

دبلوماسية الطهي



الفهرس

منهجية التقرير

الملخص التنفيذي

مصطلحات التقرير

المقدمة

1 الإطار النظري لدبلوماسية الطهي

1.1 مفهوم دبلوماسية الطهي

1.2 التطور التاريخي لدبلوماسية الطهي

1.3 أهمية دبلوماسية الطهي

1.4 عوامل نجاح دبلوماسية الطهي

1.5 الفرق بين دبلوماسية الطهي والدبلوماسية الغذائية

2 دبلوماسية الطهي وعلاقتها بالقوة الناعمة

2.1 أدوات توظيف دبلوماسية الطهي في إطار القوة الناعمة

2.2 علاقة دبلوماسية الطهي بالدبلوماسية الثقافية

2.3 دبلوماسية الطهي كأداة للحفاظ على التراث

3 الجهات الفاعلة في دبلوماسية الطهي

4 الأدوات الرئيسية لدبلوماسية الطهي

5 الأثر الاقتصادي والتجاري لدبلوماسية الطهي

5.1 تعزيز صادرات المنتجات الغذائية والزراعية

5.2 تنشيط حركة السياحة الغذائية

5.3 دعم العلاقات وتعزيز العلامة التجارية للدولة

5.4 دعم الصناعات والمشروعات المحلية

5.5 جذب المستثمرين وتعزيز القدرة التنافسية

5.6 نشر مفهوم الاستدامة الغذائية

6 التجارب الدولية في دبلوماسية الطهي

6.1 تجربة تايلاند

6.2 تجربة كوريا الجنوبية

6.3 تجربة اليابان

6.4 تجربة إسبانيا

6.5 تجربة أمريكا

6.6 تجربة المكسيك

7 البرامج والمبادرات الحكومية الداعمة لدبلوماسية الطهي

8 دبلوماسيو وسفراء الطهي

9 التقنيات الناشئة ودورها في تطوير دبلوماسية الطهي

10 تحليل فرص وتحديات دبلوماسية الطهي

10.1 فرص دبلوماسية الطهي

10.2 تحديات دبلوماسية الطهي

10.3 النظرة المستقبلية لدبلوماسية الطهي

الخاتمة

2
3
4
6
7
8
8
8
11
12
14
15
15
17
19
20
23
26
26
26
27
28
28
28
30
30
30
30
31
31
31
31
32
36
39
42
42
43
45

يستند هذا التقرير إلى المنهج الوصفي التحليلي، من خلال دراسة وتحليل البيانات والمعلومات المتعلقة بدبلوماسية الطهي، بالاعتماد على مجموعة متنوعة من المصادر الرسمية والعلمية والمتخصصة. ويهدف هذا المنهج إلى وصف مفهوم دبلوماسية الطهي وتطورها وأهميتها، وتحليل أبعادها واتجاهاتها المختلفة.

ويعتمد التقرير على تحليل البيانات الثانوية، من خلال جمع وتحليل البيانات والمعلومات المنشورة من مصادرها الرسمية والمتخصصة، بما يساهم في بناء رؤية شاملة حول تطور دبلوماسية الطهي، وأبرز تجاربها وبرامجها، والفرص والتحديات التي تواجهها.

واعتمد التقرير في جمع البيانات والمعلومات على التقارير الصادرة عن المؤسسات الدولية، والدراسات والأبحاث العلمية، والبيانات الرسمية، والتقارير والمقالات المتخصصة ذات الصلة، بما يدعم النتائج والاستنتاجات الواردة في التقرير.



أصبحت دبلوماسية الطهي إحدى الأدوات الحديثة التي توظفها الدول لتعزيز حضورها الدولي وبناء علاقات أكثر إيجابية مع الشعوب، مستفيدة من قدرة الطعام والمطبخ الوطني على تجاوز بعض الحواجز اللغوية والثقافية، وخلق مساحات للتواصل والتفاعل الإنساني.

لا تقتصر دبلوماسية الطهي على تقديم الأطعمة في المناسبات الرسمية، وإنما تمتد إلى المهرجانات والفعاليات الثقافية، وبرامج تبادل الطهاة، والمطاعم الوطنية في الخارج، والبرامج التعليمية، والمنصات الرقمية، وغيرها من القنوات التي تتيح تقديم الثقافة الغذائية إلى الجمهور الدولي.

يعرف التقرير دبلوماسية الطهي باعتبارها توظيف الطعام والمطبخ وتقاليد الطهي لتعزيز التفاهم والتواصل بين الثقافات، مع ارتباطها الوثيق بالدبلوماسية العامة والثقافية والقوة الناعمة.

ويخلص التقرير إلى أن أهمية دبلوماسية الطهي تتجاوز البعد الثقافي لتشمل تحسين الصورة الذهنية للدولة، وتعزيز القوة الناعمة، ودعم السياحة والتجارة، والترويج للمنتجات الوطنية، والحفاظ على التراث الغذائي، وخلق مساحات للحوار والتقارب بين الشعوب، كما أن انتشار المطبخ الوطني يمكن أن يخلق روابط تدريجية بين الثقافة والسياحة والتجارة والمنتجات الوطنية، بما يحول الطعام من عنصر ثقافي إلى أحد مكونات الحضور الدولي للدولة. ويؤكد التقرير أن هذا الدور لا يقتصر على الحكومات والسفارات، وإنما يتشارك فيه الطهاة والمطاعم وشركات الأغذية والمؤسسات الثقافية ووسائل الإعلام والمنصات الرقمية والجاليات والمجتمعات المحلية.

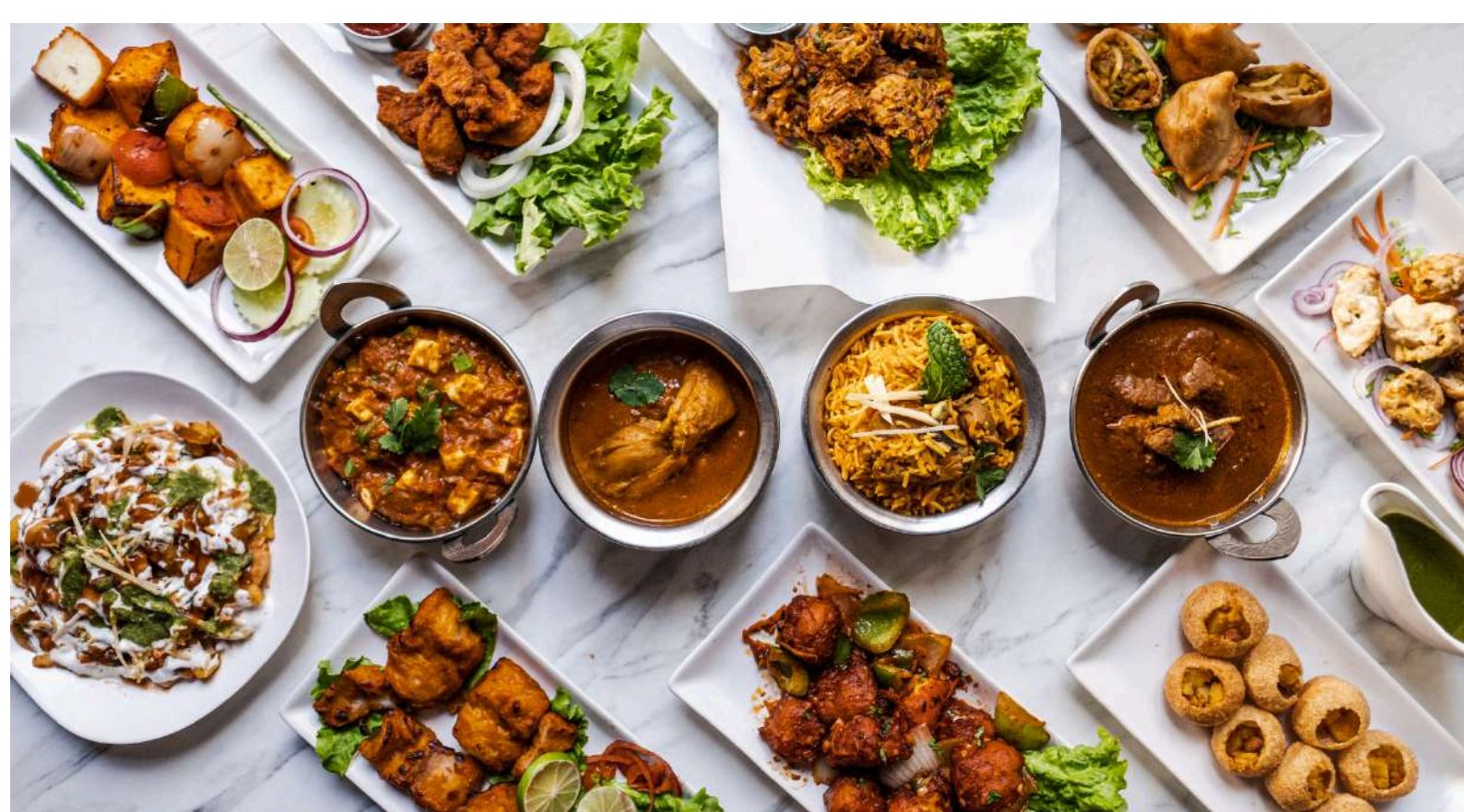
ويبرز التقرير العلاقة الوثيقة بين دبلوماسية الطهي والقوة الناعمة، إذ تقوم على الجذب والتفاعل الطوعي بدلاً من الإكراه أو الضغط، ويسمح المطبخ الوطني للدول بتقديم عناصر من هويتها وثقافتها بطريقة مباشرة وغير تصادية، بحيث يمكن لتجربة غذائية بسيطة أن تصبح مدخلاً إلى التعرف على اللغة أو التاريخ أو السياحة أو المنتجات الوطنية للدولة. وترتبط دبلوماسية الطهي بالدبلوماسية الثقافية باعتبارها أحد تطبيقاتها المتخصصة، في حين تختلف نسبياً عن الدبلوماسية الغذائية من حيث طبيعة الفاعلين والجمهور المستهدف والقنوات المستخدمة.

وتوضح التجارب الدولية أن عدداً من الدول تتجه إلى توظيف المطبخ الوطني بصورة أكثر تنظيماً ضمن استراتيجياتها الثقافية والدبلوماسية والاقتصادية، وتتنوع هذه التجارب بين المبادرات الحكومية، وبرامج تدريب الطهاة، والمهرجانات الدولية، والمطاعم، والتبادل الثقافي، والترويج للمنتجات الغذائية، بما يؤكد اتساع نطاق دبلوماسية الطهي وتعدد أهدافها. ومن بين النماذج التي تناولها التقرير التجربة التايلاندية وبرنامج Thai Global، إلى جانب برامج أخرى مثل مشروع عولمة المطبخ الكوري Hansik Global. ويكشف التحليل عن تنامي البعد الاقتصادي والتجاري لدبلوماسية الطهي، من خلال دعم صادرات المنتجات الغذائية والزراعية، وتنشيط السياحة الغذائية، وتعزيز العلامة التجارية للدولة، ودعم المنتجين والمشروعات المحلية، وخلق فرص للتعاون التجاري والاستثماري. ويشير التقرير إلى أن السياحة الغذائية تمثل أحد المجالات التي يتقاطع فيها الترويج الثقافي مع النشاط الاقتصادي، بما يعزز قدرة المطبخ الوطني على المساهمة في جذب الزوار ودعم قطاعات الغذاء والضيافة والسياحة.

تعد الرقمنة والتقنيات الناشئة من العوامل المؤثرة في تطور دبلوماسية الطهي، حيث أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى الرقمي الوصول إلى جماهير عالمية، بينما تفتح تقنيات مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد للأغذية وأجهزة المطبخ الذكية والأتمتة مجالات جديدة للابتكار في تقديم التجارب الغذائية، ولا تقتصر أهمية التكنولوجيا على رفع الكفاءة، وإنما تمتد إلى تطوير التجربة الغذائية، وتوسيع الوصول إلى الجمهور، ودعم الحفاظ على المنتجات والممارسات الغذائية بصورة أكثر كفاءة واستدامة.

تواجه دبلوماسية الطهي عدداً من التحديات، أبرزها الحساسية الثقافية، وخطر الاستيلاء الثقافي، والحفاظ على أصالة التراث الغذائي، وتجنب الصور النمطية أو التمثيل غير الدقيق للثقافات، إضافة إلى الاعتبارات الصحية والبيئية والاستدامة. ولذلك فإن نجاح دبلوماسية الطهي لا يرتبط فقط بمدى انتشار المطبخ الوطني، وإنما بقدرة الدول والفاعلين المشاركين على تقديمه بصورة تحترم خصوصيته وسياقه الثقافي، وتوازن بين الترويج الوطني والتبادل الثقافي الحقيقي.

وبالنظر إلى المستقبل، يتجه المجال نحو مزيد من الرقمنة، وزيادة مشاركة القطاع الخاص والمجتمع المدني والطهاة والمؤثرين والجاليات، ودمج دبلوماسية الطهي بصورة أكبر ضمن استراتيجيات السياسة الخارجية والسياحة والتجارة والعلامة الوطنية. ومن ثم، يتوقع أن تتحول دبلوماسية الطهي بصورة متزايدة إلى أداة متعددة الأبعاد تجمع بين الثقافة والدبلوماسية والاقتصاد والسياحة والتكنولوجيا، مع استمرار الحاجة إلى الحفاظ على الأصالة واحترام التنوع والاستدامة.



- **دبلوماسية الطهي:** هي توظيف الطعام والمطبخ وتقاليده الطهي كأداة للتواصل الدبلوماسي والثقافي، بهدف تعزيز التفاهم بين الثقافات، وبناء العلاقات، وتحسين التفاعل بين الدول والشعوب. وتشمل ممارساتها المآدب والاستقبالات الرسمية والفعاليات الغذائية والتبادلات الثقافية وبرامج الطهارة.
- **الدبلوماسية الغذائية:** تشير إلى توظيف المطبخ الوطني والطعام بصورة أكبر في التواصل مع الجمهور الأجنبي، بهدف التعريف بالثقافة الوطنية وتحسين صورة الدولة وتعزيز علامتها الوطنية، ويركز هذا المفهوم بدرجة أكبر على المستوى الشعبي والمجتمعي مقارنة بالممارسة الدبلوماسية الرسمية.
- **القوة الناعمة:** هي قدرة الدولة على تحقيق أهدافها من خلال الجذب والإقناع بدلاً من الاعتماد على الإكراه أو الضغط، وتمثل الثقافة أحد مصادرها الأساسية، وتعد دبلوماسية الطهي أحد التطبيقات العملية لها من خلال تقديم المطبخ الوطني والثقافة الغذائية بصورة جذابة للجمهور الأجنبي.
- **الدبلوماسية الثقافية:** هي توظيف عناصر الثقافة، مثل الفنون واللغة والتعليم والتراث والتبادل الثقافي، لبناء علاقات إيجابية وتعزيز التفاهم بين الدول والشعوب، وتعد دبلوماسية الطهي أحد المسارات المتخصصة داخلها، مع تركيزها على الطعام والمطبخ والتراث الغذائي.
- **المطبخ الوطني:** مجموعة الأطعمة والمكونات والوصفات وأساليب الطهي وطرق التقديم والممارسات الغذائية المرتبطة بتاريخ وهوية وثقافة مجتمع أو دولة معينة، ويمكن استخدامه كوسيلة للتعريف بالهوية الوطنية وتعزيز حضور الدولة دولياً.
- **القوة الناعمة الغذائية / الجذب الغذائي:** استخدام الطعام والمطبخ الوطني لإنتاج الجذب الثقافي وتحسين صورة الدولة والتأثير بصورة غير مباشرة في تصورات الجمهور الأجنبي، بحيث تصبح التجربة الغذائية مدخلاً للتعرف على الدولة وثقافتها.
- **السياحة الغذائية:** نمط من السياحة يرتبط باكتشاف الطعام والمطبخ المحلي وتجربة الأطباق والمكونات والأسواق والمطاعم والمهرجانات الغذائية، ويمكن أن تمثل عنصراً مهماً في الترويج للوجهات السياحية.
- **العلامة الوطنية:** الجهود الرامية إلى بناء وتعزيز الصورة الذهنية للدولة في الخارج، ويمكن أن يمثل المطبخ الوطني أحد عناصرها من خلال ربط الدولة بخصائص مثل الأصالة والجودة والتنوع والابتكار والحرفية.
- **التراث الغذائي:** المعارف والممارسات والوصفات والمكونات وطرق إعداد وتقديم الطعام التي تنتقل بين الأجيال وتمثل جزءاً من الهوية والتراث الثقافي للمجتمعات.
- **الدبلوماسية الرقمية:** استخدام المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى الإلكتروني كقنوات للتواصل مع الجمهور الخارجي ونشر الثقافة والمعلومات وبناء التفاعل عبر الحدود، وتكتسب أهمية خاصة في دبلوماسية الطهي نتيجة قدرة المحتوى الغذائي المرئي على الانتشار والوصول إلى جمهور عالمي.

حظي التقدير المتزايد لفن الطهي كأداة للدبلوماسية العامة باهتمام دولي كبير في السنوات الأخيرة، مدفوعاً بمبادرات من دول مثل تايلاند واليابان وكوريا الجنوبية، وطالما لعب الطعام دوراً في العلاقات الشخصية والمجتمعية، والآن الدولية أيضاً. فمن "دبلوماسية البط المشوي" لتشو إنلاي إلى مآدبة الغداء بين ترامب وكيم جونج أون، يمتلك الطعام - بغض النظر عن الزمان والمكان - القدرة على رآب الصدع وتوطيد العلاقات المتوترة، إذ يعد تناول الطعام، قبل كل شيء، نشاطاً إنسانياً أساسياً. وبهذا المعنى، توسع الدبلوماسية الغذائية الوظيفة الدبلوماسية للطعام من التفاعلات الرسمية إلى المجال العام، وتشمل الترويج الدولي للطعام بهدف تعزيز العلاقات مع الشعوب الأخرى.

وقد شهدت العلاقات الدولية خلال العقود الأخيرة توسعاً في استخدام الأدوات الثقافية وغير التقليدية لتعزيز التواصل بين الدول والشعوب، حيث لم تعد العلاقات الدولية تعتمد فقط على الأدوات السياسية والاقتصادية للدول، بل أصبحت الثقافة والهوية والصورة الذهنية للدولة من العناصر المهمة في بناء الحضور الدولي، وبرزت دبلوماسية الطهي باعتبارها أحد أشكال الدبلوماسية العامة والثقافية والقوة الناعمة، من خلال توظيف الطعام والمطبخ والتراث الغذائي للتعريف بثقافة الدولة وتعزيز التفاهم والتواصل بين مختلف الشعوب.

وتطورت ممارسات دبلوماسية الطهي لتشمل: المآدب والاستقبالات الرسمية، والمهرجانات والفعاليات الغذائية، وبرامج تبادل الطهاة، والمطاعم الوطنية في الخارج، إلى جانب المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي. وتمتد أهميتها إلى أبعاد تتجاوز الجانب الثقافي، لتشمل القوة الناعمة والسياحة والتجارة والعلامة الوطنية والحفاظ على التراث الغذائي. ويسهم انتشار المطبخ الوطني في جذب الاهتمام بثقافة الدولة وسياحتها ومنتجاتها، كما يمكن أن يفتح المجال أمام مشاركة القطاع الخاص والطهاة والمطاعم وشركات الأغذية والمؤسسات الثقافية في تعزيز الحضور الدولي للدولة. ومع التطور التكنولوجي والرقمي، أصبحت دبلوماسية الطهي أكثر قدرة على الوصول إلى جمهور عالمي من خلال الصور والفيديوهات والوصفات والفعاليات الافتراضية، كما تتيح التقنيات الناشئة تطوير طرق إعداد وتقديم الطعام وخلق تجارب غذائية أكثر ابتكاراً وتفاعلاً. وفي المقابل، تواجه هذه الممارسة تحديات تتعلق بالحفاظ على الأصالة والخصوصية الثقافية، وتجنب الصور النمطية والاستيلاء الثقافي، إلى جانب الاعتبارات الصحية والبيئية والاستدامة.

وانطلاقاً من ذلك، يهدف هذا التقرير إلى دراسة دبلوماسية الطهي من خلال تناول مفهومها وتطورها وأهميتها وعوامل نجاحها، وتحليل علاقتها بالدبلوماسية الثقافية والدبلوماسية الغذائية والقوة الناعمة، إلى جانب استعراض أبرز التجارب والبرامج الدولية، ودراسة دور التكنولوجيا والتقنيات الناشئة في تطويرها، وصولاً إلى تحليل أهم الفرص والتحديات واستشراف الاتجاهات المستقبلية لهذا المجال.



1.1 مفهوم دبلوماسية الطهي

تعد دبلوماسية الطهي أحد أشكال الدبلوماسية العامة والثقافية، وتقوم على توظيف الطعام والمطبخ وتقاليد الطهي كوسيلة لتعزيز التفاهم بين الثقافات، وسد الفجوات الثقافية، وتحسين التفاعل والتعاون بين الدول والشعوب. وتنطلق من اعتبار الطعام وسيلة للتواصل الإنساني تتجاوز الحواجز اللغوية والثقافية والسياسية، وتوفر مساحة للتقارب وبناء العلاقات.

وتستخدم دبلوماسية الطهي التراث الغذائي والمطبخ الوطني للتعريف بثقافة الدولة وهويتها وقيمها، وتقديم جوانب إيجابية وجذابة منها إلى الجمهور الأجنبي، كما تمثل إحدى أدوات القوة الناعمة، إذ تتيح للدول تعزيز جاذبيتها الثقافية وتحسين صورتها وحضورها لدى المجتمعات الأجنبية من خلال وسيلة غير مباشرة وغير سياسية.

وفي هذا السياق، يرتبط مفهوم الجاسترودبلوماسية ارتباطاً وثيقاً بدبلوماسية الطهي، ويستخدم المصطلح أحياناً بصورة متبادلة، إلا أن بعض الأدبيات تميز بينهما من حيث نطاق الاستخدام؛ فبينما تشير دبلوماسية الطهي إلى الاستخدام الأوسع للطعام والمطبخ في السياقات الدبلوماسية والثقافية، تركز الجاسترودبلوماسية بصورة أكبر على توظيف المطبخ الوطني في التواصل مع الجمهور الأجنبي، والتعريف بالثقافة الوطنية، وتعزيز صورة الدولة وعلامتها الوطنية.

ويمكن أن تتخذ دبلوماسية الطهي أشكالاً متعددة، من بينها المآدب والاستقبالات الرسمية، والفعاليات والمهرجانات الغذائية، والتبادلات الثقافية وبرامج الطهاة، والبرامج التعليمية، بما يجعلها أداة تجمع بين الأبعاد الثقافية والدبلوماسية والاقتصادية، وتساهم في بناء جسور التواصل والتفاهم وتعزيز العلاقات الدولية، إلى جانب دعم السياحة والترويج للمنتجات الوطنية.



1.2 التطور التاريخي لدبلوماسية الطهي

• ظهور يسبق المفهوم

يرتبط توظيف الطعام في بناء العلاقات بين الشعوب والحضارات بتاريخ طويل يسبق ظهور مفهوم دبلوماسية الطهي (Culinary Diplomacy) بصورته الحديثة. ومنذ العصور القديمة، ارتبطت الولائم والمآدب بممارسات الضيافة وإظهار المكانة وبناء العلاقات السياسية والاجتماعية، كما أسهمت طرق التجارة والهجرة والتبادل بين الحضارات في انتقال الأغذية والتوابل وطرق إعداد الطعام والعادات المرتبطة بها، وهو ما جعل الطعام أحد أشكال التبادل الثقافي والحضاري، ومجالاً للتفاعل والتواصل بين المجتمعات المختلفة.

• الصين.. تجربة مبكرة في دبلوماسية الطهي

وتعد الصين في عهد أسرة تانغ (618-907م) أحد الأمثلة التاريخية المبكرة على الدور الذي لعبه التبادل التجاري والثقافي في انتقال الممارسات الغذائية بين الحضارات، فقد شهدت هذه الفترة ازدهاراً اقتصادياً وانفتاحاً واسعاً على العالم الخارجي، وأصبحت مدينتا تشانغآن ولويانغ مركزين مهمين لاستقبال التجار والدبلوماسيين والحجاج من مناطق مختلفة من آسيا. وأسهمت حركة التجارة على طريق الحرير في انتقال السلع والأفكار والممارسات الثقافية بين المجتمعات، بما في ذلك المنتجات الغذائية والتوابل وأسايب إعداد الطعام، ولا يمكن وصف هذه الممارسات بأنها دبلوماسية طهي بالمفهوم المعاصر، إلا أنها تمثل إحدى المراحل التاريخية التي أسهمت في تكوين العلاقة بين الطعام والتبادل الثقافي والتواصل بين الحضارات.

• العصور القديمة والوسطى

وخلال العصور القديمة والوسطى، اكتسبت الولائم والمآدب أهمية سياسية واجتماعية متزايدة، ولم تعد مشاركة الطعام تقتصر على إكرام الضيوف، وإنما أصبحت جزءاً من الممارسات المرتبطة بإظهار القوة والمكانة، وتعزيز التحالفات، وبناء الثقة والولاء، وإدارة العلاقات بين الحكام والنخب السياسية، كما وفرت المآدب مساحة للتواصل والتفاوض وتبادل الهدايا وإقامة العلاقات، الأمر الذي جعل الطعام عنصراً مهماً في الممارسات السياسية والاجتماعية، حتى وإن لم يكن ينظر إليه آنذاك باعتباره أداة مستقلة من أدوات الدبلوماسية الثقافية.



• القرن التاسع عشر

وخلال القرن التاسع عشر، أصبح ارتباط الطعام بالممارسة الدبلوماسية أكثر وضوحًا، بالتزامن مع تصاعد المكانة الدولية للمطبخ الفرنسي وانتشار النموذج الفرنسي في فنون الطهي والمراسم، وأصبحت المآدب الرسمية متعددة الأطباق جزءًا من المناسبات والاستقبالات الدبلوماسية في أوروبا، حيث لم تكن تؤدي وظيفة الضيافة فحسب، وإنما أتاحت أيضًا للدول فرصة للتعبير عن ثقافتها ومكانتها وكرمها، ووفرت مساحة للتفاعل غير الرسمي بين ممثلي الدول. وأسهم تطور فنون الطهي الفرنسية واحترافها، إلى جانب انتشار أساليب الخدمة والمطابخ الفرنسية في الأوساط الملكية والدبلوماسية الأوروبية، في تعزيز مكانة الطعام باعتباره أحد مظاهر الثقافة والمكانة الاجتماعية.

• الدبلوماسية الحديثة خلال القرن العشرين

ومع تطور الدبلوماسية الحديثة خلال القرن العشرين، بدأ استخدام الطعام يتجاوز وظيفته المرتبطة بالضيافة والمراسم الرسمية، ليصبح وسيلة للتعبير عن الهوية والثقافة الوطنية، وأصبحت المآدب والاستقبالات الرسمية والمناسبات التي تنظمها السفارات والبعثات الدبلوماسية فرصة لتقديم الأطباق الوطنية والتعريف بالتراث الغذائي للدولة أمام المسؤولين والوفود الأجنبية. ونتيجة لذلك، اكتسب الطعام بعدًا ثقافيًا إلى جانب دوره السياسي والبروتوكولي، وأصبح جزءًا من الصورة التي تسعى الدول إلى تقديمها عن نفسها في الخارج.

• بداية القرن الحادي والعشرين

شهدت نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين تحولًا أكثر جوهرية في توظيف الطعام دبلوماسيًا، بالتزامن مع صعود مفاهيم الدبلوماسية العامة والقوة الناعمة، ولم يعد استخدام الطعام مقتصرًا على اللقاءات الرسمية بين الحكومات والدبلوماسيين، بل اتسع ليشمل التواصل المباشر مع الجماهير والمجتمعات الأجنبية. وبدأت الدول في توظيف المهرجانات والفعاليات الغذائية والثقافية، وبرامج تبادل الطهاة، والمطاعم التي تقدم المأكولات الوطنية في الخارج، ومعارض الطعام، وبرامج التعريف بالتراث الغذائي، باعتبارها أدوات للتعريف بالثقافة الوطنية وبناء صورة إيجابية عن الدولة. وقد أسهم هذا التحول في الانتقال التدريجي من استخدام الطعام كجزء من البروتوكول الدبلوماسي إلى استخدامه كأداة من أدوات التواصل الثقافي والدبلوماسية العامة، وأصبح الطعام قادرًا على الوصول إلى شرائح أوسع من الجمهور، بما يتيح للدول بناء علاقات تقوم على التفاعل الثقافي والتجربة المشتركة، وليس فقط على المفاوضات الرسمية بين الحكومات.



• دبلوماسية الطهي كمجال للدراسة والبحث الأكاديمي

وتزامن هذا التطور العملي مع تبلور دبلوماسية الطهي كمجال للدراسة والبحث الأكاديمي. ويعد الباحث Sam Chapple-Sokol من أبرز الباحثين الذين أسهموا في ترسيخ المفهوم في الأدبيات الحديثة، حيث تناول دبلوماسية الطهي باعتبارها استخدام الطعام والمطبخ كأداة للتواصل وبناء التفاهم بين الثقافات، وربطها بقدرتها على تحسين التفاعل والتعاون بين المجتمعات. وفي عام 2013، نشر Chapple-Sokol مقاله الشهير "Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds"، الذي أصبح من المراجع الأساسية في دراسة المفهوم وتحديد موقعه ضمن أدوات الدبلوماسية العامة والقوة الناعمة.

وفي المرحلة المعاصرة، اتسع نطاق دبلوماسية الطهي ليشمل عددًا متزايدًا من الفاعلين، فلم تعد ممارستها مقتصرة على الحكومات ووزارات الخارجية والسفارات، بل أصبحت تشمل الطهاة، والمطاعم، وشركات الأغذية والمشروبات، والمؤسسات الثقافية، والمنظمات السياحية، والجاليات في الخارج، ووسائل الإعلام والمنصات الرقمية، كما أصبحت دبلوماسية الطهي تتقاطع مع مجموعة من المجالات، من بينها القوة الناعمة، والعلامة الوطنية، والسياحة، والتجارة، والصناعات الإبداعية، والتبادل الثقافي. وبذلك، تطورت العلاقة بين الطعام والدبلوماسية عبر مسار تاريخي طويل؛ بدأت بممارسات الضيافة والولائم والتبادل الغذائي بين الحضارات، ثم انتقلت إلى المجال البروتوكولي والدبلوماسي الرسمي، قبل أن تتوسع مع ظهور الدبلوماسية العامة ومفهوم القوة الناعمة لتصبح وسيلة للتواصل مع الشعوب والمجتمعات. وفي صورتها المعاصرة، لم تعد دبلوماسية الطهي مجرد استخدام للأطباق الوطنية في المناسبات الرسمية، وإنما أصبحت أداة متعددة الأبعاد يمكن للدول والفاعلين غير الحكوميين توظيفها لتعزيز التفاهم الثقافي، وتحسين الصورة الوطنية، ودعم السياحة والتجارة، وتعزيز الحضور الثقافي للدولة على المستوى الدولي.



1.3 أهمية دبلوماسية الطهي

تنبع أهمية دبلوماسية الطهي من قدرة الطعام على تجاوز الحواجز اللغوية والثقافية والسياسية، وتحويل تجربة تناول الطعام إلى وسيلة للتواصل وبناء العلاقات بين الدول والشعوب، ولا يقتصر دورها على الجانب الثقافي، بل تمتد آثارها إلى المجالات السياسية والاقتصادية والسياحية، مما يجعلها إحدى أدوات القوة الناعمة التي يمكن للدول توظيفها لتعزيز حضورها وصورتها على الساحة الدولية.

وتتبلور أهمية دبلوماسية الطهي على النحو التالي:

- **تعزيز القوة الناعمة:** تعد دبلوماسية الطهي إحدى صور القوة الناعمة، حيث تعتمد على الجاذبية والتأثير الثقافي بدلاً من الإكراه أو الضغط. ومن خلال التعريف بالمطبخ الوطني، تستطيع الدول تكوين انطباعات إيجابية عن ثقافتها وقيمها، وتشجيع الشعوب الأخرى على التعرف عليها.
- **تعزيز التفاهم والتبادل الثقافي:** يساهم الطعام في خلق مساحة مشتركة بين الثقافات المختلفة، إذ يسمح للأفراد بالتعرف على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى بطريقة مباشرة وببسيطة، ويساعد تبادل الأطعمة والوصفات وطرق الطهي على تعزيز الحوار بين الثقافات وتقليل الصور النمطية وسوء الفهم الثقافي.
- **تحسين الصورة الذهنية للدولة:** يمكن للمطبخ الوطني أن يصبح جزءاً من الصورة التي تكونها الشعوب عن دولة معينة، حيث يتيح الترويج للأطباق التقليدية والمكونات المحلية وفنون الطهي للدولة إبراز جوانب من تاريخها وتراثها وهويتها، وهو ما يمكن أن يساهم في بناء صورة دولية أكثر إيجابية وجاذبية.
- **دعم السياحة:** ترتبط الثقافة الغذائية ارتباطاً وثيقاً بالسياحة، إذ أصبح الطعام أحد العوامل التي تجذب السياح إلى بعض الوجهات، ويمكن للدول استخدام مطبخها الوطني والمهرجانات الغذائية وتجارب الطهي للترويج لوجهاتها السياحية، مما يعزز جاذبيتها ويخلق تجارب ثقافية مميزة للزوار.
- **تعزيز التجارة والفرص الاقتصادية:** يمكن أن تمتد آثار دبلوماسية الطهي إلى المجال الاقتصادي من خلال زيادة الطلب على المنتجات الغذائية والمكونات المحلية، وانتشار المطاعم الوطنية في الأسواق الخارجية، ودعم الصناعات المرتبطة بالغذاء والضيافة والسياحة. وبالتالي يمكن أن تساهم شهرة المطبخ الوطني في فتح أسواق جديدة وتعزيز صادرات المنتجات الغذائية.
- **بناء العلاقات بين الدول والشعوب:** توفر المناسبات والفعاليات الغذائية بيئة غير رسمية تساعد على بناء الثقة والتواصل، سواء بين المسؤولين خلال المآدب الرسمية أو بين أفراد الشعوب من خلال المهرجانات والمطاعم والفعاليات الثقافية. ومن ثم، يمكن أن يكون الطعام نقطة بداية لعلاقات أوسع في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية.

- **دعم السلام والتقارب في أوقات الأزمات:** يمكن أن تؤدي دبلوماسية الطهي دوراً في بناء السلام والمصالحة، خاصة من خلال تنظيم الوجبات المشتركة وفعاليات الطهي التي تجمع أفراداً من مجتمعات متنازعة أو متباعدة، ويمكن أن تخلق المشاركة في تجربة غذائية مشتركة مساحة للحوار والتفاعل الإنساني، حتى عندما تكون القنوات السياسية الرسمية محدودة.
- **الحفاظ على الهوية والتراث الثقافي:** لا تقتصر دبلوماسية الطهي على الترويج الخارجي للدولة، بل تساهم أيضاً في الحفاظ على الموروث الغذائي ونقله إلى الأجيال الجديدة، ويساعد توثيق الأطباق التقليدية وطرق إعدادها والتعريف بها عالمياً على حماية جزء من الهوية الثقافية للدول والمجتمعات.
- **دعم الحوار وتخفيف التوتر:** تساعد دبلوماسية الطهي على تهيئة بيئة محايدة وغير رسمية للحوار، خاصة في فترات التوتر أو ضعف قنوات الاتصال التقليدية، حيث تخلق مشاركة الطعام تجربة إنسانية مشتركة، وتساعد على بناء الثقة، وتجاوز الصور النمطية، وتعزيز التفاهم بين الأطراف.
- **تعزيز الاستدامة والشمول:** تساهم دبلوماسية الطهي في دعم الاستدامة من خلال تشجيع المنتجات المحلية، والحد من هدر الطعام، والترويج لممارسات غذائية أكثر مسؤولية، كما تعزز الشمول من خلال إبراز تنوع الثقافات والمطابخ وإشراك المجتمعات المحلية في التبادل الثقافي.

1.4 عوامل نجاح دبلوماسية الطهي

تستند فعالية دبلوماسية الطهي إلى مجموعة من العوامل التي تمنحها قدرة خاصة على التأثير في تصورات الأفراد والمجتمعات، وتساعد الدول على توظيف المطبخ الوطني كأداة للتواصل الثقافي وبناء القوة الناعمة، ولا ترتبط هذه الفعالية بالطعام في حد ذاته فقط، وإنما بمجموعة من الخصائص التي تجعل الثقافة الغذائية وسيلة مؤثرة في العلاقات الدولية. **وتتمثل عوامل نجاح دبلوماسية الطهي فيما يلي:**

- **الجاذبية الثقافية والتأثير من خلال التجربة**
- تتمتع دبلوماسية الطهي بقدرة كبيرة على خلق روابط عاطفية وانطباعات إيجابية من خلال التجربة المباشرة، وعلى عكس الأساليب الدبلوماسية التقليدية التي تعتمد على التفاوض أو الضغط، تقوم دبلوماسية الطهي على الجاذبية والمشاركة والتجربة المشتركة.
- ويتيح تناول الطعام من ثقافة أخرى للأفراد التعرف على جوانب مختلفة من تلك الثقافة بطريقة طبيعية وغير تصادمية، كما أن تجربة الطعام ترتبط بمشاعر إنسانية مشتركة مثل الضيافة والفضول والمتعة، مما يساعد على خلق انطباعات إيجابية يمكن أن تستمر حتى بعد انتهاء التجربة.

• ارتباط دبلوماسية الطهي بمفهوم القوة الناعمة

يرتبط نجاح دبلوماسية الطهي بصورة وثيقة بمفهوم القوة الناعمة الذي طرحه جوزيف ناي، والقائم على قدرة الدولة على التأثير في الآخرين من خلال الجذب والإقناع بدلاً من الإكراه. وفي هذا السياق، تسمح الثقافة الغذائية للدول بالتأثير في تصورات الشعوب الأخرى بصورة طوعية وغير مباشرة، وعندما يختار الأفراد زيارة مطعم يقدم طعاماً أجنبياً أو تجربة مطبخ مختلف، فإنهم يتفاعلون مع ثقافة الدولة من خلال اختيار شخصي، وليس نتيجة ضغط سياسي أو اقتصادي. ومن ثم، فإن دبلوماسية الطهي تمثل أحد أشكال القوة الناعمة التي تجعل التأثير الثقافي يبدو طبيعياً وغير مفروض.

• سهولة الوصول وتجاوز الحواجز الثقافية

يعد الطعام من أكثر أدوات التواصل الثقافي سهولة في الوصول إلى الجمهور، إذ لا يتطلب بالضرورة معرفة باللغة أو التاريخ أو الأيديولوجيات السياسية لفهمه والاستمتاع به، فيمكن لطبق واحد أن يعبر عن مفاهيم مثل الضيافة والتقاليد والحرفية والهوية الثقافية دون الحاجة إلى ترجمة، ويستطيع الطعام المساهمة في تجاوز بعض الحواجز اللغوية والثقافية، وخلق نقطة بداية للحوار والتفاهم بين الشعوب. وتمنح هذه الخاصية دبلوماسية الطهي ميزة مقارنة ببعض أدوات الدبلوماسية الثقافية التي قد تتطلب قدراً أكبر من المعرفة أو الخلفية الثقافية لفهمها.

• المطبخ الوطني وبناء الصورة الدولية للدولة

يمثل المطبخ الوطني عنصراً مهماً في تشكيل الصورة الدولية للدولة، حيث تستطيع الدول استخدام هويتها الغذائية المميزة للتعريف بثقافتها وتراثها وتعزيز حضورها عالمياً. على سبيل المثال، ترتبط فرنسا عالمياً بتاريخها في فنون الطهي، كما تبرز اليابان دقة وإتقان إعداد السوشي بما يعزز صورة مرتبطة بالحرفية والجودة، وتوضح هذه الأمثلة كيف يمكن للمطبخ الوطني أن يتجاوز كونه جزءاً من الثقافة اليومية ليصبح أحد عناصر الهوية التي تستخدمها الدولة في تقديم نفسها للعالم.

• الآثار الاقتصادية والسياحية

لا تقتصر نتائج الترويج للمطبخ الوطني على المجال الثقافي، وإنما يمكن أن تمتد إلى السياحة والتجارة والقطاعات الاقتصادية المرتبطة بالغذاء والضيافة، ويساعد انتشار المطبخ الوطني في الخارج على زيادة الاهتمام بالدولة كوجهة سياحية، خاصة مع تنامي السياحة القائمة على تجارب الطعام والثقافة، كما يمكن أن يؤدي إلى زيادة الطلب على المكونات والمنتجات الغذائية الوطنية، ودعم المطاعم والصناعات المرتبطة بالطهي والضيافة. وبذلك يمكن أن تتحول الشهرة الدولية للمطبخ الوطني إلى مصدر للقيمة الاقتصادية، إلى جانب دورها الثقافي والدبلوماسي.

• القدرة على إعادة تشكيل الصورة الذهنية للدولة

تتمتع دبلوماسية الطهي بالقدرة على تقديم رواية مختلفة عن الدول التي تعاني من صور نمطية سلبية أو تواجه تغطية إعلامية تركز على الأزمات السياسية والاقتصادية، وتستطيع الدولة - من خلال إبراز المطبخ المحلي والتقاليد الغذائية والمكونات الوطنية - تسليط الضوء على جوانب أخرى من هويتها، مثل الإبداع والتنوع والتراث والثراء الثقافي، ويعد الترويج للمطبخ البيروفي مثلاً على ذلك، حيث ساهم إبراز المكونات المحلية والمطبخ القائم على دمج تقاليد مختلفة في تعزيز صورة بيرو كوجهة عالمية للطهي والسياحة. وبالتالي، يمكن لدبلوماسية الطهي أن تساعد الدول على إعادة صياغة صورتها الدولية وتقديم جوانب إيجابية

من هويتها إلى الجمهور العالمي.

1.5 الفرق بين دبلوماسية الطهي والدبلوماسية الغذائية

على الرغم من أن مصطلحي دبلوماسية الطهي والدبلوماسية الغذائية يستخدمان في كثير من الأحيان بالتبادل، فإنهما يشيران إلى نهجين مختلفين نسبياً في توظيف الطعام والمطبخ في العلاقات الدولية، حيث يعتمدان على قدرة الطعام على تجاوز الحواجز اللغوية والثقافية وخلق تواصل إيجابي بين الشعوب، إلا أن الاختلاف الأساسي يكمن في طبيعة الجهات المشاركة والجمهور المستهدف والقنوات المستخدمة. وترتبط دبلوماسية الطهي بصورة أكبر بالممارسات الدبلوماسية الرسمية التي تقودها الحكومات والمؤسسات الدبلوماسية، مثل حفلات العشاء الرسمية والمآدب الدبلوماسية واستقبالات السفارات، فيما تركز الدبلوماسية الغذائية بدرجة أكبر على التواصل المباشر مع الجمهور والشعوب من خلال المطاعم والمهرجانات الغذائية والفعاليات الثقافية وحملات الترويج للمطبخ الوطني. ويمكن النظر إلى دبلوماسية الطهي باعتبارها أكثر ارتباطاً بالمستوى الرسمي والنخبوي للعلاقات الدولية، بينما تعمل الدبلوماسية الغذائية بصورة أكبر على المستوى الشعبي والمجتمعي.

وتمثل دبلوماسية الطهي والدبلوماسية الغذائية مسارين يعملان معاً لتعزيز القوة الناعمة للدولة وتحسين صورتها وبناء علاقات أكثر إيجابية مع الدول والشعوب الأخرى. وفيما يلي أوجه المقارنة بينهما:

وجه المقارنة	دبلوماسية الطهي (Culinary Diplomacy)	الدبلوماسية الغذائية (Gastrodiplomacy)
المفهوم	استخدام الطعام والمطبخ في إطار العلاقات الدبلوماسية الرسمية	استخدام الطعام والمطبخ للتواصل مع الشعوب والجمهور الأجنبي
الطابع	رسمي ودبلوماسي	شعبي وثقافي
الجهات الرئيسية	الحكومات، وزارات الخارجية، السفارات، الدبلوماسيون	المؤسسات الثقافية، المطاعم، الشركات، الطهاة، المجتمع المدني والإعلام
الجمهور المستهدف	الحكومات والقادة والمسؤولون والوفود الرسمية	عامة الناس والجمهور الأجنبي
أهم الأدوات	حفلات العشاء الرسمية، المآدب الدبلوماسية، استقبالات السفارات	مهرجانات الطعام، المطاعم، الفعاليات الثقافية، حملات الترويج للمطبخ الوطني
الهدف المباشر	تعزيز العلاقات السياسية بناء الثقة بين الحكومات	تحسين صورة الدولة تعزيز التقارب الثقافي بين الشعوب
المستوى	العلاقات بين النخب والمؤسسات الرسمية	العلاقات بين الشعوب والمجتمعات
النتيجة المتوقعة	دعم العلاقات الثنائية والتفاهم السياسي	بناء الألفة الثقافية تحسين الصورة الذهنية للدولة
دور الدولة	مباشر وأساسي	قد يكون مباشراً أو غير مباشر
مثال نموذجي	إقامة مأدبة رسمية لوفد أجنبي وإعداد قائمة طعام تعكس الهوية الوطنية	تنظيم مهرجان للمطبخ الوطني أو الترويج للمطاعم والمأكولات الوطنية في الخارج

تعد دبلوماسية الطهي إحدى الأدوات الحديثة التي يمكن من خلالها توظيف القوة الناعمة في العلاقات الدولية، وذلك من خلال استخدام الطعام والمطبخ والتراث الغذائي للدولة كوسيلة للجذب والتأثير وبناء صورة إيجابية عنها في الخارج، إذ أن القوة الناعمة لا تقوم على الإكراه أو الضغط، وإنما على قدرة الدولة على جعل الآخرين يرغبون في التعرف عليها والتفاعل معها من خلال ثقافتها وقيمها وصورتها الدولية.

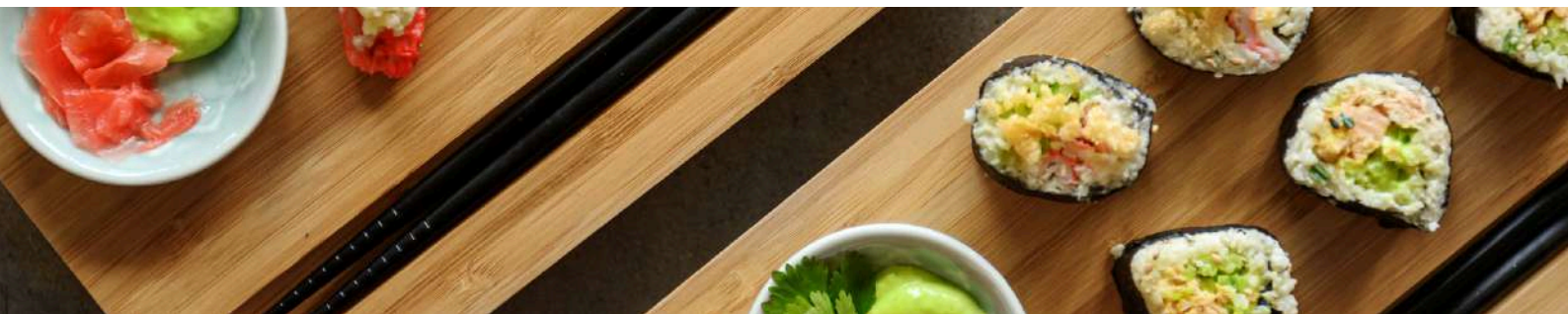
وقد ارتبط مفهوم القوة الناعمة بصورة أساسية بأعمال جوزيف ناي (Joseph Nye)، الذي قدمه باعتباره قدرة الدولة على تحقيق ما تريده من خلال الجذب والإقناع، بدلاً من الاعتماد على القوة العسكرية أو الاقتصادية وحدها، وتمثل الثقافة أحد أهم مصادر القوة الناعمة، باعتبارها وسيلة تستطيع الدول من خلالها التأثير في اتجاهات وتصورات المجتمعات الأخرى بصورة غير مباشرة.

ومن هنا تبرز دبلوماسية الطهي باعتبارها أحد التطبيقات العملية للقوة الناعمة؛ فالمطبخ الوطني لا يمثل مجرد مجموعة من الأطعمة والوصفات، وإنما يعكس جوانب من تاريخ المجتمع وهويته وعاداته وقيمته وطريقة حياته، وعندما تنتقل هذه العناصر إلى الخارج من خلال المطاعم والمهرجانات والفعاليات الثقافية والبعثات الدبلوماسية وبرامج التبادل بين الطهاة، فإنها تتيح للجمهور الأجنبي فرصة للتفاعل مع ثقافة الدولة بطريقة مباشرة وغير رسمية.

2.1 أدوات توظيف دبلوماسية الطهي في إطار القوة الناعمة

• الطعام كأداة للجذب الثقافي

تتميز دبلوماسية الطهي عن العديد من أدوات الدبلوماسية الثقافية بقدرتها على الوصول إلى الجمهور دون الحاجة إلى معرفة مسبقة باللغة أو النظام السياسي أو التاريخ الخاص بالدولة. فالتفاعل مع الطعام يبدأ عادةً من تجربة حسية مباشرة، وهو ما يجعل المطبخ وسيلة سهلة للوصول إلى قطاعات واسعة من الجمهور. وتقوم القوة الناعمة هنا على الجذب وليس الفرض؛ فالدولة لا تجبر الجمهور الأجنبي على تبني ثقافتها، وإنما تقدم عناصر من ثقافتها بطريقة تجعل الأفراد يرغبون طوعاً في اكتشافها. وعندما يقبل المستهلكون في دولة ما على المطاعم التايلاندية أو المطبخ الكوري أو السوشي الياباني، فإنهم لا يستهلكون الطعام فقط، بل يدخلون بصورة غير مباشرة في تجربة ثقافية مرتبطة بالدولة التي ينتمي إليها هذا المطبخ. وبذلك يمكن أن تتحول تجربة بسيطة مثل تناول وجبة إلى نقطة بداية للاهتمام باللغة أو الموسيقى أو السياحة أو التاريخ أو المنتجات المرتبطة بالدولة. ومن ثم، تعمل دبلوماسية الطهي على خلق روابط ثقافية تدريجية يمكن أن تدعم صورة الدولة على المدى الطويل.



• بناء الصورة الذهنية للدولة

ترتبط القوة الناعمة بدرجة كبيرة بالصورة التي تتكون لدى الشعوب عن الدول الأخرى، ويمكن للمطبخ الوطني أن يؤدي دوراً مهماً في تشكيل هذه الصورة، لأن الطعام غالباً ما يحمل دلالات ثقافية تتجاوز قيمته الغذائية. وعلى سبيل المثال، يمكن أن يرتبط مطبخ معين بالتراث والتقاليد، ويرتبط مطبخ آخر بالدقة والابتكار أو التنوع أو البساطة، وتستطيع الدولة - من خلال الترويج لهذه الصفات عبر المطبخ - أن تدعم الصورة التي ترغب في تقديمها عن نفسها أمام الجمهور الدولي.

ومن هنا لا تقتصر دبلوماسية الطهي على الترويج للطعام، وإنما تمتد إلى الترويج لرواية معينة عن الدولة، إذ أن الدولة التي تقدم مطبخها باعتباره نتاجاً لتاريخ طويل من التبادل الثقافي، يمكن أن تعزز صورة نفسها باعتبارها دولة منفتحة ومتنوعة، في حين أن الدولة التي تركز على جودة المكونات ودقة إعداد الطعام، قد تربط صورتها الدولية بالتميز والحرفية والجودة.

لا تقتصر دبلوماسية الطهي على الترويج للطعام، وإنما تمتد إلى الترويج لرواية معينة عن الدولة

• المطبخ الوطني كجزء من الهوية الوطنية

يمثل الطعام أحد المكونات المهمة للهوية الثقافية للمجتمعات، ولذلك يمكن للدول استخدامه للحفاظ على هويتها والتعريف بها في الخارج، وتزداد أهمية ذلك في ظل العولمة، التي أدت إلى زيادة التفاعل بين الثقافات وانتقال المنتجات والعادات الغذائية عبر الحدود.

وتسمح دبلوماسية الطهي للدولة بتحويل عناصر من تراثها المحلي إلى رموز ثقافية قابلة للانتشار عالمياً، إذ أن الطبق التقليدي، والمكونات المحلية، وأساليب إعداد الطعام، وطقوس تقديمه، يمكن أن تصبح جميعها جزءاً من السردية التي تقدم بها الدولة نفسها إلى العالم. وفي هذا الإطار، لا يكون الهدف مجرد الحفاظ على التراث، وإنما تحويل التراث الغذائي إلى مصدر للقوة الناعمة من خلال تقديمه للجمهور الدولي بصورة جذابة تحافظ في الوقت نفسه على خصوصيته الثقافية.

• الدبلوماسية الرقمية وتعزيز القوة الناعمة

أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى زيادة قدرة دبلوماسية الطهي على إنتاج القوة الناعمة والوصول إلى جمهور عالمي، حيث أصبحت الصور ومقاطع الفيديو الخاصة بالطعام قادرة على الانتشار عبر الحدود بسرعة كبيرة، وهو ما أتاح للدول والطهاة والأفراد تقديم المطبخ الوطني إلى ملايين المستخدمين.

وتتميز الدبلوماسية الرقمية بأنها تسمح بالتفاعل المباشر بين الجمهور والثقافة الغذائية الأجنبية، إذ لم يعد الفرد بحاجة إلى زيارة دولة معينة حتى يتعرف على مطبخها؛ وإنما يمكنه مشاهدة طريقة إعداد طبق تقليدي أو التعرف على مكوناته أو تجربته وصفته من خلال المنصات الرقمية. وبذلك أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي حلقة وصل بين المطبخ والقوة الناعمة، حيث تتحول التجربة الغذائية من تجربة محلية إلى محتوى ثقافي عالمي قابل للمشاركة وإعادة الإنتاج.

• من الثقافة إلى التأثير

تكمن أهمية العلاقة بين دبلوماسية الطهي والقوة الناعمة في أن التأثير الثقافي قد يمتد إلى مجالات أخرى. فانتشار المطبخ الوطني في الخارج يمكن أن يؤدي إلى زيادة الاهتمام بالدولة نفسها، وهو ما قد ينعكس على السياحة والتجارة والاستثمار والصادرات الثقافية. وتظهر هذه العلاقة في صورة سلسلة مترابطة:



وبالتالي، فإن القوة الناعمة الناتجة عن دبلوماسية الطهي لا تتوقف عند المجال الثقافي، بل يمكن أن تمتد إلى مجالات اقتصادية وتجارية وسياحية، خاصة عندما تكون جهود الترويج للمطبخ جزءاً من استراتيجية أوسع للدولة.

• دور الطهاة والمطاعم في إنتاج القوة الناعمة

لا تقتصر ممارسة القوة الناعمة من خلال الطعام على الحكومات والسفارات، وإنما يشارك فيها عدد كبير من الفاعلين غير الحكوميين، وعلى رأسهم الطهاة والمطاعم وشركات الأغذية ووسائل الإعلام والمؤثرون. ويكتسب الطهاة أهمية خاصة لأنهم يستطيعون القيام بدور السفراء الثقافيين غير الرسميين، وعندما يسافر طاهٍ إلى دولة أخرى لتقديم المطبخ الوطني أو المشاركة في مهرجان دولي، فإنه لا ينقل صفات وتقنيات الطهي فقط، وإنما يقدم جزءاً من الثقافة التي يمثلها.

وتمثل المطاعم المنتشرة في الخارج نقاط اتصال يومية بين الثقافات، وقد يصبح المطعم الوطني في دولة أجنبية مساحة يتعرف فيها الجمهور المحلي على الطعام واللغة والموسيقى والتقاليد المرتبطة بالدولة الأم، ويؤدي هذا إلى توسيع نطاق القوة الناعمة بحيث لا تظل محصورة في المؤسسات الرسمية، وإنما تصبح موزعة بين الدولة والمجتمع والقطاع الخاص والأفراد.

2.2 علاقة دبلوماسية الطهي بالدبلوماسية الثقافية

تعد دبلوماسية الطهي أحد التطبيقات العملية للدبلوماسية الثقافية، إذ توظف الطعام والمطبخ والتراث الغذائي للتعريف بثقافة الدولة وتعزيز التفاهم والتواصل بين الشعوب، ويجمع المفهوم بين الاعتماد على الثقافة كوسيلة للتقارب، إلا أن دبلوماسية الطهي تركز بصورة أكثر تحديداً على الطعام والممارسات المرتبطة به باعتبارها أدوات للتواصل الثقافي والدبلوماسي.

وتستند الدبلوماسية الثقافية إلى توظيف عناصر الثقافة المختلفة، مثل الفنون واللغة والتراث والتعليم والتبادل الثقافي، في بناء علاقات إيجابية مع المجتمعات الأخرى، ويندرج المطبخ الوطني ضمن أحد أهم العناصر التي يمكن استخدامها للتعبير عن هوية الدولة ونقل جوانب من تاريخها وتقاليدها وقيمها إلى الجمهور الخارجي.

وتتميز دبلوماسية الطهي بقدرتها على تحويل التبادل الثقافي من مجرد التعريف بالثقافة إلى تجربة مباشرة وتفاعلية، إذ أن تناول الطعام أو تعلم طريقة إعداده أو المشاركة في مهرجان غذائي يتيح للأفراد التفاعل مع ثقافة أخرى بصورة عملية، كما أن الطعام يستطيع تجاوز بعض الحواجز اللغوية والثقافية، باعتباره تجربة إنسانية مشتركة يمكن أن تخلق مساحة للحوار والتقارب.

وتتداخل دبلوماسية الطهي مع الدبلوماسية الثقافية من خلال عدد من الوسائل، من أبرزها: المهرجانات الغذائية، وبرامج التبادل بين الطهاة، والمطاعم الوطنية في الخارج، والفعاليات التي تنظمها السفارات والمراكز الثقافية، ودروس الطهي، والمعارض والفعاليات الدولية، وتسمح هذه الأدوات للدولة بتقديم ثقافتها بصورة أكثر قرباً من الجمهور، بدلاً من اقتصر التواصل الثقافي على القنوات الرسمية.

وتؤدي دبلوماسية الطهي دوراً في الحفاظ على التراث الثقافي ونقله، إذ يمكن استخدام الأطباق التقليدية والمكونات المحلية وطرق إعداد الطعام وطقوس تقديمه للتعريف بالتراث الوطني والحفاظ على استمراره، ويكتسب ذلك أهمية خاصة في ظل العولمة التي أدت إلى زيادة التفاعل وانتقال العادات والممارسات الغذائية بين المجتمعات.

ولا تقتصر العلاقة بين الدبلوماسية الثقافية ودبلوماسية الطهي على المستوى الحكومي، وإنما تشمل مجموعة من الفاعلين غير الحكوميين، مثل الطهاة والمطاعم وشركات الأغذية والمؤسسات الثقافية والمجتمع المدني والجاليات المقيمة في الخارج، حيث يساهم هؤلاء في توسيع نطاق التبادل الثقافي والوصول إلى شرائح أكبر من الجمهور.

وبذلك يمكن النظر إلى دبلوماسية الطهي باعتبارها أحد المسارات المتخصصة داخل الدبلوماسية الثقافية؛ حيث تستخدم الدبلوماسية الثقافية مجموعة واسعة من الأدوات الثقافية لتعزيز العلاقات بين الشعوب، وتركز دبلوماسية الطهي على الطعام والمطبخ باعتبارهما وسيلة للتعريف بالهوية والتراث، وبناء التفاعل الثقافي، وتعزيز الصورة الإيجابية للدولة.

ويوضح الجدول التالي الفرق بين الدبلوماسية الثقافية ودبلوماسية الطهي:

الدبلوماسية الثقافية	دبلوماسية الطهي
مفهوم أوسع يشمل مختلف عناصر الثقافة	تركز بصورة أساسية على الطعام والمطبخ
تشمل الفنون واللغة والتعليم والتراث والتبادل الثقافي	تشمل الأطباق والمكونات وطرق الطهي والمطاعم والمهرجانات الغذائية
تستهدف بناء التفاهم والتواصل الثقافي بصورة عامة	تستخدم التجربة الغذائية كمدخل للتواصل الثقافي
تعتمد على مجموعة واسعة من المؤسسات والفاعلين	تشمل الحكومات والطهاة والمطاعم والمؤسسات الغذائية والجاليات
تهدف إلى تعزيز التفاهم والصورة الثقافية للدولة	تضيف إلى ذلك الترويج للمطبخ والتراث الغذائي وربطهما بالهوية الوطنية

وبالتالي، فإن العلاقة بين المفهومين تكاملية وليست تنافسية؛ حيث تستفيد دبلوماسية الطهي من الإطار الأوسع للدبلوماسية الثقافية، وتوفر للأخيرة أداة عملية وجذابة للوصول إلى الجمهور والتفاعل معه، بما يعزز فرص بناء علاقات ثقافية أكثر استدامة بين الدول والشعوب.

2.3 دبلوماسية الطهي كأداة للحفاظ على التراث

لا تقتصر دبلوماسية الطهي على استخدام الطعام للتعريف بثقافة الدولة أو تحسين صورتها الخارجية، وإنما يمكن أن تؤدي دوراً أوسع في الحفاظ على التراث الغذائي وتعزيز الممارسات الغذائية المستدامة، حيث يمثل المطبخ الوطني أحد المكونات الأساسية للهوية الثقافية، ويرتبط بالتاريخ والعادات والتقاليد والمعارف التي تطورت داخل المجتمعات وانتقلت من جيل إلى آخر. ومن ثم، فإن تقديم هذا التراث إلى الجمهور الدولي من خلال دبلوماسية الطهي يساهم في إبقائه حاضراً في المجال الثقافي العالمي.

ويشمل التراث الغذائي عناصر متعددة تتجاوز الأطباق التقليدية نفسها، مثل: طرق إعداد الطعام، وأساليب الطهي، والمكونات المحلية، والوصفات التقليدية، وطرق تقديم الطعام، والمعارف المرتبطة باستخدام المنتجات الزراعية المحلية. وعندما تشارك الدول في المهرجانات والفعاليات الغذائية الدولية أو تنظم برامج لتبادل الخبرات بين الطهاة، فإنها لا تقوم فقط بالترويج لأطباق معينة، وإنما تنقل جزءاً من المعرفة والثقافة المرتبطة بها، وهو ما يمنح الطهاة والمجتمعات المحلية فرصة للحفاظ على هذه المعارف وإعادة تقديمها في سياق دولي.

وتكتسب هذه الوظيفة أهمية خاصة في ظل العولمة والتغير في أنماط الاستهلاك الغذائي، لدورهما في زيادة انتقال الأطعمة والثقافات الغذائية عبر الحدود، ويمكن لدبلوماسية الطهي أن توفر حافزاً للحفاظ على الأطباق والمكونات وأساليب الطهي المحلية، من خلال تحويلها إلى عناصر ذات قيمة ثقافية وسياحية واقتصادية، وكما زاد الاهتمام الدولي بمطبخ معين، زادت إمكانية استخدامه كوسيلة للتعريف بالثقافة والهوية الوطنية.

ولا ينفصل الحفاظ على التراث الغذائي عن دعم المجتمعات المحلية؛ فالكثير من الممارسات الغذائية يرتبط بالمزارعين والمنتجين والطهاة والحرفيين الذين يحملون المعارف والمهارات التقليدية. وبالتالي، فإن الترويج الدولي للمطبخ الوطني يمكن أن يدعم الطلب على المنتجات المحلية، ويعزز النشاط الاقتصادي المرتبط بالتراث الغذائي. وهنا تتداخل الأبعاد الثقافية والاقتصادية لدبلوماسية الطهي، إذ يصبح الحفاظ على التراث وسيلة لدعم النشاط الاقتصادي المحلي في الوقت نفسه.



لا تقتصر ممارسة دبلوماسية الطهي على الحكومات والمؤسسات الرسمية، وإنما تشارك فيها مجموعة متنوعة من الفاعلين الحكوميين وغير الحكوميين الذين يساهمون في توظيف الطعام والمطبخ الوطني كوسيلة للتواصل الثقافي وتعزيز العلاقات بين الدول، ويؤدي كل فاعل دوراً مختلفاً، بدءاً من وضع السياسات وتنظيم الفعاليات، وصولاً إلى تقديم المطبخ الوطني للجمهور الدولي والتفاعل معه.

ويمكن الإشارة إلى أهم الجهات الفاعلة في دبلوماسية الطهي على النحو التالي:

• الحكومات ووزارات الخارجية

تؤدي الحكومات دوراً أساسياً في توظيف دبلوماسية الطهي ضمن السياسة الخارجية والدبلوماسية الثقافية. ويمكن أن يتم ذلك من خلال تنظيم الفعاليات الغذائية، واستضافة الوفود الأجنبية، وإدراج المطبخ الوطني ضمن المناسبات الرسمية، إلى جانب إطلاق مبادرات تستهدف الترويج للتراث الغذائي في الخارج، وهو ما يسمح بتحويل المطبخ الوطني من عنصر ثقافي إلى جزء من الاستراتيجية الأوسع للدولة في بناء صورتها وتعزيز حضورها الدولي. وقد تبنت بعض الحكومات مبادرات رسمية للترويج للمطابخ الوطنية وتبادل الخبرات الغذائية، مثل مبادرة Global Thai التي تضمنت تدريب الطهاة ونشر المطبخ التايلاندي عالمياً.

• السفارات والبعثات الدبلوماسية

تمثل السفارات إحدى أهم القنوات التي يمكن من خلالها ممارسة دبلوماسية الطهي بصورة مباشرة، إذ تستطيع السفارات تنظيم حفلات الاستقبال والفعاليات الثقافية التي تقدم الأطباق التقليدية للضيوف والدبلوماسيين والجمهور المحلي، بما يتيح التعريف بثقافة الدولة في إطار غير رسمي، كما يمكن أن تصبح الوجبات والفعاليات الغذائية جزءاً من اللقاءات الدبلوماسية، بما يوفر بيئة أكثر ملاءمة للتواصل وبناء العلاقات.

• الطهاة

يؤدي الطهاة دوراً يتجاوز إعداد الطعام، إذ يمكن أن يتحول الطاهي إلى سفير ثقافي غير رسمي ينقل المطبخ الوطني إلى جماهير جديدة. ومن خلال السفر والمشاركة في المهرجانات والمؤتمرات الدولية وتبادل الخبرات مع الطهاة من دول أخرى، يساهم الطهاة في نقل الوصفات وأساليب الطهي والمعارف المرتبطة بالتراث الغذائي، وتبرز أهمية هذا الدور في تجارب طهاة مثل غاستون أكوريو في الترويج للمطبخ البيروفي عالمياً، وكذلك الطهاة المشاركون في برامج التبادل والتعاون الدولي.

• المطاعم

تمثل المطاعم الوطنية المنتشرة خارج حدود الدولة قناة مستمرة للتواصل الثقافي، لأنها تتيح للجمهور الأجنبي تجربة المطبخ الوطني بصورة مباشرة ومتكررة. ولا تقتصر التجربة على الطعام ذاته، بل قد تمتد إلى أساليب تقديمه والديكور والموسيقى والعادات المرتبطة به، وهو ما يجعل المطعم مساحة للتفاعل مع الثقافة الأصلية، كما يمكن لانتشار المطاعم الوطنية أن يساهم في زيادة التعريف بالوجهة السياحية والمنتجات الغذائية المرتبطة بالدولة.

• شركات الأغذية والمنتجات الغذائية

تساهم شركات الأغذية في نقل المطبخ الوطني إلى الأسواق الخارجية من خلال تصدير المنتجات والمكونات المحلية والترويج لها دولياً، وهو ما يخلق ارتباطاً بين دبلوماسية الطهي والأبعاد التجارية، حيث يمكن أن يؤدي انتشار المنتجات الغذائية إلى زيادة التعرف على المطبخ الوطني وخلق طلب على مكوناته. ومن ثم، يصبح القطاع الخاص شريكاً في تحويل الشهرة الثقافية للمطبخ إلى فرص تجارية وتصديرية.

• المؤسسات الثقافية

تلعب المؤسسات الثقافية دوراً في الحفاظ على التراث الغذائي والتعريف به من خلال المعارض والبرامج الثقافية وورش العمل والفعاليات التي تتناول تاريخ الطعام وعاداته وتقاليده، وتساعد هذه المؤسسات في تقديم الطعام باعتباره جزءاً من الهوية الثقافية وليس مجرد منتج للاستهلاك، بما يعزز البعد الثقافي لدبلوماسية الطهي.

• وسائل الإعلام والمنصات الرقمية

أصبحت وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي من أهم الفاعلين في نشر المطبخ الوطني عالمياً. فمن خلال الصور ومقاطع الفيديو وبرامج الطهي والمدونات والمنصات الرقمية، يمكن تقديم الأطباق التقليدية إلى جمهور واسع دون الحاجة إلى وجود فعالية دبلوماسية رسمية، كما يسمح المحتوى الرقمي للطهاة والمطاعم والمؤسسات الرسمية بالتفاعل المباشر مع الجمهور الأجنبي، وهو ما يوسع نطاق دبلوماسية الطهي ويزيد قدرتها على إنتاج الجذب الثقافي.

• أهم أدوار المنصات الرقمية

1- توفر المنصات الرقمية، مثل مواقع التواصل الاجتماعي ومدونات الطعام ومنصات مشاركة الفيديو، مساحة لعرض الأطباق التقليدية وطرق إعدادها والمكونات المحلية والقصص المرتبطة بها، وتساعد الصور ومقاطع الفيديو الخاصة بالطعام على جذب اهتمام الجمهور وإثارة فضوله تجاه ثقافة الدولة، بما يعزز التفاعل معها حتى دون وجود اتصال مباشر أو زيارة فعلية للدولة.

2 - تتميز البيئة الرقمية بإمكانية التفاعل المباشر مع الجمهور، حيث يستطيع المستخدمون التعليق والمشاركة وإعادة نشر المحتوى وتجربة الوصفات بأنفسهم، ولم تعد الحكومات والسفارات وحدها قادرة على تمثيل المطبخ الوطني، بل أصبح الطهاة، ومدونو الطعام، والمؤثرون، وصناع المحتوى، والمطاعم والجاليات قادرين على أداء أدوار مهمة في نشر الثقافة الغذائية.

3 - توفر المنصات الرقمية فرصاً لتطوير أشكال جديدة من التبادل الثقافي، مثل: دروس الطهي الافتراضية، والبلث المباشر للفعاليات والمهرجانات الغذائية، والتعاون الرقمي بين الطهاة من دول مختلفة، وتسمح هذه الأدوات بمشاركة التجارب الغذائية عبر الحدود دون الحاجة إلى السفر، مما يزيد من قدرة دبلوماسية الطهي على الوصول إلى شرائح واسعة ومتنوعة.

4 - يعزز الانتشار الرقمي العلاقة بين دبلوماسية الطهي والقوة الناعمة، إذ يمكن لمحتوى غذائي بسيط أن يثير اهتمام الجمهور بثقافة الدولة، ثم يمتد هذا الاهتمام إلى السياحة أو اللغة أو الفنون أو المنتجات الوطنية. ومن ثم، يمكن أن تتحول تجربة مشاهدة طبق أو وصفة إلى مدخل أوسع للتعرف على الدولة وثقافتها.

