

دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در دوران اصول‌گرایی

* سید جلال دهقانی فیروزآبادی

** علیرضا فیروزی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

* سید جلال دهقانی فیروزآبادی استاد روابط بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبائی می‌باشد.
jdehghani20@yahoo.com

** علیرضا فیروزی دکترای روابط بین‌الملل می‌باشد.

تاریخ تصویب: ۱۳۹۱/۲/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۱۰/۲۸

فصلنامه روابط خارجی، سال چهارم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۱، صص ۷۱-۱۱۰.

چکیده

نقش و اهمیت مردم در انقلاب اسلامی و ماهیت و اهداف فراملی آن باعث شده است دیپلماسی عمومی جایگاه ویژه‌ای در سیاست خارجی جمهوری اسلامی بیابد. به‌گونه‌ای که در دوره‌های مختلف سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، بر ارتباط با مردم و ملت‌ها در صحنه روابط بین‌الملل تأکید شده است. با این وجود، در دوران اصول‌گرایی این تعامل به طرز چشمگیری گسترش یافته و دیپلماسی عمومی اهمیت بیشتری پیدا کرده است. این مقاله در پی یافتن پاسخ این پرسش است که علل و عوامل افزایش نقش و جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی دولت اصول‌گرای احمدی‌نژاد کدامند؟ پاسخ موقت به این پرسش، به‌عنوان فرضیه، آن است که ویژگی‌ها و علایق شخصی رئیس‌جمهور، افزایش نقش مردم در روابط بین‌الملل، ماهیت و اهداف فرهنگی و فراملی انقلاب اسلامی ایران، انقلاب در ارتباطات و اطلاعات، افزایش نقش بازیگران غیردولتی و تحول در ماهیت و گفتمان قدرت در روابط بین‌الملل، باعث افزایش جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی دولت اصول‌گرا شده است.

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی عمومی، اصول‌گرایی، دیپلماسی رسانه‌ای، سیاست

خارجی، انقلاب ارتباطات

مقدمه

با توجه به اهمیتی که اسلام و جمهوری اسلامی ایران برای ملت‌ها و افکار عمومی قائل است و همچنین تأکید بر اهدافی همچون نفی ظلم و حمایت از مظلوم، حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش، تلاش برای وحدت و همبستگی میان امت اسلامی، برقراری روابط دوستانه و مسالمت‌آمیز با جهان و دعوت به اسلام که بعد از انقلاب اسلامی به عنوان اصول سیاست خارجی کشور قرار گرفت، دیپلماسی عمومی جایگاه ویژه‌ای در سیاست خارجی جمهوری اسلامی یافته است. هرچند در دوره‌های مختلف سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، بر نقش مردم در صحنه روابط بین‌الملل تأکید شده است، اما به نظر می‌رسد که در دوران اصول‌گرایی این تأکید به طرز چشمگیری گسترش یافته است. دولت نهم با توجه به این اصول در عرصه روابط بین‌الملل توجه به ملت‌ها را از اولویت‌های سیاست خارجی خود قرار داده و مردم‌محوری و اهمیت دادن به دیدگاه ملت‌ها در شکل‌گیری نظام بین‌الملل مطلوب را در کانون توجه خود قرار داده است. در این رهگذر، دولت اصول‌گرا سعی کرده است بر محیط بین‌المللی به ویژه بر افکار عمومی تأثیر مثبت بگذارد، تا با ایجاد تصویر مطلوب از ایران، دستیابی به بسیاری از اهداف فرهنگی، سیاسی، معنوی، اقتصادی و حتی نظامی را تسهیل کند. به گونه‌ای که رئیس دولت اصول‌گرا در سخنرانی‌های داخلی و خارجی خود همواره ملت‌ها را منشأ تحولات می‌داند و معتقد است آنها می‌توانند با فشار بر دولت‌ها رفتار آنها را اصلاح نمایند.^(۱)

بنابراین، سؤال اصلی مقاله آن است که «علل و عوامل افزایش نقش و جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی دولت اصول‌گرای احمدی‌نژاد کدامند؟» پاسخ موقت به این سؤال، به عنوان فرضیه، آن است که «ویژگی‌ها و علایق شخصی

رئیس جمهور، افزایش نقش مردم در روابط بین‌الملل، ماهیت و اهداف فرهنگی و فراملی انقلاب اسلامی ایران، انقلاب در ارتباطات و اطلاعات، افزایش نقش بازیگران غیردولتی و تحول در ماهیت و گفتمان قدرت در روابط بین‌الملل باعث افزایش جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی دولت اصول‌گرا شده است.»

برای آزمون فرضیه و جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها از روش تحقیق آمیخته یا ترکیبی (بازرگان هرنندی، ۱۳۸۷: ۳۶-۱۹) مبتنی بر اسناد کتابخانه‌ای، مصاحبه و پرسش‌نامه استفاده شده است؛ به گونه‌ای که مصاحبه باز با تعدادی از صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران دیپلماسی عمومی به عمل آمده است. برای روش کمی، از یک پرسش‌نامه ۳۸ سؤالی و با طیف لیکرت که دارای ۵ گزینه (کاملاً موافقم - موافقم - تا حدودی - مخالفم - کاملاً مخالفم) است، استفاده شده است. هدف این طیف، اندازه‌گیری گرایش به یک موضوع براساس ارزش‌های جامعه می‌باشد و کاربرد این طیف نیز در جهت بررسی گرایش‌ها نسبت به مسئله سیاسی - اجتماعی و اقتصادی است (سلیمی و دیگران، ۱۳۸۷: ۵۵). برای تجزیه و تحلیل داده‌های پرسش‌نامه که ۱۲۴ نفر به آن پاسخ داده بودند، از نرم‌افزار spss استفاده شده است.

۱. چهارچوب مفهومی: دیپلماسی عمومی

توسعه و پیشرفت ارتباطات و اطلاعات در جامعه اطلاعاتی بین‌المللی و به تبع آن ظهور سیاست فرابین‌المللی، ایجاب‌کننده دیپلماسی نوینی است که بر شفافیت، باز بودن و همکاری با بازیگران جامعه مدنی و فراملی در حوزه همگانی استوار باشد. این نوع دیپلماسی که غالباً دیپلماسی عمومی خوانده می‌شود، متضمن و مستلزم ارتباط با گروه‌های مرجع، رهبران احزاب سیاسی، گروه‌های ذی‌نفوذ، نخبگان سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، علمی، رسانه‌ای به‌عنوان سازندگان افکار عمومی و کلیه شهروندان برای شکل‌دهی به افکار و هماهنگ‌سازی اذهان آنان با اهداف سیاست خارجی است. همچنین اعمال و اجرای موفقیت‌آمیز دیپلماسی عمومی مستلزم به‌کارگیری بهینه فناوری و ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی در چهارچوب دیپلماسی رسانه‌ای نیز می‌باشد. زیرا جوهر و شالوده دیپلماسی عمومی، اعمال و به‌کارگیری قدرت نرم برای مدیریت افکار عمومی جهانی است.

۱-۱. تعریف

تعاریف و تعابیر متفاوت و مختلفی از دیپلماسی عمومی ارائه می‌شود که بعضی از ابعاد و وجوه آن را مورد توجه و تأکید قرار می‌دهند. بعضی دیپلماسی عمومی را نوعی تبلیغات تعریف می‌کنند که دیپلمات‌ها و سیاستمداران برای تأثیرگذاری و شکل‌دهی به افکار عمومی خارجی صورت می‌دهند. برخی دیگر، دیپلماسی عمومی را متفاوت و متمایز از تبلیغات و جنگ اطلاعاتی می‌دانند. چون در جنگ تبلیغاتی و اطلاعاتی بیشتر بر سلطه بر جریان اطلاعات و ارتباطات تأکید می‌گردد، اما در دیپلماسی عمومی بیشتر بر ایجاد یک فضای گفتمان دموکراتیک هابرماسی تأکید می‌شود که هدف آن یافتن برداشت‌ها و ارزش‌های مشترک از طریق گفتگو می‌باشد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۸: ۲۰۶-۲۰۷).

هامفری تیلور در مقاله خود تحت عنوان «اعمال دیپلماسی عمومی»، در تعریف دیپلماسی عمومی به نقل از *جاشوا فاوش*، مدیر مرکز دیپلماسی عمومی در مدرسه ارتباطات امریکا، نوشته است، دیپلماسی عمومی عبارت است از کوشش‌های یک دولت برای ایجاد ارتباط با عموم^۱ یک جامعه به‌منظور توضیح ارزش‌ها، فرهنگ‌ها، سیاست‌ها و عقاید جامعه خود و به‌منظور ترمیم رابطه، وجهه و شهرت خود در آن کشور (Taylor, 2006).

بعضی دیگر از پژوهشگران، به‌ویژه در دوران جنگ سرد، دیپلماسی عمومی را به‌عنوان ارتقاءدهنده منافع و امنیت ملی از طریق نفوذ بر افکار و اندیشه مردم به‌وسیله ابزارهای گوناگون ارتباطی مثل ارتباط شخصی، رسانه‌های رادیویی، کتابخانه‌ها، انتشار و توزیع کتب، نشریات، تصاویر احساسی، رادیو، نمایشگاه‌ها و یادگیری زبان انگلیسی تعریف می‌کند. به‌منظور انجام موفقیت‌آمیز این امر برنامه‌ها باید به‌صورت مدون باشند تا دستاوردهای سیاست خارجی در یک کشور خاص به‌دست آید و این امر مستلزم تصویرسازی، موشکافی و انعطاف است (Waller, 2007: 25).

بر این اساس، دیپلماسی عمومی را به این صورت می‌توان تعریف کرد:

فرایندی که از طریق آن یک دولت، ارتباطات و روابط مستقیم با مردم یک کشور دیگر برقرار می‌کند تا منافع ملی را توسعه داده و تأمین نماید و ارزش‌های خود را در آن جامعه اشاعه و گسترش دهد؛ یا به بیان دیگر، دیپلماسی عمومی، فرایند ارتباط یک کشور با عامه مردم کشورهای دیگر برای شناساندن ایده‌های خود و شناخت ایده‌های آنها و آرمان‌های ملی، معرفی نهادها، فرهنگ و هنجارها و تبیین اهداف و سیاست‌های خود است (Melissen, 2005; Sharp, 2005).

با وجود تعاریف متعدد و متفاوت از دیپلماسی عمومی، ویژگی‌ها و ابعاد دیپلماسی عمومی را می‌توان در چند گزاره و اصل بنیادی خلاصه کرد. نخست، در دیپلماسی عمومی، برخلاف دیپلماسی سنتی، هدف مرجع یا مخاطبان، عامه مردم در جوامع دیگر و به‌ویژه گروه‌های غیررسمی از جامعه مدنی هستند؛ زیرا یکی از مهم‌ترین ابعاد و وجوه سیاست فرابین‌المللی و جامعه اطلاعاتی بین‌المللی به‌عنوان محیط عملیاتی و اجرایی دیپلماسی، ظهور بازیگران غیردولتی با اقتدار و رها از حاکمیت است.

از این منظر، تحول و دگرگونی در اقدامات و رویه‌های دیپلماتیک در دیپلماسی عمومی تنها به‌معنای استفاده بهتر و بیشتر از فناوری ارتباطات و اطلاعات صرف در تدوین، سازماندهی و اجرای دیپلماسی نیست، بلکه متضمن و مستلزم اتخاذ رویکرد و رهیافت نوین به چگونگی برخورد و ارتباط با عموم مردم و به‌ویژه بازیگران آزاد از حاکمیت در حوزه عمومی است. از این‌رو دیپلماسی عمومی فراتر از ارتباط توده‌ای یک‌طرفه سنتی بین دیپلمات‌ها و بازیگران رها از حاکمیت می‌رود که آنان از طریق آن تلاش می‌کنند پیام‌های ارزشی خود را به مخاطبانانشان القاء کنند؛ بلکه دیپلماسی عمومی مبتنی بر رهیافت «درآمیختن» با مخاطبان غیردولتی است که متضمن شنیدن افکار و آراء آنان، گفتگو، مناظره و مباحثه و ایجاد روابط دوستانه می‌باشد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۸: ۲۰۹-۲۰۸).

ویژگی دوم دیپلماسی عمومی، شفافیت، باز بودن، انعطاف‌پذیر و همکاری‌جویانه بودن آن است؛ از این‌رو، کشورها در دیپلماسی عمومی، فراتر از مدل سنتی سلسله‌مراتبی، بسته و انحصاری رفته و به‌صورت شفاف و باز با بازیگران غیردولتی جوامع کشورهای جهان ارتباط برقرار کرده و با آنان به همکاری

و گفتگو می‌پردازند؛ ارتباطات مستقیم و شفافی که با هدف تبیین اهداف و ترویج ارزش‌های ملی صورت می‌گیرد. اگرچه با توجه به ماهیت مناسبات و الگوهای تعامل در منطقه خاورمیانه، کلیت و تمامیت دیپلماسی خاورمیانه‌ای ایران نمی‌تواند شفاف و باز باشد، ولی بخشی از دیپلماسی کلی جمهوری اسلامی در چهارچوب دیپلماسی عمومی در حوزه فرهنگی - سیاسی می‌تواند شفاف و باز اعمال و اجرا شود. موضوع بسیار مهم دیگر در حوزه دیپلماسی عمومی ایران در خاورمیانه، برقراری نوعی توازن بین روابط رسمی - حکومتی و ارتباطات غیردولتی است، زیرا توسعه نامتوازن و نامتعادل روابط غیردولتی در قالب دیپلماسی عمومی، نگرانی، سوءظن و واکنش منفی و بازدارنده دولت‌ها را نسبت به ایران برمی‌انگیزد.

سومین شاخصه و اصل دیپلماسی عمومی، معطوف به اهداف آن است. هدف اصلی و اولیه دیپلماسی عمومی، تأثیرگذاری بر افکار و اذهان مخاطبان غیردولتی و شکل‌دهی به افکار عمومی برای هماهنگ‌سازی دیدگاه و ایستار آنان نسبت به اهداف و سیاست‌های یک کشور می‌باشد. اما اهداف و مقاصد خاص‌تر و مشخص‌تری در چهارچوب این هدف اساسی تعقیب و پیگیری می‌شود. نخستین هدف، جلب حمایت اخلاقی و سیاسی افکار عمومی سایر کشورها و سپس جذب مردم جوامع به اهداف و ارزش‌های خود از طریق تأثیرگذاری بر اذهان و افکار آنان است؛ دومین هدف در این راستا، تبیین و ترویج ارزش‌ها، هنجارها و آرمان‌های خود در بین ملت‌های دیگر است؛ هدف سوم، تصویر و ایمازسازی مثبت و مطلوب از اهداف، سیاست‌ها، کنش‌ها و نظام سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن و ارائه آن به افکار عمومی دیگران می‌باشد.

اصل و شاخصه چهارم دیپلماسی عمومی، ابزار، وسایل و شیوه‌های اعمال و اجرای آن در صحنه بین‌المللی است. رابطه تنگاتنگی بین توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات و دیپلماسی عمومی وجود دارد. به‌گونه‌ای که برای اعمال دیپلماسی عمومی از ابزارهای رسانه‌ای، مطبوعات، رادیو و تلویزیون، سینما، شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت، کنفرانس‌ها و همایش‌های از راه دور و... استفاده می‌شود. بدین ترتیب، کلیه ابزار و وسایل اعمال دیپلماسی عمومی از عناصر قدرت نرم‌افزاری به‌شمار می‌آیند (دهقانی فیروزآبادی و رادفر، ۱۳۸۹: ۲۰۱-۲۰۳).



مهم‌تر از ابزار و سازوکارهای اجرای دیپلماسی عمومی، چگونگی و شیوه اعمال آن است. دیپلماسی عمومی، برخلاف دیپلماسی سنتی که بر سیاست قهرآمیز و اجبار^۱ استوار است، بر سیاست اقناع^۲ مبتنی است. در چهارچوب سیاست اقناعی، بیش از مذاکره^۳ بر استدلال^۴ تأکید می‌شود؛ لذا، در این نوع سیاست و دیپلماسی بیش از آنکه مجاب کردن مخاطب مورد توجه باشد، متقاعد و متفاهم ساختن وی برای درک حقیقت است که او را به پیروی از حقیقت اخلاقی ترغیب و تشویق می‌کند (Risse, 2001).

۲-۱. مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی

دیپلماسی عمومی دارای مؤلفه‌ها و عناصر مختلفی است. دیپلماسی فرهنگی، رسانه‌ای و اقتصادی را می‌توان از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی تلقی کرد. نظریه‌پردازان و تحلیل‌گران در مورد این مؤلفه‌ها اجماع نظر ندارند. برای نمونه برخی دیپلماسی رسانه‌ای را دارای کارویژه‌ای همانند دیپلماسی عمومی می‌دانند اما آن را زیرمجموعه دیپلماسی عمومی قلمداد نمی‌کنند. با وجود این، با توجه به نقش و کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای به معنای عام، در اینجا به عنوان یکی از مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی در کنار سایر مؤلفه‌ها بررسی می‌شود.

۱-۲-۱. دیپلماسی فرهنگی

دیپلماسی فرهنگی به صورت مختلفی تعریف شده است. **فرانک نینکوویچ**، دیپلماسی فرهنگی را تلاش برای ارتقای سطح ارتباطات و تعامل میان ملل جهان با هدف طراحی و بنیاد نهادن تفاهم‌نامه‌ها و توافقاتی براساس ارزش‌های مشترک می‌داند. **گینورد مالون**، دیپلماسی فرهنگی را بنیان نهادن راهی دوطرفه به منظور ایجاد کانال‌هایی برای معرفی تصویر واقعی و ارزش‌های یک ملت و درعین حال، تلاش برای دریافت درست تصاویر واقعی از سایر ملت‌ها و فهم ارزش‌های آنها می‌داند

-
1. Politics of Cercion
 2. Politics of Persuasion
 3. Negotiating
 4. Arguing

(به نقل از خانی، ۱۳۸۶: ۲۲۷-۲۲۶). به‌نظر می‌آید که *کامینگز*^۱ دپلماسی فرهنگی عبارت است از مبادله عقاید، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه‌های فرهنگ در میان ملل و مردم آنها به‌منظور ایجاد فهم دوجانبه، که می‌تواند ارتباطات یک‌طرفه را به مبادله دوطرفه تبدیل کند، که از طریق ارتقاء زبان ملی و نقطه‌نظرات خود و آنچه بیان داستان^۲ به بقیه نقاط جهان است، ارائه می‌شود (Comings, 2003: 14). از منظری دیگر، دپلماسی فرهنگی مجموعه کوشش‌های یک دولت در زمینه سیاست خارجی است که به‌جای استفاده و یا در کنار استفاده از مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی برای جلب توجه و علاقه مخاطبان کشورهای دیگر به‌طور مستقیم و از طریق امکانات غیرسیاسی در داخل جوامع مختلف، در آنها تأثیر می‌گذارد (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹: ۱۱۱).

هریک از این تعاریف بر وجوه، ابعاد، کارکردها و اهداف مختلف دپلماسی فرهنگی تأکید می‌کند، اما از برآیند آنها می‌توان استنتاج کرد که دپلماسی فرهنگی به‌عنوان یکی از ابعاد دپلماسی عمومی عبارت است از: تلاش و کوشش ازپیش طراحی شده و سازمان‌یافته برای تأثیرگذاری بر برداشت‌ها، ادراکات، افکار، انگاره‌ها، ایده‌آل‌ها، ارزش‌ها، ایستارها و باورهای سایر ملت‌ها از طریق تبیین و ترویج فرهنگ و تمدن خود و شناخت و درک واقعی فرهنگ‌های دیگر به‌منظور تأمین و توسعه منافع ملی. ازاین‌رو، دپلماسی فرهنگی فرایندی هدفمند بوده و برای تحقق و دستیابی به اهداف تعریف‌شده‌ای تدوین و اجرا می‌شود. بنابراین، دپلماسی فرهنگی از روابط و تبلیغات فرهنگی متمایز می‌شود. چون برخلاف تبلیغات، هدف دپلماسی فرهنگی تعامل و درآمیختن با مخاطبان است نه القاء پیام‌های غیرواقعی و تحریف‌شده. همچنین در دپلماسی فرهنگی بر روابط متقابل پایدار و پایا و درازمدت تأکید می‌گردد تا مبارزه سیاسی کوتاه‌مدت و زودگذر (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۸۱-۱۷۹).

دپلماسی فرهنگی، به دو شیوه می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در روابط بین‌المللی ایفا کند: ۱. با معرفی شاخصه‌های فرهنگی جوامع مختلف به یکدیگر این

1. Milton Comings

2. Telling Story



امکان را فراهم می‌آورد تا، انسان‌ها پاسخ‌های فرهنگی متفاوت خود به نیازهای واحدی را که به اقتضای پارامترهای زمان، مکان و... به اشکال هنجاری گوناگونی درآمده‌اند، شناسایی کنند. ۲. تبادل آراء و اندیشه‌ها و تعمق در سبک و سیاق زندگی دیگر جوامع در قالب ارتباطات فرهنگی، ذهنیت سوء ناشی از عدم شناخت و احساس بیگانگی نسبت به انگاره‌های دگرباشان را از میان برده، زمینه تفاهم و ایجاد صلح و ثبات و پرهیز از تنش‌های ناشی از غیریت‌سازی را فراهم می‌کند (حقیقی، ۱۳۸۶: ۶۴).

۲-۱-۲. دیپلماسی رسانه‌ای و مجازی

توسعه و تحول بی‌سابقه فناوری‌های رایانه‌ای، ماهواره‌ای، اینترنت و ارتباطات از راه دور در اثر انقلاب ارتباطات و انفجار اطلاعات در جامعه اطلاعاتی^۱ منجر به شکل‌گیری نوع نوینی از دیپلماسی شده است (Dordick and Georgette Wang, 1993). این دیپلماسی نوین را دیپلماسی الکترونیکی، دیجیتال^۲، مجازی و رسانه‌ای^۳ نامیده‌اند. اما با توجه به نقش تعیین‌کننده و کانونی وسایل ارتباطی و ابزارهای اطلاعاتی مانند رایانه، رسانه‌ها و ماهواره‌ها در هدایت این نوع دیپلماسی، می‌توان آن را دیپلماسی رسانه‌ای به معنای عام نامید.

بنابراین خاستگاه دیپلماسی رسانه‌ای و مجازی، ظهور موضوعات و مسائل راهبردی جدید در عصر اطلاعات و ارتباطات و ضرورت مدیریت آنها در جامعه اطلاعاتی است؛ به گونه‌ای که برای مدیریت دانش و اطلاعات به‌عنوان کانون دیپلماسی مجازی و رسانه‌ای، استفاده از فناوری‌های پیشرفته و ابزار و وسایل ارتباطی و اطلاعاتی اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. زیرا این تغییر و تحولات شگرف اطلاعاتی و ارتباطی، الگوهای تعامل و انواع متمایز و متفاوتی از مناسبات را در عرصه بین‌المللی پدید آورده است که شکل‌گیری و به‌کارگیری دیپلماسی مجازی و رسانه‌ای را ضروری و حیاتی می‌سازد (Clark, 2001)؛ با این وجود، باید توجه داشت

-
1. Information Society
 2. Digital Diplomacy
 3. Media Diplomacy

که تغییرات و توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات تنها عامل ظهور دیپلماسی مجازی و رسانه‌ای و تنها وجه تمایز آن با دیپلماسی کلاسیک و سنتی نیست، بلکه علاوه بر آن شیوه اعمال و اجرا، کارگزاران و مجریان و مخاطبان آن نیز متفاوت و متمایز می‌باشند. از این رو، علی‌رغم استمرار مدیریت منازعه به‌عنوان جوهر و شالوده دیپلماسی، انواع و اشکال، منابع و طرف‌های درگیر در منازعه و مناقشه در کنار ابزارها و شیوه، نیز دستخوش تغییر و تحول شکلی و ماهوی شده‌اند؛ به‌طوری‌که دیپلماسی رسانه‌ای و مجازی توسط طیف گسترده‌ای از افراد و گروه‌هایی اعمال می‌شود که در وزارت امور خارجه خدمت نمی‌کنند و دیپلمات حرفه‌ای نیستند. از طرف دیگر، مخاطبان دیپلماسی مجازی و رسانه‌ای نیز تنها مقامات و مسئولین رسمی، اصحاب رسانه، روزنامه‌نگاران، گروه‌های ذی‌نفع یا ذی‌نفوذ، بازیگران و نهادهای جامعه مدنی و به‌طور کلی نخبگان نمی‌باشند؛ بلکه علاوه بر آنها، کلیه افراد و آحاد جامعه، هدف مرجع و مخاطب این دیپلماسی هستند (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۸: ۲۰۶-۲۰۳).

بر این اساس، دیپلماسی رسانه‌ای و مجازی به‌معنای هدایت تغییر و تحولات و مدیریت امور بین‌المللی با شیوه‌ها، ابزارها و سازوکارهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی و رسانه‌ای است. از این رو دیپلماسی رسانه‌ای و مجازی را این‌گونه می‌توان تعریف کرد: تأثیرگذاری، اقناع، تشویق، ترغیب و تحریک بازیگران از طریق جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل، پردازش، توزیع و انتقال به‌هنگام و با سرعت مناسب اطلاعات بدون محدودیت زمانی و مکانی با به‌کارگیری فناوری ارتباطات و اطلاعات و رسانه‌ها به‌منظور توسعه و تأمین اهداف و منافع ملی (Dizard, 2001). لذا دیپلماسی مجازی و رسانه‌ای در چهارچوب تغییر و تحول در ماهیت دیپلماسی قابل تحلیل و تبیین است. زیرا نه تنها فناوری، بلکه ماهیت و سرشت دیپلماسی نیز دستخوش تغییر و تحول شده است. در نتیجه هدایت و اجرای دیپلماسی مجازی و رسانه‌ای متضمن و مستلزم تغییرات بنیادین و جوهری در رویکرد و رهیافت سنتی به دیپلماسی می‌باشد.





درباره تأثیر رسانه‌ها می‌توان به نظریه «تأثیر سی.ان.ان»^۱ اشاره کرد. *استیون لیوینگستون*^۲ (۱۹۹۷) معتقد است نظریه تأثیر سی.ان.ان به معنای تأثیر رسانه‌های زنده^۳ بر دیپلماسی و سیاست خارجی است. *رابینسون*^۴ (۲۰۰۲) نظریه تأثیر سی.ان.ان را پاسخی از سوی مخاطبان داخلی و نخبگان سیاسی به حوادث جهانی که به وسیله فناوری‌های ارتباطی زنده منتقل می‌شود، تعریف می‌کند. در واقع ویژگی اصلی نظریه تأثیر سی.ان.ان در تأثیر جریان آزاد و فزاینده اطلاعات، سخن‌پراکنی و چرخه اخبار کوتاه بر افکار عمومی در جوامع آزاد است. این نظریه بیشتر بعد از جنگ اول خلیج فارس که بسیار بر سیاست خارجی کشورها تأثیر داشت، رایج شد هرچند قبلاً هم مطرح بود. درباره انواع تأثیر این نظریه، مباحث گوناگونی مطرح شده است، تأثیر برجسته‌سازی^۵، تأثیر شتاب‌دهنده^۶، تأثیر مانع‌شونده^۷، و تأثیر تبلیغات^۸ را می‌توان از عمده‌ترین این تأثیرات دانست (Babak, 2007: 4-21).

در واقع نظریه تأثیر سی.ان.ان، به نقش رسانه‌های بین‌المللی بزرگ در شکل‌دهی، انگاره‌سازی، جهت‌دهی به افکار عمومی، اولویت‌بندی اهداف سیاسی و امنیتی دولت‌ها تأکید دارد. انگاره‌ها و ساخت تصاویر ذهنی از سه مؤلفه شناختی یا ادراک و آگاهی، تأثیرپذیری و یا احساس و در نهایت عملی یا عملکردی تشکیل می‌شوند. بنابراین رسانه‌ها در طول تاریخ، نقش مهمی در دیپلماسی عمومی و خلق نمادها، نشانه‌ها و تصاویر ایفاء کرده‌اند، چون تعداد افراد معدودی روابط را به طور مستقیم تجربه کرده و اکثر افراد از طریق رسانه‌ها آن را درک می‌کنند. در دوران جدید، نقش رسانه‌های نوین مانند اینترنت، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و دیجیتالی و خبرگزاری‌های فراملی گسترش یافته است. رسانه‌های جدید از دامنه نفوذ بالایی

1. The CNN Effect
2. Steven Livingston
3. Real- time
4. Robinson
5. The Agenda-setting Effect
6. The Accelerant Effect
7. The Impediment Effect
8. The Propaganda Effect

برخوردار بوده و به زمان واقعی نزدیک تر هستند و نقش مهمی در انتشار اخبار، اطلاعات و ایده‌ها و شکل‌دهی افکار جهانی دارند، لذا با توجه به اهمیت نقش آنها در تصویرسازی و مدیریت مسائل جهان، کشورهای مختلف سرمایه‌گذاری زیادی روی آنها انجام داده و رقابت بین آنها در این زمینه تشدید شده است (Margolin, Haas, Monroe, 2008: 150-172).

جنگ خلیج فارس یکی از نمونه‌هایی است که می‌توان گفت پیروزی تصویر بر واقعیت و منطق را به نمایش گذاشت؛ در این جنگ، فناوری‌های نوین ارتباطی این امکان را فراهم آورد تا واژه‌ها و تصاویر خاص در زمان مناسب، برای صدها میلیون نفر در سراسر جهان مخابره شود. این تصاویر آنچنان بینندگان را مسحور خود کرد که گویا افراد، خود شاهد نبرد هستند. با وجود این، آن‌گونه که مطالعات بیشتر کشورها نشان می‌دهد، این جنگ نبود که ما شاهد آن بودیم، بلکه انگاره‌هایی بود که به این منظور، برنامه‌ریزی شده بود تا حس پیروزی را القاء کنند (مسعود، ۱۳۸۲: ۱۳۸).

۳-۲-۱. دیپلماسی اقتصادی و بازرگانی^۱

با انقلاب ارتباطات و اطلاعات و فرایند جهانی‌شدن در دهه ۹۰ قرن بیستم و توسعه و گسترش آن در دهه نخست قرن بیست‌ویکم، روابط و مناسبات بین‌المللی وارد مرحله نوینی شد. جهانی‌شدن، سازمان و ساختار روابط اقتصاد بین‌المللی را دگرگون ساخته و ماهیت سیاست و حکومت در کشورها را تحت تأثیر قرار داده است. شبکه‌ای از روابط درهم‌تنیده و انواع مختلفی از وابستگی‌های متقابل و بازیگران فراملی و فروملی را پدید آورده است که حاکمیت و کارکردهای انحصاری دولت‌ها را به چالش طلبیده‌اند. آنان در عرصه سیاست فرابین‌المللی و روابط فراسرزمینی نسبت به منابع، سرمایه و بازار، ادعای مشروعیت دارند. آنان وارد حوزه‌های - موضوعی و فعالیت‌های اقتصادی - تجاری می‌شوند که به‌طور سنتی ملک طلق دولت‌ها و دیپلماسی سنتی بین‌دولتی بود.

بنابراین، امروزه تدبیر و تنظیم روابط و امور اقتصادی - تجاری به‌عنوان یکی از

ابعاد و وجوه دیپلماسی عمومی در قالب دیپلماسی اقتصادی - بازرگانی ضروری و حیاتی می‌باشد؛ زیرا، در روابط بین‌الملل پیچیده و جهانی‌شده، کشورها برای هدایت و مدیریت این پیچیدگی‌ها و عدم قطعیت‌ها نیاز مبرم و وافی به تخصص و تجربه اقتصادی دارند. تجربه و مهارتی که از تبدیل رقابت‌ها و منازعات اقتصادی بالقوه به خشونت، هرج و مرج سیاسی و جنگ، جلوگیری و پیشگیری کند و همچنین بتواند دسترسی آزادانه آنها به بازار، سرمایه و منابع منطقه‌ای را از طریق رفع موانع و محذورات اقتصادی و خارجی تأمین کند.

دیپلماسی اقتصادی معطوف به استفاده از ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها و منابع اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، به‌عنوان پاداش و مجازات یا تشویق و ترغیب، در رابطه با سایر بازیگران بین‌المللی به‌منظور پیگیری و تأمین منافع ملی کشورها، به‌ویژه منافع اقتصادی، تجاری و توسعه و تأثیرگذاری بر نتایج مبادلات و معاملات بین خود و آنان است. از این رو، هدف دیپلماسی اقتصادی، تأمین توسعه اقتصادی و تأثیرگذاری بر سیاست‌های اقتصادی دو و چندجانبه از طریق هماهنگ ساختن فعالیت‌های وزارتخانه‌های تخصصی، هنجارسازی و شکل‌دهی به فرایند مذاکره و مبادله در سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی و منطقه‌ای، چون سازمان تجارت جهانی و به‌کارگیری بازیگران غیردولتی در زمان مناسب و مؤثر، رصد و پایش تحولات و سیاست‌های اقتصادی سایر کشورها به‌منظور تأثیرگذاری بر آنها و حمایت و ایجاد تسهیلات و امکانات لازم برای شرکت‌های اقتصادی فعال در خارج (James, 2001: 81).

دیپلماسی بازرگانی نیز ناظر به اقدامات دیپلماتیک در حمایت از بخش‌های بازرگانی، تجاری و مالی کشور در جهت تأمین دستاوردهای اقتصادی و توسعه ملی است. هدف دیپلماسی بازرگانی، افزایش و توسعه صادرات و تسهیل واردات، سرمایه‌گذاری خارجی، گشودن بازارهای خارجی از طریق تأثیرگذاری بر سیاست‌های اقتصادی، تجاری و بازرگانی سایر کشورها است (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۵۶-۱۵۴). بنابراین، دیپلماسی اقتصادی که شامل دیپلماسی کسب‌وکار،

دیپلماسی بازرگانی و دیپلماسی شرکتی^۱ می‌شود (Sanner and Yiu, 2008: 86) می‌تواند تأثیرات بالقوه‌ای بر امر دیپلماسی عمومی داشته باشد. سازمان‌ها و بازیگران غیردولتی بسیاری وجود دارند که به شیوه‌ها و درجات گوناگون در حوزه‌های دیپلماسی اقتصادی و تجارت ذی‌نفعند و می‌کوشند در حوزه‌های مورد نظر خود اثرگذار باشند. در واقع این بازیگران و سازمان‌های غیردولتی در سطوح گوناگون ملی، منطقه‌ای و فراملی و در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی فعالیت می‌کنند. این سازمان‌ها به‌ویژه با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های ارتباطی جدید مانند اینترنت به نیروی سازماندهی و هماهنگ‌سازی چشمگیری دست یافته‌اند و به اعمال فشار بر دولت‌ها و شرکت‌های فراملی برای دستیابی به اطلاعات بیشتر و افزایش شفافیت سیاست‌های دولت‌ها و شرکت‌ها می‌پردازند (Badri Prasad, 2005: 1-33). فراتر از این دیپلمات‌های بازرگانی و اقتصادی و بازیگران این حوزه می‌توانند با تسهیل رفت‌وآمد بازرگانان دو کشور و مشارکت در نمایشگاه‌های بازرگانی و اقتصادی در بهبود چهره دولت مورد نظر سهیم باشند و در واقع به برندسازی ملی کمک کنند.

کارآمدی دیپلماسی اقتصادی، می‌تواند در راستای رسیدن به اهداف زیر عمل کند:

- تأثیرگذاری بر سیاست‌ها و راهبردهای سیاسی، اقتصادی و تجاری کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای به منظور ایجاد شرایط و محیط مناسب برای توسعه اقتصادی کشور؛
- فعالیت مؤثر در سازمان‌ها و نهادهای تنظیم‌کننده قواعد و مقررات تجاری مالی جهانی و منطقه‌ای؛
- پیش‌بینی و پیشگیری از مناقشات بالقوه با کشورهای و سایر بازیگران غیردولتی اقتصادی به منظور به حداقل رساندن خطرپذیری سیاسی - اقتصادی (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۸: ۲۲۷-۲۲۶).





۳-۱. مدل رابطه‌ای مطالعات دیپلماسی عمومی

ریوردن^۱ (۲۰۰۴) معتقد است که دیپلماسی قرن ۲۱ به‌طور فزاینده‌ای به سمت دیپلماسی عمومی می‌رود. زیرا تنها راه‌حل معضلات فعلی دنیا نظیر تروریسم، مشکلات زیست‌محیطی، گسترش بیماری‌های همه‌گیر و بی‌ثباتی اقتصادی از طریق دیپلماسی عمومی و همکاری نزدیک بین دولت‌ها، تشکل‌های غیردولتی و افراد خواهد بود. او این رویکرد را «دیپلماسی عمومی بر مبنای گفتگو» می‌نامد؛ زیرا این روش، نیازمند همکاری بین عناصر داخل و خارج از جامعه است. او معتقد است که این رویکرد اگر درست اجرا شود، الگویی جدید را در سیاست خارجی به‌وجود خواهد آورد. زیرا زیربنای خشک و بسته سیاست خارجی فعلی را وادار به باز شدن خواهد کرد. اما به‌هرحال این رویکرد، بسیار محدود است و فقط ابزارهای شناخته‌شده دیپلماسی عمومی را در کانون فرایند سیاست‌گذاری قرار می‌دهد. بنابراین چنانچه بخواهیم به مطالعه دیپلماسی عمومی نوینی که بر مبنای گفتگو است اقدام کنیم، باید با تلقی حوزه دیپلماسی عمومی به‌عنوان یک حوزه میان‌رشته‌ای به رویکردی تلفیقی دست بزنیم که عناصر آن می‌تواند از حوزه‌های قدرت نرم، نقش رسانه‌ها، افکار عمومی، و تصویرسازی ملی اخذ شود. این مدل از دیپلماسی عمومی مدرن دارای سه ضلع است که اضلاع آن به یک میزان در دیپلماسی عمومی نقش دارند و برای انسجام بخشیدن بیشتر در حوزه اندیشه و عمل، همراهی و هماهنگی این سه حوزه ضروری است. این حوزه‌ها عبارتند از:

۱. روابط بین‌الملل: قدرت نرم که می‌تواند در مؤلفه اول دیپلماسی عمومی، یعنی دیپلماسی فرهنگی نقش‌آفرینی کند؛
۲. ارتباطات: رسانه و افکار عمومی که می‌تواند در مؤلفه دوم که دیپلماسی رسانه‌ای است نقش‌آفرین باشد؛
۳. روابط عمومی: تصویرسازی و وجهه‌سازی که می‌تواند در مؤلفه سوم که دیپلماسی اقتصادی و بازرگانی - که شامل تجاری‌سازی یا برندسازی است - به‌کار گرفته شود (Gilboa, 2008).

1. Riordan

ریاست جمهوری، در سازمان‌های منطقه‌ای از قبیل سازمان همکاری‌های اقتصادی آسیای جنوبی (سارک) و سازمان همکاری شانگهای به‌عنوان عضو ناظر و در سازمان همکاری اقتصادی (اگو) و سازمان‌های فرامنطقه‌ای از قبیل گروه D8 (شامل هشت کشور پیشرفته اسلامی) و گروه ۱۵ (متشکل از کشورهای آسیایی، عربی، افریقایی و امریکای لاتین) حضور فعال داشته است (شیخ‌الاسلامی، ۱۳۸۸).

۳-۲. دیپلماسی نامه‌نگاری

رئیس‌جمهور، احمدی‌نژاد، در می ۲۰۰۶ نامه‌ای به **جورج دبلیو بوش** نوشت و در ۲۰۰۷ به گفتگوی سازنده‌ای با ایالات متحده برای همکاری در عرصه امنیت عراق مبادرت کرد (دهشیری، ۱۳۹۰: ۵۲). بعضی از مطبوعات منطقه از نامه رئیس‌جمهور به بوش با عنوان «بمب احمدی‌نژاد» یاد کردند. برای نمونه روزنامه الخلیج، چاپ امارات در تاریخ ۹ می ۲۰۰۶ (۱۹ اردیبهشت ۱۳۸۵) با تیتر «بمب احمدی‌نژاد: نامه خطاب به بوش» این چنین نوشت: «رئیس‌جمهور ایران با ارسال نامه‌ای به بوش، شگفتی دیپلماتیک بزرگی را آفرید که ناظران سیاسی را شگفت زده کرده و محافل سیاسی در سطح بین‌المللی را به خود مشغول داشته است» (الخلیج، ۹ می ۲۰۰۶ به نقل از: دهقانی فیروزآبادی و رادفر، ۱۳۸۹: ۲۰۴). احمدی‌نژاد درباره اهداف خود از نامه‌نگاری می‌گوید: «نامه من اهداف گوناگونی داشت. عده زیادی از شهروندان امریکایی در پیام‌ها و نامه‌هایی که برای من فرستادند درخواست کردند که من نقطه‌نظراتم را مستقیماً با مردم امریکا در میان بگذارم. بسیاری از آنها گفتند که دولت امریکا اجازه نمی‌دهد که ما نقطه‌نظرات شما را به‌درستی دریافت کنیم. به زبان‌های گوناگون گفته‌اند که نوعی سانسور برقرار است و خواستند که من مستقیم با آنها صحبت کنم. من هم مستقیم با آنها صحبت کردم... هدف دیگر، برقراری یک گفت‌وگو جدید بین ملت‌هاست. اما همه این اهداف در جهت صلح، برادری و دوستی است. ما از این وضعیت دنیا ناراحتیم و روند را مثبت ارزیابی نمی‌کنیم. گرچه معتقدیم ملت‌ها دارند بیدار می‌شوند. اما از وضع موجود راضی نیستند. ما از این جنگ‌ها و درگیری‌ها بیزاریم. فکر می‌کنیم با منطقی می‌شود مسائل را حل کرد. (مصاحبه اختصاصی با مجله تایم، ۱ آذر ۱۳۸۵)». می‌توان گفت استفاده از

دیپلماسی نامه‌ها در دولت نهم در راستای اصل مهم دعوت قرار دارد که از اصول مورد نظر اسلام در سیاست خارجی است. در واقع دعوت دیگران به اصلاح و توصیه به اعمال نیک و گرایش به سوی حق تعالی، جزئی از وظایف مجریان سیاست خارجی می‌باشد. این یک تکلیف دینی و سیاسی برای همه مسلمین و هر دولت اسلامی است (عباسی اشلقی، ۱۳۸۸).

۴-۲. دیپلماسی رسانه‌ای

یکی دیگر از محورهای دیپلماسی عمومی احمدی‌نژاد، استفاده از ابزارهای رسانه‌ای، مطبوعات، رادیو و تلویزیون، سینما و شبکه‌های ماهواره‌ای است. احمدی‌نژاد در طول دوره ریاست جمهوری خود، ۱۱۲ مصاحبه با رسانه‌های بین‌المللی داشته و ۳۱ بار در کنفرانس‌های خبری بین‌المللی حاضر شده است. نخستین گفتگوی وی با یک نشریه روسی، ۱۶ روز بعد از انجام مراسم تحلیف در سال ۱۳۸۴ بود. احمدی‌نژاد در طول این سال‌ها ۴۱ بار با رسانه‌های امریکایی به گفتگو نشسته است. در میان رسانه‌های امریکایی «بی. بی. اس.» با پنج و «ای. بی. سی.» با پنج بار مصاحبه، از جمله رسانه‌هایی بودند که موفق شدند بیشترین گفتگو را با رئیس جمهوری اسلامی ایران انجام دهند. سهم رسانه‌های امریکای لاتین و قاره افریقا از مصاحبه‌های بین‌المللی احمدی‌نژاد، هریک دو گفتگو بوده است. در میان رسانه‌های اروپایی که موفق شده‌اند ۳۸ بار با رئیس جمهور ایران مصاحبه کنند، تلویزیون بین‌المللی روسیه با سه بار، روزنامه «راشاتودی» روسیه با دو بار، شبکه «تی. آر. تی» ترکیه با دو بار، شبکه ۲ فرانسه با دو بار، روزنامه تایمز و شبکه ۴ انگلیس هریک با دو بار و شبکه یک اسپانیا با دو بار مصاحبه، بیشترین فرصت گفتگو با احمدی‌نژاد را به دست آوردند. رسانه‌های آسیایی در این شش سال ۳۱ بار با رئیس جمهور مصاحبه کردند. شبکه «الجزیره عربی» با ۵ بار، «الجزیره انگلیسی» با سه بار و «خبرگزاری کیودو ژاپن» با دو بار مصاحبه، بیشترین تعداد گفتگو با رئیس جمهور را از آن خود کردند. احمدی‌نژاد، ۳۲ نشست خبری یا دیدار با اصحاب رسانه‌های بین‌المللی داشته است که ۹ مورد آن در نیویورک، سه مورد در استانبول و تهران و ۲ مورد آن در شهرهای کپنهاگ، رم و ژنو برگزار شده است (تابناک، ۱۰ مهر ۹۰).

۵-۲. سخنرانی‌ها

احمدی نژاد علاوه بر سخنرانی در مجمع عمومی سازمان ملل، در میان نخبگان دانشگاهی و سایر محافل علمی و عمومی نیز به سخنرانی پرداخته است. سخنرانی احمدی نژاد در دانشگاه کلمبیا از جمله مصادیق دیپلماسی عمومی دولت نهم محسوب می‌شود. این اقدام دیپلماتیک از سوی حامیان دولت، «دیپلماسی کلمبیا» نام گذاری شد؛ زیرا هدف از آن، بیش از اقناع مخاطبان مستقیم، تأثیرگذاری بر افکار عمومی بین‌المللی از راه تبیین و ترویج گفتمان انقلاب اسلامی بر پایه قرائت اصول‌گرایی بود (دهقانی فیروزآبادی و رادفر، ۱۳۸۹: ۲۰۳). رهبر انقلاب اسلامی نیز این نوع دیپلماسی را این‌گونه تأیید می‌کنند: «نمونه دانشگاه کلمبیا، نمونه خوبی است. انصافاً این منطق قوی و تسلط بر نفس - یعنی روحیه خوب، اعتماد به نفس - و اعتماد به این منطق کار خودش را کرد» (آیت‌الله خامنه‌ای، ۴ شهریور ۱۳۸۶).

سخنرانی احمدی نژاد در کنفرانس بین‌المللی سازمان ملل علیه نژادپرستی (موسوم به دوربان ۲) در ۲۰ آوریل ۲۰۰۹ در مقر سازمان ملل در ژنو نیز نمونه دیگری است. در این سخنرانی وی اسرائیل را «پرچم‌دار نژادپرستی» توصیف کرده و اعلام می‌دارد که حکومت اسرائیل «بی‌رحم‌ترین و نژادپرست‌ترین رژیم» به‌شمار می‌آید، از آن لحاظ که «یک ملت را به بهانه قربانی شدن یهودیان از سرزمین محروم کرد». اگرچه این سخنان موجب خروج ۲۳ نماینده حاضر، از کشورهای عضو اتحادیه اروپا از سالن کنفرانس شد، ولی بازتاب مثبتی در افکار عمومی جهان اسلام و عرب داشت (دهشیری، ۱۳۹۰: ۵۴).

احمدی نژاد در مصاحبه با شبکه خبر، درباره اهمیت سخنرانی در میان نخبگان و توده‌های مردم در کشورهای مختلف بیان داشت: «اصلاً پیام اصلی ملت ما فرهنگی است و هویت اصلی ایران، فرهنگی است، جاذبه... دارد و حرف ملت ایران شنوا دارد و گوش‌های فراوانی منتظر شنیدن پیام ملت ایران هستند و من هم پیش‌بینی می‌کردم و پارسال به دوستان گفتم که دولت امریکا اجازه برپایی چنین مراسمی را نخواهد داد. آنها گفتند چطور؟ گفتم صبر کنید، خواهید دید، می‌دانستم که تحمل تعامل درست و بدون حاشیه فرهنگی را ندارند؛ یعنی نمی‌توانند اجازه دهند در فضایی آرام و دوستانه دیدگاه‌های فرهنگی ایران مطرح شود، چون این



دیدگاه‌ها مطرح شود، بلافاصله قبول می‌شود، چون مبتنی بر فطرت است و پشتوانه منطقی بسیار قوی دارد و از یک حقیقت زلال سرچشمه می‌گیرد» (مصاحبه اختصاصی با شبکه خبر در مسیر بازگشت از سفر به امریکا، ۱۳۸۶).

۶-۲. حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش

یکی دیگر از محورهای دیپلماسی عمومی احمدی‌نژاد، حمایت از نهضت‌های آزادی‌بخش است. براساس اصل ۱۵۴ قانون اساسی، جمهوری اسلامی ایران، در عین خودداری کامل از هرگونه دخالت در امور داخلی ملت‌های دیگر، از مبارزه حق‌طلبانه مستضعفین در برابر مستکبرین در هر نقطه از جهان حمایت می‌کند.^(۲) در این باره جمهوری اسلامی ایران در جریان جنگ ۳۳ روزه لبنان، با شدت و جدیت به حمایت آشکار از جنبش حزب‌الله در نبرد با اسرائیل پرداخت؛ زیرا ایران بر پایه نقش ملی «عامل ضد صهیونیست» و «دولت عادل» در چهارچوب هویت دولت عدل اسلامی موظف و مکلف به حمایت و پشتیبانی از این جنبش اسلامی است. همچنین جمهوری اسلامی در حمله اسرائیل به غزه در جنگ ۲۲ روزه نیز به حمایت از جنبش اسلامی فلسطین، حماس، پرداخت. احمدی‌نژاد در این زمینه معتقد است: «ما باید کنار مظلوم باشیم. ما با مناسبات ظالمانه‌ای که بر جهان حاکم است نمی‌توانیم کنار بیاییم... هر جا نظام ظالمانه‌ای (باشد) چه در یک محدوده خاص چه در عرصه جهانی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی ما نمی‌توانیم با آن کنار بیاییم» (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۹: ۲۰۷).

احمدی‌نژاد در دوره مسئولیتش به ادبیات امام در حوزه دیپلماسی عمومی توجه کرد. وی در نقدهایی که به غرب داشت و طرح بحث هولوکاست، نگاهش متوجه افکار عمومی جهان بود. او متوجه شد که ایران برای مقابله با غرب باید افکار عمومی دیگر کشورها به‌ویژه جهان سوم و مسلمانان را همراه داشته باشد (فیروزی، مصاحبه با فؤاد ایزدی، مهرماه ۱۳۹۰). رئیس دولت نهم در بسیاری از سخنرانی‌های خویش با طرح موضوعاتی مانند هولوکاست و جهان بدون صهیونیسم تلاش کرده از ملت فلسطین حمایت کند. وی در این باره معتقد است: «... بعضی کشورهای اروپایی اصرار دارند که بگویند هیتلر در جنگ دوم جهانی، میلیون‌ها

یهودی را در کوره‌های آدم‌سوزی کشته است. آن‌قدر بر این حرف و ادعا مصرّ هستند که هر مخالف و تحلیل‌گر و دانشمندی که با اسناد، خلاف این مطلب را اثبات می‌کند، او را به زندان و محرومیت محکوم می‌کنند. گرچه ما این حرف را قبول نداریم، اما فرض می‌کنیم که حرف اروپاییان درست است و آنها میلیون‌ها یهودی را در جنگ جهانی دوم کشته‌اند. اما سؤال این است که آیا کشتار یهودیان در جنگ جهانی دوم توسط هیتلر دلیل درستی برای حمایت از رژیم اشغالگر قدس است؟ ... ما می‌گوییم اگر شما چنین کاری را انجام داده‌اید، خوب بیایید در اروپا آلمان و اتریش چند ایالت خودتان را به این صهیونیست‌ها بدهید تا آنها دولت مورد نظرشان را در آنجا برپا کنند. چرا در اروپا به اینها ظلم شده و تقاص آن را مردم مظلوم فلسطین باید پس بدهد؟ شما قطعه‌ای از اروپا را تقدیم کنید، ما هم از تصمیم شما حمایت می‌کنیم. مطلقاً هیچ شعاری علیه آن دولت نخواهیم داد و... ما خواهان استقرار حکومت مردمی در فلسطین هستیم. ما فکر می‌کنیم راه‌حل مسئله فلسطین، تضمین حقوق همه مردم بر پایه یک حکومت دموکراتیک است... امروز ما باید در یک همه‌پرسی و مراجعه به آرای مردم بومی فلسطین، کسانی که فلسطینی‌الاصل هستند، چه مسیحی، چه یهودی و مسلمان از آنها درباره سرنوشت خودشان نظر بخواهیم و سؤال کنیم. هر چیزی که مردم فلسطینی‌الاصل تصمیم بگیرند، حتماً مورد قبول همه بشریت خواهد بود. فکر می‌کنیم این یک راه‌حل قطعی، دموکراتیک و منطبق بر همه موازین بین‌المللی است.» (دوهفته‌نامه اصول‌گرا، ۱۳۸۶: ۸۵)

به‌طورکلی اقدامات دولت احمدی‌نژاد در زمینه دیپلماسی عمومی برای حمایت از مردم فلسطین را می‌توان در این موارد مشاهده کرد: زیر سؤال بردن هولوکاست؛ برگزاری کنفرانس بین‌المللی در تهران درباره هولوکاست در دسامبر ۲۰۰۶؛ امید به «محو شدن اسرائیل از صفحه گیتی»؛ حمایت معنوی و سیاسی از حزب الله طی مقاومت ۳۳ روزه در جنوب لبنان در سال ۲۰۰۶ و از حماس در طول مقاومت ۲۲ روزه در غزه در پایان دهه ۲۰۰۸ در مقابل حملات و تهاجمات اسرائیل؛ و نیز برگزاری کنفرانس بین‌المللی موسوم به «حمایت از فلسطین، نماد مقاومت؛ غزه قربانی جنایت‌ها» در تهران در ۴ و ۵ مارس ۲۰۰۹.

۳. عوامل تأثیرگذار بر ارتقای جایگاه دیپلماسی عمومی در دولت اصول‌گرا
 از منظر *جیمز روزنا*، سیاست خارجی به‌عنوان متغیر وابسته، معلول پنج دسته از منابع فردی، نقش، حکومتی و بوروکراتیک، اجتماعی یا ملی و بین‌المللی است. هریک از این منابع، خود متغیرهای متعدد و مختلفی را دربر می‌گیرد. با الهام از طرح روزنا و با کمی تساهل می‌توان عوامل مؤثر بر جایگاه دیپلماسی عمومی در دولت احمدی‌نژاد را در ۴ بخش فردی، داخلی (ملی)، منطقه‌ای و بین‌المللی بررسی کرد. هرچند این تأثیرات لزوماً خاص دوره اصول‌گرایی نیست و قابلیت کاربست برای دوره‌های پیشین را نیز دارد.

۳-۱. عامل فردی

از همان زمان که احمدی‌نژاد عهده‌دار مقام ریاست‌جمهوری در ایران شد، تلاش کرد تا خود بدون واسطه یکی از ستون‌های اصلی دیپلماسی عمومی و انتقال ارزش‌های انقلابی به سایر ملت‌ها باشد. این مسئله ریشه در ویژگی‌های فردی و شخصی احمدی‌نژاد دارد. حضور در نشست‌های دانشجویی و نخبگان مذهبی و علمی در حاشیه سفرهای رسمی، حضور در جمع توده‌های مردم و گفت‌وشنود با آنها و انجام مصاحبه‌های متعدد با رسانه‌های مختلف خارجی، نشانگر علاقه محمود احمدی‌نژاد به عرصه دیپلماسی عمومی بوده است. این علاقه احمدی‌نژاد، باعث شده است وی تلاش کند خارج از تعاملات رسمی یک رئیس‌جمهور، مستقیم و غیرمستقیم با افکار عمومی کشورها روبه‌رو شود و مسائل اساسی را طرح کند. شاید به همین دلیل است که *حمید مولانا*، مشاور رسانه‌ای احمدی‌نژاد، وی را یک رسانه می‌داند. به نظر وی، احمدی‌نژاد این توانایی را دارد که بتواند با مردم به‌طور مستقیم بدون اینکه خبرنگاری در میان باشد، صحبت کند و فراسوی زیرساخت‌های الکترونیکی و تشکیلات امروزی با مردم رابطه برقرار کند (به نقل از خواجه‌نوی، ۱۳۸۸).

۳-۲. عوامل داخلی

عوامل داخلی یا ملی تأثیرگذار بر دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران را می‌توان در دو بخش ماهیت و اهداف آن بررسی کرد.

۱-۲-۳. ماهیت فراملی اسلام و انقلاب اسلامی

انقلاب اسلامی ایران به دلیل ماهیت و جوهر دینی و معنوی خود، یک تحول ارزشی بود. از این نظر، آنچه در جامعه ایران رخ داد، تحول و رویدادی فرهنگی، اخلاقی و اعتقادی بود. این انقلاب نشانگر آن بود که فرهنگ اسلامی ریشه‌های عمیقی در درون ملت ایران دارد. جهان‌شمولی انقلاب اسلامی، به این معنا که ریشه و پایه آن به حکومت صدر اسلام بازمی‌گردد و مبنای آن قرآن است. حکومت پیامبر دارای دو ویژگی است که همین دو ویژگی نیز در انقلاب اسلامی ایران دیده می‌شود. اول اینکه پیامبر اسلام تمام جهانیان در تمام زمان‌ها و دوره‌ها را فارغ از هر رنگ و نژاد و زبان مخاطب قرار داده است. دوم اینکه تعالیم آن، برخاسته از فطرت بشر است. این مسئله در کلام معمار انقلاب هم دیده می‌شود «نهضت ما اسلامی است قبل از اینکه ایرانی باشد و نهضت مستضعفین سراسر جهان است قبل از اینکه به منطقه‌ای خاص تعلق داشته باشد.» (بیگی، ۱۳۸۷: ۱۲).

یکی از رسالت‌های جهانی انقلاب اسلامی که توجه به آنها ماهیت انقلاب اسلامی را بیش‌ازپیش نمایان کرده و تصویر جدیدی از انقلاب اسلامی در نظام بین‌الملل ترسیم می‌کند، اصل نه شرقی، نه غربی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران است. اصول و مفاهیمی همچون عدالت‌طلبی، آزادی‌خواهی، نفی سلطه‌طلبی، ظلم‌ستیزی و مبارزه با استکبار جهانی نیز در راستای این شعار مطرح شد. انقلاب ایران با طرح این شعارها در صدد ایجاد الگوی مناسبی برای ملت‌ها برآمد که آنها احساس کنند در قبال مسائلشان احساس مسئولیت انقلابی وجود دارد؛ و از سوی دیگر، امام خمینی نیز همواره تأکید می‌کردند که مخاطب انقلاب ما ملت‌ها هستند.

۲-۲-۳. اهداف فراملی انقلاب اسلامی

جهان‌شمول بودن اسلام و اهداف فراملی مصرح در قانون اساسی و اندیشه‌های رهبران جمهوری اسلامی ایران، مهم‌ترین عامل داخلی تأثیرگذار بر افزایش اهمیت دیپلماسی عمومی در جمهوری اسلامی ایران است. به بیان دیگر، نوعی تکلیف قانونی و شرعی در این زمینه برای کارگزاران سیاست خارجی تعیین شده است. در

این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

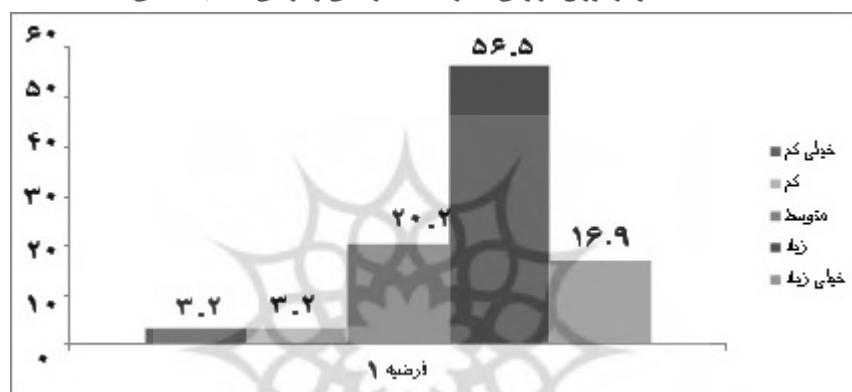
اول، تأکید بر روابط با ملت‌ها، که با مبحث روابط با دولت‌ها متفاوت است. دولت اسلامی وظیفه دارد روابط خود را با کلیه ملت‌ها (به ویژه مسلمانان و مستضعفان) تقویت کند. این سخن، پیش فرضی انسان‌شناسانه دارد. هرکسی بر فطرت الهی و اسلامی آفریده می‌شود، هرچند پدر و مادر او سعی در یهودی، نصرانی و مجوس کردن او داشته باشند: «کل مولود یولد علی الفطرة و إن کان ابواه یهودانه و ینصرانه و یمجسانه». در کتاب اصول کافی روایاتی وجود دارد که مراد از «فطرت» را «فطرت توحیدی» معرفی می‌کند. امام خمینی مخاطب پیام اسلام را نوع بشر می‌داند: «اسلام برای بشر آمده است، نه برای مسلمین و نه برای ایران... نهضت برای اسلام نمی‌تواند محصور باشد در یک کشور، و نمی‌تواند محصور باشد در حتی کشورهای اسلامی... با تمام وجود باید تلاش نماییم و این را باید از اصول سیاست خارجی خود بدانیم». یکی از بارزترین مصادیق در این زمینه، حمایت از مردم و آرمان فلسطین است. این سیاست از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون و در دوره‌های مختلف سیاست خارجی، استمرار داشته و جمهوری اسلامی ایران همواره از حقوق ملت مظلوم فلسطین، حمایت و پشتیبانی کرده است. فلسطین، جایگاه منحصر به فردی در سیاست خارجی ایران دارد.

دوم، دفاع از مسلمانان و حمایت از مستضعفان است، که به صورت پشتیبانی از نهضت‌ها و جنبش‌های آزادی‌بخش تجلی می‌یابد، و بر این فرض استوار است که بشریت دارای منافع و مصالح مشترکی است که دولت اسلامی در قبال تحقق و تأمین آنها مسئولیت دارد. این منافع و مصالح با توالی منطقی در سه سطح ملی، اسلامی و جهانی تعریف و تعقیب می‌شود؛ سوم، یکی دیگر از لوازم تحقق ایده عالم‌گیر شدن اسلام، ایجاد وحدت و تحکیم مبانی و پایه‌های آن در میان ملت‌های مسلمان است. به هر حال، با بهره‌گیری از ابزارهای تبلیغاتی، همکاری، همیاری، پرهیز از تفرقه و تشتت در چهارچوب اصل دعوت می‌توان در راستای تحقق حکومت جهانی اسلام گام‌های مؤثری برداشت.

در مجموع، تدوین و تعقیب اهدافی چون عدالت‌طلبی، آزادی‌خواهی، نفی سلطه‌طلبی، ظلم‌ستیزی و مبارزه با استکبار جهانی، تلاش برای تشکیل امت واحد

جهانی، حمایت از مستضعفین در قبال مستکبرین، حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش که در اندیشه‌های اسلام، رهبران انقلاب اسلامی و قانون اساسی مندرج است، نشان‌دهنده نقش برجسته مردم و ملت‌ها در سیاست خارجی است که زمینه را برای افزایش نقش دیپلماسی عمومی فراهم می‌کند. درباره این متغیر، طی پرسش‌نامه و مصاحبه‌ای که با صاحب‌نظران انجام شد، نقش این متغیر داخلی مورد آزمون قرار گرفت. نمودار مربوط به فراوانی این موضوع به شرح زیر است:

شکل ۱. نمودار توزیع فراوانی تأثیر ماهیت فرهنگی و فراملی انقلاب اسلامی



برای آزمون این فرضیه از آزمون دوجمله‌ای استفاده شده است.

جدول ۱. آزمون دوجمله‌ای تأثیر ماهیت فرهنگی و فراملی انقلاب اسلامی بر افزایش اهمیت دیپلماسی عمومی

متغیر	مقولات	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت آزمون	عدد معناداری	تأیید یا رد فرضیه
جهان‌شمولی اسلام و انقلاب اسلامی	گروه ۱	۱۷	۰/۱۴	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید
	گروه ۲	۱۰۷	۰/۸۶			
	کل	۱۲۴	۱/۰۰			

در آزمون بالا مقدار ۳ به عنوان نمره حده وسط در شاخص به عنوان معیار گروه‌بندی انتخاب شده است. نسبت آزمون نیز ۰/۵ تعریف شده است. براساس نتیجه آزمون بالا از آنجا که عدد معناداری کمتر از آستانه ۰/۰۵ است، می‌توان گفت تأثیر این متغیر تأیید شده است.

۳-۳. عوامل منطقه‌ای

تحولات منطقه‌ای هم‌زمان با به قدرت رسیدن اصول‌گرایان در جمهوری اسلامی ایران، مانند اشغال عراق توسط نیروهای امریکا، جنگ ۳۳ روزه لبنان و جنگ

۲۲روزه غزه نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در ارتقاء جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی دولت اصول‌گرا ایفا کرد.

۱-۳-۳. حمله به عراق

دولت بوش که در اسفند ۱۳۸۱ به عراق حمله کرد، در تأمین بسیاری از اهداف خود ناکام ماند؛ از جمله امریکا در صدد بود با استقرار نظامی جدید در عراق آن را به‌عنوان مدلی بدیع به مردم و سران دیگر کشورهای منطقه معرفی کند. اما در این زمینه توفیقی نیافت. این ناکامی زمینه را برای دولت اصول‌گرا فراهم آورد تا الگوی نظام اسلامی مبتنی بر عدالت و ظلم‌ستیزی را به عراق جدید معرفی کند (دهقانی فیروزآبادی و رادفر، ۱۳۸۹: ۲۱۷)؛ به‌ویژه اینکه اکثر مردم عراق را شیعیان تشکیل می‌دهند. فراتر از این قرابت‌های مذهبی میان شیعیان عراق و ایران، ارتباط قومی کردهای دو کشور نیز از جمله دلایل دیگر اهمیت دیپلماسی عمومی ایران در عراق است. در این رابطه باید توجه ویژه داشت که در دوران رژیم دیکتاتوری صدام، ایران میزبان مخالفان و تبعیدیان عراق بود که اکنون حاکمان این کشور هستند. در واقع یکی از دلایل داخلی خصومت‌های صدام، علاوه بر توسعه‌طلبی و تحریک قدرت‌های خارجی که منجر به شعله‌ور شدن جنگی هشت‌ساله شد، نفوذ و ارتباط رهبران قومی و مذهبی این کشور با ایران بود. با سقوط صدام، نفوذ ایران در منطقه جنوب عراق با توجه به روابط اقتصادی و حجم فزاینده تجارت میان ایران و عراق و حضور زائران ایرانی در زیارتگاه‌های این کشور، به‌سرعت افزایش یافته است (احدی، ۱۳۸۶).

۲-۳-۳. مسئله فلسطین و لبنان

قیام انتفاضه مردم مظلوم فلسطین و حمایت از حزب‌الله لبنان، همواره جایگاه ویژه‌ای در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران داشته است. اصول محوری دولت اصول‌گرا از جمله مهرورزی، عدالت‌طلبی، حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش و مستضعفان جهان، زمینه گسترده‌ای برای گسترش دیپلماسی عمومی دولت احمدی‌نژاد ایجاد کرد. اوایل استقرار دولت اصول‌گرا، هم‌زمان شد با جنگ‌های ۳۳روزه حزب‌الله لبنان و مقاومت ۲۲روزه غزه. پایداری در این دو موضوع باعث شد که زمینه شکوفایی مجدد اسلام‌گرایی و مقاومت در برابر رژیم غاصب اسرائیل

فراهم شود. رهبر انقلاب اسلامی درباره اهمیت مقاومت لبنان و فلسطین در سال ۱۳۸۷ در دیدار با مسئولان وزارت امور خارجه و جمعی از سفرا اظهار داشتند: «گسترش تفکر اسلامی در دنیا و غلبه تفکر مقاومت در مقابل نظام سلطه در لبنان و فلسطین نمونه‌های بارزی از پیشرفت نظام اسلامی در افکار عمومی و افزایش عظمت و اقتدار ملت ایران است.» (روزنامه ایران، ۲۰ مرداد ۱۳۸۷: ۲).

درباره الگو بودن ایران برای لبنان و جنبش مقاومت، *امل سعد غریب* (۱۳۸۵: ۲۶-۲۷) از نویسندگان عرب معتقد است اگر مقاومت اسلامی یک نمونه انقلابی الهام‌بخش نمی‌داشت، رشد نمی‌کرد و به شکل یک حزب در نمی‌آمد. علاوه بر آن اگر پشتیبانی سیاسی و مالی ایران نبود، قدرت نظامی و تکامل سازمانی حزب‌الله به عقب می‌افتاد (شفیعی و مرادی، ۱۳۸۸: ۶۴-۴۱).

۴-۳. تحولات بین‌المللی

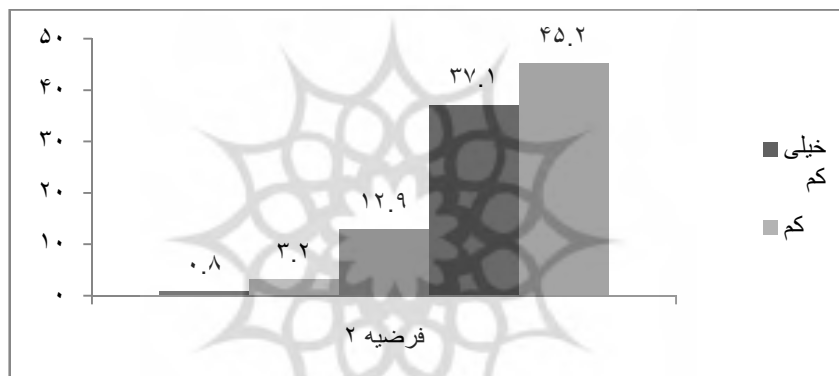
در کنار عوامل و متغیرهای داخلی و منطقه‌ای، تحولات بین‌المللی نیز موجبات افزایش جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی اصول‌گرا را فراهم ساخت.

۴-۳-۱. انقلاب و پیشرفت در تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات

درباره تأثیر تکنولوژی‌های ارتباطی بر دیپلماسی سنتی می‌توان به گفته *لرد پالمرسون*، وزیر امور خارجه انگلستان در سال ۱۸۴۰ توجه کرد؛ زمانی که وی بر روی میز خود نخستین تلگراف را دریافت کرد، فریاد زد این پایان دیپلماسی است. تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی جدید، شبکه‌های اجتماعی جهانی و اینترنت را گسترش داد؛ به نحوی که آنها به منبع مهم مرکزی اطلاعات در امور جهانی تبدیل شدند. اینترنت زمینه را برای دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی، جوامع، شرکت‌ها و حتی افراد آماده کرد تا به مبادله اطلاعات درباره مسائل جهان پردازند. شبکه‌های جهانی خبری مثل سی.ان.ان، الجزیره، و بی.بی.سی، تقریباً در هر اتفاقی در جهان به‌صورت زنده حاضر هستند و باعث شده‌اند اطلاعات قابل دسترس برای توده‌های مردم مهیا شود و بدین ترتیب نقش افکار عمومی در روابط میان دولت‌ها گسترش یابد. انقلاب در ارتباطات باعث دگرگونی در اهداف و ابزار سیاست خارجی شد. تصویر و اعتبار در سطح جهان از طریق جذابیت و ترغیب بسیار مهم‌تر از سرزمین، مواد خام، و جمعیت ناشی از

ابزارهای اقتصادی و نظامی می‌باشد. دولت اصول‌گرا نیز از این موقعیت استفاده کرده و با استفاده از این فناوری‌ها به گفتگوی مستقیم با مردم دیگر کشورها برای رساندن پیام خود پرداخته است. در این زمینه دولت اصول‌گرا اقداماتی نظیر تأسیس شعبه خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، افتتاح دفتر صداوسیما؛ توسعه ارتباط با رسانه‌های گروهی و جراید منطقه و مصاحبه سفرای جمهوری اسلامی ایران در منطقه با رسانه‌های گروهی به‌ویژه در کشورهای امریکای لاتین را سرلوحه کار خود قرار داد. درباره اهمیت و میزان تأثیرگذاری این متغیر در پرسش‌نامه مطرح‌شده موارد زیر مشاهده شد. نمودار مربوط به فراوانی این موضوع به‌شرح زیر است:

شکل ۲. نمودار توزیع فراوانی تأثیر انقلاب در ارتباطات و اطلاعات



برای آزمون این فرضیه از آزمون دو جمله‌ای استفاده شده است.

جدول ۲. آزمون دو جمله‌ای تأثیر انقلاب در ارتباطات و اطلاعات بر افزایش اهمیت دیپلماسی عمومی

متغیر	مقولات	تعداد	نسبت مشاهده‌شده	نسبت آزمون	عدد معناداری	تایید یا رد فرضیه
انقلاب در ارتباطات و اطلاعات	گروه ۱	۲۵	۰/۰۸	۰/۵۰	...	تایید
	گروه ۲	۲۴	۰/۹۲	۰/۵۰	...	تایید
	کل	۱۳۴	۱/۰۰	۰/۵۰	...	تایید

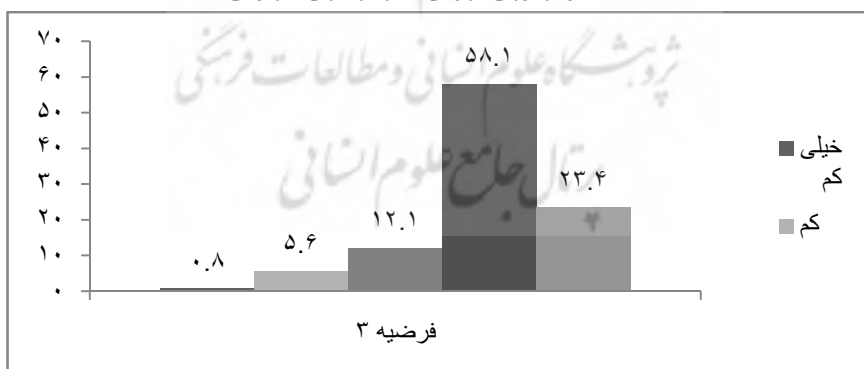
در آزمون بالا مقدار ۳ به‌عنوان نمره حد وسط در شاخص به‌عنوان معیار گروه‌بندی

انتخاب شده است. نسبت آزمون نیز ۰/۵ تعریف شده است. براساس نتیجه آزمون بالا از آنجا که عدد معناداری کمتر از آستانه ۰/۰۵ است، می‌توان گفت تأثیر این متغیر تحقیق تأیید شده است.

۲-۴-۳. ظهور بازیگران غیردولتی

ظهور بازیگران غیردولتی مثل سازمان‌های مردم‌نهاد، شرکت‌های خصوصی، کلیساها، انجمن‌ها و افراد، باعث حضور گسترده آنها در تصمیم‌سازی سیاست خارجی کشورها و یا دست‌کم تأثیرگذاری و جهت‌دهی بر آن شده است. در این زمینه می‌توان به دیپلماسی مستقیم شهروندان در تصمیم‌سازی کشورها اشاره کرد که از آن به دیپلماسی مستقیم و یا دیپلماسی شهروندی یاد می‌شود. افزایش نقش بازیگران غیردولتی در دولت اصول‌گرا کاملاً مشهود است. برای نمونه در این زمینه انجمن‌های دوستی با دیگر کشورها به‌شدت افزایش یافت. این انجمن‌ها که در دولت اصلاح‌طلب بیشتر معطوف به کشورهای اروپایی و غربی بود، در این دوره به سمت کشورهای آسیایی، امریکای لاتین و افریقا تغییر یافت (گزارش اداره کل سازمان‌های مردم‌نهاد وزارت کشور، مهر ۱۳۹۰). در واقع دولت احمدی‌نژاد ضمن تجدیدنظر در دیپلماسی کلویی^۱ به سمت دیپلماسی شبکه‌ای^۲ حرکت کرد. در سنجش پرسش‌نامه‌ای برای میزان تأثیرگذاری این متغیر موارد زیر دیده می‌شود. نمودار مربوط به فراوانی این موضوع به‌شرح زیر است:

شکل ۳. نمودار توزیع فراوانی تأثیر بازیگران غیردولتی



1. Club Diplomacy
2. Network Diplomacy

برای آزمون این فرضیه از آزمون دوجمله‌ای استفاده شده است.

جدول ۳. آزمون دوجمله‌ای تأثیر افزایش نقش بازیگران غیردولتی بر افزایش اهمیت دیپلماسی عمومی

متغیر	مقولات	تعداد	نسبت مشاهده شده	نسبت آزمون	عدد معناداری	تأیید یا رد فرضیه
افزایش نقش بازیگران غیردولتی	گروه ۱	۳۶	۰/۶۷	۰/۵۰	۰/۰۰۰	تأیید
	گروه ۲	۶۰۳	۰/۸۳			
	کل	۶۳۹	۰/۵۰			

در آزمون بالا مقدار ۳ به عنوان نمره حد وسط در شاخص به عنوان معیار گروه‌بندی انتخاب شده است. نسبت آزمون نیز ۰/۵ تعریف شده است. براساس نتیجه آزمون بالا از آنجا که عدد معناداری کمتر از آستانه ۰/۰۵ است، می‌توان گفت فرضیه این تحقیق تأیید شده است. به عبارت دیگر، افزایش نقش بازیگران غیردولتی بر افزایش اهمیت دیپلماسی عمومی تأثیر داشته است.

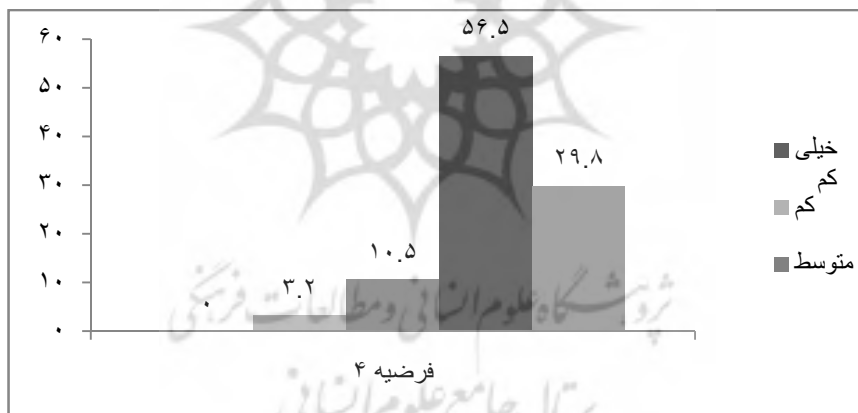
۳-۴-۳. تغییر سرشت و ماهیت قدرت

تقریباً از سوی اکثر سیاستمداران و دانشمندان سیاست پذیرفته شده است که کاربرد قدرت سخت در سیاست خارجی کاهش پیدا کرده است. همان‌گونه که **نای** (۲۰۰۴) می‌گوید، قدرت نرم عبارت است از توانایی شکل‌دهی به ترجیحات دیگران بدون استفاده از زور (برخلاف قدرت سخت که بر کاربرد زور تأکید دارد). از نظر وی شخصیت جذاب، فرهنگ، ارزش‌ها و سازمان‌های سیاسی دارای مقبولیت و سیاست‌هایی که دارای مشروعیت و اعتبار اخلاقی هستند، مولد قدرت نرم می‌باشند. بنابراین با اهمیت یافتن مقولاتی مانند فرهنگ، سیاست و اقتصاد و تبدیل شدن آنها به منبع قدرت نرم، ابزارهای اعمال این نوع قدرت نیز تغییر یافته است.

بنابراین دولت اصول‌گرا برای اعمال قدرت نرم خود به کارگیری ابزارهای دیپلماسی عمومی را افزایش داد. به همین منظور با عنایت به اتخاذ سیاست نگاه به

شرق و امریکای لاتین گرایی در سیاست خارجی دولت اصول‌گرا، اقداماتی در جهت به‌کارگیری قدرت نرم از طریق دیپلماسی عمومی صورت گرفت که از آن جمله به این موارد می‌توان اشاره کرد: ایجاد کرسی‌های زبان فارسی و ایران‌شناسی در دانشگاه‌های منطقه و تقویت کرسی‌های موجود؛ برگزاری سمینارهای دوره‌ای در ارتباط با سیاست، فرهنگ و اقتصاد در دانشگاه‌های کشورهای منطقه؛ برگزاری جشنواره‌های دوره‌ای فرهنگی و هنری؛ گشایش رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به‌ویژه در تعدادی از کشورهای منطقه امریکای لاتین و تقویت این رایزنی‌ها در کشورهای افریقای؛ ایجاد کرسی زبان فارسی در کشورهایمانند ونزوئلا و کلمبیا و تقویت کرسی زبان فارسی در برزیل؛ سفر متقابل هیئت فرهنگی و دانشگاهی به پایتخت‌های یکدیگر. اهمیت تغییر در گفتمان و ماهیت قدرت در پرسش‌نامه اجراشده نیز مورد تأیید قرار گرفت که نمودار مربوط به فراوانی این موضوع به شرح زیر است:

شکل ۴. نمودار توزیع فراوانی تأثیر تحول در ماهیت و گفتمان قدرت



برای آزمون این فرضیه از آزمون دوجمله‌ای استفاده شده است.

جدول ۴. آزمون دوجمله‌ای تأثیر تحول در ماهیت و گفتمان قدرت در روابط بین‌الملل بر افزایش اهمیت

دیپلماسی عمومی

متغیر	مقولات	تعداد	نسبت مشاهده‌شده	نسبت آزمون	عدد معناداری	تأیید یا رد فرضیه
تحول در ماهیت و گفتمان قدرت در روابط بین‌الملل	گروه ۱	۳ >	۱۰	۰.۸	۰/۵۰	تأیید
	گروه ۲	۳ >	۱۱۴	۰.۹۲		
	گروه ۳		۱۲۴	۱/۰۰		

در آزمون بالا مقدار ۳ به‌عنوان نمره حدّ وسط در شاخص به‌عنوان معیار گروه‌بندی انتخاب شده است. نسبت آزمون نیز ۰/۵ تعریف شده است. براساس نتیجه آزمون بالا از آنجا که عدد معناداری کمتر از آستانه ۰/۰۵ است، می‌توان گفت فرضیه این تحقیق تأیید شده است. به‌عبارت دیگر، تحول در ماهیت و گفتمان قدرت در روابط بین‌الملل بر افزایش اهمیت دیپلماسی عمومی تأثیر دارد.

نتیجه‌گیری

دیپلماسی عمومی، مجموعه استراتژی‌ها و تاکتیک‌های نوین دیپلماتیک است که به اقتضای شرایط کنونی حاکم بر نظام بین‌الملل، در خدمت دستگاه سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران قرار دارد؛ در این رهگذر، دولت اصول‌گرا سعی کرده است بر محیط بین‌المللی به‌ویژه بر افکار عمومی تأثیر مثبت بگذارد، تا با ایجاد تصویر مطلوب از ایران، دستیابی به بسیاری از اهداف فرهنگی، سیاسی، معنوی، اقتصادی و حتی نظامی را تسهیل کند. با توجه به اهمیتی که اسلام و جمهوری اسلامی ایران برای ملت‌ها و افکار عمومی قائل است و همچنین تأکید بر اهدافی همچون نفی ظلم و حمایت از مظلوم، حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش، تلاش برای ایجاد وحدت و همبستگی میان امت اسلامی، برقراری روابط دوستانه و مسالمت‌آمیز با جهان و دعوت به اسلام که بعد از انقلاب اسلامی به‌عنوان اصول سیاست خارجی کشور قرار گرفت، دیپلماسی عمومی جایگاه ویژه‌ای در سیاست خارجی جمهوری اسلامی یافته است.

در این زمینه، دولت احمدی‌نژاد نیز در پی الگوپردازی از جمهوری اسلامی ایران از طریق گسترش دیپلماسی عمومی بوده است. وی در این‌باره معتقد است: «دو مسئولیت سنگین برعهده ملت ایران است، مسئولیت اول همانا ساختن ایران است. پیام مکتب و آرمان‌های یک انقلاب، زمانی مورد استقبال قرار می‌گیرد که با الگوهای عملی همراه باشد و از این‌رو، سوق دادن بشریت به سمت قله کمال و حیات طیبه لازم است و باید الگویی از آن در جامعه اسلامی ایجاد کنیم... مأموریت دوم، معرفی انقلاب اسلامی به جهان بشریت است... باید این مکتب و الگو را تبیین و به ملت‌های تشنه دنیا معرفی کنیم» (سخنرانی در جمع سفراء، ۲۲



خرداد (۸۶). به نظر وی، «هدف اساسی انقلاب اسلامی، ساختن جامعه‌ای شاهد و واسط است؛ جامعه شاهد مبتنی بر عدالت، کرامت و عزت انسان‌ها است. آنها معیارهایی است که می‌توان جامعه الگو را با آنها سنجید». (به نقل از دهقانی فیروزآبادی و رادفر، ۱۳۸۹: ۱۹۵).

در نتیجه الگوی دیپلماسی عمومی در این دوران، ایجاد یک دولت عدالت‌خواه است که بر مبنای آموزه‌های اسلامی و انقلابی و به‌ویژه مفاهیم مهدویت و عدالت و مهرورزی مورد نظر حضرت مهدی (عج) قرار دارد. عوامل مختلفی در افزایش اهمیت دیپلماسی عمومی در جمهوری اسلامی ایران و دوران اصول‌گرایی نقش داشته‌اند. با عنایت به پیمایش صورت‌گرفته و مصاحبه با صاحب‌نظران این حوزه، می‌توان گفت اگرچه جمهوری اسلامی ایران و دولت احمدی‌نژاد به‌صورت خاص توانسته است بر افکار عمومی منطقه‌ای و جهانی تأثیر بگذارد، اما ابزار دیپلماسی عمومی به‌معنای علمی و متعارف در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران از اولویت و مطلوبیت لازم برخوردار نبوده است. این امر ناشی از موانع و مشکلات و ضعف‌ها و کاستی‌هایی است که مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱. نبود فهم دقیق و صحیح از دیپلماسی عمومی در میان دستگاه‌های گوناگون: زیرا بیش از ۳۰ دستگاه دولتی و تعداد قابل‌توجهی از بازیگران غیردولتی در این بخش فعالیت می‌کنند و در این زمینه فهم مشترکی وجود ندارد؛
۲. مطرح نشدن دیپلماسی عمومی به‌مثابه یک موضوع علمی: هنوز رشته و گرایشی تحت این عنوان در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی ایجاد نشده است و حتی واحد درسی تحت این عنوان وجود ندارد و همایش بین‌المللی و ملی قابل‌توجهی نیز درباره دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برگزار نشده است.
۳. نبود یک مرکز یا شورای راهبری دیپلماسی عمومی و به تبع آن فقدان منشور یا سند راهبردی دیپلماسی عمومی؛
۴. به دلیل پراکندگی دستگاه‌های دست‌اندرکار دیپلماسی عمومی، شاخص مشخصی برای ارزیابی دقیق دیپلماسی عمومی وجود ندارد.*

یادداشت‌ها

۱. در این زمینه ذکر این نکته مهم است که برخی از این عوامل تأثیرگذار در دوره‌های مختلف قابل بررسی است و مختص دوره اصول‌گرایی نیست و در واقع بر کلیت نظام تأثیر دارند که این تأثیرات در دوره‌های خاص قابل بررسی است که در این مقاله نمی‌گنجد.

۲. شایان ذکر است، با الهام از فرهنگ اسلامی - ایرانی از ابتدای انقلاب اسلامی تاکنون حمایت از آرمان‌های ملت مظلوم فلسطین جزء لاینفک سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران بوده است؛ و این حمایت در دوره‌های مختلف سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران وجود داشته اما با شدت و ضعف همراه بوده است.



منابع

الف - فارسی

- احدی، افسانه. ۱۳۸۶. *دیپلماسی عمومی امریکا و قدرت نرم ایران در صحنه عراق*، معاونت پژوهش‌های سیاست خارجی / گروه مطالعات استراتژیک، مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- امل سعد غریب. ۱۳۸۵. *دین و سیاست در حزب‌الله*، ترجمه غلامرضا تهامی، تهران: مؤسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور.
- بازرگان هرندی، عباس. ۱۳۸۷. «روش تحقیق آمیخته: رویکردی برتر برای مطالعات مدیریت»، *فصلنامه دانش مدیریت*، ۲۱ (۸۱)، صص ۳۶-۱۹.
- بالکان، شنبه ۵ آذر ۱۳۹۰.
- بیگی، مهدی. ۱۳۸۸. *قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران*، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- تابناک، ۱۰ مهر ۱۳۹۰.
- تابناک، ۴ اسفند ۸۷.
- حقیقی، رضا. ۱۳۸۶. *فرهنگ و دیپلماسی*، تهران: انتشارات المهدی.
- خانی، محمدحسن. ۱۳۸۶. «نقش فرهنگ و ابزارهای فرهنگی در طراحی و پیشبرد دیپلماسی؛ با تأکید بر سیاست خارجی ایالات متحده امریکا»، *مجموعه مقالات همایش ارتباطات بین فرهنگی و سیاست*.
- خواجه‌بویی، محمد. ۱۳۸۸. *دکتر احمدی‌نژاد و دیپلماسی عمومی در مبانی حکمی و سیاست عملی دولت نهم در روابط بین‌الملل*، مرکز پژوهش و اسناد ریاست جمهوری. تهران.
- دهشیری، محمدرضا. ۱۳۹۰. *درآمدی بر سیاست خارجی دکتر احمدی‌نژاد*، تهران: شرکت انتشارات علمی - فرهنگی.
- دهقانی فیروز آبادی، سید جلال. ۱۳۸۸. «دیپلماسی نوین خاورمیانه‌ای ایران: ضرورت‌ها و الزامات»، در: *دیپلماسی نوین، جستارهایی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، حسین پوراحمدی، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال. ۱۳۸۷. «سیاست خارجی دولت نهم»، *رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی*، شماره ۱۳، بهار.

دهقانی فیروزآبادی، سید جلال. ۱۳۸۷. *چارچوبی مفهومی برای ارزیابی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.

دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال و رادفر، فیروزه. ۱۳۸۹. *الگوهای صدور انقلاب در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).

روزنامه ایران، ۲۰ مرداد ۱۳۸۷.

سلیمی، مجید، شهبازمرادی، سعید، بامداد صوفی، جهانیار. ۱۳۸۷. «طراحی و ساخت مقیاس مجموع نمرات لیکرت با رویکرد پژوهشی در مدیریت»، *دانش مدیریت*، شماره ۸۰، صص ۶۰-۴۱.

شبکه خبر. ۱ مهر ۱۳۸۶. *مصاحبه اختصاصی با احمدی نژاد در مسیر بازگشت از سفر به امریکا*.

شفیعی، نوذر، مرادی، احمد. ۱۳۸۸. «تأثیر جنگ ۳۳ روزه لبنان بر موقعیت منطقه‌ای ایران»، *فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی دانشگاه آزاد واحد شهرضا*، شماره نخست، ۴۱-۶۴، بهار.

شیخ‌الاسلامی، عبدالرضا. ۱۳۸۸. «نیم‌نگاهی به کارنامه دولت نهم»، *وب‌گاه اطلاع‌رسانی دفتر ریاست جمهوری*.

عباسی اشلقی، مجید. ۱۳۸۸. *بازتولید فرهنگ انقلاب اسلامی در سیاست خارجی دولت نهم، در میانی حکمی و سیاست عملی دولت نهم در روابط بین‌الملل*، مرکز پژوهش و اسناد ریاست جمهوری، تهران.

غریب‌آبادی، کاظم. ۱۳۸۶. «دستاوردهای هسته‌ای دولت نهم»، *فصلنامه دولت اسلامی*، سال اول، شماره اول، زمستان.

فیروزی، علیرضا. ۱۳۹۰. *مصاحبه با اصغر افتخاری*، معاون آموزشی دانشگاه امام صادق(ع)، مهرماه.

فیروزی، علیرضا. ۱۳۹۰. *مصاحبه با حسام‌الدین آشنا*، استادیار علوم ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)، مهرماه.

فیروزی، علیرضا. ۱۳۹۰. *مصاحبه با فؤاد ایزدی*، استادیار دانشگاه تهران، مهرماه.

فیروزی، علیرضا. ۱۳۹۰. *مصاحبه با محمدرضا دهشیری*، معاون سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، مهرماه.

فیروزی، علیرضا. ۱۳۹۰. *مصاحبه با منوچهر محمدی*، استاد دانشگاه تهران، مهرماه.

محمدی، سعید، صالحی امیری، سید رضا. ۱۳۸۹. *دیپلماسی فرهنگی*، تهران: نشر ققنوس. محمدی، منوچهر. ۱۳۷۷. *سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، اصول و مسائل*، تهران: نشر دادگستر.

محمدی، منوچهر. ۱۳۸۸. «دولت نهم و نظام بین‌الملل»، در: *گزارش جمهور*، سال دوم، شماره ۵۳، اردیبهشت.

مسعود، امید. ۱۳۸۲. «روش‌های جدید خبری در جنگ دوم خلیج فارس: انگاره‌سازی و جذب در بازی»، *پژوهش و سنجش*، سال ۱۰، شماره ۳۴.

مولانا، حمید، محمدی، منوچهر. ۱۳۸۷. *سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در*



دولت احمدی نژاد، تهران: نشر دادگستر.
نای، جوزف. ۱۳۸۷. *قدرت نرم: ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل*، مترجمان: سید
محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
وزارت کشور. ۱۳۹۰. *گزارش اداره کل سازمان‌های مردم‌نهاد*، مهرماه.

ب - انگلیسی

- Badri Prasad Shrestha. 2005. "Enhancing Economic Diplomacy (for Trade, Investment, and Employment)", Prepared for: **Economic Policy Network**, pp.1-33.
- Bahador, Babak. 2007. **The CNN Effect in Action: How the News Media Pushed the West Toward War in Kosovo: PALGRAVE.**
- Bridge, Geoffrey and Alan James. 2001. **A Dictionary of Diplomacy**, Hampshire: Palgrave.
- Clark, David. 2002. **Diplomacy in a Digital World: Foreign Policy and the Internet**, MacGill: Queens University Press.
- Brown, Sherly and Margarita Studemeister. 2001. "Virtual Diplomacy: Rethinking Foreign Policy, Practice in the Information Age", **Information Security**, Vol. 7, No. 1.
- Cummings, Milton C., Jr. 2003. **Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. Washington**, D.C. Center for Arts and Culture. <http://www.culturalpolicy.org/pdf/MCCpaper.pdf>.
- Dizard Jr., Wilson. 2001. **Digital Diplomacy: US Foreign Policy in the Information Age**, Washington D.C: Praeger Publisher.
- Dordick, Herbert S. and Georgette Wang. 1993. **The Information Society: A retrospective View**, Newbury Park: Sage.
- Gilboa, Eytan. 2008. "Searching for a Theory of Public Diplomacy", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, 616- 655.
- Livingston, S. 1997. "Beyond the CNN effect: The media-foreign policy dynamic", **In Politics and the Press: The News Media and Their Influences**, P. Norris(Ed.), pp. 291-318, Boulder,CO: Lynne Rienne.
- Margolin, Drew Haas, Susan, Price, Monroe. 2008. "New Technologies and International Broadcasting: Reflections on Adaptations and Transformations", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616, No. 1, pp. 150-172.
- Riordan, Shaun. 2004. **Dialogue-Based Public Diplomacy: A New Foreign**



- Policy Paradigm? In The New Public Diplomacy***, Ed. Jan Melissen, pp. 180-195. New York: Palgrave Macmillan.
- Risse, Thomas. 2001. "Lets Argue: Communicative Action in International Relations", ***International Organization***, Vol. 54, No. 1.
- Robinson, Piers. 2002. "The CNN Effect: The Myth Of News", ***Foreign Policy And Intervention***, Rutledge.
- Saner, Raymond And Lichia Yiu. 2008. ***Business – Government – NGO Relations: Their Impact On Global Economic Governance, In Global Governance And Diplomacy, Worlds Apart?*** Andrew F. Cooper, Brian Hocking And William Maley (Ed), Palgrave Macmillan, pp. 85-103.
- Sharp, Paul. 2005. "Revolutionary States, Outlaw Regimes and the Techniques of Public Diplomacy", in: Jan Melissen, ed., ***The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations***, Basing Stoke: Palgrave-MacMillan.
- Taylor, Humphrey. 2006. "The Practice of Public Diplomacy", In: ***Public Diplomacy Practitioners, Policy Makers, and Public Opinion***, Joshua S. Fouts, Editor, USC Center on Public Diplomacy & the Pew Research Center, pp. 41-59.
- Waller, Michael. J. 2007. ***The Public Diplomacy Reader***, Washington: The Institute of World Politics Press.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی