

۲

دیپلماسی عمومی و نسبت آن با دیپلماسی الگوریتمی؛ نحوه بر ساخته شدن تصویر ملی ایران در عصر هوش مصنوعی

علی اشرف نظری^۱

پرهام پوررمضان^۲

درجه مقاله: علمی-پژوهشی

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۸/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۲/۳۰

^۱. دانشیار گروه علوم سیاسی دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

aashraf@ut.ac.ir

^۲. دکترای علوم سیاسی، پژوهشگر مرکز پژوهش‌های علمی و مطالعات استراتژیک خاورمیانه، تهران، ایران.

parhampourramezan@ut.ac.ir

چکیده

در عصر جهانی شدن، شاهد دگرگونی در الگوهای قدرت در عرصه بین‌الملل هستیم؛ به گونه‌ای که قدرت نرم جایگزین قدرت سخت گردیده، این تحول موجب افزایش اهمیت دیپلماسی عمومی در روابط بین‌الملل شده است. در این میان، ظهور فناوری‌های نوینی همچون هوش مصنوعی، تأثیر قابل توجهی بر شکل‌دهی ادراکات ملی و تصویر بین‌المللی کشورها بر جای گذاشته است. بر این اساس، پرسش پژوهش آن است که هوش مصنوعی چه نقشی می‌تواند در بهبود یا تغییر تصویر ملی کشورها و به طور خاص تصویر ایران در چارچوب دیپلماسی عمومی ایفا کند؟ هدف این پژوهش، بررسی میزان و چگونگی تأثیرگذاری هوش مصنوعی بر فرآیند شکل‌دهی تصویر ملی کشورها در افکار عمومی جهانی با تمرکز بر ایران است. نگارندگان با به کارگیری روش پژوهش کیفی، درصدد آزمون این فرضیه‌اند که هوش مصنوعی، با بهره‌گیری از توانایی‌هایی چون تحلیل داده‌های کلان، تولید محتوای هدفمند و مدیریت تعاملات اجتماعی، می‌تواند نقشی مؤثر در بازتعریف و بهبود تصویر ملی ایفا نماید. نتایج تحلیل داده‌های کیفی نشان می‌دهد که هوش مصنوعی در حوزه‌هایی همچون تحلیل احساسات عمومی، تولید پیام‌های شخصی‌سازی شده و پیش‌بینی بازخوردهای بین‌المللی، می‌تواند به سیاست‌گذاران در بهینه‌سازی راهبردهای دیپلماسی عمومی یاری رسانده و اثربخشی تصویرسازی ملی را به‌طور چشمگیری افزایش دهد. با این حال، چالش‌هایی نظیر امکان دستکاری اطلاعات، تضعیف اعتماد عمومی و ملاحظات اخلاقی نیز از جمله مخاطراتی هستند که باید مورد توجه جدی قرار گیرند. افزون بر این، توانایی هوش مصنوعی در پایش لحظه‌ای داده‌ها از شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های دیجیتال و منابع خبری، امکان اصلاح سریع روایت‌های نادرست یا تحریف‌شده از تصویر و برند ملی را فراهم می‌آورد و زمینه‌ساز ارتقای جایگاه و اعتبار بین‌المللی آن‌ها در افکار عمومی جهانی شود.

• واژگان کلیدی

هوش مصنوعی، الگوریتم‌های ارتباطی، تصویر ملی، دیپلماسی عمومی، ایران.

۱. مقدمه

در دنیای امروز، تحولات فناورانه با سرعتی بی سابقه در حال پیشروی است و مرزهای سنتی میان حوزه‌هایی چون علوم اجتماعی، سیاست، ارتباطات و فناوری اطلاعات را به تدریج از میان برداشته است. در این میان، هوش مصنوعی به عنوان یکی از اثرگذارترین پدیده‌های عصر دیجیتال، نقشی تعیین کننده در فرآیندهای تصمیم‌گیری، مدیریت افکار عمومی و شکل‌دهی به برداشت‌های فرهنگی و هویتی ملت‌ها ایفا می‌کند. در چنین فضایی، دیپلماسی عمومی - که به ارتباط مستقیم با افکار عمومی سایر کشورها می‌پردازد - بیش از هر زمان دیگر از فناوری‌های نوین، به ویژه ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی، تأثیر پذیرفته است.

در تعریف کلاسیک، دیپلماسی عمومی تلاشی هدفمند از سوی دولت‌ها برای تأثیرگذاری بر نگرش و درک مردم کشورهای دیگر نسبت به سیاست‌ها، فرهنگ یا هویت ملی خود است. با این حال، در دوران دیجیتال، این مفهوم دیگر به فعالیت‌های فرهنگی سنتی یا رسانه‌های کلاسیک محدود نمی‌شود؛ بلکه با اتکا بر شبکه‌های اجتماعی، کلان داده‌ها، تحلیل محتوا و فناوری‌های هوش مصنوعی، به سطحی تازه از دقت، سرعت و اثربخشی رسیده است. این فناوری‌ها می‌توانند با تحلیل دقیق داده‌های رفتاری، زبانی و روان‌شناختی کاربران، به دولت‌ها و نهادهای فرهنگی کمک کنند تا راهبردهای ارتباطی هوشمندانه‌تر و هدفمندتری را برای ارتقای تصویر بین‌المللی خود طراحی کنند. در مورد ایران، کشوری با پیشینه‌ای غنی از تمدن و فرهنگ اما با چالش‌هایی جدی در زمینه تصویرسازی جهانی، نقش دیپلماسی عمومی اهمیتی دوچندان دارد. سال‌هاست که تصویر ایران در بسیاری از رسانه‌های بین‌المللی، به‌ویژه در غرب، تحت تأثیر روایت‌هایی یک‌سویه و منفی شکل گرفته است. در این شرایط، استفاده هوشمندانه از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی می‌تواند فرصت تازه‌ای برای بازتعریف این تصویر و مقابله با کلیشه‌های تثبیت‌شده فراهم آورد. از تحلیل گفتمان جهانی پیرامون ایران در فضای مجازی گرفته تا طراحی کمپین‌های رسانه‌ای هدفمند، هوش مصنوعی توانایی دارد به ابزاری راهبردی در خدمت دیپلماسی عمومی ایران تبدیل شود.

البته بهره‌گیری از هوش مصنوعی در این حوزه صرفاً به معنای استفاده از مزایای فناورانه آن نیست؛ بلکه نیازمند توجه جدی به ابعاد اجتماعی، اخلاقی و سیاسی آن است. الگوریتم‌هایی که قادر به تحلیل یا حتی هدایت افکار عمومی هستند، اگر بدون نظارت و چارچوب اخلاقی به کار گرفته شوند، ممکن است به گسترش تبلیغات جهت‌دار، تعمیق شکاف‌های اجتماعی و حذف صداها

اقلیت منجر شوند. از این رو، بررسی نقادانه فرصت‌ها و تهدیدهای هوش مصنوعی در دیپلماسی عمومی ضرورتی انکارناپذیر است.

تحلیل نقش هوش مصنوعی در دیپلماسی عمومی، مستلزم رویکردی میان‌رشته‌ای است؛ چرا که در این حوزه مفاهیم علوم سیاسی، ارتباطات بین‌الملل، علوم داده، مطالعات رسانه و اخلاق فناوری درهم تنیده‌اند. از یک سو، باید مبانی نظری دیپلماسی عمومی و سازوکارهای آن در ایجاد تصویر مطلوب از کشورها درک شود، و از سوی دیگر، باید ظرفیت‌ها و محدودیت‌های فناوری‌های هوشمند - از یادگیری ماشین و تحلیل احساسات گرفته تا طراحی روایت‌های دیجیتال - مورد بررسی قرار گیرد. نکته‌ای اساسی در این میان، ماهیت سوگیرانه الگوریتم‌های هوش مصنوعی است که تحت تأثیر داده‌های ورودی و دیدگاه‌های طراحانشان عمل می‌کنند. این ویژگی می‌تواند به تداوم کلیشه‌ها یا شکل‌گیری برداشت‌های نادرست نسبت به یک کشور منجر شود. از این رو، مطالعه نظام‌مند تأثیر هوش مصنوعی در دیپلماسی عمومی با تمرکز بر ایران، می‌تواند درک عمیق‌تری از پیچیدگی‌های ارتباط میان فناوری، فرهنگ و سیاست به دست دهد. چنین پژوهشی باید هم ابزارها و روش‌های فناورانه را بررسی کند و هم فرصت‌ها و چالش‌های آن را در بازنمایی تصویر ایران در سطح جهانی تحلیل نماید.

پرسش محوری این است که هوش مصنوعی تا چه اندازه می‌تواند در اصلاح یا بهبود تصویر جهانی ایران مؤثر باشد و چه عوامل فنی، فرهنگی و سیاسی در این فرآیند نقش دارند. نتایج چنین پژوهشی می‌تواند به فهم بهتر رابطه میان فناوری‌های نوین و سیاست خارجی کمک کند، زمینه‌ساز تدوین راهبردهای مؤثرتر در دیپلماسی عمومی شود و در نهایت، چارچوبی اخلاقی برای استفاده از هوش مصنوعی در عرصه روابط بین‌الملل فراهم آورد.

۲- ادبیات موضوع

با بررسی مطالعات پیشین می‌توان آنها را به سه شکل صورت بندی کرد؛ نخست آثاری که به هوش مصنوعی و دیپلماسی عمومی می‌پردازند به طوری که متقی و کرمی (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «آسیب شناسی تأثیر هوش مصنوعی بر دیپلماسی عمومی» بر این امر استوارند که نرم‌افزارهای هوش مصنوعی می‌توانند جهت شناسایی و درک عمیق‌تر خاستگاه روایت‌های مختلف مورد استفاده قرار گیرند تا فعالان حوزه دیپلماسی عمومی بتوانند با تشخیص کانون‌های اصلی تولید و انتشار اطلاعات نادرست یا کمپین‌های نفوذ دشمن، منابع و تمرکز خود را به‌صورت هدفمند

تخصیص دهند. قابلیت‌های پیشرفته هوش مصنوعی در گردآوری و پردازش داده‌ها این امکان را برای دیپلمات‌ها فراهم می‌کند تا نحوه بازتاب منافع و اقدامات ملی کشورشان در رسانه‌های خارجی را رصد کرده و بر اساس تحلیل این داده‌ها، راهبردهای اطلاع‌رسانی و اقدامات محلی را برای افزایش اثربخشی و نفوذ طراحی کنند. در نگاهی دیگر ملایی و کافی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «جایگاه هوش مصنوعی در دیپلماسی؛ ملاحظاتی برای جمهوری اسلامی ایران» این ایده را دنبال می‌کنند. که پس از پذیرش اهمیت دیپلماسی هوش مصنوعی و درک ابعاد گسترده آن، ایران باید در گام نخست زیرساخت‌های لازم را برای تحولات داخلی فراهم کند و با برنامه‌ریزی دقیق، نقشی فعال و اثرگذار در عرصه بین‌المللی ایفا نماید. این اقدامات باید معطوف به «هنجارسازی» در حوزه هوش مصنوعی باشد تا از این طریق، خطرات و پیامدهای منفی ناشی از کاربرد این فناوری کاهش یابد. در دیگر سخن شریف زاده و دیگران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «جایگاه فناوری‌های نوین و هوش مصنوعی در گسترش روابط دیپلماتیک و سیاست خارجی پایدار» این ایده را دنبال می‌کنند که کشورهای توسعه‌یافته با سرمایه‌گذاری گسترده در حوزه فناوری‌های نوین و هوش مصنوعی، به مزیت رقابتی قابل توجهی در عرصه دیپلماسی و سیاست خارجی پایدار دست یافته‌اند. بر این اساس، توجه جدی به این فناوری‌ها می‌تواند نقش مهمی در ارتقای جایگاه جمهوری اسلامی ایران در سطح منطقه و جهان ایفا کند و به توسعه و تعمیق روابط دیپلماتیک و سیاست خارجی پایدار بینجامد. در نگاهی دیگر منیرا و دیگران^۱ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «نقش هوش مصنوعی مولد در رویه‌های دیپلماتیک جهانی: یک چارچوب/استراتژیک» بر این امر استوارند که با تحول حوزه دیپلماسی در قرن بیست و یکم تحت تأثیر هوش مصنوعی، این پژوهش به ضرورت بررسی دوگانه این پیشرفت‌ها می‌پردازد و چالش‌ها و فرصت‌های ناشی از آن را مورد واکاوی قرار می‌دهد. چند سال از عرضه چت‌جی‌پی‌تی (ChatGPT) توسط اوپن‌آی‌ای می‌گذرد که با قابلیت‌های انقلابی خود، عرصه‌های مختلف کاری را دگرگون ساخته است. با این حال، دامنه کاربرد این قابلیت‌ها در دیپلماسی هنوز به‌طور کامل بررسی یا درک نشده است و نمی‌توان حوزه نفوذ آن را به‌طور دقیق درک کرد و در نهایت کی‌ریلکینا و دیگران (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «تأثیر گسترش هوش مصنوعی بر دیپلماسی نوین کشورهای جهان» بر این امر استوارند که هوش مصنوعی تأثیرات عمیقی بر جنبه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی زندگی در بسیاری از کشورها گذاشته است این پژوهش مهم‌ترین چالش‌ها و مخاطرات ناشی از کاربرد هوش مصنوعی در جوامع مدرن را

1. Muneera Bano, Zahid Chaudhri, Didar Zowghi3

تحلیل کرده است که از آن جمله می‌توان به تولید محتوای جعلی، ایجاد حباب‌های اطلاعاتی، اشباع رسانه‌ای و سایر ابزارهای دستکاری اشاره کرد که توسط نخبگان تکنوکرات برای اعمال نفوذ و سلطه به کار گرفته می‌شوند. مدیریت و تنظیم حوزه هوش مصنوعی به منظور صیانت از منافع ملی و حفظ روابط بین‌المللی به یکی از دغدغه‌های اصلی نهادهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است. پژوهشگران هشدار داده‌اند که گسترش فناوری‌های هوش مصنوعی با افزایش مصرف انرژی و رقابت بر سر منابع کمیاب همراه خواهد بود که این روند با ظرفیت‌های فعلی انرژی‌های تجدیدپذیر قابل جبران نیست.

دوم مطالعاتی که تصویر ملی ایران در رسانه‌ها و افکار عمومی بین‌المللی می‌پردازند. به عنوان نمونه جعفری (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌ها و تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عرصه بین‌الملل» این ایده را دنبال می‌کند که با توجه به افزایش اهمیت قدرت نرم در عرصه سیاست بین‌الملل، بسیاری از کشورها در پی شناسایی منابع مؤثر در این حوزه هستند. در این راستا، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که میانگین نمره مؤلفه‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی قدرت نرم بالاتر از حد متوسط بوده، در حالی که مؤلفه علمی در سطح متوسط قرار دارد. این نتایج حاکی از آن است که رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی بر تقویت قدرت فرهنگی، اقتصادی و سیاسی ایران داشته‌اند، اما نقش آن‌ها در تقویت بعد علمی قدرت نرم در حد متوسط ارزیابی شده است. علاوه بر این، پژوهش تفاوت معناداری بین تأثیر رسانه‌های سنتی و رسانه‌های ترکیبی (سنتی و نوین) در تقویت ابعاد قدرت نرم شناسایی کرده است. در نگاهی دیگر فوساتی^۱ (۲۰۲۲) «مری هماهنگ‌شده از طریق شبکه‌ای از تصاویر: تحلیل عملیات نفوذ مبتنی بر تصویر از چین، ایران، روسیه و ونزوئلا» بر این امر استوارند که مدل‌های ترویج استبداد چهار مورد هستند: الف) مداخله نظامی؛ از طریق جنگ. ب) باج‌گیری اقتصادی؛ با اعمال تحریم علیه رژیم‌های دموکراتیزه طرفدار غرب. ج) پاداش؛ با تحریم بر رژیم‌های اقتدارگرا یا ترکیبی از طریق فشار دیپلماتیک، کمک‌های نظامی و اقتصادی. د) درهم آمیختگی فرهنگی؛ یک دولت اقتدارگرای مبتنی بر مدل فرهنگی. با توجه به این موارد در مطالعه کشورهای مورد بحث می‌توان بیان کرد که روابط قدرت سخت بر مداخلات نظامی مستقیم استوار است، در حالی که قدرت نرم مبتنی بر تقلید، انگیزه‌های دیپلماتیک، اقتصادی، غیرمستقیم نظامی و باج‌گیری است در نهایت آشفاق (۲۰۲۵) در پژوهشی با عنوان «زبان نفوذ: احساسات، عواطف و نفرت‌پرانی در عملیات نفوذ تحت حمایت دولت» این ایده را دنبال می‌کند که عملیات

^۱. Fossatti

نفوذ تحت حمایت دولت در رسانه‌های اجتماعی به ابزاری کاربردی برای دستکاری افکار عمومی و انتشار اطلاعات تأیید نشده تبدیل شده است. نتایج تجربی ما نشان می‌دهد که عملیات نفوذ روسیه عمدتاً از احساسات منفی و زبان سمی برای قطبی کردن مخاطبان استفاده می‌کند، عملیات ایران لحن‌های منفی و مثبت را متعادل می‌کند تا خصومت را تحریک کند و در عین حال حمایت را تقویت کند، و کمپین‌های چینی بر پیام‌رسانی مثبت برای ترویج روایت‌های مطلوب تمرکز می‌کنند.

سوم مطالعاتی که به سیاست‌گذاری و راهبردهای ملی در حوزه هوش مصنوعی می‌پردازد به عنوان نمونه سجادپور و دیگران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «تبیین ماهیت تصویر/افکار عمومی آمریکا/از ایران بر مبنای نظریه تصویر در روابط بین‌الملل» این ایده را دنبال می‌کنند که یافته‌های این پژوهش که با روش مطالعه موردی و در چارچوب نظریه تصویر انجام شده، نشان می‌دهد که تصویر غالب در میان شهروندان آمریکایی از ایران، منطبق بر الگوی کلیشه‌ای «دشمن نسبی» است. این نتیجه‌گیری از طریق تحلیل سه بُعد اساسی حاصل شده است: نخست، موقعیت ایران که عمدتاً به عنوان یک عامل تهدیدآمیز تلقی می‌شود؛ دوم، سطح توانمندی‌های ایران که در حد یک قدرت نسبی ارزیابی می‌شود؛ و سوم، ارزش‌های سیاسی ایران که از منظر افکار عمومی آمریکا با ارزش‌های سیاسی غربی تفاوت‌های بنیادین دارد. این سه بُعد در مجموع تصویر خاصی از ایران را در ذهن شهروندان آمریکایی شکل داده‌اند که بر روابط دو کشور تأثیرگذار است. در نگاهی دیگر شاریات و دیگران (۲۰۲۵) در پژوهشی با عنوان «اعتبار یک کشور» این ایده را دنبال می‌کنند که شهرت کشور، یک هدف اصلی در تحقیقات مربوط به تأثیرات کشورها در روابط عمومی بین‌المللی و به ویژه دیپلماسی عمومی است. دیپلماسی عمومی مربوط به تهمید روابط بین‌المللی در یک محیط شبکه‌ای و برساختن افکار عمومی مطلوب (خارجی) در مورد کشور برای پیشبرد اهداف آن است ما می‌توانیم چهار سازه کلیدی نگرشی مهم مرتبط با دیپلماسی عمومی را از هم متمایز کنیم: تصویر، هویت، شهرت و برند کشور. در نهایت بیات (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «رویکرد باراک/اوباما در قبال بحران هسته‌ای ایران بر اساس نظریه تصویر در روابط بین‌الملل» بر این امر استوار است که این پژوهش با هدف تحلیل و تبیین رویکرد باراک اوباما، رئیس‌جمهور پیشین آمریکا، در مواجهه با بحران هسته‌ای ایران بر اساس چارچوب نظریه تصویر در روابط بین‌الملل انجام شده است. در حالی که تحلیل‌های رایج بر عوامل عینی مانند ساختار نظام بین‌الملل یا تأثیر تحریم‌های همه‌جانبه بر فرآیند دستیابی به توافق هسته‌ای میان ایران و گروه ۵+۱ تأکید دارند، این مطالعه به بررسی عوامل ذهنی، ادراکی و شخصیتی مؤثر بر تصمیم‌گیری اوباما می‌پردازد. در نهایت بر مبنای مفروضات

روان‌شناختی نظریه تصویر این است که سه عامل کلیدی در شکل‌گیری این رویکرد متفاوت نقش داشته‌اند: نخست، تصویر اوباما از ایران به عنوان یک قدرت منطقه‌ای با قابلیت‌های تأثیرگذار؛ دوم، ارزیابی وی از پیامدهای منفی تداوم سیاست‌های سخت‌گیرانه دوره‌های پیشین؛ و سوم، ویژگی‌های شخصیتی منحصر به فرد اوباما که در ترجیحات سیاستی او بازتاب یافت.

این پژوهش به بررسی پیوند نوظهور میان فناوری‌های پیشرفته و سیاست‌گذاری عمومی می‌پردازد، در حالی که مطالعات پیشین عمدتاً به صورت مجزا و بدون ارتباط متقابل به حوزه‌های هوش مصنوعی یا تصویر ملی ایران توجه نشان داده‌اند. مرور نظام‌مند پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که پژوهش‌های داخلی موجود عموماً تصویر ایران را صرفاً از منظر رسانه‌های سنتی یا سنجش افکار عمومی مورد تحلیل قرار داده‌اند، بدون آنکه ارتباط این مفهوم را با تحولات فناورانه اخیر، به ویژه در حوزه هوش مصنوعی، مورد کنکاش قرار دهند. از سوی دیگر، ادبیات خارجی موضوع بیشتر بر جنبه‌های عملیاتی جنگ نرم دیجیتال و اقدامات نفوذگرایانه توسط بازیگران دولتی و غیردولتی متمرکز بوده است تا بررسی نقش ساختاری و راهبردی هوش مصنوعی در عرصه دیپلماسی عمومی. در این میان، وجه تمایز و نوآوری بنیادین پژوهش حاضر در تمرکز تحلیلی و نظام‌مند بر کارکردهای هوش مصنوعی به مثابه ابزار راهبردی و عامل مؤثر در شکل‌دهی به دیپلماسی عمومی با محوریت تصویرسازی بین‌المللی از ایران است، که خلأ پژوهشی قابل توجهی در ادبیات موجود به شمار می‌آید. این رویکرد ترکیبی میان‌رشته‌ای، افق جدیدی را در مطالعات حوزه روابط بین‌الملل و فناوری‌های دیجیتال می‌گشاید.

۳- چارچوب نظری

۳-۱- تبیین مفاهیم پایه

۳-۱-۱- تصویر ملی: بر اساس پژوهش‌های اخیر، تصویر ملی به عنوان ترکیبی از مؤلفه‌های شناختی و عاطفی تعریف می‌شود. مؤلفه‌های شناختی شامل باورها و اطلاعات مرتبط با ویژگی‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی یک کشور است، در حالی که مؤلفه‌های عاطفی به احساسات و نگرش‌های افراد نسبت به آن کشور اشاره دارد. مطالعات جدید نشان داده‌اند که تمرکز صرف بر جنبه‌های شناختی می‌تواند اعتبار تحقیقات را کاهش دهد. (بیدالله خانی، ۱۳۹۸: ۱۰۱)؛ از این رو، پژوهشگران پیشنهاد می‌کنند تصویر ملی به عنوان مفهومی چندبعدی در نظر گرفته شود که هر دو جنبه شناختی و عاطفی را در بر گیرد. در همین راستا، مدل پنج‌بعدی تصویر ملی معرفی شده

است که این مفهوم را به پنج بُعد تقسیم می‌کند: بعد کارکردی (شایستگی‌های اقتصادی و سیاسی)، بعد هنجاری (ارزش‌ها و صداقت)، بعد فرهنگی (سنت‌ها و فرهنگ)، بعد طبیعی (مناظر و زیبایی‌های طبیعی)، و بعد عاطفی (احساسات کلی نسبت به کشور). تصویر ملی در واقع ساختاری پیچیده و چندلایه است که بر حوزه‌های مختلفی از جمله روابط بین‌الملل، گردشگری، سرمایه‌گذاری و سیاست‌های داخلی و خارجی تأثیرگذار است. داشتن درکی صحیح و جامع از این مفهوم می‌تواند به کشورها کمک کند تا جایگاه بین‌المللی خود را بهبود بخشیده و قدرت نرم خویش را تقویت کنند. (Zhao, 2022:3)

۳-۱-۲- دیپلماسی دیجیتال: دیپلماسی دیجیتال به عنوان تحولی بنیادین در عرصه روابط بین‌الملل، بازتعریف مفهوم سنتی دیپلماسی از طریق ادغام فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی پیشرفته را ارائه می‌دهد. این پارادایم نوین با بهره‌گیری سیستماتیک از زیرساخت‌های دیجیتال شامل اینترنت، رسانه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های چندرسانه‌ای و ابزارهای ارتباطی برخط، چارچوبی پویا برای تعاملات دیپلماتیک در قرن بیست‌ویکم ایجاد کرده است. ماهیت چندلایه این پدیده نه تنها مکمل شیوه‌های مرسوم دیپلماسی است، بلکه با ایجاد کانال‌های مستقیم ارتباطی با طیف گسترده‌ای از ذینفعان بین‌المللی از جمله شهروندان عادی، نهادهای مدنی، مراکز علمی و نهادهای حکومتی، جغرافیای سیاسی ارتباطات جهانی را دگرگون ساخته است. در این چارچوب مفهومی، بازیگران دولتی با استفاده از ظرفیت‌های بی‌سابقه فضای مجازی، امکان بازتعریف راهبردهای کلاسیک دیپلماتیک را یافته‌اند. (تقوی رضائی و دیگران، ۱۴۰۲: ۲۲۸) این امر از طریق مکانیسم‌های متعددی محقق می‌شود که شامل تولید و انتشار محتوای هدفمند، مدیریت بحران‌های بین‌المللی در زمان واقعی، مقابله با روایت‌های رقابتی، ارتقای شفافیت در تعاملات جهانی و توسعه سرمایه اجتماعی بین‌المللی است. ویژگی ممتاز این شیوه از دیپلماسی، افزایش تصاعدی سرعت، دامنه نفوذ و کارایی ارتباطات سیاسی در مقیاس جهانی است که امکان پاسخگویی به چالش‌های پیچیده بین‌المللی را با کارایی بی‌سابقه فراهم می‌آورد. ماهیت میان‌رشته‌ای دیپلماسی دیجیتال موجب شده است که دامنه آن فراتر از کارکردهای وزارتخانه‌های امور خارجه و نمایندگان رسمی کشورها گسترش یابد. این پدیده حوزه‌های متنوعی از جمله دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی، حکمرانی فضای سایبری، همکاری‌های فناورانه بین‌المللی و حتی عملیات روانی در عرصه اطلاعاتی را در بر می‌گیرد. چنین گستردگی مفهومی منجر به ظهور اکوسیستم پیچیده‌ای از روابط بین‌المللی

شده است که در آن تمایزات سنتی میان بازیگران دولتی و غیردولتی، ارتباطات رسمی و غیررسمی، و همچنین اطلاعات معتبر و اخبار جعلی به شدت مخدوش شده است. (Rashica, 2018: 77)

۳-۱-۳- بازنمایی رسانه‌ای: بازنمایی رسانه‌ای به عنوان فرایندی پیچیده و چندبعدی، نقش محوری در ساخت و انتقال معانی اجتماعی ایفا می‌کند. این فرایند نه تنها شامل بازتولید واقعیت‌های عینی، بلکه مستلزم تفسیر، گزینش و بازسازی فعالانه‌ی عناصر اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی از طریق رسانه‌های جمعی است. ماهیت این پدیده مبتنی بر سازوکارهای معناسازی است که در آن رسانه‌ها با اتخاذ رویکردهای گزینشی، برخی جنبه‌های واقعیت را برجسته نموده و برخی دیگر را به حاشیه می‌رانند، که این امر منجر به خلق بازنمایی‌هایی می‌شود که ممکن است با واقعیت‌های عینی انطباق کامل نداشته باشند. این فرایند عمیقاً تحت تأثیر گفتمان‌های مسلط، روابط قدرت، بسترهای ایدئولوژیک و ملاحظات اقتصادی قرار دارد که در نهایت به شکل‌گیری بازنمایی‌های سوگیرانه می‌انجامد. چنین سوگیری‌هایی غالباً در قالب کلیشه‌سازی، برجسب‌زنی یا تثبیت هویت‌های گروهی خاص تجلی می‌یابند. با این حال، مخاطبان در این فرایند منفعل نبوده، بلکه از طریق تفسیر و بازخوانی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای، در ساخت معنا مشارکت فعال دارند. بدین ترتیب، بازنمایی رسانه‌ای نه صرفاً به عنوان بازتابی از واقعیت، بلکه به مثابه عاملی تأثیرگذار در شکل‌دهی به ادراکات جمعی، ارزش‌های اجتماعی و هویت‌های فردی و گروهی عمل می‌کند. این کنش متقابل بین رسانه و مخاطب، نقش تعیین‌کننده‌ای در پویایی نظام‌های معنایی و تحولات اجتماعی ایفا می‌نماید. (Yang, 2024: 140)

۳-۱-۴- سوگیری الگوریتمی: سوگیری الگوریتمی^۱ پدیده‌ای است که در آن سیستم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی و مدل‌های یادگیری ماشین، به دلیل آموزش بر پایه‌ی داده‌های نامتوازن یا حاوی پیش‌داوری‌های تاریخی، خروجی‌هایی تولید می‌کنند که به صورت نظام‌مند نسبت به گروه‌های خاصی تبعیض‌آمیز یا ناعادلانه عمل می‌نماید. این پدیده عمدتاً ریشه در داده‌های آموزشی دارد که بازتاب‌دهنده‌ی نابرابری‌های ساختاری، سوگیری‌های اجتماعی یا نمونه‌گیری‌های ناقص هستند. از آنجا که الگوریتم‌ها فاقد توانایی درک زمینه‌های اجتماعی و اخلاقی هستند، الگوهای موجود در داده‌ها را بدون تصحیح یا تعدیل یاد می‌گیرند و در نتیجه ممکن است تصمیماتی اتخاذ

^۱. Algorithmic Bias

کنند که تبعیض‌های موجود را بازتولید یا تشدید نماید. سوگیری الگوریتمی می‌تواند در هر مرحله از چرخه‌ی توسعه‌ی مدل رخ دهد، اعم از فرآیند جمع‌آوری داده‌ها، انتخاب ویژگی‌های مدل، طراحی معماری سیستم یا معیارهای ارزیابی عملکرد. پیچیدگی شناسایی و سنجش این سوگیری ناشی از ماهیت چندبعدی و گاه پنهان آن است، به‌طوری که اثرات آن ممکن است در کوتاه‌مدت آشکار نباشد، ولی در بلندمدت پیامدهای نامطلوب اجتماعی ایجاد کند. مقابله با این چالش مستلزم به‌کارگیری روش‌های پیشرفته‌ی تحلیل آماری، ارزیابی‌های میان‌رشته‌ای و ادغام ملاحظات اخلاقی در تمام مراحل طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های هوش مصنوعی است تا از تحقق عدالت الگوریتمی اطمینان حاصل گردد. (Chen, 2023: 6)

۳-۲- نظریه قدرت نرم^۱

جوزف نای به‌عنوان یکی از نظریه‌پردازان برجسته مکتب نئولیبرالیسم در روابط بین‌الملل شناخته می‌شود که آثار اولیه‌اش در چارچوب رویکردهای کارکردگرایی و هم‌گرایی قابل تحلیل است. بسیاری از این مطالعات را در همکاری علمی با رابرت کوهن توسعه داد که نقطه عطف آن در سال ۱۹۷۷ با انتشار کتاب مشترک «قدرت و وابستگی متقابل» نمود یافت. این اثر به‌عنوان پاسخی انتقادی به نظریه واقع‌گرایی سیاسی طراحی شد که در آن مقطع به‌عنوان پارادایم مسلط گفتمان روابط بین‌الملل در دوران جنگ سرد قلمداد می‌گردید. در این اثر، نای و کوهن با تبیین مفاهیم نوینی در تحلیل روابط بین‌الملل، بنیان‌های فکری جایگزینی را در تقابل با انگاره‌های جزم‌گرایانه واقع‌گرایی کلاسیک ارائه نمودند. (دانش نیا، ۱۳۹۲: ۶۸) از منظر جوزف نای، قدرت در عرصه روابط بین‌الملل به دو شکل اساسی قابل تفکیک است: قدرت سخت و قدرت نرم. قدرت سخت عمدتاً بر پایه ابزارهای اقتصادی و نظامی استوار است که از طریق اجبار، تهدید یا تطمیع به کار گرفته می‌شود. این نوع قدرت ماهیتی مستقیم و ملموس دارد و معمولاً با اعمال فشار برای تغییر رفتار دیگران همراه است. در مقابل، قدرت نرم مبتنی بر توانایی یک کشور در شکل‌دهی به ترجیحات و خواسته‌های سایر بازیگران بین‌المللی است، به گونه‌ای که آنها به طور داوطلبانه به نتایج مطلوب کشور صاحب قدرت گرایش پیدا کنند. این فرآیند نه از طریق اجبار، بلکه با استفاده از جذابیت فرهنگی، ارزش‌های ایدئولوژیک و هنجارهای سیاسی محقق می‌شود. در واقع، مکانیسم قدرت نرم بر اقناع و جذب استوار است، در حالی که قدرت سخت از مکانیسم‌های اجبار و فشار بهره می‌برد. این

^۱. Soft Power Theory

تمایز بنیادین، ماهیت متفاوت کاربرد و تأثیرگذاری این دو نوع قدرت را در سیاست جهانی مشخص می‌کند. (آدمی و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۸۹) از منظر نای، برداشت رایج از قدرت در میان عموم، عمدتاً معطوف به توانایی تأثیرگذاری بر نتایج و پیامدهای مطلوب است؛ به این معنا که فرد یا نهادی که از منابعی مانند اقتدار سیاسی، ثروت اقتصادی یا جذابیت شخصیتی برخوردار باشد، به‌عنوان بازیگری قدرتمند تلقی می‌شود. این نگاه تقلیل‌گرایانه به قدرت، آن را به مثابه مجموعه‌ای از «کارت‌های برنده» در یک بازی استراتژیک تصویر می‌کند که دارنده آن می‌تواند از طریق به‌کارگیری این منابع، نتایج را به نفع خود تغییر دهد. با این حال، نای با فراتر رفتن از این درک ساده‌انگارانه، بر لایه‌های پنهان و پیچیده‌تر قدرت، به‌ویژه در شکل نرم آن تأکید می‌ورزد. (موسوی، ۱۳۹۹: ۲۷۹) جوزف نای با تحلیل تحولات عصر دیجیتال، هشدارهای جدی درباره تأثیر فزاینده رسانه‌ها و فضای مجازی بر بازتعریف مفاهیم قدرت نرم ارائه داده است. او خاطرنشان می‌سازد که گسترش اطلاعات نادرست و تشدید جنگ‌های شناختی در بستر شبکه‌های اجتماعی، لزوم بازنگری در راهبردهای سنتی قدرت نرم را به ضرورتی حیاتی تبدیل کرده است. از دیدگاه نای، دولت‌های معاصر ناگزیرند با دو تحول اساسی مواجه شوند: نخست، ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان به‌عنوان سپری در برابر اثرات مخرب جنگ روانی، و دوم، بازطراحی بنیادین راهبردهای ارتباطی خود در عرصه عمومی جهانی. (Nye, 2021: 200) جوزف نای در تبیین نظریه قدرت نرم، بر ظرفیت تأثیرگذاری غیرمستقیم و شکل‌دهی به ترجیحات سایر بازیگران بین‌المللی از طریق مکانیسم‌های اقناعی و جذابیت‌آفرین تأکید دارد. در این چارچوب تحلیلی، دیپلماسی عمومی به مثابه سازوکاری راهبردی برای تحقق اهداف سیاست خارجی از مسیر ارتباط با جامعه مدنی و افکار عمومی جهانی تعریف می‌شود. این شکل از دیپلماسی، برخلاف شیوه‌های سنتی که مبتنی بر تعاملات رسمی میان دولت‌هاست، از طریق بسترهای فرهنگی، آموزشی و رسانه‌ای به انتقال نظام ارزشی، الگوهای رفتاری و هنجارهای سیاسی یک کشور می‌پردازد. (اسلامی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۷۰) مکانیسم اثرگذاری دیپلماسی عمومی در نظریه نای، مبتنی بر ایجاد تصویر ذهنی مطلوب و اعتبارسازی بین‌المللی است که به تدریج موجبات پذیرش داوطلبانه هنجارها و اهداف یک کشور توسط سایر جوامع را فراهم می‌آورد. این فرآیند زمانی به حداکثر کارایی می‌رسد که مخاطبان بین‌المللی، محتوای ارائه‌شده را نه به‌عنوان پیام‌های تحمیلی، بلکه به مثابه الگوهای جذاب و الهام‌بخش درک کنند. در شرایط کنونی نظام بین‌الملل که مشخصه آن گسترش فناوری‌های ارتباطی و تشدید رقابت‌های گفتمانی است، دیپلماسی عمومی از یک سو به ابزاری برای مقابله با اطلاعات نادرست و جنگ روایت‌ها تبدیل شده

و از سوی دیگر، ظرفیت یک کشور را برای اثرگذاری بر فضای هنجاری بین‌المللی افزایش می‌دهد. (رحمانی، ۷۲-۱۳۹۴: ۷۵) نای در تحلیل خود نشان می‌دهد که اثربخشی دیپلماسی عمومی به عنوان مؤلفه قدرت نرم، وابسته به دو شرط اساسی است: نخست، وجود دارایی‌های فرهنگی و ارزشی اصیل در یک کشور که قابلیت تبدیل شدن به جذابیت بین‌المللی را داشته باشد؛ و دوم، توانایی طراحی و اجرای راهبردهای ارتباطی هوشمندانه که بتواند این دارایی‌ها را به شکلی اقماعی به مخاطبان جهانی منتقل کند. این رویکرد، دیپلماسی عمومی را از سطح فعالیت‌های تبلیغاتی صرف فراتر برده و آن را به بخش جدایی‌ناپذیر از معماری قدرت ملی در عصر حاضر تبدیل می‌کند. در چنین چارچوبی، موفقیت در عرصه سیاست خارجی مستلزم ترکیب هوشمندانه قدرت سخت (ابزارهای اقتصادی و نظامی) و قدرت نرم (جذابیت فرهنگی و ارزشی) از طریق سازوکارهای دیپلماتیک چندلایه است. (عیوضی و دیگران، ۱۰۳: ۱۳۹۲)

از آنجایی که نظریه قدرت نرم جوزف نای به عنوان چارچوبی نظری، ظرفیت تحلیلی مناسبی برای بررسی نقش هوش مصنوعی در دیپلماسی عمومی، به‌ویژه در زمینه شکل‌دهی به تصویر و ادراکات ملی از ایران، ارائه می‌دهد. این نظریه با تأکید بر مکانیسم‌های غیرمستقیم تأثیرگذاری از طریق جذابیت فرهنگی، ارزش‌های سیاسی و سیاست‌های مشروع، رویکردی هم‌سو با ماهیت دیپلماسی عمومی دارد که هدف آن شکل‌دهی به افکار عمومی بین‌المللی است. در این راستا، هوش مصنوعی با بهره‌گیری از قابلیت‌های تحلیلی و تولیدی خود از جمله پردازش زبان طبیعی، تحلیل احساسات، داده‌کاوی و تولید محتوای چندرسانه‌ای می‌تواند به عنوان ابزاری کارآمد در خدمت تقویت مؤلفه‌های قدرت نرم عمل کند، به همین سبب نگارندگان، کاربرست این نظریه بر موضوع پژوهش را متناسب برآورد می‌کنند.

حال باتوجه به موارد مذکور؛ کاربرست بخش نظری بر نگاه حاکم بر پژوهش را بررسی خواهیم کرد.

۴- نگاه دستگاه سیاست خارجی به دیپلماسی عمومی

در سال‌های اخیر، دستگاه سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران تحولی اساسی در نگرش به دیپلماسی عمومی داشته است، به‌طوری که امروزه بر بهره‌گیری هوشمندانه از قدرت نرم و تعامل سازنده با افکار عمومی جهانی تأکید ویژه‌ای می‌شود. این تحول راهبردی در عمل با ایجاد «مرکز دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای» در سال ۱۳۹۰ توسط وزارت امور خارجه به مرحله اجرا درآمد. این مرکز با به‌کارگیری ظرفیت‌های گسترده رسانه‌های نوین و ابزارهای پیشرفته ارتباطی، درصدد است

تصویری واقع‌نگرانه، متعادل و جذاب از چهره ایران در عرصه بین‌المللی ترسیم کند. این اقدام نشان‌دهنده عزم جدی دستگاه دیپلماسی کشور برای حضور فعال در فضای رسانه‌ای جهانی و اثرگذاری بر افکار عمومی بین‌المللی از طریق شیوه‌های مدرن و مؤثر ارتباطی است. (وزارت امور خارجه، ۱۳۹۲) در چارچوب تلاش‌های وزارت امور خارجه برای تقویت دیپلماسی عمومی، انتشار فصلنامه تخصصی «دیپلمات» از سوی مرکز دیپلماسی عمومی به عنوان یکی از اقدامات مؤثر و راهبردی قابل توجه است. این نشریه با هدف ایجاد کانال ارتباطی دوسویه با جامعه دیپلماتیک بین‌المللی و ارائه تصویری جامع از سیاست‌ها، دستاوردها و ظرفیت‌های فرهنگی ایران طراحی شده است. به عنوان نمونه شاخص، شماره دوم این فصلنامه با محوریت روابط دیرینه ایران و تاجیکستان و با تأکید بر اشتراکات تاریخی و فرهنگی عمیق میان دو کشور به چاپ رسیده است. این شماره به طور ویژه به معرفی میراث غنی فرهنگی مشترک پرداخته و با نگاهی تحلیلی، زمینه‌های تقویت همکاری‌های دوجانبه را مورد بررسی قرار داده است. چنین اقداماتی نشان‌دهنده رویکرد فعال و هوشمندانه دیپلماسی عمومی ایران در بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی برای تعامل سازنده با جامعه جهانی است. (وزارت امور خارجه، ۱۴۰۱/۱۲/۲۷) علاوه بر این، وزارت امور خارجه با بهره‌گیری از رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، به ویژه توئیتر، سعی در تقویت دیپلماسی عمومی و ارتباط مستقیم با مخاطبان جهانی دارد. این رویکرد به ویژه در زمان‌هایی مانند خروج آمریکا از برجام، جنگ ۱۲ روزه و جنگ رمضان برای ارائه روایت ایران و مقابله با روایت‌های تحریف‌شده مورد استفاده قرار گرفته است. با این حال، برخی براین باورند که علی‌رغم تلاش‌های صورت گرفته، هنوز برنامه مدون و منسجمی در قالب دیپلماسی عمومی تکوین نشده است و نیاز به تدوین استراتژی‌های جامع‌تری در این حوزه احساس می‌شود. (روزنامه شرق، ۱۴۰۳/۱۰/۱۱) تقویت دیپلماسی عمومی فراتر از یک ابزار کاهنده تنش‌های بین‌المللی، به عاملی راهبردی برای ارتقای مشروعیت جهانی، گسترش روابط دوجانبه و چندجانبه، و تقویت بنیان‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده است. بهره‌گیری هوشمندانه از فناوری‌های ارتباطی نوظهور در این فرآیند، موقعیت ایران را از حالت انفعالی به نقش‌آفرینی فعال در ساختار نظام بین‌الملل ارتقا خواهد داد. با این حال، تحقق دیپلماسی عمومی مؤثر مستلزم سه رکن اساسی است: اولاً سرمایه‌گذاری مستمر و برنامه‌ریزی بلندمدت، ثانیاً تربیت نیروهای متخصص و کارآمد، و ثالثاً ایجاد هماهنگی ساختاری بین نهادهای فرهنگی، دانشگاهی و رسانه‌ای. برای بازتعریف تصویر ایران در افکار جهانی، می‌بایست از مزیت‌های رقابتی کشور شامل غنای تاریخی و تمدنی، پیشرفت‌های علمی و فناوری، و

توانمندی‌های جامعه نخبگان در تولید روایت‌های بدیع و جذاب بهره برداری نمود. این رویکرد جامع می‌تواند جایگاه بین‌المللی ایران را در چارچوبی واقع‌نگرانه و متوازن تثبیت نماید.

در اینجای پژوهش کاربرست این نگاه بر دیپلماسی عمومی ایران را بررسی خواهیم کرد:

جدول شماره ۱. نگاه دستگاه سیاست خارجی ایران به امر دیپلماسی عمومی

نگاه به دیپلماسی عمومی	مجموعه اقداماتی که با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی خارجی، ارتقای تصویر بین‌المللی ایران و ایجاد درک متقابل فرهنگی انجام می‌شود.
کلان هدف	تقویت قدرت نرم ایران، کاهش ایران‌هراسی، ترویج هویت فرهنگی و تمدنی کشور، و بهبود روابط بین‌المللی از طریق ارتباط مستقیم با ملت‌ها.
نقش در سیاست خارجی	مکمل دیپلماسی رسمی (دولت‌محور) از طریق تعامل فرهنگی، رسانه‌ای و اجتماعی با جوامع خارجی برای پیشبرد منافع ملی.
نهاد های مسئول	وزارت امور خارجه (به‌ویژه معاونت دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای)، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، صدا و سیما، وزارت ارشاد، بنیاد سعدی، و مراکز فرهنگی خارج از کشور.
ابزارها و روش ها	رسانه‌های بین‌المللی، شبکه‌های اجتماعی، تبادلات علمی و فرهنگی، آموزش زبان فارسی، برنامه‌های هنری، گردشگری فرهنگی، و اخیراً ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی و تحلیل داده.
مخاطبان هدف	افکار عمومی خارجی، نخبگان فکری و دانشگاهی، رسانه‌ها، هنرمندان و نسل جوان در کشورهای دیگر.
رویکرد راهبردی	تأکید بر “دیپلماسی فرهنگی و تمدنی”، استفاده از میراث تاریخی و فرهنگی ایران برای تقویت مشروعیت بین‌المللی و مقابله با روایت‌های منفی.
چالش‌ها	تحریم‌ها و محدودیت‌های رسانه‌ای، روایت‌های منفی غربی، کمبود منابع مالی، ضعف در هماهنگی نهادی و عقب‌ماندگی در بهره‌گیری از فناوری‌های نوین.
فرصت‌ها	رشد فناوری‌های ارتباطی و هوش مصنوعی، گسترش دیپلماسی دیجیتال، علاقه جهانی به فرهنگ و تاریخ ایران و ظرفیت بالای جوانان متخصص در حوزه فناوری و رسانه.
چشم انداز	حرکت از دیپلماسی سنتی به سوی دیپلماسی هوشمند، دیجیتال و داده‌محور؛ بهره‌گیری از تحلیل هوش مصنوعی برای پایش افکار عمومی جهانی و طراحی راهبردهای دقیق‌تر ارتباطی.

منبع: یافته‌های نگارندگان

۵- ارتباط میان ایدئولوژی و امر هوش مصنوعی

ایدئولوژی را می‌توان نهادی در نظر گرفت که در آن بعد خیال‌پردازانه یا همان امر ایماژینر به خودمختاری رسیده است. این خودمختاری، با توجه به تناقض‌های موجود بین دیدگاه ایدئولوژیک از

یک سو و کنش اجتماعی و عقلانیت از سوی دیگر، همواره در گیر چالش و تحت فشار دائمی برای بازتعریف و بازسازی خویش است. از این منظر، ایدئولوژی باعث می‌شود جامعه از نهادی که در بستر خود آن شکل گرفته و رشد یافته است، بیگانه شود؛ نهادی که با این حال ادعای تسلط بر جامعه و روابط قدرت را دارد. شاید بتوان ایدئولوژی را عرصه‌ای سیاسی از بیگانگی انسان از خویش دانست. (عطار زاده و دیگران، ۱۹۸: ۱۳۹۵) هوش مصنوعی، به ویژه در شکل کنونی آن مانند مدل‌های تولید متن و تصویر، عملکردی شبیه به قوه تخیل انسان دارد. این فناوری‌ها با خلق بازنمایی‌هایی از جهان - اعم از متون، تصاویر یا اصوات - نوعی واقعیت مجازی و تخیلی پدید می‌آورند که مبتنی بر داده‌های موجود و الگوهای زبانی انسان‌هاست، اما خود فاقد تجربه مستقیم از واقعیت است. برای مثال، هنگامی که یک سیستم هوش مصنوعی تصویر یک شخصیت خیالی، یک شهر تخیلی یا داستانی علمی تخیلی تولید می‌کند، در حیطه بازنمایی و تخیل عمل می‌کند، نه در سطح واقعیت عینی. از این دیدگاه، هوش مصنوعی بازتابی دیجیتالی از انسان محسوب می‌شود؛ آینه‌ای که ما را نمایش می‌دهد، اما فاقد خودآگاهی یا هویتی اصیل است. تعامل انسان با هوش مصنوعی نیز جنبه‌ای تخیلی دارد: ما به ربات‌های گفت‌وگو، آواتارها و شخصیت‌های مصنوعی هویت می‌دهیم، برای آن‌ها قصد، هوش و حتی عواطف قائل می‌شویم، در حالی که این ویژگی‌ها در واقع بازتابی از ذهنیت و زبان خود ما هستند. رابطه انسان با هوش مصنوعی تا حدی شبیه رابطه کودک با تصویر خود در آینه است: تصویری که منسجم به نظر می‌رسد، اما در واقعیت روانی هنوز تثبیت نشده است. اگر این تحلیل درست باشد، می‌توان گفت هوش مصنوعی در فضایی بین خیال و واقعیت قرار دارد؛ بازنمایی‌ای از جهان انسانی که در آن معناها، نمادین و تجربه عینی هنوز شکل نگرفته یا دست‌نیافتنی است. این فناوری شاید هرگز نتواند به طور کامل وارد نظم نمادین شود - جایی که زبان صرفاً یک ابزار نیست، بلکه ساختاری حاکم بر معناست - و امر واقعی برای آن همواره دور از دسترس خواهد ماند. بنابراین، هوش مصنوعی نه در پی ساختن واقعیت است، بلکه بخشی از ساختار تخیلی جدیدی محسوب می‌شود که انسان در عصر دیجیتالی برای بازشناسی خود ایجاد کرده است.

در اینجای پژوهش کاربر است این نگاه بر دیپلماسی عمومی ایران را بررسی خواهیم کرد:

جدول شماره ۲. ارتباط میان ایدئولوژی و هوش مصنوعی

تعریف ایدئولوژی	مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها و دیدگاه‌هایی که بر درک انسان از جهان و روابط
در این زمینه	اجتماعی حاکم است و بر تصمیم‌گیری‌های فناورانه نیز اثر می‌گذارد.
تأثیر ایدئولوژی بر	سیاست‌ها، ارزش‌های فرهنگی و نظام‌های اقتصادی هر جامعه تعیین می‌کند که چه
توسعه هوش	نوع الگوریتم‌ها، داده‌ها و اهدافی در طراحی هوش مصنوعی اولویت یابند (مثلاً تأکید بر
مصنوعی	امنیت، سود، آزادی یا عدالت).
هوش مصنوعی به	الگوریتم‌ها بر پایه داده‌هایی آموزش می‌بینند که در خود حامل سوگیری‌های
عنوان بازتاب	اجتماعی، فرهنگی و سیاسی‌اند؛ در نتیجه، هوش مصنوعی می‌تواند بازتولیدکننده یا
ایدئولوژی	تقویت‌کننده ایدئولوژی‌های موجود باشد.
ایدئولوژی در	
حاکمیت داده و	انتخاب نوع داده‌ها، معیارهای تصمیم‌گیری و حتی تعریف “درستی” یا “خطا” در
تصمیم‌گیری	الگوریتم‌ها اغلب ریشه در ارزش‌ها و اولویت‌های ایدئولوژیک طراحان دارد.
الگوریتمی	
هوش مصنوعی و	دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ فناوری می‌توانند از هوش مصنوعی به عنوان ابزار کنترل،
ایدئولوژی قدرت	نظارت یا هدایت افکار عمومی استفاده کنند؛ که این امر بازتابی از ایدئولوژی حاکم بر
	ساختار قدرت است.
ابعاد اخلاقی و	پرسش‌هایی درباره عدالت، حریم خصوصی، تبعیض و آزادی مطرح می‌شود؛ زیرا
فلسفی	تصمیمات هوش مصنوعی ممکن است ارزش‌های خاصی را بر دیگران ترجیح دهد.
ایدئولوژی و	هیچ فناوری‌ای خنثی نیست؛ هر سامانه هوش مصنوعی، حتی اگر ظاهراً فنی باشد، در
استقلال فناوری	چارچوبی ایدئولوژیک (سرمایه‌داری، لیبرالی، سوسیالیستی، دینی و غیره) توسعه
	می‌یابد.
تأثیر هوش	گسترش هوش مصنوعی می‌تواند ساختارهای فکری و سیاسی موجود را به چالش
مصنوعی بر تحول	بکشد؛ مانند تضعیف مرز میان حقیقت و بازنمایی، یا افزایش فردگرایی و داده‌محوری
ایدئولوژی	در فرهنگ‌ها.
ایدئولوژی مقاومت	برخی جریان‌ها (فرهنگی، مذهبی یا فلسفی) در برابر نفوذ هوش مصنوعی مقاومت
در برابر هوش	می‌کنند و آن را تهدیدی برای ارزش‌های انسانی یا معنوی می‌دانند.
مصنوعی	

منبع: یافته‌های نگارندگان

۶- کاربردهای هوش مصنوعی در دیپلماسی عمومی

هوش مصنوعی به دلیل توانایی بی‌نظیرش در پردازش حجم عظیمی از اطلاعات، تولید محتوای متنوع و تحلیل رفتارهای انسانی، قابلیت تأثیرگذاری عمیقی بر افکار عمومی جهان دارد. این فناوری با بررسی دقیق داده‌های کاربران می‌تواند ترجیحات، نگرش‌ها و الگوهای رفتاری آن‌ها را شناسایی کند و بر این اساس، محتوایی شخصی‌سازی‌شده تولید نماید که به طور هدفمند برای شکل‌دهی به ذهنیت افراد طراحی شده است. چنین قابلیت‌ها، هوش مصنوعی را به ابزاری کارآمد و قدرتمند در جهت هدایت دیدگاه‌ها و باورهای عمومی تبدیل می‌کند. (Qiang, 2024: 125) در فضای رسانه‌های اجتماعی، الگوریتم‌های هوش مصنوعی تعیین می‌کنند که چه محتوایی بیشتر به کاربران نمایش داده شود. این سیستم‌ها به صورت ناخودآگاه افراد را در فضایی محدود قرار می‌دهند که تنها اطلاعات همسو با عقاید قبلی آن‌ها را تقویت می‌کند. این پدیده که به اتاق‌های پژواک معروف است، به تدریج باعث قطبی‌شدن افکار عمومی و تقویت یک‌جانبه‌نگری می‌شود، بی‌آنکه افراد متوجه باشند که دیدگاه‌هایشان تحت سیطره انتخاب‌های الگوریتمی قرار گرفته است. (Barberá, 2020: 36) علاوه بر این، قابلیت هوش مصنوعی در تولید محتوای متنی، تصویری، صوتی و ویدیویی تقلبی، گسترش اطلاعات نادرست و اخبار جعلی را به میزان قابل توجهی افزایش داده است. چنین محتوایی می‌تواند اعتماد عمومی را مخدوش کند، موجی از نگرانی‌های اجتماعی ایجاد نماید و حتی بر سیاست‌گذاری‌های داخلی و روابط بین‌المللی کشورها تأثیر بگذارد. در صورتی که این فناوری در اختیار گروه‌های قدرتمند قرار گیرد، می‌تواند به ابزاری برای کنترل افکار عمومی و دست‌کاری در تصمیم‌گیری‌های جمعی تبدیل شود. (VALLE, 2024: 80) با وجود این، هوش مصنوعی در صورت به‌کارگیری مسئولانه می‌تواند تأثیرات مثبتی نیز داشته باشد. این فناوری می‌تواند در ارتقای سطح آموزش، افزایش آگاهی عمومی، مقابله با اطلاعات نادرست و ترویج گفت‌وگوهای منطقی و متعادل نقش مؤثری ایفا کند، مشروط بر اینکه با شفافیت، رعایت اصول اخلاقی و تحت نظارت دقیق مورد استفاده قرار گیرد. در نهایت، تأثیر هوش مصنوعی بر افکار عمومی به چگونگی استفاده از آن و وجود چارچوب‌های قانونی و اخلاقی مناسب بستگی دارد که تضمین می‌کند این فناوری در مسیر سازنده به کار گرفته شود. (Sytniakivska, 2024: 205) هوش مصنوعی می‌تواند نقش کلیدی در شکل‌دهی به تصویر ایران در عرصه بین‌المللی ایفا کند، به‌ویژه در حوزه دیپلماسی عمومی که مستقیماً با افکار جهانی در ارتباط است. این فناوری قادر است پیام‌های دیپلماتیک را به شیوه‌ای طراحی و شخصی‌سازی کند که برای مخاطبان گوناگون قابل‌درک، جذاب و تأثیرگذار باشد.

با بهره‌گیری از ابزارهای هوش مصنوعی، ایران می‌تواند داده‌های گسترده مربوط به علایق، باورها، نگرانی‌ها و الگوهای رفتاری مخاطبان مختلف را تحلیل کند و محتوایی متناسب با ویژگی‌های هر گروه تولید نماید. (مرکز مطالعات استراتژیک خاورمیانه، ۱۴۰۲/۰۶/۳۰) برای جذب جوانان در داخل و خارج از کشور، می‌توان پیام‌هایی مبتنی بر نوآوری، میراث فرهنگی غنی، دستاوردهای علمی و هنری، و فرصت‌های مشارکت در آینده کشور ارائه داد. هوش مصنوعی با تحلیل رفتارهای دیجیتال و داده‌کاوی شبکه‌های اجتماعی می‌تواند دغدغه‌ها و زبان مورد استفاده این قشر را شناسایی کند و محتوایی همسو با علایق آنان خلق نماید. در مورد دانشجویان و پژوهشگران، تمرکز بر همکاری‌های علمی، دستاوردهای تحقیقاتی، و مشارکت در رویدادهای بین‌المللی می‌تواند مؤثر باشد. هوش مصنوعی با رصد پایگاه‌های علمی و مقالات پژوهشی می‌تواند گفتمان جهانی را تحلیل کرده و راهکارهای بهتری برای تعامل با این جامعه ارائه دهد. (بادین فکر، ۲۲:۱۴۰۲) برای مسلمانان در کشورهای مختلف، این فناوری قادر است با بررسی فرهنگ‌های محلی و جریان‌های فکری رایج، پیام‌هایی مبتنی بر هویت اسلامی، همبستگی دینی، و دغدغه‌های مشترک مانند مسئله فلسطین یا اسلام‌ستیزی در غرب طراحی کند. این محتواها می‌توانند همزمان بر اصول اسلامی و ارزش‌های گفت‌وگو و همزیستی مسالمت‌آمیز تأکید داشته باشند. در مواجهه با مخاطبان غربی، هوش مصنوعی می‌تواند با پردازش زبان طبیعی و تحلیل احساسات، تصورات رایج درباره ایران را در رسانه‌های غربی بررسی کند و پیام‌های اصلاحی، فرهنگی یا انسان‌محور ارائه دهد تا سوءتفاهم‌ها کاهش یابد و درک متقابل تقویت شود. (Ridwan, 2023:164) در ارتباط با کشورهای همسایه، پیام‌های دیپلماسی عمومی می‌توانند بر اشتراکات تاریخی، منافع مشترک منطقه‌ای، و ضرورت همکاری فرهنگی و اقتصادی متمرکز باشند. هوش مصنوعی با تحلیل داده‌های مربوط به تعاملات فرهنگی، تجاری و سیاسی منطقه می‌تواند روایت‌های چندبعدی و متناسب با ذهنیت‌های ملی مختلف خلق کند تا اعتماد و همبستگی منطقه‌ای افزایش یابد. نقش هوش مصنوعی تنها به تولید محتوا محدود نمی‌شود، بلکه در تمام مراحل تحلیل، طراحی، ارزیابی و به‌روزرسانی پیام‌های دیپلماسی عمومی کاربرد دارد. ایران می‌تواند از این ابزار پیشرفته برای ساختن تصویری پویا، متعادل و تأثیرگذار در افکار عمومی جهانی استفاده کند و حضور فرهنگی و سیاسی خود را در عرصه بین‌المللی به‌صورت هوشمندانه‌تری سامان دهد. (محمودی و دیگران، ۱۴۰۳: ۲۵۲)

در اینجای پژوهش کاربست این نگاه بر دیپلماسی عمومی ایران را بررسی خواهیم کرد:

جدول شماره ۳. کاربرد هوش مصنوعی در دیپلماسی عمومی ایران

حوزه کاربرد	نمود عملی	تاثیر بر تصویر ملی
تحلیل داده های کلان	بررسی شبکه های اجتماعی ایرانی و خارجی برای شناخت دیدگاه ها و نگرش ها نسبت به ایران	شناسایی نقاط قوت و ضعف تصویر ملی، امکان واکنش به موقع و هدفمند
تولید محتوای هدف مند	تولید محتواهای فرهنگی و تاریخی به زبان های مختلف برای مخاطبان خارجی	ارتقای شناخت مثبت از فرهنگ و تاریخ ایران، کاهش سوء تفاهم ها
مدیریت تعاملات اجتماعی	پاسخگویی هوشمند و تحلیل رفتار کاربران در شبکه های اجتماعی	تقویت دیپلماسی عمومی فعال و پویا، افزایش تعامل مثبت با مخاطبان خارجی
پیش بینی روندهای جهانی	تحلیل تحولات منطقه ای و بین المللی با الگوریتم های پیش بینی	امکان اتخاذ سیاست های فرهنگی و رسانه ای هدفمند برای ارتقای جایگاه ایران
هماهنگی نهادی و ارکان تصمیم گیری	یکپارچه سازی داده ها میان وزارت خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات و رسانه ها	تصمیم گیری سریع و استراتژیک، مدیریت هماهنگ پیام ها و پروژه های دیپلماسی
شناسایی مخاطب و سفارشی سازی پیام	تحلیل علایق و نیازهای مخاطبان در کشورهای هدف	ارائه پیام های شخصی سازی شده، افزایش تاثیرگذاری و جذابیت پیام های ملی
مبارزه با اخبار نادرست	شناسایی و مقابله با انتشار اطلاعات غلط درباره ایران در فضای مجازی	محافظت از تصویر ملی، کاهش اثرات منفی تبلیغات سوء و تهاجم فرهنگی

منبع: یافته های نگارندگان

نتیجه گیری

هوش مصنوعی به عنوان یک فناوری تحول آفرین، پتانسیل بالایی در بازتعریف و بهبود تصویر ملی ایران دارد. تحلیل داده‌های کلان که یکی از محورهای اصلی توانمندی‌های هوش مصنوعی است، امکان شناسایی نگرش‌ها، دیدگاه‌ها و روندهای اجتماعی را فراهم می‌کند. این قابلیت به سیاست‌گذاران و دیپلمات‌ها اجازه می‌دهد تا نقاط قوت و ضعف تصویر ملی کشور را در سطح داخلی و بین‌المللی شناسایی کرده و اقدامات متناسب را طراحی کنند.

تولید محتوای هدفمند، دومین حوزه‌ای است که هوش مصنوعی در آن نقش برجسته‌ای ایفا می‌کند. با استفاده از الگوریتم‌های پیشرفته، می‌توان پیام‌ها و محتوایی را طراحی کرد که با فرهنگ، ارزش‌ها و نگرش‌های مخاطبان هماهنگ باشد. این امر موجب افزایش تأثیرگذاری پیام‌ها و کاهش سوءتفاهم‌ها می‌شود و در نتیجه تصویر ملی ایران به شکل مثبت‌تری در عرصه جهانی ارائه می‌شود. مدیریت تعاملات اجتماعی از دیگر کارکردهای مهم هوش مصنوعی است. با نظارت و تحلیل رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال، می‌توان روندهای افکار عمومی را پیش‌بینی کرده و واکنش‌های سریع و مناسب نشان داد. این توانایی باعث می‌شود تصویر ملی ایران به شکل فعال و پویا مدیریت شود و فرصت‌های دیپلماسی عمومی بهینه‌تر مورد استفاده قرار گیرد. علاوه بر این، هوش مصنوعی امکان هماهنگی میان نهادهای مختلف دولتی و غیردولتی را فراهم می‌آورد. با یکپارچه‌سازی داده‌ها و تحلیل جامع، تصمیم‌گیری در حوزه دیپلماسی و سیاست‌های فرهنگی دقیق‌تر و مؤثرتر خواهد بود. این هماهنگی نهادی، تصویر ملی را نه تنها به صورت واکنشی بلکه به شکل برنامه‌ریزی‌شده و استراتژیک تقویت می‌کند.

همچنین، استفاده هوش مصنوعی در پیش‌بینی روندهای جهانی و تحلیل رقبا، ابزاری مؤثر برای دیپلماسی هوشمند فراهم می‌آورد. این پیش‌بینی‌ها کمک می‌کند تا ایران بتواند جایگاه خود را در عرصه بین‌المللی بهبود بخشد و با درک صحیح از تحولات جهانی، اقدامات فرهنگی و رسانه‌ای خود را هدفمندتر اجرا کند.

با توجه به این شواهد، می‌توان نتیجه گرفت که فرضیه مطرح‌شده تأیید می‌شود: هوش مصنوعی با بهره‌گیری از تحلیل داده‌های کلان، تولید محتوای هدفمند و مدیریت تعاملات اجتماعی، توانایی مؤثر در بازتعریف و بهبود تصویر ملی ایران دارد. نقش این فناوری در دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای، زمینه‌ساز توسعه راهبردهای نوین برای تقویت جایگاه کشور در سطح بین‌المللی است. در نهایت، استفاده هوشمندانه و اخلاقی از هوش مصنوعی می‌تواند ایران را قادر

سازد تا تصویر ملی خود را نه تنها بهبود بخشد بلکه به صورت فعالانه شکل دهد. با سرمایه‌گذاری در فناوری، آموزش نیروی انسانی متخصص و توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، کشور می‌تواند از ظرفیت‌های هوش مصنوعی در دیپلماسی و تبلیغات فرهنگی بهره کامل ببرد و جایگاه خود را در میان ملت‌های جهان ارتقا دهد.

منابع و مآخذ

فارسی:

- آدمی، علی، قرشی، سید مهدیه (۱۳۹۴)، افول قدرت نرم امریکا؛ شاخص‌ها و مؤلفه‌ها، فصلنامه سیاست جهانی، دوره ۴، شماره ۴، صص ۲۴۰-۲۰۳
- بادین فکر، محمدجواد (۱۴۰۲)، تبارشناسی سیاست‌های فرهنگی در کره جنوبی؛ مرج کره ای به مثابه برند ملی کرده، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، مسلسل ۱۹۸۳۸، کد موضوعی ۲۷۰، صص ۲۵-۱
- بیات، جلیل (۱۴۰۰)، رویکرد باراک اوباما در قبال بحران هسته ای ایران بر اساس نظریه تصویر در روابط بین الملل، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، دوره ۳۸، شماره ۶۸، صص ۲۰۲-۱۷۵
- بیات، جلیل، سجادی‌پور، سید محمد کاظم، جمشیدی، محمدحسین، اسلامی، محسن (۱۳۹۹)، تبیین ماهیت تصویر افکار عمومی آمریکا از ایران بر مبنای نظریه تصویر در روابط بین الملل، فصلنامه مجلس و راهبرد، دوره ۲۸، شماره ۱۰۵، صص ۱۷۸-۱۴۹
- بیدالله خانی، آرش (۱۳۹۸)، برندینگ ملت و تصویرسازی ملی؛ دریچه‌ای میان رشته‌ای برای مطالعات علوم سیاسی و روابط بین الملل، فصلنامه سیاست، دوره ۴۹، شماره ۴، صص ۱۰۲۰-۹۹۹
- تقوی رضائی، فاطمه، سلطانی، فرید، محمد، درزبان رستمی، حسن، حسینی دانا، حمیدرضا، (۱۴۰۲)، دیپلماسی دیجیتال ابزار قدرت‌سازی دولت‌ها باهدف تدوین راهبرد برای جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، دوره ۱۲، شماره ۴۷، صص ۲۶۸-۲۱۹
- جعفری، علی (۱۴۰۱)، رسانه‌ها و تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عرصه بین الملل، فصلنامه دانش سیاسی، دوره ۱۸، شماره ۲، صص ۳۷۶-۳۵۹
- دانش نیا، فرهاد (۱۳۹۲)، قبض و بسط مفهوم قدرت در سامان فکری جوزف نای، فصلنامه جستارهای سیاسی معاصر، دوره ۴، شماره ۳، صص ۸۷-۶۷
- رحمانی، منصور (۱۳۹۴)، دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، دوره، شماره ۱۵، صص ۸۹-۶۳
- شریف زاده، زهرا، امیر کوشش، امیر هوشنگ، حسینی، محمد مهدی (۱۴۰۱)، جایگاه فناوری‌های نوین و هوش مصنوعی در گسترش روابط دیپلماتیک و سیاست خارجی پایدار، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۸، شماره ۱۶، صص ۱۱۰-

صدرپور، سید امیر حسین، جمشیدی، محمد حسین، اسلامی، محسن (۱۳۹۵)، بررسی ساز و کار نوین دیپلماسی عمومی بر مبنای نظریه قدرت نرم جوزف نای، *مطالعات قدرت نرم*، دوره ۶، شماره ۱۴، صص ۱۸۳-۱۶۶

عطار زاده، بهزاد، نقیب زاده، احمد (۱۳۹۵)، امر ایماژینر و سرشت افسون ساز ایدئولوژی، *فصلنامه پژوهشنامه علوم سیاسی*، دوره ۱۱، شماره ۴، صص ۲۰۴-۱۵۳

عیوضی، محمد رحیم، پارسا، مونا (۱۳۹۲)، الگوی تحلیلی قدرت نرم و سیاست بین الملل، *فصلنامه مطالعات قدرت نرم*، دوره ۳، شماره ۹، صص ۱۱۲-۹۹

کرمی، علی، منتقی، افشین (۱۴۰۳)، آسیب شناسی تاثیر هوش مصنوعی بر دیپلماسی عمومی، *پژوهشنامه روابط جهانی*، دوره ۱، شماره ۳، صص ۱۴۶-۸۱

کیریلکینا، اینا، کاروچکین، سرگئی (۱۴۰۳)، تأثیر گسترش هوش مصنوعی بر دیپلماسی نوین کشورهای جهان، *فصلنامه مطالعات کشورها*، دوره ۲، شماره ۴، صص ۵۵۷-۵۳۵

محمودی، امیر رضا، بحر کاظمی، مریم (۱۴۰۳)، هوش مصنوعی و تاثیر آن بر سیاست بین الملل، *فصلنامه راهبرد سیاسی*، دوره ۸، شماره ۲، صص ۲۵۶-۲۳۷

ملایی، اعظم، کافی، مجید (۱۴۰۱)، جایگاه هوش مصنوعی در دیپلماسی؛ ملاحظات برای جمهوری اسلامی ایران، *مطالعات راهبردی*، دوره ۴، شماره ۹۸، صص ۳۳۱-۳۱۱

موسوی، سید صدرالدین (۱۳۹۹)، قدرت هوشمند در اندیشه سیاسی امام خمینی: کاربست نظریه جوزف نای، *فصلنامه مطالعات قدرت نرم*، دوره ۱۰، شماره ۱۵، صص ۳۰۵-۲۷۵.

انگلیسی:

- Bano, M., Chaudhri, Z., & Zowghi, D. (2023). The Role of Generative AI in Global Diplomatic Practices: A Strategic Framework. arXiv.Org, abs/2401.05415. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2401.05415>
- Barberá P. Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization. In: Persily N, Tucker JA, eds. *Social Media and Democracy*. SSRC Anxieties of Democracy. Cambridge University Press; 2020:34-55.
- Chariatte, J., & Ingenhoff, D. (2025). Country reputation. DOCA - Database of Variables for Content Analysis, 1(4). <https://doi.org/10.34778/4k>
- Chen, Z. Ethics and discrimination in artificial intelligence-enabled recruitment practices. *Humanit Soc Sci Commun* 10, 567 (2023). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02079-x>
- Fossatti, F. (2022). Theoretical framework and comparative analysis of Cuba, Venezuela, Russia, Turkey, Egypt, Saudi Arabia, Iran, China. *Revista Euro Latinoamericana de Análisis Social y Político (RELASP)*, 5, 17-31. <https://doi.org/10.35305/rr.vi5.75>
- Nye, J. S. (2021). Soft power: the evolution of a concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196-208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
- Qiang, Z. (2024). Research on the Challenges and Countermeasures of Online Public Opinion under Generative Artificial Intelligence. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 32, 124-127. <https://doi.org/10.54097/gjdm0630>
- Rashica, V. (2018). The Benefits and Risks of Digital Diplomacy. *SEEU Review*, 13(1), 2018. 75-89. <https://doi.org/10.2478/seeur-2018-0008>

- Ridwan, A. (2023). Prophetic Communication in the Era of Artificial Intelligence: Efforts to Convey Comprehensive Islamic Messages. *Diroyah: Jurnal Studi Ilmu Hadis*. <https://doi.org/10.15575/diroyah.v8i1.29382>
- Shafin, A. A., & Ahmed, K. M. (2025). The Language of Influence: Sentiment, Emotion, and Hate Speech in State Sponsored Influence Operations. *arXiv preprint arXiv:2505.07212*.
- VALLE, Vivian Cristina Lima López; FERNÁNDEZ RUIZ, María Guadalupe; BUTTNER, Marcielly. Fake news, influência na formação da opinião pública e impactos sobre a legitimidade da decisão pública. *A&C - Revista de Direito Administrativo & Constitucional*, Belo Horizonte, v. 24, n. 95, p. 73–97, 2024. DOI: 10.21056/aec.v24i95.1898. Disponível em: <https://revistaec.com/index.php/revistaec/article/view/1898>. Acesso em: 16 maio. 2025.
- Yang, L. (n.d.). Exploring Media Framing of the Monkeypox Pandemic in Mainstream and Social Media: A Framing Theory Analysis. 135–149. https://doi.org/10.1007/978-3-031-57867-0_10
- Zhao X, You X, Lin S. China's country image in the eyes of international students from central Asian countries. *Front Psychol*. 2022 Oct 5;13:569789. doi: 10.3389/fpsyg.2022.569789. PMID: 36275248; PMCID: PMC9580366.

سایت های اینترنتی:

جهت مراجعه به نگاه دستگاه سیاستگذاری خارجی به دیپلماسی عمومی به این سایت ها مراجعه فرمایید:

- https://mfa.gov.ir/portal/newsview/714551/%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B4%D8%A7%D8%B1-%D8%AF%D9%88%D9%85%DB%8C%D9%86-%D8%B4%D9%85%D8%A7%D8%B1%D9%87-%D9%85%D8%AC%D9%84%D9%87-%D8%AF%DB%8C%D9%BE%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A8%D9%87-%D9%87%D9%85%D8%AA-%D9%85%D8%B1%DA%A9%D8%B2-%D8%AF%DB%8C%D9%BE%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%B3%DB%8C-%D8%B9%D9%85%D9%88%D9%85%DB%8C-%D9%88%D8%B2%D8%A7%D8%B1%D8%AA-%D8%A7%D9%85%D9%88%D8%B1-%D8%AE%D8%A7%D8%B1%D8%AC%D9%87?utm_source=chatgpt.com
- https://www.sharghdaily.com/%D8%A8%D8%AE%D8%B4-%D8%B1%D9%88%D8%B2%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87-100/956030-%D8%AF%DB%8C%D9%BE%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%B3%DB%8C-%D8%AA%D9%88%DB%8C%DB%8C%D8%AA%D8%B1%DB%8C-%DA%A9%D9%86%D8%B4-%D8%B3%DB%8C%D8%A7%D8%B3%D8%AA-%D8%AE%D8%A7%D8%B1%D8%AC%DB%8C-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86?utm_source=chatgpt.com

جهت مراجعه به تصویر هوش مصنوعی بر تصویر ایران به این سایت مراجعه فرمایید:

- <https://www.cmess.ir/Page/View/2023-09-21/8280>