

فرهنگ و نقش آن در دیپلماسی عمومی

(صفحات ۱۶۷ تا ۱۸۷)

نوذر شفیعی^۱ * فرهاد قنبری^۲ * آذین کیانی^۳

پذیرش: ۹۵/۶/۹

دریافت: ۹۵/۳/۲۰

چکیده

قرن بیست و یکم پیکره سیاست را در میان بازیگران روابط بین‌الملل تغییر داده است. با این وجود چیزی که قطعی به نظر می‌رسد این است که جهان امروز نمی‌تواند از دیپلماسی مجزا باشد. دیپلماسی در جهان امروز به سه شکل برجستگی یافته است: دیپلماسی در مفهوم سنتی آن به عنوان جوهر، هدف و نگرش‌های روابط یک دولت با دیگر دولت‌ها به قصد تاثیرگذاری بر آنها قلمداد می‌شود. به این دیپلماسی دیپلماسی رسمی گفته می‌شود. یعنی دیپلماسی فقط در میان مقامات رسمی جریان دارد و هدف آن تاثیرگذاری یک دولت بر دولت دیگر و یا در نهایت تاثیرگذاری متقابل می‌باشد (دیپلماسی دولت-دولت). گونه دیگری از دیپلماسی که امروزه باب روز شده است دیپلماسی عمومی است که هدف آن

۱. دانشیار، روابط بین‌الملل، دانشگاه اصفهان

۲. دانش‌آموخته روابط بین‌الملل، دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)

۳. دانشجوی دکتری حقوق عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان

تاثیرگذاری دولت‌ها بر مردم کشور هدف است (دیپلماسی دولت - مردم). از آنجا که در این گونه دیپلماسی از عنصر فرهنگ در سطح بالایی استفاده می‌شود، به دیپلماسی فرهنگی هم معروف است. به عبارت دیگر دیپلماسی فرهنگی زیر مجموعه یا بخشی از دیپلماسی عمومی است که با به کارگیری فرهنگ به عنوان مبنای قدرت نرم سعی دارد از بستر فرهنگ به تعامل با دیگران بپردازد. سومین گونه از دیپلماسی رایج سایر دیپلماسی نام دارد که دیپلماسی مردم- مردم نیز خوانده می‌شود و طی آن مردم از طریق شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی با یکدیگر پیوند می‌خورند و این خود به صلح در جهان کمک می‌کند. در این مقاله تاکید بر دیپلماسی عمومی است. بنابراین پرسش اصلی آن است که دیپلماسی عمومی چیست و فرهنگ چه جایگاهی در دیپلماسی عمومی دارد؟ فرضیه مقاله که به صورت پاسخ فرضی به پرسش مذکور ارائه شده آن است که فرهنگ جوهره اصلی دیپلماسی عمومی را تشکیل می‌دهد و دیپلماسی عمومی زمانی در انجام مأموریت خود که همانا تاثیرگذاری بر ملل دیگر است موفق خواهد بود که از ابزار فرهنگ به نحو بایسته استفاده نماید. روش پژوهش در این مقاله توصیفی - تحلیلی و ابزار گرد آوری داده‌ها فیش برداری کتابخانه‌ای و اینترنتی می‌باشد.

واژگان کلیدی: دیپلماسی، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی، فرهنگ، برند ملی.

مقدمه

واژه دیپلماسی در اصل از فعل یونانی دیپلم گرفته شده است که به معنای تا کردن می‌باشد. کلمه دیپلما نیز از فعل مذکور مشتق گردیده و حاکی از نوشته تا شده یا طومارمانندی است که به هر کس که اعطا می‌گردید، از اختیارات خاصی برخوردار می‌شد. بعدها این کلمه به منشور یا سندی که به فرستادگان دولت‌ها داده می‌شد اطلاق گردید (آلادپوش، ۱۳۷۲: ۳). دیپلماسی هم برای درک نظام سیاست جهانی و هم برای سیاست خارجی کشورها و دیگر بازیگران حاضر در صحنه بین‌الملل نقش مهمی دارد. از چشم انداز کلان سیاست جهانی، دیپلماسی به معنای فرایند ارتباط بین بازیگران بین‌المللی است که قصد دارند از طریق مذاکره، تعارض را بدون جنگ حل و فصل نمایند. بنابراین دیپلماسی با تلاش‌هایی برای مدیریت و ایجاد نظم در محدوده یک نظام جهانی در ارتباط است و هدف از آن، ممانعت از تبدیل تعارض به جنگ است. در چشم انداز خرد، دیپلماسی را می‌توان ابزاری سیاسی تلقی کرد که بازیگران بین‌الملل از آن برای اجرای سیاست خارجی استفاده می‌کنند تا بتوانند به اهداف سیاسی خود برسند (بیلیس و اسمیت، ۱۳۸۳: ۷۱۶-۷۱۳).

با این حال مفهوم دیپلماسی از جمله مفاهیم پیچیده و دشواری است که تعاریف متعدد و متنوعی با توجه با کاربرد آن دارد. تعریفی را که در این مقاله مبنا قرار داده‌ایم عبارت است از: مجموعه تدابیر و اعمالی که عمدتاً با استفاده از شیوه‌های مسالمت‌آمیز، جهت حصول به حداکثر توافق و تفاهم در میان انبوه اختلاف‌های صحنه روابط بین‌الملل، برای حفظ منافع ملی و اجرای سیاست خارجی به کار گرفته می‌شود (البرزی، ۱۳۶۸: ۶).

اگر این تعریف مبنای کار قرار گیرد دیپلماسی به عنوان فن سازماندهی روابط میان کشورها قلمداد خواهد شد که قدمتی باستانی دارد و نمی‌توان یک آغاز تاریخی مشخص برای آن قائل شد. قبل از شکوفایی فرهنگ یونان، دیپلماسی در میان آسیایی‌ها و تمدن‌های باستانی ایران، هند، چین، مصر و سایر نواحی جریان داشته است (آلادپوش، ۱۳۷۲: ۳۴).

متاثر از این روندها و به موازات تحول در دیپلماسی رسمی، دیپلماسی عمومی نیز

بتدریج شکل می‌گرفت و لذا شکل‌گیری دیپلماسی عمومی بخشی از فرایند تکامل کلی دیپلماسی محسوب می‌شود. با این حال هیچ‌گاه دیپلماسی عمومی تا این حد که امروزه شاهد آن هستیم رواج نداشته و به همین دلیل است که این مفهوم، اصطلاح نسبتاً جدیدی در حوزه سیاست خارجی و روابط بین‌الملل است. البته این اصطلاح اغلب توسط اندیشمندان علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، کارشناسان ارتباطات و سیاست‌مداران مورد استفاده قرار می‌گیرد و لذا حوزه‌ای است که هنوز نسبتاً کمتر شناخته شده است. علاوه بر این، مفاهیم دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی با مفهوم برند ملی (مارک در حوزه تجاری) در هم تنیده شده است. این گونه فرض می‌شود که اصول پایه در شکل‌دهی به برند ملی یک کشور همانند برند در حوزه تجاری، هویت آن کشور است. هنر و فرهنگ در صف مقدم تلاش‌های تبلیغاتی کشورها برای معرفی هویت خود قرار دارد. این کشورها به این نتیجه رسیده‌اند تا نشان دهند میراث فرهنگی آنها فرصت‌هایی را برای آنها فراهم می‌کند که منعکس‌کننده هویت آنها است و علاوه بر این تصورات مثبتی ایجاد می‌کند که می‌تواند در دستیابی به اهداف سیاسی و اقتصادی خود به آنها کمک نماید. با این استدلال موضوع دیپلماسی عمومی ارزش آن را دارد تا در قالب آن، نقشی را که فرهنگ در سیاست خارجی کشورها ایفا می‌نماید، نمایان سازیم. با این مقدمه لازم است ابتدا به مفهوم فرهنگ که محور اصلی دیپلماسی عمومی است و تحلیل مفهوم دیپلماسی عمومی را آسانتر می‌کند، بپردازیم.

۱. مبانی نظری

۱-۱. تعاریف فرهنگ

آنچه از دیدگاه دیپلماسی فرهنگی مهم می‌باشد، تعاریفی است که جنبه‌های تاریخی فرهنگ را توصیف می‌نماید و برخی کشورها در هدایت دیپلماسی فرهنگی بر آنها تاکید می‌کنند. درک از فرهنگ آن است که میراث مشترک، نتیجه و ماحصل تلاش خلاق نسل‌های بیشماری است و تفاهم فرهنگی مجموعه‌ای از عناصر عینی و ارزش‌های مشترک می‌باشد که ترویج و انتشار آن را مرجح می‌سازد. در یک مفهوم وسیع

فرهنگ در مقابل طبیعت قرار می‌گیرد و هر چیزی که طبیعی نیست فرهنگ را تشکیل می‌دهد. در این مضمون فرهنگ مترادف با تمدن ساخته شده به دست بشر فرض می‌شود که ما همه انسان‌ها در خلق آن شریک هستیم. هر چند که در مفهوم فلسفی، فرهنگ که از طبیعت و در ذات و ماهیت آن پرورش می‌یابد، فهمیده نمی‌شود و از اثر فکر و تفکر انسان ناشی می‌گردد (Ryniejska, 2015: 2-3).

در این مفهوم فرهنگ مجموعه‌ای از رفتارهایی است که مردم یاد می‌گیرند و عناصری است که برای اعضای یک نوع جامعه مشترک می‌باشد و از طریق آن با یکدیگر ارتباط برقرار می‌نمایند. در پیوند این دو مفهوم از فرهنگ می‌توان گفت فرهنگ نه تنها رفتار در درون یک جامعه می‌باشد بلکه همچنین به دستاوردهای مادی اعضای آن جامعه و نتیجه و ماحصل تفاهم مشترک اعضای آن جامعه اطلاق می‌گردد (Linton, 1952: 31).

در تعریفی دیگر، فرهنگ به مجموعه کاملی از ویژگی‌های متمایز روحی، مادی، فکری و هنجاری اطلاق می‌شود که یک گروه اجتماعی و یا یک جامعه را از نوع دیگر مشخص می‌سازد و نه فقط شامل هنر و ادبیات می‌باشد بلکه سبک زندگی، حقوق بنیادی بشر، نظام ارزش‌ها، سنت‌ها و باورها را نیز در بر می‌گیرد (Kitsou, 2013: 2).

کیتسو در ادامه معتقد است فرهنگ از زبان، ایده‌ها، باورها، رسوم و عادات، تابوها، رمزاها، نهادها، ابزارها، تکنولوژی، آثار هنری، آیین‌ها، اعیاد و سمبل‌ها تشکیل می‌شود. فرهنگ عملکرد و منبع هویت می‌باشد و زبان، ویژگی برجسته آن است. زبان یک ملت شیوه و روشی است که آنها جهان را می‌فهمند، طبقه‌بندی می‌کنند و بیان می‌کنند (Kitsou, 2013: 3).

۲-۱. دیپلماسی عمومی

در عصری که مرزهای سرزمینی اهمیت خود را به مرزهای اقتصادی و فرهنگی واگذار می‌نمایند و فناوری اطلاعات و ارتباطات، فرایند جهانی شدن را سرعت می‌بخشد، حضور سودمند در افکار عمومی دنیا، از طریق شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهانی برای تأثیرگذاری در راستای تأمین منافع ملی در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی

عمده‌ترین تلاش اغلب کشورهای جهان است (گنجی دوست، ۱۳۸۷: ۲۰۵-۲۰۶). در نتیجه توسعه این فناوری‌های نوین اطلاعاتی، عرصه سیاست بین‌الملل که مبتنی بر قدرت سخت و نیروهای مادی بود تغییر یافته و عرصه جدیدی که از جنس هنجاری، فرهنگی، معنایی و متکی بر قدرت نرم است شکل گرفته است. گسترش به هم پیوستگی جهانی، شکل‌گیری جامعه مدنی جهانی، اهمیت قدرت نرم، شکل‌گیری فضای اندیشه جهانی و افزایش دستاوردهای همکاری موجب تقویت این عرصه شده است. شکل‌گیری این فضا موجب شده تا دیپلماسی سنتی دچار چالش شود و دیپلماسی نوینی مبتنی بر عرصه سیاست هنجاری و نرم تکوین یابد (وحیدی، ۱۳۸۶: ۳۵۷). در چنین فضایی دیپلماسی نمی‌تواند در شکل سابق، صرفاً بر حوزه خصوصی بین دولت‌ها باقی بماند و به صورتی روزافزون با عموم جامعه ارتباط پیدا می‌کند و رابطه متقابل آن با پدیده رو به توسعه‌ای به نام افکار عمومی چه در سطح ملی و چه فراملی، هر روز با اهمیت تر و حساس تر می‌گردد (گنجی دوست، ۱۳۸۷: ۲۰۶-۲۰۵). این امر موجب شده است تا در بسیاری از کشورها سازوکارهای جدیدی برای دستگاه دیپلماسی تعریف گردد که یکی از آنها «دیپلماسی عمومی» است.

تا این اواخر دیپلماسی عمومی در معنی محدودتری به عنوان دیپلماسی فرهنگی فهمیده می‌شد. اما مفهومی که امروزه از دیپلماسی عمومی رایج است ابتدا در سال ۱۹۶۵ توسط الموند گولیون در آمریکا مطرح شد. وی دیپلماسی عمومی را با تاثیر و نفوذ دیدگاه‌های اجتماعی بر تشکیل و تحقق سیاست خارجی مرتبط می‌داند. دیپلماسی عمومی جنبه‌ای از روابط بین‌الملل را در بر می‌گیرد که در حیطه دیپلماسی سنتی قرار نمی‌گیرد (Lawnic2ak, 2008).

مالون این مفهوم را اصطلاحی مرسوم برای تعهدات عمومی کشورها در خارج به ویژه در حوزه‌های اطلاعات، آموزش و فرهنگ می‌داند. از نظر وی دیپلماسی عمومی تحت تاثیر قرار دادن شهروندان دیگر کشورها به منظور دستیابی به یک دیدگاه مثبت نسبت به یکدیگر می‌باشد. این شکل از ارتباطات دو نوع تعهد را ایجاد می‌کند: ابتدا تعهدات کوتاه‌مدت که به افکار عمومی تصویری مطلوب نسبت به سیاست خارجی آن دولت در خارج می‌دهد. دیگر تعهدات بلند مدت که به آشنا کردن افراد و مخاطبین خارجی با کشورها و شهروندان دولت مورد نظر مربوط می‌شود (Malone, 1988: 1).

برخی محققان تلاش‌های یک حکومت برای ایجاد یک محیط ارتباطی مناسب برای سیاست خارجی خود جهت کاهش اشتباهات و سوء تفاهمات و تصورات نامطلوب که روابط کشور مورد نظر را با دیگر کشورها پیچیده تر می‌سازد را دیپلماسی عمومی قلمداد می‌کنند (Ryniejska, 2013:4). اسپیکا هدف از مفهوم دیپلماسی عمومی را ایجاد و تقویت تصور مثبت از موجودیت یک کشور در صحنه بین‌المللی با تحت تاثیر قرار دادن افکار عمومی و تقویت نگرش‌های مثبت نسبت به موجودیت آن کشور تعریف می‌نماید (Ociepka, 2009:39-5). بنابراین دیپلماسی عمومی ایجاد احترام و کسب پرستیژ یک کشور به شیوه‌ای که جایگاه آن کشور را در صحنه بین‌المللی تعیین خواهد کرد، میسر می‌سازد (Wang, 20:92).

در مجموع دیپلماسی عمومی به مجموع فعالیت‌های خارجی یک کشور که شکل‌گیری افکار عمومی در خارج از کشور را هدف قرار می‌دهد اشاره دارد و بر خلاف دیپلماسی سنتی کنش متقابل دولت‌ها را شامل نمی‌شود و در عوض بین دولت یک کشور و جامعه کشور اتفاق می‌افتد. انقلاب در تکنولوژی ارتباطات که در قرن بیست و یکم به وقوع پیوسته، دستیابی به اطلاعات را آسانتر ساخته و می‌تواند به شکل‌گیری اعتبار و وجهه ملی یک کشور در خارج از مرزها کمک نماید (Ryniejska, 2013:4-5). به همین دلیل برخی تحلیل‌گران، دیپلماسی عمومی را با مفهوم رسانه‌ای آن تعریف می‌کنند و آن را یکی از ابزارهای مهم تحقیق اهداف سیاست خارجی یک کشور می‌دانند. از این منظر رسانه‌ها در کسوت دیپلمات‌ها ظاهر می‌شوند و نقش میانجی-گرایانه‌ای را در مذاکرات بین‌المللی ایفا می‌کنند (Gillboa, 2011:5-6). به همین قیاس فردریک در تعریف خود از دیپلماسی، فرهنگ را در تعریف خود از دیپلماسی جای می‌دهد و معتقد است وجود عنصر فرهنگ در دیپلماسی تفاهم را بین شهروندان کشورهای مختلف تقویت می‌نماید و این سیاست فرهنگی می‌تواند در ایجاد فضایی که سیاست بهتر عمل نماید، نقش ایفا کند (Ryniejska, 2013:5).

در مجموع دیپلماسی عمومی تمرکز خود را بر ارتباط با مردم قرار داده است و از ابزارهای گوناگونی برای ارتباط و تحت تأثیر قرار دادن مردم استفاده می‌کند. این دیپلماسی تلاش می‌کند با ایجاد جذابیت و نشان دادن چهره‌ای توانا از یک کشور و تقویت این باور در میان مردم یک کشور، وجهه بین‌المللی برای کشور ایجاد کند.

در توصیفی معمولی دیپلماسی عمومی به عنوان ارتباط مستقیم با مردم خارجی، با هدف تحت تأثیر قرار دادن تفکرات آنها و در نهایت، دولت آنها تعریف شد. این تعریف نمی‌گوید چه کسی این ارتباط را کنترل می‌کند، این تعریف روند دو مرحله‌ای نفوذ را نشان می‌دهد: اول، ارتباط مستقیم طراحی شده برای ایجاد حمایت افکار عمومی در کشورهای دیگر؛ و دوم، فشار ایجاد شده‌ی عمومی برای اتخاذ سیاست‌های دوستانه نسبت به کشوری که دیپلماسی عمومی را به کار می‌گیرد. تعاریفات بعدی بازیگران و محتوا را مشخص کرد. به عنوان مثال، دیپلماسی عمومی به عنوان فرایند دولتی ارتباط با مردم خارجی قلمداد می‌شود که هدف آن فراهم کردن درک و فهم ایده‌ها و آرمان‌ها، نهادها و فرهنگ مردم خود و همچنین اهداف و سیاست‌های ملی‌اش تعریف شد (Eytan, 2008: 57).

فردریک از محققان این عرصه اطلاعاتی درباره‌ی محتوای خاص آن اضافه کرد: فعالیت‌ها، به زمینه‌های اطلاعاتی، آموزشی، و فرهنگی معطوف است، که هدف آن تحت تأثیر قرار دادن دولت‌های خارجی به واسطه‌ی نفوذ بر شهروندان آن می‌باشد. کامبس^۱ و سیگنیتزر^۲، «دیپلماسی عمومی را به عنوان روشی که در آن هم دولت‌ها، هم افراد و هم گروه‌های خصوصی به طور مستقیم و غیر مستقیم گرایش‌ها و عقاید عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و آنها به طور مستقیم بر تصمیمات سیاست خارجی دیگر دولت‌ها تأثیر می‌گذارند» تعریف می‌کنند (Eytan, 2008: 57).

هانس تاچ نیز دیپلماسی عمومی را به مثابه فرایند دولتی برای ایجاد ارتباط با مردمان خارجی؛ تلاش برای به وجود آمدن درکی مطلوب از ایده‌آل‌ها و آرمان‌ها، فرهنگ و نهاد‌های آنها و همین طور سیاست‌ها و اهداف ملی برای مردم تعریف می‌کند (میلسن، ۱۳۸۷: ۵۴-۵۳). جاشوا فووتس بیان می‌کند، دیپلماسی عمومی تلاش یک دولت برای برقراری ارتباط با عموم یک جامعه دیگر است تا طی این تلاش ارزش‌ها، فرهنگ‌ها، سیاست‌ها و عقاید جامعه خود را برای آنها توضیح دهد و بدین ترتیب، رابطه، وجهه و شهرت خود را در آن کشور بهبود و ترمیم بخشد (Taylor, 2006: 48).

اگر چه برخی توافقات در مورد ابعاد استراتژیک دیپلماسی عمومی جدید وجود

1- Coombs
2- Signitzer

دارد، یک تعریف جهانی درباره آن وجود ندارد. به طور خلاصه و بر اساس تعاریف موجود می‌توان موارد زیر را به عنوان ویژگی‌های اصلی آن بر شمرد:

- اطلاع‌رسانی، تعامل و نفوذ در اذهان عموم مردم خارجی کشور هدف در حمایت از منافع ملی کشور مقصد.

