

تاریخ وصول: ۱۳۹۴/۰۲/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۴/۰۶

دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال آمریکا از منظر شبکه و روایت

۱۱۱

دانشنامه مطالعات
قدرت نرم

فاطمه شفیعی سروسنانی^{۱*}

فؤاد ایززدی^۲

سعیدرضا عاملی^۳

۱. دکترای مطالعات آمریکای شمالی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۲. استادیار دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۳. استاد گروه ارتباطات و مطالعات آمریکای شمالی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده

در حالی که دیپلماسی عمومی توسط دیپلمات‌ها در جریان مذاکرات خارجی، سفرها و ملاقات با مقامات خارجی اتفاق می‌افتد، دیپلماسی عمومی توسط بازیگرانی که ممکن است رسماً از طرف دولت معرفی نشده باشند انجام می‌شود. دیپلماسی عمومی جدید در مقایسه با الگوی سنتی توسط بازیگران غیردولتی از طریق شبکه‌ها اجرا می‌شود و تلاش می‌کند مردم یک کشور خارجی را درباره سیاست‌های یک کشور متقاعد کند تا روی سیاست‌گذاران فشار آورند و بر تصمیماتشان اثر بگذارند. هدف دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال آمریکا، تلاش برای نفوذ بر مردم آمریکا در جهت سیاست خارجی حمایت‌گرانه آن است. این پژوهش شناسایی شبکه دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا را هدف خود قرار داده است. مقاله با به‌کارگیری مدل دیپلماسی عمومی گیلیوآ بر روی سازمان‌های غیردولتی اسرائیل که در این حوزه فعالند و با بررسی مبانی نظری دیپلماسی عمومی شبکه محور و روایت استراتژیک، تلاش می‌کند دریابد استراتژی شبکه و چرخش اطلاعات برای خلق «اعتبار، هویت و ابر روایت» چگونه مورد استفاده قرار می‌گیرند. بنابراین دو روش تحلیل شبکه و تحلیل محتوای کیفی به‌منظور شناخت شبکه دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال ایالات متحده آمریکا و محتوای تولیدی آن به‌کار گرفته شدند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال آمریکا از مدل قدیمی اما در قالب شبکه محور دیپلماسی عمومی جدید پیروی می‌کند و نتیجه می‌گیرد که شیوه‌های جدید ارتباطی برای اجرای استراتژی‌های قبل به‌کار می‌روند.

واژگان کلیدی: آمریکا، رژیم صهیونیستی، دیپلماسی عمومی، شبکه، روایت.

"افکار عمومی عامل مهمی در شکل دادن به سیاست خارجی ایالات متحده است. افکار عمومی آمریکا دارایی است که لازم است همیشه آن را تغذیه کنیم زیرا هر دولتی را از برگشتن از اسرائیل باز می‌دارد. افکار عمومی دولت دوست را دوست‌تر می‌کند. یکی از اصلی‌ترین تلاش‌های من تغذیه افکار عمومی آمریکا خواهد بود و برای تغذیه افکار عمومی لازم است آمریکایی‌ها را نسبت به درستی آرمانمان متقاعد کنیم". (بنیامین نتانیاهو نخست وزیر رژیم صهیونیستی)

این نقل قول هدف دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا را که هاسبارا نام دارد به روشنی بیان می‌کند. هاسبارا اصطلاحی عبری برای دیپلماسی عمومی و پروپاگاندا و به معنی "توضیح" سیاست‌هاست. این واژه پروپاگاندا، نرم، روابط عمومی، حمایت از دولت، یا دیپلماسی عمومی اسرائیل نامیده شده است (Shenhav, Sheaffer, & Gabay, 2010). هاسبارا "تلاش‌های ارتباطی مجاب‌کننده" اسرائیل برای بهبود تصویر خارجی‌اش است (Toledano and McKie, 2013). هاسبارا به معنی درستی توضیح نیست، بلکه نوعی جنگ اطلاعاتی استراتژیک برای ملت است که با تعریف مسائل برای رسانه‌ها، مشروعیت‌زدایی از استدلال منتقدان و با استفاده از بهترین گفتمان در شبکه‌های اجتماعی و روشنفکران برای انجام کار صورت می‌پذیرد. مطالعات متعددی درباره دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی نگاشته شده است. در واقع اسرائیل مطالعه شده‌ترین حوزه دیپلماسی عمومی بعد از آمریکا را دارد

(Gilboa and Shai, 2010; Asmolov, 2010; Toledano and McKie, 2013; Gilboa, 2006; Shinar, 2009; Hershkovitz, 2012; Katz, 2008; Navon, 2006; Avraham, 2009; Shore, 2010; Attias, 2012; Appel, May 2008)

برخی از تحقیقات برای پیشنهاد اصلاحات برای نتایج بهتر (مثل Gilboa and Shai, 2010; Asmolov, 2010; Gilboa, 2006) به مطالعه موضوع می‌پردازند، برخی آن را از نظر تاریخی شرح می‌دهند (مثل Shore, 2010; Toledano and McKie, 2013; Katz, 2008)، گروهی سعی می‌کنند آن را به وسیله مدل توضیح دهند (Avranam, 2009) یا ترکیبی از دو کار شرح تاریخی و ارائه پیشنهاد را انجام می‌دهند (Shore, 2010).

علاوه بر این اغلب تحقیقات از منظر تاریخی یا بررسی روند به بحث دیپلماسی عمومی اسرائیل نگاه می‌کنند. آن‌ها آن را پدیده‌ای کلی که شامل ساختار و خروجی می‌شود

نمی‌بینند. هیچ‌یک بازیگران آن را به صورت خاص مشخص ننموده‌اند. آن‌ها همکاری بازیگران، خروجی و روند را که به مدل‌سازی منجر می‌شود تعیین نمی‌کنند. برای رسیدن به تحلیل همه‌جانبه از دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال ایالات متحده لازم است فراتر از مباحث تاریخی هاسبارا به آن نگریم، بازیگران شبکه آن را مشخصاً شناخت و ارتباطشان را بر اساس برنامه‌ها مشخص نمود. تحقیق حاضر با قرار دادن تحلیل دیپلماسی عمومی اسرائیل در کنار تحلیل شبکه فهم منحصر به فردی از موضوع ارائه می‌کند که تا کنون صرفاً با تحلیل‌های کلی بررسی شده است. تجزیه و تحلیل شبکه برای درک فعالیت‌های اعضا و فعالان و اثر آن‌ها بسیار مهم است. این مطالعه بر روی ساختار شبکه و جریان اطلاعات برای روشن کردن الگوی همکاری میان بازیگران، تمرکز دارد (Park and Lim, 2014). در علوم اجتماعی، روش ساختاری که بر مطالعه تعامل میان بازیگران اجتماعی مبتنی است تجزیه و تحلیل شبکه اجتماعی (Freeman, 2004)، نام دارد. چشم انداز شبکه، با دادن تعریف دقیق رسمی به جنبه‌های ساختاری سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و از طریق تجلی محیط اجتماعی با شناسایی الگوهای روابط میان واحدهای تعاملی، فرصت خوبی برای پاسخ به سؤالات پژوهش اجتماعی و رفتاری ارائه می‌کند (Wasserman and Faust, 1994).

مشکل دیگر بیش‌تر مطالعات این است که آن‌ها دیپلماسی عمومی اسرائیل را با لابی اسرائیل در ایالات متحده یکی می‌بینند و هیچ تمایزی میان آنچه توسط سازمان‌ها و افراد اسرائیلی در زمینه دیپلماسی عمومی انجام می‌شود و آنچه توسط لابی طرفدار اسرائیل در ایالات متحده صورت می‌پذیرد قائل نمی‌شوند در نتیجه نمی‌توانند معیار خوبی برای فعالیت‌ها بدهند. این تحقیق به مورد اول به صورت روندی منحصر به فرد می‌نگرد که از آنچه در آمریکا انجام می‌شود مجزا است. بنابراین ارتباطات با طرف آمریکایی و قوت آن‌ها بهتر مشخص می‌شود. با توجه به این ملاحظات سؤالات زیر برای بررسی دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا از منظر شبکه و روایت مطرح شد. پاسخ به این سؤالات برای رسیدن به بینش صحیح در مورد بازیگران، روندها و نتایج ضروری است.

یک. ساختار دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا چیست؟ چه افراد و سازمان‌های غیر دولتی در این شبکه حضور دارند؟

دو. چه مقدار از آن‌ها به سازمان‌های طرفدار اسرائیل در ایالات متحده متصل هستند؟

سه. آن‌ها چه مقدار به رژیم اسرائیل متصل هستند؟

چهار. محتوای تولید شده و روایت استراتژیک ترویج شده توسط این شبکه‌ها چه

هستند؟ اسرائیل با شبکه دیپلماسی عمومی خود چطور نمایانده می‌شود؟ پنج. آیا دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا در راستای دیپلماسی عمومی شبکه است؟ اسرائیل چگونه از دیپلماسی عمومی جدید برای ترویج روایت استراتژیک خود استفاده می‌کند؟

۱. چارچوب نظری

۱-۱. رویکرد شبکه به دیپلماسی عمومی

دیپلماسی عمومی جدید پس از تغییرات در عصر اطلاعات و جهانی شدن معرفی شد که بازیگران بین‌المللی و سازمان‌های غیر دولتی در آن به صورت برجسته فعالیت می‌کنند. این کار با فن‌آوری جدید جهانی که مرزهای مستحکم گذشته میان فضاهاى خبری بین‌المللی را کمرنگ نموده‌اند انجام می‌شود (Cull, ۲۰۱۰). افراد بیشتری در دیپلماسی عمومی جدید فعالند و منافع افزون‌تری دنبال می‌شوند (Leonard, ۲۰۰۲). در دیپلماسی عمومی شبکه محور ارتباطات قرن بیست و یکمی، بازیگران متعددی اهمیت می‌یابند. در این حوزه شبکه از بازیگرانی تشکیل شده که با منافع و ارزش‌های مشترک برای ترویج روایت مشترک فعالیت می‌کنند. دیپلماسی عمومی جدید شبکه‌گرا، تعاملی‌تر، و با بازیگران جدید است؛ بر روی رابطه‌سازی با مردم جهان و تبادل پیام تمرکز دارد و به دلیل شبکه‌ها و فن‌آوری‌های جدید ارتباطی مؤثر است. در این حوزه، برخلاف دیپلماسی عمومی سنتی، روایت‌ها توسط همه اعضا تولید می‌شوند که این نشان‌دهنده اهمیت بیشتر روند ایجاد پیام نسبت به پیام نهایی است (Iaydjiev, ۲۰۱۳). جنبه‌های اطلاعاتی ایجاد پیام و جنبه‌های ارتباطی مبادله و شبکه (Zaharna, ۲۰۰۸) دیپلماسی عمومی استراتژیک را از مدل‌های قبلی متمایز می‌کنند.

در دیپلماسی عمومی جدید شبکه یک ضرورت است. مباحث اصلی شبکه بر مبنای چالش‌هایی که کشورها، به‌ویژه ایالات متحده، در عصر جهانی شدن با آن روبرو شدند مطرح شد. صاحب‌نظران متعدد در مورد شبکه به صورت عام، بدون توجه خاص به دیپلماسی عمومی، نظریه‌پردازی کرده‌اند. کاستلز از برجسته‌ترین نظریه‌پردازان این حوزه است که مفهوم شبکه را در جامعه‌شناسی مطرح کرد. نظریه جامعه شبکه‌ای او تلاش دارد همه اجزاء جامعه را که در نتیجه شبکه تغییر می‌کنند توضیح دهد. این نظریه روی دیپلماسی عمومی به تنهایی تمرکز نمی‌کند بلکه آن را موضوعی مورد توجه در جامعه شبکه‌ای می‌پندارد (Castells, ۲۰۰۰). نظریه "نووپلیتیک" (Noopolitik) یا سیاست

مبتنی بر افکار، ارزش‌ها، قوانین و اخلاقیات آرکونلا و رانفلدت که از طریق قدرت نرم عمل می‌کند تا قدرت سخت بسیار زودتر از کاستلز ارائه شد. نظریه "جنگ سایبر" (۱۹۹۳) و "جنگ شبکه" (۱۹۹۶) آن‌ها تلاش می‌کند استراتژی‌های جنگی تروریست‌ها، جنایتکاران و گروه‌های ملی و قومی را تشریح کند ولی آن دو مدعی‌اند این روش به صورت گسترده از سوی فعالان جامعه مدنی دنبال می‌شود. جیمی متزل، وابسته به بنیاد کارنگی، نظریه "دیپلماسی شبکه" را ارائه داد. شبکه‌های نامتمرکز که "مجموعه‌ای از افراد به هم پیوسته هستند و در موقعیت‌های مشابه در ساختارهای نهادی یا اجتماعی اشتغال دارند" به‌خاطر جهانی شدن و انقلاب اطلاعات قدرت می‌گیرند (Metzl, ۲۰۰۱). وقتی فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی محدودیت‌ها را از سر شبکه‌ها رفع کردند، شبکه‌ها اهمیت یافتند و در نتیجه گروه‌های ذی‌نفع شبکه‌های خود را گسترش دادند و سلسله مراتب‌های سنتی را از راه برداشتند. شبکه‌هایی که منعطف هستند و راحت تغییر شکل می‌دهند راحت‌تر از راه‌های ارتباطی سنتی، قدرت و افکار را توزیع می‌کنند. شبکه‌های پویا قدرت را از ساختار سلسله‌مراتبی دولتی می‌ربایند و گستردگی‌شان اجازه‌ی لابی کردن مؤثرتر و سیستماتیک‌تر در دولت را می‌دهد. قدرت آن‌ها در توانایی‌شان در هماهنگ کردن بازیگران متعدد است نه در جمع کردن ارتش؛ در توانایی ارتباط با همکاران نامحدود از طریق اینترنت نه شبکه‌های رسانه‌ای ملی. "همانطور که امروز قدرت بیشتر با گسترش افکار و هنجارهای رفتاری است تا نشان دادن قدرت، کشمکش واقعی بر سر ابراز ارزش‌ها، ترویج منافع و در نهایت طرح‌ریزی برنامه‌های جهانی است" (Metzl, ۲۰۰۱). در نتیجه در شیوه جدید ارتباطی نهادهای سیاست خارجی دولت باید در مورد مدل عملیاتی خود تجدید نظر کنند (Metzl, ۲۰۰۱; Zaharna, ۲۰۰۵). برخی محققان از نگاه دشمنان آمریکا به جایگاه شبکه می‌نگرند (Slaughter, ۲۰۰۹; Freedman, ۲۰۰۶). از نظر آنان شبکه هم قدرتی علیه دشمنان و هم هدفی برای دشمنان است. اکنون "مرتبط بودن، معیار قدرت" است (Slaughter, January/Febru- ary ۲۰۰۹) و شبکه‌های ارتباطی و اخیراً فرهنگ، مرکز ثقل جنگ‌ها محسوب می‌شوند. شیوه جنگی "شبکه محور و فرهنگ محور" مرسوم و مفهوم روایت استراتژیک به عنوان شیوه تحلیل تعیین شده است. در گذشته آمریکا باید با کشورها روبرو می‌شد اما حالا با بازیگران تهدیدکننده غیردولتی در داخل کشورهای روبروست "که در واقعیت با آن‌ها در جنگ نیست" (Freedman, ۲۰۰۶: ۱۶). جنگ‌های نامنظم که بر اطلاعات و ادراک متکی هستند "در عرصه شناخت و افکار عمومی پیروز می‌شوند یا شکست می‌خورند"

(Freedman, ۲۰۰۶: ۱۹). برتری در اطلاعات و شکل دادن به ادراک جایگزین برتری در محیط فیزیکی شده است.

۲-۱. روایت استراتژیک

موضوع روایت استراتژیک از منظر شبکه و دیپلماسی عمومی مفهوم مهمی است زیرا به عنوان وسیله تحلیل می‌تواند وقایع را به صورتی متقاعد کننده توضیح دهد و موجب استخراج نتایج شود (همان، ۲۰۰۶: ۲۲). روایت‌ها اصول و ارزش‌های کلیدی را نشان می‌دهند و اعتبار و مشروعیت ایجاد می‌کنند. آن‌ها افکار، فرهنگ و تاریخ یک کشور یا سازمان را که می‌خواهند با آن شناخته شوند تعریف می‌کنند. روایت‌ها به منظور ایجاد یا انسجام‌بخشی به گروه‌های هویتی و ایجاد جهت‌گیری‌های مشترک، قابلیت بهره‌وری استراتژیک دارند (Ronfeld and Arquilla, ۲۰۰۱). آن‌ها می‌توانند سیاست‌های بین‌المللی معاصر را توضیح دهند و جابجایی مسائل قدرت و هویت باشند (Brown, ۲۰۱۳). آن‌ها برای رسیدن به نتایج مدنظر در روابط بین‌الملل نقش ایدئولوژیک بازی می‌کنند. روایت‌ها می‌توانند به تلاش‌های صاحبان‌شان جهت دهند و بر نظرات عموم اثر بگذارند (Freedman, ۲۰۰۶). نظریه روایت استراتژیک معتقد است که "روایت استراتژیک" داستانی است که یک ملت برای به راه انداختن جنگ یا برای حفظ مزیت رقابتی خود را در نظام بین‌المللی باید برای خود و برای جهانیان تعریف کند (MR, ۲۰۱۱). روایت‌ها استراتژیک هستند چرا که "خود به خود به وجود نمی‌آیند بلکه با استفاده از افکاری که رایج هستند به عمد ساخته و تقویت می‌شوند" (Betz, ۲۰۰۸: ۵۱۵). آن‌ها شبکه را منسجم نگه می‌دارند و حس هویت و تعلق ایجاد می‌کنند. هدف آن‌ها "ابراز حس هویت و تعلق، علت، هدف و مأموریت" است (Betz ۲۰۰۸: ۵۱۵). روایات داستان‌هایی درباره عملکرد انسان‌ها هستند که توسط نخبگان جامعه از جمله رهبران دولت، کارشناسان امنیتی، مشاوران، اساتید، اندیشکده‌ها، مؤسسات و دانشگاه‌ها تولید می‌شوند و از طریق سخنرانی، کنفرانس‌های مطبوعاتی، اسناد رسمی و ... به عموم مردم ابلاغ می‌شوند (Miskimmon, et al ۲۰۱۲: ۵). مفهوم شبکه در زمینه روایت استراتژیک یک مسئله مهم است. روایت‌ها یا داستان‌ها برای تأثیرگذاری روی مردم در ساختار شبکه بیان می‌شوند تا به افراد و سازمان‌هایی که شبکه را می‌سازند برسند. شبکه تصمیم می‌گیرد کدام روایات با چه درجه اهمیتی به گردش درآیند. شبکه با استفاده از روش محدود (میکرو) خود، روایت استراتژیک مورد نظرش را در سطح وسیع (ماکرو) روابط بین‌الملل گسترش می‌دهد. هدف آن "بسیج حمایت سیاسی با ایجاد روایتی است

که نظر مخاطب مورد نظر را جلب کند" (Brown, ۲۰۱۳: ۱۷). زاهارنا ارتباط بین شبکه و روایت را توضیح می‌دهد. رویکرد شبکه‌های ارتباطی از سه قسمت تشکیل شده که به هم مرتبطند و هدفشان تبادل پیام است: ساختار شبکه، هم‌افزایی شبکه و استراتژی شبکه. ساختار شبکه یا قدرت ارتباطی که دارد روش کارآمدی برای تبادل پیام است. قدرت ارتباط به ویژگی هم‌افزایی شبکه مربوط است زیرا شبکه ذاتاً برای برقراری ارتباط و نهایتاً تبادل اطلاعات است. استراتژی شبکه درباره استفاده از شبکه و تبادل اطلاعات برای هدفی است. شبکه‌های حمایتی فراملی (Transnational Advocacy Networks) از شبکه برای ایجاد "اعتبار، هویت و ابرروایت" برای اقناع استفاده می‌کنند (Zaharna, ۲۰۰۷: ۲۲۰). از این رو داستان، ابرروایت یا فریمینگ به ایجاد هویت مشترک در شبکه کمک می‌کند.

مطالعات اخیر روایت یا فریم را به عنوان متغیر مستقل در نظر می‌گیرند که در ارتباطات استراتژیک معانی را می‌سازند (Hayden, ۲۰۱۳). با توجه به شبکه دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال ایالات متحده در چارچوب دیپلماسی عمومی شبکه محور و روایت استراتژیک محور می‌توانیم روایتی که به منظور ارتقا تصویر اسرائیل در ایالات متحده توسط بازیگران، در شبکه بازتولید می‌شود را بررسی کنیم. این روایت برای ایجاد حس تعلق و اقناع، بر ارزش‌ها، فرهنگ و تاریخ اسرائیل و آمریکا مبتنی است. در ضمن شامل موضوعات هویتی نیز می‌شود و با اقناع مردم آمریکا، اهداف سیاسی را دنبال می‌کند. بر اساس این چارچوب روایت بر شبکه اولویت دارد زیرا شبکه مکانیسمی برای گردش روایت است. به همین دلیل به روش‌هایی نیاز است که روایت استراتژیک در حال گردش اسرائیل در دیپلماسی عمومی آن در قبال آمریکا را مشخص کند. خوانش استراتژیک روایت‌ها و اهمیت‌شان، آن‌ها را به اهداف اقدامات دیپلماسی عمومی مبدل می‌کند (Hayden, ۲۰۱۳). بنابراین باید آن‌ها را به عنوان متون قابل تفسیر و قابل تحلیل مطالعه کرد. به همین دلیل این بخش به پژوهش اضافه شده است. این پروژه به مطالعه شبکه چند قطبی و چند بعدی دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا که نتیجه آن ارتقاء تصویر اسرائیل در این کشور است می‌پردازد تا بفهمد اسرائیل چگونه از روش‌های مختلف دیپلماسی عمومی برای ساخت و نمایش روایت استراتژیک به نفع سیاست خارجی، توریسم و اقتصاد بهره می‌برد. با بررسی چارچوب نظری دیپلماسی عمومی شبکه و روایت استراتژیک سعی می‌کنیم به درک چگونگی کارکرد استراتژی شبکه و گردش اطلاعات برای ایجاد "اعتبار، هویت، و ابرروایت" (Zaharna, ۲۰۰۹: ۱۱۰)

پپردازیم که اسرائیل را به صورت خاصی نشان می‌دهد. در عین حال می‌دانیم که اعضای شبکه در دو سطح عملیاتی و سیاسی فعالیت می‌کنند. این فرایند با قدرت اسرائیل در افکار عمومی ایالات متحده و سیاست خارجی آمریکا در سیاست بین الملل مرتبط است. سایر نظریه‌ها مانند نظریه‌های قدرت، فرهنگ و هویت، اعتبار و قومیت‌های مهاجر نیز به این موضوع مرتبطند و می‌توانند درک بهتری از موضوع ارائه دهند اما بررسی همه آن‌ها از ظرفیت این تحقیق خارج می‌باشد. این پژوهش در دو بخش تحقیقی انجام شده؛ یکی برای شناخت اعضای شبکه یا بازیگران دیپلماسی عمومی اسرائیل و ارتباطاتشان (سؤال اول تا سوم) و دوم برای روشن کردن روایتی که درون شبکه در گردش است (سؤال چهارم و پنجم).

۲. روش

۲-۱. تحلیل شبکه

تحلیل شبکه با بررسی ارتباط میان گره‌ها (Wasserman & Faust, ۱۹۹۴) که به صورت وابسته برای هدایت منابع میان همدیگر عمل می‌کنند انجام می‌شود. منابع در حال گردش از پول و اطلاعات گرفته تا احساسات متغیر است. هدف ما در تحلیل شبکه ردیابی "ارتباطات اجتماعی میان افراد و سازمان‌های خاص" (Domhoff, ۱۹۹۶: ۱۳) در کشور مورد نظر است. تحلیل شبکه اجتماعی بازیگران و فعالیت‌هایشان را "وابسته به هم نه مستقل" می‌داند و ارتباطاتشان "راهی برای تبادل جریان منابعی قلمداد می‌شود که ممکن است مادی یا غیر مادی باشند" (Wasserman and Faust, ۱۹۹۴: ۴). بنابراین هدف از تحلیل شبکه شناخت ارتباطات اجتماعی و نشان دادن آن‌ها بر اساس نظریه گراف که از آن ریشه گرفته است می‌باشد. بر اساس این رویکرد زندگی اجتماعی از ارتباط میان گره‌ها، بازیگران یا واحدها که اعضای شبکه هستند تشکیل شده (Wellman, ۲۰۱۰). گره‌ها ممکن است فرد یا سازمان باشند که با ارتباطات شبکه را می‌سازند. تحلیل شبکه اجتماعی در سه گام انجام می‌شود. اول باید با تشخیص گره‌ها و ارتباطات شبکه‌ای فهمید چه کسی به چه کسی ربط دارد. اعضای شبکه باید با مطالعات عضوی شناسایی شوند. دوم لازم است تبادل‌های داخلی میان اعضا را مشخص نمود. سوم باید تأثیرات خارجی ارتباطات و محتوای خاصشان روی واقعیت بیرونی و تأثیرات اجتماعی را تعیین کرد. تعریف عملیاتی من از شبکه دیپلماسی عمومی اسرائیل در ایالات متحده این است: همه افراد، سازمان‌های غیر دولتی، گروه‌ها و غیره که از سال ۲۰۰۱ تاکنون سیاست یا

برنامه‌ای خاص را در جهت ارتقاء برند اسرائیل یا جایگاه آن در آمریکا آغاز کرده یا انجام داده‌اند. معیار دیگر برای عضویت در این شبکه این است که منشأ اسرائیلی داشته باشند تا از فعالیت‌های حمایتی لابی اسرائیل در آمریکا متمایز شوند. اگرچه سازمان‌ها اسرائیلی‌اند اما ممکن است با دولت یا سازمان‌های آمریکایی مرتبط باشند که این ارتباطات در گراف نشان داده شده است. برای شناسایی فهرست کاملی از سازمان‌های غیر دولتی اسرائیلی و سایر اعضای شبکه، جمع‌آوری داده‌ها در بخش شبکه با ردیابی اطلاعات مربوط به افراد و سازمان‌ها بر روی اینترنت از طریق مجموعه داده‌های آرشیوی انجام شد. در این نوع جمع‌آوری داده سوابق تعامل بین بازیگران از مقالات مجلات، روزنامه‌ها، فعالیت‌های سیاسی و غیره جمع‌آوری می‌شوند (Wasserman & Faust, ۱۹۹۴). برای این منظور اطلاعات از وب سایت سازمان‌های اصلی مورد بررسی، سایت‌های خبری که درباره اعضای شبکه مورد بررسی گزارش دادند و نیز اسناد موجود در شبکه اینترنت به دست آمدند. محقق وب‌سایت‌ها و اخبار مربوط به دیپلماسی عمومی اسرائیل را برای شناسایی نام بازیگران شامل سازمان‌های غیر دولتی و افراد مشارکت کننده در فعالیت‌های دیپلماسی عمومی بررسی کرده است.

۲-۲. تحلیل محتوای کیفی

برای پاسخ به سؤال چهار به روش دسته‌بندی و تحلیل محتوای رسانه‌ای نیاز داریم. برای این تحقیق نمونه‌گیری پژوهش شامل داده‌های تولید شده توسط سازمان‌های مورد بررسی در دیپلماسی عمومی اسرائیل از جمله کتاب، جزوه، فیلم، پوستر، صفحه وب و صفحه شبکه اجتماعی بود. این مطالب بر اساس توانایی‌شان در بیان روایت به بهترین حد ممکن انتخاب شدند. برای این بخش هر متن خوانده و بر مبنای کدهای اولیه دسته‌بندی شدند و در عین حال کدهای جدید ظاهر شدند. این کار به شکل‌گیری دسته‌بندی کدها منجر شد. مرحله بعد پردازش مواد و تجزیه و تحلیل از طریق ارتباط میان دسته‌ها، تکرار آن‌ها، یافته‌ها و ارتباطشان با مسأله تحقیق خواهد بود و در نهایت به سؤالات آخر تحقیق پاسخ داده خواهد شد.

۳. نتایج

۳-۱. نتایج تحلیل شبکه اجتماعی

در پاسخ به سؤال یک تحقیق، چهار گونه بازیگر فعال در دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا شناسایی شدند: ۱۷ سازمان دولتی اسرائیلی، ۲۰ سازمان غیر دولتی اسرائیلی،

۵ اندیشکده و ۲۴ گروه آمریکایی طرفدار اسرائیل که در شکل و جدول شماره یک فهرست شده‌اند. اینها صرفاً بازیگران اصلی هستند و افراد و برنامه‌ها در آن قرار داده نشده‌اند. شبکه اصلی ۱۶۲ شخص که تأمین‌کننده مالی و یا هماهنگ‌کننده برنامه‌های دیپلماسی عمومی هستند، به‌علاوه ۷۵ برنامه که توسط شبکه اجرا شده شناسایی کرده است که به دلیل محدودیت در مقاله گنجانده نشد.

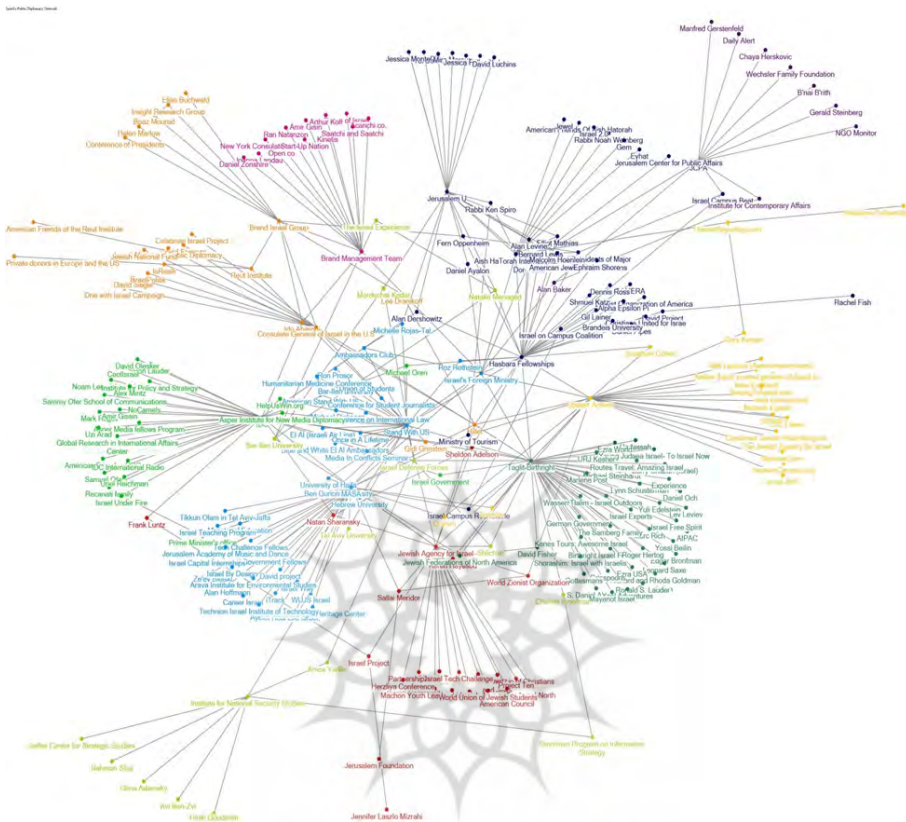
جدول ۱: شرکت‌کنندگان اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل در آمریکا

گروه‌های آمریکای حامی (اسرائیل (لابی)	اندیشکده‌های اسرائیلی	سازمان‌های غیر دولتی اسرائیل	سازمان‌های دولتی اسرائیل
۱ هیلل	JCPA	تگلایت برث رایت	وزارت امور خارجه اسرائیل
۲ پروژه اسرائیل	مؤسسه Reut	ماسا	تیم مدیریت برند
۳ استند ویت آس	مؤسسه سیاست و استراتژی	فرصت مطالعاتی هاسبارا	کنسولگری اسرائیل در آمریکایی
۴ دیوید پراجکت	مرکز مطالعات استراتژیک Jaffee	دانشگاه بین رشته ای هرزلیا	دانشگاه تل آویو
۵ Israel Campus Roundtable	مرکز اورشلیم برای امور عمومی	شاخه اسرائیلی استند ویت آس	ارتش اسرائیل
۶ Israel on Campus Coalition		آژانس یهود برای اسرائیل	وزارت گردشگری
۷ سازمان صهیونیسم جهانی		سازمان فعالان نوآور	دانشگاه بار-ایلان
۸ فدراسیون‌های یهودی امریکای شمالی		سازمان بین‌المللی آپیش‌هاتوره	دولت اسرائیل
۹ کنفرانس روسای سازمان‌های اصی یهودی آمریکا		جروزالم یو	دفتر نخست وزیر
۱۰ AIPAC		گروه برند اسرائیل	ال آل (خط هوایی اسرائیلی)
۱۱ حاداسا		موسسه مطالعات امنیت ملی	دانشگاه عبری
۱۲ عزرا USA		بنیاد برث رایت اسرائیل	دانشگاه بن گوریون

۱۳	شاخه آمریکایی استند ویت آس	اتحادیه دانش آموزان	دانشگاه حیفا
۱۴	دوستان آمریکایی مؤسسه Reut	موسسه دیپلماسی رسانه‌های جدید اسپر	وزارت آموزش و پرورش
۱۵	دوستان آمریکا IDC	دانشکده ارتباطات سمی اوفر	کنسولگری اسرائیل در نیویورک
۱۶	آلفا اپسیلون پی	مرکز میراث مناخیم بگین	وزارت دیپلماسی عمومی اسرائیل
۱۷	دانشگاه برن دیس	موسسه تحقیقات زیست محیطی آراوا	موسسه تکنولوژی فناوری اسرائیل
۱۸	خیران یهودی متحد	آکادمی موسیقی و رقص اورشلیم	
۱۹	جوامع یهودی	ان جی او مانیتور	
۲۰	فلوشیب بین المللی مسیحیان و یهودیان	موسسه امور معاصر	
۲۱	آژانس یهود برای شورای اسرائیل-آمریکای شمالی		
۲۲	گروه پژوهشی اینسایت		
۲۳	کمرا		
۲۴	سازمان صهیونیستی آمریکا		

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

شکل ۱: شرکت کنندگان اصلی دیپلماسی عمومی اسرائیل در آمریکا



تجزیه و تحلیل شبکه وابستگی دیپلماسی عمومی اسرائیل به همتایان آمریکایی را نشان می‌دهد که در همین زمینه در سازمان‌های آمریکایی طرفدار اسرائیل موسوم به لابی اسرائیل فعالند. این بخش به سؤال دوم پاسخ می‌دهد. همکاری سازمان‌های آمریکایی در شبکه توسط موارد زیر است:

یک. هدایت کمک‌ها و منابع مالی به اسرائیل؛ به عنوان مثال بسیاری از سازمان‌های غیردولتی اسرائیل و اندیشکده‌ها با سازمانی با پیشوند "دوستان آمریکایی" مرتبطند که هدفش هدایت پول جمع‌آوری شده در آمریکا به سازمان اسرائیلی است. هیلل، فدراسیون یهودیان آمریکای شمالی و کنفرانس رؤسای سازمان‌های یهودی آمریکا بیش‌ترین ارتباط را با شبکه دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی دارند، در حالی که سازمان هیلل در شبکه نقش گلوگاه را بازی می‌کند و ارتباط دهند منابع و افراد به زیرشبکه‌ها است.

دو. تسهیل و شرکت در اجرای برنامه‌ها مانند برگزاری کنفرانس در آمریکا و اسرائیل، دعوت از مقامات و افراد اسرائیلی به عنوان سخنران در دانشگاه‌های آمریکا یا اجتماعات، اعزام دانشجویان آمریکایی به اسرائیل برای فرصت مطالعاتی و گردشگری و تبدیل شدن به سفرای آینده این رژیم و برنامه‌های مبادله دانشجو و دانش‌آموز. سه. اعضای آمریکایی هیئت‌مدیره سازمان‌های طرفدار اسرائیل در آمریکا که در سازمان‌های غیردولتی اسرائیل خدمت می‌کنند.

در عین حال همکاری اسرائیل به طرف آمریکایی از راه‌های زیر صورت می‌گیرد:
اول. آموزش و فرستادن افراد برای شرکت در برنامه‌ها در آمریکای شمالی
دوم. تهیه اطلاعات، بولتن، پوستر، و غیره
سوم. کار اجرایی تورها و برنامه‌های تحصیلی

در پاسخ به سؤال سوم باید گفت دیپلماسی عمومی اسرائیل به نهادهای دولتی رژیم صهیونیستی همچون وزارت‌خانه‌ها، ارتش و دانشگاه‌ها وابستگی قابل توجه دارد. آن‌ها مستقیم یا غیر مستقیم از برنامه‌ها حمایت و در اجرای پروژه‌ها شرکت می‌کنند. تأسیس تیم مدیریت برند در این وزارت‌خانه، امضای قرارداد با شرکت‌های برند سازی، کمک به سایر سازمان‌های درگیر در دیپلماسی عمومی از جمله فعالیت‌های مستقیم و غیر مستقیم وزارت امور خارجه اسرائیل است. آماده کردن دستورالعمل نحوه سخنرانی درباره اسرائیل برای سخنگویان، همکاری با آن‌ها در ارسال سخنرانانی که در این وزارت‌خانه خدمت می‌کنند، اسپانسر کردن نمایشگاه و کنفرانس، آموزش افراد در کارگاه‌های آموزشی با همکاری دانشگاه‌ها و آن‌ها، اسپانسر کردن پروژه‌هایی که توسط آن‌ها اجرا می‌شوند، آماده کردن منابع اطلاعاتی برای انتشار از سوی آن‌ها و غیره از جمله فعالیت‌های غیرمستقیم این وزارت‌خانه است. اغلب فعالیت‌ها غیر مستقیم انجام می‌شود تا دیپلماسی عمومی را داخلی و عمومی محور نشان دهد. سهم افراد در دیپلماسی عمومی اسرائیل به سه شکل است. گروهی از آن‌ها حمایت مالی را فراهم می‌کنند. گروهی با حضور دائمی‌شان به عنوان سخنران و اطلاعات‌دهنده حمایت اطلاعاتی می‌کنند و بخشی دیگر در مدیریت سازمانی گروه‌های فعالند. به عنوان مثال شلدون ادلسون به گروه اول، آلن درشویتز به گروه دوم و ناتان شرانسکی به گروه سوم تعلق دارد.

استراتژی‌های دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی دو نوعند:

الف. نوعی که با نمایش و معرفی فناوری، پیشرفت، کمک‌های انسان‌دوستانه، توریسم و

غیره، برنمایش چهره غیر ستیزه‌جویانه اسرائیل متمرکز است و هدفش انتقال پیام است. ب. نوعی که افراد، دانشجویان و محققان را به اسرائیل می‌آورد یا به کشور مورد نظر می‌فرستد تا آن‌ها روایت‌گران اسرائیل مدرن به سود کشورشان باشند و هدفش گسترش شبکه است.

استراتژی اول بیشتر از سوی افراد، گروه‌ها و سازمان‌های اسرائیلی که در کشور مقصد (در این مورد ایالات متحده) فعالند دنبال می‌شود، در حالی که استراتژی دوم از سوی سازمان‌های داخل اسرائیل و با حمایت دولت و وزارت‌خانه‌ها مثل وزارت امور خارجه و ارتش اتفاق می‌افتد. به عنوان مثال فرن اپنهم که فرد مؤثری در دیپلماسی عمومی اسرائیل است در بخش اول فعال است. او که فرزند یک بازمانده هلوکاست است در داخل آمریکا در شرکت‌های تبلیغاتی مدیریت می‌کند و به سازمان‌های آمریکایی طرفدار اسرائیل مشاوره می‌دهد. او معتقد است "بهترین راه مرتبط کردن آمریکایی‌ها با اسرائیل معرفی تصویر انسانی مردم اسرائیلی، انصاف و نجابت، روح تسلط ناپذیر، خلاقیت، گوناگونی افکار و غیره است.... لازم است بیشتر درباره جامعه اسرائیل و کمتر درباره دولت اسرائیل سخن گفت" (Alpert, July ۳۰, ۲۰۱۲).

۲-۳. تحلیل محتوای کیفی

روند کدگذاری اسناد مربوط به فعالیت‌های سازمان‌های مورد بررسی به شکل‌گیری ده موضوع اصلی و ۵۸ زیر مجموعه که در جدول‌های دو و سه فهرست شده‌اند منجر شد. میزان منابع و میزان ارجاعات در مقابل هر کد به همراه درصد پوشش مشخص شده است.

جدول ۲: فهرست کدهای اصلی استخراجی

ردیف	موضوعات	منابع	میزان ارجاعات	درصد
۱	ارتقا نکات مثبت	۱۰۵	۶۶۵	۳۹.۸۰٪
۲	فلسطینیان	۶۰	۲۴۷	۱۴.۷۸٪
۳	هویت یهودی	۲۹	۲۰۳	۱۲.۱۵٪
۴	اسرائیل	۱۶	۱۲۰	۷.۱۸٪
۵	تهدید برای اسرائیل	۳۱	۱۱۰	۶.۵۸٪
۶	سیاست و جنگ	۳۴	۱۰۸	۶.۴۶٪
۷	اجتناب از موضوع درگیری	۱۰	۶۲	۳.۷۱٪

۳.۶۵٪	۶۱	۱۱	ارزش‌های مشترک با ایالات متحده	۸
۲.۹۹٪	۵۰	۲۱	خنثی سازی نکات منفی	۹
۲.۶۹٪	۴۵	۱۱	عادی نمایی زندگی در اسرائیل و سوال بلاغی	۱۰

جدول ۳: فهرست کدهای اصلی و زیر مجموعه آن‌ها

منابع	میزان ارجاعات	کدها
۱۰۵	۶۶۵	ارتقا نکات مثبت
۱۰	۱۸۵	توسعه، نوآوری، علم و تکنولوژی
۵	۸۰	تبدیل سختی به منفعت؛ ملت نوآور
۱۰	۷۰	طرفدار صلح
۷	۶۷	برندسازی اسرائیل و تبلیغ اسرائیل
۵	۵۱	بهداشت، محیط زیست و استانداردهای زندگی
۳	۳۸	بیابید و ببینید
۱۳	۳۷	طرفدار دموکراسی
۷	۲۷	طرفدار حقوق بشر، Israid، ایدز
۶	۲۲	میهن-خانواده
۴	۱۲	امید
۲	۱۵	آینده نه گذشته
۶	۱۱	برابری جنسیتی
۵	۱۱	زمین غیر مسکونی
۴	۷	نام بردن نکات مثبت- پر زرق و برق نشان دادن کلیات
۳	۶	موافق انتقاد و آزادی بیان
۳	۶	موافق همجنسگرایی
۲	۵	مقایسه با سایر کشورها
۶۰	۲۴۷	فلسطینیان

۱۲	۵۴	بی اعتبار سازی رهبری فلسطین
۴	۳۴	اهریمن جلوه دادن حماس
۳	۲۹	همدلی برای هر دو گروه اسرائیلی و فلسطینی
۷	۲۶	همدردی اسرائیل با فلسطینیان
۱۱	۲۶	دیگرسازی فلسطینیان
۵	۲۳	موشک
۶	۲۳	فرهنگ نفرت
۴	۱۴	ما در برابر آن‌ها
۸	۱۲	اعراب اسرائیل
۱	۵	صلح اقتصادی برای فلسطینیان
۱	۱	وضعیت سخت فلسطینیان
۲۹	۲۰۳	هویت یهودی
۸	۴۸	اشاره به تاریخچه
۹	۴۰	(Tikkun Olam) تعمیر و نگهداری جهان
۲	۳	اشاره به واژگان کتاب مقدس
۵	۲۸	صهیونیسم
۳۱	۱۱۰	تهدید برای اسرائیل
۱۳	۵۱	تروریسم
۷	۱۷	یهود ستیزی-تهدید برای اسرائیل
۴	۶	ضد ایران
۳	۲۹	تهدید ایران
۳	۳	موضوع هسته ای
۱	۴	ضد مسلمانان، ضد اسلام
۳۴	۱۰۸	سیاست و جنگ
۶	۳۸	درگیری
۹	۲۱	مقایسه با کشورهای عربی
۶	۲۰	دو دولت در کنار هم
۶	۱۴	ضد BDS

۳	۷	ضد انزوای طلبی
۳	۶	انتقاد از سازمان ملل متحد
۱	۲	نفی بازگشت فلسطینیان
۱۶	۱۲۰	اسرائیل
۲	۳۷	فرهنگ اسرائیل
۵	۱۶	چشم اندازهای اسرائیل
۲	۵۳	مهاجرت و جامعه
۳	۵	جنبه‌های منفی اسرائیل (فقر، بی‌خانمانی)
۳	۵	توریسم
۱	۴	جغرافیا و وسعت
۱۰	۶۲	اجتناب از موضوع درگیری
۱	۳	اجتناب از اشاره به مذهب
۱۱	۶۱	ارزش‌های مشترک با ایالات متحده
۳	۱۴	متحد آمریکا
۲۱	۵۰	خنثی‌سازی نکات منفی
۴	۱۹	توجیه اشغال‌گری، رفتار ضد بشری و تروریسم
۵	۱۱	دفاع از خود و امنیت
۵	۹	بازنمایی
۵	۸	فرار از سرزنش
۱۱	۴۵	عادی‌نمایی زندگی در اسرائیل و سؤال بلاغی

تحلیل کلی موضوعات نکاتی را نشان می‌دهد که برای تحلیل روایت قابل توجه است. اول اینکه در جاهای مختلف موضوعات به صورت ترکیبی به کار رفته‌اند یا برخی موضوعات برخی دیگر را الگووار دنبال می‌کنند. مثلاً موضوعات تبدیل سختی به منفعت، پیشرفت، ملت نوآور، سلامت، محیط زیست و استانداردهای حیات بیشتر مواقع با هم می‌آیند؛ تم مدافع صلح با تم بی‌اعتبارسازی رهبریت فلسطین یا تم دشمن‌سازی حماس می‌آید؛ موضوع سرزمین خالی از سکنه که عدم اشغال‌گری را به ذهن متبادر می‌کند با تم‌های توسعه و کشاورزی ظاهر می‌شود؛ ضدیت با تروریسم با اکثر تم‌ها به خصوص تم ضد ایران، دشمن‌سازی حماس و دفاع از خود می‌آید؛ تم سرزمین مادری با تم خانواده

ترکیب می‌شود؛ اسرائیل به عنوان مدافع صلح با دموکراسی خواهی، آزادی، برابری جنسی و حقوق هم‌جنس‌بازان می‌آید؛ ایران، حماس و حزب الله همیشه با تم‌های تهدید علیه اسرائیل و تروریسم همراهند؛ موضوع متحد ایالات متحده با تم‌های ارتقا نکات مثبت مثل مدافع صلح، دموکراسی و حقوق بشر همراه است؛ خنثی‌سازی نکات منفی در اکثر قریب به اتفاق موارد با سؤال بلاغی خاتمه می‌یابد؛ غم‌خواری برای مردم فلسطین با تم بی‌اعتبار کردن دولت فلسطینی و دشمن‌نمایی حماس ترکیب می‌شود. چنین توالی‌هایی برای تشدید تأثیر تم‌های مورد نظر یا ایجاد معانی تازه است. مثلاً ترکیب تبدیل سختی به منفعت با پیشرفت و ملت نوآور، معانی مثبت همه تم‌های درگیر را تشدید می‌کند. یا ترکیب تروریسم با ایران و حماس با حمایت ایران ویژگی‌های منفی مورد نظر ایران به عنوان تهدید را تشدید و حس نیاز به عمل سریع را که در تم نهفته در مخاطب القا می‌نماید. از سوی دیگر خاتمه دادن تم فرار از سرزنش با سؤال بلاغی معنای نیاز به حمایت را در مخاطب القا می‌کند.

نکته دیگری که از تحلیل محتوا استخراج شد این است که برای پنهان‌سازی سیاست‌های واقعی بر برخی تم‌ها تأکید بیشتری می‌شود که می‌توان آن‌ها را تم‌های پنهان‌کننده نامید به این معنی که واقعیات را پنهان می‌کنند. به عنوان نمونه اشاره به وضعیت اعراب ساکن اسرائیل به عنوان کسانی که از آزادی، حق شهروندی و دموکراسی اسرائیلی منتفع می‌شوند بدون اشاره به سایر شرایط زندگی آنان مثل بی‌کاری و تبعیض این حقایق متناقض را پنهان می‌نماید؛ ادعای اینکه دیوار حائل باعث کاهش حملات تروریستی شده این حقیقت را که دیوار فلسطینیان را از خانه و مزرعه‌شان محروم ساخته مخفی می‌کند؛ تأکید روی روایت صلح‌طلبی برای مخفی کردن جنگ‌های مکرر و درگیری‌های کوچک و بزرگ با فلسطینی‌ها به کار می‌رود؛ برجسته‌سازی تم طرفداری از حقوق بشر، نقض آن توسط سربازان و شهروندان اسرائیلی را پنهان می‌کند. در واقع این تم‌ها برای خنثی‌سازی سیاست‌های اسرائیل ترویج می‌شوند. بازنمایی‌هایی مثل احترام به تفاوت‌ها در نظام دموکراتیک اسرائیل که در شبکه دیپلماسی عمومی آن ترویج می‌شود در واقعیت بسیار بحث‌برانگیزند. به عنوان مثال روایت این‌گونه ترویج می‌کند که اسرائیل مهاجرت همه گروه‌ها از جمله اتیوپیایی‌ها و یمنی‌ها را تشویق می‌کند اما هیچ اشاره‌ای به شرایط زندگی و اختلاف طبقاتی این گروه با سایر مهاجران و سیاست گنجاندن این قشر به جمعیت مهاجر برای افزایش جمعیت یهودیان نسبت به اعراب نمی‌شود.

استفاده از اصطلاحات گمراه‌کننده به جای واقعیات برای گمراه کردن طرز فکر

آمریکایی‌ها را نیز می‌توان به همین روش تفسیر کرد. این استراتژی نیز برای خنثی کردن جنبه‌های منفی سیاست‌ها و کاهش اختلاف استفاده می‌شود. به عنوان مثال واژگان درخواست سرزمین به جای حق بازگشت به سرزمین به کار می‌رود زیرا دومی مفهوم نقض حقوق فلسطینی توسط اسرائیل، شبیه آنچه در نظام آپارتاید آفریقای جنوبی رخ می‌داد، را می‌رساند. چنین تصویری مخالف تم‌های دموکراسی و صلح است که تلاش شده در ذهن مردم آمریکا ایجاد شوند. نمونه‌ای دیگر موضوع سرزمین غیرمسکونی است که به تبدیل زمین‌های فلسطینی از زمین‌های لم‌پزرع به کشوری مدرن دلالت می‌کند. این تم سیاست اشغال‌گری و جابجایی اسرائیل را پنهان می‌کند و تلاش می‌کند نشان دهد فلسطین صرفاً نامی است که روی زمین بایر و بدون ساکن نهاده شده که یهودیان اسرائیلی که چند هزار سال در آن ساکن بودند آن را دگرگون نمودند.

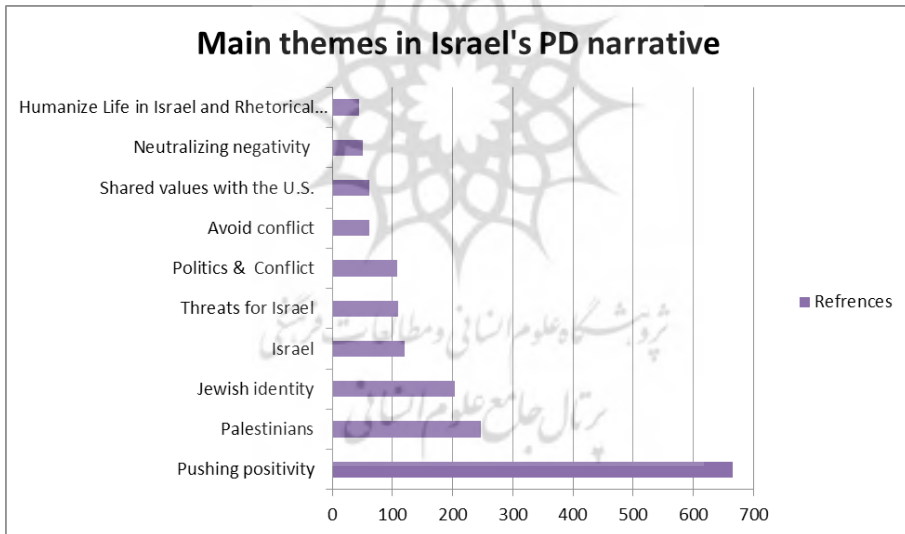
نکات و روایت مثبت بر تم‌های دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا غالب است و هدف نزدیک ۴۰ درصد موضوعات ترویج نکات مثبت درباره اسرائیل است. به علاوه آن‌ها عمدتاً موضوعاتی را ترویج می‌کنند که اسرائیل نیاز دارد آمریکایی‌ها اسرائیل را با آن‌ها بشناسند. فلسطینیان در مرتبه دوم تم غالب قرار دارند اما مفاهیم منفی در بازنمایی آن‌ها دست بالا را دارد (بیش از ۷۰ درصد) و اغلب تم‌های زیر مجموعه منفی هستند. تنها چهار دهم درصد از پوشش مربوط به فلسطینیان منعکس کننده مشکلات آن‌ها است در حالی که ۲۵ درصد نکات مثبت به سود روایت اسرائیل عمل می‌کنند چون هدف از آن‌ها نشان دادن هم‌دردی اسرائیل با مردم فلسطین برای کسب حمایت طیف چپ‌گرای آمریکا است.

۱۵/۱۲ درصد از روایت بر هویت یهودی و صهیونیسم متمرکز است زیرا یهودیان آمریکا بخش مهمی از مردم مورد هدف دیپلماسی عمومی اسرائیل را تشکیل می‌دهند و با دولت اسرائیل و آمریکا یک مثلث می‌سازند. نقش آن‌ها در انتخاب مقامات آمریکایی حامی، طرفداری از اسرائیل، حضور در برنامه‌های حمایتی از اسرائیل، نفوذ بر اقتصاد آن، تلاششان در هدایت کمک‌های مالی به اسرائیل حائز اهمیت است و افزایش دیدگاه‌های انتقادی توسط یهودیان جوان آمریکایی نسبت به اسرائیل، آن‌ها را هدف اصلی روایت دیپلماسی عمومی اسرائیل می‌کند. با توجه به فرآیند برندسازی در می‌یابیم که جمعیت گسترده یهودیان آمریکا نیروی اصلی برندسازی اسرائیل و همین‌طور اصلی‌ترین هدف خود اسرائیل در بهبود تصویرش در جهان است. هر چند که همه یهودیان آمریکا ممکن است از لحاظ سیاسی فعال نباشند اما از لابی قدرتمندی در واشنگتن بهره می‌برند که کمک

بزرگی در اتصال منابع مالی به سازمان‌های برندساز و آوردن نهضتشان به سطح سیاسی یا همان قدرت انجام می‌دهد. همان‌طور که زیرمجموعه‌ها نشان می‌دهند تلاش برای جلب حمایت یهودیان آمریکا برای اسرائیل با اشاره به تاریخ و باستان‌شناسی، ادعای حضور بومی یهودیان در اسرائیل، بیرون کشیدن شواهد باستان‌شناسی و تاریخی، اشاره به کتاب مقدس، توجه به زبان عبری و فرهنگ و سنت یهودی صورت می‌گیرد.

نکته آخر اینکه اگر چه سیاست دیپلماسی عمومی اسرائیل به اجتناب از بروز مباحث سیاسی مربوط به نزاع با فلسطینیان متمرکز است تا جنبه‌های مثبت و جذاب را ترویج کند، ۵/۶ درصد موضوعات به تهدید و ۵/۶ درصد دیگر درباره نزاع است. به علاوه موضوع درگیری در سایر موضوعات همچون فلسطینیان، ختنی‌سازی نکات منفی، عادی‌نمایی زندگی در اسرائیل و سؤال بلاغی نهفته است که نشان می‌دهد سیاست و درگیری موضوعات گریزناپذیر دیپلماسی عمومی اسرائیل می‌باشند.

جدول ۴. مقولات اصلی در دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی

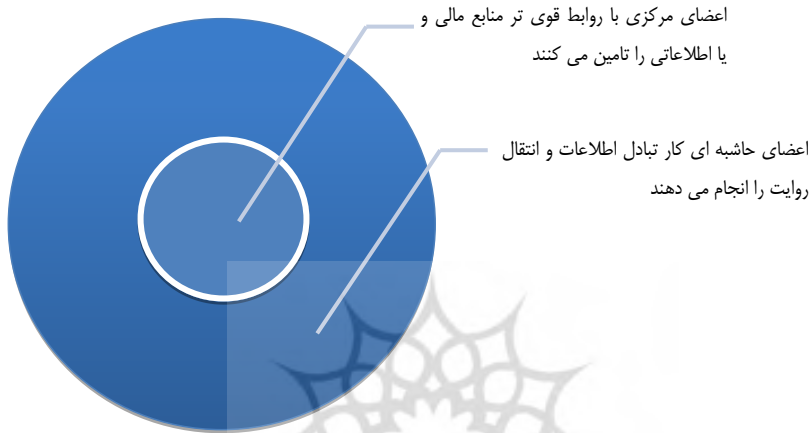


نتیجه‌گیری

افزایش ارتباط با برنامه‌هایی که مورد حمایت دانشگاه‌ها هستند و برنامه‌های مربوط به جوانان از عوامل دیگر شتاب در طرح‌های دیپلماسی عمومی به شمار می‌روند زیرا جوانان تمایل بیشتری برای مشارکت در شبکه‌های اجتماعی و به اشتراک گذاری اطلاعات دارند. به علاوه روش‌های جدید همچون برندسازی برای همین هدف استفاده می‌شوند. در جریان برنامه‌های توریستی، مأموریت‌ها، کنفرانس‌های دانشجویی، فرصت‌های مطالعاتی، برنامه‌های تبادل، کارگاه‌های آموزشی برای آموزش سفیران دیپلماسی عمومی اسرائیل، یادگیری یک‌به‌یک و ارتباط مردم به مردم تولید می‌شود. تکنیک‌های جدید رسانه‌ای مانند نوشتن در وبسایت‌ها، وبلاگ‌ها، صفحات شبکه‌های اجتماعی، کانال‌های رادیویی و کنفرانس خبری در جهت برندسازی هدایت می‌شوند. این برنامه‌ها توسط برخی اعضای مشخص شبکه که به دولت یا سازمان‌های غیردولتی وابسته‌اند هماهنگ و تأمین بودجه می‌شوند اما در عین حال چون توسط افراد خصوصی هدایت می‌شوند ظاهر رضایت بخش بی‌طرفی و غیردولتی بودن را دارند. وقتی درمی‌یابیم دانشجویان و جوانان حدود سنی ۱۶-۳۰ سال مورد هدف‌ترین گروه سنی برنامه‌های مختلف به‌ویژه برنامه‌های دانشگاهی هستند، این جنبه بیشتر آشکار می‌شود.

همان‌طور که گفته شد شبکه با حضور اعضای اصلی که در برنامه‌ها مشارکت و منابع مالی (شکل ۲) را تأمین می‌کنند یکپارچه شده است. آن‌ها خیر، رئیس سازمان یا نهادهای دولتی هستند که کار به جریان انداختن بودجه و اطلاعات در شبکه را انجام می‌دهند. یک خیر ممکن است در چندین برنامه مشارکت نماید. به عنوان مثال شلدون ادلوسن کمک‌های سرشاری به سازمان‌های تگلیت برث رایت اسرائیل، مرکز بین‌رشته‌ای هرزلیا، فرصت مطالعاتی هاسبارا و آژانس یهود برای اسرائیل می‌کند. یا نهاد دولتی ارتش اسرائیل در برنامه‌های سازمان‌های تگلیت برث رایت اسرائیل، استند ویت آس، مرکز بین‌رشته‌ای هرزلیا و آژانس یهود برای اسرائیل مشارکت دارد. چنین شیوه متمرکز مشارکت به تراکم بیشتر در مرکز شبکه منجر می‌شود که در شکل دو نشان داده شده است.

شکل ۲: موقعیت و نقش کاربران در شبکه‌ی دیپلماسی عمومی اسرائیل



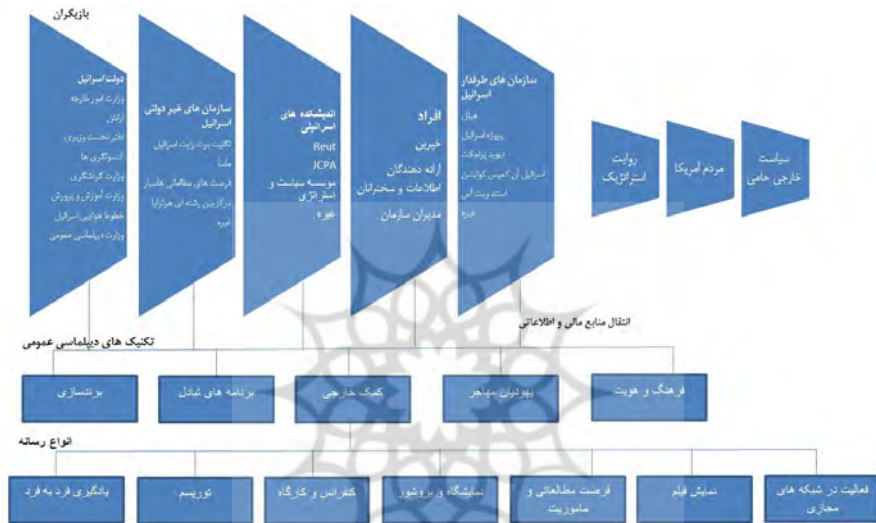
مدل دیپلماسی عمومی اسرائیل مستلزم دو روش است: حمایت و ایجاد ارتباط. روش اول اطلاعاتی و پیام‌محور است که شامل ارتباط ذکر شده بین کسانی که دارنده اطلاعات هستند با کسانی که هاب‌های شبکه هستند می‌باشد. این روش از نگرانی بابت مدیریت جریان پیام که باید مطابق با روایت مورد نظر اسرائیل در شبکه، به عنوان کشور تازه تأسیس و نوآور هم‌سو با ویژگی‌های غربی مانند دموکراسی و توسعه باشد ناشی می‌شود. روش دوم با هدف گسترش شبکه فعالان دیپلماسی عمومی به وسیله ایجاد ارتباط میان اسرائیل و افراد، سازمان‌ها و گروه‌های مدافع اسرائیل انجام می‌شود. استراتژی‌های ایجاد روابط داخلی و خارجی این کار را انجام می‌دهند. یک نکته جالب توجه در مورد شبکه دیپلماسی عمومی اسرائیل وجود یک تناقض است. ترکیب شبکه و روایت که به وضوح محصول عصر اطلاعات و جهانی‌شدن است یک هم‌پوشانی یا تضاد منطقی میان روایت و شبکه (Hayden, ۲۰۱۳) را هویدا می‌کند زیرا سیستم شبکه که ادعا می‌کند در عصر اطلاعات در برابر نوع پیام و جریان پیام باز است در واقع به‌خاطر قدرت شبکه در گردش روایت مورد نظر در مقابل نظرات مخالف بسته است. این استراتژی ظاهراً موجب مشارکت اعضای شبکه می‌شود اما در عین حال مانعی برای روایت‌های مقاوم است که

مخالف اهداف دیپلماسی عمومی اسرائیل هستند. در واقع این شبکه میان نودهای هم‌فکر ارتباط بیشتر و بیشتر ایجاد می‌کند. در عرصه دیپلماسی عمومی پرسش درباره تأثیر به راحتی قابل ارزیابی نیست و سؤال این تحقیق هم نیست اما به نکته مهم دیگری مرتبط است؛ مصرف محلی روایات. روایت‌ها بر مبنای واقعیات تاریخی و موقعیتی که معانی را می‌سازند مصرف می‌شوند (Barrett, ۱۹۹۲). در مورد روایت اسرائیل در موقعیت ایالات متحده با پس زمینه ارتباطات خوب تاریخی، مذهبی، فرهنگی و سیاسی بین دو کشور، قرار است روایت به یک تأثیر مثبت منجر شود و سایر تحقیقات می‌توانند تأثیر شبکه بر مردم آمریکا را بررسی کنند.

بر اساس چارچوب نظری روایت و دیپلماسی عمومی در مورد دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال ایالات متحده فرم خاصی از روایت و تصویر توسط افراد و سازمان‌ها با مکانیسم‌های خاصی برای اهداف خاص شکل می‌گیرد در حالی که انواع دیگر فریم‌ها حذف می‌شوند. دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی به کمک قدرت موجود در لابی اسرائیل، فریم‌های مورد نظرش را برای تسلط ایدئولوژیک بر طرز فکر مردم آمریکا اجرا می‌کند. ارتباطات پرشتاب و شبکه‌های اجتماعی از یک سو و گرایش‌های جدید در جوانان آمریکایی نسبت به اسرائیل که انتقادی‌تر شده از سوی دیگر، روش‌های جدید دیپلماسی عمومی برای اسرائیل را به یک ضرورت تبدیل کرده است. مدل دیپلماسی عمومی اسرائیل ترکیبی از هر دو روش قدیمی و جدید است که تلاش می‌کند به دور از دیپلماسی عمومی سلسله مراتبی، مرکزی و سنتی که در آن دولت دروازه‌بان است، روش‌های دیپلماسی عمومی جدید مبتنی بر شبکه و جریان آزاد اطلاعات توسط سازمان‌های غیردولتی و مشارکت بازیگران بیشتر در امر تبادل پیام به کار گرفته شود. دیپلماسی عمومی اسرائیل در پس پرده قدیمی است چون در برابر روند همکاری انواع بازیگران باز نیست. هنوز هم دولت نقش عمده را در پشت ظاهر بازیگران جدید بازی می‌کند که ظاهراً غیردولتی‌اند اما در واقع اطلاعات و بودجه را از دولت و حامیان خیر دولت اسرائیل دریافت می‌کنند. به علاوه شبکه در برابر تنوع اعضا، آرا و مباحث انتقادی بسته است زیرا عمدتاً یک شبکه سیاسی است که سیاست‌ها را توجیه می‌کند. می‌توان گفت که اشکال جدیدی از ارتباطات برای انجام همان دیپلماسی عمومی قدیمی که هدفش متقاعد کردن مردم به حمایت از سیاست‌های دولتی است اعمال می‌شود. این مدل دیپلماسی قدیمی در ظاهر جدید است. شکل سه مدل دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال آمریکا را نشان می‌دهد که در آن بازیگران شبکه (دولت، سازمان‌های غیردولتی و افراد) از

طریق روش های دیپلماسی عمومی و برنامه ها و با اتصال خود به گروه های حامی اسرائیل در آمریکا در ترویج روایت مورد نظر در میان مردم آمریکا مشارکت می کنند. نتیجه نهایی این مدل سیاست خارجی حامیانه تر در راه منافع اسرائیل خواهد بود. هم زمانی به کارگیری دیپلماسی عمومی با فعالیت های لابی طرفدار اسرائیل در آمریکا با متقاعد کردن مردم آمریکا به حمایت از اسرائیل، موجب هموار کردن سیاست های خارجی می شود.

شکل ۳: شبکه سیاست محور دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال ایالات متحده آمریکا



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

- Alpert, R. (July 30, 2012), "Combining the Israel and Jewish Narratives", from <http://israelcampusbeat.org/archives/232/combining-the-israel-and-jewish-narratives/>
- Appel, Ronit. Assaf Irony, Steven Schmerz, Ayela Ziv. (May 2008), ***Cultural Diplomacy: An Important but Neglected Tool in Promoting Israel's Public Image.***
- Arquilla, John; Ronfeldt, David. (Summer 1993), "Cyberwar Is Coming!" ***Comparative Strategy***, Vol. 12, No. 2, , pp. 141-165. Available as RAND reprint RP-223.
- Arquilla, John, and David Ronfeldt, (1996), *The Advent of Netwar*, Santa Monica, Calif.: RAND, MR-789-OSD.
- Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (2001), *Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy: RAND Corporation.*
- Asmolov, G. (2010), ***The development of network diplomacy: A comparative analysis---Israel, the U.S., and Russia.*** (1476755 M.A.), The George Washington University, Ann Arbor.
- Attias, Shay. (2012), "Israel's New Peer-to-Peer Diplomacy", ***The Hague Journal of Diplomacy***, 7(4), 473-482. doi: doi:10.1163/1871191X-12341235
- Avraham, E. (2009), ***Marketing and managing nation branding during prolonged crisis: The case of Israel.*** *Place Branding & Public Diplomacy*, 5(3), 202-212. p. 211

- Betz, David. (2008), *The Virtual dimension of Contemporary Insurgency and Counterinsurgency. Small Wars & Insurgencies 19(4)*.

- Brown, Robin. (2013), Public Diplomacy, Narratives and Networks. Buxbaum, Peter A. (22 Apr 2010), Public Diplomacy 2.0 Retrieved 13 January 2014, from <http://www.isn.ethz.ch/Digital-Library/Articles/Detail/?id=115247>

- Castells, M. (2000), *The Rise of The Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture: Wiley*.

- Cull, Nicholas J. (2010), Public diplomacy: Seven lessons for its future from its past. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(1), 11-17. doi: <http://dx.doi.org/10.1057/pb.2010.4>

- Domhoff, W. (1996), State Autonomy or Class Dominance? Case Studies on policy making in America. Aldine de Gruyter.

- Freedman, Lawrence. (2006), *The Transformation of Strategic Affairs: Routledge for the International Institute for Strategic Studies*.

- Freeman, C. W. (December 1, 2012), Hasbara and the Control of Narrative as an Element of Strategy. The Jubilee Conference of the Council on Foreign and Defense Policy, Middle East Policy Council. Freund, M. (2012). Fundamentally Freund: Time for Hispanic 'hasbara', Jerusalem Post. Retrieved from <http://www.jpost.com/Opinion/Columnists/Fundamentally-Freund-Time-for-Hispanic-hasbara>

- Gilboa, E. (2006), Public Diplomacy: The Missing Component in Israel's Foreign Policy. *Israel Affairs*, 12(4), 715-747

- Gilboa, Eytan, & Shai, Nachman. (2010), Rebuilding Public Diplomacy: The Case Of Israel Trials of Engagement.

- Hayden, Craig. (2013), "Logics of narrative and networks in US public diplomacy: Communication power and US strategic engagement", *The Journal of International Communication*, 19(2), 196-218. doi: 10.1080/13216597.2013.775070

- Hershkovitz, Shay. (2012), Masbirim Israel: Israel's PR Campaign as Globalized and Grobalized Political Prosumption, *American Behavioral Scientist*, 56(4).

- Iaydjiev, Ivaylo. (2013), Searching for Influence and Persuasion in Net-

work-Oriented Public Diplomacy: What Role for “Small States”? *The Journal of Public Diplomacy*, 2(1).

- Izadi, Foad. (2009), U.S. Public Diplomacy toward Iran: Structures, Actors, and Policy Communities, Ph.D., Louisiana State University.

- Katz, Mandy. (May & June 2008), The Re-Branding of Israel. From war planes to women: Why at 60 Israel's image is taking off in new direction”, *Moment Magazine*.

- Leonard, Mark. (2002), *Public Diplomacy*.

- Metzl. (Winter/Spring 2001), Network Diplomacy, *Georgetown Journal of International Affairs*, 2013 (10 October).

- Miskimmon, Ben O'Loughlin, Laura Roselle. (2012), Forging the World: Strategic Narratives and International Relations. Centre for European Politics / New Political Communications Unit.

- Navon, Emmanuel. (January 21-24, 2006), Soft Powerlessness: Arab Propaganda and the Erosion of Israel's International Standing. Paper presented at the Herzliya Conference.

- Park, Se Jung; Lim, Yon Soo. (2014), Information networks and social media use in public diplomacy: a comparative analysis of South Korea and Japan, *Asian Journal of Communication*, 24(1).

- Shenhav, S. R., Sheaffer, T., & Gabay, I. (2010), Incoherent Narrator: Israeli Public Diplomacy During the Disengagement and the Elections in the Palestinian Authority. *Israel Studies*, 15(3), 143-162, 202-204.

- Shinar, Dov. (2009), A Study of Israeli Public Diplomacy (PD). Neaman Institute, Technion and the Ministry of Foreign Affairs, Israel

- Shore, Neuriel. (2010), Brand Israel: An Analysis of Nation Branding Concepts as They Relate to the State of Israel. University of Southern California, MA. p. 4, 12, 60-61

- Slaughter, Anne-Marie. (January/February 2009), America's Edge: Power in the Networked Century. *Foreign Affairs* 112. Retrieved from <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2009-01-01/americas-edge>

- Toledano, M., & McKie, D. (2013), *Public Relations and Nation Building: Influencing Israel: Routledge*.

- Wasserman, S., & Faust, K. (1994), *Social Network Analysis: Methods and Applications*: Cambridge University Press.
- Wellman, A. M. a. B. (2010), *Social Network Analysis: An Introduction*. In P. C. a. J. Scott (Ed.), *Handbook of Social Network Analysis*. London: Sage.
- Y, Mr. (2011), *A National Strategic Narrative*, Woodrow Wilson Center.
- Zaharna, R. S. (April 2005), *The Network Paradigm of Strategic Public Diplomacy*, Policy Brief 10(1).
- Zaharna, R.S. (2007), "The Soft Power Differential: Network Communication and Mass Communication in Public Diplomacy", *The Hague Journal of Diplomacy* 2, 213-228.
- Zaharna, R. S. (Ed.). (2008), *Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives: Information and Relational Communication Frameworks*: Taylor & Francis.
- Zaharna, R.S. (2009), *Battles to bridges: U.S. strategic communication and public diplomacy after 9/11*: Palgrave Macmillan.
- Zaharna, Amelia Arsenault, and Ali Fisher (Ed.). (2013), *Relational, Networked and Collaborative Approaches to Public Diplomacy: The Connective Mindshift*: Routledge.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی