

مقدمه‌ای بر مفهوم جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی: با مطالعه رویکردهای جامعه‌شناسانه و روابط بین‌المللی

محمد طاهای کمربیگی^۱

چکیده

هدف از دیپلماسی عمومی، جامعه‌پذیر کردن شهروندان سایر کشورها، متناسب با هنجارهای دولت جامعه‌پذیر کننده است. در حقیقت، شاخص موفقیت‌آمیز بودن یا شکست خوردن سیاست‌های یک دولت در حوزه دیپلماسی عمومی، جامعه‌پذیری است. بنحویکه اگر دیپلماسی عمومی یک دولت، منجر به جامعه‌پذیری شهروندان کشور هدف شود، می‌توان گفت، آن دولت دیپلماسی عمومی موفقیت‌آمیزی بکار گرفته و بالعکس. با این حال، علیرغم اهمیت مفهوم جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، تا به امروز پژوهش‌های قابل توجهی در خصوص ماهیت و ابعاد آن به انجام نرسیده است. مقاله حاضر، ضمن بررسی رویکردهای جامعه‌شناسانه و روابط بین‌المللی جامعه‌پذیری، تلاش دارد تا کاربستی مفهومی، در خصوص جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی را شکل داده، عناصر اصلی فرآیند جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی را تعریف کرده و تفاوت‌های مفهوم جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی را با سایر مفاهیم جامعه‌پذیری، مورد اشاره قرار دهد. در نهایت، مقاله حاضر تلاش دارد تا بخشی از خلاء نظری موجود در حوزه دیپلماسی عمومی و جامعه‌پذیری را پوشش دهد.

واژگان کلیدی: جامعه‌پذیری، جامعه‌پذیری سیاسی، روابط بین‌الملل، دیپلماسی عمومی

^۱ دانشجوی کارشناسی‌ارشد روابط بین‌الملل، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران mt.kamarbeigi@gmail.com

مقدمه

جامعه‌پذیری، عبارت است از فرآیندی که در جریان آن، افراد با قواعد، الگوها، ارزش‌ها، قوانین و هنجارهای زندگی در یک محیط اجتماعی آشنا می‌شوند و ضمن درونی‌سازی آن‌ها، به تبعیت از این مبانی و اصول می‌پردازند. نهادهای رسمی و غیررسمی، عوامل و ابزارهای مختلف را بکار می‌گیرند تا شهروندان جامعه خود را متناسب با هنجارهای خود، جامعه‌پذیر سازند. در نتیجه فرآیند جامعه‌پذیری، شهروندان با قواعد و اصول زندگی در جامعه آشنا شده، ارزش‌های حاکم بر نظام سیاسی و اجتماعی خود را شناخته و از آن تبعیت می‌کنند. محققین روابط بین‌الملل، با وام گرفتن مفهوم جامعه‌پذیری از علوم اجتماعی و روانشناسی اجتماعی، استعاره‌ای تحت عنوان جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل را شکل داده‌اند. بدین معنی که آنان، دولت‌ها را به مثابه شهروندان عضو نظام بین‌الملل تلقی کرده و معتقدند، همانگونه که شهروندان یک جامعه، از طریق فرآیند جامعه‌پذیری، با هنجارهای زندگی در محیط اجتماعی آشنا می‌شوند؛ دولت‌ها نیز می‌توانند از طریق جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل، با هنجارهای فعالیت در نظام بین‌الملل آشنا شده و از قواعد و قوانین آن تبعیت کنند.

درخصوص مفهوم جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، تا به امروز پژوهش قابل توجهی انجام نشده است. البته، سازه‌نگاران، ذیل بحث پیرامون جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل، اشاراتی به دیپلماسی عمومی داشته‌اند؛ اما این مسأله با چند اشکال عمده مواجه است. چراکه اولاً، آنان دیپلماسی عمومی را بعنوان راهی برای جامعه‌پذیر ساختن دولت مورد بررسی قرار داده‌اند؛ حال آنکه ابعاد دیپلماسی عمومی، فراتر از این بحث است. ثانیاً، آنان در بحث‌های خود، به چند اشاره جزئی به دیپلماسی عمومی در رویکرد روابط بین‌المللی جامعه‌پذیری اکتفا کرده‌اند و توضیحی درخصوص ابعاد، سازوکار و چگونگی آن ارائه ندادند. ثالثاً، دیپلماسی عمومی را از منظر یکی از عوامل جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل مورد اشاره قرار داده‌اند؛ حال آنکه این مفهوم، ظرفیت کافی برای مطالعه و بررسی مستقل را دارا می‌باشد.

از این جهت، پژوهش حاضر سعی دارد تا ضمن مطالعه رویکردهای جامعه‌شناسانه و روابط بین‌المللی جامعه‌پذیری، کاربستی مفهومی از جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی را شکل دهد و ضمن مطالعه و بررسی مستقل این مفهوم، تفاوت‌های آن با سایر اقسام جامعه‌پذیری را ذکر کرده و به ارائه تعریفی مقدماتی از این مفهوم بپردازد. از این روی، پژوهش حاضر با هدف پوشش بخشی از خلاء نظری موجود در حوزه دیپلماسی عمومی و جامعه‌پذیری ارائه شده است. برای این منظور، ضمن مطالعه و بررسی رویکرد جامعه‌شناسانه جامعه‌پذیری، رویکرد روابط بین‌المللی جامعه‌پذیری و مفهوم جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، هریک از مفاهیم مذکور را تحت سه عنصر اصلی فرآیند جامعه‌پذیری، متشکل از جامعه‌پذیر کننده، جامعه‌پذیر شونده و عامل جامعه‌پذیری، واکاوی کرده و در نهایت تفاوت‌های هر کدام از مفاهیم را ارائه می‌دهیم.

۱- جامعه‌پذیری

اصطلاح جامعه‌پذیری برای اولین بار در قرن نوزدهم از جانب رس، محقق آمریکایی مطرح شد. او جامعه‌پذیری را روندی معرفی کرد که در آن، احساس و خواسته‌های افراد بگونه‌ای شکل می‌گیرد که با نیازهای گروه یا جامعه دمساز و هماهنگ باشد. اگرچه عبارت جامعه‌پذیری در دوران معاصر شکل گرفته و استفاده شده؛ اما مفهوم و فرآیند آن در گذشته‌های دور نیز مورد توجه قرار داشته است. به شکلی که «فلاسفه اجتماعی در قالب مباحث تربیت بدنی، وطن‌پرستی، شهروندی، آمادگی شهری و معاشرت اجتماعی به این امر توجه داشته‌اند و جامعه‌پذیری را مترادف تربیت شهروندان دانسته‌اند که در این صورت، در اندیشه‌های افلاطون ریشه پیدا می‌کند» (قوام، ۱۳۷۳: ۱۷). مسائل مرتبط با تربیت و آموزش، از گذشته‌های دور مورد توجه فلاسفه و اندیشمندان قرار داشته است؛ اما واژه جامعه‌پذیری که در دهه ۱۹۴۰ مورد استفاده جامعه‌شناسان و روانشناسان قرار گرفت، مفهومی فراتر از تربیت صرف را در بر می‌گرفت. هرچند واژگان تربیت و جامعه‌پذیری هر دو بر دخالت فعال در عرصه زندگی افراد، به منظور شکل‌دهی به آن دلالت دارند و از این جهت دارای شباهت هستند؛ اما «کورت دانزیگر تبدیل واژه تربیت به واژه جامعه‌پذیری را صرفاً یک تفسیر لغوی نمی‌داند و معتقد است که به این طریق، ما از حیطه فلسفه اخلاق، وارد قلمرو علوم اجتماعی شده‌ایم. او معتقد است که واژه تربیت، به ارزش هدف‌ها و فنون توجه دارد، در حالیکه واژه جامعه‌پذیری، به مسأله چگونگی و اثربخشی اشاره می‌کند».

۹۱

جوزف روسک و رولند وارن، جامعه‌پذیری را مترادف فراگیری می‌دانند و بیان می‌کنند: «هنگامی که صحبت از فراگیری می‌شود، به یاد تعلیم و تربیت می‌افتیم، در حالیکه منظور از جامعه‌پذیری، وسیع‌تر از آن است. تعلیم و تربیت مرحله‌ای است که آگاهانه و هدفمند برنامه‌ریزی می‌شود و قصد آن تغییر رفتار آدمی بطور دلخواه است؛ در حالیکه جامعه‌پذیری هم برنامه‌ریزی‌های خودآگاهانه و هم جریان‌های ناخودآگاه را در بر می‌گیرد» (روسک و وارن، ۱۳۶۹: ۱۱).

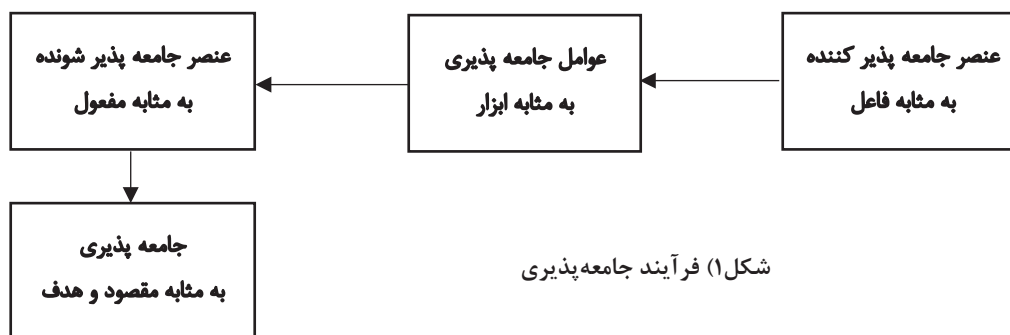
بطور کلی، از ویژگی‌های تربیت می‌توان به خطی بودن، آگاهانه بودن، هدفمند بودن، انتزاعی بودن و آرمانی بودن اشاره کرد. در حالیکه جامعه‌پذیری، امری است غیرخطی، که نه تنها به نتیجه، بلکه به مسیر و چگونگی جامعه‌پذیر کردن افراد نیز توجه دارد. به عبارت دیگر، جامعه‌پذیری یک فرآیند است؛ در حالیکه تربیت، یک پروژه است. همچنین در جامعه‌پذیری، جدای از مسائل آگاهانه و از پیش برنامه‌ریزی شده، شرایط محیطی و عوامل ناخودآگاه نیز موثر است.

تا به امروز تعاریف متعددی از جامعه‌پذیری ارائه شده است. کریستنسن و مک ویلیامز جامعه‌پذیری را فرآیندی می‌دانند که افراد بوسیله آن چهارچوب ارزشی و گرایش‌های موجود در جامعه را کسب می‌کنند (کریستنسن و

مک ویلیامز، ۱۳۶۵: ۱۲۳). همچنین اسکروتون جامعه‌پذیری را عبارت از مراحل می‌داند که در جریان آن، افراد ویژگی‌های مورد نیاز برای عضویت در جامعه را کسب می‌کند. او مهمترین پیامد جامعه‌پذیری را شناخت افراد از خود بعنوان یک موجود استوار اجتماعی می‌داند که بوسیله هنجارها، ارزش‌ها و روابط با دیگران هدایت می‌شود (Scruton, 2007: 428). آرون، معتقد است که از طریق جامعه‌پذیری، احترام به قوانین، دستورات اجتماعی، ممنوعیت‌ها و تکالیفی که زندگی اجتماعی بدون آنها ناممکن است، در وجود افراد نقش می‌بندد (آرون، ۱۳۷۲: ۴۰۳). همچنین هوور و لاندبای بیان می‌کنند: جامعه‌پذیری از طریق الگوسازی و شناساندن سرمشق‌های فرهنگی به افراد و گروه‌ها، به منظور درک آگاهانه و درونی‌سازی آنها و تحول در رفتارها و فعالیت‌های اجتماعی صورت می‌گیرد (هوور و لاندبای، ۱۳۸۲: ۱۹۷). کاردینر نیز معتقد است که «فرآیند جامعه‌پذیری، وسیله رسیدن به توافق جمعی میان اعضا جامعه است که از طریق آن، افراد شیوه‌ها، ارزش‌ها و نقش‌های اجتماعی را فراگرفته و هریک از اعضا، دارای هویتی اساسی می‌گردند» (خواجه سروی، ۱۳۹۴: ۳۲). همچنین برگر و لاکمن، ضمن اینکه جامعه‌پذیری را معادل درونی‌سازی می‌دانند، معتقدند که افراد از طریق فرآیند جامعه‌پذیری، تعامل خود را با ساختار روابط موجود در جامعه افزایش می‌دهند (برگر و لاکمن، ۱۳۸۷: ۱۷۸).

در مجموع می‌توان گفت، جامعه‌پذیری عبارت است از فرآیندی که در جریان آن، افراد با هنجارها، قواعد، الگوها، ارزش‌ها، قوانین و بایسته‌های زندگی در یک محیط اجتماعی آشنا می‌شوند و ضمن درونی‌سازی آنها، به تبعیت از این مبانی و اصول می‌پردازند. این فرآیند از بدو تولد افراد آغاز می‌شود و تا پایان زندگی آنان ادامه خواهد داشت. افراد در طول حیات خود، ممکن است با جامعه‌پذیری مجدد و یا در نقطه مقابل، با تقویت جامعه‌پذیری پیشین مواجه شوند.

فرآیند جامعه‌پذیری، در برگزیده سه عنصر اساسی جامعه‌پذیر کننده، جامعه‌پذیر شونده و عامل جامعه‌پذیری است. فرآیند جامعه‌پذیری بدین صورت است که عنصر جامعه‌پذیر کننده (به مثابه فاعل) می‌کوشد تا با در اختیار گرفتن و استفاده از عوامل جامعه‌پذیری، نسبت به اثرگذاری بر عنصر جامعه‌پذیر شونده (به مثابه مفعول) مبادرت ورزد. شکل زیر بیانگر فرآیند مذکور است:



نکته قابل توجه این است که عوامل جامعه‌پذیری، لزوماً مطابق با خواست جامعه‌پذیر کننده عمل نمی‌کنند؛ بلکه حتی ممکن است در مواردی، تأثیری برخلاف میل جامعه‌پذیر کننده داشته باشند. در خصوص چیستی و ماهیت عنصر جامعه‌پذیر کننده و همچنین فرآیند جامعه‌پذیری، دو دیدگاه عمده در میان صاحب‌نظران وجود دارد. رویکرد اول، رویکرد روانشناسی اجتماعی است که فرد را مبنای بررسی قرار می‌دهد و ادعا می‌کند که جوامع می‌توانند افراد را وادار به پیروی و تبعیت از موازین خود کنند و رویکرد دوم، رویکرد سیاسی است که نظام سیاسی را مبنای تحلیل قرار می‌دهد و معطوف بر نهادهایی است که الگوهای اقتدار و مشروعیت را شکل می‌دهند (چگنی‌زاده و پوراآخوندی، ۱۳۹۳: ۱۳۶-۱۳۷).

برای فهم دقیق‌تر عبارت فوق، ابتدا باید واژه نهاد را تعریف کنیم. داگلاس نورث در تعریف مفهوم نهاد می‌گوید: نهادها قواعد بازی در جامعه هستند. به عبارت بهتر، قیودی وضع شده از جانب نوع بشر هستند که روابط متقابل انسان‌ها با یکدیگر را شکل می‌دهند و موجب نظام‌مند شدن انگیزه‌های نهفته در مبادلات بشر می‌گردند (نورث، ۱۳۷۷: ۱۹). نورث معتقد است که نهاد، عبارت از قیود و محدودیت‌هایی است که توسط بشر شکل گرفته‌اند و این محدودیت‌ها، نهادهای رسمی، نهادهای غیررسمی و نحوه اجرای آنها را مشمول می‌شود. «در میان نهادهای رسمی می‌توان به مقررات، قانون اساسی، قراردادهای و حقوق مالکیت اشاره کرد که در جامعه از مشروعیت بالایی برخوردارند. در میان نهادهای غیررسمی نیز می‌توان به هنجارها، اخلاق، آداب و رسوم و ایدئولوژی اشاره کرد که بخشی از فرهنگ به حساب می‌آیند» (آقانظری، ۱۳۹۵: ۱۴۶). بنابراین می‌توان گفت، ۹۳ رویکرد روانشناسی اجتماعی، بیشتر معطوف به اثرگذاری نهادهای غیررسمی و رویکرد سیاسی، معطوف بر اثرگذاری نهادهای رسمی در امر جامعه‌پذیری است.

رویکرد سیاسی به جامعه‌پذیری، منجر به شکل‌گیری مفهومی به نام جامعه‌پذیری سیاسی شده است. این اصطلاح، ابتدائاً در سال ۱۹۹۵ توسط هایمن مورد استفاده قرار گرفت. «او فرآیند یادگیری رفتارها و نگرش‌های سیاسی را، جامعه‌پذیری سیاسی نامید» (استاد رحیمی، ۱۳۷۸).

در خصوص مفهوم جامعه‌پذیری سیاسی، تعاریف متعددی ارائه شده است. بعنوان مثال، سیگل جامعه‌پذیری سیاسی را بعنوان فرآیند یادگیری تدریجی هنجارها، نگرش‌ها و رفتارهای مورد قبول نظام سیاسی حاکم، تعریف می‌کند (Winter & Bellows, 1985: 131). همچنین مایکل راش جامعه‌پذیری سیاسی را بدین صورت تعریف می‌کند: «جامعه‌پذیری سیاسی فرآیندی است که بوسیله آن، افراد با نظام سیاسی آشنا می‌شوند و تا اندازه قابل توجهی ادراک‌شان از سیاست و واکنش‌هایشان نسبت به پدیده‌های سیاسی تعیین می‌شود» (راش، ۱۳۹۳: ۱۰۲). لانگتون نیز جامعه‌پذیری سیاسی را فرآیندی می‌داند که از طریق آن فرهنگ سیاسی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (Langton, 1997: 4). همچنین رونالد چیلکوت معتقد است که

جامعه‌پذیری سیاسی همان آموخته‌های افراد است که از طریق فعالیت سیاسی، بازتولید می‌شود (چیلکوت، ۱۳۷۷). کلمن نیز جامعه‌پذیری سیاسی را فرآیندی می‌داند که افراد از طریق آن، نگرش‌ها و احساساتی در قبال بحران‌های سیاسی و نقشی که در آن دارند را کسب می‌کنند (Coleman, 1965: 18). همچنین آلموند و پاول، جامعه‌پذیری سیاسی را فرآیندی توصیف می‌کنند که بوسیله آن، فرهنگ سیاسی شکل گرفته، باقی می‌ماند و دچار تغییر می‌شود (Almond & Powell, 1966: 79).

در مجموع می‌توان گفت، جامعه‌پذیری سیاسی فرآیندی است که در جریان آن افراد با ساختار، الزامات، هنجارها، قوانین و چهارچوب‌های سیاسی جامعه خود آشنا شده و ضمن شکل‌گیری شخصیت سیاسی و یافتن نقش خود در این ساختار، به تبعیت از قوائد موجود می‌پردازند. به عبارت دیگر، در جریان فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی، فرد متوجه می‌شود که اولاً، ساختار سیاسی چه انتظاراتی از او دارد؛ ثانیاً، در چهارچوب این ساختار، چه اقداماتی باید انجام دهد و چه الزاماتی را باید رعایت کند و ثالثاً، او چه انتظاراتی از ساختار سیاسی دارد. در نهایت، جامعه‌پذیری سیاسی، ضامن ثبات و پایداری یک نظام سیاسی و حافظ مشروعیت آن است. حال که مفاهیم جامعه‌پذیری و جامعه‌پذیری سیاسی تعریف و تبیین شدند؛ در ادامه به بررسی عناصر اصلی این فرآیند، اعم از جامعه‌پذیر کننده، جامعه‌پذیر شونده و عامل جامعه‌پذیری می‌پردازیم.

