

## دیپلماسی عمومی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در روابط با کشورهای حوزه خلیج فارس

محمدجعفر جوادی ارجمند\*

### چکیده

تلاش‌های صورت گرفته در حوزه دیپلماسی عمومی در منطقه خلیج فارس همواره با چالش‌ها و موانع همراه بوده است. دلایل این امر به تصویرسازی غیر واقع‌بینانه از اهداف ج.ا.ایران توسط رسانه‌های گروهی قدرت‌های فرامنطقه‌ای از یک سو و عدم پویایی و کارآمدی سیاست خارجی ایران در حوزه دیپلماسی عمومی از سوی دیگر بازمی‌گردد. این کاستی‌ها موجب بی‌اعتمادی، افزایش تنش و کاهش روابط خوب همسایگی با کشورهای این منطقه شده است. این پژوهش به دنبال این است که در چارچوب قدرت نرم، با بررسی دیپلماسی عمومی در ابعاد مفهومی و کارکردی به تحلیل نقش فرصت‌ها و چالش‌ها در حوزه دیپلماسی عمومی ایران پرداخته و راهکارهای مؤثر برای بهبود و تقویت مناسبات و روابط ج.ا.ایران با همسایگان جنوبی را مورد بررسی و تحلیل قرار دهد.

### واژگان کلیدی

دیپلماسی عمومی، قدرت نرم، دیپلماسی فرهنگی، روابط ایران با همسایگان جنوبی.

### مقدمه

حوزه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی کشورها نقش تعیین کننده در تأمین منافع و اهداف آنان در کشورهای هدف دارد. با فروپاشی قدرت شوروی و تغییر فضای جنگ سرد در نظام بین‌المللی و تحولات قدرت از حوزه نظامی به قدرت اجتماعی - فرهنگی و سیاسی، موقعیت کشورها در تأمین منافع ملی دچار تغییرات بنیانی گردیده است. تحولات قدرت اجتماعی دولت‌ها و رویکردهایی که جوزف نای، اندیشمند

mjjavad@ut.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۹۴/۳/۲۵

\*. دانشیار گروه علوم سیاسی - دانشگاه تهران.

تاریخ دریافت: ۹۳/۳/۲۵

معروف آمریکایی در حوزه قدرت و تقسیم‌بندی قدرت به نرم، سخت و هوشمند دنبال کرد، افق جدیدی فراروی ملت‌ها و دولت‌ها برای بهینه‌سازی قدرت و استفاده مؤثر از دیپلماسی عمومی قرار داده است.

در ج.ا. ایران مفهوم و کاربرد دیپلماسی عمومی سابقه طولانی ندارد. دیپلماسی عمومی از جمله عرصه‌های جدید فعالیت‌های دیپلماتیک می‌باشد که در وزارت خارجه در چند سال اخیر مورد اهتمام قرار گرفته است. لکن استفاده مؤثر از آن به عمل نیامده است. با توجه به نقش دولت‌ها در سیاست و روابط خارجی، امروزه مشخص شده است که استفاده از بازیگران غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد در حوزه دیپلماسی عمومی به تأمین اهداف و منافع ملی کمک قابل توجهی می‌کند؛ چراکه کارکرد دیپلماسی عمومی با شفافیت و عدم مخفی‌کاری همراه بوده و گستردگی آن، اقشار مختلف جامعه را دربر می‌گیرد.

روابط ایران و کشورهای حوزه خلیج فارس بعد از پیروزی انقلاب اسلامی دچار فراز و نشیب‌های گوناگون بوده است و فعالیت‌های دیپلماتیک رسمی و دولتی تاکنون نتوانسته است به تحقق اهداف و منافع ملی پایدار ایران در این منطقه کمک شایانی کند. دلایل این امر به مسائل گوناگونی از جمله عوامل داخلی از قبیل عدم استفاده از ظرفیت‌سازی داخلی ج.ا.ایران در به کارگیری ابزار دیپلماسی عمومی، عوامل مربوط به ساختار قدرت کشورهای حاشیه خلیج فارس و عوامل بین‌المللی و استفاده مؤثر از قدرت دیپلماسی عمومی کشورهای سلطه‌گر از قبیل ایالات متحده آمریکا بر می‌گردد.

این مقاله با این سؤال اصلی شروع می‌شود که چگونه می‌توان روابط ایران با کشورهای جنوبی خلیج فارس را به روابط پایدار و روبه توسعه تبدیل کرد؟ در پاسخ اجمالی می‌توان این فرضیه را مطرح نمود که به کارگیری ابزار دیپلماسی عمومی و فرهنگی در روابط ایران با سایر کشورها از جمله حوزه خلیج فارس به زدودن مسائل امنیت‌محور و اعتمادزایی و توسعه روابط متوازن و ارائه تصویر واقع‌بینانه کمک کرده و ضمن کاهش دخالت قدرت‌های فرامنطقه‌ای، موجب تأمین اهداف و منافع ملی ایران خواهد شد. نوآوری این تحقیق، به تحلیل و کاربرد دیپلماسی عمومی در حوزه خلیج فارس برمی‌گردد و اینکه تاکنون مطالب بسیار کمی در این زمینه به نگارش درآمده است. در ادبیات تولید شده به ندرت کار پژوهشی قابل ملاحظه‌ای مشاهده می‌شود. از جمله می‌توان به مقاله دهقانی فیروزآبادی با عنوان «دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ایران در منطقه خلیج فارس» در سال ۱۳۸۹ اشاره کرد که در این پژوهش از مقاله فوق استفاده شده است.

لازم است به این نکته اشاره کرد که مهم‌ترین دلیل عدم کارآمدی فعالیت‌های حوزه دیپلماسی عمومی ج.ا.ایران در کشورهای مختلف، به ویژه کشورهای حاشیه خلیج فارس، به فقدان تولید ادبیات نظری در حوزه دیپلماسی عمومی و فرهنگی توسط سازمان‌های پژوهشی و دانشگاهی ایران برمی‌گردد. با تأسیس نهاد دیپلماسی عمومی در وزارت خارجه در سال‌های اخیر می‌بایست هماهنگی و فعالیت‌های بین‌بخشی وزارت‌خانه‌های خارجه و ارشاد اسلامی و سازمان‌های زیرمجموعه آنها تقویت شود.

در این مقاله، دیپلماسی عمومی و فرهنگی ج.ا.ایران به عنوان متغیر مستقل و گسترش روابط با کشورهای حوزه خلیج فارس متغیر وابسته می‌باشد. سازماندهی مطالب بر این جهت قرار گرفته است که به دنبال مقدمه، چارچوب مفهومی پژوهش و مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی مورد بحث قرار گرفته است. سپس با بررسی کارکردهای دیپلماسی عمومی در روابط با کشورهای همسایه جنوبی به فرصت‌ها و چالش‌های فراروی ج.ا.ایران پرداخته شده است. در ادامه بحث دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ایران در ارتباط با کشورهای حاشیه خلیج فارس مورد بررسی قرار گرفته است و دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان بستر و زمینه فعالیت‌های فرهنگی مورد توجه است. در پایان به جمع‌بندی و ارائه راهکارهای عملی پرداخته شده است.

#### ۱. چارچوب مفهومی پژوهش: قدرت نرم

عبارت «دیپلماسی عمومی»<sup>۱</sup> در حوزه مطالعات روابط بین‌الملل اصطلاحی است که در دهه ۱۹۶۰ عمده‌تاً برای توصیف جنبه‌های جدید دیپلماسی بین‌المللی رایج شد.

اصطلاح دیپلماسی عمومی نخستین بار در سال ۱۹۶۵ در ایالات متحده آمریکا بوسیله آدمنند گولینون،<sup>۲</sup> رئیس مدرسه «حقوق و دیپلماسی فلچر» در دانشگاه «تافتز» به کار گرفته شد. اما کال،<sup>۳</sup> با اینکه مساعی گولینون را برای رواج دادن این اصطلاح از طریق ترویج مطالعه و اعمال شیوه‌های آن، ارج می‌گذارد، یادآور می‌شود که گولینون خود این مطلب را انکار کرده است. (ایزدی، ۱۳۹۰: ۳۸)

در سال ۱۹۶۳ «داوارد مورو» دیپلماسی عمومی را نوعی تعامل با هدف سازمان‌ها و اشخاص غیر دولتی تعریف کرد. (نای، ۱۳۸۵: ۶۳) در یک تعبیر از جوزف نای، دیپلماسی عمومی از سه زاویه نگریسته شده است: ۱. ارتباطات روزانه، ۲. ارتباطات استراتژیک، ۳. دیپلماسی فرهنگی. اولین و قوی‌ترین آن، همان ارتباطات روزانه می‌باشد و هدف، آماده کردن فضا برای مقابله با بحران‌ها می‌باشد. نای معتقد است که در ارتباطات استراتژیک می‌بایست به برنامه میان‌مدت مبارزه تبلیغاتی در مقابل دولت‌های رقیب و یا دشمن اندیشید و در دیپلماسی فرهنگی می‌بایست از برنامه‌ها و رویکردهایی در بلندمدت برای نزدیکی دولت‌ها استفاده کرد. برنامه‌هایی مانند ایجاد بورس‌های تحصیلی، تبادل دانشجو و استاد، برگزاری همایش‌های علمی و تخصصی، دسترسی به کانال‌های رسانه‌ای از سازوکارهای دیپلماسی عمومی می‌باشد. (همان)

به تعبیر نای، دیپلماسی عمومی به مثابه جاده دو طرفه می‌باشد که نیاز به شنیدن و سخن گفتن دارد و موعظه کردن برای بیگانه‌ها (خارجی‌ها) راه متقاعد کردن آنها نیست. از نظر نای، نروژ با پنج میلیون جمعیت که زبان بین‌المللی هم ندارد، تنها یک پیام را در راستای سیاست‌های خود مطرح می‌کند که تمرکز نروژ برای

