

مرکز مطالعات راهبردی روابط فرهنگی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
سال پنجم، شماره نهم، زمستان ۱۳۹۷، ۴۵-۷۲

شیوه‌های الگوسازی و برندسازی در دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ایران برای مقابله با ایران‌هراسی

محمد رضا دهشیری^۱

پریسا پورعلی^۲

چکیده

مواجهه و مقابله با ایران‌هراسی یکی از مهم‌ترین ضرورت‌های فراروی دستگاه دیپلماسی ایران طی چند دهه گذشته بوده است. با توجه به تمرکز طرح ایران‌هراسی بر مخدوش‌سازی وجهه و پرستیژ ایران در عرصه بین‌المللی، کانون تمرکز تهران در تقابل با این پدیده بر حوزه دیپلماسی فرهنگی متمرکز می‌باشد. دیپلماسی فرهنگی ایران در مواجهه با ایران‌هراسی در قالب چند الگو قابل طرح است. بهره‌گیری از الگوی برندسازی، به عنوان روشی موفق در سطح سیاست داخلی، یکی از این الگوهاست. در سطح سیاست بین‌المللی برندسازی در سه حوزه شخصیت‌های سیاسی و فرهنگی، گردشگری و اسلام تمدنی می‌تواند نقشی بزرگ در ارائه چهره مثبت از ایران در نظام بین‌الملل داشته باشد. بنا بر رهنمود رهبر انقلاب اسلامی ایران، تمرکز بر الگوی توسعه علمی و تبدیل شدن ایران به یکی از قطب‌های اصلی در حوزه دانش اهمیت زیادی در ارائه چهره مثبت و باطل شدن تبلیغات ایران‌هراسی دارد. الگوسازی در حوزه الهام‌بخشی دینی، در قالب ارائه طرح هویتی متکثر و نه تک‌واره، می‌تواند زمینه‌ساز جذب هویت‌های بزرگ غرب آسیا به سوی ایران باشد. زمانی که الگوی میانجی‌گری هم به الگوسازی هویتی و الهام‌بخشی از نظام سیاسی و مردم‌سالاری دینی افزوده شود، به نظر می‌رسد دیپلماسی فرهنگی ایران می‌تواند طرح ایران‌هراسی را با شکست مواجهه کند.

واژگان کلیدی: ایران‌هراسی، دیپلماسی فرهنگی، برندسازی سیاسی، ام‌القرای اسلامی، هویت‌سازی.

^۱ دکتری تخصصی و دانشیار دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه

mohammadreza_dehshiri@yahoo.com

^۲ دانشجوی دکتری و کارشناس فرهنگی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (نویسنده مسئول)

ppourali@yahoo.com

مقدمه

دامنه گسترده تحولات جهانی در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ با دگرگونی‌های بنیادین در عرصه‌های روابط و سیاست بین‌الملل، کشورها را وادار کرد تا با ارزیابی استراتژیک از جایگاه خود در نظام بین‌الملل، ضمن بازبینی در استراتژی سیاست خارجی با تاکتیک‌های نوین، برای پیگیری و تامین بهینه منافع داخلی و خارجی نیز به‌نحوی پایدار اقدام نمایند (راست و استار، ۱۳۸۱: ۱۸). جمهوری اسلامی ایران نیز به عنوان یک قدرت منطقه‌ای با پتانسیل‌های مؤثر بازیگری در عرصه‌های بین‌المللی، ضمن اثرپذیری از دگرگونی‌های روابط بین‌الملل، به‌دنبال تاثیرگذاری بر روابط و ساختارهای موجود در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی بوده است.

رویکرد سیاست خارجی ایران از ابتدای انقلاب تا کنون، بیش از آن‌که بر اساس راهبرد بهره‌گیری از قدرت سخت باشد، بر مبنای نفوذ از طریق قدرت نرم پی‌ریزی شده است، اما این بدان معنا نیست که تهران در سیاست‌گذاری‌های خود قدرت سخت را فراموش کرده یا کنار گذاشته باشد. در حقیقت، در حالی که ایران به طور سنتی از قدرت نرم بهره برده، توانایی‌های جنگی این کشور (اعم از نیروی دریایی چریکی، نیروی موشکی قوی و برنامه هسته‌ای) نشان‌دهنده آن است که ایران توانایی‌های قدرت سخت در پیشبرد اهداف سیاست خارجی را نیز نادیده نگرفته است. حضور نظامی اخیر ایران در سوریه و عراق اهمیت اساسی قدرت سخت را در شرایط خاص کنونی منطقه دوچندان کرده است. ایران برای کمک به سوریه و عراق در جنگ با داعش و حفظ دستاوردها و منافع خود در این کشورها، که حاصل به‌کارگیری ابزارهای مختلف در دوره‌های زمانی طولانی‌مدت بوده است، برای اولین بار مشاوران نظامی خود را به سوریه و عراق فرستاد. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت توأمان قدرت نرم و سخت (و رویکردهای غیرمستقیم و مستقیم نسبت به استفاده از نیرو) در سیاست‌های خارجی و دفاعی ایران است. (Cottey, 2004).

در سال‌های بعد از انقلاب تاکید جمهوری اسلامی ایران بر مبانی معرفتی، نرم و معناگرایانه بود که رنگ و بوی فرهنگی داشت. این امر باعث شد تا زمینه برای اتخاذ یک رویکرد

فرهنگی یا دیپلماسی فرهنگی^۳ در کانون سیاست خارجی این کشور فراهم شود. از سویی فرهنگ، به عنوان موتور محرکه توسعه، زمینه‌ساز حرکت جوامع و الگوهای رفتار سیاسی، اجتماعی و اقتصادی است و به تدریج با فروکش کردن چالش‌های ایدئولوژیک نقش آن به عنوان پارادایم جایگزین اهمیت یافته است (توحید فام، ۱۳۸۲: ۴۵). از سوی دیگر، فرهنگ عامل اساسی در جهان فرهنگی و متحول کنونی است و تأثیرات آن بسیار بیشتر از مبانی سخت پیشین در تولید معنا در سیاست خارجی می‌باشد.

تمرکز ایران بر دیپلماسی فرهنگی و نفوذ در منطقه، در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی با مقابله و حتی ضدیت همراه شد. طی چهار دهه گذشته، با شدت و گستره متفاوت اما به شکل مداوم، سطحی از فشارهای خارجی بر تهران وارد شده است که می‌توان از آن با عنوان طرح «ایران هراسی»^۴ یاد کرد. ایران هراسی، به مثابه یک رویکرد بین‌المللی، با رهبری آمریکا و لابی‌های صهیونیستی در قالب ۷ محور اساسی تبلیغ شد. این هفت محور عبارت‌اند از: ۱- دسترسی ایران به سلاح‌های هسته‌ای ۲- حمایت از تروریسم ۳- نقض حقوق بشر ۴- تکنولوژی و توانمندی تهاجمی و دفاعی ایران ۵- مداخله در امور کشورهای دیگر (دیگران) ۶- نظام سیاسی اسلامی ۷- مخالفت با صلح و ثبات منطقه‌ای. نقطه اشتراک و اصلی تمامی این محورها مخدوش کردن چهره بین‌المللی ایران است (Soleiman Pour, February 2017). روند ایران‌هراسی، به ویژه پس از حوادث ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، در سیاست خارجی آمریکا به شکل جدی‌تر طرح و در چارچوب محور شرارت به ایران نیز تعمیم داده شد (Anlar, 2006).

بعد از حادثه ۱۱ سپتامبر شاهد ظهور رویکرد جنگ نرم^۵ و روانی بین‌المللی علیه جمهوری اسلامی، در چارچوب ایران هراسی هستیم. در نتیجه، با توجه به افزایش ضدیت آمریکایی‌ها، صهیونیست‌ها و اعراب با ایران ارائه راهکار برای مقابله با فشارها و جنگ نرم آنان

³ Cultural diplomacy

⁴ Iran phobia

⁵- Soft War

ضروری به نظر می‌رسد. در نوشتار حاضر، این مساله مهم مطرح می‌شود که «جمهوری اسلامی ایران برای مقابله با طرح «ایران‌هراسی» چه الگوهایی را می‌تواند در حوزه دیپلماسی فرهنگی در پیش بگیرد؟» طرح اصلی مقاله این است که «الگوسازی چندجانبه و کلان نگر در ابعاد مختلف علمی، دینی، هویتی و مردم‌سالارانه در وضعیت فرهنگ جهانی در حال تحول از مهم‌ترین ابزارهای جمهوری اسلامی برای مقابله با موج ایران‌هراسی است. این ابزار باید بر مبنایی از تنش‌زدایی در سیاست خارجی قرار داشته باشد». ابتدا شرحی کوتاه بر مفهوم و اهمیت قدرت نرم و دیپلماسی فرهنگی برای ایران ارائه شده و در ادامه شش الگوی دیپلماسی فرهنگی به عنوان راهکار توضیح داده شده است.

۱- دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی ایران

براساس نگرشی واقع‌گرایانه، کشورها در چرخه‌ای به نام «چرخه سیستمی»^۶ قدرت درگیر می‌باشند. در این چرخه هر کدام از واحدها جایگاه خاصی دارند. چرخه قدرت و همچنین پیامدهای آن بر رفتار کشورها در سیستم بین‌الملل، موضوع آثار متعددی در روابط بین‌الملل بوده است. واحدهای سیستم بین‌الملل برای تحقق اهداف و منافع ملی خود از ابزارهای متعددی بهره می‌برند. در چنین سیستمی به دلیل فقدان دولت مرکزی و ماهیت آنارشی، این واحدها خودیار بوده و تحقق منافع آن‌ها بر توانایی‌های فردی مبتنی است. در طول تاریخ، دیپلماسی از جمله ابزارهای خودیاری است که واحدها و کشورها از آن استفاده کرده اند. با وجود این، دیپلماسی همواره تحت محدودیت‌های شدیدی شکل گرفته است. مورگنتا دیپلماسی را دارای چهار خصیصه اساسی می‌داند: «۱. تعیین اهداف خود با توجه به قدرتی که به‌طور بالفعل و بالقوه در اختیار دارد؛ ۲. برآورد نمودن اهداف سایر دولت‌ها و قدرت بالفعل و بالقوه آن‌ها؛ ۳. تعیین میزان سازگاری این اهداف مختلف؛ ۴. به کارگیری ابزار مناسب برای دستیابی به اهداف خود» (مورگنتا، ۱۳۷۴: ۶۴۸).

