

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی؛

چالش‌ها و فرصت‌ها

علی مرادی بهمنی^۱

شماره ۱(۴)

سال ۲

فصل بهار ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

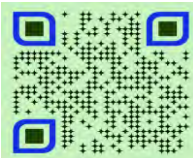
تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۱۱/۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۲/۱۵

صص: ۳۰-۵۵



چکیده

جنگ شناختی به عنوان یک رویکرد نوین در نبردهای معاصر، به تسلط بر افکار و ادراکات جامعه هدف می پردازد و به ویژه در فضای سایبری تأثیرگذار است. جمهوری اسلامی ایران با چالش های جدی در این زمینه مواجه است، چرا که جنگ شناختی می تواند به تغییر هنجارها و باورهای اجتماعی منجر شود. این مقاله به بررسی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با این جنگ و چالش ها و فرصت های آن می پردازد. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی و تحلیل چالش ها و فرصت های دیپلماسی عمومی ایران در برابر جنگ شناختی است. همچنین، این تحقیق به دنبال ارائه راهکارهایی برای تقویت دیپلماسی عمومی به منظور مقابله با تهدیدات ناشی از جنگ شناختی می باشد. این پژوهش از نوع کاربردی-توسعه ای است و از رویکرد توصیفی-تحلیلی بهره می برد. داده ها از طریق مطالعات کتابخانه ای و اسنادی جمع آوری شده اند. نتایج تحقیق نشان می دهد که دیپلماسی عمومی ایران نیازمند یکپارچه سازی نهادها و استفاده از مفاهیم نوین برای مقابله با جنگ شناختی است. همچنین، یافته ها حاکی از آن است که استفاده از فضای سایبری به عنوان ابزاری کلیدی در مدیریت افکار عمومی و تقویت قدرت نرم کشور بسیار مؤثر است. در نهایت، مقاله نتیجه گیری می کند که جمهوری اسلامی ایران باید با تدوین راهبردهای مؤثر در دیپلماسی عمومی، به تقویت تاب آوری اجتماعی و فرهنگی خود بپردازد تا بتواند در برابر تهدیدات جنگ شناختی مقاومت کند.

کلمات کلیدی: دیپلماسی عمومی، جنگ شناختی، جمهوری اسلامی ایران، قدرت نرم، تاب آوری اجتماعی.

^۱ استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران. moradialijan@gmail.com

استناد: مرادی بهمنی، علی. (۱۴۰۴). دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی؛ چالش ها و فرصت ها. شناخت پژوهی

مطالعات سیاسی، ۲(۱)، ۳۰-۵۵.

Moradi Bahmaei, A. (2025). Public diplomacy of the Islamic Republic of Iran in the face of cognitive warfare; Challenges and opportunities. *Cognitive research of political studies*, 2(1), 30-55



این مقاله تحت لایسنس آفرینندگی مردمی (Creative Commons License- CC BY) در دسترس شما قرار گرفته است.

مقدمه

در عصر حاضر، جنگ‌ها و منازعات فراتر از میدان‌های نبرد فیزیکی گسترش یافته‌اند. یکی از این عرصه‌ها، جنگ شناختی است که به معنای هدف قرار دادن افکار، باورها و ادراکات عمومی است. در این نوع جنگ، تلاش می‌شود تا با استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و فناوری‌های نوین، به تغییر هنجارها و ارزش‌های اجتماعی پرداخته شود. این پدیده به‌ویژه در دنیای امروز که اطلاعات به‌سرعت منتشر می‌شوند و فضای سایبری به یک میدان جنگ جدید تبدیل شده است، اهمیت دوچندانی پیدا کرده است.

جنگ شناختی می‌تواند تأثیرات عمیق و گسترده‌ای بر امنیت ملی، انسجام اجتماعی و هویت فرهنگی کشورها داشته باشد. جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یک کشور با تاریخچه غنی فرهنگی و سیاسی، به‌شدت تحت تأثیر این نوع جنگ قرار دارد. در سال‌های اخیر، شاهد بوده‌ایم که چگونه جنگ شناختی می‌تواند به تضعیف اعتماد عمومی، ایجاد شکاف‌های اجتماعی و حتی تحریک ناآرامی‌های اجتماعی منجر شود؛ بنابراین، ضرورت مطالعه و تحلیل این موضوع برای شناسایی راهکارهای مؤثر در مقابله با تهدیدات ناشی از آن امری اجتناب‌ناپذیر است.

پیشینه تحقیق در زمینه جنگ شناختی نشان‌دهنده وجود این پدیده از زمان‌های گذشته است. با این حال، با پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات، ابعاد و پیچیدگی‌های آن به‌طور چشمگیری افزایش یافته است. در دهه‌های اخیر، به‌ویژه پس از ظهور شبکه‌های اجتماعی و اینترنت، جنگ شناختی به یکی از ابزارهای کلیدی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی تبدیل شده است. در ایران، بحران‌هایی نظیر فتنه ۱۳۸۸ و ناآرامی‌های سال ۱۴۰۱ نشان‌دهنده استفاده گسترده از ابزارهای جنگ شناختی توسط دشمنان برای ایجاد بی‌اعتمادی و تفرقه در جامعه بوده است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که دشمنان با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای و فضای مجازی سعی در تحریف واقعیت‌ها و ایجاد روایت‌های نادرست دارند که این امر می‌تواند به تضعیف انسجام ملی منجر شود. با توجه به سیر تاریخی جنگ شناختی در ایران، لزوم توجه جدی به این مقوله و انجام پژوهش‌های علمی در راستای تحلیل آن بیش از پیش احساس می‌شود. در این راستا، بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران می‌تواند نقش مؤثری در مقابله با تهدیدات ناشی از جنگ شناختی ایفا کند.

این مطالعه با تأکید بر اهمیت جهاد تبیین^۱ و تقویت قدرت نرم کشور، به دنبال ارائه راهکارهایی برای افزایش تاب‌آوری اجتماعی و فرهنگی در برابر تهدیدات ناشی از جنگ شناختی می‌باشد. از جمله کار ویژه‌های جدید این تحقیق می‌توان به بررسی نقش نهادهای مختلف دولتی و غیردولتی در دیپلماسی عمومی اشاره کرد. همچنین، تحلیل تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی و نحوه واکنش جامعه به پیام‌های جنگ شناختی از دیگر ابعاد مهم این پژوهش خواهد بود. بدین ترتیب، این تحقیق نه تنها به شناسایی چالش‌ها کمک خواهد کرد؛ بلکه راهکارهایی عملی برای تقویت دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران ارائه خواهد داد. امید است که نتایج این پژوهش بتواند به سیاست‌گذاران کمک کند تا با بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی مؤثر، از ظرفیت‌های موجود برای مقابله با جنگ شناختی استفاده نمایند و به تقویت هویت ملی و انسجام اجتماعی بپردازند. پرسش اصلی مقاله به این گونه در نظر گرفته شده است: «چالش‌ها و فرصت‌های دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی چیست و چگونه می‌توان از آن‌ها برای تقویت تاب‌آوری اجتماعی و فرهنگی کشور بهره‌برداری کرد؟».

۱- پیشینه پژوهش

مطالعات متعددی در زمینه دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی انجام شده است که هر یک به جنبه‌های مختلفی از این حوزه پرداخته‌اند. برای مثال در مطالعه‌ای با عنوان «واکاوی اهداف جنگ شناختی دشمن و راهکارهای تاب‌آوری مقابله با آن با تأکید بر آموزه‌های قرآن» (Iraqi, Bidgoli and rajabi deh borzoei, 2023)، اهداف جنگ شناختی شامل تحریف واقعیت و ایجاد یأس و ناامیدی مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهایی نظیر افزایش آگاهی و بصیرت پیشنهاد شده است. این مقاله به خوبی به اهداف جنگ شناختی پرداخته، اما نیاز به بررسی عمیق‌تر در زمینه تأثیرات اجتماعی دارد. در پژوهش دیگری با عنوان «جنگ شناختی: نفوذ در جمهوریت، مخمصه برای انقلاب» (Fahim, 2023)، جنگ شناختی به عنوان یک مدل پیچیده برای نفوذ در افکار عمومی معرفی شده است. تحلیل‌های ارائه شده در این مقاله می‌تواند

^۱ جهاد تبیین به تلاش‌های سیستماتیک برای روشنگری و تبیین واقعیت‌ها در برابر تحریف‌ها و اطلاعات نادرست اشاره دارد. این مفهوم به ویژه در شرایط جنگ شناختی اهمیت دارد؛ زیرا می‌تواند به مقابله با پروپاگاندای دشمنان کمک کند. جهاد تبیین شامل استفاده از رسانه‌ها، آموزش عمومی و فعالیت‌های فرهنگی برای افزایش آگاهی جامعه نسبت به واقعیت‌ها و حقایق موجود است.

با داده‌های کمی تقویت شود تا نتایج قابل اتکاتری ارائه دهد. مطالعه «بررسی ابعاد جنگ ترکیبی و جنگ شناختی استعمار علیه ایران» (Salek Alikhani and Mohammadpour, 2024) به کار بست نوع خاصی از جنگ ترکیبی توسط استعمار علیه ایران با تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. این مقاله به خوبی ابعاد مختلف جنگ ترکیبی را بررسی کرده، اما نیاز به شفاف‌سازی بیشتر در رابطه با اثرات آن دارد. در پژوهش «نقش جنگ شناختی در بحران‌های اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران» (shahmohammadi and Fatemi, 2024)، جنگ شناختی به عنوان ابعاد پنجم جنگ تعریف شده و تأثیرات آن بر بحران‌های اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. این مطالعه می‌تواند با ارائه نمونه‌های عینی از بحران‌ها تقویت شود تا تأثیرات بیشتری را نشان دهد. مقاله «راهکارهای آینده پژوهانه مقابله با جنگ شناختی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران» (saadatmand, Taheri,)، نوآوری‌های پیشنهادی در این مقاله نیاز به ارزیابی عملی دارند تا قابلیت اجرایی آن‌ها مشخص شود. در مطالعه «دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران (فرصت‌ها، چالش‌ها، آسیب‌شناسی و راهبردها)» (Soltanifar & Khanzadeh, 2013)، ساختار دیپلماسی رسانه‌ای ایران مورد بررسی قرار گرفته و عملکرد آن آسیب‌شناسی شده است. این مقاله می‌تواند با استفاده از داده‌های کمی برای تحلیل تأثیر رسانه‌ها تقویت شود. پژوهش «شناسایی عوامل، چالش‌ها و راهکارهای مقابله با جنگ شناختی با تمرکز بر نسل زد در ایران» (Rezaei & Ebrahimi, 2024) به بررسی عوامل اصلی جنگ شناختی از جمله تغییر افکار، تغییر باور، تغییر رفتار و تغییر ساختار پرداخته است. این مقاله می‌تواند با ارائه راهکارهای عملی‌تر برای مقابله با جنگ شناختی تقویت شود. در مجموع این پیشنهادها نشان می‌دهند که دیپلماسی عمومی ایران در مواجهه با جنگ شناختی با چالش‌ها و فرصت‌های متعددی روبرو است و نیاز به بررسی‌های عمیق‌تر و ارائه راهکارهای عملی‌تر برای تقویت تاب‌آوری اجتماعی و مقابله با جنگ شناختی وجود دارد.

۲- روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از رویکرد توصیفی-تحلیلی استفاده می‌کند که به منظور بررسی و تحلیل وضعیت دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی طراحی شده است. رویکرد توصیفی-تحلیلی به ما این امکان را می‌دهد که با جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مرتبط، وضعیت موجود را به طور دقیق توصیف کرده و سپس به تحلیل عوامل مؤثر بر آن بپردازیم. برای گردآوری

اطلاعات در این پژوهش از مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شد. بررسی و مطالعه منابع علمی، مقالات، کتاب‌ها و گزارش‌های مرتبط با موضوع جنگ شناختی و دیپلماسی عمومی. این منابع شامل مقالات علمی منتشر شده در مجلات معتبر، کتاب‌ها، پایان‌نامه‌ها و گزارش‌های تحقیقاتی خواهد بود. نتایج حاصل از مطالعات کتابخانه‌ای به صورت کیفی تحلیل می‌شود تا یک ارزیابی کلی از وضعیت دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در برابر جنگ شناختی ارائه دهیم. با استفاده از رویکرد توصیفی-تحلیلی، می‌توانیم به توصیف دقیق وضعیت موجود پرداخته و سپس به تحلیل عوامل مؤثر بر آن بپردازیم تا راهکارهای مؤثری برای مقابله با چالش‌ها پیشنهاد دهیم.

۳- مباحث نظری

۳-۱- نظریه‌های مرتبط با دیپلماسی عمومی

دیپلماسی عمومی به دلیل این که مفهومی است که در حوزه‌های مختلف مطالعاتی مورد بررسی قرار می‌گیرد، لاجرم اندیشمندان از حوزه‌های مختلف بدان می‌پردازند که ذیلاً به دیدگاه‌های هابرماس، گیلو، نای و میلسن به صورت مختصر اشاره خواهد شد:

الف) یورگن هابرماس و سپهر عمومی: هابرماس^۱ از اندیشمندانی است که اندیشه‌هایش در حوزه‌های مختلف علوم اجتماعی انعکاس یافته است. در ارتباط با مباحث مربوط به دیپلماسی عمومی می‌توان گفت بحث وی درباره سپهر عمومی^۲ منجر به مباحث جذابی در این حوزه شده است. هابرماس معتقد است که تقویت روابط عمومی و فرهنگ اعمال فشار، به ویژه در طول قرن بیستم، منجر به ایجاد نسخه‌ای ساختگی از حوزه عمومی شد که در نهایت به «بازفتودالی شدن» جامعه انجامید. بازفتودالی شدن به شیوه‌هایی اشاره دارد که در آن مسائل عمومی، به جای آن که عرصه‌ای برای رقابت و گفت‌وگو میان سیاست‌ها و دیدگاه‌های مختلف باشند، به صحنه‌هایی برای نمایش قدرت‌های حاکم تبدیل می‌شوند. در چنین جامعه‌ای که به سمت بازفتودالی شدن پیش می‌رود، رسانه‌ها بیش از پیش به ابزاری در خدمت منافع سرمایه‌داری تبدیل می‌شوند و نقش آن‌ها از اطلاع‌رسانی به سمت شکل‌دهی و جهت‌دهی به افکار عمومی تغییر می‌کند. «وبستر»^۳ در کتاب «نظریه‌های جامعه اطلاعاتی درباره نظر هابرماس»، راجع به سپهر عمومی می‌نویسد: «سرمایه‌داری پیروز گشته است، ظرفیت تفکر انتقادی به حداقل رسیده، فضایی واقعی برای حوزه‌ای عمومی در

^۱ Jurgen Habermas

^۲ Public sphere

^۳ Webster

عرصه مجتمع‌های فراملی رسانه‌ای و فرهنگ فراگیر تبلیغات وجود ندارد تا آنجا که به اطلاعات مربوط می‌شود دغدغه عمده شرکت‌های ارتباطی بازار است یعنی این که تولید آن‌ها وقف نیل به هدف ایجاد حداکثر درآمد تبلیغاتی و پشتیبانی از دادوستد سرمایه‌داری می‌شود و دیگر آن که حیات سیاسی نیز به نمایشی پرزرق و برق در مقابل مشتریان فریب‌خورده مبدل می‌گردد» (Webster, 2000: 221).

به عقیده هابرماس، سپهر عمومی می‌تواند جنبه بین‌المللی هم داشته باشد. این سپهر بین‌المللی در یک سپهر نهادی سیاسی بین‌المللی وجود دارد که توسط هیچ قدرت حاکمی ایجاد نشده و توسط هندسه مختلفی از روابط بین دولت‌ها و بازیگران غیردولتی به وجود آمده است و بنابراین بسیاری از گروه‌های اجتماعی نظیر گروه‌های کسب و کار، ادیان جهانی، پدیدآورندگان فرهنگی، روشنفکران عمومی و اشخاص دارای وجهه جهانی می‌توانند در یک پهنه بین‌المللی به ابزار وجود بپردازند. در مجموع، تصور هابرماس در مورد فضای سیاسی به عنوان فضایی بین بازیگران دولتی و غیردولتی و نظریه‌هایش در مورد زبان، شبکه‌ها و فعالیت‌های ارتباطی دستمایه عناصری از دیپلماسی عمومی که بر مشارکت و گفتگو تأکید دارند، قرار داد. نظریه‌های دیپلماسی فرهنگی، مبادلات بین‌المللی از نظرات هابرماس سود می‌برند. دیپلمات‌های فرهنگی برای نظراتش در مورد مفاهیم گوش دادن، گفتگو و مباحثه منطقی، پذیرفتن نظرات دیگران، آموختن از طریق پرسش و ضرورت فهم مشترک ارزش زیادی قائل‌اند. محققینی مانند مایکل والزر^۱ گفتمان منطقی هابرماس و نقشش در دموکراسی مشورتی را تأیید می‌کند (Gilboa, 2008).

با توجه به تحولاتی نظیر انقلاب در ارتباطات و فناوری، افزایش نقش بازیگران غیردولتی، تحول مفاهیم عمده نظیر مفهوم قدرت و حاکمیت در روابط میان کشورها که در عرصه نظام جهانی رخ داده است، می‌توان گفت سپهر عمومی جدیدی برای تعامل گفتگو و طرح ایده‌ها و برنامه‌ها بین بازیگران برای تأثیرگذاری بر سیاست‌ها و اهداف دولت‌ها و تقویت منافع عمومی به وجود آمده است. این عرصه جدید جنبه فراملی دارد و مبتنی بر شبکه‌های مجازی و رسانه‌های جدید نظیر اینترنت است.

ب) ایثان گیل‌بوا و دیپلماسی عمومی: به نظر ایثان گیل‌بوا^۲ دیپلماسی عمومی در قرن گذشته با رفتن دیپلماسی به سمت رسانه و افکار عمومی رشد کرد و به عنوان یک حوزه مهم در طول جنگ سرد که در آن موازنه سلاح اتمی و برخورد ایدئولوژی برای قلب‌ها و افکار بود به وجود آمد

^۱ Michael Walzer

^۲ Eythan Gilboa^۴, Michael Walzer

^۳ Eythan Gilboa

(Gilboa, 2008). به نظر گیلبوا با ظهور عصر ارتباطات، پایان جنگ سرد و حوادثی نظیر یازده سپتامبر، دیپلماسی عمومی به سرعت به عنوان عنصر مهم امنیت ملی و سیاست خارجی مطرح شد. به نظر وی دیپلماسی عمومی روند ارتباطی است که به وسیله دولت‌ها و بازیگران غیردولتی به منظور نفوذ بر حکومت خارجی به وسیله نفوذ بر شهروندان استفاده می‌شود. به نظر وی از لحاظ ریشه‌ای دولت‌ها دیپلماسی عمومی را در یک روابط خصمانه به منظور دستیابی به نتایج بلندمدت در جوامع خارجی استفاده می‌کنند.

دیپلماسی عمومی معاصر از نظر ایتان گیلبوا، با قدرت نرم مرتبط است. به نظر وی درحالی که دیپلماسی عمومی کلاسیک به وسیله بازیگران دولتی دنبال می‌شد، امروزه این امر به وسیله بازیگران غیردولتی مانند سازمان‌های بین‌المللی، شرکت‌های چندملیتی، شبکه‌های رسانه‌ای جهانی، سازمان‌های تروریستی و افراد دنبال می‌شود. دیپلماسی عمومی کلاسیک یک‌جانبه بود و پیام‌ها و اطلاعات به توده، فرستاده می‌شد اما کوششی برای تولید یک دیالوگ و شنیدن نبود، درحالی که در دیپلماسی عمومی جدید ارتباط دوطرفه است.

به نظر گیلبوا دیپلماسی عمومی جدید بر پایه ارتباطات استراتژیک است که شامل اندازه‌گیری علمی افکار عمومی و تکنیک‌های ترغیب و تشویق مدیریت اطلاعات و برند سازی است. به نظر گیلبوا، برند، به عنوان عقیده مشتری درباره یک تولید، توصیف می‌شود و در عرصه دولت به آنچه مردم جهان درباره یک ملت و دولت، فکر می‌کنند، اطلاق می‌شود. به نظر گیلبوا اینترنت به عنوان میدان مهم برای انتشار اطلاعات تبدیل شده است. تقریباً همه دولت‌ها و بازیگران غیردولتی دارای وبسایت‌هایی هستند که تاریخچه، خط‌مشی‌ها، ارزش‌ها، فرهنگ و دستاوردهای آن‌ها را در برمی‌گیرد که زمینه ایجاد، دیپلماسی عمومی سایبری فراهم شده است. تصویر الکترونیکی در وبسایت‌های رسمی، رؤسای دولت‌ها، نخست‌وزیران، وزرای خارجه و دفاع، آژانس‌های امنیتی داخلی و سازمان‌های علمی گردشگری و تجاری به وفور یافت می‌شود. سازمان‌های غیردولتی و تروریستی از اینترنت به طور گسترده‌ای برای معرفی خودشان و اقداماتشان استفاده کرده‌اند (Gilboa, 2008).

ج) جوزف نای و دیپلماسی عمومی: نای به علت نظراتش درباره مفهوم قدرت نرم، دارای دیدگاه‌هایی درباره دیپلماسی عمومی نیز می‌باشد. دیدگاه‌های نای درباره جهانی شدن و انقلاب در ارتباطات و اطلاعات و نقش بازیگران غیردولتی با دیپلماسی عمومی درهم تنیده شده است (Cooper and Others, 2008: 251). نای با تأکید بر لزوم ایجاد تصویر مثبت از یک کشور معتقد

است که مدل دیپلماسی عمومی جنگ سرد که نمایشی از رقابت بین نظام سیاسی و اجتماعی بود ارزش خود را برای پیش برد اهداف دیپلماسی عمومی از دست داده است. به نظر وی در دیپلماسی عمومی سه بُعد مهم وجود دارد: اولین و مهم‌ترین بُعد دیپلماسی عمومی را، «ارتباطات روزانه» می‌داند که شامل شرح شرایط داخلی و خارجی تصمیمات سیاسی برای مردم است. معتقد است پس از تصمیم‌گیری‌ها، مقامات حکومتی در دموکراسی‌های مدرن معمولاً توجه خاصی به چگونگی آنچه باید به رسانه‌ها بگویند معطوف می‌داند؛ اما در حالت کلی بر رسانه‌های داخلی تمرکز می‌کنند (Nye, 2008: 195). این جنبه از دیپلماسی عمومی باید شامل آمادگی برای رویارویی با بحران‌ها و حملات احتمالی نیز باشد. توانایی واکنش سریع به این معناست که تحریکات منفی و اطلاعات نادرست بلافاصله پاسخ داده می‌شوند. به عنوان مثال، الجزیره اولین ویدئوی ضبط شده از بن‌لادن را در هفتم اکتبر منتشر کرد. مقامات ایالات متحده ابتدا تلاش کردند تا این شبکه و سایر شبکه‌های آمریکایی را از پخش پیام‌های بن‌لادن منع کنند، اما این تلاش‌ها بی‌نتیجه ماند.

بُعد دوم دیپلماسی عمومی از نظر جوزف نای، ارتباطات استراتژیک است که در آن مجموعه‌ای از پیام‌های ساده و هدفمند طراحی می‌شود؛ مشابه آنچه در یک رقابت سیاسی یا کمپین تبلیغاتی اتفاق می‌افتد. این فرآیند، رویدادها و ارتباطات نمادین را در یک بازه زمانی مشخص (مانند یک سال) سازمان‌دهی می‌کند تا موضوعات اصلی را برجسته سازد یا یک سیاست خاص را توسعه دهد. نای بُعد سوم دیپلماسی عمومی را ایجاد و گسترش روابط عمیق و بلندمدت با افراد تأثیرگذار از طریق ابزارهایی مانند بورسیه‌های تحصیلی، مبادلات فرهنگی، برنامه‌های آموزشی، سمینارها، کنفرانس‌ها و دسترسی به رسانه‌ها می‌داند. او به عنوان مثال اشاره می‌کند که این نوع تعاملات در ایالات متحده منجر به پرورش رهبران جهانی بزرگی مانند انور سادات، هلموت اشمیت و مارگارت تاچر شده است (Nye, 2008: 198). وی معتقد است هر کدام از این سه بُعد دیپلماسی عمومی می‌تواند نقش مهمی را در ایجاد یک تصویر جذاب از کشور و دسترسی به نتایج مطلوب بازی کند.

د) جان میلسن و دیپلماسی عمومی: جان میلسن^۱ معتقد است ترویج به کار بردن عکس، تبلیغات و فعالیت‌هایی که ما اسمش را دیپلماسی عمومی می‌گذاریم به قدمت خود دیپلماسی هستند. فرانسه نسبت به دیگر قدرت‌های اروپایی قدمت بیشتری در معرفی تصویرسازی از کشورش در خارج دارد؛ و تلاش‌های زیادی برای مدیریت وجهه کشورشان در خارج انجام دادند که می‌توان آن را به عنوان منبع اصلی قدرت یک ملت دانست (Melissen, 2005: 4).

¹ John Mellisson

از دید میلسن، بازیگران بین‌المللی بیشتر از قبل می‌پذیرند که باید در گفتگو با مخاطبان خارجی به‌عنوان شرط موفقیت در سیاست خارجی، درگیر شوند. میلسن دیپلماسی عمومی را امری صرفاً بشردوستانه و یک ابزار نرم نمی‌داند و معتقد است، دیپلماسی عمومی می‌تواند تنوع وسیعی از اهداف را از قبیل گفتگوی سیاسی، تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی و ایجاد ارتباط با گروه‌های جامعه مدنی آن هم در ورای باورها و عقاید حتی اهداف قدرت سخت، مانند مدیریت پیمان‌ها، جلوگیری از نزاع یا دخالت نظامی در برگیرد (Melissen, 2005: 27). میلسن رویکرد دیپلماسی عمومی را ابزار مهم سیاست خارجی می‌داند و آن را دارای سه محور می‌داند که عبارت‌اند از: تبلیغات، برجسته ساختن یک ملت و روابط فرهنگی خارجی می‌داند. میلسن معتقد است که باید دیپلماسی عمومی نوین را از تبلیغات بازشناخت. از دید وی تفاوت بین تبلیغات و دیپلماسی عمومی در الگوی ارتباط نهفته است. دیپلماسی عمومی مدرن یک جاده دوطرفه است که عنصر اصلی آن متقاعدسازی است و این متقاعدسازی به‌وسیله گفتگو حاصل می‌شود.

در محور دوم میلسن به موضوع برجسته کردن یک ملت در دیپلماسی عمومی اشاره می‌کند. به نظر وی برجسته ساختن یک ملت از آخرین فعالیت‌ها در نظام بازاریابی به شمار می‌آید. وی به دو تفاوت مفهومی بین برجسته ساختن یک ملت و دیپلماسی عمومی اشاره می‌کند. برای دیپلماسی عمومی، جهان، بازار نیست و دست‌اندرکاران پیوسته این واقعیت را به‌خاطر می‌آورند که ارتباط دیپلماتیک فقط بخش ناپایداری از فرآیندهای ارتباطی فراملی چندلایه و متراکم می‌باشد. به عبارت دیگر قدرت دیپلماسی عمومی در شناخت و پذیرش محدودیت‌های آن نهفته است. برعکس ویژگی اصلی فعالیت‌هایی که با هدف برجسته‌سازی صورت می‌گیرد، کل‌گرایانه داشتن است (Melissen, 2005: 27). دومین تفاوت از دید میلسن این است که برجسته‌سازی یک ملت بر هویت یک کشور تأکید می‌کند، اما نمی‌تواند فراتر از واقعیات مربوط به آن جامعه و کشور حرکت کند. با وجود این دو اختلاف، وی معتقد است که دیپلماسی عمومی نوین هیچ‌گاه در تناقض با برجسته‌سازی نیست. وی در ادامه معتقد است که این دو مفهوم تا اندازه‌ای مکمل یک‌دیگرند و هر دو آن‌ها مردمان دیگر کشورها را اهداف قرار می‌گیرند. از دید او اگر برجسته‌سازی و دیپلماسی عمومی به‌صورت بلندمدت نگریسته شوند نه به‌صورت امری روزمره، موفقیت آن‌ها بیشتر خواهد شد.

وی در توضیح محور سوم نظرات خود درباره دیپلماسی عمومی به روابط فرهنگی اشاره می‌کند و آن را نسبت به دو محور دیگر، به دیپلماسی عمومی نزدیک‌تر می‌داند. به نظر وی درحالی‌که روابط فرهنگی سنتی اغلب کمک‌کننده برای روابط بین دولت‌ها بود، روابط فرهنگی جدید سعی

دارد در تمام عرصه‌های نوین مسئولیت‌های اجتماعی دخالت کند. وی معتقد است دستور کار جدیدی نظیر حقوق بشر، گسترش ارزش‌های دموکراتیک، حکومت شایسته و نقش رسانه‌ها در جامعه مدنی در روابط فرهنگی به وجود آمده است. به نظر وی تبادل فرهنگی فقط در هنر و فرهنگ نیست بلکه به نحوه تفکر، پژوهش، خبرنگاری و روزنامه‌نگاری و گفتمان ملی نیز مربوط می‌شود.

