

تاریخ وصول: ۱۳۹۴/۰۱/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۳/۲۸

دیپلماسی عمومی ایالات متحده در قبال جمهوری اسلامی ایران در دولت اوباما (با تأکید بر فضای سایبری)

حبیب‌الله فاضلی^{۱*}

توحید افضلی^۲

۱. استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۲. دانشجوی دکترای مطالعات آمریکای شمالی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده

دیپلماسی عمومی و ظرفیت فضای سایبری (دنیای مجازی و شبکه‌های اجتماعی) یکی از ابزارهای اصلی آمریکا در چارچوب دیپلماسی عمومی می‌باشد که از آن برای مدیریت جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران و ابزاری برای تغییر رفتار این کشور بهره می‌برد. در این مقاله سعی می‌شود تا به این سؤال پرداخته شود که در دوره اوباما چه اقداماتی در فضای سایبری بر محور دیپلماسی عمومی آمریکا در رابطه با جمهوری اسلامی ایران سازمان‌دهی شده است؟ برای تحلیل رفتار و عملکرد دیپلماسی عمومی ایالات متحده در فضای سایبری (دنیای مجازی و شبکه‌های اجتماعی) در قبال جمهوری اسلامی ایران، با استفاده از روش تحقیق اسنادی و همچنین تحلیل وب سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی، دوره ریاست جمهوری باراک اوباما، بررسی و به ابعاد، اشکال و روش‌های اقدام شده در چارچوب نظریه کنش ارتباطی هابرماس پرداخته می‌شود. الگوی شبکه‌ای کنش ارتباطی دیپلماسی عمومی نیازمند آن است که دولت مبدأ از انتشار یک‌سویه‌ی اطلاعات برای ملت‌های خارجی فراتر رفته، به سوی تعاملی که بیش‌تر بر گفت‌وگو با جمعیت‌های هدف مبتنی باشد، حرکت کند اما بر اساس دیپلماسی عمومی آمریکا رفتار ایالات متحده در کنش استراتژیک معطوف به هدف قرار می‌گیرد که شکل کاملاً یک‌سویه و هدف محور به خود می‌گیرد.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، دیپلماسی عمومی، کنش ارتباطی، کنش استراتژیک معطوف به هدف، ایالات متحده آمریکا، جمهوری اسلامی ایران.

۱۳۹

دو فصلنامه مطالعات
قدرت نرم

دیپلماسی عمومی ایالات متحده در قبال جمهوری اسلامی ایران در دولت اوباما
حبیب‌الله فاضلی و همکار

ایالات متحده آمریکا در سیاست خارجی خود در رابطه با جمهوری اسلامی ایران از ابزار دیپلماسی عمومی به صورت "راهبردی" استفاده می‌نماید، چرا که عواملی نظیر عدم وجود رابطه دیپلماتیک سنتی بین دو کشور و اهمیت بالای افکار عمومی مردم به‌طور عام و مردم ایران به‌طور خاص، اقتضای بهره‌برداری از این ابزار جدید را دارد. ایالات متحده با مخاطب قرار دادن افکار عمومی مردم ایران و ارتباط مستقیم با مخاطب عام در نظر دارد تا زمینه اعمال و اجرای سیاست‌های مطلوب را در چارچوب حاکمیت جمهوری اسلامی ایران فراهم سازد. آمریکا در رابطه با جمهوری اسلامی ایران از همه‌ی امکانات موجود در عرصه دیپلماسی عمومی بهره می‌برد و از آن جمله می‌توان به فضای سایبری اشاره داشت. در رابطه با دیپلماسی عمومی ایالات متحده به‌طور عام مطالعات و پژوهش‌های متعددی صورت گرفته و این مقالات و نوشتارها بیشتر به روش‌شناسی در این خصوص پرداخته و نگاه تبیینی به دیپلماسی عمومی ایالات متحده داشته‌اند. هم‌چنین مقالات دیگر به دیپلماسی عمومی آمریکا تخصیص زده‌اند و این نوع از دیپلماسی رایج را در قبال جمهوری اسلامی ایران مورد بررسی و مطالعه قرار داده‌اند که شامل تحلیل اهداف، ابزارها، روش‌شناسی و ارزیابی میزان موفقیت و تأثیرگذاری این سیاست می‌باشد. این پژوهش سعی نموده است تا بخش مغفول مانده‌ای از دیپلماسی عمومی ایالات متحده در قبال ایران را که بر محور فضای سایبری در جریان بوده است مورد بررسی و مطالعه قرار داده و با تحلیل محتوا، روش‌شناسی، تبیین اهداف سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی معتبر و تأثیرگذار ایالات متحده با مخاطب فارسی زبان ایرانی، به روند فعالیت‌های هدفمند و کنش‌ساز دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال جمهوری اسلامی ایران بپردازد. در برآیند نهایی از بررسی مهم‌ترین جریان‌های سایبری ایالات متحده آمریکا در قبال مردم ایران، میزان موفقیت این کشور در دستیابی به اهداف مدنظر و مورد اشاره در ایران نیز ارزیابی می‌گردد.

۱. مبانی مفهومی و نظری

۱-۱. فضای سایبری

فضای سایبری در تعریف عام و تعریف این مقاله به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها با یکدیگر از طریق کامپیوتر، اینترنت و مسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن

جغرافیای فیزیکی اطلاق می‌شود. سایبرنتیکس ریشه در کلمه لاتین "Gubernetes" دارد. این کلمه به معنای کنترل رفتارها و اقدامات به منظور هدایت، اعمال قدرت حاکمیت‌ها، قانون‌مند کردن، تحت سلطه قرار دادن افراد، مهار کردن و فرماندهی انسان‌ها است. مدیریت اتاق فرمان را در دنیای مجازی رایانه به دست می‌گیرد و چگونگی حس کردن، فهمیدن و به تبع آن رفتار شرکت‌کنندگان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در حال حاضر و به اقتضای زمان و مصداق این تحقیق بزرگترین فضای سایبر که میلیون‌ها کاربر را به یکدیگر متصل میکند، فضای مجازی اینترنت می‌باشد. (Hanon, ۲۰۰۵: ۷)

۲-۱. دیپلماسی عمومی

دیپلماسی عمومی تلاشی‌های یک دولت برای اطلاع‌رسانی، ایجاد درک متقابل و نیز تأثیر بر افکار عمومی ملت‌های دیگر می‌باشد. این تلاش‌ها عبارتند از تبادلات علمی و دانشجویی، فرهنگی، ورزشی، به کارگیری رسانه‌های رادیویی، تلویزیونی و اینترنتی، خدمت‌رسانی و در نهایت، انتشارات که در این تحقیق بهره‌وری از اینترنت و به‌کارگیری ابزار فضای سایبری در اعمال دیپلماسی عمومی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. اگرچه این اصطلاح سالها قبل از ۱۹۶۵ بارها در محافل اروپایی و آمریکایی استفاده شده بود اما استفاده از آن برای اولین بار به ادموند گولون در سال ۱۹۶۵ نسبت داده می‌شود و از آن پس اکثر فعالیت‌های فرهنگی و سیاسی کشورهای اروپایی و آمریکایی که در ورای مرزهای آن‌ها صورت می‌گیرد به این نام اطلاق می‌شود. در میان اصطلاحات مختلف اصطلاح دیپلماسی عمومی در مفهوم آمریکایی خود به گونه‌ای فراگیر شامل هر دو گونه دیپلماسی فرهنگی و ارتباطی بوده و به کاربرد ابزارهای بین فرهنگی و ارتباطات بین‌المللی در سیاست خارجی معطوف می‌شود (حسام‌الدین آشنا، ۱۳۹۰: ۷). در همین رابطه از نظر سازمانی مارتین میننگ کتابدار ارشد اسناد دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه آمریکا تصریح می‌کند که دیپلماسی عمومی شامل برنامه‌های مرتبط با انتشار کتاب و تشکیل کتابخانه‌ها، پخش رادیو تلویزیونی بین‌المللی، برنامه‌های مبادلات آموزشی و فرهنگی، آموزش زبان، نمایشگاه و جشنواره‌های هنری و اعزام هنرمندان نمایشی و اجرایی به خارج از کشور است (Maning, ۲۰۰۱: ۶۵).

