

دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران در قبال مسلمانان انگلیس (۱۳۹۲-۱۳۸۴)

محمدعلی بلورچی^۱
ناصرهادیان^۲

چکیده: در سال‌های گذشته افزایش نقش افکار عمومی در محیط بین‌الملل از یک سو و همچنین وقوع تحولات جدید در عرصه بین‌الملل از سوی دیگر، منجر به آن شده تا بهره‌گیری از دیپلماسی نوینی تحت عنوان دیپلماسی عمومی، به عنوان ابزار پیشبرد منافع ملی در حوزه بین‌الملل مورد توجه صاحب‌نظران، محققان و مجریان کشورها قرار گیرد. از آنجا که در تحقیقات منتشر شده در این باب، کمتر به موضوع بررسی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور پرداخته شده، محققین در این مقاله درصدد هستند تا با انتخاب جامعه آماری مسلمانان انگلستان، دیپلماسی عمومی ایران را در یکی از کشورهای اروپایی مورد سنجش قرار دهند. بر همین مبنا با استفاده از گزارش طیفی از سازمان‌ها و نهادهای فعال در حوزه دیپلماسی عمومی و نمایندگی‌های ایران در کشور انگلستان و همچنین مصاحبه‌ها و گفتگوهای انجام گرفته با ۹۱ نفر از مجریان، صاحب‌نظران و کارشناسان دیپلماسی عمومی ایران، به بررسی این سؤال می‌پردازیم که دیپلماسی عمومی ایران در قبال مسلمانان انگلستان چگونه عمل کرده است؟ در همین راستا، با بهره‌گیری از مفاهیم اصلی دیپلماسی عمومی از یک سو و بررسی فعالیت‌های کشور، مسئولین و نمایندگان جمهوری اسلامی ایران در انگلستان از سوی دیگر، به تأیید و یا ردّ فرضیه موفقیت آمیز بودن دیپلماسی عمومی ایران در انگلستان خواهیم پرداخت. در پایان نیز راهکارهایی را به منظور توفیق بیشتر این نوع از دیپلماسی در برقراری ارتباط با مسلمانان این کشور اروپایی بر می‌شمریم.

واژگان کلیدی: دیپلماسی عمومی، مسلمانان انگلیس، سفارت جمهوری اسلامی ایران در لندن، رایزنی فرهنگی ایران در انگلستان، مرکز اسلامی لندن، مجمع جهانی اسلامی

۱. آقای محمدعلی بلورچی، کارشناس ارشد روابط بین‌الملل

(mohammad.ali.bolourchi@gmail.com)

۲. آقای ناصرهادیان، استادیار روابط بین‌الملل دانشگاه تهران

تاریخ تصویب: ۱۳۹۳/۲/۱۸

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۲/۱۵)

مقدمه

امروزه برقراری ارتباط و اعمال نفوذ در میان شهروندان جوامع مختلف ایجاب می‌کند تا کشورهای مستعد و قدرتمند در جهت نیل به مقاصد و اهداف سیاست خارجی خود از دیپلماسی عمومی به منظور تأمین منافع ملی خود بهره‌گیرند. اهمیت به کارگیری این دیپلماسی و لزوم اعمال مناسب آن زمانی مضاعف می‌گردد، که با رجوع به تحولات سال‌های اخیر مشاهده می‌کنیم که دولت‌های غربی با به کارگیری دیپلماسی عمومی درصدد تخریب چهره ایران اسلامی نزد افکار عمومی جهان بوده و با بهره‌گیری از بیشترین ابزار، امکانات و به ویژه رسانه‌های جمعی، هجمه‌های مختلفی را علیه کشور انجام داده و به اسلام‌هراسی، شیعه‌هراسی و ایران‌هراسی در جهان دامن زده‌اند. بنابراین طبیعی است که در سال‌های اخیر، این نوع از دیپلماسی مورد توجه ویژه سازمان‌ها و مقامات کشور "همچون مقامات دولت نهم و دهم" قرار گیرد و مرکزی به همین نام در سال ۱۳۹۰ در وزارت خارجه تأسیس گردد.

حال نظر به اهمیت این موضوع در سیاست خارجی ایران، محققین در این مقاله بر آن شده‌اند تا در راستای بررسی نظام‌مند عملکرد دیپلماسی عمومی ایران در خارج از کشور، مسلمانان انگلستان^(۱) را به عنوان یک جامعه آماری انتخاب نموده و با طرح این سؤال که "دیپلماسی عمومی ایران در راستای کسب نفوذ و برقراری ارتباط با مسلمانان انگلستان چگونه عمل کرده است؟"، به تأیید و یا ردّ این فرضیه که "دیپلماسی عمومی ایران در قبال مسلمانان انگلستان موفقیت‌آمیز عمل کرده است"، پردازند. اهمیت انتخاب این جامعه آماری زمانی تجلی می‌یابد که انگلستان، به عنوان یکی از کشورهای غرب اروپا، پذیرای جمعیتی نزدیک به سه میلیون نفر از مسلمانان است که از تأثیرگذارترین جوامع مذهبی در آن کشور محسوب می‌شوند. بنابراین مسلمانان این کشور به واسطه پیشینه تاریخی، گرایش‌ها و علقه‌های دینی و فرهنگی، این پتانسیل را در اختیار مجریان ایران قرار می‌دهند تا از تنش موجود در روابط میان دو کشور کاسته و به‌عنوان بازوی جمهوری اسلامی در برقراری ارتباط با عموم جامعه انگلستان و همچنین اهرم فشار در این کشور، مورد استفاده قرار گیرند. بنابراین به‌کارگیری دیپلماسی عمومی موجبات بهبود و ارتقای منافع جمهوری اسلامی ایران را در دیگر کشورها فراهم می‌آورد.

بر همین مبنا محققین در این مقاله، با گردآوری نتایج و اطلاعات اخذ شده از منابع کتابخانه‌ای^(۲)، اینترنتی و همچنین بررسی و تحلیل محتوای گزارش‌های طیفی از سازمان‌ها و نهادهای فعال در حوزه دیپلماسی عمومی^(۳) و در نهایت مصاحبه با ۹۱ نفر از کارشناسان، صاحب‌نظران و مجریان دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران^(۴).

درصد هستند تا ضمن توضیح مفهوم دیپلماسی عمومی و ضرورت استفاده از آن در سیاست خارجی ایران، از یک سو به معرفی کارگزاران و بازیگران اصلی دیپلماسی عمومی ایران بپردازند و از سوی دیگر به تشریح اقسام فعالیت‌های دیپلماسی عمومی ایران در کشور انگلستان، در محدوده زمانی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ مبادرت نمایند و در پایان نیز راهکارهایی را در راستای بهبود و ارتقای سیاست‌های کشور در حوزه دیپلماسی عمومی ارائه نمایند.

۱. دیپلماسی عمومی^۱

در دنیای نوین، با کم‌رنگ شدن حاکمیت دولت‌ها، گسترش روزافزون کشورملت‌ها، ایجاد جنبش‌های جهانی، انقلاب در فناوری اطلاعات و ارتباطات، گسترش نفوذ رسانه‌های جمعی، تأثیرگذاری افکار عمومی در شکل‌گیری فرایندها و رویه‌های داخلی و خارجی کشورها، ابزارهای سیاست خارجی دستخوش دگرگونی‌های اساسی شده و راه برای ورود متغییرهای تأثیرگذار به عرصه تصمیم‌سازی کشورها فراهم گردیده، به نحوی که دیگر دولت‌ها بازیگران اصلی روابط بین‌الملل نیستند و سایر بازیگران جدید همچون افکار عمومی و سازمان‌های غیردولتی به ایفای نقش در این عرصه پرداخته‌اند. به تبع این شرایط و به دلیل ضرورت برقراری ارتباط با مردم سایر کشورها از یک سو و اهمیت اعمال نفوذ، تأثیرگذاری و شکل‌دهی به افکار عمومی بین‌المللی از سوی دیگر، شکل نوینی از دیپلماسی، تحت‌عنوان "دیپلماسی عمومی" مورد توجه قرار گرفت که ضمن تغییر مخاطبان (کنش‌گران عرصه‌های ملی و فراملی) از دولت‌ها به افکار عمومی، نفوذ بر شهروندان و اتباع کشورهای مخاطب را به عنوان اولویت اصلی سیاست‌گذاران برای تحکیم و تأمین منافع ملی مبدل نموده و همراهی افکار عمومی با سیاست‌ها و اقدامات کشور عامل را بیش از پیش حائز اهمیت کرده است.

بنابراین با توجه به تحولات جدید در عرصه بین‌الملل و اهمیت یافتن دیپلماسی عمومی در عرصه جهانی، ورود به حوزه دیپلماسی عمومی از ضروریات فعالیت در عرصه سیاست خارجی است، امری که دهه‌ها است مورد توجه کشورهای قدرتمند قرار گرفته است. نظر به اهمیت دیپلماسی عمومی در اثرگذاری بر سیاست خارجی و پیشبرد منافع ملی، این نوع از دیپلماسی در سال‌های اخیر، مورد توجه ویژه سازمان‌ها و مقامات جمهوری اسلامی ایران نیز قرار گرفت تا جایی که مرکزی به همین نام در سال ۱۳۹۰ در وزارت خارجه تأسیس گردید.

۱-۱. مفهوم دیپلماسی عمومی

در تعریف این نوع از دیپلماسی که گاهی از آن با عنوان دیپلماسی مردمی، دیپلماسی آشکار یا قدرت نرم نام می‌برند، باید گفت دیپلماسی عمومی از تلاش دولت یک کشور برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و عقاید نخبگان ملتی دیگر، به منظور کسب امتیاز و نایل شدن به اهداف نشأت می‌گیرد که به وسیله ابزارهایی محسوس و یا نامحسوس چون فرهنگ، رسانه‌ها و ... قابل تحقق است.

در این رابطه تعاریفی توسط صاحب‌نظران و مجریان سیاست خارجی ایران ارائه شده است. برای مثال رامین مهمانپرست، رئیس سابق مرکز دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه، دیپلماسی عمومی را مجموعه سیاست‌های مقامات کشور برای توسعه حوزه نفوذ در بین افکار عمومی و مخاطبان تلقی می‌کند و معتقد است این نوع از دیپلماسی مکملی برای دیپلماسی سنتی محسوب می‌گردد (مهمانپرست، ۹۲/۶/۲۰). در همین راستا خانم مرضیه افخم، رئیس وقت این مرکز نیز در تعریفی، دیپلماسی عمومی را اقداماتی در راستای تأثیرگذاری مستقیم و یا غیرمستقیم بر مردم دیگر کشورها قلمداد می‌کند که لزوماً توسط دولت‌ها اعمال نمی‌شود (افخم، ۹۲/۴/۱۱).

