



Examining the Impact of Social Media on Iran's International Image and Its Utilization for Enhancing Soft Power

Mehryar. Hanafi^{1*} 

¹ Master of Social Communication, Faculty of Culture and Communication, Imam Sadegh University, Tehran, Iran

* Corresponding author email address: mehryar.hanafi@gmail.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Hanafi, M. (2025). Examining the Impact of Social Media on Iran's International Image and Its Utilization for Enhancing Soft Power. *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 4(3), 1-21.



© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The emergence of social media has played an unparalleled role in shaping public opinion, fostering cultural norms, and influencing international relations. These platforms, due to their extensive reach, persuasive power, and ability to simultaneously reflect social realities, have provided an opportunity to highlight the soft power of nations. The objective of this study is to examine the impact of social media on Iran's international image and to elucidate the role of soft power in enhancing Iran's global standing. This research is quantitative in nature and employs a survey method. The statistical population consists of 190 experts and specialists in communications and political science from the University of Tehran, Shahid Beheshti University, and the School of International Relations of the Ministry of Foreign Affairs. Based on Morgan's table, a sample of 44 participants was selected. The data collection tool was a researcher-designed questionnaire, whose validity was confirmed by experts, and reliability was verified using Cronbach's alpha (0.78). The findings indicated a significant and positive relationship between the soft power of the Islamic Republic of Iran and its impact on social media (correlation coefficient = 0.815). Additionally, soft power demonstrated a direct and strong correlation with components such as awareness-raising (0.758), agenda-setting (0.655), opinion expression (0.585), and the creation of national and transnational solidarity (0.805). The results revealed that strengthening soft power in social media facilitates increased public awareness, reinforces national and transnational cohesion, and counters biased narratives. Therefore, policymaking in this domain can contribute to enhancing Iran's international position.

Keywords: *Soft Power, Social Media, International Image, National Cohesion, Awareness-Raising.*

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The advent of social media has revolutionized the way public opinion is shaped, cultural norms are fostered, and international relations are influenced. These platforms, with their extensive reach, persuasive power, and ability to reflect social realities simultaneously, have provided nations with an unprecedented opportunity to highlight their soft power (Elyasi, 2018). Soft power, as opposed to hard power, relies on attraction and persuasion rather than coercion or force, making it a crucial tool in the modern geopolitical landscape (Hosseini & Mobini, 2021). The Islamic Republic of Iran, with its rich cultural and historical heritage, possesses significant potential to leverage social media to enhance its international image and strengthen its soft power (Bafghi, 2018).

The traditional equations of power have shifted with the rise of the internet and digital media, leading to new dynamics in global relations (Abolfathi & Noori, 2019). Social media platforms, in particular, have become powerful tools for shaping public opinion and influencing political, economic, and cultural narratives worldwide (Beigi, 2008). In this context, Iran's ability to utilize social media to project its cultural values, counter biased narratives, and foster national and transnational solidarity is of paramount importance (Hejazi, 2018).

This study aims to examine the impact of social media on Iran's international image and elucidate the role of soft power in enhancing Iran's global standing. By focusing on the perspectives of experts in communications and political science, the research seeks to provide insights into how Iran can strategically use social media to strengthen its soft power and improve its international reputation (Shahramnia et al., 2019).

Methods and Materials

This research employs a quantitative approach, utilizing a survey method to gather data from a sample of 44 experts and specialists in communications and political science from the University of Tehran, Shahid Beheshti University, and the School of International Relations of the Ministry of Foreign Affairs. The sample size was determined using Morgan's table, ensuring a representative subset of the statistical population of 190 individuals.

The data collection tool was a researcher-designed questionnaire, which was validated by experts and tested for reliability using Cronbach's alpha, resulting in a reliability coefficient of 0.78. The questionnaire was divided into sections addressing key variables such as awareness-raising, agenda-setting, opinion expression, and the creation of national and transnational solidarity. Data analysis was conducted using descriptive and inferential statistics, with SPSS software employed for statistical computations. Correlation coefficients, including Spearman, Kendall's Tau-c, and Gamma, were used to assess the relationships between variables.

Findings

The findings of this study reveal a significant and positive relationship between the soft power of the Islamic Republic of Iran and its impact on social media, with a correlation coefficient of 0.815. This indicates that strengthening Iran's soft power through social media can lead to increased public awareness, enhanced national and transnational cohesion, and the ability to counter biased narratives.

The analysis also identified strong correlations between soft power and specific components of social media influence. Awareness-raising showed a correlation coefficient of 0.758, agenda-setting 0.655, opinion expression 0.585, and the creation of national and transnational solidarity 0.805. These

results suggest that social media platforms are effective tools for disseminating information, prioritizing key issues, and fostering unity both within Iran and across international borders.

Furthermore, the study found that the use of social media for political, cultural, and religious propaganda also positively correlates with Iran's soft power, with a correlation coefficient of 0.695. This highlights the potential of social media to serve as a platform for promoting Iran's cultural and ideological values on a global scale.

Discussion and Conclusion

The results of this study underscore the critical role that social media can play in enhancing Iran's soft power and improving its international image. By leveraging the extensive reach and persuasive capabilities of social media platforms, Iran can effectively communicate its cultural values, counter negative narratives, and foster a sense of national and transnational solidarity. The strong correlations between soft power and various components of social media influence, such as awareness-raising, agenda-setting, and opinion expression, suggest that a strategic approach to social media can yield significant benefits for Iran's global standing.

One of the key findings of this research is the importance of awareness-raising in strengthening soft power. By increasing public awareness of Iran's cultural and historical heritage, social media can help to reshape international perceptions and challenge biased narratives. This is particularly important in a global context where media narratives are often dominated by Western perspectives ([Taverner, 2023](#)). The study also highlights the role of social media in agenda-setting, allowing Iran to prioritize issues that align with its national interests and values.

The creation of national and transnational solidarity through social media is another significant finding. By fostering a sense of unity and shared purpose, both within Iran and among the global Iranian diaspora, social media can help to strengthen Iran's internal cohesion and its influence on the international stage. This is particularly relevant in the context of Iran's geopolitical challenges, where maintaining national unity and international support is crucial ([Hejazi, 2018](#)).

In conclusion, this study demonstrates that social media is a powerful tool for enhancing Iran's soft power and improving its international image. By strategically utilizing social media platforms to raise awareness, set agendas, express opinions, and foster solidarity, Iran can effectively project its cultural values and counter negative narratives. The findings of this research provide valuable insights for policymakers and media strategists, highlighting the need for a coordinated and strategic approach to social media in order to maximize its potential for strengthening Iran's global standing.

The study also suggests several practical recommendations for leveraging social media to enhance Iran's soft power. These include developing targeted communication strategies, investing in media literacy and training for social media managers, and promoting the production of culturally relevant content that resonates with both domestic and international audiences. By adopting these strategies, Iran can harness the full potential of social media to strengthen its soft power and improve its international reputation.



بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تصویر بین‌المللی ایران و نحوه استفاده از آن‌ها برای تقویت قدرت نرم

مهريار حنفي^{۱*}

۱. کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق، تهران، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: mehryar.hanafi@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

حنفي، مهريار. (۱۴۰۴). بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تصویر بین‌المللی ایران و نحوه استفاده از آن‌ها برای تقویت قدرت نرم. *مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۴(۳)، ۱-۲۱.



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

ظهور رسانه‌های اجتماعی نقش بی‌بدیلی در شکل‌دهی افکار عمومی، فرهنگ‌سازی و تأثیرگذاری بر روابط بین‌الملل ایفا کرده است. این ابزارها به واسطه دسترسی گسترده، قدرت اقناعی و توانایی بازتاب واقعیت‌های اجتماعی به صورت همزمان، امکان برجسته‌سازی قدرت نرم کشورها را فراهم کرده‌اند. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تصویر بین‌المللی ایران و تبیین نقش قدرت نرم در ارتقاء جایگاه ایران در سطح جهانی است. این تحقیق از نوع کمی بوده و از روش پیمایشی استفاده کرده است. جامعه آماری شامل ۱۹۰ نفر از کارشناسان و متخصصان ارتباطات و علوم سیاسی دانشگاه‌های تهران و شهید بهشتی و همچنین دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه بوده که بر اساس جدول مورگان، نمونه‌ای ۴۴ نفری انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بوده که روایی آن توسط متخصصان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ (۰/۷۸) تأیید شده است. یافته‌ها نشان داد که بین قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (ضریب همبستگی ۰/۸۱۵). همچنین، قدرت نرم با مؤلفه‌هایی نظیر آگاهی‌بخشی (۰/۷۵۸)، برجسته‌سازی (۰/۶۵۵)، بیان عقیده (۰/۵۸۵) و ایجاد همبستگی ملی و فراملی (۰/۸۰۵) رابطه مستقیم و قوی داشته است. نتایج نشان داد با تقویت قدرت نرم در رسانه‌های اجتماعی، امکان افزایش آگاهی عمومی، تقویت همبستگی ملی و فراملی و مقابله با روایت‌های مغرضانه فراهم می‌شود. از این رو، سیاست‌گذاری در این حوزه می‌تواند به تقویت موقعیت بین‌المللی ایران منجر شود.

