

سیاست خارجی و دیپلماسی عمومی

مروری بر سیاست خارجی دولت‌های پس از انقلاب

قاسم صفایی نژاد

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه

دانشگاه علامه طباطبائی

<http://safaeinejad.ir>

پاییز ۸۸

سیاست خارجی چیست؟

دولت‌ها از زمان‌های قدیم با یکدیگر روابط گوناگون سیاسی، اقتصادی، فرهنگی داشته‌اند و امروزه شبکه روابط بین‌الملل بسیار گسترده‌تر و پیچیده‌تر شده است. می‌توان گفت روابط بین‌الملل شامل اعزام و پذیرش نمایندگان سیاسی، روابط تجاری بین شرکت‌ها و دولت‌ها، برگزاری کنفرانس‌های بین‌المللی، مبادلات فرهنگی و حتی مسابقات ورزشی در سطح بین‌المللی می‌شود. اما سیاست خارجی را باید از روابط بین‌الملل جدا کرد. روابط بین‌الملل شامل روابط بین حکومت‌ها، گروه‌ها، افراد و شرکت‌های فراملی و چندملیتی می‌شود اما سیاست خارجی فقط آن دسته از روابط است که ابتکار آن با حکومت‌ها بوده و از طرف آنان اجرا شود. به عبارت دیگر «سیاست خارجی مجموعه خط مشی‌ها، تدابیر، روش‌ها و انتخاب مواضعی است که یک دولت در برخورد با امور و مسایل خارجی در چارچوب اهداف کلی حاکم بر نظام سیاسی اعمال می‌نماید.» بنابراین تعریف فوق سیاست خارجی شامل ۲ قسمت مجزا می‌باشد:

- اهداف ملی که هر کشوری در صحنه بین‌الملل تعقیب و درصدد تحصیل آن‌ها می‌باشد.

- سیاست‌ها و روش‌هایی که برای رسیدن به اهداف مزبور اتخاذ و اعمال می‌گردد.

اهداف سیاست خارجی را به طور خلاصه می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

۱. حفظ تمامیت ارضی و حاکمیت ملی.

۲. رفاه ملی.

۳. امنیت ملی.

۴. حفظ اعتبار ملی.

۵. منافع ملی.

۶. کسب قدرت.

در فرآیند سیاست‌گذاری خارجی، افراد و نهادها، سازمان‌ها و دستگاه‌های گوناگونی دخالت دارند و هر یک تحت شرایط خاصی و در نظام‌های سیاسی مختلف دارای نقش‌های متفاوتی هستند. مهم‌ترین نهادهایی که در فرآیند سیاست‌گذاری خارجی دولت‌ها دخالت دارند عبارتند از:

۱. قوه مجریه.

۲. قوه مقننه.

۳. گروه‌های دارای نفوذ و احزاب سیاسی.

۴. دین و رهبران دینی.

۵. افکار عمومی.

۶. نهادهای نظامی.

۷. دانشمندان و نخبه‌ها.

۸. سازمان‌های اطلاعاتی و جاسوسی.

۹. بنگاه‌ها و شرکت‌های فراملی.

۱۰. سازمان‌های بین‌المللی.

اصول سیاست خارجی در جمهوری اسلامی ایران

وقوع انقلاب اسلامی ایران در سال 1357 تحولی عظیم در تمامی زمینه‌ها، از جمله سیاست خارجی به وجود آورد. دولت ایران که تا قبل از انقلاب در جهت پیشبرد سیاست خارجی خود به عنوان یک متحد غرب از دو ابزار نفت و ارتش استفاده می‌کرد، با فروپاشی حکومت پهلوی به کلی تغییر موضع داد.

از همان روزهای نخستین انقلاب، امام خمینی (ره) و ملت ایران که دیگر خود صاحب حکومت شده بودند، چارچوب سیاست خارجی ایران را در شعار «نه شرقی، نه غربی، جمهوری اسلامی» اعلام کردند. ایرانیان حمایت خود را از مستضعفین در اصل 154 قانون اساسی این‌گونه اعلام کردند: «جمهوری اسلامی ایران سعادت انسان در کل جامعه بشری را آرمان خود می‌داند و استقلال و آزادی و حکومت حق و عدل را حق همه مردم جهان می‌شناسد. بنابراین در عین خودداری کامل از هرگونه دخالت در امور داخلی ملت‌های دیگر، از مبارزه حق طلبانه مستضعفین در برابر مستکبرین در هر نقطه از جهان حمایت می‌کند.»

هم‌چنین امام خمینی (ره) دعوت غیرمسلمین به اسلام را از ارکان اصلی سیاست خارجی مردم ایران اعلام کردند: «ما انقلابمان را به تمام جهان صادر می‌کنیم، چرا که انقلاب «اسلامی» است و تا بانگ «لا اله الا الله» بر تمامی جهان طنین نیفکند، مبارزه هست و تا مبارزه هست در هر کنجای جهان علیه مستکبرین ما هستیم.» جمهوری اسلامی ایران پس از آن، یک سیاست خارجی مستقل بر اساس ارزش‌ها و موازین اسلامی انتخاب کرد که اهداف آن به شرح زیر است:

۱. تلاش در جهت تشکیل امت واحد جهانی.
۲. حمایت از مستضعفین در مقابل مستکبرین.
۳. حراست از استقلال و تمامیت ارضی کشور.

۴. دفاع از حقوق مسلمانان.