• المجتمع المدني والمجتمعات المحلية

تساهم الجمعيات الثقافية والمبادرات المجتمعية والمجتمعات المحلية في الحفاظ على الوصفات والتقاليد الغذائية ونقلها إلى الأجيال الجديدة، كما يمكنها المشاركة في المهرجانات والفعاليات الدولية للتعريف بتراثها الغذائي، وتكتسب مشاركة هذه الفئات أهمية خاصة لأنها تساعد على تقديم المطبخ الوطني بصورة أكثر ارتباطاً بالمجتمع وممارساته الحقيقية، بدلاً من اقتصره على الصورة الرسمية التي تقدمها الدولة.

وبذلك تقوم دبلوماسية الطهي على تفاعل مجموعة من الفاعلين الرسميين وغير الرسميين، حيث تتكامل أدوار الدولة والسفارات مع الطهاة والمطاعم والقطاع الخاص والمؤسسات الثقافية ووسائل الإعلام والمجتمعات المحلية. ويمنح هذا التنوع دبلوماسية الطهي قدرة أكبر على الوصول إلى الجمهور الدولي، ويجعلها أداة تجمع بين الدبلوماسية الرسمية والتواصل الثقافي والتفاعل المجتمعي.

تشمل دبلوماسية الطهي مجموعة متنوعة من الآليات التي توظف من خلالها الدول والمؤسسات والأفراد الطعام والمطبخ الوطني لتعزيز العلاقات الدولية، والتعريف بالثقافة الوطنية، وتحسين الصورة الذهنية للدولة في الخارج. ويمكن تصنيف هذه الآليات إلى أربعة مسارات رئيسية، هي: المبادرات الحكومية، ومشاركة القطاع الخاص، والمبادرات الشعبية والمجتمعية، والوسائل الرقمية، إلى جانب الدور المهم الذي تؤديه الجاليات في نقل الثقافة الغذائية إلى المجتمعات المضيفة.

• الحكومات والمؤسسات الدبلوماسية

تمثل الحكومات والمؤسسات الدبلوماسية أحد أهم الفاعلين في دبلوماسية الطهي، حيث يمكنها توظيف الطعام ضمن أدوات السياسة الخارجية والدبلوماسية الثقافية. ويتم ذلك من خلال السفارات والبعثات الدبلوماسية، وتنظيم حفلات العشاء الرسمية والمآدب واستقبالات الوفود الأجنبية، إلى جانب برامج تبادل الطهاة والتعليم والتدريب في مجال فنون الطهي.

ولا تقتصر أهمية هذه المناسبات على تقديم الطعام فقط، إذ يمكن لاختيار الأطباق والمكونات وطرق إعدادها وتقديمها أن يحمل رسائل دبلوماسية وثقافية، كما تعكس مراعاة العادات الغذائية للضيوف حالة الاحترام والتقدير، ويساهم تقديم الأطباق والمكونات المحلية في إبراز الهوية الوطنية والتعريف بالتراث الثقافي للدولة.

• مشاركة القطاع الخاص

يلعب القطاع الخاص دوراً مهماً في توسيع نطاق دبلوماسية الطهي، خاصة من خلال المطاعم وشركات الأغذية والضيافة والمهرجانات والفعاليات الغذائية، وتعمل المطاعم التي تقدم المأكولات الوطنية في الخارج كمساحات للتعريف بثقافة الدولة وعاداتها الغذائية، حيث لا يقتصر دورها على تقديم الطعام، بل تتيح للجمهور الأجنبي فرصة التعرف على جوانب مختلفة من الثقافة الوطنية.

ويؤدي الطهاة المشاهير دوراً متزايداً باعتبارهم سفراء ثقافيين غير رسميين، من خلال برامجهم وكتبهم ومنصاتهم الإعلامية، التي تساهم في نشر المطابخ الوطنية وتعزيز الاهتمام بها عالمياً.

• المبادرات الشعبية والمجتمع المدني

تمثل المبادرات الشعبية والمجتمعية أحد أكثر أشكال دبلوماسية الطهي ارتباطاً بالتواصل المباشر بين الشعوب، وتشمل هذه المبادرات: دروس الطهي، والفعاليات المجتمعية، والمهرجانات الثقافية، وتبادل الوصفات، والأنشطة التي تجمع أفراداً من خلفيات ثقافية مختلفة، وتتميز هذه المبادرات بقدر أكبر من العفوية والتفاعل المباشر مقارنة بالمبادرات الحكومية الرسمية، وهو ما يمكن أن يجعلها وسيلة فعالة لبناء التفاهم الثقافي وتعزيز العلاقات بين المجتمعات.

• الإعلام والمنصات الرقمية المختلفة

أدى التطور الرقمي إلى توسيع نطاق دبلوماسية الطهي بصورة كبيرة، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لنشر الثقافة الغذائية والوصفات التقليدية وقصص الطعام إلى جمهور عالمي، وأصبح الطهاة والمدونون وصناع المحتوى قادرين على أداء دور سفراء ثقافيين غير رسميين من خلال تقديم الأطعمة التقليدية وشرح طرق إعدادها والتعريف بتاريخها وأهميتها الثقافية، كما ساهم انتشار مقاطع الفيديو الخاصة بالطهي في جعل التبادل الغذائي والثقافي أكثر سرعة واتساعاً، بحيث لم تعد دبلوماسية الطهي تقتصر على القنوات الحكومية أو المؤسسات الرسمية.

• دور الجاليات في الخارج

تؤدي الجاليات المقيمة في الخارج دوراً مهماً في نقل المطبخ الوطني إلى المجتمعات المضيفة، من خلال إنشاء المطاعم ومتاجر الأغذية وتنظيم المهرجانات والفعاليات الثقافية والطهي، وتعمل هذه الجاليات باعتبارها جسراً ثقافياً بين الدولة الأصلية والمجتمع المضيف، إذ تساهم في الحفاظ على التقاليد الغذائية ونقلها إلى الأجيال الجديدة. وفي الوقت نفسه، قد تقوم بتكييف بعض الأطباق مع الأذواق والمكونات.

• الطهاة كسفراء ثقافيين

يمثل الطهاة إحدى الأدوات المهمة لتوظيف دبلوماسية الطهي، حيث يساهم الطهاة في نقل المطبخ الوطني إلى الجماهير الأجنبية والتعريف بالثقافة والتراث المرتبطين به، ولا يقتصر هذا الدور على إعداد وتقديم الأطباق، بل يشمل المشاركة في المهرجانات والفعاليات الدولية، وبرامج التبادل بين الطهاة، والمسابقات الدولية، والبرامج التلفزيونية، ومنصات التواصل الاجتماعي.

ومن خلال هذه الأنشطة المختلفة، يستطيع الطهاة التعريف بالمكونات المحلية وطرق الطهي التقليدية والقصص والعادات المرتبطة بالطعام، بما يتيح للجمهور الأجنبي التعرف على الثقافة الوطنية بصورة مباشرة، كما تساهم المطاعم التي يديرها الطهاة خارج دولهم في توفير مساحة مستمرة للتفاعل مع المطبخ والثقافة الوطنية.

وبذلك، يعمل الطهاة كحلقة وصل بين الدول والمجتمعات الأجنبية، ويساهمون في توسيع نطاق دبلوماسية الطهي خارج القنوات الحكومية الرسمية، كما يمكن لدورهم أن يدعم التبادل الثقافي، ويعزز انتشار المطبخ الوطني، ويفتح المجال أمام السياحة الغذائية والترويج للمنتجات والمكونات المحلية.

• المطاعم الوطنية في الخارج

تعد من أقوى الأدوات التي يتم استخدامها، لأنها تحول المطبخ الوطني إلى تجربة يومية متاحة للجمهور الأجنبي، وقد قدمت تايلاند نموذجاً واضحاً في هذا المجال من خلال دعم انتشار المطاعم التايلاندية عالمياً، وتطوير نظام Thai SELECT لتأكيد أصالة وجودة التجربة. وفي 2026 أعلنت وزارة التجارة التايلاندية وجود 1,419 مطعمًا حاصلًا على Thai SELECT في 70 دولة.

• السياحة الطهوية

يعد الدافع الرئيسي لصناعة السياحة الغذائية هو الرغبة المتزايدة في استكشاف الأطباق المحلية، والتواصل مع السكان المحليين، واكتساب فهم أعمق للوجهة وتاريخها وثقافتها. ففي عام 2025، كان أكثر من نصف المسافرين من مختلف الأجيال يعطون الأولوية للطعام عند التخطيط لرحلاتهم، وكان حوالي 81% منهم يتطلعون بشغف إلى خوض مغامرات طهي في الخارج، مما يشير إلى أن المطبخ المحلي الأصيل يشكل حافزاً هاماً لقرارات السفر والانخراط الثقافي.

ومن المتوقع أن ينمو سوق سياحة الطهي العالمي من 12.61 مليار دولار في عام 2025 إلى 23.83 مليار دولار بحلول عام 2031، ما يعكس معدل نمو سنوي مركب قدره 11.19%، حيث يركز هذا القطاع السياحي على تجربة تقاليد الطعام والشراب المميزة لوجهات سياحية متنوعة، من خلال أنشطة مثل دروس الطبخ، والجولات السياحية المتخصصة في فنون الطهي، ومهرجانات الطعام. ويُعزى هذا النمو بشكل أساسي إلى تزايد الإقبال العالمي على الانغماس الثقافي الأصيل، وارتفاع الدخل المتاح الذي يتيح السفر الترفيهي، وتزايد الإقبال على خيارات الطعام المستدامة والمحلية.

تتجاوز دبلوماسية الطهي البعد الثقافي والدبلوماسي لتشمل أبعاداً اقتصادية وتجارية مهمة، إذ يمكن للدول توظيف المطبخ الوطني والمنتجات الغذائية كأدوات لتعزيز التجارة الدولية، وتنشيط السياحة، ودعم القطاعات الإنتاجية المحلية، ما يجعلها وسيلة لربط القوة الناعمة للدولة بمصالحها الاقتصادية. وتتمثل الأبعاد الاقتصادية والتجارية لدبلوماسية الطهي فيما يلي:

5.1 تعزيز صادرات المنتجات الغذائية والزراعية

يسهم الترويج للمطبخ الوطني في زيادة الطلب الدولي على المنتجات والمكونات المحلية المرتبطة به، وعندما تنجح دولة ما في بناء شهرة عالمية لمطبخها، فإن ذلك قد يؤدي إلى زيادة الطلب على المكونات والمنتجات الغذائية والتوابل والمنتجات الزراعية التي تدخل في إعداد أطباقها التقليدية. وبذلك لا يقتصر أثر دبلوماسية الطهي على المطاعم، وإنما يمتد إلى قطاعات الإنتاج الزراعي والغذائي، ويساعد على فتح أسواق جديدة أمام المنتجات الوطنية وتعزيز القدرة التصديرية للدولة.

5.2 تنشيط حركة السياحة الغذائية

تمثل السياحة الغذائية أحد أهم الأبعاد الاقتصادية لدبلوماسية الطهي، حيث أصبح الطعام عنصراً أساسياً في تجربة السائح واختياره للوجهة السياحية، ويمكن لتمييز المطبخ الوطني أن يدفع الزوار إلى السفر بهدف تجربة الأطعمة المحلية، وزيارة المطاعم والأسواق والمهرجانات الغذائية. ومن ثم، يؤدي الترويج للمطبخ الوطني إلى خلق تأثير اقتصادي يمتد إلى قطاعات متعددة، مثل:



وبالتالي يمكن لدبلوماسية الطهي أن تسهم في زيادة الإيرادات السياحية وخلق فرص العمل ودعم المشروعات المرتبطة بالسياحة والضيافة.

وتعكس الاتجاهات العالمية المتزايدة في السياحة الغذائية اتساع هذا الأثر الاقتصادي، حيث بلغت قيمة سوق السياحة الغذائية عالمياً نحو 1.25 تريليون دولار عام 2025، ومن المتوقع أن تصل إلى 4.26 تريليون دولار بحلول عام 2034، بمعدل نمو سنوي مركب 14.17% خلال الفترة 2026-2034. ويرتبط هذا النمو بزيادة الطلب على تجارب السفر القائمة على الطعام والثقافة المحلية، إلى جانب الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي في اكتشاف الوجهات الغذائية ومنصات الحجز الإلكتروني في الوصول إليها.

ويوضح الشكل التالي تطور حجم سوق السياحة الغذائية عالمياً خلال الفترة (2025-2034):



واستحوذت السياحة الغذائية المحلية على نحو 72.9% من السوق في عام 2025، بينما جاءت منطقة آسيا والمحيط الهادئ في صدارة الأسواق بحصة بلغت 43.1%، وهو ما يعكس تنامي أهمية الطعام باعتباره عنصراً من عناصر الجذب السياحي والاقتصادي.

5.3 دعم العلاقات وتعزيز العلامة التجارية للدولة

يمكن للطعام أن يؤدي دوراً غير مباشر في تعزيز العلاقات التجارية بين الدول، إذ توفر المآدب والفعاليات الغذائية بيئة غير رسمية تساعد على بناء العلاقات والثقة بين المسؤولين ورجال الأعمال والمستثمرين، ويمكن استخدام الفعاليات الغذائية الدولية للتعريف بالمنتجات الوطنية وفتح قنوات للتواصل بين الشركات، بما يخلق فرصاً جديدة للتعاون التجاري والاستثماري. وبذلك تصبح دبلوماسية الطهي مدخلاً داعماً للدبلوماسية الاقتصادية، من خلال الجمع بين التبادل الثقافي وتحقيق المصالح التجارية.

ويساعد المطبخ الوطني في بناء الصورة الاقتصادية والثقافية للدولة في الخارج. فالدول تستطيع استخدام عناصر مميزة من مطبخها لإظهار خصائص معينة مثل الجودة، والأصالة، والابتكار، والحرفية، وقد تتحول بعض الأطعمة والمشروبات إلى رموز مرتبطة بالدولة نفسها، وهو ما يعزز قدرتها على التميز في الأسواق الدولية وجذب السياح والمستهلكين. ومن هنا، فإن العلامة التجارية الغذائية للدولة لا تؤثر فقط على صورتها الثقافية، وإنما يمكن أن تنعكس أيضاً على قدرتها على تسويق منتجاتها وخدماتها عالمياً.

5.4 دعم الصناعات والمشروعات المحلية

تمتد الآثار الاقتصادية لدبلوماسية الطهي إلى المنتجين المحليين، خاصة المزارعين وأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة والحرفيين والعاملين في قطاع الأغذية والضيافة، حيث تخلق زيادة الاهتمام بالمطبخ الوطني تخلق على المنتجات المحلية والمكونات التقليدية. وبالتالي يمكن لدبلوماسية الطهي أن تربط بين الترويج الثقافي للدولة والتنمية الاقتصادية المحلية. ويساعد ذلك على:

تشجيع المشروعات الصغيرة والمتوسطة.	خلق فرص عمل.	تنشيط الصناعات الغذائية.	زيادة الطلب على المنتجات الزراعية.	دعم المنتجين المحليين.
------------------------------------	--------------	--------------------------	------------------------------------	------------------------

5.5 جذب المستثمرين وتعزيز القدرة التنافسية

في ظل المنافسة العالمية على جذب السياح والاستثمارات والأسواق، يمكن للمطبخ الوطني أن يمثل عنصراً من عناصر التميز والتنافسية الدولية، وتستطيع الدولة التي تمتلك هوية غذائية واضحة وقادرة على تسويقها عالمياً، تحويل تراثها الغذائي إلى أصل اقتصادي وثقافي. ويمكن أن تسهم دبلوماسية الطهي في جذب المستثمرين من خلال تحويل المطبخ الوطني إلى عنصر من عناصر الجاذبية الاقتصادية للدولة، إذ أن انتشار المأكولات الوطنية والفعاليات والمهرجانات الغذائية على المستوى الدولي لا يقتصر أثره على التعريف بالثقافة، وإنما يمكن أن يلفت اهتمام المستثمرين إلى قطاعات مرتبطة بالغذاء والضيافة والسياحة والصناعات الغذائية. وتساعد الفعاليات الغذائية الدولية في توفير مساحة للتواصل بين المنتجين والشركات والمستثمرين من دول مختلفة، بما يتيح التعرف على المنتجات المحلية وفرص الاستثمار المتاحة في مجالات مثل المطاعم، والصناعات الغذائية، والمنتجات الزراعية، والخدمات السياحية. ومن ثم، يمكن أن تتحول دبلوماسية الطهي من أداة للتبادل الثقافي إلى مدخل يدعم العلاقات الاقتصادية ويخلق فرصاً للتعاون والاستثمار. ونتيجة لما سبق، لا ينبغي النظر إلى دبلوماسية الطهي باعتبارها مجرد وسيلة للترويج للطعام، بل باعتبارها أداة يمكن أن تسهم في تحويل رأس المال الثقافي إلى قيمة اقتصادية من خلال السياحة والتجارة والاستثمار والصناعات الغذائية.



5.6 نشر مفهوم الاستدامة الغذائية

يمكن لدبلوماسية الطهي أن تساهم في نشر مفهوم الاستدامة الغذائية، حيث تستطيع الدول من خلال الفعاليات الدبلوماسية والثقافية أن تعرض الممارسات الغذائية التي تراعي البيئة، مثل: الاعتماد على المنتجات المحلية والموسمية، وتشجيع أساليب الإنتاج الزراعي المستدامة، وتقليل هدر الطعام، والاستخدام المسؤول للموارد.

وتكتسب هذه الممارسات أهمية لأن قضايا الغذاء ترتبط بمجموعة من التحديات العالمية، منها: الأمن الغذائي، والاستدامة الزراعية، واستهلاك الموارد، والتغيرات البيئية، وهدر الغذاء، ويمكن أن تتحول الفعاليات المرتبطة بالطعام من مجرد وسيلة للتعريف بالمطبخ الوطني إلى منصة لتعزيز الحوار والتعاون حول هذه القضايا، كما يمكن أن تعمل دبلوماسية الطهي على إعادة تقديم بعض الممارسات التقليدية باعتبارها جزءاً من الحلول المستدامة.

وتعتمد بعض النظم الغذائية التقليدية على مكونات محلية وممارسات إنتاج مرتبطة بالبيئة والمعارف المتوارثة، وعندما يتم التعريف بهذه الممارسات دولياً، فإن دبلوماسية الطهي لا تحافظ فقط على التراث، بل تفتح المجال أيضاً أمام تبادل الخبرات حول أنماط أكثر استدامة في إنتاج واستهلاك الغذاء.

