

از دیپلماسی عمومی سنتی تا دیپلماسی عمومی نوین: رویکردی هابرماسی

ناصر هادیان*

روح‌الآمین سعیدی**

چکیده

طی سال‌های اخیر، دیپلماسی عمومی دستخوش تحول عظیمی از حیث الگوی اجرایی شده تا جایی که الگوی پیشین که از آغاز تاریخ دیپلماسی عمومی رایج بوده، به صفت سنتی ملقب گردیده و رفته‌رفته جای خود را به الگوی نوین سپرده است. گذار از تصویرمحوری بر مبنای مدل ارتباطات نامتقارن یک‌سویه به گفتگومحوری بر مبنای مدل ارتباطات متقارن دوسویه، گذار از چارچوب اطلاعاتی که ارتباطات را به مثابه یک فرایند خطی انتقال اطلاعات با هدف اقناع یا کنترل می‌پنداشت، به چارچوب رابطه‌ای که ارتباطات را به مثابه فرایند اجتماعی ایجاد روابط و ترویج هماهنگی می‌نگرد و گذار از تک‌گویی (مونولوگ) به گفتگو (دیالوگ) در فرایند اعمال نفوذ بر مخاطبان خارجی، عناصر اساسی تحول الگوی دیپلماسی عمومی محسوب می‌شوند. فرضیه نگارندگان در پاسخ به چرایی وقوع تحول مذکور این است که پیشرفت شتابان فناوری‌های ارتباطی از یک سو و جافتادن و مورد پذیرش قرار گرفتن ایده تکرر فرهنگ‌ها از سوی دیگر سبب چنین تحولی شده است. به زعم نگارندگان مباحث یورگن هابرماس در خصوص کنش استراتژیک و کنش ارتباطی می‌تواند چارچوب نظری مناسبی برای بررسی روند گذار دیپلماسی عمومی از الگوی سنتی به الگوی نوین باشد.

واژگان کلیدی

دیپلماسی عمومی، ارتباطات نامتقارن یک‌سویه، ارتباطات متقارن دوسویه، چارچوب اطلاعاتی، چارچوب رابطه‌ای، کنش استراتژیک، کنش ارتباطی

Email: nhadian@ut.ac.ir

* استادیار دانشگاه تهران

Email: rooholaminsaeidi@yahoo.com

** دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل دانشگاه تهران

تاریخ پذیرش: ۹۲/۶/۱

تاریخ ارسال: ۹۲/۲/۲۰

فصلنامه راهبرد/ سال بیست و دوم/ شماره ۶۸/ پاییز ۱۳۹۲/ صص ۶۱-۳۳

جستار گشایی

امروزه فرایند جهانی شدن به واسطه نیروهای محرکه قدرتمند خود از جمله انقلاب در فناوری های حمل و نقل و ارتباطات و اطلاعات، حوزه دیپلماسی و تعاملات دیپلماتیک را نیز دستخوش دگرگونی های شگرفی کرده و بازنگری در بسیاری از رویه های پیشین و طراحی سازوکارهای جدید را ضروری ساخته است. به تبع تغییر سیمای جهان طی دهه های اخیر و در نتیجه وقوع دگرگونی های گسترده و جریان ساز در بسترهای مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی و نظامی، بی شک نحوه کنشگری دولت ها در محیط متحول جهانی نیز مغایرت های ماهوی فراوانی با گذشته خواهد داشت و لذا دولت ها باید خود را با اقتضائات جهانی شدن سازگار کنند. ضرورت این تغییر نگاه در عرصه دیپلماسی نیز همچون دیگر عرصه ها احساس می شود.

جریان تحول و تنوع دیپلماسی از حیث ساختار، دستور کار و شیوه های اجرا طی دهه های اخیر متأثر از فرایند جهانی شدن شتاب قابل توجهی به خود گرفته است. به اقتضای تحولات نوین جهان و وقوع دگرگونی در عرصه های مختلف، اشکال متنوع دیپلماسی نوین برای پاسخگویی به نیازهای

کنشگران پدید آمده است. به عنوان مثال مواجه شدن دولت ها با انبوهی از موضوعات کارکردی و تخصصی، آنان را با معضل تکثر وظایف و ناکارآمدی مواجه ساخته است؛ به طوری که نمی توانند منفردانه از پس تدبیر همه این موضوعات برآیند. از این رو دولت ها لاجرم بخشی از اختیارات خود را در برخی حوزه های کارکردی به موجودیت های غیردولتی مانند گروه ها و شرکت ها و نهاده اند تا به نیابت از آنها در مورد مسائل مطرح در این حوزه ها بحث و تصمیم گیری نمایند. از این رهگذر، نوع بدیعی از دیپلماسی با عنوان دیپلماسی مسیر دو^۱ شکل گرفته است. همچنین اهمیت یافتن نقش رسانه ها در رقم زدن معادلات جهانی و اشراف دولت ها بر لزوم مدیریت وجهه رسانه ای خود در راستای تحقق اهداف و منافع، موجب مطرح شدن دیپلماسی رسانه ای^۲ گردیده و یا افزایش اندرکنش های کنشگران گوناگون در فضای مجازی به خصوص شبکه جهانی اینترنت، پدیده دیپلماسی مجازی^۳ را به میان آورده است.

شکل گیری دیپلماسی نوین را می توان پیامد مستقیم تغییرات بنیادین محیط جهانی

1. Track II Diplomacy

2. Media Diplomacy

3. Virtual Diplomacy

از قبیل ورود کنشگران جدید به صحنه و کاهش نقش انحصاری دولت‌ها، تحدید حاکمیت مطلق واحدهای سیاسی، افزایش تأثیر افکار عمومی بر رقم زدن تحولات داخل و خارج کشورها، مطرح شدن موضوعات کارکردی جهان‌شمول و پیشرفت چشمگیر فناوری‌های ارتباطی دانست. به عبارت دیگر این اقتضائات نظم نوین پساوستفالیایی است که دولت‌ها را به تجدیدنظر در رویه‌های سنتی دیپلماتیک و ابداع شیوه‌هایی تازه برای تعامل با طیف وسیعی از کنشگران جهانی وامی‌دارد.

بدون تردید یکی از مهم‌ترین انواع نوین دیپلماسی در جهان امروز، دیپلماسی عمومی است که به معنای برنامه‌ریزی راهبردی یک دولت برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشورهای خارجی است و باید آن را پیامد اهمیت‌یافتن جایگاه/افکار عمومی در عرصه معادلات بین‌المللی و ارتقاء چشمگیر ظرفیت اثرگذاری شهروندان بر تصمیمات و سیاست‌های دولت‌ها دانست. امروزه وضعیت حاکم بر جهان با گذشته بسیار تفاوت دارد و شهروندان کشورها کنشگران ذی‌نفوذی هستند که از حق انکارناپذیر بهره‌مندی از اطلاعات درست و مشارکت فعالانه در تصمیم‌گیری‌های سیاسی و مدیریت جوامع

برخوردارند. در این میان تحولات شگرف مجاری ارتباطی که با خلق یک عرصه عمومی، امکان ارتباط آنی افراد با یکدیگر را در قالب شبکه‌ای سراسری فراهم کرده، توان کنشگری و ضریب نفوذ آنان را به طرز بی‌سابقه‌ای افزایش داده است.

بدین ترتیب امروزه دیگر نمی‌توان به شیوه پادشاهان گذشته بدون اعتنا به آرا و نظرات مردم حکومت کرد، بلکه چگونگی برداشت افکار عمومی از سیاست‌ها و رفتار کنشگران بین‌المللی اهمیت فراوانی دارد و ارتقاء وجهه یک کنشگر نزد افکار عمومی جهانی، عاملی مهم در تضمین موفقیت او برای تحقق منافع و نیل به اهدافش محسوب می‌شود. در نتیجه دولت‌ها با درک اهمیت تعامل با افکار عمومی خارج از قلمرو خود و به منظور همراه نمودن آنها با سیاست‌هایشان، تحت عنوان دیپلماسی عمومی اقدام به برنامه‌ریزی‌های گسترده راهبردی کرده و نهادهای رسمی تشکیل داده‌اند.

سرعت تغییر و تحولات در جهان جهانی‌شده کنونی به حدی است که اخیراً حتی دیپلماسی عمومی در معرض دگرگونی‌های قابل توجهی از حیث الگوی اجرایی قرار گرفته تا جایی که الگوی سنتی

پیشین کم‌کم کارآمدی خود را از دست داده و الگویی نوین سازگار با اقتضائات جدید محیط جهانی جایگزین آن شده است. به طور خلاصه می‌توان گفت گذار از تصویرمحوری بر مبنای مدل ارتباطات نامتقارن یک‌سویه به گفتگو محور بر مبنای مدل ارتباطات متقارن دوسویه، گذار از چارچوب اطلاعاتی که ارتباطات را به مثابه یک فرایند خطی انتقال اطلاعات با هدف اقناع یا کنترل می‌پنداشت، به چارچوب رابطه‌ای که ارتباطات را به مثابه فرایند اجتماعی ایجاد روابط و ترویج هماهنگی می‌نگرد و گذار از تک‌گویی (مونولوگ) به گفتگو (دیالوگ) در فرایند اعمال نفوذ بر مخاطبان خارجی، عناصر اساسی تحول الگوی دیپلماسی عمومی محسوب می‌شوند. فهم دقیق ماهیت این تحول و چرایی وقوع آن می‌تواند تأثیر بسزایی بر ارتقاء ضریب موفقیت راهبرد دیپلماسی عمومی کشورها در شرایط کنونی محیط جهانی داشته باشد.

هرچند ادبیات دیپلماسی عمومی چند سالی است که به محافل علمی و دانشگاهی کشور راه یافته و آثار متعددی تاکنون در این زمینه تألیف و ترجمه شده، اما مفهوم دیپلماسی عمومی نوین هنوز چندان شناخته شده نیست و پژوهشگران معدودی به

آن پرداخته‌اند و تنها می‌توان به دو اثر پژوهشی درخور بررسی اشاره کرد: مقاله «دیپلماسی عمومی نوین: چارچوب‌های مفهومی و عملیاتی» نوشته محمدکاظم سجادیپور و موسی‌الرضا وحیدی، اگرچه مفهوم دیپلماسی عمومی نوین را در کانون توجه قرار می‌دهد و سؤال اصلی خود را چرایی و چگونگی ظهور این پدیده در روابط بین‌الملل اعلام می‌کند، اما در اکثر صفحات به طرح مباحث کلی دیپلماسی عمومی می‌پردازد و تنها در حد یک صفحه اشاراتی ناکافی به دیپلماسی عمومی نوین و تفاوت آن با دیپلماسی عمومی سنتی دارد (سجادیپور و وحیدی، ۱۳۹۰، ص ۸۳). کتاب *دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال ایران*، تألیف فؤاد ایزدی هم علی‌رغم اینکه ویژگی‌های دیپلماسی عمومی نوین را در قیاس با الگوی سنتی به خوبی تبیین کرده است، هیچ توضیحی در خصوص دلایل وقوع این دگرگونی در الگوی اجرایی دیپلماسی عمومی ارائه نمی‌دهد (ایزدی، ۱۳۹۰، صص ۱۰۰ - ۸۳).

برای پوشاندن خلأهای پژوهشی موجود، پرسش اصلی مورد توجه مقاله حاضر این است که تحول اخیر الگوی دیپلماسی عمومی چیست و چرا به وقوع پیوسته است؟

بدان می‌نگرند و مفاهیم کنش استراتژیک و کنش ارتباطی هابرماس را برای فهم بهتر تحولات دیپلماسی عمومی به کار می‌گیرند. در بخش نتیجه‌گیری هم سعی می‌شود بر مبنای نتایج حاصل از پردازش فرضیه، رهنمودهایی برای ارتقاء دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران پیشنهاد گردد.

۱. چارچوب نظری

یورگن هابرماس^۴ به عنوان تنها بازمانده نسل پیشین مکتب فرانکفورت^۵ و یکی از شاخص‌ترین چهره‌های نظریه انتقادی^۶ روابط بین‌الملل، چشم‌انداز رهایی بشر از بحران‌های کنونی عصر تجدد را نسبت به دیگر همفکران خود روشن‌تر و امیدوارانه‌تر ترسیم می‌کند و رهایی‌بخشی را در صورت شکل‌گیری اجتماعی با محوریت ارتباطات و گفتگو امکان‌پذیر می‌داند. کانون مباحث هابرماس این است که امید به جامعه‌ای بهتر در حوزه ارتباطات قرار دارد و مسیر آزادی از طریق «مردم‌سالاری رادیکال» هموار می‌شود. یعنی نظامی که در آن گسترده‌ترین مشارکت ممکن نه تنها از طریق کلام، بلکه از طریق عمل و شناسایی فعال موانع مشارکت همگانی

نگارندگان در پاسخ به پرسش اصلی مقاله، این فرضیه را مطرح می‌سازند که تأثیر همزمان دو عامل منجر به تحول الگوی دیپلماسی عمومی از سنتی به نوین شده است: یکی دگرگون شدن مدل ارتباطات جمعی متعاقب پیشرفت شتابان فناوری‌های ارتباطی و دیگری جافتادن و مورد پذیرش قرار گرفتن ایده تکثر فرهنگ‌ها. نگارندگان معتقدند مباحث یورگن هابرماس در خصوص کنش استراتژیک و کنش ارتباطی می‌تواند چارچوب نظری مناسبی برای بررسی روند گذار دیپلماسی عمومی از الگوی سنتی به الگوی نوین باشد.

مقاله حاضر در چهار فراز به نگارش درآمده است. در فراز اول چارچوب نظری بحث حول محور آرای هابرماس درباره کنش استراتژیک و کنش ارتباطی ارائه می‌شود؛ فراز دوم به تعریف مجمل دیپلماسی عمومی و توصیف ویژگی‌های آن اختصاص می‌یابد؛ در فراز سوم نگارندگان ضمن طرح فرضیه به پرسش اصلی مقاله راجع به چیستی تحول الگوی دیپلماسی عمومی و چرایی وقوع این تحول پاسخ گفته و می‌کوشند آن را به نحو مبسوطی تبیین کنند؛ و در فراز چهارم نگارندگان با قرار دادن موضوع درون چارچوب نظری مقاله، از یک منظر هابرماسی

4. Jurgen Habermas

5. Frankfurt School

6. Critical Theory

و غلبه بر آنها به وجود می‌آید (Hobden and Wyn Jones, 2001, p. 215).

هابرماس که اندیشمندی متعلق به خانواده مارکسیسم محسوب می‌شود، با مطرح کردن مسئله یادگیری اخلاقی- کاربردی^۷ و اخلاق گفتمان^۸ در واقع از پارادایم تولید مارکس به پارادایم ارتباط و تعامل گذر می‌کند. وی در بحث اخلاق گفتمان می‌گوید صحت و اعتبار اصول اجتماعی باید در یک فرایند گفتگو که در جریان آن انسان‌ها می‌کوشند به توافق برسند، تعیین شود. در این گفتگو هیچ فرد یا جایگاه اخلاقی را نمی‌توان از پیش حذف کرد، زیرا گفتگوی حقیقی زمانی معنا خواهد یافت که کارگزاران اخلاقی بپذیرند که هیچ قطعیت پیشینی درباره اینکه چه کسی از چه کسی یاد خواهد گرفت، وجود ندارد و همچنین هیچ چیز جز نیروی استدلال برتر، حاضران در فرایند گفتگو را هدایت نمی‌کند (Linklater, 2006, pp. 284-286). او زبان و کنش ارتباطی^۹ انسان‌ها در جهان اجتماعی را نویدبخش وحدت، یکپارچگی و رهایی بشر می‌داند. ایده آل هابرماس شکل‌گیری نظامی جهانگیر است که زیر سایه آن همه انسان‌ها

بتوانند در شرایط مساوی با هم گفتگو کنند (گریفیتس، ۱۳۸۸، صص ۹۷۴ - ۹۷۲).

مفهوم کنش ارتباطی از جایگاه ویژه‌ای در آرای هابرماس برخوردار است. هابرماس کنش‌های اجتماعی را به دو دسته تقسیم می‌کند: یکی کنش استراتژیک^{۱۰} که بر اساس آن کسی از طریق ابزارهایی مانند تهدید یا تحریم دیگران را وامی‌دارد تا کاری را که او می‌خواهد انجام دهند؛ و دیگری کنش ارتباطی که بر اساس آن شرکت‌کنندگان با هدف رسیدن به تفاهم، طرح‌های کنشی خود را به صورت اجماعی هماهنگ می‌کنند و سپس توافق حاصل شده را برحسب تصدیق بینادهنی اعتبار دعاوی مورد ارزیابی قرار می‌دهند. در کنش ارتباطی، طرف‌های درگیر فرض می‌گیرند که منظور هم را می‌فهمند، چیزی که می‌گویند برای شنوندگان قابل درک است، گزاره‌هایشان درست است، خودشان صادق و مستعد پذیرش تعهدات منتج از اجماع هستند و آمده‌اند تا از طریق فرایند گفتگو و گوش دادن به یکدیگر، حرف هم را بفهمند. در کنش ارتباطی تکیه بر عقلانیت و ارائه دلیل (استدلال) است. یعنی افراد یکدیگر را تنها از طریق نیروی استدلال بهتر، قانع می‌کنند. از نظر هابرماس کلید

7. Moral-practical learning

8. Discourse ethics

9. Communicative action

10. Strategic action

می‌داند و از عنصر زبان به عنوان ابزار لازم برای ایجاد اجماع و توافق میان کنشگران یاد می‌کند. البته باید توجه داشت که هابرماس برخلاف مارکسیست‌ها به دنبال تغییرات انقلابی نیست، بلکه از منظر وی سپهر عمومی بدون توسل به خشونت علیه نظام اجتماعی موجود نیز امکان تحقق دارد (مشیرزاده، ۱۳۸۴، صص ۴۸ - ۴۷).

یکی از تلاش‌های اساسی و نوآورانه هابرماس در نظریه انتقادی افزودن مبانی اخلاقی و تعهدات معنوی جهان‌شمول است. او از فلسفه اخلاق امانوئل کانت کمک می‌گیرد و آن را در قالب نظریه اخلاق گفت‌وابی بازآفرینی می‌کند. هابرماس هم به تأسی از کانت بر این باور است که باید اصول اخلاقی جهان‌شمولی داشته باشیم که برای همه صادق باشد و بتواند انسان‌ها را به آرمان صلح ابدی نزدیک‌تر کند. البته منتقدان هابرماس عقیده دارند که تأکید بر جهان‌شمولی اخلاق ممکن است منجر به برتری دادن یک دیدگاه خاص فرهنگی و تحمیل ارزش‌های قوم‌محورانه آن به سایرین شود (گریفیتس، ۱۳۸۸، صص ۹۷۰ - ۹۶۹، ۹۷۴). در پاسخ می‌توان گفت در نظریه انتقادی هابرماس هم جهان‌نگرش ارزشی و اخلاقی مورد تأکید قرار می‌گیرد و هم تنوع و

مشروعیت، استدلال عقلانی است؛ لذا برخلاف کنش استراتژیک، در کنش ارتباطی هیچ‌گونه فهم اجباری و مبتنی بر سرکوب وجود ندارد. وی عدم خشونت، احساس اخلاقی (احترام و همدلی) و ایفای نقش آرمانی^{۱۱} را به عنوان سه پیش‌نیاز کنش ارتباطی معرفی می‌کند. هابرماس کنش ارتباطی را در صورت وجود یک زیست‌جهان^{۱۲} مشترک از مفروضات زمینه‌ای یا افقی از باورهای مشترک و غیرقابل خدشه امکان‌پذیر می‌داند. وی همچنین کنش ارتباطی و اخلاق گفت‌وابی را تنها مختص کسانی می‌پندارد که برخوردار از توان ارتباطی^{۱۳} هستند (Crawford, 2009, pp. 188-192).

هابرماس کنش ارتباطی را به عنوان رویه‌ای در بستر سپهر عمومی مطرح می‌کند. سپهر عمومی همان جایی است که مناظرات عمومی با مشارکت آزادانه شهروندان برگزار می‌شود. کنش ارتباطی باید به وضعیت کلامی آرمانی^{۱۴} منجر شود که در آن اختلافات و تعارضات از طریق گفتگوهای فارغ از سلطه و مبتنی بر نیروی استدلال حل و فصل می‌گردد. او اخلاق ارتباطی را تکلیف متقابل افراد برای خلق وضعیت کلامی آرمانی

11. Ideal role taking

12. Lifeworld

13. Communicative competence

14. Ideal speech situation

تفاوت فرهنگی به رسمیت شناخته می‌شود. به عبارت دیگر جهان‌اندیشی اخلاقی هابرماسی به معنای قربانی کردن تنوع فرهنگی نیست، بلکه هدف از آن پذیرش مرجعیت اصول اخلاقی در داوری‌های بین‌المللی جهت حصول توافق میان کشورها در سطح جهانی است (میراحمدی، ۱۳۸۶، ص ۲۰۵).