۵. دعوت غیرمسلمین به اسلام .

سیاست خارجی دولت‌های پس از انقلاب

۱. سیاست خارجی دولت موقت (دوره انفعال):

پس از تشکیل دولت موقت در نخستین روزهای انقلاب، دولت مهندس بازرگان فاقد یک استراتژی مشخص برای سیاست خارجی بود و درک روشنی از سیاست «نه شرقی، نه غربی» ملت ایران نداشت. برداشت دولت موقت از این سیاست، موازنه منفی قدرت بود. در صورتی که امام (ره) اصل موازنه را، چه مثبت و چه منفی، قبول نداشتند و ابرقدرت‌ها را به عنوان یک مجموعه واحد از استکبار جهانی دانسته و مبارزه با آنها را از اهداف اصلی سیاست خارجی بیان کردند.

۲. سیاست خارجی دوران جنگ تحمیلی (سیاست تدافعی):

با سقوط دولت موقت و آغاز ریاست جمهوری بنی صدر، دوره حاکمیت لیبرال‌ها در سیاست خارجی وارد مرحله جدیدی شد. در این مرحله، سیاست خارجی ایران تحت‌الشعاع ۳ مسئله عمده بود:

- دیپلمات‌های آمریکایی که توسط دانشجویان پیرو خط امام به گروگان گرفته شده بودند.
- حمله اتحادیه جماهیر شوروی به افغانستان و اشغال این کشور توسط ارتش سرخ.
- تهاجم عراق به ایران و آغاز جنگ تحمیلی.

در این دوره به دلیل حاکمیت لیبرال‌ها، سیاست خارجی بنی صدر چندان تفاوتی با دولت موقت نداشت و تنها به دلیل حضور عناصر انقلابی در صحنه‌های مختلف به ویژه در مجلس شورای اسلامی، دشمنی با آمریکا نسبت

به دولت موقت، از شدت بیشتری برخوردار بود. بعد از عزل و فرار بنی صدر، مرحله دوم از حاکمیت لیبرال‌ها در سیاست خارجی کشور نیز پایان یافت. در پی تحولات داخلی، جبهه نظامی و سیاست خارجی نظام نیز دستخوش تغییر و تحول شد. ایران در مناطق عملیاتی طی چند عملیات که عمدتاً از حصر آبادان در مهر ۱۳۶۰ آغاز شد و با آزادسازی خرمشهر در خرداد ۱۳۶۱ پایان یافت، به اشغال خاک ایران از سوی دشمن پایان داد. همراه با این تحولات در جبهه‌های نبرد، سیاست‌های خارجی ایران نیز دچار تغییرات عمده‌ای گردید و موفقیت‌هایی را در جلب حمایت خارجی از سوی کشورهای بی‌طرف و غیرمتعهد به دست آورد. در این مقطع زمانی، سیاست جمهوری اسلامی تقابلی‌گرا/محدودیت‌محور بود. مهم‌ترین پیامد جنگ تحمیلی برای دولت جمهوری اسلامی، جلب نظر آن به واقعیت محیط بین‌الملل بود. جنگ نشان داد که ایران، به‌عنوان یک دولت در محیط بین‌المللی با محدودیت‌های بسیاری روبرو می‌باشد که برای حفظ و بقای خود باید این محدودیت‌ها را در نظر بگیرد.

۳. سیاست خارجی در دوره سازندگی (تنش‌زدایی و توسعه اقتصادی):

شرایط داخلی پس از جنگ و قبول قطعنامه ۵۹۸، ضرورت تحول در اولویت‌بندی اهداف سیاست خارجی بر اساس تأمین نیازهای اقتصادی و توسعه کشور را خاطر نشان می‌کرد. نابسامانی‌های ناشی از جنگ و ضرورت بازسازی مناطق جنگ‌زده و سازندگی کشور، ایران را به اتخاذ سیاست‌های همکاری‌جویانه با سایر کشورها ترغیب کرد.

۴. سیاست خارجی دولت آقای خاتمی (ادامه تنش‌زدایی بر مبنای توسعه سیاسی):

سیاست تنش‌زدایی در دوره آقای خاتمی، با وجود نفس مثبت آن در نظام بین‌الملل به‌علت مخالفت آمریکا، نتوانست دستاوردهای مثبتی برای کشورمان به همراه داشته باشد. طرح گفتگوی تمدن‌ها در سازمان ملل و

پذیرش آن توسط تمام اعضای جامعه جهانی حتی آمریکا و رژیم صهیونیستی، در عمل به گفتگوهای بی‌حاصل تبدیل شد که بیشتر باعث سرخوردگی بیشتر ملت‌های آزاد دنیا که چشم امید به جمهوری اسلامی داشتند، گردید. قدرت‌های استعماری حاضر به دست برداشتن از سیاست‌های تمامیت‌گرا و برتری‌جویانه خود نشدند و این طرح با واقعیت جهان معاصر مغایرت داشت. انفعال در سیاست خارجی ایران باعث از دست دادن امتیازات زیادی شد. در حادثه ۱۱ سپتامبر و حمله آمریکا به افغانستان و عراق، اگر چه دستگاه سیاست خارجی، همکاری نسبتاً بالایی با طرف آمریکایی داشت، اما دستاوردهای آن برای ایران بسیار اندک بود. آمریکا به مرزهای ایران نزدیک شد و عملاً اعلام کرد که گام سوم تصرف ایران است! در این شرایط، پرونده هسته‌ای هم با دادن امتیاز به پیش می‌رفت! آمریکا در کنار مرزهای ایران تهدیدی جدی تلقی می‌شد و امنیت در گام اول به‌درستی مهم‌تر از حق انرژی هسته‌ای بود اما سیاست خارجی منفعل ایران در دولت خاتمی باعث تهدید امنیت ایران شده بود. در مقابل امتیازات فراوانی که ایران در قضیه هسته‌ای داد، نه‌تنها طرف اروپایی هیچ‌گونه امتیازی نداد، بلکه به‌مدت ۲ سال فعالیت هسته‌ای ایران را به انفعال کشاند و از این رهگذر زیان‌های متعددی به این رشته از صنایع وارد نمود. غرب با گستاخی اعلام کرد که «میوه عراق را در سعدآباد چیده است!»

حرف‌های جدید: آرمان‌گرایی واقع‌بینانه

در تبیین دکترین سیاست خارجی ایران، دولت دکتر احمدی‌نژاد فراسوی مفهوم «قدرت» و «توازن قدرت» قدم برداشت و عدالت را به‌عنوان یکی از پایه‌های اصلی کاربردی ایران در سطح بین‌المللی و سازمان جهانی عرضه نمود. نظریه عدالت هم با «هست‌ها» و هم با «بایدها» سروکار دارد، در نتیجه هم آرمان‌گرایانه و هم واقع‌بینانه است.

نظریه «آرمان‌گرایی واقع‌بینانه» مدلی تلفیقی است که در آن آرمان‌ها و واقعیت‌ها رابطه پیوسته و معناداری با هم دارند. به طوری که ایران از ظرفیت‌ها و فرصت‌های محیط جهانی به عنوان راه حرکت، جهت بسط گفتمان مورد نظر خود بهره‌برداری می‌کند و در سازمان ملل نظریه عدالت بین‌المللی و تشکیل جبهه همبستگی برای صلح را مطرح کرده و هم‌زمان با آن، ساختار و سازوکارهای

حاکم بر سازمان ملل و شورای امنیت را با انتقادهای جدی مواجه ساخته می‌سازد.

پروفسور مولانا:

تاکید دولت و به طور کلی دیپلماسی ایران متمرکز بر افکار عمومی نخبگان و رسانه‌ها است؛ بر خلاف ۹۰ درصد از سران دولت‌هایی که تاکید بر ملاقات با همتایان خود دارند نه رسانه‌ها، سیاست رییس جمهور ایران در سفرها متمرکز بر دیپلماسی عمومی و تعامل با رسانه‌های جمعی است...

راهکارهای نو

۱. دیپلماسی فعال و عبور از سیاست منفعلانه:

ایران از ابتدای انقلاب به دلایل بسیاری از جمله موقعیت

ژئوپولیتیک و نیز ژئواستراتژیک خود، حداقل یکی از کانون‌های اصلی تحمیل فشار تبلیغاتی، سیاسی و نظامی آمریکا محسوب می‌شود.

برای مقابله با این فشارها، بهترین شگرد، کاربرد دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی می‌باشد. دیپلماسی عمومی به برنامه‌های مورد حمایت دولت اشاره دارد که هدف از تنظیم آن‌ها، اطلاع‌رسانی یا تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی دیگر کشورهاست. ابزار اصلی این هدف نیز انتشار متن‌های مورد لزوم، برنامه‌های متعدد و متنوع، مبادلات فرهنگی، رادیو و تلویزیون است.

سیاست خارجی فعال دولت نهم در دو بعد قرار گرفته است:

- استفاده از رسانه به منظور رساندن پیام به ملت‌ها.

- حضور فعال و قدرتمند در مجامع بین‌المللی و سفر به دیگر کشورها.

دکتر احمدی‌نژاد در دور اول ریاست جمهوری خود در حالی ۴ بار به نیویورک سفر کرد و در مجمع عمومی سازمان ملل سخنرانی کرد که دولتمردان قبلی ایرانی در طول ۸ سال فقط ۱ بار از این فرصت استفاده کرده بودند. بر طبق آمار، دکتر احمدی‌نژاد تا بهمن ۱۳۸۷ حدود ۱۰۰ مصاحبه با رسانه‌های خارجی انجام داده‌اند و ۵۶ بار به کشورهای خارجی سفر کرده‌اند. او توانست خود را به خبرسازترین رییس جمهور دنیا تبدیل کند و در صدر اخبار جهانی قرار بگیرد تا این‌گونه از فرصت استفاده کرده و گفتمان مردم ایران را به گوش جهانیان برساند.

طی ۵۱ ماه ریاست جمهوری احمدی‌نژاد، ۸۴۸ هزار و ۱۰۰ واژه فقط در جواب خبرنگاران سخن گفته است که از این میزان ۱۴۶ هزار و ۷۰۰ واژه آن به شکل مصاحبه‌های اختصاصی توسط شبکه‌های خارجی بوده است. بقیه هم یا در نشست‌های مطبوعاتی خارجی و داخلی بوده است، یا در مصاحبه‌های صدا و سیما.

