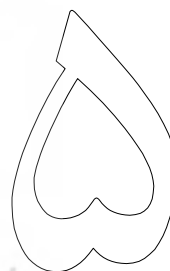


جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران



پروین داداندیش*

افسانه احدی**

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

* پروین داداندیش عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق می باشد.

** افسانه احدی پژوهشگر مرکز تحقیقات استراتژیک می باشد. (ahadi@csr.ir)

تاریخ تصویب: ۱۳۸۹/۱۱/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۸/۲۰

فصلنامه روابط خارجی، سال سوم، شماره اول، بهار ۱۳۹۰، صص ۱۷۳-۱۴۳.

چکیده

تحولات عرصه بین‌الملل و قدرت گرفتن بیش از پیش بازیگران غیردولتی، موجب بروز تحولاتی در چگونگی عملکرد دیپلماسی شده است. امروزه دولت‌ها در قالب برنامه‌هایی برای برقراری ارتباط و تأثیرگذاری بر مخاطب عام و در چهارچوب دیپلماسی عمومی تلاش می‌کنند، تا به برخی از اهداف سیاسی خود دست یابند. در این بین ایران، با توجه به قدرت نرم خود، از جمله کشورهایی است که توانایی بالقوه زیادی در جذب و تأثیرگذاری بر مخاطبان جهانی دارد. با این حال هر چند گام‌هایی در این مسیر برداشته شده است، ولی هنوز برنامه مدون و منسجمی در قالب دیپلماسی عمومی تکوین نشده است. از این رو ضرورت دارد تا با در نظر گرفتن توانایی‌های ایران، استراتژی مدونی برای دیپلماسی عمومی ارائه شود. این استراتژی باید شامل بهره‌گیری از کلیه منابع قدرت نرم و طرح و شیوه‌های مشخصی برای برقراری ارتباط با مخاطبان باشد. همچنین الزامات دیپلماسی عمومی باعث می‌شود تا نهادی در قالب دستگاه سیاست خارجی، عهده‌دار تدوین و اجرای دیپلماسی عمومی باشد و سایر نهادها نقش مکمل را برای این نهاد بازی کنند. بر این اساس، در این نوشتار تلاش می‌شود تا جایگاه دیپلماسی عمومی در ساختار سیاسی ایران به ویژه در قالب دستگاه سیاست خارجی ایران مورد بررسی قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی عمومی، قدرت نرم، سیاست خارجی، رسانه، فرهنگ

مقدمه

با گذشت بیش از دو دهه از پایان جنگ سرد، شرایط جدید نظام بین‌الملل باعث شده است تا مؤلفه‌های جدیدی در ساختار جهانی نقش ایفا کنند. اولویت‌های اقتصادی کشورها ارتقاء یافته و همراه با اولویت‌های امنیتی اهمیت پیدا کرده و باعث شده است تا اقتصاد و منافع اقتصادی نیز نقش محوری در سیاست‌های جهانی پیدا کند. در واقع، بُعد اقتصادی روند جهانی شدن به شکل بارزتری نمود پیدا کرده و به گسترش و تعمیق پیوندها و وابستگی‌های متقابل در میان کشورهای جهان منجر شده است. نظام اقتصادی بازار آزاد که ویژگی‌های اقتصاد سرمایه‌داری را در خود دارد، به شکل جهانی درآمده و کشورهایی که خواهان پیشرفت و بهره‌برداری از مزایا و فرصت‌های عظیم اقتصادی بودند، به این عرصه وارد شده‌اند. از طرف دیگر، ظهور بازیگران جدید بین‌المللی همچون شرکت‌های چند ملیتی و پررنگ شدن نقش سازمان‌های غیر دولتی و حتی افراد در نظام بین‌الملل و در عرصه‌های گوناگون، تأثیرات شگرفی را به همراه داشته است. این امر به ویژه به کمک انقلاب ارتباطات و فناوری‌های رو به گسترش ارتباطی و اطلاعاتی، میسر شده است. در واقع فناوری‌های جدید ارتباطی نظیر اینترنت، اطلاعات و دانش را بیش از پیش به یکی از منابع مهم قدرت تبدیل کرده است.

در چنین شرایطی، کشورها برای پیشبرد هر چه بهتر منافع ملی خود نیازمند تعریف سیاست‌های نو و استفاده از روش‌های جدیدی هستند که منطبق با شرایط کنونی جهان است. امروزه افکار عمومی یکی از ارکان مهم در تصمیم‌گیری کشورها در حوزه‌های گوناگون محسوب می‌شود. بنابراین، کشورها نمی‌توانند همچون گذشته تنها بر تبادلات بین دولتی خود در قالب دیپلماسی سنتی تکیه کنند و برای

تأثیرگذاری بیشتر، نیازمند برقراری ارتباط هدفمند با مخاطب عام و به ویژه نخبگان هستند. از این رو از روش‌ها و ابزارهای گوناگونی در این رابطه بهره می‌برند. یکی از مهم‌ترین این ابزارها استفاده از دیپلماسی عمومی در دستگاه سیاست خارجی است. در دیپلماسی عمومی، تلاش عمده سیاستگذاران، ارتباط با مخاطب عام و نخبگان برای جهت‌دهی به افکار عمومی است. در این رابطه قدرت نرم، منبع دیپلماسی عمومی تلقی می‌شود. با گسترش دیپلماسی عمومی، قدرت نرم یک کشور می‌تواند بهبود یافته و تقویت شود. در واقع شرایط جدید جهانی موجب شده تا کشورها در رقابتی درگیر شوند که لازمه آن نه تنها داشتن قدرت نرم و نمادهایی از قدرت سخت گذشته است، بلکه داشتن مشروعیت در میان افکار عمومی جهانی و ترغیب دیگران در جهت هدف مورد نظر نیز اهمیت یافته است. از این رو کشورهای گوناگون، بسته به توان خود، تلاش دارند تا علاوه بر قدرت نظامی و اقتصادی، از ظرفیت‌های قدرت نرم و دیپلماسی عمومی نیز برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود بهره ببرند.

ایران با توجه به پیشینه تمدنی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی خود از منابع قدرت نرم مناسبی در مقایسه با بسیاری از کشورها برخوردار است که در صورت توجه و برنامه‌ریزی برای هدفمند کردن و بهره‌برداری از منابع بالقوه، می‌تواند یکی از کشورهای موفق در کاربرد دیپلماسی عمومی در منطقه و جهان باشد. با این حال به نظر می‌رسد مفاهیمی همچون دیپلماسی عمومی و قدرت نرم، هنوز جایگاه جدی در محافل فکری و تصمیم‌گیری ایران پیدا نکرده است. با توجه به اهداف منطقه‌ای و بین‌المللی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران و محدودیت‌ها و موانعی که وجود دارد، به نظر می‌رسد دستگاه دیپلماسی ایران برای کارآمدی بیشتر سیاست خارجی، نیازمند اتخاذ تدابیر و روش‌های جدید در روابط خارجی خود می‌باشد تا بتواند اهداف خود را بهتر محقق سازد. از این رو پرسش اصلی مقاله این است که دیپلماسی عمومی ایران چگونه می‌تواند به ابزاری تأثیرگذار در سیاست خارجی تبدیل شود؟ در پاسخ به این سؤال به صورت فرضیه مقاله می‌توان بیان نمود که تدوین استراتژی منسجم و تعیین نهادی مشخص و مرتبط در دستگاه سیاست خارجی، مهمترین گام در استفاده بهینه از دیپلماسی عمومی و در جهت تحقق

اهداف سیاست خارجی ایران است.

بر این اساس، نوشتار حاضر در ابتدا مفهوم و کاربرد دیپلماسی عمومی را به اجمال مورد بررسی قرار می‌دهد و در بخش‌های بعدی، به بررسی تفاوت‌های دیپلماسی سنتی و دیپلماسی عمومی و جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی می‌پردازد. در بخش مربوط به ایران، علاوه بر بررسی منابع قدرت نرم و جایگاه دیپلماسی عمومی در ساختار سیاسی کنونی این کشور، الگویی برای عملکرد دیپلماسی عمومی آن نیز ارائه می‌شود.

مفهوم و کاربرد دیپلماسی عمومی

دیپلماسی دارای تعاریف متعددی است. در یک تعریف بسیط، دیپلماسی هنر برقراری و تقویت روابط دوجانبه و چندجانبه با هدف تأمین منافع ملی است. دیپلماسی امروزه دستخوش دگرگونی‌های اساسی شده است؛ به گونه‌ای که اشکال گوناگونی همچون دیپلماسی سنتی، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی خط دو، دیپلماسی رسانه‌ای و دیگر اشکال دیپلماسی مورد توجه قرار دارد. یکی از مهم‌ترین اشکال دیپلماسی که از گذشته متداول بوده است، دیپلماسی سنتی است که بر مبنای تعامل میان دولت‌ها قرار دارد. در این تعامل دولت‌ها دارای حاکمیت متمایز و مرزهای جغرافیایی مشخص هستند. شکل دیگری از دیپلماسی که به ویژه در سال‌های اخیر بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد، دیپلماسی عمومی است. یکی از تعاریفی که می‌تواند گویای ماهیت دیپلماسی عمومی باشد، از سوی آژانس تبلیغات امریکا ارائه شده است. بر مبنای این تعریف، دیپلماسی عمومی درک توده‌های مردم کشور مخاطب، دادن پیام برای آنان، فعالیت به‌منظور تأثیرگذاری بر آنها و توسعه گفت‌وگو میان شهروندان و نهادهای یک کشور از یک سو و نهادهای کشور مخاطب از سوی دیگر است؛ که این امر باعث تقویت منافع ملی می‌شود (Wolf and Rosen, 2004). از طرف دیگر پل شارپ معتقد است دیپلماسی عمومی «فرآیندی است که به وسیله آن ارتباطات مستقیم با مردم در یک کشور برای پیش بردن منافع و گسترش ارزش‌هایی که معرفی می‌شوند، تعقیب می‌شود» (Melissen, 2007: 41).

در واقع تعاریف متعددی از دیپلماسی عمومی ارائه شده است که گاه موجب

اشتباه در فهم واقعی آن شده است. در این رابطه برخی دیپلماسی عمومی را به عنوان جنگ روانی تلقی نموده‌اند و برخی دیپلماسی عمومی را با تبلیغات و فعالیت‌های فرهنگی مترادف می‌دانند. هرچند مفاهیم ذکر شده با یکدیگر مرتبطند و در برخی موارد دارای هم‌پوشانی هستند، اما تمایزات بسیار روشنی دارند که نیازمند توجه کافی هستند (هادیان و احدی، ۱۳۸۸: ۱۰۱). از جمله در ارتباط با تبلیغات، نای معتقد است، آنهایی که دیپلماسی عمومی را صرفاً حسن تعبیری از تبلیغات می‌دانند به خطا رفته‌اند. تبلیغات معمولاً خالی از اعتماد است و اگر به عنوان دیپلماسی عمومی به کار رود، نتیجه منفی به همراه خواهد داشت. دیپلماسی عمومی شامل برقراری روابط بلند مدت است که محیطی مستعد را برای سیاست خارجی یک حکومت فراهم می‌کند (Nye, 2004: 107). تبلیغات اگر بتواند اعتماد مخاطب را جلب نماید، یکی از کارویژه‌های دیپلماسی عمومی است و اثر کوتاه مدت دارد و توده مردم را مخاطب قرار می‌دهد. دیپلماسی عمومی متکی بر تفاهم و علایق متقابل است و تبلیغات تنها ابزاری برای پیشبرد دیپلماسی عمومی است. همچنین دیپلماسی فرهنگی و فعالیت‌های فرهنگی، در خدمت دیپلماسی عمومی قرار دارد. فرهنگ در سیاست خارجی که برخی آن را دیپلماسی فرهنگی می‌نامند، به عنوان «تبادل عقاید، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه‌های فرهنگ، در میان ملت‌ها به منظور پرورش رشد چندجانبه» (Cummings, 2003) تعریف می‌شود.

از طرف دیگر در بحث دیپلماسی عمومی، توجه به مفاهیمی همچون قدرت نرم نیز حائز اهمیت است. به ویژه که قدرت نرم و دیپلماسی عمومی ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. در واقع دیپلماسی عمومی از منابع و امکانات قدرت نرم بهره می‌برد و موجب تقویت بیشتر آن می‌شود. قدرت نرم توانایی به‌دست آوردن آنچه مورد نظر است، از طریق جذابیت و نه اجبار و تهدید یا تطمیع و رشوه تعریف می‌شود. در این رابطه مؤلفه‌هایی مانند فرهنگ، ارزش‌های بنیادین و سیاست‌ها منابع قدرت نرم محسوب می‌شوند. هر گاه مورد قبول مخاطبین قرار گیرد، ایجاد قدرت می‌نماید. برخی تحلیلگران، قدرت نرم را به اشتباه به‌عنوان یک قدرت فرهنگی محبوب و به‌عنوان مجموعه‌ای از سرگرمی‌ها تلقی می‌کنند؛ درحالی که منابع فرهنگی فقط گاهی به ایجاد قدرت نرم کمک می‌کند. ارزش‌های

بنیادین، روبه‌های تصمیم‌گیری کلان، شیوه‌های حل و فصل مخاصمات عمیق و پردامنه، و نحوه تخصیص و توزیع منابع با اهمیت، به هر جامعه‌ای ویژگی‌های خاصی می‌بخشد. چنانچه این ویژگی ظرفیت مقبولیت گسترده‌ای داشته باشد، منبع مهمی برای دیپلماسی عمومی یک کشور محسوب می‌شود که با طراحی، هدایت و اجرای مناسب می‌تواند به نتایج ثمربخشی منتهی شود. سیاست‌های دولت در خارج و داخل کشور نیز یکی از منابع بالقوه قدرت نرم محسوب می‌شود، به‌ویژه سیاست خارجی تأثیر قاطعی بر قدرت نرم دارد. در واقع سیاست‌های اعمال‌شده از جانب حکومت‌ها شمشیری دولبه است که می‌تواند به ارتقا یا کاهش بخشی از قدرت نرم بینجامد. به بیان دیگر، اگر دیپلماسی عمومی بتواند در بین دیگر ملل جهان جذابیت ایجاد کند، می‌تواند در شکل‌گیری و یا تقویت قدرت نرم در درون کشور مبدأ نیز مؤثر باشد. بنابراین، دیپلماسی عمومی با استفاده از مؤلفه‌های قدرت نرم به دنبال متقاعد کردن دیگران به تبعیت از هنجارها و نهادهایی است که رفتار مطلوب را ایجاد می‌کند (Nye, 2004: 107).

دیپلماسی عمومی در چهارچوب مباحث مربوط به جهانی شدن نیز قابل درک است. در این رابطه چنانچه ماهیت جهان کنونی را ترکیبی از جهانی شدن و دموکراسی بدانیم که شامل دسترسی آزادانه به اطلاعات می‌شود، به نظر می‌رسد شرایط جدید جهانی سه فرض اصلی را در اهمیت کاربرد دیپلماسی عمومی برای دولت‌ها مطرح می‌کند: اول، دولت‌ها در قرن بیست و یکم دیگر نمی‌توانند مشکلات سیاست خارجی خود را به تنهایی حل کنند، بلکه نیازمند حمایت و عملکرد بخش غیر دولتی نیز هستند. دوم، شهروندان امروزه خواهان مسئولیت‌پذیری و شفافیت بیشتر دولت‌ها هستند. سوم، سیاست خارجی و سیاست داخلی به شدت درهم تنیده شده‌اند و دیگر نمی‌توان هر یک را جداگانه تعریف کرد (Henrikson, 2006).

البته باید در نظر داشت که دولت‌ها با توجه به اولویت‌ها و مزیت‌های خود، به ابعاد خاصی از دیپلماسی عمومی توجه دارند و به همین جهت برداشت‌های گوناگونی از دیپلماسی عمومی ارائه شده است. هر چند که همه کشورها به وسیله دیپلماسی عمومی، به دنبال تأثیرگذاری بر افکار عمومی و در راستای تحقق اهداف

و منافع ملی خود هستند، با این حال، برنامه‌ریزی و اجرای دیپلماسی عمومی در کشورها متفاوت است. اغلب کشورها با توانایی‌ها و اهداف متفاوت به دنبال استفاده از دیپلماسی عمومی در کنار دیگر اشکال دیپلماسی هستند و موفقیت‌هایی نیز در این زمینه به دست آورده‌اند. در واقع هر کشوری به تناسب توانایی‌ها و قابلیت‌های خود، در این عرصه دارای برنامه‌ریزی و استفاده از فرصت‌هایی در قالب دیپلماسی عمومی است.

دیپلماسی سنتی و دیپلماسی عمومی

تغییرات جهانی و ورود به جهان ارتباطات و اطلاعات، باعث شده است تا دیپلماسی نیز تغییراتی را پذیرا شود که برخی آن را اجتماعی شدن دیپلماسی و یا شفاف‌سازی در دیپلماسی می‌دانند. در دیپلماسی سنتی، پنهان‌کاری و عدم شفافیت همواره وجود داشته است، در حالی که در شرایط جدید، صرفاً با روش‌های گذشته نمی‌توان در جلب افکار عمومی و اعتمادسازی توفیق مورد انتظار را کسب نمود. از این‌رو در مقایسه میان دیپلماسی عمومی با دیپلماسی سنتی، بیشتر می‌توان بر روی ویژگی‌های کاربردی و ابزارهای مورد استفاده تأکید نمود. اولین و مهم‌ترین ویژگی دیپلماسی عمومی، شفافیت و تلاش برای انتشار اطلاعات است؛ در حالی که در دیپلماسی سنتی، ابهام ویژگی مهمی به شمار می‌رود. ویژگی دوم این است که دیپلماسی عمومی، از سوی دولت‌ها برای برقراری ارتباط با توده مردم به کار می‌رود، در حالی که دیپلماسی سنتی عمدتاً رابطه دولت با دولت است. سومین ویژگی دیپلماسی عمومی نیز این است که موضوعات و مسائل دیپلماسی سنتی در ارتباط با سیاست‌ها و رفتار دولت‌های دیگر است، اما در دیپلماسی عمومی مسئله نگرش و رفتار افکار عمومی خارجی است. همچنین این نکته قابل توجه است که در جایی که سیاست‌ها و رفتار یک دولت نشأت گرفته از نگرش‌های شهروندان آن است، دیپلماسی عمومی در پی آن است تا با تحت تأثیر قرار دادن شهروندان یک کشور و تغییر نگرش آنها بر رفتار و سیاست‌های آن دولت اثر بگذارد (Henrikson, 2006).

