

دیپلماسی عمومی و قدرت نرم با تاکید بر قدرت نرم ایران در عراق

حسین رفیع^۱

استادیار علوم سیاسی دانشگاه مازندران

ملیحه نیکروش

دانش آموخته کارشناسی ارشد علوم سیاسی دانشگاه مازندران

(تاریخ دریافت ۹۲/۳/۴ - تاریخ تصویب ۹۲/۶/۲۵)

چکیده

قدرت نرم به مثابه یکی از ارکان سیاست بین الملل در عصر حاضر، جایگاه رفیعی یافته است، به گونه ای که سیاستمداران برای دست یابی به آن تلاش زیادی دارند. علت این امر را می توان در کارآمدی و موفقیت قدرت نرم نسبت به اشکال کلاسیک قدرت (قدرت سخت و برهنه) جست و جو کرد. جمهوری اسلامی ایران نیز همانند سایر واحدهای سیاسی، نیازمند بازشناسی، تقویت و کاربست قدرت نرم است تا به این وسیله توان قدرت ملی خویش را ارتقاء بخشد. یکی از کشورهایی که ایران در آن دارای منابع متنوع قدرت نرم است، عراق است. بررسی روابط دو جانبه ایران و عراق، تاریخ سیاسی و فرهنگ مشترک میان دو کشور نشان می دهد که ایران از منابع سیاسی، فرهنگی- مذهبی و دیپلماسی فعال در عراق برخوردار

Email: h.rafi@umz.ac.ir

۱. نویسنده مسئول

است و این منابع، ضریب نفوذ و قدرت نرم ایران را در کشور عراق جدید افزایش داده است. این مقاله در صدد است تا با توجه به زمینه های موجود و تقویت این زمینه ها پس از سقوط رژیم بعث، دیپلماسی عمومی را به مثابه یکی از ارکان قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عراق واکاوی کند. در این راستا، با عنایت به داده های نظری، منابع عمده قدرت نرم ایران در عراق و اثر بخشی آنها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: قدرت نرم، جمهوری اسلامی ایران، دیپلماسی عمومی، عراق، دیپلماسی علمی، دیپلماسی فرهنگی.

Archive of SID

مقدمه

قدرت نرم امروزه به یکی از مطلوبیت های نظام های سیاسی در عرصه روابط بین الملل تبدیل شده است و بازیگران محیط بین المللی خواهان آن هستند که با بهره گیری از چهره نرم افزایش قدرت در مناسبات خویش، میزان اعتبار و نفوذ خویش را ارتقاء بخشند. بهره برداری از قدرت نرم، آنان را قادر می سازد از تلفات مالی و جانی ناشی از کاربست قدرت سخت دوری جویند و به این طریق، اذهان و افکار عمومی بین المللی را با خویش همراه سازند. کشورهایی که از مولفه های نرم افزایش قدرت بیشتری برخوردار باشند امکان تاثیرگذاری بیشتری در روابط دو یا چندجانبه دارند. جمهوری اسلامی ایران نیز با توجه به تحول کارکردی قدرت، و با توجه به داشتن برخی مولفه های سیاسی-دیپلماتیک، فرهنگی-مذهبی و تاریخی در کشورهای منطقه و در محیط راهبردی خویش، نیازمند بازتولید و تقویت مولفه های قدرت نرم خویش است و یکی از منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام و کشورهای منطقه خاورمیانه، دیپلماسی عمومی است.

یکی از کشورهایی که در محیط راهبردی جمهوری اسلامی ایران قرار گرفته و برای ایران حائز اهمیت است، عراق جدید است. از این رو، شناسایی و تقویت مولفه های قدرت نرم در این کشور می تواند در عرصه سیاست گذاری ها مفید باشد. بررسی روابط دو جانبه ایران و عراق، تاریخ سیاسی و فرهنگ مشترک میان دو کشور نشان می دهد که ایران از منابع سیاسی، فرهنگی-مذهبی و دیپلماسی فعال در عراق برخوردار است و این منابع، ضریب نفوذ و قدرت نرم ایران را در کشور عراق جدید افزایش داده است. این مقاله می کوشد با بکارگیری از روش توصیفی-تحلیلی، به این سوال پاسخ گوید که با عنایت به زمینه های موجود، منابع عمده قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عراق کدامند؟ در پاسخ به پرسش مذکور، این فرضیه مورد بررسی قرار گرفته است که با عنایت به پیوندهای جغرافیایی و تاریخی، در کنار اشتراکات فرهنگی و مذهبی،

زمینه های شکل گیری منابع عمده قدرت نرم ایران در عراق در قالب دیپلماسی علمی، اقدامات فرهنگی و رسانه ای، توریسم مذهبی و بهره گیری از مهاجرین به عنوان سفیران فرهنگی فراهم شده است.

الف) داده های نظری و مفهومی:

قدرت نرم

با نگاهی اجمالی و مذاقه در باب تعاریف ارائه شده از قدرت، می توان تغییر پارادایم قدرت از جنبه سخت افزاری را به جنبه نرم افزاری مشاهده کرد. (مهدوی و باب اناری، ۱۳۹۰: ۱۷۰) به عبارت دیگر، واقعیت های کنونی نشان دهنده آن است که تأکید صرف بر قدرت سخت در قدرت افکنی، موفقیت پایداری را دربر ندارد. به اعتقاد بسیاری از اندیشمندان، قوی ترین کشورها همواره قوی ترین باقی نخواهند ماند، مگر آنکه قدرت خود را به حق تبدیل کنند. ترجمان این گفته، تبدیل قدرت سخت به قدرت نرم است. (عسگری، ۱۳۹۰: ۵۲) قدرت نرم را می توان تهدیدی دانست که باعث دگرگونی در هویت فرهنگی و الگوهای رفتاری مورد قبول یک نظام سیاسی می گردد، (بلیک و گلشن پژوه، ۱۳۸۹: ۱۲۵) بنابراین در طول تاریخ با تغییر هویت ابزارهای قدرت، چهره های قدرت به طبع آن تغییر یافته است. تافلر در کتاب «جایجایی قدرت» این تغییرات را در سه موج کشاورزی، صنعتی و اطلاعات و ارتباطات معرفی می کند و معتقد است که هر یک به مقیاس وسیعی باعث محو فرهنگ ها یا تمدن های پیشین شده است. (بابایی طلائی، ۱۳۸۷: ۸۷-۸۶) ریشه های نظری بحث قدرت نرم را می توان در دو نظریه «هژمونی یا سیطره» گرامشی و «چهره سوم قدرت» استیون لوکس جست و جو کرد. استیون لوکس در نظریه قدرت خود با الهام از مطالب گرامشی و لوکس تصریح می کند که در چهره سوم قدرت، قدرت بر فرد یا گروه اعمال می شود بی آنکه در مورد این اعمال قدرت آگاهی وجود داشته باشد و این کار از راه ایجاد

تغییراتی در بستر اعمال قدرت به وجود می آید.

به عبارتی، فردی که بر او اعمال قدرت می شود، به دلیل آگاهی نداشتن از آنچه در بستر اعمال قدرت رخ می دهد، گاه تصور می کند خود او اعمال قدرت می کند. به عبارتی دیگر، جایگاه ابژه و سوژه قدرت عوض می شود. در سیطره، گاه فرد از اعمال قدرت هم با خبر است اما به دلیل رضایت، در برابر آن مقاومت نمی کند، اما در چهره سوم قدرت، فرد یا گروهی که بر او اعمال قدرت می شود، در زمین حریف و مطابق با قواعد او بازی می کند، بی آنکه از آن آگاهی داشته باشد. (قهرمانپور، ۱۳۸۹: ۱۵۱-۱۵۰)

در اغلب منابع علمی اخیر، پیدایش قدرت نرم را از نظر مفهومی و طبقه بندی علمی، به آثار «جوزف نای» نسبت می دهند اما به نظر می رسد که بسیار پیش تر از آن که او اصطلاح قدرت نرم را ابداع نماید، برتراند راسل در کتاب «قدرت»، ماهیت این قدرت را به تفصیل مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است. (ساعد، ۱۳۹۰: ۱۶۴) درست است که نخستین بار جوزف نای، در سال ۱۹۹۰ در مقاله ای در نشریه «آتلانتیک» مفهوم قدرت نرم را به شکل نظریه مطرح کرد و در آثار متعدد بعدی به تفصیل آن را مورد بررسی و پردازش قرار داد اما این ابتکار، بیشتر ناظر بر این اصطلاح و شفاف سازی تاکتیک ها و فنون دست یابی به آن در پرتو وضعیت معاصر، آن هم با تکیه بر وضعیت راهبرد آمریکا است. (ساعد، ۱۳۹۰: ۱۶۴) قدرت نرم، امپریالیسم فرهنگی و به تعبیر گرامشی، «هژمونی فرهنگی» سه مفهوم نزدیک و دارای حوزه معنایی کم و بیش مشترکی هستند. آنچه از محتوای کلمات اندیشمندان در توضیح واژه قدرت نرم بر می آید این است که قدرت نرم، محصول و برآیند تصویرسازی مثبت، ارائه چهره موجه از خود، کسب اعتبار در افکار عمومی داخلی و خارجی، قدرت تأثیرگذاری غیرمستقیم توأم با رضایت بردیگران، اراده دیگران را تابع اراده خویش ساختن و مؤلفه هایی از این سنخ است. این قدرت معمولاً در مقابل قدرت نظامی و تسلیحاتی و در مواردی قدرت اقتصادی و به عبارتی قدرت سخت و خشن به کار می رود. (شعبانی و هندیانی، ۱۳۸۷: ۲۹۲)

قدرت نرم، رفتار همراه با جذابیتی است که قابل رویت اما غیر محسوس است (حسینی، ۱۳۸۷: ۳۵۶) و ارتباط تنگاتنگی با قدرت های بی شکل نظیر فرهنگ، ایدئولوژی و غیره دارد. (نای، ۱۳۸۳: ۲۴-۲۱) به تعبیری، قدرت نرم توانایی تعیین اولویت ها است، به گونه ای که با دارایی های ناملموس مثل داشتن جذابیت های فرهنگی، شخصیتی و ارزش های نهادی و سیاسی، مرتبط و همسو باشد یا اینکه سیاست های قابل قبول و دارای اعتبار معنوی را پدید آورد. (ایزدی، ۱۳۸۷: ۱۲) در واقع، هسته بنیادین مفهوم قدرت سوای جنبه های گوناگون آن، به کارگیری منابع در راستای تحقق نتایج مطلوب با عطف به راهبرد مناسب است. برای مثال، قدرت فرماندهی و اسطوره های شکست ناپذیری در کنار اقتصاد قوی و کارآمد می تواند منبعی مهم برای جذابیت در انظار و افکار عمومی به شمار آید. (مهدوی و نادری، ۱۳۹۰: ۱۷۱-۱۷۰) در چنین وضعیتی، بازیگر هدف نسبت به قدرت عامل، رویکرد ایجابی اتخاذ نموده و به حمایت از آن در مقابل ساخت های متصلبی که مقاومت و یا مخالفت می نمایند، اقدام می نماید. (افتخاری ۱، ۱۳۸۹: ۲۰) بنابراین، قدرت نرم که بر اقتناع و جذابیت استوار است، به شکل پذیرش تجلی می یابد (افتخاری ۲، ۱۳۸۹: ۴۷) و البته، قدرت جذب کردن و پذیرش نمی تواند بدون توانایی نفوذ تحقق یابد و امکان پذیر گردد.

در نقطه مقابل، راهبردهای معطوف به قدرت نرم در راستای نیل به راه حل های مشترک بر ارزش های سیاسی مشترک، ابزارهای مسالمت آمیز جهت مدیریت مناقشه ها و همکاری اقتصادی تأکید دارند. (رشاد، ۱۳۹۰: ۱۶-۱۵) بر این پایه، یک کشور می تواند به مقاصد مورد نظر خود در سیاست جهانی نیل آید، چون کشورهای دیگر، ارزش های آن را می پذیرند و از آن تبعیت می کنند و به نوعی تحت تأثیر پیشرفت و آزاد اندیشی آن قرار می گیرند و در نتیجه خواهان پیروی از آن می گردند.

(Nye, 2004:p.5-8)

دیپلماسی عمومی

جذابیت یک کشور به طور معمول قدرت نرم خوانده می شود که به صورت بالقوه وجود دارد اما امروزه کشورها تلاش دارند تا با به کار بردن ساز و کارهایی آن را تقویت کنند. یکی از ابزارهای دیپلماتیک که امروزه دیپلماسی عمومی خوانده می شود در واقع ابزار یا مکانسمی برای اعمال قدرت نرم در عرصه عمل است. (بختیاری، ۱۳۹۰: ۱۴۷) با پذیرش این امر که «توانایی رخنه در جوامع خارجی با استفاده از وسایل سیاسی و شبه نظامی» (هالستی، ۱۳۷۳: ۴۲۴)، یکی از بایسته های عصر حاضر در روابط بین الملل محسوب می شود، می توان بر دیدگاه های جوزف نای مبنی بر بازی آفرینی دیپلماسی عمومی در باز تولید، تولید و افزایش قدرت نرم صحنه گذارد. دیپلماسی عمومی دارای سه جنبه است؛ بعد اول عبارت از ارتباطات روزانه است که چارچوب و زمینه تصمیم سازی سیاست داخلی و خارجی را تبیین می کند. دولت ها باید بر تأثیر اقدامات خویش و آثار این اقدامات بر وجهه بین المللی کشور خود واقف باشند. دومین جنبه دیپلماسی، ارتباطات راهبردی است که شباهت زیادی به مبارزات سیاسی و تبلیغی دارد. در این مبارزات رویدادها و ارتباطات نمادین به منظور پیشبرد سیاست های دولت ها طرح ریزی می شوند. سومین بعد دیپلماسی عمومی، گسترش روابط پایدار با افراد کلیدی از راه اعطای بورس تحصیلی، تبادلات فرهنگی و دانشگاهی، آموزش، برگزاری همایش ها و دسترسی به مجاری ارتباطی است.

از نظر جوزف نای، اهمیت مبادله های فرهنگی و علمی آمریکا به این دلیل است که بسیاری از رهبران مهم جهان را آموزش می دهد. وی دیپلماسی عمومی را یک خیابان دو طرف می داند که متضمن گوش دادن و در عین حال سخن گفتن است. بنابراین کارایی قدرت نرم به این نکته بستگی دارد که دیگران چگونه پیام های ما را می شنوند و بر همین اساس باید پیام ها را تنظیم نمائیم. موضوع اساسی در این زمینه، شناخت مخاطبین مورد نظر است، چون همه اطلاعات از صافی های فرهنگی عبور

می‌کنند و از این رو مخاطبین به ندرت به سخنان پیچیده گوش فرا می‌دهند و تأثیر اقدامات، بسیار بیشتر از گفته‌ها است. (عسکری، ۱۳۸۹: ۷۱-۷۰)

دیپلماسی عمومی، رهبران سایر کشورها را همسو با سیاست‌های کشور میزبان می‌سازد و رفتاری حمایت‌گرانه و پشتیبانی‌ساز را به همراه خواهد داشت و به همین دلیل است که «هانس تاچ» در خصوص دیپلماسی عمومی به مثابه یکی از منابع قدرت نرم می‌گوید؛

«دیپلماسی عمومی یک سلسله تلاش‌های عمومی و رسمی دولت برای شکل‌دهی محیط ارتباطات در خارج است به گونه‌ای که سیاست خارجی قابلیت اجرا بیابد و میزان ناآگاهی‌ها و شناخت‌های نادرست از روابط پیچیده میان کشورها کاهش یابد.» (محمدی، ۱۳۸۹: ۳۷)

از منظری دیگر می‌توان بیان کرد که تغییر شرایط بین‌المللی و مطرح شدن مؤلفه‌های جدید باعث شده است تا کشورها برای پیشبرد هر چه بهتر منافع ملی خود، ابزارها و سیاست‌های جدیدی را تعریف و به کار برند. در واقع انقلاب ارتباطات و گسترش وسایل ارتباط جمعی از یک طرف و فعال شدن بازیگران غیردولتی مانند سازمان‌های غیردولتی و شرکت‌ها، منجر به نقش یافتن بیش از پیش افراد شده است. به گونه‌ای که امروزه افکار عمومی یکی از ارکان مهم در تصمیم‌گیری‌های کشورها در حوزه‌های گوناگون محسوب می‌شود. بنابراین کشورها نمی‌توانند همچون گذشته تنها بر تبادلات بین‌دولتی خود در قالب دیپلماسی سنتی تکیه کنند. این امر موجب شده است تا در بسیاری از کشورها ساز و کار جدیدی برای دستگاه دیپلماسی تعریف شود که «دیپلماسی عمومی» خوانده می‌شود. در این دیپلماسی که بخش دولتی و بخش خصوصی همراه با یکدیگر عمل می‌کنند، تلاش عمده سیاستگذار ارتباط با مخاطب عام و افکار عمومی است تا بتواند پیام مورد نظر خود را منتقل کند.

دیپلماسی در معنای سنتی آن اساساً شامل تعاملاتی است که بین حکومت‌ها و

دولت‌ها جریان می‌یابد، یا به تعبیر «مک کلنن»، دیپلماسی سنتی «دیپلماسی کشور به کشور» است که طی آن تلاش‌های مقامات رسمی یک کشور برای نفوذ بر مقامات رسمی کشوری دیگر برای اتخاذ مواضعی خاص متمرکز است. در حالی که همان‌طور که «گولین» می‌گوید: دیپلماسی عمومی ارتباطات معطوف به منافع ملی یک کشور از طریق ارتباط با مردم خارج از مرزهای جغرافیایی است. با این تعریف، مسائلی از قبیل اعزام دانشجویان به خارج، پذیرش بورس‌های تحصیلی، خبرنگاران اعزامی، فرآیند ارتباط میان فرهنگی، برگزاری انواع جشنواره‌های هنری، همایش‌ها و سمینارهای فرهنگی و پخش برنامه‌های صوتی و تصویری و حتی ایجاد سایت‌های اینترنتی، همه و همه در حوزه دیپلماسی عمومی قابل بحث می‌باشد. (احدی، ۱۳۸۸: ۲۵۰)

دیپلماسی عمومی، در واقع مجموعه‌ای از سازوکارهاست که به واسطه آن، سیاست خارجی یک کشور برای عامه مردم آشکار می‌شود؛ یعنی مردم هدف اصلی هستند و باید اطلاعات را به آن‌ها منتقل کرد. دیپلماسی عمومی، معطوف به مخاطبان خارجی است و هسته اصلی دیپلماسی آن، ارتباط هدایت شده با افراد خارجی به منظور تأثیر گذاشتن بر افکار آن‌ها و سرانجام بر دولت‌های آنهاست. (پورحسین، ۱۳۹۰: ۱۴۱)

بنابراین، هدف نهایی در دیپلماسی عمومی، اثرگذاری بر اذهان مردم دیگر کشورها از طریق بهره‌مندی از روش‌های ارتباط جمعی و به معنای مدیریت کردن ارتباطات خارجی برای ایجاد تصویر مثبت از کشور است؛ به گونه‌ای که موفقیت‌های خود را در میان دیگر جوامع شایع سازد، شکست‌های احتمالی را کوچک جلوه دهد و تغییرات در حکومت و جامعه را برای دیگران توضیح دهد تا دولت‌ها و ملت‌های دیگر، تمایل مثبتی نسبت به کشور به کاربرنده دیپلماسی عمومی در ذهن خود احساس نمایند. (پوراحمدی، ۱۳۸۹: ۱۶۳) دیپلماسی عمومی در عصر اطلاعات جایگاهی ویژه در جهان سیاست برای خود باز کرده است. از نظر نای، دیپلماسی عمومی یعنی تلاش برای ارتباط با عموم مردم و نه تنها حکومت‌ها. بنابراین، هنگامی که دیپلماسی عمومی

تأثیر گذار باشد، می تواند به شکل گیری قدرت نرم بینجامد.