1. Public Diplomacy.

2. Admund Gullion.

3. Nicholas J.call.

صلح در جهان است. اقداماتی از قبیل میانجی‌گیری در مناقشات خاورمیانه و سریلانکا، در کنار کمک مالی و مشارکت در نیروی صلح از اقدامات نروژ در راستای دیپلماسی صلح می‌باشد. (همان: ۷۶)

علت اتخاذ قدرت نرم به عنوان چارچوب مفهومی پژوهش، این است که دیپلماسی عمومی به تعبیر «نای» ابزار اعمال قدرت نرم در محیط بین‌الملل و سیاست خارجی است. برای شناخت و تأثیرگذاری دیپلماسی عمومی لازم است مفهوم و جایگاه قدرت نرم در توسعه روابط میان دولت‌ها و ملت‌ها شناخته شود. در واقع، قدرت نرم از بعد رفتار به موضوع جذب و تنظیم اولویت‌ها، از حیث عناصر اولیه به ارزش‌ها، فرهنگ، سیاست‌ها و نهادها، و از حیث سیاست‌های حکومت به دیپلماسی عمومی، دوجانبه و چند جانبه برمی‌گردد. در توضیح بیشتر مفهوم قدرت نرم می‌توان گفت که این نوع قدرت محصول و برآیند تصویرسازی<sup>۱</sup> مثبت، ارائه چهره موجه از خود، کسب اعتبار در افکار عمومی داخلی و خارجی، تأثیرگذاری غیر مستقیم توأم با رضایت بر دیگران، اراده دیگران را تابع خویش ساختن و یا هرگونه اقدام غیر خشونت‌آمیز است که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه هدف را تحت تأثیر قرار می‌دهد و سرانجام منجر به تغییر در الگوهای رفتاری موجود و خلق الگوهای جدیدی می‌شود که با الگوهای رفتاری مورد نظر حاکم تعارض دارد. (نائینی، ۱۳۸۹: ۶ - ۵) از این رو قدرت نرم غیرمستقیم اعمال می‌شود؛ بیشتر جنبه تشویقی دارد و هزینه اعمال سیاست خارجی را فوق‌العاده کاهش می‌دهد.

اگرچه اصطلاح قدرت نرم عمر درازی ندارد، اما از دیرباز موضوعیت داشته است و در تمدن‌های بشری و تاریخ طولانی جوامع کاربرد داشته است. در تاریخ اسلام و در شیوه‌های مقابله کفار قریش با پیامبر اسلام، شاهد به‌کارگیری ابزارهای مختلف از تشویق و تطمیع و تهدید گرفته تا توطئه قتل حضرت و اعلام مبارزه و تحمیل جنگ‌های مختلف و پی‌درپی بوده‌ایم. همچنین در میان فرهنگ‌ها، تمدن‌ها و ملل دیگر نیز قابل مشاهده است؛ گفتگوی «کنفوسیوس» و «لائوتزه» درباره معنای تائو در ۲۵۰۰ سال پیش شاهدهی بر این مدعاست. (همان: ۲۴) همچنین در دوران باستان، پادشاهانی که به حفظ وجهه خود اهمیت می‌دادند، هیچ‌گاه ظرفیت‌های قابل استفاده از افکار عمومی مردم را نادیده نمی‌گرفتند. سوابق این امر به ظهور کتاب مقدس و تمدن‌های باستانی یونان و روم باز می‌گردد. روم باستان و ایتالیای دوره رنسانس با مفهوم فعالیت‌های دیپلماتیک با هدف جهت‌دهی افکار عمومی مردم سایر ملل آشنا بوده‌اند. حتی پیش از اختراع رسانه‌های چاپی در قرن پانزدهم نیز مقیاس ارتباطات رسمی با مردم سایر کشورها گسترده شده بود. (مایسن، ۱۳۹۱: ۵۳)

در یک نگاه کلی می‌توان ویژگی‌های قدرت نرم را در اشکال ذیل جستجو کرد. قدرت نرم از نظر مایسن دارای صفاتی است که آن را از سایر انواع قدرت متمایز می‌سازد:

۱. قدرت نرم فراگیر است: قدرت نرم، خود یک ظرفیت وسیع برای بسط و رقابت دارد. همراه با جریان فزاینده انقلاب اطلاعات و توسعه فرهنگ اینترنتی، قدرت نرم به ورای محدودیت‌های مرزهای جغرافیایی،

1. Image Making.

قومیت ملی و زمان و فضا راه پیدا می‌کند. این پدیده با تقویت پیشرفت جامعه، به طرز شگفت‌آوری بر سبک زندگی و استانداردهای رفتاری انسان‌ها تأثیر می‌گذارد؛

۲. قدرت نرم تغییرپذیر است: قدرت نرم یک پدیده ایستا نیست، بلکه فرایندی پویاست. این پدیده یک سیستم متغیر عظیم است که در آن شکل و تحول قدرت به حرکت متباین مؤلفه‌های متفاوت بستگی دارد. برخلاف عناصری نظیر ملیت، راهبردهای ملی و اخلاقیات و...، قدرت نرم دوره زمانی کوتاه‌تری را برای به‌هنگام‌سازی و تغییر خود طلب می‌کند؛

۳. قدرت نرم اقناعی است: وجه مشترک قدرت نرم و سخت، متقاعد کردن مخاطب است؛ اما به شیوه‌ای متفاوت. قدرت نرم، دیگران را به تبعیت از هنجارها و نهادهای مورد نظر، یا موافقت با آنها قانع می‌کند. همچنین بر توانایی ارائه دستور کار از رهگذر هنجارها و نهادهایی که ترجیحات دیگران را شکل می‌دهد، استوار است. از این رو، قدرت نرم به طور گسترده، متکی بر قدرت اقناع و جاذبه است؛

۴. تهدید حاصل از قدرت نرم درازمدت است: تهدید و قدرت سخت به محض استفاده، در جغرافیای به‌کاربرده شده با تأثیرات کوتاه یا بلند مدت همراه است؛ حال آنکه تهدید قدرت نرم، گاهی طی سالیان متمادی به‌کار گرفته می‌شود، اما تأثیرات خارجی ناشی از آن پس از مدت‌ها ظهور پیدا می‌کند؛

۵. قدرت نرم از جنس فرهنگ است: قدرت نرم بر حوزه فرهنگی بیش از سایر ابعاد مد نظر تأثیرگذار است و به همین دلیل نیز این نوع قدرت، اغلب بر هویت هنجاری تأثیرگذار بوده و از آنجا که این نوع تأثیرات از قابلیت لازم برای اندازه‌گیری دقیق برخوردار نیستند، لذا بُعد فرهنگی در این نوع از قدرت نمود بارز دارد. (همان: ۷۹ - ۷۸)

با توجه به پنج ویژگی فوق، ملاحظه می‌شود که چنانچه دیپلماسی عمومی ج.ا.ایران بخواهد بر مبنای قدرت نرم زمینه تأثیرگذاری بر سایر ملل و مردم را ایجاد کند، باید جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی ایران مورد بررسی قرار گیرد که مشخص شود چگونه قدرت نرم در سیاست خارجی ایران می‌تواند زمینه‌های همکاری و نفوذ را در میان سایر ملل فراهم کند.

## ۲. جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی ج.ا.ایران

سیاست خارجی، راهبرد یا یک رشته اقدامات برنامه‌ریزی شده است که تصمیم‌گیرندگان یک کشور در راستای نیل به اهدافی خاص که بر پایه منافع ملی تعریف شده‌اند، در ارتباط با سایر کشورها یا موجودیت‌های بین‌المللی به مرحله اجرا می‌گذارند. (6: Plano & Olton, 1988) سیاست خارجی مبتنی بر دو عنصر بنیادین و کلیدی است: ۱. اهداف و منافع ملی؛ ۲. ابزار نیل به اهداف و منابع مزبور. (89: Coulombis & Wolfe, 1981) دیپلماسی، مهم‌ترین ابزار و راه نیل به این اهداف و منافع محسوب می‌شود. وظایف دیپلماسی دربرگیرنده مدیریت روابط خارجی در حوزه‌های سیاسی، امنیتی، مالی، اقتصادی و حتی فرهنگی برای حل مشکلات کشور و کسب منافع ملی در عرصه خارجی است که علاوه بر مسائل دوجانبه،

دیپلماسی چندجانبه نیز بر اساس همان شیوه‌ها و فرآیندهای دیپلماتیک در خدمت منافع ملی و تأمین و صیانت آن به کار گرفته می‌شود و بدین ترتیب مفهوم دیپلماسی نوین ظاهر می‌شود. (Barston, 2006: 87)

دیپلماسی عمومی عبارت است از تلاش‌های یک دولت برای ایجاد ارتباط با عموم یک جامعه در راستای توضیح ارزش‌ها، سیاست‌ها و عقاید جامعه خود و به منظور ترمیم روابط و شهرت خود در آن کشور. (Tylor and snow, 2009) در تعریف دیگری آمده است که دیپلماسی عمومی فرایند ارتباط با عامه مردم کشورهای دیگر برای شناساندن ایده‌های خود و شناخت ایده‌های آنها و آرمان‌ها و منافع ملی، معرفی نهادها، فرهنگ و هنرها و تبیین اهداف و سیاست خارجی خود است. (Melissen, 2005)

دیپلماسی عمومی، تاریخی بسیار طولانی دارد، اما دهه ۱۹۲۰ میلادی نقطه عزیمت مهم برای مطالعه آن در قالب دولت مدرن است. به طور کلی تا قبل از دهه ۱۹۹۰، دیپلماسی عمومی نقش حاشیه‌ای و ابزاری در دستگاه دیپلماتیک کشورها داشت. اما دیپلماسی عمومی نوین در واقع با تأثیرگذاری بر هویت، گفتمان‌ها و کنش‌های بازیگران قلمرو عمومی جهانی و شکل‌دهی محیط مناسب برای موفقیت دستگاه دیپلماتیک یک کشور با کمک شبکه‌ها و رسانه‌های جدید جهانی است و کاربست آن باعث افزایش قدرت نرم یک کشور و توسعه و نفوذ آن در عرصه جهانی می‌شود. (سجادپور و وحیدی، ۱۳۹۰: ۸۲) در آمریکا سازمان‌هایی مانند بنیاد هریتج، شرکت‌های فراملیتی، پخش برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی، گسترش وبلاگ نویسی، گسترش زبان انگلیسی به عنوان زبان بین‌المللی به عنوان ابزارهای قدرت نرم برای نفوذ در عمق جبهه روسیه به کار گرفته می‌شود.

