



Public Diplomacy: Linking Political Power and Popular Power *

Seyed Jalal Dehghani Firoozabadi


Professor, Department of International Relations, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran
dehghani@atu.ac.ir

 10.22034/cdrj.2024.473329.1011

 0000-0003-1055-531X

Firoozeh Radfar

Assistant Professor of Political Sciences, Payam-e Noor University (PNU), Tehran, Iran (Corresponding Author)
f.radfar@pnu.ac.ir

 0000-0002-2751-7697

ABSTRACT

Public diplomacy is one of the most important concepts and prominent aspects of international relations in our time. The communication revolution and the explosion of information, the end of the Cold War, and the increase in the role and influence of the general public in foreign and international politics increased the importance and promotion of public diplomacy in international relations. Development of the concept of soft power also stimulated the study and debate about public diplomacy in theory and practice. Some claimed that with the concept of soft power, the concept and function of public diplomacy has become obsolete. Others, on the contrary, argue that soft power has increased the value and importance of public diplomacy. The production and development of digital technologies has fueled these discussions and debates again. A group believes that the interactive and symmetrical nature of these technologies has made the idea and focal point of public diplomacy to advance and support national interests irrelevant. On the other hand, another group believes that digital technologies have facilitated and strengthened public diplomacy. In this article, the concept, objectives, elements, tools, as well as different approaches and perspectives to public diplomacy is explained; Then its difference with related and similar concepts is examined. Finally, it is argued as a conclusion that theoretical, practical and technological developments, especially digital technologies, in international relations have not only reduced the importance of public diplomacy, but also increased its strategic value.



Received: 2024-07-13
Accepted: 2024-08-20

Keywords:

Public Diplomacy, Soft Power, Digital Diplomacy, Cultural Diplomacy, Public Affairs, Propaganda, Psychological Warfare.

*. The contents of the Journal reflect the thoughts and views of the authors, and the Journal is not responsible for this.

<https://cdrj.icro.ir>

دیپلماسی عمومی: پیوند قدرت سیاسی و قدرت مردمی*

doi 10.22034/cdrj.2024.473329.1011

سیدجلال دهقانی فیروزآبادی

استاد روابط بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

dehghani@atu.ac.ir

ID 0000-0003-1055-531X

فیروزه رادفر

استادیار علوم سیاسی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

f.radfar@pnu.ac.ir

ID 0000-0002-2751-7697

چکیده

دیپلماسی عمومی از مهم‌ترین مفاهیم و برجسته‌ترین وجوه ارتباطات بین‌المللی در زمانه ماست. انقلاب ارتباطات و انفجار اطلاعات، پایان جنگ سرد و افزایش نقش و نفوذ مردم در سیاست خارجی و سیاست بین‌الملل، سبب افزایش اهمیت و ارتقای دیپلماسی عمومی در روابط بین‌الملل شد. پردازش مفهوم قدرت نرم نیز مطالعه و مناظره درباره دیپلماسی عمومی را در نظر و عمل برانگیخت. برخی ادعا کرده‌اند که با وجود قدرت نرم، مفهوم و کارکرد دیپلماسی عمومی منسوخ شده است. برخی دیگر نیز استدلال می‌کنند قدرت نرم بر ارزش و اهمیت دیپلماسی عمومی افزوده است. توسعه فناوری‌های دیجیتال نیز به این مباحثه دامن زده است. گروهی بر این باورند که ماهیت تعاملی و متقارن این فناوری‌ها، نقطه کانونی دیپلماسی عمومی مبنی بر پیشبرد و پشتیبانی از منافع ملی را بلاموضوع کرده است. در مقابل، دسته‌ای دیگر معتقدند فناوری‌های دیجیتال، دیپلماسی عمومی را تسهیل و تقویت کرده است.

در این مقاله، مفهوم، اهداف، عناصر، ابزار، رهیافت‌ها و رویکردهای مختلف به دیپلماسی عمومی و تفاوت آن با مفاهیم مرتبط توضیح داده می‌شود. سرانجام استدلال می‌شود که تحولات نظری، عملی و به‌ویژه فناوری‌های دیجیتال، نه تنها از اهمیت دیپلماسی عمومی در روابط بین‌الملل نکاسته، بلکه بر ارزش راهبردی آن نیز افزوده است.



تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۳۰

واژگان کلیدی:

دیپلماسی عمومی،

قدرت نرم، دیپلماسی

دیجیتال، دیپلماسی

فرهنگی، امور عمومی

تبلیغات، جنگ روانی.



* مطالب مندرج در فصلنامه میباید اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

<https://cdrj.icro.ir>

مقدمه

انقلاب ارتباطات و انفجار اطلاعات در جامعه اطلاعاتی بین‌المللی و به تبع آن ظهور سیاست پسابین‌المللی^۱ ایجاب‌کننده فرهنگ دیپلماسی نوینی است که بر شفافیت، بازبودن^۲ و همکاری با بازیگران جامعه مدنی و فروملی در حوزه همگانی^۳ استوار است. این نوع دیپلماسی که دیپلماسی عمومی خوانده می‌شود متضمن و مستلزم ارتباط با گروه‌های مرجع، رهبران احزاب سیاسی، گروه‌های ذی‌نفوذ، نخبگان سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، علمی و رسانه‌ای به‌عنوان سازندگان افکار عمومی، و نیز کلیه شهروندان به‌منظور شکل‌دهی به افکار و هماهنگ‌سازی اذهان آنان با اهداف سیاست خارجی است. ازسوی دیگر اعمال و اجرای موفقیت‌آمیز دیپلماسی عمومی مستلزم به‌کارگیری بهینه فناوری و ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی در چهارچوب دیپلماسی مجازی نیز است، زیرا جوهر و شالوده دیپلماسی عمومی اعمال و به‌کارگیری قدرت نرم به‌منظور مدیریت افکار عمومی در صحنه جهانی است؛ ازاین‌رو، دیپلماسی عمومی ابزار کلیدی و راهبردی قدرت نرم‌افزاری در سیاست خارجی به‌شمار می‌رود.

برخی تغییر و تحولات فکری، ایدئولوژیک، سیاسی، بین‌المللی و فناوری موجب اهمیت‌یافتن و ضرورت طرح دیپلماسی عمومی به‌عنوان یکی از عناصر کلیدی و کانونی سیاست خارجی شده است. در رأس این تحولات، انقلاب ارتباطات قرار دارد که گردش سریع و گسترده اطلاعات را در سراسر جهان امکان‌پذیر ساخته است. همچنین دسترسی گسترده و آسان عموم مردم به اطلاعات، تأثیر مستقیمی بر شکل‌گیری و بیان افکار عمومی دارد؛ به‌گونه‌ای که افکار عمومی به یکی از عوامل تعیین‌کننده در روابط بین‌الملل و تأثیرگذار بر تدوین و اجرای سیاست خارجی تبدیل شده است.

ازسوی دیگر، تنوع و تکثر بازیگران بین‌المللی با اندیشه‌ها، باورها و انگاره‌های متعدد و

-
1. Post- international Politics
 2. Openness
 3. Public Sphere
-

کشمکش آنان برای شکل‌دهی به افکار عمومی طرف مقابل، دیپلماسی عمومی را ضروری و برجسته می‌سازد. برای مثال، تعارض ایدئولوژیک امریکا و شوروی در طول جنگ سرد، هر دو ابرقدرت را بر آن داشت تا در قالب دیپلماسی عمومی، جامعه داخلی و مردمان یکدیگر را هدف قرار دهند. پایان جنگ سرد نه تنها از اهمیت دیپلماسی عمومی نکاست بلکه بر ارزش راهبردی آن در روابط بین‌الملل و سیاست خارجی افزود. چون امریکا و جهان غرب، فروپاشی شوروی و شکست کمونیسم را پیروزی ایدئولوژی لیبرالیسم و نظام سیاسی لیبرال‌دموکراسی تفسیر کردند. تلاش غرب برای توسعه و توجیه جهان‌گستر لیبرال‌دموکراسی و مقابله بقیه جهان با آن، دیپلماسی عمومی را به یکی از ارکان سیاست خارجی کشورها بدل ساخت. از دیگر سو، در روابط بین‌الملل برداشت، ادراک و روایت افراد و جوامع از واقعیت دست‌کم به اندازه خود واقعیت تعیین‌کننده است؛ از این رو، همه کشورها می‌کوشند در چهارچوب دیپلماسی عمومی واقعیت را آن‌گونه که خود حقیقت می‌پندارند برای افکار عمومی دیگر کشورها روایت و موجه کنند.

هدف این مقاله، معناکوی ماهیت، وجوه و سطوح گوناگون دیپلماسی عمومی است. برای تأمین این هدف، مطالب در هفت گفتار تدوین و تبیین می‌شود. به منظور نشان‌دادن سیر تحول و تطور نظری و عملی دیپلماسی عمومی، قسمت نخست به تبارشناسی و تاریخ‌نگاری مختصر آن می‌پردازد. در قسمت دوم، مفهوم دیپلماسی عمومی و نسبت آن با مقوله‌های مرتبط و مشابه در قالب رهیافت‌های مختلف توضیح داده می‌شود. موضوع سومین قسمت، شرح عناصر مقوم دیپلماسی عمومی است. اهداف و آماج دیپلماسی عمومی در قسمت چهارم و ابزار دیپلماسی عمومی در بخش پنجم تبیین می‌شود. رویکردهای گوناگون به دیپلماسی عمومی از سوی کشورهای مختلف موضوع مطالعه پنجمین قسمت است. سرانجام جمع‌بندی و نتایج مباحث در قالب نتیجه‌گیری ارائه می‌شود.

۱. تبارشناسی: تاریخچه و تکامل

پیشینه تاریخی دیپلماسی عمومی به‌عنوان کردار و کنش ارتباطی، بیش از معنای علمی و مفهومی آن است. دیپلماسی عمومی به‌مثابه کردار، به معنای ارتباط موجودیت‌های سیاسی با عموم مردم در سایر واحدهای سیاسی خارجی است (Huijgh 2016: 437-438). برخی صاحب‌نظران سابقه آن به معنای تبلیغات را به اعلامیه استقلال آمریکا و «کارزار برای حقیقت»^۱ ترومن رئیس‌جمهور پیشین آمریکا ربط می‌دهند. عبارت «دیپلماسی عمومی» نخستین بار در سرمقاله روزنامه تایمز لندن در ژانویه ۱۸۵۶ نمودار شده است. در آنجا دیپلماسی عمومی به معنای «مدنیت» در مقابل رفتارهای غیرمدنی فرانکلین پیرس^۲ رئیس‌جمهور وقت آمریکا به‌کار رفته است. روزنامه نیویورک تایمز نیز اولین بار در ژانویه ۱۸۷۱ از این اصطلاح استفاده کرد (Melissen and Wang, 2019: 12).

طی جنگ جهانی اول، کاربرد عبارت دیپلماسی عمومی در روزنامه‌ها و محافل سیاسی آمریکا گسترش یافت و برای توصیف برخی رویه‌های دیپلماتیک آلمان همچون بیانیه‌های نظامی و سیاسی در مورد جنگ و شرایط صلح و دیدگاه‌های آرمان‌گرایانه ویلسون به‌کار می‌رفت. در این دوره، دیپلماسی عمومی بیشتر به معنای دیپلماسی آشکار^۳ در مقابل دیپلماسی محرمانه^۴ که ماهیتی دولتی، خصوصی و پنهان داشت به‌کار می‌رفت (Bowman, 2018: 19-37; Graham, 2015: 1-5; Cull, 2008: 497).

وودرو ویلسون رئیس‌جمهور آمریکا در زمان جنگ جهانی اول، در سخنرانی‌اش در کنگره آمریکا در یازدهم فوریه ۱۹۱۸ از اصطلاح دیپلماسی عمومی استفاده کرد. وی نیز دیپلماسی عمومی را به معنای دیپلماسی آشکار به‌کار برد. در بازه بین دو جنگ جهانی اول و دوم نیز از عبارت دیپلماسی عمومی به معنای ویلسونی آن مبنی بر تعهدات و پیمان‌های آشکار استفاده می‌شد. در دوران پس از جنگ جهانی دوم کماکان از عنوان دیپلماسی عمومی در تقابل با

1. Campaign of Truth
2. Franklin Pierce
3. Open Diplomacy
4. Secret Diplomacy

دیپلماسی خصوصی و رسمی استفاده می‌شد. برخی سیاست‌مداران و روزنامه‌نگاران، ماهیت بازبودن دیپلماسی را می‌ستودند؛ درحالی‌که بعضی دیگر، این نوع دیپلماسی را نقد و نفی کرده و خواهان بازگشت به دیپلماسی خصوصی بودند.

با آغاز و سپس اوج‌گیری جنگ سرد میان آمریکا و شوروی، اصطلاح دیپلماسی عمومی دستخوش تحول مفهومی و کاربردی شد و به حوزه اطلاعات و تبلیغات بین‌المللی معطوف شد. رویه‌های دیپلماتیک دو ابرقدرت در قالب دیپلماسی عمومی، رنگ‌ولعاب تبلیغات ایدئولوژیک داشت. حتی کاربرد اصطلاح آرام‌بخش اطلاعات^۱ نیز برای تبری‌جستن از مفهوم منفی و مذموم تبلیغات، اهداف سیاست خارجی آمریکا را برآورده نمی‌کرد؛ ازاین‌رو، جعل مفهوم دیپلماسی عمومی با معنا و مفاد تازه، ضرورتی راهبردی برای سیاست خارجی آمریکا بود (Cull, 2020: 13-16)؛ زیرا این کشور برای دستیابی به هژمونی و حفظ آن در دوران جنگ سرد به تصویر مثبت جهانی نیاز داشت و ترسیم و تثبیت ایماژ مثبتی از ایالات متحده آن را قادر می‌ساخت تا ساختار جهانی سلطه آمریکا را بدون فتح سرزمینی، ایجاد کند و استمرار بخشد (Graham, 2015: 4).

براین‌اساس، مفهوم «دیپلماسی عمومی» در معنای امروزش را دیپلمات سابق امریکایی /ادموند گولین^۲ در ۱۹۶۵ وضع کرد. او که رئیس «مدرسه حقوق و دیپلماسی فلچر»^۳ در دانشگاه تافتس^۴ بود، هنگام تأسیس «مرکز دیپلماسی ادوارد مورو»^۵ در سال ۱۹۶۵ نخستین بار این اصطلاح را به‌کار برد. گولین مفهوم دیپلماسی عمومی را معطوف به فرایند اطلاعات بین‌المللی و روابط فرهنگی به‌کار بست و از آن‌پس مفهوم دیپلماسی عمومی وارد ادبیات سیاست خارجی آمریکا و سپس روابط بین‌الملل شد (Tuch, 1990: 3, 8). در دهه ۱۹۹۰ کاربرد مفهوم دیپلماسی عمومی در ادبیات سیاست خارجی به فراسوی محافل سیاسی و علمی آمریکا گسترش یافت و حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ بر ضرورت و اهمیت در روابط بین‌الملل و سیاست

1. Information
2. Edmund Gullion
3. the Murrow Center at the Fletcher School of Law and Diplomacy
4. Tufts University
5. Edward Murrow

خارجی کشورها افزود (Melissen, 2011: 8; Graham, 2015: 1-10).

دیپلماسی عمومی تحت تأثیر تغییرات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و فناوری مانند فرایند دموکراتیک‌سازی، جهانی‌شدن، انقلاب اطلاعات، انفجار اطلاعات، فضای مجازی و هوش مصنوعی تحول و تکامل یافته است؛ به گونه‌ای که اکنون فراتر از تمایز از دیپلماسی سنتی، خود به دو گونه عام و خاص و دو نوع سنتی و نوین تقسیم شده و دارای مراحل مختلفی است. می‌توان تحول دیپلماسی عمومی را طی مراحل زیر دانست:

۱) تبلیغات و جنگ روانی (۱۹۴۵-۱۹۰۰): ۲) جنگ ایدئولوژیک و ارتباطات فرهنگی و رسانه‌ای (۱۹۹۱-۱۹۴۵): ۳) قدرت نرم مبنی بر ارتقا و توسعه فرهنگی و مدیریت اطلاعات با هدف توسعه و تعمیق روابط فرهنگی بین‌المللی مبتنی بر فهم و دانش متقابل (۲۰۰۰-۱۹۹۱)؛ ۴) دیپلماسی عمومی نوین^۱ و فرانویین (قرن بیست و یکم).