- توسط عوامل دولتی و غیردولتی برای درک فرهنگ و نگرش‌ها با هدف تأثیرگذاری بر افکار و رفتار.

- استفاده از طیف گسترده‌ای از شبکه‌ها و مهارت‌ها در جهت مشارکت و نفوذ.

- توسعه، حفظ و ارتقا قدرت نرم کشور و ایجاد وجهه و تصویر مثبت در اذهان عموم. اهمیت درک شده از دیپلماسی عمومی جدید، مبتنی بر این ایده است که، شهرت و اعتبار کشور و روابط با عموم مردم خارجی، به بخش مهمی از توانایی یک ملت برای انجام اهداف امور خارجه خود تبدیل شده است. فرض بر آن است که اگر عقاید عمومی، در جامعه هدف متقاعد شوند تا تصویر مورد نظر را بپذیرند، آنان بر دولت خود اعمال فشار می‌کند تا نگرش‌ها و سیاست‌های خصمانه‌ی موجود را تغییر دهند (Fitzpatrick, 2007:197).

در واقع هنگامی که کشورها قدرت خود را در نظر دیگران مشروع جلوه می‌دهند، با مقاومت کمتری در برابر خواسته‌هایشان مواجه می‌شوند. اگر فرهنگ و هنجارهای یک کشور جذاب باشند، اگر یک کشور بتواند قواعد بین‌المللی را هماهنگ با منافع و ارزش‌های خود شکل بدهد، دیگران با تمایل بیشتری از آن کشور پیروی خواهند کرد و اعمال آن در نظر دیگران مشروع خواهد بود. (نای، ۱۳۸۶: ۱۳۰) در این رابطه از وظایف اصلی دیپلماسی عمومی، ایجاد روابط؛ درک نیازهای دیگر کشورها، فرهنگ‌ها و مردم؛ ارتباط دیدگاه‌ها و نقطه نظرات؛ تصحیح سوء تفاهات؛ جستجوی حوزه‌هایی که می‌توان اهداف مشترک پیدا کرد؛ دانستن نیات واقعی یکدیگر و تعریف دقیق عبارات و مفاهیم برای طرفین؛ بحث در مورد تفاوت‌ها و در نهایت پذیرش و احترام به دیگر دیدگاه‌ها می‌باشد. در واقع دیپلماسی عمومی از طریق برقراری روابط مبتنی بر اطمینان و اعتماد، امکان ایجاد رابطه‌ی دیپلماتیک را فراهم نموده و اقداماتی برای تعامل و ارتباط طولانی مدت فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست‌های نظام مورد نظر با جوامع دیگر انجام می‌دهد.

در مجموع اهداف دیپلماسی عمومی را می‌توان در موارد زیر برشمرد:

- شکل دهی تصویر مورد نظر کشور.
- برجسته سازی هویت و فرهنگ کشور در نظام بین‌الملل.
- زمینه سازی اعمال سیاست‌ها برای تأمین منافع ملی.
- تأثیرگذاری بر تصمیمات سیاستگذاری کشور هدف.
- شکل دهی به محیط بین‌المللی، که از طریق افزایش نفوذ و مشروعیت به واسطه‌ای جلب حمایت عمومی ایجاد می‌شود.

امروزه وسایل ارتباطی زیادی وجود دارد که می‌تواند برای انتقال پیام‌ها و خواست‌ها به دیگران به کار رود. کلید ابعاد دیپلماسی عمومی، با توجه به نظر نای، عبارتند از: ۱) ارتباطات روزانه برای توضیح زمینه تصمیم‌گیری سیاست خارجی که مستلزم گزارش دادن به رسانه هاست؛ ۲) ارتباطات استراتژیک، که در آن مجموعه‌ای از موضوعات معمولی بسط می‌یابد. در این مبارزات، رویدادها و ارتباطات نمادین به منظور مشخص ساختن موضوعات اساسی یا پیشبرد سیاست مد نظر دولت برنامه‌ریزی می‌شوند؛ ۳) ایجاد رابطه پایدار با افراد کلیدی برای مدت زمان طولانی. چنین تلاش‌هایی تصویر جذابی از یک کشور ایجاد می‌کند و بدین ترتیب می‌تواند چشم انداز خود را برای بدست آوردن نتایج مطلوب خود بهبود ببخشد (Fitzpatrick, 2007: 195).

دیپلماسی عمومی می‌تواند تنوع وسیعی از ابزارها را در برگیرد: از قبیل گفتگوی سیاسی، تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی و ایجاد ارتباط با گروه‌های جامعه مدنی آن هم در ورای باورها و عقاید؛ حتی می‌تواند دارای ابزارهای قدرت سخت، مانند جلوگیری از نزاع یا دخالت نظامی هم باشد (میلسن، همان: ۵۷). مسائلی از قبیل مبادله دو سویه دانشگاهی، تأسیس کرسی‌های زبان در کشورهای دیگر، همکاری‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف، برگزاری کنگره و سمینارها درباره مشترکات فرهنگی، اعزام خبرنگاران، فرایند ارتباط میان فرهنگی، برنامه فرهنگی، ورزشی و بازرگانی پشتیبانی شده، توریسم، برند ملی (سمبل‌سازی)، ایجاد سایت‌های اینترنتی همه و همه در حوزه دیپلماسی عمومی قابل بحث می‌باشد.

در واقع دیپلماسی عمومی از تمام ابزارهای ممکن برای ایجاد جذابیت و تصویری

مطلوب استفاده می‌کند. اگر دیپلماسی عمومی را شکل نوینی از دیپلماسی که با افزایش اهمیت افکار عمومی و گسترش مشارکت عمومی و افزایش تعاملات بین‌المللی و انقلاب در فناوری اطلاعات به وجود آمده است؛ و همچنین ابزاری برای افزایش قدرت نرم و بهبود تصویر یک کشور و عاملی تأثیرگذار برای جلب توجه افکار عمومی در نظر بگیریم، می‌توان گفت که دیپلماسی عمومی به عنوان شکلی نوین و پایه‌ای از دیپلماسی قرن جدید است که از تمام دیگر اشکال دیپلماسی موجود که کاربرد و هدف خاصی دارند مانند: دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی مجازی، دیپلماسی چندجانبه، دیپلماسی سنتی، دیپلماسی اقتصادی و ... استفاده می‌کند تا به نتیجه‌ی مورد دلخواه خود برای پیگیری اهداف سیاست خارجی دولت دست پیدا کند. البته باید توجه داشت که محتوای تمام این اشکال ارتباطی به ندرت به طور صریح سیاسی است و این محتوا، به عنوان نوعی پیام‌رسانی محدود، با موقعیت و حیثیت ارتباط دارد.

