

هویت در سازه‌انگاری و دیپلماسی عمومی؛

مطالعه موردی چین

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۶/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۹/۲۱

نوذر شفیعی *

رویا نژاد زندیه **

چکیده

طی سال‌های اخیر چین به بازیگر مهم در امور جهانی تبدیل شده و تلاش می‌کند به طور گسترده از دیپلماسی در حال پیشرفت، مؤثر و قوی برای رسیدن به اهداف خود استفاده کند. در این راستا در پیش گرفتن دیپلماسی عمومی توسط چین بدان دلیل در دستور کار این کشور قرار گرفته که در اذهان و افکار عمومی چهره‌ای منفی از چین به نمایش گذاشته شده و این کشور به عنوان تهدید قلمداد شده است. چین به منظور ترمیم این وجهه منفی، اذهان عمومی را هدف قرار داده و سعی دارد با تحت تأثیر قراردادن مردم کشورهای گوناگون این احساسات منفی را تغییر دهد و هویت خود را نزد مردم و دولت‌های آنان بازسازی کند.

کلیدواژه‌ها: سازه‌انگاری، هویت، سیاست خارجی، دیپلماسی عمومی، افکار عمومی

Shafiee2@hotmail.com

r-zahdie@yahoo.com

* دکترای تخصصی و عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان

** کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل از دانشگاه اصفهان

فصلنامه مطالعات راهبردی • سال شانزدهم • شماره اول • بهار ۱۳۹۲ • شماره مسلسل ۵۹

مقدمه

در عصر حاضر با افزایش تأثیر نقش مردم در روند سیاست بین‌الملل، دولت‌ها با مخاطبان و ناظران جدیدی مواجه هستند که جلب حمایت و نظر آنان به دولت‌ها در تأمین منافعشان و اهدافشان کمک می‌کند. بنابراین دولت‌ها در تلاشند با ایجاد تصویر مطلوب برای سیاست‌ها، اقدامات و سیستم سیاسی و اقتصادی و فرهنگی خود، عقاید عمومی در جوامع هدف را متقاعد کنند تا آن را بپذیرند و بدین طریق، منافع خود را تأمین کنند و قدرت خود را افزایش دهند. در نتیجه، تصویر و وجهه بین‌المللی در میان افکار عمومی به فاکتوری تعیین‌کننده در افزایش قدرت کشورها تبدیل شده است. چین نیز از جمله کشورهایی است که در طی سال‌های گذشته توجه زیادی به این مسئله داشته است، چرا که در مسیر صلح‌آمیز تبدیل شدن به قدرت بزرگ، به اعتبار و نفوذ نیاز دارد.

در عین حال، در سال‌های اخیر تأکید بر مؤلفه‌های منفی ظهور چین، به مانع مهمی برای ارتقاء وجهه بین‌المللی این کشور و به تبع، عاملی منفی در جهت تداوم روند افزایش قدرت آن بوده است. در مقابل، چین در تلاش است این تصویر منفی را از اذهان بزداید و چهره‌ای مثبت و مقبول از خود ارائه دهد تا بتواند به اهداف بلندمدت خود دست یابد. چین برای این منظور، اذهان عمومی را هدف قرار داده و سعی دارد با تحت تأثیر قرار دادن مردم کشورهای گوناگون این احساسات منفی را تغییر دهد و هویت خود را نزد مردم و دولت‌های آنان بازسازی کند. در این راستا رهبران چین بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی را که ابزاری است برای برقراری ارتباط با مردم دیگر جوامع در جهت بهبود وجهه و شهرت، در دستور کار خود قرار داده‌اند. پیام مرکزی دیپلماسی عمومی چین این است که نیات و مقاصد چین بی‌خطر است و چین کشوری است خواهان تعامل، همکاری و محیطی صلح‌آمیز. بر این اساس، اولین و مهمترین اهداف دیپلماسی عمومی چین آن است که اولاً ادراک یا احساس بهتری نسبت به چین در جهان خارج شکل دهد و عمده‌تاً در رد تئوری تهدید چین به کار رود، ثانیاً فهم بهتر واقعیت اجتماعی-اقتصادی داخلی چین را تسهیل کند و جهان خارج را به پذیرش و حمایت ظهور چین ترغیب کند. در این مسیر، چین سعی دارد با بهره‌گیری از ابزارهای گوناگون فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، دیپلماتیک و حتی نظامی، دیپلماسی عمومی خود را در سطح

جهان گسترش دهد تا در پرتو آن، مسیر حرکت خود را هموار و به هدف تغییر چهره و هویت منفی خود جامه عمل بپوشاند. در این مقاله تلاش می‌شود با بررسی هویت در تئوری سازه‌انگاری و چگونگی شکل دادن به آن در دیپلماسی عمومی، اقدامات و فعالیت‌هایی را که چین در این عرصه، در جهت تغییر چهره خود به کار می‌برد مورد بررسی قرار گیرد.

الف. سازه‌انگاری و هویت

دهه ۱۹۹۰ شاهد سر بر آوردن رویکرد جدیدی در نظریه و تحلیل روابط بین الملل بوده است که به یکی از تئوری‌های اصلی روابط بین‌الملل تبدیل شده است. سازه‌انگاری از جمله رهیافت‌های جدید در مطالعات اجتماعی و روابط بین‌الملل است و امروزه تلاش می‌شود مسائل عمده سیاست بین‌الملل از جمله سیاست خارجی دولت‌ها با استفاده از آن بررسی گردد. سازه‌انگاران بر فرایندهای برساختگی متمرکز هستند و سیاست بین‌الملل را نیز برساخته اجتماعی می‌دانند که به واسطه تعدادی از کنش‌گران سیاسی که در تعامل متقابل با یکدیگر می‌باشند، شکل گرفته و این کنش‌گران نیز دارای هویت‌ها و منافع هستند که مبتنی بر ساختی اجتماعی است. سازه‌انگاران به بررسی این مسئله می‌پردازند که چگونه نهادها، رویه‌ها و هویت‌ها که محصول کنش‌گری و زاده ساخت و پرداخت اجتماعی هستند، شکل می‌گیرند. سازه‌انگاران نظام بین‌الملل را جامعه می‌دانند؛ جامعه‌ای مرکب از کنش‌گران اجتماعی که اعمال اشخاص به آن قوام می‌بخشد و در عین حال، خود این اشخاص قوام‌یافته جامعه هستند. در واقع در برداشت سازه‌انگاران از روابط بین‌الملل دولت نیز یک «کنشگر اجتماعی» است و همان گونه که در روابط میان افراد در جامعه فهم‌های بین‌ذهنی وجود دارد، در روابط میان دولت‌ها هم چنین فهم‌هایی وجود دارد. سازه‌انگاری مدعی است این فهم به نوبه خود متأثر از هنجارها، هویت و منافع دولت‌هاست. بر این اساس دولت‌ها در روابط بین‌الملل مانند انسان‌ها، «هویت اجتماعی» دارند که از پیش تعیین شده نیست و در روابط اجتماعی شکل می‌گیرد و تعریف می‌شود. این هویت در واقع نتیجه رابطه آنها با محیط اجتماعی‌شان در داخل و محیط اجتماعی‌شان در نظام بین‌الملل است و دولت‌ها بر اساس هویت زمینه‌مند خود جهان را برای

خود می‌سازند و بر اساس آن دست به کنش می‌زنند و کنش متقابل و تعاملات، واقعیت نظام بین‌الملل را می‌سازند، ولی به طور متقابل نیز در رابطه با آن ساخته می‌شوند.

در این راستا، مسئله مهمی که در کانون رهیافت سازه‌انگاری قرار دارد، هویت کنش‌گران است. از نظر ونت، نظریه پرداز اصلی تئوری سازه‌انگاران، دولت‌ها موجودیت‌هایی هستند که می‌توانیم به آنها هویت و منافع را منتسب کنیم (ونت، ۱۳۸۴: ۳۲۵).

درک اینکه چگونه این هویت‌ها ساخته می‌شوند، چه هنجارها و رویه‌هایی با بازتولید آنها همراه است و چگونه آنها یکدیگر را می‌سازند، بخش مهمی از برنامه پژوهشی مکتب برسازی را تشکیل می‌دهد (هوپیف، ۱۳۸۵: ۴۷۵). مکتب برسازی بر آن است تفسیری از سیاست هویت به دست دهد و راهی برای شناخت این مسئله ارائه کند که چگونه فرهنگ، تاریخ، هنجار، رویه‌ها و ارزش‌های مشترک و سایر همبستگی‌های بین‌ذهنی یک به یک در تفسیر سیاست جهان نقش دارند (هوپیف، ۱۳۸۳: ۴۷۵).

از نظر سازه‌انگاران، هویت دولت‌ها ریشه در نظریه‌هایی دارند که کنش‌گران به طور جمعی در مورد خودشان و دیگران دارند. هویت‌ها را نمی‌توان به شکلی ماهوی، یعنی جدا از بستر اجتماعی آنها تعریف کرد، کنش‌گران با مشارکت در معانی جمعی است که هویت کسب می‌کنند. آنها ذاتاً اموری رابطه‌ای هستند و باید به عنوان مجموعه‌ای از معانی که کنش‌گر با در نظر گرفتن چشم‌انداز دیگران، یعنی به عنوان ابژه اجتماعی به خود نسبت می‌دهد، تلقی شوند (خضری، ۱۳۸۸: ۸۲).

هویت‌ها ما را به خود و دیگران و نیز سایرین را به ما معرفی می‌کنند. دولت سایرین را بر اساس هویتی که او به آنها نسبت می‌دهد درک کرده، در حالی که به طور همزمان از طریق اعمال اجتماعی روزانه به بازتولید هویت خویش مبادرت می‌کند (قوام، ۱۳۸۴: ۲۲۵).

این اصل بنیادین سازه‌انگاری است که مردم نسبت به چیزها، از جمله دیگر کنش‌گران، بر پایه معانی که آن چیزها برایشان دارند، عمل می‌کنند (ونت، ۱۳۸۵: ۳۶). هر بازیگری به عنوان حامل یک هویت، فهم و انتظار ویژه‌ای از خود دارد و مناسبات خود با دیگران را براساس همان فهم و نقش شکل می‌بخشد. دیگری نیز در شکل‌گیری هویت یک بازیگر (خود) نقش مهمی دارد؛ چون بخش اعظم رفتار ما (خود) بر اساس چشم‌انداز، انتظار و برداشت و شناسایی دیگری شکل می‌گیرد.

معنای رفتار من و ادراک دیگری از آن رفتار و بالاخره، جمع‌بندی من از برداشت دیگری، سه پایه تشکیل‌دهنده رفتار بازیگر را تشکیل می‌دهند. بر این اساس، بین هویت و تصمیم و سیاست بازیگران ربط وثیقی وجود دارد، چون هر بازیگری در رابطه با سایر بازیگران و درباره آنها برداشت‌های خاصی دارد و بر اساس همین برداشت‌هاست (که ممکن است کاملاً غیرواقعی باشند) که منافع خاصی تولید کرده و سیاست‌گذاری می‌کند. نوع و میزان تعامل میان بازیگران تا حدود زیادی تابع این تفسیر است که چه کسی خودی و کدام بازیگر دگر ماست (نصری، ۱۳۸۵: ۸).

ونت توضیح می‌دهد که چگونه «خود» بر اساس برداشتی که از وضعیت دارد، نشانه‌ای برای دیگری می‌فرستد و دیگری این نشانه را بر مبنای برداشت خودش از وضعیت تفسیر می‌کند و این فرایند علامت‌دادن، تفسیرکردن و پاسخ‌دادن، «عمل اجتماعی» را کامل و فرایند خلق معناها بین‌الاذهانی را آغاز می‌کند و در این تعامل است که هویت خود و دیگری شکل می‌گیرد. در این روند دولت‌ها یکدیگر را به صورت دشمن، رقیب یا شریک معرفی می‌کنند و کنش‌های آنها «تهدید آمیز» یا «دوستانه» تلقی می‌شود (خضری، ۱۳۸۸: ۸۲).

در سایه این تصورات و تلقی‌هاست که دولت‌ها و ملت‌ها، وضعیت موجود نظام بین‌الملل را «قابل تحمل» یا «غیر قابل تحمل» می‌یابند و با این تصورات در صدد «تغییر یا حفظ» نظم موجود بر می‌آیند، با کشوری متحد می‌شوند و بر علیه دیگری اقدام می‌کنند. شدت و ضعف این دوستی‌ها و دشمنی‌ها نیز به تصورات بسته است. آنها موقعیت‌ها را برای خود معنادار می‌کنند، حوزه‌های نفوذ خود را تعریف و ضرورت‌ها و نیازهای خود را بازشناسی می‌کنند و در یک کلام سیاست خارجی خود را می‌سازند (متقی و کاظمی، ۱۳۸۶: ۲۲۰).

برای سازه‌انگاران تمامی پدیده‌های اجتماعی از جمله گرایش‌های سیاست خارجی، به صورت اجتماعی برساخته می‌شوند و این شامل تصمیم‌های دو کشور در مورد طرف مقابل و وضعیت روابط دو کشور نیز می‌شود. بررسی برخی نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد وضعیت موجود در روابط دو کشور، بی‌ارتباط با نگرش‌های جاری میان مردمان دو کشور نیست. به عبارت دیگر، تصمیم‌ها و جهت‌گیری‌های موجود در هر کشور با اندیشه‌ها و برداشت‌های جاری در آن جوامع مرتبط است و ناهم‌خوانی میان سیاست‌های دو کشور به نوعی با ارزش‌های برساخته‌شده در درون آن جامعه نیز ارتباط پیدا می‌کند (سلیمی، ۱۳۸۸: ۹۴).

هویت‌ها، منافع و کنش بازیگران را شکل می‌دهد و از این رو، درک درست آنها برای تحلیل سیاست خارجی و رفتار بین‌المللی بازیگران حیاتی است. سازه‌انگاری در پی احیای روشمند نقش ایده‌ها و الگوهای ذهنی و هنجارها در تحلیل سیاست خارجی خواهد بود. مسئله نقش «تصویرهای ذهنی» از خود و دیگران در شکل‌دهی به سیاست خارجی مورد توجه تحلیل‌های سازه‌انگار بوده است. این مسئله از طریق قرارگرفتن مسئله «هویت» نظام سیاسی در مرکز تحلیل سیاست خارجی تحقق می‌یابد. با محور قرارگرفتن هویت است که ایده مرکزی سازه‌انگاری مبنی بر قراردادن ذهنیت به عنوان قوام‌بخش نظام تحقق می‌یابد و نظریه سیاست خارجی سازه‌انگاری ممکن می‌شود (متقی و کاظمی، ۱۳۸۶: ۲۲۰-۲۱۹).

در سیاست بین‌الملل، کنش‌گران از طریق کنش‌هایشان نظام را بازتولید یا متحول می‌سازند و ساختارهای نظام برای بازتولید خود وابسته به رویه‌های کنش‌گرانند. به عبارت دیگر، کنش‌گران در طول زمان با رویه‌ها و اقدامات خود و بر اساس فهمی که از واقعیت نظام، روابط حاکم بر آن، دوستی و دشمنی داشته‌اند عمل می‌کرده و حاصل آن وضع موجود است و همان گونه که شکل‌گیری آن محصول تعاملات، رویه‌ها و فهم مشترک بوده است، تغییر آن نیز به همین گونه است (هادیان، ۱۳۸۲: ۹۳۹). اگر کشوری خواهان تغییر آن باشد این تغییر هنگامی رخ می‌دهد که کنش‌گر از طریق رویه‌های خود، هنجارها و قواعد تشکیل‌دهنده تعاملات بین‌المللی را تغییر دهد. علاوه بر این، بازتولید رویه کنش‌گران بین‌المللی یعنی دولت‌ها وابسته به بازتولید رویه‌های کنش‌گران داخلی یعنی افراد و گروه‌هاست. بنابراین، دگرگونی هنگامی رخ می‌دهد که باورها و هویت‌های کنش‌گران داخلی تغییر کند و از این طریق، قواعد و هنجارهای قوام‌بخش در رویه‌های سیاسی آنها تغییر ایجاد کند. بنابراین آنچه در تحول نقش دارد، تغییر در سطح فکری و معنایی است (خضری، ۱۳۸۸: ۸۴).

بر این اساس، سازه‌انگاری با توجه به اهمیتی که برای این فهم‌های بین‌ذهنی و هنجارهای بین‌المللی و رابطه آن با هنجارهای داخلی قائل است، تأثیر سیاست خارجی بر ارزش‌های فوق‌الذکر را تابع موفقیت سیاست خارجی در استفاده مناسب از هنجارهای مورد اجماع بین‌المللی، توفیق در ایجاد اجماع جدید در حوزه‌هایی که فاقد هنجار است یا هنجارهای آن مورد اجماع عام نیستند و یا تغییر هنجارها در جهت مطلوب می‌داند. این دیدگاه سیاست خارجی‌ای را

موفق می‌بیند که بتواند از فهم بین‌الذهانی موجود بهتر استفاده کند و تعدیلات هنجاری مناسب را در سطح داخلی و یا بین‌المللی به وجود آورد (هادیان، ۱۳۸۲: ۹۴۴).

در مجموع از دیدگاه سازه‌انگاران، رفتار دولت‌ها به طور اساسی متأثر از فهم آنها از دنیای اطرافشان که صبغه اجتماعی دارد، می‌باشد. به عبارت دیگر، فهم دولت از اینکه دنیا چگونه است و چگونه باید باشد، بر رفتار آن دولت تأثیر می‌گذارد. سازنده‌گرایی مدعی است این فهم به نوبه خود متأثر از هویت و منافع دولتهاست. بنابراین، برای فهم اینکه چرا دولت‌ها به منازعه با یکدیگر می‌پردازند یا اقدام به هم‌کاری می‌نمایند، باید به بررسی این پرداخت که این دولت‌ها چه تصویری از منافع و محیطی که در آن زندگی می‌کنند، دارند. چگونه این تصور تبدیل به خط مشی در سیاست خارجی می‌شود و چگونه اندرکنش‌های دولت‌ها شکل‌دهنده نتایج در روابط بین‌الملل هستند که ترکیبی از این تصورات و کنش‌ها منجر به منازعه و ترکیبی دیگر منجر به همکاری می‌شود. از نظر آنان، این تصورات و کنش‌ها مستمراً برداشت از خود و دیگری را تولید و بازتولید می‌کنند و در همین راستا، هویت‌ها و منافع نیز همیشه در فرایندی جریان دارند، حتی اگر آن فرایندها گاه آنقدر باثبات باشند که بتوانیم آنها را به شکلی موجه، مسلم و مفروض بگیریم. در عین حال، همه چیز وابسته به این است که در تعامل میان دولت‌ها چه می‌گذرد. مدیریت این فرایند، کارکرد عملی اصلی سیاست خارجی است و بعد اخلاقی آن این مسئله است که ما چگونه باید با دیگری برخورد کنیم. بر این اساس، گام اول در محاسبه سازه‌انگاری از سیاست خارجی مقوله هویت و نحوه تکوین هویت دولتی می‌باشد.

ب. دیپلماسی عمومی

همزمان با مباحث سازه‌انگارانه در نظریات روابط بین‌الملل، شاهد مطرح‌شدن مباحث گسترده‌ای در حوزه دیپلماسی و راه‌های جدیدی که به موجب آن می‌توان سیاست خارجی را در جهت اهداف کشور پیش برد، می‌باشیم. در واقع، پایان جنگ سرد تغییری شگرف در عرصه بین‌المللی به وجود آورد که طبیعتاً موجب تغییراتی در حوزه دیپلماسی شده است. توسعه جامعه بین‌المللی و افزایش تعداد دولت-ملت‌ها، کاهش نسبی نقش دولت‌ها و کم‌رنگ‌شدن حاکمیت کشورها، جهانی‌شدن و وابستگی متقابل پیچیده و در نهایت، انقلاب

ارتباطات، گسترش وسایل ارتباط جمعی و آگاهی فزاینده و رو به گسترش مردم در سطح جهانی، هم صحنه سیاست بین‌الملل را تغییر داده و هم موجبات تحول در دیپلماسی شدند که دیپلماسی عمومی یکی از جلوه‌های آن است. این دیپلماسی تمرکز خود را بر ارتباط با مردم قرار داده و از ابزارهای گوناگونی برای ارتباط و تحت تأثیر قرار دادن مردم استفاده می‌کند. این دیپلماسی تلاش می‌کند با ایجاد جذابیت و نشان‌دادن چهره‌ای توانا از کشور و تقویت این باور در میان مردم دیگر کشورها، وجهه بین‌المللی برای کشور متبوع ایجاد کند.

در توصیفی معمولی، دیپلماسی عمومی به عنوان ارتباط مستقیم با مردم خارجی، با هدف تحت تأثیر قراردادن تفکرات آنها و در نهایت، دولت آنها تعریف شد. این تعریف نمی‌گوید چه کسی این ارتباط را کنترل می‌کند، بلکه روند دو مرحله‌ای نفوذ را نشان می‌دهد: اول، ارتباط مستقیم طراحی شده برای ایجاد حمایت افکار عمومی در کشورهای دیگر؛ و دوم، فشار ایجاد شده عمومی برای اتخاذ سیاست‌های دوستانه نسبت به کشوری که دیپلماسی عمومی را به کار می‌گیرد. تعاریف 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 درباره محتوای خاص آن اضافه کرد: فعالیت‌ها، به زمینه‌های اطلاعاتی، آموزشی و فرهنگی معطوف است که هدف آن تحت تأثیر قرار دادن دولت‌های خارجی به واسطه 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

1. Coombs
2. Signitzer

آنها و همین طور سیاست‌ها و اهداف ملی برای مردم تعریف می‌کند (میلسن، ۱۳۸۷: ۵۴-۵۳). جاشوا فاونتس بیان می‌کند دیپلماسی عمومی تلاش دولت برای برقراری ارتباط با 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). اگرچه برخی توافق‌ها در مورد ابعاد استراتژیک دیپلماسی عمومی جدید وجود دارد، اما 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 درک‌شده 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 ملت برای انجام اهداف امور خارجه خود تبدیل شده است. فرض بر آن است که اگر عقاید عمومی در جامعه هدف متقاعد شوند تصویر مورد نظر را بپذیرند، آنان بر دولت خود اعمال فشار می‌کنند تا نگرش‌ها و سیاست‌های خصمانه 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 کشور جذاب باشند و اگر کشوری بتواند قواعد بین‌المللی را هماهنگ با منافع و ارزش‌های خود شکل بدهد، دیگران با تمایل بیشتری از آن پیروی خواهند کرد و اعمال آن در نظر دیگران مشروع خواهد بود (نای، ۱۳۸۶: ۱۳۰).