۲. مفهوم‌شناسی: تعریف و تحول

در رشته روابط بین‌الملل «دیپلماسی عمومی» کنشی ارتباطی مبنی بر برقراری ارتباط یک بازیگر بین‌المللی با مردمان کشورهای خارجی است و «تلاش یک کنشگر بین‌المللی برای مدیریت محیط بین‌المللی از راه درآمیختن و تعامل با جمهور و توده مردم خارجی» (Cull, 2009: 12) و شهروندان جامعه جهانی در کانون آن قرار دارد. این اصطلاح ابعادی از روابط بین‌الملل را تبیین می‌کند که جدای از تعاملات میان دولت‌ها و خارج از دیپلماسی سنتی صورت می‌گیرد (Manor, 2019: 10-11; Pamment, 2013)؛ جنبه‌هایی همچون شکل‌دهی به افکار عمومی سایر ملت‌ها، تعاملات گروه‌های ذی‌نفع خصوصی در کشورهای مختلف، آگاه‌سازی عمومی از امور جهانی و تأثیر آن بر سیاست داخلی، و ارتباطات مؤثر.

دیپلماسی عمومی استعاره‌ای است برای مردمی‌کردن دیپلماسی و نقش‌آفرینی بازیگران متکثر و متنوع در آن؛ از این رو، معطوف به درآمیختن دیپلماسی با مردم و رابطه متقابل افکار عمومی و سیاست خارجی است، به طوری که از یک سو با تأثیر ایستارها و افکار عمومی بر

1. The New Public Diplomacy

تدوین و اجرای سیاست خارجی، و ازسوی دیگر با نقش سیاست خارجی در شکل‌گیری افکار عمومی سایر ملت‌ها سروکار دارد؛ زیرا بازیگران بین‌المللی به‌ویژه دولت‌ها دریافته‌اند که برای دستیابی به اهداف خارجی‌شان نیازمند دسترسی بی‌واسطه به مردم و جامعه مدنی هستند (Huijgh, 2016: 438; Melissen, 2013: 437).

دیپلماسی عمومی، یک اصطلاح، مفهوم و حوزه مطالعاتی چندرشته‌ای است (Huijgh, 2016: 437). در معنای یک عمل دیپلماتیک، دیپلماسی عمومی بر ارتباطات دیپلماتیک میان موجودیت‌های سیاسی مانند کشورها و مردم کشورهای خارجی تأکید می‌کند (Melissen & Wang, 2019: 11). دیپلماسی عمومی اصطلاحاً به معنای تأثیرگذاری بر و شکل‌دهی به افکار عمومی و اقناع مخاطبان خارج از مرزهاست (Graham, 2015: 4). دیپلماسی عمومی ناظر بر تلاش کنشگری بین‌المللی برای تأثیرگذاری بر روابط خارجی و روابط بین‌الملل از طریق تعامل با عموم مردم یک کشور خارجی است (Bowman, 2018: 26).

همچنین دیپلماسی عمومی یکی از ابعاد فرایند سیاست خارجی است که شامل تعاملات دولت با مردم و مردم با مردم می‌شود. دیپلماسی عمومی به معنای کنش‌ها و اقدامات کشوری است که برای جلب پشتیبانی و حمایت افکار عمومی سایر کشورها از سیاست خارجی خود و تأمین منافع و امنیت ملی آن، تدوین و طراحی می‌شود (Tuch, 1990: 7). دیپلماسی عمومی جایی معنا می‌یابد که کنشگر سیاسی درگیر ارتباط راهبردی با مخاطبان خارجی می‌شود تا هم‌زمان توان مدیریت اعتبار بین‌المللی و همچنین منافع ملی و امنیتی خود را ارتقا و افزایش دهد (Arceneaux & Powers, 2020: 50).

تلاش اندیشمندان روابط بین‌الملل برای شناساندن رفتار بازیگران بین‌المللی در دسترسی به مردمان و تأثیرگذاری بر افکار عمومی، به شکل‌گیری گرایش علمی دیپلماسی عمومی انجامید. در چهارچوب این زیرشاخه روابط بین‌الملل نیز نظریه‌های متعدد دیپلماسی عمومی ساخته و پرداخته شد. دیپلماسی عمومی به‌عنوان یک حوزه مطالعاتی چندرشته‌ای، دربرگیرنده مفاهیم نظری، تعریف‌ها و رویه‌های گوناگونی از رشته‌های متعدد علمی است که از مطالعات

دیپلماتیک و دیپلماسی سنتی فراتر می‌رود؛ رشته‌هایی مانند علوم ارتباطات، مطالعات فرهنگی، علوم سیاسی، روان‌شناسی، علوم شناختی، مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی.

در بروشور اولیه «مرکز دیپلماسی عمومی مورو»، این‌گونه آمده است: دیپلماسی عمومی ناظر به نفوذ و تأثیر ایستارهای عمومی بر شکل‌گیری و اجرای سیاست‌های خارجی بوده و به این موارد می‌پردازد: ابعادی از روابط بین‌الملل فراتر از دیپلماسی سنتی؛ نقش مطبوعات و سایر رسانه‌ها در امور خارجی و بین‌الملل؛ پرورش و شکل‌دهی حکومت‌ها به افکار عمومی در سایر کشورها؛ تعامل گروه‌ها و منافع خصوصی در یک کشور با هم‌تایان خود در کشور دیگر؛ تهیه و ارائه گزارش از امور خارجی و تأثیر این فرایندهای فراملی بر تدوین، تدبیر و اجرای سیاست خارجی؛ برقراری ارتباط میان صاحبان مشاغل ارتباطی مانند دیپلمات‌ها و خبرنگاران خارجی؛ و در نهایت ارتباطات بین‌فرهنگی و تأثیر این فرایندهای فراملی بر تدوین سیاست‌ها و تدبیر امور خارجی (The Fletcher School of Law and Diplomacy, 1975; Cull, 2020: 13). این معنا از دیپلماسی عمومی بسیار عام و گسترده بوده و فراتر از مفهوم دیپلماسی عمومی نوین و فرانویین امروزمین است؛ به‌گونه‌ای که همه فرایندهای ارتباطات بین‌المللی و میان‌فرهنگی را دربرمی‌گیرد.

به‌رغم استفاده گسترده از دیپلماسی عمومی در سطوح عملی و نظری، در مورد چگونگی تعریف و تعیین عناصر آن اتفاق‌نظر وجود ندارد؛ از این‌رو، تعاریف متفاوتی از دیپلماسی عمومی ارائه می‌شود که برخی وجوه آن را مورد توجه قرار می‌دهند (Melissen, 2005: 11; Bowman, 2018: 20 & 25; Arceneaux and Powers, 2020: 50; Saliu, 2020). واژگان روابط بین‌الملل وزارت خارجه آمریکا در سال ۱۹۸۵ دیپلماسی عمومی این‌گونه تعریف شده است: «دیپلماسی عمومی به برنامه‌های مورد حمایت حکومت اطلاق می‌شود که هدف آن اطلاع‌رسانی یا تحت‌تأثیر قراردادن افکار عمومی در کشورهای دیگر است و ابزار اصلی آن انتشار متن، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی، رادیو، تلویزیون و اینترنت است» (U.S. Department of State, 1987: 85).

همچنین آژانس تبلیغات امریکا دیپلماسی عمومی را دیپلماسی از طریق درک توده‌های مردم بیگانه، دادن پیام به آن‌ها، فعالیت برای تأثیرگذاری بر آن‌ها و توسعه گفت‌وگو میان شهروندان و نهادهای امریکایی از یک‌سو، و نهادهای بیگانه، از سوی دیگر، می‌داند که سبب تقویت منافع ملی ایالات متحده می‌شود. (Wolf and Rosen, 2004: 3) در نسخه به‌روزشده این آژانس در تعریف دیپلماسی عمومی آمده است: «دیپلماسی عمومی به تأثیر ایستار و افکار عمومی بر تدوین و اجرای سیاست خارجی می‌پردازد که شامل ابعادی از روابط بین‌الملل فراتر از دیپلماسی سنتی می‌شود؛ مانند پرورش و شکل‌دهی حکومت‌ها به افکار عمومی سایر کشورها، تعامل گروه‌های خصوصی و ذی‌نفع یک کشور با هم‌تایان خود در کشور دیگر، و جریان فراملی اطلاعات و ایده‌ها» (United States Information Agency, 2002).

جاشوا فاولس، مدیر مرکز دیپلماسی عمومی در مدرسه ارتباطات امریکا، دیپلماسی عمومی را این‌گونه تعریف می‌کند: «کوشش حکومت برای برقراری ارتباط با عموم مردم یا جامعه دیگر به‌منظور توضیح و تبیین ارزش‌ها، هنجارها، باورها، فرهنگ و سیاست‌های خود، همراه با تقویت و ترمیم رابطه، تصویر و شهرت خود در آن کشور» (quoted in: Taylor, 2006: 47). برخی پژوهشگران به‌ویژه در دوران جنگ سرد، دیپلماسی عمومی را ارتقا دهنده منافع و امنیت ملی از طریق نفوذ بر افکار و اندیشه مردم به‌وسیله ابزارهای گوناگون ارتباطی مانند ارتباط شخصی، رسانه‌ها، انتشار و توزیع کتب و نشریه‌ها، تصاویر احساسی، رادیو، و یادگیری زبان تعریف می‌کردند. به‌منظور تأمین موفقیت‌آمیز این هدف، برنامه‌ها باید مدون باشند تا دستاوردهای سیاست خارجی در کشور مورد نظر به‌دست آید که خود مستلزم تصویرسازی، موشکافی و انعطاف است (Waller, 2007: 25).

براساس رهیافت گفتمانی، دیپلماسی عمومی مجموعه‌ای از کردارها و رویه‌های گفتمانی بلندمدت منظم و منسجم است که برای شکل‌دادن به ادراک و برداشت جامعه مدنی هدف از رویداد خاصی طراحی شده است. این نفوذ با به‌کارگیری واژگان برای تحت‌تأثیر قراردادن

گفتمان عمومی غالب در آن جامعه، تشویق و ترغیب اجماع میان مخاطبان هدف و تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری سیاسی در حکومت‌های هدف صورت می‌پذیرد؛ از این رو، در دیپلماسی عمومی واژگان و گفتمان به چهارچوب‌بندی و شکل‌دهی به افکار عمومی بین‌المللی کمک می‌کنند (Golan et al. 2019; Huang, 2024: 2).

۲-۱. تقسیم‌بندی دیپلماسی عمومی

بر پایه تحول و تکامل مفهوم دیپلماسی عمومی، سه نوع دیپلماسی عمومی سنتی، نوین و فرانونین قابل تفکیک است (Cull, 2009: 12-24; Cull, 2008: 31-54; Melissen & Wang, 2019: 17-22).

۲-۱-۱. دیپلماسی عمومی سنتی

دیپلماسی عمومی سنتی که در نیمه دوم قرن بیستم تکوین یافت، به صورت اطلاع‌رسانی - پیام‌رسانی، اشاعه فرهنگی و مدیریت شهرت و اعتبار بین‌المللی مفهوم‌بندی می‌شود. این نوع دیپلماسی عمومی ماهیت یک‌طرفه و تک‌گفتاری^۱ دارد؛ به گونه‌ای که تنها دیپلمات‌های عمومی با مخاطبان‌شان سخن می‌گویند و امکان پرسش و پاسخ را در قالب گفت‌وگو ندارند.

مهم‌ترین اصول و ویژگی‌های دیپلماسی عمومی سنتی عبارتند از: مرز شفاف میان خارج و داخل و دولت و جامعه؛ دیپلماسی دولت با دولت؛ قواعد و هنجارهای تثبیت‌شده؛ تعداد اندک کنشگران دیپلماتیک، مردم و موضوعات؛ حضور فناوری‌های عصر صنعتی شامل چاپ و رادیو و تلویزیون؛ ماهیت سلسله‌مراتبی، دولت‌محور و از بالا به پایین؛ پخش و ترویج اطلاعات، طراحی و توزیع پیام؛ یک‌طرفه بودن مبنی بر خطاب یک نفر به چند نفر؛ اطلاعات کمتر و جلب توجه بیشتر؛ نقش‌آفرینی وزرای امور خارجه به‌عنوان دروازه‌بانان و بازیگران اصلی امور بین‌الملل؛ جنگ بین بازیگران دولتی در میدان نبرد؛ موانع و محدودیت‌های فرهنگی؛ دیپلماسی عمومی موردی و اقتضایی در حاشیه دیپلماسی رسمی؛ دیپلماسی عمومی حکومت با مردم؛ مخاطب منفعل با مشارکت غیرمستقیم؛ جماهیر و توده‌های مردم خارجی؛ متقاعدسازی با جنگ ایده‌ها و ایدئولوژیک؛ پیام از پیش شکل‌گرفته و ایستا؛ شکل‌دهی به تصاویر ارسال‌کننده پیام؛ و

1. Monologic

در نهایت قرار داشتن تحت سلطه تجارب امریکا و انگلستان (Melissen & Wang, 2019: 14).

۲-۱-۲. دیپلماسی عمومی نوین

دیپلماسی عمومی نوین در پی عملیات تروریستی ۱۱ سپتامبر در سال ۲۰۰۱، شکل‌گیری زیست‌بوم رسانه‌ای جهانی و ظهور جامعه دیجیتال پدیدار شد. دیپلماسی عمومی نوین بر مبنای ایده برقراری روابط از طریق گفت‌وگو، شبکه‌سازی و مبادله اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی توسط بازیگران فراوان در سطوح فراملی و فراملی و انواع مختلف بازیگران غیردولتی در داخل و خارج کشور استوار است.

مهم‌ترین اصول و ویژگی‌های دیپلماسی عمومی نوین عبارتند از: بی‌مرزی، نفوذپذیری مرزها و پراکندگی قدرت؛ دیپلماسی چندمرکزی شامل فراملی، فروملی و فراسوی دولت؛ قواعد و هنجارهای در حال ظهور و شدن؛ بازیگران دیپلماتیک، مردم و موضوعات بیشتر؛ فناوری‌های دیجیتال شامل رسانه‌های سنتی و شبکه‌های اجتماعی؛ ماهیت شبکه‌ای و افقی و رابطه‌ای و مشارکتی شامل مبادله پیام، گفت‌وگو و فهم متقابل؛ چندسویه و دارای تعامل بسیار با بسیار؛ اطلاعات بیشتر و جلب توجه کمتر؛ دیپلماسی کل و مجموعه دولت یعنی وزارتخانه‌های امور خارجه به‌عنوان زیرمجموعه‌های دولت بااهمیتند ولی اصلی نیستند؛ منازعات مسلحانه بین دولت و بازیگران دولتی و غیردولتی؛ تنوع فرهنگی؛ دیپلماسی عمومی عنصر مرکزی و پایدار دیپلماسی رسمی؛ حضور بازیگران فراوان دولتی، منطقه‌ای، فروملی و جامعه مدنی در دیپلماسی عمومی؛ مخاطب فعال مبنی بر مشارکت مستقیم؛ وجود بازیگران خارجی و داخلی متعدد و متنوع؛ وجود روایت‌های متعدد بدین معنا که در حوزه‌های عمومی جهانی باید درک کرد، تأثیر گذاشت، تعامل کرد و مشارکت جست؛ فهم آنچه دیگران درک می‌کنند؛ تأثیرگذاری بر دستورکارهای سیاسی با شکل دادن به نگرش‌های سیاسی؛ و در نهایت مبتنی بر تجارب امریکا، اروپا و سپس غیرغربی (Huijgh, 2016: 438-440; Melissen & Wang, 2019: 15).

بدین ترتیب، دیپلماسی عمومی نوین دارای چند ویژگی است که آن را از دیپلماسی عمومی

سنتی متمایز می‌سازد

۱. تعدد، تکثر و تنوع بازیگران و کارگزاران در دیپلماسی عمومی نوین؛ به طوری که دولت‌ها و دیپلمات‌های دولتی انحصار خود را از دست داده‌اند و دیگر به تنهایی افکار عمومی را تحت تأثیر قرار نمی‌دهند، بلکه بازیگران غیردولتی مانند سمن‌ها، سازمان‌های جامعه مدنی، فعالان اجتماعی - سیاسی، بلاگرها و حتی گروه‌های تروریستی قادرند با پخش برخط پیام‌ها افکار عمومی جهانی را متأثر سازند؛

۲. بازیگران دیپلماسی نوین، جهان دیجیتال را به عرصه‌ای رقابتی تبدیل کرده‌اند که برای جلب توجه مخاطبان فضای مجازی و تأثیرگذاری بر درک آن‌ها از رویدادهای جهانی، به هماوردی می‌پردازند؛

۳. زیست‌بوم رسانه‌ای جهانی شده موجب چندپارگی و تنوع مخاطب‌های دیپلماسی عمومی در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها شده است؛ به گونه‌ای که دیگر نمی‌توان با یک شبکه و پیام‌رسان واحد همه افکار عمومی فضای مجازی را تحت تأثیر قرار داد؛

۴. دیپلماسی عمومی نوین بیشتر مستلزم تعامل متقابل و گفت‌وگوست تا تک‌گویی، زیرا دیپلماسی عمومی تک‌گو و یک‌سویه مناسب مخاطب‌های مجازی نیست؛ از این رو دیپلماسی عمومی نوین دارای ماهیتی تعاملی، دوسویه، مشارکتی، فراگیر و همه‌جانبه است (Melissen, 2005; Cull, 2008; Pamment, 2013; Manor, 2019: 13). دیپلماسی عمومی نوین بر تعامل و درآمیختن با مخاطبان و اعضای جامعه دیجیتال تمرکز دارد و از تک‌گویی به سوی گفت‌وگو، تعامل و برقراری رابطه‌ی درازمدت گذر می‌کند (Manor, 2019: 12 & 21).