۲. فرهنگ و دیپلماسی

بحث بر سر ارتباط بین فرهنگ و دیپلماسی به اوایل تمدن بشر برمی‌گردد. هر چند که مطالعات روابط بین‌الملل توجه کمتری به مقوله فرهنگ در مقایسه با دیدگاه‌های سیاسی و اقتصادی در روابط بین‌الملل داشته است. به عبارت دیگر و به‌طور کلی محققان روابط بین‌الملل توجه کمی به مقوله دیپلماسی فرهنگی داشته‌اند. علی‌رغم فصل مشترک این مقوله با طیفی از موضوعات مانند دیپلماسی، هویت ملی و تاریخ، بیشتر مطالعات و دیسیپلین روابط بین‌الملل تقریباً به‌طور کامل دیپلماسی فرهنگی را نادیده گرفته‌اند و حتی مطالعات دیپلماسی نیز توجه کمی به دیپلماسی فرهنگی معطوف داشته‌اند، با این وجود برخی دیپلماسی فرهنگی را با دیپلماسی عمومی مترادف در نظر می‌گیرند و برخی دیگر آن را یک رویه متمایز تلقی می‌کنند.

اساساً ارتباط فرهنگ و دیپلماسی امروزه در قالب واژه دیپلماسی فرهنگی ظهور و بروز یافته است. دیپلماسی فرهنگی به نقش بالقوه نمود فرهنگ از طریق مبادله ایده‌ها و اطلاعات در میان ملت‌ها به منظور افزایش تفاهم دو جانبه اشاره دارد که عصر طلایی

آن به دوران جنگ سرد برمی‌گردد که با پیروزی ایدئولوژی لیبرال دموکراسی به رهبری ایالات متحده آمریکا اندکی رنگ باخت. با این وجود دیپلماسی فرهنگی اهمیت خود را دوباره با بیداری سیاست جهان معاصر بدست آورد و پس از آن به ابزار مناسبی در روابط در حال تغییر دولت‌های مدرن تبدیل شد (Indraswarima, 2015:2).

استفاده از دیپلماسی فرهنگی بین قدرت‌های جهانی می‌تواند تا پیش از نظام وستفالی و حتی تا گذشته دور یعنی عصر برنز دنبال شود. استدلال می‌شود که دیپلماسی فرهنگی یک هنجار برای هدف انسان در ارتباط با تمدن ساخته شده بدست وی بوده است. دیپلماسی در آن زمان یک روش عمدۀ برای پرورش، حفظ و تحکیم تمدن در قیاس با مشخصه دوران جنگ بود که تمدن را در لبه ویرانی قرار می‌داد. این مکانیسم با تمرکز بر روابط بین فرهنگی با معرفی دولت - ملت‌ها به یکدیگر تغییر کرده است که تا پیش از نظام وستفالی به طور غیر رسمی انجام می‌شد و پس از عصر پسا وستفالی عمدتاً بین دولت - ملت‌های دارای حاکمیت بکار می‌رفت (Hectand, donfried, 2012:18).

از این رو دیپلماسی فرهنگی ریشه در روابط فرهنگی دارد و آن را تعهدات دولت - ها در حوزه روابط فرهنگی بین‌المللی تعریف می‌کنند (Haigh, 2001:94-95). برخی تحلیلگران هدف از روابط فرهنگی را فراهم آوردن تفاهم و همکاری بین جوامع دولت‌ها به منظور تامین منافع دو جانبه تعریف می‌کنند و اذعان دارند که دیپلماسی فرهنگی همیشه یکی از ستون‌های سیاست خارجی برخی کشورها بوده است. این دیدگاه به حکومت‌ها و دولت‌ها اشاره دارد که دستیابی به اهداف سیاست خارجی کشورها را هدف قرار می‌دهد و هدف نهایی آن را آشنا کردن دریافت کنندگان پیام در خارج از کشور از فرهنگ و زبان آن کشور و ایجاد یک تصویر مثبت از آن کشور از طریق فرهنگ ذکر می‌کنند.

تایلور دیپلماسی فرهنگی را از دیدگاه رسانه بررسی می‌کند که ابتدا توسط کشور فرانسه در اواخر قرن بیستم پدید آمد. از دید وی دولت فرانسه از طریق رسانه‌ها با دیگر ملت‌ها تماس برقرار نمود و به شیوه‌ای غیر سیاسی، اطلاعاتی از کشور خود در اختیار مخاطبین خارج از کشور قرار داد. ابزارهای دیپلماسی فرهنگی فرانسه آموزش زبان، مبادلات آموزشی و نمایشگاه محصولات فرهنگی می‌باشد که آن را یک فعالیت

سیاسی قلمداد می‌کنند که تحت پوشش فرهنگ می‌تواند منافع ملی را تامین نماید. تایلور این پدیده را به جدایت امپریالیسم فرهنگی پیوند می‌زند که برخی دولت‌ها بخش مهمی از بودجه خود را در راستای تبلیغ و تشویق فرهنگ در خارج از کشور صرف می‌نمایند. با در نظر گرفتن این رویه‌ها، دیپلماسی فرهنگی تشویق و تبلیغ تصویر یک کشور از طریق ایده‌ها بر مبنای فرهنگ، تاریخ، هنر و نظامی از ارزش‌ها و سنت‌ها تعریف می‌شود که هدف آن تقویت تفاهم دو جانبه در میان ملت‌ها می‌باشد (Taylor, 2006:69).

شکی نیست که کشورها امروز، در بازار جهانی با یکدیگر به رقابت می‌پردازند و در این رقابت با محصولات خود یکی از اهدافشان ایجاد، حفظ و تداوم برند ملی می‌باشد. برند ملی یک کشور با اقتصاد، صادرات، توریسم و سرمایه‌گذاری داخلی پیوند دارد که همه این موارد به عنوان سمبلی از فرهنگ در تبلیغ یک کشور در خارج سهمی را بر عهده دارند. از این رو دیپلماسی فرهنگی، آرایش فرهنگ یک دولت در حمایت از اهداف سیاست خارجی یا دیپلماتیک آن دولت می‌باشند که به کرات به عنوان زیر مجموعه‌ای از دیپلماسی عمومی در نظر گرفته می‌شود و ارتباط یک حکومت با مخاطبین خارجی خود در جهت تاثیرگذاری مثبت بر آنها قلمداد می‌شود. با وجود این دیپلماسی فرهنگی از نقش بالقوه‌ای در راستای کمک به اهداف سیاست خارجی یک دولت به طور موثر و کارآمد و با اهداف داخلی یک دولت برخوردار است. هر چند که در راستای دستیابی به این اهداف، این رویه به فهم بیشتری نیازمند می‌باشد و به ویژه نقش آن در دستیابی به تصویر ملی و همبستگی و انسجام داخلی و در برند یک دولت مورد توجه می‌باشد (Mark, 2014:8-11).

در راستای ارائه یک تصویر ملی در خارج، دیپلماسی فرهنگی بر سوء ظن مخاطبین خود از پیام‌های رسمی یک دولت فائق می‌آید و در جهت فراهم کردن جوهره و وجهه ملی یک دولت انجام وظیفه می‌نماید و از نظر داخلی می‌تواند به انسجام اجتماعی به ویژه وقتی گروه‌های قومی اقلیت را هدف قرار دهد، کمک نماید. دیپلماسی فرهنگی به عنوان یکی از انواع دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در برگیرنده تبادل ایده‌ها، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه‌های فرهنگ در میان ملت‌ها و مردم به منظور تقویت تفاهم دو جانبه می‌باشد. هدف دیپلماسی فرهنگی توسعه تفاهم ایده‌های آن ملت و نهادهای

آن به منظور ایجاد حمایت بیشتر از اهداف اقتصادی و سیاسی است. اساساً دیپلماسی فرهنگی روح یک ملت را آشکار می‌سازد که نفوذ غیر قابل‌تصور در روابط بین‌الملل ایجاد می‌کند (Rasmussen, 2015: 7-10).

این مفهوم از طرف میلتون کامینگ به عنوان تبادل ایده‌ها، اطلاعات، ارزش‌ها، نظام باورها و سنت‌ها و دیگر ابعاد فرهنگ با هدف توسعه روابط دو جانبه در نظر گرفته شده است. او اظهار می‌دارد که امروزه دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی مانند هم به عنوان عناصر زرادخانه قدرت نرم قلمداد می‌شود که به عنوان توانایی تحت‌تاثیر قرار دادن دیگران جهت دستیابی به نتایج و خواسته‌ها از طریق جذب و نه عنصر زور و پاداش صورت می‌گیرد (Cumming, 2013: 1).

اگرچه اصطلاح دیپلماسی فرهنگی با دیگر اصطلاحات مرتبط مانند دیپلماسی عمومی، روابط فرهنگی بین‌المللی و تبلیغات به کار می‌رود، اما همواره مترادف با یکدیگر نمی‌باشند. گنجاندن دیپلماسی فرهنگی در عرصه دیپلماسی عمومی یک تغییر بنیادی تازه در سبک دیپلماسی فرهنگی تلقی می‌شود که امروزه اغلب دولتها غالباً جهت دستیابی به مجموعه وسیع‌تری از مخاطبین بر آن تمرکز می‌کنند و تمایل دارند از این وسیله جهت نشان دادن چهره مدرن خود در جهان استفاده کنند (Rasmussen, 2015: 10-15).

دیپلماسی فرهنگی می‌تواند مزایای قدرتمند بیشتری در بر داشته باشد. دیپلماسی فرهنگی می‌تواند چهره مطلوبی از کشور در خارج از کشور ایجاد نماید و در ایجاد و گسترش برند ملی یک کشور و همچنین پیشبرد منافع ملی سهمی به دنبال داشته باشد و با نخبگان مخاطبین خود در خارج از کشور تماس و ارتباط برقرار نماید. علاوه بر این فرصت‌های زیادی را برای اقلیت‌های قومی، گروه‌های مذهبی جهت نمایش فرهنگ آنان فراهم می‌نماید. در راستای تحقق پتانسیل‌های بالقوه دیپلماسی فرهنگی، فشارهای سیاسی بر محتوای فرهنگ باید برداشته شود و نقش آن به عنوان یک ابزار در دستیابی به اهداف داخلی ملی به ویژه اهداف مرتبط با انسجام اجتماعی ملی در نظر گرفته شود (Wang, 2010: 257-271).

دیپلماسی فرهنگی از نوع رسمی آن که به وسیله موجودیت‌های رسمی به اجرا گذاشته می‌شود معمولاً سیاست رسمی یک دولت را منعکس می‌سازد و تصویری از

یک دولت ایجاد می‌کند که اهداف سیاسی آن دولت را تامین می‌نماید و تمایل دارد تا چهره مثبتی از آن دولت را به نمایش بگذارد. سیاست‌مداران وقتی دیپلماسی فرهنگی را به کار می‌برند، توجه به ابعاد مثبت دولت خود را مد نظر قرار می‌دهند. آنها تمایل دارند تا ناب‌ترین دستاوردهای فرهنگی خود را در ورای مرزهای کشور نظاره نمایند. هر چند که کمتر از این شیوه و ابزار به عنوان یک فرصت برای نشان دادن تمام واقعیات یک دولت استفاده می‌کنند. به ویژه استفاده از تجسمات فرهنگی را که در جهت مخالفت و یا انتقاد از سیاست رسمی دولت باشد کمتر مورد توجه قرار می‌دهند. این اقدام به ویژه وقتی که وظیفه دیپلماسی فرهنگی به موجودیت‌های مستقل انتقال یابد با احتمال بیشتری به ابعاد انتقادی فرهنگ یک دولت و سیاست‌ها و عملکرد آن می‌پردازد (Mark, 2014: 35-36).

دیپلماسی فرهنگی برای اینکه به اهداف بالقوه خود دست یابد از فهم بهتر جایگاهش در درون برند ملی منتفع خواهد شد که این موضوع با همکاری تمام اجزای برند ملی یک کشور میسر خواهد شد که دستیابی به هدف عمومی و بنیادی آن کشور را تسهیل خواهد کرد. یک برند ملی باید طرحی را در بر گیرد که چگونه یک کشور بتواند با بروز برخی رفتارهای مشترک، خود را در جهان مستقر نماید و این اقدام مستلزم این است که تمام اجزای برند ملی یک کشور وظیفه بدست آوردن تصویری مطلوب از خود را تقبل نماید. این مسئله به پدیده تعیین رفتار قالبی که در دیپلماسی فرهنگی به معنی موافقت داخلی ملی با تصویر یک کشور در خارج از مرزها می‌باشد، شباهت دارد و کشور به آنچه را که ادعا می‌کند تبدیل می‌شود. چرا که می‌خواهد مشخص سازد که تصویرش بر مبنای واقعیات قرار دارد تا بر مبنای تخیل و اوام و آنچه را که مستحق شهرت و پرستیژ بین‌المللی دولت است را به آن اعطا می‌کند. تضمین بهتر اتحاد بین دیپلماسی فرهنگی و برند ملی یک کشور نیز مستلزم همکاری و تشریک مساعی تعدادی از بخش‌های موازی برند ملی می‌باشد که در برگیرنده صنعت توریسم، تجارت، سرمایه‌گذاری خارجی، دیپلماسی عمومی و فرهنگ می‌باشد. دیپلماسی فرهنگی باید تلاش نماید آنچه را که به بهترین وجه ممکن امکان‌پذیر است، انجام دهد و نشان دهد فرهنگ و جامعه آن کشور بهترین نوع فعالیت فرهنگی را انجام می‌دهد. به عنوان مثال برند توریسم یک کشور در خارج، شهرت و پرستیژ یک کشور

را به عنوان مقصد توریسم در خارج از آن کشور نشان می‌دهد و تمام مهارت‌ها و نیروی حیاتی و انرژی بخش یک کشور را نمایان می‌سازد (Ryniejska, 2015: 10-15). دیپلماسی فرهنگی با طیفی از اهداف صورت می‌گیرد. به طور سنتی دولت‌ها گفته‌اند که آنها از دیپلماسی فرهنگی در جهت دستیابی به اهداف ایده‌آلیستی، توسعه تفاهم دو جانبه، مبارزه با قوم‌گرایی و تصورات قالبی و جلوگیری از تنش و درگیری انجام وظیفه می‌نمایند. این اهداف ایده‌آلیستی به کرات ایده یک روابط دو طرفه بر مبنای مبادلات دو جانبه را شامل می‌شود. اهداف کارکردی دیپلماسی فرهنگی همچنین پیشبرد منافع تجاری، سیاسی، دیپلماتیک و اقتصادی و توسعه و روابط دو جانبه در سرتاسر جهان خارج شامل عناصر اقتصادی، تجاری، سیاسی، فرهنگی و دیپلماتیک در ارتباط با گروه‌های خارج از کشور را شامل می‌شود که می‌تواند در زمان‌های تنش به حفظ و تحکیم روابط دو جانبه صلح آمیز نیز کمک نماید (Bound, 2012: 55).

۴. نتیجه گیری

امروزه هیچ توافق عمده‌ای در مورد آنچه فرهنگ معنی می‌دهد، وجود ندارد. شاید به این دلیل که واژه فرهنگ یک اصطلاح دشواری برای تعریف کردن است. به طور سنتی بخش فرهنگ در دیپلماسی فرهنگی به معنی فرهنگ متعالی در بر گیرنده هنرهای بصری، شنیداری، ادبیات، تئاتر، رقص و موسیقی می‌باشد. در سال‌های اخیر بیان عبارات و اصطلاحات فرهنگی که همیشه وظیفه نخبگان بوده، تغییر کرده است. دیپلماسی فرهنگی امروزه به کرات در بر گیرنده فرهنگ عمومی یک جامعه می‌باشد و فعالیت‌های فرهنگی نیز امروزه اجتماعات گسترده‌ای از مردم را پوشش می‌دهد (Indraswarima, 2015, 394-396).

قدرت همیشه ستون منافع دولت‌ها بوده است که جهت دستیابی به آن حتی حاضر به مبارزه مسلحانه نیز می‌باشند؛ هر چند که قدرت کمیاب است، به این مفهوم که در اختیار داشتن آن دشوار می‌باشد. جوزف نای بیان می‌کند که برتری نظامی و یا اقتصادی به تنهایی در راستای تضمین بقای دولت در سیاست جهانی معاصر ناکافی به نظر می‌رسد. وی نیاز به یک مفهوم جدید در بررسی تغییرات جاری که از آن به عنوان

قدرت هوشمند نام می‌برد، تاکید می‌ورزد. قدرت هوشمند ترکیبی از قدرت سخت (زور و پاداش) و قدرت نرم (جذابیت و اقناع) را شامل می‌شود. با این وجود، وی استدلال می‌کند که تنها ترکیبی از دو نوع قدرت لزوماً نتایج موجهی را اعطا نمی‌کند. در حالی که قدرت سخت نسبتاً آشکار است قدرت نرم به اعتبار دولت‌ها بستگی دارد. از آنجا که جذابیت و اقناع یک بر ساخته اجتماعی محسوب می‌شود، قدرت نرم در غیاب یک روابط دو طرفه به اجرا در نخواهد آمد و تاثیرگذار نخواهد بود (Nye, 2012: 84).

دیپلماسی فرهنگی یک مثال بارز از قدرت نرم است. فرهنگ که به ویژه نسبت به دیگران جذاب می‌باشد، یکی از منابع با اهمیت قدرت نرم است (Hect&donfried, 2012: 10-11). دیپلماسی فرهنگی چیزی را پیشنهاد می‌کند که دیپلماسی سیاسی، نظامی و یا اقتصادی نمی‌تواند پیشنهاد کند: توانایی قانع‌کنندگی از طریق فرهنگ، ارزش‌ها، عقاید، باورها و نه اجبار از طریق قدرت نظامی، سیاسی و یا اقتصادی. هر چند که دیپلماسی فرهنگی نمی‌تواند از نظر کمیت اندازه‌گیری شود اما در جهانی که قدرت بسیار متفرق و در جهان وابستگی متقابل که اصول اخلاقی موثر و کارآمد می‌باشد، از قابلیت اثرگذاری بالایی برخوردار است (Indraswari ma, 2015: 395).

دیپلماسی فرهنگی از چند نظر اهمیت دارد. اولاً از یک ارتباط دو سویه برخوردار است، تا اینکه یک نیروی یک طرفه و یک جانبه باشد. بنابراین محیطی برای گفتگو ایجاد می‌کند که به اعتمادسازی متقابل منجر می‌شود. دوم اینکه دیپلماسی فرهنگی می‌تواند تفاهم بین مردم را افزایش دهد؛ گویی که منافعی برای گیرندگان آن فراهم می‌کند و سوم اینکه دیپلماسی فرهنگی در مدت زمان طولانی اثر بخش می‌باشد و می‌تواند مردم را از تنش و جنگ حتی در زمان روابط خصمانه بهم پیوند زند. بنابراین می‌تواند به عنوان تنها راه حل کارآمد در زمان تنش و تداوم جنگ انجام وظیفه نماید (Schneider, 2012: 196).

دیپلماسی فرهنگی به عنوان بهترین مثال قدرت نرم که امکان برقراری تماس از طریق کانال فرهنگ را میسر می‌سازد در تقابل با قدرت سخت‌افزاری قرار گیرد که از ابزارهای نظامی استفاده می‌کند. علاوه بر این نای ادعا می‌کند که این قدرت نرم قادر به دستیابی به آنچه که مطلوب و مورد نظر فکر و اندیشه است می‌باشد. این مسئله نتیجه

جذابیت فرهنگ مورد نظر، ایده‌های سیاسی و جوهره سیاست کشور مورد نظر می‌باشد (Rusmussen, 2015:9).

تایلورو گیلپائو در آثار خود در مورد دیپلماسی عمومی از فرهنگ به عنوان یک ابزار اصلی قدرت نرم یاد کرده‌اند که از سیاست خارجی حمایت می‌کند. قدرت نرم می‌تواند جایگزینی برای شکل‌های سنتی قدرت (نظامی، تحریم اقتصادی) باشد به گونه‌ای که امروزه روش مرجع دستیابی به اهداف این شکل از قدرت صلح‌آمیز می‌باشد و آشکار است که قدرت نرم در عصر جهانی شدن اطلاعات مهم می‌باشد و نبود آن می‌تواند صدمه به قدرت سخت را در صحنه بین‌المللی ایجاد نماید (Gil boa, 1010:1-28).

برخی از محققان معتقد هستند علاقه و جذابیت به قدرت نرم به تعدادی از عوامل بستگی دارد: ۱- از جمله فهم محدودیت‌های قدرت سخت و یا جنگ قدرت و با این احتمال بیشتر که دیگر کشورها به چنین ابتکارات و فعالیت‌هایی خواهند پیوست ۲- موفقیت نسبی برخی تعهدات غیرنظامی و یا این احساس مبنی بر اینکه باید تصویر خود را صحنه بین‌المللی تقویت نماید به طوری که به عنوان یک دولت یک‌جانبه‌گرا و نظامی‌گرا در نظر گرفته نشود (Mark, 2014:20-25).

همان‌گونه که در قسمت‌های مختلف این مقاله اشاره شد دیپلماسی فرهنگی زیر مجموعه‌ای از دیپلماسی عمومی می‌باشد که از هر دو عنصر قدرت نرم و سخت برخوردار می‌باشند؛ قدرت نرمی که توانایی رسیدن به آنچه که شما با جذب و یا متقاعد کردن دیگران جهت رسیدن به اهدافتان آن را اتخاذ می‌کنید، تا قدرت سختی که در بکارگیری آن از سیاست هویج و چماق با ابزار سخت نظامی و یا اقتصادی جهت پیروی دیگران از اراده خود استفاده شود. استدلال این است که فرهنگ درهای روابط بین‌دولت‌ها را در زمان‌های دشوار و بحرانی نیز باز نگه می‌دارد. چنانچه بسیاری از موارد وجود دارد که در آنها دیپلماسی فرهنگی، محیطی سالم و سازنده‌ای برای ارتباط‌سازی و یا آسان‌سازی روابط، زمانی که تیره و تار شده اند فراهم می‌آورد. از سوی دیگر، در زمان تنش، هنگامی که مذاکرات دیپلماتیک رسمی ناتوان و ناکارآمد هستند، فرهنگ درها را باز نگه می‌دارد، تا روابط را بهبود بخشد (Cumings, 2013:1-10).

به طور خلاصه می‌توان گفت با توجه به مفاهیم فرهنگ و ارتباط آن با فرآیند جهانی‌شدن از یک سو و مسئله ارتباطات که شالوده موضوع جهانی‌شدن را مطرح می‌کند میان فرهنگ و دیپلماسی ارتباط متقابلی وجود دارد که می‌توان از فرهنگ به عنوان ابزاری برای پیشبرد اهداف دیپلماسی کشورها استفاده نمود. دیپلماسی فرهنگی به عنوان زیر مجموعه‌ای از دیپلماسی عمومی امروزه با تاکید بر اتخاذ رویکردهایی برای همزیستی مسالمت‌آمیز دارای نقشی سازنده برای رسیدن به سطحی از اهداف و منافع ملی کشورها در عرصه خارجی قلمداد می‌شود. به ویژه استفاده از نقش بالقوه فرهنگ و فراگیر بودن و همه‌گیری قوی آن، اثرات زیادی بر روی اعتمادسازی، تقویت تفاهم دو جانبه و کمک به تعمیق و گسترش بیشتر روابط سیاسی و اقتصادی بین کشورها بر جای می‌گذارد. در این پژوهش تمرکز بر فرهنگ به عنوان قدرت نرم و قرار گرفتن آن به عنوان مفهوم محوری در دیپلماسی عمومی و ارتباط آن با مفهوم برند ملی نشان داد که برند ملی در زمینه‌های توریسم، سرمایه‌گذاری خارجی و دیپلماسی عمومی می‌تواند مزایایی برای کشورها در جهان وابستگی متقابل در بر داشته باشد و با ارائه یک تصویر مثبت در تمام ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جهت کمک به گسترش فهم دو جانبه و بستری برای گسترش همکاری‌ها نقش ایفا نماید. امید است سیاست‌سازان عرصه سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران از تمام ظرفیت‌های فرهنگی و تاریخی کشور با ارائه یک تصویر مطلوب و مثبت بتوانند به جایگاهی مطلوب و آنچه در خور ستایش ایران و ایرانیان در خارج از کشور می‌باشد را فراهم نمایند.

فهرست منابع

منابع فارسی

- آلاد پوش، علی و توتون چیان، علیرضا (۱۳۷۲) دیپلمات و دیپلماسی، مؤسسه چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- البرزی، محمد رضا (۱۳۶۸)، ارزیابی تحول دیپلماسی در قرن بیستم، نشر سفیر.
- بیلیس، جان و اسمیت، استیو (۱۳۸۳)، جهانی شدن سیاست: روابط بین الملل در عصر نوین، ترجمه ابوالقاسم راه چمنی، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات ابرار معاصر تهران، معاونت پژوهشی - تهران.
- گنجی دوست، محمد (۱۳۸۷)، تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۳۸، شماره ۱، بهار.
- هادیان، ناصر و احدی، افسانه (۱۳۸۸)، جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی، فصلنامه روابط خارجی، سال اول، شماره سوم، پاییز.
- نای، جوزف (۱۳۸۶) قدرت نرم ابزار موفقیت در سیاست جهان، فصلنامه مطالعات بسیج، سال دهم، شماره ۳۶.
- وحیدی، موسی الرضا (۱۳۸۶)، تغییر عرصه سیاست بین الملل و دگرگونی ماهیت دیپلماسی، فصلنامه سیاست خارجی، سال بیست و یکم، شماره ۲، تابستان.

منابع لاتین

- Anholt, Simon, (2013), Place branding: place branding and public diplomacy.
- Bound, Kirsten, (2012), Cultural diplomacy, London: Demos.
- Cummings, Milton, (2013), Cultural diplomacy and the United States government: a survey Washington, D.C.: Center for Arts and Culture.
- Eytan Gilboa (2008), "Searching for a Theory of Public Diplomacy", The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science 2008, 616: 55.
- Fitzpatrick, Kathy R. (2007), "Advancing the New Public Diplomacy: A Public Relations Perspective", The Hague Journal of Diplomacy, Volume 2, Number 3, October
- Gilboa, E. (2011), Diplomacy in the media age: diplomacy & statecraft, no.2.
- Gilboa, E. (2010), Diplomacy in the media age, diplomacy 8 statecraft, no.2.
- Haigh A. (2001), Go to jest diplomatic cultural, foreign affairs, vol. 80, no.5.
- Hect & m.c.donfried, (2012), The model of cultural diplomacy, New York: Berghann Books. <http://ann.sagepub.com/content/616/1/55>
- Indraswari Ma, Railh, (2015), International Journal of Social and Humanity, vol.5, no.4.
- Kitsou, Sofia (2013), The power of culture in diplomacy, the journal of public diplomacy, vol.2, no.1.

- linton R.(1952), The cultural back ground of personality , London : routledge
- Malone,g.d.(1988), Organizing the nations public diplomacy. boston univrsitypress of America.
- Mark , simon ,(2014), A greater role for cultural diplomacy, netherlands institute of international relations , issue. 1569-2981.
- Nye.j.s.(2012), The future of power , newyork : public affairs.
- Ociepka b.(2008), Public diplomacy , the international encyclopedia of-communication,vol 5, black well publishing.
- Rasmussen , steffen bay,(2015),The new narrative for Europe and the role of culture in EU public diplomacy , university of deusto press.
- Ryniejska, marta(2015). Cultural diplomacy form of international communication,institute for public relations bled com , www.instituteforpr.org.
- Scheneidar,c.p.(2012), Cultural diplomacy : hard to define , the brown journal of world affairs , vol.25,no.1.
- Taylor p.m.(2006,) Global communications , London and newyork : routledge.
- Taylor, Humphrey (2006), “The Practice of Public Diplomacy” in Joshua S. Fouts (ed.) , Public Diplomacy: Practitioners, Policy Makers, and, Public Opinion, Los Angeles: USC Center on Public Diplomacy and the Pew Research Center.
- wang , y.(2010), Public diplomacy and the rise of chinese soft power , annals, aapss.
- Wang j.(2014), Managing international reputation a international relation in –the global era : public diplomacy revisited , n.32.12.