

بررسی الگوهای ارتباطی و رسانه‌ای در تمدن اسلام (نمونه موردی عصر پیامبر اسلام - ص)

دکتر غلامرضا خواجه سروی

دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

مرتضی بیات

دانشجوی دکتری دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

m.bayat72@gmail.com

چکیده

پیامبر اکرم (ص) به عنوان آخرین پیام رسان، مأموریت داشت مبانی و مفاهیم پیام (قرآن) را به بشریت (جامعه مخاطب) برساند. در این نگاه، از جانب خداوند، تمام مبانی مرتبط با پیام، پیام رسان و جامعه مخاطب در نظر گرفته شده بود و همچنین دستورات لازم درباره رویکرد شخصیتی پیامبر، نوع ابلاغ و مقتضیات زمان و مکان به ایشان داده شده بود. بدین منظور، پیامبر (ص) در کنار استفاده از دیپلماسی سنتی، از الگوهای ارتباطی و تبلیغاتی (دیپلماسی عمومی) و روش‌های متنوع آن (سیاسی، فرهنگی - تبلیغاتی، اقتصادی و بشردوستانه...) بهره گرفته و بدین وسیله موفق گردید با مردم و افکار عمومی ارتباط برقرار کند و ضمن دعوت آن‌ها به اسلام و گسترش صلح و دوستی میان اقوام و ملت‌های مختلف، زمینه‌های گسترش و تحکیم تمدن اسلامی را در بخش اعظم دنیای آن زمان فراهم سازد. این مقاله در صدد پاسخگویی به این سؤال است که با توجه به اهمیت دیپلماسی عمومی در عرصه تصمیم‌گیری و اثرگذاری در روابط جامعه آن روز، پیامبر اسلام (ص) چگونه توانست از ظرفیت‌های موجود در مبانی دینی خود به منظور استفاده از این شیوه دیپلماسی بهره جویند؟ مدعای نوشتار حاضر این است که پیامبر اسلام (ص) در انجام رسالت خود، ترکیبی از الگوهای ارتباطی و تبلیغاتی - رسانه‌ای مانند؛ روش سیاسی (مذاکره با مردم، نخبگان و نمایندگان)، روش فرهنگی - تبلیغاتی (اعزام مبلغان...)، روش حقوقی (انعقاد پیمان‌ها و قراردادهای سیاسی...) و... سود برد که بعدها الگویی برای حاکمان سیاسی در تمدن اسلام گردید. در این راستا، در بخش اول از پژوهش حاضر، تعریف دیپلماسی عمومی، سیر تحولات و شیوه‌های به‌کارگیری آن بررسی می‌شود و در بخش دوم، قالب‌ها و مبانی الگوهای ارتباطی و تبلیغاتی - رسانه‌ای در تمدن اسلامی در عصر پیامبر (ص) تحلیل و ارزیابی می‌گردد. (این مقاله مستخرج از رساله دکتری می‌باشد.)

واژگان کلیدی: الگوهای ارتباطی و رسانه‌ای، تمدن اسلامی، سیاست خارجی، دیپلماسی عمومی پیامبر (ص)

مقدمه

دیپلماسی قدمتی به بلندای تاریخ تشکیل اجتماعات بشری دارد. در نگاه قدسی، فرشتگان و انبیاء الهی را که در ماموریتی خردمندانه و با نرم افزاری از امانتداری، صداقت، صمیمیت و خیر خواهی، پیام الهی را هنرمندانه به بشر ابلاغ می نمودند باید نخستین دیپلمات ها دانست. بر این اساس، کار انبیاء «بلاغ» و «ابلاغ رسالت» بود و ارسال رسل، یک مأموریت «ارتباطی» از سوی خداوند متعال است. از حضرت آدم (ع) تا حضرت خاتم(ص) و بعد از ایشان اوصیاء انبیاء، آورنده «نبأ» و «خبر» بودند. البته همه اینای بشریت، منتظر خبری مهم تر بودند و از آن سوال می کردند. تا اینکه حضرت محمد (ص) «نبأ عظیم» را برای بشریت آورد. مهم ترین هدف پیامبر(ص) از زمان آغاز رسالت، دعوت ملت ها، اقوام و قبایل دیگر به اسلام و توسعه قلمرو نفوذ اسلام در بین ملت ها و جوامع مختلف بود. بدین منظور، پیامبر(ص) در کنار استفاده از دیپلماسی سنتی، از دیپلماسی عمومی و روش های متنوع آن بهره گرفته و بدین وسیله موفق گردید با مردم و افکار عمومی ارتباط برقرار کند و ضمن دعوت آن ها به اسلام و گسترش صلح و دوستی میان اقوام و ملت های مختلف، زمینه های گسترش و تحکیم تمدن اسلامی را در بخش اعظم دنیای آن زمان فراهم سازد.

در تاریخ تمدن اسلامی می توان جلوه های مکرری از توجه پیامبر اعظم(ص) و ائمه هدی(س) و نیز اهتمام مسلمانان به رسانه و نیز دانش ارتباطی و حتی فنون عملیات روانی در ارتباطات رسانه ای را مشاهده کرد. با جستجو در نصوص دینی اسلام از جمله قرآن کریم و کتب حدیثی می توان جلوه هایی از کاربردهای رسانه در تاریخ تمدن اسلامی را نمایان ساخت. در ادبیات روابط بین الملل، در یک تقسیم بندی، تاریخ روابط دیپلماتیک را مشتمل بر سه دوره دانسته اند: دوره قدیم (تا سال ۱۸۱۵)، دوره کلاسیک (از ۱۸۱۵ تا جنگ جهانی اول ۱۹۱۸) و دوره معاصر؛ دیپلماسی نوین (Modern Diplomacy). در این راستا، در بخش اول این مقاله، تعریف دیپلماسی عمومی، سیر تحولات و تفاوت آن با برخی مفاهیم نزدیک به آن بررسی می شود و در بخش دوم، قالب ها و مبانی دیپلماسی عمومی پیامبر(ص) تحلیل و ارزیابی می گردد.