به بیان دیگر، اگر دیپلماسی عمومی چه از طریق مبادلات فرهنگی و چه از طرق دیگر بتواند در بین دیگر ملل جهان جذابیت ایجاد کند، می تواند در شکل گیری قدرت نرم در درون کشور مبدأ بسیار مؤثر باشد. (Nye, 2003: 62) نای بارها در مصاحبه‌ها، گزارش‌ها و مقالات خود، دیپلماسی عمومی را یکی از مهم ترین جنبه های قدرت نرم معرفی می کند. (بیکی، ۱۳۸۹: ۶۲) مقایسه مؤلفه های اساسی دیپلماسی عمومی با دیپلماسی سنتی و رسمی بیانگر سه محور اساسی زیر است:

اولاً؛ دیپلماسی عمومی آشکار و علنی است، در حالی که دیپلماسی رسمی و سنتی، پنهان و غیر علنی است. **ثانیاً؛** مخاطبان دیپلماسی عمومی، گروه های هدف خاص و یا عموم مردم جامعه در دل یک ملت دیگرند، در حالی که در دیپلماسی رسمی، مخاطبان دولت ها هستند. **ثالثاً؛** موضوعات دیپلماسی عمومی به رفتار و تمایلات عموم مردم در دیگر کشورها مربوط می شود، در حالی که دیپلماسی سنتی با رفتار و سیاست های دولت ها سروکار دارد. (آشنا و جعفری هفت خوانی، ۱۳۸۶: ۱۸۴) با مروری بر ادبیات دیپلماسی عمومی و نیم نگاهی به نهاد ها و روش هایی که برای پیگیری این منظور به کار می رود، می توان دو راهبرد یا روش عمده را درباره دیپلماسی عمومی شناسایی کرد که معمولاً دو سطح متفاوت از مخاطبان را هدف می گیرد: راهبرد آموزشی و راهبرد رسانه ای.

راهبرد آموزشی (دیپلماسی فرهنگی)

مهم ترین گروه هدف در این بعد از دیپلماسی عمومی، نخبگان کشورهای دیگر هستند، چرا که با تأثیر بر آن ها می توان امیدوار بود که آن ها خود به اشاعه گران و ترویج کنندگان مقاصد کشور مبدأ تبدیل شوند. از دید بسیاری از تحلیل گران سیاست خارجی، مهم ترین مراکز فکر ساز برای بخش های راهبردی و کاربردی در سیاست

خارجی، مراکز علمی تصمیم ساز هستند که حتی الویت ها را به دولت ها و سیستم های سیاسی تحمیل می کنند. فرهنگ نخبگانی تشنه «دانش و اطلاعات» است. از این رو، در دیپلماسی عمومی، مخاطبان فرهیخته بیشتر با برنامه های مبادله های علمی - دانشگاهی و فرهنگی - هنری هدف قرار می گیرند. مبادله های آموزشی، پذیرش و پذیرایی از نخبگان کشورهای دیگر از دیرباز در شمار سرمایه گذاری های پر سود سیاست خارجی قرار داشته است. راهبرد آموزشی که گاه «دیپلماسی فرهنگی» نیز خوانده می شود، به برقراری، توسعه و پیگیری روابط با نخبگان کشورهای خارجی از طریق فرهنگ، هنر و آموزش مرتبط است؛ فرآیندی مؤثر که در آن فرهنگ یک ملت - از طریق تبادل دانش، ایده، اطلاعات، هنر و... به منظور تقویت تفاهم متقابل به جهان بیرون عرضه می شود. (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: ۱۴)

دیپلماسی فرهنگی فرآیندی هدفمند بوده و برای تحقق و دستیابی به اهداف تعریف شده ای تدوین و اجرا می شود و در عین حال، از روابط و تبلیغات فرهنگی متمایز می شود. چون بر خلاف تبلیغات، هدف دیپلماسی فرهنگی تعامل و درآمیختن با مخاطبان است نه القاء پیام های غیر واقعی و تحریف شده. همچنین در دیپلماسی فرهنگی بر روابط متقابل پایدار و پایا و دراز مدت تأکید می گردد تا مبارزه سیاسی کوتاه مدت و زود گذر. (دهقانی فیروز آبادی و فیروزی، ۱۳۹۱: ۷۹) این بعد دیپلماسی، شامل برنامه مبادله شهروندان جهت دوره های آموزشی، مطالعاتی، فرهنگی، علمی، هنری، ورزشی و آموزش زبان، برگزاری نمایشگاه، جشنواره های موسیقی، فیلم و غیره می شود و کشورهای مختلف روی آن سرمایه گذاری زیادی کرده اند. پنج کشور آمریکا، فرانسه، انگلیس، آلمان و ژاپن در این زمینه پیشگام هستند. (سجادپور و وحیدی، ۱۳۹۰: ۸۴)

به باور بسیاری از نظریه پردازان روابط بین الملل، دیپلماسی فرهنگی نمونه بارز و اعلاای اعمال قدرت نرم است که به کشورها این امکان و توان را می دهد که در طرف مقابل نفوذ کنند و او را از طریق عناصری چون فرهنگ، ارزش و ایده ها ترغیب به

همکاری کنند. (خانی، ۱۳۸۴: ۱۳۷) همچنین از آنجا که دیپلماسی فرهنگی نه تنها موافقان، بلکه مخالفان خود را نیز هدف قرار می دهد، می تواند بیشتر روی کشورهای عملی شود که تصویر منفی تری از کشور مبدأ دارند. «جوزف نای» در این باره می نویسد: «اغلب رهبران چینی، پسر یا دختری دارند که تحصیل کرده آمریکاست و می تواند تصویری واقعی از ایالات متحده به نمایش بگذارد که اغلب با کاریکاتورهایی که در تبلیغات مقامات چینی تصویر می شود، مغایرت دارد.» (نای، ۱۳۸۷: ۵۵-۵۴)

دیپلماسی فرهنگی در واقع تأمین منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی است نفوذ و اثرگذاری، دو هدف اصلی دیپلماسی فرهنگی است. پیشبرد منافع ملی با بکارگیری ابزار فرهنگی ممکن است نتواند جایگزین سایر ابزارها همانند ابزارهای سیاسی، اقتصادی، نظامی و... بشود اما می تواند مکمل آن ها باشد. امروزه حتی قوی ترین کشورها نیز ترجیح می دهند تا آنجایی که ممکن است از شیوه های فرهنگی برای تأمین منافع خود استفاده نمایند تا سایر اهرم ها. (نیک آئین، ۱۳۸۸: ۳۹۰) بر خلاف این حقیقت که بازگشت سود آن به زمان زیادی نیاز خواهد داشت و در بهترین حالت نیز اندازه گیری میزان آن مشکل خواهد بود. (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: ۱۵)

راهبرد رسانه ای (دیپلماسی رسانه ای)

توسعه و تحول بی سابقه فناوری های رایانه ای، ماهواره ای، اینترنت و ارتباطات از راه دور در اثر انقلاب ارتباطات و انفجار اطلاعات در جامعه اطلاعاتی منجر به شکل گیری نوع نوینی از دیپلماسی شده است. این دیپلماسی نوین را دیپلماسی الکترونیک، دیجیتال، مجازی و رسانه ای نامیده اند. اما با توجه به نقش تعیین کننده و گانونی وسایل ارتباطی و ابزارهای اطلاعاتی مانند رایانه، رسانه ها و ماهواره ها در هدایت این نوع دیپلماسی، می توان آن را دیپلماسی رسانه ای عام نامید. (دهقانی فیروز آبادی و فیروزی، ۱۳۹۱: ۸۰) با توسعه شبکه ها و رسانه های ارتباطی جهانی، پارادایم سیاسی

از جهان ژئوپلیتیک مدرن به سوی جهان پسامدرن تصاویر و نشانه‌ها تغییر یافته است. در گذشته این مهم بود که یک ملت چه درکی از خود دارد؛ اما اکنون این مسأله مهم شده است که دیگران چه درکی از آن دارند، لذا نشان یا تصویر یک کشور عبارت است از آنچه مردم دیگر کشورها در مورد آن فکر و احساس می‌کنند.

مخاطبان این راهبرد، عامه مردم اند که تشنه «سرگرمی» هستند. بخش درخور توجهی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی به این راهبرد اختصاص دارد که به معنای استفاده از رسانه‌ها به مثابه ابزاری در راستای تحقق اهداف و ارتقای منافع کشورهاست. این راهبرد، نقش رسانه‌ها در سیاست خارجی و روابط دیپلماتیک میان کشورها را نشان می‌دهد و کمتر به تأثیر رسانه‌ها بر سیاست خارجی نظر دارد. (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: ۱۵) از جمله اهداف تصویرسازی از طریق رسانه‌های نوین، افزایش اعتبار و کسب اعتماد جهانی است. چون با ظهور قلمرو عمومی جهانی، مردم از توانایی بالاتر برای تعیین میزان اعتبار سیاست‌ها و تبلیغات برخوردار شده و فشار آن‌ها به منظور افزایش اعتبار و مسئولیت‌پذیری دولت‌ها افزایش یافته است. از دیدگاه جوزف نای اعتماد نقشی مهم در ارتباط بین مردم و دولت ایفاء می‌کند و کسب اعتبار به یکی از منابع مهم قدرت دولت‌ها تبدیل شده و رقابت بین کنشگران مختلف در این زمینه تشدید شده است. (سجادپور و وحیدی، ۱۳۹۰: ۸۷) رسانه‌های عمومی می‌توانند شرایط مناسب را زمینه‌سازی و تعریف کنند، رویدادها و شخصیت‌های تأثیرگذار را برجسته نمایند، نقش سازماندهی به سیاست‌ها و رفتارهای دیپلماتیک را ایفا کنند (پور احمدی، ۱۳۸۹: ۲۱۴-۲۱۳) و حتی مباحث مذاکره‌ای را شتاب دهند یا کند کنند.

ب) دیپلماسی عمومی منبع مهم قدرت نرم ج. ا. ایران در عراق

در عصر جهانی شدن و انقلاب‌های اطلاعاتی و ارتباطی، دیپلماسی و مشتقات آن (دیپلماسی دیجیتال، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی علمی و غیره) یکی از ارکان اصلی

سیاست بین الملل گشته اند به گونه ای که هرگونه ضعف و نقصان در دستگاه دیپلماسی می تواند پرستیژ بین المللی، اعتبار و قدرت کشور میزبان را کاهش دهد. از همین روی، دیپلماسی عمومی در سال های اخیر با اقبال قابل توجهی مواجه شده است و از دیدگاه صاحب نظران روابط بین الملل، دیپلماسی عمومی یکی از منابع اصلی تأمین قدرت نرم محسوب می شود. یکی از منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی در کشور عراق، دیپلماسی عمومی می باشد که میزان ضریب تاثیر قدرت نرم جمهوری اسلامی را در این کشور افزایش داده است و به همین دلیل، در ادامه به برخی از منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عراق در عرصه دیپلماسی عمومی اشاره می شود:

۱. دیپلماسی علمی

برنامه های تبادل آموزشی و همکاری های علمی، بخشی از راهبرد اعمال قدرت نرم به شمار می آید. تماس های فرهنگی بدون شک تأثیر زیادی در مبارزه با احساسات منفی درباره یک کشور خواهند داشت. مبادلات علمی و دانشگاهی (استاد و دانشجو) برپایی تئورها و کنسرت ها، نمایشگاه های مختلف، برگزاری مسابقات مختلف بین المللی و ورزشی، تبادل ورزشکار و ... از جمله موارد اثرگذار در قدرت نرم به شمار می روند. توجه به زمینه های بین المللی از طریق تأسیس مراکز دانشگاهی در دنیا امری رایج است و بسیاری از کشورها از این طریق، حضور خود را در مناطق مختلف جهان پی گیری می کنند و بر اساس اعتقادات و ارزش های خود به فعالیت می پردازند. کالین پاول، وزیر امور خارجه اسبق ایالات متحده می گوید:

«من فکر می کنم برای کشور ما هیچ دارایی ارزشمندتر از دوستی رهبران آینده جهان که در اینجا تحصیل کرده اند، نیست. دانشجویان بین المللی که معمولاً با درک بهتری از ارزش ها و نهادهای آمریکایی به خانه باز می گردند، گنجینه ای از حُسن نیت را برای کشورمان تشکیل می دهند. بسیاری از دانشجویان پیشین هم اکنون در موقعیت هایی قرار

گرفته اند که می توانند در نتایج سیاست هایی که برای ما مهم است، تأثیرگذارند. (نای، ۱۳۸۹: ۱۰۲)

نظریه پردازان آمریکایی، پذیرش دانشجویان عرب در دانشگاه های این کشور را به عنوان راه حلّ مقابله با نارضایتی و سرکشی کشورهای خاورمیانه ای در برابر توسعه طلبی های آمریکا مطرح کرده بودند. در همین راستا، هم اکنون هزاران دانشجوی از کشورهای خاورمیانه در قالب برنامه های تبادل دانشجو در دانشگاه های ایلات متحده حضور داشته یا در دانشگاه های آمریکایی مستقر در کشورهای منطقه تحصیل می کنند. در حال حاضر، ایلات متحده با تمامی ۱۶ کشور خاورمیانه دارای قراردادهای همکاری علمی و تبادل استاد و دانشجو می باشد. (هرسیچ و تویسرکانی، ۱۳۸۸: ۱۷۹) جمهوری اسلامی ایران نیز همکاری های دوجانبه دانشگاهی با برخی کشورهای جهان برقرار نموده است، که نمونه آن انعقاد موافقت نامه های همکاری علمی-آموزشی با برخی کشورهای خاورمیانه، و پیگیری و اقدام جهت تاسیس شعبه های دانشگاهی ایران در بعضی کشورهای منطقه مورد نظر می باشد. (تویسرکانی، ۱۳۸۸: ۴۲)

یکی از سیاست هایی که در قالب دیپلماسی عمومی ایران مورد توجه قرار گرفته، بحث آموزش و پذیرش دانشجویان خارجی است. شورای عالی انقلاب فرهنگی در مصوبه ساماندهی فعالیت های فرهنگی- اجتماعی و فوق برنامه دانشجویان خارجی، در فروردین ۱۳۸۵، تأکید کرده است که «یکی از مهم ترین اهداف جذب و آموزش دانشجویان خارجی در دانشگاه های کشور، برقراری تعاملات علمی- فرهنگی و اجرایی، پس از فراغت از تحصیل آن ها است. این امر خود بستگی به تصویری خواهد داشت که در ذهن دانشجویان از فرهنگ ایرانی- اسلامی و نظام جمهوری اسلامی، در طول مدت اقامت آن ها در ایران شکل می گیرد، که در وجه مثبت آن، آنان را در مقام سفیران فرهنگی جمهوری اسلامی ایران قرار می دهد».

در حال حاضر ۱۶ هزار دانشجوی غیر ایرانی در ایران شاغل به تحصیل اند. این در

حالی است که ۶۰ هزار دانشجوی ایرانی در خارج از کشور تحصیل می کنند. به نظر می رسد یکی از مهم ترین موانع افزایش جذب دانشجویان خارجی، مراحل اداری و طولانی اخذ ویزا و کمبود اعتبارات در دانشگاه های ایران است. هرچند شورای عالی انقلاب فرهنگی به همه دانشگاه ها اجازه داده تا ۵ درصد از ظرفیت خود را به دانشجویان خارجی، اختصاص دهند، به دلیل موانع موجود در برخی دانشگاه ها این ۵ درصد، به صفر رسیده است. مسئله حائز اهمیت دیگر این است که بیشترین تقاضا جهت تحصیل در حوزه علوم پزشکی، فنی و هنر است و تعداد کمی در رشته های علوم انسانی در ایران تحصیل می کنند. (داداندیش و احدی، ۱۳۹۰: ۱۶۱)

در بعد علمی و آموزشی، ایران با تأسیس دانشگاه ها و مراکز علمی و مذهبی مختلف در داخل و خارج از کشور و فراهم کردن زمینه تحصیل دانشجویان شیعه مذهب خارجی توانسته است فرصت های مناسبی را ایجاد نماید. تأسیس و توسعه مراکزی از جمله دانشگاه بین المللی مصطفی، دانشگاه بین المللی آل البیت، مؤسسه آموزش عالی اهل البیت، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، دانشگاه ادیان و مذاهب، جامعه الزهراء، مدرسه علمیه نرجس مشهد و ... در این راستا قابل توجه و ارزیابی است.

باید توجه داشت که مؤسسات آموزشی و دانشگاهی فوق که پذیرای محصلان کشورهای اسلامی هستند، دارای دانش پژوهانی از کشورهای همسایه هستند و در این میان، کشور عراق دارای سهم قابل توجهی در این مورد است و هر ساله تعدادی از دانشجویان عراقی برای ادامه تحصیلات وارد ایران می شوند و در کنار مراکز آموزشی دانشگاهی، مؤسسات مذهبی نیز پذیرای خیلی از دین پژوهان و تحصیل کنندگان حوزوی هستند. به عنوان نمونه عمده دانشجویان دانشگاه بین المللی جامعه المصطفی از کشورهای همسایه و شیعه نشین بویژه عراق هستند. (احمدی و موسوی، ۱۳۸۹: ۱۲)

بیشترین درصد دانشجویان دانشگاه بین المللی آل البیت نیز مربوط به کشور عراق است

که نزدیک به ۲۰ درصد دانشجویان این دانشگاه را تشکیل می دهند (احمدی، ۱۳۹۰: ۱۷۲-۱۷۱)، و اینها می توانند قدرت نرم ایران را نسبت گذشته بیشتر سازند و از این فرصت ها برای ترویج فرهنگ ایرانی، آموزش شخصیت هایی همسوء با سیاست های ایران برای نقش آفرینی در عراق و غیره استفاده نمایند.

این گروه از افراد با تحصیل در مراکز دانشگاهی و حوزوی ایران و آشنایی نزدیک با واقعیت های این کشور، به طور طبیعی پیام رسان فرهنگ و آرمان های ایران که متأثر از فرهنگ تشیع است، خواهند بود. از طرفی معمولاً این افراد به عنوان افراد تحصیل کرده، پس از بازگشت به کشورهايشان در مسئولیت های سیاسی، اجرایی، آموزشی و به ایفای نقش می پردازند و بنابراین می توانند در برقراری روابط بهتر و مناسب تر با جمهوری اسلامی ایران تأثیر گذار باشند.

