

مخاطبان، اهداف و تقویت دیپلماسی عمومی از منظر آیت‌الله خامنه‌ای

رضاسیمبر*

دانیال رضاپور**

خسرو دانش***

چکیده

اساس دیپلماسی چه سنتی و چه عمومی (نوین) مبتنی بر قدرت است. البته در دیپلماسی سنتی قدرت سخت‌افزاری (نظامی و اقتصادی) و در دیپلماسی عمومی قدرت نرم‌افزاری وجه غالب را دارا است. دیپلماسی هر چند یکی از ابعاد مهم قدرت یک کشور در عرصه سیاست خارجی می‌باشد اما ذاتاً محتوایی ندارد و بیشتر ابزار بهره‌مندی از قدرت تلقی می‌شود. از این رو دیپلماسی عمومی به معنی هنر چینش و بهره‌مندی از عناصر قدرت نرم کشور به وسیله بازیگران دولتی و غیردولتی به منظور تاثیر گذاری و اقناع مخاطبین دولتی و غیردولتی خارجی می‌باشد. با رجوع به بیانات مقام معظم رهبری مشاهده می‌شود که تاکید و اولویت معظم له در سه زمینه یعنی مرجع، ماهیت و مخاطب دیپلماسی چه در وجه ایجابی آن به معنای اقداماتی که باید از جانب نهادهای مردمی و دولتی داخلی انجام شود و چه در وجه سلبی آن یعنی مقاومت در مقابل اقدامات مخربی که از جانب دشمن صورت می‌پذیرد بر عناصر قدرت نرم می‌باشد که مبنای عمل در دیپلماسی عمومی است. در راستای امتداد تاثیر گذاری دیپلماسی عمومی، اوج تجلی باور مقام رهبری بر اهمیت دیپلماسی عمومی در نامه ایشان به جوانان غربی در سال ۱۳۹۳ پس از وقایع فرانسه و پررنگ‌تر

rezasimbar@hotmail.com

تاریخ پذیرش: ۹۶/۴/۲۶

*. استاد علوم سیاسی و روابط بین‌الملل دانشگاه گیلان

** . دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل دانشگاه گیلان

*** . دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل دانشگاه گیلان

تاریخ دریافت: ۹۶/۲/۱۲

شدن پروژه اسلام هراسی از جانب قدرت های غربی بوده است. بنابراین سؤال پژوهش عبارت از این است که «بر اساس اندیشه های مقام معظم رهبری، دیپلماسی عمومی در وهله اول چه مخاطبان و اهدافی دارد و چگونه می توان آن را تقویت نمود؟» می توان این فرضیه را مطرح نمود که مخاطبان در مراتبی با تقدم و تأخر دسته بندی می شوند، مسلمانان منطقه در مرتبه اول و مخاطب عام غربی در مرتبه نهایی؛ و هدف دیپلماسی عمومی ترویج تجدیدنظرطلبی (گفتمان انقلابی) در میان ملت هاست و در تقویت آن علاوه بر داشتن طرحی مشخص باید از برنامه ریزی مناسب، بهره گیری از رسانه ها، هنر و راهبرد آموزشی بهره گرفت.

واژگان کلیدی

آیت الله خامنه ای، دیپلماسی عمومی، قدرت نرم، انقلاب اسلامی، صدور انقلاب.

۱. مقدمه

در جهان کنونی مرزهای سیاسی به شدت نفوذپذیر شده اند و دولت ها این توانایی را یافته اند در جهت نیل به مقاصد خود، ملت های دیگر را سهل تر از گذشته تحت تأثیر قرار دهند. از این رو برای تسلط بر دیگران، تنها قدرت نظامی یا اقتصادی تعیین کننده نهایی نخواهند بود. بلکه در کنار این منابع قدرت، منابع دیگری هم مورد استفاده قرار می گیرند، منابعی که هر چند در نگاه اول، بیشتر جنبه فرهنگی یا هنری را تداعی می کنند اما در واقع، می توان از آنها به عنوان منبع قدرت یاد کرد. بر این اساس، امروزه قدرت، صرفاً نظامی یا اقتصادی تعبیر نمی شود، بلکه اشکال دیگری نیز برای آن تعریف کرده اند. اندیشمندان معاصر آمریکایی، جوزف نای معتقد است که «قدرت جذب^۱» می تواند یک مکمل مهم برای اشکال سنتی قدرت که بر مبنای نظامی یا اقتصادی هستند، باشد. بر این اساس، او تمایزی میان قدرت «سخت» و «نرم» ترسیم کرده و قدرت نرم را چنین معرفی می کند: «قدرت نرم پیرامون متقاعد کردن دیگران برای دنباله روی، یا به دست آوردن توافق آنها در جهت هنجارها و نهادهایی که رفتار مطلوب را ایجاد می کنند، عمل می کند. قدرت نرم می تواند به ایده ای جذاب یا توانایی برای تنظیم دستور کار در مسیرهایی که به ترجیحات و اولویت های دیگران

شکل دهد، مبتنی باشد». در این ارتباط انواع محصولات هنری و فرهنگی از قبیل کتاب‌ها، فیلم‌های سینمایی، برنامه‌های تلویزیونی، ادبیات، بازی‌های رایانه‌ای، جشنواره‌های بین‌المللی و ... می‌توانند در زمره قدرت نرم قرار گیرند (Leonard et al., 2002: 4). در واقع این موارد بیشتر بر اموری از سنخ غیر ملموس و معنوی متکی هستند تا مادی و ملموس مثل قدرت نظامی. دولت‌ها هم می‌کوشند با استفاده از این ابزارها بر ملت‌های دیگر در سطوح مختلف - عوام و نخبگان - تأثیر بگذارند و همان‌طور که بیان شد ترجیحات آنان را در راستای اهداف خود شکل دهند. بنابراین در عصر حاضر استفاده از «قدرت نرم» از اهمیت بسزایی برخوردار شده است. بر این اساس جمهوری اسلامی ایران، به عنوان کشوری با تاریخ و فرهنگ غنی و قدرت معنوی بالا، می‌تواند با استفاده از قدرت نرم نقش‌آفرینی مؤثری در صحنه بین‌الملل داشته باشد.

انقلاب اسلامی ایران، خود به عنوان جلوه‌ای از قدرت نرم قابل ارزیابی است. این انقلاب را می‌توان تجلی تحقق قدرت نرم، به معنای توانایی نفوذ در رفتار دیگران بدون تهدید و یا پرداخت هزینه محسوس، به شمار آورد. تأیید ارزش‌های انقلاب توسط جنبش‌های آزادی‌بخش، اشاعه الگوی مردم‌سالاری دینی، استقبال ملل مستضعف و افزایش اشتیاق آنان به نقش‌آفرینی جمهوری اسلامی در صحنه بین‌الملل، جلب و جذب جهان اسلام به شخصیت فرهمند رهبری را می‌توان در زمره مواردی دانست که جایگاه قدرت نرم را در فرایند استقرار بنیان‌های انقلاب اسلامی ایران آشکار می‌سازد (دهشیری، ۱۳۹۰: ۱۱۰). یکی از اصلی‌ترین ابزارهای اعمال قدرت نرم، «دیپلماسی عمومی» است (Melissen, 2005: 4). دیپلماسی عمومی به برنامه‌های تحت حمایت دولت اشاره دارد که هدف از آنها اطلاع‌رسانی یا تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی در کشورهای دیگر است (جوادی ارجمند و اسمعیلی، ۱۳۹۱: ۹۸)؛ از این‌رو می‌تواند مجرای مناسبی برای از قوه به فعل رساندن قدرت نرم ج. ا. ا. باشد. با این حال به نظر می‌رسد تا کنون آن‌گونه که شایسته است بدان توجه لازم نشده است. چه آنکه در دهه اخیر دستگاه دیپلماسی ج. ا. ا. حالت تدافعی داشته و درگیر پرونده هسته‌ای بوده است.

در پیشینه فارسی پژوهش نویسندگان مختلفی در مورد دیپلماسی عمومی و تأثیرات آن بر سیاست خارجی و منافع ملی ایران قلم زده‌اند: (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: اخوان کاظمی، ۱۳۹۱: امیرزاده و همکاران، ۱۳۹۵: سبحانی فر و امیر عبداللهمیان، ۱۳۹۳: جوادی ارجمند، ۱۳۹۴: یزدانی و نژادزنده، ۱۳۹۲: حسینی، ۱۳۹۲) اما در پیشینه لاتین پژوهش‌گروهی از نویسندگان ضمن تبیین و تشریح مبانی کلاسیک دیپلماسی عمومی به شیوه‌های استفاده از این دیپلماسی در سیات خارجی

کشورهای غربی و شرقی مثل آمریکا و روسیه پرداخته‌اند (Izadi, 2016, Helmers, 2016). (Just, 2016).

