



فصلنامه علمی پژوهشی

# پژوهش‌های مدرن در روابط بین‌الملل

وزارت عالیته مطالعات بین‌المللی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی  
صلح و روابط بین‌الملل - دانشگاه تهران - اسلامی، تهران ۱۳۹۱

صلح و روابط بین‌الملل

فصلنامه علمی پژوهشی

پنجمین همایش سالیانه انجمن ایرانی روابط بین الملل  
صلح و روابط بین الملل: رویکرد ایرانی - اسلامی  
تهران ۱۱ دی ماه ۱۳۹۱  
سالن همایش های بین المللی مجموعه برج میلاد

**محورها و موضوعات  
الف: مبانی و مفاهیم:**

سابقه مفهوم و ریشه شایستگی صلح بین الملل  
فرهنگ و صلح بین الملل  
اقتصاد جهانی و صلح بین الملل  
حقوق بین الملل و صلح بین الملل  
قدرت های بزرگ و صلح بین الملل

**ب: عوامل و موانع صلح بین الملل:  
دولت و صلح بین الملل**

سازمان های بین المللی و صلح جهانی  
بارونگران غیر دولتی و صلح بین الملل  
انوارهای صلح سازی در نظام بین الملل جهانی شده  
تکنولوژی ارتباطات و صلح بین الملل

**ج: رویکردهای اسلامی - ایرانی صلح:  
اسلام و صلح بین الملل**

فرهنگ ایرانی و صلح بین الملل  
انقلاب اسلامی ایران و صلح جهانی  
تدبیر و ریزان ایرانی و صلح بین الملل  
صلح و سیاست خارجی ج ۱۱

## آفرینش نشان ویژه صلح ایرانی (Pax Irannica) در سیاست خارجی ایران

محسن خلیلی\*

پژوهش‌های  
روابط بین‌الملل

۱۰۴

پژوهش‌های  
روابط بین‌الملل  
پژوهش‌های  
روابط بین‌الملل  
پژوهش‌های  
روابط بین‌الملل  
پژوهش‌های  
روابط بین‌الملل  
پژوهش‌های  
روابط بین‌الملل

چکیده

واژگان صلح رومی (Pax Romana)، صلح انگلیسی (Pax Britannica) و صلح آمریکایی (Pax Americana)، حکایت از وجود نشان‌مندی (Brand) در تاریخ روابط بین‌الملل است. برند یا نشان برتر، امیزهای است از ویژگی‌های پیدا، جهان، و نمادین، در یک نشان تجاری، که اگر به‌سرستی مدیریت شوند ارزش و اعتبار هم‌زمان، به‌طور عمده می‌آورند. کاربرد نشان ویژه (Brand Strategy)، طرحی است با تصویر بزرگ (Big Picture)، چشم‌اندازی روشن

\* دانشیار علوم سیاسی دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران. مقاله در نشریه علمی پژوهشی «پژوهش‌های روابط بین‌الملل» شماره ۱۰۴، زمستان ۱۳۹۵، ص ۱۰۴-۱۲۰.

و شرحی از چگونگی ارتقای مزایای متعادل و مناسب به مشتریان هدف. توسط نام تجاری، مستطوری چیرگی بر بازار بازگشایی نگارنده، تا بهره گیری از واژه‌های تبلیغاتی بر روی بسته‌ها از حالتش واژه‌های مدیریت باورگانی، کوشش خواهد کرد تاگاهی نظارتی به رویه‌های موجود در سیاست خارجی ایران می‌تواند بتواند. دو انگار می‌تواند چنین است که در کش‌گری‌های برآمده از کردارهای تبلیغاتی انقلابی موجود در عرصه‌ی سیاست خارجی، نوعی نشان‌مندی (برند) منفی، در رفتار ایران پدیدار شده است نیز. به نظر می‌آید در سیاست خارجی، کشوری را می‌توان کشورها نامید که بیشترین دست‌یابی را به منابع منفی داشته باشد نگارنده بر این باور است که کژی‌های موجود در سیاست خارجی ایران، بی‌شائبه نشان‌ویژه‌ی دیگری را در سیاست خارجی ایران، نایسته می‌تواند در واقع، سیاست خارجی ایران، می‌بایست برود منفی را کنار بگذارد؛ زیرا، سبب می‌شود همه از سر سنو یا او برآید نگارنده پیش‌پند می‌کند که کردارهای سیاست خارجی ایران، فراتر از رجز‌چینی و انقلابی‌گری و پیش‌تعالی و مخالفت‌جویی و جنگ‌جویی و بلندی‌روزی، که همگی چهاره‌ای منفی از ایران، به نمایش می‌گازند، می‌بایست نشانی دیگری بیابد که در عرصه‌ی ملی‌های شرح ایران‌زمین، پیشه دارد اکنون، هنگام بازگشت به کوشش‌گری‌های فرهنگی غربی‌نویس‌نویس‌نویس است تا هم‌کارانی از سیاست خارجی ایران، به‌همان می‌آید، از لغزش و دوستی و سازش و خدمت‌داری و سنجیدگی و برابری و پیش‌چشم‌پاوری و واژه‌های کلیدی، سطح ایرانی، سیاست خارجی، سیاست خارجی ایران، نشان‌ویژه (برند) نشان‌مندی منفی