برگزاری همایش ها و حضور مقامات عالی رتبه و نخبگان:

مسئولین ایرانی و عراقی برای افزایش روابط و مشارکت های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سعی کرده اند با برگزاری همایش هایی در دو کشور، زمینه تحکیم شناخت و ارتباط متقابل نخبگان و مسئولین جمهوری اسلامی ایران و عراق را فراهم سازند.

همایش «واکاوی روابط فرهنگی میان ایران و عراق» در اردیبهشت ۱۳۹۰ در مرکز کتابخانه مجلس شورای اسلامی ایران در سطحی عالی با حضور مقامات عالی رتبه دو کشور از جمله «علی لاریجانی» رئیس مجلس شورای اسلامی ایران، «آیت الله تسخیری» دبیر مجمع تقریب مذاهب اسلامی، دکتر «ابراهیم جعفری» نخست وزیر سابق عراق، دکتر «احمد چلبی» دبیر کنگره ملی عراق و نیز با حضور ده ها تن از چهره های دانشگاهی و حوزوی دو کشور شامل ایرانیان، اعراب شیعی و سنی و

کردهای عراقی نمونه چنین همایش هایی است. (کعبی، ۱۳۹۱: ۴-۱)

برگزاری چنین همایش هایی بر سطح روابط سیاسی دو کشور تأثیرات بسزایی دارد و می تواند زمینه های تأثیرگذاری ایران را در کشور عراق افزایش دهد، و نشان دهد که ایران خواهان برقراری روابط سیاسی حسنه با این کشور است و اینکه رابطه دو کشور در زمینه های گوناگون دارای ریشه های عمیق تاریخی است.

نمایشگاه های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در عراق:

یکی از منابع دیپلماسی ایران در عراق، برپایی نمایشگاه های فرهنگی در کشور عراق است. نهادهای مرتبط با برگزاری نمایشگاه های فرهنگی به مناسبت های مختلف در شهرهای مختلف عراق، زمینه های تقویت همبستگی و پیوند میان دو کشور را فراهم می آورند. برگزاری همایش های فرهنگی ایران در عراق، می تواند به احیاء و بازسازی فرهنگ ایرانی- اسلامی در این کشور کمک نماید و زمینه های تولید قدرت فرهنگی را افزایش دهد و در عین حال، بر دامنه همکاری های فرهنگی بیفزاید، که همین امر زمینه ساز همکاری های بیشتر در زمینه سیاسی و اقتصادی خواهد شد. (نگاه کنید نشریه داخلی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، ۱۳۸۹: ۳۲-۳۱) در ضمن باید توجه داشت که برای نفوذ در یک کشور ضروری است تلاش شود که فرهنگ و رسوم کشور میزبان برای کشور میهمان درونی شود و در این صورت، میزان مشارکت و همکاری آن ها افزایش می یابد، و ایران با گسترش سطح همکاری های خویش در عرصه های فرهنگی، می تواند به راحتی در این کشور سطح قدرت نرم خود را ارتقاء بخشد.

تأسیس دفتر همکاری های علمی و فرهنگی ایران و منطقه کردستان عراق در تهران

بی گمان حوزه علم، فرهنگ و هنر یکی از حوزه هایی است که بر بستر آن می توان برای تعمیق روابط طرفین کوشید. در زمینه مناسبات فرهنگی و علمی ایران و کردهای

عراق، برای نخستین بار پس از شکل‌گیری ساختار سیاسی نوین عراق بعد از سرنگونی صدام حسین، با سفر گروهی از استادان، پژوهشگران و مسئولان ارشد فرهنگی و دانشگاهی دولت منطقه ای کردستان عراق به تهران، افتتاح «دفتر همکاری های علمی و فرهنگی ایران و منطقه کردستان عراق» نخستین گام برای نهادمند کردن روابط علمی و فرهنگی طرفین بوده است. این دفتر با رویکردی علمی و پژوهش محور و با شناسایی ظرفیت هایی بسیار گسترده طرفین برای تعمیق همکاری ها در حوزه های بسیار متنوع و گوناگون فرهنگی، علمی، پژوهشی و نیز انتشار نشریات تخصصی به زبان های فارسی و کردی می تواند نقش بنیادینی در این مهم ایفا کند. (هوشمند، ۱۳۹۱: ۹)

انتشار کتب و محصولات نوشت افزاری

سالانه هزاران کتاب و نشریات مختلف به زبان‌های متفاوت توسط دستگاه دیپلماسی عمومی کشورهای مختلف در جهت شکل‌دهی به افکار عمومی جوامع هدف و اثرگذاری بر آن‌ها چاپ و منتشر می شوند. همچنین، در این راستا از تولیدات هنری متنوعی مانند فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی، گروه‌های نمایشی، موسیقی، نقاشی، کاریکاتور و غیره نیز در دیپلماسی عمومی به نحوی بهره برداری می‌شود. در سال های اخیر نشریات اینترنتی، وب نوشته‌ها و وب‌گاه‌ها در دنیای مجازی نیز در خدمت دیپلماسی عمومی قرار گرفته‌اند. (Melissen, 2005:p.2003) در همین راستا ایران اقدام به چاپ کتبی در عراق در راستای آشنایی مردمان این کشور با انقلاب اسلامی ایران، امام خمینی (ره) و همچنین آیت الله خامنه ای نموده است. در کشور عراق کتب مذهبی-سیاسی با تقاضای زیادی مواجه می گردد. یکی از شیوه های درونی سازی ارزش های ایرانی در کشور عراق، توسعه عرضه انواع کتب و نیز مجلات است. این آثار مکتوب و نوشتاری می توانند بر ذهن مخاطب تأثیر گذاشته و برای حصول هدف زمینه سازی نمایند.

روزنامه و کانال های خبری - رسانه ای

در دنیای امروز، رسانه ها بازیگران غیر دولتی سیاست گذاری خارجی کشورها به شمار می روند که فعالیت آن ها را نه می توان کامل مهار کرد و نه می توان نادیده گرفت، آن ها در گفتمان سنتی سیاست خارجی تغییرهای فراوانی ایجاد کرده اند و دولت ها را به تحول در تصمیم گیری و اجرای سیاست خارجی وادار کرده اند. در واقع، در پی جایگاه نوین گفتمان سازی و تصویر سازی در تعامل های سیاسی، نقش رسانه ها نیز در اقناع دیگران بسیار مهم تر از گذشته شده است. اهمیت راهبرد رسانه ای از آن روست که مخاطبان برنامه های رسانه ای، بسیار گسترده تر از مخاطبان مبادله آموزشی هستند. جوزف نای در کتاب قدرت نرم، از سازمان های فراملی دولتی و غیرحکومتی، روزنامه ها و رسانه ها به عنوان بخش هایی نام می برد که «با استفاده از فن آوری های ارتباطی، شبکه ای از روابط ایجاد کرده اند که برآیند آن تولید قدرت نرم است». بر این اساس، رسانه یکی از توانمندترین ابزارهای تأثیرگذار در اقتدار نرم کشور است. (گلشن پژوه، ۱۳۹۱: ۱۳۱)

در دوران جدید و پیشرفت علم و فناوری در شکل دیپلماسی تغییراتی عمده شکل گرفته است. در دیپلماسی نوین به جای دستکاری واقعیت ها به تولید واقعیت می پردازند. بازیگران سعی می کنند با استفاده از رسانه ها و فناوری های نوین، «تصویری مجاز» از رقیبان خود تولید نمایند که امکان جایگزین شدن با واقعیت را داشته باشد. بدین ترتیب «واقعیت های مجازی» شکل می گیرند که از یکسو «مجازند» - چون با آنچه در جهان خارج است، منطبق نیستند - و از سوی دیگر بهره ای از واقعیت دارند - چرا که عمده افکار عمومی و تصمیم گیران آن ها را پذیرفته اند و بر اساس آن تحلیل و حتی اقدام می نمایند. (پیشگامی فرد، ۱۳۹۰: ۲۰۴) عملکرد دیپلماسی عمومی به گونه ای است که دولت ها نیازمند ایجاد شبکه ارتباطات حرفه ای و گسترده ای هستند. پیامی که این شبکه به مخاطب خارجی می رساند، 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: 445-449)

هزاران ایستگاه رادیویی و تلویزیونی با به‌کارگیری زبان‌های متنوع در سراسر جهان، اهداف دیپلماسی عمومی کشورهای مختلف را دنبال می‌کنند. در اینجا است که دیپلماسی عمومی به پروپاگاندا یا تبلیغات نزدیک می‌شود و تلاش می‌کند تا برنامه‌ها و اهداف مورد نظر دستگاه سیاست خارجی را از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری در کشورها و جوامع هدف تحقق بخشد و افکار عمومی آن‌ها را به‌صورتی هدفمند دستکاری کند. (Leonard, 2002: 8) البته اخیراً، اینترنت به بزرگترین رقیب تلویزیون و مطبوعات بدل شده است. (گلشن‌پژوه، ۱۳۹۱: ۱۳۴-۱۳۳)

در جمهوری اسلامی ایران توجه به این مقوله‌ها در دیپلماسی عمومی، مسئولان این کشور را بر آن داشته تا روزنامه‌هایی به زبان‌های انگلیسی و عربی به منظور انعکاس اخبار و آشنایی شهروندان دیگر کشورها و یا افراد مقیم در ایران با فرهنگ و سیاست‌های داخلی و بین‌المللی انتشار می‌یابد. روزنامه‌های ایران نیوز، ایران دیلی، تهران تایمز و کیهان انگلیسی بیشتر مخاطبان خود را در پایتخت‌های اروپایی، آمریکای شمالی و بعضاً آسیایی و آفریقایی جستجو می‌نمایند. روزنامه‌های الوفاق و کیهان عربی نیز کشورهای عرب زبان خاورمیانه و آفریقا را پوشش می‌دهند. (تویسرکانی، ۱۳۸۸: ۳۷) همچنین سیمای جمهوری اسلامی ایران، در بغداد برون مرزی دارای شش شبکه جهانی، جام جم ۱-۲-۳، العالم، سحر، الکوثر، پرس تی وی و صدای آشنا است که ایرانیان، مسلمانان و سایر مخاطبان در خارج از کشور را پوشش می‌دهند، که در اینجا و در رابطه با عراق، شبکه‌های عربی زبان اهمیت اساسی دارند.

شبکه العالم شبکه تلویزیونی ۲۴ ساعته اخبار به زبان عربی در خاورمیانه است که در بهمن ماه ۱۳۸۲ افتتاح گردید. کشورهای عرب زبان مخاطبین اصلی این شبکه محسوب می شوند. این شبکه روزانه در ۳۶ بخش کوتاه و مشروح خبری همراه با تحلیل و گزارش، رویدادهای مهم بین المللی را به اطلاع بینندگان خود می رساند و برخی مسائل تأثیرگذار جهان اسلام از جمله موضوع های مرتبط با مسائل کشورهای عراق، فلسطین و لبنان را بیشتر پوشش می دهد. همچنین پایگاه اطلاع رسانی اینترنتی العالم، خبرهای این شبکه را به سه زبان عربی، انگلیسی و فارسی برای مخاطبان خود در تمام نقاط جهان ارائه می کند. (تویسرکانی، ۱۳۸۸: ۳۸-۳۹-۴۰ از آنجا که عربی، زبان جهان اسلام است، العالم همچون پل ارتباطی بین ایران و جهان اسلام عمل می کند، اما ارزیابی دقیق میزان اثرگذاری این شبکه دشوار است. ولی، برخی نظرسنجی ها که در زمینه وضعیت رسانه های خبری در خاورمیانه از طرف شبکه های رقیب انجام شده، از ارتقای جایگاه شبکه العالم در بین مخاطبان و افکار عمومی جهان عرب حکایت دارد. (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: ۲۹)

شبکه عرب زبان الکوثر نیز از دیگر شبکه های تلویزیونی برون مرزی صدا و سیما ایران است که اکنون با ۱۹ ساعت پخش در شبانه روز توانسته است مخاطبان بسیاری در کشورهای عربی و شمال آفریقا بیابد. شبکه عرب زبان الکوثر بیشتر رویکرد فرهنگی و دینی دارد و کمتر به مباحث سیاسی می پردازد. (مجتهد، ۱۳۸۶: ۲۴)

کشورهای عراق، عربستان، لبنان، بحرین، کشورهای حاشیه خلیج فارس و شمال آفریقا به ترتیب از علاقه مندان به این شبکه تلویزیونی هستند. (احمدی، ۱۳۹۰: ۲۱۶)

شبکه جهانی سحر نیز که در سال ۱۳۷۶ راه اندازی شد (احمدی، ۱۳۹۰: ۲۱۴) در کنار پنج زبان برون مرزی اردو، انگلیسی، بوسنیایی، ترکی، فرانسوی، به زبان کردی نیز برنامه پخش می کند. (هرسیج و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۴۶) که در رابطه با جمعیت کرد زبان عراق حائز اهمیت است.

همچنین رادیوهای برون مرزی جمهوری اسلامی ایران به ۲۸ زبان و گویش مختلف، اخبار و برنامه های متنوع و ویژه ای را به وقت کشورهای خاورمیانه (عربی، ترکی، اردو، پشتو، دری، آذری، تاجیکی، قزاقی)، آسیا- پاسفیک، اروپا، آفریقا، آمریکای شمالی و آمریکای لاتین پخش می کنند. (تویسرکانی، ۱۳۸۸: ۴۱) این شبکه های ماهواره ای در کشور عراق نیز پخش می شوند و در عراق مخاطبان خاص خویش را دارند که می توانند قدرت نرم ایران را افزایش دهد. در عین حال، رسانه های بین المللی و پخش برنامه های تلویزیونی و مجلات به زبان های عربی و انگلیسی در عراق می تواند ضمن ایجاد نوعی حس اعتماد بین مردم این کشور با ایران، به گسترش ارزش ها و فرهنگ ایرانی در این کشور کمک کند.

توریسم مذهبی

گردشگری وسیله ای است که افراد با مذاهب و فرهنگ های متفاوت را به یکدیگر پیوند می دهد و به آن ها کمک می کند همدیگر را با وجود تنش های سیاسی و اجتماعی، بهتر درک کنند. از نظر سازمان جهانی جهانگردی، مذهب به عنوان یکی از انگیزه های اصلی سفر شناخته شده است. ایران به لحاظ جاذبه های توریستی یکی از ممتازترین مناطق جهان است. طی دوره ۱۳۶۷-۱۳۵۷ بیشترین توریست های ورودی ایران از منطقه اروپای غربی با ۴۲ درصد، جنوب شرقی آسیا ۲۱ درصد، خاورمیانه ۴/۱۹ درصد، شرق آسیا و اقیانوسیه ۵/۹ درصد، اروپای شرقی ۳/۷ درصد، و منطقه آمریکای شمالی ۲/۳ درصد بوده است. طی دوره ۱۳۷۲-۱۳۶۸ به ترتیب منطقه جنوب شرقی آسیا ۳۰ درصد، اروپا ۲۲ درصد، خاورمیانه ۲۰ درصد، آسیای مرکزی ۱۶ درصد، آسیا و اقیانوسیه ۸ درصد، و آمریکای شمالی ۵/۱ درصد درآمد توریسم ایران را تأمین کرده اند. اکنون نیز مسئولین ایرانی در یک برنامه ریزی کلان برای جذب یک و نیم درصد از گردشگران جهانی، بازارهای هدف خود را در سه گروه کلان خاورمیانه،

آسیای جنوب شرقی و اروپا تعیین کرده اند. (تویسرکانی، ۱۳۸۸: ۴۵)

در ایران به دلیل دارا بودن موقعیت ویژه فرهنگی - مذهبی، بستر مناسبی برای رشد و توسعه گردشگری زیارتی فراهم است. طبق آمار تاکنون ۸ هزار و ۹۱۹ مکان مذهبی مقدس در کشور شناسایی شده که از این تعداد ۴ هزار و ۳۱۹ مورد آن در زمره آثار ثبت شده در فهرست میراث ملی نیز قرار دارند و علاوه بر داشتن جاذبه زیارتی، دارای جاذبه های فرهنگی - تاریخی هم هستند. (عرب خدری، ۱۳۸۷: ۵۳)

تنوع مراکز، آثار، ابنیه تاریخی و عبادتگاه های ادیان مختلف باعث شده تا ایران قابلیت جذب گردشگر را در بیشتر حوزه های مذهبی دنیا داشته باشد. علاوه بر اماکن اسلامی، معابد، کلیساها و اماکن مقدس سایر ادیان در ایران می تواند کشور را به مقصد بسیاری از گردشگران مذهبی تبدیل نماید. مهم ترین مقصد گردشگران زیارتی در ایران شهرهای مشهد و قم هستند که بویژه مورد توجه شیعیان قرار دارند. همه ساله تعداد فراوانی از شیعیان بویژه از کشورهای همسایه برای زیارت اماکن مذهبی این دو شهر به ایران سفر می کنند. یکی از این کشورهای همسایه، عراق می باشد که حضور حداکثری شیعیان در این کشور عامل روابط بیشتر بین دو کشور می باشد. (احمدی، ۱۳۹۰: ۲۲۵)

کشور عراق نیز به دلیل وجود تعدادی از مهم ترین اماکن مقدس شیعیان از اهمیت و جذابیت فوق العاده ای برخوردار است. بارگاه تعدادی از پیامبران بزرگ، حرم شش تن از امامان شیعه، حرم حضرت عباس - یکی از محبوب ترین چهره های جهان تشیع - و... در عراق قرار دارد. (کشاوری، ۱۳۸۷: ۱۰۵ و احمدی و موسوی، ۱۳۸۹: ۱۳)

این نکته حائز اهمیت است که برقراری ارتباط میان ملت ها 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 بین المللی شدن را ضرورت تأمین منافع خود قلمداد می کنند و از این رو برنامه هایی را برای افزایش آگاهی شهروندان در سطوح مختلف، به اجرا می گذارند که شامل نحوه برخورد با

مردم دیگر کشورها می شود، که اجرای چنین برنامه هایی در ایران نیز مناسب است دارد. رونق گردشگری در ایران علاوه بر منافع اقتصادی و ایجاد شغل، موجب تقویت قدرت نرم ایران نیز می شود. (داداندیش و احدی، ۱۳۹۰: ۱۶۵) توریسم گردشگری می تواند تأثیراتی فرهنگی را بر زائرین بگذارد و آن ها را به مثابه یکی از مروجین فرهنگ ایرانی به کشورشان بدرقه نماید و نوعی حس پیوستگی و همدلی با مردم ایران برای آن ها ایجاد نماید. ایران می تواند با برنامه ریزی فرهنگی برای زائرین ایرانی که به کشور عراق می روند نیز، آن ها را برای ترویج ارزش های ایرانی آموزش دهد تا چهره ای مثبت از ایرانیان برای مردمان این کشور ایجاد نمایند.

سفیران فرهنگی؛ مهاجرین

در مهاجرت مخصوصاً در مهاجرت های خارجی جمعیت وارد شده به یک منطقه تأثیراتی بر جامعه برجای می گذارد و از سویی دیگر تحت تأثیر همان جامعه قرار می گیرد. تاریخ جوامع و نظام های فرهنگی نشانگر این واقعیت است که فرهنگ جوامع معمولاً با تعامل میان افراد جوامع، در جنگ، تجارت و نیز مهاجرت تغییر می یابد و عناصری از فرهنگ های دیگر به نظام جوامع وارد می شوند. شماری از جمعیت ایرانیان نیز از سال های گذشته در کشورهای مختلف جهان اقامت گزیده اند. به نحوی که، در حال حاضر بیش از ۴ میلیون نفر ایرانی در حدود ۴۰ کشور جهان به صورت مهاجر زندگی می کنند. (تویسرکانی، ۱۳۸۸: ۴۳ و هرسیچ و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۵۱-۲۵۰)

در دهه های گذشته، تعداد زیادی ایرانی نیز به دلایل مختلف به عراق رفته، در آنجا ساکن شده اند. اگر چه بسیاری برای برخورداری از مزایای تابعیت یا دلایل دیگر، ترک تابعیت ایران کرده اند (کوهستانی نژاد، ۱۳۸۴: ۲۵۶ و ۱۶۰-۱۶۴) با وجود این، همواره شمار ایرانیان در کشور عراق فراوان بوده، و به دلیل استمرار برخی از دلایل از جمله تحصیل در عتبات، یا اقامت در عتبات برای افراد عادی و اندکی هم تجارت، رقم

ایرانیان چندان روند کاهشی قابل توجه و طولانی مدتی را بخود ندیده است. به دلیل فراوانی ایرانیان مقیم عراق، از سال ها قبل مدارس ایرانی نیز در شهرهای مختلف عراق فعال بوده اند. (جعفریان، ۱۳۸۶: ۵۰-۴۹-۴۸) البته لازم به ذکر است که در مواردی همچون سال ۱۳۴۸ و سپس در آستانه آغاز جنگ عراق علیه ایران، حکومت عراق عده بسیاری از ایرانیان را از این سرزمین اخراج کرده است. (خواجه سروی و رحمنی، ۱۳۹۱: ۳۹-۴۰)

جمهوری اسلامی ایران نیز از سال ها پیش میزبان بسیاری از مهاجرین و پناهندگان به ویژه از کشورهای همسایه بوده است. بر اساس تخمین سال ۲۰۰۵ کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل، ایران میزبان سومین جمعیت پناهنده بزرگ در جهان بوده است. ۳ میلیون پناهنده افغانی و حدود ۵۰۰ هزار عراقی. (پیشگامی فرد، ۱۳۹۰: ۲۰۳) افغانستان (۸۰٪)، عراق (۱۸٪) بیشترین تعداد مهاجرین را در ایران دارند. (تویسرکانی، ۱۳۸۸: ۴۳ و هرسیج و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۵۱-۲۵۰)

در مورد مهاجرت عراقی ها به ایران، علاوه بر مهاجرت های متعاقب انقلاب اسلامی در ایران و در آستانه آغاز جنگ عراق علیه این کشور، باید اشاره کرد که پس از شورش مارس ۱۹۹۱، حدود ۳۳۰۰۰ شیعه به نیروهای کشورهای متحد در عربستان سعودی پناهنده شدند. دست کم همین تعداد عراقی نیز به ایران گریختند. مهاجرت شیعیان از عراق، از زمان جنگ تا سقوط صدام ادامه داشت و جوامع گسترده ای از شیعیان مخالف عراقی را در ایران، سوریه، بریتانیا، دیگر کشورهای اروپایی و ایالات متحده گرد آورده بود. (خواجه سروی و رحمنی، ۱۳۹۱: ۴۲)

در طول هشت سال جنگ عراق علیه ایران، کلیه روحانیون و جوانانی که به نحوی فعالیت سیاسی داشتند از عراق فرار کردند و با ورود به خاک ایران مبارزه علیه رژیم صدام را به شکل دیگری ادامه دادند. عراقی های مبارز که از عراق فرار کرده بودند به شیوه های گوناگون به مبارزه علیه رژیم بعث پرداختند. جمعی با حضور در جبهه های

جنگ ایران و عراق، سپاه بدر را تشکیل دادند، برخی با ایجاد تشکل های سیاسی - تبلیغی فعالیت کردند مانند حرکه المجاهدین، مجلس اعلای انقلاب اسلامی عراق؛ و عده ای نیز در حوزه علمیه قم ضمن تحصیل علوم دینی به ترویج معارف دینی در میان شیعیان عراقی حاضر در ایران پرداختند و گاهی در جبهه نیز حاضر می شدند. به اسارت درآمدن هزاران نفر از ارتشیان عراق در سال دوم جنگ که اکثر آن ها شیعه بودند فرصت جدیدی ایجاد کرد. ده هزار نفر از آن ها خواستار پیوستن به سپاه بدر شدند، جمعی به حوزه علمیه وارد گردیدند و غالب آن ها با دختران ایرانی یا عراقی ازدواج کرده، تشکیل خانواده دادند و از مشهد تا سوسنگرد محل زندگی آن ها شد. پس از ۲۳ سال حضور شیعیان عراقی در ایران با سقوط صدام در سال ۱۳۸۲ حدود پنج هزار طلاب عراقی که در حوزه علمیه قم تربیت شده بودند و در سپاه بدر با جمعیتی قریب به بیست هزار نفر که در خلال جنگ آموزش دیده، سازماندهی شده و تجربه آموخته بودند و صدها کادر سیاسی که در قالب احزاب به ویژه مجلس اعلی آماده شده بودند وارد عراق شدند. مهاجرین و احزاب عراقی مستقر در ایران، پس از رفتن به عراق به کمک مرجعیت نجف و با حمایت ایران توانستند نقش اساسی در نظام سیاسی جدید عراق ایفا نمایند. برگزاری انتخابات، تدوین و رفراندوم قانون اساسی، تشکیل مجلس، دولت، ارتش، پلیس و... دستاوردهای این تلاش بود. (جعفریان، ۱۳۸۴: ۱۲۲-۱۲۰) البته این ها همه زمینه ساز اثر بخشی دپلماسی عمومی ایران در عراق امروزی است.

نتیجه گیری

قدرت نرم به معنای توانایی شکل دهی ترجیحات دیگران است که بر روی ذهنیت ها سرمایه گذاری می کند و از جنس اقناع و ایجاد جذابیت بر روی دیگران است که آن ها با میل و اراده خود به دنبال کشور برخوردار از قدرت نرم بروند نه با استفاده از قدرت زور و پول که در زمره قدرت سخت محسوب می شوند. (جمال زاده، ۱۳۸۷: ۳۳۵) اما،

در ارتباط با قدرت نرم ایران در عراق، با توجه به علائق و مشترکات، در عصر اهمیت یافتن دیپلماسی عمومی و قدرت نرم، ایران دارای قدرت نرم قابل توجهی در آن کشور است.

جمهوری اسلامی ایران، به عنوان کشوری مسلمان و شیعی، دارای پیوند جغرافیایی از طریق مرزهای طولانی با عراق است، و تاریخ دو کشور از گذشته های بسیار دور دارای نقاط اشتراک فراوانی بوده است. اما مهمتر از همه اینها، پیوندهای فرهنگی و مذهبی یکی از مهمترین عواملی بوده که ارتباطات عمیقی را بین دو ملت و دو کشور شکل داده، و زمینه های نفوذ متقابلی را فراهم ساخته است. در این فضای مناسب، ایران برای بهره جستن از دیپلماسی عمومی از ابزارهای مختلفی در اعمال قدرت نرم در عراق برخوردار است. ولی در فراز و فرودهای تاریخی، میزان اثربخشی قدرت ایران در این کشور متفاوت بوده است. در زمان زعامت رژیم بعث و بویژه صدام حسین در عراق، میزان قدرت نرم ایران در این کشور کاهش یافته بود، اما پس از سقوط رژیم دیکتاتوری در این کشور، برای بار دیگر زمینه های اعمال نفوذ و قدرت نرم افزایش یافته است. ایران دارای منابع متعددی در زمینه های سیاسی، فرهنگی و دیپلماسی در این کشور است که تولید کننده قدرت نرم هستند. در این میان می توان به دیپلماسی علمی، توریسم مذهبی، برگزاری همایش ها و حضور مقامات عالی رتبه و نخبگان دو کشور، برگزاری نمایشگاه های فرهنگی ایران در عراق، تأسیس دفتر همکاری های علمی و فرهنگی ایران و منطقه کردستان عراق در تهران، انتشار کتب و محصولات نوشت افزار، کانال های خبری، سفیران فرهنگی (مهاجرین) و غیره به عنوان منابع دیپلماسی قدرت نرم ایران در عراق اشاره داشت که جمهوری اسلامی ایران از این منابع برای افزایش تأثیرگذاری خویش در عراق استفاده نموده است. البته میزان کارآمدی و تأثیرگذاری مؤلفه های دیپلماسی قدرت نرم ایران در عراق، یکسان نیست و برخی از این جنبه ها از موقعیت بهتری برای بازتولید قدرت نرم برخوردار هستند و بر روی برخی از منابع قدرت نرم، سرمایه گذاری های اندکی صورت گرفته است.

منابع

- آدمی، علی و مهدی ذوالفقاری (۱۳۹۰)، «اثر گذاری قدرت نرم در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه رهیافت های سیاسی و بین المللی.
- آشنا، حسام الدین (۱۳۸۳)، «فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی: ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، بهار، شماره ۲۱.
- آشنا، حسام الدین و نادر جعفری هفت خوانی (۱۳۸۶): «دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی؛ پیوندها و اهداف»، دو فصلنامه دانش سیاسی، بهار و تابستان، شماره ۵.
- آشنا، حسام الدین (۱۳۸۶): «دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی؛ پیوندها و اهداف»، دو فصلنامه دانش سیاسی، شماره ۵.
- احدی، افسانه (۱۳۸۷)، ایران و آمریکا: تعامل در عرصه عراق، «دیپلماسی عمومی آمریکا و قدرت نرم ایران در صحنه عراق»، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، پژوهش ۱۵.
- احدی، افسانه (۱۳۸۸): «برنامه هسته ای ایران از نگاه دیپلماسی عمومی»، فصلنامه راهبرد، سال هجدهم، شماره ۵۱.
- احمدی، سید عباس و الهام سادات موسوی (۱۳۸۹)، «جغرافیای شیعه و فرصت های ایران در قلمروهای شیعی جهان اسلام»، در مجموعه مقالات چهارمین کنگره بین المللی جغرافی دانان جهان اسلام، زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- احمدی، سید عباس (۱۳۸۶): «جغرافیای شیعه: نگاهی به پراکنش جغرافیایی شیعیان»، نشریه جام هفته، سال نهم، مرداد ماه، شماره ۳۸۲.
- احمدی، عباس (۱۳۹۰): ایران، انقلاب اسلامی و ژئوپلیتیک شیعه، تهران، اندیشه سازان نور.
- افتخاری، اصغر (۱) (۱۳۸۹): «قدرت بدون خشونت»، در قدرت نرم و عدم

خسونت، تألیف جین شارپ، ترجمه سید رضا مرزانی، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

- افتخاری، اصغر (۲) (۱۳۸۹): «جامعه، دولت و سرمایه اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران»، در منابع قدرت نرم، سرمایه اجتماعی در اسلام، تألیف محسن ردادی، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

- ایزدی، حجت الله (۱۳۸۷): «مبانی قدرت نرم در جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال یازدهم، زمستان، شماره ۴۱.

- بختیاری، ابراهیم (۱۳۹۰): «بررسی شباهت ها و تفاوت های دیپلماسی عمومی با مفاهیم نرم»، فصلنامه عملیات روانی، سال هشتم، پائیز، شماره ۳۰.

- بلیک، ژانت و محمودرضا گلشن پژوه (۱۳۸۹): «قدرت نرم، تهدید نرم: پیشنهادی در راستای سیاست سازی»، فصلنامه راهبرد، سال نوزدهم، تابستان، شماره ۵۵.

- بی نام (۱۳۸۹): نشریه داخلی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، سال چهارم، خرداد، شماره ۲۶.

- بیکی، مهدی (۱۳۸۹): قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی لبنان)، تهران، دانشگاه امام صادق (ع) و دبیرخانه همایش عملیات روانی.

- پارساپور، روزبه (۱۳۸۸): بغدادنامه (بررسی ریشه های ایرانی کشور عراق، بر پایه مستندات تاریخی)، تهران، مرکز مطالعات خلیج فارس.

- پوراحمدی، حسین (۱۳۸۹): قدرت نرم و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، قم، انتشارات بوستان کتاب.

- پورحسن، ناصر (۱۳۹۰): «دیپلماسی عمومی نوین و دفاع همه جانبه»، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال نهم، شماره ۳۳.

- تویسرکانی، مجتبی (۱۳۸۸): «تحلیلی بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در

- آسیاسی مرکزی در مقایسه با خاورمیانه»، فصلنامه آسیای مرکزی و قفقاز، شماره ۶۷.
- جعفریان، رسول (۱۳۸۶): **تشیع در عراق، مرجعیت و ایران**، تهران، مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران.
- جمالزاده، ناصر (۱۳۸۷): «نقش بسیج در تولید و توسعه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران»، در **قدرت نرم، فرهنگ و امنیت**، جلد ۳، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- حسینی، سیده مطهره (۱۳۸۷): «نقش بسیج در تولید امنیت نرم»، در **قدرت نرم، فرهنگ و امنیت**، جلد ۳، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- خانی، محمد حسن (۱۳۸۴): «دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها»، **دوفصلنامه دانش سیاسی**، پاییز و زمستان، شماره ۲.
- خواجه سروی، غلامرضا و مریم رحمنی (۱۳۹۱): «انقلاب اسلامی ایران و گفتمان سیاسی شیعه در عراق»، **پژوهشنامه انقلاب اسلامی**، سال اول، تابستان، شماره ۳.
- داداندیش، پروین و افسانه احدی (۱۳۹۰): «جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، **فصلنامه روابط خارجی**، سال سوم، بهار، شماره ۱.
- درخشه، جلال و مصطفی غفاری (۱۳۹۰): «دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام فرصت ها، اقدامات، اولویت ها و دستاوردها»، **مطالعات فرهنگ-ارتباطات**، سال دوازدهم، زمستان، شماره ۱۶.
- دهقانی فیروز آبادی، سید جلال و علیرضا فیروزی (۱۳۹۱): «دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در دوران اصول گرایی»، **فصلنامه روابط خارجی**، سال چهارم، تابستان، شماره ۲.
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال و فیروزه رادفر (۱۳۸۹): **الگوهای صدور انقلاب در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران**، تهران، دانشگاه امام صادق (ع).

- رشاد، افسانه (۱۳۹۰): شاخص ها و کارکردهای قدرت نرم در فرایند سیاست خارجی و امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، نامه دفاع (۴)، تهران، مرکز تحقیقات راهبردی دفاعی.
- ساعد، نادر (۱۳۹۰): «جنگ نرم و نظام حقوقی بین المللی»، در جنگ نرم در عرصه دفاعی ملی، به کوشش محمود عسگری، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- سجادیپور، محمد کاظم و موسی الرضا وحیدی (۱۳۹۰)، «دیپلماسی عمومی نوین؛ چارچوب های مفهومی و عملیاتی»، فصلنامه سیاست، زمستان، دوره ۴۱، شماره ۴.
- شعبانی، محمدرضا و عبدالله هندیانی (۱۳۸۷): «بسیج، شناخت و مدیریت تهدیدات نرم»، در قدرت نرم، فرهنگ و امنیت، جلد ۳، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- عرب خدری، ساناز (۱۳۸۷): «ضرورت های توسعه گردشگری مذهبی در ایران»، ماهنامه خیمه، آبان ۱۳۸۷، شماره ۴۶.
- عسگری، محمود (۱۳۹۰): قدرت افکنی؛ الزامی برای دارندگی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- عطارزاده، مجتبی و اعظم خانی (۱۳۹۱): «فرصت ها و چالش های شکل گیری حکومت اسلامی در عراق پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران»، مطالعات جهان اسلام، سال اول، تابستان، شماره ۲.
- قهرمان پور، رحمان (۱۳۸۷)، «سیاست ترکیه در قبال عراق پس از صدام»، در عراق پس از صدام و بازیگران منطقه ای، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، پژوهش ۱۲.
- کشاورز، نصرت اله (۱۳۸۷): «نقش سفرهای زیارتی در افزایش اشتغال و وضعیت اقتصادی استان ایلام»، مجموعه مقالات هم اندیشی زیارت، قم، نشر مشعر.

- کوهستانی نژاد، مسعود (۱۳۸۴): **چالش ها و تعاملات ایران و عراق در نیمه نخست قرن بیستم**، تهران، انتشارات وزارت خارجه.
- گلشن پژوه، محمودرضا (۱۳۹۱): «نقش سازمان های اطلاعاتی در ارتقای قدرت نرم کشور»، **فصلنامه مطالعات راهبردی**، سال پانزدهم، تابستان، شماره ۲.
- مهدوی، اصغرآقا و مهدی نادری بابا ناری (۱۳۹۰): «کاربرد قدرت نرم از ناحیه استکبار؛ رویکرد قرآنی»، **فصلنامه دانش سیاسی**، سال هفتم، پائیز و زمستان، شماره ۲ (پیاپی ۱۴).
- نای، جوزف (۱۳۸۷): **قدرت نرم؛ ابزارهای موفقیت در روابط بین الملل**، ترجمه محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، چاپ دوم، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- نای، جوزف (۱۳۸۷): **قدرت نرم**، ترجمه سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران، دانشگاه امام صادق (ع) و پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- نای، جوزف (۱۳۸۹): «قدرت نرم ابزار موفقیت در سیاست جهانی»، در **قدرت و جنگ نرم از نظریه تا عمل**، تهران، نشرساقی.
- نیک آئین، احسان اله (۱۳۸۸): «دپلماسی عمومی؛ رویکردی نو در عرصه روابط بین الملل»، **فصلنامه سیاست خارجی**، سال بیست و سوم، تابستان، شماره ۲.
- هالستی، کی.جی (۱۳۷۳): **مبانی تحلیل سیاست بین الملل**، ترجمه بهرام مستقیمی و مسعود طارم سری، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی وزارت امور خارجه.
- هرسیج، حسین و دیگران (۱۳۸۸): «ژئوپلتیک قدرت نرم ایران»، **پژوهشنامه علوم سیاسی**، سال چهارم، بهار، شماره ۲.

- Jowett Garth S, O,Donnell Victoria (1986): *Propaganda and Persuasion*, London, Sage.

- Ehteshami, Anoushiravan (2003): "Iran-Iraq Relations after

Saddam", The Washington Quarterly, 26: 4, Autumn.

- Leonard, Mark (2002), **Public Diplomacy**, New York: The Foreign Policy Center.

- Melissen, Jan (2005): **The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations**, New York: Palgrave Macmillan.

- Nossel, Suzanne (2004), "smart power", **Foreign Affairs**, New York : Mar/Apr.

- Nye , Joseph (1990), "the changing nature of power", **Political Science Review Quarterly** , vol. 105, No. 4.

- Nye, Joseph (2004): **The paradox of American power: why the world's only superpower can't go it alone**, New York, oxford university press.

- Nye, Joseph s. (2004): **soft power: the Means to success in world politics**, New York, public Affairs.

- Sharp, Paul (2005): **Revolutionary States, Outlaw Regimes and the Techniques of Public Diplomacy, the New Public Diplomacy Soft Power in International Relation**, Edited Jan Melissen, Hampshire: Palgrave.

Archived at SID