

# نسبت دیپلماسی رسانه ای و گفتمانی با منافع ملی جمهوری اسلامی ایران در عراق جدید

رضاشکری رفسنجانی\*

ابراهیم انوشه\*\*

سید محمد حسینی\*\*\*

## چکیده

سقوط رژیم بعث آغازگر تحولات جدیدی در عرصه سیاسی عراق بود، به نحوی که جو سیاسی و اجتماعی این کشور را مستعد پذیرش گفتمان‌های جدیدی نمود. در این چارچوب قدرت‌های مختلف منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای و به خصوص ایران، آمریکا، ترکیه و عربستان تلاش‌های جدیدی را در راستای تقویت ابعاد رسانه‌ای و گفتمانی خود در افکار عمومی عراق آغاز نمودند. در این چارچوب دیپلماسی رسانه‌ای را شاید بتوان کم‌هزینه‌ترین و کارآمدترین ابزاری دانست که از ظرفیت اثرگذاری مثبت بر افکار عمومی دیگر کشورها در راستای تحقق منافع ملی برخوردار است. به عبارتی دیگر، دیپلماسی رسانه‌ای از جمله ابزارهایی است که می‌تواند باعث ارتقاء شاخص‌های قدرت نرم هر کشوری شود. جمهوری اسلامی ایران نیز در طول سال‌های اخیر تلاش وافر را برای کاربست این ابزار در قبال کشورهای همسایه و به خصوص عراق انجام داده است. بر این اساس، پرسش اساسی که مقاله حاضر به بررسی آن می‌پردازد این است که راهبرد دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی جمهوری اسلامی ایران در قبال عراق در دوران پساصدام

---

\* دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد اسلامی،

رفسنجان، ایران [Reza.shokri2112@yahoo.com](mailto:Reza.shokri2112@yahoo.com)

\*\* استادیار روابط بین‌الملل و عضو هیات علمی دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد رفسنجان، دانشگاه آزاد

اسلامی، رفسنجان، ایران (نویسنده مسئول) [e\\_anooshin@yahoo.com](mailto:e_anooshin@yahoo.com)

\*\*\* استادیار فقه و مبانی حقوق اسلامی، عضو هیات علمی دانشگاه تهران، تهران، ایران

[hoseini.sm@ut.ac.ir](mailto:hoseini.sm@ut.ac.ir)

فصلنامه روابط خارجی، سال یازدهم، شماره چهل و سوم، پاییز ۱۳۹۸، صص ۱۹۶-۲۲۶

چه مختصاتی داشته، چه روندها و تحولاتی را تجربه کرده و در نهایت چه تأثیری در تحقق منافع ملی جمهوری اسلامی ایران داشته است؟ مقاله حاضر با استفاده از روش‌های مقایسه‌ای و توصیفی-تحلیلی، این فرضیه را مطرح ساخته که راهبرد دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی جمهوری اسلامی ایران در عراق مبتنی بر توسعه کمی و کیفی رسانه‌های دیداری و شنیداری با هدف ارتقاء شاخص‌های قدرت نرم و تحقق منافع ملی بوده است.

جمهوری اسلامی ایران، عراق، قدرت نرم، منافع ملی، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی

**واژه‌های کلیدی:** جمهوری اسلامی ایران، عراق، قدرت نرم، منافع ملی، دیپلماسی

رسانه‌ای، دیپلماسی

## مقدمه

منطقه بین‌النهرین که بخش عمده‌ای از خاک آن در حال حاضر در کشور عراق تعریف شده از دیرباز یکی از نقاط ثقل استراتژیک در جهان و مخصوصاً منطقه غرب آسیا بوده است. عراق با برخورداری از ذخایر عظیم نفت، موقعیت ترانزیتی ممتاز و تأثیر شگرف در جهت‌دهی به افکار مسلمانان جهان، همواره از مناطق مهم در معادلات قدرت جهانی بوده است. همین مسئله باعث شده تا این منطقه به آوردگاهی دائمی برای قدرت‌ها تبدیل شود. متأثر از راهبردهای متفاوت برخی از قدرت‌های منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای به خصوص ایالات متحده آمریکا، امنیت دسته‌جمعی در این ناحیه، جای خود را به نزاع دسته‌جمعی داده و یکی از «کمربندهای شکننده» در نظام بین‌الملل را به وجود آورده است. در حال حاضر خطه غرب آسیا خود جهانی از تعارضات است و شاید بارزترین نمود این موضوع را بتوان در عراق مشاهده کرد. ویژگی‌های جمعیتی و ترکیب قومیتی و مذهبی عراق، این کشور را مستعد همسویی با ایران ساخته است و بر همین اساس هم می‌باشد که دیپلماسی عمومی با تأکید بر دیپلماسی رسانه‌ای می‌تواند از ابزارهای مهم اثرگذاری در زمینه افزایش قدرت نرم ایران در عراق و در نتیجه تحقق منافع ملی باشد. جمهوری اسلامی ایران با تکیه بر ظرفیت‌ها و عناصر دیپلماسی رسانه‌ای - گفتمانی، از ظرفیت بسیاری در عراق برخوردار است. (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۹۲: ۷)

ایران پس از سقوط صدام و حمله آمریکایی‌ها، با استفاده از دیپلماسی عمومی، جهت جلب افکار عمومی کشور همسایه غربی خود تلاش‌های بسیاری کرده

است؛ برآیند این واقعیت‌ها، رقابت نرم قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای چون ایران و آمریکا را در پی داشت. در این رقابت، دیپلماسی عمومی و قدرت نرم به‌طور اعم و شاخه رسانه‌ای آن به‌طور اخص، بسیار به کار بسته شده و در عصر کنونی که «عصر ارتباطات» لقب گرفته، این رسانه‌ها هستند که جایگاه ویژه‌ای در اثرگذاری بر افکار عمومی یافته‌اند. دولت جمهوری اسلامی ایران نیز از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی، همواره در تلاش بوده است تا علاوه بر پیشبرد اهداف ملی خود در حوزه روابط خارجی، ارزش‌ها و آرمان‌های انقلاب را نیز به دیگر کشورها معرفی کرده و آن را به گفتمان عمومی در سطح جهان و منطقه تبدیل کند. در این حوزه، به کار بستن دیپلماسی رسانه‌ای گفتمانی و استفاده از رسانه‌ها و مزایای آن‌ها در ترویج و ارائه صحیح مواضع انقلاب اسلامی، از اثرگذاری بسزایی برخوردار بوده و مواجهه مستقیم با افکار عمومی ملت‌های منطقه را به دنبال خواهد داشت. از همین رو پرسش اساسی که مقاله حاضر به بررسی آن می‌پردازد این است که راهبرد دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی جمهوری اسلامی ایران در قبال عراق در دوران پساصدام چه مختصاتی داشته، چه روندها و تحولاتی را تجربه کرده و در نهایت اینکه تا چه میزان در تامین منافع ملی موفق عمل کرده است؟

## ۲. پیشینه پژوهش:

حسن بشیر در مقاله «گفتمان خاورمیانه‌ای جمهوری اسلامی ایران» (۱۳۸۸) با تکیه بر زبان انقلاب به تحلیل سیاست خارجی ایران پرداخته است. وی عوامل سیاسی، فرهنگی، دینی، امنیتی و نظامی را در سطح رسمی تعیین کننده دانسته و سایر عوامل از قبیل دیپلماسی عمومی را در سطح غیررسمی تعیین کننده دانسته است. (بشیر، ۱۳۸۸)

ابوالفضل دهقانی فیروزآبادی در پایان‌نامه خود تحت عنوان «منطق سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در خاورمیانه» (۱۳۹۴) به بررسی برخی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سیاست خارجی ایران در منطقه و به‌خصوص عراق می‌پردازد. وی با استفاده از روش توصیفی تحلیلی، به این نتیجه می‌رسد که سیاست خارجی

جمهوری اسلامی ایران در منطقه خاورمیانه در قیاس با قبل از پیروزی انقلاب، سه تحول اساسی شامل «اسلام‌گرایی»، «استقلال‌گرایی» و «وحدت‌گرایی» را تجربه کرده است. (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۴)

غلامرضا کریمی و حسینعلی توتی در مقاله «بررسی مؤلفه‌های دیپلماسی منطقه‌ای انقلاب اسلامی و ارائه راهبرد» (۱۳۹۴) این سؤال را طرح کرده‌اند که دیپلماسی منطقه‌ای ایران در نظم خاورمیانه و ایجاد الگوی جدید منطقه‌ای دارای چه جایگاهی است؟ نویسندگان در پاسخ به این پرسش، ضمن اشاره به اهمیت منطقه خاورمیانه، به ظرفیت‌های مهم قدرت نرم ایران در منطقه می‌پردازد که تحولاتی از قبیل بیداری اسلامی منجر به فعال شدن مجدد این ظرفیت‌ها گشته است. (کریمی و توتی، ۱۳۹۴)

مسعود جعفری نژاد (۱۳۹۸) در مقاله تحت عنوان «بررسی دیپلماسی رسانه‌ای میان ایران و آمریکا در دوره بوش»، دیپلماسی رسانه‌ای ایران و آمریکا را در یکی از حساس‌ترین زمان‌های تاریخ روابط دو کشور مورد بررسی قرار می‌دهد. (جعفری نژاد، ۱۳۹۸)

«دیپلماسی عمومی و قدرت نرم با تأکید بر قدرت نرم ایران در عراق جدید» یکی از پژوهش‌های مرتبط با موضوع مقاله حاضر است که توسط حسین رفیع و ملیحه نیکروش نوشته شده است. در این اثر بیان شده که ایران دارای منابع متعددی در زمینه‌های سیاسی، فرهنگی و دیپلماسی در عراق جدید می‌باشد که تولیدکننده قدرت نرم بوده و ایران تا اندازه‌ای توانسته این موارد را پیدا کند و قدرت نرم خود را در ابعاد فراملی اجرا کند. در حال حاضر فضاهاى ارتباطی، رسانه‌ای، تبلیغاتی و فرهنگی موجود در دنیا به صورت ابزارهای قابل اعتماد برای استفاده و تأمین قدرت نرم بوده و از پایه‌های اصلی قدرت نوین محسوب می‌شوند. (رفیع و نیکروش، ۱۳۹۲)

«دیپلماسی عمومی و قدرت نرم، ایران و آمریکا در عراق جدید»، عنوان مقاله‌ای به قلم فرهاد عطایی، روح‌الله قادری و نبی‌الله ابراهیمی منتشر شده است. این مقاله به بررسی این موضوع می‌پردازد که با توجه به افول قدرت نرم ایالات متحده پس از

اشغال عراق در مارس ۲۰۰۳، به علت تکروی مبتنی بر قدرت سخت‌افزاری، جمهوری اسلامی ایران می‌تواند با توجه به اشتراکات مذهبی، تاریخی و فرهنگی با کشور همسایه خود جهت ایجاد تغییرات راهبردی و بنیادی به تقویت منابع نرم‌افزاری قدرت در قبال عراق جدید بپردازد. این مقاله پس از تبیین و تشریح قدرت نرم، دیپلماسی عمومی، به سنت‌های موجود در سیاست خارجی آمریکا در عراق جدید می‌پردازد. در پایان نیز، ضرورت‌ها و الزامات سیاست خارجی ایران در عراق جدید مورد بررسی قرار می‌گیرد. این مقاله تصویر کلی از دیپلماسی عمومی و قدرت نرم آمریکا و ایران در عراق جدید ارائه می‌دهد. (عطایی، قادری کنگاوری و ابراهیمی، ۱۳۹۰)

محمد اسماعیلی در کتاب «دیپلماسی رسانه‌ای» (۱۳۸۹) به بررسی کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای در دنیای معاصر و نقش سازمان صدا سیمای جمهوری اسلامی ایران در این زمینه پرداخته است. وی ضرورت و اهمیت تحقیق را یکی از نیازهای کشور در جهت پیشبرد سیاست خارجی، هماهنگی و مکمل بودن دیپلماسی رسانه‌ای کشور با سیاست خارجی نظام می‌داند. این کتاب دارای دو بنیاد نظری در حوزه روابط بین‌الملل است. در ارتباط بین‌المللی به نظریه دیپلماسی و رسانه‌ها، رسانه‌ها و امنیت ملی، پرستیژ ملی و مدیریت بحران، ارجاع می‌شود. (اسماعیلی، ۱۳۸۹)

پژوهش‌های متعدد دیگری نیز به راهبرد رسانه‌ای و قدرت نرم کشورها در ایران، منطقه غرب آسیا و عراق پرداخته‌اند. از جمله شکوهی آذر (۱۳۹۱) در پژوهش «بررسی تأثیر قدرت نرم‌افزاری آمریکا بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران و نقش رسانه ملی در مقابله با آن» چارچوب کلی تر رسانه‌ای را برای تبیین تأثیرات راهبردهای سیاست خارجی آمریکا در قبال ایران برگزیده است. نوازانی (۱۳۹۶) در پژوهش «نقش فضای مجازی در پیشبرد دیپلماسی عمومی مدرن» به بیان کلی اثرات فضای مجازی در قدرت نرم کشورها و به‌خصوص دیپلماسی عمومی پرداخته است. سلیمی (۱۳۹۵) در اثر «بررسی مطالعه تأثیر سایر دیپلماسی آمریکا بر دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی» مفهوم سایر دیپلماسی و پیامدهای آن بر

نظر ایرانیان را تحلیل و ارزیابی کرده است.

### ۳. چارچوب مفهومی پژوهش:

گرچه مفهوم قدرت نرم<sup>۱</sup> را می‌توان کلیدی‌ترین مفهوم مقاله حاضر دانست، اما مفاهیم و عباراتی از قبیل دیپلماسی عمومی<sup>۲</sup>، دیپلماسی رسانه‌ای<sup>۳</sup> و دیپلماسی گفتگومانی نیز ذیل چارچوب مفهومی مقاله حاضر قرار می‌گیرند.

#### ۳-۱. قدرت نرم:

جوزف نای<sup>۴</sup> از اساتید دانشگاه هاروارد که مبدع اصطلاح قدرت نرم نیز می‌باشد، قدرت نرم را تأثیر و جذابیت ایده‌های یک ملت بر ملت دیگر بیان می‌کند. قدرت نرم یک ملت را قادر می‌سازد تا بر نتایج مورد نظر خود در عرصه امور بین‌المللی، نه با توسل بر زور و قوه قهریه، بلکه به مدد قدرت جاذبه و کشش دست یابد. در حقیقت قدرت نرم یک رویکرد امنیت طلب است که معطوف به جلب توجهات جهانی به چالش‌های جدید می‌باشد و بر اساس پذیرش استانداردهای نهادهای بین‌المللی، ائتلاف‌ها و همکاری‌های مبتکرانه در روابط خارجی بین کشورها و نیز سازمان‌های غیردولتی، فکر و عمل می‌کند. امروزه رسانه‌ها به‌عنوان ابزار اصلی قدرت نرم به شمار می‌روند که نقش کلیدی را در عرصه تحولات دیپلماسی بر عهده دارند. به تعبیر نای قدرت نرم یعنی «توانایی تعیین اولویت‌های دیگران» از طریق تأثیر بر ذهن و قلب آن‌ها (Nye, 2008: 96). انگاره کانونی قدرت نرم، دال بر نیل به اهداف مورد نظر از طریق جذب و اقناع دیگران است که پیش از نای توسط اندیشمندان دیگری نیز در قالب مفاهیمی دیگر به کار گرفته شده است. به‌عنوان مثال استیون لوکس به «چهره سوم قدرت» اشاره کرده و تصریح می‌کند که در چهره سوم قدرت، قدرت بر فرد یا گروه اجتماعی اعمال می‌شود، بدون آنکه در مورد این اعمال قدرت آگاهی وجود داشته باشد. این عمل عمدتاً از طریق ایجاد تغییرات و تحولاتی در بستر اعمال قدرت انجام می‌گیرد. (Lukes, 1974: )

---

1 Soft Power

2 Public Diplomacy

3 Media Diplomacy

4 Joseph Nye

42 در انتزاعی ترین سطح، دانشمندان و تحلیلگران، قدرت نرم را قدرت نامشهود، غیرقابل اندازه گیری، غیرمادی یا معنوی تعریف می کنند. برخلاف قدرت سخت، که بر پاداش و تهدید مبتنی است، قدرت نرم، بدون پاداش و تهدید اعمال می شود. قدرت نرم بر توانایی شکل دادن به اولویت های دیگران از طریق دارایی های نامحسوسی همچون: جذابیت های شخصیتی، فرهنگی و ارزش های سیاسی و نهادی استوار است که دیگران را ترغیب، مشروع و اخلاقی هستند. در این مفهوم، قدرت نرم تنظیم دستورالعمل هایی است می کند تا همان چیزهایی را بخواهند که ما می خواهیم. بنابراین، قدرت نرم توانایی کسب نتایج از طریق جذب کردن است نه اجبار و یا پاداش. در واقع، در قدرت نرم قدرت هماهنگ کنندگی و مشارکت دهندگی حائز اهمیت است. (Nye, 2008)

### ۲-۳. دیپلماسی عمومی:

دیپلماسی دارای تعاریف متعددی است. در یک تعریف بسیط، دیپلماسی، هنر برقراری و تقویت روابط دوجانبه و چندجانبه با هدف تأمین منافع ملی است. یکی از تعاریفی که می تواند گویای ماهیت دیپلماسی عمومی باشد، درک توده های مردم کشور مخاطب، دادن پیام برای آنان، فعالیت به منظور تأثیرگذاری بر آن ها، توسعه گفتگو میان شهروندان و نهادهای یک کشور از یک سو و نهادهای کشور مخاطب از سوی دیگر است که این امر باعث تقویت منافع ملی می شود. مطابق تعریف وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا «دیپلماسی عمومی» به آن بخش از برنامه های دولتی گفته می شود که به قصد اطلاع رسانی و یا اعمال نفوذ بر افکار عمومی سایر کشورها انجام می شود. (Wolf and Rosen, 2004) بحث دیپلماسی عمومی در کل عبارت است از اینکه دولت ها در سیاست خارجی از امکانات و ابزارهای رسانه ای ارتباطی و روابط عمومی برای تأثیرگذاری بر مردم کشورهای دیگر استفاده می کنند.

### ۳-۳. دیپلماسی گفتمانی:

دیپلماسی گفتمانی، عمدتاً معنای انتزاعی و ذهنی و جمعی جهانی را مورد توجه عمیق قرار می دهد و مدعی است که با فهم درست، به موقع و بر اساس زمینه های

موجود، می‌توان به موفقیت مورد نظر در سیاست خارجی کشور دست یافت. علاوه بر این دیپلماسی گفتمانی بیش از آن به کاربرد زبان و شیوه‌های به‌کارگیری آن برای انتقال مناسب معنای انتزاعی و ایجاد معنای مشترک میان اطراف گوناگون تکیه می‌کند که می‌تواند صورت عملیاتی و عینی فهم انتزاعی زبان باشد. (بشیر، ۱۳۹۵: ۹۰)

#### ۴-۳. دیپلماسی رسانه‌ای:

دیپلماسی رسانه‌ای به صورت عام به معنای به‌کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست خارجی است. به عبارت دیگر، دیپلماسی رسانه‌ای، کاربرد رسانه‌ها به‌طور ویژه در ترقی و روان‌سازی سیاست خارجی است. دیپلماسی رسانه‌ای به مجموعه اقداماتی اطلاق می‌شود که طی آن، دولت‌ها سعی دارند از طریق رسانه‌ها و ابزارهای فرهنگی در بلندمدت، الگوهای رفتاری و شیوه تفکر و زندگی ملت‌های مورد نظر خود را در جهتی که تأمین‌کننده منافع و خواسته‌ای آنان باشد، دگرگون سازند (ساداتی، ۱۳۹۳).

در عصر جهانی شدن و انقلاب‌های اطلاعاتی و ارتباطی، دیپلماسی و مشتقات آن (دیپلماسی دیجیتال، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی علمی) یکی از ارکان اصلی سیاست بین‌الملل گشته‌اند، به گونه‌ای که هرگونه ضعف و نقصان در دستگاه دیپلماسی، می‌تواند پرستیژ بین‌المللی، اعتبار و قدرت کشور میزبان را کاهش دهد. از همین روی، دیپلماسی رسانه‌ای از منابع اصلی قدرت نرم محسوب می‌شوند. رسانه‌ها در واقع بازیگران غیردولتی سیاست‌گذاری خارجی کشورها به شمار می‌روند که فعالیت آن‌ها را نه می‌توان کامل مهار کرد و نه می‌توان نادیده گرفت، آن‌ها در گفتمان سنتی سیاست خارجی تغییرات فراوانی ایجاد کرده‌اند و دولت‌ها را به تحول در تصمیم‌گیری و اجرای سیاست خارجی وادار کرده‌اند. در واقع، در پی جایگاه نوین گفتمان سازی و تصویرسازی در تعامل‌های سیاسی، نقش رسانه‌ها نیز در اکتاف دیگران بسیار مهم‌تر از گذشته شده است. جوزف نای نیز در کتاب قدرت نرم، از روزنامه‌ها و رسانه‌ها به‌عنوان بخش‌هایی که با استفاده از فناوری‌های ارتباطی، شبکه‌ای از روابط ایجاد کرده‌اند که برآیند آن تولید قدرت

نرم است، نام می‌برد. بر این اساس، رسانه یکی از توانمندترین ابزارهای تأثیرگذار در اقتدار نرم کشور است. به عبارتی دیگر می‌توان دیپلماسی را مجموعه تدابیر و اعمالی بدانیم که عمدتاً از طریق مسالمت‌آمیز برای حصول حداکثر تفاهم، در میان انبوه اختلاف‌های صحنه روابط بین‌الملل برای حفظ منافع ملی و اجرای سیاست خارجی به کار گرفته می‌شود. باید گفت در دوران جدید و پیشرفت علم و فناوری در شکل دیپلماسی نیز تغییراتی عمده شکل گرفته است، در دیپلماسی نوین به جای دست‌کاری واقعیت‌ها به تولید واقعیت می‌پردازند. بازیگران سعی می‌کنند با استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های نوین، «تصویری مجاز» از رقیبان خود تولید نمایند که امکان جایگزین شدن با واقعیت را داشته باشد. بدین ترتیب «واقعیت‌های مجازی» شکل می‌گیرند که از یکسو «مجازند» چون با آنچه در خارج جهان است، منطبق نیستند و از سوی دیگر بهره‌ای از واقعیت دارند چراکه عمده افکار عمومی و تصمیم‌گیران آن‌ها را پذیرفته‌اند و بر اساس آن تحلیل و حتی اقدام می‌نمایند. (گلشن پژوه، ۱۳۹۱: ۱۳۱)

عملکرد دیپلماسی رسانه‌ای به‌گونه‌ای است که دولت‌ها نیازمند ایجاد شبکه ارتباطات حرفه‌ای و گسترده‌ای هستند. پیامی که این شبکه به مخاطب خارجی می‌رساند، نشان‌دهنده 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 حائز 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. (گلشن پژوه، ۱۳۹۱)

#### ۴. مثلث روابط ایران، عراق و آمریکا

ایران همسایه بزرگ عراق است و پیوندهای سیاسی و مذهبی ایران با شیعیان عراقی غیرقابل اغماض است. پیوندهای مذکور، عامل مهمی در تعمیق روابط سیاسی ایران و عراق دارد. باین‌حال برخلاف اشتراکات تاریخی، فرهنگی و مذهبی ایران با عراق، با نگاهی به روند تطور شکل‌گیری روابط دوجانبه از گذشته

تاکنون، به این نتیجه می‌رسیم که مناسبات بین دو کشور، اغلب پرتنش بوده است. اهداف و دخالت‌های استعماری قدرت‌های بزرگ وقت و پیامدهای ناشی از فروپاشی امپراتوری عثمانی و بالکانیزه شدن منطقه، منشأ تحولاتی بوده که آثار آن همچنان بر مناسبات دو کشور سایه افکنده است. گرچه ایران پس از جنگ جهانی اول با هیچ یک از همسایگان خود اختلاف جدی که خطر بروز جنگ را داشته باشد، نداشته است ولی با کشور عراق از همان زمان تشکیل آن در سال ۱۹۲۰، مجادلات و تنش‌هایی داشته است. تنش و خصومت پر نوسان، انعقاد و نقض پی‌درپی قراردادها از سوی طرفین، اختلافات تاریخی مرزی، مسئله عتبات عالیات و زوار ایرانی، موضوع کردستان، بحران قومیت‌ها و شکل‌گیری گروه‌های معارض در آن منطقه، اتهام یا واقعیت دخالت در امور داخلی یکدیگر، به‌خصوص پس از استقلال عراق در سال ۱۹۲۲م حائز اهمیت است. (بلداجی، ۱۳۸۳: ۲۷۶) معمولاً روابط هر کشور با همسایگانش در قالب یکی از اشکال ارتباطی، همزیستی مسالمت‌آمیز، هم‌پیمانی و رقابت و منازعه قابل بررسی است که ایران و عراق در روابطشان این دوران را پشت سر گذاشته‌اند.

روابط ایران و عراق به‌خصوص در دوران پس‌اصدام، متأثر بازیگر مهم دیگری بوده است. در طول قرن بیست و یکم ایالات متحده از استراتژی واگذاری مسئولیت جهت کنترل و مهار متخصصین و دفع دشمنان استفاده کرده است. یکی از مهم‌ترین خطرهایی که در قرن بیست و یکم برای منافع ملی آمریکا متصور می‌شود، ایران پس از انقلاب می‌باشد. ایالات متحده پس از انقلاب اسلامی موضع خصمانه‌ای را نسبت به ایران داشته و با جهت‌گیری ایران پس از انقلاب اسلامی مبنی بر صدور انقلاب به‌شدت مخالفت کرده است. پس از وقوع انقلاب ایران، روابط بین دو کشور ایران و آمریکا دچار دگرگونی شد و زمینه برای قطع روابط فراهم گردید. (جعفری ولدانی، ۱۳۸۷: ۴۲)

ایران در سال ۲۰۰۲ در کنار کشور عراق محور شرارت در نظر گرفته شد و ایالات متحده حتی از این فراتر رفت و ایران را برای خود و جهان یک خطر جهانی ترسیم نمود که در پی بر هم زدن نظم و امنیت بین‌المللی است، لذا مقامات

واشنگتن می‌بایست این قدرت منطقه‌ای را کنترل کنند. از جمله راه‌هایی که ایالات متحده برای کنترل ایران در نظر گرفت، حمله به عراق و سقوط رژیم بعث بود. از نظر واشنگتن، عراق توانایی لازم را برای کنترل ایران دارد. لذا نفوذ در عراق چه در زمینه مالی و چه در زمینه نظامی باید صورت گیرد. ایالات متحده تلاش کرده ایران را برای عراق خطری منطقه‌ای ترسیم نماید که در بر هم زدن موازنه به نفع خود و به زیان عراق است.