۹۴ ۱-۱- جامعه‌پذیر کننده

جامعه‌پذیر کننده، عنصریست که نسبت به جامعه‌پذیری افراد یک جامعه اقدام می‌کند. در حقیقت، در فرآیند جامعه‌پذیری، افراد به تبعیت از هنجارها، قوانین، مقررات و بایسته‌هایی که توسط نهاد جامعه‌پذیر کننده تعیین شده است، می‌پردازند. درخصوص چیستی و ماهیت نهاد جامعه‌پذیر کننده دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد؛ اما بطور کلی می‌توان آنها را به دو گروه عمده تقسیم کرد. گروه اول، قائل به اهمیت و اثرگذاری نهادهای رسمی، مانند قوانین و مقررات، توافق‌نامه‌ها، حقوق و غیره هستند. این گروه جامعه‌پذیری را امری ارادی، از بالا به پایین و متأثر از ساختار سیاسی موجود در یک جامعه می‌دانند. گروه دوم، قائل به اثرگذاری نهادهای غیررسمی، مانند آداب و رسوم، هنجارها، اخلاق، فرهنگ، مذهب و ایدئولوژی هستند. این گروه، جامعه‌پذیری را امری غیرارادی، از پایین به بالا و متأثر از شرایط موجود در جامعه می‌دانند. جدول زیر، بیانگر دو گروه مذکور و رویکردهای هر یک از آنان است:

جدول (۱) انواع جامعه‌پذیر کننده و ویژگی‌های آنها

جامعه‌پذیر کننده	نمونه	ویژگی
نهادهای رسمی	قانون اساسی، مقررات، توافق‌نامه‌ها، اساس‌نامه‌ها، نهادهای حاکمیتی و قانونگذاری	ارادی، از بالا به پایین، مبتنی بر ساختار سیاسی موجود
نهادهای غیررسمی	آداب و رسوم، هنجارها، اخلاق، فرهنگ، مذهب، ایدئولوژی	غیرارادی، از پایین به بالا، مبتنی بر شرایط اجتماعی

رویکردی که در پژوهش حاضر مدنظر است، رویکردی تلفیقی است که در آن نهادهای رسمی و غیررسمی، هر دو به مثابه عنصر جامعه‌پذیر کننده، نقشی مهم و قابل توجه در فرآیند جامعه‌پذیری دارند؛ بنحویکه تعارض مبانی جامعه‌پذیری در میان این دو نهاد، منجر به تضعیف فرآیند جامعه‌پذیری شده و در نقطه مقابل، همسویی مبانی جامعه‌پذیری از جانب هر دو نهاد، منجر به تقویت فرآیند جامعه‌پذیری می‌شود. پس در مجموع می‌توان گفت، عنصر جامعه‌پذیر کننده، عبارت است از مجموعه‌ای از نهادهای رسمی و غیررسمی، که با استفاده از عوامل جامعه‌پذیری، نسبت به جامعه‌پذیر کردن شهروندان جامعه اقدام می‌کنند. کنش‌ها و واکنش‌ها و همچنین تقابلات و تفاهمات در میان هنجارهای نهادهای رسمی و غیررسمی، منجر به ایجاد تفاوت در ۹۵ جامعه‌پذیری شهروندان مختلف می‌شود.

۱-۲- عنصر جامعه‌پذیر شونده

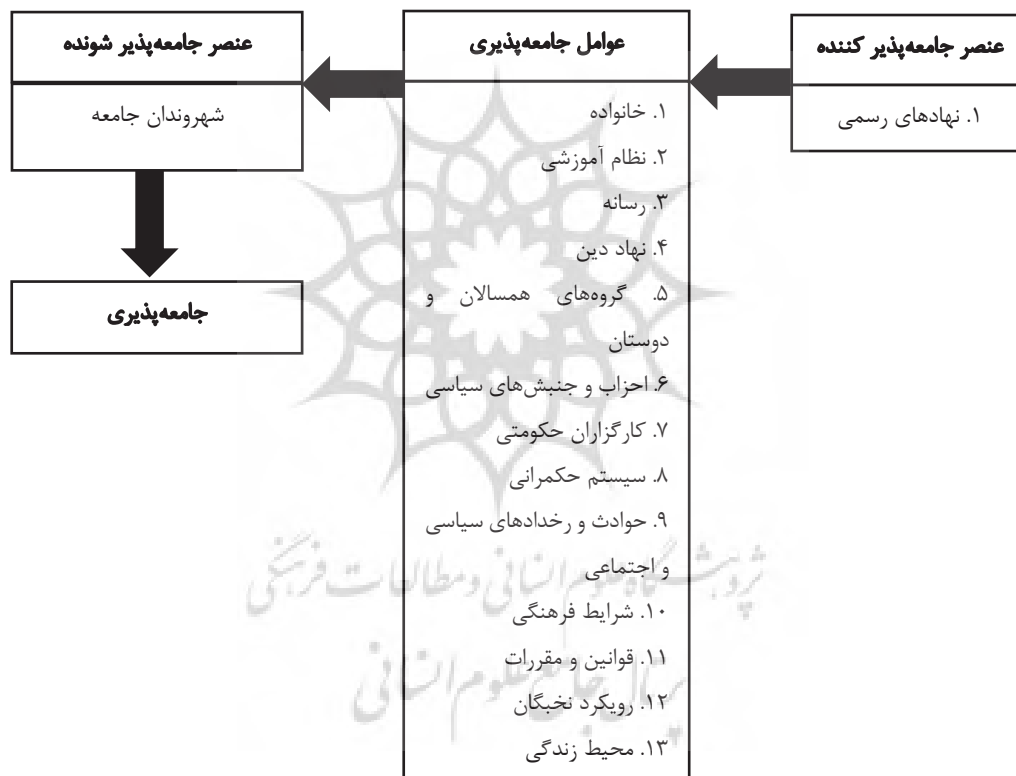
عنصر جامعه‌پذیر شونده به مثابه مفعول، عنصر هدف در فرآیند جامعه‌پذیری است. در حقیقت یکایک شهروندان یک جامعه، عنصر جامعه‌پذیر شونده‌ای هستند که از بدو تولد، تحت تأثیر عوامل جامعه‌پذیری، با جامعه‌پذیری مواجه می‌شوند. شهروندان در طول زندگی ممکن است چندین بار با جامعه‌پذیری مجدد و یا با تقویت جامعه‌پذیری مواجه شوند. کودکی و نوجوانی، مهمترین دوره‌های زمانی در فرآیند جامعه‌پذیری هستند؛ بنحویکه اگرچه امکان جامعه‌پذیری مجدد، در هر برهه‌ای از زندگی افراد وجود دارد؛ اما در کودکی و نوجوانی، افراد با جامعه‌پذیری اولیه مواجه می‌شوند که در برخی از موارد می‌تواند تا پایان زندگی افراد ثابت بماند و یا حتی با تقویت مواجه شود. در ادامه درخصوص چگونگی اثرگذاری عوامل جامعه‌پذیری بر عنصر جامعه‌پذیر شونده و همچنین فرآیند جامعه‌پذیری، بیشتر توضیح خواهیم داد.

۱-۳- عوامل جامعه‌پذیری

عوامل جامعه‌پذیری، به مثابه ابزار عنصر جامعه‌پذیر کننده عمل می‌کنند. نهادهای رسمی، می‌کوشند تا با در اختیار گرفتن عوامل جامعه‌پذیر کننده، نسبت به جامعه‌پذیری شهروندان خود اقدام کنند. نهادهای غیررسمی نیز در اغلب موارد، خود نقش عامل جامعه‌پذیری را نیز ایفا می‌کنند. خانواده، نهاد دین، نظام آموزشی، محیط زندگی، گروه‌های همسالان و دوستان، حوادث و رخداد‌های سیاسی و اجتماعی، رسانه‌ها، احزاب و جنبش‌های سیاسی، شرایط فرهنگی، رویکرد نخبگان، قوانین و مقررات، کارگزاران حکومتی و سیستم حکمرانی، از جمله عوامل مهم جامعه‌پذیری هستند. میزان اثرگذاری هر یک از عوامل مذکور، نسبت به شرایط روز جامعه و مسیر زندگی اشخاص، متفاوت است. در میان تمام عوامل جامعه‌پذیری، خانواده مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کند. چراکه اولین عامل جامعه‌پذیری که هر فرد با آن مواجه می‌شود، خانواده است. ارتباط مستمر، دائمی و منظم افراد با محیط خانواده، از جمله دیگر عواملی است که بر تأثیرگذاری نقش خانواده افزوده است. البته، امروزه با ایجاد تغییراتی در سبک زندگی، از جمله اجباری شدن آموزش و فراگیری رسانه‌ها، میزان اثرگذاری خانواده در فرآیند جامعه‌پذیری در معرض رقابت قرار گرفته است.

«برخلاف خانواده که بیشتر نقش آن در زمینه جامعه‌پذیری سیاسی به صورت غیررسمی و ناخودآگاه است، نقش نظام آموزشی بیشتر رسمی و آگاهانه است» (تاج‌زینانی، ۱۳۸۲: ۸۰). یکی از اساسی‌ترین گزینه‌های حکومت‌ها در امر جامعه‌پذیری، سیستم آموزشی است. نظام آموزشی، تعداد بسیار زیادی از شهروندان یک جامعه را در مهم‌ترین دوره زمانی جامعه‌پذیری (کودکی) در معرض خواست و مبانی خود قرار می‌دهد. این امر تا دوران جوانی و بزرگسالی، از طریق دانشگاه‌ها ادامه دارد. از همین جهت، مناسب‌ترین گزینه برای حکومت‌ها به منظور جامعه‌پذیری شهروندان و آموزش مبانی مدنظر سیستم حکومتی است. این امر بطور قابل ملاحظه‌ای در مورد حکومت‌های کمونیستی گذشته، صادق است. از آنجا که پس از انقلاب‌های کمونیستی، حکومت‌ها با والدینی مواجه می‌شدند که در فضای متفاوتی رشد کرده بودند و جامعه‌پذیری خانواده‌ها، مطابق با خواست دولت‌های کمونیستی نبود، حکومت‌ها مجبور بودند از طریق سایر عوامل جامعه‌پذیری، از جمله نظام آموزشی، رسانه‌ها و سازمان‌های کودکان و جوانان، نسبت به جامعه‌پذیر کردن کودکان اقدام کنند (همان). این امر به روشنی در صحبت لنین مشهود است که می‌گوید: «تمام هدف آموزش و پرورش، تربیت و تعلیم جوانان امروز، باید این باشد که آنان را متخلق به اخلاق کمونیسم کند» (پیلکینگتون، ۱۳۸۰: ۸۰). رسانه‌ها از دیگر عوامل مهم در فرآیند جامعه‌پذیری هستند؛ بنحویکه لوسین پای رسانه‌های جمعی را مناسب‌ترین ابزار برای جامعه‌پذیری می‌داند (شارون، ۱۳۹۳: ۳). امروزه مطبوعات، رادیو، تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، به جزئی جدا نشدنی از زندگی مردم تبدیل شده‌اند که نقشی اساسی در جهت‌دهی به افکار مردم، آموزش شهروندان و تعیین اولویت‌ها زندگی سیاسی-اجتماعی شهروندان ایفا می‌کنند. در

صورتیکه رسانه‌ها در جهت مبانی مدنظر حکومت‌ها اقدام کنند، می‌توانند نقش چشمگیری در جامعه‌پذیری سیاسی شهروندان جوامع ایفا کنند. در مقابل، در صورتی که رسانه‌ها در جهت خلاف میل حکومت‌ها پیش بروند، می‌توانند به مانعی جدی در راستای جامعه‌پذیری سیاسی مدنظر حکومت‌ها تبدیل شوند. از آنجا که بحث درخصوص عوامل جامعه‌پذیری سیاسی بسیار گسترده است، در اینجا به توضیح سه عامل اساسی خانواده، نظام آموزشی و رسانه، اکتفا می‌کنیم. باتوجه توضیحات مطرح شده در رابطه با سه عنصر جامعه‌پذیر کننده، جامعه‌پذیر شوند و عامل جامعه‌پذیری، اکنون می‌توان فرآیند جامعه‌پذیری مطرح شده در شکل (۱) را بنحو زیر تکمیل نمود:



شکل (۲) فرآیند جامعه‌پذیری

۲- جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل

متفکرین حوزه روابط بین‌الملل، نظام بین‌الملل را جامعه‌ای متشکل از دولت‌ها، به مثابه شهروند و عضو این جامعه در نظر می‌گیرند. از این روی با وام‌گیری مفهوم جامعه‌پذیری از حوزه علوم اجتماعی و شکل‌دهی به استعاره‌ای تحت عنوان جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل به بررسی نقش روابط میان دولت‌ها و ساختار نظام بین‌الملل با شکل‌گیری یا تغییر هویت و رفتار دولت‌ها می‌پردازند. تا به امروز تعاریف مختلفی از جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل ارائه شده است. ایکنبری و کوپچان، جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل را فرآیند یادگیری می‌دانند که از طریق آن، هنجارها و ایده‌ها از یک دولت به دولت دیگر منتقل می‌شود (Ikenberry & Kupchan, 1990: 289). همچنین توماس ریس، بیان می‌کند: از آنجا که هویت سیاسی دولت‌ها، نه به صورت جداگانه، بلکه در ارتباط و تعامل با دیگر کشورها و بازیگران غیردولتی بین‌المللی شکل می‌گیرد، می‌توان مفهوم جامعه‌پذیری را فرآیند انتقال هنجارها از جامعه بین‌المللی به کشورهای عضو تعریف کرد (Risse & Et al, 1999: 11). الدرسون نیز جامعه‌پذیری دولت‌ها را به معنی درونی‌سازی هنجارهای موجود در نظام بین‌الملل قلمداد می‌کند (Alderson, 2001: 471). برخی محققان نیز دولت‌ها را به مثابه انسان‌ها تصور می‌کنند و ویژگی‌های انسانی را به آنان نسبت می‌دهند. در همین رابطه، ونت معتقد است که دولت‌ها نه تنها کنشگر واقعی هستند، بلکه وجود عینی نیز دارند و می‌توان ویژگی‌های انسانی همچون مبانی، آرزوها، هویت و منافع را به آنان نسبت داد (Wendt, 2004: 309). از این روی، نتیجه‌گیری می‌کنند که فرآیند جامعه‌پذیری حاکم بر روابط انسانی را می‌توان به روابط میان کشورها نیز تعمیم داد. بطور کلی، می‌توان گفت که فرآیند جامعه‌پذیری مورد اشاره در شکل ۱، درخصوص جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل نیز حاکم است. اما تفاوت در ماهیت و چیستی عنصر جامعه‌پذیر کننده، عنصر جامعه‌پذیر شونده و عامل جامعه‌پذیری است که در ادامه به توضیح ماهیت هر یک از سه عنصر مذکور در فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل می‌پردازیم.

۹۸

۲-۱- عنصر جامعه‌پذیر کننده در روابط بین‌الملل

مکاتب فکری و اندیشمندان مختلف روابط بین‌الملل، نظرات و دیدگاه‌های مختلفی درخصوص ماهیت و چیستی عناصر جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل دارند که در ادامه به بیان تعدادی از این نظریات درخصوص ماهیت عنصر جامعه‌پذیر کننده در فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل می‌پردازیم. واقع‌گرایان، ساختار نظام بین‌الملل را مادی، آنارشیک، غیرهنجاری و مبتنی بر قدرت می‌دانند. در چنین شرایطی اولویت اول دولت‌ها، حفظ بقا و امنیت خود است. لذا کشورهای قدرتمند، برای باقی ماندن در قدرت باید کشورهای ضعیف‌تر را مجبور به پیروی از خود کنند و در مقابل، کشورهای ضعیف‌تر برای حفظ امنیت، مجبور به پیروی

از قدرت‌ها هستند. از این‌روی، واقع‌گرایان جامعه‌پذیری را فرآیندی اجباری، تحمیلی، از بالا به پایین و ناشی از روابط قدرت می‌دانند.

بوزان معتقد است که فضای رقابتی موجود در نظام بین‌الملل، کشورها را مجبور می‌کند که از الگوهای موفق‌تر پیروی کنند. وی بر همین اساس، بیان می‌کند که در شرایط دو قطبی ناشی از جنگ سرد، کشورها مجبور به تبعیت از الگوهای سیاسی، اقتصادی و نظامی شوروی و یا آمریکا بودند. بوزان یکی از دلایل فروپاشی شوروی را، جامعه‌پذیری برخی کشورها از آمریکا می‌داند و بیان می‌کند که پس از فروپاشی شوروی، بسیاری از کشورهای مارکسیستی نیز تلاش کردند که به تبعیت از الگوهای ایالات متحده درآیند (Buzan & Et al, 1993: 23).

والتز و نوواقع‌گرایان، جامعه‌پذیری را از منظر ساختار نظام بین‌الملل بررسی می‌کنند و معتقدند که فشارهای ناشی از رقابت در فضای آنارشیک نظام بین‌الملل، منجر به جامعه‌پذیری دولت‌ها می‌شود (Waltz, 1997: 76). «نوواقع‌گرایان، معتقدند که در جریان فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل، کشورها با توجه به پاداش‌ها و مجازات‌هایی که در نتیجه رفتار خود، از نظام بین‌الملل دریافت می‌کنند، رفتار مناسب را انتخاب می‌کنند و این امر منجر به شکل‌گیری شباهت در رفتارهای آنان می‌شود» (مشیرزاده، ۱۳۸۴: ۱۱۵).

برخی از صاحب‌نظران معتقدند که هژمون، بازیگر اصلی نقش جامعه‌پذیرکننده، در فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل است. آنان معتقدند که پس از فروپاشی شوروی و پایان جنگ سرد، ایالات متحده آمریکا ۹۹ بعنوان هژمون، نقش اساسی را در فرآیند جامعه‌پذیری به عهده گرفت. «در نظم هژمونیک، دولت‌های مغلوب، مبانی و اصول هژمون را بعنوان مبانی و اصول معتبر شناسایی کرده و خود را با سیاست‌های مدنظر آن هماهنگ می‌سازند. این روش که در آن، اعمال اجباری قدرت، دلیل جامعه‌پذیری است، در راستای منافع هژمون قرار دارد؛ چراکه اعمال قدرت از طریق جامعه‌پذیری، با دوام‌تر و کم‌هزینه‌تر از اعمال قدرت صرف است» (چگنی‌زاده و پورآخوندی، ۱۳۹۳: ۱۵۱ به نقل از Schimmelfennig, 2006).

از طرف دیگر، نهادگرایان معتقدند که نهادهای بین‌المللی می‌توانند مناسب‌ترین جایگزین برای جامعه‌پذیری از طریق اعمال قدرت هژمون باشند (Börzel, 2003: 16).

سازهانگاران، محیط روابط بین‌الملل را محیطی نهادی و فرهنگی تصور می‌کنند و بر مفاهیمی همچون هویت، اقتناع، یادگیری و درونی‌سازی در فرآیند جامعه‌پذیری تأکید می‌کنند. «این محیط، مرکب از سه لایه نهادی رسمی (مانند سازمان ملل و رژیم کنترل تسلیحات)، لایه فرهنگ سیاسی (مانند قواعد حاکمیت و حقوق بین‌الملل) و لایه الگوی بین‌المللی مودت و خصومت است» (چگنی‌زاده و پورآخوندی، ۱۳۹۳: ۱۴۵). هریک از مکاتب فکری و نظریات ذکر شده، بر اهمیت بخشی از عناصر جامعه‌پذیر کننده تأکید دارند. لذا رویکرد

مدنظر در پژوهش حاضر، رویکردی تلفیقی، مبتنی بر ایفای نقش عوامل مختلف، از جمله هژمون و قدرت‌های بین‌المللی، ساختار و فرهنگ سیاسی نظام بین‌الملل، سازمان‌های بین‌المللی دولتی و غیردولتی و قواعد حاکم بر نظام بین‌الملل، بعنوان عنصر جامعه‌پذیر کننده در فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل است.

۲-۲- عنصر جامعه‌پذیر شونده در روابط بین‌الملل

مشخصا در فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل، منظور از عنصر جامعه‌پذیر شونده، دولت‌هاست. البته در نگرش سازه‌انگاران، ذیل مفهوم اهمیت دیپلماسی عمومی در جامعه‌پذیری، به جامعه‌پذیر بودن شهروندان و نخبگان جامعه هدف نیز اشاراتی شده است؛ اما از آنجا که مفهوم جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی در ادامه بیشتر مورد بحث قرار خواهد گرفت، فعلا از آن چشم‌پوشی می‌کنیم.