⁶- System cycle

بر اساس این نگرش ابتدایی، که از سوی نسل اول نظریه پردازان روابط بین‌الملل ارائه شده است، حوزه قدرت سخت‌افزاری بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد، اما نسل متاخر نظریه پردازان در حوزه دیپلماسی، توجه خود را بر قدرت نرم و تبلور آن در دیپلماسی فرهنگی معطوف کرده‌اند. قدرت نرم در قالب دیپلماسی عمومی وظیفه مشروع‌سازی نظم مد نظر کشورها را بر عهده دارد. با توجه به اصول پیش گفته، قدرت نرم در قالب دیپلماسی فرهنگی به دنبال معنا بخشیدن به برخی از واقعیت‌ها و یا خلق واقعیت‌های جدید، از کانال‌های رسمی دولتی و غیر دولتی تعریف می‌شود. در این الگو، دیپلماسی از طریق فرایندهای شناختی، مشروعیت بخشیدن به الگوهای ایجاد و یا ایجاد الگوهای نوین از رفتارها را بر عهده می‌گیرد. دیپلماسی فرهنگی، به طور ضمنی، رابطه متقابل مردمان با یکدیگر و همزیستی مربوط به روابط بین‌المللی در جهان را به رسمیت می‌شناسد و از این طریق به خلق و مشروعیت بخشی به الگوهای نوین (از جمله الگوهای نوینی از نظم) کمک می‌نماید (قاسمی، ۱۳۹۱: ۲۴).

فرانک نینکوویچ^۷ دیپلماسی فرهنگی را تلاش برای ارتقای سطح ارتباطات و تعامل میان ملل جهان می‌داند که هدف آن طراحی و بنیاد نهادن تفاهم‌نامه‌ها و توافقاتی بر اساس ارزش‌های مشترک می‌باشد (Ninkovich, 1996: 3). در تعریف میلتون کامینگز^۸، دیپلماسی فرهنگی مبادله‌ی ایده‌ها، اطلاعات، هنر، نحوه‌ی زندگی، نظام ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات است که هدف آن دستیابی به مفاهیم مشترک و تقویت تفاهم متقابل میان ملت‌ها و کشورها می‌باشد (Cummings, 2003: 1). در تعریفی دیگر و نهایی، گیفورد مالون^۹، دیپلماسی فرهنگی را معماری یک بزرگراه دوطرفه به منظور ایجاد کانال‌هایی برای معرفی تصویر واقعی و ارزش‌های یک ملت و در عین حال، تلاش برای دریافت درست تصاویر واقعی از سایر ملت‌ها و فهم ارزش‌های آن‌ها (Malone, 1988: 12) می‌داند. اگر تعریف

⁷- Frank Ninokovich

⁸- Milton Cummings

⁹- Gifford Malone

نخست را ملاک قرار دهیم، از دوره هاشمی رفسنجانی تا به امروز جمهوری اسلامی تلاش دارد با بنیاد نهادن تفاهم‌ها و توافقاتی نوین بر اساس ارزش‌های مشترک در سیاست خارجی خودبه ایجاد یک دیپلماسی فرهنگی منطقه‌ای اسلامی و دیپلماسی جهانی مبتنی بر فرهنگ مردم‌سالارانه و دور از استعمار و استبداد نایل آید. بنابراین، طبیعی است رویکرد جمهوری اسلامی، که بر ایجاد یک مبنای معرفتی، معنایی و نوین از اسلام انقلابی قرار دارد و فرهنگ را کانون دیپلماسی خود در روابط با کشورهای دیگر قرار داده است، به عاملی برای سنگ‌اندازی و هراس‌افکنی بازیگران منطقه‌ای و بین‌المللی بدل شود.

با توجه به اهمیت تعریف و به‌کارگیری دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی، ایران همواره از گستره‌ای از این ابزارهای قدرت بهره برده است تا قدرت نرم خود را تقویت و اتحاد و شراکت را میان مسلمانان و دنیای پیرامونی خود ایجاد کند. محوره‌کارگیری این ابزار برای ایران تعریف ایدئولوژی انقلاب اسلامی (یا همان مقاومت اسلامی) برای مردمان منطقه است تا بتواند مبارزه علیه نیروهای استعمارگر و افراط‌گرایی‌های مذهبی را رهبری کند. ایران با بهره‌گیری از ابزارهای قدرت نرم (اعم از اشتراکات مذهبی، زبانی، تمدنی، قومیتی و مناسبات اقتصادی و...) سعی کرده است مقاومت و استقلال را طوری به تصویر بکشد که از مرزهای قومیتی فراتر رود. در ادامه نوشتار در حوزه دیپلماسی فرهنگی ایران الگوهایی شش‌گانه برای مقابله با روند ایران‌هراسی ارائه خواهد شد که می‌توان آن‌ها را به عنوان راهکارهایی برای دستگاه دیپلماسی ایران نیز مدنظر قرار داد.

۲- الگوی برندسازی سیاسی، فرهنگی و تمدنی

برندسازی سیاسی^{۱۰} یکی از زمینه‌های مطالعاتی جدید در حوزه سیاست است که برای تاثیرگذاری بر اعتقادات و آراء عمومی موردتوجه واقع شده است. در علوم سیاسی برند به منزله برچسب به احزاب سیاسی، شخصیت‌ها و مسائل مربوط به سیاست به کار می‌رود (Blackett, 2003: 18) به نقل از حسینی و بیدالله‌خانی، ۱۳۹۴: ۹۱۹). در واقع،

¹⁰ - Political branding

«برندسازی را می‌توان امروزه در مقام یکی از قدرتمندترین و منحصربه‌فردترین راهکارها برای جلب‌نظرو عقاید مردم به سوی یک ایده مشترک ارزیابی کرد. این راهکار به یکی از ستون‌های اصلی کمپین‌های انتخاباتی تبدیل شده که برای جلب نظر توده‌ها برای رای دادن به یک نامزد بهره‌گرفته می‌شود.» (Robertson, 6 Nov 2018). برندسازی سیاسی در آمریکا بیش از هر کشور دیگری مورد توجه واقع شده است. در انتخابات سیاسی این کشور در تمامی سطوح شاهد ارائه هزاران برند شخصیتی، آرم، طرح‌های رنگی و طرح‌های رسانه‌ای هستیم (Campbell-Dollaghan, 28 Jan 2019).

الگوی برندسازی در سطحی فراتر و کلان‌تر از عرصه سیاست داخلی کشورها نیز مورد استفاده قرار گرفته است. برند سازی در مقام راهکاری برای ارائه چهره مشروع و مورد قبول یک بازیگر در عرصه معادلات بین‌المللی طرح شده است. در واقع، «ارائه تصویر مطلوب از یک کشور و کسب وجهه و منزلت بین‌المللی، از خواسته‌های مهم دولت‌ها در عرصه بین‌الملل و راهکار مفید در جهت پیشبرد اهداف دیپلماسی آن‌ها است. مقامات دولتی در کشورهای مختلف در پی آن هستند تا ضمن ارتقاء ابعاد مثبت وجهه بین‌المللی خود به تثبیت موقعیت جهانی نیز بپردازند» (اصغری ثانی، ۲۲ اسفند ۱۳۹۷). طی سال‌های بعد از آغاز جنگ تحمیلی تا کنون، جمهوری اسلامی ایران با فشارهای زیادی در راستای مخدوش کردن چهره بین‌المللی خود مواجه بوده است، به همین دلیل، جهت رفع تهدید «ایران هراسی» به «ساخت تصاویر خوب» به عنوان نهاده‌های استراتژی «برندسازی»، نیازمند است. در مبحث حاضر به منظور ارائه الگوی برندسازی برای ایران در مقابل پروژه ایران‌هراسی آمریکایی، صهیونیستی و عربی، سه محور پیشنهاد شده است.

۱-۲- برندسازی از شخصیت‌های سیاسی، هنری و... ایران

«برند ملی» تصویری است که از یک کشور در افکار جامعه جهانی ساخته می‌شود و با برندکردن محصولات متفاوت است. متقاعد کردن افکار عمومی، به‌عنوان یک بازیگر مهم در نظم جدید جهانی، اهمیت استراتژیک دارد. در نظام جدید بین‌المللی، که در آن ارتباطات استراتژیک، درک، تصویر، اعتبار و اعتماد برجسته می‌شوند، کشورها همچون

نام‌های تجاری، نیازمند بازسازی و تغییر موقعیت خود به سمت مطلوب، پیش از قضاوت کردن نادرست افکار عمومی هستند. بدین ترتیب به منظور ایجاد درک قابل اعتماد، قدرتمند و معتبر از یک کشور، استراتژی برندسازی در جهت «تصویرسازی» مثبت الزامی و حیاتی است (اصغری ثانی، ۲۲ اسفند ۱۳۹۷).

یکی از حوزه‌هایی که در ارتباط با برندسازی سیاسی مطرح است، برندسازی از شخصیت‌های سیاسی به ویژه در انتخابات است. بسیاری از سیاستمداران جهان در رقابت‌های انتخاباتی مختلف بر اساس برندهایی که از خود در قالب آرم، رنگ، شعار و... ساخته‌اند موفق به کسب پیروزی شده‌اند (بابایی، ۷ آذر ۱۳۹۴). این حوزه را می‌توان در سطح بین‌الملل و به روسای قوه مجریه کشورها در عرصه سیاست جهانی بسط داد. بدین معنا که رهبران کشورهای مختلف ویرترین و نماینده گفتمان یک کشور در میان دیگر بازیگران هستند.

