

## دیپلماسی سلبریتی<sup>۱</sup> و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه

یاسر کهرزاده<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۲/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۰۲

### چکیده

دیپلماسی سلبریتی ابزار اساسی جذب و جلب توجه افکار عمومی به مسائل و بحران‌های سیاست بین‌الملل است. در طول دو دهه گذشته، سلبریتی‌ها به‌طور فزاینده‌ای از قدرت و شهرت خود برای جلب توجه جهانی به مسائل مهم بین‌المللی مانند فقر، بحران بدهی‌ها، بیماری‌های واگیردار و مسری، جنگ و ... استفاده کرده‌اند و بر همین مبنای، به‌عنوان دیپلمات‌های سلبریتی شناخته شده‌اند. این امر، ساختار نخبه‌گرایانه دیپلماسی سنتی و متعاقباً سیاست بین‌الملل را کاهش داده است و توجه عامه را به مسائل مهم آن جلب می‌کند. فعالیت دیپلماتیک سلبریتی‌ها حوزه‌های سیاسی غیررسمی در سیاست بین‌الملل را گسترش می‌دهد و مفاهیم و موضوعات بین‌المللی روز را به مرکز گفتمان روزمره مردم عادی منتقل می‌کند و به مسائل سیاست بین‌المللی بُعدی زیبایی‌شناسانه می‌دهد. بر همین اساس سؤال اساسی پژوهش حاضر این است که دیپلماسی سلبریتی چه تأثیری بر سیاست بین‌الملل دارد؟ در پاسخ به این سؤال و با روشی توصیفی-تحلیلی، فرضیه پژوهش حاضر بر این امر تأکید می‌کند که فعالیت دیپلماتیک سلبریتی‌ها در سیاست بین‌الملل باعث افزایش توجه و تمرکز افکار عمومی و شهروندان عادی به مسائل بین‌المللی و بحران‌های سیاسی می‌شود. توجه و تمرکزی که در غیر این صورت از طریق دریچه و روندهای دیپلماسی سنتی و رسمی-دولتی غیرممکن بود.

### واژه‌های کلیدی: سیاست، بین‌الملل، سلبریتی، دیپلماسی، عامه

<sup>۱</sup>- برای جلوگیری از پیچیدگی و همچنین ساده‌سازی، پژوهش حاضر از واژه سلبریتی استفاده می‌کند. بر همین مبنای به جای استفاده از معنای فارسی واژه سلبریتی یعنی افراد مشهور، از خود واژه سلبریتی استفاده می‌شود که نشان دهنده مفهوم شناسی اساسی فرآیند سلبریتی در مطالعات فرهنگی است. بر همین اساس سیاست سلبریتی به فرایندهای عوامانه کردن و ساده‌سازی سیاست اشاره دارد. در فارسی نیز مطالعات سلبریتی تقریباً جدید بوده و اکثر پژوهش‌ها نیز از بُعدی ژورنالیستی به این مفهوم پرداخته‌اند. علاوه بر سیاست سلبریتی از مفهوم شهرت نیز می‌توان استفاده کرد که البته باید به تفاوت‌های بحث شهرت (Reputation) با بحث سلبریتی (Celebrity) دقت کرد. سلبریتی بیشتر یک فرایند مفهومی است که از طریق شهرت بر اشخاص مختلف در حوزه‌های متفاوت بار می‌شود. شهرت در اینجا بر مبنای عمومی‌سازی جنبه‌های مختلف زندگی فردی، شخصی و عمومی فرد است. در فارسی دیپلماسی سلبریتی ترجمه‌های مختلفی داشته که نمود کامل این مفهوم را نمی‌رساند. به‌عنوان مثال ترجمه دیپلماسی مشاهیر از جمله ترجمه‌هایی است که نمی‌تواند تمام ابعاد دیپلماسی سلبریتی‌ها را دربرگیرد و اصولاً کلمه مشاهیر بیشتر بر بُعد علمی و احترام‌آمیز شخصیت افراد مشهور حکایت دارد و این ترجمه سلبریتی‌های دیگر از جمله ورزشکاران، بازیگران، خوانندگان و دیگر افراد مشهور حوزه‌های گسترده صنعت سرگرمی را دربر نمی‌گیرد. بر همین مبنای این پژوهش از کلمه سلبریتی استفاده می‌کند تا وجه اصلی مفهوم، به خواننده منتقل شود.

<sup>۲</sup>. عضو هیأت علمی علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد زاهدان، سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران (نویسنده مسئول)

## ۱- مقدمه

در گذشته هدف اساسی دیپلماسی، عمدتاً برای دولت و به‌عنوان هماهنگی منافع دولت با یک درک گسترده از امنیت جمعی و قدرت اقتصادی تبیین می‌شد. مکانیسم‌های چانه‌زنی و همکاری به‌عنوان یک شیوه دیپلماتیک ابتدا توسط مأمورین عالی‌رتبه وزارت امور خارجه بریتانیا، مقامات وزارت امور خارجه ایالات متحده و سپس سفرای دیگر کشورها مورد استفاده قرار گرفت و بعدها این مکانیسم‌ها توسط قوانین سازمان‌های بین‌المللی به کشورهای مختلف دنیا گسترش یافت. امروزه، دیپلماسی به‌عنوان بخشی از گفتمان واقع‌گرایانه، در مورد مسائل و بحران‌های مختلف بین‌المللی مطرح می‌شود، گفتمانی که در آن موضوعات اخلاقی، احساسات و افکار عمومی برخلاف پیچیدگی‌های نظام جهانی، ادراک می‌شدند. دیپلماسی ابزار گفتمان واقع‌گرایانه سیاست بین‌الملل برای تمرکز بر مسائل اخلاقی و افکار عمومی و همسازی آن با منافع ملی و دولتی بوده است.

در بیست سال گذشته، با توجه به ماهیت پوشش رسانه‌ها و افزایش روزافزون برنامه‌های خبری جهانی هفت‌روزه و بیست‌وچهارساعته، عدم تمرکز و پراکندگی افکار افزایش یافته است و این امر دیپلماسی سنتی را به چالش کشیده است. بر همین مبنا گسترش ارتباطات جدید و شبکه‌های اجتماعی باعث شده که مسائل اساسی سیاست بین‌الملل، در مرکز گفتمان فرهنگ عامه و مخاطبان عادی قرار بگیرد. این امر نخبه‌گرایی و تخصص محوری در سیاست بین‌الملل و دیپلماسی سنتی را کاهش داده است. دیگر دیپلماسی و مسائل محوری آن، تنها در مراکز دولتی و تخصصی بحث نمی‌شوند. امروزه سیاست‌گذاران دیپلماتیک دیگر نمی‌توانند به‌مثابه گذشته پشت درهای بسته در مورد مسائل مهم سیاست منطقه‌ای و جهانی تصمیم بگیرند. گسترش ارتباطات جدید و صنعت سرگرمی باعث شده است تا مهم‌ترین مسائل سیاسی دنیا، وارد حوزه صنعت سرگرمی<sup>۱</sup> شوند و مرز سرگرمی، روابط بین‌الملل و فرهنگ عامه بسیار کمرنگ شوند. بر همین اساس دیپلماسی جنبه‌های مختلفی پیدا کرده است. امروزه مفهوم دیپلماسی به حوزه‌های مختلف سیاست رسمی و غیررسمی گسترش پیدا کرده است و با تلفیق و ترکیب با این حوزه‌ها، فرایندهای سیاست بین‌الملل پیچیده‌تر شده است. محور اساسی دیپلماسی مدرن دوری از دولت محوری و تمرکز بر منابع غیردولتی است. امروزه، ارزش‌های هنجاری نظم دیپلماتیک و ستفالیایی، از طریق کاهش اعمال و فعالیت‌های دیپلماتیک دولتی، مورد فشار قرار گرفته و توسط ارزش‌های جدید غیردولتی جایگزین شده است. در این راستا شاهد ظهور نوعی از دیپلماسی عمومی هستیم که در آن احساسات، لفاظی‌ها و فصاحت بیان و افکار عمومی تبدیل به ابزارهای چانه‌زنی شده‌اند.