جمهوری اسلامی ایران سعی کرده است در روابط بین‌المللی و سیاست خارجی خود همواره بعد مردمی و عمومی روابط را وجهه همت خود قرار داده و از ابتدای شکل‌گیری در کنار روابط رسمی با دولت‌های دیگر در جهت تبیین اهداف و دست‌آوردهای خود و مقابله با تبلیغات رسانه‌ای و رفع اتهامات علیه کشور و ارائه تصویری صحیح از خود در جهان از یک‌سو و پیشبرد منافع ملی و تحقق سیاست خارجی از سوی دیگر به ارتباط با افکار عمومی کشورهای دیگر توجه ویژه داشته است. اما نکته اساسی این است که این ارتباط همواره یک‌سویه بوده است، در حالی که دیپلماسی عمومی نوین در «محیطی شبکه‌ای» عمل می‌کند؛ به شکلی که مردم فعالانه در دادن و گرفتن پیام مشارکت می‌کنند و این، شاهدی بر نقش فعال عوامل غیر دولتی، مانند سازمان‌های مردم‌نهاد در دیپلماسی عمومی است. می‌توان گفت که دیپلماسی عمومی ابزاری برای قدرت نرم است که از فنون ارتباطات دوسویه، مدیریت اطلاعات، معرفی یک کشور خاص در قالب یک آگهی تلویزیونی و مدیریت تصاویر اینترنتی بهره می‌گیرد. در واقع، دیپلماسی عمومی نوین، سامانه ارتباطی است که برای ایجاد گفتگو با دوستان، دشمنان و هم‌پیمانان طراحی شده است.

در تبیین جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی ایران با کشورهای مختلف، می‌توان گفت که این پدیده به لحاظ مفهومی و کاربردی از عمق چندانی در سیاست خارجی ج.ا.ایران برخوردار نیست. اگرچه در قانون اساسی و همین‌طور سند چشم‌انداز بیست‌ساله اشاره به دیپلماسی عمومی در مواردی مشاهده می‌شود.

ولی این نکته را باید مدنظر قرار داد که این اشاره و تأکید به لحاظ مفهومی کلی و از لحاظ لفظی، واژه دیپلماسی عمومی مورد اشاره قرار نگرفته است. (جوادی و اسمعیلی، ۱۳۹۱: ۸۹ - ۸۸)

از جمله دلایل نهادینه نشدن دیپلماسی عمومی در مناسبات خارجی ج.ا.ایران می‌توان گفت که اولاً؛ سیاست و روابط خارجی ایران در طی چهار دهه اخیر به‌طور اساسی، دولت‌محور بوده و با محوریت دولت در بستر دیپلماسی رسمی با دنیای بیرون عمل کرده است. دیپلماسی عمومی علاوه بر بازیگری دولت، بازیگران غیردولتی از قبیل نهادهای مدنی و گروه‌های صنفی را شامل می‌شود که این نهادها در ایران از قدمت چندانی برخوردار نیستند.

ثانیاً؛ نبود فضای تحقیق و پژوهش در عرصه‌های مختلف مناسبات خارجی، زمینه نیاز به ارتباطات مردمی در قالب دیپلماسی عمومی را فراهم نکرده است. بدین ترتیب لازم است زمینه کارکرد نهادی و هنجاری برای دیپلماسی عمومی فراهم شود. در فراز بعدی مقاله به این امر پرداخته می‌شود که دیپلماسی عمومی در رابطه با کشورهای همسایه خلیج فارس از چه جایگاهی برخوردار است و چگونه می‌توان سازوکارهایی برای هنجارسازی دیپلماسی عمومی با استفاده از قدرت نرم فراهم کرد.

### ۳. دیپلماسی عمومی ج.ا.ایران نسبت به کشورهای حاشیه خلیج فارس

با پیروزی انقلاب اسلامی ایران، روابط ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس در مقایسه با قبل از انقلاب دچار دگرگونی شد. آثار و بازتاب انقلاب اسلامی در کشورهای همسایه جنوبی از اولین پیامدهای حرکت انقلاب اسلامی بود. کویت از جمله اولین کشورهایی بود که نظام جمهوری اسلامی ایران را به رسمیت شناخت. شیخ صباح، وزیر خارجه وقت این کشور به ایران سفر کرد و با رهبر انقلاب اسلامی ملاقات نمود. جمهوری اسلامی ایران هم متقابلاً این حسن استقبال کویتی‌ها را مغتنم شمرد. (علی بابایی، ۱۳۷۵: ۵۰۹) حکام بحرین ابتدا از پیروزی انقلاب اسلامی حمایت کرده و اقدام به انتقاد از سیاست توسعه‌طلبانه رژیم سابق نمودند، ولی در عین حال با احتیاط برخورد می‌کردند. (همان: ۴۴۹) نگاه اولیه کشور عمان به انقلاب اسلامی ایران مثبت بود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران آخرین نیروهای ارتش ایران که بعد از سرکوب جنبش ظفار همچنان در عمان باقی مانده بودند، اندکی پس از انقلاب به کشور بازگشتند. در تیرماه ۱۳۵۸ هیئتی به ریاست یوسف علوی، معاون وقت وزارت امور خارجه عمان برای تبریک و مذاکره وارد تهران گردید و مذاکراتی با مقامات دولتی انجام داد و خواستار روابط تازه‌ای با جمهوری اسلامی ایران شد. (همان: ۴۷۹ - ۴۷۸)

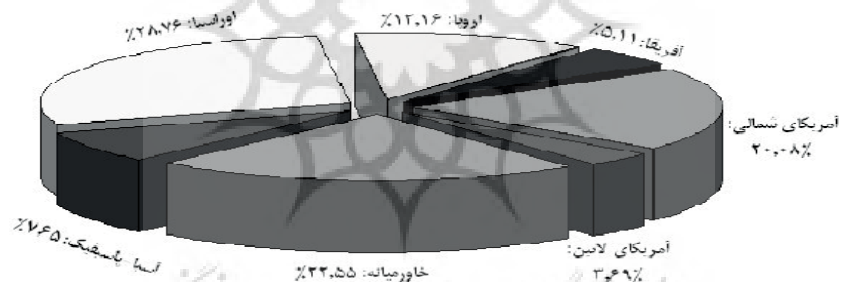
آنچه مسلم است پیروزی انقلاب اسلامی با تکیه بر عوامل فرهنگی و با کمترین خشونت و در بستر قدرت نرم به پیروزی رسید. پیروزی مردم ایران علیه یک رژیم استبدادی با واکنش احتیاط‌آمیز کشورهای حاشیه خلیج فارس و با خویشتن‌داری همراه بود. با استقرار نظام ج.ا.ایران و تثبیت پایه‌های نظام در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ایدئولوژیک؛ هویت نظام ج.ا.ایران شکل گرفت و این هویت در ساختار داخلی و چهره بیرونی نظام، خود را نشان داد. در اصول سیاست خارجی در قانون اساسی متجلی است که

مسئله صدور انقلاب، کمک به نهضت‌های آزادی‌بخش، حمایت از حرکت‌های آزادی‌بخش اسلامی بخشی از ابعاد هویتی نظام می‌باشد. ابعاد هویتی بیانگر این است که هویت ملی در ج.ا.ایران به تبع از اسلام سیاسی، بعد سیاسی پیدا کرد و موجب تعارض هویتی با کشورهای همسایه، به ویژه کشورهای حاشیه خلیج فارس شد. در واقع، تعارض هویتی با کشورهای حاشیه خلیج فارس در بستری از فعالیت‌های فرهنگی موجب واکنش این کشورها و نگرانی حکام وابسته و رژیم‌های اقتدارگرای آنان نسبت به ج.ا.ایران شد.