از جمله مؤلفه‌های مهمی که آمریکا برای مقابله بانفوذ ایران در عراق از آن‌ها بهره گرفته، می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

**اختلافات بین شیعیان طرفدار ایران با سنی‌ها و کردهای عراق:** اختلاف ایدئولوژیک بین دو کشور ایران و عراق موجب شده که آمریکا از این اختلاف در جهت گسترش نفوذ خود استفاده نماید. درحالی‌که هویت مذهبی شیعی، اصلی‌ترین پایگاه هویتی جمهوری اسلامی ایران است، جامعه چندپاره عراق شامل شیعیان، سنی‌ها و کردها می‌باشد. وجود اقلیت‌های شیعه و سنی هم در ایران و هم در عراق نیز منازعات بین دو کشور را تشدید کرده به‌ویژه پس از انقلاب و در دوره کنونی حرکت‌هایی از جانب گروه‌های شیعی بر ضد آمریکا شکل گرفته است.

**ملی‌گرایی عربی و تقابل آن با ملی‌گرایی ایرانی:** مسئله دیگری که زمینه منازعه سنی‌ها و کردهای عراق را با ایران فراهم می‌کند، تقابل ملی‌گرایی ایرانی و عربی است. از جمله زمینه‌های مهم این تقابل به دوران حکومت پهلوی در ایران باز می‌گردد. در این دوره دولت ایران تأکید بسیاری بر باستان‌گرایی ایرانی داشت. در طرف مقابل نیز اعراب و از جمله اعراب عراقی، ایرانیان را عجم و غیر اصیل می‌دانستند که این مسئله موجبات منازعه ایران و دنیای عرب را فراهم می‌نمود. بعد از انقلاب نیز عراق از این حربه استفاده نموده و جنگ ایران و عراق را به‌عنوان جنگ ایران و اعراب تبلیغ می‌نمود.

**موقعیت ژئوپلیتیک عراق:** عراق به دلیل داشتن ذخایر نفت و گاز و موقعیت جغرافیایی در منطقه خاورمیانه که عراق از آن برخوردار است، یکی از بهترین

کشورهای عربی است که آمریکا برای نفوذ خود و مقابله با ایران، از آن می‌تواند استفاده کند و از طریق متحد کردن سنی‌ها با خود، حافظ منافع خود باشد.

۵. مؤلفه‌های گفتمانی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عراق یکی از الزامات مهم در شناسایی ابعاد دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی جمهوری اسلامی ایران در عراق، شناسایی ابعاد کلان آن در سطح جهانی و منطقه‌ای است. به عبارتی دیگر، مؤلفه‌های قدرت نرم و دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی جمهوری اسلامی ایران در سطح بین‌المللی، منطقه‌ای و در عراق به صورت توأمان مورد بررسی قرار می‌گیرد:

**گفتمان انقلاب اسلامی:** در طول چهار دهه اخیر زبان انقلاب از مهم‌ترین مؤلفه‌های قدرت نرم و دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران بوده است. دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمان ایرانی با کاربست ادبیات انقلاب از آغاز ظهور نظام جمهوری اسلامی ایران، پایه‌ریزی شده و با گذشت زمان، توسعه و عمق بیشتری پیدا کرده است. از آنجا که گفتمان انقلاب اسلامی ایران بر اخلاق تأکید دارد، این حالت از توانی جذب‌کننده برخوردار است و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عراق را تقویت کرده است. انقلاب اسلامی ایران با احیای دوباره مباحث اسلام، تحول فرهنگی عظیمی را در ابعاد منطقه‌ای موجب شد. این انقلاب را می‌توان تجلی قدرت نرم به معنای توانایی نفوذ در رفتار دیگران بدون تهدید و یا اغوا و عمدتاً بر پایه ارشاد به شمار آورد. (دهشیری، ۱۳۸۵)

**گفتمان ایرانی اسلامی:** این گفتمان ریشه در پایگاه‌های هویتی اسلامی و ایرانی دارد. تحقق منافع ایرانی اسلامی بر اساس «اعتماد متقابل»، «تفاهم متقابل» و «توانایی متقابل» در صحنه بین‌المللی امکان تحقق خواهد داشت. در بعد رسانه‌ای و گفتمان ملی و فراملی چهار عامل مؤثر وجود دارد که روابط مختلف بر پایه آن‌ها شکل گرفته است، این عوامل عبارت‌اند از: «عوامل سیاسی»، «عوامل فرهنگی»، «عوامل دینی» و «عوامل امنیتی نظامی» که در سطح رسمی تعیین‌کننده سیاست خارجی و در سطح غیررسمی با بهره‌برداری از عوامل فرا دولتی تشکیل‌دهنده دیپلماسی عمومی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران می‌باشند.

(بشیر، ۱۳۸۸)

**سابقه تمدنی و روابط بین فرهنگی:** سیاست خارجی ایران که هدایتگر روابط خارجی کشور برشمرده می‌شود، علاوه بر نظرداشت روابط از طریق سفارتخانه‌ها، مبتنی بر گسترش روابط بین فرهنگی و تمدنی نیز می‌باشد. گفتمان ارتباطات میان فرهنگی با بهره‌برداری از شیوه‌های دیپلماسی عمومی در پی ساخت نوعی طرفداری، همراه با ارائه اطلاعات لازم و تحقق نوعی از منافع بوده که زمینه‌ساز آگاهی لازم برای درک، پیروی و عملیاتی کردن گفتمان مزبور بوده است. (آلادپوش و توتونچیان، ۱۳۷۲: ۶)

**فرهنگی سازی سیاست خارجی:** این مؤلفه بدین معنی است که ارتباط مابین سیاست داخلی با سیاست خارجی در دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی ایران از محوریت «فرهنگ قدرت» به محوریت «قدرت فرهنگ» تغییر پیدا کرده است. این تغییر حیاتی زمینه‌ساز گسترش روابط دوستانه جمهوری اسلامی ایران در سطح بین‌المللی و منطقه‌ای بوده است.

**استقلال گرایی:** استقلال گرایی بر نفی مداوم حضور سلطه‌گران غربی در منطقه خاورمیانه تأکید دارد. این گفتمان همچنین طرد نیروهای خارجی از منطقه به‌ویژه آمریکا را ترویج می‌دهد.

**گفتمان اسلام گرایی:** این گفتمان تأثیر فراوانی در ظهور نهضت‌ها و جنبش‌های اسلامی در سطح جهانی به‌ویژه در سطح منطقه خاورمیانه داشته است. این گفتمان همچنین بازگشت به هویت اسلامی و ملی و گسترش ارتباطات بر مبنای احترام متقابل را به ارمغان آورده است که البته شدت و ضعف و نیز سطح و عمق گفتمان‌های مزبور با تحولات زمانی و تغییرات سیاسی - اجتماعی در سطح منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای رابطه مستقیم دارد.

**گفتمان مذهبی:** پیروزی انقلاب، جنبه‌های بالقوه مذهبی شیعه را بالفعل کرد و با احیای هویت اسلامی، سرآغاز هویت‌یابی مسلمانان و به‌ویژه شیعیان در منطقه و تحولات و دگرگونی‌های سیاسی عمده‌ای در کشورهای خاورمیانه به‌خصوص در عراق پس از صدام به وجود آورد. حتی پیشتر و در زمان پیروزی انقلاب اسلامی،

شیعیان عراق از جمله اولین گروه‌هایی بودند که از انقلاب ایران حمایت کردند. (جاودانی مقدم، ۱۳۹۱: ۳۸)

**گفتمان همکاری و تعامل:** این گفتمان عاملی اساسی برای گسترش روابط متقابل و اطمینان سازی بر پایه تفاهم، وحدت‌گرایی و انسجام اسلامی است که زمینه‌ساز انسجام دینی، همگرایی سیاسی، اتحاد اجتماعی و همسان‌سازی فرهنگی شده است. از جمله دیگر تأثیرات این گفتمان، ترویج روابط همگرا در تعامل کشورهای منطقه می‌باشد.

**گفتمان حمایت از فلسطین:** این گفتمان باعث ظهور جریان حمایت قاطع از مبارزات مردمی فلسطینیان و طرح جدی محو اسرائیل در سرزمین‌های اشغالی شده است.

## ۶. دیپلماسی رسانه‌ای و قدرت نرم ایران در عراق

دیپلماسی رسانه‌ای ایران، چند متولی دارد که اصلی‌ترین آن‌ها، سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است. فعالیت‌های این سازمان در کنار نهادهای دیگری همچون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان تبلیغات اسلامی، با هدف جلب آرای مثبت مردم عراق، دچار نوساناتی بوده است اما در پیروی در برخی خطوط کلی، مشی ثابتی را طی کرده است. نوسانات اشاره‌شده بیشتر ناشی از تکثر نهادهای دخیل و بعضاً موازی کاری مدیران رسانه‌ای است. وابستگی بیش‌ازحد رسانه‌ای به دولت، از دیگر نقاط ضعف رسانه‌های ایران است که باعث شده در پیام‌های ارسالی، خواسته‌های مخاطبان هدف، کمتر مورد توجه قرار گیرد. و به‌جای ایجاد یک دیالوگ با آن‌ها، یک مونولوگ به وجود آید. این مسئله، به توان «اعتمادسازی» دیپلماسی رسانه‌ای ایران آسیب می‌زند. در مقابل، اخلاق‌گرایی و پرهیز از جلب مخاطب با شیوه‌هایی همچون ایجاد جذابیت جنسی، یکی از چارچوب‌های ثابت سیاست رسانه‌ای ایران در قبال عراق بوده است. به‌علاوه، به اعتراف برخی منابع غربی، ایران در دیپلماسی رسانه‌ای خود در عراق، بر شکاف‌های شیعه - سنی این کشور تمرکز نداشته و محتوای پیام‌های ارسالی رسانه‌های ایرانی به عراق نشان می‌دهد که به دنبال ایجاد وحدت در میان

جامعه چندپاره همسایه بوده‌اند. (Tideman, 2005)

عراق، از جمله همسایه‌های مهم ایران بوده که بیشترین مرز مشترک را نیز با کشور دارد. جایگاه خطیر این کشور باعث گردیده تا حضور و دیپلماسی رسانه‌ای ایران در عراق از اهمیت و حساسیت بالایی برخوردار باشد. بر همین اساس به برخی از مهم‌ترین ابعاد حضور و فعالیت رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در عراق پرداخته می‌شود.

### ۱-۶. رسانه‌های مکتوب فعال ایران در عراق

روزنامه در ایران گرچه سابقه‌ای دیرینه دارد ولی تعداد روزنامه‌های ایران امروزه در مقایسه با کشورهای منطقه چندان زیاد نیست. در جمهوری اسلامی ایران علاوه بر حدود پنجاه عنوان روزنامه‌ای که در زمینه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، خبری، فرهنگی، اقتصادی، هنری و ورزشی جهت توزیع در داخل کشور منتشر می‌شود، شش روزنامه نیز 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 ایران، انتشار می‌یابد. روزنامه‌های ایران نیوز<sup>۱</sup>، ایران دیلی<sup>۲</sup>، تهران تایمز<sup>۳</sup> و کیهان انگلیسی در تلاش‌اند تا مخاطبان خود را بیشتر از بین شهروندان کشورهای غربی شامل آمریکا، کانادا و کشورهای اروپا جذب نمایند. روزنامه‌های الوفاق و کیهان عربی نیز تلاش داشتند تا نیاز مخاطبان کشورهای عرب‌زبان خاورمیانه و آفریقا را تأمین نمایند. (رفیع و نیک‌روش، ۱۳۹۲)

تیراژ پایین روزنامه‌های عربی ایران شامل روزنامه «الوفاق» و «کیهان عربی» و همچنین عدم انتشار نسخه چاپی در کشورهای حاشیه خلیج فارس و از جمله عراق، باعث شده تا اثرگذاری این نشریات کاهش پیدا کند. مسئله دیگری بر موفقیت این رسانه‌های مکتوب اثرگذاری منفی داشته، انتقال تمرکز خوانندگان به نسل جدید رسانه‌ها است که باعث ناشناخته ماندن این روزنامه‌ها در جامعه عراق شده است. به‌طور خلاصه، روزنامه‌های مکتوب ایران جایگاه قابل توجهی در

1 Iran News

2 Iran Daily

3 Tehran Times

دیپلماسی رسانه‌ای ایران در عراق و حتی در سایر کشورها ندارند.

## ۲-۶. رسانه‌های شنیداری فعال ایران در عراق

در حال حاضر رادیوهای برون‌مرزی به ۳۲ زبان مختلف در قالب پنج گروه شامل رادیوهای شبکه عربی و آفریقایی (۴ رادیو)، رادیوهای آسیای میانه و قفقاز (۸ رادیو)، رادیوهای شبه‌قاره و شرق آسیا (۷ رادیو)، رادیوهای اروپا و آمریکا (۸ رادیو) و رادیوهای شبکه سحر (۵ رادیو) به صورت پخش فرکانسی و به صورت اینترنتی در قالب وب‌سایت، برنامه‌های خود را تولید و پخش می‌کنند. شبکه عربی و آفریقایی شامل رادیو عربی، رادیو سواحیلی، رادیو فلسطین و رادیو عبری است. این شبکه با ۴ رادیو، برنامه‌های خود را برای مخاطبان در کشورهای غرب آسیا، سوریه، اردن، لبنان، فلسطین، یمن، عربستان سعودی، امارات، کویت، قطر، بحرین، مصر، سودان، لیبی، الجزایر، تونس، مراکش و شرق و غرب آفریقا همچنین تانزانیا، کنیا، نیجریه، نیجر، کامرون، ساحل عاج، زئیر و بورکینافاسو پخش می‌کند. در راستای هم‌افزایی و استفاده بهینه از منابع، در سال‌های اخیر تعدادی از رادیوهای معاونت برون‌مرزی در قالب اینترنتی به فعالیت خود ادامه داده‌اند. هم‌اکنون ۲۳ رادیو از طریق فرکانس‌های رادیویی (موج کوتاه و متوسط) به پخش برنامه برای مخاطبان خود پرداخته و ۱۰ رادیو دیگر نیز در قالب وب‌سایت و تولید و پخش پادکست فعالیت می‌کنند. از نکات حائز اهمیت در رادیوهای عرب‌زبان معاونت برون‌مرزی صداوسیما، بهره‌مندی گسترده از شبکه خبرنگاران حرفه‌ای و آزاد از سراسر جهان به‌ویژه مناطق بحران‌خیز و خبرساز عراق است که رخدادهای مهم را در سریع‌ترین زمان ممکن به اطلاع مخاطب می‌رسانند.

(worldservice.trib.ir/fa/arabic\_and\_african\_network)

### شبکه‌های رادیویی حوزه عربی و آفریقایی معاونت برون‌مرزی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

رادیو	سال راه‌اندازی	تعداد ساعات پخش روزانه	شعار رادیو	منطقه پوشش	آدرس وب‌سایت
عبری	۱۳۸۰	۲	همنوعت را مانند خودت دوست بدار	فلسطین اشغالی	parstoday.com/he
عربی	۱۳۳۶	۲۴	پیام‌رسان شریعت	کشورهای حاشیه خلیج فارس،	arabicradio.net

	سوریه و شامات، لبنان، اردن، فلسطین، یمن، عراق، خاورمیانه عربی، شمال و شرق آفریقا	مصطفی (ص) و طریقت مرتضی (ع)			
هوسا	فلسطین	همه با هم به سوی فلسطین	۱۴	۱۳۷۳	
سواحیلی	کشورهای شرق آفریقا، تانزانیا، کنیا، اوگاندا، رواندا، برونڈی، کنگوی برازاویل، کنگو، مالاوی، موزامبیک و آفریقای جنوبی	راه سبز هدایت و حقیقت	۳	۱۳۷۳	parstoday.com/sw

ارائه سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران در قبال مسائل مهم بین‌المللی و منطقه‌ای به‌ویژه عراق به افکار عمومی جهان و آشنا کردن مردم جهان با ظرفیت‌های ایران اسلامی در حوزه‌های مختلف همچون: گردشگری، اقتصادی، علمی، پزشکی، علم و فناوری از جمله مأموریت‌های مهم رادیوهای برون‌مرزی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است. (worldservice.irib.ir)

### ۳-۶. شبکه‌های تلویزیونی فعال ایران در عراق

اولین شبکه برون‌مرزی و عرب‌زبان ایران، «سحر» بود که از اوایل انقلاب کار خود را با روزی ۹۰ دقیقه برنامه آغاز کرد. شبکه سحر به‌مرور برنامه‌های خود را افزایش داد تا آن‌که در سال ۸۴، تبدیل به شبکه ماهواره‌ای و مستقل به نام الکوثر شد. الکوثر ابتدا روزی ۱۴ ساعت برنامه ارائه می‌کرد ولی از سال ۱۳۸۹، برنامه کاری‌اش ۲۴ ساعته شد. بخش عمده‌ای از تمرکز این کانال بر روی گسترش و تقویت بنیان‌های فکری شیعی و نزدیک‌تر کردن شیعیان جهان عرب به جمهوری اسلامی ایران است. (Torfeh, 2017: 3) و شاید به همین علت، مخاطبان اصلی آن از لبنان و عراق گزارش شده‌اند. گفتنی است این شبکه، هم بر جنبه خبررسانی و هم بر جنبه سرگرمی دیپلماسی رسانه‌ای تمرکز داشته است. شبکه تلویزیونی دیگری که زمینه نفوذ بر افکار عمومی بخشی از جامعه عراق را داشت، شبکه سحر کردی است. (نیک‌روش و جعفری، ۱۳۹۵: ۱۴) هرچند شبکه سحر، هرگز مانند همتای عربی خود پروبال نگرفت، ولی به‌هرحال مخاطبینی از جامعه کرد عراقی داشته است.

اما العالم به اعتقاد برخی، مؤثرترین رسانه خارجی ایران بوده است. ( Torfeh, 2017: 3) این شبکه از ۱۵ اسفند ۱۳۸۱ (۲۰۰۳) و هنگام تجاوز نظامی آمریکا به عراق کار خود را با شعار «دقت، سرعت و صحت» آغاز و در چهارگوشه منطقه (بیروت، دمشق، بغداد و تهران) دفتر ایجاد کرد. تحلیل محتوای برنامه‌های آن حکایت بر تمرکز آن بر جنبه خبرپراکنی داشته است. هم‌چنین، پیام‌های ارسالی این شبکه، بیشتر در راستای مقابله با آمریکا و ایجاد وحدت در عراق بوده است. در کنار روایت قضایای منطقه‌ای از زاویه نو، اسلام‌گرایی این کانال تلویزیونی، یکی از عوامل جذب مخاطب در جهان عربی بوده است. علاوه بر محتوای برنامه‌های العالم، نمود اسلام‌گرایی آن را می‌توان در حجاب مجریان این شبکه هم دید که امری کم‌نظیر در شبکه‌های خبری عرب بوده و جنجال‌های زیادی آفریده است. تحلیل محتوای برنامه‌های العالم، نشان می‌دهد که پس از سال ۲۰۱۱، تمرکز آن بر روی حوادث عراق، بحرین، یمن و سوریه بوده است و همین مسئله طبیعتاً باعث جلب شیعیان و افت مخاطبان سنی آن شده است. در مجموع می‌توان العالم را رسانه‌ای پرنفوذ در جهان عرب به‌طور اعم، و عراق به‌طور اخص، برشمرد، چراکه به دلیل گسترش مخاطبان آن و ترس از آن، دولت‌های نزدیک به عربستان، باعث برچیده شدن آن از روی موج‌های آتلانتیک برد ۲، عرب ست و نائل ست شدند.

فعالیت شبکه العالم در سه بخش خبری، تولیدی و سایت آن قابل تفکیک است. این شبکه با یک اتاق خبر پیشرفته و دیجیتال، با فعالیت نزدیک به ۶۰ خبرنگار و دارا بودن ۴ دفتر رسمی در تهران، بیروت، بغداد و دمشق و چند دفتر غیررسمی در ۲۰ نقطه جهان، روزانه در بخش‌های متعدد کوتاه و مشروح خبری، رویدادهای مهم بین‌المللی را همراه با تحلیل و گزارش به اطلاع بینندگان خود می‌رساند. هرچند مسائل تأثیرگذار جهان اسلام مورد اهتمام بخش‌های خبری و برنامه‌های تحلیلی این شبکه است، لکن برخی از آن‌ها به دلیل اهمیت، سهم بیشتری را به خود اختصاص داده است. مسائل مرتبط با جمهوری اسلامی ایران، سوریه، عراق، فلسطین، یمن، لبنان، بحرین، لیبی، الجزایر، مغرب، مصر، موریتانی، خاورمیانه،

شمال آفریقا و همچنین تمرکز ویژه بر حوزه‌های بیداری اسلامی و محور مقاومت از جمله این موضوعات هستند. وبگاه شبکه العالم نیز در آبان ماه سال ۱۳۸۲ شمسی راه‌اندازی شد. این تارنما امکان دسترسی به آخرین و مهم‌ترین رویدادهای خبری دنیا را به زبان فارسی و عربی برای مخاطبان امکان‌پذیر ساخته و کاربران با مراجعه به سایت، می‌توانند برنامه‌های شبکه شامل مستندهای داخلی و خارجی، برنامه‌ها، میان برنامه‌ها و آخرین بخش‌های خبری العالم را مشاهده نمایند. همچنین در وبگاه شبکه، روزانه نظرات و دیدگاه‌های ده‌ها کارشناس منطقه‌ای و بین‌المللی که به‌صورت مهمان در برنامه‌ها یا بخش‌های خبری مشارکت کرده و در مورد مهم‌ترین موضوعات سیاسی سخن گفته‌اند، بارگذاری می‌شود که علاقه‌مندان می‌توانند از آن‌ها استفاده نمایند. آخرین گزارش‌ها، اخبار و تصاویر شبکه العالم، همچنین بر روی شبکه‌های اجتماعی مختلف مانند فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، واتس‌آپ، اینستاگرام و ... در دسترس قرار می‌گیرد که بازتاب بسیار خوبی دارند. بدون در نظر گرفتن بخش‌های خبری و بازپخش برنامه‌ها، حدود ۴ ساعت از آنتن شبکه العالم در شبانه‌روز به برنامه‌های تولیدی آن اختصاص دارد. علاوه بر ۵۶ بخش خبری مشروح، کوتاه و اخبار تخصصی که هر روز پخش می‌شوند، در حوزه تولید نیز ۲۵ عنوان برنامه در قالب‌های مختلف تلویزیونی، جدول پخش هفتگی این شبکه را آراسته‌اند. همچنین هر هفته سه مجموعه مستند داخلی و خارجی شامل: «وثائقیات الایرانیه»، «محطات العراقیه» و «حکایات مدینه» به شکل مستمر تولید و تقدیم مخاطبان می‌شود. نمایش مستندهای ویژه تهیه‌شده در دیگر دفاتر العالم در خارج از ایران (غزه، بیروت، رام‌الله، قدس، موریتانی و غیره) نیز هرکدام در نوع خود باعث جذب مخاطبان برای این شبکه شده است. ([www.alalamtv.net](http://www.alalamtv.net))

در کنار شبکه‌های خبری بررسی‌شده که مرکز آن‌ها در ایران است، شبکه‌های دیگری نیز وجود دارند که هرچند مرکزشان در ایران نیست، ولی در ارتباط با جمهوری اسلامی ایران هستند و پیام‌هایی را مخابره می‌کنند که در ذهن مردم عراق، تصویر مثبتی از همسایه شرقی می‌سازد. از جمله این شبکه‌ها، المنار است

که با مدیریت گروه رسانه‌ای حزب‌الله لبنان فعالیت می‌کند. این شبکه هم در زمره بنگاه‌های خبری نزدیک به ایران در منطقه محسوب می‌شود.

(www.almanar.com.lb)

همچنین دو شبکه عراقی نیز در راستای دیپلماسی رسانه‌ای ایران فعالیت می‌کنند که مهم‌ترین آن‌ها، عبارت‌اند از الاتجاه و الغدیر؛ اما پرمخاطب‌ترین رسانه غیر ایرانی که در پازل دیپلماسی رسانه‌ای ایران قرار دارد، «المیادین» است. المیادین شبکه‌ای است با متصدیان عرب با سابقه حضور در شبکه‌های بزرگ عربی همچون الجزیره و مقر آن در بیروت است. تحلیل محتوای برنامه‌های این خبرگزاری، نشان از تلاش آن در راستای ایجاد وحدت در عراق دارد.

شبکه‌های یادشده عمدتاً متمرکز بر بُعد خبرپراکنی دیپلماسی رسانه‌ای هستند، اما ایران در جنبه سرگرم‌کننده دیپلماسی رسانه‌ای نیز گام‌هایی برداشته است. از آنجاکه اولین گام برای دیپلماسی رسانه‌ای باید تغییر افکار مردم دنیا در قبال زندگی روزمره ایران باشد پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده و غیرسیاسی یا با زوایای سیاسی پنهان، می‌تواند عاملی کارا در جنگ نرم باشد که البته جمهوری اسلامی ایران خود از آن آسیب خورده است. (ضیایی پور، ۱۳۹۱)

با توجه به این موضوع، ایران در سال ۱۳۸۹ شبکه تلویزیونی «آی فیلم» را راه‌اندازی کرد که سریال‌های ایرانی را به زبان عربی دوبله و در کشورهای عربی منطقه پخش می‌کند که شهروندان عراقی در میان مهم‌ترین دنبال کنندگان برنامه‌های این شبکه هستند. در میان سریال‌هایی که از آی فیلم پخش شد، بیشتر سریال‌هایی با جنبه‌های تاریخی و مذهبی مورد استقبال عراقی‌ها (هم شیعیان هم اهل تسنن) قرار گرفته‌اند. سریال امام علی، یوسف پیامبر، مختار (سریالی به شدت محبوب در میان شیعیان عراق) تا آن حد که حتی نوری المالکی در تبلیغات انتخاباتی، خود را «مختار زمان» معرفی می‌کرد و عکس‌هایی از بازیگر مختار را در کنار عکس‌های خود

می گذاشت؛ همچنین یک گروه نظامی غیردولتی در عراق با نام «جیش المختار» تأسیس شد و فیلم سینمایی «محمد رسول الله» ساخته مجید مجیدی، بیش از همه عراقی‌ها را به خود جلب کرده است. در مقابل سریال‌هایی که حکایتگر زندگی مدرن ایرانی هستند، چندان نتوانسته‌اند مخاطبان زیادی را جذب کنند و این نشان می‌دهد که در جنبه سرگرم‌کننده دیپلماسی رسانه‌ای، ایران با ساخت محصولات رسانه‌ای تاریخی و مذهبی موفق‌تر خواهد بود تا آن‌که همچون ترکیه بر روی مسائل سبک زندگی مدرن تمرکز کند. (رحمانی و شمس‌آبادی، ۱۳۹۷: ۸۷-۸۸)

شبکه العالم تمرکز بسیاری بر موضوعات مربوط به عراق دارد و تعداد قابل توجهی از اخبار این شبکه، به عراق اختصاص دارد. رویکرد اخبار و تحلیل‌های پوشش داده شده ضدیت با مداخله آمریکا، تقویت همگرایی میان کردها، مسیحیان و عرب‌ها، نزدیکی ایران به تمامی طیف‌های عراق، تقویت روابط همه‌جانبه بغداد با تمامی بازیگران منطقه، ضدیت با عادی‌سازی رابطه با رژیم صهیونیستی و ضدیت با جدایی‌طلبی کردی بوده است. (رحمانی و شمس‌آبادی، ۱۳۹۷: ۸۸)

شبکه جهانی «الکوثر» نیز فعالیت رسمی خود را از ۱۷ بهمن ماه ۱۳۸۴ هم‌زمان با عید سعید غدیر خم آغاز نمود. پیش از آن، در سال ۱۳۵۹ بخش سیمای عربی در سازمان صداوسیما با یک ساعت و نیم پخش راه‌اندازی شد و به تدریج برنامه‌های آن در قالب سیمای عربی شبکه سحر گسترش یافت، تا اینکه جمهوری اسلامی ایران جهت صدور پیام انقلاب اسلامی و تحت پوشش قرارداد جهان عرب، ضرورت تأسیس یک شبکه مستقل عربی‌زبان را احساس نمود و از سال ۱۳۸۴ سیمای عربی به‌عنوان یک شبکه ماهواره‌ای مستقل و با نام «الکوثر» با ۱۴ ساعت پخش، کار خود را ادامه داده و پخش آن در سال ۱۳۸۹ و با آغاز ماه مبارک رمضان به ۲۴ ساعت ارتقا یافت. شبکه ۲۴ ساعته الکوثر با رویکردی معارفی و با طیف متنوعی از برنامه‌های اجتماعی، معارفی، کودک، سیاسی و خبر در تلاش است علاوه بر در اختیار گذاشتن محتوایی سالم برای خانواده‌های مسلمان

عرب‌زبان در سراسر جهان، سبک زندگی اسلامی مبتنی بر معارف اصیل اسلامی را با تکیه بر اصول اتحاد امت اسلامی ترویج نماید. برخورداری از گروهی از خیرنگاران در کشورها و شهرهای مختلف، این امکان را برای شبکه جهانی «الکوثر» ایجاد کرده است تا تازه‌ترین رویدادها و دغدغه‌های جهانی را در قالب برنامه‌های گزارشی و خبری منعکس نماید. تنوع برنامه‌سازی، پخش و آرایش رسانه‌ای در شبکه «الکوثر» در موضوعات مذهبی، اجتماعی، سیاسی، کودک و نوجوان، فیلم و سریال و غیره موجب شده است مخاطبان جهان عرب، به‌خصوص مسلمانان با سلیقه‌های مختلف بتوانند از برنامه‌های شبکه «الکوثر» بهره‌مند شوند. (www.alkawthartv.com)

معرفی شبکه‌های تلویزیونی عرب‌زبان معاونت برون مرزی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران					
شبکه	سال راه‌اندازی	مدت پخش روزانه	شعار تلویزیون	منطقه تحت پوشش	آدرس وب‌سایت
العالم	۱۳۸۱	۲۴	جهان در دستان تو	اروپا، آسیا، خاورمیانه، اقیانوسیه، آمریکای شمالی و مرکزی	fa.alalamtv.net/
العالم سوریه	۱۳۹۶	۴	امید و آینده	خاورمیانه، سوریه	fa.alalam.ir/Syria
الکوثر	۱۳۸۴	۲۴	الکوثر چشمه‌ای خشک نشدنی	مناطق خاورمیانه، اروپا و شمال افریقا و آمریکای شمالی	www.alkawthartv.com
آی فیلم	۱۳۸۹	۲۴	شبکه نمایش برای خانواده	اروپا، خاورمیانه، شمال افریقا، آمریکای جنوبی و شرقی آمریکای شمالی	ar.ifilmtv.com/
کردی	۱۳۷۶	۲۴	شبکه سحر شبکه همدلی و هم‌زبانی	کردستان عراق و ترکیه	kurdish.sahartv.ir/

#### ۷. نسبت دیپلماسی گفتمانی و رسانه‌ای ایران در عراق با تحقق منافع ملی

جمهوری اسلامی ایران در دوران پس از پیروزی انقلاب، دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی ویژه‌ای را در سطوح مختلف بین‌المللی و منطقه‌ای پیگیری کرده است که واجد تفاوت‌های مهمی با دوران قبل از انقلاب بوده است. مؤلفه‌های گفتمانی سیاست قدرت نرم ایران مبتنی بر گفتمان انقلاب اسلامی، گفتمان ایرانی اسلامی، سابقه تمدنی و روابط بین فرهنگی، فرهنگی سازی سیاست خارجی، استقلال

گرایی، گفتمان اسلام‌گرایی، گفتمان مذهبی، گفتمان همکاری و تعامل و همچنین گفتمان حمایت از فلسطین است. با عنایت به این مؤلفه‌های گفتمانی، می‌توان گفت که گفتمان پس از انقلاب تفاوت‌های آشکاری با محورهای گفتمانی قبل از انقلاب داشته و تصویر کاملاً متفاوتی را به وجود آورده است که تا حدودی در تأمین و تحقق منافع ملی موفق عمل کرده است. تحول به وجود آمده در این گفتمان بیش از هر چیز به علت حضور عامل «فرهنگی - دینی» بوده که در این زمینه می‌توان «تحول فرهنگی - دینی در سیاست خارجی» را مهم‌ترین ویژگی دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمان ایرانی در عراق دانست که مزیت نسبی قابل توجهی را در قیاس با سایر رقبای ایران ایجاد نموده است.

با وجود تمرکز قابل توجه ایران در تقویت دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی در عراق، اما همچنان فاصله قابل توجهی با وضعیت مطلوب در تأمین منافع ملی وجود دارد. برای رسیدن به وضعیت مطلوب جمهوری اسلامی ایران در شرایط مختلف منطقه‌ای و جهانی، رعایت عوامل ذیل می‌توانند تأثیرگذاری دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی جمهوری اسلامی ایران در تأمین منافع ملی را ارتقاء دهند:

- ایجاد تحول در زمینه انتشار و توزیع رسانه‌های مکتوب در بین مخاطبان هدف به‌خصوص در کشورهای عربی
- لزوم همگرایی و تعامل بیشتر نهادها و سازمان‌های دخیل در دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی از قبیل صداوسیما، وزارت امور خارجه، سازمان تبلیغات اسلامی و وزارت فرهنگ
- با توجه به حضور پررنگ کردها و اهل سنت در عراق، تأکید صرف بر هویت مذهبی (شیعی)، جامعه مخاطبان شبکه‌های فعال در عراق را کاهش داده است که لازم است در ارتباط با اهل سنت عراق بر هویت اسلامی تأکید شده و در ارتباط با کردها نیز بر هویت و سابقه مشترک تاریخی تأکید گردد.
- ایجاد ظرفیت و توانایی‌های لازم در سطوح سیاسی، فرهنگی، دینی و امنیتی برای ارائه به جامعه مخاطبان عراق.

- تقویت بخش‌های غیردولتی از دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی جمهوری اسلامی ایران در عراق و سایر کشورهای منطقه غرب آسیا.
- تقویت و تغذیه مداوم قدرت نرم و دیپلماسی عمومی با بهره‌برداری از کلیه عوامل و ساختارهای فرا دولتی در کنار عوامل و ساختارهای دولتی برای پیشبرد سیاست خارجی در جهت تحقق منافع ملی و محافظت از هویت ایرانی - اسلامی و بالاخره حراست از دستاوردهای انقلاب دو کشور.

### نتیجه‌گیری:

هدف دیپلماسی گفتمانی و رسانه‌ای ایران در عراق، ایجاد همگرایی ارتباطی و در نهایت نیز تأمین منافع ملی با کمترین هزینه است. همگرایی ارتباطی ایران و عراق می‌تواند قدرت نرم ایران را در جامعه مخاطبان عراق افزایش دهد و بدین طریق پیوندهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بین دو کشور را افزایش دهد. گفتمان سازی و بهره‌گیری از گفتمان‌های مخاطب پسند در دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی برای تأمین منافع ملی مهم‌ترین حرکتی است که باید توسط ساختارهای مختلف ایجاد شود تا بتوانند آغازگر دیپلماسی عمومی با سایر کشورها و ملت‌ها باشند. این حرکت دیپلماسی چنانچه منجر به هژمونیک سازی گفتمان مطرح شده گردد، موفقیت خود را تضمین می‌کند، در غیر این صورت طرح یک گفتمان به‌تنهایی نمی‌تواند اهداف یک کشور در ایجاد همگرایی ارتباطی با سایر کشورها و ملت را محقق سازد. با توجه به مباحث گفته‌شده، تحلیل دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمان خاورمیانه‌ای ایران برای تأمین منافع ملی در عراق با تکیه بر قدرت نرم و تعامل سیاست و فرهنگ می‌باشد. ایران پس از انقلاب اسلامی، فرهنگ و گفتمان ویژه‌ای را در سطح جهان به‌ویژه خاورمیانه به وجود آورده است که نه‌تنها اختلاف اساسی با قبل از انقلاب داشته، بلکه ماهیت آن نیز متفاوت است.

بنابراین دیپلماسی رسانه‌ای، به‌عنوان شاخه‌ای از دیپلماسی عمومی، یکی از ابزارهای بسیار مهم جمهوری اسلامی ایران برای جلب آرای عمومی ملت

عراق بوده است. در همین راستا، ایران از گونه‌های مختلف رسانه (نوشتاری، شنیداری و دیداری) برای جلب افکار عمومی عراق پس از سقوط صدام برای تأمین منافع ملی بهره برده که نقش رسانه‌های تلویزیونی برجسته‌تر از سایر انواع رسانه می‌باشد. در همین چارچوب جمهوری اسلامی ایران قادر بوده تا در حوزه خبرپراکنی دیپلماسی رسانه‌ای خود، با استفاده از تلویزیون‌های خبری ایرانی یا غیرایرانی نزدیک به خود، پیام‌های خود را به مردم عراق مخابره کند. مشی سیاسی رسانه‌های تلویزیونی ایران در عراق عمدتاً مبتنی بر ضدیت با آمریکا و مخالفت با مداخله‌گری خارجی است. در حوزه برنامه‌های سرگرم‌کننده، دیپلماسی رسانه‌ای ایران به اندازه جنبه خبرپراکنی فعال نبوده است. بنابراین به‌طور کلی می‌توان گفت که در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای، گرچه ایران در خبرپراکنی تا حدودی موفق عمل کرده، اما در سایر بخش‌ها موفقیت کمتری داشته و بیشتر موفقیت‌ها نیز موردی بوده‌اند.

مسئله مهمی که در این مقاله به آن پرداخته شد، نسبت دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی ایران در عراق با منافع ملی است. گرچه جمهوری اسلامی ایران توانسته موفقیت‌هایی را در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی در عراق کسب نماید، اما هنوز با وضعیت مطلوب در زمینه تأمین منافع ملی فاصله دارد. از جمله دلایلی که می‌توان برای این وضعیت برشمرد، می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- عدم توزیع مناسب تولیدات رسانه‌ای ایران شامل رسانه‌های مکتوب، شنیداری و تلویزیونی
- عدم توان در جذب مخاطبان در گستره وسیع همچون شبکه‌های موفق خبری از قبیل الجزیره
- وجود اختلاف و عدم همگرایی در بین نهادهای متعدد دخیل در امر دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی عمومی
- تمرکز بیش از حد بر رسانه‌های تلویزیونی و تلاش کم در زمینه تقویت رسانه‌های مکتوب و شنیداری

- فعالیت ضعیف در شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب عراق از قبیل اسنپ چت، اینستاگرام، فیسبوک و تیک توک
- تمرکز بیش از حد بر حوزه خبرپراکنی و تمرکز کمتر در بخش برنامه‌های سرگرم‌کننده.

در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که دیپلماسی رسانه‌ای و گفتمانی جمهوری اسلامی ایران با برخورداری از طیف وسیعی از رسانه‌های مکتوب، شنیداری و تلویزیونی تا حدودی در تأمین منافع ملی جمهوری اسلامی ایران در عراق موفق عمل کرده است، اما این موفقیت، نسبی بوده و همچنان ظرفیت‌های مغفول بسیاری باقی مانده‌اند که با رفع کاستی‌ها و بهبود راهبردها، قابلیت بیشتری در زمینه تأمین و تحقق منافع ملی جمهوری اسلامی ایران خواهد داشت.

## منابع

- اسماعیلی، علی محمد (۱۳۸۹). دیپلماسی رسانه‌ای با تاکید بر نقش سازمان صداوسیما. تهران: موسسه جام جم.
- آلادپوش، علی و توتونچیان، علیرضا (۱۳۷۲) دیپلمات و دیپلماسی. تهران: وزارت امور خارجه، موسسه چاپ و انتشارات.
- بشیر، حسن (۱۳۸۸). گفتمان خاورمیانه‌ای جمهوری اسلامی ایران. دانش سیاسی، بهار و تابستان ۱۳۸۸، شماره ۹. صص. ۵۹-۹۱.
- بلداجی، سیروس برنا (۱۳۸۳) شیعیان عراق؛ بررسی وضعیت جامعه شناختی. نشریه شیعه شناسی، پاییز، شماره ۷.
- جاودانی مقدم، مهدی (۱۳۹۱). ژئوپلیتیک نوین تشیع در خاورمیانه و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه بین‌المللی ژئوپلیتیک، دوره ۸، شماره ۲۶، صص. ۶۲-۲۹.
- جعفری نژاد، مسعود (۱۳۹۸). دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران در دوران پسا داعش. تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، دوره ۱۱، شماره ۳۸، صص. ۱۸۳-۲۰۸.
- جعفری ولدانی، اصغر (۱۳۸۷) بررسی عهدنامه ۱۹۷۵ ایران و عراق. اطلاعات سیاسی - اقتصادی ۱۳۸۷ شماره ۲۴۸.
- حسین، رفیع (۱۳۹۲). دیپلماسی عمومی و قدرت نرم با تاکید بر قدرت نرم ایران در عراق. دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۹۹-۱۳۲.

دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۵) جایگاه قدرت نرم در انقلاب اسلامی ایران. حضور ۱۳۸۵ شماره ۵۷.

دهقانی فیروزآبادی، ابوالفضل (۱۳۹۴). منطق سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در خاورمیانه. پایان نامه، استاد راهنما: دکتر علیرضا ازغندی، دانشگاه دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

رحمانی، منصور و شمس آبادی، علی (۱۳۹۷). بررسی مقایسه‌ای دیپلماسی رسانه‌ای ایران و ترکیه در عراق پساصدام. رهیافت های سیاسی و بین‌المللی. دوره ۱۰، شماره ۳ (پیاپی ۵۷)، صص. ۷۴-۹۳.

رفیع، حسین و نیک‌روش، ملیحه (۱۳۹۲). دیپلماسی عمومی و قدرت نرم. فصلنامه مطالعات روابط بین‌الملل، دوره ۶، شماره ۲۲ - شماره پیاپی ۲۲، صص. ۹۹-۱۳۳. ساداتی، سیدنصرالله (۱۳۹۳). نقش بکه های برون‌مرزی رسانه ملی در دیپلماسی رسانه‌ای با تاکید بر شبکه‌های العالم و پرس تی وی. فصلنامه پژوهش های ارتباطی، سال بیست و یکم، شماره ۳ (پیاپی ۷۹)، صص. ۹۹-۱۲۰.

صالحی امیری، سیدرضا و محمدی، سعید (۱۳۹۲). دیپلماسی فرهنگی. چاپ دوم، تهران: نشر ققنوس.

ضیایی پور، حمید (۱۳۹۱). آسیب شناسی جنگ نرم ایران در فضای سایبر و رسانه‌ای، پایگاه گفتمان تحلیلی امید.

عطایی، فرهاد؛ قادری کنگاوری، روح‌الله؛ و ابراهیمی، نبی‌الله (۱۳۹۰). دیپلماسی عمومی و قدرت نرم؛ ایران و آمریکا در عراق جدید. فصلنامه سیاست، دوره ۴۱، شماره ۳، شماره پیاپی ۳، صص ۱۸۹-۲۰۳.

کریمی، غلامرضا و توتی، حسینعلی (۱۳۹۴). بررسی مؤلفه های دیپلماسی منطقه‌ای انقلاب اسلامی و ارائه راهبرد. پژوهش های انقلاب اسلامی، شماره ۱۲، صص. ۱۸۰-۱۶۳.

گلشن پژوه، محمودرضا (۱۳۹۱). قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران: مناسب‌ترین راه برای مقابله با آماج جنگ نرم. فصلنامه رهنامه سیاست‌گذاری، سال سوم، بهار، شماره ۱.

مسعود، جعفری نژاد (۱۳۹۸). دیپلماسی رسانه ای آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران در دوران پسا داعش. تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. دوره ۱۱، شماره ۳۸، صص. ۲۰۸-۱۸۳.

نوازی، بهرام و عبادی، زهرا (۱۳۹۶). بررسی تاثیر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران بر اهداف و منافع راهبردی آمریکا در عراق نوین. فصلنامه علمی تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، ۱۱(۳۸)، ۱۵۱-۱۷۵.

نیکروش، ملیحه؛ جعفری، علی اکبر (۱۳۹۵). نقش مراجع تقلید و علمای دینی کشور عراق در افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، سال پنجم، شماره ۱۸.

Lukes, Steven (1974). **Power, a Radical View, 2<sup>nd</sup> Edition.** PALGRAVE MACMILLAN.

Nye, Joseph S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, Vol 616, Issue 1.

Tideman, Anna (2005). IRI Broadcasting: Public Diplomacy or Propaganda, al Nakhlah Journal.

Torfeh, Massoumeh (2017) The Role of Iran's Regional Media in its Soft War Policy. Al Jazeera Centre for Studies. Available at: [https://studies.aljazeera.net/sites/default/files/articles/reports/documents/de4a4f02558e40a9ada8948554fec007\\_100.pdf](https://studies.aljazeera.net/sites/default/files/articles/reports/documents/de4a4f02558e40a9ada8948554fec007_100.pdf)

Wolf, Charles Jr. and Brian Rosen (2004). Public Diplomacy, how to Think About and Improve It. RAND Corporation.

worldservice.irib.ir

worldservice.irib.ir/fa/arabic\_and\_african\_network

www.alalamtv.net

www.alkawthartv.com

[www.almanar.com.lb](http://www.almanar.com.lb)

Xiaoying, Sun (2004). Build up soft power, grasp every opportunity of peaceful unification [‘Dazao Ruanshili, Bawo Heping Tongyi de Mei Yige Jihui’], *Dongnanya Zongheng*, no. 12, (2004), pp. 77–81.