

فصلنامه مطالعات سیاسی
سال یازدهم، شماره ۴۱، پاییز ۱۳۹۷
صفحات: ۶۸-۴۹
تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱/۱۶؛ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۵/۱۵

آینده پژوهی نقش دیپلماسی فرهنگی در منزلت سیاسی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران؛ با تاکید بر گردشگری

مجید گلپور* / پریسا خراسانی اسمعیلی**

چکیده

با عبور از دروازه‌های قرن بیست و یکم، بشر شاهد دگرگونی‌های شگرفی در عرصه‌های مختلف سیاست بین‌الملل و ابزارهای مورد استفاده در سیاست خارجی برای پیگیری منافع ملی بوده است. در این بین، دیپلماسی فرهنگی به عنوان یکی از ابزارهای نوین و کارآمد در تأمین منافع ملی، امروزه در کانون مباحث سیاست خارجی قرار گرفته است. دیپلماسی عمومی با هدف تاثیرگذاری بر افکار عمومی کشورهای دیگر می‌تواند نقشی اساسی در منزلت سیاسی بین‌المللی یک کشور ایفا نماید. پژوهش حاضر با تمرکز بر گردشگری بعنوان یکی از مهمترین ابعاد دیپلماسی عمومی در پی پاسخ دادن به این سؤال است که: «گردشگری چه نقشی در منزلت سیاسی بین‌المللی ایران در آینده خواهد داشت؟» در پاسخ به سؤال پژوهش و با در نظر گرفتن نیروهای پیشران مربوطه سناریوهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحلیلی پژوهش نشان می‌دهد که براساس شواهد موجود، از بین پنج سناریویی که احتمال وقوع دارند، سناریوی خوشبینانه یعنی «بهبود غیر رسمی و پایدار منزلت سیاسی» احتمال وقوع بیشتری داشته و می‌تواند مبنای برنامه ریزی در حوزه دیپلماسی عمومی قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها

دیپلماسی فرهنگی؛ منزلت سیاسی بین‌المللی؛ گردشگری؛ جمهوری اسلامی ایران.

majid_golparvar@yahoo.com

* استادیار گروه علوم سیاسی، واحد بافت، دانشگاه آزاد اسلامی، بافت، ایران.

** دانشجوی دکتری علوم سیاسی، واحد بافت، دانشگاه آزاد اسلامی، بافت، ایران (نویسنده مسؤول).

parisa200455@yahoo.com

۱. بیان مسأله

روابط بین‌الملل عرصه‌ای است که در آن بازیگران ملی و غیر ملی در جهت تأمین منافع خود به تعامل می‌پردازند و این حوزه، حوزه‌ای است که با تعامل و تضارب تعداد زیادی از سیاست خارجی کشورها روبرو است. در این مسیر کشورها تلاش دارند که در قالب سیاست خارجی خود به تأمین منافع بپردازند. تأمین منافع سیاست خارجی نیز به نوبه‌ی خود در چارچوب دو ابزار اساسی شامل دیپلماسی^۱ و استراتژی^۲ صورت می‌پذیرد. دیپلماسی ابزار مسالمت‌آمیز اداره‌ی روابط بین‌الملل است و در علم روابط بین‌الملل به عنوان چیزی که دولت‌ها براساس آن عمل می‌کنند و یا به عنوان یک نمودی از دولت‌مداری و سیاست خارجی نگریسته شده است (Betsill, Corell, 2008:2). در واقع دولت‌ها در پی آن هستند که از طریق دیپلماتیک بدون وارد شدن به تنش و خصومت با دیگر کشورها منافع خود را تأمین نمایند. اما آنچه که در حوزه‌ی دیپلماتیک رخ داده است این مسأله است که تغییر و تحولاتی اساسی در حوزه‌ی دیپلماسی و کاربست آن در روابط بین‌الملل رخ داده است. برخلاف گذشته که دیپلماسی صرفاً از مجاری دولتی صورت می‌پذیرفت در عصر حاضر دیپلماسی دیگر صرفاً از کانال‌های رسمی و دولتی صورت نمی‌پذیرد و بازیگران غیر دولتی نیز نقشی اساسی در حوزه‌ی دیپلماتیک ایفا می‌نمایند. براین اساس است که از انواع دیپلماسی جدید در عصر حاضر سخن به میان آمده است. لذا یکی از انواع دیپلماسی که در عصر حاضر مورد توجه قرار گرفته است دیپلماسی عمومی^۳ است.

دیپلماسی عمومی برخلاف دیپلماسی رسمی و دولتی صرفاً به روابط رسمی دولت‌ها نمی‌پردازد بلکه مخاطبان را بازیگران غیر دولتی قرار می‌دهد. جهت ذکر چنین مثالی اغلب به آژانس اطلاعاتی ایالات متحده^۴ به عنوان یک نمونه از دیپلماسی عمومی اشاره می‌شود. دیگر کشورها نیز از طریق دیپلماسی عمومی در پی نفوذ بر شهروندان دیگر جوامع بر می‌آیند (Breuning, 2007:6). اما آن چه که در این پژوهش برای از اهمیت برخوردار است این مسأله است که جمهوری اسلامی ایران در آینده در رابطه با بحث استفاده از دیپلماسی فرهنگی جهت رشد منزلت سیاسی خود در چه جهتی گام برمی‌دارد و کدام سناریو برای ایران محتمل است.

1. Diplomacy
2. Strategy
3. Public Diplomacy
4. USAI

براین اساس در این پژوهش در چارچوب دو شاخص گردشگری و مشارکت دادن ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی رابطه‌ی بین دیپلماسی فرهنگی و منزلت سیاسی ایران سناریو سازی شده و سناریوی محتمل نشان داده می‌شود.

۲. روش پژوهش

آینده پژوهی بعنوان حوزه‌ی مطالعاتی نوین و بین رشته‌ای در مطالعات جدید روابط بین الملل و سیاست خارجی در حال گسترش است. یکی از مهم‌ترین روش‌های پژوهش مورد استفاده در مطالعات آینده سناریو سازی^۱ می‌باشد. آینده پژوهی یعنی مهیا بودن برای آینده و استخدام منابع موجود به بهترین وجه ممکن در راستای ارزش‌ها و اهداف. آینده پژوهی مشتمل بر مجموعه تلاش‌هایی است که با استفاده از تجزیه و تحلیل منابع، الگوها و عوامل تغییر و یا ثبات، به تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه ریزی برای آن‌ها می‌پردازد. آینده پژوهی منعکس می‌کند که چگونه از دل تغییرات (یا تغییر نکردن) «امروز»، واقعیت «فردا» تولد می‌یابد. آینده پژوهی، در حقیقت تصمیم‌گیری مربوط به آینده در زمان حال است (کارگر، ۱۳۸۹: ۱۳۹).