دیپلماسی عمومی

«مایکل مک کلن»، مشاور دیپلماسی عمومی در وزارت خارجه امریکا، بر این باور است که دیپلماسی عمومی برای اولین بار در سال (۱۹۱۷م) پس از ادغام آژانس اطلاعات ایالات متحده در وزارت خارجه امریکا به منظور ارائه تعریفی جدید از «دیپلماسی سنتی» و در بستر آن پدید آمده است. (McClellan, 2004) گرچه پژوهش ها نشان می دهد این عبارت را برای نخستین بار «ادموند گولیون» (Edmund Gullion)، رئیس دانشکده حقوق و دیپلماسی «فلچر دانشگاه تافتز»، در سال (۱۹۶۵م) همزمان با افتتاح مرکز «ادوارد مورو» برای دیپلماسی عمومی به کار برده است. (آشنا، ۱۳۸۳، ص ۲۴۰؛ حسینی، ۱۳۸۴، ص ۶۲، ولف و روزن، ۱۳۸۴، ص ۹۴).

«گولیون» دیپلماسی عمومی را علت و معلول نگاه ها و دیدگاه های عمومی، که طراحی و اجرای سیاست خارجی را تحت الشعاع قرار می دهند، معرفی می کند. (حسینی، ۱۳۸۴، ص ۶۳) «مرکز مورو»، دیپلماسی عمومی را تاثیرگذاری بر نگرش های عمومی برای شکل دهی و اجرای سیاست های خارجی و شامل ابعادی از روابط بین المللی می داند که فراتر از دیپلماسی سنتی عمل می کند و عواملی نظیر شکل دهی به افکار عمومی در سایر کشورها، تعامل میان منافع گروه های خصوصی یک کشور با منافع گروه های خصوصی در کشوری دیگر، برقراری ارتباط بین ارتباطات گران نظیر؛ دیپلمات ها و فرستادگان به خارج، و سرانجام فرایندهای ارتباطات میان فرهنگی از جمله عناصر این دیپلماسی هستند. (آشنا، همان، ص ۲۴۰، ولف و روزن، همان، ص ۹۴)

در «فرهنگ واژگان اصطلاحات روابط بین الملل»، در تعریف دیپلماسی عمومی چنین آمده است: «دیپلماسی عمومی به برنامه های تحت حمایت دولت اشاره دارد که هدف از آن ها، اطلاع رسانی یا تحت تاثیر قرار دادن افکار عمومی در کشورهای دیگر است. ابزار اصلی آن نیز انتشار متن، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی، رادیو و تلویزیون است». (کگلی و وتیکف، ۱۳۸۲، ص ۱۹۲). مارتین مینینگ، کتابدار ارشد اسناد دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه آمریکا، دیپلماسی عمومی را «شامل برنامه های مرتبط با انتشار کتاب و تشکیل کتابخانه ها، پخش برنامه های رادیو و تلویزیونی بین المللی، اجرای طرح های مبادلات آموزشی و فرهنگی، آموزش زبان، برگزاری نمایشگاه ها و جشنواره های هنری و اعزام هنرمندان نمایشی و اجرایی به خارج از کشور می داند» (میناوند، ۱۳۸۳، ص ۲۴۳).

هیئت مامور برنامه ریزی ادغام در وزارت خارجه امریکا نیز در سال (۱۹۹۵م)، دیپلماسی عمومی را این گونه تعریف می کند: «دیپلماسی عمومی می کوشد منافع ملی ایالات متحده را از طریق مفاهیم، اطلاع رسانی و تاثیر گذاری بر مخاطبان خارجی ارتقا دهد». (سیلان، س ۸، ش ۵۰، ص ۵۵).

بر اساس آنچه گفته شد، مولفه های اساسی این نوع دیپلماسی، بیانگر سه محور اساسی زیر است:

دیپلماسی عمومی آشکار و علنی است.

مخاطبان دیپلماسی عمومی، گروه های هدف خاص و یا عموم مردم جامعه در دل یک ملت دیگرند.

موضوعات دیپلماسی عمومی به رفتار و تمایلات عموم مردم در دیگر کشورها مربوط میشود. (ولف و روزن، همان، ص ۹۴-۹۵؛ حسینی، همان، ص ۶۵)

دیپلماسی سنتی (رسمی)، پروپاگاندا و روابط عمومی

مطلبی که در اینجا قابل طرح است، همپوشانی معنایی دیپلماسی عمومی با مفاهیم و واژه های چون دیپلماسی سنتی (رسمی)، پروپاگاندا و روابط عمومی بین المللی است. دقت بیشتر در این مفاهیم، حوزه معنایی و جایگاه دیپلماسی عمومی و ویژگی های آن را بهتر تبیین می کند.

دیپلماسی در معنای «سنتی» اساسا شامل تعاملاتی است که بین حکومت ها و دولت ها جریان می یابد. مجریان دیپلماسی سنتی از طریق رابطه با نمایندگان رسمی دولت های خارجی می کوشند تا منافع ملی کشور خود را که در چارچوب اهداف راهبردی دولت متبوعشان در امور بین المللی صورت بندی شده است، تامین کنند. مک کلن (McClellan) مشاور دیپلماسی عمومی وزارت خارجه امریکا دیپلماسی سنتی را اساسا دیپلماسی کشور به کشور می داند «دیپلماسی سنتی عمدتا بر تلاش های مقامات رسمی یک کشور برای نفوذ بر مقامات رسمی کشوری دیگر برای اتخاذ موضعی خاص متمرکز است» (McClellan، 2004)

دیپلماسی در مفهوم سنتی و متعارف خود در علم سیاست در چارچوبها و معانی زیر به کار برده می شود:

۱. علم یا هنر تنظیم روابط بین دولت ها با رعایت تقدم منافع ملی

۲. فن مذاکره و همسازی در سیاست بین الملل

۳. روش‌های حفظ و ارتقای منافع و امنیت ملی در عرصه بین‌المللی (آشوری، ۱۳۷۱، ص ۱۶۹).

۴. کارکرد و روش دستگاه اداره‌کننده روابط بین‌المللی کشورها (وزارت امور خارجه) و تخصص کارکنان آن؛

۵. مدیریت رسمی و قانونی روابط بین دولت‌ها با اتکاء بر نزاکت و درایت (آقابخشی، ۱۳۸۳، ص ۱۸۳).

