

دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا:

سازگاری با جهانی متحول

بیانکا باوملر

مترجم: کمیل انتظاری

درباره نویسنده

بیانکا باوملر^۱ مشاور ارشد دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا - کره جنوبی است. او همچنین پروژه اتحادیه اروپایی - جهانی را در حوزه دیپلماسی عمومی هدایت کرده است که کشورهای آفریقای جنوبی، اندونزی، سنگاپور، نیوزیلند و هنگ کنگ را پوشش می‌داد. به‌عنوان بخشی از این فعالیت جهانی، او به اتحادیه اروپا کمک کرد تا فعالیت های خود را در زمینه دیپلماسی عمومی در ایالات متحده، روسیه، چین، کره جنوبی، هند و آمریکای جنوبی و مرکزی با هدف تدوین راهبردی منسجم‌تر هماهنگ کند. او به ارزیابی ارتباطات اتحادیه اروپا را در اوکراین پرداخت و به ارائه طرح‌های تحقیقاتی در خصوص افزایش دسترسی به مخاطبان و تعامل با آنها پرداخت؛ طرح های پیشنهادی او مورد پذیرش اتحادیه اروپا قرار گرفت و بودجه لازم برای اجرای آنها از سوی این اتحادیه تأمین شد. او به عنوان دیپلمات و مسئول رسانه، فرهنگ و ارتباطات اتحادیه اروپا در دمشق (۲۰۱۱-۲۰۰۶) و کیف (۲۰۱۳-۲۰۱۱) خدمت کرد. بر این اساس، او دیدگاهی درونی و بیرونی درباره دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا کسب کرده است. بیانکا گذشته از دیپلماسی عمومی، در حمایت از فعالیت‌های دموکراسی‌خواهانه در خاورمیانه، شمال آفریقا و اروپای شرقی، به عنوان یکی از اعضای مؤسس بنیاد اروپایی برای دموکراسی^۲ فعالیت داشته است. او کار خود را درباره خاورمیانه و شمال آفریقا، با مدیریت یک برنامه آموزش عالی اتحادیه اروپا آغاز کرد. بیانکا همچنین به صورت داوطلبانه به‌عنوان مشاور رسانه‌ای اروپایی حزب ولت^۳، نخستین حزب به راستی پان اروپایی خدمت می‌کند، و نیز با بروکسل بایندر^۴، از حامیان برابری جنسیتی در مباحث سیاستگذاری اروپا، همکاری دارد. او به پنج زبان تکلم می‌کند و مدرک تحصیلی خود را از دانشگاه های ییل، سیانس پو، پاریس و دانشگاه آزاد برلین دریافت کرده است.

توجه: متن شامل قانون کپی رایت است و انتشار ترجمه منوط بر اجازه ناشر است.

¹ Bianca Baumler

² European Endowment for Democracy

³ Volt

⁴ Brussels Binder

۴.....	مقدمه
۵.....	نخستین بذرهای دیپلماسی عمومی منسجم برای اتحادیه اروپا
۱۳.....	ابتکارات موفق دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا در اوکراین، اندونزی و هنگ کنگ
۱۸.....	سنجش دستاوردهای دیپلماسی عمومی
۲۱.....	فراتر از دیپلمات‌ها: روابط عمومی و سایر متخصصان ارتباطات
۲۲.....	توصیه‌هایی برای دیپلماسی عمومی مؤثرتر اتحادیه اروپا
۲۹.....	نتیجه‌گیری

مقدمه

بازیگران و ابزارهای دیپلماسی عمومی به سرعت در حال تغییرند. با انفجار رسانه‌های اجتماعی، خطوط هوایی ارزان قیمت و ارتباطات مجازی رایگان، تعداد بیشتری از بازیگران غیردولتی در روابط و گفت‌وگوهای بین‌المللی ایفای نقش می‌کنند. مردم ابزارها و فضاها را جدیدی برای ابراز وجود به دست آورده‌اند و انتظار ارتباطات تعاملی را دارند. در جهان پُرسر و صدای امروز دیگر به اشتراک گذاشتن اطلاعات درباره یک کشور را در استودیوهای رادیو و تلویزیون^۱ کارساز نیست. ارتباطات دوطرفه و گفت‌وگوی حقیقی برای دیپلماسی عمومی امروزی به امری حیاتی تبدیل شده است. (۱)

دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا در این جهان متحول با چالش‌های ویژه‌ای روبه‌رو است. تصویری که از اتحادیه اروپا در اذهان وجود دارد آن را اتحادیه ای قدیمی نشان می‌دهد که زیر بار بحران‌ها خرد شده است. یکی از استادان حقوق دانشگاه کلمبیا می‌گوید: «اکثر مفسران اتحادیه اروپا را قدرتی متعلق به گذشته توصیف می‌کنند.»^(۲) پژوهشی که با حمایت مالی اتحادیه اروپا درباره برداشتهای خارجی از این اتحادیه^(۳) صورت گرفته نشان داد مردم تمایل دارند نوآوری را متعلق به ایالات متحده و آسیا بدانند، و نخبگان نسبت به قابلیت کاربرد^۲ هنجارهای اتحادیه اروپا در بافت‌های محلی^۳ خود تردید دارند.^(۴) در یکی از گزارش‌های «نظرات کارشناسی جهانی درباره اتحادیه اروپا»، که به شکل گیری استراتژی جهانی اتحادیه اروپا در سیاست خارجی و امنیتی (راهبرد جهانی اتحادیه اروپا) کمک کرد، یکی از معماران گسترش اتحادیه اروپا می‌گوید: «احساس غالبی درباره افول اروپا»^(۵) وجود دارد.

پیچیدگی‌های ساختاری و رویه‌ای اتحادیه اروپا چالش دیگری را پیش روی می‌گذارد. اتحادیه اروپا دارای یک بوروکراسی مفصل با فرایندهای درهم‌پیچیده تصمیم‌گیری است. در واقع، وب سایت‌ها و رویه‌های پیچیده کمیسیون اروپا تأثیر منفی قابل توجهی بر شهرت اتحادیه اروپا دارد. مقررات آن نیز ظاهراً برای مردم - به معنای واقعی کلمه - خواب‌آور است. متن مقررات حفاظت از داده‌های عمومی اتحادیه اروپا (GDPR^۴) که شامل یک مقدمه ۱۷۵ صفحه‌ای است، در حقیقت، مانند یکی از گزارش‌های زمان خواب اپلیکیشن‌های تن‌آرامی^۵ است! افزون بر این، تصویری پرجاذبه از کشوری خاص مانند طراحی ایتالیایی، فمینیسم سوئدی، دوچرخه‌های هلندی یا دولت الکترونیک استونیایی بر ضد ایجاد تصویری جهانی و یکپارچه از اتحادیه اروپا عمل می‌کنند. از این رو،

^۱ echo chambers

^۲ applicability

^۳ local contexts

^۴ General Data Protection Regulation

^۵ meditation

دیپلمات‌های اتحادیه اروپا اغلب خود را در موقعیتی می‌یابند که پیش از آنکه بتوانند در سطح سیاست‌گذاری وارد عمل شوند، باید به ارائه اصول ابتدایی درباره اتحادیه اروپا بپردازند.

این مقاله به کنکاش در این باره می‌پردازد که چگونه دیپلمات‌های اتحادیه اروپا که به دیپلماسی عمومی می‌پردازند (و مشاوران پشتیبان آنها) خود را با این جهان جدید متحول (و «متهور»^۱) سازگار می‌کنند. من به توصیف پیشرفت دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا حول محور استراتژی جهانی اتحادیه اروپا می‌پردازم. من با تکیه بر تجربه‌ام در تدوین رهنمودهایی برای دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا در سال‌های ۲۰۱۶-۲۰۱۷ و مدیریت فعالیت‌های ارتباطی^۲ از زمان راه‌اندازی سرویس اقدام خارجی اتحادیه اروپا^۳ در ۱۰ سال پیش، به بررسی چالش‌های دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا می‌پردازم. پیش از ارائه نمونه‌های عینی در اوکراین، اندونزی و هنگ‌کنگ، به پیام‌رسانی^۴ اتحادیه اروپا اشاره می‌کنم. سپس به ارزیابی دیپلماسی عمومی و ابزارهای سنجش نتایج خواهیم پرداخت. در ادامه، چالش‌ها و مزایای همکاری با مشاوران روابط عمومی و مشارکت با کارشناسان و سازمان‌های محلی را توضیح می‌دهم. در پایان، برای پروراندن دیپلماسی عمومی منسجم‌تر برای اتحادیه اروپا هشت توصیه را ارائه می‌دهم. بینش‌ها و نتیجه‌گیری‌های من مبتنی بر مسئولیت‌هایی است که به‌عنوان متصدی ارتباطات و مطبوعات اتحادیه اروپا در سوریه و اوکراین (پیش از وقوع جنگ در این کشورها) و مشاور دیپلماسی عمومی هیأت‌های اتحادیه اروپا در سراسر جهان ایفا کرده‌ام.

نخستین بذره‌های دیپلماسی عمومی منسجم^۵ برای اتحادیه اروپا

ارتباطات خارجی اتحادیه اروپا از زمان راه‌اندازی سرویس اقدام خارجی اتحادیه اروپا به‌طور معناداری بهبود یافته است. تیم ارتباطات راهبردی آن از تعدادی انگشت‌شمار به اداره‌ای تمام‌عیار توسعه یافته که زبان‌های مختلفی از عربی تا ارمنی را پوشش می‌دهد. این اداره با حمایت شعبه سیاست خارجی کمیسیون اروپا، که بر همکاری‌های خارجی با «کشورهای راهبردی» (ابزار مشارکت^۶) تمرکز دارد، در حال سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه و ایجاد واحدهای کاملی است که مدیران برنامه را در اختیار هیئت‌های نمایندگی اتحادیه اروپا قرار می‌دهد. این مدیران (در کنار دیگران) پروژه‌های دیپلماسی عمومی را مدیریت می‌کنند.

¹ brave

² outreach activities

³ European External Action Service

⁴ messaging

⁵ Coherent

⁶ Partnership Instrument

استراتژی جهانی اتحادیه اروپا (۶) و گفت‌وگوی این اتحادیه

استراتژی جهانی اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۷ جهش بزرگی در تعریف هویت خارجی اتحادیه اروپا و اهداف آن به شمار می‌آید. دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا به‌عنوان ابزاری ضروری برای تسهیل همکاری مؤثرتر با کشورهای شریک، نقش بسیار برجسته‌تری به دست آورده است. با وجود این، اجرای بُعد دیپلماسی عمومی این استراتژی همچنان چالش‌برانگیز باقی مانده است. این استراتژی از نیاز به «چشم‌اندازی روشن از آنچه اتحادیه اروپا خواستار و طالب دستیابی به آن در جهان است» (۷) برخاسته است. در این میان، دیپلماسی عمومی در زمره اولویت‌های اصلی قرار دارد (۸) و به‌ویژه در گزارش سال اول اجرای استراتژی جهانی اتحادیه اروپا بر آن تأکید شده است. (۹) این دیپلماسی بر «مجاری تعامل^۱» با شهروندان، به‌ویژه جوانان، تمرکز داشته و با اشاره به احساس طرد شدن آنان، از اتحادیه اروپا می‌خواهد آنان را در امر سیاست‌گذاری مشارکت دهد:

«ما سرانجام درمی‌یابیم که نه تنها اطلاع‌رسانی در خصوص ارزش افزوده اقدامات اتحادیه اروپا، بلکه گشودن مجاری جدیدی برای شهروندان اروپایی و غیراروپایی به‌منظور مشارکت در سیاست‌گذاری اتحادیه اروپا نیز ضروری است. بسیاری از جوانان احساس می‌کنند از فرایندهای سیاسی کنار گذاشته شده‌اند و برای یافتن جایگاهی درون جوامع ما مبارزه می‌کنند.» (۱۰)

تجربه استراتژی جهانی اتحادیه اروپا این قاره در مورد جامعه مدنی خود به‌عنوان مبنایی برای ارتباط با بازیگران جامعه مدنی در خارج از این اتحادیه را مورد تأکید قرار می‌دهد. همان‌گونه که یان ملیسن^۲، پژوهشگر دیپلماسی عمومی، اشاره می‌کند: «اروپا از نظر ساختاری موقعیت مناسبی برای تعامل موفق با جهان خارج دارد. [...] در داخل اروپا، تنوع و بافت متراکم جامعه مدنی امکان ایجاد شیوه‌های شبکه‌سازی چندبعدی ... را بر اساس همکاری با تعداد زیادی از بازیگران غیردولتی فراهم می‌کند.» (۱۱) تعامل و شمول^۳ - یعنی هدف دیپلماسی عمومی - واژه‌هایی با اهمیت‌اند.

با این همه، اصل گفتگو^۴ - تعامل و شمول - در توصیف عمومی و برخط دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا وجود نداشته است. صفحات اختصاص یافته به این موضوع میان دو وبسایت نهادی اتحادیه اروپا تقسیم شده‌اند و البته پیوند تنگاتنگی با یکدیگر دارند. سرویس اقدام خارجی اتحادیه اروپا (۱۲) در صفحات مربوط به استراتژی جهانی خود به مجموعه‌ای از ابتکارات اشاره می‌کند که تمرکز روشنی بر دیپلماسی عمومی ندارند. استراتژی جهانی به برنامه‌های آموزشی و پژوهشی اتحادیه اروپا مانند اراسموس^۵ + و افق ۲۰۲۰^۵ اشاره می‌کند که عمدتاً، اما نه منحصرأً،

¹ channels of engagement

² Jan Melissen

یان ملیسن، استاد دیپلماسی در دانشگاه آنتورپ (Antwerp) و پژوهشگر ارشد در موسسه کلینگندال (Clingendael)، است.

³ inclusion

⁴ dialogue

⁵ Erasmus+ and Horizon 2020

بر مبادلات درون اتحادیه اروپا تمرکز دارند. هرچند آنها ممکن است از نوعی دیپلماسی عمومی مؤثرتر حمایت کنند اما پیام‌رسانی سریع و مداوم و تکذیب رسمی اطلاعات نادرست مستلزم تعامل نیست. ابرپیوندها^۱ به رویدادهای دیپلماسی عمومی [در وبسایت] کار نمی‌کنند (۱۳) و مطالب تحلیلی بیشتر بر سیاست خارجی تمرکز دارند تا دیپلماسی عمومی. در صفحه دیپلماسی عمومی تنها به دو پروژه خاص اشاره شده است، (۱۴) این درحالی است که پروژه اوکراین، «با هم قوی‌تر^۲»، صرفاً یک کارزار روابط عمومی محسوب می‌شود و [تنها] برنامه یانگ‌مد^۳ مستلزم دیپلماسی عمومی است - که «جوانان اروپا و مدیران را برای کار بر روی طرح‌های پیشنهادی ملموس در خصوص سیاست‌گذاری گرد هم می‌آورد که به فوری‌ترین نگرانی‌های آنها می‌پردازند».

تمام پیوندهای دیپلماسی عمومی مرتبط با واحد دیپلماسی عمومی کمیسیون اروپا (نهادی با بودجه بیشتر برای دیپلماسی عمومی) به یک اینفوگرافیک^۴ عظیم منتهی می‌شوند که اهداف کلی، مخاطبان هدف، برنامه‌ها و پژوهش‌ها را پوشش می‌دهد. در اینفوگرافیک فوق، بر سرمایه‌گذاری ۸۵ میلیون یورویی توسط واحد مذکور در چهار برنامه بزرگ، از جمله برنامه‌ای که به دیپلماسی عمومی اختصاص داده شده: مشارکت سیاستی و ارتباطی^۵، تأکید می‌شود. این برنامه به سه نمونه اشاره می‌کند: (۱) ایالات متحده: ابتکارات دیپلماسی عمومی که اولویت‌های مصرف‌کنندگان، آب‌وهوا و انرژی، رادیکالیزه شدن و افراطی‌گرایی خشونت‌آمیز را پوشش می‌دهد؛ (۲) روسیه: گفت‌وگو درباره ارزش‌ها، هنجارها و آرمان‌ها؛ (۳) ژاپن: تبادل نظر درباره حقوق بشر و هنجارها. به فعالیت‌های ارتباطی، شبکه‌سازی و «تعاملات مردم با مردم» بدون جزئیات بیشتر اشاره می‌شود [اما اینکه] «چگونه» در حاله‌ای از ابهام باقی می‌ماند. اهداف [این برنامه] فاقد اصول تعامل هستند، و بیشتر بر ترویج خود تمرکز دارند: (۱) اشاعه ارزش‌ها و منافع اتحادیه اروپا، (۲) بهبود برداشت‌ها از این اتحادیه و (۳) افزایش درک درباره دیدگاه‌ها، سیاست‌ها و اولویت‌های آن.

رویکردی منسجم در سراسر جهان

اتحادیه اروپا توصیه‌ها در جهت تدوین استراتژی متمرکزتری برای دیپلماسی عمومی را دنبال کرده است. این اتحادیه با اجرای آزمایشی [پروژه] (۱۵) جهانی مشارکت سیاستی و ارتباطی اروپا^۶ که در سال ۲۰۱۶ راه‌اندازی شد، نخستین گام‌ها را برای تدوین یک دیپلماسی عمومی منسجم برداشت. پژوهش برداشت‌ها از اتحادیه اروپا (۱۶) قرار بود به‌عنوان یکی از اجزای سازنده آن عمل کند. تا سال ۲۰۱۷، شش تیم دیگر دیپلماسی عمومی اتحادیه

¹ hyperlink

² Stronger Together

³ Young MED

⁴ Infographic

اینفوگرافیک یا اطلاع‌نگاشت به نمایش داده‌ها با استفاده از چند نمودار و شکل در قالب یک تصویر گفته می‌شود. (م)

⁵ Policy and Outreach Partnership

⁶ European Policy and Outreach Partnership (EPOP)

اروپا شروع به پشتیبانی از هیأت‌های نمایندگی اتحادیه اروپا در زمینه ارتباط با چین، هند، روسیه، کره جنوبی، ایالات متحده، آمریکای مرکزی و جنوبی کردند. در همان زمان، پروژه ای جهانی به پشتیبانی از شش هیأت دیگر اتحادیه اروپا در اندونزی، آفریقای جنوبی، سنگاپور، نیوزیلند، هنگ کنگ و سرانجام کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس کرد. تیم‌های مشارکت سیاستی و ارتباطی اتحادیه اروپا با بودجه داخلی محدود خود، امکانات و خدماتی را به هیأت‌های اتحادیه اروپا برای کار با کارشناسان دیپلماسی عمومی و تخصصی^۱، و متخصصان مدیریت رویدادها، روابط عمومی، ابزارهای مدرن برای ارتباطات و [تحلیل] داده‌ها، عرضه کردند.

اتحادیه اروپا اهداف مشترکی را برای تلاش‌های دیپلماسی عمومی خود تعیین کرده است. هدف نهایی دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا تسهیل همکاری‌های آتی میان این اتحادیه و کشورهای شریک آن است. اتحادیه اروپا بر «اعتماد و درک متقابل» به‌عنوان بنیان این همکاری‌ها تأکید کرد. اتحادیه اروپا برای افزایش تفاهم، از دست‌اندرکاران دیپلماسی عمومی خواست تا مجامعی را برای بحث درباره «پروژه، اصول و سیاست‌های اروپا» و همچنین برداشتهای خارجی از اتحادیه اروپا برپا کنند. شنیدن نظرات برای پیشبرد تعامل از اهمیتی قطعی برخوردار است.

من به اتحادیه اروپا برای هماهنگی و اطمینان از وجود انسجام میان مشاوران دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا و هیأت‌های نمایندگی این اتحادیه کمک کردم. ما مرتباً به تبادل بهترین شیوه‌ها و رویکردهای مشترک مورد توافق پرداختیم. ما در سال ۲۰۱۷، رهنمودهای^۲ دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا را تدوین کردیم، نخستین جلسات را با شرکت مشاوران ارشد و کارکنان اتحادیه اروپا در بروکسل سازماندهی کرده و یک سامانه هماهنگ جمع‌آوری داده‌ها را ایجاد کردیم. به‌منظور اتخاذ یک رویکرد منسجم، این رهنمودها با سه اصل آغاز می‌شد: ضرورت شنیدن «تقاضاها»، توسعه فعالیت‌ها بر اساس علایق مخاطبان و در نظر گرفتن برداشتهای آنها از اتحادیه اروپا. این رهنمودها برای تقویت نتایج، به‌جای ابتکارات ناگهانی و منحصر به اتحادیه اروپا، انجام یک رشته فعالیت‌ها را با مشارکت با سازمان‌ها و رویدادهای محلی تشویق می‌کردند. برای اطمینان از انجام گفتگوهای واقعی در سطحی فراتر از تبلیغ برای اتحادیه اروپا و کمک به دیده شدن آن، هدف از این گفتگوها تمرکز بر اولویت‌های سیاستی اتحادیه اروپا و نیز اصول و دیدگاه‌های این اتحادیه - «ایده اروپا^۳» - می‌باشد.

اتحادیه اروپا برای ایجاد انگیزه و جلب سرمایه‌گذاری‌های جدید در دیپلماسی عمومی خود، سفارش مطالعه ای در زمینه برداشتهای موجود از این اتحادیه و سیاست‌هایش (مطالعه برداشتهای از اتحادیه اروپا) را در ۱۰ کشور از «شرکای راهبردی» اش از جمله برزیل، کانادا، چین، هند، ژاپن، مکزیک، روسیه، آفریقای جنوبی، کره جنوبی

¹ thematic

² guidelines

³ idea of Europe

و ایالات متحده را داد. دست اندرکاران این مطالعه دریافتند هنگام پرداختن به برخی موضوعات خاص، تصویر بهتری از اتحادیه اروپا نشان داده می شود. برای مثال، مخاطبان خارجی نگاه مثبتی به رهبری اتحادیه اروپا در زمینه کاهش اثرات تغییرات اقلیمی، مسائل حقوق بشری مانند وضعیت دگرباشان جنسی^۱ و جایگاه قدرتمند آن در تنظیم مقررات تجارت جهانی دارند - و در مورد این مسائل بحث می کنند. در عین حال، این مطالعه به این نتیجه رسید که در مواضع اتحادیه گاه لحنی تدافعی و برتری طلبانه مشاهده می شود که حاکی از آن است که اتحادیه به اندازه کافی هنجارهای فرهنگی متفاوت و تفاسیر مختلف از تاریخ را در نظر نمی گیرد. این مطالعه همچنین در زمینه برداشت دیگران از اتحادیه اروپا یادآور می شود که این اتحادیه دارای «مشکل شنوایی» است.

مخاطبان و مشارکت مؤثر

گزارش یک ساله استراتژی جهانی اتحادیه اروپا خواستار تمرکز بر «گروه‌های هدف کلیدی خاص» (۱۷) شد. نخستین مخاطبان هدف دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا طیف بسیار گسترده‌ای از بازیگران را دربر می گرفت: سازمان‌ها و فعالان جامعه مدنی، اندیشکده‌ها و [افراد و گروه‌های] تأثیرگذار بر سیاست‌گذاری‌ها، بخش‌های تجاری/خصوصی خاص، دانشجویان و جوانان. آنها همچنین به همکاری نزدیک با دانش‌آموختگان اراسموس، استادان، پژوهشگران، رسانه‌ها و سایر افراد تأثیرگذار مانند وبلاگ‌نویسان، روشنفکران و رسانه‌های اجتماعی اشاره کردند. هیأت‌های نمایندگی اتحادیه اروپا اغلب درخواست هدف قرار دادن «مخاطبان عام» را داشتند.

رهنمودهای جدید دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا افراد تأثیرگذار (اینفلوئنسرها) و افزون‌گر^۲ - و نه مخاطبان عام - را هدف فعالیت‌ها قرار می دهد. رهنمودهای مذکور این ایده را به ذهن متبادر می کنند که با منابع انسانی و مالی محدود نمی توان به طور مؤثر با طیف بسیار گسترده ای از مخاطبان ارتباط برقرار کرد. دیپلمات‌ها در تلاش برای جذب مخاطبان عام، لزوماً باید با کارزارهای تبلیغاتی چند میلیارد دلاری برندهای خصوصی به رقابت بپردازند. همان گونه که در استراتژی جهانی اتحادیه اروپا ذکر شده است، افراد تأثیرگذار (اینفلوئنسرها) «موقعیت بهتری برای پشتیبانی از اتحادیه اروپا برای دستیابی به اهداف سیاست خارجی‌اش» دارند. همچنین، برخی مشاوران ارشد دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا اکیداً توصیه می کردند به جای رویدادهای عمومی تر متعدد، بر تعداد کمتری از ابتکارات به دقت هدف‌گذاری شده تمرکز شود. طبق این رهنمودها، برای درک و هدف قرار دادن بهتر مخاطبان می توان این پرسش‌ها را طرح کرد: آنها دقیقاً چه کسانی هستند و درباره اتحادیه اروپا چگونه فکر می کنند؟ کجا با دیگران بحث و تعامل می کنند؟ وقت خود را در کدام پلتفرم‌ها و مجامع می گذارند؟ چه چیزی بر نگرش و رفتار آنها تأثیر دارد؟ سرانجام، چگونه می توان به آنها دسترسی پیدا کرد و جذبشان نمود؟

¹ LGBTI

² Influencers and multipliers

غلبه بر میل طبیعی دیپلمات‌ها تا به جای تمرکز بر همتایان دولتی، بر بازیگران غیردولتی تمرکز کنند، کاری دشوار بود. طی ماه‌های آغازین گردآوری داده‌ها (۱۸)، فعالیت‌های دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا بیش از هر مخاطب دیگری، حکومت و سیاست‌گذاران را هدف قرار می‌داد. حکومت می‌تواند شریک مؤثری برای کار دیپلماسی عمومی باشد، اما نباید مخاطب هدف اصلی در نظر گرفته شود. (۱۹)

چالش دیگری که باید بر آن غلبه کرد میل به تمرکز بر دیده شدن اتحادیه اروپا از طریق ضیافت‌های دیپلماتیک و فعالیت‌های فرهنگی بود که مخاطبان محدودی دارند. دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا، همان‌گونه که در استراتژی جهانی این اتحادیه شرح داده شده است، ورای رؤیت‌پذیری، باید تعاملات عمیق‌تری را هدف قرار دهد. با این همه، سفیران اغلب احساس می‌کنند نیاز به این دارند که تصویر بهتری از کشورشان (و از خود) از طریق تماس با مقامات سطح بالا ارائه دهند. با وجود این، مقامات و مشاوران ارشد دیپلماسی عمومی بر فعالیت‌هایی اصرار داشتند که از طریق گفتگو مخاطبان جدید و گسترده‌تری را دربرگیرد.

اتحادیه اروپا برای دسترسی به مخاطبان جدید، با پشتیبانی مشاوران خود و نیز مشاوران محلی، موفق به همکاری با اندیشکده‌ها، دانشگاه‌ها و رسانه‌های محلی شد. برای مثال، در آفریقای جنوبی یک برنامه خبری^۱ پرمخاطب میزبان مناظره‌ای [درباره روابط] اتحادیه اروپا و آفریقای جنوبی بود و آن را به صورت زنده در صفحه فیس‌بوک خود پخش کرد. در هنگ‌کنگ، یک دانشگاه چینی و یک سازمان حقوق بشر محلی توصیه‌هایی تکمیلی تهیه کردند که از کنفرانسی درباره دگرباشان برگرفته شده بود که با حمایت مالی اتحادیه اروپا برگزار شده بود. در اندونزی، در کنفرانس‌های یونسکو و دانشجویی بحث‌هایی درباره نحوه مبارزه با سخنان نفرت‌پراکنانه صورت گرفت. این همکاری‌ها معمولاً وضعیتی برد-برد تلقی می‌شوند که در آن اتحادیه اروپا و نیز شرکای محلی به لحاظ دسترسی به مخاطب و شأن و جایگاه دستاوردهایی کسب می‌کنند.

روایت اتحادیه اروپا در خارج از مرزها: استراتژی جهانی اتحادیه اروپا و فراتر از آن

استراتژی جهانی اتحادیه اروپا سنگ بنایی اساسی برای ایجاد پیام‌های مشترک است. این استراتژی ارزش‌های اتحادیه اروپا و «آنچه را که اتحادیه اروپا در جهان در پی دستیابی به آن است» شرح می‌دهد. استراتژی مذکور اولویت‌های سیاست خارجی اتحادیه اروپا را تعیین می‌کند که بر موارد زیر تمرکز دارند: (۱) حکمرانی جهانی، (۲) نظم‌های منطقه‌ای همکاری‌جویانه، (۳) تاب‌آوری دولت و جامعه، (۴) رویکردی یکپارچه به منازعات و (۵) اتحادیه ای امن. این موضوعات مبنایی را تشکیل می‌دهند که روایت اتحادیه اروپا در خارج بر پایه آن استوار می‌گردد.

¹ media outlet

پیام‌های جهانی مشترک کلید دیپلماسی عمومی منسجم به‌شمار می‌آیند. افزون بر این، مطالعه برداشت‌ها از اتحادیه اروپا، پیام‌های کمتر ولی سازگار با بافت‌های محلی را توصیه کرد. من در مورد رهنمودهای دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا (۲۰)، برای هر یک از اولویت‌ها نقل قولی مرتبط استخراج کردم که یک پیام «ساده سازی شده» قابل فهم را ارائه می‌داد، و مورد تأیید مدیر برنامه اتحادیه اروپا قرار گرفت. دو پیام از این پنج پیام عبارتند از:

حکمرانی جهانی برای قرن بیست و یکم:

«اتحادیه اروپا به نظم جهانی مبتنی بر قوانین بین‌المللی متعهد است که تضمین‌کننده حقوق بشر، توسعه پایدار و دسترسی دائم به منابع مشترک جهانی ... با آرزوی تغییر نظام موجود و نه صرفاً حفظ آن است. اتحادیه اروپا خواهد کوشید به تقویت سازمان ملل متحد به‌عنوان بستری برای نظم قاعده مند و چندجانبه بپردازد و واکنش‌های هماهنگ جهانی همراه با سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای، دولت‌ها و بازیگران غیردولتی از خود نشان دهد».

ساده‌سازی [پیام]: ما به حقوق برابر همه انسان‌ها باور داریم. ما به جهانی باور داریم که در آن کشورها با یکدیگر گفتگو می‌کنند و در برابر مقررات یکسانی پاسخگو هستند.

تاب‌آوری دولت و جامعه:

«اتحادیه اروپا با هدف گرفتن حادثترین موارد شکنندگی^۱ دولتی، اقتصادی، اجتماعی و اقلیمی/انرژی، از مسیرهای گوناگونی برای تاب‌آوری حمایت خواهد کرد و همچنین سیاست‌های مهاجرتی مؤثرتری را برای اروپا و شرکای آن اتخاذ خواهد کرد. تحکیم پیوندها با جامعه مدنی نیز تاب‌آوری دولت و جامعه را افزایش می‌دهد».

ساده‌سازی: ما از خواسته‌ها و برنامه‌های معطوف به توسعه کشورها، اعم از بازیگران دولتی و غیردولتی، برای آینده حمایت خواهیم کرد.

رهنمودهای دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا و رای استراتژی جهانی این اتحادیه، شامل پیام‌های استخراج‌شده از دیگر اطلاعیه‌های^۲ آن مانند ۱۰ اولویت اروپا^۳ که بسته ای برای اطلاع رسانی به مناسبت شصتمین سالگرد

¹ fragility

² communications

³ 10 Priorities for Europe

اتحادیه بود و در آن سخنرانی‌های فدریکا موگرینی، نماینده عالی اتحادیه در امور خارجی و سیاست امنیتی / معاون کمیسیون اروپا (HRVP)¹ نیز گنجانده شده بود. بر این اساس، پنج پیام کلی زیر به دست آمد:

۱. اتحادیه اروپا شریکی کلیدی برای صلح، ثبات، اقتصاد و غیره است.
۲. اتحادیه اروپا حامی چندجانبه‌گرایی برای همکاری و اقدام بین‌المللی است.
۳. اتحادیه اروپا و کشورهای عضو آن نخستین شریک تجاری، نخستین سرمایه‌گذار خارجی، نخستین اهداکننده کمک‌های بشردوستانه/توسعه‌ای، دارای رتبه نخست در حضور اقتصادی و دیپلماتیک و گاه نخستین تأمین‌کننده امنیت در سراسر جهان هستند.
۴. اتحادیه اروپا در پی روابط مبتنی بر منافع و مصالح متقابل با حقوق و وظایف هر دو طرف است. تنها با همکاری با یکدیگر در آن سوی مرزهاست که می‌توانیم تروریسم، افراط‌گرایی خشونت‌آمیز را به‌طور مؤثر به چالش بکشیم و امنیت سایبری را تأمین کنیم.
۵. اتحادیه اروپا برای مقابله با منازعات و بحران‌ها، حمایت از حکمرانی باثبات و فراگیر، توانمندسازی جامعه مدنی و ترویج رشد اقتصادی که به نفع همگان است، با شرکای خود در سراسر جهان همکاری می‌کند. ما با هم در جهت اهداف مشترکی مانند هوای پاک و آب سالم، دسترسی ایمن و منصفانه به منابع و اینترنت رایگان و امن تلاش می‌کنیم.

در این میان، [چندین واژه و مفهوم کلیدی به‌طور مرتب ظاهر می‌شوند. مهم‌تر از همه، نظم چندجانبه و قاعده مند و اهمیت همکاری بین‌المللی است. دوم، تأکید اتحادیه اروپا بر اهمیت خود در تجارت بین‌المللی و سرمایه‌گذاری‌های خارجی و بشردوستانه است. همچنین، بر حقوق بشر و نقش جامعه مدنی در تقویت جوامع تاب‌آور تأکید شده است. به تازگی، چالش تغییرات اقلیمی نیز مورد توجه قرار گرفته است. آخرین اما نه کم‌اهمیت‌ترین موضوع، به‌ویژه پس از دریافت جایزه صلح نوبل توسط اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۲، عبارت از صلح و ثبات می‌باشد که مکرراً از آن یاد می‌شود.

¹ the High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy / Vice-President of the Commission (HRVP)

ابتکارات موفق دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا در اوکراین، اندونزی و هنگ کنگ

دیپلماسی عمومی موفق به صورتی گریزناپذیر دربرگیرنده جامعه مدنی است که شامل بازیگران سازمان یافته غیردولتی می شود و خاستگاه شان دانشگاه ها، رسانه ها و سازمان های مردم نهاد است. در مطالعات موردی زیر، سه نمونه از مشارکت جامعه مدنی در مورد تغییرات اقلیمی و حقوق بشر را شرح داده می شود. مؤثرترین فعالیت های دیپلماسی عمومی به طور معناداری بازیگران محلی را دربرمی گرفت و به یک رویداد بزرگ تر اروپایی یا جهانی مرتبط بود. برنامه های پان اروپایی موجود امکان برندسازی آسان و ایجاد بنیانی مستحکم را برای دیپلماسی عمومی فراهم می کنند. برای اتحادیه اروپا، تمرکز بر مسائل زیست محیطی با توجه به تصویر مثبتی که از اتحادیه خود در مورد این موضوع وجود دارد، می تواند اثربخش باشد. نکته آخر اما نه کم اهمیت عبارت از این است که فرایند کار با شرکای محلی به منظور تحقق چنین ابتکاراتی بخش مهمی از دیپلماسی عمومی را تشکیل می دهد. اتحادیه اروپا و شهروندان کشورهای شریک برای سازماندهی یک کنفرانس بزرگ یا برگزاری کارزاری تبلیغاتی^۱ برای سفیران اتحادیه اروپا در یک شهر کوچک برای شناسایی علائق محلی، ایجاد یک مفهوم و توافق درباره محتوا و قالب ماه ها با یکدیگر همکاری می کنند. تدارکات فشرده با همکاری با یکدیگر برای برپایی رویدادها و فعالیت ها یکی از مؤثرترین ابزارها برای ایجاد اعتماد و درک متقابل است.

هفته انرژی پایدار در اوکراین: برگزاری مراسم محلی با جامعه مدنی و موسیقیدانان

اتحادیه اروپا هفته های انرژی پایدار/اوکراین-اروپا را با الهام از هفته های انرژی پایدار در کشورهای عضو اتحادیه اروپا (۲۱) در اوکراین راه اندازی کرد، که شامل یک رویداد سه روزه در بروکسل (۲۲) با حضور سیاستگذاران می شد. این پروژه پان اروپایی در اوکراین، مقامات دولتی اوکراین، شرکت های انرژی، انجمن های صنعتی، کسب و کارها و جامعه مدنی را تشویق کرد تا برای ترویج به کارگیری انرژی پاک از طریق فعالیت های نوآورانه تلاش کنند. این فعالیت ها طیفی گسترده از برگزاری آزمون های کوتاه درباره نکات مربوط به صرفه جویی در مصرف انرژی تا گشت و گذار در نیروگاه های برق را دربرمی گرفتند.

دومین برنامه هفته انرژی پایدار در اوکراین با فعالیت هایی همراه بود که توسط جامعه مدنی اوکراین هدایت می شد. من در سال ۲۰۱۳ با مدیر بسیار پرنگیزه بخش انرژی و محیط زیست اتحادیه اروپا، مقامات شهر ژیتومیر^۲ و یک شرکت متعهد و دلسوز اوکراینی در حوزه روابط عمومی از نزدیک کار کردم. ما به طور مشترک بازدید از مدارس، بحث و گفتگو با کارکنان شرکت های متعهد به کارآیی انرژی، جشنواره های خیابانی و همچنین اجرای موسیقی با

¹ road show

² Zhytomyr

حضور هنرمندان مشهور اوکراینی را ترتیب دادیم. اتحادیه اروپا با هماهنگی شهرداری، غرفه‌های بازاریابی و اطلاع‌رسانی در پارک برپا کرد و هزینه برگزاری کنسرت‌های عمومی را تقبل نمود.

ما صرفاً دریچه‌ای برای فعالان اوکراینی انرژی پایدار باز کردیم تا رویدادهای خودشان را برگزار کنند، مسابقات و بازی‌های سازگار با محیط زیست را سازماندهی نمایند و از همه مهم‌تر اینکه با مردم صحبت کنند. آنها نکات کاربردی را در مورد چگونگی صرفه‌جویی در مصرف انرژی به اشتراک گذاشتند و حتی به عابران و بازدیدکنندگان پارک در ساخت یک «مخزن خورشیدی»^۱ کمک کردند، دستگاهی بسیار ساده که با جمع‌آوری و انباشت انرژی از خورشید، به‌عنوان باتری مورد استفاده قرار می‌گیرد. ما صرفاً به‌عنوان تسهیل‌گر توانستیم طیف وسیعی از داوطلبان و بازیگران را برای هدایت این رویداد جذب کنیم. همکاری با شهردار و تیمش یکی دیگر از کلیدهای موفقیت بود. جلسات مقدماتی مشترک متعددی همراه با صرف غذا (با مقداری ودکا) برگزار کردیم که در آنها از پروژه‌های کارآیی انرژی، نگرش‌ها، [نحوه] مدیریت رویداد و فرایندهای سیاسی یکدیگر مطلع شدیم. کار تیمی مقامات اتحادیه اروپا و شهر ژیتومیر، با حمایت همکاران مان در روابط عمومی، بخشی اساسی از تلاش‌های دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا و اوکراین را تشکیل می‌داد.

نشست خبری خلاقانه و نوآورانه به‌ویژه سبب پوشش رسانه‌ای مناسبی شد. [در این نشست که] کاملاً برای اهالی رسانه [برگزار شد]، سفیران اتحادیه اروپا تخم‌مرغ‌ها را در ماهیتابه ای می‌پختند و سرو می‌کردند که آتش آن از طریق انرژی خورشیدی تأمین می‌شد، سوار دوچرخه خاصی می‌شدند که انرژی تولید می‌کرد و در نقش «قربانی» آزمونی ظاهر می‌شدند که با موضوع تغییرات اقلیمی برگزار می‌شد. مهم‌تر از همه، رسانه‌ها علاوه بر انعکاس گفته‌های سفرای اتحادیه اروپا، مطالبی درباره جنبش‌های مردمی کارآیی انرژی در اوکراین نوشتند. رسانه‌ها تصاویر شهروندان ژیتومیر و اتحادیه اروپا را نمایش دادند که با موسیقی اوکراینی می‌رقصیدند و خواستار سیاره‌ای سبزتر بودند. با گذشت پنج سال، این رویداد سالانه همچنان ادامه داشته و گسترش بیشتری نیز یافته است: در سال ۲۰۱۸، بیش از ۴۰ فعالیت مرتبط با این رویداد در سراسر اوکراین صورت گرفت.^(۲۳) هفته‌های انرژی پایدار اوکراین و اتحادیه اروپا^(۲۴) و گفت‌وگوهایی که این رویداد الهام‌بخش آن گردید اینک حیاتی مستقل برای خود یافته است.

مسابقه داستان کوتاه برای دانش‌آموزان اندونزی: برانگیختن خلاقیت و برپایی کنفرانس‌های جهانی^۲

اتحادیه اروپا در جاکارتا، با الهام از کنفرانس جهانی «اقیانوس ما»^۳، از جوانان اندونزی دعوت کرد تا با شرکت در یک مسابقه داستان کوتاه دیدگاه‌ها و نگرانی‌های خود را درباره آبریزان دریایی^(۲۵) بیان کنند. کنفرانس مذکور

¹ sun tank

² Spinning Off Global Conferences

³ Our Ocean

صدها کشور، سازمان بین‌المللی، سازمان مردم‌نهاد و کسب‌وکار را گرد هم آورد و آنها خود را متعهد به بهبود سلامت اقیانوس‌ها و آبریزان جهان، از کاهش مصرف پلاستیک گرفته تا نظارت ماهواره‌ای، نمودند.

این مسابقه بلافاصله پس از برگزاری کنفرانس «اقیانوس ما» در مالت^۱ و یک سال پیش از برگزاری [دوره بعدی] آن در اندونزی برپا شد. برندسازی، اینفوگرافیک‌ها و پیام‌رسانی صرفاً در حکم بازیابی نتایج کنفرانس جهانی بود که شامل پیوندهای آن با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل^۲، نیز می‌گردید. (۲۶) «این محصول فرعی^۳» [کنفرانس] سبب تشدید تلاش‌های ارتباطاتی شد و باعث گردید در سطح محلی، به مسائل جهانی توجه بیشتری مبذول گردد.

بیش از ۲۵۰ جوان اهل اندونزی داستان‌هایشان را با بیان بیم و اندوه و امیدهای آرمانی شان برای اقیانوس‌ها ارسال کردند. این موضوع در سطح محلی از اهمیت واقعی برخوردار بود. در حالی که بسیاری از اندونزیایی‌ها احتمالاً اروپا را با گردشگرانی می‌شناسند که در آلودگی سواحل آنها سهیم‌اند، سیاست‌های اتحادیه اروپا نیز به این شهرت دارند که «سبز و پاک» اند. برای تشویق به استفاده از زبان‌های اتحادیه اروپا، به شرکت‌کنندگان اجازه داده شد داستان‌های خود را به یکی از ۲۳ زبان رسمی این اتحادیه بنویسند. بیشتر داستان‌ها به زبان انگلیسی و بقیه به زبان‌های فرانسوی، اسپانیایی، آلمانی و هلندی نوشته شده بودند.

مسابقه نویسندگی نیازمند تلاش خلاقانه است (۲۷) و از این رو، در مقایسه با سایر فعالیت‌ها با شدت بیشتری افراد را درگیر خود می‌سازد. از آنجاکه جوانان اندونزیایی ایده‌ها و نگرانی‌های خود را به اشتراک گذاشتند، این ابتکار دیپلماسی عمومی امکان تبادل افکار را فراهم کرد. بازخورد یکی از شرکت‌کنندگان نمایشگر این نکته است:

من واقعا از اتحادیه اروپا بابت برگزاری این رویداد سپاسگزاری می‌کنم؛ زیرا به عموم مردم، به‌ویژه به دانشجویانی مانند من، اجازه داد چیزی را به قلم خود بیان کنند. از میان آن همه گزارش‌ها و رساله‌های درسی، برای من مایه خرسندی بود که در این زمینه نیز خود را امتحان کنم. متشکرم!

یکی از شرکت‌کنندگان (که برنده نشد)

افزون بر این، بحث‌های میان اعضای هیئت داوران، از جمله وبلاگ‌نویسان معروف اندونزیایی و دیپلمات‌های اتحادیه اروپا، به شکل یک مجمع کوچک دیپلماسی عمومی درآمد.

مسابقه مذکور همچنین الهام‌بخش مؤسسات فرهنگی و سفارت‌های کشورهای عضو اتحادیه اروپا و دانشکده‌های زبان‌های خارجی، ارتباطات و مطالعات محیط زیست و متکی بر هم‌افزایی با آنها بود. ما مشترکاً به هر سه هدف

¹ Malta

² UN Sustainable Development Goals

³ spin-off

زیر پرداختیم: افزایش آگاهی درباره به خطر افتادن سلامت اقیانوس‌هایمان، تشویق نوشتن به زبان‌های اتحادیه اروپا و ایجاد برداشت مثبت از اتحادیه اروپا به‌عنوان پیشگام در حفاظت از محیط زیست. با آنکه تأکید بیشتر بر جلب حمایت و تبلیغ برای خود بود، اما نتایج نهایی سبب تقویت گفتگوها شد.

سفیر اتحادیه اروپا از ۱۰ برنده ۱۲ تا ۲۶ ساله از پنج شهر اندونزی (۲۸) دعوت کرد تا برای دریافت جوایز خود (لپ‌تاپ و بن خرید کتاب) در مراسمی مشترک در جاکارتا با حضور وزیر امور دریایی اندونزی (که بعد میزبان کنفرانس/اقیانوس ما ۲۰۱۸ شد) شرکت کنند. داستان‌هایی که برنده شدند در قالب یک کتاب گردآوری و به‌صورت آنلاین منتشر شد. (۲۹) همه شرکت‌کنندگان گواهی امضا شده توسط سفیر اتحادیه اروپا را دریافت کردند.

این مسابقه فوق قطعاً بر برداشت برندگان جوان از اتحادیه اروپا تأثیر خواهد گذاشت. مسابقات آنلاین روش مناسبی برای دسترسی به مخاطبان جوان است. هرچه شرکت‌کنندگان جوان‌تر باشند، مشارکت آنها ظرفیت بیشتری برای تأثیرگذاری مثبت بر تصوراتشان^۱ [از اتحادیه اروپا] دارد و شالوده‌ای برای همکاری‌های بلندمدت در آینده ایجاد می‌کند. پایداری و تکرار یکی دیگر از ملاک‌های موفقیت همکاری‌ها است. مسابقه اقیانوس ما الهام‌بخش دومین مسابقه نویسندگی با عنوان یوفوریا^۲ بود که طی آن یکی‌مدیای اندونزی و اتحادیه اروپا از نویسندگان دعوت کردند تا اطلاعات بیشتری درباره اتحادیه اروپا در ویکی‌پدیا و سایر منابع آنلاین به زبان باهاسا^۳ انتشار دهند. این تلاش اولیه در جهت برقراری ارتباط در قالب کنفرانس/اقیانوس ما سابقه مفیدی پدید آورد.

دگرباشان و مذهب در هنگ‌کنگ: شنیدن نظرات فعالان محلی و تسهیل گفتگوی عمومی

اگرچه همجنس‌گرایی در هنگ‌کنگ در سال ۱۹۹۱ قانونی شد، اما هیچ قانونی علیه تبعیض به دلیل گرایش جنسی، هویت جنسی یا وضعیت بیناجنسی به تصویب نرسید. گروه‌های مذهبی نگرانی خود درباره تأثیرات احتمالی چنین قانونی، از جمله بر آزادی مذهب و بیان خود، ابراز کردند. در سال ۲۰۱۲، چندین سازمان ضد دگرباشان برای ممانعت از گنجاندن افراد دگرباش در قانون ضد تبعیض، هزاران امضا جمع‌آوری کردند. با این همه، تنها چند سال بعد، نگرش‌ها شروع به تغییر کرد. رژه افتخار^۴ هنگ‌کنگ ۲۰۱۵ با حضور ۹۰۰۰ شرکت‌کننده بزرگ‌ترین رژه از زمان نخستین برپایی آن در سال ۲۰۰۸ بود. (۳۰) بنا بر یک بررسی، تا سال ۲۰۱۶ میزان

¹ impressions

² Euforia

³ Bahasa

⁴ Pride Parade

گویی از زبان مالایی که زبان رسمی اندونزی است و در این کشور به آن باهاسا گفته می‌شود. (م.)

رژه همجنس‌گرایان و دگرباشان جنسی که به‌صورت سالانه در بعضی از کشورها و جوامع برگزار می‌شود. (م.)

پشتیبانی از تصویب قانون حمایت از حقوق دگرباشان جنسی به دو برابر رسیده بود و بیش از نیمی از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی از آن حمایت کرده بودند. (۳۱) در میان جوانان، این رقم ۹۱٫۸ درصد بود. همچنین ۱۰ قانونگذار که به‌تازگی انتخاب شده‌اند، از جمله یکی از آنان که آشکارا همجنسگرا بود، از تصویب این قانون حمایت کردند.

حامیان محلی دگرباشان با توجه به تغییر نگرش عمومی، از دفتر اتحادیه اروپا در هنگ‌کنگ خواستند تا تبادل نظرهایی را با هم‌تایان اروپایی شان سازماندهی کند؛ از جمله با فعالان دگرباشی جنسی در ایرلند که در آن ازدواج افراد هم‌جنس^۱ با یکدیگر به تازگی شکل قانونی پیدا کرده بود. حامیان هنگ‌کنگی دگرباشی جنسی می‌خواستند به مخاطبان محلی ثابت کنند مسیحیت و دگرباشی با یکدیگر سازگارند و شخصیت‌های مذهبی می‌توانند و لازم است چنین تنوع گسترده‌ای را بپذیرند. در این راستا، اتحادیه اروپا با برگزاری و تأمین مالی کنفرانسی درباره دگرباشان و مذهب^۲ با مشارکت کمیسیون فرصت‌های برابر هنگ‌کنگ^۳ و دانشگاه چینی هنگ‌کنگ موافقت کرد. شرکای محلی مفاهیم، رویکردها و اهداف کنفرانس را طرح‌ریزی کردند. آنها با حمایت سفارت‌های کشورهای عضو اتحادیه اروپا، سخنرانان مربوطه را از بسیاری از کشورهای اروپایی و آسیایی شناسایی کردند. این سخنرانان به برقراری ارتباط با یکدیگر پیش از برگزاری کنفرانس تشویق شدند تا [برای کنفرانس] مجموعه‌ای از موضوعات بحث برانگیز را طرح کنند که برای مخاطبان محلی جذاب بوده و باعث ایجاد اعتماد و تفاهم میان فرهنگی^۴ شوند.

از میان شرکت‌کنندگانی که پس از کنفرانس در نظرسنجی شرکت کردند، ۹۵ درصدشان اذعان کردند که «دانش‌شان درباره حقوق دگرباشان در اتحادیه اروپا افزایش یافته است»، در حالی که ۹۲ درصد عنوان کردند چیزهای بیشتری در مورد حقوق دگرباشان در هنگ‌کنگ آموختند. ۹۴ درصد شرکت‌کنندگان احساس کردند که باید حمایت قانونی رسمی برای جلوگیری از تبعیض علیه افراد دگرباش در هنگ‌کنگ وجود داشته باشد. کنفرانس مذکور همچنین به تشویق گفتگو میان حامیان دگرباشی هلندی و تایوانی منجر شد و باعث گردید مقاله‌ای در حمایت از ازدواج همجنس‌گرایان در یکی از رسانه‌های عمده تایوان انتشار پیدا کند. مقاله فوق که یکی از نتایج مهم این تلاش‌ها در زمینه دیپلماسی عمومی برای ترویج گفتگو میان اتحادیه اروپا و آسیا درباره یکی از موضوعات مهم حقوق بشری بود، احتمالاً در تصمیم بعدی تایوان برای تبدیل به نخستین کشور آسیایی که ازدواج همجنس‌گرایان را قانونی کرده^۵، دخیل بوده است.

¹ same-sex marriage

² LGBTI and Religion

³ the Hong Kong Equal Opportunities Commission

⁴ cross-cultural

⁵ تایوان در سال ۲۰۱۹ به‌عنوان نخستین کشور منطقه، ازدواج همجنس‌گرایان را قانونی اعلام کرد. (م.)

سنجش دستاوردهای دیپلماسی عمومی

«کمی‌سازی دسترسی و در نتیجه ارزیابی موفقیت ارتباطات، یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های سیاست خارجی عصر دیجیتال است - [۱] در مورد همه بسترهای ارتباطی^۱ مصداق دارد.» (۳۲)

مطالعات موردی فوق نشان می‌دهد تجربیات مشترک، تفاهم و همگرایی ایده‌ها در نتیجه گفتگوها و همکاری‌های عمیق پدید می‌آیند. متأسفانه، این فرایند اغلب به بهانه کارآمدی و «خدمات رسانی» به صورت شفاف نادیده گرفته می‌شود.

سنجش نتایج کمی یک رویداد دیپلماسی عمومی، مانند تعداد شرکت‌کنندگان، شمار کاربرانی که صفحه مربوط به رویداد را پسندیده‌اند یا دامنه گزارش‌های رسانه‌ای پس از رویداد، بسیار آسان‌تر است. چنین اعدادی اگر صرفاً تعداد افراد همفکری را بسنجند که بارها به بحث درباره همان موضوع پرداخته و نظرات موجود را تقویت می‌کنند، ارزش چندانی ندارند. با وجود این، چگونه می‌توان یادگیری فرهنگی، تغییر ذهنیت‌ها و تضعیف باورهای قالبی^۲ را سنجید که ممکن است در فرایند مدیریت رویداد مشترک، ایجاد مفاهیم^۳ و تعاملات غیررسمی و پایدار رخ دهند؟

در واقع، بزرگترین چالش در دیپلماسی عمومی سنجش نتایج است. اغلب در آغاز، علت و معلول مشخصی وجود ندارد. اقدامات دیپلماسی عمومی تنها یکی از عوامل شکل‌دهنده برداشت‌های [افراد] است. (۳۳) [از سوی دیگر، مسائل سیاسی محلی و جهانی به شکل قابل توجهی از برگزاری یک رشته سمینارها اهمیت بیشتری دارند. تأثیرگذاری بر برداشت‌های افراد نیز زمان زیادی می‌برد. به گفته کارشناسان، ارتقای آگاهی‌ها ممکن است یک تا پنج سال طول بکشد، درحالی‌که تغییر نگرش افراد به پنج تا ده سال نیاز دارد. (۳۴) افزون بر این، مستند کردن تغییرات در زمینه آگاهی، برداشت‌ها و نگرش‌های [افراد] به منابع قابل توجهی نیاز دارد. کارشناسان توصیه می‌کنند که هشت تا ۱۰ درصد از بودجه یک پروژه باید به نظارت و ارزیابی اختصاص یابد. این فرایند برآورد نه تنها هزینه‌های بیشتر را توجیه می‌کند، بلکه ابزار مفیدی برای تنظیم دقیق برنامه‌های آینده و بهبود استراتژی‌های دیپلماسی عمومی است.

ابزارهای مدرن، اهداف واقع‌بینانه و مقبولیت نزد^۴ کارکنان و رهبری

¹ communication platforms

² dissolving of clichés

³ concept development

⁴ buy-in

سنجش نتایج و اثرات، در اتحادیه اروپا طی ۲۰ سال گذشته، پیشرفت کرده است. برای مثال، اتحادیه اروپا تلاش کرده است تا سامانه‌های نظارت و ارزیابی حرفه‌ای‌تر را به کار گیرد. با این حال، بسیاری از ابزارها اکنون منسوخ شده (۳۵) و با رویه‌ها و الزامات دیپلماسی عمومی سازگار نیستند. سامانه نظارت و ارزیابی کنونی اتحادیه اروپا که مبتنی بر شاخص‌ها و اسیر ماتریس‌های چارچوب منطقی^۱ است، خشم بسیاری از مشاوران دست‌اندر کار پروژه‌هایی را برانگیخته که با بودجه اتحادیه اروپا تأمین مالی شده‌اند. آنها زمان زیادی (معمولاً مبتنی بر هزینه) را صرف نگارش گزارش‌های اطلاعاتی یکسان و اغلب نامربوط در چندین قالب و ابزار می‌کنند. به باور آنها، بسیاری از این شاخص‌ها به ابتکارات جاری دیپلماسی عمومی ارتباط ندارند. نتایج مورد انتظار نیز غیرواقعی و/یا بیش از حد بلندپروازانه هستند. چگونه تعداد محدودی از فعالیت‌ها و کارشناسان می‌توانند به صورت واقعی سبب تغییر در برداشت‌ها و رفتارهای مخاطبان محلی، در بازه زمانی یک پروژه شوند که بین دو تا چهار سال است؟ از منظری بیرونی، فرایند نظارت و ارزیابی نیز مورد پذیرش کارکنان قرار نداشته و مشارکت آنان را جلب نکرده است. یکی از کارکنان سابق دیپلماسی عمومی ناتو برخی عناصر کلیدی فرایند ارزیابی موفق را تشریح کرده است. او بر اساس تجربیات خود در ناتو موارد زیر را توصیه کرد (۳۶):

۱. بر روی پذیرش و مقبول افتادن نزد کارکنان و به‌ویژه رهبری سرمایه‌گذاری کنید. سازمان برای اطمینان از مقبولیت باید به کارکنان اطمینان دهد که هدف سنجش عملکرد کارکنان نیست، بلکه اثربخشی برنامه است. آموزش کارکنان و برگزاری جلسات منظم با آنان نیز مفید خواهد بود. یک «قهرمان بزرگ»^۲ در هر یک از گروه‌های ارزیابی می‌تواند به صورت تمام‌وقت نقش رهبری را برعهده گرفته و ارتباطات مستقیمی با مدیریت ارشد برقرار کند.

۲. کار را با مقدمه چینی استراتژیک از طریق برگزاری کنفرانس‌ها و کارگاه‌های آموزشی با مشارکت تعداد زیادی از تیم‌ها شروع کنید.

۳. از یک مدل ترکیبی برای سنجش و ارزیابی استفاده کنید، ابزارهای جدید را دائماً امتحان کرده و استراتژی را به‌روز کنید. (۳۷)

ابزارهای گردآوری داده‌ها و برداشت‌ها

¹ Logical Framework Matrixes

² best champion

اساس ارزیابی دیپلماسی عمومی داده‌های معتبر^۱ و قابل مقایسه است. اتحادیه اروپا برای مستندسازی در خصوص مخاطبان هدف هیأت‌های نمایندگی اش، علایق و برداشت‌های این مخاطبان و فراوانی و شیوه‌های برقراری ارتباط، ابزار آنلاین ساده‌ای ایجاد کرد. هیأت‌های نمایندگی برای گردآوری داده‌ها، به بررسی‌های پیمایشی به صورت زنده پرداختند که همراه با فهرستی از پرسش‌های استاندارد بود؛ من این مدل بررسی‌ها را با هماهنگی با اتحادیه اروپا و سایر مشاوران ارشد دیپلماسی عمومی تهیه و تنظیم کردم تا با موضوعات و سیاست‌های مختلف سازگار باشند. این بررسی‌ها به مخاطبان امکان می‌داد بی‌درنگ و بی‌واسطه به پرسش‌ها پاسخ دهند و به صورت آنلاین از طریق تلفن‌های هوشمند خود نظرشان را ثبت کنند. نتایج آنی نکات مهمی را برای بحث و بازخورد فوری ارائه می‌داد. اتحادیه اروپا، شاید برای نخستین بار، توانست داده‌های استاندارد شده از فعالیت‌های دیپلماسی عمومی را به صورت منظم از سراسر جهان گردآوری کند.

برخی پرسش‌ها درباره ارزش نتایج این بررسی‌ها مطرح شده است، به ویژه هنگامی که این نتایج حاصل جمع اطلاعاتی اند که از افرادی با فرهنگ‌های گوناگون استخراج شده اند. از یک سو، این نتایج می‌توانند ابزاری برای شنیدن نظرات و دیدگاه‌های مختلف باشند. از سوی دیگر، آنها همواره صادقانه^۲ نیستند (۳۸) و همواره نمی‌توان به مقایسه آنها بر حسب مناطق و زبان‌ها پرداخت. شرکت‌کنندگان گاه از روی ادب پاسخ‌های مثبت می‌دهند – این امر در برخی فرهنگ‌ها بیشتر از فرهنگ‌های دیگر مشاهده می‌شود. برای مثال، مشاوران دیپلماسی عمومی نقل می‌کنند مخاطبان آسیایی در ارزیابی‌ها و ارائه نظرات کمتر حالت انتقادی دارند. این امر استفاده از بررسی‌های پیمایشی را نفی نمی‌کند، اما مقایسه [نتایج] آنها را در مناطق مختلف دشوارتر می‌سازد. نظرسنجی از شخصیت‌های شناخته شده نیز با موانعی همراه است. درحالی‌که نظرات آنان از همه تأثیرگذارتر است، زمان محدودی برای به اشتراک گذاشتن نظراتشان دارند.

گام بعدی گزارش نتایج به کسانی است که به آنها نیاز دارند. بسیاری از مشاوران دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا خواستار یک ابزار استاندارد و ساده گزارش‌دهی آنلاین هستند که داده‌ها و بازبینی شاخص‌ها را یکجا ارائه دهد. این امر آنها را از الزام به ارائه گزارش‌های متعدد خلاص می‌کند، از جمله گزارش‌های اغلب ماهانه به هیأت اتحادیه اروپا، گزارش‌های دو سالانه به پیمانکار اصلی (هیأت اتحادیه اروپا یا کمیسیون اروپا)، گردآوری اطلاعات بیشتر و سرانجام، استفاده الزامی از یک ابزار نظارتی پیچیده با تمرکز بر شاخص‌هایی که اغلب ارتباطی به دیپلماسی عمومی ندارند. گزارش‌های دوسالانه بیش از حد به جزئیات اشاره می‌کنند و به جای تحلیل بر توصیف رویدادهای گذشته تمرکز دارند. از این رو، کارمندان اتحادیه اروپا مجبورند زمان زیادی را صرف بررسی آنها کنند که با ارزش محدود این نوع گزارش‌ها چندان تناسبی ندارد. اتحادیه اروپا می‌تواند نظارت بر مبنای شاخص‌ها، گزارش‌دهی و

¹ sound

² honest

نیز روایت های مردم (با پیوندهای مربوط به تصاویر ویدئویی، مقالات و مصاحبه های شرکت کنندگان) را در یک ابزار آنلاین ترکیب کند. این امر از تکرار گزارش های داخلی و روایت های بیرونی جلوگیری می کند، گزارش دهی را با سنجش هایی که به شکل آنلاین صورت گرفته پیوند می دهد و ارزیابی اصولی تر را تسهیل می کند. این امر افزون بر به جریان انداختن فعالیت های دیپلماسی عمومی، امکان استفاده بهتر از منابع مشاوران و کارکنان اتحادیه اروپا را فراهم می کند.

همچنین مشاوران دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا گزینه های ارزیابی کیفی بلندمدت تر را ترجیح می دهند. اگرچه مقایسه و ارائه شاخص های کمی آسان تر است، اما باید روش های کیفی و روایی مانند نظارت روایت-محور را نیز به کار گرفت. این ارزیابی ها می تواند در قالب مطالعه احساسات و نگرش های عمومی، از جمله گروه های کانونی مانند مخاطبان دارای اولویت و تأثیرگذار ارائه شود. دست اندرکاران دیپلماسی عمومی همچنین می توانند رویکردهای ارزشمندی به سنجش کیفی در بخش های مختلف بیابند که شامل روابط عمومی، محافل دانشگاهی و کلان داده ها می شود.

ارزیابی های مبتنی بر روایت ها و رسانه های اجتماعی نیز ممکن است هدفی دوگانه داشته باشند. شواهد در قالب ویدئو، پست های وب یا فیس بوک و همچنین توییت ها، می توانند به صورت «گزارش های» به آسانی کمیت پذیر درباره فعالیت های دیپلماسی عمومی به کار گرفته شوند. یک ویدئو ممکن است درباره یک رویداد یا مبادلات بین افراد چیزهای بیشتری در مقایسه با یک گزارش مشروح نشان دهد و تعداد بازدیدها از آن شاهدهی بر میزان دسترسی به آن است. تحلیل رسانه های اجتماعی می تواند در بررسی دیدگاه ها و تعاملات از این نیز فراتر رود.

فراتر از دیپلمات ها: روابط عمومی و سایر متخصصان ارتباطات

برخی کارکنان اتحادیه اروپا ارزش برون سپاری بخشی از فعالیت های دیپلماسی عمومی را زیر سوال می برند. بسیاری از هزینه های بالای شرکت های روابط عمومی و ارتباطات و مشاوران/کارشناسان آنها انتقاد می کنند. برای مثال، دفتر اتحادیه اروپا در هنگ کنگ با اصرار بر اینکه پول مالیات دهندگان نباید صرف نرخ های گزاف این گونه شرکت ها شود، از همکاری با مشاوران حرفه ای روابط عمومی خودداری کرد. همچنین این نگرانی وجود دارد که تمرکز اصلی شرکت های روابط عمومی صرفاً بر تبلیغات به منظور بیشتر دیده شدن شان است و فاقد دانش اساسی و حساسیت دیپلماتیک لازم برای اجرای برنامه های دیپلماسی عمومی هستند. سرانجام اینکه بودجه های مختصر دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا، رویه های طولانی مناقصه و الزام به گزارش دهی های مفصل ضرورتاً با روش های بخش خصوصی سازگار نیستند.

برخی دیگر از کارکنان اتحادیه اروپا با ادعای فوق مخالفند (۳۹) و استدلال می‌کنند که شرکت‌های روابط عمومی کاری بیش از فروش کالا انجام می‌دهند و از طریق کار با دولت‌ها، فعالیت در زمینه کارزارهای انتخاباتی، و ارتباط با سازمان‌های مردم‌نهاد و بین‌المللی دانش و حساسیت‌های سیاسی را کسب کرده‌اند. شرکت‌های روابط عمومی تأثیر کار و استراتژی‌های حرفه‌ای خود را با رویکردهای داده-محور می‌سنجند. آنها با اتکا بر تحقیقات مفصل در مورد بازار، گروه‌های کانونی و نظرسنجی‌ها بر درک نیازها و علایق مخاطبان خاص تمرکز می‌کنند. افزون بر این، هیأت‌های اتحادیه اروپا در خصوص مدیریت رویداد اذعان دارند که برون‌سپاری باعث صرفه‌جویی در زمان شده و محدودیت‌های منابع انسانی را رفع می‌کند. کار با شرکت‌های روابط عمومی و برگزارکنندگان حرفه‌ای رویدادها، استانداردهای ارتباطات اتحادیه اروپا را بهبود می‌بخشد، به‌ویژه آنکه مخاطبان جهانی انتظار استانداردهای بالای ارتباطات سازمانی را دارند.

برون‌سپاری دیپلماسی عمومی به متخصصان روابط عمومی، تعامل مؤثرتر با رسانه‌ها را نیز تضمین می‌کند. یک دیپلمات مجرب بریتانیایی عنوان می‌کند: «خطر دیپلمات‌های غیرمتخصص که به دیپلماسی عمومی می‌پردازند این است که آنان ممکن است به نظر کسانی که در رسانه‌ها و جامعه مدنی با آنها تعامل دارند، افرادی ناشی جلوه کنند» (۴۰). این دیپلمات سپس راه‌حلی ممکن را ارائه می‌دهد: «برای مثال، قرارداد بستن با افراد دارای تجربه رسانه‌ای برای کار در کنار دیپلمات‌های غیرمتخصص خلأهای خاص دیپلماسی عمومی را پر می‌کند.» ورای تجربه رسانه‌ای، مشاورانی که در زمینه ارتباط، حمایت، لابی‌گری و ارتباطات راهبردی مشارکت داشته‌اند، به وضوح نکات بسیاری برای عرضه به دست‌اندرکاران دیپلماسی عمومی دارند.

توصیه‌هایی برای دیپلماسی عمومی مؤثرتر اتحادیه اروپا

من بر اساس تجربه خود به‌عنوان دیپلمات اتحادیه اروپا و مشاور ارشد دیپلماسی عمومی در سراسر جهان، چندین روش را برای طرح رویکردی خلاقانه‌تر، مؤثرتر و منسجم‌تر برای دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا شناسایی کرده‌ام. توصیه‌های من حاصل بیش از ۱۰ سال مباحثه، پژوهش و تبادل نظر در خصوص بهترین شیوه‌ها برای دیپلماسی عمومی است. این توصیه‌ها همچنین مبتنی بر پژوهش‌های موجود درباره دیپلماسی عمومی می‌باشند.

۱. مجموعه‌ای از سخنرانان الهام‌بخش را تدارک ببینید

۲. به مجامع موجود برای گفتگو و مباحثه بپیوندید و از آنها حمایت کنید

۳. از طریق فرایندهای عملی ساده و فعالیت‌های نوآورانه برای مخاطبان انگیزه ایجاد کنید

۴. بر روی یادگیری زبان محلی، انجام پژوهش‌ها و ایجاد جامعه دیپلماسی عمومی سرمایه‌گذاری کنید

۵. یک «کتابخانه» و جعبه‌ابزار مجازی برای دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا ایجاد کنید

۶. جریان اصلی دیپلماسی عمومی: همه کارکنان اتحادیه اروپا «سفیران» [این اتحادیه] هستند

۷. الزامات بوروکراتیک و امنیتی را شفاف و ساده کنید

۱. مجموعه‌ای از سخنرانان الهام‌بخش را تدارک ببینید

دانشجوی چینی نظرش را اینگونه اعلام کرده است: «به نظر می‌رسد اتحادیه اروپا همواره پیرمردهای موخاکستری کسل‌کننده را نزد ما می‌فرستد.» تجربه دیپلماسی عمومی من در هفت کشور می‌گوید، این گفته درست به نظر می‌رسد. این تصویری نیست که اتحادیه اروپا باید آن را ترویج کند. گسست‌های جنسیتی و نسلی نیز تقویت گفت‌وگوی تعاملی را دشوارتر می‌کند. بنابراین، شبکه‌ای از صداهای معتبر و تأثیرگذار جهانی که از جانب عموم مردم اتحادیه اروپا صحبت کنند - چه داخل و چه خارج از اتحادیه اروپا -، ضروری به نظر می‌رسد. چنین شبکه‌هایی در نهادهای اتحادیه اروپا وجود دارند اما قابل دسترس عموم مردم نیستند. سازمان‌دهندگان رویدادها، از جمله اتاق‌های فکر شبکه سخنرانان خود را دارند که گاهی اوقات برای حفظ مزیت رقابتی خود آن را علنی نمی‌کنند.

پایگاه داده‌هایی که در دسترس عموم قرار داشته باشند، می‌توانند اطلاعات تماس آن دسته از شهروندان اتحادیه اروپا و غیراتحادیه اروپا را در اختیار بگذارند که می‌توانند به شیوه‌ای اقناع‌کننده و خلاقانه درباره موضوعات مرتبط اتحادیه اروپا سخن بگویند. این پایگاه داده‌ها همچنین می‌توانند از شبکه‌های موجود بخش خصوصی بهره‌برداری کنند. برای مثال، بروکسل بایندر^۱، شبکه‌ای از اندیشمندان و کارشناسان زن است که به این دلیل ایجاد شده است که اتحادیه اروپا تشخیص داده گفتمان سیاست‌گذاری‌اش فاقد تنوع جنسیتی است، می‌تواند شریک مفیدی باشد. همکاری بیشتر میان شبکه‌های سخنرانان بخش عمومی و خصوصی نیز تبادل گسترده ایده‌ها و تجارب در مورد مسائل کلیدی را تسهیل می‌کند.

۲. به مجامع موجود برای گفتگو و مباحثه بپیوندید و از آنها حمایت کنید

¹ Brussels Binder

نشست‌ها، همایش‌ها و میزگردها^۱ همچنان فعالیت‌های دیپلماسی عمومی کلاسیک و بالقوه موفقی اند. گرایش طبیعی هیأت‌های اتحادیه اروپا این است که برای اطمینان از دیده شدن اتحادیه اروپا رویدادهای دیپلماسی عمومی خود را برگزار کنند. با وجود این، ابتکارات محلی متعددی وجود دارد - که اغلب توسط دانشجویان مدیریت می‌شوند - و از حمایت مالی و تخصص اتحادیه اروپا بهره خواهند برد. رویدادهای فرهنگی مانند جشنواره‌های فیلم اغلب از حضور اتحادیه اروپا استقبال می‌کنند. همکاری نزدیک با شرکا در سطوح کشوری، منطقه‌ای و بین‌المللی موقعیتی برد-برد محسوب می‌شود. [بدین ترتیب] اتحادیه اروپا به مخاطبان جدیدی دست پیدا می‌کند و سازمان‌های محلی دیده و حمایت می‌شوند. برقراری مشارکت‌های همیارانه با سازمان‌های محلی و تقسیم شفاف هزینه‌ها و مسئولیت‌ها می‌تواند سرمایه‌گذاری‌های دیپلماسی عمومی را پایدارتر کند.

سرانجام، پیوستن به بحث‌های آنلاین موجود نیز اهمیت دارد. گروه‌ها و اجتماعات با طیف وسیعی از علایق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی را اشغال کرده اند. بعضی از آنها ممکن است از گفتگو درباره سیاست‌های خارجی اتحادیه اروپا یا آگاهی از دیدگاه‌های اتحادیه اروپا در مورد مسائل مورد علاقه‌شان استقبال کنند.

۳. از طریق فرایندهای عملی ساده و فعالیت‌های نوآورانه برای مخاطبان انگیزه ایجاد کنید

تعامل با مخاطبان با انگیزه و مرتبط که به صورت عوامل شتاب دهنده عمل می‌کنند، برای دیپلماسی عمومی ضروری است. هدف قرار دادن و سپس جذب آنها به تحقیقات «بازار» و درک بافت محلی نیاز دارد. یافتن بسترهای مناسب مانند دانشکده‌های معتبر، سازمان‌های مردم‌نهاد پرنفوذ، مجامع آنلاین و باشگاه‌های رسانه‌ای نخستین گام مهم در این راستاست. شیوه‌های جذب به گروه [مخاطب] بستگی دارد: دانشجویان اغلب از جوایز مرتبط با فناوری (مانند لپ‌تاپ) استقبال می‌کنند؛ گروه‌های تخصصی به دنبال دسترسی به هم‌تایان با تخصص مرتبط هستند؛ و رسانه‌ها برای مصاحبه با سفیر اتحادیه اروپا یا دیدار با مهمانان ویژه تلاش می‌کنند.

برای انگیزه بخشیدن به این مخاطبان و افزایش جذابیت فعالیت‌ها، می‌توان افزودن مانعی کوچک برای مشارکت را در نظر گرفت. ثبت نام رایگان با یک کلیک به ندرت در شرکت‌کنندگان تعهد ایجاد می‌کند. به‌طور متوسط نیمی از کسانی که ثبت نام می‌کنند در رویداد حضور نمی‌یابند. افزودن چند مرحله به درخواست ثبت نام و/یا پرسش‌های آنلاین پیش از ثبت نام ممکن است فعالیت را انحصاری‌تر نشان دهد. این مراحل یا پرسش‌ها می‌توانند طیفی از فرایند کامل درخواست ثبت نام، آزمونی کوتاه درباره اتحادیه اروپا تا یک نظرسنجی ساده در مورد پیشینه، علایق و برداشت‌های افراد را در بر گیرد. در عین حال، اجتناب از رویه‌های پیچیده که برای افراد و پروژه‌های متقاضی بودجه اتحادیه اروپا موانع واقعی ایجاد می‌کنند، ضروری است. مرحله اضافی می‌تواند به گزینش مخاطبان شایسته^۲

¹ Seminars, conferences and panels

² caliber

و علاقه‌مند کمک کند و از ورود شرکت‌کنندگانی جلوگیری کنند که انگیزه کمتری دارند. وضع تعرفه ای مختصر برای مشارکت در برنامه در کشورهای ثروتمندتر نیز می‌تواند مفید باشد. فرایند سخت‌گیرانه‌تر ثبت نام همچنین سبب حضور شرکت‌کنندگان در گزارش‌های پیش و پس [از برگزاری] و زنده از طریق رسانه‌های اجتماعی شود، که به نوبه خود، تعامل و دسترسی به مباحث را گسترش و تعمیم می‌دهد. سرانجام، افزودن پرسشنامه‌های پیش از برنامه می‌تواند به گردآوری اطلاعات کامل‌تر از مخاطبان منجر شود. در صورت گنجاندن نظرسنجی در برنامه، [نتایج] آن می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای تحلیل‌های پس از رویداد عمل کند.

«بزارهای» مدرن برگزاری رویدادها مانند هکاتون‌ها^۱، شبکه‌سازی سریع، بررسی‌های پیمایشی زنده، بازارهای^۲ ابتکاری و فضاهای بحث آزاد که نیاز به کنش متقابل بیشتری دارند، نیز می‌توانند سطح تعامل مخاطب را افزایش دهند. همچنین نهادهای دولتی نباید از گنجاندن برنامه‌های کمتر اندیشمندانه مانند طراحی، فیلم‌سازی، عکاسی، تن‌آرامی، رقص، یوگا و هنرهای رزمی دوری کنند. استفاده از تعاملات حسی و نامعمول به روش‌های خلاقانه با اتکا به رهنمودهای افراد حرفه‌ای و در بافتی مناسب، بیشتر در اذهان باقی می‌ماند و احساسات عمیق‌تری را رقم خواهد زد. این اشکال مختلف فعالیت همچنین فرصت بیشتری برای مخاطبان فراهم می‌کند تا علایق و نیازهای خود را بیان کنند. دسترسی جهانی و جذابیت اشکال مختلف رویدادها، البته در کشورها و مناطق مختلف متفاوت خواهد بود و باید سطح آشنایی و راحتی مخاطبان محلی با فعالیت‌های تعاملی پیش‌بینی شود.

۴. بر روی یادگیری زبان‌های محلی، انجام پژوهش‌ها و ایجاد جامعه دیپلماسی عمومی سرمایه‌گذاری کنید

آموزش زبان‌های محلی

این توصیه به شرح چندانی نیاز ندارد. صحبت کردن به یک زبان در ایجاد اعتماد و تفاهم بسیار مؤثر است. دیپلمات‌های اتحادیه اروپا هم اینک نیز ملزم گردیده‌اند که به سه زبان، از جمله یکی از سه زبان رسمی کاری این اتحادیه (انگلیسی، فرانسوی و آلمانی) صحبت کنند. بسیاری از آنان اکنون به چندین زبان صحبت می‌کنند و زبان‌آموزان مستعدی هستند. آموزش تمام‌وقت زبان برای کارکنان کلیدی نیاز به سرمایه‌گذاری قابل توجهی دارد، اما همان‌طور که سرویس‌های دیپلماتیک بریتانیا و ایالات متحده نشان داده‌اند، این تلاش‌ها به اندازه کافی ارزشمندند.

¹ Hackathons

هکاتون رویدادی است که در آن برنامه‌نویسان و افراد دیگری که درگیر توسعه نرم‌افزار هستند، مانند طراحان گرافیکی، طراحان واسط کاربری و مدیران پروژه گرد هم می‌آیند و در توسعه پروژه با یکدیگر همکاری می‌کنند. هکاتون‌ها معمولاً بین یک روز تا یک هفته به طول می‌انجامند و می‌توانند در موضوعات آموزشی و اجتماعی باشد. (م).

² marketplaces

پژوهش درباره دیپلماسی عمومی در اتحادیه اروپا

هم‌اکنون پژوهندگان دیپلماسی عمومی در ایالات متحده اجتماع پرونقی را تشکیل می‌دهند و برای مثال، اعضای هیئت علمی دانشکده ارتباطات و روزنامه‌نگاری آنبرگ دانشگاه کالیفرنیا جنوبی در زمره متخصصان معروف دیپلماسی عمومی قرار دارند و گنجینه منحصر به فردی از تحقیقات درباره موضوعات مرتبط را در اختیار دانشگاهیان و عموم مردم قرار داده‌اند. در میان پژوهندگان اروپایی، سایمون دوک (۴۱)، شان ریوردان (۴۲) و یان ملیسن از جمله متخصصان برجسته در این حوزه به شمار می‌آیند. با وجود این، کارهای بیشتری باید در حوزه پژوهش صورت گیرد که مختص اتحادیه اروپا باشد. اکثر آثار منتشر شده درباره دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا بیش از پنج سال قدمت دارند (۴۳) و بنابراین، به ابعاد دیجیتال دیپلماسی عمومی نمی‌پردازند که پدیده‌ای جدید و در حال رشد به شمار می‌آید. پژوهش‌های فعلی دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا نیز به امور انتزاعی گرایش دارند. گرد هم آوردن یک گروه چندرشته‌ای از پژوهشگران و متخصصان می‌تواند به همگرایی تحقیقات مرتبط - از جمله نظریه شبکه‌های اجتماعی (۴۴)، علوم رفتاری و شناختی - با دیپلماسی عمومی به صورت واقعی کمک کند.

ایجاد جامعه دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا با هشتگ (#EUPublicDiplomacy)

شاید یکی از مؤثرترین راه‌ها برای تولید پژوهش‌های نوآورانه تر و عملی‌تر، پرورش اجتماعی از پژوهشگران دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا باشد. اتحادیه اروپا می‌تواند ارتباط با انجمن‌های موجود دیپلماسی عمومی ایالات متحده، مانند انجمن داوطلبانه ائتلاف دیپلماسی دیجیتال^۱ ایالات متحده (www.digidiplomats.org) را مد نظر قرار دهد. این ائتلاف که در سال ۲۰۱۲ ایجاد شد، اکنون شامل ۴۰۰۰ دیپلمات، تکنولوژیست، دانشگاهیان و نوآوران است. (۴۵) شاخه یا شعبه اروپایی ائتلاف دیپلماسی دیجیتال هم برای ایالات متحده و هم برای اتحادیه اروپا مفید خواهد بود. می‌توان مسائل مختص دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا را از طریق کانال‌هایی مانند @PublicDiplomacy (که توسط دانشگاه کالیفرنیا جنوبی اداره می‌شود) و @PublicSphereWB (که توسط بانک جهانی اداره می‌شود) مورد تبادل نظر قرار داد.

برنامه‌های از قبیل فرصت مطالعاتی نیز به گسترش و حرفه‌ای‌تر شدن مأموریت دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا کمک خواهد کرد. برنامه شورای سفیران آمریکایی وزارت امور خارجه ایالات متحده^۲ الگویی عالی پیش رو می‌گذارد. (۴۶) این فرصت مطالعاتی پاره‌وقت یک‌ساله امکان آموزش و شبکه‌سازی را برای مسئولان دیپلماسی عمومی ایالات متحده ضمن کار در دفتر مرکزی وزارت خارجه فراهم می‌کند. مدیران رسانه/ارتباط جمعی، بازیگران فرهنگی (۴۷) و سفیران سابق ایالات متحده جلسات آموزشی با مسئولان دیپلماسی عمومی برگزار کرده و

¹ Digital Diplomacy Coalition

² The U.S. State Department's Council of American Ambassadors

فرصت‌هایی را برای شبکه‌سازی ساختاریافته فراهم می‌کنند. این دوره مطالعاتی با سمیناری دو هفته‌ای در مرکز دیپلماسی عمومی در دانشگاه کالیفرنیا جنوبی و چاپ مقاله‌ای در نشریه *The Ambassadors Review* به پایان می‌رسد. (۴۸) در صورت نبود منابع مالی کافی، نسخه تقلیل یافته اتحادیه اروپا می‌تواند حداقل شامل آموزش‌های ساده و بحث‌های کارشناسی باشد. این کارگاه‌ها و شبکه‌سازی‌ها می‌تواند به پیشبرد فعالیت‌های نسل بعدی مسئولان دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا کمک کند.

۵. «کتابخانه» و جعبه‌ابزار مجازی برای دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا ایجاد کنید

اتحادیه اروپا اطلاعات بسیار اندکی درباره فعالیت‌های دیپلماسی عمومی خود به عموم مردم ارائه می‌دهد. (۴۹) کتابخانه مجازی می‌تواند روایت‌های شخصی (۵۰) از ابتکارات و مشارکت‌های موفق و نیز اسناد مربوط به سیاستگذاری و استراتژی‌های مربوطه را در خود جای دهد. اتحادیه اروپا همچنین می‌تواند [به‌منظور بارگذاری در وبسایت خود] درخواست کند تا برای هر فعالیت مرتبط، یک مقاله با عکس و شواهد ارسال شود. کتابخانه مجازی در کنار تسهیل [دسترسی به] منابع پژوهشی آنلاین، حضور اتحادیه اروپا را در گفتمان دیپلماسی عمومی جهانی افزایش می‌دهد. در عین حال، یک هاب^۱ وب^۱ مرتبط، آموزش سخنران- شهروند اتحادیه اروپا (۵۱) و مقتضیات برنامه را تسهیل می‌کند. برای مالیات‌دهندگان اتحادیه اروپا، یک هاب مجازی شاهدهی بر شفافیت و پاسخگویی مالی اتحادیه اروپا است که در نهایت موجب تفاهم و اعتماد بیشتر در دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا می‌شود.

یک وبسایت جدید و کمتر رسمی به تسهیل ارتباطات خارجی آنلاین فعالیت‌های دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا کمک می‌کند. در حال حاضر، این ارتباطات به کانال‌های آنلاین هیأت‌های اتحادیه اروپا محدود شده و در آنها گم می‌شود. گنجینه فعالیت‌ها و گزارش‌های دیپلماسی عمومی که مبتنی بر شبکه باشد، می‌تواند به محل تبادل و پردازش^۲ ایده‌ها برای کارکنان اتحادیه اروپا، مشاوران و سایر شهروندان تبدیل شود.

یک هاب^۳ وب اختصاصی دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا می‌تواند اطلاعات پایه در خصوص طرح‌ریزی برنامه‌ها، از جمله شرایط مرجع^۳، محصولات ارتباطی سازگارپذیر و بسته‌های اطلاعاتی مناسب درباب موضوعات خاص را در اختیار بگذارد. این هاب همچنین می‌تواند درخواست‌ها برای مشاوران را پردازش کند و حساب‌های متعدد در دراپ‌باکس^۴، گوگل‌درايوها^۵، فایل‌های اکسل و پلت‌فرم‌های ارتباطات درون‌سازمانی موجود و مورد استفاده

¹ web hub

² clearinghouse

³ terms of reference

⁴ Dropbox

⁵ Google drives

هیأت‌های اتحادیه اروپا و مشاوران را یکپارچه سازد. (۵۲) سرانجام، این هاب با صرفه‌جویی در زمان و منابع، امکان استفاده مجدد از مطالب، فعالیت‌ها و ایده‌های برنامه‌های دیپلماسی عمومی را امکان‌پذیر می‌سازد.

۶. جریان اصلی دیپلماسی عمومی: همه کارکنان اتحادیه اروپا «سفیران» [این اتحادیه] هستند

«از یک منظر، دیپلماسی عمومی کار همه دیپلمات‌ها به‌شمار می‌آید؛ زیرا هیچ‌یک از آنان از فشارهای عصر اطلاعات مصون نیستند و هنگام تدوین و اجرای سیاست‌ها باید واکنش رسانه‌ها و مردم را در نظر بگیرند.» (۵۳)

همه کارکنان امور خارجی اتحادیه اروپا با ارتباطات حرفه‌ای و شخصی خود در ایجاد تصویر اتحادیه اروپا در خارج از این اتحادیه مشارکت دارند. از این رو، همه پرسنل، از سطح مدیریت گرفته تا مأموران میدانی، باید از تدوین و اجرای اهداف و راهبردهای دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا آگاه شوند و در این زمینه آموزش ببینند. افزون بر این، مقامات اتحادیه اروپا باید به خاطر داشته باشند که آنها در فضای عمومی^۱ نماینده اتحادیه اروپا هستند و اغلب به‌عنوان «سفیران» سیاست‌های اتحادیه اروپا قلمداد می‌شوند. از این لحاظ، ممکن است اخلاق و ارزش‌های شخصی شان بر ماهیت تعامل آنها با عموم مردم خارجی تأثیر بگذارد. در عین حال، به میزانی که اتحادیه اروپا بتواند فرهنگ گفتگو - محورتر و مشارکتی‌تری را در پیش گیرد، تلاش‌های دیپلماسی عمومی خود را به‌شکل مثبتی تقویت خواهد کرد.

۷. الزامات بوروکراتیک و امنیتی را شفاف و ساده کنید

بوروکراسی و [الزامات] امنیتی اتحادیه اروپا به ایجاد احساس جدی دسترسی ناپذیری، چه درون و چه بیرون اتحادیه اروپا، منجر شده است. (۵۴) رویه‌های پیچیده درخواست تأمین مالی و تنظیم قرارداد در اتحادیه اروپا بسیاری از شرکای کشورهای میزبان را سرخورده کرده است. اتحادیه اروپا برای بهبود تصویر خود نیاز به مدرن‌سازی مقررات مالی و انطباق آنها با شرایط محلی دارد. به‌عنوان نقطه آغاز، مقررات باید به‌شکل بهتری شرح داده و ابلاغ شوند. پژوهشی که در زمینه برداشت‌ها از اتحادیه اروپا صورت گرفت (۵۵) از جمله توصیه می‌کند که فرایندهای رویه‌ای و سلسله‌مراتبی را می‌توان از طریق تصمیم‌گیری انعطاف‌پذیرتر و غیرمتمرکزتر اصلاح کرد. سلسله‌مراتبی که من در هیأت‌های اتحادیه اروپا، چه به‌عنوان کارمند و چه به‌عنوان مشاور ارشد، شاهدش بوده‌ام در واقع، به‌شدت طاقت‌فرساست و اتحادیه اروپا را همچون نهادی مدرن و آینده‌نگر به‌تصویر نمی‌کشد.

از سوی دیگر، اقدامات امنیتی اتحادیه اروپا بر وجهه عمومی آن تأثیر می‌گذارد. هیأت‌های اتحادیه اروپا مانند بسیاری از نهادهای دیپلماتیک، بنا بر قاعده، از هر بازدیدکننده‌ای می‌خواهند هنگام ورود به دفتر، تمام وسایل الکترونیکی شخصی خود را تحویل دهد. این الزام می‌تواند مسأله اعتماد را زیر سوال ببرد و در برخی بازدیدکنندگان

¹ public sphere

این احساس را ایجاد کند که با آنان همچون یک «جنایتکار» برخورد می‌شود. (۵۶) برای غلبه بر این چالش، تا آنجا که ممکن است باید رویدادهای دیپلماسی عمومی را خارج از محدوده امنیتی برگزار کرد. در صورتی که نتوان از اقدامات امنیتی اجتناب کرد، باید توضیحی محترمانه به شرکت‌کنندگان و مهمانان برنامه برای این گونه الزامات امنیتی ارائه شود.

نتیجه‌گیری

یک کارشناس کارکشته دیپلماسی عمومی ویژگی‌های مورد نیاز برای دیپلماسی عمومی موفق را در یک نشریه سازمان ملل در سال ۲۰۱۶ [اینگونه] تشریح کرد:

«حقیقت، دقت، درایت، احتیاط و کاردانی^۱ ... باید در دیپلماسی عمومی موفق به کار گرفته شده، و تبدیل به تمایل و ظرفیت لازم برای شنیدن نظرات دیگران و گفتگوی صادقانه با آنان شوند»^۲.

گفتگوی صادقانه، آگاهانه و مدبرانه سنگ بنای دیپلماسی عمومی حقیقی و ابزاری ضروری برای قدرت نرم است. شاید آموزش آن دشوار باشد اما باید آن را پرورش و ترویج داد. فراتر از افراد، فرهنگ، گردشگری، محصولات و ورزش و نیز تصویر رسانه‌ای کشورها نقشی اساسی در قدرت نرم ایفا می‌کنند. با این همه، آنها عمدتاً چیزهایی اند که توسط بخش خصوصی ایجاد شده و توسعه یافته‌اند.

همزمان، قدرت «سخت» را نباید فراموش کرد. برای مثال، قدرت تجاری می‌تواند برای تشویق گفتگو نیز مورد استفاده قرار گیرد. قدرت در بیشتر نقاط جهان احترام برمی‌انگیزد. و بدون احترام متقابل، تلاش‌های دیپلماسی عمومی عقیم خواهد ماند. یک کارشناس حقوقی اتحادیه اروپا (۵۷) جنبه‌های قدرت نرم و سخت اتحادیه اروپا را با سرایت «اثر بروکسل» (۵۸) یا جهانی شدن تنظیمی یکجانبه^۴ پیوند می‌دهد (۵۹):

«اتحادیه اروپا اغلب به‌عنوان قدرتی تلقی می‌شود که برای تغییر «قلوب و اذهان» به اقناع متکی است... به نفع مشوق‌های مثبت و قدرت نرم از اجبار دوری می‌جوید. ... با وجود این، قدرت هنجاری تنها یکی از واقعیت‌های راهبردی سیاست خارجی اتحادیه اروپاست. اثر بروکسل مظهر یک جنبه گسترده [اولی] دیده‌نشده ... از نقش جهانی اتحادیه اروپا است. اگر از جنرال الکترونیک، مایکروسافت، گوگل، مونسانتو، داو کیمیکال یا رولون^۵ بپرسید که آیا اتحادیه اروپا قدرتمند است، پاسخ آنها کاملاً مثبت خواهد بود.» (۶۰)

¹ discernment

² tact

^۳ نویسنده برای کنایه از اینکه چنین مواردی نادیده گرفته شده، در آخر جمله «همانطور که می‌شوند» را اضافه کرده است. (م.)

⁴ unilateral regulatory globalization

⁵ Monsanto, Dow Chemical, Revlon

شرکت‌هایی در سراسر جهان که قصد دسترسی به بازار ۵۰۰ میلیون نفری اتحادیه اروپا - بزرگترین بلوک تجاری جهان - را دارند موظف به پیروی از مقررات اتحادیه اروپا هستند. (۶۱) بنابراین، رهبرانی که بازار و تجارت اتحادیه اروپا را در دست دارند، خواه ناخواه، به وضع هنجارها می‌پردازند و نفوذشان می‌تواند در خدمت دیپلماسی عمومی در جهت جذب افراد تأثیرگذار (اینفلوئنسرها) شریک قرار گیرد و با «حس غالب افول اروپا» (۶۲) که در مقدمه ذکر شد، مقابله کنند.

اتحادیه اروپا به‌عنوان یک بازیگر سیاسی این ظرفیت را نیز دارد که مورد توجه مخاطبان خارجی قرار گیرد، الهام‌بخش گفتگو باشد و ثابت کند که «قدرتی متعلق به گذشته» نیست. اتحادیه اروپا با ابتکارات دیپلماسی عمومی می‌تواند به‌عنوان یک بازیگر عمده در شکل‌دهی به هنجارهای جهانی در زمینه‌هایی مانند فناوری انرژی‌های تجدیدپذیر، برابری جنسیتی و حقوق دگرباشان جنسی جایگاه خود را در انظار ارتقا دهد. (۶۳) اتحادیه اروپا آدر رویارویی^۱ با چنین مسائل سخت و مناقشه‌برانگیزی می‌تواند یک نهاد سیاست خارجی باشد که راه‌حل‌های مشترکی برای مشکلات مشترک ارائه می‌دهد. این امر بنیان مستحکمی برای گفتگو و تبادل نظر فراهم می‌کند.

سرانجام، باید به خاطر داشت که دیپلماسی عمومی باید در خدمت دیپلماسی روابط خارجی باشد و بر اولویت‌های سیاستگذاری آن تمرکز کند. دست‌اندرکاران دیپلماسی عمومی مسئولیت طراحی و توسعه برنامه‌ای استراتژیک را دارند که مخاطبان علاقه‌مند را هدف قرار می‌دهد. آنان باید برای یافتن ذینفعان این سیاست‌های خاص، جذب آنها برای گفتگو، جلب احترام آنان و زمینه‌سازی برای گفتگو و تعامل بلندمدت سرمایه‌گذاری کنند. تمام دیپلمات‌ها و مقامات دولتی باید به‌خاطر داشته باشند که گذشته از همتایان خارجی و جوامع همفکر خود، به ایجاد ارتباط با طیف وسیعی از مخاطبان بپردازند که نیازها و منافع شان تحت تأثیر سیاست‌های اتحادیه اروپا قرار دارد. مردم در سراسر جهان در پی یافتن خیابان‌ها و پلتفرم‌های آنلاین برای بیان نگرانی‌ها و سرخوردگی‌های شان هستند. (۶۴) اگر ما به نگرانی‌ها و دغدغه‌های شهروندان گوش فرا ندهیم و به ترویج تفاهم متقابل در جهان نپردازیم، بسیاری از اهداف سیاست‌های مان دچار تزلزل خواهند شد.

^۱ تمرکز بر گوش دادن نیز خطر لغزش در [مغالطه] شیب لغزنده به سمت پروپاگاندا را می‌کاهد. هرگاه این ادراک که دیپلماتی در حال «انجام» پروپاگاندا است، برانگیخته شود خدشه حاصل بر اعتبار را نمی‌توان دست‌کم گرفت!

^۲ Bradford, Anu. "The EU as a regulatory power." *Connectivity Wars: Why Migration, Finance and Trade are the GeoEconomic Battlegrounds of the Future*, edited by Mark Leonard. European Council on Foreign Relations and Stiftung Mercator, 2016, p. 133.

^۳ Public Policy and Management Institute (PPMI-Lithuania), the National Centre for Research on Europe (NCRE-New Zealand), and Free University-Berlin, Germany. "Analysis of the Perception of the EU and EU's policies abroad" (EU

Perceptions Study). European Commission, Dec. 2015, https://ec.europa.eu/fpi/showcases/analysis-perceptioneu-and-eus-policies-abroad_en.

⁴ این پژوهش بر ۱۰ کشور از «شرکای راهبردی» اتحادیه اروپا متمرکز بود: ایالات متحده، روسیه، چین، کره جنوبی، هند، ژاپن، کانادا، مکزیک، برزیل و آفریقای جنوبی و نتایج آن از دل پیمایش‌ها، گروه‌های کانونی و تحلیل رسانه‌ها (طی چند ماه در سال ۲۰۱۵) حاصل شد.

⁵ Leigh, Michael (Senior Fellow at the German Marshall Fund of the U.S.). "EU Global Strategy Expert Opinion No. 20." EU Institute for Security Studies, 2016, p. 2.

⁶ *EU Global Strategy*. European External Action Service, last updated 1 Apr. 2019, <https://europa.eu/globalstrategy/en/priorities-eu-global-strategy>.

⁷ "Enhancing Public Diplomacy." *EU Global Strategy—year 1*. European External Action Service, Jun. 2016, last updated 1 Apr. 2019, <https://europa.eu/globalstrategy/en/enhancingpublic-diplomacy>.

⁸ بر این اساس، دیپلماسی عمومی در وبسایت رسمی [اتحادیه اروپا] به‌طور برجسته‌ای در میان عناوین بالایی قرار دارد.

⁹ "From Shared Vision to Common Action: Implementing the EU Global Strategy Year 1—A Global Strategy for the European Union's Foreign and Security Policy." European External Action Service, Jun. 2017, p. 25, https://europa.eu/globalstrategy/sites/globalstrategy/files/full_brochure_year_1.pdf.

¹⁰ Ibid., p.30.

¹¹ Melissen, Jan. "Conclusions and Recommendations on Public Policy in Europe." *European Public Diplomacy: Soft Power at Work*. Edited by Maia Cross and Davis Cross. Palgrave Macmillan, 2013, pp. 205-212.

¹² "Enhancing Public Diplomacy." *EU Global Strategy—year 1*. European External Action Service, Jun. 2016, last updated 1 Apr. 2019, <https://europa.eu/globalstrategy/en/enhancingpublic-diplomacy>.

¹³ صفحه رویدادها حداقل از دسامبر ۲۰۱۸ تا ژانویه ۲۰۱۹ کار نمی‌کرد.

¹⁴ بر اساس بازدید دسامبر ۲۰۱۸ از وبسایت.

¹⁵ این پروژه توسط شاخه دیپلماسی ابزار عمومی (ابزار مشارکت خارجی) تأمین مالی می‌شود.

¹⁶ Public Policy and Management Institute (PPMI-Lithuania), the National Centre for Research on Europe (NCRE-New Zealand), and Free University-Berlin, Germany. "Analysis of the Perception of the EU and EU's policies abroad" (EU Perceptions Study). European Commission, Dec. 2015, https://ec.europa.eu/fpi/showcases/analysis-perceptioneu-and-eus-policies-abroad_en.

¹⁷ "From Shared Vision to Common Action: Implementing the EU Global Strategy Year 1—A Global Strategy for the European Union's Foreign and Security Policy." European External Action Service, Jun. 2017, p. 30, https://europa.eu/globalstrategy/sites/globalstrategy/files/full_brochure_year_1.pdf.

¹⁸ داده‌های گردآوری شده برای پژوهش برداشت‌ها از اتحادیه اروپا از سپتامبر تا دسامبر ۲۰۱۷.

¹⁹ همکاری با کنشگران دولتی برای دیپلماسی عمومی، به‌منظور دستیابی به مخاطبان هدف و همچنین تسهیل گفت‌وگوهای خصوصی-عمومی و دولتی-سازمان‌های مردم‌نهادی مفید است. همچنین مقامات دولتی اغلب به جذب رسانه‌ها کمک می‌کنند - که برای دستیابی به مخاطبان گسترده‌تر اهمیت دارد. با این وجود، باید مشخص کرد که دیپلماسی سنتی - و نه دیپلماسی عمومی - عمدتاً کنشگران دولتی را هدف قرار می‌دهد.

²⁰ در طول یک سال پس از ایجاد رهنمودهای دیپلماسی عمومی، هیئت‌های اتحادیه اروپا به‌ندرت از پیام‌ها استفاده کردند. این امر احتمالاً به دلیل ساختار سلسله‌مراتبی هیئت‌های اتحادیه اروپا بود. مسئولان دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا گاهی از کارمندان تازه‌کار هستند.

²¹ *European Union Sustainable Energy Week*. European Commission, <https://www.eusew.eu/>.

²² اتحادیه اروپا در وبسایتش، این رویداد را به‌عنوان «مهم‌ترین کنفرانس اروپایی مرتبط به مسائل سیاست‌گذاری انرژی پایدار» توصیف می‌کند.

²³ "2018 Energy Days." *European Union Sustainable Energy Week*, European Commission, 2018, <https://www.eusew.eu/look-2018-energy-day>.

²⁴ سازمان‌دهندگان برنامه‌ها از جانب اتحادیه اروپا هوشمندانه تصمیم گرفتند به جای محدود کردن فعالیت‌ها به یک هفته کنفرانس در ژوئن، برای فعالیت‌ها در طول ماه‌های می و ژوئن فراخوان دهند. با این رویکرد فراخ، فرصت‌های محلی بسیار بیشتری فراهم است.

²⁵ *Our Ocean*. European Union, 2017, <https://ourocean2017.org/>.

²⁶ *Sustainable Development Goals*. United Nations, <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>.

²⁷ ما از نرم‌افزار ساستینبل (Submittable) استفاده کردیم که بسته‌ای نرم‌افزاری برای گردآوری و مدیریت خودکار ارزیابی داستان‌هاست: <https://www.submittable.com>.

²⁸ کمتر از نصف برندگان اهل جاکارتا بودند و باقی آنها با هواپیما به این شهر آمدند.

²⁹ "Our Ocean Short Story Writing Contest: Winners Announced." EU Delegation to Indonesia, Dec. 2017, https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/37283/ourocean-short-story-writing-contest-winners-announced_id.

³⁰ https://en.wikipedia.org/wiki/Hong_Kong_Pride_Parade#2015

³¹ Gender Research Centre of the Institute of Asia-Pacific Studies at the Chinese University of Hong Kong. Study on Legislation against discrimination on the grounds of sexual orientation, gender identity, and intersex status, 2016. <http://www.eoc.org.hk/eoc/upload/ResearchReport/20161251750293418312.pdf>

³² Bailey, Nicole. "Measuring Public Diplomacy in a time of global information competition." *World Bank Blog: "People, Spaces and Deliberations—exploring the interactions among public opinion, governance and the public sphere,"* Jun. 2015, <https://blogs.worldbank.org/publicsphere/measuringpublic-diplomacy-time-global-information-competition>.

³³ United States Advisory Commission on Public Diplomacy. "Data-Driven Public Diplomacy." U.S. Department of State, Sep. 2014. <http://www.state.gov/documents/organization/231945.pdf>.

³⁴ Gonzales, Carissa. "The Evaluation Revolution in Public Diplomacy." *The Ambassadors Review*, Council of American Ambassadors, Fall 2015, <https://www.americanambassadors.org/publications/ambassadors-review/fall-2015/theevaluation-revolution-in-public-diplomacy>.

³⁵ اتحادیه اروپا همچنان از ماتریس‌های چهارچوب منطقی (Logical Framework Matrices) مبتنی بر شاخص استفاده می‌کند که بسیاری از سازمان‌های دیگر آن را سال‌ها پیش کنار گذاشتند.

³⁶ Maronkova, Barbora. "From Crawling to Walking: Progress in Evaluating the Effectiveness of Public Diplomacy: Lessons Learned from NATO." *CPD Perspectives on Public Diplomacy*, 2018, http://uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/From%20Crawling%20to%20Walking_Maronkova.pdf.

³⁷ ناتو این کنفرانس را در سال ۲۰۰۷ در بریتانیا برگزار کرد. کارگاه متعاقب آن به طرح مدل راهبرد دیپلماسی عمومی ناتو کمک کرد: "Evaluation and the New Model Public Diplomacy." Riverpath Associates at NATO Public Diplomacy Workshop, 3 Jul. 2007, Belgium.

³⁸ مردم در برخی فرهنگ‌ها احساس راحتی نمی‌کنند تا انتقاد کنند - نه از کنشگران کشور شریک و نه از خودشان. مشاورانی که در چین و روسیه و اندونزی کار می‌کنند بر این موضوع تأکید کرده‌اند.

³⁹ مأموریت اتحادیه اروپا در پروژه اوکراین «حرکت به جلو با هم» توسط یک شرکت روابط عمومی هدایت می‌شود که توسط یکی از کارکنان مسئول بسیار تحسین شده است. دیگران از سطحی بودن و فقدان درک اتحادیه اروپا انتقاد می‌کنند.

⁴⁰ Hunt, Alan. "Public Diplomacy—What it is and how to do it." United Nations Publications, 2016, pp. 136-137, <https://unitar.org/mdp/public-diplomacy-what-it-and-how-do-it-alan-hunt>.

⁴¹ سایمون دوک (Simon Duke) استاد مؤسسه اروپایی مدیریت عمومی (EIPA) در ماستریخت هلند بود که بر امور خارجی اتحادیه اروپا تمرکز داشت و یکی از سردبیران اجرایی ژورنال *همگرایی اروپا* بود. او دکترایش را از دانشگاه آکسفورد گرفته و نویسنده کتاب زیر است:

EU as a Stronger Global Actor: Challenges and Strategic Responses (Palgrave-Macmillan 2017)

او همچنین بحثی درباره دیپلماسی عمومی اتحادیه اروپا دارد:

Clingendael, Netherlands Institute of International Relations, 2013.

<https://www.eipa.eu/speaker/dr-simonduke/>.

^{۴۲} شان ریوردان (Shaun Riordan) دیپلماتی بریتانیایی (مستقر در نیویورک، پکن و مادرید) به مدت ۱۶ سال بود و در آکادمی دیپلماتیک ارمنستان تدریس کرده است. او سرپرست پروژه دیپلماسی تجاری و عضو گروه دیپلماسی آینده در موسسه روابط بین‌الملل هلند (کلینگندال) است. ریوردان نویسنده آثار زیر است:

The New Diplomacy (Polity 2003, published in Bulgarian in 2015) and *Adios a la Diplomacia* (Siglo XXI 2005). He is co-author of *Futures for Diplomacy: Integrative Diplomacy in the 21st Century* (Clingendael 2012) and the Clingendael Policy Brief, "Whither Foreign Ministries?" <https://uscpublicdiplomacy.org/users/shaun-riordan>.

^{۴۳} این اطلاعات بر اساس کتابشناسی منابعی است که من از چندین منبع آنلاین رایگان گردآوری کرده‌ام. یکی از جدیدترین کتاب‌ها مربوط به سال ۲۰۱۳ است:

European Public Diplomacy: Soft Power at Work by Maia Cross and Jan Melissen.

^{۴۴} Bailey, Nicole. "Measuring Public Diplomacy in a time of global information competition." *World Bank Blog: "People, Spaces and Deliberations—exploring the interactions among public opinion, governance and the public sphere,"* Jun. 2015, <https://blogs.worldbank.org/publicsphere/measuringpublic-diplomacy-time-global-information-competition>.

^{۴۵} این انجمن که توسط اسکات نولان اسمیت (Scott Nolan Smith)، روس کوننهورن (Roos Kouwenhoven)، جد شین (Jed Shein) و فلوریس وینترز (Floris Winters) تأسیس شد، توسط هیئت مدیره جهانی هدایت می‌شود.

^{۴۶} "Leadership Development." *Council of American Ambassadors*, <https://www.americanambassadors.org/leadership-development/public-diplomacy-fellowship>.

^{۴۷} مانند شورای دیپلماسی عمومی (<http://www.publicdiplomacycouncil.org>)، مرکز بین‌المللی مریدین (<http://www.meridian.org>)، مرکز بین‌المللی وودرو ویلسون برای پژوهشگران (<https://www.wilsoncenter.org>)، و همچنین سازمان‌های هنری مانند اسمیتسونین و بنیاد ملی هنرها (National Endowment for the Arts).

^{۴۸} از شرکت‌کنندگان در دوره خواسته می‌شود تا با مشورت سفیر-مربی، مقاله‌ای درباب پیشنهاد روش‌هایی برای تقویت دیپلماسی عمومی ایالات متحده بنویسند.

^{۴۹} مطابق گفت‌وگو با کارکنان اتحادیه اروپا، این‌گونه نیست که اطلاعات به‌بهبانه محرمانه بودن به‌شکل قصدی منتشر نشود، بلکه به‌نظر می‌رسد این امر به دلیل منابع محدود است.

^{۵۰} دو نمونه خوب آکادمی دویچه وله (<http://www.dw.com/en/dw-akademie/asia/s-12136>) و یک پروژه دیگر با بودجه اتحادیه اروپا، رسانه برای دموکراسی ([http:// media4democracy.eu/contact-](http://media4democracy.eu/contact-)) است.

^{۵۱} این امکانات پیش از این در وب سایت‌های دیپلماسی عمومی ایالات متحده فراهم بود.

^{۵۲} در حال حاضر، چندین سامانه ارتباطات درون‌سازمانی وجود دارد؛ برای مثال، سامانه‌ای برای ارتباطات راهبردی سرویس کنش خارجی اروپایی (EEAS) که دسترسی به آن فقط به کارکنان EEAS محدود شده است (به استثنای کارکنان کمیسیون اروپا- حداقل تا سال ۲۰۱۷).

^{۵۳} Hunt, Alan. "Public Diplomacy—What it is and how to do it." United Nations Publications, 2016, <https://unitar.org/mdp/public-diplomacy-what-it-and-how-do-it-alan-hunt>.

^{۵۴} من به‌کرات می‌شنوم که متخصصان بخش‌های مختلف از رویه‌های اتحادیه اروپا شکایت دارند: سازمان‌های بشردوستانه یا استارت‌آپ‌هایی که به دلیل پیچیدگی این رویه‌ها تصمیم می‌گیرند برای کمک مالی از اتحادیه اروپا درخواست نکنند، پزشکیانی که تحت تأثیر فرم‌های اتحادیه اروپا ناامید شده‌اند، و همچنین سازمان‌های حقوق بشری که در اثر دشواری فهم رویه‌های اتحادیه اروپا دچار زبان‌های مالی شده و در معرض تعطیلی هستند. حتی خود اتحادیه اروپا نیز این محدودیت‌های اعمال شده به‌وسیله مقررات مالی‌اش را پذیرفته است. این اتحادیه برای حمایت از فعالان دموکراسی در خاورمیانه، شمال آفریقا و اروپای شرقی، یک سازمان و نهاد حقوقی جداگانه، یعنی بنیاد اروپایی برای دموکراسی (European Endowment for Democracy) را ایجاد کرد تا امکان تأمین مالی آسان اقدامات دموکراسی‌خواهانه آنها را فراهم کند.

^{۵۵} Public Policy and Management Institute (PPMI-Lithuania), the National Centre for Research on Europe (NCRE-New Zealand), and Free University-Berlin, Germany. "Analysis of the Perception of the EU and EU's policies abroad"

(EU Perceptions Study). European Commission, Dec. 2015, https://ec.europa.eu/fpi/showcases/analysis-perceptioneu-and-eus-policies-abroad_en.

^{۵۶} یکی از مدیران پروژه اتحادیه اروپا می‌گفت از ورود آسان به نمایندگی اتحادیه اروپا، به دلیل اینکه دستگاه‌های امنیتی هنوز راه‌اندازی نشده بودند، بسیار خوشحال شده است.

^{۵۷} Hunt, Alan. "Public Diplomacy—What it is and how to do it." United Nations Publications, 2016, <https://unitar.org/mdp/public-diplomacy-what-it-and-how-do-it-alan-hunt>.

^{۵۸} آنو برادفورد همچنین مدیر مرکز مطالعات حقوقی اروپاست و در دانشکده حقوق دانشگاه شیکاگو، هاروارد، برانديس و دانشگاه هلسینکی تدریس کرده است.

^{۵۹} Bradford, Anu. "The Brussels Effect." *Northwestern University Law Review*, vol. 107, no. 1, 2013.

^{۶۰} Bradford, Anu. "The EU as a regulatory power." *Connectivity Wars: Why Migration, Finance and Trade are the GeoEconomic Battlegrounds of the Future*, edited by Mark Leonard. European Council on Foreign Relations and Stiftung Mercator, 2016, pp. 133-139.

^{۶۱} این واقعیت که مقررات اتحادیه اروپا اغلب حمایت از مصرف‌کننده را نیز در نظر دارد، برای مقابله با تصویر یک امپریالیست تنظیم‌گر نیز مهم است - تصویری منفی حتی با وجود قدرتی که از خود ساطع می‌کند.

^{۶۲} Leigh, Michael (Senior Fellow at the German Marshall Fund of the U.S.). "EU Global Strategy Expert Opinion No. 20." EU Institute for Security Studies, 2016, p. 2.

^{۶۳} Public Policy and Management Institute (PPMI-Lithuania), the National Centre for Research on Europe (NCRE-New Zealand), and Free University-Berlin, Germany. "Analysis of the Perception of the EU and EU's policies abroad" (EU Perceptions Study). European Commission, Dec. 2015, https://ec.europa.eu/fpi/showcases/analysis-perceptioneu-and-eus-policies-abroad_en.

^{۶۴} مشارکت تجاری و سرمایه‌گذاری فراتر از اقیانوس اطلس (The Transatlantic Trade and Investment Partnership) فقط یک نمونه از مواردی است که احتمالاً حکومت‌ها برای همراه کردن شهروندان به اندازه کافی درگیر دیپلماسی عمومی نشده‌اند.