بنابراین، با وجود فقدان موضوعی صریح در مورد رهیافت مقام معظم رهبری در مورد دیپلماسی عمومی، این مقاله با هدف تبیین نظرات عالی‌ترین مقام ج.ا.ا. حول محور دیپلماسی عمومی نگارش می‌شود. چرا که در ساختار تصمیم‌گیری سیاست خارجی ج.ا.ا. بر اساس اختیارات مصرح در قانون اساسی، نهاد رهبری رفیع‌ترین رکن نظام و رهبری، بالاترین مقام ج.ا.ا. است. بسیاری از اختیارات و مسئولیت‌های رهبری، به‌طور مستقیم یا غیر مستقیم به سیاست خارجی و تصمیم‌گیری در این حوزه مربوط می‌شود (سلیمانی، ۱۳۹۴: ۲۰۶ - ۲۰۵). از این‌رو با بررسی نظرات ایشان می‌توان طرحی برای کاربردست بهتر دیپلماسی عمومی ارائه نمود. بنابراین سؤال پژوهش عبارت از این است که «بر اساس اندیشه‌های مقام معظم رهبری، دیپلماسی عمومی در وهله اول چه مخاطبان و اهدافی دارد و چگونه می‌توان آن را تقویت نمود؟» این پرسش ماهیتی بنیادی و کاربردی دارد و بر اساس مطالعات اولیه، می‌توان این فرضیه را مطرح نمود که مخاطبان در مراتبی با تقدم و تأخر دسته‌بندی می‌شوند، مسلمانان منطقه در مرتبه اول و مخاطب عام غربی در مرتبه نهایی؛ هدف دیپلماسی عمومی ترویج تجدیدنظرطلبی (گفتمان انقلابی) در میان ملت‌هاست و در تقویت آن علاوه بر داشتن طرحی مشخص باید از برنامه‌ریزی مناسب، بهره‌گیری از رسانه‌ها، هنر و راهبرد آموزشی بهره گرفت. این مقاله با استفاده از رویکرد انتقادی که در واقع جدایی علم و ارزش را برنمی‌تابد نگارش یافته و به عبارت بهتر این پژوهش خود ارزش‌محور است. جمع‌آوری داده‌ها مبتنی بر منابع کتابخانه‌ای بوده و از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است.

۲. مبانی نظری: دیپلماسی عمومی

در معنای وسیع، دیپلماسی همه روندهایی را در بر دارد که از طریق آنها، دولت‌ها روابط خارجی خود را اداره می‌کنند. دولت‌ها این ابزار را در ارتباط با متحدان برای همکاری [بیشتر] و در ارتباط با دشمنان برای حل و فصل منازعات، بدون استفاده از زور به کار می‌برند (Griffiths and O'Callaghan, 2002: 79). به عبارت دیگر، دیپلماسی روشی برای حل و فصل مسائل مربوط به روابط خارجی دولت با گفتگو یا هر روش مسالمت‌آمیز دیگر است (اخوان کاظمی، ۱۳۹۳: ۱۳). هر چند در تعریف دیپلماسی بر «روش‌های مسالمت‌آمیز» تأکید می‌شود ولی در واقع - مطابق نظر مورگنتا - دیپلماسی از نشانه‌های مبارزه قدرت میان دولت‌های حاکمی است که می‌کوشند روابط

منظم و مسالمت‌آمیزی میان خود برقرار کنند (مشیرزاده، ۱۳۹۱: ۱۰۴). در همین پیوند، در اندیشه سیاسی آیت‌الله خامنه‌ای «دیپلماسی، یک جنگ است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۰: ۱۵). در چنین جنگی، هر بازیگری می‌کوشد تا حد امکان منافع خود را از طریق مصالحه، مذاکره و حتی تهدید به استفاده از زور تأمین نماید.

به‌طور کلی دیپلماسی کلاسیک دارای دو ویژگی برجسته بود. اول اینکه کشورها از اصلی‌ترین بازیگران بین‌المللی بودند و دوم اینکه وزارت خارجه کشورها وزرای انحصاری داشت که کارشان مدیریت امور مربوط به فعالیت‌های خارجی کشورها بود. اما این تصور از دنیای سیاست در خلال دهه‌های گذشته تغییر یافته است. امروزه ملت - کشورها تنها بازیگران دیپلماتیک در صحنه روابط بین‌الملل نیستند. وزارت خارجه کشورها نیز، تنها نماینده انحصاری دولت‌ها در سطح بین‌المللی نمی‌باشند (سیمبر و قربانی شیخ‌نشین، ۱۳۸۸: ۵۳).

در دهه‌های اخیر ظهور و افزایش انواع فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای، کم‌رنگ شدن حاکمیت دولت‌ها و افزایش نقش شهروندان در عرصه‌های مختلف اجتماع از جمله سیاست، موجب شده تا دولت‌ها برای تأثیرگذاری مستقیم بر مردم کشورهای دیگر تلاش کنند؛ از این‌رو، دیپلماسی تحول‌دیگری یافت و رفته‌رفته مفهوم «دیپلماسی عمومی» رشد یافت. بر این اساس، امروزه در سراسر جهان، بیش از پیش بر نفوذ و قدرت شهروندان افزوده می‌شود و آنها به تصمیم‌گیری حکومت خود در امور داخلی و خارجی شکل می‌دهند. در چنین محیطی دیگر دولت‌ها نمی‌توانند تنها به دیپلماسی «دولت در برابر دولت»^۱ مشغول شوند. چشم‌انداز جدید جهانی، ایجاب می‌کند که وزارتخانه‌ها و دیپلمات‌ها فراتر از دیپلماسی دو و چند جانبه گام بردارند و گسترش و تعمیق روابط با طیف وسیع و متنوعی از بازیگران را مد نظر داشته باشند (Brown et al., 2017: 1). از این‌رو، دیپلماسی عمومی، ابزاری کارآمد در جهت برقراری روابط و تأثیرگذاری بر مخاطبان عام و خاص (نخبه) خارجی است. طبق تعریف نیکلاس جی. کال^۲، «دیپلماسی عمومی تلاش یک بازیگر بین‌المللی برای مدیریت محیط بین‌المللی از طریق تعامل با افکار عمومی خارجی است» (Cull, 2009: 12).

هرچند دیپلماسی عمومی تاریخی بسیار طولانی دارد؛ اما دهه ۱۹۲۰ میلادی، نقطه عزیمت مهم برای مطالعه آن در قالبی مدرن است، چون برای نخستین بار و به صورت هدفمند، دولت‌های غربی در جنگ جهانی اول با استفاده از فناوری‌های عصر صنعتی مانند تلگراف، رادیو موج کوتاه و

1. State-to-State
2. Nicholas J. Cull

مطبوعات تلاش کردند تا ملت‌های جهان را تحت تأثیر قرار دهند (سجادپور و وحیدی، ۱۳۹۰: ۷۸). پس از آن و در طول جنگ سرد، آمریکا و اتحاد جماهیر شوروی به منظور شکل‌دهی به گرایش‌های عمومی ملل مختلف در سراسر جهان در جهت ایدئولوژی‌های خویش، به کارگیری دیپلماسی عمومی را توسعه دادند. حربه اصلی آنها استفاده از انتشار امواج بین‌المللی شامل ایستگاه‌های رادیویی بود، مانند صدای آمریکا، رادیو آزادی و رادیو اروپای آزاد از سوی آمریکا و رادیو مسکو از جانب اتحاد جماهیر شوروی (Gilboa, 2001: 5).

با این وجود، گفته می‌شود که در اواسط دهه ۱۹۶۰ م. اصطلاح دیپلماسی عمومی، توسط یک دیپلمات سابق آمریکایی و رئیس دانشکده حقوق و دیپلماسی فلچر^۱، ادmond گولین^۲ ابداع شده است. (Melissen, 2005: 6). از این‌رو تجربه آمریکا در زمینه دیپلماسی عمومی حائز اهمیت است. کاربرد تئوری‌های دیپلماسی عمومی در شرایطی ارتقاء یافت که به موجب آن آمریکایی‌ها نیاز بیشتری برای ارتباط با گروه‌های اجتماعی کشورهای هدف پیدا کرده و تلاش داشتند که علاوه بر قدرت نظامی از ابزار و مؤلفه‌های دیگر از جمله رسانه‌ها، ابزارهای ارتباطی و فعالیت‌های دانشجویی استفاده کنند. همچنین نهادهای مربوط به دیپلماسی عمومی آمریکا طی سال‌های دهه ۱۹۹۰ از رشد قابل توجهی برخوردار شد (متقی، ۱۳۸۷). بر این اساس برخی معتقدند که دیپلماسی عمومی رکن اصلی هنر سیاستمداری^۳ آمریکا در طول بیش از ۶۰ سال گذشته بوده است (Brown et al., 2017: 13).

امروزه دیپلماسی عمومی به معنای ابزاری به کار برده می‌شود که توسط دولت‌ها، انجمن‌های دولتی، و برخی بازیگران فرودولتی و غیردولتی به منظور درک فرهنگ‌ها، نگرش‌ها و رفتارها، ایجاد و مدیریت روابط، تأثیر بر افکار و بسیج اقدامات در جهت پیشبرد منافع و ارزش‌هایشان استفاده می‌شود (Gregory, 2011: 353). بنابراین امروزه دیپلماسی عمومی تنها در اختیار دولت‌ها نیست و همه بازیگران مزبور می‌توانند از آن در راستای منافع و اهداف خویش، استفاده نمایند.