۳-۱-۲. دیپلماسی عمومی فرانونین

دیپلماسی عمومی فرانونین^۱ عنوانی است که در واکنش‌های نظری و عملی به دوگانه‌سازی و موازی‌سازی دیپلماسی عمومی سنتی و نوین ریشه دارد. دیپلماسی عمومی فرانونین بیشتر بر تکمیل‌کنندگی این دو تأکید می‌کند تا تمایز و جدایی‌شان. دیپلماسی عمومی فرانونین ماهیت و رهیافتی همگرا دارد (Vibber & Kim, 2015: 417) و در پی تلفیق دیپلماسی غیردولتی،

1. Beyond the New Public Diplomacy

دیپلماسی مردم با مردم یا دیپلماسی شهروندی، و دیپلماسی نوین است. در دیپلماسی فرانونین به جای تأکید بر ماهیت بازیگران و کارگزاران، بر روابط و الگوهای تعامل بین آن‌ها تمرکز می‌شود. همچنین به جای دوگانه‌سازی از دیپلماسی سنتی و نوین درصدد ترکیب آن‌هاست (Melissen & Wang, 2019: 21-22; 2013: 437, 2011: 17).

دیپلماسی عمومی فرانونین سه ویژگی مهم و مقوم دارد:

۱. ماهیت چندکنشگری^۱ و چندگانه - جانبه‌گرایی^۲. رهیافت چندکنشگری به معنای نقش‌آفرینی بازیگران متنوع در بالا و پایین سطح دولت ملی و انواع مختلف بازیگران غیردولتی در داخل و خارج کشورها در چهارچوب دیپلماسی عمومی غیردولتی^۳ است. بازیگران غیردولتی مانند کنشگران مذهبی؛ کنشگران فروملی؛ سازمان‌های چندملیتی، غیرحکومتی و بین‌المللی؛ شرکت‌های چندملیتی؛ و افراد. ازسوی دیگر، چندگانه - جانبه‌گرایی به بُعد سوم دیپلماسی در کنار یک‌جانبه‌گرایی و دوجانبه‌گرایی اشاره دارد و متضمن برقراری و مدیریت روابط میان کنشگر رسمی مانند یک دولت، یا چند دولت که با هم عمل می‌کنند، یا سازمان بین‌المللی دولتی مستقر در کشور، و دست‌کم یک موجودیت غیردولتی غیررسمی است (Huijgh, 2016: 442)؛
۲. ماهیت شبکه‌ای و دیجیتالی مبنی بر شکل‌گیری روابط میان این کنشگران از طریق گفت‌وگو و فعالیت‌های شبکه‌سازی و نقش کانونی فناوری‌های دیجیتال و اینترنت در تحقق روابط چندسطحی و شبکه‌ای میان کنشگران ملی، فروملی و فراملی در قالب دیپلماسی دیجیتال؛ ازاین‌رو دیجیتالی‌شدن دیپلماسی عمومی و ظهور دیپلماسی دیجیتال را می‌توان مهم‌ترین شاخص دیپلماسی عمومی فرانونین تلقی کرد؛
۳. دیپلماسی مردم با مردم^۴ و برجستگی بُعد داخلی مبنی بر نقش آگاهانه شهروندان داخلی.

1. Multi-actor Approach
2. Polyateralism
3. Non-state Public Diplomacy
4. People-to-People

۳. نسبت دیپلماسی عمومی با مفاهیم مرتبط

مفاهیم «قدرت نرم»، «امور عمومی»، «تبلیغات»، «دیپلماسی فرهنگی»، «جنگ روانی» و «جنگ ایدئولوژیک» قرابت و تداخل معنایی با دیپلماسی عمومی دارند؛ باین حال، در این قسمت استدلال می‌شود که این مفاهیم مترادف و همسان با دیپلماسی عمومی نیستند.

۳-۱. قدرت نرم

قدرت نرم مفهوم نوینی است که جوزف نای^۱ در نخستین سال‌های دهه ۱۹۹۰ در برابر قدرت سخت مبنی بر نیروی تهدید و تطمیع وضع کرد. او قدرت نرم را این‌گونه تعریف می‌کند: «توانایی تحت‌تأثیر قراردادن دیگران برای دستیابی به نتایج مطلوب از طریق جاذبه و ترغیب و اقناع به جای اجبار یا پرداخت» (Nye, 2019: 7). به نظر او قدرت نرم هر کشوری بر منابع فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست‌های آن استوار است. به بیان دیگر قدرت نرم «بر توانایی‌ها و تأثیرات ناملموس یا غیرمستقیم همچون فرهنگ، ارزش‌ها و ایدئولوژی مبتنی است» (به نقل از: Snow, 2020: 4).

فیلیپ تیلور^۲، یکی از دو ویراستار چاپ اول کتاب «مرجع دیپلماسی عمومی راتلیج»، مفهوم قدرت نرم نای را به زبان ساده بیان می‌کند: شناساندن خود به دیگران برای جلب دوستی و جذب آنان به گونه‌ای که بخواهند مثل ما شوند. «شناخت ما همان و عاشق ما شدن همان»؛ و «جذاب بودن برای دیگران با هدف متقاعد ساختنشان به اینکه مثل ما شوند، کفایت می‌کند» (Taylor, 2009: 12)؛ از این رو، غایت قدرت نرم، تقلید و پیروی ملل دیگر از شیوه تفکر و سبک زندگی اعمال‌کننده آن است.

نای تصریح می‌کند: «دیپلماسی عمومی ابزاری برای پیشبرد، ارتقا و تقویت قدرت نرم هر کشوری است» (Nye, 2019: 7)؛ بنابراین، بین قدرت نرم و دیپلماسی عمومی نسبت منطقی عام و خاص برقرار است؛ به گونه‌ای که دیپلماسی عمومی یکی از اجزاء، اشکال یا ابزار قدرت نرم است، ولی همه انواع قدرت نرم ضرورتاً دیپلماسی عمومی نیستند. قدرت نرم مفهوم فراگیری است که دیپلماسی عمومی را

1. Joseph S. Nye, Jr.
2. Philip M. Taylor

نیز دربر گرفته و در بسیاری از مواقع جایگزین آن می‌شود (Pamment, 2016: 238).

معمولاً قدرت نرم و دیپلماسی عمومی دو روی یک سکه انگاشته می‌شوند. قدرت نرم به ذخایر نهادی، فرهنگی، اقتصادی یا سیاسی اطلاق می‌شود که کشور را قادر می‌سازد برای عموم مردم خارجی جذابیت ایجاد کند. در حالی که دیپلماسی عمومی درصدد پیشینه‌سازی ضریب تأثیرگذاری این منابع بر عامه مردم جوامع خارجی است، در عصر دیجیتال دیگر نمی‌توان ارتباط نزدیک نظری و عملی میان قدرت نرم و دیپلماسی عمومی را مسلم و تضمین شده در نظر گرفت. فناوری‌های دیجیتال این قابلیت را دارند که فراتر از اتصال مفهومی و موضوعی میان این دو رفته و از آن عبور کنند. آن‌ها با کم‌بهادادن به تأکید راهبردی بر منافع ملی و پیشبرد سیاست‌ها از یکسو و تمرکز بر رهیافت‌های متقارن مبنی بر برقراری رابطه از دیگرسو، این نقطه اتصال را کم‌رنگ و منحل می‌کنند؛ با این حال، این قابلیت فناوری‌های دیجیتال لزوماً بدین معنا نیست که حتماً دیپلماسی عمومی را به این جهت سوق می‌دهند، بلکه حاکی از این واقعیت است که پیوند سنتی و تاریخی میان قدرت نرم و دیپلماسی عمومی در معرض ازهم‌گسستن است (Bjola, Cassidy & Manor, 2020: 411).

قدرت نرم متضمن این فرض است که یک کشور می‌تواند از طریق جاذبه بر نتایج در روابط بین‌الملل تأثیر بگذارد (Nye, 1990; 2004; 2008). جوزف نای، واضع مفهوم قدرت نرم، قائل به ارتباط نزدیک و وثیق میان قدرت نرم و دیپلماسی عمومی است (Nye, 2008)؛ اگرچه تفاوت نظری مهمی بین این دو مفهوم وجود دارد. دیپلماسی عمومی ابزار مؤثری برای تولید و افزایش منابع قدرت نرم کشورها و کنشگران بین‌المللی است. کشورها و کنشگران قادرند این منابع و امکانات را بسیج کنند تا نتایج مطلوبی را به‌بار آورند که به نگرش مثبت و حمایت افکار عمومی خارجی نیاز دارد. کشورها برای اعمال و افزایش قدرت نرم خود از جعبه‌ابزار فعالیت‌های مختلف دیپلماسی عمومی استفاده می‌کنند؛ مانند مناسبت‌ها و رویدادهای فرهنگی، علمی، هنری، ورزشی؛ مبادلات آموزشی؛ سفرها و بازدیدهای خارجی سران و رهبران؛ و رسانه‌ها (Goldsmith, Horiuchi & Kelly, 2021: 13-43).

۲-۳. امور عمومی

در برخی تعریف‌های سنتی، دیپلماسی عمومی مترادف با امور عمومی به کار رفته است. بر پایه این تلقی دیپلماسی عمومی نسخه روزآمد امور عمومی به معنای کسب حمایت عمومی داخلی در قرن بیستم و بیست‌ویکم است؛ به گونه‌ای که با اتخاذ رهیافت‌های سنتی در داخل و خارج کشور سعی می‌کند از فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات استفاده کند. امور عمومی شکلی تخصصی از ارتباطات جمعی است که به آگاه کردن عموم مردم در داخل کشور پیرامون اهداف، مواضع و اقدامات سیاست خارجی اختصاص دارد (Huijgh, 2016: 39-40)، اما دیپلماسی عمومی موسع‌تر و متفاوت از امور عمومی است. امور عمومی معطوف به جامعه و جمعیت داخلی برای جلب حمایت عمومی از سیاست خارجی است، درحالی که مخاطب دیپلماسی عمومی، افکار عمومی خارجی و آگاه‌سازی و اقناع آن به منظور تأمین اهداف سیاست خارجی است. دیپلماسی عمومی متضمن شناخت ارزش‌ها، سنت‌ها و نهادهای خود از یک سو و درک سیاست خارجی دیگران از سوی دیگر است تا از طریق تعامل و برقراری ارتباط با مخاطبان خارجی، تاریخ، فرهنگ، زبان، ارزش‌ها و نهادهای آنان مطالعه شود و سیاست خارجی به صورت مقبول و موجه به آن‌ها عرضه شود (Golan, Yang, & Kinsey, 2015: 73; Tuch, 1990: 7).

امور عمومی به معنای اطلاع‌رسانی به عموم مردم، مطبوعات، رسانه‌ها و سایر نهادهای ذی‌ربط درباره اهداف، سیاست‌ها و فعالیت‌های حکومت‌هاست. وظیفه و کارویژه امور عمومی آگاه‌کردن مخاطبان داخلی است. اگرچه دیپلماسی عمومی در پی ارتقا و افزایش منافع ملی کشورها از طریق فهم، شناخت، آگاه‌سازی و تأثیرگذاری بر مخاطبان خارجی است، هم‌گرایی و هم‌سویی وظایف و کارکردهای امور عمومی و دیپلماسی عمومی بیشتر از آن چیزی است که تعاریف این دو بر آن دلالت دارد، زیرا اطلاعات موردنظر برای آگاهی بخشی مردم داخل کشور اغلب توسط مخاطبان خارجی نیز دریافت می‌شود، و برعکس اطلاعاتی که هدفش تحت‌تأثیر قراردادن افکار عمومی خارجی است در دسترس شهروندان داخلی نیز قرار می‌گیرد (Wolf & Rosen, 2004: 4)؛ بنابراین اگرچه این دو مترادف نیستند ولی امور عمومی یکی از عناصر

دیپلماسی عمومی به شمار می‌رود؛ به گونه‌ای که دیپلماسی عمومی متضمن امور عمومی نیز است.

۳-۳. دیپلماسی فرهنگی

در آمیختن نظری و عملی دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در عصر دیجیتال، دیپلماسی فرهنگی سنتی را به حاشیه رانده است؛ در حالی که با توجه به درهم‌تنیدگی این سه، قاعدتاً باید بر نقش و جایگاه دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی افزوده شود و دیپلماسی فرهنگی به مثابه یکی از عناصر دیپلماسی عمومی و ابزار قدرت نرم، به پیشبرد سیاست خارجی و بیشینه‌سازی منافع ملی کمک کند.

برای تعیین و تبیین رابطه میان دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی عمومی، تعریف آن ضرورت دارد. درباره تعریف دیپلماسی فرهنگی اتفاق نظر وجود ندارد، اما بنا بر تعریفی مشهور، عبارت است از مبادله ایده‌ها، انگاره‌ها، ایدئال‌ها، اندیشه‌ها، اطلاعات، هنر، دانش، مهارت‌ها، باورها، سنت‌ها و سایر عناصر فرهنگی میان یک کشور و دیگر کشورها و ملت‌ها به منظور ایجاد و تقویت درک متقابل (Cumings, 2003: 1). برقراری شاهرهای ارتباطی و اطلاعاتی به منظور ارائه تصویر واقعی از کشور و ترویج ارزش‌های فرهنگی - تمدنی آن به جهانیان از یک سو، و برداشت صحیح و صادق از فرهنگ و ارزش‌های سایر ملت‌ها و کشورها از سوی دیگر، دومین تعریف از دیپلماسی فرهنگی است (Malone, 1988: 12). براساس تعریف سوم، دیپلماسی فرهنگی به معنای تلاش برای برقراری و سپس افزایش، ارتقا و گسترش تعاملات، مبادلات و ارتباطات فرهنگی بین یک کشور با دیگر کشورها به منظور طراحی، تدوین و اجرای موافقت‌نامه و دستیابی به تفاهم فرهنگی مبتنی بر ارزش‌ها و فهم مشترک است (Ninkovich, 1996: 3).

هریک از این تعاریف سه‌گانه بر وجوه، ابعاد، کارکردها و اهداف مختلف دیپلماسی فرهنگی تأکید می‌ورزد، اما از برآیند آن‌ها می‌توان استنتاج کرد که دیپلماسی فرهنگی به عنوان یکی از عناصر و ابزار سیاست خارجی عبارت است از: تلاش و کوشش از پیش طراحی شده و سازمان‌یافته یک کشور برای تأثیرگذاری بر برداشت‌ها، ادراک‌ها، افکار، انگاره‌ها، ایدئال‌ها، ارزش‌ها، ایستارها و باورهای سایر کشورها از طریق تبیین و ترویج فرهنگ و تمدن خود و

شناخت واقعی فرهنگ‌های دیگر به منظور تأمین و توسعه منافع ملی؛ از این رو دیپلماسی فرهنگی فرایندی هدفمند بوده و برای تحقق و دستیابی به اهداف تعریف شده‌ای تدوین و اجرا می‌شود. بدین ترتیب دیپلماسی فرهنگی از روابط و تبلیغات فرهنگی متمایز می‌شود، زیرا برخلاف تبلیغات، هدف دیپلماسی فرهنگی تعامل و درآمیختن با مخاطبان است نه القای پیام‌های غیرواقعی و تحریف شده. همچنین در دیپلماسی فرهنگی بیشتر بر روابط متقابل پایا و درازمدت تأکید می‌شود تا مبارزه سیاسی کوتاه‌مدت و زودگذر.

دیپلماسی فرهنگی از روابط فرهنگی سنتی نیز متمایز و متفاوت است، زیرا دیپلماسی فرهنگی به عنوان رکن چهارم سیاست خارجی، برخلاف روابط فرهنگی سنتی، تنها به مناسبات فرهنگی رسمی دولتی محدود نشده و بازیگران و حوزه‌های غیردولتی را نیز دربرمی‌گیرد. مبادلات فرهنگی در چهارچوب دیپلماسی فرهنگی نیز تنها شامل هنر و فرهنگ نمی‌شود، بلکه علاوه بر آن دربرگیرنده انتقال و ارتباط فکری، رسانه‌ای، علمی و آموزشی، جریان‌ها و مباحث فلسفی نیز است. فراتر از این، هدف اصلی و اولیه روابط فرهنگی سنتی، به‌ویژه در سطح غیردولتی، اعتمادسازی به منظور فراهم‌ساختن زمینه لازم برای تأمین منافع ملی است؛ درحالی‌که دیپلماسی فرهنگی به‌جز اعتمادسازی، درصدد تحقق و تأمین اهداف مطلوب سیاسی مشخص و معینی نیز است (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۹: ۱۰۵-۱۰۴).

