



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)



<http://dx.doi.org/10.22067/PG.2021.39642>

پژوهشی

بررسی و تحلیل ماهیت قدرت نرم در سطح دولت‌های ملت‌پایه

سیدجواد موسوی زارع (دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران).

mousavizare1991@gmail.com

سیدهادی زرقانی (دانشیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. نویسنده مسئول)

h-zarghani@um.ac.ir

مصطفی امیرفخریان (استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران).

amirfakhriyan@yahoo.com

چکیده

قدرت نرم و تجلی آن از جمله مباحثی است که به یاری جوزف نای به محافل دانشگاهی و سیاست‌گذاری راه پیدا کرده است. علیرغم اقبال گسترده به این مفهوم، عدم تبیین نظری دقیق از سوی نای، ابهامات متعددی را حول این شکل از قدرت رقم زده است. به طوری که با وجود ادبیات غنی، پژوهشگران هنوز درک کاملی از ماهیت قدرت نرم ندارند. اینکه قدرت نرم چیست؟ و از چه عناصر و مشخصاتی شکل گرفته است؟ مسائلی است که هنوز پاسخ معتبری برای آن‌ها یافت نشده. به همین منظور این پژوهش با اتکا بر روش توصیفی-تحلیلی درصدد فهم ماهیت قدرت نرم و عناصر مؤثر بر این قدرت در سطح دولت‌های ملت پایه است. در همین رابطه یافته‌های علمی پژوهش حاکی از این دارد که ماهیت قدرت نرم متأثر از جذابیت است که در عین حال این جذابیت نیز ممکن است از منابع یا رفتار مطلوب یک بازیگر نشأت گیرد. همچنین اگر عناصر قدرت نرم بر پایه ماهیت آن دست‌کم به محرک‌های جذاب، ابزار، ذهنیت بازیگران، رفتار، آثار و حرکات بازیگران تحت اعمال قدرت محدود شوند. در یک برداشت کلی قدرت نرم در سطح دولت‌های ملت پایه عبارت است از: فرایندی که در آن محرک‌ها (منابع مادی و معنوی جذاب یک کشور یا رفتار مطلوب آن) در قالب ابزاری مسالمت‌آمیز ارتباطی (انواع و اشکال دیپلماسی) روی افکار مردم (نخبگان و عامه) تأثیر گذاشته و موجب آثار، حرکات و رفتار و... در راستای تغییر ذهنیت و رفتار جامعه هدف، نسبت به کشور اعمال‌کننده می‌شود.

واژگان کلیدی: قدرت نرم، نقد قدرت نرم، جذابیت، ماهیت قدرت نرم.

در فضای روابط بین‌الملل دولت‌ها به‌عنوان یکی از بازیگران راهبردی همواره پیگیر این موضوع هستند که با شیوه‌های مختلفی منافع ملی را در سیاست خارجی پیگیری نمایند. یکی از استراتژی‌های فعلی جهت این هدف استفاده از ظرفیت‌های قدرت نرم می‌باشد؛ اما این اصطلاح نخستین بار توسط جوزف نای به جامعه علمی و سیاست‌مداران معرفی شد و در جایگاه خود، تحول علمی گسترده‌ای را به‌ویژه در علوم مرتبط با سیاست رقم زد. چنانکه از بدو ورود این مفهوم، تلاش‌ها در دو بُعد آکادمیک و کاربردی ادامه داشته است. باین‌حال، علیرغم گستردگی مباحث نظری این مفهوم در حیطه تعریف، منابع، کاربردها و ابزار و... فقدان یک پشتوانه فلسفی معتبر موجب گردیده که نه‌تنها در بعد نظری اندیشمندان گهگاه برخی از واژگان مشابه مانند برند ملی، تبلیغات، قدرت فرهنگی، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی عمومی، جنگ نرم، سرمایه اجتماعی و... به‌جای قدرت نرم قرار دهند. بلکه سران کشورها نیز در بعد سیاست‌گذاری و حضور مؤثر در محیط خارج با مشکل مواجه باشند. به‌طوری‌که بسیاری از دولت‌ها در رفتارشان نشان داده‌اند که هنوز نتوانسته‌اند قدرت نرم را در قالب راهبردهای ملی، عملیاتی سازند. اگرچه برای این عدم توفیق می‌توان دلایل زیادی را مطرح کرد؛ اما در رأس دلایل بازدارنده، می‌توان ادعا کرد که دولت‌ها قادر نبوده‌اند منابع مؤثر و تعیین‌کننده قدرت نرم را شناسایی و درک کنند (Portland Institute, 2015:8)؛ که این خود متأثر از فقر و عدم شناخت صحیح از ماهیت قدرت نرم است. به عبارتی، جهت استفاده از ظرفیت‌های قدرت نرم، ابتدا لازم است ماهیت و تعریف دقیق این اصطلاح روشن شود و سپس شناخت ابعاد، کاربرد و... آن در دستور کار قرار گیرد. از این‌رو این پژوهش درصدد است تا ضمن بررسی مفهوم قدرت نرم از حیث نظری به تحلیل عناصر مؤثر بر این قدرت در سطح دولت-ملت‌ها نیز بپردازد.

۲- روش‌شناسی:

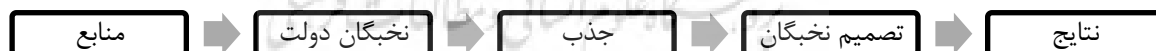
سؤال نخست این پژوهش عبارت است از اینکه ماهیت قدرت نرم چیست؟ فرضیه متناظر آن نیز بدین‌صورت است که به نظر می‌رسد ماهیت قدرت نرم ریشه در جذابیت منابع و رفتار مطلوب یک بازیگر نسبت به مفعول دارد؛ اما سؤال دوم این پژوهش نیز عبارت است از اینکه در سطح دولت‌های ملت پایه، قدرت نرم از چه عناصر تشکیل شده است؟ با توجه به اینکه سؤال مزبور به‌صورت اکتشافی می‌باشد از این‌رو فرضیه‌ای برای آن تدوین نشده است. با این تفاسیر نگارندگان از روش توصیفی-تحلیلی برای پاسخ به سؤالات پژوهش استفاده نموده‌اند. ضمن اینکه شیوه گردآوری اطلاعات در این پژوهش مبتنی بر منابع کتابخانه‌ای و نیز آنالیز داده‌ها به شکل تحلیل محتوا در کنار استدلال استقرایی بوده است.

۳- مفاهیم نظری

۳-۱- مفهوم قدرت نرم

اصطلاح قدرت نرم نخستین بار در سال ۱۹۸۹ توسط جوزف نای در کتابی تحت عنوان "Bound to lead" معرفی شد؛ اما این مفهوم بعدها به وسیله وزیر امور خارجه آمریکا، رهبران سیاسی، مقاله نویسان و دانشگاهیان سراسر جهان مورد استفاده و محبوبیت قرار گرفت (Nye, 2010: 26-27). در همین راستا نای اذعان می کند که ماهیت قدرت می تواند بر مبنای قدرت رفتاری و قدرت منابع تفکیک شود؛ و او قدرت نرم را از اقسام قدرت رفتاری قلمداد می کند (Farhadi & Moradian, 2008: 118)؛ اما باین وجود تأکید می کند که قدرت نرم به زبان ساده و از نظر رفتاری، قدرت جذاب است؛ و منابع قدرت نرم نیز داشته هایی هستند که چنین جذابیتی را پدید می آورند. بر همین اساس از نظر این اندیشمند قدرت نرم نه تنها به رفتار جذاب، بلکه به منابع و عناصر ناملموسی چون فرهنگ (آن بخش هایی که برای دیگران دارای جذابیت است)؛ ارزش های سیاسی (در مواردی که در داخل و خارج کشور مورد توجه می باشد)؛ و بالاخره سیاست خارجی (در صورتی که قانونی و مسئولانه به نظر می رسند) وابسته می باشد (Nye, 2010: 51-55).

از طرف دیگر جوزف نای از سه وجه رفتاری برای دستیابی به نتایج مطلوب در قدرت نرم نام می برد که عبارت اند از: ۱- بازیگر "الف" از جذب/ ترغیب برای تغییر ترجیحات بازیگر "ب" استفاده می کند. ۲- بازیگر "الف" از اهرم جذب استفاده می کند یا از نهادهایی که بازیگر "ب" در قالب آن برنامه را مشروع بدانند. ۳- بازیگر "الف" از جذب نهادهایی برای شکل دهی به ترجیحات ابتدایی بازیگر "ب" استفاده می کند (Nye, 2014: 132). وی در رابطه با سیکل اثرگذاری قدرت نرم بر مخاطبان نیز به دو مدل مستقیم و غیرمستقیم اشاره می کند. در همین رابطه و در مدل مستقیم معتقد است که عوامل جذابیت به شیوه مستقیم منجر به جذب رهبران و نخبگان برای اهداف قدرت نرم می شوند و شبکه های نخبگان نیز نقش مهمی را در این سیکل ایفا می کنند.



نمودار شماره ۱: تأثیرات مستقیم قدرت نرم

Source: Nye, 2014:136

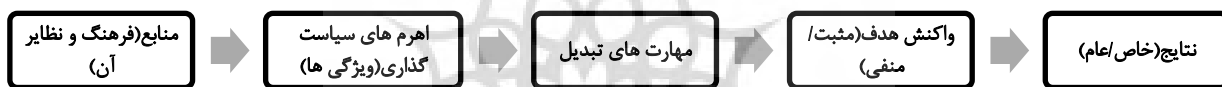
اما در مدل غیرمستقیم اذعان دارد که ابتدا اشخاص عامه و ثالث از آن تأثیر می پذیرند و آنان نیز به سهم خود بر رهبران اثر می گذارند. در واقع قدرت نرم در این حالت با ایجاد بستری مساعد برای بیش تر تصمیمات، تأثیری غیرمستقیم اما بااهمیت دارد و چنانچه نگاه به بازیگر یا عملی منفی باشد؛ این بستر ناهموار و ناسازگار خواهد بود.



نمودار شماره ۲: تأثیرات غیرمستقیم قدرت نرم

Source: Nye, 2014:136

نای در ادامه تبیین مفهوم قدرت نرم و تشریح ابزار این قدرت روی دیپلماسی عمومی تمرکز می‌کند و سپس در ذیل این مفهوم به جزئیاتی از جمله: سرویس اطلاعاتی ملی، آژانس‌های خبری، برنامه‌های تبادل دانشجویی، شرکت و کمپانی‌های برتر، برنامه کمک‌های اقتصادی و... اشاره دارد. در همین خصوص او معتقد است که با وجود برخورداری از منابع قدرت نرم و اهرم‌های سیاست‌گذاری گوناگون، حصول اطمینان از توانایی بازیگر عامل در ایجاد واکنش مثبت یا منفی در اهداف و حصول نتیجه دلخواه، بسته به شرایط، هدف و ویژگی‌های راهبردی تبدیل قدرت است. در واقع تبدیل منابع و ابزارهای قدرت نرم به نتایج، مستلزم توانمندی القای برداشت‌هایی چون رأفت، کارآمدی و فرهنگ‌مدی در مخاطب است (Nye, 2014:142) که این فرایند را نیز می‌توان در قالب نمودار شماره ۳ تصور کرد.



نمودار شماره ۳: فرایند تبدیل قدرت نرم

Source: Nye, 2014:143

حسن ختام اینکه از دیدگاه نای، قدرت نرم نه آرمان باوری یا لیبرالیسم بلکه تنها گونه‌ای از قدرت است و محملی است برای کسب نتایج دلخواه (Nye, 2014:121)؛ و اینکه صرفاً تئوری در نظر گرفته نمی‌شود بلکه به‌عنوان مفهوم تحلیلی قلمداد می‌شود (Zakarian and Emadi, 2015: 75).

۲-۳- انتقادات مطرح شده پیرامون مفهوم قدرت نرم

نقد سازنده یک اثر علمی می‌تواند از یک سو جنبه‌هایی از مباحث را که با کاستی مواجه‌اند؛ اصلاح کند. از سوی دیگر موجب ارتقای ابعادی از مسائل می‌شود که یک رشته علمی نیاز به روزآمدی و طرح مطالب نوین دارد (Darroodi, 2010: 74). ضمن اینکه انتقاد نسبت به آثار مکتوب و نیز آرا افراد، تعامل و ارتباط بیشتر متخصصان و صاحب‌نظران را در پی دارد؛ که گاهی نیز خود به نگارش متنی جدید منجر می‌شود (Darroodi, 2014: 232). به همین منظور اطلاعات و متون مختلف علمی عموماً در معرض محک و اصلاح قرار می‌گیرند تا بتوان نسبت به صحت و درستی آن‌ها با اطمینان بیشتری قضاوت کرد (Darroodi, 2010: 69). در همین راستا مفهوم قدرت نرم مانند سایر مفاهیم و نظریه‌های علمی انتقادات زیادی را در برداشته است؛ که در این بخش از پژوهش به برخی از این انتقادات اشاره خواهد شد.

جرالدو ظهران و لئوناردو راموس¹ معتقدند علی‌رغم اینکه نای برای تمایز قدرت نرم با سایر اشکال قدرت، به ویژگی ملموس بودن اشاره دارد اما هیچ‌گونه اصطلاح مشخصی را درباره این ویژگی به کار نمی‌برد (Parmar & Cox, 2010:47). از این رو این پرسش که چه چیز یک منبع را ملموس یا ناملموس می‌سازد مطرح است. این دو اندیشمند متذکر می‌شوند که از نظر نای قدرت نرم با در نظر گرفتن هم‌زمان سرشت رفتار کنشگر و ملموس بودن منابع مشخص می‌شود؛ اما این طرز بیان مستقیماً مشکلی جدی پدید می‌آورد؛ زیرا چاره‌ای جز متوسل شدن به رابطه میان رفتار قدرت و منابع قدرت نمی‌گذارد. نتیجه منطقی واژگانی که نای به کار می‌برد این است که قدرت نرم با منابع ناملموس در ارتباط است. ولی این رابطه همیشه درست از کار در نمی‌آید. این امکان وجود دارد که در رفتار قدرت نرم از منابع ملموس نیز استفاده شود (Ibid: 48). ضمن اینکه جرالد و ظهران نیز متذکر می‌شوند که چارچوب مفهومی نای، پیوند میان سرچشمه‌های قدرت نرم در جامعه مدنی و دولت‌های مختلف را روشن نمی‌سازد.

ادوارد لاک² نیز معتقد است که نای نقش مفعول قدرت را در نظر نمی‌گیرد. همچنین او معتقد است که نای بین دو تفسیر متفاوت از قدرت نرم در نوسان است. از یک سو می‌گوید قدرت نرم را می‌توان برای تغییر ارزش‌های مورد قبول دیگران به کاربرد و از سوی دیگر به صراحت می‌گوید که اصول مقبول جهان‌شمول نماینده منابعی هستند که دولتی چون ایالات متحده می‌تواند برای جذب دیگران از آن‌ها بهره‌گیرد. لاک اظهار دارد که در دیدگاه نای سخن از جلب نظر به میان می‌آید اما ابهامات فراوانی در این زمینه وجود دارد به‌طور مثال هم می‌توان قدرت را به فردی نسبت دهیم که با پرداختن به شکل‌های معینی از رفتار، سعی در جلب نظر دیگری دارد یا اینکه می‌توان قدرت را به ساختارهای اجتماعی نسبت دهیم که معنای جذاب بودن را دیکته می‌کنند؟ از طرف دیگر برداشت نای از قدرت نرم مبنی بر اینکه می‌توان از طریق جلب نظر ساختارهای اجتماعی مانند ارزش‌ها، نهادها یا فرهنگ بر دیگران اعمال قدرت کرد؛ تداعی‌گر اذعان وی از قدرت ساختاری است. باین حال اما تفسیری نادرست او به این موضوع برمی‌گردد که وی معتقد است که یک بازیگر خاص می‌تواند ساختارهای اجتماعی را تصاحب نماید. این در حالی است که اگرچه ساختارهای اجتماعی ساخته دست کنشگران‌اند؛ اما که این ساختارها به لحاظ هستی‌شناسی متمایز از بازیگران‌اند و نمی‌توان آن‌ها را تصاحب کرد (Parmar & Cox, 2010:69-94).

کریستوفر لین³ نیز مدعی است اگرچه نای در تعریف قدرت نرم به تأثیر جذابیت در مناسبات اشاره می‌کند؛ اما تصمیمات سیاست خارجی از پشت فیلتری به نام منافع ملی می‌گذرد. از این رو نمی‌توان شواهد چندانی یافت که دولت‌ها به دلیل دوست داشتن دولتی دیگر یا رهبران آن تصمیماتی بگیرند که منافع ملی آن‌ها را زیر پا گذارد. او متذکر می‌شود که نای نگرشی ساده‌انگارانه درباره روند تصمیم‌گیری سیاست خارجی دارد. در همین رابطه او یادآور می‌شود که اگرچه اندیشه‌ها بر سیاست تأثیر می‌گذارند اما معمولاً این تأثیرگذاری در سطح نخبگان است. ولی نای برخلاف آن اعتقاد به تأثیر قدرت نرم در سطح افکار عمومی دارد. از طرفی در صورت تأیید همچنین رابطه‌ای، اثبات وجود چنین

¹ Geraldo Zahran and Leonardo Ramos

² Edward Lock

³ Christopher Layne

پیوند علت و معلولی که نای میان افکار عمومی و نتایج سیاست خارجی مسلم می‌گیرد دست‌کم به دو دلیل دشوار است: نخست، ایستارهای عمومی به شکل آشکاری گذرا هستند. ثانیاً برای تأثیرگذاری قدرت نرم؛ باید میان افکار عمومی و سیاست دولت پیوند علت و معلولی بارزی وجود داشته باشد؛ این در حالی است که تأیید چنین پیوندی غالباً دشوار است. لین همچنین معتقد است آخرین مشکل قدرت نرم در مقام رویکرد مفهومی این است که تعریف روشنی از این اصطلاح وجود ندارد (Parmar & Cox, 2010: 97-134).

الکساندر ووینگ^۴ نیز معتقد است که نای در مفهوم قدرت نرم تفکیکی بین منابع قدرت و ابزار قدرت نرم اعمال نمی‌کند. از این رو برخی منابع قدرت نرم را همسنگ با قدرت نرم در نظر می‌گیرند. وی همچنین یادآور می‌شود که علت سردرگمی مفهوم قدرت نرم در سه عامل خلاصه می‌شود: الف) تحت تئوری بودن^۵ ب) نیاز به کاوش علمی دقیق‌تر و عدم پالایش دانشگاهی^۶ و ج) ابهام تحلیلی^۷ (Vuving, 2009: 3).

یانگ فن^۸ نیز تأکید می‌کند در مفهوم قدرت نرم ارتباطی میان جذابیت و توان نفوذ بر دیگران در روابط بین‌الملل وجود دارد؛ اما همین مسئله دو مشکل ایجاد می‌کند: نخست اینکه هر کشوری اهداف زیادی دارد که برخی جذابیت آن را می‌پسندند و برخی دیگر آن را نمی‌پسندند. اینکه جذب به توانایی نفوذ بر سیاست کشور هدف منجر شود؛ بستگی به این دارد که کدام گروه‌ها در آن کشور آن را جذاب ببینند و خود چه میزان بر سیاست‌گذاری کنترل داشته باشند. دوم، سیاست‌گذاری در سطح دولت بسیار پیچیده‌تر از سطح شخصی است که ملاحظات منطقی خود را دارند. از این رو مسئله زیادی برای عناصر احساسی باقی نمی‌ماند (Fan, 2008: 147).

برخی از اندیشمندان ایرانی نیز با رویکردی انتقادی به بررسی قدرت نرم نای پرداخته‌اند. در همین چارچوب محمود عسکری معتقد است که قدرت نرم در تعریف، ماهیت، منابع و کارکرد دستخوش برخی چالش‌ها می‌باشد و فاقد توانمندی‌های هم‌سطح شعارهای مطرح‌شده از سوی نظریه‌پرداز این قدرت است و راه‌های متعدد مورد تأکید در این نظریه، کم اثر و فاقد جنبه‌های تعیین‌کنندگی می‌باشد (Asgari, 2010: 83-84). حسین فتاحی اردکانی و همکارانش نیز اظهار می‌کنند که جوزف نای اشاره نمی‌کند که جذابیت و اقناع مورد نظر وی در قدرت نرم مبتنی بر ویژگی‌های ذاتی این نوع قدرت است یا از بایسته‌های اغواگریانه و کاذب سرچشمه می‌گیرد (Fatahi Ardakani et alia; 2018: 139). همچنین آن‌ها تأکید می‌کنند که چگونه می‌توان با منابع مورد نظر قدرت نرم، دست به تولید جذابیت زد و به بازتولید آن در آینده امیدوار بود. از طرفی این پژوهشگران یادآور می‌شوند که یک منبع جذاب می‌تواند در شرایطی خاصی به یک منبع نفرت نیز تبدیل شود (Ibid: 144). فرهاد دانش نیا نیز معتقد است که نمی‌توان تصور قدرت نرم نزد نای را در چهارچوب گفتمان یا نظریه جدیدی ارزیابی کرد (Daneshnia, 2013: 77). بر همین اساس دغدغه نای بیشتر رویکرد حل‌مسائلی، پراگماتیستی و ابزارگرایانه برای مواجهه ایالات متحده با چالش‌های فرارو و تعقیب اهداف و منافع این کشور

⁴ Alexander Vuving

⁵ under-theorized

⁶ lack of academic refinement

⁷ analytical fuzziness

⁸ Ying Fan

است (Ibid: 86) در نهایت چگنی زاده و سیفی نیز اذعان دارند که جوزف نای توضیح روشنی از چگونگی فرایند ایجاد جذابیت در رفتار بین‌المللی نمی‌دهد و توجه چندانی به رابطه‌ای که رفتار جذاب می‌تواند با هویت بازیگر داشته باشد، نمی‌کند (Chegnizadeh & Seyfi, 2012: 217-218).

در یک جمع‌بندی کلی انتقادات از مفهوم قدرت نرم را می‌توان در قالب چند طیف طبقه‌بندی کرد. گروه نخست کسانی هستند که معتقدند جذاب بودن و سرمشق قرار گرفتن قدرت نیست. آن‌ها این‌طور استدلال می‌کنند که در برخی مواقع این مقولات محصول قدرت نبوده و همیشه نیز این دستاوردها، مطلوب تلقی نمی‌شوند. به‌زعم این گروه، قدرت باید آمرانه و غیر لیبرال اعمال شود (Esmaili, 2017: 87). گروه دوم از محققان کاربرد قدرت نرم را در سیاست بین‌الملل مورد انتقاد قرار می‌دهند. چراکه معتقدند حکومت‌ها کنترل کاملی بر فرایند جذابیت نداشته و قدرت نرم دارای مؤلفه‌هایی است که حکومت‌ها بر تمامی آن‌ها تسلط ندارند و لذا آن را به‌سختی و البته با هزینه‌های گزاف می‌توان در اختیار گرفت؛ و هم‌چنین بهره‌مندی از منابع قدرت نرم اغلب به‌طور غیرمستقیم و با شکل دادن به محیط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی امکان‌پذیر است که این امر نیازمند صرف سال‌ها وقت و برنامه‌ریزی و اجرا می‌باشد. گروه سوم از منتقدان، وجود یا تأثیر قدرت نرم بر روندهای جدید حاکم بر نظام بین‌الملل را رد نمی‌کنند بلکه بیشتر بر چارچوبی که توسط نای جهت بررسی و کاربست قدرت نرم ارائه‌شده تمرکز نموده و آن را ناقص و ناپخته قلمداد نموده‌اند. به‌زعم این گروه چارچوب نظری ارائه‌شده از سوی نای تنها به شکلی توجیه شده که کشورهایی با قدرت برتر اقتصادی و نظامی یارای به خدمت گرفتن آن رادارند و در حقیقت پیشنهادهایی را برای حفظ جایگاه آمریکا در سلسله‌مراتب قدرت جهانی می‌دهد تا ارائه یک نظریه جهان‌شمول. گروه چهارم از محققان نیز انتقادات و ایرادات خود را متوجه ماهیت و چارچوب ارائه‌شده پیرامون قدرت نرم از سوی نای می‌کنند بدین ترتیب که معتقدند نظریه قدرت نرم صرفاً توصیفی و فاقد قابلیت کاربردی است از طرفی دیگر این گروه به نحوه مفهوم‌پردازی منابع قدرت نرم و ویژگی ناملموس بودن و انتقاداتی را وارد می‌نمایند (Ibid: 88)؛ اما در بین ابهامات مطرح‌شده، به نظر می‌رسد مهم‌ترین نقد بر قدرت نرم؛ عدم وجود یک بنیاد فلسفی روشن و مشخص است. به‌طوری‌که هسته انتقادات از قدرت نرم نیز متوجه ماهیت و عدم شفافیت آن می‌باشد. از این‌رو در یک نگاه کلی اهم انتقادات بر ماهیت قدرت نرم را می‌توان به‌صورت نمودار شماره ۴ تصور کرد.



نمودار شماره ۴: هسته انتقادات در زمینه ماهیت قدرت نرم

Source: Research Findings

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- چارچوب نظری مفهوم قدرت نرم

۴-۱-۱- ماهیت قدرت نرم

در بخش پیشین اشاره شد که نای نتوانسته است به خوبی ماهیت قدرت نرم را برای مخاطبان تشریح نماید. به همین منظور هنگامی که بحث قدرت نرم به میان می‌آید، هر فرد متناسب با ذهنیات و تجربیات خویش وجهی از آن را در ذهن متصور می‌شود. برخی هر آنچه سخت نباشد و در آن زور به کار نرفته باشد را جزو قدرت نرم تلقی می‌کنند. برخی دیگر قدرت نرم را تهاجم فرهنگی می‌بینند و برخی دیگر آن را ابزاری می‌بینند که می‌توان با آن انقلابی رنگین به پا نمود. بسیاری قدرت نرم را با خدعه و نیرنگ در سیاست‌های یک کشور علیه کشور دیگر، هم‌طراز می‌دانند و برخی دیگر با تمرکز بر عنصر تبلیغات در شکل‌دهی به افکار عمومی، قدرت نرم را نوعی تبلیغ شیوه و روش زندگی و حکومت‌داری برمی‌شمارند (Golshanpajoo, 2012: 118). باین وجود به نظر می‌رسد سرنخ‌هایی که نای از ماهیت قدرت نرم ترسیم می‌کند در کنار ویژگی‌های مشترک تعاریف قدرت نرم می‌تواند در این زمینه راهگشا باشند.

در همین رابطه و در تبیین مفهوم قدرت نرم نای اظهار می‌کند که یک کشور ممکن است نتایج ترجیحی‌اش را در سیاست جهانی به این سبب به دست آورد که دیگر کشورها بخواهد از آن پیروی کنند؛ ارزش‌هایش را تحسین کنند به تقلید از آن پردازند یا اینکه ممکن است کشورهای دیگر بخواهند به سطح بالایی از رفاه و فضای باز دست پیدا کنند که در کشور الگو موجود است و از آن تقلید کنند (Nye, 2008: 18-19) در کنار توضیحات فوق، وی به کرات از جذابیت سخن به میان می‌آورد و حتی در خصوص ارتباط جاذبه و قدرت به یافته‌های روانشناسان استناد می‌کند (Nye, 2010: 58). از همین رو در یکی از آثار علمی خود به صراحت اذعان می‌کند که "من مفهوم قدرت نرم را ارائه کردم تا به قدرت جاذبه‌ای اشاره کنم که اغلب از فرهنگ و ارزش‌ها برمی‌خیزد" (Nye, 2008: 18) با این اوصاف اگر با دقت بر عبارات

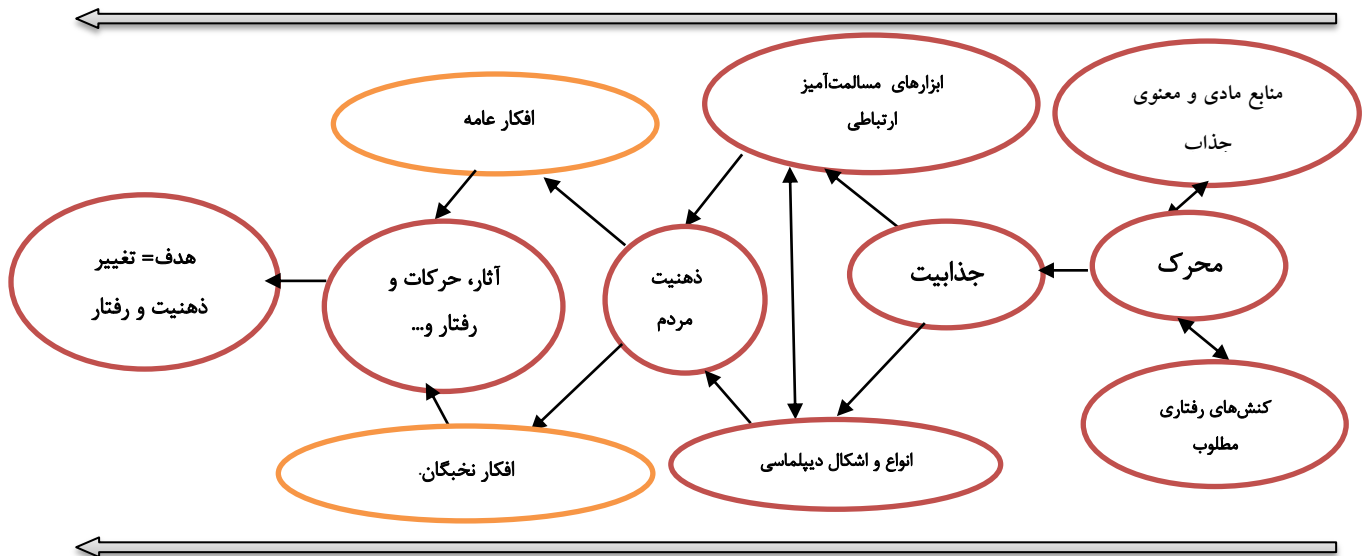
فوق متمرکز شویم؛ در خواهیم یافت که تمام ارزش‌ها و مختصات که نای در قدرت نرم بر آن‌ها تأکید می‌کنند همه به یک مفهوم ختم می‌شوند و آن چیزی جز جذابیت نیست.

از طرف دیگر یافته‌های علمی حاکی از این دارند وجه اشتراک بخشی از تعاریف قدرت نرم مطرح شده از سوی اندیشمندان نیز به جذابیت محدود می‌شود. به طوری که فصل مشترک برجسته‌ترین شاخص‌ها از تعاریف قدرت نرم برای شناخت ماهیت حقیقی این مفهوم عبارت‌اند از: الف) قدرت نرم بر مباحث عقلانی و ارزش‌های عموم و مشترک تأکید دارد؛ ب) در گام نخست بر روی ذهنیت‌ها سرمایه‌گذاری می‌کند؛ ج) از جذابیت برای ایجاد اشتراک بین ارزش‌ها سود می‌جوید؛ د) از همکاری برای رسیدن به خواست‌ها بهره می‌گیرد (Mousavi zare, 2020: 159).

با این تفاسیر اگرچه برخی از اندیشمندان تنها از منابع معنوی و ناملموس به عنوان ویژگی متمایز قدرت نرم با دیگر اشکال قدرت یاد می‌کنند و در مقابل گروهی دیگر تنها بر ماهیت رفتاری قدرت نرم پافشاری دارند؛ اما برخلاف دیدگاه این دو گروه، به نظر می‌رسد در قدرت نرم، جذابیت اصل اساسی است به طوری که مبانی استعمال شده قدرت نرم به منظور دسترسی به هدف، از جذابیت در ذهن مخاطبان استفاده کنند؛ اما در عین حال جذابیت ممکن است در محتوا و امکانات یک کشور یافت شود یا ممکن است از سبک رفتاری آن نشأت گیرد. از این رو ماهیت قدرت نرم در انحصار منابع خاصی قرار ندارد. بلکه منابع یا رفتاری که بتوانند تولید آرامش، احترام، اعتبار و در یک کلام جذابیت نمایند، تمایل به تولید قدرت نرم خواهند داشت.

از سوی دیگر باید در نظر داشت که قدرت نرم معطوف بر عمل می‌باشد. به عبارت دیگر علیرغم اینکه گروهی در قدرت نرم، توانایی‌ها و برخی دیگر نتیجه رفتار را ملاک قرار می‌دهند (Eltiyaminia & Taqvaenia, 2016: 175)؛ اما قدرت نرم مفهومی مناسباتی است و توصیف و تشریح یک رابطه بدون مشخص ساختن طرف‌های رابطه و بستر آن چندان معنایی ندارد. به عبارتی قدرت نرم محتاج شریک و همبازی است (Nye, 2014:123) و به آن وابسته است که چه کسی با چه کسی تحت چه شرایطی ارتباط دارد. به همین منظور در قدرت نرم، تعیین شرایط جذابیت و دستور کار جذب برای دستیابی نتایج مطلوب بسیار ضروری است.

مبتنی بر جزئیات مطرح شده، قدرت نرم تنها گونه‌ای از قدرت محسوب می‌شود که می‌توان از طریق چشم‌اندازهای مختلف معرفت‌شناسی به آن نگریست و نه تنها در قلمرو سیاست بین‌الملل، بلکه در عرصه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، خانوادگی، اقتصادی، سیاسی، نظامی، ورزشی و... قابلیت ظهور و بروز را داراست. از این رو چه در تعاملات فردی و چه در سطوح بین‌الملل، زمانی که شما دیگران را متقاعد می‌کنید که ایده‌ها و آنچه شما می‌خواهید را بپذیرند بدون اینکه برای این کار هزینه زیادی (اجبار) صرف کنید؛ در این صورت شما از قدرت نرم استفاده کرده‌اید (Dehghani Firoozabadi & Zolfaghari, 2014: 82)؛ اما باید تأکید شود که قدرت نرم یک منظومه متشکل از اجزاء مرتبط و متقابل است که در صورتی به نحو صحیح اعمال می‌شود که این اجزاء، مبتنی بر ماهیت تعریف شده قدرت نرم، در راستای یک هدف واحد با یکدیگر همکاری نمایند.



نمودار شماره ۵: فرآیند قدرت نرم

Source: Mousavi zare, 2020: 160

با این تفاسیر در یک برداشت کلی مفهوم قدرت نرم در سطح دولت‌های ملت پایه عبارت است از: فرایندی که در آن محرک‌ها (منابع مادی و معنوی جذاب یک کشور یا رفتار مطلوب آن) در قالب ابزار مسالمت‌آمیز ارتباطی (انواع و اشکال دیپلماسی) روی افکار مردم (نخبگان و عامه) تأثیر گذاشته و موجب آثار، حرکات و رفتار و... در راستای تغییر ذهنیت و رفتار جامعه هدف، نسبت به کشور اعمال‌کننده می‌شود (Mousavi zare, 2020: 145). از این رو شماتیک این دیدگاه را می‌توان به صورت نمودار شماره ۵ تصور کرد.

با این وجود در تشریح ماهیت قدرت نرم جزئیاتی مختلفی را باید در نظر داشت. از جمله اینکه در فرایند حرکت از محرک‌ها به سمت اعمال قدرت نرم، برخی مراحل در اراده و اختیار ما و مربوط به تصمیم ما به منظور تبدیل ظرفیت‌ها به قدرت نرم است؛ اما به محض تصمیم به حرکت در این مسیر، مجبور به کشف و در نظر گرفتن فرایندهای شناختی مدنظر در راستای اعمال قدرت نرم هستیم. چراکه قدرت نرم دارای ویژگی رابطه‌ای است و تنها یک مفهوم ساده ابلاغی از بالا به پایین و دستوری نیست. از طرف دیگر در جهت ماندگاری قدرت نرم بهتر است تنظیمات و چارچوب‌های نهادینه و پذیرفته‌شده جهانی یا ملی از طریق هماهنگ‌سازی، موزون کردن در قالب عادات اجتماعی در مخاطبین هدف پیاده شود. به عبارتی هنگامی قدرت نرم به بهترین حالت ممکن تولید و اعمال خواهد شد؛ که فرایندهای شناختی به خلق عادات اجتماعی در مخاطبان منجر گردد (Esmaili, 2017: 864-865).

نکته‌ای دیگر که نباید به سادگی از کنار آن گذشت، مشخص کردن هدف از اعمال قدرت نرم است. به عبارتی تغییر ترجیحات، شیوه تفکر یا رفتار مخاطبان بدون داشتن اهداف خاصی در قدرت نرم به شدت غیرمنطقی و بیهوده است. چراکه جذاب شدن یا مورد احترام واقع شدن به خودی خود نمی‌تواند به منزله هدف واحد قدرت نرم تلقی شود (Esmaili, 2017: 867). از این رو اعمال‌کنندگان قدرت نرم باید واجد نوعی هدف خاص و از پیش تعیین‌شده برای قدرت نرم

باشند. در همین خصوص و در جهت تفهیم بهتر این مفهوم در ادامه عناصر قدرت نرم مورد تحلیل و بررسی قرار خواهند گرفت.

۲-۱-۴-عناصر قدرت نرم

۱-۲-۱-۴-کنشگران قدرت نرم

یکی از ارکان قدرت نرم، کنشگران یا بازیگران قدرت نرم در صحنه روابط بین‌الملل می‌باشند. علیرغم اینکه دیدگاه پیشین جوزف نای و اکثریت صاحب‌نظران کنونی، تعریفی دولت‌محور از قدرت نرم داشته و دارند اما باید اظهار داشت که این مفهوم نه تنها در مورد کشورها بلکه در مورد مناطق، سازمان‌ها و حتی افراد هم صدق می‌کند (Parmar & Cox, 2010:324). به طوری که نای در جدیدترین دیدگاه خود در این زمینه اذعان دارد که تنها دولت‌ها درگیر فرایند قدرت نرم نیستند؛ بلکه شرکت‌ها، نهادها، سازمان‌های غیردولتی و شبکه‌های تروریستی بین‌المللی، نیز غالباً قدرت نرم خاص خود را دارند. حتی اشخاص نامدار نیز قادرند با دلدیر و مقبول ساختن ایده‌ها و انگاره‌هایشان، رنگ و لعاب زدن بیشتر به آن‌ها، قدرت نرم را به کارگیرند (Nye, 2014:121). لذا می‌توان ادعا کرد که همه جا و همه مکان‌ها عرصه رویارویی قدرت نرم است و حتی در فضای داخلی و خرد در تعاملات افراد مانند منزل، دانشگاه، اداره، وسایل حمل‌ونقل عمومی، فضای مجازی و واقعی شاهد نبرد و اعمال قدرت نرم هستیم (Shakeri Kho'e, 2013: 171) از این رو قدرت نرم مفهومی است که به هیچ‌یک از ایدئولوژی‌های سیاسی وابسته نیست به همین منظور می‌توان از چشم‌اندازهای مختلف معرفت‌شناسی و روش‌شناسی به آن نگریست؛ اما در عین حال نیز باید انتظار داشت با توجه به تمایز در مفروضات پارادایم‌های مختلف؛ با تعیین هر یک از مکاتب علمی، نه تنها بازیگران قدرت نرم بلکه نحوه استفاده از ابزار و استراتژی آن‌ها برای دستیابی به هدف نیز متفاوت ترسیم شود. چراکه به طور مثال در پارادایم اثبات‌گرایی و نواقع‌گرایی، دولت‌ها بازیگران اصلی هستند اما در پارادایم انتقادی و مکتب نئومارکسیسم یکسر طیف با محوریت بازیگری شرکت‌های چندملیتی است. با عنایت به توضیحات داده‌شده کنشگران قدرت نرم شامل: جنبش‌های مختلف مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، صاحبان شرکت‌ها، مؤسسات و صنایع، دانشمندان، رهبران و شخصیت‌های کاریزما، اصحاب رسانه، هنرمندان، نخبگان (Yousefi, 2008:197). دولت‌های ملت پایه، گروه‌های قومی، اقلیت‌های مذهبی، گروه‌های تروریستی، شبه‌نظامی و... می‌باشند.

۲-۱-۲-۴-محرك‌های جذاب

در بخش تحلیل ماهیت قدرت نرم به صورت مختصر اشاره شد که برای اعمال قدرت نرم، محرک‌ها (منابع یا رفتار) بازیگر باید واجد شرایطی باشند. در همین رابطه نای اذعان می‌کند که به زبان رفتاری قدرت نرم، قدرت جذب‌کننده است و به زبان منابع، قدرت نرم، دارایی‌های هستند که چنین جذابیتی را ایجاد می‌کنند (Nye, 2010:72-74)؛ بنابراین می‌توان این‌گونه استنباط کرد که از چشم‌انداز نظری در قدرت نرم، جذابیت هم در محتوا و هم در سبک و شیوه مهم

است. این در حالی است که در اکثریت تعاریف قدرت نرم از سوی اندیشمندان نیز، این کلیدواژه به چشم می‌خورد. از این رو به نظر می‌رسد که قدرت نرم بر پاشنه جذابیت می‌چرخد. با این تفاسیر باید بررسی گردد که در تلاش برای جذب و جلب نظر افراد، چه چیزی از دیدگاه هدف جذاب به نظر می‌رسد (Parmar & Cox, 2010:85). لذا در حقیقت این سؤال مطرح می‌شود که چه چیزی یا کسی برای بعضی از افراد می‌تواند جذاب واقع شود و جذابیت چگونه صورت می‌گیرد (Mattern, 2007: 98)؛ بنابراین اگرچه در قدرت نرم، مهم‌ترین بحث، تنظیم دستورالعملی برای جذب دیگران است (Nye, 2010:31)؛ اما نخست باید مفهوم جذابیت مشخص گردد. در همین راستا جستجویی از تعریف واژه جذابیت در بین آثار مستند علمی حاکی از این دارد که تعریفی موشکافانه از این کلیدواژه وجود ندارد و تنها در قالب ذکر برخی از مصادیق و برخورداری از خصوصیات ظاهری و رفتاری در علم روانشناسی تعریف شده است؛ اما در بین معدود آثار موجود، برایان تریسی و ران آردن جذابیت را این‌گونه تعریف می‌کند "جذبه خصیصه‌ای است که نیروی مقاومت‌ناپذیری برای خشنود ساختن و جذب دیگران است" (Tracy & Arden, 2009: 19). فرهنگ لغت آبادیس نیز در یک برداشت عام، جذابیت را به صورت ظرفیتی که هر چیزی را به‌جانب خود می‌کشاند تعریف می‌کند (Abadis Online Dictionary, 2020)؛ اما به نظر می‌رسد تبیین جذابیت در گرو تعریف ارزش‌هایی است که معنای جذابیت را مشخص می‌نمایند.

در همین چارچوب، از منظر روانشناسان آبخور جاذبه در تعاملات فردی بدین صورت است که ما معمولاً دل به کسانی می‌سپاریم که شباهتی با خودمان دارند؛ یا به لحاظ عضویت در گروهی خاص با ما شریک‌اند. همچنین علاوه بر شباهت‌های رفتاری، خصایص ظاهری نیز برایمان جاذبه‌دارند (Nye, 2014:133) در واقع میزان جذابیت که بین طرفین ایجاد می‌شود بر این اساس استوار است که آن‌ها تا چه حد می‌توانند زبان یکدیگر را بفهمند. هر چه بیشتر زبان هم را بفهمند، بیشتر جذب همدیگر می‌شوند و این حس که کسی می‌تواند شمارا بفهمد، باعث ایجاد اعتماد می‌شود و همین امر باعث شکل‌گیری یک رابطه عمیق می‌گردد (Website of Hi doctor Journal, 2017). در حوزه روابط بین‌الملل نیز الکساندر وونینگ، جوزف نای و موسسه تحقیقاتی ارنست و یانگ به خصوصیات از دولت-ملت‌ها اشاره دارند؛ که به نظر می‌رسد به لحاظ کنشی و محتوا نقش محوری را در جاذبه آفرینی ایفا می‌کند؛ این خصوصیات عبارت‌اند از: مهربانی، زیبایی، هوشمندی (Vuving, 2009: 7)، صداقت (Ernst & Young company and the Skolkovo Institute, 2012)، عدالت (Nye, 2007:111). در نتیجه در ادامه سعی می‌شود هر یک از این ارزش‌ها و نقش آن‌ها در جذابیت یک کشور به صورت اجمالی مورد بررسی قرار گیرند.

۱-۲-۲-۱-۴-مهربانی: در سطح فردی از مهربانی می‌توان به‌عنوان یک عنصر جذاب نام برد؛ چراکه مهربانی نه تنها موجب تشکر و همدلی می‌شود؛ بلکه این قوت قلب دیگران از اهداف صلح‌آمیز یا خیرخواهانه شما، آن‌ها را نسبت به شما مطمئن می‌کند و به همکاری ترغیب خواهد کرد. باین حال برآیندهای عینی مهربانی با دیگران، اشکال متنوعی دارد از جمله: رفتار ملایم و دلسوزانه، رفتار سخاوتمندانه، ابراز آرزوی خیر، کمک و پشتیبانی، روحیه اعتمادبه‌نفس دادن، همدردی، تواضع، حفاظت و مراقبت از امنیت و به‌طورکلی تأمین نیازها و حل‌وفصل مشکلات دیگران (Qanbarloo, 2012).

11-12: 2011)؛ اما در عرصه سیاسی و بین‌الملل نیز می‌توان از مهربانی به‌عنوان یک رفتار جذاب یادکرد. به‌طوری‌که حمایت از حقوق بشر و دموکراسی، کمک به کشورهای درگیر بحران‌های معیشتی چون قحطی و زلزله و...، بخشش بدهی‌ها، حمایت مالی از کشورهای نیازمند و حمایت از صلح و امنیت بین‌الملل بخشی از مصادیق خیرخواهی و محبت در عرصه بین‌الملل جهت اعمال قدرت نرم محسوب می‌شوند (Vuving, 2009: 13).

۲-۲-۱-۴- صدافت و حسن نیت: صدافت از خصوصیات عالی اخلاق انسانی است که در آموزه‌های الهی نیز به آن تأکید شده است. از این رو به نظر می‌رسد در قدرت نرم نیز از جایگاه ویژه برخوردار است. به‌طوری‌که برخی از محققین اذعان می‌کنند که در مبارزه برای کسب قدرت نرم، اعتبار و آبرومندی همه‌چیز است (Parmar & Cox, 2010: 268) به عبارتی اگر بخواهیم دیگران را متقاعد کنیم؛ باید ما را باور کنند؛ و برای اینکه ما را باور کنند؛ باید اعتبار داشته باشیم و برای اینکه اعتبار کسب کنیم باید حقیقت را بگوییم (Rahmani, 2015: 75). در همین زمینه ریچارد کوپر نیز بر اهمیت حقانیت در قدرت نرم صحنه می‌گذارد و قدرت نرم را ایجاد تبعیت از راه نمایش حقانیت ناشی از جذابیت تعریف می‌کند ((Zakarian & Emadi, 2015: 78). از طرف دیگر در شرایط کنونی جهان، اعتماد و اطمینان، جزء لاینفک همکاری‌های بین‌الملل محسوب می‌شود؛ تا جایی که اصل حسن نیت به‌عنوان اصل کلی حقوق بین‌الملل عرفی شناخته می‌شود ((Alhoyi Nazari & Mohammadi, 2015: 103). با این اوصاف در سطح بازیگری دولت-ملت‌ها، صدافت معیاری از این ادعا است که به چه میزان یک کشور (ملت و دولت‌مردان) به اصول اخلاقی در موارد گوناگون پایبند می‌باشند. به همین منظور اگر رفتار صادقانه را به‌عنوان شیوه‌ای جذاب در قدرت نرم بپذیریم؛ در یک برداشت کلی می‌توان به مصادیق زیر در این خصوص اشاره داشت: کشور با شایستگی و صادقانه اداره می‌شود؛ آزادی‌های سیاسی و اجتماعی مطابق قانون اساسی حفظ می‌شود (Ernst & Young, 2012) صدافت و وفای عهد در معاهدات بین‌المللی رعایت می‌شود؛ شیوه‌های کسب‌وکار در کشور شفاف است؛ انتخابات سیاسی پاک اجرا می‌شود؛ دولت به‌وسیله انتخابات تعیین می‌شود؛ دولت در مذاکرات و حل‌وفصل مناقشات بین‌المللی دارای حسن نیت است؛ اصل مصونیت دیپلمات‌ها و فرستادگان سیاسی حفظ می‌شود... ((Alhoyi Nazari & Mohammadi, 2015: 104-121).

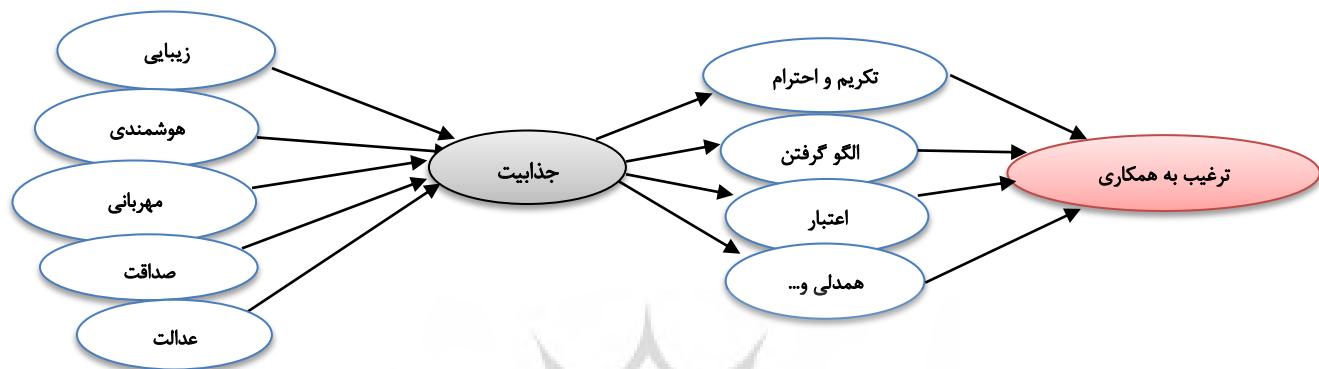
۳-۲-۱-۴- هوشمندی: انسان‌ها به دلایل مختلف از جمله حل مشکلات و موفقیت در برنامه‌های خود نگاهی مثبتی به افراد باهوش دارند (Qanbarloo, 2011: 13) چراکه این افراد توانسته‌اند بر چالش‌ها غلبه کنند. از همین رو یافته‌های پژوهشگران حاکی از این دارد که می‌توان از هوشمندی نیز به‌عنوان ظرفیتی برای جذب دیگران بهره‌برداری کرد. در واقع هوشمندی و ذکاوت از طریق آثار و پیامدهای گوناگونی موجب ترجمه جذابیت و اعمال قدرت نرم می‌شوند. از جمله تقلید یا الگوی گیری از یک شخص؛ به عبارتی وقتی که در انجام کاری موفق هستید، دیگران تمایل به یادگیری از شما خواهند داشت. همچنین هوشمندی موجب به‌تحسین واداشتن دیگران نسبت به عملکرد یک شخص می‌شود که خود نیز می‌تواند منجر به تقلید، هم‌چشمی، احترام و تکریم شود. با این تفاسیر هوشمندی از روش‌های گوناگون و در سطح روابط فردی، به قدرت نرم منجر می‌شود؛ اما در عرصه بین‌الملل نیز هوشمندی مصادیق آشکاری دارد. به‌طور مثال: یک

ارتش قدرتمند، یک اقتصاد غنی و پر جنب و جوش، یک فرهنگ درخشان، یک جامعه صلح‌آمیز که به خوبی اداره می‌گردد. یک کشور برخوردار از سطح علم و فناوری پیشرفته یا کشوری که به پیروزی نظامی یا موفقیت اقتصادی نائل آمده (Vuving, 2009: 10)؛ کشوری که تراز دانایی و نرخ سواد دانشگاهی در آن بالا است و شمار دانشمندان آن فزون‌تر از دیگران است (Naeini, 2012: 92) همه مصادیقی از هوشمندی در عرصه بین‌الملل محسوب می‌شوند؛ که می‌توانند تقلید، هم‌چشمی، همکاری، احترام و تکریم را برای یک کشور به ارمغان آورند.

۴-۲-۱-۲-۴-زیبایی: زیبایی یک مقوله نسبی است که درک آن از منظر افراد و گروه‌های مختلف ناهمسان می‌باشد؛ اما در اینجا مقصود از زیبایی، صرفاً زیبایی ظاهری نیست؛ بلکه تأکید بیشتر بر زیبایی در میان گروه‌هایی است که نگاه نسبتاً مشترکی در مورد موضوعات مختلف دارند. به عبارت دیگر زمانی که ارزش‌ها، اهداف و آرمان‌ها مشابه باشند؛ کسانی که بتوانند این ارزش‌ها، اهداف و آرمان‌ها را به جذاب‌ترین شکل بروز داده یا بیان کنند؛ موجب جلب حمایت و پشتیبانی می‌شوند. مثلاً انجام و ترویج اخلاق و خصایلی از قبیل ایثارگری، اعتماد به نفس و شجاعت توسط یک فرد می‌تواند موجب جذابیت شده و همکاری دیگران را با وی ترغیب کند (Qanbarloo, 2011: 14) از طرف دیگر اگر دیگران شما را در نقش زیبایی درک کنند، به شما وفادار خواهند ماند و برای راهنمایی، الگو، تشویق و انگیزه به شما نگاه خواهند کرد (Vuving, 2009: 10)؛ اما در حوزه سیاست و روابط بین‌الملل زیبایی عرصه‌های گوناگونی از بعد فیزیکی تا انسانی را دربرمی‌گیرد. به‌طور مصداق ظهور رهبران که پیروان گسترده‌ای در عرصه ملی و فراملی دارند (Qanbarloo, 2011: 14) ریشه زیبایی در بعد سیاسی است و زیبایی در بعد اجتماعی می‌تواند باراده عمومی بالای یک ملت در مقابل مشکلات، شوق و اشتیاق و انگیزش بالای شهروندان یک کشور، روحیه ملی بالا، توده‌های پرنشاط، خودباوری و اعتماد بالا، عشق به وطن و... (Naeini, 2012: 92-93) به تصویر کشیده شود. در بعد فیزیکی نیز زیبایی یک کشور را می‌توان در مناظر و طبیعت بکر آن، عاری بودن از آلاینده‌های جوی، گردوغبار برای جذب گردشگران توصیف کرد.

۵-۲-۱-۲-۴-عدالت: جستار عدالت چه در سطح فردی و چه از جایگاه اجتماعی دارای ابعاد گوناگونی از جمله سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، محیطی، حقوقی، قضایی، فرهنگی و... است؛ اما علیرغم تمایز این ابعاد، همه به یک مفهوم واحد تأکید دارند از جمله اینکه "هریک از افراد جامعه درجایی قرار گیرند که سزاوار آن می‌باشند و به‌گونه‌ای با او رفتار شود که مستحق آن است و به نحوی از امکانات مادی و معنوی برخوردار گردد که متناسب با کرامت ذاتی اوست (کاظمی، ۱۳۹۰: ۵). در همین چارچوب از جمله ارزش‌های مشترکی که نای اذعان دارد می‌توان در پناه آن، جذابیت را خلق کرد؛ عدالت می‌باشد (Nye, 2007: 111) به عبارتی یک دولت می‌تواند از طریق اجرای عدالت در ابعاد مختلف سیاسی، حقوقی، اقتصادی و... نه تنها به الگویی برای مدیریت سیاسی-فضایی سایر نخبگان سیاسی تبدیل شود بلکه موجب جاذبه و الهام‌بخش سایر ملت‌های مختلف به کشور خود نیز شود. از طرف دیگر تحقق و رعایت عدالت در مناسبات بین‌المللی نیز موجب برقراری صلح و امنیت، جلوگیری از اعمال متجاوزین و ظالمین و احساس امنیت در افکار

عمومی جهانی می‌شود (Ajili & Ardakani, 2013:148). در واقع زمانی تصویر عادل از سیاست خارجی یک کشور در اذهان بین‌المللی شکل می‌گیرد که دستگاه دیپلماسی آن کشور بتواند نگرانی‌ها و دغدغه‌های سایر دولت-ملت‌ها و بازیگران مرتبط را با منافع ملی و محیط پیرامونی خود تشخیص و نسخه قابل اطمینانی را برای آن‌ها عرضه نماید و از سویی موجبات ورود آن‌ها را به فاز تعاملی و گفت‌وگو را نیز فراهم سازد. با این اوصاف عدالت نیز می‌تواند در سطوح سیاست‌گذاری داخلی و خارجی به‌عنوان یکی از شاخص‌های جذابیت و در چارچوب قدرت نرم ایفای نقش نماید.



نمودار شماره ۶: فرایند ترجمه جذابیت در قدرت نرم

Source: by Authors

با این تفاسیر جذابیت در قدرت نرم به‌عنوان ظرفیتی تلقی می‌شود که زمینه کشش بازیگر هدف نسبت به بازیگر عامل را فراهم می‌نماید و درعین حال نیز از داشته‌ها و امکانات یا رفتار مطلوب یک بازیگر نشأت می‌گیرد؛ اما به‌طور کلی در زمینه جذابیت نکاتی قابل ملاحظه وجود دارد که در این بخش به‌صورت مختصر به آن‌ها اشاره می‌شود.

الف) جذابیت در این پژوهش به‌عنوان یک مفهوم عام و با تأکید بر نقش دولت‌های ملت پایه در قدرت نرم مورد بحث قرار گرفت؛ از این رو ممکن است مبتنی بر بازیگران مختلف و نقش‌آفرینی آنان در قدرت نرم و در کنار آن گفتمان‌های مختلف سیاسی و... اصول جذابیت تغییر یابد. به‌طور مثال مؤلفه‌های قدرت نرمی که در اسلام مطرح می‌باشند؛ متفاوت از آن چیزی است که در مفهوم‌سازی اولیه این قدرت از سوی نای ارائه‌شده است. علت این تفاوت در نوع نگاه به قدرت، انسان، اخلاق و خدا و... و بالطبع آن شیوه نگرستن متفاوت به جذابیت است (Mousavi Jashni, 2014: 163-166)؛ بنابراین اگر تصمیم بر این است که قدرت نرم را با سطح بازیگری کشورها در عرصه کروی اعمال کنیم؛ بهتر است بر اصولی از جذابیت تأکید کنیم که از ویژگی جهان‌شمول برخوردار باشد.

ب) صفت جذابیت می‌تواند به دو صورت ذاتی و اکتسابی تبیین گردد. به‌طور مصداق یک فرد می‌تواند به‌طور ذاتی از استعداد زیبایی برخوردار باشد و یا می‌تواند تحت عمل‌های جراحی این زیبایی را به‌صورت مصنوعی کسب کند. در سطوح دولت-ملت‌ها نیز این مثال صدق می‌کند. به‌طوری‌که یک کشور می‌تواند به‌صورت بالقوه از مناطق بکر و طبیعت منحصربه‌فرد برخوردار باشد همانند ایران، سوئیس، هند، ترکیه و... و یا نیز می‌تواند در قالب پروژه‌های ساخت‌وساز این طبیعت را به‌صورت مصنوعی احداث کند. همانند امارات و قطر.

ج) جذابیت بر این اساس است که مردم درباره شما چطور فکر می‌کنند و بیشتر از اینکه در مورد حقیقت شما باشد، کاملاً وابسته به درک و برداشت دیگران از شما و شخصیت شماست (Soleymani, 2016)؛ اما باید توجه داشت که افراد بر اساس باورهای خود، ترجیحشان را تعیین می‌کنند. از طرفی باورهای آنها نیز از ارزش‌ها، هنجارها، الگوهای اجتماعی و بسترهای تاریخی، اجتماعی، اقلیمی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی تأثیر می‌گیرد (Afzali et alia; 2018: 125).

د) اگر خودخواهانه عمل کنیم و پیام واقعی ارزش‌های خود را از بین ببریم؛ جذابیت ممکن است به دافعه تبدیل شود (Nye, 2010:25). همچنین از آنجاکه ماهیتاً قدرت نرم بر جاذبه تأکید داشته، لذا فرایند جذب امری زمان‌بر و پیچیده است

و طیف وسیعی از کنش‌های رفتاری ناظر بر جاذبه را دربرمی‌گیرد ((Mahdavi & Naderi Bab Anari, 2012: 172).

ذ) درمجموع فعالیت یک دولت تنها زمانی می‌تواند موجب افزایش قدرت نرم گردد که از سوی جامعه هدف به‌عنوان یک عمل جذاب شناخته شود؛ یعنی فارغ از نیت دولت عامل، این مخاطبان هستند که باید در مورد ماهیت خیرخواهانه، بشردوستانه، صادقانه و غیر منفعت طلبانه ی رفتار دولت‌ها قضاوت کنند (Saeedi and Moghadamfar, 2014:112).

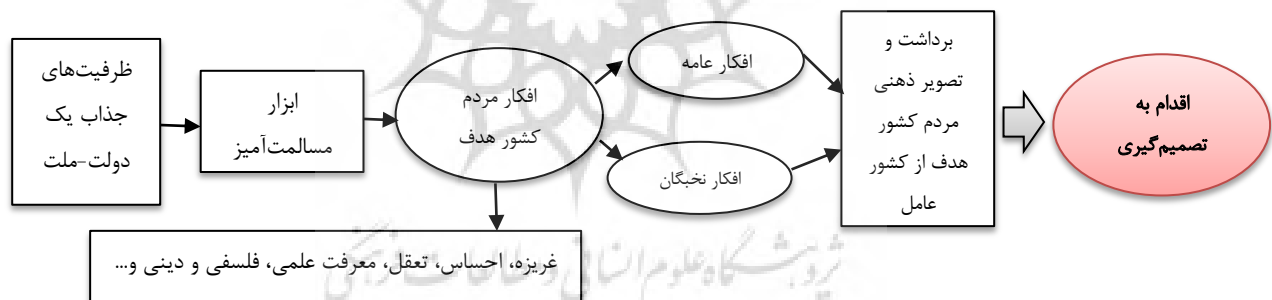
از این رو باید در نظر داشته باشیم که عناصر جذابیت به‌صورت پارادوکسیکال عمل می‌کند؛ یعنی اگر کسی سعی در تظاهر به جذابیت کند درحالی‌که عمل او خلاف این ادعا را اثبات می‌کند؛ به‌عنوان یک متقلب شناخته خواهد شد و مردم در مقابل او مقاومت خواهند کرد. با این تفاسیر می‌توان این‌گونه استنباط کرد که در دیدگاه نای تزویر و دروغ و فریبکاری نمی‌توانند در قدرت نرم جایگاهی داشته باشند و قدرت نرم بر مبنای جذابیت و از طریق استدلال، رضایت و اقناع منتقل می‌شود (Seyf, 2011:9).

