

مدل تبدیل شدن گفتمان به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل

حسن بشیر *

جاسم نعمت‌نیا **

چکیده

با توجه به اهمیت روزافزون عرصه ارتباطات بین‌الملل و کنش‌های جاری در آن به عنوان ابزار مهم دیپلماسی عمومی، آشنایی با این عرصه و عوامل تأثیرگذار بر آن، حیاتی و استراتژیک است. «گفتمان» به عنوان مبنایی مطالبه‌گر و فراگیر، توان تبدیل شدن به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل را دارد. هدف مقاله حاضر، رسیدن به مدل تبدیل شدن گفتمان به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل است. در این مقاله به طور مشخص با این سؤال مواجه بودیم که یک گفتمان با چه ویژگی‌هایی و پس از طی چه مراحل به اثرگذاری بر ارتباطات بین‌الملل، دست می‌یابد؟

* دانشیار دانشگاه امام صادق (ع) (bashir@isu.ac.ir).

** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشکده صداوسیما

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۲/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۴/۱۵

فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل، دوره نخست، شماره هفتم، بهار ۱۳۹۲، صص ۱۴۷-۱۱۳.

در این تحقیق تحول گفتمان و مفاهیم مرتبط با روش کتابخانه‌ای و تاریخی، بررسی شده و به یافته‌های تحقیق پیرامون مدل مورد نظر انسجام داده شده است، با این فرضیه که گفتمان باید سازگاری فرهنگی، هویتی و سطحی از فراگیری داشته باشد تا بتواند به کنش‌های ارتباط بین‌الملل تبدیل شود. در مدلی که در این زمینه به دست آمد، نشان داده شده است که چگونه گفتمان باید مسیری طولانی از دل ارزش‌ها، فرهنگ، هویت ملی و منافع ملی طی کند تا پس از جرح و تعدیل، به کمک پشتیبان‌ها به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل تبدیل شود. همچنین با ارائه تعاریف و شرایط این فرایند پیچیده، از نقطه آغاز تا آخر، نحوه این فرایند تشریح شده و گفتمان مناسب برای تبدیل شدن به کنش ارتباطات بین‌الملل مشخص شده است. در پایان هم تلاش بر این بوده است که چگونگی بهره‌برداری از این مدل، برای تولید و پرورش گفتمانی مناسب جهت ایفای نقش در صحنه بین‌المللی ارائه شود.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات بین‌الملل، گفتمان، کنش‌های ارتباطات بین‌الملل، مدل تبدیل.

مقدمه

ارتباطات بین‌الملل در دنیای مدرن کنونی، نقشی بسیار سرنوشت‌ساز و حیاتی بر عهده دارد و بسیاری از کشورها به دنبال استفاده از این ارتباطات در راستای منافع ملی خود هستند. با مطرح شدن عرصه‌های نوین دیپلماسی عمومی در حوزه قدرت نرم (نای^۱، ۱۳۸۹: ۸۵) که از رویکردهای اصلی ارتباطات بین‌الملل است، نقش گفتمان به عنوان چالش‌های گفتاری فراگیر و مورد توجه، در دیپلماسی عمومی بسیار برجسته و قابل توجه شده است. گرچه بر سر تعریف دقیق مفاهیم این حوزه بحث و جدل فراوان است، اما نحوه دقیق تأثیر و نقش گفتمان در دیپلماسی عمومی و در نهایت ارتباطات بین‌الملل، کمی مبهم و ناواضح به نظر می‌رسد و تاکنون مدلی برای نحوه تبدیل شدن گفتمان به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل ارائه نشده است. واضح است که ارتباطات بین‌الملل متشکل از مجموعه‌ای از کنش‌ها است (معمدنژاد، ۱۳۸۹: ۴۸). اما اینکه این کنش‌ها چقدر از گفتمان ناشی می‌شوند، مبهم است. به عبارت دیگر چه گفتمان‌هایی به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل تبدیل می‌شوند و تحت چه شرایط و فرایندی هستند، تا اندازه زیادی بر ما پوشیده است؛ بنابراین سؤال اصلی تحقیق که تلاش خواهد شد مدلی در تبیین آن ارائه شود، عبارت است از: بر اساس چه مدلی یک گفتمان به کنشی در ارتباطات بین‌الملل تبدیل می‌شود؟

امروزه ارتباطات بین‌الملل، نقشی بی‌بدیل را در عرصه جهانی برای پیشبرد اهداف سیاسی کشورها بر عهده دارد و تعاملات مبتنی بر این عرصه، بسیار هوشمندانه و حساس طراحی شده است. با توجه به حساسیت این عرصه، عدم

1. Nye

شناخت عوامل تأثیرگذار در نحوه و شکل ارتباطات مزبور، می‌تواند ضررهای جبران‌ناپذیری به بازیگران این عرصه وارد کند (نای، ۱۳۸۹: ۲۸). امروزه دیگر دوران لشکرکشی‌های سخت‌افزارانه و استعمار مستقیم به پایان رسیده و این دیپلماسی عمومی است که عرصه را برای نفوذ و پیشروی کشورها، حتی در هزاران کیلومتر دورتر از مرزهایشان فراهم کرده است؛ بنابراین قدرتمند بودن در عرصه ارتباطات بین‌الملل، اقتدار نرم‌افزاری کشورها را افزایش داده است. یکی از ابزارهای این عرصه، گفتمان است که همواره نقشی پررنگ در شکل‌گیری کنش‌های ارتباطات بین‌الملل دارد.

افزون بر سؤال اصلی این مقاله که به دنبال مدل و فرایندی است که یک گفتمان را تبدیل به کنشی در ارتباطات بین‌الملل می‌کند، چندین سؤال فرعی وجود دارند که به دلیل اهمیت و ارتباط آنها با اصل بحث، تلاش شده است به آنها پاسخ داده شوند.

□ گفتمان چیست و چگونه شکل می‌گیرد؟
□ کنش‌های ارتباطات بین‌الملل چه نوع کنش‌هایی هستند؟
□ چه نوع گفتمانی قابلیت تبدیل شدن به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل را دارد؟

□ نقش مدل در یک فرایند چیست؟
برای پاسخ به سؤالات بالا، فرضیاتی نیز وجود دارند که به شرح زیر هستند.
□ در تبدیل شدن یک گفتمان به یک کنش در ارتباطات بین‌الملل، یک مدل دوطرفه و رفت‌وبرگشتی وجود دارد؛
□ گفتمان متفاوت با گفت‌وگو است و هر گفت‌وگویی را نمی‌توان گفتمان نامید.

□ همه گفتمان‌ها قابلیت تبدیل شدن به کنش ارتباطات بین‌الملل را ندارند.
هدف اصلی این تحقیق درنهایت، شناخت بیشتر و بهتر از ابزارهای مؤثر در عرصه ارتباطات بین‌الملل و ازاین طریق، استفاده از این ابزارها برای تعامل بهتر در عرصه بین‌الملل است تا از این طریق و با کاهش هزینه اشتباه و خطا، بتوانیم هوشمندانه‌تر در عرصه ارتباطات بین‌الملل عمل کنیم و بستری مناسب برای پیشبرد

سیاست‌های کلان نظام دیپلماتیک کشور را مهیا سازیم؛ زیرا «ارتباطات بین‌المللی در جهانی که وابستگی، تعامل، هم‌جواری و تماس بین‌المللی و بین فرهنگی فزاینده، جزء دستور کار روزمره شده، امری واجب و گریزناپذیر است» (سمتی، ۱۳۸۸: ۲۹). همچنین در این رابطه، اهداف جزئی‌تری همچون شناسایی فاکتورهای مؤثر در تبدیل شدن گفتمان‌ها به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل و کنترل بهتر فضای رسانه‌ای نیز مد نظر است.

۱. تعریف مفاهیم

برای رسیدن به مفاهیمی مشترک و قابل انتقال به دیگران لازم است که تعاریف قابل استناد از مفاهیم به‌کارگرفته‌شده داشته باشیم. با توجه به فرایند این مقاله، اصطلاحات را در دو بخش تعریف می‌کنیم، در بخش اول به تعریف برخی اصطلاحات عام مدل، پرداخته می‌شود و در توضیح هر مرحله مدل نیز به تعریف مفاهیم خاص آن بخش پرداخته خواهد شد تا به درک بهتر مراحل کمک کند؛ بنابراین در بخش اول به تعریف سه مفهوم اصلی، گفتمان، ارتباطات بین‌الملل و کنش می‌پردازیم و در هر مرحله نیز به تعریف اصطلاحات مربوط مانند ارزش‌ها، فرهنگ، هویت و منافع ملی می‌پردازیم.

۱-۱. گفتمان

اصلی‌ترین مفهوم این تحقیق «گفتمان»^۱ است که نقشی محوری در این تحقیق دارد. برای گفتمان تعاریف زیادی برشمرده شده است که هر کدام از منظری خاص به توضیح این مفهوم پرداخته‌اند که خود بیانگر اهمیت گفتمان است، از جمله این تعاریف:

«مفهوم گفتمان، امروزه به صورت یکی از مفاهیم کلیدی و پرکاربرد در تفکر فلسفی، اجتماعی و سیاسی مغرب‌زمین در آمده و با مفاهیمی چون سلطه، زور، قدرت، مهاجرت، نژادپرستی، تبعیض جنسی، نابرابری قومی و غیره عجین شده است» (فرکلاف^۲، ۱۳۸۹: ۱۰). در تعریفی دیگر پیچیدگی

1. Discourse
2. Fairclough

و ابهام این مفهوم بیشتر نمایان شده است: «اکنون گفتمان به واژه‌ای مبهم و گاه بی‌معنا بدل شده است که حتی زمانی که آن را با دقت به کار می‌برند، در هر بستری، معنایی متفاوت دارد» (یورگنسن^۱ و فیلیپس^۲، ۱۳۸۹: ۱۸) که این ابهام گفتمان، کار ما را دشوارتر می‌کند، همین نویسندگان در ادامه، گفتمان را این‌گونه تعریف می‌کنند: «شیوه‌ای خاص برای سخن گفتن درباره جهان و فهم آن یا فهم یکی از وجوه آن» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۱۹). ون دایک نیز که از صاحب‌نظران مهم عرصه گفتمان است، این‌گونه به تشریح گفتمان می‌پردازد: «گفتمان رویدادی ارتباطی است اعم از محاوره، حرکات بدن، کنش متقابل و متن که در بافت مشخصی اتفاق می‌افتد. گفتمان برای ون دایک زبان در بافت است» (کلانتری، ۱۳۹۱: ۲۴).