۳-۱. کنش راهبردی

منطق دیپلماسی عمومی در پس زمینه تئوری کنش ارتباطی^۱ هابرماس (۱۹۸۷) شناسایی شده است. تئوری که احتمالات را برای تبادل ارتباطی اخلاقی و ارتباط معنادار در بین

کنشگران درگیر (در این مورد، دولت-ملت از طریق دیپلماسی عمومی) ترسیم می‌کند. تئوری کنش ارتباطی پیش زمینه اخلاقی برای ارزیابی تلاش‌های دیپلماسی عمومی جاری ایالات متحده که به سوی جمهوری اسلامی ایران نشانه رفته است، ارائه می‌کند. (Gerth and Shane, ۲۰۰۵: ۱۴۱). در همین خصوص طبق آنچه سیگنیتزر و کومبز در مطالعه‌ی تطبیقی‌شان درباره‌ی دیپلماسی عمومی و روابط عمومی اظهار می‌کنند، مقصد هر دوی اینها از نظر مفهومی شبیه هم است. (Signitzer and Coombs, ۱۹۹۲: ۹۱). به طوری که پژوهش‌گران بر اهمیت پرورش رابطه‌ای بلندمدت با طرف‌های مقابل از طریق راهبردهای ارتباطی دوسویه و با چشم‌اندازی متقارن تأکید می‌ورزند (Grunig and Hunt, ۱۹۸۴: ۱۱). الگوی شبکه‌ای دیپلماسی عمومی نیازمند آن است که دولت مبدأ از انتشار یک‌سویه‌ی اطلاعات برای ملت‌های خارجی فراتر رفته، به سوی تعاملی که بیشتر بر گفت‌وگو با جمعیت‌های هدف مبتنی باشد، حرکت کند. اما در مقابل درکنش ارتباطی این الگو شکل کاملاً یک‌سویه و هدف محور به خود می‌گیرد. هابرماس در تبیین و توضیح کنش اجتماعی می‌گوید که کنش اجتماعی دو حالت به خود می‌گیرد:

الف. کنش معطوف به موفقیت

این نوع کنش که به آن "کنش معطوف به هدف" و کنش معقول و هدف‌دار نیز گفته می‌شود، با انگیزه دستیابی به یک هدف و تعقیب حساب شده منفعت شخصی همراه است. در این نوع از کنش، عمل کنش‌گر واحد یا متعدد معطوف به هدف می‌باشد، هدفی که بیشتر سازمان‌ها و اداره‌های بخش‌های خصوصی و یا سرمایه داری در تعقیب آن هستند و به صورت محاسبات کلان اقتصادی و ارزیابی و مقیاس ضرر و زیان است. در چنین کنشی افراد کنش خود را براساس محاسبات اقتصادی و یا مبانی غیرتفاهمی شکل می‌دهند و زمینه عمل آن نظام‌های اجتماعی مثل سازمان‌های بزرگ اقتصادی و اداری است. کنش‌گر در کنش معطوف به موفقیت، به‌گونه‌ای معقولانه و حساب‌گرانه مناسب‌ترین وسایل را برای رسیدن به یک هدف و موفقیت شخصی، برمی‌گزیند. هابرماس این نوع کنش را بر دو نوع می‌داند:

اول. کنش وسیله‌ای (ابزاری): کنش وسیله‌ای به کنش‌گر واحدی اشاره دارد که به گونه‌ای معقولانه و حساب‌گرانه مناسب‌ترین وسایل را برای رسیدن به یک هدف برمی‌گزیند. این نوع کنش به طور مستقیم با طبیعت ارتباط می‌یابد و درک متقابل از طریق آن امکان‌پذیر نمی‌باشد.

دوم. کنش استراتژیک (راهبردی): به عمل دو یا چند فرد راجع بوده که در تعقیب یک

هدف، کنش معقولانه و هدفدارشان را هماهنگ می‌کنند. شایان توجه است که هردوی اینها با هدف چیرگی وسیله‌ای دنبال می‌شوند و کنش‌گر قصد دارد بر روی کنش‌های دیگری (دراستراتژیک) و یا طبیعت (درازاری) نفوذ و کنترل داشته باشد. تفاوت این دو در غیر اجتماعی بودن اولی و اجتماعی بودن دومی است.

ب. کنش معطوف به تفاهم

کنش معطوف به تفاهم که بدان "کنش ارتباطی" یا کنش تعاملی یا متقابل و عمل تفاهمی نیز گفته شده است، برخلاف کنش هدفدار که معطوف به یک هدف بود، دستیابی به تفاهم ارتباطی را دنبال می‌کند. در این نوع کنش که برخلاف کنش معقول، رابطه دوجانبه‌ای را در بر دارد، کنش افراد درگیر، نه از طریق حسابگری‌های خودخواهانه "موفقیت شخصی" بلکه از طریق کنش‌های تفاهم‌آمیز هماهنگ شده و افراد به هیچ روی در فکر موفقیت خود نبوده بلکه هدفشان را در شرایطی تعقیب می‌کنند که بتوانند برنامه‌های کنشی‌شان را بر مبنای تعریف‌هایی از موفقیت مشترک هماهنگ سازند. عقلانیت ارتباطی که همان عقلانیت در قالب مفهوم کنش ارتباطی هابرماس به شمار می‌رود، به معنای از میان برداشتن موانعی است که ارتباط را تحریف می‌کند و به معنای کلی‌تر، نظامی ارتباطی است که در آن افکار آزادانه ارائه می‌شوند و در برابر انتقاد حق دفاع داشته باشند. برای هابرماس عقلانی کردن عرصه زندگی به معنای ایجاد یک نظام ارتباطی است که در آن ایده‌ها امکان انتقاد بیابند و در واقع عقلانیت مورد نظر او به واسطه امکان ایجاد یک ارتباط و گفت‌وگو از فشار بیرونی و ترسو تهدید به وجود می‌آید و مهم‌ترین شرط عقلانی، انتقادپذیری و دلیل‌پذیری می‌باشد. عقلانیت در عرصه کنش ارتباطی، به ارتباط رها از سلطه و ارتباط آزاد و باز انجامیده و مستلزم رهاسازی و رفع محدودیت‌های ارتباط می‌باشد.

کنش استراتژیکی پنهان بیشتر تحت فریب آگاهانه یا ناآگاهانه طبقه‌بندی می‌شود. فریب آگاهانه به آن سناریوهایی اشاره دارد که کنشگر از تصمیم‌اش نسبت به رفتار استراتژیکی‌اش اطلاع دارد بدین جهت تلاش برای گمراه کردن و گول زدن صورت می‌گیرد (Jacobson, ۲۰۰۳: ۲۷) درحالی‌که فریب ناآگاهانه ارتباطی را منعکس می‌کند که کنشگر درجایی خود را درباره حقیقتی که اساس کنش جمعی است گول زده باشد که صرفاً ظاهر کنش ارتباطی حفظ شده است (Habermas, ۱۹۹۷: ۲۰۹-۲۱۰) بر اساس همین است که باز هم می‌توان موارد استفاده از دیپلماسی عمومی توسط دولت امریکا را با این تئوری کاربست زد. جایی که اقناع چندان کارساز نباشد هابرماس توضیح می‌دهد

که ارتباطات بعنوان «کنش استراتژیک» که اساساً نامتقارن است، برقرار می‌شود. به خاطر اینکه یک جریان نابرابر ارتباطی بین مشارکت‌کنندگان برقرار می‌شود، حال آنکه کنش استراتژیک باز، غایتمدار، روشن و غیرمخفی است (Jacobson & Storey, ۲۰۰۴: ۱۰۴) واقعیتی که پیش‌فرض‌های ارتباطی را ادا نمی‌کند و در واقع دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکا در همین چارچوب قابل تفسیر است چرا که عدم تقارن و جریان نابرابر و عدم صداقت را می‌توان در مصادیق آن مشاهده کرد و این تئوری چارچوبی برای آزمون عملکرد دیپلماسی ایالات متحده در رابطه با ایران عرضه می‌کند.

کنش استراتژیکی پنهان بیشتر تحت فریب آگاهانه یا نا آگاهانه طبقه‌بندی می‌شود. فریب آگاهانه به آن سناریوهایی اشاره دارد که کنشگر از تصمیم‌اش نسبت به رفتار استراتژیکی‌اش اطلاع دارد بدین جهت تلاش برای گمراه کردن و گول زدن صورت می‌گیرد (Jacobson, ۲۰۰۳: ۲۷). در حالی که فریب ناآگاهانه ارتباطی را منعکس می‌کند که کنشگر درجایی خود را درباره حقیقتی که اساس کنش جمعی است گول زده باشد که صرفاً ظاهر کنش ارتباطی حفظ شده است (Habermas, ۱۹۷۹: ۲۰۹-۲۱۰) تئوری کنش ارتباطی الگوی تحلیلی برای آزمون عملکرد دیپلماسی ایالات متحده در رابطه با جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی عرضه می‌کند. برای تحلیل رفتار و عملکرد دیپلماسی عمومی ایالات متحده در فضای سایبری (دنیای مجازی و شبکه‌های اجتماعی) درقبال جمهوری اسلامی ایران، با استفاده از روش تحقیق اسنادی و همچنین تحلیل محتوای^۲ وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی، دوره ریاست جمهوری باراک اوباما، بررسی و به ابعاد، اشکال و روش‌های اقدام شده در چارچوب نظریه کنش ارتباطی هابرماس پرداخته می‌شود.

۲. اقدامات دیپلماسی عمومی آمریکا

۱-۲. تولید پیام نامتقارن

اگر مخاطبان خارج آمریکا را بهتر بشناسند عاشق و شیفته آن می‌گردند. این جمله از هارولد پاچوس^۳ ریاست مشورتی دیپلماسی عمومی در وزارت امور خارجه ایالات متحده است که در دوران معاصر به شعار محوری و اصلی دیپلماسی عمومی آمریکا تبدیل شده است (Ross, ۲۰۰۲: ۷) در راستای همین شعار ایالات متحده جهان را مخاطب قرار می‌دهد و به صورت نامتقارن به ارسال پیام می‌پردازد. وزارت امور خارجه که مسئول دیپلماسی است و بیشترین تلاش‌ها را در عرصه خارجی دارد، به دیپلماسی عمومی نه به

عنوان ابزار گفتگو بلکه به عنوان عملی یک جانبه و کاملاً یک‌سویه نگاه می‌کند و در واقع این امریکاست که جهان را مخاطب ارزش‌ها و ایده‌های خود قرار داده است (Holtzman, ۲۰۰۳: ۱۴). امروزه دولت آمریکا ایستگاه‌های زیر را نیز تأمین مالی می‌کند: رادیوفردها (برای ایران)، رادیو/ TV مارتی (برای کوبا)، رادیو آسیای آزاد و تلویزیون الحره و رادیو ساوا (هر دو برای کشورهای عربی). این ایستگاه‌های متعدد رادیویی و تلویزیونی همه به طور دائم تحت نظارت هیئت امنای شبکه‌های رادیو- تلویزیونی ایالات متحده بوده و از طریق بودجه‌های مصوب کنگره تأمین مالی می‌شوند (Hanon, ۲۰۰۵: ۳۴) برای دیپلماسی عمومی آمریکا نمونه‌هایی از نمادها و تولیدات وجود دارد که بیانگر فرهنگ و ارزش‌های آمریکایی می‌باشد که از آن‌ها برای معرفی آمریکا استفاده می‌شود. چنان‌که دیوید شلبی تأکید دارد برای جبران ضعفی که در زمینه دیپلماسی عمومی داریم می‌توانیم از ترانه‌ها و موسیقی‌های آمریکایی، پپسی‌کولا و کوکاکولا و کفش‌های ورزشی مایکل جردن و همبرگرهای مک دونالد در سراسر جهان فرهنگ آمریکا را ترویج کنیم (Shelby, ۲۰۰۹: ۱۴۳).

۲-۲. تبلیغات سیاسی

پیشینه عملکرد دیپلماسی عمومی آمریکا نشانگر آن است که اگرچه این روش دیپلماسی عمومی لزوماً اغواگرانه و غیرصادقانه است و تعهدی هم به حقیقت ندارد از آن روست که با دیدگاه "هدف وسیله را توجیه می‌کند" دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا هرگونه استفاده از دروغ و اطلاعات فریبکارانه (تبلیغات سیاسی سیاه) و پنهان‌کاری درباره منبع پیام‌هایش (تبلیغات سیاسی خاکستری) را مجاز می‌شمارد. در مواقعی هم به استفاده گزینشی از واقعیات (تبلیغات سیاسی سفید) استفاده می‌نماید (Ellul, ۱۹۶۵: ۷۸). البته این نوع تبلیغات در تاریخ دیپلماسی عمومی آمریکا به کرات مشاهده شده است که از جمله موارد آشکار آن کودتای مرداد ۱۳۳۲ بود. کودتای سازمان داده شده سیا در ایران علیه دولت مصدق از مصادیق بارز این نوع عملیات می‌باشد. تبلیغات سیاسی اغواگرانه و سراسر دروغ محور تهیه شده توسط سیا عامل اصلی موفقیت این کودتا بود که مؤید نوع استفاده از این امر توسط ایالات متحده می‌باشد (Gasiorowski, ۲۰۰۴: ۱۹۸).

۲-۳. مدیریت فضای سایبری

در حوزه سایبری نیز آمریکا بیشترین فعالیت‌ها را دارد و از فضای مجازی و ابعاد موجود آن حداکثر بهره را می‌برد که سایت‌های متعدد و شبکه‌های اجتماعی و حتی ابزار چت

را نیز مورد استفاده قرار می‌دهد. به گونه ای که چندی پیش ستاد مشترک ارتش آمریکا از استخدام نیروهای متعدد برای فعالیت در چت‌روم‌ها خبر داد. (Alleyne, mark, ۱۹۹۵: ۹۶-۱۱۲) در حقیقت دیپلماسی عمومی آمریکا همواره در پی کارایی بیشتر بوده است و در این عرصه در بسیاری از مواقع صداقت و حقیقت را قربانی این هدف کرده است. کانینگهام این نوع رفتار ایالات متحده را قربانی کردن حقیقت می‌داند و با عنوان استفاده ابزاری از حقیقت از آن یاد میکند (Cunningham, ۲۰۰۲: ۸۰). دیپلماسی عمومی آمریکا روش خود را این‌گونه رقم زده است که نظر مخاطب را به اشکال مختلف می‌گیرند ولی حاضر نیستند بر اساس اطلاعات به دست آمده از مخاطب روش و نظر خود را تغییر دهند. به عنوان مثال با توجه به موضوع مقاله در جمهوری اسلامی ایران ۸۲ درصد مردم خواهان دسترسی به انرژی هسته‌ای هستند اما دولت آمریکا در سیاست‌های دولت خودشان هرگز نظر مردم ایران را اعمال نمی‌کنند. با چنین رویکرد سودمندگرایانه‌ای به اخلاق در محاسبات دیپلماسی عمومی آمریکا اعتبار اهمیت بیشتری نسبت به صداقت دارد (Plaisance, Patrick lee, ۲۰۰۵: ۲۵).

۲-۴. جنگ روانی

دیپلماسی عمومی و جنگ روانی ابزار اصلی آمریکا برای مدیریت جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران و ابزاری برای تغییر رفتار جمهوری اسلامی ایران تلقی می‌شود (آهنگری، ۱۳۹۰: ۵۴). شواهد نیز حاکی از فعالیت آمریکا در حوزه دیپلماسی عمومی علیه جمهوری اسلامی ایران در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی از طریق تهدیدسازی مجازی جمهوری اسلامی ایران و در سطح داخلی از طریق باورسازی سیاسی و فرهنگی است. (izadi, ۲۰۱۱: ۱۲) هدف آمریکا از پیگیری چنین فرایندی، حداقل‌سازی انسجام سیاسی - اجتماعی و بی‌ثبات‌سازی از درون و به کارگیری فشار از بیرون است و بدین ترتیب بستر سازی لازم به منظور اجرای سیاست براندازانه از نوع نرم و به عنوان هدف اولیه و از نوع سخت به عنوان هدف نهایی را به انجام رساند (سلیمانی، ۱۳۹۰: ۱۸). سیمون هرش روزنامه‌نگار مجله نیویورکر اعلام کرد که در سال ۲۰۱۰ آمریکا بالغ بر ۶۰۰ میلیون دلار هزینه‌های غیرعلنی در خصوص جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران داشته است. جنگ روانی آمریکا در سطوح منطقه‌ای، بین‌المللی و داخلی از طریق مدیریت ادراک زمینه‌ساز سیاست براندازانه نرم و سخت علیه جمهوری اسلامی است. این الگوی رفتاری به کارگیری فشار عملی و روانی - تبلیغی علیه جمهوری اسلامی ایران را از طریق مدیریت ادراک پی می‌گیرد (سلیمانی، ۱۳۹۰: ۴). در این چارچوب آمریکا به رغم برخورداری از

توانمندی نظامی چشمگیر، لایه مهمی از الگوی رفتاری خود را بر اساس بهره‌گیری از روش‌های نرم‌افزاری طراحی کرده است که به تعرض سیاسی و استراتژیک دو کشور دامن می‌زند. این تعارض حامل نشانه‌هایی از جنگ روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران است (سلیمانی، ۱۳۹۰: ۸). تاکنون حدود ۱۷۰ نوع و روش عملیات روانی شناسایی شده است که امروزه رسانه‌های آمریکایی از عمده آن‌ها ایران به شکل کاملاً زیرکانه‌ای استفاده می‌کنند (جنیدی، ۱۳۹۰: ۲۱). ایالات متحده امروز با مشکل جدی برای فهم دقیق مردم ایران روبروست و از این طریق در تلاش است تا به نحوی با مردم ایران ارتباط برقرار کند.

۲-۵. ایران ستیزی

با حضور اوباما پروژه‌های ضد ایرانی آمریکا افزایش یافته است. اوباما پس از پیروزی در اولین اقدام پرونده جمهوری اسلامی ایران در وزارت خارجه را به دنیس راس محول کرد. دنیس راس^۴ که پرونده ایران در شورای امنیت ملی آمریکا را در دست داشت یک صهیونیست است که تا پیش از پیروزی اوباما ریاست مرکزی به نام انستیتو سیاستگذاری مردم یهود^۵ را در تل آویو بر عهده داشت. اوباما و دولت آمریکا پس از حوادث مربوط به انتخابات سال ۱۳۸۸ دیپلماسی عمومی خود را در قبال ایران تقویت کردند و علاوه بر اینکه میزبان تعدادی از ایرانیان مهاجر شدند، همواره به دنبال جذب نیروهای فکری در داخل ایران هستند تا از مخالفت‌هایی که با دولت و حاکمیت جمهوری اسلامی ایران در داخل کشور وجود دارد بهره برداری کرده و مدیریتی از راه دور داشته باشند. (Mike, ۲۰۱۰: ۴۵) دولت اوباما برای تسخیر قلب‌ها و ذهن‌های ایرانیان از هیچ اقدامی دریغ نکرده و از ابزارهایی نظیر سایت‌ها، سفارت‌خانه مجازی، شبکه‌های اجتماعی نظیر Facebook, tweeter, YouTube و شبکه‌های تلویزیونی متعدد بهره گرفته است (مرکز دیپلماسی عمومی کالیفرنیا، ۲۰۱۱: ۱۲). هم‌چنین کاربرد زبان فارسی به‌طور ویژه در این سال‌ها به شدت مورد بهره‌برداری قرار گرفت. از دیگر اقدامات دولت آمریکا در حوزه دیپلماسی عمومی راه اندازی دفاتر مخصوص در کنار مرزهای ایران است تا از این طریق آمریکا بتواند به جذب نیرو و اطلاعات از ایران پردازد. این دفاتر در شهرهای دوبی، باکو، استانبول، فرانکفورت و لندن فعال است. بطور نمونه رانو مارک گروست^۶ تحلیل‌گر سابق سیا و محقق مؤسسه آمریکن اینترپرایز^۷ می‌گوید: ایرانیان تبعیدی بهترین بازیگران دیپلماسی عمومی آمریکا در جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شوند (Mike, ۱۳۵: ۲۰۱۰). هم‌چنین استفاده از رسانه‌های جمعی و تبلیغاتی و شبکه‌های اجتماعی

و وبسایت‌ها در فضای سایبری به منظور تغییر رژیم جمهوری اسلامی ایران و یا فشار بر دولت این کشور برای تغییر و اصلاح سیاست‌های اعمالی و اعلامی ایران از طریق آموزش جوانان و پذیرش آن‌ها در دستور کار دیپلماسی عمومی آمریکا می‌باشد. (American public diplomacy and islam, ۲۰۰۳: ۳۲-۳۴)

۳. راهبردها

۳-۱. فعال سازی سفارت مجازی آمریکا

الف. زمینه اقدام

در یک اقدام آشکار، آمریکا برای راهبری فعالیت‌های ضد ایرانی خود به صورت منسجم و هدفمند، اقدام به تأسیس سفارت مجازی می‌نماید که می‌توان از آن به عنوان محور اصلی اقدامات آمریکا بر ضد ایران در فضای مجازی تعبیر نمود. برای این منظور هیلاری کلینتون وزیر خارجه آمریکا در شبکه BBC فارسی حضور یافته و با مخاطبان فارسی زبان در مورد موضوعات متنوع بین جمهوری اسلامی ایران و آمریکا گفتگو نموده و در خلال این مصاحبه کلینتون ایده جدیدی را مطرح کرد که آن فعال‌سازی سفارت مجازی آمریکا در ایران بود. ایده سفارت مجازی می‌تواند به عنوان جدیدترین ابتکار دولت اوباما برای ارتباط با ایرانیان در نظر گرفته شود. بعد از بیش از ۳۰ سال قطع رابطه ایران و آمریکا و نداشتن سفارت در ایران، دولت اوباما برای اهداف دیپلماسی خود به ایجاد سفارت مجازی اقدام کرد و تلاش دارد تا از طریق این سایت و تأثیرگذاری بر مردم ایران سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران را متأثر کند. وزیر خارجه آمریکا گفت که سفارت آنلاین برای جمهوری اسلامی ایران هدفش افزایش ارتباطات با مردم ایران است (۱۲: ۲۰۱۱، www.USatoday.com). وزیر خارجه آمریکا در سخن رودرو با زیرنویس فارسی به مردم ایران گفت: به خاطر این که آمریکا و جمهوری اسلامی ایران روابط دیپلماتیک ندارند ما فرصت‌های مهمی برای گفتگو با شما را از دست می‌دهیم. این یک فضای مناسب برای آمریکاست تا با هر کسی (به صورت باز و بدون ترس) ارتباط برقرار کند و درباره ایالات متحده و درباره سیاست‌های ما، درباره فرهنگ ما و درباره مردم آمریکا بیشتر بداند (persian.iran.usembassy.gov).

وزارت امور خارجه آمریکا با تأیید و تشریح این سایت برای جلوگیری از هرگونه اتفاقی که منجر به درگیر کردن دولت ایالات متحده شود اشاره می‌کند که این سفارت مجازی جدید "یک ماموریت دیپلماتیک رسمی نیست و همچنین آن نمایندگی یا توصیف واقعی

سفارت ایالات متحده در دولت جمهوری اسلامی ایران نیست." هدف این است که برای باز کردن خط ارتباطی بین مردم ایران و آمریکا این سایت مؤثر باشد و مانعی در برابر تلاش دولت ایران برای قطع مردم خود از دنیای خارج از طریق اینترنت می‌باشد. سفارت مجازی به معنای راهی برای دسترسی مردم ایران در یک مسیر مستقیم به اطلاعات در مورد آمریکا است. در سایت سفارت مجازی هیلاری کلینتون دعوت می‌کند تا مردم دائم با این سایت در ارتباط باشند و آن‌ها را در *YouTube, Facebook, tweeter* و وبلاگ دنبال کنند. کلینتون می‌گوید در غیاب یک رابطه مستقیم این سفارت می‌تواند به عنوان پلی بین مردم آمریکا و مردم ایران عمل کند. هم‌چنین اعلام می‌کند که سفارت‌خانه مجازی تلاش به منظور به‌کارگیری از فن‌آوری جدید برای پرکردن شکاف موجود و پیشبرد تفاهم بیشتر بین دو طرف است.

ب. تحلیل عملکرد

از جمله موضوعاتی را که می‌توان مجدداً در قالب سفارت مجازی گروه‌بندی کرد می‌توان به ارزیابی مدارک لازم برای صدور ویزا، بسیاری از وظایف کنسولی (ثبت ولادت و وفات، ازدواج‌ها، گواهی تحصیلی، وکالت برای رأی دادن، حقوق بازنشستگی و...)، پاسخ به سؤالات در خصوص کشور (توریسم، اطلاعات ویزا، ارتباطات تجاری و...) و همچنین مطبوعات، اطلاعات و اخبار اشاره کرد. نکته دیگر آنکه در اصول فضانوردی پرواز و حرکت هم‌زمان یک دسته ماهواره کوچک به خوبی عملکرد یک ماهواره بزرگ (مانند ماهواره هابل) است و این اصل در مورد مفهوم سفارت مجازی نیز صادق است. می‌توان یک فرد مجرب را به عنوان سفیر منطقه‌ای داشت که اختیار دستور دادن داشته باشد، گروهی از سفرای تازه کار در پایتخت کشورها را هماهنگ و راهنمایی کرد تا در مورد بسیاری از موضوعات منطقه‌ای به اجماع و نظری یکدست برسند و در مورد بحران‌ها نیز یک‌کلام باشند. او هم‌چنین می‌تواند افراد را متناسب با نیازها تقسیم کند. اما بعد از جلوگیری از دسترسی به این وب‌سایت جی کارنی، منشی مطبوعاتی کاخ سفید در بیانیه‌ای گفت: "تلاش‌های دولت جمهوری اسلامی ایران برای جلوگیری از دسترسی مردم خود به سفارت مجازی آمریکا در تهران را محکوم می‌کنیم و از طریق این اقدام، دولت ایران یک‌بار دیگر تعهد خود را با ساخت پرده‌های الکترونیکی نظارت و سانسور در اطراف مردم زیر سؤال برد." (۱۲: ۲۰۱۱، thecable.foreignpolicy.com/posts).

البته این واکنش‌ها در فضای تهییج افکار عمومی و ایجاد جو رسانه‌ای شکل گرفته بود و دیگر مسئولین آمریکایی نیز به این امر دامن می‌زدند. شرمن گفت: "ما فکر می‌کنیم با

این اختلال ما باید توانایی فنی آن را دریافت کنیم و ما متعهد به انجام همه چیز هستیم و شما می‌توانید مطمئن شوید که اطلاعات از طریق مختلف برای مقابله با اقدامات جمهوری اسلامی ایران در اختیار شما قرار داده می‌شود." (، washingtonpost.com)

۲۰۱۱) هم‌چنین در این سایت ایالات متحده این موضوع که آن‌ها از حملات تروریستی علیه جمهوری اسلامی ایران و مجاهدین خلق حمایت می‌کنند را انکار می‌کنند. نکته با اهمیت دیگر این است که در این سایت این‌گونه اعلام می‌شود سفارت ایالات متحده زمانی که شبه‌نظامیان در سال ۱۹۷۹ به آن حمله کردند و دیپلمات‌های آمریکایی را ۴۴۴ روز گروگان گرفتند و این خود تبدیل به یک بحران شد، بسته شد. در اینجا هیچ اشاره‌ای به عملکرد کارمندان در دوران برقراری سفارت و اقدامات علیه ایران نمی‌شود و تلاش می‌شود نبود رابطه نیز بر محور یورش خودسرانه شبه‌نظامیان و با حمایت حکومت جمهوری اسلامی ایران تفسیر شود. در سایت وزارت خارجه آمریکا آمده است که وزارت خارجه آمریکا سفارت مجازی را راه اندازی کرد تا با مردمی که ایزوله شده‌اند و منزوی هستند ارتباط برقرار کند که توسط دولت آن‌ها این‌طور شده‌اند (www.state.gov). نفر سوم وزارت خارجه آمریکا وندی شرمین در زمان معرفی سفارت مجازی آمریکا در کنفرانس خبری واشنگتن نیز اعلام کرد آمریکا به دنبال گفتگو با مردم معمولی ایران است که آن‌ها خیلی شدید با دولت خودشان متفاوت هستند (US open virtual embassy.PHYSOrg.com ۶ Dec ۲۰۱۱). شرمین تأکید داشت این یکی از تلاش‌های متعدد دیگر ماست برای ایجاد ارتباط و تبادل فرهنگ و اطلاعات به‌صورت مستقیم با مردم ایران. شرمین هم‌چنین در کمیته روابط خارجی سنای آمریکا در دسامبر ۲۰۱۱ زمانی که پیرامون سیاست ایالات متحده در برابر جمهوری اسلامی ایران سخن می‌گفت باگریزی به بحث دیپلماسی عمومی از سفارت مجازی و شبکه‌های اجتماعی یاد کرد. " ما به آن دسته از ایرانیانی که می‌خواهند دولت خود را پاسخگو سازند با دسترسی به رسانه‌ها و برنامه‌های تبادل کمک می‌کنیم. سفارت مجازی ما در تهران به‌زودی برای ارائه اطلاعات دقیق در مورد سیاست، ویزا و فرصت‌های آموزشی ایالات متحده راه‌اندازی خواهد شد. ما هم‌چنین مردم ایران را از طریق رسانه‌های اجتماعی، از جمله صفحه فیسبوک و یک حساب تویتر فارسی و از طریق ابزارهای رادیو و تلویزیون ما، صدای فارسی آمریکا و رادیو فردا همراه خواهیم کرد. ما در حال جلوگیری کردن از اقدامات جمهوری اسلامی ایران برای جلوگیری از مسدود کردن سیگنال‌های ماهواره‌ای و از سوی دیگر به تصویب مجوزهای نرم‌افزاری است که جریان آزاد اطلاعات را تسهیل می‌کند. این اقدامات برای

روشن شدن تمایل صادفانه برای تعامل با مردم ایران و گسترش بیشتر بحث‌های داخلی در میان رهبران جمهوری اسلامی ایران است". (Sherman, ۲۰۱۱: ۵۳) کاملاً روشن است که در کنار سایر سیاست‌های ایالات متحده که جنبه سخت افزاری دارد این بعد نرم افزاری و مجازی دیپلماسی عمومی است که جایگاه خود را در اصول سیاست‌های آمریکا حفظ کرده و محوریت دارد.

ج. نقشه راه

سایت سفارت مجازی آمریکا در چارچوب دیپلماسی عمومی دولت آمریکا و براساس نقشه راه تعیین شده باید این موارد را بازتاب دهد: ارزش جوامع باز را، استانداردهای بین‌المللی حقوق بشر، پیشرفت در ارتباطات الکترونیک و سایبرنتیک، واکنش‌های بین‌المللی نسبت به دولت جمهوری اسلامی ایران، فرهنگ و جامعه آمریکایی، علاقه آمریکا برای تبادل دانشجویان با مردم جمهوری اسلامی ایران (US department of state bureau of public affairs.state.gov)

سفارت مجازی در زبان فارسی و انگلیسی برنامه‌های کاربردی گرفتن ویزا، اخبار از ایالات متحده و اطلاعات در مورد دانشجویان جمهوری اسلامی ایرانی دانشگاه آمریکایی و تحصیل در ایالات متحده را در اختیار مخاطبین قرار می‌دهد. (migrationexpert.com/visa/us_immigration_news/۲۰۱۱). در بخشی دیگر از سایت با نام سفیران مجازی موسیقی برای جمهوری اسلامی ایران افرادی به معرفی موسیقی جاز و انواع آهنگ‌های آمریکایی و ارتباط با مردم ایران می‌پردازند. در بخشی از سایت با اشاره به تأمین بودجه تحصیل در آمریکا به روایت دانشجویی می‌پردازد. قسمتی از سایت سفارت مجازی به سیاست‌های ایالات متحده در زمینه صدور روایت و زمینه‌های مهیا و امکانات مناسب برای ایرانیان مسلمان اشاره می‌کند و در قسمت دیگری از سفارت مجازی به حقوق جهانی بشر و جامعه مدنی و اینترنت در قرن بیست و یک و زندگی به سبک آمریکایی و ارتباط بین فرهنگ‌ها و دهکده جهانی بطور تفصیلی می‌پردازد (www.usembassy.gov).

۲-۳. فعال سازی سایت گذار

از دیگر سازمان‌های فعال میتوان به خانه آزادی اشاره کرد. این سازمان هم بیش از ۸۶ درصد از بودجه خویش را از طریق کنگره تأمین می‌کند و الباقی آن از منابع دیگر مانند بنیاد برادلی، بنیاد اسمیت ریچاردسن، دولت آلمان و دیگر مؤسسات و دولت‌ها تأمین

می‌شود. سایت فارسی زبان متعلق به این سازمان که در عرصه دیپلماسی عمومی فعال است "گذار" نام دارد. خانه آزادی کارگران به ظاهر غیردولتی در آمریکا می‌باشد که در زمینه تحقیقات و پشتیبانی از دموکراسی، آزادی‌های سیاسی و حقوق بشر فعالیت می‌کند. این سازمان از آن‌رو معروف گشته است که سالیانه فهرست کشورها را از لحاظ میزان دموکراتیک بودن تهیه و انتشار می‌دهد. این سازمان توسط وندل ویلکی در سال ۱۹۴۱ در واشینگتن بنیان گذاشته شد و خود را به عنوان «بازگوکننده ندای راستین دموکراسی و آزادی در کل جهان» معرفی کرده است. از سال ۱۹۷۲ خانه آزادی سالیانه گزارشاتمی را منتشر می‌کند که حاکی از میزان آزادی و رعایت دموکراسی در سرتاسر جهان و کشورهای که آزادی و دموکراسی را منکر می‌شوند، دارد. این معیار گستره‌ای از یک تا هفت را شامل می‌شود که عدد یک نشان‌دهنده بسیار آزاد و عدد هفت برعکس آن، نشان از حداقل آزادی در آن منطقه یا کشور دارد. این سایت که توسط خانه آزادی راه‌اندازی شده است به عنوان یک سایت و مجله مجازی مجموعه‌ای است که تلاش دارد تا مردم ایران را بر اساس شعارشان به سمت دموکراسی و آزادی ببرد. شکل آنلاین خانه آزادی برای دموکراسی و حقوق بشر در جمهوری اسلامی ایران است که به‌خصوص حوادث بعد از انتخابات در ایران را پوشش می‌داد. گذار با شعار چشم‌اندازی برای حقوق بشر و دموکراسی در ایران شروع می‌شود و با بخش‌های مقاله، گفتگو و بحث آزاد و حقوق بشر تحت عنوان رسمی زیرمجموعه خانه آزادی Freedom house به فعالیت در حوزه دیپلماسی عمومی در ارتباط با مردم ایران می‌پردازد. گذار تلاش دارد تا با بیان موضوعاتی نظیر حقوق زنان، کارگران، اقلیت‌ها، مسأله سکولاریزم و فدرالیسم، جایگاه و آینده جنبش سبز، حاکمیت جمهوری اسلامی ایران را زیر سؤال ببرد.

۳-۳. استفاده از توییت

توییت نوعی سرویس شبکه اجتماعی و میکرو بلاگینگ آنلاین است که به کاربرانش امکان می‌دهد پست‌هایی متن محور تا ۱۴۰ کاراکتر را، معروف به «توییت»، بفرستند و بخوانند. توییت را «جکدورسی»^۸ در مارس ۲۰۰۶ ابداع و در ژوئیه همان سال راه‌اندازی کرد. (Madison, ۲۰۰۹: ۳۴) این سرویس به سرعت محبوبیتی جهانی پیدا کرد، با بیش از ۱۴۰ میلیون کاربر فعال از سال ۲۰۱۲، که روزانه بیش از ۳۴۰ میلیون توییت پست و بیش از ۶ میلیون مورد جستار می‌کنند توییت را "پیامک اینترنتی" توصیف کرده‌اند. توییت از زمان راه‌اندازی کاربردهای مختلفی داشته است. برای نمونه، در برخی از کشورها برای سازماندهی اعتراض‌های سیاسی مورد استفاده قرار گرفته است و به همین دلیل

گاهی این اعتراضات را "انقلاب‌های توییتری" خوانده‌اند، از جمله انقلاب ۲۰۱۱ مصر، (۲۰۱۲، <http://www.washingtonpost.com>) اعتراضات بعد از انتخابات ۲۰۱۰-۲۰۰۹ جمهوری اسلامی ایران و ناآرامی مدنی ۲۰۰۹ جمهوری مولداوی. موج توییت‌ها و اطلاع‌رسانی‌ها درباره قیام ملت‌های عرب پس از آن به لیبی و بحرین نیز رسید. نکته دیگر استفاده از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری تأثیرگذار در کشورهایی است که از نظر ساختار سیاسی هم‌سو با منافع غرب نیستند. در این صورت شبکه‌های اجتماعی نظیر توییتر و فیس‌بوک، از یک شبکه ارتباطی میان دوستان به محلی برای سازمان‌دهی اعتراضات، انتشار اخبار - معمولاً غیر واقعی و تحریف شده به نفع جریان‌های مورد حمایت - و نشان دادن اعتراضات مجازی تبدیل می‌شوند. حال آن‌که اگر در این شبکه‌ها از حرکت‌های مدنی اما بر ضد خواست کشورهای غربی حمایت شود - مانند کمپین‌های حمایت از فلسطین، جنبش وال استریت^۹، فعالان ضد جنگ، عضویت افراد شاخص غرب ستیز و ... مدیران این شبکه‌ها با همکاری کارشناسان وابسته به مقامات سیاسی، با بررسی و ارزیابی موضوعات مورد نظر، در صورت وجود احتمال اقبال عمومی کاربران، صفحه مورد نظر را از خروجی شبکه اجتماعی حذف می‌کنند. به تازگی معلوم شده است که دولت آمریکا با شرکت نرم‌افزاری HBGary Federal برای طراحی نرم‌افزاری که بتواند در شبکه‌های اجتماعی پروفایل‌های جعلی متعددی بسازد قرارداد بسته است. هدف از اینکار تحریف افکار عمومی با پروپاگاندا در مورد مسائل حساس است. از این روش برای یافتن افکار عمومی‌ای که به مذاق مقامات خوش نمی‌آید نیز استفاده می‌شود. سپس می‌توانند از این هویت‌های "جعلی" برای لکه‌دار کردن کمپین‌های ضد هویت‌های واقعی استفاده کرد. اما این اولین باری نیست که سازمان اطلاعات آمریکا یا شرکت‌های اطلاعاتی خصوصی فعالیت‌هایشان را پشت درهای بسته پیش می‌برند و (<http://articles.cnn.com/> ۲۰۱۱).

در زمان ناآرامی‌های پس از انتخابات ایران نیز، توییتر یکی از اصلی‌ترین پل‌های ارتباطی میان سازمان‌دهندگان خارجی و داخلی با معترضین بود. در همین زمان، توییتر اعلام کرد طبق زمان‌بندی فنی این شبکه، سایت توییتر به دلیل انجام تغییرات و تعمیرات برنامه‌ریزی شده موقتاً به مدت یک روز از دسترس خارج خواهد شد. وزارت امور خارجه آمریکا با صدور نامه‌ای رسمی به مدیران این شبکه، خواستار تعویق این تعمیرات و ادامه سرویس‌دهی به معترضان داخل ایران شد. توییتر نیز با پذیرش این درخواست، تعمیرات فنی خود را به تعویق انداخت و این از دیگر مصادیق استفاده از شبکه‌های اجتماعی در عرصه دیپلماسی عمومی می‌باشد که این بار از طریق توییتر انجام شد.

نتیجه‌گیری

ایالات متحده با استفاده از رسانه‌ها و فضای سایبری در تلاش است تا با کمک دیپلماسی عمومی و حجم وسیع ابزارهای در اختیار بر افکار عمومی مردم ایران اثر بگذارد. این سیاست با دو هدف جلب و ترغیب به سمت ایالات متحده و ارزش‌های آمریکایی از سویی و از سوی دیگر تخریب و تضعیف جایگاه حکومت جمهوری اسلامی ایران در افکار عمومی مردم ایران دنبال می‌شود. هم‌چنین باید بر این مسأله تأکید داشت که فرایند دیپلماسی عمومی ایالات متحده در قبال جمهوری اسلامی ایران بر خلاف سایر کشورها تقلیل جایگاه حاکمیت و تضعیف آن با هدف تغییر رژیم می‌باشد که از این منظر با مردم ایران ایجاد رابطه می‌کنند. عقلانیت ارتباطی که همان عقلانیت در قالب مفهوم کنش ارتباطی هابرماس به شمار می‌رود و در چارچوب دیپلماسی عمومی زمینه‌ساز موفقیت یک ارتباط می‌شود، به معنای از میان برداشتن موانعی است که ارتباط را تحریف می‌کنند و به معنای کلی‌تر، نظامی ارتباطی است که در آن افکار آزادانه ارائه می‌شوند و در برابر انتقاد حق دفاع داشته باشند که با مرور و بررسی جریان یک‌سویه و اغواگرانه دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال جمهوری اسلامی ایران با هیچ‌کدام از این معیارها روبرو نشده و شاهد نفی آشکار عقلانیت ارتباطی می‌باشیم. عقلانی کردن ارتباط به معنای ایجاد یک نظام ارتباطی است که در آن ایده‌ها امکان انتقاد بیابند و در واقع عقلانیت مورد نظر به واسطه امکان ایجاد یک ارتباط و گفتمان فارغ از فشار بیرونی و ترس و تهدید به وجود می‌آید و مهم‌ترین شرط عقلانی، انتقادپذیری و دلیل‌پذیری می‌باشد. بر اساس نظریه کنش ارتباطی هابرماس این حجم تبلیغات و داده‌های توأم با سوگیری در فرایند دیپلماسی عمومی از آنجا که کاملاً یک‌سویه است بالطبع ذهن مخاطب را درگیر کرده و به مرور تحت تأثیر قرار می‌دهد اما در صورتی این اتفاق خواهد افتاد که این ارتباط از شکل کاملاً یک‌سویه خارج شود و همچنین آثار تناقض در رفتار و گفتار جریان اصلی در قبال مخاطب وجود نداشته باشد. به اضافه این امر که زمانی این جریان عظیم تبلیغات موفق خواهد بود که کاربست‌های اعتقادی به حاکمیت کاملاً تضعیف و یا قطع شده باشد که این امر در مورد شوروی سابق کاملاً صادق بود و به نتیجه رسید.

کنش معطوف به تفاهم که بدان "کنش ارتباطی" یا کنش تعاملی یا متقابل و عمل تفاهمی نیز گفته شده است، برخلاف کنش هدف‌دار که معطوف به یک هدف بود، دستیابی به تفاهم ارتباطی را دنبال می‌کند و این محوریت بحث کنش ارتباطی هابرماس است که در بررسی عملکرد دیپلماسی عمومی ایالات متحده در رابطه با جمهوری اسلامی ایران

اساساً نقض می‌شود و قدم به عرصه کنش استراتژیک که زیرمجموعه کنش هدفدار است، می‌گذارد. جایی که اقناع چندان کارساز نباشد هابرماس توضیح می‌دهد که ارتباطات بعنوان «کنش استراتژیک» که اساساً نامتقارن است، برقرار می‌شود. به خاطر اینکه یک جریان نابرابر ارتباطی بین مشارکت‌کنندگان برقرار می‌شود، کنش استراتژیک، ناکامی کنشگر را برای روبرو شدن با پیش‌انگاره‌های ارتباطی پایه‌ای و اساسی مخفی می‌دارد. به عبارت دیگر تحت موقعیت کنش استراتژیک، کنشگر سایر مشارکت‌کنندگان را در خصوص واقعیت فریب می‌دهد. واقعیتی که پیش‌فرض‌های ارتباطی را ادا نمی‌کند و در واقع دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکا در همین چارچوب قابل تفسیر است چرا که عدم تقارن و جریان نابرابر و عدم صداقت را می‌توان در مصادیق آن مشاهده کرد. باید اذعان داشت علیرغم همه تلاش‌های صورت گرفته و در حال انجام توسط ایالات متحده در چارچوب دیپلماسی عمومی در قبال جمهوری اسلامی ایران به خصوص بعد از روی کار آمدن اوباما در ژوئن ۲۰۰۹ به دلیل حجم زیادی از تناقضات رفتاری این کشور در عرصه بین‌المللی بطور عام و در قبال ملت ایران به‌طور خاص، ایجاد جریان کاملاً یک‌سویه اطلاعاتی بدون توجه به بازخورد و نظر مردم ایران و هم‌چنین وجود کاربست‌ها و حلقه‌های اتصال قوی بین مردم و حاکمیت جمهوری اسلامی ایران چه از منظر ملی و چه از منظر اعتقادی شاهد ناکامی جریان دیپلماسی عمومی در جمهوری اسلامی ایران بوده‌ایم.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

یادداشت‌ها

1. communicative action theory
2. Content Analyses
3. Harold pachios
4. Dennis ross
5. The Jewish people policy planning institute
6. Rao mark grist
7. American enterprise
8. Jack dorsey
9. Wall street movement



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱۵۶
دوفصلنامه مطالعات
قدرت نرم

سال پنجم، شماره دوازدهم، بهار و تابستان ۱۳۹۴

منابع

- آهنگری، علی (۱۳۹۰)، *ابزارهای عملیات روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران*. تهران: پویا.
- جنیدی، رحمان (۱۳۹۰)، *روش‌های عملیات روانی نظام رسانه‌ای غرب علیه جهان اسلام*. تهران: ارم.
- سلیمانی، فرهاد (۱۳۸۹)، *جنگ روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران، براندازی نرم*. تهران: نگاه نو.
- گیتس، رابرت (۲۰۱۰)، *متن نامه رابرت گیتس به ایلکاس کلتون رییس کمیته نیروهای صلح مجلس*. مرتضی معظمی، ارغنون.
- مهدوی، مهدی و مبارکی، مریم (۱۳۸۵)، «تحلیل نظریه کنش ارتباطی هابرماس»، *فصلنامه علمی و پژوهشی علوم اجتماعی*. شماره ۸.
- نوروززاده، زهرا (۱۳۹۱)، *کاربرد روان‌شناسی در عملیات روانی*. تهران: چاپ صبا.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۴)، «نظریه کنش ارتباطی»، *کمال پولادی، روزنامه جمهوری اسلامی ایران*. چاپ اول، ج ۱.
- Alleyne, Mike (1995), *International power and international communication*, Martin presses.
- Biener, Harisson (2003), *The arrival of radio farad: international broadcasting to Iran at a crossroads*, New York, Falmer.
- Blaya, James (2009), *Testimony of Joaquin blaya*, Washington, Blaya.
- Cavalerio, John (1986), *Cultural Diplomacy in the Round Table*, New York.

- Cull, N, Fred (2003), **Office of war information, in cull and welch**, London.
- Cunningham, Samuel (2002), **The idea of propaganda; a reconstruction West port**, London, Oxford.
- Farnsworth, David (1992), **International relation**, Chicago, Nelson hall.
- Gasiorowski, Maren (2004), **Mohammad mosaddegh and the 1953 coup in Iran**, London.
- Gerth, Jey. & Shane, Samson (2005), **U.S Is Said to Pay to Plant Articles in Iraq**, London, Papers.
- Grunig, John. & Todd T, Henry (1984), **Managing Public Relations**, New York, Holt, and Rinehart & Winston
- Informtion about Gozaar website, (2012, May 11), Retrieved from <http://www.wikipedia.org/gozaar>
- Jeen, Merry (2010), **The United States and public diplomacy**, New York, Holt.
- Katzman, David (2009), **Iran US concerns and policy responses**, Washington.
- Kegly, William, (1991), **American foreign policy pattern and process**, Martin press.
- Lord, Catrin (2006), **losing hearts and minds? Public diplomacy and strategic influence in the age of terror**, Wshington
- Madison, Brnard. (2011, Nov 4), does twitter drive TV ratings. Retrieved from <http://www.redbe emedia.com/blog/does-twitter-drive-tv-ratings>
- Madison, tom (2005), **The US advisory commission on public diplomacy**, New York.
- Manning, Morgan (2001), **Iran –USA cultural relation**, 29 Aug, N12.
- Melissen, Terry (2006), **the New Public Diplomacy, Between Theory and Practice**, New York.
- Morrow, Edward (1965), gullion Feltcher School of law and diplomacy, Tufts University Edward center of public diplomacy.

- NED official website toward Iran. (2012, Sep 25), Retrieved from <http://www.ned.org>

- Official website of US ministry of state. (2012, Nov 17) Retrieved from: <http://www.state.gov/r/pa/prs/ps/2011/12/178343.htm>

- Plaisance, Pier (2005), *the propaganda war on terrorism*, Washington.

- Shelby, David (2005), "Campaign after september11 -2001", *journal of mass media ethics*, New York.

- Shelby, David (2009), *Satellite scheduled to be launched in late December*, Washington dc.

- Signitzer, Berad (1992). *Relations and Public Diplomacy: Conceptual Divergences*, Public Relations Review 18, no.2.

- Snow, Nancy (2003), *U.S. Public Diplomacy: Its History, Problems, and Promise*, London.

- Snow, Nancy (2004), *How to build an effective u.s public diplomacy; ten steps for change*, New York.

- U.S department of state (1987), *Dictionary of international relation terms*, Washington.

- US Virtual embassy website (2012, June 15), Retrieved from <http://iran.usembassy.gov>.