۳-۲- نظریه‌های مرتبط با جنگ شناختی

الف) نظریه امنیت ملی: نظریه امنیت ملی^۱ به بررسی تهدیدات و چالش‌های امنیتی کشورها می‌پردازد و بر این باور است که امنیت ملی نه تنها به حفاظت از مرزها و منافع ملی بلکه به حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی نیز وابسته است. در جنگ شناختی، این نظریه تأکید دارد که تهدیدات شناختی می‌توانند به‌طور مستقیم بر امنیت ملی تأثیر بگذارند و از طریق تغییر نگرش‌ها و باورهای عمومی، به تضعیف پایه‌های اجتماعی و سیاسی کشورها منجر شوند. به بیان دیگر، جنگ شناختی به‌عنوان یک ابزار جدید در جنگ‌های معاصر، می‌تواند به‌عنوان پاشنه آشیل امنیت ملی کشورها تلقی شود.

ب) نظریه قدرت نرم: نظریه قدرت نرم^۲ که توسط جوزف نای معرفی شده است، به توانایی یک کشور در تأثیرگذاری بر دیگر کشورها از طریق جاذبه‌های فرهنگی و سیاسی اشاره دارد. در جنگ شناختی، قدرت نرم به‌عنوان ابزاری برای نفوذ در افکار عمومی و تغییر نگرش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. نای بیان می‌کند که قدرت نرم یک کشور از سه طریق قابل تأمین است: ۱- فرهنگ آن کشور؛ ۲- ارزش‌های سیاسی و ۳- سیاست خارجی آن کشور (Nye, 2004). در واقع، جنگ شناختی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تقویت یا تضعیف قدرت نرم یک کشور عمل کند (Atarod, Motaharnia and Toraby, 2023: 192).

ج) نظریه رسانه: نظریه رسانه^۳ بر تأثیر رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی و رفتارهای اجتماعی تأکید دارد. در جنگ شناختی، رسانه‌ها به‌عنوان ابزار کلیدی برای انتقال اطلاعات و شکل‌دهی به ادراکات عمومی عمل می‌کنند. این نظریه بیان می‌کند که نحوه ارائه اطلاعات و پیام‌ها توسط رسانه‌ها می‌تواند بر نگرش‌ها و رفتارهای جامعه تأثیرگذار باشد (Saeedi, 2015: 107). با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژیکی و ظهور رسانه‌های اجتماعی، نقش رسانه‌ها در جنگ شناختی بیش‌ازپیش اهمیت یافته است.

¹ National Security Theory

² Soft Power Theory

³ Media Theory

د) نظریه عملیات روانی: نظریه عملیات روانی^۱ به مجموعه اقداماتی اطلاق می‌شود که با هدف تغییر نگرش‌ها و رفتارهای جامعه هدف طراحی شده‌اند. این نظریه در جنگ شناختی به کار گرفته می‌شود تا با استفاده از تکنیک‌های مختلف، نظیر فریب، القاء و مدیریت اطلاعات، بر افکار عمومی تأثیر بگذارد (Ghasemi, 2023). عملیات روانی در جنگ شناختی شامل طراحی پیام‌هایی است که بتوانند احساسات و عواطف مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهند.

ه) نظریه مدیریت ادراک: نظریه مدیریت ادراک^۲ بر این اساس استوار است که ادراکات افراد نسبت به واقعیت‌ها تحت تأثیر عوامل مختلف قرار دارد. در جنگ شناختی، هدف اصلی تغییر ادراکات افراد نسبت به موضوعات خاص است تا بتوان به اهداف سیاسی یا اجتماعی دست یافت. این نظریه بیان می‌کند که با استفاده از تکنیک‌های مختلف مانند دستکاری اطلاعات و مدیریت احساسات، می‌توان ادراکات جامعه را تغییر داد (Paydar, 2019).

و) نظریه گفتمان: نظریه گفتمان^۳ بر اهمیت زبان و گفتار در شکل‌دهی به واقعیت‌ها تأکید دارد. این نظریه بیان می‌کند که چگونه گفتمان‌ها می‌توانند بر روی افکار عمومی تأثیر بگذارند و نحوه تفکر افراد را تغییر دهند (Ghasemi, 2023). در جنگ شناختی، ایجاد گفتمان‌های جدید یا تغییر گفتمان‌های موجود می‌تواند به تغییر نگرش‌ها و باورهای جامعه هدف منجر شود.

۴- رابطه بین دیپلماسی عمومی و جنگ شناختی

رابطه بین دیپلماسی عمومی و جنگ شناختی به‌عنوان دو مفهوم کلیدی در عرصه سیاست و امنیت ملی، به‌ویژه در دنیای معاصر، بسیار پیچیده و متقابل است. در این قسمت، به تشریح عمیق‌تر این رابطه و ابعاد مختلف آن پرداخته می‌شود.

۱- تعریف دیپلماسی عمومی و جنگ شناختی: دیپلماسی عمومی به مجموعه فعالیت‌ها و استراتژی‌هایی اطلاق می‌شود که دولت‌ها برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشورهای دیگر به کار می‌برند. این نوع دیپلماسی شامل استفاده از رسانه‌ها، فرهنگ، آموزش و دیگر ابزارهای نرم برای ایجاد تصویری مثبت از کشور در عرصه بین‌المللی است. دیپلماسی عمومی به‌ویژه در زمان‌های بحران و تنش‌های بین‌المللی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، زیرا می‌تواند به تقویت روابط بین‌المللی و کاهش تنش‌ها کمک کند (Dehghani Firouzabadi and Firouzi, 2012: 45). جنگ شناختی

¹ Psychological Operations Theory

² Perception Management Theory

³ Discourse Theory

نیز به معنای استفاده از استراتژی‌ها و ابزارهای مختلف برای نفوذ به افکار و باورهای عمومی است. این نوع جنگ به هدف قرار دادن قوه شناختی افراد و جوامع پرداخته و با هدف تغییر نگرش‌ها، رفتارها و ادراکات آن‌ها عمل می‌کند. جنگ شناختی می‌تواند از طریق رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات، پروپاگاندا و دیگر ابزارهای ارتباطی اجرا شود (Saeedi, 2015: 107).

۲- نقش دیپلماسی عمومی در مقابله با جنگ شناختی: دیپلماسی عمومی می‌تواند به عنوان ابزاری مؤثر در مقابله با جنگ شناختی عمل کند. در شرایطی که دشمنان از تکنیک‌های جنگ شناختی برای تضعیف افکار عمومی استفاده می‌کنند، دیپلماسی عمومی می‌تواند با ارائه اطلاعات صحیح و شفاف، روایت‌های مثبت را تقویت کرده و در برابر روایت‌های تحریف‌شده ایستادگی کند. یکی از مهم‌ترین وظایف دیپلماسی عمومی در مواجهه با جنگ شناختی، تبیین واقعیت‌ها و ارائه اطلاعات دقیق به جامعه هدف است. این امر شامل برگزاری کمپین‌های آگاهی‌بخشی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای انتشار اطلاعات صحیح و تعامل مستقیم با مردم می‌شود. دیپلماسی عمومی می‌تواند به تقویت هویت ملی کمک کند. در شرایط جنگ شناختی، هویت ملی ممکن است تحت تأثیر پروپاگاندا قرار گیرد. با تقویت احساس تعلق به وطن و فرهنگ ملی، دیپلماسی عمومی می‌تواند تاب‌آوری اجتماعی را افزایش دهد. دیپلماسی عمومی همچنین می‌تواند شبکه‌های ارتباطی مؤثری بین نهادهای دولتی، غیردولتی و جامعه مدنی ایجاد کند تا در مواقع بحران بتوانند به سرعت واکنش نشان دهند.

۳- تأثیر جنگ شناختی بر دیپلماسی عمومی: جنگ شناختی می‌تواند تأثیرات عمیقی بر دیپلماسی عمومی داشته باشد: الف) تضعیف اعتبار دولت‌ها: هنگامی که دشمنان از تکنیک‌های جنگ شناختی استفاده می‌کنند تا افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهند، این امر می‌تواند منجر به تضعیف اعتبار دولت‌ها شود. اطلاعات نادرست یا تحریف‌شده می‌تواند باعث بی‌اعتمادی مردم نسبت به نهادهای دولتی شود. ب) تغییر در رویکردهای دیپلماتیک: در پاسخ به تهدیدات ناشی از جنگ شناختی، دولت‌ها ممکن است نیاز داشته باشند رویکردهای جدیدی را در دیپلماسی عمومی خود اتخاذ کنند. این شامل استفاده بیشتر از فناوری‌های نوین ارتباطی و رسانه‌های اجتماعی برای رسیدن به نسل جوان است.

۴- استفاده از رسانه‌ها: رسانه‌ها نقش کلیدی در هر دو حوزه دیپلماسی عمومی و جنگ شناختی دارند: الف) ابزار انتقال پیام: رسانه‌ها می‌توانند ابزارهایی برای انتقال پیام‌های دیپلماتیک یا سلاح‌هایی برای انتشار اطلاعات غلط باشند؛ بنابراین، کشورها باید استراتژی‌های مؤثری برای

مدیریت رسانه‌ها طراحی کنند تا بتوانند روایت خود را تقویت کنند (Paydar, 2019). ب) تأثیرگذاری بر افکار عمومی: رسانه‌ها قادرند افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهند. نحوه ارائه اطلاعات توسط رسانه‌ها ممکن است بر نگرش‌ها و رفتارهای جامعه تأثیر بگذارد؛ بنابراین، مدیریت محتوای رسانه‌ای یکی از چالش‌های اصلی دیپلماسی عمومی در مواجهه با جنگ شناختی خواهد بود.

۵- جهاد تبیین: در مواجهه با چالش‌های جنگ شناختی، مفهوم جهاد تبیین به‌عنوان راهکاری مؤثر از دو طریق مطرح شده است: الف) روشنگری: جهاد تبیین شامل تلاش برای روشنگری و تبیین واقعیت‌ها در برابر تحریف‌ها و اطلاعات نادرست است که می‌تواند به تقویت دیپلماسی عمومی کمک کند (Ghasemi, 2023). ب) افزایش آگاهی: این مفهوم بر لزوم افزایش آگاهی جامعه نسبت به تهدیدات ناشی از جنگ شناختی تأکید دارد. با آموزش مردم درباره تکنیک‌های جنگ شناختی و نحوه شناسایی اطلاعات نادرست، جامعه می‌تواند بهتر در برابر این تهدیدات مقاومت کند. رابطه بین دیپلماسی عمومی و جنگ شناختی نشان‌دهنده نیاز به یکپارچه‌سازی استراتژی‌های دفاعی و دیپلماتیک است. کشورها باید با بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی مؤثر، توانایی خود را در برابر تهدیدات ناشی از جنگ شناختی افزایش دهند. همچنین باید مراقب باشند که چگونه اطلاعات را مدیریت کرده و روایت‌های خود را تقویت کنند تا بتوانند تاب‌آوری اجتماعی را افزایش دهند.