همچنین باید توجه داشت که نتایج حاصل از دیپلماسی سنتی، می‌تواند در کوتاه مدت حاصل شود در حالی که دیپلماسی عمومی زمان‌بر و نتایج آن در میان مدت یا

بلند مدت ظاهر می‌شود، اما اثراتش ماندگارتر از دیپلماسی سنتی است. برخی بر این باورند که دیپلماسی عمومی با هزینه کمتر، تأثیر بیشتر دارد و دیپلماسی سنتی با هزینه بیشتر لزوماً همان تأثیر را ندارد. اما واقعیت این است که با توجه به ساز و کارهای دیپلماسی عمومی، نسبت هزینه و تأثیرگذاری بستگی به ساختار سیاسی کشورها و نسبت میان حاکمیت و جامعه مدنی دارد و در کشورهای مختلف، اثرات گوناگونی بر جای می‌گذارد. در جوامعی که نهادهای مدنی حضوری فعال دارند، هزینه‌های دیپلماسی عمومی کمتر است در حالی که در کشورهایی که ساختار سیاسی متمرکز دارند، این هزینه بیشتر است و چون دیپلماسی عمومی آنها در ادامه دیپلماسی سنتی قرار می‌گیرد، ممکن است تأثیر کمتری داشته باشد (McClellan, 2004).

از طرف دیگر، دیپلماسی عمومی می‌تواند به محدوده‌ای دسترسی پیدا کند که دیپلماسی سنتی توان رسیدن به آن را ندارد. در دیپلماسی سنتی، هر چه دولت‌ها بزرگ‌تر و مقتدرتر باشند، قدرت مانور آنها بیشتر است در صورتی که در دیپلماسی عمومی، کشورهای کوچک، نهادهای غیر دولتی و حتی افراد می‌توانند بسیار تأثیرگذار باشند. با این حال دیپلماسی عمومی برای سازمان‌های دیپلماتیکی که نباید تحت ارزیابی قرار گیرند، چالشی جدی محسوب می‌شود (Melissen, 2007: 17). با وجود تأکید بر اهمیت دیپلماسی عمومی در بسیاری از کشورها، نمی‌توان توفیقات یا ناکامی‌های دیپلماسی عمومی را همچون دیپلماسی سنتی مورد ارزیابی قرار داد. یکی از مهم‌ترین دلایل این امر آن است که بازیگران و عوامل بسیار متعددی در پیشرفت دیپلماسی عمومی موثرند و به این دلیل ارزیابی کمیته آن با موانعی روبرو است. با این حال و با وجود تفاوت‌های ذکر شده میان دیپلماسی عمومی و دیپلماسی سنتی، باید توجه داشت که در هر صورت دیپلماسی عمومی در راستای تحقق اهداف سیاست خارجی و دیپلماسی سنتی قرار دارد و در واقع مکمل آنها محسوب می‌شود.

دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی

سیاست خارجی را می‌توان مجموعه‌ای از اقدامات از پیش طراحی شده توسط تصمیم‌گیرندگان حکومتی تعریف نمود که مقصود از آن دستیابی به اهدافی معین،

در چهارچوب کلی و در محیط بیرونی و بین‌المللی است. در این چهارچوب سیاست خارجی شامل تدوین و اجرای اهداف و منافع ملی است که در صحنه بین‌المللی، از سوی دولت‌ها انجام می‌پذیرد (آشوری، ۱۳۵۴). از طرف دیگر، سیاست خارجی می‌تواند ابتکار عمل یک دولت و یا واکنش آن در قبال کنش دیگر دولت‌ها باشد. تدوین و تبیین سیاست خارجی در هر کشوری حاصل متغیرهای متعددی همچون مبانی فکری، ماهیت نظام بین‌الملل، خصوصیات و نحوه نگرش هیئت حاکمه، توانایی‌های کشورهای کشور، نیازهای عینی جامعه، متغیرهای جغرافیایی و فرهنگ سیاسی آن است و دیپلماسی، یکی از ابزارهای دستیابی به اهداف سیاست خارجی در کنار ابزارهایی همچون ابزار سیاسی، اقتصادی و نظامی محسوب می‌شود (آشنا و جعفری، ۱۳۸۶: ۱۹۱).

در این قالب ارتباط میان دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی نیز قابل تعریف است. دیپلماسی عمومی را می‌توان حاصل سازگاری و انطباق میان اقدامات بازیگران غیر دولتی، ارزش‌های سیاست خارجی و اولویت‌های دولت دانست. در واقع در دیپلماسی عمومی، تأکید عمده بر ترکیب فعالیت‌های بازیگران دولتی و غیر دولتی (بخش خصوصی) است. در این رابطه شاید بتوان دیپلماسی عمومی را مجموعه‌ای از استراتژی‌ها و تاکتیک‌های جدید دیپلماتیک دانست که در خدمت دستگاه سیاست خارجی یک کشور قرار می‌گیرد و تلاش می‌کند تا وجهه و تصویر یک کشور را در جهان بهبود بخشد و باورها و سیاست‌های خود را به منظور افزایش نفوذ میان جوامع کشورهای گسترش دهد. در این چهارچوب می‌توان گفت که هدف نهانی دیپلماسی عمومی تحقق منافع ملی و ارتقاء تصویر یک کشور است. در واقع شرایط جدید نظام بین‌الملل، باعث شده است تا کشورهای نیاز بیشتری برای ارتباط با گروه‌های اجتماعی کشورهای هدف پیدا کنند. مقام‌های کشورهای گوناگون، بسته به توان خود، تلاش دارند تا علاوه بر قدرت نظامی و اقتصادی، از ظرفیت‌های قدرت نرم برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود بهره ببرند (Riordan, 2004).

معمولاً برخی از تضادها منشأ تاریخی، سیاسی، ایدئولوژیک، فرهنگی، نژادی، قومی و زبانی دارد. در صورتی که دیپلماسی عمومی بتواند افکار عمومی کشورها

را به هم نزدیک نماید، بسیاری از این تضادها می‌تواند به صورت مسالمت‌آمیز حل و فصل شود. در حقیقت یکی از پیامدهای دیپلماسی عمومی را می‌توان کاهش تضادها دانست که یکی از کار ویژه‌های سیاست خارجی می‌باشد. با توجه به مفاهیم و کاربردهایی که در ارتباط با دیپلماسی عمومی مطرح شد، می‌توان کاربرد دیپلماسی عمومی را در جهت کمک به سیاست خارجی و بهبود تصویر یک کشور تلقی نمود (Melissen, 2007: 20).

منابع قدرت نرم و دیپلماسی عمومی ایران

ایران در ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی به خوبی توانست از قدرت نرم خود در منطقه و جهان بهره‌برد، به ویژه که رسالت انقلاب اسلامی فرهنگی بود و با شعارها و ویژگی‌های مشخص اسلامی - مردمی، در منطقه و جهان معرفی شد و توانست در میان بسیاری از مردم کشورهای مختلف از جمله کشورهای اسلامی طرفدارانی داشته باشد. از جمله مهم‌ترین این شعارها تشکیل حکومت بر مبنای باورهای دینی و مردم‌سالاری دینی، در چهارچوب فکری رهبری انقلاب، امام خمینی (ره) است. گفتمان رهبری انقلاب در منطقه و جهان مورد توجه قرار گرفت و از نظر فکری و مبانی ایدئولوژیک، بسیاری از مردم و جنبش‌های آزادی‌طلبانه را تحت تأثیر قرار داده است. از آنجا که گفتمان انقلاب اسلامی ایران بر اخلاق تأکید دارد، در این حالت از توان جذب‌کننده‌ای برخوردار است و می‌تواند از طریق دیپلماسی عمومی، قدرت نرم ایران را تقویت نماید (Sharp, 2005: 115).

با وجود این تجربه موفق، ایران در سال‌های بعد نتوانست بهره‌مورد انتظار را از قدرت نرم ببرد. در این رابطه یکی از مهم‌ترین دلایل، مشکلات ناشی از جنگ با عراق بود که موجب شد تا مهم‌ترین اولویت ایران، دفاع از سرزمین خود باشد. با این حال در سال‌های بعد از جنگ نیز همچنان به دلیل شرایط منطقه، سیاست‌های امنیتی و تقویت توان نظامی ایران و قدرت سخت در اولویت قرار داشته است. در حالی که در دوران کنونی، منابع قدرت نرم ایران می‌تواند در کنار دیگر منابع قدرت همچون توان اقتصادی، امنیتی و نظامی، در خدمت منافع ملی قرار گیرد. اهمیت بهره‌گیری از مؤلفه‌های قدرت نرم در چهارچوب دیپلماسی عمومی ایران در منطقه

و جهان به حدی است که می‌تواند به کاهش تأثیر تبلیغات منفی برخی از کشورها و رسانه‌ها که در سال‌های اخیر علیه ایران به وجود آمده است، کمک کند.

نظام جمهوری اسلامی ایران، به صورت بالقوه بسیاری از ابزارهای قدرت نرم یک تمدن عظیم ایرانی - اسلامی را داراست و در سه دهه گذشته برخی از آنها را تعریف (گاهی نیز بازتعریف) و مورد بهره‌برداری قرار داده است. به طور کلی می‌توان منابع قدرت نرم ایران را در چهار بخش مورد بررسی قرار داد:

۱. **تمدن و فرهنگ.** در مؤلفه تمدن ایرانی، عموماً تأکید بر فرهنگ و تمدن ایرانی است. از آنجا که ایران یکی از کشورهای دارای تمدن چند هزار ساله است، از پشتوانه مناسب هویتی نیز برخوردار می‌باشد. در بُعد داخلی، گرچه ایران دارای اقوام و زیرمجموعه‌های متفاوتی است، ولی هویت مشترک فرهنگی، زبانی و تمدنی موجب اتحاد در این کشور شده است. در بُعد خارجی، مسلماً تقویت عناصر تمدن ایرانی همچون اسطوره‌ها، آیین‌های کهن، زبان و فرهنگ، به ویژه در مناطقی که در حوزه تمدنی ایران قرار دارند، می‌تواند موجب همبستگی بیشتر میان مردمان این مناطق شود (ملکی، ۱۳۸۷). از جمله مهم‌ترین آیین‌های ایرانی که برای برنامه‌ریزی در جهت تقویت وجهه ایرانی و قدرت نرم ایران در جهان مناسب است، «نوروز» است. نوروز مهم‌ترین جشن ملی ایرانیان و برخی کشورهای همسایه است که ریشه مشترک فرهنگی با ایران دارند. اولین و مهم‌ترین دستاورد در این زمینه، ثبت نوروز به عنوان میراث جهانی در یونسکو بود.^۱

علاوه بر نوروز، ایران دارای آداب، سنن، هنر و دیگر ویژگی‌های ملی می‌باشد که می‌توان با تقویت و هدایت آنها، وجهه ملی و فرهنگی ایران را تقویت کرد. از طرف دیگر، ایرانیان به لحاظ پیشینه تاریخی دارای موفقیت‌های مهمی در عرصه تأثیرگذاری فرهنگی و به دنبال آن سیاسی بوده‌اند. ایرانیان به جای واگرایی و دفع عناصر فرهنگی کارآمد و کارساز اقوام دیگر، همواره در صدد جذب و ذوب آن در فرهنگ خود بوده‌اند. حتی در دوره‌هایی که ایرانیان به دلایل سیاسی از اقوام دیگر شکست خورده‌اند، به علت غنای عناصر فرهنگی و عقلانیت حاکم بر رفتار، توانسته‌اند از نظر فرهنگی در اقوام مهاجم تأثیر بگذارند و آنان را به فرهنگ خویش جذب کنند. برای نمونه می‌توان به تأثیرپذیری اقوام مغول در دوران حمله به ایران

اشاره نمود. نگاهی به تمدن و فرهنگ ایرانی نشان می‌دهد که ایرانیان همواره رویکردی جهان‌گرایانه داشته‌اند. یکی از امپراتوری‌های بزرگ جهان در این سرزمین حاکم بوده و ادیان جهانی نیز در آن تولد یافته و رشد کرده‌اند. از جمله دین زرتشت که دینی فراگیر و جهان‌گستر بود، بیش از هزار سال در قلمروی فرهنگی ایران جریان داشته است.

۲. **اسلام و شیعه.** مؤلفه دیگری که به صورت بالقوه از عوامل مهم در افزایش قدرت نرم ایران است، عامل ارزش‌های اسلامی و شیعی است. بعد از ورود اسلام به ایران و پذیرش آن توسط ایرانیان و تلفیق عناصر سازنده و مثبت فرهنگ ملی با آن، فرهنگ و هویت تازه‌ای به نام فرهنگ ایرانی - اسلامی خلق شد. این فرهنگ پویا و قوی پشتوانه اتحاد داخلی و هویت‌بخشی به سرزمین ایران در برابر دیگر کشورها بوده است. این مؤلفه را همچنین می‌توان در ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی در ایران به خوبی مشاهده کرد. تأثیر و نفوذ ایران در این هنگام بر کشورهای مسلمان و مسلمانان جهان به حدی است که می‌توان آن را از جمله شواهد مهم در اوج‌گیری نفوذ و تأثیرگذاری ایران بر افکار عمومی خارجی دانست که حتی در برخی از مردم و گروه‌های کشورهای منطقه، ایران را الگویی قابل قبول در پیشبرد اهداف اسلامی تلقی می‌کردند (دهشیری، ۱۳۸۷). بدیهی است که مؤلفه تشیع و ارتباط ایران با شیعیان جهان نیز یکی دیگر از توانمندی‌های ایران در عرصه قدرت نرم است. با این حال در این مورد برنامه‌ریزی و جهت‌گیری‌های ایران باید به گونه‌ای باشد که موجب حساسیت کشورهای اسلامی اهل سنت منطقه خاورمیانه نشود. این مسئله را می‌توان در اظهارات ملک عبدالله پادشاه اردن مشاهده کرد که ایران را برای کشورهای سنی خاورمیانه تهدید تلقی می‌کند و تأکید دارد ایران به دنبال ایجاد هلال شیعی علیه دیگر کشورهاست. (داداندیش، ۱۳۸۶: ۵۵).

۳. **اقتصاد.** یکی دیگر از مؤلفه‌های قدرت نرم هر کشور در جهان امروز، توان اقتصادی است. در واقع هر کشوری که بتواند الگوی اقتصادی مناسبی را اتخاذ نماید و رفاه و پویایی اقتصادی کشور خویش را به نمایش بگذارد، از یکی از مهم‌ترین ابزارهای تقویت قدرت نرم برخوردار است. در حقیقت رشد اقتصادی مناسب، وجود رفاه و در عین حال عدالت اجتماعی و بالا بودن نرخ امید به آینده

مردم یک کشور، می‌تواند الگوی بسیار جذابی را در راستای جذب دیگران، بیشتر از دیگر مولفه‌های قدرت نرم یک کشور همچون فرهنگ و یا اجتماع پدید آورد. در دنیای امروز بسیاری از کالاها و فعالیت‌های غیرتجاری می‌تواند در بسته‌بندی‌های اقتصادی عرضه شود (Ross, 2002). فرش، صنایع دستی، مفاخر ادبی، اسطوره‌های ایرانی، خط فارسی و موسیقی سنتی ایران، گرچه هنوز از جایگاه والایی در عرصه جهانی برخوردارند، اما رتبه و جایگاه آن همانند سابق نیست و به خاطر سهل‌انگاری و نیز به واسطه تحرک بیشتر رقبا و فهم بهتر آنان از اهمیت اثرگذاری‌های قدرت نرم صدمه دیده است. در حقیقت، نکته اصلی اینجاست که هرچند هنوز مفاخر و کالاهای سنتی ایرانی معتبر و کارآمدند، اما دیگر همانند سابق تعیین‌کننده نیستند. شاید به دلیل همین ضعف و تا حدودی رخوت داخلی است که شاهد مصادره فرهنگی مولانا و رودکی و ابن‌سینا توسط کشورهای همسایه، استفاده از نقش‌های بدیع ایرانی در فرش‌های چینی و پاکستانی، بسته‌بندی زعفران ایرانی در اسپانیا، برداشت‌های ادبی از تمثیل‌ها و اسطوره‌های ایرانی به زبان و شیوه دیگران و بسیاری از موارد دیگر هستیم که خود نشان از آن دارد که قدرت نرم ایران با ارزش است و دیگران در حال سرقت مؤلفه‌های عمیق و عظیم قدرت نرم ما هستند (گلشن پژوه، ۱۳۸۹: ۱۴۹-۱۴۶).

۴. رفتار سیاسی. سیاست‌های اتخاذ شده توسط یک دولت، یکی دیگر از عوامل موثر در قدرت نرم محسوب می‌شود. ایجاد جذابیت و نشان دادن چهره‌ای توانا از یک کشور در داخل و تقویت این باور در میان مردم یک کشور، مستقیماً در ایجاد وجهه بین‌المللی و ایجاد جذابیت برای مخاطبان خارجی تأثیر دارد. در ایران در دو بُعد داخلی و خارجی، موانع و محدودیت‌هایی برای بکارگیری قدرت نرم وجود دارد. انجام اقدامات موثر، تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌های قابل قبول در بُعد داخلی در گام اول، بسیار مهم‌تر از بُعد خارجی است. عناصری همچون کارآمدی دیپلماسی عمومی، میزان تعامل مثبت با سازمان‌های بین‌المللی، شیوه برخورد با موضوعات مهم جهانی، حجم ارتباطات دیپلماتیک، عکس‌العمل مناسب در برابر مسائل تضعیف‌کننده داخلی و خارجی و همچنین حجم میزبانی سازمان‌های بین‌المللی، کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها می‌تواند شاخص‌های مناسبی در راستای

ارزیابی میزان موفقیت یا شکست مولفه‌های سیاسی قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران به حساب آید. در کنار عناصر ریشه‌داری همچون مذهب و مشروعیت، نظام جمهوری اسلامی می‌تواند با ارتقای نمادها و نهادهای جامعه مدنی، به نوعی تقویت درونی دست زده، جامعه ایرانی و نظام جمهوری اسلامی را در برابر آسیب‌های احتمالی ناشی از این نقص، واکسینه نماید (گلشن پژوه، ۱۳۸۹: ۱۵۲).

بازخوانی دیپلماسی عمومی ایران

در حال حاضر در ساختار سیاسی ایران نهادی با عنوان دیپلماسی عمومی فعالیت نمی‌کند. اما پاره‌ای از فعالیت‌های برخی از نهادها و سازمان‌های دولتی را می‌توان در چهارچوب دیپلماسی عمومی تعریف کرد. در این بخش به برخی از این فعالیت‌ها به اجمال پرداخته می‌شود.

به طور کلی در ایران تلقیاتی گوناگونی نسبت به دیپلماسی عمومی وجود دارد. بحث دیپلماسی عمومی در ایران با عنوان دیپلماسی فرهنگی، در محافل سیاسی بیشتر معنا پیدا می‌کند. هر چند که در این مفهوم نیز بحث مبادلات فرهنگی، آموزشی و ارتباطات نیز مطرح است که مباحث محوری دیپلماسی عمومی را شامل می‌شود. در ایران این تأکید وجود دارد که توأم ساختن دیپلماسی معمول با روابط فرهنگی گسترده به تقویت قدرت نرم کمک می‌کند، به ویژه که استفاده از فرهنگ و به خدمت گرفتن ابزارهای فرهنگی در دیپلماسی، دارای مزایای بسیاری است و با مقاومت کم‌تری نیز در جوامع و کشورهای جهان رو به رو می‌شود. به علاوه لحن دیپلماسی فرهنگی لحنی معتدل و غیر خصمانه است. در این چهارچوب باید تأکید کرد که از طریق فعالیت‌های فرهنگی، تصورات یک ملت از خود بازنمایی می‌شود. دیپلماسی فرهنگی حتی می‌تواند راه‌های قابل پذیرش شاخص‌های امنیت ملی یک کشور را ارتقا بخشد. برخی مسئولان و کارشناسان ایرانی، دیپلماسی فرهنگی را بر دو مبنای شناساندن سیاست‌های فرهنگی کشور مبدأ و شناخت سیاست‌های فرهنگی کشور مقصد تعریف می‌کنند. در این رابطه از دو واژه «شناسایی» و «شناساندن»، به عنوان وظیفه اصلی نمایندگی‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور نام برده می‌شود (محمدی، ۱۳۸۷).

