

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

دکتر محمود داریابام



عنوان و نام پدیدآور: دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران / نویسنده محمود یزدانی‌فام.

مشخصات ظاهری: ۳۱۰ ص.

شماره: ۶-۷۲-۵۲۸۲-۶۰۰-۹۷۸

شماره: ۱۳۸۸-۱۳۶۸ - - سیاست و حکومت

موضوع: ایران - روابط خارجی - - ۱۳۶۸ -

شناسه افزوده: پیشینه مقالات راهبردی.

دهبندی کنگ ۱۳۹۲ ۹۴۵۰/۱ DSR

۱۵۵/ رده بندی دیوپی

شماره کتابشناسی ملی

نویسنده: محمود یزدان فام

ناشر: پژوهشکده مطالعات راهبردی

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۳

تیرا: ۱۵۰۰

چاپ و صحافی: کامیاب

قیمت: ۱۴۰,۰۰۰ ریال

شماره: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۸۲-۷۲-۶

تهران خیابان کریم خان زند، خیابان آبان جنوبی، خیابان رودسر شرقی،

شماره ۷ - صندوق پستی: ۱۴۱۵۵-۵۱۸۹

دو، نگار: ۸۸ ۸۹ ۶۵ ۶۱

تلفون: ۳۰ ۲۸ ۹۱ ۸۸

روابط عمومی: ۷۷ ۲۴ ۸۰ ۸۸

تلفکس، انتشارات: ۷۶ ۲۴ ۸۰ ۸۸

کلیه حقوق برای پژوهشکده مطالعات راهبردی محفوظ است.



پڑوسکده مطالعات راهبردی

فهرست مطالب

سخن ناشر	۹
فصل اول / مبانی و چهارچوب نظری دیپلماسی عمومی	
مقدمه	۱۳
فصل اول: اصول، ابعاد و اهداف دیپلماسی عمومی	۱۷
۱) اصول دیپلماسی عمومی	۱۷
۲) اهداف دیپلماسی عمومی	۲۴
۳) زمینه‌ها و الزامات دیپلماسی عمومی	۳۰
۴) تأثیرات، ابعاد و کارکردهای دیپلماسی عمومی	۳۳
فصل دوم: ساختار و سازمان دیپلماسی عمومی	۴۱
۱) مخاطبان دیپلماسی عمومی	۴۱
۲) سازمان دیپلماسی عمومی	۴۸
۳) راهبرد دیپلماسی عمومی	۵۳
فصل سوم: روند سیاست‌گذاری و اجرای دیپلماسی عمومی	۵۹
۱) روند سیاست‌گذاری دیپلماسی عمومی	۵۹
۲) اجرای دیپلماسی عمومی	۶۴
۳) دیپلماسی عمومی: شاخص‌های ارزیابی	۷۷
نتیجه‌گیری	۸۱

بخش / دوم دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران: میراث تاریخی و عملکرد آن

مقدمه	۸۷
فصل اول: زمینه‌ها، ضعف‌ها و توانمندی‌های تاریخی ایران	۹۱
۱) فرهنگ و تمدن ایرانی: بستر پایدار دیپلماسی عمومی	۹۳
۲) تربیت و پیشینه درخشان فرهنگی تاریخی ایران	۹۵
۳) عملکرد مردمی در سیاست خارجی: فرصتی گران‌بها	۱۰۸
فصل دوم: نگاهی به عملکرد جمهوری اسلامی ایران در دو دهه گذشته	۱۱۵
۱) دهه پنجاه و شصت: زمینه‌های دیپلماسی عمومی	۱۱۹
۲) دهه هفتاد: احیای دیپلماسی عمومی	۱۲۲
۳) شناسه‌های دیپلماسی عمومی در دهه سوم انقلاب	۱۲۵
۴) دوره اصول‌گرایی و بازگشت به ارزش‌های انقلابی	۱۲۷
نتیجه‌گیری	۱۳۸

بخش سوم / ساختار و سازمان دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

مقدمه	۱۴۷
فصل اول: سازمان‌های رسانه‌ای دیپلماسی عمومی	۱۵۱
۱) صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران؛ بخش داخلی	۱۵۲
۲) صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران؛ بخش برون‌مرزی	۱۵۳
فصل دوم: سازمان‌های دیپلماتیک	۱۷۳
۱) سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	۱۷۳
۲) بخش روابط عمومی و ارتباطات وزارت خارجه	۱۸۶
فصل سوم: سازمان‌های علمی و آموزشی	۱۸۹
۱) وزارت آموزش و پرورش	۱۹۰
۲) وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری	۱۹۴
فصل چهارم: سازمان‌های گردش‌گری و زیارتی	۱۹۷
۱) سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردش‌گری	۱۹۷

۲۰۲.....	(۲) سازمان حج و زیارت
۲۰۹.....	فصل پنجم: مهاجرت، سازمان‌های مردم‌نهاد و دیپلماسی عمومی ایران
۲۱۰.....	(۱) مهاجرت ایرانیان به خارج از کشور
۲۱۴.....	(۲) توانمندی‌ها و گرایش‌های ایرانیان خارج از کشور
۲۲۰.....	(۳) تنوع سازمان‌های مردم‌نهاد ایرانی
۲۲۲.....	نتیجه‌گیری

بخش چهارم / جمهوری اسلامی ایران در نگاه دیگران

۲۲۹.....	مقدمه
۲۳۳.....	فصل اول / ایران در نگاه مردم برداشت کشورهای مسلمان و عربی
۲۳۳.....	(۱) دلایل تاریخی و رویدادهای مهم
۲۳۸.....	(۲) چهره ایرانیان در کتاب‌های غربی کشورهای عربی
۲۴۳.....	(۳) حوادث و رویدادهای مهم در روابط ایران و عرب
۲۵۰.....	(۴) نگاهی آماری به افکار عمومی کشورهای عربی در مورد ایران
۲۶۱.....	فصل دوم / ایران در نگاه و برداشت مردمان کشورهای غربی
۲۶۱.....	(۱) ایران در نگاه و برداشت مردم آمریکا و کشورهای غربی
۲۶۸.....	(۲) روابط ایران و آمریکا: رویدادها و تصویرها
۲۷۷.....	(۳) نگاهی آماری به برداشت مردم کشورهای غربی به ایران
۲۸۲.....	نتیجه‌گیری
۲۸۵.....	سخن پایانی
۲۸۹.....	مآخذشناسی

سپین فاسر

در سال‌های اخیر دو تحول اساسی در عرصه سیاسی به وقوع پیوسته است. تحول نخست، کاهش تک‌افزایی حوزه داخلی و خارجی است و دومین تحول، افزایش نقش مردم در تعیین و جهت‌دهی به سیاست‌ها است. جهانی‌شدن پیوند میان ملت‌ها را به شدت افزایش داده و موجب تشدید پیوستگی متقابل آنها شده است. در چنین وضعیتی دولت‌ها و صاحب‌نظرات سیاست خارجی متوجه شده‌اند که سیاست خارجی دیگر مختص دولت‌ها و دیپلمات‌ها نیست و برداشت و نگرش مردم به دولت‌ها نقش مهمی در موفقیت و شکست سیاست خارجی آنها دارد. تصور مثبت و منفی مردم از دولت‌ها نقش اساسی در تحقق و شکست سیاست خارجی آنها دارد. در عصر جهانی‌شدن و گسترش نفوذ مردم‌سالار در جهان دولت‌ها نمی‌توانند نسبت به برداشت آنها از خود بی‌تفاوت باشند. بر این اساس آنها به همراه دیپلماسی سنتی از طریق دیپلماسی عمومی در پی ایجاد تصویری مثبت از کشور خود در نزد ملل دیگر هستند. دیپلماسی عمومی شیوه‌ای جدید برای بهبود تصویر خود در نزد ملل دیگر است که با شناخت این تصویر و تلاش برای بهبود آن شکل می‌گیرد.

جمهوری اسلامی ایران به دلیل ماهیت فرهنگی و ایدئولوژیک، اسلام‌گرا، اسلامی، اهمیت زیادی به ملل دیگر قائل است و همواره در پی آن بوده است که در کنار دیپلماسی سنتی نوعی تعامل با ملت‌های دیگر داشته باشد. به رغم این که در ادبیات سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در دو دهه اول پس از انقلاب، از واژه دیپلماسی عمومی کمتر استفاده شده است اما از همان ابتدای تأسیس جمهوری اسلامی، اقدامات قابل توجهی در این حوزه صورت گرفته است که نشان دهنده نگاه آگاهانه مسئولین جمهوری اسلامی ایران به این حوزه است.

کتاب حاضر در چهار بخش دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران را مورد بررسی قرار می‌دهد. در بخش اول نگاهی نظری به دیپلماسی عمومی دارد و با ارائه یک چهارچوب مفهومی از

دیپلماسی عمومی به تشریح اصول و مبانی، ساختار و سازمان‌ها، سیاست‌گذاری و اجرای آن می‌پردازد. بخش دوم زمینه‌ها و ضعف‌های تاریخی موثر در شکل‌گیری تصویر ایران در نزد ملل دیگر را مورد توجه قرار می‌دهد. بر اساس یکی از اصول دیپلماسی عمومی، برداشت ملل دیگر از دولت‌های ملی به مرور زمان و با توجه به تحولات تاریخی شکل می‌گیرد. تحولات برجسته تاریخی خطوط تصاویر ملت‌ها در نزد ملل دیگر را به وجود می‌آورند. در این بخش رویدادهای برجسته تاریخی و تحولات تأثیرگذار سه دهه اخیر در شکل‌گیری تصویر ایران در نزد ملل دیگر بررسی شده است. اما همه چیز به رویدادها مربوط نیست، عملکرد دولت‌ها و ملت‌ها در شکل‌گیری تصویر ایران در نزد ملل دیگر جایگاه برجسته‌ای دارد. بخش سوم به ساختارها و سازمان‌های رسمی جمهوری اسلامی ایران در دیپلماسی عمومی می‌پردازد و می‌کوشد، گزارشی از عملکرد آنها ارائه دهد. شی‌ایانی نگاهی اجمالی به تصویر ایران در نزد ملل دیگر انداخته است تا شناخت ما از تصویر ایران در نزد ملل دیگر عمیق‌تر شود. پرسش اساسی این است که آنها ایران و جمهوری اسلامی ایران را چگونه تصویرسازی می‌کنند و چه برداشتی از آن دارند. برای پاسخ به این پرسش تصویر ایران در رسانه‌های مسلط، عرب و دولت‌های غربی با استفاده از روش‌های تحلیل تاریخی و نظرسنجی‌های آماری به تشریح شده است.

پژوهشکده مطالعات راهبردی ضمن تشکر از جناب آقای دکتر یزدان‌فام به خاطر انجام این پژوهش و جناب آقای مهدی شاپوری به دلیل بازخوانی و ارائه کتاب ارزشمند، امیدوار است انتشار آن نقش مهمی در توجه به این حوزه و بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی به معنای درست در راستای تأمین اهداف و منافع ملی جمهوری اسلامی ایران داشته باشد. این کتاب می‌تواند برای دانشجویان رشته‌های علوم سیاسی، روابط بین‌الملل، علوم ارتباطات، کارشناسان حوزه سیاست و روابط خارجی مفید باشد.

معاونت پژوهشی