استمرار روابط ایران با کشورهای حاشیه خلیج فارس در طول چهار دهه در قالب فعالیت‌های رسمی دیپلماتیک همواره تحت تأثیر مسائل و حوادث داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی قرار گرفته است. جنگ تحمیلی عراق علیه ایران در دهه اول انقلاب، حمله عراق به کویت در بعد منطقه‌ای و واقعه یازده سپتامبر و حمله به برج‌های دوقلو در آمریکا و دامن زدن به مسائل ایران‌هراسی و اسلام‌هراسی در غرب در سطح بین‌المللی، از جمله حوادث مهمی است که تأثیرات نه چندان مثبت بر روابط ایران و کشورهای حاشیه خلیج فارس داشته است. با وجود تأثیرگذاری عوامل فوق در روابط با کشورهای همسایه جنوبی، در یک تحقیق به عمل آمده در سال ۸۸ در ایران، در ارتباط با رابطه ژئوپلیتیک و قدرت نرم ایران در مناطق جغرافیایی مختلف با ابزارها و راهکارهای دهگانه<sup>۱</sup> میزان نسبی اعمال قدرت نرم در منطق مختلف در نمودار ذیل آمده است که بیشترین تأثیر در اوراسیا با رقم ۲۷/۷۶٪ و کمترین آن در آمریکای لاتین با ۳/۶۹٪ می‌باشد. خاورمیانه و زیرمجموعه آن با ۲۲/۵٪ در مکان دوم قرار دارد و بیانگر آن است که فرصت‌های خوبی برای کاربرد دیپلماسی عمومی ایران در این حوزه وجود دارد. (هرسیج و دیگران، ۱۳۸۸: ۲۶۲)

شکل شماره ۱:

میزان نسبی اعمال و کاربرد منابع و ابزارهای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در مناطق مختلف



۱. همگرایی و پیوندهای فرهنگی، مذهبی، قومی و زبانی با سایر کشورها؛ ۲. ایجاد نمایندگی سیاسی، کنسولی و به ویژه فرهنگی در دیگر کشورهای جهان؛ ۳. تشکیل انجمن‌های دوستی و برگزاری هفته‌های فرهنگی در کشورهای مختلف برای شناساندن ظرفیت‌های فرهنگی؛ ۴. سفرهای خارجی مسئولین سیاسی، فرهنگی؛ ۵. انتشار و توزیع روزنامه و ایجاد شبکه‌های خبری، برنامه تبادل استاد و دانشجو و همکاری علمی؛ ۷. پذیرش مهاجران و تشویق به مسافرت‌های خارج از کشور برای انتقال فرهنگ داخل به خارج؛ ۸. پذیرش توریست؛ ۹. ایجاد و تقویت مؤسسات ایران‌شناسی و زبان‌شناسی؛ ۱۰. آموزش زبان‌های دیگر در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی برای تعامل با دنیای خارج. (هرسیج و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۳۳)



ملاحظه می‌شود که فعالیت‌های دیپلماتیک در سطوح دولتی بین ایران و کشورهای همسایه جنوبی خلیج فارس نتوانسته است به تعمیق روابط همه جانبه و رفع سوء ظن‌ها و اعتمادزایی میان ایران و کشورهای خلیج فارس کمک قابل توجهی کند. با توجه به ویژگی‌های مفهومی و کارکردی دیپلماسی عمومی، حال سؤال این است که چگونه اولاً باید ظرفیت‌ها و فرصت‌های دیپلماسی عمومی ایران را شناخت؟ ثانیاً چگونه می‌توان از آن در توسعه روابط پایدار با کشورهای همسایه جنوبی استفاده کرد؟

تجربه ملت‌ها و دولت‌های بزرگ و مطرح دنیای امروزه در زمینه دیپلماسی عمومی، بیانگر این است که دیپلماسی عمومی نوین دارای دو شاخصه مهم دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی اقتصادی می‌باشد و بستر و زمینه‌ساز فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی در بیرون از مرزها با ابزارهای رسانه‌ای است که کارآمدی دیپلماسی عمومی را در دو حوزه یاد شده به محک می‌زند. در ادامه، دیپلماسی فرهنگی و به دنبال آن، دیپلماسی رسانه‌ای ایران در حوزه کشورهای حاشیه خلیج فارس مورد بررسی قرار می‌گیرد. از پرداختن به دیپلماسی اقتصادی به دلیل طولانی شدن مقاله خودداری می‌شود.

#### ۴. دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ایران نسبت به کشورهای حوزه خلیج فارس

در دیپلماسی فرهنگی می‌توان از مبادله افکار، تبادل ایده‌ها، انگاره‌ها، ایدئال‌ها، اندیشه‌ها، اطلاعات، هنر، دانش و سایر عناصر فرهنگی میان ایران و دیگر کشورها و ملت‌ها برای ایجاد و تقویت درک و فهم متقابل استفاده کرد. دیپلماسی فرهنگی فرآیندی هدفدار بوده و برای تحقق و دستیابی به اهدافی تعریف شده تدوین و اجرا می‌شود. نکته مهم این است که بایستی دیپلماسی فرهنگی را از روابط و تبلیغات فرهنگی تمایز کرد؛ چون هدف دیپلماسی فرهنگی، تعامل و درآمیختن با مخاطبین است، نه القاء پیام‌های غیر واقعی و تحریف شده. گفتنی است که دیپلماسی فرهنگی منوط به هنر و فرهنگ صرف نمی‌شود و دربرگیرنده انتقال و ارتباط فکری، رسانه‌ای، علمی و به ویژه در سطح غیر دولتی، اعتمادسازی برای فراهم ساختن زمینه و بستر لازم برای تأمین اهداف و منافع ملی سیاسی مشخص است. (Frankel, 1995: 69)

یکی از تحلیل‌گران سیاست خارجی معتقد است:

دیپلماسی فرهنگی در قالب دو رویکرد ابزاری و تکوینی به روابط سیاسی با ثبات و صلح و امنیت منطقه‌ای کمک می‌کند. از جهت ابزاری، فرهنگ و روابط بین‌المللی سازوکاری برای دستیابی به صلح از طریق کاهش منازعه و تنش‌زدایی میان کشورهاست. از منظر تکوینی، فرهنگ و تمدن زیربنای روابط بین‌الملل و سیاست خارجی است. مهم‌ترین عامل تنازع و جنگ، ناشی از عدم درک درست فرهنگ و نیات متقابل کشورها و اعمال سیاست قدرت است و در نتیجه، دیپلماسی فرهنگی می‌تواند با این رویکرد، تقابل و پیشداوری‌های قوم‌مدارانه را تبدیل به تفاهم و همزیستی مسالمت‌آمیز کند. (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۹: ۱۰۷)

ج. ایران به عنوان یک کشور با سابقه فرهنگی و تمدنی در طول تاریخ، دارای جایگاه مهمی در تحولات فرهنگی منطقه و جهان از منظر ابزاری و تکوینی است. تبیین و ترویج ارزش‌های فرهنگی - تمدنی ایران به جهانیان از یک طرف و ادراک، برداشت و شناخت صحیح از فرهنگ و ارزش‌های سایر ملت‌ها از طرف دیگر بیانی روشن از معنا و مفهوم دیپلماسی فرهنگی می‌باشد. همچنین تلاش برای برقراری و افزایش و گسترش تعاملات، مبادلات و ارتباطات فرهنگی بین ملت ایران و سایر ملل به منظور طراحی، تدوین و اجرای موافقت‌نامه‌ها و دستیابی به تفاهم فرهنگی مبتنی بر ارزش‌ها و فهم مشترک، رویکرد دیگری نسبت به دیپلماسی فرهنگی می‌باشد. برنامه‌ها و اقدامات در قالب دیپلماسی فرهنگی ایران با کشورهای حوزه خلیج فارس شامل همکاری‌های علمی - فرهنگی، توریسم و گردشگری، مسافرت‌های زیارتی و مذهبی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های فرهنگی می‌باشد. قدر مسلم این است که پرداختن به هر یک از ابعاد یاد شده به طور تفصیلی خارج از حوصله مقاله می‌باشد. اما با توجه به ظرفیت‌های بالقوه اقتصادی ایران در روابط تجاری با کشورهای حاشیه خلیج فارس، می‌توان گفت که توسعه و گسترش تجارت و روابط اقتصادی ایران با این کشورها یکی از اهداف دیپلماسی فرهنگی است. در بستر روابط تجاری و صنعت فرهنگی، ایران می‌تواند به صدور ارزش‌های فرهنگی از طریق صادرات کالاهای فرهنگی بپردازد. از سوی دیگر، دیپلماسی فرهنگی بستر و زمینه لازم را برای صدور کالاهای غیر فرهنگی مهیا می‌کند. برند ملی یکی از مواردی است که جایگاه بسیار خوبی برای ایجاد بستر تجاری و فرهنگی با کشورهای عربی می‌باشد. در طرح‌ریزی برند ملی، سه حوزه یا فضا وجود دارد که هر کشوری در گستره عام یا خاص عمل می‌کند. این سه فضا عبارتند از صادرات برند، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و جهانگردی. (الینز، ۱۳۸۸: ۳۰۹)

برنامه برندسازی ملی با برند صادرات، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و جهانگردی به وسیله یک برنامه فرهنگی، ورزشی و بازرگانی پشتیبانی شده و همه اینها با نفوذ سیاسی هم‌پیوند می‌شود که در واقع همان دیپلماسی عمومی می‌باشد. کشورهای اندکی توانسته‌اند با تغییر سیاسی و توسعه اقتصادی تأثیر گسترده‌ای مانند برندسازی به دست آورند. نماد خورشید که توسط خوان ماریو، نقاش اسپانیایی (۱۹۸۳ - ۱۸۹۳) طراحی شده به عنوان یک نمونه موفق برند جهانگردی در معرفی یک ملت به شمار می‌آید. شعار این نماد همه چیز زیر آفتاب، هویت‌دهنده‌ای برای تبلیغات جهانگردی اسپانیا بود که با دوباره‌سازی و زیباسازی شهرهای مهمی مانند بارسلونا، بلبائو، تفویض اختیارات سیاسی، برگزاری المپیک بارسلونا و نمایشگاه سویل در سال ۱۹۹۲، همگی نشان دهنده تغییرات برداشت و درک از اسپانیا بود. (همان: ۳۱۶ - ۳۱۵) جمهوری اسلامی ایران باید تلاش کند که جایگاه خود را در میان کشورهای حاشیه خلیج فارس با برندسازی در فرایند تولید کالا یا صدور خدمات فنی و مهندسی بالا برد.

همان‌گونه که در طول بحث مطرح شد، چگونگی استفاده از ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی ج.ا.ایران در مناطق مختلف جهان منوط به شناخت فرصت‌ها و چالش‌های آن می‌باشد. توسعه روابط پایدار با کشورهای منطقه خلیج فارس بستگی به درک این فرصت‌ها و چالش‌ها دارد که در ادامه به آن پرداخته می‌شود.

##### ۵. فرصت‌ها و چالش‌های دیپلماسی عمومی ج.ا.ایران در حوزه خلیج فارس

با پیروزی انقلاب اسلامی در ایران، محیط فرهنگی خلیج فارس در سطوح ملی، منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای دچار تغییر و تحول شد. بعد از سقوط صدام و به هم خوردن توازن منطقه‌ای، فضایی ایجاد شد که منجر به افزایش نفوذ ایران در منطقه خلیج فارس شد. سقوط صدام این فضا را برای ایران فراهم کرد که اعاده قدرت کند و طبیعی است که هر زمانی در نظام بین‌المللی کشوری اعاده قدرت بیشتری کند با مخالفت دولت‌هایی که قدرت از دست داده‌اند روبه‌رو می‌شود. همچنین رشد و نمو اندیشه و اعتقاد سلفی‌گری و بنیادگرایی سنی، ظهور بازیگران جدید فردی و گروهی، توسعه ارتباطات و اطلاعاتی خاورمیانه و خلیج فارس در اثر جهانی‌شدن، بازیابی و بازسازی فرهنگی و تمدنی، بحران هویت عربی، ناهمگونی فرهنگی، تنوع و تکثر فرهنگی در قالب سه خرده فرهنگ عربی، اسلامی و غربی، تنوع قومی - نژادی، تجارت فرهنگی - ورزشی و توسعه علمی - آموزشی مسائلی می‌باشند که همراه با تأثیرگذاری عوامل خارج از منطقه موجب پیدایش فرصت‌ها و چالش‌هایی در حوزه دیپلماسی عمومی ج.ا.ایران نسبت به کشورهای حاشیه خلیج فارس قابل بررسی هستند که به آنها پرداخته می‌شود.

##### یک. فرصت‌ها

مهم‌ترین فرصت‌های دیپلماسی عمومی و فرهنگی ایران در حاشیه خلیج فارس شامل اشتراکات فرهنگی، تاریخی و دینی، قربت و نزدیکی جغرافیایی و ژئوپلیتیک، حضور ایرانیان و شیعیان، ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فرهنگی ایران، توسعه تجارت فرهنگی، اولویت یافتن توسعه فرهنگی در این کشورها می‌باشد.

##### اول. اشتراکات فرهنگی - تاریخی

اشتراکات فرهنگی - تاریخی بین ایران و اعراب حوزه خلیج فارس در مقاطع زمانی مختلف موجب پیوندهای مشترک شده است. قدر مسلم، مهم‌ترین عامل پیوند دهنده دو سوی خلیج فارس دین اسلام است؛ به شکلی که فرهنگ ایران و اعراب با وجود هویت‌های فرهنگی مستقل از ماهیت مشترک اسلامی برخوردارند. برای نمونه می‌توان به این موارد اشاره کرد:

در دوره ساسانیان، جزایر، بنادر و کرانه‌های جنوبی دریای پارس جزو قلمرو ایران بودند. شبه جزیره قطر یکی از پایگاه‌های ایران در روزگار فرمانروایی ساسانیان بود. همچنین در جزیره فیلیکه در کویت ساختمان‌های قدیمی و قلعه‌های جنگی وجود دارد که از آثار پرتغالی‌ها یا ایرانیان بر جای مانده است. (کشاورز شکری، ۱۳۹۲: ۱۸۱ و ۱۸۳) مردم کشور یمن نیز از گروه انصارند و یکی از افتخارهای آنها این است که خود را تنها کشوری می‌دانند که بدون جنگ و خون‌ریزی در دوران پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله به اسلام گرویدند. همچنین حکومت ساسانیان در یمن از سال چهل و سوم سلطنت انوشیروان تا پایان پادشاهی خسرو پرویز به دست مرزبانان ایرانی بود. مردم یمن به دلیل خوش رفتاری ایرانیان، به آنان لقب «ابناء الاحرار» یا آزادگان داده بودند. (همان: ۱۸۰)

## دوم. نزدیکی جغرافیایی

مجاورت و همسایگی ایران و کشورهای حوزه خلیج فارس فرصت‌های مختلفی در حوزه دیپلماسی عمومی و فرهنگی ایجاد می‌کند که از جمله: بر اساس منطق تسری و پخش افقی، امکان تأثیرگذاری بیشتر برای فرهنگ ایرانی - اسلامی در این حوزه وجود دارد. نظریه پخش در ۱۹۵۳ م توسط جغرافی‌دان سوئدی به نام «هاگر استرن» مطرح شد و مفهوم آن به گسترش یک پدیده از کانون یا کانون‌های اصلی در بین مردمی که آماده پذیرش آن باشند برمی‌گردد. (برزگر، ۱۳۹۰: ۴۸) به نظر می‌رسد که در حوزه دیپلماسی عمومی بتوان از انواع روش‌های پخش در سه شکل پخش جابه‌جایی، پخش سلسله‌مراتبی، و پخش سرایتی<sup>۱</sup> استفاده کرد. موقعیت استراتژیک ایران در خلیج فارس بر پخش سلسله‌مراتبی بازتاب‌های انقلاب ایران تأثیرگذار است. در حقیقت، می‌توان گفت که نظریه پخش توانایی بالقوه‌ای در تفسیر و تبیین دیپلماسی عمومی ایران به حوزه جهان اسلام و خلیج فارس دارد. حقانیت و جایگاه قدرت فرهنگی ایران اسلامی واقعیتی انکارناپذیر است که بارها در تاریخ کهن این سرزمین تکرار شده است. با تبادل فرهنگی و مراودات دو و چند جانبه، مشکلات ناشی از عدم اعتماد کاهش می‌یابد. همچنین فعال شدن زمینه‌های همکاری مشترک، طرفین را به مقابله مشترک با تهدیدات فرهنگی فرامنطقه‌ای وامی‌دارد.

## سوم. توسعه صنعت گردشگری و افزایش ظرفیت‌های فرهنگی

حضور متقابل ایرانیان و مردم کشورهای حاشیه خلیج فارس در منطق یکدیگر به مثابه پل ارتباطی بین فرهنگی ایران و کشورهای این منطقه عمل کرده و می‌تواند تجارب فرهنگی و هنری ایران را در عرصه‌های مختلف علمی - آموزشی و سینمایی در اختیار این کشورها قرار دهد. توسعه گردشگری به زدودن ذهنیت نادرست و بی‌اثر کردن تبلیغات نادرست کمک می‌کند. سیاست گردشگری فعال ایران در حوزه خلیج فارس می‌تواند به عنوان فرصت و نه تهدید برای دیپلماسی عمومی، ایجاد صلح پایدار و پیدایش زبان واحد برای گفتگو میان مردم کشورمان و اعراب خلیج فارس باشد. آنچه مسلم است، اصلاح قوانین گردشگری، استانداردسازی خدمات و تسهیلات گردشگری، تبلیغات مناسب و در خور، ایجاد شرایط امن و دور شدن از فضای امنیتی، در نظر گرفتن تسهیلات خوب برای جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران خارجی، برگزاری هم‌اندیشی بین مسئولان دولتی و بخش خصوصی و دست‌اندرکار گردشگری، پیگیری مصوبات و قطعنامه‌های سازمان گردشگری جهانی و عملیاتی کردن آنها، بخش‌بندی بازار گردشگری و توجه جدی به امر آموزش در حوزه‌های مختلف، ایجاد شبکه کارت اعتباری برای رفاه گردشگران و حضور فعال و مؤثر در مجامع بین‌المللی گردشگری از موارد مهم توسعه و بهینه‌سازی سیاست‌گذاری گردشگری ایران می‌باشد. (نشست تخصصی جایگاه گردشگری در دیپلماسی عمومی، ۱۳۹۲/۷/۳۰) قابل ذکر است که ایجاد

۱. برای اطلاع از انواع نظریه‌های پخش، ر.ک: برزگر، ۱۳۹۰: ۷۶ - ۴۷.

زیرساخت‌های صنعت گردشگری به عوامل گوناگون از جمله: توسعه شبکه حمل و نقل، توسعه زیرساخت‌های شبکه اطلاعات و تحول عمومی، خرده فرهنگ‌های ایران برای افزایش ظرفیت‌های فرهنگی ج.ا.ایران می‌باشد که در دولت یازدهم تلاش سازمان‌های ذیربط در حوزه گردشگری افزایش یافته است.

## دو. چالش‌ها

اساساً جمهوری اسلامی ایران فاقد یک دکترین سیاسی جامع در رابطه با خلیج فارس است. این بدان معناست که مجموعه‌ای از اصول و اولویت‌های سیاسی، نظامی، امنیتی، اقتصادی و تجارتی و فرهنگی از پیش تدوین شده‌ای نسبت به منطقه خلیج فارس وجود ندارد که کنش‌ها و واکنش‌ها براساس شناخت فرصت‌ها و تهدیدها در رابطه با منافع ملی را مدیریت کند. شرایط به گونه‌ای است که بازیگران ایرانی اعم از دولتی و بخش خصوصی ملزم به رعایت و انطباق برنامه و حرکت خود در این بستر و چارچوب نیستند. بنابراین فقدان یک دکترین سیاسی جامع موجب چالش‌هایی در حوزه دیپلماسی عمومی و فرهنگی در این حوزه شده است که به اختصار به آنها پرداخته می‌شود.

### اول. بی‌اعتمادی اعراب به ایران

بی‌اعتمادی و سوء ظن اعراب به ایرانیان قدمت طولانی تاریخی دارد که در فرایند بی‌اعتمادسازی، نقش رسانه‌های غربی و نقش قدرت‌های بزرگ بیش از سایر عوامل مؤثر بوده است. نقش برخی از رسانه‌های عربی نیز در بی‌اعتمادسازی اعراب به ایران بسیار مهم است که در قسمت بعدی به آن پرداخته می‌شود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، عدم اعتماد و سردی روابط نسبت به ایران به دلایل مختلف تشدید شد. تجاوز عراق به خاک ایران و حمایت آشکار اعراب از صدام حسین این امر را بیشتر آشکار کرد. پایان جنگ عراق علیه ایران و سیاست تنش‌زدایی ج.ا.ایران به رفع سوء تفاهات کمک کرد. تحولات عراق و لبنان در چند سال اخیر و شکست رژیم صهیونیستی در جنگ ۳۳ روزه و جنگ ۲۲ روزه و ۵۰ روزه، موقعیت ایران را ارتقا بخشید. این تغییر و تحولات به گونه‌ای دیگر و در قالب تفسیرها و برداشت‌های افراطی و مخرب از جریان‌های فکری اسلام سیاسی، سوء ظن و بی‌اعتمادی اعراب خلیج فارس را برانگیخت که اعمال و اجرای برنامه‌های دیپلماسی عمومی و فرهنگی را در این ناحیه با چالش روبه‌رو کرده است. برای رفع چالش‌ها می‌بایست به اقدامات اعتمادسازی در ابعاد مختلف پرداخت که به برخی از سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌های مختلف گردشگری در بحث فرصت‌ها به آنها اشاره شد.

### دوم. وهابیت و فعالیت‌های مخالفان ج.ا.ایران

پس از وقوع حادثه ۱۱ سپتامبر، فعالیت وهابیت و گروه‌های سلفی به نوعی کاهش یافت و به دنبال جنگ آمریکا علیه عراق و سرنگونی صدام حسین و قدرت‌یابی شیعیان، مجدداً فعالیت گروه‌های تکفیری در حوزه خلیج فارس افزایش یافت. در این میان، فعالیت گروه‌های معارض ج.ا.ایران با دسترسی به رسانه‌های

شنیداری و دیداری و بهره‌مندی از مراکز و نهادهای فرهنگی نیز از جمله ابزارهایی است که مخالفان از آن برخوردارند. مؤسسه «رابطه العالم الاسلامی»، سازمان فرهنگی - مذهبی تفکر وهابیت است که در سال ۱۹۸۳ به بازسازی فعالیت‌های خود پرداخت و امروزه در چندین کشور منطقه از جمله عراق، ترکیه، یمن، بحرین، امارات متحده عربی، لبنان، سوریه، اردن و ایران فعالیت دارد (کشاورز شکر، ۱۳۹۲) که پرداختن به فعالیت‌ها و آثار تخریبی آنان از حوصله بحث خارج است.

#### ۶. ج.۱. ایران، دیپلماسی رسانه‌ای و کشورهای خلیج فارس

دیپلماسی رسانه‌ای به مفهوم کاربرد رسانه‌ها برای تکمیل و بهره‌وری سیاست خارجی یک کشور در عرصه افکار عمومی بین‌المللی محسوب می‌شود. امروز رسانه‌ها صرفاً مانند گذشته منعکس کننده رفتار سیاستمداران و کشورها نیستند، بلکه به عنوان بازگیر فعال در میدان سیاست و تصمیم‌سازی و حتی تصمیم‌گیری‌ها نقش مؤثری دارند. امروز، جهان نیز شاهد انقلاب اطلاعات است که تأثیر و نتایج آن هر روز افزایش می‌یابد. فن‌آوری اینترنت و گسترش رسانه‌های صوتی و تصویری، طوفانی از اطلاعات را در جهان به پا کرده‌اند. این رسانه‌ها در غرب، فرهنگ درگیری و کشمکش داخلی را نهادینه کرده و تلاش دارند مسلمانان را به اشتباه، انحراف، بدعت و گمراهی سوق دهند. (دهشیری و نجات‌آرانی، ۱۳۹۱: ۳۰۴)

این یک واقعیت است که رسانه‌های گروهی دنیای عرب تحت تأثیر امپریالیسم خبری غرب هستند. تراس‌های اطلاعاتی، کارتل‌های رسانه‌ای، و یا استعمار فرهنگی به ویژه در پرتو انقلاب اطلاعاتی، رواج گسترده‌ای پیدا کرده است. این در حالی است که کشورهای در حال توسعه همچنان اطلاعات و اخبار جهانی مورد نیاز خود را از طریق همین خبرگزاری‌ها کسب می‌کنند. در واقع، اعمال سلطه سیاسی و فرهنگی غرب بر بخش عمده‌ای از جهان حاضر، از طریق کنترل منابع جمع‌آوری خبر، صدور گسترده و انبوه فرآورده‌های فرهنگی برنامه‌ریزی شده به سراسر جهان، مالکیت سازمان‌های انتشاراتی و خبرگزاری‌ها و برخورداری از وسایل و تجهیزات پیشرفته رسانه‌ای امکان‌پذیر شده است. برخی از صاحب‌نظران از سیاستمداران جهان سومی گرفته تا اندیشمندان غربی نظیر «هربرت شیلر» آمریکایی و «جرومی تانستال» انگلیسی و «کارل نورد نستریج» فنلاندی بر این نکته اتفاق نظر دارند که هنوز هم رسانه‌های خبری جهان تحت تأثیر و سلطه مستقیم چهار خبرگزاری عمده غربی (رویتر، آسوشیتدپرس، یونایتدپرس، فرانس پرس) قرار دارند که ذاتاً امپریالیست هستند و در راستای اهداف امپریالیستی غرب حرکت می‌کنند. (اسمیت، ۱۳۶۴: ۸۷)

در این میان، فضای رسانه‌ای و مطبوعاتی دنیای عرب هم بسیار متأثر از فرایندها و تکنیک‌های غرب است. این فضای رسانه‌ای در حوادث و اتفاقات بسیار زیاد داخلی و خارجی موجب تحولات و تغییرات و رویکردهای دولت نسبت به یکدیگر شده است. برای مثال جنگ دوم خلیج فارس از نمونه‌هایی است که پیروزی تصویر بر واقعیت را به نمایش گذاشت و برای صدها میلیون نفر در سراسر جهان تصاویر جذاب و مسحور کننده بود و

شواهد حاکی از این بود که انگاره‌ها و ایده‌ها به گونه‌ای برنامه‌ریزی شده بود تا حس پیروزی را القا کند.

فضای دیپلماسی رسانه‌ای و مجازی امروزه یکی از تأثیرگذارترین متغیرهای دیپلماسی در سیاست خارجی است. تا جایی که گفته می‌شود فضای رسانه‌ای، تعیین کننده جهت‌گیری‌های سیاست خارجی بسیاری از کشورهاست. با توجه به اینکه رسانه‌های دنیای غرب بعد از پیروزی انقلاب اسلامی رشد تکنیکی و فزاینده‌ای داشتند، بنابراین در فضای مجازی به اقدامات یک‌جانبه در قالب مستندها، فیلم‌های سینمایی، کتب و کاریکاتورها به تبلیغات منفی علیه ج.ا.ایران پرداختند. برای مثال، در سطح کلان، سیاست‌های راهبردی آمریکا در جنگ نرم با ایران با محوریت پنج موضوع: القای اسلام‌هراسی، شیعه‌هراسی، سنی‌هراسی، ایران‌هراسی و القای ترس از انقلاب اسلامی در قالب رسانه‌های تصویری دنبال می‌شود. (ابراهیمی و ستوده، ۱۳۹۱: ۱۲۵)

با استفاده از فضای رسانه‌ای، آمریکا بعد از اشغال عراق نیز طرح خاورمیانه بزرگ را برای مهندسی فرهنگی منطقه ارائه داد که هدف آن دمکراتیزه کردن خاورمیانه نبود، بلکه لیبرالیزه کردن و تغییر انگاره‌های قومی، دینی، گفتارها و رفتارهای مناسب با آن به قواعد و هنجارهای همسو و با نظم آمریکایی در منطقه است. (حسینی، ۱۳۸۷: ۲۹) براساس موارد یاد شده، آمریکا برای مقابله با فرهنگ انقلاب اسلامی، دیپلماسی عمومی و فرهنگی خود را در حوزه خلیج فارس و با تمرکز بر امارات متحده عربی افزایش داده است و برخی از مراکز فرهنگی و رسانه‌ای آمریکا به امارات منتقل شده‌اند. (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۹: ۱۱۶) جوزف نای به سیاستمداران آمریکایی توصیه می‌کند که برای کارآمدی بیشتر در دیپلماسی عمومی در عصر اطلاعات باید رویکردهایشان را در داخل و خارج تغییر دهند. برای ایجاد کانال‌های بهتر ارتباطی، امریکایی‌ها باید بیشتر گوش دهند. گسترش دامنه قدرت نرم بسیار یک‌جانبه‌تر از استفاده از قدرت سخت است و آمریکا باید این را درک کند. (نای، ۱۳۸۵: ۷۹)

در مجموع، استراتژی نرم آمریکا علیه ج.ا.ایران در منطقه خاورمیانه و خلیج فارس را می‌توان این گونه برشمرد: ۱. مرعوب‌سازی دولت‌ها و ملت‌های منطقه با طرح خطر گسترش سلاح‌های هسته‌ای و تروریسم با محوریت ایران؛ ۲. ترویج لیبرال دمکراسی و ارزش‌های غربی در خاورمیانه، در تقابل با الگوی جمهوری اسلامی ایران؛ ۳. تشدید اختلافات قومی و مذهبی در ایران و اختلافات کشورهای خاورمیانه با ایران در قالب دو قوم عرب و فارس و دو مذهب شیعه و سنی؛ ۴. عادی‌سازی روابط دولت‌ها و ملت‌های عربی منطقه با اسرائیل در تقابل با استراتژی جمهوری اسلامی ایران علیه سیاست‌های اسرائیل در منطقه. (ابراهیمی و ستوده، ۱۳۹۱: ۱۲۶ - ۱۲۵)

در رسانه‌های گروهی دنیای عرب از جمله رادیو، تلویزیون و فیلم، گفتار پنهان قدرت وجود دارد. اهمیت گفتار رسانه از آن جهت جالب است که سرشت روابط قدرت موجود در آن اغلب آشکار نیست. رسانه‌های عربی تأثیر ژرفی از سران دولت‌ها پذیرفته‌اند. از نظر تاریخی، مصر و عربستان عمیق‌ترین تأثیر را بر رسانه‌های پان عرب دارند. از نظر «عبدل هی» از تحلیل‌گران دنیای عرب، سیاست در جهان عرب پیچیدگی فزاینده‌ای دارد و یکی از ویژگی‌های دنیای عرب این است که جنگ و کشمکش‌های ایدئولوژیک در آن، بومی و دائمی است. (میر دهقان و شوکتی مقرب، ۱۳۹۲: ۱۵۴)

در جهان عرب، رسانه‌ها سه نقش اساسی دارند: ۱. نقش بنیادین رسانه، حمایت از یکپارچگی عرب و آزادسازی فلسطین؛ ۲. نقش توسعه‌ای در دستیابی به عدالت اجتماعی؛ ۳. نقش تقویت کننده دموکراسی از راه آزادی بیان. در حال حاضر هر یک از این نقش‌ها به خوبی در جهان عربی به اجرا در نمی‌آید. (همان) علت عمده، آن است که رسانه‌ها از سه نقش اساسی گفته شده منحرف شده و منافع دولت‌های محافظه‌کار را در نظر می‌گیرند که این دولت‌ها با نقش تحول‌آفرین رسانه‌ها مخالفند.

از نظر یکی دیگر از تحلیل‌گران رسانه‌ای عرب، رسانه‌های عربی دارای چند ویژگی به شرح ذیل می‌باشند: ۱. رسانه‌ها همچنان به صورت مستقیم و غیر مستقیم از سوی دولت‌ها کنترل می‌شوند؛ ۲. علاوه بر دولت‌ها، مالکان رسانه‌ها پیوند سیاسی محکمی با دولت‌ها دارند تا جایگاه خود را همسان دولت کنند؛ ۳. رسانه‌های دنیای عرب، گرفتار پدیده «همه جا جز اینجا هستند» و در نقد دیگر رژیم‌های عربی سریع‌اند، اما به طور همزمان از مسائل دولت خود چشم‌پوشی می‌کنند. الجزیره گزارش‌های دیگر کشورها را پوشش می‌دهد، اما مسائل قطر و مالکان آن را پنهان می‌سازند؛ ۴. انگاره دریافت خبر در رسانه‌های عربی در مقابل مفهوم جمع‌آوری خبر در رسانه‌های غربی است. الجزیره نوارهای ویدئویی و فکس‌هایی را از بن‌لادن و القاعده دریافت و بدون هیچ‌گونه سندیتی پخش کرد. (همان: ۱۵۶)

با توجه به تأثیر گفتمان پنهان قدرت در رسانه‌های کشورهای حاشیه خلیج فارس است که موضوع مالکیت جزایر سه‌گانه توسط رسانه‌های خبری و تصویری دنیای عرب به عنوان یک موضوع مورد اختلاف همواره از ابتدای انقلاب اسلامی تاکنون توسط برخی از شیخ‌نشین‌ها دامن زده شده است؛ در حالی که مواضع ایران همواره در این زمینه بر اساس مدارک مستند تاریخی است و مالکیت ایران بر جزایر، مورد وثوق مجامع رسمی و سازمان‌های بین‌المللی است. در موضوع جزایر، ایران همواره بر گفتگوهای دو جانبه در فضای دوستانه برای رفع ابهام اذهان اماراتی‌ها مبنی بر ایرانی بودن جزایر تأکید می‌کند، اما این گفتگوها علاوه بر سطح دیپلماتیک، می‌بایست در سطح دیپلماسی عمومی و در فرایند دوسویه و خارج از سطوح دیپلماتیک رسمی توسط گروه‌های مردم‌نهاد، دنبال شود تا در ارتباطات روزانه که بخشی از دیپلماسی عمومی می‌باشد، افکار عمومی مردم این کشور در راستای رفع اختلافات سوق پیدا کند که در نتیجه تأثیر خود را بر افکار رهبران خواهد گذاشت.

همچنین برخی از اقدامات و رفتارهای خارجی ج.ا.ایران در روابط با کشورهای همسایه جنوب در قالب و بستر رسانه‌ای و مجازی در دوره‌های مختلف سیاست خارجی توسط رسانه‌های عربی به موضوع تعارض ایران با این کشورها تبدیل شد. از جمله می‌توان به مواضع رئیس دولت نهم و دهم در ارتباط با مسئله هلوکاست اشاره کرد. رویکرد دولت احمدی نژاد به موجودیت رژیم صهیونیستی از جمله اولین مواضع دولت نهم در این رابطه بود. در آبان ماه ۱۳۸۴، رئیس‌جمهور خواهان حذف این رژیم از روی نقشه جهان شد و سپس در سفری به مکه، هلوکاست (کشتار دسته جمعی یهودیان در جنگ جهانی دوم توسط حکومت نازی آلمان) را افسانه‌ای



خواند که برای ایجاد دولتی یهودی در خارومیانه به کار گرفته شده است. تقریباً همه رهبران عرب از ابراز عقیده در خصوص این سخنان درباره رژیم صهیونیستی خودداری ورزیدند. این در حالی است که افکار عمومی دنیای عرب با رویکرد رئیس جمهور ایران موافقت دارند. یک استثنا در میان سکوت رهبران عرب، مصاحبه سفیر عربستان با هفته‌نامه واشنگتن پست بود که با اظهار به اینکه نسل‌کشی هراس‌انگیز واقعیتی تاریخی است که بحثی بر سر آن نیست، از رئیس جمهور ایران به دلیل افسانه نامیدن هلوکاست انتقاد کرد. «ترکی الفیصل» با یادآوری اینکه اتحادیه عرب در سال ۲۰۰۲ طرح عربستان مبنی بر دو دولت در یک سرزمین را پذیرفته است، تأکید کرد که ما قصد نداریم به آن نقطه عقب برگردیم. (Regular, Haaretz, 17/12/2005)

به نظر می‌رسد که با توجه به ویژگی‌های مطرح شده درباره رسانه‌های دنیای عرب، تأثیرپذیری آنها از دنیای غرب از یک سو و گفتمان پنهان قدرت رسانه در دنیای عرب از سوی دیگر که پوشش دهنده منافع دولت‌ها و صاحبان خصوصی آنها می‌باشد، کارکرد دیپلماسی رسانه‌های ایران برای نفوذ در کشورهای حاشیه خلیج فارس را با چالش مواجه می‌کند. با نگاهی به فرصت‌ها و چالش‌های دیپلماسی رسانه‌های ایران در منطقه، ضرورت دارد بایسته‌ها یا الزاماتی برای تبدیل چالش‌ها به فرصت‌ها مطرح شود.

اولین الزام، درک اهمیت دیپلماسی رسانه‌ای و ایجاد ساختارهای مناسب برای ارتباطات گسترده با کشورهای منطقه خلیج فارس می‌باشد. تشکیل معاونت دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای در وزارت خارجه آغاز خوبی برای این شرایط است.

دومین الزام، برنامه‌ریزی راهبردی و استراتژیک رسانه‌ای توسط نهادهای مسئول از قبیل وزارت خارجه و سازمان فرهنگ و ارتباطات و سازمان صدا و سیما می‌باشد.

سومین بایسته یا الزام، اولویت بخشیدن به دیپلماسی رسانه‌ای در کشور است و در این راستا علاوه بر نهادهای رسمی تصمیم‌گیر، لازم است نهادهای دانشگاهی و مطبوعاتی و حتی نهادهای خصوصی در برنامه‌ریزی و هماهنگی برای اجرای دیپلماسی رسانه‌ای با نهادهای رسمی همکاری داشته باشند. چهارمین الزام، تلاش برای غیر امنیتی کردن فضای گفتگو و مفاهمه در سطوح گوناگون جامعه و آموزش و تربیت کارمندان در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای است.

## نتیجه

در سیاست خارجی ج.ا.ایران، در حال حاضر جایگاه روشن و تثبیت شده‌ای از مفهوم و کارکرد دیپلماسی عمومی وجود ندارد. دلیل آن به مسئله فقدان دکتترین سیاسی - امنیتی جامع نسبت به حوزه خلیج فارس و مشخص نبودن جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی ایران با کشورهای منطقه بر می‌گردد. گفتنی است یکی از اقدامات استراتژیک ج.ا.ایران در حوزه دیپلماسی عمومی و فرهنگی، تبیین دکتترین دیپلماسی عمومی و سیاست‌گذاری فرهنگی مناسب برای تعامل ایران با کشورها در حوزه‌های مختلف جغرافیایی می‌باشد. تلاش برای آموزش عمومی

دیپلماسی عمومی و ایجاد یک رشته مستقل در دانشگاه‌های کشور در کنار رشته علوم سیاسی برای تولید ادبیات این رشته بسیار ضروری به نظر می‌رسد. در عرصه پیچیده سیاست بین‌الملل جاری، نیاز به آموزش و نهادسازی این رشته به عنوان آموزش آکادمیک و سپس تأسیس مراکز پژوهشی و همچنین نهادهای اجرایی از قبیل معاونت تازه‌تأسیس حوزه دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای در وزارت امور خارجه بسیار ضروری می‌باشد.

