

حجاب و تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی؛

مطالعه‌ای از منظر برسازی^۱

زینب بهمنی گیلوندانی^۲، سید روح الله زرگرباشی^۳

تاریخ دریافت: ۱۶/۳/۰۲، تاریخ تایید: ۱۴/۱۱/۰۲

چکیده

دیپلماسی عمومی یکی از مهم‌ترین مسائل مربوط به روابط خارجی کشورها و به‌طور کلی روابط بین‌الملل است که با توجه توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی که امروزه فاصله‌های زمانی و مکانی را نیز درنوردیده اند، اهمیت و کارکرد بیشتری یافته است. دیپلماسی عمومی با تأکید بر فرهنگ، مؤلفه‌های غیر مادی و هنجارها، به‌دنبال شکل دادن به هویت‌ها و ذهنیت افراد در دیگر جوامع است. این مؤلفه‌ها مشتمل بر طیف وسیعی از موضوعات و مفاهیم بوده و نمادها و ارزش‌های مذهبی را نیز در بر می‌گیرند. بر این اساس حجاب اسلامی به عنوان نماد و یک هنجار دینی، می‌تواند با تأثیر بر ذهن مخاطبان و بازنمایی تصویری خاص در جوامع، واجد کارکردهای دیپلماسی عمومی برای گفتمان اسلامی باشد. مقاله حاضر به‌دنبال آزمون این پرسش اصلی است که حجاب اسلامی چگونه می‌تواند موجب تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی شود؟ یافته‌ها حکایت از آن دارد که حجاب اسلامی به واسطه وجه نمادین خود، از طریق نمادسازی غیرکلامی و تصویرسازی مثبت در برابر گفتمان‌های رقیب، موجب تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی می‌شود. این پژوهش میان رشته‌ای، از نوع کیفی بوده و با استفاده از روش تبیینی با هدف شناسایی حجاب اسلامی به‌عنوان نماد و ابزاری غیرکلامی و بصری، در مسیر نهادینه کردن ارزش‌های فرهنگی گفتمان اسلامی انجام شده و نقش و تأثیر حجاب را به عنوان مقوم گفتمان اسلامی نشان می‌دهد. چنین کارکردی در ذهن نومسلمانان و غیرمسلمانان جوامع اروپایی قابل ارزیابی و شناسایی بوده و یافته‌های پژوهش مؤید همین مدعاست.

کلمات کلیدی: حجاب اسلامی، دیپلماسی عمومی، گفتمان اسلامی، سازه انگاری.

^۱. این مقاله مستخرج از پایان نامه نویسنده مسئول است که در شهریور ۱۴۰۱ در دانشگاه علامه طباطبایی دفاع شد.

^۲. دانشگاه علامه طباطبایی، کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل zynbbhm@gmail.com

^۳. استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی r.zargarbashi@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

دیپلماسی عمومی یکی از مهم‌ترین مسائل مربوط به روابط خارجی کشورها و به‌طورکلی روابط بین‌الملل است که با توجه توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی که امروزه فاصله‌های زمانی و مکانی را نیز درنوردیده اند، اهمیت و کارکرد بیشتری یافته است. دیپلماسی عمومی بیشتر در سیاست خارجی کاربرد دارد و ارتباط نزدیکی با قدرت، خصوصاً قدرت نرم دارد؛ قدرت نرمی که نفوذش غیر آشکار و غیرمستقیم است. امروزه تأثیر و نقش مردم در روند شکل‌گیری و کنشگری سیاسی دولت‌ها افزایش یافته و دولت‌ها با مخاطبانی مواجه هستند که جلب نظر و حمایت و نیز تامین منافع آن‌ها بسیار حائز اهمیت است؛ بنابراین دولت‌ها در تلاش هستند تا با اثرگذاری بر افکار عمومی، عقاید عمومی جوامع هدف را با خود همراه کنند و در این راه از ابزارهای مختلفی بهره می‌جویند.

دیپلماسی عمومی به رغم دیگر انواع دیپلماسی، بیش از آنکه به رابطه دولت‌ها با یکدیگر محدود شود با مردم سروکار دارد و در حقیقت مخاطبانش، گفتمانها و دولت‌هایی هستند که با توده‌های مردم سروکار دارند نه با دولت‌های دیگر.

دیپلماسی عمومی همچنین اذهان مردم را از طریق اعمال نفوذ و اطلاع‌رسانی درگیر می‌کند. یکی از مهم‌ترین اهداف دیپلماسی عمومی، رفع سوء تفاهم‌ها یا یافتن زمینه‌های مشترک به وسیله ایجاد بسترهای گفتگو، ارتباط، اشتراک گذاشتن دیدگاه‌ها و نظرات و درنهایت رسیدن به درک و فهم متقابل است زیرا فضایی که دیپلماسی عمومی ایجاد می‌کند فضایی مبتنی بر احترام، درک متقابل و اطمینان است. از این‌رو، اقداماتی را برای رسیدن به اهداف خود انجام می‌دهد و تعاملات و ارتباطاتی را بر مبنای اعتماد و اطمینان دو طرفه، ایجاد می‌کند. هدف اصلی این پژوهش، تبیین چگونگی تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی یا تأثیرگذاری بر شاخص‌ها و مولفه‌های آن به وسیله حجاب است.

حجاب اسلامی با توجه به وجه نمادینی که در خود دارد، توانایی برجسته‌سازی هویت و فرهنگ یک گفتمان خاص را از طریق نفوذ بر افکار عمومی دیگر جوامع و جلب نظر و حمایت آن‌ها دارد و از راه‌های مختلفی نظیر تصویرسازی استفاده می‌کند. حجاب مخصوصاً ازجمله مولفه‌های فرهنگی و هویتی است که توانایی اعمال نفوذ بر عموم مردم دیگر جوامع را دارد و می‌تواند از طریق تصویرسازی و با استفاده از وجه نمادین و ماهیت رسانه‌ای خود، این تأثیر را بر مخاطب خود داشته باشد. همچنین می‌تواند با ایجاد زمینه گفتگو میان شهروندان، در ذهن و

گفتمان ایشان نفوذ کند چراکه مخاطبان حجاب اسلامی، نه دولت‌ها بلکه ملت‌ها، عمده مردم و شهروندان کشورهای دیگر هستند. لذا در صورتی که تأثیر حجاب بر افکار عمومی تأیید شود، فشار یا حمایتی از جانب اعضای جامعه صورت می‌گیرد که می‌تواند بر دولت‌ها اثر گذارد و نقش حجاب بر تقویت شاخص‌های دیپلماسی عمومی را نشان دهد.

در اینجا بازیگران عرصه دیپلماسی عمومی، بازیگران مذهبی هستند که با رویکردی هنجار محور می‌توانند با تأثیرگذاری و نقش‌آفرینی جدی، سیاست خارجی یا اهداف کلی گفتمان اسلامی را جهت ارتقای ارزش‌ها و اهدافش پیش ببرند. در این صورت، دیپلماسی [عمومی] به دیپلماسی مذهب‌بنیان نزدیک می‌شود. دیپلماسی عمومی در ارتباطات بین فرهنگی، به عنصر انتقال ارزش‌ها، ایده‌ها، نگرش‌ها و عقاید میان فرهنگی توجه ویژه‌ای دارد و تلاش می‌کند تا قدرت نرم یک کشور یا حاکمیت مستقل را از طریق چنین تأثیرگذاری‌ای تقویت و اعمال کند (بشیر و سعادت‌پور، ۱۳۹۱، ص ۱۸۴-۱۸۲).

حجاب نیز به‌عنوان مؤلفه و کنشگری غیردولتی و مذهبی، برای ارتقای ارزش‌ها و اعتقادات گفتمان اسلامی به‌عنوان نماد مقوم آن، در قالب دیپلماسی عمومی و شاخص‌های آن عمل می‌کند و موجب تقویت آن می‌شود. مقاله حاضر به‌دنبال آزمون این پرسش اصلی است که حجاب اسلامی چگونه می‌تواند موجب تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی شود؟ یافته‌ها و فرضیه پژوهش دلالت بر آن دارد که حجاب اسلامی به واسطه وجه نمادین خود، از طریق نمادسازی غیرکلامی و تصویرسازی مثبت در برابر گفتمان‌های رقیب، موجب تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی می‌شود. این پژوهش میان رشته‌ای که در آن رابطه میان دین و سیاست بررسی می‌شود، از نوع کیفی بوده و با استفاده از روش تبیینی با هدف شناسایی حجاب اسلامی به‌عنوان نماد و ابزاری غیرکلامی، بصری و هنجاری اجتماعی، در مسیر نهادینه کردن ارزش‌های فرهنگی گفتمان اسلامی انجام شده و نقش و تأثیر حجاب را به‌عنوان مقوم گفتمان اسلامی در سیاست بین الملل نشان می‌دهد. ارزیابی و شناسایی چنین کارکردی در ذهن نومسلمانان و غیرمسلمانان جوامع اروپایی ممکن بوده و یافته‌های پژوهش نیز مؤید همین مدعاست.

اهمیت پرداختن به این پژوهش از آن رو است که با مطالعه نقش و اثرگذاری حجاب در سیاست خارجی به‌عنوان یکی از حوزه‌های مهم و زیرمجموعه سیاست و روابط بین الملل، کنشگری آن را مورد بررسی قرار داده و حجاب را به‌عنوان یک مؤلفه تأثیرگذار و به‌عنوان یک نماد غیرکلامی و فرهنگی در نظر می‌گیرد و ارتباط آن را با سیاست نشان می‌دهد. نادیده گرفتن

چنین عنصری، چشم پوشی از بخشی از مولفه‌های غیرمادی و ابزارهای دیپلماتیک محسوب می‌شود، لذا انجام پژوهش‌هایی از این دست، ضرورت دارد.

با توجه به هدف و نوع پرسش مطرح شده، روش این پژوهش از آن رو که در تلاش است تا با شیوه‌های غیرکمی، یافته‌های کیفی را به بیازماید؛ پژوهشی کیفی با بهره‌گیری از روش تبیینی است. این نوشتار با رویکردی قیاسی، روش تبیینی و با استفاده از داده‌های اسنادی و کتابخانه‌ای درصدد بررسی و آزمون فرضیه یادشده است.

پیشینه پژوهش

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته حول موضوع اثرگذاری حجاب اسلامی بر دیپلماسی عمومی، منابع موجود در این حوزه عمدتاً نیمه مرتبط و دور از موضوع بودند اما تحقیقات زیر می‌توانستند بیشتر مورد استفاده و استناد قرار گیرند:

زاهدیان و ارحامی در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی جایگاه حجاب در حقوق بشر از دیدگاه نظریه جهان شمولی ونسبی‌گرایی» به نقش حجاب در حقوق و سیاست بین الملل پرداخته‌اند و معتقدند برخی کشورها برای رسیدن به اهداف خود جایگاه حجاب را وارونه ساخته و تعریف دلخواه خود را به عنوان یکی از موازین حقوق بشری مطرح می‌کنند، از این طریق به دنبال محدودسازی حجاب هستند. از این جهت اهمیت آشنایی با قوانین حقوق بشری در این زمینه از اهداف این تحقیق است (زاهدیان و ارحامی: ۱۳۹۹). بشیر در مقاله‌ای تحت عنوان «سیاست فرهنگی تفاوت در بازنمایی حجاب اسلامی در رسانه‌های غربی» به ظهور روش گفتمانی جدید در طرح مسائل مربوط به اسلام و مسئله حجاب اسلامی برای تقابل هویت اسلامی و هویت غربی می‌پردازد و آن را به عنوان عنصری از گفتمان شرقی اسلامی معرفی می‌کند که توانسته در مقابله با هویت غربی، غیریت‌سازی کند و حجاب را به عنوان یک نشانه‌ی تفاوت فرهنگی در نظر گرفته و بمثابه یک بعد هویت بخش به حجاب می‌نگرد (بشیر: ۱۳۹۰). طاهری در پایان‌نامه‌ای تحت عنوان «راهکارهای مقابله با جنگ نرم در حوزه عفاف و حجاب از منظر قرآن و حدیث» به بررسی جنگ نرم و راه‌های مقابله با آن در آیات و روایات پرداخته است و حجاب را از جمله مسائل و موضوعات مهم فرهنگی می‌داند و راهکارهایی را برای مقابله با جنگ نرم علیه حجاب و عفاف ارائه می‌دهد (طاهری: ۱۳۹۷).

نانسی اسنو و فیلیپ.ام تیلور، در کتابی تحت عنوان «کتاب مرجع دیپلماسی عمومی» با ترجمه روح الله طالبی آرانی به تعریف و توضیح دیپلماسی عمومی، بازیگران آن، تاریخچه دیپلماسی، مدیریت دیپلماسی عمومی، رویکردهای مختلف نسبت به دیپلماسی عمومی در جهان و کاربردهای دیپلماسی عمومی اشاره می‌کند. نویسندگان، دیپلماسی عمومی را نوعی سیاست ذهن در نفوذ می‌دانند که قادر به ایجاد عملیات روانی در مخاطبان است (Nancy Snow & Philip M. Taylor: 2019).

نیک آیین در مقاله‌ای تحت عنوان «هویت ملی و دیپلماسی عمومی» به دیدگاه امام خمینی بر اساس گفتن «خود» و «دیگران» به تبیین ویژگی‌های هویت اسلامی و ایرانی می‌پردازد و راهکارهایی را برای احیاء آن مطرح می‌کند. نخستین و مهم‌ترین راهکار معرفی شده، نفی خود کاذب است که اولین گام شناخت خود واقعی است. نویسنده معتقد است، هویت‌های ملی برای نقش آفرینی در دیپلماسی عمومی دو کارکرد مهم دارد: الف- باعث ایجاد تفاهم فرهنگی می‌شود که عامل مهم همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی است. ب- مطالعه تخصصات بین‌المللی را نشان می‌دهد که عوامل هویتی در بسیاری از آن‌ها نقش مهمی دارد (نیک آیین: ۱۳۸۶).

هادیان و احدی در مقاله‌ای تحت عنوان «جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی»، به افزایش نقش بازیگران غیر دولتی و نقش افکار عمومی بعنوان اشکال جدید دیپلماسی اشاره دارد و آن را ابزاری جهت ارتقای تصویر مثبت از یک کشور معرفی کرده است (هادیان و احدی، ۱۳۸۸). نیکلاس جی. کال در کتابی تحت عنوان «دیپلماسی عمومی: پایه و اساس مشارکت جهانی در عصر دیجیتال» ضمن تبیین عناصر اصلی دیپلماسی عمومی، با ذکر مثال‌های تاریخی متعدد، نحوه بکارگیری و استفاده صحیح از این عناصر را معرفی کرده است و فرهنگ، تبادل، آموزش و برندسازی را عناصر مهم دیپلماسی عمومی می‌داند که برای کشورهایی که بدنبال نفوذ جهانی هستند باید از این طرق دیپلماسی عمومی خود را تقویت کنند (جی. کال، ۱۴۰۱).

وجه تمایز و نوآوری این پژوهش، تمرکز و پرداختن به بحث نظری جدید مبتنی بر مولفه‌های غیرمادی با رویکردی هنجاری در دیپلماسی عمومی و سیاست بین‌الملل است به گونه‌ای که تاکنون پژوهش مستقلی چنین رویکردی در دیپلماسی عمومی انجام نشده است، پس می‌توان پژوهش حاضر را نوآورانه ارزیابی کرد.

چارچوب نظری پژوهش، «نظریه سازه‌انگاری، برساخت‌گرایی یا برسازی^۱» است که نقطه کانونی توجه اش، هنجارها و انگاره‌ها محسوب می‌شود. دیپلماسی عمومی نیز خود از جمله مقوله‌های انگاره‌ساز محسوب می‌شود. افکار و اذهان مردم از مجموعه‌ای از انگاره‌ها تشکیل شده است و دیپلماسی عمومی می‌تواند در شکل‌دهی به افکار عمومی یعنی همان انگاره‌ها ایفای نقش کند. همچنین می‌تواند انگاره‌ای که در ذهن مردم هر کشور وجود دارد را تغییر دهد یا حتی انگاره دیگری را جایگزین آن کند. بنابراین می‌تواند در ساخت یا تغییر چهره و هویت یک کشور در جامعه بین‌الملل نیز تعیین‌کننده و مؤثر باشد (شفیعی و زاهدی، ۱۳۹۲: ۱۶۰).

سازه‌انگاری در یک معنای متفاوت، ساختار روابط بین‌الملل را بر اساس ماهیت غیرمادی آن تعریف می‌کند و برای این بعد هنجاری و غیرماده‌جاسگاه و نقش مستقل و تعیین‌کننده‌ای در کنار عوامل مادی قائل است. این ماهیت غیرمادی بر مبنای اصول انگاره‌ای، هنجاری و ارزشی سازمان می‌یابد. هویت غیر مادی ساختار نظام بین‌الملل، ساختار نظام را معلول توزیع ایده‌ها و انگاره‌ها میان بازیگران بین‌المللی می‌داند؛ از این‌رو ماهیت ساختار نظام بین‌الملل ماهیتی متغیر و متحول است که با تغییر ایده‌ها، انگاره‌ها و فرهنگ تغییر می‌کند. سازه‌انگاری به ابعاد غیر مادی ساختار نظام بین‌الملل که شامل عناصر فرهنگی قدرت است اشاره می‌کند. ساختار نظام در این رهیافت، به اندازه زیادی به هنجارها که شکل‌دهنده به هویت که بخشی از تاریخ و فرهنگ محسوب می‌شوند بستگی دارد (متقی و کاظمی، ۱۳۸۶: ۲۱۸).

گفتمان نیز در سازه‌انگاری به عنوان نظامی معنایی و ارزشی که بر حیات اجتماعی و کنشگران اجتماعی تأثیر دارد و کنشگران به واسطه آن محیط و جهان را درک می‌کنند شناخته می‌شود. گفتمان‌ها پایگاه روابط اجتماعی قدرت هستند یعنی گفتمان می‌تواند با شکل‌دهی به روابط و هویت اجتماعی و معنا بخشی به آن‌ها، به برخی صاحبان قدرت مشروعیت دهد یا برخی را رد و مشروعیتشان را نفی کند و از این طریق قدرتی را تولید و بازتولید کند. بدین ترتیب گفتمان به عنوان یکی از منابع قدرت [قدرت گفتمانی] نیز تعریف می‌شود (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۴: ۲۰۷). انقلاب‌های مبتنی بر معنا، ارزش، هنجار، معنویت و مذهب که غالباً به دنبال گسترش این مقوله‌ها هستند، به نقش گفتمان‌ها به عنوان انگاره‌هایی که به افکار و رویه‌های زندگی اجتماعی سمت و سو و جهت می‌دهند توجه زیادی دارند (مشیرزاده، ۱۳۸۳: ۱۷۴). این

نظریه که محصول مناظره چهارم در روابط بین الملل و چالش میان خردگرایی یا جریان اصلی (نورئالیسم و نولیبرالیسم) با نظریه انتقادی به معنای عام (مکتب فرانکفورت) بود، ضمن پذیرش برخی اصول و مفروضه‌های جریان اصلی در روابط بین الملل، مواردی را نیز نقد و به چالش کشید و برای آنها بدیل و جایگزین معرفی کرد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۴: ۵۵). از مهم ترین اصول و مفروضه‌های نظریه برسازی می‌توان به این موارد اشاره کرد:

الف- بین‌الملل دارای ماهیت اجتماعی است، بازیگران آن بازیگران انسانی هستند که چون در تعامل و ارتباط با هم رفتار و عمل می‌کنند، پس امور ذهنی نقش قابل توجهی در کنش آن‌ها دارد.