۵- وضعیت دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی در مواجهه با جنگ شناختی

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یکی از ارکان سیاست خارجی کشور، در مواجهه با جنگ شناختی که به‌عنوان یک تهدید نوین و پیچیده در دنیای امروز مطرح شده، با چالش‌ها و فرصت‌های خاصی روبرو است. این وضعیت به‌ویژه در زمینه‌های فرهنگی، رسانه‌ای و سیاسی نیازمند بررسی دقیق است. در ادامه، سیاست‌ها و استراتژی‌های جمهوری اسلامی ایران در این زمینه به تفصیل تحلیل می‌شود.

۵-۱- سیاست‌ها و استراتژی‌های دیپلماسی عمومی

الف) دیپلماسی فرهنگی: دیپلماسی فرهنگی یکی از ارکان اصلی سیاست‌های دیپلماتیک ایران است. با توجه به تاریخ غنی و فرهنگ متنوع کشور، ایران می‌تواند از ظرفیت‌های فرهنگی خود برای ایجاد روابط مثبت با دیگر کشورها بهره‌برداری کند. این رویکرد شامل برگزاری نمایشگاه‌ها،

جشنواره‌های فرهنگی، تبادل هنرمندان و محققان و برنامه‌های آموزشی مشترک است. مصداق ۱. برگزاری رویدادهای فرهنگی: ایران در سال‌های اخیر تلاش کرده است تا با برگزاری رویدادهای فرهنگی مانند جشنواره‌های فیلم، نمایشگاه‌های هنری و کنفرانس‌های علمی، تصویر مثبت‌تری از خود ارائه دهد. این اقدامات می‌تواند به تقویت هویت ملی و افزایش آگاهی جهانی درباره فرهنگ ایرانی کمک کند (Salehi, 2024). ۲. ترویج زبان و ادبیات فارسی: ترویج زبان فارسی و ادبیات ایرانی نیز یکی دیگر از ابزارهای دیپلماسی فرهنگی است. تأسیس مراکز زبان فارسی در کشورهای مختلف می‌تواند به گسترش نفوذ فرهنگی ایران کمک کند.

ب) استفاده از رسانه‌های نوین: با توجه به پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات، ایران باید از رسانه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای دیجیتال برای تقویت دیپلماسی عمومی خود بهره‌برداری کند. مصداق ۱. تولید محتوای مؤثر: ایجاد محتواهای جذاب و مؤثر که بتواند افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهد، یکی از استراتژی‌های کلیدی در این زمینه است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، توئیتر و تلگرام برای انتقال پیام‌ها و روایت‌های مثبت درباره ایران می‌تواند به کاهش تأثیرات منفی جنگ شناختی کمک کند (Salehi, 2024). ۲. مدیریت بحران اطلاعات: در شرایط جنگ شناختی، مدیریت اطلاعات و پاسخگویی سریع به اخبار نادرست اهمیت دارد. ایجاد تیم‌هایی برای رصد اخبار و واکنش سریع به اطلاعات نادرست می‌تواند به حفظ اعتبار جمهوری اسلامی کمک کند.

ج) دیپلماسی علمی و فناوری: ایران دارای پتانسیل علمی بالایی است که می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر در دیپلماسی عمومی مورد استفاده قرار گیرد. ۱. همکاری‌های بین‌المللی علمی: با وجود تحریم‌ها، پیشرفت‌های علمی و فناوری ایران می‌تواند زمینه‌ساز همکاری‌های بین‌المللی باشد. برگزاری کنفرانس‌ها و سمینارهای علمی مشترک با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی دیگر کشورها می‌تواند به تقویت روابط علمی کمک کند (Salehi, 2024). ۲. انتقال فناوری: همچنین، استفاده از ظرفیت‌های داخلی برای تولید دانش فنی و انتقال آن به کشورهای دیگر می‌تواند منجر به تقویت موقعیت ایران در عرصه بین‌المللی شود.

۲-۵- تأثیرات جنگ شناختی بر دیپلماسی عمومی

الف) تهدیدات ناشی از اطلاعات نادرست: جنگ شناختی معمولاً شامل انتشار اطلاعات نادرست و تحریف واقعیت‌ها است که می‌تواند تأثیرات منفی بر افکار عمومی داشته باشد. این تهدیدات باعث ایجاد موجی از بی‌اعتمادی نسبت به نهادهای دولتی و سیاست‌های آن‌ها می‌شود.

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی؛ چالش‌ها و فرصت‌ها

انتشار اخبار جعلی درباره ایران در رسانه‌های بین‌المللی می‌تواند منجر به افزایش بی‌اعتمادی مردم نسبت به دولت شود؛ بنابراین، دیپلماسی عمومی باید به‌طور فعالانه‌ای به مقابله با این نوع اطلاعات نادرست بپردازد (Ghasemi, 2023).

ب) نیاز به هماهنگی بین نهادها: یکی از چالش‌های اصلی در دیپلماسی عمومی ایران، عدم هماهنگی بین نهادهای مختلف است که مسئولیت اجرای سیاست‌های دیپلماتیک را دارند. وزارت امور خارجه، سازمان ارتباطات اسلامی، صداوسیما و دیگر نهادها هر یک نقش‌هایی مستقل دارند که ممکن است منجر به پیام‌های متناقض شود. ایجاد یک ساختار هماهنگ برای مدیریت دیپلماسی عمومی ضروری است تا بتواند پیام واحدی را منتقل کند (Salehi, 2024).

ج) نشست‌های بین‌المللی: در سال‌های اخیر، جمهوری اسلامی ایران تلاش کرده است تا با برگزاری نشست‌های بین‌المللی و مشارکت فعال در آن‌ها، جایگاه خود را در عرصه جهانی تقویت کند. حضور فعال در اجلاس‌هایی مانند اجلاس بریکس یا سازمان همکاری اسلامی نشان‌دهنده تلاش ایران برای گسترش روابط با کشورهای نوظهور و تقویت موقعیت خود در سطح بین‌المللی است (Baghaei, 2024).

د) تقویت روابط همسایگی: ایران همچنین بر روی سیاست همسایگی تأکید دارد و تلاش می‌کند تا روابط خود را با کشورهای همسایه تقویت کند. این سیاست نه تنها به امنیت ملی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند زمینه‌ساز همکاری‌های اقتصادی و فرهنگی نیز باشد. توافقات اقتصادی با کشورهای همسایه می‌تواند منجر به افزایش تعاملات تجاری و فرهنگی شود.

وضعیت کنونی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی نشان‌دهنده نیاز به یک رویکرد جامع و چندبُعدی است که شامل تقویت ظرفیت‌های داخلی، مدیریت مؤثر رسانه‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی باشد. اتخاذ سیاست‌ها و استراتژی‌هایی مؤثر می‌تواند به تقویت جایگاه بین‌المللی کشور کمک کرده و توانایی آن را در مقابله با تهدیدات ناشی از جنگ شناختی افزایش دهد.

۶- چالش‌های دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در شرایط کنونی با چالش‌های متعددی روبرو است که می‌تواند بر توانایی کشور در مدیریت افکار عمومی و ارائه تصویر مثبت از خود تأثیر بگذارد. این چالش‌ها به دو دسته کلی داخلی و بین‌المللی تقسیم می‌شوند و شامل موارد زیر هستند:

۱- تحریف اطلاعات و پروپاگاندا: جنگ شناختی عمدتاً بر پایه تحریف اطلاعات و استفاده از پروپاگاندا بنا شده است. رسانه‌های غربی به‌ویژه در زمینه‌های سیاسی و اجتماعی، به انتشار اخبار نادرست و تحریف‌شده درباره ایران پرداخته‌اند. این نوع جنگ اطلاعاتی می‌تواند باعث ایجاد تصویر منفی از ایران در افکار عمومی جهانی شود و مانع از برقراری روابط مثبت با دیگر کشورها گردد. رسانه‌های بین‌المللی، به‌خصوص در کشورهای غربی، معمولاً به دنبال ایجاد تصویری منفی از جمهوری اسلامی ایران هستند. این رسانه‌ها با استفاده از تکنیک‌های پروپاگاندا پیچیده، سعی می‌کنند تا واقعیت‌ها را تحریف کنند و نارضایتی‌های اجتماعی را بزرگ‌نمایی کنند (Ghasemi, 2023). این تحریف‌ها می‌تواند بر روی تصمیم‌گیری‌های سیاست خارجی کشورهای دیگر تأثیر بگذارد و به انزوای دیپلماتیک ایران منجر شود.

۲- رقابت‌های جهانی: ایران در شرایطی قرار دارد که با رقابت‌های شدید بین‌المللی روبرو است. قدرت‌های بزرگ جهانی، به‌ویژه ایالات متحده و متحدانش، به‌طور مستمر تلاش می‌کنند تا نفوذ ایران را در منطقه محدود کنند. این رقابت‌ها نه تنها بر سیاست‌های خارجی ایران تأثیر می‌گذارد، بلکه بر دیپلماسی عمومی نیز سایه می‌اندازد. برای مثال، تلاش آمریکا برای ایجاد ائتلاف‌هایی علیه ایران، مانند ائتلاف ابراهیم، می‌تواند تلاش‌های دیپلماسی عمومی ایران را تضعیف کند (Ghafrani, 2023).

۳- رقابت‌های بین‌المللی و فشارهای سیاسی: فشارهای سیاسی ناشی از تحریم‌ها و فشارهای بین‌المللی نیز یکی دیگر از چالش‌های دیپلماسی عمومی است. تحریم‌ها نه تنها به اقتصاد کشور آسیب می‌زنند بلکه توانایی آن را برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی کاهش می‌دهند. این فشارها باعث می‌شوند که دولت نتواند به‌طور مؤثر پیام‌های خود را منتقل کند.