۳-۲-۱-۴- افکار مخاطب هدف

نظریه تصویر ذهنی علیرغم آنکه نظریه جدیدی نیست لیکن برداشت‌ها و حوزه‌های استفاده از آن جدید بوده به‌طوری‌که این نظریه طی سال‌های اخیر در همه ابعاد زندگی بشر حتی قدرت نرم کارایی خود را نشان داده است. مبتنی بر این نظریه، انسان بیش از آنکه با واقعیت سروکار داشته باشد با برداشتی که از واقعیت شکل می‌گیرد؛ سروکار دارد و نهایتاً بر اساس همین برداشت‌ها تصمیم‌گیری می‌کند. در همین راستا، تصویر یک کشور در اذهان بین‌المللی، عینکی است که جهانیان از طریق آن، کشور عامل را می‌بینند و مطابق انگاره‌های دریافتی، با آن رفتار می‌کنند این تصویر ممکن است کاملاً دقیق و منطبق با واقعیت باشد و در برخی مواقع نیز غیرواقعی و غیرمنصفانه باشد (Najm Roshan and Mohammadi Meymand, 2017: 273-274) مبتنی بر همین اهمیت نای تأکید می‌کند که در بازی قدرت نرم، اگر برای بردن بازی می‌کنید باید برداشت‌ها به نفع شما باشد؛ توانایی بازیگر برای مجاب ساختن مخاطبان به اینکه به حرفتان گوش بسپارند و از شما حمایت کنند برد یا باخت شمارا رقم خواهد زد (Parmar & Cox, 2010:229) لذا در قدرت نرم اینکه در فکر مخاطب هدف چه می‌گذرد به مسئله مرکزی بدل می‌شود. به همین منظور باید اقداماتی را صورت داد تا دیگران آن چیزی را طلب کنند که ما می‌خواهیم (Pishgahi Fard et alia; 2015: 12). به همین منظور شناخت افکار بازیگران هدف از اهمیت اساسی برخوردار است (Parmar & Cox, 2010:228) در همین راستا در صورتی‌که منابع یا رفتار مطلوب یک کشور در چارچوب فرایند جذابیت به کمک ابزار مناسب به‌خوبی از صافی‌های ذهنی عبور کرده و در

ذهن مخاطب حک شوند؛ می‌توانند موجب ارتقاء درک، پرورش تصاویر مثبت به نفع کشور عامل شوند. با انجام این کار، اولین قدم اما مهم در ترجمه جذابیت یعنی خوش‌خلقی، زیبایی، صداقت و حسن نیت و... در قدرت نرم صورت می‌گیرد (Vuving, 2009: 12)؛ اما باید توجه داشت که نتایج قدرت نرم همیشگی و ثابت نیستند و چنانچه مطلوب اذهان قرار نگیرند؛ از اهمیت آن‌ها کاسته خواهد شد و چنانچه مطلوب افکار واقع شوند؛ بازتولید می‌شوند (Seyf et alia, 2013: 28). این افکار نیز ممکن است عقلانی باشند؛ یا بر عقیده مبتنی باشد؛ یا از یک احساس و انگیزه نشأت گیرند (Aalam, 2011: 366). به عبارت دیگر قضاوت‌های ما از اوضاع و پدیده‌های اطرافمان متکی و موکول به مرتبه‌ای از آگاهی اولیه و زیرساخت‌های ذهنی است که بین این دو مرز قرار دارد. غریزه، احساس، تعقل، معرفت علمی، فلسفی و دینی از عناصر بسیار مهم تشکیل‌دهنده افکار انسانی است (Mah Pishanian, 2011:43). در همین راستا نای در آخرین دیدگاه خود جهت اعمال قدرت نرم به نظر می‌رسد به صورت ناخودآگاه به نکته بسیار مهمی اشاره دارد. اینکه باید بین افکار بازیگران هدف تمایز قائل شد. چراکه فردی که بیشتر افکارش بر اساس غرایز و احساسات شکل می‌گیرد؛ رفتارها، باورها، ارزش‌ها و هنجارهای کاملاً متفاوت از افرادی دارد که مبنای افکارش را بیشتر معرفت علمی، فلسفی، دینی شکل می‌دهد (Ibid: 43). بر این اساس بسته به اینکه چه بازیگری تحت عامل قدرت قرار گیرد؛ برنامه و سازمان‌دهی متفاوتی ملزوم می‌باشد. با این تفاسیر در این بخش افکار مخاطبان هدف به دو طبقه کلی تقسیم می‌شوند:

۱- افکار عمومی یا عامه. ۲- افکار نخبگان.



نمودار شماره ۷: فرایند تأثیرپذیری ذهنی بازیگران هدف در قدرت نرم

Source: by Authors

۱-۲-۳-۴- افکار عمومی: افکار عمومی در اصطلاح به نظر، روش و ارزیابی مشترک گروهی اجتماعی در رابطه با یک موضوع مورد توجه و علاقه همگان گفته می‌شود که در لحظه مشخص بین تعدادی از افراد یک قشر یا طبقه یا سراسر اجتماع به طور نسبی عمومیت پیدا کرده است (Mousavi Jashni, 2014: 170). باین حال در این بخش سعی می‌شود نکاتی پیرامون جایگاه افکار عمومی در اعمال قدرت نرم ارائه گردد از جمله: الف) برای اعمال کارآمد قدرت نرم، شناخت به روز و عمیق مخاطبان، یا به تعبیری مخاطب شناسی که در بردارند درک مختصات، نیازها و انتظارات مخاطبان می‌باشد؛ حائز اولویت است. به عبارتی اینکه مخاطب در چه جامعه‌ای و با چه مختصاتی و پیشینه‌ای زندگی می‌کند نباید از دستور بررسی خارج شود؛ بنابراین علاوه بر روانشناسی و جامعه‌شناسی مخاطب (Salehi Amiri and

381: 2010) Mohammadi) بسیاری از علوم مرتبط با افکار انسانی، جهت اعمال صحیح قدرت نرم باید مورد بررسی قرار گیرند. (ب) افکار مردمی از جریان‌های احساسی پدید می‌آید (Aalam, 2011: 365) به عبارت دیگر نوع پیام‌هایی که در توده و مخاطب عام منتشر می‌شود اساساً مبتنی بر احساس، عاطفه و تا حدودی ادراک است. بر همین اساس محققان برای اقناع مخاطبان عام بیشتر بر پیام یک‌طرفه تأکید می‌کنند چراکه این افراد معمولاً دانش کمتری دارند و به ایده‌های متنوع کم‌تر دسترسی دارند (Vahedi Fard, 2011: 62). (پ) با توجه به اینکه ساختار سیاسی، اجتماعی، فرهنگی خاص هر کشور متفاوت است باید شیوه اعمال قدرت نرم در کشورهای گوناگون، متمایز و متنوع باشد. به همین منظور، بسته به مخاطبان مورد نظر ابزار مختلف با شکل و محتوای مختلفی جهت اعمال قدرت نرم نیازمند است (Hadian & Ahadi, 2009: 95) (ث) قدرت نرم تنها متوجه افکار عمومی خارجی نیست بلکه باید افکار داخلی را نیز تحت نظر داشت. چراکه به قول پوتر، شهرت و نام یک کشور وابستگی نزدیکی به افکار موجود در جامعه نسبت به کشور خود دارد (Rahmani, 2015: 82). از این رو قدرت نرم برای اینکه بتواند بر اذهان مردم سایر کشورها اثر بگذارد در وهله اول باید از سوی نهادها و شهروندان خود مورد قبول واقع شود (Ibid: 83) (ج) در زمینه افکار عمومی نه تنها به آنچه مردم فکر می‌کنند باید توجه داشت؛ بلکه به چرایی اعتقاد داشتن آن‌ها به دیدگاه‌ها خاص نیز باید تأکید داشت (Lynch, 2008: 186) (د) به‌طور کلی در طیف وسیعی از موضوعات تأثیرپذیری‌شان، متناسب با مدرک تحصیلی، شغلی و... متفاوت است. برای مثال بسیاری از موضوعات اقتصاد و تجارت خارجی مورد توجه گروه‌های افکار عمومی و توده نیست. در مقابل موضوعات نظامی و مسائل مربوط به امنیت سیاسی (مانند کنترل تسلیحات، جنگ، اعزام سربازان) بیشتر مورد توجه طیف وسیعی از آحاد جامعه است (Russett and Starr, 2002: 312). روی هم رفته، تحلیل در خصوص افکار عمومی بسیار پیچیده است؛ اما علیرغم پیچیدگی افکار عمومی، نباید آن را نادیده گرفت چراکه نگرشی که مردم به جهان خود دارند نه باتجربه مستقیم بلکه پس از عبور از یک رشته فیلترهای بیرونی شکل می‌گیرد. لذا، شکل دادن به برداشت‌های مخاطبان مورد نظر در تعیین ایستارهای آنان و اینکه انتظار چه رفتار و واکنشی از مردم داریم اهمیت محوری دارد (Parmar & Cox, 2010: 229).

۲-۳-۱-۴- افکار نخبگان: نخبگان اشخاص و گروهی هستند که در نتیجه قدرتی که به دست می‌آورند و تأثیری که بر جای می‌گذارند؛ یا به وسیله تصمیماتی که اتخاذ می‌نمایند و ایده‌ها، احساسات و هیجاناتی به وجود می‌آورند؛ در کنش تاریخی یک جامعه نقش بسزایی دارند این اشخاص خود به دو گروه کلی تقسیم می‌شوند: نخبگان فکری و نخبگان ابزاری (Salehi Amiri and Mohammadi, 2010: 403-404)؛ که در مجموع شامل نمایندگان مردم در قوه مقننه، مجریه، روزنامه‌نگاران، مدیران، سیاست‌مداران، دانشمندان، محققان، رهبران مذهبی و... می‌باشند (Aalam, 2011: 366-367). به‌طور کلی ایجاد یک تصویر مناسب و قوی در اذهان این دسته از مخاطبان که می‌توانند نقش کلیدی را تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری‌های دولت هدف ایجاد کنند از اهمیت برجسته‌ای برخوردار است (Rahmani, 2015: 78). علیرغم اینکه گروهی از اندیشمندان معتقدند مهم‌ترین گروه در سطح نخبگان، رهبران کشورها محسوب می‌شوند (Naeini, 2012: 81) اما به نظر می‌رسد این سطح به حیث اهمیت و اثرگذاری مبتنی بر شرایط مختلف اعم از (موضوع اعمال قدرت،

جایگاه مسئله در سیاست‌گذاری، فوریت مسئله، ساختار قدرت کشور هدف (نظام دموکراسی تا سلطنتی)) و ... به صورت نوسانی دارای اهمیت مضاعف یا کم می‌باشد. چنانکه در برخی از موضوعات و بالأخص در یک کشور دموکراتیک، تأثیرگذاری بر افکار عمومی به اندازه نخبگان، ولو حتی بیشتر دارای اهمیت است؛ زیرا افکار عمومی می‌تواند با ایجاد بستر و فضایی مساعد یا نامساعد برای پیشبرد سیاست‌های خاص بر تصمیمات نخبگان اثرگذار باشند (Nye, 2014:138)؛ اما در مجموع در اجرای قدرت نرم باید ملاحظات و مقتضیات زیادی برای افکار نخبگان در نظر گرفت چراکه برخلاف افکار عمومی، نوع پیام‌هایی که برای متخصصان و نخبگان و... ارائه می‌شود مبتنی بر ادراک و شناخت است ((Hadian & Ahadi, 2009: 95) همچنین برای اقناع این گروه باید بیشتر بر پیام‌های دوطرفه تأکید کرد تا اینکه مخاطب هدف متوجه نشود شما قصد اقناع آن را دارید (Vahedi Fard, 2011: 62). از طرف دیگر در کشورهایی که برفرض مثال از حیث ساختار سیاسی، ایدئولوژیک محورمی باشند جهت برنامه‌ریزی برای اعمال قدرت نرم باید بر ابزاری تکیه کرد که حداقل میزان از حساسیت ایدئولوژیک رهبران جریحه‌دار شود. با این اوصاف آنچه در این بخش مشهود به نظر می‌رسد، پیچیدگی عنصر ذهنی نخبگان هدف است که جهت بهره‌وری مناسب باید به صورت جامع مورد بررسی قرار گیرند؛ چراکه در غیر این صورت، یعنی عدم ارزشیابی مناسب از آن، نه تنها موجب می‌شود قدرت نرم به درستی بر مخاطب هدف اعمال نگردد. بلکه گاه هزینه‌های جبران‌ناپذیری را بر بازیگر عامل وارد خواهد کرد.

۴-۲-۱-۴- ابزار اعمال قدرت نرم

در تخمین اولیه برای اعمال قدرت نرم باید نخست فهمید چه کارت‌هایی داریم؟ در حال انجام چه نوع بازی هستیم؟ و اینکه کدام منابع، بهترین مینا را برای هدایت کردن قدرت در یک شرایط خاص فراهم می‌آورند (Nye, 2010:40) از این رو در اختیار داشتن منابع قدرت برای دستیابی به نتایج مطلوب، به زمینه و مهارت‌های عامل قدرت در تبدیل منابع به نتایج رفتاری بستگی دارد (Saeedi and Moghadamfar, 2014:124) به همین منظور جوزف نای اذعان می‌کند که تبدیل منابع به قدرت تحقق یافته به منظور به دست آوردن نتایج دلخواه نیازمند طراحی راهبردی و مهارت است (Nye, 2010:40) او سه مهارت را در اعمال قدرت نرم ضروری می‌داند: نخست مهارت هوش هیجانی است که به معنای توانایی کنترل احساسات و استفاده از آن‌ها در ارتباط با دیگران می‌باشد. دومین مهارت ایجاد تصویری از آینده است که دیگران را جذب کند و در نهایت، مهارت ارتباطی که خود شامل مهارت‌های بیانی و همچنین توانایی استفاده از ابزارهای ارتباطی می‌شود (Pishgahi Fard et alia; 2015: 15). علیرغم اینکه نای به ویژگی‌های مذکور اشاره دارد اما در حوزه ابزار قدرت نرم، جز دیپلماسی عمومی و همچنین مصادیق اندک به دسته‌بندی خاصی اشاره ندارد. در حقیقت وی در قالب توصیه‌هایی به زمامداران این کشور برخی از این ابزارها از جمله: سرویس اطلاعاتی ملی، آژانس‌های خبری، برنامه‌های تبادل دانشجویی، برنامه‌های آموزشی، فیلم‌ها و... را آشکار می‌سازد؛ اما به‌طور کلی ابزار قدرت نرم جهت بهره‌وری مناسب باید واجد شرایطی باشند از جمله اینکه: این ابزار باید به گونه‌ای مورد بهره‌برداری قرار گیرند که در چارچوب یک روش مسالمت‌آمیز به مخاطبان هدف القا گردند. به عبارت دیگر از آنجاکه قدرت نرم نخست باهدف تسخیر اذهان و قلوب مردمان جوامع دیگر طراحی و اعمال می‌شود، نباید با یک تلقی خصمانه، منفی و سلطه طلبانه در

ذهن مخاطبان همراه باشد (Mousavi Jashni, 2014: 175). همچنین ابزار قدرت نرم باید بر ارزش‌های مشترک، روش‌های صلح‌آمیز مدیریت منازعات و تسهیل همکاری به‌منظور دستیابی به راه‌حل‌های مشترک تأکید داشته باشند با این تفاسیر به نظر می‌رسد می‌توان قدرت نرم را از طریق مجموعه‌ای پیچیده از ابزار اقتصادی، تجاری، فرهنگی، علمی، سیاسی و نظامی و... اعمال کرد (Trunkos & Simonyi, 2014: 24)؛ اما وجود شرایط و مختصات مذکور برای اعمال صحیح قدرت نرم، بیانگر این می‌باشد که محتمل‌ترین ابزار قدرت نرم در سطح دولت‌های ملت پایه، دیپلماسی و اشکال گوناگون آن می‌باشد. به عبارتی با توجه به اینکه دیپلماسی تنظیم روابط بین‌الملل به شیوه مسالمت‌آمیز است و اقناع نیز مهم‌ترین ابزار و دستاورد آن محسوب می‌شود (Hadian & Ahadi, 2009: 88) به نظر می‌رسد که دیپلماسی و اشکال مختلف آن یعنی دیپلماسی عمومی، دفاعی، فرهنگی، علم و فناوری، اقتصادی، رسانه‌ای، ورزشی و... می‌تواند نقش بسزایی را برای اعمال قدرت نرم در سطح بازیگری دولت‌های ملت پایه را ایفا نمایند؛ اما مانند تمام اشکال ارتباطات، مؤثر بودن هرکدام از انواع دیپلماسی بستگی به میزان مقبولیت و مورد اعتماد بودن آن برای مخاطب هدف دارد. به عبارتی هرکدام از آن‌ها منابع مقبولیت یا قابل اعتماد بودن خود را در مکانی کاملاً متفاوت پیدا می‌کنند و برای به ثمر نشستن، نیازمند رابطه ظاهری کاملاً متفاوتی با دولت هدف دارند (Cull, 2008: 28-29) درعین حال لازم به ذکر است که ابزار قدرت نرم تنها به دیپلماسی محدود نمی‌شود. بلکه هر ابزاری که بتواند بستر یک تعامل و ارتباط مسالمت‌آمیز را با مخاطبان هدف فراهم نماید؛ می‌تواند در سطح کشورها و در قدرت نرم به کار گرفته شود.

۵-۲-۱-۴-آثار، حرکات و رفتار بازیگران تحت اعمال قدرت

در چارچوب هستی‌شناسی قدرت، همان‌گونه که فوکو نیز اذعان دارد؛ در برابر یک رابطه قدرت، مجموعه کاملی از پاسخ‌ها، واکنش‌ها، نتایج و... می‌تواند گشوده است (Parmar & Cox, 2010: 83) بر این اساس و مبتنی بر مدل فرایند قدرت نرم؛ اگر قدرت نرم منجر به شکل‌گیری تصویر مثبت از عامل قدرت در ذهنیت مخاطب هدف گردد و به‌طور کلی باعث فراهم آمدن رضایت‌مندی در افکار گردد. انباشت این رضایت‌مندی موجب کسب اعتبار نزد مخاطب شده و ادامه آن باعث باور مخاطب و اعتقاد به تصویر ذهنی مذکور می‌شود و این امر درنهایت موجب می‌شود که اراده و رفتار مخاطب متأثر شود (Seyf et alia, 2013: 28)؛ و مفعول تصمیم بگیرد به شیوه‌ای سازگار با نیت ما عمل کند (Parmar & Cox, 2010: 85) که سلسله این اقدامات را می‌توان به آثار، حرکات و رفتار بازیگران تحت اعمال قدرت تعبیر کرد. به‌طور مصداق یک کشوری سعی می‌کند به حیث علم و فناوری جذاب به نظر برسد تا از کنار این جذابیت اهداف سیاسی، اقتصادی و... خود را پیگیری نماید. طبیعتاً ظرفیت این جذابیت از دانشگاه‌ها و پژوهشکده‌های علمی ممتاز، امکانات تحصیلی و رفاهی، محیط مستعد آموزشی و... محقق می‌شود که از طریق انواع و اشکال دیپلماسی از جمله دیپلماسی علم و فناوری، عمومی، مجازی و... بر اذهان نخبگان علمی کشور هدف تأثیر می‌گذارد. زمانی که این مخاطبان قانع می‌شوند به حیث برخورداری از جذابیت‌های علمی به کشور مزبور مهاجرت نمایند؛ این عنصر قدرت نرم یعنی آثار، حرکات و رفتار بازیگران ترجمه می‌شود.

۶-۲-۱-۴-هدف (تغییر ذهنیت و رفتار مخاطبان هدف)

در هر نوع فعالیتی، هدف اهمیت بسزایی دارد به طوری که بدون هدف مدیریت فعالیت‌های مختلف، بی‌معنی، کم‌تأثیر و بدون جهت است. از این رو اهداف اولاً جهت‌گیری اقدامات را مشخص می‌سازند؛ ثانیاً زمینه هماهنگی فعالیت‌ها را فراهم می‌کنند و ثالثاً شاخص‌ها و ملاک‌های لازم برای تعیین میزان اثربخشی فعالیت‌ها و ارزیابی عملکردها هستند (Naeini, 2012: 495) در همین چارچوب نیز باید عنوان داشت که برخلاف اظهارات اکثریت محققان در قدرت نرم جذابیت هدف غایی نیست؛ بلکه بستری است برای دستیابی به اهداف کلان‌تر. از این رو هدف ابتدایی قدرت نرم، تأثیر بر باورهاست اما هدف ثانویه آن بسیار متنوع است چراکه از قدرت نرم می‌توان برای دستیابی به اهداف مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی، امنیتی و... بسته به نیت کنشگران و پویایی‌های داخلی آن‌ها و... بهره‌برداری کرد؛ اما به‌طور جزئی‌تر از عناصر قدرت نرم می‌توان برای جذب گردشگر، سرمایه‌گذاری خارجی (Gunek, 2018: 256)، شهرت ملی، جذب نخبگان، بهبود فضای امنیتی و... استفاده کرد. به همین منظور نیز برخی از پژوهشگران مدعی می‌شوند که کشورهایی که بیشترین استفاده را از قدرت نرم دارند، برای جذب سرمایه‌گذاری، گردشگران، دانشجویان و استعدادها و همچنین رهبری در موضوعات جهانی مانند پایداری محیط‌زیست یا طرح قوانین و مقررات بین‌المللی، موفق‌تر از سایرین خواهند بود (McClory et alia, 2018: 10) با این اوصاف در قدرت نرم تنها این موضوع اهمیت دارد که یک بازیگر، مبتنی بر چارچوب نظری این قدرت یعنی جاذبه‌نشأت گرفته از منابع یا رفتار مطلوب و با کمک ابزار مسالمت‌آمیز، ذهنیت مفعول را برای اهداف معین، تحت تأثیر قرار داده و رفتار دلخواه خود را از او طلب نماید.

۵-تحلیل و نتیجه‌گیری

از بدو ورود اصلاح قدرت نرم به حوزه آکادمیک، اندیشمندان از جوانب گوناگونی به پژوهش حول این مفهوم مشغول بوده‌اند. بخشی از این تلاش‌ها بر نقد قدرت نرم متمرکز بوده به‌گونه‌ای که اندیشمندان سعی کرده‌اند از زوایای مختلف، نقاط ضعف این مفهوم را آشکار نمایند. علیرغم وجود انتقادات متعدد، به نظر می‌رسد مهم‌ترین نقطه ضعف قدرت نرم، عدم وضوح و شفافیت در بنیاد فلسفی است. این فقدان موجب گردیده که نه تنها در بعد نظری اندیشمندان گهگاه برخی از واژگان را با خلط مفهوم همچون برند ملی، تبلیغات، قدرت فرهنگی، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی عمومی، جنگ نرم، سرمایه اجتماعی و... به جای قدرت نرم قرار دهند. بلکه سران کشورها نیز در بعد سیاست‌گذاری و حضور مؤثر در محیط خارج با مشکل مواجه باشند. با این تفاسیر اگر تصمیم بر این است که تعریفی از قدرت نرم ارائه شود که تا حد امکان از نقاط ضعف مطرح‌شده مبری باشد. باید نخست مفهوم قدرت نرم مشخص گردد و ثانیاً برداشت و تعریف ما از قدرت نرم نیز به‌گونه‌ای باشد که با اصول اولیه و چارچوب نظری ارائه‌شده از سوی نای نیز تناقض نداشته باشد. به همین منظور نگارندگان در این پژوهش مبتنی به روش توصیفی-تحلیلی، نخست ماهیت قدرت نرم را بررسی کرده و سپس به تبیین و تحلیل عناصر این قدرت در سطح دولت‌های ملت پایه‌اهتمام ورزیدند. در همین راستا یافته‌های پژوهش حاکی از این دارد که قدرت نرم یکی از شیوه‌های اعمال قدرت محسوب می‌شود که می‌توان از طریق

چشم‌اندازهای مختلف معرفت‌شناسی به آن نگرینست و نه تنها در فضای سیاست بین‌الملل، بلکه در عرصه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاست داخلی و خارجی، نظامی، علم و فناوری و... قابلیت کاربری را داراست. از طرف دیگر قدرت نرم یک منظومه متشکل از اجزاء مرتبط و متقابل است که در صورتی به نحو صحیح اعمال می‌شود که این اجزاء، مبتنی بر ماهیت تعریف‌شده قدرت نرم، در راستای یک هدف واحد با یکدیگر همکاری نمایند همچنین باید در نظر داشت که قدرت نرم بر پاشنه جذابیت می‌چرخد، از این رو جذابیت، اصل اساسی و افتراق‌انگیز قدرت نرم با سایر شیوه‌های اعمال قدرت محسوب می‌شود به طوری که این ظرفیت نیز می‌تواند از منابع یا سبک‌رفتاری مطلوب یک بازیگر نشأت گیرد. لذا نه تنها ماهیت قدرت نرم در انحصار منابع خاصی قرار ندارد. بلکه هر منبع یا رفتاری که بتواند تولید آرامش، احترام، اعتبار و در یک کلام جذابیت نمایند، تمایل به تولید قدرت نرم خواهند داشت. با این اوصاف در فرایند اعمال قدرت نرم، تعیین شرایط جذابیت و تنظیم دستور کار جذب، گام بسیار ضروری است. مبتنی بر این جزئیات، اگر عناصر قدرت نرم، دست‌کم به محرک‌های جذاب، ابزار، ذهنیت بازیگران، رفتار، آثار و حرکات بازیگران تحت اعمال قدرت محدود شوند. در یک برداشت کلی ماهیت قدرت نرم در سطح دولت‌های ملت پایه عبارت است از: فرایندی که در آن محرک‌ها (منابع مادی و معنوی جذاب یک کشور یا رفتار مطلوب آن) در قالب ابزار مسالمت‌آمیز ارتباطی (انواع و اشکال دیپلماسی) روی افکار جامعه هدف (نخبگان و عامه) تأثیر گذاشته و موجب آثار، حرکات و رفتار و... در راستای تغییر ذهنیت و رفتار جامعه هدف، نسبت به کشور اعمال‌کننده می‌شود.