اصل بنیادین در دیدگاه سنتی آن است که هدف دیپلماسی، از جمله دیپلماسی عمومی، تحت تأثیر قرار دادن سیاست‌ها، تمایلات و اقدامات سایر دولت‌ها می‌باشد (Henrikson, 2006: 8). بر همین اساس هدف نخستین دیپلماسی عمومی، نفوذ در افکار عمومی مردم خارج به طریقی است که از اهداف ملی کشور حمایت کند (پرویزی، ۱۳۹۲: ۱۰۵۹)؛ به عبارت دیگر ایده محوری دیپلماسی

-
1. Fletcher
 2. Edmund Gullion
 3. Statecraft

عمومی در وهله اول برقراری ارتباط مستقیم با مردم کشورهای دیگر است؛ با این هدف که بر افکار آنها تأثیر بگذارند و از این طریق نهایتاً بر حکومت آنها تأثیر داشته باشند (Gilboa, 2001: 4). بنابراین وجه تمایز دیپلماسی عمومی از دیپلماسی سنتی این است که در دیپلماسی عمومی تأثیرگذاری بر حکومت کشورهای دیگر، به طور غیر مستقیم اعمال می‌شود، به عبارت دیگر به کارگیری کانال‌های دیگری به جز کانال‌های رسمی مدنظر قرار دارد. به طور برجسته به واسطه مطبوعات و سایر رسانه‌های ارتباط جمعی - امروزه شامل اینترنت - و همچنین از طریق شبکه‌های تخصصی‌تر از انواع مختلف اعم از مناسبات تجاری، اتحادیه‌های حرفه‌ای، انجمن‌های علمی، روابط مذهبی و یا سایر نهادها و وابستگی‌ها. در این عبارات، آن نکته‌ای که دیپلماسی عمومی را از دیدگاه سنتی دیپلماسی جدا می‌کند تمرکز بر تأثیرگذاری روی حکومت‌های کشورهای خارجی به نحوی از انحاء مطروحه است (Henrikson, 2006: 8). واقعیت آن است که دیپلماسی عمومی می‌تواند به محدوده‌ای دست پیدا کند که دیپلماسی سنتی توان رسیدن به آن را ندارد. باید دانست که دیپلماسی عمومی نیز در خدمت منافع ملی یک کشور است و عمدتاً در تلاش است تا نفوذ و فهم از کشور را افزایش دهد و حامیان بیشتری را برای دیدگاه‌های کشور به کارگیرنده فراهم آورد (دهشیری، ۱۳۹۳: ۱۷).

در مجموع می‌توان ویژگی‌ها و مؤلفه‌های اساسی دیپلماسی عمومی را در شکل زیر نشان داد:

شکل ۱- مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی (سنایی و جباری ثانی، ۱۳۸۹: ۶۷)



۲- ۱- راهبردهای دیپلماسی عمومی

با مروری بر ادبیات دیپلماسی عمومی، به طور عمده می‌توان دو راهبرد یا روش را درباره دیپلماسی عمومی شناسایی کرد؛ این روش‌ها هر یک به تناسب، طیفی از مخاطبان را هدف می‌گیرد: راهبرد آموزشی، با مخاطب نخبه و خاص؛ و راهبرد رسانه‌ای، با مخاطب عام (درخشه و غفاری، ۱۳۹۰: ۱۳). در ارتباط با راهبرد آموزشی می‌توان گفت که تبادل‌های فرهنگی، دانشگاهی و جذب دانشجویان بین‌المللی دارای نقش بی‌بدیل در ایجاد قدرت نرم و تسخیر ذهن‌ها و قلب‌ها هستند. اهمیت این حوزه به عنوان یک فعالیت بلند مدت دیپلماسی عمومی، دولت‌ها را به همکاری با جامعه فرهنگی واداشته است. آموزش‌های بین‌المللی موفق می‌تواند ارتباطات بلندمدتی را در شکل وفاداری و ایجاد ذهنیت مثبت میان یک کشور و انبوهی از فارغ‌التحصیلان خارجی ایجاد کند که به مثابه یک پتانسیل دائمی قدرت نرم دارای توان تأثیرگذاری سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و راهبردی به نفع یک کشور در کشور دیگر بدون صرف هیچ هزینه‌ای است (پرویزی، ۱۳۹۲: ۱۰۳۹-۱۰۳۸). در راهبرد آموزشی، دانشگاهیان و نخبگان فرهنگی کشورهای مختلف در فاصله زمانی نسبتاً طولانی (حداقل ۱ سال) به کشور میزبان آمده و در قالب تحصیل یا گذراندن فرست‌های مطالعاتی،

با شیوه تفکر و زندگی آن کشور آشنا می‌شوند. ارائه دهندگان طرح تبادلات نخبگان بر این باور بوده و هستند که هر سیستم حکومتی در نهایت تحت تأثیر نخبگان جامعه خود می‌باشد، بنابراین برای تغییر در رفتار و سیاست یک حکومت باید نخبگان آن جامعه را تحت نفوذ قرار داد. یکی از بهترین شیوه‌ها دعوت از جوانان آینده‌دار و متفکران جامعه هدف برای زندگی مقطعی در کشور میزبان است. شایان ذکر است در این‌گونه برنامه‌ها، هزینه‌های برنامه، بسته به سطح روابط بین کشوری، بر عهده دولت میزبان است و تمامی سعی مؤسسات آموزشی در جهت جلب رضایت دانش‌پژوهان و بازگشت آنان با خاطره‌ای خوش از کشورشان است (اصغری راد، ۱۳۹۰: ۸۷ - ۸۴).

در مجموع ورود به عرصه پذیرش دانشجوی بین‌المللی، به‌ویژه در مقاطع تحصیلات تکمیلی، زمینه مهمی است که تأثیرات بلندمدتی در تغییر ذهنیت رهبران آینده کشورها خواهد داشت. دانشجویان بعد از اتمام تحصیلات در کشور خارجی و بازگشت به کشور خود، احساس قرابت عاطفی و فکری به کشور پذیرنده می‌کنند و در صورت قرار گرفتن در مسند قدرت، دیدگاهی دوستانه به آن کشور خواهند داشت (اسماعیلی فرد، ۱۳۹۳: ۲۸ - ۲۷).

در راهبرد رسانه‌ای، مخاطب عام مورد توجه قرار می‌گیرد. در واقع با تولید و پخش محتوا، سعی می‌گردد مردم کشورهای دیگر نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای ملی جذب شوند و نهایتاً تصویری مناسب از کشور نزد افکار عمومی جهان ترسیم شود. رسانه‌ها وظیفه اطلاع‌رسانی و پخش پیام‌های دیپلماسی عمومی را بر عهده دارند. اجرای بخشی از دیپلماسی عمومی بر عهده رسانه‌هایی است که کشور برای آگاهی دادن به مخاطبان ایجاد می‌کند. رادیو و تلویزیون از رسانه‌های رایج در دیپلماسی عمومی است و اکنون انواع رسانه‌های دیجیتالی و اینترنتی نیز به آنها اضافه شده است. فیلم و محصولات تلویزیونی هر چند ماهیت خبری ندارند اما در تقویت برداشت مثبت دیگران نسبت به کشور یا موضوعی نقش اساسی دارند (یزدان‌فام، ۱۳۹۳: ۶۵). برای مثال انگلستان پیشگام سایر کشورها در کاربرد رسانه به منظور متقاعدسازی افکار عمومی سایر کشورهاست. شبکه بی‌بی‌سی از دهه ۱۹۲۰ آغاز به فعالیت کرده و اکنون به بیش از ۳۰ زبان زنده دنیا، برنامه تولید می‌کند (اسماعیلی فرد، ۱۳۹۳: ۲۷).

در مقام مقایسه میان دو راهبرد رسانه‌ای و آموزشی می‌توان گفت از راهبرد رسانه‌ای، مستقیماً برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی استفاده می‌شود در حالی که راهبرد آموزشی - و عمدتاً فرهنگی - به باور و عقیده مخاطبان نخبه جهت می‌دهد تا از این طریق بر عقیده عمومی تأثیرگذار باشند. همچنین استفاده از رسانه‌های جمعی بر امور جاری و روزمره تمرکز دارد، در صورتی که روش‌های

فرهنگی بیشتر با باورهای اساسی و بلندمدت جوامع و کشورها سر و کار دارند (Gilboa, 2001: 4).

۳. ضرورت کاربرد دیپلماسی عمومی برای جمهوری اسلامی ایران

ج ۱.۱.۱. با توجه به آرمان‌ها و ارزش‌هایی که بدان مبتنی است نیازمند بهره‌گیری از ابزار دیپلماسی عمومی می‌باشد تا از این طریق ارزش‌های خویش را تبلیغ و گسترش دهد و در واقع اثربخشی قدرت نرم خویش را از این مجرا، از قوه به فعل برساند. لکن این ابزار به دلیل هجمه‌هایی که علیه کشورمان وجود دارد، کاربردی دوگانه می‌یابد. به عبارت دیگر دیپلماسی عمومی برای ج ۱.۱.۱. از دو منظر ایجابی و سلبی قابل بررسی است؛ در عین اثربخشی [از تبلیغات سوء] باید اثرگذار باشد. از این‌رو، دو وجه سلبی و ایجابی در امتداد هم قرار می‌گیرند. هرچند ممکن است چنین کاربرد دوگانه‌ای برای سایر کشورها نیز وجود داشته باشد اما به نظر می‌رسد که این دوگانگی برای ج ۱.۱.۱. برجستگی بیشتری دارد که در این بخش بررسی خواهد شد.

۳ - ۱. وجه سلبی

در عصر حاضر، عرصه سیاست به میدان مسابقه‌ای برای کسب وجهه و اعتبار مبدل شده است و دولت‌ها با یکدیگر (و نیز با دیگر سازمان‌ها) در رقابت‌اند تا بر اعتبار خود بیفزایند و اعتبار مخالفان را کاهش دهند (نای، ۱۳۹۳: ۱۴۷). از این‌رو از ابزارهای مختلفی بهره می‌گیرند تا از اعتبار مخالفان بکاهند. استفاده از رسانه‌ها یکی از این ابزارها است که نقشی اساسی دارند. بنابراین نکته‌ای که باید بدان توجه داشت آن است که اعمال قدرت نرم، با همه اهمیت آن در همه شرایط، به خصوص در عصر اینترنت، آسان نیست (نای، ۱۳۹۳: ۱۵۴). بر این اساس می‌توان چنین استنباط نمود که در عرصه بین‌الملل، بر حق بودن الزاماً با پذیرش دیگران همراه نیست زیرا ممکن است مخالفان، تصویری از آن موجودیت بر حق ترسیم نمایند و چهره کاذبی از آن به نمایش بگذارند و نهایتاً اثرگذاری و جذابیت آن را کاهش دهند. برای مثال گروه‌های مبارز فلسطینی هرچند در راه کسب آزادی سرزمین خویش [به عنوان یک ارزش مثبت] می‌کوشند؛ اما رسانه‌های وابسته به غرب و صهیونیسم، اذهان عمومی را طوری شکل می‌دهند که این مبارزان، به عنوان «تروریست» شناخته شوند و از این طریق حمایت از گروه‌های آزادیبخش در سطح جهانی کاهش یابد.

بر همین منوال، انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۹۷۹ موجب تحولی شد که در زمینه دوقطبی آن عصر، در اردوگاه دو ابرقدرت نمی‌گنجید. انقلاب اسلامی با مطرح کردن و احیای اندیشه دینی و

اسلامی در تقابل با اندیشه‌های مادی (کمونیسم و لیبرالیسم) قرار گرفت و از این‌رو مخالفت و هراس آنان را برانگیخت. بنابراین دو ابرقدرت بزرگ رقیب نیز در رابطه با این پدیده نوظهور خصومت و تضادهای فیمابین را کنار گذاشتند و به تقابل با انقلاب اسلامی پرداختند (محمدی، ۱۳۹۰: ۵۰۸). این تقابل در دو نوع سخت و نرم نمود یافت؛ نمود سخت آن در جنگ تحمیلی بود و این نکته‌ای است که در کلام امام تجلی دارد «ما در جنگ ابهت دو ابر قدرت شرق و غرب را شکستیم». و نمود نرم این تقابل، گستره وسیعی از عرصه رسانه تا میز مذاکرات دیپلماتیک را شامل می‌شود.

امروزه استکبار جهانی به سرکردگی ایالات متحده در حوزه جنگ نرم فعالیت شدیدی علیه ج.ا.ا انجام می‌دهد. جنگ نرم علیه ج.ا.ا. نیز دو وجه داخلی و خارجی دارد؛ وجه داخلی آن با مفهوم «تهاجم فرهنگی» شناخته می‌شود که با هدف تغییر باورها و سبک زندگی مردم ایران صورت می‌گیرد و به عبارت دیگر این عمل، همان دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال ملت ایران است که می‌کوشد افکار ملت ایران را در راستای اهداف خود جهت‌دهی کند و به ارزش‌های خود جذب نماید. اما وجه خارجی جنگ نرم، تصویرسازی نادرست از ج.ا.ا. در افکار عمومی جهان است. این عمل موجب می‌شود تا از اثرگذاری قدرت نرم ایران در عرصه جهانی کاسته شود. آیت‌الله خامنه‌ای نیز بر این امر تأکید دارند که دشمنان در دنیا به وسیله‌ی رادیو و تلویزیون، بسیار کارها کرده‌اند (بیانات، ۲۳ / ۰۹ / ۱۳۷۳). نمونه این مورد را می‌توان در فیلم‌هایی که درباره ایران است، مشاهده کرد. هر آنچه ایران را تیره نشان دهد، در این فیلم‌ها نمایش داده می‌شود. از زمان ایران باستان تا عصر کنونی، یکسره مورد هجوم قرار می‌گیرد. برای مثال فیلم «سیصد» که داستان آن مربوط به دوران باستان است و در آن ایرانیان با صفاتی مذموم به تصویر کشیده شده‌اند و فیلم‌هایی مانند «بدون دخترم هرگز»، «آرگو» و ... ایران معا صر را به نمایش می‌گذارند که در آنها خشونت، هرج و مرج، ضدیت با زن، عقب‌ماندگی و ... به عنوان شاخص‌های ایران کنونی عرضه می‌شوند. بر این اساس مخاطب جهانی چنین فیلم‌هایی، به محض مواجه شدن با نام ایران، مجموعه‌ای از ارزش‌های بد در ذهنش تداعی می‌شود. با عنایت به این مطالب، در وهله نخست ج.ا.ا. با استفاده از ابزار دیپلماسی عمومی، باید بکوشد تا چنین ذهنیت منفی را از افکار جهانی بزدايد.

۳-۲. وجه ایجابی

دیپلماسی عمومی یک راهبرد ارتباطی است و در پی آن است تا یک تصویر مثبت و متقاعدکننده از یک کشور در اذهان عمومی کشورهای دیگر ایجاد کند (دهشیری، ۱۳۹۳: ۱۲). بنابراین در وجه ایجابی،

پس از رفع تبلیغات کاذب، باید در تصویر سازی مثبت کوشید. بر همین اساس، آیت‌الله خامنه‌ای، به طور کلی، [کار] دیپلماسی را اثرگذاری معرفی می‌کند؛ اینکه با استفاده از این ابزار فرصتی برای نظام جمهوری اسلامی فراهم شود (خامنه‌ای، ۱۳۹۱: ۲۰ - ۱۹).

کشور ایران با توجه به دارا بودن مؤلفه‌هایی ملی مانند هویت تاریخی - تمدنی کهن، فرهنگ و ادبیات غنی، دانشمندان نامدار و ... این استعداد را دارد که با بهره‌گیری از یک برنامه درست و کارآمد، تصویری مناسب از خود به نمایش بگذارد. همچنین علاوه بر شاخصه‌های ملی، نظام ج.ا.ا. مبتنی بر ارزش‌هایی نظیر عدالت محوری، معنویت‌گرایی، ضدیت با استکبار و ... است که این ارزش‌ها در جهان کنونی مورد توجه بخش عمده‌ای از مردم جهان قرار دارند و بنابراین قابلیت جذب توده‌های مردم را خواهند داشت. به همین جهت رهبر انقلاب تأکید دارند که «خوشبختانه جمهوری اسلامی در این زمینه [دیپلماسی عمومی] دستش باز است» (بیانات، ۱۲ / ۰۴ / ۱۳۹۵).

از آنجا که انقلاب اسلامی ایران دارای ویژگی اسلامی، جهان شمولی، فرهنگی و مردمی است، ج.ا.ا. نیز دارای هویتی اسلامی است و بر اساس همین هویت اسلامی، رسالتی فرامرزی برای خود، علی‌الخصوص نسبت به مسلمانان جهان قائل شده است و جهت‌گیری‌ها و سیاست‌های خود را در این راستا تنظیم کرده است (یزدانی و نژادزنده، ۱۳۹۲: ۲۰). انقلاب اسلامی ایران با تأکید بر عدالت‌گرایی و نفی تبعیض، انسانی‌تر کردن، منصفانه کردن و عادلانه ساختن فضای جهانی و نیز افشای ماهیت سلطه‌طلبانه و غیر انسانی و غیر اخلاقی گفتمان غالب بر روابط بین‌الملل، بر ضرورت عرضه کالاهای عظیم فرهنگی و پیام‌های درخور توجه در تمدن اسلامی تأکید ورزیده است. بنابراین ج.ا.ا. برای انتقال این مفاهیم، باید از وجهه قدرت نرم خود بهره گیرد. با توجه به اینکه عصر کنونی، عصر ارتباطات است، در این میان بازیگری می‌تواند پیش‌تاز باشد که در عرصه اعتماد سازی پیروز شود؛ لذا ج.ا.ا. باید بتواند با بهره‌گیری از قدرت نرم و تصویر سازی و ارائه وجهه‌ای مطلوب و مناسب به انتقال درست پیام با تکیه بر ساختارهای غیر مادی از جمله اجتماعی، هنجاری، ارزشی و نهادی و عوامل زمینه‌ای چون دین، فرهنگ، تاریخ و هویت اجتماعی مبادرت ورزد (دهشیری، ۱۳۹۰: ۱۳۰ - ۱۲۹).

با این توضیحات می‌توان دریافت که رسالت سیاست خارجی ج.ا.ا. برای صدور ارزش‌های انقلاب اسلامی تا چه حد بر ابزار دیپلماسی عمومی مبتنی است. صدور انقلاب از موضوعات مورد توجه امام علیه السلام بود که به معنای صادر کردن تجربه‌های انقلاب اسلامی به سایر کشورهای جهان است (اخوان کاظمی، ۱۳۹۱: ۱۳). در این پیوند، چهار راهبرد برای صدور انقلاب در نظر گرفته شده است:

۱. الگو سازی؛ ۲. تبلیغ و آگاه‌سازی؛ ۳. آموزش و ۴. حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش (محمدی، ۱۳۹۰: ۷۲). با عنایت به این راهبردها، این نکته آشکار می‌شود که غالب این موارد از طریق ا شاعه ارزش‌ها و باورهای برخاسته از انقلاب اسلامی، و جذب ملل دیگر به آنها صورت می‌پذیرد؛ یعنی همان مسیری که دیپلماسی عمومی در اختیار ما قرار می‌دهد.

۴. دیپلماسی عمومی در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای

۴ - ۱. اهمیت قدرت نرم و دیپلماسی عمومی

به‌طور کلی، آیت‌الله خامنه‌ای، نظام بین‌الملل کنونی را به صورت واقع‌گرایانه‌ای درک می‌کند؛ «در دنیای قانون جنگل، هر ملتی باید به فکر خودش باشد و خود را تقویت کند» (بیانات، ۰۴ / ۱۰ / ۱۳۸۲). چنین گزاره‌ای، مخاطب را به سوی نظریه واقع‌گرایی رهنمون می‌شود. بر همین اساس، فرآیند دیپلماسی را نیز طبق آن منطق معرفی می‌نماید، فرآیندی که در آن برد و باخت اهمیت دارد. در این راستا ایشان می‌فرماید: «دیپلماسی، یک جنگ است» (بیانات، ۳۱ / ۰۵ / ۱۳۶۸). صاحب این نگاه واقع‌گرایانه، غافل از اهمیت ارزش‌ها و آرمان‌ها نیست و در این پیوند ایشان دو نوع قدرت را معرفی می‌کند، مادی و معنوی. ایشان قدرت معنوی را برتر دانسته و می‌فرماید: «چنین اعتقاد و اقتداری ابهت است؛ و الا این اقتدارهای معمولی و ظاهری — چون پول و ثروت و علم و تسلیحات و ... - قابل فهم و تشخیص است و خیلی‌ها هم بیشتر از ما از آن برخوردارند. چیزی که در ما استثنایی است و توجه دنیا و احترام دیگران را جلب می‌کند، همین پای‌بندی ما به یک فکر و اعتقاد الهی است که آن را نشان می‌دهیم» (خامنه‌ای، ۱۳۹۰: ۱۶). در همین ارتباط تأکید می‌شود که «سلاح مهم است و مردم مسلح، توانای دفاع است؛ اما مهم‌تر از سلاح، نیروی معنوی و قدرت روحی مردم مسلح است. این آن چیزی است که اقتدار ملی یک کشور را به صورت یک اقتدار معنوی و حقیقی و غیر قابل زوال در می‌آورد» (بیانات، ۲۸ / ۰۷ / ۱۳۸۷). بنابراین می‌توان به اهمیت مسائل مربوط به قدرت نرم که از سنخ اقتدار معنوی است، در منظومه فکری ایشان پی برد؛ بر همین اساس و با شناخت این مقوله است که ایشان جنگ امروز علیه ج. ا. ایران را نه از نوع سخت بلکه از نوع جنگ فرهنگی و عقیدتی (جنگ نرم) می‌داند و تأکید دارند که «مبارزه دشمن، مبارزه تبلیغاتی است و بوق‌های تبلیغاتی دشمن همه فضاهای ممکن را علیه ملت ایران پر می‌کند» (بیانات، ۲۸ / ۱۱ / ۱۳۸۱). در چنین نبردی، فرهنگ و دفاع از آن در صدر همه امور قرار می‌گیرد. با این و صف، ایشان

رسالت «آگاه‌سازی» [سایر ملت‌ها] را برای دستگاه سیاست خارجی تعریف نموده و در دیدار رئیس‌جمهور و هیأت دولت، می‌فرماید: «در زمینه سیاست خارجی باید سعی کنید که همه در دنیا بدانند که ملت و دولت ایران، انگیزه و هدفش این است که می‌خواهد با فکر خود، با نیروی خود، با اراده خود، در راه سعادت خود قدم بردارد» (بیانات، ۰۲ / ۰۶ / ۱۳۷۷). بنابراین می‌توان گفت کارآمدترین ابزاری که در این عرصه [آگاه‌سازی سایر ملت‌ها] بهترین کارایی را دارد، دیپلماسی عمومی است.

۴ - ۲. اهداف دیپلماسی عمومی

صدر انقلاب: سابقه به کارگیری دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی ایران به سال‌های اولیه انقلاب باز می‌گردد. بر این اساس، ج. ا. ا. در قبال کشورها و حکومت‌های متخاصم بر مبنای اولویت و ارجحیت رابطه با ملت‌ها، از دیپلماسی عمومی سود برد. از این رو دیپلماسی عمومی طبق تعاریف گفته شده اشتراکات و شباهت‌های زیاد با اصل صدور انقلاب دارد تا آنجا که برخی آن را همان اصل صدور انقلاب قلمداد می‌کنند. در واقع بحث دیپلماسی عمومی در ایران چند سالی است که با این عنوان به کار می‌رود، اما باید گفت که دیپلماسی عمومی ایران با انقلاب اسلامی آغاز شد و بحث صدور انقلاب، همان دیپلماسی عمومی است. چرا که هدف در دیپلماسی عمومی مانند صدور انقلاب، عموم جامعه است و مردم در کانون محوری آن قرار دارند (جوادی ارجمند و اسمعیلی، ۱۳۹۰: ۶). رهبر انقلاب در دیدار با اقشار مختلف مردم همانند امام خمینی رضی الله عنه، صدور انقلاب را صدور مبنای فرهنگی انقلاب اسلامی ایران بیان می‌کند: «صدور انقلاب، یعنی صدور فرهنگ انسان‌ساز اسلام و صدور صفا و خلوص و تکیه و اصرار بر ارزش‌های انسانی. ما به این کار و انجام این وظیفه افتخار می‌کنیم. این، راه انبیاست و ما این راه را باید ادامه دهیم. چرا ما باید از صادر کردن توحید و اخلاق انبیا و روح فداکاری و اخلاص و تزکیه اخلاقی به کشورهای دیگر خجالت بکشیم؟! چرا باید شرم کنیم از این که غیرت و حمیت صحیح و ایستادگی در مقابل قدرت‌های باطل را به صورت درس عملی به ملت‌های دیگر ارایه و تعلیم بدهیم؟ ملت‌ها باور نمی‌کنند که بشود با عوامل و مزدوران قدرت‌های استکباری درافتاد. ما درافتادیم و پیروز هم شدیم. چرا این عمل و تجربه‌ی خودمان را در اختیار افکار عمومی ملت‌ها نگذاریم؟ ما این انقلاب را صادر می‌کنیم. ... صدور انقلاب، به معنای صادر کردن ارزش‌های انقلابی و افشاگری درباره م‌ستبدها و ظالم‌های عالم، وظیفه و تکلیف الهی ماست. اگر این کار را نکنیم، کوتاهی کرده‌ایم» (حدیث ولایت، ۱۹ / ۰۴ / ۱۳۶۸).

مقام معظم رهبری پیام اصلی انقلاب اسلامی ایران را عدالت می‌دانند امروز مهم‌ترین حرف نظام اسلامی، عدالت است. ایشان عدالت را پیام اسلام برای همه جوانان دنیا معرفی می‌نمایند و جاذبه این شعار بر محتوای نظام جمهوری اسلامی را برای جوانان دیگر کشورها نیز یادآور می‌شوند. «در انقلاب اسلامی ما - که یک حرکت دینی بود - به طور طبیعی عدالت جایگاه ممتازی داشت و دارد. در شعارهای مردمی، در قانون اساسی، در بیانات امام راحل رحمته، در گفتمان‌های موضعی و در زمان‌های مختلف و به مناسبت‌های مختلف که جمهوری اسلامی مطرح کرده، این جایگاه ممتاز دیده می‌شود. ... عدالت یک ارزش مطلق است؛ یعنی هیچ جا نداریم که عدالت بد باشد» (حدیث ولایت، ۲۷ / ۰۲ / ۱۳۹۰). بر همین اساس به باور ایشان «مردم، در هر جای دنیا که هستند، قلباً طرفدار حق و عدالتند. حتی اگر بازویشان همکاری نکنند، اما قلبشان عدالت را دوست می‌دارد و می‌فهمند که اینجا صادقانه حرکت می‌کنند» (بیانات، ۱۹ / ۱۱ / ۱۳۷۱). بنابراین معظم له بر جذابیت عدالت خواهی تأکید داشته و بیان می‌دارند: «امروز پیام اسلام پیام جذابی است. پیام ما پیام عدالت است پیام ما پیام نجات انسان‌ها و نجات جوان‌هاست» (حدیث ولایت، ۰۲ / ۰۴ / ۱۳۷۱) در تکمیل مباحث فوق، مقام معظم رهبری می‌فرمایند: «ما با معیار عدالت بین‌المللی گرایش به معنویت، کرامت دادن به نوع انسان و گرایش به دین خدا و به معنویت و اخلاق معنوی سرکار آمدیم. ما با معیار تن ندادن و قدرت طلبی و زیاده‌خواهی سیطره جویان عالم سرکار آمده‌ایم این‌ها معیارهای جمهوری اسلامی است» (حدیث ولایت، ۰۸ / ۱۲ / ۱۳۸۴).

۴ - ۳. مخاطبان دیپلماسی عمومی

بدون شناخت دقیق مخاطبان، نمی‌توان برنامه‌ریزی دقیقی برای تأثیرگذاری در ادراکات آنها داشت. تعریف مخاطبان مورد نظر به اوضاع و احوال داخلی و خارجی، رویدادها و گرایش‌های تاریخی که در گذر زمان شکل گرفته‌اند، بستگی دارد. برای مثال مخاطبان مورد نظر را می‌توان بر پایه عواملی مانند زبان، عقاید مذهبی، موقعیت اجتماعی و اقتصادی، شغل و ... تعریف کرد. درک درست از ویژگی‌های مخاطبان ما را در توصیف عقاید، نگرش‌ها و دریافت‌های آنها از کشورمان یاری می‌کند (یزدان‌فام، ۱۳۹۳: ۴۴ - ۴۳). در این رابطه باید توجه نمود که باید بر مخاطبانی تمرکز داشت که بیشترین نسبت را در تأمین منافع دارند، نه اینکه نفوذ در آنها آسان‌تر است (یزدان‌فام، ۱۳۹۳: ۵۸). در همین راستا با توجه به ماهیت اسلامی انقلاب ایران، رهبری بر توجه نسبت به ملت‌های مسلمان تأکید دارند. معظم له می‌فرمایند:

«انقلاب اسلامی نگاهش به دنیای اسلام بود؛ نگاهش به برداشتن دست ظالم و متجاوز استکبار از روی سر امت اسلامی و از زندگی امت اسلامی بود. لذا وقتی انقلاب در ایران پیروز شد، ملت‌های مسلمان در شرق و غرب عالم احساس کردند که در زندگی آنها نسیم تازه‌ای وزید، هوا عوض شد؛ احساس کردند گشایشی در کارها شان پیدا شد؛ این را ما از امام آموختیم و این خط روشن نظام جمهوری اسلامی از آغاز تا امروز بوده است» (حدیث ولایت، ۰۳ / ۰۸ / ۱۳۸۹).

علاوه بر مسلمانان به طور عام، رهبری بر مخاطب جوان مسلمان به طور خاص توجه دارند:

«وقتی جوان در یک کشوری بیدار شد، امید به بیداری‌های عمومی در آن کشور افزایش پیدا می‌کند. امروز جوان‌های ما در سرتا سر جهان اسلام بیدار شده‌اند. این همه دام مقابل پای جوانها قرار داده شده، اما جوان مسلمان و غیور و بلندهمت، از این گرفتاری‌ها خودش را نجات داده» (بیانات، ۱۰ / ۱۱ / ۱۳۹۰).

از طرف دیگر تردیدی نیست که اذهان و فطرت حقیقت‌جو رهایی از بحران هویت مولود نظام سلطه، در بین اقشار مختلف جوامع غربی، بیشتر از همه دغدغه قشر جوان آن جوامع می‌باشد. جوانانی که برای رسیدن به واقعیت‌ها و دسترسی به علم واقعی همت می‌گمارند و روح تلاش و روحیه مقابله با ظلم و ستم و همچنین ایستادن در برابر زورگویی، از مؤلفه‌های رفتاری آنان است و نسبت به سایر اقشار جامعه نیرو انرژیک بالاتری برای تحقیق و تفحص در شبهات و رهایی خود از تاروپوذهای تصنعی ایجادشده نظام لیبرال دموکراسی دارند. آیت‌الله خامنه‌ای با اشراف به این موضوعات و اینکه هرگونه تغییر و تحول در کشورها از سوی مردم صورت می‌گیرد و موتور محرک مردم و آینده سازان جوامع، نیز قشر جوان هستند، به نگارش نامه خطاب به جوانان اروپا و آمریکای شمالی پرداخته‌اند. جوانانی که در صورت رهایی از مرزها و فضاها تصنعی ایجادشده توسط گفتمان لیبرال دموکراسی و امپراتوری رسانه‌ای نظام سلطه، می‌توانند در بیدارسازی و آگاهی بخشی عمومی جامعه خود، نقش چشمگیری داشته باشند.

«من شما جوانان را مخاطب خود قرار می‌دهم؛ نه به این علت که پدران و مادران شما را ندیده می‌انگارم، بلکه به این سبب که آینده‌ی ملت و سرزمینتان را در دستان شما می‌بینم و نیز حس حقیقت‌جویی را در قلب‌های شما زنده‌تر و هوشیارتر می‌یابم ... آیا هرگز از خود پرسیده‌اید که همین اسلام، چگونه و بر

مبنای چه ارزش‌هایی طی قرون متمادی، بزرگ‌ترین تمدن علمی و فکری جهان را پرورش داد و برترین دانشمندان و متفکران را تربیت کرد؟ ... این چالش از پیش طراحی شده بین اسلام و شما جوانان، اگرچه ناگوار است اما می‌تواند پرسش‌های جدیدی را در ذهن کنجکاو جستجوگر شما ایجاد کند. تلاش در جهت یافتن پاسخ این پرسش‌ها، فرصت مغتنمی را برای کشف حقیقت‌های نو پیش روی شما قرار می‌دهد. بنابراین، این فرصت را برای فهم صحیح و درک بدون پیش‌داوری از اسلام از دست ندهید تا شاید به یمن مسئولیت‌پذیری شما در قبال حقیقت، آیندگان این برهه از تاریخ تعامل غرب با اسلام را با آزرده‌تری کمتر وجدانی آسوده‌تر به نگارش درآورند» (حدیث ولایت، ۱۳ / ۱۱ / ۱۳۹۳).

۴ - ۴. مبنای تقویت دیپلماسی عمومی

رسانه‌ها: عملکرد دیپلماسی عمومی و فرهنگی به گونه‌ای است که دولت‌ها نیازمند ایجاد شبکه ارتباطات حرفه‌ای و گسترده 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 فرهنگی 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 و این مسئله باعث شده است مدیریت رسانه‌ها مورد توجه خاص دولت‌ها قرار گیرد (سمعی اصفهانی و فتحی مظفری، ۱۳۹۱: ۲۴). در این پیوند، با توجه به اهمیتی که رهبر انقلاب برای قدرت رسانه‌ای مدنظر دارند، آن را به مثابه یک «سلاح قدرتمند» معرفی می‌نمایند و به روشنی این موضوع را بیان می‌دارند که:

«امروز تأثیر رسانه‌ها و تلویزیون‌ها و هنرها و این شبکه‌های عظیم اطلاع‌رسانی اینترنتی و ... از سلاح و از موشک و از بمب اتم بیشتر است. امروز دنیا، یک چنین دنیایی است» (بیانات، ۲۸ / ۰۲ / ۱۳۸۳). و نیز «امروز مؤثرترین سلاح بین‌المللی علیه دشمنان و مخالفین، سلاح تبلیغات و سلاح ارتباطات رسانه‌ای است» (بیانات، ۰۲ / ۰۷ / ۱۳۸۸).

با توجه به هدف صدور انقلاب، ایشان از اوایل زمامداری بر نقش رسانه در تأمین این هدف توجه

داشتند:

«صدا و سیما باید حقیقتاً به وسیلهٔ اعتلا تبدیل بشود و در خدمت تفکر انقلاب و اسلام و رسوخ این فکر در ذهن و فکر و روح و عمل مردم جامعهٔ خودمان و نیز مردم دیگری که در شعاع تبلیغات صدا و سیما قرار دارند، باشد» (بیانات، ۱۳۶۹ / ۱۲ / ۱۴).

توصیهٔ ایشان در مورد جهت‌گیری صداوسیما به عنوان اصلی‌ترین رسانهٔ جمهوری اسلامی چنین است: «جهت‌گیری اساسی صداوسیما باید درست نقطهٔ مقابل همان جهت‌گیری باشد که آنها (دشمنان) دارند ... شما باید درست نقطهٔ مقابل این کار را مورد اهتمام خودتان قرار دهید» (حدیث ولایت، ۲۸ / ۲ / ۱۳۸۳). در این فراز از بیانات رهبر انقلاب، وجه سلبی دیپلماسی عمومی مورد توجه است؛ بدین معنا که باید از توان رسانه‌ای برای اثرزدایی از تصویرهایی که دشمنان از ایران ترسیم کرده‌اند، بهره جست.

ایشان با اشاره به یک تولیدکنندهٔ برنامهٔ رادیویی بیان می‌دارد که «برنامهٔ رادیویی ایشان که در خصوص زندگی پیغمبر است، کشش این را دارد که به همهٔ زبان‌های زندهٔ دنیا ترجمه شود. من در این موضوع واقعاً دقت کرده‌ام که می‌گویم. یعنی اگر همین امروز برنامهٔ ایشان به زبان عربی ترجمه شود و کاری کنیم که به وسیله‌ای، این برنامه، فرضاً از رادیو کویت یا رادیو سعودی - بی‌آن‌که بگویند مال کجاست - پخش شود و بعد مستمعین بفهمند این برنامه در ایران تهیه شده است، خود این به قدر یک عالم، تبلیغات به نفع ایران دارد» (بیانات، ۲۲ / ۰۴ / ۱۳۷۳). در این عبارات هم بر مخاطب خاص مسلمان و هدف‌گذاری صحیح تأکید گردیده است و هم وجه ایجابی دیپلماسی عمومی مدنظر می‌باشد.

هنر: در بیانات آیت‌الله خامنه‌ای استفاده از مسائل هنری و به ویژه استفاده از هنرهای اسلامی و مذهبی بسیار یاد شده است. با ظرفیتی که جامعه اسلامی ایران از آن برخوردار است، می‌توان از این هنرها به عنوان عاملی برای ایجاد ارتباطات و وحدت در میان جوامع اسلامی بهره گرفت. آیت‌الله خامنه‌ای از حیث کارکردی، هنر را چنین معنا می‌کنند:

«هنر این است که انسان مطلب را به شیواترین شکل و به مؤثرترین نحو بیان کند؛ اما در طرف مقابل هیچ حالت امتناع به وجود نیاورد» (بیانات، ۱۱ / ۰۹ / ۱۳۸۳).

بنابراین هنر، قدرت نفوذ زیادی خواهد یافت و بر این اساس است که آیت‌الله خامنه‌ای در جمع مسئولین سیاست خارجی به نافع بودن هنر ارجاع می‌دهد و خطاب به آنان بیان می‌دارد:

«شما می‌بینید که گاهی اوقات یک مفهوم را به هر زبان بیان کنید، به دل و ذهن مخاطب نمی‌رسد، مگر با زبان نمایش، مگر با زبان نقاشی و زبان شعر؛ فقط با هنر می‌رسد» (خامنه‌ای، ۱۳۹۱: ۱۸).

ایشان در ارتباط با پیوستگی هنر و قدرت نرم می‌فرمایند: «اگر قدرت نرم بر هنر سوار شود و بر فرهنگ غنی و بالنده تکیه داشته باشد و با قالبی مناسب به میدان آورده شود ر سوخ آن در دل‌ها بیشتر می‌شود» (حدیث ولایت، ۱۴ / ۰۶ / ۱۳۸۸). و در جای دیگری در مورد هنر سینما و اهمیت آن در عصر کنونی بیان می‌کنند:

«استفاده از هنر بالأخص هنر سینما از شیوه‌های رایج قدرت نرم است. امروز استکبار به این اکتفا نمی‌کند که شمشیر نشان بدهد، شمشیر هم نشان می‌دهد، اما در کنار او به ده‌ها شیوه دیگر متصل می‌شود». به نظر مقام معظم رهبری در بحث هنر، باید قالب‌های خوب هنری برای کارهای فرهنگی در نظر بگیریم: «بایستی قالب را خوب انتخاب کنید و هنر را بایستی تمام‌عیار توی میدان بیاورید» (حدیث ولایت، ۲۵ / ۰۲ / ۱۳۸۶).

مراکز آموزشی: یکی از مهم‌ترین راهبردها در اجرای دیپلماسی عمومی، راهبرد آموزشی است. رهبر انقلاب با بیانی دقیق در جمع محصلان خارجی در ایران، خطاب به آنان می‌گویند: «شما از نزدیک به صد کشور در اینجا جمع شده‌اید تا با معارف اسلام ناب نجات‌بخش آشنا شوید. هدف این نیست که ما انقلاب را به شکل متعارف در عرف سیاسی و قاموس سیاسی به این کشور و آن کشور صادر کنیم؛ انقلاب چیزی نیست که با ابزارهای سیاسی بشود آن را صادر کرد یا با ابزارهای نظامی و امنیتی بشود آن را پیش برد؛ این غلط است؛ ما از اول، این راه را بستیم. شما امروز این فرصت بزرگ را در جمهوری اسلامی، در عاصمه علمی قم، در جامعه مبارک «المصطفی» دارید که با این معارف آشنا شوید؛ ... خود شما بتوانید نورافکنی شوید که فضا را روشن می‌کند. امروز دنیای اسلام به این نیاز دارد. شماها ذخیره‌های اسلامید، شماها سرمایه عظیمی برای اسلامید. اینجا خوب فرا بگیرید؛ در فضای انقلاب و نظام جمهوری اسلامی خوب تنفس کنید و به امید خدا در زمان لازم در میان ملت خودتان برگردید و با ابزار علم، با سلاح حلم و اخلاق و تواضع و مهر و محبت به مردم، این حقایق را منتقل کنید» (بیانات، ۰۳ / ۰۸ / ۱۳۸۹). طبق مبانی نظری پژوهش حاضر، در راهبرد آموزشی، محصلان پس از پایان تحصیل در کشور خارجی و بازگشت به وطن خود، احساس نزدیکی فکری به کشور محل تحصیل خود خواهند داشت. از این رو فارغ‌التحصیلان پس از بازگشت به موطن، می‌توانند

بر مسائل جامعه خود در راستای منافع کشور محل تحصیل شان اقدام کنند. این همان نکته‌ای است که رهبری بر آن تأکید دارند و به دانشجویان توصیه می‌کند تا ارزش‌های انقلابی را درک و سپس اشاعه دهند. شیخ عیسی قاسم، روحانی بحرینی و سید حسن نصرالله دبیر کل حزب‌الله لبنان از جمله افراد نامداری هستند که بخشی از تحصیلات خود را در ایران گذرانده‌اند.

استفاده از عرصه ورزش: برای پی بردن به اهمیت این موضوع، کلام آیت‌الله خامنه‌ای گویاتر از هر چیزی است. ایشان خطاب به قهرمانان ورزشی می‌فرماید:

«اینکه شماها در میدان‌های ورزشی، با اخلاق انسانی و با جوانمردی ظاهر شوید - و خوشبختانه ظاهر می‌شوید - از نظر بینندگان بین‌المللی، که امروز دیگر میلیون‌ها و در مواردی میلیاردها تماشاچی وجود دارد و مطلع می‌شوند، پیام‌آور یک حقیقتی است از داخل کشورتان، که این حقیقت را با هیچ زبان دیگری نمی‌شود تبلیغ کرد. یک قهرمان با جوانمردی خودش تبلیغ می‌کند، با تدین خودش تبلیغ می‌کند. این مسئله بانوان و دختران ورزشکار ما که با حجاب در میدان می‌روند، خیلی چیز مهمی است ... شما پیام‌هایی را می‌رسانید که این پیام‌ها با هیچ وسیله‌ای قابل رساندن نیست: پیام عزم و اراده، پیام ایستادگی، پیام ایمان. ورزشکار ما بعد از پیروزی در آن چنان میدانی و در جایگاه اول جهان قرار گرفتن، شعار «یا حسین» سر می‌دهد؛ یا می‌افتد روی خاک سجده می‌کند، یا دستش را بلند می‌کند و خدا را شکرگزاری می‌کند. می‌دانید امت اسلامی و ملت‌های مسلمان با این کار چه هیجانی پیدا می‌کنند؟ دنیائی که سعی می‌کند همه را، به‌خصوص جوان‌ها را، به سوی بی‌ایمانی و لابی‌گری و پشت کردن به معنویات سوق دهد، یک جوان برجسته ما - نه یک جوان معمولی - در میدان ورزش این جور اقبال خودش را به معنویات نشان می‌دهد. اینها خیلی کارهای اثرگذار و مهمی است» (بیانات، ۲۱ / ۱۲ / ۱۳۹۱).

۵. نتیجه‌گیری

دیپلماسی عمومی از جمله مفاهیم جدیدی است که در روابط بین‌الملل و به ویژه دوران پس از جنگ سرد ارزش و اهمیت خود را در دستگاه سیاست خارجی کشورها نشان داده است. در این پژوهش مفهوم دیپلماسی عمومی و اشکال مختلف آن از منظر مقام معظم رهبری مورد تجزیه و تحلیل و براساس آن دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام از لحاظ سلبی و ایجابی مورد

بررسی قرار گرفته است. در بیشتر جنبش‌های اسلامی، تأثیر ایران انقلابی غیرمستقیم بوده، و ایران عمدتاً نقش الگو را داشته است، نه مداخله‌گر مستقیم. این نکته به ویژه در دوره آغازین پس از آن صادق بود که سنی و شیعه در سراسر جهان اسلام، شهامت و ایمان انقلابیون را می‌ستودند و ایران با بنیادگرایی و احیای اسلامی مترادف شمرده می‌شد. آیت‌الله خامنه‌ای در این باره می‌فرماید: «در حقیقت امام بزرگوار ما در این نهضت عظیمی که در کشورمان و در جهان اسلام به وجود آوردند، دو پرچم را بلند کردند و برافراشته نگاه داشتند: یک پرچم عبارت است از پرچم احیاء اسلام فرهنگی، به عرصه آوردن این قدرت عظیم و بیکران. پرچم دوم، پرچم عزت و سربلندی ایران و امت اسلام. این دو تا پرچم برافراشته به دست قدرتمند امام بزرگوار ماست پرچم اول که در حقیقت یک بعد از دعوت فرهنگی امام و نهضت امام است مربوط به امت بزرگ اسلامی است پرچم دوم هم اگرچه مربوط به ملت ایران است، مربوط به مسلمانان و ایرانی است، اما چون یک تجربه عملی از تحرک حیات بخش اسلام است، برای امت اسلامی امیدآفرین و حرکت‌ساز است، چون این نهضت بزرگ در ایران تجربه عملی بیداری اسلام بود، بنابراین اگرچه که به طور مستقیم مربوط به ایران و ایرانی است اما نتیجه آن باز برای امت اسلام دارای ارزش و اهمیت است» (حدیث ولایت، ۱۴ / ۰۳ / ۱۳۸۸). علاوه بر تلاش‌های گسترده و مهمی که باید به منظور رفع ضعف‌های موجود در جهت مقابله با تهدیدات کنونی یا در حال ظهور علیه کشور در حوزه ارتقاء دیپلماسی فرهنگی در سطوح مختلف سیاسی، اجتماعی - فرهنگی انجام بشود، باید با به برنامه‌ریزی‌های منسجم برای ارتقاء دیپلماسی نرم و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران توجه داشت که پیش از قابلیت افزایی و به عبارتی تقویت پیش ساخت‌ها، ورود عجولانه به صحنه عملیات در خوشبینانه‌ترین نگرش، تأثیرات مقطعی و در نگاهی واقعیت‌انگارانه، پیامدهایی مخربی در پی خواهد داشت.

منابع:

الف) فارسی:

۱. اخوان کاظمی، بهرام (۱۳۹۱)، «*راهبردها و بایسته‌های سیاست خارجی و دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه امام خمینی و مقام معظم رهبری*»، رهیافت انقلاب اسلامی، سال ششم، شماره ۱۹، تابستان، صص ۲۴ - ۳.
۲. اخوان کاظمی، بهرام (۱۳۹۳)، «*اصول و کارکردهای دیپلماسی عمومی در سیره نبوی*»، پژوهش‌های سیاست اسلامی، سال دوم، شماره ۵، بهار و تابستان، صص ۳۴ - ۱۱.
۳. اسماعیلی‌فرد، مریم (۱۳۹۳)، «*دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*». در: حاجیانی، ابراهیم و ایرانشاهی، حامد (گردآورنده)، درآمدی بر

- دبیلیماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، صص ۴۷ - ۲۳.
۴. اصغری راد، جواد (۱۳۹۰)، *درآمدی بر دبیلیماسی عمومی*، تهران: مرکز پژوهشی آموزشی کوثر.
۵. امیر زاده، رضا، زینالی، صادق و زمانی راد، حجت (۱۳۹۵)، «*نقش و جایگاه ارزش های شیعی در دبیلیماسی عمومی*»، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال دوازدهم، شماره دوم، تابستان.
۶. بیانات، پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی سیدعلی خامنه‌ای - مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی، قابل دسترسی در: <http://farsi.khamenei.ir/speech?npt=-1>
۷. پرویزی، جمشید (۱۳۹۲)، «*نقش آموزش‌های بین‌المللی در دبیلیماسی عمومی؛ تجربه استرالیا*»، فصلنامه سیاست خارجی، سال بیست و هفتم، شماره ۴، زمستان، صص ۱۰۶۴ - ۱۰۳۷.
۸. جوادی ارجمند، محمدجعفر و اسمعیلی، مرتضی (۱۳۹۱)، «*جایگاه دبیلیماسی عمومی در روابط ایران و کشورهای فارسی زبان*»، فصلنامه سیاست، دوره ۴۲، شماره ۳، پاییز، صص ۱۱۳ - ۹۷.
۹. جوادی ارجمند، محمدجعفر (۱۳۹۴)، *دبیلیماسی عمومی و فرهنگی ج.ا. ایران در روابط با کشورهای حوزه خلیج فارس*. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی، سال دوازدهم، تابستان، شماره ۴۱.
۱۰. حدیث ولایت (۱۳۹۴)، *مجموعه رهنمودهای مقام معظم رهبری حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای*. تهران: مؤسسه پژوهشی فرهنگی انقلاب اسلامی - دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای.
۱۱. حسینی، سید محمد حسین (۱۳۹۲)، «*جایگاه دبیلیماسی عمومی در سیاست خارجی ج.ا. ایران (مطالعه موردی: خاورمیانه)*»، فصلنامه سیاست خارجی، سال بیست و هفتم، شماره ۳، پاییز.
۱۲. خامنه‌ای، [آیت‌الله] سید علی (۱۳۹۰)، *راهبردهای سیاست خارجی برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری*، تهران: انقلاب اسلامی.
۱۳. درخشه، جلال و غفاری، مصطفی (۱۳۹۰)، «*دبیلیماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام*»، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال دوازدهم، شماره ۱۶، زمستان، صص ۴۵ - ۹.
۱۴. دهشیری، محمدرضا (۱۳۹۰)، *بازتاب مفهومی و نظری انقلاب اسلامی ایران در روابط بین‌الملل*، چاپ دوم، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۵. دهشیری، محمدرضا (۱۳۹۳)، *دبیلیماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۶. سبحانی، فر، محمد جواد و امیر عبداللہیان، مجید (۱۳۹۳)، «*تأثیر دبیلیماسی عمومی ایران در لبنان بر قدرت نرم ج.ا. ایران*»، دو فصلنامه علمی پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی دانشکده علوم انسانی و قدرت نرم دانشگاه افسری و تربیت بدنی پاسداری امام

- حسین ۱۷۰۰ سال چهارم، شماره ۹، بهار و تابستان.
۱۷. سجادی‌پور، سید محمدکاظم و وحیدی، موسی‌الرضا (۱۳۹۰)، «دیپلماسی عمومی نوین: چارچوب‌های مفهومی و عملیاتی»، فصلنامه سیاست، دوره ۴۱، شماره ۴، زمستان، صص ۹۵ - ۷۷.
۱۸. سلیمانی، غلامعلی (۱۳۹۴)، *الگوی تصمیم‌گیری در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۱۹. سنایی، اردشیر و جباری ثانی، عباسعلی (۱۳۹۸)، «ارزیابی ظرفیت دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه علمی - پژوهشی علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، سال چهارم، شماره ۱۱، تابستان، صص ۹۲ - ۶۱.
۲۰. سیمبر، رضا و قربانی شیخ‌نشین، ارسلان (۱۳۸۸)، «دیپلماسی نوین در روابط خارجی؛ رویکردها و ابزارهای متغیر»، فصلنامه بین‌المللی روابط خارجی، سال اول، شماره ۴، زمستان، صص ۶۱ - ۴۳.
۲۱. متقی، ابراهیم (۱۳۸۷)، «دیپلماسی عمومی؛ مقاله‌ای درباره نگرگونی‌های مفهومی در امنیت بین‌الملل»، دیپلماسی ایرانی، ۲۸ اردیبهشت، دسترسی در: <http://irdiplomacy.ir/fa/page/11181>
۲۲. محمدی، منوچهر (۱۳۹۰)، *بازتاب جهانی انقلاب اسلامی*، چاپ چهارم، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۲۳. مشیرزاده، حمیرا (۱۳۹۱)، *تحول در نظریه‌های روابط بین‌الملل*، چاپ هفتم، تهران: سمت.
۲۴. نای، جوزف اس. (۱۳۹۳)، *آینده قدرت*، ترجمه احمد عزیزی، چاپ دوم، تهران: نشر نی.
۲۵. یزدان‌فام، محمود (۱۳۹۳)، *دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: پژوهشگاه مطالعات راهبردی.
۲۶. یزدانی، عنایت‌الله و نژادزندی، رویا (۱۳۹۲)، «کاربست دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در چهارچوب اصول و ارزش‌های انقلاب اسلامی»، فصلنامه علمی-پژوهشی «پژوهشنامه انقلاب اسلامی»، سال دوم، شماره ۷، تابستان، صص ۴۴ - ۱۹.

(ب) انگلیسی:

1. Brown, Katherine A., Green, Shannon N. and Wang, Jian J. (2017), "Public Diplomacy and National Security in 2017", *the Center for Strategic and International Studies (CSIS)*, January.
2. Cull, Nicholas J. (2009), *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, Los Angeles: Figueroa Press.
3. Gilboa, Eytan (2001), "Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects", *Diplomacy & Statecraft*, Vol.12, No.2, June, pp.1-28.
4. Gregory, Bruce (2011), "American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation", *the Hague Journal of Diplomacy*, Vol. 6, No. 3-4, pp. 351-372.

5. Griffiths, Martin and O'Callaghan, Terry (2002), *International Relations: the Key Concepts*, London and New York: Routledge.
6. Helmers, helmer (2016), "Public Diplomacy in Early Modern Europe", *Journal media history*, vol 5, <http://dx.doi.org/10.1080/13688804.2016.1174570>.
7. Henrikson, Alan K. (2006), "What Can Public Diplomacy Achieve?", *Netherlands Institute of International Relations Clingendael*, at: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/publicdiplo.pdf>
8. Izadi, foad (2016), "US Public Diplomacy: A Theoretical Treatise", *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, Vol. 46, No. 1.
9. Just, Thoma s (2016), "Promoting Russia abroad: Russia's post-Cold war national identity and public diplomacy", *the Journal of International Communication*, Vol. 22, No 1.
10. Leonard, Mark, Stead, Catherine and Smewing, Conrad (2002), *Public Diplomacy*, London: The Foreign Policy Centre.
 11. Melissen, Jan (2005), "the New Public Diplomacy: Between Theory and Practice", in: Jan Melissen (Ed), *the New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, New York: Palgrave Macmillan, pp. 3-27.