹۲: ص ۳۲۶). پژوهش حاضر معتقد است که ظرفیت‌های ایران در بخش فرهنگ شامل سه ظرفیت می‌باشد که عبارتند از: دستاوردهای علمی، راهبرد آموزشی، طب سنتی.

۴-۳-۱-۱. دستاوردهای علمی: دستاوردهای علمی به عنوان ظرفیتی برای دیپلماسی عمومی برای نشان دادن چهره مطلوب علمی از ایران به جهان اسلام، اهمیت بسیاری دارد. در گذشته، قدرت نظامی موجب برتری کشورها بود، سپس قدرت اقتصادی جایگزین قدرت نظامی گردید. اما امروزه، برتری در حوزه علم و فناوری، نشانه اقتدار محسوب می‌شود. «در آخرین گزارش پایگاه بین‌المللی استنادی علوم جهان اسلام، ایران در سال ۲۰۲۰م. با یک درجه ارتقاء، از نظر کمی در جایگاه ۱۵ تولید علم در دنیا قرار گرفت». همچنین در سال ۲۰۲۱م. «ایران رتبه ۷۱ جهان را در بخش فناوری به خود اختصاص داده است» (خبرگزاری کار ایران، ۱۴۰۰). نگاهی به کارنامه چهل ساله ایران در حوزه علم و فناوری نشان می‌دهد که ایران جایگاه بالایی در میان کشورهای جهان اسلام اخذ کرده است؛ این امر می‌تواند تصویر ایران در جهان اسلام را بهبود بخشد.

۴-۳-۱-۲. راهبرد آموزشی: راهبرد آموزشی نیز که «دیپلماسی فرهنگی» نیز خوانده می‌شود، به برقراری توسعه و پیگیری روابط با نخبگان کشورهای خارجی از طریق فرهنگ، هنر و آموزش مرتبط است؛ فرایندی مؤثر که در آن فرهنگ یک ملت - از طریق تبادل دانش، ایده، اطلاعات، هنر و... - به منظور تقویت تفاهم متقابل به جهان بیرون عرضه می‌شود (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: ص ۱۴). یکی از رایج‌ترین شیوه‌ها در راهبرد آموزشی و فرهنگی، تبادل استاد و دانشجو است که کشورها تلاش می‌کنند با ارتقای امکانات و سطوح آموزشی و جبهه بهتری در بین کشورها از جهت جذب دانشجو ایجاد کنند (فاطمی صدر، ۱۳۹۳: ص ۷۵).

جامعه المصطفی یک نهاد علمی، و حوزوی بین‌المللی است که تلاش می‌کند ضمن تربیت علاقمندان به معارف اسلامی، ایجادکننده خیزشی جدید در نظریه‌های اسلامی در جهان اسلام باشد. جامعه المصطفی شعباتی در ایران و در بیش از ۶۰ کشور جهان دارد. دانشگاه بین‌المللی امام خمینی قزوین نیز می‌کوشد به تربیت متخصصان متعهد برای خودکفایی علمی کشورهای اسلامی بپردازد و به موازات نشر علوم، فنون و ترویج معارف اسلامی در سطح بین‌المللی، زمینه‌های لازم را برای توسعه تحقیقات در ایران و انتقال آن به

کشورهای اسلامی فراهم سازد. همچنین قابل ذکر است که دانشگاه اهل‌بیت، وابسته به مجمع جهانی اهل‌بیت، به منظور آموزش دانشجویان غیرایرانی پیرو اهل‌بیت در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری، با أخذ موافقت از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، رسماً در سال ۱۳۸۰ فعالیت خود را آغاز کرد (سعیدی، ۱۳۹۳: ص ۱۵۰).

۴-۳-۱-۳. طب سنتی: درباره طب سنتی به عنوان نماد دانش و حکمت در ایران، به عنوان یکی دیگر از ظرفیت‌های فرهنگی باید اذعان کرد که طب سنتی ایران، میراث گرانقدر به جای مانده از تلاش حکیمانه، تحقیقات عالمانه و تجارب ارزشمند هزاران دانشمند و حکیم دوران‌های گذشته به ویژه دوران ۱۴۰۰ ساله تمدن اسلامی است که نه تنها در دوران‌های گذشته، بلکه برای دنیای امروز و فردا نیز در این دریای پهناور، گوهرهای درخشان و ناسفته فراوانی وجود دارد.^۱ ریشه‌های مکتب طب سنتی ایران به بیش از ۳۰۰۰ سال قبل می‌رسد. ستارگان طب سنتی ایران مانند ابن سینا، رازی، علی بن عباس اهوازی، ابن ابی‌الصادق نیشابوری، سید اسماعیل جرجانی و عمادالدین محمود شیرازی، حدود هشت قرن هدایت دانشگاه‌های طب در غرب و شرق را بر عهده داشتند. طب سنتی ایران به عنوان یکی از ظرفیت‌های دیپلماسی فرهنگی باید در جهان اسلام مطرح شود.

۴-۳-۲. دیپلماسی رسانه

ایران باید تلاش کند از طریق دیپلماسی رسانه، سنت‌ها، ارزش‌ها و ایده‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی خود را به الگوها و ارزش‌های مردم جهان اسلام نزدیک کند. در این نوع دیپلماسی باید حرکتی آرام، پراکنده و مداوم در جهت سازگار نشان دادن ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی ایران با فرهنگ کشورهای مسلمان مدنظر باشد، نه مدیریت آن‌ها (کشاورز شکری، ۱۳۹۲: ص ۳۲۰).

قربان فرهنگی و مذهبی مردم و وجود اقوام و زبان‌های مشترک در بین مردم جهان اسلام، قربان تاریخی و زندگی مشترک مردم برخی مناطق جهان اسلام، تحت لوای حکومت‌ها و امپراتوری‌ها در دوران گذشته و مهاجرت‌های زیاد مردم این مناطق به کشورهای دیگر، اهمیت دیپلماسی عمومی را در جهان اسلام دوچندان کرده است. دیپلماسی رسانه‌ای در ایران باید با بخش مردمی و نخبگانی جهان اسلام تماس برقرار کند و در

۱. در اهمیت طب سنتی (طب شرقی) باید گفت که امروزه حداقل در ۴۰ کشور، پزشکان، مجوز استفاده از طب شرقی را دارند و حدود ۵۰ دانشکده طب شرقی در ایالات متحده امریکا تأسیس شده است. کشور چین نیز از طب سنتی به عنوان ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی بهره می‌برد.

تقویت تصویر ایران در جهان اسلام بکوشد. بخش دیپلماسی رسانه دارای پنج ظرفیت می‌باشد که عبارتند از: رادیو، تلویزیون، سینما، مطبوعات و اینترنت (دیپلماسی مجازی).

رادیوهای برون‌مرزی ایران عبارتند از: رادیو آذری، آلبانیایی، آلمانی، اسپانیایی، ارمنی، اردو، ملایو، انگلیسی، ایتالیایی، بوسنیایی، بنگلا، پشتو، ترکی استانبولی، چینی، فارسی دری، روسی، سواحلی، کردی، ژاپنی، عربی، عبری، فرانسوی، قزاقی، هندی، هوسا، ازبکی، تاجیکی، آشوری، ترکمنی، تالشی. معاونت برون‌مرزی ایران علاوه بر رادیوها، دارای شبکه‌های تلویزیونی می‌باشد که عبارتند از: شبکه جهانی جام‌جم (برای ایرانیان مقیم اروپا، امریکا، آسیا و اقیانوسیه)، شبکه سحر (۱) (به زبان ترکی آذربایجانی)، شبکه سحر (۲) (به زبان اردو و انگلیسی)، شبکه سحر (۳) (به زبان کردی)، شبکه سحر (۴) (به زبان فرانسوی و بوسنیایی)، شبکه العالم (شبکه خبری عربی)، شبکه الکوثر (شبکه معارف به زبان عربی)، پرس‌تی‌وی (شبکه خبر انگلیسی)، همسپان‌تی‌وی (شبکه اسپانیایی)، آی‌فیلم عربی (شبکه فیلم و سریال به زبان عربی)، آی‌فیلم انگلیسی (شبکه فیلم و سریال به زبان انگلیسی) و آی‌فیلم (۲) (شبکه فیلم و سریال به زبان فارسی دری).

مهم‌ترین گام ایران در جهان اسلام را باید راه‌اندازی شبکه تلویزیونی العالم در سال ۱۳۸۱ دانست. این اقدام هم‌زمان با تجاوز نیروهای امریکایی و انگلیسی به کشور عراق بود. العالم همچون پُل ارتباطی بین ایران و جهان اسلام عمل می‌کند. در حال که العالم رقیبان سرسختی همچون بی‌بی‌سی عربی، الجزیره و العربیه را در منطقه پیش روی خود دارد، برخی نظرسنجی‌ها از ارتقای جایگاه شبکه العالم در بین مخاطبان و افکار عمومی جهان عرب حکایت دارد (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: ص ۲۸). یکی دیگر از شبکه‌های تأثیرگذار در جهان اسلام از حیث فرهنگی، شبکه آی‌فیلم است که در شهریور ۱۳۸۹ راه‌اندازی شد که محصولات رسانه‌ای مانند فیلم و سریال ایرانی را به زبان عربی و انگلیسی و فارسی دری، در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد.

روزنامه‌ها در ایران علاوه بر زبان فارسی، به زبان انگلیسی و عربی نیز منتشر می‌شوند که از میان روزنامه‌های عربی‌زبان می‌توان به الوفاق اشاره کرد. ایران هنوز از رسانه مکتوب حرفه‌ای و بین‌المللی به عنوان ابزاری مؤثر در راستای دیپلماسی رسانه‌ای خود برخوردار نیست (ناصری، ۱۳۹۳: ص ۲۰).

سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی، نیز ابزار دیپلماسی عمومی هستند. نسل جوان در کشورهای مسلمان، عمده وقت خود را به یادگیری و سرگرمی در سایت‌های اینترنتی اختصاص می‌دهند. امروزه می‌توان از سایت‌های اینترنتی برای اثرگذاری بر ذهن شهروندان سایر کشورها استفاده کرد. مخاطب قرار دادن جوانان و ساخت برنامه‌های دلخواه آنان، ایجاد سایت‌های خبری، پژوهشی، و سرگرمی‌های مختلف می‌تواند جوانان

بسیاری را جذب این شبکه‌ها نماید. همچنین تبلیغ از طریق این سایت‌ها برای سفر به ایران، معرفی نقاط دیدنی و جاذبه‌های تفریحی که می‌توانند اوقات فراغت خود را در آن بگذرانند، باید مورد توجه قرار گیرد (کشاورز و شگری، ۱۳۹۲: ص ۳۳۷).

۴-۳-۳. دیپلماسی گردشگری

با توجه به اینکه ایران طبق آمار سازمان جهانی جهانگردی، دارای رتبه پنجم جاذبه‌های طبیعی و رتبه دهم جاذبه‌های باستانی و تاریخی است، و همچنین با توجه به جمعیت جوان رو به رشد، لزوم افزایش درآمد ارزی و سرمایه‌گذاری خارجی، عنایت بیش از پیش به این بخش می‌تواند زمینه رسیدن به اشتغال کامل، افزایش درآمد ارزی، معرفی تمدن و فرهنگ ایرانی به کشورهای جهان اسلام را فراهم کند (کشاورز و شگری، ۱۳۹۲: ص ۳۲۰).

پژوهش حاضر معتقد است ظرفیت‌های دیپلماسی گردشگری در ایران دارای پنج بُعد تاریخی، سیاحتی، زیارتی، خرید و درمانی می‌باشد. توریسم تاریخی به بازدید از آثار تاریخی و موزه‌های هنری، و توریسم سیاحتی، عمده وقت را به تفریح و صرف غذاهای خاص می‌پردازد؛ اما توریسم خرید، عمده وقت را صرف خرید می‌کند. ایران در بخش توریسم خرید، ظرفیت‌های بسیاری در بخش سوغاتی‌های خوراکی و صنایع دستی دارد. در توریسم درمانی نیز افراد برای درمان یا جراحی به کشور مقصد سفر می‌کنند. ارزان بودن درمان و پیشرفت‌های پزشکی در ایران، موجب تقویت توریسم درمانی در ایران می‌شود. هدف اصلی توریسم زیارتی، زیارت اماکن مقدس است. وجود اماکن مذهبی و زیارتی در برخی از کشورهای مسلمان، بستری مناسب برای تقویت دیپلماسی عمومی می‌باشد.

براساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده، و در چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، باید دو درصد از گردشگران بین‌المللی جذب ایران شوند. رقمی که از دیدگاه دبیرکل سازمان جهانی جهانگردی هر چند جاه‌طلبانه، اما شدنی است. طبق اعلام مقامات گردشگری کشور، سهم ایران هنوز از بازار گردشگری، پنج صدم درصد است. مهم‌ترین مشکلات مدیریتی ایران در گردشگری عبارتند از: مدیریت غیرتخصصی، ساختارهای فراقانونی قدرت در مدیریت گردشگری و مدیریت بدون بودجه و ناتوان (موسایی، ۱۳۸۳: ص ۲۳۹). همچنین تبلیغات منفی رسانه‌های خارجی علیه ایران، به صنعت توریسم در ایران آسیب بسیاری وارد کرده است. برای تقویت دیپلماسی گردشگری در کشورهای مسلمان، باید راهکارهایی در پیش گرفت که عبارتند از: معرفی اماکن سیاحتی، تاریخی و زیارتی، مراکز خرید و مراکز درمانی ایران به کشورهای مسلمان، معرفی سوغاتی‌ها، صنایع دستی و دیپلماسی غذا.

۴-۳-۴. دیپلماسی عمومی نظامی

نای معتقد است گاهی ارتش می‌تواند نقش مهمی را در تولید قدرت نرم ایفا کند. ارتش علاوه بر القای قدرتی که حاصل قابلیت‌های قدرت سخت آن است، از طریق تبادل طیف وسیعی از افسران، دوره‌های مشترک آموزشی و برنامه‌های همکاری با سایر کشورها در زمان صلح نیز می‌تواند به این مهم دست یابد. برنامه‌های آموزشی - نظامی بین‌المللی پنتاگون شامل دوره‌های آموزشی مردم‌سالاری و حقوق بشر، به علاوه آموزش‌های نظامی است (بشیر، ۱۳۹۴: ص ۴۲). دیپلماسی عمومی نظامی به آن دسته از فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که از سوی نیروهای نظامی و شبه نظامی یک کشور هم به طور مستقیم و هم غیرمستقیم برای تأثیرگذاری بر نگرش‌های مخاطبان نظامی و غیرنظامی صورت می‌گیرد تا از این طریق از اهداف سیاست خارجی کشور حمایت و حراست شود.

نیروهای نظامی از منابع قدرت سخت محسوب می‌شوند. اما همین منابع نظامی گاهی اوقات می‌توانند، قدرت نرم هم تولید کنند. دیکتاتورهایی نظیر هیتلر و استالین، افسانه‌ها و اسطوره‌هایی را از شکست‌ناپذیری ترویج می‌کردند تا دیگران را جذب خود کنند. یک نیروی نظامی که مدیریت خوب و قوی دارد، می‌تواند به عنوان منبعی از جذابیت به‌شمار آید. برای مثال همکاری‌های نظامی - نظامی و برنامه‌های آموزشی نظامی می‌تواند شبکه‌های بین‌المللی ایجاد نماید که قدرت نرم کشور را افزایش دهد. البته استفاده بد از منابع نظامی می‌تواند موجب از بین رفتن قدرت نرم شود. قدرت نرم می‌تواند همراه با نیات بد، ابزارهای بد و نتایج ناگوار مورد استفاده قرار بگیرد. در اصطلاحات رفتاری، «قدرت»، ارتباط تعریف شده است و در یک «ارتباط»، قدرت نرم بیشتر از قدرت سخت به نقش معلول وابسته است. در واقع جذابیت به آنچه در ذهن معلول اتفاق می‌افتد، بستگی دارد (یاسوشی و مک‌کانل، ۱۳۸۹: ص ۵۴).

پژوهش حاضر معتقد است که عملکرد نیروهای نظامی ایران در برخی از کشورهای جهان اسلام توانسته است قدرت نرم تولید کند. به عنوان نمونه سردار سلیمانی، با وجود اینکه یک ژنرال نظامی بود و متعلق به بخش قدرت سخت بود؛ اما در تولید قدرت نرم موفقیت بسیاری کسب نمود. وی به خوبی درک کرده بود که قدرت سخت به تنهایی ضامن موفقیت نخواهد بود؛ بلکه اعمالِ جاذبه و نفوذ، موفقیت را دوچندان می‌کند. نظامی بودنِ سردار سلیمانی و فعالیت وی در حوزه مقاومت باعث می‌شود از قدرت نرم و جاذبه وی در عرصه نظامی و دیپلماتیک غافل شویم.

سردار سلیمانی هم در جذب دولتمردان محور مقاومت، هم در جذب نظامیان محور مقاومت و هم در جذب مردم محور مقاومت به تولید قدرت نرم پرداخت و اعتماد آنان را جلب نمود. وی با نفوذ در قلوب و

اذهان، به شبکه‌سازی و تشکیل گروه‌های مردمی در محور مقاومت پرداخت. قدرت هم به معنای پیروزی نظامیان و هم به معنای پیروزی روایت شما است. سردار سلیمانی هم در حوزه قدرت سخت (نظامی‌گری) پیروز میدان بود و هم در حوزه قدرت نرم (روایت‌گری).

مبنای نظری دیپلماسی عمومی سردار سلیمانی در محور مقاومت، اعتقاد و التزام عملی به اصل اخوت و برادری ایمانی است. برآیند اصل برادری، شامل گسترش ارتباطات و بهبودی روابط، ایجاد اعتماد و انسجام، اخلاق حسنه، نشر ارزش‌ها و هنجارهای دینی و انسانی می‌باشد. در «اصل برادری و اخوت»، پتانسیل عظیمی برای تولید قدرت نرم نهفته است. دیپلماسی عمومی نظامی در مکتب سردار سلیمانی دارای چارچوب دینی است که موجب تسهیل روابط افراد در درون آن چارچوب می‌شود، به گونه‌ای که فقدان آن، هزینه‌های بیشتری را بر افراد تحمیل می‌کند. این چارچوب و مبنا، اصل برادری و اخوت است که دستاوردها و نتایج بسیاری را در جهان اسلام ایجاد می‌کند که موجب تولید قدرت نرم می‌گردد. اقدامات سردار سلیمانی و یارانش در محور مقاومت، نه صرفاً دفاع از مسلمانان اعم از شیعه و سنی، بلکه به عنوان دفاع از مسیحیان، دروزی‌ها، ایزدی‌ها، اسماعیلیان و انواع قومیت‌ها اعم از عرب، کرد، ارمنه، ترک و... انجام گرفت. اقداماتی که از اصل برادری ایمانی نیز فراتر رفت و برادری انسانی را مدنظر داشت. حفظ روابط دوستانه و برادرانه با مردم، نظامیان و دولتمردان حوزه مقاومت، مقوم دیپلماسی عمومی نظامی سردار سلیمانی بود.

۴-۳-۵. دیپلماسی شهروندی

دیپلماسی شهروندی مفهومی است که براساس آن، هر شهروند به طور فردی حق و مسئولیت دارد که «حتی فقط با یک بار دست دادن»، به شکل دهی روابط خارجی کشورش کمک کند. دیپلمات‌های شهروندی به عنوان سفرای غیررسمی در برنامه‌های مبادله در خارج از کشور مشارکت می‌کنند، و روابط شخص با شخص را ایجاد می‌نمایند؛ به عبارتی، شبکه‌ای از پیوندهای انسانی ایجاد می‌کنند که بعدها به عنوان بستر گفت‌وگوشوند و مذاکرات رسمی عمل می‌کنند. دیپلماسی شهروندی یکی از مؤلفه‌های بنیادی دیپلماسی عمومی به‌شمار می‌آید (اسنو و تیلور، ۱۳۹۰: ص ۲۸۰). رفع تعارضات نژادی، مذهبی و ایدئولوژیک در جهان اسلام، به دیپلماسی شهروندی نیاز دارد که مبنای آن را اخوت و برادری ایمانی می‌سازد. بهرامی در پژوهشی، دیپلماسی مردمی جمهوری اسلامی ایران را به معنای «حضور، مشارکت و نقش‌آفرینی مردم و تشکّل‌های مردمی، به عنوان کارگزار اصلی، در عرصه‌های مختلف بین‌المللی، در جهت تحقق اهداف انقلاب اسلامی ایران و گسترش اهداف بین‌المللی آن» می‌داند (بهرامی و شیخ حسینی، ۱۳۹۸: ص ۳۱۷).

دیپلماسی شهروندی را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: میزبان، مهمان و مجازی. دیپلماسی شهروندی

میزبان اشاره‌ای است به نقش شهروندان کشور میزبان، در تصویرسازی ملی در افکار عمومی شهروندان خارجی که وارد خاک دولت‌شان شده‌اند. دیپلماسی شهروندی مهمان، در نقطه مقابل دیپلماسی شهروندی میزبان است. دیپلماسی شهروندی مجازی هم تصویرسازی ملی که در نتیجه ارتباط شهروندان کشورهای مختلف در فضای مجازی ایجاد می‌شود را مدنظر قرار می‌دهد (شمس‌آبادی، ۱۳۹۷: ص ۱۰۶).

در پژوهشی، مطالعه و تحلیل شهروندان ایرانی که میزبان یا مهمان شهروندان خارجی دیگر هستند، نشان داد که دیپلماسی شهروندی میزبان ایران، موفق‌تر از دیپلماسی شهروندی مهمان بوده است. در مجموع دیپلماسی شهروندی مهمان ایران بیشتر نشانه‌هایی از ضعف دارد، تا قوت. این بدان معناست که بیشتر شهروندان ایرانی که به خارج از کشور سفر می‌کنند، همچون یک شهروندِ دیپلماتِ متعهد برای ساخت وجهه مثبت از کشور خود، اقدام نمی‌نمایند، و بر تصویر ذهنی شهروندان خارجی از ایران اثر منفی می‌گذارند. در خصوص دیپلماسی شهروندی مجازی هم هرچند حوزه‌ای مغفول برای دولت ایران است، اما اعمال شهروندان ایرانی در این حیطه، به چهره کشور در ذهن شهروندان خارجی ضربه وارد کرده است (همان: ص ۱۰۶).

دیپلماسی شهروندی به عنوان زیرمجموعه دیپلماسی عمومی، به روابط مردم با مردم می‌پردازد. به علت متون پُربار دینی که به اخلاق حسنه و ایجاد ارتباطات عمیق انسانی و عاطفی می‌پردازد، می‌توان یک الگوی اسلامی برای دیپلماسی شهروندی ارائه داد. در دیپلماسی شهروندی در جهان اسلام، باید به آموزه‌های اسلامی، به ویژه اصل اُخوتِ عنایت نمود. نگاه‌های قومیتی و مذهبی به سایر مسلمانان، باید در دیپلماسی شهروندی اصلاح شود. برتری‌های قومیتی و مذهبی به ایجاد شکاف‌هایی می‌انجامد که مُخَلّ دیپلماسی شهروندی در جهان اسلام می‌باشد. با گذشت چهار دهه از عمر جمهوری اسلامی ایران به‌مثابه کُشنگری فعال در عرصه نظام بین‌الملل که نگاه معنویت‌گرا و اخلاق‌مدار و متفاوت با گفتمان مسلط بر نظام بین‌الملل، به ویژه در امور سیاسی و فرهنگی دارد؛ ضرورت اتخاذ رویکردی جامع و بومی نسبت به مقوله دیپلماسی شهروندی مُلهم از متون اسلامی، برای تقویت دیپلماسی عمومی احساس می‌شود.

۴-۳-۶. دیپلماسی ورزشی

دیپلماسی ورزشی، یکی از سابقه‌دارترین مباحث مطرح در دیپلماسی کشورها می‌باشد. در صحنه‌های بین‌المللی ورزشی، دستگاه‌های متولی ورزش، به شدت تحت تأثیر سیاست‌های سیاست‌مداران قرار گرفته‌اند. کارشناسان معتقدند که تماس‌های ورزشی، زمانی می‌تواند مفید واقع شود که از تصمیم دو کشور برای تجدیدنظر در روابط آن‌ها، به‌کار برده شود. البته روابط ورزشی به تنهایی نمی‌تواند به حُسن روابط منتهی شود. ورزش نیز مانند برقراری روابط هنری، فرهنگی و اقتصادی در میان کشورها، فقط تا حدی زمینه‌ساز برقراری

برخی از مراودات بین کشورها است (رضایی، ۱۳۸۵).

در اینجا دو نکته حائز اهمیت است؛ نخست اینکه در جهان اسلام باید بیش از پیش به دیپلماسی ورزشی توجه نمود و ظرفیت‌های دیپلماسی ورزش را کشف کرد. دوم اینکه، باید سطح آگاهی ورزشکاران ایرانی در دیپلماسی ورزشی، ارتقاء یابد. یکی از ورزش‌هایی که می‌توان از آن به عنوان ظرفیتی انسانی برای نشان دادن چهره مطلوب ایرانیان به افکار عمومی جهان اسلام نشان داد، ورزش باستانی زورخانه می‌باشد. جایگاه زورخانه در پرورش شایسته‌ترین خصایص انسانی مانند جوانمردی، گذشت، ایثار، فداکاری، حس نوع‌دوستی و مبارزه با ظلم و جهل، رعایت اصول اخلاقی و فضایل انسانی و مبارزه با ظلم و جهل تثبیت گردید. آموزه‌های اخلاقی را در یکایک اعمال این ورزش باستانی می‌توان مشاهده نمود. احترام به پیشکسوت، رعایت اصول اخلاقی، رسیدگی به امور افرادی که نیاز به کمک دارند و تشویق ورزشکاران به ادب و نزاکت در کنار پرورش جسمی، از ویژگی‌های بارز این ورزش سنتی است که آن را نه تنها از سایر بازی‌های بومی و محلی ایران، بلکه از بازی‌های بومی و محلی دنیا متمایز می‌سازد. قدمت این ورزش به پیش از اسلام می‌رسد، ولی با رواج تصوف، ورزش‌های زورخانه‌ای با تصوف آمیخته شد. پس از ظهور اسلام، به دلیل انطباق موازین و معیارهای آن با تعالیم اسلامی، به تدریج از رونق بیشتری برخوردار شد و تا امروز مداومت داشته است (روحی، ۲۰۰۳).

فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های زورخانه‌ای در حال حاضر فعالیت خود را در پنج قاره جهان گسترش داده است و با اعزام مربیان و مرشدان به عنوان سفیران صلح و دوستی در جهان، و گسترش این ورزش، گام‌هایی برداشته است. ایران توانسته است ورزش زورخانه‌ای را در ۸۵ کشور توسعه دهد. اما در استراتژی‌های وزارت خارجه ایران، دیپلماسی ورزشی، به عنوان یک ابزار ارزشمند برای توسعه دیپلماسی عمومی مورد بی‌مهری واقع شده است. دیپلماسی ورزشی، از اهدافی شفاف، دارای برنامه و ساختار مناسب برخوردار نیست و از ظرفیت‌های ورزشی موجود در توسعه دیپلماسی عمومی استفاده لازم نمی‌شود (حسینی، ۱۳۸۸).

۵. نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر ارائه مبانی نظری و الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برای حضور حداکثری در جهان اسلام بود. برای نظام جمهوری اسلامی ایران که براساس سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، باید الهام‌بخش جهان اسلام باشد، توجه به دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام با اهمیت است. نوآوری پژوهش حاضر از این حیث بود که تاکنون مبانی نظری و الگوی تحلیلی برای دیپلماسی عمومی ایران در جهان اسلام در پژوهشی نظام‌مند ارائه نشده است. همچنین در حین تنظیم مبانی نظری و تحلیلی، تلاش شد

تا در حوزه دیپلماسی عمومی ایران، ظرفیت‌های تازه دیپلماسی عمومی کشف شود و به صورت منظم ارائه گردد. مسأله اصلی پژوهش حاضر این بود که الگوی نظری و تحلیلی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام، براساس چه شاخصه‌هایی متجلی می‌شود؟

پژوهش حاضر معتقد است که مبانی نظری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران بر مبنای سه اصل عزّت، اخوّت و وحدت در جهان اسلام بوده و الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی ایران براساس چارچوب قدرت نرم، در بخش فرهنگ در سه مقوله زبان فارسی، عید نوروز و دیپلماسی هنر است. همچنین در بخش ارزش‌ها، در قالب حمایت از مظلومان و مسلمانان جهان، حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش، وحدت در جهان اسلام، مردم‌سالاری دینی، مقابله با تروریسم، مقابله با نظام سلطه، میانجی‌گری میان کشورهای متخاصم و اقدامات بشردوستانه ظهور می‌یابد. در بخش سوم که بخش سیاست‌ها است، در قالب دیپلماسی فرهنگ، دیپلماسی رسانه، دیپلماسی گردشگری، دیپلماسی عمومی نظامی، دیپلماسی شهروندی و دیپلماسی ورزش ارائه می‌شود.

جدول ۱- الگوی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام

منابع تولید قدرت نرم		
(۱) فرهنگ	(۲) ارزش‌ها	(۳) سیاست‌ها
زبان فارسی	حمایت از مظلومان و مستضعفان	دیپلماسی فرهنگ
عید نوروز	حمایت از مسلمانان جهان	دیپلماسی رسانه
دیپلماسی هنر	حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش	دیپلماسی گردشگری
	مقابله با تروریسم	دیپلماسی عمومی نظامی
	مردم‌سالاری دینی	دیپلماسی عمومی شهروندی
	مدافع وحدت در جهان اسلام	دیپلماسی عمومی ورزش
	اقدامات بشردوستانه	
	میانجی‌گری میان کشورهای متخاصم	
	مقابله با نظام سلطه	

منابع

قرآن کریم.

ابراهیمی، معصومه (۱۳۸۳). نقد و بررسی کتاب فرهنگ‌های آشپزی خاورمیانه. *نامه انسان‌شناسی*، شماره ۶: صص ۱۷۷-۱۹۱.

اسنو، نانس؛ تیلور، فیلیپ ام. (۱۳۹۰). *کتاب مرجع دیپلماسی عمومی*. ترجمه روح‌الله طالبی آرانی. تهران: دانشگاه امام صادق(ع).

بشیر، حسن (۱۳۹۴). *دیپلماسی عمومی: سیاست‌ها و برنامه‌های جهانی*. تهران: دانشگاه امام صادق(ع).

بهرامی، محمد؛ شیخ حسینی، مختار (۱۳۹۸). چستی دیپلماسی مردمی در اندیشه امام خمینی و مقایسه آن با دیپلماسی عمومی و سنتی. *سیاست متعالیه*، ۷(۲۵): صص ۳۲۸-۳۰۹.