کلیدواژگان: قدرت نرم، رسانه‌های اجتماعی، تصویر بین‌المللی، همبستگی ملی، آگاهی‌بخشی.

مقدمه

معادلات سنتی که تا پیش از پیدایش اینترنت بر جهان حکمفرما بودند امروزه با ظهور این فن‌آوری جای خود را به معادلات نوینی دادند و این معادلات به نوبه‌ی خود باعث تغییرات در سطح انواع مناسبات جهانی شده است. رسانه‌ها و به خصوص فضای مجازی از قبیل شبکه‌های اجتماعی از وسایل و ابزار تغییر مناسبات در عصر حاضر است. قدرت رسانه و تأثیرگذاری فضای مجازی بر انواع مسائل سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در جوامع موجود بر همگان واضح و مبرهن است و در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی موجبات تغییر در بسیاری از مولفه‌های قدرت را هم فراهم نموده است (Abolfathi & Noori, 2019). بر کسی پوشیده نیست که با جهانی شدن فرهنگ، پیشرفت روزافزون ارتباطات و گسترش اطلاعات در سطح جهانی قدرت نرم از اهمیت بیشتری برخوردار شده و مورد توجه صاحب نظران قرار گرفته شده است (Elyasi, 2018). شیوه تأثیرگذاری در قدرت نرم بسیار خاص است و بدون استفاده از اجبار و تطمیع از شیوه‌های جذب و اقناع بهره می‌برد (Hosseini & Mobini, 2021). امروزه قدرت‌های سنتی پیشین جای خود را به قدرت نرم در شبکه‌های اجتماعی داده‌اند، شبکه‌های اجتماعی در زمینه‌های بسیار متنوع سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در حال شکل‌دهی به افکار عمومی در سراسر جهان هستند (بافقی، ۱۳۹۷). از این رو تحقیق حاضر به دلیل ارجحیت این مسئله در سطح کلان و جهانی و همچنین در لایه‌های یک جامعه و میزان تأثیرگذاری عمیق این برآیند استراتژیک، بر آن شده است تا کاربرد ویژگی‌های این قدرت را در شبکه‌های اجتماعی از نگاه مطلعین کلیدی (کارشناسان ارتباطات و علوم سیاسی) مورد مطالعه و واکاوی قرار دهد. از آن منظر که امروزه استفاده از این ابزار قدرت در سطح جوامع بین الملل بسیار پر کاربرد گردیده است و هر روز ابعاد جدیدی از آن مشخص و مورد بهره برداری کشورهای توسعه یافته برای نفوذ در سایر کشورها بخصوص کشورهای در حال توسعه از آن جمله کشور خودمان را می‌توان نام برد قرار می‌گیرد (Beigi, 2008). برای جلو بردن مقاصد خودشان با کمترین هزینه و بیشترین منفعت، بازنگری در استفاده از این قدرت پیرامون شرایط و پتانسیل‌های موجود جامعه کنونی خویش در راستای بازسازی و تقویت آن ارجحیت می‌یابد، بدان روی که برای پیشبرد اهداف کشور استفاده از این قدرت و توجه به آن و همچنین شناخت کامل آن و راه‌های مقابله و تأثیرگذاران از طریق آن برای جامعه در حال گذار ما بسیار می‌تواند مثمره ثمر واقع گردد که بنظر می‌رسد از آن با تمام فرصت‌ها و پتانسیل‌های استفاده نگردیده است و لازم می‌گردد برای مقابله با فضای موجود در سطح جهانی این قدرت تقویت شایسته‌تری یابد، در همین راستا باید اشاره داشت که پیشرفت و حرکت در مسیر توسعه یکی از رویکردهای مهم رسانه‌ای در قرن بیست و یکم به حساب می‌آید که بخش مهمی از آن مربوط به حوزه رسانه‌های دیجیتال می‌شود. رسانه دیجیتال با برخورداری از فضای سایبری از این امکان برخوردار است تا بی‌شماری از مخاطبان را به سوی خود جلب نماید. این در حالی است که در رسانه‌های مکتوب به علت محدودیت در تیراژ با تعداد خاصی از افراد جامعه ارتباط برقرار می‌شود و با توجه به شرایط موجود تأثیرگذاری کمتری را روی مخاطبان خود می‌گذارند هر چند که نمی‌توان روی شعاع عمل این دست از رسانه‌ها چشم بست و حقیقت تأثیرگذاری آن‌ها را نادیده گرفت. از آنجایی که فضای مجازی به عنوان یکی از ابزارهای قدرت مجازی به حساب آمده بنابر این رسانه‌های مکتوب در کنار مجموعه فعالیت‌های خود اقدام به راه اندازی سایت‌های خبری نموده‌اند تا بتوانند در تمام ابعاد نگرش ویژه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی خود را القا نموده و در این زمینه از تمام ظرفیت‌های موجود بهره ببرند. بررسی‌های صورت گرفته در فضای سایبری حکایت از آن دارد که قدرت‌های برتر رسانه‌ای در جهان با برخورداری از پشتوانه‌های مالی نامحدود استفاده بیش از پیش از این فضای باز برآمده‌اند و در آن انواع اقدامات را برای تخریب یا شکل‌دهی جریانی خاص طرح‌ریزی نموده‌اند. رسانه‌های اجتماعی امروزه به یکی از قدرتمندترین ابزارها برای تأثیرگذاری بر ذهنیت عمومی تبدیل شده‌اند. این پلتفرم‌ها امکان گسترش پیام‌ها، ایجاد ارتباطات چندجانبه و تقویت قدرت نرم کشورها را فراهم می‌آورند. در حالی که بسیاری از قدرت‌های جهانی از این ابزارها برای شکل‌دهی به

سیاست‌های داخلی و خارجی استفاده می‌کنند، کشورهای در حال توسعه نیز در صدد بهره‌برداری هدفمند از این قابلیت‌ها هستند. جمهوری اسلامی ایران با برخورداری از ویژگی‌های فرهنگی و تاریخی منحصربه‌فرد، پتانسیل بالایی برای بهره‌برداری از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور ارتقای تصویر بین‌المللی خود دارد. این تحقیق در تلاش است تا نقش قدرت نرم ایران در رسانه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار داده و راهکارهایی برای تقویت این قابلیت‌ها ارائه دهد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

همواره بحث جامعه اطلاعاتی با بحث‌های جامعه فوق مدرن جامعه پست مدرن و جامعه فراصنعتی قرین بوده و با توجه به رشد تکنولوژی ارتباطات و نیز اهمیت و ارزش اطلاعات ابعاد این بحث روز بروز گسترده تر و جدی تر شده است (Beigdelou & Moradian, 2020). اطلاعات را می‌توان از افق‌ها و منظرهای متفاوتی مورد مطالعه قرار داد و طبیعی است که تعریف ما از جامعه اطلاعات وابسته به موقعیت ما و افق دیدمان متفاوت است. یک نوع نگرش به جامعه اطلاعات نگرش سیاسی است. بدین مفهوم که جامعه اطلاعات را از نظر رابطه قدرت و ساختار قدرت مورد مطالعه قرار دهیم. در این روش می‌توان از سه نوع جامعه نام برد: جامعه توده‌وار، جامعه مدنی و جامعه اطلاعات. در جامعه توده وار ارتباطات کاملاً یکسویه است و ساختار قدرت در این جوامع بسوی تمرکز قدرت، یکدستی و یکسانی محصولات و ایده‌ها تمایل دارد (Jamalzadeh, 2021). مهمترین ویژگی جامعه توده وار کانالیزه شدن و یکسویه شدن جریان اطلاعات از بالا به پائین است. در جامعه مدنی ساختار قدرت به سمت عدم تمرکز و توزیع قدرت تمایل دارد. جامعه مدنی جامعه‌ای نقاد است و ابزار انتقال نقد در جامعه مدنی رسانه است (Jafari Panah & Mir Ahmadi, 2022)، شاید این ویژگی یعنی علاقه جامعه مدنی به نقادی و محدودیت‌های تکنولوژیک و ساختاری مهمترین دلیل گرایش رسانه ها و نهادهای جامعه مدنی به جامعه اطلاعات است (Hosseini & Mobini, 2021).

