

نظریه نقش و رقابت ایران و ترکیه در خاورمیانه در دوره حکومت حزب عدالت و توسعه

سید امیر نیاکویی^۱

دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه گیلان (نویسنده مسئول)

دانیال رضاپور^۲

دانشجوی دکتری روابط بین الملل دانشگاه گیلان

سامان فاضلی^۳

دانشجوی دکتری روابط بین الملل دانشگاه علامه طباطبائی

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۲۲

چکیده

ایران و ترکیه از دوران آتاتورک و تاسیس ترکیه علی‌رغم وجود رقابت و تنش‌های مقطعی روابط خوبی داشته‌اند. حتی با وجود انقلاب اسلامی و روی کار آمدن دولتی دینی روابط ایران با دولت لائیک ترکیه در یک سطح معتدلی حفظ شد. انتظار می‌رفت که با قدرت‌گیری اسلام‌گرایان در ترکیه در اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی روابط ایران اسلامی با ترکیه بهتر از پیش نیز شود. اما در سال‌های اخیر به ویژه پس از بیداری اسلامی تنش‌هایی بین ایران و ترکیه به وجود آمد که در نوع خود بی‌سابقه بود. سوالی که این پژوهش در پی پاسخ‌گویی به آن است این می‌باشد که علت اصلی افزایش رقابت‌ها و تنش‌ها بین ایران و ترکیه در ۱۵ سال گذشته چیست؟ در پاسخ و با استفاده از نظریه نقش گفته می‌شود که دو کشور ایران و ترکیه بر اساس منابع هویتی، تاریخی، ایدئولوژیکی و جغرافیایی، نقش خود در سیاست خارجی را در منطقه خاورمیانه به گونه‌ای تعریف کرده‌اند که موجب رقابت و تقابل دو کشور می‌شود. ادارک تصمیم‌گیران ایران و ترکیه از نقش خود در منطقه این است که می‌باید نقش‌هایی همچون «حمایت از مستضعفین»، «میانجی»، «مدل» و مانند آن را ایفا کنند که در بهترین حالت باعث رقابت و در بدترین حالت باعث تقابل دو طرف می‌شود. در این راستا سه نقش «رهبری»، «دفاع از اسلام» و «الگو» تنش‌های بیشتری را به وجود آورده است.

واژه‌های کلیدی: ایران، ترکیه، خاورمیانه، اسلام محوری، نظریه نقش

1. niakoe@gmail.com

2. danyalrezapoor@gmail.com

3. samanfazeli43@yahoo.com



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی-پژوهشی
پژوهش‌های بنیادین اسلام

مقدمه

ایران و ترکیه موقعیت خاص ژئوپلیتیکی در منطقه دارند. ترکیه با سابقه تاریخی امپراطوری عثمانی و ایران با حکومت بر گستره وسیعی از سرزمین‌های پیرامونی خود، دوره ای از رقابت‌های سرزمینی و سیاسی را پشت سر گذاشته اند و وارد دور جدیدی از رقابت‌ها شده‌اند (کولائی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). هر دو کشور، میراث دار امپراطوری‌های هژمونیک تاریخی هستند که همواره در طول هم در حال رقابت و درگیری هستند (غائبی، ۱۳۹۵: ۳). و لذا ماهیت روابط دو کشور را نمی توان به طور مجزا از سیاست‌های هریک در محیط پیرامونی‌شان مورد تحلیل قرار داد.

الگوی روابط ایران و ترکیه را می توان در همکاری اقتصادی و رقابت سیاسی خلاصه کرد. دو طرف در حوزه روابط دو جانبه در حوزه های اقتصادی و امنیتی منافع مشترک زیادی دارند. از سوی دیگر در بین ۱۶ کشور خاورمیانه ایران و ترکیه جزء قوی ترین و دمکراتیک ترین کشورها هستند. این مسئله به طور طبیعی این دو را تبدیل به رقبای منطقه‌ای کرده است. اما صرف قوی تر بودن، تنها باعث رقابت‌های ژئوپلیتیک نمی شود. این مسئله با رقابت ایدئولوژیک برای تبدیل شدن به رهبر منطقه که با واژه‌هایی همچون «رهبر جهان اسلام»، «نگهبان منطقه»، «ام القری» و مانند آن همراه شده است. به عبارت دیگر رقابت ژئوپلیتیک برای قدرت اول بودن همراه شده است با رقابت ایدئولوژیک برای رهبر شدن. از سوی دیگر ایران و ترکیه از سال‌ها پیش از وقوع تحولات و انقلاب‌های اخیر در خاورمیانه داعیه دار مدل بودن در منطقه را داشتند. پس از انقلاب اسلامی، با اضافه شدن ویژگی‌های انقلابی و اسلامی به ایران، تلاش برای تاثیر گذاری و ارائه الگو برای کشورهای خاورمیانه بیشتر شد و در سمت ترکیه نیز، رهبران حزب عدالت و توسعه به باز تعریف اهداف و منافع و نقش این کشور در منطقه پرداختند به نحوی که بر وزنه اسلامی بودن ترکیه اضافه شد. نتیجه آن شد که دو کشور ایران و ترکیه هر دو خواهان تاثیر گذاری بر سیر تحولات منطقه و نیز قابلیت سرمشق و الگو شدن را برای آینده کشورهای منطقه را مدعی باشند.

این مسئله منجر به بروز «تعارضات نقشی» بین دو کشور شده است. البته به کار گیری نظریه نقش برای رقابت ایران و ترکیه به معنای غفلت از تاثیر گذاری متغیرهای دیگر نیست بلکه به این معنا است که تاثیر گذاری همه این متغیرها و تبدیل شدن آن‌ها به اقدامات و کنش



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۲۴

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های جهانی اسلام

۲۵

فقه
تقریب
و رقابت
ایران و ترکیه
در دوره
گذار میانه ...

ها از طریق نقش‌هایی می‌گذرد که رهبران و تصمیم‌گیران مفصل‌بندی می‌کنند. بنابراین مسئله مذکور حاکی از این است که ایران و ترکیه نقش‌هایی را برای خود در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا قائل هستند که با یکدیگر تعارض دارد. به عبارت دیگر صرف داشتن منابع مختلف قدرت باعث رقابت‌های هژمونی طلبانه بین ایران و ترکیه نشده است بلکه ترجمه ایدئولوژیک این منابع قدرت به نقش‌های متعارض علت اصلی رقابت بین این دو شده است. با توجه به مباحث فوق، سوالی که این پژوهش در پی پاسخ‌گویی به آن است این می‌باشد که علت اصلی تنش‌های بین ایران و ترکیه در هفت سال گذشته چیست؟ در پاسخ و با استفاده از نظریه نقش فرضیه این پژوهش این گونه است که دو کشور ایران و ترکیه بر اساس منابع هویتی، تاریخی و جغرافیایی، نقش خود در سیاست خارجی در منطقه خاورمیانه را به گونه‌ای تعریف کرده‌اند که می‌بایست رهبر و الگوی کشورهای منطقه در تحولات آینده تلقی شوند. در یک سوی اسلام سکولار میانه رو و در سوی دیگر اسلام انقلابی ضد استکبار قرار دارد. در پیشینه پژوهش با وجود مقالات پرتعداد در این زمینه سه مقاله مرتبط با این پژوهش وجود دارد. اولین مقاله «از همسایه خوب تا مدل: نقش‌های متغیر ترکیه در خاور میانه پس از بهار عربی» است که نویسندگان بر مبنای نظریه نقش معتقدند پس از بیداری اسلامی ترکیه تلاش کرده است تا نقش ملی خود را در منطقه افزایش دهد (Ozdamar and others, 2014). مقاله دیگر «تاثیر انقلاب‌های عربی بر سیاستگذاری خارجی ترکیه (بر مبنای نظریه نقش)» است که متأسفانه این مقاله تا حدودی مثل مقاله پیشین می‌باشد چرا که به نام مقاله تالیفی ترجمه کامل و تحت‌اللفظی از مقاله انگلیسی پیشین است^۱ (ابراهیمی فریعی فر و ، ۱۳۹۵). مقاله دیگر، مقاله اولوی با عنوان «رمزگشایی از حرص ترکیه برای نفوذ منطقه: بر مبنای چشم‌انداز نظریه نقش» است. وی با مفروض قرار دادن فعال‌تر شدن ترکیه در خاورمیانه در سال‌های اخیر و با ریشه‌یابی آن در نظرات نخبگان اسلام‌گرای حاکم معتقد است نقش‌های جدید تعریف شده از جانب رهبران ترکیه به گونه‌ای مفصل‌بندی شده است

۱. مقایسه کنید:

Özgür Özdamar, B. Toygar Haliştoprak and İ. Erkam Sula (2014) « From Good Neighbor to Model: Turkey's Changing Roles in the Middle East in the Aftermath of the Arab Spring », International Relations, Volume 11, No. 42

ابراهیمی فر، طاهره و یعقوبی فر حامد (۱۳۹۵) « تاثیر انقلاب‌های عربی بر سیاستگذاری خارجی ترکیه (بر مبنای نظریه نقش)»، پژوهش‌های روابط بین‌الملل، دوره شش، شماره ۱۹

که مستلزم تاثیرگذاری بیشتر در امور منطقه است (Ovali, 2013). همچنین نوشته ها و پایان نامه های دیگری نیز به زبان انگلیسی وجود دارد که نکته بدیعی افزون بر دو مقاله پیشین ندارد. دو کاستی که ضرورت این مقاله را موجب می شود عدم کاربرد نظریه نقش برای سیاست خارجی ایران و نیز عدم بررسی تنش های ایران و ترکیه بر مبنای نظریه نقش است.

۱. چارچوب نظری؛ نظریه نقش

نظریه نقش یک چارچوب فکری با سابقه ای برای فهم سیاست خارجی است که بر استدلالات نخبگان، فهم آن ها از سیستم بین الملل و نقش ادراکی از جایگاه دولت های خودشان در سیستم بین الملل تاکید دارد. این چارچوب با وجود قوت مفهومی، گشودگی روش شناسانه و قابلیت های کاربردی تجربی غنی از جانب جریان اصلی مورد غفلت واقع شده بود اما طی سال های اخیر دوباره مورد توجه پژوهشگران واقع شده است. نظریه نقش در روابط بین الملل اولین بار به وسیله هالستی در سال ۱۹۷۰ در مقاله ای تحت عنوان «مفاهیم نقش ملی در مطالعه سیاست خارجی» مطرح شد. هالستی در دوران رونق تحلیل های ساختارگرایانه از سیاست خارجی قصد داشت که دوباره بر منابع داخلی سیاست خارجی تمرکز نماید. هالستی مفهوم نقش ملی را «تعریف تصمیم گیرندگان از انواع تصمیمات، تعهدات، جهت گیری ها و اقدامات مناسب کشورشان که می بایست در برخورد با نظام بین الملل و نظام فرعی منطقه ای دنبال شود» تعریف می کند. (Benes, 2011). در واقع «نقش» نقطه کلیدی شروع تبیین است، چرا که محدودیت ها و امکانات فعالیت را تعیین می کند و لکن نقش نوع عمل را «دیکنه» نمی کند و نقش از دریچه برداشت و «استدلال» کنش گر به عمل ترجمه می شد. در واقع این جاست که مزیت های نظریه نقش بر الگوی سیاست بروکراتیک قابل تشخیص است. هالیس و اسمیت در ذیل نظریه نقش مفهوم تحلیلی «شخصیت» را پیشنهاد می کنند. چرا که شخصیت می تواند فاصله بین جایگاه و عمل را پر کند به این دلیل که شخصیت سازنده ادراکات و تصمیمات، تصمیم گیرنده است. به عنوان مثال یک شخصیت «جنگ طلب» در مواجهه با بحران ها، بدیل های غیر خشونت آمیز کمتری را می بیند (Hollis and smith, 1986: ۲۷۵-۲۷۶). لذا در نظریه نقش توجه ویژه ای بر بیانات رهبران کشورها می شود. در این پژوهش نیز بر نقل قول های متعددی از رهبران ایران و ترکیه برای نشان دادن طرز تلقی



آنان از نقش کشورهایشان آورده می‌شود.

در این نظریه دنیای دولت‌ها به مثابه تناثری دیده می‌شود که بازیگرانش نقش‌هایی از قبیل «پشتیبان آزادی»، «حافظ صلح»، «ضد امپریالیست»، «ام القرا» مانند آن‌ها را بر عهده دارند. یکی از مفاهیم جالب توجهی که در سال‌های بعد به منظور توسعه نظریه نقش به کار رفت «تعارضات نقش» است که در این شرایط یک بازیگر مجبور می‌شود نقش‌های ناسازگاری را اجرا کند. در مجموع نقش‌های مختلف در چارچوب و شرایط مختلف تحقق می‌پذیرد و این منابع و شرایط از مولفه‌هایی همچون فرهنگ، تاریخ، قوانین و نهادهای داخلی، ارزش‌های ملی، شخصیت، توانایی‌ها، امکانات، موقعیت، ایدئولوژی، احتیاجات و تقاضاهای داخلی و یا شرایط خارجی ناشی از محیط بین‌المللی همانند تعهدات معاهداتی و یا ساختار نظام بین‌الملل (Sekhri, 2009: 424, 425). پس هالستی به طور اجمال چهار مفهوم را مطرح می‌کند (۱) «اجرای نقش» که شامل گرایش‌ها، تصمیمات و اقدامات یک حکومت می‌شود، (۲) «مفهوم نقش ملی» که نوع تعریف بازیگران از خودشان است، (۳) «تجویزات نقشی» تجویزات نقشی هنجارها و انتظارات بین‌دولتی هستند که به ساختار اجتماعی نظام بین‌الملل شکل می‌بخشند و بالتبع بسیاری از این تجویزات از پیش موجود و ساخته شده به وسیله دیگر بازیگران است و (۴) «موقعیت» که به معنای کل نظام تجهیزات نقش است (Holsti, 1970: 235-236).

در نظریه نقش یکی از مناقشات پایدار بر سر این بوده است که آیا یک کشور دارای یک نقش و یا سلسله مراتبی از نقش‌های منسجم و مشخص است یا اینکه در مقابل یک کشور «گنجینه‌ای از نقش‌ها و هویت‌هاست که قواعد مناسب رفتار را در وضعیت‌های مختلف مشخص می‌کند.» به نظر می‌رسد که می‌بایست برای گریز از این بن‌بست راه حل میانه‌ای را در نظر گرفت که آن «تعمیم‌های موردی» است. به این وسیله می‌توان از یک سو از تعمیم‌های تحمیلی متافیزیکی غیر واقعی نقش‌ها به دولت‌ها خود داری کرد و از سوی دیگر قدرت تبیینی نظریه نقش را نیز حفظ کرد به این معنا که اگر گفته شد هر یک از کشورها و تصمیم‌گیرندگان به فراخور شرایط خاص برای منافع امنیتی یا اقتصادی یا ایدئولوژیک و امثال آن‌ها اولویت قابل‌اند و نباید آن‌ها را به کشورهای «امنیت محور» و یا «تاجر» تقسیم بندی کرد، تفاوت‌های رفتاری و عینی تصمیم‌گیرندگان و کشورها را در عرصه سیاست



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
مجموعه‌ای برای مطالعه و پژوهش
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیادین اسلام

خارجی نادیده گرفته ایم و عملاً به دام یک نسبییتی گرفتار شده ایم که نمی توانیم رفتارهای متفاوت کشورها را تبیین کنیم. (Benes, 2011).

یکی از نکات مهم نظریه نقش که مناسب این پژوهش است مسئله «تعارضات نقشی» است. این مسئله هم برای نقش های متفاوت یک بازیگر و هم دو یا چند بازیگر قابل استفاده است. به عنوان مثال مجموعه نقش هایی که یک فرد به عنوان یک مرد، کارمند، شوهر، دوست، شیعه و اصولگرا انجام می دهد باید در یک هماهنگی و تناسب نسبی باشد وگرنه فرد دچار تناقض می شود. نقش مجموع افراد در جامعه نیز باید همین حالت را داشته باشد. نقش های مختلفی که یک دولت ایفا می کند نیز باید در هماهنگی باشد. همچنین در روابط بین دولت ها نیز اگر تعریف و ایفای نقش های به گونه ای باشد که هماهنگ با یکدیگر باشد منازعات کم می شود اما در صورت تعریف و ایفای نقش های متعارض مناقشات بیشتر می شود. به عنوان مثال به نظر می رسد که نقشی را که آمریکا به عنوان «هژمون» یا ابر قدرت برای خود تعریف کرده است مورد قبول کامل اروپا، قبول نسبی چین، مخالفت روسیه و مخالفت شدید ایران قرار دارد. این مسئله مبنای نظری مقاله حاضر است. به عنوان مثال وقتی که هر دو بازیگر درصدد ایفا کردن نقش «رهبر جهان اسلام» (البته ایران با تصریح بیشتر و ترکیه با تصریح کمتر) هستند به طور طبیعی بین این اختلاف به وجود می آید.

۲. نقش ترکیه در خاورمیانه

ترکیه در سال های اخیر هدف خود را در خاورمیانه از تبدیل شدن به قدرت منطقه ای تغییر داده و تبدیل شدن به قدرت مرکزی و الگو را در دستور کار خویش قرار دهد و از تمام موقعیت هایی که در منطقه فراهم است در جهت رسیدن به این هدف استفاده کند (مسعود نیا، ۱۳۹۲: ۹۴). اوغلو استدلال می کرد که ترکیه نباید خود را محدود به نقش منطقه ای در بالکان یا خاورمیانه کند، زیرا کشوری مرکزی است و نه منطقه ای؛ و بایستی نقش رهبری را در چندین منطقه ایفا کند (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴). وی با انتقاد از کمالیست ها بر آن بود که ترکیه را برای مدت ۷۰ سال از ایفای نقش صحیح در پاسخ به تحولات در محیط پیرامونی اش باز داشته بود. بر مبنای نظریات اوغلو ترکیه نقش خود در منطقه خاورمیانه را بازتعریف





فصلنامه علمی - پژوهشی
مجموعه دراست‌های اسلامی
پژوهش‌های بنیادین اسلام

کرد. این میزان کنشگری^۱ که از طرف ترکیه در خاورمیانه در ۱۰ سال گذشته دیده می شود در طول تاریخ ترکیه کاملاً بی سابقه بوده است. حجم کل تجارت خارجی ترکیه با اتحادیه اروپا از ۵۶٪ در سال ۱۹۹۶ به ۴۴٪ در سال ۲۰۰۸ سقوط نمود، در قابل در این بازه زمانی ترکیه با خاورمیانه از ۹٪ به ۱۹٪ افزایش یافته است. (حیدری و رهنورد، ۱۳۹۰: ۱۴۶).

اما در سیاست خارجی جدید که تاسپینار از آن به عنوان نئو عثمانیسم یاد می کند ترکیه در صدد استفاده از قدرت نرم و نفوذ سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در سرزمین‌های سابق امپراطور عثمانی است (Taspinar, 2012: 127-140). بنابراین خاورمیانه برای ترکیه بهترین زمینه اجرای سیاست‌های کلانش بود. تعریف نو عثمانی گرایی در قالب مدلی کلان و الگویی پیشرو، بیش از هر چیز برای کشورهای اسلامی خاورمیانه و شمال آفریقا دارای اهمیت بود. ترک‌ها بر آن بودند در این منطقه حیاتی در قالب هژمونی فرهنگی خویش به مجرای حل و فصل مسائل و چالش‌ها تبدیل شده و با ارائه راه حل، خود را به عنوان الگوی جایگزین و پیشرو مطرح کنند. (بهرامی، ۱۳۹۵: ۱۱-۱۲).

یکی از نقش‌هایی که ترکیه در خاورمیانه برای خود قائل است «رهبر منطقه» می باشد. هالستی در تعریف رهبر منطقه می گوید که این مفهوم به معنای خودادراکی حکومت از نقش رهبری‌اش می باشد که مستلزم وظایف و مسئولیت‌های خاصی در یک منطقه جغرافیایی معین می باشد. میراث عثمانی به عنوان «حافظ نواحی مقدسه» در این نقش پیداست چنانکه اردوغان می گوید: «نمی توانیم به فلسطین و غزه پشت کنیم. از ما می پرسند ترکیه در فلسطین چکار می کند؟ دلیل اینکه ترکیه به مسئله فلسطین علاقه مند شده است چیست؟... آن‌ها آگاه نیستند از مسئولیتی که ما باید انجام دهیم این مسئولیت را تاریخ ترکیه و اراده مردم ترکیه به ما داده است.» (Ovali, 2013: 6-7)

دومین نقش، «نقش حامی منطقه» می باشد. چرا که به طور طبیعی رهبر یک منطقه باید از منطقه خود حفاظت بکند. و به گفته سلیک معاون سابق رئیس جمهور در راستای حمایت از منطقه است که ترکیه در صدد دفاع از فلسطین برآمده است. نقش چهارم «نقش پل» می باشد که همانند یک «مترجم» یا رساننده پیام‌ها و اطلاعات بین مردمان فرهنگ‌های متفاوت است. اردوغان در بنیاد اتحاد تمدن‌ها بیان کرد: «استانبول اروپا و آسیا را دور هم جمع می کند.

1. activism

استانبول چهارراه اروپا، آسیا و آفریقا است. استانبول محل آمیزش فرهنگ ها، تمدن ها، نژادها، مذاهب و زبان ها می باشد و جایگاه شایسته ای در این زمینه در جهان دارد. «نقش حافظ اسلام» است که ترکیه را این اجازه را برای خود قائل می شود تا به نمایندگی از فلسطینی ها صحبت کند. مثلاً اردوغان در بیاناتی که حاکی از ایفای نقش های مذکور می باشد در مورد عضویت در اتحادیه اروپا بیان کرد که «آینده ترکیه وابسته به اتحادیه اروپا نیست اما آینده مسیحیت و اسلام چرا». نقش پنجم ترکیه «نقش میانجی» است. بنا بر تعریف هالستی نقش میانجی به معنای «انجام یک سری اقدامات خاص آشتی دادن دولت ها در منازعات می باشد». میانجیگری در مسائل هسته ای ایران، تلاش برای ایجاد صلح بین سوریه و اسرائیل تا سال ۲۰۱۰، تلاش برای میانجیگری بین روسیه و گرجستان و ... (Ovali, 2013: 7-10).

آخرین نقش، نقش الگو یا مدل است که به معنای عرضه دستاوردهای اقتصادی و سیاسی کشور به عنوان مدلی که می بایست به وسیله دیگران تقلید شود، می باشد. البته بعضی از نخبگان حزب عدالت و توسعه برای پرهیز از متهم شدن به اهداف استعماری به جای مدل، «منع الهام» را به کار می برند. دو مبنای جذابیت مدل ترکیه رشد معجزه آسای اقتصادی و دموکراسی این کشور است به گونه ای که برنارد لوئیس آن را تنها کشور واقعا دموکراتیک در بین ۵۳ کشور اسلامی می نامد (لوئیس، ۱۳۸۶: ۱۳۲). اصطلاح «مدل ترکی» پس از جنگ سرد و از سوی رسانه های غربی برای مقابله با «مدل ایران» مطرح شد. برای اولین بار مدل ترکی از سال ۱۹۹۲ به ادبیات دیپلماتیک راه یافت زمانی که وزیر خارجه آمریکا جیمز بیکر با سفر به کشورهای استقلال یافته از شوروی به آن ها مشورت داد که به ترکیه به عنوان یک مدل توسعه بنگرند. در سفر دمیرل نخست وزیر سابق ترکیه به واشتنگتن، جرج بوش پدر بیان داشت که: «ترکیه ... یک مدل برای دیگران است به ویژه جمهوری های تازه استقلال یافته آسیای مرکزی؛ و من ترکیه را به عنوان یک مدل برای کل منطقه می بینم ... ترکیه جزیره ثبات است و از جانب بسیاری به دلیل دستاورد هایش و آنچه که از طریق دفاع از دموکراسی و بازار آزاد کسب کرده است به عنوان یک نمونه دیده می شود.» (Dal and Ersen: 2014: 264).. هیلاری کلینتون نیز در این زمینه گفته بود که «مردم خاورمیانه و شمال آفریقا به ویژه در پی فراگیری درس هایی از تجربه ترکیه هستند. این مسئله ای حیاتی است که آن ها درس های را یاد بگیرند که ترکیه یاد گرفته است.» (Dal and Ersen, 2014: 269) البته در دوران



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش های سیاسی جهان اسلام

۳۰

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷

حزب عدالت و توسعه نیز نقش الگو بودن همچنان ادامه یافته است هر چند که سبقه دینی آن افزایش پیدا کرده است.

۳. نقش جمهوری اسلامی ایران در خاورمیانه

اصولاً پیدا کردن نقش‌هایی که ایران برای خود قائل است نسبت به ترکیه و شاید بسیاری از کشورهای دیگر ساده تر باشد. چرا که کشورهای دیگر برای پرهیز از هزینه زایی و برانگیختن تقابل دیگران نقش و اهداف (به ویژه بلند مدت خود) را بیان نمی‌کنند. اما جمهوری اسلامی ایران با صداقت، تمام اهداف بلند مدت خود را در قوانین بالادستی و همچنین بیانات رهبران خود بیان کرده است. با انقلاب اسلامی و تغییر انقلابی سیاست خارجی، جمهوری اسلامی ایران مجموعه نقش‌هایی همچون «سنگر انقلاب»، «دولت رهایی بخش»، «دولت عادل»، «حامی جنبش‌های آزادی‌بخش»، «مدافع مسلمانان»، «دولت استکبارستیز» برای خود قائل شد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۸). یکی از نقش‌هایی که جمهوری اسلامی ایران برای خود خود قائل است «الهام بخشی» می باشد که به معنای تاثیر گذاری نرم خود در منطقه است. الهام بخشی در سند چشم انداز بیست ساله نیز آمده است که هدف ایران تبدیل شدن به «الهام بخش در جهان اسلام» می باشد (رحمانی، ۱۳۹۳: ۴۸۴).

نقش دیگری که ایران برای خود قائل است صدور انقلاب به منطقه از طریق تبلیغ گفتمان انقلاب اسلامی می باشد. صدور انقلاب بر اساس اصل دعوت یک مرحله جلوتر از الهام بخشی است و مخاطب آن در وهله اول کشورهای مسلمان منطقه است. بر این مبنا از آنجا که کشورهای منطقه اشتراکات زیادی با ایران دارند می توانند با برانداختن حکام مستبد وابسته به آمریکا با ایجاد دولتی مشابه جمهوری اسلامی ایران به رهایی و سعادت برسند. لذا وقوع انقلاب اسلامی پایان آن نیست بلکه نقطه شروع آن است و این انقلاب به دلیل ماهیت فراملی خود می‌تواند خود را در در کشورهای دیگر بازتولید کند. البته به نظر می رسد هدف طولانی مدت، صادر کردن انقلاب به کل جهان می باشد چنان‌که امام خمینی (ره) می فرمایند «ما باید اسلام را به پیش ببریم و و در همه جای دنیا انشاءالله اسلام را صادر کنیم» و نهضت اسلامی «نمی تواند محصور باشد در حتی کشورهای اسلامی (صحیفه امام خمینی، جلد ۱۰: ۴۴۶)». ولی در جای دیگر می فرمایند «ما می خواهیم انقلابمان را انقلاب فرهنگی مان را



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیادین جهان اسلام

انقلاب اسلامی مان را به همه ممالک اسلامی صادر بکنیم» (صحیفه امام خمینی، جلد ۱۳: ۹۰). و تاکید بر ممالک اسلامی است. و جمع بین این دو سخن به نظر می رسد این گونه است که صدور به ممالک اسلامی و «انقلاب بزرگ جهان اسلام» فوری تر از صدور انقلاب به کل جهان می باشد. به طور خلاصه هدف ایفا کردن نقش «سنگر انقلاب» می باشد.

نقش «ام القرای» جهان اسلام نقش دیگری است که به تدریج با چهره نمودن مشکلات داخلی اقتصادی و موانع منطقه‌ای و بین المللی برای صدور انقلاب مطرح شد که در واقع جایگزینی «اسلام در یک کشور» از دهه دوم انقلاب به جای صدر انقلاب در دهه اول انقلاب می باشد. در این نظریه که مورد توافق تصمیم گیرندگان جمهوری اسلامی ایران پس از رحلت امام قرار گرفت ایران «مادر سرزمین‌های اسلامی» تلقی می شود که می تواند مرکزی برای جنبش‌های انقلابی شود (ازغندی، ۱۳۸۱، ۳۴). رهبر انقلاب در این رابطه می فرماید مستکبرین در راستای تضعیف ایران بسیار تلاش می کنند چرا که در صورت تداوم جمهوری اسلامی ایران «مسلمانان به پایگاه و مرکز و کانون و ام‌القرای اسلام - یعنی ایران اسلامی - متوجه خواهند شد» (۱۳۶۸/۰۷/۱۹). «استکبار ستیزی» از دیگر نقش‌هایی که جمهوری اسلامی ایران برای خود قائل است. هرچند که به نظر می رسد ایفاگری این نقش بیشتر مربوط به سطح بین المللی باشد اما در واقع مبارزه با استکبار بر اساس نفی سبیل و ممانعت از تسلط کفار بر مسلمین می باشد. از این رو لازم است تمام کشورها و ملت‌های مسلمان با همراهی نظام جمهوری اسلامی عزم خود را جزم کن «تا دندان‌های آمریکا را در دهانش خرد نمایند» (ازغندی، ۱۳۹۱: ۵۷). نقش ایران در توحید و به وحدت رساندن جهان اسلام و ایجاد امت واحده اسلامی از ابتدای تاسیس جمهوری اسلامی ایران از محورهای مهم سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران بوده است. امام خمینی در خصوص وحدت جهان اسلام می فرماید «ما برای دفاع از اسلام و ممالک اسلامی و استقلال ممالک در هر حال مهیا هستیم. برنامه ما که برنامه اسلام است، وحدت کلمه مسلمین است؛ اتحاد ممالک اسلامی است» (صحیفه امام خمینی، جلد ۱: ۳۳۶).

۴. رهبری و تعارضات نقشی ایران و ترکیه در خاورمیانه

همانگونه که نظریه پردازان نقش گفته اند هر سیستم اجتماعی مجموعه ای از اجزاء و



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

۳۲

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



فصلنامه علمی - پژوهشی
مجموعه‌ای برای مطالعه جهان اسلام

موقعیت‌هایی است که با یکدیگر دارای تمایز و البته خاصیت هم تکمیلی برای پیشبرد سیستم هستند (سام دلیری، ۱۳۹۰: ۱۵۵). اکنون باید دید که آیا در سیستم خاورمیانه نقش‌هایی که رهبران ترکیه و ایران برای خود قائل هستند خاصیت هم تکمیلی، یا تعارضی را دارد. روابط دو طرفه ایران و ترکیه زمینه‌های تنش آمیز چندانی ندارد. پیش از قیام‌های منطقه روابط طرفین به بالاترین سطح پس از انقلاب رسیده بود. احمدی نژاد در سال ۲۰۰۸ مورد استقبال بسیار گرم اردوغان قرار گرفت و وی به احمدی نژاد را «برادر عزیز من» خطاب می‌کرد. پس از انتخابات ۲۰۰۹ ایران، اردوغان و گل بلافاصله پیام‌های تبریک برای ایران فرستادند. اما پس از نا آرامی‌های اخیر در کشورهای خاورمیانه، دو کشور ایران و ترکیه تلاش کردند تا در این وقایع تاثیر گذار باشند و مدل‌های مطلوب و نزدیک به خود را در کشورهای دستخوش دگرگونی ایجاد کنند و به نوعی نقش رهبری در این تحولات را بر عهده بگیرند و از این نقطه بود که تنش‌ها بسیار جدی شد و این مسئله نشان می‌دهد نوع رویکردی که به وقایع کشورهای خاورمیانه اتفاق می‌افتد باعث تنش در روابط طرفین می‌شود (Akbarzadeh and Barry, 2016: 3). یکی از نقش‌های راهبردی بلند مدتی که موجب رقابت بین دو کشور است رهبری منطقه می‌باشد.

در مورد رهبری جهان اسلام هنوز بر مبنای فرهنگ «خلیفه» یا «امام» این اعتقاد در دنیای اسلام وجود دارد که بالاخره باید کشوری و شخصی نقش رهبری مسلمین جهان باشد. بر سر این مقام طی دهه‌ها بین کشورهای همجوار مصر، عربستان، ترکیه، عراق، ایران، سوریه و لیبی اختلاف بوده است. واقعیت این است ترکیه خود را رهبر جهان اسلام می‌داند و فعالیت آن تا جایی در کشورهای اسلامی گسترده شده است که برخی اردوغان را «ناصر جدید» می‌نامند (atimes, 2017). هر چند که ترکیه برای پرهیز از برانگیختن واکنش دیگران این مسئله را کمتر اعلام کرده است و بیشتر اعمال کرده است. مثلا پس از اعلام بیت المقدس به عنوان پایتخت و انتقال سفارت آمریکا به آن، ترکیه رهبری اعتراضات مسلمین را به عهده گرفت و کشورهای اسلامی را برای اعتراض به این اقدام در چارچوب سازمان همکاری اسلامی به ترکیه فراخواند و نماینده مجلس ترکیه، آتالی، در این زمینه بیان کرد که «جهان اسلام تحت رهبری ترکیه متحد خواهند شد» (Anadolu Agency, 2017).

از طرف مقابل جمهوری اسلامی ایران نیز خود را رهبر مسلمین جهان و نیز ام القری و

مرکز جهان اسلام و ضامن سعادت و حتی بقای کل اسلام می‌داند. امام خمینی (ره) در این رابطه می‌فرماید: «امروز بدون شک سرنوشت همه امت‌ها و کشورهای اسلامی به سرنوشت ما در جنگ گره خورده است. و جمهوری اسلامی ایران در مرحله‌ای است که پیروزی آن به حساب پیروزی همه مسلمانان و خدای نخواستہ شکست آن، به ناکامی و شکست و تحقیر همه مومنان می‌انجامد (صحیفه امام خمینی، جلد ۱۰: ۳۳۱)». به عبارت دیگر پیروزی و شکست ایران پیروزی شکست اسلام است. از طرف دیگر اردوغان در سخنرانی پیروزی خود در ژوئن ۲۰۱۲ گفت: «سارایوو، باکو، نیکوزیا پیروز شدند. بیروت به اندازه از میر پیروز شد. نواز غزه، کرانه باختری، رام الله، بیت المقدس به همان اندازه دیاربکر پیروز شد. خاورمیانه، قفقاز و بالکان درست به همان اندازه ترکیه پیروز شده اند» (DAL, 2012: 245). مشاهده می‌شود که دقیقاً رهبران ایران و ترکیه نقش خود را به عنوان کشور مرکزی جهان اسلام تلقی می‌کنند. و این مسئله منجر به تقابل و یا دست کم رقابت شده است. اگر از استعاره نظریه پردازان نقش در تشبیه سیاست به تئاتر استفاده می‌کنیم باید بگوییم که اگر یک بازیگر نقش «رهبر» داشته باشد دیگران باید «پیرو» باشند. به عبارت دیگر نقش پیرو- پیرو و یا رهبر- پیرو با یکدیگر تعارض ندارد اما نقش رهبر- رهبر تعارض دارد. نقش‌های ترکیه و ایران نیز از آنجا که درصدد ایفای نقش رهبری در مکان واحدی هستند با یکدیگر تعارض پیدا کرده است.

هر دو کشور نیز در زمینه ایفای نقش رهبری به موفقیت‌هایی نائل شده اند. به عنوان مثال رئیس جمهور مالی در دیدار با اردوغان در مارس ۲۰۱۸ بیان کرد «جهان اسلام نیاز به رهبری داشت که صدای کشورهای اسلامی را به گوش جهانیان برساند. اکنون این صدا شنیده می‌شود. ما نیز در کنار اردوغان هستیم و هماهنگ با ترکیه حرکت خواهیم کرد (آنتولی، ۲۰۱۸). و یا محمدخان، رئیس بنیاد جماعت اسلامی در یکی از ایالت‌های هند بیان کرده بود که «ترکیه رهبر جهان اسلام است و باید رشد کند و تقویت شود تا بتوان به نقش خود در رهبری جهان اسلام ادامه دهد. اردوغان، رئیس جمهور ترکیه نه تنها رهبر مردم کشورش بلکه رهبر امت اسلام است» (آنتولی، ۲۰۱۷). از طرف دیگر بسیاری از گروه‌ها و شخصیت‌های برجسته جهان اسلام اعتقاد به رهبری ایران بر جهان اسلام دارند. مثلاً بنایی رهبر حزب الله افغانستان بیان کرده است که «امام (ره) تنها رهبر جمهوری اسلامی ایران نبوده بلکه ایشان



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



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بی‌ای جهان اسلام

۳۵

نقشه نقش و رقابت ایران و ترکیه در خاورمیانه در دوره ...

رهبر جهان اسلام بودند. با قیام این رهبر بزرگ پس از هزار و چند صد سال نماد اسلام محمدی در جهان برجسته گردید. (صدای افغان، ۱۳۹۵). و یا جعفری دبیر کل حزب رفاه افغانستان بیان کرده بود که «ما تکیه ای جز ایران نداریم و حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای نه تنها رهبر ایران بلکه ولی امر مسلمین جهان و رهبر جهان اسلام هستند و بدیلی برای ایشان وجود ندارد.» (ایسنا، ۱۳۹۵). این قبیل سخنان از بسیاری از شخصیت‌های برجسته کشورهای همچون یمن، لبنان، الجزایر و دیگر کشورها وجود دارد. البته به موازات این موفقیت‌ها، تلاش برای ایفای نقش رهبری موانعی نیز برای ایران و ترکیه دارد چرا که اصولاً همسایگان به کشورهایی که در صدد ایفای نقش رهبری هستند به اصلاح دچار «سندرم برادر بزرگتر» هستند با سوء ظن همسایگان مواجه می‌شوند. در ادامه برای بررسی مصداقی تقابل نقش‌های ایران و ترکیه مسئله حماس (در زمینه رهبری جهان اسلام) و بیداری اسلامی (در زمینه الگو بودن) بررسی می‌شود.

۵. دفاع از اسلام و مسئله حماس

ایران توانسته است در سال‌های اخیر حماس را به سمت ایدئولوژی «مقاومت» بکشاند. نقش ایران «دفاع از اسلام» می‌باشد و لذا به طور طبیعی باید از انتفاضه و گروه‌هایی که در مبارزه مستقیم با اسرائیل قرار دارند حمایت کند. رهبر انقلاب در دیدار با خالد مشعل بیان کرده بودند که «جمهوری اسلامی ایران، مسئله فلسطین را مسئله خود، و حمایت از آن را وظیفه شرعی و اسلامی می‌داند... ما در این قضیه ایستاده ایم و کوتاه نخواهیم آمد.» (۱۳۸۸/۹/۲۴). پس مشاهده می‌شود که رهبران جمهوری اسلامی ایران در ذیل دفاع کلی از مسلمانان دفاع از فلسطین و وظیفه اصلی و تغییر ناپذیر جمهوری اسلامی ایران می‌داند.

ترکیه نیز ضمن داشتن روابط علنی با اسرائیل روابط نزدیکی با حماس یعنی دشمن متعهد به نابودی اسرائیل نیز در سال‌های اخیر برقرار کرده است. به ویژه پس از حمله اسرائیل به نواز غزه در سال ۲۰۰۹، بحران «یک دقیقه»^۱، و حمله اسرائیل به کشتی مرمره توجه ترکیه به شدت معطوف به نواز غزه و گروه حماس شد. ترکیه خود را حامی منطقه می‌داند و یکی از کشورهایی که در افکار عمومی جهان اسلام و عرب همواره مورد ظلم واقع شده است

۱. منظور درخواست اردوغان برای یک دقیقه صحبت در مقابل شیمون پرز در کنفرانس امنیتی مونیخ در سال ۲۰۰۹ می‌باشد.

فلسطین می باشد و مدافع منطقه طبعاً باید از این موجودیت دفاع کند. همچنین ترکیه به عنوان کشوری که الگو می باشد می تواند از طریق دفاع از فلسطین در بین مسلمانان محبوبیت کسب کند. در ضمن موضع ضد اسرائیلی می تواند برای ترکیه مزیتی تلقی شود که این کشور را کمتر وابسته به جهان غرب قلمداد کند. حماس به دلیل داشتن اهمیت نمادین یکی از مهمترین محورهایی است که ترکیه می تواند با ایران برای نفوذ منطقه ای به رقابت بپردازد. با وجود اینکه در حال حاضر برخلاف دهه های گذشته تقریباً همه کشورهای خاورمیانه موجودیت رژیم صهیونیستی را به صورت دوفاکتو پذیرفته اند اما هنوز نیز در اختیار داشتن گفتمان حمایت از فلسطین و مقابله با ظلم یهودیان یکی از پایه هایی است که یک رهبر جهان اسلام باید از آن خوردار باشد. (Lindenstrauss, 2014: 10- 13).

لذا نقش «حامی فلسطین» بودن ایران از جانب ترکیه در سال های اخیر مورد تهاجم قرار گرفته است و ترکیه قصد دارد با کنترل بر حماس این نقش را منحصر در خود کند. و این مسئله باعث رقابت بین ایران و ترکیه شده است. ترکیه توانست در برهه ای کاملاً حساس حماس را به طرف خود بکشاند و آن را در مقابل جمهوری اسلامی ایران قرار دهد. به نظر می رسد که ترکیه تا حدودی نیز در این زمینه موفق بوده است. یکی از نشانه های آن نیز اساس نامه جدید حماس می باشد. در این اساس نامه حماس اعلام کرد که این گروه یک نیروی انقلابی مداخله گر نیست. همچنین حماس ضمن پذیرفتن موجودیت اسرائیل تشکیل دولت در چارچوب مرزهای ۱۹۶۷ را پذیرفت. (theguardian, 2017) هم چنین خالد مشعل در جمع اعضای حزب عدالت و توسعه در سال ۲۰۱۲ در ترکیه خطاب به اردوغان بیان کرد «تو نه تنها رهبر ترکیه بلکه رهبر جهان اسلامی. حزب عدالت و توسعه مدل موفق است که مردم ترکیه باید به آن افتخار کنند... ترکیه به ترکیب موفق از اسلام و مدرنیته دست یافته است و به جهان نشان داده است که روی گشاده اسلام به ارزش های معاصر باز است... انسانیت کارهایی را که شما برای فلسطینیان انجام داده اید، موضعتان درباره میانمار، کمک های تان به سومالی و حمایتتان از مردم فلسطین را فراموش نخواهیم کرد». (worldbulletin, 2012). همچنین حماس از موضع ترکیه نسبت به قیام مردمی سوریه دفاع کرد و اسماعیل هنیه در نماز جمعه ای در مصر معارضین سوری را افرادی به دنبال آزادی و دمکراسی نامید و یکی از اعضای ارشد حماس نیز بیان کرد که این گروه مواضع مستقل خود را خواهد گرفت و آلت دست



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش های باسی جهان اسلام

۳۶

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
مجموعه‌ای برای مطالعه و پژوهش در زمینه‌های علمی-پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

ایران نخواهد شد. همچنین حماس دفتر مرکزی خود را در دمشق تعطیل و به قطر انتقال داد و از حزب الله خواست نیروهای خود را از سوریه خارج کند. البته سال‌های بعد مواضع حماس دوباره تغییر کرد. در مجموع ترکیه در قضیه فلسطین قصد همکاری و همسویی با ایران را ندارد بلکه می‌خواهد جایگزین ایران در زمینه رهبری حمایت از فلسطین را به دست بگیرد و به نوعی رهبر «محور مقاومت سنی» شود. (Unver Noi, 2013: 105) به هر صورت اختلافات ترکیه و ایران بر سر حماس و فلسطین مصداقی از نقش مدافع جهان اسلام است که که هر دو درصدد آن هستند که این نقش را در انحصار خود داشته باشند.

۶. نقش الگو و رقابت ایران و ترکیه در بیداری اسلامی

در دوره گذار بیداری اسلامی ایران و ترکیه، که هر دو مدعی داشتن یک نمونه و مدل خوب حکومت داری دمکراتیک اسلامی بودند تلاش کردند تا مدل‌های خود را در حکومت تازه تاسیس رواج دهد. لذا طبیعتاً این مسئله منجر به تنش بین دو طرف نیز شده است. می‌توان رقابت بین ایران و ترکیه را در موضوع بیداری اسلامی «برخورد مدل‌ها»^۱ نامید (Unver Noi, 2013: 92). ترکیه از ابتدای شروع تحولات به دنبال تکثیر سیستم سیاسی خود در حکومت‌های جدید بود. اردوغان در سفری تبلیغاتی به مصر، لیبی و تونس در راستای ارائه تصویر زیبایی از ترکیب اسلام و پیشرفت و دموکراسی سخنرانی‌های متعددی را بیان کرد و راشد الغنوشی ابراز امیدواری کرد که حزب او (النهضة) و کشور تونس بتوانند مسیر ترکیه در پیش گیرند. داود اغلو هم بیان کرد که وقایع تونس می‌تواند مدلی برای دیگر کشورهای باشد که به دنبال آزادی و دموکراسی هستند. هم چنین ترکیه یک وام یک میلیارد دلاری با بهره پایین و بازپرداخت ده ساله به تونس داد (Khalifa, 2017: 104).

بیش‌ترین زمینه صدور مدل ترکیه در مصر تحقق یافت. جایی که اخوان المسلمین قدرت را به دست گرفت. اخوان المسلمین تنها یک جنبش بود که دهه‌ها آرزوی دولت داری داشت اما تجربه‌ای در این زمینه نداشت. لذا ترکیه می‌توانست با عرضه خود به عنوان یک نمونه عینی مثالی برای تشکیل یک دولت در مصر باشد. گرایش‌های رهبران حزب عدالت و توسعه و اخوان المسلمین بسیار شبیه به یکدیگر است (صبحی و حاجی مینه، ۱۳۹۱: ۱۱۰-۱۰۸).

بلافاصله پس از پیروزی انقلاب مصر به ترتیب عبدالله گل، داوداغلو و سپس اردوغان به مصر سفر کردند اردوغان در خلال سفر خود به مصر در سپتامبر ۲۰۱۱ در مصاحبه با یک برنامه تلویزیونی مصری گفت که «از سکولاریسم نهراسید. من امید دارم که در مصر یک دولت سکولار به پا شود... سکولاریسم به معنای این نیست که فرد سکولار است. برای مثال من سکولار نیستم اما نخست وزیر یک دولت سکولار هستم.» (Yilmaz, 2012: 365). اردوغان در تونس نیز بیان کرده بود «سکولاریسم ترکیه در معنای انگلوساکسن یا غربی آن نیست؛ فرد، سکولار نیست، دولت سکولار است ... یک مسلمان می تواند بر یک دولت سکولار با موفقیت حکمرانی کند. در ترکیه ۹۹ درصد مردم مسلمان هستند و این مسئله هیچ گونه تهدیدی نبوده است. شما نیز می توانید شبیه آن را در اینجا داشته باشید.» (Dal and Ersen, 2014: 271). عبدالله گل رئیس جمهور سابق ترکیه نیز بیان کرده بود که ترکیه «منبع الهام» برای خاورمیانه است. اردوغان در سخنرانی در پارلمان ترکیه گفته بود که «این اعتراضات در جهان عرب الهام گرفته از دموکراسی پیش رفته ترکیه می باشد». هم چنین وی در جلسه نشست توسعه پایدار ریو گفته بود که «یک تجربه مثبت نه تنها می تواند مدلی برای کشورهای منطقه باشد بلکه می تواند الگویی برای کل کشورهای جهان تلقی شود».. (Dal and Ersen, 2014: 269). اردوغان در جمع اعضای حزب خود نیز بیان کرده بود که راه حزب عدالت و توسعه یک مدل بسیار خوب برای کشورهای منطقه است و «الگوی ترکیه بسیار فراتر از مرزهای ما رفته است و تبدیل به نمونه ای برای همه کشورهای مسلمان شده است» (reuters, 2012). ترکیه از سالهای قبل از شروع تحولات منطقه تبدیل به منبع الهامی برای جهان عرب شده بود. به عنوان مثال مطابق یک نظر سنجی که به وسیله یک اتاق فکر ترکی که در سال ۲۰۱۰ انجام شده بود ۸۰ درصد شهروندان عرب گرایش مثبتی را نسبت به ترکیه اعلام کرده اند. همچنین ۶۶ درصد پاسخ دهندگان عرب برآورد کرده بودند که ترکیه می تواند یک مدل خوبی از پیوند اسلام و دموکراسی باشد. (Balcer, 2012: 371). بهار عربی فرصتی را برای ترکیه مهیا کرد تا بتواند خودش را به عنوان یک کشور مسلمانی که به تازگی به دموکراسی و توسعه اقتصادی دست یافته است معرفی کند و از این طریق نفوذ خود را در سراسر منطقه اعمال کند. ترکیه فکر می کرد با برافتادن هر کدام از کشورهای درگیر در بیداری اسلامی حتماً «مدل ترکی» جایگزین آن ها خواهد شد. سیاست تنش صفر با همسایگان ایجاب می کرد که





انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

۳۹

فقه و رقابت ایران و ترکیه در خاورمیانه در دوره ...

ترکیه اعتراضات در کشورهای خاورمیانه را یکسری مسائل داخلی بداند در آن‌ها مداخله نکند اما اعتماد به نفس و اطمینان از اینکه آینده کشورهای انقلابی همسو و مشابه با ترکیه خواهد شد ترکیه را تبدیل به یکی از حامیان مهم سرگونی رژیم‌های محافظه کار منطقه کرد (Taspinar, 2011: 9). البته این تلاش ترکیه همراه با اقبال نخبگان منطقه هم بود. حسین طنطاوی رئیس شورای عالی نیروهای مسلح مصر گفته بود که مدل ترکیه زمینه‌های الهام بخشی برای مردم مصر بوده است و یا محمد عاکف، هفتمین مرشد عام اخوان المسلمی، در پیام تبریک خود به انتخاب مجدد اردوغان بیان کرده بود که این انتخاب دوباره «شاهدی است بر توانایی احزاب اسلامی برای دست‌یابی به توسعه قانونی، سیاسی و اقتصادی و نیز اصلاحات اجتماعی» (Khalifa, 2017: 107).

البته باید توجه کرد که محدودیت‌هایی نیز برای صدور الگوی ترکیه به کشورهای دیگر وجود دارد. به عنوان مثال کشورهای اطراف ترکیه بسیار سنتی‌تر و محافظه‌کارتر از ترکیه هستند. مثلاً بنا بر نظر سنجی‌ای در مصر ۸۵ درصد از مردم حکم اعدام برای ارتداد و سنگسار بری زنا را قبول داشتند. هم‌چنین ۶۵ درصد از مردم مصر بر آن بوده‌اند که شریعت باید تنها منبع قانونگذاری باشد حال آنکه این رقم در ترکیه کمتر از ۱۰ درصد است. یکی از مشکلات جدی که فراروی مدل ترکی (و الگوی اسلامی-ایرانی) برای گسترش در منطقه وجود دارد این است که هیچ‌یک از آن‌ها عرب نیستند. این عرب نبودن وقتی مشکل بزرگ‌تری می‌شود که گرایش‌های منفی نگرانه شدید و تحقیر آمیزی در جوامع عرب نسبت به ایرانی‌ها و ترک‌ها وجود دارد. همانگونه که بالسر می‌نویسد به نظر می‌رسد تنها کشوری که واقعا می‌تواند برای کشورهای عربی خاورمیانه تبدیل به یک مدل واقعی شود مصر می‌باشد نه ایران و ترکیه (Balcer, 2012: 371). سوابق تاریخی استعماری عثمانی، ضعیف شدن دموکراسی ترکیه پس از وقایع پارک گزی و کودتای ژوئیه ۲۰۱۶، از دیگر موانع صدور الگوی ترکیه به منطقه است. در نظر سنجی موسسه گلوپ مشخص شد که فقط ۱۱ درصد از مردم مصر، ترکیه را به عنوان یک الگو برای آینده کشورشان می‌پسندند. و بسیاری از هرگونه الگوی خارجی بیزار هستند و این مسئله نشان می‌دهد که علی‌رغم تلاش ترکیه برای صادر کردن مدل و الگوی خود اصولاً کشورهای منطقه با الگوهای غیر بومی و خارجی میانه خوبی ندارند درصدد آن هستند تا مسیر خود را بروند و تلاش برای تحمیل الگوهای خارجی به

کشورهای دیگر ثمری نخواهد داشت (Unver Noi, 2013: 105)

در مقابل جمهوری اسلامی بر آن است این موج جدید اعتراضات با هدف اسلام خواهی می باشد. بیداری اسلامی از این منظر در مقابل «خواب اسلامی» قرار می گیرد. از این منظر تلاش های زیادی برای بیدار کردن امت اسلام در تاریخ ۱۵۰ سال اخیر رخ داده است و مهم ترین آن نیز انقلاب ایران است. این اوج بیداری اسلامی، اسلام را سیاسی و تبدیل به ایدئولوژی مقاومت کرد. از این منظر انقلاب ایران الگویی برای کل منطقه است و ملت های به پا خاسته هدفشان این است تا دولتی اسلامی شبیه ایران و با همان اهداف ایجاد کنند. اهداف این بیداری اسلامی نیز به گونه ای تفسیر می شد که در راستای اهداف انقلاب اسلامی ایران ترسیم شود. اولین هدف استقلال و رهایی از سلطه غرب تفسیر می شود چرا که نظام های تونس و مصر و لیبی و مانند آن نظام هایی وابسته به غرب بوده اند و هدف اولیه مردم رهایی از این غرب محوری بوده است. در این خصوص رهبر انقلاب معتقد هستند که در قیام های منطقه «همان اتفاقی است که در انقلاب افتاد». همچنین رهبر انقلاب در جای دیگری اهداف انقلاب را چنین برمی شمارند «برافراشتن پرچم اسلام»، «ایستادگی در برابر نفوذ و سلطه آمریکا و اروپا»، «مبارزه با رژیم صهیونیستی» (سراج و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۵-۶۳). البته باید توجه کرد اسلامی که ایران مروج آن است نقطه مقابل اسلام ترکیه است. فضیلت اسلام ترکیه در سیاسی نبودن و فضیلت اسلام ایران در سیاسی بودن آن است. همچنین مراد ایران از اسلام گرایی در سیاست خارجی در وهله اول مبارزه با غرب و آمریکا است و اسلام ترکیه را که همزمان با شعارهای اسلامی عضو ناتو و مبلغ سکولاریسم نیز می باشد «اسلام آمریکایی» می نامد. (Unver Noi, 2013: 92).

در واقع ایران قیام های منطقه را در حلقه ای از حلقه های «انقلاب های اسلامی» تفسیر می کند. رهبر انقلاب در این رابطه می گویند «کانون این حرکت، جمهوری اسلامی بود و ایستادگی ملت ایران است که توانسته است این روحیه را در منطقه بگستراند که می شود در مقابل هیمنه ای استکبار ایستاد... نظام اسلامی ایران الهام بخش بوده است و این الهام بخشی وجود دارد. ملت ها بیدار شده اند و راه خود را پیدا کرده اند» (۱۳۹۰/۰۹/۰۶). تاکید بر مشخصه های اسلامی و شباهت داشتن آن ها به انقلاب اسلامی یکی از محورهای مهم جهت گیری ایران در رابطه با قیام های منطقه بوده است. در این تلقی بیداری یا انقلاب اسلامی



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیة تراست العالم الاسلامی
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش های سیاسی جهان اسلام

۴۰

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

۴۱

نقشه نقش و رقابت ایران و ترکیه در حوزه میانه در دوره ...

تونس، مصر، لیبی و بحرین و شعارها و باورهای اسلامی و استکبار ستیزی این انقلاب ها نسخه برداری شده و مشابه انقلاب ایران است (Jaspal, 2014: 439). لذا بر مبنای تفسیر مذکور جمهوری اسلامی ایران کاملاً حامی بیداری اسلامی بود. مقام معظم رهبری در این خصوص بیان کرده‌اند «موضع ما در مقابل این حرکت‌های مردمی روشن است: هر جا حرکت اسلامی است، مردمی است، ضد آمریکائی است، ما با این حرکت همراهیم؛» البته تلاش ایران برای برانگیختن انگیزه های اسلامی مردم منطقه به سال ها پیش برمی گردد چنانکه امام خمینی سال های پیش بیان کرده بود که «آن طور که ایران قیام کرد و زمین را پاک کرد، همه ملت‌ها باید قیام کنند و این فساد را به زیاله بیانازند» (Ghaderi, 2018: 77).

تاثیر گذاری انقلاب اسلامی در بیداری اسلامی مورد تایید بسیاری از نخبگان کشورهای منطقه می باشد. شیخ زغموت رئیس شورای اسلامی فلسطین در لبنان گفت «معتقدم که روح و صبغه اسلامی در انقلاب‌های اخیر به چشم می‌خورد که برگرفته از الگوی جمهوری اسلامی ایران است». «شیخ جمال الدین شیبیب» از اعضای برجسته شورای علمای لبنان نیز می‌گوید: «انقلاب اسلامی با وجود تمامی فعالیت های دشمنان، توانست الگوی خوبی در این زمینه ارائه کند. به واقع قیام های فعلی جهان عرب همگی از انقلاب اسلامی ایران سرچشمه گرفته اند این مسئله شاید در شعارها نباشد، اما در قدرت تاثیر گذاری بر ملت ها کاملاً قابل مشاهده است.» (اسلام تایمز، ۹ فروردین ۱۳۹۱). اما ایران نیز همانند ترکیه محدودیت هایی در صدور الگوی خود به کشورهای اسلامی دارد.

البته برای ایران نیز به منظور ایفای نقش مدل همانند ترکیه موانعی وجود دارد. تجلی یکی از موانع در مورد مصر قابل مشاهده است. رهبر انقلاب علاقه و توجه ویژه ای به مصر دارد و در موارد گوناگونی آن را مهم ترین و نیز رهبر کشورهای عرب نامیده است. ایشان در خطبه های نماز جمعه در سال ۱۳۸۹ به زبان عربی در رابطه با قیام مصر می گویند که اعتراضات امروز مصر الگو برداری شده از انقلاب ایران است «ملت ایران کارش الگو شد؛ امروز دارید نشانه‌های این را مشاهده می‌کنید... امروز در کشور مصر دارد انعکاس صدای شما شنیده می‌شود. نفس در سینه‌ی دنیای غرب و نیز دنیای اسلام» هر یک به دلیلی - حبس شده است که ببینند مصر بزرگ؛ مصر نوابغ قرن اخیر؛ مصر محمد عبده و سیدجمال؛ مصر سعد زغلول و احمد شوقی؛ مصر جمال عبدالناصر و الشیخ حسن البنا؛ مصر ۱۹۶۷ و ۱۹۷۳، اکنون

چه خواهد کرد؟ ... مصر با این عمق فرهنگی و دینی و سیاسی، به حق، در جایگاه رهبری دنیای عرب قرار گرفت... قیام ملت مسلمان مصر، یک حرکت اسلامی و آزادی خواهانه است. من بنام ملت و دولت انقلابی ایران به شما ملت مصر و ملت تونس درود می فرستم و پیروزی کامل شما را از خداوند عزیز مسألت می کنم. من به شما و قیامتان افتخار می کنم. «لذا جمهوری اسلامی ایران کاملاً از فروپاشی رژیم مبارک و نیز روی کارآمدن اسلام گرایان دفاع کرد و رئیس جمهور وقت ایران نیز سفر پر سر و صدایی به مصر کرد. اما در همین سفر معلوم شد که مصر چندان اقبالی نسبت به الگو و نقش ایران ندارد. احمدی نژاد در روز اول درصدد ملاقات با شیخ الازهر بود که وی نیامد و مشاور خود را فرستاد تا بیانیه وی را قرائت کند. شیخ الازهر از تلاش های ایران برای گسترش تشیع در کشورهای سنی انتقاد کرد. همچنین بیان کرد که ایران در امور داخلی کشورهای جنوب خلیج فارس دخالت نکند و به بحرین به عنوان یک کشور برادر و عربی احترام بگذارد و نباید به صحابه و همسر و کتب مهم سنی ها توهین کند. همچنین پس از خروج احمدی نژاد از مسجد امام حسین فردی با کفش وی را مورد حمله قرار داد (عصر ایران، ۱۳۹۱). بها انور سخنگوی شیعیان مصر نیز بیان کرد که «شیعیان مصر به دنبال تشکیل دولت شیعی نیستند و سرکوب اقلیت سنی را در ایران محکوم می کنند». همچنین مرسی در سفر چند ساعتی خود به تهران در شانزدهمین نشست سران عدم تعهد بیان همبستگی با سوریه و «ضدیت با رژیم سرکوب گری که مشروعیتش را از دست داده است یک وظیفه اخلاقی و ضرورت استراتژیک دانست» (Unver Noi, 2013: 102). در واقع مشخص شد که الگوی ایران نه تنها بین نخبگان، دولت و مردم مصر بلکه حجتی بین اقلیت شیعه مصر نیز اقبالی ندارد.

اما اوج تعارضات نقش ایران و ترکیه در سوریه به وجود آمد. ترکیه با اوج گیری شورش ها در ترکیه تلاش چند ساله خود را در زمینه تنش زدایی با سوریه فراموش و تبدیل به مهم ترین طرفدار براندازی دولت سوریه شد. هر چند که دولت بشار اسد یک دولت سکولار است و از این حیث بیشتر شبیه الگوی ترکیه است تا جمهوری اسلامی ایران اما در مجموع در زیر مجموعه ایدئولوژی ایران یعنی «مقاومت» قرار دارد. لذا ترکیه دست به هرکاری برای سرنگونی بشار اسد زد و تبدیل به مستحکم ترین پایگاه تروریست ها شد به گونه ای که از اواسط سال ۲۰۱۴ به بعد ترکیه «بزرگراه جهادگرایان» شده بود (Akbarzadeh and Barry, 2016: 6). هدف



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Women's Association
جمعه ترانس العلماء الاسلامی
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهشهای بانی جهان اسلام

۴۲

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



ترکیه نیز این بود تا با استفاده از هر ابزاری دولت حاکم را براندازد و به جای آن یک رژیم سنی مذهب با گرایش‌های اخوانی جایگزین آن کند (نیاکویی و احمد خوی، ۱۳۹۵: ۱۷-۱۸). طبعاً جمهوری اسلامی ایران نیز با وجود اینکه در ابتدا رویکرد محتاطانه‌ای نسبت به بحران سوریه اتخاذ کرد اما با گسترده تر شدن تلاش‌های ترکیه برای برانداختن دولت اسد مجبور شد تا به حمایت عملیاتی از دولت قانونی سوریه بپردازد. در ابتدای بحران سوریه تلاش ترکیه بر این مبنا بود تا بحران این کشور را در امتداد بهار عربی دسته بندی کند تا بتواند دولتی هم‌رنگ و مشابه خود در سوریه روی کار آورد. حال آنکه تلقی ایران این بود که اصولاً اهداف بیداری اسلامی آمریکا ستیزی، مبارزه با رژیم صهیونیستی، نفی رژیم‌های وابسته به آمریکا و اسلام خواهی است و از آنجا که پیش از این همه ویژگی‌های مذکور در دولت سوریه جمع است دلیلی برای اعتراض و قیام وجود ندارد. و لذا شبیه سازی بحران سوریه به وقایع رخ داده در بیداری اسلامی درست نیست.

نتیجه گیری

بنا بر نظریه نقش، نقش هر کشوری عبارت است از اهداف و جهت گیری‌هایی که رهبران تصمیم گیرنده بر اساس مولفه‌های عینی و ذهنی برای کشورشان مطلوب می‌دانند. از این رو در این مقاله با ارجاع مکرر به بیانات رهبران ایران و ترکیه برای دریافتن نقش مناسب کشورشان در منطقه خاورمیانه، به ویژه با تاکید بر سه نقش «رهبری»، «الگو» و «مدافع اسلام» نشان داده شد تلقی و مفصل بندی تصمیم گیرندگان دو کشور در ایفای این سه نقش به گونه ای است که نه تنها باعث به وجود آمدن یک وضعیت سازگار با قابلیت هم تکمیلی بین دو کشور را به وجود نمی‌آورد بلکه باعث رقابت و گاهی تعارض نیز می‌شود. نقش رهبری جزء منابع کمیابی است که برای ایفای آن در خاورمیانه دهه ها بین کشورهای مختلف رقابت بوده است و اکنون نیز از بین چهار کشور کاندید ایفای این نقش در منطقه یعنی ایران، ترکیه، عربستان و مصر، دو کشور اول گزینه‌های محتمل تری هستند. بیانات صریح و تحرکات دیپلماتیک دو کشور و حضور در همه بحران‌های منطقه نشان از گرایش شدید دو کشور برای ایفای نقش رهبری در منطقه است. از سوی دیگر برای ایفای نقش الگو یا مدل، همراه شدن پیشرفت‌های اقتصادی و دمکراسی قابل قبول ایران و ترکیه با اراده دو دولت برای الگوسازی منجر به رقابت شدید دو طرف برای ترویج گفتمان‌های خود در دیگر کشورهای منطقه شده که این رقابت در دوره گذار بیداری اسلامی شدیدتر شده و در مواردی تبدیل به تقابل دو طرف گشته است. در نهایت نیز نقش دفاع از اسلام نیز باعث رقابت و تقابل شده است چرا که مثلا در مورد حماس (به عنوان مهم ترین گروه سازش ناپذیر با رژیم صهیونیستی) تلاش ترکیه در رقابت با ایران در این راستا بوده است که مزیت نسبی ایران را، یعنی تنها مدافع جدی فلسطین در شرایطی که بسیاری از کشورها فلسطین را تنها گذاشته اند و با اسرائیل سازش کرده اند، از دست آن خارج کند و به عبارتی انحصار نقش ایران در دفاع از فلسطین را با خدشه مواجه کند. هم چنین به دلیل تعریف متفاوت دوست و دشمن اسلام این مسئله در مواردی همچون سوریه به تقابل انجامیده است. البته این مسئله به معنای نفی مولفه‌های دیگر در رقابت دو طرف نیست بلکه به این معنا است نفسیر رهبران ایران و ترکیه از منافع اقتصادی، ژئوپلیتیکی، هویتی و غیره و به گونه ای بوده است که در نهایت تبدیل به نقش‌های تعارض آمیز شده است که نمود آن در وقایع چند سال اخیر همچون بیداری اسلامی قابل مشاهده است.



کتابنامه

اسدی، علی اکبر (۱۳۹۱)، بحران سوریه و تاثیر آن بر بازیگران و مسائل منطقه ای. *فصلنامه مطالعات راهبردی جهان اسلام*، سال سیزدهم، شماره ۵۰.

اسماعیلی، بشیر، زارع زاده، محمد و فلاح، محمد (۱۳۹۵)، افول و زوال مدل ترکیه در خاورمیانه. *فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین المللی*، شماره بیست و هفتم، پاییز. برزگر، کیهان (۱۳۸۷)، ایران، خاورمیانه و امنیت بین الملل. *فصلنامه سیاست خارجی*، سال بیست و دوم، شماره ۳، پاییز.

بیانات رهبری (۱۳۳۷/۰۷/۱۹) «هد: بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم و مسئولان و جمعی از شیعیان استان سرحد پاکستان»، آنلاین در: <http://farsi.khamenei.ir/newspart-print?id=2201&nt=2&year=1368&tid=14195>

بیانات رهبری (۱۳۸۸/۰۹/۲۴) «حمایت ملت ایران از موضوع فلسطین به برکت امام خمینی (ره) است»، آنلاین در: <http://www.leader.ir/fa/content/6218>

بیانات رهبری (۱۳۹۰/۱۱/۱۴) «متن کامل خطبه‌های نماز جمعه تهران + ترجمه خطبه عربی»، <http://www.leader.ir/fa/speech/9093>

ابراهیمی فر، طاهره و یعقوبی فر حامد (۱۳۹۵) «تأثیر انقلاب های عربی بر سیاستگذاری خارجی ترکیه (بر مبنای نظریه نقش)»، *پژوهش های روابط بین الملل*، دوره شش، شماره ۱۹ (مقاله سرفتی مذکور که جزء منابع مورد استفاده نبوده است)

بهرامی، سیامک (۱۳۹۵)، انحراف از نو عثمانی گرایی و کودتا در ترکیه. *فصلنامه مطالعات راهبردی*، سال نوزدهم، شماره سوم، پاییز.

اسلام تایمز (۱۳۹۱)، نقش و جایگاه پیام های انقلاب اسلامی در بیداری خاورمیانه. بخش آسیا و شمال آفریقا. کد مطلب: ۱۴۸۶۸۴ برگفته از: www.Islam.times.Ir

ازغندی، علیرضا (۱۳۸۸)، *سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، تهران قومس آناتولی (۲۰۱۸) «اکنون جهان اسلام دارای رهبری است که صدایش را به گوش جهان می‌رساند»، آنلاین در: <https://aa.com.tr/fa/1078559?amp=1>

ازغندی، علیرضا، (۱۳۹۱) *سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، چارچوب ها و جهت گیری ها، تهران، قومس

ایسنا (۱۳۹۵) «آیت الله خامنه ای رهبر تمام مسلمانان جهان هستند»، آنلاین در: <https://www.isna.ir/news/95012410168>

آناتولی (۲۰۱۷) «ترکیه رهبر جهان اسلام است»، آنلاین در: <https://aa.com.tr/fa/906542?amp=1> سام دلیری، کاظم (۱۳۹۰) «عوامل تاثیر گذار بر نقش اجتماعی، تاثیر جامعه بر فرد در نظریه نظریه نقش»،



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیت دراست العالم الاسلامی

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش های بنیادین اسلام

۴۵

نقشه نقش و رقابت ایران و ترکیه در خاورمیانه در دوره ...

دوره سه، شماره یک

خبرگزاری انتخاب (۱۳۹۴)، نقش ایران در منطقه خاورمیانه. بخش سیاسی و بین الملل. برگفته از:

www. Entekhab. ir

صدای افغان (۱۳۹۵) «امام(ره) تنها رهبر جمهوری اسلامی ایران نبوده بلکه ایشان رهبر جهان اسلام بودند»،

آنلاین در: <http://www.avapress.com/fa/report/127172>

صبحی، مهدی، حاجی مینه، رحمت (۱۳۹۱)، بررسی مقایسه‌ای رویکرد ایران و ترکیه در قبال بهار عربی؛

بررسی موردی تونس، مصر و لیبی. فصلنامه روابط خارجی، شماره ۲۰، زمستان

داوود اوغلو، احمد (۱۳۹۱)، عمق راهبردی؛ موقعیت ترکیه در صحنه بین الملل. ترجمه: محمد حسین نوحی

نژاد ممقانی، تهران: انتشارات امیر کبیر، چاپ اول.

غائبی، محمد رضا (۱۳۹۵)، اقتصاد سیاسی روابط ایران و ترکیه در دوره حکومت حزب عدالت و توسعه.

فصلنامه سیاست خارجی، سال سی ام، شماره ۲، تابستان.

مسعود نیا، حسین، فروغی، عاطفه و چلقمانی، مرتضی (۱۳۹۲)، ترکیه و بحران سوریه از میانجیگری تا حمایت

از مخالفان دولت. فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، شماره ۴.

کولای، الهه، حریری، رحمن و اسدی کیا، بهناز (۱۳۹۵)، مسئله کردی در روابط ایران و ترکیه. فصلنامه

ژئوپلیتیک، سال دوازدهم، شماره سوم، پاییز.

حیدری، محمد علی و رهنورد، حمید (۱۳۹۰) «نوعثمانی گرایی و سیاست خارجی خاورمیانه ای ترکیه (با

تکیه بر تحولات بهار عربی)»، رهنامه سیاست گذاری، دوره دو شمار دو

نیاکونی، سید امیر و احمدی خوی، امیر رضا (۱۳۹۵)، ترکیه به مثابه قدرت میانی در نظام بین الملل و جایگاه

آن در روابط ایران و آمریکا. فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، سال پنجم، شماره ۱۷، بهار.

رحمانی، هما (۱۳۹۲) «نشانه های الهام بخشی در رهبری منطقه ای جمهوری اسلامی ایران»، سیاست، دوره

۴۴ شماره سه

وثوقی، سعید و رضایی، مسعود (۱۳۹۴)، ملاحظات آمریکایی ترکیه در روابط با ایران. مجله ی سیاست دفاعی،

سال بیست و چهارم، شماره ی ۹۳، زمستان.

یعقوبی فر، حامد (۱۳۹۲)، گونه شناسی سیاست خارجی ترکیه در خاورمیانه. فصلنامه سیاست گذاری، سال

بیست و هفتم، شماره ۴، زمستان.

لویس، برنارد (۱۳۸۶) نظری تاریخی به اسلام و دمکراسی لیبرال، در فلسفه، جامعه و سیاست، عزت الله

فولادوند، تهران ماهی

Atimes (2017) "Turkey and the Rohingyas: Erdogan as global Muslim leader" online at:

<http://www.atimes.com/article/turkey-rohingyas-erdogan-global-muslim-leader/>

Akbarzadeh, Shahram and Barry, James (2016). Iran and Turkey: not quite enemies but less



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۴۶

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



فصلنامه علمی - پژوهشی
 جمعیتة دراسة العالم الإسلامي
 پژوهشهای جهانی اسلام

than friends. "Third World Quarterly". 22 September .

Benes, Vit(August 2011). role theory a conceptual framework for the constructivist foreign policy analysis. University of Porto, Portugal.

Anadolu agency (2017) "Muslim world to unite under Turkey's leadership", online at: <https://aa.com.tr/en/middle-east/muslim-world-to-unite-under-turkeys-leadership/1005873>

Dal, Emel parlar and Ersen, Emre(2014). Reassessing the "Turkish Model" in the Post-Cold War Era: A Role Theory Perspective. "Turkish Studies". Vol. 15, No. 2, 258–282

Ertuğru, Doğan (2012), A Test for Turkey's Foreign Policy: The Syria Crisis, TESEV Foreign Policy Program.

Lindenstrauss, Gallia (2014) "Turkish-Hamas Relations: Between Strategic Calculations and Ideological Affinity", strategic assessment, Volume 17, No. 2

Balcer, Adam (2012) "Turkey as a Source of Inspiration for the Arab Spring: Opportunities and Challenge", in Change and Opportunities in the Emerging Mediterranean, Academy of Diplomatic Studies, University of Malta

Dal, Emel parlar (2012), "The Transformation of Turkey's Relations with the Middle East: Illusion or Awakening?", Turkish Studies, Volume 13, Issue 2

Jaspal, Rusi (2014) "Representing the Arab Spring in the Iranian press: Islamic awakening or foreign-sponsored terror?", Politics, Groups, and Identities, Vol. 2, No. 3

Theguardian (2017) "Hamas presents new charter accepting a Palestine based on 1967 borders", online at: <https://www.theguardian.com/world/2017/may/01/hamas-new-charter-palestine-israel-1967-borders>

Unver Noi Aylin (2013) "A Clash of Islamic Models", CURRENT TRENDS IN ISLAMIST IDEOLOGY / VOL. 15

Khalifa, Mahmoud (20117) " Turkish Foreign Policy in the Middle East After Arab Spring", International Relations and Diplomacy, Vol. 5, No. 2<https://www.reuters.com/article/us-turkey-akp/turkish-democracy-is-example-for-muslim-world-erdogan-idUSBRE88T0AR20120930>

Reuters (2012) "Turkish democracy is example for Muslim world: Erdogan", online at:

Hollis, Martin and Smith, Steve(Jul., 1986). roles and reasons in foreign policy decision making. "British Journal of Political Science, Vol. 16, No. 3, pp. 269-286

Ghaderi, Seyyed Mohammad Sadegh (2018) "Impact of Islamic Revolution in Iran and

Islamic Awakening In the world", International Journal of Humanities and Social Science Invention, Volume 7 Issue 01|January

Holsti, K. J(Sep., 1970). national role conceptions in the study of foreign policy.

"International Studies Quarterly", Vol. 14, No. 3, pp. 233-309

Ovali, Sevket(2013). Decoding Turkey's Lust for Regional Clout in the Middle East: A Role Theory Perspective. JOURNAL OF INTERNATIONAL AND AREASTUDIES.

Volume 20, Number 1, 2013, pp.1-21

Sekhri, Sofiane(2009). The role approach as a theoretical framework for the analysis of foreign policy in third world countries. "African Journal of Political Science and International Relations Vol. 3 (10), pp. 423-432, October.

Taspinar, Omar. (2012), Turkey's Strategic Vision and Syria, The Washington Quarterly, Vol. 35, No.3: 127-140.

Özgür Özdamar, B. Toygar Halistoprak and İ. Erkam Sula (2014) " From Good Neighbor to Model: Turkey's Changing Roles in the Middle East in the Aftermath of the Arab Spring", International Relations, Volume 11, No. 42

Ovali, Şevket (2013) " Decoding Turkey's Lust for Regional Clout in the Middle East: A Role Theory Perspective",

Check confrontation between Iran and Turkey in the West Asia based on the "theory of the" 2017- 2010

Ertuğru, Doğan (2012), A Test for Turkey's Foreign Policy: The Syria Crisis, TESEV Foreign Policy Program.

Yılmaz, Bahri (2012) "Turkey and the Arab Spring: the Revolutions in Turkey's Near Abroad", in Change and Opportunities in the Emerging Mediterranean, Mediterranean Academy of Diplomatic Studies, University of Malta



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۴۸

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷

DOI: 10.21859/priv-08.0202

به این مقاله این گونه استناد کنید:

نیاکویی، سید امیر؛ فاضلی، سامان؛ رضاپور، دانیال (۱۳۹۷)، «نظریه نقش و رقابت ایران و ترکیه در خاورمیانه در دوره حکومت حزب عدالت و توسعه»، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، س ۸، ش ۲، تابستان ۹۷، صص ۴۸-۲۳.

بازاریابی سیاسی کنش پایه‌ای مطالعه موردی فعالیت‌های ترکیه در آسیای مرکزی و قفقاز (دوره حاکمیت حزب عدالت و توسعه)

یوسف ترابی^۱

دانشیار دانشگاه علوم انتظامی امین

محمدهادی راجی^۲

کارشناس ارشد معارف اسلامی و علوم سیاسی دانشگاه امام صادق علیه السلام (نویسنده مسئول)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۹/۲۱

چکیده

بازاریابی سیاسی علمی است که با آغاز بحران در دموکراسی‌های غربی، پا به عرصه جامعه شناسی سیاسی گذاشت. این علم به تدریج در راستای پذیرش‌سازی ایده و معنا در مخاطب شناخته شد و در دو سطح داخلی و بین‌المللی به گسترش و تعمیق خود ادامه داد. در این تحقیق با طرح چارچوب جدیدی در بازاریابی سیاسی تحت عنوان بازاریابی سیاسی کنش پایه‌ای به مطالعه موردی این چارچوب نسبت به فعالیت کشور ترکیه در آسیای مرکزی و قفقاز پرداخته شده است. سوال اصلی این تحقیق این است که مؤلفه‌های بازاریابی سیاسی کنش پایه‌ای چیست و فعالیت‌های ترکیه در آسیای مرکزی و قفقاز مبتنی بر بازاریابی سیاسی کنش پایه‌ای چگونه است؟ هدف اصلی این تحقیق، پی بردن به فعالیت‌های ترکیه برای بسط حوزه اقتداری مطلوبش در چارچوب بازاریابی سیاسی است. این تحقیق از نوع توسعه‌ای - کاربردی است. روش تحقیق کیفی مبتنی بر استفاده از تکنیک‌های اسنادی - کتابخانه‌ای است که با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی داده‌های به دست آمده از اسناد انجام می‌شود. یافته‌های این تحقیق بیانگر آن است که ترکیه با عنایت به مؤلفه‌های اصلی بازاریابی سیاسی کنش بنیادین، اقدام‌های متعددی برای نفوذ الگوهای مطلوب خود در منطقه آسیای مرکزی و قفقاز نموده است. ترکیه با قدرت نرم خود و همچنین گسترش چتر فرهنگی و اطلاعاتی خود در حوزه آسیای مرکزی و قفقاز، اقدام به بارش اطلاعاتی و پاسخگویی مناسب نسبت به نیازهای جوامع هدف در این منطقه نموده است.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی سیاسی، مفهوم بنیادین نیاز، کنش، ترکیه، قفقاز و آسیای میانه

1. utorabi14@gmail.com

2. Mhr70@chmail.ir



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۴۹

بازاریابی سیاسی کنش پایه‌ای مطالعه موردی فعالیت‌های ...

مقدمه

یکی از ویژگی‌های قدرت و به ویژه قدرت‌های سیاسی، اجتماعی مقوله سرریز کردن و تاثیرگذاری قدرت است. این نوع ویژگی زمینه ساز نفوذ، انتشار و گسترش شاخص‌های مطلوب و مورد نظر قدرت‌های سیاسی قدرت‌های به سایر واحدهای هدف می‌شود. این‌که یک کنشگر عامل در این زمینه چگونه می‌تواند با موفقیت به بسط حوزه قدرت و خط‌مشی‌های مفهومی مطلوبش اقدام کند، نیازمند یک چارچوب نظری هوشمندانه و کاربردی می‌باشد. سازوکارها و روش‌های متفاوتی در این زمینه قابلیت عرضه و ارائه دارد. بازاریابی سیاسی یکی از این سازوکارها محسوب می‌شود که به مثابه علمی نو در این زمینه قابل استفاده است. بازاریابی در گذشته بیشتر برای مبادلات تجاری و فروش بهتر کالاها استفاده می‌شد اما امروزه بازاریابی سیاسی وارد عرصه نوینی از مبادلات ایده بنیاد شده است که می‌تواند به مدیریت جامعه مشتریان یک ایده و مفهوم بپردازد. طرح این موضوع در سیاست خارجی و فعالیت‌های بین‌المللی کشورها نیز از اهمیت خاصی برخوردار است. این‌که یک کشور به عنوان یک بازیگر عامل چگونه به بسط و توسعه حوزه قدرت خود مبادرت می‌کند و در این راستا از چه مهارت‌ها و ابزارهای استفاده می‌کند قابل مطالعه و بررسی است.

طرح مساله: در این تحقیق با استفاده از مفهوم بازاریابی سیاسی و طرح آن مبتنی بر منشاء کنش‌های انسانی سعی شده است تا به مطالعه فعالیت‌های کشور ترکیه در زمینه نشر حوزه اقتدار خود، از دیدگاه بازاریابی سیاسی پرداخته شود. «در نظام‌های سیاسی رقابت میان کنشگران با هدف دست‌یابی به قدرت و یا اثرگذاری بر تصمیم‌های درون‌حزبی تا حد زیادی به نحوه بازاریابی آن‌ها از خود و فعالیت‌های سیاسی، عمومی و اجتماعیشان در برابر افکار عمومی بستگی دارد. باید توجه داشت که در سیاست و به خصوص در نظام‌های مردم‌سالار، بزرگ‌ترین مشکل عدم اطمینان محیطی است که خود، متأثر از تعداد و پیچیدگی زیاد عناصر محیط سیاسی است. از این رو، ارزیابی موقعیت خود، احتمال موفقیت یا شکست در دست‌یابی به اهداف مورد نظر و بهترین راهبرد برای انتخاب شدن در هاله‌ای از ابهام قرار دارد.» (خیری و قلی‌پور سنگلجی به نقل از: نائیجی، ۱۳۹۱: ۱۰۳). مساله‌ای که در این تحقیق به دنبال بررسی و مطالعه آن هستیم، بهره‌گیری ترکیه از الگوی بازاریابی سیاسی برای توسعه و تعمیق نفوذ خود در منطقه آسیای مرکزی و قفقاز است. در این تحقیق سعی شده است تا



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی

پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۵۰

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

با استفاده از یک ساختار جزئی‌نگر اطلاعاتی، چارچوب‌های فعالیت ترکیه در این زمینه مورد بررسی قرار گیرد.

فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی موجب شد فضای آسیای مرکزی و قفقاز به صحنه رقابت بازیگران منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای تبدیل شود. تفاوت گفتمان انقلاب اسلامی ایران با الگوی ارائه شده از سوی ترکیه در این منطقه نوعی از رقابت را بین دو کشور ایجاد کرد. جمهوری اسلامی ایران با الگوی تمدنی - اسلامی و بهره‌مندی از زبان فارسی و مذهب شیعه توانست در منطقه آسیای مرکزی و قفقاز حضور یابد. در این میان ترکیه به ویژه حزب عدالت و توسعه نیز با بهره‌مندی از هویت ترکی، مذهب سنی و ارائه سیمایی از نوع‌ثمانی‌گرایی به رقابت با ایران در این منطقه می‌پردازد. (فلاح، ۱۳۸۷: ۶۳-۶۲) ترکیه برای نفوذ در جهان اسلام و ارائه مدل و الگویی از اسلام معتدل و میانه رو به رقابت با جمهوری اسلامی ایران روی آورد. حزب عدالت و توسعه در این میان تلاش دارد ترکیه را به عنوان رهبر جهان اسلام مطرح کند. سوال اصلی تحقیق این است که مؤلفه‌های بازاریابی سیاسی کنش پایه ای چیست و فعالیت‌های کشور ترکیه در راستای توسعه حوزه اقتداری مطلوبش مبتنی بر بازاریابی سیاسی کنش پایه ای چگونه است؟. این تحقیق از نوع توسعه‌ای - کاربردی است. که از روش کیفی برای مطالعه و برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و برای پردازش اطلاعات از روش تحلیلی، توصیفی استفاده شده است.

تعریف مفاهیم

بازاریابی سیاسی

«هریس»^۱ معتقد است بازاریابی «مطالعه و بررسی فرآیندهای تبادل بین موجودیت‌های سیاسی مستقل و محیط پیرامونشان به منظور موضع‌یابی؛ هم به صورت مستقل و هم برای ارتباطات بین آن‌ها» است. (افجه‌ای، خادمی‌گراشی، ۱۳۹۰: ۳) از سوی دیگر «لامبین» بازاریابی را یک ساحت چندبعدی در نظر گرفته است که عین و ذهن را شامل می‌شود و به مثابه یک فلسفه کسب‌وکار و یک فرآیند عمل‌گرا محسوب می‌شود. (لامبین، ۲۰۰۳: ۳) «مآرک» بازاریابی سیاسی را فرایندی پیچیده می‌داند که بر تمام مؤلفه‌های ارتباطات سیاسی یک

1. Harris

سیاست مدار دلالت دارد. وی تأکید می‌کند بازاریابی سیاسی روش عمومی ارتباطات سیاسی، و یکی از ابزارهای آن است. وی معرفی و ورود بازاریابی به سیاست را نتیجه‌ی پیچدگی و توسعه مفهوم ارتباطات سیاسی می‌داند؛ این شکل جدید بازاریابی یک راهبرد جهانی برای طراحی، عقلانی کردن^۱ و انتقال ارتباطات مدرن سیاسی ارایه می‌کند.» (محمدیان، شمسی، ۱۳۸۸: ۶۱-۶۲).

مفهوم بنیادین نیاز. «نیاز^۲ که در پاره‌ای از نوشته‌ها آن را با انگیزه^۳، خواست و تمایل و آرزو مترادف دانسته‌اند به نیروی ذهنی اطلاق می‌شود که موجب انگیزش و سرزدن رفتار خاصی از آدمی می‌گردد تا نیاز بیدار شده ارضا شود.» (رحیمی نیک، ۱۳۷۴: ۹). هنری الکساندر موری^۴ در تعریف نیاز می‌گوید: «نیرویی که از ذهنیات و ادراک آدمی سرچشمه می‌گیرد و اندیشه و عمل را چنان تنظیم می‌کند که فرد به انجام رفتاری می‌پردازد تا وضع نامطلوب را در جهتی معین تغییر دهد و حالت نارضایتی را به ارضای نیاز تبدیل کند.» (حاتمی و شمالی، ۱۳۸۸: ۵۳). در لغت‌نامه آکسفورد (Oxford) در رابطه با معنی کلمه نیاز اشاره شده است که احتیاج داشتن (به چیزی) است که ضروری یا خیلی مهم است و نه این که صرفاً چیز مطلوبی باشد. مفهوم نیاز حالتی است که تمام کنش‌های انسانی بر اساس آن انگیزخته می‌شوند. انسان به عنوان موجودی پیچیده که از ابعاد مختلفی برخوردار است انواع مختلفی از نیازها را نیز در بر می‌گیرد.^۵

۲. تبارشناسی بازاریابی سیاسی

۴-۱. بحران دموکراسی

در دنیای معاصر بسیاری از کشورهایی که ساختار سیاسی خود را مبتنی بر نظام دموکراتیک قرار داده اند، با تهدیدی تحت عنوان کاهش مشروعیت نزد شهروندان خود روبرو هستند به نحوی که این مهم به کاهش مشارکت و فعالیت سیاسی شهروندان و تغییر مدل‌های تصمیم‌گیری آن‌ها منجر شده است. نظرات متفاوتی در رابطه با این موضوع از سوی متخصصان ذی‌ربط بیان

1. Rationalization

2. needs

3. motivation

4. Henry Alexander Murray

۵. برای مطالعه بیشتر در این زمینه رجوع شود به مقاله: حمیدی، فریده (۱۳۸۴) بررسی مقایسه‌ای نیازهای جسمانی، عاطفی، اجتماعی و مذهبی نوجوانان مناطق محروم بر اساس جنسیت. فصلنامه زن در توسعه و سیاست، شماره (۱۲)



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association

جمعية دراسات العالم الإسلامي

فصلنامه علمی - پژوهشی

پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیادی جهان اسلام

شده است. برخی از صاحب‌نظران بر این باور هستند که باید به اسفاده از روش‌های بازاریابی و حرفه‌ای سازی سیاست روی آورد. (افجه‌ای، خادمی‌گراشی، ۱۳۹۰: ۳). «تمایل بیش از پیش دولت‌ها به برقراری یک نظام دموکراتیک حتی تنها در قالب کلمه جمهوری، مشارکت عامه جامعه در فرآیند انتخابات را اجتناب‌ناپذیر می‌کند. از سویی دیگر، بی‌تفاوتی روزافزون ملت‌ها نسبت به تعیین سرنوشت خویش در تمام دنیا، حکومت‌ها را با چالشی جدی روبرو کرده است. ورود علم بازاریابی به حوزه سیاست، راهبردهای جدیدی جهت ترغیب مردم در اختیار سیاستمداران قرار می‌دهد. بازاریابی سیاسی شامل ابزارهایی است که نظر به اختلافات فرهنگی در جوامع توسعه یافته، در حال توسعه و کمتر توسعه یافته سیاسی، اثراتی متمایز از یکدیگر دارند.» (کوالینا، فالکوفسکی، نیومن: ۱۳۹۳: ۵۵)

با شیوع بحران مشروعیت، سازو کارهای بازاریابی سیاسی جهت افزایش مشارکت مردم و تبیین الگوهای نوین تصمیمات و ترجیحات سیاسی شهروندان وارد صحنه شد. بازاریابی سیاسی به دنبال این است که بتواند الگو و فرآیند ترجیحات مخاطبین رأی‌دهنده را شناخته و آن را مدیریت کند و با جذاب کردن صحنه سیاسی برای جامعه مدنی آنان را به مشارکت بیشتر در روند سیاسی کشور ترغیب کند.^۱

«گریسبای^۲ (۱۹۹۹) معتقد است روش‌های رقابت و مبارزات سیاسی تقریباً همیشه در راستای بازاریابی تجاری تکوین یافته‌اند. احزاب و افراد سیاسی، به سرعت فنونی را که اثربخشی‌شان را در بازارهای تجاری نشان داده‌اند، پذیرفته و به‌کار می‌گیرند. مبارزات سیاسی از یک مفهوم حزبی ساده به یک مفهوم بازاریابی تکامل یافته است. بر اساس مفهوم حزبی، قابلیت بسیج رأی‌دهندگان و کسب آرای بیشتر، مهم‌ترین عامل موفقیت در رقابت‌های سیاسی محسوب می‌شد؛ اما در مبارزات مدرن، مفاهیم و شیوه‌های بازاریابی که در بازارهای تجاری مورد استفاده قرار می‌گیرد به‌کار گرفته می‌شود و مطابق با نگرش بازاریابی، برخواسته‌ها و نیازهای رأی‌دهندگان تمرکز دارد. بنابراین سیاست‌مداران حزبی، طرح‌های جامع مبارزات سیاسی خود را مطابق با خواسته‌ها و نیازهای رأی‌دهندگان تنظیم می‌کنند.» (خیری، قلی‌پور

۱. برای آشنایی بیشتر با مفهوم بازاریابی سیاسی رجوع شود به: خیری، بهرام؛ قلی‌پور سنگلجی، پویا. (۱۳۹۱). بازاریابی سیاسی، مفهوم، اهداف، ابزارها، فصلنامه راهبرد دانشگاه تهران، پاییز ۹۱، شماره (۸)، حسینی، مجید؛ بیدالله‌خانی، آرش. (۱۳۹۴). برندسازی و بازاریابی سیاسی؛ الگویی جدید برای توسعه ارتباطات سیاسی مشارکتی، فصلنامه سیاست دانشگاه تهران، شماره (۳۶)

سنگلجی، ۱۳۹۱: ۱۹)

۲-۴. اهداف

هدف عمده بازاریابی سیاسی مطالعه و بررسی نظام شکل‌گیری تصمیمات و ترجیحات سیاسی شهروندان و شناخت مؤلفه‌های تأثیرگذار بر مشارکت و چگونگی مشارکت سیاسی است. .. از این رو بازاریاب سیاسی یک فعالیت چندبعدی خواهد داشت، که فرآیندی از مؤلفه‌های عملی و نظری را در بر می‌گیرد. به تعبیر دیگر، بازاریاب سیاسی به مطالعه منابع کنش‌ساز عینی و ذهنی مخاطبین می‌پردازد، به نحوی که بتواند نظام حاکم بر کنش‌های ذهنی و عینی مخاطبین را درک کرده و به مدیریت آن اقدام کند. برخی مانند (کوتلر و کوتلر) برای این باورند که کاندیداها برای موفقیت، نیازمند شناخت بازار خود هستند (برخی نمانند (اسکمل ۱۹۹۹) بازاریابی سیاسی را به عنوان ارائه‌دهنده مسیرهای جدیدی برای فهم و مدیریت سیاست در نظر می‌گیرند. (اوکاس، ۲۰۰۱، ۱۰۰۳) از این رو شناخت مؤلفه‌های بنیادین کنش‌ساز در انسان‌ها بسیار مهم و کلیدی به نظر می‌رسد. «پیتر دراگر پدر مدیریت نوین در مورد بازاریابی می‌گوید که هدف بازاریابی افزایش فروش با تکیه بر آگاهی و شناخت مشتری است تا کالا یا خدمت ارائه شده با نیازهای مشتری همخوانی داشته باشد.» (مقدمی، خورشیدی، ۱۳۸۲: ۱۴۶). بنابراین بازاریاب سیاسی موفق کسی خواهد بود که بتواند نظام گرایش‌ها و نیازهای مخاطبین و محصول سیاسی مورد علاقه آن‌ها را بشناسد و با مدیریت هوشمندانه آنها به فروش محصول خود اقدام کند. «مهم‌ترین هدف در بازاریابی سیاسی، هدایت چشم‌اندازها و عقاید و افکار عمومی، پیشرفت ایدئولوژی‌های سیاسی، پیروزی در رقابت‌ها و انتخابات سیاسی و وضع قوانین و تشکیل رفراندوم مرتبط با نیازها، خواسته‌ها و تمایلات بخش‌های بازار هدف را در بر می‌گیرد. بازاریابی سیاسی طراحی شده است تا آرای مردم در انتخابات را تحت تأثیر قرار دهد.» (خیری، قلی‌پور سنگلجی، ۱۳۹۱: ۸).

۳. نظریه و الگوی تحلیل

۱-۵. فرآیند نظریه بازاریابی

بازاریابی علمی است که در ابتداء، مبتنی بر موفقیت داوطلبان انتخاب شدن در انتخابات به صحنه آمد. اما رفته‌رفته این علم از ساحات داخلی کشورها به عرصه‌های بیرونی و بین‌المللی نیز توسعه پیدا کرد. بازاریابی سیاسی بین‌الملل به شدت تحت تأثیر مؤلفه‌های اصلی بازاریابی



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

۵۴

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیادین جهان اسلام

۵۵

بازاریابی سیاسی کشور پایه‌ای مطالعه موردی فعالیت‌های ...

سیاسی داخلی قرار دارد.، اما این مفاهیم و مؤلفه‌ها در مقیاسی گسترده‌تر و مطابق با متغیرهای نظام بین‌الملل مورد بحث قرار می‌گیرند. در بازاریابی سیاسی بین‌المللی یک کشور و نظام معنایی اقتدارش می‌تواند به مثابه یک داوطلب انتخاب در نظر گرفته شود. و جامعه بین‌المللی در مقیاس‌های مختلفی به مثابه رأی‌دهندگان، مشتریان و جامعه هدف به حساب می‌آیند. بازیگر عامل نیز راهکارهای متفاوت اقناعی دارد تا بتواند مورد پذیرش و انتخاب بازیگران هدف قرار بگیرد.

بازار سیاسی به عنوان محیط تعاملی مبادله‌محور که بین بازیگر عامل و بازیگران هدف تشکیل می‌شود محیط مبادله‌ای است که در آن نحوه کنش‌ها و واکنش‌ها تحت تأثیر تصویرسازی، اقدامات و تصورات تعاملی شکل گرفته میان اعضای، دائماً در حال شکل‌گیری و تغییر است. فرآیندی که در تصویرسازی توسط بازیگر ارائه دهنده به وقوع می‌پیوندد، فرآیند پیچیده‌ای است که در نهایت به ایجاد تصور و تصمیم در بازیگر گیرنده خدمات خواهد انجامید. طبق این فضای ایجاد شده میان بازیگران، کنش‌های ذهنی و عینی نیز در رابطه با کالا و خدمات تولید شده از طرف بازیگر عامل در رفتار بازیگر هدف صورت می‌گیرد.

این که چگونه می‌توان در یک فرآیند تصویرسازی هوشمندانه تصور بازیگر را نسبت به یک کالای سوژه‌محور و یا یک خدمت، تحت تأثیر قرار داد ساحتی است که بازاریابی سیاسی در آن به فعالیت می‌پردازد.^۱ مفهومی که به دنبال شناخت نیازهای سیاسی مخاطبان و مدیریت عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن نیازها است. «اغلب استراتژی‌های بازاریابی سیاسی با رجوع به مدل 4P کلاسیک تحلیل می‌شود (محصول، قیمت، توزیع و ترفیع).^۲ رویکردهای پیشرفته‌تر، به حوزه‌های فراتر از بازاریابی نفوذ می‌کنند و در تلاشند تا این ترکیب و آمیخته را به بازاریابی خدمات و رابطه‌ای، سازمان‌های غیر انتفاعی، علوم سیاسی، روان‌شناسی و ارتباطی نیز تسری دهند.» (کوالینا، فالكوفسکی، نیومن: ۱۳۹۳: ۵۴). تحلیل مدل‌های بازاریابی مبتنی

۱. دو نکته مهم در این قسمت لازم به توضیح است: نکته اول این‌که وقتی صحبت از بازاریابی سیاسی می‌شود باید از اقتصادی کردن همه تعاملات انسانی اجتناب شود و اقتصادی دیدن همه تعاملات انسان‌ها به نوعی غلتیدن در ارزش‌های لیبرالی است که مبتنی بر نفع شخصی رقم می‌خورد و سعی بر کالا کردن مفاهیم ارزشی دارد. نکته دوم نیز این‌که بازار در جامعه اسلامی به معنای بازار در جامعه لیبرال نیست و ارزش‌های خاص خود را دارد که مبتنی بر ارزش‌های جامعه ایمانی و دوری از تکنیک‌های فریب مشتری و ظرفیت افزایشی کاذب در احساس نیاز او به یک محصول است و نگاه از مدیریت مشتری به هدایت مشتری انتقال پیدا می‌کند.

2. Product, Price, Place, Promotion

بر آمیخته‌های شبیه به 4P که در قالب تئوری (MMM)^۱ قرار می‌گیرد عمدتاً در دسته بازاریابی مبادله‌ای به حساب می‌آیند و منجر به وقوع شکاف بین تولید و مصرف از حیث زمان و مکان می‌شوند. بعد از نیمه دوم قرن ۲۰ حوزه بازاریابی خدمات که سازگاری بیشتری با مفاهیم ایده بنیاد بازاریابی سیاسی در سطح بین الملل دارد شروع به رشد کرد. این پارادایم غالباً به عنوان بازاریابی رابطه‌مند^۲ (RM) شناخته می‌شود که نتیجه فعالیت‌های عده‌ای از کارشناسان اسکاندیناوی به نام مکتب نوردیک است. در این مکتب بازاریابی و مدیریت ۲ موضوع غیرقابل تفکیک از یکدیگر به حساب می‌آیند. در این چارچوب، بازاریابی تخصصی مربوط به یک واحد خاص نیست و شامل همه وظایف تعامل محیطی می‌شود. (افجه‌ای، خادمی‌گراشی، ۱۳۹۰: ۲۷)

۲-۵. بررسی مدل «نیفنگر» در بازاریابی سیاسی

«فیلیپ نیفنگر»^۳ (۱۹۸۸)، یک مفهوم از بازاریابی سیاسی را معرفی نمود که نشان دهنده کاربرد ابزارهای آمیخته بازاریابی کلاسیک برای رقابت هاومبارزات سیاسی است. او بیان می‌کند که بازاریابی سیاسی شامل تلاش‌هایی در جهت ایجاد یکپارچگی میان ترکیب و آمیخته بازاریابی است که به عنوان 4P مشهور بوده و در پی کنترل اثربخش رفتار رأی‌دهندگان می‌باشد. ... نیفنگر در مدل خود به معرفی چهار محرک اصلی بازاریابی می‌پردازد... طبق نظر نیفنگر، محصول ارائه شده توسط کانیدیدا عبارت است از ترکیب پیچیده‌ای از مزایایی که رأی‌دهندگان معتقدند در صورت انتخاب شدن و رأی آوردن کانیدیدا به آن دست می‌یابند. ... قیمت محصول ارائه شده توسط کانیدیدا، به معنای هزینه‌های کلی رأی‌دهندگان در صورت رأی آوردن کانیدیدا می‌باشد. ... توزیع، یک محرک بازاریابی است که به توانایی کانیدیدا برای تحویل پیام‌های مورد نظر خود به روشی مطلوب بر می‌گردد. ... ترویج و ترفیع (نیز) تا حد زیادی شامل تلاش‌های تبلیغاتی و ایجاد شهرت از طریق پوشش رسانه‌ای کانیدیدا، برنامه‌ها و مبارزاتش می‌باشد.» (کوالینا، فالكوفسکی، نیومن: ۱۳۹۳: ۵۵-۶۰). مدل نیفنگر یکی از مدل‌هایی است که با توجه به آمیخته کلاسیک بازاریابی به بازاریابی سیاسی پرداخته است. وی ۴ راهبرد اصلی ترویجی را بیان نموده است که شامل راهبرد تمرکز بر بخش خاص، راهبرد تنظیم برای بیشترین تبلیغ



فصلنامه علمی - پژوهشی
 جمعیت تراست العالم الاسلامی
 پژوهش‌های باسی جهان اسلام

1. Marketing Mix Management
2. Relationship Marketing
3. Phillip Niffenegger



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های جهانی اسلام

در محیطی که بیشترین مزیت را برای بازیگر عامل دارد و به تحلیل بردن رقیب، راهبرد گمراه سازی و افزایش خطاهای حریف به جای مبارزه رو در رو با وی، راهبردی مبارزه منفی برای تخریب شخصیت و جایگاه رقیب را شامل می‌شود. (همان: ۶۱-۶۰).

۳-۵. بررسی مدل «فیلیپ کاتلر» و «نیل کاتلر»^۱ در بازاریابی سیاسی

مدل نیفینگر، آمیخته بازاریابی سیاسی بین‌الملل مبتنی بر بازاریابی سیاسی استفاده از مدل کاتلرها به است، اما در بازاریابی سیاسی بین‌الملل مبتنی بر بازاریابی سیاسی استفاده از مدل کاتلرها به مثابه یک مدل تکمیلی می‌تواند سودمند باشد. کاتلرها یک فرآیند شش مرحله‌ای برای را برای بازاریابی فعالیت‌های مبارزات سیاسی ارائه نمودند. ۱. تحقیق و بررسی پیرامونی و محیطی (۲) ارزیابی داخلی و خارجی (۳) بازاریابی راهبردی (۴) هدف‌گذاری و تعیین استراتژی مبارزه (۵) برنامه‌ریزی برای ارتباطات، انتشار و سازماندهی (۶) طرح بازارهای اصلی مبارزه. از این رو تحقیق و بررسی محیطی، به مثابه اولین قدم در نقشه بازاریابی بازیگر عامل شامل یک تحلیل کامل و جامع برای اطلاع پیدا کردن از بسترهای محیط اجتماعی، فرهنگی، روانشناختی و اقتصادی بازیگر هدف است که رقابت و مبارزه سیاسی نیز در درون آن انجام خواهد شد. در قدم دوم و در ارزیابی داخلی و خارجی بازیگر عامل به شناسایی نقاط قوت و ضعف خود و رقبایش می‌پردازد. بازیگر عامل در قدم سوم که بازاریابی تجاری است به دنبال بخش‌بندی مخاطبین خود در جامعه هدف مبادرت کرده و برای هر کدام برنامه ویژه‌ی را اعمال می‌کند. در گام بعدی که همان هدف‌گذاری و تعیین استراتژی مبارزه است، بازیگر عامل با توجه به مراحل گذشته و اطلاعات ماخوذه از بازیگر هدف و بخش‌بندی‌های صورت گرفته، به تصویرسازی خود در ذهن مخاطبین و معرفی خود اقدام می‌کند. در گام پنجم بازیگر عامل به طور جدی وارد صحنه عملیاتی شده و به فعال کردن منابع سازمانی اعم از منابع مالی و اجرایی می‌پردازد. بازیگر عامل در گام نهمی به عملیات رسانه‌ای و تصویرسازی نسبت به بخش‌هایی که قابلیت تحریک بیشتری دارند، می‌پردازد. (همان: ۶۵)

۴-۵. منشاء کنش به مثابه فرانظریه بازاریابی

بسیاری از نظریه‌های مطرح در بازاریابی سیاسی در نهایت به دنبال این هستند که بازیگر عامل چگونه می‌تواند کنش ذهنی و عینی مطلوب را برای بازیگر هدف ایجاد کند. لذا در

1. Philip Kotler & Neil Kotler

صورتی که بخواهیم بازاریابی سیاسی را در لایه‌های عمیق‌تر نظری بررسی کنیم، ضروری است، نظریه‌های معطوف به منشاء کنش‌های انسانی را مورد مطالعه قرار دهیم. از این رو چارچوب نظری این تحقیق مبتنی بر شناخت منشاء کنش‌های انسانی طراحی شده است. لذا در این حالت بازاریابی سیاسی به مثابه علمی در نظر گرفته می‌شود که به دنبال شناخت و تأثیرگذاری بر فرآیند کنش‌های افراد است. بنابراین، این سوال که کنش‌های ذهنی و عینی انسان‌ها و اجتماع‌ها چگونه ساخته می‌شود به عنوان یک سوال اساسی مطرح می‌شود. نظرات مختلفی در رابطه با منشاء کنش‌های فردی و اجتماعی انسان، ارائه شده است که مؤلفه اساسی مشترک بسیاری از آن‌ها طرح یک مفهوم، با اصالت روانشناختی به نام مفهوم بنیادین نیاز است که کنش‌های عینی و ذهنی انسان را رقم می‌زند. یکی از معروف‌ترین نظریه‌ها در خصوص نیازهای انسانی نظریه «مزلو»^۱ است که در قالب هرم نیازها ارائه شده و سیری از نیازهای سطحی تا نیازهای والای انسان‌ها در آن وجود دارد.

الگوی کارکردی نیز یکی از نظریه‌های مطرح در راه شناخت نیازهای انسان و تأثیرات آن در کنش‌های انسانی است. «الگوهای کارکردی بر راه‌هایی که طبق آنها نگرش‌های فردی بر مبنای مفروضات و نیازهای متفاوت شکل می‌گیرند تأکید می‌ورزند. این الگوها تا حدودی تجزیه و تحلیل خود را از نیازها بر مفروضات روانکاوی^۲ قرار داده‌اند و به جست‌وجوی انگیزه‌های زیربنایی آدمی برآمده‌اند که ممکن است نگرش‌های سطحی‌تر را تبیین کنند. دیدگاه بنیادی نظریه کارکردی^۳ تغییر نگرش ساده است. مردم نگرش‌هایی را حفظ می‌کنند که با نیازهای آنان جور درمی‌آید و بر این اساس برای تغییر نگرش‌ها باید بدانیم که آن نیازها کدام‌اند.» (ساعتچی، ۱۳۸۸: ۵۶)

۵-۵. کاربرد نظری

در این مقاله با ارائه یک مفهوم مهم به مثابه منشاء کنش‌های انسانی به نام مفهوم نیاز این نتیجه حاصل می‌شود، که انسان‌ها و جوامع انسانی مبتنی بر نیازهای شکل گرفته، دست به کنش می‌زنند در این صورت و با فرض این مساله بازاریابی سیاسی باید مبتنی بر مفهوم بنیادین نیاز به مثابه منشاء کنش‌های انسانی شکل بگیرد تا بتواند به نظریه‌های متقنی در

1. Abraham Harold Maslow

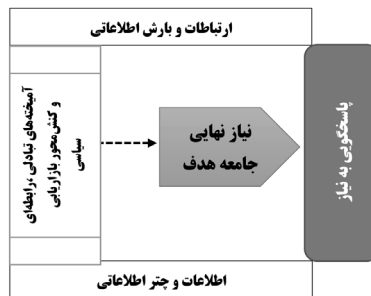
۲. در نسخه کتاب (روانکاری) ذکر شده است.

3. Functional Theory





رابطه با شناخت و تأثیرگذاری بر فرآیند رفتارهای سیاسی دیگران دست پیدا کند. «مطالعه‌ی ادبیات موجود درباره‌ی پارادایم مدیریت آمیخته‌ی بازاریابی، این احساس را منتقل می‌کند که بازاریابی، علمی است درباره هماهنگ کردن سازمان با تغییرات اجتماعی و تغییرات بازار، با هدف برآوردن نیازهای مشتریان» (محمدیان، شمسی، ۱۳۸۸: ۳۶-۳۷). اگر بازاریابی را به معنای مدیریت نظام ترجیحات مخاطب فرض کنیم و مؤلفه‌ی اصلی نظام ترجیحات را که در نهایت منجر به کنش ذهنی و عینی فرد و جامعه می‌شود را مبتنی بر مفهوم بنیادین نیاز در نظر بگیریم در این صورت بازاریابی در معنای نظری و عمیق خود، می‌شود فرآیند صحیح عملیات بر روی مفهوم بنیادین نیاز که این عملیات دو مؤلفه اصلی را در خود دارد، یکی، تولید یک نیاز در درون مخاطب یا تبدیل به نیاز شدن چیزی و دیگری در صورت وجود نیاز، افزایش یا کاهش احساس و حساسیت نسبت به آن نیاز است. به عبارت دیگر انسان‌ها به کنش‌هایی دست می‌زنند که قبلاً به آن نیاز پیدا کرده باشند و راهی که برای پاسخگویی به آن نیاز طی می‌کنند به مثابه کنش‌های آنها قابل مطالعه است. در این فرآیند بازیگران عاملی موفق خواهند بود که اولاً بتوانند نظام نیاز ساز انسان و اجتماع را به خوبی بشناسند و در ثانی به مدیریت هوشمندانه آن مبادرت کنند. لذا در این بستر سه مرحله اساسی وجود دارد که در نهایت بر کنش بازیگر هدف تأثیرگذار خواهد بود. این سه مرحله به اطلاعات و چتر اطلاعاتی، ارتباطات و بارش اطلاعاتی و در نهایت نوع پاسخگویی به نیاز شکل گرفته تقسیم می‌شود. در این الگو با بهره‌گیری از فرآیند بازاریابی سیاسی در شکل‌گیری و مدیریت نظام گرایش‌های انسانی به مثابه منشاء کنش‌های انسانی که با الهام از دو مدل توضیح داده شده، مد نظر قرار گرفته است، می‌توانیم به یک چارچوب نظری کارآمد برای مطالعه و بررسی فعالیت‌های ترکیه دست پیدا کنیم.



شکل شماره ۱- چرخه عملیات بازاریابی سیاسی

۴. کاربرد عملیاتی

امروزه ترکیه به مثابه یکی از کشورهای نسبتاً قوی اسلامی در زمینه ایجاد سه گانه چتر اطلاعاتی، بارش اطلاعاتی و پاسخگویی هوشمندانه نسبت به نیازهای جوامع هدف خود عمل می‌کند که در ادامه به بررسی این موارد پرداخته می‌شود.

۶-۱. چتر اطلاعاتی

ترکیه برای احاطه پیدا کردن به نظام نیاز ساز جوامع هدف خود از ابزارهای متفاوتی استفاده می‌کند.

۶-۱-۱. سیستم‌های امنیتی

بوزان در کتاب «مناطق و قدرت‌ها» ترکیه را جز قدرت‌های عایقی (Isulator) دانسته که در هیچ یک از مجموعه‌های امنیتی منطقه ای پیرامون خود ادغام نشده و در ضمن قادر به ادغام آنها در یک حوزه راهبردی و هم‌آهنگ نیست (میرجعفری، ۱۳۹۰: ۳۷) لیکن فرآیند نافرجام پیوستن به اتحادیه اروپا از مهم‌ترین عوامل بروز تحولات گفتمان امنیتی ترکیه در سالهای اخیر بوده و شرایط ترکیه را بسیار تغییر داده و زمینه‌های پیوستن آن به مجموعه‌های امنیتی را افزایش داده است (بیلگین، ۲۰۰۵: ۸۰) که همین عامل زمینه‌های استفاده از تجارب کشورهای مختلف برای افزایش چتر اطلاعاتی ترک‌ها را سبب شده است. البته این تحول در گفتمان امنیتی و سیاست خارجی ترکیه به همراه تحولات مربوط به تنش‌های میان روسیه و گرجستان در ابتدای سال ۲۰۰۸ و نیز پیگیری دانش افزایی از شرایط این منطقه، از جمله عواملی بودند که جمهوری نوین ترکیه را در مسیر حضور بیشتر در منطقه آسیای مرکزی و قفقاز و تلاش برای گسترش روابط با کشورهای این منطقه قرار داد. در این چارچوب، جمهوری نوین ترکیه در قالب رویکرد چندبعدی و مبتنی بر قدرت امنیتی خود، ایده شکل‌گیری برنامه کار همبستگی و همکاری منطقه قفقاز و آسیای مرکزی را تأسیس و تلاش‌های امنیتی گسترده‌ای را برای بسط چتر اطلاعاتی خود در این مناطق آغاز کرد. (مفیدی احمدی و ذاکریان، ۱۳۹۴: ۱۲۱-۱۲۴)

سازمان اطلاعات و امنیت ترکیه (میت) که از سال ۱۹۶۴ عملیات جاسوسی و ضدجاسوسی و کسب اخبار و اطلاعات از کشورهای مختلف علی‌الخصوص کشورهای حوزه آسیای مرکزی و قفقاز را هدایت و راهنمایی می‌کند، نقش مهمی در پیشبرد سیاست‌های ترکیه و



فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام

۶۰

سال هشتم، شماره اول، بهار ۱۳۹۷



انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسة العالم الإسلامي
فصلنامه علمی - پژوهشی
پژوهش‌های بنیان اسلام

افزایش چتر اطلاعاتی آن در کشورهای این منطقه داشته است. (مرادیان، ۱۳۸۹: ۲۱۰) این سازمان هشت هزار پرسنل و افسر اطلاعاتی دارد (واعظی، ۱۳۸۷: ۵۶-۵۵) و بر اساس تصور عمومی موجود از این سازمان، قدرتمندترین تشکیلات اطلاعاتی و امنیتی ترکیه را تشکیل می‌دهد. (قاسمی، ۱۳۸۸: ۱۱۲-۱۱۰) به گونه‌ای که این نهاد با برنامه‌ریزی و جدول‌بندی برنامه‌های اجرایی خود و زمان‌بندی دقیق اجرای آن‌ها تلاش کرده تا اطلاعات جامعی از جوامع کشورهای مختلف در اختیار نهادهای اجرایی داخلی قرار دهد. به عبارت دیگر فعالیت‌های امنیتی و جاسوسی میت در قالب‌های مختلف، تلاشی فراگیر برای گسترش چتر اطلاعاتی ترک‌ها در خارج از کشور برای تغذیه فضای برنامه‌ریزی داخلی آنها بوده است.

۲-۱-۶. گفتمان شناسی

گفتمان به معنای مجموعه یا دستگاه بینشی است از واژگان و گفتارهای نهادینه شده که بر ذهنیت اثر می‌گذارد و امکان مفصل‌بندی اطراف یک نشانه و تشکیل نظام معنایی و هژمونیک کردن آن با اجماعی عرفی را محقق می‌سازد. (هنری و آزرمی، ۱۳۹۲: ۹۷) لاکلائو و موفه در کتاب «هژمونی و راهبرد سوسیالیستی» گفتمان را مجموعه‌ای معنی‌دار از علائم و نشانه‌های زبان‌شناختی و فرا زبان‌شناختی تعریف می‌کنند. در نزد این دو، گفتمان صرفاً ترکیبی از گفتار و نوشتار نیست بلکه این دو خود اجزای درونی کلیت گفتمان فرض می‌شوند که هم‌دربگیرنده بعد مادی و هم‌مزمین به بعد نظری است. (تاجیک، ۱۳۸۳: ۲۱-۲۲) درحقیقت گفتمان از مجموعه‌ای از اصطلاحات تشکیل می‌شود که به شیوه‌ای معنادار به هم مرتبط هستند. (لاکلائو و موفه، ۱۹۸۵: ۱۹۳) گفتمان در نگاه آنها نظام معنایی بزرگتر از زبان است و هر گفتمان، بخش‌هایی از حوزه اجتماع را در سیطره خود گرفته و به واسطه در اختیار گرفتن ذهن سوژه‌ها، به گفتارها و رفتارهای فردی و اجتماعی آنها شکل می‌دهد.

شناخت گفتمان‌های رایج هر کشوری، یکی از ابزارهای اصیل و مهم افزایش چتر اطلاعاتی به شمار می‌آید و ترکیه نیز در این راستا تلاش‌های فراوانی را به کار بسته و از طرق مختلف سعی در شناسایی گفتمان‌های رایج کشورهای حوزه آسیای مرکزی و قفقاز دارد. بنابراین آن‌ها امیدوارند تا فضای ذهنی و روانی مسلط و پارادایم حاکم و دال‌های شناور و دال‌های مرکزی گفتمان‌های حوزه جغرافیای آسیای مرکزی و قفقاز را شناسایی نمایند. (احمدی طباطبایی و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۸) در نتیجه تمامی فعالیت‌ها و همکاری‌های نظامی، اقتصادی و اجتماعی و

تلاش های دانشگاهی و . اقدام جامعی از سوی ترکیه نوین برای شناخت بهتر گفتمان حاکم بر کشورهای حوزه آسیای مرکزی و قفقاز از زوایای مختلف علمی، اقتصادی و حتی نظامی به شمار می آید (مرادیان، ۱۳۸۹: ۶۱۰) و ترک ها از این طریق تلاش دارند تا چتر اطلاعاتی خود را در تمامی ابعاد گسترش دهند.

۳-۱-۶. مطالعات تخصصی

مطالعات تخصصی و برگزاری همایش های بین المللی برای شناخت فرهنگ و تاریخ کشورهای حوزه آسیای مرکزی و قفقاز یکی از اقدامات بارز کشور ترکیه محسوب می شود. در این راستا هر ساله چندین همایش با موضوعات متنوع و در راستای آرمان های ترکیه برگزار و تلاش می شود تا دانش و چتر اطلاعاتی ترک ها برای احاطه بیشتر در این منطقه افزایش یابد. (تاسلامن، ۲۰۱۶: ۲۵) این همایش ها در واقع حکم مطالعات تخصصی بومیان آن کشورها برای ترکیه را دارد و ترک ها با استفاده از این مطالعات دامنه دانایی اطلاعاتی خود را بیش از پیش افزایش می دهند. (احمدی طباطبایی و دیگران، ۱۳۹۶: ۶۹-۷۴) ده دانشگاه ترکیه در لیست دانشگاه های برتر جهان قرار دارند. کیفیت آموزشی، کارآفرینی فارغ التحصیلان و نظایر آن از جمله ملاک های رده بندی این دانشگاه ها بوده است. (فلاح، ۱۳۸۶: ۳۱-۳۲) بر اساس آمارهای منتشره و با در نظر گرفتن دانشجویان در حال گذراندن پایان نامه های دانشگاهی در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری، تعداد محققین در مراکز مطالعاتی ترکیه از ۱۱۹ نفر در یک میلیون نفر به ۲۴۰ نفر به ازای هر یک میلیون نفر در سال های اخیر افزایش یافته که نشان می دهد تعداد محققان و مراکز مطالعاتی نسبت به قبل ۳۷ درصد افزایش داشته است که اکثراً در حوزه های مطالعاتی آسیا و قفقاز به فعالیت می پردازند. در همین راستا می توان به مراکز مطالعاتی استراتژیک اوراسیا که در حوزه منطقه ای و کاربردی، موضوعاتی از قبیل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، امنیتی، جمعیتی، فنی و تاریخی را مورد مطالعات تخصصی قرار می دهند اشاره کرد که به عنوان مهم ترین مرکز مطالعاتی ترکیه وظیفه کنترل اطلاعات و امکان سنجی کاربردی آن ها را مورد پردازش و تحلیل قرار می دهد و در راستای گسترش چتر اطلاعاتی ترک ها نقشی اساسی دارد. (مرادیان، ۱۳۸۹: ۶۳۵-۶۳۶)

۴-۱-۶. فرهنگ شناسی

دانش فرهنگ یا فرهنگ شناسی شاخه ای است از انسان شناسی که به فرهنگ (نهادهای،

