

تأملی نظری در مفهوم «دیپلماسی عمومی»^۱

امیرعباس لطفی سرابی^۲

با توسعه‌ی روابط بین‌الملل، مفهوم دیپلماسی نیز هم‌چون اغلب مفاهیم سیاسی و روابط بین‌المللی توسعه یافته و زیرشاخه‌های خاص خود را ایجاد نموده، به نحوی که گاه مفهوم سنتی را متحول نموده و یا با گشودن ابواب جدید، به توسعه‌ی آن مفهوم کمک نموده است. (ظهور مفهوم دیپلماسی عمومی به عنوان زیرشاخه‌ی دیپلماسی، از نمونه مفاهیم تازه و مدرن در عرصه‌ی سیاست است. در نوشتار حاضر، برآنیم تأملی چند در باب مفهوم دیپلماسی عمومی داشته باشیم.

دیپلماسی عمومی یعنی: دیدمان است

مقدمه

با توسعه‌ی جوامع انسانی و ارتباطات، روابط بین‌المللی نیز شاهد ظهور پدیده‌هایی نوین هم‌چون دیپلماسی عمومی می‌باشد. در این باره، سیاست خارجی هر کشوری موظف است با چالش‌ها کنار آمده، به آن‌ها واکنش درست نشان داده و در عین حال به تأمین منافع ملی نایل آید. یکی از چالش‌های مزبور، تغییر اساسی در مفهوم قدرت و برقراری توازن میان قدرت «نرم»^۳ و «سخت»^۴ بوده است. به بیان دیگر، بر اساس تحولات اخیر روش‌های قهرآمیز سنتی که مبتنی بر توان نظامی و اقتصادی کشورها بودند، جای خود را به روش‌های ظریف‌تر دیپلماتیک برای تأثیرگذاری و متقاعدسازی^۵ می‌دهند. این وضعیت، نتیجه‌ی شرایط تازه‌ی بین‌المللی است که مشخصات آن عبارت‌اند از: وابستگی متقابل و

^۱ دیپلماسی عمومی، معادل فارسی واژه‌ی Public Diplomacy است. البته در برخی متون نیز که اغلب انگلیستانی هستند، واژه‌ی Mass Diplomacy به همین معنا به کار رفته است.

^۲ امیرعباس لطفی سرابی، دانشجوی دکتری علوم سیاسی و کارشناس مسائل بین‌المللی است.

^۳ Soft Power.

^۴ Hard Power.

^۵ Diplomatic Arts of Persuasion and Influence.

زائدالوصف کشورها، جهانی شدن فرهنگ، قدرت‌گیری افکار عمومی، انقلاب رسانه‌ای، و جریان رو به رشد فرهنگ، اندیشه و اطلاعات که همگی عبارت‌اند از عوامل و عناصری که به‌طور مستقیم فشار وارده بر دولت‌های ملی را برای ضرورت تجدید ساختار سیاست خارجی و لزوم توجه به دیپلماسی عمومی به عنوان مرجع تازه‌ی تلاش‌های دیپلماتیک، افزایش می‌دهد. محیط نوین بین‌المللی و کوتاهی و شفافیت مرزهای ملی موجب شده که دولت‌ها به‌عنوان بُعد راهبردی دیپلماسی و شرط لازم تحقق اهداف و منافع ملی‌شان، در پی کسب توانایی لازم برای تأمین اطلاعات لازم و تأثیرگذاری بر مخاطبان خارجی باشند. اما هم‌چنان سؤالاتی بسیار پیرامون دیپلماسی عمومی باقی است که باید بدان‌ها پاسخ داد:

دیپلماسی عمومی چگونه موفق به تکمیل دیپلماسی سنتی دولت - دولت می‌شود؟ برقراری ارتباط مستقیم با مخاطب خارجی چه فوایدی دارد؟ آیا دیپلماسی عمومی، محیط بین‌المللی بهتری برای تحقق منافع ملی فراهم می‌آورد؟ آیا دیپلماسی عمومی قادر به تأمین منافع و اهداف سیاسی، اقتصادی و امنیتی است؟ تجربه‌ی موجود و عقیده‌ی صاحب‌نظران و سیاست‌مداران حاکی از آن است که پاسخ به اکثر سؤالات فوق مثبت می‌باشد. لذا برآنیم تا دریابیم که آگاه‌سازی و آموزش مخاطبان خارجی، تا چه حد می‌تواند محیط بین‌المللی را متأثر ساخته و این‌که دیپلماسی عمومی تا چه میزان می‌تواند در تأمین و دستیابی به منافع ملی مؤثر باشد.

دیپلماسی عمومی، دو دست‌آورد عمده دارد که ما نیز این دو دست‌آورد را به‌عنوان محورهای اصلی بحث، مورد بررسی قرار می‌دهیم:

- تأمین منافع دولت‌ها در صحنه‌ی بین‌المللی،
- تحقق جهانی امن، خوشبخت و به لحاظ ایدئولوژیک، دوستانه‌تر.

الف) منافع دولت‌ها در صحنه‌ی بین‌المللی

دیپلماسی عمومی در تأمین منافع دولت‌ها در صحنه‌ی بین‌المللی، سه دست‌آورد فرعی دارد: (۱) برقراری ارتباط با سایر ملت‌ها بر مبنای اطمینان و

هم‌دلی (۲) تأمین واسطه‌ای برای ارتباط بین‌المللی و (۳) مقدمه‌ای برای نیل به منافع ملی.

ایجاد جو اعتماد^۱ (اعتمادسازی)

دولت‌ها، اطلاعات و ارزش‌های فرهنگی خود را در سطح دنیا، اشاعه و انتشار می‌دهند و معتقدند که این عمل در راستای تأمین و پیشبرد منافع ملی‌شان است. سال‌ها پیش کارل دویچ^۲ گفت: «منافع هر دولت در وهله‌ی نخست، به‌طور مستقیم به سیاست تبلیغاتی و اشاعه‌ی ایدئولوژی آن دولت در سطح کشورهای خارجی و در مرتبه‌ی بعدی، به سیاست‌های حمایتی آن دولت از مبادلات علمی و فرهنگی متناسب با بخش نخست ارتباط دارد.»

علت اصلی این‌که تأمین اطلاعات برای رسانه‌ها و برنامه‌های تبلیغات فرهنگی، بخشی عمده از فعالیت‌های سیاست خارجی در کشورهای پیشرفته را به خود اختصاص داده، این است که به نظر می‌رسد این‌گونه فعالیت‌ها، وسیله‌ای مناسب برای اعتمادسازی و تفاهم با سایر کشورهاست.

متعلق یادشده در سراسر دنیا صادق است و کشورها در هر گوشه‌ای از جهان، بیش از پیش برای اعتمادسازی، تفاهم و ارتباطی دوستانه و صلح‌آمیز با کشورها و جوامع خارجی، به دیپلماسی عمومی و رسانه‌ها وابسته می‌شوند. همان‌گونه که ویلفرد لاریه^۳ بیان نموده، «تنها راه دفاع از اصول و عقاید یک نفر، انتشار و آگاه‌سازی دیگران از آن‌ها می‌باشد.» بنابراین بسیاری از کشورها اکنون سرمایه‌گذاری عمده‌ای برای معرفی و نشر ارزش‌ها و هنجارهای ملی خود انجام می‌دهند. درک مشترک، حسن‌نیت و هم‌گرایی، به عنوان عناصر لازم و ضروری برای برقراری ارتباط میان کشورها و به عنوان مبنای دیپلماسی عمومی به شمار می‌روند. یکی از انگاره‌های اولیه‌ی سیاسی برخی کشورهای قدرتمند، آموزش

^۱ Atmosphere of Trust.

^۲ Karl Deutch.

^۳ Wilfrid Laurier.

هنجارها و ارزش‌ها به مردم جوامع در حال گذار می‌باشد. بر این اساس، دیپلمات‌های این کشورها، تماس‌ها و گفتگوهای عمده را حول محور فرهنگ و لینتولوژی، سازمان‌دهی و برنامه‌ریزی می‌کنند. به عقیده یوشکا فیشر، وزیر خارجه‌ی سابق آلمان، برقراری رابطه‌ی فرهنگی با مردم کشورهای خارجی، «یکی از وظایف بسیار مهمی است که سیاست خارجی تماماً بدان اختصاص دارد.» به عقیده‌ی ناظران، رفتار سیاسی ایران نیز حاکی از آن است که تهران نیز دریافته که توفیقش در گرو دیپلماسی عمومی فعال و محیا نمودن زمینه‌های لازم برای تفاهم و توافق با جهان خارج است. باید توجه داشت که انجام تبلیغات و آشناسازی مردم و جوامع خارجی با فرهنگ کشور خود، زمینه‌ی لازم برای درک و شکل‌گیری روابط دوستانه را محیا می‌سازد. به طور کلی، تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران عرصه‌ی خارجی، همکاری‌های فرهنگی، علمی و اطلاعاتی را به منزله‌ی اهرمی راهبردی در جهت تثبیت وجهه ملی، آرایه تصویری مثبت در خارج از کشور و ایجاد مبانی مناسب برای روابطی پایدار و عمیق با کشورهای دیگر می‌دانند.

برقراری ارتباط با «افراد کلیدی»^۱ و زمینه‌سازی یک ارتباط

دیپلماسی عمومی از طریق کار بر روی افکار عمومی، نخبگان فکری و افراد کلیدی، دولت‌ها را قادر می‌سازد تا دولت‌ها و کشورهای دیگر را کم و بیش مستقیم تحت‌تأثیر قرار دهند. مدت‌ها پیش از ظهور و توسعه‌ی وسایل و ادوات ارتباطاتی مدرن امروزی، هانس مورگنتا^۲ به ظرفیت موجود در این شکل از دیپلماسی اشاره نموده بود که «هدف آن نه فتح سرزمین‌ها و یا اعمال کنترل بر معیشت اقتصادی، بلکه فتح، غلبه و کنترل ذهن شهروندان می‌باشد.» راهبرد دیپلماسی عمومی دست‌آوردهایی متعددی دربرخواهد داشت که برخی از آنها عبارت‌اند از: افزایش آشنایی مردم با کشور مورد نظر، ستایش کشور مزبور از

طریق ایجاد حسن نظر و القاء باورها و دیدگاه‌ها به مردم، و نهایتاً با تشویق و وادار نمودن آن‌ها برای پرداختن به آن کشور (خرید کالاهای آن، درک فرهنگ و آداب آن و تبعیت از هنجارهایش).

کار بر روی افکار عمومی مردم کشورهای خارجی برای القاء دیدگاه و تصویر مشابهی از جهان به عنوان روشی غیرمستقیم برای اعمال فشار بر حکومت‌های آن‌ها از سوی بسیاری از دولت‌های خارجی مورد استفاده قرار می‌گیرد. به بیان دیگر، دیپلماسی عمومی، یک کشور را قادر می‌سازد تا ضمن تأمین رضایت کشور دیگر، خواست بخشی عمده از مردم آن کشور را به سود خود تغییر دهد. یک صاحب‌نظر کانادایی در این باره عنوان نموده: «اگر احساس شود دولت هدف در برابر خواست و سیاست مورد نظر مقاومت می‌کند، آن‌گاه دولت خارجی به منظور تغییر سیاست موجود، با توسل به دیپلماسی عمومی دست به اتحاد تازه با گروه‌های مردمی خواهد زد.» سیاست‌گذاران ایالات متحده عقیده دارند به‌منظور ایجاد درکی بهتر از آمریکا، تبادلات فرهنگی به عنوان راهبرد اصلی ایالات متحده برای خلق گروه‌هایی از رهبران فکری در حوزه‌ها و زیرساخت‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشورهای دیگر باید مورد توجه قرار گیرد. در این خصوص، افراد کلیدی، متنفذین، مقامات رسمی، رهبران فکری و نخبگان حوزه‌های مختلف، هدف اصلی سیاست و راهبرد دیپلماسی عمومی محسوب می‌شوند که البته ابتکارات و برنامه‌هایی خاص برای جذب و تأثیرگذاری بر این دسته از افراد اجتماع، باید طراحی و تنظیم شود. مسلماً مطالب فوق مشخص می‌سازد که چرا در قرن بیست و یکم، برقراری ارتباط مستقیم با مخاطبان خارجی، مردم و گروه‌های اجتماعی به طرز زایدالوصفی مورد توجه تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران قرار گرفته و به عنوان یکی از اصلی‌ترین وظایف سیاست خارجی درج شده است.

دیپلماسی عمومی از طریق برقراری روابط مستقیم بر اطمینان و هم‌دلی، امکان ایجاد رابطه‌ی دیپلماتیک را فراهم نموده و هم‌چنین کشور مزبور را از موقعیت بهتر بین‌المللی برخوردار می‌سازد. یک کشور از طریق جذب افکار عمومی

^۱ Key Peoples.

^۲ Hans Morgentau.

جهانیان و برقراری ارتباط احساسی و عاطفی با مردم کشورهای خارجی، بهتر می‌تواند به منافع ملی خود دست یابد. دیپلماسی عمومی نمی‌تواند کشورهای دیگر را وادار به انجام عملی نماید، «اما دیپلماسی عمومی می‌تواند شرایط و محیط را به نحوی تغییر داده و یا تحت تأثیر قرار دهد که بحث لازم برای شکل‌گیری نتیجه‌ی مورد نظر درگیرد.» مطالب ذکر شده مشخص می‌کند که چرا مردم‌شناس شهیر بلژیکی، کنستانتین فن بارلوون^۱ «گفتگوی بین فرهنگ‌ها را مسأله‌ی حیاتی جهان سیاست در آینده» عنوان نموده است.

امروزه تمام صاحب‌نظران سیاست خارجی در سراسر جهان پذیرفته‌اند که دیپلماسی عمومی، زمینه‌ی لازم را برای انجام اقدامات سیاسی و کنترل نتایج مآلورها و اقدامات سیاسی مشابه فراهم می‌سازد. در این خصوص، ایالات متحده از دیپلماسی عمومی انتظار دارد زمینه‌ی فهم بهتر دیگران از ارزش‌ها و نرم‌های مورد نظر آمریکا را فراهم آورد؛ بنابراین «وظیفه‌ی دیپلماسی عمومی، زمینه‌سازی برای شکل‌گیری مبانی معرفتی لازم در خارج از کشور برای ایجاد اجماع پیرامون ارزش‌ها و هنجارهای موردنظر می‌باشد» بر این اساس، وظیفه‌ی وزارت امور خارجه به وجود آوردن تفاهم و هم‌فکری لازم در خارج از کشور به عنوان بستر و مبنایی برای تعقیب سیاست‌ها، تصمیمات، اقدامات، اهداف و منافع کشور در محیط بین‌المللی و خارج از کشور می‌باشد. در ۱۵ مارس ۲۰۰۲ در بحث بر ضرورت اصلاح دیپلماسی در کنگره‌ی ایالات متحده، بر این نکته تأکید شد که «دیپلماسی عمومی شامل مجموعه اقداماتی سازمان‌دهی شده برای ارتباط با ملت‌ها و نه حکومت‌ها است که هدف آن تبدیل جهان به محیطی ایمن‌تر برای کشور عامل (ایالات متحده) است.» لذا بخش عمده‌ای از توفیق هر کشور در صحنه‌ی بین‌المللی و حوزه‌ی سیاست خارجی، بستگی به موفقیت آن در معرفی، نمایش و تظاهر ارزش‌ها و هنجارهای مورد قبول و مورد نظرش در سطح بین‌المللی و جهانی دارد. به عقیده‌ی قدرت‌های بزرگ، دیپلماسی عمومی ابزار اصلی «قدرت نرم» است و می‌رود تا در قرن بیست و یکم، جایگاهی عمده در

عرصه‌ی روابط بین‌المللی به خود اختصاص دهد. دیپلماسی عمومی، مبنای اصلی برای مقبولیت و اعتبار یک کشور در سطح بین‌المللی و درک مردم جهان از اقدامات آن کشور را فراهم می‌نماید.

دیپلماسی نرم برای اهداف سخت^۱

کارکرد و عملکرد دیپلماسی عمومی از این قرار است: «دیپلماسی عمومی عملاً از طریق افزایش مخاطبان یک کشور در خارج از کشور و محیا ساختن بستر و مبنای لازم برای اقدامات آن کشور در محیط بین‌المللی، به پیشبرد و تأمین منافع ملی و راهبردی کشور در خارج از کشور کمک می‌نماید.» اکنون کشورهای جهان به این عقیده رسیده‌اند که این قدرت نرم (دیپلماسی عمومی) زمینه‌ساز دستیابی کشورها به اهداف سخت در صحنه‌ی سیاست خارجی است.

در قرن بیست و یکم و در عصر توسعه‌ی اطلاعات، دیپلماسی عمومی به عنصر و جزئی راهبردی و غیرقابل اجتناب در سیاست خارجی کشورها تبدیل شده است. دیپلماسی عمومی از سه طریق به پیشبرد منافع ملی کشورها در عرصه‌ی سیاست خارجی کمک می‌کند: «آموزش، آگاه‌سازی و تأثیرگذاری بر مخاطبان خارجی»^۲ بر این اساس، یکی از وظایف دستگاه سیاست خارجی (ایجاد فضای تفاهم و اعتماد و اطمینان در صحنه روابط دو، چندجانبه و بین‌المللی و در تمامی سطوح می‌باشد. یکی از ابعاد منحصر به فرد دیپلماسی عمومی این است که اهداف تعریف شده در زمینه‌ی دیپلماسی عمومی، دارای زمان تعریف‌شده نمی‌باشند بلکه محدوده‌ی زمانی آن‌ها باز و نامحدود است.

در دنیای امروز، سایر بازیگران بین‌المللی هر روز بیش از پیش درمی‌یابند که دیپلماسی عمومی دارای ظرفیت لازم برای تقویت موقعیت آن‌ها در جامعه‌ی بین‌المللی و تأمین مبنای لازم برای دستیابی به منافع‌شان می‌باشد.

^۱ A Soft Diplomacy for Hard Goals.

^۲ Educating, Informing and Influencing Foreign Audiences.

^۱ Constantin von Barloewen.

بررسی سلسله مراتب قدرت، حکایت از اهمیت روزافزون دیپلماسی عمومی برای قدرتهای درجه ۲ و متوسط دارد. از آنجاکه این دسته از کشورها در وضعیت فعلی یارای رویارویی و رقابت با قدرت سخت آمریکا را ندارند، این دسته از کشورها به نحوی روزافزون برای دستیابی به اهداف، تأمین منافع ملی و دستیابی به موقعیتی کلیدی و برتر در نظام بین الملل به دیپلماسی عمومی وابسته شده اند.

اشاعه و نشر ارزش ها و هنجارهای ملی به عنوان یکی از محورهای اصلی دیپلماسی عمومی، نه تنها در سطح سیاست خارجی به توفیق کشور در نظام بین المللی می انجامد، بلکه در سطح سیاست داخلی نیز به تقویت قوام و انسجام اجتماعی - سیاسی و هویت ملی کشور، منجر خواهد شد.

کارکرد دیپلماسی عمومی

اساسا کارکرد دیپلماسی عمومی بدین گونه است که توسعه و صدور ارزش ها و هنجارهای ملی کشور، موجب جذب گروه های مردمی و افراد کلیدی در خارج از کشور می شود. بر این اساس، به تدریج درک و تفاهم بهتری از کشور مزبور در نزد گروه های مردمی شکل خواهد گرفت، که در نتیجه ی تأثیرگذاری آن کشور افزایش خواهد یافت؛ این تأثیرگذاری، خود زمینه ساز کسب موقعیت برتر در صحنه ی بین المللی و تأمین اهداف و منافع ملی خواهد بود.

مایکل باتلر^۱ از مقامات ارشد وزارت امور خارجه انگلیس، در خصوص دیپلماسی عمومی می گوید: «هدف دیپلماسی عمومی، تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشورهای هدف برای زمینه سازی و تسهیل در روند دستیابی به منافع می باشد.» بنابراین دیپلماسی عمومی را باید قطعه و جزء لاینفکی از سیاست خارجی دانست. راهکار اصلی دیپلماسی عمومی در خدمت به اهداف سیاست خارجی و کسب منافع ملی، اعتماد سازی و ایجاد تفاهم میان گروه های اجتماعی کشور هدف، با کشور عامل می باشد. از این طریق، کشور عامل، رفته رفته به

متحدین، شرکاء و دوستانی در میان اقشار کشور هدف، دست خواهد یافت. این همان چیزی است که از آن با عنوان «متحدین خاموش»^۱ یاد می شود.

این چنین است که می توان بهتر به اهمیت و حساسیت دیپلماسی عمومی پی برد و دانست که چگونه این ابزار نرم، می تواند در خدمت و برای دستیابی به اهداف سخت، مورد استفاده قرار گیرد.

بنابراین صاحب نظران سیاسی معتقدند دیپلماسی عمومی کانالی است که مسایل و موارد «سخت» و «نرم» در سیاست، همزمان از مجرای آن تأمین و دنبال می شوند. بسیاری از کشورها، اکنون بر این باورند که با بهره گیری از دیپلماسی عمومی قادر خواهند بود موقعیت خود را در عرصه ی بین المللی تثبیت نموده و تأثیرگذاری خود را تا حدی که در حالت عادی امکان آن فراهم نبوده، افزایش دهند.

نشر و اشاعه ی ارزش ها و هنجارهای ملی در خارج از کشور

کسب موقعیت بهتر در صحنه ی بین المللی و توفیق در تأمین منافع ملی

اعتماد سازی و ایجاد تفاهم و درک بهتر میان گروه های مردمی کشور هدف با کشور عامل

آشناسازی گروه های اجتماعی با هنجارها، ارزش ها و پیام کشور عامل

جذب گروه های مختلف اجتماعی، افراد کلیدی و تأثیرگذار و تصمیم گران

افزایش تأثیرگذاری کشور عامل

نمودار کارکرد دیپلماسی عمومی در تأمین منافع ملی

چنان که عنوان شد، دیپلماسی عمومی دارای دو دست آورد عمده است. دست آورد نخست که تا بدین جا به آن اشاره شد، متوجه واحدهای سیاسی یعنی برای تأمین منافع دولت‌ها در محیط بین‌المللی بود که در سه محور آن را مورد بحث و بررسی قرار دادیم. دست آورد دوم، جهانی و در راستای تحقق محیطی امن، خوشبخت و به لحاظ ایدئولوژیک، دوستانه‌تر است.

ب) تحقق جهانی امن‌تر، خوشبخت‌تر و به لحاظ ایدئولوژیک، دوستانه‌تر
(۱) دیپلماسی عمومی و امنیت پیشگیری‌کننده (۲) تقویت نفوذ و تأثیر

سیاسی.

نقش (دیپلماسی عمومی) در تأمین امنیت - منافع ملی چشم‌انداز است
دیپلماسی عمومی و امنیت پیشگیری‌کننده

دیپلماسی عمومی، تأمین‌کننده‌ی گستره‌ی وسیعی از منافع گوناگون است و این منافع، همه به یکدیگر مرتبط می‌باشند، اما با این حال، نقش دیپلماسی عمومی در تأمین امنیت و منافع امنیتی بسیار چشمگیر و بارز می‌باشد. به طور سنتی، دفاع و امنیت با توان نظامی و شکل سخت و خشن قدرت در ارتباط است و از طریق آن تأمین می‌شود. اما در عصر ارتباطات، با بروز وابستگی و به هم بستگی جوامع، ملت‌ها و دولت‌ها سخت و یا اساساً غیرممکن است که کشورها برای تأمین و افزایش امنیت خود، از نیروی نظامی استفاده کنند (در شرایط تازه، مفهوم «سیاست‌گذاری امنیتی»^۱ دامنه‌ای بیشتر از تعریف سنتی و کلاسیک را به خود اختصاص داده و عوامل غیرنظامی مانند ملاحظات اجتماعی، فرهنگی و ارتباطات را نیز دربرمی‌گیرد. در میان عوامل مزبور، بیش از همه انقلاب رسانه‌ای و نقش فزاینده‌ی افکار عمومی موجب بروز تعاریف و کارکردهای متنوعی از مفهوم سیاست‌گذاری شده و آن را متحول نموده‌اند) «فرهنگ، اطلاعات و ارتباطات، عناصر راهبردی این حوزه هستند» و به عقیده‌ی اندیشمندان «مؤلفه‌های اساسی

سیاست‌گذاری امنیتی به شمار می‌روند.» لذا در شرایط کنونی، امکانات، فن‌آوری و ادوات ارتباطاتی و اطلاعاتی اهمیت بسیار یافته و هم‌عرض قدرت سیاسی، نظامی و اقتصادی در تأمین امنیت ملی، مهم تلقی می‌شوند.

آمریکا با بهره‌گیری از موقعیت برترش در زمینه‌ی فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات، موفق به برپایی «چتر جهانی فرهنگی»^۱ شده که به لحاظ راهبردی برای امنیت ایالات متحده، بسیار مهم تلقی می‌شود. همان‌گونه که جوزف نای^۲ عنوان می‌کند، ویژگی‌های خاص عصر ارتباطات موجب تنوع دیپلماسی فرهنگی آمریکا شده و او را قادر ساخته تا با برخورداری از ظرفیت‌های تازه و ایجاد شده، پیوندهای عاطفی و احساسی خود را با مردم کشورهای خارجی تقویت کرده و از همراهی متحدینی موقت و فوری برخوردار شود. بنابراین باید دانست «در عصر ارتباطات، نفوذ و تأثیرگذاری دیپلماتیک و قدرت نظامی از آن کشورهایی است که قادرند حجم اطلاعات قابل‌توجهی را در راستای منافع‌شان منتشر کرده و از این طریق، به نحوی مؤثر فشار عمومی را بر رهبران سایر کشورها وارد نمایند.»^۳ اساساً آنچه در این‌جا اهمیت دارد و مبنای اقتدار و رقابت نوین در صحنه‌ی بین‌المللی را بازتعریف می‌کند، حساسیت و اهمیت روزافزون «رهبری فرهنگی»^۴ و «فضای اندیشه‌ی جهانی»^۵ و تلاش مدعیان پیام و نه فقط قدرت‌های بزرگ در این عرصه رقابت نوین است.

۸ تقویت نفوذ و تأثیرگذاری سیاسی

یکی از منافع دیپلماسی عمومی، افزایش نفوذ سیاسی و ایدئولوژیک یک کشور از طریق توسعه‌ی صادرات فرهنگ سیاسی آن می‌باشد. در این عرصه، بنابر قول برژینسکی کشوری که دارای «پیام»^۶ و سخن در عرصه‌ی بین‌المللی است،

^۱ Global Cultural Umbrella.

^۲ Joseph Nye.

^۳ Cultural Leadership.

^۴ Global Mind Space.

^۵ Message.

^۱ Security Policy.

دیگران را مخاطب خود می‌گرداند و سرانجام تفوق می‌یابد/برد و «پیروزی بدون خون‌ریزی» از مزایای دیپلماسی عمومی است. گرچه دیپلماسی عمومی را مفهومی نوین می‌دانند، اما در جای‌جای تاریخ شاهد بوده‌ایم که کشورهای قدرتمند با اشاعه و ترویج ایدئولوژی، ارزش‌ها و هنجارهای خود، درصدد صدور پیام و فرهنگ خود و مآلا کسب برتری بوده‌اند؛ از ارزش‌های یونان قدیم تا مطالب مندرج در قانون اساسی آمریکا و صدور پیام انقلاب اسلامی ایران.

در چنین شرایطی، دستگاه سیاست خارجی موظف است تا از طریق مخاطب قرار دادن مردم و اساسا مخاطبان غیردولتی (دیپلماسی عمومی) نسبت به بسط و گسترش هنجارها، ارزش‌ها و نهایتا سیستم سیاسی مورد نظر خود در سطح جامعه بین‌المللی اقدام نماید. لذا هم‌اکنون دیپلماسی عمومی، محور فعالیت دستگاه سیاست خارجی بسیاری از کشورها قرار گرفته تا از طریق آن به بسط هنجارها و ارزش‌های موردنظر خود و کسب و تأمین منافع ملی نایل آیند. این چنین است که یکی از اهداف عمده دیپلماسی عمومی ایالات متحده، جمع‌آوری و یک‌پارچه‌سازی سایر ملت‌ها و دولت‌ها تحت ارزش‌ها و هنجارهای آمریکایی است. در برنامه‌ی استراتژیک وزارت امور خارجه آمریکا قید شده که دیپلماسی عمومی از طریق بسط و توسعه لیبرال دموکراسی «نه تنها به توسعه ارزش‌های بنیادین ایالات متحده نایل می‌شود، بلکه به ایجاد جهانی امن‌تر و خوشبخت‌تر که در آن آمریکا موفق به پیشبرد منافع خود می‌شود، کمک می‌کند».

مطمئنا تفوق آمریکا و تلاش این کشور برای بسط و انتشار ارزش‌های آمریکایی و آنچه از آن با عنوان «هنجارهای دموکراتیک» یاد می‌کند، از طریق دیپلماسی عمومی و هدف قراردادن توده‌ها و ملت‌ها امکان‌پذیر است. اهمیت گفتگو با ملت‌ها در عصر حاضر و در استراتژی خارجی نوین آمریکا تا بدان حد است که هنری جی. هاید^۱ از ملت‌ها با عنوان «متحدین خاموش آمریکا»^۲ یاد می‌کند.

در این باره، اهداف ایالات متحده عبارت‌اند از: «تسریع فرآیند دموکراتیزه‌شدن در کشورهای غیرلیبرال از طریق ارتباط با مردم آن‌ها و تزریق آراء و ایدئولوژی لیبرال آمریکایی.» با توجه به اهمیت توجه به ارزش‌ها و حقوق دموکراتیک در راهبرد مزبور، می‌توان نام آن را «دیپلماسی حقوق دموکراتیک»^۱ نامید.

در این راستا، وزارت امور خارجه‌ی آمریکا از ابزارهایی گوناگون چون مجامع و گردهمایی‌های بین‌المللی، تبادلات فرهنگی و اطلاعاتی برای ظهور و پیدایش یک جامعه‌ی مدنی دموکراتیک - از «پایین به بالا»^۲ - سود می‌جوید. البته در راهبرد مزبور وزارت خارجه، هم‌چنین به پیشبرد توسعه و ایجاد ساختار سیاسی دموکراتیک از «بالا به پایین»^۳ نیز کمک می‌کند. ارزش‌ها و هنجارهای مورد نظر که برای توسعه‌ی هم‌زمان جامعه‌ی مدنی و سیاسی باید مورد توجه و احترام قرار گیرند، عبارت‌اند از: حقوق بشر، حکومت قانون، ضروریات آزادی، آزادی آراء و عقاید، آزادی مطبوعات و رسانه‌ها و آزادی انتشار عقاید و نظریات.

آمریکا با تکیه بر سلطه‌ی رسانه‌ای و کنترل شاهره‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی جهان، توانسته به بخشی مهم از اهداف خود دست یافته و قسمت عمده‌ای از افکار عمومی مردم جهان را در جهت اهداف و منافع خود هدایت کند. ضمن آن‌که این رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی آمریکایی و غربی نیز بخش مهمی از خوراک اطلاعاتی مردم را تأمین نموده و در مواردی شاید تنها منبع تأمین اخبار برای مردم جهان باشند.

دیدگاه اروپایی‌ها درباره‌ی جهان آمریکایی

باید افزود راهبرد فوق (دیپلماسی دموکراسی) از سوی بسیاری از کشورهای غربی و متحدین آمریکا مورد حمایت و تأیید قرار گرفته است. در این خصوص سیلیویو برلوسکونی، نخست‌وزیر ایتالیا معتقد است که در جهان

^۱ Democratic Rights Diplomacy.

^۲ From the Bottom Up.

^۳ From the Top Down.

^۱ Henry J. Hyde.

^۲ American Silent Allies.

امروز، مگر در موارد بسیار خاص، دموکراسی، توسط قدرت سخت، یعنی فشار نظامی و اقتصادی ایجاد نمی‌شود، بلکه با به‌کارگیری قدرت نرم یعنی فرهنگ، اطلاعات، ارتباطات و آموزش و آگاه‌سازی مردم در جوامع در حال گذار است که این جوامع، آمادگی لازم برای تبدیل به دموکراسی‌های نوظهور را می‌یابند.

در این خصوص، ذکر این نکته، دیگر باره ضروری است که گرچه دموکراسی و ارزش‌های دموکراتیک مفاهیمی جهانی‌اند، اما هر یک از کشورهایی که در راهبرد خود توسعه‌ی آن را قید می‌کنند، مطمئناً از منظر خود و با تأکید بر ارزش‌های ملی به انتشار و صدور این ارزش‌ها اقدام می‌کنند. به‌طور مشخص آمریکا منادی لیبرال دموکراسی آمریکایی است. حال آن‌که در دموکراسی اروپایی، مظاهر سوسیال دموکراسی متظاهرتر است.

به بیان بهتر، دموکراسی نه تنها مفهوم و هنجاری جهانی، بین‌المللی و فرامرزی است، بلکه ابزاری ایدئولوژیک است که دولت‌ها با توسل و به‌کارگیری آن، به توسعه و بسط نفوذ خود در بین سایر ملت‌ها و جوامع می‌پردازند. در این باره، باید یادآور شد که آمریکا سعی دارد برداشت و نسخه‌ی خود از دموکراسی جهانی را با عنوان لیبرال دموکراسی به عنوان الگویی برتر به جهانیان ارائه کند تا هم‌چنان به عنوان قدرتی برتر در صحنه‌ی جهانی و دیپلماسی چندجانبه باقی بماند. همان‌طور که ذکر شد، به عنوان نمونه، دموکراسی اروپایی و در رأس آن، مدل فرانسوی سوسیال دموکراسی مدعی است که با مدل لیبرال دموکراسی آمریکا کاملاً متفاوت است و می‌تواند مبانی اخلاقی کاملاً مناسبی برای جامعه‌ی بین‌المللی به ارمغان آورد. در این خصوص، کشورهای دیگر نیز مدعی مدل‌های کاملاً تازه از دموکراسی و مردم‌سالاری هستند و بر این اساس می‌گویند که پیامی متفاوت برای دیپلماسی عمومی و مخاطبان خارجی عرضه می‌کنند؛ کانادا با تلفیق حکومتی فدرال و جامعه‌ی چندفرهنگی و لیبرال، ترکیه با عرضه‌ی مدل دموکراسی کمال‌آتاتورک و جمهوری اسلامی ایران با مردم‌سالاری دینی.

مطالعه‌ی موردی کارکرد دیپلماسی عمومی (وزارت امور خارجه‌ی آمریکا) با عنایت به نقش و جایگاه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم دیپلماسی عمومی، کشورهای بزرگ در دوره‌ی اخیر سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در زمینه‌ی فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی انجام داده‌اند. از نمونه‌های عملی کاربرد رسانه‌ها و به‌خصوص پایگاه‌های خبری اینترنتی، می‌توان به کاربرد این قبیل رسانه‌ها در انقلاب نارنجی اوکراین و حرکت‌های مشابه آن در سایر کشورهای جهان اشاره نمود. این اقدام، آزمایشی بزرگ در زمینه‌ی سنجش و ارزیابی کاربرد رسانه برای تأثیرگذاری بر افکار و احساسات عمومی بود و نتایجی بااهمیت در اختیار دولت‌ها و کشورها قرار داد.

دیپلماسی عمومی در وزارت امور خارجه‌ی آمریکا این‌گونه تعریف می‌شود: «به‌کارگیری فن‌آوری اطلاعات و یک‌پارچگی منابع داخلی به منظور انجام هر چه بهتر سیاست خارجی کشور.» به بیان دیگر، دیپلماسی عمومی عبارت است از به‌کارگیری تمامی منابع و مجاری رسمی و غیررسمی، از جمله رسانه‌ها در خدمت سیاست خارجی.

بر این اساس، از سال ۲۰۰۲ بخش مربوطه در وزارت امور خارجه‌ی آمریکا شروع به کار کرد و سه وظیفه‌ی عمده را برعهده گرفت:

۱. درگیر ساختن دیپلمات‌های وزارت خارجه در فرآیند تصمیم‌گیری مبتنی بر فن‌آوری اطلاعات؛

۲. ارتقاء شیوه‌های ارتباط در داخل و خارج از کشور؛

۳. ارتقاء سیستم مدیریت اطلاعات.

بخش پیش‌گفته، ضمن استفاده و به‌کارگیری گروهی از کارشناسان متخصص و با تجربه، از خدمات طرف‌های قرارداد و بخش‌های خصوصی نیز به اقتضای پروژه‌های خاص استفاده می‌کند. هدف کلی دیپلماسی عمومی عبارت است از «تقویت و برخورداری از یک سیاست خارجی مقتدر».

وزارت امور خارجه‌ی آمریکا، به منظور ارتقاء فرایند تصمیم‌گیری و اجرا در عرصه‌ی سیاست خارجی، برنامه‌ی راهبردی خود برای دوره‌ی زمانی ۲۰۰۶ تا

۲۰۱۰ را با محورهای زیر تدوین نموده است: (۱) تأمین اطلاعات درست (۲) مرتبط ساختن دیپلمات‌ها در هر زمان و مکان (۳) هماهنگ‌سازی شرکا و همکاران خارجی (۴) برقراری مدیریت بی‌خطر و مؤثر اطلاعاتی (۵) تربیت و ایجاد گروه‌های متخصص فن‌آوری اطلاعات به منظور کار در محل‌های مأموریت در خارج از کشور.

نهایتاً آن‌که: دیپلماسی عمومی مفهوم سنتی روابط خارجی و دیپلماسی را دستخوش تحول نموده و متضمن مکانیسم‌هایی جدی‌تر در زمینه تأثیرگذاری بر افکار عمومی، ارتباطات، مدیریت، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و اطلاعات می‌باشد.

نتیجه‌گیری

بر اساس رخدادها و اتفاقات سال‌های آخر قرن بیستم و اوّل آستانه قرن بیست و یکم، سیاستمداران و رهبران جهان دریافته‌اند که دیپلماسی عمومی می‌تواند استراتژی بهتری را برای آنها در صحنه روابط خارجی به ارمغان بیاورد. بر این اساس فرهنگ فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات ابزارهای ضروری هستند برای اتخاذ موقعیت بهتر و ممتازتر در روابط بین‌المللی و (دست‌یابی به حداکثر منافع ملی). تحولات اخیر در صحنه جهانی، مسایل و فرصت‌هایی بسیاری مانند فن‌آوری‌های نو، توسعه ارتباطات، شکل‌گیری دهکده جهانی و روند فزاینده دموکراتیزه‌سازی را با خود به همراه آورده است و همه این‌ها کمک می‌کنند تا دولت‌ها راحت‌تر به توفیق و (منافع) خود در صحنه جهانی دست‌یابند. با آگاهی از این نکته که مرز میان سیاست‌های اقتصادی، امنیتی و فرهنگی، مبهم و نامشخص است، دیپلماسی عمومی سیاستمداران کشورهای مختلف را وسوسه می‌کند تا با توسل به آن، به‌طور هم‌زمان اهداف و منافع را در حوزه‌های مختلف دنبال نموده، تحقق بخشند. لذا به نحوی فزاینده، این ایده در حال قوت گرفتن است که با پیچیدگی روزافزون دنیای دیپلماسی عمومی، ابزار و رهیافتی مناسب برای تعقیب اهداف در عرصه روابط خارجی است.

دیپلماسی عمومی هم‌چنین امروزه خود را به عنوان ابزاری مناسب برای تعقیب اهداف جاه‌طلبانه معرفی می‌کند، در عین حال که به کشورها اجازه می‌دهد تا کمتر ریسک کرده، امنیت ملی خود را کمتر به مخاطره بیافکنند. دیپلماسی عمومی اثبات نموده که قادر به تلفیق هم‌زمان الگوهای «جسارت و احتیاط»^۱ در عرصه روابط خارجی است. زیرا به دولت‌ها اجازه می‌دهد در عین استفاده از فرصت‌های تازه، بدون تحریک سایر دولت‌ها، به اهداف و منافع ملی خود دست‌یابند. در حقیقت، دیپلماسی عمومی امکان شکل‌گیری روابط دوستانه و مبتنی بر همکاری بین کشورها را ایجاد کرده است. به هر صورت، (دیپلماسی عمومی) اکنون به عنوان (کم‌خطرترین) شیوه‌ها برای جذب و برقراری ارتباط با مخاطب خارجی، ایجاد رابطه‌ی قوی و اتحادی پایدار، مورد توجه قرار گرفته است. (دیپلماسی عمومی، هم‌چنین موفق شده خود را به عنوان کم‌هزینه‌ترین شیوه برای نیل به اهداف و منافع ملی معرفی کند. در حالی که امروزه شیوه‌های سخت و نظامی بسیار (پرهزینه) و در بسیاری موارد (غیرمؤثرند) دیپلماسی عمومی جایگزینی مناسب برای جلب دولت‌ها و تأمین منافع‌شان است.) ضمن آن که صرف هزینه‌ای کم و سرمایه‌گذاری در عرصه (دیپلماسی عمومی) می‌تواند منجر به ثبات، رشد اقتصادی و کاهش احتمال بروز بحران‌های آتی شود. در حالی که عرصه دیپلماسی تاکنون میدانی برای تاخت و تاز قدرت‌ها بوده، دیپلماسی عمومی به عنوان (دیپلماسی ضعیفا)^۲ می‌تواند حتی زمینه را برای ظهور کشورهای ضعیف‌تر در عرصه روابط بین‌المللی و جبران کمبود و یا فقدان قدرت آن‌ها فراهم آورد. اساساً دیپلماسی عمومی تعاریف متداول در عرصه سیاست خارجی که «قدرت محور» بود را متحول ساخته، امکان حضور و بازی را حتی برای کشورهای ضعیف و کوچک فراهم کرده است.

دیپلماسی عمومی با داشتن ظرفیت و توانایی لازم برای تحقق اهداف مهم در میان‌مدت و بلندمدت، توانسته بیش از پیش خود را به عنوان عنصری

^۱ Daring and Caution.

^۲ Diplomacy of The Poor.

غیرقابل اجتناب برای تحقق اهداف سیاست خارجی و بخشی مرکزی و مهم در حوزه دیپلماسی به اثبات برساند. بسیاری از تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران، دیپلماسی عمومی را ابزاری بسیار کارآمد برای شکار قلب‌ها و تسخیر روح مخاطبان و مردم می‌دانند؛ به نحوی که دولت‌ها بیش از پیش برای تحقق و دستیابی به اهدافشان به آن وابسته می‌شوند. به نحوی که اکنون رفته‌رفته «روح رقابت»^۱ جای خود را به «رقابت روح»^۲ می‌دهد.

یکی از نکات جالب بحث، وحدت نظری است که اکنون در حوزه‌ی علوم انسانی و به‌خصوص علوم اجتماعی و سیاسی حادث شده است. البته مراد از وحدت نظری در اینجا نه به معنی از بین رفتن تمایزات و نحله‌های فکری است (که البته آن هم جای تأمل دارد)، بلکه به معنی آن است که ادبیات علوم سیاسی تا حدود زیادی یکسان شده و در هر حوزه‌ای که محقق وارد شود ناچار از تأمل و تعمق در مورد واژگانی چون جهانی‌شدن، دولت کمینه، حوزه‌ی عمومی، مردم‌سالاری، حکمرانی و توسعه‌ی پایدار می‌باشد. مفاهیمی که رفته‌رفته تمامی حوزه‌ها را متأثر ساخته، به‌منزله‌ی پارادایم غالب، ضمن تحول مفاهیم موجود، مفاهیم نوینی را خلق و به بازتعریف واژگان پیشین همت می‌گارند.

این که سرمنشاء و خاستگاه این روی‌کرد و نگرش نه چندان نو در کجاست، یعنی برخاسته از تحولات سال‌های آخر قرن بیستم و یا دیدگاهی نظری است (و یا هر دو)، چندان در این مجال نمی‌گنجد. اما باید یادآور شد که نهایتاً این نکته را متذکر می‌شود که وحدت نظری یاد شده، حاکی از توجهی مورد اتفاق و همه‌جانبه به مردم و «حوزه‌ی عمومی»^۳ می‌باشد. چه آن‌که بخشی مهم از ادبیات مورد استفاده‌ی کنونی ناظر بر کاهش حوزه‌ی اختیارات دولت ملی و قلمرویی، کم‌شدن فاصله‌ها، محوریت فرد در برابر دولت، ظهور بازیگران غیردولتی، توجه به محورها و عناصر توسعه‌ی پایدار و تظاهر حکمرانی در مقابل حکومت می‌باشد.

توجه و پرداختن به موضوعاتی چون؛ دولت مجازی، دیپلماسی مجازی، دیپلماسی عمومی و ... خود حاکی از کاهش نقش و حضور دولت به معنا و مفهوم سنتی آن و حضور پررنگ حوزه‌ی عمومی در عرصه‌ی سیاست و به طور اخص سیاست خارجی است.

در حالی که به‌طور سنتی، حوزه‌ی سیاست و سیاست خارجی حوزه‌ای کاملاً دولتی بوده و در روابط بین‌الملل، دولت، بازیگر اصلی قلمداد می‌شده است. اما در اثر تحولات یادشده، دولت‌ها، ملت‌ها را به عنوان مخاطب سیاست‌های خود برگزیده‌اند.

در فضای نو، دولت‌ها قادر خواهند بود با مخاطب قرار دادن ملت‌ها به منزله‌ی متحدینی خاموش و ویژه، سلطه‌ی خود را بر دولت‌ها تحمیل و آن‌ها را تحت فشار قرار دهند تا به منافع و اهداف خود نایل آیند.

در حالی که به‌طور سنتی، منطق حاکم بر حوزه‌ی سیاست و روابط بین‌الملل بررسی دولت، قدرت، جنگ و بازی برد و باخت بوده، اکنون در سایه‌ی ارتباط ملت‌ها و روابط غیررسمی، به تدریج مفاهیمی چون ملت، فهم مشترک، همکاری، روابط دوستانه و امکان بازی برد برد جای واژگان سنتی را گرفته‌اند. فضای پیشین، منفی، یک‌طرفه و سرشار از جنگ و درگیری بود، در حالی که فضای کنونی، مثبت، مبتنی بر همکاری، رشد و توسعه است و می‌تواند در سایه‌ی همکاری، صلحی همیشگی را به ارمغان آورد.

شاید بتوان این روند را آخرین گام‌های روند دموکراتیزه شدن جوامع در عصر کنونی دانست. زیرا که اساساً دموکراسی در ریشه‌ی یونانی کلمه، به معنای حکومت مردم و نه هنجارها و ارزش‌های آمریکایی و یا فرانسوی بوده است.

در این باره ضروری است جمهوری اسلامی ایران ضمن استفاده و مدیریت درست اطلاعات، نسبت به جمع‌آوری و تحلیل به‌موقع و مؤثر اطلاعات اقدام نموده و نسبت به تأثیر اطلاعات موجود در فضای مجازی بر احساسات و افکار عمومی مردم آگاه باشد. در این خصوص، مناسب است ضمن شناخت کامل از جریان‌های اطلاعاتی و سیاست‌گذاری درست برای مقابله با هجمه‌ی اطلاعاتی

^۱ Spirit of Conquest.

^۲ Conquest of The Spirit.

^۳ Public Sphere.

طرف مقابل، نسبت به روشنگری افکار عمومی کشور و جهانیان و مآلا توسعه‌ی نفوذ فکری و رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران اقدام مناسب انجام شود. مسلما باتوجه به خلاء عظیم معنوی جهان امروز، کشورمان خواهد توانست با تکیه بر سرمایه‌های عظیم اجتماعی و فرهنگی و مفاهیم متعالی موجود در فرهنگ اسلامی و ایرانی، خیل گسترده‌ای از مخاطبان را در سراسر جهان به خود اختصاص داده و ضمن اشاعه‌ی فرهنگ غنی اسلامی و ایرانی، به کسب منافع ملی و رفع خلاء معنوی ملت‌های جهان نایل گردد.

مفهوم دیپلماسی عمومی^۱

جوزف. اس. نای
مترجم: محمود اسور^۲

سال ۱۹۶۳ ادوارد آر. مارو رئیس آژانس اطلاعات ایالات متحده^۳ در دولت کندی، دیپلماسی عمومی را به عنوان تعاملاتی نه فقط با دولت‌های خارجی بلکه ابتدا با افراد و سازمان‌های غیردولتی که اغلب به صورت دیدگاه‌های اشخاص مختلف علاوه بر دیدگاه دولت بروز می‌کنند، تعریف نمود. بر اساس نظریه‌ی مارک لئونارد کارشناس انگلیسی دیپلماسی عمومی «افرادی که عبارت دیپلماسی عمومی را صرفا حسن تعبیری از تبلیغات می‌دانند، به خطا رفته‌اند. تبلیغات معمولا خالی از اعتماد است و اگر به عنوان دیپلماسی عمومی به کار رود، اثر عکس می‌دهد. دیپلماسی عمومی تنها روابط عمومی هم نیست. انتقال اطلاعات و ایجاد تصویر مثبت فقط بخشی از آن است. اما دیپلماسی عمومی شامل برقراری روابط بلندمدت است که محیطی مستعد برای سیاست‌های حکومت فراهم می‌کند.

(دیپلماسی عمومی دارای ۳ بُعد است که هر ۳ حائز اهمیت‌اند و همه‌ی آن‌ها نیازمند هماهنگی نسبی با اطلاعات مستقیم حکومت و روابط فرهنگی بلندمدت دارد.) رئخستین و مهم‌ترین بُعد ارتباطات روزانه است که شامل محتوای تصمیمات مربوط به سیاست داخلی و خارجی است در دموکراسی‌های مدرن، معمولا پس از تصمیم‌گیری مقامات حکومتی توجهی خاص به چگونگی آن‌چه که باید به رسانه‌ها بگویند، معطوف می‌دارند. اما در حالت کلی بر رسانه‌های داخلی تمرکز

^۱ این مقاله ترجمه‌ای است از کتاب زیر:

Soft power the means to success in world politics, Joseph s. NYE, Jr., Published in the United States by Puplic Affairs, 2004.

^۲ محمود اسور کارشناس روابط بین الملل است.

^۳ United States Information Agency (USIA).

می‌کنند. با وجود این، به نظر می‌رسد رسانه‌های خارجی مهم‌ترین هدف در بُعد نخست دیپلماسی عمومی باشند لئونارد درباره‌ی این امر هشدار می‌دهد و می‌گوید: بسیاری از حکومت‌ها، تصمیمات داخلی خود را فقط برای مخاطبان داخل کشور شرح می‌دهند و توجه ندارند که این امر می‌تواند چه تأثیری در تلقی کشورهای دیگر از کشورشان داشته باشد. مثلاً بعد از وقوع چندین تصادف در خطوط ریلی انگلستان، رسانه‌های این کشور به طور مضحکی از انگلستان به عنوان «کشور جهان سومی» یاد کردند. بعضی از رسانه‌های خارجی بدون تفسیر شرایط موجود، با تکرار چنین عباراتی از بریتانیا تصویری نامطلوب و به عنوان ملتی رو به زوال به نمایش گذاشتند.

این بُعد از دیپلماسی عمومی باید شامل آمادگی برای مقابله با بحران‌ها و حملات احتمالی نیز باشد. قابلیت واکنش سریع به معنای این است که تحرکات منفی و اطلاعات غلط فوراً پاسخ داده شوند؛ مثلاً وقتی الجزیره نخستین نوار ویدیویی ضبط شده از بن‌لادن را در هفتم اکتبر ۲۰۰۱ پخش کرد، مقامات ایالات متحده سعی کردند ابتدا این شبکه و شبکه‌های آمریکا را از پخش پیام‌های بن‌لادن منع کنند. اما در عصر مدرن اطلاعات، این کار، تنها مانند تلاش برای متوقف کردن جزر و مد دریا، بیهوده است و با تلاش‌های آمریکا که در صدد نشان دادن فضای باز سیاسی است، در تناقض می‌باشد.

پاسخ بهتر به این اقدام این است که از طریق القائنات خبری آمریکایی (صداهای آمریکایی)، الجزیره و دیگر شبکه‌ها را به مقابله با سخنرانی‌های خصمانه‌ی بن‌لادن تشویق کنیم. شبکه‌های قطری مانند الجزیره و شبکه‌های خارجی دیگر، با این که قویاً فارغ از جانبداری هستند، اما باید راضی نگه داشته شوند. رئیس دفتر الجزیره در آمریکا، آمریکایی‌ها را دعوت کرد که: لطفاً بیایید و با ما گفتگو کنید و از ما بهره‌برداری نمایید.

(۲) بُعد دوم از ابعاد دیپلماسی عمومی، ارتباطات استراتژیک است که مجموعه‌ای از موضوعات اولیه از آن منتج می‌شود؛ مانند آن چه که در یک رقابت سیاسی یا تبلیغاتی رخ می‌دهد. چنین رقابتی ارتباطات و رویدادهای سمبلیک را طی یک

دوره‌ی یک ساله برای مشخص کردن مباحث بنیادی یا برای ایجاد یک سیاست مشخص حکومتی طراحی می‌کند. گاهی اوقات، برنامه‌ریزی برای این کار، از انجام آن آسان‌تر است. مثلاً در دهه‌ی ۱۹۹۰ هنگامی که «شورای بریتانیا» سعی می‌کرد انگلستان را یک جزیره‌ی مدرن، چندقومیتی و نوآور معرفی کند، دیگر آژانس حکومتی، به شدت سنت انگلیسی و آئین سنتی و تاریخ انگلستان را ترویج می‌کرد. علاوه بر این موارد، رویدادها ممکن است این گونه فعالیت‌ها را از مسیر خود منحرف کند. مثلاً پس از سال‌ها تأکید بر این که انگلستان یک عضو وفادار اتحادیه اروپا است، این کشور با جدا کردن خود از آلمان و فرانسه برای حمایت از آمریکا در جنگ عراق، روی این موضوع پا گذاشت. این کار در اذهان عمومی بسیاری از کشورها، انگلستان را به عنوان خادم آمریکا معرفی کرد.

موضوعات خاص از ابتکارات خاص سیاسی نشأت می‌گیرد. مثلاً وقتی دولت ریگان تصمیم گرفت مصوبه‌های ناتو را در مورد پیگیری یک سیاست دوگانه یعنی گسترش اقدامات موشکی خود و تلاش برای از بین بردن موشک‌های میان‌برد شوروی اجرا کند، شوروی با راه‌اندازی یک رقابت سازمان‌یافته در جهت تأثیرگذاری بر افکار عمومی اروپاییان و غیرممکن کردن گسترش موشک‌های آمریکا به این سیاست پاسخ داد. طرح آمریکا برای مقابله با شوروی، استفاده از ماهیت چندجانبه بودن ناتو، تشویق دولت‌های اروپایی به حمایت از خود و نهادهای غیردولتی مؤثر آمریکایی مانند سخنگویان آکادمیک بود. با وجود این که نظرسنجی‌ها در آلمان حاکی از نگرانی‌هایی در خصوص این سیاست بود اما طی آن‌ها مشخص شد که دو سوم از مردم آلمان طرفدار آمریکا هستند. جورج شولتز، وزیر امور خارجه سابق بعدها نتیجه گرفت: «اگر فاقد یک برنامه‌ی فعال در زمینه دیپلماسی عمومی بودیم، نمی‌توانستیم در این جریان بر روسیه فائق آییم، زیرا شوروی در تمام سال ۱۹۸۳ با جنبش‌های صلح‌گرایانه و تلاش‌های مختلف دیگر، سعی می‌کرد دوستان اروپایی ما را نسبت به گسترش اقدامات موشکی منحرف کند.»

(۳) بعد سوم دیپلماسی عمومی (گسترش روابط دامنهدار و بلندمدت با افراد کلیدی از طریق بورس‌های تحصیلی، مبادلات، آموزش، سمینارها، کنفرانس‌ها و دسترسی به کانال‌های رسانه‌ای است) طی دهه‌های بعد از جنگ، بیش از ۷۰۰۰۰ نفر در مبادلات فرهنگی و دانشگاهی با آمریکا شرکت داشته‌اند و این تعاملات، در تربیت رهبران جهانی مانند انور سادات، هلموت اشمیت و مارگارت تاچر کمک نموده است. شارلت بیرز معاون سابق دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه اشاره می‌کند که این تعاملات ۲۰۰ نفر از سران فعلی و سابق در کشورهای مختلف را شامل می‌شود و این یعنی نیمی از رهبران ائتلاف جهانی علیه تروریسم. او می‌گوید: «این کار بهترین خرید حکومت آمریکا بوده است.»

کشورهای دیگر نیز برنامه‌های مشابه دارند. مثلاً کشور ژاپن برنامه‌ای طراحی کرد که طی آن ۶۰۰۰ نفر از افراد جوان خارجی از ۴۰ کشور برای تدریس زبان خودشان به این کشور می‌آیند. ضمن این که یک انجمن نیز برای حفظ روابط دوستانه با این افراد تشکیل شده است. هر کدام از این سه بعد دیپلماسی عمومی می‌تواند نقشی مهم در ایجاد تصویری جذاب از کشور و دسترسی به نتایج مطلوب ایفا نماید لیکن بهترین تبلیغات هم نمی‌تواند یک محصول غیرمحبوب را عرضه نماید. سیاست‌های خودمحور و متکبرانه به جای افزایش قدرت نرم، باعث تحلیل رفتن آن می‌شوند. با روابط پایدار دوستانه، می‌توان دیگران را در نشان دادن عکس‌العمل بردبارتر کند. گاهی اوقات، این دوستان هستند که بر اعلام مواضع قاطع تأثیرگذار هستند و در مواردی به طور عمد شما را می‌بخشند.

(استراتژی ارتباطات اگر خلاف جریان سیاسی موجود باشد، کارایی نخواهد داشت. اعمال مؤثرتر و رساتر از کلمات سخن می‌گویند و دیپلماسی عمومی اگر فقط به منزله‌ی پوششی در مقابل تشعشعات قدرت سخت باشد، موفق نخواهد شد.)

سر مایکل باتلر دیپلمات انگلیسی که ایالات متحده را تحسین می‌کند، چنین بیان می‌دارد: «اگر حکومت شما به عنوان یک حکومت خودخواه ارتجاعی و مستبد و غیرمفید برای دیگران معرفی شود، پیشبرد کارها برای شما دشوار می‌شود، ایالات متحده در حال پی بردن به این مسأله است.» در سال ۲۰۰۳ نیوت

گینگریج رییس سابق مجلس نمایندگان، به وزارت امور خارجه به خاطر شکست در عرضه‌ی سیاست آمریکا در قبال عراق حمله کرد. اما عرضه، نیازمند توجه به بازار است و از این نظر، قصور از وزارت امور خارجه نبوده است.

گینگریج هم‌چنین از آمریکا به دلیل خروج از کمیسیون حقوق بشر سازمان ملل در سال ۲۰۰۱ گلایه کرد. اما این اقدام به خاطر شکست آمریکا در پرداخت بدهی‌هایش به سازمان ملل (سیاستی که از کنگره سرچشمه گرفت) و سیاست‌های یک جانبه‌ی دولت بوش (که اغلب از بخش‌های اجرایی دیگر و برخلاف هشدار وزارت امور خارجه نشأت گرفت) انجام شد. سناتور چارلز هگل جمهوری خواه گفته است که «بعد از ۱۱ سپتامبر بسیاری از مردم در واشنگتن ناگهان از نیاز به یک دیپلماسی عمومی جدید برای انتقال پیام سخن به میان آوردند. اما بسته‌بندی به سبک خیابان مدیسون نمی‌تواند بازاریابی خوبی برای یک پیام متناقض یا گیج کننده انجام دهد. ما نیازمند ارزیابی مجدد میانی روش دیپلماسی خود هستیم.» سیاست و دیپلماسی باید با یکدیگر هم‌خوانی داشته باشد، در غیر این صورت، بازاریابی به صورت یک توده‌ی آشفته و گیج‌کننده از پیام می‌شود.

(دیپلماسی عمومی کارآمد، چونان خیابانی دوطرفه است که علاوه بر سخن گفتن، گوش دادن را هم در بر می‌گیرد. قدرت نرم، متکی بر برخی ارزش‌های مشترک است.) بر همین مبنا است که مبادلات غالباً از تبلیغات رسانه‌ای صرف، مؤثرتر هستند. نتیجه‌ی مشخص این که قدرت نرم عبارت است از وادار کردن دیگران به خواستن آن چه مطلوب ماست. این امر مستلزم این است که بدانیم چگونه پیام خود را به گوش آنان برسانیم. برای این که این کار را بتوانیم به خوبی انجام دهیم، باید مخاطبان خود را به درستی بشناسیم. مع الوصف، بودجه‌ی تحقیقات به صورت اسفناکی در زمینه‌ی افکار عمومی خارجی طی دهه‌ی اخیر، سالیانه حدود ۵ میلیون دلار کاهش داشته است. موعظه کردن مخاطبان خارجی، بهترین راه برای ایجاد تحول در آن‌ها نیست. غالباً رهبران سیاسی این گونه می‌پندارند که مشکل این است که دیگران دچار کمبود اطلاعات

هستند و با خود می‌گویند اگر آن‌ها آنچه را که من می‌دانم بدانند، مانند من فکر خواهند کرد و بینش آن‌ها مشابه بینش من خواهد شد. اما همه‌ی انواع اطلاعات از فیلترهای فرهنگی عبور می‌کنند و بیانیه‌های رسمی به ندرت آن گونه که مورد نظر ماست، به گوش مخاطب می‌رسند. گفتن به مراتب تأثیری کمتر از عمل کردن دارد. به همین دلیل است که پیش‌قدم‌شدن دولت بوش در افزایش کمک‌های توسعه‌ای و مبارزه با ایدز، این قدر اهمیت دارد. انتشار (تبلیغات) کار بسیار مهمی است اما نیازمند این است که با پخش محدود یعنی هدف قراردادن گروه‌های خاص برای رساندن پیام‌ها از طریق اینترنت عمل شود. اگر چه اینترنت در بسیاری از نقاط جهان فقط در دسترس نخبگان است (که اغلب مردم آن قدر فقیرند که حتی به تلفن دسترسی ندارند چه رسد به رایانه)، لیکن انعطاف‌پذیری و هزینه‌ی کم آن، به ما اجازه‌ی هدف قرار دادن افراد خاص را می‌دهد. علاوه بر این، اینترنت موجبات انتقال اطلاعات را به کشورهایی که در آن‌ها، حکومت رسانه‌های سنتی را مسدود کرده است، فراهم می‌سازد. هم‌چنین می‌تواند به صورت تعاملی و آمیخته با مبادلات مورد استفاده قرار گیرد. ارتباطات رو در رو هم‌چنان اثر بخش‌ترین راه تعامل است، اما می‌توان به وسیله‌ی اینترنت، آن‌ها را تقویت و تکمیل نمود. مثلاً در ترکیبی از تعاملات، اینترنت می‌تواند شبکه‌های حقیقی و مجازی از جوانان که خواهان دانستن درباره‌ی فرهنگ یکدیگر هستند را به وجود آورد. ایالات متحده می‌تواند از ژاپن الگوبرداری کند و به جوانان خارجی اجازه دهد که زبان فرهنگ خود را در مدارس آمریکا تدریس کنند و بدین وسیله، یک سال را در آمریکا بگذرانند. این جوانان خارجی، سپس می‌توانند انجمن‌هایی را تشکیل دهند و در قالب این انجمن‌ها و از طریق اینترنت، با هم در ارتباط باشند.

برخی کشورها، دیپلماسی خود را کاملاً از طریق عملی اجرا می‌کنند تا این که از طریق رسانه‌ای، نروژ مثالی خوب از این دست است. این کشور، فقط ۵ میلیون نفر جمعیت دارد و فاقد زبان و فرهنگ بین‌المللی است. این کشور از موقعیت مکانی مناسب و سازمان‌های بین‌المللی و شرکت‌های بزرگ تجاری هم برخوردار

نیست. اما این کشور به تناسب اندازه و منابع متوسط در دسترس خود، توانسته به خوبی از طریق اولویت‌بندی جدی در انتخاب مخاطبان خاص خود و تمرکز بر روی یک پیام؛ واحد نروژ را به عنوان نیرویی برای صلح در جهان توسعه دهد. فعالیت‌های نروژ در این باره، شامل میانجی‌گری در مناقشات خاورمیانه، سریلانکا و کلمبیا و شرکت مستمر در ترکیب نیروهای حافظ صلح است. البته همه‌ی اقدامات نروژ در راستای آن پیام واحد یادشده نیست. سیاست‌های داخلی این کشور در زمینه‌ی صید نهنگ، گاهی اوقات باعث درگیری با طرفداران محیط زیست می‌شود اما در مجموع، نروژ نشان داده است که چگونه می‌توان از دیپلماسی مناسب برای بهبود تلقی دیگران و افزایش نقش خود در معادلات بین‌المللی استفاده کرد.

نه تنها اعمال، نیازمند تقویت واژه‌ها هستند، بلکه توجه به این نکته لازم است که گاهی همان واژه‌هایی که در داخل کشور برای برقراری ارتباط با مخاطبان داخلی موفق عمل می‌کنند، ممکن است در خارج از کشور، روی مخاطبان اثر منفی داشته باشند. مثلاً وقتی بوش در سال ۲۰۰۲ در سخنرانی خود، از عبارت «محور شرارت» برای اطلاق بر عراق، ایران و کره شمالی استفاده کرد، این عبارت در داخل آمریکا به خوبی پذیرفته شد، اما مخاطبان خارجی نسبت به سخنان بی‌اساس و مغایر با شؤن دیپلماتیک و چارچوب نظام اخلاقی، واکنش نشان دادند. به همین صورت، در حالی که اظهار عبارت «جنگ علیه تروریسم» پس از ۱۱ سپتامبر به جلب حمایت‌های مردم و کنگره‌ی آمریکا کمک کرد، بسیاری از مردم در خارج از آمریکا، به سختی باور می‌کردند که آمریکا در حال همکاری علیه تروریسم است. به خصوص وقتی که می‌شد از ایده‌ی نامعلوم بودن مدت جنگ برای حبس زندانیان خارجی استفاده کرد.

حتی وقتی که سیاست و ارتباطات همراه هستند، استفاده از منابع قدرت نرم در عصر اطلاعات دشوار است. مثلاً ارتباطات حکومت‌ها تنها کسری کوچک از کل ارتباطات موجود در میان جوامع غرق شده در اطلاعات امروز است. فیلم‌های هالیوودی که علیه بنیادگرایان مسلمان ساخته می‌شود و نیز فعالیت‌های مبلغین

مذهبی آمریکایی که به نظر می‌رسد در جهت کاهش وجهه‌ی اسلام است، همیشه خارج از کنترل حکومت خواهد بود. برخی شک‌اندیشان نتیجه گرفته‌اند که آمریکا باید این اجبار را بپذیرد و اجازه دهد که نیروهای بازار عهده‌دار نمایش تصویر و فرهنگ آمریکا به مردم خارجی شوند. چرا پول خود را در «صدای آمریکا» بریزیم در حالی که سی.ان.ان، ام.اس.ان.بی.سی و فاکس نیوز می‌توانند کار صدای آمریکا را به رایگان برای ما انجام دهند. چنین نتیجه‌گیری‌هایی، ساده‌انگارانه است. زیرا نیروهای بازار، فقط نشان‌دهنده‌ی جنبه‌های سودآور فرهنگ آمریکا هستند و بنابراین از ایالات متحده، تصویری تک‌بعدی در اذهان مردم خارجی به وجود می‌آورند. حمایت دولت از مبادلات عالی فرهنگی، اغلب اوقات تأثیراتی مهم بر نخبگان کلیدی در خارج از کشور داشته است. ایجاد روابط بلندمدت همیشه در کوتاه‌مدت سودآوری ندارد و بنابراین رها کردن آن در بازار ممکن است منجر به سرمایه‌گذاری ناکافی شود. درحالی که آموزش عالی می‌تواند خودبازده باشد و مؤسسات غیرانتفاعی هم کمک کنند، بسیاری از برنامه‌های مبادلاتی بدون حمایت دولت ممکن است بی‌اثر باشند. شرکت‌های خصوصی برای بقا خود ناچارند در مقابل بازار واکنش نشان دهند. اگر بازاری برای پخش برنامه به زبان پشتو یا کروات وجود نداشته باشد، شرکت‌ها به این زبان‌ها برنامه پخش نمی‌کنند. گاهی اوقات شرکت‌های خصوصی برای تأمین منابع اقتصادی خود، به فشارهای سیاسی دولت‌های خارجی تن در می‌دهند. به عنوان مثال، شبکه‌ی بی.بی.سی که برخی برنامه‌های انتقادی نسبت به کشور چین از طریق ماهواره برای مردم این کشور پخش می‌کرد، در دهه‌ی ۹۰ و در پی فشار سیاسی دولت چین، پخش این برنامه‌ها را متوقف ساخت. در همین حال، افکار عمومی پست مدرن معمولاً به حکومت اعتماد ندارند و نسبت به قدرت و اختیار خود شکاک هستند، و به همین دلیل، بر حکومت‌ها واجب است که با حفظ چارچوب و سیاست‌های کلی خود، با بازیگران خصوصی و غیردولتی نیز کار کند. برخی سازمان‌های غیردولتی در نزد مردم از اعتماد بیشتری نسبت به حکومت

برخوردارند و به همین دلیل، کنترل آن‌ها سخت است اما این سازمان‌ها می‌توانند کانال‌هایی مفید برای برقراری ارتباط باشند. مؤسسات آمریکایی مانند مؤسسه‌ی فورد، بنیاد سوروس، بنیاد کارنگی و برخی سازمان‌های غیردولتی، نقشی مهم در تحکیم دموکراسی پس از جنگ سرد در اروپای شرقی داشتند. مؤسسه‌ی بیل و ملیندا گیتس بیش از بسیاری حکومت‌ها، برای مبارزه با بیماری عفونی در آفریقا تلاش کرد. برای کشورهایی مانند انگلستان و ایالات متحده که از تعداد بسیاری مهاجر برخوردارند، جوامع خارج از کشور می‌توانند ارتباطاتی ایجاد کنند از جنبه‌ی زبان‌شناسی دارای مهارت و از لحاظ فرهنگی نافذ باشند. ایجاد ارتباط بین احزاب مختلف، نخستین بار در آلمان رخ داد، جایی که احزاب اصلی مؤسساتی را برای ایجاد و حفظ ارتباطات خارجی در اختیار دارند. این مؤسسات، تا اندازه‌ای از جانب حکومت از حمایت مالی برخوردار می‌شوند. طی دوره‌ی ریاست‌جمهوری ریگان، ایالات متحده از این روش پیروی کرد و سیستم تأمین مقرری ملی برای دموکراسی را به وجود آورد تا به وسیله‌ی آن، برای مؤسسه‌ی دموکراسی ملی و مؤسسه‌ی بین‌المللی جمهوری خواهان و همچنین مراکز تجاری و اتاق‌های بازرگانی تأمین بودجه کند و دموکراسی و جامعه‌ی مدنی را در خارج و داخل کشور گسترش دهد.

شرکت‌های آمریکایی هم می‌توانند نقشی مهم ایفا کنند. نمایندگان این شرکت‌ها، با استفاده از براند تجاری خود در مقایسه با نمایندگان دولت، می‌توانند وارد زندگی تعدادی بیشتر از مردم شوند. برخی تاجرانی که دارای روحیه‌ی اجتماعی هستند، به شرکت پیشنهاد کرده‌اند که پیش از فرستادن نمایندگان خود به خارج از کشور، برای آن‌ها حساسیت ایجاد کنند و مهارت‌های ارتباطی شرکت‌ها را به آنان بیاموزند. شرکت‌ها هم‌چنین می‌توانند با حمایت مالی از پروژه‌ی مربوط به دیپلماسی عمومی مانند پروژه‌ی ایجاد یک شرکت فنی که با کارگاه‌های کنج و گوینده‌های لبنانی کار می‌کنند و قصد دارند با همکاری آن‌ها، برنامه‌ای به زبان انگلیسی برای بچه‌ها با موضوع فن‌آوری (یعنی بخشی از

موفقیت‌های آمریکا که در تمام جهان مورد تحسین است) پخش کند، نقش خود را در این خصوص ایفا نمایند.

فایده‌ی دیگر دیپلماسی عمومی غیر مستقیم این است که از توان ریسک‌پذیری بیشتری در مبادلات فرهنگی برخوردار است. گاهی اوقات، برای دولت دشوار است که از هنرهای دست اول که برای نخبگان خارجی جذاب و در عین حال برای ذائقه‌ی عمومی مردم در داخل کشور ناخوشایند است، حمایت کند. مثلاً وقتی وزارت امور خارجه یک نمایشگاه مدرن در سال ۱۹۴۷ برپا کرد، از نظر رسانه‌ها خرج کردن دلارهایی که از مالیات‌های مردم به دست آمده بود، برای این کار امری خنده‌آور عنوان شد و حتی ترومن رییس‌جمهور وقت، از آن با عبارت «دروغ‌های افراد دیوانه و نیمه‌پخته» یاد کرد. حکومت‌ها اغلب بدین خاطر نسبت به دیپلماسی عمومی غیرمستقیم بی‌میل هستند که استفاده از آن باعث کاهش کنترل حکومت می‌شود اما آن‌ها می‌توانند با شریک شدن با سازمان‌های خصوصی، باورپذیری خود را افزایش دهند و بدین صورت، نقص در کنترل را جبران کنند. یکی از راه‌هایی که دولت از طریق آن می‌تواند هنگام وانمود کردن به عدم کنترل، آن را حفظ کند، حمایت مالی پنهان از طریق آژانس‌های اطلاعاتی است. مثلاً در آغاز جنگ سرد، سازمان سیا به طور پنهانی از جانب سازمان‌های فرهنگی مانند کنگره‌ی آزادی فرهنگی حمایت مالی می‌شد. در همان زمان نیز بدگمانی‌هایی وجود داشت؛ به بیان صریح‌تر مشکل این بود که چگونه از آزادی اندیشه به عنوان شعار تبلیغاتی استفاده کنیم بدون این که خودش به شعار واقعی تبدیل شود. منطبق سیاسی این وضعیت تازه، مستلزم به‌کارگیری ایده‌آل‌های لیبرال و طرفداران لیبرالیسم بود. اما پنهان کاری فقط تا زمانی که رازداری تحقق داشته باشد، کارایی دارد و این کار در عصر اطلاعات، کاری دشوار است به خصوص در یک کشور دموکرات مانند ایالات متحده که دارای رسانه‌های قدرتمند، کنگره و فاقد قانون محرمانه رسمی (آن‌گونه که در انگلستان وجود دارد) می‌باشد.

وقتی سرانجام این رازها فاش می‌شود (مانند خبر دست داشتن سازمان سیا در تعاملات فرهنگی که در رسانه‌ها و در کنگره هم در دهه‌ی ۱۹۷۰ مطرح شد)، هزینه‌ای که حکومت، به دلیل از دست دادن اعتبار متحمل می‌شود، بسیار بالاست. بهتر است حکومت درباره‌ی حمایت مالی در این موارد به صورت باز عمل کند و رابطه‌ای آشکار برقرار نماید. این به معنای نقش نداشتن سازمان سیا در تولید قدرت نرم نیست. برعکس، توسعه‌ی روابط درازمدت و اعتماد به آژانس‌های اطلاعاتی و مشارکت دادن آن‌ها در برخی اطلاعات، می‌تواند در ادراک کشورهای دیگر از ایالات متحده و از وقایع جهان، تأثیری به‌سزا داشته باشد. اگر قدرت نرم شامل شکل دادن به ادراک دیگران باشد، اطلاعات جاسوسی مشترک، منبعی مهم برای قدرت نرم خواهد بود. در این موارد، به اشتراک گذاشتن اطلاعات دسته‌بندی‌شده، می‌تواند اثری مستقیم و قدرت‌مند بر سیاست داشته باشد. گاهی اوقات، اطلاعات صرف، به شرط آن که گویا و معتبر باشد، می‌تواند سیاست دولت‌های دیگر را عوض کند. به همین دلیل بود که شکست‌های اطلاعاتی و اغراق‌هایی که درباره‌ی استفاده از شگردهای جاسوسی در سیاست آمریکا شد، در مراحل نخستین جنگ عراق آن قدر قدرت نرم آمریکا را دچار آسیب نمود که نه تنها در نتیجه‌ی این کار اعتماد عمومی به حکومت آمریکا خدشه‌دار شد، بلکه یک کانال بسیار مؤثر را نیز دچار تضعیف نمود. پس از آن واقعه، احتمال اعتماد کشورهای دیگر به گزارش‌های جاسوسی آمریکا رو به کاهش گذاشت.

ارتش هم می‌تواند نقشی مهم در تولید قدرت نرم ایفا کند. علاوه بر تجلی قدرت حاصل از ظرفیت‌های قدرت سخت، ارتش دارای زمینه‌های خارجی نظیر مبادله‌ی افسران، آموزش‌های مشترک و برنامه‌های همکاری می‌باشد. مانند برنامه‌های آموزش تحصیلی و نظامی بین‌المللی پنتاگون که نشست‌های مربوط به دموکراسی و حقوق بشر را در کنار آموزش‌های نظامی شامل می‌شود. همان‌طور که وزیر سابق دفاع اظهار داشت، «چنین ارتباطات نظامی باعث ایجاد نوعی دفاع پیشگیرانه می‌شود». این امر به گسترش ارتباط و شکل‌گیری نگرش‌های همسو با آمریکا در اذهان مقامات نظامی این کشورها کمک می‌کند. در موارد بسیاری، این

ارتباطات کانال‌هایی برای تأثیرگذاری ما فراهم کرد که با شیوه‌های معمولی دیپلماتیک محقق نمی‌شد. در واقع، برخی ناظران ابراز نگرانی کرده‌اند که فرماندهان نواحی پنج گانه نظامی آمریکا، نسبت به سفرای موجود در این نواحی از منابع و نفوذ بیشتری برخوردارند.

در زمان جنگ، عملیات روانی نظامی وسیله‌ای مؤثر برای تغییر رفتار دشمن است و حتی ممکن است نیاز به استفاده از وسایل نظامی را مرتفع کند؛ مثلاً پایگاه مرزی دشمن را هم می‌توان با یک موشک کروز منهدم کرد یا با نیروهای زمینی در اختیار گرفت و یا می‌توان نیروهای دشمن را به ترک پست خود متقاعد کرد. این عملیات معمولاً شامل نیرنگ و اطلاعات غلط است که فقط در زمان جنگ کارایی دارد و در زمان صلح اثر عکس دارد. در تاکتیک‌های جنگی، علاوه بر این موارد، مدیریت بر اخبار نیز برای کاهش ادراکات نامطلوب اهمیت دارد. اما برای این کار، همیشه نباید دست به سانسور خبری زد. یک جنبه از قدرت نرم که در این مورد کاربرد دارد، و توسط پنتاگون در جنگ دوم خلیج فارس استفاده شد، «تبدیل گزارشگران به سلاح» نام گرفت. جای دادن گزارشگران در واحدهای نظامی خط مقدم جنگ، باعث شد که صدام حسین نتواند ادعا کند که آمریکا عمداً غیرنظامیان را می‌کشد و در نتیجه، از به وجود آمدن خشم بین‌المللی علیه آمریکا جلوگیری کرد. برخلاف جنگ نخست خلیج فارس، که سی‌ان‌ان مسائل موجود را به تصویر می‌کشید، پراکندگی فن‌آوری اطلاعاتی و ظهور شبکه‌هایی مانند شبکه‌ی الجزیره در یک دهه‌ی پس از آن، نیاز به راهبردی تازه برای جلوگیری از آسیب دیدن قدرت نرم آمریکا در زمان جنگ را روشن ساخت. صرف‌نظر از هر اتفاقی که ممکن است رخ دهد، استفاده از گزارشگران در خطوط مقدم جنگ در عصر اطلاعات، یک تاکتیک موفق است.

مشکل موجود در رابطه با نقش قوای نظامی در به کارگیری قدرت نرم هنگامی به وجود می‌آید که بخواهیم از تاکتیک‌های مربوط به زمان جنگ در موقعیت‌های ابهام‌آمیز استفاده کنیم. به خصوص در جنگ فعلی علیه تروریسم که در تعریف خود دارای ابهام است و در آن مرز بین فعالیت‌های عادی غیرنظامی از اقدامات

نظامی قابل تشخیص نیست. در سال ۲۰۰۲ پنتاگون که از دیپلماسی عمومی آمریکا ناامید شده بود، برنامه‌هایی برای مرکز نفوذ راهبردی طراحی کرد. این دفتر، برای سازمان‌های رسانه‌ای خارجی آیتم‌های خبری فراهم می‌کرد (که گاهی شامل اخبار غلط هم بودند) تا بتواند روی کشورهای دوست و دشمن تأثیر بگذارد. پس از این که موضوع در رسانه‌ها مطرح شد، رامسفلد وزیر دفاع به سرعت باید آن را تکذیب می‌کرد. اما در هر حال، به قدرت نرم و اعتبار آمریکا آسیب رسیده بود. این اشتباه است که دیپلماسی عمومی را فقط در دشمنی و مخالفت بدانیم. گاهی اوقات در رابطه با دیپلماسی عمومی یک مسابقه‌ی «اطلاعات من در مقابل اطلاعات تو» اتفاق می‌افتد اما در عین حال می‌تواند برای هر دو طرف دستاوردهایی داشته باشد. دیپلماسی عمومی آلمان طی جنگ سرد، نمونه‌ای از این نوع است. برخلاف فرانسه که سعی می‌کرد خود را مستقل از آمریکا نشان دهد، آلمان سعی می‌کرد در چشم آمریکایی‌ها خود را به صورت یک متحد قابل اتکا نشان دهد و این یکی از سیاست‌های اصلی آلمان در دیپلماسی عمومی بود. به همین دلیل، اطلاعات سیاسی آلمان و آمریکا یکدیگر را تقویت می‌نمودند. رهبران سیاسی می‌توانند اهداف دو طرفه و مشابه را به اشتراک بگذارند. (مثلاً توسعه‌ی دموکراسی و حقوق بشر). همکاری در برنامه‌های دیپلماسی عمومی در این موارد می‌تواند برای دو طرف سودمند باشد. این کار هم‌چنین باعث کاهش بدگمانی‌ها در داخل کشور می‌شود. علاوه بر این موارد، در برخی مناطق می‌توان از این همکاری‌ها مانند بزرگ جلوه دادن و ترویج چهره‌ی سازمان‌های چندجانبه از قبیل ناتو و سازمان ملل برای انجام کارهای دشوار مانند حفظ صلح، ترویج و ارتقای دموکراسی و مقابله با تروریسم نیز استفاده کرد. مثلاً طی جنگ سرد، سیاست‌های آمریکا در قبال کشور چکاسلواکی با همکاری سازمان ملل یا آمریکا و ایجاد پیمان‌های بین‌المللی درباره‌ی افزایش حقوق بشر تقویت شد. در سال ۱۹۷۵ کنفرانس چندجانبه‌ی هلسینکی در مورد امنیت و همکاری در اروپا، گفتمان حقوق بشر را پشت پرده‌ی آهنین به صورت قانون درآورد و نتایجی غیرمنتظره ایجاد نمود که حتی برای کسانی که موافقت‌نامه‌ی پایانی آن کنفرانس

را که «توافق نهایی» نام داشت امضاء کرده بودند، قابل پیش‌بینی نبود. همان‌طور که رابرت گیتس رئیس سابق سازمان سیا نتیجه گرفت، علی‌رغم مقاومت آمریکا در ابتدای کار، شوروری با ناامیدی به «سازمان امنیت و همکاری اروپایی»^۱ روی آورد و این کنفرانس به هدف خود رسید. این امر، پایه‌های فروپاشی امپراتوری شوروی را بنا نهاد.

مبحث خاص خاورمیانه

خاورمیانه چالشی ویژه برای قدرت نرم و دیپلماسی عمومی آمریکاست. این ناحیه نه تنها خاستگاه تروریست‌هایی بود که در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ به ایالات متحده حمله کردند، بلکه محیطی مناسب برای مدرنیزه شدن نیز نمی‌باشد. نیمی از کشورهای جهان صاحب دموکراسی هستند، در حالی که هیچکدام از ۲۲ کشور عربی دموکراتیک نیستند. رشد اقتصادی کند بوده است، تقریباً نیمی از زنان بی‌سوادند، اقتصاد این ناحیه به خوبی با اقتصاد جهانی هم‌گرایی ندارد.

بر اساس گزارش سال ۲۰۰۳ بانک جهانی، افزایش رشد درآمدسرانه در خاورمیانه از سال ۱۹۸۵ تا ۲۰۰۲ به طور متوسط فقط ۵ درصد بوده است، در حالی که هزینه‌های نظامی در کشورهای این ناحیه بالاتر از سایر کشورهای جهان و در حدود ۶ درصد تولید ناخالص داخلی (GDP) بوده است. با جمعیتی بالغ بر ۳۰۰ میلیون نفر، صادرات کشورهای عربی که عمدتاً نفت و گاز است، کمتر از کشور کم‌جمعیت فنلاند است. شمار دانشمندانی که در کشورهای عربی زندگی می‌کنند، حدود یک‌سوم متوسط جهانی است. در آمارهای دموکراتیک، رشد جمعیت جوان در این کشورها بسیار بالاست، اما با این وجود، فرصت‌های شغلی موجود برای جوانان ناکافی است. ۴۵ درصد از جمعیت جهان عرب هم‌اکنون زیر ۱۴ سال سن دارند و جمعیت کشورهای عربی طی ربع قرن آینده دو برابر خواهد شد. بیکاری نیز در این کشورها حدود ۲۰ درصد است. در عین حال،

خاورمیانه سرشار از ارتباطات مدرن است و اغلب رسانه‌های موجود در آن، دارای گرایش‌های ضد آمریکایی هستند. این ناحیه، چالشی ویژه فراروی دیپلماسی عمومی است.

در دوره‌ی جنگ سرد، رویه‌ای که ایالات متحده در خاورمیانه پیشی گرفت این بود که ثبات را در این ناحیه افزایش دهد تا از گسترش نفوذ شوروی در منطقه جلوگیری شود و تأمین نفت بازارهای جهانی و امنیت اسرائیل را تضمین نماید. استراتژی آمریکا، مدیریت از طریق رهبران مستبد بود. در دوره‌ی ریاست‌جمهوری ریگان، آمریکا حتی از صدام حسین برای موازنه با رژیم اسلامی حاکم بر ایران (که متحد آمریکا، یعنی شاه را سرنگون کرده بود) حمایت می‌کرد. به گفته‌ی ادوارد واکر رئیس موسسه‌ی خاورمیانه که به عنوان سفیر در بسیاری از کشورهای منطقه حضور داشته است، «با وجود این که ما از حقوق بشر، توسعه‌ی اقتصادی و دموکراسی و حاکمیت قانون سخن می‌گوییم، سیاست‌ها و توزیع منابع ما با این سخنان هم‌خوانی ندارد. ما حکومت‌های منطقه را برای ایجاد تغییر نه به چالش کشیده‌ایم و نه آن‌ها را تشویق کرده‌ایم.»

پس از ۱۱ سپتامبر، دولت بوش رویه‌ای تازه و جاه‌طلبانه در پیش گرفت. دولت بوش با مقایسه‌ی جنگ سرد با نقش آمریکا در دگرگونی اروپا به این نتیجه رسید که ایالات متحده باید در پی ایجاد یک دگرگونی طولانی‌مدت در خاورمیانه باشد. کنار زدن صدام حسین فقط مرحله‌ی نخست این دگرگونی بود. کاندولیزا رایس، مشاور امنیت ملی اظهار داشت: «همان‌طور که آلمان دموکراتیک تبدیل به محور اصلی و عامل عمده‌ی ایجاد آزادی و صلح در اروپای جدید شد، عراق دگرگون‌شده نیز می‌تواند به عنصری کلیدی برای ایجاد یک خاورمیانه‌ی بسیار متفاوت (که در آن ایدئولوژی‌های نفرت مجال رشد پیدا نکنند)، تبدیل شود.» اما به‌کارگیری قدرت سخت در جنگ چهار هفته‌ای که منجر به سقوط صدام حسین شد، بخشی ساده از این تحول بود. آلمان و ژاپن نمونه‌های موفقیت پس از جنگ هستند، اما هر دو کشور دارای جوامعی با بافت نسبتاً همگن و طبقه‌ی متوسط قابل توجهی بودند که در آن‌ها هیچ مقاومت سازمان‌یافته‌ای در مقابل اشغال

^۱ Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE).

کشورشان به وسیله‌ی آمریکا وجود نداشت. به علاوه، وجود نفت در عراق یک نعمت آمیخته است، درحالی‌که به ندرت اقتصادهای مبتنی بر نفت، لیبرال دموکراسی را می‌پذیرند. ایجاد دموکراسی پس از جنگ جهانی دوم، سال‌ها طول کشید و قدرت نرم آمریکا در آن نقش اساسی داشت. اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی بلندمدت دگرگونی عراق و خاورمیانه نیز بدون نقش مشابه قدرت نرم آمریکا (و سایرین) امکان‌پذیر نیست. مقایسه‌ی جنگ سرد برای پیشنهاد کردن یک استراتژی بلندمدت مفید است، اما ممکن است ما را به اشتباه بیاندارد. قدرت نرم به اشتیاق دریافت‌کنندگان بستگی دارد. تفاوت‌های فرهنگی بین ایالات متحده و اروپا به اندازه‌ی تفاوت فرهنگ خاورمیانه با ایالات متحده نبود، به همین دلیل، اروپا بیشتر به منابع قدرت نرم آمریکا حساس بود. از طرف دیگر، تفاوت‌های فرهنگی نتوانست مانع ریشه دواندن دموکراسی در ژاپن و کره‌ی جنوبی با چهار دهه تأخیر شود. در دیگر کشورهای اسلامی هم مانند ترکیه و بنگلادش دموکراسی وجود دارد. بنابراین موانع فرهنگی غیرقابل عبور نیستند.

دموکراسی، فرایندی فراتر از رأی دادن صرف است. رأی دادن اگر با شتاب انجام شود، باعث می‌شود «یک نفر، یک رأی، یک بار» تحقق یابد. به دلیل این‌که رژیم‌های استبدادی در خاورمیانه، مخالفت‌های جریان‌های فکری لیبرال را از بین برده است. در بسیاری کشورها بنیادگرایی معمولاً تنها جریان فکری لیبرال را از بین برده است. در بسیاری از کشورها، بنیادگرایی معمولاً تنها جریان فکری ناهمگون موجود است. بنیادگرایان با معیارهایی مانند مقاومت در برابر رژیم‌های فاسد، مخالفت با سیاست‌های آمریکا و ترس از مدرنیته شدن، از جریان‌های فکری دیگر تمیز داده می‌شوند. آن‌ها لیبرال دموکراسی را به منزله‌ی خشونت و بی‌بند و باری می‌دانند. البته فیلم‌ها و شبکه‌های تلویزیونی آمریکا گاهی باعث تشدید این عقاید می‌گردد. در عین حال، مدرنیته شدن باعث به وجود آمدن امکانات آموزشی و فرصت‌های شغلی و ارتقاء بهداشت می‌شود. خوشبختانه نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که اکثریت مردم منطقه به مزایای تجارت، ارتباطات و جهانی‌شدن معتقد و علاقه‌مند هستند. فن‌آوری آمریکایی به شدت مورد اقبال

عمومی مردم جهان قرار دارد. با توجه به این جنبه از اعتقادات مردم عادی در فرهنگ کشورهای عربی، می‌توان به منزوی کردن افراط‌گرایان در این جوامع امیدوار بود.

دموکراسی را نمی‌توان به زور به ملت‌ها تحمیل کرد. موفقیت این کار در سیاست‌هایی نهفته است که باعث شکوفایی اقتصادهای منطقه‌ای شود، کنترل‌های پروکراتیک را کاهش دهد، سیستم‌های آموزشی را بهبود بخشد و به تغییرات تدریجی سیاسی که در کشورهایی مانند بحرین، عمان، کویت و مغرب در حال وقوع است، شتاب بخشد. پیشرفت روشنفکران و گروه‌های اجتماعی و کشورهایی که در تلاشند سازگاری لیبرال دموکراسی با فرهنگ‌های بومی را به مردم نشان دهند، می‌تواند در این رابطه اثرات سودمندی داشته باشد؛ مانند کره و ژاپن که نشان دادند دموکراسی می‌تواند با ارزش‌های بومی آسیایی ترکیب شود. اما این امر، زمان‌بر است و از این نظر، مشابه به کارگیری ماهرانه منابع قدرت نرم آمریکایی است.

پس از حوادث ۱۱ سپتامبر، بسیاری از مردم آمریکا با حیرت می‌پرسیدند «چرا آن‌ها از ما متنفرند؟» پاسخ این بود که بسیاری از مردم عرب، دچار ترس و سوء تفاهم بودند و با سیاست‌های آمریکا مخالفت می‌کردند. اما با این حال، جنبه‌هایی از فرهنگ آمریکا را تحسین می‌کردند. به علاوه، آن‌ها در ارزش‌هایی مانند خانواده و اعتقادات مذهبی با دموکراسی همخوانی دارند و به آن علاقه‌مند هستند. بستر قدرت نرم مهیاست اما کشورهای صاحب فن‌آوری‌های پیشرفته‌ی ارتباطاتی، در استفاده از این مزیت خود با ناشی‌گری عمل می‌کنند. مثلاً تلاش برای نشان دادن تبلیغات تلویزیونی که در آن‌ها خوش‌رفتاری مسلمانان آمریکایی در خانه نمایش داده می‌شد، چندان مؤثر نبوده است. به نظر منتقدان، زمینه و بستر لازم از طریق نظرسنجی‌ها و گروه‌های متمرکز به خوبی فراهم نشده است و هم‌چنان بسیاری از مردم در سایر نقاط، بیشتر به ناکارآمدی سیاست‌های آمریکا توجه می‌کنند تا به وضعیت داخلی آمریکا. نتیجه‌ی نامطلوب این امر، دیپلماسی عمومی است که بیشتر از ذات امور به صورت آن‌ها توجه دارد.

دانیل پلتکا^۱ از بنگاه اقتصادی آمریکایی، گفته است: «ما به عنوان صاحب این دولت‌های متزلزل شناخته شده‌ایم.» در سال ۲۰۰۳ یک گروه مشاوره‌ی دو حزبی در زمینه‌ی دیپلماسی عمومی جهان عرب و مسلمان، دریافت که ایالات متحده در این زمینه ۱۵۰ میلیون دلار در کشورهایی که دارای اکثریت مسلمان هستند، خرج کرده که ۲۵ میلیون دلار آن صرف برنامه‌های توسعه‌ای شده است. این گروه نتیجه گرفت: «گفتن این که این منابع مالی برای این کار ناکافی است، واقعا کتمان حقیقت است.» این گروه، علاوه بر انتصاب یک رییس جدید در کاخ سفید برای دیپلماسی عمومی، پیشنهاداتی از قبیل ساخت کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی، افزایش ترجمه‌ی کتاب‌های غربی به زبان عربی، افزایش بورس‌های تحصیلی و ملاقات‌های دوستانه، ارتقاء حضور اینترنتی آمریکا و تربیت تعدادی بیشتر از متخصصان روابط عمومی و افراد آشنا به زبان عربی را مطرح کرد. دیپلماسی عمومی در این منطقه هم مانند مناطق دیگر دارای سه بُعد است. ایالات متحده باید در بُعد نخست، چابک‌تر عمل کند؛ یعنی نسبت به حوادث جاری، سریع‌تر عکس‌العمل نشان دهد و بیشتر برای مردم درباره‌ی حوادث توضیح دهد. مراکز رسانه‌ای جدید مانند «رادیو سوا» که برنامه‌های عربی و اخبار را به همراه موسیقی‌های پرتعداد پخش می‌کند، گامی در جهت صحیح به شمار می‌آید. اما آمریکا نیازمند این است که به‌شکلی اثربخش‌تر با رسانه‌های محلی مانند شبکه‌ی الجزیره و العربیه کار کند. بُعد دوم یعنی توسعه‌ی موضوعات راهبردی شامل شرح بهتر سیاست‌های آمریکا و مطرح کردن آن به عنوان یک کشور دموکراتیک است. همان‌طور که ویلیام برنز معاون وزارت امور خارجه در امور کشورهای خاور نزدیک اشاره کرده است، تغییر دموکراتیک باید از طریق طراحی و اجرای برنامه‌ی مثبت و گسترده‌تر برای منطقه، شامل بازسازی عراق، دستیابی به راه حل دو دولتی برای حل منازعات اسرائیلی‌ها و مردم فلسطین و مدرنیزه کردن اقتصاد کشورهای عربی انجام گیرد.

^۱ Danielle Pletka.

مهم‌تر از همه‌ی این‌ها، توسعه‌ی یک راهبرد بلندمدت برای افزایش تعاملات فرهنگی و آموزشی، برای ایجاد یک جامعه‌ی مدنی غنی‌تر و بازتر در کشورهای خاورمیانه است. مؤثرترین سخنگویان برای ایالات متحده در این منطقه، آمریکایی‌ها نخواهند بود بلکه افراد بومی که نقاط قوت و ضعف آمریکا را درک کرده‌اند، در این رابطه مؤثرتر خواهند بود. میزان زیادی از کارهای لازم برای ایجاد یک جامعه مدنی باز می‌تواند از طریق شرکت‌های تجاری، مؤسسات، دانشگاه‌ها و سایر سازمان‌های غیرانتفاعی انجام گیرد. شرکت‌های تجاری آمریکایی می‌توانند فن‌آوری‌هایی را برای مدرنیزه کردن سیستم‌های آموزشی در کشورهای عربی و کنار گذاشتن شیوه‌های تکراری یادگیری ارائه کنند. دانشگاه‌های آمریکایی می‌توانند برنامه‌های بیشتری برای تعامل با دانشجویان و اساتید دانشگاه‌های این کشورها در نظر بگیرند. بنیادهای آمریکایی نیز می‌توانند از گسترش مؤسسات مطالعات آمریکا در کشورهای عربی با برنامه‌هایی که تخصص روزنامه‌نگاران را افزایش می‌دهد، حمایت کنند. دولت می‌تواند از تدریس زبان انگلیسی حمایت کند و تبادلات دانشجویی را از لحاظ مالی تامین کند. کوتاه سخن این که یک راهبرد بلندمدت برای ایجاد منابع قدرت نرم و فراهم کردن شرایط برای توسعه‌ی دموکراسی، دارای لایه‌هایی بسیار است. اما هیچ‌کدام از این لایه‌ها اثربخش نخواهد بود، مگر این که روش و محتوای سیاست‌های آمریکا با پیام دموکراتیک بزرگ و قابل‌توجه همراه شود.

ویژگی‌های دیپلماسی عمومی موفق

عباس نادری^۱

مقدمه

دیپلماسی عمومی، امروزه چندان مورد توجه قرار گرفته، که در مطالعات نظری مربوط به دیپلماسی، جایگاهی ویژه یافته و در عمل نیز، تا سطح اختصاص معاونتی جداگانه در وزارت خارجه‌ی برخی کشورها، اهمیت یافته است. امروزه دیپلماسی سنتی بدون وجود و همراهی دیپلماسی عمومی، چنان پرنده‌ای با یک بال است. شاید بتوان گفته‌ی معروف ویلبر شرام، نظریه‌پرداز شهیر ارتباطات در خصوص وسایل ارتباط جمعی را در خصوص دیپلماسی عمومی نیز به کار برد: دیپلماسی عمومی همانند نهر یا جوی عمل می‌کند یعنی «زمینی را که بر آن جاری است، سیراب می‌کند و همان بستر موجود را پی می‌گیرد، ولی راه را برای تغییر در طولانی‌مدت هموار می‌سازد»^۲ در این مقاله، ابتدا تعاریفی از دیپلماسی عمومی ارائه می‌گردد. در ادامه، به نقش انقلاب اطلاعاتی در دیپلماسی عمومی پرداخته می‌شود. سپس توجه فزاینده به دیپلماسی عمومی بررسی و در پایان ویژگی‌های یک دیپلماسی عمومی موفق بیان می‌شود.

تعریف دیپلماسی عمومی

در بین واژه‌هایی که در خصوص دیپلماسی و روابط بین الملل وضع شده، شاید از کمتر واژه‌ای به اندازه‌ی دیپلماسی عمومی، برداشت‌های مختلفی شده است. در این بخش، به برخی از مهم‌ترین تعاریفی که از دیپلماسی عمومی شده، می‌پردازیم.

^۱ عباس نادری دانش‌آموخته‌ی کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل و کارشناس سبیل بین‌المللی و دیپلماسی عمومی است.

^۲ پینگر، اتولر، ارتباطات افشایی، مترجم: علی رستمی، انتشارات مرکز مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما.

برای نخستین بار در سال ۱۹۶۵ ادmond گلیون^۱، دیپلمات پیشین آمریکایی و رئیس دانشکده‌ی حقوق و علوم سیاسی فلچر واژه‌ی «دیپلماسی عمومی» را به کار گرفت. وی، دیپلماسی عمومی را تأثیرگذاری بر افکار و احوال جامعه (کشور هدف) به منظور شکل‌دهی و اعمال سیاست خارجی تعریف کرد.^۲

بر اساس تعریف فلچر (مرکز مورو برای دیپلماسی عمومی) «دیپلماسی عمومی» یا نفوذ در نگرش عمومی در رابطه با تدوین و اجرای سیاست‌های خارجی سروکار دارد. دیپلماسی عمومی دربرگیرنده‌ی ابعاد روابط بین‌الملل فراتر از دیپلماسی سنتی است: شخم زدن افکار عمومی در سایر کشورها توسط دولت، تعامل گروه‌های خصوصی و گروه‌های ذی‌نفع در یک کشور با همتهای خود در کشور دیگر، گزارش دادن درباره‌ی امور خارجه و تأثیر آن بر سیاست‌ها، برقراری ارتباط میان کسانی که شغل‌شان برقراری ارتباط است و همچنین میان دیپلمات‌ها و خبرنگاران اخبار خارجی، و فرآیند برقراری ارتباط میان فرهنگ‌ها ... هسته‌ی دیپلماسی عمومی عبارت است از جریان انتقالی اطلاعات و عقاید.^۳

گروه «برنامه‌ریزی برای اقدام» در وزارت خارجه‌ی آمریکا، تعریف زیر را از دیپلماسی عمومی به دست داده است: «دیپلماسی عمومی، در پی ارتقاء منافع ملی ایالات متحده از طریق درک و شناخت، اطلاع‌رسانی، نفوذ و تأثیرگذاری بر مخاطبان خارجی است.»^۴

دیپلماسی عمومی در مفهوم آمریکایی خود، به گونه‌ای فراگیر شامل هر دو گونه دیپلماسی (فرهنگی و ارتباطی) بوده و به کاربرد ابزارهای بین‌فرهنگی و ارتباطات بین‌المللی در سیاست خارجی معطوف شده است.^۵

انبار سیاست خارجی

^۱ Edmund Gullion.

^۲ پس از گلیون، ادبیاتی گسترده در این زمینه تولید شده است. برای آگاهی از سیر ادبیات دیپلماسی عمومی رک به: http://uscpublicdiplomacy.com/pdfs/Stacy_literature.pdf

^۳ <http://fletcher.tifts.edu/murrow/public-diplomacy.html>

^۴ آشنا، حسام‌الدین، فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی، آرایه مدلی برای دیپلماسی عمومی، فصلنامه‌ی پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، شماره ۲۱ (پیاور ۱۳۸۳).

دیپلماسی عمومی و ترویج فرهنگ، در واقع، به طور بسیار نزدیکی با یکدیگر مرتبط بوده و اهداف مشابهی را برآورده می‌نمایند. انتقاد از دیپلماسی عمومی به مثابه‌ی جنبه‌ی نرم روابط خارجی با فروکش کردن اقتضائات مربوط به جنگ سرد خاموش شد اما پس از اتمام جنگ سرد، مجدداً قدرت یافت.^۱

سال ۱۹۶۳ ادوارد آر. مارو رئیس آژانس اطلاعات ایالات متحده^۲ در دولت کندی، دیپلماسی عمومی را به عنوان تعاملاتی نه فقط با دولت‌های خارجی بلکه ابتدا با افراد و سازمان‌های غیردولتی که اغلب به صورت دیدگاه‌های اشخاص مختلف علاوه بر دیدگاه دولت بروز می‌کنند، تعریف نمود. بر اساس نظریه‌ی مارک لئونارد کارشناس انگلیسی دیپلماسی عمومی «افرادی که عبارت دیپلماسی عمومی را صرفاً حسن تعبیری از تبلیغات می‌دانند، به خطا رفته‌اند. تبلیغات معمولاً خالی از اعتماد است و اگر به عنوان دیپلماسی عمومی به کار رود، اثر عکس می‌دهد. دیپلماسی عمومی تنها روابط عمومی هم نیست. انتقال اطلاعات و ایجاد تصویر مثبت فقط بخشی از آن است. اما دیپلماسی عمومی شامل برقراری روابط بلندمدت است که محیطی مستعد برای سیاست‌های حکومت فراهم می‌کند.^۳

روزنا اقدام سیاست خارجی را به طور کلی این‌گونه توصیف کرده است که اقدام دیپلماسی عمومی برای پشتیبانی و به عنوان اقدامی «پیوسته در حال بروز» و مقاوم در برابر رویدادهای سلسله وار، در قلمرو بین‌المللی به کار می‌رود.^۴

تعاریف آرایه شده در بالا، تنها نمونه‌هایی از تعاریف آرایه شده از دیپلماسی عمومی است.^۵ صرف‌نظر از این‌که کدام تعریف از دیپلماسی عمومی و کدامین

^۱ میلسن، ژان، دیپلماسی عمومی نوین: از تئوری تا عمل، در: دیپلماسی عمومی نوین و قدرت نرم، مترجمان: دکتر رضا کلهر و سید محسن روحانی، انتشارات دانشگاه امام صادق، ۱۳۸۸، ص ۴۵-۴۴

^۲ United States Information Agency (USIA).

^۳ SOFT POWER THE MEANS TO SUCCESS IN WORLD POLITICS, Joseph s. NYE, Jr., Published in the United States by Public Affairs, 2004, p128.

اسور

^۴ James N. Rosnau, International Politics and Foreign Policy: A Reader in Research and Theory, New York: Free Press, 1961, p 167

نگاه به این مقوله، درست‌تر است، شاید بتوان قدر مشترک همه‌ی تعاریف را این نکته ارزیابی کرد که همه‌ی تعاریف، بر به‌کارگیری روش‌هایی برای تأمین حداکثری منافع ملی واحدهای سیاسی تأکید و به آن توصیه می‌کنند.

بنا بر اساس
دانش

انقلاب اطلاعاتی و دیپلماسی عمومی

عصر حاضر را به درستی عصر اطلاعات‌گرایی^۱ نام نهاده‌اند. انقلاب فن‌آوری اطلاعات به عنوان ابزاری مؤثر در اجرای فرآیند بنیادین تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری از دهه‌ی ۱۹۸۰ به بعد، در تمامی جهان تأثیراتی برجای گذاشت؛ هر چند موج این تأثیرات، در نقاط مختلف جهان تقدم و تأخراتی داشته است.

در پی تحولات انقلاب‌گونه‌ای که از دهه‌ی ۱۹۶۰ در حوزه‌ی بازرگانی و از اوایل دهه‌ی ۱۹۸۰ در امور نظامی رخ داد، از اوایل قرن حاضر، انقلاب بزرگ اطلاعات در عرصه‌ی دیپلماسی آغاز شده است.

واقعیت این است که با گسترش روزافزون سخت‌افزارانه و نرم‌افزارانه‌ی ارتباطات، نقش دیپلمات‌ها و دیپلماسی از شکل سنتی آن خارج شده است. با این وجود، هنوز اکثر دیپلمات‌ها برای ایجاد یک انقلاب اطلاعاتی در این عرصه، توجه جدی و اشتیاق نشان نمی‌دهند. شاید به این دلیل که بیشتر دیپلمات‌ها بر این باورند که چنین تحولی، دنیای آنان را آشفته خواهد کرد. چنین نگرشی باعث

بروز دو گرایش در دیپلماسی شده است: گرایش نخست به دنبال تمرکزگرایی و اعمال نظارت بیشتر در امور دیپلماسی (در درون دولت‌ها) است و گرایش دوم (با

^۱ برای مطالعه‌ی بیشتر در خصوص مفهوم و تعاریف ارائه شده از دیپلماسی عمومی رک به:

- Snow, Nancy, Snow & Taylor, Philip M. Taylor, Routledge Handbook of Public Diplomacy, Published by Taylor & Francis, 2008

- Melissen, Jan, The New public Diplomacy: Soft Power in International Relations, Palgrave Macmillan, 2007

- Leonard, Mark, Public Diplomacy, Foreign Policy Centre, London, England, 2002

^۲ Informationalism.

توجه به ظهور بازیگران بی‌شمار غیردولتی به تمرکززدایی از دیپلماسی می‌انديشد. به علاوه، دیپلمات‌ها نیز مانند رهبران نظامی و تجاری گله دارند که ارتباطات پیشرفته و تحولات ناشی از انقلاب اطلاعاتی، ماهیت زمان و مکان را در دیپلماسی دستخوش دگرگونی کرده و از جمله باعث شتاب بخشیدن به روندهای دیپلماسی شده است؛ به طوری که کارکنان وسایل ارتباط جمعی و بازیگران غیردولتی، با نفوذ و فشارهای خود به افشاگری می‌پردازند و با انگیزه‌ی جلب افکار عمومی، در مسایل دخالت می‌کنند. این روندها موجب شده است که گفتگو و مذاکره با مقامات برای سفر بسیار دشوار شود. زیرا آنان باید با بازیگران زیاد و در عین حال گوناگونی درگیر شوند، آن هم در اوضاعی که شاهد تبدیل بازیگران فراوان و خودرأی، به بازیگرانی محدودتر اما هوشیارتر، مانند سازمان‌های غیردولتی هستیم که با برخورداری از توانایی اتخاذ روش‌های سازمان‌یافته و جمعی، نظم دیپلمات‌ها در تمام جهان دستخوش تحول کرده‌اند.^۱

عصر اطلاعات به سمتی می‌رود که دیپلماسی سنتی بر پایه‌ی «واقع‌گرایی سیاسی» و تکیه بر «قدرت سخت»، در حال جایگزینی با دیپلماسی نوین و بر پایه‌ی «سیاست اندیشه‌گرا»^۲ است که در آن به «قدرت نرم»^۳ برتری داده می‌شود. هم دیپلماسی عمومی و هم امور عمومی مستقیماً تحت تأثیر نیروهای جهانی‌شدن و انقلاب اخیر در فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات است. در عصری که در آن به نحو روزافزونی تأثیرگذاری بر افکار عمومی اهمیت یافته، ارتباط داخلی و بین‌المللی با عموم مردم برای تمامی وزرای امور خارجه، یک چالش پیچیده و فزاینده شده است.^۴

اینترنت، به عنوان یک ابزار مهم دیپلماسی عمومی، می‌تواند افق‌هایی تازه برای پیشبرد دیپلماسی عمومی بگشاید. ضمن این که همزمان یک تهدید برای

^۱ رانفلت، دیوید و آرکیلا، جان، ضرورت تحول اطلاعاتی و ارتباطاتی در قلمرو دیپلماسی، ترجمه‌ی حمیدرضا انوری، در: فصلنامه‌ی فرهنگ و دیپلماسی، شماره ۲ و ۳، زمستان ۸۰ و بهار ۸۱، اداره کل هماهنگی‌های امور فرهنگی وزارت امور خارجه، صص ۱۶۸-۱۶۷.

^۲ رانفلت، دیوید و آرکیلا، جان، ضرورت تحول اطلاعاتی و ارتباطاتی در قلمرو دیپلماسی، همان، ص ۱۶۸.

^۳ میلن، ژان، دیپلماسی عمومی نوین: از تنوری تا عمل، همان، ص ۵۶.

موفقیت دیپلماسی عمومی به شمار می‌آید. به دیگر سخن، در عرصه‌ی دیپلماسی عمومی، اینترنت هم فرصت است و هم تهدید. اینترنت، به عنوان یک رسانه‌ی فراگیر، رو به تحول، رو به جلو، نامرکز، و مهم‌تر از همه، دوسویه، تأثیری به‌سزا بر دیپلماسی عمومی دارد. بر خلاف رادیو و تلویزیون که اغلب آرایه‌دهنده‌ی اطلاعات بوده و فرد را در اطلاعات‌سازی مشارکت نمی‌دهند، اینترنت، می‌تواند ارتباطی دوسویه ایجاد کند. فرد، علاوه بر تأثیرگیری از اینترنت، بر آن تأثیر نیز می‌گذارد.

۱۹۹۱ نقطه‌ی گزینش به نظر می‌رسد است

توجه فزاینده به دیپلماسی عمومی

توجه به دیپلماسی عمومی در سال‌های اخیر روندی رو به رشد و فزاینده داشته است. هر روز تعداد بیشتری از کشورها، به این مهم توجه نشان می‌دهند و در پی کشف و استفاده از توانایی‌های دیپلماسی عمومی برمی‌آیند. این امر نشانه‌ی چیست؟ آیا می‌توان این توجه را نشان از ورود دیپلماسی به مرحله‌ای تازه دانست؟ آیا می‌توان چنین استنباط کرد که دیپلماسی سنتی دیگر پاسخ‌گوی نیازها و الزامات کار بین‌المللی در یک دنیای جهانی‌شده نیست؟ آیا می‌توان در دنیایی که «شبکه‌وند»^۱ به تدریج جای «شهروند»^۲ را می‌گیرد، با ابزارهای کهنه، وقت و توان خویش را صرفاً مصروف دولتمردان کشورها نمود؟ و آیا در این صورت، می‌توان به موفقیت در دیپلماسی امید داشت؟ در این میان، تکلیف دیپلماسی با بازیگران غیردولتی چه می‌شود؟ رسانه‌های گروهی (اعم از مکتوب، دیداری و شنیداری و دیجیتالی) چه جایگاه و نقشی دارند؟

دیپلماسی عمومی نوین بخشی از ساختار متغیر روابط بین‌الملل است. کشورهای بزرگ و کوچک از نظر اندازه، از ایالات متحده گرفته تا بلژیک یا حتی لیختن‌اشتاین، خواه با رژیم‌های دموکراتیک یا اقتدارگرا، مانند چین و سنگاپور، و شامل غنی‌ترین کشورها، مانند نروژ، و کشورهایی که می‌توانند در عداد فقیرترین

کشورهای جهان به شمار آیند، برای مثال اتیوپی، در سال‌های اخیر علاقه‌ای وافز به دیپلماسی عمومی نشان داده‌اند.^۱

پرداختن به ساختارسازی داخلی [در یک واحد سیاسی] با نگرش به توسعه‌ی سیاسی خارجی و هویت‌سازی خارجی، بخشی از راهبرد دیپلماسی عمومی کشورها گوناگونی چون کانادا، شیلی و اندونزی شده است. در زمینه‌ی داخلی، اجتماعی‌کردن دیپلماسی، زمینه‌ای آشنا برای وزیران امور خارجه است، اما این دیپلماسی است که به مثابه‌ی ابعاد داخلی و خارجی رفتار با «عموم» - که بیش از گذشته و به طور فزاینده‌ای به یکدیگر پیوند خورده‌اند - شایسته‌ی توجه و احیا شده است.^۲

وزارت امور خارجه آمریکا در سال ۱۹۹۹ معاونت دیپلماسی عمومی و افکار عمومی تأسیس کرد. معاونت وقت، برنامه‌ی اصلی آن را به این شرح توصیف نمود: «دیپلماسی افکار عمومی همگام با دیپلماسی سنتی خواهد بود که آمریکا را قادر می‌سازد تا منافع این کشور را به پیش برده، از امنیت آمریکا حفاظت کرده و مبانی اخلاقی را برای رهبری این کشور در جهان آرایه دهد.»

دولت بوش به‌رغم تلاش‌هایی که داشت، به دلایل متعدد نتوانست دیپلماسی عمومی موفق‌تری داشته باشد. بعد از روی کار آمدن اوباما، مراکز مطالعاتی متعددی در آمریکا راهکارهایی برای دیپلماسی عمومی دولت وی و به خصوص راهکارهای بهبود تصویر آمریکا در جهان آرایه داده‌اند.^۳

در حالی که رسانه‌ها «در حال عادی کردن جنگ هستند» و «حس غیراخلاقی بودن را که باید همیشه در مواقع درگیری و خشونت به سراغمان بیاید، از دست داده‌ایم»، دیپلماسی عمومی شاید بتواند در مبارزه برای جلوگیری از عادی شدن جنگ‌ها و ریختن قبح خشونت‌ها، به کمک سیاستمداران بیاید، اما این امر بیش و بیش از هر چیز، مستلزم خواست آنان برای رسیدن به چنین فضایی است.^۴

^۱ همان، ص ۴۸.

^۲ همان، ص ۵۶.

^۳ از مهم‌ترین این مراکز می‌توان به uscpublicdiplomacy.org اشاره کرد.

^۴ Fisk, Robert, The Independent, 31 January 2009

^۱ Netizen.

^۲ Citizen.

جنگ سرد در سال ۱۹۹۱ با فروپاشی شوروی خاتمه یافت و دوران دوقطبی فرو ریخت. با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، ایالات متحده خود را تنها ابرقدرت جهان و بدون منازع ارزیابی کرد.^۱

یکی از مسائلی که نقش دیپلماسی عمومی را بیشتر آشکار می‌کند، رقابت‌هایی است که در دوران پس از ۱۱ سپتامبر و به خصوص بعد از سال ۲۰۰۶ در جریان است؛ واقعیت این است که بعد از فروپاشی شوروی تا سال ۲۰۰۶ دوران تک قطبی با تفوق آمریکا بر جهان حاکم بود. اما در سال ۲۰۰۶ با قطعی شدن شکست آمریکا در عراق و هم‌زمان شکست رژیم صهیونیستی در جنگ ۳۳ روزه با لبنان، دوران تک‌قطبی پایان یافت و دوره‌ی چندقطبی سیال، آغاز شد.^۲ در این دوران که البته نشانه‌های آن حتی پیش از سال ۲۰۰۶ آشکار شده بود، یکی از قطب‌ها، «افکار عمومی» است. کشور یا کشورهایی که موفق شوند سهمی بیشتر از ساخت افکار عمومی جهانی به خود اختصاص دهند، قدرتمندتر خواهند بود.

برخی نظریه‌پردازان روابط بین‌الملل مانند مورگنتا معتقدند که دیپلماسی لازم است نسبت به لحاظ نمودن عنصر افکار عمومی به شدت حساس باشد.^۳ اما شاید بتوان حتی پا را از این فراتر نهاد و گفت: دیپلماسی، در اشکال مختلف، دیگر «نباید» و «نمی‌تواند» افکار عمومی را نادیده بینگارد. این ابرقدرت، در بطن خود، تغییرات عمده‌ای در دیپلماسی و روابط بین‌الملل پدید آورده و به تدریج، عمق این تغییرات بیشتر خواهد شد. برای بهره‌گیری از قدرت این ابرقدرت، شکل‌دهی به آن اهمیتی بیش از گذشته یافته است. کشورهایی که می‌توانند افکار عمومی

^۱ ایکسبری، جان، تنها ابرقدرت، ترجمه: عظیم فضلی یور، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ایران معاصر، تهران، ۱۳۸۲، ص ۳۸.

^۲ البته برخی بر این اعتقادند که دوران فعلی، دوران بی‌قطبی است. برای مطالعه‌ی مقاله‌ی ریچارد هاس (۲۰۰۸) در خصوص پایان نظام تک‌قطبی و آغاز دوران بی‌قطبی، رک به:

Richard N. Haass, The Age of Nonpolarity, What Will Follow U.S. Dominance, Foreign Affairs, May/June 2008.

^۳ مورگنتا، هانس جی. سیاست میان ملت‌ها، خمیرا مشیرزاده، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۷۹.

جهانی را بسازند، شکل‌دهند و در جهت سیاست‌های خود مدیریت کنند، این قدرت عظیم را بر قدرت خود افزوده‌اند.

ساخت افکار عمومی در خارج از مرزهای ملی، نیازمند دیپلماسی عمومی موفق است. ابرقدرت افکار عمومی، جای خود را به تدریج در تصمیم‌سازی‌های جهانی بیشتر باز می‌کند و در سال‌های آینده اهمیت بیشتری خواهد یافت. هم از این روست که کشورهای مختلف حتی کشورهای نسبتاً کوچک، تلاش دارند با برنامه‌ریزی‌های گسترده برای تقویت دیپلماسی عمومی (در دو بعد سخت‌افزارانه و نرم‌افزارانه) خود را برای سال‌های پرچالش و پررقابت آینده آماده کنند. اما سؤالی که مطرح می‌شود این است: یک دیپلماسی عمومی موفق، چه ویژگی‌هایی دارد؟

— ویژگی‌های دیپلماسی عمومی موفق

یک دیپلماسی عمومی موفق دارای ویژگی‌های زیر است:

۱. در قرن بیست و یکم به صورت روزافزونی «قواعد بازی» تغییر کرده است. قواعد بازی دیگر نه صرفاً توسط دولت‌ها که با مشارکت و تحمیل نظرات بازیگران غیردولتی نوشته و دیکته می‌شود. برای بازی باید ابزارها و توانایی‌های آن را در اختیار داشت (مهم‌ترین این توانایی‌ها «قدرت اقناع» است که با برج‌عاج‌نشینی در فرهنگ سنتی دیپلماتیک سازگار نیست) شاید بتوان این تناقض‌نا (پارادوکس) را چنین شرح داد: ارتباط هر چه بیشتر با مردم (که همواره یک مسأله برای دیپلمات‌ها بوده) لازمه‌ی موفقیت هر دیپلمات است اما این ارتباط، مستلزم، استفاده از «قدرت نرم» است. شاید بتوان گفت امروزه موفقیت در دیپلماسی منوط به تعاملات اقناعی فراملی است. الزامات دیپلماسی در دهه‌ی نخست قرن بیست و یکم، تفاوت بسیار زیادی حتی با دهه‌ی آخر قرن بیستم دارد؛ در دهه‌ی آخر قرن بیستم، هنوز بسیاری از امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ارتباطاتی وجود نداشت، هنوز بسیاری از شیوه‌های اقناع افکار عمومی در دسترس تصمیم‌گیران و اندیشه‌سازان نبود؛ در دهه‌ی نخست قرن بیست و یکم، دیپلماسی عمومی بیشتر جای خود را باز می‌کند. هر چند دیپلماسی عمومی فربه‌تر،

تأثیرگذارتر و اقناعی‌تر از دیپلماسی سنتی است اما شیوه‌های اقناع، با انقلاب اطلاعاتی، متحول‌شونده است. به عبارت دیگر، یک دیپلماسی عمومی موفق، همواره در پی یافتن راه‌های به‌روزتر و مؤثرتر اقناع است. چرا که دیپلماسی عمومی، عرصه‌ی عرضه‌ی توانمندی‌های اقناعی دولت‌هاست. در این عرصه، آن که قدرت اقناع بیشتری دارد، منافع کشورش را بیشتر، بهتر و مؤثرتر تأمین می‌کند.

۲. بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی، برای موفقیت دیپلماسی عمومی خايز اهمیت است. یکی از ابزارهای جدید دیپلماسی عمومی، شبکه‌های اجتماعی‌اند. شبکه‌های اجتماعی که عمده‌ی آن‌ها در فضای مجازی شکل گرفته‌اند، تبدیل به یکی از ابزارهای مهم حمله، دفاع و اقناع افکار عمومی کشورها شده‌اند و برخی دولت‌ها از این ابزار به خوبی بهره گرفته و می‌گیرند. مثال بارز این شبکه‌ها، یوتیوب، فیس‌بوک، تویت‌ر هستند.^۱

۳. نحوه‌ی به‌کارگیری دیپلماسی عمومی، تا حد زیادی بستگی به شرایط و تصمیمات یک واحد سیاسی دارد؛ در مدت زمانی که یک تصمیم اتخاذ می‌شود، سترانه می‌تواند تأثیر زیادی بر اثربخشی اقدامات - هر چند مطالعه شده و هماهنگ شده مناسب داشته باشد. به عنوان مثال نخستین سخنرانی اوباما رئیس‌جمهور آمریکا در یک کشور اسلامی - مصر - علی‌رغم برنامه‌ریزی دولتمردان و دست‌اندرکاران دیپلماسی عمومی آمریکا، نتوانست زمینه‌ای برای ساخت تصویری مناسب از این کشور در جهان اسلام ایجاد کند و توقعات مسؤولان دیپلماسی عمومی آمریکا را برآورده سازد چرا که حتی در این سخنرانی، نشانه‌ای از عزم دولت اوباما برای تغییر در سیاست‌های خاورمیانه‌ای آمریکا، دیده نشد. بنابراین یک دیپلماسی عمومی موفق، باید در تصمیم‌سازی‌های کلان مشارکت داده شود تا جنبه‌های عمومی سیاست‌ها و تأثیر آن بر افکار عمومی لحاظ گردد.

۴. یک دیپلماسی عمومی موفق، نسبت به پیوند تنگاتنگ سیاست خارجی و دیپلماسی عمومی که می‌تواند اعتبار کشور را در ارتباطش با مخاطبان خارجی

تخریب کند، احتیاط می‌کند. نگاه به دیپلماسی عمومی به عنوان ابزار سیاست خارجی، وسوسه‌انگیز است؛ این دیدگاه که فعالیت‌های دیپلماسی عمومی، اساساً به سوی خلق افکار عمومی در یک کشور هدف‌گیری می‌شود و این که رهبران سیاسی کشور هدف را قادر خواهد کرد تا تصمیماتی بگیرند که پشتیبانی‌کننده‌ی اهداف سیاسی کشور حامی خارجی باشد، یک نگاه بسیار مکانیکی و ابهام‌آمیز است.^۱ آن‌چه رویکرد دیپلماسی عمومی را به مثابه یک ابزار مستقیم سیاست خارجی مسأله‌ساز می‌کند، این است که این رویکرد، دیپلماسی عمومی را به سوی تناقض‌ها، عدم پیگیری‌ها، ناپایایی‌ها و پندارهای سیاست خارجی می‌کشاند. اگر دیپلماسی عمومی به طور بسیار نزدیکی با اهداف سیاست خارجی پیوند بخورد، خطر زیان‌بار شدن (نتیجه‌ی عکس‌داشتن) را موجب می‌شود و در واقع هنگامی که سیاست خارجی خود یک شکست تلقی می‌شود، دیپلماسی عمومی یک ناکامی است. در چنین شرایطی، دیپلماسی عمومی برای وزیر خارجه یک الزام می‌شود و دیگر به عنوان ابزار دیپلماتیک خدمت نمی‌کند که بتواند کیفیتی ویژه از توانمندی برای حرکت را تولید نماید، یعنی همان چیزی که در دیپلماسی سنتی بیشتر مد نظر بوده است.^۲

۵. دیپلماسی عمومی موفق، یک دیپلماسی عمومی حداقل میان‌مدت و حداکثر درازمدت است، زمان، عاملی مهم در بروز اثرات یک دیپلماسی عمومی موفق است. نگاه دفعی و کوتاه‌مدت به دیپلماسی عمومی، می‌تواند از بُعد نایل شدن به اهداف کوتاه مدت، وسوسه‌انگیز و تهییج‌کننده باشد. اما باید همواره این نکته را مد نظر داشت که جنس دیپلماسی عمومی، جنس فرهنگ است و اقدامات فرهنگی، در میان‌مدت و درازمدت به ثمر می‌نشیند. این سخن البته بدان معنا نیست هیچ هدف کوتاه‌مدتی در این راستا تعریف نکرد. اما از آن‌جا که سرمایه‌ی دیپلماسی عمومی، «اعتبار» و «اعتماد» است و این دو عنصر، عناصری

^۱ میلن، ژان، دیپلماسی عمومی نوین: از تئوری تا عمل، آلمان، ص ۵۹-۵۸.

^۲ همان، ص ۵۹.

«زمان‌بر» تلقی می‌شوند، تمرکز بر اهداف میان‌مدت و درازمدت در دیپلماسی عمومی از این حیث ضرورت می‌یابد.

۶. یک دیپلماسی عمومی موفق، از ظرفیت «سمن»^۱ها (سازمان‌های غیردولتی) و دیگر عوامل غیردولتی و شبکه‌های محلی در کشورهای دیگر کمک می‌گیرد. دیپلمات‌ها اغلب پیام‌رسان خوبی برای اهداف دیپلماسی عمومی نیستند؛ کارایی سمن‌ها در دیپلماسی عمومی در اغلب موارد اثبات شده است. سمن‌ها می‌توانند فضا را «محلی» و «بومی» سازند و اهداف دیپلماسی عمومی را مؤثرتر برآورده سازند. واقعیت این است که روابط فرهنگی مدرن به ایجاد روابط با بازیگران جامعه‌ی مدنی در دیگر کشورها و تسهیل شبکه‌های بین احزاب غیردولتی در داخل و خارج مربوط می‌گردد. دیپلمات‌های امروزین به‌طور فزاینده‌ای با این نوع کار آشنا می‌شوند و برای این که آن را بهتر انجام دهند، باید با ابتکارات بازیگران غیردولتی همکار، و با عوامل غیررسمی سازگار شوند.^۱

۷. یک دیپلماسی عمومی موفق، دو طرفه است. آن چه که به عنوان جاده‌ی «تبلیغات»^۲ یک طرفه نام برده می‌شود، عمدتاً معطوف به تبلیغات است. مخاطبان، مطالب زیادی دارند که به دست‌اندرکاران دیپلماسی عمومی بدهند، کسانی که به این مطالب خوب گوش داده و نکات آن را رعایت می‌کنند، بهتر می‌توانند «تصویر» خود را مدیریت کنند و آن چه را که «می‌خواهند» در اذهان پیروانند.

۸. هر واحد سیاسی، اقدامات متعددی در خصوص دیپلماسی عمومی انجام می‌دهد. اما بسیار پیش‌آمده که این اقدامات، به جای هم‌افزایی، موجب خنثی‌سازی اقدامات شده و حتی نتیجه‌ی عکس به بار آورده است. یک دیپلماسی عمومی موفق، باید دارای «مرکز هماهنگ‌سازی اقدامات»^۳ باشد. در این زمینه، جمهوری خلق چین، تشکیلاتی منسجم و کارا ایجاد کرده و الگویی نسبتاً مناسب برای هماهنگ‌سازی ارایه داده است.

۹. آن چه که در دیپلماسی عمومی مطرح است هدایت و مدیریت برداشت و دریافت مخاطبان است. در دنیای امروز، عوامل متعددی باعث سوءاستفاده برداشت و دریافت از یک اقدام و یا مجموعه‌ی اقدامات یک کشور می‌شود. هنر یک دیپلماسی عمومی موفق این است که بتواند برداشت مخاطبان را مدیریت کرده و در جهت ارتقاء تصویر کشورش در نظام بین‌الملل به کار گیرد.

۱۰. دیپلماسی عمومی، یکی از عوامل «انگاره‌ساز»^۴ است؛ انگاره‌ای که از هر کشور در افکار عمومی شکل می‌گیرد و یا انگاره‌ای که شکل گرفته و قصد جایگزینی آن با انگاره‌ی تازه وجود دارد. دیپلماسی عمومی، به مثابه‌ی تفکر و نیز ابزاری برای انگاره‌هاست؛ هم در عرصه‌ی ساخت و هم در عرصه‌ی تغییر. بنابراین یک دیپلماسی عمومی موفق، هم توان «انگاره‌سازی» دارد، هم توان تغییر انگاره‌های ساخته شده.

نتیجه‌گیری کلی

دیپلماسی عمومی همانند نهر یا جوی عمل می‌کند یعنی «زمینی را که بر آن جاری است، سیراب می‌کند و همان بستر موجود را پی می‌گیرد، ولی راه را برای تغییر در طولانی‌مدت هموار می‌سازد.»

واقعیت این است که با گسترش روزافزون سخت‌افزارانه و نرم‌افزارانه‌ی ارتباطات، نقش دیپلمات‌ها و دیپلماسی از شکل سنتی آن خارج شده است. در دنیایی که «شبکه‌وند» به تدریج جای «شهروند» را می‌گیرد، با ابزارهای کهنه، نمی‌توان به برآورده شدن اهداف دیپلماسی امید بست.

ساخت افکار عمومی در خارج از مرزهای ملی، نیازمند دیپلماسی عمومی موفق است. ابرقدرت افکار عمومی، جای خود را به تدریج در تصمیم‌سازی‌های

^۱ برای آگاهی از انگاره‌های دولت‌ها و بحث‌های نظری در این باره، ر. ک به:

ون هام، پیتر، ظهور دولت‌های مارک‌دار: سیاست‌های فرانوگرای انگاره و شهرت، مترجم: سید مهدی حسینی نیشابوری، در: فصلنامه‌ی فرهنگ و دیپلماسی، شماره ۲ و ۳، زمستان ۸۰ و بهار ۸۱، اداره کل هماهنگی‌های امور فرهنگی وزارت امور خارجه، صص ۱۱۸-۱۰۹.

جهانی بیشتر باز می‌کند و در سال‌های آینده اهمیت بیشتری خواهد یافت. یک دیپلماسی عمومی موفق ویژگی‌های زیر را داراست:

- همواره در پی یافتن راه‌های به‌روزتر و مؤثرتر اقناع (در دو سطح داخلی و خارجی) است.

- از ابزارهای نوین ارتباطی بهره می‌گیرد.
- در تصمیم‌سازی‌های کلان مشارکت داده می‌شود تا جنبه‌های عمومی سیاست‌ها و تأثیر آن بر افکار عمومی لحاظ شود.
- نسبت به پیوند تنگاتنگ با سیاست خارجی که می‌تواند اعتبار کشور را در ارتباطش با مخاطبان خارجی تخریب کند، احتیاط می‌کند.
- برنامه‌ریزی میان‌مدت و درازمدت دارد.
- از ظرفیت «سمن»ها (سازمان‌های غیردولتی) و دیگر عوامل غیردولتی و شبکه‌های محلی در کشورهای دیگر برای «محلی‌سازی» و «بومی‌سازی» و تحقق اهداف استفاده می‌کند.
- دو طرفه است.
- برای هم‌افزایی، «مرکز هماهنگ‌سازی اقدامات» دارد.
- برداشت مخاطبان را مدیریت کرده و در جهت ارتقاء تصویر کشورش در نظام بین‌الملل به کار می‌گیرد.
- توان «انگاره‌سازی» و نیز تغییر انگاره‌های ساخته شده را دارد.

ناتسی اسنو^۲

مترجم: محمود رادبوی^۳

۴ ارتباط دیپلماسی عمومی و قدرت اجتناب‌ناپذیر است. در همین راستا، نوشته‌های جوزف نای به‌ویژه «قدرت نرم» بسیار شناخته شده است. قدرت نرم («مبتنی بر نفوذ غیرمستقیم و غیرملموس چون فرهنگ، ایدئولوژی و ارزش‌ها می‌باشد») به تحقیق، در فرهنگ لغات دیپلماسی عمومی، این تعریف بیشتر مورد رجوع است. اگرچه این امر به معنای موافقت ما با این تعریف و کاربردش نیست. واژه‌ی «قدرت نرم» نخستین بار توسط نای در سال ۱۹۹۵ به کار گرفته شد. وی معتقد است ایالات متحده‌ی آمریکا باید تمرکز خود را متوجه اقداماتی کند که سرانجام منجر به توافقات و پیمان‌های الزام‌آور شود. «... ثروتمندترین کشور جهان شایسته بهترین [سیستم] آموزشی در داخل و مناسب‌ترین نفوذ بین‌المللی ناشی از کمک‌های کارآمد و برنامه‌های اطلاع‌رسانی می‌باشد. بر همین اساس، بیش از آن‌که به «قدرت سخت» - که شامل سیستم‌های تسلیحاتی جدید می‌شود - توجه کند، باید تمرکز اصلی خود را متوجه «قدرت نرم» و دستگاه پیچیده‌ی وابستگی متقابل نموده و بیشترین سرمایه‌گذاری را در این بخش به کار گیرد.»^۴

۵ نای (قدرت) را «توان نفوذ بر رفتار دیگران به منظور دستیابی به اهداف موردنظر» تعریف می‌کند و معتقد است سه روش اولیه برای اعمال آن وجود دارد:

۳ روش اجبار با تهدید؛

^۱ این مقاله از کتاب زیر ترجمه شده است:

Snow, Nancy and Taylor, Philip M. Routledge Handbook of Public Diplomacy, First Published by Routledge, New York, 2009

^۲ Nancy Snow.

^۳ محمود رادبوی، کارشناس مابیل اقتصادی بین‌المللی است.

^۴ Joseph S. Nye, Jr., "The misleading metaphor of decline." *The Athletic Monthly*, March 1990.