

دیپلماسی عمومی آمریکا در خاورمیانه؛ تداوم یا تفاوت؟

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۰۴/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۰۵/۲۵

فؤاد ایزدی*

مهسا ماه‌پیشانیان**

چکیده

باراک اوباما پس از به قدرت رسیدن تغییرات ساختاری در دیپلماسی عمومی آمریکا به خصوص نسبت به جهان اسلام را در کانون توجه دولت خود قرار داد و از اصطلاحاتی نظیر دیپلماسی عمومی نوین،^۱ دیپلماسی عمومی مبتنی بر گفتگو،^۲ دیپلماسی عمومی فرهنگ‌محور،^۳ دیپلماسی عمومی شبکه‌ای،^۴ و دیپلماسی چندشریکی^۵ سخن به میان آورد، اما واقعیت امر آن است که وی نیز همانند دولت‌های پیشین از دیپلماسی عمومی به‌عنوان ابزاری برای تبلیغات سیاسی و اقناع افکار عمومی برای حفظ امنیت و بقای رژیم صهیونیستی، تسلط بر منابع نفتی و اقتصادی خاورمیانه و تأمین منافع آمریکا استفاده نمود.

بر همین اساس، مقاله حاضر می‌کوشد تا با استفاده از چارچوب نظری دیپلماسی عمومی نوین به بررسی مفهوم، ابعاد، سابقه، روش‌ها و راهکارهای دیپلماسی عمومی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ بپردازد. در همین راستا درصدد پاسخگویی به این سؤال اصلی می‌باشیم که ساختار دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ از چه الگویی پیروی نموده است؟ مقاله به این نتیجه می‌رسد که آمریکا با پیروی از الگوهای سنتی دیپلماسی عمومی و ارتباطات یک‌سویه پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، همچنان از این مقوله به‌عنوان ابزاری برای تبلیغات سیاسی و اقناع افکار عمومی جهان به‌منظور تأمین منافع و اهداف سیاسی، اقتصادی و امنیتی خود استفاده نموده است.

واژگان کلیدی

دیپلماسی عمومی نوین، گفتگوی متقارن دوسویه، آمریکا، خاورمیانه، کنش ارتباطی

f.izadi@ut.ac.ir

* استادیار دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران

** دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

مقدمه

دیپلماسی عمومی فعالیتی سازمان‌یافته است که طی آن یک کشور تلاش می‌کند با خلق تصویر مثبت و آبرومندانه از فرهنگ خود به جذب قلوب و اذهان ملل دیگر پرداخته و آن‌ها را با اهداف امنیت ملی و سیاست خارجی خود همراه نماید. حتی برخی از کشورها همانند آمریکا از این حد نیز فراتر رفته، در قالب دیپلماسی عمومی به تبلیغات سیاسی منفی ضد دولت هدف پرداخته و با ایجاد بی‌ثباتی و تزلزل فرهنگی در راستای براندازی حکومت مورد نظر خود تلاش می‌نمایند (Saunders, 1999).

آمریکا از دوران جنگ سرد برای مقابله با بلوک کمونیستی به دیپلماسی عمومی توجهی خاص داشت. بروز جنگ سرد، موجب نهادینه شدن انتقال فرهنگی به مثابه عنصری مهم در سیاست خارجی آمریکا شد. گروهی از پژوهشگران و دیپلمات‌های آمریکایی، پس از سال ۱۹۴۵ اصرار می‌ورزیدند که آمریکا در مبارزه با کمونیسم، برای به دست آوردن قلوب و اذهان ملل خارجه باید رویکردی تهاجمی در پیش گیرد (Saunders, 1999). پروپاگاندای فرهنگی یکی از مؤلفه‌های اصلی دیپلماسی عمومی آمریکا بود؛ عنصری که به ترویج سبک زندگی آمریکایی، تجلیل از ارزش‌ها و راه و رسم مردم‌سالاری، و دفاع از سرمایه‌داری مصرفی می‌پرداخت. ظهور صنایع فرهنگی فراملی و بنگاه‌های تجاری رسانه‌ای در دوره پس از جنگ جهانی اول، جریان مستمر یک‌سویه‌ای از محصولات فرهنگی را به سمت جهان سوم به راه انداخت (Richmond, 2003) و از اقداماتی که نای آن را «قدرت نرم» می‌نامد، بهره می‌گرفتند. به باور وی، قدرت نرم به توانایی یک کشور برای شکل دادن به ترجیحات دیگران، بر مبنای جاذبه افکار و ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی اشاره دارد (Nye, 2004, p.5). برنامه‌های دیپلماسی عمومی آمریکا اساساً ایده رؤیای آمریکا را در مقابل جهان متروک و غم‌افزای کمونیسم شوروی تبلیغ می‌کرد. فیلم‌های هالیوودی، موسیقی، و دیگر کالاهای فرهنگی تولید انبوه‌شده، ابزارهای دیگری برای چنین کاری بودند. دولت آمریکا همواره با مذاکرات تجاری و از میان برداشتن موانع تجارت از صدور فیلم‌های هالیوودی حمایت کرده است؛ بنابراین، می‌توان گفت صنعت فیلم در حفاظت از کسب داخلی و جهانی خود، حمایت و کمک درخور توجهی از دولت آمریکا دریافت می‌کند.

پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ با ارزیابی اسلام به منزله یک خطر، تهدید و یا چالش، توسط سیاستمداران ایالات متحده آمریکا و تقسیم‌بندی گروه‌ها و نیروهای اسلامی به طیف‌های رادیکال، میانه‌رو، اصلاح‌طلب، سیاسی، غیرسیاسی، قوت یافتن مباحثی همچون هلال شیعی و احتمال سهم‌خواهی بیشتر شیعیان از قدرت سیاسی و اقتصادی، دور تازه‌ای از مناسبات میان آمریکا و جهان اسلام رقم خورد (Council on Foreign Relations, 2003).

آمریکا از این پس بر دیپلماسی عمومی تمرکز خاصی یافت، اما به‌علت ماهیت این تلاش‌ها که مبتنی بر تبلیغات سیاسی برای افنار افکار عمومی در راستای منافع ملی این کشور بود، احساس عدم اطمینان و تهدید میان دو طیف یادشده، وجهی دوسویه یافت. به‌عبارت دیگر، همان‌طور که آمریکا در چهار مقوله عمده از جمله تروریسم، افزایش احساسات ضدآمریکایی، تلقی از اسلام به‌عنوان مانعی برای گسترش مردم‌سالاری و قدرت‌یابی شیعیان در خاورمیانه، احساس تهدید از جانب اسلام دارد، جهان اسلام نیز مجموعه اقدامات آمریکا را خطری می‌داند که از یک‌سو ماهیت اسلام و از سوی دیگر، منافع جهان اسلام را نشانه رفته است.

بر همین اساس، روابط آمریکا با اعراب و مسلمانان خاورمیانه به‌خصوص از زمان حملات یازده سپتامبر ۲۰۰۱ در سطوح دولتی و مردمی با تنش‌هایی مواجه شده است. علاوه‌براین، نظرسنجی‌های متفاوت نشان داده‌اند که نگرش‌های منفی نسبت به ایالات متحده در بسیاری از کشورهای جهان و به‌ویژه جهان اسلام پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و به‌خصوص پس از شکل گرفتن انقلاب‌های عربی در سال ۲۰۱۰ رشد زیادی داشته است؛ برای مثال، در نظرسنجی که در سال ۲۰۰۳ از مردم خاورمیانه صورت پذیرفت، تنها یک درصد از مردم اردن و فلسطین دید خوبی نسبت به ایالات متحده داشتند. این رقم در مورد دیگر کشورهای خاورمیانه زیر سی درصد بود (Gentzkow and Shapiro, 2004, p.117). همچنین، در بررسی تطبیقی از سوی مؤسسه نظرسنجی گالوپ در سال‌های ۲۰۰۲ و ۲۰۰۵ از میان هفت کشور عربستان سعودی، اردن، مراکش، ایران، ترکیه، پاکستان و لبنان به‌استثنای ایران و پاکستان دید نامساعد نسبت به ایالات متحده در میان مردمان این کشورها افزایش یافته است (Gallup World Poll, 2006).

همچنین، در نظرسنجی صورت گرفته توسط مؤسسه «زاگی اینترنتشنال»^۶ در مارس ۲۰۰۸ از شهروندان کشورهای مصر، اردن، لبنان، مراکش، عربستان سعودی و امارات عربی متحده، ۸۳ درصد از پاسخ‌دهندگان نظری منفی نسبت به ایالات متحده داشتند و ۷۰ درصد بیان کردند که هیچ اعتمادی به این کشور ندارند (Telhami, 2008). پس از وقوع انقلاب‌های عربی و سرنگونی حکومت‌های فاسد، نگرش منفی نسبت به سیاست‌های آمریکا در منطقه افزایش یافت، به گونه‌ای که بر اساس آخرین نظرسنجی توسط مؤسسه پیو، بسیاری از مردم کشورهای مسلمان منطقه به‌خصوص در ترکیه، اندونزی و اردن دید منفی نسبت به سیاست‌های اواما دارند. بر اساس نتایج این نظرسنجی، ۸۵ درصد مردم کشورهای مصر، اندونزی، لبنان، پاکستان، اردن و ترکیه از سیاست‌های آمریکا در منطقه احساس تنفر می‌نمایند (Pew Research Center's Global Attitudes, 2011). یکجانبه‌گرایی، همکاری با دولت‌های مستبد علی‌رغم مطرح نمودن شعار حمایت از مردم‌سالاری، حمایت از رژیم صهیونیستی، ترس از تهدیدات نظامی آمریکا از مهم‌ترین عوامل افزایش نگرش منفی در میان مردم منطقه نسبت به سیاست‌های این کشور است.

دولت ایالات متحده نیز برنامه‌هایی را با عنوان ترویج مردم‌سالاری در قالب دیپلماسی عمومی برای مقابله با چنین نگرشی به اجرا درآورد. همچنین گام‌های جدی در زمینه تقویت قدرت نرم و بالا بردن قابلیت‌های عملیات اطلاعاتی خود در کشورهای مختلف جهان به‌خصوص کشورهای اسلامی برداشت. افزایش بودجه و تعداد کارشناسان عربی در شبکه رادیو-تلویزیونی صدای آمریکا، گسترش همکاری دانشگاه‌ها و مراکز فکری آمریکایی با کارشناسانی از کشورهای اسلامی، ایجاد مراکز اطلاعاتی با ائتلاف آمریکا و انگلستان در اسلام‌آباد به‌منظور مقابله با جنگ اطلاعاتی طالبان، ایجاد رادیو فردا که مستقیماً بر ایران تمرکز دارد و ایجاد شبکه رسانه‌ای خاورمیانه که شامل تلویزیون الحرة^۷ و رادیو سوا^۸ می‌شود، از جمله این اقدامات است (Robertson, 2006)؛ در واقع، این اقدامات آمریکا چیزی بیشتر از تبلیغات سیاسی برای مثبت نشان دادن فرهنگ و ایدئال‌های خود به‌منظور جذب قلوب و اذهان مسلمانان

نبود. در همین راستا صنعت رسانه، فیلم، موسیقی و شبکه‌های تلویزیونی در آمریکا با حکومت این کشور در این راستا گام برداشتند.

در کل می‌توان گفت دیپلماسی عمومی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در کشورهای مختلف جهان به‌خصوص کشورهای اسلامی شامل محورهای ذیل است:

- اقدامات دیپلمات‌های این کشور در عرصه فرهنگی؛
- شکل دادن به محتوای تولیدات رسانه‌ای به‌منظور تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی؛

• تلاش‌های بلندمدت برای موافق نمودن ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی کشورهای مختلف به‌خصوص کشورهای اسلامی با هنجارها و فرهنگ آمریکایی؛

• مداخله در روابط فرهنگی داخلی کشورها و تلاش برای نفوذ در بسترهای فرهنگی آن‌ها به‌منظور دست یافتن به اهداف سیاسی (Robertson, 2006).