اشاعه و نشر ارزش‌ها و هنجارهای ملی، یکی از محورهای اصلی دیپلماسی عمومی می‌باشد. هدف اصلی در این دیپلماسی، تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهان از طریق کنترل

ایده‌ها، باورها و هنجارها و در نهایت، شکل‌دهی ایستارها و رفتار در راستای اهداف مورد نظر است. کارکرد دیپلماسی عمومی بدین گونه است که با توسعه و صدور ارزش‌ها و هنجارهای ملی کشور موجب جذب گروه‌های مردمی و افراد کلیدی در خارج شود. بر این اساس، به تدریج درک و تفاهم بهتری از کشور مزبور نزد گروه‌های مردمی شکل خواهد گرفت که در نتیجه، تأثیرگذاری آن کشور افزایش خواهد یافت. این تأثیرگذاری خود زمینه‌ساز کسب موفقیت در صحنه بین‌المللی و تأمین اهداف و منافع ملی خواهد بود. دیپلماسی عمومی از طریق افزایش مخاطبان کشور و محیاساختن بستر لازم برای اقدامات آن در محیط بین‌المللی به پیشبرد و تأمین منافع ملی و راهبردی کشور کمک می‌نماید (لطفی سرابی، ۱۳۸۹: ۲۲-۲۱).

در این رابطه، از وظایف اصلی دیپلماسی عمومی، ایجاد روابط؛ درک نیازهای دیگر کشورها، فرهنگ‌ها و مردم؛ ارتباط دیدگاه‌ها و نظرات؛ تصحیح سوء تفاهمات؛ 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 رابطه دیپلماتیک را فراهم نموده و اقداماتی را برای تعامل و ارتباط طولانی‌مدت فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست‌های نظام مورد نظر با دیگر جوامع انجام می‌دهد.

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

- شکل‌دهی تصویر مورد نظر کشور؛
- برجسته‌سازی هویت و فرهنگ کشور در نظام بین‌الملل؛
- زمینه‌سازی اعمال سیاست‌ها برای تأمین منافع ملی؛
- تأثیرگذاری بر تصمیمات سیاست‌گذاری کشور هدف؛
- شکل‌دهی به محیط بین‌المللی که از طریق افزایش نفوذ و مشروعیت به واسطه جلب حمایت عمومی ایجاد می‌شود.

امروزه وسایل ارتباطی زیادی وجود دارد که می‌تواند برای انتقال پیام‌ها و خواست‌ها به دیگران به کار رود. ابعاد دیپلماسی عمومی، با توجه به نظر نای، عبارتند از: (۱) ارتباطات

روزانه برای توضیح زمینه تصمیم‌گیری سیاست خارجی که مستلزم گزارش دادن به رسانه‌هاست؛ 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 کشور ایجاد می‌کند و بدین ترتیب، می‌تواند چشم‌انداز خود را برای به دست آوردن نتایج مطلوب 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، ۱۳۸۷: ۵۷). مسائلی از قبیل مبادله دوسویه دانشگاهی، تأسیس کرسی‌های زبان در دیگر کشورها، همکاری‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف، برگزاری کنگره و سمینارها درباره مشترکات فرهنگی، اعزام خبرنگاران، فرایند ارتباط میان‌فرهنگی، برنامه فرهنگی، ورزشی و بازرگانی پشتیبانی‌شده، توریسم، برند ملی (سمبل‌سازی) و ایجاد سایت‌های اینترنتی، همه و همه در حوزه دیپلماسی عمومی قابل بحث می‌باشد.

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 و همچنین ابزاری برای افزایش قدرت نرم و بهبود تصویر کشور و عاملی تأثیرگذار برای جلب توجه افکار عمومی در نظر بگیریم، می‌توان گفت دیپلماسی عمومی شکلی نوین و پایه‌ای از دیپلماسی قرن جدید است که از تمام دیگر اشکال دیپلماسی که کاربرد و هدف خاصی دارند مانند دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی مجازی، دیپلماسی چندجانبه، دیپلماسی سنتی، دیپلماسی اقتصادی و مانند آنها استفاده می‌کند تا به نتیجه دلخواه خود برای پیگیری اهداف سیاست خارجی دولت دست یابد.

نتیجه آنکه دیپلماسی عمومی عمدتاً در تلاش است فهم مثبت از کشور را افزایش دهد و حامیان بیشتری را برای دیدگاه‌های کشور فراهم آورد، به طوری که رهبران سیاسی کشورهای هدف را قادر به تصمیم‌گیری حمایتگرانه و پشتیبانی از اهداف سیاست خارجی کشور متبوع سازد. بسیاری از کشورها بر این باورند که با بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی قادر خواهند بود وجهه و تصویر خود را در جهان بهبود بخشند و موقعیت خود را در عرصه بین‌المللی تثبیت نموده و تأثیرگذاری خود را تا حدی افزایش دهند. باید به این مسئله توجه داشت که ایجاد این تغییرات در نگرش‌ها و احساسات مردم نمی‌تواند فراتر از واقعیات مربوط به آن جامعه و کشور حرکت کند. این شرایط به گونه‌ای اساسی مستلزم خویشتن‌شناسی دوباره کشور و قالب‌دادن به هویت آن در مسیری است که کشور را پایدار و برجسته سازد. در واقع، دلیل اینکه چرا کشورها آشکارا و گاهی ضمنی، به شکل‌دهی هویت خود ادامه می‌دهند، به خاطر این است که آنها واقعاً تغییر می‌کنند و نیاز دارند این تغییرات واقعی را به طور نمادین به همه مخاطبان و کسانی که با آنها در ارتباط هستند نیز ارائه کنند. آنها می‌خواهند تا جایی که می‌توانند، تصورات و برداشت‌ها را با واقعیات در یک ردیف قرار دهند و دیپلماسی بهترین ابزاری است که در این مسیر دولت‌ها را یاری می‌کند. اینجاست که می‌توان بحث دیپلماسی عمومی را به سازه‌نگاری پیوند داد، یعنی آنجا که واقعیات، انگاره‌ها، تصورات و هویت‌ها ساخته می‌شوند و می‌توان آنها را دوباره بازتعریف کرد و شکل داد.

در واقع، دیپلماسی عمومی یکی از عوامل انگاره‌ساز است. انگاره‌ای که از هر کشور در افکار عمومی شکل می‌گیرد و یا انگاره‌ای که شکل گرفته و قصد جایگزینی آن با انگاره‌ای تازه وجود دارد و دیپلماسی عمومی به مثابه تفکر و نیز ابزاری برای انگاره‌ها، هم در حوزه ایجاد و هم در حوزه تغییر می‌باشد. به عبارت دیگر، دیپلماسی عمومی موفق هم‌توان انگاره‌سازی و هم‌توان تغییر انگاره‌های ساخته‌شده را دارد (نادری، ۱۳۸۹: ۶۷). بنابراین، بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی امکان تغییر چهره و هویت ساخته‌شده از کشور و ایجاد هویت جدید را در پرتو تعاملات متقابل و بازتعریف برداشت‌ها و فهم‌ها در جامعه بین‌الملل فراهم می‌کند و کشورها می‌توانند بر مبنای هویتی که برای خود و دیگران تعریف می‌کنند، منافع خود را تعیین و کنش‌های خود را در داخل و خارج شکل دهند.

ج. برساختگی هویت و دیپلماسی عمومی چین

چین خود را کشوری می‌بیند که برای نسل‌ها توسط قدرت‌های غربی و ژاپن استثمار، اشغال و تحقیر شده است. این احساس، بسیاری از مطالبات اکنون آن را، تلاشی برای دورشدن از این موقعیت ضعیف می‌داند که در پی ایجاد قدرت جامع و دستیابی به جایگاه شایسته جهانی است. رشد اقتصادی، فرصتی بود که به تدریج اعتماد به نفس آنها را افزایش داد و آنان برای اولین بار در تاریخ مدرن می‌بینند که فرصتی برای رسیدن به قدرت‌های غربی و تجدید گذشته با شکوه چین و محو خاطره یکصد سال سرافکنندگی (۱۸۳۹ تا ۱۹۴۹) را با تبدیل شدن به قدرت جهانی بزرگ دارند.

از طرف دیگر، افزایش قدرت چین برای سه دهه سبب شد از اواخر دهه نود، بحث «تهدید چین» مطرح گردد. این افزایش قدرت و رشد چین و تمایل آنها برای رسیدن به قدرت جهانی به این احساس تهدیدآمیز از چین دامن زد که افزایش قدرت چین ممکن است نظم جهانی را مورد تهدید قرار دهد و مانند ژاپن و آلمان به جنگ‌طلبی منجر شود و عامل بی‌ثباتی در نظام بین‌الملل باشد. این برداشت‌ها هویت چین را در نظام بین‌المللی منفی به تصویر می‌کشد و تلاش دارد ظهور چین را مهار کند. یکی از مظاهر این تفکر، ارائه «تئوری تهدید چین» با مضمونی منفی است. در سال‌های اخیر این مفهوم از مهمترین موانع برای ارتقای وجهه بین‌المللی چین بوده است. این تئوری چین آینده را تهدیدی برای نظم جهان معرفی می‌کند و از نحوه اعمال قدرت آن در آینده با ابهام یا تردید یاد می‌کند.

امروزه کادر رهبری چین از خطر گسترش مفهوم تهدید چین آگاه است. آنان بهبود تصویر چین را پیش‌نیاز ظهور اقتصادی و سیاسی می‌دانند و به تغییر نگرش بین‌المللی به چین و تصحیح آنچه تهدید چین خوانده می‌شود، نیاز دارند. چین معتقد است تصویر ملی آنها منفی و حتی توسط رسانه‌های غربی دیوآسا ترسیم شده است. اتهامات گوناگون درباره نقض حقوق بشر، حقوق مالکیت معنوی و قواعد تجارت و مسائل اقتصادی و نظامی، به خصومت، سوگیری و سوءتفاهم کشورها منتج می‌شود. به عقیده مقامات چینی، هدف واقعی این اتهامات، ایجاد مانع برای تبدیل شدن چین به قدرت واقعی جهانی است. چین احساس می‌کند صدای آنها به دلیل تسلط رسانه‌های غربی نمی‌تواند در جهان شنیده شود. بنابراین، اگر چین

بخواهد قدرت بزرگ جهانی باشد، مجبور است قدرت نرم خود را توسعه دهد. در همین راستاست که بحث دیپلماسی عمومی چین و تلاش‌های آن برای ارتقای وجهه و بهبود تصویرش در صحنه بین‌الملل مطرح می‌شود.

در واقع، رهبران چین می‌خواهند بین ظهور چین به عنوان قدرت بزرگ با آلمان قبل از جنگ جهانی اول و ژاپن قبل از جنگ جهانی دوم، تمایز قائل شوند. آنان با سیاست ظهور مسالمت‌آمیز در استراتژی چین تلاش می‌کنند قدرت سخت و نرم چین را در جهت ایجاد برتری نرم و دستیابی به قدرت جامع ملی تکمیل نمایند. در این رابطه، در طی سال‌های گذشته حکومت چین صریحاً بر قدرت نرم و دیپلماسی عمومی به عنوان ابزار سیاست خارجی برای عملی کردن استراتژی خود و ایجاد چهره مثبت بین‌المللی تأکید کرده است. به عبارت دیگر، نیاز به ارائه تصویری جذاب و دوستانه به جهان، الهام‌بخش دیپلماسی عمومی چین بوده و از آن به عنوان ابزار اصلی ترویج ظهور صلح‌آمیز چین و از بین بردن ترس‌ها از ظهور ابر قدرت جدید به واسطه قدرت سخت استفاده می‌شود. چین سعی دارد با در پیش گرفتن دیپلماسی عمومی، افکار عمومی جهان را تحت تأثیر قرار دهد و چهره خود را از کشور تهدیدآمیز به قدرت صلح‌آمیز تغییر دهد. از این رو، چین باید منطق تفسیر سایرین را که الزاماً تهدیدکننده است، تغییر دهد و به جامعه بین‌الملل کمک کند چین واقعی را درک کنند. این مسئله مستلزم تعهد چین به همه مسئولیت‌های یک قدرت بزرگ و مشارکت فعالانه در امور بین‌الملل است.

سیستم دیپلماسی چین شامل وزارتخانه‌ها و گروه‌های بسیاری است. اداره مرکزی امور خارجی، وزارت فرهنگ، اداره اطلاعات تحت نظر شورای دولت و وزارت امور خارجه، اداره بین‌المللی کمیته مرکزی حزب کمونیست چین^۱، شورای بین‌المللی زبان چینی، اداره تبلیغات کمیته مرکزی حزب کمونیست چین، اداره اطلاعات وزارت امور خارجه، آژانس‌های خبری مانند «شین هوا»^۲، شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی و روزنامه چین^۳، مؤسسات کنفوسیوسی و نهادهای غیردولتی، از جمله این مراکز هستند که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

1. International Department Central Committee of CPC

2. Xinhua

3. China Daily

۱. وزارت امور خارجه

در بیشتر کشورها وزارت امور خارجه از مهمترین بازیگران دولت در دیپلماسی عمومی است. در چین نیز نقش اصلی در توسعه و تصمیم‌گیری در فعالیتهای مربوط به دیپلماسی عمومی به عهده وزارت امور خارجه، اداره تبلیغات خارجی حزب کمونیست چین^۱ و اداره اطلاعات شورای دولتی^۲ قرار دارد.

از اقدامات حکومت برای بهبود کیفیت دیپلماسی، بهبود کیفیت کادر سیاسی وزارت امور خارجه بوده است. در طول ۱۵ سال گذشته، وزارت امور خارجه چین، به بازنشسته‌کردن دیپلمات‌های قدیمی و جایگزین کردن آنها با نسل جوان نمایندگان که بهتر انگلیسی و زبان‌های محلی صحبت می‌کنند، اقدام کرده است. یک مطالعه در سال ۲۰۰۵ نشان می‌دهد نیمی از ۴۰۰۰ دیپلمات کشور کمتر از ۳۵ سال دارند (Kurlantzick, 2007: 227). به عنوان مثال، پکن در دهه ۱۹۸۰ فعالانه سعی کرد کیفیت دیپلمات‌های خود را در نیمکره غربی ارتقا دهد و ۱۱۰ نفر از مقامات جوان را به دانشگاهی در مکزیک برای یادگیری زبان اسپانیایی و تعمیق درک و فهم آنها از امریکای لاتین فرستاد (Kurlantzick, 2007:227).

۲. اداره تبلیغات خارجی حزب کمونیست^۳

اداره تبلیغات خارجی، که معمولاً با نام دیگرش، اداره اطلاعات شورای دولتی (SCIO) شناخته می‌شود، در ۱۹۹۱ تأسیس شد. اداره تبلیغات خارجی حزب نیز سازمان محرمانه است که با وزارت تبلیغات مرکزی حزب که مسئول تمام تبلیغات داخلی است و وزارت امور بین‌المللی حزب ارتباط دارد. این اداره عهده‌دار توسعه طرح‌ها و راهبردهای دیپلماسی عمومی، نظارت بر رسانه‌های خارجی و هدایت و سانسور رسانه‌های داخلی به انضمام اینترنت است (Hooghe, 2008: 41).

1. Office of External Publicity of the Chinese Communist Party

2. State Council Information Office (SCIO)

3. Office for Foreign Propaganda (OFP)

۳. انستیتو امور خارجی چین

این مؤسسه در دسامبر ۱۹۴۹ تأسیس شد و وظیفه آن در مورد مسائل بین‌المللی و تحقیق در مورد سیاست خارجی با هدف مبادلات بین‌المللی و گسترش فعالیت‌های سیاسی است. بنابراین، برای افزایش درک متقابل و دوستی بین مردم چین و دیگر ملل، ترویج و توسعه روابط بین‌الملل چین و حفظ صلح جهانی فعالیت می‌کند. وظیفه مؤسسه برقراری تماس با فعالین سیاسی، دیپلمات‌ها و افراد مهم در دیگر کشورها و همچنین با سازمان‌ها و محققین امور بین‌الملل می‌باشد (کتاب سبز، ۱۳۸۸: ۲۱۶).

۴. انجمن مبادلات بین‌المللی چین

انجمن مبادلات بین‌المللی چین در سپتامبر سال ۱۹۸۱ میلادی به ابتکار انجمن‌ها، احزاب، شخصیت‌های معروف محافل مختلف، فعالان اجتماعی و اندیشمندان تأسیس شد که هدف آن افزایش درک مردم چین از دیگر ملل جهان، حفظ صلح و پیشبرد توسعه مشترک در جهان اعلام شده است. این انجمن باید با در نظر گرفتن ویژگی دیپلماسی مردمی در شرایط جدید، بیش از پیش برای افزایش درک و دوستی با مردم جهان تلاش کند (بی‌نام الف)، (۱۳۹۰)

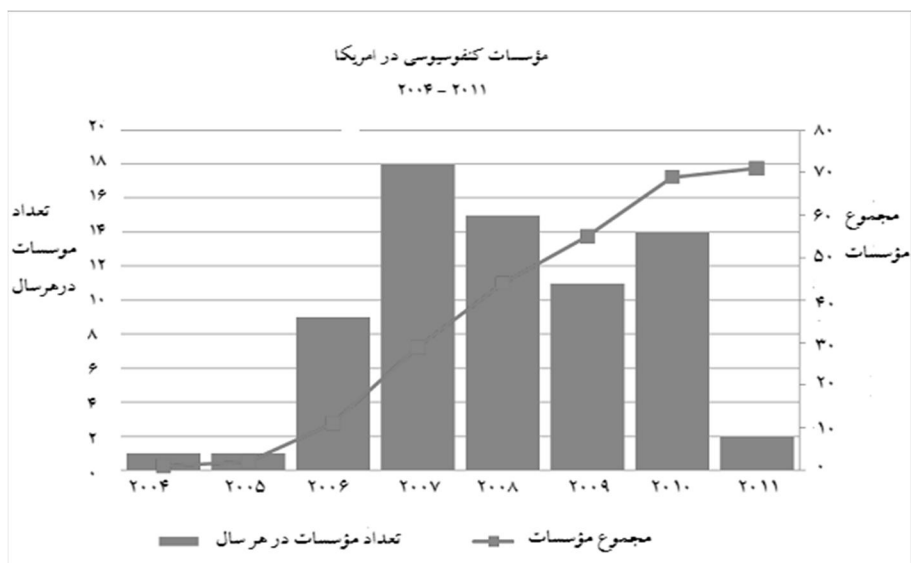
۵. مؤسسات کنفوسیوسی

از ابتکارات دولت چین به منظور ارتقاء تصویر کشور در خارج، باید به سیاست ترویج بین‌المللی زبان اشاره کرد. گسترش آموزش زبان چینی به عنوان زبان خارجی، استراتژی بااهمیتی برای معرفی کردن زبان و فرهنگ چینی در سراسر جهان، به منظور ارتقاء دوستی و فهم و درک متقابل و همچنین، همکاری و مبادلات فرهنگی و اقتصادی بین چین و دیگر کشورهای جهان و بالابردن نفوذ چین در جامعه بین‌المللی است. این مؤسسات به ترویج روابط دوستانه با دیگر کشورها و تسهیل و درک فهم زبان و فرهنگ چین در سراسر جهان کمک می‌کنند. از سال ۲۰۰۴، شورای بین‌المللی زبان چینی^۱ حدود ۳۲۰ مؤسسه کنفوسیوسی

1. The Chinese Language Council International (abbreviated as Hanban Office of China National Office for Teaching Chinese as a Foreign Language)

در سراسر جهان تأسیس کرده است. توزیع این مؤسسات نیز قابل توجه است. تلاش چین بر امریکا که اکنون بیش از ۷۰ مؤسسه دارد، متمرکز شده است. روسیه و کره هر کدام ۱۷ مؤسسه، فرانسه ۱۵ مؤسسه، انگلیس ۱۴ مؤسسه، تایلند ۱۳ مؤسسه و ژاپن ۵ مؤسسه دارند (Kerry, 2011: 5-6). همچنین، اولین شعبه مؤسسه کنفوسیوس نیز در دانشکده زبان و ادبیات خارجی دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۷ گشایش یافته است. نمودار زیر افزایش رو به رشد تمایل مردم آمریکا برای فراگیری زبان چینی را نشان می‌دهد.

نمودار (۱): تعداد مؤسسات کنفوسیوسی در امریکا



در حال حاضر، تقاضا برای یادگیری زبان چینی نیز در حال افزایش است. در سال‌های ۲۰۰۴-۱۹۸۴، تقاضا برای آموزش زبان چینی با ۴۵۴/۰۱ درصد، سریع‌تر از زبان انگلیسی (۳۲/۲۹ درصد) و اسپانیایی (۹/۵۷ درصد) رشد داشته است. این در حالی است که تقاضا برای زبان‌های ایتالیایی (۱۷/۲۳ درصد) فرانسوی (۱۷/۲۹ درصد) و آلمانی (۴۲/۸۹ درصد) کاهش یافته است (Roth, 2007: 11).

در ژوئن ۲۰۰۷ اداره شورای زبان چینی اعلام کرد که حدوداً ۳۰ تا ۴۰ میلیون نفر در سراسر جهان در حال یادگیری زبان چینی هستند. این مؤسسه از جمله اهدافش را چهار برابر کردن تعداد چینی‌هایی که زبان خارجی مطالعه می‌کنند، اعلام کرده است (Cull, 2009: 7). تعداد این مؤسسات در سال ۲۰۱۰، ۵۰۰^{۱,۷۷} ذکر شده که تخمین زده می‌شود در سال ۲۰۲۰ به ۱۰۰۰ مؤسسه و به ۱۰۰ میلیون دانش‌آموز برسد و حدوداً ۵ میلیون معلم باید آموزش ببینند. همچنین، حدود ۲۵۰۰ دانشگاه و مؤسسه آموزش عالی در بیش از ۱۰۰ کشور کلاس‌های آموزش زبان چینی ارائه می‌کنند (Roth, 2007: 8).

۶. مبادلات آموزشی و علمی

دولت چین در سال‌های گذشته برای گسترش زبان و فرهنگ خود اقدام به بورسیه کردن شمار بیشتری از دانشجویان خارجی که بیشترشان از کشورهای جهان سوم هستند، کرد و تسهیلاتی مانند برنامه‌های کمک‌هزینه تحصیلی برای دانش‌آموزان از کشورهای در حال توسعه و آزاد کردن ویزای سیاسی برای دانشجویان خارجی ایجاد نمود. دولت کمک‌هزینه تحصیلی به بیش از ۱۰,۰۰۰ دانشجوی خارجی در سال ۲۰۰۷ اعطا و برای گسترش برنامه بورس تحصیلی خود با ۳۰۰۰ کمک اضافی در هر سال، بین سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۱۰ برنامه‌ریزی کرد. چین قصد دارد ۳۰۰,۰۰۰ دانشجوی خارجی تا سال ۲۰۲۰ جذب کند (Lum, 2008: 81).

