

## تبیین ماهیت دیپلماسی عمومی آمریکا در قالب تحریم‌های اقتصادی نسبت به ایران

افسانه خسروی\*

دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

آرزو قلی‌پور نوری

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز

### چکیده

دیپلماسی عمومی، روشی جدید برای تاثیرگذاری بر هویت، گفتمان‌ها، کنش‌ها، افکار عمومی و شکل‌دهی محیط مناسب برای موفقیت دستگاه دیپلماسی با کمک شبکه‌ها و رسانه‌های جدید جهت تامین منافع ملی و پیشبرد سیاست خارجی است. عصر اطلاعات به سمتی می‌رود که دیپلماسی سنتی بر پایه واقع‌گرایی سیاسی با تکیه بر قدرت سخت، جای خود را به دیپلماسی نوین و (دیپلماسی عمومی) می‌دهد که در آن قدرت نرم برتری دارد. در این مقاله ضمن تعریف مبانی، ماهیت، ابزار و عمل‌کرد دیپلماسی عمومی نوین، اثربخشی تحریم‌ها بر دیپلماسی عمومی آمریکا را به روش توصیفی - تحلیلی بیان می‌شود. در این راستا، در پی پاسخ به این پرسش اساسی هستیم؛ ماهیت دیپلماسی عمومی آمریکا در قالب اعمال تحریم‌های اقتصادی نسبت به ایران چگونه قابل تبیین است؟ فرض پژوهش بر این مبنا است که، سیاست تصویرسازی و اعتباربخشی آمریکا، تحریم‌های اقتصادی را نزد افکار عمومی با تکیه بر ساختار دیپلماسی عمومی در وضعیت بینابینی قرار داده است. در این رهگذر به تحریم‌های انرژی اشاره می‌شود و اثربخشی تحریم‌ها در وضعیت اقتصادی و در نتیجه هم‌سویی با دیپلماسی عمومی آمریکا در وضعیت بینابینی ارزیابی می‌گردد.

### کلید واژه‌ها

دیپلماسی عمومی، تحریم‌های اقتصادی، افکار عمومی، رسانه.

دیپلماسی عمومی از جنگ جهانی اول، به صورت رسمی به عنوان ابزاری مهم در سیاست خارجی آمریکا به رسمیت شناخته شده است. در جریان جنگ جهانی دوم، زمانی که در سال 1942 ریس جمهور آمریکا طی حکمی دستور داد «اداره اطلاع‌رسانی جنگ»<sup>1</sup> یا (OWI) تاسیس شود، دیپلماسی عمومی به عنوان بخشی از ساختار دولت آمریکا تعیین شد. در دوره پس از جنگ سرد در دهه 1990 دیپلماسی عمومی دارای اولویت کمتری بود و نمایندگان کنگره اغلب آن را به عنوان منبع بودجه برای اجرای سایر برنامه‌ها تلقی می‌کردند. اوج این روند در سال 1999 رخ داد؛ همان زمانی که کنگره، سازمان اصلی مرتبط با دیپلماسی عمومی، یعنی سازمان اطلاع‌رسانی ایالات متحده<sup>2</sup> را منحل کرد و کارکردهای دیپلماسی عمومی را به وزارت امور خارجه واگذار کرد. به دنبال انحلال (USIA) و پس از حملات یازدهم سپتامبر 2001، مقامات دولت آمریکا، کارشناسان سیاست خارجی و دانشگاهیان به دیپلماسی عمومی و نیاز فزاینده به آن پی بردند.

اهمیت دیپلماسی عمومی به‌ویژه به لحاظ ارتقای وجهه یک کشور مدنظر است و در واقع سازوکاری برای افزایش قدرت نرم به‌شمار می‌رود که این امر به اندازه‌ای مهم است که وزارت امور خارجه ایالات متحده معاونتی به نام «دیپلماسی عمومی و روابط عمومی» در ساختار خود دارد که رهبری نفوذ قدرت نرم آمریکا در سرتاسر جهان را به عهده گرفته است؛ ایالات متحده با اینکه از محورهای قدرت، بیشتر به قدرت سخت یا نظامی متکی است؛ اما هیچ‌گاه از اهمیت قدرت نرم غافل نبوده؛ تا حدی که یکی از محورهای استراتژی امنیت ملی آمریکا در سال 2015 به موضوع ارزش‌های آمریکایی اختصاص پیدا کرده که قسمت زیادی از گسترش آن بر عهده دیپلماسی عمومی است.

وزارت امور خارجه آمریکا می‌داند برای اینکه یک کشور قدرتمند باشد، باید بر افکار، اراده و احساسات مردم دیگر کشورها مانند ایران مسلط شود و از این جهت با به کارگیری رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی مدرن به عنوان یکی از موثرترین ابزارها برای دیپلماسی عمومی، سعی در نزدیک شدن به مردم ایران دارد. امروزه ما تجلی بارز گونه‌های دیپلماسی نوین از جمله دیپلماسی عمومی را که با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی و ترسیم تصویر مثبت از یک هویت ملی در عصر تصویرسازی و مشروعیت‌بخشی به سیاست‌ها صورت می‌پذیرد، را در عرصه تحولات سیاست بین‌المللی شاهد هستیم. در این مقاله ضمن تعریف مبانی، ماهیت، ابزار و عمل‌کرد دیپلماسی عمومی نوین، اثربخشی تحریم‌ها بر دیپلماسی عمومی را به روش توصیفی - تحلیلی بیان می‌شود. در این راستا، مقاله حاضر در پی پاسخ به این پرسش اساسی است که ماهیت دیپلماسی عمومی آمریکا در قالب اعمال تحریم‌های اقتصادی نسبت به ایران چگونه قابل تبیین است.

فرض پژوهش بر این مبنا است سیاست تصویرسازی و اعتباربخشی آمریکا، تحریم‌های اقتصادی را نزد افکار عمومی با تکیه بر ساختار دیپلماسی عمومی در وضعیت بینابینی قرار داده است؛ در این رهگذر به تحریم‌های انرژی اشاره می‌شود و اثربخشی تحریم‌ها در اقتصاد و در نتیجه هم‌سویی با دیپلماسی عمومی آمریکا در وضعیت بینابینی ارزیابی می‌گردد.