با توجه به تعاریف مختلف گفتمان که مجال نقل همه آنها در این مقاله نیست، برای گفتمان تعریف زیر پیشنهاد می‌شود:

«گفتمان) چالش‌های گفتاری متأثر از منابع خاص، با سطحی از فراگیری و مطالبه‌گری که منجر به بروز رفتارهای متأثر از آن چالش‌ها شده است».

برای توضیح بیشتر این تعریف باید گفت که منظور از چالش‌های گفتاری همان مباحث و گفت‌وگوهایی است که ممکن است به شکل و نحوه بیان خاص یا با ادبیات گفتاری طیفی خاص یا گفتار منبعی خاص در جامعه بروز یافته و مورد توجه قرار گرفته باشد. در دنیای رسانه‌بنیان کنونی، همواره شاهد برجسته شدن سخنان و گفت‌وگوهای خاصی هستیم که برخی به‌زودی فراموش می‌شوند و بعضی نیز پایدارند و با استفاده از ابزارها و روش‌های گوناگون خود را فراگیر می‌کنند و بر هواداران خود می‌افزایند.

چالش‌های گفتاری را می‌توان در سطوح و لایه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی رصد و ریشه‌های فرهنگی اجتماعی برای آن ترسیم کرد؛ از اقشار فرودست و فقیر تا اقشار بالادست و متمول، هیچ محدودیتی برای تولید چالش‌های

1. Jorgensen
2. Phillips

گفتاری وجود ندارد؛ تاجایی که این امر حتی وابسته به سواد و دانش آکادمیک هم نیست و افراد به اصطلاح کوچه‌بازاری هم توانایی تولید چالش‌های گفتاری متناسب با خود را دارند؛ هرچند که این چالش‌های گفتاری تولیدشده در میان عوام، شاید ماندگاری و پایداری گفتمان‌های باقوام‌تر تولیدشده توسط محافل علمی‌تر یا قدرتمندتر را نداشته باشد.

رسانه‌ها در این برهه از حیات اجتماعی بشر، نقش پررنگی در شکل‌دهی و تقویت این چالش‌های گفتاری دارند و گاه، گفتمان‌هایی را بدون داشتن هیچ متولی واقعی، آن‌چنان برجسته و پررنگ می‌کنند که قسمت عمده‌ای از جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند. اکنون لازم است به این بحث پرداخته شود که پس از شکل‌گیری این چالش‌های گفتاری، چه فاکتورهایی برای تکمیل شکل‌گیری گفتمان مورد نیاز است؟

همان‌گونه که در تعریف بیان‌شده، «منابع خاص»، نقش به‌سزایی در شکل‌گیری گفتمان‌ها دارند و اصولاً گفتمان‌ها همان چالش‌های گفتاری منابع خاص هستند، این منابع خاص شامل هر منبعی است که توانایی تولید یا سازمان‌دهی گفتارهای چالش‌برانگیز را داشته باشد، یعنی بتوانند مباحث و گفت‌وگوهایی را مطرح کنند که بحث‌برانگیز و طرف‌دار یا مخالف‌برانگیز باشد، یا به صورتی کلی توجه را جلب کند، این منابع یا با استفاده از پایگاه و موقعیت خود، یا با استفاده از نحوه و شرایط بیان گفتار، یا با توجه به مفهوم و مایه گفتار به هدف خود می‌رسند و توجه را به گفتار مورد نظرشان برمی‌انگیزانند، خواه این توجه مثبت و هوادارانه باشد و خواه منفی و مخالفت‌گونه، یا حتی فارغ از سوگیری و تحلیل‌گرانه باشد، آنچه مهم است نفس توجه‌برانگیز بودن است. با توجه به این توضیحات می‌توان منابع خاص در تعریف گفتمان را از رهبران فکری و اجتماعی تا اساتید دانشگاه‌ها و ارباب رسانه و سوپرستارهای هنری و ورزشی تا لیدرهای باندهای خلاف، در طیفی بسیار گسترده برشماریم.

سومین فاکتور در تعریف گفتمان، سطح فراگیری است که امری حیاتی برای شکل‌گیری گفتمان است. سطح فراگیری بسته به حوزه گفتاری می‌تواند متفاوت باشد. گاهی با فراگیری محلی هم گفتمان شکل می‌گیرد، اما به طور عمده

گفت‌وگوهای چندنفره و غیرمنتشرشده در رسانه، خارج از گفتمان هستند. در سطح فراگیری، هرچه تعداد و کمیت مورد توجه قرار گرفتن چالش گفتاری بیشتر باشد، در شکل‌گیری گفتمان مؤثرتر است؛ برای همین از انتشار رسانه‌ای سخن به میان می‌آید که به‌نوعی بیانگر حداقل توجه در این فراگیری است.

چالش‌های گفتاری در این سطح، هنوز نمی‌توانند گفتمانی باشند که بر ارتباطات بین‌المللی تأثیر بگذارد، مثلاً مناظره دو شخصیت علمی در مورد یک موضوع که حتی ممکن است انعکاسی جهانی هم داشته باشد یا خبرهای توصیفی از وقایع عادی روزمره، هیچ‌کدام گفتمانی مؤثر بر ارتباطات بین‌الملل نیست، بلکه گفتمان باید سطحی از مطالبه‌گری هم داشته باشد. این مسئله را در بسیاری از گفتمان‌های فرهنگی و اجتماعی به‌وضوح مشاهده می‌کنیم؛ مثلاً گفتمان عدالت‌طلبی، اقتصاد مقاومتی، مهرورزی یا گفت‌وگوی تمدن‌ها، همه‌وهمه به‌نوعی طالب و خواستار چیزی هستند و این مطالبه از طرز فکر تا تولید صنعتی می‌تواند متفاوت باشد، اما به‌رحال رفتار یا عمل یا تفکری را از مخاطب خود می‌خواهد و مطالبه می‌کند.

آخرین عامل در تعریف گفتمان، بروز رفتار متأثر از چالش گفتاری است. سنجش این عامل، بسیار دشوار و در برخی حوزه‌ها انتزاعی است، اما غیرقابل‌سنجش هم نیست. در ساده‌ترین شکل، چالش‌های گفتاری که منجر به بروز رفتار خاص می‌شوند و ارتباط بین رفتار و چالش گفتاری را مشخص می‌کنند، از نمودهای بارز گفتمان هستند؛ مثلاً گفتار امام خمینی (ره) در مورد لزوم تشکیل ارتش بیست میلیونی از جوانان که به شکل‌گیری سریع بسیج در آغاز انقلاب اسلامی منجر شد، (صحیفه امام، ۱۳۷۸: ۱۲۲) از بارزترین گفتمان‌های انقلابی کشور ما بود که رابطه مستقیم چالش گفتاری و رفتار متأثر از آن را روشن ساخت. به‌رحال رفتار می‌تواند از تحلیل تا واکنش تا مخالفت، متفاوت باشد.

۲-۱. ارتباطات بین‌الملل

در این موضوع خاص که همان گفتمان‌های مؤثر بر کنش‌های ارتباطات بین‌الملل است، تعریف و نقش ارتباطات بین‌الملل حائز اهمیت است؛ بنابراین به تعریف

مختصری از ارتباطات بین الملل نیز می‌پردازیم. «ارتباطات بین الملل عبارت از جریان‌های ارتباطی است که به مرزهای سیاسی، جغرافیایی و نژادی خاصی محدود نمی‌شوند و فرایند ارتباط را در سطح جهان، بر اساس قراردادهای، قوانین و حقوق بین الملل ممکن می‌سازند» (زورق، ۱۳۸۶: ۱۴۴). در توضیحی مختصر پیرامون ارتباطات بین الملل این تعریف نیز آمده است:

«این ارتباطات، از لحاظ تاریخی یک دوره زمانی بسیار طولانی را از زمان ایجاد برج‌های مخصوص برافروختن آتش برای ارتباطات دور و تأسیس نظام پستی منظم انتقال پیام‌های مکتوب توسط داریوش بزرگ در ایران (سال‌های ۵۲۲ تا ۴۸۶ پیش از میلاد) تا زمان اختراع تلگراف برقی... و اختراعات جدید مربوط به ارتباطات تلفنی و رادیویی و تلویزیونی و اینترنتی در بر می‌گیرد و از جنبه موضوعی، ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی را شامل می‌شود» (معمد نژاد، ۱۳۸۹: ۲۱).

ارتباطات بین الملل پس از مطرح شدن قدرت نرم توسط جوزف نای اهمیتی دوچندان یافت. نای در تعریف قدرت نرم می‌گوید: «قدرت نرم عبارت است از توانایی کسب مطلوب از طریق جاذبه، نه از طریق اجبار یا تطمیع. قدرت نرم از جذابیت فرهنگ، ایدئال‌های سیاسی و سیاست‌های یک کشور ناشی می‌شود» (نای، ۱۳۸۹: ۲۴). بر اساس این تفکر، سیاست‌های جدیدی شکل گرفت که بدون مداخله مستقیم نظامی و اشغال کشورها، با به‌کارگیری مجموعه‌ای از فاکتورها و با پشتوانه دستگاه دیپلماسی، اقدام به کسب منفعت می‌کرد و بسیاری از این سیاست‌ها در بستر ارتباطات بین الملل عملیاتی شد.

به‌طور کلی اندیشمندان این رشته، ارتباطات بین الملل را روابط میان کشورها، نه تنها از کانال دولت‌ها، بلکه از طریق دیگر بازیگران این عرصه نیز همچون رسانه‌ها و مردم و شرکت‌های بین المللی می‌دانند. در این عرصه تعاملات بین کشورها را خود مردم و دولت و رسانه‌ها در کنار هم شکل می‌دهند، همچون تبادلات رسانه‌ای یا شبکه‌های اجتماعی.

۳-۱- کنش

کنش^۱ هر عملی است که در یک رابطه انجام می‌گیرد، چه رابطه فرد با فرد و چه رابطه فرد با محیط. هربرت مید^۲ کنش را این‌گونه تعریف می‌کند: «فرایندی چهارمرحله‌ای که شامل تکانه، ادراک، دستکاری و اقدام است» (ریتزر^۳ و گودمن^۴، ۱۳۹۰: ۳۰۲). این مراحل به طور خلاصه، بیانگر تحریک توسط یک عامل یا نیاز، بررسی جوانب و راه‌های انتخاب یا جواب، آماده‌سازی پاسخ یا واکنش و اقدام است. واضح است که این کنش می‌تواند برخاسته از صحبتی کوتاه باشد تا ساختن بنایی عظیم یا حمایت‌های جهانی از گفتمان‌های مختلف. در تعریف مفصلی که از کنش اجتماعی بیان شده است، بهتر با این مفهوم آشنا می‌شویم. کنش‌های اجتماعی مجموعه رفتارهایی هستند که یک فرد با هدف خاص در رابطه با دیگران انجام می‌دهد، ویژگی این کنش، وجود دیگری و رفتارهای معطوف به دیگران است... این دیگری ممکن است یک فرد یا یک گروه یا یک اجتماع شهری یا روستایی، یک ملت یا حتی جامعه جهانی باشد. از آنجایی که کنش اجتماعی دیگران را نیز شامل می‌شود، آنها را تحریک مثبت یا منفی می‌کند و آنها در اثر این تحریک، واکنش نشان می‌دهند (حسینی، ۱۳۸۹: ۴۸).

همان‌گونه که در تعریف بالا مشاهده می‌کنیم، کنش‌های اجتماعی را می‌توان با تعمیمی گسترده به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل تبدیل کرد. به این صورت که آن را «مجموعه رفتاری بدانیم که یک بازیگر عرصه ارتباطات بین‌الملل، با هدف خاص در ارتباط با دیگر بازیگران این عرصه انجام می‌دهد». این مقاله به دنبال رصد کردن نحوه تأثیرگذاری گفتمان‌ها در ارتباطات بین‌الملل است؛ بنابراین، کنش‌ها را در این عرصه می‌توان از نحوه انعکاس اخبار در رسانه‌ها تا محتوای ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفت؛ به‌ویژه ارتباطات جاری در حوزه رسانه‌ها، از شبکه‌های تلویزیونی و سایت‌های خبری و اطلاعاتی تا شبکه‌هایی مانند فیس‌بوک و توییتر و گوگل پلاس و اخیراً هم شبکه‌هایی نوپا با رشدی روزافزون از قبیل واتس‌آپ^۵،

1. Act

3. Ritzer

5. What's App

2. Herbert Mead

4. Goodman

وی چت^۱، تانگو^۲، وایبر^۳، و نیم بوز^۴. تمام ارتباطات و تماس‌ها در این شبکه‌ها و بسترها، نوعی کنش ارتباطات بین‌الملل هستند؛ برای مثال در برنامه «وی چت» که مخصوص موبایل است و کاربران آن را افراد عادی از خاورمیانه و آسیای شرقی تشکیل می‌دهند، امکان ارتباط و گفت‌وگوی تصویری از طریق وب‌کم نیز وجود دارد. در قالب این برنامه، گفت‌وگوها و مباحث متنوعی صورت می‌گیرد که از نمودهای بارز کنش‌های ارتباطات بین‌الملل است.

۲. بررسی مدل پیشنهادی

۱-۲. اولین مرحله

اکنون که تاحدودی مرزهای گفتمان برشمرده و محدوده آن مشخص و مقصود از ارتباطات بین‌الملل و کنش هم روشن شد، در اولین حلقه زنجیره مدل پیشنهادی، گفتمان قرار می‌گیرد.

در ابتدا باید دید چه گفتمان‌هایی قابلیت بروز به عنوان کنش‌های ارتباطات بین‌الملل یا قدرت تأثیر بر این کنش‌ها را دارند. همان‌گونه که قبلاً گفته شد، گفتمان در ابتدای زنجیره و مدل پیشنهادی قرار دارد، اما چه گفتمانی؟ آیا هر گفتمانی می‌تواند در زنجیره تولید یا تأثیر بر کنش ارتباطات بین‌الملل قرار گیرد؟

پاسخ به این سؤال منفی است، چون برای اینکه گفتمانی پس از شکل‌گرفتن، بتواند در این چرخه قرار گیرد باید سه شرط اصلی را داشته باشد:
اول: منبع و متولی توانمند داشته باشد.

گفتمان را با منادی و متولی آن می‌شناسند؛ بنابراین متولی توانمند می‌تواند برای گفتمان خود اعتبار کسب کند و در پیشبرد گفتمان خود موفق‌تر باشد. در این رابطه سه دسته منبع برای گفتمان می‌توان مشخص کرد:

الف. مکاتب و ایدئولوژی‌های دینی - فکری (مانند گفتمان‌های عدالت‌محوری اسلام یا مهرورزی بودایی)؛

ب. شخصیت‌های خاص و رهبران و سوپرستارها و طبقات یا اقشار خاص

1. Wechat
3. Viber

2. Tango
4. Nimbuzz

اجتماعی (مانند گفتمان حمایت از مظلومان/امام خمینی (ره) یا گفتمان جنبش ۹۹ درصدی وال استریت در امریکا)؛

ج. فراوانی تکرار و هواداران (مانند گفتمان حقوق بشری و حفاظت از محیط‌زیست).

همان‌گونه که در مثال‌ها هم می‌بینیم، هریک از این گفتمان‌ها منبع و متولی خاص خود را دارند و وجود این متولیان، از عوامل اصلی پیشتازی آنها در ارتباطات بین‌الملل بوده است.

دوم: گفتمان باید قابلیت طرح بین‌المللی داشته باشد.

قابلیت برخورداری از طرح بین‌المللی از آن نظر اهمیت دارد که رویکرد اصلی در این بحث، شگل‌گیری گفتمان در حوزه ارتباطات بین‌الملل است، در غیراین صورت، در حوزه‌های دیگر شاید گفتمان بدون این عامل نیز کاربرد داشته و مهم باشد. طرح بین‌المللی یعنی اینکه در حوزه بین‌الملل فهمیده شود و برای بازیگران بین‌الملل مهم باشد. مانند گفتمان «بیداری اسلامی» که رهبر انقلاب در سال ۱۳۶۶ در سخنرانی خود در سازمان ملل مطرح کرده بودند (سخنرانی رهبر انقلاب در سازمان ملل، ۱۳۶۶/۶/۳۱) و به دنبال وقوع انقلاب‌های مردمی اخیر در خاورمیانه و شمال آفریقا دوباره این تعبیر را به کار بردند که بیانگر انتظارات و مطالبات کشور ما بر اساس ماهیت مردمی و اسلامی انقلاب‌ها است و در سطح بین‌المللی نیز فهمیده می‌شود و به آن اهمیت داده می‌شود. در اینجا نمی‌توان گفتمان رایج در حوزه محدود محلی را به عنوان گفتمان تأثیرگذار بر کنش‌های ارتباطات بین‌الملل مطرح سازیم.

سوم: توان جلب افکار عمومی جهانی را داشته باشد، به طوری که به صورت گسترده به آن پرداخته شود.

گاهی یک گفتمان منبع و متولی توانمند و طرح بین‌المللی دارد، اما توانایی جلب هوادار در افکار عمومی جهانی را ندارد و چه بسا مخالفت‌های جهانی را نیز علیه خود برمی‌انگیزاند، همانند گفتمان نازی‌ها در جنگ جهانی دوم که سبب شکل‌گیری جبهه متفقین علیه آلمان‌ها شد؛ بنابراین، گفتمان باید پتانسیل مقبولیت

بین‌المللی داشته باشد تا بتواند بر کنش‌های ارتباطات بین‌الملل مؤثر واقع شود. همان‌گونه که نای هم اشاره می‌کند «سیاست‌هایی که ارزش‌های مهمی را ارائه می‌کنند، در صورتی که این ارزش‌ها مشترک هم باشند، احتمال جذبشان بیشتر است» (نای، ۱۳۸۹: ۱۲۵). البته لزومی ندارد این مقبولیت همگانی باشد، بلکه بسته به منافع و هدف متولی گفتمان می‌تواند در جمعی از محافل بین‌المللی مقبول باشد.

۲-۲. دومین مرحله

«ارزش» در دومین حلقه از مدل پیشنهادی پس از گفتمان قرار می‌گیرد. در فرهنگ لغت علوم اجتماعی ارزش معادل (value) ترجمه شده است (شکاری و معصوم، ۱۳۸۹: ۵۸۷). ارزش را می‌توان چنین تعریف کرد:

«برخلاف مفهوم باور که توصیف‌کننده آن چیزهایی است که هست، ارزش توصیف‌کننده آن چیزهایی است که باید باشد. به عبارت ساده‌تر، ارزش ایده‌های متداول و رایجی است، درباره اینکه چه چیز درست است و چه چیز نادرست. ارزش‌ها بسیار انتزاعی، کلی، و معیارهای مشترک برای قضاوتند» (عضدانلو، ۱۳۸۶: ۳۲). همان‌گونه که می‌بینیم، ارزش نیز مفهومی انتزاعی است که تعریف دقیق آن محل مناقشه است. مایرزا در کتاب پویایی روابط انسانی، ارزش‌ها را این‌گونه تعریف کرده‌اند:

«ارزش‌ها ادراکات نسبتاً پایداری هستند از ماهیت خوب یا بد اشیا یا اهمیت نسبی که در مورد اشیا، افراد و رویدادها در زندگی قائل هستید» (مایرزا^۱ و مایرزا، ۱۳۸۳: ۱۶۹). باز هم می‌بینیم که ارزش‌ها نیز مدل‌های سیال دارند و به‌درستی معین نشده‌اند. در تعریفی دیگر، ارزش این‌گونه به تعریف درآمده است: «مراد از ارزش، معیارهای مشترک فرهنگی است که بر اساس آن ربط اخلاقی، زیبایی‌شناسی یا شناخت موضوعات، نگرش‌ها، آرزوها و نیازها را می‌توان با هم مقایسه کرد و مورد داوری قرار داد» (گولد^۲ و کلوب^۳، ۱۳۷۶: ۴۸). آخرین تعریفی که از ارزش‌ها در اینجا آورده می‌شود، بدین صورت است: «ارزش‌ها معیارهای خوبی، زیبایی و

1. Myers
3. Clup

2. Gould

مطلوبیت هستند که به عنوان چراغ راه برای زندگی اجتماعی عمل می‌کنند؛ به عبارت دیگر ارزش‌ها تعیین‌کننده نحوه برخورد افراد هستند» (porter & mc 2009: 25).
(samovar & danil).