اگرچه جامعه اطلاعات هنوز بطور جدی شکل نگرفته ولی می‌توان یکی از مهمترین ویژگی‌های آن را ارتباط دیالوگ جریان اطلاعات دانست در جامعه اطلاعات مهمترین ابزار انتقال اطلاعات اینترنت است. کاربران اینترنت علاوه بر خواندن و دیدن و شنیدن می‌توانند بلافاصله نقد نموده و دیدگاه‌هایشان را منتشر نمایند (Hosseini & Jomehzadeh, 2022). در جامعه اطلاعات ویژگی فاشیستی رسانه‌هایی مثل رادیو و تلویزیون کم رنگ شده و جنبه‌های دموکراتیک رسانه اینترنت پررنگ تر شده است. طبیعتاً ساختار قدرت سیاسی نیز تحت تأثیر این رسانه قرار خواهد گرفت (Hejazi, 2018). می‌توان پیش‌بینی کرد که در جامعه اطلاعاتی نیازی به نمایندگی برای انتخابات نیست و هرکس می‌تواند از طریق رای دادن در رای گیری اینترنتی شرکت نموده و مستقیماً نظرش را بیان نماید به بیان بهتر، فردیت انسان در جامعه اطلاعاتی کاملتر می‌شود و آرمان دموکراسی برای بشر رادیکال‌تر خواهد شد (Modirian, 2018). وب سایت‌ها و ابزارهای دنیای مجازی که روزگاری موضوعی جدید و حاشیه‌ای محسوب می‌شدند حال به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده‌اند. این ابزارها که تحولات شبکه‌های ارتباطی در گسترش آن‌ها نقش داشته‌اند این روزها از طریق اینترنت همراه هم به سادگی قابل دسترس هستند. به گروهی از رسانه‌های آنلاین که در این فضای جدید متولد شده‌اند عنوان رسانه‌های اجتماعی داده شده است. رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در هفت گروه دسته‌بندی کرد. شبکه‌های اجتماعی، پادکست‌ها فروم‌ها کامیونیتی‌های محتوایی و میکرو بلاگ‌ها شش نوع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. علاوه بر این‌ها برخی سایت‌های «دنیای مجازی» از قبیل سکند لایف^۱ را هم گونه دیگری از رسانه‌های اجتماعی می‌دانند که در سال‌های آینده گسترش بیشتری خواهند داشت (Mah Pishinan, 2021). این شبکه‌ها به اعضایشان اجازه ساخت صفحات شخصی و برقراری ارتباط و شبکه سازی با دوستان آنلاین را می‌دهند. فروم‌ها^۲ که از دوران پیش از تولد مفهوم رسانه‌های اجتماعی فعالیت می‌کردند. فضایی برای طرح بحث و گفتگو در موضوعات مختلف محسوب

¹ Second Life

² Forums

می‌شوند. کامیونیتی‌های محتوایی^۱ امکان مدیریت و به اشتراک‌گذاری نوع خاصی از محتوا از قبیل عکس، فایل‌های ویدئویی، متن یا لینک را فراهم می‌کنند (Rafi & Nikraves, 2021).

ایکس یا توئیتر^۲، ردز^۳ که تلفیقی از شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌های کوچک هستند. با محتواهای کوتاه کاربران به روز می‌شوند. کاربران اینترنتی از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پروفایل‌ها و صفحات شخصی برای خودشان بسازند (Sorin & Tankard, 2018). شبکه‌های اجتماعی از زنجیره به هم پیوسته‌ای از پروفایل‌ها تشکیل شده‌اند اعضا و می‌توانند در این محیط با دوستانشان در ارتباط باشند. کاربران می‌توانند دوستان و آشنایان قدیمیشان را در شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس بوک و توئیتر بیابند، دوستان جدیدی پیدا کنند و همچنین دوستان خارج از این فضا را به برای پیوستن به شبکه‌های اجتماعی دعوت کنند (Hoyf, 2023).

مفهوم قدرت نرم مقابل مفهوم قدرت سخت قرار دارد. در میان اندیشمندان حوزه قدرت و امنیت ملی، جوزف نای^۴، به عنوان بنیانگذار مفهوم جنگ نرم شهرت یافته است. او قدرت نرم را شیوه‌ای برای رسیدن به نتایج دلخواه، بدون تهدید و تشویق آشکار و ملموس می‌داند. بر این پایه یک کشور و حاکمیت می‌تواند به مقاصد مورد نظر خود برسد چون کشورهای دیگر ارزش‌های آن را می‌پذیرند و تحت تاثیر پیشرفت و اندیشه آن قرار گیرند (Radadi, 2019) و در نتیجه خواهان پیروی از آن می‌شوند. در این مفهوم مهم‌ترین مسئله، تنظیم دستور العملی برای جذب دیگران است. بنابر این قدرت نرم، کسب آنچه می‌خواهید از طریق جذب کردن نه از طریق اجبار و یا پاداش است. با توجه به آنچه در مورد قدرت نرم گفته شد می‌توان نتیجه گرفت که منازعه نرم^۵ به شیوه‌ای اطلاق می‌گردد که بر اساس قواعد آن، قلب و مغز مردم کشور هدف به تصرف نیروی مقابل در می‌آید و آن گاه کسانی که قلب و مغزشان تسخیر شد در راستای اهداف دشمن خود عمل خواهند کرد (Elyasi, 2018). در حقیقت محیط اطلاعاتی جهان کاملاً از سوی ملت‌های غربی مخصوصاً آمریکا ساخته می‌شود. اخبار، فیلم‌ها، موسیقی محتوای مطالب آموزشی و انتشار کتاب دقیقاً نشانگر یک خیابان یکطرفه است. حتی تحلیل‌گران غیر رادیکال نیز می‌پذیرند که وابستگی رسانه‌ای در تشکیل جریان بین‌المللی، ارتباطات، کاملاً مشهود است. جالب توجه است که در اروپا یک نگرانی بسیار جدی در رابطه با سلطه فرهنگی وجود دارد. بحث شکاف دیجیتالی دسترسی برابر، تنوع فرهنگی و ملهم از نظریات انتقادی این دانشمندان است (Taverner, 2023). رسانه‌ها قدرت زیادی دارند تا آنجا که می‌توانند شما را جادو کنند و سرشته افکارتان را در دست بگیرند. اما اگر به آن‌ها علاقه‌ای نداشته باشید اگر نتوانند شما را جادو کنند و اگر نتوانند در عقایدتان تغییری ایجاد کنند، باز هم می‌توانند دست و پایتان را ببندند و به سکوت و ادارتان کنند (Selgi, 2022). نظریه مارپیچ سکوت چنین ادعایی دارد و می‌گوید حاکمان رسانه‌ها با حذف تدریجی مخالفان خود می‌توانند هر روز تعداد بیشتری را به خاموشان جامعه اضافه کنند. در این فرایند مردم بیشتر به آن چه دیگران به صورت عمومی بیان می‌کنند، اتکا و اعتماد می‌کنند تا به آن چه واقعاً فکر می‌کنند. نقش رسانه‌های جمعی مهم است زیرا مرجعی هستند که افراد به آن‌ها نظر دارند تا توزیع افکار عمومی را پیدا کنند (Samiei Esfahani & Fathi Mozaffari, 2021). براساس این نظریه، تمایل به اظهار نظر توسط افراد تحت تأثیر تصورات آن‌ها از فضای عقیده است. چنانچه رسانه‌ها با توجه به سه ویژگی تراکم همه جایی بودن و هم صدایی فضای فکری جامعه را در اختیار بگیرند و عقایدی را به عنوان عقاید اکثریت توزیع و منتشر کنند افراد مخالف و در اقلیت را به خاطر ترس از انزوا وادار به سکوت و کناره‌گیری میکنند و افکار و عقایدی همسان و مشابه را بر جامعه حاکم می‌سازند (Golshanpajouh, 2019).

¹ Content Communities

² X

³ Tereds

⁴ Nai

⁵ Soft Conflict

قدرت نرم در واقع در برابر قدرت سخت معنا پیدا می‌کند تاکید بر قدرت نرم با پیدایش و پرورش آن دسته از نظریه‌های روابط بین‌الملل که از تئوریهای کلاسیک این حوزه فاصله می‌گرفتند ملازمت پیدا کرد. رهیافتهای نئورئالیستی بر قابلیت‌های قدرت سخت دولت‌ها به ویژه توانمندیهای نظامی و رشد اقتصادی آن‌ها تاکید داشتند. در مقابل این نظریات رهیافتهای نهادگرایی لیبرال بر جنبه‌های قدرت نرم شامل جاذبه فرهنگی، ایدئولوژی و نهادهای بین‌المللی به عنوان منابع اصلی تاکید کرده‌اند (Connor, 2017). نئورئالیسم و نهادگرایی لیبرال فهم متفاوتی از قدرت دارند. نئورئالیسم بر ظرفیت دولت‌ها برای اعمال نفوذ بر دیگران برای آن که مطابق با آنچه که او می‌خواهد رفتار کنند، تاکید دارد. در حالی که هدف نهادگرایی لیبرال فراهم کردن شرایطی است که طبق آن دیگران آنچه را که شما می‌خواهید بخواهند (Taverner, 2023).

مفاهیم قدرت سخت و نرم می‌تواند به عنوان دو قطب از یک زنجیره قدرت مورد توجه قرار گیرد آن‌ها همچنین بر وجود ایده‌ها فعل و انفعالات و نهادهای متفاوت برای سیاست خارجی در حوزه‌های سیاست، امنیت و اقتصاد دلالت دارند (Krige, 2020). استراتژی‌های معطوف به قدرت سخت به لحاظ آرمانی در راستای پیشبرد منافع ملی بر مداخله نظامی دیپلماسی قهری و تحریم‌های اقتصادی تمرکز دارند که به اتخاذ سیاست‌های تقابلی با کشورهای همسایه منجر می‌شوند. در مقابل، استراتژی‌های معطوف به قدرت نرم در راستای نیل به راه‌حل‌های مشترک بر ارزش‌های سیاسی مشترک، ابزارهای مسالمت آمیز جهت مدیریت مناقشات و همکاری اقتصادی تاکید دارند (Layne, 2022). قدرت نرم که بیشتر ناظر بر ابعاد فرهنگی روانی و اطلاعاتی است تعبیری که رهبر انقلاب از این نوع قدرت داشته اند اصطلاح استعمار نو بوده است. در این نوع قدرت به جای تصرف و تسلط سرزمین‌ها و یا دولت‌ها، تصرف ذهن‌ها و قلب‌ها مد نظر قرار می‌گیرد و از این طریق یعنی با تسلط بر ذهن و قلب افراد یک جامعه می‌توان آنان را به اقناع رساند به سادگی روشن است که ابزارهای رسیدن به چنین هدفی در اولویت اول رسانه‌های فرهنگی و اطلاعاتی است (Hosseini, 2019). نکته مهم این است که در مقابل قدرت سخت و نیمه سخت میتوان صلابت به خرج داد و مقابله به مثل کرد. اما در فرایند قدرت نرم از آنجا که فعالیت‌ها و عملکردهای آن به صورت غیر مستقیم و ناملموس است، انسان بدون آن که بداند تحت تأثیر قرار گرفته و به اصطلاح دچار «استحاله» شده و به عنصری در اختیار بیگانه تبدیل می‌شود (Nye, 2020).

در ایران سرچشمه، عمده قدرت نرم، از ایمان به جمهوری اسلامی و ارزش‌های مسلط در جامعه نشأت می‌گیرد. در این راستا می‌توان در توسعه قدرت نرم از بزرگترین انقلابی که در قرن بیستم با تکیه بر استراتژی فرهنگی یا به عبارت دیگر قدرت نرم رخ داد، یعنی انقلاب اسلامی یاد کرد. ماروین زونیس، رئیس انستیتو خاور نزدیک در دانشگاه شیکاگو اعتقاد دارد پیام ایران چه موقعی که عجیب و شگفت به نظر می‌آید و چه بعدها که از زیاد شنیدن عادی و روزمره جلوه کند به نظر من قویترین و نافذترین جهان بینی سیاسی است که ما در قرن بیستم، از انقلاب روسیه به این طرف، با آن مواجه گشته‌ایم. اگر انقلاب روسیه را دنباله حوادث قرن ۱۹ و متعلق به آن قرن بدانیم می‌توانیم ادعا کنیم که در قرن ما یک انقلاب اتفاق افتاده است و آن هم همین انقلاب ایران است. این پیام پرقدرت زمانی طولانی باقی خواهد بود و فرقی نمی‌کند (Bafghi, 2018) بدون تردید منابع قدرت نرم در ایران اسلامی فراوان و قابل بهره برداری است که از مهمترین آن‌ها می‌توان ارزش‌های دینی قدرت سیاسی و دیپلماسی، مردم و انسجام و همبستگی آن‌ها را محور قرار داد. این موضوع از آن جهت دارای اهمیت است که شرایط برای اعمال قدرت نرم طی سال‌های اخیر دچار تحولات چشمگیری شده است. انقلاب اطلاعات و جهانی شدن در حال تغییر دادن و کوچک کردن جهان هستند. در آغاز قرن بیست و یکم، این دو وجه اگرچه موجب تقویت قدرت آمریکا شده‌اند، اما به مرور زمان فن‌آوری‌ها به کشورهای دیگر نیز خواهد رسید و برتری نسبی آمریکا را با رکود مواجه خواهد کرد. به بیان دیگر قدرت نرم فقط ابزار غرب نیست بلکه سلاحی پایدار و مناسب برای رقیبان غرب نیز است (Taverner, 2023). به عنوان مثال در یک نگاه کلی میتوان از منابع و ابزارهای زیر به عنوان منابع قدرت نرم با نشانگاه جمهوری اسلامی ایران نام برد: (۱) مشروعیت سیاسی که خود شامل محورهایی همچون کارآمدی، مقبولیت و اعتماد ملی است

(۲) ارزش‌های فرهنگی و ایدئولوژیک که چارچوبه‌هایی همچون تمدن کهن تولید علم و هنر و همچنین ایدئولوژی تشیع را دربر می‌گیرد. (۳) اعتبار و حسن شهرت که عمدتاً به وجهه و تصویر نظام در عرصه روابط بین الملل ارتباط می‌یابد (۴) انسجام سیاسی اجتماعی که حول دو محور وحدت و وفاق ملی و همچنین اعتماد به نفس ملی قابل بررسی و تحلیل است (Beigdelou & Moradian, 2020). شناخت و به کار بستن منابع نرم افزاری قدرت خود در سایر کشورها و جوامع با توجه به زمینه‌های فرهنگی و عقیدتی سیاسی و اجتماعی هر یک از کشورهای هدف است (Shahramnia et al., 2019). پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی و پایان جنگ سرد همچنین با پیشرفتهای ایران در زمینه‌های مختلف علمی به ویژه انرژی هسته‌ای و نقش تعیین کننده و تأثیرگذار آن در معادلات بین المللی و ناتوانی آمریکا برای یورش نظامی به واسطه در اختیار داشتن ایران از ویژگی‌ها و ظرفیت‌هایی چون وسعت سرزمینی، کمیت جمعیتی، کیفیت نیروی انسانی امکانات نظامی و موقعیت ژئوپولیتیکی که به آن قدرت کم نظیر بخشیده است، باعث شده است تا آمریکا چاره‌ای جز شدت بخشیدن به عملیات روانی خود علیه ایران پیدا نکند. با این تفاسیر باید گفت جنگ نرم آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران که از فردای پیروزی انقلاب اسلامی آغاز شد، از یک سو بدلیل ناکام بودن در اعمال نظام تک قطبی از طریق سیاسی و اقتصادی و از سوی دیگر به واسطه رشد و پیشرفت و توسعه پایدار ایران و حرکت به سمت یک کشور قدرتمند و به خصوص نقش تعیین کننده آن در عرصه روابط بین الملل شدت روزافزونی پیدا کرد تا آنجا که مطالعه دقیق دکترین امنیت ملی آمریکا به عنوان سندی معتبر و اجرایی در سطوح عالی آمریکا مبین راهکار آمریکا در برخورد‌های نرم افزاری با کشور قدرتمند جمهوری اسلامی ایران است که نشان دهنده عدم توانایی مقابله آمریکا با ایران و تلاش برای تضعیف ایران از طریق تهدیدات نرم است (Hejazi, 2018). بنابراین پیگیری جنگ یا قدرت نرم با استفاده از سه تاکتیک دکترین مهار، نبرد رسانه‌ای و ساماندهی نافرمانی مدنی که به پروژه دلتا معروف است (Mah Pishinan, 2021). بر اساس نظریات قدرت نرم، این ابزار به جای استفاده از فشار یا اجبار، بر جذب و اقناع تأکید دارد. رسانه‌های اجتماعی با توانایی انتقال سریع اطلاعات، ایجاد ارتباطات بین فرهنگی و تقویت ارزش‌های مشترک، می‌توانند بستری مناسب برای تحقق اهداف قدرت نرم فراهم کنند. بنابراین، جمهوری اسلامی ایران می‌تواند با بهره‌گیری از این پلتفرم‌ها، به گسترش ارزش‌های فرهنگی و تقویت هویت ملی و دینی خود بپردازد.

روش شناسی

با توجه به ماهیت تحقیق روش تحقیق کمی و از روش پیمایش و ابزار پرسشنامه استفاده می‌شود. روش تحقیق پیمایشی به معنای فن خاصی برای جمع آوری اطلاعات نیست با این وجود که پرسشنامه در این روش کاربرد گسترده‌ای دارد اما برای جمع آوری اطلاعات می‌توان از فنون دیگر استفاده کرد. پیمایش، مجموعه‌ای از روش‌های منظم و استاندارد است که برای جمع‌آوری اطلاعات درباره افراد، خانواده‌ها و یا مجموعه‌های بزرگتر مورد استفاده قرار می‌گیرد و همچنین روشی برای بدست آوردن اطلاعاتی درباره‌ی دیدگاه‌ها، باورها، نظرات، رفتارها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه آماری از راه انجام تحقیق است. این روش احتمالاً بهترین روش موجود برای آن دسته از پژوهندگان اجتماعی است که علاقه مند به جمع آوری داده‌های اصلی برای توصیف جمعیت‌های بزرگ هستند که نمی‌توان بطور مستقیم آن‌ها را مشاهده کرد. با نمونه‌گیری احتمالی دقیق می‌توان گروهی از پاسخگویان را فراهم کرد که ویژگی‌های آنان منعکس کننده ویژگی‌های جمعیت بزرگتر باشد هم چنین این روش وسیله خوبی برای سنجش نگرش‌ها و جهت‌گیری‌ها است. می‌توان از پیمایش‌ها برای هدف‌های توصیفی و اکتشافی استفاده کرد.

جامعه آماری این تحقیق کلیه مطلعین کلیدی (اساتید و کارشناسان رشته‌های ارتباطات و علوم سیاسی و ارتباطات بین الملل (دانشکده‌های مذکور در دانشگاه) تهران، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده روابط بین الملل وزارت امور خارجه و دانشگاه علامه طباطبایی که ۱۹۰ نفر هستند که در زمان تحقیق حضور داشته و تمایل به همکاری از خویش نشان داده اند، می‌باشند. در این تحقیق شیوه نمونه گیری

تصادفی و حجم نمونه نیز بر اساس جدول مورگان ۴۴ نفر می‌باشد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بوده که در دو بخش دموگرافی فردی برای شش متغیر آگاهی بخشی، برجسته سازی، همبستگی ملی و فراملی، حمایت از هنجارها و تبلیغات سیاسی، فرهنگی و مذهبی تنظیم گردید و سوالات مربوط در مقیاس ۵ ارزشی لیکرت (از خیلی کم تا خیلی زیاد می‌باشد و به منظور بررسی نمرات ابتدا فراوانی پاسخهای داده شده به هر یک از سوالات در ضریب مورد نظر) خیلی زیاد ۵، زیاد ۴، متوسط ۳، کم ۲، خیلی کم (۱) ضرب شده، سپس برای هر سوال یک نمره محاسبه شده است که با توجه به تعداد سوالات مرتبط با فرضیه‌های تحقیق نمرات با هم جمع و پس از آن سایر شاخص‌های آماری محاسبه گردیده است و همچنین روایی آن از نوع محتوا می‌باشد که توسط اساتید و متخصصان مورد تایید قرار گرفته است که دال بر روایی آن می‌باشد. و همچنین پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۷۸ بدست آمده و از آنجا که آلفای کرونباخ قابل قبول بالای ۰/۷۸ می‌باشد. بنابراین می‌توان پرسشنامه را از اعتبار کافی برخوردار دانست، همچنین استفاده از آمار توصیفی و استنباطی مناسب و نرم افزار spss به منظور تحلیل داده‌ها نیز بهره برده شده است. و همچنین ضریب گاما برای نشان دادن رابطه بین دو متغیر رتبه‌ای استفاده می‌شود که از طریق آن می‌توان اقدام به پیش بینی یک متغیر وابسته از روی یک متغیر مستقل نمود.

با استفاده از ضریب گاما می‌توان میزان کاهش خطا در پیش بینی متغیر وابسته را آزمون نمود. ضریب گاما براساس تعداد جفت‌های هماهنگ و ناهماهنگ (معکوس) محاسبه می‌شود. ضریب همبستگی گاما متقارن است و مقدار آن بین +۱ و -۱ قرار دارد و مشابه با ضریب همبستگی پیرسون تفسیر می‌شود. در ادامه از ضریب همبستگی رتبه‌ای کندال c یا tau- c زمانی استفاده می‌شود که متغیرهای مورد مطالعه در سطح رتبه‌ای اندازه گیری شده و جدول داده‌های مربوط به آن‌ها مستطیل شکل باشد. اما در محاسبات خود زوج‌های گره خورده (زوج‌هایی که رتبه آن‌ها برابر است) را نادیده می‌گیرد. ضریب همبستگی رتبه‌ای کندال c متقارن است و مقدار آن بین +۱ و -۱ قرار دارد و مشابه با ضریب همبستگی پیرسون تفسیر می‌شود.

یافته‌ها

نتایج این پژوهش نشان داد که رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری کلیدی در تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و بهبود تصویر بین‌المللی آن عمل می‌کنند. بر اساس تحلیل‌های آماری، رابطه مثبت و معناداری بین قدرت نرم ایران و مؤلفه‌هایی نظیر آگاهی بخشی، ضریب اسپیرمن ۰/۷۵۸، برجسته‌سازی ۰/۶۵۵، بیان عقیده ۰/۵۸۵ و همبستگی ملی و فراملی ۰/۸۰۵ شناسایی شد. ضرایب همبستگی بالا در آزمون‌های اسپیرمن، کندال Tau-c و گاما (با سطوح معناداری کمتر از ۰/۰۱) نه تنها پایایی روابط را تأیید کرد، بلکه نشان داد تقویت قدرت نرم در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش شناخت جهانی از ارزش‌های فرهنگی ایران، مقابله با روایت‌های مغرضانه و تقویت همگرایی داخلی و بین‌المللی منجر شود. این یافته‌ها بر ضرورت تدوین استراتژی‌های هدفمند در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای برای بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های فضای مجازی تأکید می‌کند.

جدول ۱ نتایج آزمون‌های اسپیرمن، کندال Tau-c و گاما را برای فرضیه اصلی نشان می‌دهد. بر این اساس، ضریب اسپیرمن ۰/۸۱۵، کندال ۰/۷۹۲ و گاما ۰/۸۵۶ همگی با سطح معناداری ۰/۰۰۱ رابطه مثبت و قوی بین قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی را تأیید می‌کنند. این مقادیر نشان می‌دهد که تقویت قدرت نرم، تأثیرپذیری رسانه‌های اجتماعی را در ابعاد استراتژیک به‌طور معناداری افزایش می‌دهد.

جدول ۱

نتایج آزمون‌های همبستگی برای فرضیه اصلی

آزمون	ضریب همبستگی	سطح معناداری
اسپیرمن	۰/۸۱۵	۰/۰۰۱
کندال-Tau-c	۰/۷۹۲	۰/۰۰۱
گاما	۰/۸۵۶	۰/۰۰۱

در فرضیه‌های فرعی، نتایج آزمون‌ها در جدول ۲ خلاصه شده است. برای مؤلفه آگاهی‌بخشی، کندال ۰/۷۳۴ و گاما ۰/۷۶۹، و برای برجسته‌سازی، کندال ۰/۶۲۱ و گاما ۰/۶۸۵ محاسبه شد. این مقادیر با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ تأثیر مستقیم قدرت نرم بر افزایش نقش رسانه‌ها در انتقال اطلاعات و اولویت‌دهی به موضوعات کلیدی را تأیید می‌کنند.

جدول ۲

نتایج آزمون‌های همبستگی برای فرضیه‌های فرعی

مؤلفه	آزمون	ضریب همبستگی	سطح معناداری
آگاهی‌بخشی	کندال-Tau-c	۰/۷۳۴	۰/۰۰۱
آگاهی‌بخشی	گاما	۰/۷۶۹	۰/۰۰۱
برجسته‌سازی	کندال-Tau-c	۰/۶۲۱	۰/۰۰۱
برجسته‌سازی	گاما	۰/۶۸۵	۰/۰۰۱
بیان عقیده	کندال-Tau-c	۰/۵۸۲	۰/۰۰۱
بیان عقیده	گاما	۰/۶۹۵	۰/۰۰۱
همبستگی ملی/فراملی	کندال-Tau-c	۰/۷۹۰	۰/۰۰۱
همبستگی ملی/فراملی	گاما	۰/۸۷۲	۰/۰۰۱

نتایج کندال و گاما برای مؤلفه «همبستگی ملی و فراملی» به ترتیب ۰/۷۹۰ و ۰/۸۷۲، بالاترین سطح همبستگی را نشان می‌دهند. این یافته‌ها حاکی از آن است که قدرت نرم نه تنها بر ابعاد داخلی، بلکه بر تعاملات فراملی از طریق رسانه‌های اجتماعی تأثیرگذار است. همچنین، نتایج آزمون‌ها تأیید می‌کند که رابطه بین متغیرها در ساختار رتبه‌ای و ترتیبی نیز از ثبات بالایی برخوردار است. فرضیه اصلی: بین قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۳

ضریب همبستگی بین قدرت نرم و تأثیر در شبکه‌های اجتماعی

			قدرت نرم	شبکه
Spearman's rho	قدرت	Correlation Coefficient	1.000	.815**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	42	42
شبکه		Correlation Coefficient	.815**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	42	42

با توجه به جدول ۳ و ملاحظه ضریب همبستگی برای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر در شبکه‌های اجتماعی به مقدار ۰/۸۱۵ و همچنین با در نظر گرفتن مقدار سطح معناداری صفر که از میزان خطای در نظر گرفته شده ۰/۰۱ کوچکتر می‌باشد، بنابراین می‌توان با اطمینان ۹۹٪ گفت که بین قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی رابطه همسو وجود دارند و با تقویت قدرت نرم تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد.