بنابراین از مجموع تعاریف چنین بر می‌آید که دیپلماسی عمومی با هدف تأمین منافع ملی از طریق مردم، در محدوده‌ای فراتر از مرزهای رسمی به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم توسط دولت‌ها اعمال می‌شود. با توجه به چنین تعاریفی می‌توان نتیجه گرفت که هدف اصلی دیپلماسی عمومی چیزی جز "ترویج خطمشی‌ها" نیست. (کمیسیون مشورتی آمریکا^۱، ۲۰۰۵، ص ۲) با این حال با نگاهی ریزبینانه و دقیق بر تعاریف ارائه‌شده صاحب‌نظران در این حوزه، می‌توان اهداف دیپلماسی عمومی را در مواردی چون گسترش ارزش‌های ملی، ارائه یک تصویر مناسب و یا بازسازی یک تصویر نامناسب، کاهش سوءتعبیرها و سوءتفاهم‌ها در زمینه روابط میان کشورها (سیلان اردستانی، ۱۳۸۳: ۵۴)، کسب حامیان بیشتر برای کشور به کاربرنده دیپلماسی عمومی (احدی، ۱۳۸۹: ۲۰۳)، استقرار ارزش‌ها و سیاست‌های نظام مورد نظر به جوامع دیگر، ارتقای مشروعیت نظام سیاسی در دیدگاه افکار عمومی، مدیریت افکار عمومی، کسب پرستیژ بین‌المللی (خراسانی، ۱۳۹۰: ۵۸) خلاصه نمود.

بنابراین هدف دیپلماسی عمومی چیزی جز انتقال ارزش‌ها، جهت‌دهی به مواضع و در نهایت نفوذ در افکار عمومی سایر ملت‌ها نیست، تا از این حیث بستری مناسب برای اجرای سیاست خارجی کشور عامل ایجاد شود. امری که منجر به آن شده تا

1. United States Advisory Commission

کارگزاران و سیاست‌گذاران کشورها بهره‌گیری از این نوع از دیپلماسی را بیش از پیش مورد توجه قرار دهند و از طریق آن به حمایت از اهداف سیاست خارجی خود همت گمارده و وجهه و تصویر کشور خود را در جهان بهبود و ارتقا بخشند.

۲-۱. شیوه‌ها و ابزارهای اعمال دیپلماسی عمومی

آن چنان که دانستیم، دیپلماسی عمومی از طریق افکارسازی و انتقال پیام‌های کلیدی می‌کوشد بر ذهن‌سازان و تصمیم‌گیران اصلی دیگر جوامع و کشورها تأثیرگذاری کند. اما در این بین برای اجرا و اعمال مقاصد، از روش‌ها و وسایل متنوعی بهره می‌گیرد که در همه آن‌ها، تأثیر بر افکار، تمایلات، گرایش‌ها و رفتارهای مردم کشورهای دیگر و افکار عمومی ملت‌ها محور اساسی را تشکیل می‌دهد. بدین ترتیب دیپلماسی عمومی از شیوه‌ها، ابزارها و برنامه‌های متنوعی چون؛ انتشار کتاب و تشکیل کتابخانه‌ها، اعزام دانشجو به خارج، پذیرش بورس‌های تحصیلی، اعزام خبرنگاران، برنامه تبادلات آموزشی و فرهنگی، آموزش زبان، تأسیس و پخش برنامه‌های رادیو و تلویزیونی بین‌المللی، ارتباطات میان‌فرهنگی، برپایی انواع نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های هنری، برگزاری همایش‌ها و سمینارهای فرهنگی، اعزام هنرمندان به خارج از کشور و ایجاد سایت‌های اینترنتی برای نیل به اهداف سیاست خارجی استفاده می‌نماید (درویش، ۱۳۸۱: ۱۶، میناوند، ۱۳۸۶: ۱۴۵).

۲. دیپلماسی عمومی در جمهوری اسلامی ایران

همان‌گونه که اشاره شد، دیپلماسی عمومی از جمله ابزارهای نوینی است که از طریق آن یک دولت تلاش می‌کند تا افکار عمومی کشورهای دیگر را در جهت تأمین منافع ملی خود تحت تأثیر قرار دهد، به نحوی که افکار عمومی بتواند سیاست خارجی دولت متبوع خود را تحت فشار قرار دهد و نهایتاً در آن تغییر ایجاد کند. این اصطلاح که اول بار در ایالات متحده ابداع شد، اکنون به پدیده‌ای جهانی و مهم مبدل گشته است، به‌طوری که امروز کشورهای مختلف جهان از دیپلماسی عمومی به مثابه بازو و اهرم اصلی قدرت خود بهره می‌گیرند. در ایران نیز، اگرچه این مفهوم در تاریخچه سیاست خارجی، واژه نوینی محسوب می‌گردد، اما می‌توان اذعان داشت که این دیپلماسی مدت‌های مدیدی است که به انحای گوناگون و با عناوین متمایزی به وسیله جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور پیگیری شده است.

از ابتدای تشکیل نظام جمهوری اسلامی نیز، ایران اسلامی با استفاده از مبانی انقلاب، تفکرات اسلامی و دیدگاه‌های حضرت امام خمینی (رضوان الله) و همچنین اصول

مندرج در قانون اساسی، با به نقد کشیدن سلطه استکبار، اقتدار ابرقدرت‌ها و مناسبات غیرعادلانه حاکم بر جهان از یک سو و حمایت از ملت‌های مظلوم، صدور انقلاب و ایستادگی بر مبانی اسلامی از سوی دیگر، نظم نوینی را در جهان معاصر حاکم کرد که تأثیری شگرف را بر افکار عمومی جهانی به وجود آورد. بر همین مبنا، جمهوری اسلامی توانست با تبدیل ارزش‌های اسلامی به هنجارهای مورد پذیرش در نظام بین‌الملل، افکار عمومی، مسلمانان، ملل محروم و مستضعف جهان را تحت تأثیر قرار دهد. به عبارت دیگر مجریان کشور از رهگذر پیگیری سیاست‌هایی چون دفاع از حقوق مظلومان، مستضعفان و مسلمانان جهان، برقراری روابط دوستانه و مسالمت‌آمیز، دعوت به اسلام، ایجاد زمینه وحدت بین شیعه و سنی، تلاش در جهت ایجاد همبستگی میان امت اسلامی، بیداری ملت‌های مسلمان جهان، نفی ظلم و تلاش برای جهانی کردن مبارزه با استعمار، حل اختلافات بین‌المللی از طریق مسالمت‌آمیز، اعتقاد به حقوق برابر ملت‌ها و کشورها، حمایت از تلاش‌های حق‌طلبانه ملل جهان و ... که متأثر از اصول و آموزه‌های گفتمان ایرانی-اسلامی هستند، توانستند افکار و اذهان مخاطبین جهانی و منطقه‌ای را به سمت خود جلب نموده و در جهت تحقق منافع ملی کشور گام بردارند.

بی‌تردید به‌کارگیری چنین اصول و سیاست‌هایی در عرصه بین‌الملل، قدرت جذب‌کنندگی بالایی را نصیب کشور می‌نماید و می‌تواند سهم بسیار زیادی را در ایجاد قدرت نرم ایران در میان ملت‌های آزاده جهان داشته باشد. به تبع چنین وضعیتی، مجریان کشور با پیاده‌سازی و اجرای این اصول که جلوه‌ای مشهود از دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی است، می‌توانند موجبات اثربخشی بیشتر فعالیت‌های سیاسی، رسانه‌ایی، دینی و فرهنگی ایران را در جهان و به ویژه در میان جوامع مسلمان فراهم آورند.

۲-۱. اهمیت دیپلماسی عمومی برای ایران

آنچنان که اشاره شد، اهمیت افکار عمومی و امکان تأثیرگذاری آن‌ها بر روندهای سیاسی کشورها، موجب شده است تا استراتژی دیپلماسی عمومی مورد توجه کشورهای مختلف قرار گیرد. در ایران نیز اهمیت به‌کارگیری این سیاست از دوران دولت نهم و دهم نمود بیشتری پیدا کرد، تا جایی که مرکزی به همین نام در وزارت امور خارجه تأسیس گردید. در این دوران مجریان دیپلماسی عمومی ایران با مخاطب قرار دادن ملت‌ها در تلاش بودند تا از طریق سخنرانی، مصاحبه با رسانه‌های مختلف خارجی، برپایی جلسات متعدد با نخبگان و شرکت در کنفرانس‌ها و نشست‌های بین‌المللی صدای

خویش را به افکار عمومی جهانی رسانده و ضمن ارائه فرهنگ و ارزش‌های نظام به جوامع دیگر، چهره مطلوبی را از جمهوری اسلامی در ذهن مخاطبان ترسیم نمایند. با این حال، انجام چنین اقداماتی شاخص‌های تهدید منطقه‌ای و بین‌المللی علیه ایران را افزایش داد و منجر به آن شد تا رفتارهای تلافی‌جویانه‌ای از سوی کشورهای غربی و عربی در شکل سیاست‌های تقابلی نسبت به قدرت‌یابی ایران بروز کند. این سیاست‌های مقابله‌ای که به شکل هجمه‌های سیاسی، فرهنگی، دینی و در غالب تحریم، تبلیغات و تهاجمات شدید بین‌المللی و تصویرسازی منفی علیه ایران تجلی یافت، در پی آن بود تا اجماعی بین‌المللی را بر علیه جمهوری اسلامی شکل دهد و از قدرت‌یابی ایران جلوگیری به عمل آورد. در راستای همین اهداف، کشورهای مذکور با دست زدن به اقداماتی چون ایجاد اختلاف بین شیعه و سنی، تفرقه و دامن‌زدن به تعارضات منطقه‌ای، قومی و دینی؛ جنگ روانی و حملات تبلیغاتی علیه ایران؛ ایجاد جوّ رعب و احساس ناامنی از ایران در دل حکام و سران کشورهای حاشیه خلیج فارس؛ دشمن‌سازی ایران برای مردم عرب منطقه؛ اتخاذ سیاست‌های مهار و تحریم‌های چندجانبه؛ ایراد اتهام حمایت از تروریسم، جریان‌افراطی و تندروانه؛ اتهام دخالت ایران در تحولات لبنان، سوریه، عراق و افغانستان؛ اتهام نقض حقوق بشر در ایران؛ ایجاد بحران هسته‌ای و تشدید نگرانی افکار عمومی از برنامه هسته‌ای ایران؛ برجسته کردن خطر گسترش هلال شیعی از سوی ایران و ... سعی کرده‌اند تا ضمن مهار فعالیت‌های انقلابی ایران، از نقش‌آفرینی جمهوری اسلامی در تحولات منطقه‌ای و جهانی جلوگیری و با دامن زدن به ایران‌هراسی، شیعه‌هراسی و اسلام‌هراسی^۱ به چهره فرهنگی، دینی و سیاسی ایرانیان صدمه و بستر لازم را برای آماده‌سازی افکار عمومی به منظور اجرای هرگونه اقدام ضدقانونی و غیرموجه علیه ایران و ایرانیان فراهم سازند.

با وقوع چنین وضعیتی، به کارگیری دیپلماسی عمومی برای نظام جمهوری اسلامی از اهمیت مضاعف برخوردار گردید و رهبران و مقامات جمهوری اسلامی بر آن شدند تا با اجرای دو راهبرد در راستای تأمین منافع ملی و همچنین رفع تهدیدات جدید علیه امنیت و هویت ملی و سیاسی خود اهتمام ورزند. در راهبرد نخست، مجریان کشور ضمن تبیین ویژگی‌ها، دستاوردها و مواضع ایران در محیط بین‌المللی به تفسیر و معرفی مناسب دیدگاه‌ها، ارزش‌ها و اصول مورد نظر کشور پرداختند. در راهبرد دوم نیز، این مجریان در جهت خنثی‌سازی اقدامات دشمنان در حوزه‌های ایران‌هراسی، شیعه‌هراسی و اسلام‌هراسی همت گمارده و از توسعه و گسترش برداشت‌های نادرست و

غلط نسبت به ایران جلوگیری کرده و از در تصحیح و اصلاح این برداشت‌ها برآمده‌اند. بر همین مبنا می‌توان پنداشت که تأمین منافع ملی با اجرا و اعمال دیپلماسی عمومی در قالب اقدامات ایجابی و سلبی مختلف گره خورده است و به کارگیری این دیپلماسی برای تأمین منافع نظام جمهوری اسلامی از اهمیتی حیاتی برخوردار است.

۲-۲. بازیگران و کارگزاران داخلی دیپلماسی عمومی ایران

در ایران نهادهای متعددی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر حوزه سیاست‌گذاری و اجرایی (ویا هر دو) دیپلماسی عمومی در خارج از کشور فعالیت می‌کنند. در حوزه سیاست‌گذاری، تلاش عمده سیاست‌گذاران بر آن است تا با برنامه‌ریزی، انتخاب اولویت‌ها و تعیین چارچوب اهداف، حیطة فعالیت‌های مورد نظر را در راستای سیاست‌ها و اصول کشور تبیین نموده و مجریان دیپلماسی عمومی را برای برقراری ارتباط با مخاطبان مورد نظر هدایت کنند. در حوزه اجرا نیز مجریان با استفاده از روش‌ها، شیوه‌ها و ابزار متنوع و مختلف، اقدام به مجموعه فعالیت‌هایی می‌کنند تا برنامه‌های محول‌شده را محقق سازند. بر این اساس نهادها و سازمان‌هایی چون سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، معاونت بین‌الملل نهاد مقام معظم رهبری، وزارت امور خارجه، معاونت بین‌الملل سازمان صدا و سیما، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی، جامعه‌المصطفی(ص) العالمیه، مجمع جهانی اهل بیت، بنیاد سعدی، شورای عالی انقلاب فرهنگی و معاونت بین‌الملل وزارت علوم، تحقیقات و فناوری را می‌توان به عنوان مهم‌ترین سازمان‌های سیاست‌گذار و مجری دیپلماسی عمومی بر شمرده، که بستر مناسب را برای اعمال دیپلماسی عمومی و افزایش قدرت نرم ایران فراهم میسازند. اگرچه نهادهای دیگری نیز همچون معاونت بین‌الملل حوزه علمیه قم، اتحادیه انجمن‌های اسلامی دانشجویان اروپا، نمایندگی مقام معظم رهبری در امور دانشجویان خارج از کشور، انتشارات بین‌المللی الهدی، شورای عالی امنیت ملی، بنیاد ایران‌شناسی و شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور در پیشبرد دیپلماسی عمومی ایران در خارج از کشور نقش دارند، اما این نهادها نقش کم‌رنگ‌تری را در این حوزه به خود اختصاص داده‌اند.

۲-۳. بازیگران و کارگزاران خارجی دیپلماسی عمومی ایران (کشور انگلستان)

آنچنانکه ذکر شد، جمهوری اسلامی ایران نهادها و سازمان‌های بسیاری را در اختیار دارد که با استفاده از ظرفیت و پتانسیل‌های آن‌ها در راستای اعمال دیپلماسی عمومی در قبال جوامع مخاطب خود همت گمارده است. حال هر یک از این نهادها بسته به نوع

فعالیت و گستره اقدامات‌شان در کشورهای مختلف اقدام به تأسیس نمایندگی و یا برقراری ارتباط با سایر نمایندگی‌های ایران در کشورهای مخاطب نموده‌اند. در انگلستان نیز گرچه نهادها و سازمان‌های بسیاری به صورت مستقیم و غیرمستقیم، با واسطه و بی‌واسطه در این کشور به ایفای نقش مشغولند اما نمایندگان سه نهاد شامل: وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و دفتر مقام معظم رهبری از جمله نهادهایی هستند که به ترتیب از طریق، کارمندان سفارت و کنسول‌گری، رایزنان فرهنگی و کارمندان مراکز اسلامی نقش مستقیمی را در اعمال دیپلماسی عمومی ایران در انگلستان ایفا می‌نمایند و سایر مراکز از جمله انجمن‌های اسلامی شهرهای مختلف انگلستان، نمایندگی صدا و سیما در لندن، کالج اسلامی لندن، مجمع جهانی اسلامی و رایزن علمی ایران در انگلستان نقش کم‌رنگ‌تری را در این حوزه به خود اختصاص داده‌اند. جدول زیر اطلاعاتی را در مورد هر یک از نمایندگی‌ها و مراکز ایران در انگلستان ارائه می‌نماید.

جدول ۲-۳: معرفی مراکز و نمایندگی‌های ایران در انگلستان

نام مرکز	نوع مرکز	ماهیت مرکز	حوزه‌های فعالیت
۱	سیاسی	رسمی	سیاسی، رسانه‌ای و نظارتی
۲	فرهنگی	رسمی	فرهنگی، رسانه‌ای، هنری، علمی و دینی
۳	دینی و تبلیغی	غیر رسمی	فرهنگی، رسانه‌ای، هنری، علمی و دینی
۴	دینی و فرهنگی	دانشجویی	فرهنگی، هنری، دینی و رسانه‌ای
۵	علمی	رسمی	آموزشی و پژوهشی
۶	رسانه‌ای	غیر رسمی	رسانه‌ای
۷	دینی و تبلیغی	خصوصی	فرهنگی و دینی
۸	آموزشی و دینی	غیر رسمی	فرهنگی و دینی

۳. دیپلماسی عمومی ایران در قبال مسلمانان انگلیس

همان‌گونه که می‌دانیم، راهبردها و سیاست‌های ایران در خارج از کشور، به مانند هر کشور دیگری بر اصول ثابتی استوار است که ابعاد ثابت آن به آرمان‌ها، ارزش‌ها و اصول

نشأت گرفته از مبانی و تفکرات اسلامی-ایرانی باز می‌گردد. این اصول و راهبردها نه تنها توسط مقامات و رهبران کشور در روابط فیما بین با دیگر کشورها رعایت می‌شود، بلکه راهنما و هدایت‌گر نمایندگی‌های ایران در خارج از کشور نیز هست. این اصول ضمن نشان دادن جهت‌گیری‌ها و خطمشی‌های نمایندگی‌ها در کشورهای محل مأموریت، مسیر حرکت آن‌ها را برای رسیدن به اهداف و منافع مورد نظر نشان می‌دهد. بنابراین بدیهی است تا هر یک از نمایندگی‌های ایران در کشورهای محل مأموریت نسبت به پیگیری راهبردهایی چون؛ تبیین اسلام ناب محمدی (اسلام سیاسی)؛ معرفی و عرضه تاریخ، فرهنگ، زبان و مفاخر ایرانی-اسلامی؛ تشریح مزیت‌ها و دستاوردهای جمهوری اسلامی ایران؛ مقابله با تهاجمات دشمنان و مخالفان؛ دفاع از مواضع، اصول و سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران و در نهایت معرفی گسترش و احیای مذهب تشیع اهتمام ورزند.

در رابطه با نمایندگی‌های ایران در انگلستان نیز این مسئله صادق است و مجریان بر مبنای راهبردهای ذکر شده، مجموعه اقدامات و برنامه‌هایی را در دستور کار خود قرار داده‌اند تا ضمن ارائه تصویری صحیح از فرهنگ، آداب و عقاید ایرانی-اسلامی، نسبت به بطلان عقاید و اقدامات انحرافی اسلامی و غربی همت گمارند. در همین راستا با هدف توصیف اقدامات مجریان دیپلماسی عمومی کشور، در زیر مشخصات کلی فعالیت نمایندگی‌های کشور در ۶ حوزه فعالیت‌های آموزشی، انتشاراتی، تبلیغاتی، رسانه‌ای و مجازی، پژوهشی و تعاملات و ارتباطات ارائه می‌گردد:

۳-۱. فعالیت‌های آموزشی

دیپلماسی عمومی به شیوه‌های مختلفی اعمال می‌شود که یکی از این شیوه‌ها انجام فعالیت‌های آموزشی در کشور هدف است. در انگلستان این اقدامات عموماً در ۵ حوزه حمایت، تقویت و ایجاد کرسی‌های اسلام‌شناسی، شیعه‌شناسی و ایران‌شناسی؛ گسترش زبان و ادبیات فارسی؛ برگزاری اردو و کلاس‌های آموزشی برای مسلمانان؛ آموزش دانش‌پژوهان و برگزاری دوره‌های آموزشی و دانش‌افزایی و نهایتاً اعطای بورسیه تحصیلی و فرصت مطالعاتی عملیاتی می‌شود.

در مورد نخست، این اقدامات گاه در قالب حمایت‌های مالی و گاه با تهیه، تدارک و تأمین ملزومات مورد استفاده محققان و پژوهش‌گران این مراکز به منصف ظهور می‌رسد. برای مثال در زمینه مطالعات اسلامی و اسلام‌شناسی می‌توان اشاره داشت که در ۸ سال گذشته، ارتباط، تعامل و پشتیبانی اطلاعاتی و اسنادی از چنین مراکزی در دستور کار نمایندگی‌های دینی و فرهنگی ایران قرار داشته است. امری که به دلیل

حمایت مالی کشورهای عربی از مراکز مطالعات اسلامی در دانشگاه‌های انگلستان^(۵) و همچنین دشواری تعامل با این گونه مراکز، فعالیت نمایندگی‌ها را در این عرصه کم‌اثر نموده است.

در حوزه مطالعات شیعه، گرچه هر یک از مراکز مطالعاتی واقع در انگلستان^(۶) در راستای برنامه مدوّن خود حرکت می‌کنند، اما نمایندگان ایران با وجود کمبود منابع و محدودیت‌های موجود بر مسیر تعامل با این مؤسسات، تاکنون اقدامات مناسبی در راستای حمایت و پشتیبانی اطلاعاتی و اسنادی از این مراکز به عمل آورده‌اند.

در حوزه مطالعات ایران‌شناسی نیز، باید اذعان داشت که با وجود محاسن برخی مراکز فعال در این عرصه،^(۷) چنین مراکزی به دلیل اهداف و جهت‌گیری‌های سیاسی علیه ایران، دسترسی نادرست به منابع و تحقیقات جدید در ایران، محدودیت دانش و منابع اطلاعاتی آنان و ترس از مسافرت و ارتباط با ایران بعضاً در بیراهه قرار گرفته‌اند و اطلاعات نادرستی را در مورد کشور ارائه می‌نمایند. مسئله‌ایی که سبب ناکامی نمایندگی‌های ایران در این حوزه شده است.

دومین حوزه در فعالیت‌های آموزشی، گسترش زبان و ادبیات فارسی، ایجاد کرسی‌های زبان فارسی و حمایت از آموزش آن در مدارس، مؤسسات و دانشگاه‌ها است که در راستای افزایش تفاهم و گفتگو با مسلمانان به‌ویژه مسلمانان افغان و حتی ایرانیان^(۸) نسل دوم و سوم به انجام می‌رسد. بر همین مبنا در سال‌های گذشته گسترش و تقویت کرسی‌های زبان فارسی در دانشگاه‌های سواس، اکسفورد، کمبریج، منچستر، ادنبرگ، دورهام و همچنین در مؤسساتی چون مؤسسه مطالعات زبان و ادبیات فارسی، مرکز مطالعات ایرانی و زبان فارسی، بنیاد میراث ایران، جامعه ایران و مؤسسه مطالعات فارسی بریتانیا^(۹) و ... در دستور کار نمایندگی‌های ایران به‌ویژه رایزنی فرهنگی قرار گرفته که موجبات گسترش زبان فارسی در انگلستان و همچنین حفظ تعلقات فرهنگی و زبانی هموطنان ایرانی مقیم در انگلستان را فراهم نموده است.

سومین حوزه در فعالیت‌های آموزشی مربوط به برگزاری اردو و برپایی کلاس‌های آموزشی و تربیتی، دینی و فرهنگی است. در ۸ سال گذشته مراکز اسلامی ایران در شهرهای مختلف انگلستان^(۱۰) در این زمینه پیشتاز بوده‌اند و با

برگزاری کلاس‌های آموزشی قرآن چون آموزش روخوانی و تدریس، آموزش ترجمه و حفظ، آموزش تفسیر، آموزش جنبه‌های هنری قرآن کریم همچون خطاطی، نقاشی، تواشیح و در نهایت ترجمه قرآن به زبان انگلیسی در این امر همت گمارده‌اند. فعالیت‌هایی چون آموزش زبان انگلیسی، تاریخ اسلام، تفسیر نهج‌البلاغه، آموزش احکام و برگزاری کلاس‌های ورزش و خوشنویسی به‌ویژه برای نسل‌های دوم و سوم مسلمانان و ایرانیان و همچنین برپایی اردوهای آموزشی فرهنگی، تربیتی، تفریحی برای جوانان و زنان مسلمان نیز از دیگر اقداماتی است که علاوه بر مراکز اسلامی، توسط انجمن‌های اسلامی شهرهای مختلف انگلستان^(۱۱) و همچنین مجمع جهانی اسلامی لندن مورد توجه قرار گرفته است.

برگزاری دوره‌های آموزشی و دانش‌افزایی برای دانشجویان و دانش‌پژوهان مراکز دینی، فرهنگی، اسلام‌شناسی، ایران‌شناسی، شیعه‌شناسی و زبان و ادبیات فارسی در داخل کشور انگلستان نیز از دیگر اقداماتی است که در قالب فعالیت‌های آموزشی پیگیری می‌شود. در این زمینه رایزنی فرهنگی یکی از نمایندگی‌هایی است که بیشترین فعالیت را در حوزه برگزاری کلاس‌های دانش‌افزایی در انگلستان و همچنین اعزام دانشجویان و دانش‌پژوهان به ایران، برای شرکت در کلاس‌های آموزشی انجام داده است که برگزاری ۲۴ دوره آموزشی و حمایت از برپایی ۵ دوره دانش‌افزایی تنها بخش کوچکی از این اقدامات است.

مرکز اسلامی لندن و کالج اسلامی نیز از جمله نمایندگی‌هایی هستند که با برپایی دوره‌ها و کلاس‌های تخصصی و نیز برپایی دوره‌های آموزشی برای دانشجویان مراکز مطالعاتی و دانشگاه‌های فعال در حوزه اسلام‌شناسی و شیعه‌شناسی نقش برجسته‌ایی را در اعمال دیپلماسی عمومی ایران در انگلستان ایفا نموده‌اند.

آخرین حوزه در فعالیت‌های آموزشی با اعطای بورسیه‌های تحصیلی و فرصت مطالعاتی مرتبط است. این اقدامات که از طریق فراهم‌سازی فرصت‌های آموزشی، ارتقای سطح تحصیلی دانش‌پژوهان، اعطای فرصت‌های مطالعاتی و کمک به پایان نامه‌های تحصیلی دانشجویان مراکز مطالعاتی، علمی و اسلامی در انگلستان صورت می‌پذیرد، در راستای تربیت نخبگان و دانش‌پژوهان در انگلستان به انجام می‌رسد. تحقق چنین امری موجب می‌گردد تا در طول مدت اقامت این افراد در ایران تصویری مثبت از فرهنگ ایرانی-اسلامی و نظام جمهوری اسلامی در ذهن آنان نقش بندد.

با این حال شواهد حاکی از آن است که محدودیت منابع مالی نمایندگی‌ها، کمبود امکانات سازمان‌های داخل کشور و همچنین فقدان اولویت قائل شدن برای این شیوه منجر به آن شده تا از این ابزار به طور مناسب استفاده نشود.

۲-۳. فعالیت‌های انتشاراتی: تألیف، ترجمه و نشر متون و آثار

از دیگر شیوه‌های اعمال دیپلماسی عمومی ایران، تألیف، ترجمه و نشر متون و آثار مرتبط با تاریخ، زبان، ادبیات و فرهنگ ایرانی و همچنین انتشار آموزه‌های دین اسلام و مذهب تشیع در قالب نشریه، کتاب و بولتن و موارد دیگر است که در ۸ سال گذشته مورد توجه نمایندگان در انگلستان قرار گرفته است. اگرچه این شیوه در گذشته عموماً از طریق مؤسسه بین‌المللی الهدی لندن و همچنین مراکز اسلامی ایران در انگلستان انجام می‌شده است، اما پس از تعطیلی مؤسسه الهدی، مرکز اسلامی لندن با وجود محدودیت امکانات و کمبود منابع مالی مسئولیت عمده انتشار، تدوین، تألیف و حتی حمایت از فعالیت‌های انتشاراتی را در حوزه‌های اسلامی و دینی به زبان‌های انگلیسی، فارسی و عربی به عهده گرفت.

علاوه بر مرکز اسلامی لندن، کالج اسلامی، مجمع جهانی اسلامی، انجمن‌های اسلامی انگلستان و به‌ویژه رایزنی فرهنگی نیز از جمله دیگر مراکزی هستند که نسبت به انتشار بروشور، نشریه، اعلامیه و کتاب میان عموم مردم و مراکز مطالعاتی و دانشگاه‌ها اقدام نموده‌اند که انتشار ترجمه دعای عرفه امام حسین(ع)؛ انتشار ماهنامه اسلام و ایران؛ چاپ و توزیع مجله "شئون اسلامی" به زبان عربی؛ چاپ و توزیع پیام حج مقام معظم رهبری به سه زبان انگلیسی، عربی و اردو؛ ترجمه و چاپ کتاب فاطمه‌الزهررا(س) به زبان انگلیسی؛ انتشار مواضع و اندیشه‌های امام خمینی(ره) و مقام معظم رهبری به وسیله بروشور در مراسم مختلف و در نهایت توزیع و اهدای چند صد کتاب در حوزه‌های مختلف میان مراکز مطالعاتی و تحقیقاتی، دانشگاه‌ها و کتابخانه‌ها از جمله اقدامات بی‌شمار نمایندگی‌های ایران در انگلستان است.

۳-۳. فعالیت‌های تبلیغاتی

انجام فعالیت‌های تبلیغی از جمله شیوه‌های دیگر اعمال دیپلماسی عمومی در انگلستان است که در قالب ۸ حوزه برگزاری نمایشگاه، همایش، کنفرانس و میزگردهای مختلف؛

گرامی‌داشت مفاخر و شخصیت‌های علمی، فرهنگی و دینی ایرانی-اسلامی؛ برگزاری مجالس، اعیاد و عزاداری‌های ملی و مذهبی؛ توسعه و تجهیز کتابخانه‌ها، مراکز و مؤسسات فرهنگی و دینی؛ اعزام گروه‌های نمایشی و هنری، اساتید و مبلغان به انگلستان؛ اعطای ویزا و اعزام و دعوت شخصیت‌ها به ایران؛ برگزاری هفته فرهنگی، هفته فیلم و سایر فعالیت‌های هنری و در نهایت پیگیری سیاست تقریب و ایجاد وحدت رویه میان شخصیت‌های دینی پیگیری می‌شود.

در حوزه نخست، نمایندگی‌های ایران با برگزاری و حمایت از برپایی جلسات، کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌ها و میزگردها در مراکز مطالعاتی، انجمن‌ها و مؤسسات اسلامی و غیراسلامی در انگلستان درصدد هستند تا ضمن آگاه‌سازی و آشناسازی عموم مردم و نخبگان جامعه انگلستان با مسائل فرهنگی، سیاسی، مذهبی و اجتماعی ایران، به ارائه تصویر صحیح از کشور و رفع برداشت‌های غلط از ایران، اسلام و مذهب تشیع گام بردارند. به همین دلیل برگزاری این قبیل مراسم در ۸ سال گذشته به یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های نمایندگی‌های ایران در عرصه دیپلماسی عمومی مبدل گشته است. فعالیت‌هایی که به صورت اقداماتی چون برگزاری سمینار "بررسی اندیشه نظام مردم‌سالاری دینی با تأکید بر تجربه ایران"؛ سمینار "قرآن و مسائل جامعه معاصر"؛ سمینار "انقلاب اسلامی ایران و هژمونی جهانی"؛ همایش "بررسی مؤلفه‌های اندیشه شیعی"؛ نمایشگاه "نسخه‌های نفیس قرآن کریم و نرم‌افزارهای قرآنی"؛ همایش "امام خمینی(ره) و احیای تمدن اسلامی"؛ برگزاری سمینار "امام حسین (ع)، عاشورا و بیداری اسلامی"؛ کنفرانس "امام خمینی، بیداری مسلمانان و نظام بین‌المللی" و در نهایت برگزاری "همایش روز قدس" و گرامی‌داشت "هفته دفاع مقدس" به منصفه ظهور رسیده است.

گرامیداشت مفاخر و شخصیت‌های فرهنگی، علمی، سیاسی و دینی ایران در انگلستان دومین حوزه فعالیت‌های تبلیغی است. برگزاری چنین فعالیتی که عموماً در قالب برپایی کنفرانس، سمینار، همایش و ... نمود پیدا کرده، ضمن آن که موجب معرفی شخصیت‌ها و مفاخر ایرانی می‌گردد، شرایط را برای ارائه و تبیین نظرات و اندیشه‌های آن‌ها میان مخاطبان فراهم می‌سازد. برگزاری همایش "معرفی اندیشه‌های حضرت امام (ره)"، سمینار "امام حسین (ع) اسوه آزادگی"، برگزاری پنج جلسه گفتگوی تبیین اندیشه‌های امام خمینی و مقام معظم رهبری در دانشگاه‌های مختلف انگلستان و برپایی همایش اندیشه‌های حضرت امام حسین (ع) و فلسفه نهضت ایشان از جمله اقداماتی است که در ۸ سال گذشته در همین راستا انجام شده است.

از جمله فعالیت‌های دیگری که نمایندگی‌های ایران به‌ویژه مراکز اسلامی انگلستان، مجمع جهانی اسلامی و انجمن‌های اسلامی دانشجویان در انگلستان در حوزه فعالیت‌های تبلیغی به انجام رسانیده‌اند، برگزاری مجالس، اعیاد و عزاداری‌های ملی و مذهبی برای مخاطبان مسلمان به صورت عام و شیعیان و ایرانیان به صورت خاص است که عموماً به دو شکل ثابت و خاص انجام پذیرفته است. برگزاری برنامه‌های هفتگی چون نمازهای یومیه، مراسم شب‌های جمعه، نماز جماعت و سخنرانی‌های بعد از آن، قرائت دعای کمیل، زیارت عاشورا و دعای ندبه از جمله برنامه‌هایی است که با شرکت ایرانیان و مسلمانان شیعه‌مذهب هر هفته و به صورت ثابت برگزار گشته است. در مقابل برگزاری مجالس جشن و سرور و عزاداری همچون برنامه‌های ماه مبارک رمضان و لیالی قدر، دهه عاشورا، میلاد نبی اکرم (ص) و حضرت علی(ع)، نیمه شعبان، ماه‌های محرم و صفر و ایام فاطمیه از جمله فعالیت‌های خاصی است که نمایندگان در مقاطع مختلفی از سال برای برقراری ارتباط با مسلمانان شیعه و سنی اجرا نموده‌اند. برگزاری تظاهرات روز قدس و اجرای برنامه‌هایی نظیر مراسم دهه فجر و مراسم ارتحال حضرت امام (ره) نیز از جمله فعالیت‌هایی است که در ۸ سال گذشته با مشارکت کلیه نمایندگی‌ها و با شرکت هزاران مسلمان و غیرمسلمان در انگلستان برگزار شده است. با این حال ذکر این مسئله خالی از لطف نیست که وقوع تحولات کشورهای عربی به‌ویژه در سوریه موجب شده تا در سال اخیر شاهد آن باشیم که از میزان استقبال و حضور مسلمانان در این مراسم کاسته شود. همچنین دعوت و حضور مکرر افراد ثابتی برای سخنرانی در مراسمی همچون مراسم ارتحال حضرت امام موجب شده تا از کیفیت و جذابیت این مراسم کاسته شود.

توسعه و تجهیز انجمن‌های اسلامی، کتابخانه‌ها، دانشگاه‌ها، مراکز اسلام‌شناسی، ایران‌شناسی، شیعه‌شناسی و زبان و ادبیات فارسی در انگلستان و همچنین تغذیه اسنادی و اطلاعاتی آن‌ها از دیگر برنامه‌های ایران در حوزه فعالیت‌های تبلیغی است. این اقدامات که با هدف اعمال دیپلماسی عمومی به اجرا درآمده عموماً در قالب تهیه، اهدا و عرضه محصولات فرهنگی، دینی و سمعی-بصری به این‌گونه مراکز نیز پیگیری شده است.

با این حال آنچنان که از نظرات مجریان دیپلماسی عمومی ایران مشخص است، به علت کمبود منابع مالی و عدم حمایت مکفی سازمان‌های داخلی ایران از نمایندگی‌ها در انگلستان این فعالیت به‌طور مستمر و گسترده

پیگیری نشده است. به همین دلیل در ۸ سال گذشته نمایندگی‌های ایران تلاش کردند تا با تجهیز کتابخانه‌های خود به منابع انگلیسی، عربی و فارسی تاحدودی نسبت به رفع خلأ موجود همت گمارند. برای مثال هم‌اکنون کتابخانه مرکز اسلامی لندن و منچستر ضمن مجهز بودن به نرم‌افزارهای علوم اسلامی، قرآن مجید، احادیث و تفاسیر شیعه و سنی، دارای بیش از سه هزار جلد کتاب برای عرضه به مخاطبان است. رایزنی فرهنگی ایران نیز در سال‌های اخیر ضمن تجهیز گسترده کتابخانه رایزنی در لندن، اقدام به پشتیبانی و توسعه کتابخانه‌های مناطق ایرانی‌نشین لندن و دیگر شهرهای انگلستان کرده که این امر در سال‌های ۱۳۸۵، ۱۳۸۶ و ۱۳۸۸ بیشتر مورد توجه قرار گرفته است.

پنجمین حوزه به اعزام گروه‌های نمایشی و هنری، اساتید و مبلغان ایران به انگلستان تعلق دارد. این حوزه از فعالیت‌های تبلیغی که در راستای اعمال دیپلماسی عمومی به انجام رسیده، در ۸ سال گذشته عموماً در سه بخش علمی، هنری و دینی مورد استفاده قرار گرفته است. اولین بخش مربوط به اعزام گروه‌ها و شخصیت‌های فرهنگی و هنری است که از ایران به انگلستان اعزام شده‌اند تا در مراسم فرهنگی و دینی نمایندگی‌ها شرکت نمایند. در این حوزه می‌توان به اعزام چند گروه هنری، نمایشی و همچنین گروه تواشیح و سرود به‌ویژه در سال ۱۳۸۸ نام برد. دومین بخش مربوط به اعزام اساتید و محققین است که با هماهنگی وزارت علوم یا بنیاد سعدی به انگلستان اعزام شده‌اند. این اساتید که عموماً متخصص در حوزه علوم انسانی بوده‌اند، برای شرکت در دوره‌های دانش‌افزایی و یا تدریس در کلاس‌های آموزشی مراکز مطالعاتی و دانشگاهی به‌ویژه در حوزه زبان و ادبیات فارسی به انگلستان اعزام شده‌اند. بخش سوم نیز که عموماً بیشترین گروه اعزامی از ایران را تشکیل می‌دهد، مربوط به اعزام مبلغین، قاریان قرآن، روحانیون و سخنرانان است که برای برگزاری و شرکت در مراسم اعیاد و عزاداری‌ها به انگلستان فرستاده شده‌اند.

گرچه در ۸ سال اخیر مرکز اسلامی لندن و رایزنی فرهنگی از هر سه حوزه مذکور به صورت محدود و مقطعی بهره برده‌اند اما باید اذعان داشت که سیاست انگلستان در عدم اعطای ویزا به نمایندگان اعزامی ایران به انگلستان و یا تأخیر چندین ماهه در صدور ویزا موجب شده تا نمایندگان ایران در انگلستان از ظرفیت نیروهای داخلی کشور در اجرای برنامه‌ها و مراسم‌های خود تا حد زیادی بی بهره بمانند.

اعزام و دعوت از شخصیت‌های فرهنگی، سیاسی و علمی مسلمان به ایران و همچنین #دانشجویان و اساتید مراکز مطالعاتی، ارائه ویزا به علاقه‌مندان سفر به ایران و پذیرش جهانگردان و مسافران انگلیسی و مسلمانان به کشور، از دیگر اقداماتی است که همواره در راستای فعالیت‌های تبلیغی پیگیری شده است. با استناد به برخی اطلاعات و

آمار در دسترس در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ بیش از ۴۰ نفر از مسلمانان و نخبگان کشور انگلستان توسط نمایندگی‌ها به طور رسمی به ایران دعوت و اعزام شده‌اند که از آن جمله می‌توان به اعزام تعدادی از شیعیان انگلستان، برخی از دانشجویان و اساتید مراکز مطالعاتی زبان و ادبیات فارسی و گروهی از شخصیت‌های مسیحی، سنی و شیعه اشاره کرد که به ترتیب برای بازدید از ایران، شرکت در کلاس‌های دانش‌افزایی و شرکت در مراسم ارتحال امام به کشور اعزام شده‌اند.

با این حال نباید از ذکر این مسئله غافل شد که دشواری دریافت ویزا و طولانی بودن مراحل اجازه سفر به ایران از جمله عواملی است که موجب شده تا در ۸ سال گذشته تعداد کمی از مسلمانان به ایران سفر کنند. وقوع این امر در حوزه مراکز مطالعاتی انگلستان نیز منجر به آن شده تا به واسطه عدم امکان سفر به ایران، برخی از دانش‌پژوهان و اساتید فعال در مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی به‌ویژه دانشجویان زبان و ادبیات فارسی حوزه مطالعاتی خود را تغییر داده و یا از کشورهای دیگری بازدید نمایند.^(۱۲)

حوزه دیگر در فعالیتهای تبلیغی، برگزاری هفته فیلم و هفته فرهنگی ایران در شهرهای مختلف و اجرای فعالیتهای نمایشی در انگلستان است. در این هفته‌های فرهنگی که عموماً توسط رایزنی فرهنگی برگزار شده،^(۱۳) برپایی نمایشگاه آثار هنرمندان و صنایع دستی ایران از جمله نقاشی، مینیاتور، سرامیک و سفال؛ برگزاری نمایشگاه کتاب و عکس از ایران؛ برگزاری میزگردهای تخصصی با حضور اساتیدی از ایران، نمایش فیلم‌های سینمایی و اجرای برنامه موسیقی ایرانی در دستور کار بوده است. در این زمینه نیز مرکز اسلامی لندن از جمله مراکزی است که با برگزاری دو دوره هفته فرهنگی و همچنین برگزاری چندین اجرای گروه تواشیح و سرود در این عرصه فعالیت‌های خود را از خود به نمایش گذاشته است. علاوه بر این، برگزاری و برپایی هفته‌های فیلم ایران و نمایش فیلم نیز از جمله اقداماتی است که این مراکز به منظور معرفی و نمایش فرهنگ، آداب و رسوم و سنت‌های ایران-اسلامی در دستور کار خود قرار داده‌اند.

پیگیری سیاست تقریب مذاهب و تعامل و ارتباط مستمر با شخصیت‌ها، نهادهای و سازمان‌های اسلامی موجود در انگلیس فعالیت دیگری است که نمایندگی‌های ایران در جهت تلطیف روابط بین مسلمانان اهل سنت و مسلمانان شیعه مذهب، در حوزه فعالیت‌های تبلیغی به انجام رسانیده‌اند. در همین زمینه تعاملات دو طرفه‌ای نیز میان مسئولان مراکز ایران و دیگر شخصیت‌ها، نهادهای

و سازمان‌های اسلامی شکل گرفته و به برگزاری جلسات، همایش و سمینارهای مشترک منتهی شده است. برای مثال در ۸ سال گذشته نمایندگی‌های ایران به‌ویژه به‌ویژه مرکز اسلامی لندن با برگزاری گردهمایی مختلف برای روحانیون، مبلغین، ائمه مبلغین، ائمه جماعات و روسای مراکز اسلامی و مساجد بریتانیا در این امر گام نهاده است. همچنین علاوه بر مرکز اسلامی لندن، رایزنی فرهنگی و مجمع جهانی اسلامی نیز با برقراری ارتباط فعال با تشکل‌ها و مؤسسات اسلامی موجود در انگلستان و برگزاری جلسات منظم علمی با اندیشمندان و اساتید متفکر اسلامی سنی در راستای تقریب میان شیعیان و اهل سنت و همچنین ایجاد وحدت رویه میان مسلمانان همت گمارده‌اند.

با این حال به دلیل سیطره مالی آل‌سعود در میان مساجد و مراکز اسلامی و اعمال نفوذ آن‌ها در مدیریت این مساجد و مراکز، نفوذ یهودیان صهیونیست در انگلیس، افزایش حضور وهابیون و گروه‌های الحادی و تندرو در میان جوامع مسلمان و همچنین سیاست‌های تفرقه‌افکنانه دولت انگلستان، امروزه شاهد این امر هستیم که ارتباط و تعامل گروه‌ها و فرق اسلامی به شدت کم‌رنگ شده است. حتی براساس نظر اکثر مجریان دیپلماسی عمومی ایران در انگلستان، به علت وقوع تحولات کشورهای عربی و تبلیغات منفی در مورد مواضع جمهوری اسلامی ایران در قبال سوریه و بحرین، در این سال‌ها شاهد آن بوده‌ایم که نه تنها تعاملات مسلمانان با نمایندگان ایران و شیعیان رنگ باخته بلکه علایق و گرایش‌های آنان نیز کاهش یافته است.

۳-۴. فعالیت‌های رسانه‌ای (تلویزیونی، رادیویی، مطبوعاتی، اینترنتی و ...)

از دیگر اقداماتی که طی سال‌های مورد مطالعه در حوزه دیپلماسی عمومی پیگیری شده است، بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای برای رساندن پیام جمهوری اسلامی ایران است. در همین راستا گرچه سفارت جمهوری اسلامی ایران در لندن و به‌ویژه وابسته مطبوعاتی از جمله نمایندگی‌هایی هستند که بیشترین فعالیت را به منظور تبیین دیدگاه‌ها و مواضع جمهوری اسلامی ایران و مقابله با تهاجمات و حمله‌های موجود علیه کشور در قالب فعالیت‌های رسانه‌ای در انگلستان انجام داده‌اند اما، رایزنی فرهنگی و مرکز اسلامی لندن نیز تاحدودی در این حوزه به انجام وظیفه مبادرت نموده است. بدین ترتیب که این نمایندگی‌ها با انجام فعالیت‌هایی چون مصاحبه با تحلیل‌گران، خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و مجریان شبکه‌های رادیو-تلویزیونی، چاپ و انتشار اخبار و مطالب دینی، فرهنگی و سیاسی در قالب انتشار بولتن، خبرنامه و بروشور؛ انتشار مقاله در روزنامه‌ها و مطبوعات، اجاره رادیو و تلویزیون در انگلستان، حمایت از تولید، چاپ و

انتشار مطالب مورد نظر در رسانه‌های نوشتاری و دیداری، صدور بیانیه و اطلاعیه در رسانه‌ها، انتشار نشریه‌های الکترونیکی در فضای مجازی، ایجاد سایت و وبلاگ در اینترنت و در نهایت فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، در حوزه دیپلماسی عمومی و یا به عبارت بهتر در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای گام نهاده‌اند. برای مثال در حوزه فعالیت‌های تلویزیونی که عموماً با صرف هزینه‌های گزاف همراه است، حمایت و پشتیبانی رایزنی فرهنگی و مرکز اسلامی لندن از چند شبکه تلویزیونی، اقدام شایسته‌ای است که نیازمند سرمایه‌گذاری بیشتر مجریان دیپلماسی عمومی ایران می‌باشد.

به مانند فعالیت‌های تلویزیونی، فعالیت در حوزه‌های رادیویی نیز نیازمند تأمین مالی و تهیه برنامه‌های مفید و غنی است که عموماً به دلیل کمبود امکانات و تسهیلات، قابلیت اجرایی نیافته است. با این حال باید اذعان نمود که در چند سال اخیر نمایندگی‌های ایران در انگلستان با وجود برخی محدودیت‌های ابزاری و مالی نسبت به افتتاح دو شبکه رادیویی اهتمام ورزیده‌اند. اقداماتی که با وجود آثار مثبت، کماکان به دلیل مقطعی بودن، در برابر حجم گسترده فعالیت رسانه‌های متعلق به گروه‌ها و نهادهای مخالف و معاند، آثار ناچیزی را برجای گذاشته است.

در حوزه‌های فعالیت‌های مطبوعاتی نیز وضعیت تاحدودی مشابه است و با وجود آن که در انگلستان بیش از تمامی کشورهای جهان روزنامه یومیه به فروش می‌رسد،^(۱۴) با این حال نمایندگی‌های ایران، مطبوعات و روزنامه خاصی را در اختیار ندارند و این نمایندگی‌ها تنها از طریق انتشار برخی مقالات در روزنامه‌ها و جراید و یا انتشار بولتن، نشریه و خبرنامه آن هم به صورت ۳ ماه یا ۶ ماه یکبار در این حوزه فعالیت می‌نمایند. شاید یکی از علل این مسئله نیز هزینه‌های سنگین فعالیت در این حوزه و کمبود بودجه نمایندگی‌ها در انگلستان باشد. با این حال، کشورها و گروه‌های مخالف و معاند ایران به‌ویژه صهیونیست‌ها و وهابیون با نفوذ و در اختیار گرفتن مطبوعات و روزنامه‌های مختلف و صرف هزینه‌های بسیار در این زمینه، نسبت به انعکاس و ارائه مطالب کذب علیه مواضع، اصول و ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران اقدام نموده‌اند.

حوزه دیگری که در رابطه با فعالیت‌های رسانه‌ای ایران در انگلستان بسیار حائز اهمیت است، فعالیت‌های اینترنتی و حضور در شبکه‌های اجتماعی است. اهمیت این مسئله زمانی تجلی می‌یابد که به رواج سریع اینترنت در انگلستان در چند سال اخیر پی ببریم، امری که نشان از وجود ۵۱٫۵ میلیون نفر، کاربر اینترنت (بیش از ۸۰ درصد جمعیت) و حدود ۳۰ میلیون نفر کاربر فیس

بوک در بریتانیا است،^{۱۵} اما شواهد حاکی از آن است که به دلیل فقدان منابع مالی، ضعف امکانات و فناوری نمایندگی‌ها، عدم آشنایی کافی با ابزارهای رسانه‌ای و همچنین نبود برنامه‌ریزی جامع در عرصه اینترنت، به جز اقدامات برخی از نمایندگان، فعالیت‌ها در این عرصه تنها به ایجاد چند سایت در اینترنت و انجام فعالیت محدود در شبکه‌های اجتماعی خلاصه شده است. برای مثال در ۸ سال گذشته مرکز اسلامی لندن، با راه‌اندازی پایگاه اطلاع‌رسانی ویژه ایرانیان و مخاطبان مسلمان، ضمن اطلاع‌رسانی دینی-آموزشی از طریق اینترنت (وبلاگ و سایت)، سخنرانی‌های برگزار شده در مراسم خود را در اختیار مخاطبان اینترنتی قرار داده است. در همین مقطع نیز رایزنی فرهنگی با تهیه نشریه‌های اینترنتی به زبان انگلیسی، تأسیس و تغذیه شبکه اطلاع‌رسانی اینترنتی و همچنین ایجاد صفحه در شبکه‌های اجتماعی نسبت به فعالیت در این عرصه همت گمارده است.

فعالیت در حوزه مصاحبه و تعامل با اصحاب رسانه، خبرنگاران، گزارش‌گران نیز از جمله اقداماتی است که طی سال‌های گذشته توسط نمایندگی‌ها پیگیری شده است. این امر که عموماً از طریق کارمندان سفارت جمهوری اسلامی ایران دنبال شده، در قالب مصاحبه اختصاصی با خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها و انتشار پیام و بیانیه در رسانه‌ها و همچنین برقراری ارتباطات با خبرنگاران و روزنامه‌نگاران نمود پیدا کرده است. با این حال در ۸ سال اخیر، به دلیل حجم گسترده تبلیغات علیه کشور به ویژه در مسئله سوریه و موضوع هسته‌ای از یک سو و همچنین انجام فعالیت‌های مقطعی و در مواردی تشریفاتی از سوی دیگر، اقدامات انجام گرفته در این عرصه تأثیرگذاری مناسبی را بر مخاطبان مسلمان و غیرمسلمان در انگلستان نداشته است.

۳-۵. فعالیت‌های پژوهشی و مطالعاتی

انجام مطالعات و بررسی‌های کاربردی در خصوص نیازهای فرهنگی، هنری، دینی و تبلیغی ایران در انگلستان، ارزیابی وضعیت ایرانیان و مسلمانان شیعه و سنی و همچنین مطالعات نیازسنجی در رابطه با مراکز مطالعاتی مرتبط با ایران، اسلام، مذهب تشیع و زبان فارس از دیگر فعالیت‌های نمایندگی‌های ایران در انگلستان بوده است که در راستای بررسی شرایط مخاطبان دیپلماسی عمومی ایران در انگلستان، و عموماً به صورت اقدامات پژوهشی، تحقیقاتی و حتی گزارش و بولتن به انجام رسیده است.

آن گونه که از نظرات مجریان دیپلماسی عمومی ایران در انگلستان پیدا است، بیش از ۱۵ درصد اقدامات نمایندگی‌های ایران در انگلستان در قالب این فعالیت به انجام رسیده است. مثلاً مراکز اسلامی ایران در انگلستان با ارزیابی و مطالعه در خصوص

ساختار فرهنگی و هنجارهای مسلمانان در انگلیس و همچنین بررسی وضعیت پژوهش در باب مطالعات اسلام و شیعی در این زمینه گام نهاده‌اند. در رابطه با نمایندگان فرهنگی نیز این اقدامات در راستای وضعیت کیفیت کار مراکز مطالعاتی، علمی و دانشگاهی انگلستان صورت پذیرفته است که انجام فعالیت‌هایی چون تهیه کتاب‌شناسی و ترجمه آثار چاپی به زبان انگلیسی درباره مذهب تشیع، دین اسلام، کشور ایران، زبان فارسی؛ بررسی وضعیت معرفی انقلاب اسلامی، فرهنگ و تمدن ایرانی-اسلامی در منابع علمی و آموزشی جامعه انگلستان؛ بررسی فرهنگ عمومی و ذائقه فرهنگی مردم انگلستان و در نهایت شناسایی و معرفی مراکز مهم فرهنگی هنری کشور بریتانیا در همین راستا قابل ارزیابی است.

۳-۶. تعاملات و ارتباطات

فعالیت‌های مبادلاتی و ارتباطاتی از جمله فعالیت‌های دیگری است که در راستای اعمال دیپلماسی عمومی در قبال مخاطبان انگلیسی زبان به کار گرفته شده است. این امر که عموماً در ۳ حوزه ارتباط و تعامل با انجمن‌ها و سازمان‌های انگلیس؛ ارتباط با نخبگان و شخصیت‌های تأثیرگذار فرهنگی، هنری، علمی، دینی و سیاسی و نهایتاً حمایت، پشتیبانی و خدمت‌رسانی به مخاطبان صورت پذیرفته با هدف برقراری ارتباط مستمر و پایدار با نخبگان، مراکز و گروه‌های مرجع کشور انگلیس مورد توجه قرار گرفته است.

در رابطه با حوزه نخست ارتباط و تعامل علمی و دانشگاهی با مراکز، انجمن‌ها و سازمان‌های اسلامی و غیراسلامی یکی از اقدامات نمایندگی‌ها است، چرا که این مراکز با برگزاری همایش و سمینارهای مختلف، پذیرش دانشجو و استاد، ارائه نظرات مشورتی به سازمان‌ها و نهادهای دولتی و بین‌المللی، چاپ کتاب و نشریه و ... می‌توانند به دلیل ماهیت غیردولتی بودن، نقش مؤثری در تصویرسازی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی انگلستان ایفا نمایند. بر همین اساس در مقطع زمانی ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ برخی از نمایندگی‌ها با برگزاری سمینارها و همایش‌های مشترک، حمایت از برگزاری برنامه‌های فرهنگی و دینی سایر مراکز اسلامی و غیراسلامی و همچنین شرکت در برنامه‌های دیگر نهادها ضمن تحقق اهداف و برنامه‌های خود، بستر لازم را برای برقراری ارتباط و پیوند با دیگر مراکز فراهم نموده‌اند که برپایی سمینار "امام حسین(ع) اسوه آزادگی" با همکاری مرکز شیعه‌شناسی دانشگاه بریستول، برگزاری سمینار "قرآن و مسائل جامعه معاصر" با همکاری مرکز مطالعات اسلامی دانشگاه لندن، مشارکت در همایش

"بررسی مؤلفه‌های اندیشه شیعی" با همکاری دانشگاه دورهام، برپایی نمایشگاه "نسخه‌های نفیس قرآن کریم و نرم‌افزارهای قرآنی" با همکاری مسجد مرکزی لندن و لندن و در نهایت برگزاری سمینار "قرآن و مسائل جامعه معاصر" با همکاری مؤسسه مؤسسه قرآنی آکسفورد و مرکز مطالعات فرهنگی از جمله این اقدامات است. #

با این حال بنا به نظرات بیش از نیمی از مجریان دیپلماسی عمومی ایران در انگلستان، می‌توان نتیجه‌گیری نمود که متأسفانه جمهوری اسلامی ایران در راستای پیگیری این فعالیت چندان موفق نبوده‌اند و در بیشتر مواقع ارتباطات به صورت مقطعی و تشریفاتی برقرار شده و از کارایی و اثرگذاری لازم برخوردار نبوده است.

تعامل و ارتباط با نخبگان برجسته، ائمه جماعات، هیأت امنای مساجد، اساتید مراکز علمی و پژوهشی و همچنین ایجاد پیوند با شخصیت‌های تأثیرگذار فرهنگی، هنری، علمی، دینی و سیاسی در انگلستان از دیگر برنامه‌هایی است که در قالب فعالیت‌های مبادلاتی و تبادلتهای در دستور کار قرار گرفته، که این حوزه نیز به دلیل انجام فعالیت‌های تشریفاتی و مقطعی، وقوع تحولات کشورهای عربی به‌ویژه منازعات سوریه، کمبود منابع مالی نمایندگی‌ها برای دعوت و اعزام افراد به ایران و همچنین تبلیغات گسترده دولتی و غیردولتی علیه ایران، اهداف مورد نظر کشور را در حوزه دیپلماسی عمومی تأمین نکرده است.

اما در حوزه حمایت، پشتیبانی و خدمت‌رسانی به مخاطبان مسلمان، می‌توان ادعان داشت که اقدامات کلیه نمایندگی‌های ایران در این زمینه بسیار گسترده و قابل توجه بوده است. به عبارت بهتر نمایندگی‌های ایران به ویژه سفارت و کنسول‌گری، رایزنی علمی و مراکز اسلامی ایران در شهرهای مختلف در راستای ایجاد علقه در میان مسلمانان و به ویژه ایرانیان مقیم، به ارائه خدمات و تسهیلات به این افراد پرداخته‌اند. برای مثال رایزنی علمی ایران از جمله مراکز است که با خدمت‌رسانی به دانش‌آموزان، دانشجویان و اساتید مقیم، مشکلات و نیازهای آن‌ها را برطرف نموده است. مرکز اسلامی لندن نیز با انجام فعالیت‌های خدماتی و حمایتی و ارائه خدمات مذهبی، خانوادگی، مالی و... به مخاطبان ایرانی، شیعه و سنی نقش مهمی را در برقراری ارتباط با این افراد ایفا نموده است. در این زمینه رایزنی فرهنگی هم با حمایت از فعالیت‌های فرهنگی و دینی مؤسسات، مراکز و انجمن‌های ایرانی در شهرهای مختلف بریتانیا، حمایت از انجمن خوشنویسان شعبه انگلیس در لندن، پشتیبانی از شخصیت‌های علمی، فرهنگی و اسلامی در انگلیس و یا ارسال رایگان اقلام فرهنگی، کتاب، پرچم و تزئینات، پوستر، صنایع دستی، سی‌دی موسیقی سنتی و همچنین به عهده گرفتن برخی هزینه‌های برگزاری مراسم ایرانیان و مسلمانان در انگلستان در این عرصه همت گمارده

است. در عین حال، سفارت و کنسول‌گری ایران نیز با ارائه برخی خدمات مربوط به گذرنامه، شناسنامه، ازدواج و طلاق، تهیه وکالت‌نامه و همچنین خدمات مربوط به امور نظام وظیفه، امور اقتصادی، امور حقوقی، امور دانشجویی و دانش‌آموزی، مهم‌ترین نقش را در این زمینه به نام خود ثبت کرده است.

نتیجه‌گیری

آنچنان که از نظر گذشت، در مقاله حاضر در پی بررسی این فرضیه بودیم که جمهوری اسلامی ایران در ۸ سال مورد مطالعه، دیپلماسی عمومی موفقیت‌آمیزی را در قبال مسلمانان انگلستان به نمایش گذارده است.

بررسی فعالیت‌های دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی در انگلستان، که در قالب برنامه‌های آموزشی، پژوهشی، انتشاراتی، تبلیغاتی، رسانه‌ای و مجازی و نهایتاً فعالیت‌های مبادلاتی و ارتباطاتی به منصفه ظهور رسیده، حکایت از گستردگی و تنوع اقدامات دیپلماسی عمومی ایران در قبال مسلمانان انگلستان دارد. برای مثال انجام اقداماتی چون حمایت، تقویت و ایجاد کرسی‌های شیعه‌شناسی، گسترش زبان و ادبیات فارسی، برگزاری اردو و کلاس‌های آموزشی برای مسلمانان و برگزاری دوره‌های دانش‌افزایی در حوزه فعالیت‌های آموزشی؛ برگزاری نمایشگاه، همایش، کنفرانس و میزگردهای مختلف، برپایی مراسم گرامیداشت مفاخر و شخصیت‌های ایرانی-اسلامی، برگزاری مجالس ملی و مذهبی، تأسیس، توسعه و تجهیز مراکز و موسسات فرهنگی و دینی در چارچوب فعالیت‌های تبلیغاتی؛ تحقیق در مورد ایرانیان، شیعیان، مسلمانان، مراکز مطالعاتی در عرصه فعالیت‌های پژوهشی و مطالعاتی و در نهایت حمایت، پشتیبانی و خدمت‌رسانی به مخاطبان مسلمان در زمینه فعالیت‌های تعاملاتی و ارتباطاتی، بیان‌گر آن است که جمهوری اسلامی و مجریان کشور همت و تلاش‌های قابل توجهی را به کار بسته و اقدامات گسترده‌ای را در راستای برقراری و حفظ ارتباط اثربخش، دو طرفه و مستمر با مخاطبان مسلمان به انجام رسانیده‌اند.

اما صرف نظر از اقدامات مذکور، بررسی دیگر فعالیت‌های جمهوری اسلامی ایران در انگلستان دلالت بر آن دارد که بازیگران دیپلماسی عمومی ایران در انگلستان در مواردی چون تألیف، ترجمه و نشر متون و آثار مورد نظر کشور در عرصه فعالیت‌های انتشاراتی؛ حمایت، تقویت و ایجاد کرسی‌های اسلام‌شناسی و ایران‌شناسی در چارچوب فعالیت‌های آموزشی؛ اعزام گروه‌ها، اساتید و مبلغان از ایران به انگلستان، عرضه و اهدای محصولات فرهنگی و اقلام سمعی و بصری و برگزاری هفته‌های فرهنگی

و فیلم در حوزه فعالیت‌های تبلیغاتی؛ و نهایتاً ارتباطات و تبادلات علمی با انجمن‌ها، سازمان‌ها، مراکز و نهادهای کشور انگلستان و همچنین ارتباط با نخبگان و شخصیت‌های تأثیرگذار فرهنگی، هنری، علمی، دینی و سیاسی در زمینه فعالیت‌های تعاملاتی و ارتباطاتی، عملکرد چندان مطلوبی را از خود به نمایش نگذاشته و از تحقق اهداف مورد نظر کشور در انگلستان باز مانده‌اند.

این ارزیابی در رابطه با فعالیت‌هایی که درجه اثرگذاری بالاتری را دارا هستند، کاملاً مشهودتر است. برای مثال باتوجه به اهمیت و تأثیر برخی اقدامات همچون اعطای بورسیه تحصیلی و فرصت مطالعاتی در حوزه فعالیت‌های آموزشی؛ اعطای ویزا و اعزام و دعوت شخصیت‌ها به ایران، پیگیری سیاست‌های تقریب و ایجاد وحدت میان شخصیت‌های دینی در چارچوب فعالیت‌های تبلیغاتی و نهایتاً انجام فعالیت‌های تلویزیونی، رادیویی، مطبوعاتی، اینترنتی و حضور در شبکه‌های اجتماعی، مصاحبه و تعامل با اصحاب رسانه در زمینه فعالیت‌های رسانه‌ای، می‌توان اذعان داشت که به دلیل نگرش‌ها و رویکردهای مقطعی، محدود و تشریفاتی موفقیت چندان در برنامه‌ها نایل نیامده و حتی در برخی موارد حداقل انتظارات نیز برآورده نشده است.

بدین ترتیب، با استناد به کیفیت و کمیت فعالیت‌های انجام شده در عرصه دیپلماسی عمومی ایران، می‌توان نتیجه‌گیری نمود که جمهوری اسلامی ایران در برقراری ارتباط و کسب نفوذ در میان مسلمانان انگلستان موفقیت‌های لازم را کسب ننموده است. همچنین با رجوع به مصاحبات انجام گرفته با مجریان ایران در انگلستان نیز می‌توان به این امر پی برد که بیشتر کارگزاران دیپلماسی عمومی از فعالیت‌های ایران در انگلستان رضایت کافی را نداشته و عملکرد جمهوری اسلامی را در این کشور اروپایی ضعیف می‌پندارند.

براساس نتایج اخذ شده از این مصاحبات می‌توان ضعف در حوزه سیاست‌گذاری دیپلماسی عمومی و نقص در عرصه‌های اجرایی این دیپلماسی را به عنوان مهم‌ترین عوامل عدم توفیق ایران در انگلستان ارزیابی نمود. به بیانی دیگر، اولین دلیل ضعف دیپلماسی عمومی در انگلستان را باید در نوع نگاه کارگزاران مربوطه جستجو نمود که این نوع دیپلماسی را یک مسئله درجه دوم در سیاست خارجی کشور در نظر گرفته‌اند. بدین معنی که سیاست‌گذاران و مجریان، با وجود اذعان به نقش و جایگاه افکار عمومی در سیاست خارجی کشور، در عمل، نقش کم‌رنگی را برای مخاطبان خود در نظر گرفته‌اند. دومین کاستی به نوع برنامه‌ریزی‌ها در کشور باز می‌گردد، بدین معنی که دیپلماسی عمومی عموماً از بُعد کلان مورد توجه قرار گرفته و بیشتر اقدامات در این عرصه در قالب فعالیت در مجامع بین‌المللی، انجام سخنرانی و مصاحبه و تقویت

شبکه‌های رسانه‌ای و ماهواره‌ای دنبال شده است. این در حالی است که کمتر به جایگاه و نقش نمایندگی‌های واقع در کشور هدف و اجرای دیپلماسی عمومی خرد توجه شده است. کاستی سوم به فقدان سیاست‌گذاری متمرکز و عدم ترسیم برنامه‌های هماهنگ در انگلستان معطوف است. امری که موجب شده تا بازیگران و سازمان‌های فعال در حوزه دیپلماسی عمومی کشور، بی‌توجه به سایر ارگان‌ها و نمایندگی‌ها و بنا بر تعاریف درون‌سازمانی خود به انجام اقداماتی که عموماً منجر به موازی‌کاری و تضاد اجرایی در حوزه دیپلماسی عمومی می‌شود، دست بزنند. کاستی چهارم، به‌کارگیری روش‌های سنتی و ضعف مکانیزم‌های اجرایی در حوزه دیپلماسی عمومی است. بدین معنی که نمایندگی‌های ایران به جای تمسک به روش‌های نوین، پربازده و تأثیرگذار همچون اینترنت و فضای مجازی به استفاده از ابزارهای پرهزینه، قدیمی و کم‌بازده همچون انتشار کتاب، بروشور و مجلات و همچنین تبلیغات رو در رو تأکید و پافشاری نموده‌اند. بنابراین، با رد فرضیه ابتدایی طرح‌شده در ابتدای مقاله می‌توان ادعا نمود که ادامه روند موجود ممکن است ضمن کاهش و دور شدن هر چه بیشتر مخاطبان، زمینه گسترش، تقویت و تثبیت آرا و اندیشه‌های ضدایرانی و ضدشیعی، افول نفوذ و مقبولیت جمهوری اسلامی، تضعیف فرهنگ و ارزش‌های ایرانی-شیعی و در نهایت گسترش و فراگیر شدن برداشت‌های غلط و انحرافی نسبت به ایران و مذهب تشیع را در پی داشته باشد. به همین دلیل اجرای راهبردها و راهکارهای زیر در راستای تقویت دیپلماسی عمومی و رفع ضعف‌ها و کاستی‌ها یادشده، پیشنهاد می‌گردد:

۱. هدایت دیپلماسی عمومی از نقش حاشیه‌ای و درجه چندم به هسته مرکزی فعالیت‌ها در انگلیس،
۲. بهره‌گیری بیشتر از بخش‌های خصوصی، غیردولتی و مراکز علمی و دانشگاهی،
۳. گسترش بهره‌برداری از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی،
۴. تقویت و افزایش حضور جمهوری اسلامی ایران در رخدادهای فرهنگی و دینی انگلیس و همچنین جامعه مسلمانان آن کشور،
۵. افزایش پوشش جمعیتی و جغرافیایی فعالیت‌های دینی، فرهنگی، سیاسی و رسانه‌ای ایران در انگلیس.

یادداشت‌ها

۱. بر اساس آخرین آمار منتشر از مرکز ملی آمار بریتانیا، جمعیت مردم انگلستان در سال ۲۰۱۱، ۵۳,۰۱۲,۴۵۶ نفر بوده است. از این تعداد ۲,۶۶۰,۰۰۰ نفر از آنها مسلمانان هستند که اکثریت آنها را اهل تسنن (حدود ۸۵ درصد) و گروه اندکی از آنها را شیعیان (۱۰ درصد) و در نهایت اقلیتی از آنان را سلفی‌ها (۵ درصد) تشکیل می‌دهند. همچنین اکثریت این مسلمانان ریشه در شبه‌قاره هند دارند، به طوری که دو سوم آنها مستقیم یا غیرمستقیم، از مسلمانان شبه‌قاره هند، پاکستان و شرق آفریقا می‌باشند.

۲. کتابخانه دانشگاه تهران، کتابخانه تخصصی وزارت امور خارجه، کتابخانه بنیاد ایران‌شناسی، کتابخانه سازمان فرهنگ، کتابخانه ملی، کتابخانه سازمان صدا و سیما، کتابخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.

۳. وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، معاونت بین‌الملل دفتر مقام معظم رهبری، معاونت برون مرزی سازمان صدا و سیما، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی، مجمع جهانی اهل بیت (ع)، جامعه‌المصطفی (ص) العالمیه، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور، دفتر حضرت آیت الله فاضل لنکرانی، دفتر حضرت آیت الله گلپایگانی، بنیاد ایران‌شناسی، انتشارات بین‌المللی الهدی، مؤسسه شیعه‌شناسی، مؤسسه آل‌البیت، دفتر نمایندگی مقام معظم رهبری در امور دانشجویان خارج کشور، اتحادیه دانشجویان ایرانی خارج از کشور، شورای عالی فضای مجازی و بنیاد سعدی.

۴. قابل ذکر است که بیشتر مطالب این مقاله با استناد به مصاحبات افراد دست‌اندرکار و اسناد و گزارش‌های سازمان‌های ذی‌ربط تهیه شده است. از این‌رو، به دلیل حجم گسترده مطالب و منابع اطلاعاتی از یک سو و همچنین رعایت اصول امانت‌داری از سوی دیگر، از ذکر منابع اطلاعاتی و نام مصاحبه‌شوندگان خودداری نموده و به نام برخی منابع عمومی در قسمت پایانی بسنده می‌شود.

۵. در حال حاضر رشته‌های مطالعات اسلامی در دانشگاه‌های بیرمنگام، اکسستر#منچستر، کمبریج، آکسفورد، ییل، لیدز، مدرسه‌ی مطالعات خاور دور و آفریقای دانشگاه لندن (سواس)، دورهام و ادینبرو تدریس می‌شود.

۶. در حال حاضر مؤسسه مطالعات اسماعیلی لندن و دانشگاه‌های بریستول، کمبریج، منچستر، لندن (سواس)، لنکستر، شفیلد و ناتینگهام در این رشته فعال هستند. علاوه بر این مدرسه شهرستانی، جامعه‌المنتظر (منچستر) و حوزه‌های علمیه امام حسین (ع)، الخویی و المهدی (بیرمنگهام) از جمله مراکزی هستند که به گروه‌ها و جوامع شیعی تعلق دارند.#

۷. دانشکده مطالعات شرق‌شناسی دانشگاه آکسفورد، کالج وادهام، آکادمی مطالعات ایرانی لندن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آکسفورد، انستیتوی بریتانیایی مطالعات ایرانی، موزه بریتانیا،

دانشکده مطالعات خاورمیانه و آسیای دانشگاه کمبریج، آکادمی ایران‌شناسی بریتانیا، انجمن ایران، بنیاد میراث ایران، دانشگاه لندن (سواس)، مرکز مطالعات ایرانی و عربی، دانشگاه دورهام، دانشگاه منچستر و دانشگاه اکستر از جمله مراکزی مطالعاتی هستند که در حوزه مطالعات ایرانی فعالیت می‌کنند.

۸. بر اساس آخرین آمار در دسترس جمعیت ایرانیان مقیم در انگلستان در حدود ۳۰۰ تا ۴۰۰ هزار نفر است.

۹. علاوه بر این مراکز برخی از مراکز و کلاس‌های آموزش زبان فارسی نیز توسط مؤسسات فرهنگی وابسته به ایرانیان بنا نهاده شده است که از آن جمله می‌توان به دو مدرسه جمهوری اسلامی ایران در لندن و منچستر، مدرسه رستم در لندن، مدرسه فارسی زبان شورای شهر منچستر، کلاس فارسی منچستر، مدرسه حافظ شفیلد، مدرسه شهریار شفیلد، مدرسه فارسی آکسفورد، مدرسه فارسی امام رضا(ع) بیرمنگهام، مدرسه فارسی آبردین، مدرسه فارسی آموزشی رهپویان لندن، مدرسه فردوسی لیورپول، مدرسه فارسی بوعلی سینا ناتینگهام و کلاس فارسی پیتربورو اشاره کرد.

۱۰. مرکز اسلامی لندن، مرکز اسلامی منچستر، مرکز اسلامی نیوکاسل، مرکز اسلامی بیرمنگام، مرکز اسلامی لیدز، مرکز اسلامی لیورپول، مرکز اسلامی کاردیف و مرکز اسلامی برادفورد از جمله مراکز اسلامی ایران در انگلستان هستند.

۱۱. انجمن اسلامی لندن (کانون توحید) و انجمن‌های اسلامی شهرهای منچستر، آبردین، ادینبرو، برادفورد، لیدز لیورپول (مرکز توحید لیورپول)، ناتینگهام و نیوکاسل از جمله این مراکز هستند.

۱۲. قابل ذکر است برخی از دانشجویان زبان و ادبیات فارسی و دانش‌پژوهان رشته اسلام‌شناسی به دلیل دشواری دریافت ویزای ایران به ترتیب به کشورهای تاجیکستان و همچنین عربستان و دیگر کشورهای عربی سفر می‌کنند.

۱۳. براساس اطلاعات موجود، از مقطع ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲، تنها چهار هفته فرهنگی در انگلستان برگزار شده است.

۱۴. براساس اطلاعات موجود در بریتانیا، حدود ۱۳۰ روزنامه ی یومیه (از دوشنبه تا شنبه و همچنین یکشنبه) و ۱۷۰۰ مجله هفتگی و در مجموع حدود ۷۵۰۰ روزنامه، هفته‌نامه و ماهنامه انتشار می‌یابد.

۱۵. رجوع کنید به بولتن آماری دفتر آمار ملی بریتانیا: ۱۴ آگوست ۲۰۱۳:

<http://www.statistics.gov.uk>.

الف) فارسی

احدی، افسانه (۱۳۸۹)، **دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی**، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات استراتژیک، ش ۲۴.

اساسنامه سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، رجوع به سایت: <http://www.icro.ir>

بلورچی، محمدعلی (۱۳۹۲)، **پایان نامه دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در قبال مسلمانان انگلیس طی ۸ سال اخیر (۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲)**، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات آذربایجان شرقی، گروه روابط بین الملل، تبریز.

خراسانی، رضا (۱۳۹۰)، **نقش فرهنگ و دیپلماسی فرهنگی در سیاست جهانی، ماهنامه روابط فرهنگی**، سال نخست، شماره ۱.

درویش، رضاداد (۱۳۸۱)، **کتاب آمریکا (۶): ویژه دیپلماسی عمومی در آمریکا**، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران. سایت مرکز اسلامی لندن، رجوع کنید به:

http://www.icel.com/webinar_islamZendegi.asp

سایت نمایندگی علمی جمهوری اسلامی ایران در بریتانیا و ایرلند، رجوع کنید به:

<http://www.iranstudent.net/fa>

سبیلان اردستانی، حسن (۱۳۸۳)، **عملیات روانی و دیپلماسی رسانه‌ای، نشریه عملیات روانی**، شماره ۷، <http://hasanardeستاني.persianguig.com/document/7.doc>

صالحی، علیرضا (۱۳۹۰)، **تحصیل در انگلستان و جمهوری ایرلند: چالش‌ها، رهیافت‌ها**، اصفهان: انتشارات گنبد‌های فیروزه‌ای.

گزارش عملکرد جامعه المصطفی، بولتن سازمانی (۱۳۸۹)، **کتابخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی**.

گزارش عملکرد سازمان صدا و سیما (سال‌های ۱۳۸۴، ۱۳۸۵، ۱۳۸۶، ۱۳۸۷، ۱۳۸۸، ۱۳۸۹، ۱۳۹۰، ۱۳۹۱)، **کتابخانه سازمان صدا و سیما**، بولتن درون سازمانی، آمار شبکه‌های رادیویی، آمار شبکه جام جم، آمار شبکه پرس تی وی و آمار نمایندگی‌های صدا و سیما در خارج از کشور. گزارش عملکرد سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، بولتن عملکرد و دستاوردهای وزارت ارشاد در دولت دهم از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲، **کتابخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی**.

گزارشات شورای عالی ایرانیان خارج از کشور (۱۳۹۲)، **میز انگلستان**، گزارشات درون سازمانی. گفتگو با جناب آقای رامین مهمانپرست، سخنگو و مدیرکل سابق دیپلماسی عمومی و دیپلماسی رسانه‌ای وزارت امور خارجه در تاریخ ۹۲/۶/۳ و ۹۲/۶/۲۰.

گفتگو با سرکار خانم مرضیه افخم، سخنگو و مدیرکل وقت دیپلماسی عمومی و دیپلماسی رسانه‌ای وزارت امور خارجه در تاریخ ۹۲/۲/۲۴ و ۹۲/۴/۱۱.

میناوند، محمدعلی (۱۳۸۶)، *معضلات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری دیپلماسی رسانه‌ای*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک، شماره ۱۰.

(ب) انگلیسی

United States Advisory Commission on Public Diplomacy, (2005), (Washington, DC: United States Advisory Commission on Public Diplomacy, 2005).