ارزش‌ها به این دلیل در حلقه دوم مدل پیشنهادی قرار می‌گیرند که واسطه بین گفتمان و فرهنگ هستند. گفتمان زمانی که قوام یافت، باید برای اثرگذاری بر کنش‌های ارتباطات بین‌الملل، رابطه خود را با «ارزش» مشخص کند. گفتمان‌هایی در این حوزه می‌توانند مؤثر واقع شوند که منطبق بر ارزش‌های جامعه یا متولیان‌شان باشند. گفتمان در ترازوی ارزش‌ها است که سنجیده می‌شود و پس از گذر از این فیلتر است که می‌تواند داعیه تأثیرگذاری داشته باشد، وگرنه چه‌بسا گفتمان‌هایی که به صورت فراگیر مطرح شده‌اند، اما به علت عدم تطابق با ارزش‌ها، بسیار زود به دست فراموشی سپرده شده و به بازیگرانی بی‌نقش در عرصه ارتباطات بین‌الملل تبدیل شده‌اند. نمونه بارز این گفتمان‌ها، مدرنیزه کردن ایران در دوران رضاشاه است که بسیاری از مظاهر آن از جمله کشف حجاب، برخلاف ارزش‌های متداول جامعه بود و در نهایت حکومت و ادار به عقب‌نشینی شد و نتوانستند از ایران نیز همانند ترکیه جامعه‌ای لائیک بسازند و در مراودات بین‌المللی ایران را به عنوان الگوی مدرنیته غربی به دیگر کشورهای منطقه معرفی کنند؛ زیرا در ارتباطات بین‌الملل نقش ارتباطات فردی در قالب توریسم و شبکه‌های بین فردی و رسانه‌ها، بسیار پررنگ است و ملت‌های دیگر، مهاجرت و مقاومت ملت ایران در برابر گفتمان مدرنیزاسیون رضاشاه را می‌دیدند؛ گفتمانی که توان ایفای نقش و تأثیر در عرصه ارتباطات بین‌الملل را نداشت. با توجه به این مثال و نمونه‌های دیگر می‌توان به این نتیجه رسید که راه اثرگذاری گفتمان‌ها در عرصه ارتباطات بین‌الملل از دل نظام ارزشی و تطابق با نظام ارزشی می‌گذرد، هرچند نباید از این نکته هم غافل ماند که گاهی در برخی جوامع ارزش‌های رسمی و اعلام‌شده، متفاوت با ارزش‌های واقعی و در جریان است؛ در این گونه جوامع هر دو نظام ارزشی می‌توانند بر گسترش و فراگیری گفتمان یا کنترل و حذف گفتمان تأثیر بگذارند. نمونه بارز این تضاد ارزشی، در ترکیه سوسیالیستی-پرولتاریائی می‌شود که گرچه نظام ارزشی رسمی و دولتی مبتنی بر تبعیض نژادی و برتری سفیدپوستان بود، اما از آنجایی که

نظام ارزشی اکثریت مردم برخلاف آن بود، گفتمان برابری نلسون ماندلا و هم‌سلکانش توانست تأثیر عمده‌ای بر ارتباطات بین‌المللی بگذارد و افکار عمومی جهان را با آنها همراه سازد (همایون‌پور، ۱۳۸۱: ۳۶). البته در سویی دیگر، گفتمان مشروطیت ایران هم قرار دارد که حدود صد و اندی سال پیش شکل گرفت، ولی نتوانست از پس نظام ارزشی رسمی که همان نظام پادشاهی بود برآید و پس از کش‌وقوس فراوان از پا درآمد و عرصه را به نظام ارزشی رسمی باخت؛ یا گفتمان توسعه و استقلال مصدق که گرچه در بدو امر با استقبال نظام ارزشی واقعی و مردمی مواجه شد و توانست کنش‌های بسیار مهمی در عرصه ارتباطات و روابط بین‌الملل شکل دهد، اما پس از مدتی به نوعی در برابر هر دو ارزش رسمی و واقعی قرار گرفت و رو به افول نهاد. پس باید توجه داشت که در اولین گام بایستی گفتمان را به پشتوانه ارزشی محکمی مسلح ساخت تا بتواند گسترش یابد و به هدف نهایی خود در تأثیرگذاری بر کنش‌های ارتباطات بین‌الملل نائل آید.

در اینجا جا دارد به نکته‌ای مهم اشاره کنیم و آن اینکه گاه ارزش‌ها تولید گفتمان می‌کنند و این نظام ارزشی است که منجر به تولید گفتمان می‌شود. نمونه بارز این نوع گفتمان را می‌توان در گفتمان امریکا و سیاست رسمی و دیپلماسی عمومی این کشور دید که ادعای «کلانتر دنیا بودن» را دارد. در نمونه‌ای که جلوتر آمده است، مشاهده می‌کنیم که چگونه این ارزش‌ها مطالبه می‌شود. «ایالات متحده همان‌گونه که به مردم امریکا تعلق دارد، به جهان نیز متعلق است؛ بنابراین به عنوان کشوری نمونه و سرمشق، باید حداقل بر ضد فساد که غالب است، اعتراض کند» (کسینجر^۱، ۱۳۸۱: ۳۹۷). این گفتمان ریشه در ارزش‌های امریکایی دارد که به‌نوعی غلبه فردگرایی^۲ بر مصلحت‌های اجتماعی است و به‌وضوح می‌بینیم که این ارزش‌های امریکایی است که دولت‌های مختلف این کشور را وادار به داشتن گفتمان‌هایی در این راستا می‌کند؛ پس در این قسمت از مدل، یک فرایند دوطرفه در جریان است، به این صورت که برخی مواقع این گفتمان‌ها هستند که ارزش ایجاد می‌کنند یا نظام ارزشی را تغییر می‌دهند و برخی مواقع هم برعکس، نظام

1. Kissinger

2. Individualism

ارزشی گفتمان دلخواه خود را شکل می‌دهد. در برخی موارد نیز هر کدام دیگری را تعدیل می‌کند، نظام ارزشی، گفتمان را و گفتمان، نظام ارزشی را.

۳-۲. سومین مرحله

در سومین حلقه از مدل پیشنهادی، فرهنگ قرار می‌گیرد؛ فرهنگ با تمام ابهام و پیچیدگی که در تعریف و تعیین حدود و ثغور آن وجود دارد، اما بازیگری سرنوشت‌ساز در تمام عرصه‌های اجتماعی و حتی بین‌المللی است. «آلن دانز در کتاب شنیدن کی بود مانند دیدن به‌خوبی نشان داده که چگونه فرهنگ امریکایی بر نحوه درک امریکایی‌ها از جهان و تعاملشان با دنیا تأثیر می‌گذارد» (10: 2011 Delaney). فرهنگ با سیال بودن که در معنی و مفهوم خود دارد، می‌تواند به‌آسانی دایره نفوذ خود را گسترش دهد و وارد حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی شود و نقش‌آفرینی کند.

فرهنگ تعاریف بسیار متنوع و مختلفی دارد که در اینجا فقط به چند تعریف مرتبط اکتفا می‌شود. جان سانتراک در کتاب روان‌شناسی تربیتی خود فرهنگ را این‌گونه تعریف می‌کند:

«فرهنگ شامل الگوهای رفتاری، اعتقادات و تمام دستاوردهای گروه خاصی از مردم است که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند. این دستاوردها در طول زمان، از روابط متقابل بین گروه‌های مردم و محیط‌های اطراف آنها حاصل آمده‌اند» (سانتراک، ۱۳۸۷: ۱۶۱). در تعریفی دیگر فرهنگ این‌گونه تعریف شده است: «فرهنگ در دوره‌های مختلف به عنوان ترکیب ارزش‌ها و هنجارها، ایدئولوژی، داشته‌های ذهنی، آیین‌ها و گفتمان تعریف شده است» (Anderson, 1997: 8)

«شاید جامع‌ترین و مانع‌ترین تعریف از فرهنگ» (رضی، ۱۳۸۳، ص ۱۳۶). ویژه تایلر^۲ باشد که در سال ۱۸۷۱ میلادی در کتاب خود با نام فرهنگ ابتدایی، فرهنگ را این‌گونه تعریف کرد:

1. Santrock
2. Tylor

«فرهنگ، مجموعه پیچیده‌ای است که شامل معارف، معتقدات، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن و بالآخره تمام عادات و رفتار و ضوابطی است که فرد به عنوان عضو، از جامعه خود فرا می‌گیرد و در برابر آن جامعه وظایف و تعهداتی را بر عهده دارد» (روح‌الامینی، ۱۳۷۲: ۱۸-۱۷).

تعریف بالا به‌خوبی گستردگی و فراگیر بودن حوزه فرهنگ را نشان می‌دهد و در عین حال بر ابهام آن نیز می‌افزاید. در تعریفی دیگر فرهنگ این‌گونه تعریف شده است:

«فرهنگ را می‌توان مجموعه‌ای از معانی مشترک تعریف کرد. این معانی مشترک، ارزش‌ها، اصول، شیوه‌های رفتار و کل تولیدات مادی و غیرمادی را شامل می‌شود که نتیجه خلاقیت انسان در زمان‌ها و مکان‌های مختلف است» (عضدانلو، ۱۳۸۶: ۴۴۷) و به زبانی ساده «فرهنگ نقشه راه زندگی است» (Durham & Kellner, 2006: 145).

یکی دیگر از روان‌شناسان تربیتی که کتاب روان‌شناسی تربیتی‌اش در صدر پرفروش‌ترین کتاب‌های روان‌شناسی تربیتی دنیا قرار دارد، فرهنگ را این‌گونه تعریف می‌کند:

«تعریف‌های زیادی از فرهنگ وجود دارد. در بسیاری از این تعریف‌ها، دانش، مهارت‌ها، قواعد، سنت‌ها، اعتقادات و ارزش‌هایی که راهنمای رفتار گروهی از انسان‌ها است، افزون بر هنر و مصنوعات که به نسل بعد منتقل می‌شود، در نظر گرفته شده است» (Woolfolk, 2010: 164).

همان‌گونه که در این تعاریف هم می‌بینیم، ارزش‌ها بخشی از فرهنگ و به‌نوعی دریچه‌ای برای گفتمان هستند تا بتوانند با جایگزین شدن در فرهنگ، خود را به مرحله‌ای از ثبات برسانند. یکی از نمونه‌های بارز این فرایند، گفتمان ظلم‌ستیزی امام حسین (ع) است که با انطباق بر ارزش‌های اسلامی، توانست در فرهنگ ایرانیان نیز تثبیت شود و امروزه این فرهنگ اسلامی - ایرانی است که ایران را در ردیف اولین کشورهای مقاوم در برابر ظلم و جور امپریالیسم جهانی قرار داده است.

فرهنگ همواره همچون چراغی بر مسیر، انسان‌ها را در تعاملات و ارتباط‌هایشان راهنما بوده است، به‌ویژه در عرصه بین‌المللی که معمولاً جوامع برای کنش و واکنش انسجام بیشتری دارند و فرهنگ، محور این انسجام است. ارزش‌ها وقتی گفتمانی را تأیید و تقویت می‌کنند، آن را به بخشی از فرهنگ تبدیل می‌کنند و از این طریق نوعی تثبیت گفتمان صورت می‌گیرد، همانند گفتمان ایثار «پوریای ولی» که از حد افسانه‌ای محلی به گسترش کشوری دست یافت و به علت مطابقت با ارزش‌ها در فرهنگ ما ایرانی‌ها تثبیت شد.

در عرصه ارتباطات بین‌الملل نیز باید همواره به دنبال تثبیت گفتمان‌ها در فرهنگ عمومی مردم باشیم تا بتوانیم در برخوردهای فردی و اجتماعی فارغ از هر گونه نقش بازی کردن، به طور طبیعی، مطلوب و موردپسند عمل کنیم و در جهت بهبود برند {سبک و سیاق} کشور و فرهنگ خود عمل کنیم. نمونه بارزی از این دست، گفتمان حفاظت از محیط‌زیست است که در سطحی جهانی پیگیری می‌شود و در بعضی فرهنگ‌ها نهادینه شده است. این گفتمان به عنوان کنشی فرهنگی در عرصه ارتباطات بین‌الملل از سوی شهروندان کره‌ای در استادیوم آزادی تهران، هنگام بازی ایران و کره جنوبی در بازی مقدماتی جام جهانی ۲۰۱۴ برزیل بروز یافت. این تماشاگران پس از پایان بازی، با وجود اینکه تیمشان از ایران شکست خورده بود، زباله‌های خودشان را در کیسه‌هایی جمع‌آوری کردند که از قبل به همراه آورده بودند و پس از تمیز کردن محل استقرار خود، استادیوم را ترک کردند. این پدیده تا مدت‌ها در رسانه‌های کشور ما مطرح و تحلیل می‌شد و به عنوان نکته‌ای مثبت از فرهنگ کره‌ای‌ها از آن یاد می‌شد و حتی در مواردی اقدام به الگوسازی از آن هم شد (صداوسیما، شبکه دو سیما، بخش خبری ۲۰:۳۰، مورخ: ۲۶ و ۲۹ مهر ۱۳۹۱؛ روزنامه خبر ورزشی، ۱۳۹۱/۷/۲۷).

فرهنگ، مکانیسم تأثیرگذاری بسیار قوی بر رفتار دارد و می‌تواند خیلی از رفتارها را تعدیل یا تشویق کند و حتی مانع این رفتارها شود؛ بنابراین مهم است گفتمانی که به قصد شکل‌دهی یا ایفای نقش در عرصه بین‌المللی مدیریت می‌شود، تکلیف خود را به‌درستی با فرهنگ جامعه مبدأ و همچنین هنجارهای ناشی از فرهنگ عمومی جهانی مشخص سازد، تا بی‌گدار به آب نزنند و آب در هاون

نکوبد. فرهنگ، زیربنای تعاملات بشری و روح جمعی جوامع است و این‌گونه است که گفتمان با جای‌گیری در فرهنگ از طریق تبدیل شدن به ارزش، برای خود پشتوانه محکمی فراهم می‌آورد.

۴-۲. چهارمین مرحله

«هویت»، چهارمین حلقه در مدل پیشنهادی است که پس از فرهنگ قرار می‌گیرد و نقش پررنگی در تبدیل شدن گفتمان به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل دارد. در این راستا نیز ابتدا به تعریف مفهوم هویت پرداخته می‌شود.

برای تعاریف مختلف از هویت را به‌طور کلی می‌توان تعریف فرد از خود دانست، «من چه کسی هستم». برای ارائه تعریفی دقیق‌تر به برخی از تعاریف رایج در این حوزه اشاره می‌شود.

«هویت وسیله‌ای است که خود از طریق آن با جامعه ارتباط برقرار می‌کند، به‌طوری‌که نشان می‌دهد فرد در بستر فرهنگی، چه کسی است» (ریو، ۱۳۸۷: ۱۳۶). در دایرةالمعارف علوم اجتماعی هم این تعریف از هویت آمده است: «کوشش فرد به‌منظور تحقق یکتایی خویشتن» (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۳۴۲). همان‌گونه که در ابتدا هم ذکر کردیم، هویت به دنبال مرزکشی بین ما و دیگران است. «درواقع هویت معطوف است به بازشناسی مرز میان خودی و بیگانه که به‌طور عمده از طریق هم‌جنسی‌های اجتماعی و انفکاک درون‌گروه‌ها از برون‌گروه‌ها ممکن می‌شود» (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۴)؛ اما در این بحث، ما بیشتر به دنبال هویت ملی هستیم؛ زیرا در ارتباطات بین‌الملل این هویت ملی است که تأثیرگذار است و نقش پررنگی در تعیین منافع ملی دارد. در کتاب هویت ملی به قلم /سمیت، با اشاره به پیچیدگی مفهوم مزبور، این تعریف آمده است: «در مدل غربی هویت ملی، ملت‌ها به عنوان اجتماع‌های فرهنگی در نظر گرفته شده‌اند که اعضای آنها با هم متحدند، اگرچه هم‌جنس نیستند و دارای سنت‌ها، اسطوره‌ها و نمادهای تاریخی مشترک هستند» (Smith, 1991: 9).

در تعریفی روشن‌تر نیز این‌گونه آمده است:

«هویت ملی هنگامی پدید آمد که ملت در دوران مدرن و به معنای مدرن شکل گرفت. این مفهوم شامل ابعادی نظیر زبان، تاریخ، مذهب، آداب و رسوم، نژاد، سرزمین، ادبیات و نظام حکومتی و اقتصادی است» (آشناء، ۱۳۸۳: ۶).

در این تعریف هم به‌خوبی می‌بینیم که هویت با فراگیری و جمع کردن عوامل انسجام‌بخش و اساسی، نقش به‌سزایی در نزدیک کردن گفتمان به فضای ارتباطات بین‌الملل دارد و گفتمان لاجرم باید از این کانال نیز عبور کند تا بتواند به عرصه بین‌الملل راه یابد. هویت ملی با جمع کردن ملت در جبهه‌ای واحد حتی با فرهنگ‌های متفاوت، پشتوانه‌ای بی‌بدیل برای گفتمان است. این هویت ملی است که همچون نخ محکم، ملت را به‌سان دانه‌های تسبیح به هم مرتبط می‌کند و با وجود این نخ است که تسبیح معنا پیدا می‌کند. هویت ملی نیز ملت را با عوامل مختلف فرهنگی، اجتماعی، دینی به هم مرتبط می‌کند و با دمیدن روح وحدت در کالبد ملت، به وجود آن زندگانی می‌بخشد.

هویت ملی همچنین برای فرهنگ نیز تعیین تکلیف می‌کند؛ زیرا یک منش و رفتار نمی‌تواند در تضاد با هویت ملی در فرهنگ جایگزین شود؛ البته در صورتی که هویت ملی فعال و مورد توجه باشد، نه در جوامعی که دچار گسست هویتی شده و هر قوم، دسته و طبقه‌ای، ساز هویتی خود را می‌نوازد. هویت در جوامعی که تعریف درست و واقعی از هویت خود دارند و آن را باور دارند، به سطحی از تثبیت و پایداری می‌رسد که همچون کدخدایی بر فراز سپهر فرهنگی و اجتماعی جامعه حکمرانی می‌کند. در همچون جوامعی و در بین چنین ملت‌هایی با هویت ملی قوی و انسجام‌یافته، «هویت، آقا بالاسر فرهنگ است» و همچون مقیاس و سنگ محکی، تعیین‌کننده قرار گرفتن رفتار و منش در فرهنگ است. مثال بارز این رابطه را در مورد هویت ایرانیان می‌توان به‌وضوح دید. در طول قرن‌های گذشته، سرزمین ایران همواره تحت حکومت خاندان‌های نالایق، روبه‌زوال و نابودی بود؛ زیرا به مرور زمان ایرانیان به عنوان بخشی از هویت خود پذیرفته بودند که نمی‌شود خاک وطن را تمام و کمال حفظ کرد و بعضی وقت‌ها در قالب قراردادهایی ننگین همچون ترکمانچای، مجبورند بخش‌هایی از وطن را واگذار کنند. این تعریف از

هویت که ایرانیان را مردمی ناتوان از حفظ تمامیت ارضی نشان می‌داد، به‌نوعی در فرهنگ بخشی از مردم نیز خود را نشان می‌داد و در برابر ظلم و جور خوانین و حاکمان محلی و منطقه‌ای و حتی یورش‌های بیگانگان آنان را وادار به تسلیم می‌کرد و ممکن نبود که فرهنگ دفاع از وطن و شهادت در راه وطن را در همه مردم نهادینه کند. این‌گونه بود که تا همین چند دهه پیش ایران رسماً اشغال می‌شد. گرچه به‌ندرت نیز قیام‌هایی به پشتوانه مسائل دینی و اعتقادی یا عرق ملی در گوشه‌وکنار کشور دیده می‌شد، همچون قیام میرزا کوچک‌خان جنگلی در برابر قشون روس‌ها (متولی، ۱۳۷۳: ۴۵). اما متأسفانه راه به جایی نمی‌برد، تا اینکه با به ثمر نشستن انقلاب اسلامی، هویتی تازه بر مبنای ارزش‌های اسلامی شکل گرفت و ملت با تعریفی جدید از هویت ملی خود مواجه شدند، که مؤلفه‌های دینی و ملی آن را تقویت می‌کرد؛ هویتی که بر مبنای نه شرقی، نه غربی و استقلال، آزادی شکل گرفته بود و پیام اصلی‌اش، قطع وابستگی به ابرقدرت‌ها و مقاومت در برابر زورگویی‌ها بود؛ همان‌گونه که رهبر انقلاب در سخنرانی خود در سازمان ملل این نکته را بیان می‌کنند: «عدم اتکاء به شرق یا غرب، خصوصیت استثنایی دیگر این انقلاب بود و هم‌اکنون نیز سیاست قاطع نظام انقلابی ما است» (سخنرانی رهبر انقلاب در سازمان ملل، ۱۳۶۶/۶/۳۱). در بستر همچون تعریفی از هویت بود که فرهنگ ایثار، جهاد و شهادت در عرصه هشت سال جنگ تحمیلی به طور عملی بروز یافت و اجازه نداد یک وجب از خاک کشور به دست بیگانگان بیفتد. با این تعریف از هویت و بروز تجربه عملی از آن، دیگر فرهنگ دفاع از وطن در ایرانیان از هر نژاد و رنگ و قبیله و مذهبی، نهادینه شده است و تا مدت‌ها کسی نمی‌تواند طمع در گرفتن گوشه‌ای از خاک این سرزمین داشته باشد. امام خمینی (ره) این تحول هویتی را این‌گونه تشریح می‌کند: «ملت ما یک ملتی است که از ضعف به قدرت متحول شده است و آرزوی شهادت می‌کند. یک همچون ملتی که آرزوی شهادت می‌کند، این ملت دیگر خوف ندارد و خوب پیروز است ان‌شاءالله» (صحیفه امام، جلد ۱۳: ۲۳۶)؛ بنابراین، هویت نقشی اساسی در به ثمر نشستن گفتمان در فرهنگ دارد، مخصوصاً در عرصه ارتباطات بین‌الملل که هویت ملی، تعیین‌کننده بروز و اثرگذاری گفتمان است. اگر گفتمان صلح‌طلبی مردم سوئیس در

عرصه ارتباطات بین‌الملل و از سوی ملت این کشور بُروزی رفتاری می‌یابد و سوئیس در نظام بین‌الملل نقش گاو صندوق جهان را پیدا می‌کند، مستقیماً متأثر از هویت ملی این ملت است که تاکنون هیچ جنگی نداشته‌اند و همواره در مناقشات بین‌المللی بی‌طرف بوده‌اند. همان‌طور که می‌دانیم «سوئیس از سال ۱۸۱۵ میلادی تاکنون در هیچ جنگی شرکت نداشته است» (باشگاه خبرنگاران جوان)!

۵-۲. پنجمین مرحله

در این مرحله «منافع ملی» قرار دارد که بسیاری آن را برآمده و متأثر از هویت ملی می‌دانند، از جمله در مقاله دیپلماسی عمومی که بر نقش هویت ملی در شکل‌گیری و تعریف منافع ملی تأکید دارند:

«هویت‌ها، نشان می‌دهند که چگونه دولت‌ها با پیشینه‌های مشخص تاریخی و فرهنگی در سیاست خارجی خود به هنجارهای برآمده از آن هویت، پایبند می‌شوند» (آشنا، ۱۳۸۳: ۷).

همان‌گونه که در تعریف بالا هم می‌بینیم، هویت ملی از ثبات بیشتری برخوردار است و بر منافع ملی تأثیر می‌گذارد. «البته در این زمینه تأکید شده که رابطه‌ای بیشتر یک‌سویه میان هویت و منافع ملی در نظر گرفته شده است؛ زیرا ثبات هویت ملی بسیار بیش از منافع ملی است. در بسیاری از موارد، نخبگان یک ملت در جریان فهم و صورت‌بندی منافع ملی (آگاهانه یا ناآگاهانه) در محیط هویتی خود غوطه‌ورند» (آشنا، ۱۳۸۳: ۲۴).

گفتنی است که در این مقاله این ادعا را قابل بحث می‌دانیم؛ زیرا در شرایط نظم نوین جهانی و چیرگی اقتصاد بر سیاست و روابط، بسیاری از مبنای رفتاری در عرصه ارتباطات بین‌الملل، در حال تغییر است. لازم است که باز هم اشاره‌ای داشته باشیم به اینکه هویت، زمانی می‌تواند این نقش‌ها و کارکردها را داشته باشد که به‌درستی شکل گرفته و در وجود ملت نهادینه شده باشد، وگرنه، در صورت گسست هویتی و بحران هویت ملی چه‌بسا منافع ملی علیه هویت حرکت کند که از مثال‌های بارز این اتفاق می‌توان به تغییر رسم‌الخط زبان ترکی استانبولی از عربی به

لاتین توسط دولت آتاتورک نام برد؛ آن هم در شرایطی که ترکیه به عنوان آخرین بازمانده خلافت اسلامی هویتی اسلامی داشت؛ اما کمال آتاتورک بنا بر مجموعه‌ای از منافع که آنها را به عنوان منافع ملی تعریف می‌کرد، تصمیم گرفت هویت ترکیه را به سوی اروپا بچرخاند و یکی از این نمودهای چرخش، تغییر رسم الخط بود. «در ۸ آگوست ۱۹۲۸، آتاتورک آغاز «انقلاب حروف» را اعلام می‌دارد و قانون الفبای لاتین در یازده ماده تصویب و به اجرا گذاشته می‌شود» (قاسمی، ۱۳۷۴: ۲۲). این در حالی بود که ملت ترکیه تمایل به حفظ هویت اسلامی خود داشتند (هرچند به دنبال شکست‌هایی که از اروپاییان خورده بودند و از قلمرو وسیعشان سرزمین‌هایی جدا شده بود، انسجام هویتی سابق را نداشتند) و این را سال‌ها بعد در انتخاب دولت‌های اسلام‌گرا یا حتی بازگشت به آموزش زبان ترکی به رسم الخط عربی در محافل آموزشی و همچنین رفع ممنوعیت حجاب برای زنان نشان دادند، اما به‌رحال ترکیه در آن دوره زمانی برای توسعه و پیشرفت کشور خود، منافع را در رفتن به سمت الگوی غربی فرهنگ و توسعه دید؛ از این رو در راستای منافع ملی و خلاف هویت ملی حرکت کرد. همچنین در اتفاقی تازه‌تر در تونس، پس از سقوط زین‌العابدین بن علی، دیکتاتور لائیک این کشور و به روی کار آمدن اسلام‌گرایان به رهبری الغنوشی - در حالی که همه انتظار داشتند، دولت در راستای تثبیت هویتی اسلامی برای کشور گام بردارد - دولت منتخب در اقدامی خلاف این پیش‌بینی، اعلام کرد از آنجایی که منافع کشور ایجاب می‌کند صنعت توریسم در جریان باشد، از برخورد با برخی مراکز و اعمال خلاف اسلام، مانند استفاده آزادانه از سواحل دریا یا تولید مشروبات الکلی خودداری خواهد شد. حزب النهضه الاسلامیه در این مورد چنین بیان کرده است: «قصد تحمیل نظرات خود به مردم تونس را ندارند، به دنبال اجباری کردن حجاب برای زنان نیستند و به قواعد حاکم بر صنعت توریسم تونس احترام می‌گذارند» (پایگاه خبری بیداری اسلامی)؛ این برخورد حزب از مظاهر کنترل هویت ملی توسط منافع ملی است. همچنین مثلاً رواج بی‌حجابی و مراکز غیراخلاقی خلاف هویت اسلامی در برخی کشورهای مدعی اسلام از جمله عربستان، امارات، قطر و بقیه کشورهای حاشیه خلیج فارس و

برخی کشورهای مسلمان آسیای میانه همین مسئله را تبیین می‌کند؛ بنابراین در مدل پیشنهادی، رابطه هویت و منافع به صورت دوطرفه در نظر گرفته شده است؛ زیرا معتقدیم که هر دو، توان تعدیل دیگری را دارند، مخصوصاً در دوران کنونی و هجوم انبوه فرهنگ‌ها، آیین‌ها و نظام‌های ارزشی متفاوت که بیشتر قدرت در دست منافع است تا هویت، آن هم نه منافع اکثریت، بلکه معمولاً منافع اقلیتی قدرتمند. در شرایط جدید جهانی، دیگر نه تنها ممکن است منافع، هویت را تغییر دهند، بلکه چه بسا که هویت حتی خلاف منافع هم تغییر کند. شاهد این مدعا را می‌توان از دل مباحث صنعت فرهنگ، مدگرایی و مصرف‌گرایی به‌خوبی استخراج کرد. امروزه ارتباطات بین‌الملل و دسترسی همگانی به رسانه‌های جمعی (به عنوان یکپارچه‌سازان فرهنگی و حتی آیینی) زوال بسیاری از بخش‌های فرهنگ و هویت را به دنبال داشته است. زوال پوشش‌های محلی، سنتی و ملی در مقابل رواج روزافزون پوشش‌های منطبق بر اصول فرهنگی و گفتمانی کشورهای امپریالیست، همچنین فروپاشی هویت فرهنگی حتی در سطح روستاها و جوامع بسیار کوچک و توسعه‌نیافته، همه نشان از استیلاي مهاجمان بر فرهنگ و هویت جوامع هدف، حتی در تضاد با منافع ملی کشورها دارد.

گفتمان در این میان نقش بسیار برجسته‌ای دارد، گفتمانی که خوب ساخته و پرداخته شده باشد و بتواند با دست‌گذاشتن روی عناصر هویتی و منافع ملی، خود را در میان افراد جامعه مطرح کند، می‌تواند در عین کسب منفعت و امتیاز برای کشورها، سبب حفظ هویت هم بشود، مانند گفتمان اقتصاد مقاومتی که بارها توسط رهبر انقلاب مطرح شده است (یکی از نمونه‌ها، سخنرانی رهبری در بجنورد، ۱۳۹۱/۷/۱۹) که در این برهه از تاریخ کشور، هم در راستای منافع ملی می‌باشد و هم نقشی هویت‌بخش و انسجام‌دهی دارد، یا گفتمان حمایت از تولید و کار و سرمایه ایرانی که به‌خوبی، نقش هویت‌بخشی و منفعت ملی طلبی آن برجسته است (سخنرانی تحویل سال رهبری، ۱۳۹۱/۱/۱).

۲-۶. ششمین مرحله

در این حلقه جهت تبدیل و تأثیرگذاری گفتمان در عرصه ارتباطات بین‌الملل،

«پشتیبان‌ها» قرار می‌گیرند. پشتیبان‌ها با توجه به هدف گفتمان، می‌توانند از دستگاه سیاست خارجی گرفته تا متولیان دیپلماسی عمومی و دست‌اندرکاران فرهنگ و هنر و رسانه متفاوت باشند؛ برای مثال در مورد گفتمان صلح‌طلبی و تنش‌زدایی جمهوری اسلامی ایران، نقش اول و پررنگ را دستگاه متولی سیاست خارجه بر عهده دارد، اما این تولیدات فرهنگی و هنری کشور است که گفتمان را در فضای ارتباطات بین‌الملل پیش می‌برد. یکی از بهترین مثال‌های روشن در این زمینه، گفتمان حمایت از مردم مظلوم فلسطین است که در این رابطه تلاش‌های فراوانی شده است. در زمینه گسترش گفتمان ایرانی در حوزه ارتباطات بین‌الملل نیز می‌توان به فیلم «بازمانده»^۱ مرحوم سیف‌الله داد اشاره کرد که استقبال بسیار زیادی در بین دیگر کشورهای اسلامی داشت. گفتمان در شرایط کنونی ارتباطات بین‌الملل و به‌ویژه هنگامی که تبادلات رسانه‌ای و شبکه‌ای متأثر از اینترنت، بسیار گسترش یافته‌اند و همگانی شده‌اند، نیاز به پشتیبانی دستگاه‌های بسیاری از فرهنگ گرفته تا رسانه و سیاست دارد تا بتواند با برداشتن موانع بیش از پیش خود را به تأثیرگذاری نزدیک‌تر سازد.

گفتمانی که با رعایت اصول برشمرده‌شده شکل می‌گیرد و قوام می‌یابد، با عبور از فیلترهای مختلف خود را به عرصه ارتباطات بین‌الملل می‌رساند و در صورت داشتن پشتیبان و حامی است که مانند درختی به بار می‌نشیند و ثمره خود را که بهبود برآورد کشور و برآورده کردن اهداف گفتمان است شکل می‌دهد. نقش پشتیبان‌ها آنقدر مهم است که گاهی بهترین گفتمان‌ها در عرصه ارتباط بین‌الملل به علت نبود حامی و پشتیبان ابر می‌مانند. مثال این نوع گفتمان را می‌توان در مورد گفتمان گفت‌وگوی تمدن‌ها به‌خوبی دید. این گفتمان با وقوع حوادث ۱۱ سپتامبر و مدی پس از آن، به‌ویژه پایان یافتن دولت هستم، عملاً حامیان خود را از دست داد و در عرصه ارتباطات بین‌الملل به‌کلی به حاشیه رفت.

۱. Surviving، این فیلم در سال ۱۳۷۴ و به زبان عربی در سوریه ساخته شد که به فارسی دوبله شده و برنده سیمرغ بهترین فیلم و بهترین بازیگر نقش اول زن در جشنواره چهاردهم فیلم فجر (تهران) ۱۳۷۴ است.
حضور در جشنواره بین‌المللی فیلم مظلومیت ملت فلسطین (ایتالیا) ۱۳۸۱، جشنواره بین‌المللی فیلم کشورهای غیرمتعهد پیونگ یانگ دوره پنجم (کره شمالی) ۱۳۷۵، جشنواره بین‌المللی فیلم فلسطین (فلسطین) ۱۳۸۱.

در حلقه پشتیبان‌ها، نقش رسانه بسیار حائز اهمیت است و همان‌گونه که ذکر شد، از سطح فراگیری در مرحله شکل‌گیری گفتمان تا عرصه تأثیرگذاری در ارتباطات بین‌الملل، رسانه‌ها همواره ارتباطی تنگاتنگ و تأثیرگذار در رابطه با گفتمان دارند و آن را حمایت و هدایت می‌کنند تا به سرمنزل مقصود برسد. از سویی دیگر خود رسانه هم به عنوان یکی از عرصه‌های ارتباطات بین‌الملل خود محل بروز گفتمان است؛ از نحوه پوشش اخبار تا برجسته‌سازی اتفاق‌ها، تحلیل‌ها و اطلاعاتی که در این رابطه ردوبدل می‌شوند، همه از نمودهای بروز گفتمان هستند. در این مرحله، آنچه بسیار به کار ما می‌آید و می‌تواند راهگشای ما در شناخت تأثیر رسانه‌ها و جا افتادن گفتمان باشد، پدیده‌ای است به نام «افکار عمومی» که این روزها به طلایی نامرئی تبدیل شده است. افکار عمومی در عین گستردگی، بسیار جامع و منسجم هم هستند. در تعریفی از افکار عمومی، این‌گونه بیان شده است: «افکار عمومی، نوعی داوری مردم در یک مسئله همگانی مورد اختلاف در زمانی مشخص است» (دادگران، ۱۳۸۹: ۲۷). همان‌گونه که در این تعریف هم می‌بینیم، افکار عمومی می‌توانند با تعیین تکلیف در مورد یک پدیده در میان مردم، به پذیرفته شدن یا رد یک گفتمان در جامعه کمک شایانی کنند. رسانه‌ها با فراهم آوردن بستر مناسب برای گفتمان، می‌توانند به شکل‌دهی افکار عمومی در مورد گفتمان جهت دهند؛ زیرا یکی از ابزارهای اصلی شکل‌دهی به افکار عمومی، رسانه‌ها هستند. همان‌گونه که در این تعریف نیز اشاره شده است: «رسانه‌ها در ساختار بندی مسائل برای عموم هوشیار، نقش اصلی را بر عهده دارند» (لازار، ۱۳۹۱: ۸۴). گفتمان‌ها با استفاده از پشتیبان‌ها و از همه مهم‌تر رسانه‌ها، با هدایت افکار عمومی به سمت طرف‌داری از خود، گام مهمی در تبدیل شدن به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل برمی‌دارند. البته باید توجه داشت که تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی، مستلزم شناخت دقیق این عرصه و عوامل تأثیرگذار بر آن است.

۷-۴. آخرین مرحله

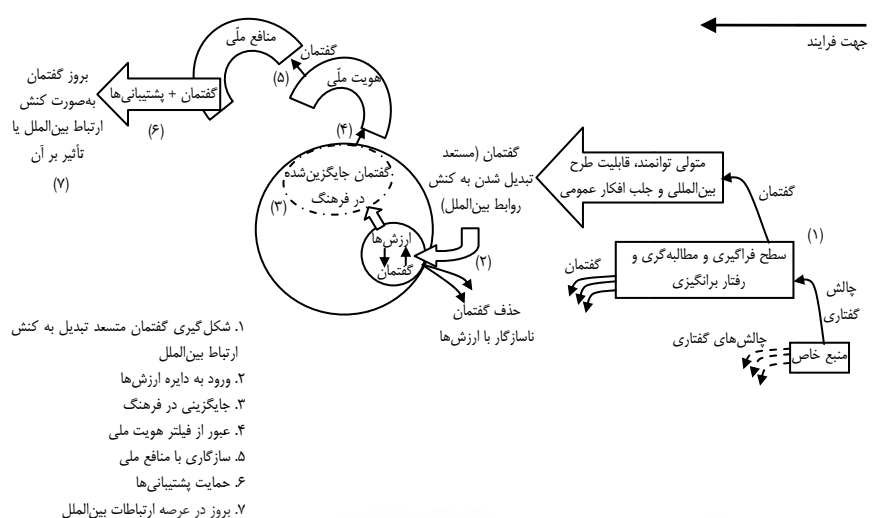
در این حلقه که همان عرصه «ارتباطات بین‌الملل» است، شاهد بروز گفتمان به

صورت کنش‌ها یا تأثیر آن بر ارتباطات بین‌الملل هستیم. در این مرحله گفتمان حضور دارد و خود را از نظر شکل و محتوا، نحوه برخورد، موضع‌گیری، شیوه حمایت، رویه مخالفت، روش بحث، رفتار، نحوه گفت‌وگو، سبک ارتباط، مدل بیان، خواسته‌ها و هر شکل دیگری نشان می‌دهد؛ برای مثال، انسان متأثر از گفتمان «برابری» در عرصه ارتباطات بین‌الملل، از تماس‌های شبکه‌ای‌اش در ارتباطات بین‌الملل، مانند شبکه‌های اجتماعی تا کتابی که می‌نویسد و رفتاری که به عنوان یک شهروند دارد، همه به نوعی انعکاس‌دهنده گفتمان مطلوب او است. در عرصه ارتباطات بین‌الملل است که گفتمان به بار می‌نشیند و با جذب هوادار و ایجاد سمپاتی، تصویری مطلوب و محبوب از خود و ملتش ترسیم می‌کند و بدین ترتیب، بسیاری از هزینه‌های سیاسی و حتی اقتصادی و فرهنگی را کاهش می‌دهد و منافع‌های بسیار مادی و معنوی نیز جلب می‌کند؛ از جذب توریست گرفته تا سرمایه‌گذار و سرمایه و از این طریق اقتدار و قدرت مانور نظام به عنوان نماینده کلیت ملت در عرصه بین‌الملل افزایش می‌یابد.

۳. ترسیم مدل پیشنهادی

در این زمینه مدل پیشنهادی در شکل شماره ۱ دیده می‌شود که در ادامه راجع به آنها بحث خواهد شد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



۳-۱. توضیح مدل

همان‌گونه که در تعاریف مطرح شد، در مرحله اول فرایند تبدیل شدن گفتمان به کنش ارتباطات بین‌الملل، گفتمان قرار دارد که همان چالش گفتاری منابع خاص است. در مدل هم می‌بینیم که منابع خاص ممکن است چالش‌های گفتاری فراوانی داشته باشند که پس از شکل‌گیری به‌مرور محو می‌شوند، اما چالش‌هایی که می‌توانند به دیگر فاکتورهای لازم (سطح فراگیری، مطالبه‌گری و رفتار برانگیزی) دست یابند، به گفتمان تبدیل می‌شوند، اما باز هم همه گفتمان‌ها شرایط ادامه مسیر تا تبدیل شدن به کنش ارتباطات بین‌الملل را ندارند و بسیاری از گفتمان‌ها در این مرحله بی‌سرانجام می‌مانند. در مقابل، گفتمان‌هایی که فاکتورهای لازم (متولی توانمند، قابلیت طرح بین‌المللی و جلب افکار عمومی) را دارند، گفتمان‌های مستعد تبدیل شدن به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل را شکل می‌دهند، این گفتمان‌ها از طریق ارزش‌ها و پس از جرح و تعدیل توسط ارزش‌ها یا تأثیرگذاری بر ارزش‌ها که ممکن است به حذف یا تأیید گفتمان منجر شود، گفتمان‌های کنراآمده با ارزش‌ها در فرهنگ جایگزین می‌شوند که البته محدوده نظری و عملی گفتمان در بستر فرهنگ باز است و می‌تواند از فرهنگ تأثیر بگیرد یا بر آن تأثیر بگذارد. پس از جایگزینی در فرهنگ، گفتمان وارد محدوده هویت ملی می‌شود؛ زیرا گفتمانی که داعیه تأثیرگذاری بر ارتباطات بین‌الملل را دارد، باید بتواند از فیلتر هویت ملی و ایجاب‌ها

و سلب‌های آن، عبور کند. همان‌گونه که در مدل هم می‌بینیم، هویت، نقشی کنترلی و بالاسری نسبت به فرهنگ دارد و به همین دلیل، به شکل نیم‌دایره‌ای و همچون ماهواره‌ای بر فراز زمین ترسیم شده است. در ادامه، گفتمان باید از فیلتر منافع ملی هم بگذرد که در این مدل، منافع ملی حتی برجسته‌تر از هویت ملی در نظر گرفته شده است؛ در عین حال که نقش بالاسری بر فرهنگ را هم چه‌بسا بیشتر از هویت ایفا می‌کند؛ از این رو گفتمان باید سازگار با منافع ملی هم باشد، و در نهایت این پشتیبان‌ها هستند که شرایط حضور و تأثیرگذاری گفتمان‌ها را مهیا می‌کنند و ما شاهد بروز گفتمان به شکل کنش‌های ارتباطات بین‌الملل، از گفت‌وگو گرفته تا منش رفتاری، مبنای موضع‌گیری و نوع آرمان‌ها هستیم. در این میان جا دارد بیان کنیم که این امکان هم وجود دارد که گفتمان‌های خاصی به صورت خطی مستقیم بدون هماهنگی با ارزش‌ها، فرهنگ، هویت و منافع فقط با شرایط گفتمان و حمایت پشتیبان‌ها در عرصه ارتباطات بین‌الملل مطرح شود که این گفتمان‌ها هم بقیه این فرایند را مطمئناً در جامعه‌ای دیگر، یا بر حسب منافع گروهی دیگر طی کرده است.