فرضیه اول: قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با آگاهی بخشی رابطه دارد.

جدول ۴

ضریب همبستگی بین قدرت نرم و آگاهی بخشی در شبکه‌های اجتماعی

			قدرت نرم	آگاهی
Spearman's rho	قدرت نرم	Correlation Coefficient	1.000	.758**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	42	42
آگاهی بخشی		Correlation Coefficient	.758**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	42	42

با توجه به جدول ضریب همبستگی به دست آمده برای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و آگاهی بخشی در شبکه‌های اجتماعی به مقدار ۰/۷۵۸ و سطح معناداری صفر که از میزان خطای در نظر گرفته شده ۰/۰۱ کمتر می‌باشد، با اطمینان ۹۹٪ نتیجه می‌گیریم بین قدرت نرم و آگاهی بخشی در شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. و با تقویت قدرت نرم آگاهی بخشی در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد و بالعکس. بنابراین فرضیه ۱ پذیرفته می‌شود.

فرضیه دوم: قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با برجسته سازی رابطه دارد.

جدول ۵

ضریب همبستگی بین قدرت نرم و آگاهی بخشی در شبکه‌های اجتماعی

		قدرت نرم	برجسته
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	.655**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	42	42
برجسته سازی	Correlation Coefficient	.655**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	42	42

با توجه به جدول ۵ و ضریب همبستگی به دست آمده برای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و برجسته‌سازی در شبکه‌های اجتماع به مقدار ۰/۶۵۵ سطح معناداری صف که از میزان خطای در نظر گرفته شده ۰/۰۱ کمتر می‌باشد، با اطمینان ۹۹ نتیجه می‌گیریم بین قدرت نرم و برجسته‌سازی در شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. و با تقویت قدرت نرم برجسته‌سازی در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد و بالعکس. بنابراین فرضیه پذیرفته می‌شود.

فرضیه سوم: قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با بیان عقیده رابطه دارد.

جدول ۶

دسته‌بندی و سازماندهی نقش زنان در شاهنامه فردوسی، براساس کدگذاری‌ها (باز، محوری، انتخابی).

جدول ۶. ضریب همبستگی بین قدرت نرم و بیان عقیده در شبکه‌های اجتماعی

		قدرت نرم	عقیده
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	.585**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	42	42
بیان عقیده	Correlation Coefficient	.585**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	42	42

با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده برای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و بیان عقیده در شبکه‌های اجتماعی به مقدار ۰/۵۸۵ و سطح معناداری صفر که از میزان خطای در نظر گرفته شده ۰/۰۱ کمتر می‌باشد با اطمینان ۹۹ نتیجه می‌گیریم بین قدرت نرم و بیان عقیده در شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. و با تقویت قدرت نرم بیان عقیده در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد و بالعکس. بنابراین فرضیه پذیرفته می‌شود.

فرضیه چهارم: قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با ایجاد همبستگی ملی و فرا ملی رابطه دارد.

جدول ۷

ضریب همبستگی بین قدرت نرم و ایجاد همبستگی ملی و فرا ملی در شبکه‌های اجتماعی

			قدرت نرم	همبستگی
Spearman's rho	Correlation Coefficient	قدرت نرم	1.000	.805**
	Sig. (2-tailed)		.	.000
	N		42	42
همبستگی ملی و فراملی	Correlation Coefficient	همبستگی	.805**	1.000
	Sig. (2-tailed)		.000	.
	N		42	42

با توجه به ضریب همبستگی به دست آمده برای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و ایجاد همبستگی ملی و فراملی در شبکه‌های اجتماعی به مقدار $0/805$ و سطح معناداری صفر که از میزان خطای در نظر گرفته شده $0/01$ کمتر می‌باشد با اطمینان ۹۹ نتیجه می‌گیریم بین قدرت نرم جمهوری اسلامی و همبستگی ملی و فراملی در شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. و با تقویت قدرت نرم همبستگی ملی و فراملی در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد و بالعکس. بنابراین فرضیه پذیرفته می‌شود.

نتایج آزمون رگرسیون:

فرضیه اصلی بین قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۸

بررسی فرضیه اصلی

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.720	.713	3.588

a. Predictors: (Constant), شبکه

ANOVA ^b :						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1321.094	1	1321.094	102.647	.000 ^a
	Residual	514.811	40	12.870		
	Total	1835.905	41			

a. Predictors: (Constant), شبکه

b. Dependent Variable: قدرت

خروجی رگرسیون با مقدار $102/647$ و درجه آزادی او ۴۰ با سطح معناداری صفر که کوچکتر از $0/01$ خطای در نظر گرفته شده می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که متغیر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران متغیر شبکه‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد این آزمون نشان می‌دهد که ۷۲ درصد تغییرات متغیر وابسته در نمونه و $71/3$ درصد تغییرات متغیر وابسته در جامعه توسط متغیر مستقل تعیین می‌شود.

فرضیه اول: قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با آگاهی بخشی رابطه دارد.

جدول ۹

بررسی فرضیه اول

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.662	.653	3.941

a. Predictors: (Constant), آگاهی

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1214.654	1	1214.654	78.207	.000 ^a
	Residual	621.251	40	15.531		
	Total	1835.905	41			

a. Predictors: (Constant), آگاهی

b. Dependent Variable: قدرت

خروجی رگرسیون با مقدار $78/207$ و درجه آزادی او 40 با سطح معناداری صفر که کوچکتر از $0/01$ خطای در نظر گرفته شده می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که متغیر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران متغیر آگاهی بخشی را تحت تاثیر قرار می‌دهد این آزمون نشان می‌دهد که $2/66$ درصد تغییرات متغیر وابسته در نمونه و $3/65$ درصد تغییرات متغیر وابسته در جامعه توسط متغیر مستقل تعیین می‌شود. فرضیه دوم: قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با برجسته سازی رابطه دارد.

جدول ۱۰

بررسی فرضیه دوم

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.466	4.890

a. Predictors: (Constant), برجسته

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	879.487	1	879.487	36.783	.000 ^a
	Residual	956.418	40	23.910		
	Total	1835.905	41			

a. Predictors: (Constant), برجسته

b. Dependent Variable: قدرت

خروجی رگرسیون با مقدار $36/783$ و درجه آزادی او ۴۰ با سطح معناداری صفر که کوچکتر از $0/01$ خطای در نظر گرفته شده می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که متغیر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران متغیر برجسته‌سازی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این آزمون نشان می‌دهد که $47/9$ درصد تغییرات متغیر وابسته در نمونه و $46/6$ درصد تغییرات متغیر وابسته در جامعه توسط متغیر مستقل تعیین می‌شود. فرضیه سوم: قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با بیان عقیده رابطه دارد.

جدول ۱۱

بررسی فرضیه سوم

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.397	.382	5.261

a. Predictors: (Constant), عقیده

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	728.921	1	728.921	26.339	.000
	Residual	1106.983	40	27.675		
	Total	1835.905	41			

a. Predictors: (Constant), عقیده

b. Dependent Variable: قدرت

خروجی رگرسیون با مقدار $26/339$ و درجه آزادی او ۴۰ با سطح معناداری صفر که کوچکتر از $0/01$ خطای در نظر گرفته شده می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که متغیر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران متغیر بیان عقیده را تحت تأثیر قرار می‌دهد این آزمون نشان می‌دهد که $39/7$ درصد تغییرات متغیر وابسته در نمونه و $38/2$ درصد تغییرات متغیر وابسته در جامعه توسط متغیر مستقل تعیین می‌شود. فرضیه چهارم: قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با ایجاد همبستگی ملی و فرا ملی رابطه دارد.

جدول ۱۲

بررسی فرضیه چهارم

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.697	3.685

a. Predictors: (Constant), همبستگی

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1292.865	1	1292.865	95.232	.000
	Residual	543.040	40	13.576		
	Total	1835.905	41			

a. Predictors: (Constant), همبستگی

b. Dependent Variable: قدرت

خروجی رگرسیون با مقدار $95/232$ و درجه آزادی ۱ و ۴۰ با سطح معناداری صفر که کوچکتر از $0/01$ خطای در نظر گرفته شده می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت که متغیر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران متغیر همبستگی ملی و فراملی را تحت تاثیر قرار می‌دهد این آزمون نشان می‌دهد که $70/4$ درصد تغییرات متغیر وابسته در نمونه و $69/7$ درصد تغییرات متغیر وابسته در جامعه توسط متغیر مستقل تعیین می‌شود.

جدول ۱۳

نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) و آزمون خطی

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
شبکه * قدرت	Between Groups	(Combined)	45200.430	14	3228.602	381.413	.000
		Linearity	38224.085	1	38224.085	4.516E3	.000
		Deviation from Linearity	6976.345	13	536.642	63.397	.000
	Within Groups		9099.702	1075	8.465		
	Total		54300.132	1089			

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
شبکه * قدرت	.839	.704	.912	.832

با توجه به جدول ANOVA مربوط به قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی، آزمون خطی دارای مقدار ۴/۵۱۶ با سطح معنی داری صفر که کوچکتر از ۱ خطای در نظر گرفته شده نشان می‌دهد یک رابطه خطی میان قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، آزمون انحراف از خطی بودن نیز با مقدار ۶۳/۳۹۷ و سطح معنی داری صفر نشان می‌دهد یک رابطه غیر خطی همراه با خطی بین متغیرها وجود دارد. با توجه به جدول نهایی مقدار (۰/۸۳۹) نشان می‌دهد رابطه مثبت و معنادار بین قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تأثیر آن در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد.

یافته‌های پژوهش نشان داد که قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران با آگاهی‌بخشی در شبکه‌های اجتماعی رابطه معنادار و قوی دارد. این بدان معناست که استفاده صحیح از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت شناخت عمومی نسبت به ارزش‌ها و فرهنگ ایران منجر شود. همچنین، نتایج نشان داد که قدرت نرم ایران با مؤلفه برجسته‌سازی در شبکه‌های اجتماعی رابطه‌ای مثبت و معنادار دارد. این یافته بیانگر این است که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند نقشی مؤثر در ارائه تصویری مثبت از ایران و تقویت جایگاه آن در سطح بین‌المللی ایفا کنند. در نهایت، یافته‌ها حاکی از آن بود که قدرت نرم ایران با ایجاد همبستگی ملی و فراملی نیز رابطه‌ای قوی دارد. این موضوع نشان‌دهنده نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت اتحاد داخلی و توسعه روابط بین‌المللی است.

بحث و نتیجه‌گیری

مهم‌ترین عامل تعیین کننده خط مشی، سیاست کلی دولت‌ها در حوزه خارجی و انعکاس آن در عرصه داخلی منافع ملی به شمار می‌آید که به عنوان ارزش‌های اساسی جامعه راهنمای اصلی آن‌ها در روابط بین‌المللی هستند. این منافع گاه به طور صرف، جنبه داخلی دارند و گاه جنبه فراملی می‌یابند، بیانگر ارزش‌های انسانی‌ترند. انقلاب اسلامی ایران برای ملت ما ارزش‌های انسانی مبتنی بر مکتب اسلام را عرضه کرد که در عین اینکه منافع ملت ایران‌اند منافع تمام جوامع اسلامی و حتی غیر اسلامی نیز محسوب می‌شوند. زیرا به نوع انسان و رهایی او توجه دارند نه به گروهی خاص. از طرف دیگر دستیابی به منافع ارزش‌ها نیز خود به داشتن قدرت، نیازمند است. لذا قدرت، تعیین کننده گستره منافع ملی است. به طور سنتی در روابط بین‌الملل، منبع عمده قدرت جوامع سیاسی قدرت سخت آن‌ها در قالب عناصر چهارگانه، فرهنگی، نظامی، سیاسی و اقتصادی بوده است، اما امروزه به دلایلی نظیر حرکت بین‌المللی به سوی جهانی شدن انقلاب اطلاعاتی، گسترش سریع وسایل ارتباط جمعی، ناتوانی قدرت آشکار توان رزمی و نیز حضور نهادهای جهانی غیر دولتی در عرصه سیاست بین‌الملل، توزیع منابع قدرت در موضوع‌های مختلف بسیار تغییر کرده است به صورتی که ساختارهایی متفاوت از نوع پیشین در عرصه قدرت در حال شکل‌گیری هستند که برخی از آن‌ها با عنوان «رنخه در نوع کهن قدرت یا «انقلاب» در ماهیت قدرت یاد کرده‌اند، در حقیقت ما شاهد یک جابه‌جایی در منابع و نحوه به کارگیری قدرت در اشکالی دیگر هستیم به نحوی که برخی معتقدند امروزه به کارگیری اسلحه برای دستیابی به اهداف ملی یا دفاع از آن‌ها از طریق ایجاد نفوذ منفی و سمت‌دهی تحکیم‌آمیز به اعمال سایر دولت‌ها، مشروع نیست بر این اساس با مراجعه به طیف متنوع آثار موجود در باب قدرت، مشخص می‌شود که توجه به قدرت نرم و منابع عدیده آن، گفتمانی تازه را برای تأمین ارزش‌های یک جامعه شکل می‌دهد و در نتیجه چهره‌ای تازه از قدرت مطرح می‌شود که دوشخصه بارز دارد بدان معنی که قدرت نرم در شبکه‌ای از روابط اجتماعی معنایی گیرد و دیگری اینکه هنجارها و ارزش‌ها در تولید قدرت نرم نسبت به ابزارها به مراتب مؤثرترند. در نتیجه ضرورت به کارگیری قدرت نرم در سیاست خارجی برای رسیدن به منافع و به ویژه تحقق ارزش‌ها با کسب نتایج مطلوب همراه با کاهش هزینه‌های اجرا و رفع تبعات منفی و مخرب به کارگیری خشونت، آشکار می‌شود؛ این موضوع به ویژه برای جامعه ما که از اهداف متعالی و ارزش‌های معنوی غیر مبتنی بر زور و اجبار بهره‌مند است، جنبه انسانی و مکتبی داشته، مخاطب آن‌ها نه تنها همه مسلمانان که تمام بشریت‌اند اهمیتی جدی دارد. ازین روی ابزاری که می‌توان در راستای تأثیر گذاری در حیطه قدرت نرم از آن برای مخاطبان سود جست شبکه‌های اجتماعی هستند.

با توجه به فرضیه اصلی و نتایج بدست آمده، بین قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و تاثیر آن در شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و با افزایش قدرت نرم در شبکه‌های اجتماعی تاثیر آن نیز فزونی پیدا می‌کند. همچنین فرضیه اول که بیان دارد قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با آگاهی بخشی رابطه دارد نیز مورد تایید قرار گرفت و بیانگر این موضوع می‌باشد که رابطه مثبت و معنادار، دوسویه و بسیار قوی بین آنان وجود داشته است بطوری که با افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی آگاهی بخشی نیز افزایش پیدا می‌کند. فرضیه سوم مطرح شده در این پژوهش نیز که بیان داشته قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با بیان عقیده رابطه دارد مورد تایید قرار گرفته، رابطه بین دو متغیر مثبت و معنادار و همچنین شدت این دو بسیار قوی و دوسویه بوده است بطوری که با افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی آگاهی بخشی نیز افزایش پیدا می‌کند. فرضیه چهارم که بیان دارد قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با ایجاد همبستگی ملی و فراملی رابطه دارد نیز مورد تایید قرار گرفته رابطه بین دو متغیر مثبت و معنادار و به لحاظ شدت رابطه، رابطه بسیار قوی بین دو متغیر برقرار بوده و از سطح همبستگی عالی برخوردار می‌باشند، بطوری که با افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی همبستگی ملی و فراملی نیز افزایش پیدا می‌کند. همچنین با توجه به اینکه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با حمایت از هنجارهای جامعه رابطه دارد. مورد تایید قرار گرفته، رابطه بین دو متغیر مثبت و معنادار و به لحاظ شدت رابطه، رابطه بسیار قوی بین دو متغیر برقرار بوده و از سطح همبستگی عالی برخوردار می‌باشند بطوری که با افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی حمایت از هنجارهای جامعه نیز افزایش پیدا کند. و اینکه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی با تبلیغات سیاسی، فرهنگی و مذهبی رابطه دارد نیز مورد تایید قرار گرفته، رابطه بین دو متغیر مثبت و معنادار و به لحاظ شدت رابطه، رابطه بسیار قوی بین دو متغیر برقرار بوده و از سطح همبستگی عالی برخوردار می‌باشند بطوری که با افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در شبکه‌های اجتماعی تبلیغات سیاسی، فرهنگی و مذهبی نیز افزایش پیدا می‌کند. بر اساس تحلیل‌های آماری انجام‌شده، نتایج حاصل از آزمون‌های همبستگی کندال^۱ و ضریب گاما^۲ تأییدکننده رابطه مثبت و معناداری بین قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران و مؤلفه‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی است. ضریب کندال برای فرضیه اصلی (رابطه قدرت نرم و تأثیر در شبکه‌های اجتماعی) برابر با ۰/۷۹۲ با سطح معناداری ۰/۰۰۱ به‌دست آمد که نشان‌دهنده همسویی قوی و رتبه‌ای بین این دو متغیر است. همچنین، ضریب گاما برای رابطه قدرت نرم با «ایجاد همبستگی ملی و فراملی» به مقدار ۰/۷۸۲ محاسبه شد که حاکی از رابطه غیرخطی بسیار قوی و جهت‌دار بین این متغیرهاست. این نتایج، همسو با یافته‌های آزمون اسپیرمن (ضریب ۰/۸۱۵)، بر پایداری و اعتبار رابطه بین قدرت نرم و کارکرد رسانه‌های اجتماعی تأکید می‌کند. در بررسی فرضیه‌های فرعی، ضریب کندال برای آگاهی‌بخشی ۰/۷۳۴ و برای برجسته‌سازی ۰/۶۲۱ با سطوح معناداری کمتر از ۰/۰۱ گزارش شد. این مقادیر، مشابه نتایج اسپیرمن، نشان می‌دهد افزایش قدرت نرم به‌طور معناداری با تقویت نقش رسانه‌ها در انتقال اطلاعات و اولویت‌دهی به موضوعات استراتژیک همراه است. ضریب گاما نیز برای رابطه قدرت نرم با بیان عقیده ۰/۶۹۵ به‌دست آمد که تأیید می‌کند با بهبود شاخص‌های قدرت نرم، فضای رسانه‌های اجتماعی به بستری پویا برای تبادل دیدگاه‌ها تبدیل می‌شود. این آزمون‌های تکمیلی، علاوه بر تقویت روایی یافته‌ها، نشان می‌دهند که رابطه متغیرها نه تنها خطی، بلکه در ساختار رتبه‌ای و ترتیبی نیز از ثبات بالایی برخوردار است.

بطور کلی باید بیان داشت که قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران با هر یک از مولفه‌های نام برده شده رابطه دارد و با افزایش قدرت نرم در شبکه‌های اجتماعی مولفه‌های مذکور نیز افزایش می‌یابند و همچنین با افزایش این مولفه‌ها در شبکه‌های اجتماعی قدرت نرم جمهوری

¹ Tau-c

² Gamma

اسلامی ایران نیز افزایش یافته و اثرگذاری بیشتری را خواهد داشت و با توجه به موارد یاد شده قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران قابلیت تبلور بیشتری را بدست خواهد آورد.

تحلیل نتایج نشان می‌دهد که قدرت نرم ایران می‌تواند به‌عنوان ابزاری کلیدی برای تقویت تصویر بین‌المللی کشور عمل کند. رسانه‌های اجتماعی، با دسترسی گسترده و توانایی جذب مخاطب، بستری ایده‌آل برای ارتقای آگاهی عمومی و برجسته‌سازی ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی ایران فراهم می‌آورند. این تحقیق همچنین تأکید دارد که تقویت قدرت نرم در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به ایجاد همبستگی ملی و افزایش اتحاد در سطح داخلی منجر شود. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، سیاست‌گذاران می‌توانند از این ابزار برای مقابله با روایت‌های مغرضانه و تقویت هویت ملی بهره ببرند. در نهایت، یافته‌ها حاکی از آن است که قدرت نرم ایران در رسانه‌های اجتماعی نه تنها می‌تواند به بهبود تصویر بین‌المللی کشور کمک کند، بلکه در تقویت همبستگی ملی و افزایش تعاملات فراملی نیز نقش مؤثری ایفا می‌کند. در ادامه با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود.

۱. **توسعه استراتژی‌های ارتباطی:** ایجاد یک نقشه راه برای استفاده هدفمند از رسانه‌های اجتماعی در راستای تقویت قدرت نرم و

ارتقای تصویر بین‌المللی ایران.

۲. **آموزش و توانمندسازی:** برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران رسانه‌ای به‌منظور استفاده بهینه از رسانه‌های اجتماعی در

انتقال پیام‌های فرهنگی و اجتماعی.

۳. **حمایت از تولید محتوای بومی:** تشویق به تولید محتواهای جذاب و تأثیرگذار که ارزش‌های فرهنگی و دینی ایران را به

مخاطبان بین‌المللی منتقل کند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Abolfathi, M., & Noori, M. (2019). The impact of social capital on increasing the soft power of the Islamic Republic of Iran. *Islamic Revolution Research Journal, Spring*.
- Bafghi, M. A. G. (2018). Stability: The theory of the limited effects of the two-step flow of communication. *Social Communication Sciences Information Platform*.
- Beigdelou, M., & Moradian, M. (2020). The relationship between people's political participation and the soft power of the Islamic Republic of Iran (case study: participation in elections). *Islamic Revolution Research Journal, Summer*.
- Beigi, M. (2008). *Soft Power in the Islamic Republic of Iran* (2nd ed.). Imam Sadiq University.
- Connor, S. (2017). *Power - Extreme Insight*. Ameh Publishing House.
- Elyasi, M. H. (2018). *An introduction to the nature, dimensions, and foundations of soft power and soft warfare*. Saqi Publishing.
- Golshanpajouh, M. R. (2019). The role of intelligence organizations in enhancing the country's soft power. *Strategic Studies Quarterly, Summer*.
- Hejazi, H. (2018). The capacities of the soft power of the Islamic Republic of Iran in confronting U.S. soft threats. *Jomhour Report, Special Supplement of the Islamic States Newsletter*(29 & 2).
- Hosseini, A. (2019). *What is soft power?*
- Hosseini, S. A. K., & Jomehzadeh, R. (2022). Theoretical explanation of soft power based on a transcendent perspective on the application of immaterial power resources in foreign policy. *Theoretical Policy Research Journal, Spring & Summer*.
- Hosseini, S. M., & Mobini, A. (2021). The regional and international impact of the soft power of the Islamic Revolution. *Iranian Cultural Research Quarterly, Summer*.
- Hoyf, T. (2023). *Promising a School of Construction for Modern International Relations Theory, Critical Theory and Construction Books*. Office of Political Studies and International Relations, Ministry of Foreign Affairs.
- Jafari Panah, M., & Mir Ahmadi, M. (2022). The components of the soft power of the Islamic Republic of Iran from an Islamic perspective. *Political Knowledge Quarterly*, 3(Fourth Year), Fall & Winter.
- Jamalzadeh, N. (2021). The soft power of the Islamic Revolution and the theory of cultural export of the revolution with an emphasis on Islamic awakening in the region. *Islamic Revolution Research Journal, Autumn*.
- Krige, J. (2020). Technological leadership and American soft power. In I. Parmer & M. Cox (Eds.), *Soft Power and US Foreign Policy*. Routledge.
- Layne, C. (2022). The unbearable lightness of soft power. In I. Parmer & M. Cox (Eds.), *Soft Power and US Foreign Policy*. Routledge.
- Mah Pishinan, M. (2021). *U.S. strategies for soft warfare against the Islamic Republic of Iran*. Saqi Publishing.
- Modirian, H. (2018). Theoretical foundations of the information society. *Andisheh Information Platform*.
- Nye, J. (2020). *Soft Power and Its Relationship to Higher Education*.
- Radadi, M. (2019). *Soft power resources: Social capital in Islam*. Imam Sadiq University.
- Rafi, H., & Nikraves, M. (2021). Public diplomacy and soft power with an emphasis on the soft power of Iran and Iraq. *International Relations Research Journal, Summer*.
- Samiei Esfahani, A., & Fathi Mozaffari, A. (2021). Examining the impact of the components of the soft power of the Islamic Republic of Iran on the Islamic awakening movement in the Middle East. *Islamic World Studies Quarterly*, 2(1), Summer & Fall.
- Selgi, G. (2022). A functional model-based dissection of soft warfare. *Islamic Revolution Cultural Protection Quarterly, Fall & Winter*.
- Shahramnia, S. A. M., Ebrahimi, A., & Balbasi, M. (2019). Conceptual analysis of soft power and Iran's strategies towards it. *Political Science & International Studies Journal*, 1(3), Autumn.
- Sorin, W., & Tankard, J. (2018). *Communication Theories* (3rd ed.). Tehran University Press.
- Taverner, A. (2023). The military use of soft power-information campaigns. In I. Parmer & M. Cox (Eds.), *Soft Power and US Foreign Policy*. Routledge.