

بررسی مقایسه‌ای دیپلماسی شهروندی آمریکا و ایران

علی شمس‌آبادی*

کارشناسی ارشد دیپلماسی و سازمان‌های بین‌المللی دانشکده وزارت امور خارجه

چکیده

دنیای پیچیده امروز، در عرصه بین‌المللی راه را برای ورود بازیگرانی به‌غیر از دولت‌ها باز کرده و دیپلماسی را از انحصار دولت‌ها خارج ساخته است. در نتیجه این امر، بحث تأثیر بازیگران غیر دولتی بر روابط بین‌الملل جدی شده و بسیاری، نقش بازیگرانی همچون شهروندان را در دیپلماسی پذیرفته‌اند. امروزه بسیاری بر این عقیده‌اند که شهروندان قادر به ارائه تصویر ملی و به عبارت دیگر، اعمال دیپلماسی عمومی هستند. این فرایند را «دیپلماسی شهروندی» می‌خوانند. در این پژوهش برآنیم تا با تکیه بر منابع کتابخانه‌ای و رسانه‌ای و با استفاده از رویکرد تحلیلی و توصیفی به این پرسش اصلی پاسخ دهیم که «دیپلماسی شهروندی در ایران و آمریکا چه ظرفیت‌هایی داشته و چگونه اعمال شده است؟». به‌منظور رسیدن به پاسخ این سوال، ضمن معرفی دیپلماسی شهروندی و معرفی شاخه‌های آن، به اثبات این فرضیه می‌پردازیم که «ایران در دیپلماسی شهروند میزبان بسیار کارآمد ظاهر شده اما در دیپلماسی شهروندی مهمان و مجازی دچار ضعف است، در مقابل آمریکا در دیپلماسی شهروندی مهمان بهتر از دیپلماسی شهروندی میزبان عمل کرده است».

کلید واژه‌ها

بازیگران غیردولتی، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی شهروندی، تصویرسازی ملی.

* Email: rezaie_aminloie@yahoo.com.

جهانی‌شدن مرزهای دولت‌ها را کم رنگ کرده و سطح ارتباطات بین اشخاص در سرتاسر دنیا را بسیار گسترش داده و کنترل دولت بر آن‌ها را کاهش داده است. به‌طور کلی، در جهان امروز، دولت‌ها به ناچار، بازیگرانی به‌غیر از خود را در عرصه‌های بین‌المللی به‌رسمیت شناخته‌اند؛ یکی از مهم‌ترین این عرصه‌ها، دیپلماسی است. در گذشته دیپلماسی تنها بین دولتمردان و آن‌هم به‌شکل مخفی جریان داشت، رفته‌رفته با آمدن دولت‌های دموکراتیک، دیپلماسی نه در اختیار فرد تصمیم‌گیرنده بلکه در اختیار دولت منتخب ملت قرار گرفت و کمی چهره آشکارتری از خود به نمایش گذاشت، پس از آن، دوره دیپلماسی‌های آشکار بین دولت‌ها به میان آمد (جامعه‌ملل)، اندکی بعد با رشد تکنولوژی‌های ارتباطی، بخصوص پس از دهه ۷۰، نقش دولت‌ها کم رنگ‌تر شد و مردم، کم‌وبیش بدون دخالت دولت‌های متبوعشان، ارتباطات میان خود را شکل دادند. این تحول بیش از هر چیز وابسته به تکنولوژی بوده است. ابتدا با آمدن موتور بخار رشد سفرها به ارمغان آمد، شهروندان توانستند سفرهای بیشتری به مناطق دور دست داشته باشند که این مسئله، تبادل فرهنگی را تا حدی تسهیل می‌نمود. اما تحول اصلی هنگام ابداع فناوری‌هایی همچون تلگراف و به خصوص اینترنت فراهم شد که در پی آن، تبادل اندیشه‌ها میان شهروندان، به دور از دخالت دولت‌ها، افزایش چشمگیر و سرسام‌آور یافت. بی‌شک این رشد تبادل افکار میان شهروندان می‌تواند با شدت و ضعف مختلفی به تناسب هر جامعه، بر روندهای سیاسی حاکم تاثیر گذارد. در اثر گسترش ارتباطات شهروندان با یکدیگر با دخالت کمتر دولت‌ها، اثرگذاری مردم مردم بر دولت‌ها افزایش یافت. بر همین اساس امروزه تقریباً این یک مفروض تلقی می‌شود که «دولت‌ها تنها بازیگران عرصه روابط بین‌الملل نیستند». در واقع نمی‌توان منکر شد که در قضایای متعدد بین‌الملل، بازیگران غیردولتی^۱ در ورودی‌های فرایندهای تصمیم‌سازی دولتی نقش ایفا کرده‌اند (Özkaban, 2011: 24). موضوعی که در مقاله حاضر در پی بررسی آن هستیم موجودیتی بنام «دیپلماسی شهروندی» و شاخه‌های آن است. پژوهش حاضر با تکیه بر روش توصیفی و تبیینی، درصدد است به این سوال پاسخ دهد که «ایران و آمریکا چه ظرفیت‌هایی برای اعمال دیپلماسی شهروندی دارند؟». برای رسیدن به پاسخ این سوال، پس از معرفی تاریخ و انواع این نوع از دیپلماسی، فرضیه مزبور را می‌سنجیم: «ایران در دیپلماسی شهروندی میزبان بسیار کارآمد ظاهر شده اما در دیپلماسی شهروندی میهمان و مجازی دچار ضعف است، در مقابل آمریکا در دیپلماسی شهروندی مهمان دست بالا را داراست». به این منظور، ابتدا تاریخچه و تعریفی از دیپلماسی شهروندی ارائه نموده و به طبقه‌بندی آن پرداخته‌ایم. سپس با معرفی پتانسیل‌های بالقوه آمریکا، اقدامات و طرح‌های انجام شده از سوی این دولت به‌منظور بالفعل کردن پتانسیل‌های بالقوه را مورد واکاوی اجمالی قرار می‌دهیم. در قسمت بعد، به ظرفیت‌های بالقوه ایران در این حوزه پرداخته و در نهایت، مقایسه‌ای از پتانسیل‌های دو کشور در دیپلماسی شهروندی و نقاط قوت و ضعف هر یک در بالفعل کردن آن‌ها انجام می‌دهیم.

پیشینه پژوهش

دیپلماسی شهروندی مفهوم نسبتاً جدیدی در علوم سیاسی محسوب می‌گردد زیرا با سلطه نگرش واقع‌گرایی بر علوم سیاسی که بر اصالت دولت تاکید داشت و سایر بازیگران را به حاشیه می‌راند، نقش شهروند در سیاست خارجی یک دولت نادیده گرفته می‌شد. در ادامه به بخشی از پژوهش‌های انجام گرفته در مورد دیپلماسی شهروندی اشاره می‌کنیم.

کتاب «بسوی یک مجموعه کردن دنیا؛ هنر دیپلماسی شهروندی در عصری با ستیز مذهبی»، نوشته مارک گوپین است؛ در فصل اول آن، نویسنده چگونگی تاثیرپذیری پایه‌های جامعه جهانی از دیپلماسی شهروندی را شرح می‌دهد. در ادامه نیز گوپین مواجهه با تغییرات جهانی را با استفاده از رویکرد دیپلماسی شهروندی راهکاری عاقلانه می‌بیند. پس از این پیامدهای مثبت بکار بستن دیپلماسی شهروندی در دنیای جهانی شده مورد تاکید قرار می‌گیرد (Gopin, 2009).

اثر دیگری که لافل در عنوان خود به صراحت از دیپلماسی شهروندی نام برده است، «در جستجوی مذاکرات صلح؛ فعالیت‌های زنان و دیپلماسی شهروندی در جنگ جهانی اول» نوشته دیوید پترسون است. این اثر با بررسی مدارک تاریخی جامعه ملل بر نقش زنان و دیپلماسی بخش خصوصی (که نمونه اولیه همان دیپلماسی شهروندی است) تاکید می‌کند و عوامل اثرگذاری مضاعف آن‌ها در عصر پس از جنگ جهانی اول را مورد مطالعه قرار می‌دهد (Patterson, 2008). البته نویسنده تمرکز خود را بیش از آن که بر روی «شهروندان» قرار دهد، بر روی «زنان» به‌عنوان «بخشی از شهروندان» قرار داده است، با این حال این کتاب نمونه‌ای تاریخی از اعمال دیپلماسی شهروندی را ارائه می‌کند.

نوشته بعدی که از محدود اثرات فارسی و شاید تنها نمونه آن باشد، «دیپلماسی شهروندی و فعالیت‌های شهروندان تهرانی در فضای مجازی» نوشته طاهره آذری و همکاران است که هرچند به‌عنوان یک مقاله چاپ شده اما شرح و تفصیل نسبتاً مناسبی از مبحث مورد نظر مقاله حاضر دارد. اثر مذکور که بر شهروندان تهرانی به‌خصوص قشر دانشجو متمرکز است. دیپلماسی شهروندی را مستقل از دولت می‌بیند و معتقد است شهروندان جدای از دولت خود، شهروند دیپلمات محسوب می‌گردند. در این مقاله طولانی با اشاره به افزایش کاربرد شبکه‌های اجتماعی در میان شهروندان همه کشورها، به ظرفیت‌های دیپلماسی شهروندی ایران اشاره‌ای می‌گردد (آذری و همکاران، ۱۳۹۳).

نوآوری اثر حاضر، در چند جنبه نهفته است. اول آن که تلاش شده تا نمونه‌هایی از اعمال دیپلماسی شهروندی و تاثیرات آن در سطح جهان مورد واکاوی قرار گیرد که حداقل در میان آثار این حوزه به زبان فارسی بی‌سابقه است. جنبه دوم نوآوری این پژوهش با معرفی پتانسیل‌های ایران و آمریکا در حوزه دیپلماسی شهروندی و مقایسه آن‌ها با هم پیوند دارد. همچنین بررسی اقدامات آمریکا و موسسات آمریکایی عمده این کشور که در عرصه دیپلماسی شهروندی فعال هستند هم از نوآوری‌های این پژوهش است. در نهایت، تقسیم‌بندی دیپلماسی شهروندی در این اثر، متفاوت با آثار موجود است به علاوه این که اصولاً، بحث دیپلماسی شهروندی مجازی، برای اولین بار در این مقابله معرفی شده است.

چارچوب نظری

ايزار به‌کار برده شده در این پژوهش رویکرد پلورالیستی است. به اعتقاد نویسندگان اثر حاضر، آن‌گونه که رئالیست‌ها می‌گویند، دولت‌ها تنها بازیگران عرصه بین‌المللی نیستند بلکه NSA ها نیز وارد عرصه شده‌اند (Ben Ari, 2012: 4). اهمیت این مسئله تا بدان حد است که اتحادیه اروپا همواره پیش از قانونگذاری‌های خود با بازیگران غیردولتی چون گروه‌های ذینفع مشورت می‌کند تا هنگام وضع قوانین منافع اقشار مختلف جامعه را لحاظ کرده باشد و در نتیجه قوانینش مقبولیت بیشتری داشته باشند (19: 2012, Voltolini). یکی از مهم‌ترین بازیگران غیردولتی، شهروندان هستند. افراد یا شهروندان بسته به توانمندی‌های خود، اگر نگوئیم که تصمیم‌گیرنده شده‌اند، می‌توانند در تصمیم‌سازی‌ها اثر گذارند. این اثرات در حیطه سیاست خارجی می‌تواند با گسترش ارتباطات میان شهروندان از کشورهای مختلف رخ نشان دهد. دولت‌ها می‌توانند با استفاده از ظرفیت‌های موجود در این حوزه، در راستای دیپلماسی عمومی و «مدیریت تصویر

ملی» بهره ببرند. از این منظر بحث قدرت نرم و دیپلماسی عمومی هم وارد چارچوب نظری این مقاله می‌شود. دیپلماسی عمومی با هدف ایجاد جذابیت برای «مردم» اعمال می‌شود (Nye, 2008: 94). در دیپلماسی شهروندی که زیر شاخه‌ای از دیپلماسی عمومی عنوان شده «ایجاد جذابیت» با تکیه بر «شهروندان» انجام می‌گیرد.

تاریخ دیپلماسی شهروندی

دیپلماسی شهروندی زیر شاخه‌ای از دیپلماسی عمومی است چراکه با بدنه مردم سروکار دارد و هدفش اثرگذاری بر مردم است و تا آن‌ها بر دولت متبوعشان اثر گذارند. اگر تعریف دیپلماسی عمومی را «ارتباطات رسمی به‌منظور تقویت موقعیت سیاست خارجی در حیطه عمومی سایر ملت‌ها» (Millisen, 2005: 3) بدانیم، قطعاً قدمت آن طبق گفته جان ملیسن به عصر باستان می‌رسد. در آن دوره نیز تلاش‌هایی از جانب دولت شهرهای مختلف برای تحت تاثیر قرار دادن افکار عمومی سایر دولت شهرها وجود داشته است. این که مثلا در دوره باستان آتن به داشتن شهروندان فکور و اسپارت به داشتن شهروندان جنگجو معروف بوده نمایانگر یک ایده و یک منظر از یک ملت است، این تصویر از یک ملت قطعاً در طول زمان و بوسیله سلسله فعالیت‌هایی شکل گرفته است که می‌توان در آن، رگه‌هایی از اعمال دیپلماسی عمومی را دید.

تاریخ ارتباطات میان شهروندان و تصویرسازی ملی را می‌توان به سال‌ها پیش از دوره آتن و اسپارت رساند. بالفرض اگر در گذشته یک ایرانی به روم سفر می‌کرد و در آن جا باعث ایجاد تصویری مثبت از ایرانیان می‌شد این نمونه‌ای اولیه و خام از فعالیت در راستای دیپلماسی شهروندی بوده است. دیپلماسی شهروندی توسط شهروندان و برای شهروندان است ولی اکثراً توسط دولت هدایت می‌گردد. در دیپلماسی شهروندی تلاش بر این است تا شهروندان ما با شهروندان خارجی ارتباط یابند و چهره‌ای مثبت از کشور و نظام ما در ذهن آن شهروند خارجی ایجاد نمایند. به‌عبارت روشن‌تر، دیپلماسی شهروندی در راستای تصویرسازی ملی توسط شهروندان برای شهروندان فعال است. هنگامی که یک توریست به یک کشور سفر می‌کند اگر در حین اقامت خود با شهروندانی مواجه شود که ضمن مهر و محبت و صداقت، به حيله‌گری دست نمی‌زنند، قطعاً علاوه بر این که نسبت به آن دولت خوش بین می‌شود، در بازگشت به وطن خود، همچون موتور تبلیغاتی برای آن دولت عمل خواهد کرد. تاثیر چنین ماشین تبلیغاتی از رسانه‌های مکتوب و الکترونیکی بسیار بیشتر است و حتی در صورت تعارض، غالبیت با شهروندان است نه رسانه‌ها. این واقعیت سبب می‌شود، دیپلماسی شهروندی در روابط بین‌الملل و به‌ویژه دیپلماسی عمومی بسیار مهم تلقی شود. با توجه به ظرفیت‌های عظیم این حوزه، مرکز دیپلماسی شهروندی آمریکا معتقد است «هر شهروند در جهان حق و وظیفه دارد تا در میان فرهنگ‌های مختلف وارد شود و با ایجاد ارتباطات فرد فرد فهمی مشترک از مسائل بوجود آورد» (Center for Citizen Diplomacy, 2015).

در تاریخ دیپلماسی شهروندی، نمونه‌هایی وجود دارد که تغییر افکار عمومی شهروندانی را که دشمن یکدیگر بوده‌اند، نشان می‌دهد. یکی از این نمونه‌ها طرح «استماع دلسوزانه» بوده که از سوی اتحادیه اروپا اجرا شد. طی این طرح، شهروندان اروپایی به‌عنوان میانجی، زمینه گفتگو و مصالح و تغییر ذهنیت تعدادی از شهروندان اسرائیلی و فلسطینی نسبت به یکدیگر را فراهم کردند (Shemesh, 2012: 83). در این طرح شهروندان کشورهای اروپایی با حمایت اتحادیه اروپا، برای برقراری ارتباط میان دو طرف که دچار اختلافات هویتی و حاد هستند، برای میانجیگری فرستاده شدند (Biklen, 2005: 12). در موردی دیگر، از دیپلماسی شهروندی برای رفع اختلافات بر سر قبرس بهره‌برده شد.

بر اثر اختلافات میان ترکیه و قبرس این جزیره به دو قسمت تقسیم شده بودند ولی در نهایت شهروندان با ممارست و ارتباط مستمر با یکدیگر در دو سوی مرزهای مصنوعی، توانستند فشار سیاسی لازم جهت حل اختلافات را وارد کنند. در نتیجه این امر، خط مرزی به کلی برداشته شد (Donald, 2007: 11).

تجربه‌هایی از این دست نشان دهنده غالبیت جنبه صلح‌طلبی در دیپلماسی شهروندی بود (ملت‌ها با هم نمی‌جنگند) و بر همین اساس است که اختلافات بسیاری میان دولت‌ها، با گسترش ارتباطات میان شهروندان آن‌ها به‌ناچار حل گشته است.

اینک بر مبنای تجربیات بدست آمده، بسیاری تعریفی از دیپلماسی عمومی ارائه کرده‌اند.

طبق تعریف مرکز دیپلماسی شهروندی آمریکا، دیپلماسی شهروندی یعنی: «اشخاص باید روابط خارجی آمریکا را شکل دهند. شهروند دیپلمات می‌تواند دانش آموز، معلم، ورزشکار، هنرمند و یا تاجر را شامل شود. این افراد برانگیخته شدند تا با سایر نقاط جهان گفتگویی بر مبنای منافع مشترک برپا کنند». برخی در ایران دیپلماسی شهروندی را بدین صورت تعریف کرده‌اند: «فعالیت‌هایی با هدف آشنایی ملت‌ها با یکدیگر، به‌ویژه ملت‌های درگیر اختلاف، با هدف حسن تفاهم و دستیابی به دیدگاه‌ها و ارزش‌های مشترک» (آذری پناه و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۰۱). با تکیه بر اطلاعات درج شده در این تعاریف و بر مبنای مطالعه تاریخ دیپلماسی شهروندی، در این مقاله، این شاخه از دیپلماسی عمومی را چنین تعریف می‌کنیم: «روابط ذاتا مسالمت‌آمیز در سطح بین‌المللی که از طریق ارتباطات شهروندی بوجود می‌آید و بر تصویر ملی کشورها اثر می‌گذارد».

