
The New Iranian Public Diplomacy into the Virtual Space

IRINA ERHAN

PhD candidate

The National School of Political Science and Public Administration
Bucharest, Romania

Abstract:

This article aims to analyze how the Internet has inevitably marked the diplomacy, forcing the Iranian regime to rethink the public diplomacy in the social networking borders and to inaugurate a new matrix of communication through the virtual environment by announcing a new type of commitment with its own citizens and even the world itself. In fact, the new Iranian public diplomacy has become an integral part of the new architecture to deal with others.

Key words: public diplomacy, virtual space, Iranian policy, discourse, nuclear issue

Conceptul "diplomație publică" și noile tendințe în spațiul virtual

Diplomația publică reprezintă, fără îndoială, unul dintre cele mai fierbinți subiecte abordate în mediile diplomatice și academice, pentru că acesta se referă la maniera în care se construiesc relații în afara granițelor ministerelor afacerilor externe și la modul în care sunt înțelese nevoile altor țări, culturi și popoare. Implicând un set mai generos de interese și un segment mai mare de persoane, aceasta reprezintă un instrument mult mai facil de înțelegere a nevoilor altor țări, culturi și popoare, întrucât pleacă de la "premisele că imaginea și

reputația unui stat sunt bunuri publice” care pot favoriza sau nu tranzacții la nivel individual. (Leonard, 2002, p 8-9)

Termen inventat în anul 1965 de către Edmund Gullion, diplomația publică a intrat într-o nouă etapă emergentă în contextul declarației de luptă împotriva terorismului, din anul 2001, în condițiile în care Statele Unite și aliații săi au declanșat o strategie globală de ”câștigare a inimilor și minților” în rândul populațiilor indigene din Orientul Mijlociu. (Melissen, 2005, p. 6 - 7)

În această arenă extrem de politizată a articulării diplomației publice, analizele argumentative privind caracteristicile sale în comparație cu așa-zisa diplomație tradițională își găsesc locul în școlile de gândire diplomatică.

În grila de interpretare lexicală, diplomația publică este definită de către Departamentul american de Stat a fi ”programe sponsorizate de guvern care intenționează să informeze sau să influențeze opinia publică din alte state” (U.S. Department of State, 1987, p. 85).

Or, din această perspectivă, diplomația publică are rolul de a contribui la depășirea disonanțelor culturale, tratând astfel informația culturală într-o manieră exhaustivă, întrucât permite decriptarea complexității altor culturi și utilizarea acestei cunoașteri în direcția influențării.

Subsecvent, diplomația publică este legată inevitabil de putere, sintagma deja consacrată a lui Joseph Nye - ”soft power” - surprinzând cel mai fidel trăsăturile diplomației publice, în condițiile în care ”soft power” se referă la ”influențe intangibile sau indirecte precum cultura, valorile și ideologia”, iar puterea reprezintă ”abilitatea de a influența comportamentul altora pentru a obține rezultatele dorite.” (Nye, 1990)

În accepție tradiționalistă, diplomația este rezervată exclusiv experților oficiali în relații externe și mediilor științifice pasive, în timp ce diplomația publică pare a fi un joc al practicienilor din sfera nonguvernamentală și al unui public activ nonoficial, unde rolurile și responsabilitățile actorilor nu

mai sunt clar delimitate. Pentru că, într-o lume a turbulențelor și a evenimentelor în cascadă, succesul în diplomatie înseamnă deschidere și un grad ridicat de transparență colaborativă.

Din acest unghi de vedere, diplomația publică poate fi tratată ca succesoare a afacerilor publice din timpul Războiului Rece, depășind totuși statutul de instrument tehnic de politică externă. În realitate, aceasta a devenit parte integrantă a noii arhitecturi a relațiilor internaționale, întrucât atât statele mici, cât și cele mari și-au dezvoltat și cizelat componenta publică a diplomației. (Melissen, 2002, p. 8)

Dincolo de diplomația tradițională, aceasta contribuie decisiv la: cultivarea opiniei publice din alte state; interacția grupurilor private și a intereselor unei țări cu ale altele; consolidarea comunicării interculturale. (Cull, 2009, p. 19)

În consecință, diplomația secolului XXI urmărește tendințele și-și creează propriul instrumentar necesar prezentării cu succes a propriilor interese și contracarării eficiente a intereselor altor state, mass-media jucând un rol esențial ca prim canal de transmitere a informațiilor diplomatice către un public străin.