ب- اعتقاد نظریه سازه انگاری بیشتر بر باورهای کنشگران و هویت برآمده از این باورها استوار است که مولفه‌های فکری و فرهنگی را در مرکز توجه قرار می‌دهد.

ج. سازه انگاری با نفی رویکرد پوزیتیویستی معتقد است همه‌چیز درون ذهن انسان شکل می‌گیرد و از ذهنیت‌گرایی در مقابل عینیت‌گرایی صحبت می‌کند.

د. سازه انگاری معتقد است شناخت از فعالیت ذهن حاصل می‌شود و ایده‌ها و هنجارها در ساختن جهان مادی نقش دارند.

و. همچنین باور دارد که جهان به واسطه رابطه اجتماعی افراد شکل می‌گیرد. همچنین نظر دارد که انسان نیز با تعاملات اجتماعی هویت و کنش خود را شکل می‌دهد؛ سپس در روند جامعه‌پذیری به اندیشه و ذهن خود شکل داده و آن را درونی می‌کند و به ذهنیت مشترک با دیگران می‌رسد که در قالب ذهنیت مشترک جهان را درک و فهم می‌کند و از این طریق به کنش و واکنش در مقابل دیگران می‌پردازد.

بر این اساس می‌توان رابطه‌ای معنا دار میان نظریه سازه انگاری با هنجارها و ارزش‌ها و مؤلفه‌های دینی تأثیرگذار در روابط بین الملل یافت و از برسازی به عنوان نظریه‌ای که برای موضوعات یادشده جایگاه و نقش مستقل و تعیین‌کننده‌ای در سیاست بین الملل قائل است، برای فهم بهتر موضوع پژوهش استفاده کرد.

مطابق آموزه‌های اسلامی، انسان‌ها و دولت‌ها موظف می‌شوند در قالب ساختارهای اجتماعی مبتنی بر اصول و احکام دینی عمل کنند و نه خارج از آن. اسلام همچنین علاوه بر اعمال و رفتار انسان‌ها، به ذهنیات و نیت‌مندی آنها نیز توجه ویژه‌ای دارد. حجاب اسلامی یکی از احکام دینی و رفتاری اسلام است که به نوعی برساننده رفتار مسلمانان در جوامع مختلف و نمادی از گفتمان

اسلامی و اصول و احکام سیاسی و اجتماعی آن است. نمادی از گفتمان و هویت دینی که برداشتها و معانی خاصی را به مردم سایر جوامع القا می‌کند. بر اساس اصول و مفروضه‌های سازه‌انگاری، هنجارهایی نظیر حجاب می‌توانند از طریق تأثیر بر انگاره‌ها و ذهنیات افراد، در مسیر تکوین، پردازش و قوام بخشی به هویت و شخصیت ایشان مؤثر باشد؛ یعنی می‌تواند در تکوین فرهنگ و هویت افراد تعیین کننده باشد. همانطور که آموزه‌ها و دستورهای اسلام به مانند یک قاعده می‌تواند در ساخت هویت افراد و جوامع نقش داشته باشد، حجاب با تغییر در ساختارهای معنایی و ذهنی افراد یک جامعه، به بساختن هویتی جدید با تصویر و برداشتی دینی و اسلامی کمک می‌کند و با برجسته کردن و تداعی و تبلیغ دیگر آموزه‌های این گفتمان اسلامی نظیر مقاومت، اسلام سیاسی، انقلاب اسلامی، غرب ستیزی، استکبارستیزی و ...، هویت خاصی را به دیگران معرفی می‌کند (رسولی ثانی آبادی، ۱۳۹۲: ۲۳۳).

دیپلماسی عمومی

۱. ماهیت دیپلماسی عمومی

با توجه به ماهیت و کارکرد دیپلماسی عمومی، لازم است ابتدا ماهیت آن معرفی و نحوه تأثیرپذیری آن از نمادها و هنجارهایی نظیر حجاب مشخص شود و در ادامه شاخص‌ها و مؤلفه‌های آن تبیین شود.

مفهوم دیپلماسی عمومی نخستین بار توسط /دموند گولیون^۱ در دهه ۱۹۶۰ وضع شد و سپس و رواج یافت. دیپلماسی عمومی فرایندی است که طی آن، از طریق تأثیرگذاری بر جوامع و عموم مردم کشورهای مختلف، دسترسی به منافع امکانپذیر می‌شود. تلاش بازیگران برای تأثیرگذاری و مدیریت افکار عمومی از طریق فعالیت‌های ارتباطی به منظور جلب نظر مخاطبان (جوامع خارجی)، دیپلماسی عمومی محسوب می‌شود. لذا می‌توان گفت که افکار عمومی، مهمترین جزء از دستورکارهای دیپلماسی عمومی است (دانشکده و پژوهشکده اطلاعات و امنیت، ۱۳۸۷: ۲۰-۱۷).

دیپلماسی عمومی به طور مستقیم و غیرمستقیم بر افکار عمومی مردم تأثیر می‌گذارد و نگرش و باورهای آنان را تغییر می‌دهد، از اینرو است که اهمیت و نقش افکار عمومی در سیاست خارجی بالا می‌رود. تأثیر دیگری که دیپلماسی عمومی دارد افزایش مبادلات و تعاملات مردم-

مردم است که در فراسوی مرزهای ملی اتفاق می‌افتد و نقش رسانه‌های ارتباطی در این تعاملات، تعیین کننده و غیرقابل انکار است؛ لذا وجه عمومی دیپلماسی در آن پررنگ‌تر شده است. در این خصوص با توجه به تأثیر دیپلماسی عمومی بر افکار عمومی جامعه، برخی معتقداند تعلیم و آموزش شهروندان در حوزه‌های مختلف بسیار اهمیت دارد زیرا افکار آن‌ها در سیاست خارجی دولت متبوعشان نقش قابل توجهی دارد و از دیپلماسی عمومی دیگر دولت‌ها تأثیر می‌پذیرد (تیلور و اسنو، ۱۳۹۰: ۳). در حقیقت هدف دیپلماسی عمومی، نفوذ بر مخاطبان و جوامع خارجی از طریق ایجاد زمینه برای فهم متقابل و ارتباطات فرهنگی است (نای، ۱۳۸۹: ۳۸-۳۹).

دیپلماسی عمومی در پی ایجاد ارتباط مستقیم با مردم دیگر کشورهاست تا بتواند افکار آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده، سپس از این طریق، دولت آن‌ها در مسیر اهداف و منافع خود هدایت کند. به عبارتی با کنترل و هدایت افکار عمومی، بر دولت فشار بیاورد تا کاری را انجام دهد که مرد نظر است (شفیعی و زاهدی، ۱۳۹۲: ۱۵۶).

مهمترین شاخص‌ها و مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی که حجاب می‌تواند از رهگذر آن، نقش و کارکرد داشته باشد را می‌توان نخست «ترسیم تصویر یک کشور یا به عبارتی تصویرسازی مثبت از فرهنگ و هویت یک کشور و تأثیرگذاری بر افکار عمومی دیگر جوامع» و دوم، «نمادسازی یا کاربست نمادها در انتقال مفاهیم به ذهن مخاطب، بدون ارتباط مستقیم با آن‌ها» دانست (وحیدی، ۱۳۹۹: ۴۳-۴۰).

کارکرد حجاب در دیپلماسی عمومی، بیشتر به صورت غیرمستقیم نمایان می‌شود و فایده دیپلماسی عمومی غیرمستقیم این است که در آن، توانایی‌های تعاملات فرهنگی بالاتر کنترل و دخالت کشورها و حکومت‌ها کم‌رنگ‌تر است. حجاب همچنین می‌تواند کارکرد خود در دیپلماسی عمومی را با استفاده از ابزارهای آن نظیر انتشار متن و تصاویر، اینترنت، سینما، تلویزیون، رادیو، مبادلات فرهنگی و ... پیش ببرد. بنابراین، دولت‌ها تنها مخاطبان دیپلماسی عمومی نیستند و در آن، مخاطب اصلی، نه دولت بلکه توده مردم هستند که انتقال پیام به آن‌ها اغلب با درگیرکردن عواطف و احساسات آن‌ها اتفاق می‌افتد. بنابراین فعالیت‌های رسانه‌ای، تصویرسازی و نمادسازی حجاب اسلامی، بیشتر متوجه مخاطب عام یعنی جامعه و توده مردم است (هادیان و احدی، ۱۳۸۸: ۹۵-۹۱).

۲. شاخص‌ها و مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی

۲.۱. تصویرسازی

همانطور که اشاره شد یکی از روش‌های مهم دیپلماسی عمومی تصویرسازی یا ایجاد تصویر مثبت از یک فرهنگ و هویت یا گفتمان است. تصویرسازی عامل مهمی است که می‌تواند در مهار قدرت نرم کشورهای رقیب یا تقویت قدرت نرم کشورهای همسو، تأثیرگذار باشد (نای، ۱۳۸۹: ۱۹۷). از آنجاییکه در دنیای امروز، دیپلماسی عمومی با شیوه‌هایی همچون روشنگری و بیدارسازی و آگاه‌کردن مردم سروکار دارد، می‌توان گفت که از تکنیک‌های گوناگون تصویرسازی نیز استفاده می‌کند. زیرا هدایت و مدیریت افکار عمومی با تصویرسازی، به مراتب ناملموس‌تر و راحت‌تر از شیوه‌های دیگر انجام می‌شود. بر این اساس عرصه‌های بصری در سیاست خارجی و سیاست‌های جهانی نقش قابل‌ملاحظه پیدا کرده‌اند، به طوری که برخی آنها را دیپلماسی بصری به‌عنوان نوع جدیدی از دیپلماسی در قالب دیپلماسی عمومی معرفی می‌کنند و معتقداند که تصاویر در مدیریت افکار یا ادراکات مردم نقی را ایفا می‌کنند. لذا در ادامه به بررسی صحت این ادعا پرداخته می‌شود.

امروزه اهمیت و نقش تصاویر در مطالعات روانشناسی و فرهنگی به اثبات رسیده است. فیلم‌ها، مجله‌های تبلیغاتی، پوسترها، کارتون‌ها، عکس‌ها، همه و همه بر اذهان مخاطبان اثری غیرملموسی بر جای می‌گذارند. مثلاً عکس‌هایی که قهرمانان ملی یک کشور در قالب پوستر یا تمبر منتشر می‌شود، یا تصاویری که از زنان تأثیرگذار جهانی یا از مبارزات زنان در جریان انقلاب اسلامی ایران به ثبت رسیده منتشر می‌شود همگی در تصویرسازی ملی و تأثیر آن بر قدرت کشورها رابطه مستقیمی دارد. از این‌رو تصاویر اهمیت بسزایی در دیپلماسی عمومی دارند و رویدادها و وقایع سیاسی جهان، بیش از آنکه از طریق گفتارها یادآوری شوند، از طریق تصاویر یادآوری می‌شوند و در ذهن رسوخ کرده و تأثیر می‌گذارند. مثلاً تصاویرسازیه‌ها از جنگ‌های جهانی در قالب عکس‌ها، فیلم‌ها، مصاحبه‌ها، نمایشگاه‌ها و امثال آنها، درک مردم از فجایع تاریخی این جنگ‌ها را بالاتر می‌برد. از این‌رو می‌توان گفت که تصاویر دریچه‌ی تازه‌ای را برای درک جهان و تأثیر بر لفقار عمومی جهانیان باز می‌کنند. به همین دلیل دیپلماسی عمومی به تصویرسازی اهمیت ویژه می‌دهد (وحیدی، ۱۳۹۹: ۴۳-۴۰).

۲.۲. نمادسازی

نماد، بیانگر یک فکر، اندیشه یا مفهومی است که خود را به صورت معنوی در ذهن نمایان می‌کند و اثر خود را در ناخودآگاه آدمی برجای می‌گذارد، بدون آنکه به تنهایی از روش‌های مستقیم استفاده کند (بمانیان و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۴-۱۵).

علاوه بر تصویرسازی‌ها، نمادها نیز توانایی انتقال پیامها، اطلاعات، احساسات و ایدئولوژی‌ها و تداعی مفاهیم و برداشتها را به ذهن افراد دارند و می‌توانند بر افکار مخاطبان خود تأثیر بگذارند. نمادها در واقع نوعی نشانه قراردادی برای معرفی یا ارائه مفهوم و درکی خاص از موضوعی معین محسوب می‌شوند که افکار عمومی را متأثر می‌کنند. نمادها اغلب ساخته شده یا تأثیر گرفته از وقایع و حوادث مهمی هستند که می‌توانند قوه احساس و عواطف را در ذهن مخاطب فعال سازند. نمادها هرچند با روشی ساده، نقش مهمی را در یادآوری‌ها و جلب توجهات سیاسی اجتماعی ایفا می‌کنند؛ چراکه هرکدام حاوی محتوای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و هنجاری خاصی هستند و به نمایش این نمادها در انظار مردم، به تداعی و بارتعریف و بازنشر روایت آن هنجارها، ارزش یا ایدئولوژی‌ها کمک می‌کند (بمانیان و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۴-۱۵).

هر نوع از عکس، فیلم، پرچم، پوشش خاص، صنایع‌دستی، موسیقی و سرود، مراسم مذهبی و حتی رزمایش‌های نظامی هم می‌تواند به‌عنوان یک نماد تلقی شود (وحیدی، ۱۳۹۹: ۵۲).

رفتار عمومی افراد هر جامعه، به‌شدت از تصاویر و نمادها تأثیر می‌پذیرند زیرا روایان داستان‌هایی هستند که در ساخت باورها و احساسات مردم نقش دارند. بنابراین توانایی مدیریت عواطف و احساسات را دارند و ابزاری کارآمد برای دیپلماسی عمومی محسوب می‌شوند تا از این رهگذر، مدیریت افکار عمومی را در دست گیرد. علاوه بر این، نمادها می‌توانند پیام‌ها و معانی مستقیم و غیرمستقیم هنجارها و ارزش‌های فردی و اجتماعی را از خود بروز می‌دهند و آشکارکننده بخشی از این واقعیت‌ها باشند، ضمن اینکه می‌توانند با پررنگ کردن بخشی از واقعیت، بخش دیگری را کم‌رنگ یا مخفی کند. بر این اساس، نمادسازی می‌تواند به‌عنوان راهبردی مهم در دیپلماسی عمومی عمل کند و ابزاری برای انتقال آسان پیامها و مفاهیم، تأثیر بر نگرش‌ها و افکار عمومی و حتی نفوذ و القاء و اقناع در جوامع هدف باشد (وحیدی، ۱۳۹۹: ۵۶).

در نتیجه نمادها همانند تصاویر، نقش مهمی در برساخت فهم مشترک، تصمیم‌ها و سیاست‌ها از طریق روشهای بصری انتقال پیام در دیپلماسی عمومی دارند. منظور از نمادسازی غیرکلامی این است که نمادها می‌توانند مقصود خود را با وام‌گیری از معانی ضمنی و نهفته در

لایه‌های مختلف شناخت به مخاطب منتقل کنند و تأثیر خود را در ناخودآگاه او بر جای گذارند، بدون آنکه از بیان و لفظ استفاده کنند که حجاب نیز به عنوان موضوع پژوهش حاضر، نوعی از این نمادهاست که عیناً از همین کارکرد خاص غیرکلامی برخوردار است و قادر است از طریق روشهای بصری، پیامهایی را به مخاطب منتقل کند و در ناخودآگاه آنها تأثیر گذارد. برای مثال استفاده از شعائر بصری مذهبی در جوامع، نوعی نمادسازی غیر کلامی محسوب می‌شود که تأثیرات خود را به صورت ذهنی میگذارد و وارد رابطه مستقیم و کلامی-زبانی با مخاطب نمی‌شود. مقصود از نمادسازی غیرکلامی در این پژوهش، نشان دادن حجاب به عنوان یک نماد دینی، ارزشی و فرهنگی است که تأثیر خود را از طریق نظام معنایی و گفتمانی‌ای که در خود دارد بر جای می‌گذارد (صلیبی، ۱۳۹۲: ۱۰۲).

نقش حجاب به‌عنوان نظامی از نمادها

همانطور که بیان شد نمادها به انواع مختلفی تقسیم می‌شوند که پوشش انسانها در جوامع نیز یکی از آنهاست. هر نوع از پوشش، می‌تواند در وجه نمادین خود به‌عنوان یک رفتار اجتماعی معنادار تلقی شود که درک مواجهه با ماهیت نمادین آن، برداشت و تحلیل خاصی را از معنای نهفته در آن به بینندگان منتقل می‌کند. اینکه می‌گویند در هر پوشش نمادین، معنایی نهفته است به این معناست که نوع پوشش انسانها حاوی معانی و معرف الگوهای رفتاری خاصی هستند. این معناداری شامل مجموعه‌ای از قواعد است و به‌عنوان یک رفتار اجتماعی قاعده‌مند قلمداد می‌شود (کشفی و جوادی یگانه، ۱۳۸۶: ۶۴).

پوشش افراد می‌تواند به‌عنوان یک مولفه نمادین، به‌صورت غیرکلامی، پیام‌های خاصی را به ذهن مخاطبان خود منتقل کند. برای نمونه، لباس نظامیان یا لباس کشیش‌ها عالمان دینی، لباس‌هایی هستند که در وجه نمادین خود، الگوهای رفتاری معناداری را همراه با قواعد مخصوص خود به نمایش می‌گذارند. همچنین پوشش‌های خاص و مدلهای مو و آرایش سر و صورت و بدن نیز منتقل‌کننده معانی، مفاهیم و هنجارهای خاصی به مخاطب هستند. بنابراین یک لباس نظامی، روحانی، جوان‌مُدگرا و ...، نمادی از ارزش‌ها و باورها و الگوهای رفتاری و قاعده‌مند هر یک از آنهاست که در به‌شیوه‌ای غیرکلامی، ماهیت فرهنگ و سبک زندگی خاصی را نیز نمایش می‌دهد. در فرهنگ جوامع مختلف، یک لباس می‌تواند نماد آزادی یا نماد اعتراض باشد همانطور که یک لباس می‌تواند نماد عفاف و پاکدامنی باشد. بر این اساس در سراسر جهان

نیز با توجه به وجه نمادین لباس و پوشش انسانها، قوانین مختلفی در این خصوص در کشورهای مختلف وضع شده است. در گذشته نیز طبقه اجتماعی هر فرد از طریق لباس‌های او قابل شناسایی بوده و لباس روحانی یا کشیش، لباس کشاورزان با دریانوردان و صنعت‌گران متفاوت بوده و نمایی از شخصیت و جایگاه اجتماعی افراد و معرف شغل و سبک زندگی آن‌ها بوده است. همانگونه که هر پوششی می‌تواند معرف هویت افراد نیز باشد، حجاب نیز به‌عنوان نوعی خاص از پوشش که در میان برخی پیروان ادیان مختلف خصوصاً مسلمانان دیده می‌شود، معرف فرهنگ، هویت، هنجارها و ارزش‌های خاصی است که به‌صورت غیر کلامی و به‌صورت بصری، معانی و پیام‌های مشخصی را منتقل می‌کند. حجاب زنان مسلمان فرهنگ اسلامی، هویت و گفتمان اسلامی و حتی اندیشه‌های سیاسی اسلام را به صورت غیر کلامی بازنمایی می‌کند و از این رهگذری واجد ابزارها و شیوه‌های دیپلماسی عمومی است. حجاب اسلامی به‌عنوان نماد غیر کلامی از بعد در دیپلماسی عمومی اهمیت پیدا می‌کند که در بعد سیاسی و فرهنگی توجهات مختلفی را به خود جلب کرده سبب شده که برخی دولت‌ها به دلیل همین کارکرد و تأثیرگذاری، محدودیت‌های خاصی را نسبت به آن اعمال کنند. فرانسه از جمله این کشورهاست که محدودیت‌هایی را بر این نوع از پوشش در جامعه و نهادهای این کشور اعمال کرده است چراکه به باور حاکمیت این کشور، رواج و تقویت چنین نمادی موجب غلبه هویت اسلامی در جامعه فرانسه و تبلیغ و گرایش بیشتر به اسلام در این جامعه لائیک است و به دلیل تهدید و به چالش کشیدن ارزش‌های لائیسیته فرانسه (مبانی امنیت فرهنگی-هویتی این کشور)؛ باید با آن مقابله شود (غلامی، ۱۳۹۱: ۳۰۴).

تصویرسازی حجاب و تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی

بحث درباره نسبت حجاب اسلامی با دیپلماسی عمومی و رابطه تأثیر و تأثری آن‌ها با یکدیگر، موضوعی پیچیده، با ظرافت‌هایی مختلفی است. هرچند در دیسیپلین روابط بین‌الملل به عنوان حوزه‌ای که خواستگاه مفهوم دیپلماسی عمومی است توجه اندکی به تأثیر و نقش دین، فرهنگ و مؤلفه‌های منتسب به آنها در سیاست بین‌الملل و مقوله قدرت شده است اما به دلیل فصل مشترکی که این نماد فرهنگی-هویتی با طیفی از موضوعات و پدیده‌های سیاسی نظیر دیپلماسی، قدرت نرم، امنیت اجتماعی، هویت ملی، تاریخ و ... دارد، ارتباط آن با دیپلماسی عمومی، بدیع و غیرطبیعی نیست همانگونه که امروزه دین و مذهب و افراد، نهادها و سازمان‌ها و

هنجارها و آموزه‌های دینی نیز در ابعاد مختلف بر سیاست و روابط بین الملل تأثیر می‌گذارند (سلیمی و ربانی خوراسگانی، ۱۳۹۲: ۲۰).

اما کشورها در بکارگیری دیپلماسی عمومی خود از تاکتیک‌ها و روش‌های مختلفی بهره می‌جویند و این روشها را در قالب‌های گوناگون فرهنگی، رسانه‌ی ارتباطی و ... به کار می‌بندند. دیپلماسی عمومی با توجه به تعریفی که از آن ارائه می‌شود وابسته به مولفه‌های ثابت نیست بر اساس شرایط و مقتضیات محیطی، عملکردهای مختلفی دارد. لذا حجاب اسلامی هم می‌تواند یکی از این روشها و شیوه‌ها قلمداد شود (بشیر و سعادت پور، ۱۳۹۱). بر این اساس لازم است نشان داد که تصویرسازی و نمادسازی حجاب به عنوان ابزاری برای دیپلماسی عمومی، بیش از هر چیز در پرتو فلسفه حجاب قابل تفسیر و تبیین است.

نخستین تصویری که حجاب اسلامی می‌تواند ترسیم کند چهره‌ای از آرامش روانی و سلامت اخلاقی جامعه است که لازمه حضور زنان برای ایفای نقش اجتماعی آنان بوده و زنان محجبه با استفاده از نماد حجاب، ضرورت شکل‌گیری چنین شرایط و تأمین حریم امن اجتماعی را برای زنان و دختران به تصویر می‌کشند. این نیاز اجتماعی درست نقطه مقابل فرهنگ برهنگی، انواع انحراف‌های جنسی و فاصله گرفتن جوامع غربی از ارزش‌های انسانی است که در چنین شرایطی، خطرات روانی و اخلاقی بیش از همه، متوجه زنان و دختران بوده و آنان قربانی اصلی این وضعیت هستند. به تعبیری دوگانه انسانیت-جنسیت، موضوعی است که حجاب اسلامی به میان می‌آورد و از این رهگذر، رابطه اش را با حوزه‌های اجتماعی و سیاسی مشخص می‌کند (غلامی، ۱۳۹۱: ۱۷۱).

بر این اساس، تصویرسازی‌های متنوعی در جهان، هم در جهت تخریت و هم در جهت تقویت حجاب وجود دارد که غالباً معلول اراده دولت‌ها بوده و می‌توان گفت چنین ایفای نقی از سوی دولت‌ها در ارتباط با دیپلماسی عمومی آن‌ها قابل تعریف است. بنابراین با توجه به آثار ذکر شده حجاب در جوامع، می‌توان یکی از ملزومات تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی را تصویرسازی مثبت از حجاب را معرفی کرد.

یکی از متداول‌ترین تصویرسازی‌های منفی از حجاب که شاید نخستین آنها نیز باشد، معرفی حجاب به عنوان مانع پیشرفت فرد، آرامش و ترقی جامعه است زیرا یک پوشش سنتی، شرقی و مربوط به ادوار گذشته بوده و در دوران عقب‌ماندگی‌های کشورهای اسلامی، نماد ظلم به زن بوده است. اغلب این تصویرسازی‌ها مبتنی بر دیدگاه‌های نادرست اندیشمندان، دولت‌ها، رسانه‌ها و

گروه‌های سیاسی است. مثلاً ویل دورانت^۱ ریشه‌ی حجاب را به گوشه‌گیری زنان ربط می‌دهد که حتی حق ندارند به جز همسر خود پدر یا برادران خود را ببینند. اندیشمندان غربی مانند برتراند راسل^۲ و بسیاری از متفکران و روشنفکران امروزی معتقدند حجاب سرنوشت زنان را تغییر داده است و در این باور، نخبگان شرقی نظیر جواهر لعل نهرو^۳ نیز با آنان هم عقیده اند. آن‌ها حجاب را به آداب‌ورسوم ربط می‌دهند و تنها نتایج آن برای زنان را انزوا و گوشه‌گیری معرفی می‌کنند (غلامی، ۱۳۹۱: ۱۱۵-۱۱۲). این در حالی است که به اعتقاد اندیشمندان مسلمان و نیز مبانی اسلامی ترویج دهنده حجاب به عنوان یک هنجار و ارزش اجتماعی برای زنان که امنیت فردی و اجتماعی را برای ایشان به ارمغان می‌آورد، حجاب نه تنها محدودیت نیست بلکه نماد و نشانه‌ای از ارزش ذاتی زن در نگاه اسلام است که در پرتو حفظ حریمی امن برای خود و تأمین آرامش روانی و سلامت اخلاقی جامعه، می‌تواند در عرصه‌های مختلف اجتماعی نیز ایفای نقشی فعال و مؤثر داشته باشد. اما لازمهٔ چنین تصویرسازیهای مثبتی، شناخت فلسفه وجودی حجاب و ارائهٔ تبیینی قابل فهم از آن است. در ادامه به برخی سازوکارها و راهکارهای مؤثر برای ترسیم اینگونه تصاویر مثبت از حجاب در میان مردم اشاره می‌شود:

۱. ایجاد تشکیلات و سازمان‌هایی مخصوص زنان محجبه برای افزایش همبستگی

آن‌ها: این تشکیلات می‌تواند در راستای نشان دادن تصویر زنان موفق، تحصیل کرده، کارآفرین و ... در جامعه عمل کند و تأثیر آن‌ها را در رشد و بالندگی جامعه نشان داده، در ابعاد روحی و روانی، اقتصادی و بهبود شرایط جسمی، حمایت لازم را از آنان به عمل آورد.

با توجه به کارکرد کنش جمعی، این سازوکار می‌تواند نقش گروهی زنان محجبهٔ موفق و دستاوردهای آنان را به نمایش گذارد و به ترویج و گسترش حجاب بیانجامد. در نتیجه، حتی زنان غیر مسلمان، خصوصاً قشر آسیب دیده آنان، با تحت تأثیر قرار گرفتن از چنین فضایی، با مفهوم و دستاوردهای حجاب آشنا می‌شوند. این امر یعنی شکل‌گیری تصویر مثبتی از حجاب، با توجه به ارتباط مستقیم این مفهوم با فرهنگ و گفتمان اسلامی، سبب تقویت دیپلماسی عمومی این گفتمان می‌شود (غلامی، ۱۳۹۱: ۲۸۷). در این راستا جودیت میل^۴ در مقاله خود با عنوان «زنان در آغوش اسلام امنیتی تازه می‌یابند» می‌گوید که پیام حجاب برای زنان دیگر این است

۱ فیلسوف، مورخ و نویسنده آمریکایی.

۲ جامعه‌شناس، نویسنده، فعال سیاسی لیبرال انگلیسی.

۳ از رهبران جنبش استقلال هند.

۴ خبرنگار نیویورک تایمز.

که این لباس به اطرافیان می‌گوید این زن نجیب است، به او کاری نداشته باشید. در این صورت افکار عمومی به‌صورتی سازماندهی می‌شود که حجاب اسلامی و پاکدامنی برآمده از آن، سبب امنیت، آرامش، نشاط و زمینه‌ساز فعالیت‌های اجتماعی، تحصی، اشتغال و زندگی در فضایی مطلوب و انسانی خواهد شد.

۲. به‌کارگیری ظرفیت رسانه‌ها در ایجاد تصویر مثبت از حجاب: استفاده از ظرفیت

رسانه‌ها و تأثیر آن‌ها نیز می‌تواند در ترسیم تصویری مثبت از حجاب، تعیین‌کننده و مهم باشد. همانطور که دولتها و گفتمان رقیب گفتمان اسلامی، از رسانه برای تخریب حجاب استفاده می‌کنند، می‌توان از همین ابزار برای دفع تبلیغات منفی یادشده استفاده کرد. کتاب، سینما، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، مطبوعات، پویانمایی‌ها، خبرگزاریها و ... ابزارهای رسانه‌ای برای انتقال پیام هستند که می‌توانند در راستای تقویت حجاب مورد استفاده قرار گیرند. تلویزیون و ماهواره به صورت سنتی و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان فراگیرترین رسانه‌های ارتباطی، توانایی بالایی در نشان دادن موفقیت‌های زنان محجبه و دستاوردهای آنان در جامعه دارند و می‌توانند افکار عمومی را از طریق انگاره‌سازی، موجه‌سازی و مدیریت افکار عمومی، تحت تأثیر قرار دهند. همین کارکرد رسانه است که آن را به یکی از ابزارهای مؤثر دیپلماسی عمومی بدل کرده است (وحیدی، ۱۳۹۹: ۴۶-۵۱).

انعکاس نظرات مثبت نخبگان و اندیشمندان غربی و غیرغربی در رسانه‌ها نیز منجر به تصویرسازی مطلوب از آن می‌شود. برای مثال *الکساندرای*^۱ معتقد است خودنمایی و شهوت انسان را از حقیقت فطری خود دور می‌کند و باعث زوال آن می‌شود، *ویل دورانت* از مورخان معروف جهان، علی‌رغم شرقی دانستن حجاب معتقد است خویش‌ن‌داری بهترین راه برای بدست آوردن مردان است و مردمان غالباً به‌دنبال چشمانی پر از حیا هستند. هیچکاک کارگردان شهیر غرب معتقد است زنان شرقی به خاطر حجاب خود جذاب و نیرومند به نظر می‌رسند (غلامی، ۱۳۹۱: ۲۷۷-۲۷۵).

۳. معرفی گسترده زنان موفق محجبه جوامع مختلف: معرفی مصادیق عینی، بهترین راه

برای ایجاد تصویری مثبت از حجاب اسلامی و الگوسازی در این زمینه است. معرفی زنان محجبه موفق که در عرصه جهانی شهرت یافته اند بسیار مؤثر است. مثلاً *خانم تاهانی عامر*، از برجسته‌ترین دانشمندان ناسا یا *خانم سهیلا سامی*، جراح نابغه ایرانی، نمونه‌هایی از زنان

محجبه هستند که اعلام کرده‌اند، با آگاهی حجاب را انتخاب کرده و حجاب برایشان هیچگونه محدودیتی ایجاد نکرده است (اسوه، ۱۴۰۱).

۴. برجسته سازی تناقضات رفتاری کشورهای غربی با حجاب اسلامی: راهکار دیگر، اشاره

به تناقضات رفتاری، اعمال خشونت و بدرفتاری‌ها و مجازات زنان محجبه در کشورهای غربی است. برای مثال، رفتار فرانسه به عنوان کشوری لائیک که معتقد است اساساً نسبی با هیچ دینی ندارد، نه برای تقویت و نه برای تضعیف ادیان تلاش نمی‌کند و مهد آزادی و مدافع آن بوده، به اعلامیه جهانی حقوق بشر نیز ملحق شده است؛ رفتاری کاملاً متناقض با موضوعات اجتماعی دارد و ضمن محدودسازی قهری حجاب و بانوان محجبه، با وضع قوانینی در جهت تحمیل، ترویج و دفاع از بی‌حجابی و برهنگی اجباری می‌کوشد. این کشور مدعی مخالفت کلی با آزادی دین و ترویج آن است و به‌کارگیری هرگونه علائم و نمادهای مذهبی را ممنوع کرده است لیکن در عمل، استفاده از کلاه مخصوص یهودیان یا صلیب مسیحیت (دیگر نمادهای دینی) کاملاً آزاد بوده و فقط با نمادهای اسلامی، خصوصاً حجاب زنان مسلمان مقابله و برخورد می‌کند. این در حالی است سیاست و قانون منع یا مجازات زنان محجبه در جوامع غربی و آزار و اذیت آن‌ها، عملاً نقض آشکار اعلامیه جهانی حقوق بشر است. شواهد چنین تعارض‌ها، تناقض‌ها و ظلم‌هایی در گفتار و رفتار دولتهای غربی بسیار زیاد است که می‌توان با برجسته‌سازی مصادیق آن، به تبلیغ مؤثرتر حجاب پرداخت (زهروی، ۱۳۹۹: ۲۸۹-۲۹۰).

با این همه، آمارها نشان می‌دهد که گرایش به حجاب و پاکدامنی در این کشورها افزایش یافته است و حتی خود رسانه‌های غربی ناخواسته تصویرسازی مثبت از حجاب را در تیتراها و عناوین خبری خود نشان می‌دهند. مجله تایم «موج عظیم گرایش به پاکدامنی» را تیتیر می‌کند و گزارشات سالانه نشریه «پوشش زنان» نشان می‌دهد که درخواست برای لباس‌های پوشیده در غرب بیشتر شده است (امامی و عمیدی مظاهری، ۱۳۹۹: ۱۲).

نمادسازی غیرکلامی حجاب و تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی

ارتباطات، رکن مهم حیات اجتماعی بشر است که به کنش‌های جمعی معنا می‌بخشد و به دو صورت کلامی و غیرکلامی شکل می‌گیرد، اثرگذاری نمادها نیز در همین بسترهای ارتباطی شکلا انجام می‌شود (الویری و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۶). دیپلماسی عمومی هم به عنوان شکلی از برقراری رابطه با افکار عمومی و مردم دیگر جوامع، از شیوه‌ها و ابزارهای ارتباطی بهره می‌جوید و

در این میان، نمادها نقش بسزایی در کارکرد آن دارند؛ چراکه قابلیت بالایی در انتقال پیام دارند. از سوی دیگر، حجاب اسلامی به‌عنوان یک پوشش، دارای ماهیتی نمادین است و می‌تواند بر افکار عمومی جامعه تأثیر گذاشته، با تداعی و یادآوری فرهنگ و تمدن اسلامی و اندیشه‌های سیاسی اسلام و انتقال پیام‌های آنها؛ به‌عنوان مقومی برای دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی عمل کند. بُعد نمادین حجاب نیز با ماهیت رسانه‌ای آن (رسانه‌ای ارتباطی) به‌عنوان انتقال دهنده پیام، همخوانی داشته و کارکردی تبلیغی به آن می‌دهد. از این‌رو هر نوع از حجاب اسلامی بانوان مسلمان، مشتمل بر پیام‌هایی است و حجاب به مثابه نمادی غیرکلامی، این قابلیت را دارد که بدون استفاده از زبان و گفتار، به‌صورت غیرکلامی پیام‌هایش را منتقل کند چراکه سمبل و نمادی از یک فرهنگ، گفتمان و اندیشه است. لذا با توجه به ناهم‌زمانی‌های موجود در ارتباطات میان فرهنگی، به‌کارگیری نمادها، کار رساندن پیام را آسان‌تر می‌کند و در این میان، حجاب قادر است این کار را انجام دهد. پس وجه نمادین و غیرکلامی حجاب، موجب بازنمایی سبک زندگی، اندیشه و گفتمان اسلام در حوزه‌های مختلف در دیگر جوامع و کشورها می‌شود که این کارکرد، بُعد و جزئی از دیپلماسی عمومی محسوب می‌شود. ماهیت نمادین و غیرکلامی حجاب، پیام‌هایی از گفتمان و اندیشه‌های اسلام را ابتدا به‌صورت غیرکلامی مبادله می‌کند و بعد از هموار شدن راه، وارد مرحله دوم یعنی ارتباط کلامی می‌شود، اما تأثیراتی که در این حوزه می‌گذارد غالباً به‌صورت نمادین و غیرکلامی است (الویری و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۷).

برای مثال می‌توان به نمونه‌ای از تأثیر نمادسازی حجاب با ویژگی بعد غیرکلامی و رسانه‌ای آن اشاره کرد. در المپیک ۲۰۱۶ ریو که رسانه‌ی الجزایری آن را المپیک حجاب خواند، به دلیل افزایش حضور زنان محجبه ورزشکار به نسبت دوره‌های قبل در این دوره از مسابقات، واشنگتن پست و الجزیره این المپیک را «سلام و خوشامدگویی به المپیک حجاب» عنوان کردند. به دنبال این رخداد نیز، حجاب به نمادی برای مقابله با اسلام ستیزانی که حجاب را محدودکننده زن مسلمان در فعالیت‌های اجتماعی می‌دانستند تبدیل شد. دیگر اشکال تأثیر نمادسازی غیرکلامی حجاب را میتوان اینگونه در نظر گرفت:

الف. نقش‌آفرینی فعال در برگزاری همایش‌ها، هم‌اندیشی‌ها و نشست‌ها؛ نظیر آزادی عمل مسلمان‌ها در سوئیس برای تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های اسلامی که به صورت قانونی افزایش پیدا کرده و باید از این ظرفیت‌ها به خوبی استفاده کرد.

ب. شرکت در فعالیتهای بشردوستانه و امدادی با ماهیتی تبلیغاتی که می‌تواند معرف سبک زندگی اسلامی باشد.

ج. ارائه راهکارهای عملیاتی برای حل مسائل و مشکلات بانوان خصوصاً در جوامع غربی و بهره‌گیری از ظرفیت مبلغان محجبه آشنا به زبان‌های مختلف در این راستا.

د. حمایت از مبلغان محجبه و اعزام آن‌ها به‌عنوان دانشجو و سفیران فرهنگی.

هـ. راه اندازی همایش‌های اسلامی و بسترسازی برای راه‌اندازی مدارس، خانه‌های فرهنگی، مساجد و مراکز اسلامی در جوامع یا کشورهایی که به‌لحاظ فرهنگی ضعیف یا وابسته هستند.

و. افزایش حضور بانوان محجبه در دوره‌های آموزشی و مهارت‌افزایی و کمپین‌های علمی-آموزشی.

ز. افزایش حضور بانوان محجبه در تلویزیون و ماهواره به‌عنوان فراگیرترین رسانه‌های ارتباطی.

ح. تأسیس نمایشگاه‌هایی برای زنان مسلمان و معرفی پوشش آنان؛ مانند اولین نمایشگاه لباس اسلامی که در سال ۲۰۱۹ در شهر سانفرانسیسکو ایالات متحده برگزار شد.

ط. حضور زنان مسلمان محجبه در صحنه‌های ورزشی و افتخارآفرینی آن‌ها؛ نظیر گروهی از دختران مسلمان در آمریکا که برای حضور در سالن‌های ورزشی اقدام به طراحی لباس بر اساس باورهای خود کردند. به علاوه اینکه حضور بانوان ورزشکار در صحنه‌های ورزشی مخصوصاً المپیک از لحاظ تأثیر نمادین قابل توجه است. حضور بانوان با حجاب کامل در افتتاحیه المپیک سال ۲۰۱۲ لندن مورد توجه و استقبال رسانه‌ها و افکار عمومی قرار گرفت. در این مسابقه همه کشورهای اسلامی شرکت‌کننده، نمایندگانی از بانوان نیز داشتند که صرف نظر از مدال‌های به‌دست آمده، الهام‌بخش زنان دیگر بودند.

حضور فعال بانوان مسلمان و محجبه در مواردی از این دست، موجب اثرگذاری حجاب از طریق ارتباط غیرکلامی و بُعد نمادین آن می‌شود زیرا به‌جای ارتباط مستقیم با مخاطب، ذهن او را درگیر و پیام خود را منتقل می‌کند. جامعه هدف و مخاطب موارد یادشده، زنان و مردان تازه مسلمان و غیرمسلمانی هستند که سازماندهی افکارشان از طریق پیامهای منتقل شده در ارتباطات نمادین و غیرکلامی حجاب در عرصه‌های مختلف، تأثیر بسزایی می‌پذیرد.

نکته مهم این است که دولت‌های غربی با توجه به ماهیت نمادین حجاب و آثار فرهنگی و سیاسی مترتب بر آن، اقدام به محدودسازی آن کرده و می‌کنند زیرا بر این امر واقفاند که علیرغم اینکه مسلمانان از آزادی بیان برای تبلیغ و ابراز اندیشه و باورهای خود برخوردار نیستند

یا در این حوزه محدود شده‌اند؛ لیکن حجاب اسلامی، خود به تنهایی ماهیتی تبلیغی، رسانه‌ای، ارتباطی و بازنمایی کننده اندیشه‌ها و باورهای اسلامی دارد و گفتمان اسلامی را تقویت می‌کند. از این رو دولت‌های یادشده، ممنوعیت و حذف حجاب اسلامی را به‌عنوان نماد و ابزاری از دیپلماسی عمومی این گفتمان، در دستور کار جدی خود برای مقابله با آثار آن قرار داده‌اند و آن را در قالب وضع و اجرای سرسختانه قوانینی برخلاف قواعد حقوق بشری، دنبال می‌کنند.

نتیجه‌گیری

دیپلماسی عمومی به فرایند تلاش برای تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم و مدیریت افکار عمومی از طریق فعالیت‌های ارتباطی به منظور جلب نظر مخاطبان در کشورها و جوامع خارجی اطلاق می‌شود و ماهیتاً ارتباطی و رسانه‌ای محسوب می‌شود. این روش، از جمله سازوکارهای مهم، فعال و کارآمد برای رسیدن به منافع و اهداف در سیاست خارجی کشورهاست که از مسیر درگیر کردن افکار مخاطبان و جلب نظر و تأثیر بر ذهن آن‌ها، اهداف خود را دنبال می‌کند. از این رو می‌توان دیپلماسی عمومی را ابزاری مهم در تعقیب اهداف گفتمان اسلامی نیز دانست. دیپلماسی عمومی می‌بایست این کار را با استفاده از ظرفیت بازیگران غیردولتی انجام دهد که فرجام آن، تحقق اهداف و تقویت قدرت نرم این گفتمان خواهد بود. دو روش شاخص و مهم که در دیپلماسی عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد، یکی تصویرسازی و دیگری نماد سازی است که هر دو، توانایی انتقال اطلاعات، احساسات، معانی، پیامها و تداعی موضوعات و برداشتها را در ذهن افراد دارند و می‌توانند بر مخاطبان خود تأثیر گذارند.

از این رهگذر، حجاب اسلامی از یکسو به‌عنوان یک رسانه ارتباطی، از سویی دیگر به‌عنوان نمادی غیرکلامی و از طرفی با دارا بودن ویژگی تصویرسازی در ذهن مخاطب، خود به مثابه یک کنشگر غیردولتی تأثیرگذار عمل می‌کند که از راه خلق تصویر مثبت در افکار عمومی جوامع کشورهای مختلف و تأثیر بر نومسلمانان و غیرمسلمانان و اقلیت‌های اسلامی در کشورهای غیرمسلمان خصوصاً جوامع غربی، با تداعی مفاهیم و قواعد و انتقال پیامهایی به ایشان؛ در مسیر تقویت دیپلماسی عمومی گفتمان اسلامی ایفای نقش می‌کند و راه را برای تحقق اهداف این گفتمان هموار می‌سازد. به عبارت دیگر، حجاب از منابع نرم‌افزاری و مؤلفه‌های غیرمادی یا هنجاری دیپلماسی عمومی (در رویکرد سازه‌انگارانه) محسوب می‌شود. ایجاد گفتگوهای

میان‌فرهنگی برای انتقال مفاهیم، ارزش‌ها، اعتقادات و بینش‌ها؛ می‌تواند از طریق تصویرسازی و نمادسازی و توسط حجاب اسلامی زمینه‌سازی شود و به تقویت گفتمان اسلامی بیانجامد.

اینکه حجاب واجد ماهیتی رسانه‌ای (رسانه‌ای ارتباطی) است ناظر بر کارکرد انتقال پیام است که می‌تواند به مثابه سازوکاری تبلیغی عمل کند و در بر دارنده پیام‌هایی باشد که به صورت غیر متنی و غیرکلامی و بدون استفاده از زبان و گفتار، منتقل می‌شود؛ خصوصاً در جوامعی با فرهنگ و گفتمان رقیب یا معارض، این خصوصیت می‌تواند با توجه به ناهم‌زمانی‌های میان‌فرهنگی، فرایند رساندن پیام گفتمان اسلامی را انجام دهد. به عبارت دیگر، ماهیت رسانه‌ای و بعد نمادین و غیرکلامی حجاب، موجب بازنمایی سبک زندگی، اندیشه و گفتمان اسلام در حوزه‌های مختلف در جوامع و کشورهای رقیب یا معارض می‌شود که این کارکرد، بخشی از دیپلماسی عمومی نیز محسوب می‌شود.

در دوره‌های مختلف تاریخی، پوشش رایج انسانها در جامعه به صورت عام و برخی از پوشش‌های افراد در جوامع انسانی به صورت خاص، ریشه در هویت و فرهنگ ملل و کشورها داشته و نماد و معرفی از سبک زندگی، هنجارها و باورهای آنان بوده است. بر این اساس، حجاب اسلامی زمانی می‌تواند به صورت نمادین (غیرکلامی) اثرگذار باشد که بینش، اعتقادات، فرهنگ، هویت و تاریخ یک ملت، کشور یا گفتمان را نمایندگی و آن را تبلیغ کند. لذا حجاب با دارا بودن این ویژگی، می‌تواند تصویری از اهداف و آرمانهای یک فرهنگ و گفتمان را ترسیم کند، مفاهیم و پیامهایی را منتقل کند و آثاری را در قالب ارتباطات غیرکلامی در جامعه هدف خود به جا گذارد. لذا با توجه به محدودیت‌های ایجاد شده توسط دولت‌های غربی در تبلیغ اسلام و گفتمان اسلامی، امکان زیادی برای دنبال کردن اهداف دیپلماسی عمومی این گفتمان با استفاده از روش‌های مستقیم و ارتباطات زبانی و کلامی وجود ندارد؛ از این‌رو است که ماهیت نمادین و غیرکلامی حجاب و قابلیت تصویرسازی آن اهمیت پیدا می‌کند. بنابراین حجاب یک ارزش و هنجار دینی مبتنی بر مبانی اسلامی است که به نمادی خاص از اسلام تبدیل شده و یادآور فرهنگ، اندیشه، قواعد و دیگر مبانی و آموزه‌های گفتمان اسلامی است و پیام این گفتمان را در جوامع و کشورهای غیرمسلمان خصوصاً کشورهای غربی، به مخاطب خود منتقل کرده، بر آنها تأثیر می‌گذارد.

پس از آنجایی که کارویژه دیپلماسی عمومی، پیگیری اهداف و منافع از طریق ترغیب، تشویق، نفوذ، چانه‌زنی و... در بستر تعاملات و ارتباطات است؛ در شرایطی که تعاملات و

ارتباطات فرهنگی مستقیم غیرممکن است، حجاب اسلامی می تواند با ابعاد، ماهیت و ویژگی هایی یادشده، به عنوان ابزاری برای تقویت دیپلماسی گفتمان اسلامی عمل کند. بر همین اساس می توان گفت که تقویت این بعد دیپلماسی، مستلزم اقداماتی است که به عنوان نمونه به مواردی نظیر اشاره شد. هر گونه تمهیداتی که معرف و ترویج دهنده این نماد یعنی حجاب اسلامی باشد نیز به تقویت گفتمان اسلامی می انجامد.

منابع

الویری، محسن؛ غمامی، سیدمحمدعلی و رضایی شریف آبادی، حسین. (۱۴۰۰). پدیدارشناسی تبلیغ اسلام در آمریکای لاتین با رویکرد ارتباطات میان فرهنگی. *دین و ارتباطات*، ۲۸(پیاپی ۵۹)، ص ۱-۳۲. doi: JR_JRC-28-59_001

اسنو، نانسی، تیلور، فیلیپ.ام (۱۳۹۰). مرجع دیپلماسی عمومی، ترجمه‌ی دکتر روح الله طالبی آرانی (چاپ اول)، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.

بمانیان، محمدرضا؛ درازگیسو، سدعلی و پایا، سالم. (۱۳۹۲). بررسی تطبیقی کاربرد نماد و نشانه در آثار معماری دوره‌های صفویه و معاصر ایران، *نشریه نقش جهان*، دوره ۳، شماره ۲، ص ۱۳-۲۱. doi: 20.1001.1.23224991.1392.3.2.6.5

بشیر، حسن، و سعادت پور، حامد (۱۳۹۱). دیپلماسی عمومی و سازمان‌های فراملی مذهبی؛ مورد مطالعه رابطه العالم الاسلامی. *دین و ارتباطات*، ۱۹(۲ پیاپی ۴۲)، ص ۱۸۱-۲۱. doi: JR_JRC-19-42_006

جوادی یگانه، محمدرضا، و کشفی، سیدعلی. (۱۳۸۶). نظام نشانه‌ها در پوشش، *مطالعات راهبردی زنان*، ۱۰(۳۸)، ص ۶۲-۸۷.

دانشکده و پژوهشکده اطلاعات و امنیت (۱۳۸۷). دیپلماسی عمومی، ترجمه معاونت پژوهش (چاپ اول)، تهران: دانشکده و پژوهشکده اطلاعات و امنیت.

دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۹۳). *فرانزویه‌ی اسلامی روابط الملل* (چاپ اول)، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

رسولی ثانی آبادی، الهام (۱۳۹۱). بررسی هویت نظام جمهوری اسلامی ایران از منظر سازه انگاری، *فصلنامه علوم سیاسی*، سال پانزدهم، شماره ۵۸، ص ۱۷۷-۲۰۰.

زاهدیان، محمدحسین؛ ارحامی، محمدصدرا. (۱۳۹۹). بررسی جایگاه حجاب در حقوق بشر از دیدگاه نظریه جهان شمولی و نسبی‌گرایی، *نشریه علمی - فرهنگی و تربیتی زنان و خانواده*، سال پانزدهم، شماره ۵۲، ص ۸۹-۱۰۵. doi: JR_CWFS-15-52_004

زهروی، رضا، (۱۳۹۹). مرز اخلاق و حقوق؛ نقدی بر نظریه "نفی ورود حقوق به گستره حجاب، مطالعه تطبیقی اسلام، ایران و اروپا، دوره ۲۰، شماره ۱۱، ۲۷۷-۳۰۱.

سلیمی، حسین، و ربانی خوراسگانی، ضحی. (۱۳۹۲). دیباچه‌ای بر نقش آفرینی و تأثیرگذاری دین در

ساختار نظام بین الملل از منظر رویکرد سازه انگاری. مطالعات سیاسی، ۵ (۲۰)، ص ۱-۲۷.

شفیعی، زاهدی. (۱۳۹۲). هویت در سازه انگاری و دیپلماسی عمومی؛ مطالعه موردی چین، فصلنامه

مطالعات راهبردی، سال شانزدهم، شماره ۵۹، ص ۱۴۹-۱۸۲.

صلیبی، ژانست. (۱۳۹۰). تحلیلی بر سهم ارتباطات غیر کلامی در کنش متقابل اجتماعی، جامعه پژوهشی

فرهنگی، سال دوم، شماره ۲، ص ۱۰۱-۱۱۹

عمیدی مظاهری، سیدمجید، امامی، نوید (۱۳۹۹). صورت‌بندی مسئله حجاب زن مسلمان در اروپا؛ از

هویت اروپایی تا حقوق فرهنگی، نشریه مطالعات جنسیت و خانواده، سال هشتم، شماره ۱، ص ۱۱-

doi: [20.1001.1.25381938.1399.8.1.1.6](https://doi.org/10.1001.1.25381938.1399.8.1.1.6) ۳۹

غلامی، علی (۱۳۹۱). مسئله حجاب در غرب - بررسی حقوقی جامعه شناختی (چاپ دوم)، تهران:

انتشارات دانشگاه امام صادق.

متقی، ابراهیم، و کاظمی، حجت. (۱۳۸۶). سازه انگاری، هویت، زبان و سیاست خارجی جمهوری اسلامی

ایران. سیاست - مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ۳۷ (۴)، ص ۲۰۹-۲۳۷.

مشیرزاده، حمیرا. (۱۳۸۲). گفتگوی تمدن‌ها از منظر سازه انگاری. سیاست - مجله دانشکده حقوق و علوم

سیاسی، (۶۳)، ص ۱۶۹-۲۰۱.

مشیرزاده، حمیرا. (۱۳۸۳). سازه انگاری به‌عنوان فرانظریه روابط بین‌الملل، فصلنامه سیاست، مجله

دانشکده حقوق و علوم سیاسی، شماره ۶۵، ص ۱۱۳-۱۴۳.

نای، جوزف (۱۳۸۹). قدرت نرم، ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل، ترجمه سید محسن روحانی و

مهدی ذوالفقاری (چاپ سوم)، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

وحیدی، موسی الرضا (۱۳۹۹). نقش تصاویر و روایت‌های داستانی در دیپلماسی عمومی دیجیتال،

فصلنامه سیاست خارجی، سال سی و چهارم، شماره ۲، ص ۳۹-۶۲.

هادیان، ناصر، و احدی، افسانه. (۱۳۸۸). جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی. روابط خارجی، ۱ (۳)، ص ۸۵-

doi: [20.1001.1.20085419.1388.1.3.4.3](https://doi.org/10.1001.1.20085419.1388.1.3.4.3) ۱۱۷

خبرگزاری اسوه تهران، (۱۴۰۱)، بانوان مسلمان جهان را میشناسید؟ مشاهده شده در تاریخ

(۱۴۰۲/۶/۳۰)، قابل دسترسی به نشانی: <https://www.osveh.org/categories/mwssh-frhngy>

qran-w-trt-aswh-thran/akhbar

- Elviri, Mohsen; Ghamami, Seyyed Mohammad Ali and Rezaei Sharifabadi, Hossein (1400). Phenomenology of the propagation of Islam in Latin America with the approach of intercultural communication. *Religion and Communication*, 28(1 (series 59)), pp. doi 1-32 JR_JRC-28-59_001 (In persian)
- Snow, Nancy, Taylor, Philip M. (2019). *Public Diplomacy Reference*, translated by Dr. Ruhollah Talebi Arani (first edition), Tehran: Imam Sadegh University Press.
- Bamanian, Mohammadreza; Darzgisu, Sed Ali and Paya, Salem. (1392). A comparative study of the use of symbols and signs in the architectural works of the Safavid and contemporary periods of Iran, *Naqsh Jahan Publication*, Volume 3, Number 2, pp. 13-21. doi: 20.1001.1.23224991.1392.3.2. (In persian)
- Bashir, Hassan, and Saadatpour, Hamed (1391). public diplomacy and transnational religious organizations; The study of the relationship between Al-Alam al-Islami, *Religion and Communication*, 19(2 (42)), pp. doi:21-181. JR_JRC-19-42_006 (In persian)
- Javadi Yeganeh, Mohammad Reza, and Kashfi, Seyyed Ali. (1386). The system of signs in the cover. *Women's Strategic Studies*, 10(38), pp. 62-87. (In persian)
- Faculty and Research Institute of Information and Security (2008). *Public Diplomacy*, translated by the Vice-Chancellor of Research (first edition), Tehran: Faculty and Research Institute of Information and Security. (In persian)
- Dehghani Firouzabadi, Seyed Jalal (2013). *Islamic meta-theory of international relations* (first edition), Tehran: Allameh Tabatabai University Press. (In persian)
- Rasouli Thani Abadi, Elham (2019). Investigating the identity of the Islamic Republic of Iran from a structural perspective, *Political Science Quarterly*, 15th year, number 58, pp. 200-177. magiran.com/p1168484 (In persian)
- Zahdian, Mohammad Hossein; arhami, Mohammad Sadra. (2019). Investigating the place of hijab in human rights from the perspective of universalism and relativism theory, *scientific-cultural and educational journal of women and family*, 15th year, number 52, pp. 105-89. doi: JR_CWFS-15-52_004 (In persian)
- Salimi, Hossein, and Rabbani Khorasgani, Zohi. (2012). An introduction to the role and influence of religion in the structure of the international system from the perspective of the constructivist approach. *Political Studies*, 5(20), pp. 1-27. (In persian)
- Shafiei, Zahedi (2012). Identity in constructivism and public diplomacy; A case study of China, *Strategic Studies Quarterly*, Year 16, No. 59, pp. 149-182. (In persian)
- Karabi, Jeanest (2019). An analysis on the contribution of non-verbal communication in social interaction, *Cultural Research Society*, second year, number 2, pp.101-119 (In persian)
- Omidi Mazaheri, Syed Jamid Emami, Navid (2019). Formulation of Muslim women's hijab issue in Europe; From European identity to cultural rights, *Journal of Gender and Family Studies*, Year 8, Number 1, pp. 11-39. doi:20.1001.1.25381938.1399.8.1.1.6 (In persian)
- Gholami, Ali (2019). *Hijab issue in the West - Sociological legal review* (2nd edition), Tehran: Imam Sadegh University Press. (In persian)

- Motaghi, Ibrahim, and Kazemi, Hojat. (1386). Constructivism, identity, language and foreign policy of the Islamic Republic of Iran. *Politics - Journal of Faculty of Law and Political Sciences*, 37(4), pp. 209-237. (In persian)
- Moshirzadeh, Hamira. (1383). The dialogue of civilizations from the perspective of constructivism. *Politics - Journal of Faculty of Law and Political Sciences*, - (63), pp. 169-201 (In persian)
- Moshirzadeh, Homeira. (1383). Constructivism as a meta-theory of international relations, *Policy Quarterly, Journal of the Faculty of Law and Political Science*, No. 65, pp. 113-143. (In persian)
- Nye, Joseph (1389). *Soft power, tools of success in international politics*, translated by Seyyed Mohsen Rouhani and Mehdi Zulfiqari (3rd edition), Tehran: Imam Sadegh University Press.
- Vahidi, Musa Al-Reza (2019). The role of images and narratives in DJ public diplomacy Tal, *Foreign Policy Quarterly*, year 34, number 2, pp. 62-39. (In persian)
- Hadian, Naser, and Ahadi, Afsanah. (1388). The conceptual position of public diplomacy. *Foreign Relations*, 1(3), pp. 117-85. doi.20.1001.1.20085419.1388.1.3.4.3 (In persian)