طبق آمار، تعداد دانشجویان خارجی در چین، در سال ۱۹۷۸ میلادی فقط ۱,۲۳۶ نفر بود. در سال ۲۰۰۷، ۱۹۵ هزار دانشجو از صدو هشتاد و هشت کشور در چین مشغول به تحصیل بوده‌اند که این رقم در سال ۲۰۰۸ میلادی به ۲۲۰ هزار تن رسید و در سی سال گذشته، ۱۸۰ برابر شده است، بیش از ۷۵ درصد از آسیا، ۱۲ درصد از اروپا، ۹ درصد از امریکا، ۲ درصد از آفریقا و یک درصد از اقیانوسیه (Hooghe, 2007: 30). کره جنوبی، ژاپن، امریکا، ویتنام و تایلند، پنج منبع بزرگ اعزام دانشجو هستند. این مبادلات همچنین به منظور ترویج مطالعه بین‌المللی زبان چینی، اخیراً گروه‌های جوان دانش‌آموزان را هدف‌گیری کرده و اولویت‌هایش از دانشگاه به دبیرستان‌ها و حتی دبستان تغییر کرده است.

از جنبه‌های بسیار مهم تأثیرگذار بر چهره بین‌المللی چین و جایگاه آن در نظام بین‌الملل، عرصه علم است. می‌توان گفت یکی از پایه‌های اصلی قدرت هر کشور، علم و فناوری آن است. دیپلماسی عمومی جدید چین شامل راه‌اندازی شبکه‌های رسمی و غیر رسمی برای گردآوری رهبران افکار، عقاید، علوم و فناوری‌ها می‌باشد. انجمن‌های علمی در دانشگاه‌های برتر چین، روشنفکران به عنوان مخازن فکر و انجمن‌های معرفت‌شناختی، نقشی مشابه در تصویرسازی مثبت از چین بازی می‌کنند.

این گروه‌ها از طریق شبکه‌های علمی دانشگاهی بین‌المللی در کنفرانس‌ها و مناظرات بین‌المللی و مبادله اطلاعات شرکت و در مجلات بین‌المللی مصاحبه می‌کنند. در داخل نیز آنها با مشاوره‌دادن به حکومت تأثیر فزاینده‌ای بر تصمیم‌گیران سیاست خارجی دارند. در خارج نیز آنها تصویر در حال رشد آزادی عمل، بیان و کثرت‌گرایی فکر را درباره موضوعات بین‌المللی را منتشر می‌کنند (Hooghe, 2008: 51).

۷. ویژگی‌های فرهنگی چین

مهمترین مؤلفه برای هر کشور در جهت گسترش نفوذ و قدرت نرم خود، استفاده از جذابیت‌های فرهنگی است و بخش مهمی از فعالیت‌های دیپلماسی عمومی را نیز اقدامات و تعاملات فرهنگی تشکیل می‌دهد. چین قصد دارد ابرقدرت فرهنگی بزرگ متناسب با قدرت اقتصادی در حال رشد خود باشد. بنابراین، تلاش‌های خود را برای بسط کانال‌های مبادلات میان فرهنگی، ترویج رسانه چینی خارجی و افزایش تولیدات فرهنگی رقابتی و مؤثر برای ترویج فرهنگ چینی به طور فعالانه افزایش می‌دهد.

چین به عنوان یکی از تمدن‌های بزرگ جهان، مشخصات منحصر به فردی دارد. قدرت نرم چین در سنت‌های فرهنگی آن، از زبان تا ادبیات، از فلسفه تا دارو، از هنر تا معماری و از غذا تا هنر نظامی و تشریفات نهفته است. آنها استدلال می‌کنند از لحاظ تاریخی گسترش نفوذ تمدن چین، در سراسر شرق و غرب آسیا بوده و حتی به آفریقا و غرب اروپا رسیده است (Wang & Lu, 2008: 428).

اختراعاتی مانند کاغذ، باروت، چاپ، مطبوعات، ظروف یا گسترش ابریشم قبل از رسیدن غرب به قرون وسطی از طریق آسیا به غرب وارد شدند. تصویر چین و ثروت الهام‌بخش آن، منجر به گسترش سفرهای دریایی اروپاییان شد. فلسفه چین باستان، طب سنتی، هنرهای رزمی، خوشنویسی و نقاشی در سراسر جهان توسط مبلغان، تجار و نمایندگان دیپلماتیک، شناخته شده بودند. در اواخر قرن ۱۹، مهاجران چینی، صنایع دستی، غذایی، ژیمناستیک و تعطیلات تقویم چینی را در بسیاری از پایتخت‌های اروپایی و امریکا تأسیس کردند. امروزه مقامات دولتی چین به طور منظم این دستاوردهای گذشته را که دیگران کمتر شناخته‌اند یادآوری می‌کنند. البته، بازیابی گذشته‌ی قبل از رکود چین در قرن ۱۹، به تقویت غرور ملی آنان نیز کمک می‌کند (Otero Roth, 2007: 5).

در فلسفه چین باستان و آموزه‌های کلاسیک چین نیز دیپلماسی عمومی کنونی چین وامدار نام حکیم بزرگی است که آموزه‌های اخلاقی و انسانی چین را در ۶ قرن قبل از میلاد گسترش داد. تصویری از کنفوسیوس و خطوط اصلی اندیشه او در تصویری که چین می‌خواهد به بقیه جهان معرفی کند، گنجانده شده است مانند هماهنگی با دیگر کشورها، دولت فضیلت، احترام متقابل، وفاداری، انسانیت و خویشن‌داری.

کنفوسیوس قانون طلایی را بیان می‌کند، به معنی آنکه همان طور که دوست داری دیگران با تو رفتار کنند، نسبت به دیگران رفتار کن. او در آموزه‌های خود، تأکید زیادی بر محدودیت و تنظیم قدرت قرار داده و به ندرت استفاده از قدرت قهری را شرح می‌دهد. در دیدگاه کنفوسیوس، خانواده، جامعه، دولت و جهان، مرتبط و مبتنی بر پایه‌های اخلاق فردی هستند. پیوند اخلاقی فرد، دولت و جهان، پایه‌های نظم فرهنگی و اخلاقی کنفوسیوسی را تشکیل می‌دهد. کنفوسیوس از ایده تیان شیا (جهان زیر آسمان)، نظم سیاسی هماهنگ بدون مرزهای دولت و حکومت به واسطه شخص حکیم، با استفاده از فضیلت بدون هیچ قدرت قهری حمایت می‌کند. علاوه بر این، این نظم هماهنگ می‌تواند و باید به وسیله خیرخواهی و نوع‌دوستی، بدون هیچ گونه قدرت قهری و

اجباری به دست آید. در این نظم، اداره حکومت توسط دژنگ - فضیلت - و استفاده از قدرت نرم توسط حاکم برای فتح قلب‌ها و اذهان مردم حیاتی است (Ding, 2008: 196).

سانزی در شاهکار «هنر جنگ استراتژی نظامی باستانی چین»، ایده معروف خود را مطرح کرد که حمله به ذهن دشمن بهتر از حمله به شهرهای مستحکم آنهاست. وی اظهار کرد به دست آوردن صد پیروزی در صد جنگ مزیت بزرگی نیست؛ انقیاد ارتش دشمن بدون نبرد بالاترین تعالی است (Ding, 2008: 198).

این منابع قدرت، در فرهنگ و سنت چین، که مردم چین ویژگی قومیتی خودشان تعریف می‌کنند، قرار گرفته‌اند. رهبران چین نیز تصدیق کردند که فرهنگ چین منابع عالی قدرت نرم آن است که توانایی‌های بسیاری برای اجرای دیپلماسی عمومی و به دست آوردن نفوذ و اعتبار در بردارند. بنابراین، چین به صورت فعالانه طی سال‌های متمادی در حال پروراندن برنامه تبادل فرهنگی با بسیاری از کشورهای جهان بوده است. چین در حال حاضر، خود یا با همکاری کشورهای دیگر، سرمایه‌گذاری قابل توجهی در طیف وسیعی از سیاست‌های فرهنگی با هدف قراردادن خارج از کشور، آغاز کرده است. چین در زمینه مبادلات فرهنگی در دهه گذشته بسیار فعال شده است. این مبادلات شامل برگزاری هفته‌های فیلم، هفته‌های فرهنگی، روز فرهنگی، بازدیدهای متقابل هیئت‌های هنری و برگزاری نمایشگاه‌های نقاشی، عکس و دیگر آثار هنری می‌باشد.

به عنوان مثال، در سال‌های اخیر بیش از ۱۰۰ گروه هنرهای نمایشی به آفریقا سفر کردند. باله ملی چین، گروه رقص و ورزش شرقی چین، دسته اکروباتیک چین، دسته اکروباتیک ووهان^۲، گروه هنری دالیان و گروه رقص و آواز سین‌کیانگ، همراه با هزاران نفر از هنرمندان، بازیگران و خوانندگان، به کشورهای آفریقایی رفته‌اند. در عین حال، نمایشگاه‌های بسیاری از کشورهای آفریقایی در چین برگزار شد (Deng & Zhang, 2009: 155).

همچنین، چین در اروپا تا حد زیادی در ترویج هنر و زبان چینی سرمایه‌گذاری کرده است. وزارت فرهنگ چین و سازمان‌های خصوصی، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های بی‌شمار، پروژه‌های

1. Dezheng
2. Wuhan

فرهنگی چین (از قبیل سال فرهنگی چین) و رویدادهای سال نو چین در اروپا را سازماندهی می‌کنند. نمونه‌ای از عمده رویدادهای فرهنگی چین عبارتند از: سال فرهنگی چین - فرانسه در سال ۲۰۰۳؛ جشنواره بلندمدت چین معاصر^۱ در انگلستان در سال ۲۰۰۸؛ جشنواره هنر چینی در کشورهای مختلف اروپایی در سال ۲۰۰۹؛ مشارکت چین به عنوان مهمان افتخاری در نمایشگاه کتاب فرانکفورت در آلمان در سال ۲۰۰۹؛ افتتاح انجمن صنایع فرهنگی اتحادیه اروپا - چین در می ۲۰۰۹ و برگزاری جشنواره چین در لندن هر ساله از ۲۰۰۶ (Hooghe, 2010: 23-24).

۸. چینیان خارج از کشور

در ده سال گذشته، نگاه دولت چین به چینیان خارج از کشور بیشتر به عنوان منبع دیپلماسی عمومی آغاز شده است. بیش از ۴۰ میلیون چینی در بیش از ۱۳۰ کشور زندگی می‌کنند. به دست آوردن نفوذ و تأثیر بر گروه‌های چینی خارج از چین به منظور تبدیل کردن آنها به پایه‌ای برای تبلیغات چین، وظیفه‌ای کلیدی در کار تبلیغاتی خارجی است. پس از سال ۱۹۸۹، تبلیغات چین زندگی چینیان خارج از چین را با هدف ایجاد احساس میهن‌پرستی نسبت به سرزمین مادری و پشتیبانی از وضع سیاسی موجود، هدف قرار داده است. هدف خنثی کردن خصومت نسبت به حزب کمونیست چین و افزایش مخالفت نسبت به نیروهای ضد دولت در درون چین و طرفداران در تبعیدشان بود. این تلاش‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای موفق بوده است. از نظر تاریخی، خارجی‌ان طرفدار حزب کمونیست چین در تولید طیف وسیعی از مواد تبلیغاتی، اعم از کتاب، فیلم و شعر برای لابی‌های دولتی و خصوصی بسیار مفید بوده‌اند (Brady, 2009: 31).

اداره امور خارجی‌ان چین نیز برای تقویت روابط میان چین و مهاجران کار می‌کند. اردوگاه‌های دولتی برای کودکان مهاجر با هدف تقویت جذابیت چین جود دارد که به نام «سفر به چین برای یافتن ریشه‌های خود»^۲ نامیده می‌شوند. پکن همچنین کتاب‌های درسی تاریخی برای مدارس مهاجران منتشر می‌کند که بر تحقیر ایجاد شده توسط قدرت‌های خارجی تأکید می‌کند (Yee-Kuang, 2010: 11).

1. China Now
2. Travel to China to Find Your Roots³

۹. نهادهای غیردولتی

با وجود دولت قوی سنتی اما جامعه ضعیف، چین از منابع سازمان‌های غیر دولتی و شرکت‌های فراملی برای پیشبرد دیپلماسی عمومی به خوبی استفاده نکرده است. با این حال، تعداد در حال رشد بازیگران غیردولتی در دیپلماسی عمومی، قدرت نرم را تقویت می‌کند. در این مورد می‌توان از انجمن‌های علمی و معرفت‌شناسی، انجمن‌های چینی خارجی، اجتماعات دوستانه از قبیل سازمان‌های مدیریت مبادلات مردم با مردم، انجمن مردمی چینی برای دوستی با کشورهای خارجی^۱ و مؤسسه امور خارجی^۲، سازمان‌های خواهران دوقلو، دانشجویان، بلاگرها، صنعت جهانگردی و خارجیان و گروه‌های داوطلب جوانان چینی که برای انجام طرح‌های خدماتی به صورت داوطلبانه برای کمک به پیشرفت ملت‌هایی همچون اتیوپی، لائوس و برمه اعزام می‌شوند، نام برد.

این گروه‌ها و اشخاص در شبکه‌های جهانی بازیگران خصوصی و عمومی مشارکت می‌کنند. آنها در گفتگوهای بین‌المللی غیررسمی، مکانی که عقاید و نظرات تبادل می‌شود، شرکت و با دیگر ملل همکاری می‌کنند و با این اعمال، فهم متقابل را افزایش می‌دهند. بیشتر این بازیگران غیردولتی تقریباً مستقل هستند. اکثر ۳۴۶,۰۰۰ سازمان غیردولتی چینی در امور روزانه‌شان نسبتاً مستقل هستند و می‌توانند منافع تجاری و اجتماعی خود را تأمین کنند. به رغم کنترل حکومتی، نمایندگان سازمان‌های غیردولتی بیشتر از فرستادگان حکومتی رسمی چین مورد اعتماد انجمن‌های بین‌المللی هستند. آنها با سازمان‌های چندجانبه و بین‌المللی همکاری می‌کنند، پیامشان را در وب‌سایت‌های انگلیسی‌زبان و نشریات بین‌المللی ترویج می‌دهند. آنها در نرم‌کردن تصویر خشن سیاست‌های پکن نقش دارند و تصویر کشوری که به سمت پذیرش هنجارهای پذیرفته‌شده بین‌المللی در حال حرکت است را به نمایش می‌گذارند. به علاوه، سازمان‌های رو به رشد به خصوص در زمینه محیط زیست و بهداشت همگانی، قادر هستند بر سیاست‌گذاران، چه به طور مستقیم از طریق تقاضا از حکومت یا غیرمستقیم از طریق رسانه‌های ملی یا بین‌المللی تأثیر بگذارند (Hooghe, 2008: 50).

1. Chinese Peoples Association for Friendship with Foreign Countries (CPAFFC)
2. Institute of Foreign Affairs (IFA)

۱۰. توریسم

چین بزرگترین کشور در منطقه آسیای پاسیفیک و عضو فعال سازمان سفر آسیا- پاسیفیک^۱ و در حال تبدیل شدن به اولین مقصد توریستی بین‌المللی است. در سال‌های اخیر، مسافرت و گردش‌گری به صنعت استراتژیک در توسعه چین نسبت به اقتصاد بازار سوسیالیستی تبدیل شده است. چین راه‌های بهتر توسعه سفر و صنعت گردش‌گری را که می‌تواند موفقیت در بازارهای منطقه‌ای و جهانی را تکمیل کند، بررسی می‌کند.

چین بسیاری از قوانین و محدودیت‌های مسافرتی را حذف کرده و همین عاملی بوده که مردمی که از درآمد بیشتری برخوردار شده‌اند، بر خلاف سابق، مجوز سفر به خارج از کشور را داشته باشند. سازمانی به نام «وضعیت تأیید مقصد»^۲ موانع سفر به کشورهای هنگ کنگ، ماکائو و تایوان را برداشته و تعداد کشورهایی را که چینی‌ها اجازه سفر به آنها را دارند، به صد کشور رسانده است.

چین عامل مهمی در توسعه گردش‌گری منطقه‌ای در سراسر آسیا در آینده و همچنین در سراسر جهان خواهد بود. با توجه به پیش‌بینی‌های سازمان تجارت جهانی، چین کشور نخست مقصد بین‌المللی در جهان با حدود ۱۳۷ میلیون توریست بین‌المللی تا سال ۲۰۲۰ خواهد شد و با ظرفیت انجام ۱۰۰ میلیون سفر توریستی، احتمال می‌رود چهارمین کشور جهان باشد که مردم آن به خارج سفر کرده‌اند. از لحاظ توریسم بین‌الملل، چین از سریعترین رشد در منطقه در دهه گذشته برخوردار بوده است. نرخ رشد سالانه چین از ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰، ۹.۵ درصد بوده است. طبق گزارش سازمان تجارت جهانی، ده بازار اصلی چین تا سال ۲۰۲۰، ژاپن، کره، ایالات متحده، فدراسیون روسیه، مغولستان سنگاپور، مالزی، فیلیپین، انگلستان و آلمان خواهد بود (Lew & et al, 2003: 6).

جدول صفحه بعد، ده کشور مقصد توریستی را در سال ۲۰۲۰ پیش‌بینی می‌کند که بر اساس آن، چین رتبه اول را در جذب گردش‌گران خواهد داشت.

1. Pacific Asia Travel Association (PATA)
2. Approved Destination Status

جدول (۱): ده کشور برتر مقصد توریستی در سال ۲۰۲۰

کشور و منطقه	تعداد توریست (هزار)	سهم بازار (%)	میزان رشد (%) ۱۹۹۵-۲۰۲۰
۱ چین	۱۳۷,۱۰۰	۸/۶	۸/۰
۲ ایالات متحده	۱۰۲,۴۰۰	۶/۴	۳/۵
۳ فرانسه	۹۳,۳۰۰	۵/۸	۱/۸
۴ اسپانیا	۷۱,۰۰۰	۴/۴	۲/۴
۵ هنگ کنگ	۵۹,۳۰۰	۳/۷	۷/۳
۶ ایتالیا	۵۲,۹۰۰	۳/۳	۲/۲
۷ انگلستان	۵۲,۸۰۰	۳/۳	۳/۰
۸ مکزیک	۴۸,۹۰۰	۳/۱	۳/۶
۹ کشورهای مشترک المنافع خودمختار	۴۷,۱۰۰	۲/۹	۶/۷
۱۰ چک و اسلواکی	۴۴,۰۰۰	۲/۷	۴/۰
کل	۷۰۸,۸۰۰	۴۴/۲	

(Lew & et al, 2003: 6-8)

موفقیت اصلاحات بازارمحور چین توجه سراسر جهان را، از سیاستمداران تا محافل تجاری و عموم مردم، جلب کرده است. محیط تجاری به سرعت در حال توسعه چین، در حال حاضر بر بخش عمده‌ای از رشد توریسم تأثیر دارد. این تأثیر نه فقط شامل جریان سرمایه‌گذاری خارجی به کشور است، بلکه میزان کارآفرینی را نیز افزایش داده است. این بخش از مسافران احتمالاً در سال‌های پیش رو افزایش می‌یابند. چین همچنین تلاش‌ها و اقداماتی برای آوردن هیئت‌های خارجی با افراد برجسته در تورهایی با هزینه‌های پرداخت شده از چین انجام می‌دهد؛ به این امید که آنها نظرات چین را زمانی که به کشور خود برمی‌گردند، ترویج دهند. در واقع، در پی آن است با تأثیر بر مقامات، کارشناسان و محققان خارجی، دانشجویان، گردش‌گران، مبلغان محلی، روزنامه‌نگاران، چینیان خارج از کشور و همچنین، با افزایش مبادلات خواهرشهری، ارتش بین‌المللی مبلغان دوستانه برای چین ایجاد کند (Brady, 2009: 34).

۱۱. رشد اقتصادی

قدرت نرم هر کشور عمدتاً از فرهنگ، سیاست و ارزش‌های اجتماعی و سیاست خارجی‌اش تأمین می‌شود؛ در مدل چینی آن توسعه اقتصادی نیز باید به لیست اضافه شود. رشد اقتصادی چین و افزایش حجم دادوستد تجاری این کشور، پرنسب‌تر شدن حضور این کشور در سطح بین‌المللی را در پی داشته است. توسعه اقتصادی چین و پیوستن به اقتصاد جهانی از این کشور قدرتی جذاب ساخته و تحسین و حیرت را برانگیخته است. آنچه بیشتر به جذابیت چین در میان کشورهای جهان، به ویژه در آسیای شرقی و جنوب شرقی و کشورهای آفریقایی کمک کرده، اقتصاد این کشور است.

اقتصاد چین سریع‌ترین نرخ رشد در جهان را در سه دهه اخیر تجربه کرده است. رشد اقتصادی در دهه گذشته، نرخ متوسط ۱۰/۳ درصد را داشته و در سال ۲۰۱۰ به ۱۰/۱ درصد رسید. با چنین رشدی، تولید ناخالص داخلی این کشور از حدود دویست میلیارد دلار در سال ۱۹۸۰، به ۹/۸۵۴ تریلیون دلار در سال ۲۰۱۰ رسید (China Economy, 2011).

رشد اقتصادی چین فرصت‌های بسیاری را برای تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی آن ایجاد کرده و از این طریق می‌کوشد جذابیت‌ها و مزایای خود را به دیگر کشورها نشان دهد و جنبه‌های مثبت رشد خود را تقویت کند. چین هم‌اکنون دومین اقتصاد بزرگ جهان است و برخی از تحلیل‌گران پیش‌بینی می‌کنند که می‌تواند به بزرگترین اقتصاد ظرف چند دهه آینده تبدیل شود.

رشد اقتصادی چین به طور فزاینده‌ای جایگزینی جدی برای روابط با کشورهای که از دیپلماسی آمریکا ناراضی هستند، ارائه کرده است. به عنوان مثال، در آسیای مرکزی، قدرت دیپلماتیک در حال رشد چین به کشورهای که نسبت به نفوذ رو به رشد آمریکا اظهار نارضایتی کردند، تخصیص داده شده و آنها به این صورت توانستند به یکی دیگر از قدرت‌ها تکیه کنند. همچنین، رشد اقتصادی این امتیاز را به چین داده که با اعطای کمک‌های اقتصادی و وام، نفوذ و اعتبار خود را در کشورهای در حال توسعه افزایش دهد.

۱۲. اقدامات صلح‌طلبانه نظامی و کمک‌های توسعه‌ای

دولت چین قصد دارد از طریق همکاری نظامی با دیگر کشورها، افزون بر بهبود روابط سیاسی با آنها و کاهش نگرانی آنها از ظهور چین قدرتمند، چهره مطلوبی نیز از خود در سطح بین‌المللی به نمایش بگذارد. چین اهمیت همکاری‌های بین‌المللی را شناخته و به دنبال گسترش نفوذ خود از طریق این نوع از فعالیت‌هاست. نیروی نظامی چین تلاش دارد مشارکت فعالانه‌تری در حفظ صلح و امنیت بین‌المللی داشته باشد و به طور فزاینده‌ای خودش را به شرکت در رفتار بشردوستانه در هماهنگی با دیگر کشورهای درگیر متعهد کرده است. در سال‌های اخیر، چین گام‌های بزرگی در مبادلات نظامی با دیگر کشورها برداشته است، شامل ارسال ناظران به ایالات متحده برای تمرینات نظامی و پذیرش نیروی نظامی خارجی برای فعالیت‌های مشابه در چین. علاوه بر این، ارتش در گزارش‌های آموزشی به عنوان بخشی از ایجاد روابط دوجانبه نظامی، به طور فزاینده‌ای بر همکاری در امنیت بین‌المللی، به خصوص در مشکلات امنیتی غیرمستقیم مانند مبارزه با تروریسم، کمک‌های بشردوستانه و امدادسانی، تسهیل تبادل پرسنل نظامی برای توسعه حرفه‌ای و افزایش حمایت خود از عملیات حفظ صلح سازمان ملل تأکید می‌کند.

ارتش آزادی‌بخش خلق برای اولین بار در مأموریت حفظ صلح سازمان ملل با ارسال ناظران نظامی به خاورمیانه در سال ۱۹۹۰ شرکت کرد. در سال ۲۰۰۰، چین ۶۵۰ پرسنل خود را در ۱۰ مأموریت حفظ صلح سازمان گسترش داد و در اواخر سال ۲۰۰۷، پرسنل چینی در عملیات حفظ صلح سازمان ملل بالغ بر ۱,۸۱۹ نفر بود (Lum, 2008: 41).

در سال ۲۰۰۶، ارتش آزادی‌بخش خلق چین ادعا کرد بزرگترین شرکت‌کننده در عملیات حفظ صلح سازمان ملل در میان پنج عضو دائم شورای امنیت سازمان ملل است و بیشترین تعداد پاسداران صلح سازمان ملل را تشکیل می‌دهد. چین ۴۰۰۰ سرباز و پلیس را برای مشارکت در چهارده مأموریت صلح‌سازی سازمان ملل فرستاده است. تنها در لیبی ۶ هزار سرباز پاسدار صلح که در خدمت سازمان ملل هستند، چینی می‌باشند (Wang, 2008: 7-8). در سال ۲۰۰۷ نیز چین موافقت کرد سربازان ارتش را به عنوان حافظ صلح سازمان ملل به دارفور برای متحرف کردن انتقاد از عدم کمک چین به بحران انسانی در سودان و بازی‌های المپیک، به عنوان المپیک نسل‌کشی

ارسال کند. در آوریل ۲۰۰۸، چین در تعداد پرسنل شرکت کننده نظامی و پلیسی در عملیات حفظ صلح سازمان ملل و در مقایسه با ایالات متحد با ۳۰۰ پرسنل، در رتبه ۴۳ با ۱۹۸۱ پرسنل در ۱۲ مأموریت، در رتبه ۱۲ قرار گرفت و در سال ۲۰۱۰، با ۲۱۰۰ پرسنل نظامی در رتبه ۱۴ قرار گرفت (Lum, 2008: 42). در نمودار زیر میزان مشارکت چین در عملیات صلح سازی سازمان ملل در سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ نشان داده شده که بیانگر رشد صعودی همکاری چین در این گونه فعالیت ها می باشد.

نمودار (۲): مشارکت چین در عملیات صلح سازی سازمان ملل ۲۰۱۰-۲۰۰۰

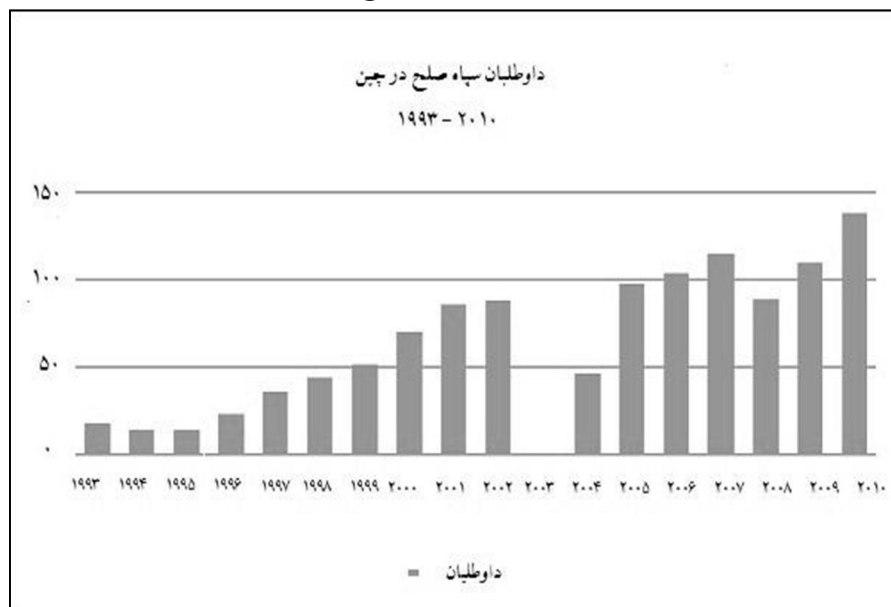


(Kerry, 2011: 19)

علاوه بر مأموریت برقراری صلح در سازمان ملل، فعالیت های بشردوستانه چین امروزه حوزه گسترده ای را فرا گرفته است. دولت چین می کوشد با این گونه فعالیت ها نه تنها حسن نیت خود را در برقراری روابط با دیگر کشورها نشان دهد، بلکه حمایت سیاسی لازم را نیز به دست آورد. در کنار وظیفه برقراری صلح سازمان ملل، چین به طور داوطلبانه به مردم محلی کمک می کند. پکن نسخه چینی از سپاه صلح برای ارسال جوانان آرمان گرا در پروژه های خدمت داوطلبانه بلندمدت به کشورهای در حال توسعه مانند لائوس، اتیوپی و برمه ایجاد

کرده است. برنامه‌های کمک‌رسانی دولت شامل کمک‌های فنی، کمک‌های پزشکی، توسعه سیاسی و کمک‌های غذایی، در حال گسترش است. چین طرح ارسال جوانان داوطلب را مشابه داوطلبان سپاه صلح آمریکا برای آموزش زبان چینی، مهارت‌های کامپیوتری، فناوری‌های کشاورزی و دامی، آموزش ورزش و موسیقی و طب سنتی چینی را آغاز کرده است.

نمودار (۳): داوطلبان سپاه صلح در چین



(Kerry, 2011: 12)

اگرچه با توجه به نبود اطلاعات رسمی و قابل اعتماد، محاسبه تعیین میزان کمک‌های خارجی چین و تأیید زمان و اینکه آیا وعده‌های کمک و وام‌ها عملی می‌شوند یا نه دشوار است، اما با توجه به گزارش‌های غیر رسمی از کمک‌های مورد تعهد چین، دولت در سال ۲۰۰۷، وعده ۳۱ میلیارد دلار کمک‌های اقتصادی به جنوب شرق آسیا، آمریکای لاتین و کشورهای آفریقایی داده است که در مقایسه با سال ۲۰۰۵، سه برابر افزایش و ۲۰ برابر بیشتر از سال ۲۰۰۳ است. همچنین، بر خلاف اکثر اهداکنندگان کمک، بخش بزرگی از کمک‌های

چین به جای کمک‌های مالی که ۳ درصد را تشکیل می‌دهد، شامل وام‌های بدون بهره و حمایتی تا حدود ۴۱ درصد می‌باشد، بنا بر یک مطالعه، بخشش بدهی نیز یکی از کمک‌های عمده خارجی چین محسوب می‌شود (Lum, 2008: 33-34).

یکی از نتایج مطالعات اخیر بانک جهانی نشان می‌دهد چین به زودی به بزرگترین وام‌دهنده به کشورهای آفریقایی تبدیل می‌شود. چین در سال‌های گذشته حداقل ۸ میلیارد دلار به دولت‌های آفریقایی کمک کرده است (Bell, 2009: 28). چین همچنین سومین منبع بزرگ کمک‌های خارجی به پاسیفیک جنوبی شده است که تا حد زیادی بدون شرایطی که دیگر اهداکنندگان اغلب برای کمک قرار می‌دهند (یعنی اصلاحات سیاسی، بازار باز و حفاظت محیط زیستی)، ارائه می‌کند که می‌تواند تأثیر بزرگی بر دولت‌های دریافت‌کننده داشته باشد. بسته کمک‌های چین در این منطقه در طی یک دوره سه‌ساله که نخست‌وزیر ون جیابائو در آوریل ۲۰۰۶ اعلام کرد، شامل نه فقط وام‌های امتیازی، بلکه لغو بدهی‌ها و امدادسانی، آموزش ۲۰۰۰ مقام حکومتی و کارکنان دولتی و تعرفه صفر برای اکثریت کالاهای صادراتی به چین از پایین‌ترین کشورهای در حال توسعه در منطقه که روابط دیپلماتیک با چین دارند، می‌باشد (Zhang, 2007: 371).

نتیجه‌گیری

در تئوری سازه‌انگاری مسئله نقش «تصویرهای ذهنی» از خود و دیگران در شکل‌دهی به سیاست خارجی مورد توجه است. این رویکرد، تعامل دولت‌ها را تحت تأثیر برداشتشان از هویت یکدیگر می‌داند و معتقد است هویت‌ها برداشت‌های خاصی از خود را در رابطه با سایر کنش‌گران نشان می‌دهند و از این طریق منافع خاصی تولید می‌گردد و تصمیمات و سیاست‌گذاری‌ها شکل می‌گیرد.

دیپلماسی عمومی نیز بر برجسته‌سازی هویت کشور تأکید می‌کند و تلاش دارد با ایجاد جذابیت و نشان‌دادن چهره‌ای توانا از کشور و تقویت این باور در میان مردم، وجهه بین‌المللی و جذابیت برای مخاطبان خارجی ایجاد کند تا از این طریق، منافع خود را پیش برده و ارزش‌هایی را که نمایندگی می‌کند، گسترش دهد. بنابراین، دیپلماسی عمومی، راهبرد ارتباطی

ویژه و هدفمند است که درصدد برسازی تصویر مثبت از کشور نزد افکار عمومی خارجی است و تلاش‌های کشور را نسبت به پروژه تصویر و نفوذ آن در جهان مدیریت می‌کند. در نتیجه، اگر نگرش سازه‌انگارانه و هویت بازیگران را پایه تحلیل خود از روابط و کنش‌های بازیگران در نظام بین‌الملل قرار دهیم، دیپلماسی عمومی ابزاری است که کشورها با استفاده از آن می‌توانند هویت‌های خود را تثبیت کنند یا تغییر دهند و از این طریق، با تأثیرگذاری بر ادراک و برداشت دیگران، کنش و نگاه آنان را تغییر دهند و منافع خود را تأمین کنند.

چین در حال حاضر به این نتیجه رسیده که در تمایل خود برای رسیدن به قدرت برجسته جهانی، باید با عموم مردم جهان به عنوان بخشی از سیاست خارجی و اقتصادی‌اش درگیر شود. از منظر آنها ظهور قدرت جدید علاوه بر سخت‌افزار به نرم‌افزار هم نیازمند است، زیرا بدون قدرت نرم، حفظ وضعیت بین‌المللی مساعد ممکن نیست و بسیاری از قدرت‌ها در جهان از توسعه چین جلوگیری خواهند کرد. بنابراین، دولت چین به دیپلماسی عمومی در جهت ارائه جذابیت‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد خود، به ویژه فرهنگ خود توجه زیادی می‌کند.

در واقع، دیپلماسی عمومی چین به واسطه نیاز پکن به ارائه تصویری دوستانه و جذاب در صحنه جهانی که ترس‌های ممکن از برتری تهدیدآمیز را برطرف می‌کند، طرح‌ریزی شده است. از نگاه دولتمردان، چین با اعمال دیپلماسی عمومی باید تصویری مناسب از خود را به جهانیان ارائه نماید و به سایر ملل نیز کمک نماید چین واقعی را بهتر بشناسند. برای پیشبرد بهتر دیپلماسی عمومی، چین نیاز دارد از تاریخ خود درس گیرد و به دنبال ایده‌ها، محیط، منابع و چالش‌های دیپلماسی عمومی خود باشد و استراتژی دیپلماسی عمومی را به طور نظام‌مند با توجه به ویژگی‌های چین جلو ببرد. فعالیت‌های خلاقانه و ترغیب و معرفی فرهنگ و ویژگی‌های منحصر به فرد چین، همگی به شکل‌دهی چین درخشان، باز و با وجهه بشردوستانه و تصویری مثبت از چین کمک می‌کنند. برای این کار، چین بر ۵۰۰۰ سال تاریخ فرهنگی خود به عنوان هسته مرکزی دیپلماسی عمومی متکی است و در پی نشان‌دادن ملتی است که نمی‌تواند تهدیدی برای دیگران باشد. چین برای این منظور از طیف وسیعی از ابزارها که عمدتاً جنبه اجتماعی-فرهنگی دارند استفاده می‌کند، ابزارهایی مانند ارزش‌ها، آرمان‌ها، سبک زندگی، زبان، ادبیات، ورزش، مراکز علمی و فرهنگی، جاذبه‌های گردش‌گری و توریستی، معماری، آشپزی، مبادلات خارجی و غیره.

منابع

- بی‌نام (الف) (۱۳۹۰)؛ «تلاش چین برای افزایش درک و دوستی با مردم جهان»، قابل مشاهده در سایت:
<http://china-iran.net/post-621.aspx>
- بی‌نام (ب) (۱۳۹۰)؛ «چین، آمریکا و آلمان، بزرگ‌ترین صادرکنندگان دنیا (گزارش WTO از تجارت جهانی کالا و خدمات در سال ۲۰۱۰)»، **سایت دنیای اقتصاد**/ کد خبر ۲۴۸۹۵۲، سه‌شنبه ۲۳ فروردین.
- http://www.donya-e-qtasad.com/Default_view.asp?@=248952
- خضری، رؤیا (۱۳۸۸)؛ «جایگاه فرهنگ در نظریه‌های روابط بین‌الملل»، **رهیافت انقلاب اسلامی**، سال سوم، شماره ۱۰، پاییز.
- کتاب سبز چین** (۱۳۸۸)؛ دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه
- سلیمی، حسین (۱۳۸۸)؛ «رویکرد سازه‌انگاران به زمینه‌های اجتماعی روابط ایران و آمریکا»، **پژوهشنامه علوم سیاسی**، سال چهارم، شماره دوم، بهار.
- قوام، عبدالعلی (۱۳۸۴)؛ **روابط بین‌الملل، نظریه‌ها و رویکردها**، تهران: سمت
- لطفی سرابی، امیرعباس (۱۳۸۹)؛ «تأملی نظری در مفهوم دیپلماسی عمومی» در **دیپلماسی عمومی (مجموعه مقالات)**، تدوین حسن قشقاوی، اداره کل اطلاعات و مطبوعات، تهران: وزارت امور خارجه.
- متقی، ابراهیم و کاظمی، حجت (۱۳۸۶)؛ «سازه‌انگاری، هویت، زبان و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، **فصلنامه سیاست**، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۳۷، شماره ۴، زمستان.
- مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۴)؛ **تحول در نظریه‌های روابط بین‌الملل**، تهران: سمت
- میلسن، ژان (۱۳۸۷)؛ «دیپلماسی عمومی نوین: از تئوری تا عمل» در **دیپلماسی عمومی نوین: کاربرد قدرت نرم در روابط بین‌الملل**، ژان میلسن و همکاران، ترجمه رضا کلهر و محسن روحانی، دانشگاه امام صادق (ع) و دبیرخانه همایش عملیات روانی.
- نای، جوزف (۱۳۸۶)؛ «قدرت نرم ابزار موفقیت در سیاست جهان»، **مطالعات بسیج**، سال دهم، شماره ۳۶.
- نصری، قدیر (۱۳۸۵)؛ «فهم کانستراتیویستی امر سیاسی»، **مطالعات راهبردی**، سال نهم، شماره ۳۴.
- ونت، الکساندر (۱۳۸۴)؛ **نظریه اجتماعی سیاست بین‌الملل**، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- ونت، الکساندر (۱۳۸۵)؛ «مسئله کارگزار-ساختار در نظریه روابط بین‌الملل» در **چالش علم و سنت**، اندرو لینکلتر، ترجمه بهرام مستقیمی، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی
- هادیان، ناصر (۱۳۸۲)؛ «سازه‌انگاری: از روابط بین‌الملل تا سیاست خارجی»، **سیاست خارجی**، سال هفدهم، شماره ۴، زمستان.

هویف، تد (۱۳۸۵)؛ «نوید مکتب برسازی برای نظریه روابط بین‌الملل»، در *نوواقع‌گرایی، نظریه انتقادی و مکتب برسازی*، ویراسته اندرو لینکلتر، ترجمه علیرضا طیب، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی

- Bell, Daniel A. (2009); "War, Peace, and China's Soft Power A Confucian Approach", *Diogenes* 221, <http://dio.sagepub.com>
- Brady, Anne-Marie (2009); "Prepared statement" in Carolyn Bartholomew, "China's Propaganda and Influence Operations, Its Intelligence Activities That Target The United States, and The Resulting Impacts on U.S. National Security", **Review Commission one Hundred Eleventh Congress**, First Session april 30, www.uscc.gov
- "Brand Z Top 50 Most Valuable Chinese Brands" (2011); edition valuation methodology millward rown optimor. http://www.millwardbrown.com/BrandZ/BrandZ_Top50_Chinese_Brands.asp
- China Economy (2010); "CIA World Factbook", www.theodora.com/wfbcurent/china/china-economy.html
- Cull, Nicholas J. (2009); "China's Propaganda and Influence Operations, its Intelligence Activities that Target the United States and its Resulting Impacts on US National Security", Testimony before the US-China Economic and Security Review Commission hearing, 30 April, http://www.uscc.gov/hearings/2009hearings/transcripts/09_04_30_trans/09_04_30_trans.pdf
- Deng, Xiaogang and Zhang Lening (2009); "China's Cultural Exports and its Growing Cultural Power in the World" in Li, Mingjiang (ed.), **Soft Power: China's Emerging Strategy in International Politics**, Published by Lexington Books. A division of Rowman & Littlefield Publishers, Inc. <http://www.lexingtonbooks.com>
- Ding, Sheng (2008); "To Build A "Harmonious World": China's Soft Power Wielding in the Global South", **Journal of Chinese Political Science**, vol. 13, No. 2.
- Eytan Gilboa (2008); "Searching for a Theory of Public Diplomacy", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 2008 616: 55. <http://ann.sagepub.com/content/616/1/55>
- Fitzpatrick, Kathy R. (2007); "Advancing the New Public Diplomacy: A Public Relations Perspective", **The Hague Journal of Diplomacy**, Volume 2, Number 3, October
- Hooghe, Ingrid d' (2010); "The limits of china s soft power in Europe Beijing s public diplomacy puzzle", **Clingendael Diplomatic Studies Programme CDSP**, Publications, no. 25
- Hooghe, Ingrid D. (2008); "Into high gear: China's Public Diplomacy" , **The hague journal of diplomacy**, Vol . 3, Number 1. www.springer.com
- Hooghe, Ingrid D' (2007); "The Rise of China's Public Diplomacy", **Netherlands Institute of International Relation Clingendael**, Clingendael Diplomacy papers No. 12, July. http://www.clingendael.nl/publications/2007/20070700_cdsp_paper_hooghe.pdf
- Kerry, John F. (2011), "Another U.S. Deficit – China and America – Public Diplomacy in The Age of The Internet", A Minority Staff Report Prepared For The Use of The Committee on Foreign Relations United States Senate One Hundred Twelfth Congress. <http://www.fdsys.gpo.gov>
- Kurlantzick, Joshua (2007); "China's New Diplomacy and Its Impact on the World", **Brown Journal of World Affairs**, Vol. 14, No. 1, October.

- Lew, Alan A. and Yu, Lawrence and Ap, John and Zhang, Guangrui (2003); **Tourism in China**, Published by The Haworth Hospitality Press®, an imprint of The Haworth Press, Inc., 10 Alice Street, Binghamton, NY 13904-1580.
- Lu, Yu-Nu (2009); "China's Public Diplomacy and 2008 Beijing Olympic Games", Paper presented at the 67th Annual Meetings of the Midwest Political Science Association, Chicago, U.S.A. April . www.allacademic.com
- Lum, Thomas (2008); "Comparing Global Influence: China's and U.S. Diplomacy, Foreign Aid, Trade, and Investment in the Developing World", **Crs report for congress**, August 15.
- Rana, Kishan (2005); "The Structure and Operation of China's Diplomatic System", China Report. <http://chr.sagepub.com>
- Roth, Jaime Otero (2007); "China Discovers Public Diplomacy", Elcano Royal Institute of International and Strategic Studies, Madrid, Spain. www.realinstitutoelcano.org
- 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, Hongying and Lu, Yeh-Chung (2008); "The Conception of Soft Power and its Policy Implications: a comparative study of China and Taiwan", **Journal of Contemporary China**, Volume 17, Number 56.
- Wang, Yiwei (2008); "Public Diplomacy and the Rise of Chinese Soft Power", **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, Vol. 616. <http://ann.sagepub.com>
- Yee-Kuang, Heng (2010); "Mirror, mirror on the wall, who is the softest of them all? Evaluating Japanese and Chinese strategies in the 'soft' power competition era", **Journals International Relations of the Asia-Pacific**, volume 10 hssue
- Zhang, Yongjin (2007); "China and the emerging regional order in the South Pacific", **Australian Journal of International Affairs**, Vol. 61, No. 3.