۴- نقض در زیرساخت‌های رسانه‌ای: زیرساخت‌های رسانه‌ای ایران به‌ویژه در مقایسه با رقبای بین‌المللی ضعیف است. عدم وجود رسانه‌های مستقل و قوی که بتوانند اخبار را به‌طور دقیق و بدون

تحریر منتشر کنند، یکی از چالش‌های اصلی دیپلماسی عمومی است. این نقص باعث می‌شود که روایت‌ها به دست رسانه‌های خارجی بیفتد که ممکن است منافع ملی ایران را نادیده بگیرند.

۵- مشکلات سیاسی و اقتصادی: مشکلات اقتصادی ناشی از تحریم‌ها و سوء مدیریت اقتصادی نیز بر دیپلماسی عمومی تأثیر منفی دارد. مشکلات اقتصادی و کاهش سطح زندگی مردم می‌تواند باعث افزایش نارضایتی اجتماعی شود که این خود به تضعیف اعتبار دولت منجر خواهد شد (Salehi, 2024).

۶- کمبود منابع مالی و انسانی: کمبود منابع مالی برای تولید محتوای باکیفیت و همچنین کمبود نیروی انسانی متخصص در زمینه دیپلماسی عمومی یکی دیگر از چالش‌هاست. عدم سرمایه‌گذاری کافی در حوزه رسانه‌ها و دیپلماسی عمومی موجب ضعف در تولید محتواهای مؤثر شده است. همچنین کمبود نیروی انسانی متخصص باعث کاهش کیفیت برنامه‌ها و فعالیت‌ها می‌شود (Salehi, 2024).

۷- تهاجم فرهنگی و رسانه‌ای از سوی کشورهای غربی: کشورهای غربی به‌ویژه ایالات متحده همواره تلاش کرده‌اند تا با استفاده از ابزارهای فرهنگی و رسانه‌ای، تصویر منفی از جمهوری اسلامی ایران ارائه دهند. این تهاجم فرهنگی شامل استفاده از فیلم‌ها، کتاب‌ها و برنامه‌های تلویزیونی است که سعی دارند تا فرهنگ ایرانی را تحریف کنند یا آن را به تصویر منفی بکشند (Ghasemi, 2023). این نوع تهاجم فرهنگی می‌تواند تأثیرات عمیقی بر افکار عمومی داشته باشد و مانع از برقراری ارتباطات مثبت با دیگر کشورها گردد.

۸- عدم آگاهی عمومی نسبت به دیپلماسی عمومی: عدم آگاهی عمومی نسبت به مفهوم و اهداف دیپلماسی عمومی یکی از چالش‌های اساسی است. بسیاری از مردم و حتی برخی از نخبگان جامعه هنوز به‌طور کامل با این مفهوم آشنا نیستند و از اهمیت آن در سیاست خارجی کشور بی‌خبرند. این عدم آگاهی می‌تواند منجر به بی‌اعتمادی به نهادهای دولتی و تلاش‌های دیپلماتیک شود. در نتیجه این چالش، پیام‌های دیپلماسی عمومی ممکن است نتوانند به‌طور مؤثر به افکار عمومی منتقل شوند. همچنین، عدم شناخت دقیق از جوامع هدف و طراحی پیام‌های کلی و غیردقیق می‌تواند باعث ناکامی در تغییر نگرش‌ها و طرز فکر افکار عمومی در جوامع هدف شود (Ghafrani, 2023).

۹- تغییرات سریع در فناوری و رسانه‌ها: تغییرات سریع در فناوری اطلاعات و رسانه‌ها نیز یکی از چالش‌های جدی برای دیپلماسی عمومی ایران محسوب می‌شود. ظهور شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های آنلاین و ابزارهای دیجیتال جدید، نحوه ارتباطات بین‌المللی را دچار تحول کرده‌اند. این

تغییرات باعث شده‌اند که سرعت انتشار اطلاعات افزایش یابد و همچنین امکان تحریف اطلاعات به سادگی فراهم شود. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به سرعت اخبار نادرست را منتشر کنند که این امر می‌تواند بر تصویر ایران در سطح جهانی تأثیر منفی بگذارد (Salehi, 2024). در مجموع چالش‌های موجود در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی نشان‌دهنده نیاز به یک رویکرد جامع برای مدیریت افکار عمومی است.

۷- فرصت‌های دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی در مواجهه با جنگ شناختی

جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی که به‌عنوان یک تهدید پیچیده و نوین مطرح شده، فرصت‌های متعددی برای تقویت دیپلماسی عمومی خود دارد. این فرصت‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزارهایی برای مقابله با تهدیدات شناختی و ارتقای تصویر بین‌المللی کشور مورد استفاده قرار گیرند. در زیر به بررسی این فرصت‌ها پرداخته می‌شود.

۱- فناوری‌های نوین و رسانه‌های دیجیتال: فناوری‌های نوین و رسانه‌های دیجیتال به‌عنوان ابزارهای کلیدی در دیپلماسی عمومی مدرن شناخته می‌شوند. ایران می‌تواند از این فناوری‌ها برای گسترش پیام‌های خود و مقابله با اطلاعات نادرست استفاده کند. با توجه به نفوذ بالای شبکه‌های اجتماعی، ایران می‌تواند از این بسترها برای انتشار اخبار صحیح و روایت‌های مثبت درباره خود بهره‌برداری کند. ایجاد محتوای جذاب و تأثیرگذار می‌تواند به جذب مخاطبان جهانی کمک کند. به‌عنوان مثال، استفاده از پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و توییتر برای تعامل مستقیم با جوانان و نخبگان بین‌المللی می‌تواند مؤثر باشد (Khademzadeh, Izadi and Soltani, 2020: 110). استفاده از ویدئوها، پادکست‌ها و وبینارها برای انتقال پیام‌ها و گفتمان‌های فرهنگی می‌تواند به افزایش آگاهی عمومی کمک کند. تولید محتوای آموزشی درباره فرهنگ، تاریخ و دستاوردهای علمی ایران می‌تواند تصویر مثبت‌تری از کشور ارائه دهد.

۲- تقویت همکاری‌های بین‌المللی: ایران می‌تواند از طریق تقویت همکاری‌های بین‌المللی، جایگاه خود را در عرصه جهانی تقویت کند. همکاری با کشورهای همسایه و دیگر کشورها برای مقابله با جنگ شناختی می‌تواند به ایجاد یک جبهه متحد کمک کند. این ائتلاف‌ها می‌توانند شامل تبادل اطلاعات، تجربیات و استراتژی‌ها باشند (Ghafrani, 2023). حضور فعال در سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی مانند سازمان همکاری اسلامی می‌تواند به تقویت دیپلماسی عمومی ایران کمک

کند. این مشارکت‌ها نه تنها به افزایش اعتبار ایران کمک می‌کند بلکه می‌تواند زمینه‌ساز تبادل نظر درباره چالش‌های مشترک باشد.

۳- آگاهی به‌روز: آگاهی به‌روز از تحولات جهانی و تکنیک‌های جنگ شناختی یکی از الزامات اساسی برای دیپلماسی عمومی مؤثر است. ایجاد مراکز تحقیقاتی برای مطالعه و تحلیل روندهای جنگ شناختی و تأثیرات آن بر افکار عمومی می‌تواند به سیاست‌گذاران کمک کند تا استراتژی‌های مؤثری را طراحی کنند. آموزش نیروهای متخصص در حوزه دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای می‌تواند به افزایش توانایی کشور در مواجهه با جنگ شناختی کمک کند. برگزاری دوره‌های آموزشی برای دیپلمات‌ها و فعالان رسانه‌ای در زمینه شناسایی تکنیک‌های جنگ شناختی ضروری است.

۴- گفتمان‌های فرهنگی و تاریخی: ایران دارای تاریخ و فرهنگ غنی است که می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر در دیپلماسی عمومی مورد استفاده قرار گیرد. معرفی فرهنگ ایرانی، ادبیات فارسی، هنرهای تجسمی و موسیقی می‌تواند به ایجاد تصویر مثبت از ایران در سطح جهانی کمک کند. برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های فرهنگی در کشورهای دیگر فرصتی مناسب برای ترویج فرهنگ ایرانی است (Salehi, 2024). برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌های علمی می‌تواند فرصتی برای تبادل فرهنگی و افزایش شناخت متقابل باشد. این رویدادها باید به گونه‌ای طراحی شوند که بتوانند توجه رسانه‌ها را جلب کرده و تصویر مثبت‌تری از ایران ارائه دهند.

۵- حمایت از رسانه‌های مستقل: حمایت از رسانه‌های مستقل داخلی که به تولید محتوای واقعی و مستند می‌پردازند، می‌تواند به تقویت دیپلماسی عمومی کمک کند. ایجاد بسترهای مناسب برای فعالیت رسانه‌هایی که بر روی واقعیت‌ها تمرکز دارند، می‌تواند به کاهش اثرات منفی جنگ شناختی کمک کند. حمایت مالی از رسانه‌هایی که در زمینه دیپلماسی عمومی فعالیت دارند، موجب تقویت صدای ایران در سطح جهانی خواهد شد (Ghasemi, 2023). حمایت مالی و فنی به رسانه‌هایی که در زمینه دیپلماسی عمومی فعالیت دارند، می‌تواند موجب تقویت صدای ایران در سطح جهانی شود.

۶- دیپلماسی عمومی متوازن: ایران باید استراتژی‌هایی را اتخاذ کند که شامل دیپلماسی عمومی متوازن باشد تا بتواند پیام خود را به‌صورت مؤثرتر منتقل کند. ترکیب دیپلماسی نظامی (سخت) با دیپلماسی فرهنگی (نرم) می‌تواند به تقویت قدرت نرم ایران کمک کند. این رویکرد باید شامل تبیین منافع ملی ایران در سطح جهانی باشد.

