

جهانی شدن پیام

رسانه به عنوان یکی از زمینه ها و ابزارهای مهم حضور اجتماعی، سیاسی و فرهنگی همیشه مورد توجه دولتمردان، اندیشمندان، محققان، ارباب رسانه ها و علاقه مندان بوده است.



رسانه به عنوان یکی از زمینه ها و ابزارهای مهم حضور اجتماعی، سیاسی و فرهنگی همیشه مورد توجه دولتمردان، اندیشمندان، محققان، ارباب رسانه ها و علاقه مندان بوده است.

رسانه های مدرن در محیط فرهنگی و اجتماعی غرب متولد شده و منعکس کننده نوعی از تعامل انسان با تکنولوژی در آن فضای خاص هستند. تعامل مزبور به گونه ای نهادینه شده است که با وجود اینکه این رسانه ها عمدتاً در اختیار مالکان خصوصی هستند اما پیام های تولید شده از خصوصیت عمومی برخوردار بوده و در جهت اهداف کلی جامعه طراحی می شوند. اصولاً جایگاه و معنای رسانه به لحاظ همین تعامل، در ذهن فرد و جامعه غربی مشخص تر و روشن تر است. این نوشتار به بررسی اهمیت و جایگاه دیپلماسی رسانه ای به عنوان بخشی از دیپلماسی عمومی می پردازد. نویسنده در این مقاله به بررسی دیپلماسی سنتی و دیپلماسی نوین رو می آورد و در نهایت نتیجه می گیرد که بدون کاربرد رسانه در امر دیپلماسی، دولت ها قادر به پیشبرد اهداف خاص سیاسی خود نخواهند بود. این مسئله که از آن می توان به دیپلماسی رسانه ای تعبیر کرد، گره گاه اصلی نحوه ارتباط دولت ها با مردم و دیگر کشورها در عصر جهانی شدن است؛ به بیان بهتر امروزه عرضه هر پیامی از جانب دولت ها باید از جنبه ای جهانی برخوردار باشد.

دیپلماسی، هنر و فن اداره سیاست خارجی، تنظیم روابط بین المللی و حل و فصل اختلافات بین المللی به شیوه های مسالمت آمیز تعریف می شود. همچنین می توان دیپلماسی را دانش ارتباط میان سیاستمداران و سران کشورهای جهان دانست. به عبارت دیگر دیپلماسی ابزاری است که تا حد زیادی جای جدال های خشونت بار امپراتوری های قدیم و دولت های اوان جهان جدید را گرفته است.

اصطلاح دیپلماسی اغلب در معنی گسترده ای استفاده می شود که هم تدوین و هم اجرای سیاست خارجی را در بر می گیرد. ریشه دیپلماسی تا حدی است که به روابط بین حکومت ها در نخستین مراحل تاریخ بشر بر می گردد؛ یعنی اینکه دیپلماسی حاصل ناگزیر همزیستی واحدهای سیاسی جداگانه و دارای ارتباط است. دیپلماسی یکی از ابزارهای حاکمان و فرمانروایان بوده است. در یونان باستان، روم باستان، ایران و چین باستان نیز اثرات دیپلماسی را در روابط بین حکومت ها می بینیم. دیپلماسی عمومی مفهومی است که طی 50 سال اخیر در روابط بین الملل مطرح شده است؛ تا قبل از آن کار دیپلمات برقراری ارتباط با دیپلمات های محل ماموریتش بود و تلاش داشت ارتباط دوطرفه ای را برای تبیین سیاست های کشورش برای دیپلمات ها و مقام های کشور پذیرنده برقرار کند.

دیپلماسی عمومی

عبارت دیپلماسی عمومی در حوزه مطالعات روابط بین الملل اصطلاحی است که در سال 1960 به طور عمده برای توصیف جنبه های جدید دیپلماسی بین المللی رایج شد. دیپلماسی عمومی عبارت است از : ارتباطات معطوف به منافع ملی یک کشور از طریق ارتباط با مردم خارج از مرزهای جغرافیایی. چارلز کیگلی معتقد است دیپلماسی عمومی به نوعی شکل جدیدی از تبلیغات است که به معنای گسترش نظام مند اطلاعات به منظور تأثیرگذاری بر افکار عمومی است. به طور کلی می توان گفت در دیپلماسی عمومی حوزه هایی مورد توجه است که در دیپلماسی سنتی مورد توجه نبوده است.

از سوی دیگر دیپلماسی عمومی به حوزه هایی می تواند دسترسی داشته باشد که دیپلماسی سنتی نمی تواند در آن حوزه ها اعمال نفوذ کند. در دیپلماسی عمومی بخشی از مخاطبان افراد و نهادهای غیردولتی هستند که برقراری ارتباط با آنها نیازمند مهارت های خاص خود است. از مهم ترین ویژگی های دیپلماسی عمومی شفافیت و تلاش برای انتشار اطلاعات است، در حالی که در دیپلماسی سنتی ابهام، ویژگی مهمی به شمار می رود. موضوعات و مسائل دیپلماسی سنتی در ارتباط با سیاست ها و رفتار افکار عمومی خارجی دیگر است و در جایی که سیاست ها و رفتار یک دولت نشأت گرفته از نگرش های شهروندان آن است، دیپلماسی عمومی در پی آن است تا با تحت تأثیر قرار دادن شهروندان یک کشور و تغییر نگرش آنها بر رفتار و سیاست های آن اثر بگذارد.

جوزف نای درخصوص اهمیت دیپلماسی عمومی می گوید: هرچه میزان تأثیرگذاری دیپلماسی عمومی از طریق تلویزیون، رسانه و مبادلات فرهنگی بیشتر باشد، کشورهای صاحب آن فرهنگ، از قدرت نرم برخوردار خواهند بود.

نای، میان پذیرش این فرهنگ در کشور مقصد و ایجاد قدرت نرم در کشور مبدا ارتباط کیفی برقرار می کند. به اعتقاد نای تلاش های صورت گرفته در عرصه دیپلماسی عمومی زمانی می تواند در کشور مبدا به ایجاد قدرت نرم منجر شود که از سوی کشور مبدا به عنوان

تبلیغات تلقی نشود. نای معتقد است که دیپلماسی عمومی در دنیای کنونی و در عصر اطلاعات نقش بسیار زیادی را بازی می‌کند. نای به درستی می‌گوید که ایده، همیشه مهم بوده و فرهنگ نیز همواره از اهمیت بسیاری برخوردار بوده است. با توجه به اینکه قرن 21 با مفهوم #171جهانی شدن» پیوند خورده، افکار عمومی اهمیت بسیاری یافته‌اند و دولت‌ها برای برخورداری از یک دیپلماسی فعال و موفق، چاره‌ای ندارند جز اینکه به عقاید مردم بیش از پیش بها دهند. شکی نیست که دولت‌ها گاهی ناچارند با حفظ رازداری، برخی حقایق را از عامه مردم پنهان کنند اما می‌توانند با حفظ تعادل در اطلاعات ارائه‌شده، چهره موجه و قابل‌قبولی از سیاست‌های خود ارائه دهند.

نسبت میان دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی عمومی

فضای روابط بین‌المللی، فضای حاکمیت دولت‌ها و حضور قوی در تعامل بین‌المللی است. این فضا پس از جنگ جهانی دوم تا پایان جنگ سرد، جهان سیاست را در خود فرو برده بود. قدرت به معنای کمی و نظامی آن بر این فضا حاکم بود. ظهور گسترده‌تر رسانه‌های بین‌المللی به‌ویژه دیجیتالی در 2 دهه آخر قرن بیستم، فضای جدیدی را در جهان به‌وجود آورد که به ارتباطات بین‌الملل معروف شد. در فضای جدید، قدرت مردم، فرهنگ رسانه‌ها و پیام به جای قدرت نظامی و تسلیحاتی نشست. ارتباطات میان ملت‌ها بیش از روابط بین دولت‌ها در شکل‌گیری حرکت‌ها و تصمیمات سیاسی و بین‌المللی تأثیرگذار شد. در این وضعیت پیام از حوزه ملی، فردی و محلی به مرحله بین‌المللی و جهانی گام نهاد. در عصر کنونی ارتباطات، پیام ملی به معنای توقف در محدوده ملت-دولت مفهوم خود را از دست داده و هر پیامی می‌تواند بار و پتانسیل بین‌المللی و جهانی را در خود داشته باشد.

رسانه‌ها با قدرت نفوذ فوق‌العاده خود در جوامع مختلف قادرند تصویر مثبت یا منفی‌ای از یک کشور را در جهان خلق کنند. این مسئله باعث شده مدیریت رسانه‌ها مورد توجه خاص دولت‌ها قرار گیرد. در عصر حاضر دیپلماسی رسانه‌ای بخش قابل توجهی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند را به‌خود اختصاص داده است؛ چرا که در سایه محیط جدید، محتوای بازی نرم‌افزاری به‌عنوان بخشی از دگرگونی‌های جدید، سیاست خارجی موجب شده است تا گفتمان، تصویرسازی و اقناع دیگران، در تعاملات سیاست خارجی، جایگاهی نوین در عرصه بین‌المللی پیدا کند.

رسانه‌های نوین، گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به تحریریه روزنامه‌ها، شبکه‌های اینترنتی، تلویزیون، رادیوهای جهانی و سایر رسانه‌ها کشانده‌اند؛ فضایی که در آن پیشبرد سیاست خارجی و دیپلماسی بیش از پیش به میزان تأثیرگذاری تاکتیک‌های خبری و رسانه‌ای وابسته شده است؛ چنان‌که هر چه این تاکتیک‌ها و پوشش خبری پر قدرت‌تر و تأثیرگذارتر طراحی و منتشر شوند، چرخ‌های سیاست خارجی روان‌تر می‌چرخند. در دیپلماسی نوین که در آن افکار عمومی جایگاه ویژه‌ای دارد، سیاست خارجی نیز در جریان دیجیتالی‌شدن اطلاعات جریان می‌یابد. به‌طور کلی، پیشرفت‌های انقلابی در فناوری ارتباطات همچون همگرایی اطلاعات، صدا و تصویر در یک کانال ارتباطی و به‌ویژه افزایش کاربرد اینترنت و گسترش شبکه‌های جهانی تلویزیونی در ترکیب با گسترش فعالیت‌های جوامع مدنی در سراسر جهان، بر روند اعمال دیپلماسی تأثیر می‌گذارند. در فضای نوین دیپلماتیک، اغلب افکار عمومی مردمان کشور یا کشورهای دیگر، مورد هدف سیاستگذاری دستگاه سیاست خارجی و دیپلماسی هستند.

با این زاویه دید، موازنه جدید، محصول فضایی مملو از پیشامدها و موقعیت‌های نوین ارتباطات و اطلاعات است که در نتیجه آن، پیچیدگی حاصل از وابستگی متقابل، جهانی شدن فرهنگ، امپراتوری افکار عمومی، انقلاب رسانه‌ها و علاوه بر اینها جریان بین‌المللی فرهنگ، عقاید و اطلاعات جملگی به‌عنوان عوامل نوین و در رأس سایر عوامل بر دولت‌های ملی فشار می‌آورند و آنها را وادار می‌سازند تا سریعاً بر تجدیدنظر در ساختارهای مدل سیاست خارجی و روند دیپلماسی خود و ایجاد تحول در آنها بپردازند. این فشار آنها را وادار می‌کند تا دیپلماسی رسانه‌ای را به‌عنوان کانون مرکزی تلاش‌های دیپلماتیک خود رشد و توسعه دهند.