دیپلماسی فرهنگی از دیپلماسی عمومی نیز متفاوت است، اما میان این دو تداخل معنایی و کارکردی وجود دارد. زیرا مهم‌ترین وجه دیپلماسی عمومی نوین، همانند دیپلماسی فرهنگی، درک متقابل از طریق تعامل و ارتباطات دوطرفه است؛ از این رو گاهی دیپلماسی فرهنگی مترادف با دیپلماسی عمومی نیز به‌کار برده می‌شود. هرچند تعیین مرزهای مفهومی و عملی این دو دشوار است، ولی دیپلماسی فرهنگی مترادف با دیپلماسی عمومی نیست بلکه یکی از عناصر کانونی و ارکان اصلی آن به‌شمار می‌رود (Goff, 2020: 30; Hartig, 2016: 41-44). به‌عبارت‌دیگر دیپلماسی فرهنگی یکی از اجزای متشکله و زیرمجموعه‌های دیپلماسی عمومی است (Bowman, 2018: 25; Kim, 2017: 293; Cull, 2009: 19-20).

۴-۳. تبلیغات

تبلیغ^۱ در اصل وظیفه‌ای دینی به معنای نشر و اشاعه‌دادن آیین مسیحیت در سراسر جهان بود که در قرن هفدهم در دستورکار واتیکان قرار گرفت. سپس کشورها این ابزار را به‌کار گرفتند تا ارزش‌ها، ایده‌ها، اهداف، سیاست‌ها و اطلاعات موردنظرشان را در دیگر کشورها گسترش دهند؛ از این‌رو، تبلیغات در مفهوم اصلی آن (اطلاع‌رسانی و انتشار افکار، ایده‌ها و ارزش‌های ملی یک کشور در سایر جوامع) اقدامی منفی و مذموم نیست (Tuch, 1990: 9). تبلیغات در سیاست به معنای دست‌کاری و تحت‌نفوذ قراردادن منظم و مستمر افکار و رفتار مردم برای دستیابی به اهداف تبلیغ‌کننده است (Tuch, 1990: 9; Melissen & Wang, 2019: 12-13). به‌تدریج تبلیغات در سیاست خارجی و روابط بین‌الملل به معنای دروغ‌پراکنی و پخش اطلاعات نادرست به‌منظور گمراه‌کردن افکار عمومی سایر کشورها به‌کار رفت و بار معنایی منفی یافت. تقابل ایدئولوژیک و جنگ روانی شرق و غرب در جنگ سرد بر شدت بار منفی تبلیغات افزود؛ به‌طوری‌که امروزه تبلیغات مفهوم مذمومی در سیاست بین‌الملل است. به همین علت بود که اساساً اصطلاح دیپلماسی عمومی وضع شد تا جایگزین واژه تبلیغات شود.

کشورها به‌ویژه امریکا و اروپا اصرار دارند دیپلماسی عمومی از تبلیغات متفاوت است، زیرا دیپلماسی عمومی به واقعیت‌های شناخته‌شده و حقایق می‌پردازد، درحالی‌که تبلیغات نوعاً ترکیبی از دروغ‌ها و خلاف حقیقت‌ها با واقعیت‌هاست. تفاوت اصلی این دو در محتوای پیام و نوع اطلاعات است (Wolf & Rosen, 2004: 3). هدف تبلیغات و دیپلماسی عمومی نیز متفاوت است. هدف دیپلماسی عمومی آگاه‌کردن ولی هدف تبلیغات گمراه‌کردن افکار عمومی مخاطبان خارجی است؛ با این‌حال، دیپلماسی عمومی اشتراک معنایی و کارکردی با تبلیغات دارد؛ به‌گونه‌ای که آگاهی و تبلیغ هدف ذاتی دیپلماسی عمومی است. همچنین مخاطب هر دو عموم مردم و افکار عمومی هستند (Tuch, 1990: 4).

1. Publicity

۵-۳. جنگ روانی^۱

بعضی نویسندگان، گرچه نادر، جنگ روانی را یکی از عناصر دیپلماسی عمومی تلقی می‌کنند (Hartig, 2016: 40-41)، اما اکثر قاطع مفهوم‌پردازی‌ها از دیپلماسی عمومی، جنگ روانی به معنای خاص را جزئی از آن نمی‌دانند. به نظر آنان جنگ روانی و دیپلماسی عمومی دو مفهوم متفاوت و درعین حال متداخل و متعاملند. برخی دیگر نیز جنگ روانی را به موازات دیپلماسی عمومی به‌عنوان فعالیتی موازی طرح و بررسی می‌کنند. جنگ روانی عبارت است از: «استفاده کنشگر یا کشور از ارتباطات، برای دستیابی به هدفی در زمان جنگ که معمولاً از طریق برقراری ارتباط با عموم مردم کنشگر یا کشور دشمن محقق می‌شود» (Cull, 2009: 22).

درهم‌شکستن روحیه و اراده دشمن برای مقاومت، تسهیل و تسریع تسلیم‌شدن او و ایجاد اختلاف در صفوف ارتش و شکاف میان مردم دشمن، از اهداف معمول و مرسوم جنگ روانی هستند. تبلیغات نقش کانونی و تعیین‌کننده‌ای در جنگ روانی دارد، به طوری که از هر سه نوع تبلیغات سفید (آشکار)، سیاه (پنهان) و خاکستری (ناشناس) برای تأمین اهداف جنگ روانی استفاده می‌شود. شایعه و دروغ‌پراکنی و پخش اطلاعات و اخبار نادرست نیز از جمله عناصر ابزارهای کلیدی جنگ روانی است.

بدین ترتیب، تبلیغات نقطه تلاقی و تفاوت جنگ روانی و دیپلماسی عمومی است؛ چون در هر دو از تبلیغات استفاده می‌شود. اگر دیپلماسی عمومی مبنی بر اطلاعات نادرست و دروغ برای تأمین اهداف غیراخلاقی باشد، دقیقاً همان تبلیغات است. همچنین تبلیغات خشی و بی‌طرف برای صرف اقناع توده مردم، تداخل کامل با دیپلماسی عمومی دارد؛ با این حال، این هم‌پوشانی به‌ندرت رخ می‌دهد، چون تبلیغات در جنگ روانی ماهیتی یک‌طرفه، تک‌گفتار، غیرتعاملی، عمودی، القایی و کاذب دارد که اساساً با ذات دوسویه، گفت‌وگومحور، تعاملی، شبکه‌ای، افناعتی و صادق دیپلماسی عمومی نوین ناسازگار است (Cull, 2009: 23). در تبلیغات و جنگ روانی بیشتر بر سلطه و جریان اطلاعات و ارتباطات تأکید می‌شود؛ اما در دیپلماسی عمومی بیشتر بر

1. Psychological Warfare

ایجاد فضای گفتمان دموکراتیک هابرماسی تأکید می‌شود که هدف آن یافتن برداشت‌ها و ارزش‌های مشترک از طریق گفت‌وگوست (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۸: ۲۰۸-۲۰۷).

۶-۳. جنگ ایدئولوژیک^۱

استفادهٔ ابزاری از ایدئولوژی برای پشتیبانی از سیاست‌ها و تأمین منافع و امنیت ملی همواره یکی از وجوه سیاست بین‌الملل در دوران مدرن بوده است. وقوع دو جنگ جهانی و سپس جنگ سرد میان آمریکا و شوروی در قرن بیستم، بر اهمیت راهبردی و شدت آن در سیاست خارجی و روابط بین‌الملل افزود؛ به گونه‌ای که جنگ تمام‌عیار ایدئولوژیک بین دو ابرقدرت شرق و غرب آغاز و بیش از نیم‌قرن به طول انجامید (Hirschmuller & Jacob, 2022). خاتمهٔ جنگ سرد و فروپاشی شوروی به معنای پایان جنگ ایدئولوژیک نبود، بلکه ظهور اشکال نوینی از آن در جغرافیایی گسترده‌تر بود. مقابلهٔ همه‌جانبهٔ آمریکا با اسلام سیاسی به‌طور عام و جنگ ایدئولوژیک علیه ترور نمونهٔ بارز این جنگ است (Aldis, & Herd, 2007; Dizard, 2004: 1-17)؛ از این رو، از زمان ظهور مفهوم دیپلماسی عمومی در سال ۱۹۶۵ تاکنون این پرسش مطرح بوده است که چه رابطه‌ای میان آن و جنگ ایدئولوژیک دارد؟ آیا عنوان جدیدی است برای موضوع و رویهٔ قدیمی جنگ ایدئولوژیک؟ در غیر این صورت دیپلماسی عمومی چه تفاوتی با جنگ ایدئولوژیک دارد؟

در تعریف ایدئولوژی باید گفت یک نظام اعتقادی و مجموعه باورهاست که جهان را تبیین کرده و وفاداری و پیروی محض باورمندان و مؤمنان به خود را می‌طلبد؛ مجموعه‌ای از ایده‌ها که رفتار و کردار کنشگران را هدایت می‌کند (Sack, 2009: 141-163). جنگ ایدئولوژیک عبارت است از تهاجم طراحی‌شده و سازمان‌یافتهٔ یک کشور علیه ایدئولوژی مبنایی و مشروعیت‌بخش به یک نظام سیاسی معارض و متخاصم، هم‌زمان با تلاش مجدانه و نیرومند برای تحمیل ایدئولوژی سیاسی خود. جنگ ایدئولوژیک به معنای مقابله و مبارزهٔ دو طرز فکر و شیوهٔ حکمرانی در قالب دو نظام سیاسی معارض است. در این نبرد عقیدتی هدف تضعیف

و تخریب ایدئولوژی معارض از طریق ناکارآمد ساختن آن در عرصه حیات سیاسی - اقتصادی و نظام سیاسی برآمده از آن است. همچنین متضمن تلاش برای مهار نظام سیاسی مبتنی بر ایدئولوژی متخاصم به‌عنوان نوک پیکان و سردمدار آن در سطح بین‌المللی نیز است، زیرا مهار این کشور به‌مثابه تضعیف و تخریب ایدئولوژی متخاصم و پیشگیری از ترویج و توسعه آن در نظام بین‌الملل است.

براین اساس، مفهوم دیپلماسی عمومی اعم از جنگ ایدئولوژیک است؛ به‌گونه‌ای که جنگ ایدئولوژیک یکی از عناصر یا ابزار دیپلماسی عمومی است که به‌صورت نامحسوس پیگیری می‌شود. جنگ ایدئولوژیک از نظر ماهیت، محتوا و اهداف نیز از دیپلماسی عمومی متمایز می‌شود. جنگ ایدئولوژیک فاقد عنصر استماع و یادگیری بوده و ماهیتی جازم، یک‌سویه و تک‌گفتار دارد. محتوای جنگ ایدئولوژیک را نیز انحصاراً یا غالباً عنصر ایدئولوژی و سازه‌های ایدئولوژیک تشکیل می‌دهد. هدف اصلی در جنگ ایدئولوژیک تضعیف، تخریب و تحریف ایدئولوژی معارض از یک‌سو، و القا و توجیه ایدئولوژی خود از سوی دیگر است تا تبیین آن؛ درواقع هدف مفاهمه نیست بلکه برتری‌جویی ایدئولوژیک مبنی بر طرد و انکار ایدئولوژی معارض است.

به نظر می‌رسد اگرچه دیپلماسی عمومی مساوی و مترادف این مفاهیم نیست ولی بعضی از آن‌ها عناصر آنند و برخی دیگر ابزار آن. به بیانی دیگر، بین برخی از آن‌ها و دیپلماسی عمومی نسبت منطقی عموم و خصوص مطلق و با بعضی دیگر، عموم و خصوص من‌وجه برقرار است.

۴. اهداف

دیپلماسی عمومی در چهارچوب سیاست خارجی اهداف خاص و مشخصی را پیگیری می‌کند. اهداف دیپلماسی عمومی را می‌توان براساس معیارهای مختلف به سه دسته دوتایی مستقیم - غیرمستقیم، عام - خاص، و آرمانی - کارکردی تقسیم کرد. اهداف مستقیم، ناظر بر برقراری ارتباط با عموم مردم، تأثیرگذاری بر و شکل‌دهی به افکار عمومی خارجی است. اهداف غیرمستقیم معطوف به تأمین و افزایش منافع امنیتی، سیاسی و اقتصادی ملی است که دیپلماسی عمومی بستر لازم را برای دستیابی به آن‌ها فراهم می‌سازد. اهداف عام دیپلماسی عمومی بین همه یا گروهی از

کشورها مشترک است و مختص به کشور خاصی نیست؛ برعکس، اهداف خاص به کشور مشخصی ارتباط می‌یابند. اهداف آرمانی ناظر به آرمان‌ها، ایدئال‌ها و ارزش‌های راهبردی و بلندمدت کشورهاست. در مقابل، اهداف کارکردی ماهیت جزئی، کوتاه‌مدت و تاکتیکی دارند. البته باید توجه داشت این دسته‌ها انحصاری و مانع‌الجمع نیستند و ممکن است یک هدف در بیش از یک دسته باشد. برای نمونه هدف ترویج ایده‌ها هم مستقیم است و هم آرمانی.

از جمله اهداف مستقیم دیپلماسی عمومی عبارتند از: ترویج و تبلیغ ایده‌ها و ارزش‌ها؛ درک و فهم فرهنگ، افکار، ایستارها و رفتارهای سایر کشورها؛ ترسیم تصویر مثبت ملی؛ روایت‌سازی و تبیین روایت خود برای دیگران؛ ترویج ایدئولوژی^۱ و جلب حمایت داخلی برای تأیید و توسعه آن؛ برقراری رابطه و ارتباط‌گیری^۲ با عموم مردم؛ مدیریت افکار عمومی داخلی؛ تصویرسازی مثبت از خود و نمایش آن در صحنه بین‌المللی؛ برندسازی^۳ و عملیات اطلاع‌رسانی خارجی از طریق انواع رسانه‌ها (Gregory, 2011: 353; Wolf & Rosen, 2004; Graham, 2015: 2-4).

برای نمونه تعدادی از اهداف غیرمستقیم دیپلماسی عمومی عبارتند از: برقراری و مدیریت روابط با ملل دیگر؛ تأمین صلح و امنیت ملی و جهانی؛ و تأثیرگذاری بر افکار و برانگیختن کنش‌ها به منظور تأیید و حمایت از سیاستی خاص مانند پیوستن به یک ائتلاف بین‌المللی.

برخی از اهداف عام و مشترک دیپلماسی عمومی عبارتند از: جلوه‌گری و جلب توجه سایر کشورها؛ برجسته کردن خود در انظار جهانی از طریق افزایش آشنایی و شناخت مردمان و ملل دیگر از آن کشور (به‌ویژه برای کشورهای ناشناخته یا کمترشناخته شده کوچک)؛ درک درست و واقعی دیگران از سیاست‌ها و ترسیم و ارائه تصویری مثبت، مطلوب و درعین حال واقعی و متوازن از خود به جهان؛ ترویج و گسترش ارزش‌های ملی یا آن‌گونه که غرب ادعا می‌کند ارزش‌های جهان‌شمول؛ اصلاح تصویر و برداشت‌های منفی دیگران از خود یا ایجاد سد دفاعی در مقابل انتقادهای بین‌المللی.

1. ideological Projection
2. Relationship Building
3. Branding

نمونه‌هایی از اهداف کارکردی دیپلماسی عمومی از این قرارند: افزایش منافع اقتصادی به‌وسیله حمایت از تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی؛ حمایت از مدیریت ائتلاف؛ توسعه روابط دوجانبه؛ کمک به حفظ روابط دوجانبه در زمان‌های تنش.

بعضی از اهداف آرمانی و هنجاری دیپلماسی عمومی عبارتند از: ایجاد تفاهم و درک متقابل؛ مقابله با قوم‌مداری، نژادپرستی و کلیشه‌سازی؛ پیشگیری از منازعه؛ تقویت صلح و امنیت بین‌المللی؛ تبیین و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی. البته اهداف آرمانی درنهایت به تأمین اهداف کارکردی خدمت می‌کنند (Hartig, 2016: 34-35; Melissen, 2011: 14)

به نظر نیکلاس کال^۱، هدف کلی و عام دیپلماسی عمومی، مدیریت محیط بین‌المللی از طریق تعامل با عموم مردم خارجی است (Cull, 2009: 12)، اما هدف خاص دیپلماسی عمومی تأثیرگذاری^۲ بر رفتار حکومت‌های خارجی از طریق تحت‌تأثیر قراردادن اذهان، افکار، ایستارها و قلب‌های شهروندان آنهاست؛ به‌گونه‌ای که جوّ و فضای مثبتی بین عموم مردم کشورهای دیگر ایجاد شود که پذیرش سیاست خارجی کشور دیگر را تسهیل و تسریع کند (Spry, 2018; Roberts, 2007).

مفهوم تأثیر نیز به سه صورت مفهوم‌بندی می‌شود: اثرگذاری بر اندیشه و ایستار نخبگان علمی و فکری، گروه‌های متنفذ و مرجع در جامعه مدنی؛ شکل‌دهی به افکار، ارجحیت‌ها، انتظارات و مطالبات عموم مردم؛ و در نهایت اعمال نفوذ بر افکار، باورها و رفتارهای نخبگان اجرایی و تصمیم‌گیرندگان سیاسی به‌منظور تحت‌تأثیر قراردادن سیاست‌های حکومت‌های خارجی. به‌ویژه در دیپلماسی عمومی نوین، مقصود اصلی مجاب‌کردن عموم مردم خارجی از طریق گفت‌وگو، تعامل و درک افکار و ارزش‌های مخاطبان است؛ به‌طوری‌که با برقراری رابطه و گفت‌وگو با عموم مردم خارجی فضای مساعد را برای پذیرش سیاست خارجی کشور دیگر فراهم سازد (Manor, 2019: 11-13). کشورها برای دستیابی به این اهداف از راهبردهای متنوعی استفاده می‌کنند (Zaharna, 2010: 137; de Gouveia & Plumridge, 2005; Graham, 2015: 6).

1. Nicholas Cull
2. Influence

۵. رویکردها، عناصر و ابعاد

دیپلماسی عمومی طیف وسیعی از فعالیت‌ها و رویه‌ها را در چهارچوب سیاست خارجی و در راستای اهداف آن دربرمی‌گیرد. اشکال مختلف دیپلماسی عمومی متضمن تصویرپردازی، آگاهی‌بخشی، اطلاع‌رسانی و آموزش هستند (Scott-Smith, 2020: 38). هریک از رویکردها به دیپلماسی عمومی بعضی از این رویه‌ها را مورد تأکید و تمرکز قرار می‌دهد. براین اساس عناصر تشکیل‌دهنده و رویه‌های مقوم^۱ دیپلماسی عمومی نیز تعریف و تعیین می‌شود.

کال (Cull, 2008: 486-493; 2009: 17-22) بر پایهٔ تجربه تاریخی و مدل امریکایی دیپلماسی عمومی، این عناصر و مقومات پنج‌گانه را شناسایی کرده است: استماع،^۲ حمایت،^۳ دیپلماسی فرهنگی،^۴ دیپلماسی مبادله،^۵ پخش رسانه‌ای و خبرپراکنی بین‌المللی.^۶ به‌طورکلی و فراتر از الگو و تجربهٔ امریکا، عناصر مقوم دیپلماسی عمومی می‌تواند بیش از این عناصر پنج‌گانه باشد. دست‌کم انواع دیپلماسی‌های مضافی که به محتوای دیپلماسی عمومی شکل می‌دهند تنها به دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی مبادله محدود و منحصر نمی‌شوند، زیرا امروزه علاوه بر این دو دیپلماسی، انواع دیگری از دیپلماسی‌های مضاف مانند دیپلماسی دیجیتال نیز نقش مقوم و مکون در دیپلماسی عمومی ایفا می‌کنند.

همان‌گونه که کال اذعان دارد (Cull, 2009: 19) و اسکات - اسمیت (Scott-Smith, 2009: 51) نیز به‌درستی اشاره می‌کند، دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی مبادله با هم همپوشانی مفهومی و کارکردی دارند؛ به‌طوری‌که مبادله‌های علمی و آموزشی ذیل و درون دیپلماسی فرهنگی قرار می‌گیرند؛ ازاین‌رو، تفکیک این دو بیش از آنکه ضرورت نظری داشته باشد، ناشی از نقش تاریخی و سنتی مبادلات علمی و آموزشی در دیپلماسی عمومی امریکاست. افزون‌براین، امروزه به‌جای دیپلماسی مبادلات از اصطلاح و مفهوم دیپلماسی علم و فناوری استفاده می‌شود که شامل برنامه‌های مبادله نیز می‌شود.

1. Constituent Practices
2. Listening
3. Advocacy
4. Cultural Diplomacy
5. Exchange Diplomacy
6. International Broadcasting

۱-۵. استماع

استماع یکی از عناصر و رویه‌های مقوم دیپلماسی عمومی است که منطقاً بر سایر مؤلفه‌های آن اولویت داشته و پیش‌نیاز به‌شمار می‌رود. در اینجا منظور از استماع معنای واژگانی آن یعنی گوش‌فرادادن ساده به سخنان دیگران نیست. استماع به معنای استطلاع بوده و در ادبیات دیپلماسی عمومی به فعالیت‌های رصد، پایش، جمع‌آوری، تنظیم و مرتب‌سازی اطلاعات درباره سایر کشورها و ملت‌ها، اصطلاحاً استماع گفته می‌شود (Cull, 2010: 13; Di Martino, 2020: 21). استماع به‌گونه‌ای است که می‌توان با کسب اطلاعات موثق از منابع نزدیک به سیاست خارجی کشور هدف، تصمیم‌های درست گرفت و سیاست‌های مطلوبی اتخاذ کرد و با مرجعیت واقعی از آن‌ها صحبت و دفاع کرد (Huang, 2024: 3). نیکلاس کال استماع را این‌گونه تعریف می‌کند: «تلاش یک کشگر برای مدیریت محیط بین‌المللی از طریق گردآوری و تنظیم داده‌ها درباره عموم مردم بیرون از مرزها و نظرات و نگرش‌های آنان و استفاده از این داده‌ها برای تغییر خط‌مشی‌های جاری یا رهیافت دیپلماسی عمومی آن کشور» (Cull, 2009: 18).

دی‌مارتینو (Di Martino, 2020: 22-28) پنج گونه استماع را شناسایی و از هم متمایز می‌سازد: تنزیهی (مکاشفه‌ای)؛^۱ فعال؛^۲ تاکتیکی؛^۳ زمینه‌ای (سطحی)؛^۴ و مخفی.^۵ هریک از این استماع‌ها ماهیت و اهداف متفاوتی دارند. استماع تنزیهی متضمن بیش‌حساسیتی و نفی خود بوده و هدفش اطاعت از خدا و تجربه عرفانی و باطنی است. استماع فعال متضمن تعامل گفت‌وگومحور و رابطه‌ساز است که فضا و امکانات لازم را برای تعامل فراهم می‌کند. هدف این استماع، اجرا و تعدیل راهبردهای بلندمدت به‌منظور افزایش اعتماد، اطمینان و درک دیگران است. استماع تاکتیکی مبتنی بر تعامل ابزاری و غیرمستقیم با هدف اصلاح تصورات غلط و برآورد میزان رسایی و بُرد پیام است. استماع سطحی مبتنی بر تعامل سطحی بوده و هدف آن نیز گردآوری اطلاعات است. سرانجام استماع پنهانی و مخفی فاقد هرگونه نشانه تعامل بوده و هدفش تجسس و جاسوسی از دیگران است.

1. Apophatic
2. Active
3. Tactical
4. Background/Casual
5. Surreptitious

۲-۵. حمایت

معنای واژگانی حمایت، فعالیت برای جلب حمایت عموم مردم از یک ایده، طرح یا شیوه انجام کاری است، اما حمایت در دیپلماسی عمومی به دو معنای عام و خاص به کار می‌رود. حمایت در معنای عام به انتشار و اشاعه ایده‌ها، ارزش‌ها، آرمان‌ها، گفتمان‌ها، روایت‌ها و سیاست‌هایی گفته می‌شود که از طریق تحلیل روشمند و راهبردی تدوین شده است (Huang, 2024: 3). در معنای خاص، حمایت به فعالیت‌های یک کنشگر یا کشور در حوزه ارتباطات بین‌المللی برای ترویج و توسعه یک ایده، اندیشه و سیاست خاص از طریق اعمال نفوذ بر مردم جوامع دیگر و جلب حمایت آن‌ها گفته می‌شود (Cull 2019). بنا بر این تعریف، حمایت انتشار و اشاعه‌ای است که براساس استماع و از طریق تأثیرگذاری و شکل‌دهی به اذهان و افکار عامه مردم خارجی صورت پذیرد. ارتباط سفارتخانه‌ها با مطبوعات و رسانه‌ها و فعالیت‌های اطلاع‌رسانی نمونه‌هایی از عنصر حمایت در دیپلماسی عمومی است. نمونه باستانی حمایت، درخواست نمایندگان خشایارشا از مردم آرگوس بود تا در حمله ایران به یونان در سال ۴۸۰ قبل از میلاد بی طرف باشند (Cull, 2009: 18-19).

۳-۵. دیپلماسی فرهنگی

دیپلماسی فرهنگی به صورت‌های مختلفی تعریف شده است. به همین دلیل گاهی مترادف با دیپلماسی عمومی، قدرت نرم و حتی تبلیغات به کار برده می‌شود. واقعیت این است که تعیین مرزهای مفهومی و عملی این سه ساده و آسان نیست؛ با این حال باید اذعان داشت دیپلماسی فرهنگی مترادف با دیپلماسی عمومی نیست بلکه یکی از عناصر قانونی آن است. دیپلماسی فرهنگی به عنوان یکی از مقومات اصلی دیپلماسی عمومی، متضمن ایده بسیج منابع فرهنگی برای تأمین اهداف دیپلماتیک است (Goff, 2020: 30). بر این اساس دیپلماسی فرهنگی عبارت است از تلاش و اقدام یک کشور برای شناساندن ذخایر، داشته‌ها و دستاوردهای فرهنگی‌اش به عامه مردم کشور(های) دیگر یا تسهیل فرایند ترویج و انتقال فرهنگی در فراسوی مرزهایش (Cull, 2009: 19-20). به صورت تاریخی، دیپلماسی فرهنگی به معنای سیاست یک کشور برای

تسهیل صدور و ترویج الگوهای فرهنگی آن است. این تعریف و تلقی از دیپلماسی فرهنگی، محدود، یک‌سویه و تک‌گفتاری است. شاید همین ویژگی است که دیپلماسی فرهنگی را به‌عنوان دیپلماسی مضاف مدرن، از دیپلماسی عمومی کهن و سنتی متمایز می‌سازد.

۴-۵. دیپلماسی مبادله

در قالب آموزش‌های بین‌المللی، دیپلماسی مبادله به معنای تبادلات علمی و آموزشی یک حکومت با شهروندان کشور دیگر یا میان خود شهروندان دو کشور است (Cull, 2008: 490)؛ بنابراین بر پایه کنشگران دخیل دو گونه از دیپلماسی مبادله دولتی و غیردولتی قابل تصور است. دیپلماسی مبادله دولتی عبارت است از اقدام یک کشور برای اعزام شهروندانش به خارج و متقابلاً جذب و پذیرش اتباع خارجی برای گذراندن دوره آموزشی، دانش‌افزایی، فرصت مطالعاتی یا فرهنگ‌پذیری و فرهنگ‌سازی (Cull, 2009: 20-21). دیپلماسی مبادله غیردولتی برحسب تبادلات علمی و آموزشی خصوصی میان شهروندان دو کشور تعریف می‌شود. دیپلماسی مسیر دو یکی از مصادیق دیپلماسی مبادله غیردولتی به‌شمار می‌رود. وجه متمایز دیپلماسی مبادله از سایر عناصر دیپلماسی عمومی این است که در اینجا عامل انسانی حضور دارد و مستقیم درگیر می‌شود و تعاملات نیز ماهیت بین‌شخصی دارد (Scott-Smith, 2020: 38-47). ویژگی اصلی‌ای که دیپلماسی مبادله را از دیپلماسی فرهنگی سنتی و تاریخی متمایز می‌سازد، ماهیت متقابل و مبادله‌ای آن است، زیرا طبق تلقی و تعریف سنتی و محدود مذکور، دیپلماسی فرهنگی یک‌طرفه و تک‌گویانه و هدف آن نیز صدور ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی خودی است تا واردات و یادگیری فرهنگی از بیگانگان؛ اما در دیپلماسی فرهنگی مدرن و نوین، تفاوت با دیپلماسی مبادله نیز مرتفع شده است، زیرا دیپلماسی فرهنگی مدرن و نوین نیز گفت‌وگو محور بوده و ماهیت و محتوایی متقابلی و متعامل دارد.

۶. پخش رسانه‌ای و خبرپراکنی بین‌المللی

تقریباً در تمامی تعاریف دیپلماسی عمومی، نهان یا آشکارا، به نقش پخش رسانه‌ای و

خبرپراکنی بین‌المللی به‌عنوان یکی از اشکال، عناصر یا ابزار آن اشاره شده است (Cull, 2008: 492)؛ با این حال تعریف واحد و مورد توافقی از پخش رسانه‌ای و خبرپراکنی بین‌المللی وجود ندارد. این امر ناشی از فقدان تعریف واحدی از دیپلماسی عمومی است. بنا بر یک تعریف، پخش رسانه‌ای و خبرپراکنی بین‌المللی عبارت است از: «تلاش کنشگر برای مدیریت محیط بین‌المللی با به‌کارگیری فناوری‌های ماهواره، رادیو و تلویزیون و اینترنت با هدف درآمیختن و تعامل با عموم مردمان بیگانه» (Cull, 2009: 21-22). براساس تعریفی دیگر، پخش رسانه‌ای و خبرپراکنی بین‌المللی «استفاده از رسانه‌های الکترونیک توسط یک جامعه برای شکل دادن به افکار و نگرش‌های مردم و رهبران جامعه دیگر است» (Arceneaux & Powers, 2020: 50).

همان‌گونه که تعاریف گفته‌شده نیز صراحت دارد در دیپلماسی عمومی نوین و فرانونین، کارگزاری و عاملیت انحصاراً در اختیار دولت‌ها و بازیگران دولتی نیست. این ویژگی در مورد پخش رسانه‌ای و خبرپراکنی بین‌المللی کاملاً صادق و مشهود است، به‌گونه‌ای که اکنون شبکه‌ها، بنگاه‌ها، خبرگزاری‌های خصوصی و بازرگانی نقش اساسی در دیپلماسی عمومی جوامع ایفا می‌کنند. البته نمی‌توان و نباید این واقعیت را کتمان کرد که دولت‌ها با واسطه یا بی‌واسطه این کارگزاران را برای تأمین اهداف خود به‌کار می‌گیرند. شبکه‌های سرویس جهانی بی‌بی‌سی، صدای آمریکا، الجزیره، العربیه، پرس تی‌وی و العالم نمونه‌هایی از عنصر و رویه خبرپراکنی بین‌المللی در دیپلماسی عمومی هستند.

۷. دیپلماسی دیجیتال

دیپلماسی عمومی به معنای عام از انواع مختلف دیپلماسی مضاف برای شکل‌دهی به افکار عمومی خارجی استفاده می‌کند، اما علاوه بر استفاده از ابزاری از دیپلماسی‌های مضاف در دیپلماسی عمومی، برخی از آن‌ها نقش مقوم و محتوایی در آن دارند. درواقع، دیپلماسی عمومی دربرگیرنده و جامع این‌گونه از دیپلماسی‌های مضاف و مکمل دیپلماسی رسمی است؛ با این حال، نمی‌توان و نباید دیپلماسی‌های مضاف را مترادف و مساوی دیپلماسی عمومی تصور و تلقی کرد.

آنچه دیپلماسی عمومی را از انواع دیپلماسی‌های مضاف متمایز می‌سازد هدف و چگونگی استفاده از آن‌ها در سیاست خارجی است. هریک از دیپلماسی‌های مضاف، اهداف مشخص و معینی در چهارچوب سیاست خارجی دارد. این اهداف لزوماً شامل شکل‌دهی به افکار عمومی خارجی برای تصویرسازی، برندسازی و کسب و ارتقای اعتبار و شهرت جهانی نیست؛ بنابراین، در چهارچوب رویکرد هم‌گرا، چنانچه از دیپلماسی‌های مضاف برای تأمین اهداف خاص دیپلماسی عمومی استفاده می‌توان آن‌ها را یکی از عناصر و مؤلفه‌های آن قلمداد کرد؛ درغیراین‌صورت، دیپلماسی‌های مضاف ابزارهای دیپلماسی عمومی محسوب می‌شوند. براین‌اساس، دیپلماسی دیجیتال یک عنصر مقوم دیپلماسی عمومی فرانونین محسوب می‌شود.

دیجیتالی‌شدن^۱ به‌عنوان فرایندی تکاملی و پیش‌رونده بر هنجارها، ارزش‌ها و روال کارهای روزمره کارگزاران و مجریان دیپلماسی تأثیر گذاشته و به آن‌ها شکل می‌دهد. کاربرد و تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر دیپلماسی را دیجیتالی‌شدن دیپلماسی می‌نامند. همچنین فرایند به‌کارگیری و تأثیرگذاری فناوری‌های دیجیتال بر دیپلماسی و دیجیتالی‌شدن آن را دیپلماسی دیجیتال نیز می‌گویند. گاهی به‌جای دیپلماسی دیجیتال از عناوین دیپلماسی مجازی^۲، دیپلماسی شبکه^۳ و دیپلماسی رسانه نیز استفاده می‌شود (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۸۸: ۲۰۶-۲۰۳). «دیپلماسی دیجیتال به کاربرد فناوری‌های دیجیتال مانند شبکه‌های اجتماعی و سایر سکوه‌های برخط از جمله کانال‌های ارتباطات مجازی و متاورس توسط وزارت‌های امور خارجه و سازمان‌های بین‌المللی برای برقراری ارتباط با یکدیگر و با عامه مردم، هدایت و اجرای دیپلماسی و پیشبرد و تأمین اهداف سیاست خارجی‌شان، اطلاق می‌شود» (Bjola & Manor, 2024: 1-2).

دیپلماسی دیجیتال شامل فعالیت‌هایی همچون ارسال و دریافت بیانیه‌های رسمی، مبادله سیگنال‌های دیپلماتیک غیررسمی، شرکت در همایش‌ها و نشست‌های مجازی و برقراری ارتباطات مجازی با عامه مردم می‌شود (برای مطالعه بیشتر ن.ک: (Bjola & Holmes, 2015: 1-11; Sandre,)

1. Digitalization
2. Virtual Diplomacy
3. Net Diplomacy

(2015: 47-57; Broeders & van den Berg, 2020: 1-19; Bjola & Zaiotti, 2021: 1-19)

اختلاف نظر در مورد اینکه آیا کاربرد فناوری‌های دیجیتال در دیپلماسی عمومی تغییر ماهوی ایجاد کرده یا اینکه به دیجیتالی شدن آن منجر شده نیز تسری یافته است؛ به گونه‌ای که امروزه هر دو اصطلاح دیجیتالی شدن دیپلماسی عمومی و دیپلماسی عمومی دیجیتال، رواج دارد. دیپلماسی عمومی دیجیتال رویه و فرایند دیپلماتیک بلندمدتی است که در آن فناوری‌های دیجیتال از یک سو هنجارها، ارزش‌ها و روال‌های کاری روزمره نهادهای دیپلماتیک و همچنین گفتمان‌ها، روایت‌ها و استعاره‌های دیپلمات‌ها و کارگزاران دیپلماسی عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، و از سوی دیگر بر چگونگی انتشار ایده‌ها، ارزش‌ها و سیاست‌ها از طریق شکل‌دهی به اذهان و افکار عمومی جوامع دیگر تأثیر می‌گذارند (Manor, 2019: 14). براین اساس دیپلماسی عمومی دیجیتال را می‌توان این گونه تعریف کرد: درآمیختن، تعامل و برقراری ارتباط با عامه مردم سایر جوامع با استفاده از فناوری‌های دیجیتال به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و انواع دیگر سکوه‌های برخط به منظور تبیین، توجیه و ترویج ایده‌ها، ارزش‌ها، افکار، سیاست‌ها و مواضع خود.

فارغ از مناظره‌های نظری و مفهوم‌پردازی‌های مختلف، بی‌تردید «چرخش دیجیتال»^۱ در دیپلماسی عمومی رخ داده است (Bjola, Cassidy & Manor, 2020: 405-11) و تأثیرگذاری شدید و شگرف فناوری‌های دیجیتال بر عناصر و اجزای مختلف دیپلماسی عمومی واقعیتی انکارناپذیر است. تأثیر دیجیتالی شدن بر دو عنصر بنیادین استماع و حمایت در دیپلماسی عمومی قابل توجه است، زیرا این دو فرایندی پویا و پیش‌رونده را شکل می‌دهند که همه کنش‌ها و فعالیت‌های دیپلماسی عمومی را هدایت کرده و جهت می‌دهد. کارگزاران دیپلماسی عمومی اعم از دولتی و غیردولتی به‌منظور طراحی و تدوین راهبردهای انضمامی برای انتقال و انتشار پیام‌های قابل اجرا و پیگیری باید از دانش و اطلاعات درست، دقیق و کافی برخوردار باشند. آنان از طریق رصد و پایش بلندمدت اطلاعات از داخل کشور و محیط‌های ژئوپلیتیکی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خارجی و بین‌المللی، این دانش و داده را کسب می‌کنند؛ از این رو، اطلاعات و دانش منابع حیاتی

دیپلماسی عمومی هستند و اساس طراحی و تدوین حمایت به‌شمار می‌روند. همچنین در اثر فرایند دیجیتالی شدن و شفافیت، توانش، تعاملی و دردسترس بودن شبکه‌های اجتماعی، تغییر پارادایمی در منطق اشتراک‌گذاری اطلاعات رخ داده است. براینکه این فرایند، شکل‌گیری الگویی از دیپلماسی عمومی دوسویه، تعاملی و هم‌سازنده شده است (Huang, 2024: 3). این الگوی نوین از دیپلماسی عمومی در واقع همان دیپلماسی عمومی دیجیتال است.

۸. ابزار

دیپلماسی عمومی در خلأ شکل نمی‌گیرد و اجرا نمی‌شود، بلکه در بستر تاریخی، بافتار فرهنگی و شرایط اجتماعی، اقتصادی، فناوری و سیاسی مشخص و معینی تکوین می‌یابد؛ از این رو به اقتضای ماهیت خود از ابزار و وسایل متناسبی نیز بهره می‌گیرد. با توجه به ماهیت کهن (ستی)، نوین یا فرانونین، رویکردها و مقومات (انواع دیپلماسی‌های مضاف) دیپلماسی عمومی، ابزارهای متنوع و متکثری برای اجرا و پیشبرد آن استفاده می‌شود. ابزارهای دیپلماسی عمومی را می‌توان به دو دسته مرتبط به هم تقسیم کرد: ابزارهای تکنیکی و فنی که ناظر بر به‌کارگیری فناوری‌های مختلف است و استفاده ابزاری از دیپلماسی‌های مضاف در راستای دیپلماسی عمومی. در این صورت، ابزارهای هر یک از دیپلماسی‌های مضاف نیز به‌مثابه ابزار دیپلماسی عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مهم‌ترین ابزارهای دیپلماسی عمومی اعم از ستی، نوین و فرانونین عبارتند از: تبادلات علمی و آموزشی، انتشار متن، تصاویر متحرک، مبادله‌های فرهنگی، انواع گوناگون فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات مانند رادیو و تلویزیون، بنگاه‌های خبرپراکنی، خبرگزاری‌ها، هنر، فیلم، سینما، مطبوعات، رسانه‌ها، فناوری‌های دیجیتال مانند اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، سکوه‌های برخط، هوش مصنوعی، ورزش، گفتمان، علم و فناوری، مراسم مذهبی، هنر، سرگرمی، موسیقی، شهرها و انواع مختلف دیپلماسی‌های مضاف. در این میان، فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و دیجیتال نقش راهبردی در دیپلماسی عمومی فرانونین ایفا می‌کنند.

1. Co-constructive

۸-۱. فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و دیجیتال

دیپلماسی عمومی موفق و کارآمد مستلزم برقراری ارتباط و جمع‌آوری اطلاعات است؛ از این رو رابطه تنگاتنگی بین دیپلماسی عمومی و حوزه ارتباطات و اطلاعات وجود دارد. پیرو آن فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات نیز نقش و کارکرد ویژه‌ای در دیپلماسی عمومی ایفا کرده و مهم‌ترین ابزار آن هستند. در اثر توسعه و تکامل فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، دیپلماسی عمومی نیز متحول و متکامل شده است. اکنون نیز برجسته‌ترین عاملی که دیپلماسی عمومی نوین و فرانونین را از دیپلماسی عمومی سنتی متمایز می‌سازد، کاربرد فناوری‌های برتر اطلاعات و ارتباطات و دیجیتال در آن است (Cull, 2008: 496). برای مثال، مهم‌ترین ابزار دیپلماسی عمومی کهن (سنتی)، فناوری‌های الکترونیکی،^۱ رادیو و تلویزیون، مطبوعات و رسانه‌های چاپی، تلفن‌های ثابت، انتشار متن، تصاویر متحرک و مبادلات فرهنگی بودند. در دیپلماسی عمومی نوین از اینترنت، ماهواره و شبکه‌های ماهواره‌ای، تلفن‌های همراه، هوش مصنوعی و غیره استفاده می‌شود (Palit, 2023).

بنگاه‌های خبرپراکنی و شرکت‌های پخش رسانه‌ای به‌لحاظ سنتی یکی از مهم‌ترین ابزارهای دیپلماسی عمومی بوده‌اند. در دیپلماسی عمومی نوین و فرانونین، نقش پخش رسانه‌ای دیجیتال ضروری و راهبردی و حتی ماهوی است؛ به‌گونه‌ای که امروزه دیپلماسی عمومی بدون این ابزار اگر بی‌معنا نباشد بی‌تأثیر است. بنگاه‌های خبرپراکنی و شرکت‌های پخش رسانه‌ای بین‌المللی خصوصی و بازرگانی، به‌رغم ماهیت غیردولتی‌شان، ابزار مهم دیپلماسی عمومی هستند؛ بدین معنی که این مسئولیت از طرف یک مرجع صلاحیت‌دار اجرایی یا قانونی به آن‌ها سپرده شده است تا برای کشورها و مخاطبان خارجی برنامه تولید کنند (Arceneaux & Powers, 2020: 50-60; Golan et al., 2019). با این حال، فناوری‌های دیجیتال ابزارهای نوینی برای دیپلماسی عمومی دیجیتالی شده هستند نه اینکه خود نوع و شکلی از دیپلماسی عمومی دیجیتال باشند.

۹. دیپلماسی‌های مضاف

همان‌گونه که پیش‌تر آمد، تقریباً همه دیپلماسی‌های مضاف و مکمل به‌صورت ابزار در دیپلماسی عمومی به‌کار می‌روند. حتی اگر هدف مرجع و مخاطب دیپلماسی پارلمانی، جمهور مردم و افکار عمومی خارجی باشد. به‌جز دیپلماسی‌های فرهنگی، مبادله‌ای - علمی و دیجیتال که از جمله عناصر دیپلماسی عمومی هستند، انواع دیگر دیپلماسی مضاف و مکمل ممکن است به‌عنوان ابزار آن به‌کار روند. مهم‌ترین انواع دیپلماسی مضاف و مکمل که می‌توانند نقش ابزاری در دیپلماسی عمومی ایفا کنند عبارتند از: هنر، موسیقی، سرگرمی، شهری، ورزشی، شهروندی، سلامت و پارلمانی. (ن.ک: دهقانی فیروزآبادی، ۱۴۰۲: ۲۲۲-۲۱۷؛ ۱۳۹۵: ۲۱۶-۲۰۸).

قاعدتاً ابزارهای به‌کاررفته در دیپلماسی‌های مضاف و مکمل را - فارغ از اینکه نقش مقوم یا ابزاری داشته باشند - می‌توان ابزار دیپلماسی عمومی نیز تلقی کرد، چون بی‌واسطه یا با واسطه برای پیشبرد و تحقق اهداف دیپلماسی عمومی به‌کار می‌روند، همچون هوش مصنوعی،^۱ ورزش، گفتمان، علم و فناوری، مراسم مذهبی،^۲ هنر،^۳ سرگرمی،^۴ موسیقی^۵ و شهرها^۶ (Balzacq, et al, 2020: 279; Dunkel & Nitzsche, 2018; Bowman, 2018: 19-37; Brown,) (2020; Huang, 2024).

۱۰. رهیافت‌ها، روایت‌ها و الگوها

براساس رویکردهای مختلف به دیپلماسی عمومی، رهیافت‌های متفاوتی نیز به آن وجود دارد؛ هرچند روایت امریکایی از دیپلماسی عمومی غالب و هژمون بوده و اکنون نیز درصدد حفظ این منزلت است. درواقع، هریک از کشورها دیپلماسی عمومی خود را در قالب یکی از این رویکردها و روایت‌ها تعریف و در سیاست خارجی‌شان اجرا می‌کنند؛ از این‌رو، مدل‌ها و

1. Artificial Intelligence (AI) Diplomacy
2. Religious Diplomacy
3. Art Diplomacy
4. Entertainment Diplomacy
5. Music Diplomacy
6. Citizen Diplomacy

الگوهای متنوعی از دیپلماسی عمومی توسط کشورهای مختلف تکوین یافته است و امروزه از مدل دیپلماسی عمومی امریکایی، چینی، روسی، انگلیسی، فرانسوی، ژاپنی، کره‌ای، اسکاندیناوی، عربی، ایرانی و غیره سخن گفته می‌شود (Saliu, 2023; Zhao, 2019: 169-162; Hartig, 2016; Rugh, 2011: 37; Maloney, 2015: 164-205).

هریک از کشورها الگو، سبک و شیوه خاصی از دیپلماسی عمومی دارد. مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده الگوی دیپلماسی عمومی کشورها عبارتند از: ماهیت نظام و ساختار سیاسی (مردم‌سالار، اقتدارگرا، لیبرال، کمونیست، انقلابی، استبدادی)؛ ماهیت نظام اقتصادی (لیبرال، آزاد، ارشادی، دولتی، متمرکز)، مدل و سطح توسعه اقتصادی و فناوری (توسعه‌یافته، توسعه‌نیافته، در حال توسعه)؛ فرهنگ (دین، مذهب، تاریخ، زبان، آداب و رسوم، سنت‌ها، هنرها)، نظام فکری، علمی و اجتماعی (Melissen, 2005: 106). همچنین قابلیت‌ها، ارجحیت‌ها، اهداف، آرمان‌ها و مزیت‌های نسبی کشورها نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در تعریف، تدوین و تعقیب دیپلماسی عمومی ایفا می‌کند؛ بنابراین دیپلماسی عمومی کشورهای مختلف بر پایه الگوهای ملی‌شان، از نظر ماهیت، محتوا، ساختار، کارگزاران، اهداف، اولویت‌ها، ابزار و نوع مخاطب متفاوت و متنوع است.

۱-۱۰. ماهیت

تفاوت‌های ماهوی کشورهای مختلف یکی از وجوه تمایز و تشخیص دیپلماسی عمومی آنهاست. دیپلماسی عمومی برخی کشورها ماهیت تبلیغاتی، توجیه‌کننده، القایی، کهنه، سنتی، یک‌طرفه و تک‌گفتاری دارد. سرشت دیپلماسی عمومی بعضی دیگر از کشورها تبیینی، اقناعی، نوین، پسانوین، دوسویه، مبادله‌ای، گفت‌وگویی و گفتمانی است. دیپلماسی عمومی کشورها ممکن است ماهیتی ایدئولوژیک، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، علمی و فناورانه داشته باشد. برای مثال دیپلماسی عمومی حکومت‌های اقتدارگرای ایدئولوژیک مانند شوروی غالباً ایدئولوژیک، سیاسی، تبلیغاتی و توجیه‌کننده است. دیپلماسی عمومی ژاپن و آلمان بیشتر ماهیتی اقتصادی و فناورانه دارد و دیپلماسی عمومی فرانسه و انگلستان، سرشتی فرهنگی و

زبانی یافته است. اگرچه دیپلماسی عمومی آمریکا همه‌جانبه و چندوجهی است اما براساس استثنانگرایی امریکایی وجه غالب آن فرهنگی، علمی و ایدئولوژیک است.

۲-۱۰. اهداف

اهداف دیپلماسی عمومی کشورهای مختلف نیز لزوماً همسان و یکسان نیست. برخی کشورها از دیپلماسی عمومی برای تحقق اهداف خاص و مستقیم آن بهره می‌برند و بعضی دیگر از آن به صورت ابزاری برای تأمین اهداف غیرمستقیم خود سود می‌برند. دسته‌ای از کشورها از دیپلماسی عمومی به عنوان نخستین و ارزان‌ترین نوع دیپلماسی برای تأمین اهداف سیاسی کوتاه‌مدت استفاده می‌کنند و گروهی دیگر از جمله کشورهای در حال انتقال و دگرگونی دیپلماسی عمومی را برای دستیابی به اهداف بلندمدت و منافع راهبردی به کار می‌گیرند (Melissen, 2013: 437). هدف دیپلماسی عمومی یک کشور ممکن است مستقیماً برای کسب وجهه مثبت و تصویرسازی موجه از خود نباشد، بلکه برای ترویج و توسعه ایده مطلوب آن کشور باشد؛ مانند همکاری بین‌المللی در موضوع تغییرات آب‌وهوایی و حفظ محیط‌زیست (Cull, 2009: 12).

هدف برخی کشورها بیشتر ایدئولوژیک و ارزشی و برخی دیگر اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی است؛ بعضی تبلیغاتی و القایی و گروهی تبیینی و اقناعی؛ عده‌ای کسب و ارتقای شهرت، اعتبار و اعتماد عمومی بین‌المللی از راه تصویرسازی مثبت از خود و دسته‌ای نیز خنثی‌سازی تبلیغات سوء و اصلاح تصویر نادرست از خود. همچنین اولویت برخی اهداف سیاسی و امنیتی و بعضی دیگر اقتصادی و فناوری و گروهی دیگر فکری و فرهنگی است.