۷- گفتمان‌های جدید و نوآوری در روایت‌ها: توسعه گفتمان‌های جدید که بتواند واقعیت‌ها را به شکلی جذاب‌تر ارائه دهد، ضروری است. تولید روایت‌هایی که بر اساس واقعیت‌ها باشد اما

جذابیت بیشتری داشته باشد، می تواند تأثیرگذار باشد. استفاده از داستان‌سرایی^۱ یکی از تکنیک‌هایی است که می تواند در این زمینه مؤثر باشد (Ghafrani, 2023).

۸. فعالیت‌های بین‌المللی و کنفرانس‌های علمی: شرکت در کنفرانس‌ها و سمینارهای بین‌المللی فرصتی مناسب برای معرفی دستاوردها و سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران است. شرکت در کنفرانس‌ها و سمینارهای علمی بین‌المللی نه تنها باعث تبادل نظر با دیگر کشورها می‌شود، بلکه فرصتی برای معرفی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های علمی ایران خواهد بود. در مجموع با اتخاذ این رویکردها، ایران قادر خواهد بود تا تصویر مثبت‌تری از خود ارائه دهد و توانایی خود را در مواجهه با تهدیدات ناشی از جنگ شناختی افزایش دهد.

۸- بحث و تحلیل یافته‌های پژوهش

۱- توصیف یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مبانی نظری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران بر مبنای سه اصل عزت، حکمت و مصلحت در جهان استوار است. این اصول به عنوان راهنمایی برای فعالیت‌های دیپلماتیک و فرهنگی ایران در سطح بین‌المللی عمل می‌کند (Atarod, Motaharnia and Toraby, 2023: 192). این مبانی نظری به‌ویژه در شرایط جنگ شناختی که نیاز به تقویت هویت ملی و انسجام اجتماعی احساس می‌شود، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. الگوی تحلیلی دیپلماسی عمومی ایران بر اساس چارچوب قدرت نرم طراحی شده است. این الگو شامل مقوله‌هایی نظیر زبان فارسی، عید نوروز، دیپلماسی هنر، حمایت از مظلومان و مسلمانان جهان، حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش، وحدت در جهان اسلام و مردم‌سالاری دینی است (Atarod, Motaharnia and Toraby, 2023: 192). این یافته‌ها نشان‌دهنده تأکید ایران بر استفاده از ابزارهای فرهنگی و اجتماعی به منظور تقویت روابط بین‌المللی است. پژوهش‌ها همچنین به چالش‌های موجود در دیپلماسی عمومی ایران اشاره دارند. از جمله این چالش‌ها می‌توان به تحریف اطلاعات و پروپاگاندا، رقابت‌های جهانی، مشکلات داخلی، نقض زیرساخت‌های رسانه‌ای، جذابیت پایین محتوا و کمبود منابع مالی اشاره کرد (khademzadeh, Izadi and soltani, 2020). این چالش‌ها مانع از بهره‌برداری مؤثر از ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی می‌شوند.

¹ Storytelling

یافته‌ها همچنین فرصت‌هایی را برای تقویت دیپلماسی عمومی ایران شناسایی کرده‌اند. از جمله این فرصت‌ها می‌توان به تاریخ و تمدن کهن ایران، فرهنگ غنی، پیشرفت‌های علمی و فناوری، جمعیت جوان و تحصیل کرده اشاره کرد (Salehi, 2024). این عناصر فرهنگی می‌توانند به‌عنوان ابزارهایی برای نفوذ فرهنگی و افزایش قدرت نرم ایران در سطح بین‌المللی عمل کنند.

۲- تحلیل نتایج: نتایج حاصل از این پژوهش نشان دهنده اهمیت دیپلماسی عمومی به‌عنوان ابزاری مؤثر در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران است. با توجه به چالش‌هایی که کشور با آن مواجه است، نیاز به یک رویکرد جامع و چندبُعدی احساس می‌شود که بتواند از ظرفیت‌های فرهنگی و اجتماعی کشور بهره‌برداری کند.

از یافته‌های پژوهش این نتیجه حاصل می‌شود که دیپلماسی عمومی ابزاری مؤثر برای مدیریت افکار عمومی و تقویت قدرت نرم است. این با مبانی نظری دیپلماسی عمومی همخوانی دارد که بر نقش آن در متقاعدسازی افکار عمومی خارجی برای حمایت از اهداف استراتژیک کشور تأکید دارد. در مطالعه موردی ایران، دیپلماسی عمومی به‌عنوان یک راهبرد مؤثر در مقابله با تهدیدات جنگ شناختی مطرح شده است. تأکید شده است که تقویت دیپلماسی عمومی می‌تواند به افزایش تاب‌آوری اجتماعی و فرهنگی در برابر تهدیدات ناشی از جنگ شناختی کمک کند.

استفاده از قدرت نرم به‌عنوان یک ابزار کلیدی در دیپلماسی عمومی می‌تواند تأثیرات مثبتی بر روی تصویر بین‌المللی ایران داشته باشد. با تکیه بر فرهنگ غنی ایرانی و ارزش‌های مشترک با کشورهای مسلمان، ایران می‌تواند روابط خود را با کشورهای همسایه تقویت کند.

مدیریت مؤثر اطلاعات و مقابله با پروپاگانداها، یکی دیگر از الزامات اساسی برای موفقیت دیپلماسی عمومی است. ایجاد شبکه‌های رسانه‌ای مستقل که بتوانند اخبار را به‌طور دقیق منتشر کنند، می‌تواند به کاهش اثرات منفی جنگ شناختی کمک کند. آموزش نیروهای متخصص در حوزه دیپلماسی عمومی نیز ضروری است. با توجه به تغییرات سریع در فضای رسانه‌ای و تکنیک‌های جنگ شناختی، نیروی انسانی باید توانایی شناسایی تهدیدات را داشته باشد.

بر اساس بحث و تحلیل ارائه شده، می‌توان نتیجه گرفت که یافته‌های پژوهش با مبانی نظری دیپلماسی عمومی و جنگ شناختی همخوانی دارد. دیپلماسی عمومی می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد مؤثر در مقابله با تهدیدات جنگ شناختی عمل کند. با این حال، برای موفقیت در این زمینه، لازم است که دیپلماسی عمومی ایران یکپارچه و هماهنگ باشد و از مفاهیم نوین و ابزارهای فضای سایبری به‌طور مؤثر استفاده کند. همچنین، افزایش تاب‌آوری اجتماعی و فرهنگی در برابر تهدیدات

جنگ شناختی و شناسایی نقش نهادهای مختلف دولتی و غیردولتی در دیپلماسی عمومی از اهمیت بالایی برخوردار است.

در مجموع یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که جمهوری اسلامی ایران دارای ظرفیت‌های بالقوه‌ای برای اجرای یک دیپلماسی عمومی مؤثر است؛ اما با چالش‌هایی نظیر تحریف اطلاعات، رقابت‌های جهانی و مشکلات داخلی مواجه است. با بهره‌برداری از فرصت‌هایی مانند فرهنگ غنی ایرانی و استفاده مؤثر از فناوری‌های نوین ارتباطی، ایران می‌تواند تصویر مثبت‌تری از خود ارائه دهد و توانایی خود را در مقابله با جنگ شناختی افزایش دهد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به بررسی وضعیت دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی پرداخته و چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این زمینه را تحلیل کرده است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که دیپلماسی عمومی به‌عنوان ابزاری کلیدی در سیاست خارجی ایران، می‌تواند نقش مؤثری در تقویت تصویر بین‌المللی کشور و مقابله با تهدیدات شناختی ایفا کند. با توجه به تحولات جهانی و ظهور فناوری‌های نوین، دیپلماسی عمومی ایران نیازمند یک رویکرد جامع و چندبعدی است که بتواند از ظرفیت‌های فرهنگی، اجتماعی و علمی کشور بهره‌برداری کند.

یکی از مهم‌ترین نتایج این پژوهش، تأکید بر مبانی نظری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران است که بر مبنای سه اصل عزت، حکمت و مصلحت در جهان شکل گرفته است. این اصول به‌عنوان راهنمایی برای فعالیت‌های دیپلماتیک و فرهنگی ایران در سطح بین‌المللی عمل می‌کند. در مقایسه با دیگر کشورها، مانند ایالات متحده که بر اساس قدرت سخت و نرم خود عمل می‌کند، ایران باید بر روی تقویت قدرت نرم خود تمرکز کند. اصول عزت و وحدت به‌عنوان پایه‌های دیپلماسی عمومی ایران می‌توانند به تقویت هویت ملی و انسجام اجتماعی کمک کنند. این امر به‌ویژه در شرایط جنگ شناختی که تلاش برای تضعیف هویت ملی و فرهنگی وجود دارد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

تحلیل داده‌ها همچنین نشان می‌دهد که قدرت نرم به‌عنوان یک ابزار کلیدی در دیپلماسی عمومی ایران باید مورد توجه بیشتری قرار گیرد. استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی و تاریخی ایران، مانند زبان فارسی، عید نوروز و هنرهای سنتی، می‌تواند به تقویت روابط بین‌المللی کمک کند. این

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی؛ چالش‌ها و فرصت‌ها

رویکرد مشابه تلاش‌های کشورهای دیگر مانند چین برای گسترش نفوذ فرهنگی خود از طریق کنفوسیوس‌ها است که توانسته‌اند تصویر مثبتی از چین ارائه دهند.

