

فرهنگ و دیپلماسی؛

بررسی یک موضوع

گفتگوی دیجیتالی* با دکتر یونس شکرخواه،
استاد دانشگاه و محقق ارتباطات بین‌الملل

یادکرد

دکتر یونس شکرخواه، برای کسانی که در زمینه ارتباطات اجتماعی مطالعه می‌کنند، نامی آشناست. پژوهشگاه علوم انسان و مطالعات فرهنگی وی از آن دسته افرادی است که مطالعات نظری را با کار علمی در زمینه روزنامه‌نگاری پیوند داده است. تحقیق‌ها و ترجمه‌های وی به ویژه در بُعد بین‌المللی ارتباطات، اهمیت دارد.

شکرخواه از دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی مدرک کارشناسی ارشد و دکتری ارتباطات اجتماعی دارد. از جمله فعالیت‌های وی می‌توان از موارد زیر یاد کرد:

دبیر سرویس خارجی یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار، نقش مؤثر در راه‌اندازی چند نشریه هفتگی، مساعدت در راه‌اندازی یک نشریه تخصصی،

* این گفتگو توسط دبیر تحریریه فصلنامه از طریق اینترنت انجام شده است.

عضو شورای سردبیری «کتاب هفته»، ترجمه چندین کتاب در زمینه ارتباطات بین‌المللی، تدریس در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده صداوسیما و دوره‌های آموزشی سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی.

مشروح گفتگو با ایشان در پی می‌آید.

جایگاه رسانه‌های گروهی در فرهنگ‌سازی چیست؟

علی‌القاعده اگر فرهنگ را مجموعه ویژگی‌هایی بدانیم که جوامع را مشخص و متمایز می‌سازند و در درون خود هم خرده فرهنگ‌هایی دارند، نمی‌توانیم به نقش رسانه‌ها در این زمینه بی‌توجه باشیم.

فرهنگ موجود دیگر مثل گذشته‌ها فقط درباره زمین و جغرافیا معنی نمی‌یابد. به نظر می‌رسد حالا که وسائل ارتباط جمعی نقش عظیمی در تغییرات فرهنگی دارند، در واقع رابطه فرهنگ و جغرافیا، یا رابطه فرهنگ و زمین از هم گسیخته شده است و رسانه‌ها نوعی فرهنگ توده یا Mass Culture را به وجود آورده‌اند. به نظر من در گذشته برای تغییرات و دگرگونی فرهنگی کاملاً ضروری بود که فرد تغییر مکان بدهد تا در معرض فرهنگ‌های دیگر و در واقع در حالت تأثیرپذیری یا تأثیرگذاری قرار گیرد، اما حالا افراد در خاک خودشان با رسانه‌های نوین و فراگیر به مهاجرت کشانده می‌شوند و بی‌آن که تغییر مکان جغرافیایی بدهند، در معرض پیام‌های گوناگون قرار می‌گیرند، در معرض پیام‌ها و تصاویری که به دگرگون‌سازی فرهنگی گیرندگان این پیام‌ها منجر می‌شود.

یعنی در واقع، فرهنگ، اجتماعی شده است و از این طریق منتقل می‌شود؟

بله، فرهنگ از طریق اجتماعی شدن به دیگر گروه‌ها و گروه‌های جدید اجتماعی منتقل می‌شود و در این میان رسانه‌ها نقش شگفت‌انگیزی یافته‌اند. رسانه‌ها اکنون عناصر فرهنگی را به نهاد تبدیل می‌کنند و انتقال سریع همین نهادها است که به گسست رابطه زمین و فرهنگ انجامیده است.

فرهنگ و دیپلماسی: بررسی یک موضوع

رسانه‌ها در عین حال می‌توانند مفاهیم و سازه‌های فرهنگی را حفظ کنند، یا به اشاعه آن‌ها همت گمارند و یا به خلق مقولات فرهنگی پردازند. البته بیشترین رسانه‌ها ابتدا اشاعه فرهنگی را دنبال می‌کنند که در عمل به تخریب فرهنگ رقیب می‌انجامد.

با توجه به توضیحاتی که دادید، نقش فرهنگ در دیپلماسی چیست؟

- به نظر من ظرفیت فرهنگ از طریق رسانه‌ها گسترش یافته است. اما این گسترش ظرفیت، متأسفانه صرفاً در مجرای تجارت‌گرایی و یا سلطه‌گرایی جاری شده است. من فکر می‌کنم فرهنگ محصول شرایط اجتماعی است اما حالا این رسانه‌ها و دیپلماسی‌های رسانه‌ای است که به آن شکل می‌دهد. البته نهادهای بین‌المللی هم دست به کار شده‌اند.

درباره «تجارت‌گرایی» و «سلطه‌گرایی» توضیحی بفرمایید.

- از جنبه تجارت‌گرایی، به نظر می‌رسد مطالعات مکتب فرانکفورت در این باره جالب باشد، آنان می‌گویند سرمایه‌داری با سیاست‌های خودش پدیده‌ای به نام صنایع فرهنگی به وجود آورده که کارش تجارت و سوداگری و در عین حال تخدیر جوامع است.

اما از جنبه سلطه‌گرایی، در دیپلماسی معطوف به قدرت به ویژه در دیپلماسی قدرت‌های نظامی و اقتصادی، اقتداربخشی به فرهنگ حاکم در جهت حفظ وضع موجود یک هدف ثابت است که پیوسته تعقیب می‌شود. این تفکر تا آن جا جلو می‌رود که می‌گوید قدرت دیپلماسی هر کشور دقیقاً به اندازه قدرت آن کشور در «انگاره‌سازی» است، یعنی این که اگر کشوری نمی‌تواند انگاره‌ای متفاوت از خود نشان دهد، نمی‌تواند در سیاست خارجی موفق باشد، این انگاره‌سازی‌ها هم همه از طریق رسانه‌ها است و همین انگاره‌سازی‌های رسانه‌ای است که دولت‌ها را در فشار می‌گذارد و آنان را به اعلام مواضع و یا تصمیمات ناخواسته می‌کشاند.

امروزه رابطه فرهنگ و جغرافیا، یا رابطه فرهنگ و زمین از هم گسیخته شده و رسانه‌ها نوعی فرهنگ توده یا "Mass Culture" را به وجود آورده‌اند. و در این میان، نهادهای بین‌المللی چه می‌شود؟ - نهادهای بین‌المللی یکی از موارد مهم، طرح

اقدام است که به یونسکو است و سیاست‌های فرهنگی را در چارچوب توسعه دنبال می‌کند البته یونسکو چندین همایش هم در زمینه تنوع فرهنگی برگزار کرده و وزیران فرهنگ عضو خود را به مباحث فرهنگ، خلاقیت و تنوع فرهنگی کشانده است. حتی اخیراً بانک جهانی هم خود را به مفهوم فرهنگ از نظر یونسکو نزدیک و اعلام کرده است که فرهنگ را به عنوان جزئی از توسعه پایدار به رسمیت می‌شناسد. کشورهای گروه هفت هم بر ضرورت حفظ فرهنگ و زبان در بنیانه اصول جامعه اطلاعاتی که در سال ۹۵ در بروکسل صادر شد، تأکید کرده‌اند. همین طور شورای اروپا که بر مفهوم «فرهنگ اروپایی» تأکید می‌کند و با اتحادیه اروپا که گسترش فرهنگ دیداری - شنیداری خود را یک ضرورت خوانده است. و یا حتماً اطلاع دارید که سازمان کشورهای آمریکایی (OAS) اعلام کرده است که فرهنگ را نیروی محرکه برادری در میان این حوزه می‌داند. در هر صورت همه این نهادها خوبی برای درک جایگاه فرهنگ در دیپلماسی است.

با توجه به تحولات چشمگیر ارتباطات (نرم افزار و سخت افزار)، ابزارهای مؤثر برای پیشبرد سیاست خارجی چیست؟

- هیچ چیزی نمی‌تواند به عنوان ابزار سیاست خارجی پر قدرت تر از رسانه‌ها عمل کند. به نمونه سی.ان.ان نگاه کنید. سی.ان.ان به آترناتیو سازمان ملل تبدیل شده است، آیا ممکن است دوربین‌های سی.ان.ان بر یک بحران متمرکز شوند و آن بحران به دستور جلسه سازمان ملل تبدیل نشود؟ چرا عده‌ای سی.ان.ان را بازوی فرهنگی - سیاسی آمریکا می‌دانند؟ به نظر من رسانه‌ها، هم اهداف تازه سیاست خارجی هستند و هم ابزار سیاست‌های خارجی. رسانه‌ها اکنون، به خصوص ابزاری مثل اینترنت هم مسائل محلی (local) را به سرعت به مسائلی جهانی (global) و هم مسایل جهانی را به سرعت به

