

## نقش دیپلماسی عمومی در جهت توسعه روابط اقتصادی ج.ا. ایران و عراق (۱۳۹۶-۱۴۰۰)

سیدحمید سیدتقی زاده<sup>۱</sup>، مهناز گودرزی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۸

**چکیده:** روابط اقتصادی تهران و بغداد در دوره پساداعش، بواسطه برخی چالش‌های اجتماعی و هویتی مانند مسائل عرب‌و عجم، چالش‌های شیعی-سنی در مناطق سنی‌نشین عراق، وجود انگاره‌های ایران‌هراسانه، تفاوت‌های موجود در سبک زندگی اقتصادی، با آسیب‌پذیری مواجه بوده است. بنابراین با توجه به اهمیت عراق در میان شرکای اقتصادی ج.ا.، کاهش این چالش‌ها اهمیت زیادی در حفظ و توسعه روابط اقتصادی ایران و عراق خواهد داشت. این در حالی است که دیپلماسی عمومی که نقش مهمی در کاهش شکاف‌های هویتی با مخاطبین خارجی دارد، عمدتاً از سوی تهران در راستای تحکیم روابط سیاسی و فرهنگی با عراق بکار گرفته شده است. لذا، این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است که «دیپلماسی عمومی چه نقشی در روابط اقتصادی ج.ا. با عراق دارد؟» یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که انتظام‌بخشی به دیپلماسی عمومی ج.ا. در قبال عراق، متناسب با چالش‌های اجتماعی و هویتی موجود در مسیر همکاری‌های اقتصادی فی‌مابین، تأثیری مثبت بر حفظ و توسعه تعاملات دوجانبه در این حوزه خواهد داشت. بر این اساس حفظ و توسعه روابط اقتصادی تهران و بغداد از طریق کاهش انگاره‌های متفاوت و متعاقباً تحکیم هویت مشترک اقتصادی، فرهنگی و سیاسی، بوسیله تأثیرگذاری بر هویت نخبگان و نظام اقتصادی عراق، مدیریت منش‌های تجاری متفاوت و تأثیرگذاری بر سلیقه مصرف‌کنندگان عراقی، کاهش آثار چالش‌های قومی، مذهبی و تاریخی بر تعاملات اقتصادی و همچنین کاهش پیامدهای ایران‌هراسی کشورهای رقیب بر فعالیت‌های اقتصادی و تجاری، از جمله نتایج تنظیم دیپلماسی عمومی در جهت بسط روابط اقتصادی می‌باشد. این تحقیق از نوع تحقیقات کیفی بوده و روش تحقیق نیز توصیفی-تحلیلی است.

**واژگان اصلی:** دیپلماسی عمومی، روابط اقتصادی، جمهوری اسلامی ایران، عراق، سازه‌انگاری.

۱. دانشجوی دکتری گروه روابط بین‌الملل دانشگاه آزاد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

۲. دانشیار روابط بین‌الملل دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

## مقدمه

با وجودی که دیپلماسی عمومی از مهمترین بخش‌های سیاست خارجی ج.ا.ایران در قبال عراق پس‌اصدام بوده است، اما این امر، اغلب درصدد تقویت هویت مشترک با شیعیان و تا حدودی اکراد بوده و در راستای دستیابی به اهداف سیاسی و فرهنگی به اجرا در آمده است (برای نمونه، نک: نوازی و عبادی، ۱۳۹۶: ۱۱۹-۱۰۱؛ امیرزاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵۰-۱۲۴؛ عنایتی‌شبکلائی و همکاران، ۱۳۹۴: ۹۳-۷۳؛ رفیع و نیک‌روش، ۱۳۹۲: ۱۳۲-۹۹؛ جوادی-ارجمندی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۸۶-۱۷۳). در این میان گرچه ابزارهای اقتصادی نظیر بازارچه‌های مرزی و برنامه‌های ستاد بازسازی عتبات عالیات نیز به عنوان بخشی از دیپلماسی عمومی ایران در مسیر اهداف سیاسی و فرهنگی بکار گرفته شد، اما نکته حائز اهمیت اینجاست که این نوع دیپلماسی، در خدمت پشتیبانی و مانع‌زدایی از روابط اقتصادی دو کشور نبوده است. این در حالی است که مناسبات اقتصادی فی‌مابین بویژه در دوره پساداعش، با برخی موانع اجتماعی و هویتی مواجه بوده است؛ مسائل قومیتی عرب‌و‌عجم، چالش‌های شیعی-سنی در مناطق سنی‌نشین عراق، گرایش‌های رادیکال شیعی و همچنین وهابی در میان برخی اقشار عراق، ترویج ایران‌هراسی توسط رقبای خارجی، وجود گرایش‌های لیبرالی در الگو و نظام اقتصادی عراق، وجود رانت گروه‌های سیاسی در اقتصاد عراق و اعمال نفوذ هواداران حزب بعث در برخی جریان‌های اقتصادی این کشور، ریشه‌های هویتی برخی تفاوت‌های موجود در منش و اخلاق تجاری و همچنین سبک زندگی اقتصادی و ... از جمله موانع اجتماعی و هویتی است که ثبات و توسعه تعاملات اقتصادی ایران و عراق را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در عین حال آمریکا و متحدین منطقه‌ای آن مانند عربستان و امارات که هویت خود را اساساً در تعارض با ج.ا.ایران می‌بینند، پس از حمایت‌های ایران از عراق در شکست داعش، بی‌وقفه تلاش نمودند تا روابط اقتصادی ایران و عراق را با تشدید شکاف‌های اجتماعی و هویتی به بن‌بست بکشانند. این موانع در حالی در مناسبات اقتصادی دو طرف به چشم می‌خورند که توسعه همکاری‌های تهران و بغداد و دستیابی به تجارت ۲۰ میلیارد دلاری، جزو اهداف مقامات مسئول ایرانی از سال ۱۳۹۵ به بعد بوده است که تا کنون میسر نگردیده است.

حال از آنجا که، کنش اقتصادی اساساً در بستری از روابط اجتماعی و هویت جمعی شکل گرفته و جریان می‌یابد (See Granovetter, 1985: 481-510)، مناسبات ایران و عراق نیز برای حفظ و گسترش خود، نیازمند رفع موانع اجتماعی و هویتی است. لذا با عنایت

به اینکه دیپلماسی عمومی ابزار دولت‌ها برای کاهش فاصله اجتماعی و هویتی با دیگر ملل بوده و از سوی دیگر دیپلماسی عمومی ج.ا.ا. از ظرفیت‌های متعددی در عراق برخوردار است، این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال بود که «دیپلماسی عمومی چه نقشی در روابط اقتصادی ایران با عراق دارد؟» یافته‌های تحقیق حاکی از این است که انتظام‌بخشی به دیپلماسی عمومی ج.ا.ا. در قبال عراق، متناسب با چالش‌های اجتماعی و هویتی موجود در مسیر همکاری‌های اقتصادی فی‌مابین، تأثیری مثبت بر حفظ و توسعه تعاملات دوجانبه در این حوزه خواهد داشت. در این راستا دیپلماسی عمومی از یکسو با تقویت هویت اقتصادی مشترک از طریق تقویت فهم مشترک از انگاره‌های اقتصادی در حوزه‌هایی مانند نظام اقتصادی، سبک زندگی اقتصادی و ... بطور مستقیم بر حفظ و توسعه روابط اقتصادی تهران و بغداد تأثیرگذار است؛ از سوی دیگر تنظیم دیپلماسی عمومی در جهت کاهش آن دسته از تعارضات هویتی در عرصه‌های فرهنگی و سیاسی -مانند مسائل قومیتی عرب و عجم- که روابط اقتصادی فی‌مابین را با چالش مواجه می‌نماید، بطور غیرمستقیم، نقشی تسهیل‌کننده در تعاملات مذکور ایفا می‌نماید.

این تحقیق در زمره تحقیقات کیفی بوده و روش تحقیق نیز توصیفی-تحلیلی می‌باشد. همچنین در این مقاله «دیپلماسی عمومی» متغیر مستقل و «روابط اقتصادی ایران و عراق جدید» متغیر وابسته بوده و در این فرآیند از نظریه سازه‌انگاری به عنوان چهارچوب نظری استفاده خواهد شد؛ زیرا این نظریه نه تنها تبیین بدیعی از دیپلماسی عمومی ارائه می‌دهد، بلکه داده‌های متغیر وابسته که دارای ابعادی اجتماعی هستند، را به خوبی تحلیل می‌نماید. بنابراین در این مقاله ضمن مروری بر نظریه سازه‌انگاری، «دیپلماسی عمومی» و «روابط اقتصادی تهران و بغداد» از منظر آن تبیین شده و در نهایت نقش‌های دیپلماسی عمومی ج.ا.ا. در عراق در جهت حفظ و توسعه مناسبات اقتصادی و تجاری مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

### ۱- پیشینه پژوهش

این نوشتار در حالی به این موضوع می‌پردازد که در میان آثار موجود، عنوانی منطبق با عنوان این مقاله به چشم نمی‌خورد. با این وجود برخی منابع، قرابت‌هایی با این اثر دارند. برای مثال رستمی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله خود با عنوان «مضامین و چالش‌های ظرفیت

راهبردی صادرات ایران در بازار عراق» و همچنین رستمی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله خود با عنوان «ارائه الگوی تجارت خارجی با رویکرد دیپلماسی اقتصاد مقاومتی (مورد مطالعه روابط تجاری ایران و عراق)» اگر چه تا حدودی به متغیر وابسته در این نوشتار می‌پردازد، اما این موضوع را بطور تخصصی از منظر مدیریت بازرگانی بررسی می‌نمایند؛ حال آنکه در نوشتار حاضر، داده‌ها از جنس مسائل هویتی بوده و ماهیتی اجتماعی دارند و تحقیق نیز کیفی است. بعلاوه عنافچه (۱۳۹۳) در کتاب خود با عنوان «فرصت‌های راهبردی در روابط اقتصادی ایران و عراق» و همچنین قربانی و صدیق‌محمدی (۱۳۸۷) نیز در کتاب خود با عنوان «روابط اقتصادی ایران و عراق: چشم‌اندازها و فرصت‌ها» بر فرصت‌های ایران در عرصه‌های انرژی، صنعت و کشاورزی عراق تمرکز دارند. البته عنافچه در اثر خود در خلال بررسی موانع موجود در روابط اقتصادی تهران و بغداد، بطور بسیار مختصر به چند نمونه از مصادیق موانع اجتماعی و هویتی اشاره نموده است؛ حال آنکه این امر فاقد تبیین لازم، تحلیل و ارائه راهکار می‌باشد. از سوی دیگر رفیع و نیک‌روش (۱۳۹۲) در مقاله خود با عنوان «دیپلماسی عمومی و قدرت نرم ایران در عراق» داده‌های گردآوری شده در موضوع دیپلماسی عمومی ایران در عراق را در جهت دستیابی به اهداف سیاسی بویژه افزایش نفوذ با محوریت ابزارهای فرهنگی و سیاسی تحلیل نموده است؛ حال آنکه در این فرآیند اهداف اقتصادی و حتی ابزارهای اقتصادی دیپلماسی عمومی مورد توجه قرار نگرفته است. در عین حال نوشتار حاضر بر خلاف موارد فوق، ضمن تبیین تأثیر چالش‌های اجتماعی و هویتی بر تعاملات اقتصادی دو کشور، کاربرد دیپلماسی عمومی در جهت کاهش این چالش‌ها را تبیین می‌نماید.

## ۲- چهارچوب نظری

اگرچه موضوع این مقاله میان رشته‌ای بوده و می‌تواند در چهارچوب‌های مختلفی مانند جامعه‌شناسی اقتصادی و یا اقتصاد سیاسی مورد بحث قرار گیرد، اما از آنجا که موضوع حاضر به مطالعه یک پدیده بین‌المللی می‌پردازد، تجزیه و تحلیل داده‌ها از منظر روابط بین‌الملل و نظریات این حوزه مطلوبیت بیشتری دارد. حال آنکه نظریه سازه‌انگاری به عنوان نظریه‌ای که اساساً نگاهی جامعه‌شناسانه به روابط و سیاست بین‌الملل دارد، مطلوبیت فراوانی داشته و بلحاظ موضوعی با سایر موضوعات مذکور قرابت دارد.

## ۲-۱- نظریهٔ سازه‌انگاری و تبیین سازه‌انگاری‌های اقتصادی

نظریه «سازه‌انگاری» ضمن توجه به عناصر مادی روابط بین‌الملل، تأکید خاصی بر عناصر غیرمادی داشته و انگاره‌ها و ارزش‌های بین‌ذهنی را عامل اصلی در شکل‌دهی به پدیده‌های بین‌الملل می‌داند؛ زیرا بازیگران بین‌المللی بر اساس ارزش‌ها و هویتی که برای خود قائل می‌شوند، رفتار می‌کنند (ونت، ۱۳۹۲: ۱۹۸). بر اساس این نظریه، انگاره‌های مشترک، هویت مشترک را بر می‌سازند. هویت به درک هر بازیگر از «خود» در برابر «دیگری» اطلاق می‌شود که در فرآیندهای اجتماعی تولید و بازتولید می‌شوند. ونت معتقد است که هویت‌ها ناشی از انگاره‌ها و ادراک بازیگران و تفاسیر آن‌ها از واقعیت‌هاست که این امر نیز در تعامل و کنش متقابل اجتماعی یاد گرفته می‌شود (ونت، ۱۳۹۲: ۴۷۸).

از سوی دیگر «ارنستو لاکلا»<sup>۱</sup> و «شان‌تال موفه»<sup>۲</sup> معتقدند که همهٔ هویت‌ها به وسیلهٔ یک اصل مشترک یعنی تقابل میان درون و بیرون شکل می‌گیرند. در این امر که به «غیریت‌سازی» از آن یاد می‌شود، دو مولفهٔ «برجسته‌سازی» و ویژگی‌ها و انگاره‌های خود و مؤلفهٔ «حاشیه‌رانی» ویژگی‌ها و انگاره‌های رقیب یا دیگری موضوعیت دارد. لذا غیریت‌سازی دارای دو کارکرد عمده که یکی هویت‌یابی خود و دوم گسست میان خود و دیگری است، می‌باشد (کسرای و پوزش‌شیرازی، ۱۳۸۸: ۳۴۹-۳۴۸).

در این میان هویت نیز در گونه‌های مختلفی درک می‌شود. از یکسو انگاره‌های اقتصادی افراد جامعه، «هویت اقتصادی»<sup>۳</sup> آن را بر ساخته (See Antonova, 2014: 74-75)، و از سوی دیگر ارزش‌های سیاسی مشترک، مقوم «هویت سیاسی»<sup>۴</sup> هستند. علاوه بر این انگاره‌های فرهنگی افراد جامعه نیز «هویت فرهنگی»<sup>۵</sup> جوامع را ایجاد می‌کنند (See Bichler & et al, 2020: 313-314).

از سوی دیگر هویت مشترک یا هویت جمعی که در واقع حاکی از یک «حس تعلق خاطر مشترک» و وجود درک مشترک از «ما» میان اعضای جامعه است، از چهار عنصر اصلی

1 Ernesto Laclau

2 Chantal Mouffe

3 Economic Identity

4 Political Identity

5 Cultural Identity

تشکیل می‌شود. «وابستگی متقابل میان اعضای اجتماع»، «سرنوشت مشترک میان افراد مذکور»، «همگنی یا مشابهت اعضای اجتماع» و «خویش‌داری در برابر افتراقات» و یا به عبارت بهتر «احترام به تفاوت‌ها» چهار عنصری هستند که میان افراد ایجاد هویت مشترک می‌نماید. این چهار متغیر ناشی از انگاره‌ها و ارزش‌های بین‌الذهانی در افراد است که در تعامل و کنش متقابل با یکدیگر و بطور تکوینی آموخته شده و درونی می‌شود (ونت، ۱۳۹۲: ۵۳۱-۵۰۱).

حال طبق نظریه سازه‌انگاری، بازیگران بین‌المللی بر پایه هویتی که برای خود و دیگران قائل می‌شوند، رفتاری همکاری‌جویانه و یا منازعه‌جویانه را با دوستان یا دشمنان خود برمی‌گزینند (عسگرخانی، ۱۳۸۹: ۱۹۸-۱۹۷). این امر شامل تمامی مناسبات از جمله در حوزه تعاملات اقتصادی می‌گردد. بر این اساس نه تنها کنش‌های اقتصادی فردی و جمعی تحت تأثیر هویت، ساخت اجتماعی و تعاملات اجتماعی انجام می‌شود (اکرلاف و کرانتون، ۱۳۹۵: ۳۰؛ سوئدبرگ و گرانووتر، ۱۳۹۵: ۱۴-۱۳؛ Granovetter, 1985: 481-510)، بلکه همکاری‌های اقتصادی بین‌المللی نیز تحت تأثیر اشتراکات هویتی و هویت جمعی بازیگران صورت می‌گیرد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۵: ۱۴۰). لذا هر چقدر هویت و ساخت اجتماعی کشورها با یکدیگر نزدیک باشد، آن همکاری یا منازعه استمرار و توسعه بیشتری خواهد داشت (صراف‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۰۴).

در این میان دیپلماسی عمومی از جمله ابزارهایی است که بطور بالقوه ظرفیت کاهش موانع هویتی در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی میان کشورها را در اختیار دولت‌ها قرار داده و می‌تواند ایجادکننده و تسهیل‌گر تعاملات اقتصادی و تجاری باشد؛ در ادامه این نوع دیپلماسی از منظر سازه‌انگاری تبیین خواهد شد.

## ۲-۲- دیپلماسی عمومی از منظر سازه‌انگاری

دیپلماسی عمومی از منظر نظریه‌های مختلف روابط بین‌الملل ماهیت، اهداف، ابزارها و بازیگران متفاوتی داشته و در چهارچوب سازه‌انگاری نیز به گونه‌ای بدیع، معنا می‌یابد (شیخ-الاسلام و نوری، ۱۳۹۶: ۱۷۲-۱۳۹؛ عزیزی بساطی، ۱۳۹۲: ۶۶-۳۶، میرکوشش، ۱۳۹۹)؛ این امر از آنجا نشأت می‌گیرد که این نظریه داده‌های «دیپلماسی عمومی یا مردم‌محور»<sup>۱</sup> را که نوعی دیپلماسی با ماهیتی اجتماعی و مردمی است (یزدان‌فام، ۱۳۹۳: ۱۹-۱۸)، به خوبی پوشش می‌-

<sup>۱</sup> Public Diplomacy

دهد. بر این اساس دیپلماسی عمومی ابزار دولت‌ها برای انگاره‌سازی (نادری، ۱۳۸۹: ۶۷)، ایجاد فهم مشترک از ایده‌ها (Tuch, 1990: 3) و اشتراک معنا (بشیر، ۱۳۹۴: ۱۲) با جامعه هدف بوده و می‌کوشد با تأثیرگذاری بر هویت مخاطبین و تأثیرگذاری بر نحوه برداشت آن‌ها از هویت مجری دیپلماسی عمومی، آنها را به دوستانی شایسته برای دولت مبدأ تبدیل کند (شیخ‌الاسلام و نوری، ۱۳۹۶: ۱۶۷). در واقع این نوع دیپلماسی از منظر سازه‌انگاری در کاهش انگاره‌های متفاوت و متعارض تأثیرگذار بوده و متعاقباً نقش مهمی در کاهش فاصله اجتماعی و هویتی دارد (Byrne, 2012: 1-7)؛ زیرا این ایده‌ها و انگاره‌های مشترک هستند که به عنوان ساختارهای معنایی افراد را به یکدیگر پیوند داده و هویت جمعی بازیگران را شکل می‌دهند (Price and Rues-smit, 1998: 26).

از سوی دیگر در حالیکه دیپلماسی عمومی برنامه‌ای برای ارتباط و تعامل با مردم کشور هدف به منظور تأثیرگذاری بر دولت آن کشور دانسته می‌شود (Mc clellan, 2004)؛ ایزدی، ۱۳۹۰: ۳۶) اما نظریاتی مانند قدرت نرم، توان تبیین چرایی تأثیرگذاری تعامل را ندارند، حال آنکه این امر در سازه‌انگاری بطور واضح تشریح می‌شود. در چهارچوب سازه‌انگاری، از آنجا که انگاره‌ها در تعامل و کنش متقابل شکل گرفته و هویت نیز در فرآیند کنش متقابل آموخته و برساخته می‌شود (ونت، ۱۳۹۲: ۵۳۱-۵۰۱)، برنامه‌های تعاملی و مبادله‌ای دیپلماسی عمومی، نقش مهمی در انگاره‌سازی در میان مخاطبین داشته و هویت مشترک مجریان و مخاطبین را بر می‌سازد. حال آنکه این امر در «دیپلماسی عمومی نوین»<sup>۱</sup> که تأکید خاصی بر تبادلات جامعه مدنی و بهره‌گیری از برنامه‌های شبکه‌ای دارد، بیشتر مصداق می‌یابد (سجادپور و وحیدی، ۱۳۹۰: ۸۳-۸۲).

در مجموع، بر اساس آنچه در بخش چهارچوب نظری ذکر شد، با توجه به اینکه انگاره‌ها و هویت مشترک، بنیان شکل‌گیری و استمرار همکاری میان کشورها را از جمله در موضوعات اقتصادی ایجاد می‌کند، دیپلماسی عمومی نقش مهمی در شکل‌گیری و تداوم همکاری‌های اقتصادی خواهد داشت؛ زیرا این نوع دیپلماسی تأثیر مهمی بر ایجاد انگاره‌های مخاطبین و تبدیل آن‌ها به دوستانی شایسته برای مجری این برنامه‌ها را دارد. حال آنکه همگرایی اقتصادی که حالتی حداکثری از این نوع همکاری است، در نتیجه یک دیپلماسی

<sup>1</sup> New Public Diplomacy

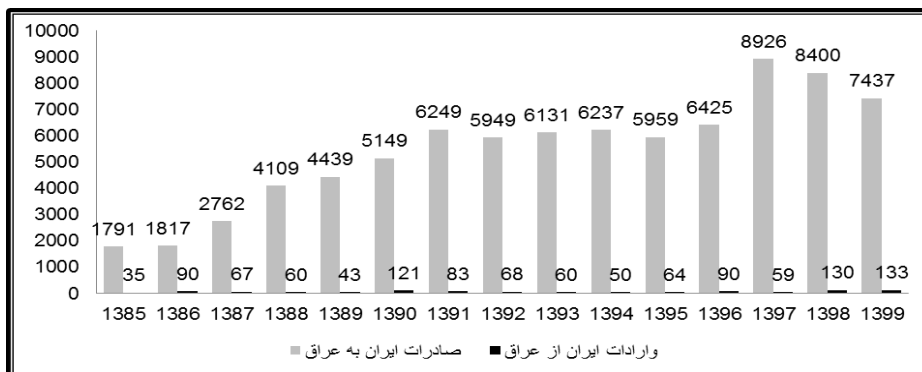
عمومی تأثیرگذار، تسهیل خواهد شد.