ومن ناحية أخرى، يمكن للحكومات أن تعكس التزامها بالاستدامة من خلال طريقة تنظيم الفعاليات الدبلوماسية نفسها، كاختيار المنتجات المحلية والحد من هدر الطعام وتشجيع الممارسات المسؤولة في إعداد وتقديم الوجبات، وبهذا تصبح الرسالة التي تقدمها الدولة من خلال الطعام متسقة مع القيم التي تسعى إلى إبرازها على المستوى الدولي.

• الربط بين التراث والاستدامة

تظهر القيمة الحقيقية لدبلوماسية الطهي عندما يتم الجمع بين الحفاظ على التراث الغذائي وتطويره بصورة مستدامة، ولا يعني الحفاظ على طبق تقليدي الحفاظ على الوصفة فقط، وإنما قد يرتبط أيضاً بالحفاظ على المكونات المحلية وأساليب إنتاجها والمعارف والمهارات المرتبطة بها. وبالتالي، فإن حماية التراث الغذائي يمكن أن تساهم في الحفاظ على النظم الزراعية والمجتمعات التي نشأ هذا التراث في إطارها.

ومن هذا المنظور، يمكن لدبلوماسية الطهي أن تقدم صورة متكاملة عن الدولة، تجمع بين الهوية الثقافية والمسؤولية البيئية والتنمية الاقتصادية المحلية، وهذا يوسع من نطاق دورها في العلاقات الدولية، فلا تصبح مجرد وسيلة للترويج للمطبخ الوطني، وإنما أداة يمكن من خلالها إبراز التزام الدولة بالحفاظ على تراثها والمشاركة في معالجة القضايا المرتبطة بالغذاء والاستدامة.

وعليه، فإن توظيف دبلوماسية الطهي في هذا المجال يقوم على معادلة متكاملة، تشمل: الحفاظ على التراث الغذائي، ودعم المجتمعات والمنتجين المحليين، وتعزيز الممارسات المستدامة، وتقديم صورة إيجابية عن الدولة على المستوى الدولي. **وبهذا يمكن للطعام أن يتحول من مجرد عنصر ثقافي إلى وسيلة تجمع بين الدبلوماسية الثقافية والتنمية الاقتصادية والاستدامة.**

شهدت السنوات الأخيرة توسعاً في استخدام الدول للمطبخ الوطني كأداة لتعزيز حضورها الثقافي والدبلوماسي على المستوى الدولي، حيث لم تعد هذه الممارسات تقتصر على المناسبات الرسمية، بل امتدت إلى برامج حكومية، ومبادرات لتدريب الطهاة، والمهرجانات الدولية، والمطاعم، والتبادل الثقافي، مما جعل الطعام جزءاً من أدوات القوة الناعمة والتواصل بين الشعوب. وتوضح مجموعة من التجارب الدولية كيفية توظيف الدول لتراثها الغذائي لتحقيق أهداف ثقافية واقتصادية ودبلوماسية:

6.1 تجربة تايلاند

- تعد تايلاند من أبرز النماذج في استخدام الطعام كأداة للترويج الثقافي، وقد وظفت الحكومة التايلاندية مبادرة Global Thai بهدف تعزيز انتشار المطبخ التايلاندي خارج البلاد، من خلال دعم تدريب الطهاة ونشر المعرفة المتعلقة بالمطبخ التايلاندي.
- تتجاوز أهمية مبادرة Global Thai مجرد زيادة عدد مطاعم تايلاند في الخارج؛ إذ ساهم انتشار المطبخ التايلاندي في تعريف الجمهور الأجنبي بجانب من ثقافة تايلاند، وتحويل الطعام إلى وسيلة للتواصل غير الرسمي مع المجتمع التايلاندي.
- توضح تجربة تايلاند إمكانية الربط بين الدبلوماسية الثقافية والمصالح الاقتصادية، إذ يمكن لانتشار المطاعم والمكونات التايلاندية أن يدعم الطلب على المنتجات الغذائية المرتبطة بالمطبخ الوطني، إلى جانب تعزيز جاذبية تايلاند كوجهة سياحية. وبذلك تمثل التجربة التايلاندية نموذج واضح لتحويل المطبخ الوطني من عنصر ثقافي محلي إلى أداة للانتشار الدولي.

6.2 تجربة كوريا الجنوبية

- تمثل كوريا الجنوبية نموذج واضح لدمج دبلوماسية الطهي ضمن استراتيجية أوسع للقوة الناعمة، حيث عملت الدولة على نشر المطبخ الكوري عالمياً بالتوازي مع الانتشار الدولي للموسيقى والدراما والثقافة الشعبية الكورية.
- ساهمت حملات الترويج للمطبخ الكوري، ومن بينها New Korean Cuisine، في تعزيز الاهتمام بالأطعمة والمكونات الكورية، بما انعكس على الصورة الثقافية للدولة وعلى الطلب على بعض المنتجات الغذائية الكورية.
- تتميز التجربة بقدرتها على الربط بين الطعام وغيره من عناصر الثقافة الشعبية، بحيث لا ينظر إلى المطبخ باعتباره منتجاً منفصلاً، وإنما باعتباره جزءاً من صورة متكاملة للثقافة الكورية.

6.3 تجربة اليابان



- وظفت اليابان المطبخ الوطني ضمن جهود أوسع للترويج للثقافة اليابانية عالميًا، وربطت بين الطعام وبين قيم مثل الدقة والجودة والحرفية والاهتمام بالتفاصيل.
- ساهمت مبادرات التبادل والتعاون بين الطهاة في نقل تقنيات الطهي التقليدية وتعريف المجتمعات الأجنبية بخصوصية المطبخ الياباني، وهو ما يمثل نموذجًا لاستخدام دبلوماسية الطهي في التعريف بالتراث الثقافي والحفاظ عليه وتعزيز الصورة الدولية للدولة أمام الدول الأخرى.
- تندرج هذه الجهود ضمن توجهات أوسع للترويج للثقافة اليابانية، مثل مبادرة Cool Japan، التي تستهدف تعزيز الحضور الثقافي الياباني على المستوى العالمي.
- تكشف التجربة اليابانية أن دبلوماسية الطهي يمكن أن تؤدي دورًا في الحفاظ على التراث الثقافي والتعريف به دوليًا، مع توظيف هذا التراث لتعزيز صورة الدولة ومكانتها الثقافية.

6.4 تجربة إسبانيا



- توضح تجربة إسبانيا إمكانية توظيف المطبخ الوطني لتحقيق أهداف ثقافية واقتصادية.
- أطلقت الحكومة مبادرات للترويج لفكرة إسبانيا كوجهة غذائية وسياحية، وربطت بين المطبخ الإسباني والهوية الثقافية للدولة.
- تكمن أهمية هذا النموذج في أن الطعام لا يستخدم فقط للتعريف بالثقافة الإسبانية، وإنما كوسيلة لجذب السياح وتعزيز النشاط الاقتصادي المرتبط بالسياحة والضيافة.
- توضح التجربة الإسبانية كيف يمكن لدبلوماسية الطهي أن تنتقل من الترويج الثقافي إلى الترويج السياحي والاقتصادي، خاصة عندما يتم تقديم المطبخ باعتباره جزءًا من تجربة متكاملة للبلد.

6.5 تجربة أمريكا



- توضح التجربة الأمريكية انتقال دبلوماسية الطهي إلى مستوى أكثر رسمية.
- اعترفت وزارة الخارجية الأمريكية بالطعام والمطبخ باعتبارهما أدوات يمكن توظيفها في العمل الدبلوماسي، ويتمثل ذلك في Diplomatic Culinary Partnership، التي هدفت إلى الاستفادة من خبرات الطهاة في تعزيز المصالح الأمريكية والتواصل الثقافي.

6.6 تجربة المكسيك



- توظف المكسيك المهرجانات والفعاليات الغذائية الدولية للتعريف بالمطبخ المكسيكي التقليدي، من خلال مشاركة الطهاة وتنظيم عروض الطهي والأنشطة الثقافية التي تقدم الأطباق والتقاليد الغذائية المكسيكية لجمهور دولي.
- تكتسب هذه الفعاليات أهمية لأنها تجمع بين الترويج الثقافي والتبادل بين الشعوب والتسويق السياحي، وتجعل الطعام وسيلة مباشرة للتعريف بالهوية الثقافية المكسيكية.
- تكشف هذه التجربة أن دور الطاهي لم يعد بالضرورة مقتصرًا على المجال المهني، وإنما يمكن أن يمتد إلى الدبلوماسية العامة والتمثيل الثقافي.

لدبلوماسية الطهي

تتبنى عدد من الدول برامج ومبادرات حكومية لتوظيف الطعام والمطبخ الوطني كأداة للدبلوماسية الثقافية والترويج الدولي، وتختلف هذه البرامج في أهدافها وآلياتها؛ حيث يركز بعضها على نشر المطبخ الوطني وتعزيز القوة الناعمة، ويجمع الآخر بين الترويج الثقافي ودعم السياحة والصادرات والاستثمار والعلامة الوطنية للدولة. ومن أبرز هذه البرامج:

• مشروع عولمة المطبخ الكوري (كوريا الجنوبية)

أطلقت كوريا الجنوبية مشروع عولمة المطبخ الكوري (Global Hansik) عام 2009، بهدف تعزيز الانتشار الدولي للمطبخ الكوري واستخدامه كأحد عناصر القوة الناعمة والعلامة الوطنية، واعتمد المشروع على مجموعة من الأدوات، من بينها: تنظيم معارض وفعاليات الطهي، وتقديم دروس في إعداد الأطباق الكورية، وتدريب الطهاة، والترويج للأطعمة والمنتجات الغذائية الكورية في الأسواق الخارجية. وشاركت في هذه الجهود جهات حكومية ومؤسسات مرتبطة بالزراعة والغذاء والسياحة والبحث الغذائي، بما يعكس الطبيعة متعددة القطاعات لدبلوماسية الطهي، ولم يقتصر الهدف على زيادة استهلاك الأطباق الكورية، وإنما ارتبط أيضاً بزيادة التعرف على الثقافة الكورية وتعزيز حضورها عالمياً. وتكشف التجربة الكورية، أن دبلوماسية الطهي تصبح أكثر فاعلية عندما ترتبط بمنظومة ثقافية أوسع، بحيث يعمل الطعام بالتوازي مع السياحة والإعلام والثقافة الشعبية والمنتجات الوطنية.

• المطبخ التقليدي Washoku (اليابان)

وظفت اليابان المطبخ التقليدي Washoku في دعم حضورها الثقافي والدبلوماسية عالمياً، مستفيدة من ارتباطه بالمكونات الموسمية والتقاليد وأساليب إعداد الطعام الدقيقة، وقد قامت الدولة بإدراجه ضمن قائمة اليونسكو للتراث الثقافي غير المادي عام 2013، وهو ما وفر للمطبخ الياباني بعداً ثقافياً يتجاوز كونه منتجاً غذائياً.

وتستخدم اليابان بعثاتها الدبلوماسية والفعاليات الثقافية للتعريف بالمطبخ الياباني، ومن بين المبادرات المرتبطة بذلك برامج ترويجية تهدف إلى تعريف الجمهور الأجنبي بالطعام الياباني وتشجيع تقديره واستهلاكه، وتبرز أهمية النموذج الياباني في الجمع بين حماية التراث الغذائي والترويج الدولي؛ إذ تتحول عناصر المطبخ التقليدي إلى وسيلة لتعزيز صورة اليابان الثقافية في الخارج.

• مبادرة Indonesia Spice Up the World (إندونيسيا)

تمثل المبادرة نموذج حديث يربط دبلوماسية الطهي بالأهداف الاقتصادية والتجارية، وتركز على زيادة انتشار المطاعم الإندونيسية عالمياً وتعزيز صادرات التوابل والمنتجات الغذائية، إلى جانب الترويج للبلاد كوجهة سياحية وثقافية، وتعد هذه المبادرة من النماذج التي توضح بشكل مباشر كيف يمكن للطعام أن يتحول إلى أداة لدعم الصادرات والسياحة والاقتصاد الإبداعي والقوة الناعمة.

• برنامج Malaysia Kitchen (ماليزيا)

أطلقت ماليزيا هذا البرنامج بهدف تعزيز حضور المطبخ الماليزي في الأسواق الدولية، وقد اعتمد البرنامج على الترويج للمطاعم والأطعمة الماليزية في عدد من الدول، إلى جانب تنظيم فعاليات وحملات تعريفية بالمطبخ الماليزي، وتبرز أهمية هذه التجربة في الربط بين الترويج الثقافي والمصالح التجارية، حيث ساهم انتشار المطبخ في دعم الطلب على المنتجات والمكونات الغذائية الماليزية.

• مبادرة المطبخ التايلاندي للعالم (تايلاند)

تعد مبادرة Thai Kitchen to the World من أبرز النماذج الحكومية في مجال دبلوماسية الطهي، وقد بدأت المبادرة عام 2002 ضمن توجه أوسع لتقديم تايلاند باعتبارها مركزاً عالمياً للغذاء وتعزيز قدرتها على تصدير المنتجات الغذائية والزراعية. ولم تركز المبادرة على المطاعم وحدها، وإنما شملت دعم قطاع الزراعة والغذاء، ورفع جودة المنتجات، وإضافة قيمة إلى المنتجات الزراعية، وتشجيع الاستثمارات التايلاندية في الخارج، إلى جانب دعم انتشار المطاعم التايلاندية والأسواق التي تبيع المنتجات التايلاندية. وبذلك تقدم التجربة التايلاندية نموذجاً واضحاً لتداخل دبلوماسية الطهي مع السياسة التجارية؛ إذ أصبح انتشار المطبخ التايلاندي في الخارج مدخلاً لزيادة الطلب على المكونات والمنتجات الغذائية التايلاندية، وربط الثقافة الغذائية بالنشاط الاقتصادي.

• المطبخ البيروفي للعالم (بيرو)

اعتمدت بيرو على مبادرات مثل Cocina Peruana Para El Mundo للترويج لمطبخها الوطني على المستوى الدولي، وجعل الطعام أحد عناصر العلامة الوطنية للدولة، وتقوم التجربة على تقديم المطبخ البيروفي باعتباره انعكاساً للتنوع الثقافي والجغرافي للبلاد، والاستفادة من الفعاليات والمهرجانات والأنشطة الترويجية للتعريف بالأطباق والمكونات المحلية. وشارك القطاع الخاص والطهاة في دعم هذا التوجه، وهو ما يوضح أن دبلوماسية الطهي لا تعتمد بالضرورة على الدولة وحدها، وإنما يمكن أن تتكامل فيها الحكومة والسفارات والطهاة والمطاعم والقطاع الخاص لإنتاج صورة دولية أكثر جاذبية للدولة.

• الشراكة الدبلوماسية للطهي (الولايات المتحدة)

تمثل Diplomatic Culinary Partnership نموذج أكثر مباشرة لاستخدام الطهي داخل العمل الدبلوماسي، وهي شراكة بين وزارة الخارجية الأمريكية ومؤسسة James Beard Foundation، وتستخدم الطعام والضيافة وتجارب تناول الطعام كوسائل للتواصل مع الشخصيات الأجنبية والمجتمعات المحلية وتعزيز التبادل الثقافي. وفي إطار هذه الشراكة، تضم American Culinary Corps شبكة من الطهاة ومحترفي الطهي الذين يشاركون في فعاليات وبرامج مرتبطة بالدبلوماسية الأمريكية داخل أمريكا وخارجها. ويتم توظيف الطهاة في إعداد قوائم الطعام والفعاليات الدبلوماسية وحفلات الاستقبال، بما يجعلهم بمثابة سفراء ثقافيين غير رسميين، كما يكشف هذا النموذج عن انتقال دبلوماسية الطهي من مجرد الترويج للمطبخ الوطني إلى استخدام تجربة الطعام نفسها كمساحة للحوار والتواصل بين المجتمعات.

• أسبوع المطبخ الإيطالي في العالم (إيطاليا)

أطلقت إيطاليا (Week of Italian Cuisine in the World) في عام 2016، باعتباره مبادرة سنوية للترويج للمطبخ والمنتجات الغذائية والزراعية الإيطالية عالمياً، وتنفذ المبادرة من خلال وزارة الخارجية والتعاون الدولي الإيطالية بالتعاون مع السفارات والقنصليات والمعاهد الثقافية ومكاتب وكالة التجارة الإيطالية (ITA) في الخارج.

واستندت المبادرة إلى موضوعات برزت خلال معرض ميلانو إكسبو 2015، مثل: جودة الغذاء، الاستدامة، سلامة الغذاء، التنوع البيولوجي، الهوية الغذائية، وتشارك الأكاديمية الإيطالية للمطبخ في المبادرة منذ بدايتها، بهدف حماية التقاليد الغذائية والتعريف بها باعتباره جزءاً من الهوية والعلامة الوطنية الإيطالية. وتشمل فعاليات المبادرة ندوات ولقاءات مع الطهاة ودروساً وعروضاً للطهي وتذوق الأطعمة ووجبات العشاء والترويج لمسارات السياحة الغذائية، إلى جانب أنشطة ثقافية مرتبطة بالطعام. ومنذ 2019، أصبح لكل دورة "مبادرة" موضوع رئيسي، تناول قضايا مثل: الثقيف الغذائي، والاستدامة، والنظام الغذائي المتوسطي، والصحة والابتكار.

وتتميز التجربة الإيطالية بوضوح البعدين الثقافي والاقتصادي؛ إذ يستخدم المطبخ ليس فقط للحفاظ على التراث، بل أيضاً للترويج للمنتجات الزراعية والغذائية، ودعم الصادرات والسياحة، وتعزيز العلامة الوطنية لإيطاليا، مما يجعل المبادرة نموذجاً واضحاً للدبلوماسية الغذائية (Gastrodiplomacy).

• الدبلوماسية الغذائية والترويج الغذائي (أستراليا)

توظف أستراليا الدبلوماسية الغذائية والترويج الغذائي كجزء من استراتيجيتها لتعزيز صورتها وعلامتها الوطنية عالمياً. وفي عام 2014، خصصت وزارة السياحة الأسترالية 10 ملايين دولار أسترالي لتمويل الحملة العالمية "There's Nothing Like Australia"، والتي تضمنت برنامجاً سنوياً للدبلوماسية الغذائية تحت اسم "Restaurant Australia" واستهدف 12 سوقاً دولية.

واعتمد البرنامج على دعوة المواطنين، سواء من المستهلكين العاديين أو العاملين في قطاعي السياحة والضيافة، إلى مشاركة قصص وتجارب حول المأكولات والمنتجات الغذائية الأسترالية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما شمل تنظيم جولة غذائية استمرت أسبوعاً في مختلف أنحاء أستراليا، شارك فيها 80 مؤثراً دولياً قاموا بتوثيق تجاربهم ونشرها عبر المدونات ووسائل التواصل الاجتماعي.

وفي السياق نفسه، تركز مبادرات Taste of Australia على التعريف بالمكونات والمنتجات والمشهد الغذائي الأسترالي، مع إبراز التنوع الغذائي، والإنتاج المحلي، وجودة المنتجات والابتكار في قطاع الأغذية، كما تعكس هذه البرامج توجه أستراليا إلى استخدام الطعام كجزء من العلامة الوطنية (Nation Branding)، بحيث لا يقتصر الترويج على السياحة، وإنما يمتد إلى التعريف بالمنتجات الأسترالية والثقافة الغذائية والهوية الوطنية، بما يدعم السياحة والتجارة والصادرات الأسترالية.

• برنامج All in Good Taste (تايوان)

اعتمدت تايوان برنامج All in Good Taste: Savor the Flavors of Taiwan للترويج الدولي للمطبخ التايواني، وقد شملت المبادرة تنظيم فعاليات ومهرجانات غذائية، ودعم مشاركة الطهاة، والترويج للأطعمة التايوانية في الخارج، ويبرز هذا البرنامج دور الدولة في تنظيم عملية الترويج للمطبخ الوطني بدلاً من ترك انتشاره للقطاع الخاص فقط.

• الدبلوماسية الغذائية لدول الشمال الأوروبي (الدنمارك والنرويج والسويد)

بدأت حركة (مبادرة) الطعام الشمالي الجديد (New Nordic Food Movement) عام 2004 من خلال تعاون مجموعة من الطهاة والمتخصصين في قطاع الأغذية من دول الشمال الأوروبي، حيث عقد أول اجتماع رئيسي لهم في كوبنهاجن.

وهدفت المبادرة إلى تعزيز استخدام المكونات المحلية، والحفاظ على التقاليد والممارسات الغذائية، وتشجيع الابتكار في مجال الطهي، إلى جانب تعزيز صورة تلك الدول كوجهة متميزة للسياحة الغذائية. ومع نجاح الحركة، أدركت الحكومات والمؤسسات الرسمية في دول الشمال الأوروبي إمكانية توظيف الطعام والثقافة الغذائية كأداة للدبلوماسية العامة، وكذلك في دعم السياحة والتجارة والتبادل الثقافي.

وفي عام 2011، اعترف المجلس الشمالي (Nordic Council) بالقيمة الدبلوماسية لبرنامج الطعام الشمالي، وجرى الترويج لمفهوم الدبلوماسية الغذائية لدول الشمال الأوروبي (Nordic Food Diplomacy)، بهدف استخدام المطبخ والثقافة الغذائية للتعريف بالمنطقة عالمياً، وتعزيز صورتها الدولية، وتقوية علاقاتها مع الدول والشعوب الأخرى.



تستعين بعض الدول والجهات الحكومية والسياحية بسفراء طهي للترويج لمطابخها وتراثها الغذائي على المستوى الدولي. ويشارك هؤلاء في الفعاليات والمهرجانات الدولية، وورش الطهي، والبعثات الثقافية، والأنشطة التي تنظمها السفارات وهيئات السياحة، بما يساعد على تعزيز الهوية الوطنية، والسياحة الغذائية، والتبادل الثقافي، والعلاقات الاقتصادية. **ومن أبرز سفراء الطهي:**

الاسم	الدولة	السيرة	الصورة
أمريتا رايتشاند	الهند	عينتها وزارة الثقافة في أغسطس 2023 سفيرة للطهي للهند. تعمل على الترويج للمطبخ الهندي وثقافته الغذائية، مع التركيز على الأكل الصحي وجعل المطبخ الهندي أكثر حضوراً لدى الجمهور الدولي.	
فرناندو نافاس	الأرجنتين	حصل عام 2022 على لقب Official Culinary Ambassador of Argentina من خلال Marca País وبالتعاون مع وزارة السياحة والسفارة الأرجنتينية، بهدف الترويج للثقافة والمطبخ الأرجنتيني على الساحة الدولية.	
داتو شيف إسماعيل أحمد	ماليزيا	يعد من أبرز الأسماء المرتبطة بالدبلوماسية الغذائية الماليزية. عُيّن Culinary Ambassador for Tourism Malaysia. شارك في برامج Gastrodiplomacy لتعزيز التعريف بالثقافة والتراث المحلي عالمياً.	

الصورة	السيرة	الدولة	الاسم
	<p>عُينت Culinary Ambassador of Saint Lucia من خلال هيئة السياحة في سانت لوسيا، لإبراز المكونات المحلية والتراث الزراعي والغذائي للجزيرة أمام الجمهور الدولي.</p> <p>شملت مهمتها المشاركة في عروض الطهي والأنشطة الإعلامية للتعريف بالمطبخ المحلي.</p>	سانت لوسيا	نينا كومبتون
	<p>يعرف بوصفه Culinary Ambassador for Haiti.</p> <p>شارك في مناسبات للطهي بالتعاون مع وزارة السياحة الهايتية والسفارات الهايتية في الخارج، مستخدماً الطعام للتعريف بالثقافة والتراث الهايتيين وبناء التواصل مع الجمهور الدولي.</p>	هايتي	Stephan Berrouet Durand
	<p>تعد Jet Tila مثالاً على استخدام الحكومة التايلاندية للطهاة في الدبلوماسية الغذائية.</p> <p>عرفت بصفتها سفير الطهي الرسمي للحكومة الملكية التايلاندية لدى الولايات المتحدة.</p> <p>ساهمت في الترويج للمطبخ والثقافة التايلاندية في الولايات المتحدة.</p> <p>يأتي ذلك ضمن استراتيجية تايلاندية أوسع لنشر المطبخ التايلاندي عالمياً من خلال الدبلوماسية والطهي.</p>	تايلاند	Jet Tila

الصورة	السيرة	الدولة	الاسم
	<p>يعد حالة مهمة من الدبلوماسية الغذائية الأمريكية.</p> <p>عُيّن Culinary Ambassador من قبل الخارجية الأمريكية في إطار مبادرات الدبلوماسية الغذائية الأمريكية.</p> <p>شارك في برامج دولية تستخدم الطعام لتعزيز التبادل الثقافي.</p> <p>يعتبر مثال واضح على توظيف الطاهي كشخصية دبلوماسية إلى جانب دوره في المجال الإنساني.</p> <p>أسس في عام 2010 المطبخ المركزي العالمي كمنظمة غير ربحية.</p>	الولايات المتحدة	José Andrés
	<p>طاهية وشخصية تلفزيونية نرويجية.</p> <p>عينت عام 2006 سفيرة للغذاء الشمالي (Nordic Food Ambassador) ضمن مشروع تابع لمجلس وزراء دول الشمال، Nordic Council of Ministers، وهو إطار حكومي للتعاون بين دول المنطقة.</p> <p>جاء دورها في إطار الترويج للثقافة الغذائية النوردية وإبراز المطبخ والمكونات والتقاليد الغذائية لدول الشمال، وليس تمثيل النرويج منفردة.</p> <p>تمثل تجربتها نموذجًا مهمًا للدبلوماسية الغذائية الإقليمية، حيث يستخدم الطعام كأداة لتعزيز الهوية المشتركة لدول الشمال والتعريف بها دوليًا.</p>	النرويج	Wenche Andersen

يشهد قطاع الطهي والغذاء تطوراً متسارعاً نتيجة دخول مجموعة من التقنيات الناشئة التي غيرت أساليب إعداد الطعام وتقديمه وحفظه، ووسعت من إمكانيات الابتكار في مجال الطهي، ولا يقتصر أثر هذه التقنيات على تحسين الكفاءة والإنتاجية، وإنما يمتد إلى تطوير التجربة الغذائية وتعزيز قدرة المطابخ الوطنية على تقديم تراثها بصورة مبتكرة وجاذبة للجمهور المحلي والدولي. ومن ثم، يمكن أن تمثل هذه التطورات أحد العوامل التي تدعم تطور دبلوماسية الطهي، خاصة مع تزايد الاعتماد على التكنولوجيا والمنصات الرقمية في نقل التجارب الثقافية والغذائية عبر الحدود.

وتتمثل التقنيات الناشئة ودورها في دبلوماسية الطهي فيما يلي:

• الطباعة ثلاثية الأبعاد للأغذية

تعد الطباعة ثلاثية الأبعاد للأغذية من التقنيات التي تفتح مجالات جديدة أمام الابتكار في إعداد وتقديم الطعام، حيث تعتمد على إنتاج الأغذية من خلال ترسيب المواد الغذائية في طبقات متتابة وفق تصميم محدد، وتتيح هذه التقنية إمكانية تخصيص الطعام من حيث الشكل واللون والملمس والنكهة والقيمة الغذائية، كما تسمح بإنتاج تصميمات معقدة يصعب تنفيذها باستخدام أساليب إعداد الطعام التقليدية. وتكتسب هذه التقنية أهمية في مجال الطهي من خلال قدرتها على الجمع بين الإبداع والتكنولوجيا والتخصيص، بما يتيح للطهاة تقديم الأطباق بصورة مختلفة وأكثر ابتكاراً، كما يمكن أن تفتح المجال أمام إعادة تقديم بعض الأطباق التقليدية بأساليب حديثة تحافظ على عناصرها الأساسية مع تطوير طريقة عرضها، وهو ما يمكن أن يعزز جاذبية المطبخ الوطني عند تقديمه للجمهور الدولي.

• أجهزة المطبخ الذكية وإنترنت الأشياء

ساهم انتشار أجهزة المطبخ الذكية في إدخال الاتصال الرقمي والأتمتة إلى عمليات إعداد الطعام، وتشمل هذه الأجهزة: الأفران، والثلاجات، وآلات إعداد القهوة، وأجهزة الطهي، والقلويات الهوائية، والخلاطات، والغلايات الذكية، والتي يمكن التحكم في عدد منها عن طريق التطبيقات والأجهزة المتصلة بالإنترنت. وتوفر هذه الأجهزة إمكانيات مثل: التحكم عن بعد، وإدارة الوصفات، وضبط درجات الحرارة وأوقات الطهي بدقة، وتقديم توصيات مخصصة للمستخدمين، وهو ما يعزز كفاءة عمليات الطهي ويوفر الوقت ويجعل إعداد الطعام أكثر سهولة ودقة.

ويرتبط ذلك بدبلوماسية الطهي من خلال إمكانية نقل المعرفة الغذائية والوصفات وأساليب الطهي إلى الجمهور عبر الوسائل الرقمية، حيث لم تعد التكنولوجيا تتيح للجمهور التعرف على طبق معين فقط، وإنما أصبح من الممكن تعلم طريقة إعدادهِ وتجربته داخل المنزل، بما يوسع نطاق التفاعل مع المطابخ والثقافات المختلفة.

• فن الطهي الجزيئي والتقنيات المتقدمة

يمثل فن الطهي الجزيئي أحد أبرز أشكال توظيف المعرفة العلمية والتقنيات الحديثة في تطوير التجربة الغذائية، ويعتمد على استخدام أدوات وتقنيات متخصصة، مثل: الطهي تحت التفريغ، والتبخير الدوار، والنيروجين السائل، وأدوات تشكيل الطعام وإنتاج الرغوات والكافيار، إلى جانب المثبتات والمكثفات وعوامل التبلور.

وتسمح هذه الأدوات للطهاة بإنتاج أشكال وقوام ونكهات غير تقليدية، بما يوسع حدود الإبداع في الطهي، كما توفر إمكانية إعادة تقديم الأطباق والمكونات المعروفة بطريقة مختلفة، وهو ما يمنح المطابخ الوطنية فرصة للجمع بين الحفاظ على عناصرها التقليدية والاستفادة من الابتكار التكنولوجي في تقديمها.

• تقنيات حفظ الأغذية وتقليل الهدر

أصبحت تقنيات حفظ الأغذية المتقدمة من المجالات المهمة في تطوير صناعة الغذاء، خاصة مع تزايد الاهتمام بالحفاظ على جودة المنتجات وإطالة مدة صلاحيتها وتقليل الفاقد، وتشمل هذه التقنيات: الختم الفراغي، والتعبئة في الأغلفة الجوية المعدلة، والمعالجة بالضغط العالي، إلى جانب تقنيات أخرى مثل: البلازما الباردة، والتجفيف بالتجميد، وبعض تقنيات المعالجة غير الحرارية.

وتساعد هذه الابتكارات على الحفاظ على جودة الأغذية وقيمتها الغذائية لفترات أطول، كما تساهم في الحد من هدر الطعام، وتكتسب هذه الوظيفة أهمية بالنسبة لدبلوماسية الطهي، إذ يمكن أن تساعد تقنيات الحفظ الحديثة في نقل بعض المنتجات والمكونات الغذائية المحلية إلى الأسواق الخارجية بصورة أكثر كفاءة، بما يدعم انتشار المطبخ الوطني ومنتجاته خارج الحدود.

• الواقع الافتراضي والمعزز في التجربة الغذائية

بدأت تقنيات الواقع المعزز والواقع الافتراضي في توفير طرق جديدة لتقديم الطعام والتفاعل معه، من خلال إتاحة تجارب رقمية وتفاعلية تتجاوز عملية تناول الطعام التقليدية، ويمكن استخدام هذه التقنيات في عرض الأطباق بصورة ثلاثية الأبعاد، والتعرف على مكوناتها، واستكشاف طريقة تقديمها، إلى جانب توفير جولات افتراضية للمطاعم والمطابخ والتعريف بقصة العلامة التجارية أو المنتج.

وتساعد هذه التقنيات في التسويق والترويج للمنتجات الغذائية عبر المنصات الرقمية، وفي تدريب العاملين وتطوير المنتجات الجديدة. وبالنسبة لدبلوماسية الطهي، تتيح هذه التقنيات تقديم تجربة المطبخ الوطني لجمهور دولي دون الحاجة إلى وجوده فعلياً في الدولة، وهو ما يوسع نطاق التبادل الثقافي والغذائي.

• الروبوتات والأتمتة في قطاع الطهي والغذاء

أدى انتشار الروبوتات والأتمتة إلى تغيير عدد من العمليات المرتبطة بإعداد وتصنيع وتقديم الطعام، ويمكن استخدام الأنظمة الآلية في مهام متكررة مثل تقطيع المكونات وخلطها وتقسيمها، بالإضافة إلى استخدامها في تجهيز الأغذية والتعبئة والتغليف والخدمات المقدمة داخل المطاعم.

وتساهم هذه التقنيات في رفع الكفاءة والإنتاجية وتحسين مستوى الاتساق في عمليات إعداد الطعام، كما تسمح للعاملين والطهاة بالتركيز بصورة أكبر على المهام التي تتطلب الإبداع والمهارات الإنسانية، حيث امتد استخدام الأتمتة إلى مزيد من مراحل سلسلة الغذاء، بدءاً من الإنتاج الزراعي إلى التصنيع والخدمات الغذائية والتوصيل.

• التطور التكنولوجي في معالجة الأغذية

تشهد تقنيات معالجة الأغذية بدورها تطوراً مستمراً من خلال استخدام تقنيات حديثة تهدف إلى تحسين سلامة الغذاء وجودته واستدامة عمليات الإنتاج، وتشمل هذه الابتكارات: تقنيات الحفظ غير الحرارية، والبلازما الباردة، والتجفيف المتقدم، وغيرها من التقنيات التي تساعد على الحفاظ على خصائص الأغذية وتقليل استهلاك الموارد في بعض عمليات المعالجة.

وتكتسب هذه التطورات أهمية في ظل التحديات المرتبطة بالنمو السكاني وتغير المناخ وتغير أنماط الطلب على الغذاء، حيث تسهم التقنيات الحديثة في تطوير طرق أكثر كفاءة لمعالجة وحفظ المنتجات الغذائية، مع الحد من الفاقد وتحسين قابلية التوسع في صناعة الغذاء.

وبصورة عامة، لا تمثل التقنيات الناشئة مجرد أدوات لتحسين عمليات الطهي، وإنما تفتح مجالاً جديداً لتطوير العلاقة بين الغذاء والثقافة والتكنولوجيا. ومن خلال الابتكار في إعداد الطعام وحفظه وتقديمه، وإتاحة التجارب الغذائية عبر المنصات الرقمية، يمكن للمطابخ الوطنية الوصول إلى جمهور أوسع وتقديم تراثها بصورة أكثر جاذبية وتفاعلية.

وبذلك يمكن أن تدعم التقنيات الناشئة دبلوماسية الطهي عبر ثلاثة مسارات مترابطة: تطوير التجربة الغذائية، وتوسيع الوصول إلى الجمهور العالمي، والحفاظ على المنتجات والممارسات الغذائية بصورة أكثر كفاءة واستدامة، وهو ما يجعل التكنولوجيا عاملاً مساعداً في انتقال دبلوماسية الطهي من مجرد التبادل المباشر للطعام إلى تجربة ثقافية أكثر اتساعاً تعتمد على الابتكار والتفاعل الرقمي.



10.1 فرص دبلوماسية الطهي

تمتلك دبلوماسية الطهي عددًا من الفرص التي يمكن أن تعزز دورها كأداة من أدوات العلاقات الدولية، ولا تقتصر هذه الفرص على الترويج للمطبخ الوطني، وإنما تمتد إلى تطوير أدوات الدبلوماسية العامة، وتعزيز التعاون الدولي، وربط الثقافة بالأبعاد الاقتصادية والتنموية. **وتتمثل فرصة دبلوماسية الطهي فيما يلي:**

التوسع في استخدام المنصات الرقمية: أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية فرصًا واسعة أمام الدول للتعريف بمطابخها الوطنية والوصول إلى جماهير لم تكن القنوات الدبلوماسية التقليدية قادرة على الوصول إليها. ويمكن من خلال الصور ومقاطع الفيديو والوصفات والفعاليات الافتراضية تقديم الثقافة الغذائية بصورة جذابة والتفاعل المباشر مع الجمهور في مختلف أنحاء العالم، كما تتيح الدروس الافتراضية وورش الطهي والبث المباشر للفعاليات الغذائية تحويل دبلوماسية الطهي إلى وسيلة للتبادل الثقافي عبر الحدود.

إدماج دبلوماسية الطهي في السياسة الخارجية: تتيح دبلوماسية الطهي فرصة لتوسيع أدوات السياسة الخارجية من خلال دمج المطبخ الوطني في الفعاليات الدبلوماسية الرسمية، والقمم، والمآدب، وبرامج التبادل الثقافي، كما يمكن توظيف التعاون بين الطهاة والمهرجانات والفعاليات الغذائية ضمن جهود الدبلوماسية العامة، بما يسمح للدولة بالتواصل مع الشعوب الأجنبية بصورة مباشرة تتجاوز القنوات الحكومية التقليدية.

تعزيز التبادل الثقافي والتعاون الدولي: تمثل برامج تبادل الخبرات بين الطهاة والفعاليات والمهرجانات الدولية فرصة لتطوير التعاون بين الدول، ليس فقط في مجال الطهي، وإنما أيضًا في مجالات التعليم والتدريب والحفاظ على التراث الثقافي. ويتيح هذا النوع من التبادل بناء علاقات مباشرة بين المجتمعات والمهنيين، وخلق مساحات للحوار والتعلم المتبادل.

ربط دبلوماسية الطهي بالاستدامة: تفتح الاتجاهات العالمية نحو الاستدامة فرصة أمام الدول لتقديم مطابخها الوطنية في إطار يرتبط بالحفاظ على البيئة والاستهلاك المسؤول، ويمكن توظيف دبلوماسية الطهي للتعريف بالممارسات الزراعية المستدامة، وتقليل هدر الطعام، وتشجيع استخدام المنتجات المحلية، وإبراز الأنماط الغذائية التي تتوافق مع أهداف الاستدامة. وبذلك يمكن أن تتحول الفعاليات الغذائية من مجرد وسيلة للترويج الثقافي إلى منصة للتوعية بالقضايا الغذائية والبيئية المشتركة.

تعزيز الطابع الشامل لدبلوماسية الطهي: تمثل دبلوماسية الطهي فرصة لإبراز التنوع داخل المجتمعات، من خلال التعريف بالمطابخ والتقاليد الغذائية المختلفة وإشراك المنتجين المحليين والطهاة في المبادرات الدولية، ما يساعد في الحفاظ على التراث الغذائي وإتاحة مساحة أكبر للمجتمعات الأقل تمثيلًا في المجال الثقافي الدولي، كما يمكن للتعاون بين الحكومات والطهاة والمجتمعات المحلية والمنظمات الدولية أن يزيد من أثر هذه المبادرات واستدامتها.

زيادة دور القطاع الخاص والمجتمع المدني: لا تقتصر الفرص على الحكومات، فالمطاعم والطهاة وشركات الأغذية والمؤثرون والمنظمات الثقافية يمكن أن يصبحوا شركاء في نشر المطبخ الوطني وتعزيز حضوره دوليًا.

10.2 تحديات دبلوماسية الطهي

رغم ما توفره دبلوماسية الطهي من فرص لتعزيز التفاهم الثقافي وتحسين العلاقات بين الدول، فإن توظيف الطعام كأداة دبلوماسية يواجه عدداً من التحديات التي قد تحد من فاعليته إذا لم تتم مراعاتها بصورة مناسبة. وتتبلور تحديات دبلوماسية الطهي على النحو التالي:

• الحساسية الثقافية والاستيلاء الثقافي

تتطلب دبلوماسية الطهي قدرًا كبيرًا من الوعي بالسياقات التاريخية والاجتماعية والثقافية المرتبطة بالطعام، ولا تمثل الأطباق والمكونات وطرق إعداد الطعام مجرد عناصر غذائية، وإنما قد ترتبط بتاريخ وهوية وذاكرة جماعية لمجتمعات معينة. ومن ثم، فإن تقديمها بصورة غير دقيقة أو اختزالها في صورة نمطية قد يؤدي إلى سوء فهم الثقافة التي يفترض أن تمثلها الدبلوماسية الغذائية.

ويبرز الاستيلاء الثقافي باعتباره أحد الانتقادات المهمة، خاصة عندما يتم استخدام عناصر من مطبخ أو تراث ثقافي معين بصورة تجارية دون الاعتراف بمصدرها أو دلالتها الثقافية، وقد يؤدي ذلك إلى إفراغ بعض الممارسات الغذائية من معناها الأصلي وتحويلها إلى مجرد منتجات تجارية، بما يتعارض مع الهدف الأساسي لدبلوماسية الطهي القائم على تعزيز التفاهم والاحترام المتبادل. ولذلك، يتطلب توظيف المطبخ في العلاقات الدولية التعاون مع الطهاة والخبراء والمجتمعات المحلية المرتبطة بهذا التراث، بما يساعد على الحفاظ على أصالته وتقديمه بصورة تحترم خصوصيته الثقافية.

• الاعتبارات الصحية والبيئية

ترتبط دبلوماسية الطهي بمجموعة من الاعتبارات الصحية والبيئية، خاصة مع تزايد الاهتمام العالمي بأنماط الغذاء المستدامة والصحية، وينبغي ألا ينفصل الترويج للأطعمة والمطابخ الوطنية عن الآثار الصحية لأنماط الاستهلاك الغذائي، أو عن التأثير البيئي لإنتاج الأغذية ونقلها واستهلاكها.

وفي هذا السياق، يمكن أن تواجه الدول تحدياً في تحقيق التوازن بين الترويج لتراثها الغذائي والحفاظ على الممارسات الصحية والمستدامة، من خلال: الحد من هدر الطعام، وتشجيع المصادر المحلية والمستدامة، والاهتمام بطرق الإنتاج الزراعي المسؤولة، إلى جانب إبراز الأطباق والمكونات التي تتوافق مع أنماط غذائية أكثر صحة واستدامة.

• التوازن بين المصالح الوطنية والأهداف الدولية

تسعى الدول من خلال دبلوماسية الطهي إلى تحقيق مجموعة من المصالح الوطنية، مثل: تحسين صورتها الدولية، وتعزيز السياحة، وزيادة الطلب على منتجاتها الغذائية، وتوسيع حضورها الثقافي، وقد يؤدي التركيز المفرط على هذه المصالح إلى إضعاف البعد التعاوني لدبلوماسية الطهي وتحويلها من وسيلة للتبادل الثقافي إلى أداة للمنافسة أو التسويق فقط.

ويظل التحدي الأساسي هو تحقيق التوازن بين إبراز الهوية والمصالح الوطنية من ناحية، وتعزيز الحوار والتعاون بين الشعوب من ناحية أخرى، كما أن قضايا مثل الأمن الغذائي وسوء التغذية والاستدامة الزراعية تتطلب تعاوناً دولياً يتجاوز المصالح الوطنية الضيقة، وهو ما يجعل دبلوماسية الطهي مطالبة بالجمع بين الترويج للهوية الوطنية والمساهمة في معالجة القضايا الغذائية المشتركة.

• تحديات المصداقية والأصالة في العصر الرقمي

أدى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية إلى توسيع نطاق دبلوماسية الطهي والوصول إلى جماهير عالمية، وزاد من أهمية الحفاظ على الأصالة والدقة في تقديم التراث الغذائي، حيث تؤدي سرعة انتشار المحتوى الغذائي إلى تبسيط بعض الممارسات أو تقديمها بصورة غير دقيقة، كما قد تفتح المجال لإعادة إنتاج الصور النمطية أو الاستيلاء الثقافي.

ولا يرتبط نجاح الدبلوماسية الرقمية بمجرد القدرة على الوصول إلى جمهور واسع، وإنما بقدرة الدول والجهات المشاركة على تقديم المطبخ الوطني بصورة أصيلة ومحترمة وحساسة ثقافياً. وبذلك، فإن التحديات التي تواجه دبلوماسية الطهي لا تعني محدودية قدرتها كأداة دبلوماسية، وإنما تؤكد أن نجاحها يتطلب احترام الخصوصية الثقافية، والحفاظ على الأصالة، ومراعاة الاعتبارات الصحية والبيئية، وتحقيق التوازن بين المصالح الوطنية والتعاون الدولي، فكلما ارتبط الترويج للمطبخ الوطني بالاحترام والتبادل الحقيقي، زادت قدرته على تحقيق أهدافه الدبلوماسية والثقافية.

10.3 النظرة المستقبلية لدبلوماسية الطهي

من المتوقع أن تشهد دبلوماسية الطهي مزيداً من التطور خلال السنوات المقبلة، في ظل تزايد الاهتمام بالقوة الناعمة والدبلوماسية العامة، واتساع دور الثقافة في بناء صورة الدول وتعزيز التواصل بين الشعوب، ولن يقتصر تطورها على زيادة انتشار المطابخ الوطنية، وإنما سيتجه نحو توظيف الطعام ضمن استراتيجيات أكثر شمولاً تجمع بين الأهداف الثقافية والدبلوماسية والاقتصادية والسياحية. ومن أبرز الاتجاهات التي يمكن أن تشكل مستقبل دبلوماسية الطهي ما يلي:

التوسع في الدبلوماسية الرقمية: أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الأدوات القادرة على نقل الثقافة الغذائية إلى جمهور عالمي، ومن المتوقع أن يزداد الاعتماد عليها في المستقبل من خلال محتوى الطهي، والوصفات التقليدية، ومقاطع الفيديو، والفعاليات الافتراضية. ويسمح ذلك للدول والطهاة وصناع المحتوى بالوصول إلى جمهور واسع دون الحاجة إلى وجود مادي في الدولة المستهدفة.

زيادة دمج دبلوماسية الطهي في السياسات الخارجية: من المتوقع أن تنتقل دبلوماسية الطهي بصورة أكبر من المبادرات الفردية والفعاليات المحدودة إلى استراتيجيات رسمية ضمن الدبلوماسية الثقافية والدبلوماسية العامة، ويمكن أن يشمل ذلك إدماج الطعام في الفعاليات الرسمية، وبرامج التبادل الثقافي، وأنشطة السفارات والمراكز الثقافية.

تعزيز البعد الاقتصادي والتجاري: يمكن أن يرتبط مستقبل دبلوماسية الطهي بصورة متزايدة بالتجارة والسياحة، من خلال الترويج للمنتجات الغذائية المحلية، وزيادة الطلب على المكونات الوطنية، ودعم المطاعم والعلامات التجارية المرتبطة بالمطبخ الوطني، كما يمكن أن تسهم في جذب السياح الباحثين عن التجارب الغذائية والثقافية.

التركيز على الاستدامة: من المرجح أن تصبح الاستدامة جزءًا أكثر أهمية من دبلوماسية الطهي، مع تزايد الاهتمام بقضايا الأمن الغذائي، وتقليل هدر الطعام، والزراعة المستدامة، والاستهلاك المسؤول، ويمكن للدول توظيف مطابخها التقليدية لإبراز ممارسات غذائية مستدامة ومكونات محلية.

تعزيز الشمول والتنوع الثقافي: يتجه مستقبل دبلوماسية الطهي نحو تمثيل التنوع داخل المجتمعات، وعدم اختزال المطبخ الوطني في عدد محدود من الأطباق أو الصور النمطية، وهو ما يتيح إبراز المأكولات المحلية والإقليمية والموروثات الغذائية لمجموعات مختلفة، بما يعزز أصالة التمثيل الثقافي.

زيادة دور الطهاة والقطاع الخاص والمجتمع: لن تظل الحكومات الفاعل الوحيد في هذا المجال، إذ يتوقع أن يزداد دور الطهاة والمطاعم وشركات الأغذية والمؤثرين والجاليات في الخارج، وهو ما يعني أن مستقبل دبلوماسية الطهي سيعتمد بدرجة أكبر على الشراكة بين الدولة والقطاع الخاص والمجتمع لتوسيع نطاق تأثيرها.

وفي ضوء هذه الاتجاهات، يتجه مستقبل دبلوماسية الطهي لأن تصبح أداة متعددة الأبعاد لا تقتصر على التعريف بالمطبخ الوطني، وإنما تمتد إلى بناء الصورة الذهنية للدولة، وتعزيز القوة الناعمة، ودعم السياحة والتجارة، والحفاظ على التراث، وخلق مساحات للحوار والتبادل الثقافي. ومن ثم، فإن قدرتها المستقبلية على تحقيق هذه الأهداف ستتوقف على مدى قدرة الدول على توظيف الطعام ضمن استراتيجيات متكاملة، مع الحفاظ على الأصالة الثقافية والاستدامة واحترام التنوع.



خلص التقرير إلى أن دبلوماسية الطهي أصبحت إحدى الأدوات المهمة للدبلوماسية العامة والثقافية والقوة الناعمة، نتيجة قدرتها على توظيف الطعام والمطبخ الوطني للتعبير عن الهوية والتراث وخلق مساحات للتواصل والتفاهم بين الشعوب. ولم تعد هذه الممارسة تقتصر على المآدب والأنشطة الرسمية، بل توسعت لتشمل المهرجانات والفعاليات الغذائية والمطاعم وبرامج تبادل الطهاة والمنصات الرقمية، بما جعلها أكثر قدرة على الوصول إلى جمهور دولي واسع.

وأظهر التحليل أن دبلوماسية الطهي تمتلك طبيعة متعددة الأبعاد، إذ تتداخل فيها الجوانب الثقافية والدبلوماسية والاقتصادية والسياحية والتجارية. ويمكن للمطبخ الوطني، من خلال انتشاره محلياً ودولياً، أن يساهم في تحسين الصورة الذهنية للدولة، وتعزيز علامتها الوطنية، ودعم السياحة الغذائية، والترويج للمنتجات الوطنية، والحفاظ على التراث والممارسات الغذائية، كما أن مشاركة الطهاة والمطاعم وشركات الأغذية والقطاع الثقافي والمجتمع المدني وسعت نطاق الفاعلين في هذا المجال.

وبين التقرير أن التكنولوجيا والرقمنة من أبرز العوامل المؤثرة في مستقبل دبلوماسية الطهي، وقد أتاحت المنصات الرقمية تقديم المطبخ الوطني للجمهور العالمي بصورة أسرع وأكثر تفاعلية، بينما توفر التقنيات الناشئة إمكانيات جديدة لتطوير إعداد الطعام وتقديمه وحفظه، بما يعزز الابتكار ويوسع نطاق التجربة الغذائية. ومن ثم، لم تعد دبلوماسية الطهي تعتمد فقط على التفاعل المباشر، وإنما أصبحت تجمع بصورة متزايدة بين التجربة الغذائية والتواصل الرقمي والابتكار التكنولوجي.

وفي المقابل، فإن تحقيق نتائج مستدامة يتطلب التعامل مع عدد من التحديات، خاصة الحفاظ على أصالة التراث الغذائي واحترام الخصوصية الثقافية، وتجنب الاستيلاء الثقافي والصور النمطية، ومراعاة الجوانب الصحية والبيئية والاستدامة. وبالتالي، فإن انتشار المطبخ الوطني لا ينبغي أن يكون هدفاً قائماً بذاته، بل يجب أن يرتبط بتقديم الثقافة الغذائية بصورة دقيقة تحافظ على هويتها وسياقها التاريخي والثقافي.

وبناء على ذلك، يتوقع أن يتجه مستقبل دبلوماسية الطهي نحو مزيد من التكامل مع السياسة الخارجية والسياحة والتجارة والعلامة الوطنية والدبلوماسية الرقمية، مع زيادة مشاركة القطاع الخاص والطهاة والمؤثرين والمجتمعات المحلية والجاليات. ومن ثم، فإن قدرتها على تحقيق تأثير مستدام ستعتمد على توظيفها ضمن استراتيجيات متكاملة تجمع بين الأهداف الثقافية والدبلوماسية والاقتصادية والسياحية، مع الحفاظ على الأصالة واحترام التنوع الثقافي والاستفادة من التطورات التكنولوجية.



للحصول على هذه الدراسة أو الاستفادة من
إحدى خدمات جي وورلد
برجاء التواصل معنا
info@gworld.info



• تحليل البيانات

تحليل المقارنة المعيارية
وأفضل الممارسات الدولية

تحليل قطاعات الاستثمارات البديلة

تحليل أداء المكاتب العائلية

تحليل عناصر القوى الخارجية +
500 مؤشّر



• الأبحاث

تحليل سلوك المستهلكين

الاستخبارات التنافسية

المتسوق الخفي

أبحاث السوق

استطلاعات الرأي

تحليل قيمة وصحة العلامة التجارية

البحث الميداني

تطوير المنتجات والخدمات



• تحليل الصناديق الاستثمارية

الصناديق العقارية المتداولة

الصناديق السيادية

صناديق التحوط

صناديق الأسهم الخاصة

منصات التمويل الجماعي

صناديق رأس المال الجريء

متابعة وتحليل أداء الصناديق الخاصة

الصناديق الوقفية



• الخدمات الاستشارية

نموذج العمل التشغيلي

دراسات الجدوى

الاستشارات الاقتصادية

استشارات الشركات العائلية

إدارة المشاريع

الخطط الاستراتيجية

اعداد السياسات والاجراءات

الخطط التشغيلية

إعداد السياسات التنظيمية

الخطط التسويقية

تخطيط الموارد البشرية



خدماتنا



للتعرف على خدمات شركة جي وورلد
يرجى التواصل معنا

+ 97317502865 🇶🇦

+966541356095 🇸🇦

+201006706470 🇪🇬

+ 971564326160 🇦🇪

أو مراسلتنا عبر البريد الإلكتروني

info@gworld.info

sshakshak@gworld.info