## تعریف مبانی و ماهیت دیپلماسی عمومی

فناوری ارتباطات همان‌گونه که مرزهای میان کشورها را برای ارتباط مردم اقصی نقاط جهان، فرو ریخته‌اند، رفته‌رفته دیوار تشکیلاتی میان وزارت خارجه با سازمان‌های دولتی و غیردولتی را نیز در داخل و خارج محو می‌نمایند (بیات،

1385: 111). از طرفی با پیشرفت تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، سیاست خارجی کشورها از آن تاثیر پذیرفته و با مطرح شدن بازیگران غیر دولتی همچون گروه‌ها، سازمان‌ها، افراد و ملت‌ها در کنار دولت‌ها حائز اهمیت شده‌اند. بی‌تردید دولت‌ها در سیاست خارجی خود با عنایت به این اهمیت، سعی می‌کنند با تاثیر گذاردن بر افکار عمومی ملت‌های دیگر و با مخاطب قرار دادن آنها، منافع عمومی خود را پیش ببرند. هر واحد سیاسی که بخواهد به‌نحو بهتر منافع ملی خود را پیش ببرد، بایستی بتواند بر افکار عمومی ملت‌های دیگر و شکل‌دهی به آنها موفق باشد. این موفقیت مستلزم مهارت دیپلمات‌ها، استفاده موثر از ابزارهای نرم و دستگاه‌های مربوطه، همچون به‌کارگیری رسانه، دستگاه‌های تبلیغاتی و الگو قرار دادن ارزش‌ها و جذب ملت‌ها به سوی این ارزش‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی می‌باشد (ابراهیمی؛ فهیمی، 1389: 208).

پژوهش‌ها نشان می‌دهند دیپلماسی عمومی برای نخستین بار در آمریکا در سال 1965 توسط «ادموند گولین»<sup>1</sup> رئیس مدرسه حقوق و دیپلماسی فلچر در دانشگاه «تافتس»<sup>2</sup> همراه با تأسیس مرکز «ادوارد آر. مورو»<sup>3</sup> برای دیپلماسی عمومی به کار گرفته شد. این مرکز در یکی از اولین بروشورهای خود، دیپلماسی عمومی را تأثیرگذاری بر نگرش‌های عمومی برای شکل‌دهی و اجرای سیاست‌های خارجی و شامل ابعادی از روابط بین‌المللی می‌داند که فراتر از دیپلماسی سنتی است (cull, 2009: 19).

«ملیسن»<sup>4</sup> معتقد است: دیپلماسی عمومی یک راهبرد ارتباطی ویژه و هدفمند برای ساختن یک تصویر مثبت از یک کشور که نزد افکار عمومی خارجی است. مفهوم دیپلماسی عمومی، به‌شدت متوجه افکار عمومی و حتی متمرکز بر آن است. امروز توجه لزوم تأثیرگذاری بر افکار عمومی دیگر کشورها، از راه به‌کار گرفتن ابزارهای مختلف ارتباطی و رسانه ای میسر است (Melissen, 2005: 18). بر این مبنا منظور از دیپلماسی عمومی یا مردمی در واقع جریانی است که حکومت‌ها از طریق آن، حکومت کشور دیگر را دور می‌زنند و فرآیندهای سیاسی کلی و جامعه مدنی آن کشور را هدف قرار می‌دهند. این اقدام بر پایه این فرض است که افکار عمومی دارای اهمیت است (هیل، 1387: 376).

البته باید در نظر داشت که دولت‌ها بر اساس اولویت‌ها و مزیت‌های خود، به ابعاد خاصی از دیپلماسی عمومی توجه دارند؛ به‌همین جهت برداشت‌های گوناگونی از دیپلماسی عمومی ارائه شده است. هر چند هر کشوری به‌وسیله دیپلماسی عمومی، به‌دنبال تأثیرگذاری بر افکار عمومی و در راستای تحقق اهداف و منافع ملی خود است (داداندیش؛ احدی، 1390: 149). برخی دیگر دیپلماسی عمومی را برنامه‌های دولت - محوری می‌دانند که هدفش اطلاع‌رسانی یا تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشورها است و در این باره ابزارهای اصلی آن عبارت‌اند از: انتشارات، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی و رادیو و تلویزیون (سیمبر؛ قربانی، 1388: 48). پژوهشگران دیپلماسی عمومی را مفهومی نوین می‌دانند که کشورهای قدرتمند با اشاعه و ترویج ایدئولوژی، ارزش و هنجارهای خود در درصد صدور پیام، فرهنگ خود و کسب برتری بوده‌اند. از این منظر توجه به دیپلماسی عمومی همانند نگاه کردن به سرکه‌ای کهنه در بطره‌های جدید، بیانگر آن است که شکل دیپلماسی تغییر کرده اما ماهیت آن حفظ شده است. از طرفی، ارتباط رسمی معطوف به مردمان خارجی روی هم رفته پدیده نوینی از روابط بین‌الملل نیست؛ پروراندن، بیان، تبلیغ، فعالیت‌های فرهنگی که اکنون از آن به‌عنوان دیپلماسی عمومی یاد می‌کنیم، تقریباً به قدمت خود دیپلماسی هستند (ملیسن، 1388: 39).

1 - Edmund Gullion

2 - Tufts

3- Edward R. Murrow

4 - Melissen

## کارکرد دیپلماسی عمومی

دیپلماسی عمومی در جهت ایجاد تصویر، نفوذ، و اقتناع و گسترش به سایر عرصه‌ها کارکردهای جداگانه‌ای می‌طلبند؛ این شیوه کارکرد دیپلماسی عمومی در سه شکل ایجاد می‌شود.

**رابطه‌سازی:** یکی از مهم‌ترین کارکردهای دیپلماسی عمومی ارتباط بلندمدت با مردم جوامع خارجی به‌منظور شناساندن یک کشور به آنها و ایجاد فهم از جامعه، مردم و ارزش‌های آن کشور در ذهن مخاطبان خارجی از طریق فراهم کردن زمینه درک متقابل است. این رابطه‌سازی همان‌طور که بیان شد از طریق تعاملات بلندمدت با شخصیت‌های کلیدی یک جامعه، اعطای بورس، برگزاری سمینار، آموزش، کنفرانس‌ها و ایجاد شبکه‌های حقیقی است. می‌توان گفت کارکرد اساسی دیپلماسی عمومی روابط بلند مدت با مردمان کشورهای خارجی به‌منظور ایجاد شرایط درک متقابل و شناسایی ارزش‌ها و منافع مشترک است تا بستر لازم برای پذیرش سیاست‌ها و کنش‌های کشور عامل از سوی کشور هدف مشخص شود.

**مدیریت تصویر:** مدیریت تصویر و وجهیت و وجهی کشورها در خارج، کارکرد دومی است که به میزان زیادی قابل توجه می‌باشد. اینکه کشوری در محیط بیرون از قلمروش چه وجهه و جایگاهی دارد و چه تصویری از آن در اذهان دیگر مردمان جوامع نقش می‌بندد، برای دولتمردان بسیار اهمیت دارد. بازنمایی و ترویج تصویر مثبت از یک کشور موجب ارتقا و وجهه و خوشنامی آن در جامعه جهانی می‌گردد. در این زمینه دیپلماسی عمومی از ظرفیت‌های دیپلماسی رسانه‌ای مدد می‌جوید؛ زیرا رسانه ابزاری است که ادراک‌ها به‌واسطه آن مدیریت می‌شود (هادیان؛ سعیدی، 1392: 44-45).