منبع: روزنامه اعتماد ۸۸/۸/۱۰

۲. توجه ویژه به ملت‌های جهان: ملت، یک واحد انسانی

بزرگ است که در سرزمین، اقتصاد، تاریخ و فرهنگ ملی اشتراک دارند. نیروی حیاتی پیونددهنده ملت از احساس تعلق قوی به تاریخ، دین، فرهنگ و زبان خویش برمی‌خیزد. اسلام روی مردم در فرآیند تغییر سرنوشت خود تأکید فراوان کرده است. اسلام تأکید کرده است که مردم همواره باید در صحنه‌ها حضور داشته باشند، زیرا «ملت» تغییرساز است و راز

موفقیت و شکست هر حرکتی به مردم بستگی دارد. از این رو می‌بینیم که پیامبران با مردم بودند و دردها و آرزوهای مردم را از نزدیک حس می‌کردند و به آن‌ها پاسخگو بودند. بدون شک در تمام

نهضت‌ها و قیام‌های سیاسی اجتماعی، مردم در معنای عام آن به‌عنوان موضوع اصلی مورد توجه بودند. با توجه به این اصول، احمدی‌نژاد در عرصه روابط بین‌المللی توجه به ملت‌ها را یکی از اولویت‌های سیاست خارجی خود قرارداد. مردم منشأ تحول در دنیا هستند و می‌توانند با فشار بر روی دولت‌ها رفتار آن‌ها را تغییر دهند و یا با عدم رأی به آن‌ها باعث تعویض دولت شوند. این روند را به طور آشکار می‌توان در کشورهای آمریکای جنوبی دید که مردم به سمت دولت‌های مردمی رو آوردند و دولت‌های سرسپرده را تعویض کردند. دولت‌های منتخب مردم، قادر به ایستادگی در مقابل هر نوع فشار و تهدید خارجی هستند.

با وجود تبلیغات بسیار رسانه‌های غربی علیه احمدی‌نژاد، سخنرانی‌های ایشان در سازمان‌های بین‌المللی که در آن بر دوستی میان ملت‌ها و آگاهی دادن به ملت‌ها که دوران چپاول با شعارهای فریبنده به سررسیده است، تأکید شده مورد توجه ملت‌ها قرار گرفت تا جایی که بر طبق آمار، سخنرانی ایشان در دانشگاه کلمبیا ۵۰۰ میلیون نفر تماشاگر تلویزیونی داشت.

۳. قرار گرفتن در جایگاه مدعی، نه متهم:

پس از پیروزی انقلاب، غرب که منافع خود را در خطر می‌دید با هر بهانه‌ای علیه ایران تبلیغات می‌کرد. به‌عنوان مثال عینی می‌توان گفت که قبل از انقلاب به دلیل اتحاد رژیم پهلوی با غرب، با وجود کشته شدن بسیاری از مردم، غرب حامی حقوق بشر در ایران نبود! اما پس از انقلاب اسلامی به هر بهانه‌ای نقض حقوق بشر در ایران را عنوان می‌کند. در این مورد، ایران ناچار باید مواضع خود را تشریح کند. این وضعیت باعث می‌شد دولت ایران در جهان به‌عنوان متهم معرفی شود که دلایلی نیز گاهی اوقات مورد پذیرش غرب قرار نمی‌گیرد!! در عرصه سیاست خارجی شاهد تحرک مناسبی در این زمینه از سوی دولت نهم بودیم. در حالی که

در عرصه تنش‌زدایی، استکبار روز به روز گستاخ‌تر می‌شد و جایگاه و منزلت ایران نزول می‌کرد ولی جمهوری اسلامی در زمان دولت نهم در مقام پاسخگویی عمل نکرده، بلکه استکبار را هم به چالش کشیده است. قریب به ۳ دهه جمهوری اسلامی از سوی غرب دائماً در موضوعات حقوق بشر، تضييع حقوق اقلیت‌ها، زنان، تشکل‌ها و ... مورد اتهام بود. دولت نهم با زیر سؤال بردن سازوکارهای حقوق بشر غرب، امروز کمتر مورد اتهام قرار گرفته و غرب در مقام پاسخگویی و دفاع از خود برآمده است.

۴. راندن دشمن از پشت مرزهای ایران:

یکی از مهم‌ترین شاخص‌ها در موفقیت یا عدم موفقیت سیاست خارجی یک کشور، تعیین مرز با دشمنان است. متأسفانه در دوره آقای خاتمی به دلیل سیاست خارجی منفعل دولت ایشان، آمریکا تا پشت مرزهای جغرافیایی ایران به طور مستقیم در افغانستان و عراق حضور داشت. با رسیدن احمدی‌نژاد به ریاست جمهوری و اتخاذ سیاست خارجی فعال، این مرز به فلسطین و لبنان منتقل شد و حتی می‌توان گفت تا آمریکای جنوبی رسید؛ کاری که فقط روسیه قبل از ایران در مرز کوبا انجام داده بود.

بدین ترتیب شاهد شکسته شدن فضای زیاده‌خواهی غرب و منفعل کردن مخالفان و تأثیرگذاری در عرصه جهانی می‌باشیم و توانسته‌ایم تعامل سازنده‌ای با اکثر کشورهای دنیا داشته باشیم؛ به گونه‌ای که «دانبرتون» نماینده جمهوری خواه آمریکا می‌گوید: «نزدیک شدن ایران و آمریکای جنوبی مایه نگرانی واقعی است، تهران علاوه بر خاورمیانه، دیپلماسی خود را به هزاران مایل دورتر از مرزهای خود یعنی حیات خلوت آمریکا برده و متحدانی بزرگ برای خود به وجود آورده است.» و حتی خانم کلینتون، وزیر امور خارجه دولت اوباما، چند ماه قبل اعلام کرد که در آمریکای لاتین که حیات خلوت ما بوده است، وضع عوض شده و باید فعالیت‌هایمان را در آنجا زیاد کنیم.

۵. مطرح کردن مسائل فرهنگی اجتماعی مورد نظر مردم:

از مسائل فرهنگی اجتماعی می‌توان به توجه ویژه رئیس جمهور به موضوعاتی مانند نقش خانواده، نقش دین و فرهنگ در روابط بین‌الملل، نقش زنان در روابط بین‌الملل و از همه مهم‌تر نقش مهدویت در روابط بین‌الملل اشاره کرد؛ همین‌طور مسایل دیگر مانند هولوکاست و ...

پروفسور مولانا در خصوص مسئله منجی‌گرایی و طرح آن توسط رئیس جمهور در مجامع بین‌الملل می‌گوید: «کسانی که فکر می‌کنند چرا مسئله مهدویت مطرح می‌شود، این‌ها از ادبیات بین‌الملل اطلاع ندارند. چرا که اصلاً بخش زیادی از روابط بین‌الملل جنبه منجی‌گرایی دارد، از کارل مارکس شروع شده تا بوش که دوره ریاست جمهوری او تمام شد و رفت. بسیاری از اندیشه‌های سیاسی و اجتماعی دنیای غرب بر روی منجی‌گرایی بوده است، یعنی اگر شما از این مرحله به مرحله دیگر برسید، به آن بهشت موعود می‌رسید و امروز مطالعات بسیار فراوانی در آمریکا و اروپا روی منجی‌گرایی انجام گرفته است، ببینند که این‌ها این منجی‌گرایی را در ذهنیت خودشان چگونه زنده می‌کرده‌اند، ولی چون علیه مذهب و برای مسایل دنیوی و مادیات بود، کسی که این‌ها را می‌شنید، فکر می‌کرد منجی‌گرایی فقط در دنیای دین و مذاهب وجود دارد. این بار دنیا مسائلی را می‌شنید که قابل شنیدن بود و نشنیده بودند. ما این‌ها را در دانشگاه‌ها صحبت می‌کردیم ولی خارج از دانشگاه‌ها کسی این‌ها را نمی‌شنید و تراوشی از محیط آکادمیک به بالاتر نداشت ولی این بار تمام این‌ها در ملاء عام بود. علت توجه رسانه‌ها و دولتمردان و مردم به احمدی‌نژاد این بود که مسائلی را مطرح می‌کرد که قبلاً مطرح نشده و یا مطرح شده ولی کسی به شفافیت ایشان این‌ها را بیان نمی‌کرد.»

۶. جذب سرمایه‌گذاری خارجی:

یکی دیگر از شاخص‌های سیاست خارجی، ساختن محیطی امن از لحاظ ریسک اقتصادی و توانایی

جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی هست. آمار حاکی از آن است که جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در این دولت بسیار بیشتر از دولت‌های قبل است. این آمار را می‌توانید در جدول زیر مشاهده کنید:

دیپلماسی عمومی

برای تعریف دیپلماسی عمومی باید معنی لغوی و واژه آن را بدانیم. این واژه را «ویلسون دیزارد» کارمند وزارت خارجه آمریکا که مدتی نیز در ایران فعالیت می‌کرد، وارد فرهنگ لغت سیاسی کرد.

در اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی کتاب «هربرت شیلر» با نام «رسانه‌های جمعی و امپریالیسم آمریکا» چاپ شد. این اولین کتابی بود که هم به موضوع رسانه‌های جمعی و هم امپریالیسم آمریکا اشاره داشت. دیزارد آن را خواند و در خصوص آن کتابی منتشر کرد، کتاب دوم شیلر «ارتباطات و تهاجم فرهنگی» بود که در آن کتاب، شیلر برای اولین بار از واژه **public diplomacy** استفاده می‌کند.

دیپلماسی عمومی پس از جنگ سرد به سرعت جایگزین شد و متولیان جنگ سرد واژه‌ای جدید در این خصوص ابداع کردند که این واژه در دهه ماهراره و اینترنت، به سرعت جا افتاد. مرکز این نوع دیپلماسی واشنگتن است چرا که کارخانه پروپاگانداست یعنی صنعت بزرگ واشنگتن اطلاعات‌سازی است بیش از هر جای دیگر دنیا، آن هم به سلیقه خود. آمریکا مانند واژه‌هایی که پس از جنگ دوم جهانی ساخته و ترویج کرد، در صدد بود تا این واژه را نیز در تمام دنیا رواج دهد.

آمریکا واژه‌های توسعه، جهانی‌سازی، جامعه مدنی و ... همه را در راستای منافع و حفظ امپریالیسم جهانی خود گسترش داد. متأسفانه همه دنیا از جمله اروپا و حتی خود آمریکا نیز مرعوب و شیفته این واژگان شدند و زمانی که این واژگان به ایران وارد شد، مسابقه‌ای برای به کار بردن آن صورت گرفت که این بزرگترین آسیب را به ما می‌رساند. در گذشته تبلیغات از یک زاویه صورت می‌گرفت؛ مثلاً خبرگزاری یا روزنامه یا رسانه‌های دیگر، اما اینک پروپاگاندا تبدیل به توتال پروپاگاندا شده است؛ یعنی تمام ابعاد افکار عمومی را در برمی‌گیرد که در جنگ خلیج فارس، این توتال پروپاگاندا به کار گرفته شد.

دیپلماسی عمومی همان جنگ سرد است، اما موضوعی که عوض شده این است که دنیا تغییر کرده و ظرفیت‌های کار هم بالاتر رفته است. دیپلماسی عمومی یا دیپلماسی مردمی از تعریف غرب به همه فعالیت‌های استراتژیک تبلیغاتی، اطلاع‌رسانی، رسانه‌ای، فرهنگی، جمعی، گروهی، فردی و چهره به چهره اطلاق می‌شود که هدف آن تبیین و توجیه سیاست خارجی نظام یک کشور مثل آمریکا یا یک دولت مثل دولت بوش نزد دولتمردان، نخبگان و افکار عمومی دنیاست.

فرق دیپلماسی عمومی با دیپلماسی زمان بیسمارک در این است که این دیپلماسی همه گیر بوده، با همه سروکار داشته و گاهی نیز آشکارا انجام می‌شود.

نهادهای دست اندر کار دیپلماسی عمومی ما خوب کار نکرده‌اند

انقلاب اسلامی ایران پیشکسوتی دیپلماسی عمومی را به صورت مثبت داشت اما پس از رحلت امام این جایگاه تنزل پیدا کرد چراکه با گذشت زمان به صورت عمیق وارد این رشته نشدیم.

وزارت امور خارجه تصور می‌کند که دیپلماسی عمومی را پیش می‌برد اما مفهوم دیپلماسی عمومی در وزارت خارجه وجود خارجی ندارد. معاونت پژوهشی این وزارتخانه باید به این سمت حرکت کند، وزارت فرهنگ و

ارشاد در این حوزه فعالیت کمی دارد، مجلس شورای اسلامی نیز با سفرهای نمایندگان یکی از بازوهای مهم در دیپلماسی عمومی است، سپاه پاسداران، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان حج و زیارت، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان‌های وابسته به دانشگاه‌ها، نهادهای وابسته به ریاست جمهوری، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی، مجمع جهانی اهل بیت، صدا و سیما، مطبوعات، خبرگزاری‌ها، سایت‌ها و وبلاگ‌ها، بنیادها و سازمان‌های غیردولتی، موسسات انتشاراتی و تحقیقاتی، حوزه‌های علمیه، وزارت بازرگانی، وزارت اطلاعات و نهاد رهبری از جمله نهادها و سازمان‌هایی هستند که در امر دیپلماسی عمومی دخیل می‌باشند. تبلیغات ما پس از رحلت امام (ره) در سطح جهانی تنزل یافته و انرژی گذشته ما تحلیل رفته، در حالی که مشکلات اکنون بسیار بیشتر شده است؛ این نهادها هماهنگ نیستند البته این مشکل تنها مشکل ما نیست، آمریکا نیز با این مشکل دست به گریبان است.

این نهادها باید تحت یک سازمان، کمیسیون یا کمیته‌ای هماهنگ شوند و متأسفانه ما در این خصوص خوب عمل نکرده‌ایم، قبل از اینکه چنین سازمان‌هایی تشکیل شود باید تعریف دقیق و درستی از آن داشته باشیم، موضوعی که در سال‌های اخیر به آن توجهی نشده است. باید الگوهای داخلی موضوعاتی که به آن می‌پردازیم را شکل دهیم، ما باید خودمان به طور مستقل و بومی خارج از ادبیات غرب، دیپلماسی عمومی را تعریف و آن را به کار بریم که تولید علم یعنی همین. باید حتی نام آن را عوض کرد و آن را بر این مبنا شکل داد. دیپلماسی همواره خصوصی بوده به همین دلیل به این دیپلماسی عمومی گفته می‌شود، چراکه عمومی در مقابل خصوصی آورده می‌شود.

مدل دیپلماسی تدریسی من آمریکایی نیست بلکه محمدی است، از صدر اسلام نامه‌ها، سفرها و سفرایی که به کشورهای مختلف فرستاده می‌شد، ضبط شده و وجود دارد و باید از آن استفاده کرد. ما باید دیپلماسی عمومی،

دیپلماسی مردمی یا معنوی را در مقابل دیپلماسی مادی یا دیپلماسی جامع غرب به کار ببریم، باید حقارت موجود را بیرون کرد.

استاد خوب آن است که دیپلماسی عمومی آمریکایی را تشریح کرده و خود نیز در این خصوص تعریفی ارائه کرده و آن را بومی کند. پیشنهاد می‌کنم گروهی از متخصصین واقعی این رشته تشکیل شوند که رونوشتی از فعالیت‌های آمریکا در این زمینه ارائه داده و فعالیت‌های ما را نیز در این عرصه گسترش دهند.

مهمترین کار آمریکا در عرصه دیپلماسی عمومی ذهنیت سازی است

رشته ارتباطات جهانی که دیپلماسی عمومی نیز جزئی از آن است در نیم قرن اخیر یک علم شده است، اما در ایران شناختی از آن نیست. پایه‌های دیپلماسی عمومی آمریکا در دهه ۱۹۵۰ بنیان‌گذاری شد اما درک ما از دیپلماسی عمومی یک درک ناقص ابزاری است. لغت دیپلماسی عمومی در دنیا از سوی آمریکا زمانی گسترش می‌یابد که انقلاب اسلامی در ایران رخ می‌دهد و زمان اوج آن برای فروپاشی شوروی به کار می‌رود.

اولین کار بی‌بی‌سی شکل دادن به افکار عمومی است

مهم‌ترین کاری که آمریکا در چارچوب دیپلماسی می‌کند، ذهنیت سازی است. **public diplomacy** یعنی ذهنیت سازی در افکار عمومی دنیا از دیدگاه آمریکا. ذهنیت مجموعه مواد نرم و سختی در مغز ماست که روی آن باران اطلاعات می‌بارد. ذهنیت پایه اصلی دیپلماسی عمومی است. آمریکا پس از انقلاب اسلامی در ایران ذهنیت مردم ما و خودشان را علیه انقلاب اسلامی شکل داده و آن را تشدید می‌کند و دیپلمات‌های ما نیز ناخواسته در این راه گام می‌نهند.

دیپلماسی عمومی آمریکا در ایران در درازمدت موفق بوده اما علیرغم اینکه آمریکا در بین نخبگان ما ذهنیت سازی انجام داده، هنوز نتوانسته به نظام ما ضربه‌ای بزند. بزرگترین اتفاق در این دو دهه در ایران گردش نظام آموزشی و شیفتگی آن به سمت غرب است. برخی نخبگان و اساتید ما در زمان سخنرانی خود بیشتر از واژگان خارجی استفاده می‌کنند که این الفاظ در فارسی معانی جایگزین دارند که این موضوع همان ذهنیت سازی غربی در ایران است. نگرانی غرب در خصوص ذهنیت سازی در ایران تمدن و فرهنگ ۶ هزار ساله ایران بوده و هست، از بین بردن ساختارهای سنتی در ایران همچون معنویت، صله رحم، مساجد و ... بزرگترین مشکل آنها است.

بسیج افکار عمومی، صداقت و تبیین علمی سه ضلع دیپلماسی عمومی است

آمریکا با هویت سازی و دیپلماسی عمومی در صدد بسیج کردن و شکل دادن افکار عمومی است، همانطور که اولین کار بی‌بی‌سی شکل دادن به افکار عمومی است. ما باید از خود پرسیم که چگونه می‌توان مردم را بسیج کرد، اگر ۴۰ درصد جوانان ما هر روز ۲ ساعت را صرف کاری کنند، یعنی بسیج این تعداد از افراد، که می‌توان از آن استفاده کرد. دیپلماسی ما باید بسیج کند، یعنی توجه آنها را به سمت ما جلب کند، دوم اینکه دروغ نگوئیم و همواره صادق باشیم. سوم اینکه کار خود را به صورت علمی تبیین کرده و مدلولات فکری ارائه دهیم که تا این سه ضلع وجود نداشته باشد، هدف ما محقق نخواهد شد. بین متفکرین غربی کسی نگفته بهترین تبلیغات دنیا راست گفتن است اما «ابن خلدون» در این خصوص سخن گفته است. در حالی که قسمتی از کار اساتید ارتباطات در آمریکا مرور تبیین نوشته‌های ابن خلدون است اما در داخل، ما هنوز تحت تاثیر اندیشه‌های «هانتیگون» و «جوزف نای» هستیم. یکی از آسیب‌های بزرگ دیپلماسی عمومی این است که ما وابسته به جایی باشیم و اساس باید بر این باشد که تئوری‌های اسلامی که اوایل انقلاب در ایران وجود داشت ادامه یابد.

مولفه‌های موفقیت دیپلماسی عمومی ایران در اوایل انقلاب

قبل از و پس از انقلاب اسلامی و در هنگام دفاع مقدس سازمان‌هایی چون انجمن اسلامی در آمریکا فعالیت زیادی داشتند، اما همه آنها به تدریج با گرفتن پست‌هایی در ایران مشغول شده و فعالیت این سازمان‌ها کم شد و هم اینک این زیرساخت‌ها در آمریکا به صفر رسیده است. من همیشه تصور می‌کردم که یک سفارتخانه تمام وقت در واشنگتن هستم، ما باید همواره این سوال را در ذهن داشته باشیم که اگر فردی از زیرساخت خارج شود جایگزین آن چه می‌شود. مردم دنیا همه به گوش هستند که احمدی‌نژاد چه می‌گوید و این موضوع مهمی است و ما باید در امور دیپلماسی دنیا دخالت داشته باشیم.

موضوع دوم وحدت و همبستگی داخلی است. باید گفت که حرمت‌ها از بین رفته است. بزرگترین صدمه ما در این دوران از بین بردن حرمت‌ها توسط موسوی، کروبی و برخی دیگر است. من در تمام عمرم هیچ جای دنیا ندیده بودم که حتی در کشورهایی که انتخابات به صورت فرمایشی است، کاندیدا شب انتخابات اعلام پیروزی کند.

بهترین دیپلمات‌های ما رهبر و احمدی‌نژاد هستند

ضعف رسانه‌ای نیز یکی از مشکلات ماست. پرس تی وی تنها شبکه‌ای است که از این طریق می‌توان با تمام انگلیسی زبان‌ها ارتباط داشت، اما این شبکه ضعف‌های زیادی دارد که در این مجال نمی‌گنجد.

بهترین دیپلمات‌های ما که دیپلماسی عمومی را به حد اعلا رسانده‌اند مقام معظم رهبری و رئیس جمهور هستند، اما پس از آن با افت شدیدی روبرو می‌شویم. البته در آمریکا نیز این تشتت وجود دارد، چرا که اگر این مسئله نبود آنها تا به حال در سیاست خود در قبال ایران موفق می‌شدند.

در خصوص دیپلماسی عمومی در ایران چه کاری باید انجام شود؟

دیپلماسی عمومی یا قدرت هوشمند واژه‌های خطرناکی هستند و نباید آن‌ها را بدون توجه گسترش داد، باید در این عرصه با استفاده از متخصصین، گفتمان سازی و ذهنیت سازی کرد. قدرت هوشمند پایه علمی ندارد چرا که قدرت هوشمند و احمق نداریم.

در ایران نخبگان و رسانه‌های ما از این واژگان استفاده می‌کنند، بدون اینکه آنها را بشناسند، پس نخست باید در این عرصه ادبیات سازی کرد و پس از ادبیات سازی کار اصلی رسانه‌های جمعی چهره‌سازی است، چرا که اگر ما این کار را نکنیم، دیگر رسانه‌ها این کار را به سلیقه خود انجام می‌دهند.

سفر اخیر رییس جمهور کشور به نیویورک یکی از مهمترین و موفقیت‌آمیزترین سفرها از منظر دیپلماسی ایران است.

در این سفر که یکی از پربارترین و موفقیت‌آمیزترین سفرهای احمدی‌نژاد به نیویورک است، ۱۱ نشست مطبوعاتی با رسانه‌ها، ۹ جلسه مذاکره چهره به چهره با سران اول دولت‌ها، ۴ جلسه با نخبگان سیاسی، دینی و دانشگاهی و پنج نشست نیز از طریق ما و با هدف صحبت با مردم دنیا به ویژه ملت آمریکا صورت گرفت. وی با اشاره به دلایل اهمیت و توجه رسانه‌های بین‌المللی به حضور احمدی‌نژاد گفت: نوع سیاست‌هایی که احمدی‌نژاد بر آن تکیه کرده و نوع گفتمانی که در کلام او دیده می‌شود به گونه‌ای است که خلاء پیام در سطح بین‌المللی را تازگی و شفافیت می‌بخشد.

مولانا با بیان این که مجمع عمومی سالانه سازمان ملل متحد به عنوان بزرگترین اجلاس جهانی فرصتی برای استفاده از محیط سیاسی نیویورک و ملاقات با سران دیپلماسی جهان است، گفت: از جنبه ارتباطی کسب توجه رسانه‌ها دولتمردان و نخبگان به یک فرد فرصت مناسبی است که نصیب هر کسی نمی‌شود.

او با انتقاد از برخی رسانه‌های خارجی از طرح برخی موضوعات از پیش طراحی شده همچون هولوکاست، انتخابات، زندانی شدن برخی از افراد گفت: ما نیز در پاسخ آنان بر اساس برنامه‌ریزی و پیش‌بینی قبلی در تبیین مواضع صحیح و با توانایی و تبحر رییس جمهور توانستیم موفقیت‌آمیز برخورد کنیم.

از نکات مهم این سفر را در مقایسه با پنج سال گذشته استقبال بیش از حد خبرنگاران در نشست اخیر دانسته و افزود: چنانچه در مصاحبه‌ای شش سردبیر از مجله تایمز با رییس جمهور مصاحبه می‌کردند و به نظر می‌آمد یک خبرنگار به تنهایی در مقابل بلاغت و دانش ایشان قادر به مصاحبه نبود.

آمریکایی‌ها تمام تلاش خود را صرف این کردند که با تبلیغ او باما انگاره و تصویر خوبی از او نشان دهند اما دیدیم که در روزنامه‌های متعدد تمام تیترهای اول متعلق به احمدی‌نژاد بود.

مولانا با اشاره به رفتار ضد و نقیض برخی رسانه‌های خارجی گفت: هر ساله رسانه‌های جمعی آمریکا، چه شبکه‌های تلویزیونی و چه مطبوعات به شدت علاقه‌مند به مصاحبه با احمدی‌نژاد هستند، چنانچه برای گرفتن مصاحبه با نمایندگان ایرانی در نیویورک مسابقه می‌دهند اما از طرفی نمایندگان ما حتی سعی در چاپ مطلبی در تشریح مواضع جمهوری اسلامی در روزنامه‌های مهم آمریکایی دارند و حتی حاضرند یک صفحه را بخرند اما هر بار با پاسخ منفی روزنامه روبه‌رو می‌شوند.

وی بزرگترین عاملی که رییس جمهور ایران را در سطح بین‌المللی به صورت یک رسانه جلوه می‌دهد، مواضع‌های محکم و نوع گفتمان تاریخی او و طرح مسائلی دانست که برای دیگران از کمترین درجه اهمیت

برخوردار است و افزود: احمدی نژاد سخنگوی کسانی است که صحبت‌هایشان در این نوع سازمان‌ها مطرح نمی‌شود.

منابع:

۱. صحیفه نور، جلد ۴.
۲. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.
۳. سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در دولت احمدی نژاد؛ نویسنده: پروفیسور حمید مولانا، دکتر منوچهر محمدی.
۴. سیاست خارجی و سیاست بین‌الملل؛ نویسنده: هوشنگ مقتدر.
۵. مطالعات تطبیقی سیاست خارجی؛ نویسنده: کنت روی مک‌ردیس تامسون؛ مترجم: فاطمه قدیمی پور.
۶. سایت سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی فنی ایران.
۷. سخنرانی پروفیسور مولانا در استان فارس، مورخ ۵ خرداد ۱۳۸۸.
۸. خبرگزاری فارس
۹. روزنامه اعتماد