همان‌گونه که در مقاله به آن پرداخته شد، مهم‌ترین تعارض ایران و کشورهای خلیج فارس، تعارض هویتی است تا استراتژیک و اقتصادی و لذا دیپلماسی عمومی که محور اصلی پژوهش را تشکیل می‌دهد، می‌تواند بستر بسیار مهم برای کاهش تعارضات هویتی باشد. ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که در آن تصاویر شکل‌دهنده واقعیت‌ها هستند. تصویر هر کشور و سیاست‌هایش، انتخاب عبارت‌های کلیدی مورد استفاده در تحلیل آنها و چهارچوبی که در آن موارد انجام می‌شود، مهم‌تر از واقعیت‌های عینی آن کشور است. عبارت «تصویر همه چیز است» غالباً در صنعت مد برای جذب افراد به کار می‌رود که در واقع در جوامع، قلمروها و کشورها نیز مصداق دارد. آنچه واقعیت دارد هویت است. عامل تعیین‌کننده کیفیات درست جامعه، ظاهر آن نیست. این جنبه، بی‌شک اهمیت زیادی در تشکیل برداشت‌ها دارد. به هر حال، در تحلیل نهایی آنچه در بلندمدت بررسی می‌شود، انتخاب‌های هویتی است و جنبه‌های سیاسی و سیاست‌هایی که هر ملت از طریق هویتش توسعه داده است. در این خصوص، دیپلماسی عمومی جنگ بین تصاویر، ابزار تبلیغاتی یا نمایش نیست، بلکه تغییر برداشت‌هایی است که ریشه عمیق دارند.

مهم‌ترین ابزارها و سازوکارهای اجرایی برای استمرار و تثبیت هویت و کاهش تعارضات هویتی ایران و کشورهای حاشیه خلیج فارس در راستای استفاده از قدرت نرم و دیپلماسی عمومی اهتمام به موارد ذیل می‌باشد:

۱. تأسیس مراکز اسلام و ایران‌شناسی در کشورهای همسایه جنوبی و اعطای بورس‌های تحصیلی به دانشجویان و دعوت از اساتید کشورهای خلیج فارس برای تدریس در برنامه‌های کوتاه مدت؛
۲. برگزاری همایش‌ها و جشنواره‌های فرهنگی و معرفی مفاخر ایران و بررسی آراء و افکار بزرگان فرهنگ و ادب ایران با همکاری سازمان‌های فرهنگی منطقه‌ای و اسلامی همچون آی‌سسکو. قابل ذکر است که سازمان آموزشی، علمی، فرهنگی کشورهای اسلامی (آی‌سسکو) در سال ۱۹۸۲ با همکاری چند کشور اسلامی تشکیل شد که مقر آن در شهر رباط می‌باشد و هدف از تشکیل آن، ایجاد همبستگی بین امت اسلامی از راه آموزش، علوم و فرهنگ می‌باشد؛ (<http://www.iranisESCO.ir/fa>)
۳. به‌کارگیری ابزارهای نوین ارتباطی و فضای مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت و آموزش‌های مجازی که از ضروریات دیپلماسی عمومی و فرهنگی می‌باشد؛
۴. توسعه صنعت گردشگری که یکی از اولویت‌های سازمان میراث فرهنگی و گردشگری می‌باشد. جاذبه‌ای تمدنی و تاریخی ایران که در ردیف ده کشور برتر دنیا می‌باشد، ضرورت برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری جذب گردشگر از کشورهای همسایه جنوبی را در شرایط کنونی دو چندان کرده است؛

۵. توسعه صنعت سینما و ورزش نیز از ابزارهای بسیار استراتژیک برای دیپلماسی عمومی و فرهنگی در حوزه خلیج فارس می‌باشد. اهمیت و گسترش این دو صنعت در کشور از یک جهت به توسعه ظرفیت‌ها و قابلیت‌های ایران انجامیده و از جهت دیگر، به افزایش اعتمادسازی، تثبیت هویت ایران و کاهش تعارضات هویتی و ایدئولوژیک دو طرف کمک قابل توجهی می‌کند.

## منابع و مأخذ

۱. ابراهیمی، شهروز و علی اصغر ستوده، ۱۳۹۱، «امکان‌سنجی الگودهی انقلاب اسلامی ایران به جنبش‌های دینی - مردمی اخیر خاورمیانه»، فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، سال ۹، شماره ۲۸.
۲. ایزدی، فؤاد، ۱۳۹۰، *دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال ایران*، تهران، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
۳. اسمیت، آنتونی، ۱۳۶۴، *ژئوپولیتیک اطلاعات*، ترجمه فریدون شیروانی، تهران، سروش.
۴. الینز، والی، ۱۳۸۸، «طراحی مارک‌های نشاندار ملی به مثابه اقدامی در حوزه دیپلماسی فرهنگی»، در *دیپلماسی عمومی نوین قدرت نرم در روابط بین‌الملل*، ژان میلسن و همکاران، ترجمه رضا کلهر و همکاران، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
۵. برزگر، ابراهیم، ۱۳۹۰، «نظریه پخش و بازتاب انقلاب اسلامی ایران»، در *بازتاب‌های انقلاب اسلامی ایران*، محمد باقر خرمشاد و دیگران، سمت.
۶. سجادی‌پور، سید کاظم و موسی الرضاء وحیدی، ۱۳۹۰، «دیپلماسی عمومی نوین: چارچوب مفهومی و عملیاتی»، فصلنامه سیاست، دوره ۴۱، شماره ۴، زمستان.
۷. جوادی ارجمند، محمدجعفر و مرتضی اسمعیلی، ۱۳۹۱، «جایگاه دیپلماسی عمومی در روابط ایران با کشورهای فارسی زبان»، فصلنامه سیاست، دانشگاه تهران، شماره ۳، پاییز.
۸. حسینی، حسن، ۱۳۸۷، *طرح خاورمیانه بزرگتر، امنیت انرژی و انرژی امنیت*، تهران، معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی.
۹. دهشیری، محمدرضا و حمزه نجات آرانی، ۱۳۹۱، «چالش‌های مشترک فرهنگی - مذهبی فراروی گفتمان بیداری اسلامی»، فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، سال ۹، شماره ۲۸.
۱۰. دهقانی فیروزآبادی، سید جلال، ۱۳۸۹، «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی در منطقه خلیج فارس»، فصلنامه سیاست، دانشگاه تهران، دوره ۴۰، شماره ۴، زمستان.
۱۱. علی بابایی، غلامرضا، ۱۳۷۵، *تاریخ سیاست خارجی ایران: شاهنشاهی هخامنشی تا به امروز*، تهران، درس.

۱۲. کشاورز شکر، عباس، ۱۳۹۲، *فرصت‌ها و چالش‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در منطقه خاورمیانه*، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

۱۳. کمیسیون ملی آیسکو در ج.ا.ایران، معرفی سایت سازمان به نشانی:

<http://www.iranisESCO.ir/fa/index.php>

۱۴. مایسن، جان، ۱۳۹۱، «به کارگیری قدرت نرم در دیپلماسی عمومی»، ترجمه مهدی ذوالفقاری، *دو فصلنامه علمی تخصصی اندیشه مقاومت*، سال اول، شماره دوم، پائیز و زمستان.

۱۵. میردهقان، مهین ناز و سمیه شوکتی مقرب، ۱۳۹۲، «گفتمان پنهان قدرت و رسانه در خاورمیانه عربی (مطالعه موردی: عربستان سعودی)»، *فصلنامه مطالعات جهان*، دوره ۳، شماره ۱، بهار و تابستان.

۱۶. نایینی، علی محمد، ۱۳۸۹، «درآمدی بر ماهیت شناسی جنگ نرم»، *فصلنامه راهبرد دفاعی*، سال ۸، ش ۲۸، بهار.

۱۷. نای، جوزف، ۱۳۸۵، «قدرت نرم افزاری برای موفقیت در جهان»، *فصلنامه مطالعات میان فرهنگی*، سال اول، ش ۳، پاییز.

۱۸. نشست تخصصی جایگاه دیپلماسی عمومی در گردشگری، ۳۰ مهر ۱۳۹۲، سایت: [www.itsairan.ir](http://www.itsairan.ir)

۱۹. هرسیچ، حسین و دیگران، ۱۳۸۸، «ژئوپلیتیک قدرت نرم ایران»، *پژوهشنامه علوم سیاسی*، سال چهارم، شماره ۲، بهار.

20. Barston, R.P., 2006, *Modern Diplomacy and International Relations*, London: Pearson Education LKO.

21. Coulombis, Theodoro & Wolf, James, 1981, *International Relation: Power and Justice*, New Jerse: PrenticHall.

22. Frankle, c, 1995, *The Neglected Aspect of foreign Affairs: American Educational and Cultural Policy Abroad*, Washington DC.: The Brooking Institution.

23. Mellison, Jan, ed, 2005, *The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relation*, Basingstoke: Palgrave.

24. Plano, Jack and Oltan, Roy, 1988, *The International Relation Dictionary*, London: Longman Publication.

25. Regular, Amon, 2005, [Persian] "Gulf States to Meet Amid Concern Over Iranian Nukes", *Haaretz*, December 17.

26. Taylor, Phillip M and Nancy Sanow, 2009, *Hand Book of Public Diplomacy*, Published by Rutledge