### ۳- روابط اقتصادی ج.ا. ایران و عراق پس از سقوط صدام

اگرچه عراق پنجمین دارنده ذخایر نفت جهان بوده و دوازدهمین کشور گازی جهان شناخته می‌شود (14: 2019, British Petrolliom) اما بواسطه حمله نظامی آمریکا، تحریم‌های بین‌المللی و گسترش فعالیت‌های گروه‌های تکفیری، اقتصاد قدرتمندی نداشته (رستمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۴۰) و درآمدهای آن در حدود ۹۵ درصد به فروش نفت وابسته است (ابوالحسن شیرازی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۴). لذا با توجه به ظرفیت‌های ایران در بخش‌های تولید و خدمات و متقابلاً نیازمندی‌ها و ضعف‌های عراق در این زمینه‌ها، روابط اقتصادی تهران و بغداد در بخش‌های مختلف روابط تجاری، انرژی، تبادلات مالی، حمل و نقل، بیمه، گردشگری و ... از ظرفیت‌های زیادی برخوردار بوده است.

علاوه بر وجود ظرفیت‌های مذکور، روابط اقتصادی ایران و عراق جدید، اساساً در چهارچوب سازه‌نگاری معنا می‌یابد؛ زیرا در حالیکه تجارت ایران با عراق در دهه ۱۳۷۰، سالانه کمتر از ۵۰۰ میلیون دلار و آن هم عمدتاً در قالب بازارچه‌های مرزی بود، اما با روی کارآمدن دولت شیعی در عراق، روابط اقتصادی تهران و بغداد در حوزه‌های تجاری، انرژی، حمل و نقل و ... در حجم قابل توجهی افزایش یافت؛ بطوریکه صادرات ایران به عراق در فاصله سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۸ پنج برابر افزایش یافته و به ترتیب از میزان ۱۷۹۱ میلیون دلار در سال ۱۳۸۵، به میزان ۸۹۹۲ میلیون دلار در سال ۱۳۹۸ رسید (آمار کشوری سازمان توسعه تجارت(الف)، ۱۳۹۸: ۱).

#### «نمودار شماره (یک): روند مبادلات تجاری ایران و عراق جدید»





(برگرفته از آمار کشوری سازمان توسعه تجارت (الف)، ۱۳۹۸: ۱ و نجات‌نیا، ۱۳۹۷: ۲۹)

سایه اشتراکات هویتی بر روابط اقتصادی ایران و عراق بگونه‌ای است که حتی برخی مناسبات نظیر سرمایه‌گذاری و حمل و نقل میان دو کشور نیز، عمدتاً در آن دسته از شهرهای عراق صورت می‌پذیرد که با عناصر هویتی ایران پیوند بیشتری داشته‌اند. تأسیس کارخانه «شرکت کاله» در شهر کربلا در سال ۱۳۹۶ و یا برقراری خطوط هوایی شرکت‌های هواپیمایی ایران صرفاً به فرودگاه‌هایی مانند بغداد، نجف، اربیل و سلیمانیه که مردم آن شهرها دارای اشتراکات هویتی شیعی و یا کردی با مردم ایران هستند، از جمله این موارد است.

#### ۴- موانع اجتماعی و هویتی در تعاملات اقتصادی ایران و عراق پساداعش

نه تنها سازه‌انگاری، رشد و توسعه روابط اقتصادی تهران و بغداد را در سایه پیوندهای هویتی به خوبی توضیح می‌دهد، بلکه این نظریه، امکان تحلیل موانع این حوزه را نیز به خوبی فراهم می‌نماید. در واقع اگر چه روابط تهران و بغداد بلحاظ تخصصی با برخی چالش‌های اقتصادی و بازرگانی مواجه است (رستمی و همکاران، ۱۳۹۹) اما بخشی از این موانع نیز ماهیتی اجتماعی و هویتی دارند. بر این اساس وجود برخی انگاره‌های متفاوت و متعارض در زمینه‌های «اقتصادی»، «فرهنگی» و «سیاسی» موجب تضعیف هویت مشترک و آسیب‌پذیری تعاملات اقتصادی دوجانبه می‌گردند. لازم به ذکر است که برخی از این موانع در دوره زمانی پساداعش شکل گرفته و برخی دیگر نیز پیش از این بطور بالقوه میان دو کشور وجود داشته و در شرایط کنونی بالفعل و برجسته شده‌اند.

#### ۴-۱- انگاره‌های اقتصادی متفاوت، چالش در هویت اقتصادی مشترک و آسیب به تعاملات اقتصادی

بر خلاف اقتصاد ایران که در جهت اقتصاد اسلامی و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی هدف‌گذاری شده است، خلاء الگو و نظام اقتصادی مشخص در عراق از جمله مصادیقی است که هویت اقتصادی مشترک را با چالش مواجه می‌نماید. در واقع علاوه بر وجود گرایش‌های لیبرالی، اقتصاد عراق بر رانت گروه‌های سیاسی نیز متکی است (شریعتی، ۱۳۹۶: ۵۲-۲۷). «عدم اهتمام لازم در کسب استقلال از سیاست‌های استعماری آمریکا»، «بی‌نظمی در تجارت و ممنوعیت‌های گاه و بی‌گاه در واردات»، «عدم اهتمام لازم در مبارزه با فساد» از جمله پیامدهای این امر است که همکاری‌های تهران و بغداد را بعضاً با چالش مواجه می‌کند. برای نمونه، عدم اهتمام لازم در مسئولین عراقی برای کسب

استقلال از سیاست‌های واشنگتن موجب گردیده تا ذخایر نقدی بانک مرکزی عراق در آمریکا، ابزار لازم برای اعمال فشارهای واشنگتن به بغداد را فراهم کند (سنجایی شیرازی، ۱۳۹۵/۰۲/۲۶: ۴). لازم به ذکر است که در سال ۲۰۲۰ ذخایر مذکور در حدود ۵۳ میلیارد دلار بوده و در بانک فدرال امریکا نگهداری می‌شد (علاوی، الفرات‌نیوز، ۲۰۲۰/۱۰/۱۰). در عین حال تلاش‌های مصطفی الکاظمی در انعقاد قراردادهای اقتصادی با شرکت‌های آمریکایی (Reuters, 14 Aug 2020؛ Reuters, 20 Aug 2020) و همچنین تلاش برای انعقاد قراردادهای نفت، گاز و برق با شرکت چند ملیتی توتال (Jun 2020) و همچنین تلاش برای انعقاد قراردادهای نفت، گاز و برق با شرکت چند ملیتی توتال (المکتب الإعلانی لرئیس مجلس الوزراء، ۱۳ اکتبر ۲۰۲۰) از نشانه‌هایی است که حاکی از عدم اهتمام دولت کنونی عراق به استقلال‌طلبی از کشورهای غربی و گرایشات لیبرالی آن دارد.

از سوی دیگر برخی انگاره‌های متفاوت اقتصادی در زمینه منش و اخلاق تجاری و همچنین برخی سلائق مصرف‌کنندگان عراقی که دارای ریشه‌های هویتی هستند، مانع از تحکیم هویت اقتصادی مشترک شده و همکاری‌های اقتصادی تهران و بغداد را آسیب‌پذیر می‌نمایند. برای مثال از آنجا که پیوندهای قبیله‌ای و عشیره‌ای در جامعه عراق همچنان دارای اهمیت هستند، دستور شیخ عشیره در حل دعاوی تجاری، حکم رأی قطعی لازم الاجرای دادگاه را دارد. همچنین از آنجا که در عراق چک مرسوم نیست و تاجر توقع دارند اگر شیخ یا بزرگ یک عشیره ضمانت شخص یا شرکتی را می‌نماید، طرف‌های خارجی آنان بدون هیچ شک و ملاحظه‌ای بپذیرند (نجات‌نیا، ۱۳۹۷: ۲۲۱).

در مثالی دیگر قاعده کار تجاری در عراق بیش از آنکه بر ارزیابی‌های اقتصادی متکی باشد، بر رفاقت استوار است که این امر نیز مستلزم ایجاد پیوندهای هویتی از طریق تعاملات و ضیافت‌های پیشینی است (نجات‌نیا، ۱۳۹۷: ۲۲۱). از سوی دیگر اگر چه برخی شرکت‌های فعال ایرانی در صنعت بیمه نظیر «بیمه معلم» از سال ۱۳۸۹ در عراق نمایندگی ایجاد نموده و به فعالیت می‌پردازند (احمدزاده، ۱۳۹۵: ۴۳-۴۰)، اما بطور کلی فعالیت‌های بیمه‌ای در این کشور چندان مرسوم نیست و از جمله دلایل آن، حمایت‌های قومی و همچنین اشتیاق کم و عدم اعتقاد مردم آن به فعالیت‌های مذکور می‌باشد (نجات‌نیا، ۱۳۹۷: ۲۸۳).

علاوه بر این، تجارت با مردم عراق نیازمند تبلیغات مستقیم است؛ زیرا اگرچه تبلیغات از طریق کانال‌های رادیو و تلویزیونی در عراق انجام می‌شوند، اما با توجه به جایگاه کمتر این نوع تبلیغات در جهت تأثیرگذاری بر انتخاب مصرف‌کنندگان (نجات‌نیا، ۱۳۹۷: ۲۲۵)، مردم

عراق عمدتاً عادت دارند برای خرید، از نزدیک با محصولات و کالاها آشنا شوند (بهباد، ۱۳۹۸/۰۶/۳۱). این در حالی است که نمایشگاه‌های اقتصادی و تجاری ایران نیز عمدتاً در شهرهای بغداد و اقلیم کردستان و همچنین شهرهای شیعی برگزار شده، و سایر شهرهای این کشور از جمله در استان نینوا که دومین استان پر جمعیت عراق بوده و ۱۰ درصد جمعیت عراق را در خود جای داده است (الجهاز المركزي للإحصاء، ۲۰۱۸/۱۰/۰۱)، فرصت آشنایی با محصولات ایرانی را کمتر پیدا می‌کنند.