آمریکا برای دستیابی به اهداف مذکور با متمرکز نمودن فعالیت‌های دیپلماسی فرهنگی خود بر جوانان و نخبگان سیاسی در کشورهای اسلامی برای ایجاد شبکه‌های ماهواره‌ای، پخش برنامه‌های رادیو و تلویزیونی، مبادلات فرهنگی، آموزش شیوه‌های نوین فعالیت سیاسی در عرصه شبکه‌های اجتماعی مجازی، برگزاری دوره‌های آموزش زبان انگلیسی، اعزام دانشجوی و... بودجه‌های بسیار هنگفتی را هزینه نموده است.

بر همین اساس، در ادامه تلاش می‌شود دیپلماسی عمومی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ بررسی گردد.

۱. نگاهی به مفهوم دیپلماسی عمومی سنتی

کارشناسان مختلف دیپلماسی سنتی را شیوه به اجرا درآوردن سیاست‌های خارجی یک کشور از طریق برقراری ارتباط سیاسی بین حکومت‌های ملل مختلف تعریف نموده‌اند (Snow, 2006). برخی از کارشناسان، دیپلماسی عمومی را به‌عنوان نقش مطبوعات و دیگر رسانه‌ها در امور بین‌المللی تعریف نموده‌اند که توسط حکومت و گروه‌های غیرحکومتی برای اثرگذاری بر افکار عمومی به‌منظور هدایت و اجرای سیاست خارجی به کار می‌رود (Tuch, 1990).

علی‌رغم اینکه چنین مفهومی از دیپلماسی عمومی به‌درستی بازیگران این عرصه را مشخص می‌نماید، برداشتی بسیار گسترده از این مقوله دارد؛ زیرا اگرچه در دیپلماسی عمومی رسانه‌ها، بازیگران غیرحکومتی، بخش خصوصی بر افکار عمومی اثرگذارند، کنترل بازیگران غیرحکومتی در این عرصه به‌وسیله حکومت کار بسیار پیچیده‌ای است. براین‌اساس، برخی از کارشناسان برای محدود نمودن دامنه عمل دیپلماسی عمومی، آن را به‌عنوان یک فرایند دولتی تعریف نموده‌اند؛ برای مثال، هانس تاچ^۹ دیپلماسی عمومی را به‌عنوان یک فرایند حکومتی برای برقراری رابطه با مردم کشورهای خارجی تعریف کرده که دربرگیرنده تلاش‌هایی است که یک کشور به‌منظور اثرگذاری بر افکار عمومی برای ایجاد تصویر مثبت از عقاید و ایدئال‌ها، نهادها و فرهنگ، اهداف و سیاست‌های ملی خود انجام می‌دهد (Tuch, 1990). چنین برداشتی از مفهوم دیپلماسی عمومی را وزارت امور خارجه آمریکا نیز پذیرفته است. این مفهوم دربرگیرنده تلاش‌هایی است که فراتر از روابط ملی، حکومت‌ها به‌منظور ایجاد تفاهم، مذاکره، اصلاح و اثرگذاری بر مخاطبان خارجی انجام می‌دهند تا از این طریق مبنایی برای ایجاد اعتماد به سیاست‌ها و منافع ملی طرفین ایجاد شود (Lynch, 2009).

البته نکته قابل توجه در تعریف مذکور آن است که محدود نمودن بازیگران دیپلماسی عمومی به دستگاه حکومتی سبب ایجاد محدودیت برای بازیگران غیرحکومتی این عرصه می‌گردد؛ زیرا فعالیت در زمینه دیپلماسی عمومی تنها منحصر به بازیگران حکومتی نیست (Lynch, 2009).

بی‌طرفانه‌ترین تعریف دیپلماسی عمومی، آن را این‌گونه تعریف می‌کند: «فرایندی دولتی از برقراری ارتباط با مردمان خارج در راستای ایجاد فهمی از ایده‌ها و آرمان‌ها، نهادها و فرهنگ، و نیز اهداف سیاسی و خط‌مشی‌های ملت خود» (Tuch, 1990, p.8). کمیسیون مشورتی دیپلماسی عمومی آمریکا^{۱۰} که کنگره آمریکا در سال ۱۹۴۸ آن را تأسیس کرده است، تصریح می‌کند: هدف اصلی دیپلماسی عمومی «ترویج سیاست‌ها» است (United States Advisory..., 2005). این کمیسیون، دیپلماسی عمومی را چنین تعریف می‌کند: فرایند «اطلاع‌رسانی، تعامل و اثرگذاری بر مردمان کشورهای خارجی، به‌گونه‌ای که مردم آن کشورها در نتیجه این فعالیت‌ها، حکومت‌های خود را ترغیب

کنند تا از سیاست‌های کلیدی آمریکا حمایت کنند» (United States Advisory..., 2005). در مواردی، مانند آنچه در مورد کوبا (و جمهوری اسلامی ایران) وجود دارد، هدف دیپلماسی عمومی آمریکا از این فراتر رفته، درباره حکومت‌های متخاصم به تغییر حکومت معطوف می‌شود (Gilboa, 2006).

کریستوفر راس،^{۱۱} مشاور ارشد معاون وزیر امور خارجه در مسائل دیپلماسی عمومی و سفیر سابق آمریکا در سوریه و الجزایر، دیپلماسی عمومی را شبیه اقدامات دیپلماتیک می‌بیند، با این تفاوت که تنها دو طرف آن فرق می‌کنند. درحالی‌که دیپلماسی سنتی دربرگیرنده «تبادل» میان نمایندگان دو حکومت است، دیپلماسی عمومی شامل پیشبرد منافع ملی یک کشور از طریق تعامل با طرف‌های غیردولتی در دیگر کشورهاست. راس بر آن است که دیپلماسی عمومی برخلاف «تبلیغات سیاسی»^{۱۲} مشتمل بر «فریب‌کاری برای در دست گرفتن افکار و رفتار مردم» نیست (Hess & Kalb, 2003, p.224). او همچنین ادعا می‌کند که دیپلماسی عمومی درباره گفتن حقیقت است، حال آنکه تبلیغات سیاسی درجاتی از دروغ‌پراکنی را در خود دارد.

همچنین جو دافی،^{۱۳} رئیس پیشین «آژانس اطلاعاتی ایالات متحده»^{۱۴} پیش از ادغام این سازمان در وزارت امور خارجه در سال ۱۹۹۹، با این استدلال که بار معنایی منفی تبلیغات سیاسی در همه زمان‌ها و مکان‌ها عمومیت نداشته است، می‌گوید: دیپلماسی عمومی مشتمل بر تعامل با شهروندان دیگر کشورهاست. وی اصرار می‌ورزد که مهم‌ترین وجه دیپلماسی عمومی «تلاش آن برای دور زدن سران، دیپلمات‌ها و سخن‌گویان رسمی کشورها و در مواردی مطبوعات با هدف گفتگوی مستقیم با مردم دیگر کشورها و ارائه تفسیر و توضیحی از ارزش‌ها و سیاست‌های آمریکا» است (Hess & Kalb, 2003, p.225).

چنین تعریفی از دیپلماسی عمومی مشابه نظریه «رجوع به مردم»^{۱۵} کرنل^{۱۶} است (Kernell, 1997, p.323). رجوع به مردم در بُعد ریاست‌جمهوری آن، همان‌گونه که کرنل می‌گوید، «راهبردی است که به‌موجب آن یک رئیس‌جمهور با توسل به حمایت مردم آمریکا، خود و سیاست‌هایش را در واشنگتن ترویج می‌کند» (Kernell, 1997, p.324). در چنین چارچوبی، دیپلماسی عمومی آمریکا به‌مثابه مواردی از رجوع به مردم

در مقیاسی جهانی است. دولت آمریکا می‌کوشد تا به‌جای مراجعه به حکومت‌های دیگر کشورها، مستقیماً از مخاطبان بین‌المللی درخواست حمایت کند.

معروف است که ادموند گولین،^{۱۷} رئیس اسبق «مرکز ادوارد آر. مورو برای دیپلماسی عمومی»^{۱۸} وابسته به «دانشکده حقوق و دیپلماسی فلیچر»^{۱۹} در دانشگاه تافت^{۲۰}، اصطلاح دیپلماسی عمومی را اولین بار در سال ۱۹۶۵ به‌کار برد (Snow, 2006, p.19). اما نیکلاس کال،^{۲۱} با اینکه مساعی گولین را برای رواج دادن این اصطلاح از طریق ترویج مطالعه و اعمال شیوه‌های آن، ارج می‌گذارد، یادآور می‌شود که گولین خود این مطلب را انکار کرده است (Cull, 2003). به‌نظر کال، خود اصطلاح دیپلماسی عمومی، به‌نحوی یک نوع پروپاگاندا (تبلیغات سیاسی) به‌شمار می‌آید (Cull, 2003). به‌گفته کال، دولت آمریکا می‌خواست تا با استفاده از یک اصطلاح خنثی برای معرفی فعالیت‌های آژانس اطلاعات آمریکا و رادیو-تلویزیون‌های دولتی این کشور در سطح بین‌الملل، از معانی منفی اصطلاح پروپاگاندا اجتناب کند. فیتزهو گرین،^{۲۲} یکی از اعضای کهنه‌کار این آژانس نیز می‌پذیرد که دیپلماسی عمومی «یک حُسن‌تعبیر از واژه‌ای است که آمریکاییان امروزی از آن می‌ترسند؛ یعنی پروپاگاندا» (Green, 1988, p.8). توماس داین،^{۲۳} یکی از رؤسای پیشین رادیو اروپای آزاد/رادیو آزادی، پروپاگاندا را «اطلاعات همراه با یک هدف» تعریف می‌کند و از این‌رو، دیپلماسی عمومی را ذاتاً پروپاگاندا می‌داند (Brookings Institution, 2002).

نای^{۲۴} دیپلماسی عمومی را ابزار «قدرت نرم»^{۲۵} قدرتی اقتناعی مبتنی بر جاذبه‌های خود که برای جلب موافقت عمومی طراحی شده است، می‌بیند (Nye, 2004, p.5). به باور وی، قدرت نرم آمریکا «توانایی این کشور برای جذب دیگران با مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های آمریکا و ارزش‌هایی که اساس این سیاست‌ها هستند» است (Nye, 2004, p.3). براین‌اساس، قدرت نرم تنها «به‌دلیل مقبولیتی گذرا اهمیت ندارد بلکه ابزاری است برای رسیدن به نتایجی که آمریکا خواستار آن است» (Nye, 2004, p.5). وی دیپلماسی عمومی را به سه سطح تقسیم می‌نماید: «ارتباطات روزانه» که توسط روزنامه‌نگاران، سیاستمداران و رسانه‌ها انجام می‌پذیرد، اولین سطح این مقوله را در بر می‌گیرد. در این سطح بازیگران مذکور می‌کوشند ارزش‌ها و هنجارهای خود را به

مخاطبان کشورهای دیگر انتقال دهند. «روابط استراتژیک» سطح دوم دیپلماسی عمومی را تشکیل می‌دهد. در این سطح پیام‌های استراتژیک از طریق ابزارهای رسانه‌ای به مخاطبان خارجی انتقال داده می‌شود. مهم‌ترین مؤلفه در انتقال پیام‌های استراتژیک، حفظ انسجام و استحکام است. اما مهم‌ترین سطح دیپلماسی عمومی که در واقع، می‌توان آن را در حکم قلب این مفهوم در نظر گرفت، «گسترش روابط بلندمدت» است که حول مبادلات، همایش‌ها، بورسیه‌ها و دسترسی به شبکه‌های رسانه‌ای صورت می‌پذیرد (Nye, 2004, p.5).

این سطوح از دیپلماسی عمومی در کنار تلاش‌های حکومتی به صورت غیرمستقیم انجام می‌پذیرد. نمایندگی‌های آمریکا در سراسر جهان که بیشتر از نهادهای دولتی با مردم در ارتباطند، عهده‌دار این سطوح از دیپلماسی عمومی‌اند. فرهنگ و ارزش‌های آمریکایی که به وسیله هالیوود و مک‌دونالد انتقال داده می‌شوند، در همین راستا ارزیابی می‌گردند. همچنین، شبکه‌های تلویزیونی جهانی با اثرگذاری بر افکار عمومی جهانیان بر سیاست خارجی کشورها نیز می‌توانند اثرگذار باشند (Nye, 2004, p.5).

در واقع از دید نای در مرکز دیپلماسی عمومی مفهوم قدرت نرم نهفته است که این مفهوم نیز خود به قدرت فرهنگی اشاره دارد. در واقع اگر کشوری بتواند ارزش‌های فرهنگی خود را به هنجارهای مسلط جهانی تبدیل نموده، به شبکه‌های ارتباطی چندگانه برای اثرگذاری بر رسانه‌های جهانی دسترسی داشته و مشروعیتش به وسیله رفتارهای بین‌المللی و داخلی‌اش افزایش یابد، می‌توان گفت که این کشور دیپلماسی عمومی موفق داشته است.

اکنون به‌طور فزاینده لازم است تا قدرت‌های بزرگ برای کنترل محیط سیاسی، منابع قدرت خود را و رای منابع نظامی به سمت منابع قدرت نرم گسترش دهند؛ چیزی که مولانا از آن با عنوان منابع «ناملموس قدرت»^{۲۶} یاد می‌کند (Mowlana, 1996, p.73). عقیده به اینکه آمریکا تافته‌ای جدابافته است، یا همان متمایزنگاری آمریکایی،^{۲۷} تا حد زیادی جوهره توصیف دیپلماسی عمومی در چارچوب قدرت نرم است، و تاکنون توجه اصلی دیپلماسی عمومی فعال و تهاجمی آمریکا که شامل استفاده از رسانه‌های جمعی نیز می‌شود، بوده است (McEvoy-Levy, 2001). متمایزنگاری آمریکایی به این

نکته اشاره دارد که برتری اخلاقی، خاستگاه‌های منحصر به فرد انقلابی و دموکراتیک، سازمان اجتماعی، میراث فرهنگی و مذهبی و ارزش‌های آمریکا، سیاست‌های آنرا مشروعیت می‌بخشند (Tyrrell, 1991). از این رو، آمریکا به مانند مدینه فاضله^{۲۸} در نسبت با دیگر کشورها و قدرت‌های جهان، در موقعیت اخلاقی بالاتری قرار داده شده، و بنابراین خود را موظف به ترویج سبک آمریکایی اندیشه، افکار و ارزش‌های دموکراتیک، و نظام سیاسی در باقی جهان می‌داند.

کتی فیتزپاتریک^{۲۹} می‌گوید مفهوم‌پردازی دیپلماسی عمومی به مثابه قدرت نرم، از منظر اخلاقی نقایصی دارد (Fitzpatrick, 2006, p.1). سیاست‌های فرهنگی آمریکا (به‌منزله ابزار دیپلماسی عمومی) ناشی از پیش‌فرض‌های هژمونیک‌اند که برخی منتقدان آنرا در حد «امپریالیسم فرهنگی»^{۳۰} می‌دانند (Mirrlees, 2006). استفاده آمریکا از رسانه‌های جمعی و بنیادهای سیاسی به‌مثابه وسیله‌ای برای انتقال فرهنگی را می‌توان در جهت حمایت آن کشور از طرح‌های دموکراتیک‌سازی و ترویج آن‌ها، ابزاری برای جلوگیری از پیشروی کمونیسم یا اسلام‌گرایی ضد آمریکایی در کشورهای جهان سوم شمرد که همگی در راستای تأمین منافع سیاسی، اقتصادی و فرهنگی این کشور قابل ارزیابی می‌باشند.

۲. دیپلماسی عمومی نوین

با جهانی شدن اطلاعات و رشد فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای، دیپلماسی عمومی نیز ابعاد جدیدی یافته است. جهانی شدن اقتصاد به همراه نوآوری‌های جدید فناوری رسانه‌ای، نظم جدید جهانی را ایجاد نموده است که در آن دولت-ملت‌ها همانند گذشته بر ساختارهای سنتی حکومت و قدرت خود حاکمیت نداشته و بازیگران فراملی و فروملی از اهمیت بسیار زیادی در عرصه داخلی و بین‌المللی برخوردار گردیده‌اند. اسنو از جمله افرادی است که اعتقاد دارد دیپلماسی عمومی نوین باید برای فراتر رفتن از پروپاگاندا، دربرگیرنده ارتباطات دوسویه باشد (Snow, 2006). ملیسن^{۳۱} نیز درباره کارکرد دیپلماسی عمومی نوین چنین تصویری دارد. او خاطر نشان می‌سازد: «دیپلماسی عمومی از آن جهت که می‌کوشد مردم را اقناع کند تا به گونه‌ای خاص

بیندیشند، شبیه پروپاگانداست؛ اما از سوی دیگر، چون دیپلماسی عمومی به حرف‌هایی که مردم برای گفتن دارند نیز گوش فرامی‌دهد، اساساً با پروپاگاندا متفاوت است» (Melissen, 2005, p.18). به گفته او، تاکنون رویکرد دولت آمریکا به دیپلماسی عمومی، گفتگویی واقعی به بار نیاورده است. دیپلماسی عمومی می‌تواند به‌جای تمرکز بر مدیریت انگاره‌های مردم هدف، با کاربست الگوی روابط عمومی متقارن دوسویه، آن‌ها را به گفتگو کردن ترغیب کند. پژوهشگران روابط عمومی تأکید می‌ورزند که ایجاد روابط درازمدت با طرف‌های مقابل از طریق راهبردهای ارتباطاتی دوسویه و داشتن دیدگاهی متقارن، چارچوبی ماندگار برای دیپلماسی عمومی اخلاقی است. فیتزپاتریک «تناسب و مقبولیت اخلاقی و نیز استلزامات عملی فلسفه‌ها و عملکردهای دیپلماسی عمومی‌ای را که انگیزه و جهت‌دهی آن‌ها بر اساس میل خودخواهانه به سلطه بر مخاطبان دیپلماسی عمومی شکل می‌گیرد، به چالش می‌کشد». او تصریح می‌کند دیپلماسی عمومی متقارن دوسویه، منافع ملت هدف را درحالی‌که آن ملت به طرف‌های مقابل خود احترام می‌گذارد، تا آخرین حد ممکن افزایش می‌دهد (Fitzpatrick, 2006). در همین راستا ملیسن عنوان می‌دارد دیپلماسی عمومی به جای تکیه بر ایجاد ارتباطات مستقیم یک‌جانبه با ملل خارجی باید بر شکل دادن به روابطی چندجانبه با بازیگران جامعه مدنی به منظور ایجاد شبکه‌هایی بین بخش‌های غیردولتی متمرکز باشد (Melissen, 2005).

بنابراین، دیپلماسی عمومی جدید بر خلاف دیپلماسی عمومی سنتی تنها به وسیله نهادهای حکومتی انجام نمی‌گیرد؛ زیرا در سطوح داخلی و بین‌المللی مردم را در روندهای دیپلماسی عمومی وارد می‌نماید؛ برای مثال کارشناسان مختلف عنوان می‌دارند دیپلماسی عمومی جدید در میان کشورهای خاورمیانه باید بر گفتگو با مسلمانان متمرکز باشد تا از این طریق بتواند مشروعیت لازم را برای ارزش‌ها و هنجارهای آمریکا کسب نماید. در واقع می‌توان گفت دیپلماسی عمومی جدید در حکم یک خیابان دوطرفه است. در روش سنتی دیپلماسی عمومی در قالب برقراری ارتباطات نامتقارن تلاش می‌شد تا بر تمایلات و رفتارهای مخاطبان خارجی به صورت یک‌جانبه تسلط یافته شود. بر طبق نظر کارشناسان مختلف ایده اصلی دیپلماسی عمومی سنتی

کسب نفوذ بر مخاطبان خارجی به جای اقناع آن‌ها بود (Lynch, 2009). در حالی که در روش جدید دیپلماسی عمومی، تغییر تمایلات و رفتارهای مخاطبان خارجی از طریق گفتگوی دوسویه موضوع اصلی است (Krause & Evera, 2009). به اعتقاد ایوان گیلبو^{۳۲} در روش‌های سنتی دیپلماسی عمومی تلاش می‌شد تا از طریق نفوذ بر مخاطبان خارجی تصویری مطلوب از سیاست‌ها، عملکرد و سیستم اقتصادی و فرهنگی یک کشور ایجاد شود. به اعتقاد وی اگر چنین تصویری در ذهنیت مخاطبان جامعه هدف از مطلوبیت سیستم سیاسی، اقتصادی و فرهنگی یک جامعه ایجاد می‌شد آن‌ها می‌توانستند بر دستگاه حکومتی خود فشار وارد نمایند تا سیاست‌های فعلی خود را تغییر دهند (Gilboa, 1998). بر طبق دیدگاه وی در این روش فضایی برای مذاکره و گفتگو با مخاطبان خارجی وجود نداشت (Gilboa, 1998). گیلبو^{۳۳} به این مطلب اشاره می‌کند که دیپلماسی عمومی نوین یک فعالیت دولتی صرف نبوده بلکه در عوض، فعالیتی است که به عوامل دولتی و غیردولتی، مانند سازمان‌های غیردولتی، نهادهای آموزشی خصوصی، اتحادیه‌های کارگری، و احزاب سیاسی وابستگی متقابل دارد. افزون بر این، این دیپلماسی شکلی از قدرت نرم است که از فنون ارتباطات دوسویه، دیپلماسی عمومی راهبردی، مدیریت اطلاعات، معرفی یک کشور خاص در قالب یک آگهی تلویزیونی و مدیریت تصاویر اینترنتی بهره می‌گیرد. به نظر وی، دیپلماسی عمومی نوین «سامانه‌ای ارتباطی^{۳۳} است که برای ایجاد گفتگو طراحی شده است؛ هم با دشمنان و هم با دوستان و هم‌پیمانان» (Gilboa, 1998, p.748).

یکی از مؤلفه‌های دیگر دیپلماسی عمومی نوین «از میان برداشتن تمایزاتی است که به‌طور سنتی میان فعالیت‌های اطلاعاتی بین‌المللی و داخلی وجود داشته است». به باور ملیسن، به علت تحولات انقلاب‌گونه‌ای که در فناوری ارتباطات رخ داده و نیز به سبب فشارهای جهانی شدن، جدا کردن ارتباطات داخلی از دیپلماسی عمومی که هدف آن ملت‌های خارجی است، به نحو فزاینده‌ای چالش‌برانگیز خواهد بود. از این‌رو، با محو شدن تدریجی خطی که روابط عمومی داخلی دولت را از دیپلماسی عمومی متمایز می‌کند، دیپلماسی عمومی نوین چالش‌برانگیزتر شده است. وی مهم‌ترین تمایز میان دیپلماسی عمومی سنتی و دیپلماسی عمومی نوین را جهت‌گیری ارتباط می‌داند

(Melissen, 2005)، درحالی‌که به لحاظ سنتی، دیپلماسی به‌طور کلی، و دیپلماسی عمومی به‌طور خاص، در یک «الگوی سلسله‌مراتبی دولت‌محور» از روابط بین‌الملل دیده می‌شود، دیپلماسی عمومی نوین در «محیطی شبکه‌ای» عمل می‌کند؛ به‌نحوی‌که مردم فعالانه در دادن و گرفتن پیام مشارکت می‌کنند (Melissen, 2005). این نکته شاهدهی بر نقش فعال عوامل غیردولتی، مانند سازمان‌های مردم‌نهاد در دیپلماسی عمومی است.

بنابراین در روش سنتی دیپلماسی عمومی، پیام‌ها به سادگی در قالب تبلیغات سیاسی به منظور ایجاد برتری موقعیت سیاسی یا فرهنگی یک کشور به مخاطبان خارجی القا می‌شد (Riordan, 2003). در صورتی‌که در روش جدید دیپلماسی عمومی تلاش می‌شود تا مخاطبان خارجی نیز در روندهای سیاسی مشارکت داده شوند تا از این طریق بتوان آن‌ها را در راستای اهداف مورد نظر اقناع نمود (Riordan, 2003). این روش که گفتگو محور است، نیازمند فرایندهای آزادانه‌تر سیاست‌گذاری به منظور دستیابی به اهداف سیاست خارجی است.

مارک لئونارد^{۳۴} دیپلماسی عمومی جدید را شامل فعالیت‌هایی برای شکل دادن به روابطی می‌داند که از درک متقابل در مورد نیازها، فرهنگ و ارزش‌ها آغاز می‌شود و به ایجاد آگاهی و درک مشترک می‌انجامد (Leonard, 2002). دیگر کارشناسان این عرصه نیز بر اهمیت چندجانبه‌گرایی در عرصه دیپلماسی عمومی جدید در دنیایی که شبکه‌ای شده است، تأکید دارند.

در مجموع می‌توان گفت دیپلماسی عمومی جدید بر مدل عقلانی گفتگو بنا شده است. در این مدل به‌جای تغییر رفتار یا گرایش‌های مخاطبان از طریق کسب نفوذ بر ایجاد درک و مفاهمه مشترک از طریق یک گفتگوی منطقی تأکید می‌شود. در واقع در گفتگو تلاش می‌شود تا با احترام به دیدگاه طرفین، راه‌حلی برای تأمین منافع متقابل پیدا شود (Riordan, 2003). در کل دیپلماسی عمومی جدید در روابط بین‌الملل بیشتر مبتنی بر رویکرد تشریک‌مساعی است و به مفاهمه چندجانبه بین بازیگران ملی، بین‌المللی و مخاطبان خارجی کمک نموده، سبب شکل گرفتن روابط باثبات بین بازیگران ملی، فراملی و مخاطبان خارجی شده، به ایجاد شبکه‌هایی بین سازمان‌ها و

مردم در دو بخش عمومی و خصوصی کمک نموده است و بر ارتباطات دوجانبه و متقابل، ارتباط مردم با مردم و تلاش‌های بلندمدت برای ایجاد روابط تأکید دارد (Riordan, 2003).

۳. گفتگوی عقلانی؛ زیربنای دیپلماسی عمومی نوین

ویژگی بسیار مهمی که دیپلماسی عمومی نوین را از نوع سنتی آن متمایز می‌نماید، مفهوم گفتگوست. عمل تعامل یا گفتگو سبب خارج شدن دیپلماسی عمومی از یک رابطه یک‌سویه و نامتقارن (که جنبه اقناعی و تبلیغاتی دارد) شده و آن را با ویژگی‌هایی همچون تقارن و دوسویگی همراه می‌نماید.

گفتگو یک مقوله بسیار پیچیده است، اما کارشناسان در مورد اصول و بنیادهای آن با یکدیگر به تفاهم رسیده‌اند. گفتگو بیشتر به کیفیت روابط بین مردم مرتبط است (Cissna, Anderson, 1994). برخی از اندیشمندان گفتگو را در مفهومی ساده به‌عنوان فرایند متقابل روابط تعریف می‌نمایند، اما واقعیت امر آن است که این مفهوم فراتر از مبادله پیام بین افراد است. به اعتقاد توماس کلر^{۳۵} همه گفتگوها ممکن است دربرگیرنده روابط متقابل باشند، اما همه روابط متقابل گفتگو محسوب نمی‌شوند (Kelleher, 2009). کنت ان. سیسنا^{۳۶} و رب اندرسون^{۳۷} گفتگو را به‌عنوان کیفیت روابط بین افراد و روش تفکر در مورد امور بشری که می‌تواند چگونگی روابط را افزایش دهد، تعریف می‌نمایند. از دید این دو دانشمند گفتگو دربرگیرنده مشارکت افراد با یکدیگر، روش‌های گفتگو و پیامدهای روابط آن‌هاست (Cissna, Anderson, 1998). براین اساس، گفتگو بیشتر از آنکه یک فرایند ارتباطی یا استراتژی باشد، یک وضعیت است (Botan, 1997). بر همین اساس، به اعتقاد دانشمندان مختلف مهم‌ترین فایده گفتگو افزایش مشارکت افراد است (Czubaroff, Freidman, 2000).

بنابراین می‌توان بیان داشت گفتگو یک فرایند مفاهمه و تصمیم‌سازی دوجانبه است که دارای شرایطی همچون برابری فرصت برای تعامل متقابل، کیفیت برابر برای برقراری تعامل، کنار گذاشته شدن روابط مقتدرانه و موقعیت‌های تحکم‌آمیز ساختاری و

منابع خارجی قدرت، بیان آزادانه و برابر منافع و خواسته‌ها، تشریک مساعی آزادانه در زمینه اطلاعات و شفافیت در فرایندهای تصمیم‌سازی است.

هابرماس نیز از منظری انتقادی شرایط تحقق یک گفتگوی منطقی را به‌گونه‌ای که منافع طرفین را تأمین نماید، تحت عنوان «کنش ارتباطی»^{۳۸} تعیین نموده است. کنش ارتباطی شکلی از روابط متقابل اجتماعی است که از طریق آن کنش‌بازیگران متفاوت با کاربرد زبان برای دست یافتن به فهم مشترک با یکدیگر هماهنگ شده و کنشگران بدون هیچ کنترل یا فریبی در جریان تعامل زبانی به منافع مورد نظر خود دست می‌یابند (Foster, Jonker, p.2005). حالت کنش ارتباطی در واقع تبلور توزیع منظم فرصت‌ها در میان کنشگران مختلف به‌گونه‌ای است که امکان طرح و نیز به چالش کشیدن تمامی گزاره‌ها وجود داشته باشد و کنشگران نیز بتوانند آزادانه هر نگرش، خواسته یا نیازی را مطرح نمایند. به عبارت دیگر، شرط اصلی تحقق کنش ارتباطی دسترسی مساوی تمامی کنشگران به فضای گفتمانی در جهت شکل دادن به ارتباطی است که از رهگذر این کنش متقابل حاصل می‌شود. همچنین از دیگر مؤلفه‌های ضروری کنش ارتباطی، داشتن قابلیت اقناع‌پذیری از طریق فرایند ارتباط از سوی تمامی کنشگران است. در وضعیت کنش ارتباطی، تمامی کنشگران درگیر در مقابل بحث مستدل از قابلیت اقناع‌پذیری یکسان برخوردارند (Habermas, 1982).

در چنین بستری، ایجاد رابطه به انگیزه تأمین اهداف از پیش تعیین‌شده صورت نمی‌گیرد و هدف کنشگران در چنین رابطه‌ای اقناع طرف مقابل به قبول چارچوب‌های ارزشی خاصی نیست بلکه هدف در اینجا ایجاد رابطه‌ای بر مبنای رضایت طرفین تعامل از طریق گفتگوست.

بدین ترتیب، نقش دیپلماسی عمومی از حوزه‌ای با هدف اثرگذاری بر مخاطب گیرنده پیام در مورد یک سیاست معین به عرصه‌ای برای مشارکت در گفتگو به‌منظور اتخاذ تصمیماتی در باب تعیین سیاست‌ها تغییر می‌کند. سیاست به‌گونه‌ای پیشینی تعیین نمی‌شود بلکه محصول فرایندی سازنده و متقابل است که از طریق گفتگو میان کنشگران درگیر در امر تعامل ایجاد می‌شود. در مقابل این شیوه از گفتگو، گفتگوی

نامتقارن قرار دارد. در این شیوه از گفتگو، روش اقناعی برای مجاب نمودن دیگران در راستای منافع یک طرف صورت می‌پذیرد.

هابرماس این شیوه از گفتگو را که برای دست یافتن به اهداف مشخصی صورت می‌پذیرد را یک اقدام استراتژیک دانسته که با میزان کارایی و نفوذ بر تصمیمات حریفان سنجیده می‌شود. وی در مقایسه کنش ارتباطی متقابل و اقدام استراتژیک عنوان داشته است، بیشتر سازمان‌ها با تمرکز بر اقدام استراتژیک به جای دست یافتن به مفاهیم مشترک به اهداف از قبل تعیین شده خود می‌اندیشند. به بیان دیگر، در شرایط مبتنی بر اقدام استراتژیک، کنشگری که مرتکب این عمل می‌شود، سایر کنشگران را در باب پایبندی خود به پیش‌فرض‌های ایجاد ارتباط می‌فریبد (Jacobson & Storey, 2004, p.104). اقدام استراتژیک خود به دو مقوله «فریب آگاهانه» و «فریب ناخودآگاه» تقسیم می‌شود؛ فریب آگاهانه به حالتی اطلاق می‌شود که در آن کنشگر از قصد خود در انجام عمل استراتژیک کاملاً آگاه است و لذا در جهت فریب دیگران تلاش می‌کند (Jacobson & Storey, 2004, p.104)؛ درحالی‌که در فریب ناخودآگاه کنشگر در واقع خود را در باب پایبندی به مبنای عمل اجماعی می‌فریبد (Habermas, 1982: 209-10).

به کمک تعاریفی که از مدل گفتگوی عقلانی و شرایط آن ارائه شد، می‌توان یک چنین الگویی را برای دیپلماسی عمومی نوین طراحی نماییم. فیتزپاتریک معتقد است دیپلماسی عمومی برای پیروی از مدل گفتگوی عقلانی باید دارای شرایط زیر باشد:

- روابط متقابل^{۳۹}: دیپلماسی عمومی مطابق با الگوی گفتگوی عقلانی باید بر مبنای روابط متقابل بنا نهاده شود. بر همین اساس، نباید به مخاطبان خارجی در حکم ابزاری برای دست یافتن به منافع شخصی نگریسته شود بلکه باید فرصت‌های برابر برای مشارکت آن‌ها در روابط متقابل فراهم گردد؛

- نزدیکی طرفین به یکدیگر^{۴۰}: در این مدل از دیپلماسی عمومی، مخاطبان خارجی باید در زمینه مسائل مهمی که بر سرنوشت حال و آینده آن‌ها اثرگذار است، مشارکت داده شوند؛

• التزام و تعهد^{۴۱}: برای دست یافتن به نتایج مطلوب و اهداف مشترک، التزام و تعهدی از سوی طراحان دیپلماسی عمومی برای مشارکت داده شدن مخاطبان خارجی در مسائل مهم باید وجود داشته باشد؛

• اعتبار^{۴۲}: در این مدل از دیپلماسی عمومی کسب اعتبار به وسیله طرفین دارای اهمیت بسیار زیادی است. شفافیت در تصمیم‌گیری و بیان اهداف نقش بسیار مهمی در این زمینه دارد. بر همین اساس، دستگاه دیپلماسی عمومی باید مخاطبان خارجی را در جریان همه اطلاعات مهم و تصمیمات سرنوشت‌ساز قرار دهد؛

• اعتماد^{۴۳}: دستگاه دیپلماسی عمومی یک کشور در صورتی می‌تواند اعتماد مخاطبان خارجی را جذب نماید، که به‌طور شفاف آن‌ها را در جریان تصمیمات قرار دهد؛

• احترام^{۴۴}: دستگاه دیپلماسی عمومی باید به عقاید و نظریات متفاوت مخاطبان خارجی احترام بگذارد؛

• همکاری^{۴۵}: همکاری واقعی در صورتی در جریان دیپلماسی عمومی حاصل می‌شود که طرفین بدون توجه به برنده شدن یا تحمیل و القای عقاید خود به دیگران با مخاطبان خارجی به تعامل پردازند؛

• خطرپذیری^{۴۶}: دستگاه دیپلماسی باید آمادگی پذیرش نتایج نامشخص گفتگو را داشته باشد (Fitzpatrick, 2006).

۴. دیپلماسی عمومی آمریکا؛ عملی استراتژیک یا گفتگویی عقلانی؟

با توجه به ویژگی‌ها و مؤلفه‌هایی که برای دیپلماسی عمومی نوین بیان شد، در این قسمت درصدد پاسخگویی به این سؤال می‌باشیم که آیا ساختار دیپلماسی عمومی آمریکا از چنین الگویی پیروی می‌نماید؟

اگرچه حکومت آمریکا به‌خصوص پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، ادعا نمود که اصول مذکور را رعایت می‌نماید، اما واقعیت امر آن است که اصول و تاکتیک‌های دیپلماسی عمومی این کشور در این دوران همانند قبل، همچنان از الگوهای ارتباطی سنتی و یک‌سویه پیروی نموده و با بهره‌گیری از شبکه‌های جهانی رسانه‌ای، ماهواره‌ای و

فناوری‌های سایبر می‌کوشد به صورت یکجانبه ارزش‌ها، هنجارها و سبک زندگی مورد نظر خود را به جهانیان القا نماید. علاوه بر این، تلاش‌های آمریکا در زمینه دیپلماسی عمومی آشکارا در چارچوب منافع امنیتی این کشور ارزیابی شده و اهداف اصلی آن نه ایجاد حس دوستی و همدلی میان مردم جهان و مردم این کشور، بلکه تأمین و تقویت امنیت ملی‌اش است. بنابراین، آنچه در دیپلماسی عمومی آمریکا نقش محوری ایفا می‌کند، تأثیر و نفوذ بر کشورهای مقصد بدون اقبال‌پذیری متقابل است. مادام که این تلاش‌ها با انگیزه‌های استثمارگرانه و با هدف تأمین منافع ملی با استفاده از منابع سایر کشورها و ملت‌ها صورت گیرند، بعید است چنین تلاش‌هایی بتوانند فرصتی را برای تعامل و درک متقابل ایجاد نمایند. انگیزه‌های پنهان در ورای تلاش‌های مربوط به دیپلماسی عمومی آمریکا نشانگر آن هستند که این تلاش‌ها تنها نمودهای دیگری از کنش استراتژیک مخفی هستند.

با توجه به اقدامات دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا در نقاط مختلف جهان می‌توان هدف نهایی دیپلماسی عمومی این کشور را ایجاد تغییرات در نگرش‌ها، ادراکات و رفتارهای مردم جهان به صورت یک‌سویه به منظور ایجاد حمایت عمومی برای آمریکا، حفاظت از منافع اقتصادی این کشور و سوق‌دهی افکار عمومی به سمت حمایت از سیاست‌های خارجی‌اش ارزیابی نمود. برای ارزیابی بهتر این موضوع بررسی راهکارهای دیپلماسی عمومی آمریکا در خاورمیانه می‌تواند بسیار مؤثر باشد که در قسمت بعدی به آن خواهیم پرداخت.

۴-۱. دیپلماسی عمومی آمریکا در خاورمیانه؛ نمایی از عمل استراتژیک مخفیانه

ایالات متحده میراث‌دار روابط پیچیده و گسترده میان جامعه اسلامی و غرب در بیش از ۱۴ قرن است. اگرچه امپراتوری‌های اسلامی گوناگونی در این دوره طولانی برخی مواقع متحد یک یا چند کشور اروپایی بوده‌اند، ولی روابط اسلام و غرب همواره داستانی از اختلاف و خصومت بوده است: پیروزی‌های اولیه اعراب پس از ظهور مذهب اسلام؛ جنگ‌های صلیبی از قرن ۱۱ تا ۱۳ میلادی؛ گسترش امپراتوری عثمانی به اروپای شرقی در قرون ۱۵ و ۱۶؛ و ایجاد رژیم‌های استعماری در کشورهای عربی از

سوی فرانسه، انگلستان و تا حد کمتری ایتالیا در قرون ۱۹ و ۲۰ و در نهایت وقوع حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ نمونه‌هایی از این اختلافات هستند.

حوادث ۱۱ سپتامبر اثر شگرفی بر سیاست خارجی آمریکا به‌ویژه در ارتباط با خاورمیانه برجای گذاشت. حملات یازده سپتامبر حاوی اعلام این هشدار برای زمامداران آمریکا بود که حمایت از حفظ وضع موجود در خاورمیانه، خلیج فارس، ممکن است چه پیامدهای وحشتناکی برای این کشور به همراه داشته باشد. آنچه به‌عنوان عامل و ریشه حرکات رادیکالی و تروریستی گروه‌های اسلامی از جانب ایالات متحده مورد شناسایی قرار گرفت، شامل سه محور دولت‌های اقتدارگرا، گروه‌های مذهبی ضد مدرنیسم و فقر فراگیر و ناامیدی در جوامع مسلمانان بود. آمریکا با این تلقی که در جهان اسلام این سه مؤلفه به صورت دایره‌وار یکدیگر را تقویت می‌کنند، درصدد اتخاذ سیاستی برآمد که حلقه مزبور شکسته شود. بدین جهت راهبردی را در دو فاز نظامی (حمله به افغانستان و عراق) و غیرنظامی (مردم‌سالاری)، در پیش گرفت. بدین ترتیب، دولت بوش که تا پیش از حملات یازده سپتامبر تلاش‌های مربوط به ملت‌سازی و ترویج مردم‌سالاری را بیش از حد آرمان‌گرایانه و در تعارض با منافع آمریکا تلقی می‌کرد، در چارچوب شرایط پدیدآمده پس از حوادث ۱۱ سپتامبر تغییر موضع داد (Hass, 2003). البته این امر بدین معناست که راهبرد مذکور در دولت بوش، در راستای تأمین منافع امنیتی این کشور در منطقه فوق‌الذکر مطرح شده است. نومحافظه‌کاران آمریکا این‌گونه استدلال کردند که از طریق ترویج مردم‌سالاری غربی، به‌دنبال آن حاکمیت نسبی‌گرایی ارزشی (به‌عنوان یکی از ویژگی‌های دموکراسی لیبرال)، نشر افکار مدرن و ایجاد رفاه می‌توان ریشه‌های تروریسم را خشکاند و ماهیت «مطلق‌گرایانه» اندیشه‌های بنیادگرایانه را تضعیف نمود. براین‌اساس، راهبرد مردم‌سالارسازی ظاهری و ترویج ارزش‌های غربی در دستورکار سیاست‌گذاران آمریکایی به‌منظور مقابله با تروریسم قرار گرفت. علاوه‌براین، به نظر می‌رسد که دیدگاهی در میان صاحب‌نظران سیاسی آمریکا وجود دارد که به‌شدت بر ضرورت ارتباط‌گیری مؤثر با گروه‌های مسلمانی که روایتی تساهل‌مأبانه از اسلام دارند، تأکید

می‌کند. به‌طور کلی رویکرد نرم آمریکا در برابر مسلمین پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ مبتنی بر محورهای ذیل است:

۱. تعامل با احزاب اسلامی همسو؛
۲. توجه به اصلاحات اجباری مذهبی، آموزشی و اجتماعی؛
۳. حمایت از خیریه‌های مذهبی همسو (با هدف خشتی‌سازی فعالیت‌ها و اهداف مؤسسات خیریه غیرهمسو که با ارائه خدمات، جذب و پرورش نیرو را تعقیب می‌کنند؛
۴. اعطاء امتیازات ویژه به دانشگاه‌ها برای ارتقای افکار و آثار مسلمانان در راستای اهداف امنیتی خود؛

۵. تمرکز بر دیپلماسی عمومی، ارتقای مردم‌سالاری و برنامه‌های کمکی برای تقویت اصلاح و احیای اسلامی (به‌نحوی که ارزش‌های آمریکایی را به سنت‌های اسلامی پیوند زند). بر همین اساس، دانشگاهیان و روشنفکران مسلمان لیبرال و سکولار، روحانیون میانه‌رو جوان، فعالان اجتماعی، گروه‌های زنان و روزنامه‌نگاران و نویسندگان میانه‌رو، محور اصلی دیپلماسی عمومی آمریکا شد.

در واقع، می‌توان گفت با توجه به مسائل و مشکلات منتج از نگرش‌های منفی نسبت به ایالات متحده که در قالب «آمریکاستیزی» نمود پیدا کرد، صاحب‌نظران آمریکایی به دولت این کشور توصیه کردند که دیپلماسی عمومی را با تمرکز بیشتر بر خاورمیانه به کار گیرند. دولت آمریکا نیز بر همین مبنا اقداماتی را از سال ۲۰۰۱ آغاز کرد.

به گزارش «اداره حسابرسی ایالات متحده»^{۴۷} هدف کلی از تلاش‌های دیپلماسی عمومی ایالات متحده عبارت از درک، آگاه کردن، تعامل و اثرگذاری بر نگرش‌ها و رفتار مخاطبان خارجی از طریقی است که پشتیبان منافع استراتژیک ایالات متحده باشند (United States Government..., 2006).

در این راستا، تلاش‌های دیپلماسی عمومی ایالات متحده توسط چندین سازمان از جمله وزارت امور خارجه، «وزارت دفاع»^{۴۸}، «آژانس توسعه بین‌المللی ایالات متحده»^{۴۹} و «شورای رادیو و تلویزیونی ایالات متحده»^{۵۰} انجام می‌شود که همگی زیر نظر و هدایت کاخ سفید و «شورای امنیت ملی»^{۵۱} هستند.

چند روزی پس از حملات یازده سپتامبر در اکتبر سال ۲۰۰۱، کالین پاول^{۵۲}، وزیر خارجه وقت ایالات متحده، شارلوت بیرز^{۵۳}، رئیس سابق آژانس تبلیغاتی جی. والتر تامسون^{۵۴} و رئیس آژانس بزرگ روابط عمومی «اگیلوی و مِتر»^{۵۵} را به‌عنوان معاون خارجه در امور دیپلماسی عمومی منصوب ساخت که پس از یازده سپتامبر نگاه‌ها همگی به‌سمت این پست معطوف گردید. وی در ۱۰ اکتبر ۲۰۰۱ تنها پس از هشت روز از آغاز رسمی فعالیت‌هایش چهار موضوع کلیدی طراحی‌شده از سوی خود و دولت بوش را برای القا به مردم جهان مطرح ساخت:

۱. حملات صورت‌گرفته به مرکز تجارت جهانی و پنتاگون حملاتی ضد آمریکا نبوده، بلکه حملاتی ضد کل جهان بوده‌اند؛

۲. جنگ ضد تروریسم، جنگ ضد اسلام نیست بلکه ضد تروریست‌ها و حامیان آنان است؛

۳. آمریکا از مردم افغانستان حمایت می‌کند و به همین دلیل ۳۲۰ میلیون دلار را به کمک‌های بشردوستانه در این کشور اختصاص داده است؛

۴. تمامی کشورها باید برای ریشه‌کن کردن تروریسم بین‌المللی متحد شوند (United States Government..., 2006).

وی برای انتقال نخستین پیام کتابچه‌ای را با عنوان «شبکه تروریسم»^{۵۶} به ۳۶ زبان دنیا تهیه و منتشر کرد. در این کتابچه تصاویری از قربانیان یازده سپتامبر به‌همراه نقشه‌ای از شبکه تروریستی القاعده در ۴۵ کشور نمایش داده شده بود.

در رابطه با پیام دوم برنامه‌ای تلویزیونی با هزینه‌ای ۱۵ میلیون دلاری با عنوان «ارزش‌های مشترک»^{۵۷} تهیه گردید که در آن مسلمانان آمریکا به‌عنوان کسانی که زندگی عادی داشته و به‌عنوان آتش‌نشان، نانوا و پزشک مشغول به‌کار هستند، نمایش داده می‌شد. همچنین کتابچه‌ای با عنوان «زندگی مسلمانان در آمریکا»^{۵۸} منتشر گردید که حاوی تصاویری از مسلمانان با هدف نشان دادن تساهل مذهبی و آزادی مذهبی در آمریکا بود. راه‌اندازی «رادیو ساوا»^{۵۹} به زبان عربی با هدف برقراری ارتباط با جمعیت جوان عرب‌زبان در خاورمیانه نیز در همین راستا صورت پذیرفت. این رادیو که از

دوبی پخش می‌شود، در سال ۲۰۰۳ بودجه‌ای ۳۵ میلیون دلاری را از دولت ایالات متحده دریافت کرد.

اقدام دیگر تشکیلات بیرز شامل گسترش برنامه‌های «امریکن کورنرز»^{۶۰} بود. این برنامه‌ها شامل کتابخانه‌ها یا فعالیت‌هایی فرهنگی به سبک آمریکا در سفارتخانه‌های آمریکا با هدف تقویت درک زندگی و فرهنگ آمریکایی در خارج از کشور است.

بیرز همچنین برنامه‌هایی را برای تعاملات بلندمدت به‌خصوص برای جوانان در جهان اسلام طراحی نمود که از جمله می‌توان به «مشارکت برای آموزش»^{۶۱} از سوی «اداره امور آموزشی و فرهنگی وزارت خارجه»^{۶۲} اشاره کرد که با تغییر معاون وزیر خارجه در امور دیپلماسی و روابط عمومی برنامه «مشارکت برای آموزش» نیز خاتمه پیدا کرد و جای آنرا دو برنامه «تعامل جوانان و آموزش»^{۶۳} با هزینه‌ای بالغ بر ۶۱ میلیون دلار و با تمرکز بر جوانان در جهان اسلام و «مشارکت برای آموزش دوره کارشناسی»^{۶۴} شکل گرفت هدف از برنامه دوم فراهم کردن امکانات لازم برای دانشجویان مسلمان از خاورمیانه، شمال آفریقا و جنوب آسیا جهت گذراندن دوره کارشناسی در دانشگاه‌های ایالات متحده بود (United States Government..., 2006).

انتشار مجله و وب‌گاه عربی‌زبان «های»^{۶۵} در سال ۲۰۰۳ با بودجه سالیانه ۴/۵ میلیون دلاری و شمار ۵۰ هزار نسخه، اقدام دیگری توسط وزارت امور خارجه آمریکا برای آشنا کردن جوانان خاورمیانه و شمال آفریقا با فرهنگ، ارزش‌ها و شیوه زندگی آمریکایی بود. انتشار این نشریه در دسامبر سال ۲۰۰۵ جهت ارزیابی موفقیت یا شکست آن به‌حالت تعلیق درآمد، ولی وب‌گاه آن همچنان فعال باقی ماند (Tiedeman, 2004).

تلویزیون الحره هم در فوریه سال ۲۰۰۴ پخش برنامه‌های خود را در سرتاسر خاورمیانه آغاز کرد. همچون تمامی اشکال دیپلماسی عمومی ایالات متحده، بر طبق قانون «اسمیت-مانت»^{۶۶} در سال ۱۹۴۸، این ایستگاه تلویزیونی اجازه پخش در داخل ایالات متحده را ندارد. شبکه الحره توسط سازمانی غیرانتفاعی با نام «شبکه‌های رادیو و تلویزیونی خاورمیانه»^{۶۷} اداره شده و از سوی «شورای رادیو و تلویزیون ایالات متحده»

تأمین مالی می‌شود. این شبکه دارای برنامه‌های خبری، گفتگو، سرگرمی و فرهنگی است (Rampton & Stauber, 2003).

گفتنی است که کنگره آمریکا نیز در سال ۲۰۰۲ با تصویب «قانون ترویج آزادی»^{۶۸}، وزیر امور خارجه را موظف ساخت تا دیپلماسی عمومی تبدیل به بخشی جدایی‌ناپذیر در برنامه‌ریزی و اجرای سیاست خارجی ایالات متحده شود. بر طبق این قانون، علاوه بر حمایت از تبادلات فرهنگی و برنامه‌هایی برای آموزش خبرنگاران خارجی، ۱۳۵ میلیون دلار جهت پخش برنامه‌های تلویزیونی در خاورمیانه اختصاص داده شد.

در همین راستا، باراک اوباما نیز پس از به قدرت رسیدن ادعا نمود که دیپلماسی عمومی آمریکا را بر مبنای روابط دوسویه، گفتگو و احترام متقابل با دیگر ملل جهان بازسازی خواهد نمود. در همین رابطه، جودیت ماکیل^{۶۹}، معاون وزیر امور خارجه در حوزه دیپلماسی عمومی، احیای دوباره مذاکره و گفتگو با ملل جهان را به‌عنوان رویکرد جدید دیپلماسی عمومی آمریکا مطرح نمود. وی همچنین تأکید نمود که آمریکا باید روش‌های جدیدی را جهت ارتباط و گفتگوی مستقیم با مخاطبان خارجی بیابد (McHale, 2009). اصلی‌ترین تمرکز دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا در دوران ریاست جمهوری باراک اوباما برای دستیابی به چنین اهدافی، تأکید بر گفتگوی استراتژیک و ایجاد مراکزی برای کسب نفوذ بر مخاطبان خارجی است (McHale, 2009). به اعتقاد هیلاری کلینتون، وزیر امور خارجه آمریکا، گفتگوی استراتژیک می‌تواند با ایجاد شبکه‌ای از متحدان جهانی برای آمریکا، زمینه نفوذ این کشور در مناطق مختلف دنیا را فراهم آورد (McHale, 2009). تعامل و گفتگو، انجام مسافرت از سوی سفرای آمریکا برای برقراری ارتباط با مردم، تقویت روابط با نهادها و مؤسسات، ایجاد مراکز رسانه‌ای و حمایت از فعالیت گروه‌های جامعه مدنی در سطح منطقه‌ای از مهم‌ترین اصول گفتگوی استراتژیک آمریکا در دوران باراک اوباما است.

در همین رابطه می‌توان به سخنرانی باراک اوباما در ۴ ژوئن ۲۰۰۹ در قاهره اشاره نمود. سخنان وی که بر ایجاد و تحکیم روابط دوسویه با کشورهای اسلامی بر مبنای ارزش‌های مشترکی همانند عدالت و پیشرفت، منافع، احترام و اعتماد متقابل تمرکز

داشت نمونه‌ای از تأکید بر دیپلماسی عمومی نوین است؛ زیرا اوباما بر برقراری روابط متقابل با جهان اسلام بر مبنای گفتگوی دوجانبه و منافع مشترک تأکید نمود (Guardian, 4 June, 2009). همچنین، آمریکا در این دوران تلاش نمود تا برای عملی نمودن اهداف دیپلماسی عمومی خود علاوه بر شبکه‌های رادیو و تلویزیونی، از اینترنت نیز استفاده نماید. در همین راستا، با بودجه دولت آمریکا فعالان سیاسی و وبلاگ‌نویسان مصری در دانشگاه کلمبیا همایشی را برگزار نمودند (Glassman, 2011). تعدادی از شرکت‌کنندگان در این همایش در جریان اعتراضات به حکومت حسنی مبارک از سازمان‌دهندگان اصلی قیام‌های مردمی در میدان التحرير بودند. همچنین در سال ۲۰۰۸، هشت وبلاگ‌نویس مصری برای مشاهده و تهیه گزارشی در مورد انتخابات آمریکا و نحوه برگزاری آن به این کشور دعوت شدند. در واقع این اقدام بخشی از برنامه مرکز کمال ادم برای آموزش روزنامه‌نگاری و تحقیق دانشگاه قاهره بود که از دولت آمریکا بودجه دریافت می‌نمود (Glassman, 2011).

در راستای این اقدامات، آمریکا راهکارهای سنتی دیپلماسی عمومی خود را برای نفوذ هرچه بیشتر در مصر در قالب مبادلات فرهنگی به کار می‌گرفت. مهم‌ترین هدف از چنین اقداماتی ایجاد درک بهتر از فرهنگ آمریکایی برای مردم مصر بود که برنامه‌هایی همانند برگزاری کنسرت، سخنرانی، برنامه‌های فرهنگی و گشت‌هایی به آمریکا را در بر می‌گرفت. همچنین برنامه‌های آموزشی که از طریق آمریکا برای مخاطبان مصری برگزار می‌شد؛ در واقع، گام بسیار مهمی برای آموزش سبک زندگی آمریکایی به مخاطبان جوان این کشور تلقی می‌شد (Glassman, 2011).

براین اساس، آمریکا سالانه ۲۵ نفر از جوانان مصری را برای تحصیل در این کشور بورس می‌نماید و در مقابل ۵۰ نفر از دانشجویان خود را به این کشور اعزام می‌نماید. در سال‌های اخیر برنامه‌های مرتبط با دیپلماسی فرهنگی آمریکا در میان کشورهای منطقه و به خصوص مصر بر آموزش زبان انگلیسی به جوانان این کشور متمرکز شده است. بر همین اساس، برنامه‌هایی برای آموزش زبان به نوجوانان بین ۱۴ تا ۱۸ سال طراحی شده است. این طرح‌ها که معمولاً دوره‌های آموزش زبان به جوانان و نوجوانان

منطقه به خصوص مصری‌ها را در بر می‌گیرد، سالانه ۶۰۰ نفر از دانش‌آموزان این کشور را به خود جذب نموده است (Glassman, 2011).

همچنین برآورد شده بود که تا پایان سال ۲۰۱۱، ۴۰۰ نفر دیگر نیز به این برنامه آموزشی بپیوندند. در راستای دیپلماسی فرهنگی آمریکا برای کشورهای منطقه و به‌خصوص مصر طرح‌هایی نیز برای اعزام مدرسان زبان انگلیسی، روزنامه‌نگاران و رهبران جنبش‌های زنان به این کشور طراحی شده است.

به موازات برنامه‌های فرهنگی، وزارت دفاع آمریکا نیز اقدام به برگزاری دوره‌های آموزش نظامی برای این کشور نمود. با توجه به پیوند نظامی و امنیتی بسیار گسترده مصر و آمریکا در حدود ۴۲۰۰ نفر از نیروهای نظامی مصری در این دوره‌های آموزشی شرکت نمودند. آمریکا برای آموزش نظامی نیروهای مصری سالانه در حدود ۱/۲ میلیارد دلار هزینه می‌نماید. این آموزش‌های نظامی که زیرمجموعه‌ای از برنامه تمرین و آموزش نظامی بین‌المللی^{۷۰} محسوب می‌گردد، شامل دوره‌های آموزش حرفه‌ای نظامی‌گری در بخش جنگی آمریکا، دانشکده‌های فرماندهی و آموزش لجستیکی این کشور می‌شود. چنین برنامه‌هایی که معمولاً در راستای دیپلماسی فرهنگی و عمومی آمریکا صورت می‌پذیرد، بر تقویت پیوند بین رهبران نظامی آمریکا و مصر تمرکز دارد. پس از شکل گرفتن جنبش بیداری اسلامی در خاورمیانه و شمال آفریقا نیز اوباما تلاش‌های دستگاه دیپلماسی عمومی خود را بر ارائه کمک‌های اقتصادی به این کشور برای تشویق مردم‌سالاری و انجام اصلاحات سیاسی متمرکز نمود. در همین رابطه وی در سخنرانی که در تاریخ ۱۹ می ۲۰۱۱ در مورد انقلاب‌های شکل‌گرفته در خاورمیانه و شمال آفریقا ایراد نمود، ضمن پذیرفتن لزوم انجام اصلاحات سیاسی در کشورهای عربی همچون مصر، در راستای اهداف دیپلماسی عمومی آمریکا بر راهکارهایی همچون ایجاد شبکه‌هایی از متحدان فکری، گسترش تغییرات در نظام آموزشی، تشویق همکاری متقابل در زمینه علمی و فناوری و بسط زمینه‌هایی برای دسترسی آسان به اطلاعات و فعال نمودن هرچه بیشتر شهروندان تأکید کرد (New York Times, 19 May 2011). وی راه رسیدن به این اهداف را برقراری ثبات سیاسی و اقتصادی، حمایت از آزادی بیان، مذهب، برابری حقوق زن و مرد، احترام و اعتماد متقابل، حفظ حقوق

اقلیت‌های دینی، برگزاری انتخابات آزاد و مردمی، تقویت جامعه مدنی، ایجاد نهادهای مردم‌سالار و آموزش رهبران سیاسی مسئول در کشورهای منطقه از جمله مصر دانست (New York Times, 19 May 2011).

در کل می‌توان گفت دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا در دوران ریاست جمهوری باراک اوباما پنج دستورالعمل استراتژیک به شرح زیر را تعیین نموده است:

- **شکل‌بخشی به دیدگاه‌ها:** اتخاذ استراتژی‌هایی فعال برای شکل دادن، اطلاع‌رسانی، اقناع و جذب افکار عمومی مخاطبان خارجی برای اصلاح دیدگاه منفی آن‌ها نسبت به آمریکا؛

- **گسترش و تقویت روابط با مردم:** ایجاد سازمان‌ها و نهادهای مردم‌محور برای تقویت اعتماد بین مخاطبان خارجی و آمریکا از مهم‌ترین اصول این راهکار محسوب می‌گردد؛

- **مقابله با گروه‌های افراط‌گرا؛**

- **تدوین بهتر اصول سیاست خارجی:** بهترین روش برای اتخاذ اصول صحیح‌تر برای دیپلماسی عمومی آمریکا درک صحیح از افکار و تمایلات مخاطبان خارجی است؛

افزایش منابع، تحکیم ساختارها و فرایندها برای تضمین دیپلماسی عمومی کارآمد (National Security Strategy, 2010).

در مجموع، پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ آمریکا مهم‌ترین اهداف دیپلماسی عمومی و فرهنگی خود در کشورهای خاورمیانه را بر تشویق آزادی اقتصادی در میان جوامع مسلمانان متمرکز نمود. هدف اصلی دیپلماسی عمومی و فرهنگی آمریکا در میان جوامع اسلامی، افزایش درک جوانان مسلمان از ارزش‌ها، سیاست‌ها، هنجارها و فرهنگ آمریکایی به منظور ایجاد یک محیط بین‌المللی قابل قبول برای این کشور برای ترویج سبک زندگی و ارزش‌های فرهنگی خود در خاورمیانه است. برای رسیدن به چنین اهدافی، آمریکا رئوس برنامه‌های دیپلماسی فرهنگی و عمومی خود برای کشورهای اسلامی منطقه را چنین ترسیم نموده است:

- برقراری ارتباط با مخاطبان جوان جامعه از طریق پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و تقویت شبکه‌های اجتماعی مجازی؛
- مقابله سریع با تبلیغات سیاسی و اطلاعات نادرست؛
- برقراری ارتباط زبانی با مخاطبان جوان؛
- به کار بردن فناوری‌های پیشرفته ارتباطی با استفاده از ابزارها و فنون پیشرفته؛
- تشویق برنامه‌های مبادلات فرهنگی و آموزشی.

جمع‌بندی

همان‌گونه که اشاره شد، دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، می‌کوشد به جهانیان القا نماید که برنامه‌های خود را مبتنی بر راهکارهای تعامل محور و اجتماع محور تدوین نموده است. اما علی‌رغم این ادعاها راهکارهای دیپلماسی عمومی آمریکا در خاورمیانه بیانگر این واقعیت است که تلاش‌های مذکور با هدف شکل‌دهی و نیز اثرگذاری بر افکار عمومی شهروندان منطقه صورت گرفته است. بدین ترتیب، جریان ارتباط همواره به صورت جریانی یک‌سویه از راهبردهای اقناعی از ایالات متحده به خاورمیانه وجود داشته است. این امر تبلور آشکار مفهوم اقدام استراتژیک مورد نظر هابر ماس است که پیشتر به آن اشاره کردیم. هدف نهایی در اینجا عبارت است از ایجاد تغییرات در نگرش‌ها، ادراکات و رفتارهای جمعیت مسلمان خاورمیانه. چارچوب اثرگذاری و نفوذ که معرف منطق تلاش‌های آمریکا در زمینه دیپلماسی عمومی در منطقه است مسئولیت این تغییر را بر عهده مخاطب پیام می‌گذارد. این نه درک متقابل، بلکه اثرگذاری و نفوذ است که به عنوان هدف اصلی تلاش‌های ایالات متحده در زمینه دیپلماسی عمومی تعریف می‌گردد؛ درحالی‌که آمریکا ارسال‌کننده پیام‌هاست، هدف نهایی عبارت است از: ایجاد تغییرات در نگرش‌ها، ادراکات و رفتارهای مخاطبان عادی در خاورمیانه از طریق کاربرد شبکه‌های یک‌سویه رسانه‌های جمعی.

به‌طور کلی، می‌توان گفت راهکارهای دیپلماسی عمومی آمریکا در خاورمیانه پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، در قالب راهکارهای سنتی برای تصویرسازی، اقناع، تبلیغات سیاسی و اثرگذاری بر جوانان و نخبگان جامعه از طریق فعالیت‌های تاکتیکی جای

می‌گیرد. انتشار جزواتی تحت عنوان «شبکه تروریسم»، «عراق: از ترس تا آزادی» و «نادهای آزادی» به صورت چاپی و الکترونیکی، نشر مجله‌ای مخصوص جوانان به زبان عربی و مستند هیجده دقیقه‌ای با عنوان «بازسازی افغانستان»، ایجاد رسانه‌های جمعی بین‌المللی از قبیل صدای آمریکا، رادیو/تلویزیون مارتی، رادیوهای اروپای آزاد، آزادی، آسیای آزاد، سوا و فردا، از مهم‌ترین این راهکارها محسوب می‌گردند.

در تمام موارد مذکور تلاش‌های مربوط به دیپلماسی عمومی ماهیتی یک‌سویه دارد و در آن فرصت‌های اثرگذاری عمدتاً در اختیار ارسال‌کننده پیام یعنی دولت آمریکا هستند، درحالی‌که شهروند خاورمیانه‌ای در جایگاه ثابت مخاطبی منفعل و متأثر از پیام دیپلماسی عمومی قرار می‌گیرد. بنا به تعریف ارائه‌شده توسط هابرماس، این قبیل تلاش‌ها در جهت اثرگذاری بر دیگران از طریق ارتباطی یک‌سویه که در آن فرصت‌های اثرگذاری به صورت برابر توزیع نشده‌اند را می‌توان مصداق عمل استراتژیکی تلقی نمود. علاوه‌براین، تلاش‌ها و اقدامات مربوط به دیپلماسی عمومی که با هدف اثرگذاری بر مخاطبان در خاورمیانه صورت می‌گیرند، غالباً در قالبی جذاب و سرگرم‌کننده ارائه می‌شوند و پیام اصلی که قرار است اثرگذار باشد، به‌جای آنکه به‌صورت صریح و روشن مطرح گردد، در بطن این قبیل محتواهای سرگرم‌کننده گنجانده می‌شود؛ بدین ترتیب مقاصد و منویات اصلی ارسال‌کننده پیام در پس لایه‌هایی از محتوای سرگرم‌کننده پنهان می‌مانند. استفاده از ابزار سرگرمی جهت انتقال ضمنی پیام‌های حاوی نکات مثبت درباره آمریکا، به این دلیل که در آن هدف عمل استراتژیک از دید مخاطب مخفی نگاه داشته می‌شود، در مقوله تبلیغات جای می‌گیرد و شرایطی مبتنی بر سوء تفاهم و عدم اعتماد را ایجاد می‌کنند. تناقض در اینجاست که بجای ایجاد نوعی تفاهم میان فرهنگ‌ها (که باید هدف دیپلماسی عمومی باشد)، کارکرد دیپلماسی عمومی آمریکا از طریق تحمیل مجموعه خاصی از معانی و سیاست‌ها بر ساکنان خاورمیانه بستری را برای ایجاد سوء تفاهمات عمیق‌تر فراهم نموده است. ضدیت با آمریکا و سیاست‌های این کشور علی‌رغم میلیاردها دلاری که این کشور صرف تلاش‌های خود در زمینه دیپلماسی عمومی در خاورمیانه نموده، همچنان به‌قوت خود باقی است. انتشار و توزیع مستمر جزوات، فیلم‌ها، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی از

دهه‌های نخستین سدهٔ اخیر که با هزینهٔ دولت آمریکا صورت می‌گیرد، به دلیل عدم توجه به دیدگاه‌های ساکنان خاورمیانه و نیز نادیده گرفتن نقش فعال آن‌ها در مشارکت فعال در امر شکل‌دهی به سیاست‌های خارجی و اثرگذاری بر مسائلی که زندگی‌شان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، جوی از بی‌اعتمادی را پدید آورده است. این‌گونه مدل‌های یک‌سویه در عرصهٔ روابط بین‌الملل کلید فهم عدم پیروی دیپلماسی عمومی آمریکا از مدل گفتگوی عقلانی، اوج‌گیری ناگهانی خشونت و تروریسم در منطقه و جو رو به گسترش تلقی منفی افکار عمومی در برابر این کشور به شمار می‌روند. عدم موفقیت دیپلماسی عمومی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، سبب شده تا عقاید ضد آمریکایی در جهان اسلام و به‌ویژه خاورمیانه به مهم‌ترین موضوع و نگرانی این کشور تبدیل شود و این سؤال مطرح می‌شود که چرا آن‌ها از آمریکا متنفر هستند؟ حضور نظامی در کشورهای اسلامی؛ حمایت از رژیم صهیونیستی و رژیم‌های خودکامه در منطقه؛ جنگ با اسلام به‌بهانه نبرد ضد تروریسم و مداخله در امور منطقه‌ای از مهم‌ترین دلایل این مسئله است. در واقع می‌توان گفت آنچه امروزه از آن به‌عنوان «آمریکاستیزی» یاد می‌شود، محصول عملکرد و رفتار چند ساله دولت بوش و اوپاما نبوده بلکه انعکاسی از مواضع و عملکرد واشینگتن در قبال حوادث مختلفی است که در طول چندین دهه ذهنیت سایر ملت‌ها و سایر کشورها، به‌ویژه مسلمانان نسبت به این کشور را شکل داده است. با این حال، شواهد و قرائن موجود نشان می‌دهد که در هیچ مقطعی از تاریخ معاصر شدت و دامنه مخالفت‌ها و اعتراضات جهانی ضد سیاست‌های واشینگتن تا این اندازه آشکار، گسترده و شفاف نبوده است. به‌علاوه در هیچ مقطعی از تاریخ آمریکا عملکرد هیئت حاکمه تا این اندازه تنش‌زا، بی‌منطق و تحمل‌ناپذیر نبوده و درعین حال، بی‌اعتنایی ضد اعتراضات افکار عمومی تا این اندازه علنی و رسمی نبوده است.

در نگاه کلی، سیاست خارجی آمریکا در خاورمیانه خصلتی توسعه‌گرا داشته و درصدد است که ارزش‌های حاکم بر منطقه را دگرگون و الگوهای ارزشی غیربومی را مستقر کند. درعین حال، به‌دنبال ایجاد یا شکل دادن به ساختارها و هویت آن‌ها بر اساس الگوهای غیربومی است.

این کشور خواهان مشروعیت بخشیدن به هنجارهای لیبرال و اعتبار بخشیدن به نهادها و ساختارهای مبتنی بر ارزش‌های لیبرالیسم اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است. این فرآیند نیازمند زمان زیادی است و به همین دلیل باید انتظار داشت حضور آمریکا در منطقه طولانی باشد.

با این حال، مسائل اثرگذار بر نگرش مسلمان نسبت به ایالات متحده جنبه‌های پایداری از روابط ایالات متحده با خاورمیانه است و بعید است حل و فصل هر یک از این مسائل به عصر تازه‌ای از مودت میان ایالات متحده و مردمان خاورمیانه سوق پیدا کند. تاکنون اقداماتی برای حل این مشکلات پیشنهاد شده است، ولی کارایی نداشته و علاج تمامی مشکلات نیستند. در واقع، موضوع مهم تغییر سیاست‌های کلان کنونی ایالات متحده در خاورمیانه است که وقوع چنین چیزی بعید است.

یادداشت‌ها

1. new public diplomacy.
2. dialogue-based diplomacy.
3. culture-centered diplomacy.
4. network-oriented diplomacy.
5. multistakeholder diplomacy.
6. Zogby International
7. Al-Hurra TV
8. Radio Sawa
9. Hans Tuch
10. The U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy
11. Christopher Ross
12. Propaganda
13. Joe Duffey
14. United States Information Agency (USIA)
15. Going Public
16. Samuel Kernell
17. Edmund Gullion
18. Edward R. Murrow for Public Diplomacy
19. Fletcher School of Law and Diplomacy
20. Tuft University
21. Nicholas J. Cull
22. Fitzhugh Green
23. Thomas Dine

24. Joseph S. Nye
25. soft power
26. intangible sources of power
27. American Exceptionalism
28. The City on the Hill
29. Kathy R. Fitzpatrick
30. cultural imperialism
31. Melissen.
32. Eytan Gilboa
33. communication system.
34. Mark Leonard
35. Thomas Kelleher
36. Kenneth N. Cissna
37. Rob Anderson
38. communicative action
39. mutuality
40. presence
41. commitment
42. authenticity
43. trust
44. respect
45. collaboration
46. risk
47. US Government Accountability Office
48. Department of Defense
49. The United States Agency for International Development
50. Broadcasting Board of Governors
51. National Security Council
52. Colin Powell
53. Charlotte Beers
54. J. Walter Thompson
55. Ogilvy and Mather
56. The Network of Terrorism
57. common values
58. Muslim Life in America
59. Radio Sawa
60. American Corners
61. partnership for learning
62. State's Bureau of Educational and Cultural Affairs
63. Youth Exchange and Study
64. Partnership for Learning Undergraduate Studies
65. Hi
66. Smith-Mundt
67. The Middle East Broadcasting Networks

68. Freedom Promotion Act
69. Judith McHale
70. International Military Education and Training (IMET) program

کتابنامه

- Botan, C. (1997). "Ethics in Strategic Communication Campaigns: The Case for a New Approach to Public Relations," *Journal of Business Communication*, vol. 34, 188-202.
- Brookings Institution (2002), "Press Coverage and the War on Terrorism," <<http://www.brookings.edu/events/2002/0116media.aspx>>.
- Cissna, K.N.; Anderson, R. (1994), "Communication and the Ground of Dialogue," in Rob Anderson, Kenneth N. Cissna and Ronald C. Arnett (Eds.), *The Reach of Dialogue: Confirmation, Voice, and Community*, Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc., 15.
- Cissna, K.N.; Anderson, R. (1998), "Theorizing about Dialogic Moments: The Buber-Rogers Position and Postmodern Themes," *Communication Theory*, vol. 1, 63-104, 64.
- Council on Foreign Relations (2003), *Finding America's Voice: A Strategy for Reinvigorating*, U.S. Public Diplomacy.
- Cull, N. J. (2003), "Public Diplomacy," in: Propaganda and Mass Persuasion: *A Historical Encyclopedia*, 1500 to the Present, ed. Nicholas J. Cull, David Culbert, and David Welch, Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.
- Czubaroff, J. , Freidman, M. (2000). "A Conversation with Maurice Friedman," *The Southern Communication Journal*, vol. 65, no. 2/3, Winter, 243-254.
- Fitzpatrick, K. R. (2006), The Ethics of "Soft Power:" Examining the Moral Dimensions of U.S. Public Diplomacy, *Paper presented at the annual convention of International Studies Association*, San Diego, CA.
- Foster, D.; Jonker, J. (2005), "Stakeholder Relationships: The Dialogue of Engagement," *Corporate Governance*, vol. 5, no. 5.
- Gallup World Poll (2006), "Muslims and Americans: The Way Forward", Special Report: Muslim World.

<<http://media.gallup.com/MuslimWestFacts/PDF/GALLUPMUSLIMSTUDIESIslamandWest2107FINALrev.pdf>>.

Guardian (4 June, 2009), Full text: "Barack Obama's Cairo speech",

<http://www.guardian.co.uk/world/2009/jun/04/barack-obama-keynote-speech-egypt/print>

Gentzkow, M.A, Shapiro, J.M. (2004), "Media, Education and Anti-Americanism in the Muslim World", *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 18, No. 3, Summer.

<<http://home.uchicago.edu/~jmshapir/antiamer.pdf>>.

Gilboa, E. (2006), Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy, *Israel Affairs*, 12 (4).

Glassman, J.K. (2011), "Strategic Public Diplomacy: The Case of Egypt", Bipartisan Policy Center:

<<http://www.bipartisanpolicy.org/library/report/strategic-public-diplomacy-case-egypt>>.

Green, F. (1988), *American Propaganda Abroad*, New York: Hippocrene Books.

Habermas, J. (1982), "Reply to My Critics," in John B. Thompson and David Held (Eds.), *Habermas: Critical Debates*, London: Macmillan.

Hass (2003), "Toward Greater Democracy in the Muslim World," *The Washington Quarterly*, Summer.

Hess, S. & Kalb, M. L. (2003), *The Media and the War on Terrorism*, Washington, DC: Brookings Institution Press.

Jacobson, T. L., Storey, J. D. (2004), "Development communication and participation: Applying Habermas to a case study of population programs in Nepal", *Communication Theory*, 14, 99-121.

Kelleher, T. (2009), "Conversational Voice, Communicated Commitment, and Public Relations Outcomes in Interactive Online Communication," *Journal of Communication*, vol. 59, no. 1, 172-188.

Kernell, S. (1997), *Going Public: New Strategies of Presidential Leadership*, Washington, DC: CQ Press.

Krause, P. , Van Evera, S. (2009), "Public Diplomacy: Ideas for the War of Ideas," *Middle East Policy*, vol. 16, no. 3, Fall, 106-134.

- Leonard, M. (2002), "Diplomacy by Other Means," *Foreign Policy*, vol. 132, September/October 2002, 48-56, 50.
- Lynch, M. (2009), "The Dialogue of Civilisations and International Public Spheres," *Journal of International Studies*, vol. 29, no. 2, 307-330, 308.
- McEvoy-Levy, S. (2001), *American Exceptionalism and U.S. Foreign Policy: Public Diplomacy at the End of the Cold War*, New York: Palgrave.
- McHale, J. (2009, May 13), "Testimony as Nominee for Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs", Senate Foreign Relations Committee, Washington, DC.
- Melissen, J. (2005), *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, New York: Palgrave MacMillan.
- Mirrlees, T. (2006), "American Soft Power, or, American Cultural Imperialism", In C. P. Mooers, *The New Imperialists: Ideologies of Empire*. Oxford, UK: Oneworld.
- Mowlana, H. (1996), *Global Communication in Transition: The End of Diversity*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- "National Security Strategy" (2010, May 11), The White House.
- New York Times* (19 May 2011), Obama's Mideast Speech, <http://www.nytimes.com/2011/05/20/world/middleeast/20prexy-text.html?pagewanted=all>.
- Nye, J. S. (2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
- Pew Research Center's Global Attitudes (2011), "Obama's Challenge in the Muslim World, Arab Spring Fails to Improve U.S. Image", May 17. <<http://www.pewglobal.org/2011/05/17/arab-spring-fails-to-improve-us-image/1/>>.
- Rampton, SH., Stauber, J. (2003), *Weapons of Mass Deception: The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq*, New York: Tarcher/Penguin.
- Richmond, Y. (2003), *Cultural Exchange and the Cold War*, State College: Pennsylvania State University Press.
- Riordan, SH. (2003), "Dialogue-based Public Diplomacy: A New Foreign Policy Paradigm?" in Melissen, *The New Public Diplomacy*, 180.

- Robertson, D. (2006), "PR Joins Fight for Hearts and Minds", *Times Online* 18 September, <http://www.business.timesonline.co.uk.com/tol/business/industry_sector/media/article642219.ece>.
- Saunders, F.S. (1999), *The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters*, New York: The New Press, 1999.
- Snow, N. (2006), "U.S. Public Diplomacy: Its History, Problems, and Promise," in: *Readings in Propaganda and Persuasion*, New and Classic Essays, ed. Garth S. Jowett and Victoria O'Donnell, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Telhami, SH. (2008), "Annual Arab Public Opinion Poll Survey of the Anwar Sadat Chair for Peace and Development at the University of Maryland ", with Zogby International March,, <<http://sadat.umd.edu/surveys/2008%20Arab%20Public%20Opinion%20Survey.ppt>>.
- Tiedeman, A. (2004), "U.S. Public Diplomacy in the Middle East", 4 May 2004, <http://uscpublicdiplomacy.com/pdfs/Anna_Tiedeman_Beers.pdf>
- Tuch, H. (1990), *Communicating with the World*, New York: St. Martin's Press.
- Tyrrell, I. (1991), "American Exceptionalism in an Age of International History," *American Historical Review* 96, no. 4.
- United States Advisory Commission on Public Diplomacy (2005), Retrieved from U.S. Department of State: <<http://www.state.gov/documents/organization/55989.pdf>>.
- United States Government Accountability Office (2006), "U.S. Public Diplomacy, State Department Efforts to Engage–Muslim Audiences Lack Certain Communication Elements and Face Significant Challenges", May 2006, <<http://www.gao.gov/new.items/d06535.pdf>>.