Însă proliferarea comunicațiilor și irupția de tehnologii web 2.0 au obligat migrația diplomației publice, în secolul XXI, către *e-diplomație*, plasând astfel diplomația sub semnul vitezei de a comunica și de a obține informație care să îi permită influențarea deciziilor politice.

Parte integrantă a familiei lexicale a diplomației publice, diplomația virtuală, *e-diplomația* sau *cyberdiplomația* antrenează noi modalități de a interacționa cu un public de dimensiuni globale, de a colecta date și informații din mediul ce prezintă interes, de a obține o mai accentuată transparență în maniera de înțelegere a mesajului transmis și chiar de a decortica relațiile interumane stabilite în mediul virtual. (Cull, 2013, p. 123-139)

Având drept punct de plecare celebra sintagmă a lui von Clausewitz conform căreia "războiul este continuarea politicii prin alte mijloace", și *e-diplomația* reprezintă, în realitate, o

continuare a politicii prin mijloace, de această dată, tehnice și, totodată, *smart*, ce implică cetățeanul de rând.

Conștientizând rolul *new media* ca modelator cultural al unui public străin, în ultimii ani, guvernele au apelat la aceasta pentru a disemina puncte de vedere, știri și informații de interes, obținându-se rezultate imediate prin capacitatea de a comunica informații sensibile într-o manieră prietenoasă și directă. De asemenea, mesajul transmis nu mai este condiționat de un editor, publicație sau sediu pentru a comunica, fiind astfel înlăturată posibilitatea ca acesta să fie distorsionat, scos din context sau supus cenzurii.

Versiunea 2.0 conferă diplomației o dimensiune umană, ce depășește cadrul normat al diplomației, fără însă a fi substituite contactele *face-to-face*, ci le poate anticipa și pregăti, permițând diplomatului să se adreseze direct, inclusiv unor lideri considerați *personae non gratae*. Un exemplu, în acest sens, este schimbul de *tweet*-uri dintre John Kerry și omologul său iranian, ce a pregătit întrevederile directe ulterioare derulate în jurul unei mese de discuție și a unei agende de lucru voluminoase.

A gândi diplomația în termenii web 2.0 înseamnă a gândi relațiile diplomatice interstatale în termeni de geopolitică a rețelelor sociale, ecloziunea de tehnologii permițând o anumită democratizare a proceselor de diseminare și de participare la informație. În acest sens, Primăvara Arabă se constituie într-un alt indiciu al reconfigurării relațiilor internaționale.

Astfel, exemplul crizelor virale precum protestele turce sau Primăvara Arabă demonstrează că e-diplomația dispune, în portofoliul său, de instrumente de influențare a publicului-țintă și de gestionare a cunoașterii, determinându-l pe Alain Juillet, fostul șef al Direcției de informații din cadrul DGSE, să afirme:

”Așa ceva nu s-a mai văzut niciodată. Două revoluții arabe gândite și conduse pe Internet, în Tunisia și Egipt. Și nu este decât începutul.” (Gandt de, Tilouine, 15.02.2011)

Diplomația publică și emergența Internetului în Iran, anterior anului 2013

Apariția Internetului a imprimat diplomației publice o direcție novatoare, atrăgând participarea deschisă a cetățenilor pe scena politică, multitudinea de actori și rolul din ce în ce mai intens al opiniei publice obligând comunicatorii să-și regândească strategiile și să inoveze instrumentarul de convingere, tehnologiile moderne de comunicare devenind, în prezent, arme redutabile utilizate în războaiele de influență.

Pe fondul acestei efervescențe a spațiului virtual, Iranul a aderat, fără rezerve, la această formă de diplomație strategică cu intenția de a-și mări influența și de a-și prezerva interesele culturale, inițiativele religioase, acțiunile educative în vederea imprimării unei imagini, în registru pozitiv, în mentalul colectiv global.

Recurgând la o infrastructură impresionantă în materie de audiovizual și Internet, cu scopul vădit de a permite diseminarea valorilor sale, Iranul beneficiază pe deplin de avantajele diplomației publice, încercând să câștige mințile și inimile din afara granițelor țării prin restructurarea website-urilor iranienne, majoritatea creându-și o versiune în limba engleză, prin irupția de publicații a căror existență este exclusiv în mediul online sau prin aportul de informații subsumate promovării Iranului.

Farmecul ofensiv al Iranului în mediul virtual a culminat cu rebranduirea versiunilor online ale mass-mediei iranienne controlate de stat, agenții de știri precum "IRNA"¹, "FARS" sau "MEHR" fiind actualizate de mai multe ori pe zi, cu știri și analize de presă de profunzime, cele mai multe cu versiuni și în alte limbi străine.

¹ Cu scopul declarat de preservare a intereselor naționale iranienne, Agenția oficială de știri "IRNA", ce reprezintă sursa primară de diseminare a informației iranienne, și-a inaugurat, în anul 1997, propriul site de știri, în prezent, acesta fiind disponibil în limbile farsi, arabă, engleză, urdu, turcă, spaniolă.

În acord cu obiectivele de export al valorilor iraniene și de modelare a publicului larg, Iranul a lansat și modernizat website-uri ale unor televiziuni cu adresabilitate externă, al căror conținut este editat într-o paletă diversă de limbi străine, cele mai concludente exemple fiind website-urile: canalului TV "Al-Alam", al cărui conținut se regăsește în limbile farsi, engleză, arabă; canalului TV "Al-Kawthar TV", editat în limbile arabă și farsi; canalului de nișă "ifilm", accesibil în farsi, arabă și engleză; canalului TV "Press TV, în limbile persană și engleză, a cărui misiune oficială rezidă în "a construi punți de înțelegere culturală; canalului tv "Sahar TV" editat în șapte limbi (franceză, engleză, bosniacă, azeră, kurdă, urdu, farsi), misiunea sa asumată fiind "de a facilita orice interacție și schimb cultural între musulmanii din diferite colțuri ale lumii, ce au puncte comune de interes și afinități religioase". (<http://www.sahartv.ir>)

De asemenea, urmând trendul, cotidienele iraniene au exploatat evoluția continuă a mediului virtual, chiar și cele ultraconservatoare precum "Kayhan"² dispunând de varianta electronică.

Astfel, publicațiile iraniene și-au diversificat conținuturile (text, sunet, imagini), dar și tipul de formate de fișiere (pdf, mp3, jpeg, txt, xls, doc, etc), iar varietatea de instrumente de producere a informației (calculatoare, smartphone-uri, camere digitale) a permis internautului iranian să devină un potențial producător și distribuitor de informație, ce poate aduce servicii sau deservicii Iranului.

Pe de altă parte, analizând modelul extern de promovare a imaginii prin intermediul spațiului virtual, lideri proeminenți ai Iranului precum liderul suprem Ali Khamenei, foștii președinți - ayatollahul Akbar Hashemi Rafsanjani și seyyed Mohammad Khatami - sau actualul președinte iranian –

² Considerat cel mai conservator ziar iranian, în interiorul paginilor sale fiind reflectate puncte de vedere ale liderului iranian

Hassan Rouhani și-au creat website-uri proprii în vederea popularizării unor puncte de vedere.

În aceeași direcție de promovare a imaginii unui Iran diferit de cel conturat în mass-media străină, Teheranul tolerează prezența, în mediul virtual, a unui număr semnificativ de bloguri, forumuri, *chat-uri*, conturi și pagini pe rețelele sociale, ce aparțin, deopotrivă, segmentului tânăr și vârstnic, reformist și conservator, moderaților musulmani și fundamentalistilor, o astfel de diversitate fiind încurajată și ca urmare a sesizării capacității Internetului de a distribui influență și chiar putere, Iranul experimentând, mai mult ca oricine, această energie virală, propagată în mediul virtual.

Valul de proteste declanșat, în iunie 2009, în urma victoriei lui Mahmoud Ahmadinejad în funcția de președinte al Iranului a reprezentat un prim semnal legat de capacitatea rețelelor sociale de a coagula societatea civilă în jurul unui mesaj, de a disemina informații despre revendicările proprii și de a mobiliza online comunitatea internațională. Unice surse de informații, "Twitter", "Facebook", "YouTube" sau "Flickr" au înregistrat accesări-record, noul "cetățean - jurnalist", transformat într-o ancoră a Opoziției iraniene în afara granițelor Iranului, dispunând de instrumentarul necesar partajării de mesaje nefiltrate de către jurnaliști iranieni angajați politic, informații în timp real și imagini necenzurate. (<http://uscpublicdiplomacy.org>)

Analiza prezenței masive a susținătorilor "Mișcării verzi" în mediul virtual, organizării acestora pe rețelele sociale, mesajelor de solidaritate din afara granițelor Iranului sau materialelor video denigratoare au dezvăluit un Iran insuficient pregătit în materie de gestionare a resurselor virtuale, abia în acel moment realizând potențialul Internetului de a crea curente de opinie, de a lansa campanii media sau de a mobiliza mase. Drept măsură imediată, liderii de la Teheran au recurs la un control mai riguros al Internetului, prin monitorizarea și colectarea de informații despre cetățenii iranieni activi în mediul virtual și prin dotarea excesivă a celebrei "armate

cibernetice”, însă aceste demersuri nu au redus imboldul iranienilor de a se racorda la lume prin calculator, indiferent de politica oficială a statului.

Ulterior, în pofida tentativelor de a ridica reale bariere virtuale și de a izola populația de noile surse de incertitudine generate de societatea informațională globală, liderii iranieni au mizat pe atributele new media de a comunica direct cu cetățenii, de a obține reacții imediate asupra unor evenimente punctuale, de a preleva informații și chiar de a gestiona relațiile externe cu alte state.

Astfel, alegerile electorale din anul 2013 au debutat virtual, candidații întrecându-se în a fi prezenți în spațiul virtual, inclusiv ultraconservatorul Sa'id Jalili dispunând de un cont pe o rețea de socializare, în timp ce fostul președinte Akbar Hashemi Rafsanjani milita, fără echivoc, în favoarea relaxării restricțiilor existente în mediul cibernetic. La acest apel au răspuns o serie de parlamentari, care au realizat că, în era informării și comunicării, nu mai este nevoie de filtrarea informației.

Fixându-și drept promisiune electorală nodală îmbunătățirea imaginii Iranului la nivel global, Rouhani a mizat pe rețelele sociale ca mijloc viral de propagare a mesajului său, demers justificat, în bună măsură, și de faptul că segmentul tânăr, ce reprezintă aproximativ 65 de procente din populația Iranului, reprezintă o voce importantă în determinarea viitorului țării, acesta rămânând tributار tehnologiei și unui mesaj dinamic, ce poate fi diseminat exclusiv prin intermediul new media.

Noua agendă diplomatică virtuală iraniană

Secolul XXI a debutat, în Iran, cu un număr record de utilizatori ai Internetului, fiind, în prezent, al doilea mare consumator de servicii online din Orientul Mijlociu, segmentul tânăr percepend acest spațiu virtual drept o modalitate facilă de a avea acces la lumea exterioară, de a-și afirma crezul politic, convins fiind că new media oferă acces instantaneu și

accesibil la cunoaștere, iar mesajul său poate fi propagat viral, fără intervenții asupra conținutului.

Plecând de la premisa potrivit căreia Internetul pare să-și fi asumat funcția de sistem nervos central al relațiilor internaționale, în cadrul căruia social media este definitiv plasată în serviciul diplomației, tocmai datorită capacității sale de a interacționa rapid și în timp real și de a fi omniprezentă în viața umanității, leadershipul iranian apreciază, în prezent, mai mult ca oricând, Internetul drept arenă a modernizării unui stat dominat de tineri.

Ascensiunea mult așteptată a unui moderat în fruntea Iranului a adus cu sine schimbări profunde în maniera de afirmare a Iranului pe scena globală, tentativele Teheranului de a construi punți de comunicare directe și nemijlocite cu cetățenii iranieni și nu numai fiind indisociabil legate de instrumentarul web 2.0.

Astfel, dacă la alegerile din anul 2009, autoritățile de la Teheran închideau website-uri, blocau pagini ale rețelelor de socializare și filtrau mesajele Opoziției, în anul 2013, campania electorală a lui Hassan Rouhani a debutat sub sloganul ”moderație și speranță” și al promovării Internetului, mesaj care a devenit un laitmotiv al ieșirilor sale publice ulterioare:

„În timpul campaniei mele electorale, nu am avut o echipă puternică, dar toți susținătorii mei, în special tinerii, foloseau aceste rețele sociale. Încă le folosesc și, de fapt, monitorizează activitatea guvernului. Sunt bucuros că tinerii sunt activi și chiar verifică acțiunile Executivului.”
(<http://www.nbcnews.com>)

Numit ”șeicul-diplomat”, Rouhani a folosit new media pentru a comunica direct cu cetățenii, paginile și conturile sale pe rețelele sociale, create, deopotrivă, în limba persană și engleză, fiind parte integrantă a unei campanii susținute de diplomație publică în încercarea de a proiecta o altă imagine a unui Iran pregătit să intre într-o nouă eră a comunicării.

Însă, în realitate, în pofida cenzurii oficiale aplicate mediului virtual, șarmul ofensiv în mediul virtual al Iranului l-a avut drept protagonist pe ayatollahul Ali Khamenei și nu pe președintele Rouhani. Acesta a debutat, oficial, pe platformele sociale în anul 2010³, în prezent atingând performanța de a deține o pagină oficială pe "Facebook", un cont pe "Twitter", o pagină pe "Instagram" și un website oficial, sofisticat, editat în 13 limbi. Astfel, fragmente din discursurile lui Khamenei, traduse în limba engleză, dublate de imagini și de un fond muzical atractiv, au devenit tweet-uri mobilizatoare de participare la vot.

Însă, prin prezența sa activă pe Internet, liderul suprem recunoaște, intrinsec, capacitatea rețelelor sociale de a coagula masele în jurul unui mesaj, politic sau nu, evenimentele din anul 2009 reflectând forța mobilizatoare a "Facebook"-ului, utilizat pentru organizarea de proteste de stradă, unice ca dimensiune și mesaj de după Revoluția Islamică din anul 1979. Totuși, această avalanșă de conturi face parte din strategia Iranului de a cuceri opinia publică globală și de a statua ideea potrivit căreia Iranul reprezintă un partener deschis inovației și dialogului, aceste intenții politice fiind devoalate în momentul utilizării platformei "Twitter" de către Hassan Rouhani și șeful diplomației iraniene⁴ pentru a felicita poporul evreu cu ocazia "Rosh Hashana", moment ce a marcat un nou tip de a face diplomație de către Iran și de a se angaja într-o nouă formă de comunicare cu state catalogate drept ostile. Or, acest mod de a interacționa și transmite noile direcții de politică externă ale Iranului au avut consecințe inclusiv în plan intern, prin câștigarea unui capital politic fără precedent în rândul segmentului tânăr iranian.

De asemenea, schimbul de replici pe "Twitter"⁵ dintre ministrul iranian de externe și fiica politicianului american

³ data creării contului său de Twitter

⁴ septembrie 2013

⁵ La mesajul de pe Twitter - "Anul Nou ar fi mai dulce dacă voi nu ați mai nega Holocaustul", postat de către Christine Pelosi, șeful diplomației iraniene

Nancy Pelosi reprezintă o dovadă indubitabilă că Iranul s-a debarasat de practicile diplomatice ale anilor trecuți, Internetul devenind un mijloc eficient de comunicare a noilor strategii.

În acord cu intenția de cooptare a propriului popor și chiar a lumii întregi, aproape în timp real, la deciziile istorice de politică externă sunt și tweet-urile, în limba engleză, ale lui Rouhani⁶, ce au urmat apelului telefonic istoric⁷ dintre președintele iranian și cel american.

Toată această agendă diplomatică virtuală indică un nou tip de mobilizare, Mohammad-Ali Najafi, vicepreședintele Iranului, susținând că social media reprezintă ”un instrument utilizat pentru exprimarea convingerilor și pentru devoalarea realității și a adevărului.” (<http://www.dolat.ir>)

Plasându-se pe terenul rețelelor sociale, Rouhani promovează un șarm ofensiv, ce pare să surclaseze Washingtonul în utilizarea *e-diplomației*, atât timp cât se adresează direct cetățenilor lumii, își face ”selfie” în avionul prezidențial, când revine de la New York, sau postează tweet-uri, în timp real, în timpul deplasării sale la Forumul Economic Mondial de la Davos⁸, eveniment perceput drept ”oportunitate pentru ca lumea să vadă o nouă față a Iranului postelectoral”⁹. De asemenea, contul de pe ”Twitter” i-a oferit ocazia lui Rouhani de a transmite celor mai în vogă formatori de opinie¹⁰ sau cofondatorului ”Twitter” un alt tip de mesaj, în care *new media* pare să ocupe un rol esențial în promovarea imaginii unui Iran fără cenzură:

a răspuns printr-un tweet: ”Iranul nu a negat niciodată asta. Omul care considera că trebuie negat a plecat acum”, cu referire la Mahmoud Ahmadinejad.

⁶ Tweet-urile lui Rouhani se refereau la schimbul de replici politicoase de încheiere în limbile engleză și persană (Rouhani a încheiat, în limba engleză, cu ”have a nice day”, iar Obama i-a mulțumit, în limba persană, prin formula ”khodā hāfez”).

⁷ 27.09.2013

⁸ 23.01.2014

⁹ <https://twitter.com/hassanrouhani>

¹⁰ Christiane Amanpour, realizator al CNN

”Toate eforturile mele vizează faptul că populația iraniană va avea, într-o manieră confortabilă, acces la toate informațiile de pe glob și va putea să le acceseze. În prezent, există o paletă foarte largă de platforme sociale la nivel global și cred că toate ființele umane și toate națiunile au dreptul de a le utiliza.”
(<http://amanpour.blogs.cnn.com>)

Acestui demers îndrăzneț i s-au alăturat și alți membri ai Guvernului iranian, Ali Jannati (<http://www.farsnews.com>), ministrul îndrumării islamice, exprimându-se, fără echivoc, în favoarea ”Facebook”-ului și admițând public că deține o pagină oficială, necesară unei mai bune interacțiuni cu alegătorii. De asemenea, și Mahmoud Vaezi, ministrul comunicațiilor și al tehnologiei informațiilor, a mizat pe beneficiile rețelelor sociale, susținând că materialele încărcate sunt, într-o proporție foarte redusă, neconforme cu preceptele islamice, iar Mohammad Javad Zarif, ministrul iranian de externe, Bijan Zanganeh, ministrul petrolului, sau Marzieh Afkham, purtătorul de cuvânt al diplomației iraniene, și-au inaugurat propriile pagini/conturi pe rețelele sociale, încurajați de prezența tot mai activă în mediul online a liderului suprem sau a lui Rouhani.

În acest sens, website-ul nou creat ”[nuclearenergy.ir](http://www.nuclearenergy.ir)”, exclusiv în limba engleză, denotă interesul Teheranului de a furniza cititorilor propria versiune a istoriei programului nuclear iranian. (<http://www.timesofisrael.com>) Acest site, ce se bucură de un concept grafic elegant, de o structură accesibilă și intuitivă, o estetică armonioasă a formelor și o organizare a materialelor în funcție de tematică, are atașate o pagină ”Facebook” și un cont ”Twitter”, pe ambele fiind popularizate subiecte legate de negocierile nucleare.

Or, toată această campanie în mediul virtual pare a fi parte a unei strategii prin care Teheranul încearcă să ajungă la publicul-țintă direct, acesta realizând că un mesaj distorsionat de către un jurnalist zelos, în slujba unei cancelarii occidentale sau a democrației, îi poate aduce grave prejudicii de imagine.

Acest trend lasă să se înțeleagă că Internetul poate fi valorificat în scopuri politice pe termen mediu și lung, acceptul liderului suprem fiind obținut în momentul lansării prezenței acestuia pe rețelele sociale, iar înmulțirea acestor postări indică un Iran renăscut după alegerile din anul 2013, în care tonul este conciliant, sloganuri în limba persană precum ”*marg bar āmrīkā*” (în traducere, ”Moarte Americii”) par să fi dispărut din spațiul virtual, după opt ani de crispare și virulență în declarații, specifice lui Mahmoud Ahmadinejad.

Pe de altă parte, prezența activă pe Internet a noului guvern iranian, declarațiile și mesajele pacifiste diseminate online sunt interpretate, în egală măsură, ca tentative de distragere, cel mai probabil, a atenției de la activitățile nucleare sau de la execuțiile din piețele publice (<http://www.usnews.com>), în condițiile în care, în pofida mesajelor de relaxare a cenzurii din mediul virtual, până în prezent nu s-au înregistrat progrese semnificative, ci, mai mult, Iranul a extins ”filtrarea smart” a Internetului, tradusă prin blocarea conținutului nedorit, fără închiderea definitivă a website-ului/ paginii respective.

Concluzii

Reprezentând ”o voce a celor fără voce” (<http://globalnews.ca>), un mijloc oferit cetățenilor de a fi conectați la informație, de a promova valorile, idealurile și interesele naționale, *e-diplomația* poate aduna adeziuni într-un timp foarte scurt, mesajele oficialilor iranieni, postate în limba engleză, constituindu-se în mărci ale mobilizării diplomatice a Teheranului de a opera schimbări asupra paradigmei comunicării.

