

جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

^۱ سید حامد عاملی

^۲ رها خرازی آذر

^۳ محمد سلطانی فر

^۴ افسانه مظفری

تاریخ وصول: ۹۵/۰۹/۱۴

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۱۶

چکیده

این مقاله تلاش دارد نقش رسانه‌های اجتماعی را در دیپلماسی عمومی در جهان آینده مورد بررسی قرار دهد. تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای اجتماعی با نفوذ در لایه‌های اجتماعی به نظر می‌رسد نقش اساسی و محوری در عرصه دیپلماسی جهان آینده خواهند داشت. آنچه که جهان جدید را متفاوت از گذشته می‌سازد چیزی نیست جز تحول بنیادین در عرصه ارتباطات و اطلاعات که ماهیت بسیاری از مفاهیم از جمله دیپلماسی را تغییر داده و به حوزه عمومی نزدیک نموده است. در این مجموعه با کشف الگوهای ذهنی موجود با روش کیو تست و تهیه دسته کیو و اخذ نظرات فعالان عرصه رسانه و دیپلماسی به صورت نمونه هدفمند و تجزیه و تحلیل این الگوها با تشکیل ماتریس همبستگی و بررسی واریانس عامل‌ها، در نهایت ۹ الگوی ذهنی قابل قبول و مهم مورد شناسایی قرار گرفت و مشخص شد که رسانه‌های اجتماعی و همچنین دیپلماسی عمومی کارکرد چندانی در ساختار دیپلماسی کشور ندارند و به همین منظور «دکترین دیپلماسی شبکه‌ای» با تعریف و ساختاری جدید مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و حوزه عمومی به عنوان الگویی برای دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران پیشنهاد گردیده است.

واژگان کلیدی: تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای، رسانه‌های اجتماعی، دیپلماسی عمومی.

۱- دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران

aameli110@yahoo.com

۲- استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران (نویسنده مسؤول)

cyber.diplomacy@gmail.com

msoltanifar@yahoo.com

۳- دانشیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران

۴- استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران

dr.afsaneh.mozaffari@gmail.com

مقدمه

اینترنت به‌طور اساسی موجب تغییر در اطلاعات و ارتباطات - دو اصل اساسی در دیپلماسی - شده است. در واقع، اینترنت یکی از عمیق‌ترین تغییرات در دیپلماسی را به همراه داشته است. تحولات مذکور در جامعه نوین وابستگی متقابل میان بازیگران مهم در سیاست جهانی و تقاضا برای دیپلماسی به‌عنوان شیوه‌ای از حل و فصل منازعات از طریق مذاکرات و مصالحه را افزایش داده است. از سوی دیگر، در دنیای به هم وابسته اینترنتی، دیپلماسی شیوه‌ی کارآمدتری برای حل اختلافات می‌باشد. موضوع دیگری که به‌طور برجسته‌ای ظهور و بروز یافته و به‌طور فزاینده‌ای نیز رو به رشد است حضور نهادهای غیردولتی^۱ در عرصه دیپلماسی و تأثیرگذاری آن‌ها در سطح جهانی است. پذیرفته شدن حضور این نهادها در سازمان‌ها و کنوانسیون‌های بین‌المللی و نقش تأثیرگذار آن‌ها در تدوین و تصویب برخی معاهدات و اصول بین‌المللی بیانگر این نقش جدی و گسترده است. بی‌تردید آنچه که باعث کنار هم آمدن این اجتماعات از کل جهان می‌گردد، شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی است. شناخت این پدیده در عصر جهانی‌شدن ضرورتی انکارناپذیر در سرنوشت آینده هر اجتماع است. رسانه‌های نوین اجتماعی و ارتباطی اگرچه دیپلماسی را به‌عنوان روشی برای مدیریت عرصه سیاست بین‌الملل تقویت کرده‌اند اما ماهیت ساختار و نهادهای مرتبط با آن را دستخوش تحولاتی نموده که هنوز این تغییرات در جریان است و از این‌رو حضور اثربخش در عرصه جهانی منوط به درک درست ماهیت این تغییر و طراحی درست ساختارها و نهادهای اجرایی آن می‌باشد. این امر که سرنوشت هر جامعه بر آن بستگی تام دارد ضرورت بررسی نحوه‌ی بهره‌گیری و جایگاه رسانه‌های نوین را در عرصه دیپلماسی مورد تأکید جدی قرار می‌دهد و آن را جزو حیاتی‌ترین مباحث آینده کشور می‌سازد. تبیین جایگاه شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در گام اول نیازمند ارائه‌ی دقیق تئوری‌هایی است که می‌تواند بستر شکل‌گیری این مفاهیم و فرایندها را تبیین نماید. دیپلماسی در نگاه کلان مفهومی مربوط به حوزه‌ی قدرت است. از این‌رو لازم است تعریف و ساختاری از قدرت که می‌تواند به‌طور دقیق‌تر بیانگر مناسبات قدرت در دنیای امروز و فردا باشد، ارائه گردد. همچنین ارائه‌ی مدلی برای دیپلماسی عمومی، هدفی جز افزایش قدرت ملی ندارد. از همین رو شناخت قدرت جزو مبانی مورد نیاز این تحقیق است. با تبیین مفهوم و ماهیت قدرت می‌توان تعریفی دقیق‌تر از دیپلماسی نیز مبتنی بر آن ارائه کرد چراکه تعاریف و کارکردهای متنوع و متعددی را برای دیپلماسی برشمرده‌اند و لازم است مبانی نظری مورد نیاز ارائه و روشن گردد. در مرحله بعدی شناخت ماهیت جهان آینده است که اهمیت اساسی در طراحی مدلی کارآمد برای حضور مؤثر در عرصه جهانی دارد. ماهیت شبکه‌های اجتماعی و کارکردهای آن‌ها و همچنین تغییراتی که در عرصه‌های فردی و اجتماعی توسط این رسانه‌ها به وجود آمده ضرورت تبیین جایگاه آن‌ها در عرصه‌ی دیپلماسی و

1. Non governmental organization

جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

جهان آینده را دو چندان نموده که ارائه‌ی مدلی برای دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران مستلزم شناخت دقیق این پدیده‌ها و پیامدهای آن‌ها می‌باشد.

قدرت در دوران مختلف متأثر از ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیک ماهیت و طبیعت متفاوتی داشته است. در دوران کلاسیک، مدرن و پسامدرن تعاریف و جلوه‌های متفاوتی نموده، اما به نظر می‌رسد آنچه که در جهان امروز و آینده بیشتر بتواند ماهیت آن را تبیین و توصیف کند، نگاه پسامدرنیست^۱ها باشد. از اواخر قرن بیستم به بعد، اندیشه پست‌مدرنیسم میدان‌دار عرصه تفکر شد. میشل فوکو^۲ بیشترین توجه فلسفی خود را بر مفهوم و ماهیت قدرت قرار داده است. دیدگاه وی در باب قدرت به قدری عمیق و گسترده است که علاوه بر دربرگرفتن سایر حوزه‌ها، پایانی بر اندیشه‌های جدید در این باره تلقی می‌گردد؛ به عبارت دیگر، اندیشه‌های پسامدرنی را در زمینه قدرت شاید تنها بتوان، با مراجعه به آرای فوکو مورد تأمل قرار داده و حتی تنها بدان اکتفا نمود. فوکو برخلاف تفکر نوین، قدرت را به عنوان چیزی در تملک اعمال‌کنندگان در نظر نمی‌گیرد. فوکو در «انضباط و مجازات» اعلام می‌کند که می‌خواهد به توصیف چگونگی «اعمال قدرت و نه تملک آن» پردازد. این امر حاکی از آن است که قدرت یک دارایی، ثروت، یا امتیاز نیست. قدرت صرفاً آن چیزی نیست که طبقه مسلط دارای آن و افراد تحت ستم فاقد آن باشند. فوکو ترجیح می‌دهد بگوید که قدرت یک راهبرد است و تحت سلطگان هم به اندازه‌ی سلطه‌گران بخشی از شبکه روابط قدرت و چارچوب اجتماعی خاص هستند. قدرت، همچون راهبرد پیچیده‌ای جاری در سرتاسر نظام اجتماعی به اسلوبی مویرگه‌وار، هرگز به صورت جامع و جهان‌شمول جلوه نمی‌کند، بلکه تنها در نقاط موضعی و به عنوان «خرده - قدرت‌ها» جلوه‌گر می‌شود. قدرت چیزی جا گرفته در حاکم و نماد وی شده نیست، بلکه قدرت جامعه را به شیوه‌ای تحت نفوذ خود می‌گیرد که مغلوب ساختن دستگاه دولت (از طریق یک انقلاب، یا کودتای سیاسی) به خودی خود نمی‌تواند موجب تغییر شبکه قدرت شود (Foucault, 1991: 327-348). در نظام اندیشه فوکو، اصولاً قدرت مانند چیزی محاط که معمولاً زنجیره‌ای عمل می‌کند، تحلیل شده است. این قدرت هرگز در تملک کسی نیست. این شکل از قدرت شبکه‌ای عمل می‌کند و افراد نه تنها در میان تارهای این شبکه در گردشند، بلکه همواره در وضعی قرار دارند که هم به قدرت تن بدهند و هم آن را اعمال کنند. طبق این نگرش، قدرت بر افراد اعمال نمی‌شود؛ بلکه از طریق آنان جریان می‌یابد و این همان چهره چهارم و نرم‌افزارانه دولت و نهادهای سیاسی نیست. از آنجاکه همه شرکت‌کنندگان در این شبکه در اعمال قدرت سهم دارند الگوی فرمانروا و اطاعت‌کننده برای درک پدیده جدید قدرت نارسا و ناکافی به نظر می‌رسد. به عقیده وی مسأله این نیست که قدرت به دست چه کسی اعمال شود. بلکه مهم این است که بدانیم این قدرت چگونه و با چه مکانیسمی اعمال می‌شود. در اینجا است که مسأله‌ی «استراتژی‌های قدرت» در