چنانچه گفته شد یکی از روش‌های پرکاربرد در آینده پژوهی مربوط به سناریوسازی است که برخی سناریو را توصیف از وضعیت آینده و مجموعه‌ای از رخدادهایی که آن وضعیت را به وجود می‌آورند تعریف می‌کنند. سناریو پردازی، مجموعه گام‌هایی است که یک فرد یا سازمان می‌تواند طی کند تا آینده‌های ممکن را در جهت اخذ تصمیم‌گیری راهبردی زمان حال بررسی کند. هرمن کان یکی از بنیانگذاران مطالعات آینده و پدر برنامه ریزی سناریو در کتاب خود سناریو را اینگونه تعریف می‌کند: ترسیم مجموعه‌ای از اتفاقات فرضی در آینده با هدف روشن ساختن زنجیره احتمالی رویدادهایی که به فرد امکان می‌دهد تا از موقعیت فعلی و واقعی به سمت موقعیتی در آینده حرکت کند. فونتانا و هینگل (۱۹۹۳) نیز سناریو را این‌گونه تعریف می‌کنند: سناریوها را آینده‌های آلترناتیو منتج از ترکیب روندها و سیاست‌ها (فروزانمهر، ۱۳۹۵: ۳۶). همچنین سناریوها می‌توانند انواع مختلفی داشته و بر اساس معیارهای مختلف تقسیم بندی شوند:

- سناریوهای استاتیک: ارائه یک تصویر لحظه‌ای از آینده.

- سناریوهای پایین به بالا (استقرایی): حرکت از نیروهای پیشران، تخمین روندهای احتمالی و تعیین آینده‌ای ممکن.
- سناریوهای بالا به پایین (قیاسی): تعیین آینده‌ای ممکن، بازگشت از آینده و تعیین مسیر تحقق آن آینده.
- سناریوهای تخصصی: نگاه و دامنه محدودتری دارد.
- سناریوهای جهانی: شامل رویکردی کل‌گرا و جهان‌شمول‌تر است.
- سناریوهای کرانی (انتهایی): پیشنهاد آینده‌ای کاملاً متفاوت که آگاهانه بسیار متفاوت و برای پوشاندن نقاط کرانی پیشنهاد شده است.
- سناریوهای روند مینا: بر اساس تحلیل روندها و پیشران‌ها و نقاط مختلف تصمیم‌گیری محتمل‌ترین و ممکن‌ترین آینده را پیش‌بینی می‌کند.
- سناریوهای فرایندی: ارائه زنجیره‌هایی از عوامل علت معلولی که به یک رخداد خاص منجر می‌شود (کشاورز ترک، ۱۳۹۴: ۳-۴).

باید توجه داشت که برنامه ریزی بر مبنای سناریو در واقع مبتنی بر پارادایم‌های آینده پژوهی در پاسخ به چالش‌های اصلی عصر حاضر مانند بی‌ثباتی محیط آینده، وجود مگاترندها و آینده‌های مملو از عدم قطعیت‌های عمیق توسعه داده شده می‌باشد (زالی، زمانی پور، ۱۳۹۵: ۲). سناریو پاسخ مناسبی به این سؤال است که چه اتفاقی می‌خواهد بیفتد؟ یا چه اتفاقی می‌افتد اگر...؟ بنابراین سناریو پیش‌بینی و چشم‌انداز نیست. چه این هر دو تمایل دارند خطرات را پنهان سازند. بلکه برعکس سناریو مدیریت ریسک و مخاطره را ممکن می‌سازد (عیوضی و دیگران، ۱۳۹۱: ۳). سناریو سازی در این پژوهش نیز کمک خواهد کرد تا نشان دهد که اگر در رابطه با توریسم به عنوان یک شاخص دیپلماسی عمومی اقدامات خاصی صورت پذیرد، منزلت سیاسی کشور ایران نیز به سمت خاصی حرکت خواهد کرد. لذا سناریو سازی در این زمینه نیز در واقع پاسخ به این است که چه اتفاقی می‌افتد اگر این مسائل رخ بدهد.

۳. مبانی نظری پژوهش

دستیابی به اهداف سیاست خارجی در عرصه روابط بین‌الملل بر اساس دو ابزار اساسی امکان پذیر می‌باشد. یکی دیپلماسی و دیگری استراتژی. استراتژی ابزار خصومت‌آمیز اداره‌ی روابط بین‌الملل و دستیابی به هدف سیاست خارجی است اما دیپلماسی ابزار صلح‌آمیز

دستیابی به سیاست خارجی محسوب می‌شود. دیپلماسی نقشی اساسی در دستیابی دولت‌ها به هدف خود در سیاست بین‌الملل ایفا می‌کند.

دیپلماسی با تصویر مناسبی که از دولت در سیاست بین‌الملل ارائه می‌دهد، می‌تواند زمینه‌های مساعدی را برای اجرای سیاست خارجی از لحاظ فراهم آوردن متحدین، تبدیل دشمنان به بی‌طرف‌ها و نیز تبدیل بی‌طرف‌ها به دوستان، جلب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و جذب کمک‌های فنی، مالی و اقتصادی ایجاد نماید. در این مورد نباید نقش ارتباطات جدید را از لحاظ شکل دادن به ایستارها و برداشت‌ها در سرتاسر جهان منکر شد (قوام، ۱۳۸۴: ۹). در واقع ارتباطات جدید نقشی اساسی را در تحول عرصه‌ی دیپلماسی داشته است و گونه‌های متفاوتی از دیپلماسی را شکل داده است. به عنوان مثال دیپلماسی اقتصادی، دیپلماسی انرژی و ... از ابعاد تحولات در حوزه‌ی دیپلماسی محسوب می‌شوند. اما یکی از مهم‌ترین جلوه‌های جدید دیپلماسی در عصر حاضر مربوط به دیپلماسی عمومی است.

در فرهنگ واژگان روابط بین‌الملل وزارت خارجه آمریکا در سال ۱۹۸۵ در تعریف دیپلماسی عمومی آورده شده: «دیپلماسی عمومی به برنامه‌های تحت حمایت دولت اشاره دارد که هدف از آن‌ها اطلاع‌رسانی و یا تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی در کشورهای دیگر است. ابزار اصلی آن نیز انتشار متن، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی، رادیو و تلویزیون و اینترنت است.» (مبینی مقدس، عبد سرمدی، ۱۳۹۲: ۱۰۸). دیپلماسی عمومی، تلاش یک دولت برای برقراری ارتباط با عموم یک جامعه دیگر است تا طی این تلاش ارزش‌ها، فرهنگ‌ها، سیاست‌ها و عقاید جامعه خود را برای آن‌ها توضیح دهد و بدین ترتیب، رابطه، وجهه و شهرت خود را در آن کشور ترسیم کند و ارتقاء دهد (توکلی، نژادزنده، ۱۳۹۲: ۲۵۳-۲۵۲).

دیپلماسی عمومی مؤلفه‌هایی از قبیل روابط بین‌الملل در قالب‌هایی فراتر از دیپلماسی سنتی، بهره‌برداری دولت‌ها از افکار عمومی در سایر کشورها؛ تعامل گروه‌های خصوصی و منافع خصوصی در یک کشور؛ ارائه گزارش در مورد امور خارجی و تأثیر آن بر سیاست‌گذاری؛ ارتباطات میان آن‌هایی که شغلشان در حیطه ارتباطات است و فرایند ارتباطات فرهنگی را در خود جای می‌دهد (مجیدی، میرابزاده، ۱۳۹۱: ۴۰۳). دیپلماسی عمومی متفاوت از دیپلماسی سنتی است که در آن روابط دیپلماتیک صرفاً بین دولت‌ها وجود دارد. در واقع میان دیپلماسی عمومی و دیپلماسی سنتی تفاوت‌های جدی وجود دارد؛ دیپلماسی عمومی صرفاً با دولت‌ها سروکار ندارد بلکه مخاطب خود را در میان افراد و سازمان‌های غیر حکومتی می‌جوید. از

سوی دیگر گفته می‌شود فعالیت‌های دیپلماسی عمومی می‌تواند معرف دیدگاه‌های متفاوتی باشد که از سوی افراد و سازمان‌های خصوصی یک کشور مثل آمریکا علاوه بر نظرات دولت آمریکا مطرح اند، در حالی که دیپلماسی سنتی با روابط یک دولت با دولت دیگر مرتبط است و مقامات سفارت یک کشور دیگر، معرف آن کشور به شمار می‌روند در صورتی که دیپلماسی عمومی متضمن مشارکت بسیاری از عناصر غیر دولتی جامعه است (نیک آئین، ۱۳۸۸: ۳۶۴). لذا دیپلماسی عمومی دارای یک بعد اساسی است و آن این است که صرفاً بین دولت‌ها صورت نمی‌گیرد. این بعد اساسی دیپلماسی عمومی زمینه را برای این فراهم می‌سازد که یک دولت بتواند حوزه‌های غیر دولتی را برای کسب اهداف سیاست خارجی خود پی‌گیری کند. دیپلماسی عمومی مؤلفه‌هایی همچون گردشگری، نقش نهادهای غیر دولتی، رسانه‌های ارتباطی، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی را در بر می‌گیرد که کانال‌های غیر دولتی دستیابی به اهداف سیاست خارجی محسوب می‌شوند. این پژوهش نیز در پی نشان دادن تلاش دولت ایران برای افزایش منزلت سیاسی در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی از طریق کاربرد دیپلماسی عمومی بر مبنای یک روش آینده پژوهانه هست.

۳-۱. دیپلماسی عمومی و منزلت سیاسی دولت

همزمان با تغییر و تحولاتی که در عرصه‌ی فناوری به وقوع پیوست ما شاهد بازنگری و تغییر در مفهوم قدرت و منزلت سیاسی بازیگران در روابط بین‌الملل نیز هستیم. بنابراین برخلاف گذشته که قدرت صرفاً جنبه‌ی سخت افزاری و تجربی دارد در این دوره قدرت بسیار نامحسوس است و در ریزترین لایه‌های زندگی اجتماعی قرار دارد. چرا که در این دوره تکنولوژی ارتباطات^۱ زمینه را برای شکل‌گیری نوع جدیدی از قدرت فراهم نموده است. در واقع فناوری اطلاعات و ارتباط به گونه‌ای گسترش یافته که گاه آن را «فناوری‌های آزادی» می‌نامند؛ چراکه توانایی‌های مردم و سازمان‌ها را برای دستیابی به داده‌ها و برقرار کردن ارتباط و غیره گسترش می‌دهند. در همه شرح‌های فناوری محور که از فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات ارائه می‌شود تاکید بر راه‌های شایعی است که این فناوری‌ها انواع جدید عمل را امکان‌پذیر می‌سازند. راه‌هایی که قبلاً پرهزینه‌تر، مشکل یا ناممکن بوده‌اند (مستقیمی، ۱۳۸۵: ۲۳۳). این مسائل باعث شده است تا کسانی مثل نای^۲ از قدرت نرم صحبت به میان

1. Information Technology
2. Josephs Nye

آورند و یا این که از جلوه‌های جدیدی از قدرت مانند قدرت هوشمند که ترکیبی از قدرت سخت و نرم است صحبت به میان بیاید. نای در ابتدا مفهوم قدرت نرم را در اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰ با ادعای آن چه که او به عنوان تغییر ماهیت نظام بین‌المللی نامید معرفی کرد. از نظر جوزف نای قدرت نرم به معنای ترغیب دیگران به خواستن آن چیزی است که تو می‌خواهی که در تقابل با قدرت سخت که مبتنی بر دستور به انجام آن چه تو می‌خواهی است قرار دارد. نای معتقد است که، عوامل فن‌آوری، آموزش و رشد اقتصادی در حال با اهمیت شدن در قدرت بین‌المللی هستند در حالی که جغرافیا، جمعیت، و مواد خام در حال کم‌اهمیت‌تر شدن می‌باشند (Solomon, 2014: 723). این تغییر و تحولات در حوزه‌ی تکنولوژی، دیپلماسی را نیز تحت تأثیر خود قرار داده است و موجب شده است که دیگر مجاری دیپلماسی صرفاً دولت‌ها نباشند و گروه‌های غیر دولتی نیز در دیپلماسی نقشی اساسی ایفا کنند. لذا منزلت و شان سیاسی کشورها در جهان نیز بر این اساس معنا می‌یابد. نای به خوبی این را نشان می‌دهد که در عصر جدید قدرت دولت‌ها تا حد زیادی به جلوه‌ی نرم آن و دیپلماسی عمومی وابسته شده است.

از نظر نای بازی سیاسی در عصر اطلاعات پیشنهاد می‌کند که اهمیت نسبی قدرت نرم در حال افزایش است و قدرت نرمی که در حال با اهمیت‌تر شدن در عصر اطلاعات است بیشتر در بخش اقتصادی و اجتماعی است تا بخش رسمی دولتی (Nye, 2004, 31-32). لذا در دوره‌ی جدید هر دولتی که در پی افزایش منزلت و پرستیژ سیاسی خود می‌باشد باید به جلوه‌ی نرم قدرت و ابزارهای آن توجه نماید. رشد منزلت سیاسی یک کشور در قالب دیپلماسی عمومی به معنای رشد جایگاه منطقه‌ای و بین‌المللی و پذیرش یک کشور، در قالب مؤلفه‌های نرم افزاری است. حضور یک دولت در معادلات سیاسی منطقه‌ای و جهانی و پذیرش نقش آن در ترتیبات منطقه و جهان توسط دیگر دولت‌ها از می‌تواند به عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌ی پرستیژ سیاسی یک دولت به شمار آید. جایگاه یک کشور در معادلات منطقه‌ای و بین‌المللی به معنای حضور فعال و پذیرش یک دولت در سازمان‌های منطقه‌ای و جهانی، مذاکرات و رایزنی‌های دو و چندجانبه و نقش یک کشور در فرآیندهای صلح‌سازی و تصمیمات اساسی در حوزه‌ی سیاست بین‌الملل می‌باشد. نای نیز معتقد است که امروزه بر خلاف دوره‌های قبل در تعریف قدرت تأکید کم‌تری بر قدرت نظامی می‌شود و در دنیای امروز بر فن‌آوری آموزشی و رشد اقتصادی تأکید بیشتری می‌شود (نای، ۱۳۸۷: ۱۲۰). براین اساس حوزه‌های مورد پوشش تعاملات دیپلماتیک تغییر

یافته و موجب ایجاد انواع دیپلماسی شده است. مانند دیپلماسی ورزشی، دیپلماسی علمی، دیپلماسی رسانه‌ای و ... که معمولاً می‌توان آن‌ها را در دیپلماسی عمومی جای داد (سجادپور، ۱۳۹۰: ۲۴۸).

۳-۲. ایران، دیپلماسی عمومی و منزلت سیاسی

دولت ایران نیز در عصر جهانی شدن و با توجه به تغییر و تحولات صورت پذیرفته در حوزه‌ی تکنولوژی و اطلاعات می‌بایست جهت افزایش منزلت سیاسی خود به دیپلماسی عمومی به عنوان یک ابزار اساسی جهت دستیابی به هدف سیاست خارجی توجهی اساسی داشته باشد. ایران پس از انقلاب اسلامی یک نظام سیاسی نو پا را شکل داده است و با نظام بین‌الملل فعلی نیز دارای تنش‌هایی اساسی است. در سال‌های اخیر نیز مسأله‌ی هسته‌ای موجب تنش آمیز شدن بیشتر ایران با بسیاری از کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای شده است. لذا ضروری است که در حوزه‌ی نرم افزاری قدرت و با دیپلماسی عمومی در جهت حل مسائل تنش آمیز و ارتقای جایگاه و منزلت سیاسی خود گام برداشته شود. لذا بهترین ابزار برای دستیابی به این هدف، دیپلماسی عمومی است.

در اینجا است که دیپلماسی عمومی با سیاست خارجی کشور پیوند می‌خورد. نمونه‌ی بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی جهت دستیابی به هدف سیاست خارجی را می‌توان در وزارت خارجه‌ی ایالات متحده مشاهده نمود. در ساختار رسمی وزارت امور خارجه‌ی ایالات متحده، دفتر برنامه‌های اطلاعات بین‌المللی^۱ وابسته به وزارت خارجه‌ی آمریکا و از بازمانده‌های آژانس اطلاعات ایالات متحده (USIA) ایجاد شده است که سرویس اصلی ارتباطات استراتژیک بین‌المللی برای جامعه‌ی روابط خارجی است و پس از ادغام آژانس اطلاعات ایالات متحده با وزارت امور خارجه در ۱۹۹۱ شکل یافت. این دفتر برنامه‌های استراتژیک ارتباطی مختلفی را طراحی، تدوین و اجرا می‌کند که شامل انتشارات چاپی و اینترنتی، برنامه‌های سخنرانی از طریق مسافرت و یا انتقال الکترونیکی، و خدمات مربوط به منابع اطلاعات است. این برنامه‌ها برای مخاطبان بین‌المللی کلیدی همچون رسانه‌ها، مأموران دولتی، رهبران عقیدتی، و عموم مردم در بیش از ۱۴۰ کشور در سراسر جهان تهیه و ارسال می‌گردد (جعفری

1. IIP

2. United States Information Agency

هفتخوانی، آشنا، ۱۳۸۶: ۱۹۲). لذا برای جمهوری اسلامی ایران نیز ضروری است که چنین مکانیسم‌هایی برای تأثیر گذاری بر اذهان عمومی در دستگاه دیپلماسی در نظر گرفته شود. چنان که اشاره گردید یکی از مسائلی که در حال حاضر برای ایران از اهمیتی اساسی برخوردار است بحث مربوط به هسته‌ای است که برای ایران ضرورت دارد تا از طریق دیپلماسی غیر رسمی و از طریق مجاری غیر دولتی به شفاف سازی پرداخته و نشان دهد که غنی سازی اورانیوم برای مردم جهان و منطقه هیچ خطری در پی نخواهد داشت و ایران در طرفدار صلح و امنیت منطقه‌ای و جهانی است. در واقع از زمان آغاز بحران هسته‌ای ایران در فوریه ۲۰۰۲، کشورهای غربی و آمریکا بیشترین انتقادات را به برنامه هسته‌ای ایران داشته و همواره خواهان متوقف شدن آن به هر شکل ممکن بوده‌اند. در واقع مقامات آمریکایی همسو با رسانه‌های قدرتمند غربی، برنامه هسته‌ای ایران را بزرگ‌ترین خطر پیش‌روی آمریکا و متحدان این کشور به ویژه اسرائیل دانسته‌اند. صرف‌نظر از اظهارات رسمی مقامات غربی، جو روانی منفی علیه ایران باعث شده تا بسیاری از کشورها و حتی مجامع بین‌المللی، ایران را به دلیل پی‌گیری برنامه هسته‌ای‌اش محکوم کنند (احدی، ۱۳۸۸: ۲۵۶-۲۵۵). لذا دولت ایران نیز باید توانمندی این را داشته باشد تا از طرق غیر رسمی تبلیغات و دیپلماسی غیر رسمی کشورهای غربی را خنثی نماید و زمینه را برای رشد و ارتقای منزلت سیاسی خود فراهم سازد.

۴. شاخص‌سازی متغیرهای پژوهش: گردشگری و مشارکت ایران در معادلات منطقه‌ای

و جهانی

منزلت سیاسی و دیپلماسی عمومی متغیرهای این پژوهش هستند که این پژوهش در پی آن است تا براساس این متغیرها به سناریو سازی بپردازد و نشان دهد که جمهوری اسلامی ایران در رابطه با این دو متغیر در کدام جهت گام برمی‌دارد. لذا به‌منظور نشان دادن رابطه‌ی این دو متغیر و سناریو سازی، برای هر یک از این دو متغیر یک شاخص را مشخص نموده و براساس این شاخص‌ها سناریوها تعیین می‌شوند. شاخصی که برای دیپلماسی فرهنگی در نظر گرفته شده است شاخص مربوط به گردشگری و شاخص منزلت سیاسی نیز مشارکت دادن ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی می‌باشد. براساس این شاخص‌ها نشان داده می‌شود که سناریوهای مختلف کدام هستند و همچنین سناریوی محتمل برای جمهوری اسلامی ایران نیز کدام یک از آن‌ها می‌تواند باشد. گردشگری از این رو به عنوان یک شاخص انتخاب شده

است که به عنوان یک مؤلفه‌ی دیپلماسی عمومی برای جمهوری اسلامی ایران می‌تواند نقشی اساسی را ایفا نماید و زمینه را برای ورود ایران به ترتیبات منطقه‌ای و جهانی از طریق کانال‌های غیر رسمی فراهم سازد. دیپلماسی عمومی گردشگری به نقش گردشگری در ایجاد صلح، رونق اقتصادی، افزایش در آمد، خنثی سازی تبلیغات منفی و ... جایگاه دولت در دستیابی به این اهدافی پردازد. لذا گردشگری هم به عنوان ابزار و هم عامل توسعه‌ی دیپلماسی عمومی می‌تواند ایفای نقش نماید (رضایی، ۱۳۹۳: ۱۸۰).

اما آن چه از اهمیت برخوردار است نقشی است که گردشگری ایران می‌تواند در ارتقای منزلت سیاسی و به معنای اخص در مشارکت ایران در معادلات جهانی و منطقه‌ای داشته باشد. گردشگری یکی از مهم‌ترین کانال‌هایی است که می‌تواند جمهوری اسلامی ایران را به صورت غیر مستقیم وارد تعاملات منطقه‌ای و جهانی سازد. در واقع یکی از شروط اساسی ورود ایران به معادلات جهانی و منطقه‌ای زدودن وجهی منفی ایران و ایجاد یک نگرش مثبت نسبت به قدرت جمهوری اسلامی ایران است که این مهم از طریق گردشگری می‌تواند صورت پذیرد. گردشگری می‌تواند فرصت‌هایی را فراهم کند که از طریق آن ملل مختلف دنیا با محیط داخلی ایران آشنا شده و از طریق تعامل فرهنگی زمینه برای تسری روابط به حوزه‌های مختلف فراهم شود. در عصر جهانی شدن با توجه به این مسأله که مردم در سیاست‌گذاری دولت‌ها نقشی اساسی ایفا می‌کنند، تعاملات مردم می‌تواند زمینه را برای تعامل بیشتر دولت‌ها نیز فراهم سازد. جمهوری اسلامی ایران نیز در قالب گردشگری می‌تواند زمینه را برای تعامل هر چه بیشتر با مردم دنیا فراهم سازد و از این طریق بتواند خود را وارد تعامل با دولت‌ها نموده تا در معادلات جهانی و منطقه‌ای از جایگاه برتری برخوردار گردد. فرهنگ به عنوان یکی از منابع اصلی قدرت نرم و گردشگری یکی از زیر شاخه‌های فرهنگ و به نوعی با توجه به توان خود نوعی قدرت نرم است که می‌تواند در خدمت دیپلماسی عمومی قرار گیرد. بنابراین از دستگاه‌هایی که قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران است و نقش آفرینی آن در دیپلماسی عمومی انکار ناپذیر است، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری است که می‌تواند با بهره‌گیری از سه عنصر قوی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری وزن ژئوپولیتیکی، قدرت ملی و همگرایی جهانی را افزایش دهد (سلمان خواه، ۱۳۹۵).

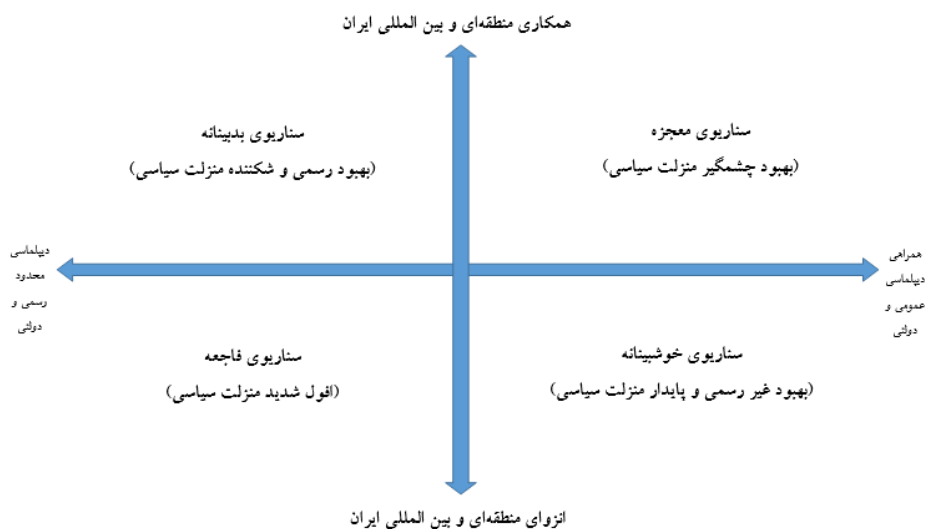
آینده پژوهی نقش دیپلماسی فرهنگی در منزلت ...

جدول زیر شاخص سازی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد:

متغیرهای پژوهش	شاخص‌ها
دیپلماسی عمومی	گردشگری
منزلت سیاسی	مشارکت ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی

۵. سناریوسازی پژوهش

بر اساس رابطه‌ی بین دو متغیر گردشگری و مشارکت ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی می‌توانیم به پنج سناریو و وضعیت برسیم که این پنج وضعیت شامل خنثی، خوشبینانه، بدبینانه، معجزه و فاجعه می‌باشند. در این سناریوها گردشگری به عنوان متغیر مستقل و تاثیرگذار در نظر گرفته شده است و مشارکت ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی نیز متغیر وابسته می‌باشد. گردشگری و یا دیپلماسی در دو طیف رسمی و دولتی و عمومی قرار گرفته است و متناسب با این دو طیف از نوع دیپلماسی دو سناریوی خوشبینانه و بدبینانه به وجود آمده است. سناریوی خوش بینانه مبتنی بر بهبود رسمی و شکننده‌ی منزلت سیاسی و سناریوی بدبینانه نیز مبتنی بر بهبود غیر رسمی و پایدار منزلت سیاسی خواهد بود. این پنج سناریو را می‌توان در بردار زیر مشاهده کرد:



۵-۱. خنثی

در این سناریو هیچ ارتباط منطقی بین دو متغیر منزلت سیاسی و گردشگری در ایران وجود ندارد. در واقع در این سناریو همبستگی بین دو متغیر صفر است و تأثیر یکی بر دیگری نه به صورت منفی و نه به صورت مثبت است. چنانچه در بردار مشاهده می‌شود این سناریو در نقطه صفر قرار گرفته است و هیچ یک از ۴ سناریوی دیگر را در بر نمی‌گیرد.

۵-۲. بهبود چشمگیر منزلت سیاسی

در وضعیت معجزه یک ارتباط مستقیم و مثبت بین متغیرها برقرار است و این سناریو بیانگر یک وضعیت عالی در مورد نقش دیپلماسی فرهنگی و منزلت سیاسی می‌باشد. در وضعیت معجزه که بهترین سناریو محسوب می‌شود هر چقدر گردشگری رشد داشته باشد مطابق با آن نقش ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی نیز بیشتر خواهد شد و ایران بیشتر مورد پذیرش جامعه‌ی جهانی و منطقه‌ای قرار خواهد گرفت. سناریوی معجزه می‌تواند به عنوان یک وضعیت عالی برای دیپلماسی فرهنگی محسوب گردد که سایر سناریوها از چنین خصوصیتی برخوردار نیستند چرا که ارتباط مثبت بین دو متغیر گردشگری و پذیرش ایران در مجامع بین‌المللی و منطقه‌ای در قالب این سناریو می‌تواند صورت پذیرد.

۵-۳. افول شدید منزلت سیاسی

سناریوی فاجعه برعکس سناریوی معجزه عمل می‌کند و رابطه‌ی بین دو متغیر به صورت همبستگی مستقیم اما منفی است یعنی با کاهش یک متغیر، متغیر دیگر در جهت مستقیم کاهش می‌یابد. در این رابطه هرچقدر که به گردشگری توجه کم‌تری بشود متناسب با آن منزلت سیاسی ایران یعنی پذیرش ایران در مجامع بین‌المللی و منطقه‌ای و نقش ایران در معادلات منطقه‌ای کم‌تر خواهد شد. این سناریو بدترین وضعیت را برای دیپلماسی فرهنگی و منزلت سیاسی یک کشور نشان می‌دهد که در واقع همانطور که از اسم آن پیداست یک وضعیت فاجعه بار برای منزلت سیاسی کشور ایران است.

۵-۴. بهبود رسمی و شکننده منزلت سیاسی

سناریوی بدبینانه مبتنی بر وضعیت شکننده منزلت سیاسی ایران در سطح منطقه و جهان است. در این سناریو دیپلماسی عمومی از رشد چندانی برخوردار نبوده و تنها دیپلماسی محدود و دولتی است که رشد می‌کند. لذا چنین رشدی نیز نمی‌تواند زمینه را برای تحول در منزلت سیاسی فراهم سازد و تنها منزلت سیاسی کشور را به صورت شکننده و متزلزل توسعه می‌دهد.

۵-۵. بهبود غیر رسمی و پایدار منزلت سیاسی

این سناریو مبتنی بر بهبود پایدار منزلت سیاسی ایران در قالب دیپلماسی عمومی و دولت به همراه هم خواهد بود. این وضعیت اگرچه مبتنی بر یک وضعیت ایده آل نیست اما می‌تواند یک وضعیت خوش بینانه را برای منزلت سیاسی کشور به ارمغان آورد. در واقع این سناریو مانند سناریوی معجزه به تحول اساسی نمی‌انجامد اما نسبت به وضعیت بدبینانه از موقعیت بهتری برخوردار است.

۶. سناریوی محتمل

با توجه به شاخص‌های موجود در زمینه‌ی گردشگری در ایران، سناریوی محتمل برای ایران در سال‌های آینده شکل‌گیری وضعیت خوش بینانه یعنی بهبود غیررسمی و پایدار منزلت سیاسی خواهد بود. بدین صورت که ما در آینده شاهد این خواهیم بود که یک همبستگی مثبت در زمینه‌های مربوط به مؤلفه‌ی گردشگری و توریسم و متعاقب آن در زمینه‌ی مشارکت ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی شکل خواهد گرفت. اگرچه باید توجه داشت این رشد همکاری مبتنی بر وضعیت معجزه آسا نخواهد بود و تنها به بهبودی بیشتر منزلت سیاسی کشور منجر خواهد شد. به منظور تأیید این ادعا به بررسی گزارش آمارهای گردشگری که توسط شورای توریسم و مسافرت جهانی در سال ۲۰۱۶ در مورد ایران ارائه شده است اشاره می‌شود. بر اساس این گزارش در سال ۲۰۱۵ سهم گردشگری از کل سهم تولید ناخالص داخلی در ایران ۶,۷ درصد بوده است که این رقم پیش‌بینی شده که تا سال ۲۰۲۶ به تنها ۷,۳ درصد از سهم کل تولید ناخالص داخلی خواهد رسید. این رقم بسیار پایینی را از کل تولید ناخالص داخلی ایران نشان می‌دهد و پیش‌بینی می‌شود که حتی در ۱۰ سال آینده نیز گردشگری سهم چندانی در تولید ناخالص داخلی ایران نداشته باشد. این آمار وضعیت رو به رشدی را نشان می‌دهد اما رشد بسیار کند است و نمی‌تواند به رشد منزلت سیاسی به صورت چشمگیر منجر شود. همچنین به لحاظ سهم توریسم در کل اشتغال ایران در سال ۲۰۱۵ باید اشاره کرد که تنها ۵,۶ درصد از کل اشتغال ایران مربوط به حوزه‌ی گردشگری است. این رقم طبق پیش‌بینی شورای مسافرت و توریسم جهانی به تنها ۶,۱ درصد از کل اشتغال ایران خواهد رسید. صادرات مربوط به حوزه‌ی توریستی توسط ایران در سال ۲۰۱۵ تنها ۱,۷ درصد از کل صادرات ایران بوده است که این رقم پیش‌بینی شده است در سال ۲۰۲۶ به ۰,۹ درصد از کل صادرات

ایران برسد. سرمایه گذاری در بخش توریسم توسط ایران نیز در سال ۲۰۱۵ تنها ۳,۱ درصد از کل سرمایه گذاری‌ها بوده است (Travel & Tourism Economic Impact 2016: 1-24) آمارهای مربوط به سهم توریسم در تولید ناخالص داخلی، صادرات و سرمایه گذاری و اشتغال را می‌توان در جدول زیر مشاهده نمود.

ایران	2015 میلیون دلار ^۱	2015 درصد از کل	2016 رشد ^۲	2016 میلیون دلار ^۱	2016 درصد از کل	رشد ^۳
سهم مستقیم از تولید ناخالص داخلی	10,145.7	2.5	6.7	17,411.2	2.8	4.9
سهم کل از تولید ناخالص داخلی	27,341.8	6.7	5.9	45,982.7	7.3	4.7
سهم مستقیم اشتغال ^۴	476.0	1.9	4.2	687.4	2.1	3.3
سهم کل اشتغال ^۴	1,398.5	5.6	3.8	1,967.4	6.1	3.1
صادرات توریسم	1,325.2	1.6	2.3	1,946.2	0.8	3.7
هزینه های داخلی	16,631.8	4.1	7.2	29,199.4	4.6	5.1
هزینه های گذران اوقات فراغت	16,310.7	2.2	6.7	28,237.4	2.5	5.0
هزینه های کسب و کار	1,646.3	0.2	8.5	2,908.2	0.3	5.0
میزان سرمایه گذاری	3,307.7	3.1	5.6	6,117.1	3.8	5.8

۱. نرخ ارز و قیمت ثابت سال ۲۰۱۵ ۲. معدل رشد واقعی تورم سال ۲۰۱۶ (%) ۳. معدل رشد واقعی سالانه ی تورم ۲۰۱۶-۲۰۲۶ ۴. شغل ها ۰۰۰

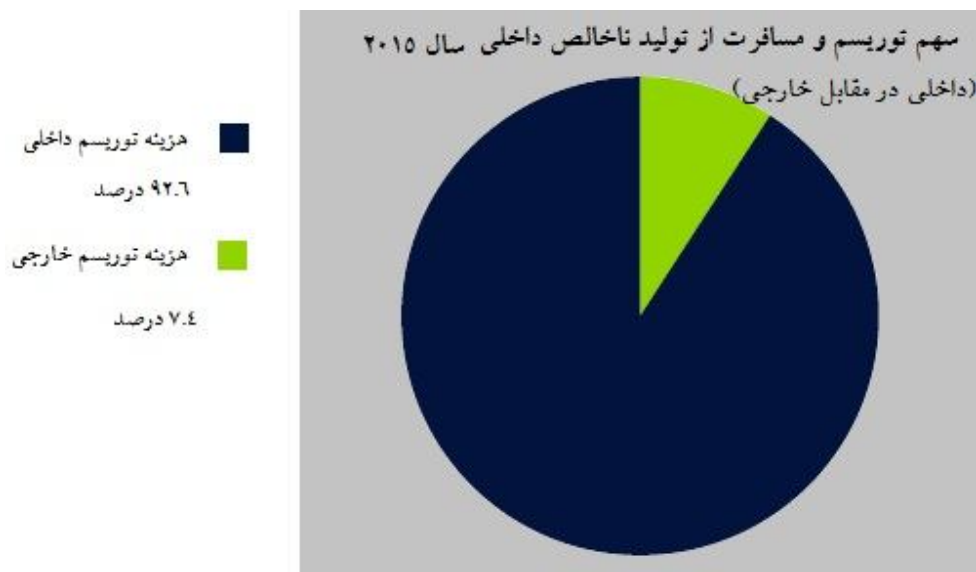
Source: Travel & Tourism Economic Impact 2016.
The World Travel & Tourism Council, p1

چنانچه در جدول بالا مشاهده می‌شود آمار مربوط به گردشگری ایران در سال ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ وضعیت مناسبی ندارد و همچنین در سال ۲۰۲۶ با رشدی اندک روبرو است. در واقع آمار جدول نشان می‌دهد که شاخص‌های گردشگری ایران دچار تحول شده و روند رو به رشدی را در آینده خواهد داشت اما این روند رو به رشد منجر به وضعیت چشمگیر در منزلت سیاسی نخواهد بود (Travel & Tourism Economic Impact 2016: 11). بلکه می‌تواند منزلت سیاسی کشور را در جهت پایداری توسعه دهد.

مسأله دیگری که در رابطه با بحث توریسم و مسافرت باید مورد توجه قرار گیرد این است که آن چه که در این پژوهش مبنای سناریوی ما قرار می‌گیرد مربوط به مسافران خارجی است. در حالی که بسیاری از مؤلفه‌های بالا هم مربوط به مسافران خارجی و هم داخلی بوده است. براین اساس باید توجه کرد که از کل تولید ناخالص داخلی ایران چقدر مربوط به حوزه‌ی مسافران خارجی می‌باشد. در سال ۲۰۱۵ تنها ۷,۴ درصد از کل مقدار سهم توریسم و مسافرت مربوط به حوزه‌ی خارجی بوده است. کل این رقم ۶,۷ درصد بوده است و از این ۶,۷ نیز فقط

آینده پژوهی نقش دیپلماسی فرهنگی در منزلت ...

۷,۴ درصد مربوط به حوزه‌ی خارجی است (Travel & Tourism Economic Impact 2016:6). این آمار به گونه‌ی ایی هستند که نمی‌شود آن‌ها را وضعیت بدبود یا فاجعه بار خواند اما مبتنی بر بهبود چشمگیر وضعیت سیاسی نیز نمی‌باشد. نمودار زیر این میزان از سهم را از کل سهم گردشگری نشان می‌دهد.



Source: Travel & Tourism Economic Impact 2016.
The World Travel & Tourism Council, 6.

شورای توریسم و مسافرت جهانی درصد رشد میزان توریسم خارجی برای سال ۲۰۱۶ را حدود ۲,۳ و برای سال ۲۰۲۶ را حدود ۳,۷ درصد می‌داند. براین اساس باید گفت که میزان ورود توریسم در ایران بسیار پایین است و این میزان از سرمایه گذاری برای ورود گردشگر نمی‌تواند یک مبنا برای تغییر و تحولات اساسی سیاسی ایران باشد. ضعف ایران در زمینه‌ی گردشگری تا حدی است که برخی از مسؤولیت سیاسی و کارشناسان گردشگری ایران را نیز به واکنش وا داشته است. در این زمینه امین زاده کارشناس کمیون گردشگری اتاق بازرگانی ایران اظهار داشته است که طبق اعلام WTCC با مقایسه وضعیت گردشگری در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ این صنعت به لحاظ کسب درآمد با رقم ۱۲۶۰ میلیارد دلار، ۵ درصد رشد داشته که سهم ایران از آن یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار بوده که یک هزارم درآمد

گردشگری جهان می‌شود. طبق این گزارش رتبه ایران به لحاظ وضعیت زیرساخت و حمل و نقل از بین ۱۴۱ کشور، نود و سوم بوده است. همچنین این رتبه در بخش زیرساخت گردشگری برای ایران ۱۱۹ جهان تعیین شده است. طبق گزارش شورای رقابت پذیری سفر و گردشگری، رتبه ایران در شاخص اولویت صنعت گردشگری برای دولت در بین ۱۴۱ کشور، ۱۳۵ بوده است که این اصلاً در شأن ایران نیست (خبرگزاری دانشجویان ایران، ۱۳۹۵).

با توجه به شاخص‌هایی که در رابطه با وضعیت گردشگری در ایران ارائه گردید ما در آینده شاهد وضعیت بهبود نسبت به مشارکت و همکاری ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی در این قالب خواهیم بود. در واقع گردشگری در آینده می‌تواند یک مبنایی را برای بهتر شدن وضعیت ایران در معادلات جهانی و منطقه‌ای در قالب بهبود غیر رسمی و منزلت سیاسی پایدار فراهم سازد. براساس شاخص‌های مذکور وضعیت گردشگری در آینده‌ی ایران به صورت فاجعه بار نخواهد بود اما یک وضعیت معجزه آسا را نیز مشاهده نخواهیم کرد بلکه سناریوی محتمل مبتنی بر بهبود وضعیت در قالب منزلت سیاسی پایدارتر خواهد بود.

نتیجه گیری

دیپلماسی عمومی می‌تواند یکی از مهم‌ترین ابزارهای سیاست خارجی ایران جهت دستیابی به اهداف خارجی محسوب شود و با توجه به تغییر و تحولات فضای بین‌المللی تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیرندگان جمهوری اسلامی ایران باید به این مؤلفه به عنوان یک مکانیسم قدرتمند جهت تحصیل اهداف سیاست خارجی توجه داشته باشند. یکی از مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی که در عصر حاضر مورد توجه کشورهای است و ضرورت دارد که جمهوری اسلامی ایران نیز به آن توجه نماید توریسم و مسافرت خارجی است که یک کانال ارتباطی قوی و عمومی برای دستیابی کشورها به اهداف بین‌المللی خود می‌باشد. ایران نیز با توجه به داشتن جاذبه‌های مختلف گردشگری باید به این مکانیسم توجهی ویژه داشته باشد و آن را در اولویت ابزارهای تحصیل اهداف بین‌المللی خود قرار دهد. توریسم و گردشگری می‌تواند تأثیری بنیادین در رشد و ارتقای جایگاه کشورها در نظام بین‌الملل و شکل‌گیری یک وجهی مثبت از آن‌ها در این محیط داشته باشد. براین اساس بود که در این پژوهش به بررسی این مسأله در قالب سناریو سازی پرداخته شد. در واقع نشان داده شد که نقش توریسم و گردشگری در مشارکت ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی چگونه خواهد بود و چه سناریوهایی در این رابطه وجود

دارد و کدام سناریو برای آینده‌ی ایران محتمل است. بر اساس رابطه‌ی بین گردشگری و مشارکت ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی پنج سناریو مطرح شد که از بین این پنج سناریو، سناریوی وضعیت خوشبینانه یعنی بهبود غیر رسمی و پایدار منزلت سیاسی برای آینده‌ی ایران محتمل دانسته شد. بدین صورت که در آینده شاهد این خواهیم بود که یک همبستگی مثبت در زمینه‌های مربوط به مؤلفه‌ی گردشگری و توریسم و متعاقب آن در زمینه‌ی مشارکت ایران در معادلات منطقه‌ای و جهانی شکل خواهد گرفت. اگرچه باید توجه داشت این رشد همکاری مبتنی بر وضعیت معجزه آسا نخواهد بود و تنها به بهبودی بیشتر منزلت سیاسی کشور منجر خواهد شد.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- احدی، افسانه (۱۳۸۸). «برنامه هسته‌ای ایران از نگاه دیپلماسی عمومی»، **مجله راهبرد**، شماره ۵۱، تابستان، صص ۲۷۰-۲۴۹.
- آشنا، حسام الدین (۱۳۸۳). «فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی، ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی»، **مجله دین و ارتباطات**، شماره ۲۱، بهار، صص ۲۶۳-۲۲۷.
- آقاپور، علی و پهلوان، فاطمه (۱۳۸۶). «آینده نگری؛ مبانی، ضرورت‌ها و روش شناسی‌ها»، **مجله راهبرد توسعه**، شماره ۹، بهار، صص ۱۷۶-۱۵۴.
- بنی سعید، ناصر (۱۳۹۱). «مطالعه تطبیقی مسؤولیت مدیران شرکت‌های تجاری در ایران و امارات متحده عربی»، **مجله کانون**، شماره ۱۲۹، خرداد، صص ۱۳۵-۱۰۳.
- توکلی، یعقوب. نژادزندی، رؤیا (۱۳۹۱). «کاربست دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در چارچوب اصول و ارزش‌های انقلاب اسلامی»، **مجله پژوهش‌های انقلاب اسلامی**، شماره ۲.
- جعفری هفتخوانی، نادر و آشنا، حسام الدین (۱۳۸۶). «دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی؛ پیوندها و اهداف»، **مجله دانش سیاسی**، شماره ۵، پاییز و زمستان، صص ۲۰۶-۱۷۹.
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال (۱۳۹۳). **فرانزیه ی اسلامی روابط بین الملل**، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی (ره).
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال (۱۳۹۳). **نظریه‌های هم‌گرایی منطقه‌ای و رژیم‌های بین‌المللی**، تهران: نشر مخاطب.

- سجاد پور، محمد کاظم (۱۳۹۰). «تحول در دیپلماسی، پیدایش، پویش، پوشش»، در حمیرا مشیرزاده و نبی‌اله ابراهیمی، **تحول مفاهیم در روابط بین الملل**، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- سلیمی، حسین (۱۳۹۲). **نظریه‌های گوناگون درباره‌ی جهانی شدن**، تهران: انتشارات سمت.
- شاهنده، بهزاد (۱۳۸۴). «چین بزرگ، قدرتی فراتر از مرزهای ملی»، **مجله‌ی دانشکده‌ی حقوق و علوم سیاسی**، پاییز، صص ۱۹۵-۱۷۸.
- قوام، سید عبدالعلی (۱۳۸۴). «از دیپلماسی مدرن به دیپلماسی رسانه‌ای»، **مجله پژوهش حقوق عمومی**، شماره ۱۷، زمستان، صص ۱۹-۷.
- کارگر، رحیم (۱۳۸۹). «آینده پژوهی قرآنی و جایگاه مهدویت در آن»، **مجله انتظار موعود**، شماره ۳۲، بهار، صص ۱۴۸-۱۲۱.
- مبینی مقدس، مجید و عبد سرمدی، نرگس (۱۳۹۲). «دیپلماسی عمومی نوین و بیداری اسلامی»، **مطالعات انقلاب اسلامی**، سال دهم، شماره ۳۳، تابستان، صص ۱۲۲-۱۰۳.
- مجیدی، حسن و میراب زاده، امیر (۱۳۹۱). «دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در آمریکای لاتین»، **مجله سیاست خارجی**، سال بیست و ششم، شماره ۱۰۱، تابستان، صص ۴۲۰-۳۹۹.
- مرادی پور، حجت الله و نوروزیان، مهدی (۱۳۸۴). «آینده پژوهی، مفاهیم و روش‌ها»، **مجله رهیافت**، شماره ۳۶، تابستان، صص ۵۰-۴۵.
- مستقیم، بهرام (۱۳۸۵). «فناوری اطلاعات و حاکمیت»، **مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران**، شماره ۷۱، بهار، صص ۲۵۲-۲۵۱.
- ملکی فر، عقیل و همکاران (۱۳۸۶). «الفبای آینده پژوهی»، **مجله مطالعات راهبردی بسیج**، شماره ۳۴، زمستان، صص ۱۵۲-۱۴۱.
- موسوی شفائی، سیدمسعود (۱۳۸۶). «دیپلماسی اقتصادی، ابزار نوین سیاست خارجی در عصر جهانی شدن»، **مجله پژوهشنامه حقوق و علوم سیاسی**، شماره ۶، پاییز، صص ۶۰-۳۹.
- نای، جوزف (۱۳۸۷). **قدرت در عصر اطلاعات**، ترجمه سعید میرترابی، تهران: پژوهشکده‌ی مطالعات راهبردی.
- نیک آئین، احسان الله (۱۳۸۸). «دیپلماسی عمومی؛ رویکردی نو در عرصه روابط بین الملل»، **مجله سیاست خارجی**، شماره ۹۰، تابستان، صص ۳۹۴-۳۶۱.
- ملکوتیان، مصطفی (۱۳۸۸). «ورزش و سیاست»، **مجله سیاست**، شماره ۱۰، تابستان، صص ۳۱۶-۳۰۱.
- روزخوش، محمد (۱۳۸۹). «ورزش و سیاست؛ سویه‌های مختلف یک رابطه»، **مجله آیین**، شماره ۳۰ و ۳۱، شهریور، صص ۳۵-۳۱.

رشیدزاده، فتح اله (۱۳۸۸). توسعه و تحکیم قدرت و اقتدار نظامی جمهوری اسلامی ایران، **مجله مدیریت نظامی**، شماره ۳۳، بهار، صص ۵۰-۶۸.

خلج، مونا (۱۳۸۸). «دیپلماسی در علم»، **مجله رهیافت**، شماره ۴۴، بهار، صص ۲۴-۲۱.

رضایی، ناصر (۱۳۹۳). «تحلیل جایگاه دیپلماسی عمومی در گردشگری ایران»، **فصلنامه ژئوپلیتیک**، سال دهم، شماره ۲، تابستان، صص ۱۸۸-۱۶۱.

کشاوری ترک، عین اله (۱۳۹۴). «طراحی سناریوهای تهدیدات نوظهور فرهنگی انقلاب اسلامی بر مبنای روش عدم قطعیت بحرانی»، **پژوهشنامه انقلاب اسلامی**، سال چهارم، شماره ۵، تابستان، صص ۲۰-۱.

(ب) منابع انگلیسی

- Breuning, Marijke (2007). **Foreign Policy Analysis**, New York: Palgrave Macmillan.
- Hocking, Brian (2005). "Rethinking the New Public Diplomacy", in: Jan Melissen, **the New Public Diplomacy Soft Power in International Relations**, New York: Palgrave Macmillan.
- Lee, Donna & Hocking, Brian (2010). "Economic Diplomacy" in Robert A. Denemark (ed.) **the International Studies Encyclopedia**, Vol. II, pp 1216-1227.
- Michele M. Betsill and Elisabeth Corell (2008), **NGO Diplomacy the Influence of Nongovernmental Organizations in International Environmental Negotiations**, the MIT Press.
- Nye, Joseph S. Jr. (1990). "Soft Power", **Foreign Policy**, No. 80, autumn, pp 153-171.
- Nye, Joseph S. Jr. (2004). **Soft Power: The Means to Success in World Politics**, New York: PublicAffairs.
- Solomon, Ty. (2014). "The Affective Underpinnings of Soft power", **European Journal of International Relations**, Vol. 20, No. 3, pp 720-741.
- Travel & Tourism Economic Impact 2016: IRAN. (2016). **The World Travel & Tourism Council**, in: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports>.
- Yzer, Marco, C. & Southwell, Brian, G. (2007). "New Communication Technologies, Old Questions", **American Behavioral Scientist**, Vol. 52, No. 1, pp8-20.