پژوهش‌ها همچنین به چالش‌های موجود در دیپلماسی عمومی ایران اشاره دارند. از جمله این چالش‌ها می‌توان به تحریف اطلاعات و پروپاگاندا، رقابت‌های جهانی، مشکلات داخلی و نقض زیرساخت‌های رسانه‌ای اشاره کرد. تحریف اطلاعات یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هاست که باعث ایجاد تصویر منفی از جمهوری اسلامی ایران می‌شود. رسانه‌های غربی با استفاده از پروپاگاندا سعی دارند تا واقعیت‌ها را تحریف کنند و نارضایتی‌های اجتماعی را بزرگنمایی کنند. این وضعیت نیازمند یک استراتژی مؤثر برای مدیریت اطلاعات است تا بتوان روایت واقعی را به مخاطبان جهانی منتقل کرد. یافته‌ها همچنین فرصت‌هایی را برای تقویت دیپلماسی عمومی ایران شناسایی کرده‌اند. از جمله این فرصت‌ها می‌توان به تاریخ و تمدن کهن ایران، فرهنگ غنی، پیشرفت‌های علمی و فناوری، جمعیت جوان و تحصیل کرده اشاره کرد. فرهنگ غنی ایرانی می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر برای نفوذ فرهنگی عمل کند. برگزاری رویدادهای فرهنگی بین‌المللی مانند نمایشگاه‌های هنری یا جشنواره‌های موسیقی می‌تواند فرصتی برای تعامل با دیگر کشورها فراهم کند.

در نهایت، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که جمهوری اسلامی ایران دارای ظرفیت‌های بالقوه‌ای برای اجرای یک دیپلماسی عمومی مؤثر است؛ اما باید با چالش‌هایی نظیر تحریف اطلاعات، رقابت‌های جهانی و مشکلات داخلی مواجه شود. با بهره‌برداری از فرصت‌هایی مانند فرهنگ غنی ایرانی و استفاده مؤثر از فناوری‌های نوین ارتباطی، ایران می‌تواند تصویر مثبت‌تری از خود ارائه دهد و توانایی خود را در مقابله با جنگ شناختی افزایش دهد. این پژوهش نشان‌دهنده اهمیت توجه به چالش‌ها و فرصت‌های موجود در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران است که باید موردتوجه قرار گیرد تا بتوان راهکارهای مؤثری برای مقابله با تهدیدات جنگ شناختی طراحی کرد.

پیشنهاد پژوهش

پژوهش حاضر در زمینه دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران و جنگ شناختی، به شناسایی چالش‌ها و فرصت‌ها پرداخته و بر اساس یافته‌های آن، پیشنهادهایی برای بهبود وضعیت دیپلماسی عمومی ارائه می‌دهد:

- ۱- تقویت زیرساخت‌های رسانه‌ای: یکی از مهم‌ترین پیشنهادها این پژوهش، تقویت زیرساخت‌های رسانه‌ای داخلی است. ایجاد و حمایت از رسانه‌های مستقل و معتبر که بتواند اخبار را به‌طور دقیق و بدون تحریف منتشر کنند، ضروری است. این رسانه‌ها باید قادر باشند تا به‌سرعت به تحریف‌ها و پروپاگانداهای منفی پاسخ دهند. همچنین، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین ارتباطی می‌تواند به بهبود کیفیت محتوا و افزایش دسترسی به اطلاعات صحیح کمک کند.
 - ۲- توسعه دیپلماسی فرهنگی: ایران باید بر روی توسعه دیپلماسی فرهنگی تمرکز کند. برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و رویدادهای فرهنگی بین‌المللی می‌تواند فرصتی برای معرفی فرهنگ غنی ایرانی به جهانیان باشد. این رویدادها باید به گونه‌ای طراحی شوند که توجه رسانه‌ها و افکار عمومی را جلب کنند و بتوانند تصویر مثبت‌تری از ایران ارائه دهند.
 - ۳- آموزش نیروی انسانی متخصص: آموزش نیروهای انسانی متخصص در حوزه دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای یکی دیگر از پیشنهادها کلیدی است. برگزاری دوره‌های آموزشی برای دیپلمات‌ها، خبرنگاران و فعالان اجتماعی در زمینه شناسایی تکنیک‌های جنگ شناختی و نحوه مدیریت اطلاعات می‌تواند به افزایش توانایی کشور در مقابله با چالش‌های موجود کمک کند.
 - ۴- تقویت همکاری‌های بین‌المللی: ایران باید تلاش کند تا همکاری‌های بین‌المللی خود را تقویت کند. مشارکت با کشورهای همسایه و دیگر کشورها در زمینه تبادل فرهنگی، علمی و اقتصادی می‌تواند به ایجاد یک جبهه متحد در برابر تهدیدات جنگ شناختی کمک کند. این همکاری‌ها همچنین می‌توانند موجب تقویت روابط دوجانبه و چندجانبه شوند.
 - ۵- استفاده از فناوری‌های نوین: بهره‌برداری از فناوری‌های نوین ارتباطی مانند شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های آنلاین و ابزارهای دیجیتال برای تولید محتواهای جذاب و مؤثر می‌تواند تأثیر زیادی بر دیپلماسی عمومی داشته باشد. ایران باید از این ابزارها برای انتقال پیام‌ها و روایت‌های مثبت درباره خود استفاده کند.
- این پیشنهادها می‌توانند به جمهوری اسلامی ایران کمک کنند تا با بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود، وضعیت دیپلماسی عمومی خود را تقویت کرده و توانایی خود را در مواجهه با چالش‌های ناشی از جنگ شناختی افزایش دهد. با توجه به تحولات سریع جهانی، اتخاذ یک رویکرد جامع و هماهنگ در حوزه دیپلماسی عمومی ضروری است تا ایران بتواند تصویر مثبت‌تری از خود ارائه دهد.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش‌رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

Translated References to English

- Atarod, F., Motaharnia, M., Toraby, M. (2023). Analytical Model of Public Diplomacy of the Islamic Republic of Iran in the Islamic World. *Transcendent Policy*, 11(2), 191-212. [In Persian]
- Baghaei, I. (2024). 100 Days of the Government and Active, Effective and Inclusive Diplomacy. Iran Newspaper, at: <https://mfa.gov.ir/portal/newsview/756666>. [In Persian]
- Barston, R.P. (2006). *Modern Diplomacy and International Relations*. London: Pearson Education LKO.
- Berridge, G.R. (2002). *Diplomacy, Theory and Practice*. London: Palgrave.
- Bigler, G. (2005). Advancing public Diplomacy: One Advocate ArA time. *Finaxial time*.
- Dehghani Firouzabadi, S.J., Firouzi, A. (2012). Public Diplomacy of the Islamic Republic of Iran in the Era of Fundamentalism. *Quarterly Journal of Foreign Relations*, 4(2), 71-110. [In Persian]
- Encyclopedia, B. (2019). public diplomacy: Definition, Types, Examples, & Propaganda. Retrieved February 22, 2019.
- Fahim, A. (2023). Cognitive Warfare: Infiltration of the Republic, a Predicament for the Revolution. Kayhan Newspaper, August 10. [In Persian]
- Fisher, A. (2009). *Four Seasons in One Day*. In: Routledge Handbook of Public Diplomacy, Ed. N. Snow and Ph. M. Taylor. New York: Routledge.
- Ghafrani, P. (2023). Cognitive Warfare: Dimensions and Strategies. Iranian Diplomacy Website, at: <http://irdiplomacy.ir/fa/news/2015944>. [In Persian]
- Ghasemi, S. (2023). What do we know about cognitive warfare?. Hawzah Official News Agency, Monday, at: <https://www.hawzahnews.com/news/1076081>. [In Persian]
- Gilboa, E. (2008). *Public Diplomacy in the Information Age*. In Public Diplomacy, B Ocieпка, (pp. 37-58). Wroclaw: Wroclaw University Press.
- Iraqi, A., Bidgoli, M., rajabi deh borzoei, A. (2023). Analyzing the enemy's cognitive war goals and coping strategies with emphasis on the teachings of the Qur'an. *Holy Defense Studies*, 8(4), 143-162. [In Persian]
- khademzadeh, J., Izadi, J., soltani, A. (2020). Structural Pathology of Public Diplomacy of the Islamic Republic of Iran. *Political Strategic Studies*, 9(34), 107-141. [In Persian]
- McClory, J. (2011). *The New Persuaders II*. A 2011 Global Ranking of Soft Power, Institute for Government.
- Melissen, J. (2005). *the New Public Diplomacy: Soft Power in International Relation*. New York Palgrave Mac Millan.
- Nye, J.S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, J. (2008). *Soft Power: The Tools for Success in International Politics*. translated by Seyyed Mohsen Rouhani and Mehdi Zolfaghari, Tehran: Imam Sadeq University. [In Persian]
- Paydar, P. (2019). What is Cognitive Warfare?. Dataak website, at: <https://dataak.com/blog>. [In Persian]

- Rezaei, D., Ebrahimi, H. (2024). Identifying the Factors, Challenges and Solutions to deal with Cognitive War with a Focus on Generation Z in Iran. *Journal of Air Defense Management*, 3(2), 27-42. [In Persian]
- Salek Alikhani, M., Mohammadpour, Z. (2024). Investigating the Dimensions of Hybrid Warfare and Colonial Cognitive Warfare against Iran. 17th National Conference on Management and Humanities Research in Iran, Tehran, <https://civilica.com/doc/2017424>. [In Persian]
- Saadatmand, H., Taheri, M., Piri Zamaneh, M., ghadami, K. (2024). explaining future solutions to deal with the cognitive war of the West against the Islamic Republic of Iran. *Basij Strategic Studies*, 27(102), 97-136. [In Persian]
- Saeedi, R.A. (2015). *Public Diplomacy of the Islamic Republic of Iran; Case Study: Lebanon*. Tehran: Abrar Cultural Institute for International Studies and Research of Contemporary Iran. [In Persian]
- Soltanifar, M., Khanzadeh, L. (2013). Iranian Media Diplomacy (Opportunities, Challenges, Pathology and Strategies). *Journal of Culture-Communication Studies*, 14(22), 181-205. [In Persian]
- shahmohammadi, M., Fatemi, S.D. (2024). The Role of Cognitive Warfare in Social Crises in the Islamic Republic of Iran. *Cognitive research of political studies*, 1(1), 76-105. [In Persian]
- Salehi, A. (2024). Pathology of Iran's Public Diplomacy. Institute for Diplomacy of Nations, available at: <https://iranthinktanks.com/pathology-of-irans-public-diplomacy>. [In Persian]
- Webster, F. (2000). *Theories of the Information Society*. translated by Ismail Gadimi, Tehran: Qaseeda-Sara Publishing House. [In Persian]