بر همین مبنا ترکیب ارتباطات جدید، صنعت سرگرمی و فرهنگ عامه با دیپلماسی، باعث افزایش و گسترش نقش اشخاص و سازمان‌های غیردولتی در سیاست بین‌المللی و باز شدن دریچه‌ای جدید برای حل مسائل و بحران‌های مختلف بین‌المللی شده است. این دریچه با گسترش نقش افراد مشهور حوزه‌های فرهنگ عامه و صنعت سرگرمی در سیاست

<sup>۱</sup> صنعت سرگرمی (Entertainment industry) اشاره دارد به فعالیت‌ها و اموری که علاقه و توجه مخاطبان را به خود جلب می‌کند و برای آنها لذت و شادی به ارمغان می‌آورد. این می‌تواند یک ایده، کار، خلاقیت و یا هر فعالیت دیگری باشد که در زمان بیکاری، یک فرد را به خود جلب می‌کند. علاوه بر این صنعت سرگرمی بر پدیده نمایش و نشان دادن نیز تاکید دارد (Stein and Georges, 2009:15-20).

بین‌الملل، نخبه‌گرایی، امنیت محور بودن و دولتی بودن سیاست بین‌الملل و دیپلماسی را کاهش داده است و باعث افزایش تمرکز بر بحران‌ها و مسائل بعضاً منطقه‌ای و بین‌المللی از دیدگاه فرهنگ عامه و افکار عمومی شده است. امروزه گسترش نقش افراد مشهور و مطرح حوزه‌های مختلف صنعت سرگرمی از جمله هنر، موسیقی، سینما، فرهنگ، علم و... در سیاست بین‌الملل باعث تلفیق این حوزه‌ها و به وجود آمدن مجرای غیردولتی برای ارتباطات عمومی و تأثیرگذاری بر منافع عمومی و ملی شده است. از این مجرای غیردولتی امروزه با عنوان دیپلماسی سلبریتی<sup>۱</sup> یا دیپلماسی شهرت (مشاهیر) نام برده می‌شود. دیپلماسی سلبریتی و سلبریتی‌های دیپلمات باعث توجه عمومی به مسائل مختلف بین‌المللی شده‌اند و نقش فرهنگ عامه را در سیاست بین‌الملل گسترش داده‌اند. آن‌ها هم‌زمان باعث توجه عمومی مردم عادی به مسائل مختلف سیاست عمومی و بین‌المللی شده‌اند. مسائلی که در مواقعی در سیاست دیپلماتیک رسمی و منافع محور کشورها جایی ندارد. هرچند سلبریتی‌ها گاهی ابزار دیپلماسی رسمی کشورهای مختلف برای دستیابی به منافع ملی نیز بوده‌اند. با این وجود، دیپلماسی سلبریتی باعث گسترش سیاست بین‌المللی و توجه عمومی به مسائل و بحران‌های بین‌المللی شده است و مسائل سیاست بین‌الملل را به مرکز توجه عموم انتقال داده است. تأکید اساسی این مقاله بر عمومی‌سازی مسائل و بحران‌های بین‌المللی از طریق دیپلماسی سلبریتی و تأثیر مثبت آن‌ها بر توجه گسترده افکار عمومی به مسائل و بحران‌های بین‌المللی است. توجهی که در عصر ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی دیگر از دریچه گفتمان دیپلماسی سنتی و دولت‌محور، امکان‌پذیر نیست. در بخش بعدی ضمن مفهوم‌شناسی دیپلماسی سلبریتی، نمونه‌ها و تأثیرات دیپلماسی سلبریتی بر گفتمان جدید سیاست بین‌الملل را بررسی می‌کنیم.

## ۲- چهارچوب مفهومی دیپلماسی سلبریتی محور و دیپلمات‌های سلبریتی: چرخش سیاست

### بین‌المللی به سمت سیاست غیر رسمی و صنعت سرگرمی

کلمه سلبریتی به افرادی اطلاق می‌شود که از طریق فعالیت در صنعت سرگرمی و رسانه‌های جمعی حضور گسترده‌ای در جامعه دارند و حوزه فعالیت‌های آن‌ها نیز نسبت به بقیه اعضای جامعه طیف وسیعی از اقدامات و حوزه‌های مختلف را شامل می‌شود. آن‌ها مجاز به حرکت و سخن گفتن در مورد مسائل مختلف سیاست عمومی هستند. (Marshall, 1997:30) این تعریف کلی انواع مختلفی از شخصیت‌های عمومی را پوشش می‌دهد. این‌گونه فعالیت‌ها به رشد و گسترش شهرت این افراد می‌انجامد و بر همین مبنا به آن‌ها کلمه سلبریتی<sup>۲</sup> یا افراد مشهور در حوزه‌های مختلف جامعه، اطلاق می‌شود. هم‌زمان با گسترش و فراگیر شدن مفهوم سلبریتی در حوزه‌های سینمایی، ورزشی، هنری، فرهنگ و... ارزیابی تعاملات و درگیری سلبریتی در سیاست نیز به‌عنوان بخشی از جهانی‌شدن سیاست و رقیق شدن مفهوم کارایی سیاسی دیده می‌شود. رایج‌ترین تجزیه و تحلیل مفهوم سلبریتی اشاره دارد به اعمال و کردار ستاره‌های حوزه‌های مختلف هنر و سرگرمی که می‌تواند به‌عنوان ابزارهایی برای دست‌کاری افکار عمومی به‌کاربرده شود (Louw, 2005:24). جان

<sup>1</sup> -Celebrity diplomacy

<sup>2</sup> - Celebrities

کرنر<sup>۱</sup> استدلال می‌کند که ستارگان از طریق جلوه‌های میانجی گرایانه خود که بیانگر تصویر عمومی آن‌ها در جامعه است، اشکال جدیدی از شناسایی سیاسی را ایجاد می‌کنند که هدف اساسی آن رسیدن به حمایت عمومی برای تحقق عمل و بیان سیاسی است. (Corner, 2003:83) جان استریت نیز اذعان می‌کند که استفاده از شهرت یکی از ویژگی‌های کلیدی فرهنگ سیاسی مدرن است (Street, 2004:130).

او در نظر می‌گیرد که چگونه شهرت و سلبریتی شدن به‌عنوان شکلی از سرمایه سیاسی کار می‌کند و می‌تواند منجر به شکل‌گیری سیاستمداران سلبریتی شود. جان استریت دو تعریف مشهور از سیاستمداران سلبریتی ارائه می‌دهد. تعریف اول تأکید می‌کند بر سیاستمدارانی که با استفاده از تکنیک‌های پوپولیستی سعی می‌کنند تا محبوبیت بیشتری کسب کنند و تعریف دوم اشاره دارد به سلبریتی‌ها و مشاهیری که با استفاده از شهرتشان سعی می‌کنند تا بر چشم‌انداز عمل سیاسی و بین‌المللی تأثیرگذار باشند. دیپلماسی سلبریتی و سلبریتی‌های دیپلمات را می‌توان به‌عنوان بخشی از تعریف دوم در نظر گرفت. یعنی سلبریتی‌ها و مشاهیری که با استفاده از شهرتشان سعی می‌کنند تا بر چشم‌انداز عمل سیاسی و بین‌المللی تأثیرگذار باشند. با استفاده از این زمینه شناسی و تعاریف، جان استریت مفهوم «عملکرد سلبریتی»<sup>۲</sup> را در قلمرو فعالیت سیاسی ابداع کرده است (Street, 2004:438). بر همین اساس وی چارچوبی تحلیلی را برای ارزیابی ارزش فعالیت ستاره‌ها<sup>۳</sup> در قلمرو فعالیت سیاسی بررسی می‌کند (Street, 2003:87).

بر مبنای تعاریف بالا در رابطه با سلبریتی‌ها و دیپلماسی سلبریتی، اگر دیپلماسی جدید را به معنی فعالیت‌های روزمره عادی همراه با یک پیوستگی وسیع و یک نسخه قوی از توانایی‌های فردی برای پیگیری ارزش‌ها و منافع عمومی در نظر بگیریم، ادعاهای هنجاری دیپلماسی سنتی و متمرکز دولت‌محور، دچار فرسایش می‌شود. بر همین اساس، سلبریتی‌ها دیپلماسی را به‌عنوان یک فعالیت روزمره و به‌عنوان بخشی از سیاست غیررسمی در نظر می‌گیرند و همین امر باعث به وجود آمدن شاخه‌ای از دیپلماسی غیررسمی شده است که به آن دیپلماسی سلبریتی یا دیپلماسی افراد مشهور گفته می‌شود.

در مهر و موم‌های اخیر توجه به جنبه‌های غیررسمی سیاست، نقش بازیگران غیررسمی در محیط سیاسی و بین‌المللی افزایش یافته است. بازیگرانی که بدون موقعیت رسمی در ساختار سازمان‌های دولتی و یا سازمان‌های غیردولتی، توانسته‌اند بر سیاست محلی و بین‌المللی تأثیرگذار باشند. اکثر نظریه‌پردازان امروزه به تحقیق در مورد جنبه‌های غیررسمی سیاست علاقه‌مند شده‌اند و تمرکز اصلی آن‌ها این است که چگونه قوانین پذیرفته شده و نانوشته بازی سیاسی، می‌تواند ساختار تصمیم‌گیری سیاسی و یا بین‌المللی را هدایت کند. تمرکز سیاست غیررسمی فعالیت‌های بین فردی هستند که به‌طور ریشه‌ای و ضمنی پذیرفته شده، اما غیرقابل بیان هستند و در خارج از چارچوب دولت قانونی، ساختار بوروکراتیک و نهادهای مشابه، شکل می‌گیرند (Pike, 2000:281). به همین ترتیب، دیتمر با بسط این تعریف، استدلال می‌کند که

1 - John Corner

2 - Celebrity performance

3 - Stardom

سیاست غیررسمی، شامل استفاده از ابزارهای بعضاً خارج از چارچوب قانونی دولتی و مشروع (البته نه لزوماً غیرقانونی) برای پیگیری اهداف عمومی است (Dittmer, 2002, 292).

تغییرات ساختاری در ارتباطات جهانی، و بحران دیپلماسی‌های سنتی، نقش سیاست غیررسمی را در روابط بین‌الملل گسترش داده است. به‌طور خاص امروزه، با پوشش رسانه‌ای گسترده، هنجارهای دیپلماتیک سنتی به چالش کشیده شده‌اند و این امر منجر به عدم تمرکز در امور بین‌المللی و تکه‌تکه شدن مسائل مختلف مربوط به منافع عمومی شده است. علاوه بر این ظهور شبکه‌های اجتماعی که تأکید بیشتر بر ارتباطات تعاملی و بین فردی دارند، تمرکز تک‌محورانه بر مسائل سیاست بین‌الملل را تکه‌تکه کرده است (Cooper et al, 2017:312). این تحولات سریع، بحران‌ها و مسائل جهانی را در مرکز توجه مخاطبان عادی قرار داده و منجر به ظهور نوعی دیپلماسی جدید شده که بر مبنای نوعی از ارتباطات جایگزین ساخت بندی شده است. ارتباطاتی که در کنار دولت‌ها، بازیگران غیردولتی و سازمان‌های جامعه مدنی را تبدیل به منبعی سیاسی کرده است. منبعی که می‌تواند از طریق گسترش تعاملات فرهنگی زمینه‌های بسیج عمومی را برای دسترسی به منافع عمومی جامعه مهیا کند.

هم‌زمان با گسترش فشار تجاری بر منابع خبری دنیا و بازاری شدن تبلیغات سیاسی و رسانه‌های خبری سیاسی از جمله روزنامه‌ها، تجاری‌سازی تصویر ساخته‌شده سلبریتی‌ها و مشاهیر بر مبنای فرآیندهای سیاسی هویت محور افزایش یافته است (Wheeler, 2011:8). امروزه ما به‌راحتی می‌توانیم، نقش مهم سیاستمداران سلبریتی، ورزشکاران، بازیگران، موسیقی‌دانان، مشاهیر دیپلمات و به‌طور کلی سلبریتی‌های سیاسی را در سیاست جهان مشاهده کنیم. در اقصی نقاط جهان به‌خصوص در کشورهای غربی می‌توانیم به‌وفور، دیپلمات‌هایی سلبریتی را پیدا کنیم که برای سازمان‌های بین‌المللی غیردولتی فعالیت می‌کنند و مشکلات و مسائل جهانی را پیگیری می‌کنند. سلبریتی‌ها در مواقعی نیز ابزار بلندپروازی کشورها برای ساخت برندینگ ملی و تصویر بین‌المللی مناسب هستند (Jones, 2017:324).

داگلاس کلنر<sup>۱</sup> در رابطه با نقش سلبریتی‌ها در سیاست بین‌المللی، تحلیل «نمایش رسانه‌ای»<sup>۲</sup> را ارائه می‌دهد که فعالیت سلبریتی‌ها را با استفاده از تکنیک‌های روابط عمومی و بازاریابی رسانه‌ای با تمرکز بر اعمال آن‌ها، تعریف می‌کند (Kellner, 2005). کلنر نشان می‌دهد که چگونه، فعالیت سلبریتی‌ها و یا افراد مشهور شکلی از سیاست جدید را به وجود می‌آورد که در آن حرکات و ژست‌های نمادین، جایگزین پیچیدگی‌های عقلانی و قدرت محور دیپلماسی سنتی می‌شود (Kellner, 2010, 123). فعالیت‌های سیاسی و بین‌المللی سلبریتی‌ها باعث دور شدن از تمرکز بر گفتمان‌های سیاسی دولت‌محور و توجه به مسائل و بحران‌های جهان‌شمول، شهروندی جهانی و همبستگی متقابل بین‌المللی شده است.

دیپلماسی سلبریتی با ایجاد مجرای بین امور عمومی بین‌المللی و امور سیاسی تخصصی، باعث پیوند دوباره عامه به مسائل مهم عمومی و بین‌المللی می‌شود. مسائلی که دیپلمات‌های دولتی به دلیل تمرکز بر منافع و مسائل دولتی و ملی

<sup>1</sup> -Douglas Kellner

<sup>2</sup> -media spectacle

به‌راحتی از آن‌ها می‌گذرند. بر همین مبنا دیپلماسی سلبریتی وسیله‌ای است که از طریق آن فعالان سلبریتی می‌توانند به پیکربندی دوباره دیپلماسی و تعریف آن بپردازند. آندرو کوپر<sup>۱</sup>، محقق مسائل دیپلماسی بر این امر تأکید می‌کند که مشاهیر دیپلمات (دیپلمات‌های سلبریتی) از طریق عمومی کردن و اطلاع‌رسانی وسیع کمپین‌های بین‌المللی، تأثیر مستقیمی بر افکار عمومی دارند و از این طریق می‌توانند تأثیر گسترده‌ای را در محافل دیپلماتیک بر جای گذارند (Cooper, 2008b:2). کوپر این فرآیند را به‌عنوان فرآیند بونو کردن<sup>۲</sup> دیپلماسی تعریف می‌کند، فرآیندی که افراد مشهور و سلبریتی‌های دیپلمات می‌توانند از طریق دسترسی به مفاهیم کلیدی قدرت، تأثیر مستقیم و مؤثری بر فرآیندهای دیپلماتیک بر جای گذارند (Cooper, 2008b: 3-4). وی استدلال می‌کند که سلبریتی‌ها، گفتمان‌های دیپلماسی و ابتکارات دیپلماتیک بین‌المللی را مجبور به گسترش فعالیت در حوزه‌های عمومی گسترده‌تری کرده‌اند و بر همین مبنا اصول خود را به‌طور قاطعانه در دستور کار بین‌المللی قرار داده‌اند.

### ۳- دیپلماسی سلبریتی و سلبریتی‌های دیپلمات: نمونه‌های موردی و چشم‌انداز پیش‌رو

اولین مورد استفاده سیاسی از سلبریتی‌ها در سال ۱۹۵۳ توسط سازمان یونیسف صورت گرفت. در این سال یونیسف، دنی کی<sup>۳</sup>، بازیگر آمریکایی، را به‌عنوان اولین سفیر حسن نیت خود انتخاب کردند. امروزه سازمان ملل از سلبریتی‌ها در موارد متعددی از جمله جمع‌آوری کمک‌های مالی، تأثیر بر روندهای دیپلماتیک، جلب توجه به مشکلات و مسائل بین‌المللی و جهانی در رابطه با توسعه، محیط زیست، مهاجرت و... استفاده می‌کند (Wheeler, 2011:11).

اشکال اولیه فعالیت‌های بین‌المللی سلبریتی‌ها برمی‌گردد به ارتباطات ویژه بین ستارگان سینما و افسران سازمان ملل متحد. این کار زمانی آغاز شد که دنی کی، به‌طور تصادفی، موريس پت<sup>۴</sup>، مدیر اجرایی یونیسف را در پروازی بین لندن و نیویورک ملاقات کرد. پت همراه با رئیس مجمع عمومی سازمان ملل متحد و یاجایا لاکشمی<sup>۵</sup> جلسه نهاری را با دنی کی ترتیب دادند تا وی را راضی کنند تا به‌عنوان سخنگوی یونیسف فعالیت خود را آغاز کند. کی به‌راحتی موافقت کرد و کار خود را در همان سال به‌عنوان سفیر یونیسف آغاز کرد. بعد از آن وی به نقاط مختلف دنیا از جمله میانمار، هند، اندونزی،

<sup>1</sup> -Andrew F. Cooper

<sup>۲</sup> - بونو نام مستعار و هنری خواننده گروه راک U2 ایرلندی است. نام اصلی وی پل دیوید هیوسون است. وی از جمله خوانندگان مشهور و سیاسی غربی است که تأثیر گسترده‌ای بر شهروندان کشورهای اروپایی و ایالات متحده داشته است. کنسرت‌های گروه U2 و برخی از آهنگ‌های مشهور آنان سرتاسر اعتراض به مسائل مختلف بین‌المللی در جهان غربی است و بر همین اساس بونو، آهنگ‌هایش و گروه U2 سمبل سیاسی شدن مشاهیر و سیاست سلبریتی و همچنین دیپلماسی سلبریتیدر غرب به‌خصوص بریتانیا است. این گروه از دهه هشتاد به بعد آلبومها و کمپین‌های مختلفی را در حمایت از جنبش‌های آزادی‌خواه، فقرا، سازمان‌های بین‌المللی غیر دولتی مانند سازمان عفو بین‌الملل، حقوق بشر، ضد جنگ و... راه انداخته‌اند. علاوه‌براین بونو بارها در اجلاس اقتصادی داووس و همچنین اجلاس گروه G8 شرکت کرده است. بر همین اساس کوپر، دیپلماسی سلبریتی یا دیپلماسی شهرت را فرآیند بونو نیزه کردن (Bonoisation) آن می‌داند (Cooper, 2008a:265-267).

<sup>3</sup> -Danny Kaye

<sup>4</sup> - Maurice Pate

<sup>5</sup> -Vijaya Lakshmi

کره، تایلند و ... سفر کرد تا علاوه بر نمایش و تبلیغ برای فعالیت‌های یونیسف، مشکلات کودکان را نیز با افکار عمومی دنیا مطرح کند. سفرهای او در یک مستند کوتاه تحت عنوان «مأموریت کودکان»<sup>۱</sup> فیلم‌برداری و توسط کمپانی پارامونت پیکچرز<sup>۲</sup> به نمایش در آمد. ۱۹۵۴ نمایش این مستند تأثیر بزرگی در توجه عامه مردم به مشکلات کودکان داشت و حدود ۱۰۰ میلیون نفر در سرتاسر دنیا بخشی از درآمد ماهانه خود را به صندوق یونیسف واریز کردند (Cooper, 2008:18). این مستند همچنین به شناسایی یونیسف به‌عنوان سازمان بین‌المللی که به نیازهای مختلف کودکان در دنیا توجه می‌کند، بسیار کمک کرد. اقدامات خیرخواهانه دنی کی در یونیسف باعث شد تا وی در سال ۱۹۶۵، از جانب این سازمان جایزه صلح نوبل را دریافت کند (Wheeler, 2013:109). سلبریتی‌هایی مانند دنی کی، پیترو اوستینوف<sup>۳</sup>، کارگردان و بازیگر سوئسی-انگلیسی، و آدری هپبورن<sup>۴</sup> مدل و بازیگر بریتانیایی، از جمله اولین نمونه‌های دیپلمات‌های یونیسف بودند که در اوایل کار به فعالیت‌های انسان دوستانه و صلح‌محورانه سازمان ملل بسیار کمک کردند. در اوایل گسترش فعالیت‌های دیپلماتیک سلبریتی‌ها، اهداف و اقدامات آنها با اهداف نظام بین‌المللی و کشورهای هژمون این نظام سازگار بود. فعالیت‌های آنها، مفهومی به نام شهروندان بین‌المللی خوب<sup>۵</sup> را به وجود آورد که مترادف با شهروندی جهانی<sup>۶</sup> رشد و گسترش پیدا کرد (Engle, 2012:116).

سازمان ملل نیز استفاده از سلبریتی‌ها را از سال ۱۹۶۶ شروع کرد، یعنی زمانی که مارلون براندو<sup>۷</sup>، بازیگر آمریکایی، از طریق صندوق کمک‌رسانی سازمان ملل به جمع‌آوری کمک برای کودکان آسیب‌دیده از گرسنگی اقدام کرد. مارلون براندو از شهرت خود برای دستیابی به مشروعیت سیاسی سازمان ملل استفاده کرد. هم‌زمان با افزایش فعالیت سلبریتی‌ها و استخدام آنها در سازمان‌های بین‌المللی مانند یونیسف، دفتر کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد (UNHCR) و سازمان بهداشت جهانی

(WHO) بسیاری از مشاهیر و هنرمندان به این نتیجه رسیدند که باید از لحاظ سیاسی فعال‌تر باشند. با افزایش فعالیت سلبریتی‌ها در سازمان ملل به‌عنوان سفیران حسن نیت و صلح، رفتار آنها بیشتر سیاسی شد و بر همین مبنا فعالیت‌های انتقادی و ضد سیستمی آنها افزایش پیدا کرد. آنها از سازمان ملل و کشورهای خود انتقاد می‌کردند. از جمله این فعالیت‌ها، اقدامات گروه موسیقی یودو<sup>۸</sup> و برخی از بازیگران و ورزشکاران بود (Alleyne, 2005:175-176). بر همین اساس با گسترش فعالیت سلبریتی‌ها و ساخت‌یابی این‌گونه فعالیت‌های دیپلماتیک، اقدامات انتقادی و بشردوستانه آنها نیز گسترش پیدا کرد.

---

1 -Assignment Children

2 -Paramount Pictures

3 - Peter Ustinov

4 - Audrey Hepburn

5 -good international citizens

6 -Global citizen

7 -Marlon Brando

8 - U2

در مهر و موم‌های اخیر نمونه‌های فراوانی از تأثیر سلبریتی‌ها بر اقدامات و فعالیت‌های دیپلماتیک مشاهده شده است. از جمله این نمونه‌ها می‌توان به برگزاری کنسرت کمک‌های زنده<sup>۱</sup>، کنسرت زنده ۲،۸ پخش برنامه‌های خیریه مداوم از تلویزیون برای جمع‌آوری پول<sup>۳</sup> و استخدام افراد مشهور و سلبریتی برای مأموریت‌های بشردوستانه سازمان ملل نام برد. در حالی که به‌کارگیری نمادها همیشه بخشی از فرآیندهای سیاسی بوده است، تکثر نمایندگی و کاربرد شهرت و سلبریتیگری در حوزه سیاسی می‌تواند منعکس‌کننده تغییرات گسترده اجتماعی، فرهنگی و بین‌المللی باشد. این امر منجر به افزایش علاقه به رشد مفهوم دیپلماسی مشاهیر یا دیپلماسی سلبریتی و پی بردن به ارزش مداخلات و تعاملات سلبریتی‌ها در حوزه روابط بین‌الملل شده است.

در زمان کوفی عنان<sup>۴</sup> دبیر کل سابق سازمان ملل، فعالیت‌های سلبریتی محور این سازمان گسترش یافت تا از این طریق ضمن توجه منابع رسانه‌ای دنیا به گسترش چهره عمومی و مثبت سازمان ملل، اهداف ایدئالیستی آن و مراحل جهانی سازی ایده‌های سازمان ملل، از طریق سلبریتی‌ها گسترش پیدا کند. موفقیت ستاره‌هایی مانند آنجلینا جولی<sup>۵</sup> و جرج کلونی<sup>۶</sup> نشان‌دهنده این است که دیدگاه کوفی عنان در رابطه با سیاسی سازی سلبریتی‌ها و استفاده از آن‌ها برای گسترش ارزش‌های ایدئالیستی سازمان ملل در رسانه‌های سرتاسر دنیا مؤثر بوده است. جولی سعی کرده است از شهرتش استفاده کند تا بدین طریق دولت‌های سرسخت و سرکش را تحت فشار قرار دهد تا توافق‌های عمومی سازمان ملل را در رابطه با پناهندگان بپذیرند. با این حال باید توجه داشت که نفوذ او در مواقعی ممکن است منفی باشد. بر همین اساس برخی از اندیشمندان بر این امر اذعان کردند که اصولاً تمرکز بیش‌ازحد بر نقش جولی در کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد، برآورد بیش‌ازحد از قدرت سلبریتی‌ها را نشان می‌دهد چرا که اصولاً وی نتوانست تغییری مؤثری در مسائل مهاجرت در کشورهای درگیر بحران ایجاد کند (Cooper, 2008b:116).

۱- کمک‌های زنده یا (Live Aid) از جمله کنسرت‌های بین‌جشنواره‌ای بود که برای اولین بار در تاریخ ۱۳ ژوئای ۱۹۸۵ برگزار شد و هدف آن جمع‌آوری کمک‌های مالی از طریق کنسرت و موسیقی مداوم بود. ابتکار این برنامه توسط باب گلدوف (Bob Geldof)، خواننده و فعال سیاسی ایرلندی، و میچ اور (Midge Ure)، موسیقی‌دان و آهنگ‌ساز اسکاتلندی، برای کمک به قحطی‌زدگان اتیوپی سازمان‌دهی شد. این رویداد به طور هم‌زمان و زنده در چندین شهر از جمله در ورزشگاه ومبلی‌لند، ورزشگاه جان. اف. کندی فیلادلفیا، ورزشگاه توکیو و... برگزار شد. بعد از این فعالیت، این نوع برگزاری کنسرت برای مناسبت‌های بشردوستانه و سیاسی گسترش پیدا کرد (bobgeldof, 2015).

۲- این کنسرت (Live 8) از جمله کمپین‌های مفیدی بود که هم‌زمان با اجلاس کشورهای گروه G8 در اسکاتلند، در آفریقای جنوبی و سپس در چندین کشور از جمله اسکاتلند، آمریکا، استرالیا، انگلستان و... در تاریخ ۲ ژوئیه و ۶ ژوئیه ۲۰۰۵ برگزار شد. بر همین اساس ده کنسرت هم‌زمان، به مناسبت بیستمین سالگرد برگزاری کمپین کنسرت‌های کمک زنده (Live aid) و همچنین در حمایت از کمپین جهانی مبارزه با فقر و دعوت جهانی برای اقدام علیه فقر، انجام شد. بر مبنای این کمپین‌های موسیقی، رهبران گروه اجلاس جی ۸ در اسکاتلند، متعهد شدند تا میزان کمک به کشورهای فقیر را از ۲۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۴ به ۵۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۱۰ برسانند. نیمی از این مبلغ بر مبنای تبلیغات این کمپین باید برای آفریقا هزینه می‌شد. بیش از ۱۰۰۰ موسیقی‌دان در کنسرتی که از ۱۸۲ شبکه تلویزیونی و ۲۰۰۰ شبکه رادیویی پخش می‌شد، برنامه اجرا کردند (Forrest, forbes, 2015).

3 - Telethons

4 - Kofi Annan

5 - Angelina Jolie

6 - George Clooney



از دیگر اقدامات، سفر دنیس رادمن<sup>۱</sup>، بازیکن بسکتبال آمریکایی به کره شمالی در سال ۲۰۱۷ برای دیدار با دوست قدیمی خود و رهبر کره شمالی کیم اون جونگ<sup>۲</sup> بود. اکثر خبرنگاران این سفر را غیرسیاسی می‌دانستند. اما سفر دنیس رادمن که به دیپلمات ورزش بسکتبال آمریکا مشهور است، با رایزنی مقامات آمریکایی و کره جنوبی با کره شمالی در رابطه با آزمایش‌های موشکی و آزادی زندانیان آمریکایی بی‌ارتباط نبود. از جمله دیگر نمونه‌های این امر نیز می‌توان به سفر استیون سیگال<sup>۳</sup> بازیگر فیلم‌های اکشن آمریکایی به روسیه و دیدار با ولادیمیر پوتین و یا روابط شخصی و خانوادگی مایکل جکسون<sup>۴</sup> خواننده فقید آمریکایی با پادشاه بحرین و خاندان آل خلیفه اشاره کرد. هردوی این شخصیت‌ها روابط بسیار گرمی با این سیاستمداران داشته‌اند و بر همین اساس می‌توانند در آینده با استفاده از نقش دیپلماتیک و روابط شخصی خود با این اشخاص، در برخی از حوزه‌ها تأثیرگذار باشند (Goh, straitstimes, 2017).

برخی از نظریه‌پردازان گسترش استفاده از این نوع دیپلماسی را مورد انتقاد قرار داده‌اند و در مورد اعتبار این نوع از دیپلماسی بسیار نگران هستند. آن‌ها به این امر اشاره می‌کنند که اصولاً قبل از شناسایی رسمی این نوع از دیپلماسی باید در مورد ارتباط میان تعاملات پوشش رسانه‌ای برنامه‌های سرگرمی و همچنین ارتباط این نوع از دیپلماسی به قدرت ایدئولوژیک و اهداف آن، تحقیق کرد (Ribke, 2015:117-119). این امر به‌ویژه در ارتباط با قدرت‌های بزرگ که استفاده بیشتری از سلبریتی‌ها در روابط بین‌الملل می‌کنند، بیشتر نمایان می‌شود (Kellner, 2010:123).

در زمینه انتقاد از ماهیت دیپلماسی سلبریتی‌ها، مارک دی آلن<sup>۵</sup> استدلال می‌کند که استخدام سلبریتی‌ها توسط سازمان ملل، سفرای فرهنگی سازمان ملل، سفرای حسن نیت و صلح و...، برای سرپوش گذاشتن بر ناکارآمدی سازمانی آن و همچنین تبلیغات بیهوده برای ادراک ارزشی سازمان ملل از طریق پوشش فعالیت‌های آن به صورت سمعی و بصری در رسانه‌های مختلف است (Alleyne, 2005:178). وی تأکید می‌کند که این نوع از دیپلماسی باعث نقض جدی کارکردهای سازمان ملل و کاهش اعتبار آن است و کمکی به حل بحران‌ها نمی‌کند. به‌عنوان مثال وی تأکید می‌کند که استفاده سازمان ملل از سلبریتی‌ها در برنامه آموزش همگانی برای افراد معلول، به‌جای تأکید بر اهداف سازمان ملل از جمله امید به زندگی بهتر برای افراد ناتوان، تنها به کمک کردن مالی به آن‌ها تمرکز می‌کند و سلبریتی‌ها نیز بر مبنای بازاریابی و تبلیغات تنها به عکس گرفتن با معلولین فقیر و سخنرانی برای آن‌ها، کفایت می‌کنند (Alleyne, 2003:77). علاوه بر این آلن سازمان‌دهی سفیران حسن نیت سازمان ملل را تا حدودی نخبه‌گرا و قومی می‌داند. وی بر این امر تأکید می‌کند که این‌گونه فعالیت‌ها باعث کم‌رنگ شدن ارزش‌های اساسی سازمان ملل متحد و ادغام آن با باورها و ارزش‌هایی شده است که در مرکز فعالیت‌های بازاریابی سیاسی آمریکا هستند (Alleyne, 2005:182).

با این وجود باید به این نکته مهم نیز اشاره کرد که اصولاً گسترش دیپلماسی سلبریتی می‌تواند در بلندمدت مثبت باشد و مسائل مهم بین‌المللی را برای افکار عمومی به‌خوبی تشریح کند. انتقاد از این نوع دیپلماسی نوعی نگاه تک عاملی را

<sup>1</sup> - Dennis Rodman

<sup>2</sup> - Kim Jong Un

<sup>3</sup> - Steven Seagal

<sup>4</sup> - Michael Jackson

<sup>5</sup> - Mark D. Alleyne

گسترش می‌دهد. کلنر معتقد است با وجود اینکه هیچ عاملی توان تأثیرگذاری ثابت و بالفعل را بر نتایج دیپلماتیک ندارد، این شکل از چشم‌انداز می‌تواند به صورت بالقوه، سیاست مدرن و سلبریتی‌ها را تبدیل به ستاره‌های جهانی کند و نتایج سیاسی و دیپلماتیک جدیدی را به بار بیاورد. هرچند این شکل تولید شده از سیاست، ممکن است اشکال حقوقی تعامل دموکراتیک را تضعیف کند و عوامانه کردن<sup>۱</sup> سیاست بین‌المللی را گسترش دهد. بر همین اساس کلنر نشان می‌دهد که چگونه باراک اوباما، رئیس‌جمهور سابق ایالات متحده از طریق ترکیب تکنیک‌های زیرکانه روابط عمومی و با استفاده از پوشش رسانه‌ای گسترده و همچنین یک دستور کار سیاسی، تبدیل به یک سوپرستار بین‌المللی شد. سوپرستاری که حتی توانست جایزه صلح نوبل را به دست بیاورد (Kellner, 2010: 121).

کمپین‌های مختلف مبارزات انتخاباتی و جمع‌آوری کمک توسط سلبریتی‌ها برای فعالیت‌های بین‌المللی و حضور ستارگان سینما و یا ورزش در امور امداد رسانی در مناطق بحرانی، چاپ کتاب‌های کمیک در مورد مسائل بین‌المللی روز و کمک به کمپین‌های صلح از جمله مواردی است که به نهادینه شدن دیپلماسی سلبریتی کمک فراوانی کرده است (Cheng and Leung, 2017: 31). بر همین مبنا، فعالیت‌های مشاهیر و دیپلماسی سلبریتی باعث خلق یک فضای دیپلماتیک جدید بین حوزه‌های عمومی و خارجی شده به طوری که بر گسست و پنهانی ماندن دیپلماسی سنتی غلبه می‌کند. دیپلماسی سنتی که به طور ویژه مردانه و سری بود و دیپلمات‌ها اطلاعات آن را تنها با دولت مردان در میان می‌گذاشتند و خبری از عمومی شدن دیپلماسی نبود (Cooper, 2008b: 113-114).

کوپر از گسترش دیپلماسی سلبریتی محور به عنوان خلع سلاح دیپلماسی نام می‌برد و خواهان حمایت نهادی از سلبریتی‌ها برای فعالیت دیپلماتیک است. وی نشان می‌دهد که چگونه آهنگ‌سازان و خوانندگان مشهوری مانند گروه یو ۲ (U2) و خواننده آن‌ها بونو و همچنین باب گلدوف ایرلندی، علایق سیاسی خود را از جمله مسئله بدهی‌های دولت‌های فقیر و کمک‌های بشردوستانه را از طریق موسیقی و کنسرت در دستور کار بین‌المللی دیپلماسی جهان و نهادهای بین‌المللی قرار دادند. مسائلی که در صورت عدم فعالیت دیپلماتیک سلبریتی‌ها، نمی‌توانستند از طریق سازمان‌های دولتی و همچنین دیپلمات‌های دولتی در دستور کار سازمان‌های بین‌المللی قرار بگیرد و توجه افکار عمومی را به خود جلب کند. کوپر استدلال‌های می‌کند که باب گلدوف و بونو نه تنها توانایی جلب توجه عموم به مسائل مهم دوران معاصر را داشتند بلکه آن‌ها همچنین از طریق به‌کارگیری قدرت شهرت و فصاحتشان، موفق به مداخله در مراکز قدرت دیپلماتیک شده‌اند (Cooper, 2008b: 119-120).

استفاده سازمان ملل از این نوع دیپلماسی نشان داده است که چگونه سلبریتی‌ها می‌توانند از طریق نبوغ فکری و با استفاده از نقاط شناسایی جدید، به بسیج افکار عمومی برای اصلاحات دیپلماتیک دست بزنند. در تمام سفرهای سفرای حسن نیت سازمان ملل به دولت‌های درگیر بحران، سازمان ملل تأثیرات قابل توجهی را از طریق تبلیغات مولد سلبریتی‌ها به وجود آورده است و بر اساس همین تأثیر، این سازمان، زیرساخت‌های نهادی را برای تسهیل بازدیدها و سفرهای

<sup>1</sup> - Populism

سلبریتی‌ها فراهم کرده است. به عبارت دیگر استفاده از سلبریتی‌ها، توجه به مسائل جهانی و بین‌المللی را بیشتر کرده است (Brockington, 2014: 101).

اریک فالت<sup>۱</sup>، مدیر بخش خدمات عمومی اداره اطلاعات عمومی سازمان ملل (DPI)<sup>۲</sup> به خوبی به این نکته اشاره کرده است. «ما می‌خواهیم از جذب و محبوبیت برنامه سفیران حسن نیت سازمان ملل به خوبی استفاده کنیم تا از این طریق توجه مردم را به مسائل مختلف سازمان ملل جلب کنیم، مسائلی که اطلاع‌رسانی در مورد آنها در اغلب مواقع دشوار است و مردم به آن توجه نمی‌کنند» (Falt, 2009). بر همین اساس دیپلماسی سلبریتی و سیاست شهرت از دو طریق به جذاب شدن سیاست کمک می‌کنند. سیاست مدران از طریق ارتباط با سلبریتی‌ها و عمل به خواسته‌های آنها می‌توانند، مشروعیت پوپولیستی و مردم‌گرایانه خود را به راحتی به دست بیاورند و از طرف دیگر نیز سلبریتی‌ها و افراد مشهور نیز می‌توانند هم‌زمان اهداف خود در زمینه اقدامات سیاسی و دیپلماتیک را به پیش ببرند و در سیاست بین‌المللی تأثیرگذار باشند (Vallely, independent, 2009). به طور کلی دیپلماسی سلبریتی نوعی حرکت مستقل در روابط بین‌الملل است که می‌تواند به عنوان شکل جدیدی از دیپلماسی، جایگزین دیپلماسی سنتی شود و از طریق کاربرد توانایی‌ها و مهارت‌های دیپلماتیک برای شناسایی نقاط و مسائل بحرانی، برنامه‌ها و دستور کارهای جدیدی را در سیاست بین‌المللی پیاده کند.

#### ۴- سیاست سلبریتی: زیبایی‌شناسی<sup>۳</sup> گفتمان‌های سیاست بین‌الملل

امروزه ادبیات جدیدی در ارتباطات سیاسی مطرح شده است که در پی درک این نکته است که چرا و چگونه افراد مشهور در پی تأثیرگذاری بر سیاست هستند. فعالیت سلبریتی‌ها در امور سیاسی به عنوان یک پدیده جدید شناخته می‌شود که توصیف و تحلیل دقیق آن می‌تواند به تجزیه و تحلیل مسائل سیاست بین‌الملل کمک بزرگی کند. در عصر پسایدئولوژیک، انتخاب سبک‌های جدید زندگی سیاسی جایگزین اشکال سنتی وفاداری به سیاست حزبی و حامی پروری سنتی در سیاست شده است. در عصر پسایدئولوژیک، موضوعات سیاسی و اجتماعی بر مبنای پیشینه زیبایی‌شناسانه و همچنین نزدیکی به سبک‌های جدید زندگی انتخاب می‌شوند (Corner and Pels, 2003: 10).

همان‌طور که رأی‌دهندگان عادی از احزاب سیاسی میانه‌رو دور می‌شوند، به همان‌سان ترجیح می‌دهند که بیشتر به سمت انتخاب‌های متنوع، سیال و متکثر و موضوعات خاص سیاسی حرکت کنند و بر مبنای همین انتخاب‌ها، آنها اشکال شناخت و مشارکت سیاسی‌شان را بر مبنای اولویت‌های فردی و شخصیتی خودشان انتخاب می‌کنند (Corner and Pels, 2003: 7). بر همین اساس سلبریتی‌ها در عصر پسایدئولوژیک، اعتبار خود را بر مبنای عدم تعهد و وابستگی نهادی، شخصی‌سازی سیاسی، وابستگی‌های اجتماعی و دیگر اشکال اجتماعی و سیاسی به دست می‌آورند که فراتر از اشکال نهادینه شده و رسمی اجتماعی - سیاسی است. سلبریتی‌ها از طریق نمایش جنبه‌های شخصیتی میانجی‌گرانه و متعهدشان و ترویج تصویر عمومی مثبت از طریق فیلم، تلویزیون و موسیقی، به خلق نمونه‌های جدیدی از هویت دست

1 - Eric Falt

2 - Department of Public Information (DPI)

3 - Aesthetic

می‌زند تا ضمن کسب تحسین، همدردی و تائید عمومی جامعه، به بیان دغدغه‌های سیاسی‌شان نیز پردازند (Corner, 2003: 83).

چنین استفاده‌ای از شهرت نه یک‌شکل استثنایی و اغراق‌آمیز، بلکه ویژگی حیاتی فرهنگ سیاسی مدرن است (Street, 2012). بر همین مبنا، در دنیای سلبریتی، سیاست باید به‌عنوان نوعی تجارت و کسب‌وکار دیده شود. سلبریتی‌ها ارائه‌دهنده سبک جدیدی از نمایش و ادراک سیاسی هستند که از طریق ایماژها و تصاویر و همچنین رسانه‌های جمعی آن را به نمایش می‌گذارند. زبان آن‌ها، همان زبان انتقادی است که در پس اعمال فرهنگ‌عامه و اشکال مختلف زندگی عموم، وجود دارد (Stree, 2003: 97). در گذشته نمادگرایی سمبولیک سیاسی و کاریزمای سیاسی مبنای اصلی ارتباطات سیاسی را در جوامع در حال گذار شکل می‌دادند در حالی که امروزه، سلبریتی‌ها می‌توانند از طریق گفتمان روزمره و عمومی مبتنی بر فهم و ادراک عمومی، ایده‌های سیاسی بزرگ را تحکیم بخشند. بر همین مبنا، دیپلماسی سلبریتی شکل‌های جدیدی از تعامل و فعالیت بین‌المللی وجود آورده که نشان‌دهنده حرکت و تحول سیاست بین‌الملل از تمرکز بر دولت‌محوری به سمت فرهنگ‌عامه و عوام‌گرایی است. بر همین اساس سلبریتی شدن سیاست نباید به‌عنوان عامل فرسایش فرهنگ دیپلماتیک کنار گذاشته شود، بلکه این شکل از فعالیت می‌تواند به‌عنوان شکلی از زیبایی شناسانه کردن مسائل سیاسی و بین‌المللی در نظر گرفته شود که نتایج مثبت و منفی دارد. دادن بعد زیبایی شناسانه به سیاست بین‌المللی نشان‌دهنده این است که چگونه روایت عامیانه سلبریتی‌ها از سیاست بین‌الملل و دیپلماسی، باعث نوعی چالش بین آن‌ها و واقع‌گرایان در روابط بین‌الملل شده است. بر همین اساس ارتباط بین دیپلماسی و شهرت باعث به وجود آمدن نوعی از روایت‌های عامیانه از سیاست بین‌المللی شده است که این امر در بلند مدت باعث تضاد روایت عامیانه و سلبریتی محور از سیاست بین‌الملل با ساختارها و نظریات واقع‌گرایانه در روابط بین‌الملل است. به‌زعم واقع‌گرایان، دیپلماسی سلبریتی محور، فاقد چشم انداز گسترده و عمیق در رابطه با تحلیل ابعاد قدرت بین‌المللی و ساختار نظام بین‌الملل است.

علاوه بر این، شکست برخی از سلبریتی‌ها در پیاده کردن اهداف سازمانهای بین‌المللی، می‌تواند نکات آموزنده‌ای را در اختیار سیاست‌گذاران بین‌المللی قرار دهد. به‌عنوان مثال سوفیا لورن<sup>۱</sup>، بازیگر و خواننده ایتالیایی، سارا فرگوسن<sup>۲</sup> و جری هالیول<sup>۳</sup>، بازیگر، خواننده و آهنگ ساز، از جمله سلبریتی‌هایی بودند که به دلیل شهرت منفی و رسوایی‌های اخلاقی، مالی و سیاسی، نتوانستند آنچنان که انتظار می‌رود، اهداف بشر دوستانه برخی از سازمانهای بین‌المللی را دنبال کنند (Wheeler, 2011: 15).

با این وجود، سفیران حسن نیت سازمان ملل و نمایندگان صلح دیگر سازمان‌های بین‌المللی، نقش مهمی در کمپین‌های عمومی و رسانه‌ای سازمان ملل متحد در فضای جهانی، برای جذب عموم شهروندان به مسائل بین‌المللی دارند. مسائل بین‌المللی که از دریچه تجزیه و تحلیل نخبه‌گرایان برای عامه قابل فهم نیست و افکار عمومی تمایلی به ادراک آن‌ها از

<sup>1</sup> - Sophia Loren

<sup>۲</sup> - سارا فرگوسن (Sarah, Duchess of York- Sarah Margaret) همسر سابق فرزند ملکه بریتانیا، نویسنده، مؤسس خیریه، تهیه‌کننده فیلم و یک

شخصیت تلویزیونی محبوب است

<sup>3</sup> - Geri Halliwell

چشم‌اندازی نخبه‌گرایانه را ندارند (Dieter and Kumar, 2008: 261). اکثر شهروندان عادی در عصر پساایدئولوژیکی و ضد سیاست، از مسائل سیاسی خسته‌کننده و ناامیدکننده دور می‌شوند و دنبال درجه‌هایی برای رفاه، آسایش و شادی‌های سطحی و ضد سیاسی هستند. صنعت سرگرمی برای آن‌ها بهترین وجه زندگی روزمره است. موسیقی، سینما، ورزش، مد و... مفری برای فرار از دشواری‌های زندگی و کار روزانه است. جهان پساایدئولوژیک را صنعت سرگرمی مدیریت می‌کند و ستاره‌های این صنعت می‌توانند با زیبایی‌شناسانه کردن حوزه‌های سیاسی و بین‌المللی، مسائل این حوزه‌ها را به راحتی برای مخاطبان عادی خود تحلیل کنند. افکار عمومی به راحتی می‌تواند از طریق صنعت سرگرمی بحران‌های بین‌المللی را ادراک کند. دادن ابعاد زیبایی‌شناسانه به سیاست بین‌الملل، هضم و درک آن را برای مخاطبان غیرسیاسی بسیار آسان می‌کند و توجه افکار عمومی را به مسائل مهم جلب می‌کند. مسائلی که در غیر این صورت نمی‌توانستند به مرکز توجه گفتمان عامه مردم راه پیدا کنند (Bleiker, 2009: 27).

سلبریتی‌ها می‌توانند با ترکیب مسائل جهانی و بین‌المللی با صنعت سرگرمی ساز مردم عامه، شهروندان عادی را جذب مشارکت عمومی کند و بر همین مبنا مسائل مهم بین‌المللی را به مرکز گفتمان عامه انتقال دهند. بر همین اساس آن‌ها مرکزیت مشخص و معینی را برای مشارکت عمومی فراهم کرده‌اند و از قدرت و شهرت خود برای فشار بر دیپلمات‌ها، سیاست‌گذاران بین‌المللی و رهبران ملی و همچنین تأثیر بر سیاست‌های بین‌المللی بهره جسته‌اند (Richey, 2016: 219). هرچند باید به این نکته نیز اشاره کرد که فعالیت گسترده آن‌ها در مسائل بین‌المللی پیچیده و ساده‌سازی آن و پاسخ‌های احساسی به این مسائل، خطرات فعالیت سلبریتی‌ها را در سیاست بین‌المللی افزایش می‌دهد. با این حال تجربه سازمان ملل متحد نشان می‌دهد که سلبریتی‌ها از طریق درگیر شدن در مسائل بین‌المللی و دادن ابعاد زیبایی‌شناسانه به آن و فعالیت در فضای عمومی علاوه بر اینکه به شکل‌گیری و یا ترویج گفتمان‌های متفاوت و جدید، کمک کرده‌اند، به همان‌سان بر اعتبار گفتمان‌ها و ابتکارات دیپلماتیک جدید در فضای بین‌المللی نیز تأثیر گذاشته‌اند.

## نتیجه‌گیری

همان‌طور که مشاهده شد، دیپلماسی سلبریتی با ساده‌سازی ابعاد پیچیده سیاست بین‌الملل، توجه عامه را به مسائل و بحران‌های جهانی گسترش می‌دهد. علاوه بر این دیپلماسی سلبریتی برخلاف دیپلماسی دولتی و سنتی، غیرسازمانی، غیر بوروکراتیک و در مواقعی غیر نخبه‌گرایانه و انتقادی است و در خارج از چارچوب روابط سازمانی و بین دول مطرح می‌شود. دیپلماسی سلبریتی جذابیت روابط بین‌الملل را افزایش می‌دهد و چهره‌خشن و سخت‌افزاری آن را تا حدودی می‌پوشاند. در این نوع از دیپلماسی، دیپلمات‌ها در رابطه با بحران‌های جهانی با زبانی عوامانه‌تر بحث می‌کنند و راه‌حل‌ها نیز در خارج از قوانین و آداب دیپلماتیک می‌تواند گسترده‌تر و بازتر باشد. با وجود مخالفت واقع‌گرایان با این نوع از دیپلماسی به دلیل پیچیدگی‌های محیط بین‌الملل، به نظر می‌رسد گسترش این نوع از دیپلماسی در کنار دیپلماسی سنتی و دولت‌محور در آینده، می‌تواند به حل بحران‌های بین‌المللی پیچیده کمک شایان توجهی بکند. همان‌طور که ذکر شد، دیپلماسی عملی یک‌جانبه نیست و انواع دیپلماسی می‌تواند در کنار عوامل دیگر به حل مشکلات و بحران‌های بین‌المللی کمک کند. بر

همین اساس امروزه این نوع از دیپلماسی کمک زیادی به حل بحران‌ها و مسائل فی‌مابین کشورها می‌کند. سفر اخیر خوانندگان و سلبریتی‌های کره جنوبی به کره شمالی، بخشی از یخ روابط دو کره را باز کرده است و این عمل با احترام متقابل کره شمالی و رهبر آن روبه‌رو شده است و این ابتکار تأثیر این نوع از دیپلماسی را به‌خوبی نشان داد. گسترش این نوع از دیپلماسی در آینده می‌تواند ضمن ساده‌سازی سیاست بین‌الملل برای مخاطبان عادی و مردمی که از سیاست بین‌الملل و پیچیدگی‌های آن فرار می‌کنند، مشارکت عمومی را در سیاست به‌طور عام و سیاست بین‌المللی به‌طور خاص افزایش دهد و بر همین مبنا پایگاه اجتماعی سیاست‌گذاری خارجی کشورها و سازمان‌های بین‌المللی را افزایش دهد و به دموکراتیک‌سازی حداقلی سیاست بین‌الملل و مسائل جهانی منجر شود. این امر در بلندمدت می‌تواند آرمان دستیابی به یک جامعه مدنی جهانی و شهروندی جهانی را تسهیل کند و باعث به وجود آمدن شهروندان جهان‌گرا<sup>۱</sup> شود.

---

<sup>1</sup> - Cosmopolitans citizens

## منابع

- Alleyne, M.D., (2003). *Global lies? Propaganda, the UN and the world order*. Basingstoke: Palgrave MacMillan Publishers.
- Alleyne, M.D., (2005). The United Nations' celebrity diplomacy, *SAIS Review of International Affairs*, 25(1), pp:175-185, Winter-Spring. Johns Hopkins University Press
- Bleiker, R. (2009). *Aesthetics and World Politics*, London: Palgrave Macmillan
- Brockington, D., (2014). *Celebrity advocacy and international development*. London: Routledge.
- Cheng, K., Leung, V., (2017). *Celebrity Culture and the Entertainment Industry in Asia*, Intellect publisher: University of Chicago Press
- Cooper, A., F.(2008a). Beyond One Image Fits All: Bono and the Complexity of Celebrity Diplomacy, *Global Governance*, 14(3) (July–September), pp. 265-272
- Cooper, A.F. (2008b). *Celebrity diplomacy*. Boulder, London: Paradigm.
- Cooper, A., F., Dobson, H. and Wheeler, M. (2017). Non-western celebrity politics and diplomacy: introduction, *Celebrity Studies*, 8(2), 312-317.
- Corner, J. and Pels, D., (2003). Introduction: the restyling of politics. In: J. Corner and D. Pels, eds. *The media and the restyling of politics*, 1–18. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Corner, J., (2003). Mediated persona and political culture. In: J. Corner and D. Pels, eds. *The media and the restyling of politics*, 67–84. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Dieter, H. and Kumar, R., (2008). The Downside of Celebrity Diplomacy: The Neglected Complexity of Development, *Global Governance*, 14(3) (July–September 2008), pp. 259-264
- Dittmer, L., (2000). Conclusion: East Asian informal politics in comparative perspective. In: L. Dittmer, H. Fukui, and P.N.S. Lee, ed. *Informal politics in East Asia*. Cambridge: Cambridge University Press, 290–306
- Engle, K. (2012). Celebrity diplomacy and global citizenship, *Celebrity Studies*, 3(1), pp:116-118
- Falt, E., (2009). How insiders view the issues facing celebrity diplomat. Celebrity diplomacy workshop, 21 April. Los Angeles, CA: USC Centre on Public Diplomacy at the Annenberg School, Norman Lear Center.
- Forrest, A., (2015). Did Live 8 Work? 10 Years On, The Debt Burden Returns, accessible on July 13, available link at: <https://www.forbes.com/sites/adamforrest/2015/07/13/did-live-8-work-10-years-on-the-debt-burden-returns/#65f4c0b437cb>.
- Goh, T., (2017). Dennis Rodman in North Korea: Other celebrities who cosied up to world leaders or their kin, accessible on June 13, available link at: <http://www.straitstimes.com/lifestyle/dennis-rodman-in-north-korea-other-celebrities-who-cosied-up-to-world-leaders-or-their-kin>.
- Jones, M., O (2017). Nation branding and celebrity diplomacy in Bahrain, *Celebrity Studies*, 8(2), pp: 324-330
- Kellner, D. (2010) Celebrity diplomacy, spectacle and Barack Obama, *Celebrity Studies*, 1(1), pp:121–123
- Kellner, D., (2005). *Media spectacle and the crisis of democracy*. Boulder, CO: Paradigm Press.
- Louw, E., (2005). *The media and political process*. London: Sage Publications
- Marshall, P. D. (1997). *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*, Minneapolis MN: University of Minnesota Press.
- Pike, D., (2000). Informal politics in Vietnam. In: L. Dittmer, H. Fukui, and P.N.S. Lee, ed. *Informal politics in East Asia*. Cambridge: Cambridge University Press, 269–289.

- Ribke N. (2015). Entertainment Industries and 'Liberal' Celebrities: The Failure to Convert Attention into Political Power. In: *A Genre Approach to Celebrity Politics*. Palgrave Macmillan, London. pp:117-133.
- Richey, L.A., (2016). *Celebrity humanitarianism and North-South relations: politics, place and power*. London: Routledge
- Stein, A. and Georges, B., B. (2009). An Introduction to the Entertainment Industry, Bern: Peter Lang Inc., *International Academic Publishers*
- Street, J., (2012). Do Celebrity Politics and Celebrity Politicians Matter? *The British Journal of Politics and International Relations, BJPIR, 14*, pp:346–356
- Street, J., (2004). Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation, *British Journal of Politics and International Relations, 6*(4), 435–452.
- Street, J., (2003). The celebrity politician: political style and popular culture. In: J. Corner and D. Pels, eds. *The media and the restyling of politics*, 85–98. London: Sage.
- Vallely, P., (2009). From A-lister to aid worker: does celebrity diplomacy really work? Independent, 17 January. Available from <http://www.independent.co.uk/news/people/profile/from-alisterto-aid-worker-does-celebrity-diplomacy-really-work-1365946.html> (accessed 17 April 2010).
- Wheeler, M., (2011). Celebrity diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassadors and Messengers of Peace, *Celebrity Studies*,2(1), pp: 6-18,
- Wheeler, M. (2013). *Celebrity politics*. Cambridge: Polity Press.