در حقیقت، رهبران سیاسی و چهره‌های تاریخی و فرهنگی در وجهه‌سازی و کسب مشروعیت برای یک ملت از اهمیتی فوق‌العاده برخوردار هستند. مخدوش‌سازی چهره جمهوری اسلامی با ارائه تصویری جنگ‌طلبانه از رهبران ایران، یکی از سیاست‌هایی بوده که رویکرد ایران‌هراسی طی چند دهه گذشته بر آن تمرکز داشته است. بنابراین، در فضای جدید بازنمایی مشروع از شخصیت‌های ایرانی در رسانه‌ها و افکار عمومی جهانی، از اهمیتی فوق‌العاده برخوردار است. از یک سو، ایران در مواجهه با ایران‌هراسی پتانسیل ویژه‌ای در زمینه معرفی و ارائه چهره‌های تاریخی خود دارد. برای نمونه وجود شخصیت‌های سیاسی، همانند کوروش کبیر، شاعران و فیلسوفان بزرگ (همچون حافظ شیرازی، سهروردی، ابوعلی سینا و دیگران) بستر مناسبی را برای معرفی ملت ایران به عنوان کشوری متمدن مهیا کرده است. مساله مهم این است که سرمایه‌گذاری‌ها و تمرکز دیپلماسی فرهنگی ایران به سوی معرفی و ارائه این چهره مشروع از نام‌آوران ایرانی در جهان معطوف شود. همچنین، حمایت از هنرهایی همچون سینما و موسیقی دیگر موضوع مهمی است که در شکست ایران‌هراسی در سطح جهانی می‌تواند بسیار موثر واقع شود. برای نمونه، فیلم‌های سینمایی

اصغر فرهادی چندین جایزه معتبر سینمایی جهان (همانند جایزه فیلم کن^{۱۱}، جایزه گلدن گلوب^{۱۲} و جایزه معتبر اسکار^{۱۳}) را در سال های اخیر از آن خود کرده است. آثار سینمایی وی و دریافت این جوایز را نباید تنها در بُعد فرهنگی و زیبایی شناختی^{۱۴} مورد ارزیابی قرار داد. واقعیت این است که موفقیت این کارگردان سینمای ایران پیروزی ایران در جدال با دکترین سیاست خارجی ضدایرانی دونالد ترامپ نیز بود.

از سوی دیگر، تا زمانی که سیاستمداران ایرانی در صحنه سیاست جهانی به عنوان چهره های نامشروع و جنگ طلب شناخته شوند، می توان اهداف و برنامه های ایران هراسی را نیز همراه با موفقیت در سطح جهانی ارزیابی کرد. همراهی سیاستمداران ایرانی با گفتمان غالب بین المللی و برندسازی از آن ها به عنوان چهره ای صلح طلب و خواستار همکاری با نظام جهانی و دیگر بازیگران می تواند باطل کننده رویکرد ایران هراسی باشد. برای نمونه، در دولت نهم و دهم (۱۳۸۴-۱۳۹۲)، با نادیده گرفتن اهمیت دیپلماسی فرهنگی از رئیس جمهور وقت ایران به عنوان چهره ای جنگ طلب برندسازی شده بود و در نتیجه شاهد موفقیت فزاینده ایران هراسی بودیم که باعث شد اجماع جهانی علیه تهران در شورای امنیت سازمان ملل شکل گیرد. بر خلاف این تجربه طرح گفتمان دوستی و آشتی با دنیا توسط حسن روحانی، رئیس جمهوری ایران در سال های بعد از ۱۳۹۲، زمینه ساز انفعال و زمین گیر شدن حامیان طرح ایران هراسی شد. بنابراین، به نظر می رسد که برندسازی از شخصیت های سیاسی ایرانی به عنوان چهره های صلح طلب یکی از سیاست های اساسی است که می بایست استراتژیست های کشور به منظور مقابله با ایران هراسی و از طریق لابی گری میان رسانه ها و افکار عمومی جهانی در حوزه دیپلماسی فرهنگی پی گیری نمایند.

۲-۲- برندسازی در حوزه گردشگری

¹¹ Festival de Cannes

¹² Golden Globe

¹³ Oscars

¹⁴ Aesthetic

در مواجهه با ایران‌هراسی برندسازی گردشگری یکی از الگوهای اساسی دیپلماسی فرهنگی ایران برای ارائه چهره‌ای مثبت از ایران در عرصه بین‌المللی می‌باشد. طی دهه‌های گذشته، کشورهای همانند ترکیه و اسپانیا از گردشگری به عنوان ستون اصلی تامین بودجه اقتصادی خود بهره گرفته‌اند و در عرصه بین‌المللی با ارائه خود به عنوان برندی جهانی برای جذب توریسم مشروعیت و اعتبار سیاسی کسب کرده‌اند.

حسین اصغری ثانی (۱۳۹۷)، تحلیل‌گر روابط بین‌المللی، بر این باور است که باورها، ایده‌ها، احساسات و برداشت‌های شکل‌دهنده ذهن افراد در این حوزه بسیار مهم تلقی می‌شوند. عواملی که بر برند ملی اثر می‌گذارند، طبیعت انسان، رفتارها، غنای فرهنگی و اجتماعی، ساختار اقتصادی، دموکراسی، حقوق بشر، روابط بین‌الملل، تحولات فنی، کسب و کار، تاریخ، مسئولیت‌پذیری، مذهب و گردشگری را شامل می‌شود که هر یک از این عوامل می‌تواند ارائه‌دهنده تصویر مثبت و منفی از یک کشور باشد. این گستردگی باعث شده تا همانند فرهنگ و هویت، «تصویر» نیز یک مسئله جدی در روابط بین‌الملل باشد. در این میان، «گردشگری»، به خصوص بخش‌های مبتنی بر میراث فرهنگی، به عنوان یک پتانسیل جذاب برای تصویرسازی مورد توجه بسیاری از کشورها است.

از نظر اصغری ثانی، اولین دستاورد «تصاویر گردشگری»، القای «امنیت داخلی» کشورهای مقصد به افکار عمومی بین‌المللی است، زیرا صنعت گردشگری نمی‌تواند در سایه خشونت و ناامنی رشد کند. دومین تصویری که برندسازی گردشگری به مخاطبان خارجی ارائه می‌کند، «صلح جویی» در سیاست خارجی است. رونق صنعت گردشگری با حمایت از خشونت و به خطر انداختن صلح و امنیت بین‌الملل ایجاد نمی‌شود. بنابراین افکار عمومی بین‌المللی کشور هدف گردشگران را یک تهدید محسوب نمی‌کنند. سومین مزیت برندسازی گردشگری این است که این فرآیند در یک چرخه منجر به توسعه صنعت گردشگری خواهد شد. به عبارت دیگر، برندسازی گردشگری امنیت داخلی کشور هدف را تبلیغ می‌کند و این تبلیغات تاثیر زیادی در افزایش تعداد گردشگران خارجی و توسعه زیرساخت‌ها خواهد داشت. چهارمین دستاورد برند سازی گردشگری، کمک به دیپلماسی

عمومی است و گردشگران خارجی به عنوان ابزارهای انتقال پیام، تصویری واقعی از فضای کشور به مخاطبان محلی خود مخابره می‌کنند (اصغری ثانی، ۲۲ اسفند ۱۳۹۷).

طی چند سال اخیر، رویکرد برندسازی از ایران در حوزه گردشگری تا حدود زیادی مورد توجه قرار گرفته و تلاش شده است ایران به عنوان یکی از کشورهای امن و دارای قدمت تاریخی یکی از مقصدهای جذب گردشگران باشد. این امر در صورت تداوم و سرمایه‌گذاری بیشتر در میان مدت می‌تواند با موفقیت ویژه‌ای همراه باشد. ترغیب شهروندان دیگر کشورهای جهان برای حضور در ایران و مشاهده میدانی وضعیت کشورمان می‌تواند نقشی ویژه در شکست طرح ایران هراسی داشته باشد. در همین زمینه، می‌توان به معرفی نمادهای گردشگری کشورمان در حوزه آثار باستانی و بناهای تاریخی در استان‌های اصفهان، شیراز و جاذبه‌های طبیعی استان‌های شمال و غرب ایران اشاره کرد. همچنین، فراهم کردن زمینه‌های مساعد برای زائران مذهبی برای سفر به استان‌هایی همانند خراسان و قم از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد.

۳-۲- برندسازی اسلام تمدنی

برای مقابله با طرح ایران‌هراسی حوزه مهم دیگر در برندسازی حوزه تمدن اسلامی است. تمرکز ایران‌هراسی بر ارائه تفسیری خشک و خشونت‌آمیز از جمهوری اسلامی ایران است. این موضوع در برندسازی معکوس باید مورد توجه قرار گیرد. طی سال‌های گذشته، برندسازی اسلام تمدنی مورد تاکید رهبر انقلاب اسلامی ایران نیز قرار گرفته است. به همین دلیل، ارائه الگویی مبتنی بر سازش عقل و ایمان نیازمند توجه جدی است که باید در دستور کار قرار گیرد.

تمدن نوین اسلامی در پی بهره‌برداری از امکانات و ابزارهایی است که در اثر پیشرفت‌های علمی و فنی تمدنی بشر به دست آمده است. علاوه بر این، ایجاد رفاه و آسایش مادی و آرامش معنوی بشر را نیز مد نظر دارد. تحقق تمدن نوین اسلامی بدون داشتن نقشه راه، چارچوب و الگویی جامع و پیشرو ممکن نخواهد بود. به عبارت دیگر، تمدن نوین

اسلامی تلفیقی از الگوهای اخلاق‌مداری، خردگرایی، علم‌باوری و خودباوری در دو دسته سخت‌افزای و نرم‌افزای قابل‌خوانش و بررسی است.

در برندسازی اسلام‌تمدنی در بُعد سخت‌افزای دانش، اصولی همانند وجود دانشگاه تمدن‌ساز، نوآوری در عرصه علمی، افزایش دانش سیاسی جهت تعاملات بین‌المللی، رشد علمی، عامل انسانی آگاه (تربیت نیروی انسانی و مدیران لایق) و اجتهاد پویا الزاماتی هستند که می‌بایست در عرصه عینی اجرایی شوند. همچنین، در بُعد سخت‌افزای نگرش الزاماتی همانند خودباوری، معرفی و تبلیغ ظرفیت‌های تمدن اسلامی، کسب اعتبار بین‌المللی و احساس امنیت (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و روانی) (فرمی‌هنی فراهانی، ۱۳۹۵: ۸۹-۸۶) می‌بایست به عنوان اهداف اصلی مورد توجه قرار بگیرند.

برای بی‌اثر کردن یا کاهش فشارهای روند اسلام‌هراسی مورد تبلیغ و اشاعه آمریکا و متحدها صهیونیستی - عربی این کشور، برندسازی اسلام‌تمدنی نیازمند توجه به الزامات نرم‌افزای برای ارائه تمدن اسلامی می‌باشد. ایجاد نوآوری در عرصه فرهنگی، ارائه تفسیری عقلانی از دین اسلام (با تمرکز بر تشیع) تاکید بر سازش عقل و ایمان، تمرکز بر بهبود جایگاه اقتصادی ایران در سطح جهانی، تقویت تفسیرهای متساهلانه از شریعت اسلامی و افزایش اعتماد عمومی شهروندان در سطح داخلی ایران را می‌توان الزاماتی مهم ارزیابی نمود.

در مجموع، توجه به برندسازی در حوزه اسلام‌تمدنی در کنار دیگر ابعاد برندسازی، می‌تواند تاثیر مثبت و مهم در بی‌اثر کردن طرح ایران‌هراسی داشته باشد. یکی از ارکان اصلی در مبانی ایران‌هراسی ارائه تفسیر خشونت‌آمیز و غیرمتساهل از ایران در بُعد فرهنگی است. در همین راستا، جمهوری اسلامی ایران همواره در ردیف کشورهای ناقض حقوق بشر و ناسازگار با پیشرفت‌های جدید جامعه انسانی در حوزه‌های مختلف معرفی می‌شود. بنابراین، ضروری است برای ارائه تصویر ایران مبتنی بر خوانش نرم و متساهلانه از دین اسلام (به عنوان یک تمدن عقلانی و منطبق با تحولات جدید جامعه انسانی) به رسانه‌ها و

افکار عمومی جهان تلاش فراوانی صورت گیرد. این امر می‌تواند بیشترین تاثیر را در بی‌اثر کردن تبلیغات رسانه‌ای برای ایران هراسی داشته باشد.

برای نمونه بازنشر میزان عقل‌گرایی در مذهب تشیع و ارائه آن به جهان، به ویژه مسلمانان، در قالب آثار اندیشمندان سیاسی کشور از اهمیتی ویژه برخوردار است. آشنا کردن مسلمانان با افکار روشنفکران دینی (همچون مصطفی ملکیان، داود فیرحی، حاتم قادری و...) به عنوان شخصیت‌هایی که تفسیر متساهلانه و عقل‌گرایانه از اسلام ارائه می‌دهند، در موفقیت و افزایش نفوذ ایران در بُعد دیپلماسی فرهنگی می‌تواند نقش اساسی داشته باشد.

۳- الگوی توسعه علمی و فناوری

توجه به توسعه دانش و سرمایه‌گذاری فزاینده بر روی حوزه علمی، دیگر بستری است که فراروی دیپلماسی فرهنگی ایران در مواجهه با ایران هراسی قرار دارد. در بررسی‌های مفهومی، توسعه علمی عبارت است از: تولید علم، کاربرد و کاربرد بهینه‌ی آن جهت ارتقا و بهبود شرایط و سطح زندگی مردم و شهروندان. توسعه علمی در اثر تعامل هدفمند و متوازن علم، دانش، فناوری، آموزش، پژوهش و فرهنگ در یک جامعه محقق و تأمین می‌شود. توسعه علمی متضمن رشد و ارتقاء ظرفیت‌ها و قابلیت‌های علمی، فیزیکی، نهادی، انسانی و اجتماعی است و به صورت مستقیم و غیرمستقیم و با واسطه بر قدرت ملی تاثیر می‌گذارد. در جهان امروز و نظام بین‌الملل موجود، از یک سو، علم و دانش خود یک نوع قدرت مستقل است و از سوی دیگر این قدرت علمی زیربنا و پایه‌ی بسیاری از عناصر دیگر قدرت ملی است. یکی از نمودها و تجلیات توسعه علمی در تولید فناوری‌های نرم است. فناوری نرم عبارت است از: فناوری فکری معطوف به افراد، تفکر انسانی، ایدئولوژی، احساس، نگرش، ارزش، جهان‌بینی، رفتار انسانی و سازمانی و جامعه‌ی انسانی برای آفرینش (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۵).

یکی از راه‌های الگوسازی از قدرت، توانایی و پیشرفت یک کشور در حوزه دانش و فناوری است. امروزه تولید دانش و فناوری برای تبدیل شدن به یک اقتصاد فناوری بالا^{۱۵} و پیشرو از اهمیت زیادی در عرصه جهانی برخوردار است و کشورهای دارای توانایی تولید علم و دانش از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند. کشورهای چین ژاپن و کره جنوبی نمونه بارز و آسیایی از این الگوسازی هستند که توانسته‌اند از این راه به تولید ثروت شگرفی برای کشورشان نائل شوند. در این میان، ایران در غرب آسیا به دنبال الگوسازی منطقه‌ای از تولید دانش بوده و در سال‌های اخیر در حوزه جهانی دارای جایگاه متری بوده است (Goodarzi; Rezaalizadeh and Gharibi, 2017: 16). با عنایت به سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ در پایگاه رهبری جمهوری اسلامی ایران، در این خصوص آمده است؛ «بر اساس سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، ایران می‌بایست در مدت‌زمان مشخصی به رتبه اول در حوزه علم و فناوری در منطقه صعود کند. بنابراین، باید رسالت و وظیفه حوزه ترویج علم به‌عنوان یکی از ارکان موفقیت کشور مشخص شود و کشور بر آن اساس و متناسب با رهنمودهای تعیین‌شده حرکت نماید» (Khamenei.ir, 12/08/1382). دلیل تاکید فراوان بر این الگوسازی اهمیتی است که دانش و فناوری بر مولفه‌های فرهنگی قدرت نرم یک کشور و نشان‌دادن ترقی و پیشرفت و توسعه آن کشور دارد.

پیشرفت علمی، زمینه‌ساز توسعه اقتصادی، فرهنگی و سیاسی است. امروزه، بر خلاف گذشته، کشوری قوی‌تر است که از لحاظ تولید علم قدرتمندتر باشد. تنها داشتن منابع اولیه، جمعیت یا مساحت سرزمین باعث قدرتمندی یک کشور نمی‌شود. امروزه سلاح اصلی کشورها و زبان رقابت آنها دانش است که در هیچ محدوده‌ی جغرافیایی محدود نمی‌شود. در نتیجه، دانش و تولید علم بیانگر قدرت نرم‌افزاری یک کشور است. ایران، بعد از انقلاب، به‌ویژه بعد از جنگ تحمیلی، مانند دیگر کشورهای دنیا برای توسعه و بقای خود وارد رقابت علمی شد و از نیروی بالقوه‌ی جوانان بهره جست. جوانانی که هم از نظر بهره‌ی هوشی در سطح بالایی قرار دارند و هم به لحاظ برخورداری از آموزه‌های دینی، که اهمیت

¹⁵- Hitech economy

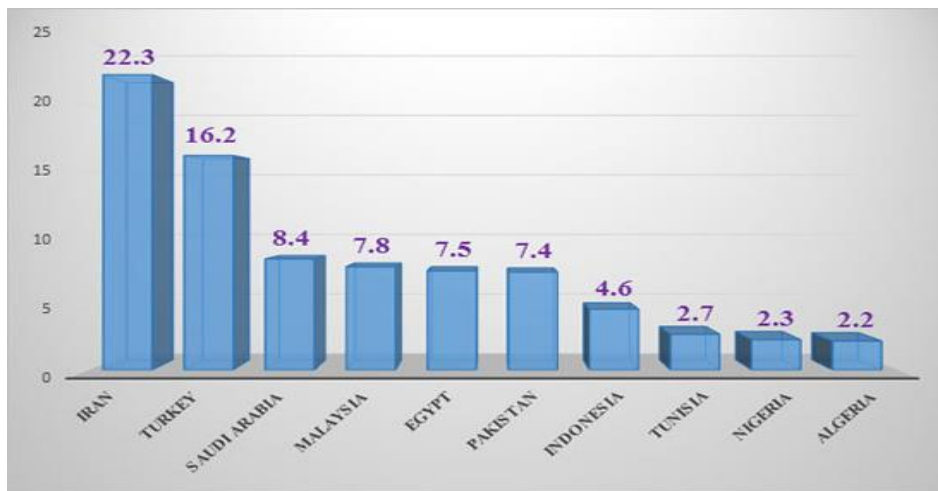
زیادی به تعلیم و تعلم می‌دهند، پرچم‌دار علم و دانش هستند (مرادی، داورپناه و دیانی، ۱۳۹۵). به دلیل وجود برخی مشکلات قبل از انقلاب و اوایل تشکیل نظام، ایران گام‌های علم و دانش را دیر اما پرشتاب برداشته است و آن را ادامه می‌دهد. شاخص‌ها و گزارش‌ها به روشنی این ادعا را اثبات می‌کند.

پس از انقلاب، ایران از نظر تعداد دانشجو بیست و دومین کشور جهان است که در رشته‌های فنی در جهان در جایگاه چهاردهم، و در خاورمیانه بعد از مصر قرار دارد. هم‌چنین، به لحاظ پیشرفت پزشکی و هسته‌ای جزء ده کشور اول جهان است و در خاورمیانه مقام نخست را دارد. بنا بر گزارش‌های آکادمی ملی علوم انگلستان (موسوم به انجمن سلطنتی علوم بریتانیا) ایران سریع‌ترین رشد علمی جهان را در دهه‌ی قبل داشته است. بر اساس این گزارش، بین سال‌های ۱۹۹۶ - ۲۰۰۰، دانشمندان ایرانی ۱۳۲۳۸ مقاله علمی چاپ کرده‌اند؛ در حالی که این رقم در دو دوره‌ی قبل از آن، ۷۳۶ مقاله بوده است که این رشد ۱۸ درصدی را نشان می‌دهد. هم‌چنین رشد علمی ایران ۱۱ برابر متوسط جهانی قلمداد شده است؛ که سریع‌تر از هر کشور دیگر است (جعفری‌پناه و میراحمدی، ۱۳۹۱: ۱۱۳ - ۱۱۵).

بر اساس آمارهای سال ۲۰۱۸، که از سوی پایگاه استنادی علوم جهان اسلام منتشر شده است، ایران در ۶ ماه نخست سال ۲۰۱۸ با رشد زیادی مواجه بوده و به لحاظ تولید مقالات علمی کشورهای اسلامی در رتبه اول ایستاده است. ایران توانسته بیش از ۲۲ درصد کل تولیدات علمی کشورهای اسلامی را به خود اختصاص دهد. محمدجواد دهقانی سرپرست پایگاه استنادی علوم جهان اسلام می‌گوید: «جمهوری اسلامی ایران از لحاظ کمیت تولید علم، سریع‌ترین رشد را در بین کشورهای دنیا تجربه کرده است». (پایگاه استنادی علوم جهان اسلام، قابل دسترس در: <https://isc.gov.ir/fa>) بنابراین، اگر نگاهی به جایگاه ایران در سال ۱۹۹۸ بیندازیم می‌بینیم که ایران به لحاظ تولید علم در رتبه ۵۲ جهان قرار داشت، اما در سال ۲۰۱۸ رتبه ایران از ۵۲ به پانزده رسیده است. در آن سال ایران در میان کشورهای اسلامی در رتبه چهارم قرار داشت که اکنون مقام نخست و سردمداری

کشورهای اسلامی به ایران رسیده است. نمودار ذیل جایگاه ایران را بر اساس آمار مذکور در میان کشورهای اسلامی نشان می‌دهد (جعفری، ۱۴ دی ۱۳۹۷).

جایگاه تولید علم ایران در میان کشورهای اسلامی ۲۰۱۸



منبع: پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (۱۰ بهمن ۱۳۹۷)

در مجموع، می‌توان گفت توسعه‌ی علمی و فناوری نرم، کارکرد دوگانه‌ای دارد، زیرا هم تولیدکننده‌ی قدرت و هم نمود و نشانه‌ای از قدرت است. کشور ما در این زمینه تلاش‌های فراوانی را به کار بسته است و این تلاش‌ها زمینه را برای بدل شدن جمهوری اسلامی به یک قدرت علمی در سطح منطقه‌ای، و در پاره‌ای موارد در سطح جهانی، فراهم نموده است. الگوسازی در حوزه دانش و فناوری مورد توجه ویژه تصمیم‌گیرندگان کشور و در راس آنها رهبری انقلاب قرار گرفته است. بنابراین، باید در جهان دانش‌بنیان و فناوری‌محور کنونی این موضوع در کانون دیپلماسی فرهنگی ایران قرار گیرد و یکی از اساسی‌ترین نقاط دیپلماسی فرهنگی کشور با کشورهای جهان، خصوصاً همسایگان غرب آسیا، باشد. این الگو می‌تواند در کاهش تاثیرگذاری و اعتبار تبلیغات ایران‌هراسانه نقشی کلیدی را ایفا نماید. در حقیقت، کشور یا ملتی که در حوزه دانش و معرفت در جهان جایگاه ویژه‌ای

داشته باشد، آسیب‌پذیری کمتری از جنگ‌های روانی و تبلیغات منفی دشمنان و رقبای خود دارد.

در همین زمینه، توجه به ارتقا سطح علمی نویسندگان و دانشمندان ایرانی، به ویژه در حوزه علوم طبیعی، و انجام مطالعات و نظارت دقیق‌تر در داخل کشور می‌تواند شکوفایی فزاینده تولیدات علمی دانش‌پژوهان را به همراه داشته باشد. با وجود فراوانی انتشار مقالات و پژوهش‌های مختلف از سوی نویسندگان ایرانی در سطح جهانی طی سال‌های گذشته، یکی از معضلات اساسی پایین بودن کیفیت و سطح پژوهش‌ها بوده است. بنابراین، برای ارائه وجهه مناسب و بالا بردن جایگاه علمی ایران در سطح جهانی باید به بالا بردن کیفیت تحقیقات علمی نیز توجه شود.

۴- الگوی الهام‌بخشی دینی

موقعیت جغرافیایی و جایگاه فرهنگی و هویتی خاص ایران در منطقه غرب آسیا، شرایطی را برای ایران در حوزه دیپلماسی فرهنگی ایجاد کرده است که پی‌گیری و توسعه آن می‌تواند مانعی بزرگ برای موفقیت پروژه ایران‌هراسی باشد. رهبری شیعیان غرب آسیا توسط ایران و تقابل ناخواسته تهران با حکومت‌های اهل سنت در منطقه، الهام‌بخشی دینی را به الگویی مهم در حوزه دیپلماسی فرهنگی بدل کرده و به نظر می‌رسد که تحت هر شرایطی جمهوری اسلامی ایران ناچار به تداوم این گفتمان است.

در واقع، الگوسازی دینی با تاکید بر جایگاه ام‌القرایی ایران در جهان اسلام از مهم‌ترین مبانی گفتمانی ناشی از انقلاب اسلامی است که در طی ۴ دهه از شروع انقلاب تا به امروز با جدیت پیگیری می‌شود. در راستای بدل‌نمودن ایران به ام‌القرای جهان اسلام مذهب تشیع از مبانی و اصول اصلی تولید یک گفتمان جهانی است و مادامی که این توانایی به سایر مبانی گفتمانی انقلاب اسلامی ایران افزوده شود، زمینه‌ای نوین در ادبیات و گفتمان دینی و مردم‌سالارانه را فراهم می‌نماید. در این راستا، جمهوری اسلامی ایران تلاش‌های چندی را

به انجام رساننده و الگوسازی دینی را به عنوان بخش لاینفک از انقلاب اسلامی پیگیری می‌نماید.

بر همین اساس، سیاست الگوسازی دینی جمهوری اسلامی ایران ایده‌ای برآمده از پیروزی انقلاب و نظام جمهوری اسلامی است که بیان می‌دارد ایران باید در سیاست خارجی خود «الهام‌بخش» باشد و شیوه حکومتی خود را به عنوان یک الگو برای دیگر کشورها؛ به ویژه کشورهای اسلامی، مطرح کند (دهقانی فیروزآبادی و رادفر ۱۳۸۸: ۱۳۱). این سیاست یکی از راه‌های صدور انقلاب محسوب می‌شود (فهیمی، ۱۳ دی ۱۳۹۲) و نظریه ام‌القری را بسط می‌دهد. از دیدگاه حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری، صدور انقلاب اسلامی به مفهوم شناخت صحیح ارزش های الهی انقلاب و رساندن این رسالت بزرگ به گوش جهانیان، خصوصاً جهان اسلام، است. از دیدگاه امام خمینی (ره)، صدور انقلاب به مفهوم تأکید بر تحقق ارزش های انقلاب اسلامی در داخل و اهتمام به ارائه دستاوردهای عملی در سایر نقاط می‌باشد. یعنی این ایده را در صورتی موفق می‌دانستند که در داخل محقق شده، به عنوان الگو و نمونه برای افکار جهانی قابل عرضه باشد (اسلام‌تایمز، ۱۹ دی ۱۳۹۴). لذا، ام‌القرای جهان اسلام وظیفه تولید یک الگوی دینی و صدور آن را دارد.

لازم به ذکر است که نظریه‌ی ام‌القری برای نخستین بار توسط عبدالرحمن کواکبی در مورد شهر مکه (مرکز دینی جهان اسلام) به‌کار برده شد. وی برای حل معضلات جهان اسلام پیشنهاد داد کنفرانس سران و اندیشمندان دینی، عالمان و روشنفکران جهان اسلام در شهر مکه، به‌عنوان ام‌القرای اسلام، برگزار شود (نخعی، ۱۳۷۶: ۳۰۴). این نظریه به شکلی متمایز و تحلیلی برای ایران پس از انقلاب اسلامی استفاده شده است. نظریه ام‌القری دکترینی برای تبیین خط مشی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران و موقعیت ایران در جهان اسلام است که اواخر دهه‌ی ۱۳۶۰ از سوی محمدجواد لاریجانی مطرح شد (لاریجانی، ۱۳۷۶: ۳۰-۶). این دکترین در راستای جمع بین منافع ملی و آرمان‌های مطرح شده پس از انقلاب اسلامی ایران مطرح گردیده است. در تدوین استراتژی ملی جمهوری اسلامی ایران، لاریجانی ایران ام‌القری را در کنار امنیت (دفاع مؤثر) و آبادی (توسعه) یکی از ارکان مهم

استراتژی ملی ایران می‌داند. بر اساس این نظریه ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی بدون تردید ام‌القرای جهان اسلام شده است، زیرا ایران پس از انقلاب با تشکیل حکومت اسلامی دارای دو شأن رهبری مردم ایران و امت اسلامی گردید و همه‌ی مسلمانان وظیفه دارند ولایت و رهبری امام خمینی(ره) را به عنوان رهبر امت واحده‌ی اسلامی بپذیرند. بدین ترتیب، حکومت ایران باید علاوه بر منافع ملی به منافع جهان اسلام نیز بپردازد و دیگر کشورها نیز موظفند از ایران به عنوان ام‌القرای جهان اسلام حمایت و دفاع کنند. در صورتی که میان منافع ام‌القری و منافع امت تراحمی پیش آید منافع امت همواره مقدم است، مگر در حالتی که مسئله بر سر حفظ نظام اسلامی در ام‌القری باشد (لاریجانی، پیشین، ۴۸). اگر نظام سیاسی ایران با شکست مواجه شود- بدین معنا که تمامیت ارضی آن مورد حمله قرار گیرد، شالوده‌ی اصلی حکومت آن یعنی رهبری و ولایت فقیه مورد تعرض قرار گیرد، یا نظام مبتنی بر آن نتواند جواب‌گو باشد- در واقع شکست آن شکست و ناتوانی نظام سیاسی اسلام محسوب می‌شود. بنابراین، در این‌گونه موارد پاسداری از نظام اسلامی نه تنها وظیفه‌ی ایرانیان بلکه وظیفه‌ی هر مسلمانی است (اسکندری و غفاری، ۲۳ بهمن ۱۳۸۶: ۱۷).

ابزارهای اجرایی سیاست ام‌القرای جهان اسلام مبتنی بر سه عامل دیپلماسی عمومی، استفاده از تریبون سازمان‌های بین‌المللی و حمایت از گروه‌های اسلام‌گرایی مانند حزب‌الله لبنان و حماس است. خط مشی حزب‌الله لبنان در سال‌های اخیر و روی کار آمدن دولت نوری مالکی در عراق پس از سقوط صدام در راستای این سیاست بوده است (دهقانی فیروزآبادی و رادفر، پیشین: ۱۳۰ - ۱۴۳).

در مجموع می‌توان گفت، تلاش برای ایجاد یک الگوی نمونه مذهبی از جمهوری اسلامی ایران و دستاوردهای آن در بخش‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و خصوصاً دینی - معنوی پیش‌زمینه‌ی بدل‌شدن ایران به ام‌القرای اسلامی است. در مقطع کنونی نیز الگوسازی در زمینه الهام‌بخشی مذهبی به ویژه برای شیعیان منطقه، از اهمیتی قابل توجه برای مقابله با پروژه ایران هراسی برخوردار است و بازخوانی مداوم و ارائه

تفسیر جدید از آن، باید در دستور کار قرار گیرد، زیرا همواره باید جذابیت گفتمانی الگوی ایران اسلامی حفظ شود. به گونه‌ای که حتی برای مسلمانان غیر شیعی دارای جذابیت باشد و موجبات کم‌رنگ شدن تبلیغات ایران‌هراسانه را در میان مردمان منطقه غرب آسیا به همراه داشته باشد.

ایران می‌تواند به مثابه الگویی نمونه، در قالب برندی اختصاصی به عنوان نشان‌دهنده ماهیت و اهداف والای انقلاب اسلامی در گفتمان مذهبی میان مسلمانان و مردم جهان مطرح شود. جامعه اسلامی‌ای که در آن سطحی متعالی از آزادی، رفاه، امنیت، شکوفایی علمی، حقوق انسانی متفاوت از سایر کشورهای اسلامی ارائه می‌شود و می‌تواند اثرگذاری قابل توجهی در تضعیف ایران‌هراسی تحت حمایت آمریکا و صهیونیست‌ها داشته باشد. ضروری است در سطح داخلی برخی اصلاحات اساسی از سوی مدیران و استراتژیست‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور در دستور کار قرار بگیرد.

۵- الگوی تنش‌زدایی در مناسبات منطقه‌ای

در سال‌های اخیر، تلاش جمهوری اسلامی برای حفظ ثبات و امنیت در غرب آسیا یکی از مهم‌ترین مبانی سیاست خارجی کشور، خصوصاً پس از حمله آمریکا به عراق در سال ۲۰۰۳، بوده است. این تلاش خود را در قالب سیاست تنش‌زدایی نشان داده است. جلوگیری از تجزیه کشورهای منطقه و تلاش برای تنش‌زدایی به نقشی بدل شده که جمهوری اسلامی در مسیر الگوسازی از آن در مناسبات خود آن را ایفا می‌نماید. تاکید بر این الگو، از مهم‌ترین وجوه روابط ایران با کشورهای غرب آسیا، خصوصاً کشورهای بحرانی منطقه یا همسایگان کلیدی، به ویژه کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس و نیز کشورهای غربی می‌باشد. جمهوری اسلامی با نقد مداخلات قدرت‌های بزرگ در مسائل منطقه غرب آسیا، خواستار مدیریت بحران‌های منطقه‌ای به وسیله کشورهای منطقه بوده و خود نیز بر تنش‌زدایی در این مسائل تاکید و تمرکز دارد (طالبی‌آرانی، زرین‌نرگس، ۱۳۹۵).

تنش‌زدایی، برگردان واژه فرانسوی دتانت^{۱۶}، اصطلاحی از علم روابط بین‌الملل و فن دیپلماسی است که متضمن تخفیف تشنج بین دولت‌ها با پایان یافتن تیرگی روابط و برطرف کردن اختلاف‌ها است. این امر با اعمال زور، تهدید و یا جنگ صورت نمی‌گیرد و از طریق کاهش خصومت و به کارگیری روش‌های مسالمت‌آمیز و گفت‌وگو امکان پذیر است (Hanhimahi, 2013: 17). حال به لحاظ تاریخی، تنش‌زدایی یک سیاست ریشه‌دار و عمیق در عرصه سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران است. سیاست تنش‌زدایی از دوره دوم ریاست جمهوری اکبر هاشمی رفسنجانی آغاز شد و با ریاست جمهوری سید محمد خاتمی از سال ۱۳۷۶ مورد توجه ویژه قرار گرفت (سوری، ۱۳۸۴: ۱۸۱-۲۰۲). حسن روحانی نیز به اجرای موج دومی از تنش‌زدایی پرداخت (متقی، ۲۴ آذر ۱۳۹۲). این سیاست به‌طور خلاصه بیان می‌دارد که در برابر جهانی شدن، مبنای روابط خارجی ایران با سایر کشورها باید بر اعتمادسازی و رفع سوءتفاهمات گذشته باشد (ازغندی، ۱۳۷۸). تنش‌زدایی بر اصولی مانند پذیرش کثرت‌گرایی سیاسی - اقتصادی، هم‌زیستی مسالمت‌آمیز، پرهیز از درگیری ایدئولوژیک و صرف‌نظرکردن از سیاست‌های برتری‌جویانه و هژمونیک استوار است (Suri, 2008: 28).

از منظر هرמידاس باوند، روابط بین‌الملل بر دو پایه «اصل برابری و حاکمیت کشورها» و «ژئوپلیتیک سلسله مراتب قدرت‌ها» استوار است. نظام بین‌المللی در واقعیت بر اساس نظم و نظری است که قدرت‌های بزرگ تنظیم می‌کنند. بنابراین، در تعاملات بین‌الملل یک ارزیابی واقع‌گرایانه بدین شکل است که یک کشور زمانی می‌تواند در حوزه سیاست خارجی موفق عمل کند که استراتژی تنش‌زدایی را اتخاذ کند. لذا این سیاست می‌بایست در کانون سیاست خارجی کشور در روابط با کشورهای دیگر، خصوصاً غرب قرار گیرد (باوند، ۲۲ اردیبهشت ۱۳۹۲). تنش‌زدایی برخلاف رویکرد تنش‌زا، در جهان پرچالش و پرتعارض کنونی راهی کم‌هزینه و کم‌خطر برای دستیابی به اهداف و تامین کننده‌ی منافع گوناگون کشورها است؛ راهی که حتی می‌توان آن را به سمت آرمان‌ها و

¹⁶. detente

فراهدف‌های ملی امتداد داد. حسن روحانی، رئیس‌جمهوری، در سخنانی در اردیبهشت ماه ۱۳۹۲ در چارچوب وعده‌های انتخاباتی خود اظهار کرد: «اولویت سیاست خارجی دولت من در درجه‌ی اول تامین و حفظ منافع ملی از طریق اعتمادسازی و تنش‌زدایی با جهان خارج است.» وی پس از قرار گرفتن در جایگاه بالاترین مقام اجرایی کشور نیز تصریح کرد سیاست خارجی جمهوری اسلامی بر مبنای تنش‌زدایی و اعتماد سازی با دنیا است (شکوهی‌نسب، ۱۸ آبان ۱۳۹۴).

با عنایت به تحولات سوریه و عراق، بحران در مناسبات ایران و عربستان و نیز شورای همکاری خلیج فارس، جمهوری اسلامی ایران تلاش دارد تا در قامت سیاست تنش‌زدایی و الگوسازی برای کشور در سیاست خارجی فعلی خود به ایفای این نقش بپردازد. سیاست تنش‌زدایی میان آنکارا و دمشق از ۲۰۱۸ به این سو، تلاش برای حل مشکلات عراق و گروه‌های مختلف سیاسی این کشور برای تشکیل دولت در بغداد، تشکیل حکومت اقلیم کردستان پس از ۲۰۱۹ و نیز تلاش برای رفع مشکلات مابین عربستان و ایران نیز از منظر نگارنده از جمله اقدامات تنش‌زدای جمهوری اسلامی ایران در این راستا به حساب می‌آید. اگر این موارد به شکل جدی پیگیری شود و سیاسیون کشور قادر به حل بحران در کشورهای مذکور و روابط مورد نظر باشند، قادر به ایفای نقش تنش‌زدایی در مسائل دیگر نیز خواهند بود و می‌توانند از این سیاست یک الگوی موفق منطقه‌ای (پس از نقش تنش‌زدای عمان در غرب آسیا) ارائه دهند. این الگوسازی زمینه را برای کاهش فشار ایران‌هراسی فراهم می‌کند و با تبلیغ نظری و عملیاتی تنش‌زدایی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی (توافق هسته‌ای یکی از آنهاست که باعث حمایت اتحادیه اروپا از آن و تداوم همکاری با ایران شده است) باعث تغییر مثبت در رویکرد جامعه جهانی نسبت به ایران می‌شود.

۶- الگوی هویتی

هویت و مسائل مربوط به آن یکی از مهم‌ترین واحدهای تحلیل در زمینه مطالعات دیپلماسی فرهنگی است که می‌توان از آن به عنوان الگویی فرهنگی یاد کرد. در منطقه غرب آسیا نیز اساس منازعات میان کشورها را می‌توان هویتی ارزیابی کرد. بر خلاف بسیاری از مناطق جهان که منازعات بیشتر ابعاد اقتصادی و سیاسی دارند، غرب آسیا هنوز در چنگال مسائل حل نشده هویتی گرفتار است. با توجه به پیشینه هویت تاریخی و قدمت طولانی ایران از همزیستی مسالمت‌آمیز هویت‌ها، ارائه الگویی در این زمینه که بتواند تلاش‌های ایران هراسانه را خنثی کند ضروری به نظر می‌رسد.

آمارتیا کومار سن، استاد فلسفه و اقتصاد در دانشگاه هاروارد، در کتاب «هویت و خشونت» به بحث درباره نگرش تک‌واره (یا هویت یگانه‌نگر) می‌پردازد. به اعتقاد او در برخی جوامع بخش‌های مختلف هویت انسان‌ها نادیده گرفته می‌شود و تنها به یک بخش از هویت آنان توجه می‌گردد و تنها همان پرورنده می‌شود. او این گونه هویت‌ها را هویت‌های تک‌واره می‌نامد. کومار سن از این هویت‌های تک‌واره، جداسازی مذهبی و تمدنی را نتیجه می‌گیرد. براساس طرز تفکر تک‌وارگی تنها یک جنبه‌ی فرهنگی هویت انسان پررنگ می‌شود و جنبه‌های دیگر نفی می‌شوند. در مقابل، وی هویت چندپاره را مطرح می‌کند که بر همه ابعاد هویتی و تکرر این ابعاد در روابط و مناسبات تاکید دارد (کومار سن، ۱۳۹۵).

با عنایت به این مقدمه می‌توان گفت؛ ایران کشوری است با تکرر هویت‌های فرهنگی، زبانی، قومی و مذهبی و ... که قرن‌هاست در چارچوب سرزمینی به نام ایران زندگی می‌کنند. این تکرر فرهنگی را با همان شدت در فضای منطقه‌ای غرب آسیا هم می‌توان دید. جمهوری اسلامی تنها دولت شیعی منطقه است که مذهب را به عنوان موتور استراتژیک قدرت خود تعریف نموده است. جمهوری اسلامی که خوانشی سیاسی از مفهوم شیعه، مبارزه و مقاومت داشت، توانست دیدگاه جامعه‌ی عربی را به خود جذب کند و از دل این خوانش، دوستی با اخوان المسلمین و حمایت از حماس در فلسطین شکل گرفت که سنی

مذهب بودند. حمایت از بشار اسد علوی در سوریه نیز با همین رویکرد آمیخته بود. برقراری پیوند با کردها در عراق که غالباً سنی هستند با تاکید بر این نگرش بوده است. در کنار این، جمهوری اسلامی متهم به شیعه‌گرایی، حمایت از محور مقاومت شیعی علیه اهل سنت و نیز تلاش برای ایجاد جنگ و تنش مذهبی در منطقه نیز است (زرین‌نرگس، ۱۳۹۷: ۱۷۶).

ارائه الگوی هویتی متکثر، که در ذیل آن فرهنگ‌ها و هویت‌های دیگر بتوانند خود را تعریف یا احساس همذات‌پنداری داشته باشند، راهبردی ضروری برای دیپلماسی فرهنگی ایران است که نیازمند تقویت شدن است. در واقع، جمهوری اسلامی با الگوسازی فرهنگی از هویت چندپاره یا چندگانه از خود می‌تواند به یک نمونه پیشرو از دولت در منطقه و نیز مردم‌سالاری دینی و حتا ام‌القرای جهان اسلامی بدل شود. چرا که ام‌القرای جهان اسلام بدون لحاظ نمودن تنوع فرهنگی و هویتی و مذهبی قادر به رهبری جهان اسلام و هدایت اسلام نخواهد بود. این الگوسازی، خود به شکل ماهوی بر مقابله موثر با امواج ایران‌هراسی غربی بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

۷- الگوی الهام‌بخشی از نظام سیاسی و مردم‌سالاری دینی

سند چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی در مورد جایگاه مطلوب جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام در بیست سال آینده از مفهوم الهام‌بخشی بهره گرفته است. تاملی در این عبارت نشان می‌دهد واضعان آن نیم‌نگاهی به قدرت جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام داشته و با توجه به شرایط منطقه و نظام بین‌الملل در دو دهه گذشته آن را معادل یا جایگزین مناسبی برای عبارت صدور انقلاب اسلامی دانسته‌اند. الهام‌بخشی در قیاس با قدرت نرم به مراتب ظرفیت بیشتری برای رساندن پیام اسلام و جمهوری اسلامی ایران دارد. هرچند که در نهایت نیز، الهام‌بخشی در مسیر و راستای همان قدرت نرم قابل خوانش است. نظام سیاسی جمهوری اسلامی الهام‌بخش شد، چون در فضای آن روز جهان اصول فراموش شده‌ای را مورد تاکید قرار داد که به باور خیلی‌ها در حال انقراض بود. فضای داخلی، وحدت و هم‌دلی گروه‌های سیاسی و مردم‌پشتوانه‌های این الهام‌بخشی بودند.

گفتمان سیاسی - اجتماعی برآمده از انقلاب اسلامی به پشتوانه فکری - عقیدتی نظام جمهوری اسلامی تبدیل شد و بازتولید این گفتمان در سال‌های بعد بقا و توسعه نظام را تضمین کرد (موسوی و قربی، ۱۳۹۲: ۱۱۵). الهام‌بخشی نظام سیاسی جمهوری اسلامی دارای ابعاد بسیار مترقی و نوینی بود که از آن میان می‌توان به مردم‌سالاری دینی، تلفیق اسلامیت و جمهوریت و در نهایت پیوند سنت و مدرنیته یا ارزش و روش اشاره نمود.

آیت‌الله خامنه‌ای، رهبری جمهوری اسلامی ایران، در سال‌های آغازین دهه‌ی هشتاد و ابتدای دهه چهارم انقلاب اسلامی، نظریه‌ی مردم‌سالاری دینی، ضرورت مشارکت سیاسی مردم مسلمان ایران را در قالب یک تئوری بومی - که توانایی توضیح تمام ابعاد مربوط به نظام‌سازی سیاسی را داراست - مطرح نمودند. این تئوری در مقابل دیدگاهی بود که از سوی جهان غرب در فضای مدرنیته دائماً به چالش‌های دین و دموکراسی دامن می‌زد. در سال‌های پس از دوم خرداد ۱۳۷۶، غرب‌گرایان و عناصر داخلی آنان کوشیدند تا بر وسعت این تعارض فرضی بیفزایند. در همین راستا، ایشان معتقدند: «در مکتب سیاسی امام، مردم-سالاری از متن دین برخاسته است؛ از امرهم شوری بینهم برخاسته است؛ از هو الذی ایدکم بنصره و بالمومنین برخاسته است؛ ما این را از کسی وام نگرفته‌ایم» (سعیدی، ۱۳۹۲).

تلاش برای تلفیق اسلامیت و جمهوریت یکی از مهم‌ترین مسائل نظری و عملی مورد بحث در خصوص نظام سیاسی جمهوری اسلامی بوده است که علاوه بر ایجاد مباحث طولانی و پیچیده میان اهل فن و عالمان سیاسی و دینی، زمینه‌ساز الهام‌بخشی از این نظام شده است. نظام جمهوری اسلامی نه حکومت دیکتاتوری است و نه دموکراسی به معنای غربی آن. این نظام شیوه خاصی از حکومت است که بر جایگاه مردم و نقش ایشان تأکید فراوان دارد و با تکیه بر مبانی و احکام نورانی دین اسلام درصدد است با نفی هر گونه تفکر، منش و رفتار شیطانی، فرد و جامعه را به سمت رشد، شکوفایی، پیشرفت مادی، معنوی، دنیایی و اخروی سوق دهد (مصباح‌یزدی، ۱۳۸۰). مرحوم امام (ره) در مورد ماهیت حکومت جمهوری اسلامی فرمودند: «ماهیت حکومت جمهوری اسلامی این است که با شرایطی که اسلام برای حکومت قرار داده است، با اتکا به آرای عمومی ملت، حکومت تشکیل شده و

مجری احکام اسلام باشد». همچنین فرمودند: «جمهوری اسلامی ... حکومتی است متکی به آرای ملت و مبتنی بر قواعد و موازین اسلام» (<http://imam-khomeini.ir/fa>). در نهایت یکی دیگر از مبانی کلیدی در الهام‌بخشی در زمینه نظام سیاسی و مردم‌سالاری دینی پیوند سنت و مدرنیته یا ارزش و روش است. این نگاه به یک رویکرد نوین انجامیده که در قالب گفتمان اصالت قابل شناسایی است. در واقع، گفتمان اصالت در صدد مقابله با دو جریان تحجرگرایی و تجددگرایی افراطی است. برخلاف سنت‌گرایان و روشنفکران مذهبی که با دغدغه خلوص، تقدس دین و با نگاه حداقلی و انفعالی دین را به گونه‌ای تعبیر می‌کنند که در مواجهه با امورات معیشتی و دنیایی قرار نگیرد و اساساً حوزه دین را در امور آخرتی و معنوی محدود می‌کنند، گفتمان اصالت اسلامی دغدغه خلوص و توانمندی دین را با هم مد نظر خود قرار می‌دهد و در صدد پیوند میان سنت و تجدد، دنیا و آخرت، و ارزش و روش برمی‌آید (نورانی مکرّم، ۱۳۸۸).

در مجموع، می‌توان گفت الگوسازی الهام‌بخشی در زمینه نظام سیاسی و مردم‌سالاری دینی به‌عنوان یکی از موثرترین الگوهای فراروی دیپلماسی فرهنگی در مقابله با ایران‌هراسی قابل بازطرح و تولید است. این الگوسازی به لحاظ تاریخی و با توجه به چالش‌های دائمی سنت و مدرنیته در جهان اسلام، توانسته ظرفیت‌های خود را از مرحله آزمون به مرحله ارتقا دهد و به‌عنوان یک الگوی مطلوب از سوی جریان‌های مختلف در جهان اسلام از شرق تا غرب و شمال تا جنوب مورد توجه قرار گیرد.

نتیجه‌گیری

با توجه به دگرگونی‌های مداوم و سریع در حوزه سیاست بین‌الملل، اهمیت دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی کشورها به طور روزافزون افزایش می‌یابد. اهمیت این موضوع به اندازه‌ای است که طی چند دهه گذشته محور اصلی دشمنی با ایران در قالب

پروژه «ایران‌هراسی» را می‌توان در همین حوزه مورد ارزیابی و تحلیل قرار داد. اساس سیاست ایران‌هراسی بر ایجاد نفرت و ترس روانشناختی، فرهنگی و هویتی دیگر بازیگران عرصه بین‌المللی، به ویژه کشورهای منطقه غرب آسیا، استوار است.