به طور کلی عمده فعالیت‌های ایران در عرصه دیپلماسی عمومی توسط سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی سازماندهی و دنبال می‌شود و وزارت خارجه نقشی مکمل برای آن دارد. این سازمان در سال ۱۳۷۴، رسماً کار خود را آغاز کرد. به نوشته پایگاه اینترنتی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی^۲، اولین بار فکر تشکیل این سازمان با طرح ادغام بخش‌های فرهنگی و تبلیغی نهادها و موسسات دولتی و عمومی فعال در خارج از کشور مطرح شد و پس از تدوین اساسنامه آن در شورایی متشکل از نخبگان و اندیشمندان فرهنگی و دینی و تصویب مقام رهبری، عملاً کار خود را در قالب یک سازمان مستقل و در زمره سازمان‌های وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، آغاز کرد. این سازمان مهم‌ترین وظیفه خود را ارتباطات فرهنگی با ملل و اقوام مختلف جهان برای ایجاد زبان مشترک جهت گفتگو و مفاهمه و عرضه کامل و درخور فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی ذکر کرده است (اساسنامه سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی). در بررسی اهداف و وظایف سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، در ابتدا به این نکته بر می‌خوریم که تعداد زیادی وظایف و اهداف متعدد برای این سازمان تعریف شده و حجم و گستردگی آنها به حدی است که هر کدام می‌تواند برای روند کاری یک سازمان کافی باشد. همچنین نقش نهادهای دیگر به ویژه وزارت خارجه در روند کاری این سازمان مشخص نیست، از جمله این مسئله که نوع همکاری میان این سازمان و وزارت امور خارجه چگونه تعریف می‌شود و در عمل نهاد تصمیم‌گیرنده کدام است. از طرف دیگر، دیپلماسی فرهنگی به لحاظ قانونگذاری و نظارت نیز جایگاه مشخصی در دستگاه‌های رسمی کشور ندارد. همچنین در حالی که دیپلماسی فرهنگی بخشی از سیاست خارجی است، کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی، مسائل آن را پیگیری می‌کند که به دلیل نوع نگاه این کمیسیون به روابط فرهنگی، اقدامات آن چندان در راستای برنامه‌های سیاست خارجی نیست. حتی به گفته برخی مسئولان کشور، در حوزه دیپلماسی فرهنگی، تعدد مراکز تصمیم‌گیرنده و ناهماهنگی میان این مراکز عملاً مانع اتخاذ تصمیمات و برنامه‌های مؤثر است. حتی در زمینه روابط دانشگاهی نیز فعالیت‌ها و تعاملات، عمدتاً به صورت دولتی باقی مانده است.

از طرف دیگر، همان‌طور که تجربه اعمال دیپلماسی عمومی در کشورهای نظیر آمریکا، چین، ترکیه و حتی کشورهای نظیر قطر نشان می‌دهد، ابزارهای رسانه‌ای و تبادلات دانشجویی، از جمله تأثیرگذارترین ابزارها در تقویت دیپلماسی عمومی محسوب می‌شوند. از این رو در این بخش ضروری است تا فعالیت‌های رسانه‌ای و فعالیت‌های آموزشی و جذب دانشجو در ایران مورد بررسی اجمالی قرار گیرد:

۱. توانایی‌های رسانه‌ای ایران

عملکرد دیپلماسی عمومی به گونه‌ای است که دولت‌ها نیازمند ایجاد شبکه ارتباطات حرفه‌ای و گسترده‌ای هستند. پیامی که این شبکه به مخاطب خارجی می‌رساند، نشان دهنده هویت و طرز فکر عامه یک کشور است و همواره باید ابعاد سازگاری و استمرار را در خود داشته باشد. بهره‌گیری از رسانه کارآمد در بحث دیپلماسی عمومی، بسیار با اهمیت است. رسانه‌ها با قدرت نفوذ فوق‌العاده خود در جوامع گوناگون، قادرند تصویر مثبت یا منفی از یک کشور را در جهان خلق کنند. این مسئله باعث شده تا مدیریت رسانه‌ها مورد توجه خاص دولت‌ها قرار گیرد (Sheafer and Gabay, 2009: 449-450). در دیپلماسی عمومی، چگونگی تعامل دستگاه‌های دولتی و رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت اهداف دیپلماسی عمومی قلمداد می‌شود.

امروزه ابزارهای ارتباطی این امکان را به وجود آورده‌اند که بتوان به طور مستقیم با مخاطبان در هر گوشه جهان ارتباط برقرار کرد. بر این اساس، رسانه‌ها در جذب مخاطب از روش‌ها و سازوکارهای پیچیده‌ای استفاده می‌کنند. علاوه بر این، تعدد شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی، سایت‌های اینترنتی، روزنامه‌ها و مجلات و دیگر ابزارهای ارتباطی به حدی است که مخاطبان علاوه بر کسب اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان، امکان مقایسه و اعتبارسنجی اطلاعات را نیز دارند. بنابراین رسانه‌هایی در این رقابت موفق‌ترند که دارای ابزارهای قدرتمند فنی و زبانی هستند و از طرف دیگر شناخت بالایی نسبت به خلیات و روحیه مخاطبان خود دارند. در ایران تمرکز فعالیت‌های رسانه‌ای در سازمان صدا و سیماست و این سازمان



دارای حجم عظیمی از وظایف است که علاوه بر ارتباط با مخاطبان داخلی به زبان فارسی، تلاش می‌کند تا با راه‌اندازی شبکه‌های ماهواره‌ای به زبان‌های خارجی، نظیر شبکه العالم و پرس.تی.وی، با مخاطبان خارجی نیز ارتباط برقرار کند. آغاز به کار شبکه خبری پرس تی وی در تیر ۱۳۸۶، این امید را به وجود آورد که ایران بتواند از طریق یک رسانه حرفه‌ای ملی، پیام خود را به مخاطبان بین‌المللی منتقل کند. مسئولان این شبکه هدف از راه‌اندازی پرس.تی.وی را «شکستن سلطه غرب بر رسانه‌های جهانی» اعلام کردند و اظهار امیدواری نمودند که این شبکه بتواند با شبکه‌های تلویزیونی انگلیس زبان ۲۴ ساعته مانند بی.بی.سی، سی.ان.ان و شبکه الجزیره رقابت کند (خبرگزاری مهر، ۳ تیر ۱۳۸۷). با این حال عملکرد این شبکه بعد از در حدود دو سال فعالیت، نشان می‌دهد که برنامه‌های آن در جذب مخاطب خارجی موفقیت چشمگیری نداشته است. به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین دلایل این عدم موفقیت، عدم شناخت درست از مخاطب و محیط بین‌المللی و عدم استفاده از اخبار دست اول باشد.

۲. فعالیت‌های آموزشی و جذب دانشجویان در ایران

یکی دیگر از سیاست‌هایی که در قالب دیپلماسی عمومی ایران باید مورد توجه قرار گیرد، بحث آموزش و پذیرش دانشجویان خارجی است. پذیرش دانشجوی خارجی از جمله مسائلی است که مورد توجه شورای عالی انقلاب فرهنگی قرار گرفته و این شورا در مصوبه ساماندهی فعالیت‌های فرهنگی - اجتماعی و فوق برنامه دانشجویان خارجی، در فروردین ۱۳۸۵، تأکید کرده است: «یکی از مهم‌ترین اهداف جذب و آموزش دانشجویان خارجی در دانشگاه‌های کشور، برقراری تعاملات علمی - فرهنگی و اجرایی، پس از فراغت از تحصیل آنها است. این امر خود بستگی به تصویری خواهد داشت که در ذهن این دانشجویان از فرهنگ ایرانی - اسلامی و نظام جمهوری اسلامی، در طول مدت اقامت آنها در ایران شکل می‌گیرد که در وجه مثبت آن، آنان را در مقام سفیران فرهنگی جمهوری اسلامی ایران قرار می‌دهد» (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۵).

در حال حاضر ۱۶ هزار دانشجوی غیرایرانی در ایران تحصیل می‌کنند. تعداد ۳

هزار و ۵۰۰ دانشجو در دانشگاه‌های کشور و بقیه در دانشگاه جامعه‌المصطفی و حوزه‌های علمی در علوم دانشگاهی و علوم اسلامی شاغل به تحصیلند. البته از این میان ۸۰۰ دانشجو بورس و مابقی با هزینه شخصی تحصیل می‌کنند (خبرگزاری مهر، ۱۴ تیر ۱۳۸۹). دانشجویان خارجی از کشورهای افغانستان، عراق، کشورهای آسیای میانه، کشورهای عربی، کشورهای آفریقایی و برخی دیگر از کشورهای برای تحصیل به ایران آمده‌اند. یکی از بزرگ‌ترین مراکز دانشگاهی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی است که ظرفیت بالایی برای پذیرش دانشجوی خارجی دارد و یکی از مهم‌ترین اهداف آن نیز جذب دانشجویان از کشورهای گوناگون جهان است. با این حال، در حال حاضر در مقابل هر ۸ هزار دانشجوی ایرانی این دانشگاه، حدود ۱۰۰ دانشجوی خارجی پذیرفته شده‌اند. این در حالی است که ۶۰ هزار دانشجوی ایرانی در خارج از کشور تحصیل می‌کنند (خبرگزاری دانا نیوز، ۱۰ دی ۱۳۸۸).