در مجموع می‌توان گفت تأکید هابرماس بر کنش ارتباطی و اخلاق گفتمان و بر شکل‌گیری یک عرصه عمومی جهانی^{۱۵} و توسعه تدریجی حقوق بشر و حقوق بین‌الملل که حاکی از تغییر جهان‌وطنانه از وضع طبیعی میان‌دولتی به نظم حقوقی و قانونی است، مورد توجه اندیشمندان روابط بین‌الملل قرار دارد. خصوصاً نظریه‌پردازان انتقادی و سازه‌انگاران علاقه وافری به اخلاق گفتمان و کنش ارتباطی و استدلالی او نشان داده‌اند و آن را بدیل مناسبی برای کنش استراتژیک و رفتار مبتنی بر چانه‌زنی می‌دانند. برخی معتقدند که اخلاق گفتمان می‌تواند ارائه دهنده یک برنامه‌هنجاری مفید باشد و گفتگو در طول خطوط اخلاق گفتمان در یک دنیای جهان‌وطنی، ممکن و مطلوب است. به زعم آنان سیاست گفتگو این ظرفیت را دارد

که فضا را برای ورود کنشگران گوناگون به سیاست جهانی بگشاید و از ایده عرصه عمومی و اخلاق گفتمان هابرماس می‌توان برای نشان دادن اینکه چگونه سیاست جهانی می‌تواند مردم‌سالارانه‌تر و مشورتی‌تر باشد استفاده کرد (Crawford, 2009, pp. 196-198).

۲. دیپلماسی عمومی: تعریف، کارکردها و دستاوردها

۲-۱. تعریف

باید توجه داشت که منطقاً می‌توان دیپلماسی را از حیث ماهیت کنشگران دخیل در آن به سه دسته تقسیم کرد: دیپلماسی دولت با دولت یا دیپلماسی رسمی (که خود دو نوع آشکار و پنهان دارد)، دیپلماسی دولت با مردم یا دیپلماسی عمومی و دیپلماسی مردم با مردم یا دیپلماسی خط دو. از این میان، دیپلماسی عمومی مفهوم محوری مقاله حاضر به شمار می‌آید و مشخص کردن تعریف دقیق آن اهمیت بسیاری دارد، زیرا همه بررسی‌ها و تحلیل‌ها تا انتها بر مبنای همین تعریف انجام خواهد شد. از این رو در ادامه ابتدا با استناد به منابع معتبر چند تعریف مقبول از دیپلماسی عمومی طرح خواهد گردید و سپس نگارندگان با تجمیع

این تعاریف و استخراج مشترکات آنها تعریف مختار خود را ارائه خواهند کرد.

• اصطلاح دیپلماسی عمومی برای اولین بار در سال ۱۹۶۵، از طرف ادموند گولین،^{۱۶} رئیس دانشکده حقوق و دیپلماسی فلچر^{۱۷} در دانشگاه تافتز^{۱۸} و دیپلمات بازنشسته وزارت امور خارجه امریکا برای اشاره به ارتباطات معطوف به منافع ملی یک کشور از طریق برقراری ارتباط با مردم آن سوی مرزها وضع گردید (Cull, 2009, p. 19).

• در فرهنگ اصطلاحات روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه امریکا دیپلماسی عمومی عبارت است از: «برنامه‌های تحت حمایت دولت که با هدف اطلاع‌رسانی و اعمال نفوذ بر افکار عمومی در دیگر کشورها به اجرا درمی‌آید» (Wolf and Rosen, 2004, p. 3).

• وزارت امور خارجه انگلستان در تعریف دیپلماسی عمومی می‌گوید: «دیپلماسی عمومی آن چیزی است که ما از طریق همکاری با توده‌های مردم در خارج از کشور برای دستیابی به اولویت‌های بین‌المللی راهبردی خویش از آن بهره می‌جویم» (Fisher, 2009, p. 252).

• کمیسیون مشورتی دیپلماسی عمومی امریکا^{۱۹} دیپلماسی عمومی را چنین تعریف می‌کند: «فرایند اطلاع‌رسانی، تعامل و تأثیرگذاری بر مردمان کشورهای خارجی به گونه‌ای که [مردم آن کشورها] در نتیجه این فعالیت‌ها حکومت‌های خود را ترغیب کنند تا از سیاست‌های کلیدی امریکا حمایت کنند» (ایزدی، ۱۳۹۰، ص ۳۶).

• گروه مطالعات و برنامه‌ریزی برای ادغام آژانس اطلاعات امریکا در وزارت خارجه^{۲۰}، دیپلماسی عمومی را چنین تعریف می‌کند: «دیپلماسی عمومی در پی ارتقاء منافع ملی ایالات متحده از طریق درک و شناخت، اطلاع‌رسانی و اعمال نفوذ بر مخاطبان خارجی است» (Leonard, 2002, p. 1).

• آژانس اطلاعات امریکا^{۲۱} در تعریف دیپلماسی عمومی می‌گوید: «دیپلماسی از طریق درک توده‌های مردم بیگانه، دادن پیام برای آنان، فعالیت به منظور تأثیرگذاری بر آنها و توسعه گفت و گو میان شهروندان و نهادهای امریکایی از یک سو و نهادهای بیگانه از سوی دیگر که باعث تقویت منافع

19. The U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy

20. Planning Group for Integration of USIA into the Dept. of State

21. United States Information Agency (USIA)

16. Edmund Gullion

17. Fletcher School of Law and Diplomacy

18. Tufts University

ملی ایالات متحده می‌شود» (هادیان و احدی، ۱۳۸۸، ص ۹۱).

پس از مطالعه و بررسی تعاریف فوق می‌توان به برداشتی کلی از مشترکات آنها دست یافت و مؤلفه‌های قوام‌بخش ماهیت دیپلماسی عمومی را استخراج کرد. محورهای مشترک تعاریف دیپلماسی عمومی عبارت‌اند از:

۱. برنامه‌ریز و هدایتگر فرایند دیپلماسی عمومی، دولت‌ها (به طور خاص دستگاه‌های سیاست خارجی) هستند، اما اجرای دیپلماسی عمومی کارویژه مشترک عوامل دولتی و غیردولتی است.

۲. مخاطبان اصلی دیپلماسی عمومی عامه مردم جوامع در کشورهای خارجی هستند.

۳. موضوعات دیپلماسی عمومی در ارتباط با رفتار، تمایلات و نگرش افکار عمومی فراسوی مرزها است.

۴. دیپلماسی عمومی معطوف به اعمال نفوذ مؤثر و هدفمند بر افکار عمومی خارجی است، نه صرف برقراری ارتباط با آنها.

۵. دیپلماسی عمومی یک برنامه‌ریزی راهبردی است و لذا در میان مدت و بلندمدت مطرح می‌شود و به دنبال تأثیرگذاری‌های پایدار است.

۶. دیپلماسی عمومی در پی درک و شناخت، اطلاع‌رسانی و اعمال نفوذ بر افکار عمومی و توده‌های مردم خارجی است تا آنها دول متبوع خود را برای حمایت از سیاست‌های کشور عامل ترغیب کنند.

۷. هدف غایی دیپلماسی عمومی کمک به سیاست خارجی در راستای نیل به اهداف و ارتقاء منافع ملی کشورهاست.

با تجمیع تعاریف گوناگون می‌توان گفت دیپلماسی عمومی عبارت است از طراحی و اجرای برنامه‌های راهبردی با هدایت و حمایت دولت‌ها و با عاملیت مشترک بخش‌های دولتی و غیردولتی به منظور درک و شناخت، اطلاع‌رسانی و اعمال نفوذ بر توده‌های مردم سایر کشورها تا آنها دول متبوع خود را برای پشتیبانی از اهداف و منافع ملی کشور عامل ترغیب کنند.

۲-۲. کارکردها

الف) رابطه‌سازی^{۲۲}. یکی از مهم‌ترین کارکردهای دیپلماسی عمومی برقراری ارتباط بلندمدت با مردم جوامع خارجی به منظور شناساندن یک کشور به آنها و ایجاد فهم از جامعه، مردم و ارزش‌های آن کشور در ذهن مخاطبان خارجی از طریق فراهم کردن زمینه درک متقابل است. بر این اساس می‌توان

گفت «در واقع دیپلماسی عمومی با رابطه‌سازی به معنای فهم نیازهای سایر کشورها، فرهنگ‌ها و مردمان، انتقال نقطه‌نظرات ما، تصحیح سوء برداشت‌ها و جستجوی عرصه‌هایی که می‌توانیم آرمان مشترک را بیابیم، سر و کار دارد» (Kelley, 2009, p. 74). رابطه‌سازی مستلزم برقراری تعاملات بلندمدت با شخصیت‌های کلیدی یک جامعه از طریق اعطای بورس تحصیلی، برنامه‌های مبادله، آموزش، برگزاری سمینارها و کنفرانس‌ها، ایجاد شبکه‌های حقیقی و مجازی و در اختیار مردم گذاشتن مجاری رسانه‌ای است. رابطه‌سازی همچنین یک فرایند چهره به چهره در سطح فردی محسوب می‌شود که بستگی زیادی به کسب درجات بالای اعتماد در جامعه خارجی و ایجاد محیطی امن و بی‌طرفانه دارد و غالباً اگر به صورت غیردولتی انجام پذیرد، موفق‌تر خواهد بود (Leonard, 2002, p. 10).

البته مهم اینجاست که دیپلماسی عمومی راهبرد صرف برقراری روابط با مردم دیگر جوامع را دنبال نمی‌کند، بلکه در پی رابطه‌سازی هدفمند و معطوف به اعمال نفوذ است. یعنی هدف دیپلماسی عمومی از رابطه‌سازی پایدار و ایجاد فهم از سیاست، فرهنگ و ارزش‌های کشور عامل را باید در

حقیقت اعمال نفوذ و تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و کنش‌های عامه مردم یک جامعه و تغییر دادن عقاید، باورها، انتظارات، رفتارها و دیدگاه‌های آنان برای جلب حمایتشان از سیاست‌ها و منافع ملی آن کشور دانست و نه فقط بیان سیاست‌ها برای رسیدن به نوعی مفاهمه (Nakamura and Weed, 2009, p. 1). پس در (Pratkanis, 2009, pp. 112-113) جایی که رفتار و سیاست‌های یک دولت خارجی، اثرپذیرفته از رفتار و نگرش‌های شهروندان آن است، دیپلماسی عمومی می‌کوشد تا این دولت را از طریق اعمال نفوذ و تغییر نگرش شهروندانش تحت تأثیر قرار دهد (Wolf and Rosen, 2004, p. 4). گفته‌های کاندولیزا رایس، وزیر خارجه اسبق ایالات متحده به خوبی می‌تواند بیانگر هدف دیپلماسی عمومی از رابطه‌سازی باشد:

دیپلماسی عمومی یکی از مؤلفه‌های حیاتی راهبرد امنیت ملی ماست. ما در پی آن هستیم که ارتباطی توأم با احترام و مشارکت با مردم جهان برقرار سازیم تا سیاست‌های خود را تبیین کنیم و قدرت آرمان‌هایمان - آزادی، برابری، رفاه و عدالت - را منعکس نماییم. بدین‌سان ما می‌توانیم مشارکت‌های جدیدی را با شهروندان خارجی بنا نهیم و با حمایت ایدئولوژیک از تروریسم

مقابله کنیم. (Nelson and Izadi, 2009, pp. 339-340)

بنابراین چنین استنباط می‌شود که کارکرد اساسی دیپلماسی عمومی برقراری روابط بلندمدت با مردمان کشورهای خارجی به منظور ایجاد شرایط درک متقابل و شناسایی ارزش‌ها و منافع مشترک است تا بستر لازم برای پذیرش سیاست‌ها و کنش‌های کشور عامل از سوی کشور هدف مهیا شود. لذا به نظر می‌رسد دیپلماسی عمومی بیش از آنکه ناظر بر «فروش» یک سیاست خاص باشد، با اعمال نفوذ بر توده‌های مردم فراسوی مرزها و گسترش زمینه گفتگو میان شهروندان و نهادهای یک کشور از سویی و همتایان آنها در خارج از سوی دیگر سر و کار دارد (Nakamura and Snow, 2009a, p. 9; Weed, 2009, p. 15).

ب) مدیریت تصویر^{۲۳}. کارکرد دیگر دیپلماسی عمومی مدیریت تصویر و مدیریت وجهه کشورها در خارج است. اینکه یک کشور در محیط بیرون از قلمروش چه وجهه و جایگاهی دارد و چه تصویری از آن در اذهان مردمان دیگر جوامع نقش می‌بندد، برای دولتمردان فوق‌العاده حائز اهمیت است، زیرا در روزگار نقش‌آفرینی فعالانه افراد،

گروه‌های غیردولتی و نهادهای جامعه مدنی در عرصه سیاست جهانی، دولت‌ها باید توجه ویژه‌ای به بازتاب بیرونی اقدامات خود و واکنش افکار عمومی خارجی نسبت به این اقدامات داشته باشند. امروزه دولت‌ها نیک می‌دانند که یک کنش هوشمندانه می‌تواند وجهه بین‌المللی آنان را بسیار ارتقاء بخشد، اما متقابلاً کنش‌های نسنجیده عواقب خسارت‌باری را به همراه خواهد آورد و طبعاً ظرفیت کنشگری آنها را در سطوح منطقه‌ای و جهانی تقلیل خواهد داد. نمونه آشکار تخریب تصویر بین‌المللی یک کشور طی سال‌های گذشته اقدام دولت بوش در حمله به عراق و آزار و شکنجه زندانیان عراقی بود که لطمه شدیدی به وجهه و مقبولیت ایالات متحده در انظار مردم جهان به ویژه در جوامع مسلمان وارد ساخت. چنان‌که نشریه ویکی/استاندارد^{۲۴} در ۲۴ مه ۲۰۰۴ نوشت: «عکس‌های زندان ابوغریب آنچه از اعتبار دولت بوش نزد افکار عمومی اعراب باقی مانده بود، از میان برده است» (Gass and Seiter, 2009, p. 160).

به همین دلیل بازنمایی و ترویج تصویر مثبت از یک کشور به نحوی که موجب ارتقاء وجهه و خوشنامی آن در جامعه جهانی گردد،

24. Weekly Standard

23. Image management

جزو اهداف بنیادینی است که از رهگذر اجرای دیپلماسی عمومی دنبال می‌شود. «دیپلماسی عمومی اساساً شکلی از مدیریت تصویر ملی است که همه تلاش‌ها برای جذب قلوب و اذهان دیگران به وسیله ابزارهای رسمی و غیررسمی را در بر می‌گیرد» (Gass and Seiter, 2009, p. 155). باید توجه داشت که مدیریت تصویر از طریق مدیریت ادراک مخاطبان هدف صورت می‌گیرد. در امر مدیریت ادراک، نکته کلیدی اینجاست که دستکاری ادراک اهمیت به مراتب بیشتری از دستکاری واقعیت دارد و پیام‌هایی که به ذهن مخاطب القا می‌شوند، ممکن است لزوماً بازتاب‌دهنده حقیقت نباشند. به عبارت دیگر ممکن است تصویری بازنمایی‌شده از یک کشور در معرض دید ساکنان جامعه جهانی قرار گیرد که چه بسا با ماهیت حقیقی آن ناهمخوان باشد. در این زمینه، دیپلماسی عمومی ظرفیت‌های رسانه‌ای را به یاری می‌طلبد، زیرا رسانه میدان و ابزاری است که ادراک‌ها در آن و به وسیله آن مدیریت می‌شوند (Szondi, 2009, pp. 299, 308).

جهت فهم عمیق‌تر کارکرد مدیریت تصویر می‌توان از نظریات ژان بودریار^{۲۵} - اندیشمند پساتجددگرا - استفاده کرد. بودریار

در کتاب *بازنمایی‌ها* اظهار می‌دارد که در عصر پساتجدد مرز میان واقعیت و بازنمایی واقعیت برداشته می‌شود و جهان واقع همان جهان شبیه‌سازی‌ها و بازنمایی‌هاست. به بیان دیگر جهان پساتجدد را باید جهان «آبر واقعی»^{۲۶} دانست که در آن انسان‌ها نه با خود واقعیت که با تصاویر و تعبیر واقعیت سر و کار دارند. یعنی تصویر در جای واقعیت می‌نشیند و مهم‌تر، تعیین‌کننده‌تر و واقعی‌تر از آن محسوب می‌شود. برای مثال تصویری که رسانه‌ها از شخصیت سیاستمداران به ما عرضه می‌کنند، بسیار واقعی‌تر از خود آنها به نظر می‌رسد. به زعم بودریار سلطه تصورات در جهان امروز آن‌قدر گسترش یافته که امر واقع کاملاً محو شده است و دیگر حقیقت، مصداق و علل عینی وجود ندارد و آنچه ما درباره واقعیت‌ها می‌دانیم، همان است که در تصورات رسانه‌ای ساخته می‌شود (به نقل از بشیریه، ۱۳۸۵، صص ۱۴ - ۱۱). پس در زمانه‌ای که واقعیت جای خود را به تصویر بازنمایی‌شده از واقعیت سپرده است، دیپلماسی عمومی می‌تواند با مدیریت هدفمند تصویر و ارتقاء وجهه یک کشور در سطح جهانی، خدمت شایانی به منافع ملی آن کند.

ج) اعتباربخشی^{۲۷}. سومین کارکرد دیپلماسی عمومی افزایش اعتبار دولت‌ها در میان جوامع خارجی است که موجب ارتقاء ظرفیت اقدام مشروع آنها در سایر کشورها می‌گردد. یعنی هرچقدر رتبه اعتباری یک دولت در فراسوی مرزهایش بالاتر باشد، با سهولت بیشتری قادر به پیشبرد سیاست‌ها و اهداف خویش خواهد بود و کمتر به کاربرد مظاهر قدرت سخت احتیاج پیدا خواهد کرد. دانیل اکیفه^{۲۸} اعتبار را به معنای «قضاوت‌هایی که یک مخاطب (برای مثال دریافت‌کننده پیام) در مورد باورپذیری یک عامل ارتباط‌دهنده دارد» تعریف کرده است (Gass and Seiter, 2009, pp. 155-156).

نکاتی که در ارتباط با کارکرد اعتباربخشی دیپلماسی عمومی باید مورد توجه قرار گیرند، اول اینکه اعتبار، یک پدیده ادراکی مخاطب‌محور به شمار می‌آید. یعنی اعتبار یک منبع در خود آن نیست، بلکه این مخاطب است که به منبع اعتبار می‌بخشد. از همین رو دیپلماسی عمومی برای القای اعتبار می‌بایست رویکردی مخاطب‌محور در پیش گیرد. دوم، اعتبار ویژگی پویایی دارد، یعنی پایدار و همیشگی نیست، بلکه تحت شرایطی به دست می‌آید و از دست می‌رود. لذا حفظ

اعتبار، یک تلاش رو به تکامل محسوب می‌شود و دیپلماسی عمومی باید در راستای حفظ آن منعطف باشد و بتواند خود را با شرایط متغیر انطباق دهد. سوم اینکه اعتبار، وضعیت‌مند و مقید به فرهنگ است. یعنی اعتبار یک منبع در یک وضعیت یا در چارچوب یک فرهنگ خاص به معنای اعتبار آن در همه وضعیت‌ها یا موقعیت‌ها نیست. در نتیجه چه‌بسا برنامه‌های دیپلماسی عمومی یک کشور در منطقه‌ای از جهان قرین موفقیت باشد، اما در منطقه‌ای دیگر با شکست و ناکامی مواجه گردد. با این حساب دیپلماسی عمومی نیازمند دیپلمات‌هایی است که صبغه‌ای فرهنگی داشته باشند (Gass and Seiter, 2009, pp. 155-162).

۳-۲. دستاوردها

پس از بررسی کارکردهای دیپلماسی عمومی اکنون باید دید این کارکردها می‌توانند چه دستاوردهایی برای منافع ملی یک کشور داشته باشند. مارک لیونارد دستاوردهای دیپلماسی عمومی را در چهار محور برشمرده است:

- افزایش آشنایی مردم با کشور ما (واداشتن مردم به اندیشیدن درباره کشور ما و روزآمد کردن تصویر آنها و تغییر دادن عقاید نامطلوبشان درباره آن)؛

27. Projecting Credibility

28. Daniel J. O' Keefe

دقیق اینکه ماهیت این تحول چیست و چرا به وقوع پیوسته است، می‌تواند تأثیر بسزایی بر ارتقاء ضریب موفقیت راهبرد دیپلماسی عمومی کشورها در شرایط کنونی محیط جهانی داشته باشد. لذا در ادامه ابتدا چیرستی و سپس دلایل وقوع تحول اخیر الگوی دیپلماسی عمومی تبیین خواهد شد.

۱-۳. ماهیت تغییر

الف) تغییر در مدل ارتباطات. دیپلماسی عمومی سنتی اصولاً یک فعالیت تصویرمحور^{۲۹} به شمار می‌آمد که بر مدل ارتباطات نامتقارن یک‌سویه^{۳۰} مبتنی بود و به موجب آن دولت‌ها می‌کوشیدند تا تصویری مثبت از کشور خود در خارج از قلمرو آن ایجاد کنند. اما دیپلماسی عمومی نوین به یک فعالیت گفتگومحور^{۳۱} مبتنی بر مدل ارتباطات متقارن دوسویه^{۳۲} تبدیل شده است که از تبلیغات فراتر می‌رود و به جای تمرکز بر مدیریت تصویر، به گفتگو و تعامل متقابل توجه دارد. در حقیقت نقطه ضعف الگوی پیشین دیپلماسی عمومی کم‌توجهی به روابط رفتاری و عطف توجه صرف به روابط نمادین

• افزایش تحسین مردم از کشور ما (خلق برداشت‌های مثبت و واداشتن دیگران به اینکه موضوعات دارای اهمیت جهانی را از منظر ما بنگرند)؛

• درگیر کردن و دخیل کردن مردم در کشور ما (تقویت پیوندها از طریق آموزش و همکاری‌های علمی، ترغیب آنها به اینکه کشور ما را به عنوان یک مقصد جذاب برای گردشگری، مطالعه و یادگیری از راه دور ببینند، واداشتن آنها به خرید محصولات ما و فهم و تصدیق ارزش‌هایمان)؛

• اعمال نفوذ (واداشتن شرکت‌های خارجی به سرمایه‌گذاری در کشور ما، واداشتن مردم به حمایت از مواضع ما و واداشتن سیاسیون به پذیرش ما به عنوان یک شریک مطلوب) (Leonard, 2002, pp. 9-10).

۳. از دیپلماسی عمومی سنتی تا دیپلماسی عمومی نوین

طی سال‌های اخیر (از حوادث یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱ بدین‌سو) دیپلماسی عمومی دستخوش تحول عظیمی از حیث الگوی اجرایی شده است تا جایی که الگوی پیشین که از آغاز تاریخ دیپلماسی عمومی رایج بود، به صفت سنتی ملقب گردیده و رفته‌رفته جای خود را به الگویی نوین سپرده است. فهم

29. Image-oriented

30. One-way asymmetrical model of communication

31. Dialogue-based

32. Two-way symmetrical model of communication

بود که الگوی نوین در صدد جبران آن برآمده است. در دیپلماسی عمومی نوین علاوه بر پیام‌رسانی، دیدگاه‌های مخاطبان هدف و بازخوردی که در هنگام طرح سیاست‌های یک کشور از سایرین دریافت می‌شود نیز مد نظر قرار می‌گیرد. همچنین رعایت معیارهای اخلاقی، التزام به صداقت، ارتباطات متقارن دوسویه و رهبری ارزش‌مدارانه، عناصری تعیین‌کننده برای اتخاذ یک راهبرد کارآمد محسوب می‌گردند (Nelson and Izadi, 2009, pp. 340-343).

ب) تغییر در چارچوب ارتباطات.

دیپلماسی عمومی سنتی در چارچوب اطلاعاتی^{۳۳} انجام می‌گرفت و ارتباطات را به مثابه یک فرایند خطی انتقال اطلاعات با هدف اقناع یا کنترل می‌پنداشت. بر اساس الگوی سنتی، دغدغه اصلی این بود که پیام ما چیست و چگونه و از طریق چه راهبردها و ابتکاراتی می‌توانیم پیام خود را به سایرین منتقل کنیم. اما دیپلماسی عمومی نوین در چارچوب رابطه‌ای^{۳۴} صورت می‌پذیرد و به ارتباطات به مثابه فرایند اجتماعی ایجاد روابط و ترویج هماهنگی می‌نگرد. لذا بیش از پیام‌رسانی، دغدغه ایجاد رابطه به منظور پیشبرد اهداف سیاست خارجی را دارد. در

الگوی نوین دیپلماسی عمومی با توسل به ابتکارهای رابطه‌ای تلاش می‌شود تا ابتدا اشتراکات یا منافع متقابل عامه مردم و سپس شیوه‌های پیوند دادن آنها کشف و شناسایی گردد. با این حساب دیپلماسی عمومی نوین عبارت است از برقراری روابط تعاملی با جوامع خارجی به منظور یافتن حوزه‌های ایجاد آرمان مشترک که نقطه عزیمت آن فهم نیازها و فرهنگ مردمان این جوامع است (Zaharna, 2009, pp. 86-91).

پ) تغییر در شیوه ارتباطات. گذار از

تک‌گویی (مونولوگ) به گفتگو (دیالوگ) در فرایند اعمال نفوذ بر مخاطبان خارجی اساس تحول الگوی دیپلماسی عمومی محسوب می‌شود. دیپلماسی عمومی سنتی بر تک‌گویی دولت عامل مبتنی بود، اما امروزه دیپلماسی عمومی نوین معادل اقناع از طریق گفتگوست و ایده لیبرالی ارتباطات با توده‌های خارجی را سرلوحه کار قرار می‌دهد. بر مبنای الگوی نوین، دیپلمات‌های عمومی نباید تنها به پیام‌رسانی یک‌طرفه اکتفا کنند، بلکه می‌بایست به تقویت مهارت گفتگو با مخاطبان هدف و گوش فرادادن به آنان مبادرت ورزند. دیپلماسی عمومی نوین نیازمند یک رهیافت گشاده‌تر است که بر اساس آن هیچ‌کس انحصار حقیقت یا ارزش

33. Information framework

34. Relational framework

(ویرتو) را در دست ندارد و دیگر ایده‌ها هم ممکن است معتبر باشند (Rugh, 2011, p. 246) از منظر پارادایم گفتگومحور دیپلماسی عمومی، اقتناع هم‌طراز با نفوذ خطی نیست، بلکه می‌توان آن را به مثابه یک فرایند گفتگوی تعاملی مبتنی بر استدلال متقابل قلمداد کرد که در آن هر دو طرف از این فرصت برخوردارند که دیگری را اقناع کرده و سرانجام به فهمی مشترک نائل آیند (Nelson and Izadi, 2009, pp. 341)

پس دیپلماسی نوین برخلاف الگوی سنتی آن دیگر تنها در حکم خیابانی یک‌طرفه برای ارسال پیام و عرضه ارزش‌های ما به مخاطبان نیست، بلکه به مانند خیابانی دوطرفه جهت مشارکت، برقراری ارتباطات و بسط تعاملات عمل می‌کند (Snow, 2009b, p. 242). بر مبنای این الگوی نوین نباید صرفاً آنچه را که خوش داریم مردمان سایر جوامع بشنوند، به آنها بگوییم. به عبارت دیگر راهبرد سنتی تلاش در جهت نقل داستان کشور خود برای جهانیان می‌بایست جای خود را به راهبرد نوین تلاش برای سهیم شدن در ارزش‌ها، امیدها و رویاهای جهانیان بسپارد. دیپلماسی عمومی نوین فقط به سخن گفتن برای مخاطبان هدف خلاصه نمی‌شود، بلکه نگرستن به مخاطبان، شنیدن سخنان و

توجه به ادراکاتشان و کمک به آنها برای درک بهتر ما دغدغه اصلی آن است (Snow, 2009a, pp. 5-6) جوزف نای در این باره می‌نویسد:

به عقیده من دیپلماسی عمومی بیشتر معطوف به برقراری ارتباطات و گوش دادن است تا صرف اشاعه ارزش‌ها و سیاست‌هایی که ممکن است در دیگر فرهنگ‌ها برداشت متفاوتی از آنها وجود داشته باشد... ما باید بر روی دیپلماسی عمومی سرمایه‌گذاری کنیم که کمتر بر خبرپراکنی مبتنی است و بیشتر بر تعاملات چهره به چهره، آموزش و مبادلاتی که جامعه مدنی را شامل می‌شود، اتکا دارد (Nye, 2010, pp. 7, 10).

ت) تغییر در اهداف و نحوه آرایش

کنشگران. متعاقب وقوع تحول در الگوی اجرایی دیپلماسی عمومی از سنتی به نوین، اهداف دیپلماسی عمومی و نحوه آرایش کنشگران دخیل نیز دستخوش دگرگونی شده است. دیپلماسی عمومی سنتی معطوف به اعمال نفوذ بر عامه مردم جامعه هدف و ترغیب آنها به واداشتن دولت‌های خود برای تغییر سیاست‌های داخلی یا خارجی بود، اما هدف دیپلماسی عمومی نوین از بُعد رفتاری (ترغیب شهروندان به انجام کاری) به بعد نگرشی (تأثیرگذاری بر نگرش شهروندان و ایجاد

محیطی پذیرا در جامعه مخاطب برای حمایت کردن یا لاقط عدم مخالفت با سیاست‌های کشور عامل) تغییر یافته است. (Szondi, 2009, p. 304) همچنین در دیپلماسی عمومی سنتی نقش کارگزاری را عمدتاً نیروهای دولتی برعهده داشتند و دیپلماسی عمومی گفتگوی دولت‌ها با مردم جهان محسوب می‌شد، اما در دیپلماسی عمومی نوین افراد، گروه‌ها و نهادهای بخش خصوصی نیز پای به عرصه گذاشته و دوشادوش نیروهای دولتی در پی اثرگذاری بر نگرش‌ها و افکار عمومی جوامع خارجی هستند. لذا به موازات گفتگوی دولت‌ها با مردم، گفتگو و تعاملات مردم با مردم نیز رونق چشمگیری یافته است (Snow, 2009a, p. 6).

حول محور تغییراتی که ذکر گردید، امروزه شاهد رونمایی نسخه نوین و روزآمدی از دیپلماسی عمومی هستیم که با عناوینی مانند دیپلماسی عمومی گفتگو محور^{۳۵}، دیپلماسی عمومی فرهنگ محور^{۳۶}، دیپلماسی عمومی شبکه محور^{۳۷} و دیپلماسی چندسهم‌داری^{۳۸} (به دلیل کارگزاری کنشگران چندگانه دولتی و غیردولتی) شناخته می‌شود (Nelson and Izadi, 2009). (p.340 در ادامه توجه به علل وقوع این

تغییرات نیز بسیار آموزنده و راهگشا خواهد بود.

۳-۲. دلایل وقوع تغییر

در مجموع می‌توان گذار از دیپلماسی عمومی سنتی به نوین را معلول دو عامل اصلی دانست که یکی ماهیت فنی و دیگری ماهیت نگرشی دارد.

الف) تحولات فناوری‌های

ارتباطات: نخستین عامل وقوع تحول در دیپلماسی عمومی، پیشرفت شتابان فناوری‌های ارتباطی است که رشد بی‌سابقه ارتباطات ساکنان سیاره مسکون را در فضاهای حقیقی و مجازی به دنبال داشته است. تغییر و تحولات شگرف به وجودآمده در عرصه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی از جمله ظهور شبکه جهانی اینترنت و افزایش منابع اطلاع‌رسانی در اختیار بشر با گسترش خبرگزاری‌های ماهواره‌ای منجر به تنوع و پیچیدگی شیوه‌های جهت‌دهی به افکار عمومی جهانی شده است تا جایی که حتی کاربران فردی از طریق شبکه‌های اجتماعی توانایی تحت تأثیر قراردادن جمع کثیری از انسان‌ها را در مقیاس جهانی پیدا کرده‌اند و لذا چالش بزرگی برای کنشگران و رسانه‌های سنتی عرصه اطلاعات محسوب می‌شوند.

35. Dialogue-based Public Diplomacy

36. Culture-centered Public Diplomacy

37. Network-oriented Public Diplomacy

38. Multistakeholder Diplomacy

با توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی مدرن مانند ماهواره‌ها، تلفن‌های همراه و به خصوص شبکه جهانی اینترنت که سرعت و حجم انتقال داده‌ها و اطلاعات را در سراسر جهان به طرز معجزه‌آسایی افزایش داده، از اواسط دهه ۱۹۹۰ یک عرصه عمومی مجازی شکل گرفته است که در بستر آن تعامل، گفتگو و تبادل آزادانه اطلاعات و افکار و ایده‌ها در مقیاس جهان‌شمول میان موجودیت‌های مختلف جامعه جهانی به منظور تأثیرگذاری بر رفتار و تصمیمات دولت‌ها امکان‌پذیر شده است (سجادپور و وحیدی، ۱۳۹۰، ص ۸۰).

شکل‌گیری این عرصه عمومی بر پایه شبکه‌های مجازی و رسانه‌های نوین ارتباطی، فرایند دیپلماسی را نسبت به گذشته بسیار دگرگون ساخته است، زیرا دیپلماسی پیوند تنگاتنگی با دو عنصر ارتباطات و اطلاعات دارد و با متصل شدن همه کنشگران جامعه جهانی به شبکه سراسری و فراگیر اطلاعات، قابلیت محرمانه نگاه داشتن محتوای مذاکرات دیپلماتیک و منحصر کردن آنها به مقامات رسمی کاهش قابل توجهی یافته است. لذا در فضای نوین دیپلماسی به یمن وجود فناوری‌های پیشرفته، موجودیت‌های بیشتر و متنوع‌تری مشغول نقش‌آفرینی هستند و

امروزه هرکس که به یک پایانه اطلاعاتی دسترسی داشته باشد، می‌تواند به جای دریافت پیام‌های دیپلماتیک، خود شخصاً به تولید و انتشار پیام نیز مبادرت ورزد (گنجی‌دوست، ۱۳۸۷، صص ۱۹۳، ۲۰۱).

امروزه شبکه‌های برخط (آن‌لاین) مانند توئیتر، فیس‌بوک، مای‌اسپیس و وبلاگ‌ها افراد را قادر می‌سازند تا با یکدیگر در اقصی‌نقاط جهان مرتبط شوند و در نتیجه، الگوی تبادل اطلاعات «بسیار به بسیار»^{۳۹} از الگوی سنتی «یک به بسیار»^{۴۰} پیشی گرفته است. همچنین با گسترش فناوری‌های تلفن همراه، شیوه دریافت و ارسال اطلاعات نیز به طرز اساسی تغییر یافته است. در قالب الگوی ارتباطات بسیار به بسیار شبکه‌هایی از کنشگران می‌توانند هم دریافت‌کننده پیام از یکدیگر و هم ارسال‌کننده پیام به یکدیگر باشند. درحالی‌که برطبق الگوی پیشین یعنی ارتباطات یک به بسیار، منابع اطلاعاتی محدود پیام واحدی را به مخاطبان بی‌شمار می‌رساندند. به‌علاوه فناوری‌های نوین به انسان‌ها حق انتخاب داده‌اند و لذا افراد، دیگر مصرف‌کننده صرف برنامه‌ها و اطلاعات ارسالی از تعدادی منابع محدود نیستند، بلکه هم‌اینک می‌توانند با رویکردی گزینشی اطلاعات را از منابعی بگیرند که آنها را بیشتر دارای صداقت و

39. Many-to-many communications model

40. One-to-many communications model

نماینده منافع خویش می‌پندارند (Nakamura and Weed, . 2009, p. 36)

متعاقب این تحولات فنی در عصر کنونی اطلاعات، دیگر انحصار رسانه‌ای از اختیار دولت‌های ملی خارج شده است و افراد و گروه‌های خصوصی با انبوهی از رسانه‌های غیررسمی در عرصه پیچیده پیام‌رسانی فعالیت دارند. لذا ارتباط‌گیری با مردم جوامع خارجی در فرایند دیپلماسی عمومی هرچند در مقام برنامه‌ریزی و هدایت هنوز هم دولت‌محور است، اما در مقام اجرا هرگز محدود به نقش دولت نمانده، بلکه کارویژه مشترک کنشگران دولتی و غیردولتی محسوب می‌گردد. اینجاست که واژه دیپلماسی چندسهم‌داری معنا پیدا می‌کند. همچنین به یمن فراهم شدن زیرساخت‌های فنی لازم برای ارتباطات متقابل در گستره جهانی شاهد گذار دیپلماسی عمومی از مسیر یک‌سویه اطلاع‌رسانی به مسیر دوسویه تعامل و گفتگو هستیم.

ب) رواج ایده تکثر فرهنگ‌ها.

دومین عامل تحول دیپلماسی، جاف‌تادن و به رسمیت شناخته شدن ایده تکثر فرهنگ‌ها است. امروزه در جهان پساوستفالیایی فرایند جهانی‌شدن فرهنگ منجر به ایجاد شرایط یکپارچگی و همگونی فرهنگی در سراسر دنیا

نشده است و نباید این فرایند فراگیر را به غربی‌شدن یا امریکایی‌شدن فرهنگ تقلیل داد. ما امروز با تنوع، تکثر، تبادل، آمیزش و همزیستی فرهنگ‌های مختلف در عرصه جهانی مواجهیم و در این بستر متکثر، سیطره یک فرهنگ خاص که به معنای همگون‌سازی و از بین بردن فرهنگ‌های بومی باشد، غیرقابل پذیرش و چه‌بسا غیرممکن است. لذا باید توجه داشت که ویژگی بارز فرهنگ جهانی در حال شکل‌گیری، تنوع است نه همگونی و این تصور که در آینده با غلبه وضعیت «تک‌صدایی فرهنگی» یا «تک‌فرهنگ‌گرایی» روبه‌رو خواهیم بود و بسیاری از فرهنگ‌های دنیا مقهور فرهنگ امریکایی خواهند شد، چندان با واقعیات موجود سازگاری ندارد (سلیمی و سیفی آتشگاه، ۱۳۸۷، صص ۱۷۷ - ۱۷۶ و ۱۸۳ - ۱۸۲).

تکثرگرایی فرهنگی بیشتر در قالب رویکردهای انسان‌شناسانه به فرهنگ قابل تبیین است که توسط اندیشمندانی مانند فرانز بواس^{۴۱} در ایالات متحده رواج یافت. بر اساس این رویکرد، هر جامعه‌ای فرهنگ خاص و منحصر به فرد خود را دارد و می‌بایست مطابق با معیارهای خودش درک

41. Franz Boas

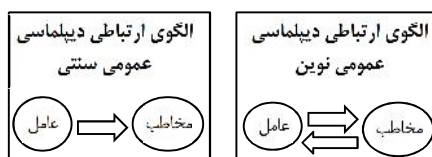
نگرش به سایر فرهنگ‌ها زمینه را برای تحول الگوی سنتی دیپلماسی عمومی و ظهور الگوی فرهنگ‌محور و گفتگو‌محور فراهم ساخته است.

نگاره شماره (۱) - مقایسه دیپلماسی عمومی

سنتی و نوین

دیپلماسی عمومی سنتی	دیپلماسی عمومی نوین
تلاش برای تغییر رفتار جوامع هدف	تلاش برای ایجاد محیطی پذیرا و وجهه مثبت در جوامع هدف
اقتناع و مدیریت توده‌های مردم	برقراری و حفظ تعاملات با توده‌های مردم
ارتباطات نامتقارن (یک‌سویه تک‌گویی)	ارتباطات متقارن دوسویه (گفتگو)
چارچوب اطلاعاتی (فرایند خطی انتقال اطلاعات)	چارچوب رابطهای (فرایند اجتماعی ایجاد روابط و فهم متقابل)
کارگزاری دولتی (تعامل دولت‌ها با مردم)	کارگزاری دولتی و غیردولتی (تعامل دولت‌ها با مردم و تعامل مردم با مردم)

شکل شماره (۱) - الگوی ارتباطی



۴. رویکردی هابرماسی به تحول دیپلماسی عمومی

همان‌گونه که در مقدمه اشاره شد، می‌توان با قرار دادن موضوع دیپلماسی عمومی در چارچوب نظریات یورگن هابرماس

شود. همچنین تمامی الگوهای زندگی به یک میزان معتبر هستند و باید اعتبار برابر تمامی ارزش‌های محلی و الگوهای خاص زندگی را به رسمیت شناخت. این تکررگرایی و نسبی‌گرایی فرهنگی مستلزم اتخاذ موضع مساوات‌طلبانه نسبت به همه فرهنگ‌های جهان است (ریوز، ۱۳۸۷، صص ۱۰۲ - ۹۵).

رواج ایده تکرر فرهنگ‌ها سبب شکل‌گیری این نگرش در میان دولت‌ها حتی ابرقدرت‌هایی مانند ایالات متحده امریکا شده است که فرهنگ و ارزش‌های آنان هرچقدر هم که ممتاز باشد، باز تنها بخشی از دنیای متنوع و متکثر فرهنگ‌هاست و نمی‌توان آن را به صورت آمرانه به دیگران تحمیل کرد. امروزه دولت‌ها دریافته‌اند که دوران تک‌گویی و انحصارطلبی به پایان رسیده است و باید عقاید و ارزش‌های مردمان ضعیف‌ترین جوامع جهان را نیز با دیده احترام نگریست. به عبارت دیگر دولت‌ها نباید چنین تصور کنند که صاحب بلامنازع فرهنگ و ارزش‌های جذاب، گفتمان غالب و روایت‌های جهان‌شمول هستند و همه مردمان جهان برای شنیدن داستان آنان اشتیاق دارند، بلکه لازم است با سایر جوامع فرهنگی به گفتگو و تعامل پرداخت و علاوه بر سخن گفتن برای مردم به سخنانشان گوش فراداد. همین تغییر

و استفاده از دو مفهوم کنش استراتژیک و کنش ارتباطی، به فهم عمیق تری از چیستی و چرایی گذار الگوی دیپلماسی عمومی از سنتی به نوین نائل آمد. برطبق توضیحاتی که در بخش نظری بیان شد، الگوی سنتی دیپلماسی عمومی تا حد زیادی به کنش استراتژیک هابرماس شباهت دارد. کنش استراتژیک معطوف به ارتباطی یک‌سویه و آمرانه است که فرد می‌خواهد از طریق ابزارهایی دیگران را به پذیرش خواسته خود وادارد. لذا در این نوع کنش هیچ توجهی به دیدگاه‌ها و نظرات طرف مقابل و بازخورد رفتار آمرانه کنشگر نمی‌شود.

مشابه چنین حالتی در مدل سنتی دیپلماسی عمومی نیز مشاهده می‌شود. دیپلماسی عمومی سنتی هم ساختاری یک‌طرفه دارد و دولت عامل بی‌توجه به دیدگاه مخاطبان خود فقط در پی پیام‌رسانی و اعمال نفوذ بر آنان است. در نتیجه، تنها می‌توان رابطه‌ای خطی و نامتقارن میان عامل و مخاطبان برقرار کرد و عملاً تعامل و گفتگوی متقابلی صورت نمی‌گیرد. همچنین در مدل سنتی دیپلماسی عمومی مانند کنش استراتژیک شاهد برتری جویی یک دیدگاه فرهنگی خاص و نادیده انگاشتن واقعیت تنوع و تکثر فرهنگ‌ها هستیم. بدین صورت که

کشور عامل مانند ایالات متحده امریکا خود را برخوردار از فرهنگ و ارزش‌های برتر می‌انگارد و روایت خود از مسائل جهانی را به مثابه روایت معتبرتر می‌نگرد. یعنی صدق دعاوی‌اش را مفروض تلقی می‌کند و تنها می‌خواهد آنها را به دیگر جوامع تحمیل نماید. به عبارت دیگر در مدل سنتی دیپلماسی عمومی تلقی دولت عامل این است که او باید تک‌گو باشد و دیگران موظف به شنیدن داستان و روایت او هستند. در این حالت گفتگو تحت‌الشعاع تک‌گویی قرار می‌گیرد.

اما الگوی نوین دیپلماسی عمومی با فاصله گرفتن از کنش استراتژیک، تا حدود زیادی به ویژگی‌های کنش ارتباطی نزدیک می‌شود. کنش ارتباطی بر محور تعامل و گفتگو استوار است. در جریان کنش ارتباطی، کنشگران در فضایی برابر و بدون دخیل بودن مناسبات قدرت به گفتگوی آزادانه می‌پردازند و تنها نیروی استدلال برتر میان آنها حکم می‌کند. پس روابط آمرانه یک‌سویه جای خود را به روابط تعاملی دوسویه می‌سپارد و طرفین می‌کوشند از طریق فرایند گفتگو و گوش دادن به سخن یکدیگر، منظور هم را درک نموده و به یک فهم مشترک نائل آیند. در نتیجه اقناع طرف مقابل تنها به وسیله

استدلال برتر انجام می‌گیرد، نه با اتکا بر اهرم‌های زور و اجبار.

ویژگی‌های کنش ارتباطی دقیقاً بر الگوی نوین دیپلماسی عمومی نیز صدق می‌کند. دیپلماسی عمومی نوین برخلاف نسخه سنتی آن بر ارتباطات متقارن دوسویه مبتنی شده است و به جای تبلیغات و مدیریت تصویر به گفتگو و تعامل سازنده و درک متقابل توجه دارد. در این الگوی نوین، دولت عامل، دیدگاه‌ها و باورهای مخاطبان خود را نیز در نظر می‌گیرد و می‌کوشد با شناسایی نقاط مشترک به تقویت آنها بپردازد. در دیپلماسی عمومی نوین دیگر نشانی از تک‌گویی نیست، بلکه دولت عامل آماده است تا به موازات بیان داستان‌های برای مخاطبان، حرف‌ها و داستان‌های آنان را نیز بشنود.

به نظر می‌رسد ظهور دیپلماسی عمومی نوین نویدبخش آن است که شرایط جهان و ذهنیت کنشگران جهانی برای ایجاد یک سپهر عمومی بر مبنای کنش ارتباطی نسبت به گذشته مهیاتر شده است. ظاهراً امروزه کنشگران بیش از پیش دریافته‌اند که حل معضلات جهانی مستلزم مشارکت آزاد همگانی و همکاری و گفتگوی استدلالی است. دیپلماسی عمومی نوین نمایانگر آن

است که دوره کنش استراتژیک و حذف دیگران به اتکای مناسبات قدرت و با توسل به ابزارهای تهدید و تحریم به سر آمده است و فرهنگ تعامل و گفتگو در شرایط مساوی و اخلاق گفتمانی باید نهادینه گردد تا امکان حل و فصل اختلافات و تعارضات جهانی با مشارکت آزادانه تمامی کنشگران و از طریق گفتگوی‌های فارغ از سلطه و مبتنی بر نیروی استدلال برتر فراهم شود.

ظهور دیپلماسی عمومی نوین می‌تواند پیش‌درآمد شکل‌گیری عرصه عمومی جهانی بر پایه وضعیت کلامی آرمانی باشد که در آن هیچ فرهنگ خاصی مجاز نیست، دیدگاه‌ها و ارزش‌های خود را به دیگران تحمیل کند، بلکه باید به تکرر دیدگاه‌ها و تنوع فرهنگی احترام بگذارد. در این فضای جدید داعیه‌داران فرهنگ‌های والا مانند ایالات متحده آمریکا در هنگام اجرای برنامه‌های دیپلماسی عمومی خود می‌بایست حتی فرهنگ قبایل بومی آفریقایی را نیز به دیده تکریم بنگرند و بدانند که آنها الزاماً انحصار ارزش‌ها و گفتمان‌های برتر را در اختیار ندارند. به نظر می‌رسد تعبیر انسان‌گرایانه مارگارت مید^{۴۲} از فرهنگ تحت عنوان «ما فرهنگ خودمان هستیم» (ریوز، ۱۳۸۷، ص

۱۳) که به نسبی‌گرایی فرهنگی و اعتبار برابر تمامی فرهنگ‌ها و الگوهای زندگی اشاره دارد، مناسب‌ترین تعبیر برای وضعیت جدید دنیای امروز باشد.

فرجام

دانستیم تغییر و تحولات شگرف جهانی در عصر ارتباطات و اطلاعات که موجب افزایش بی‌سابقه پیوندها و تعاملات کنشگران گوناگون دولتی و غیردولتی در گستره‌ای به وسعت کل سیاره مسکون شده است و نیز رواج و پذیرش ایده تکثرگرایی فرهنگی و جافتادن ضرورت حاکم بودن فضای چندصدایی در محیط بین‌الملل و جلوگیری از سیطره یک فرهنگ، دیدگاه یا تفکر خاص، دولت‌ها را به بازنگری در رویکردها و رویه‌های پیشین خود واداشته است که انعکاس آن را به وضوح می‌توان در گذار دیپلماسی عمومی از الگوی سنتی به نوین مشاهده کرد.

دیپلماسی عمومی به اقتضای شرایط نوین دنیای امروز دیگر رابطه‌ای یک‌سویه، تصویرمحور و مبتنی بر تک‌گویی و ارتباط نامتقارن با مخاطبان برای تغییر رفتار و کنترل آنان نیست، بلکه حکم تعاملی دوسویه، متقارن و گفتگومحور را پیدا کرده است که هدف رسیدن به شناخت و درک مشترک و تقویت اشتراکات را دنبال می‌کند و

به دیدگاه‌های مخاطبان نیز توجه دارد. به نظر می‌رسد ظهور دیپلماسی عمومی نوین نویدبخش مهیاتر شدن شرایط برای شکل‌گیری یک عرصه عمومی جهانی است که در آن کنش ارتباطی بر مبنای گفتگوی آزادانه و مستدل همه کنشگران جایگزین کنش استراتژیک بر مبنای ارتباط آمرانه متکی به مناسبات قدرت می‌شود.

اکنون باید دید این مباحث چه فوایدی می‌تواند برای جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک کنشگر رسمی محیط بین‌الملل داشته باشد. نظر به اهمیت روزافزون جایگاه دیپلماسی عمومی که امروزه یکی از مؤثرترین و کارآمدترین ابزارهای تحقق اهداف سیاست خارجی دولت‌ها در بستر کنونی نظام جهانی است، طبعاً جمهوری اسلامی ایران نیز نمی‌تواند از بذل توجه به این ابزار کارآمد غفلت ورزد، بلکه می‌بایست به موازات پیشبرد دیپلماسی رسمی دولت‌محور، برنامه‌های راهبردی گسترده‌ای را هم برای درک و شناخت، اطلاع‌رسانی و اعمال نفوذ بر افکار عمومی سایر کشورها در قالب دیپلماسی عمومی طراحی و اجرا کند.

باید توجه داشت که دیپلماسی عمومی مفهوم نوظهوری در فضای سیاسی جمهوری اسلامی ایران به شمار می‌رود و لذا

فعالیت‌های صورت گرفته در کشور تحت این عنوان خاص سابقه چندانی ندارد؛ به طوری که اولین بار در سال ۱۳۹۰ اداره کل جدیدی در کنار اداره کل دیپلماسی رسانه‌ای به نام مرکز دیپلماسی عمومی در سطح معاونت در ساختار وزارت امور خارجه تشکیل شده است. البته طی سال‌های اخیر گام‌های مثبتی در راستای تقویت دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برداشته شده است که از جمله می‌توان به راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی برون مرزی، تأسیس دانشگاه‌هایی برای جذب دانشجویان خارجی، برگزاری کنفرانس‌ها و همایش‌هایی با حضور شخصیت‌های غیررسمی و فعالان مدنی دیگر جوامع و نیز اجرای برنامه‌های مختلف فرهنگی در سایر کشورهای منطقه و جهان اشاره کرد.

با این حال، هنوز ظرفیت‌های بالفعل و بالقوه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران به درستی کشف و شناسایی نشده است و الگو و نقشه راه مشخصی برای تعیین نحوه برقراری ارتباط با افکار عمومی فراسوی مرزها و چگونگی کاربست منابع قدرت نرم کشور در راستای پیشبرد یک دیپلماسی عمومی هدفمند در اختیار مسئولان دستگاه سیاست خارجی نیست. لذا بهتر آن است که تصمیم‌گیران عرصه دیپلماسی عمومی کشور

در نخستین گام‌ها ضمن درک درست تحولات اخیر این عرصه و گذار از الگوی سنتی به نوین، راهبرد دیپلماسی عمومی کشور را از همان ابتدا بر مبنای الگوی نوین طراحی نمایند. در این راستا توجه به چند راهکار می‌تواند مثمر ثمر باشد:

اول اینکه طراحان و مجریان دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران می‌بایست از ایجاد روابط نامتقارن یک‌سویه با جوامع خارجی اکیداً اجتناب کنند. نباید از رهگذر برنامه‌های دیپلماسی عمومی در پی کنترل و تغییر رفتار مخاطبان هدف و مدیریت اذهان آنان بود، بلکه باید در فراسوی مرزهای کشور بستری پذیرا برای فرهنگ و ارزش‌های خود فراهم کرد. نباید دیپلماسی عمومی را به مثابه خیابانی یک‌طرفه برای ارسال مستقیم پیام‌ها و ارزش‌ها پنداشت، بلکه باید از طریق برقراری ارتباطات و تعاملات متقارن دوسویه به صورت پایدار، مجال درک متقابل و نزدیک شدن افق‌ها را مهیا ساخت و پس از شناسایی نقاط مشترک، به تقویت اشتراکات با مردمان دیگر جوامع پرداخت. هرگز نباید این تلقی در اذهان مخاطبان هدف به وجود آید که دیپلمات‌های عمومی ایران قصد صدور آمرانه ارزش‌های انقلاب خود و تحمیل فرهنگ ایرانی-اسلامی را به آنان دارند. لذا باید از

فرایند خطی انتقال اطلاعات و ارزش‌ها در دیپلماسی عمومی به فرایند اجتماعی ایجاد رابطه و ترویج هماهنگی و فهم متقابل گذر کرد.

دوم، در نظر گرفتن شرایط خاص مخاطبان هدف و تفاوت و قیاس‌ناپذیری ظروف فرهنگی جوامع انسانی اهمیت بسیار حیاتی در طراحی راهبرد دیپلماسی عمومی دارد. باید توجه داشت که قرار نیست تمامی مظاهر فرهنگ ایرانی در سایر جوامع مورد استقبال قرار گیرد؛ بلکه هر جامعه فرهنگ و سبک زندگی خاص خود را دارد که می‌بایست محترم شمرده شود. لذا در فرایند اجرای دیپلماسی عمومی ما نباید تک‌گو باشیم و چنین تصور کنیم که تنها فرهنگ ایرانی و ارزش‌های انقلاب اسلامی برحق هستند و مردمان دیگر جوامع تنها باید به روایت‌های ما گوش فرادهند، بلکه لازم است علاوه بر سخن گفتن، شنونده گفته‌های دیگران نیز باشیم و مهارت شنیدن را در خود تقویت کنیم و بدانیم که دیپلماسی عمومی صرفاً در سخن گفتن، پیام فرستادن و خبرپراکنی خلاصه نمی‌شود و گوش دادن به سخن دیگران، توجه به ادراکاتشان و کمک به آنان برای درک بهتر ما نیز اهمیت بسزایی دارد. پذیرش واقعیت تکثر فرهنگ‌ها و احترام

به تنوع و تفاوت سبک‌های زندگی گام مؤثری در راستای اجرای یک دیپلماسی عمومی موفق محسوب می‌شود.

سوم، طراحان و مجریان دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران باید آگاه باشند که دوران حضور منفردانه و انحصاری کنشگران رسمی در عرصه دیپلماسی عمومی به سر آمده است و امروزه طیف وسیعی از کنشگران غیردولتی مانند افراد، گروه‌ها، مؤسسات خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد همپای دولت‌ها در این عرصه مشغول نقش‌آفرینی هستند. یعنی دیپلماسی عمومی دیگر به روابط یک‌سویه دولت‌ها با مردم جوامع خارجی خلاصه نمی‌شود، بلکه اندرکنش‌ها و تعاملات مردم جوامع با یکدیگر نیز جایگاه رفیعی در این میان یافته است. در حقیقت تنوع فعالیت‌های دیپلماسی عمومی و نیز لزوم خارج شدن آن از حالت رسمی و دستوری موجب شده است تا دولت‌ها بخش عمده‌ای از کارویژه‌های خود را به نهادهای جامعه مدنی واگذارند. به همین دلیل دیپلماسی عمومی نوین عملاً به یک فعالیت چندسهم‌داری مبدل شده است. لذا جمهوری اسلامی ایران نیز باید برنامه‌های گسترده‌ای را برای دخیل و فعال کردن افراد و نهادهای غیردولتی در امر دیپلماسی عمومی در

ژاپن»، *فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی*، شماره ۱۳، بهار.

۷. گریفیتس، مارتین (۱۳۸۸)، *دانشنامه روابط بین‌الملل و سیاست جهان*، ترجمه علیرضا طیب، تهران: نشر نی.

۸. گنجی‌دوست، محمد (بهار ۱۳۸۷)، «تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات»، *فصلنامه سیاست دانشگاه تهران*، شماره اول.

۹. مشیرزاده، حمیرا (پاییز و زمستان ۱۳۸۴)، «نظریه انتقادی روابط بین‌الملل و گفتگوی تمدن‌ها»، *دوفصلنامه پژوهش علوم سیاسی*، شماره اول.

۱۰. هادیان، ناصر و افسانه احدی (پاییز ۱۳۸۸)، «جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی»، *فصلنامه روابط خارجی*، شماره سوم.

منابع لاتین

11. Cull, Nicholas J. (2009), "Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.
12. Crawford, Neta. (2009), "Jürgen Habermas", in Jenny Edkins and Nick Vaughan-Williams (Eds.), *Critical Theorists and International Relations*. London and New York: Routledge.
13. Fisher, Ali (2009), "Four Seasons in One Day: The Crowded House of Public Diplomacy in the UK" in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.

دستورکار قرار دهد و از ظرفیت‌هایی مانند دیپلماسی شهروندی، دیپلماسی ورزشی و دیپلماسی هنرها بهره‌برداری حداکثری کند.

*. این مقاله برگرفته از فصل دوم رساله دانشجوی روح‌الامین سعیدی در دوره دکتری روابط بین‌الملل دانشگاه تهران است که تحت راهنمایی آقای دکتر ناصر هادیان در حال نگارش است.

منابع فارسی

۱. ایزدی، فؤاد (۱۳۹۰)، *دیپلماسی عمومی امریکا در قبال ایران*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۲. بشیریه، حسین (۱۳۸۵)، «مقدمه» در محمدمهدی سمتی، *عصر سی‌ان‌ان و هالیوود: منافع ملی، ارتباطات فراملی*، ترجمه نرجس‌خاتون براهوئی، تهران: نشر نی.
۳. خبرآنلاین (۱۳۹۰)، *آخرین خبرها/ از تغییرات در ساختار وزارت امور خارجه*، <http://www.khabaronline.ir/detail/164519> (دسترسی در ۲۲ اردیبهشت ۱۳۹۲).
۴. ربوز، جولی (۱۳۸۷)، *فرهنگ و روابط بین‌الملل*، ترجمه محسن بیات، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۵. سجادی‌پور، سیدمحمدکاظم و موسی‌الرضا وحیدی (زمستان ۱۳۹۰)، «دیپلماسی عمومی نوین: چارچوب‌های مفهومی و عملیاتی»، *فصلنامه سیاست دانشگاه تهران*، شماره ۴.
۶. سلیمی، حسین و حافظه سیفی آتشگاه (۱۳۸۷)، «تأثیر جهانی‌شدن بر فرهنگ: مطالعه موردی

20. Nelson, Richard and Foad Izadi (2009), "Ethics and Social Issues in Public Diplomacy." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.
21. Nye, Joseph S. (2010), "The Future of Soft Power in US Foreign Policy." in Inderjeet Parmar and Michael Cox (Eds.), *Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives*, London and New York: Routledge.
22. Pratkanis, Anthony (2009), "Public Diplomacy in International Conflicts: A Social Influence Analysis." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.
23. Rugh, William A. (2011), *The Practice of Public Diplomacy: Confronting Challenges Abroad*, New York: Palgrave MacMillan.
24. Snow, Nancy (2009), "Rethinking Public Diplomacy." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.
25. Snow, Nancy (2009), "Valuing Exchange of Persons in Public Diplomacy." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.
14. Gass, Robert H. and John S. Seiter (2009), "Credibility and Public Diplomacy." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.
15. Hobden, Stephen and Wyn Jones, Richard (2001), "Marxist Theories of International Relations." in John Baylis and Steve Smith (Eds.), *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*. Oxford University Press.
16. Kelley, John Robert (2009), "Between "Take-offs" and "Crash Landings": Situational Aspects of Public Diplomacy." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.
17. Leonard, Mark, Catherine Stead and Conrad Smewing. (2002), *Public Diplomacy*, London: The Foreign Policy Centre.
18. Linklater, Andrew (2006), "The Achievements of Critical Theory." in Steve Smith, Ken Booth and Marysia Zalewski (Eds.), *International Theory: Positivism and Beyond*. Cambridge University Press.
19. Nakamura, Kennon H. and Matthew C. Weed, (2009), *U.S. Public Diplomacy: Background and Current Issues (CRS Report for Congress)*, Congressional Research Service, December 18.

occasional_papers/ 2004/ RAND _ OP 134. Pdf.

28. Zaharna, Rhonda (2009), "Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.

26. Szondi, György (2009), "Central and Eastern European Public Diplomacy: A Transitional Perspective on National Reputation Management." in Nancy Snow and Philip M. Taylor (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, London and New York: Routledge.

27. Wolf, Charles and Brian Rosen (2004), *Public Diplomacy: How to Think about and Improve It*, the RAND. Retrieved 15 August, 2007, from www.rand.org/pubs/