۳-۱۰. محتوا

با توجه به ماهیت و عناصر متعدد و متنوع دیپلماسی عمومی از یک سو، و اهداف، مزیت‌ها و ارجحیت‌های کشورهای از سوی دیگر، محتوای دیپلماسی عمومی آن‌ها نیز متفاوت است. همه کشورها قادر نیستند به صورت همه‌جانبه از تمامی عناصر و انواع دیپلماسی‌های مضاف در دیپلماسی عمومی خود استفاده کنند؛ از این رو بر پایه ماهیت، ارجحیت و مزیت دیپلماسی عمومی یک کشور، یکی از عناصر تشکیل‌دهنده در کانون آن قرار می‌گیرد. برای نمونه کشوری

که تاریخ، فرهنگ و تمدن غنی و دیرینه‌ای دارد ممکن است در دیپلماسی عمومی خود از این عنصر قوام‌بخش بیشترین استفاده را ببرد. این امر به کانونی‌شدن دیپلماسی فرهنگی در دیپلماسی عمومی می‌انجامد و به آن غنا و صبغه فرهنگی می‌بخشد؛ به گونه‌ای که دیپلماسی عمومی این کشور حتی به دیپلماسی فرهنگی به معنای خاص نزدیک و شبیه می‌شود. دیپلماسی عمومی فرانسه نمونه بارزی از این گونه دیپلماسی فرهنگ‌محور است. شاید بتوان دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران را نیز نمونه‌ای از این الگو تلقی کرد. به علت نقش و تأثیر شبکه الجزیره، دیپلماسی رسانه در کانون دیپلماسی عمومی قطر قرار دارد. در دیپلماسی عمومی امارات عربی متحده نیز دیپلماسی گردشگری مبتنی بر دستاوردها و توسعه اقتصادی محوریت یافته است.

۴-۱۰. ساختار

از نظر ساختار دیوانی، اداری و نهادی نیز دیپلماسی عمومی کشورها از هم متمایز می‌شود. دیپلماسی عمومی بعضی کشورها متمرکز، یکپارچه، یک‌سطحی، یک‌بعدی، یک‌وجهی و ساده و بسیط است. دیپلماسی عمومی گروه دیگری از کشورها غیرمتمرکز، متکثر، متنوع، چندسطحی، چندبُعدی، چندوجهی و پیچیده است. معمولاً کشورهایی با ساختار سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بسته و متمرکز مانند شوروی و چین دارای دیپلماسی عمومی متمرکز، از بالا به پایین و عمودی هستند. در حالی که کشورهایی که ساختارهایی متکثر و باز دارند، از دیپلماسی عمومی تک‌تک‌گرا، چندوجهی، افقی و درعین حال یکپارچه برخوردارند؛ با وجود این، ساختار دیپلماسی عمومی در کشورهای با جامعه باز و تک‌تک‌گرا نیز ممکن است در شرایط تاریخی خاص متمرکز و عمودی باشد؛ مانند دیپلماسی عمومی آمریکا در طول جنگ سرد در قبال شوروی (Cull, 2008: 497-8). به نظر نیکلاس کال (Cull, 2009: 17)، یکی از دلایل استقبال از مفهوم دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی آمریکا این بود که امکان نظری و عملی تمرکزگرایی در فعالیت‌های معطوف به تعامل با افکار عمومی جهانی را فراهم می‌ساخت.

۵-۱۰. کارگزاران

یکی دیگر از وجوه تمایزبخش دیپلماسی عمومی کشورهای مختلف کارگزاری‌ها^۱ و کارگزاران^۲ متولی آن است. کارگزاری‌ها، کنشگران و کارگزاران متنوعی در فرایند طراحی، تدوین و اجرای دیپلماسی عمومی کشورها مشارکت دارند و به‌طورکلی به دو دسته دولتی و غیردولتی تقسیم می‌شوند. مراکز دیپلماتیک و دیپلمات‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در خارج کشور و کارشناسان امور خارجی، نهادها، دیوانسالاری‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط دولتی در داخل و رهبران سیاسی، کنشگران و کارگزاران دولتی دیپلماسی عمومی هستند. سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن‌ها)، دانشگاه‌ها و مراکز علمی، دانشمندان، هنرمندان، روزنامه‌نگاران و اصحاب رسانه، مشاهیر و مفاخر ملی، بازرگانان، کارآفرینان، شهرها و حتی شهروندان عادی از جمله مهم‌ترین کنشگران و کارگزاران غیردولتی دیپلماسی علمی به‌شمار می‌روند، اما این کنشگران در همه کشورهای یکسان و یک‌اندازه نقش‌آفرین نیستند. در برخی کشورها که دیپلماسی عمومی ماهیتی دولتی و سنتی دارد، کارگزاری‌ها و کارگزاران دولتی مسلط هستند و کنشگری و کنشگران غیردولتی نقش تعیین‌کننده‌ای ندارند. برعکس، در دیپلماسی عمومی نوین کشورهای پیشرفته، کارگزاری‌ها و کارگزاران غیردولتی نقش و کارکرد کانونی دارند؛ به‌ویژه خودِ عامه مردم عاملیت دارند و تعامل و تماس مردم با مردم^۳ جایگزین رابطه دولت با مردم شده است؛ به‌گونه‌ای که دولت و کارگزاران دولتی تنها نقش تسهیل‌کننده دارند.

۶-۱۰. ابزار

همان‌گونه که بیان شد، برای هدایت و اجرای دیپلماسی عمومی از ابزارهای متنوعی استفاده می‌شود، اما بهره‌گیری همه کشورهای از این ابزارها همسان و یک‌اندازه نیست؛ از این‌رو، کشورها از نظر ابزارهای مختلفی که برای اجرای دیپلماسی عمومی به‌کار می‌گیرند از هم متمایز می‌شوند. در دیپلماسی عمومی برخی کشورها، استفاده از ابزارهای سنتی رایج و

1. Agency
2. Agent
3. People-to-People Contact

غالب است و گروهی دیگر بیشتر از ابزارها و فناوری‌های برتر ارتباطات و اطلاعات و دیجیتال سود می‌برند. ابزارهایی مانند اینترنت، هوش مصنوعی، سکویهای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، سفارتخانه‌های مجازی، رسانه‌ها، رادیو و تلویزیون، موزیک، فیلم، سینما، مطبوعات، هنر و بنگاه‌های خبرپراکنی.

۷-۱۰. مخاطب

رابطه منطقی و مستقیمی میان اهداف و مخاطب دیپلماسی عمومی وجود دارد و هدف کلی اعمال نفوذ بر حکومت خارجی از طریق تأثیرگذاری بر شهروندان آن است. طبق همه تعاریف دیپلماسی عمومی، مخاطب آن عموم مردم و جامعه مدنی کشورهای خارجی است؛ باین حال دیپلماسی عمومی کشورهای مختلف را می‌توان به سه دسته عام‌گرا - توده‌گرا، خاص‌گرا - نخبه‌گرا و عام‌خاص‌گرا - توده‌نخبه‌گرا تقسیم کرد. دیپلماسی عمومی توده‌گرا از نظر مخاطب عام‌گراست. هدف اصلی و اولویت اول این‌گونه دیپلماسی عمومی شکل‌دهی و تأثیرگذاری بر افکار و ایستارهای توده مردم است. از میان عامه مردم نیز ممکن است تمرکز بر جامعه شهری یا روستایی باشد. دیپلماسی عمومی نخبه‌گرا، ماهیتی خاص‌گرا و گزیده‌چین دارد و توده مردم را مستقیم هدف قرار نمی‌دهد، بلکه می‌کوشد از طریق افراد متنفذی که در جامعه هدف مرجعیت دارند عموم مردم را تحت تأثیر قرار دهد. مخاطب اصلی این نوع از دیپلماسی عمومی بخش خاصی از جامعه مدنی و نخبگانی و اقشار مردم است. از میان جامعه نخبگانی و برگزیدگان مردمی نیز ممکن است برخی نخبگان، گروه‌های مرجع، ذی‌نفع و طبقات اجتماعی و اقشار مردم اولویت داشته باشند. مخاطبانی مانند روزنامه‌نگاران، اصحاب رسانه، مخاطبان مجازی، فرهنگیان و دانشگاهیان، دانشجویان، نویسندگان، روشنفکران، رهبران احزاب سیاسی، زنان، جوانان، بازاریان و اقشار آسیب‌پذیر یا مرفه. هدف دیپلماسی عمومی توده‌نخبه‌گرا نیز تأثیرگذاری هم‌زمان و متوازن بر همه مخاطبان عام و خاص در هر دو فضای واقعی و مجازی است.

نتیجه‌گیری

در این مقاله مفهوم، اهداف، عناصر و ابزار، همچنین رهیافت‌ها و رویکردهای مختلف به دیپلماسی عمومی و تفاوت آن با مفاهیم مرتبط و مشابه بحث و بررسی شد. تعریف‌های متفاوتی از دیپلماسی عمومی می‌شود که «برقراری ارتباطات با عموم مردم» و «تأثیرگذاری بر و شکل‌دهی به افکار عمومی» خارجی در همه آن‌ها مشترک است؛ از این رو، این دو مؤلفه عناصر کانونی و جوهری دیپلماسی عمومی به‌شمار می‌روند. با توجه به رهیافت‌ها و رویکردهای مختلف به دیپلماسی عمومی، الگوهای متنوعی از آن وجود دارد و می‌توان از دیپلماسی‌های عمومی بومی و ملی مانند دیپلماسی عمومی امریکایی، اروپایی، چینی، هندی، ایرانی و غیره سخن گفت. مفاهیم «قدرت نرم»، «امور عمومی»، «تبلیغات»، «دیپلماسی فرهنگی»، «جنگ روانی» و «جنگ ایدئولوژیک» نیز قرابت و تداخل معنایی با دیپلماسی عمومی دارند، ولی مترادف و همسان با آن نیستند.

مدعای اصلی آن است که دیپلماسی عمومی دستخوش تغییر و تحول مفهومی، توسعه کاربردی، تنوع کارکردی و تعدد کارگزاری در سیاست خارجی کشورهای مختلف شده است؛ به‌طوری‌که در دهه‌های آغازین سده بیست‌ویکم، دیپلماسی عمومی نوین و فرانونین تعاملی، دوسویه و گفت‌وگویی جایگزین تبلیغات و سپس دیپلماسی عمومی یک‌طرفه و تک‌گفتاری سنتی در قرن بیستم شده است. از سوی دیگر دیپلماسی عمومی که زمانی در انحصار امریکا بود اکنون در اختیار تمامی کشورهاست که همین امر سبب توسعه افقی آن شده است. افزون‌براین، فناوری‌های نوین ارتباطاتی و اطلاعاتی، نه‌تنها ابزار دیپلماسی عمومی را دگرگون ساخته بلکه اشکال جدیدی از آن را آفریده است. دیپلماسی عمومی دیجیتال حاصل این انقلاب صنعتی چهارم است؛ بنابراین تحولات نظری، عملی و فناوری به‌ویژه فناوری‌های دیجیتال در روابط بین‌الملل نه‌تنها از اهمیت دیپلماسی عمومی نکاسته بلکه بر عمق و ارزش راهبردی آن نیز افزوده است.

سرانجام با وجود تعاریف متعدد و متفاوت از دیپلماسی عمومی، می‌توان ویژگی‌ها و ابعاد

دیپلماسی عمومی را در چند گزاره خلاصه کرد:

۱. در دیپلماسی عمومی برخلاف دیپلماسی سنتی هدف مرجع یا مخاطبان عامه مردم در جوامع دیگر به‌ویژه گروه‌های غیررسمی از جامعه مدنی هستند، زیرا یکی از مهم‌ترین ابعاد و وجوه سیاست فرابین‌المللی و جامعه اطلاعاتی بین‌المللی به‌عنوان محیط عملیاتی و اجرایی دیپلماسی عمومی، ظهور بازیگران غیردولتی مقتدر و رها از حاکمیت است. از این منظر، دگرگونی در فعالیت‌ها و رویه‌های دیپلماتیک در دیپلماسی عمومی تنها به معنای استفاده بهتر و بیشتر از فناوری ارتباطات و اطلاعات و دیجیتالی‌سازی در تدوین، سازمان‌دهی و اجرای آن نیست، بلکه متضمن و مستلزم اتخاذ رویکرد و رهیافت نوین به چگونگی برخورد و ارتباط با عموم مردم به‌ویژه بازیگران آزاد از حاکمیت در حوزه عمومی است؛ از این رو دیپلماسی عمومی از ارتباط توده‌ای یک‌طرفه سنتی بین دیپلمات‌ها و بازیگران رها از حاکمیت که می‌کوشند از طریق آن پیام‌های ارزشی خود را به مخاطبان انتقال دهند، فراتر می‌رود، بلکه دیپلماسی عمومی مبتنی بر رهیافت «درآمیختن» با مخاطبان غیردولتی است که متضمن شنیدن افکار و آرای آنان، گفت‌وگو، مناظره و مباحثه و ایجاد روابط دوستانه است.

۲. دیپلماسی عمومی دارای ویژگی‌هایی همچون شفافیت، بازبودن، انعطاف‌پذیری و همکاری‌جویانه‌بودن است؛ از این رو دیپلماسی عمومی فراتر از مدل دیپلماسی سنتی سلسله‌مراتبی و انحصاری دولتی رفته و به‌صورت شفاف و باز با بازیگران غیردولتی جوامع مدنی کشورها ارتباط برقرار کرده و با آنان به تعامل و گفت‌وگو می‌پردازد؛ ارتباطات مستقیم و شفافی که با هدف تبیین اهداف و ترویج ارزش‌های ملی صورت می‌گیرد.

۳. هدف اصلی و اولیه دیپلماسی عمومی تأثیرگذاری بر افکار و اذهان مخاطبان غیردولتی و شکل‌دهی به افکار عمومی جهت هم‌سوسازی دیدگاه و نگرش آنان نسبت به اهداف و سیاست‌های یک کشور است، اما اهداف و مقاصد خاص‌تر و مشخص‌تری نیز در چهارچوب این هدف اساسی پیگیری می‌شود. نخستین هدف جلب حمایت اخلاقی و سیاسی افکار عمومی خارجی و سپس جذب مردم جوامع به اهداف و ارزش‌های خودی از طریق

تأثیرگذاری بر اذهان و افکار آنان است. دومین هدف، تبیین و ترویج ارزش‌ها، هنجارها و آرمان‌های ملی خود در بین ملت‌های دیگر، و هدف سوم تصویرسازی مثبت و مطلوب از کشور است.

۴. رابطه تنگاتنگی بین توسعه فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات و دیجیتال و دیپلماسی عمومی وجود دارد که ابزارهای لازم را در اختیار آن قرار می‌دهد. مهم‌ترین ابزارهای دیپلماسی عمومی اعم از سنتی، نوین و فرانونین عبارتند از: تبادلات علمی و آموزشی، انتشار متن، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی، انواع گوناگون فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات مانند رادیو و تلویزیون، بنگاه‌های خبرپراکنی، خبرگزاری‌ها، هنر، فیلم، سینما، مطبوعات، رسانه‌ها، فناوری‌های دیجیتال مانند اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، سکوهاى برخط، هوش مصنوعی، ورزش، گفتمان، علم و فناوری، مراسم مذهبی، هنر، سرگرمی، موسیقی و شهرها.

۵. مهم‌تر از سازوکارهای اجرای دیپلماسی عمومی، چگونگی و شیوه اعمال آن است. دیپلماسی عمومی برخلاف دیپلماسی سنتی که بر سیاست قهرآمیز و اجبار استوار است، بر سیاست اقناع مبتنی است. در چهارچوب سیاست اقناعی، بیش از مذاکره بر استدلال تأکید می‌شود؛ از این رو در این نوع سیاست بیش از آنکه مجاب کردن مخاطب مورد توجه باشد، متقاعدسازی وی به درک حقیقت است که او را به پیروی از حقیقت اخلاقی ترغیب و تشویق می‌کند.

فهرست منابع

- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۴۰۲). *اصول و مبانی روابط بین‌الملل (۲)*، تهران: سمت.
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۹۵). *کلیات روابط بین‌الملل*، تهران: مخاطب.
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۸۹) «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی در منطقه خلیج فارس»، فصلنامه سیاست، سال ۴۰، شماره ۴، زمستان.
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۸۸). «دیپلماسی نوین خاورمیانه‌ای ایران: ضرورت‌ها و الزامات»، در: حسین پوراحمدی و دیگران، *دیپلماسی نوین: گفتارهایی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

- Aldis, Anne and Herd, Graeme, eds., (2007). *The Ideological War on Terror: Worldwide Strategies for Counter-Terrorism*, London & New York: Routledge.
- Arceneaux, Phillip and Powers, Shawn (2020). "International Broadcasting: Public Diplomacy as a Game in a Marketplace of Loyalties", in Nancy Snow and Nicholas J. Cull, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.
- Balzacq, Thierry, Charillon, Frédéric and Ramel, Frédéric, eds. (2020). *Global Diplomacy: An Introduction to Theory and Practice*, Translated by William Snow, New York: Palgrave Macmillan.
- Bjola, Corneliu and Holmes, Marcus (2015). *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, New York and London: Routledge.
- Bjola, Corneliu and Manor, Ilan (2024). "Introduction: Understanding Digital Diplomacy, The Grammar Rules and Patterns of Digital Disruption", in Corneliu Bjola and Ilan Manor (2024). *The Oxford Handbook of Digital Diplomacy*, Oxford University Press, Oxford: Oxford University Press.
- Bjola, Corneliu and Manor, Ilan (2024). *The Oxford Handbook of Digital Diplomacy-Oxford University Press*, Oxford: Oxford University Press.
- Bjola, Corneliu and Zaiotti, Ruben (2021). *Digital Diplomacy and International Organisations: Autonomy, Legitimacy and Contestation*, New York and London: Routledge.
- Bjola, Corneliu, Cassidy, Jennifer, and Manor, Ilan (2020). Digital Public Diplomacy: Business as Usual or a Paradigm Shift?, in Nancy Snow and Nicholas J. Cull, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.

- Bowman, Stephen (2018). *The Pilgrims Society and Public Diplomacy, 1895-1945*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Broeders, Dennis and van den Berg, Bibi, eds (2020). *Governing Cyberspace: Behavior, Power, and Diplomacy*, London and New York: Rowman & Littlefield.
- Brown, John (2020). "Arts Diplomacy: The Neglected Aspect of Cultural Diplomacy", in Nancy Snow and Nicholas J. Cull, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.
- Cull, Nicholas J (2008). *The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945-1989*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Cull, Nicholas J. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, Los Angeles: Figueroa Press.
- Cull, Nicholas J. (2010). *Public Diplomacy: Seven Lessons for Its Future from Its Past*, Place Branding and Public Diplomacy 6 (1): 11-17. <https://doi.org/10.1057/pb.2010.4>.
- Cull, Nicholas J. (2019). *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age*, Cambridge, UK: Polity Press.
- Cull, Nicholas J. (2020). "Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase", in Nancy Snow and Nicholas J. Cull, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.
- Cummings, Milton C. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*, Washington, DC; Center for Arts and Culture.
- d'Hooghe, Ingrid (2015). *China's Public Diplomacy*, Leiden: Koninklijke Brill NV.
- De'Gouveia, Philip Fiske and Plumridge, Hester (2005). *European Infopolitik: Developing EU Public Diplomacy Strategy*, London: The Foreign Policy Centre.
- Di Martino, Luigi (2020). 'The Spectrum of Listening', in Nancy Snow and Nicholas J. Cull, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.
- Dizard Jr., Wilson P. (2004). *Inventing Public Diplomacy: The Story of the U.S. Information Agency*, Boulder: Lynne Rienner.
- Dunkel, Mario and Nitzsche, Sina A., eds. (2018). *Popular Music and Public Diplomacy: Transnational and Transdisciplinary Perspectives*, Bielefeld: Transcript Verlag.
- Fouts, Joshua S., ed. (2006). *Public Diplomacy: Practitioners, Policy Makers, and Public Opinion*, Los Angeles, CA: USC Center on Public Diplomacy.
- Goff, Patricia M. (2020). "Cultural Diplomacy" in Nancy Snow and Nicholas J. Cull, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.
- Golan, Guy J., Manor, Ilan and Arceneaux, Phillip (2019). "Mediated Public Diplomacy Redefined: Foreign Stakeholder Engagement via Paid, Earned, Shared, and Owned Media". *American Behavioral Scientist*, 63 (12): 1665-1683. <https://doi.org/10.1177/0002764219835279>.

- Golan, Guy J., Yang, Sung-Un and Kinsey, Dennis F., eds., (2015). *International public relations and public diplomacy: communication and engagement*, New York: Peter Lang.
- Goldsmith, Benjamin E., Horiuchi, Yusaku and Matush, Kelly (2021). "Does Public Diplomacy Sway Foreign Public Opinion? Identifying the Effect of High-Level Visits", *American Political Science Review*, 115 (4), pp. 1342-1357.
- Graham, Sarah Ellen (2015). *Culture and Propaganda: The Progressive Origins of American Public Diplomacy 1936-1953*, Burlington: Ashgate Pub Co.
- Gregory, B. (2011). "American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation", *The Hague Journal of Diplomacy*, 6: 3/4.
- Hartig, Falk (2016). *Chinese Public Diplomacy: The rise of the Confucius Institute*, London and New York: Routledge.
- Hirschmuller, Tobias and Jacob, Frank (2022). *War and Communism: The Violent Consequences of Ideological Warfare in the 20th Century*, Paderborn: Brill.
- Huang, Zhao Alexandre (2024). "Terminology, AI bias, and the risks of current digital public diplomacy practices", *Place Branding and Public Diplomacy*, <https://link.springer.com/article/10.1057/s41254-024-00324-x>.
- Huijgh, Ellen (2016). "Public Diplomacy", in Costas M. Constantinou, Pauline Kerr and Paul Sharp, eds. *The SAGE Handbook of Diplomacy*. London: Sage: 437-450.
- Kim, Hwajung (2017). "Bridging the Theoretical Gap between Public Diplomacy and Cultural Diplomacy", *The Korean Journal of International Studies*, 15 (2), p. 293-326.
- Malone, Gifford D (1988). *Political advocacy and cultural communication: organizing the nation's public diplomacy*, Lanham, [Md.]: University Press of America.
- Maloney, Suzanne (2015). "Iran: Public Diplomacy in a Vacuum", in Geoffrey Wiseman, ed., *Isolate or Engage: Adversarial States, US Foreign Policy, and Public Diplomacy*, Stanford, California: Stanford University Press, pp. 164-205.
- Manor, Ilan (2019). *The Digitalization of Public Diplomacy*, New York: Palgrave Macmillan.
- Melissen, Jan (2005). *Wielding Soft Power: The New Public Diplomacy*, Clingendael Diplomacy Papers No. 2.
- Melissen, Jan (2011). "Beyond the New Public Diplomacy", *Clingendael Papers*, No. 3.
- Melissen, Jan (2013). "Public Diplomacy", in Andrew F. Cooper, Jorge Heine, and Ramesh Thakur, eds. *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, pp. 437-452.
- Melissen, Jan and Wang, Jian, eds. (2019). *Debating Public Diplomacy: Now and Next*, Leiden and Boston: Koninklijke Brill NV.
- Melissen, Jan, ed. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, New York: Palgrave Macmillan.
- Ninkovich, Frank (1996). *U.S. Information Policy and Cultural Diplomacy*, New York, N.Y.: Foreign Policy Association.
- Nye, Joseph S. (1990). *Bound to lead: the changing nature of American power*. New York: Basic Books.

- Nye, Joseph S. (2004). *Soft Power: The Means to Success In World Politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, Joseph S. (2019). "Soft Power and Public Diplomacy Revisited" in Jan Melissen and Jian Wang, *Debating Public Diplomacy: Now and Next*, Leiden and Boston: Koninklijke Brill NV, pp. 7-20.
- Nye, Joseph S. (2019). "Soft Power and Public Diplomacy Revisited", *The Hague Journal of Diplomacy*, 14 (2019), pp. 7-20.
- Nye, Joseph. (2008). *The Powers to Lead*, London, Oxford University Press.
- Palit, Parama Sinha (2023). *New Media and Public Diplomacy: Political Communication in India, the United States and China*, New York: Routledge
- Pamment, James (2013). *New public diplomacy in the 21st century: A comparative study of policy and practice*, Abingdon: Routledge.
- Pamment, James (2016). *British Public Diplomacy and Soft Power Diplomatic Influence and the Digital Revolution*, New York: Palgrave Macmillan.
- Roberts, William (2007). "What is public diplomacy? Past practices, present conduct, possible future". *Mediterranean Quarterly*, 18 (4), pp. 36-52.
- Rugh, William A. (2011). *The Practice of Public Diplomacy Confronting Challenges Abroad*, New York: Palgrave Macmillan.
- Sack, Daniel (2009). *Moral Re-Armament: The Reinventions of an American Religious Movement*, New York: Palgrave Macmillan.
- Saliu, Hasan (2020). *The Evolution of the Concept of Public Diplomacy from the Perspective of Communication Stakeholders*, Medij. istraž. (god. 26, br. 1), pp. 69-86.
- Saliu, Hasan (2023). "Narratives of Public Diplomacy in the post-Truth Era: The decline of Soft Power", *Communication & Society*, 36 (2), pp. 209-224.
- Sandre, Andreas (2015). *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*, London: Rowman & Littlefield Publishers.
- Scott-Smith, Giles (2009). "Exchange Programs and Public Diplomacy", in Nancy Snow and Philip M. Taylor, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, New York and London: Routledge.
- Scott-Smith, Giles (2020). 'Exchange Programs and Public Diplomacy', in Nancy Snow and Nicholas J. Cull, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.
- Snow, Nancy (2020). 'Rethinking Public Diplomacy in the 2020s', in Nancy Snow and Nicholas J. Cull, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.
- Snow, Nancy and Cull, Nicholas J. eds., (2020). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, second edition, New York and London: Routledge.
- Spry, D. (2018). "Facebook diplomacy: A data-driven, user-focused approach to Facebook use by diplomatic missions". *Media International Australia*, 168 (1), pp. 62-80.
- Taylor, Humphrey (2006). "The Practice of Public Diplomacy", in Joshua S. Fouts, ed., *Public*

- Diplomacy Practitioners, *Policy Makers, and Public Opinion*, Los Angeles, CA: USC Center on Public Diplomacy & the Pew Research Center.
- Taylor, Philip M. (2009). "Public Diplomacy and Strategic Communications", in Nancy Snow and Philip M. Taylor (2009) *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, New York and London: Routledge.
- The Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University, (1975-76), Medford, MA, 48.
- Tuch, Hans N. (1990). *Communicating With The World: US Public Diplomacy Overseas*, New York: Martin's press.
- U.S. Department of State (1987). *Dictionary of International Relations Terms*, Washington, D.C.
- United States Information Agency Alumni Association, (2002). "What Is Public Diplomacy?" Washington, D.C., updated September 1, 2002. Online at <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm> (as of August 6, 2004).
- Vibber, Kelly and Kim, Jeong-Nam (2015). "Diplomacy in a Globalized World: Focusing Internally to Build Relationships Externally" in Guy J. Golan, Sung-Un Yang, Dennis F. Kinsey, eds., (2015). *International public relations and public diplomacy: communication and engagement*, New York: Peter Lang, pp. 131-146.
- Waller, J. Michael, ed. (2007). *The Public Diplomacy Reader*. Washington DC: The Institute of World Politics Press.
- Wolf, Jr., Charles and Rosen, Brian (2004). *Public Diplomacy How to Think About and Improve It*, Santa Monica, CA: The RAND Corporation.
- Zaharna, R. S. (2010). *Battles to Bridges: U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11*, London and New York: Palgrave Macmillan.
- Zhao, Kejin (2019). "The China Model of Public Diplomacy and Its Future", in Jan Melissen and Jian Wang, *Debating Public Diplomacy: Now and Next*, Leiden and Boston: Koninklijke Brill NV.

منابع مفید تکمیلی برای مطالعه بیشتر

- Alexander, Colin R., ed. (2021). *The Frontiers of Public Diplomacy: Hegemony, Morality and Power in the International Sphere*, New York: Routledge.
- Andersson, Rickard (2024). "Public Relations Strategizing: A Theoretical Framework for Understanding the Doing of Strategy in Public Relations", *Journal of Public Relations Research*, 36: 2, pp. 91-112, DOI: 10.1080/1062726X.2023.2259523.
- Barston, R.P. (2014). *Modern Diplomacy*, 4th ed, London and New York: Routledge.
- Bjola, C., Cassidy, J., and Manor, I. (2019). "Public Diplomacy in the Digital Age", *The Hague Journal of Diplomacy*, 14 (1-2), pp. 83-101. doi: 10.1163/1871191X-14011032.
- Çevik, B. Senem and Seib, Philip, eds. (2015). *Turkey's Public Diplomacy*, New York: Palgrave Macmillan.
- Chapman, James and Cull, Nicholas J. (2013). *Projecting Tomorrow Science Fiction and*

- Popular Cinema*, Bloomsbury Academic.
- Choi, Kwang-jin (2019). *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status*, Los Angeles: Figueroa Press.
- Clerc, Louis, Glover, Nikolas and Jordan, Paul, eds. (2015). *Histories of Public Diplomacy and Nation Branding in the Nordic and Baltic Countries: Representing the Periphery*, Leiden: Koninklijke Brill NV.
- Cooper, Andrew, Heine, Jorge and Thakur, Ramesh, eds. (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.
- Cull, Nicholas J. (2008a). *Public Diplomacy: Taxonomies and Histories*, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 2008, 616, pp. 31-54.
- Cull, Nicholas J. (2009a). "Public Diplomacy before Gullion: The Evolution of a Phrase", in Nancy Snow and Philip M. Taylor, eds., *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, New York and London: Routledge.
- Davis Cross, Mai'a K. and Melissen, Jan, eds. (2013). *European Public Diplomacy: Soft Power at Work*, New York: Palgrave Macmillan.
- Fitzpatrick, Kathy R. (2010). *The Future of U.S. Public Diplomacy: An Uncertain Fate*, Leiden: Koninklijke Brill NV.
- Gilboa, Eytan, ed., (2023). *A Research Agenda for Public Diplomacy, Cheltenham and Northampton*, Edward Elgar.
- Gonesh, Ashvin and Melissen, Jan (2005). "Public Diplomacy: Improving Practice", *Clingendael Diplomacy Papers*, No. 5.
- Gross Stein, Janice (2011). *Diplomacy in the Digital Age: Essays in Honour of Ambassador Allan Gottlieb*, : McClelland & Stewart.
- Gunaratne, Shelton A. (2005). "Public Diplomacy, Global Communication and World Order: An Analysis Based on Theory of Living Systems", *Current Sociology*, 53 (5): 749-772.
- Hart, Justin (2013). *Empire of ideas: the origins of public diplomacy and the transformation of U.S. foreign policy*, Oxford and New York: Oxford University press.
- Hucker, Daniel (2020). *Public Opinion and Twentieth-Century Diplomacy: A Global Perspective*, London and New York: Bloomsbury Publishing Plc.
- Huijgh, Ellen (2019). *Public Diplomacy at Home: Domestic Dimensions*, Leiden: Koninklijke Brill NV.
- Khalaji, Mehdi (2007). *Through the Veil: The Role of Broadcasting in U.S. Public Diplomacy toward Iranians*, Washington, DC: Washington Institute for Near East Policy.
- Lam, Vu (2023). *Public Diplomacy in Vietnam: National Interests and Identities in the Public Sphere*, London and New York: Routledge.
- Lee, Sook Jong and Melissen, Jan eds. (2011). *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*, New York: Palgrave Macmillan.
- Li, Zheng (2023). "The ambitious new public diplomacy and dilemma: Australian images of China's governance", *The Journal of International Communication*, 29: 1, pp. 104-125, DOI: 10.1080/13216597.2022.2151497

- Lord, Carnes (1998). "The Past and Future of Public Diplomacy", *Orbis*, Winter, pp. 49-72.
- Martín García, Óscar J. and Magnúsdóttir, Rósa eds. (2019). *Machineries of Persuasion: European Soft Power and Public Diplomacy during the Cold War*, Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH.
- Melissen, Jan and Sohn, Yul (2015). *Understanding Public Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region*, New York: Palgrave Macmillan.
- Minty, Ella (2020). *Social Media and The Islamic State: Can Public Relations Succeed Where Conventional Diplomacy Failed?*, London and New York: Routledge.
- Rugh, William A. (2014). *Front Line Public Diplomacy: How US Embassies Communicate with Foreign Publics*, New York: Palgrave Macmillan.
- Schindler, Caitlin E. (2018). *The Origins of Public Diplomacy in US Statecraft: Uncovering a Forgotten Tradition*, New York: Palgrave Macmillan.
- Seib, Philip (2009). *Toward a New Public Diplomacy: Redirecting U.S. Foreign Policy*, New York: Palgrave Macmillan.
- Seib, Philip, ed. (2013). *Religion and Public Diplomacy*, New York: Palgrave Macmillan.
- Snow, Nancy and Taylor, Philip M. (2009). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, New York and London: Routledge.
- Stagnell, Alexander (2020). *Diplomacy and Ideology: From the French Revolution to the Digital Age*, London and New York: Routledge.
- Surowiec, Paweł and Manor, Ilan, eds. (2021). *Public Diplomacy and the Politics of Uncertainty*, New York: Palgrave Macmillan.
- Velikaya, Anna A. and Simons, Greg, eds. (2020). *Russia's Public Diplomacy: Evolution and Practice*, New York: Palgrave Macmillan.
- Wang, Jian, ed. (2011). *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*, New York: Palgrave Macmillan.