

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در لبنان

محمدحسن شیخ الاسلامی^۱

استادیار دانشکده روابط بین الملل وزارت امور خارجه

امیر فاطمی صدر^۲

دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته دیپلماسی و سازمان های بین المللی (نویسنده مسئول)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۸/۲۶

چکیده

این مقاله با هدف ارائه چارچوبی تحلیلی توصیفی برای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران سامان یافته است؛ و این موضوع را درباره کشور لبنان، به طور خاص، واکاوی می کند. دیپلماسی عمومی شامل گستره وسیعی از فعالیت هاست و بنابراین تعاریف متفاوتی دارد؛ ولی به طور کلی، عبارت از تلاش ها و اقدامات حکومت یا دولتی است که با هدف ایجاد تصویری مطلوب از سیاست ها و آرمان های کشور مبدأ بر اذهان و افکار نخبگان و عامه مردم کشورهای دیگر، سامان می یابد. تفاوت این موضوع با روابط عمومی و پروپاگاندا، در دوسویه بودن ارتباطی است که براساس متقاعدسازی و گفت و گوی دوطرفه صورت می گیرد. این مقاله با استناد به نظرسنجی مؤسسه آمریکایی زاگبی و با این پرسش که علل اصلی توفیق دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در لبنان چیست، به دنبال اثبات این فرضیه است که موفقیت این امر در لبنان، مرهون چند چیز است: اتکای آن به شبکه های دولتی و مدنی در این کشور، ذهنیت تاریخی مثبت مردم لبنان از ایران و نیز وجود حزب الله و شیعیان، به مثابه کارگزار غیرعامل و غیردولتی ایران در لبنان.

واژه های کلیدی: دیپلماسی عمومی، قدرت نرم، گیلپوا، کارگزار غیرعامل.

1. mhsheikh@gmail.com

2. a.fatemisadr@gmail.com

در عصر جهانی شدن، دیپلماسی فرایند مهمی است که در برقراری ارتباطات و مذاکرات در عرصه سیاست خارجی کشورها و سیاست جهانی به کار گرفته می شود و لذا از ابزارهای کلیدی سیاست خارجی محسوب می شود؛ به طوری که تقریباً تمامی کنشگران عرصه فراملی از آن بهره می برند (پوراحمدی، ۱۳۸۸). با این حال، امروزه این مفهوم، در معنا و ساختار دچار تغییرات بنیادین بسیاری شده است. کمرنگ شدن حاکمیت دولت ها، فناوری اطلاعات و ارتباطات، رشد بازیگران غیردولتی و آگاهی فزاینده مردم در سطح جهانی، از عوامل اصلی تحول دیپلماسی هستند. درحقیقت، دیپلماسی جدید پدیده ای است که در بستر جامعه مدنی جهانی در حال شکل گیری است و در آن سازمان های غیردولتی، مردم عادی، گروه های فشار، انجمن های تخصصی و نظایر آن ها، خواستار نقش آفرینی بیشتر در مسائل بین المللی هستند (سیمبر، ۱۳۸۷: ۱۳۲).

جهان سستی آنارشیک دولت محور، در حال تغییر به عرصه سیاسی جدیدی است که متشکل از بازیگران متنوع و گسترده غیردولتی فراملی و فروملی با منافع متفاوت و متضاد است و از ویژگی های آن، غیرسرزمینی شدن فضای سیاسی، تمرکززدایی از اقتدار دولتی و تکرر در تدبیر امور جهان است (وحیدی، ۱۳۸۶: ۳۶۱). بنابراین، در دیپلماسی جدید، حرکتی با عنوان دیپلماسی عمومی در حال شکل گیری است که ترجمان تلاش های جامعه مدنی جهانی برای حل بحران های عمده در عرصه بین الملل است (سیمبر، ۱۳۸۷: ۱۳۲).

دیپلماسی عمومی

می توان گفت، مختصرترین و روشن ترین تعریف ارائه شده از دیپلماسی عمومی در مقاله پل شارپ^۱ آمده است. وی دیپلماسی عمومی را این چنین تعریف می کند: «فرایندی که از طریق آن، ارتباطات مستقیم با مردم در هر کشوری برای پیش بردن منافع و گسترش ارزش هایی که معرفی می شوند، تعقیب می شود» (میلسن، ۲۰۰۵: ۵۳).

به بیانی ساده تر، دیپلماسی عمومی تلاش ها و اقدامات حکومت یا دولت برای تأثیرگذاری بر اذهان و افکار نخبگان و عامه مردم کشورهای دیگر ارزیابی می شود و با این نیت صورت می گیرد که کشور هدف، سیاست ها و ایده ها و آرمان های کشور عامل

1. Poll Sharp



انجمن مطالعات جهان اسلام

Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی

پژوهش های پایه ای جهان اسلام



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

را خودی تلقی کند و با آن احساس این‌همانی داشته باشد. به‌زعم برخی کارشناسان، دیپلماسی عمومی حتی ابزار قدرت نرم است. در این تعریف، در صورتی که دیپلماسی عمومی را تلاش برای ارتباط با عموم مردم و نه تنها حکومت‌ها بدانیم، می‌توان گفت که تأثیرگذاری دیپلماسی عمومی به شکل‌گیری قدرت نرم می‌انجامد.

آن چیزی که دیپلماسی عمومی را نه تنها از پروپاگاندا، بلکه از لابی‌گری و روابط عمومی متمایز می‌کند، تمرکز بر ایجاد ارتباط است (کوان و آرسنالت، ۲۰۰۹: ۲۵).^۲ دیپلماسی عمومی مدرن حرکتی دوطرفه است که براساس متقاعدسازی^۳ دیگران صورت می‌گیرد. این متقاعدسازی با گفت‌وگو که مبتنی بر مفهومی آزادانه از ارتباط با مردمان خارجی و نه تحمیل آن‌هاست، حاصل می‌شود. به سخن دیگر، دیپلماسی عمومی در اینکه مردم را متقاعد می‌سازد که به چه بیندیشند، مانند تبلیغات است، اما با تبلیغات تفاوت اساسی دارد؛ به این معنا که دیپلماسی عمومی به آنچه مردم می‌گویند نیز گوش می‌دهد (میلسن، ۲۰۰۵: ۶۵). دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی نیز با یکدیگر رابطه‌ی ظریفی دارند. دیپلماسی عمومی را می‌توان حاصل سازگاری و انطباق میان اقدامات بازیگران غیردولتی، ارزش‌های سیاست خارجی و اولویت‌های دولت دانست که در جهت ارتقای تصویر کشور حرکت می‌کند و تأمین‌کننده‌ی منافع ملی است.

مدل‌های دیپلماسی عمومی

مدل‌ها، از این جهت که بر متغیرهای مهم و روابط بین آن‌ها تمرکز می‌کنند، برای پیشرفت دانش ضروری هستند. در این باره، محققان اندکی مدل‌های خاصی برای خود دیپلماسی عمومی ارائه داده‌اند. جوزف نای،^۴ در مقاله‌ی قدرت نرم و قدرت هوشمند خود، دست به نوعی تقسیم‌بندی از وجوه دیپلماسی عمومی می‌زند و مدل‌های زمان‌پایه‌ای^۵ ارائه می‌دهد. وی معتقد است ترکیبی از اطلاعاتی که دولت مستقیماً می‌دهد، با روابط بلندمدت فرهنگی، دیپلماسی عمومی را به سه شکل متنوع می‌کند که هر سه شکل به یک اندازه مهم است.

2. Geoffrey Cowan, Amelia Arsenault

3. Persuasion

4. Joseph Nye

5. Time Based Models

اولین و فوری‌ترین بُعد، ارتباطات روزانه^۶ است که شامل توضیح چارچوب تصمیمات در حوزه سیاست داخلی و خارجی است؛ بعد دوم ارتباطات استراتژیک^۷ است که بیانگر جریان‌های درازمدت اطلاعاتی ارتباطاتی و رسانه‌ای و تصویرسازی با مخاطبان در خارج از مرزهاست که در راستای ایجاد تأثیرات بلندمدت صورت می‌گیرد؛ سومین بعد از دیپلماسی عمومی، از منظر نای، ایجاد و توسعه روابط دائمی و پایدار با اشخاص مهم و تأثیرگذار در کشور هدف است. این نوع دیپلماسی از طریق برنامه‌هایی مانند کنفرانس‌ها، سمینارها، ایجاد کمک‌های مالی تحصیلی، برنامه‌های مبادله صورت می‌گیرد. این الگوی رفتاری را آمریکایی‌ها طی سال‌های گذشته از طریق رسانه‌های عمومی، نهادهای فرهنگی، مراکز دانشگاهی و مبادلات پر دامنه سیاسی اقتصادی پیگیری کرده‌اند (متقی، ۱۳۸۸).

نیکولاس کول^۸، استاد دیپلماسی عمومی در دانشگاه انبرگ^۹ کالیفرنیا، نیز مدل پنج‌سطحی گوش‌دادن،^{۱۰} حمایت،^{۱۱} دیپلماسی فرهنگی،^{۱۲} دیپلماسی مبادله^{۱۳} و پخش اخبار برون‌مرزی^{۱۴} را برای دیپلماسی عمومی پیشنهاد می‌کند. گیلبوا^{۱۵} پنج متغیر بازیگران عمده، آغازگران، اهداف، نوع رسانه و شیوه‌ها و تکنیک‌ها را برای تمیز سه مدل به کار می‌برد. این مدل‌ها شامل الگوی پایه‌ای جنگ سرد، مدل فراملی غیردولتی و مدل روابط عمومی داخلی هستند (گیلبوا، ۲۰۰۸: ۶۸).^{۱۶} در این مقاله از الگوی سوم گیلبوا، برای توصیف و تحلیل دیپلماسی عمومی ایران به طور اعم و لبنان به طور اخص، مدد گرفته‌ایم.

مدل سوم گیلبوا؛ الگوی مبتنی بر روابط عمومی داخلی

در مدل پایه‌ای جنگ سرد، هر حکومتی ابزارهای ارتباطی خود، مثل ایستگاه‌های رادیویی، را برای هدایت دیپلماسی عمومی به کار می‌برد؛ اما در مدل روابط عمومی داخلی، حکومت

6. Daily Communication

7. Strategic Communication

8. Nicholas J. Cull

9. Annenberg

10. Listening

11. Advocacy

12. Cultural Diplomacy

13. Exchange Diplomacy

14. News Broad Casting

15. Gilboa

16. Eytan gilboa



شرکت‌های روابط عمومی یا لابی‌گرانی را در کشور هدف، برای رسیدن به اهدافش اجیر می‌کند. حکومتی که مدل روابط عمومی داخلی را ترجیح می‌دهد، معتقد است این روش از دیپلماسی مستقیم حمایت‌شده توسط دولت مؤثرتر است و همچنین، ایجاد گروه حامی محلی یا جنبشی در کشور هدف، مشروعیت و اصالت مبارزه را تقویت می‌کند. شرکت روابط عمومی محلی بهتر می‌داند که چگونه می‌توان به اهداف خواسته‌شده در بافت سیاسی و فرهنگی داده‌شده رسید؛ همچنین، ضعف‌های موقعیت حکومت ذی‌نفع در مبارزه را تشخیص می‌دهد و می‌تواند به‌طور مؤثر آن‌ها را پوشش دهد و جبران کند. نمونه‌ای شناخته‌شده از این مدل در طول بحران خلیج فارس (۱۹۹۰ تا ۱۹۹۱)، دیده می‌شود که سلطنت در تبعید کویت، به‌منظور تضمین حمایت‌های مردم و کنگره و رسانه‌های آمریکا برای جنگی آمریکایی با هدف بیرون‌کردن صدام از کویت، شرکت روابط عمومی هیل و نولتن^{۱۷} را به خدمت گرفت (گیلبوا، ۲۰۰۸: ۶۸).

امروزه کشورهای بسیاری به اهمیت استفاده از دیپلماسی عمومی برای تسخیر افکار و اذهان مردمان پی برده‌اند و بنابراین، فعالیت‌های وسیعی در این حوزه سامان داده‌اند. جمهوری اسلامی ایران نیز، با هدف حفظ و توسعه منافع ملی و مصالح اسلامی، سعی در برقراری ارتباط با توده‌های مردم در خارج از کشور داشته است، تا از طریق آن بتواند ارزش‌ها و آرمان‌های برآمده از هویت ملی و انقلاب اسلامی را به آحاد مردم جهان و به‌خصوص خاورمیانه، بشناساند. از جهت دیگر، چنان‌که در ادامه خواهد آمد، جمهوری اسلامی ایران به‌دلیل هویت پویای ملی و اقتضائات برآمده از انقلاب اسلامی، به اعمال دیپلماسی عمومی محتاج است.

فرهنگ؛ محور هویت جمهوری اسلامی

انقلاب اسلامی که شالوده نظام جمهوری اسلامی را پی‌ریزی کرد، از نظر بنیان‌گذار کبیر آن، امام خمینی(ره)، انقلابی فرهنگی بود. ایشان با استناد به تعالیم عالی اسلام، فرهنگ را اساس جامعه می‌داند و ضمن پذیرش نیازهای مادی و اقتصادی به‌عنوان یکی از ابعاد وجودی انسان، نقش فرهنگ را تعیین‌کننده و امور دیگر را تابعی از آن می‌داند (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹: ۳۰۴): «بزرگ‌ترین تحولی که باید بشود، در فرهنگ باید بشود؛

17. Hill and Knowlton



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای یاسی جهان اسلام

۵۴

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

برای اینکه بزرگ‌ترین مؤسسه‌ای است که ملت را یا به تباهی می‌کشد، یا به اوج عظمت و قدرت می‌کشد» (امام خمینی، ۱۳۶۷: ۴۷۳).

توجه به جایگاه ایدئولوژی اسلامی، توضیح‌دهنده بسیاری از رفتارها در سیاست خارجی ایران است و ما را در تحلیل بهتر رویدادهای این عرصه کمک می‌کند. ایدئولوژی اسلامی را نیز، از آن جهت که اهداف و جهت‌گیری‌های کلی را مشخص می‌کند، می‌توان ارائه‌دهنده معیارهای سنجش کنش‌ها و واکنش‌ها در این عرصه محسوب کرد. ایدئولوژی که سلاحي محسوب می‌شود و می‌تواند روحیه ملی را تقویت کند و از این طریق، قدرت ملی را افزایش دهد (مورگنتا، ۱۹۲۱: ۱۶۴)، به چند طریق می‌تواند هدف‌های سیاست خارجی را تحت تأثیر قرار دهد: نخست، مبنایی ذهنی به وجود می‌آورد که سیاست‌گذاران واقعیت را از طریق آن مشاهده می‌کنند؛ در وهله دوم، با ارائه تصویری از وضعیت آتی جهان، برای سیاست‌مداران نقش‌های ملی را تعیین کرده و هدف‌های بلندمدت رفتار خارجی هر دولت را مشخص می‌سازد که باید از طریق دیپلماسی یا تبلیغات یا زور به پیش برده شوند (مورگنتا، ۱۹۸۰: ۵۶۸).

بر این اساس، ایدئولوژی اسلامی شیعی نقش‌هایی مانند دولت الگو، دولت مستقل و فعال و میانجی، حامی ملت‌های محروم و مستضعف، مروج عدالت جهانی و مخالف وضع موجود، را برای سیاست خارجی جمهوری اسلامی اسلامی تعریف می‌کند. باتوجه به این نقش‌ها، جمهوری اسلامی باید این اهداف را با ابزارهای گوناگون دنبال کند؛ در غیراین صورت نظام، چه در داخل و چه در خارج، با بحران مشروعیت مواجه خواهد شد. باتوجه به استدالات ارائه شده در این مقاله، بهترین و مشروع‌ترین ابزاری که به ایران در این مسیر کمک می‌کند، دیپلماسی عمومی است که در ادامه، مؤلفه‌های آن را درمورد جمهوری اسلامی ایران توصیف و تحلیل می‌کنیم.

اهداف دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

دیپلماسی عمومی درجهت ترسیم‌شده اهداف بلندمدت سیاست خارجی حرکت می‌کند و فریادگر آرمان‌های این عرصه محسوب می‌شود؛ بنابراین، اهداف متصور برای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران نمی‌تواند و نباید از غایات و آرمان‌های سیاست خارجی

آن جدا باشد. اصول و اهداف سياست خارجي جمهوري اسلامي نيز برگرفته از آموزه‌هاي انقلاب اسلامي است و به طبع براي داشتن ديپلماسي عمومي کارآمد و افزايش قدرت نرم، بايد در همين مسير قدم گذارد؛ درنتيجه، به نظر مي‌رسد تصويرکردن ايران به عنوان کشور حامی مستضعفان، عامل تشکيل امت واحد جهاني، حامی حقوق مسلمانان و عامل وحدت بخش آنان، طرفدار عدالت جهاني و... اولويت‌هاي ذهني ديگران را شکل مي‌دهد و علاوه بر ايجاد تصوير مطلوب، موجب افزايش قدرت نرم جمهوري اسلامي ايران نيز مي‌شود.

شيوه‌ها و تکنیک‌ها (ابزارها)ی ديپلماسي عمومي ايران ديپلماسي مبادله

ديپلماسي مبادله، گونه‌اي از ديپلماسي عمومي است که در آن، نخبگان جامعه مقصد هدف قرار مي‌گيرند. به لحاظ نظريه‌پردازي در حوزه علوم ارتباطات، ديپلماسي مبادله نوعي از جريان دومرحله‌اي ارتباطات^{۱۸} است که لازارسفلد^{۱۹} مطرح کرد. لازارسفلد معتقد است اگر رهبران جامعه در برنامه‌هاي مبادله شرکت داده شوند، اهداف چندي به دست مي‌آيد:

الف. پالايش: برنامه مبادله به تشکيل گروهی از نخبگان در کشور هدف مي‌انجامد که دارای نوعی احساس همفکری و سمپاتی با کشور مبدأ هستند. در اين حالت، اين نخبگان مي‌توانند جريان ارتباطی جامعه خود را در دست گرفته و در حجم انبوه پيام‌هاي رسانه‌هاي مختلف از کشورهای متفاوت، پيام کشور مبدأ را شناسايی کرده و به صورت تعديل شده به افکار عمومي کشور خود انتقال دهند.

ب. توليد/تطابق: رهبران فکری ایده‌ها و پيام‌هاي کشور مبدأ را بومي کرده و مطابق اقتضائات کشور خود پخش مي‌کنند. اين نکته حائز اهميت است که هر قدر هم کشور عامل با کشور مبدأ آشنا و بر اوضاع آن اشراف داشته باشد، هيچ گاه نمی‌تواند به شناخت دقيق (ژنتیک)، آن جامعه، به مانند نخبگان خودش برسد.

ج. تفسير: تفسير از ترجمه شروع مي‌شود و به معنای رمزگشایی^{۲۰} و معناگشایی است.

18. Two Step Communication

19. Lasarsfeld

20. Decode





انجمن مطالعات جهان اسلام

Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی

پژوهشهای یاسی جهان اسلام

هنگامی که کشور عامل پیام خاصی به جامعه هدف می‌فرستد، این پیام حالت رمزگونه^{۲۱} دارد. از آنجاکه توده‌های مردم توانایی رمزگشایی این پیام‌ها را ندارند، این کار بر دوش نخبگانی قرار می‌گیرد که به‌جهت شناختی که از جامعه مبدأ دارند، این وظیفه را به‌نحو احسن انجام می‌دهند.

د. تشدید: رسانه‌ها پیام‌های فراوانی در جامعه می‌پراکنند. هنگامی که این پیام‌ها را افرادی بازتاب می‌دهند که رهبران فکری جوامع شناخته می‌شوند، نقش و تأثیر مضاعف پیدا می‌کند.

اعمال دیپلماسی مبادله توسط جمهوری اسلامی ایران، با استدلال مهمی به‌نام فهم متقابل نیز توجیه می‌شود. در این حالت، تجربه دست‌اولی که رهبران و تصمیم‌گیران فعلی و آینده کشورها از طریق مشاهده میدانی به‌دست می‌آورند، به درک عمیق‌تر آن‌ها از واقعیت‌های موجود در جامعه ایران کمک می‌کند و این، درنهایت، به گسترش حلقه افرادی منجر می‌شود که نقش تفسیرگران مؤثر و متنفذ میان ایران و دیگر کشورها را ایفا می‌کنند.

دیپلماسی فرهنگی

دیپلماسی فرهنگی رویکردی چندوجهی است (رینیجسکا، کیلدانوویز، ۲۰۰۳: ۵۸)^{۲۲} که به تبادل ایده‌ها، اطلاعات، هنر و دیگر وجوه فرهنگ بین ملت‌ها و افراد اشاره می‌کند و هدف آن سرعت‌بخشیدن به فهم دوطرفه از یکدیگر است. دیپلماسی فرهنگی که در آن، هر ملت تمام تلاشش را صرف ارتقای زبان و توضیح سیاست‌ها و چشم‌اندازها یا داستان‌ها به سایر جهان می‌کند، معنایی فراتر از جاده یک‌طرفه یا تبادلات دوطرفه پیدا می‌کند (۲۰۰۵). دیپلماسی فرهنگی یکی از ابزارهای دیپلماسی عمومی است که حکومت‌ها برای نوسازی این منابع استفاده می‌کنند تا بیش از آنکه صرفاً حکومت کشورهای دیگر را جذب کنند، مردم آن کشورها را جذب کنند (شیخ‌الاسلامی، ۱۳۹۲: ۱۰۷). برای بعضی دولت‌ها، دیپلماسی فرهنگی، نقش حمایتی از حاکمیت فرهنگی را بازی می‌کند. برای مثال، کانادا از فعالیت‌های بین‌المللی در جهت صنایع فرهنگی داخلی خود حمایت کرده و در این قالب، در جست‌وجوی حفظ جایگاهش در شبکه تجارت آزاد چندجانبه است یا دیپلماسی

21. Code

22. Marta Ryniejska, kioldanowicz

فرهنگی کبک،^{۲۳} برای مقاومت در برابر تهدید حکومت فدرالی کانادا، در جهت حفظ حاکمیت فرهنگ خود حرکت می‌کند (مارک، ۲۰۰۵: ۵۴).^{۲۴}

دیپلماسی فرهنگی ایران، براساس تعابیر و تعاریف موجود و به‌عنوان یکی از ابعاد و ابزارهای سیاست خارجی، عبارت است از کوشش ازپیش‌طراحی شده و سازمان‌یافته برای تأثیرگذاری بر برداشت‌ها، ادراک‌ها، ایستارها و باورهای سایر ملت‌ها، از طریق تبیین و ترویج فرهنگ و تمدن ایرانی و شناخت فرهنگ‌های دیگر، به‌منظور تأمین منافع ملی. بنابراین، دیپلماسی فرهنگی از روابط و تبلیغات فرهنگی متمایز می‌شود؛ چون برخلاف تبلیغات، هدف دیپلماسی فرهنگی تعامل و درآمیختن با مخاطبان است، نه القای پیام‌های غیرواقعی و تحریف‌شده. همچنین در دیپلماسی فرهنگی، بیشتر بر روابط متقابل پایدار و درازمدت تأکید می‌شود، تا مبارزه سیاسی کوتاه‌مدت و زودگذر (فیروزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۷۹).

دیپلماسی رسانه‌ای

باتوجه به نقش ویژه و بسیار مهم رسانه‌ها در روند سیاست خارجی و دستگاه دیپلماسی کشور، گروهی از محققان این‌گونه تحلیل می‌کنند که اساساً دیپلماسی رسانه‌ای از رسانه‌ها در جهت ارتقای سیاست خارجی کشورها استفاده می‌کند و رسانه در دیپلماسی ابزاری تلقی می‌شود که با استفاده از آن، دیپلمات‌ها و سیاست‌گذاران می‌توانند نیت و مقاصد خود را با عنوان دیپلماسی، به محک‌گذاران و در معرض چالش‌های دیپلماتیک قرار دهند (عسکریان، ۱۳۸۷: ۷). گروهی دیگر بر این نظرند که، شواهد متقنی درمورد تأثیر رسانه‌ها و وسایل ارتباط‌جمعی بر روند تصمیم‌گیری بازیگران وجود ندارد و سیاست‌مداران و اصحاب رسانه به‌طور مستقل و در چارچوب‌های خاصی، منفک از یکدیگر، وظایف خود را انجام می‌دهند. در این چارچوب، بازیگران عرصه سیاست به‌ندرت اهداف و تصمیمات خود را به‌خاطر رسانه‌ها تغییر می‌دهند و رسانه‌ها نیز با رعایت بی‌طرفی، اقدامات دولت‌ها را در عرصه روابط بین‌الملل محک می‌زنند. با بررسی عملکرد رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران، متوجه خواهیم شد که این عملکرد با داشتن ویژگی‌های دیدگاه دوم به‌طور تقریبی، به رویکرد اول نزدیک‌تر است؛ به این مفهوم که دولت، یا خود دست به تأسیس رسانه‌های

23. Québec

24. Simon Mark



ویژه‌ای می‌زند یا با اقداماتی، سعی می‌کند رسانه‌های موجود را با سیاست‌های کلان نظام همراه کند.

بازیگران عرصه دیپلماسی عمومی ایران

در بررسی سازمان‌ها و نهادهای رسمی و غیررسمی، مشخص شد که حدود ۴۱ نهاد، با اهداف مختلف، در فعالیتهای برون‌مرزی درگیرند. در اینجا به دلیل کثرت آن‌ها، تنها به بازیگران عرصه دیپلماسی مبادله و دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی فرهنگی، اشاره مختصری می‌کنیم.

بازیگران مهم دیپلماسی مبادله

یکی از شیوه‌های بسیار رایج دیپلماسی مبادله تبادل استاد و دانشجویست. در این نوع از دیپلماسی مبادله، کشورها تلاش می‌کنند با ارتقای امکانات و مراتب آموزشی، وجهه بهتری در بین کشورها از جهت جذب دانشجوی ایجاد کنند و علاوه بر ایجاد تأثیر در بین مهاجران دانشجوی، به اقتصاد خود نیز کمک کنند. هم‌اکنون، بیشترین رقابت بر سر جذب دانشجوی در بین کشورهای آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه و استرالیاست. در این رقابت، آمریکا در مقام اول و انگلیس پس از آن قرار دارد (شهریاری، ۱۳۸۸، ۱۰). در ایران، متولیان اصلی این نوع از دیپلماسی مبادله وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری هستند. تعداد دانشجویان خارجی مشغول به تحصیل در سال ۱۳۸۸، ۱۷,۰۰۰ نفر بوده است؛ درحالی‌که مطابق سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، تا بیست سال آینده، این تعداد باید به ۱۵۰,۰۰۰ نفر افزایش یابد. این دانشجویان که بیشتر از کشورهای افغانستان، سوریه، یمن، پاکستان، هند، چین، ترکیه و تاجیکستان هستند، در دانشگاه‌هایی مانند دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، دانشگاه‌های علوم پزشکی شهید بهشتی، تهران، شیراز، اصفهان و دانشگاه علامه طباطبائی مشغول به تحصیل هستند.

غیر از این دو نهاد اصلی، مؤسسات و سازمان‌های دیگری نیز در این حوزه فعالیت می‌کنند. یکی از این نهادها جامعه المصطفی العالمیه است که تاکنون توانسته است با بیش از پنجاه حوزه و دانشگاه و نهاد فرهنگی بین‌المللی در ایران و خارج کشور، تفاهم‌نامه



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای بانی جهان اسلام
جمعیه تراسات العالم الاسلامی

۵۸

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

امضا کند. از دیگر نهادهای مؤثر در این زمینه، حوزه‌های علمیه هستند؛ چنان‌که طبق آمار، امروزه در حدود ۱۱,۰۰۰ نفر در این حوزه‌های دینی مشغول به تحصیل هستند که مدرک آن‌ها را وزارت علوم نیز تأیید می‌کند (عسکریان، ۱۳۸۷: ۷).

بازیگران اصلی دیپلماسی فرهنگی

باتوجه به شاکله فرهنگی جمهوری اسلامی، به‌طبع، بازیگران این حوزه بیشتر از سایر عرصه‌هاست. در زیر متشکل‌ترین نهاد این حوزه، یعنی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی را به‌اختصار معرفی می‌کنیم.

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

با گسترش فعالیت‌های فرهنگی در خارج از کشور، مسئولان ذی‌ربط برای اعمال سیاست‌ها و برنامه‌های واحد و منسجم، طراحی ایجاد سازمانی را در دستور کار خود قرار دادند که در سال ۱۳۷۴، با نام سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی پا به عرصه فعالیت‌های فرهنگی گذاشت. آشناسازی و علاقه‌مندسازی و ایجاد باور به اسلام ناب، انقلاب اسلامی، مزیت‌های جمهوری اسلامی ایران و فرهنگ و تمدن اسلامی ایرانی، از اهداف عمده سازمان محسوب می‌شود. این اهداف، در قالب مدیریت و راهبری روابط فرهنگی بین‌المللی، هماهنگی، هدایت، حمایت و نظارت بر فعالیت‌های فرهنگی تبلیغی جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور صورت می‌گیرد (سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۹).

سازمان تبلیغات اسلامی، شورای گسترش زبان و ادبیات فارسی، شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور، مجمع جهانی اهل‌البیت (ع)، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی و سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی نیز از دیگر نهادهای مهمی هستند که در حوزه دیپلماسی فرهنگی فعالیت می‌کنند.

بازیگران اصلی دیپلماسی رسانه‌ای

سازمان صداوسیما: سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، به‌دلیل دراختیارداشتن امکان ارتباط مستقیم با مخاطب خارجی، از طریق کانال‌های ماهواره‌ای و دفاتر نمایندگی خارج از کشور و... از توان بالقوه‌ای برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی خارجی برخوردار



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های یاسی جهان اسلام

است. شبکه‌های تلویزیونی برون‌مرزی العالم، پرس‌تی‌وی، سحر، آی‌فیلم و ده‌ها شبکه رادیویی به زبان‌های مختلف، از جمله آن‌ها هستند.

ماهیت دیپلماسی عمومی ایران

در باب ماهیت دیپلماسی عمومی، دو دیدگاه کلی وجود دارد. عده‌ای معتقدند اقدامات دولت‌ها در برابر افکار عمومی خارجی که از آن به دیپلماسی عمومی یاد می‌کنند، چیزی جز هواداری سیاسی^{۲۵} نبوده و این‌گونه از اقدامات باید در قالب ارتباطات فرهنگی^{۲۶} تفسیر و اعمال شود. صاحب‌نظران چند عامل را برای تفکیک این دو مقوله از یکدیگر مطرح کرده‌اند. برای مثال، اگر مفاهیم و پیام‌های ارسالی برای مخاطب خارجی، سیاسی و جانب‌دارانه بوده و در صدد القای تفسیر خاصی از واقعه‌ای باشد، در مقوله هواداری سیاسی قرار می‌گیرد؛ در حالی که اگر برنامه‌ها در قالب هنر و ارتباطات انسانی صورت گیرند، در جایگاه ارتباطات فرهنگی دسته‌بندی می‌شوند. مؤلفه‌های دیگری مانند انگیزه مخاطب از دریافت پیام و نوع اثرگذاری در بازه‌های زمانی و روش‌ها، در این تقسیم‌بندی نیز تأثیرگذار هستند.

به‌طور کلی، تمیز قائل‌شدن در ماهیت دیپلماسی عمومی کشورها به دو دلیل سخت‌جلوه می‌کند: نخست اینکه دیپلماسی عمومی محدوده وسیعی از فعالیت‌ها را دربرمی‌گیرد که با هدف تأثیرگذاری بر مخاطب خارجی انجام می‌شود؛ دوم اینکه به‌رغم تمایز مشخص بین هواداری سیاسی و ارتباطات فرهنگی، هر دو حالت، در خدمت سیاست خارجی و منافع ملی عمل می‌کند. در تحلیلی کلی و با عنایت به اهداف ذکرشده برای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران و بازیگران این عرصه، می‌توان به این نتیجه رسید که ماهیت این فعالیت‌ها در کنار بُعد ارتباطات فرهنگی، بیشتر صبغه ایدئولوژیک دارد و در جهت ارزش‌هایی مانند بیدارگری اسلامی و حق‌طلبی و مبارزه با نظام سلطه حرکت می‌کند. افزون‌براین، می‌کوشد با مطرح‌کردن این ارزش‌ها، افکار عمومی کشورهای منطقه و ملت‌های محروم را با خود همراه سازد تا این سیاست‌ها از جهتی، خود محملی برای افزایش قدرت نرم و بازیگری بیشتر در تحولات جهانی و منطقه‌ای باشد و ازسوی دیگر،



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های پایه‌ای جهان اسلام
جمعیت تراسات العالم الاسلامی

۶۰

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

25. Political Advocacy

26. Cultural Communication

گامی برای هنجاری شدن این ارزش‌ها محسوب شود.

نکته دیگری که نباید از آن غفلت کرد، این است که این مفاهیم، به دلیل ماهیت ایدئولوژیکی که دارند، از چارچوب مرزهای ملی خارج می‌شوند و اقشار وسیعی را مخاطب خود قرار می‌دهند. در این بین، کشورهای اسلامی به دلیل «محیط پذیرا همگرا» با ایران، بیشترین استعداد پذیرش این مفاهیم را دارند. منظور از محیط پذیرا همگرا، تجانس فکری است که در جوامع مذهبی به دلیل داشتن آرمان‌های مشترک به وجود می‌آید. این تجانس فکری باعث پخش الگوها از جامعه مبدأ به جوامع هدف می‌شود. در این چارچوب، امر فرهنگی (در اینجا ارزش‌های فراملی انقلاب اسلامی)، که علامت مشخصه یک جامعه است، در جامعه دیگری به عاریت گرفته و پذیرفته می‌شود (برزگر، ۱۳۸۱: ۴۲). به همین دلیل، اعمال دیپلماسی عمومی در خاورمیانه از اهمیت مضاعفی نسبت به سایر مناطق مسلمان‌نشین برخوردار است.

در این منطقه بر اثر ساختار اقتداری حکومت، شکاف زیادی بین حاکمان و ملت‌هایشان وجود دارد و برقراری ارتباط رسمی و سنتی بین‌دولتی، برای انتقال ارزش‌های برآمده از فرهنگ ملی و آموزه‌های انقلاب اسلامی ابزار مناسبی نیست؛ از این رو، پس از شروع خیزش‌های مردمی در خاورمیانه، می‌توان با تأثیرگذاری بر افکار عمومی ملت‌های منطقه، از آن به عنوان عامل فشاری در جهت همسو کردن دولت‌های عربی با سیاست‌های نظام بهره جست. این‌طور به نظر می‌رسد که در بین کشورهای این منطقه، لبنان به لحاظ هم‌گرایی مذهبی و نوع ساختار سیاسی حاکم بر آن، برای تبیین عملی دیپلماسی عمومی ایران گزینه‌ای مناسب تلقی شود.

لبنان به لحاظ موقعیت استراتژیک و کثرت شیعیان و به دلیل روابط تاریخی و فرهنگی دیرینه، از جمله کشورهایی بوده که بعد از انقلاب اسلامی، بیشترین تأثیر را از ایران گرفته است. این تأثیر از جمله موضوعاتی است که بسیاری از محققان و متخصصان این حوزه آن را تأیید می‌کنند؛ چنان‌که طبق یکی از نظرسنجی‌های اخیر که بنیاد آمریکایی عربی زاگی انجام داده است، افکار عمومی لبنانی‌ها، در مقایسه با سایر کشورهای عربی، درباره ایران مساعدتر بوده. این، خود، نشانی از موفقیت دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در این کشور است. این نظرسنجی که در سال ۲۰۱۱ انجام گرفته است، با طرح سؤالات



متنوعی، درصدد بررسی جایگاه ایران در بین شش کشور عربی مراکش، مصر، لبنان، اردن، عربستان سعودی و امارات متحد عربی است. طبق این نظرسنجی، بیشتر عرب‌ها به برنامه‌ها و سیاست‌های ایران در منطقه خاورمیانه بدبینانه می‌نگرند و جایگاه ایران، به‌عنوان دولتی مطلوب، در افکار و اذهان اعراب مخدوش شده است. البته در این نمودارها، همان‌طور که اشاره شد، لبنانی‌ها نسبت به دیگران دیدگاه مثبت‌تری دارند (بنیاد زاگبی، ۲۰۱۱).

برای مثال، نمودار اول درصدد نشان‌دادن نقش ایران در عراق، لبنان، بحرین و منطقه خلیج فارس است که به‌صورت حضور مثبت و منفی و بی‌تأثیر، تجلی پیدا می‌کند. آمار و ارقام این نظرسنجی حاکی از این است که در تمام کشورهای مطالعه‌شده، غیراز لبنان و اردن، نقش ایران در لبنان منفی ارزیابی می‌شود. این در حالی است که خود مردم لبنان نظری غیراز این دارند؛ چنان‌که در حدود ۷۰ درصد لبنانی‌ها معتقد به ایفای نقش مثبت ایران در کشورشان هستند. در این بین، اول شیعیان و سپس مسیحی‌ها و بعد از آن سنی‌ها، عملکرد ایران را در لبنان مثبت ارزیابی می‌کنند.

جدول ۱. درصد موافقت کشورهای مطالعه‌شده، با حضور ایران در عراق لبنان و بحرین و خلیج فارس

A.	Morocco	Egypt	Lebanon	Jordan	KSA	UAE**
Iraq	14/72/14	13/61/21	38/35/13	20/56/8	14/81/4	--/89/3
Lebanon	21/48/28	17/51/27	70/15/5	50/40/4	3/71/22	31/47/10
Bahrain	17/44/37	13/47/34	17/26/29	3/46/30	--/100/--	1/82/10
Gulf region	15/53/29	17/50/29	28/32/23	2/33/38	1/84/10	<1/83/10

*Positive/Negative/No Impact

در نمودار ستونی بعدی که نشان‌دهنده جایگاه ایران در بین این شش کشور است، از سال ۲۰۰۶ تا سال ۲۰۱۱ نیز شاهد افت میزان محبوبیت ایران در بین این کشورها هستیم که البته در این بین، وضعیت ایران در لبنان نسبت به وضعیت آن در سایر کشورهای عربی بهتر است.

جدول ۲. جایگاه ایران در بین کشورهای مراکش، مصر، لبنان، اردن و امارات

A1.	Morocco	Egypt	Lebanon	Jordan	KSA	UAE**
2006	82/16	89/9	--	75/15	85/14	68/31
2008	65/26	69/14	71/28	44/55	72/25	56/41
2009	57/33	41/44	62/31	31/68	35/58	13/87
2011	14/85	37/63	63/37	23/77	6/80	22/70

در جدول دیگری، میزان مطلوبیت ایران در بین اعراب سنجیده شده است. یافته‌های این نمودار حاکی از آن است که در بین کشورهای مطالعه‌شده، ایران بیشتر در افکار عمومی لبنانی‌ها محبوبیت دارد و در مقابل، در کشورهای مراکش و عربستان سعودی، کمترین میزان محبوبیت مشاهده می‌شود.

جدول ۳. میزان محبوبیت ایران در بین اعراب

B.	Morocco	Egypt	Lebanon	Jordan	KSA	UAE**
Turkey	80/20	64/35	93/7	45/55	98/2	62/27
China	59/40	56/43	63/29	55/44	26/66	62/28
Iran	14/85	37/63	63/37	23/77	6/80	22/70
France	62/38	44/56	41/45	21/79	95/4	60/26
United States	12/88	5/95	23/77	10/88	30/68	12/77
United Nations	15/84	7/93	39/61	9/91	52/43	27/67

*Favorable/Unfavorable

در جدول بعدی که درمورد هسته‌ای شدن کشورها در خاورمیانه است، تنها کشوری که بیشترین موافقت را با ایران هسته‌ای دارد و آن را باعث امنیت بیشتر خاورمیانه می‌داند، لبنان است. در این نمودار، اکثر پرسش‌شوندگان در این شش کشور، با امحای سلاح‌های هسته‌ای برای حفظ امنیت منطقه خاورمیانه موافقاند.

D.	Morocco	Egypt	Lebanon	Jordan	KSA	UAE**
A: The Middle East would be more secure if it were a nuclear free zone	62	53	23	88	94	76
B: The Middle East would be more secure if Iran were a nuclear power.	6	21	39	8	1	--
Neither	33	24	31	4	4	13

همان‌طور که از یافته‌های این نظرسنجی دریافت می‌شود، لبنانی‌ها بر خلاف بسیاری از کشورهای دیگر عربی، مثبت‌تر به ایران نگرسته‌اند و در بعضی از این نمودارها، تفاوت نظر مردم لبنان با مردم سایر کشورها بسیار فاحش است. برای توضیح این وضعیت، جواب‌های متفاوتی به ذهن متبادر می‌شود. آنچه این مقاله در پی اثبات آن است، این است که علت اصلی ایجاد این ذهنیت مثبت در لبنان از ایران در دو موضوع مهم و حیاتی خلاصه می‌شود: یکی رابطه تاریخی شفاف که ماحصل آن ایجاد حافظه تاریخی مثبت است و دیگری، حضور مثبت و مؤثر طایفه متنفذ شیعه در لبنان. حزب‌الله لبنان که شکل منسجم و تشکیلاتی این طایفه است، نقش کارگزار غیرعامل جمهوری اسلامی ایران را در این کشور بازی می‌کند. در ادامه، با مشخص کردن اهمیت جایگاه لبنان برای ایران، فرضیات

ارائه شده در این مقاله را توضیح خواهیم داد.

جایگاه لبنان

لبنان، در موقعیتی قرار گرفته که پل ارتباطی بین سه قاره اروپا و آفریقا و آسیا (منطقه خاورمیانه)، محسوب می‌شود؛ بنابراین، محل مناسبی برای تبادلات اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی است. این کشور امروزه کانون پیوند میان دنیای عرب و مسلمانان ازسویی و ارزش‌های غربی ازسوی دیگر است. افزون بر این‌ها، لبنان به دلیل دارا بودن نخبگان تحصیل کرده‌ای که به چندین زبان روز دنیا تسلط دارند، همواره در زمینه ادبیات و آموزش بر خاورمیانه تأثیرگذار بوده است؛ بنابراین، هر کشوری که بتواند بر افکار عمومی و جامعه نخبگان فکری این کشور تأثیر بگذارد، این تأثیر به‌طور طبیعی به سایر جوامع عرب و مسلمان سرایت می‌کند. به همین دلیل، برخی قدرت‌های جهانی سرمایه‌گذاری‌های کلانی در سطح مردمان و جامعه این کشور انجام داده‌اند.

جمهوری اسلامی ایران و لبنان نیز به دلایل ژئوپلیتیکی و سیاسی، از اهمیت خاصی برای یکدیگر برخوردارند. از منظر تاریخی، رابطه این دو کشور به گذشته‌های بسیار دور برمی‌گردد. پنج یا شش قرن پیش، عده‌ای از ایرانیان تاجر و بازرگان در بعلبک مقیم شدند و به کار تجارت پرداختند. این آمیختگی فرهنگی، سال‌ها میان ایرانی‌ها و لبنانی‌ها ادامه یافت؛ با وجود این، میان دولت‌های قبل از سربداران با شیعیان لبنان ارتباطی وجود نداشت. اولین بار، علی مؤید، آخرین امیر سربداران، با شیعیان لبنان تماس برقرار کرد. وی در نامه‌ای به شهید اول، محمد ابن مکی، از وی خواست به ایران سفر کند و مشاور دینی و علمی دولت سربداران شود. شهید اول درخواست وی را اجابت نکرد؛ ولی کتاب لمعه دمشقیه را برای آن‌ها نوشت که اولین کتاب فقه شیعه از آن تاریخ است. اما رابطه تاریخی و گسترده ایران با لبنان از زمان صفویه آغاز شد (خسروشیری، ۱۳۸۹: ۱۳۱).

شاه اسماعیل صفوی که خود را یکی از نوادگان امام کاظم (ع)، معرفی می‌کرد، می‌کوشید کشور اسلامی ایجاد کند و بسیار تلاش می‌کرد تا فرقه‌های مختلف مذهب شیعه را در هم ادغام کند؛ از این رو، در آرزوی وحدت فارس، ترک، مغول و عرب، در زیر لوای قدرت خود بود. وی برای آنکه آرزوهای خود را درمورد تأسیس امپراتوری محقق کند و دولت



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بانی جهان اسلام
مجموعه تراسات العالم الاسلامی

۶۴

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

خویش را در برابر دولت سنی مذهب عثمانی که هم‌مرز و رقیب دولت او بود استحکام بخشد، به مذهب شیعه توسل جست و آن را در سرتاسر ایران گسترش داد (خسروشیری، ۱۳۸۹: ۱۷۴). برای اجرای این مهم، عالمان دینی محلی در انجام این کار بزرگ عاجز بودند؛ لذا از عالمان سایر بلاد دعوت کرد. صفویان، مهاجرت مجتهدان شیعه عرب‌زبان را به ایران تشویق می‌کردند؛ چنان‌که علمای جبل عامل و شام، برای مساعدت صفویان در ایجاد پایه‌های فکری و دینی حکومت آنان، گروه‌گروه وارد ایران شدند. به اعتقاد مورخان، ایران با تلاش همین علمای منطقه جبل عامل لبنان که آن را «منطقه هزارمجتهد» می‌نامیده‌اند، به تشیع گرویده است. این عالمان که با عنوان شیخ الاسلام در مناطق مختلف فعالیت می‌کردند، دولت صفوی را در حساس‌ترین مراحل حیاتش یاری رساندند. اوج روابط تاریخی ایران و لبنان، به همین دوره صفویه محدود می‌شود. دولت‌های بعد از صفویه، سیاست‌هایی متفاوت از سلاطین قبلی خود در پیش گرفتند و گردونه روابط تاریخی دو کشور، به نوعی حالت یکنواختی فرورفت و در همان حد، ارتباطات میان‌فرهنگی دو ملت ادامه یافت، تا اینکه در ایران واقعه‌ای مهم اتفاق افتاد و تعاملات این دو کشور را وارد مرحله جدیدی کرد.

با وقوع انقلاب اسلامی، لبنان به دلایل متفاوتی در نزد سیاست‌مداران ایرانی جایگاه و منزلت خاصی یافت. از آن‌سو، شیعیان لبنانی نیز با نگاه متفاوتی به ایران می‌نگریستند. این رویکرد جدید لبنانی‌ها، دلایل چندی دارد که اصلی‌ترین آن‌ها به گرایش تاریخی شیعه به موضوع ارتباط با مراجع دینی به عنوان امتدادی کامل یا محدود از حلقه‌های امامان معصوم (دوازده‌گانه)، برمی‌گردد.

روشن است که انقلاب اسلامی ایران، با رهبری یک مرجع دینی بزرگ و دارای شخصیت یگانه و فرهمند به نام امام خمینی، به سرانجام رسید. این انقلاب شیعی از آغاز دو بعد اساسی داشت: بعد داخلی اجتماعی که در پی جلوگیری از بی‌عدالتی‌ها و ستم‌های اجتماعی و سیاسی نظام شاهنشاهی بود؛ بعد خارجی که در تأکیدات مستمر اعتقادی و شرعی بر آزادسازی قدس و دفع تجاوز اسرائیل و مفهوم مقاومت تجلی یافته بود (مرکز باحث الدراسات، ۱۹۸۱: ۲۰۶). بدون شک، باتوجه به سیر تاریخی تشیع و دراقلیت بودن آن طی قرن‌های متمادی در جهان اسلام و وجود عناصر الهام‌بخشی که موجب رویکرد

عمدتاً انتقادی آن در این مدت شده است، «مقاومت» یک دال مهم و اساسی در گفتمان شیعی محسوب می‌شود (صالحی، ۱۳۹۲: ۸۰). انقلاب اسلامی از آغاز کار خود، بدون تفکیک قائل شدن میان این دو مسئله، آن‌ها را مطرح کرد و دو روی یک سکه به‌شمار آورد. شیعیان لبنان با این دو بعد ارتباط مستقیم داشتند و به‌دلیل موقعیت خاص خود، هم‌زمان، با هردوی آن‌ها درگیر بودند. آنان ازسویی با مسئله فلسطین و متعاقباً با نزاع اعراب و اسرائیل ارتباط مستقیم داشتند و ازسویی دیگر، درگیر نظام ناعادلانه اجتماعی سیاسی لبنان بودند؛ بنابراین، تجربه انقلاب اسلامی ایران، برای شیعیان لبنان الگویی قابل پیروی است. این الگو، دستاوردی است که امتی مؤمن و سازمان‌یافته و متحد می‌تواند در برابر ظلم و طغیان بدان دست یابد. (مرکز باحث الدراسات، ۱۹۸۱: ۲۰۶).

عامل بعدی که در پررنگ کردن حافظه تاریخی مثبت بین ایران و لبنان کمک می‌کند، موضوعی به‌نام «مهاجرت معکوس» است. متفکران و مبارزان شیعه برای ادای دینی که علمای جبل عامل به گردن ایرانیان داشتند، رخت مهاجرت از ایران برپستند و روانه لبنان شدند. در این میان، نقش دو شخصیت بسیار اساسی به‌نظر می‌رسد. اقدامات و عملکردهای این دو نفر حتی تا به امروز، در صحنه سیاسی و اجتماعی لبنان مشهود است: سیدموسی صدر و مصطفی چمران.

با وجود این، محسوس‌ترین اثر انقلاب اسلامی در لبنان، در تشکیل جنبش مقاومت اسلامی یا حزب الله، متبلور می‌شود. این جنبش، پس از حمله سال ۱۹۸۲ اسرائیل به لبنان به‌وجود آمد و توانست الگوی جدیدی از مقاومت اسلامی ارائه دهد. این جریان به موفقیت‌های چشمگیری دست یافت که عقب‌نشینی نیروهای اسرائیلی از جنوب لبنان، یکی از آن‌هاست. بعد از این عقب‌نشینی، دولت‌های غربی و بعضی هم‌پیمانان داخلی آنان اقدامات متعددی علیه این جنبش انجام دادند. ترور مشکوک رفیق حریری، نخست‌وزیر سابق لبنان و نشانه‌رفتن انگشت‌های اتهام به‌سمت سوریه و حزب‌الله، از جمله این اقدامات بود. هم‌زمان، سازمان ملل قطعنامه ۱۷۵۹ را تصویب کرد که مطابق آن، سوریه بایستی از لبنان عقب‌نشینی می‌کرد و خلع سلاح شبه‌نظامیان لبنانی در دستور کار قرار می‌گرفت.

این سلسله اقدامات و فشارها ادامه یافته است؛ تا جایی که اوج آن در جنگ ۳۳ روزه مشاهده می‌شود. در این جریان، اسرائیل به‌قصد نابودی این جنبش، تهاجم وسیعی را

علیه لبنان سامان داد و در طول آن، بسیاری از دولت‌های غربی و عربی نیز آن را یاری و مساعدت کردند. از نظر سیاسی و دیپلماتیک نیز آمریکا مدیریت سیاسی این جنگ را در دست داشت و دولت‌های اروپایی نیز برای تأمین منافع و کسب اهداف خود با آن هماهنگ شدند (کشاورز، ۱۳۹۲: ۹۲). با وجود تمامی این فشارها و تهدیدها، حزب‌الله توانست خود را با محیط جدید وفق داده و معادلات سیاسی و نظامی را علیه مخالفان خود تغییر دهد. این جنگ نه تنها نتوانست حزب‌الله را نابود کند، بلکه دستاوردهایی مانند ارتقای نقش حزب‌الله در مناسبات داخلی، تضعیف جبهه خلع سلاح و افزایش اعتماد ملی به عملکرد این جریان را نیز در پی داشت. مجموعه این عوامل فرصت‌ها و تهدیدهایی روبه‌روی دیپلماسی عمومی ایران در لبنان قرار داده است که اهم آن‌ها بدین‌قرار است:

فرصت‌های جمهوری اسلامی ایران در امر دیپلماسی عمومی در لبنان

۱. حضور قوی طایفه شیعه در صحنه فرهنگی و سیاسی لبنان و اتحاد و انسجام بی‌همتای این طایفه که در سایه رهبری واحد ایجاد شده است. با توجه به اینکه شیعیان در لبنان، ایران را ام‌القرای جهان اسلام و پناهگاه خود می‌دانند، قدرت مخالفت و عرض اندام از اندک افراد شیعه‌ای که احیاناً با نفوذ ایران مخالف هستند، گرفته شده است.

۲. ضعف ساختاری دولت لبنان، که به نظام طایفه‌ای آن برمی‌گردد، مانع اقتدار لازم این نهاد برای نظارت بر فعالیت‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران شده و باعث می‌شود انجام این فعالیت‌ها با آزادی بیشتری همراه شود (گزارش رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در لبنان، ۱۳۸۷).

۳. فضای باز رسانه‌ای موجود در لبنان در سرتاسر دنیای عرب بی‌نظیر است. این، خود، فرصت بی‌نظیری برای جمهوری اسلامی است، تا از این جهت برای معرفی هرچه بهتر خود استفاده کند.

۴. یکی از موضوعاتی که تمامی طوایف و گروه‌های سیاسی، حداقل در ظاهر، در آن متفق‌القول هستند، موضوع ضدیت با اسرائیل است. در این باره ایران در بین تمامی طوایف، مهم‌ترین نظام و جریان ضداسرائیلی شناخته می‌شود؛ بنابراین، در دست گرفتن رهبری جریان‌های ضداسرائیلی و حمایت از جریان‌های مقاومت علیه این رژیم در



انجمن مطالعات جهان اسلام

Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

فلسطین و لبنان، از جمله موضوعاتی است که عامل وحدت بخش طوایف سیاسی در لبنان می‌شود و دامنه نفوذ جمهوری اسلامی را افزایش می‌دهد.

۵. وجود پیوندهای عمیق فرهنگی و تاریخی بین دو ملت که باعث ایجاد تصویر مطلوبی از ایران در بین لبنانی‌ها شده است.

۶. وجود تصویری زیبا از حضرت امام(ره)، و رهبری، به خصوص در بین طایفه شیعه و تقلید جمع در خورتوجهی از شیعیان لبنان، از مقام معظم رهبری (گزارش رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در لبنان، ۱۳۸۷).

چالش‌های پیش روی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در لبنان

۱. نگاه بدبینانه برخی رهبران اهل سنت طرفدار گروه ۱۴ مارس به شیعه و حزب الله و ایران: این نگاه پس از ترور رفیق حریری، نخست‌وزیر سابق لبنان، آغاز شد. گرچه این نگاه پس از پیروزی حزب الله در جنگ ۳۳ روزه تا اندازه‌ای فروکش کرد، در حال حاضر با اقدامات آمریکا و عربستان سعودی، در حال پررنگ شدن است.

۲. سلطه گروه ۱۴ مارس: این تأثیر و نفوذ بر وزارت‌خانه‌های فرهنگی موجب شده است روابط رسمی دولت‌های ایران و لبنان با مانع روبه‌رو شود؛ چنان‌که توسعه این روابط، خصوصاً در موضوع تعاملات دانشگاهی، با چالش مواجه شده است (گزارش رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در لبنان، ۱۳۸۷).

۳. حضور رقبای فعال و قوی: همان‌طور که در سطور قبلی اشاره شد، محیط باز جامعه لبنان فضای بسیار مناسبی را برای فعالیت‌های فرهنگی کشورهای مختلف فراهم آورده و بعضی کشورهای غربی، مانند فرانسه، در این کشور سرمایه‌گذاری‌های کلان کرده‌اند.

۴. بهره‌مندی بیشتر اهل سنت و مسیحیان، نسبت به طایفه شیعه، از قدرت اجرایی و سیاسی: براساس پیمان طائف، پست ریاست‌جمهوری به مسیحیان، نخست‌وزیری به اهل سنت و پست ریاست پارلمان به طایفه شیعه اختصاص دارد. مناصب دولتی، نیز ۵۰ درصد به مسیحیان و ۵۰ درصد دیگر بین اهل سنت و شیعیان و دروزی‌ها تقسیم شده است.

۵. فقر فرهنگی و اقتصادی شیعیان: براساس این فرصت‌ها و تهدیدها، برنامه‌های



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بانی جهان اسلام
جمعیت تراسات العالم الاسلامی
Islamic World Studies Association

۶۸

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

دیپلماسی عمومی ایران در لبنان باید در دو افق برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت سامان یابد.

افق برنامه‌های دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران، در لبنان

الف. برنامه‌های میان‌مدت

۱. سرمایه‌گذاری در میان شیعیان لبنان، با تمرکز بر روحانیان و نخبگان آنان، در ابعاد مختلف فقهی، عقیدتی، علمی و همچنین آموزش زبان فارسی، برای ایجاد ارتباط وثیق‌تر این نخبگان با فرهنگ ایرانی.

۲. ایجاد ارتباط فرهنگی تبلیغی بین شیعیان بقاع و جنوب لبنان و تقویت بنیه فرهنگی و علمی شیعیان منطقه بقاع.

۳. بازسازی نگاه بعضی رهبران اهل سنت و مسیحی و گروه ۱۴ مارس به حزب‌الله و ایران؛ توضیح آنکه پس از قتل رفیق حریری، انگشت اتهام به‌سوی سوریه و حزب‌الله و به‌طبع ایران نشانه رفت. در این اثنا، بعضی جریان‌ات در بین اهل سنت این باور را ایجاد کردند که حزب‌الله در صدد تسلط و حاکمیت شیعه و سلطه ایران بر لبنان است. این نگاه، گرچه شیعه را متحدتر کرد، به‌نوعی به تقابل بین شیعه و سنی (حداقل در سطح سران)، دامن زد. ادامه این روند به مصلحت ایران و شیعه و حزب‌الله نیست و باید اصلاح شود.

۴. استفاده از ظرفیت‌های موجود در لبنان برای تبیین سیاست‌ها و رویکردهای نظام درباره مسائل جهان عرب؛ برای مثال، برگزاری سمینارهای فکری فرهنگی و سیاسی بین تصمیم‌سازان سیاست خارجی با نخبگان و مسئولان لبنانی برای تبیین و تشریح دیدگاه‌های ایران در مسائل منطقه و بین‌الملل.

۵. کارآفرینی برای شیعیان، با ایجاد ارتباطات اقتصادی بین ایران و لبنان.

ب. برنامه‌های درازمدت

۱. تقریب بین مذاهب اسلامی.

۲. تبیین مبانی کارآمدی نظام جمهوری اسلامی ایران و نظریه ولایت فقیه.

۳. تقویت شیعه و حزب‌الله در همه ابعاد فرهنگی، به‌خصوص آموزشی و پژوهشی.

۴. استفاده از ظرفیت‌های موجود در مسیحیان، برای صدور اندیشه‌های انقلاب به مسیحیان جهان.



انجمن مطالعات جهان اسلام

Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های یاسی جهان اسلام

۵. ایجاد پیوند علمی بین دانشگاه‌های دو کشور و توسعه تعاملات دانشگاهی، در راستای تقویت شیعه و جذب نخبگان لبنانی به نظام.



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

۷۰

سال سوم ، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

نتیجه‌گیری

در میان کشورهای منطقه غرب آسیا، لبنانی‌ها در مقایسه با دیگران، تصویر مثبت‌تری از ایران در ذهن دارند. عوامل چندی در این موضوع تأثیرگذارند که همه آن‌ها را می‌توان در عبارت اعمال موفق دیپلماسی عمومی خلاصه کرد. به نظر می‌رسد موفقیت این گونه از دیپلماسی در لبنان، جدا از هم‌راستایی سیاست‌های متعارف و رسمی با دیپلماسی عمومی در این کشور، مرهون دو عامل کلیدی دیگر نیز باشد: عامل اول، قوام گرفتن دیپلماسی عمومی بر پایه «شناخت مبتنی بر اعتماد تاریخی» است. این به این معناست که مراودات و «ارتباطات بین فرهنگی»، آن قدر روشن و مثبت است که تقریباً هیچ نقطه و نکته تاریکی در آن به چشم نمی‌خورد. این ذهنیت تاریخی مثبت، سرمایه عظیمی است که در طول قرن‌های متمادی ایجاد شده، و به‌طور نسبی، باعث می‌شود که سیاست‌های ایران در منظر لبنانی‌ها، مشروع و موجه جلوه داده شود. نکته بسیار مهم در این حافظه مثبت تاریخی که به‌نوعی استحکام‌بخش آن شده است، سامان یافتن روابط تاریخی بر پایه مناسبات فرهنگی و کمتر تجاری است. در این چارچوب، امروزه نیز سعی می‌شود مناسبات با لبنان بیشتر در محورهای فرهنگی تعریف و بسط داده شود. در این راستا، اقدامات دولتی و خصوصی متعددی صورت گرفته که از آن جمله تأسیس دفتر رایزنی فرهنگی و دفتر خبرگزاری‌های مختلف و دفاتر فیلم‌سازی است.

عامل کلیدی دوم، حضور پررنگ طایفه متنفذ شیعه است. شیعیان لبنانی، با وحدت مثال‌زدنی، به ایران به‌عنوان ام‌القرای جهان اسلام و پناهگاه خود می‌نگرند. این انسجام و یکپارچگی که در سایه جنبش حزب‌الله و رهبری سیدحسن نصرالله ایجاد شده است، نقش و تأثیر شیعیان را در لبنان افزون‌تر کرده است. این جنبش، امروزه به‌عنوان مهم‌ترین کارگزار غیرعامل و غیردولتی، برای جمهوری اسلامی ایران نقش ایفا می‌کند. این بازیگر متنفذ همچون واسطه‌ای عمل کرده که فریادگر آرمان‌های برآمده از انقلاب اسلامی در جهان اسلام و در بین عرب‌هاست. این جنبش باعث مشروعیت سیاست‌ها و اقدامات ایران در جهان عرب و به‌طور اخص لبنان، می‌شود و با این عمل، قدرت نرم ایران را در این کشور افزایش می‌دهد. حضور این بازیگر متنفذ، الگوی اعمالی دیپلماسی عمومی ایران در لبنان را به الگوی سوم گیلپوا نزدیک می‌کند.



در مدل روابط عمومی داخلی که وی پیشنهاد می‌کند، حکومت به این حقیقت پی می‌برد که به دلیل نشناختن جامعه هدف و نیازهای بومی، بیان و ارسال مستقیم و بی‌واسطه پیام‌ها و اهداف نه تنها تأثیر ندارد، بلکه گاهی نتیجه عکس می‌دهد و با بازخورد منفی مواجه می‌شود. در نتیجه، لابی‌گران و بازیگران داخلی ایجاد می‌کند که همان اهداف و نیازها را، البته به زبان بومی جامعه هدف، بازگو می‌کند. کارگزار داخلی با شناخت همه‌جانبه‌ای که از بافت اجتماعی و سیاسی جامعه هدف دارد، ضعف‌های دولت حامی را شناخته و پیام‌های این حکومت را بومی‌سازی می‌کند. با این کار، پیام‌ها به راحتی در بین تمام اقشار دریافت شده و سیاست‌های حکومت فرستنده، در منظر افکار عمومی جامعه هدف، مشروعیت و مقبولیت می‌یابد.

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران، در تعریف کلی و در موقعیت‌های مختلف، در جایی بین مدل‌های اول تا سوم گیلپوا، یعنی مدل جنگ سردی و مدل فراملی غیردولتی و مدل روابط عمومی داخلی، در نوسان است. تجربه لبنان ثابت کرده است که حرکت از سمت مدل اول به سوی مدل‌های دوم و سوم تا چه اندازه ممکن است دیپلماسی عمومی ایران را کارآمدتر سازد؛ یعنی، استفاده از کارگزاران بومی که با اهداف دیپلماسی عمومی ما هم‌راست‌اند و می‌توانند اهداف فراملی جمهوری اسلامی را به زبان بومی و باتوجه‌به اقتضائات محیط خود، انتقال دهند و محقق سازند.



انجمن مطالعات جهان اسلام

Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی

پژوهش‌های بانی جهان اسلام

۷۲

سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲

کتابنامه

برزگر، ابراهیم (۱۳۸۱)، «نظریهٔ پخش و بازتاب انقلاب اسلامی»، پژوهش حقوق و سیاست، ش ۸، ص ۴۲.
پوراحمدی، حسین (۱۳۸۸)، دیپلماسی نوین: جستارهایی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، تهران: وزارت امور خارجه.

خمینی، روح‌الله (۱۳۶۷)، صحیفهٔ امام (ره)، ج ۷، تهران: مرکز نشر آثار امام خمینی (ره).
خسروشیری، علی (۱۳۸۹)، انقلاب اسلامی ایران و شیعیان لبنان، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی ایران.
دهقانی فیروزآبادی، جلال (۱۳۸۷)، چارچوبی مفهومی برای ارزیابی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، تهران: شادان.

_____ (۱۳۹۲)، «دربارهٔ ما»، دسترسی در: سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی: <http://www.icro.ir/index.aspx?pageid=4164>

Access in ۱۲/۱۱/۱۳۹۲

سیمبر، رضا (۱۳۸۷)، روابط بین‌الملل و دیپلماسی صلح در نظام متحول جهانی، تهران: سمت.
سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (۱۳۸۷)، گزارش ریزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در لبنان.
شهریاری، معصومه (۱۳۸۸)، «نگاهی به وضعیت دانشجویان خارجی در ایران»، فرهیختگان، ش ۵، ص ۱۰.
شیخ‌الاسلامی، محمدحسن و حمید سرادار (۱۳۹۲)، «الگوی مذهبی در دیپلماسی فرهنگی عربستان، موردکاوی سازمان رابطهٔ العالم الاسلامی»، فصلنامهٔ پژوهشهای سیاسی جهان اسلام، سال دوم، ش ۴، ص ۱۰۷.

صالحی امیری، رضا و سعید محمدی (۱۳۸۹)، دیپلماسی فرهنگی، تهران: ققنوس.
صالحی، جواد و سعید ساسانیان (۱۳۹۳)، «بررسی تغییرات سامانهٔ نظم متأثر از تحولات خاورمیانه با تمرکز بر ژئوپلیتیک شیعه در سال ۲۰۱۱»، فصلنامهٔ پژوهشهای سیاسی جهان اسلام، سال سوم، ش ۲، ص ۸۰.
عسکریان، محسن (۱۳۸۷)، «دیپلماسی رسانه‌ای در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، افق رسانه، ش ۷۸، ص ۷.

کشاورز شکری، عباس و هاجر صادقیان (۱۳۹۲)، «کالبدشکافی سیاست خارجی و مواضع بازیگران معارض غربی در جنگ سی‌وسه‌روزهٔ لبنان»، پژوهشهای سیاسی جهان اسلام، سال سوم، ش ۱، ص ۹۲.
مرکز باحث الدراسات (۱۹۸۱)، تاریخ احزاب شیعی در لبنان، ترجمهٔ جواد اصغری (۱۳۸۸)، تهران: اندیشه‌سازان نور.

مورگنتا، هانس (۱۹۲۱)، سیاست میان ملت‌ها، ترجمهٔ حمیرا مشیرزاده (۱۳۷۴)، تهران: وزارت امور خارجه.
میلسن، ژان (۲۰۰۵)، دیپلماسی عمومی نوین، قدرت نرم در روابط بین‌الملل، ترجمهٔ رضا کلهر و محسن روحانی (۱۳۸۸)، تهران: دانشگاه امام‌صادق (ع).

متقی، ابراهیم (۱۳۸۸)، «دیپلماسی عمومی» دسترسی در سایت دیپلماسی ایرانی:

<http://www.irdiplomacy.ir/index.php?Lang=fa&Page=26>



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی-پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

Access in 12/9/1389

وحیدی، موسی‌الرضا (۱۳۸۶)، «تغییر عرصه سیاست بین‌الملل و دگرگونی ماهیت دیپلماسی»، فصلنامه سیاست خارجی، ش ۲، ص ۳۶۱.

---.Cultural Diplomacy and the United State Government: A Survey. 23 November 2005. Available in <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/1434/MCCpaper.pdf>
Accessed 12 June 2011

Eytan Gilboa. Searching For Theory of Public Diplomacy. Jull 2008. Available in: http://www.ann.sagepub.com/content/616/1/55.full_text. Accessed 23 December 2010

Geoffrey Cowan, Amelia Arsenault. Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: the Three Layers of Public Diplomacy. September 2009 Available in: <http://www.abs.sagepub.com/content/53/4/607.full.pdf+html>. Accessed 21 August 2011

Marta Ryniejaska, kioldanowicz. Cultural Diplomacy as a Form of International Communication. 23 October 2003. Available in: www.instituteforpr.org/wp-content/uploads.pdf. Accessed 12 June 2011

Simon Mark. A Comparative Study of the Cultural Diplomacy of Canada, New Zealand and India. 23 August 2005. Available in: <http://researchspace.auckland.ac.nz>. Accessed 12 June 2011

Zagbi institute. Arab Attitudes toward Iran. 2011. Available in: <http://www.aaiusa.org/reports/arab-attitudes-toward-iran-2011/> Access in Jull 2012



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

۷۴

سال سوم ، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۲