تقسیم‌بندی دیپلماسی شهروندی

دیپلماسی شهروندی به اشکال گوناگونی طبقه‌بندی شده است؛ مثلاً شرلی مولر آن را به دو دسته کلی تقسیم نموده است:

الف) دیپلماسی شهروندی ناخودآگاه: در برخورد با افراد خارجی شیوه سلوک ما بدون آن که خود بدانیم در تصورات آن فرد نسبت به کشور ما اثر می‌گذارد.

ب) دیپلماسی شهروندی بین‌المللی: هنگامی که به‌صورت رسمی در مراسمی خارجی دعوت شده‌ایم و برای مخاطبین چهره‌ای از کشور خود می‌سازیم (Mueller, Center for Citizen Diplomacy, 2015).

در عصر حاضر، علاوه بر این که گردشگری به‌عنوان یکی از نمادهای جابجایی شهروندان، دوره درخشانی برای دیپلماسی شهروندی را برپا داشته، اینترنت و ارتباطات مجازی نیز به رشد بیش از پیش ارتباطات شهروندان از کشورهای مختلف یاری رسانده است.

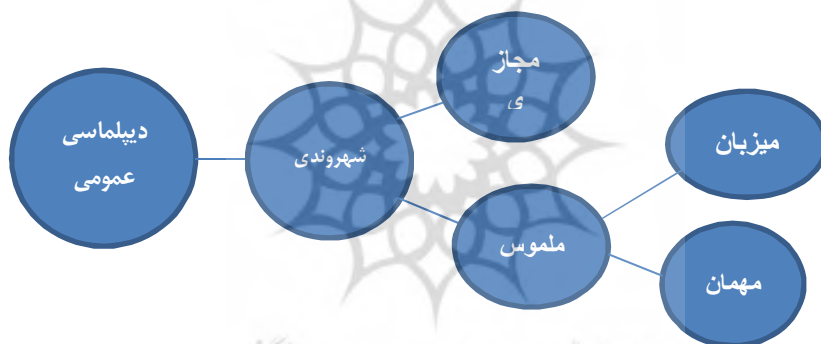
در این مقاله، دیپلماسی شهروندی به دو دسته کلی تقسیم شده است. دیپلماسی شهروندی ملموس^۱ و مجازی^۲.

• دیپلماسی شهروندی مجازی: دیپلماسی شهروندی مجازی زمانی به جریان می‌افتد که شهروند یک کشور بتواند با شهروند کشور دیگر از راه اینترنت و فضای مجازی ارتباط برقرار کند و همزمان به تصویرسازی ملی از کشور خود، بپردازد. دوستی‌های اینترنتی مجال مناسبی برای اعمال دیپلماسی شهروندی فراهم کرده است.

• دیپلماسی شهروندی ملموس: این مدل نیازمند حضور فیزیکی یک شهروند در کشور دیگر است تا ارتباطی چهره به چهره با شهروندان سایر دولت‌ها برقرار شود. این نوع دیپلماسی شهروندی اثرگذاری پایدارتری نسبت به مجازی دارد چراکه حس اعتماد بیشتری را ایجاد می‌کند، ممکن است.

لازم به ذکر است که امکان تبدیل دیپلماسی شهروندی مجازی به ملموس در دنیای امروز فراهم آمده است؛ توضیح آن که گاه رابطه دو شخص در فضای مجازی چنان به هم نزدیک می‌شود که از شهروند خارجی دعوت به عمل آید تا به کشور دوست مجازی‌اش سفر کند و او نیز با این سفر از فاز مجازی وارد فاز ملموس می‌شود. نگارندگان این مقاله شاهد بوده‌اند که یک شهروند ایرانی در فضای مجازی با شهروندی آلمانی ارتباط برقرار کرد و پس از مدتی ترتیبات سفر وی به ایران را فراهم کرد، که نمایی از تبدیل دیپلماسی شهروندی مجازی به ملموس است. در زمانی که افراد از راه اینترنت با یکدیگر ازدواج می‌کنند (ازدواج‌های اینترنتی) دور از ذهن نیست که بتوان دوستی‌هایی را با آن طرف مرز برقرار نمود.

دیپلماسی شهروندی ملموس به دو شاخه تقسیم می‌شود: میزبان و مهمان. مثلاً تصویرسازی ملی یک شهروند آلمانی که به ایران سفر کرده در قبال مردم ایران را دیپلماسی شهروندی مهمان و دیپلماسی شهروندان ایرانی در قبال او را دیپلماسی میزبان می‌نامیم.



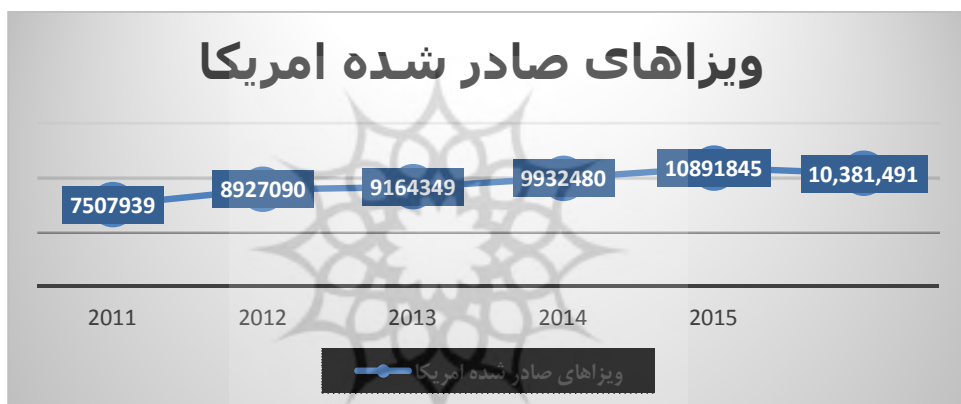
۱. دیپلماسی شهروندی در آمریکا

«هیچ سفیری از هیچ کشوری نمی‌تواند نقشی موثر چون شما را ایفا کند»، این گفته چستر بولس، سفیر سابق آمریکا در هند خطاب به «شهروند دیپلمات»‌های ایالات متحده است (NCIV, 2005: 33). تمرکز آکادمیک بر دیپلماسی شهروندی و مفهوم‌پردازی آن زاده ایالات متحده است. اولین بار جوزف مونتویل، دیپلمات آمریکایی، واژه دیپلماسی شهروندی را در سال ۱۹۸۱ بکار برده است (سجادپور و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۱۴). ایالات متحده آمریکا تلاشی گسترده به عمل می‌آورد تا شهروندان سایر کشورها را به صورتی هدفمند به خود جذب کند و پس از آن که از تصویرسازی مطلوب از خودرا در ذهن شهروند مهمان به انجام رسانید، او را به کشور خود بازگرداند تا به‌عنوان دستگاه تبلیغاتی سیاست خارجی آمریکا عمل نماید (NCIV, 2005: 26). چیزی که در بالا دیپلماسی شهروندی میزبان نامیدیم.

آمریکا «انجمن ملی بازدیدکنندگان بین‌المللی»^۱ را ۷۶ سال قبل برای رسیدگی به امور توریست‌هایی که به این کشور سفر کرده‌اند ایجاد نمود. بعدها طبق تصمیم ۱۶ فوریه ۲۰۱۱ روز دیپلماسی شهروندی نامیده شد. در قطعنامه ۶۰۳ که ذیل همین تصمیم صادر شده در خصوص اهمیت عمل درست در این حوزه آمده: «دیپلماسی شهروندی توانایی افزایش درک صحیح آمریکا از فرهنگ‌های خارجی و درک متقابل جامعه بین‌المللی از فرهنگ آمریکا، ساختار شکنی موثر، نمایان ساختن تفاوت‌ها، تاکید بر ویژگی‌های مشترک انسان و گسترش روابط انسانی مورد نیاز برای برقراری روابط مسالمت‌آمیزتر بین کشورها را در خود دارد» (Congress Record, 2010). در ادامه به قسمتی از فعالیت‌های آمریکا در دیپلماسی شهروندی مهمان و میزبان اشاره می‌نماییم.

۱-۱. دیپلماسی شهروندی میزبان آمریکا

ایالات متحده طبق آمار وزارت خارجه، سالانه پذیرای میلیون‌ها شهروند خارجی است که پتانسیل خوبی برای اعمال دیپلماسی شهروندی میزبان را فراهم آورده است. طبق گزارش وزارت خارجه آمریکا از سال ۲۰۱۱ تعداد ویزاهای صادره برای مراجعه کنندگان خارجی به شرح ذیل بوده است:



منبع: سایت دولتی سفر آمریکا

<https://travel.state.gov/content/dam/visas/Statistics/AnnualReports/FY2015AnnualReport/FY15AnnualReport-TableI.pdf>

مشاهده می‌کنیم که ورودی شهروندان خارجی (نیازمند به اخذ ویزا)، به آمریکا از ۷ میلیون نفر در سال ۲۰۱۱ به چیزی در حدود ۱۱ میلیون نفر در سال ۲۰۱۵ رسید و سپس با آمدن ترامپ، سیر نزولی صدور ویزا بوجود آمد. لازم به ذکر است که این تنها گوشه کوچکی از پتانسیل آمریکا در دیپلماسی شهروندی میزبان را نشان می‌دهد چراکه نمایانگر آماری از شهروندان خارجی است که برای ورود به آمریکا نیازمند ویزا هستند حال آن که عمده شهروندان خارجی که وارد آمریکا می‌شوند، نیازمند ویزا نیستند. با توجه به این موضوع، می‌توان چنین تخمین زد که احتمالاً ظرفیت دیپلماسی شهروندی میزبان آمریکا بالغ بر ۱۴ میلیون نفر در سال خواهد بود. این ظرفیتی بسیار بزرگ برای دیپلماسی عمومی آمریکاست که البته با آمدن دولت ترامپ و سیاست‌های نه چندان محبوب او، سیر نزولی پیدا کرده است.

ایالت متحده از دیرباز، به‌منظور تغییر افکار شهروندانی که وارد این کشور می‌شدند، طرح‌ها و مراکزی را راه‌اندازی کرده تا از رهگذر آن‌ها، اهداف مورد نظر از اعمال دیپلماسی شهروندی میزبان، به‌دست آید. در ادامه، ابتدا به مراکزی که در

راستای دیپلماسی شهروندی میزبان ایالات متحده فعال هستند را معرفی می‌کنیم و سپس بخشی از طرح‌های انجام شده در این عرصه را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۱-۱-۱. مراکز فعال برای دیپلماسی شهروندی میزبان آمریکا

در آمریکا، تقریباً هر ایالتی برای «تسخیر قلب و ذهن» شهروندان خارجی که وارد آن‌ها می‌شوند، مراکزی را تعبیه کردند تا ارتباط با خارجی‌های سفر کرده به آمریکا، حتی پس از بازگشت حفظ شود و دیپلماسی شهروندی میزبان، اعمال شود. البته هدف بزرگتر این مراکز عمدتاً ساماندهی تصاویری است که شهروند میهمان، در سفر به آمریکا باید ببینند. انجمن ملی بازدیدکنندگان بین‌المللی (NCIV)، مرکز دیپلماسی شهروندی (CCD)، روابط جهانی آمریکا (GTUS)، مجلس بازدیدکنندگان بین‌المللی آرکانساس (ACIV)، مجمع بازدیدکنندگان بین‌المللی آریزونا و... تنها بخشی از این مراکز ایالتی هستند. در میان این نهادها مرکز دیپلماسی شهروندی و مجلس ملی بازدیدکنندگان بین‌المللی، شعبه آرکانساس و مرکز دیپلماسی شهروندی آمریکا بیشتر از بقیه فعالیت داشته‌اند.

۱-۱-۱-۱. مجلس ملی بازدیدکنندگان بین‌المللی^۱

NCIV نهادیست متشکل از ۹۸ سازمان غیردولتی و شخصیت‌های خصوصی که در جهت شکل دادن به افکار شهروندان میهمان فعالیت می‌کنند. تعداد شهروند دیپلمات‌های این نهاد که داوطلبانه فعالیت می‌کنند کمتر از ۸۰ هزار نفر نیست. وظیفه اصلی این نهاد، به خط کردن اعضا برای همراهی با شهروندان خارجی است تا آن‌ها طی حضور خود در آمریکا، آن بخش از واقعیت را که به نفع واشنگتن است ببینند. به عبارت دیگر، مدیریت تصویرسازی شهروندان خارجی از آمریکا، وظیفه اصلی این نهاد است. لازم به ذکر است که برنامه بازدیدکنندگان بین‌المللی توسط دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا تامین مالی می‌شود (NCIV, 2005: 8-10).

۱-۱-۱-۲. مجلس بازدیدکنندگان بین‌المللی آرکانزاس^۲

ACIV موسسه‌ای غیردولتی است که توسط اشخاص حقیقی و ۹۰ شخصیت حقوقی غیردولتی، در راستای سیاست‌های ایالات متحده جهت جلب دوستی افراد خارجی عمل می‌نماید. این نهاد بیشتر برای مدیریت تصویرسازی در ذهن دولتمردان خارجی فعالیت داشته است. بسیاری از مسئولین خارجی در طرح‌هایی به مدت سه هفته در آمریکا اقامت می‌کنند و برنامه‌های مدت اقامت آن‌ها در اختیار این موسسه است. چنین طرحی با این هدف انجام می‌گیرد که جامعه آمریکا را درست‌تر معرفی شود، آشنایی با تاریخ و میراث بشری این کشور افزایش یابد و در نهایت دیدی مثبت از آمریکا را به بیرون صادر شود. این سازمان ۱۵۰،۰۰۰ دلار به زیر مجموعه‌های خود جهت برگزاری کنفرانس‌ها پرداخت کرده است (Mueller, Center for Citizen Diplomacy, 2015).

۱-۱-۱-۳. مرکز دیپلماسی شهروندی^۳

این مرکز غیردولتی علاوه بر این که در تلاش است تا انجمنی از توریست‌های سفرکرده به آمریکا را سامان دهد، هماهنگ کننده بسیاری از موسسات فعال در حیطه دیپلماسی شهروندی نیز هست. تحت پوشش این نهاد سالیانه ۱۲۰ برنامه در ۴۰ کشور برگزار می‌شود و بخشی از تبادلات دانشجویان در آمریکا بعهده همین موسسه است (Center for Citizen Diplomacy, 2012).

1- National Council for International Visitor
2- The Arkansas Council for International Visitor
3- Center of Citizen Diplomacy

۱_۱_۲. طرح‌های انجام شده برای دیپلماسی شهروندی میزبان در آمریکا

۱_۲_۱_۱. اقامت‌های تحصیلی دانشجویی

ایالات متحده با داشتن بهترین دانشگاه‌های جهان کعبه آمال بسیاری از شهروندان محصل است. طبق آمار منتشره از موسسه بین‌المللی آموزش آمریکا، ۹۵۷ هزار دانشجوی خارجی در دانشگاه‌های این کشور مشغول به تحصیل هستند (Witherell, Iie, 2015). حضور این تعداد از محصلین خارجی پتانسیل بسیار بالایی برای اعمال دیپلماسی شهروندی میزبان، طی یک دوره نسبتاً طولانی (حداقل ۲ سال) فراهم می‌کند. به‌منظور درک آورده‌های حضور این شهروندان محصل خارجی برای آمریکا، لازم است متوجه باشیم که اکثر این دانشجویان، در بازگشت به میهن خود، در طبقات نخبگان می‌گنجد و در نتیجه تاثیر تصمیمات آن‌ها بر فرایندهای سیاسی کشورشان مشهود خواهد بود. در صورت توانایی ایالات متحده در ارائه تصویری مثبت از خود در اذهان این شهروندان خارجی، مسلماً راه برای نفوذ هرچه بیشتر در آینده سیاسی کشورهای آن‌ها هموار خواهد بود. با توجه به اهمیت این موضوع، آمریکا حتی برای کشورهای خصم خود هم برنامه‌ای مشابه دارد تا بتواند در دراز مدت، سیاست‌های آن‌ها را به‌سود خود تغییر دهد. وزیر سابق امور خارجه آمریکا، هیلاری کلینتون، در گفتگو با تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی از تلاش بی‌وقفه خود برای افزایش دانشجویان ایرانی و سهولت صدور ویزای تحصیلی برای آن‌ها در آمریکا صحبت نمود.

۱_۲_۱_۲. اقامت خانوادگی دانش آموزی

دانشجویان تنها مهاجران تحصیلی در آمریکا نیستند بلکه طرح‌های کوتاه مدتی (۱ ماهه) در قالب زندگی در خانواده‌های آمریکایی برای دانش‌آموزان دوره راهنمایی و دبیرستان از سرتاسر دنیا نیز تعبیه شده که به گفته دستیار اسبق وزیر خارجه آمریکا، در سال ۲۰۱۳ تعداد آن‌ها افزون بر ۷۳ هزار نفر می‌شده است (Farrugia, 2014: 4). جالب آن که در پایان این دوره‌ها نتایج نظرسنجی از دانش‌آموزان نشان داد که حس «شهروند جهانی» میان آن‌ها همزمان با نرم‌شدن در مقابل سایر فرهنگ‌ها افزایش یافته است (Bhandari, 2011).

۱_۲. دیپلماسی شهروندی مهمان آمریکا

در کتابی به نام «آمریکای زشت»، چاپ ۶۰ سال قبل آمده: «مردم عادی آمریکا می‌توانند بهترین سفیران برای کشور خود باشند» و این در واقع اشاره‌ای است به دیپلماسی شهروندی مهمان. تاریخ سیاست خارجی آمریکا شواهد نسبتاً زیادی از اعمال موفق دیپلماسی شهروندی مهمان داشته است. در جنگ سرد اعضای یک جنبش صلح‌طلب آمریکایی با هدف ایجاد تغییرات اجتماعی به شوروی سفر کردند. جالب آن که به‌منظور ارتباط‌گیری بیشتر با شهروندان، این هیئت آمریکایی حتی با دهقانان شوروی هم دیدار چهره به چهره داشت. تمامی این تلاش‌ها به این منظور بود تا تصویر مثبتی از ایالات متحده در ذهن شهروندان اتحاد جماهیر شوروی ساخته شود (Biklen, 2005: 36). بازخورد مثبت این سفر زمانی به نمایش در آمد که هیئتی از شهروندان شوروی هم به آمریکا سفر کردند. نام این طرح، «ذوب‌کردن ترس و تعصب مردم دو کشور» بود (Parry, 2009) و الگویی شد برای طرح‌های مشابه دیگر میان شهروندان ایالات متحده و دولت‌های رقیب و یا حتی دشمن. طرح «درخت صلح ویتنام» برنامه‌ای مشابه بود که این‌بار، افکار عمومی ویتنام را مورد هدف قرار می‌داد.

بسیاری از کشورهای دنیا طراز گردشگری منفی دارند، بدان معنی که توریست‌های وارد شده به آن کمتر از تعداد توریست‌هایی است که از آن کشور به خارج سفر کرده‌اند. آمریکا نیز جز این دسته از کشورها است. ایالات متحده تنها در سال ۲۰۱۵ تعداد ۱۵، ۵۵۶، ۲۱۶ پاسپورت برای شهروندان خود صادر کرده است. قطعاً تعداد شهروندان آمریکایی که از

این کشور خارج شده اند بیش از این است چرا که بسیاری از افراد هنوز پاسپورتشان از سال های قبلی منقضی نشده است.

آمار بالا نشان می‌دهد که ظرفیت انسانی دیپلماسی شهروندی مهمان برای آمریکا بیش از میزان است، به عبارت دیگر آن تعداد شهروندان آمریکایی که به خارج از کشور سفر می‌کنند و می‌توانند تصویری مناسب از آمریکا ارائه دهند و دوستی‌ها را جلب کنند بیش از شهروندان خارجی هستند که به آمریکا سفر می‌نمایند و می‌شود در ذهن آن‌ها تصویر مثبتی از آمریکا ترسیم کرد. لازم به ذکر است که طراز منفی گردشگری برای یک کشور هرچند به لحاظ اقتصادی مثبت تلقی نمی‌شود اما برای دیپلماسی شهروندی لزوماً تبعات منفی ندارد.

در میان وزرای خارجه آمریکا هیلاری کلینتون بیش از بقیه در مورد دیپلماسی شهروندی صحبت کرده است. کلینتون در دوره مسئولیتش به‌عنوان وزیر خارجه، علی‌رغم هزینه بر بودن دیپلماسی شهروندی مهمان برای کشور فرستنده، جوانان هموطن خود را به تحصیل در کشورهای خارجی تشویق می‌نمود و سفر به خارج را «مشارکت شهروندان در پیش‌برد روابط خارجی آمریکا» می‌دانست که همکاری‌ها را «از بالا به پایین» گسترش می‌دهد (IIPdigital, 2009). او تحصیل در خارج را یکی از عواملی می‌دانست که می‌تواند به دانشجویان آمریکایی، جهان‌بینی عمیق‌تری ببخشد (Clinton, Foreign Affairs, 2009).

بر اساس آمار وزارت خارجه آمریکا، تنها یک درصد دانشجویان آمریکایی (۲۷۰۶۰۴ دانشجوی) در خارج از این کشور تحصیل می‌کنند. همچنین تنها ۴ درصد جوانان آمریکایی بین سنین ۱۸ الی ۲۴، گذرنامه دارند که نشان دهنده ضعف کمی ایالات متحده در اعمال دیپلماسی شهروندی مهمان در پوشش تحصیل دانشگاهی است. هیلاری کلینتون، به حدی برای دیپلماسی شهروندی اهمیت قائل بود که اعلام کرد: «اقدامات آمریکا در افغانستان برای بازسازی و توسعه این کشور، توسط حدود ۱۱۰۰ شهروند دیپلمات که بعد از خروج نیروهای آمریکایی از افغانستان نیز در این کشور باقی خواهند ماند، رهبری می‌شود» (به‌بیانی دیگر شهروند دیپلمات‌ها رهبری‌کننده سیاست‌های آمریکا در افغانستان شدند). در پایان این قسمت به سخنرانی بیل کلینتون درباره دیپلماسی شهروندی اشاره‌ای می‌نماییم. وی در بخشی از سخنان خود گفت: «در این راه شخصیت‌ها تشویق و ترغیب می‌شوند تا به روابط خارجی شکل دهند...» ایجاد دوستی در هر لحظه»، یکی از شعارهای دیپلماسی شهروندی است» (Mueller, 2012).

۱_۳. دیپلماسی شهروندی مجازی آمریکا

طبق آخرین آمار، تا پایان سال ۲۰۱۷، ۸۱٪ از مردم آمریکا حساب‌های کاربری در حداقل یک شبکه اجتماعی داشته‌اند (Statista, 2018). در این بین، فیسبوک بیشترین محبوبیت را داشته و اینستاگرام، پینترست و توئیتر، با اختلاف، در پله‌های بعدی جای گرفته‌اند (Pew Research Center, 2017).

حضور این تعداد پر شمار از شهروندان آمریکایی در فضای مجازی، نمایانگر پتانسیل بزرگ دولت ایالات متحده در راستای تصویرسازی ملی و دیپلماسی عمومی است. اما پژوهش‌های نگارندگان این مقاله نشان داد که کاخ سفید تا به حال حداقل در سطح رسمی از این ظرفیت بهره‌ای نبرده است.

۱. دیپلماسی شهروندی ایران

هرچند که در ایران مطالعات در حیطه دیپلماسی شهروندی بسیار اندک است اما اهمیت و پتانسیل آن برای دولت جمهوری اسلامی بسیار بالا است. رسانه‌های غالب جهانی از ابتدای انقلاب اسلامی بسیار تلاش نموده‌اند تا چهره‌ای منفی از جامعه ایرانی ارائه دهند، آن گونه که تقریباً اکثر شهروندان خارجی که به ایران سفر نداشته‌اند، تصویری توأم با اختناق و سرکوب در جامعه ایران را در ذهن می‌پرورانند. جمهوری اسلامی ایران گرچه در پاسخ به جوسازی رسانه‌های غربی، چند شبکه برون مرزی به زبان‌های عربی و انگلیسی راه‌اندازی کرده اما واقعیت این است که اثرگذاری رسانه در افکار عمومی قابلیت این را دارد که به سرعت خنثی شود؛ در عوض، اثرگذاری دیپلماسی شهروندی دراز مدت است و نمی‌توان تصویر ملی که در ذهن افراد در نتیجه دیپلماسی شهروندی ساخته می‌شود را به راحتی تغییر داد. هر توریستی که به ایران سفر می‌کند ابتدا با حیرت واقعیت‌های جامعه را می‌نگرد و در بازگشت، خود شهروند دیپلماتی برای ایران می‌شود که تابعیت ایرانی ندارد. لذا این که تا به امروز مرکزی برای سازماندهی دیپلماسی شهروندی در ایران سامان داده نشده یا حتی وزارت خارجه جمهوری اسلامی توجهی به این مسئله نداشته، نمایانگر غفلتی عظیم از سلاحی مهم در جنگ روانی دشمن است. همانطور که اشاره شد، امروزه بسیاری بر این عقیده‌اند که بازیگران غیردولتی از جمله شهروندان، ابزاری مناسب در حکمرانی جهانی مطلوب هستند (Weiss, 2013: 6)، پس نباید از آن غافل ماند. در ادامه ظرفیت‌های جمهوری اسلامی ایران در عرصه دیپلماسی شهروندی را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

۲_۱. دیپلماسی شهروندی میزبان ایران

جمهوری اسلامی ایران چه به لحاظ جغرافیای طبیعی و چه به لحاظ جغرافیای انسانی ظرفیت‌های بالایی برای جذب جهانگردان خارجی دارد. غنای جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی ایران در تمامی طبقه‌بندی‌های انجام شده، جزو صدرنشینان در جهان است ولی با این حال، شاهد آن هستیم که شمار گردشگران خارجی که به ایران سفر داشته‌اند در مقایسه با کشورهایی که جاذبه‌های بسیار کمتری دارند، بسیار پایین‌تر است. این به معنای محروم شدن جمهوری اسلامی ایران از بخش بزرگی از ظرفیت‌های خود در راستای اعمال دیپلماسی شهروندی میزبان است.

طبق گزارش سازمان توریسم جهانی در سال ۲۰۱۴ رشد گردشگری بعد از سال ۲۰۰۹ به‌طور میانگین ۴.۴٪ بوده و در همین سال تعداد توریست در دنیا به ۱ میلیارد و ۱۳۵ میلیون نفر رسیده است. سهم رشد توریسم برای خاورمیانه در این سال ۵٪ و تعداد آن‌ها به ۵۰ میلیون نفر است (UNWTO, 2015: 78). در این میان، استقبال شهروندان خارجی از مسافرت به ایران نمایانگر پتانسیل بالای این کشور در دیپلماسی شهروندی میزبان است. وب سایت «بیزنس اینسایدر» در گزارشی این مطلب را می‌نویسد که: «آژانس‌های مسافرتی و توریستی گزارش می‌دهند حجم ثبت نام برای تورهای ایران در سال جاری افزایش قابل ملاحظه‌ای داشته است». در همین راستا در نظرسنجی «بازار جهانی سفر» روشن شد که سومین مقصد پرطرفدار برای سفر در میان شهروندان بریتانیا، ایران است (رستگاری، تیبان، ۹۴).

بخشی از این استقبال به توافق هسته‌ای ایران باز می‌گردد که باعث شد جوسازی رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران، تا حدودی در رسانه‌های غربی افول پیدا کند.

رئیس سازمان میراث فرهنگی ایران، تعداد توریست‌های ورودی به ایران در سال ۹۳ را ۵ میلیون و ۱۰۰ هزار نفر اعلام کرد. در این میان ۳۴ هزار آلمانی، ۱۴ هزار ایتالیایی و حتی ۴ هزار آمریکایی (خبرآنلاین، ۹۴) دیده می‌شود که ظرفیت‌های بسیار مطلوب برای اعمال دیپلماسی شهروندی میزبان ایران در غرب را نمایان می‌سازد. در سال ۹۴، ۹۵ و ۹۶ هم به ترتیب، ۵، ۶ و ۵ میلیون شهروند وارد ایران شدند (باشگاه خبرنگاران، ۱۳۹۷). البته بیشترین شمار شهروندان

خارجی که وارد ایران شده‌اند، جهت زیارت اقدام به این سفر کرده و عمدتاً از کشور عراق بوده‌اند. با توجه به جمعیت شیعیان در جهان، ظرفیت‌های بالقوه آن بالاتر از این میزان است.

دیپلماسی شهروندی میزبان جمهوری اسلامی ایران، با مشکلاتی از قبیل نبود امکانات مناسب، معرفی نشدن درست جای جای کشور به شهروند خارجی، اخلاق ناشایست برخی از شهروندان بخصوص بازاریان و رانندگان تاکسی، عدم توانایی ایرانیان در صحبت کردن به زبان انگلیسی و یا حتی در مواردی تجاوز به توریست‌های خارجی (در یک نمونه به زنی هلندی توسط سه افغانی غیر مجاز در فرحزاد تهران تجاوز شد) مواجه است با این حال، به‌طور کلی، می‌توان دیپلماسی شهروندی میزبان ایران را موفق ارزیابی کرد. بررسی‌های نگارندگان این مقاله، نشان داده که عنصر اصلی که باعث قوت دیپلماسی شهروندی میزبان جمهوری اسلامی ایران است، فرهنگ مهمان‌نوازی شهروندان ایرانی است. این عنصر باعث شده بسیاری از کاستی‌های موجود در مسیر جذب شهروندان خارجی، به چشم نیاید. برای اثبات این مسئله، به سابقه دو تن از شهروندان خارجی که به ایران سفر داشته‌اند می‌پردازیم.

هلنا هنکن آلمانی که ۶۰ کشور را دیده و ابتدا به گفته خودش با شنیدن نام ایران «محور شرارت، کشوری خطرناک به خصوص برای زنان که اصلاً نباید تنها به آنجا سفر کرد» در ذهنش تداعی می‌شده سر آخر خطر می‌کند و به این کشور می‌آید. نتیجه دروندادهای خانم هنکن از این سفر در کتابی به زبان آلمانی به رشته تحریر در آمد که ترجمه ایرانی نام آن «آنها غوغا می‌کنند»^۱ است (این شهروند آلمانی از سفر خود در هیچ کشور دیگری کتاب نگاشته است). ذکر این نکته لازم است علت ترغیب هلنا هنکن برای سفر به ایران، روشنگری‌های دوست سوئیس‌اش که به ایران سفر داشته، بوده است (این نشان می‌دهد چگونه دیپلماسی شهروندی میزبان موفق جمهوری اسلامی در قبال یک شهروند سوئیس‌ای باعث شد تا او همچون یک شهروند دیپلمات ایرانی، عامل جذب یک خارجی دیگر به کشور شود). هنکن در ایران ۶۰ روز اقامت کرد و یافته‌های سفر خود را در کتابش نگاشت. او در بیان نظر خود از جامعه ایرانی خصوصیات چون «تحصیل‌کردگی، بیکاری، شوق جوانان برای خروج از کشور، مهمان‌نوازی بسیار (به گونه‌ای که در طول ۶۰ روز ۲۸ هدیه گرفته و به دلیل این که مردم مدام او را به خانه خود دعوت می‌کردند کمتر توانسته هتل بگیرد) را برمی‌شمارد. وی در همایشی که مخاطبان آن اکثراً آلمانی بودند از تجربیات سفرش به ایران می‌گوید (عصر ایران، ۹۴) و برای ایران همان کاری را می‌کند که دوست سوئیس‌اش انجام داد.

در این نمونه مشاهده می‌کنیم که شرایط اقتصادی مردم باعث ارائه چهره مخدوش ایران شده اما خصوصیات مثبت فرهنگ و اخلاق ایرانیان باعث شده که هلنا هنکن به دیگران رفتن به ایران را توصیه کند و این نشان دهنده دیپلماسی موفق شهروندی میزبان ایران است.

مثال بعدی ریک استیو است که ایران را «محور شرارت» می‌دانست اما پس از سفر به آن با منظره‌ای کاملاً متفاوت مواجه می‌شود. وی در این باره نوشته: «هنگامی که با ایرانیان مواجه می‌شدم، وقتی می‌فهمیدند من از آمریکا هستم بعد از تعجب بسیار با خنده‌ای بلند می‌گفتند «ما آمریکا را دوست داریم» (Steve, 2008).

او در یادداشتی تحت عنوان «Death to Israel... Death to traffic» به بیان تجربیات خود می‌پردازد: «اینجا، در کشوری که دولت من مدام می‌گوید که از من متنفرند، ملیتم واقعاً برای من یک امتیاز است». در ادامه او خاطره‌ای جالب نقل می‌کند. «هنگام رانندگی در تهران، وقتی که در ترافیک گیر کردیم، تور لیدر ما با عصبانیت گفت Death to

terrific. من به فکر فرو رفته‌م که آیا گفتن مرگ بر ترافیک بدین معنی است که تمامی این خودروها و رانندگان آن منهدم شوند؟! و بعد نتیجه‌گیری خود را به شعار Death to America تعمیم دادم».

در نمونه‌های بالا شاهدیم که چگونه دیپلماسی شهروندی میزبان توانسته ذهنیت مثبت در ذهن توریست‌های خارجی و اطرافیان آن‌ها ایجاد نماید. جمهوری اسلامی ایران به لحاظ ظرفیت بالقوه در جذب شهروندان خارجی مسلماً جزو صدر نشینان است ولی در عمل، با توجه به جو منفی که رسانه‌های غربی علیه این دولت بوجود آورده‌اند و همچنین ضعف‌هایی که در داخل کشور از نظر زیر ساختی وجود دارد، نتوانسته تمام ظرفیت‌های بالقوه را بالفعل کند. دولت ایران هیچ نهاد رسمی برای ساماندهی شهروند دیپلمات‌های ایران برپا نکرده و طرح خاصی هم در این مورد به اجرا در نیآورده است. با این وجود، به لطف فرهنگ مهمان نوازی شهروندان ایرانی، افق دیپلماسی شهروندی میزبان برای ایران روشن مانده است. در مجموع می‌توان ایران را از این حیث، موفق‌تر از آمریکا توصیف کرد.

۲_۲: دیپلماسی شهروندی مهمان ایران

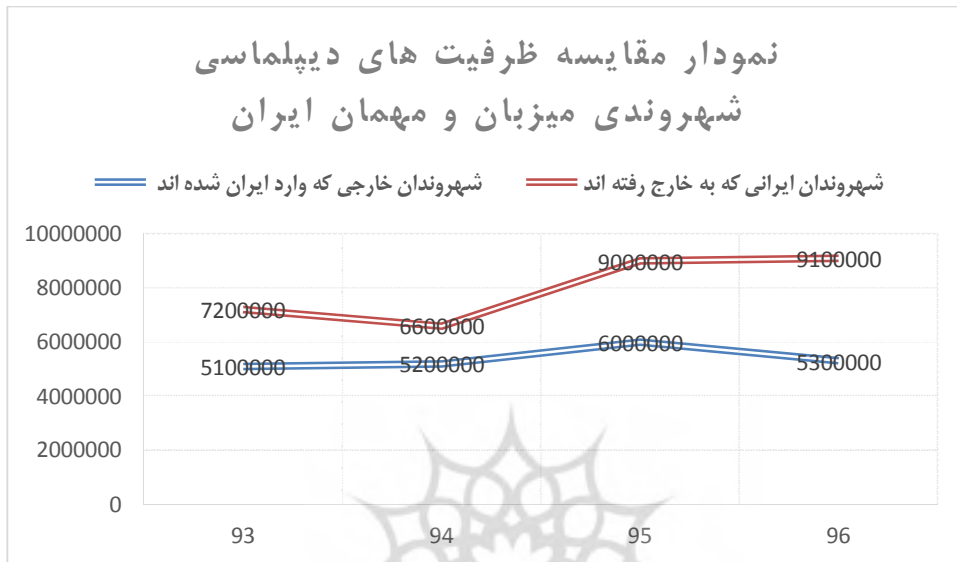
ایران سومین کشور توریست فرست در دنیا است و در سال‌های ۹۳، ۹۴، ۹۵ و ۹۶، به ترتیب ۷ میلیون و ۲۰۰، ۶ میلیون و ۶۰۰، ۹ میلیون و ۹ میلیون از شهروندان به کشورهای دیگر سفر کرده‌اند (باشگاه خبرنگاران، ۱۳۹۷). بخش بزرگی از این آمار مربوط به گردشگری‌های غیرحلال است.

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی و حمایت از توسعه معاونت گردشگری، اعلام کرد: مقصد اول شهروندان ایرانی در سفرهای خارجی ترکیه بوده است (ایسنا، ۱۳۹۶). ترکیه کشوری است که در فرهنگ عامه ایرانیان، معروف به مظاهر غیراسلامی است و به احتمال زیاد، بخش بزرگی از شهروندان ایرانی که به این کشور سفر می‌کنند، در تصویرسازی ملی از ایران در اذهان عمومی سایر کشورها، اثری بسیار منفی بر جای می‌گذارند. در نتیجه، سفر این تعداد از ایرانیان به ترکیه، پیامدهای منفی برای دیپلماسی شهروندی مهمان ایران داشته است.

البته ترکیه تنها کشوری نیست که شهروندان ایرانی با سفر به آن تا حد زیادی، به دیپلماسی شهروندی مهمان کشورشان ضربه می‌زنند. طی سال ۹۶، امارات، ارمنستان و گرجستان که به داشتن جاذبه‌های گردشگری جنسی شهره‌اند، به ترتیب مقصد خارجی سوم، پنجم و ششم برای شهروندان ایرانی بوده‌اند (باشگاه خبرنگاران، ۱۳۹۶). همچنین تایلند که رتبه اول را در گردشگری جنسی دارد، سال ۲۰۱۵، مقصد سفر ۸۸ هزار نفر از ایرانیان بوده (Financial Tribune, 2016) که با توجه به برقرار شدن پرواز مستقیم و ارزان تهران بانکوک، مسلماً این آمار افزایش داشته است. باز خوردی که از برخورد بخش عمده‌ای از ایرانیان سفر کرده به این کشورها در افکار عمومی شهروندان سایر کشورها باقی می‌ماند منفی است و از ایران تصویر یک دولتی را ارائه می‌کند که با سرکوب امیال جنسی شهروندانش، آن‌ها را دچار نوعی عقده روحی کرده که باعث می‌شود در بیرون از مرزهای کشور خود، به نحو افسار گسیخته‌ای به ارضای شهوت جنسی خود بپردازند. این آمار سفر به کشورهایی که به لحاظ جاذبه‌های گردشگری جنسی، شهره هستند، نشان دهنده ضعف جمهوری اسلامی ایران در دیپلماسی شهروندی مهمان است.

البته شمار بالای شهروندان ایرانی که به کشورهایی همچون گرجستان و تایلند سفر می‌کنند، به معنای آن نیست که سفرهای با انگیزه مذهبی در میان ایرانیان کم است. جنبه دیگر دیپلماسی شهروندی مهمان ایران در شمار ایرانیانی که به کشور عراق سفر می‌کنند به نمایش در می‌آید. در حدود نیمی از سفرهای خارجی ایرانیان، به کشور عراق بوده است. با توجه به انگیزه این سفرها (زیارت حرم اهل بیت)، که بخش مشترک فرهنگ ایران و عراق است، می‌توان انتظار داشت که تاثیر مثبتی در دیپلماسی شهروندی مهمان جمهوری اسلامی ایران بگذارند. در مجموع اما، دیپلماسی شهروندی

مهمان جمهوری اسلامی ایران، بیشتر نشانه‌هایی از ضعف دارد تا قوت. این بدان معناست که بیشتر شهروندان ایرانی که به خارج از کشور سفر می‌کنند، هم‌چون یک شهروند دیپلمات متعهد برای ساخت وجهه مثبت از کشور خود، اقدام نمی‌نمایند بلکه برعکس، بر تصویر ذهنی شهروندان خارجی از ایران اثر منفی می‌گذارند.



مذاقه در نمودار بالا نشان می‌دهد که از منظر شهروندان ورودی و خروجی، ظرفیت اعمال دیپلماسی شهروندی مهمان برای جمهوری اسلامی ایران بیشتر از دیپلماسی شهروندی میزبان است. اما چالش پیش روی ایران برای استفاده از پتانسیل دیپلماسی شهروندی مهمان، شمار بالای سفر ایرانیان به کشورهایی است که معروف به جاذبه های گردشگری جنسی هستند.

۲_۳. دیپلماسی شهروندی مجازی ایران

ایران جزء ۲۰ کشور اول از لحاظ تعداد کاربران اینترنت است (آذربایجان و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۰۱). بنا بر تخمین‌های غیررسمی تنها در شبکه اجتماعی اینستاگرام ۴ الی ۷ میلیون شهروند ایرانی حساب دارند و این خود ظرفیت بالای ایرانیان در شکل دادن افکار سایر شهروندان دنیا را نشان می‌دهد. اما تجربه تا به امروز نشان می‌دهد که شهروندان ایران در فضای مجازی نتوانسته‌اند در راستای تصویرسازی مثبت از کشور خود گام بردارند. اگر به یاد بیاوریم که برخورد شهروندان ایرانی هنگامه بازی ایران و آرژانتین با صفحه فیس بوک مسی چگونه بود و چه تصویر منفی از فرهنگ ایرانی در ذهن کاربران خارجی ایجاد کرد، یا اگر در نظر بگیریم که بیشتر کسانی که در صفحه بسیاری از بازیگران فیلم‌های پورن نظر می‌دهند ایرانی هستند، پی به ضربه‌ای که شهروندان ایرانی به وجهه ملی خود وارد می‌آورند، می‌بریم.

۱. مقایسه دیپلماسی شهروندی ایران و آمریکا

بررسی‌های انجام شده طی این تحقیق، نشان داد که جمهوری اسلامی ایران و ایالات متحده آمریکا، هر دو به لحاظ پتانسیل بالقوه در اعمال دیپلماسی شهروندی، در جایگاه بالایی قرار دارند. در این میان، پتانسیل جذب شهروند و اعمال دیپلماسی شهروندی میزبان برای ایران بیشتر بوده است. اما در عرصه عمل، تعداد شهروندان خارجی که به ایران وارد

می‌شوند، به مراتب کمتر از شمار شهروندانی است که از سایر کشورها به آمریکا سفر می‌کنند. ایالات متحده آمریکا برای بهره‌بردن از این پتانسیل در جهت ایجاد تصویری مثبت از خود در سطح جهان، اقدام به برگزاری طرح‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت و همچنین تاسیس نهادهایی به منظور سامان‌دهی به برنامه سفر شهروندان خارجی کرده است. در سوی دیگر اما دولت ایران، توجهی به دیپلماسی شهروندی نداشته و به همین علت، برنامه‌ای برای استفاده از پتانسیل‌های دیپلماسی شهروندی میزبان در دستور کار قرار نگرفته است. نقطه قوت ایران در این شاخه از دیپلماسی شهروندی، با فرهنگ مهمان‌نوازی ایرانیان پیوند دارد که باعث شده در بیشتر موارد، شهروندان خارجی، از سفر به ایران، خاطره‌ای خوش داشته باشند و امتحان تجربه‌ای مشابه را به اطرافیان خود توصیه کنند.

در شاخه دیپلماسی شهروندی مهمان، تحلیل نویسندگان این مقاله بر آن بود که ایران در مسیری نامناسب حرکت می‌کند. کشورهایی که شهره به گردشگری جنسی هستند، سهم اصلی را در سفرهای ایرانیان به خارج از کشور دارند؛ نکته مهم در این مورد، سیر صعودی سفرها به چنین مقاصدی است. در چنین بستری می‌توان گفت که سفر ایرانیان به خارج از کشور، عمدتاً باعث شده که تصویری منفی از جامعه ایران به خارج مخابره شود چرا که شیوه رفتار بسیاری از ایرانیان در خارج از کشور، تصویر جامعه‌ای بسته و سرکوبگر را در ذهن شهروندانی خارجی می‌سازد که ایران را از نزدیک ندیده‌اند. بر این مبنا می‌توان به‌صراحت گفت که آمریکا در مقایسه با ایران، در دیپلماسی شهروندی مهمان، دست برتر را دارد.

اما در دیپلماسی شهروندی مجازی، ایران و آمریکا هر دو ظرفیت‌های بالایی دارند. آمریکا برنامه خاصی برای استفاده از این ظرفیت به اجرا در نیاورده و اکنون تحرک خاصی در فضای مجازی قابل رویت نیست که حکایت‌گر تصویرسازی مثبت از آمریکا در فضای مجازی توسط شهروندان این کشور باشد. در مقابل، ایران هم نه تنها نتوانسته از ظرفیت‌های خود در اعمال دیپلماسی شهروندی مجازی استفاده کند، بلکه شیوه رفتار ایرانیان در فضای مجازی، باعث ضربه به وجهه ملی شده است.

به‌طور خلاصه، ایران در مقایسه با آمریکا، در دیپلماسی شهروندی میزبان نسبت به آمریکا موفق‌تر عمل نموده ولی نتوانسته در دیپلماسی شهروندی مهمان، دست برتر را داشته باشد. در دیپلماسی شهروندی مجازی اما، هر چند آمریکا اقدام حساب‌شده‌ای برای تصویرسازی ملی در این شاخه نکرده، ولی به علت عملکرد منفی ایرانیان در فضای مجازی، می‌توان ایالات متحده را در این حوزه، در جایگاه برتر قرار داد. برتری‌ها و عقب‌ماندگی‌های ایران در این میدان، بیشتر به‌خاطر فرهنگ ایرانیان بوده است. به‌عنوان مثال، فرهنگ مهمان‌پذیری باعث موفقیت در دیپلماسی شهروندی میزبان شده است.

نتیجه‌گیری

امروزه با برجسته‌شدن اهمیت مباحث قدرت نرم، توجهات بسیاری به مسئله «تصویرسازی ملی» در عرصه سیاست بین‌الملل معطوف شده است. «تصویرسازی ملی» بیش از هر چیز از طریق اعمال دیپلماسی عمومی قابل دستیابی است. دیپلماسی عمومی از ابزارهای مختلفی شامل رسانه، تبادل دانشجو و... برای تصویرسازی ملی استفاده می‌کند و بر همین اساس شاخه‌بندی می‌شود. با توجه به شکسته‌شدن انحصار دولت‌ها در حوزه ایفای نقش در روابط بین‌الملل، شهروندان هم به‌عنوان یکی از عوامل تصویرسازی ملی وارد میدان شده‌اند. دیپلماسی شهروندی در واقع اشاره‌ای به نقش شهروندان در دیپلماسی عمومی است. در این مقاله، دیپلماسی شهروندی را «روابط ذاتا مسالمت‌آمیز در سطح بین‌المللی که از طریق ارتباطات شهروندی بوجود می‌آید و بر تصویر ملی کشورها اثر می‌گذارد» تعریف کرده‌ایم.

دیپلماسی شهروندی را می‌توان به سه مورد تقسیم‌بندی کرد: میزبان، مهمان و مجازی. دیپلماسی شهروندی میزبان اشاره‌ای است به نقش شهروندان کشور میزبان در تصویرسازی ملی در افکار عمومی شهروندان خارجی که وارد خاک دولتشان شده‌اند. دیپلماسی شهروندی مهمان، در نقطه مقابل دیپلماسی شهروندی میزبان است. دیپلماسی شهروندی مجازی هم تصویرسازی ملی که در نتیجه ارتباط شهروندان کشورهای مختلف در فضای مجازی ایجاد می‌شود را مد نظر قرار می‌دهد.

مطالعه و تحلیل آمار شهروندان ایرانی و آمریکایی که میزبان یا مهمان شهروندان خارجی دیگر هستند، حاکی از این بود که دیپلماسی شهروندی میزبان ایران، موفق‌تر از همتای آمریکایی خود بوده در حالی که در دیپلماسی شهروندی مهمان، آمریکا موفق‌تر عمل کرده است. در خصوص دیپلماسی شهروندی مجازی هم هرچند حوزه‌ای مغفول برای هر دو دولت مانده، اما اعمال شهروندان ایرانی در این حیطة به چهره کشور در ذهن شهروندان خارجی ضربه وارد کرده است. ایران می‌تواند با بهره‌گیری از رسانه‌های بین‌المللی، سهولت سفر شهروندان خارجی، ایجاد جامعه‌ای گزینشی که زبان خارجی می‌دانند و برنامه‌های حضور شهروندان خارجی را پر می‌کنند و همچنین ایجاد سازمان‌های غیردولتی تحت نظارت برای ساماندهی امور توریست‌ها، ظرفیت‌های بالقوه خود در عرصه دیپلماسی شهروندی را به بالفعل تبدیل کند. مری ابوت زبان شناس و عضو هیئت مدیره شورای آموزش زبان آمریکا، با اشاره به اهمیت یادگیری زبان خارجی در برقراری ارتباط با شهروندان سایر کشورها می‌گوید: «ما وظیفه داریم تا جوانان خود را به ابزار زبانی و فرهنگی مجهز کنیم تا بتوانند با سایر ملیت‌ها به صورت مناسب ارتباط برقرار کنند». قطعاً ایرانیان اگر به ابزار زبان مجهز باشند محبت برخاسته از فرهنگ مهمان نوازی خود را (که البته در سایر ملل به مراتب کمتر است) بهتر می‌توانند به شهروندان خارجی مهمان منتقل کنند و این امر، موفقیت دیپلماسی شهروندی میزبان جمهوری اسلامی ایران را بیشتر می‌کند.

منابع

الف) منابع فارسی

۱. آذری، طاهره؛ علی اصغر کیا (۱۳۹۳)، «دیپلماسی شهروندی و فعالیت دیپلماتیک شهروندان تهرانی در فضای مجازی»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۶۹
۲. ایسنا (۹۶/۶/۲۰)، ۹۰۰۰۰۰۰۰ میلیون ایرانی سال گذشته از ایران خارج شدند، قابل بازیابی در: <https://www.isna.ir/news/96062011322>
۳. باشگاه خبرنگاران (۹۶/۶/۲۱)، ایرانیان بیشتر به کدام کشورهای جهان سفر می کنند، قابل بازیابی در: <https://www.yjc.ir/fa/news/6239101>
۴. باشگاه خبرنگاران (۹۷/۱/۲۷)، آمار گردشگران ورودی و خروجی ایران، قابل بازیابی در: <http://www.tebyan.net/newindex.aspx?pid=306593>
۵. خبرآنلاین (۲۱/۴/۹۴)، ۷ میلیون ایرانی در سال گذشته به خارج رفته‌اند، قابل بازیابی در <http://www.khabaronline.ir/detail/435184>
۶. سجاده‌پور، محمد کاظم؛ پروین نگین راز (۱۳۹۳)، «بایسته‌ها در مدل ارزیابی تکنیک مسیر دو»، فصلنامه سیاست خارجی
۷. عصر ایران (۱/۱۱/۹۴)، خاطرات جالب دختر آلمانی از ایران، قابل بازیابی در: <http://www.asriran.com/fa/news/445910>

ب) لاتین

1. Ben-Ari, Harel (2012). **The Normative Position Of International Non Governmental Organizations Under International Law**, Martinus Nijjuoff.
2. Bhandari, Rajika و Raisa Belyavina (2011). "Evaluating& measuring the impact of citizen diplomacy: current status& future directions." **New York: Institute of International Education**.
3. Biklen, Sari (2005). "The Compasionate listening project: A case study in Citizen diplomacy& Peacemaking".
4. Clinton, Hillary Rodham (2010). "Leading through civilian power." **Foreign Affairs** 89(6): 13-24.
5. Donald, Hohn. Mc. (2007). "Citizen diplomacy in changing world." **Exopolitical**.
6. Farrugia, Christine(2014). **Charting New Pathways to Higher Education: International Secondary Students in the United States**, Center for Academic Mobility Research, Institute of International Education.
7. Gopin, Marc (2009). **To Make The Earth Whole**, Rowman.
8. Özakaban, Duru(2011). **Globalization, Governance, The Role of Non State Actors**, Middle East Technical University.
9. Melissen, Jan (2005). "The new public diplomacy." **Soft Power in International**.
10. Mueller, Sherry Lee (2015). "The Impact& Practice of Citizen Diplomacy." **Public Diplomacy Magazine**.
11. NCIV (2005). "A Salute to Citizen diplomacy." **National Council for International Visitors**.

12. Nye, Josef (2008). "Public Diplomacy & Soft Power", ANNALS.
13. Patterson, David (2008). **The Search for Negotiated Peace; Women Activism & Citizen Diplomacy In World War 1**, Routledge.
14. Shemesh, Aviva (2012). "Citizen Diplomacy-Creating a Culture of Peace: The Israeli-Palestinian Case1." **Palestine-Israel Journal of Politics, Economics & Culture** 18(2/3): 58.
15. UNWTO (2015). Annual Report 2014, UN.
16. Voltolini, Benedetta (2012). **The role of non-state actors in EU policies towards the Israeli-Palestinian conflict**, ISS.
17. Weiss, Thomas (2013). **The Role of Non State Actors In Global Governance**, Earth Future Foundation.
18. IIPdigital (2009/11/4). Clinton's Remarks on Global Engagement & Citizen Diplomacy, URL:
<http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/texttrans/2009/05/20090514101708eafas0.485409.html#axzz45UKI9pSi>.
19. Witherell, Sharon (2015/3/14). IIE Releases Open Doors 2015 Data, URL:
<http://www.iie.org/Who-We-Are/News-and-Events/Press-Center/Press-Releases/2015/2015-11-16-Open-Doors-Data#.V0HKsL7tLIU>.
20. Congress Record, (2010/1/17). Resolution NO 603, URL:
<https://www.congress.gov/crec/2010/09/14/CREC-2010-09-14-pt1-PgS7095.pdf>.
21. Parry, Danaan (2009/12/5) Together we make a difference. URL:
<http://www.earthstewards.org/ESN-Danaan.asp>
22. Center for Citizen Diplomacy (2015/11/10). URL:
<https://www.centerforcitizendiplomacy.org>.
23. Steve, Rick (2008/4/6). Death to Traffic...Death to Israel, URL:
<http://blog.ricksteves.com/blog/death-to-israel-death-to-traffic/>
24. "Percentage of U.S Population with Social media 2008-2018", Statista (2018). Online URL:
<https://www.statista.com/statistics/273476/percentage-of-us-population-with-a-social-network-profile/>
25. "Social Media Update 2016", Pew Research Center (2017). Online URL:
<http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/>
26. "Thiland Eyes More Iranian Tourists in 2016", Financial Tribune (21/5/2016). Online URL:
<https://financialtribune.com/articles/people-travel/41888/thailand-eyes-more-iranian-tourists-in-2016>.