Conștientizând astfel că un mesaj percutant, personalizat și chiar angajant aduce beneficii în plan imagologic, Teheranul mizează pe tehnologia 2.0 pentru a stabili relații culturale și pentru a reduce decalajul politic față de Occident, schimbul de idei fiind preferat conflictelor de orice natură.

Analizând, cel mai probabil, exemplul Primăverii Arabe, Iranul realizează că o investiție și o utilizare adecvată a rețelelor sociale se traduc, așa cum istoria a demonstrat, în schimbări pe harta lumii, în care acesta poate fi un actor de prim rang, alături de marile puteri ale lumii, sau unul periferic și izolat de comunitatea internațională.

Totuși, reala provocare pentru societatea iraniană rezidă în maniera în care rețelele sociale vor reuși să se impună ca platformă de comunicare cu lumea exterioară a unor structuri de securitate iraniene precum Gardienii Revoluției Islamice.

BIBLIOGRAFIE

1. Cull, N.J. (2009). Public Diplomacy before Gullion. The Evolution of a Phrase. In Nancy Snow, Phillip M. Taylor. Routledge Handbook of Public Diplomacy. New York, London: Routledge
2. Cull, N.J. (2013). The Long Road to Public Diplomacy 2.0: The Internet in Us Public Diplomacy. *International Studies Review* 15(1)
3. Leonard, M. (2002). Public Diplomacy. London: Foreign Policy Centre
4. Melissen, J. (2005). The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations. Hampshire, New York: Palgrave Macmillan
5. Nye, J.S. Jr. (1990). The misleading metaphor of decline. In *The Atlantic Monthly*, March 1990
6. U.S. Department of State. (1987). Dictionary of International Relations Terms, Washington, D.C.: Department of State Library

Surse online

1. ***”dar bāre-ye šabake-ye sahar” (Despre canalul Sahar). Regăsit la adresa web <http://www.sahartv.ir/fa/390-درباره-شبكة-سحر>

2. ***"Gozārešī az dīdārhā-ye ra'īs-e sāzmān-e mīrās-e farhangī dar āmrīkā" (06.07.1392). Regāsīt la adresa web
<http://www.dolat.ir/NSite/FullStory/News/?Serv=9&Id=231113>
3. *** "Entire Interview: Amanpour/ Rouhani" (25.09.2013). Regāsīt la adresa web
<http://amanpour.blogs.cnn.com/2013/09/25/transcript-amanpour-rouhani-interview/>
4. FARS NEWS AGENCY (24.08.1392). "feysbūk rā gozv mosādīq-e moğremāne nemīdānam/ dar feysbūk 'ozv hastam". Regāsīt la adresa web
<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=1392082400069>
5. Gandt de, O., Tilouine, J. (15.02.2011). "Alec Ross, le stratège geek de la diplomatie américaine". Regāsīt la adresa web
<http://www.lesinrocks.com/2011/02/15/actualite/alec-ross-le-strategie-geek-de-la-diplomatie-americaine-1119995/>
6. Minsky, A. (11.01.2015). "What is 'digital diplomacy'?". Regāsīt la adresa web
<http://globalnews.ca/news/1767239/what-is-digital-diplomacy/>
7. NBC News (21.09.2013). "Full transcript of Ann Curry's interview with Iranian President Hassan Rouhani". Regāsīt la adresa web
http://www.nbcnews.com/id/53069733/ns/world_news-mideast_n_africa/t/full-transcript-ann-currys-interview-iranian-president-hassan-rouhani
8. USC Center on Public Diplomacy. "Green Wave Public Diplomacy and the Iranian Election". Regāsīt la adresa web
http://usepublicdiplomacy.org/pdin_monitor_article/green_wave_public_diplomacy_and_the_iranian_election

9. Zion, I. B. (25.11.2013). "Taking Internet by storm, Iran stages diplomacy blitz". Regăsit la adresa web <http://www.timesofisrael.com/taking-internet-by-storm-iran-stages-diplomacy-blitz/>
10. Risen, T. (30.05.2014). "Iran's Dubious Digital Revolution". Regăsit la adresa web <http://www.usnews.com/news/articles/2014/05/30/hassan-rouhani-youtube-and-irans-dubious-internet-revolution>
11. <https://twitter.com/hassanrouhani>