1. Post Modernist

2. Michel Foucault

اندیشه فوکو مطرح می‌شود، استراتژی‌ها، شبکه‌ها و سازوکارها و فونونی که هر تصمیمی به کمک آن‌ها پذیرفته می‌شود و هیچ تصمیمی از طریق آن‌ها جز به همان صورتی که گرفته شده گرفته نمی‌شود (Rahbari, 2006). یعنی قدرت قبل از اینکه اعمال زور باشد، ایجاد نوعی رابطه است که در تعریف نهایی قدرت دخیل است.

از نظر کاستلز بررسی ساختارهای اجتماعی نوظهور در حوزه‌های مختلف فعالیت و تجربه‌ی انسانی ما را به نتیجه‌ای فراگیر رهنمون می‌سازد. به‌عنوان روندی تاریخی، کارکردها و فرایندهای مسلط در عصر اطلاعات هرروز بیش‌ازپیش پیرامون شبکه‌ها سازمان می‌یابند. شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. درحالی‌که شکل شبکه‌ای سازمان اجتماعی در دیگر زمان‌ها و مکان‌ها نیز وجود داشته است، پارادایم نوین تکنولوژی اطلاعات بنیان مادی گسترش فراگیر آن را در سرتاسر ساختار اجتماعی فراهم می‌آورد. علاوه بر این، منطق شبکه‌ای عزمی اجتماعی ایجاد می‌کند که مرتبه‌ی آن از سطح منافع اجتماعی به خصوصی که از طریق شبکه بیان شده‌اند فراتر است: قدرت جریان‌ها از جریان‌های قدرت پیشی می‌گیرد. غیبت یا حضور در شبکه و پویایی هر شبکه در برابر دیگر شبکه‌ها، منابع حیاتی سلطه و تغییر در جامعه‌ی ما هستند. جامعه‌ای که به‌این‌ترتیب می‌توان آن را به‌درستی جامعه‌ی شبکه‌ای نامید که ویژگی آن برتری ریخت اجتماعی برکنش اجتماعی است. شبکه‌ها ساختارهایی باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را در درون خود پذیرا شوند تا زمانی که این نقاط توانایی ارتباط در شبکه را داشته باشند یعنی مادام که از کدهای ارتباطی مشترک (برای مثال ارزش‌ها یا اهداف کارکردی) استفاده می‌کنند. یک ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، سیستم بسیار باز و پویایی است که بدون اینکه توازن آن با تهدیدی روبرو شود توانایی نوآوری دارد. شبکه‌ها ابزار مناسبی برای فعالیت‌های مختلف هستند. برای اقتصاد سرمایه‌داری که مبتنی بر نوآوری، جهانی‌شدن و تراکم غیرمتمرکز است؛ برای کار، کارگران و شرکت‌های متکی به انعطاف‌پذیری و قابلیت انطباق، برای فرهنگ کتکی به ساخت شکنی و تجدید ساختار بی‌پایان، برای حکومتی که با پردازش فوری ارزش‌ها و حالات عمومی جدید سازگار شده است و نیز برای سازمانی اجتماعی که در پی الغای مکان و نابودی زمان است (Castells, 2001).

در بیان مفهوم و ماهیت دیپلماسی موارد بسیار متنوعی ارائه شده است؛ اما تمامی این تعاریف هدف مشخصی را دنبال می‌کند و آن پیشبرد سیاست خارجی است (Aladchi & Tootoonchian, 1993). سیاست خارجی هر کشور نیز مجموعه‌ای از اهداف و راهبردهایی است که به‌منظور تأمین منافع ملی دنبال می‌شود؛ به‌عبارت‌دیگر می‌توان آن را مجموع اصول و اهدافی دانست که هر دولت در رابطه با دولت‌های دیگر در نظر می‌گیرد. از منظری دیگر از قرن هفده به بعد تعریفی دیگر بر مبنای کارکرد دیپلماسی ارائه می‌شود و آن هنر مذاکره دیپلماسی به‌عنوان شیوه‌ای برای درک آنچه روابط بین‌الملل شناخته می‌شد به کار گرفته

جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

شد: روابط میان دولت - ملت‌ها در نظام بین‌المللی و همچنین ویژگی‌های خود نظام بین‌الملل. در تمامی دوران جنگ سرد، پارادایم نئورئالیستی^۱ امنیت دوقطبی همگام با گفتمان نولیبرال جهانی‌شدن حرکت می‌کرد. نئورئالیسم هم با تمرکز نظری بر امنیت و نئولیبرالیسم با تمرکز بر همکاری بین‌المللی در تلقیاتی دولت‌محور باهم اشتراک داشته و از متدولوژی عقل‌گرایانه تجربی بهره می‌گرفتند. ظهور نئولیبرالیسم در دهه ۱۹۷۰ با تقویت نمودارهای سنتی، بر ظهور نهادهای چندجانبه به‌عنوان تحمیل‌کننده همکاری میان دولت‌ها تمرکز داشت (Lee & Hudson, 2004). اگر این رویکردها را در قالب رهیافت پوزیتویستی (اثبات‌گرایی) که دیپلماسی را در چهارچوب روابط امنیتی میان دولت‌ها قرار می‌دهد تقسیم‌بندی کنیم، از بعد جنگ جهانی دوم تاکنون رویکرد دیگری نیز به وجود آمده است که می‌توان آن را رهیافت پست پوزیتویستی (پسااثبات‌گرایی) دانست. این رهیافت که دربردارنده‌ی طیف گسترده‌ای از عوامل و فرایندها بوده و کارکردهای اصلی دیپلماتیک یعنی نمایندگی و برقراری رابطه را موردبررسی قرار می‌دهد. نظریه پست پوزیتویستی دیپلماسی، کار خود را با نفی این فرضیه که برداشته‌ها از دیپلماسی باید ریشه در روابط دولت‌های حاکم سرزمینی داشته باشد آغاز می‌کنند؛ و این سؤال را مطرح می‌سازند که در چه شرایطی مردم از اصطلاحاتی نظیر دیپلماسی و دیپلمات استفاده کرده و اینکه درواقع این اصطلاحات در چه شرایط و زمینه‌هایی ایجاد شده‌اند (Kar & Wiseman, 2013: 105).

تغییرات نظام بین‌الملل و پررنگ شدن نقش بازیگران غیردولتی و افکار عمومی سبب شد تا اشکال جدیدی از دیپلماسی در کنار دیپلماسی سنتی مورداستفاده قرار گیرد. این تحولات که ناشی از دگرگونی در تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی و افکار عمومی بود در حوزه‌ی دیپلماسی نیز موجب تغییر ماهیت آن گردید که یکی از اشکال آن دیپلماسی عمومی بود. این مفهوم نشانه‌ای از تغییر مداوم رویه‌های دیپلماتیک می‌باشد که یکی از مباحث مهم دانشگاهی معاصر بوده و هنوز هم مسائل مفهومی و نظری آن در حال تکامل می‌باشد. با گسترش نقش نهادهای غیردولتی از یک‌طرف و نیز توسعه‌ی تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای از جمله رسانه‌های اجتماعی دیپلماسی عمومی نیز با مفهومی گسترده‌تر روبرو گردید. در دوران اولیه که دیپلماسی عمومی مبتنی بر تلاش دولت برای ارتباط با مردمان کشورهای خارجی بود و به‌عنوان دیپلماسی عمومی کلاسیک و یا رسمی از آن یاد می‌شود وجهه دیگری یافت و ارتباط نهادهای غیردولتی مطرح گردید. در دیپلماسی عمومی سنتی، دولت‌ها از شیوه‌های مختلفی مانند رسانه‌های بین‌المللی، مبادله‌های علمی - فرهنگی بین دانشجویان، محققان، هنرمندان و اندیشمندان، شرکت در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها، ایجاد مراکز فرهنگی، آموزش زبان، راه‌اندازی مسابقه‌های دوستانه و انجمن‌های تجاری استفاده می‌کنند، اما دیپلماسی عمومی نوین بر اساس این فرضیه عمل می‌کند که افراد بیشتری گرایش به شرکت در جریان‌های سیاسی پیدا کرده‌اند، بسیاری از حکومت‌های استبدادی به حکومت‌های دموکراسی تبدیل شده‌اند، انقلاب به وجود آمده در ارتباطات و

1. Neorealist

فناوری اطلاعات، افزایش میزان تأثیر رسانه‌ها حتی در دور افتاده‌ترین نقاط دنیا و ظهور اینترنت، به جهانی‌شدن ارتباطات الکترونیکی، افزایش تعداد شبکه‌ها و مخاطبان رسانه‌ها منجر شده و در نتیجه، دیپلماسی نیز متحول گردیده است. درحالی‌که دیپلماسی عمومی سنتی، یک‌جانبه است؛ به‌گونه‌ای که پیامدها و اطلاعات بین همه‌ی طبقات پخش می‌شود، ولی تلاش در جهت ایجاد ارتباط دوجانبه و توجه به علایق و خواسته‌های مخاطبان نمی‌شود، در صورتی‌که دیپلماسی عمومی نوین بر اساس ارتباط دوجانبه بنا شده و توجه خاصی به گوش دادن به واکنش‌های تمامی مخاطبان دارد. دیپلماسی عمومی نوین مبتنی بر ارتباطی راهبردی است که در آن، ارزیابی علمی افکار عمومی و فنون متقاعدسازی به چشم می‌خورد. همچنین این دیپلماسی به خلق و گسترش موضوع‌های مشخص و پایدار می‌پردازد. مدیریت اطلاعات ابزاری است که مسؤولان به کمک آن بر پوشش خبری و قالب‌بندی وقایع و جریان‌های مهم اثر می‌گذارند. دیپلماسی عمومی نوین در یک «محیط شبکه‌ای» عمل می‌کند؛ به‌گونه‌ای که مردم فعالانه در دادن و گرفتن پیام، مشارکت می‌کنند. این شبکه‌ها، الگوی جدیدی از اقناع در عرصه‌ی بین‌الملل هستند و به‌عنوان یک چارچوب جدید، اثربخشی در مقایسه با دیپلماسی عمومی دولت‌محور که ساختاری دولتی و فرهنگی حرفه‌ای پشت آن بوده و رفتاری محتاطانه دارد، فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد معمولاً سریع و انعطاف‌پذیر است. سازمان‌های مردم‌نهاد شامل بازیگرانی با اندازه‌های مختلف، از سازمان‌های بزرگ تا سازمان‌های شخصی می‌شود. به ذهن هیچ‌کس خطور نمی‌کرد شخصیت‌های معروف و تأثیرگذاری نظیر بونو، باب گلدوف یا آنجلینا جولی و بلاگ نویسانی همچون مت آرمسترانگ، نویسنده وبلاگ آمریکایی و شناخته‌شده «دونده کوهستان» در سطح بین‌المللی ظهور کنند. دیپلماسی عمومی سازمان‌های مردم‌نهاد مهمی نظیر صلح سبز، عفو بین‌الملل یا دیده‌بان حقوق بشر بر فعالیت به‌موقع، رابطه سازی بلندمدت و کسب نتایج سیاسی فوری متمرکز می‌باشد. این سازمان‌ها در اقدامات جهانی خود دیپلماسی عمومی را ابزاری جهت بسیج حمایت مردمی و تشکیل ائتلاف‌هایی از بازیگران زیاد نگاه کرده و در این راه از کشورهای که به دیپلماسی موضوعی نیز می‌پردازند، استفاده می‌کنند. مثال معروف این همکاری به مبارزات دهه‌ی ۱۹۹۰ مربوط می‌شود که در نهایت به تصویب «کنوانسیون ممنوعیت استفاده، ذخیره، تولید و انتقال مین‌های ضد نفر و نابودی آنها» (معروف به معاهده‌ی اتاوا یا معاهده منع مین ضد نفر) منتج گردید (Williams & et al, 2008: 165-72). برخی سازمان‌های مردم‌نهاد و کوچک‌تر که به مسائلی نظیر گفتگوی بین تمدن‌ها و مذاهب می‌پردازند نیز دیپلماسی عمومی را فرصتی برای تقویت نقش خود به‌عنوان تسهیل‌کننده‌ی روابط فراملی میان بازیگران اجتماعی - برای نمونه در حمایت از روابط خوب میان جهان اسلام و غرب - می‌بینند. با این حال، هرچند برخی از این سازمان‌ها ادعای استقلال از دولت‌ها را دارند، ولی در اغلب موارد و به طرق مختلف در پیوند با دولت‌ها هستند که از آن جمله می‌توان به نقش مشورتی آن‌ها برای دولت‌ها یا در اجرای پروژه‌های سیاسی دولت‌ها اشاره کرد. چنین توصیفی از فعالیت‌های صورت گرفته توسط

جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

بازیگران متفاوت دیپلماسی عمومی را در مجموع می‌توان به مثابه شبکه‌هایی مشترک «نه تنها حول سازوکارها و رویه‌های سازمانی نمایندگی سیاسی، بلکه در مباحث مردمی در حوزه‌ی عمومی جهانی» دانست (Castells, 2008: 90). آن‌هایی که به دنبال افزایش قدرت خود از مجرای دیپلماسی عمومی هستند، باید از مزیت این شبکه‌های پیچیده استفاده کرده، ارزیابی خوبی از موقعیت خود در چنین شبکه‌هایی داشته و تعامل مؤثری با دیگر بازیگران داشته باشند. مانوئل کاستلز دیپلماسی عمومی را همان دیپلماسی مردم می‌داند (Ibid). وی عنوان می‌دارد که «هدف از دیپلماسی عمومی نمایش قدرت دولت یا بازیگری اجتماعی در شکل قدرت نرم نبوده، بلکه قصد اصلی بهره‌گیری از گفت‌وگو بین گروه‌های اجتماعی متفاوت و فرهنگ‌هایشان به امید ایجاد شناخت و درک متقابل است.» از نگاه کاستلز، دیپلماسی عمومی به دنبال ایجاد حوزه‌ای مردمی با هدف «ایجاد فضایی ارتباطی می‌باشد که در آن زبان مشترک و جدیدی به‌عنوان پیش‌شرط دیپلماسی امکان بروز پیدا کند» (Ibid). شمار فزاینده‌ای از دولت‌ها نیز فهمیده‌اند که نیازمند یک دیپلماسی عمومی منعطف هستند که صرفاً در ارتباط با منافع محدود ملی نبوده و نظریاتی هنجاری نظیر عدالت جهانی، امنیت انسانی و مسائل مرتبط با برنامه‌های جدید امنیت بین‌المللی را شامل شود. بر طبق این نگاه روشنفکرانه به دیپلماسی عمومی که در نهایت به نفع خود دولت‌ها نیز می‌باشد باید کمتر به اهداف ملی توجه کرده و بیشتر به مشکلات مشترک و جهانی پرداخت (Murphy, 2008). در کل، روشن است که دیپلماسی عمومی دیگر حوزه‌ی مختص دولت‌ها نبوده و اینکه دولت‌ها خود می‌توانند درس‌های زیادی را از نهادها و روندهای موجود در محیط فراملی بیاموزند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیز در همین چهارچوب معنا پیدا می‌کند. رسانه‌های اجتماعی دموکراتیک معجزه نمی‌کنند، ولی حوزه‌ی مناسبی برای دیپلماسی عمومی هستند. آن‌ها مسؤول دیپلماسی عمومی در یک سفارتخانه را قادر به تماس با صدها، هزاران یا حتی صدها هزار نفر می‌سازد. با این حال، تشکیلات دیپلماتیک حرکتی آهسته در این زمینه داشته‌اند. اکثر سفارتخانه‌های سراسر جهان هنوز دارای وبسایت‌هایی ایستا و بی‌هیچ جاذبه‌ای برای کاربران رسانه‌های الکترونیک نوین هستند، هرچند بر تعداد نمایندگی‌های دیپلماتیک آگاه از این تحولات افزوده می‌شود. وزارتخانه‌های خارجه باید بدانند که شبکه‌سازی از طریق دیپلماسی عمومی فرایندی زمان‌بر بوده و نیازمند همکاری با شرکای بسیاری در خارج از دولت می‌باشد (Hanson, 2011).

پس در حوزه‌ی دیپلماسی آن‌چنان‌که بیان گردید شاهد دو رویکرد متفاوت هستیم.

۱- رویکرد دولت‌محور به دیپلماسی عمومی ۲- رویکرد غیردولتی به دیپلماسی عمومی

شاید بتوان چنین توضیح داد که تازمانی که تکنولوژی‌های ارتباطی مبتنی بر وب بودند و حاکمیت دولت‌ها به صورت مطلق در محدوده‌های سرزمینی و عرصه بین‌المللی به رسمیت شناخته می‌شد رویکرد دولت‌محور مورد توجه جدی بود؛ اما با توسعه‌ی تکنولوژی‌های ارتباطی و ظهور فناوری‌های مبتنی بر وب و توسعه‌ی نقش و نفوذ بازیگران غیردولتی و همچنین توسعه‌ی رسانه‌های اجتماعی و فردیت بشر،

به تدریج قدرت حاکمیتی دولت‌ها و مرزهای جغرافیایی کم‌رنگ گردید و توزیع قدرت در سطح شبکه‌های اجتماع پدید آمد. بدین ترتیب رویکرد غیردولتی مورد توجه قرار گرفت و پیش‌بینی می‌شود با توسعه بهره‌گیری انسان‌ها از رسانه‌های اجتماعی و فرآیندهای جهانی‌شدن روزبه‌روز رویکرد غیردولتی تقویت و ابعاد جدیدی از این رویکرد در این عرصه ظهور و بروز یابد. از این رو توجه به این مقوله و ایجاد سازوکارهای مبتنی بر این رویکرد می‌تواند زمینه حضور قدرتمند در عرصه بین‌المللی را فراهم سازد. با چنین رویکردی این پژوهش در تلاش است تا به اهداف زیر دست یابد:

- ۱- الگوهای ذهنی در خصوص جایگاه رسانه‌های نوین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی را در عرصه قدرت جهانی تعیین کرده و به تجزیه و تحلیل آن‌ها بپردازد.
- ۲- کارکرد شبکه‌های اجتماعی در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای را تبیین کند.
- ۳- ماهیت متغیر دیپلماسی را بیان کرده و نقش رسانه‌های اجتماعی را در این تغییر بیان نماید.
- ۴- پیش‌نیازهای بهره‌گیری از این دیپلماسی رسانه‌ای نوین برای جمهوری اسلامی ایران را مشخص کند.

۵- پیشنهادهایی لازم در خصوص اینکه جمهوری اسلامی ایران برای حضور اثربخش و قدرتمندانه در عرصه دیپلماسی جهانی چه رویکردی را در حوزه رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی باید در پیش بگیرد را ارائه دهد.

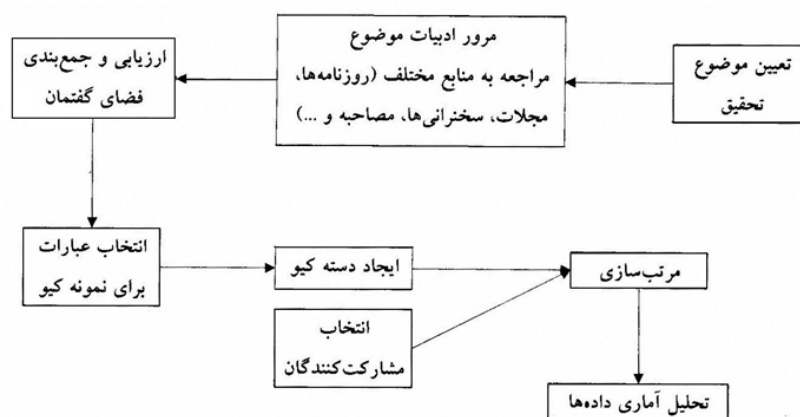
۶- در نهایت مدلی برای دستگاه دیپلماسی کشور متناسب با شرایط امروز و فردای جهان ارائه نماید.

ابزار و روش

روش انتخاب‌شده برای اجرای این پایان‌نامه روش کیو می‌باشد. به نظر بسیاری از اهالی و استادانی روش‌شناسی، روش کیو به دلیل فلسفه روش و نوع اجرای آن، یکی از بهترین روش‌ها برای سنجش وجود انواع الگوهای ذهنی و اعتقادات افراد در یک جامعه آماری است که بسیاری از مشکلات روشی مانند روش‌های پیمایشی را در سنجش‌های اجتماعی دارا نیست؛ امروزه روش کیو یکی از روش‌های معمول در حوزه پژوهش‌های ارتباطات است. یکی از علل گستردگی روش کیو در حوزه ارتباطات بحث برای نظام‌های ابداع رسانه و سنجش نگاه‌های سرآمدان و نخبگان جامعه به مقولات رسانه‌ای است (Nagibalsadat, 2012: 134). در این روش ابتدا باید فضای گفتمان را شکل داد. برای رسیدن به فضای گفتمان در این پژوهش ذهنیت‌ها و تئوری‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته و در فضای گفتمان گنجانده شد. همچنین نظر فعالان و اندیشمندان عرصه دیپلماسی و رسانه‌ای با ارسال سؤالات و جمع‌آوری مصاحبه‌ها، گفتگوها و سخنرانی‌ها از روزنامه‌ها و سایت‌های داخلی و خارجی صورت گرفت که در نهایت به ۲۰۰ گزاره منجر گردید. در مرحله بعد، دومرتبه برای رسیدن به گویه‌های کیوی معرف فضای گفتمان، تلاش گردید و در هر مرتبه از داورانی آشنا با این حوزه‌ها برای ارزیابی نمونه‌گیری

جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

انجام شده درخواست قضاوت و ارزیابی شده و ارزیابی آن‌ها اعمال گردید؛ در نهایت ۷۱ گویه به دست آمد که به نظر می‌رسید کل فضای گفتمان را پوشش داده است. سپس گویه‌ها به تعدادی از فعالان و متفکران عرصه دیپلماسی و رسانه ارسال گردید تا در قالب نمونه کیو با ساختار نظرات خود را ارائه دهند.



مراحل انجام روش کیو

در این روش روایی در جامعیت عبارات کیو معنی پیدا می‌کند و پایایی نیز بر اساس آزمایش‌های محققان با درصد بالایی به تأیید رسیده است. در این روش از طریق تشکیل ماتریس همبستگی و اندازه‌گیری واریانس‌ها به کشف الگوهای ذهنی مخاطبان و سپس تحلیل آن‌ها می‌پردازیم. از این رو این روش، روشی کمی - کیفی بشمار می‌رود. ابتدا از طریق نرم‌افزار SPSS همبستگی افراد مشارکت‌کننده دوبه‌دو با همدیگر مورد بررسی قرار می‌گیرد. مبنای روش تحلیل عاملی داده‌های کیو بررسی همبستگی بین افراد است و افراد به جای متغیرها دسته‌بندی می‌شوند، با مشاهده میزان همبستگی بین افراد شرکت‌کننده و همچنین بررسی سطح معناداری آن‌ها در سطح $0/01$ و $0/05$ می‌توان مقدار همبستگی‌های قوی بین آن‌ها را تشخیص داده و به دسته‌بندی متغیرها پرداخت که این فرایند از طریق نرم‌افزار SPSS با روش مؤلفه‌های اصلی^۱ به استخراج عامل‌ها منجر گردید. سپس برای بررسی سهم هر الگوی ذهنی از کل ذهنیت‌ها واریانس کل مورد محاسبه قرار می‌گیرد.

یافته‌ها

در این بخش باید با بررسی داده‌های گردآوری شده به تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها پرداخته و در نهایت سه سؤال اصلی را پاسخ می‌دهیم:

1. Principal components

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال سیزدهم، شماره پنجاه و یکم، زمستان ۱۳۹۵

در میان این دیدگاه‌های مختلف ارائه شده، کدام الگوهای ذهنی را در بین مشارکت‌کنندگان می‌توان شناسایی و ارائه کرد؟

در هر یک از این الگوهای ذهنی، کدام گویه‌ها دارای ارزش بالاتری هستند به عبارت دیگر موجب تمایز در بین مشارکت‌کنندگان گردیده‌اند؟

به کدام گویه‌ها، مشارکت‌کنندگان بیشتری امتیاز مشابه و یکسانی داده‌اند؟

پاسخ این سؤال‌ها به ما کمک خواهد کرد تا با بررسی آن‌ها الگوهای ذهنی مختلف را در خصوص جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران مورد بحث و بررسی قرار دهیم. با انجام روش‌های آماری بیان شده، الگوهای ذهنی شماره ۱ تا ۸ حدود ۷۰ درصد ذهنیت‌های حاکم بر موضوع را مورد تبیین قرار می‌دهند که در جدول شماره ۱ این الگوها ارائه گردیده است.

جدول (۱): خلاصه دیدگاه‌های مطرح در هر کدام از الگوهای ذهنی

شماره الگو	درصد از واریانس	دیدگاه
۱	۱۰	رسانه‌های اجتماعی ابزار مهم کنترل عقاید و افکار هستند که در عصر اطلاعات روزبه‌روز تکامل می‌یابند. دیپلماسی رسانه‌ای نیز از ضرورت حضور در قدرت جهانی کنونی است. هنوز دولت‌ها و مسائل ملی مهم هستند و دیپلماسی رسانه‌ای دولت‌محور باید انجام شود. ج. ا. ا. دارای پتانسیل لازم برای تبدیل به قدرت نوظهور در دنیاست ولی به جهت فقدان متولی برای طراحی و اجرای دیپلماسی رسانه‌ای و فقدان نقشه راه برای آن و عدم تسلط بر قواعد آن و همچنین فقدان درک درست است. دستگاه دیپلماسی از رسانه و دیپلماسی رسانه‌ای هنوز نتوانسته از این ابزار مهم بهره‌برداری نماید. لذا شورای عالی امنیت ملی باید مرکزی برای دیپلماسی رسانه‌ای ایجاد کند. (دولت‌محور - تأکید بر ایجاد ساختار و متولی - توجه به داخل)
۲	۱۰	دیپلماسی ابزار مهم حل‌وفصل منازعات در جهان کنونی است. دیپلماسی رسانه‌ای نیازمند نگاه کلان و ادبیات جهانی برای مخاطبان بین‌المللی و همچنین خبرتکاران بین‌المللی و رسانه‌هایی در تراز جهانی است که ما این ظرفیت‌ها را در ج. ا. ا. ایجاد نکرده‌ایم. رسانه‌ها عمدتاً جناحی بوده و فاقد تعریف منافع ملی هستند. رسانه ملی هم در انتقال معانی سیاست‌های ج. ا. ا. چندان موفق نبوده است. راهکار مناسب همکاری مشترک با رسانه‌های خارجی و ایجاد بلوک‌های رسانه‌ای برای ظرفیت‌سازی در این حوزه است. (رسانه محور - تأکید بر توسعه رسانه‌های فراملی - غیردولتی)
۳	۱۰	کشورهایی که در دنیا قدرتمند هستند استفاده مناسب‌تری از شبکه‌های اجتماعی دارند. با رسانه‌های اجتماعی می‌توانیم بدون واسطه با مردمان جهان صحبت کنیم و بر سلسله رسانه‌ای غرب غلبه کنیم. مذاکرات هسته‌ای فرصت مناسبی بود تا بتوانیم ظرفیت‌های خود را در این عرصه ارائه کرده و جهانیان را با واقعیات ایران بیشتر آشنا کنیم ولی نتوانستیم استفاده مناسبی از این فرصت‌ها داشته باشیم. صدواوسیم ظرفیت تبدیل شدن به یک رسانه نقش‌آفرین در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای ج. ا. ا. را دارد و باید با رفع نقاط ضعف خود و ایجاد ساختارهای لازم نقش اساسی خود را در این زمینه به نحو کامل‌تر انجام دهد. (رسانه محور - تأکید بر رسانه ملی - توجه به داخل)
۴	۱۰	شبکه‌های اجتماعی نقش اساسی و بنیادین در دیپلماسی جهان آینده خواهند داشت و از طرف دیگر نقش دولت‌ها در عرصه دیپلماسی بین‌الملل کاهش یافته و بازیگران غیردولتی به بازیگران مهم در عرصه سیاست جهانی در آینده تبدیل خواهد شد. از این رد بر نقش دیپلماسی شبکه‌های اجتماعی در تقویت اعتماد و درک بین مردمان جهان و ایجاد دولت‌هایی فراتر از منافع سیاسی و اقتصادی تأکید می‌گردد. (عدم توجه به داخل غیردولتی)
۵	۸	دولت‌ها تعیین‌کننده اصلی روندهای دیپلماتیک هستند؛ ج. ا. ا. نیز از طریق دیپلماسی رسانه‌ای با بهره‌گیری از رسانه‌های مجازی می‌تواند برای ایجاد همکاری و حل‌وفصل تعارضات در عرصه بین‌المللی اقدام کند. اگرچه سازمان صدواوسیم به دلیل محدودیت‌های خاصی امکان نقش‌آفرینی در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای ج. ا. ا. را ندارد. (دولت‌محور - استفاده ابزاری از رسانه‌های مجازی و نه نقش تعیین‌کننده)
۶	۸	از دیپلماسی رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی برای تأثیر بر افکار عمومی باید استفاده کرد. دیپلماسی رسانه‌ای رسانه ملی دارای این ظرفیت بوده و به نحو مناسبی عمل کرده است. از شبکه‌های اجتماعی برای دیپلماسی کنسولی هم می‌توان بهره‌گیری نمود.
۷	۷/۵	دیپلماسی رسانه‌ای از ضرورت‌های حضور ج. ا. ا. در ابعاد منطقه‌ای و بین‌المللی است؛ اما ج. ا. ا. استفاده مقایسه‌ای از شبکه‌های اجتماعی برای اهداف دیپلماسی نداشته و باید از طریق شبکه‌سازی بازیگران غیردولتی در دنیا این هدف را دنبال کند. (غیردولتی)
۸	۵/۵	اگرچه در دنیای امروز شبکه‌های اجتماعی گسترش یافته‌اند اما هنوز دولت‌ها نقش اساسی در عرصه دیپلماتیک دارند. دیپلماسی و شبکه‌های اجتماعی نیز ابزار قدرت‌های امپریالیستی برای مشروعیت بخشی به تصمیمات و اصول موردنظر آنان است اما سابقه فرهنگ و تمدنی و گفت‌وگو اصیل انقلاب اسلامی می‌تواند از طریق شبکه‌های اجتماعی با تأثیر بر مسائل اجتماعی بر دیپلماسی عمومی هم تأثیرگذار باشد. (دولت‌محور)

جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

با توجه به جمع‌بندی دیدگاه‌های ارائه شده در هرکدام از الگوهای ذهنی با بررسی نقاط اشتراک و افتراق این دیدگاه‌ها می‌توان به تبیین نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی از دیدگاه مشارکت‌کنندگان این پژوهش و سهم دیدگاه موردنظر از میان کل الگوهای ذهنی مطروحه پرداخت.

جدول (۲): دیدگاه در مورد تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای (رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی)

شماره الگوهای ذهنی	درصد	دیدگاه
۱-۲-۳-۴-۷	٪۶۸	رسانه‌های اجتماعی از پدیده‌های عصر اطلاعات بوده و روبه‌روز در تکمیل و توسعه می‌یابند. شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی جهان آینده نقش اساسی و بنیادین خواهند داشت.
۵-۶-۸	٪۳۲	شبکه‌های اجتماعی یکی از ابزارهایی هستند که در دنیای امروز لازم است از آن برای رسیدن به اهداف سیاست خارجی استفاده کرد.

جدول (۳): دیدگاه در مورد دیپلماسی رسانه‌ای

شماره الگوی ذهنی	درصد	دیدگاه
۱-۲-۳-۴-۷	٪۶۸	دیپلماسی رسانه‌ای از ضرورت‌های اساسی برای حضور در عرصه بین‌المللی و از مهم‌ترین امور کسب قدرت در عرصه جهانی است.
۵-۶	٪۲۳	دیپلماسی رسانه‌ای فرصت‌هایی در اختیار دولت‌ها برای حل‌وفصل تعارضات بین‌المللی قرار می‌دهد.
۸	٪۹	دیپلماسی رسانه‌ای ابزار قدرت‌های امپریالیستی است ولی جمهوری اسلامی ایران به جهت سوابق فرهنگی و تاریخی می‌تواند از آن برای نقش‌آفرینی استفاده کند.

جدول (۴): به‌کارگیری رسانه‌های نوین و دیپلماسی رسانه‌ای توسط جمهوری اسلامی ایران

شماره الگوی ذهنی	درصد	دیدگاه
۱-۲-۳-۴-۷	٪۶۵	جمهوری اسلامی ایران نتوانسته است از تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در جهت کارکردهای دیپلماسی بهره‌گیری نماید. همچنین استفاده مطلوبی از دیپلماسی رسانه‌ای نداشته و برنامه‌ای هم برای آن ندارد.
۴-۸	٪۲۳	باید از رسانه‌های نوین در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران استفاده نماید.
۶	٪۱۲	دیپلماسی رسانه‌ای از طریق رسانه ملی به‌خوبی عمل شده است.

جدول (۵): دولت‌محور یا غیردولتی بودن دیپلماسی رسانه‌ای

شماره الگوی ذهنی	درصد	دیدگاه
۱-۵-۸	٪۳۳	با توجه به نقش دولت‌ها در عرصه بین‌المللی، لازم است از طریق دولت‌ها صورت گیرد.
۲-۴-۷	٪۴۰	با توجه به اهمیت روبه رشد بازیگران غیردولتی باید از طریق نهادهای غیردولتی صورت گیرد.
۳-۶	٪۲۷	بدون نظر

جدول (۶): نقاط ضعف و راهکارهای تحقق دیپلماسی رسانه‌ای در کشور

شماره الگوی ذهنی	درصد	دیدگاه
۱	٪۱۴	فقدان متولی برای این موضوع در کشور و ضرورت ایجاد ساختار و نهادی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی
۲	٪۱۴	فقدان ظرفیت‌های لازم در کشور برای دیپلماسی رسانه‌ای و ضرورت ایجاد این ظرفیت‌ها با تدوین ادبیات جهانی و تربیت خبرنگاران بین‌المللی و ایجاد بلوک‌های رسانه‌ای با همکاری‌های رسانه‌ای فراملی
۴-۷	٪۲۵	فقدان نهادها و شبکه‌های غیردولتی در قوای بین‌المللی و ضرورت ایجاد نهادهای غیردولتی با ظرفیت‌های بین‌المللی و همچنین شبکه‌سازی بازیگران غیردولتی در منطقه و دنیا
۳-۶	٪۲۵	وجود نقاط ضعف در رسانه ملی و ضرورت رفع این نقاط و تقویت رسانه ملی برای نقش‌آفرینی و محوریت در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای
۵	٪۱۱/۵	وجود محدودیت‌های قانونی و دولتی بودن و بروکراتیک در صداوسیما و عدم توانایی برای نقش‌آفرینی در این حوزه و ضرورت استفاده از رسانه‌های جایگزین.
۸	٪۱۰/۵	بدون نظر

مطالعات علوم اجتماعی ایران، سال سیزدهم، شماره پنجاه و یکم، زمستان ۱۳۹۵

برای پاسخ به سوآلی که در یافته‌های تحقیق آوردیم یعنی کدام گویه‌ها بیشترین ارزش مشابه را کسب نموده‌اند. یا به عبارت دیگر بیشتر مورد توافق یا مخالف بوده‌اند نیز می‌توان با بررسی جدول فراوانی ارزش‌گذاری هر یک از گویه‌ها، نتایج زیر را ارائه نمود:

جدول (۷): گویه مورد موافقت

فراوانی (درصد)	متن
۴۲	بازتاب نامه مقام معظم رهبری به جوانان اروپا و آمریکای شمالی در کمتر از ۲۴ ساعت در کل جهان و انتشار آن در هشتاد سایت معتبر بین‌المللی بیاتگر قدرت رسانه‌های اجتماعی در ایجاد ارتباط بدون واسطه با مردمان جهان بوده و ضرورت بهره‌گیری از این رسانه‌ها در عرصه دیپلماسی ج.ا.ا. با غلبه بر سلطه رسانه‌های غرب را نشان می‌دهد.
۳۱	شبکه‌های اجتماعی موجب انتقال بسیار سریع اطلاعات گردیده و لذا موجب ایجاد محیط مملو از اطلاعات کم قضاوت در مورد آن‌ها دشوار و فشار زیادی برای واکنش سریع وجود دارد می‌شوند. از این رو ضرورت ایجاد ساختارهای مناسب برای تصمیم‌گیری سریع و پردازش اطلاعات بر اساس فرایندهای منظم و تغییرات گسترده سازمانی در تشکیلات دیپلماتیک سستی می‌گردد.
۲۷	بررسی شاخص‌های سنجش قدرت ملی نشان از آن است که ج.ا.ا. تمامی ویژگی‌های لازم برای تبدیل شدن به یک قدرت نوظهور را دارد. دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای ضروری‌ترین عنصر برای هموارسازی این راه در عرصه بین‌المللی است از این رو شورای عالی امنیت ملی کشور باید مرکزی را برای تقویت و استقرار این پروژه ایجاد نماید.
همچنین گویه‌ای که دارای بیشترین موافقت و کمترین مخالفت بوده عبارت است از:	
متن	
تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی از مؤلفه‌های قدرت است. از این رو هر گروهی بتواند نیازهای اعضای شبکه را شناسایی و برای آن محتوای مؤثر تولید کند از قدرت بیشتری برخوردار خواهد بود.	

در خصوص گویه‌های مورد مخالفت نیز نتایج زیر به دست آمد:

جدول (۸): گویه‌های مورد مخالفت

فراوانی (درصد)	متن
۳۸	دیپلماسی یعنی تنظیم روابط و منافع و این هیچ ربطی به رسانه‌ها ندارد. اگرچه می‌تواند یکی از عوامل اثرگذار بر تصمیمات باشند. لذا تعاملات دربردارنده انواع جدیدی از بازیگران دیپلماتیک اصلاً به عنوان دیپلماسی تعریف نمی‌شود و باز کردن درهای دیپلماسی به روی سایر بازیگران از ضعف بوده و به ویژه دیپلماسی عمومی انحرافی تأسف آور از وظایف دیپلماتیک اصلی و مضر برای مأموریت‌های دیپلماتیک می‌باشد.
۳۴	جنگ عراق و افغانستان نشان داد که هنوز اجبار و تهدید گزینه‌های مهم‌تر از دیپلماسی برای حل و فصل منازعات در برخی نقاط جهان می‌باشند.
۲۷	با چنین گستردگی شبکه‌ی اجتماعی و توسعه‌ی مفهومی در حوزه‌ی دیپلماسی، در جهان آینده هر کسی با داشتن یک وسیله‌ی ارتباطی کوچک همچون رایانه دستی و حتی تلفن همراه می‌تواند در حوزه‌ی دیپلماسی وارد شود و در نقش یک دیپلمات عمل کند.
همچنین گویه‌ای که هیچ موافقتی با آن وجود نداشته است:	
متن	
نقش شبکه‌های اجتماعی در عرصه‌ی دیپلماسی صرفاً می‌تواند نقش اطلاع‌رسانی باشد و سایر کارکردها ارتباطی با حوزه دیپلماسی ندارد.	

با بررسی فراوانی گویه‌های هم ارزش در حوزه موافقت‌ها نتایج زیر به دست می‌آید:

- ضرورت استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه دیپلماسی عمومی برای غلبه بر سلطه رسانه‌ای غرب.

- ضرورت ایجاد ساختار سازمانی و تشکیلاتی برای دیپلماسی عمومی.

- ضرورت شناخت دقیق شبکه‌های اجتماعی و تولید محتوا در هر شبکه به تناسب مخاطبان به عنوان مؤلفه اصلی قدرت در این عرصه.

با بررسی فراوانی گویه‌های هم ارزش در حوزه مخالفت‌ها، نیز به موارد زیر تأکید گردیده است:

- دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای از ضرورت‌های حضور در عرصه دنیای امروز است.

جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

- دیپلماسی روشی مهم برای حل و فصل منازعات در دنیای امروز است.
- کارکرد شبکه‌های اجتماعی در حوزه‌ی دیپلماسی چندبعدی و وسیع می‌باشد.
- فعالیت در حوزه‌ی دیپلماسی عمومی نیاز به افراد حرفه‌ای و آموزش دیده دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که از جداول فوق روشن است کل الگوهای ذهنی به‌دست‌آمده در این تحقیق استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی را ضروری می‌دانند. همچنین کل الگوهای اشاره‌شده دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای را ابزاری برای دستیابی به قدرت جهانی بیان کرده‌اند. ۶۵٪ از الگوهای ذهنی بر استفاده نکردن جمهوری اسلامی ایران از رسانه‌های جدید در عرصه دیپلماسی و بی‌توجهی به دیپلماسی عمومی تأکید کرده و ۸۸٪ معتقدند که جمهوری اسلامی ایران باید از رسانه‌های نوین در جهت دیپلماسی عمومی بهره‌برداری مناسب‌تری به عمل آورد. همچنین ۴۰ درصد از دیدگاه‌ها بر ضرورت توجه به بازیگران غیردولتی و ۳۳٪ بر اجرای برنامه‌های دیپلماسی عمومی از طریق دولت تأکید دارند. در خصوص نقاط ضعف و راهکارها نیز ۱۴٪ مشکل فقدان ساختار سازمانی، ۱۴٪ مشکلات فقدان نیروی انسانی و محتوای موردنیاز ۲۵٪ بر فقدان نهادهای غیردولتی متناسب، ۲۵٪ بر ضرورت توانمندسازی رسانه‌ی ملی و ۱۱/۵ درصد هم بر ناکارآمدی رسانه ملی تأکید نموده‌اند.

نتایج حاصل از بررسی فراوانی‌ها نیز که نظر اکثریت غالب مشارکت‌کنندگان می‌باشد بر نتایج پیشین دلالت کرده و آن‌ها را تقویت می‌نماید. با جمع‌بندی موارد فوق می‌توان ۵ گفتمان غالب را به شرح زیر از میان فضای گفتمان تحقیق برای این پژوهش استخراج نمود:

- ۱- رسانه‌های اجتماعی در عصر ارتباطات و اطلاعات از پدیده‌های مهم بوده است و روزبه‌روز توسعه و کمال پیدا خواهند کرد.
- ۲- دیپلماسی ابزار مهم حل فصل منازعات در جهان کنونی است و در آینده از جایگاه بالاتری برخوردار خواهد بود.
- ۳- دیپلماسی عمومی و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای از مهم‌ترین ابزارهای کسب قدرت در عرصه جهان و از الزامات حضور در عرصه بین‌المللی است.
- ۴- اگرچه دولت‌ها هنوز در عرصه‌ی بین‌المللی بازیگر مهمی به شمار می‌روند اما با توجه به اهمیت روبه رشد بازیگران غیردولتی، شکل‌گیری و اثربخشی دیپلماسی بدون توجه به نقش مؤثر بازیگران غیردولتی امکان‌پذیر نخواهد بود.
- ۵- جمهوری اسلامی ایران تاکنون برنامه‌ای در خصوص دیپلماسی عمومی نداشته و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی نقشی در دیپلماسی ج. ا. ا. نداشته‌اند و این امر می‌تواند موجب ناکامی در عرصه دیپلماسی

بین‌المللی باشد. از این رو توجه به این مقوله بسیار مهم با توجه به پتانسیل‌های معنایی و گفتمانی امری حیاتی برای کشور می‌باشد.

حال با نگاهی به چارچوب نظری تحقیق به تحلیل و تفسیر گفتمان‌های فوق می‌توان پرداخت:

آن‌گونه که گفتیم فوکو قدرت را چیزی در تملک اعمال‌کنندگان نمی‌دانست و اصولاً قدرت از نظر او یک دارایی، ثروت و یا امتیاز نیست. قدرت صرفاً آن چیزی نیست که طبقه مسلط دارای آن و افراد تحت نظم فاقد آن می‌باشند. قدرت بر افراد اعمال نمی‌شود بلکه از طریق آنان جریان می‌یابد و از این رو قدرت در همه‌جا هست و در سرتاسر فضای اجتماعی توزیع شده است. این شکل از قدرت به صورت شبکه‌ای عمل می‌کند و افراد نه‌تنها در میان تارهای این شبکه در گردشند بلکه همواره در وضعی قرار دارند که هم به قدرت تن بدهند و هم آن را اعمال کنند. کاستلز نیز با بهره‌گیری از دیدگاه‌های پست‌مدرن و به‌ویژه فوکو قدرت را عمدتاً ساخت معانی در اذهان انسانی از طریق فرایندهای ارتباطی وضع شده در شبکه‌های چندرسانه‌ای جهانی، محلی و از جمله رسانه‌های ارتباطات توده‌ای دانسته و معتقد است قدرت در درجه اول وابسته به جریان اطلاعات و تصاویر پردازش شده در شبکه‌های ارتباطی است و شبکه‌های ارتباطی، قدرت شبکه‌ای را بر پیام‌هایی که منتقل می‌کنند اعمال می‌نمایند و از این رو کاستلز شبکه‌های ارتباطی را شبکه‌های اصلی ایجاد قدرت در جامعه می‌داند. با چنین نگاهی به جهانی که در آن هستیم و جهانی که در حال ساخته شدن است، تکنولوژی‌های ارتباطی به‌عنوان بستر و اساس جریان شبکه‌های اجتماعی روزافزون خواهد یافت و چنین اهمیتی، توسعه‌ی روزافزون آن‌ها را موجب خواهد شد. از این رو با چنین رویکردی شناخت تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای و بسترسازی برای بهره‌گیری مناسب از این رسانه‌ها ضرورتی بنیادین در نگاه استراتژیست‌ها و کسانی است که می‌خواهند در ساخت جهان آینده نقشی ایفا نمایند. چراکه اساس قدرت از منظر فوکو که دیپلماسی نیز ظهور و نمودی از آن است در ایجاد دسترسی به کسانی است که می‌خواهید تحت قدرت شما باشند و این همان قدرت است که کاستلز آن را با ارتباط معنادار می‌داند. قدرت شبکه‌ای اگر ساخت معانی در اذهان انسانی است، رسیدن به اجماع و مکانیزمی برای حل و فصل مناقشات و یا تأمین امنیت نیز جز از طریق چنین رهیافتی امکان‌پذیر نخواهد بود، آن‌چنان‌که شارپ می‌گوید دیپلماسی در حال بازگشت به صحنه اصلی است (Sharp, 2011: 96-659). از این رو به نظر می‌رسد دیپلماسی جایگاهی والا پیدا خواهد کرد، اما با ماهیتی متفاوت، تغییری که جفری وایزمن^۱ از آن به دیپلماسی بیش‌جانبه^۲ یاد می‌کند (Wiseman, 2010: 24-30). و اصطلاحی که به‌خوبی توصیف‌کننده ماهیت در حال تغییر دیپلماسی در عصر معاصر و آینده است. دیپلماسی امروز در حال اجتماعی شدن است و یا همان‌گونه که جان کلی^۳ می‌گوید: درگیر حوزه‌ی

1. Gffrey Wizeman
2. Polyilateralism
3. John Kelley

جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

عمومی شده است (Kelley, 210: 289). مسائل تأثیرگذار بر زندگی روزمره شهروندان که جایی در دیپلماسی کلاسیک نداشت هم‌اکنون در رأس برنامه‌های وزارتخانه‌ای خارجه و دیپلمات‌هاست و دیگر نمی‌توان میان دیپلماسی و دیپلماسی عمومی تمایزی قائل شد. این همان شرایطی است که در جامعه شبکه‌ای انتظار شکل‌گیری آن می‌رود. با بهره‌گیری از نتایج حاصل از این پژوهش و همچنین تحلیل و تفسیری که بر این یافته‌ها رفت به دنبال آنیم که مدلی پیشنهادی برای بهره‌گیری جمهوری اسلامی ایران از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی و حضور سازنده در عرصه‌ی دیپلماسی بین‌المللی ارائه دهیم. بدیهی است این مدل به‌عنوان یک دکترین باید الگویی تبیینی در خصوص جایگاه تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران ارائه دهد. با بهره‌گیری از میراث علمی فوکو و کاستلز و آنچه که از آن‌ها در مفهوم قدرت و ساختار جامعه‌ی جهانی پیش رو یاد گرفتیم این دکترین تحت عنوان «دیپلماسی شبکه‌ای» ارائه می‌شود.

در جهان شبکه‌ای که شبکه‌ها از نهادهای مختلف دولتی و غیردولتی تشکیل یافته‌اند و بسترهای ارتباطی و رسانه‌ای زمینه شکل‌گیری سریع و رشد بازیگران غیردولتی و پیوستن آن‌ها به شبکه را فراهم نموده است، دیپلماسی جز با بهره‌گیری از این رسانه‌های اجتماعی و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی امکان شکل‌گیری و کامیابی نخواهد داشت. حتی دولت‌ها به‌عنوان یکی از اعضای شبکه‌ها در جامعه شبکه‌ای ناگزیر از توجه به سایر اعضای شبکه در بستر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی هستند و در غیر این صورت نوعی خود محرومیتی را ایجاد خواهند کرد و ارزیابی درستی از موقعیت خود و جهان کنونی و آینده نخواهند داشت. از این رو دیپلماسی شبکه‌ای علاوه بر ایجاد یک دیپلماسی تعاملی، شناخت بهتری از جهان و دیگران در اختیار طرفین قرار می‌دهد و امکان درک متقابل و ایجاد روابطی فراتر از منافع سیاسی و اقتصادی را امکان‌پذیر می‌سازد. به‌طور خلاصه می‌توان ماهیت و مختصات این دکترین را به‌صورت زیر بیان نمود:

جدول (۹): ماهیت دیپلماسی شبکه‌ای

دارای ماهیت شبکه‌ای		دکترین دیپلماسی شبکه‌ای
جستی	اعضای شبکه‌ها اجزای متنوع و متعدد دولتی و غیردولتی، حقیقی و حقوقی تأثیر رویدادها بر شبکه‌های خود و شبکه‌های دیگر	
جراحی	کاهش قدرت دولت‌ها و افزایش قدرت نهادهای غیردولتی فقدان همگرایی جهانی و ضرورت غلبه بر این تمایزها به‌وجود آمدن دنیایی متنوع از شبکه‌های مختلف و در سطوح متفاوت	
چگونگی	تفکیک نظام دیپلماتیک ملی و دیپلماسی دولت‌محور ایجاد مرکزی فرابخشی برای تدوین استراتژی‌های، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دیپلماسی شبکه‌ای تربیت منابع انسانی موردنیاز تشکیل نهادهای غیردولتی در حد و توان‌های بین‌المللی و ایجاد شبکه‌های داخل و خارج کشور تجدید ساختار در نهادهای مهم دولتی مرتبط با دیپلماسی رسانه‌ای و شبکه‌ای	

دیپلماسی شبکه‌ای ایجاد ارتباط با شبکه‌های مختلف و یا پیوستن به شبکه‌های دیگر به نحوی اثربخش برای رسیدن به یک هدف تعیین شده است. این دیپلماسی شکلی از دیپلماسی میان بازیگران دولتی و غیردولتی است که مسائل موردتوجه بازیگران را در شبکه‌های مختلف مورد شناسایی قرار می‌دهد و به برنامه‌ریزی و مدیریت این مسائل و یا نیازهای اعضای شبکه می‌پردازد. در مجموع می‌توان گفت دیپلماسی شبکه‌ای، تشکیل، شناخت، ارتباط‌گیری، افناع و بسیج شبکه‌ها و اعضای آن‌ها در راستای رسیدن به اهداف تعریف شده برای دیپلماسی است. باید توجه نمود که جامعه شبکه‌ای دنیایی متکثر از شبکه‌های مختلف و در سطوح متفاوت با عضویت‌های مختلف و دیدگاه‌های متفاوت است. شکاف‌های فرهنگی و ساخت‌های هویتی هم نشانه‌هایی از فقدان همگرایی جهانی هستند که غلبه بر این تمایزهای ساکنین این جهان در حال ظهور، اساس کار دیپلماسی شبکه‌ای است.

این دیپلماسی که بخش مهم آن را نهادهای غیردولتی، رسانه‌ها و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و افراد تأثیرگذار در حوزه رسانه و فرهنگ و اجتماع و سیاست و اقتصاد به‌عنوان شبکه تشکیل می‌دهند امری فراتر از دیپلماسی رسانه‌ای دولت‌محور است. از این‌رو در مرحله‌ی اجرا آنچه که در گام اول ضرورت دارد تفکیک نظام دیپلماتیک ملی از دیپلماسی دولت‌محور است. باید بین ساختار وزارت خارجه که دیپلماسی دولت‌محور را برعهده دارد و نظام دیپلماتیک ملی که مجموعه‌ای از نهادهای غیردولتی و بازیگران مختلف در عرصه داخلی و بین‌المللی است و البته نهادهای دولتی را هم در برمی‌گیرد تمایز قائل شد. در مرحله بعد تجدید ساختار این نهادها و تشکیل نهادهای مرتبط با ماهیت دیپلماسی شبکه‌ای از ضرورت‌های نقش‌آفرینی در عرصه قدرت در جهان آینده است.

References

- Aladpoush, A. & Tootoonchian, A. (1993). Diplomat and Dimplomasi: Tehran: foreign ministry publication (Text in Persian).
- Castells, M. (2001). Information age, economy, society and culture, translation of Ahad Aligian & Afshin Khakbaz, vol.1 (Text in Persian)
- Castells, M. (2008). The New Public sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance? Annals of the American Academy of Political and social science 616 (March): 78-93.
- Foucault, M. (1991). Disciplinary power and citizenship, Franshany power or Satanic, Rajaii dictionary translation, Tehran: institute of cultural research and studies (Text in Persian).
- Hanson, F. (2011). The New Public Diplomacy, In M. Conley Tyler, rd, IcT4IR: International Relations in the Digital Age, 35-41. Deatin, ACT: Australian Institnte of International Affairs.
- Kelley J.R. (2010). The New Diplomacy: Evolution of a Revolution? Diplomacy & Statercra 21 (2)
- Lee D, Hudson, D. (2004). The old and new significance of Polical Economy in Diplomacy, Review of Internatinal studies 30(3).
- Murphy G. (2008). Engagment, Inj, welshcma D. Feal-n, eds. Engagmenti public Diplomacy in a Globalised world, 6-15, Londani Foreilgn and Commonwealth office
- NagibAlsadat, A. (2012). Research methods in information, Nashre Elm publication, vol 2 (Text in Persian)
- Rahbari, Mehdi. (2006). jorna of law and political sciences, Mazandaran university, first year, N.1 (Text in Persian)
- Williams, J, S.D. Goose, & M. warham, eds. (2008). Banning landminesi Disarmament, Citizen Diplomacy and Human Security, Lanham, MD: Rowman& little field
- Wisemans, G. (2010). Polateralism Diplomacy's third Dmension, Public Diplomacy Magazine, (summer)
- WiszmanJefry, kar Parlin. (2013). Diplomasi in universal age, from theory to action, translator: AbasKardan, Tehran: AbrarMoaser institute publication (Text in Persian).