به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین موانع افزایش جذب دانشجویان خارجی، مراحل اداری و طولانی گذر از وزارت امور خارجه و کمبود اعتبارات در دانشگاه‌های ایران است. هر چند شورای عالی انقلاب فرهنگی به همه دانشگاه‌ها اجازه داده تا ۵ درصد از ظرفیت خود را به دانشجویان خارجی، اختصاص دهند، به دلیل موانع موجود در برخی دانشگاه‌ها این ۵ درصد، به صفر رسیده است و در برخی دیگر بسیار ناچیز است. از طرف دیگر محدودیت اعتبارات جهت جذب دانشجویان خارجی به عنوان یک مانع اساسی در افزایش تعداد آنها تلقی می‌شود. وزارت علوم هر ساله ۳ میلیارد تومان برای بورسیه دانشجویان خارجی اعتبار تخصیص می‌دهد که تنها می‌توان ۳۰۰ دانشجو را بورسیه کرد. مسئله حائز اهمیت دیگر این است که بیشترین تقاضا جهت تحصیل در حوزه علوم پزشکی، فنی و هنر است و تعداد کمی در رشته‌های علوم انسانی در ایران تحصیل می‌کنند (خبرگزاری دانا نیوز، ۱۰ دی ۱۳۸۸).

یکی دیگر از نکاتی که در جذب دانشجوی خارجی و اثرگذاری مثبت بر آنها از تصویری که از ایران در کشور خود ارائه می‌کنند، زمینه‌سازی فرهنگی مناسب برای حضور دانشجویان خارجی در میان مردم است. در حال حاضر به نظر می‌رسد مشکلات متعددی در مورد تعامل مردم با دانشجویان خارجی وجود دارد که گاه

باعث می‌شود نتیجه‌ای نامناسب به وجود آید.

راه‌کارهای پیشنهادی برای تقویت دیپلماسی عمومی ایران

تغییر شرایط نظام بین‌الملل و مطرح شدن فضای جدید برای فعالیت مؤثرتر بازیگران، این امکان را فراهم آورده است تا کشورهای گوناگون، در هر سطح از قدرت، بتوانند اثرگذار باشند. در این رابطه ایران نیز به خوبی قادر است تا با استفاده از دیپلماسی باز، مخاطبان زیادی را به خود جلب کند (افتخاری، ۱۳۸۷: ۲۵). بکارگیری اشکال نوین دیپلماسی و استفاده از امکانات جدید در فضای ارتباطاتی، بخشی از چنین دیپلماسی محسوب می‌شود.

بررسی عملکرد ایران در زمینه اعمال دیپلماسی عمومی نشان می‌دهد که این کشور، راهی طولانی برای تدوین و اجرای یک برنامه جامع در جهت گسترش دیپلماسی عمومی در پیش دارد. شاید بتوان یکی از مهم‌ترین موانع پیش‌رو را تعبیر اشتباهی دانست که در فضای سیاسی کنونی ایران رایج شده است و نوعی سردرگمی مفهومی را ایجاد کرده است. بنابراین، در مرحله اول نیاز به انجام کار پژوهشی مدون توسط اساتید و متخصصان است تا اجماع مفهومی در حد ممکن حاصل شود. از طرف دیگر نخبگان فکری و اجرایی کشور باید نسبت به اهمیت و ضرورت تقویت و کاربرد دیپلماسی عمومی اعتقاد داشته باشند که به صورت یک برنامه کاربردی در دستور کار رسمی کشور قرار گیرد و تنها به صورت نمادین تعریف نشود. به نظر می‌رسد مهم‌ترین هدف کاربرد دیپلماسی عمومی نیز برای ایران، بهبود و تقویت وجهه ایران در منطقه و جهان است که نیازمند طرحی مشخص، زمان و صرف هزینه است. از طرف دیگر توفیق این طرح در تعامل سازنده و مؤثر با جهان است. این تعامل تنها در قالب تعاملات رسمی و دولتی نیست، بلکه تعاملات بخش خصوصی، افراد، سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی را نیز در بر می‌گیرد.

بسیاری از کشورها نظیر چین تلاش می‌کنند تا به وسیله دیپلماسی عمومی، به موارد منفی‌ای که در مورد آنها رواج دارد، پاسخ گویند. در واقع در این دیپلماسی تلاش می‌شود تا با مخاطب قرار دادن شهروندان کشورهای دیگر، به انتقادات

بین‌المللی در مورد مسائل گوناگونی همچون مسائل حقوق بشر و مسائل ارضی پاسخ داده شود (Rawnsley, 2009: 283). این تجربه در دیپلماسی عمومی ایران نیز می‌تواند کاربرد داشته باشد. هر کشوری می‌تواند از مزیت‌های خود برای تقویت دیپلماسی عمومی بهره‌برد. در مورد ایران همانطور که در بخش منابع قدرت نرم ذکر شد، تمدن هزاران ساله ایرانی و ارزش‌های اسلامی و شیعی، مهم‌ترین مزیت‌های ایران در بهره‌برداری و گسترش دیپلماسی عمومی است.

مسئله با اهمیت دیگر در تدوین استراتژی دیپلماسی عمومی ایران، مسئله مخاطب‌شناسی است. مسلماً نمی‌توان یک پیام را با یک روش برای تمامی مخاطبان خارجی فرستاد. در این رابطه ضروری است توجه شود که پیامی که در داخل کشور مورد تأکید قرار می‌گیرد، لزوماً در خارج قابل فهم نیست و صرفاً ترجمه یک پیام به زبان‌های خارجی، نمی‌تواند تأثیر مورد نظر را در پی داشته باشد. در این رابطه مشخص کردن مخاطبان و برنامه‌ریزی برای برقراری ارتباط با آنها در قالب دیپلماسی عمومی، اهمیت دارد. برای مثال مخاطبان کشورهای حوزه خلیج فارس و مخاطبان در کشورهای اروپایی، دیدگاه‌هایی متفاوت دارند و یک پیام برای هر دو دسته این مخاطبان قابل درک نیست.

در مرحله دوم، تعریف ساختار مناسب برای پیشبرد برنامه‌های دیپلماسی عمومی، بهره‌گیری و تقویت قدرت نرم ضروری است. همانطور که تجربه کشورهای دیگر نشان می‌دهد، ساز و کار لازم برای تدوین و اجرای دیپلماسی عمومی، در دستگاه سیاست خارجی قرار دارد. در حالی که در ایران، نهادهای گوناگونی عهده‌دار مسئولیت‌هایی هستند که بخش‌هایی از دیپلماسی عمومی را تشکیل می‌دهد. بسیار مهم است که ساز و کار اجراکننده دیپلماسی عمومی، نهادی در ساختار وزارت خارجه باشد و نهادهای دیگر نقش مکمل را بازی کنند. در تمامی کشورهایی که امروزه در اعمال دیپلماسی مطرح هستند، نهادهایی برای مدیریت دیپلماسی عمومی در وزارت خارجه وجود دارد. از جمله در آمریکا معاونت امور عمومی و دیپلماسی عمومی عهده‌دار تمامی مسئولیت‌ها در این ارتباط است و از دیگر نهادها در وزارت دفاع، سیا و کنگره این کشور کمک می‌گیرد (احدی، ۱۳۸۷: ۱۸۶). همچنین فعالیت‌های رو به افزایش چین در زمینه دیپلماسی

عمومی، در وزارت خارجه این کشور متمرکز شده است و گروه اطلاع‌رسانی وزارت خارجه چین، فعالیت‌های مربوط به دیپلماسی عمومی این کشور را بر عهده دارد (see; Wang, 2008). در مورد کشور مالزی نیز نهاد مسئول فعالیت‌های مربوط به دیپلماسی عمومی، بخش اطلاعات و دیپلماسی عمومی وزارت خارجه این کشور است. این بخش مسئولیت دارد تا فهم بهتر و مناسب‌تر از مالزی، نهادها و سیاست‌هایش را بهبود بخشد، بر ذهنیت تصمیم‌گیرندگان در کشورهای دیگر اثرگذار باشد و وجهه مالزی را به ویژه در زمینه‌هایی نظیر سرمایه‌گذاری، تجارت و توریسم تقویت نماید.^۳

چنین نهادی نیازمند توانایی‌های خاصی است و کارمندان و دیپلمات‌های آن باید به خوبی قادر به شناخت فرهنگ کشورهای دیگر و برقراری ارتباط با مردم این کشورها شوند تا بتوانند زمینه‌های تعامل را فراهم آورند. نگاهی به فعالیت‌های برخی دیپلمات‌های خارجی در تهران، نکات قابل توجهی را در بر دارد. این دسته از دیپلمات‌ها علاقه‌مند به شرکت در محافل غیر رسمی هستند تا فرصتی برای شناخت مردم ایران و ایجاد زمینه‌هایی برای تبادل نظر بیابند. در واقع دیپلمات‌های عصر حاضر، تنها به کسب مهارت‌های مذاکره با طرف‌های رسمی خود بسنده نمی‌کنند، بلکه با شناخت مؤلفه‌های فرهنگی هر کشور، مهارت‌هایی را برای برقراری ارتباط با مخاطبان عام می‌یابند. بنابراین، ساختار تعریف شده در قالب وزارت خارجه باید بتواند فعالیت‌های دیپلماسی عمومی را سازماندهی و هدایت کند. این ساختار باید برنامه جامعی برای تدوین و پیشبرد دیپلماسی عمومی داشته باشد که موارد حائز اهمیت ایجاد زمینه برای فعالیت بخش خصوصی و افراد در عرصه‌های بین‌المللی، آموزش شهروندان در زمینه تعامل بین‌المللی، تقویت توان رسانه‌ای کشور و افزایش تبادلات دانشگاهی و تبادلات فرهنگی را در بر می‌گیرد.

۱. فعالیت بخش خصوصی و افراد در عرصه‌های بین‌المللی. ضروری به نظر می‌رسد که سازمان‌های غیردولتی و نهادهای خصوصی در عرصه‌های بین‌المللی، زمینه فعالیت بیشتری داشته باشند. در این رابطه لازم است تا برنامه‌هایی برای توانمندسازی آنها اجرا شود. در واقع بخش خصوصی دامنه وسیع‌تری از فعالیت‌های یک کشور را در قالب دیپلماسی عمومی بر عهده دارد و می‌تواند با

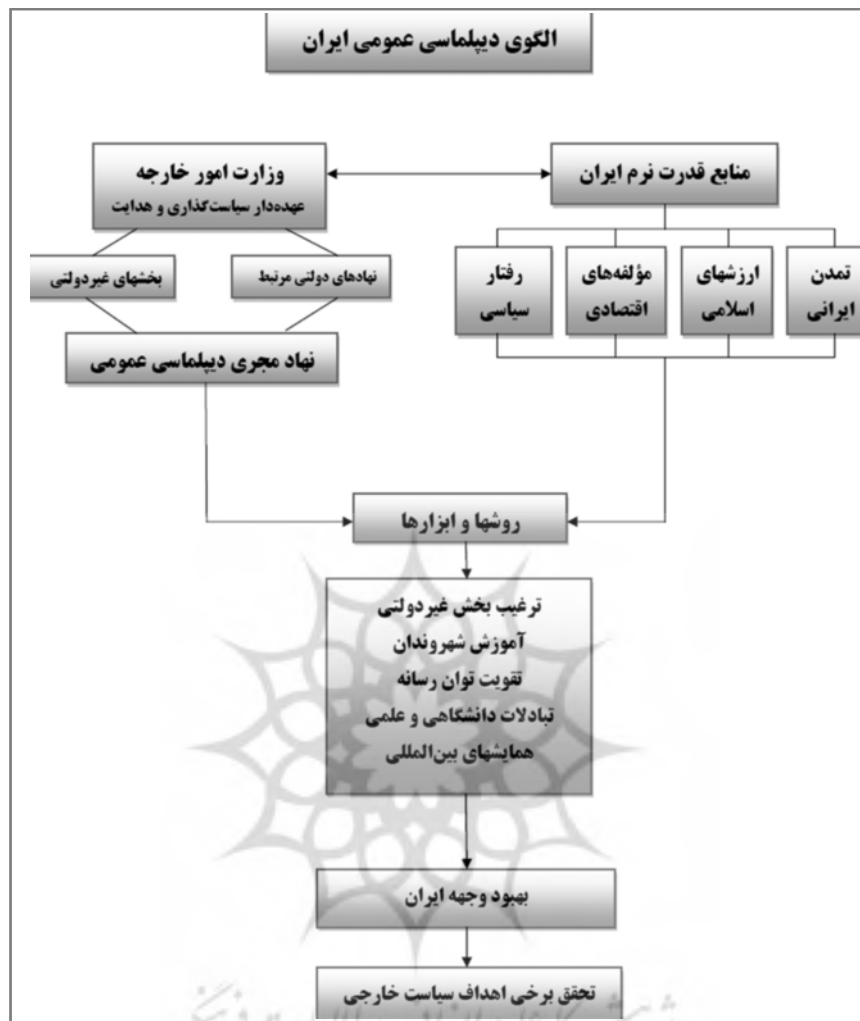
فعالیت‌های خود، تأثیر بیشتری بر مخاطب خارجی بگذارد که در این مورد نیز نوعی هماهنگی میان بخش دولتی و بخش خصوصی، ضروری است. در واقع علاوه بر دستگاه دیپلماتیک، افراد و سازمان‌های غیر دولتی نیز نقش بسیار مهمی در تقویت دیپلماسی عمومی یک کشور ایفا می‌کنند. حضور شخصیت‌های فرهنگی، ورزشی، هنری و علمی و دانشگاهی کشور در محافل گوناگون خارجی، می‌تواند زمینه‌های بهتری را برای معرفی ایران به مردم جهان فراهم کند. این امر از آنجا اهمیت بیشتری می‌یابد که تبلیغات منفی زیادی علیه ایران وجود دارد که با واقعیت ایران بسیار متفاوت است. حضور شخصیت‌های غیر رسمی از داخل ایران در محافل بین‌المللی، تا حد زیادی این تبلیغات را بی‌معنا می‌کند. در حالی که عدم حضور آنها در این محافل و نداشتن تعامل در این عرصه‌ها، راه را برای جانسین شدن ارزیابی‌های غلط از کسانی که شناختی از ایران ندارند، فراهم می‌آورد. از طرف دیگر، ضرورت دارد تا زمینه‌های مناسب‌تری برای حضور بیشتر شخصیت‌های خارجی در کشور فراهم شود تا به شناخت بهتری از ایران دست یابند.

۲. آموزش شهروندان در زمینه تعامل بین‌المللی. این نکته حائز اهمیت است که برقراری ارتباط میان ملت‌ها از ارکان دیپلماسی عمومی است بنابراین شهروندان یک کشور باید از اصول اولیه تعامل و گفتگو در سطح جهانی آگاهی داشته باشند. در این رابطه برخی کشورها تعامل با جهان و بین‌المللی شدن را ضرورت تأمین منافع خود قلمداد می‌کنند و از این رو برنامه‌هایی را برای افزایش آگاهی شهروندان در سطوح مختلف، به اجرا می‌گذارند که شامل نحوه برخورد با مردم دیگر کشورها می‌شود؛ به ویژه در کشورهایی که جاذبه گردشگری قابل توجهی دارند و گردشگران کشورهای مختلف، علاقه‌مند به مسافرت به این کشورها می‌باشند. ایران با توجه به میراث غنی فرهنگی و ابنیه‌های تاریخی و جاذبه‌های متعدد گردشگری، همواره یکی از کشورهای مورد علاقه گردشگران بوده است. در این رابطه مناسب است برنامه‌هایی برای شهروندان مناطقی که جاذبه‌های گردشگری بیشتری دارند، به اجرا گذاشته شود که بخش‌های گوناگونی همچون آموزش زبان و اصول برخورد با بازدید کنندگان خارجی را در بر گیرد. رونق گردشگری در ایران علاوه بر منافع

اقتصادی و ایجاد شغل، موجب تقویت قدرت نرم ایران نیز می‌شود.

۳. **تقویت توان رسانه‌ای.** بخش مهمی از فعالیت‌های دیپلماسی عمومی یک کشور، شامل فعالیت‌های رسانه‌ای می‌شود. در این رابطه مهم‌ترین امر حضور فعال بخش خصوصی در فعالیت‌های رسانه‌ای است که تنوع و تعدد رسانه‌ها را در پی دارد. از طرف دیگر امروزه اینترنت، بستر بسیار مناسبی برای برقراری ارتباط با مخاطبان در سراسر جهان تلقی می‌شود. در واقع اینترنت امکانی است که می‌توان فضای رسانه‌ای جهانی را به کمک آن تغییر داد (McNair, 2009: 217). در این رابطه بسیاری از کشورها تلاش می‌کنند تا با راه اندازی سایت‌هایی به زبان کشورهای مورد نظر، اطلاعات و اخبار جدیدی را در اختیار مخاطبان قرار دهند. در این رابطه توجه به فعالیت اخیر سایت‌های خبری و رسمی برخی کشورها نظیر چین و ترکیه که اطلاعات خود را به زبان فارسی در اختیار مخاطبان فارسی زبان قرار می‌دهد، حائز اهمیت است.

۴. **افزایش تبادلات دانشگاهی و تبادلات فرهنگی.** از دیگر موارد مهمی است که باید به شکلی مدون و هدفمند در ساختار دیپلماسی ایران لحاظ شود، افزایش تبادلات دانشگاهی و فرهنگی است. این اقدام به ویژه در کشورهای منطقه بیشتر باید مد نظر قرار گیرد. حضور دانشگاهیان دیگر کشورها در ایران و متقابلاً حضور دانشگاهیان ایرانی در کشورهای دیگر، زمینه بسیار مناسبی برای معرفی مناسب و درخور ایران در میان یکی از مهم‌ترین اقشار هر جامعه‌ای یعنی قشر دانشگاهی فراهم می‌آورد. تبادلات و همکاری‌های فرهنگی نیز یکی دیگر از زمینه‌های تأثیرگذار در عرصه دیپلماسی عمومی است. در این راستا توجه بیشتر به فعالیت در حوزه تمدنی ایران، از اهمیت برخوردار می‌باشد. همچنین فراهم کردن تسهیلاتی برای تبادل گروه‌های هنری و ورزشی با دیگر کشورها می‌تواند موجب معرفی بهتر کشور به بخش مهمی از جهان شود. در این رابطه تجربه قطر می‌تواند قابل توجه باشد. این کشور توانسته شعبه‌هایی از دانشگاه‌های بزرگ جهان را در کشور خود تأسیس کند که با استقبال جوانان کشورهای منطقه و از جمله ایران مواجهه شده است.



نتیجه‌گیری

نگاهی به فعالیت‌های ایران در عرصه‌های گوناگون فرهنگی، اجتماعی و حتی سیاسی، نشان می‌دهد که مجموعه‌ای از فعالیت‌ها در حال انجام است که می‌توان برخی از آنها را در چهارچوب دیپلماسی عمومی تعریف کرد. فعالیت‌های رسانه‌ای ایران و پخش برنامه‌های فرامرزی و فعالیت شبکه‌های خبری به زبان‌های عربی و انگلیسی و دیگر زبان‌ها، آموزش زبان فارسی در داخل و در خارج از کشور هر چند به صورت محدود، فعالیت‌های فرهنگی سفارت‌خانه‌های ایران در کشورهای مختلف و برخی تلاش‌ها برای جذب دانشجویان خارجی در ایران همگی

بخش‌هایی از فعالیت‌هایی هستند که در چهارچوب دیپلماسی عمومی تعریف می‌شوند. با این حال به نظر می‌رسد این فعالیت‌ها به صورتی پراکنده و جزیره‌ای انجام می‌شود. سازمان‌ها و بخش‌های گوناگون دولتی رأساً و بنا بر تعاریف درون سازمانی خود، برخی از این اقدامات را انجام می‌دهند. در این رابطه به ویژه برنامه جامعی وجود ندارد و اهداف مشخص و کلان برای آن تعریف نشده است. مسلماً هر سیاستی نیاز به یک استراتژی کلان دارد که در آن بر مبنای توانایی‌ها، اهداف و روند مشخصی تعریف شود. تبادلات فرهنگی پراکنده و یا آموزش زبان فارسی بر مبنای برخی فعالیت‌های جانبی وزارت‌خانه‌ها و سازمان‌های دولتی، بدون اینکه مشخص باشد در نظر است چه دستاوردی را در پی داشته باشد، نمی‌تواند در راستای تأمین منافع ملی کشور باشد. از این رو در درجه اول ضرورت دارد تا دستور کار مشخص و مدونی برای دیپلماسی عمومی ایران در نظر گرفته شود.

در این رابطه همانطور که مطرح شد، ایران نیازمند استراتژی منسجمی است تا بتواند دیپلماسی عمومی را به ابزاری تأثیرگذار تبدیل کند؛ ابزاری که می‌تواند به خوبی در اختیار دستگاه سیاست خارجی قرار گیرد. در این استراتژی نهاد یا سازمانی که عهده‌دار سیاست‌گذاری و هدایت دیپلماسی عمومی است، بسیار اهمیت دارد. در این رابطه تجربه سایر کشورها نشان داده نهادی که در قالب ساختار وزارت خارجه باشد قادر خواهد بود استراتژی و برنامه مدون دیپلماسی عمومی ایران را اجرا کند. ماهیت فعالیت‌های وزارت خارجه که در تعامل گسترده با عرصه بین‌المللی قرار دارد، باعث می‌شود این نهاد بیش از هر نهاد و سازمان دیگری این امکان را پیدا کند تا مؤلفه‌های قدرت نرم را در قالب برنامه‌های دیپلماسی عمومی کشور به کار بندد. مسلماً اجرای دیپلماسی عمومی در این نهاد، خود نیازمند الزاماتی است که مهم‌ترین آن کسب مهارت‌های جدید توسط دیپلمات‌هاست. نهاد دیپلماسی عمومی در این رابطه می‌تواند در درجه اول، شناخت بهتر و بیش از پیش از سایر کشورها و افکار عمومی خارجی را به شکلی منسجم فراهم آورد که خود در ترسیم و اجرای سیاست‌های آینده بسیار ضروری است. این مهم از آنجا اهمیت می‌یابد که بپذیریم مردم کشورهای دیگر بر مبنای عملکردها و رفتارهای دیگر، کشورها به ارزیابی آنها می‌پردازند و مسلماً نظرات

آنها در روند تصمیم‌گیری‌های کشورشان مؤثر است. بنابراین تقویت نهاد دیپلماسی عمومی در وزارت خارجه می‌تواند در جذب افکار عمومی کشورهای دیگر و ارائه تصویری مثبت از کشور به آنها بسیار مؤثر باشد. چنین عملکردی بهترین وسیله برای مقابله با ترفندهای تبلیغاتی کشورهای رقیب خواهد بود. در صورت وجود یک نهاد منسجم و یک برنامه مشخص، امکان تعامل و گفتگو با جهان و معرفی شاخص‌های قابل قبول اقتصادی و دستاوردهای علمی کشوری، به شکل تأثیرگذارتری میسر خواهد شد. چنین نهادی باید قادر باشد مخاطبان خود و ابزارهای تأثیرگذار بر آنها را مشخص سازد و بر مبنای آن به تقویت برخی عناصر فرهنگی، باورها و ارزش‌ها پردازد که در بسته‌بندی مناسبی به مخاطب خارجی ارائه شود.*



یادداشت‌ها

1. Novruz, Nowrouz, Nooruz, Navruz, Nauroz, Nevruz: Inscribed in 2009 on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity, <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?RL=00282>.
۲. نگاه کنید به آدرس اینترنتی: [/http://www.icro.ir](http://www.icro.ir)
۳. نگاه کنید به سایت وزارت امور خارجه مالزی بخش دیپلماسی عمومی به این آدرس: http://www.kln.gov.my/web/guest/dd_information-and-public-diplomacy



منابع

الف - فارسی

- آشنا، حسام الدین و نادر جعفری هفت خوانی. ۱۳۸۶. دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی: پیوندها و اهداف، *دو فصلنامه دانش سیاسی*، شماره ۵.
- آشوری، داریوش. ۱۳۵۴. *فرهنگ سیاسی*. تهران: انتشارات مروارید.
- احدی، افسانه. ۱۳۸۷. دیپلماسی عمومی آمریکا، *پژوهشنامه «سیاست خارجی آمریکا»* تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- اساسنامه سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، *سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی*.
- http://www.icro.ir/index.aspx?pageid=6120 (دسترسی ۲۱ آبان ۱۳۸۸).
- افتخاری، اصغر. ۱۳۸۷. دیپلماسی نوین؛ رویکردی ایرانی، در کتاب *دیپلماسی عمومی نوین: کاربرد قدرت نرم در روابط بین‌الملل*، تهران: دانشگاه امام صادق (ع) و دبیرخانه همایش عملیات روانی.
- داداندیش، پروین. ۱۳۸۶. ژئوپلیتیک شیعه، *همشهری دیپلماتیک*، شماره نوزدهم.
- دهشیری، محمدرضا. ۱۳۸۷. جایگاه قدرت نرم در انقلاب اسلامی ایران، *فصلنامه حضور*، شماره ۵۷.
- شورای عالی انقلاب فرهنگی. ۱۳۸۵. مصوب پانصد و هفتاد و هشتمین جلسه مورخ ۱۳۸۴/۱۲/۰۲، ساماندهی فعالیت‌های فرهنگی - اجتماعی و فوق برنامه دانشجویان خارجی، ۱۴ فروردین.
- http://www.iranculture.org/provs/view.php?id=1553. (دسترسی ۵ آبان ۱۳۸۸).
- گلشن پژوه، محمدرضا. ۱۳۸۹. آسیب شناسی منابع و ابزارهای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، در *مجموعه مقالات دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
- محمدی، سعید. ۱۳۸۷. نگاهی به فعالیت‌های فرهنگی ایران در روسیه، *پایگاه روابط فرهنگی بین‌الملل*، ۲۲ مرداد.
- http://knowledgebase.icro.ir/?c=documentShow&DocumentId=19407&t=4 (دسترسی ۱۰ مهر ۱۳۸۸).

- ملکی، عباس. ۱۳۸۷. مفاهیم جدید در دیپلماسی فرهنگی، سایت دیپلماسی ایرانی، ۵ آبان.
- هادیان، ناصر و افسانه احدی. ۱۳۸۸. جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی، فصلنامه روابط خارجی، سال اول، شماره سوم.

ب - لاتین

- Cummings, Milton C. 2003. **Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey**, Washington, D.C: Center for Arts and Culture.
- Henrikson, Alan K. 2006. **What Can Public Diplomacy Achieve?** http://www.clingendael.nl/publications/2006/20060900_cdsp_paper_dip_c.pdf (accessed february 3, 2009).
- McClellan, Michael. 2004. Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy, Presented 14 October in Vienna Diplomatic Academy. <http://www.publicdiplomacy.org/45.htm#head09> (accessed April 9, 2009).
- McNair, Brian. 2009. The internet and the changing global media environment, **The Routledge Handbook of Internet Politics**, Edited by Andrew Chadwick and Philip N. Howard, New York and London: Routledge.
- Melissen, Jan. 2007. **The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relation**, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Nye, Joseph S. 2004. **Soft Power: the Means to Success in World Politics**, New York: Public Affairs.
- Rawnsley, Gary D. 2009. China Talks Back: Public Diplomacy and Soft Power for the Chinese Century, **The Routledge Handbook of Public Diplomacy**, Edited by Nancy Snow and Philip M. Taylor, New York and London: Routledge.
- Riordan, Shaun. 2004. **Dialogue-based Public Diplomacy: A new Foreign Policy Paradigm?** Den Haag: Netherlands Institute of International Relations, Clingendael.
- Ross, Christopher. 2002. Public Diplomacy Comes of Age, **The Washington Quarterly**, No. 25.
- Sharp, Paul. 2005. Revolutionary States, Outlaw Regimes and the Techniques of Public Diplomacy, **The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations**, Edited by Jan Melissen, Hampshire: Palgrave.
- Sheaffer, Tamir and Itay Gabay. 2009. The Media and Public Diplomacy: A Strategic Contest over international Agenda Building and Frame Building,

Political Communication, Volume 26, Issue 4.

- Wang, Yiwei. 2008. Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power, **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616, No. 1.
- Wolf, Charles and Brian Rosen. 2004. Public Diplomacy: How to Think about and Improve It, **the RAND**. www.rand.org/pubs/occasional_papers/2004/RAND_OP134.pdf (accessed August 15, 2007).