نتیجه‌گیری

با نگاهی به تبادلات عرصه روابط بین‌الملل و ارتباطات بین‌الملل، درمی‌یابیم که جنگ این روزهای دنیا، بر سر پیروزی گفتمان‌ها است. بسیاری از کشورها به مرزهای جغرافیایی خود اکتفا کرده‌اند و با حضور نهادهای ناظر بین‌المللی، دیگر امکان کشورگشایی‌های آن‌چنانی وجود ندارد، اما همه به دنبال تسلط گفتمانی بوده و هستند. در این مقاله، ما گفتمان را بالاتر از تحلیل گفتار در بافت آن و بالاتر از گفت‌وگو، تحلیل کردیم. با رصد خاستگاه گفتمان به تعریف دقیقی از گفتمان پرداختیم و در این میان آنچه بر اهمیت کار افزود، فراگیر شدن استفاده از گفتمان در عرصه سیاسی کشور و جامعه است. این روزها، تمام محافل و دسته‌های سیاسی دم از گفتمان می‌زنند، درحالی‌که به نظر می‌رسد، منظورشان از گفتمان به طور شفاف مشخص نیست. با بررسی‌ها و جمع‌بندی‌هایی که صورت گرفت، به نظر می‌آید برای ساختن و پرداختن یک گفتمان که بتواند در عرصه ارتباطات بین‌الملل

اثرگذار باشد، در وهله اول لازم است که گفتمان از نظر پشتوانه نظری و منطقی، معیارهای جهان‌شمولی را دارا باشد، به گونه‌ای که با تأکید بر اشتراکات جهانی سازگار با فطرت بشری و دوری جستن از تنگ‌نظری‌های محدودیت‌آفرین، بتوان پتانسیل حمایت همگانی را در گفتمان ایجاد کرد. در ادامه باید با رساندن گفتمان به سطحی از فراگیری و رفتار برانگیزی (که در این مرحله هم نقش رسانه‌ها و شبکه‌های ارتباطی بسیار است). به فکر فراهم آوردن متولی توانمند برای آن بود تا با گفتمانی که قابلیت طرح بین‌المللی و جلب افکار عمومی جهانی را دارد و در عین حال مطلوب متولیان گفتمان هم می‌باشد، به صورتی که از دایره ارزش‌های پدیدآورندگان خارج نشده است، و از طریق ارزش‌ها در فرهنگ جایگزین شده است (شاید مشکل‌ترین کار در مورد یک گفتمان، جایگزین کردن آن در فرهنگ باشد که این امر مستلزم تلاش فراوان و تبلیغات گسترده است. همان‌گونه که می‌دانیم، در جامعه ما بسیاری از ارزش‌ها وجود دارند که در عرصه فرهنگ عمومی نادیده گرفته می‌شوند. به نظر می‌رسد، گفتمان‌ها باید پس از ضبط و ثبت دقیق مطالبات و اهدافشان به سمت آموزش پایه‌ای مسیر عملیاتی شدن قدم بردارند. اگر قرار است، گفتمان عدالت‌طلبی در آحاد جامعه نهادینه شود و سپس در تعامل ما با جهانیان بروز یابد، باید قدم‌های آموزشی در این زمینه از سطوح پایین آموزشی تا رده‌های بالا با دقت برداشته شود) به مصاف هویت ملی برود و پس از جرح و تعدیل در حوزه هویت و منافع ملی به یاری پشتیبان‌ها به کنش‌های ارتباطات بین‌الملل، در انواع آن تبدیل شود و از این طریق مراد و فلسفه وجودی گفتمان محقق شود، تا اهداف کلان به وجود آورندگان و برنامه‌ریزان گفتمان محقق شود. در مورد گفتمان، مهم‌ترین همکار و ابزار برای اشاعه و ترویج مطالبات رسانه است که در انواع و اقسام صورت‌ها و ارتباطات می‌تواند به گفتمان یاری رساند. متأسفانه ضعف نفوذ رسانه‌ای، بسیاری از گفتمان‌های خوب را به حاشیه رانده و گفتمان‌هایی مبتنی بر رذایل را چه بسا به نفوذی عمومی رسانده است که در این عرصه نیز باید با ایجاد هم‌گرایی بین گفتمان‌های مطلوب، به مقابله با آثار و مطالبات گفتمان‌های آسیب‌زننده پرداخت. در این تحقیق که بررسی کتابخانه‌ای بود، عرصه‌های دیگری نیز برای تحقیق پیش‌رو باز شد که در صورت امکان کار عمیق و کسب آمارهای

لازم، می‌تواند به شفاف شدن فضای پیرامون گفتمان، کمک شایانی کند. ❁



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

کتابنامه

- آشنا، حسام‌الدین (۱۳۸۳). «فرهنگ ارتباطات و سیاست خارجی»، ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق، شماره ۲۱.
- حسینی، سیدجواد (۱۳۸۹). مبانی جامعه‌شناسی، تهران: فرانگیزش.
- خمینی، روح‌الله (۱۳۷۸). صحیفه امام خمینی، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- دادگران، سید محمد (۱۳۸۹). افکار عمومی و معیارهای سنجش آن، تهران: مروارید.
- روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۲). زمینه فرهنگ‌شناسی، تهران: عطار.
- روزنامه خبر ورزشی، ۱۳۹۱/۷/۲۷.
- ریتزر، جورج. و گودمن، داگلاس جی (۱۳۹۰). نظریه جامعه‌شناسی مدرن، مترجمان: خلیل میرزایی و عباس لطفی‌زاده. تهران: جامعه‌شناسان.
- ریو، جان مارشال (۱۳۸۷). انگیزش و هیجان، مترجم: یحیی سیدمحمدی، تهران: ویرایش.
- زورق، محمدحسن (۱۳۸۶). ارتباطات و آگاهی، تهران: دانشکده صداوسیما.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). دایرةالمعارف علوم اجتماعی، تهران: کیهان.
- سانتراک، جان دبلو (۱۳۸۷). روان‌شناسی تربیتی، مترجم: سعیدی و همکاران، تهران: رسا.
- سمتی، مهدی (۱۳۸۸). مرزهای نو در ارتباطات بین‌الملل، مترجم: بشیر و همکاران، تهران: امام صادق.
- شکاری، شیوا؛ معصوم، وجیهه (۱۳۸۹). فرهنگ واژگان علوم اجتماعی، تهران: جامعه‌شناسان.
- صدا و سیما، شبکه دو سیما، بخش خبری ۲۰: ۳۰، مورخ: ۲۶ و ۲۹ مهر ۱۳۹۱.
- عضدانلو، حمید (۱۳۸۶). آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی، تهران: نی.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۸۹). تحلیل انتقادی گفتمان، مترجم: گروه مترجمان، چاپ سوم. دفتر مطالعه و توسعه رسانه‌ها.
- رضی، حسین (۱۳۷۷). «ارتباطات میان‌فرهنگی»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق، شماره ۷ و ۶، صص ۱۶۶-۱۳۶.
- قاسمی، صابر (۱۳۷۴). ترکیه، تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- کسینجر، هنری (۱۳۸۱). دیپلماسی امریکا در قرن ۲۱، مترجم: ابوالقاسم راه‌چمنی، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌الملل ابرار معاصر تهران.
- کلاتری، عبدالحسین (۱۳۹۱). گفتمان از سه منظر زبان‌شناختی، فلسفی و جامعه‌شناختی، تهران:

جامعه‌شناسان.

گل محمدی، احمد (۱۳۸۱). *جهانی شدن، فرهنگ، هویت*، تهران: نی.
گولد، جولیوس؛ کلوب، ویلیام ل. (۱۳۷۶). *فرهنگ علوم اجتماعی*، مترجم: گروه مترجمان، تهران:
مازیار.

لازار، ژودیت (۱۳۹۱). *افکار عمومی*، مترجم: مرتضی کتبی، تهران: نی.
مایرز، گیل ای؛ مایرز، میشله تی. (۱۳۸۳). *پویایی ارتباطات انسانی*، مترجم: حوا صابراآملی.
متولی، عبدالله (۱۳۷۳). *بررسی تطبیقی دو نهضت جنگل و خیابانی*. تهران: حوزه مطالعه و توسعه
رسانه‌ها.

معمد نژاد، کاظم (۱۳۸۹). *ارتباطات بین‌الملل*، جلد یکم، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
نای، جوزف (۱۳۸۹). *قدرت نرم*. مترجم: سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، چاپ سوم،
تهران: دانشگاه امام صادق.

همایون پور، هرمز (۱۳۸۱). *سیاه جاودان، زندگی و مبارزات نلسون ماندلا*، تهران: فرزانه روز.
یورگنسن، ماریان؛ فیلیپس، لوئیز (۱۳۸۹). *نظریه و روش در تحلیل گفتمان*، مترجم: هادی جلیلی،
تهران: نی.

Anderson, A. (1997), *Media, culture and the environment*, London: UCL Press.

Delaney, C. (2011), *Investigating culture*, 2E. London: Wiley-Blackwell.

Durham, Meenakshi G. and Kellner, Douglas M. (2006), *Media and Cultural Studies*,
New Jersey: Blackwell.

Samovar, Larry A, Porter, Richard E, and McDaniel, Edwin R. (2009), *Communication
between Cultures*, 7E. Boston: Wadsworth.

Smith, Anthony d. (1991), *National Identity*, London: penguin.

Woolfolk, A. (2010), *Educational Psychology*, Boston: Allyn and Bacon.

www.islamic-awakening.ir/?a=content.id&id=3930

www.khamenei.ir

www.sourehcinema.com/Festival/Film/History.aspx?Kind=Full&Id=138109211722&FilmName

www.yjc.ir کد خبر ۴۰۱۵۶۵۵



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی