

بررسی ساز و کار نوین دیپلماسی عمومی بر مبنای نظریه قدرت نرم جوزف نای

سید امیرحسین صدرپور^۱

محمد حسین جمشیدی^۲

محسن اسلامی^۳

چکیده

در عصر حاضر، دیپلماسی عمومی به عنوان یکی از کارآمدترین ابزارهای قدرت نرم برای اثرگذاری بر کنش‌های بازیگران بین‌المللی، از سوی برخی کشورهای قدرتمند در عرصه سیاسی مورد استفاده قرار گرفته است، اما با پیشرفت تکنولوژی و گسترش ارتباطات، دیپلماسی عمومی نیز ساز و کار نوینی را برای تحقق اهداف خود به کار گرفته است. مقاله حاضر بر آن است که با بررسی نظریه جوزف نای پیرامون قدرت نرم و دیپلماسی عمومی، جایگاه این رویکرد را در تعیین ساز و کار نوین دیپلماسی عمومی مورد بررسی قرار دهد؛ بنابراین، نویسندگان در این مقاله با استفاده از روش علمی و رویکرد توصیفی-تحلیلی به دنبال پاسخ این پرسش هستند که دیدگاه جوزف نای در تبیین نظریه قدرت نرم چه تاثیری بر تعیین ساز و کار کنونی دیپلماسی عمومی در جهان داشته است. در پاسخ به این پرسش، یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که جوزف نای در خلال نظریه قدرت نرم به دیپلماسی عمومی به عنوان یکی از مهم‌ترین شیوه‌های قدرت نرم توجه بسیار دارد و برای آن سه مولفه اساسی را بیان می‌کند که شامل ارتباطات روزانه با مردم، ارتباطات استراتژیک موضوعی و گسترش روابط بلند مدت با افراد کلیدی در کشورهای هدف می‌شود؛ که این سه مولفه امروزه به سه محور اساسی ساز و کار نوین دیپلماسی عمومی تحت عنوان مدیریت پیام، برقراری ارتباطات راهبردی و تثبیت روابط پایدار تبدیل شده است.

۱. دانشجوی دکتری، رشته روابط بین‌الملل، دانشگاه تربیت مدرس

s.sadrpour@modares.ac.ir

۲. عضو هیئت علمی گروه روابط بین‌الملل، دانشگاه تربیت مدرس

jamshidi@modares.ac.ir

۳. عضو هیئت علمی گروه روابط بین‌الملل، دانشگاه تربیت مدرس

Eslami.m@modares.ac.ir

کلیدواژه‌ها: قدرت نرم، دیپلماسی عمومی، جوزف نای، پروپاگاندا، نفوذ

۱۶۷

دو فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات

قدرت نرم

بررسی سازوکار نوین دیپلماسی عمومی بر مبنای نظریه قدرت نرم جوزف نای

سیده امیرحسین صدرپور و همکاران

مقدمه و بیان مسئله

امروزه، به ویژه با توجه به پدیده جهانی شدن و رشد سریع و فراگیر گردش اطلاعات، دیپلماسی عمومی به عنوان یکی از اصلی ترین و مهم ترین منابع قدرت در خدمت کشورهای پیشرو در جهان، بر پایه قدرت نرم در جهت تاثیرگذاری در معادلات جهانی و منطقه‌ای و روند سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری در قبال سایر کشورها مورد استفاده بسیار قرار گرفته است و با گسترش ارتباطات و نقش بازیگران غیردولتی در عرصه جهانی روز به روز بر گستره و اهمیت آن افزوده می‌شود. دیپلماسی عمومی که بر محور ایجاد ارتباط با مخاطبان عمومی در سایر جوامع و ارائه تصویری مثبت و جذاب از کشور مبدا دیپلماسی عمومی باهدف تغییر نگرش‌ها و تصمیم‌ها عمل می‌کند، به دلیل ماهیت اقناع‌کنندگی، به عنوان یکی از مجاری اعمال قدرت نرم مورد توجه قرار گرفته است. از آنجا که جوزف نای به عنوان یکی از نظریه پردازان مشهور معاصر عرصه روابط بین‌الملل، نظریه قدرت نرم را با تمام ابعاد آن به عرصه سیاست جهانی وارد کرد (Nye, 1990-a) و نیز وی نقشی اساسی در رویکرد کنونی مبتنی بر قدرت نرم سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا در قبال سایر کشورها دارد، می‌توان دریافت که روند کنونی ساز و کار دیپلماسی عمومی در جهان نیز به مقدار چشمگیری بر خاسته از دیدگاه این نظریه پرداز پیرامون قدرت نرم و ابزارها و شیوه‌های پیاده‌سازی آن است. اما اینکه دیپلماسی عمومی و چارچوب اجرای آن تا چه میزان بر نظرات جوزف نای استوار است، موضوع مقاله پیش رو است.

بر این مبناء، در این پژوهش تلاش داریم ضمن بررسی دیدگاه جوزف نای پیرامون قدرت نرم و دیپلماسی عمومی، به این پرسش اساسی پاسخ دهیم که رویکرد جوزف نای در تبیین نظریه قدرت نرم چه تاثیری بر تعیین ساز و کار کنونی دیپلماسی عمومی در روابط بین‌الملل داشته است. در پاسخ به این پرسش، این فرضیه را مطرح کرده‌ایم که جوزف نای به عنوان نظریه پرداز اصلی قدرت نرم، با تبیین دیپلماسی عمومی به عنوان یکی از مهم ترین شیوه‌ها و ابزارهای پیاده‌سازی قدرت نرم و مشارکت آرای خود در سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا، توانسته است این دیدگاه را به چارچوب غالب اجرای ساز و کار کنونی دیپلماسی عمومی در جهان تبدیل کند. در این پژوهش، با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی، نخست با بررسی نظرات جوزف نای پیرامون قدرت نرم به تبیین نظریه قدرت نرم به عنوان چارچوب نظری این پژوهش می‌پردازیم. سپس در بخش دوم ضمن تعریف دیپلماسی عمومی و بررسی اهداف آن به تشریح ساز و کار کنونی تحقق دیپلماسی عمومی در عرصه روابط بین‌الملل و چارچوب ایجاد روابط راهبردی ذیل این نوع از دیپلماسی با توجه با چارچوب نظری مقاله خواهیم پرداخت.

۱- چارچوب نظری: نظریه قدرت نرم در دیدگاه جوزف نای

۱۶۹

دو فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات

قدرت نرم

سید امیرحسین صدرپور و همکاران

بررسی سازوکار نوین دیپلماسی عمومی بر مبنای نظریه قدرت نرم جوزف نای

از آنجا که دیپلماسی عمومی یکی از ابزارهای اصلی و مهم قدرت نرم به شمار می‌رود و برای پیشبرد اهداف خود از منابع مطرح در نظرات قدرت نرم بهره می‌برد، تصمیم به انتخاب این چارچوب نظری برای چینش اصولی ساختار این مقاله گرفتیم. اما آنچه باعث شد چارچوب نظری قدرت نرم را بر اساس دیدگاه‌ها و نظرات جوزف نای بررسی کنیم، علاوه منطبق بودن این نظریه بر اصول آکادمیک، به‌روز بودن دیدگاه‌های نای پیرامون قدرت نرم است. در واقع جوزف نای بخش اعظمی از فعالیت خود را بر روی قدرت نرم و منابع و ابزارهای آن متمرکز ساخته و آنچه کیفیت این دیدگاه‌ها را ارتقا بخشیده است، نگاه به واقعیت‌های جاری بین‌المللی از جانب وی است. اگر به راهبردهای قدرت نرم ایالات متحده در قبال کشورهای مختلف جهان نگاهی بیندازیم، بخش قابل توجهی از این راهبردها را مبتنی بر اصول جوزف نای خواهیم یافت و شخص نای نیز در مقالات خود مثال‌هایی واقعی از راهبردهای جاری در جهان مخصوصاً از جانب ایالات متحده را بیان می‌کند.

۱-۱- خاستگاه نظریات جوزف نای

پیش از پرداختن به آرا و نظریات جوزف نای پیرامون قدرت نرم، باید به سه نکته اساسی در مورد این فرد اشاره کرد. نخست اینکه جوزف نای از نظر سابقه و جایگاه نظریه‌پردازی در حوزه روابط بین‌الملل به جریان نو لیبرال در میان نظریه پردازان تعلق دارد و به همراه رابرت کیوهن سهم قابل توجهی در شکل‌گیری نظریات "وابستگی متقابل" و "نهادگرایی لیبرال" در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی داشته است. اما نکته دوم اینکه، جوزف نای دیدگاه‌ها و نظریات خود پیرامون قدرت نرم و کاربرد آن در سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا را در زمانی مطرح کرد که جهان از کشمکش‌های جنگ سرد فاصله گرفته و دولت آمریکا دستور کار جدیدی را با عنوان "طراحی الگوی نقش آفرینی در عرصه فرا جنگ سرد"، پیش روی نظریه پردازان و محققین این عرصه قرار داده است (کیوان‌حسینی و جمعه‌زاده، ۱۳۹۲: ۱۵۲). نکته سوم اینکه همان‌طور که از دو نکته قبل برمی‌آید، نظریات جوزف نای پیرامون قدرت نرم اغلب پیرامون سیاست خارجی آمریکا و منطبق بر منابع، استعداد و اهداف قدرت ایالات متحده آمریکا بیان شده است. اما با وجود این بخش قابل توجهی از این مجموعه از نظریات قابل تعمیم برای سایر بازیگران بین‌المللی نیز هست و این نشانه انعطاف‌پذیری نظریه قدرت نرم در دیدگاه نای است.

۲-۱ تعریف قدرت نرم

جوزف نای در سال ۱۹۹۰ در مقاله‌ای با عنوان "تحول طبیعت قدرت جهان"، قدرت را به عنوان توانایی انجام امور و نیز کنترل دیگران برای دستیابی به اهداف و خواسته‌ها تعریف می‌کند و معتقد است که توانایی کنترل بر سایر بازیگران وابسته به میزان منابع قدرت تحت مالکیت ما است. اما نای مسئله اساسی را تبدیل این منابع به تاثیرات موثر در جهت تغییر رفتار دیگران می‌داند و ظرفیت تبدیل قدرت بالقوه (قابل اندازه‌گیری با میزان منابع) به قدرت بالفعل (قابل اندازه‌گیری با میزان تغییر رفتار سایر بازیگران) را یکی از پیچیدگی‌های تحول قدرت می‌داند. نای با بیان دو مسئله مهم، پیچیدگی طبیعت قدرت را آشکار می‌کند. نخست اینکه اگر در گذشته تنها منابع کمی و ملموس (جمعیت، سرزمین، نیروی نظامی) به عنوان منابع قدرت شناخته می‌شدند، در عصر حاضر منابع غیرملموس (قدرت اقتصادی) نیز به آنها افزوده شده است و باعث ایجاد تحول در منابع قدرت شده است. دوم، تحول در صورت قدرت است. نای در این مقاله تأکید دارد که باید میان اعمال مستقیم قدرت به روش آمرانه و اعمال قدرت غیرمستقیم، قدرت به روش اقناعی، تفاوت قایل شد. در روش اول از تشویق، تهدید و اجبار برای تغییر رفتار سایر بازیگران استفاده می‌شود که همان قدرت سخت شناخته می‌شود ولی در روش دوم، از جذابیت عقاید و ارزش‌ها و همچنین توانایی تعیین دستور کار سیاسی برای شکل‌دهی تمایلات و اولویت‌های دیگران و به تبع آن، تغییر رفتار آنها استفاده می‌شود که جوزف نای نام قدرت نرم را بر آن می‌نهد (Nye, 1990-b: 177-181).

جوزف نای در همان سال (۱۹۹۰) در مقاله دیگری با عنوان "قدرت نرم"، بیان می‌دارد که اثبات قدرت، تنها در گروهی منابع قدرت نیست بلکه به توانایی ایجاد تغییر رفتار سایر دولت‌ها وابسته است (Nye, 1990-a: 155). وی با برشمردن تحولاتی از جمله، رشد بازیگران غیردولتی و کمپانی‌های چندملیتی، تحولات عظیم در زمینه ارتباطات و حمل‌ونقل و همچنین گسترش فناوری و جهانی شدن تعاملات اقتصادی، به پیچیدگی سیاست‌گذاری‌های آینده در قبال توزیع قدرت جدید اشاره می‌کند و معتقد است که توانایی قدرت‌ها با اتکا به منابع سنتی قدرت و اجبار دولت‌ها به تحقق خواست یک کشور، در حال رنگ باختن است (Nye, 1990-a: 156).

بر این اساس، جوزف نای قدرت نرم و یا قدرت متقاعدکنندگی را این‌گونه تعریف می‌کند. قدرت متقاعدکنندگی یا قدرت نرم، توانایی یک کشور در ایجاد شرایطی است که در آن سایر کشورها منافع و علایق خود را به صورتی تعریف و دنبال کنند تا با منافع و علایق آن کشور همخوانی داشته باشد. این مکانیسم می‌تواند از طریق جذابیت فرهنگ و ارزش‌های یک کشور برای سایرین صورت گیرد که دیگران را ترغیب به تبعیت از آن کشور کند و یا اینکه آن کشور بتواند دستور کار جهانی و هنجارهای بین‌المللی را منطبق بر خواست و هنجارهای کشور خود به پیش برد. در واقع طبق نظر نای، قدرت نرم زمانی اتفاق می‌افتد که یک کشور و یا دولت کاری کند تا کشورهای دیگر همان چیزی را بخواهند که او

می‌خواهد. به طور کلی قدرت در حال تبدیل شدن به امری کمتر قهرآمیز، کمتر ملموس و کمتر انتقال پذیر است. و بنابراین منابع جدید قدرت مانند فرهنگ، ایدئولوژی، ارزش‌ها و نهادها دارای نقش بسیار پراهمیتی شده‌اند (Nye, 1990-a: 166-168).

جوزف نای سپس در سال ۲۰۰۲ در مقاله‌ای با عنوان "قدرت سخت و قدرت نرم در عصر اطلاعات"، ضمن برشمردن ویژگی‌های عصر اطلاعات و گسترش رسانه‌های جمعی و فردی برای انتقال و تبادل سریع و ارزان اطلاعات، معتقد است که به دلیل تفاوت گسترده بازیگران بین‌المللی و کشورها در زمینه‌های توسعه‌ای و تکنولوژیک، همچنان ترکیبی از قدرت سخت، قدرت اقتصادی و قدرت نرم البته با میزان و درجه متفاوت وجود دارد و کشوری که در این سه جنبه از ابعاد قدرت، دارای توانمندی باشد می‌تواند در مدیریت سیاست جهانی نقشی تاثیرگذار ایفا کند (Nye, 2002: 151-153). در همین مبحث، جوزف نای در سال ۲۰۱۴ در مقاله‌ای با عنوان "انقلاب اطلاعات و قدرت"، مشخصه اساسی این عصر را که از اوایل قرن ۲۱ شروع شد و روز به روز بر گستره آن افزوده می‌شود سرعت تبادل اطلاعات و ارتباطات نمی‌داند؛ بلکه کاهش بسیار زیاد هزینه تبادل اطلاعات و ارتباطات در سراسر جهان را ویژگی بارز این عصر و باعث ایجاد تحولات گسترده در منابع قدرت و اهمیت آنها می‌داند. پس اکنون اطلاعات و ارتباطات یکی از منابع قدرت نرم بسیار مهم در فضای بین‌المللی کنونی به حساب می‌آیند و کنترل جریان اطلاعات و مدیریت آن می‌تواند باعث تقویت قدرت شود که نتیجه آن ورود بازیگران جدید و غیردولتی بسیار به صحنه معادلات جهانی است (Nye, 2014).

جوزف نای همچنین در سال ۲۰۰۴ در یکی از مهم‌ترین آثار خود پیرامون قدرت نرم، به صورت ساختارمند و دقیق به ابعاد مختلف این نظریه پرداخته است. وی در کتابی با عنوان "قدرت نرم-روشی برای موفقیت در سیاست جهانی"، قدرت نرم را توانایی شکل‌دهی علایق و اولویت‌ها به وسیله دارایی‌های با ارزش ولی ناملموس از قبیل شخصیت جذاب، فرهنگ، ارزش‌های سیاسی و نهادها و همچنین سیاست‌های مشروع و اخلاقی معرفی می‌کند. در این زمینه، نای روش‌ها و ابزارهایی را نیز برای بهره‌برداری بهینه از قدرت نرم مطرح می‌کند که رسانه، سرگرمی، تبادلات دانشجو و نهادسازی از آن جمله است. همچنین جوزف نای به دیپلماسی عمومی به عنوان یکی از مهم‌ترین شیوه‌های قدرت نرم توجه بسیار دارد و برای آن سه مولفه اساسی را بیان می‌کند که شامل ارتباطات روزانه با مردم، ارتباطات استراتژیک موضوعی و گسترش روابط بلند مدت با افراد کلیدی در کشورهای هدف می‌شود که در بخش بعد به طور مفصل به دیپلماسی عمومی طبق رویکرد نای خواهیم پرداخت (Nye, 2004-b: 107-118).

قدرت نرم	قدرت سخت	
تعیین دستور کار جذابیت همکاری		طیف رفتارها
امرانه ← → همکاری		
ارزش‌ها فرهنگ سیاست		منابع مرسوم
اجبار ترغیب فشار پرداخت مالی رشوه تحریم		

جدول ۱ مقایسه ابعاد قدرت از حیث رفتارها و منابع (Nye, 2004-b: 8)

جوزف نای در سال ۲۰۰۴ در مقاله‌ای با عنوان "قدرت نرم و آموزش عالی"، به جایگاه بسیار مهم آموزش عالی و جذب دانشجویان از سراسر دنیا در پیشبرد اهداف قدرت نرم ایالات متحده آمریکا می‌پردازد و معتقد است که بسیاری از موفقیت‌های آمریکا در عرصه سیاست جهانی و حتی دوران جنگ سرد به دلیل تحصیل دانشجویان از کشورهای مختلف و حتی رقبای آمریکا مانند شوروی است که در آن دانشجویان که ممکن است روزی رهبران آینده کشورهای خود باشند، از نزدیک با فرهنگ و ارزش‌های سیاسی آمریکا آشنا شده و از این طرق تمایلات و اولویت‌های آنان طبق اهداف ایالات متحده شکل می‌گیرد (Nye, 2004-a).

۳-۱ آینده قدرت در نظریه جوزف نای

اما در پایان این بخش بهتر است نگاهی نیز به دیدگاه جوزف نای درباره آینده قدرت بیندازیم. نای در سال ۲۰۱۱ در کتاب خود با عنوان "آینده قدرت"، قرن بیست و یکم را تحت تاثیر دو تغییر عمده در مسئله قدرت می‌داند که این دو تغییر را انتقال قدرت و اشاعه قدرت نام‌گذاری می‌کند. وی انتقال قدرت در عرصه بین‌الملل را به جابجایی قدرت از غرب به شرق و رشد بی‌سابقه و سریع قدرت‌های جدید در این منطقه عنوان می‌کند که می‌تواند قرن ۲۱ را به صحنه تغییر اساسی قدرت جهانی تبدیل کند. اما مقصود نای از اشاعه قدرت، گسترش دامنه قدرت از دولت‌ها به بازیگران غیردولتی چه در غرب و چه در شرق جهان است که بر همین اساس مفاهیمی از قبیل قدرت نرم اهمیت بسیار زیادی مخصوصاً در قرن ۲۱ پیدا کرده است و اساساً برنده رقابت قدرت در این قرن آن دولتی است که بتواند با توجه به این تحولات در

ماهیت قدرت و شیوه‌های قدرت، و همچنین با در اختیار گرفتن منابع قدرت متناسب با این شرایط، جایگاه خود در آینده جهان را تعیین و تثبیت کند (Nye, 2011).

آنچه در این پژوهش مورد توجه نویسندگان است، جایگاه دیپلماسی عمومی به عنوان یکی از مهم‌ترین شیوه‌های تحقق قدرت نرم در نگاه جوزف نای است. همان‌طور که در قبل نیز اشاره شد، نای سه مولفه اساسی دیپلماسی عمومی را، ایجاد ارتباط با مردم جهت انتقال پیام، برقراری ارتباطات راهبردی و گسترش و تثبیت روابط بلند مدت با مخاطبان عمومی در جامعه هدف معرفی می‌کند که این سه مولفه، سه محور اساسی جریان نوین دیپلماسی عمومی را شکل داده است که در بخش‌های بعدی به آن خواهیم پرداخت.

۲- دیپلماسی عمومی

۲-۱- اهمیت و جایگاه دیپلماسی عمومی در روابط بین‌الملل

تا آنجا که بررسی متون و گزارش‌های نشریات معتبر جهانی در دهه‌های گذشته نشان می‌دهد، نیمه دوم قرن نوزدهم را می‌توان بستر ظهور واژه دیپلماسی عمومی در ادبیات رسمی در جهان و نیمه دوم قرن بیستم را دوره ورود و تثبیت این واژه در عرصه علمی و تخصصی روابط بین‌الملل عنوان کرد (Cull, 2008: 19-21). دلیل توجه بیش از پیش دولت‌ها و قدرت‌ها در سال‌های پایانی قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، به مفهوم دیپلماسی عمومی و رشد استفاده از این واژه در ادبیات رسمی دولتمردان را می‌توان در سه عامل اصلی و تعیین‌کننده تبیین کرد. نخستین عامل، اختراع رادیو در انتهای قرن ۱۹ بود که حکومت‌ها را قادر می‌ساخت علاوه بر ارتباط با ملت خود، بدون نیاز به عبور از مرزهای جغرافیایی و وساطت سایر دولت‌ها، با مردمان دیگر کشورها ارتباط برقرار کنند و پیام خود را به آنها برسانند. عامل دوم، رفتار بلشویک‌ها و متعاقباً دولت‌های نازی بود. شوروی در سال ۱۹۱۷ و حکومت نازی در سال ۱۹۳۳ با استفاده از برنامه‌های رادیویی به تشویق مردمان سایر کشورها برای قیام علیه حکومت‌های خود پرداختند. اما سومین عامل که نقش عمده‌ای در اقبال دولت‌ها به دیپلماسی عمومی داشت، اقدام دولت فرانسه در تاسیس بخش فرهنگی وزارت خارجه و نمایندگی‌های آن در سایر کشورها برای برقراری و گسترش ارتباطات فرهنگی در سایر کشورهای اروپایی بود که خارج از ساز و کار دیپلماسی مرسوم اما کاملاً منطبق بر پروتکل‌های سیاست خارجی به فعالیت می‌پرداخت (Roberts, 2007: 37-38). این سه عامل در کنار یکدیگر باعث گسترش توجهات به رویکرد دیپلماسی عمومی در نیمه نخست قرن بیستم و تثبیت و رسمیت یافتن اصطلاح دیپلماسی عمومی در مجامع علمی در دهه دوم قرن بیستم شد.

درواقع همان‌طور که قرن بیستم، به عنوان دوران ظهور گسترده ارتباطات و تبادل اطلاعات شناخته می‌شود، ورود فزاینده بازیگران جدید و غیردولتی به عرصه روابط بین‌الملل از اواسط این قرن نیز یکی از شاخصه‌های اصلی قرن بیستم به شمار می‌رود. این دو جریان مهم در کنار یکدیگر باعث اهمیت و گسترش بیش از پیش ارتباطات و دسترسی به اطلاعات در میان ملت‌ها و کمرنگ شدن نقش دولت‌ها در کنترل جریان اطلاعات شد (کنجی دوست، ۱۳۸۷: ۲۰۰) که ثمره آن ظهور مفاهیمی متناسب با این عصر در عرصه نظری روابط بین‌الملل و به طور خاص تبیین مفهوم دیپلماسی عمومی در چهره مدرن خود در نیمه دوم قرن بیستم بود.

۲-۲ تعریف دیپلماسی عمومی

اصطلاح دیپلماسی عمومی در معنای مدرن آن نخستین بار در سخنرانی ادوارد مارو^۲ در سال ۱۹۶۳ به عنوان مدیر آژانس اطلاع‌رسانی ایالات متحده^۳ عنوان شد. وی در این سخنرانی تفاوت میان دیپلماسی عمومی و دیپلماسی سنتی را تعامل دولت‌ها با اشخاص و نهادهای غیردولتی در عرصه بین‌الملل از طریق دیپلماسی عمومی بیان می‌کند و علاوه بر آن دیپلماسی عمومی را ارائه‌کننده دیدگاه‌های اشخاص و نهادهای خصوصی آمریکایی (علاوه بر دیدگاه‌های دولت آمریکا) به سایر کشورها معرفی می‌کند (Murrow, 1963).

در نهایت در سال ۱۹۶۵ نخستین تعریف تخصصی از اصطلاح دیپلماسی عمومی توسط ادmond گالیون^۴ رئیس مدرسه حقوق و دیپلماسی فلچر^۵ در دانشگاه تافتز^۶ به ثبت رسید. طبق این تعریف، دیپلماسی عمومی با تاثیر گرایش‌های عمومی بر شکل‌گیری و تحقق سیاست خارجی سر و کار دارد و ابعادی فراتر از دیپلماسی سنتی در روابط بین‌الملل را شامل می‌شود. از جمله هدایت و تربیت افکار عمومی در سایر کشورها توسط دولت‌ها، تعامل گروه‌های خصوصی در یک کشور با گروه‌های دیگر در سایر کشورها، گزارش امور خارجی و تاثیر آنها بر سیاست، ارتباطات میان دیپلمات‌ها و خبرنگاران خارجی، و ارتباطات بین فرهنگی در این حیطه شامل می‌شوند (Cull, 2008: 19).

طبق تعریف گروه برنامه‌ریزی ادغام آژانس اطلاع‌رسانی آمریکا در وزارت خارجه در سال ۱۹۹۶، "دیپلماسی عمومی به دنبال ترویج منافع ملی ایالات متحده آمریکا از طریق تفهیم، اطلاع‌رسانی و تاثیر بر مخاطبان خارجی است" (Cull and Welch, 2003: 327). اما در تعریفی عام و دقیق‌تر، نیکلاس کال^۷ دیپلماسی عمومی را تحت عنوان پیشبرد و هدایت سیاست خارجی از طریق جذب افکار عمومی خارجی تعریف می‌کند. او در این تعریف پنج عنصر اساسی دیپلماسی عمومی را شنیدن دیدگاه مخاطبان، ایجاد

طرفداری، دیپلماسی فرهنگی، تبادل اطلاعات و اشخاص و سخن‌پراکنی^{۱۴} بین‌المللی بیان می‌کند (Cull, 2010: 49). تا اینجا مشخص شده است که دیپلماسی عمومی از یک سو بر استفاده از قدرت نرم و مهارت ایجاد جذابیت و اقناع تاکید دارد و از سوی دیگر مخاطبان خود را افکار عمومی و ملل مختلف در سایر کشورها قرار داده است.

برای روشن شدن ماهیت دیپلماسی عمومی بهتر است به تفاوت‌های اصلی آن با دیپلماسی رسمی اشاره کنیم. بر این اساس سه تفاوت اساسی دیپلماسی عمومی و دیپلماسی رسمی را می‌توان به شرح زیر بیان کرد. نخست اینکه دیپلماسی عمومی فرآیندی شفاف است و به طور گسترده قابل انتشار است اما دیپلماسی رسمی فرآیندی غیر شفاف به شمار می‌رود که امور آن گهگاه منتشر می‌شوند. دومین تفاوت این است که دیپلماسی عمومی از سوی یک دولت بر طیف وسیعی از مخاطبان عمومی اجرا می‌شود در صورتی که دیپلماسی رسمی در میان دولت‌ها در جریان است. سومین تفاوت این است که، طرح‌ها و مسایل دیپلماسی رسمی، به رفتارها و سیاست‌های دولت‌ها مرتبط و متوجه است؛ اما طرح‌ها و مسایل دیپلماسی عمومی به رفتار و نگرش عموم افراد در یک جامعه هدف متوجه و مرتبط است (Wolf Jr and Rosen, 2004: 4).

۲-۳ اهداف دیپلماسی عمومی

الگوی دیپلماسی عمومی در سراسر جهان و از جانب کشورهای مختلف، اگرچه دارای اهداف خرد و رویکردهای متفاوتی است، اما بر اساس متون علمی و همچنین سابقه عملکرد دولت‌ها در پیشبرد دیپلماسی عمومی می‌توان یک روند نسبتاً ثابت و یکسانی را در تاثیر بر فضای پیرامون و کارکردهای اصلی دیپلماسی عمومی برشمرد که بر اساس آنها اهداف کلان مشخص می‌شوند. مهم‌ترین و اساسی‌ترین اهدافی که تا حدودی فصل مشترک تمامی سازوکارهای دیپلماسی عمومی در جهان به شمار می‌روند به شرح زیر است:

- ۱- افزایش آشنایی مخاطبان خارجی از کشور مبدا دیپلماسی عمومی. که آنها را به فکر کردن، به روز رسانی تصویر ذهنی و تغییر نظرات نامطلوب درباره آن کشور متمایل می‌سازد.
- ۲- افزایش ادراک مخاطبان خارجی از جایگاه و ارزش کشور مبدا دیپلماسی عمومی. که ایجاد برداشت مثبت از سیاست‌های آن کشور شده و مخاطبان را ترغیب به نگاه به مسائل بین‌المللی از دیدگاه آن کشور می‌کند.

۳- جلب نظر مخاطبان و جذب آنها به امور کشور مبدا دیپلماسی عمومی. که باعث تقویت روابط؛ تشویق مخاطبان به نگاه به کشور مبدا به عنوان یک مقصد جذاب برای گردشگری، تحصیل و مهارت آموزی؛ ترغیب آنها به خرید محصولات آن کشور؛ و ادراک و تصدیق ارزش های آن کشور خواهد شد.

۴- تاثیر بر مخاطبان خارجی. که باعث ترغیب مخاطبان به پشتیبانی از مواضع آن کشور و در نهایت باعث ترغیب سیاستمداران کشورهای هدف به چرخش به سمت کشور مبدا به عنوان یک شریک مطلوب می شود (Leonard, et al., 2002: 9-10).

در اینجا باید به این نکته توجه داشت که دیپلماسی عمومی به عنوان یک ساز و کار مبتنی بر قدرت نرم و دارای کارکرد تاثیرگذاری بر اذهان عمومی، در اکثر اوقات نمی تواند اهداف سیاست خارجی کوتاه مدت کشورها را به درستی محقق سازد، بلکه این رویکرد در میان مدت و بلند مدت می تواند به تاثیرگذاری بر افکار عمومی بین المللی پردازد و نگرش های مخاطبین جهانی را پیرامون کشور مبدا دیپلماسی عمومی تغییر دهد (احدی، ۱۳۸۹: ۳۲).

۳- ساز و کار نوین تحقق دیپلماسی عمومی

تحقق دیپلماسی عمومی مستلزم وجود سازوکاری مشخص و منسجم است که بتوان با به کارگیری تکنیک و شیوه های عملی و اجرایی متناسب با رویکرد دیپلماسی عمومی، اهداف پیش روی سیاست خارجی و منافع ملی را محقق ساخت. بر این اساس در این بخش، نخست به بیان روند کلی تحقق دیپلماسی عمومی پرداخته و سپس به بیان چارچوب ها و ابزارهای ایجاد روابط راهبردی در ساز و کار پیاده سازی و اجرای دیپلماسی عمومی خواهیم پرداخت.

۳-۱- روند کلی ساز و کار دیپلماسی عمومی

۳-۱-۱- مدیریت پیام

در فرآیند پیچیده و گسترده دیپلماسی عمومی، مدیریت پیام را می توان به عنوان هسته مرکزی و شاه کلید اجرای ساز و کار دیپلماسی عمومی تعریف کرد. در واقع مدیریت پیام به فرآیندی گفته می شود که در آن پیام مد نظر دستگاه دیپلماسی عمومی متناسب با مخاطب، موضوع و دوره زمانی تاثیر، مورد فرآوری قرار گرفته و پس از آن به مخاطب منتقل شود. پیام می تواند برای یک فرآیند کوتاه مدت مانند واکنش رسانه ای به یک رویداد مهم طراحی شود و هم برای یک افق بلند مدت برای مخاطب آماده شود (Leonard, et al., 2002: 12). اما مهم آن است که منبع این پیام باید ویژگی ها و شرایط مخاطب خود

را در نظر بگیرد و به این نکته توجه داشته باشد که هر پیام ممکن است طیف وسیعی از مخاطبان را در سطوح مختلف تحت تاثیر قرار دهد.

۳-۱-۲ برقراری ارتباطات راهبردی

پس از مشخص شدن فرآیند مدیریت پیام، ساز و کار دیپلماسی عمومی باید برای پیگیری اهداف خود به برقراری ارتباطات راهبردی با مخاطبان عمومی خارجی پردازد. به این معنا که با ایجاد یک دستور کار اجرایی، تبلیغی، رسانه‌ای و حتی خبری، در میان مدت، محتوای پیام مد نظر را در ذهن مخاطب تثبیت کرده و به درستی فرآیند انتقال پیام را تکمیل نماید. به این منظور، ساختار اجرایی دیپلماسی عمومی ضمن تولید یک سری از پیام‌های راهبردی با صورت‌های متفاوت و محتوای هم راستا، با استفاده از یک دسته فعالیت‌های مرتبط با دیپلماسی عمومی، یک خط تبلیغی و محتوایی را برای مخاطب خارجی ایجاد کرده و با بزرگ‌نمایی و تکرار، در میان مدت پیام اصلی را در ذهن مخاطب تثبیت می‌کند (Leonard, et al., 2002: 14-15).

۳-۱-۳ تثبیت روابط پایدار

اساساً دو عنصر قبل شرایط را برای تحقق هرچه بهتر این مرحله فراهم خواهند کرد که ایجاد و تثبیت روابط پایدار با مخاطب عمومی در کشور هدف محقق خواهد شد. در این فرآیند که ماهیتاً در افق بلند مدت قابل تعریف است، روابط پایدار توسط اشخاص حقیقی و حقوقی کلیدی، از میان مخاطبان عمومی از طریق اموری مانند بورس‌های تحصیلی، تبادلات انسانی و فرهنگی، دوره‌های آموزشی، سمینارها و همایش‌ها، ایجاد شبکه‌های حقیقی و مجازی، ترغیب مخاطبان به استفاده از رسانه‌های مشخص و... که توسط ساز و کار دیپلماسی عمومی کشور مبدا ترتیب داده می‌شوند، ایجاد خواهد شد. نتیجه این روند، ایجاد تحلیل و فهم مشترک نسبت به مسائل و موضوعات مختلف در میان مخاطبان خارجی و کشور مبدا دیپلماسی عمومی است که ضمن ارائه دیدگاهی روشن درباره انگیزه‌ها و عوامل عملکرد کشور مبدا، در بلند مدت بر روی رفتارها و کنش‌های مخاطبان تاثیر قابل قبولی خواهد گذاشت (Leonard, et al., 2002: 18).

۳-۲ چارچوب ایجاد روابط راهبردی

قلب تپنده ساز و کار اجرای دیپلماسی عمومی، روابط راهبردی در سطوح مختلف و میان گروه‌های متفاوت است. ساز و کار نوین دیپلماسی عمومی به دنبال ایجاد روابط راهبردی با شناخت و درک نیازها،

فرهنگ و شرایط مردمان کشورهای هدف آغاز می‌شود و در پی یافتن حوزه‌های دارای نقطه مشترک برای برقراری روابط راهبردی است.

در بحث ایجاد روابط راهبردی، رویکرد اصلی بر هماهنگی و همکاری متقابل میان گروه‌های مختلف است که زمینه ساز اعتماد و اقدام متقابل میان مخاطبان و فعالان دیپلماسی عمومی خواهد بود. این روابط در قالب برنامه‌های مشخص مانند تبادل دانشجو و دوره‌های آموزشی انجام می‌پذیرد. ایجاد ارتباط نزدیک با مخاطبان اثربخشی بسیار بالاتری نسبت به استفاده از رسانه‌های جمعی برای تاثیر بر افکار عمومی دارد و بر همین اساس از نظر صاحب نظران عرصه دیپلماسی عمومی، ایجاد روابط راهبردی دستگاه دیپلماسی عمومی با رسانه‌های محلی کشور هدف برای انتقال پیام به مخاطب، اثربخشی همراه با اطمینان بسیار بیشتری نسبت به استفاده مستقیم از رسانه‌های خارجی در بین مخاطبان عمومی کشور هدف ایجاد خواهد کرد. یکی دیگر از مزیت‌های ایجاد روابط راهبردی، دوام و پایداری این روابط نسبت به سایر روش‌های انتقال پیام به مخاطبان خارجی است و همین امر تاثیرات بلند مدت این رویکرد را بسیار مورد توجه قرار داده است (Zaharna, 2008: 90-91).

در ادامه چارچوب ایجاد روابط راهبردی را به صورت ترکیبی از این شاخص‌ها در سه سطح اساسی فرد محور، نهاد محور و شبکه محور بیان می‌کنیم.

۳-۲-۱ سطح اول روابط راهبردی: فرد محور

در این سطح که در واقع زیربنا و مرحله ابتدایی ایجاد روابط راهبردی و بلند مدت است، کشور مبدا دیپلماسی عمومی توسط نهادهای دولتی و غیردولتی خود و با مشارکت شهروندان، با اتخاذ یکسری از سیاست‌ها و برنامه‌های مشخص، به طور مستقیم به برقراری ارتباط راهبردی با شهروندان و مخاطبان عمومی کشور هدف پرداخته و پیام‌های مدنظر خود را با استفاده از ابزارهای زیر به افکار عمومی آن جامعه می‌رساند:

- ۱- تبلیغات و پروپاگاندا^۹ (چهره به چهره، رسانه‌های مکتوب، رسانه‌های گروهی و خبرپراکنی^۸، رسانه‌های سمعی و بصری، رسانه‌های الکترونیک و سایبری، فعالیت‌های هنری)
- ۲- برنامه‌های تبادل انسانی (جذب دانشجو، گردشگری و مهاجرت)
- ۳- برگزاری دوره‌های آموزشی (فرهنگ، مهارت‌ها و زبان کشور مبدا)
- ۴- نمادین‌سازی ملت (ترویج نمادهای تجاری و سایر کالاهای خصوصی کشور مبدا)
- ۵- ارتباط با نخبگان (برگزاری همایش‌ها و نشست‌های تخصصی) (Zaharna, 2008: 88-91)

خروجی سطح نخست ایجاد روابط راهبردی، افراد و اشخاصی از جامعه مخاطب هستند که ضمن آشنایی با اصول، هنجارها، فرهنگ و ویژگی‌های کشور مبدا، انگیزه و مهارت فعالیت در جامعه خود در جهتی مطابق با اهداف و منافع کشور مبدا را در اختیار دارند. این افراد و گروه‌ها زمینه تحقق سطح دوم ایجاد روابط راهبردی را در جامعه هدف فراهم خواهند نمود.

۳-۲-۲ سطح دوم روابط راهبردی: نهادی

رویکرد نهادسازی و برقراری ارتباط با نهادهای موجود در جامعه مخاطب، مهم‌ترین و حساس‌ترین مرحله پیاده‌سازی روابط راهبردی برای اجرای دیپلماسی عمومی به شمار می‌رود. در واقع در این مرحله دستگاه دیپلماسی عمومی کشور مبدا به نهادهای غیردولتی و مردمی کشور مبدا با مشارکت شهروندان و مخاطبین و کار دیپلماسی عمومی و نهادهای غیردولتی و مردمی کشور مبدا با مشارکت شهروندان و مخاطبین عمومی جامعه هدف - که تاثیر مطلوب را از برنامه‌های سطح اول روابط راهبردی دریافت کرده‌اند - با استفاده از دستور کار زیر به ایجاد نهادهای غیردولتی و برقراری ارتباط با نهادها و رسانه‌های غیردولتی موجود در کشور هدف، برای پیاده‌سازی فعالانه سیاست‌های دیپلماسی عمومی کشور مبدا در جامعه مخاطب خواهند پرداخت:

- ۱- برقراری همکاری و ارتباط با نهادهای غیردولتی موجود در کشور هدف (مانند NGO ها، مراکز علمی، فرهنگی و آموزشی)
- ۲- ایجاد نهادهای غیردولتی در کشور هدف، به وسیله شهروندان و فعالان همان کشور که از سطح اول روابط راهبردی عبور کرده‌اند.
- ۳- ارتباط با احزاب کشور هدف
- ۴- ارتباط و همکاری با رسانه‌های محلی
- ۵- ایجاد مراکز عام‌المنفعه و خدماتی

این نهادها به مثابه کنسولگری‌های داوطلبانه‌ی دیپلماسی عمومی، به شیوه‌های مبتنی بر اعتماد، پیام کشور مبدا را به مخاطب خارجی رسانده و خود به بخشی از ساز و کار دیپلماسی عمومی کشور مبدا تبدیل می‌شوند.

۳-۲-۳ سطح سوم روابط راهبردی: شبکه اجتماعی فعال

پس از ایجاد ارتباط با افراد و اشخاص جامعه در سطح نخست و نهادینه کردن روابط راهبردی با مخاطبین در جامعه هدف در سطح دوم، به بالاترین سطح روابط راهبردی دستگاه دیپلماسی عمومی می‌رسیم. در این سطح، ساز و کار دیپلماسی عمومی کشور مبدا به صورت غیرمستقیم و با استفاده از کنش داوطلبانه نهادهای مرتبط با سطح دوم و مخاطبین سطح اول، به ایجاد شبکه‌های حقیقی و مجازی گسترده در میان مخاطبین خود می‌پردازد و از این طریق بر نگرش و تصمیمات سیاست‌گذاران، تصمیم‌گیران و نخبگان جامعه هدف که در لایه‌های بالایی افکار عمومی قرار دارند تاثیر گذاشته و منافع و اهداف سیاست خارجی کشور مبدا را محقق می‌سازد. در این زمان، شبکه‌های گسترده، منسجم و در عین حال فعال از ساز و کار تبلیغی و رسانه‌ای، برنامه‌های راهبردی و نهادهای مردمی همسو، وظیفه انتقال پیام کشور مبدا و تاثیر بر مخاطبان و تصمیم‌گیران در کشور هدف را از ابتدا تا انتها به طور جامع پیگیری می‌نمایند. مهم‌ترین عناصر سطح سوم روابط راهبردی شامل موارد زیر می‌شود:

۱- ایجاد شبکه‌های حقیقی و مجازی در جامعه هدف (میان شهروندان و نهادها)

۲- ایجاد کمپین‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی

۳- ارتباط شبکه‌ها با نخبگان، تصمیم‌گیران و سیاستمداران

به طور خلاصه باید گفت که دیپلماسی عمومی در ساز و کار نوین خود بر سه محور اساسی انتقال پیام، ایجاد ارتباطات راهبردی، و تثبیت روابط پایدار استوار است. که چارچوب اصلی این ساز و کار، ایجاد روابط راهبردی و هدفمند است که در سه سطح فردی، نهادی و شبکه‌های فعال، در گام اول به انتقال پیام به مخاطبین و همراه سازی آنان با اهداف خود پرداخته و در گام بعد با نهادینه سازی ارتباطات ایجاد شده، سازوکاری خودکار و فعال را برای ایجاد شبکه‌های اجتماعی حقیقی و مجازی میان افراد و نهادهای جامعه هدف به منظور پیگیری دستور کار دیپلماسی عمومی را (از انتقال پیام تا اثرگذاری بر روند تصمیم‌سازی) در جامعه هدف دنبال خواهد کرد.

نتیجه گیری

جوزف نای به عنوان مهم ترین نظریه پرداز قدرت نرم در عصر حاضر در خلال نظریه ها و رهیافت های خود پیرامون قدرت نرم، به یکی از مهم ترین عناصر و ابزارهای این حوزه یعنی دیپلماسی عمومی اشاره می کند. اگرچه دیپلماسی عمومی پیش از نظرات جوزف نای و از اواخر قرن ۱۹ جزو عناوین مطرح در عرصه روابط بین الملل بود اما جوزف نای با ایجاد ارتباطی هوشمند میان دیپلماسی عمومی و قدرت نرم، این ابزار را به یکی از سرمایه ها و منابع قدرت ایالات متحده آمریکا و یک جریان اصلی در سیاست خارجی آمریکا تبدیل کرد. نای در آرای خود، دیپلماسی عمومی را بر ساخته از سه مولفه اساسی، ارتباطات روزانه با مردم و انتقال پیام، برقراری ارتباطات استراتژیک موضوعی و گسترش روابط بلند مدت با افراد کلیدی در کشورهای هدف، عنوان کرد که عصر حاضر این سه مولفه، محورهای اصلی دیپلماسی عمومی نوین کشورهای قدرتمند را در عرصه روابط بین الملل تبیین می کند. و البته جمهوری اسلامی ایران نیز با استفاده از این رویکرد و با بهره گیری از منابع هویتی و فرهنگی خود می تواند نقش خود را در عرصه روابط بین الملل و منطقه غرب آسیا به عنوان یک واحد قدرتمند ارتقا بخشد.

دیپلماسی عمومی به مثابه فرآیندی هدفمند و مبتنی بر قدرت نرم، شامل مجموعه ای از راهبردها، تاکتیک ها و ابزارها است که در راستای ایجاد و هدایت روابط میان یک دولت با مردم سایر کشورها برای پیشبرد اهداف و منافع سیاست خارجی آن کشور (کشور مبدا دیپلماسی عمومی) مورد استفاده قرار می گیرد. این فرآیند باهدف افزایش آگاهی و ادراک مخاطبان عمومی خارجی (شهروندان کشورهای هدف) نسبت به هویت، ملت، فرهنگ، سیاست ها و ارزش های کشور مبدا و ایجاد تصویر مثبت از آنها در ذهن مخاطبان و به تبع آن افزایش حمایت از سیاست های آن کشور جریان می یابد. در واقع هدف اصلی دیپلماسی عمومی تاثیر بر مخاطبان عمومی خارجی در جهت تحقق اهداف سیاست خارجی و منافع ملی کشور مبدا دیپلماسی عمومی است. مهم ترین ویژگی محوری دیپلماسی عمومی و قلب تپنده ساز و کار اجرای دیپلماسی عمومی، روابط راهبردی در سطوح مختلف و میان گروه های متفاوت است. روابط راهبردی، به دنبال مشترکات و منافع مشترک در میان مخاطبان دیپلماسی عمومی و گروه های فعال دیپلماسی عمومی در کشور مبدا با مخاطبان عمومی در سایر کشورها و شیوه های ایجاد روابط هدفمند و بلند مدت میان آنها است. این چارچوب در سه سطح روابط فردی، روابط نهادی و شبکه اجتماعی فعال پیگیری می شود.

یادداشت‌ها:

۱. مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان "دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان عرب (فرصت‌ها تهدیدها و راهبردها)"

2. *Edward Murrow*
3. *United States Information Agency-USIA*
4. *Edmund Gullion*
5. *Fletcher School of Law and Diplomacy*
6. *Tufts University*
7. *Nicholas J. Cull*
8. *Broadcasting*
9. *Propaganda*

منابع:

احدی، افسانه (۱۳۸۹)، «دیپلماسی عمومی: چارچوب مفهومی و نظری»، پژوهش‌نامه سیاست خارجی، شماره ۲۴، ۲۳-۵۰.

کیوان حسینی، سیداصغر؛ جمعه زاده، راحله (۱۳۹۲)، «تبیین نظری قدرت نرم بر مبنای نگرشی فرانای به کاربست منابع غیر مادی قدرت در سیاست خارجی»، پژوهش‌نامه سیاست نظری، دوره جدید، شماره ۱۳، ۶۰-۱۳۹.

گنجی دوست، محمد (۱۳۸۷)، «تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات»، فصلنامه سیاست، دوره ۳۸، شماره ۱، ۱۸۵-۲۱۲.

Cull, N. J. 2008. *Public Diplomacy before Gullion*, Routledge Handbook of Public Diplomacy. Nancy Snow and Phillip M. Taylor. London: Taylor & Francis.

Cull, N. J. 2010. *Speeding the Strange Death of American Public Diplomacy: The George H. W. Bush Administration and the U.S. Information Agency*, *Diplomatic History*. 34 (1): pp. 47-69.

Cull, N. J.; Welch, D. 2003. *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia-1500 to the Present*. California: ABC-CLIO E-Books.

Leonard, M., Stead, C., Smewing, C. 2002. *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.

Murrow, E. R. 1963. *Edward R. Murrow Speaks at the 7th Annual Honor Awards Ceremony of USIA*. 17 September 1963. Available in: <http://www.jfklibrary.org/Asset-Viewer/Archives/USIAAU-017.aspx>.

Nye, J. S. 1990-a. *Soft Power*, *Foreign Policy*. No. 80: pp. 153-171.

Nye, J. S. 1990-b. The Changing Nature of World Power, *Political Science Quarterly*. Vol. 105, No. 2: pp. 177-192.

۱۸۳

دو فصلنامه علمی-پژوهشی

مطالعات

قدرت نرم

بررسی سازوکار نوین دیپلماسی عمومی بر مبنای نظریه قدرت نرم جوزف نای

سید امیر حسین صدر پور و همکاران

Nye, J. S. 2002. Hard and Soft Power in a Global Information Age. In Mark Leonard (Ed.), *Re-ordering the World*. London: The Foreign Policy Centre. pp. 151-153.

Nye, J. S. 2004-a. *Soft Power and Higher Education*, Harvard University: pp. 11-14.

Nye, J. S. 2004-b. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

Nye, J. S. 2011. *The Future of Power*. New York: Public Affairs.

Nye, J. S. 2014. The Information Revolution and Power, *Current History*. Vol. 113, No. 759: pp. 19-22.

Roberts, W. R. 2007. What Is Public Diplomacy? Past Practices, Present Conduct, Possible Future, *Mediterranean Quarterly*. Vol. 18, No. 4: pp. 36-52.

Wolf Jr, C., Rosen, B. 2004. *Public Diplomacy: How to Think about and Improve It*, DTIC Document by RAND Corporation.

Zaharna, R. S. 2008. *Mapping out a Spectrum of Public Diplomacy Initiatives*, *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. By Nancy Snow and Phillip M. Taylor. London: Taylor & Francis.