**اعتبار بخشی:** دیپلماسی عمومی موجب افزایش اعتبار دولت‌ها در میان جوامع خارجی است که موجب ارتقا ظرفیت اقدام مشروع آنها در سایر کشورها می‌شود؛ یعنی هر چه رتبه اعتباری یک دولت در فراسوی مرزهای آن بالاتر باشد با سهولت بیشتری قادر به پیشبرد سیاست‌ها و اهداف خویش خواهد بود. البته باید توجه داشت که اعتبار ویژگی پویایی دارد و همیشه پایدار نیست، بلکه تحت شرایطی به‌دست می‌آید و تحت شرایطی نیز از دست می‌رود (هادیان؛ سعیدی، 1392: 44-45).

## دیپلماسی عمومی کارآمد

یکی از مهم‌ترین مسایل در دیپلماسی عمومی به‌دست آوردن اعتماد افکار عمومی است و در این رابطه یکی از ملزومات اولیه شفافیت، اعتبار، هماهنگی و استمرار و پایداری است. عامل دیگر در تقویت دیپلماسی عمومی ارتقای فرهنگ مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی است. چنین تعهدی ابتدا باید در مقام‌های دولتی گسترش یابد. این امر می‌تواند اعتبار مورد نیاز خود برای اجرای موفق دیپلماسی عمومی را فراهم نماید. علاوه بر شفافیت و پاسخگویی، عامل مهم دیگر در عرصه دیپلماسی عمومی، تقویت صداقت عمومی است؛ تا یک کشور بتواند دیپلماسی عمومی موفق‌تری در را در جهان پیش برد (جعفری نژاد؛ خسروی، 1390: 178).

## ماهیت دیپلماسی عمومی آمریکا

تحولات بعد از 11 سپتامبر، حاکی از آن است که سیاست هویت، مبنای تفاوت رفتار کشورها و بازیگران تلقی می‌شود و بر اساس قالب‌های هویتی و چارچوب‌های ارزشی، الگوهای رفتار در سیاست خارجی واحدهای سیاسی در سطح بین‌الملل شکل می‌گیرد. برای مثال، آن چه در سیاست خارجی آمریکا به‌عنوان مبارزه با تروریسم و بنیادگرایی اسلامی مورد توجه

نومحافظه‌کاران قرار گرفته و برخی از جنبش‌های اسلامی را به‌عنوان «غیر» تلقی نمودند؛ در حقیقت انعکاس ارزش‌ها و هنجارهای لیبرالی است که به‌نوعی، گسترش ارزش‌های اسلامی را بر نمی‌تابد. بنابراین آمریکا توانست پس از تحولات 11 سپتامبر، مرزبندی‌های جدیدی را بین خود و «دیگران» ایجاد نماید. در دوران جنگ سرد، شوروی و کمونیسم در سیاست خارجی آمریکا به‌عنوان غیر تلقی می‌شد و آمریکا به‌کمک این غیر، هویت خود را بازسازی می‌نمود (Huntington, 1997: 19).

در بستر این محیط ذهنی حاکم بر آمریکا که تروریسم یک تهدید موجودیتی برای آمریکاست و محیط بین‌الملل پذیرای هژمونی آمریکا گردیده است، دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا با حمایت رسانه‌ها برای مقابله با تروریسم شکل گرفت (امیر انتخابی، 1386: 237). به‌طوری‌که رسانه‌ها به‌مراتب نقش ابزار تبلیغات سیاسی دولت آمریکا را بازی می‌کردند آنها با دفاع از سیاست خارجی و با انگاره‌سازی و ارزش‌سازی القاء پیام و برجسته‌سازی نسبت به مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های حکومتی و رساندن پیام‌های دست‌اندرکاران دیپلماسی کشور به افکار عمومی جهانی، نقش توجیه‌گر افکار عمومی در سیاست خارجی ایفا می‌نمایند در این نقش آنها، اشاعه دهنده فرهنگ عقاید، آرا و تبلیغ‌کننده ایدئولوژی ایده‌ها و سیاست خارجی کشورها عمل می‌کردند (خرازی آذر، 1385: 104).

در این راستا دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا حاکی از نوع رابطه‌ای خاص بود، یعنی هم به‌طور رسمی و هم به‌صورت غیررسمی خواستار حمایت از سیاست خارجی خود در سطح کلان بوده و کاخ سفید به‌طور علنی اعلام کرد هرکس از سیاست خارجی آمریکا حمایت نکند و به شکل مستقل عمل کنند در معرض اتهام کمک به دشمنان تروریسم قرار خواهند گرفت. هدف رسانه‌ها از قدرت نرم در ابتدا مدیریت افکار عمومی نیست، بلکه رسانه‌ای در این دنیا موفق است که بتواند با افکار عمومی حرکت کند و خود را سازگار با آنها نشان دهد. در عصر رسانه‌های نوین جهانی، به‌مدد تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات کسب قدرت نرم به‌مراتب راحت‌تر از به‌دست آوردن و نگهداری (قدرت سخت) است و دولت‌ها اگر بتوانند مفاهیم جدید امنیتی را برای خود، باز تعریف کنند، در آن صورت مجبور نیستند لشکرهای عظیم نظامی خود را تقویت کنند (سلطانی‌فر، 1385: 5).

این سیاست‌ها ناتوانی آمریکا را در حل بحران‌های منطقه‌ای آشکار کرد و به‌همان اندازه نقش قدرت منطقه‌ای رقیب یعنی ایران را در ایجاد بلوک‌بندی‌ها و ائتلاف‌های سیاسی افزایش داد نتیجه این شد که اواما با شعار تغییر و با استفاده از قدرت هوشمند سعی در حل و فصل مسائل ایران را دارد (برزگر، 1389: 32). لذا تهدیدهای دوران جدید اواما در سیاست خارجی آمریکا نخست، ماهیت پوشیده، پنهان و پیچیده داشت؛ بر این اساس پرمخاطره‌تر خواهد بود. الگوی تهدیدهای آمریکا در دوران اواما ماهیت اجتماعی، مدیریتی رفتاری و فناورانه دارد که نشان می‌دهد تهدید سخت‌افزاری دوران بوش تغییر یافته و ماهیت متنوع‌تری پیدا کرده است (افتخاری، 1385: 179).

از این‌رو قدرت نرم بستر ایجاد شیوه جدید دیپلماسی را در سیاست خارجی فراهم آورد، که آن‌را دیپلماسی عمومی نوین نامیدند. این شکل از دیپلماسی می‌تواند مکانیزمی برای کاربرد قدرت نرم باشد، اما همانند قدرت نرم نیست؛ همان‌طور که ارتش و قدرت سخت یک چیز نیست. بر اساس این تحلیل یک بازیگر بین‌المللی ممکن است دیپلماسی عمومی داشته باشد؛ اما قدرت نرم نداشته باشد یا قدرت نرم داشته باشد اما دیپلماسی عمومی ضعیفی داشته باشد. مزیت عبارت قدرت نرم اینست که بحث پیرامون دیپلماسی عمومی را به حیطة امنیت ملی کشانده و ادبیاتی برای توجه بیشتر به دیپلماسی عمومی فراهم آورده است. اما ایراد آن این است که «نای» آن را مکانیزمی «برای رسیدن به مطلوب» دانسته است. اینکه کشوری تنها برای به‌دست آوردن آن‌چه خواهانش است، وارد نوعی تعامل بین‌المللی بشود، به‌لحاظ استراتژیک

معنای عالی دارد، اما مطمئناً ایده جالبی نیست قدرت نرم منفی برای کسب منافع ملی به دید افکار عمومی جهان چندان خوشایند نیست. مثلاً دخالت در امور داخلی و اعمال تحریم‌های بیشتر اقتصادی علیه ایران، و بالتبع اثرگذاری تحریم‌ها بر اقشار متوسط جامعه، توسط آمریکا در وجهه‌ی مطلوب مبارزه با تروریسم در نظر افکار عمومی جهان نه تنها جذاب نبوده؛ بلکه به‌نوعی تنفرانگیز هم خواهد بود. از این‌رو مهم‌ترین اهداف دیپلماسی عمومی آمریکا در مجموع الف: معرفی ارزش‌ها و اعتقادات آمریکا؛ ب: معرفی فرصت‌های احتمالی در نتیجه برقراری مردم‌سالاری و بازارهای آزاد؛ ج: حمایت از آموزش جوانان است (آشنا، 1387: 192).

اوباما درصدد برآمد الگوی رفتار دیپلماتیک آمریکا را در برخورد با ایران بر اساس شاخص‌ها و نشان‌های دیپلماسی عمومی سازمان‌دهی کند؛ در این راستا رسانه‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار دیپلماسی عمومی در خدمت جنگ روانی و زمینه‌ساز جنگ نرم فراهم شد (میلسن و همکاران، 1388: 6-45). بر این مبنای آمریکا به‌دنبال یک بازی برد - برد با کمترین هزینه است؛ بر این اساس اصلاحات و روند تدریجی توسعه‌ی سیاسی در ایران را متناقض نشان می‌دهد و سعی می‌کند در بازنمایی‌های رسانه‌ای مشکلات ایران را ساختاری تحلیل کند. از سوی دیگر بر تفرقه و شکاف‌های درونی حاکمیت تکیه می‌کند و نیروهای گریز از مرکز را در حال تقویت شدن و قدرت‌گیری تصور می‌کند (عسگری، 1390: 6).

### تصویرسازی با اعمال تحریم‌های اقتصادی

دیپلماسی عمومی آمریکا با تصویرسازی در نظام بین‌المللی موجب افزایش اعتبار در جوامع بین‌المللی گشت؛ که به‌موجب آن با اعمال تحریم‌های اقتصادی علیه ایران اقدامات خود را مشروع جلوه داد و توانست با سهولت بیشتری سایر کشورها را با سیاست‌ها و اهداف خویش همراه سازد. آمریکا فشارهای خود را علیه ایران ادامه داد. در سال 2008 اگرچه باراک اوباما با شعار تغییر و کاهش تنش‌ها با ایران روی کار آمد، اما نه‌تنها تحریک‌های آمریکا در شورای امنیت علیه ایران کاهش نیافت؛ بلکه تحریم‌ها سیری صعودی به‌خود گرفت. در این سال نیز قطعنامه‌های شورای امنیت دوباره علیه ایران اعمال شد؛ در تاریخ سوم مارس 2008 دور جدیدی از تحریم‌های اقتصادی این شورا علیه فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای ایران تصویب شد. در این قطعنامه محدودیت‌هایی در مورد افراد و شرکت‌های ایرانی افزایش یافت (خسروی، 1390: 89). در تاریخ بیست و چهارم ژوئن 2010 کنگره آمریکا تحریم‌های یک‌جانبه دیگری را علیه ایران تصویب کرد. هدف از این تحریم‌ها افزایش فشار به بخش انرژی و بانک‌داری ایران بود. در همین ماه آمریکایی‌ها قانون تحمیل مجازات به شرکت‌هایی را که محصولات نفت تصفیه شده با ارزش بیش از 5 میلیون دلار در سال را به ایران صادر می‌کردند، تصویب کرد. این قانون هم‌چنین به‌طور مؤثر بانک‌های خارجی را در صورت تجارت با بانک‌های ایرانی یا سپاه پاسداران از دسترسی به نظام مالی ایالات متحده محروم کرد. سال 2011 نیز سال تحریم‌های ایران بود؛ یازدهم ژوئن این سال، آمریکا تحریم‌های جدیدی علیه سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و نیروی مقاومت بسیج اعلام کرد. در تاریخ بیست‌ویکم نوامبر، در تداوم تحریم‌ها، ایالات متحده تحریم‌های گسترده‌ای را علیه شرکت‌هایی که به صنایع نفت و پتروشیمی ایران کمک می‌کنند، صورت داد. در تاریخ سی‌ویکم دسامبر 2011، باراک اوباما، قانون اعمال تحریم‌هایی را بر مؤسسات مالی معامله‌کننده با بانک مرکزی ایران امضا کرد تا به این ترتیب مجرای اصلی درآمدهای نفتی ایران را ببندد (خسروی، 1390: 89).

تحریم‌های آمریکا علیه ایران ادامه یافت تا اینکه در اول ژانویه 2012، اوباما، قانون مجازات بانک مرکزی و مؤسسات مالی ایران را امضا کرد و پس از آن نیز 50 شرکت و مؤسسه مالی ایران با هدف مقابله با برنامه موشکی ایران مورد

تحریم قرار گرفتند. این مؤسسات بیشتر تابعه‌ی وزارت دفاع نیروهای مسلح و سازمان صنایع فضایی، شرکت خطوط کشتیرانی و سپاه پاسداران انقلاب اسلامی ایران بودند. علاوه بر آن، شرکت نفتکش ملی ایران به همراه 58 کشتی و 27 مؤسسه و نهاد وابسته به آن در میان این تحریم‌ها قرار گرفت.

در مارس 2012 یک شرکت هواپیمایی و سه تن از فرماندهان نظامی ایرانی در فهرست تحریم‌های آمریکا گرفتند و در فوریه 2013 وزارت خزانه‌داری آمریکا صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و «عزت‌الله ضرغامی» رئیس آن را تحت تحریم‌های جدید خود قرار داد. در ماه می 2013 وزارت خزانه‌داری آمریکا یک بانک مشترک ایران و ونزوئلا را تحریم کرد و پس از آن شرکت‌های پتروشیمی تحت تحریم‌های آمریکا قرار گرفتند. تاکنون چندین قطعنامه علیه ایران توسط آمریکا و کشورهای غربی به تصویب رسیده، بین این قطعنامه‌ها، تهدیدهای هسته‌ای اوپاما فراگیری، تنوع، الزام و محدودیت‌های سیاسی - اقتصادی بیشتری داشته است. اوپاما در 18 ماه نخست ریاست جمهوری خود از ادبیات همکاری‌جویانه و دیپلماسی اعلامی مشارکت‌آمیز در ارتباط با ضرورت تعلیق روند غنی‌سازی اورانیوم در ایران بهره گرفت. زمانی که به این جمع‌بندی رسید که ایران بر مواضع سیاسی و امنیتی خود در ارتباط با تداوم روند غنی‌سازی اورانیوم تاکید دارد، از تهدیدهای پرمخاطره‌تری علیه ایران استفاده کرد. قطعنامه 1929 شورای امنیت نماد تهدیدهای هسته‌ای اوپاما محسوب می‌شود. اوپاما محدودیت‌های زیادی در حوزه دستیابی ایران به فناوری مدرن ایجاد کرده است. این محدودیت‌ها در قالب سیاست‌های امنیتی تنظیم شده است که دارای ماهیت تکنولوژیک و فنی خواهد بود. تهدیدهای فنی معطوف به محدودسازی انتقال دانش و مهارت‌های فنی برای تولید کالا و خدماتی است که می‌تواند بر قدرت ملی ایران تاثیرگذار باشد. در این ارتباط می‌توان به قطعنامه 1929 که در آگوست 2010 به تصویب اعضای شورای امنیت سازمان ملل رسید، اشاره کرد. این قطعنامه معطوف به محدودسازی قابلیت‌های تجاری، مالی، صنعتی و تکنولوژیک بوده است. چنین محدودیت‌هایی موجب کاهش توان تولیدی و ابزاری ایران در فضای رقابت‌های منطقه‌ای خواهد شد (جعفری‌نژاد؛ خسروی 1390: 181).

تمام موارد یاد شده نشان می‌دهد که نگرش خاورمیانه‌ای اوپاما تغییر و دگرگونی چندانی در مقایسه با روسای جمهور گذشته آمریکا نداشته است. اوپاما همانند بوش و کلینتون طیف گسترده‌ای از سیاست‌های ایران را بر می‌شمارد که مغایر اهداف و منافع آمریکا تلقی می‌شود. از این‌رو، اوپاما نیز مانند سایر استراتژیست‌ها و زمامداران آمریکایی بسیاری از مشکلات امنیتی خود را متوجه سیاست خاورمیانه‌ای ایران کرده است، تا بر اساس اعمال تحریم‌های بیشتر زمینه تغییر افکار عمومی به سمت‌وسوی سیاست خارجی آمریکا را فراهم آورد و بر این مینا اعتبار بین‌المللی خود را افزایش داد. البته همان‌طور که بیان شد باید توجه داشت که اعتبار ویژگی پویایی دارد و همیشه پایدار نیست بلکه تحت شرایطی به دست می‌آید و تحت شرایطی نیز از دست می‌رود.

### وضعیت بین‌المللی دیپلماسی عمومی با اعمال تحریم

آنچه آمریکا و غرب در حال انجام دادن هستند، نوعی تصویرسازی مبتنی بر دست‌کاری کردن افکار عمومی است. دست‌کاری کردن، تقلب و تحریم، اصولی هستند که معمولاً با رسانه‌های قدیمی رادیو، تلویزیون و روزنامه در جنگ سرد قابل تحلیل بودند. در عصر اطلاعات، دیپلماسی عمومی مبتنی بر اعتماد، اخلاق و راستی است؛ چرا که اثرگذاری بر شهروندان نمی‌تواند مبتنی بر ایجاد جو امنیتی و تهدید باشد. رسانه‌های آمریکا در تعامل با دیپلماسی عمومی در جنبه‌های مختلفی چون جنگ روانی، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی سایبری فعال است، آنها با دفاع

از سیاست خارجی و با ارزش‌گذاری و ارزش‌سازی، القا پیام و برجسته‌سازی، نسبت به مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های حکومتی و رساندن پیام‌های دست‌اندرکاران دیپلماسی کشورها به افکار عمومی جهانی، نقش توجیه‌گر افکار عمومی را در عرصه سیاست خارجی ایفا می‌نماید. در این نقش آنها، اشاعه دهنده فرهنگ، عقاید، آرا و تبلیغ کننده ایدئولوژی و ایده‌های سیاست خارجی کشورها عمل می‌کنند (خرازی آذر، 1389: 19).

استفاده از تحریم‌های اقتصادی، بر این فرض استوار است که اقتدار و رفتار یک نظام تا حدی بر بنیان‌های اقتصادی قرار دارد. به علاوه، بین فعالیت‌های اقتصادی و رفتار سیاسی رابطه مستقیم یا غیر مستقیم وجود دارد. با وجود آن که ممکن است، تحریم‌های اقتصادی به عنوان جایگزینی برای زور تصور شوند، لذا با هدف قهرآمیز صورت می‌پذیرند و به عنوان شکلی از اعمال سیاست محسوب می‌شوند که فراتر از اقناع است و می‌توان آن را نوعی از اعمال زور تلقی می‌شود که آثار آن بر زندگی مردم قابل ادراک می‌باشد؛ از این رو می‌توان گفت اثربخشی اعمال تحریم‌ها در جهت فشار به اقشار عمومی، به خصوص در بین طبقات متوسط مردم با توجه فشار اقتصادی، سوءمدیریت ناشی دوران گذار تحریم به‌حدی پیش می‌رود که ناخودآگاه کشور مخاطب به سمت سیاست خارجی کشور هدف نزدیک می‌شود. اما باید این نکته را همواره در نظر داشت که صرفاً دیپلماسی عمومی یا صرفاً تحریم‌ها به تنهایی چنین انعطافی را ایجاد نمی‌کنند؛ بلکه دیپلماسی عمومی در یک وضعیت بینابینی قرار دارد.

### بررسی آثار تحریم‌های انرژی در وضعیت بینابینی

آثار کلان تحریم در اقتصاد یک کشور از دو جهت قابل بررسی است، اول اینکه یک اقتصاد برای رشد و توسعه نیازمند به‌دست آوردن عوامل تولید از منابع مختلف است و این عوامل تولید در یک فرآیند اقتصادی می‌تواند برآیندی مناسب در جهت رشد اقتصاد را داشته باشد یعنی اقتصاد در هر صورت نیازمند به منابع سرمایه‌ای، تکنولوژی روز، مواد اولیه، مدیریت و سازماندهی مناسب و نیروی انسانی ماهر است که در قالب عوامل تولید بتواند به روش‌های مناسب درهم ترکیب شوند تا یک فعالیت اقتصادی در بخش‌های مختلف مانند صنعت، کشاورزی و خدمات حاصل گردد، اما مساله مهم اینجاست که امروزه در دنیا هیچ کشوری فقط به منابع داخلی خود به‌عنوان عوامل تولید تکیه نمی‌کند بلکه حساب ویژه‌ای روی منابع بین‌المللی به‌منظور افزایش قدرت تولید باز کرده و سعی می‌کند تا چند برابر منابع داخلی خود از منابع خارجی استفاده کند در این صورت اولین اثر کلان تحریم، کاهش منابع بین‌المللی و غیرداخلی است یعنی عوامل تولید خارج از مرزها وارد اقتصاد داخلی یک کشور نمی‌شود. در نتیجه اقتصاد نمی‌تواند با اتکای محض به منابع داخلی در مسیر شتابان رشد و توسعه قرار گیرد. از طرف دیگر باید گفت یک اقتصاد سالم و مولد بدون حضور در بازارهای بین‌المللی و افزایش قدرت رقابت‌پذیری معنا ندارد و اگر اقتصاد یک کشور سهمی از بازارهای جهانی نداشته باشد به تدریج دچار رکود می‌شود و با فاصله گرفتن از فضای رقابتی، کارایی خود را نیز از دست خواهد داد ضمن اینکه گرفتن سهم از بازارهای بین‌المللی نیازمند وجود شرایط عادی در فضای سیاسی یک کشور است پس اگر کشوری در حالت تحریم قرار بگیرد نمی‌تواند سهم مناسبی از بازارهای بین‌المللی داشته باشد و رقابت‌پذیری خود را نیز از دست می‌دهد، می‌توان به‌طور کلی گفت تحریم در یک نگاه کلان از یک‌سو منابع عرضه عوامل تولید را در اقتصاد ایران کاهش خواهد داد و از سوی دیگر نیز با کاهش سهم اقتصاد ایران از بازارهای جهانی فاصله ما را با سایر کشورهای همسایه به تدریج افزایش می‌دهد که تجلی این دو اثر در کاهش رشد اقتصادی کشور به‌طور قطع نمایان می‌شود یعنی می‌توان کاهش رشد اقتصادی را اصلی‌ترین تاثیر کلان تحریم دانست (عادلی، 1390: 15).



البته توسعه صنعت نفت با افزایش تحریم‌های سخت نیز متوقف شده است. شرکت‌های غربی فعالیت‌های جدید خود را از سال 2008 تعلیق کرده‌اند و شرکت‌های چینی و روسی نیز اقدامی بجز پشت در ماندن انجام نداده‌اند. اما موانع بزرگ‌تر قراردادهای غیرجذاب و مذاکرات بی‌پایان و تصمیمات فلج‌کننده بودند.

قیمت‌های بالا و روبه افزایش نفت که منجر به کسب درآمدی بیشتر از کل تولید نفت یک قرن گذشته در دو دوره احمدی‌نژاد شد، یک دوره خشنودی را ایجاد کرده بود. افزایش نرخ ارز نیز صنایع داخلی را غیر رقابتی کرده و به سمت سیلی از واردات ارزان و تلاش‌های بیهوده برای کاهش تورم حرکت داد. در شرایط عجیب واژگونی پولی، دولت احمدی‌نژاد اصرار داشت که نرخ سود نباید از نرخ تورم بیشتر شود. دستاورد مثبت اصلی دوران احمدی‌نژاد اصلاح طرح مخرب یارانه انرژی بود که با پرداخت پول نقد به خانواده‌ها جایگزین شد. برنامه‌ای که به‌طور عجیبی خود اجرایی شد؛ مصرف کاهش یافت و درآمد پایه برای افراد فقیر ایرانی به‌طور قابل توجهی تغییر کرد. اما طرح به‌عنوان نتیجه‌ای از اختلاف بین مجلس و رئیس‌جمهور در مراحل بعدی به‌خوبی اجرا نگردید و تحریم‌ها باعث سقوط ریال تورم شدید و شکست طرح بازسازی اقتصاد را به همراه داشت. (Mills, 2013: 5)

تحریم‌ها و فشار اقتصادی ناشی از آن عموماً طبقه متوسط را درگیر خواهد کرد، به‌خصوص تحریم‌های که در زمینه انرژی و صنعت باشد، ایجاد یک فضای با ریسک بالا، تمایل برای سرمایه‌گذاری و میزان عرضه در اقتصاد را کاهش داده است و در شرایط تورمی ناشی از این شرایط عملاً وارد زندگی مردم شده به‌طوری‌که در این مدت تمامی سطوح جامعه در همه دهک‌های درآمدی افزایش سطح عمومی قیمت‌ها را احساس کردند. هم‌چنین نیاز به فن‌آوری‌های روز دنیا - که بعضاً در انحصار شرکت‌های بزرگ آمریکایی و اروپایی است - از ضرورت‌های مهم صنعت نفت و گاز ایران برای پیمودن مسیر توسعه است که باید برای تامین آن چاره اندیشیده شود (Mills, 2013: 5).

هر اندازه تحریم‌های اقتصادی به‌ویژه در حوزه انرژی افزایش یابد به‌همان میزان فشار جامعه و افکار عمومی در جهت همراه‌سازی با دیپلماسی عمومی آمریکا هم‌سوتر می‌شود؛ لذا در ساختار اقتصاد تک محصولی و وابسته به نفت احتمال ایجاد چنین فشاری دور از واقعیت به‌نظر نمی‌آید. از آنجایی که همه دولت‌ها برای حفظ بقا به مشروعیت داخلی و امنیت ملی نیاز دارند؛ لذا سیاست هوشمندانه اقتضا می‌کند زمینه‌ی تنش و ناراضی‌های داخلی به حداقل برسد؛ زیرا ناراضی‌های داخلی زمینه مناقشات خارجی را فراهم می‌کند. در چنین شرایطی گروه‌های محروم جامعه، دست به اغتشاش و تظاهرات خشونت‌آمیز بزنند. بنابراین اگر با تدبیر و سیاست، خاتمه نپذیرد ممکن است به شورش‌های گسترده‌تری بینجامد (کاخمی زند، 1370: 258). در چنین شرایطی می‌توان گفت چنان‌چه تحریم‌ها افزایش یابد فشار بر مردم نیز بالا می‌رود؛ در این حالت با بررسی آثار تحریم‌ها می‌توان بیان کرد که دیپلماسی عمومی آمریکا در این وضعیت موج‌سواری می‌کند.

### سوءمدیریت در دوران تحریم

با توجه به رشد بی‌سابقه درآمدهای نفتی کشور در فاصله سال‌های 2005 تا 2012، رشد اقتصادی کشور می‌بایست شتابی سریع‌تر می‌گرفته، تورم پایین آمده، بیکاری کمتر شده و سطح رفاه عمومی بالاتر می‌رفت. اما به‌دلیل آرمان‌گرایی نادرست دولت‌های پیشین و رویکرد خاص و غیرحرفه‌ای به واقعیت‌های اقتصادی، مردم تحت فشار رشد قیمت‌ها و نرخ بالای بیکاری قرار گرفته‌اند. جدول زیر نشان می‌دهد که در آمد حاصل از صادرات نفت نسبت به سال‌های قبل رشد چشم‌گیری داشته است اما مدیریت نشده و با افزایش نرخ بیکاری از مرز 47 درصد فارغ‌التحصیل تحصیل کرده دانشگاهی و فقط 60 درصد در حوزه معماری؛ هم‌چنین نرخ تورم از 10 درصد تا 32 درصد افزایش یافت و در همین ایام

شاهد کاهش 70 درصدی ارزش پول ملی تولید خودرو و افزایش قیمت نفت، صادرات محصولات غیر نفتی روبرو شدیم (Mills, 2013: 5).

### مقایسه درآمدهای حاصل از فروش نفت و قیمت آن بین سال‌های 1357 تا 1391

درآمد	میلیارد دلار
کل درآمد تا سال 1357	140
کل درآمد 104 ساله نفت	1163
درآمد از 1357 تا 1391	1023
درآمد از 1357 تا 1384	445
درآمد از 1384 تا 1391	578

سال	قیمت نفت ایران (بشکه/دلار)	درآمد حاصل از صادرات نفت خام (میلیارد دلار)
1384	51.94	53.82
1385	58.57	62.01
1386	76.48	81.6
1387	79.82	81.9
1388	69.01	62
1389	83.33	74
1390	107	113
1391	107	50
جمع		578.33

منبع: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

### اثر تحریم در بخش انرژی

کشور ایران با توجه به اینکه نزدیک به 10 درصد ذخایر نفت و گاز دنیا را دارد؛ نیازمند 220 میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در بخش بالادستی صنعت نفت است که در اهداف چشم‌انداز، دیده شده است. این در حالی است که، ایران سالیانه حدود 280 تا 300 هزار بشکه نفت تولید دارد و برای جبران این افت باید سرمایه‌گذاری کند؛ از طرفی بسیاری از چاه‌های نفت کشور بیش از نصف عمر خود را گذرانده‌اند و چاه‌های پیری هستند که نیاز به بازسازی مجدد دارند. برای این بازسازی و افزایش در بازدهی تولید در صنعت نفت کشور که مهم‌ترین موتور درآمدی کشور به حساب می‌آید باید هر چه سریع‌تر منابع لازم برای سرمایه‌گذاری فراهم شود؛ بعضی از این منابع در داخل کشور تامین می‌شود و بعضی دیگر منابع خارجی خواهد بود؛ البته ما به طرف‌های خارجی نه فقط برای تامین منابع مالی، بلکه برای به‌کارگیری تکنولوژی و سازماندهی پروژه‌ها نیز نیازمندیم؛ یعنی فرآیند استخراج و اکتشاف نفت علاوه بر منابع مالی محتاج یک سازماندهی قوی و نیروی انسانی ماهر است که باید باهم وجود داشته باشد و این شرایط نیز تنها با حضور شرکت‌های خارجی در ایران مقدور خواهد بود. اما به دلیل تشدید تحریم‌ها مشارکت شرکت‌های خارجی در میدین نفتی ایران کاهش پیدا کرده و البته گران‌تر نیز شده است؛ ادامه این وضعیت مسلماً صنعت نفت ما را عقب خواهند انداخت و به هدف چشم‌انداز در زمینه‌ی

صنعت نفت و گاز نخواهیم رسید؛ ضمن اینکه سرمایه‌گذاری‌ها با تاخیر زمانی بسیار زیاد صورت می‌گیرد که توام با افزایش هزینه است، یعنی برخی از این پروژه‌ها اگر دو سال قبل با شش میلیارد دلار انجام می‌شد الان با 12 میلیارد دلار هم امکان‌پذیر نخواهد بود؛ بنابراین آسیب‌پذیری این صنعت در صورت افزایش دامنه تحریم‌ها بسیار بالا خواهد بود و کشور باید تدابیر ویژه‌ای در فرآیند مدیریت بحران در این مورد اتخاذ کند. البته هر چند بر اثر فشارهای تحریم حرکت این صنعت به‌طور کامل متوقف نخواهد شد؛ ولی مسلماً به یک روند بسیار کند تبدیل می‌شود (عادلی، 1390: 20).

آنچه به‌وسیله رسانه‌های آمریکایی بازنمایی می‌شود؛ آثار تحریم است در واقع تحریم‌ها افکار عمومی ایران را به سمت‌وسوی سیاست خارجی آمریکا سوق داده است. تحریم به‌طور کامل با ایجاد یک فضای با ریسک بالا، تمایل برای سرمایه‌گذاری و میزان عرضه در اقتصاد را کاهش داده است و تورم حاصل از این شرایط نیز در خلال ماه‌های گذشته عملاً وارد زندگی مردم شده؛ به‌طوری‌که در این مدت تمامی سطوح جامعه در همه دهک‌های درآمدی افزایش سطح عمومی قیمت‌ها را احساس کرده‌اند. اما اینکه در بلندمدت بخواهیم شرایط اقتصادی ناشی از تحریم را پیش‌بینی کنیم، باید معادلات فضای سیاسی و بین‌المللی آینده را، در نظر بگیریم. ولی مشخص است که استراتژی دولت ایران در زمینه‌ی مسأله‌ی هسته‌ای ثبات رفتار و عقیده است در نتیجه تمامی فشارهای بین‌المللی از سوی کشورها به ایران با هدف تغییر رفتار مسلماً محقق نخواهد شد و رفتار ایران نیز تغییر نخواهد کرد؛ بنابراین این چالش‌ها ادامه خواهد داشت، مگر اینکه بر اساس مصلحت‌های نظام و از طریق مکانیسم‌های داخلی تمهیداتی اندیشیده شود که بار فشارهای خارجی را کاهش دهد. در غیر این صورت باید منتظر عواقب افزایش تحریم‌ها در اقتصاد در بلندمدت نیز باشیم.

## نتیجه‌گیری

ماهیت دیپلماسی و ساختار و کارکرد آن به‌خوبی نشان می‌دهد یک تلاش احتمالاً ظریف و مدبرانه در عرصه دیپلماسی عمومی، ممکن است طیف بسیار گسترده‌تری از دولت‌ها و افکار عمومی جهان در راستای مبارزه با ترورسیم، منع افزایش سلاح کشتار جمعی، ایجاد دموکراسی، گسترش آزادی‌های اساسی و حقوق بشری و معرفی ارزش‌های آمریکایی و اعتبار و تصویر بخشی به سیاست خارجی و هژمون منطقه و بین‌المللی بودن را با خود همراه سازد؛ بر این مبنا قطعاً با دو طیف متفاوت فکری برخورد خواهیم کرد، یعنی کسانی که قبول دارند ارزش‌های مورد نظر آمریکا امور خیر هستند و دولت‌هایی که ممکن است بر این باور باشند که اهداف مورد نظر آمریکا امور خیر نیستند؛ اما در هر حال آنها را ابزاری برای تحصیل سایر اهداف اساسی می‌دانند. لذا در ارسال پیام و جذب افکار عمومی به‌سوی سیاست خارجی مورد نظر خود از ابزارها و شیوه‌های گسترده‌تری که زندگی عموم مردم و افکارشان را تحت لوای خود قرار دهد، بهره می‌جویند.

اکنون آن‌چه آمریکا دنبال می‌کند، نوعی قدرت سخت و تأکید بر وجوه عینی مثل اقتصاد و نظامی‌گری است؛ تحریم اقتصادی و تهدید نظامی، نوعی رویه‌ی کلاسیک مربوط به جنگ سرد، آن‌هم در جهان دو قطبی برای بازدارندگی بود. در حالی که در عصر اطلاعات، تأکید بیش از اندازه بر قدرت سخت، موازنه‌ی دیپلماسی عمومی را به‌هم می‌زند. در چنین فضای بینابینی در عصر اطلاعات، دیپلماسی عمومی مبتنی بر اعتماد اخلاق و راستی است؛ چرا که اثرگذاری بر شهروندان نمی‌تواند مبتنی بر ایجاد جو امنیتی و تهدید باشد؛ تحریم‌ها به‌لحاظ وجودی، مبنانشناسی، روشی و کارکردی، ارتباطی معکوس و کاملاً متناقض با ساختار دیپلماسی دارند؛ زیرا فشار بر افکار و اقشار مردم جهت پیشبرد سیاست خارجی و دیپلماسی عمومی، ذاتاً با اخلاق و راستی تطابق ندارد.

دیپلماسی عمومی وجه آرمان‌گرایی به کار بردن قدرت نرم در محیط بین‌المللی است، چرا که باید ناخودآگاهانه شهروندان را جذب کند؛ اما نمی‌تواند با دست‌کاری و ایجاد محیط امنیتی، آن‌ها را به سمت خود بکشد؛ بلکه باید رویه را از سمت نظامی و قدرت سخت به سمت فرهنگی و قدرت نرم سوق دهد. در این وضعیت عملاً دیپلماسی عمومی با تحریم‌های بین‌المللی در وضعیت بینابینی قرار می‌گیرد؛ یعنی از یک‌سو از ابزارهای قدرت نرم و دیپلماسی عمومی استفاده می‌کنند، از طرفی با اعمال تحریم آن‌ها را در چنین موقعیتی قرار می‌دهند تا به سیاست خارجی مطلوب دست یابند.



1. ابراهیمی، شهرروز؛ فاطمه فهیمی (1389)، دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در غرب آفریقا، **فصلنامه مطالعات آفریقا**، مرکز تحقیقات علوم انسانی.
2. افتخاری، اصغر (1385)، **کالبد شکافی تهدید**، تهران: انتشارات دانشکده فرماندهی و ستاد دانشگاه امام حسین(ع).
3. امیرانتخابی، شهرود (1389)، امواج بدون مرز، همشهری دیپلماتیک، شماره 44.
4. بزرگر، کیهان (1389)، برنامه هسته‌ای و امکان گفت‌گوی استراتژیک میان ایران و آمریکا، **فصلنامه آفاق امنیت**، سال سوم، شماره ششم.
5. بیات، محمود (1385)، **دیپلماسی دیجیتال**، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت خارجه.
6. جعفری‌نژاد، مسعود؛ افسانه خسروی؛ محمد نعمت پور(1390)، تعامل هم‌افزای قدرت نرم با دیپلماسی عمومی در برابر جنگ نرم، **فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی**، دانشگاه آزاد اسلامی شهرضا، سال نهم.
7. خرازی‌آذر، رها (1385)، **دیپلماسی رسانه‌ای**، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
8. داداندیش، پرویز؛ احدی، افسانه (1390)، جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، **فصلنامه روابط خارجی**، سال سوم، شماره اول.
9. سلطانی‌فر، محمد (1384)، **نقش رسانه‌ها در کمک به امنیت جهانی و قدرت و نقش رسانه‌ها در تهدید جهان**، مجموعه مقالات، تهران اداره کل اطلاعات و مطبوعات وزارت خارجه.
10. سیمبر، رضا (1385) کارویژه‌های دیپلماسی مدرن در روابط بین‌المللی: تأثیرگذاری‌ها و تأثیرپذیری‌های متقابل، **فصلنامه سیاست خارجی**، سال بیستم، شماره 1، بهار 1385.
11. سیمبر، رضا، قربانی شیخ‌نشین، ارسلان (1388)، دیپلماسی نوین در روابط خارجی رویکردها و ابزارهای متغیر، **فصلنامه روابط خارجی**، سال اول، شماره چهارم زمستان.
12. عادل، محمد حسین (1390)، بررسی تحریم‌ها در بدنه اقتصادی ایران، گفت‌گو در شهروند امروز.
13. کاظمی، علی اصغر (1370)، **زنجیره تنازعی سیاست در روابط بین‌الملل**، تهران: نشر قومس.
14. ملیسن، ژان (1388)، **دیپلماسی عمومی نوین از تئوری تا عمل**، ترجمه رضا کلهر و سیدمحسن روحانی، تهران: دانشگاه امام صادق.
15. هادیان، ناصر، سعیدی، روح الامین (1392)، از دیپلماسی عمومی سنتی تا دیپلماسی عمومی نوین رویکردی هابرماسی، **راهبرد**، شماره شصت و شش، سال بیست‌ودوم.
16. هادیان، ناصر، احدی، افسانه (1388)، جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی، **فصلنامه روابط خارجی**، سال اول پاییز شماره 3.
17. هیل، کریستفر (1387)، **ماهیت متحول سیاست خارجی**، ترجمه علیرضا طیب، وحید بزرگی، تهران: مرکز پژوهشکده مطالعات راهبردی.

1. Melissen ،Jan (2005),**The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations**, New York: palgrave Mac Millan
2. Robin Mills (2013), “**Iran’s Oil Industry Presents Challenges for Rouhani**”, foreign policy
3. Cull, Nicholas j (2009), **Public Diplomacy Before Callion ;The Evolution of a phrase in Nancy snow philip Mtaylor**, (Eds) Routledge Hand book of public Diplomacy london and New york ;Routledge
4. Huntington, Samuel (1997),”**the erison of American Dational interest foreign**” Available at: <http://www.donya-e-eqtasad.com/news>