درخصوص اینکه مشخصا کدام دولت‌ها، عنصر هدف هستند، در میان مکاتب فکری مختلف، اختلاف نظراتی وجود دارد. واقع‌گرایان معتقدند، دولت‌هایی که برخلاف میل هژمون و قدرت‌های بین‌المللی عمل می‌کنند، عنصر جامعه‌پذیر شونده هستند. نهادگرایان، دولت‌های تازه تأسیس و دولت‌های انقلابی را جامعه‌پذیر شونده می‌دانند. نوواقع‌گرایان نیز از آنجا که معتقدند رقابت کشورها منجر به شکل‌گیری رفتار مشابه در میان آنان می‌شود، تقریبا تمام دولت‌ها را در حال جامعه‌پذیری و جامعه‌پذیری مجدد می‌خوانند. در نهایت سازه‌انگاران، از آنجا که جامعه‌پذیری را متأثر از فرهنگ سیاسی بین‌الملل می‌دانند، هر دولتی که مسیری مخالف قواعد حاکم بر نظام بین‌الملل و فرهنگ سیاسی رایج را در پیش بگیرد، عنصر جامعه‌پذیر شونده در نظر می‌گیرد. وجه اشتراک تمامی مکاتب فکری و نظریات درخصوص ماهیت عنصر جامعه‌پذیر شونده، دولت‌ها هستند. در حقیقت، در فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل، دولت‌ها به مانند انسان، دارای هویت، ویژگی، رفتار، فرهنگ و ایدئولوژی تصور می‌شوند و همانگونه که شهروندان یک جامعه از بدو تولد تا پایان زندگی در جریان فرآیند جامعه‌پذیری قرار می‌گیرند، دولت‌ها نیز به مثابه شهروندان نظام بین‌الملل، در معرض فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل هستند.

۲-۳- عوامل جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل

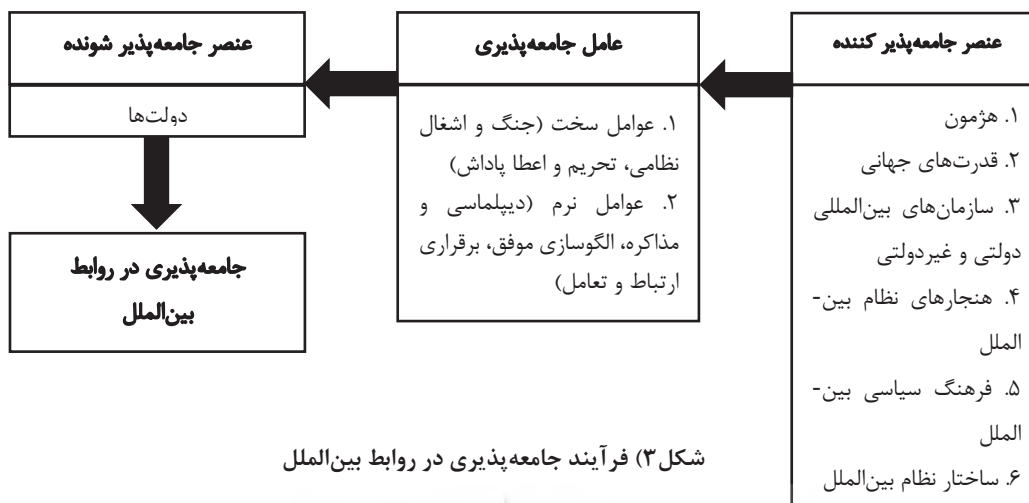
مکاتب فکری و محققین مختلف، نظریات متفاوتی درخصوص عوامل جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل دارند؛ اما بطور کلی می‌توان آنها را به دو دسته عوامل سخت و عوامل نرم تقسیم کرد. عوامل سخت جامعه‌پذیری، به عواملی اطلاق می‌شود که رویکرد اجباری دارند و حاکی از روابط قدرت میان کشورهاست؛ بنحویکه کشورهای قوی‌تر، کشورهای ضعیف‌تر را مجبور به پیروی از خواست خود می‌کنند. مقصود جامعه‌پذیر کننده در استفاده از عوامل سخت، تغییر ترجیحات دولت هدف و یا درونی‌سازی هنجارهای مدنظر خود نیست؛ بلکه مقصود، مجبور کردن دولت‌ها به کنار گذاشتن رفتار خود است. حمله و اشغال نظامی و اعمال تحریم، از نمونه عوامل

سخت جامعه‌پذیری هستند. کارگزار اعمال عوامل سخت، هژمون و قدرت‌های جهانی هستند. اقدامات آمریکا در ژاپن و آلمان، بعد از جنگ جهانی دوم و همچنین اشغال نظامی عراق در زمان ریاست جمهوری جورج بوش در ایالات متحده، از جمله نمونه‌های تلاش هژمون، به منظور جامعه‌پذیر کردن کشورها بوده است. در نمونه‌های مذکور، پس از سقوط دولت، هژمون مسئولیت جامعه‌پذیری کشور مغلوب را به عهده می‌گیرد و سعی می‌کند تا آن کشور را مطابق با خواست خود بازسازی کند.

استفاده از تحریم‌ها نیز بعد از جنگ سرد به یکی از ابزارهای اصلی، به منظور اعمال فشار، برای جامعه‌پذیر کردن دولت‌ها تبدیل شده است. این تحریم‌ها، از جانب سازمان‌های بین‌المللی و قدرت‌های برتر، به منظور تغییر رفتار کشورهای هدف بکار گرفته می‌شود. تحریم‌ها می‌توانند سیاسی، نظامی، اقتصادی، فرهنگی و یا در حوزه تکنولوژی و فناوری باشند.

هدف از اشغال نظامی و یا اعمال تحریم، تغییر تمایلات کشورها نیست؛ بلکه هدف آنها تغییر رفتار آنان است. از طرف دیگر، اعمال روش‌های سخت در جامعه‌پذیر کردن دولت‌ها، به نوعی هشدار به سایر دولت‌ها نیز هست که در صورت تخطی از هنجارهای مدنظر هژمون یا قدرت‌ها، چه پیامدهایی گریبانگیر آنان می‌شود. از این جهت، جامعه‌پذیری از طریق اعمال روش‌های سخت را می‌توان موقتی و ناپایدار دانست. عوامل نرم جامعه‌پذیری، برخلاف عوامل سخت، به دنبال تغییر ترجیحات و خواست دولت‌هاست. بنحویکه دولت‌ها، با

- خواست خود و به دور از اجبار، تصمیم به تغییر رفتار و پیروی از هنجارهای نظام بین‌الملل یا هژمون می‌گیرند. ۱۰۱
- درونی‌سازی هنجارها و اقتناع، از جمله اهداف جامعه‌پذیر کننده در استفاده از عوامل نرم است. اغلب صاحب‌نظران، استفاده از عوامل نرم به منظور جامعه‌پذیری را راهی مناسب‌تر و پایدارتر می‌دانند. گودمن و جینکز معتقدند که در اغلب موارد، جامعه‌پذیری در شرایط فقدان اجبار صورت پذیرفته است (Goodman & Jinks, 2005). بکارگیری دیپلماسی و مذاکره، الگو سازی موفق و برقراری رابطه و تعامل مثبت با کشور هدف، از جمله عوامل نرم در جامعه‌پذیری هستند. البته سازه‌انگاران بر مقوله یادگیری اجتماعی نیز تأکید دارند و معتقدند که با ایجاد تغییر در تمایلات شهروندان و نخبگان جوامع، می‌توان تمایلات دولت‌ها را نیز تغییر داد. در ادامه، ذیل بحث جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، بیشتر به این مبحث خواهیم پرداخت.
- باتوجه به موارد ذکر شده درخصوص ماهیت سه عنصر جامعه‌پذیر کننده، جامعه‌پذیر شونده و عامل جامعه‌پذیری، می‌توان فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل را بنابر شکل زیر تعریف کرد:



شکل ۳) فرآیند جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل

۳- جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی

همانطور که پیشتر اشاره شد، ذیل مفهوم جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل از دیدگاه سازه‌انگاری، اشاراتی به دیپلماسی عمومی شده است. سازه‌انگاران معتقدند که با اثرگذاری بر افکار نخبگان و یا تغییر نگرش عامه مردم، می‌توان بر ترجیحات و رفتار دولت‌ها نیز تأثیر گذاشت. به عبارتی، آنان معتقدند که تغییر در باورهای گروهی از شهروندان (به ویژه نخبگان) می‌تواند به تغییر کنش و سیاست خارجی دولت‌ها منجر شود (Alkoby, 2008: 171). از این روی، بکارگیری دیپلماسی عمومی راه، راه مناسبی برای جامعه‌پذیر کردن دولت‌ها می‌دانند. در حقیقت هدف از دیپلماسی عمومی راه، تغییر ترجیحات دولت‌ها و جامعه‌پذیر کردن آنان می‌دانند. در خصوص ماهیت و ابعاد جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، تا به امروز پژوهش قابل توجهی به انجام نرسیده است. معدود اشاراتی نیز که سازه‌انگاران به این مبحث داشته‌اند از چند ضعف برخوردار است. اولاً، آنها دیپلماسی عمومی را تا حد یکی از ابزارهایی که می‌تواند در جامعه‌پذیر کردن دولت‌ها مؤثر باشد، پایین می‌آورند؛ در صورتی که دیپلماسی عمومی، دارای ظرفیت کافی به منظور مطالعه و تحقیق بعنوان یک حوزه مجزا می‌باشد. ثانیاً، سازه‌انگاران صرفاً اشاراتی به دیپلماسی عمومی در جامعه‌پذیری داشته‌اند و توضیحی در خصوص ماهیت و چیستی، ابعاد، روند و چگونگی عملکرد آن نداشته‌اند. ثالثاً، مقصود نهایی سازه‌انگاران در اشاره به دیپلماسی عمومی، جامعه‌پذیر کردن دولت‌هاست؛ در صورتی که دیپلماسی عمومی، صرفاً به جامعه‌پذیر کردن دولت‌ها نمی‌انجامد و ممکن است دارای اهداف دیگری، از جمله کسب مشروعیت سیاسی، صدور ارزش‌ها، جهت‌دهی به افکار عمومی و جلب اعتماد عمومی باشد.

به هر صورت، در پژوهش حاضر، جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی بعنوان حوزه‌ای مستقل، مورد بررسی قرار می‌گیرد که دارای تفاوت‌های عمده، با دو مفهوم پیش ذکر جامعه‌پذیری و جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل است. به عبارت دیگر، برخلاف نظر محققینی که جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی را ذیل جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل تعریف می‌کنند، عناصر موثر در فرآیند جامعه‌پذیری، در میان این دو مفهوم دارای تفاوت‌های اساسی هستند. کاربرد جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی نیز فراتر از آن است که تا به امروز ذیل مفاهیم جامعه‌پذیر کردن دولت‌ها به آن پرداخته شده است. در ادامه به توضیح بیشتر درخصوص جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، اهمیت و کاربرد، عناصر مؤثر و تفاوت‌های آن با دو مفهوم پیش ذکر خواهیم پرداخت.

«اصطلاح دیپلماسی عمومی نخستین بار در سال ۱۹۶۵ توسط ادmond گولین بکار گرفته شد و به معنی ارتباطات معطوف به منافع ملی یک کشور، از طریق ارتباط با مردم خارج از مرزهای جغرافیایی تعریف شده است» (هادیان و احدی، ۱۳۸۸: ۹۰). در فرهنگ واژگان روابط بین‌الملل وزارت خارجه آمریکا، در تعریف دیپلماسی عمومی نوشته شده: «دیپلماسی عمومی به برنامه‌های تحت حمایت دولت اشاره دارد که هدف از آنها اطلاع‌رسانی یا تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی در کشورهای دیگر است. ابزار اصلی آن نیز انتشار متن، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی، رادیو و تلویزیون و اینترنت است» (US. Dep, 1987). همچنین، آژانس تبلیغات آمریکا، دیپلماسی عمومی را دیپلماسی از طریق درک توده‌های مردم سایر کشورها، ارسال پیغام برای آنان و فعالیت به منظور اثرگذاری بر آنان تعریف کرده است (Wolf & Rosen, 2004: 4). اسنوا و تیور نیز ۱۰۳ معتقدند که دیپلماسی عمومی در برگیرنده روش‌هایی است که دولت‌ها، افراد، گروه‌ها و نهادهای خصوصی، از طریق آن بطور مستقیم و غیرمستقیم بر افکار عمومی یک جامعه تأثیر می‌گذارند (Snow & Taylor, 2009).

بطور کلی می‌توان گفت دیپلماسی عمومی به افعال، اقدامات و برنامه‌هایی اطلاق می‌گردد که به منظور اثرگذاری و جهت‌دهی به افکار عمومی ملت‌ها طرح‌ریزی شده‌اند. بر همین اساس، اقدامات مختلف، اعم از فعالیت در حوزه رادیو، تلویزیون، فضای مجازی، روزنامه و مجلات (دیپلماسی رسانه‌ای)، سینما، موسیقی، ادبیات، معماری و هنر (دیپلماسی فرهنگی)، جذب دانشجوی، برگزاری نشست‌های علمی، کارگاه‌های علمی بین‌المللی و فراهم‌آوری فرصت‌های مطالعاتی (دیپلماسی آموزشی) و سایر موارد از این دست، همه بعنوان نمونه‌ها و زیرمجموعه‌هایی از دیپلماسی عمومی تلقی می‌شوند.

۳-۱- جامعه‌پذیری، شاخصی برای ارزیابی دیپلماسی عمومی دولت‌ها

اغلب محققان حوزه دیپلماسی عمومی، معتقدند که سیاست‌های دیپلماسی عمومی در مواجهه با شهروندان جوامع مختلف، متفاوت است و آثار آن نیز متوجه اشخاص مختلف، با دیدگاه‌ها و نظرات متفاوت و پراکندگی

گسترده است؛ در نتیجه، ارزیابی موفقیت‌آمیز بودن یا شکست خوردن سیاست‌های یک کشور در حوزه دیپلماسی عمومی، کاری دشوار است (هادیان و احدی، ۱۳۸۸: ۱۰۰). همچنین، تا به امروز شاخصی دقیق و مناسب برای ارزیابی دیپلماسی عمومی معرفی نشده و از این جهت در حوزه دیپلماسی عمومی با یک خلاء نظری مواجه هستیم.

به عقیده نگارنده، هدف از دیپلماسی عمومی، جامعه‌پذیر کردن شهروندان کشور هدف و مناسب‌ترین شاخص برای ارزیابی موفقیت‌آمیز بودن یا شکست خوردن اقدامات یک کشور در حوزه دیپلماسی عمومی، جامعه‌پذیری است. بنحویکه می‌توان گفت، اگر اقدامات رسانه‌ای، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و آموزشی مختلف یک دولت، در نهایت منجر به جامعه‌پذیری شهروندان کشور هدف شده است؛ پس آن کشور دارای دیپلماسی عمومی موفقیت‌آمیزی است و بالعکس. شیوه‌های تشخیص میزان جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی نیز، همان شیوه‌های تشخیص جامعه‌پذیری در جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و روانشناسی: یعنی استفاده از ابزارهای نظرسنجی، افکار سنجی و تحلیل داده‌ها است. در ادامه به بررسی ماهیت و ویژگی عناصر جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی می‌پردازیم.

۲-۳- عنصر جامعه‌پذیر کننده در دیپلماسی عمومی

مطابق آنچه تاکنون مورد بحث قرار گرفت، عنصر جامعه‌پذیر کننده در مفهوم جامعه‌پذیری مورد اشاره در جامعه‌شناسی، روانشناسی و علوم سیاسی، دولت‌ها و ارکان و عناصر وابسته به آن بعنوان نهاد رسمی، در کنار نهادهای غیررسمی هستند. در مفهوم جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل نیز عنصر جامعه‌پذیر کننده، باتوجه به رویکردهای فکری مختلف، هژمون و قدرت‌های جهانی، سازمان‌های بین‌المللی، حقوق بین‌الملل و فرهنگ سیاسی بین‌الملل خوانده شده است. در بحث پیرامون جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، مجدداً نقش دولت‌ها، به مثابه عنصر جامعه‌پذیر کننده، پر رنگ می‌شود. اگر در نگرش روابط بین‌المللی جامعه‌پذیری، هژمون و قدرت‌های جهانی، بواسطه برخورداری از قدرت سخت، دارای تأثیر چشمگیرتری نسبت به سایر دولت‌ها قلمداد می‌شدند؛ در دیپلماسی عمومی، یکایک دولت‌های عضو نظام بین‌الملل می‌توانند مؤثر واقع شوند. چراکه در اینجا، قدرت نرم، از اهمیت بیشتری برخوردار است و چه بسا کشوری که از قدرت نظامی چندانی برخوردار نباشد، اما بتواند اثرگذارتر از هژمون و قدرت‌های جهانی ظاهر شود.

یکایک دولت‌های عضو نظام بین‌الملل، می‌توانند به فراخور شرایط، ظرفیت‌های رسانه‌ای، فرهنگی و آموزشی خود را در راستای جامعه‌پذیر کردن شهروندان سایر جوامع بکار گیرند. با گسترش اینترنت و فراهم شدن شرایط ارتباط آسان جهانی، امروزه شاهد نزاع گسترده دولت‌های مختلف در حوزه دیپلماسی عمومی، با هدف جامعه‌پذیر کردن شهروندان یکدیگر هستیم. این جامعه‌پذیری می‌تواند با هدف مشروعیت‌بخشی به اقدامات

دولت‌ها، کسب حمایت مردمی از درون کشورها، الگوسازی از خود، منجی‌سازی از خود و افزایش نفوذ فرهنگی و سیاسی دولت‌ها باشد.

۳-۳- عنصر جامعه‌پذیر شونده در دیپلماسی عمومی

در دیپلماسی عمومی، همچون مفهوم جامعه‌شناسانه جامعه‌پذیری، مجدداً شهروندان بعنوان عنصر جامعه‌پذیر شونده تلقی می‌شوند؛ با این تفاوت که اینبار، شهروندان سایر کشورها هدف فرآیند جامعه‌پذیری هستند. به عبارت دیگر می‌توان گفت در نسبت مفهوم جامعه‌شناسانه جامعه‌پذیری با مفهوم روابط بین‌المللی جامعه‌پذیری، ما شاهد تغییر عنصر جامعه‌پذیر شونده از شهروندان کشورها که همان افراد و انسان‌ها هستند، به شهروندان نظام بین‌الملل، یعنی دولت‌ها بودیم. اما در نسبت مفهوم روابط بین‌المللی جامعه‌پذیری با جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، مجدداً شاهد تغییر عنصر جامعه‌پذیر شونده از دولت‌ها، به شهروندان افراد کشورها هستیم؛ با این تفاوت که اینبار شهروندان کشورهای دیگر، هدف جامعه‌پذیری هستند. در فرآیند جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، دولت‌ها تلاش می‌کنند تا با بکارگیری ظرفیت‌های مختلف دیپلماسی عمومی، شهروندان جوامع دیگر را متقاعد سازند تا هنجارها، اقدامات و سیاست‌های آنان را بپذیرند و درونی سازند.

همانگونه که پیشتر گفته شد، جامعه‌پذیری عبارت است از فرآیندی که در جریان آن، افراد با هنجارها، قواعد، الگوها، ارزش‌ها، قوانین و بایسته‌های زندگی در یک محیط اجتماعی آشنا می‌شوند و ضمن درونی‌سازی آنها، به تبعیت از این مبانی و اصول می‌پردازند. بر همین مبنا، در قدم اول، هدف از جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، آشنایی شهروندان سایر کشورها با هنجارها، سیاست‌ها، مبانی دولت جامعه‌پذیر کننده است. در قدم دوم، درونی‌سازی هنجارها مورد نظر است و در قدم سوم، پذیرش و تبعیت شهروندان جامعه هدف از مبانی و اصول عنصر جامعه‌پذیر کننده مورد نظر است.

۳-۴- عوامل جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی

از جمله رایج‌ترین عوامل جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، می‌توان به ابزارهای رسانه‌ای همچون رادیو، تلویزیون، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، روزنامه‌ها و مجلات، تحت عنوان کلی دیپلماسی رسانه‌ای؛ ابزارهای فرهنگی همچون سینما، موسیقی، ادبیات، معماری و هنر، تحت عنوان کلی دیپلماسی فرهنگی و ابزارهای آموزشی مانند جذب دانشجویان خارجی، اعطا بورسیه تحصیلی، فراهم‌آوری فرصت‌های مطالعاتی برای اساتید و محققان و برگزاری نشست‌های علمی مشترک با کشور هدف، تحت عنوان کلی دیپلماسی آموزشی، اشاره کرد.

۳-۴-۱- دیپلماسی رسانه‌ای

امروزه دیپلماسی رسانه‌ای بعنوان یکی از در دسترس‌ترین و اثرگذارترین شیوه‌های دیپلماسی عمومی، شناخته می‌شود. ایبو هرگونه استفاده از رسانه، در راستای بیان و ترویج سیاست خارجی را دیپلماسی رسانه‌ای تعریف می‌کند (Ebo, 1996: 44). رسانه‌ها، پایگاه‌های خبری، ژورنال‌ها، شبکه‌های اجتماعی، رادیو و تلویزیون، از جمله اصلی‌ترین منابعی هستند که تصورات انسان‌ها را از جهان خارج، شکل می‌دهند. بر همین اساس، سث معتقد است، آنچه که انسان‌ها درباره واقعیت‌ها می‌دانند، همان است که در تصورات رسانه‌ای ساخته می‌شود (Seth, 2004: 36). نقش و اهمیت رسانه‌ها در دنیای امروز تا حدی است که پطرس غالی، دبیرکل اسبق سازمان ملل متحد، از اینکه سی‌ان‌ان عضو شانزدهم شورای امنیت است، شکوه می‌کرد (Minear & Et al, 1996: 4). احداث شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی به زبان‌های خارجی، انتشار نشریات و ایجاد وب سایت‌ها و صفحات مختلف در شبکه‌های اجتماعی به زبان‌های خارجی، از جمله اقدامات رسانه‌ای کشورها در راستای دیپلماسی عمومی است.

۳-۴-۲- دیپلماسی فرهنگی

بکارگیری دیپلماسی فرهنگی، هرچند نیاز به برنامه‌ریزی بلند مدت و صرف انرژی بیشتر، نسبت به سایر زیرمجموعه‌های دیپلماسی عمومی دارد؛ اما جامعه‌پذیری حاصل از دیپلماسی فرهنگی، عمیق‌تر و با دوام‌تر است. سینما و موسیقی بومی کشورها، سبک زندگی، ادبیات، تاریخ، هنر و معماری منحصر به فرد کشورها، شرایط را برای بکارگیری دیپلماسی فرهنگی، از جانب تمامی دولت‌های عضو نظام بین‌الملل فراهم ساخته است. از این جهت است که گفته می‌شود کارایی ابزارهای دیپلماسی فرهنگی، به قدری است که کشورهای فاقد مؤلفه‌های قدرت‌آفرینی سیاسی، نظامی و اقتصادی فوق‌العاده نیز می‌توانند با استفاده از ابزارهای فرهنگی، با افکار عمومی ملت‌ها ارتباط برقرار کنند؛ در شرایطی که هزینه و انرژی کمتری صرف کرده و در مقابل اثرگذاری بیشتری به همراه داشته باشند (کچوئیان، ۱۳۹۱: ۱۲).

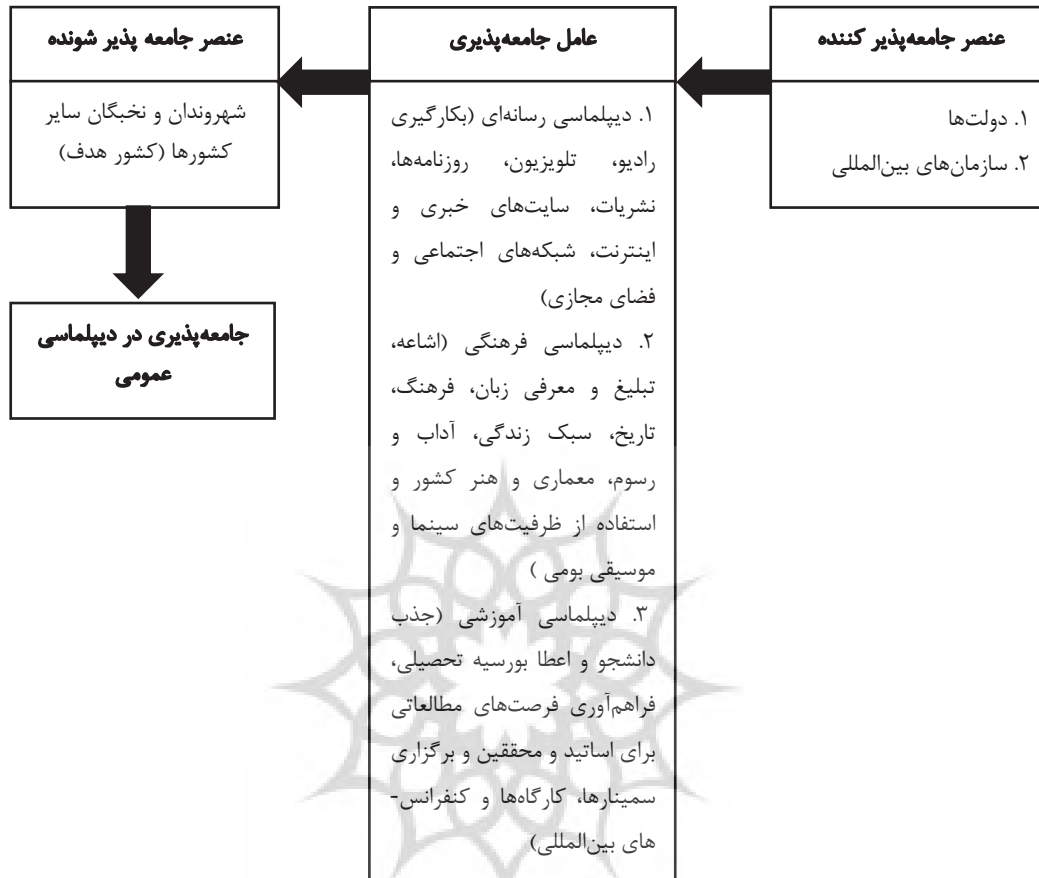
فریزر معتقد است که قدرت نرم از فرهنگ سرچشمه می‌گیرد و از این روی، منابع فرهنگی ایالات متحده آمریکا از جمله سینما، موسیقی و سبک زندگی آمریکایی را بعنوان مؤلفه‌های اساسی قدرت نرم ایالات متحده آمریکا معرفی می‌کند. فریزر معتقد است که در طول جنگ جهانی اول، چارلی چاپلین یکی از قدرتمندترین سفیران آمریکا بود و در جنگ جهانی دوم، میکی موس و دانلد داک، دیپلماسی دیزنی لندن را برای گسترش ارزش‌های آمریکایی در سراسر جهان به ارمغان آوردند. او همچنین برندهای ورزشی مانند نایکی، موسیقی آمریکایی مانند انواع موسیقی پاپ، سبک زندگی و غذاهای آمریکایی مانند کوکاکولا، انواع فست فود و مک دونالدز را از جمله ظرفیت‌های فرهنگی ایالات متحده که منجر به شکل‌دهی قدرت نرم آن شده است، معرفی می‌کند (Fraser, 2005).

اشاعه، ترویج و آموزش زبان، یکی از روش‌های کارآمد و ماندگار در حوزه دیپلماسی فرهنگی است. چراکه شهروندان جوامع، پس از یادگیری زبان خارجی یک کشور، به سمت موسیقی، ادبیات، سینما و فرهنگ آن کشور نیز تمایل پیدا می‌کنند و این امر منجر به جامعه‌پذیری شهروندان می‌شود. از این روی، یکی از اولین اقدامات دولت‌های استعمارگر، در راستای جامعه‌پذیر کردن شهروندان کشورهای مورد استعمار، حاکم کردن زبان خود، بر آن کشور بوده است. بر همین اساس، لئونارد معتقد است که دیپلماسی فرهنگی، علاوه بر اینکه موجب آشنایی مردم با کشوری دیگر می‌شود، با خلق ادراک مثبت نسبت به آن، قابلیت خرید محصولات انگلیسی زبان، فهم، تصدیق و رعایت آداب و رسوم و سیاست‌ها به زبان انگلیسی را نیز بالا می‌برد (Leonard & Et al, 2002: 10).

۳-۴-۳- دیپلماسی آموزشی

همانگونه که درخصوص عوامل جامعه‌پذیری مدنظر جامعه‌شناسان نیز گفته شد، آموزش، تعلیم و تربیت، مدارس و دانشگاه‌ها، از اصلی‌ترین عوامل جامعه‌پذیر کردن شهروندان هستند. در حوزه دیپلماسی عمومی نیز، سال‌هاست که کشورها با جذب دانشجویان و اعطا بورسیه، علی‌الخصوص به کشورهای کمتر توسعه یافته، سعی در آموزش شهروندان سایر کشورها و نهادینه‌سازی هنجاری‌های مدنظر خود داشته‌اند. در همین رابطه، موسسه مطالعاتی آمریکایی بروکینگز در گزارشی تحت عنوان "صدای آمریکا: دیپلماسی عمومی آمریکا برای قرن ۲۱" ضمن بیان اهمیت اصلاحات ساختاری در راهبرد دیپلماسی عمومی آمریکا می‌نویسد: «تعاملات شخصی و ۱۰۷ آموزشی، از موثرترین شیوه‌هایی است که ما برای برقراری ارتباط با جوامع خارجی در اختیار داریم ... دولت ما باید در سطح جهان، اعلام کند که آمریکا پذیرای دانشجویان، گردشگران، تاجران، محققان و سایر مهمان‌های خیرخواه است» (کریستین، ۱۳۸۸: ۱۴۰). باتوجه به موارد ذکر شده درخصوص سه عنصر جامعه‌پذیر کننده، جامعه‌پذیر شونده و عوامل جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، شکل زیر بیانگر فرآیند جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی است:

رتال جامع علوم انسانی



شکل ۴) فرآیند جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی

نتیجه‌گیری

هدف اصلی دیپلماسی عمومی، جامعه‌پذیر کردن شهروندان کشور هدف است. لذا مفهوم جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، شاخصی مناسب برای ارزیابی موفقیت آمیز بودن یا شکست خوردن سیاست‌های یک دولت در حوزه دیپلماسی عمومی است. بنحویکه اگر سیاست‌های یک دولت در حوزه دیپلماسی عمومی، منجر به جامعه‌پذیری شهروندان کشور هدف شود، می‌توان گفت آن دولت، دیپلماسی عمومی موفق را بکار گرفته و بالعکس. ماهیت عناصر اصلی جامعه‌پذیری، در میان رویکردهای جامعه‌شناسانه و روابط بین‌المللی جامعه‌پذیری و مفهوم جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی، متفاوت است. جدول زیر، ضمن بیان خلاصه‌ای از بحث‌های صورت گرفته، تفاوت ماهیت عناصر جامعه‌پذیری در میان رویکردهای مختلف را نشان خواهد داد:

جدول (۲) مقایسه مفاهیم مختلف جامعه‌پذیری

جامعه‌پذیری در دیپلماسی عمومی	جامعه‌پذیری در روابط بین‌الملل	جامعه‌پذیری	
<p>۱. دولت‌ها</p> <p>۲. سازمان‌های بین‌المللی دولتی و غیردولتی</p>	<p>۱. هژمون</p> <p>۲. قدرت‌های جهانی</p> <p>۳. سازمان‌های بین‌المللی دولتی و غیردولتی</p> <p>۴. هنجارهای نظام بین‌الملل</p> <p>۵. فرهنگ سیاسی بین‌الملل</p> <p>۶. ساختار نظام بین‌الملل</p>	<p>۱. نهادهای رسمی (قانون اساسی، مقررات، توافق‌نامه‌ها، اساس‌نامه‌ها، نهادهای حاکمیتی و قانونگذاری)</p> <p>۲. نهادهای غیررسمی (آداب و رسوم، هنجارها، اخلاق، فرهنگ، مذهب، ایدئولوژی)</p>	جامعه‌پذیر کننده
<p>شهروندان جوامع دیگر (جامعه هدف)</p>	دولت‌ها	شهروندان جامعه خود	جامعه‌پذیر شونده
<p>۱. دیپلماسی رسانه‌ای (بکارگیری رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها، مجله‌ها، سایت‌های خبری و اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی)</p> <p>۲. دیپلماسی فرهنگی (اشاعه، تبلیغ و معرفی زبان، فرهنگ، تاریخ، سبک زندگی، آداب و رسوم، معماری و هنر کشور و استفاده از ظرفیت‌های سینما و موسیقی بومی)</p> <p>۳. دیپلماسی آموزشی (جذب دانشجو و اعطا بورسیه تحصیلی، فراهم‌آوری فرصت‌های مطالعاتی برای اساتید و محققین و برگزاری سمینارها، کارگاه‌ها و کنفرانس‌های بین‌المللی)</p>	<p>۱. عوامل سخت (جنگ و اشغال نظامی، تحریم و اعطا پاداش)</p> <p>۲. عوامل نرم (دیپلماسی و مذاکره، الگوسازی موفق، برقراری ارتباط و تعامل)</p>	<p>۱. خانواده</p> <p>۲. نظام آموزشی</p> <p>۳. رسانه</p> <p>۴. نهاد دین</p> <p>۵. گروه‌های همسالان و دوستان</p> <p>۶. احزاب و جنبش‌های سیاسی</p> <p>۷. کارگزاران حکومتی</p> <p>۸. سیستم حکمرانی</p> <p>۹. رخدادهای سیاسی و اجتماعی</p> <p>۱۰. شرایط فرهنگی</p> <p>۱۱. قوانین و مقررات</p> <p>۱۲. رویکرد نخبگان</p> <p>۱۳. محیط زندگی</p>	عامل جامعه‌پذیری

آشنایی شهروندان سایر کشورها با هنجارهای دولت جامعه‌پذیر کننده، مشروعیت‌بخشی به اقدامات دولت جامعه‌پذیر کننده، کسب حمایت مردمی، الگوسازی از خود، منجی‌سازی از خود و افزایش نفوذ فرهنگی و سیاسی	اجبار به تغییر رفتار یا تلاش برای تغییر ترجیحات دولت‌های تازه تأسیس، انقلابی یا مخالف هنجارهای هم‌مون یا نهادهای بین‌المللی	آشنایی شهروندان جامعه با قواعد، الگوها، ارزش‌ها، قوانین و هنجارهای زندگی در محیط جامعه و درونی‌سازی آنها	هدف جامعه‌پذیری
---	---	--	------------------------

فهرست منابع

فارسی:

- ۱- آرون، ریمون، (۱۳۷۲)، *مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی*، ترجمه: باقر پرهام، تهران: انتشارات آموزش انقلاب اسلامی.
- ۲- آقا نظری، حسن، (۱۳۹۵)، «تبيين چيستى نهاد و استلزامات آن در علوم اجتماعى»، *فصلنامه روش‌شناسی علوم انسانی*، س ۲۲، ش ۸۶.
- ۳- استاد رحیمی، رضا، (۱۳۷۸)، «جامعه‌پذیری، سرمایه اجتماعی و توسعه سیاسی»، *فصلنامه جامعه سالم*، ش ۴۰.
- ۴- برگر، پیترو و لاکمن، توماس، (۱۳۸۷)، *ساخت اجتماعی واقعیت*، ترجمه: فریبرز مجیدی، تهران: نشر علمی و فرهنگی.
- ۵- پیلکینگتون، هیلاری (۱۳۸۰)، *فرهنگ جوانان روسیه: سازندگان و ساخته شدگان یک ملت*، ترجمه: علی‌اکبر تاج مزینانی و حسین ملانظر، تهران: انتشارات سازمان ملی جوانان.
- ۶- تاج مزینانی، علی‌اکبر (۱۳۸۲)، «جامعه‌پذیری سیاسی جوانان»، *فصلنامه مطالعات جوانان*، س ۱، ش ۳.
- ۷- چگنی‌زاده، غلامعلی و پورآخوندی، نادر (۱۳۹۳)، «جامعه‌پذیری دولت در نظریه‌های روابط بین‌الملل» *فصلنامه مطالعات راهبردی*، س ۱۷، ش ۳.
- ۸- چیلکوت، رونالد (۱۳۷۷)، *نظریه‌های سیاست مقایسه‌ای*، ترجمه: وحید بزرگی و علیرضا طیب، تهران: انتشارات رسا.
- ۹- خواجه سروی، غلامرضا (۱۳۹۴)، «عوامل مؤثر بر جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی ایران» *فصلنامه جستارهای سیاسی معاصر*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، س ۶، ش ۴.
- ۱۰- راش، مایکل (۱۳۹۳)، *جامعه و سیاست: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی*، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: انتشارات سمت.

- ۱۱- روسک، جوزف و وارن، رولند (۱۳۶۹)، *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی*، ترجمه: بهروز نبوی و احمد کریمی، تهران: کتابخانه فروردین.
- ۱۲- شارون، جوئل (۱۳۹۳)، *ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی*، ترجمه: منوچهر صیوری، تهران: نشر نی.
- ۱۳- قوام، عبدالعلی (۱۳۷۳)، *توسعه سیاسی و تحول اداری*، چ ۲، تهران: نشر قومس.
- ۱۴- کچوئیان، جواد (۱۳۹۱)، «تأثیرات متقابل دیپلماسی رسمی و دیپلماسی عمومی»، *همشهری دیپلماتیک*، ش ۶۷.
- ۱۵- کریستنسن، ریو میلارد و مک ویلیامز، رابرت اون (۱۳۶۵)، *صدای مردم*، ترجمه: محمود عنایت، تهران: انتشارات کتابسرا.
- ۱۶- کریستین، لرد (۱۳۸۸)، «دیپلماسی عمومی آمریکا»، ترجمه: محمد فرجیان، *فصلنامه مطالعات سیاسی ناجا*، س ۳، ش ۱.
- ۱۷- مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۴)، *تحول در نظریات روابط بین‌الملل*، تهران: انتشارات سمت.
- ۱۸- نورث، داگلاس سسیل (۱۳۷۷)، *نهادهای، تغییرات نهادی و عملکرد اقتصادی*، ترجمه: محمدرضا معینی، تهران: سازمان برنامه و بودجه.
- ۱۹- هادیان، ناصر و احدی، افسانه (۱۳۸۸)، «جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی»، *فصلنامه بین‌المللی روابط خارجی*، س ۱، ش ۳.
- ۲۰- هورر، استوارت و لاندبای، نات (۱۳۸۲)، *بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*، ترجمه: مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

لاتین:

- 21- Alderson, Kai, (2001). *Making sense of state socialization*, Cambridge University Press.
- 22- Alkoby, Asher, (2008). "Theories of Compliance with International Law and the Challenge of Cultural Difference", *Journal of International Law and International Relations*.
- 23- Almond, Gabriel.A & Powell, Jr.G.Bingham (1966). *Comparative Politics: A developmental approach*, Boston: Little, Brown and Company.
- 24- Börzel, Tanja A, (2003). *Why Do States not Obey the Law? Lessons from the European Union*, University of Heidelberg, Institute of Political Science.
- 25- Buzan, Barry, Jones, Charles & Little, Richard, (1993). *The Logic of Anarchy: Neorealism to Structural Realism*, Columbia University Press.
- 26- coleman, James Smoot, (1965). *Education and political development*, Princeton University Press.

- 27- Ebo, Bosah, (1996). *Media diplomacy and foreign policy*, Ablex Publishing Corporation.
- 28- Fraser, Matthew, (2005). *Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire*, Thomas Dunne Books.
- 29- Goodman, Ryan & Jinks, Derek, (2005). "International Law and State Socialization: Conceptual, Empirical, and Normative Challenges," *Duke Law Journal*.
- 30- Ikenberry, G, John & Kupchan, Charles A, (1990). *Socialization and Hegemonic Power*, The MIT Press.
- 31- Langton, Kenneth.p, (1997). *Political Socialization*, Oxford University Press.
- 32- Leonard, Mark & Stead, Catherine & Smewing, Conrad, (2002). *Public Diplomacy*, Foreign Policy Center.
- 33- Minear, Larry & Scott, Colin & Weiss, Thomas G, (1996). *The News Media, Civil War, and Humanitarian Action*, Lynne Rienner Pub.
- 34- Risse, Thomas, Ropp, Stephen C & Sikkink, Kathryn, (1999). *The Power of Human Rights: International Norms and Domestic Change*, Cambridge University Press.
- 35- Scruton, Roger, (2007). *The Palgrave Macmillan Dictionary of Political Thought*, London: Palgrave Macmillan.
- 36- Seth, (2004). *Post-Modern Magick*, IUniverse, Inc.
- 37- Snow, Nancy & Taylor, Philip M, (2009). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, University of Southern California.
- 38- United States, Department of State, Library, (1987). *Dictionary of international relations terms*.
- 39- Waltz, Kenneth N, (1979). *Theory of International Politics*, Addison-Wesley Publishing Company.
- 40- Wendt, Alexander, (2004). *The State as Person in International Theory*, Cambridge University Press.
- 41- Winter, Herbert R & Bellows, Thomas J, (1985). *People and Politics: An Introduction to Political Science*, Wiley.
- 42- Wolf, Charles & Rosen, Brian, (2004). *Public diplomacy: How to Think about and Improve it*, Rand Corporation.