#### ۴-۲- انگاره‌های فرهنگی متفاوت، چالش در هویت فرهنگی مشترک و آسیب به تعاملات اقتصادی

علاوه بر تفاوت در بعضی انگاره‌های اقتصادی، وجود برخی «انگاره‌های متفاوت و یا متعارض فرهنگی» نیز بطور غیرمستقیم روابط اقتصادی ایران و عراق را تحت تأثیر قرار می‌دهند. برای مثال شکاف‌های هویتی در قالب‌های «عرب و عجم» و «شیعه و سنی» موجب گردیده است که برخی از مقامات عراقی بویژه طرفداران لابی اهل تسنن - به خصوص در عراق پساداعش - درصدد وزن‌دهی به عربستان، مصر و اردن در حوزه اقتصادی در مقابل ایران باشند. برای مثال برگزاری کمیته مشترک اقتصادی دوجانبه عراق و عربستان در ۲۳ مهرماه ۹۹ در ریاض، و همچنین بازگشایی گذرگاه مرزی مسافری و تجاری «عرعر» میان عربستان و عراق در آبان ماه ۱۳۹۹ پس از ۲۹ سال، از نمونه‌های این امر است. همچنین تأکید وزرای صنعت اردن، عراق و مصر در اکتبر ۲۰۲۰ در نشست سه‌جانبه «امان» - پایتخت اردن - بر موضوع قومیت در شراکت اقتصادی و لزوم همکاری میان این کشورها و متعاقباً توقف مداخلات خارجی در امور کشورهای عربی از دیگر مصادیق این امر می‌باشد (هذا اليوم، ۰۴ اکتبر ۲۰۲۰).

در مثالی دیگر انگاره‌های فرهنگی متعارض و افراطی گروه‌های شیعی تندرو مانند الصرخی‌ها، یمانی‌ها و شیرازی‌ها و همچنین تندروهای طرفدار داعش موجب شده تا برخی تعاملات اقتصادی و تجاری ایران تحت تأثیر فعالیت این گروه‌ها قرار گیرد. برای مثال هر چند عامل آتش زدن کارخانه کاله در کربلا در خرداد ماه ۱۳۹۸ مشخص نشد، اما طرفداران «محمد حسنی الصرخی» و «سید صادق شیرازی» به آتش زدن کنسولگری ایران در نجف در سال ۱۳۹۸ اذعان نمودند. این در حالی است که طرفداران گروهک داعش که هویتی وهابی و ضد ایرانی دارند نیز در موارد متعددی اقدام به آتش زدن آن دسته از زیرساخت‌های صنعت برق عراق نمودند که برق ایران را به مردم این کشور می‌رساند (المعلومه، ۲۰۲۰/۰۵/۰۱؛

همچنین رک: عنافچه، ۱۳۹۳: ۳۶).

از سوی دیگر وجود برخی دیدگاه‌های فرهنگی متفاوت و متعارض در برخی شهرهای عراق، موجب گردیده تا شرکت‌های ایرانی امکان و همچنین تمایل زیادی برای فعالیت در آن شهرها نداشته باشند. برای مثال شهرهای سنی‌نشین بدلیل وجود نگاه‌های منفی نسبت به ایران و همچنین زمینه‌های واگرایانه مذهبی و نژادی در آن‌ها-از جمله در کانون‌های جمعیتی آن نظیر موصل، فلوجه و الرمادی- جزو اولویت‌های ایران در گسترش صنعت بیمه در عراق قرار ندارد (احمدزاده، ۱۳۹۵: ۳۵). بنابراین ترویج مضامین فرهنگی وحدت‌آفرین، بویژه در مناطق مذکور بیش از هر عامل دیگری ضروری بنظر می‌رسد.

جدول شماره (۱)، انواع و مصادیق انگاره‌های متفاوت جامعه عراق با ایران

نوع انگاره‌های فاصله-دهنده	نمونه‌ها و مصادیق	
انگاره‌های اقتصادی متفاوت و متعارض	خلاء الگو و نظام اقتصادی مشخص در عراق بواسطه گرایشات لیبرالی، بعثی و رانتی در اقتصاد عراق خلاءها و تفاوت‌ها در اخلاق تجاری و سلیقه مصرف‌کنندگان عراقی	موانع دسته اول
انگاره‌های فرهنگی-اجتماعی متفاوت و متعارض	تفاوت‌های قومیتی و شکاف عرب و عجم چالش‌های مذهبی اعم از شیعی-سنی، وجود گرایشات رادیکال شیعی و وهابیت	موانع دسته دوم
انگاره‌های سیاسی متفاوت و متعارض	دیدگاه‌های واگرایانه احزاب و گروه‌های عراقی مخالف با ایران دیدگاه‌های ایران‌هراسانه ناشی از دیپلماسی عمومی کشورهای رقیب در عراق و نگاه مردم عراق به ایران تجارب تاریخی منفی نظیر جنگ تحمیلی رژیم صدام علیه ایران	موانع دسته سوم

(منبع: نگارنده)

۴-۳- انگاره‌های سیاسی متفاوت، چالش در هویت سیاسی مشترک و آسیب به

### تعاملات اقتصادی

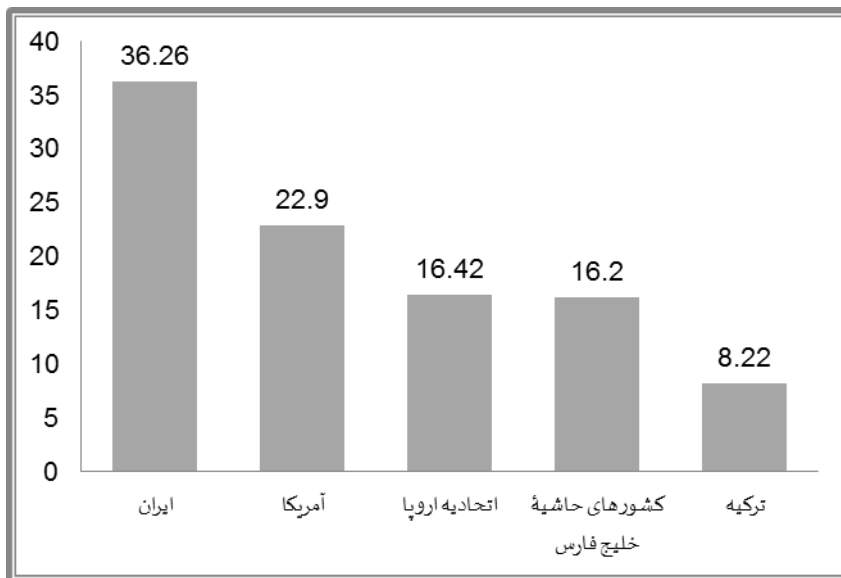
گذشته از مواردی که ذکر شد، وجود برخی «انگاره‌های سیاسی متفاوت و متعارض»، هویت سیاسی مشترک دو کشور را تضعیف نموده و زمینه حفظ و توسعه روابط اقتصادی تهران و بغداد را کاهش می‌دهد؛ البته بخشی از این انگاره‌ها خاستگاهی داخلی، و برخی ریشه بیرونی داشته و برخی نیز ماهیتی تاریخی دارند. بر این اساس از جمله انگاره‌هایی که خاستگاهی داخلی دارند، دیدگاه‌های متفاوت و یا متعارض برخی گروه‌ها و احزاب مانند «حزب بعث عراق»، «حزب کمونیست کردستان عراق» و «اتحاد اسلامی کردستان» (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۷۱) می‌باشد که موجب شکل‌گیری رفتارهای واگرایانه حامیان آن‌ها در همکاری‌های اقتصادی ایران و عراق گردیده است؛ برای نمونه طرفداران باقیمانده حزب بعث تسلط زیادی بر جریانات اقتصادی عراق بویژه در حوزه تصمیم‌سازی و مناقصه‌های اقتصادی دارند و برای مثال با روندهای غیرقانونی و اعمال نفوذ، از پیشرفت سرمایه‌گذاران ایرانی جلوگیری می‌کنند (عنافچه، ۱۳۹۳: ۳۶). در نمونه‌ای دیگر، کانال تلویزیونی «الشرقیه» که وابسته به طرفداران حزب بعث می‌باشد، تبلیغات منفی علیه ایران و کالاها و محصولات ایرانی را بطور مستمر در دستور کار خود دارند (نجات‌نیا، ۱۳۹۷: ۶۸-۶۶).

از سوی دیگر آمریکا و برخی کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس، بویژه عربستان تلاش می‌کنند تا در چهارچوب دیپلماسی عمومی خود در عراق، ایران‌هراسی و غیریت‌سازی را در دستور کار خود قرار داده و ایران را به عنوان «دیگری» در جامعه عراق بازنمایی کنند. در همین راستا کشورهای مذکور تلاش می‌کنند تا روابط تهران و بغداد را به ضرر اقتصاد عراق معرفی نموده و فساد اداری و سوءمدیریت اقتصادی در این کشور را نتیجه فعالیت رؤسای جمهور همسو با ایران ذکر کنند. برای نمونه شبکه آمریکایی الحره در یکی از خبرهای منتشر شده خود در حالی عنوان نمود که مجموع بودجه عراق از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۰ بیش از یک تریلیون و ۱۰۰ میلیارد دلار بوده است که چهل درصد آن، یعنی حدود ۴۵۰ میلیارد دلار آن، در دوره نخست وزیری نوری المالکی از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۴ ناپدید شده است (الحره، ۰۵ اکتبر ۲۰۲۰).

علاوه بر این موارد، طبق نظریه سازه‌انگاری، هویت در فرآیند تعاملاتی که در بستر تاریخ و در گذر زمان صورت گرفته، تکوین می‌یابد؛ لذا اگرچه ایران و عراق تجارب تاریخی بسیار مثبتی داشته‌اند، اما به موازات آن، برخی تجارب منفی نظیر جنگ تحمیلی رژیم صدام علیه ایران که هشت سال به طول انجامید، خاطرات تلخی را در ذهن دو ملت و بویژه افرادی که بطور مستقیم با موضوع جنگ درگیر بودند، نهادینه کرده است. حال آنکه این خاطرات و انگاره‌ها مانعی بر تحکیم همکاری‌های اقتصادی تهران و بغداد به شمار می‌رود (عنافچه، ۱۳۹۳: ۳-۳۳). بر این اساس علاوه بر خانواده‌های کشته‌شدگان عراقی، بازماندگان ارتش این کشور که با فشارهای رژیم صدام در جنگ تحمیلی شرکت کرده و با ایران به عنوان دشمن می‌جنگیدند، بعضاً در احیاء تصور «دشمن» و «دیگری» از ایران در میان جامعه عراق تأثیرگذار هستند؛ حال آنکه انگاره افراد مذکور در برخی اوقات تأثیری منفی بر اقبال آن‌ها به روابط اقتصادی دو کشور داشته است. برای مثال «محمد عبدالامیر»، شهروندی عراقی که در دوران جنگ در خدمت رژیم صدام بوده و در دوره کنونی نیز در جریان اعتراضات اجتماعی در عراق حضور داشت، روابط اقتصادی ایران و عراق را سلطه‌آمیز درک می‌نمود. وی به خبرگزاری فرانسه گفته بود که «رهبران امروز [عراق]، کشور، اقتصاد، کشاورزی و حتی نیروهای مسلح‌مان را به خدمت ایران درآورده‌اند؛ من پنج سال [با ایران] جنگیدم و سال‌ها در ایران اسیر بودم؛ اما الان می‌بینم که کشورم تقدیم ایران شده است» (France24.com, 20/09/2020).

در نتیجه این موارد، و بر اساس نتایج نظرسنجی مؤسسه ابرار معاصر تهران در سال ۱۳۹۹ همانطور که در نمودار شماره (۲) قابل مشاهده است، اگرچه حدود ۳۶ درصد از مردم عراق، برقراری ارتباط با ایران را به عنوان اولویت اول سیاست و روابط خارجی خود معرفی کرده‌اند، اما در عین حال سایر رقبا و بویژه واشنگتن در این کشور همچنان دارای پایگاه اجتماعی مهمی هستند (دیپلماسی ایرانی، ۱۳۹۹/۰۴/۱۵).

«نمودار شماره (دو): اولویت برقراری ارتباط عراق با کشورها در نگاه مردم عراق»

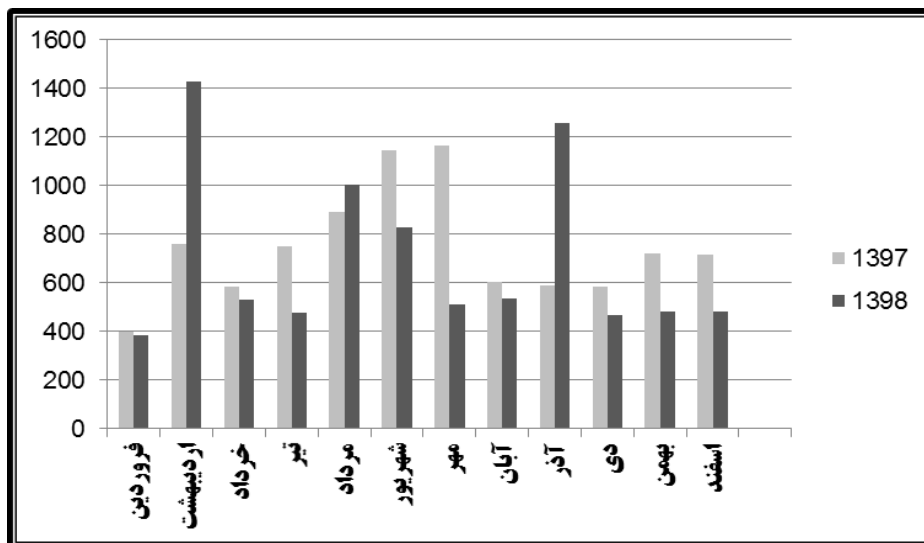


(دیپلماسی ایرانی، ۱۳۹۹/۰۴/۱۵)

حال، وجود انگاره‌های سیاسی متفاوت و متعارض موجب بروز چالش در هویت سیاسی مشترک و متعاقباً آسیب‌پذیری تعاملات اقتصادی و تجاری دو طرف گردید. همانطور که در نمودار شماره (۳) مشهود است، بررسی تطبیقی روند صادرات ایران به عراق در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸، حاکی از این است که علیرغم هدف‌گذاری تجارت ۲۰ میلیاردی میان تهران و بغداد، شدت یافتن اعتراضات اجتماعی در عراق و بروز برخی کنش‌های ضد ایرانی در آن، در پائیز ۱۳۹۸، موجب کاهش میزان صادرات ایران به این کشور نسبت به سال ۱۳۹۷ گردید. بر این اساس در حالیکه ایران در سال ۱۳۹۷ به میزان ۸۹۲۶ میلیون دلار کالا به عراق صادر نمود، در سال ۱۳۹۸ این رقم، به ۸۴۰۰ کاهش یافت. حال آنکه به غیر از آذر، بقیه ماه‌های نیمه دوم سال ۱۳۹۸ به نسبت زمان مشابه در سال ۱۳۹۷، کاهش تعاملات کاملاً مشهود

است.<sup>۱</sup> این در حالی است که در ماه‌های مذکور، کمپین تحریم کالاهای ایران در این کشور شکل گرفته بود.

«نمودار شماره (سه): تطبیق صادرات ایران به عراق به تفکیک ماه در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸»



(وبسایت سازمان توسعه و تجارت، تاریخ بازدید ۱۴۰۰/۰۴/۲۴)

در مجموع بر اساس گزاره‌های سازه‌انگاری، علیرغم اشتراکات گسترده هویتی که زمینه‌ساز رشد و توسعه روابط اقتصادی ایران و عراق طی دو دهه ۱۳۸۰ و ۱۳۹۰ گردیده است، وجود برخی انگاره‌ها و عناصر هویتی متفاوت و متعارض، مانع از شکل‌گیری منافع مشترک آنگونه که مورد انتظار بوده، گردیده است. حال آنکه این امر نیز سرعت همگرایی اقتصادی تهران و بغداد را تا حدودی با کندی مواجه نموده است.

##### ۵- نقش‌های دیپلماسی عمومی در تقویت روابط اقتصادی ایران و عراق

از آنجا که طبق سازه‌انگاری، هویت مشترک نقش بی‌بدیلی در برقراری روابط اقتصادی میان دو کشور دارد، کاهش انگاره‌های متفاوت و متعارض نیز اهمیت فراوانی در حفظ و گسترش روابط مذکور خواهد داشت؛ حال آنکه کاهش فاصله هویتی و اجتماعی و کم‌رنگ

<sup>۱</sup> اگرچه صادرات ایران به عراق در سال ۱۳۹۹ به نسبت دو سال قبل بیشتر افت داشت، اما بدلیل ورود سایر متغیرهای مداخله‌گر مانند شیوع ویروس کرونا، امکان تجزیه و تحلیل دقیق این امر میسر نبوده و بنابراین از این داده استفاده نگردید.



نمودن انگاره‌های متفاوت و متعارض، کارکرد اصلی دیپلماسی عمومی، طبق تبیین سازه-انگاره آن است. لذا از آنجا که بعضی دیدگاه‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در جامعه عراق، روابط اقتصادی تهران و بغداد را تحدید می‌نماید، تنظیم برنامه‌های دیپلماسی عمومی در جهت کاهش آن‌ها مهم و ضروری خواهد بود. در عین حال استفاده از این نوع دیپلماسی، می‌تواند آثار مستقیم و غیر مستقیمی را در توسعه روابط اقتصادی تهران و بغداد داشته باشد، که در ادامه به اختصار تبیین خواهد شد.

#### ۵-۱- دیپلماسی عمومی، هویت اقتصادی مشترک و توسعه همکاری‌های اقتصادی

اگرچه ترویج مفاهیم بین‌الذهانی اقتصادی جایگاه چندانی در برنامه‌های دیپلماسی عمومی ج.ا.ا در دوره پسااصدام نداشت، اما ج.ا.ا ظرفیت‌های متعددی در انگاره‌سازی اقتصادی و متعاقباً تحکیم هویت مشترک در این حوزه دارد؛ حال آنکه با توجه به ماهیت اقتصادی این انگاره‌ها، ایفای نقش دیپلماسی عمومی، آثاری مستقیم بر رشد و توسعه تعاملات اقتصادی و تجاری دارد؛ زیرا این امر مستقیماً بر هویت اقتصادی و ایجاد ساخت جامعه اقتصادی در عراق تأثیرگذار خواهد بود.

#### ۵-۱-۱- تأثیر بر هویت نخبگان و نظام اقتصادی کنونی عراق

دیپلماسی عمومی ج.ا.ا این قابلیت را دارد که در خدمت ترویج دیدگاه‌های بنیادین اقتصادی قرار بگیرد. از جمله منابع دیپلماسی عمومی در این حوزه ایده‌های اقتصادی ج.ا.ا ایران هستند که در مفهوم «اقتصاد مقاومتی» نمود یافته و در واقع «الگوی اقتصادی بومی و علمی بر آمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی» می‌باشند (ابلاغ سیاست‌های کلی «اقتصاد مقاومتی»، ۱۳۹۲/۱۱/۲۹). حال اگر چه اقتصاد مقاومتی بر اساس پاسخ به نیازهای ایران مطرح شده است، اما صرفاً مختص به ایران نیست و سایر کشورها نیز می‌توانند از آن استفاده کنند» (بیانات رهبر معظم انقلاب در حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۳/۰۱/۰۱). بنابراین نشر این ایده‌ها می‌تواند الگوها و چهارچوب‌های ادراکی مردم، احزاب و گروه‌های اقتصادی، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیرندگان در کشور عراق را تحت تأثیر قرار دهند.

از سوی دیگر بازیگران متعدد ایرانی این ظرفیت را دارند تا در خلال برنامه‌های متنوع، دیدگاه‌های مورد نظر را در میان مخاطبین عراقی نشر دهند. برای مثال انتشار کتب و مجلات اقتصادی، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای نخبگان دانشگاهی توسط رایرنان اقتصادی و

کنسولگری‌های ایران در عراق؛ برگزاری سمینارها و همایش‌های مشترک علمی در زمینه اقتصاد مقاومتی و سایر همکاری‌های علمی توسط دانشگاه‌های ایرانی از جمله این ظرفیت-هاست. بعلاوه از آنجا که رسانه‌های برون مرزی ایران نیز عمدتاً در راستای اهداف فرهنگی و سیاسی بکارگرفته شده‌اند (یزدان‌فام، ۱۳۹۳: ۱۵۴) ضروری است تا اهداف اقتصادی و ترویج دیدگاه‌های مرتبط در زمره اولویت‌های این رسانه‌ها قرار گیرد.

در مجموع از آنجا که خلاء نظام اقتصادی مشخص و همچنین وجود گرایش‌های لیبرالی در برخی دولت‌های عراق تأثیری منفی در روند تعاملات اقتصادی تهران و بغداد بویژه در دوره پساداعش داشته است، ترویج مدل اقتصاد مقاومتی در برنامه‌های دیپلماسی عمومی ج.ا.ا. در قبال این کشور بسیار مهم و ضروری است.

#### ۵-۱-۲- تأثیر بر هویت تجار و مصرف‌کنندگان عراقی

از آنجا که برخی سلائق مصرف‌کنندگان و همچنین اخلاق تجار عراقی دارای ریشه‌های هویتی نظیر ابعاد قومی و عشیره‌ای بوده و مانع از تحکیم هویت اقتصادی مشترک و تسهیل همکاری‌های فی‌مابین می‌گردد، برنامه‌های دیپلماسی عمومی بویژه در بخش تبادلات و تعاملات شهروندی می‌توانند در رفع این موارد تأثیرگذار باشند؛ زیرا طبق سازه‌انگاری، انگاره‌ها و عناصر هویتی در تعامل شکل گرفته و آموخته می‌شوند. برای مثال با توجه به مشکل عدم توسعه‌یافتگی فرهنگ بیمه در عراق، شرکت بیمه معلم در بدو فعالیت‌های خود در این کشور، برنامه فرهنگ‌سازی با استفاده از رسانه‌ها و مراجعه مستقیم به مردم و تبیین مزایا و فواید بیمه را اجرا کرده تا بتواند فعالیت‌های خود در بازار بیمه عراق را آغاز کند (دنیای اقتصاد، ۱۳۸۹/۰۷/۰۱). لذا اگرچه اقدامات این شرکت در راستای فرهنگ‌سازی، چندان گسترده نبود، اما خود به عنوان بخشی از برنامه‌های دیپلماسی عمومی که توسط بازیگران غیردولتی اجرا گردید، قابل توجه است. در واقع تأثیرگذاری دیپلماسی عمومی بر سبک زندگی اقتصادی مخاطبین از این جهت اهمیت دارد، که با ایجاد ذائقه و نیاز در میان مخاطبین -بر خلاف بازاریابی- در جهت بازاریابی اقدام می‌گردد.

از سوی دیگر با توجه به تأثیر کمتر تبلیغات رادیو و تلویزیونی بر انتخاب مصرف‌کنندگان عراقی (نجات‌نیا، ۱۳۹۷: ۲۲۵) برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های مرتبط، علاوه بر بغداد، نجف، کربلا و شهرهای اقلیم کردستان که کمابیش در دستورکار قرار دارد، در سایر

شهرهای پر جمعیت و دارای مزیت نظیر نینوا، بصره، بابل، ذی قار، صلاح الدین و ... اولویت خواهد داشت.

در مجموع شکل‌گیری و افزایش مفاهیم بین‌الذهانی اقتصادی میان دو جامعه ایران و عراق، ضمن همگن‌سازی ساخت جامعه اقتصادی و تقویت هویت مشترک، امکان توسعه تعاملات اقتصادی فی‌مابین را افزایش می‌دهد.

«جدول شماره دو: نمونه‌هایی از نقش‌های مستقیم دیپلماسی عمومی در روابط اقتصادی ایران و عراق»

ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی	مضامین اولویت‌دار	مصادیق	موانع دسته اول
همگن‌سازی ساخت جامعه اقتصادی عراق و ایران بوسیله ترویج انگاره‌های اقتصادی از طریق برنامه‌های تعاملی و با هم‌افزایی بازیگران اقتصادی ج.ا.ا	ترویج انگاره‌های اقتصاد مقاومتی در میان نخبگان و رهبران هر سه گروه شیعیان، اهل تسنن و اکراد	خلاء الگو و نظام اقتصادی مشخص در عراق بواسطه گرایشات لیبرالی، بعضی و رانتی در اقتصاد عراق	انگاره‌های متفاوت و متعارض اقتصادی
	اشاعه مؤلفه‌های مورد نظر در حوزه منش و اخلاق تجاری و سلاتق مصرف-کنندگان در تمام جامعه عراق	خلاءها و تفاوت‌ها در منش و اخلاق تجاری و سلاتق مصرف‌کنندگان عراقی	

(منبع: نگارنده)

## ۵-۲- نقش‌های غیرمستقیم دیپلماسی عمومی

علاوه بر نقش‌های مستقیم، دیپلماسی عمومی ظرفیت فراوانی در کاهش عناصر و انگاره‌های واگرایی فرهنگی و سیاسی در میان مخاطبین عراقی را دارد و این امر می‌تواند بطور غیرمستقیم بستر تعاملات اقتصادی دو کشور را تسهیل نماید. به عبارت دیگر این دسته از نقش‌ها هر چند مستقیماً میزان صادرات و حجم تعاملات را بصورت عددی افزایش نمی‌دهند، اما زمینه کلی شکل‌گیری و تسهیل تعاملات را فراهم نموده و موانع اجتماعی و هویتی موجود در مسیر توسعه تعاملات را که ناشی از بعضی انگاره‌های متفاوت و یا متعارض در عرصه‌های فرهنگی و سیاسی می‌باشد، کاهش می‌دهد.

البته لازم به ذکر است که دیپلماسی عمومی ج.ا.ا در دوره پساصدام برنامه‌های متنوعی را برای دستیابی به اهداف فرهنگی و سیاسی اجرا نموده است؛ با این وجود تنظیم دیپلماسی عمومی مطابق با اولویت‌های اقتصادی و چالش‌هایی که پیشتر ذکر شد، ضرورت و اهمیت خواهد داشت. حال آنکه این امر مستلزم تأکید بر مضامینی است که بیشترین تأثیر را بر حفظ و توسعه روابط اقتصادی و تجاری دارد؛ در ادامه این موارد به اختصار تبیین خواهد شد.

### ۵-۲-۱- دیپلماسی عمومی، تحکیم هویت فرهنگی مشترک و تسهیل تعاملات اقتصادی

از آنجا که برخی عناصر واگرایی فرهنگی نظیر «شکاف عرب و عجم»، «شکاف شیعی- سنی»، «وجود گرایش‌های افراطی شیعی» و «وهابیت»، سرعت همکاری و حتی همگرایی در مناسبات اقتصادی دوجانبه را کاهش می‌دهد، تمرکزبخشی به برنامه‌های دیپلماسی عمومی ج.ا.ا در جهت کاهش اثرگذاری آن‌ها، امکان مدیریت این دسته از تفاوت‌ها و تعارضات را افزایش می‌دهد. در این میان، ساخت اجتماعی عراق اقتضاء می‌نماید تا دیپلماسی عمومی ج.ا.ا در قبال عراق، بگونه‌ای متوازن با همه مخاطبان اعم از شیعه، سنی و کرد تعامل داشته و مروج انگاره‌هایی مانند «همزیستی مسالمت‌آمیز اقوام» و «وحدت شیعه و سنی» باشد؛ حال آنکه پیش‌تر، منابع و برنامه‌های ایران در این حوزه عمدتاً ناظر بر شیعیان و اکراد بوده است (برای مثال ر.ک. جعفری و نیک‌روش، ۱۳۹۴: ۵۰-۲۹).

علاوه بر این کاهش پایگاه اجتماعی گروه‌های تندرو شیعی و سنی مانند الصرخی‌ها، یمانی‌ها، شیرازی‌ها و داعش در عراق که تعاملات اقتصادی تهران و بغداد را -آنگونه که پیش‌تر ذکر شد- با آسیب مواجه می‌نمایند، حساسیت‌های بیشتری دارد. این امر مستلزم

«ترویج اسلام ناب محمدی» و همچنین برنامه‌ریزی دقیق‌تر و استفاده بیشتر از افراد و گروه‌های عراقی که با مواضع انقلاب اسلامی همسو هستند -مانند فارغ التحصیلان عراقی از دانشگاه‌های ایران، انجمن فارغ التحصیلان جامعه المصطفی و ...- می‌باشد؛ زیرا هویت عربی و عراقی این افراد فرصت تعامل بیشتری را برای اجرای این بخش از برنامه‌های دیپلماسی عمومی ج.ا.ا که دشواری‌های خاص خود را دارد، فراهم می‌نماید.

در مجموع تقویت هویت فرهنگی مشترک از طریق کاهش عناصر واگرای فرهنگی و همچنین کاهش پایگاه اجتماعی گروه‌های مخالف و متعارض فرهنگی، امکان تبدیل این تعارضات به چالش در تعاملات تجاری و اقتصادی را کاهش داده و تعاملات فی‌مابین را بطور غیر مستقیم تسهیل می‌نماید.

«جدول شماره سه: نمونه‌هایی از نقش غیرمستقیم و تسهیل‌کننده دیپلماسی عمومی

در روابط اقتصادی ایران و عراق»

ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی	مضامین اولویت‌دار	مصادیق	موانع دسته دوم و سوم	
جلوگیری از آسیب تعارضات فرهنگی به تعاملات اقتصادی از طریق تقویت انگاره‌های فرهنگی مشترک با تقویت برنامه‌های تعاملی با تمام گروه‌های اجتماعی عراقی	ترویج اندیشه همزیستی مسالمت‌آمیز قومیت‌ها	مسائل قومیتی و شکاف عرب و عجم	انگاره‌های فرهنگی و اجتماعی متفاوت و متعارض	۱
	تأکید بر وحدت شیعی-سنی و اهتمام بیشتر در تبیین ارزش‌های اسلام ناب محمدی	چالش‌های مذهبی اعم از شیعی-سنی، وجود گرایش‌های رادیکال شیعی و وهابیت		
جلوگیری از پیامدهای گسترش ایران‌هراسی بر تعاملات تجاری و اقتصادی از طریق	پایش مواضع احزاب مخالف از سیاست‌های ج.ا.ا و ارائه پاسخ	انگاره‌های واگرایانه احزاب عراقی مخالف با ایران نظیر حزب بعث	انگاره‌های سیاسی متفاوت و	۲

		متعارض	
انگاره‌های تقویت سیاسی مشترک با برنامه‌های تقویت تعاملی با تمام اقشار عراق	متناسب	برای کاهش پایگاه اجتماعی آن‌ها	
		پایش و ارائه پاسخ لازم به پیام- های متعارض رقبای خارجی	
		تقویت غیریت- سازی رقبای متخاصم در عراق در چهارچوب استکبارستیزی	دیدگاه‌های ایران- هراسانه ناشی از دیپلماسی عمومی کشورهای رقیب در عراق و نگاه مردم عراق به ایران
		اهتمام بیشتر در تبیین ارزش‌های سیاسی و اهداف سیاست خارجی ایران در میان هر سه گروه شیعه، سنی و کُرد	تجارب تاریخی منفی نظیر جنگ تحمیلی رژیم صدام علیه ایران
	تبیین نقش رژیم صدام در آغاز حمله به مردم ایران و قرار گرفتن ایران در شرایط عمل انجام شده (البته با استفاده از ابزارهایی که هنر		

و شعر که لطافت بیشتری دارند)			
تبیین آسیب‌هایی که شخص صدام به دو ملت ایران و عراق وارد نموده است.			
پر رنگ نمودن تجارب مثبت نظیر خاطرات همکاری‌های مشترک در مقابله با داعش			

(منبع: نگارنده)

### ۵-۲-۲- دیپلماسی عمومی، تقویت هویت سیاسی مشترک و تسهیل فعالیت‌های اقتصادی

اگرچه دیپلماسی عمومی نقش مهمی در انگاره‌سازی سیاسی ج.ا.ا. در میان افکار عمومی عراق در دورهٔ پساصدام داشته است، اما بروز برخی نشانه‌های شکاف در هویت سیاسی مشترک نظیر کنش‌های ضد ایرانی در جریان اعتراضات برخی مردم عراق در سال‌های ۹۸-۱۳۹۷، حاکی از این است که بعد سیاسی دیپلماسی عمومی ج.ا.ا. مستلزم آسیب‌شناسی، برنامه‌ریزی دقیق‌تر و متعاقباً تقویت برنامه‌های تعاملی است؛ حال آنکه تمرکز بر «کاهش آثار غیریت‌سازی و ایران‌هراسی کشورهای رقیب» ضرورت فراوانی در توسعهٔ تعاملات اقتصادی دو کشور دارد؛ زیرا همسویی افکار عمومی و جهت‌گیری احزاب سیاسی حاکم بر حکومت در کشور هدف، اهمیت فراوانی در انتخاب شرکای اقتصادی و حفظ روابط تجاری دارد (بابایی‌زکلیکی، ۱۳۹۶: ۷۶). متعاقباً این مهم می‌تواند با تأکید بر «تبیین ارزش‌های سیاسی و اهداف سیاست خارجی ج.ا.ا.» و «اهتمام بیشتر در غیریت‌سازی دولت‌های متخاصم مانند آمریکا» در میان عموم مخاطبین عراقی-بخصوص جوانان این کشور که تحت آماج دیپلماسی

عمومی کشورهای غربی-عربی قرار دارند، صورت پذیرد.

علاوه بر این، پایش و ارائه پاسخ‌های به‌هنگام، به ترویج عقاید احزاب و گروه‌های عراقی مخالف ایران مانند «حزب بعث عراق»، «حزب کمونیست کردستان عراق» و «اتحاد اسلامی کردستان» و همچنین احزاب لیبرال این کشور مانند «جنبش وفاق ملی عراق» بسیار مهم و ضروری خواهد بود. این امر می‌تواند از طریق شکل‌دهی به برنامه‌های تعاملی سیاسی، توسط بازیگرانی خصوصی ایرانی مانند احزاب سیاسی، اندیشکده‌ها و پژوهشکده‌های سیاسی و ... با نخبگان عراقی صورت گرفته و در جهت کاهش پایگاه اجتماعی گروه‌های مخالف ایران، برنامه‌ریزی شود. این امر از آن جهت اهمیت می‌یابد که همانطور که ذکر شد، طرفداران برخی از این گروه‌ها مانند حزب بعث، نفوذ خود بر اقتصاد عراق را به ضرر ایران بکار می‌گیرند.

از سوی دیگر کمرنگ نمودن تجارب تاریخی منفی نظیر جنگ تحمیلی، با راهکارهایی نظیر تبیین نقش رژیم صدام در آغاز حمله به مردم ایران و قرار گرفتن ایران در شرایط عمل انجام شده، اهمیت بسزایی خواهد داشت؛ حال آنکه حساسیت‌های این امر ایجاب می‌نماید تا استفاده از ابزارهایی مانند هنر و شعر که لطافت بیشتری دارند، مطلوب‌تر باشند. در همین راستا تبیین آسیب‌هایی که شخصیت دیکتاتور صدام به دو ملت ایران و عراق وارد نموده اهمیت فراوانی خواهد داشت. از سوی دیگر پُر رنگ نمودن تجارب مثبت نظیر تعاملاتی که دو کشور در زمان مقابله با بحران داعش صورت دادند، نقش مهمی در بهبود حافظه تاریخی دو ملت خواهد داشت.

در مجموع تقویت هویت سیاسی مشترک از طریق کاهش دیدگاه‌های ایران‌هراسانه و افزایش پایگاه اجتماعی ایران در میان افکار عمومی و گروه‌های عراقی، می‌تواند مطالبه عمومی و نخبگانی در عراق را در جهت توسعه تعاملات اقتصادی با تهران، افزایش دهد؛ این امر همچنین، انتخاب گروه‌های همسو با ایران در رأس حکومت عراق را تسهیل نموده و بطور غیرمستقیم از توسعه روابط اقتصادی عراق با سایر دولت‌ها به ضرر ایران -مانند تعاملات شکل گرفته در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰، میان عراق با آمریکا، فرانسه، عربستان، اردن و مصر- جلوگیری می‌نماید.

### نتیجه‌گیری



در مجموع همانگونه که نظریه سازه‌انگاری ریشه شکل‌گیری و استمرار همکاری را در هویت مشترک بازیگران بین‌المللی می‌داند، همکاری‌های اقتصادی میان ایران و عراق جدید در دهه ۱۳۸۰ و ۱۳۹۰ نیز با تکیه بر اشتراکات هویتی میان دو کشور، بخوبی قابل تحلیل است. در عین حال همانطور که در متن تبیین شد، وجود بعضی انگاره‌های متفاوت و متعارض در میان برخی اقشار از مردم عراق در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، پیوندهای هویتی آن‌ها با ایران را سست نموده و این امر متعاقباً تعاملات اقتصادی و تجاری میان تهران و بغداد را در دوره پس‌ادعش آسیب‌پذیر نموده است.

در این میان، اگرچه دیپلماسی عمومی ج.ا.ا در عراق برنامه‌های متعددی را پس از سقوط صدام عملیاتی نموده است؛ اما تداوم انگاره‌های متفاوت و متعارض و تأثیر منفی آن در فرآیند همکاری‌های اقتصادی و تجاری پس از شکست داعش (مانند اختلالات تجاری در پائیز ۱۳۹۸، راه‌اندازی کمپین تحریم کالاهای ایران و ...)، حاکی از اهمیت بازنگری و برنامه‌ریزی دقیق‌تر برنامه‌های مذکور در مسیر دستیابی به توسعه تعاملات اقتصادی است. در عین حال ارتقای برنامه‌های تعاملی که متضمن کنش متقابل هستند، نقش مهمی در فرآیند تحکیم هویت مشترک با هر سه گروه شیعه، سنی و کُرد داشته و تأثیری تعیین‌کننده در دستیابی به تعاملات اقتصادی پایدار و حتی همگرایی اقتصادی با این کشور خواهند داشت؛ زیرا طبق نظریه سازه-انگاری، کنش متقابل و فرآیندهای تعاملی شرط اصلی در برساخت هویت مشترک هستند.

علاوه بر این، از یکسو از آنجا که انگاره‌های اقتصادی متفاوت از جمله در حوزه‌های مکتب و نظام اقتصادی (مانند گرایش‌ات لیبرالی در نظام اقتصادی عراق)، تفاوت در اخلاق تجاری و سلائیق مصرف‌کنندگان (از جمله در حوزه بیمه، بانکداری مدرن و بهداشت)، بروز موردی بدبینی به کالا و خدمات ایرانی و ...، هویت اقتصادی مشترک میان ایران و عراق را تضعیف و همکاری‌های اقتصادی فی‌مابین را تحت الشعاع قرار می‌دهد، استفاده از دیپلماسی عمومی اقتصادی بسیار ضروری است؛ زیرا بر اساس گزاره‌های نظریه سازه‌انگاری، برای حفظ و استمرار همکاری اقتصادی، می‌بایست فهم مشترک از انگاره‌های اقتصادی میان دو طرف وجود داشته باشد. در عین حال اجرای برنامه‌های تعاملی اهمیت بسزایی در تقویت ارزش-های بین‌الذهانی، همگن‌سازی ساخت جامعه اقتصادی عراق و ایران و متعاقباً تعمیق هویت اقتصادی مشترک داشته و امکان توسعه تعاملات اقتصادی تهران و بغداد را افزایش خواهد

داد؛ زیرا بر اساس چهارچوب نظری در این نوشتار، میزان همگن بودن اعضای جوامع، از جمله عناصر هویت جمعی آن‌ها می‌باشد.

از سوی دیگر، برخی انگاره‌های متفاوت و متعارض فرهنگی و سیاسی تأثیر مهمی بر تحدید همکاری‌های اقتصادی دو کشور داشته است. مسائل قومیتی و شکاف بین عرب و عجم و چالش‌های شیعی-سنی (بویژه با توجه به نقش‌آفرینی اهل تسنن در فعالیت‌های اقتصادی در عراق)، از مهمترین انگاره‌های متفاوتی است که هویت فرهنگی مشترک دو کشور را تضعیف می‌نماید. از سوی دیگر وجود ایران‌هراسی و بعلاوه دیدگاه‌های واگرایانه سیاسی احزابی مانند حزب بعث و همچنین تجارب تاریخی منفی نظیر جنگ تحمیلی رژیم صدام علیه ایران، از مهمترین انگاره‌هایی است که منجر به بروز شکاف در هویت سیاسی مشترک دو کشور می‌گردد. حال آنکه این شکاف‌ها در هویت فرهنگی و سیاسی میان ایران و عراق، بغداد را به سمت گسترش تعاملات اقتصادی با کشورهای عربی و غربی سوق داده است؛ لذا تمرکز بخشی به برنامه‌های دیپلماسی عمومی ج.ا.ا در راستای کاهش این قبیل انگاره‌های فرهنگی و سیاسی، طبق نظریه سازه‌انگاری، اهمیت فراوانی در فرآیند حفظ و توسعه همکاری‌های اقتصادی دوجانبه خواهد داشت.

نمونه پیشنهادات برای تنظیم دیپلماسی عمومی ج.ا.ا در جهت توسعه همکاری‌های اقتصادی تهران و بغداد

ردیف	عنوان	مصادیق
۱	پیشنهادات راهبردی	<p>۱. تدوین راهبرد دیپلماسی عمومی ج.ا.ا در قبال عراق در جهت کاهش موانع اجتماعی تأثیرگذار در روابط اقتصادی تهران و بغداد</p> <p>۲. تأکید عملی بر ارتباط حداکثری با هر سه گروه اصلی شیعه، سنی و کرد در عراق بویژه با فعالان اقتصادی آن‌ها</p> <p>۳. کمک به نهادسازی در میان فعالان اقتصادی عراقی در میان سه گروه اصلی این کشور، مشابه کمک به ایجاد مجلس اعلای انقلاب اسلامی در دهه ۱۳۶۰ و یا حشد الشعبی در دهه ۱۳۹۰.</p> <p>۴. توجه بیشتر به جوانان، در طرح‌ریزی و اجرای برنامه‌ها</p>

<p>با توجه به افزایش جمعیت جوان عراق</p>		
<p>۱. تنظیم دستورکار میان بازیگران دیپلماسی عمومی و بازیگران دیپلماسی اقتصادی بخصوص ایجاد ارتباط و تنظیم دستور کار میان «مرکز دیپلماسی عمومی» و «معاونت اقتصادی» وزارت امور خارجه در موضوع خاص تعاملات اقتصادی و تجاری ایران و عراق</p> <p>۲. ایجاد اداره کل دیپلماسی عمومی اقتصادی در وزارت اقتصاد و مدیریت ترویج انگاره‌های اقتصادی به جامعه عراق</p> <p>۳. تشکیل تیم رصد دیپلماسی عمومی کشورهای رقیب در میز عراق در وزارت امور خارجه برای برنامه‌ریزی متناسب با اقدامات رقبا</p> <p>۴. ایجاد یک قرارگاه طرح‌ریزی و عملیاتی، به منظور هماهنگ‌سازی برنامه‌های دیپلماسی عمومی ایران در ابعاد اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در قبال عراق در ستاد توسعه روابط اقتصادی ایران و عراق</p>	<p>پیشنهادات ساختاری</p>	<p>۲</p>
<p>۱. تأکید بر تعاملات دو طرفه تجاری، بجای نگاه صادرات-محور صرف به عراق.</p> <p>۲. ترغیب سرمایه‌داران و صاحبان کسب و کار ایرانی در جهت تولید در داخل عراق و استفاده از نیروی انسانی جوان عراقی، با توجه به وجود جمع کثیر جوانان بیکار و همچنین فرصت‌هایی که این امر در شرایط تحریم‌های یکجانبه آمریکا برای تولیدکننده‌های ایرانی دارد.</p> <p>۳. شناسایی و جذب نخبگان عراقی در مجموعه‌های صنعتی و اقتصادی ایران</p> <p>۴. تأکید بر تبادل دانشجو بخصوص در رشته‌ها و گرایش‌های علم اقتصاد، جامعه‌شناسی و علوم سیاسی</p>	<p>تأکید بر تعامل و کنش متقابل</p>	<p>۳</p>

<p>۵. تأکید بر برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های ضمن خدمت برای کارمندان دولت عراق و برگزاری دوره‌های مهارت‌یابی برای جوانان، شاغلین کارگاه‌های تولیدی، بنگاه اقتصادی و اعضای صنوف و سایر فعالان عراقی</p> <p>۶. تأکید بر اجرای برنامه‌های تعاملی غیرمذهبی در زمینه‌های اقتصادی، علمی، هنری، ورزشی، با مناطق سُنی‌نشین و مناطق شیعه‌نشین جنوبی عراق</p> <p>۷. ترویج احترام به تفاوت‌های فرهنگی و ترویج تحمل دیدگاه‌های مخالف از طریق آموزش‌های صنفی، استفاده از رسانه‌های جمعی و بخصوص فیس‌بوک که اقبال فراوانی در میان مردم عراق دارد.</p>		
<p>۱. ارتقای بهره‌گیری از گروه‌های عراقی همسو با انقلاب اسلامی نظیر فارغ التحصیلان جامعه المصطفی، مجلس اعلای انقلاب اسلامی، حشد الشعبی و ... در اجرای برنامه‌های تعاملی ویژه در مناطق اهل سنت</p> <p>۲. استفاده از ظرفیت‌های کشورهای دوست مانند لبنان، سوریه و ... جهت اشاعه برخی مضامین دارای حساسیت نظیر همزیستی مسالمت‌آمیز اقوام</p>	<p>اتخاذ دیپلماسی عمومی نیابتی برای حساسیت-زدایی</p>	<p>۴</p>

## کتابنامه

- ابلاغ سیاست‌های کلی «اقتصاد مقاومتی» (۱۳۹۲/۱۱/۲۹)
- احمدزاده، عزیز (۱۳۹۵). بررسی بازار بیمه عراق، همراه با مجموعه قوانین مقررات بیمه‌ای عراق، تهران: پژوهشکده بیمه (وابسته به بیمه مرکزی ج.ا.ا.).
- اکرلاف، جرج و کرانتون، راشل (۱۳۹۵) اقتصاد هویت، ترجمه مهدی فیضی، تهران: نگاه معاصر.
- امیرزاده، رضا و زینالی، صادق و زمانی‌راد، حجت (۱۳۹۵) نقش و جایگاه ارزش‌های شیعی در دیپلماسی عمومی [ج.ا.ا در عراق]، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال دوازدهم، شماره دوم، تابستان، صص ۱۵۰-۱۲۴.
- ایزدی، فؤاد (۱۳۹۰) دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال ایران، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- بابایی زکلیلی، محمدعلی (۱۳۹۶) بازاریابی بین‌المللی، تهران: سمت، چاپ پانزدهم.
- بشیر، حسن (۱۳۹۴) مجموعه مقالات: دیپلماسی عمومی، سیاست‌ها و برنامه‌های جهانی، گردآوری و ترجمه: حسن بشیر، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ اول.
- بهزاد، ناصر (۱۳۹۸/۰۶/۳۱) «شش چالش شرکت‌های ایرانی در بازار عراق، از رقابت با ۷۰ کشور اروپایی و آمریکایی تا مشکلات تبلیغاتی»، خبرگزاری تسنیم، قابل دسترس در:  
<https://www.tasnimnews.com/fa/news/2101615/31/06/1398>
- جعفری، علی‌اکبر و نیک‌روش، ملیحه (بهار و تابستان ۱۳۹۴) «منابع فرهنگی قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عراق نوین»، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، دوره پنجم، شماره دوازدهم.
- جوادی‌ارجمند، محمدجعفر و نادری، محمد و داودی، مهدی (تابستان ۱۳۹۱) دیپلماسی فرهنگی ایران و عراق و چشم‌انداز آینده در روابط دو کشور، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال چهارم، شماره سوم، صص ۱۸۶-۱۷۳.
- دنیای اقتصاد (۱۳۸۹/۰۷/۰۱) افتتاح نخستین شعبه بیمه ایرانی در بغداد، شماره روزنامه ۲۱۸۴، شماره خبر ۶۲۴۱۹۶، قابل دسترس در:
- <https://donya-e-qtasad.com/>
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۹۵) اصول و مبانی روابط بین‌الملل، جلد دوم، تهران: سمت.

رستمی، مجتبی و نمایان، فرشید و اسلامبولچی، علیرضا و سهرابی، روح... (۱۳۹۹) «مضامین و چالش‌های ظرفیت راهبردی صادرات ایران در بازار عراق (مطالعه تطبیقی ایران و ترکیه در بازار عراق)» فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۱۰، شماره ۲۵، تابستان، صص ۲۵۳-۲۳۲.

رفیع، حسین و نیکروش، ملیحه (۱۳۹۲) دیپلماسی عمومی و قدرت نرم با تأکید بر قدرت نرم ایران در عراق، فصلنامه پژوهشنامه روابط بین‌الملل، دوره ششم، شماره ۲۲، تابستان، صص ۱۳۳-۹۹.

سجادپور، سیدمحمدکاظم و وحیدی، موسی‌الرضی (۱۳۹۰) «دیپلماسی عمومی نوین: چارچوب-های مفهومی و عملیاتی»، فصلنامه سیاست، دوره ۴۱، شماره ۴، زمستان، صص ۹۵-۷۷. سوئدبرگ، ریچارد و گرانوتر، مارک (۱۳۹۵) ساخت اجتماعی و کنش اقتصادی، ترجمه علی‌اصغر سعیدی، تهران: تیسرا.

سنجابی شیرازی، جهانبخش (۱۳۹۵/۰۲/۲۶) «دبیرکل اتاق مشترک ایران و عراق در گفتگو با «شرق» از سلطه فساد سازمان‌یافته در کشور همسایه می‌گوید» لابی احزاب سیاسی در اقتصاد رانتی، روزنامه شرق، سال سیزدهم، شماره ۲۵۸۳.

شریعتی، شهروز (۱۳۹۶) «نقش مؤلفه‌های انسداد ساختاری در روند همگرایی منطقه‌ای ایران و عراق»، فصلنامه دولت پژوهی، دوره ۳، شماره ۱۱، صص ۵۲-۲۷.

شیخ‌الاسلامی، محمدحسن و نوری، حامد (۱۳۹۶) دیپلماسی عمومی، جلد اول، تهران، انتشارات وزارت امور خارجه، چاپ اول.

شیرازی، ابولحسن و قربانی شیخ‌نشین، ارسلان و سیمبر، رضا (۱۳۹۴) سیاست و حکومت در خاورمیانه، تهران: سمت.

قربانی، عادل و صدیق‌محمدی، میرفرهاد (۱۳۸۷) روابط اقتصادی ایران و عراق: چشم‌اندازها و فرصت‌ها، تهران: موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.

کسرابی، محمد سالار و پوزش شیرازی، علی (۱۳۸۸) «نظریه گفتمان لاکلا و موفه ابزاری کارآمد در فهم پدیده‌های سیاسی»، فصلنامه سیاست، دوره ۳۹، شماره ۳، پاییز، صص ۳۶۰-۳۳۹.

عزیزی بساطی، مجتبی (۱۳۹۲) دیپلماسی عمومی آمریکا در خاورمیانه، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

عنافچه، ایمانه (۱۳۹۳) فرصت‌های راهبردی در روابط اقتصادی ایران و عراق، تهران: مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.

عنایتی شبکلائی، علی و اطهری، سیداسدا... و حاجی‌مینه، رحمت (۱۳۹۴) بررسی تطبیقی دیپلماسی عمومی ایران و ترکیه در عراق و سوریه، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، سال چهارم، شماره (۱۴)، تابستان، صص ۹۳-۷۳.

میرکوشش، امیرهوشنگ (۱۳۹۹) دیپلماسی عمومی در تئوری و عمل، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

وبسایت سازمان توسعه و تجارت (۱۴۰۰/۰۴/۲۴) آمار روابط تجاری دوجانبه ایران و عراق، قابل دسترس در:

<https://tpo.ir/countries/> عراق

ونت، الکساندر (۱۳۹۲) نظریه اجتماعی سیاست بین‌الملل، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: انتشارات وزارت امور خارجه، چاپ سوم.

نجات‌نیا، مهدی (۱۳۹۷) سایه و روشن‌های بازار عراق، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ سوم.

نوازی، بهرام و عبادی، زهرا (۱۳۹۶) بررسی تأثیر قدرت نرم ج.ا.ا بر اهداف و منافع راهبردی آمریکا در عراق نوین، دوفصلنامه سیاست و روابط بین‌الملل، سال اول، شماره اول، بهار و تابستان، صص ۱۱۹-۱۰۱.

یزدان‌فام، محمود (۱۳۹۳) دیپلماسی عمومی ج.ا.ا، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، چاپ اول. الجهاز المركزي للإحصاء (۲۰۱۸/۱۰/۰۱) ۳۸ مليون نسمة سكان العراق لسنة ۲۰۱۸ ويشكل الذکور منهم نسبة ۵۱٪، وزارت التخطيط جمهورية العراق.

الحره (۰۵ اکتوبر ۲۰۲۰) «یکفی لبناء دول.. خبراء يكشفون بالأرقام حجم أموال العراق الضائعة»، متواجد فی:

<https://www.alhurra.com/iraq/05/10/2020>

المعلومه (۲۰۲۰/۱۰/۲۰) «الانبار.. الكشف عن مشاركة شيوخ عشائر في مؤتمرات أمريكية لمناقشة الإقليم السنّي»، متواجد فی:

<https://www.almaalomah.com/500934/20/10/2020>

المكتب الإعلامي لرئيس مجلس الوزراء، (۱۳ اکتبر ۲۰۲۰) رئيس مجلس الوزراء السيد مصطفى

الكاظمی يستقبل الرئيس التنفيذي لشركة توتال النفطية الفرنسية، متواجد في:

<https://www.pmo.iq/press۲۰۲۰۰۲-۱۰-۱۳/۲۰۲۰.htm>

علاوی، علی عبدالامير علاوی (۲۰۲۰/۱۰/۱۰) «وزير المالية يكشف معلومات مهمة عن رواتب

الاشهر المقبلة: لا موازنة لهذا العام وسنجر علی قرارات صعبة»، متواجد في:

<https://alforatnews.com/news/>

هذا اليوم (۰۴ اکتبر ۲۰۲۰) «البيان الختامي لاجتماع وزراء صناعة العراق والأردن ومصر»، متواجد في:

<https://hathalyoum.net/articles/۲۵۰۴۸۱۸>

Byrne, Caitlin (2012) “Public Diplomacy and Constructivism: A Synergistic and Enabling Relationship” International Studies Association Annual Conference, San Diego, 1-4 April, Panel: Public Diplomacy Theory and Conceptual Issues, Bond University

British Petrolliom (2019), BP Statistical Review of World Energy, Available at: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2019-full-report.pdf> (Access date: 15/06/2020)

France24.com, (20/09/2020) From foe to friend: how Iran transformed post-war Iraq ties, Available at: <https://www.france24.com/en/20200920-from-foe-to-friend-how-iran-transformed-post-war-iraq-ties>

Granovetter, Mark (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, American Journal of Sociology, Vol.91, No 3: 481-510.

Mc clellan, M(2004) Public Diplomacy in the content of traditional Diplomacy presented 14 October in -Vienna Diplomatic Academy, Available at: <http://www.publicdiplomacy.org/45.htm> (Access date: 09/12/2019)

Reuters.com, (Aug 20, 2020) GE signs power agreements worth over 1.2 billion with Iraq, Available at: <https://www.reuters.com/article/us-ge-iraq-idUSKCN25F2SM> (Access date: 10/09/2020)

Reuters.com, (June 14, 2019) GE poised for significant power orders in Iraq after U.S. push –sources, Available at: <https://www.reuters.com/article/us-iraq-power-idUSKCN1TF24I> (Access date: 10/09/2020)

Tuch, H. N. (1990) Communicating with the World: U. S. Public Diplomacy Overseas. Washington, DC: Georgetown University.

Price, Richard and Rues-smit, (1998) Christian, Dangerous Liaisons? Critical International Theory and Constructivism, European Journal of



International Relations, London, Thousand Oaks, CA and New Delhi,  
Vol. 4(3): 259–294.