بنا بر همین ضرورت، تلاش برای الگوسازی در دیپلماسی فرهنگی مهم‌ترین اقدامی است که از سوی دستگاه سیاست خارجی کشور با هدایت و راهنمایی رهبری مورد پیگیری قرار می‌گیرد. راه‌کار مناسب در مواجهه با امواج ایران‌هراسی ناشی از قدرت‌های غربی به رهبری آمریکا و نیز برخی بازیگران منطقه‌ای چون عربستان و رژیم صهیونیستی، همواره استفاده از الگوسازی دیپلماسی فرهنگی است.

تاکید جمهوری اسلامی ایران بر ارائه هویتی متکثر و فراگیر در غرب آسیا که بتواند خرده‌فرهنگ‌ها یا حتی هویت‌های بزرگ منطقه را، تحت عنوان ملت‌های مختلف، با خود همراه سازد، راهبرد مهمی است که در حوزه دیپلماسی فرهنگی به عنوان یک الگو قابل طرح است. هر اندازه ایران بر ترویج و تبلیغ هویت تک‌واره شیعه تاکید داشته باشد به همان اندازه ایران‌هراسی نیز تقویت و موفق خواهد شد. لذا ارائه الگوی هویتی متکثر و چند سطحی از نظام هویت ایرانی در مقام یک ضرورت انکارناپذیر برای دیپلماسی فرهنگی ایران قابل طرح است. این الگوی هویتی، زمانی موفق خواهد شد که الگوی ایفای نقش میانجی‌گرایانه و تنش‌زدایانه ایران در منطقه نیز تقویت شود. تا زمانی که تهران به عنوان یک بازیگر توسعه‌طلب و خواهان دخالت هدفمند در معادلات دیگر کشورها نمایش داده شود، موج مقاومت در برابر سیاست‌هایش افزایش پیدا می‌کند و زمینه برای موفقیت سیاست ایران‌هراسی مهیا خواهد شد. بر خلاف این رویه، نقش سازنده جمهوری اسلامی ایران بر ایجاد صلح و آشتی در کشورهای منطقه، الگویی است که با عنوان میانجی‌گری می‌تواند برای تهران اعتبار کسب کند و موج ایران‌هراسی را تضعیف نماید.

همچنین، بهره‌گیری از الگوی برندسازی سیاسی - به معنای ایجاد برندهای سیاسی و فرهنگی که در جهان نماد صلح‌خواهی و هویت متمدن تاریخی ایرانیان باشد - یکی از مهم‌ترین راهبردهای دیپلماسی فرهنگی ایران در تقابل با موج گسترده ایران‌هراسی است.

در این زمینه، معرفی سیاست‌مداران صلح‌طلب که گفتمانی جدید از همزیستی ایران با جهان را ارائه کرده‌اند و نیز حمایت از توسعه فرهنگ ایران در قالب سینما، موسیقی و توسعه علمی، می‌تواند همچون برگی برنده در برابر تهاجم دشمنان و خواسته‌های نامشروع آنان تلقی شود.

منابع

- ازغندی، سید علی‌رضا (زمستان ۱۳۷۸)، *تنش‌زدایی در سیاست خارجی: مورد جمهوری اسلامی ایران (۷۸-۱۳۶۷)*، فصلنامه سیاسی خارجی، شماره ۵۲.
- اسکندری، صالح و غفاری، حنیف (۲۳ بهمن ۱۳۸۶)، *گفتگو با دکتر محمدجواد لاریجانی، روزنامه رسالت*، شماره ۶۳۶۴.
- اسلام تایمز (۱۹ دی ۱۳۹۴)، *صدور انقلاب از دیدگاه امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (۱)*، قابل دسترسی در: <https://www.islamtimes.org/fa/article/511363>
- اصغری ثانی حسین (۲۲ اسفند ۱۳۹۷)، *تاثیر «برندسازی» گردشگری در تغییر وجهه بین‌المللی ایران*، قابل دسترسی در: <https://www.sedayemiras.ir/1397/11/22>
- باوند، هرمیداس (۲۲ اردیبهشت ۱۳۹۲)، *باید از سیاست خارجی تنش‌زدایی کرد*، قابل دسترسی در: <http://www.irdiplomacy.ir/fa/news/1916080>
- بابایی، رسول (۷ آذر ۱۳۹۴)، *اوباما مخلوق دانش برندسازی سیاسی است / برند رقبای احمدی نژاد ضعف اساسی داشت*، سلسله گفت و گوهای برندسازی سیاسی با دکتر رسول بابایی، قابل دسترسی در: <https://www.asriran.com/fa/news/434471>
- پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (۱۰ بهمن ۱۳۹۷)، *ایران در جمع ۲۰ کشور برتر جهان بر اساس تعداد انتشارات علمی*، قابل دسترسی در: <https://www.isc.gov.ir/fa/news/1131>
- جعفری، مهشید (۱۴ دی ۱۳۹۷)، *رتبه نخست ایران در تولید علم و تعداد مقالات در میان کشورهای اسلامی*، قابل دسترسی در: <https://www.yjc.ir/fa/news/6785147>
- توحید فام، محمد (۱۳۸۲)، *فرهنگ در عصر جهانی شدن: چالش‌ها و فرصت‌ها*، تهران، نشر روزنه.
- جعفری‌پناه، مهدی و میراحمدی، منصور (۱۳۹۱)، *مؤلفه‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران با رویکرد اسلامی*، فصلنامه‌ی معرفت سیاسی، سال چهارم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، صفحه ۱۰۵ - ۱۲۲.
- حسینی، مجید و بیدالله خانی، آرش (زمستان ۱۳۹۴)، *برندسازی و بازاریابی سیاسی: الگویی جدید برای توسعه ارتباطات سیاسی مشارکتی*، فصلنامه سیاست، دوره ۴۵، شماره ۴.
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال و رادفر، فیروزه (پاییز و زمستان ۱۳۸۸)، *الگوی صدور انقلاب در سیاست خارجی دولت نهم*، فصلنامه دانش سیاسی، شماره ۱۰، ۱۵۰-۱۲۳.
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۹۵)، *کلیات روابط بین‌الملل*، تهران، انتشارات مخاطب.
- راست، بروس و استار، هاروی (۱۳۸۱)، *سیاست جهانی*، ترجمه امیدی، تهران، نشر دفتر مطالعات سیاسی بین‌المللی.
- زرین‌نوگس، یحیی (۱۳۹۷)، *جایگاه قدرت در استراتژی امنیت منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران*، گروه امنیت، استاد راهنما عبدالله مرادی، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی.

- سعیدی، مهدی (۱۳۹۲)، *مردم‌سالاری دینی از منظر حضرت آیت‌الله خامنه‌ای*، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
 - سوری، جواد (زمستان ۱۳۸۴)، *از تنش‌زدایی تا تعامل سازنده و مؤثر: بازتاب جهانی‌شدن در سیاست خارجی خاتمی، فصلنامه راهبرد، شماره ۳۶*.
 - شکوهی‌نسب، حسن (۱۸ آبان ۱۳۹۴)، *سیاست خارجی و دوراهی تنش‌زدایی و تنش‌زایی*، خبرگزاری ایرنا، قابل دسترس در: <http://www.irna.ir/fa/News/81830635>
 - طالبی آرانی، روح‌الله و زرین‌نرگس، یحیی (۱۳۹۵)، *بین‌المللی‌شدن دولت در غرب آسیا: مطالعه‌ی موردی عراق از ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۶*، همایش بین‌المللی نظم امنیتی منطقه‌ای در غرب آسیا، کنفرانس امنیتی تهران.
 - فرمیپنی فراهانی، محسن (۱۳۹۵)، *الزامات تحقق تمن نوین اسلامی، فصلنامه مطالعات ملی*، سال هفدهم، شماره ۳.
 - فهیمی، فاطمه (۱۳ دی ۱۳۹۲)، *صدور انقلاب از نگاه رهبران انقلاب اسلامی (۲)*، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
 - قاسمی، فرهاد (۱۳۹۱)، *رهیافتی نظری بر دیپلماسی منطق‌های: واحدهای تجدیدنظرطلب در گذار چرخه سیستمی قدرت، فصلنامه روابط خارجی*، سال چهارم، شماره چهارم.
 - کومارسن، آمارتیا (۱۳۹۵)، *هویت و خشونت: توهم تقدیر، ترجمه‌ی فریدون مجلسی*، تهران، نشر پایان.
 - لاریجانی، محمدجواد (۱۳۷۶)، *کاوش‌های نظری در سیاست خارجی*، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
 - متقی، ابرهیم (۲۴ آذر ۱۳۹۲)، *موج دوم تنش‌زدایی، مجله مثلث*.
 - مرادی مقدم، حسین؛ داورپناهم. محمدرضا و دیانی، محمدحسین (۱۳۹۵)، *بررسی الگوی رشد علم ایران بعد از انقلاب اسلامی، پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، شماره ۵ (۱).
 - مصباح یزدی، محمد تقی، پاسخ استاد به جوانان پرسشگر، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، ۱۳۸۰، ص ۱۶۱.
 - مورگنتا، هانس جی (۱۳۷۴)، *سیاست میان ملت‌ها (تلاش در راه قدرت و صلح)*، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌الملل وزارت امور خارجه.
 - موسوی، سید صدرالدین و قربی، سیدمحمد جواد (پاییز و زمستان ۱۳۹۲)، *الهام بخشی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، فصلنامه مطالعات قدرت نرم*، مقاله ۶، دوره ۳، شماره ۹.
 - نورانی مکرم، امیر (۱۳۸۸)، *انقلاب اسلامی ایران، سنت و تجدد، فصلنامه علمی پژوهشی متین*، شماره ۴۵.
 - نخعی، هادی (۱۳۷۶)، *توافق و تزاخم منافع ملی و مصالح اسلامی*، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- وبسایت: <http://farsi.khamenei.ir/message-content?id=9034>
- <http://imam-khomeini.ir/fa>
 - پایگاه استنادی علوم جهان اسلام، قابل دسترس در: <https://isc.gov.ir/fa>