حسینی جبلی، میرصالح (۱۳۹۷). اقتضانات دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران از طریق ارتباط میان‌فرهنگی نسبت به مسلمین اندونزی. *سیاست متعالیه*، ۶(۲۲): صص ۱۸۸-۱۶۹.

حسینی، امیر (۱۳۹۸/۱۰/۱۳). ورزش و دیپلماسی عمومی. سایت تابناک. قابل دسترس در:

<http://www.blogfa.com>

خبرگزاری کار ایران (۱۴۰۰/۱۰/۷). *ایران رتبه ۷۱ فناوری و نوآوری جهان را دارد*. قابل دسترس در:

<https://www.ilna.news/fa/tiny/news>

خبرگزاری مهر (۱۳۹۵/۰۴/۲۸). *وضعیت گسترش زبان فارسی در جهان/ با توئیم و با تونه‌ایم*. قابل دسترس در:

<https://www.mehrnews.com/news>

خمینی، سید روح‌الله (۱۳۷۸). *صحیفه امام*. تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، ج ۶.

درخشه، جلال؛ غفاری، مصطفی (۱۳۹۰). *دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام (فرصت‌ها، اقدامات، اولویت‌ها و دستاوردها)*. *مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ۱۲(۱۶).

دریابندری، نجف (۱۳۸۴). *کتاب مستطاب آشپزی از سیر تا پیاز*. تهران: نشر کارنامه، ج ۱.

رضایی، مریم (۱۳۸۵/۰۲/۲۸). *دیپلماسی ورزشی*. همشهری.

روحي دهکردی، میترا (۱۳۸۱). جهانی شدن بازی‌های بومی و محلی. *ورزش و ارزش*، شماره ۱۶۹.

سرپرست سادات، ابراهیم؛ صالحی حاجی‌آبادی، ابراهیم (۱۳۹۶). سازوکار تحقق افق وحدت و اخوت در جهان اسلام و جایگاه آن در الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت. *سیاست متعالیه*، ۵(۱۹): صص ۹۴-۷۷.

سعیدی، روح‌الامین (۱۳۹۳). *دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران: مطالعه موردی لبنان*. تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.

شمس‌آبادی، علی (۱۳۹۷). بررسی مقایسه‌ای دیپلماسی شهروندی آمریکا و ایران. *سیاست*، شماره ۱۸: صص ۱۰۸-۹۱.

صافی، یحیی (۱۳۸۸). جغرافیای سیاسی جهان اسلام (قسمت پنجم: عوامل توانمندساز برای دستیابی به وحدت). *اطلاعات جغرافیایی*، شماره ۷۱.

فاطمی صدر، امیر (۱۳۹۳). *دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران*. تهران: دانشگاه امام صادق(ع).

- فقیهی مقدس، نفیسه؛ خلجی، علی؛ مهدوی‌راد، محمدعلی (۱۳۹۳). اصول راهبردی صلح در اسلام. سیاست متعالیه، ۲(۴): ص ۷-۲۶.
- کشاوری شگری، عباس (۱۳۹۲). فرصت‌ها و چالش‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در منطقه خاورمیانه. تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- ملکزاده، محمد (۱۳۹۴). قدرت نرم نظام جمهوری اسلامی ایران در ابعاد منطقه‌ای. سیاست متعالیه، ۳(۱۱): ص ۱۵۴-۱۳۳.
- موسایی، میثم (۱۳۸۳). تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران. پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۲: ص ۲۲۴-۲۲۵.
- ناصری، جمال‌الدین (۱۳۹۳). دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در بیداری اسلامی. مطالعات عملیات روانی، شماره ۴۱).
- نای، جوزف (۱۳۸۷). قدرت نرم: ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل. ترجمه سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع); پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- واعظی، محمود (۱۳۸۹). دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی. گردآوری افسانه احدی. تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- یاسوشی، واتانابه؛ مک‌کانل، دیوید (۱۳۸۹). دیپلماسی عمومی جامعه مدنی و قدرت نرم (مطالعه موردی ژاپن و آمریکا). تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- یزدان‌فام، محمود (۱۳۹۳). دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- Bially Mattern, J. (2007). Why Soft Power isn't so Soft: Representational Force and Attraction in World Politics. In: F. Berenskoetter & M.J. Williams (Eds.), *POWER in World Politics*. London & New York: Routledge.
- Nye, J.S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.