«نیکلسون» در بررسی تفاوت‌های میان دیپلماسی سنتی و نوین معتقد است که: «از جمله ویژگی‌های دیپلماسی قدیم، می‌توان به پنهان‌کاری، غیرمردمی بودن، روابط دوجانبه، عمل‌گرایی و بازیگران محدود اشاره کرد؛ در حالی که، دیپلماسی نوین دارای ویژگی‌هایی نظیر آشکار بودن، مردمی بودن، چندجانبه‌گرایی و مشارکت گسترده است و به‌ویژه در دیپلماسی عمومی، احترام به ملت‌ها بیش از احترام به دولت‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد». (سلطانی فر، ۱۳۸۶، ص ۱۳۲)

دیپلماسی سنتی با روابط یک دولت با دولت دیگر مرتبط و مقامات سفارت کشور دیگر، معرف آن کشور به شمار می‌روند، در صورتی که دیپلماسی عمومی متضمن مشارکت بسیاری از عناصر غیر دولتی جامعه است. به مفهوم دیگر، تفاوت دیپلماسی عمومی و دیپلماسی رسمی در غیر رسمی بودن، مشخص نبودن هدف، فراگیر بودن مخاطبان و تنوع ابزار و امکانات دیپلماسی عمومی است. (سیلان، همان، ص ۵۵-۵۶)

بنا به نظر دکتر «میناوند»، روابط عمومی عبارت است از: «تامین و ارائه اطلاعات به عموم، مطبوعات و سایر نهادها در خصوص اهداف، سیاست‌ها و فعالیت‌ها دولت یک کشور از طریق گفتگو با شهروندان، نهادها و رسانه‌های محلی و بین‌المللی». بدیهی است این مفهوم با مفهوم دیپلماسی عمومی نزدیکی انکارناپذیری دارد. ولی نکته اینجاست که غایت روابط عمومی، آگاه‌سازی مخاطبان داخلی است و همین موضوع تفاوت اصلی روابط عمومی با دیپلماسی عمومی است؛ زیرا در این نوع دیپلماسی مردم کشور یا کشورهای دیگر، هدف و مخاطب سیاست‌گذاری هستند. میناوند همچنین با استناد به نظر «اورن استیفنز» نویسنده کتاب «واقعیت جهانی ساده لوح»، که اعلامیه استقلال آمریکا را نخستین و قدیمی‌ترین نمونه پروپاگاندا برمی‌شمرد، برنامه‌های دیپلماسی عمومی ایالات متحده را پروپاگاندا می‌نامد. (میناوند، همان، ص ۲۴۴)

نانسی (Nancy Snow)، با ارائه ویژگی‌های پروپاگاندا بر کاربرد این واژه به جای دیپلماسی آمریکا تاکید دارد؛ «من استفاده از کلمه پروپاگاندا را بر دیپلماسی عمومی برای توصیف عملیات

مدرن آژانس اطلاعات ایالات متحده ترجیح می دهد و این آژانس را یک ابزار روابط عمومی برای تبلیغات شرکت‌ها به حساب می‌آورد که با تلفیق منافع تجاری و هدف های فرهنگی داستان آمریکا را در خارج از آمریکا می‌فروشد». (سنو، ۱۳۸۲، ص ۱۳۴).

«مک کلن» معتقد است با اینکه دیپلماسی عمومی در بستر دیپلماسی سنتی پدید آمده، ولی با این حال دیپلماسی عمومی نه پروپاگانداست و نه روابط عمومی. وی با ارائه تعریفی از فرهنگ لغت «هریج»، پروپاگاندا را «تبلیغات نظام‌مند از یک روش، موضوع یا اطلاعات که بازتابی از دیدگاه‌ها و منافع معتقدان به آن روش یا موضوع باشد» (McClellan، 2004)، ذکر می‌کند. وی همچنین روابط عمومی را طبق فرهنگ «وبستر»، «شیوه نفوذ در مردم برای ایجاد یک درک خوشایند از یک شخص، شرکت یا موسسه» (همان) تعریف می‌کند. مشخص است که هر دوی این تعاریف مرتبط با مفهوم دیپلماسی عمومی هستند، اما هیچ یک به تنهایی آن را تعریف نمی‌کنند. چنان که تعریف مناسب لازم است هم گویای نیازهای سیاست خارجی باشد که در قالب کشور حامی یا طرفدار بروز می‌یابد و هم با توجه به کشور هدف و مطالعات مربوط به روابط عمومی و پروپاگاندا بیان گردد. از این رو مک کلن تعریف زیر را می‌دهد:

«دیپلماسی عمومی، برنامه ریزی استراتژیک و اجرای برنامه های آموزشی، فرهنگی و اطلاع رسانی توسط یک کشور حامی برای ایجاد محیط افکار عمومی در یک کشور هدف است؛ به طوری که رهبران سیاسی کشور هدف را قادر به تصمیم گیری حمایتگرانه و پشتیبانی از اهداف سیاست خارجی کشور حامی سازد» (همان).

با تعاریفی که صورت گرفت، تا حدودی مرز بین این مفاهیم مشخص کرد. نکته پایانی و مهم دیگر در تفاوت این مفاهیم با دیپلماسی عمومی، در منبع اساسی دیپلماسی عمومی است که به تعبیر جوزف نای (Joseph Nye) مفهوم قدرت نرم (Soft Power) می‌باشد. قدرت نرم، شیوه ای جدید از اعمال قدرت در مقایسه با شیوه های سنتی است که موجب می‌شود یک کشور بتواند کاری کند تا کشورهای دیگر، همان چیزی را بخواهند که او می‌خواهد، این قدرت، که قدرت متقاعد کننده هم خوانده می‌شود، توانایی شکل دادن یا تغییر دادن ترجیحات و اولویت های دیگران است. (نای، ۱۳۸۲، ص ۳۷۷-۳۸۸؛ همو، ۱۳۸۴، ص ۱۴۹)

کارکردهای دیپلماسی عمومی

۱- رابطه سازی (Relation Building)

یکی از مهمترین کارکردهای دیپلماسی عمومی برقراری ارتباط بلندمدت با مردم جوامع خارجی به منظور شناساندن یک کشور به آنها و ایجاد فهم از جامعه و ارزش های آن کشور در ذهن مخاطبان خارجی از طریق فراهم کردن زمینه متقابل است. بر این اساس می توان گفت: «در واقع دیپلماسی عمومی با رابطه سازی به معنای فهم نیازهای سایر کشورها، فرهنگ ها و مردمان، انتقال نقطه نظرات ما، تصحیح سوء برداشت ها و جستجوی عرصه هایی که می توانیم آرمان مشترک را بیابیم، سرو کار دارد.» (kelley, 2009, p.74)

۲- مدیریت تصویر (Image management)

کارکرد دیگر دیپلماسی عمومی مدیریت تصویر و مدیریت وجهه کشورها در خارج از مرزها است. اینکه یک کشور در محیط بیرون از قلمروش چه وجه و جایگاهی دارد و چه تصویری از آن در اذهان مردمان دیگر جوامع نقش می بندد، برای دولتمردان فوق العاده حائزه اهمیت است. (هادیان، ۱۳۹۲، ص ۴۴)

۳- اعتباربخشی (Projecting Credibility)

سومین کارکرد دیپلماسی عمومی افزایش اعتبار دولت ها در میان جوامع خارجی است که موجب ارتقاء ظرفیت اقدام مشروع آنها در سایر کشورها می گردد. یعنی هر چقدر رتبه اعتباری یک دولت در فراسوی مرزهایش بالاتر باشد، با سهولت بیشتری قادر به پیشبرد سیاست ها و اهداف خویش خواهد بود و کمتر به کاربرد مظاهر قدرت سخت احتیاج پیدا خواهد کرد (همان، ص ۴۶). دانیل اکیفه (Daniel J. O' Keefe) اعتبار را به معنای «قضاوت های که یک مخاطب (دریافت کننده پیام) در مورد باور پذیری یک عامل ارتباط دهنده دارد» تعریف کرده است (Gass and Seiter, 2009, pp. 155-156).

دیپلماسی عمومی پیامبر (ص)

اگرچه دیپلماسی عمومی مفهومی تازه است، اما با توجه به روش‌هایی که پیامبر اسلام (ص) در ابلاغ دعوت الهی و گسترش پیام اسلام در بین ملت‌ها، قبایل و گروه‌های انسانی مختلف به کار گرفته است، می‌توان ادعا کرد که این نوع دیپلماسی در اسلام از سابقه طولانی برخوردار است. پیامبر اسلام (ص) از زمانی که به عنوان پیامبر برگزیده شد، پیامبر همه ملت‌ها و انسان‌ها بود. از اینرو لازم بود که پیام الهی را به همه اقوام، گروه‌ها و ملت‌ها برساند. بنابراین در کنار دیپلماسی عمومی از دیپلماسی سنتی برای ابلاغ وحی الهی سود جست. جریان تبلیغات و تعلیمات الهی پیامبر (ص)، در طی بیست سال دعوت علنی مدام و مستمر انجام گردید و سنت‌های قومی و قبیله‌ای را متلاشی نمود. در پی این دگرگونی اساسی، انقلاب نوین‌یاد اسلامی با فرهنگی جدید و ارزش و هنجارهایی متفاوت بنا شد. ده سال نخست دعوت علنی پیامبر (ص) در کانون آغازین آن، یعنی مکه چندان پرتوفیق جلوه ننمود، اما خیلی زود همچون نهالی نورسته بر یثرب نیز ریشه دوانید و از آنجا به همه جزیره العرب و بعدها به سایر کانون‌های تمدنی جهان آن روز منتقل شد.

مهم‌ترین اهداف دیپلماسی عمومی پیامبر (ص)

۱- دعوت به یکتا پرستی

۲- گسترش قلمرو اسلامی (سجادی، ۱۳۸۲، ص ۲۵۱)

همه انبیای الهی مردم را به سوی یکتا پرستی دعوت می‌کردند. در این همین راستا برای اینکه پیام الهی را به همه اقوام و ملت‌ها برسانند و ملت‌ها در تحت لوای حکومت الهی قرار دهند نیازمند گسترش قلمرو بودند. پیامبر اسلام (ص) هم در همین مسیر از روش‌های مختلفی سود جست.

روش‌هایی دیپلماسی عمومی پیامبر (ص)

پیامبر (ص) در انجام رسالت خود در شبه جزیره عربستان و در بین ملل مختلف؛ از روش‌های متعددی متناسب با شرایط زمانی و مکانی و نیز افراد و فرهنگ‌ها، سود جست که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

۱- دعوت مستقیم

۲- اعزام مبلغ و مربی به مناطق دور و نزدیک برای دعوت مردم به اسلام و ابلاغ پیام وحی

و مکتب به آنان

- ۳- اعزام سفرا و نمایندگان به سوی قبایل عرب، گروههای دینی و دولتهای مجاور
- ۴- مذاکره با سفرا و نمایندگان قبایل، گروهها و دولتها
- ۵- ارسال پیام کتبی و شفاهی به سران دولتها
- ۶- مذاکره و انعقاد قرارداد و پیمان اتحاد و دوستی و عدم تعرض و نیز قرارداد دفاعی و

نظامی

- ۷- تشکیل کنگره های دینی برای بحث و گفتگو و سوال و مناقشه برای یافتن حقیقت
- ۸- برخورد فعال با توطئه ها و عهد شکنی ها، و خیانتها که با واکنش سریع پیامبر (ص) حل و فصل می شد.

۹- کسب اطلاعات از طریق اعزام افراد مجرب و نفوذی

۱۰- جهاد

۱۱- حکمیت

۱۲- اعطای امتیازات برای رسیدن به توافقهایی اساسی (مساعدی، ۱۳۸۲، ۵۹)

در ادامه مهمترین محورهای نامبرده را مورد بحث و بررسی قرار می دهیم؛

۱. روش سیاسی (مذاکره با مردم، نخبگان و نمایندگان)

پیامبر(ص) در سال اول رسالت خود آن دسته از مردم عادی و نخبگان جامعه را مورد توجه قرار داده بود که بیشتر از دیگران زمینه درونی و قلبی گرایش به سوی حق را داشتند. از اینرو می-توان از کسانی چون علی بن ابیطالب، خدیجه، ابوذر... نام برد. (جعفریان، ۱۳۶۷، ص ۶۷-۶۹) بر اساس چنین نگاهی است که ابن هشام در سیره خود می نویسد: «رسول خدا (ص) درباره رسالتی که خداوند بر عهده او نهاده بود، به طور پنهانی برای کسانی از اهلش که مورد اطمینانش بودند، سخن می گفت» (ابن هشام، ۱۹۹۸، ص ۲۴۶) با آغاز دعوت علنی، پیامبر(ص) به دستور خداوند رسالت خویش را به اقوام و خویشاوندان خود اعلام کرد و آنها را به پذیرش اسلام دعوت کرد. اگرچه در این دعوت آنها بلافاصله به آن حضرت ایمان نیاوردند، اما به تدریج مسلمان شدند. پیامبر(ص) پس از دعوت عشیره نزدیک خود جلساتی تشکیل داد تا از عموم مردم مکه دعوت کند. سیره نویسان این جلسات را نزدیک کوه صفا نوشته اند. به گزارش واقدی از ابن عباس، آن حضرت (ص) در نزدیک کوه صفا قریش را صدا کرد و با استناد به صداقت خود و گرفتن تأیید از مردم در این باره فرمودند: ای فرزندان عبدالمطلب! ای فرزندان عبدمناف! ای بنی زهره!... سپس

همه طوایف قریش را خطاب کرد و فرمود خداوند به من دستور داده تا شما را انذار کنم، خیر دنیا و آخرت شما در گفتن لا اله الا الله است (بلاذری، ۱۹۷۷، ص ۱۲۰).

پیامبر (ص) تا سال نهم هجرت همچنان با تحمل سختی‌ها به راه خود ادامه می داد تا اینکه در این سال، ابوطالب و خدیجه (س) رحلت کردند. با رحلت این دو که از حامیان سرسخت پیامبر (ص) بودند، حضرت ناچار شد برای یافتن حامی و پایگاه جدید به سوی ثقیف برود. گزارش‌های تاریخی از علت و چرایی انتخاب ثقیف اطلاعاتی چندانی بدست نمی دهند. با این حال، مهم‌ترین سفر دیپلماتی و تبلیغی پیامبر (ص) که بزرگ‌ترین دستاورد را در دیپلماسی عمومی پیامبر (ص) برجا گذاشت و اساساً از آن پس، مبدأ تاریخ همه مسلمانان جهان گردید، هجرت تاریخی پیامبر (ص) از مکه به مدینه است که منجر به تشکیل و رسمیت یافتن اولین دولت اسلامی توسط شخص پیامبر (ص) شد. حتی پس از برپایی حکومت اسلامی در مدینه و به‌کارگیری روش‌های معمول دیپلماسی رسمی، آن حضرت (ص) همچنان به ادامه دیپلماسی عمومی خود پایبند بود و حتی پس از فتح مکه و تحکیم قدرت نظام اسلامی، ارتباط‌گیری مستقیم با مردم، نخبگان و نمایندگان در قالب دیپلماسی عمومی همچنان ادامه پیدا کرد تا آنجا که به علت گسترش دامنه چنین ارتباطاتی، سال نهم هجری توسط تاریخ‌دانان با عنوان «عام الوفود» نام‌گذاری شده است.

۲. روش فرهنگی - رسانه ای (اعزام مبلغان)

دومین روش دیپلماسی حضرت، دیپلماسی فرهنگی - تبلیغاتی بود. سنت اعزام و پذیرش نماینده، در میان اقوام و ملل مختلف و تمدن‌های اولیه ایران، هند، چین و مصر، جاری بوده است. در این راستا، وظایف فرستادگان تعیین و افراد حائز شرایط و قادر به تحقق آن‌ها کزینش و اعزام می گردیدند. هوشمندی، خردمندی و گشاده رویی اغلب از شرایط تعیین سفرا بوده است. انتخاب سفرا از میان صالح‌ترین، شایسته‌ترین مومنین به اقتضای ماموریت مربوطه، اولین درس راهبردی آن حضرت در دیپلماسی است. شکوفایی اسلام سبب گردید مسلمین به بسط روابط خود با سایر ملل بپردازند. (گنجی دوست، ۱۳۸۷، ص ۱۸۸)

مهمترین مصداق از این روش، هجرت گروهی از یاران و پیروان حضرت به حبشه بود. پس از آنکه رسول اکرم (ص) شکنجه‌های سخت مشرکین نسبت به مسلمانان را مشاهده نمود و دست خود را از هرگونه حمایت برای خلاصی مسلمانان خالی دید، ناگزیر به اصحاب خود

فرمودند: «خوب است به حبشه مهاجرت کنید، در آن جا پادشاه بزرگی است که در حکومت وی به کسی ستم نمی شود و آن جا سرزمین صدق است، در آنجا باشید تا خداوند گشایشی در کارتان برای شما پیش آورد». اشاره به این نکته لازم است که در آن دوران، نبی اکرم (ص) از دو جهت سختی و درد می کشیدند، یکی آنکه نمی توانستند برای بهترین یاران و اصحاب خود کاری انجام دهند تا آنها بار شکنجه ها و مشکلات بیرون آیند؛ دیگر اینکه خود ایشان به دلیل موقعیت و شان اجتماعی ابوطالب و خدیجه و بطور کلی قبیله قریش از آزار مشرکین در امان بودند فلذا نمی توانستند با دردمندان ابراز هم دردی کنند و این با روحیه لطیف و دلسوز ایشان اصلا سازگاری نداشت. اینگونه شد که ایشان به پیروان خود پیشنهاد هجرت به حبشه را دادند و از طرف آنها نیز مقبول افتاد و اولین هجرت مسلمانان در ماه رجب سال پنجم بعثت به وقوع پیوست. بر اساس گزارش های تاریخی این دیپلماسی حضرت قرین موفقیت شد و مسلمانان توانستند خارج از مکه پایگاه جدیدی را شناسایی کرده و در صورت لزوم می توانستند بدان جا هجرت کنند. همچنین از این نوع دیپلماسی حضرت می تواند در اعزام مصعب بن عمیر به عنوان مبلغ اعزامی از سوی پیامبر (ص) برای آشنا ساختن مردم یثرب با اسلام و قرآن نیز نام برد (ابن هشام، همان، ص ۹۰-۹۱) که این سفر تبلیغی زمینه ساز انعقاد پیمان عقبه دوم (همان، ص ۷۹) بین پیامبر (ص) و مردم این شهر گردید و مقدمات هجرت تاریخی آن حضرت را به مدینه را فراهم ساخت. (واقعی، ۱۳۷۶، ص ۲۲۳)

مهاجرت و عزیمت پیامبر (ص) به یثرب یکی از نقاط عطف تاریخ اسلام است، زیرا یثرب با دارا بودن ساختاری متفاوت از مکه به زودی کانون تحولات سیاسی- فرهنگی و دگرگونیهای اجتماعی عصر پیامبر گردید به گونه ای که توفیقات چشمگیر پیامبر در همه ابعاد سیاسی و اجتماعی در مدینه سریع تر بوقوع پیوست. یکی از بهترین رخدادهای سیاسی که زمینه ساز تحولات دیپلماسی و تبلیغی این عصر به شمار می رود، تشکیل نظام سیاسی در مدینه بود. تأسیس دولت می توانست عاملی تعیین کننده در ایجاد دگرگونی های سیاسی باشد و داشتن مشروعیت الهی «إن الحکم إلا لله» (انعام/۵۶-۵۷؛ مائده/۵۰) و دارا بودن حمایت های مردمی و مقبولیت عامه از امتیازات دولت سیاسی پیامبر (ص) محسوب می شد. اعزام علی بن ابیطالب و معاذ بن جبل برای دعوت مردم یمن به اسلام که هر دو قرین موفقیت بود از دیگر دیپلماسی های فرهنگی پیامبر اسلام (ص) بود. (ابن شبهه النمیری البصری، ۱۹۹۰، ص ۲۱۶)

از دیگر شیوه های روش فرهنگی - تبلیغاتی، می توان از استفاده از مبانی مشترک بین مسلمانان و مشرکان نام برد. رفتار ای دینی با مجموعه ای از مراسم و آداب آیینی به مثابه محرکهایی هستند که به فعالیت اجتماعی و سیاسی سمت و جهت می بخشند. مراسم و مناسک دینی منظم که مؤمنان بدان وسیله با یک دیگر ارتباط برقرار می کنند؛ فرصت ملاقات آنان را فراهم می کند و در درونی سازی ارزش های معنوی نقش مهم و تعیین کننده ای را ایفا می نمایند. بنابراین، تجمع دینی، نوعی همبستگی گروهی را به وجود می آورد که در نهایت ضمن ایجاد و تثبیت پیوند انسان ها به هم ارزش های موجود دینی را تحکیم می بخشد. برای نمونه نمازهای پنج گانه به شکل جماعت و یا نماز جمعه و عید فطر، آیین حج و مراسم آن و سایر مناسبات دینی مشترک مصداقی از این مورد هستند. در ماه ذی قعدة سال ششم هجری رسول خدا(ص) به همراه مسلمانان راهی انجام حج عمره شدند و سلاحی جز سلاح مسافر (شمشیر در نیام) نداشتند. پیغمبر اسلام(ص) مقداری که از مدینه بیرون رفت و به «ذی الحلیفه» - که اکنون به نام مسجدی که در آنجا بنا شده به «مسجد شجره» معروف است - رسید جامه احرام پوشید و هفتاد شتر نیز که همراه برداشته بود نشانه قربانی بر آنها زد و از جلو براند تا به افرادی که خبر حرکت او را به قریش می رسانند بفهماند که به قصد جنگ بیرون نیامده، بلکه منظور او تنها انجام عمره و طواف خانه خداست... (ابن سعد، ۱۳۲۱ - ۱۳۴۷، ص ۳۴۲) مشرکان مکه اگر چه در این سال پیامبر(ص) و پیروانش را به مکه راه ندادند، اما مجبور به امضای عهدنامه صلح حدیبیه شدند که این عهدنامه موفقیت بسیار بزرگی برای دیپلماسی ایشان بود. (واقعی، همان، ص ۵۹۹. ابن ابی شیبیه، همان، ۳۸۲)

۳. روش حقوقی (انعقاد پیمان ها و قراردادهای سیاسی)

با فراهم شدن نظام کاریزمایی به رهبری پیامبر(ص) تشکیل پایه های قدرت در مدینه، جد و جهد رهبری جامعه برای تقویت بنیاد نظامی و در نهایت سامان دهی بخش تبلیغاتی - تعلیماتی با هدف گسترش و حاکمیت بخشیدن اسلام آغاز شد. از این پس مدینه کانون تربیت نقیبان و اعزام آنان برای اجرای تبلیغات در جهت گسترش آموزه های اسلامی و تعلیم مبانی دینی گردید. نمونه های عالی قوانین اجتماعی اسلامی نظیر عقد قراردادهای متعدد (کنعان، ۱۹۹۶، ص ۱۹۸)، بستن پیمان برادری (مؤاخاة) (همان، ص ۲۰۰-۲۰۱)، صدور احکام اسلامی و نظارت بر اجرای قوانین، طراحی نظام اداری ساده به منظور ثبت نامه ها (بعقوبی، ۱۹۹۳، ص ۴۰۱) و پیمان نامه ها (ابن شیبیه

النمیری البصری، همان، ج ۳، ص ۲۶۳) و در نهایت طرح ریزی و اجرای برنامه های تدافعی و یا جهادهای نظامی، همگی با روشهای حقوقی صورت گرفت.

اگرچه قبل از فتح مکه، حضرت در مدینه از روش حقوقی در مواردی از جمله در معاهده با یهودیان و پیمان های درونی بین مسلمانان سود برده بود ولی به دنبال فتح مکه و فراغت پیامبر اعظم (ص) از کار قریش، آن حضرت (ص) فرصت پیدا کرد تا با فرستادگان قبایل و طوایف فعال تر مذاکره کند و معاهدات، پیمان ها و قراردادهایی با آنها منعقد کند. یکی از معاهدات رسول خدا (ص)، پیمانی است که بین آن حضرت و نصارای نجران منعقد شد. نجران با هفتاد دهکده تابع خود، در منطقه مرزی حجاز و یمن واقع شده بود و در آغاز ظهور اسلام، تنها منطقه مسیحی - نشین حجاز محسوب می شد که از بت پرستی دست برداشته و به آیین مسیح گرویده بود.

پیامبر (ص) با فرستادن نامه ای به ابوحارثه اسقف نجران، ساکنان آن دیار را به پذیرش دین مبین اسلام فرا خواند و به دنبال آن، هیئت نمایندگی نجران به مدینه آمدند تا با پیامبر (ص) گفت و گو کنند و صحت و سقم نبوت آن حضرت (ص) را نیز بررسی کنند. پس از گفت و گوی فراوان در مورد حقانیت اسلام و نبوت پیامبر (ص)، نمایندگان نجران مذاکرات خود را با رسول خدا قانع کننده نیافتند و هر دو طرف آمادگی خود را برای مباحله اعلام کردند. در این هنگام آیه مباحله نازل گردید و رسول خدا (ص) را مأمور کرد تا با کسانی که با او به مجادله بر می خیزند و زیر بار حق نمی روند، مباحله کند (دینوری، ۱۳۷۱، ص ۲۵۵).

۴. روش اقتصادی (تألیف قلوب)

یکی دیگر از روش های که از بعد تبلیغی و دیپلماسی عمومی برای پیامبر (ص) در صدر اسلام موفقیت و محبوبیت بدست آورد، روش اقتصادی و به عبارت دیگر تألیف قلوب بود. بدنبال فتح مکه؛ جنگ خیبر و حنین شکل گرفت که مسلمانان به پیروزی رسیدند. بعد از اتمام جنگ، حضرت با بخشش مال بیشتر به بزرگان و روسای تازه مسلمانان از آنان دلجویی کرده و میل و رغبت آنان را به اسلام بیشتر کرد که برای این دسته از افراد تعبیر «مؤلفه قلوبهم» به کار برده می شود. (مقدسی، ۱۳۷۴، ج ۲، ص ۷۱۳)

«رسول خدا (ص) شروع بتقسیم غنائم کرده به اشراف و بزرگانی که (تازه مسلمان شده بودند و یا مشرکینی که با آنحضرت کمک کرده بودند و) به «مؤلفه قلوبهم» موسوم شدند بیش از دیگران داد تا سبب جلب خاطر آنها و قبیله و فامیلشان گردد (و بدین وسیله دلی از آنها بدست

آورد). و از آن جمله بود: ابو سفیان بن حرب، معاویه پسرش، حکیم بن حزام حارث بن حارث بن کلدۀ، حارث بن هشام، سهیل بن عمرو، حویطب بن عبد العزی علاء بن جاریۀ، عیینۀ بن حصن، اقرع بن حابس، مالک بن عوف، صفوان بن امیۀ، که بهر کدامیک از اینها رسول خدا (ص) صد شتر داد. و جمعی را کمتر از صد شتر داد مانند: مخرمۀ بن نوفل، عمیر بن وهب جمحی، هشام بن عمرو که باینها کمتر از صد شتر داد و به سعید بن یربوع و عدی بن قیس که به «سهمی» مشهور بود بهر کدام پنجاه شتر داد» (ابن هشام، ۱۳۷۵، ج ۲، ص ۳۱۴)

۵. ابزار بشر دوستانه

از جمله مطالب ارزشمندی که در حقوق بین الملل مورد عنایت قرار گرفته و فعالیت های متمر ثمری در رابطه با آن صورت پذیرفته اصل الغای بردگی است که در قوانین اساسی اکثرکشورها گنجانده شده و تمام دولت های جهان حمایت و پشتیبانی خود را از اجرای آن اعلام نموده اند. (دفتر همکاری حوزه و دانشگاه، ۱۳۷۰، ص ۱۰۱) دین مقدس اسلام نیز از همان ابتدا باسد نمودن راه های بردگی و ترویج فرهنگ تساوی افراد بایکدیگر، بهترین و موفق ترین شیوه و ابزار رامورد استفاده قرار داده است، چرا که از نگاه کلام الهی، انسان اشرف مخلوقات و خلیفه الله است. (همان، ص ۱۴۱) بنابراین اسلام به برده داری و اسارت انسان به مثابه یک بیماری اجتماعی نگریسته و به مبارزه با آن به پا خاسته است. (موسوی، ۱۳۸۶، ص ۸) با نگاهی به سیره پیامبر گرامی اسلامی می بینیم در حالیکه ایشان در دوران رسالت خود در مکه و سپس در دوران امت سازی در مدینه همواره مورد آزار و اذیت کفار قریش قرار گرفته بود، در روز فتح مکه بر ارزش و کرامت انسانی تاکید ویژه کرد و به جز چند نفر، همه دشمنان رسالت خود را مورد عفو و بخشش قرار داد.

نتیجه گیری

دیپلماسی عمومی در دهه‌های اخیر در دنیای غرب موضوعیت پیدا کرده و مورد توجه قرار گرفته است، ولی دین اسلام از همان ابتدای ظهور خود از دیپلماسی عمومی به منظور دعوت ملت‌ها، اقوام و قبایل دیگر به اسلام و پذیرش توحید و یکتاپرستی استفاده کرده است. در بررسی دیپلماسی و رفتار سیاسی در اسلام با شیوه‌های مناسب و متفاوت از برخوردهای سیاسی آشنا می‌شویم که برخلاف آنچه امروز متداول است، توأم با صداقت، صراحت، سادگی، عدم تظاهر به قدرت، قاطعیت، دلیری و شجاعت است و دانستن و بررسی چنین شیوه‌ای می‌تواند از اهمیت ویژه برخوردار باشد. با توجه به این ویژگی‌هاست که ضرورت و اهمیت بررسی جایگاه دیپلماسی و رفتار سیاسی در اسلام دو چندان می‌گردد. پیامبر(ص) چه در سال‌های اقامت خود در مکه پس از بعثت خویش، و چه در سال‌های استقرار دولت خود در مدینه پس از هجرت، در کنار به‌کارگیری دیپلماسی به مفهوم سنتی، همزمان از دیپلماسی عمومی در راستای اثرگذاری بر مردم، نخبگان و گروه‌های غیردولتی استفاده می‌کرده است. این شیوه دیپلماسی، با تشکیل حکومت اسلامی در مدینه نه تنها کم‌رنگ‌تر نشد، بلکه به شکلی گسترده‌تر و در ابعادی وسیع‌تر همچنان مورد استفاده پیامبر(ص) قرار می‌گرفت؛ به گونه‌ای که پیامبر(ص) حتی در زمان جنگ نیز با استفاده از این نوع دیپلماسی تلاش می‌کرد تا با مردم و افکار عمومی ارتباط برقرار کرده و ضمن دعوت آن‌ها به اسلام، مروج صلح‌طلبی و مانع بروز جنگ شود. بدین ترتیب، می‌توان گفت که دیپلماسی عمومی در اسلام دارای پیشینه‌ای طولانی است، به طوری که حتی اولویت و قدمت آن در اسلام، بیشتر از دیپلماسی سنتی است.

منابع و مآخذ

- قرآن کریم
- ابن ابی شیبیه، عبدالله بن محمد (۱۹۸۱)، المصنف، بمبئی، دارالسلفیه
- ابن شبه النمیری البصری، ابوزید عمر (۱۹۹۰)، تاریخ المدینة المنورة (أخبار المدینة النبویة)، حقه فهیم محمد شلتوت، بیروت، دارالتراث
- ابن هشام (۱۳۷۵)، زندگانی محمد (ص) پیامبر اسلام، ترجمه سید هاشم رسولی، تهران، انتشارات کتابچی
- ابن هشام (۱۹۹۸)، السیره النبوی، علق علیها و خرج احادیثها عمر عبدالسلام تدمری، بیروت، دارالکتب العربی
- اسنو، نانسی (۱۳۸۲)، بنگاه تبلیغات؛ فروش فرهنگ به جهان، ترجمه علی کسمایی، تهران، جام جم
- آشنا، حسام الدین (۱۳۸۳)، فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی، ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی، فصلنامه پژوهشی امام صادق، ش ۲۱، بهار
- آشوری، داریوش (۱۳۷۳)، دانشنامه سیاسی، تهران، مروارید
- آقابخشی، علی و مینو افشاری راد (۱۳۸۳)، فرهنگ علوم سیاسی، چاپار
- بلاذری، احمد بن یحیی (۱۹۷۷)، انساب الاشراف، بیروت
- جعفریان، رسول (۱۳۶۷)، تاریخ سیاسی اسلام (تا سال چهارم هجری)، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- حسینی، حسن (۱۳۸۴)، دیپلماسی عمومی: سازوکارها و ساختارها، کتاب آمریکا (مجموعه مقالات)، ش ۶ (ویژه دیپلماسی عمومی در امریکا)
- دفتر همکاری حوزه و دانشگاه (۱۳۷۰)، اسلام و حقوق بین الملل عمومی، تهران، انتشارات سمت
- دینوری، ابوحنیفه احمد بن داود (۱۳۷۱)، اخبار الطوال، ترجمه محمود مهدوی دامغانی، تهران، نشر نی
- سیلان، حسن [بی تا]، عملیات روانی و دیپلماسی رسانه ای، ماهنامه علمی تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران، س ۸، ش ۵۰
- ستوده، محمد (۱۳۸۴)، مساله قدرت و سیاست خارجی دولت نبوی، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی

- سجادی، سید عبدالقیوم ۱۳۸۲، «دیپلماسی و رفتار سیاسی در اسلام»، علوم سیاسی، س ۶، ش ۲۱

- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۶). «رسانه‌ها و دیپلماسی عمومی»، خراسان

- کنعان، محمد بن احمد (۱۹۹۶)، السیره النبویه و المعجزات خلاصه تاریخ ابن کثیر، بیروت، مؤسسه المعارف

- کگلی، چارلز دبلیو و ویتکف اوجین آر (۱۳۸۲)، سیاست خارجی آمریکا، ترجمه اصغر دستمالچی، تهران، وزارت امور خارجه

- محمد گنجی دوست (بهار ۱۳۸۷)، تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات، فصلنامه سیاست، دوره ۳۸، ش ۱

- مساعدی، علی (۱۳۸۲)، سیاست خارجی پیامبر اعظم (ص)، قم، انتشارات قم

- مقدسی، مطهر بن طاهر (۱۳۷۴)، آفرینش و تاریخ، ترجمه محمد رضا شفیعی کدکنی، تهران، آگه

- موسوی، محمد (۱۳۸۶)، دیپلماسی و رفتار سیاسی در اسلام، تهران، دانشگاه پیام نور

- میناوند، محمد علی (۱۳۸۳)، «درآمدی بر دیپلماسی افکار عمومی»، همشهری دیپلماتیک، ش ۴۴

- نای، جوزف [بی تا]، قدرت نرم، ترجمه محمد حسینی مقدم، فصلنامه راهبرد، ش ۲۹

- واقدی، محمد بن عمر، المغازی، قم، حوزه علمیه

- ولف، چارلز و روزن براین. (فروردین و اردیبهشت ۱۳۸۴)، «دیپلماسی عمومی: بوسه مرگ»،

ترجمه علی گل محمدی، ماهنامه اندیشه و تاریخ سیاسی ایران معاصر، ش ۳۱ و ۳۲، سال ۴

- هادیان، ناصر (۱۳۷۶)، از دیپلماسی عمومی سنتی تا دیپلماسی عمومی نوین: رویکردی

هابرماسی فصلنامه راهبر، س ۲۲، ش ۶۸، پاییز ۱۳۹۲

- یعقوبی، احمد بن ابی یعقوب (۱۹۹۳)، تاریخ یعقوبی، تحقیق عبدالامیر مهنا، بیروت، منشورات

الاعلمی للمطبوعات

- Gass, Robert H. and John S. Seiter (2009), "Credibility and Public Diplomacy." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), Routledge Handbook of Public Diplomacy, London and New York: Routledge.
- Kelley, John Robert (2009), "Between "Take-offs" and "Crash - Landings": Situational Aspects of Public Diplomacy." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), Routledge Handbook of Public Diplomacy, London and New York: Routledge.
- McClellan , Michael. Public Diplomacy in the contex of Traditional Diplomacy ,Presentd 14 October in Vienna Diplomatic Academy.
Accessible at: [Http://www.publicdiplomacy.org/45.htm](http://www.publicdiplomacy.org/45.htm)

