

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۲/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱/۲۸

سایبر دیپلماسی در محیط هوشمند نوین رسانه‌ای

نوشته

رها خرازی آذر*

چکیده

سایبر دیپلماسی از بسیاری جهات ساختاری است که در قرن ۲۱ این پتانسیل را دارد که شرایط آشتی میان ایدئالیسم و سیاست‌های واقع‌گرایانه سنتی را فراهم آورد. البته بسیاری از رهبران و مقامات رسمی هنوز با واقعیت‌های نوین ارتباطات جهانی و محیط هوشمند نوین رسانه‌ای تطبیق نیافته‌اند. کارشناسان سیاست خارجی، افسران اطلاعاتی، مأموران سری و دیپلمات‌ها بسیاری از کارکردهای سنتی خود را به روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها واگذار کرده‌اند.

واقعیت این است که دیگر بدون حضور فعال در رسانه‌ها و محیط سایبر و هوشمند نوین رسانه‌ای، برنامه‌ها یا مقامات دیپلماتیک و سیاسی دیگر بختی برای کسب حمایت وسیع ندارند. در مقاله پژوهشی حاضر ضمن بررسی ضرورت‌ها، ظرفیت‌ها و منافع حاصل از کاربست سایبر دیپلماسی، آنچه مسلم است سایبر دیپلماسی هر لحظه بیش از پیش برای پیشروی سیاست خارجی و جریان‌های دیپلماتیک، غیرقابل اجتناب و حیاتی شد و توان آن را دارد که در طولانی مدت، به موقعیت کانونی و محوری در جعبه ابزار دیپلماسی دست یابد. در محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، به بررسی چالش‌های دیپلمات‌ها و دستگاه سیاست خارجی و دیپلماتیک کشورها در مواجهه با این نوع دیپلماسی می‌پردازیم.

کلیدواژه: سایبر دیپلماسی؛ منطق و منافع سایبر دیپلماسی؛ محیط هوشمند نوین رسانه‌ای؛ چالش مونوپولی دیپلماتیک.

مقدمه

امروزه دولت‌ها با شکل نوینی از دیپلماسی مواجه هستند که آن‌ها را وادار می‌کند عنصری استراتژیک را در کانون مرکزی کنش‌های خود، در اداره امور بین‌المللی اتخاذ کنند. هم‌زمان با تحول جوامع، سناریوهای جدیدی در قلمرو روابط بین‌الملل محقق می‌شود که اولویت‌هایی

* استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی zahra_kharrazi@yahoo.com

نوبین همراه با اتخاذ شیوه‌هایی نوین می‌طلبد. تحولی اساسی در مواجهه با چالش‌های جدید و پاسخ‌گویی به چالش‌های جدید منافع ملی لازم است. روش‌های سنتی که بر مبنای نظامی یا اقتصادی بوده‌اند باید راه را به میزان بیشتری برای روش‌های زیرکانه و دقیق دیپلماتیک، باز کنند. جوامع درگیر برقراری نوعی موازنه جدید نیز شده‌اند: موازنه‌ای که محصول فضایی مملو از موقعیت‌های نوین دیپلماتیک برآمده از محیط هوشمند جهانی نوین رسانه‌ای، برای تشویق افکار عمومی به حمایت از آرمان‌های کشورها و رهبران حاکم بر آنهاست. آنچه آن را در این نوشتار "سایبردیپلماسی" می‌نامم.

در گذشته‌ای نه چندان دور دیپلماسی را ورزش اختصاصی پادشاهان می‌نامیدند. تشریفات و پروتکل سیطره‌ای همه‌جانبه بر مناسبات دیپلماتیک و وزارت امور خارجه اغلب کشورهای دنیا، ماهیتی اریستوکرات داشت.

فضای خاصی بر محافل دیپلماتیک حاکم بود. سرّی و پنهان بودن امور، دلیلی بر دیپلماتیک بودن آن‌ها قلمداد می‌شد. محافل دیپلماتیک، جزایر جدایی از سایر بخش‌های اجتماعی و در مواردی حتی از سایر بخش‌های حاکمیتی بودند و این فضای بسته و محدود، البته قدرت مانور ویژه‌ای به دستگاه‌های دیپلماتیک می‌بخشید و حل و فصل امور و رتق و فتق مسائل در چنین فضاهایی چندان صعب به نظر نمی‌رسید (کاظم‌پور، ۱۳۸۳: ۳۰).

"دیپلماسی نوین" که بعد از جنگ جهانی اول پدیدار شد، با رسانه‌ها پیوندی بسیار مستحکم بست. از آن روز تا به امروز، رسانه‌ها جایگاه خاصی در دیپلماسی، سیاست خارجی و روابط بین‌الملل پیدا کرده‌اند. در محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، رسانه‌ها خود را به مقام رهبری شبکه‌های جهانی سیاسی، دیپلماتیک، فرهنگی، اقتصادی، مالی و سایر عرصه‌ها ارتقا داده‌اند. در ارتباط با عرصه دیپلماتیک، اکنون قدرت جهانی یک کشور در توان و استعداد دیپلماسی رسانه‌ای آن در ایجاد هویت ملی و ارائه تصویر مکمل بین‌المللی آن نهفته است. دیپلماسی دیگر، پدیده اتاق‌های دربسته نیست، پدیده‌ای آشکار است. پدیده‌ای رسانه‌ای که هر چه پویاتر باشد، سیاست خارجی را پویاتر خواهد ساخت.

هم اکنون با توجه به رشد ابزارهای مدرن ارتباطی، مأموریت وزارت خارجه و وزارت دفاع عمدتاً بر دوش لشکر رسانه‌های نوین است. لشگری که پیش‌قراول آن شبکه‌های ماهواره‌ای جهانی و خانواده وب نسل وب ۱،۰، وب ۲،۰ تا وب N است.

فضای هوشمند و سایر رسانه‌های نوین، در عین حال ویژگی نوینی به دیپلماسی افزوده است: حضور در زمان اکنون (زمان واقعی) و ظهور دیپلماسی این زمان محیط هوشمند نوین رسانه‌ای و حضور خبرنگاران و رسانه‌های فارغ از زمان در وقایع مهم جهانی، از جمله عوامل "مبتنی بر زمان واقعی اکنون" در روندهای دیپلماتیک هستند. به همین سبب دیپلمات‌ها، علاوه بر الزام به ایجاد روابط متعامل با رسانه‌ها و حضور در محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، به شدت از سوی رقیبان تازه خود یعنی رسانه‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، سایت‌های خبری، کانال‌های

ماهواره‌ای، شهروند- کاربران فعال در شبکه‌های اجتماعی و محیط وب ۲،۰ و ۳،۰ وب‌های سفارتخانه‌ها، آژانس‌های اطلاعاتی، خبرنگاران همراه و هر عاملی که به فضای هوشمند و سایبر رسانه‌ها مرتبط است، به چالش کشیده شده‌اند.

منطق سایبردیپلماسی

منطق دیپلماسی سایبر منطقی سه وجهی است: ابتدا اعتمادسازی و حرکت بر روی موج افکار عمومی جهانی در جهت تأمین منافع ملی کشور؛ دوم، استناد به مردم و تسهیل ارتباط با افکار عمومی و نخبگان جهانی و سوم، ایجاد تسهیلاتی که به کمک آن‌ها دستیابی به منافع ملی میسر شود. دیپلماسی سایبر به دولت‌ها این امکان را می‌دهد که به‌طور مستقیم با مخاطبان خارجی، اعم از عموم و رهبران افکار، در ارتباط باشند (Morganthan, 1973: 74). نفوذ در افکار عمومی خارجی و آوردن آن‌ها به صحنه بین‌المللی نیز به منظور فراهم آوردن فشار مؤثر به دولت‌های آن‌ها، استفاده می‌شود. به معنای دیگر دیپلماسی سایبر برای کشور اعمال‌کننده شرایطی فراهم می‌کند تا از طریق آن به تغییر شکل خواسته‌های بخش‌های مهمی از جمعیت کشور هدف بپردازد و با ایجاد موافقت در آن‌ها نسبت به اهداف و سیاست‌های خود، به اهداف خود نائل آید.

سطح تماس دیپلماسی سایبر بسیار زیاد است. این جمله مضمون مورد نظر استراتژیست‌های آلمانی است که اعتقاد دارند حیطه نفوذ دیپلماسی سایبر تک‌تک مردم هستند تا جامعه.^۱ با این دیدگاه برنامه‌ها و طرح‌های استراتژیک و ابتکاری از نوع اطلاعاتی و ارتباطات تنها برای مخاطبان خاص کلیدی در سطح بین‌الملل یا کشور مورد هدف طراحی می‌شوند. البته طراحی برنامه‌های استراتژیک به منظور اعمال نفوذ بر رسانه‌ها، مقامات دولتی و رهبران افکار، طرحی افزون بر طرح‌های قبلی در دستیابی به موفقیت به حساب می‌آیند. و این پاسخ همان چرایی است که می‌پرسد چرا برقراری ارتباطات مستقیم با مخاطبان خارجی، به‌طور روزافزون جزء وظایف و مسئولیت‌های اصلی و اساسی دستگاه سیاست خارجی دولت‌ها در قرن بیست و یکم می‌شود.^۲

بخش دیگر این فرض مسلم آن است که دیپلماسی سایبر با برقراری روابط مبتنی بر اعتماد، هم‌فکری و هم‌دردی با مخاطبان مردمی خارج از کشور، انجام همزمان چند ابتکار دیپلماتیک را تسهیل می‌کند و برای دولت‌ها موقعیت بین‌المللی قوی‌ای فراهم می‌آورد. کشور طراح سایبردیپلماسی با بهره‌گیری از ایجاد رابطه عاطفی با مخاطبان خارجی، راحت‌تر یک طرح بین‌المللی را در جهت کسب امتیازات ملی خود طراحی و اجرا، و پیامدهای بین‌المللی آن را برداشت می‌کند.

این دیپلماسی نمی‌تواند موضع دولت‌های شریک را برای همکاری تقویت کند؛ اما آنچه می‌تواند انجام دهد تغییر محیطی است که در آن مناظرات و مباحثات بین‌المللی صورت می‌گیرد و این ایجاد شرایط و فضا به عنوان گستره‌ای فراتر و به عنوان متنی که مذاکرات در آن صورت می‌گیرد، تأثیری واقعی بر نتایج و برون‌ده‌های دیپلماتیک مورد انتظار دارد.^۳ امروزه مشاوران سیاست خارجی در سراسر دنیا پذیرفته‌اند که سایبردیپلماسی، عنصری عالی برای خلق بافت موقعیتی و متن مناسب به

منظور انجام امور سیاسی است. نوعی دیپلماسی که به وسیله آن کشورها با اعمال کنترل بیشتر بر برون‌ده‌های دیپلماتیک خود می‌توانند مانور دهند و شرایط دستیابی به اهداف دیپلماتیک خود را فراهم می‌کنند.

سایر دیپلماسی؛ ابزار نوین تأمین امنیت، کامیابی‌های اقتصادی و اهداف سیاسی - ایدئولوژیک

الف. دیپلماسی سایر و تأمین امنیت

دسترسی به نوعی دیپلماسی ناب اقناعی و مبتنی بر محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، درحین این که به‌طور روزافزونی ضروری می‌شود، دسترسی به آن نیز میسر، ارزان و آسان می‌شود. دیپلماسی سایر به‌گونه‌ای مؤثر: از بحران‌ها جلوگیری می‌کند، اعتمادسازی می‌کند، پیش از اتفاق افتادن حمله یا خطری به ایجاد اتحاد می‌انجامد و منافع ملی معمولی را به صحنه بین‌المللی می‌کشاند. این دیپلماسی اولین خط دفاعی را پایه‌گذاری می‌کند، بهترین تصویر را برای سیاست خارجی تبلیغ می‌کند، نسبت به دولت‌ها گرایش مردمی ایجاد می‌کند و یک محیط بین‌المللی با ثبات‌تر و امن‌تر پدید می‌آورد. البته می‌تواند به عنوان سلاح خطرناکی طراحی شود که تلاش گروه‌ها و دولت‌های متخاصم را با محروم کردن آن‌ها از حمایت‌های مردمی خنثی و بی‌اثر کند، از توسعه احساسات خصمانه جلوگیری کند یا با استفاده از استراتژی‌های آموزشی و انتشار اطلاعات، حمله خود را در سطحی بسیار گسترده‌تر و با صبوری به اجرا درآورد. در واقع با این که این نوع دیپلماسی جانشینی برای کاربرد نیروی قهریه نیست، اما به مکمل غیرقابل اجتنابی برای آن تبدیل شده است.

این سیاست روز به روز جایگاه مهم‌تری در دستور جلسه امنیت ملی و بین‌المللی دولت‌ها به خود اختصاص می‌دهد. در وضعیت نوین، شفافیت و پاسخ‌گویی به افکار عمومی خارج از مرزها، به‌طور قطع از جمله موفقیت‌های اصلی دولت در بخش "سیاست‌های دفاعی و امنیتی" هستند. در محیط سایر و هوشمند نوین رسانه‌ای، فضای فکری برای همگان باز است. گستره‌های نفوذ و تأثیرگذاری می‌توانند بدون وقوع نبردهای نظامی اما بدون کاهش معنای استراتژیک آن‌ها، فراهم شوند.

ب. پیشگام تأمین منافع اقتصادی

جهان در مرحله تکامل اجتماعی و اقتصادی خود اینک به جایی رسیده است که دیگر نمی‌توان حوزه اقتصادی یا تولیدی را از حوزه‌های ایدئولوژی یا فرهنگ جدا ساخت، زیرا فراورده‌های رسانه‌ای، تصورات و وانمایی‌های فرهنگی و حتی احساسات و ساختارهای روحی جزئی از جهان اقتصاد شده‌اند. اندیشه محدود نبودن اقتصاد به آنچه آشکارا اقتصاد نامیده می‌شود، ضرورتی ایجاد کرده است که سناریوهای اقتصادی به ناچار با سناریوهای محیط هوشمند نوین رسانه‌ای همراه شوند تا گفتمان‌های لازم برای جا انداختن برنامه‌های اقتصادی

کشورها ایجاد کنند. به معنای دیگر سایبردیپلماسی، بخشی از ساز و کار ایفای قدرت اقتصادی آن‌ها در جهان امروز است.

در محیط هوشمند و سایبر جدید، رشد اقتصادی خیلی از کشورها برای آنکه بتوانند نفوذ و رقابت خود در جهان اقتصادی را افزایش دهند، به دیپلماسی سایبر وابسته شده است.^۴

ج. تقویت نفوذ سیاسی

یکی از مهم‌ترین منافع ملی که در میان منافع سودمند حاصل از به‌کارگیری دیپلماسی سایبر حاصل می‌شود، افزایش نفوذ ایدئولوژیک سیاسی است که از طریق صادرات فرهنگ و ازسوی مؤسسات سیاسی اعمال می‌شود. آنتی‌ها، ساختارگرهای ایالات متحده، انقلابی‌های فرانسه، بولشویک‌ها و حکومت‌های مذهبی همگی بر صدور نظام‌های سیاسی خود به کشورهای دیگر، به عنوان هدف اصلی سیاست خارجی خود نگاه می‌کنند.

سایبردیپلماسی؛ فضای جریان‌های سیاسی و عرصه‌نهایی کردن تصمیمات استراتژیک

سایبردیپلماسی از بسیاری جهات ساختاری است که در قرن ۲۱ این پتانسیل را دارد که شرایط آشتی میان ایدئالیسم و RealPolitic‌های سستی را فراهم آورد. البته بسیاری از رهبران و مقامات رسمی هنوز با واقعیت‌های نوین ارتباطات جهانی و محیط هوشمند نوین رسانه‌ای تطبیق نیافته‌اند. کارشناسان سیاست خارجی، افسران اطلاعاتی، مأموران سری و دیپلمات‌ها بسیاری از کارکردهای سستی خود را به روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها واگذار کرده‌اند و سخنگوها، دیپلمات‌های رسانه‌ای و کارشناسان ارتباطات به‌طور روزافزونی در جریان‌های داخلی دولت‌های خود نقشی تأثیرگذار یافته‌اند.

واقعیت این است که دیگر بدون حضور فعال در رسانه‌ها و محیط سایبر و هوشمند نوین رسانه‌ای، برنامه‌ها یا مقامات دیپلماتیک و سیاسی دیگر بختی برای کسب حمایت وسیع ندارند. سیاست رسانه‌ای تمام دنیای سیاست نیست اما دیگر تقریباً تمام سیاست‌ها از طریق رسانه‌ها بر فرایند تصمیم‌گیری اثر می‌گذارند. البته این سخن که رسانه‌ها فضای سیاست هستند به این معنی نیست که به مردم تصمیم‌های به‌خصوص دیکته کنند یا اینکه توان هزینه کردن پول در تبلیغات رسانه‌ای و دستکاری تصاویر به خودی خود عامل مسلطی به حساب می‌آید. در واقع رسانه‌ها هیچ کدام به خودی خود نمی‌توانند نتایج سیاسی را تعیین کنند، زیرا سیاست رسانه‌ای عرصه‌ای تناقض‌آمیز است که در آن استراتژی‌ها و کنشگران متفاوتی با مهارت‌های متفاوت و پیامدهای گوناگون مشغول فعالیت هستند و گاهی عواقب غیرمنتظره‌ای به‌بار می‌آید (کاستلز: ۱۳۸۰: ۳۸۱). اما دسترسی بیشتر به رسانه‌ها در محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، دسترسی به قدرت بیشتر اقناع را به همراه دارد. دیپلماسی سایبر بر این قدرت نامحسوس استوار است (قوام، ۱۳۸۲: ۹۰). بدین ترتیب، منطق درونی نظام رسانه‌ها، به خصوص رسانه‌های نوین الکترونیک، به نوعی، چارچوب اساسی

محتوا، سازمان، فرایند و رهبری دنیای سیاست را تشکیل می‌دهند (همان: ۳۸۲). قابلیت نوین دیگری که دولت‌ها از قبل محیط هوشمند نوین رسانه‌ای به آن دست یافته‌اند امکان دریافت سریع بازخوردهای شهروندان کشورهای خود از طریق رسانه‌های نوین است. بنابراین مونیتورینگ این محیط هوشمند نوین رسانه‌ای و تأثیرگذاری بر جریان‌های فکری موجود در آن، به‌منظور آگاهی از میزان تأثیرگذاری دیپلماتیک دولت در کشور یا سطح مورد نظر از آن جامعه و نیز ترغیب روزنامه‌نگاران و رسانه‌های داخلی و خارجی، برای تولید پیام‌های تأثیرگذار بر وزارت خانه‌های امور خارجه و اجرا طرح‌هایی که به تصویرسازی از کشور مورد نظر نزد افکار عمومی خارجی بینجامد، کلیدی شده است.

بدین ترتیب حالا دیگر مطالعات استراتژیک سیاست‌گذاری تصویرسازی رسانه‌ای دولت‌ها نزد افکار عمومی داخلی و خارجی، دیگر یک ورزش فکری برای تعدادی پژوهش‌گر نیست، بلکه عرصه‌ای برای نهایی کردن تصمیمات استراتژیک است.

سایر دیپلماسی؛ ارتباط و استناد به افکار عمومی

پیش از این هرگز مرزها تا این حد به روی جریان عقاید و تصاویر گشوده نبوده‌اند. با افزایش دسترسی به اطلاعات و نیز افزایش سرعت انتقال اطلاعات، توانایی دولت‌ها برای ترویج دیدگاه‌های خود به افکار عمومی خارجی به‌ویژگی اصلی دیپلماسی تبدیل شده است. بُعد “عمومی” در عصر اطلاعات، نه تنها حساسیت افکار عمومی نسبت به امور دیپلماتیک را به میزان قابل توجهی برانگیخته است، بلکه افکار عمومی را متعهد ساخته است تا با همفکری، مشورت و ارائه بازخوردهای خود به توسعه امور دیپلماتیک کمک کند. (Hindell, 1995: 73)

این امر نتیجه چیزی نیست جزء شکل‌گیری این حقیقت که مردمان تحصیل‌کرده آگاه‌تر می‌شوند و می‌توانند در برابر پروپاگاندا (propaganda) واکنش نشان دهند (شکرخواه، ۱۳۸۴: ۱۶۴). هم اینک شهروندان توانایی دسترسی به اطلاعاتی را دارند که آن‌ها را کاملاً از امور جهانی آگاه می‌سازند (Barber, 1998) شهروندان کنونی به‌ویژه تمایل دارند تا در بخش سیاست خارجی مورد مشورت مستقیم دولت‌ها واقع شوند (Reilly, 1995: 10). سرّی بودن که روزی امکان تساهل را به همراه داشت و در اعصار گذشته به عنوان هنجار محسوب می‌شد، در بسیاری از کشورهای امروز با عدم پذیرش روبه‌رو است. در عصر اطلاعات با شهروندانی با عنوان “شهروندان مطلع” که مملو از اطلاعات هستند و شمار آن‌ها روز به روز رو به افزایش است مواجه‌ایم. (Graves, 1998: 44)

از سوی دیگر در متن سیاست دموکراتیک، دسترسی به دیپلماسی مؤثر بستگی به توان بسیج اکثریت افکار مردم به ویژه مخاطبان دولت در عرصه بین‌المللی و جهانی دارد. چرا که در جوامع معاصر مردم اساساً از طریق رسانه‌ها، به‌خصوص تلویزیون، اطلاعات کسب می‌کنند و عقیده سیاسی خود را شکل می‌دهند. رسانه‌ها چارچوب سیاست امروز هستند و می‌توان گفت

که حکومت کردن به ارزیابی‌های روزانه تأثیرات بالقوه تصمیم‌گیری‌های نهاد حکومت بر افکار عمومی وابستگی می‌یابد. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۷۷)

از این‌رو گفتمان‌سازی، تصویرسازی و اقناع دیگران، در تعاملات دیپلماتیک و سیاست خارجی جایگاهی نوین در ساختار قدرت یافته‌اند، چرا که نقش رسانه‌ها در پردازش و اقناع دیگران بسیار کلیدی‌تر از گذشته شده است.

سایبردیپلماسی؛ چالش مونوپولی دولت‌ها در عرصه دیپلماسی و سیاست خارجی

مقصد نهایی رسانه‌های متعامل و سایبرژورنالیسم جاری در آن‌ها، جهانی فراکانال با انتخاب نامحدود است.^۵ دنیای سایبر و به‌طور اخص سایبر ژورنالیسم توانسته است یک نوع روزنامه‌نگاری عمومی یا مردمی را با فضایی بازتر به عرصه بکشد. حضور خبری مردم از طریق اینترنت در محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، فضای حاکم خبری را تغییر داده است. به‌نحوی که مردم به اردوگاه خاص خود در قبال اردوگاه‌های گفتمان‌های رسمی حاکم خبری دست یافته‌اند و به دیگر سخن، فضای خبری حالا غیررسمی‌تر شده است. چراکه اکنون تقریباً در برابر هر روایت رسمی یک روایت مردمی غیررسمی نیز شکل می‌گیرد و این به مفهوم گسترش و نفوذ گستره همگانی در حوزه گستره روزنامه‌نگاری سنتی است.

مخاطبان جهانی به محض آنکه محتوای سایت اینترنتی را می‌خوانند یا کانال تلویزیونی جهانی را مشاهده می‌کنند، عضو شبکه‌ها و اجتماعات مجازی می‌شوند. مردم اینک به‌جای مشاهده جهان، در حال تعامل با آن هستند. (قومی، ۱۳۸۳: ۸-۶۷)

جو توییست^۶ در تحلیلی با عنوان “سال شهروندان دیجیتال” در بی.بی.سی از ظهور “گزارش‌گر - شهروند” خبر می‌دهد. هم اینک مصرف‌کنندگان عادی بیش از همیشه تجهیزات دیجیتال مدرن در اختیار دارند: تجهیزاتی با حجم بیشتر برای ضبط، و قابلیت بالاتر برای نگهداری و به اشتراک گذاشتن اطلاعات. به این ترتیب مردم عادی توان آن را یافته‌اند تا تولیدکنندگان سنتی خبر، موسیقی و فیلم را به چالش بکشند. نکته مهم دیگر آنکه، تکنولوژی‌های جدید بسیار فراتر از تکرار تولیدات رسانه‌های بزرگ عمل کرده و بخت این را داشته‌اند که به ابزارهایی قدرتمند برای ابراز عقاید سیاسی و خبررسانی شهروندی بدل شوند.

تعاملات دیداری، شنیداری و نوشتاری، که به واسطه به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات بیش از پیش تسهیل شده‌اند، روش‌های پیشین سازمان‌های دیپلماتیک در گردآوری، ارزیابی، انتشار و عدم انتشار اطلاعات را دچار تحولات بسیاری کرده‌اند. بسیاری از پروتکل‌های قدیمی، که به دوران قرون وسطی و پیش از آن برمی‌گردند، در جهانی که “مرگ فاصله‌ها” گام‌های بازی‌های دیپلماتیک را افزایش داده است، جهانی که دیگر دیپلمات‌ها در آن یک‌ه‌تاز نیستند و در اصل طرف‌های مذاکرات، شهروندان کشورهای مختلف جهان هستند؛ نیاز به بازان‌دیشی دارند. (Smith, 1997)

بروز این تحولات غیرقابل اجتناب است، اما نشانهٔ پایان دیپلماسی نیست. باید نسبت به ادعاهای تکنولوژیک محتاط بود. حتی در عصر تغییرات بسیار سریع نیز "همه چیز" تغییر نخواهد کرد. حتی زمانی که محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، فضای عمل دیپلماتیک و ابزارهای حصول به اهداف دیپلماتیک را دچار تحول کرده‌اند، باز نقش رهبری دولت-ملت محفوظ باقی می‌ماند. و نیز زمانی که مونوپولی دولت‌ها در تقابلات بین‌المللی با افزایش توان تکنولوژیک (تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات) بازیگران غیردولتی که سطوح عملکردشان جهانی است، محاصره می‌شود؛ باز دولت-ملت‌ها به‌ویژه نمایندگان دیپلماتیک آن‌ها، بازیگران خط مقدم صحنه بین‌المللی باقی خواهند ماند.

فراوانی روزافزون ارتباطات متعامل میان افراد، سازمان‌ها و اجتماعات در نوع خود، موجب هدایت حوزه‌های عمومی یا خصوصی به سوی تمرکززدایی و تکرار اقتدارهای سنتی خواهد شد. در حال حاضر، شبکه‌های ارتباطاتی در فضای مجازی در سراسر جهان با بسیاری از شبکه‌هایی که از دروازه‌بانان سنتی اطلاعات منشعب شده‌اند و توسط دولت یا بخش خصوصی کنترل می‌شوند، به هم تنیده شده‌اند. ترکیبی از رسانه‌های اکثراً جهانی، تکنولوژی ارزان و رشد نفوذ اینترنت نوید آن را می‌دهد که با برقراری نظم‌هایی فراتر از نظم‌های نوین، بر میزان شفافیت جهانی در دههٔ آینده افزوده خواهد شد. چنان که مدل "شبکه‌ای" از مدل‌های "سلسله مراتب" و "بوروکراسی" به‌عنوان الگوهای اولیهٔ سازمان و ارتباطات پیشی می‌گیرد، به‌تدریج کنترل اطلاعات، شکل‌دهی به آن و تأثیرگذاری بر انتشار آن برای دولت‌ها مشکل‌تر خواهد شد. در شرایطی که دولت‌ها مونوپولی و تک‌گویی خود در اطلاعات را از دست می‌دهند، اظهارات بالا اغراق‌آمیز نخواهد بود. با این وجود دولت‌ها رجحان و برتری خود در دستیابی به اطلاعات را همچنان حفظ می‌کنند. دولت‌های ملی این قابلیت را دارند تا با شایستگی سیاسی و سرمایه‌گذاری بیشتر، به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی کنند که تصویر و صدای خود را در رسانه‌های جهانی به منصه ظهور رسانند و انتشار دهند (Neuman, 1996). دولت ملی، علی‌رغم ظهور جامعهٔ مدنی جهانی که دسترسی کافی به تکنولوژی‌های نوین ارتباطات دارد، در شکل‌دادن طرح‌ها و نقشه‌های سیستم بین‌المللی هنوز قدرت اصلی به حساب می‌آید.

دنیای نیوتنی علت و معلول‌ها، برای تشریح و توضیح تغییراتی که ممکن است در شبکه‌های غنی ارتباطات امروز جهان به وقوع بپیوندند، ناکافی است. ارتباطات نوین در عین اینکه به هم‌گرایی و ثبات منجر می‌شود که نتیجهٔ آن، آشنایی بیشتر با مردمان است، به کثرت‌گرایی و عدم ثبات نیز می‌انجامد که نتیجهٔ آن، تحلیل این ثبات است (Fulton, 1998: 32). از این‌رو سیستم دیپلماتیک باید اطلاعات به هنگام و صحیحی را به‌منظور تعامل با بخش‌های متعددی که با آن‌ها در ارتباط است، فراهم آورد. خلاصه آنکه سیستم دیپلماسی و سیاست خارجی باید از سطح بالایی انعطاف در برخورد با حقیقت محیط هوشمند نوین رسانه‌ای برخوردار شود. (Gowing, 1998: 66)

چالش‌های نوین دیپلمات‌ها در محیط سایبردیپلماسی

ارتباطات بین‌المللی همگان با همگان (Many – to – Many)

شبکه‌ها و شاه‌راه‌های اطلاعاتی و ارتباطی محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، برای دیپلمات‌ها راه‌های نوینی در گردآوری اطلاعات، همکاری با مقامات ملی، ایجاد ارتباطات و تقویت اعمال نفوذ به ارمغان آورده است. هم‌زمان با توسعه، فروپاشی، پیشرفت و تغییر شکل مسائل ملی و بین‌المللی، مدیریت آن‌ها نیز به ابزارها و استراتژی‌های نوینی نیاز پیدا می‌کند. تکنولوژی‌های نوین و محیط هوشمند نوین رسانه‌ای امکانات بیشتری برای دیپلمات‌ها در همکاری با جهان شدیداً متمایل به استقلال، فراهم می‌کند. سرویس‌های خارجی در راه انجام امورات خود، بیشتر و بیشتر از ترکیب ابزارهای نوین و سنتی بهره می‌گیرند و با آن‌ها سازگار می‌شوند. دیپلمات‌ها اگر بخواهند از عهده امور دیپلماتیک عصر اطلاعات برآیند، لازم است در تماس با فضای نوین دانایی، نسبت به مبنای دانش و دانایی خود به اندازه کافی انعطاف پذیر باشند، مهارت بالایی در به‌کارگیری رسانه‌های نوین و البته هوشمند کسب کنند.

سازمان‌های وزارت خارجه همچنین باید راه‌حل‌های مناسب‌تری برای توضیح سیاست خارجی خود برای مخاطبان محلی بیابند. شهروندان به‌ویژه نیاز دارند که آگاه شوند «چگونه موضوعات بین‌المللی، زندگی روزانه آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟». آگاه‌سازی شهروندان نسبت به این موضوعات، وظیفه نوین دیپلماسی است. حوزه‌ای که در بسیاری از دستگاه‌های سیاست خارجی، هنوز در مراحل اولیه و سنتی به سر می‌برد.

در این محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، اشتیاق مردم برای مشارکت در تولید اخبار به وضوح دیده می‌شود. این اشتیاق به حمایت و پرورش نیاز دارد. همچنین لازم است روحی به این مطالب دمیده شود و منطق بر ارتباط مطالب حاکم شود. با افزایش تقاضای افکار عمومی برای حضور در صحنه سیاست‌گذاری، تلاش وزیران امور خارجه برای آموزش افکار عمومی درخصوص تعهد به موضوعات بین‌المللی و عمل به این تعهدات، اهمیت بیشتری خواهد یافت. همین نکته وزیران امور خارجه و دولت‌های آن‌ها را ملزم می‌کند که از مدل یک سویه ارتباطات «فرد با همگان» (One – To – Many) خود به مدلی با حضور بازیگران بیشمار و مبتنی بر ارتباطات متعامل «فرد با فرد» (One – To – One) تغییر شکل دهند. بدیهی است تا زمانی که دولت‌ها و وزارت‌های امور خارجه نسبت به کنترل اطلاعات همچنان تمایل بالایی از خود نشان دهند و در راه انتقال اطلاعات لازم به شهروندان از مدل‌های سلسله مراتبی بهره گیرند، آموزش عموم نسبت به تعهدات بین‌المللی سخت‌تر صورت انجام می‌شود. (Smith, 1997)

تسریع روندهای دیپلماتیک فارغ از زمان

شاید مهم‌ترین تأثیرات بلند مدت تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، با «سرعت» در ارتباط باشد. دولت‌ها امروز تقریباً باید در لحظه، پاسخ‌گو باشند. هرگونه تأخیر می‌تواند به

از دست دادن شهرت بین‌المللی، امتیازات سیاسی، فرصت‌های تجاری و بازرگانی و یا از دست‌دادن حتی حیات کشورها منجر شود. (Ibid)

حذف زمان به کاهش تأمل و تفکر در امور و مسئولیت‌های سیاسی، نسبت به گذشته می‌شود. قطعاً، تقاضاها نسبت به ارائه تحلیل‌های تأثیرگذار بیش از پیش افزایش یافته است. چالشی که وجود دارد این است که در عین نیاز به افزایش تشکیل ائتلاف‌ها و توسعه گستره نفوذ دولت‌ها، پرداخت تاوان جبران اشتباهات پرهزینه و سخت شده است. بنابراین پادزهری قدرتمند برای تصمیم‌گیری‌های زودرس به وجود آمده است.

در این شرایط، آنچه باید مورد توجه قرار گیرد این است که دیپلمات‌ها مجبور خواهند شد خیلی زود دست به کار شوند و به کاربرانی با مهارت بالا در شاخه‌های مختلف تکنولوژیک تبدیل شوند تا هر چه سریع‌تر با عصر "شتاب" و "سرعت" هماهنگ شوند و امتیازات اطلاعاتی خود در فضای رقابتی نوین را تقویت کنند. موضوع به‌ای نجا ختم نمی‌شود. به جزء برخی استثناءها؛ دیپلمات‌های حرفه‌ای نه تنها از نظر سخت‌افزاری بلکه از نظر خلاقیت بهره‌گیری از تکنولوژی‌ها و محیط هوشمند نوین رسانه‌ای، نسبت به هم‌تایان و رقیبان خود در بخش‌های خصوصی و غیردولتی، همچنان عقب هستند.

شکاف‌های دیجیتالی و غیر آن

بی‌شک شکاف دیجیتالی کنونی مانعی بزرگ برای دستیابی به سایبردیپلماسی آرمانی خواهد بود. در حالی که یک پنجم جمعیت جهان در حال مهاجرت به فضای مجازی و پذیرش اصول عصر دسترسی‌اند، باقی جمعیت بشری هنوز هم گرفتار فقر و کمبودهای مالی خود هستند. یقیناً درک این واقعیت که بیش از نیمی از نژاد بشر، هنوز حتی در عمر خود یک تماس تلفنی هم نداشته‌اند، دشوار آید، اما این حقیقتی است که در دنیای مجاور دنیای هوشمند نوین رسانه‌ای شکل گرفته است.

اگر چه شکاف بین طبقه غنی و فقیر، شکافی عمیق است. اما واقعیت این است که شکاف بین طبقاتی که به فضای مجازی متصل‌اند، با آن‌ها که هیچ رابطه‌ای با این فضا ندارند، بسیار عمیق‌تر از حد تصور است. دنیای کنونی به سرعت در حال حرکت به‌سوی شکل‌گیری دو تمدن مجزا است؛ تمدنی که صاحبان آن در داخل دروازه‌های رسانه‌ای و فضاهای هوشمند و سایبر اسکان گزیده‌اند و تمدنی دیگر که مردمان آن پشت دیوارهای این دژ به زندگی خود ادامه می‌دهند.^۷

علاوه بر این موضوع و به‌رغم تأثیرگذاری دستاوردهای یکسان فنی و فرایندهای جهانی، شرایط و مختصات ظهور و مشروعیت‌یابی اجتماعی تکنولوژی‌های نوین و رسانه‌های هوشمند در همه جا یکسان نیست و تفاوت در زیرساخت‌های فنی و فرهنگی کشورها، الگوهای متنوعی

از استقبال و مقاومت را سبب شده است (قومی، ۱۳۸۳: ۳). این امر چالشی بزرگ پیش روی دیپلماسی سایبر است.

بحث جامع و واقعی پیرامون جامعه مجازی به ناگزیر دربرگیرنده مباحث پذیرش و طرد اجتماعی، فناوری‌های تکمیلی برای دور زدن تکنولوژی‌های اطلاعاتی، تغییرات اجتماعی، رشد قوای شناختی و اطلاعاتی و از همه مهم‌تر، کاربردهای مختلف از تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات است. (همان: ۱۲)

گپ‌های سایبردیپلماسی به این‌ها خلاصه نمی‌شود. زیرساخت‌های جهانی اطلاعات امروزه به محدوده انگلیسی زبانان جهان محدود است، اما اگر حقیقتاً بخواهد زمینه دیپلماسی مجازی جهانی را فراهم آورد، باید به‌طور روزافزون زمینه‌های ارتباطات میان کشورهای مختلف جهان را ایجاد کرد.

نتیجه‌گیری

رهبران سیاسی، سیاست‌گذاران خارجی و استراتژیست‌های طرح‌ها و فرایندهای دیپلماتیک سراسر جهان، به‌طور روزافزون به این نتیجه نائل آمده و می‌آیند که سایبر دیپلماسی را به عنوان مهم‌ترین بخش دیپلماسی و یک استراتژی ضروری، محوری، مقتضی، شایسته، قابل دستیابی و فوق العاده برای قرن بیست و یکم انتخاب کنند.

سایبر دیپلماسی خود را ابزاری با قابلیت بالا و به منظور نائل آمدن به جاه‌طلبی‌های نوین بین‌المللی معرفی می‌کند که ریسک خطر کمتری برای امنیت ملی به‌دنبال می‌آورد. دیپلماسی سایبر قابلیت و توانایی ترکیب جسارت و محافظه‌کاری را با هم دارد. چنان‌که بهره‌برداری از فرصت‌های نوین و ترویج منافع ملی را بدون برانگیختن و ناخشنود ساختن سایر کشورها ممکن می‌سازد.

با توجه به بسیاری از ملاحظات، این نوع دیپلماسی یکی از کم‌خطرترین راه‌ها برای متعهد کردن مخاطبان خارجی و نیز ساخت روابط قوی و پیمان‌های طولانی مدت و پایدار با آن‌ها و میان دولت‌های آن‌ها است. دیپلماسی سایبر ضمن دستیابی با بهای ارزان از قابلیت بالایی برای طراحی چهارچوب مذاکرات بین‌المللی برخوردار و نقشی کلیدی در سیاست‌های جهانی بازی می‌کند. در عصری که بهره‌برداری از نیروی نظامی در عین گران‌بهای و با عدم تأثیرگذاری روبه‌رو است؛ دیپلماسی سایبر با حضور در قلب دیپلماسی عمومی، دیپلماسی ایدئالی ارائه برای دستیابی به اهداف و منافع ملی فراهم می‌کند. این دیپلماسی، در کنش‌های متقابل بین‌المللی، توانایی و قابلیت مساوی را به همه دولت‌ها اعطا می‌کند و به‌ویژه به بازیگران کوچک‌تر توان و ابزاری برای جبران تأخر قدرت سخت خود اعطا می‌کند.

سایبر دیپلماسی هرلحظه بیش از لحظه پیش برای پیشروی‌های سیاست خارجی و جریان‌های دیپلماتیک غیرقابل اجتناب و حیاتی می‌شود و توان آن را دارد که در طولانی مدت،

به موقعیت کانونی و محوری در جعبه ابزار دیپلماسی دست یابد. بسیاری از تصمیم‌گیران سیاست خارجی و طراحان فرایندها و سناریوهای دیپلماتیک؛ به این دیپلماسی، به عنوان ابزاری برتر برای پیروزی بر قلب‌ها و پویدن راهی که دولت‌ها برای دستیابی به اهداف خود بیشتر و بیشتر به آن وابسته می‌شوند، می‌نگرند. به این ترتیب، به طور روزافزونی استراتژی "پیروزی بر فکر و قلب ملت‌ها" را جانشین استراتژی "پیروزی بر دولت‌ها" می‌سازند.

به هر روی، نوآوری‌های سایبردیپلماسی، صافی‌های تازه‌ای را برای جداکردن برندگان دیپلماسی از بازندگان این عرصه ایجاد کرده است. غزالان تیزپای دیپلمات که آخرین روش‌ها و فنون سایبر دیپلماسی را به کار می‌گیرند، گوی سبقت را از دیگران خواهند ربود و "دایناسورهای خرامان" که مدت‌ها طول می‌کشد تا گام کوچکی در محیط هوشمند نوین رسانه‌ای به پیش بردارند، محکوم به نابودی خواهند بود.

ابزارهای این تکنولوژی هر روز در حال تغییر است و با ریشه این تکنولوژی و گستره آن به حوزه تلفن و رایانه‌های همراه و ابزارهای پوشیدنی الکترونیک در حال همه‌گیر شدن در سطح دنیاست به همین لحاظ فضای سایبر دیپلماسی نیز اولاً مسیری فرامرزی را به خود گرفته و ثانیاً در حال تبدیل شدن مسیری در دیپلماسی جهانی است آن چیزی که شاید ایدئولوژی و تکنولوژی‌های نوین در آن‌ها نهفته بود. اگر بخواهیم در این راستا یک ایدئولوژی را برای تکنولوژی‌های ارتباطی قائل شویم آن چیزی نیست جز جهانی شدن.

• زهرا خرازی محمدوندی آذر

پی‌نوشت‌ها

1. Germany – GMOFA, "Kulturpolitik Grundsätze".
2. U.S. State Department, U.S. Department of State Strategic Plan (2000).
3. Liz Noble and Mark Leonard, "Being Public: How Diplomacy will need to change to cope with the information society", *IMP Magazine*, July 23, 2001, available @ http://www.cisp.org/imp/july_2001/07_01leonard.htm
4. Germany – GMOFA

۵. دکتر جو توییست پژوهش‌گر و رئیس تیم جامعه و رسانه‌های دیجیتال در "مؤسسه تحقیق پیرامون سیاست‌گذاری همگانی" است.

۶. "رسانه‌های متعامل در عصر جدید"، (۱۳۸۲)، ترجمه سینا قربانلو، روزنامه همشهری، شماره ۳۱۹۹، صفحه ۱۱، ۲۷ اردیبهشت، تهران.

۷. "دسترسی؛ استعاره عصر جدید" (۱۳۸۳)، (بخشی از کتاب عصر دسترسی *The Age of Access*)، جرمی ریفکین، ماهنامه سیاحت غرب، سال دوم، شماره هفدهم، تهران.

منابع

- تومی، ایلکا (۱۳۸۳)، *جامعه دانایی؛ و پرسش‌های پژوهشی آینده*، ترجمه اسماعیل یزدان پور، مرکز پژوهش‌های ارتباطات، تهران.
- "دسترسی؛ استعاره عصر جدید" (۱۳۸۳)، (بخشی از کتاب عصر دسترسی *The Age of Access*)، جرمی ریفکین، ماهنامه سیاحت غرب، سال دوم، شماره هفدهم، تهران.

”رسانه‌های متعامل در عصر جدید“ (۱۳۸۲)، ترجمه سینا قربانلو، روزنامه همشهری، شماره ۳۱۹۹، ۲۷ اردیبهشت، تهران.
 شکرخواه، یونس (۱۳۸۴)، *روزنامه نگاری سایبر*، انتشارات ثانیه، تهران.
 قوام، عبدالعلی (۱۳۸۲)، *جهانی شدن و جهان سوم*، انتشارات وزارت امور خارجه، تهران.
 کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات*، قدرت و هویت، ترجمه حسین چاووشیان، انتشارات طرح نو، تهران.
 کاظم پور، محمد (۱۳۸۳)، *چارچوب‌های مفهومی و پژوهشی برای مطالعه سیاست خارجی*، انتشارات وزارت امور خارجه، تهران.

available @ http://www.cisp.org/imp/july_2001/07_01leonard.htm
 Barber, Benjamin (1998), *APlace for Us: How To Make Society Civil and Democracy Strong*, New York: Hill and Wang.
 Fulton, Bary, (1998), *Reinventing Diplomacy in The Information Age: Final Draft*, Washington, D.C.: Center for Strategic and International Studies, 9 October.
 Germany – GMOFA (2000), “Kulturpolitik Grundsatzte”.
 Gowing , Nik. (1998), *New Challenges and Problems for Information Management in Complex Emergencies*, ECHO, May.
 Graves, Frank (1998), *Improving Relationships whitin the Policy Research Community*, Policy Research Initiative, May, 44.
 K. Hindell, (1995), *The Influence of The Media on Foreign Policy*, International Relations 12.
 Morgenthau, Hans (1973), *Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace*, 5th ed., Alfred A. Knopf, NY.
 Neuman, Johanna, (1996), *Lights, Camera, War: Is Media Technology Driving International Politics?*, New York: St Martin's Press.
 Noble Liz and Mark Leonard (2001), “Being Public: How Diplomacy will need to change to cope with the information society”, iMP Magazine, July 23.
 Reilly, John E (1995), *American Public Opinion and U.S. Foreign Policy*, Chicago: Council of foreign Relations, 10.
 Smith, Gordon, (1997), *Driving Diplomacy Into Cyberspace*, The World Today, June.
 U.S. State Department (2000), U.S. Department of State Strategic Plan.