۶- قدردانی

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از معاونت پژوهشی دانشگاه فردوسی مشهد به خاطر فراهم آوردن امکان انجام پژوهش حاضر تشکر و قدردانی نمایند.

کتابنامه

1. Aalam, A.R. (2011). *The foundations of policy science*. Iran, Tehran: Ney publications [In Persian].
2. Abadis Online Dictionary (2020). *Attractiveness*, Available via: <https://dictionary.abadis.ir/>[In Persian].
3. Afzali, R., Zaki, Y., & Dashti, M.H. (2018). Components of the soft power of the Islamic Republic of Iran and its capacities in the international arena from the perspective of experts. *Quarterly Journal of Political Studies of the Islamic World*, 8(2), 121-142 [In Persian].
4. Ajili, H., & Esmaili Ardakani, A. (2013). National Justice and Security in International Relations: Islamic Approach. *Journal of Strategic Studies*, 16(3), 131-158 [In Persian].
5. Alhoyi Nazari, H., & Mohammadi, A. (2015). Analysis of the Dimensions of the Principle of Goodwill in International Law in the Light of Judicial Procedure. *International Law Review*, 32(53), 99-126 [In Persian].
6. Asgari, M. (2010). A Critical Approach to Soft Power Theory. *Defense Strategy Quarterly*, 8(28), 61-86 [In Persian].
7. Chegnizadeh, GHA., & Seyfi, Y. (2012). The Capacity of International Ideas in Soft Power Production. *Quarterly of Foreign Relations*, 4(3), 203-242 [In Persian].
8. Cull, Nicholas J. (2008). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Iran, Tehran: Faculty and Research Institute of Information and Security Press [In Persian].

9. Daneshnia, F. (2013). The Concept of Power Contraction and Expansion in the Intellectual Framework of J. Nye. *Journal of Contemporary Political Investigations*, 4(3), 67-87[In Persian].
10. Darroodi, F.(2010). Critique Article: A Framework for Providing Useful and Efficient Information. *Monthly of Book of the Month of General*, 13(149), 68-74[In Persian].
11. Darroodi, F.(2014). An Introduction to Types of Criticism and Its Functions. *Book Critique Quarterly*, 1(3-4), 221-234[In Persian].
12. Dehghani Firoozabadi, S.J., & Zolfaghari, M. (2014). British Soft Power Analysis. *Two Quarterly of Soft Power Studies*, 4(11), 79-106. [In Persian].
13. Eltiyaminia, R., & Taqvaeinia, A. (2016). Explaining the role and position of soft power in achieving the goals of domestic and foreign policy. *Quarterly Journal of Political Research in Islamic World*, 6(3), 167-196. [In Persian].
14. Ernst & Young company and The Skolkovo Institute for Emerging Market Studies (2012). Rapid-growth markets soft power index, Available from: <http://www.ey.com/GL/en/Issues/Driving-growth/Rapid-growth-markets-soft-power-index-Soft-power-variables>
15. Esmaili, M.(2017). Homegrown Pattern on Soft Power of the Islamic Republic of Iran, A model for empowering regional actors. *Quarterly of Politics*, 47(4), 853-871. [In Persian].
16. Esmaili, M. (2017). *Homegrown Pattern on Soft Power of the Islamic Republic of Iran, A model for empowering regional actors*. Iran, Tehran: Mokhatab Publishing[In Persian].
17. Farhadi, M., & and Moradian, M. (2008). *Understanding Soft Power; (Looking at the Islamic Republic of Iran), Proceedings of the National Conference on Basij and Soft Power*. Iran, Tehran: Imam Sadegh University Press[In Persian].
18. Fan, Ying (2008). Soft power: Power of attraction or confusion?. *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 4, 147-158
19. Fatahi Ardakani, H., Massoud Nia, H., & Imam Jomehzadeh, S.J. (2018). Analysis of the concept of power and its constituent resources from the perspective of Joseph Nye (Hard, soft and smart). *two quarterly of soft power studies*, 8(18), 130-152[In Persian].
20. Golshanpajoo, M.R. (2012). The Role of the Intelligence Organization in Promoting the Soft Power of the Country. *Journal of Strategic Studies*, 15(2),117-140[In Persian].
21. Gunek, Abdulsamet (2018)A New Type of Soft Power: Country Branding. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 4(1), 252-259
22. Hadian, N., & Ahadi, A. (2009). The Conceptual Position of Public Diplomacy. *Foreign Relations Quarterly*, 1(3), 85-117. [In Persian].
23. Kazemi, A. (2011). Social Justice in the Domestic Policy of the Islamic State from the Perspective of the Holy Quran. *Farhang-e-Pajuhesh Magazine*, 4(10), 1-29 [In Persian].
24. Lynch, M. (2008). *Public Opinion Survey Research and Public Diplomacy*. Iran, Tehran: Faculty and Research Institute of Information and Security Press [In Persian].
25. Mahdavi, A.A., & Naderi Bab Anari, M. (2012) Application of Soft Power From the area of arrogant; Quranic Approach. *Two Quarterly of Political Knowledge*, 7(14), 167-204[In Persian].
26. Mah Pishanian, M. (2011). *A sociological look at the cultural contexts and social contexts of soft war, a collection of selected articles from the soft war conference*. Iran, Mashhad: Zolal Andisheh Publications[In Persian].
27. Mattern, J.B. (2005)Why ‘soft power’ isn’t so soft: representational force and attraction in world politics, Millennium. *Journal of International Studies*, 33(3), 583-612.
28. McClory, J., Koh, L., Neill, K., & Ghosn, H.(2018). *Wales Soft Power Barometer” Measuring soft power beyond the nation-state*. British Council Wales, press: British Council Wales.
29. Mousavi Jashni, S.A.S. (2014). Analytical Pattern of Soft Power of the Islamic Republic of Iran in the Islamic World. *Quarterly of Political Thought in Islam*, 1(1),157-190. [In Persian].
30. Mousavi zare, S.J. (2020). Evaluation of effective variables on soft power and Design of countries soft power measurement model, doctoral dissertation(In the process of compiling), Ferdowsi University of Mashhad. /[In Persian].

31. Naeini, A.M. (2012). *Principles and foundations of soft war*. Iran, Tehran: Saqi Publishing[In Persian].
32. Najm Roshan, S., & Mohammadi Meymand, M. (2017). National Reputation; Concepts, Challenges and Approaches. *Journal of Business Administration Researches*, 9(18), 269-298. [In Persian].
33. Nye, J. (2007). The benefits of soft power. (Baligh, N., Trans.). *Basij Studies Quarterly*, 10(36), 107-115 [In Persian].
34. Nye, J. (2008). *Power in the Global information Age: From Realism to Globalization, Translation: Saeed Mir Torabi*. Iran, Tehran: Research Institute for Strategic Studies[In Persian].
35. Nye, J. (2010). Soft Power: The Means to Success in World Politics. Rouhani S.M. & Zolfaghari, M. Trans.). Iran, Tehran: Imam Sadiq University Press [In Persian].
36. Nye, J. (2014). *The future of power*. (Azizi, A. Trans.). Iran, Tehran: Ney publications [In Persian].
37. Parmar, I., & Cox, M. (2010). *Soft Power and US Foreign Policy, Theoretical, historical and contemporary perspectives*. (Tayyeb, A., Trans.). Iran, Tehran: Strategic Studies Research Institute Press [In Persian].
38. Pishgahi Fard, Z., Farahani, M., & Moblaghi, A. (2015). Presenting a multi- fuzzy decision model to compare the soft power of countries. *Quarterly of World Politics*, 4(3), 7-34. [In Persian].
39. portland Institute (2015). *The Soft Power 30, Global Soft Power Rankings*. (Center for Strategic Studies, Trans.). Iran, Tehran: Center for Strategic Studies Press [In Persian].
40. Qanbarloo, A. (2011). Soft Power Patterns in the Middle East. *Quarterly of Soft Power Studies*, 1(1), 7-36. [In Persian].
41. Rahmani, M. (2015). Public Diplomacy and Foreign Policy. *Quarterly of Strategic Studies of Globalization*, 6(15), 63-89. [In Persian].
42. Russett, B., & Starr, H. (2002). *World Politics: The Menu for Choice*. (Omid, A., Trans.). Tehran: Ministry of Foreign Affairs Printing and Publishing Center[In Persian].
43. Saeedi, R.A., & Moghadamfar, H.R. (2014). Soft Power Resources of the Islamic Republic of Iran. *Two Quarterly of Soft Power Studies*, 4(11). 107-126[In Persian].
44. Salehi Amiri, S.R., & Mohammadi, S. (2010). *Cultural Diplomacy*. Iran, Tehran: qoqnoos Press [In Persian].
45. Seyf, A.M. (2011). Conceptualization of Soft Economic Power of the Islamic Republic of Iran. *Quarterly of Afaq Amniyat*, 4(11), 5-38[In Persian].
46. Seyf, A.M., Eftekhari, A., Ezzati, M., & Ramezani, M.T. (2013). Conceptualism of Soft Economic Power: Development of Conventional Soft Power Theory in Economics. *Basij Strategic Studies Quarterly*, 6(58), 5-36[In Persian].
47. Shakeri Kho'e, E. (2013). Cultural confrontation and soft power in the relations between the Islamic Republic of Iran and the United States of America. *Journal of Islamic Revolution Studies*, 10(32), 167-186. [In Persian].
48. Simonyi, A., & Trunkos, J. (2014) *Spectral Power: Eliminating the Hard/Soft Power Dichotomy*. Smarter Power Working Paper Series, Center for Transatlantic Relations Johns Hopkins University
49. Soleymani, A. (2016). A problem called Attraction, published on a personal blog, Recovered: 21 September 2016, Available via: <https://ibehtar.ir/>[In Persian].
50. Tracy, B., & Arden, R. (2009). *The Power of Charm*. (Malmir, Kh., Trans.). Iran, Qom: Ashkzar Publishing[In Persian].
51. Vahedi Fard, S. (2011). *Evaluation of Immunization Theory in Persuasive Soft War, a collection of selected articles from the soft war conference*. Iran, Mashhad: Zolal Andisheh Publications [In Persian].
52. Vuving, A.L. (2009). *How soft power works*. Paper presented at the American Political Science Association annual meeting Toronto, September 3, 2009,

53. Website of Hi doctor Journal (2017). Definition of Attractiveness from a Psychological Perspective, Recovered: 23 June 2017, Available at: <https://www.hidoctor.ir/256323>
54. Yousefi, J. (2008). *A Comparative Study of Soft Power*. in Islamic Discourse and Liberal Democracy, Proceedings of the National Conference on Basij and Soft Power. Iran, Tehran: Imam Sadegh University Press[In Persian].
55. Zakarian, M., & Emadi, S.R. (2015). Analysis of Al-Jazeera Media's Performance in Strengthening Qatar's Soft Power. *Journal of Strategic Studies*, 18(67), 69-96[In Persian].