مسائلی محلی تبدیل می‌کنند و این حالت دوسویه باعث شده است که نهادهای فرهنگی هم به سرعت به تغییر نقش و تغییر راهبرد ناچار شوند و این اصلی‌ترین کانون زلزله فرهنگی در عرصه روابط بین‌المللی است. به نظر می‌رسد دشوارترین وظیفه دولت‌ها در شرایط کنونی مهندسی تغییرات فرهنگی باشد. این چالش، به خصوص آن دسته از دولت‌ها را زودتر از پا درمی‌آورد که بدون ابزارهای رسانه‌ای در عرصه بین‌المللی هستند. دولت‌هایی که چنین ابزارهایی را ندارند، نخست این که اصلاً نمی‌توانند فرضیات سیاسی و فرهنگی خودشان را شفاف کنند و دیگر آن که نمی‌دانند حلقه وصل یا پل انتقال مسائل محلی به جهانی و یا برعکس در کجا قرار دارد. چنین دولت‌هایی از فرصت‌های فن‌آورانه بی‌خبر می‌مانند و در عین حال در معرض مخاطرات فن‌آورانه قرار می‌گیرند. به نظر من چنین دولت‌هایی حتی نمی‌توانند تمایزهای فرهنگی خودشان را حفظ کنند، چه برسد به تولید نهادهایی که بتوانند حافظ این تمایزها باشند. نباید در این نکته تردید کرد که در دنیای معاصر سیاست خارجی، رسانه‌های بزرگ ابزارهای تقویت گلوبالیسم، رسانه‌های کوچک ابزارهای تقویت کشورهای پیرامونی، جنوبی، رو به توسعه، جهان سومی - و یا هر چه آن‌ها را بنامیم - و بالاخره رسانه‌های متوسط هم ابزارهای تقویت جوامع هم‌اندیش در سطح منطقه‌ای هستند. به اعتقاد من رسانه‌های نوین اصلی‌ترین ابزارهای سیاست خارجی هستند، هیچ کس حالا تردیدی ندارد که این اینترنت بود که یک‌تنه اجلاس سازمان تجارت جهانی در شهر سیاتل را شکست داد و گرنه همه رسانه‌های اصلی یا همان *mainstreams* حامی اجلاس سیاتل بودند. رسانه‌های نوین نه تنها توانسته‌اند سیاست خارجی را مقوله‌ای مهم جلوه دهند بلکه نحوه راهبری آن را هم تغییر داده‌اند. من فکر می‌کنم قدرت جهانی هر کشوری در استعداد دیپلماسی آن کشور در ایجاد هویت ملی و ایجاد تصویر مکمل بین‌المللی برای آن هویت ملی نهفته است. من می‌خواهم چنین نتیجه‌گیری کنم که پویایی دیپلماسی رسانه‌ای یک پای ارزیابی پویایی سیاست خارجی است و شاید بهتر باشد بگویم حالا رسانه‌ها مأموریت وزارت امور خارجه و دفاع کشورها را برعهده گرفته‌اند.

آیا می‌توان در قرن بیست و یکم، فرهنگ را یکی از مفاهیم قدرت و امنیت دانست؟

بله با توضیح‌هایی که دادم قطعاً همین طور است. ما قبلاً اصطلاح اقتصاد سیاسی را

داشتیم ولی فرانسوا
میتران رئیس جمهور
فرانسه، عبارت «اقتصاد
سیاسی فرهنگ» را باب
کرد. ما حتی در ادبیات

اکنون افراد در خاک خودشان با رسانه‌های نوین به
مهاجرت کشانده می‌شوند و بی آن که تغییر مکان
جغرافیایی بدهند، در معرض پیام‌های گوناگون قرار
می‌گیرند.

روابط بین الملل عباراتی مثل «امپریالیسم فرهنگی» یا «استیلای فرهنگی» را داریم که
همه این‌ها شاخص‌هایی برای پرسش شما است. اکنون بحث فرهنگ سایبر (cyber
culture) در دنیا مطرح است فرهنگی که محصول پان‌کاپیتالیسم است. محصول گره
خوردن امکانات سرمایه‌داری با توانایی‌های رسانه‌های نوین. فرهنگ سایبر، فرهنگ
مجازی همه و همه برخاسته از اندیشه نئولیبرال به مثابه یک فلسفه سیاسی که می‌خواهد
از طریق بی‌مرزی اقتصادی و گسست سیاسی یک نوع فرهنگ سایبر را بر دنیا چیره کند.
به نظر من آرامش و توفان فرهنگی هر دو آثار خوب و بد خود را بر قدرت و امنیت
آشکار می‌کنند. وقتی فرهنگ‌ها را به صنایع فرهنگی تبدیل می‌کنند و این صنایع از
طریق تولید، باز تولید، انباشت و توزیع کالاها و خدمات فرهنگی در خطوط صنعتی و
تجاری به حرکت درمی‌آیند، چطور می‌توان تأثیر آن را بر قدرت و یا امنیت ندید.

چه راهکارهایی را برای افزایش نقش فرهنگ در

دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران پیشنهاد می‌کنید؟

ببینید، افزایش نقش فرهنگ در دیپلماسی به برنامه‌ریزی دقیق نیاز دارد. اکنون رئیس
جمهوری آقای خاتمی با بحث گفتگوی تمدن‌ها و صرفاً با طرح بحث آن که فقط یک
فراخوان است یک موج آفرینی جهانی کرده است، ولی این فراخوان اگر بدون
برنامه‌ریزی دقیق و بدون راهکار باشد به قطاری می‌ماند که سوزن‌بان می‌تواند آن را به
مقصدی دیگر هدایت کند.

اول از همه باید ببینیم که، همین پرسش شما، چه راهکارهایی برای افزایش نقش
فرهنگ در سیاست خارجی وجود دارد؟ باید به موضوع پژوهش‌های بی‌شمار تبدیل
شود و حاضر باشیم مخارج و بودجه‌اش را هم تأمین کنیم. اگر این کار را نکنیم مثل
رانندگی شبانه با یک ماشین فرسوده و بی چراغ در مسیرهای پرگردنه است. پس اول باید

بودجه پژوهش در همین زمینه را بپذیریم. نکته دوم کار کردن بر شاخص‌ها و معیاره‌هایی است که می‌تواند تنوع

فرهنگی ما را حفظ و تقویت کند. نمی‌شود بدون پذیرش تنوع فرهنگی و بدون ارج نهادن واقعی به فرهنگ در گستره داخلی، به کاربرد فرهنگ در سیاست خارجی رسید. متأسفانه غربت طرح گفتگوی تمدن‌ها در داخل می‌تواند نشانه‌ای بر همین نکته باشد.

بررسی الگوهای فرهنگی دیگران در سیاست خارجی بسیار مهم است. خاطرم هست که «اوبرودرین» وزیر امور خارجه فرانسه در مصاحبه‌ای گفت ما سالی ۱۲۵ هزار دانشجوی خارجی می‌گیریم و آمریکایی‌ها سالی ۶۰۰ هزار دانشجوی خارجی و به این ترتیب قدرت بازتاب فرهنگی، سیاسی و اقتصادی آمریکا از ما بیشتر است چون اکنون بسیاری از این دانشجویان درس خوانده در آمریکا، اعضای دولت‌های کشور هستند. از دیدگاه او این امر یک اهرم پنهان قدرت و نفوذ است، در هر صورت باید الگوهای دیگران را بررسی کنیم.

علاوه بر این‌ها باید الگوهای موفق تغییرات فرهنگی مبتنی بر حرکات نهادی را هم مطالعه کنیم، محدودیت‌های بودجه‌ای و منابعی را رفع کنیم، حتی به نقش بخش خصوصی در این زمینه فکر کنیم. به نظرم در کلیت امر باید چشم‌اندازهای هسته اصلی سیاست‌های فرهنگی را ترسیم کنیم، چالش‌های پیش رو را محاسبه کنیم، فرصت‌های پیش رو را هم ارزیابی کنیم، به تنوع فرهنگی و دامن زدن به آن پایبند باشیم، نقش تغییر یابنده دولت در امور مربوط به فرهنگ و هم‌چنین نقش سایر بخش‌ها را طراحی کنیم و بعد به شناسایی ابزارهای اجرای سیاست فرهنگی بنشینیم.