

آسیب‌شناسی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مالزی (۱۳۵۷-۱۴۰۱)

مهدی زاده‌علی^۱

جواد بخشی^۲

مهسا محمدزاده لاجوردی^۳

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

درجه مقاله: علمی

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۶/۱۷

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۲۶

^۱. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، ایران دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران (نویسنده مسئول)
zadehali.m@gmail.com

^۲. دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل، دانشگاه آزاد، واحد قم، ایران
mjavadbakhshi@yahoo.com

^۳. دکترای حقوق بین‌الملل، دانشگاه آزاد، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران
m.lajevardi051@gmail.com

چکیده

دیپلماسی عمومی به عنوان ابزاری نوین در پیشبرد اهداف سیاست خارجی، نقش کلیدی در شکل‌دهی به افکار عمومی کشورهای هدف دارد. این پژوهش با تمرکز بر دیپلماسی عمومی ایران در مالزی، به این سؤال اصلی پاسخ می‌دهد که تصویر ایران در افکار عمومی مالزی چگونه شکل گرفته و کارایی آن در پیشبرد اهداف سیاست خارجی ایران تا چه میزان بوده است؟ فرضیه پژوهش این است که دیپلماسی عمومی ایران در مالزی به دلیل چالش‌های ساختاری، عدم برنامه‌ریزی بلندمدت و ضعف در ارتباط با رسانه‌ها، نتوانسته است به طور کامل موفق عمل کند. با استفاده از چارچوب نظری دیپلماسی عمومی و روش‌شناسی ترکیبی (مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه و نظرسنجی از ۵۱۲ نفر)، یافته‌ها نشان می‌دهد که تصویر ایران در مالزی عمدتاً مثبت است، اما ضعف در هماهنگی نهادها و عدم بهره‌برداری از ظرفیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای، مانع بهره‌وری کامل شده است. این مطالعه با تجزیه و تحلیل دقیق این چالش‌ها، راهکارهای عملی برای تقویت تلاش‌های دیپلماسی عمومی ایران در مالزی ارائه می‌دهد.

• واژگان کلیدی

مالزی، ایران، دیپلماسی عمومی، آسیب‌شناسی، ظرفیت ایرانیان.

مقدمه

دیپلماسی فعالیتی است که افراد از زمانی که ارتباطات پا به عرصه وجود نهاد؛ به طور آگاهانه یا ناآگاهانه درگیر آن بوده‌اند. پس از برقراری تماس میان گروه‌های اجتماعی، تفکر دیپلماتیک بر حفظ روابط در جهان و جلوگیری از منازعه متمرکز بوده است (Sharp, 2009: 10) به طور سنتی دیپلمات‌ها از طریق ارتباطات، پیام‌رسانی، مذاکره و نمایندگی با همتایان خود به تعامل می‌پردازند ولی این مفهوم با تغییراتی که در سیاست جهانی با پدیدار شدن کنشگران و مسائل جدید در عرصه بین‌المللی شده است مورد چالش قرار گرفته است. (موسوی خورشیدی، ۱۳۹۴) تحولات عرصه بین‌الملل و قدرت گرفتن بیش از پیش بازیگران غیردولتی، موجب بروز تحولاتی در مفهوم و عملکرد دیپلماسی شده است که به ظهور مفهوم دیپلماسی عمومی انجامیده است. ایران نیز به عنوان یک بازیگر اصلی در جهان اسلام و یک قدرت منطقه‌ای در غرب آسیا تلاش داشته تا از ظرفیت‌های فرهنگی و گفتمانی در راستای نیل به اهداف خود از این ابزار نوین بهره گیرد. در این پژوهش تلاش شده تا با بررسی و تحلیل دیپلماسی عمومی ایران در مالزی، در کنار مروری بر روابط سیاسی دو کشور، به آسیب شناسی آن نیز بپردازد و به این پرسش پاسخ دهد که دیپلماسی عمومی ایران در افکار عمومی مالزی چگونه شکل گرفته و میزان کارایی آن در پیشبرد اهداف سیاست خارجی ایران به چه میزان بوده است؟ به این منظور ابتدا ساختار مفهومی مورد نیاز برای تحلیل دیپلماسی عمومی ایران با اتکا به تعاریف و سازه‌های مفهومی متداول ایجاد و پس از آن با مروری بر روابط دو کشور، به فرآیند شکل‌گیری دیپلماسی عمومی ایران در مالزی پرداخته و در نهایت با داده‌های گردآوری شده از طریق مصاحبه‌ها، به ارزیابی عملکرد آن پرداخته خواهد شد.

۱. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های بسیاری به بررسی ابعاد مختلف روابط ایران و مالزی پرداخته‌اند، اما تمرکز ویژه بر دیپلماسی عمومی و آسیب‌شناسی آن در ادبیات موجود کمتر دیده می‌شود. پوراحمدی (پوراحمدی، ۱۳۸۹) در کتاب "قدرت نرم و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران" به ظرفیت‌های فرهنگی ایران در دیپلماسی عمومی اشاره کرده، اما تمرکز اصلی وی بر منطقه خاورمیانه بوده و آسیای جنوب شرقی را پوشش نداده است. دهشیری (دهشیری، ۱۳۹۳) نیز در اثر خود "دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران" به نقش تبادلات دانشجویی و علمی در دیپلماسی عمومی

پرداخته، اما مورد مالزی به صورت خاص بررسی نشده است. خسروی و جباری ثانی (خسروی، جباری ثانی، ۱۳۹۰) در مقاله "طرفیت‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در دیپلماسی عمومی"، بر اهمیت زبان فارسی و هنرهای ایرانی تأکید کرده‌اند، اما آسیب‌های ساختاری در اجرا را تحلیل نکرده‌اند.

در زمینه روابط ایران و مالزی، چگینی (چگینی، ۱۴۰۱) در پژوهش "پیدا و پنهان روابط تاریخی ایران و مالزی" به پیشینه تعاملات دو کشور از دوران پیش از اسلام تا انقلاب ۱۳۵۷ پرداخته است. این تحقیق اگرچه ارزش تاریخی دارد، اما دیپلماسی عمومی در دوره معاصر را بررسی نکرده است. در مقاله "مهاجرین ایرانی در مالزی" بانی کمال و حسین (Bani Kamal, Hossain, 2016) نقش جامعه ایرانیان مقیم را تحلیل کرده‌اند، اما تأثیر آن بر دیپلماسی عمومی را نادیده گرفته‌اند. مقاله حاضر با ترکیب سه‌گانه نظری، میدانی و کاربردی، از چند جهت از پژوهش‌های پیشین متمایز می‌شود. این مقاله به شناسایی موانع ساختاری و اجرایی دیپلماسی عمومی ایران در مالزی می‌پردازد و از روش‌شناسی ترکیبی استفاده می‌کند. همچنین، پیشنهادات این پژوهش مبتنی بر یافته‌های عینی و قابل اجرا توسط نهادهای ذی‌ربط است. این پژوهش با پر کردن خلأهای پژوهشی، می‌تواند به عنوان مرجعی برای سیاست‌گذاران و محققان آتی مورد استفاده قرار گیرد. عدم وجود مطالعه جامع درباره تصویر ایران در افکار عمومی مالزی، فقدان تحلیل نقش بازیگران غیردولتی و نادیده گرفتن تأثیر رسانه‌های مالزیایی بر شکل‌گیری تصویر ایران از جمله این خلأهاست.

۲. چهارچوب نظری

شکست دیپلماسی در جلوگیری از جنگ‌های بزرگ، به ویژه جنگ‌های جهانی در نیمه اول قرن بیستم، به تدریج رویکرد دولت‌ها را در عرصه دیپلماسی تحت تأثیر قرار داد. با پیشرفت امکانات در دسترس افراد، گروه‌ها و نهادهای مدنی برای تأثیرگذاری بر رفتار دولت‌ها، تحولات داخلی و گرایش به حکومت‌هایی با پاسخ‌گویی بالا از یک سو، و وقوع انقلاب فناوری و ورود بشر به عصر ارتباطات از سوی دیگر، این نهادها به نیرویی قدرتمند در تحولات جوامع تبدیل شدند. (درخشه، غفاری، ۱۳۹۰) این تحولات در حوزه دیپلماسی، ظهور شیوه‌ای جدید به نام دیپلماسی عمومی را به همراه داشت.

۱.۱. دیپلماسی عمومی در عرصه نظر

دیپلماسی عمومی به عنوان شاخه‌ای نوین از علم و عمل سیاسی، در میانه قرن بیستم و در اوج رقابت میان آمریکا و شوروی، مورد توجه ویژه قرار گرفت. در این دوره، دیپلماسی عمومی در بستر جنگ ایدئولوژیک شرق و غرب، با هدف جلب حمایت افکار عمومی جهانی در اشکال مختلف به کار گرفته شد. این گستردگی، افراد و دولت‌ها را بر آن داشت تا تحقیقات گسترده‌ای درباره ابزارها و روش‌های استفاده از این سبک دیپلماسی انجام دهند، که به ظهور چارچوب‌های نظری و مفهومی متعددی در این زمینه منجر شد. (Gilboa, 2008: 55)

بر اساس تعریف وزارت امور خارجه ایالات متحده، دیپلماسی عمومی بخشی از برنامه‌های دولتی است که با استفاده از روش‌ها و ابزارهای ارتباطی عمومی، به دنبال افزایش درک و پذیرش مردم نسبت به سیاست‌ها، اولویت‌ها و اهداف خارجی کشور است. این دیپلماسی می‌تواند شامل رسانه‌ها، رویدادها، کنفرانس‌ها، سخنرانی‌ها، شبکه‌های اجتماعی، ترویج فرهنگ و هنر، تبلیغات، توسعه گردشگری و دیگر ابزارهای ارتباطی باشد. این مفهوم نخستین بار در سال ۱۹۶۵ توسط ادموند گولیون با تعریفی مشابه مطرح شد و سپس توسط مرکز مور به عنوان فعالیتی برای تأثیرگذاری بر تمایلات و رفتارهای عمومی در جهت اجرای سیاست خارجی تعریف گردید. (Wolf, Rosen, 2004: 3) با این حال، این تعاریف نتوانسته‌اند پیچیدگی‌های دیپلماسی عمومی را، چه به عنوان واقعیتی عینی و چه به عنوان مفهومی نظری، به طور کامل شرح دهند.

در تعاریف جدیدتر، موضوع بازیگران و محتوا نیز مورد توجه قرار گرفته است. برای مثال، هانس تاچ دیپلماسی عمومی را فرآیندی دولتی برای ارتباط با مردم خارجی به منظور ایجاد درک نسبت به ایده‌ها، ایده‌آل‌ها، نهادها و فرهنگ یک ملت، در راستای اهداف ملی و سیاست‌های آن تعریف کرده است. فردریک نیز با افزودن اطلاعاتی درباره محتوا، دیپلماسی عمومی را شامل فعالیت‌های هدایت شده خارجی در زمینه اطلاعات، آموزش و فرهنگ دانسته که هدف آن تأثیرگذاری بر حکومت‌های خارجی از طریق تأثیر بر شهروندان آن‌ها است.

تحولات در عرصه روابط بین‌الملل و فناوری‌های ارتباطی پس از سال ۱۹۹۰، برخی محققان را بر آن داشت تا تعاریف دیپلماسی عمومی را با پیشرفت‌های جدید هماهنگ کنند. سینگنیتزر و کومبز با تأکید بر تشابه روابط عمومی و دیپلماسی به دلیل اهداف مشترک و ابزارهای مشابه، دیپلماسی عمومی را شیوه‌ای تعریف کردند که در آن دولت‌ها، افراد و گروه‌ها به طور مستقیم یا غیرمستقیم رویکردهای سیاسی و عقایدی را که به تصمیمات سیاست خارجی یک دولت دیگر

مرتبط است، تحت تأثیر قرار می دهند. این تعریف با شناسایی بازیگران جدید، رویکردی نوین را برجسته کرده و مرز میان دیپلماسی عمومی و روابط عمومی را کمرنگ می کند. این تعریف با افزودن بازیگران غیردولتی و نشان دادن وابستگی متقابل فزاینده میان تمامی بازیگران، چشم‌انداز روابط بین‌الملل را بازتعریف می کند.

در تلاشی دیگر برای ایجاد چارچوبی تحلیلی، ایتان گیلیوآ بر اساس اهداف و روش ها، میان سه مفهوم دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی رسانه-کارگزار تمایز قائل می شود. از نظر او، دیپلماسی عمومی فرآیندی است که دولت‌ها، بازیگران غیردولتی، رسانه‌ها و دیگر کانال‌های ارتباطی را برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی در جوامع دیگر به کار می گیرند. دیپلماسی رسانه‌ای فرآیندی است که در آن دولتمردان از رسانه‌ها برای گسترش منافع ملی، پیشبرد مذاکرات و حل اختلافات استفاده می کنند، و دیپلماسی رسانه-کارگزار به شرایطی اشاره دارد که اصحاب رسانه به طور موقت نقش دیپلمات‌ها را بر عهده گرفته و به عنوان میانجی در تبادل پیام‌ها در مذاکرات بین‌المللی عمل می کنند.

با در نظر گرفتن سه عنصر اساسی مجری، شیوه عمل و اهداف، دیپلماسی عمومی را می توان طراحی دولتی برای کنشگری فعال در میان افکار عمومی کشور هدف تعریف کرد که در مرکز آن ارتباط هدایت شده با شهروندان خارجی به منظور تأثیرگذاری بر افکار آن‌ها و در نهایت تأثیرگذاری بر دولت‌هایشان قرار دارد. بنابراین، هدف نهایی دیپلماسی عمومی را می توان تأثیرگذاری هدفمند بر افکار عمومی یک یا چند کشور به منظور برجسته‌سازی موفقیت‌ها و کمرنگ کردن شکست‌ها، ارائه تصویری مثبت از تغییرات حکومت و جامعه خود به دیگران دانست، به گونه‌ای که دولت‌ها، مردم و نخبگان کشورهای دیگر نگرشی مثبت نسبت به کشور به کارگیرنده دیپلماسی عمومی پیدا کنند. (پوراحمدی، ۱۳۸۹: ۱۶۳)

۱.۲. روش پژوهش

این پژوهش با بهره‌گیری از روش ترکیبی کیفی-کمی به تحلیل جامع دیپلماسی عمومی ایران در مالزی پرداخته است. برای گردآوری داده‌ها از سه مسیر اصلی استفاده شده است: ابتدا مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی شامل بررسی منابع فارسی و لاتین مانند کتاب‌ها، مقالات علمی، اسناد آرشیوی وزارت امور خارجه و گزارش‌های رسمی نهادهای فعال در مالزی انجام گرفت. سپس مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۳ نفر از کارشناسان، دیپلمات‌های سابق و ایرانیان مقیم مالزی به

روش نمونه‌گیری هدفمند صورت پذیرفت تا چالش‌های عملیاتی مورد تحلیل قرار گیرند. در گام بعدی پیمایش میدانی از طریق نظرسنجی توسط نویسندگان از ۵۱۲ شهروند مالزیایی در سال ۱۴۰۰ با پرسشنامه‌ای مبتنی بر مقیاس لیکرت اجرا شد تا تصویر ایران در افکار عمومی سنجیده شود. جامعه آماری این نظرسنجی شامل سه گروه قومی اصلی مالزی یعنی مالایی، چینی و هندی که بر جوانان ۱۹ تا ۳۴ سال از میان شهروندان مالزیایی مقیم ایالت سلانگور - پرجمعیت‌ترین و صنعتی‌ترین ایالت این کشور - تاکید ویژه‌ای داشت. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی و به دو شیوه اجرا شد: (۱) حضوری در محل از میان مراجعه‌کنندگان به بخش‌های مختلف سفارت جمهوری اسلامی ایران در کوالالمپور، و (۲) ارسال پرسشنامه از طریق ایمیل. پرسشنامه شامل ۲۱ سوال بود که به دوزبان مالایی و انگلیسی تدوین شده بود. این پرسشها در سه دسته به بررسی زمینه پاسخ دهنده، دانش عمومی نسبت به ایران و نگرش آنها نسبت به ایران می‌پردازند.

داده‌های کیفی با روش تحلیل محتوای موضوعی و داده‌های کمی با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفتند. رویکرد کلی پژوهش توصیفی-تحلیلی است و یافته‌ها در چارچوب نظریه‌های دیپلماسی عمومی تفسیر و تحلیل شده‌اند. این روش‌شناسی ترکیبی امکان درک عمیق‌تری از ابعاد مختلف موضوع را فراهم آورده و همزمان هم به داده‌های عینی و کمی دسترسی دارد و هم به تحلیل‌های کیفی و تفسیری متکی است. چنین رویکردی به پژوهش این امکان را داده که هم تصویر کلی از وضعیت موجود ارائه دهد و هم به لایه‌های پنهان و عمیق‌تر موضوع بپردازد.

۳. تصویر سازی ایران در مالزی

جمهوری اسلامی ایران نیز در این حوزه دارای ظرفیت عظیم و سرمایه فرهنگی است و توانایی بالایی برای حضور در این عرصه دارد. ایران با توجه به پیشینه تمدنی، تاریخی، و فرهنگی خود از منابع قدرت نرم مناسبی در مقایسه با بسیاری از کشورها برخوردار است که در صورت برنامه‌ریزی مناسب و هدفمند می‌توان از این ابزار در سیاست خارجی و دیپلماسی بهره بیشتری برد. از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی، ایران تلاش داشته از قدرت نرم خود در منطقه و جهان بهره‌برد، به ویژه که رسالت انقلاب اسلامی فرهنگی بود و با شعارها و ویژگی‌های مشخص اسلامی-مردمی، در منطقه و جهان معرفی شد و توانست در میان بسیاری از مردم کشورهای مختلف از جمله کشورهای اسلامی طرفدارانی داشته باشد. (داداندیش، احدی، ۱۳۹۰) با این وجود فعالیت در عرصه دیپلماسی

عمومی از جمله وظایفی است که به طور مشخص بر عهده یک سازمان یا نهاد قرار نگرفته است و هر نهادی بسته به ظرفیت و بودجه ای که در اختیار دارد در این عرصه نقش ایفا می نماید. امروزه علاوه بر وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، بخش برون مرزی سازمان صدا و سیما و برخی مجموعه های دولتی و حاکمیتی دیگر نیز در عرصه دیپلماسی عمومی دخیل هستند.

۱.۳. کارگزاران

در حال حاضر بخش دیپلماسی عمومی سفارت ج.ا.ایران در مالزی به طور ویژه مسئولیت انجام برنامه های این حوزه را بر عهده دارد. جدای از سفارت، دیگر نهادهای ایرانی دیگر از جمله رایزنی فرهنگی، رایزنی علمی، و دفتر منطقه ای سازمان صدا و سیما نیز در مالزی فعالیت دارند. برگزاری نمایشگاه های مختلف، برپایی هفته فیلم، انتشار مقاله در رسانه های محلی، حمایت و انتشار آثار و کتاب های ایرانی به زبان مالایو و بالعکس، نشست های تخصصی با هنرمندان آن کشور، فراهم آوردن زمینه حضور هنرمندان، قاریان و سینماگران دو کشور در برنامه های ایران و مالزی، و اعزام مستندسازان و سلبیتهای از مالزی به ایران برای تهیه محتوا بخشی از برنامه هایی است که به طور یک جانبه یا با همکاری این نهادها و کارگزاران ایرانی در طول یک دهه اخیر در مالزی به انجام رسیده است که آثار مختلفی در حوزه تصویر سازی و پیگیری اهداف دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مالزی داشته است.

۱.۴. حلقه های اتصال فرهنگی

فرهنگ نقش تعیین کننده ای در چگونگی درک مردم از یکدیگر و ارتباطات انسانی با وجود تفاوت های مختلف دارد. در عصر کنونی تأثیرگذاری فرهنگ در حوزه سیاست خارجی به حدی است که از فرهنگ به عنوان قدرت نرم در سیاست خارجی بحث می شود و عنوان دیپلماسی فرهنگی به آن می دهند که به معنای استفاده از ابزارها و مکانیسم های فرهنگی برای معرفی و انتقال فرهنگ و تمدن یک سرزمین به سرزمین و فرهنگ دیگر است. (رستگاری، ۱۳۹۵: ۱۳) پیوندهای تاریخی و مناسبات فرهنگی ایران و مالزی قدمت طولانی دارد. هر چند برخی آثار به جای مانده آن را به پیش از ظهور اسلام می رساند اما این مناسبات در قرون میانه اسلامی نضج گرفت و مستحکم شد. ابراز تمایل مردم مالایو زبان به دین، موجب شد تا ادبیات با بن مایه دینی خمیرمایه اصلی ارتباطات اولیه دو کشور شود. تجار ایرانی، که از طریق راه ابریشم آبی مراودات بازرگانی را بر عهده داشتند، از اسباب مهم گسترش و انتقال فرهنگ ایرانی-اسلامی در بین ساکنین مالزی و سایر

مردمان آن ناحیه بودند. (چگینی، ۱۴۰۱) به این ترتیب تجار و مهاجران نخستین رابطین بین ایران و این حوزه از جمله مالایی‌ها بودند و دین اسلام حلقه اتصال قدتمند فرهنگی دو کشور شد. با ورود اسلام عرفانی که با زبان فارسی رابطه تنگاتنگی دارد، آشنایی با فرهنگ ایران در جهان مالایی رشد کرد. (Guillot, 2020: 423-426) حمزه فنصوری که اصالت سوماترایي داشته، از اولین اندیشمندان دنیای مالایی است که نقش برجسته‌ای در نزدیکی فرهنگ ایرانی با مالایو ایفا نمود؛ این شخصیت بی‌نظیر. برخی از محققان بر این عقیده‌اند که او از طریق ایرانیان مقیم تایلند با زبان فارسی و آیین تصوف و تشیع آشنایی بیشتری پیدا کرد. (مارچینکوفسکی، ۱۳۸۴: ۱۴)

با ورود به عصر جدید و به پشتوانه ارتباطات تاریخی شکل گرفته، برخی حوزه‌ها به شکل جدی‌تری در حوزه سیاست‌های فرهنگی که بعدها به دیپلماسی عمومی نیز تعبیر می‌شود شکل گرفت. هر دو کشور به عنوان اعضای جهان اسلام، دارای مشترکات دینی عمیقی هستند. در این میان به دلیل رسمی بودن دین اسلام است قرآن جایگاه ویژه‌ای در ساختار فرهنگی و دینی هر دو کشور داشته و این سرآغاز فصلی ویژه از همکاری‌های میان دو کشور است. کانون قرار گرفتن فعالیت‌های قرآن، یکی از محوری‌ترین پایه‌های دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مالزی در سال‌های پس از انقلاب اسلامی بوده است و از این رهگذر تلاش شده زمینه‌های تقویت دیپلماسی عمومی و فرهنگی و نزدیکی مردم مسلمان دو کشور را فراهم کند. مشارکت قاریان ایرانی در مسابقات مختلف بین‌المللی در مالزی، برگزاری نمایشگاه قرآنی از سوی راینی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در این کشور و یا شرکت در نمایشگاه‌های قرآنی مالزی، و انتشار مشترک آثار قرآنی از جمله اقداماتی است که در این سال‌ها همواره در دستور کار نهادهای مسئول ایرانی قرار داشته است.

در حوزه هنر و معماری، تأثیر هنر ایرانی در بناهای مذهبی مالزی مانند مسجد ملی مالزی قابل مشاهده است. برگزاری نمایشگاه‌های مشترک خوشنویسی، مینیاتور و صنایع دستی نیز گواهی بر پیوندهای هنری دو فرهنگ محسوب می‌شود.

۱.۵. گردشگری

صنعت گردشگری یکی از مؤثرترین پدیده‌ها است که کشورها به شیوخ‌های گوناگون از آن به عنوان یک فرصت برای پیش برد اهداف دیپلماسی عمومی خود بهره می‌گیرند. (رضایی، ۱۳۹۳: ۱۶۰) گردشگری این امکان را پدید می‌آورد تا تصویر یک کشور را در نظام بین‌الملل از طریق جذب

گردشگر و ارتباطات فرهنگی بهبود ببخشد (طاهری، ۱۳۹۸: ۲۵۷). این صنعت مورد توجه بسیاری از کشورها از جمله ایران برای اهداف فرهنگی و اقتصادی است. از این جهت ورود گردشگران مالزیایی علاوه بر تاثیر اقتصادی که دارد، می تواند موجب شناخت بیشتر مردم این کشور از واقعیت های جامعه ایران شود. ایران توانایی فراوانی برای توسعه گردشگری با مالزی دارد به ویژه آنکه گردشگران مسلمان مالزیایی برای بهره مندی از گردشگری حلال بسیار مشتاق هستند و ایران با ظرفیت های بالا در همه حوزه های گردشگری حلال، می تواند یکی از مقاصد مناسب برای مخاطب مالزیایی باشد. با این وجود ایران در دریافت گردشگر مالزیایی چندان توفیقی بدست نیاورده است. تاکنون آمار رسمی از تعداد گردشگر مالزیایی که به ایران سفر نموده اند منتشر نشده است ولی آمار غیر رسمی حاکی است که پیش از شیوع بیماری کووید-۱۹ در فاصله سال های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹ حدود ۳ تا ۵ هزار توریست مالزیایی به ایران سفر کرده اند.

علت این امر را باید در تصویر برساخته از ایران در مالزی جست و جو کرد. سال ها است رسانه های بین المللی (و در امتداد آنها رسانه ها در مالزی) می کوشند تصویری منفی از جمهوری اسلامی ایران عرضه کنند از این جهت است که مردم مالزی علی رغم تمایل شدید به سفر هستند، نه تنها از ایران شناخت لازم را نداشته بلکه تصویر ترسیم شده توسط رسانه ها مانع از توجه جدی آنها به ایران به عنوان یک مقصد گردشگری است و سفر به ایران برای بسیاری با هدف استفاده از ظرفیت ترانزیتی برای رسیدن به ترکیه یا سایر کشورها است و به دلیل همین عدم شناخت است که وارد شهرهای ایران نمی شوند (عالمی، ۱۴۰۱). در چنین شرایطی گردشگری ابزار مفیدی است که می تواند نادرستی این تصویر رسانه ای را اثبات کند و این موضوع به نفع دیپلماسی عمومی ما خواهد بود. (امیرانتخابی، ۱۳۹۴)

۱.۶. تبادلات دانشجویی

با نگاهی موسع به موضوع دیپلماسی عمومی، تبادلات دانشجویی را می توان به عنوان بخشی جدایی ناپذیر از اجرای آن برشمرد که همواره در ادبیات دیپلماسی عمومی جایگاه خاص خود را داشته است. دیپلماسی علمی به عنوان قطعه ای کوچک از پازل دیپلماسی عمومی با اتکا به دانش افزایی، برای تاثیرگذاری بلند مدت بر جوامع هدف طراحی می گردد. دولت هایی که بدنبال گسترش قلمرو فرهنگی خود هستند به تبادلات دانشجویی به عنوان یک پروسه بلند مدت با تاثیر بسیار مثبت می نگرند (خسروی، جباری ثانی، ۱۳۹۰: ۱۰۵). این روش سابقه ای صدها ساله دارد. در این

بین، ارتباط میان دیپلماسی عمومی و آموزش بین‌المللی نیز قدمتی طولانی دارد. دانشجویان از همان ابتدای آغاز به کار دانشگاه‌های مدرن در قرون وسطی، در خارج کشور تحصیل کرده و تحت تأثیر آنچه آموخته و تجربه کرده بودند، قرار گرفته‌اند.

پذیرش دانشجو از مالزی نیز دارای سابقه‌ای نسبتاً طولانی است. در سال ۱۳۴۸ اعلان افشار سفیر ایران در واشنگتن با هم‌تای مالزیایی خود ملاقات و درباره گسترش همکاری‌ها گفتگو کردند. سفیر ایران پیشنهاد کرد که مراودات دانشگاهی و دانشجویی بین دو کشور گسترش یابد. افشار اعلام آمادگی نمود که دولت ایران از حضور دانشجویان و طلاب مالزیایی در دانشگاه‌های ایران استقبال می‌کند و قول داد از نهادهای مربوطه درخواست نماید سالانه چند بورس را به اتباع مالزی اختصاص دهد. (اداره حفظ و نگهداری اسناد وزارت امور خارجه، ۱۳۴۹ ش، ۶-۴۷-۱۰) با این حال طی سال‌های پس از انقلاب اسلامی، تعداد محدودی دانشجوی مالزیایی آن‌هم بیشتر به قصد فراگیری دروس حوزوی به ایران سفر داشتند. براساس اعلام رایزن علمی وقت ایران در مالزی در سال ۱۳۹۴ تنها ۱۵ دانشجوی مالزیایی در حال تحصیل در ایران بودند که جدای از عدم موفقیت به لحاظ همکاری‌های دانشگاهی و دانشجویی که بیشتر به وزارت علوم و فناوری مربوط می‌شود؛ خالی ماندن دست دستگاه‌های مربوطه برای بهره بردن از این ظرفیت در دیپلماسی عمومی نیز حکایت دارد. (ایرنا، ۱۲ اکتبر ۲۰۱۵).

۱.۷. زبان فارسی

یکی از عناصری که توسط نقش آفرینان دولتی و غیردولتی به کار می‌رود و دارای تأثیر قابل توجهی در کشورهای هم‌زبان دارد، عنصر زبان است. شاید کمتر جامعه‌ای را بتوان یافت که مانند جامعه ایرانی شاخص چنین استمرار فرهنگی باشد. (خسروی، جباری ثانی، ۱۳۹۰: ۱۰۲) غنای زبان فارسی به اندازه‌ای بوده و هست که در همه ادوار تاریخ، مورد توجه قرار داشته است. به لحاظ سابقه تاریخی در زمان سفر پهلوی دوم به مالزی در سال ۱۳۴۶ ش، یکی از موضوعات توافق شده بحث ترویج و آموزش زبان فارسی در دانشگاه مالایا بود. براساس اسناد موجود و در سال ۱۳۵۳ ش. با رایزنی‌های صورت گرفته، دو کشور موافقت کردند که اولین کرسی زبان فارسی در دانشگاه ملی مالزی (مالایا) تأسیس شود (اداره حفظ و نگهداری اسناد وزارت امور خارجه، ۱۳۵۱ ش، ۱۲۱-۱۰۲-۵۳). با اعلام آمادگی دانشگاه مالایا برای فراهم آوردن شرایط و امکانات لازم برای کرسی زبان فارسی و پس از اعلام سفارت مالزی در بانکوک مبنی بر اینکه زمینه این کار فراهم شده،

مالزی از دولت ایران درخواست نمود ملزومات لازم از جمله کتاب و مدرس زبان فارسی را برای دانشگاه مالایا فراهم نماید. (همان: ۶۴) با پیگیری‌های به عمل آمده، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در راستای درخواست دانشگاه مالزی چندین جلد کتاب مرتبط با ایران‌شناسی و زبان فارسی برای کرسی زبان فارسی در مالزی ارسال کرد. (همان: ۶۹) با ایجاد این کرسی زبان فارسی در جنوب شرق آسیا دکتر عفاف سلجوق استاد دانشگاه ملی مالزی به عنوان مسئول آن معرفی شد. (همان: ۱۳۷، ۱۳۵) به رغم تلاش‌های صورت گرفته ولی این کرسی زبان فارسی در آن زمان ایجاد نشد. در سال‌های پس از انقلاب اسلامی نیز موضوع از دستور کار تمام نهادهای متولی خارج شده بود تا اینکه در دهه ۱۳۷۰ تدریس زبان فارسی در مالزی با اعزام اساتید ایرانی آغاز شد. استادانی چون دکتر آیت‌اللهی، دکتر سهیلا صارمی، دکتر حکیمه دبیران و دکتر بساک به عنوان استاد اعزامی زبان فارسی در این کشور خدمت کرده‌اند، اما در میانه دهه ۸۰ روند اعزام استاد قطع و تدریس فارسی تعطیل شد. (ایبنا، ۱۳۹۷).

در دهه ۱۳۹۰ ش. بار دیگر توسعه زبان فارسی در دانشگاه‌های خارج از کشور، از جمله دستور کارهای اصلی مرکز همکاری‌های بین‌الملل وزارت علوم، تحقیقات و فناوری کشور قرار گرفت و براساس همین دستور کار نیز، رایزنی علمی ایران در شرق آسیا، این کار را به سرانجام رسانید. اولین استادی هم که توسط این مرکز برای تدریس زبان فارسی به مالزی اعزام شد، دکتر ناصرقلی سارلی، از اساتید برجسته زبان فارسی و عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی بود. دوره جدید تدریس فارسی در مالزی از اسفند ۱۳۹۵ آغاز شد؛ و بعد از مدت کوتاهی مجوز ارائه در سطوح کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی نیز در یکی از دانشگاه‌های مالزی داده شد. این روند با بازگشت ایشان به عنوان آخرین استاد اعزامی از ایران در سال ۱۳۹۸ متوقف گردید.

۴. ایران از نگاه مردم مالزی

نگاه مردم مالزی نسبت به ایران به دلیل همین چند نژادی و چند فرهنگی بودن متفاوت است و بسته به میزان اطلاعی که از طرق مختلف در خصوص ایران بدست می‌آورند، برداشت‌های مختلفی نسبت به ایران دارند. از حدود نیم قرن پیش و با آشنایی بیشتری که مردم مالزی با ایران پیدا کردند، ایران در نگاه آنها کشوری با پیشینه تاریخی و پس از سال ۱۳۵۷ به عنوان کشوری اسلامی و انقلابی و سرشار از تحولات سیاسی شناخته می‌شد. (سلطان زاده، ۱۴۰۰) فضای ارتباطی ایران و مالزی با توجه به اراده دولت‌مردان مالزی برای گسترش روابط با ایران در دهه ۱۹۹۰ مثبت بوده و به درخواست ماهتیر محمد نخست وزیر وقت مالزی، برخی از ایرانیان نخبه به عنوان نیروهای

متخصص عازم مالزی شدند. این متخصصان ایرانی هر کدام در بخش تخصصی خود کاری اساسی را برای مالزی شروع و به سرانجام رساندند. جدای از حضور این متخصصان که اخبار مربوط به آنها تاثیر بسیار مثبتی در معرفی ایران در مالزی داشت، ورود معماری ایرانی به مالزی و استفاده از آن در ساخت برخی پروژه‌ها در پایتخت جدید اداری مالزی یعنی پوتراجایا و نیز استفاده از این معماری ایرانی - اسلامی در موزه معروف اسلامی کوالالامپور (متعلق به سید مختار البخاری) اوج دوره تصویر سازی مثبت ایران در مالزی می‌باشد. (برکشلی، ۱۴۰۰)

اگرچه آمار رسمی از میزان جمعیت ایرانیان در مالزی هنوز ارائه نشده است اما براساس گزارش‌ها و آمار غیررسمی در یک دهه گذشته این رقم از ۵۰ تا ۱۰۰ هزار نفر در میان سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ نیز برآورد شده، هرچند به دلایل مختلفی این رقم اکنون به کمتر از ۱۰ هزار نفر کاهش یافته است. حضور این تعداد ایرانی در مالزی علاوه بر آشنایی بیشتر جامعه مالزی با تنوع فکری و فرهنگی ایرانیان، برخی نقاط منفی نیز به همراه داشت که از جمله آن می‌توان به بازداشت برخی از ایرانیان به اتهام مواد مخدر در سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵ اشاره کرد که به شدت در رسانه‌های مالزی مورد توجه قرار گرفت. همزمان، رسانه‌های این کشور در مورد نقش ایران در جنگ سوریه نیز روایتی را منعکس می‌کردند که عموماً تصویر ساخته و پرداخته شده در رسانه‌های غربی بود. مجموعه این عوامل در تغییر فضا نسبت به ایران در دهه ۲۰۱۰ نقش مهمی داشت. (سلطان زاده، ۱۴۰۰)

در این دوره برجسته شدن عنصر شیعی در تصویر سازی از ایران تاثیر جدی بر فهم مردمان مالزی نسبت به ایران داشت. برخی رسانه‌های داخلی مالزی، متأثر از فضای سیاسی سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ به این باور که ایران به عنوان کشوری شیعی اهمیتی برای سایر کشورهای مسلمان (سنی) قائل نیست، دامن می‌زدند. این تصویر سازی عموماً در جامعه مالایی تبار مالزی خریدار بیشتری داشت زیرا نگاه جامعه چینی‌تبار و هندی‌تبار مالزی نسبت به ایران یک نگاه بیشتر تاریخی است.

از این زاویه می‌توان نگاه مالایی‌ها را به پیش از و پس از ۲۰۱۰ تقسیم نمود. تا پیش از سال ۲۰۱۰ ساختار و افراد نزدیک به ماهاتیر محمد به ویژه عبدالله بداوی نخست وزیر وقت مالزی در قدرت بوده و از همین رو سیاست خارجی مالزی پس از ماهاتیر، در دولت بداوی نیز تداوم داشت. بداوی در زمان نخست وزیری، روابط سیاسی خود را با ایران در سطح خوبی حفظ کرده بود و هیات‌های سیاسی بویژه در سطح سران بین دو کشور رفت و آمد داشتند. اما تحولات سیاسی مالزی پس از ۲۰۱۰ و به قدرت رسیدن نجیب رزاق در کنار سایر عوامل دست به دست هم داد تا پس از آن زمان، شاهد دورتر شدن دولت مالزی از ایران باشیم.

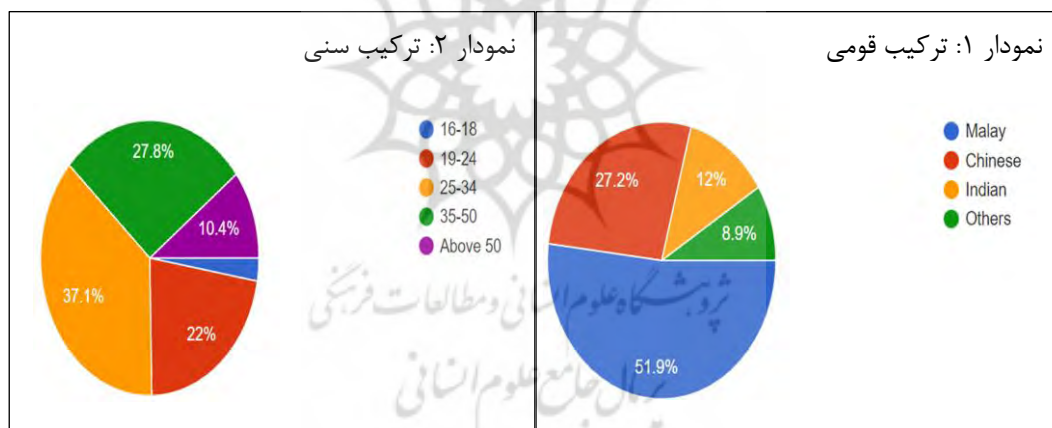
۵. مطالعه موردی: ارزیابی از تصویر ایران در مالزی

یکی از شیوه‌های متداول برای به تصویر کشیدن نتایج فعالیت‌های دیپلماسی عمومی یک کشور، مطالعه میدانی مبتنی بر نظر سنجی است. سنجش افکار عمومی می‌تواند تقریباً درباره هر موضوعی که در یک جامعه مطرح است، تحلیل نسبتاً دقیقی از گسترش افکار درباره آن موضوع ارائه کند. به منظور انجام یک پیمایش میدانی، به صورت تصادفی تعداد ۵۱۲ نفر انتخاب و به صورت پرسشنامه ای از آنها نظر سنجی به عمل آمد.

مختصات جامعه آماری

به لحاظ ترکیب سنی، اکثر پاسخ دهندگان (۶۰٪) را جوانان مالزیایی بین ۱۹ تا ۳۴ سال تشکیل می‌داده که بیش از نیمی از آنها از قومیت مالایی بوده که اکثریت جمعیت را در مالزی تشکیل می‌دهند.

نمودار ۱ و ۲: ترکیب قومی - ترکیب سنی



منبع: یافته‌های نویسندگان

بیش از ۹۰ درصد از پاسخ دهندگان دارای تحصیلات عالی هستند که نزدیک به ۶۰ درصد آنها دارای مدرک کارشناسی و کارشناسی ارشد و از نظر ترکیب درآمدی نزدیک به ۴۰ درصد از پاسخ دهندگان در گروه پردرآمد با قدرت خرید بالا قرار می‌گیرند که می‌توانند هزینه‌های تعطیلات طولانی در کشورهای فراتر از منطقه جنوب شرقی آسیا پرداخت نمایند.

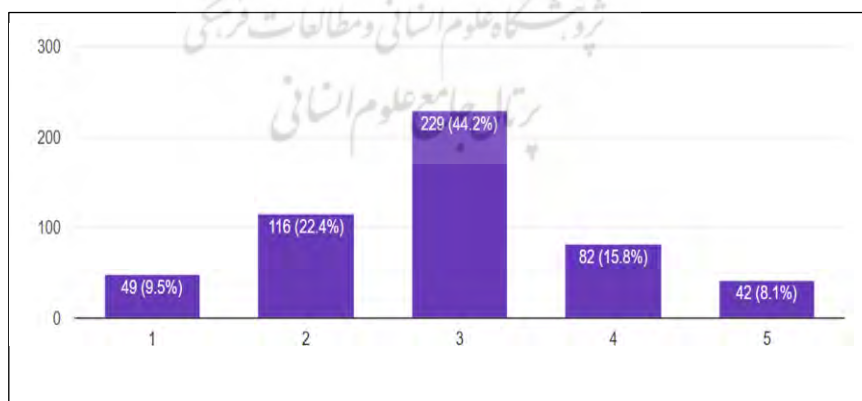
نمودار ۳ و ۴: ترکیب درآمدی - ترکیب تحصیلی

نمودار ۳: ترکیب درآمدی	نمودار ۴: ترکیب تحصیلی

نتایج و ارزیابی آن

در این نظرسنجی ابتدا تلاش شد تا دانش عمومی نسبت به ایران سنجیده شود. در این مسیر ابتدا بر خود ارزیابی افراد از دانش خود نسبت به ایران و سپس بر منابع دریافت اطلاعات تمرکز شود. پرسش شوندگان در پاسخ به این پرسش که دانش خود نسبت به ایران را به چه میزان می‌دانید، از میان عدد ۱ کمترین و عدد ۵ بیشترین امتیاز، ۸.۱ درصد به خود امتیاز ۵ و ۹.۵ درصد امتیاز ۱ را به خود داده‌اند. توزیع فراوانی در پاسخ به این پرسش با الگوی توزیع نرمال برابر است.

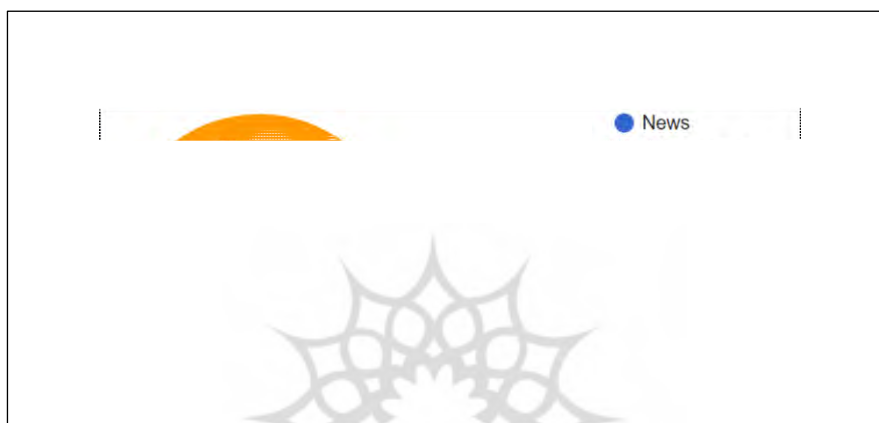
نمودار ۵: ارزیابی نتایج



منبع: یافته‌های نویسندگان

در خصوص منابع اطلاعات درباره ایران، از میان پرسش شوندگان، ۳۹.۶ درصد، دوستان خود را به عنوان منبع اصلی برای دریافت دانش نسبت به ایران معرفی کرده اند، پس از آن اخبار با ۳۱.۷ درصد، رسانه‌های اجتماعی با ۲۱.۴ درصد و History Channel با ۵.۶ درصد و کتاب‌ها با ۱.۷ درصد در مراتب بعدی قرار دارند.

نمودار ۶: منابع اطلاعات پژوهش 1.7%



منبع: یافته‌های تحقیق

از میان پرسش شوندگان ۷۸.۷ درصد از فارسی به عنوان زبان رسمی ۹۸.۳ از اسلام به عنوان دین اکثریت مردم و ۷۷.۶ درصد از خاورمیانه به عنوان موقعیت جغرافیایی و ۶۶.۴ درصد از چهارفصل بودن به عنوان ویژگی آب و هوایی ایران یاد کرده اند. مجموع این اطلاعات در کنار یکدیگر با توزیع نرمال خودارزیابی افراد همساز است. از میان شرکت کنندگان در نظرسنجی، ۸۶.۹ درصد شرکت کنندگان به ایران سفر نداشته و در مقابل تنها ۱۳.۱ درصد از آنها تجربه سفر به ایران را داشته و از میان آنها تنها ۳۶.۹ درصد سابقه آشنایی فردی با ایرانیان را داشته اند. از میان شرکت کنندگان در این نظرسنجی ۸۰.۱ درصد از شرکت کنندگان در مواجهه با این پرسش آیا برای سفر به ایران تمایل دارند، پاسخ مثبت ارائه دادند. در پاسخ به این پرسش که آیا ایران را کشوری امنی است، ۷۸.۸ درصد از پاسخ دهندگان، پاسخ مثبت داده و از ایران را کشوری امن می‌دانند.

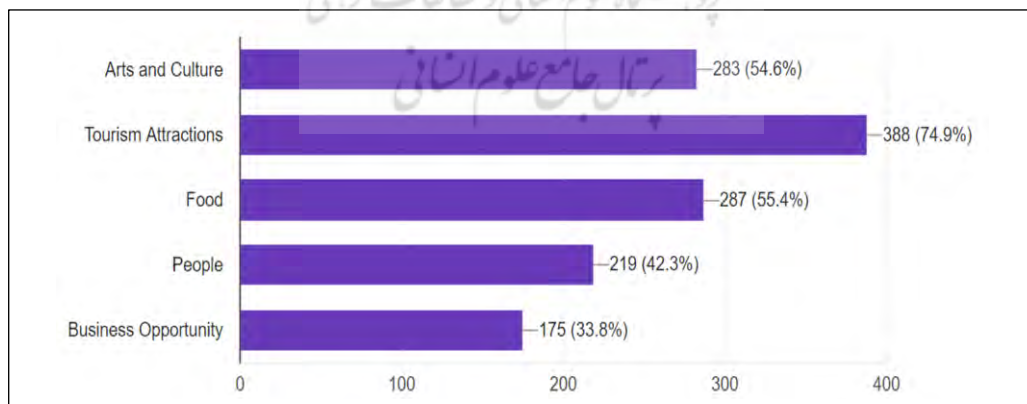
نمودار ۷: تمایل به سفر به ایران



منبع: یافته‌های تحقیق

برآیند این دو پرسش در کنار یکدیگر، معنای ویژه‌ای داشته و بر این اساس می‌توان گفت که تصویر عمومی ایران در میان جامعه آماری انتخاب شده، مثبت است. آخرین بخش از نظرسنجی بر علایق افراد برای کسب اطلاعات بیشتر نسبت به ایران تمرکز داشته و پاسخ‌های پرسش‌شوندگان نسبت به این سوال که به چه موضوعی را برای کسب اطلاعات بیشتر نسبت به ایران علاقه دارید، پاسخ‌ها به این شرح است. ۷۴.۹ درصد توریسم و جاذبه‌های گردشگری، ۵۵.۴ درصد غذاهای ایرانی، ۵۴.۶ درصد هنر و فرهنگ، ۴۲.۳ درصد مردم و در نهایت ۳۳.۸ درصد به فرصت‌های تجاری به عنوان موضوعات مورد علاقه خود اشاره کرده‌اند. این اطلاعات در نمودار زیر به تصویر کشیده شده است.

نمودار ۸: موضوعات مورد توجه



منبع: یافته‌های تحقیق

۶. آسیب شناسی ساختاری از دیپلماسی عمومی ایران در مالزی

آسیب‌های اداری - ساختاری

در خصوص آسیب‌های اداری و ساختاری ابتدا باید نهادهای وابسته به جمهوری اسلامی ایران که در مالزی فعالیت دارند

۷. آسیب شناسی ساختاری از دیپلماسی عمومی ایران در مالزی

۷.۱. آسیب‌های اداری - ساختاری

در خصوص آسیب‌های اداری و ساختاری ابتدا باید نهادهای وابسته به جمهوری اسلامی ایران که در مالزی فعالیت دارند

را شناخت. با نگاه به دستگاه‌های دولتی - حکومتی جمهوری اسلامی ایران در مالزی، می‌توان به سفارت جمهوری اسلامی ایران، رایزنی فرهنگی، رایزنی علمی، دفتر صدا و سیما، و دفتر خبرگزاری ایرنا اشاره کرد.

با توجه به ترکیب و تنوع ساختاری، مهم‌ترین مسأله، تداخل و هم‌پوشانی وظایف و مأموریت‌ها میان دستگاه‌های مسئول در عرصه دیپلماسی عمومی است که از مهم‌ترین موانع اجرای صحیح دیپلماسی عمومی است. (خادم زاده و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۱۵) به نظر می‌رسد به دلیل تکرار کارگزاران دیپلماسی عمومی و تفکیک نشدن نقش‌ها نوعی ناهماهنگی نسبی در دیپلماسی عمومی ایران در مالزی وجود دارد. تداخل وظایف میان دستگاه‌های مسئول در عرصه دیپلماسی عمومی از مهمترین موانع اجرای دیپلماسی عمومی موفق ایران به صورت کلی و در مالزی به صورت خاص می‌باشد. امروزه علاوه بر وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، بخش برون‌مرزی سازمان صدا و سیما نیز در عرصه دیپلماسی عمومی دخیل هستند. این در حالی است که تنها وزارت امور خارجه تحت نظارت مستقیم دولت است و سازمان‌های دیگر تشکیلات و ساختارهای مجزایی دارند که نهاد دولت کمترین نظارت را بر آنها دارد. نکته مهم این است که هیچ ارتباط تشکیلاتی و سلسله مراتبی میان این ارکان وجود ندارد. این امر چند مانع مهم در زمینه تحقق اهداف دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران ایجاد کرده است بدین معنی که در این چهارچوب، اولاً؛ خلط میان سیاست خارجی و روابط خارجی و در نتیجه عدم شفافیت وظایف و تداخل مسئولیت‌ها از آسیب‌های سیاست خارجی و دیپلماسی عمومی ایران است (همان، ۱۱۶-۱۱۵).

۷.۲. کارگزاران

از منظر کارگزاری؛ تکیه بیش از حد در دیپلماسی عمومی بر بخش‌های رسمی و دیپلمات‌های سنتی و قائم به حکومت، از آسیب‌های دیپلماسی عمومی است. در کنار مشکلات ساختاری و تداخل برنامه‌ها و ماموریت‌های محوله؛ مشکل بعدی در بخش کارگزاران و نیروهای اعزامی از ایران به مالزی دیده می‌شود. یکی از مشکلات، وظیفه اداری دیدن ماموریت‌ها برای این کارگزاران می‌باشد که با ماهیت فعالیت‌های دیپلماسی عمومی در تناقض است. محدودیت‌های خاص کارگزاران ایرانی برای حضوری موثر در محیط‌های فرهنگی - هنری در کنار ضعف و قوت‌ها در ارتباط‌گیری موثر با جامعه هنری و نخبه مالزی و نیز توانایی‌های فردی هر کدام از این کارگزاران را نیز باید به این مشکل اضافه نمود. ارتباط‌گیری موثر به معنی شناخت و سپس توانایی در برقراری ارتباط با قشرهای مختلف جامعه هنری کشور هدف و در مرحله پیشرفته‌تر توانایی در ایجاد «شبکه» ای از افراد موثر و دارای نفوذ می‌باشد که بتوانند به شکلی غیر مستقیم اهداف مورد نظر شما را دنبال نمایند. تقویت مهارت‌های ارتباطی در کارگزاران دیپلماسی در همه سطوح با اهمیت تلقی می‌شود. آنها باید دارای مهارت‌های ارتباطی مؤثر باشند، تا برداشتی واقع‌بینانه از باورها و ارزشهای مردم کشور هدف داشته و آن را منتقل نمایند. (ایزدی، ۱۳۹۲: ۳۳)

۷.۳. عدم بهره‌برداری مناسب از ظرفیت‌های ایرانیان مقیم

نخستین تجربه قابل ذکر از حضور مهاجران ایرانی در مالزی را باید به اوایل دهه ۱۳۵۰ مربوط دانست. دوره‌ای که از یک سو به دلیل انقلاب اسلامی ایران برخی از نخبگان به دلایل مختلفی ترجیح می‌دادند که مدتی در کشور دیگری ساکن شوند و از سوی دیگر آشنایی و ازدواج با شهروندان مالزیایی موجب حضور تعداد بسیار کمی ایرانی در مالزی شد. دهه هفتاد (۱۳۸۰ - ۱۳۷۰)، تجربه‌ی تازه‌ای از مهاجرت رقم خورد. از یک سو در این دوره، بخشی از نیروی کار جوان که یا تمایلی به ماندن در کشور نداشت، به سمت بازارهای بین‌المللی همچون کشورهای شرق آسیا سرازیر شد. (بهمنی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۰) از سوی دیگر، با توسعه سیاست تبدیل شدن مالزی به عنوان مرکز آموزشی بین‌المللی، به دلیل هزینه پایین شهریه‌های دانشگاهی و هزینه‌های زندگی پایین‌تر در مقایسه با سایر کشورها، دانشجویان بسیاری از سراسر جهان، به‌ویژه خاورمیانه جذب این کشور شدند. این سیاست موجب شد بسیاری از دانشجویان ایرانی برای ادامه تحصیل در دانشگاه‌های مختلف به مالزی وارد شوند. (Bani Kamal and Ishtiaq Hossain, 2016) بخشی از

این ایرانیان نیز در همین رهگذر چه از روی اجبار چه از روی پیدا نمودن فرصت‌های کاری و زندگی در مالزی ماندند. رفته رفته جمعیت ایرانیان در مالزی با شیعی ملایم رو به ازدیاد گذارد تا اینکه در اواخر دهه ۱۳۸۰ و با تحولات سیاسی آن دوره در ایران، به یکباره به صورت چشمگیری ایرانیان در مالزی افزایش یافت.

ایرانیان مقیم مالزی به عنوان منابع قدرت نرم مؤلفه‌های بسیار خوبی دارند که می‌توانند از آن استفاده کنند. آن‌ها هم می‌توانند از فرهنگ و تمدن باستانی و هم از اصول ارزش‌های اسلامی و انقلابی استفاده و تبلیغ نمایند. ظرفیت‌های علمی ایرانیان در مالزی نیز همواره مورد تایید مقامات دانشگاهی این کشور بوده است. در مجموع و در صورتی که به توان با طراحی مناسب، از سویی قشر فرهیخته ایرانی را جذب نمود و از سوی دیگر برنامه و بودجه لازم را برای اجرای برنامه‌های متنوع در ظرفیت ایرانیان تامین نمود می‌توان امیدوار بود که بتوانند در توسعه تصویری مثبت از ایران اثرگذار باشند.

۷.۴. عدم برنامه ریزی‌های میان مدت و بلند مدت

یکی از آفت‌های دیپلماسی عمومی ایران در مالزی، موقتی و قائم به فرد بودن برنامه‌ها دانست. این در حالی است که ماهیت فعالیت‌های فرهنگی و دیپلماسی عمومی دیربازده بودن آن است. به این معنا که دیپلماسی عمومی یک پروژه نیست، بلکه باید در یک روند میان مدت و بلند مدت ابتدا نظر افکار عمومی کشور هدف را جلب و سپس کوشید تا تصویری مثبت را میان آنان توسعه داد. دیپلماسی عمومی نباید زود گذر و موقتی، متکی به فرد و یک دستگاه دیده شود و به افراد، گروه‌ها، جریان‌ها و برنامه‌های بلند مدت مختلف نیازمند است. دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مالزی فاقد این مجموعه از ویژگی‌ها بوده و مهم‌ترین ویژگی آن عبارت بوده از، موقتی و قائم به شخص بودن آنها. بنابراین علی رغم رونق و توسعه فعالیت‌ها در دوره‌هایی اما این اقدامات بر مبنای یک رویکرد و راهبرد مشخص صورت نمی‌گیرد.

۷.۵. عدم شناخت دقیق از مخاطب مالزیایی و نیازهای وی

یکی از مهمترین بنیادهای دیپلماسی عمومی شناخت مخاطب است، بدون آن امکان برنامه‌ریزی دقیق برای تأثیرگذاری در ادراکات آنها وجود نخواهد داشت. تعریف مخاطبان مورد نظر به اوضاع و احوال داخلی و خارجی، رویدادها و گرایش‌های تاریخی که در گذر زمان شکل گرفته‌اند، بستگی دارد. (سیمبر و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸۱). درک درست از ویژگی‌های مخاطبان، کنشگر

دیپلماسی عمومی را در توصیف عقاید، نگرش‌ها و دریافت‌های آنها از یاری می‌کند که بر مخاطبانی تمرکز داشته باشد که بیشترین نسبت را در تأمین منافع دارند، نه اینکه نفوذ در آنها آسانتر است. (یزدانفام، ۱۳۹۳: ۴۴-۵۸)

این حوزه، یکی از نقاط ضعف کنشگری ایران است. گرچه ظرفیت‌های سنتی فرهنگ و هنر ایرانی برای ارائه در جامعه مالزی از جمله در زمینه فرش، صنعت فیلم ایرانی، کاشی‌کاری و معماری سنتی ایرانی - اسلامی از مواردی است که بخش عمده‌ای از کنش دیپلماسی عمومی ایران بر آن استوار است. اما نکته در این این است که این رفتار فاصله معناداری با دیدگاه‌های فرهنگی در جامعه مالزی دارد. برای این جامعه درک این نکته که خط جاوی (Jawi) و زبان مالایو برای اکثریت جامعه مالایو زبان مالزی به عنوان یک موضوع هویتی واجد اهمیت است، راهگشای فهم تمامی کنش‌های فرهنگی است. زبان رسمی مالزی، زبان مالایو (Melayu) یا باهاسا مالزی (Bahasa Malaysia) است که در سیستم آموزشی و کلیه مکاتبات کشور از آن استفاده می‌شود، اما زبان انگلیسی نیز که از زمان سلطه‌ی انگلیسی‌ها در مالزی رواج یافته است به صورت گسترده در گفتار و برای برقراری ارتباط بین نژادهای مختلف در سراسر مالزی به کار می‌رود. با حضور اسلام در قرن شانزدهم میلادی در مالزی، مردم این کشور با خط جاوی آشنا شدند و برخی از واژه‌های عربی و فارسی به واژگان آنها افزوده شد. در سال ۱۹۷۵ میلادی، دو کشور مالزی و اندونزی برای تدوین قواعد مشترکی برای رسم الخط و تلفظ زبان مالایو شورایی به نام شورای زبان‌های مالایو تشکیل دادند. نسخ خطی جاوی در حوزه‌های مختلف شعر و ادبیات و دین وجود دارد ولی مالزی متخصصان کافی برای حفظ نسخه‌های خطی متون مالایو ندارند (م. برکشلی، مصاحبه شخصی، ۱۴ دی ۱۴۰۰) نسخه‌شناسان ایرانی شاید دستور زبان و ساختار زبان جاوی را متوجه نشوند اما واژه‌ها و لغات را می‌شناسند. فعالیت در این حوزه هم می‌تواند به احیای هویت مالایی‌ها کمک کند و هم جایگاه ایرانی‌ها را در بین عامه مردم تقویت نماید. (سلطان زاده، ۱۴۰۰)

۷.۶. ضعف در ارتباط گیری موثر با رسانه‌های مالزی

رسانه‌ها با قدرت نفوذ فوق‌العاده خود در جوامع گوناگون قادرند تصویر مثبت یا منفی از یک کشور را در جهان خلق کنند. این مساله باعث شده تا مدیریت رسانه‌ها مورد توجه خاص دولت‌ها قرار گیرد. در دیپلماسی عمومی چگونگی تعامل دستگاه‌های دولتی و رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت اهداف دیپلماسی عمومی قلمداد می‌شود. (هادیان، احدی، ۱۳۸۸: ۹۶) رسانه‌ها به

عنوان منتقل کننده‌های خبر و پیام، با توجه به تحولات شگرفی که در عرصه خبررسانی از جنبه‌های مختلف فن‌آوری، تجهیزاتی و حجم و روش داشته‌اند در ساختن و شکل دادن به فرهنگ عمومی، باورها و افکار عمومی هر جامعه‌ای موثر هستند. رسانه‌های داخلی مالزی نیز به همین ترتیب در شکل دهی به افکار عمومی مردم این کشور به ویژه نسبت به تصویری که از ایران ارائه می‌کنند نقش مهمی دارند. شناخت رسانه‌ها در این کشور و ارتباط گیری موثر و هدفمند با آنها در پیشبرد دیپلماسی عمومی ایران بسیار موثر است. ایران در مالزی در دو بخش دفتر رسانه‌ای داشت که اولی مربوط به سازمان صدا و سیما است که هنوز هم فعال است و دومی مربوط به خبرگزاری ایرنا بود که از اواخر سال ۱۳۹۸ به دلایل بودجه‌ای فعالیت خود را متوقف کرد. به غم حضور این دو بخش مهم از حوزه رسانه‌ای کشور در مالزی شاهد تحول مثبتی به سود خبر سازی و خبر رسانی از ایران در مالزی نبوده و نیستیم. مشکل در این جا است که رسانه‌های جمهوری اسلامی تمام مأموریت خود را بر تهیه اخبار برای جمهوری اسلامی قرار داده‌اند و جامعه هدفشان مردم مالزی نبوده و نیست. از این رو عمده فعالیت‌های این رسانه‌ها در راستای معرفی مالزی شکل گرفته است. با بررسی‌های صورت گرفته در خصوص انعکاس اخبار ایران در رسانه‌های مالزی مشخص می‌شود که خبرنگاران مالزیایی، عموماً اخبار مربوط به ایران را از رسانه‌های غربی به ویژه آسوشیتد پرس، رویترز و فرانس پرس می‌گیرند که این اخبار جهت‌دار علیه جمهوری اسلامی بدون هیچ اصلاحی به مخاطب مالزیایی منتقل می‌گردد. از این رو واضح است که عملکرد دیپلماسی عمومی ایران در مالزی باید به گونه‌ای باشد که شبکه ارتباطاتی گسترده با رسانه‌های مالزی شکل بگیرد تا از کانال این شبکه، بتوان پیام خود را به مخاطب مالزیایی رساند.

۸. نتیجه‌گیری

روابط ایران و مالزی که پس از انقلاب اسلامی در تمامی حوزه‌ها رشد چشمگیری داشت و تصویری مثبت از ایران در میان مردم مالزی ایجاد کرده بود، از میانه دهه ۲۰۱۰ با چالش‌های جدی مواجه شد. این تحول ناگهانی که پیش‌بینی آن دشوار می‌نمود، نتیجه چندین عامل درهم تنیده بود. از یکسو، موج جدید مهاجرت ایرانیان به مالزی در قالب دانشجوی، گردشگر و نیروی کار، تصویری متفاوت از ایران را به جامعه مالزی معرفی کرد. از سوی دیگر، تبلیغات گسترده علیه نقش ایران در جنگ سوریه و تشدید تحریم‌های بین‌المللی پس از سال ۲۰۱۲، فضایی منفی ایجاد کرد که برخی جریان‌های سیاسی داخلی مالزی و رقبای منطقه‌ای ایران از آن بهره‌برداری کردند.

در این شرایط، دیپلماسی عمومی ایران نتوانست به عنوان سازوکاری منسجم عمل کند. برای بهبود این وضعیت، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

نخست، ایجاد هماهنگی سازمان یافته بین نهادهای فعال در دیپلماسی عمومی شامل سفارت، رایزنی فرهنگی و صدا و سیما ضروری است. این نهادها باید با برنامه ای یکپارچه و تقسیم وظایف مشخص عمل کنند.

دوم، تدوین برنامه ای بلندمدت با بهره گیری از ظرفیت ایرانیان مقیم و نخبگان محلی که شناخت عمیقی از هر دو فرهنگ دارند، می‌تواند تأثیرگذار باشد. این افراد می‌توانند پل ارتباطی مؤثری بین دو کشور ایجاد کنند.

سوم، تقویت ارتباط با رسانه‌های مالزی از طریق برگزاری نشست‌های مشترک، اعطای فرصت‌های مطالعاتی به روزنامه‌نگاران مالزیایی و تولید محتوای هدفمند، به اصلاح تصویر ایران کمک خواهد کرد.

چهارم، توسعه گردشگری حلال با معرفی جاذبه‌های فرهنگی و مذهبی ایران، همراه با احیای کرسی زبان فارسی در دانشگاه‌های مالزی، می‌تواند زمینه‌ساز تعاملات عمیق‌تر فرهنگی شود.

این راهکارها زمانی ثمربخش خواهد بود که دیپلماسی عمومی کشور از رویکرد مقطعی و پروژه‌ای به سمت فرآیندی مستمر و نهادینه شده حرکت کرده و دولت باید بپذیرد که نمی‌تواند در چنین مواردی به تنهایی ورود کرده و نیاز است که بیشتر نقش هدایت گر داشته باشد تا مجری. دیپلماسی عمومی مؤثر نیازمند شبکه‌ای از نهادهای پایدار و نیروهای متخصص است که فراتر از تغییرات مقطعی، منافع ملی ایران را در بلندمدت پیگیری کنند. تنها با چنین نگرشی می‌توان تصویر واقعی ایران را در مالزی ترمیم و نفوذ فرهنگی کشور را احیا کرد.

منابع و مآخذ

فارسی:

- امیرانتخابی. شهروء. (۱۳۹۴) "جایگاه دیپلماسی گردشگری کجاست؟"، روزنامه ایران، شنبه، چهاردهم آذر.
ایزدی، جهانبخش (۱۳۹۲) "آسیب‌شناسی دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران"، تهران: موسسه مطالعات ابرار معاصر.
بهمنی، مهدی، امیری، جهاندار، میناوند، محمدقلی. (۱۴۰۰) "بررسی بهره‌مندی از ظرفیت‌های ایرانیان خارج از کشور با نگاهی بر کارکردهای شبکه‌های برون مرزی صداوسیما"، پژوهشنامه رسانه بین‌الملل، سال ششم، شماره دوم.
پوراحمدی، حسین (۱۳۸۹)، "قدرت نرم و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران"، قم: بوستان کتاب.
سلطانی فر، محمد. (۱۳۸۹)، "دیپلماسی عمومی نوین و روابط عمومی الکترونیک"، تهران: سیمای شرق.

چگینی، محمد. (۱۴۰۱) "پیدا و پنهان روابط تاریخی ایران و مالزی از ابتدا تا انقلاب ۱۳۵۷ شمسی." *فصلنامه تاریخ روابط خارجی*، سال بیست و سوم، شماره ۹۰.

خادم زاده، جواد. ایزدی، جهانبخش. سلطانی، علیرضا. (۱۳۹۹) "آسیب شناسی ساختاری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران"، *فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست*، دوره نهم، شماره ۳۴.

خسروی، محمدعلی. جباری ثانی، عباسعلی. (۱۳۹۰) "ظرفیتهای فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در دیپلماسی عمومی"، *فصلنامه مطالعات سیاسی*، سال سوم، شماره ۱۱.

داداندیش، پروین. احدی، افسانه. (۱۳۹۰) "جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران"، *فصلنامه روابط خارجی*، سال سوم، شماره اول.

درخشه، جلال. غفاری، مصطفی. (۱۳۹۰) "دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام، فرصت‌ها، اقدامات، اولویت‌ها و دستاوردها"، *مجله فرهنگ - ارتباطات*، سال دوازدهم، شماره شانزدهم.

دهشیری، محمدرضا. (۱۳۹۳) "دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران"، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

رستگاری، محمدحسین. (۱۳۹۵) «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ چالش‌ها و چینش‌ها»، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی معاونت مدیریت و توسعه منابع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

رضایی، ناصر. (۱۳۹۳)، تحلیل جایگاه دیپلماسی عمومی در گردشگری ایران، *فصلنامه ژئوپلتیک*، سال دهم، شماره دوم.

سیمبر، رضا. دانیال، رضاپور. دانش، خسرو. (۱۳۹۵)، مخاطبان، اهداف و تقویت دیپلماسی عمومی از منظر آیت‌الله خامنه‌ای، *فصلنامه پژوهش‌های انقلاب اسلامی*، انجمن علمی انقلاب اسلامی ایران، سال پنجم.

طاهری، مهدی. (۱۳۹۸) «نقش رسانه‌های برون مرزی در پیشبرد دیپلماسی گردشگری جمهوری اسلامی ایران»، *پژوهش‌نامه رسانه بین‌الملل*، سال چهارم، شماره اول.

مارچینکوفسکی، محمد اسماعیل. (۱۳۸۴) «ارتباط ایرانیان با سیامی‌ها»، ترجمه: علی اصغر جنت پور، *تاریخ روابط خارجی*، ش ۲۲، صص ۳۲-۹.

موسوی خورشیدی، سید محمدجواد. (۱۳۹۴)، «نقش دیپلماسی عمومی نوین در تامین منافع ملی جمهوری اسلامی ایران»، *فصلنامه سیاست شماره ششم*.

هادیان، ناصر. احدی، افسانه. (۱۳۸۸) «جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی»، *فصلنامه بین‌المللی روابط خارجی*، سال اول، شماره سوم.

وبسایت

سارلی، ناصرقلی. (۱۳۹۷) «سهم مالزی از زبان فارسی» <https://www.ibna.ir/fa/longint/266573>، ۲۹ مهر ۱۳۹۷.

مصاحبه‌ها

برکشلی، ماندانا، (۱۴ دی ۱۴۰۰). مصاحبه شخصی.

سلطان زاده، مهدی، (۱۱ آبان ۱۴۰۰). مصاحبه شخصی.

عالمی، عبدالرضا (۲۴ آذر ۱۴۰۰). مصاحبه شخصی.

اسناد

اداره حفظ و نگهداری اسناد وزارت امور خارجه، ۱۲۱-۱۰۲-۱۷-۵۳. ۱۳۵۱ ش.
اداره حفظ و نگهداری اسناد وزارت امور خارجه، ۶-۴۷-۱۰-۱۳۴۹ ش

انگلیسی:

- Bani Kamal, Abdol Moghset. Hossain, Ishtiaq. (2016) "The Iranian diaspora in Malaysia: a socio-economic and political analysis", *Diaspora Studies*, No, 10(1):1-14.
- Gilboa, Eytan. (2008) "Searching for a Theory of Public Diplomacy", *The Annals of The American Academy*, AAPSS, 616, March.
- Guillot, Claude. (2020) "Persian and the Malaya World, Commercial and Intellectual Exchanges", *Studia Islamika*, Vol. 27, no. 3, pp 405-443.
- Kamal, Abdol Moghset Bani. Hossain, Ishtiaq. (2016) "The Iranian Diaspora in Malaysia: A Socio-Economic and Political Analysis," *Diaspora Studies* 10, no.1.
- Sharp, Paul. (2009) "*Diplomatic Theory of International Relations*", Cambridge: Cambridge University Press.
- Wolf, Charles. Rosen, Jr. Brian. (2004) *Public Diplomacy: How to Think About and Improve It*, Santa Monica: RAND Corporation.





پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی