

# دیپلماسی دیاسپورا! بررسی نمونه ایالات متحده آمریکا

شیدا نوروزی\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۷/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۹/۰۷

## چکیده

جهانی شدن به عنوان علت و نیز محصول گسترش تجارت، مسافرت و مهاجرت، اندک اندک به واقعیتی عینی و غیرقابل انکار بدل می شود. جهانی شدن منجر به افزایش میزان مهاجرت افراد به کشورهای دیگر شده و تقریباً هر کشوری علاوه بر جمعیت بومی خود، اقوامی از مهاجران دارد که برای خود گروه‌هایی را تشکیل داده‌اند. این اجتماعات از اقوام پراکنده را در اصطلاح، دیاسپورا می گویند. با توجه به رونق فوق العاده بحث دیپلماسی عمومی در عصر حاضر و با عنایت به تحولات جهانی و اهمیت فزاینده فرد، روند تصویرسازی و پیام‌رسانی صرف در این ابزار قدرت نرم، با تعامل و رفتار دوجانبه همراه شده و سعی می شود با توده مردم در کشور هدف به صورت تعاملی رفتار شود و از توانمندی آنها برای پیشبرد مقاصد سیاسی، بهره‌برداری بهینه شود. دیاسپورا به عنوان نماینده کشور هدف در داخل کشور میزبان، راه را برای اجرای دیپلماسی عمومی جدید در قالب دیپلماسی دیاسپورا هموار کرده است. از طرفی، دیپلماسی دیاسپورا می تواند از سوی کشور فرستنده نیز اعمال شود، به طوری که یک ارتش غیررسمی در خارج از مرز خود و برای پیگیری منافع کشور فرستنده تشکیل دهد. این مقاله با مرور دیپلماسی عمومی جدید، دیاسپورا و دیپلماسی دیاسپورا و بررسی آن در ایالات متحده که هم زاده مهاجرت‌هاست و هم علاوه بر ملت واحد آمریکایی، تقریباً از هر کشوری دارای جمعیت دیاسپورا می باشد، سعی در شرح اهمیت این پدیده در عرصه سیاست خارجی و دیپلماسی عمومی دارد و می کوشد بگوید آمریکا به عنوان یک نمونه، چگونه این پدیده را مدیریت کرده و از آن بهره می برد.

واژگان کلیدی: دیاسپورا، دیپلماسی عمومی جدید، دیپلماسی دیاسپورا، وطن، کشور میزبان، ایالات متحده آمریکا

\* محقق موضوع دیپلماسی عمومی و سازمان‌های بین‌المللی

فصلنامه مطالعات منطقه‌ای: آمریکاشناسی-اسراییل‌شناسی، سال پانزدهم، شماره اول، زمستان ۱۳۹۲، صص ۱۵۲-۱۳۱.

دنیای کنونی دستخوش روند پیچیده جهانی شدن و کم‌رنگ شدن مرزهاست. تغییر قدرت بازیگران در جامعه جهانی، افول نقش پررنگ دولت به‌عنوان عنصر اصلی و تقویت اثرگذاری کنشگران غیردولتی و قد علم کردن افراد در صحنه سیاست‌گذاری‌ها و نیز فروریختن حصار داخلی فعالیت‌های گوناگون اعم از اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و غیره، و پدیده فرامرزی شدن حتی افراد، از ویژگی‌های بارز و قابل تأمل عصر حاضرند. مهاجرت و ترک وطن به‌دلایل گوناگون و اقامت در سرزمین بیگانه، پدیده‌ای قدیمی است که تحولات کنونی به افزایش آن دامن زده است. جابه‌جایی ملل یعنی تحرک فرهنگ‌ها، سیالیت مغزها و نزدیکی هرچه بیشتر اقوام دور به یکدیگر و تشکیل هویت‌های جدید جهانی. در این میان دولت‌ها هنوز تصمیم‌گیرندگان اصلی‌اند و همچنان برای بقای خود و سیاست‌هایشان با یکدیگر دست‌وپنجه نرم می‌کنند. با شناخت اهمیت قدرت نرم در میدان رقابت‌ها و گرمی بازار دیپلماسی عمومی، با توجه به ارزش و نقش موثر فرد در پیشبرد اهداف سیاست خارجی، دیپلماسی عمومی جدید سعی در دخالت دادن افراد و بهره‌داری بهینه از طریق تعامل و همکاری با آنها دارد. در این راستا و با در نظر گرفتن مهاجرت‌های گسترده اقوام و ملت‌ها به سرزمین‌های بیگانه، راه برای این تعامل هموارتر گشته است. مساله این است که نسل‌های بعدی مهاجران که از ابتدای زندگی در سرزمین بیگانه رشد کرده‌اند، کجا را وطن خود می‌دانند و اگر دو وطنه محسوب شوند، به کدام یک بیشتر احساس تعلق خواهند کرد؟ با کدام سرزمین انس خواهند داشت و رنگ و بوی چه خاکی را در خود حفظ می‌کنند؟ نهایتاً اینکه، به کدام یک خدمت‌گزار خواهند بود؟ از سوی دیگر، ملت میزبان چگونه با این جماعت مهمان رفتار می‌کند؟ چه تاثیر متقابلی برهم می‌گذارند؟ چه حقوق و تکالیفی بر هر طرف وارد است؟ در این میان، سوال اصلی این مقاله چگونگی بهره‌برداری دولت‌ها از این اجتماعات در دیپلماسی عمومی جدید است که برای پاسخ بدان باید هم دولت مادر (سرزمین اولیه) و هم دولت میزبان را مد نظر قرار دهیم. دیپلماسی دیاسپورا، مجموعه فعالیت‌هایی است که وطن اصلی و سرزمین دوم، هر یک جداگانه می‌توانند بر جمعیت دیاسپورای واحدی اعمال کنند و آن را به سمت خود و به جهت اهداف خود مایل نمایند. در اینجا برآنیم تا عملکرد ایالات متحده را در قبال این پدیده مورد بررسی قرار دهیم.

متاسفانه توان بالقوه دیاسپورا نادیده گرفته می‌شود و تنها در سال‌های اخیر است که برخی کشورها به گوشه‌هایی از قدرت وسیع این اجتماعات در زمینه توسعه و پیشرفت اقتصادی، روابط بین‌الملل و صلح‌سازی پی برده‌اند. همچنین سازمان ملل نیز نشست‌هایی را برای پی‌گیری این موضوع به راه انداخته است. برخی دانشگاه‌ها مانند دانشگاه تورنتو کادانا نیز رشته‌ای را تحت این عنوان اختصاص داده‌اند و یا برنامه‌هایی را برای مطالعات دیاسپورا در دستور کار دارند. خود این اجتماعات نیز به نوعی خودآگاهی دیاسپوریک رسیده‌اند و سعی می‌کنند خود را نشان داده و نیازها و مطالبات خود را بلندتر به گوش وطن، کشور میزبان و جامعه جهانی برسانند. در واقع دیاسپورا یک مساله جهانی و یک فرصت است که برای حل مشکلاتش و بهره‌برداری از توانایی‌هایش نیاز به بسیج جهانی دارد.

این مقاله بعد از توضیح دیپلماسی عمومی جدید و تعریف دیاسپورا، دیپلماسی دیاسپورا را به‌عنوان زیرمجموعه دیپلماسی عمومی جدید معرفی کرده و از آنجا که بازار دیاسپورا در ایالات متحده بسیار داغ است (جمعیت زیاد از ملیت‌های گوناگون)، بررسی این کشور و اقداماتش برای مدیریت و تنظیم این گروه از افراد را از میان سایر نمونه‌ها، جالب توجه‌تر برآورد نموده و بدان پرداخته است.

### دیپلماسی عمومی جدید

دیپلماسی عمومی (به‌عنوان ابزار بالقوه قدرت نرم) به اشکال گوناگونی تعریف می‌شود، اما به‌طور گسترده، لفظی است جهت توصیف تلاش یک حکومت برای اداره سیاست خارجی و تامین و ارتقای منافع ملی خود از طریق ارتباط با جمعیت یک کشور خارجی (به‌طوری که آن جمعیت بر حکومتش در چگونگی روابط با این حکومت تاثیر بگذارد). فعالیت‌های دیپلماسی عمومی شامل تدارک اطلاعات برای اقوام و ملت‌های خارجی از مجرای پخش و رسانه‌های اینترنتی، کتاب‌خانه‌ای و دیگر امکانات توسعه در کشورهای هدف از جمله هدایت دیپلماسی فرهنگی همچون نمایشگاه‌های هنری و اجرای موسیقی، راهبری آموزش و تحصیلات بین‌المللی و برنامه‌های مبادلات پیشرفته است. (Nakamura & Weed, 2009, i)

در توصیف دیپلماسی عمومی قدیم یا سنتی، ایتان گیلیوآ چنین تشریح می‌کند که «این روش به دنبال ایجاد یک تصویر مطلوب برای سیاست‌های یک کشور، فعالیت‌ها و سیستم سیاسی و اقتصادی آن است و اینگونه فرض می‌شود که اگر افکار عمومی در جامعه هدف برای پذیرش این تصویر متقاعد شود، می‌تواند بر حکومتش جهت تغییر نگرش خصمانه موجود، اعمال فشار کند.» اما از نظر شاوون ریوردن: «در چنین روشی، هیچ فضایی برای تعامل اقوام و ملت‌های خارجی در بحث‌های واقعی نیست.» امروز با به رسمیت شناختن تغییرات متحول‌کننده در جامعه جهانی، محققین عرصه دیپلماسی عمومی، فعالان و سایر ناظران آگاه، از یک دیپلماسی عمومی جدید برای برآوردن نیازهای زمان نام برده‌اند. جهانی شدن، همراه با نوآوری‌های فناورانه و رسانه جدید، یک نظم جهانی نوین ساخته است که در آن دولت-ملت‌ها کمترین کنترل را بر حوزه‌های سنتی سیاست و حکومت دارند و بازیگران غیردولتی بسیار برجسته‌تر و قدرتمندتر در امور جهانی سر بلند کرده‌اند. نتیجه اینکه، کشورها به جای آنکه تنها دارای رابطه با ملل خارجی باشند و تنها با تصویرسازی و متقاعد کردن توده‌ها برای پذیرش آن تصویر عمل کنند، باید با آنها در پی‌گیری روابط مشترک تعامل نمایند و در واقع آنچه که اهمیت دارد تعامل است. دیپلماسی عمومی جدید تنها در خصوص ترویج سیاست نیست، بلکه وارد کردن و طرف مشورت قرار دادن سایر بازیگران در پروسه توسعه سیاست نیز در برنامه آن می‌باشد. شاخص‌های دیپلماسی عمومی جدید را می‌توان چنین برشمرد: (Fitzpatrick, 2011, 8-12)

یک. دیپلماسی عمومی جدید منجر به پیشی گرفتن یک روش تعاملی‌تر در روابط بین‌الملل می‌شود؛

دو. به ایجاد یک فهم دوجانبه میان ملل، بازیگران بین‌المللی و ملت‌های خارجی کمک می‌کند؛  
سه. به ساختن و حمایت از روابط میان ملل، بازیگران بین‌المللی و ملت‌های خارجی کمک می‌کند؛  
چهار. شبکه ارتباطات بین سازمان‌ها و مردم را در هر دو بخش عمومی و خصوصی تسهیل می‌کند؛  
پنج. مستلزم هر دو گروه مردم خارجی و داخلی است (از هر دو بهره‌برداری می‌کند)؛  
شش. شامل مردم خارجی در فرآیند سیاست است (هدفش توده مردم در کشورهای دیگر است)؛  
هفت. بر مبنای دو اصل گفت‌وگو و تعامل می‌باشد؛

هشت. بر ارتباط دوطرفه و متقابل تاکید دارد؛

نه. بیشتر به «تعامل مردم با مردم» تمایل دارد تا «تکنیک پیام‌رسانی توده‌ای»؛ و ده. دیپلماسی عمومی جدید دارای تمرکز عمده‌تاً فعال و طولانی‌مدت در رابطه‌سازی است. به‌طور خلاصه‌تر، در دیپلماسی عمومی قدیم با واژگان کلیدی چون تصویر بین‌المللی و پرستیژ روبه‌رو بودیم، اما در دیپلماسی عمومی جدید با واژگان قدرت نرم و برند ملی. در مدل قدیمی فقط دولت، بازیگر بین‌المللی و اعمال‌کننده این دیپلماسی به‌شمار می‌رفت، ولی در مدل جدید، هم دولت و هم بازیگران غیردولتی فعالند. ساختار عملکرد در دیپلماسی عمومی قدیمی از بالا به پایین بود؛ یعنی بازیگر (دولت) به مردم خارجی، اما ساختار دیپلماسی عمومی جدید افقی است؛ یعنی اغلب مردم با مردم- با رهبری بازیگر اصلی. ابزار ارتباطی در دیپلماسی عمومی قدیمی شامل رادیو با امواج کوتاه، روزنامه‌ها، تلفن خط ثابت و در دیپلماسی عمومی جدید، ماهواره، اینترنت، اخبار زنده و موبایل می‌شود. در مدل قدیمی، خط و مرز روشنی بین حوزه‌های خبری داخلی و بین‌المللی وجود داشت، اما در مدل جدید این خط مات و تقریباً در حال محو شدن است. در مدل قدیمی با بهره‌برداری از دفاع سیاسی و تئوری پروپاگاندا سروکار داشتیم و در مدل جدید با بهره‌برداری از برندگذاری شرکتی<sup>۱</sup> و تئوری شبکه در علم کامپیوتر. ماهیت نقش دیپلماسی عمومی قدیم، پیام‌رسانی هدفمند بود اما ماهیت نقش دیپلماسی عمومی جدید رابطه‌سازی است. با وجود این، هدف هر دو مدیریت محیط بین‌المللی بوده و می‌باشد. (Cull, 2009, 14)

### آمریکا و دیپلماسی عمومی جدید

دیپلماسی عمومی جدید آمریکا، ادامه بافت تاریخی رهبری غیرنظامی آمریکا در حوزه دیپلماسی عمومی است که از زمان جنگ جهانی اول به این سو با تاسیس آژانس اطلاعاتی ایالات متحده در خصوص دیپلماسی عمومی توسعه یافت. آنچه در برنامه‌های دیپلماسی عمومی آمریکا همواره مطرح بوده، مبادله برنامه‌های آموزشی، فرهنگی، اطلاعات و رسانه بین‌المللی است.

#### 1. Corporate Branding

به‌ویژه بعد از جنگ جهانی دوم که هدف از این فعالیت‌ها، توانمند ساختن دستگاه حکومتی ایالات متحده برای ترویج درک بهتری از آمریکا در سایر کشورها و افزایش فهم دوجانبه بین مردم ایالات متحده و ملت‌های دیگر است. از آنجا که در دیپلماسی عمومی جدید، تاکید بر دوجانبه بودن و تبادل است تا تصویرسازی و متقاعد کردن یک‌جانبه، ایالات متحده نیز با این ابزار، اهداف پایه‌ای زیر را دنبال می‌کند؛ (Nakamura & Weed, 2009, 3-7)

- تحکیم گره‌های اتحاد بین ایالات متحده و سایر ملل با نشان دادن علایق آموزشی و فرهنگی، توسعه، امکان دسترسی مردم آمریکا به سایر ملت‌ها و ادعای همکاری‌های درپیش گرفته شده به منظور ایجاد زیست‌صلح‌آمیز و پرثمر برای مردم جهان؛

- ایجاد روابطی دوستانه‌تر با سایر کشورها؛

- ترویج پایبندی به تضمین آزادی مذهبی در کشورها؛

- استقرار، گسترش، حفظ و تقویت عملکرد مراکز آموزشی در کشورهای خارجی که به

پرورش مطالعات آمریکایی می‌پردازند؛

- سعی در القای اینکه اخبار منتقل شده از سوی آنان قابل اعتماد، معتبر، دقیق و جامع

است و ادعای برنامه‌ریزی مطابق با نیازهای مردمی که از ناحیه رسانه بومی محروم مانده‌اند؛

- ایجاد یک طرح متعادل و جامع برای انعکاس فرهنگ و جامعه آمریکا؛

- ارایه سرفصل‌گونه برخی سیاست‌ها از طریق صدای آمریکا و سعی بر نمایش دیدگاه

حکومتی این کشور پیرامون آنها؛

- افزایش ظرفیت برای حمایت از اهداف سیاست خارجی ایالات متحده در خلال بحران‌های

خارج از آمریکا.

سازمان‌ها و موسسات گوناگونی در آمریکا به امر دیپلماسی عمومی می‌پردازند که از جمله آنها

به اولین و مهم‌ترینشان یعنی USIA اشاره کردیم که از ۱۹۳۵ تا ۱۹۹۹ به‌عنوان سازمانی

مستقل در قوه مجریه ایالات متحده فعالیت می‌نمود. هدف این سازمان حمایت از سیاست

1. United States Information Agency (USIA)

خارجی و منافع ملی آمریکا در خلال طیف وسیعی از برنامه‌های اطلاعاتی خارج از کشور بود و در این راستا به ترویج درک متقابل بین ایالات متحده و سایر ملل از طریق فعالیت‌های آموزشی و فرهنگی می‌پرداخت. این سازمان بیش از ۲۱۱ پست در بیش از ۱۴۷ کشور داشت، تاجایی که در ۱۹۹۳ به‌عنوان سرویس اطلاعاتی ایالات متحده<sup>۱</sup> شناخته شد و بیل کلینتون، جوزف دوفی را به مدیریت آن برگزید. یکی از شناخته‌شده‌ترین فعالیت‌های این سازمان برنامه تبادل فولبرایت است که ۱۴۰ کشور را پوشش می‌داد. در واقع مجموعه‌ای از دوره‌های آموزشی برای سران کشورها بود که سالانه ۳۰۰۰ نفر از سران و رهبران خارجی به‌عنوان بازدیدکننده بین‌المللی به مدت یک ماه به ایالات متحده دعوت می‌شدند. (United States Information Agency) در ۱۹۹۹، فعالیت‌های رسانه‌ای این سازمان به خبرگزاری دولتی تازه‌تاسیس<sup>۲</sup> واگذار شد که دپارتمان مستقلی در دستگاه حکومتی ایالات متحده برای امور غیرنظامی و پشتیبانی رادیو و تلویزیون بین‌المللی است. همچنین سایر وظایف آن از جمله تبادلات، به دپارتمان جدید دیگری تحت وزارت امور خارجه این کشور جهت روابط عمومی و دیپلماسی عمومی انتقال یافت.

به‌طور کلی در دیپلماسی عمومی جدید آمریکا، گوش فرادادن به مردم سایر کشورها یک مرحله پایه‌ای برای سیاست‌گذاری و پیام‌رسانی است تا بهتر به اهداف راهبردی‌شان دست یابند. در واقع چنان‌که نیکلاس کول، استاد دانشگاه کالیفرنیا جنوبی، برشمرده: گوش کردن، طرفداری و دفاع، دیپلماسی فرهنگی، مبادلات بین‌المللی، رسانه بین‌المللی و حتی نوعی جنگ روانی، از عناصر اثبات‌پذیر در ارتباط با مردم خارجی است که آمریکا سعی می‌کند آنها را در دیپلماسی عمومی خود تحقق بخشد. اما امروز مسیر دیپلماسی عمومی آمریکا با تقاطع مواجه است؛ چرا که آمریکا از توانایی‌های خود آگاه است اما چندان مطمئن نیست که چگونه آنها را در عصر اطلاعات اعمال کند. فناوری مدرن و جذابیتش، سیاست‌سازان و مجریان را متمایل به تمرکززدایی از پیام و برعکس متمرکز شدن بر محیط کشت و عمل کرده است. ایالات متحده به‌دلیل وسعتش، سرعت آهسته‌ای در تطبیق خود با ارتباطات فناورانه مستمرا متغیر دارد. در

1. United States Information Service (USIS)
2. Broadcasting Board Governor (BBG)

واقع امروز افراد هستند که نسبت به تغییرات، زیرک‌تر، سریع‌تر و اغلب اثرگذارتر از دستگاه‌های حکومتی در گرفتن و ابلاغ پیام به محیط خارجی‌اند. پس این افراد هستند که قدرت اثرگذاری فراوانی دارند، از این رو ایالات متحده هم برای آمریکایی‌ها و هم برای افراد گوناگون آن سوی آبها بر اساس تفاوت‌هایشان معناسازی‌های گوناگونی می‌کند. بنابراین آمریکا یک برند معنایی واحد در جهان ندارد، بلکه دارای معانی متعدد و متنوعی است که ناشی از تعدد و تنوع مردم تشکیل‌دهنده آن می‌باشد. (Wallin, 2012, 1-34)

با نیل به این حقیقت که افراد در دنیای کنونی به دلایل عمده‌ای که ناشی از جهانی‌شدن است، اهمیتی فزاینده کسب کرده‌اند، سیاست‌گذاران دیپلماسی عمومی جدید نیز به قصد ارتباط و اثرگذاری بر توده مردم در کشورهای هدف، از هر دو گروه مردم داخلی و خارجی بهره‌برداری می‌کنند. کشوری مانند ایالات متحده که جمعیت اصلی‌اش به لحاظ تاریخی مجموعه عظیمی از مهاجران اولیه اروپایی است که امروز وطن اصلی خود را نه کشورهای اروپایی بلکه ایالات متحده آمریکا می‌دانند و خود را آمریکایی معرفی می‌کنند، نشان از قدرت رهبری داخلی افراد با ریشه‌های ملیتی گوناگون دارد، به طوری که از تمام آنها یک ملت واحد آمریکایی و یک رکن یک پارچه برای دولتی مستقل می‌سازد. علاوه بر آمریکایی‌ها، طی سال‌ها تا کنون، افراد مختلفی از کشورهای سراسر جهان به دلایل گوناگونی به آمریکا مهاجرت کرده‌اند که مانند هر خارجی در یک سرزمین میزبان به‌شمار می‌روند. این جمعیت‌های خارجی در ایالات متحده بسیار چشمگیرند. ایالات متحده با تجربه تاریخی خود در مدیریت اقوام گوناگون برای تشکیل یک وطن یک پارچه، سعی در مدیریت این افراد خارجی و بهره‌داری از آنها دارد. در این مقاله برآنیم تا چگونگی برنامه‌ریزی این کشور برای استفاده از این اجتماعات خارجی داخل‌نشین، در دیپلماسی عمومی جدید آمریکا را بررسی کنیم. در واقع زیرمجموعه‌ای از دیپلماسی عمومی جدید به‌نام دیپلماسی دیاسپورا مد نظر ماست که ابتدا به تعریف دیاسپورا و سپس دیپلماسی دیاسپورا می‌پردازیم.

### تعریف دیاسپورا و دیپلماسی دیاسپورا

ریشه این واژه به زبان یونانی برمی‌گردد که ترکیبی است از دو واژه Speirei به‌معنای



پراکنده شدن و Dia به معنای اطراف، دوروبر. (سایت: <http://oxforddictionaries>) دیاسپورا یا قوم پراکندگی، به اجتماعاتی از اقوام و ملیت‌ها گفته می‌شود که خارج از وطن اجدادی خود در سرزمین‌های دیگر ساکنند و در فاکتورهای حفظ هویت جمعی آنها؛ از جمله زبان، تاریخ، فرهنگ و در بسیاری موارد مذهب مشترک است. این واژه با این معنا در ابتدا در مورد یهودیانی به کار می‌رفت که بعد از تبعید تاریخی خود در سراسر جهان پراکنده شدند و امروزه با گسترش مهاجرت‌ها در اثر تقویت فرآیند جهانی شدن، مصادیق متعددی چون دیاسپورای هندی، چینی، آفریقایی، کارائیب و ... پیدا کرده است. رابین کوهن در کتاب *دیاسپورای جهانی خود انوعی را برای این پدیده فرض کرده* است که عبارتند از: دیاسپورای قربانی، تجاری، کارگر و مستعمراتی، که اجباری یا داوطلبانه با دلایلی چون رنج از آزار و اذیت‌های داخلی، تمایلات تجاری، کار و یا استعمار— که اکنون به شکل‌های دیگری باب است— از وطن خود به سرزمین‌های دیگر مهاجرت می‌کنند. (Cohen, 1997, 18)

این جمعیت مهاجر با سکنی گزیدن در سرزمین میزبانی که پاسخ‌گوی نیاز اصلی آنها و دلیل عمده ترک وطنشان است، همواره به وابستگی خود به سرزمین مادری اقرار می‌کنند و در ضمیر خود منتظرند تا در صورت مساعد شدن شرایط دوباره به موطن خود بازگردند. بدین سبب خود را در میان مردم میزبان، خارجی می‌پندارند و هیچ‌گاه یا تمایل ندارند و یا نمی‌توانند که به‌طور کامل جذب فرهنگ و هویت سرزمین میزبان شوند. چنان‌که الایزر بن رافائل در مقاله *دیاسپورای خود اشاره کرده است*، جدا شدن از وطن و زندگی طولانی‌مدت و نسل‌اندنسل در سرزمین بیگانه و نیاز به ارتباط با هر دو مکان، نوعی خودآگاهی ویژه به این اجتماعات دیاسپورا بخشیده است که هویت دوگانه و منعطف آنها را پرورش می‌دهد. همچنین دیاسپورا همواره در شرایطی است که به تولید و بازتولید نمودهای فرهنگی و هویت سیال خود می‌پردازد. این هویت منعطف و سیال همچون حلقه واسطی بین دو فرهنگ مادری و میزبان، منجر به نزدیکی فرهنگ‌ها و در نتیجه تسهیل و تسریع فرآیند جهانی شدن می‌گردد. (Be-Rafael, 2010, 2-5)

از طرفی دوگانگی در هویت، مسائلی چون بحران هویت را برای این اجتماعات رقم می‌زند و در کنار سایر مشکلات چون امکان مورد تبعض واقع شدن، عدم رابطه و هم‌زیستی سالم با مردم میزبان، افزایش فزاینده تشکیل اجتماعات دیاسپورا و ناتوانی وطن، کشور میزبان و جامعه جهانی

در حمایت و احقاق حقوقشان، احساس خطر حکومت‌ها از امکان اغتشاش و یا نفوذ و هر مشکل سیاسی دیگر از سوی دیاسپورا و ... آن را تبدیل به یک مساله جهانی کرده است که مردم کثیری را دربر می‌گیرد و یک کشور به‌تنهایی قادر به حل مشکلاتشان نیست. دیاسپورا به‌عنوان یک مساله جهانی، یک فرصت نیز محسوب می‌شود که موضوع بحث و تبادل نظر در بسیاری کنفرانس‌های جهانی و نیز مورد مطالعه در دانشگاه‌های مختلف به‌عنوان رشته یا برنامه مطالعاتی مدت‌دار بوده است. اما به‌ثمر نشستن فرصت‌های برآمده از تشکیل دیاسپورا منوط به برنامه‌ریزی‌های ملی و بین‌المللی می‌باشد و در این صورت است که قادر به تسریع روند توسعه و پویاتر شدن اقتصاد بین‌المللی و پروسه جهانی شدن اقتصاد، صلح‌سازی و نیز انتقال فرهنگ‌ها و تقویت روابط ملیت‌های گوناگون با هم و ایفای نقش در برنامه‌های دیپلماسی عمومی می‌گردد. در این مقاله، دیاسپورا را از نقطه‌نظر قابلیت‌های آن در دیپلماسی عمومی مورد بررسی قرار داده‌ایم.

در چند دهه گذشته، اصطلاح دیاسپورا با مسائلی چون تحرک جهانی، جابه‌جایی‌های متعدد، پیشرفت‌های فناورانه و آگاهی پسامدرن، پیچیده شده و در آمیزش با این پدیده‌ها دسته‌بندی‌های مختلفی از انواع دیاسپورا صورت گرفته که در تمامشان فرض اساسی این است که دیاسپورا دربرگیرنده دو مفهوم اساسی هویت و تعلق خاطر می‌باشد. تفکر پیرامون رمز و راز خود، جست‌وجوی یک الگوی هسته‌ای شامل تصویری از وطن و یک هویت متمرکز، از ویژگی‌های درونی دیاسپوراست که همواره زاینده‌سوالاتی از این قبیل شده که من کیستم؟ وطن کجاست؟ من به کجا تعلق دارم؟ برخی بر این نظرند که این ویژگی، خواستگاه پویایی دیاسپوراست و خود یک انرژی محسوب می‌شود؛ چرا که آنها را همواره باز و روان نگه می‌دارد، مانند رودی که ذات خود را حتی با تغییر حفظ می‌کند، جریان دارد، متصل می‌گردد و تازه می‌شود.

از طرفی - هرچند تمایل قلبی دیاسپورا به موطن اصلی خود همواره در گوشه‌ای از افکار و احساساتشان وجود دارد- برخی از اجتماعات دیاسپورا بر این عقیده‌اند که انتخاب سرزمینی غیر از وطن اصلی خود برای مرگ، نشان شجاعت و افتخارشان است و دیاسپورا بودن یک تراژدی نیست، بلکه وعده زندگی و صلح است. چنان‌که استوارت هال و پاول گیلروی می‌گویند، با جهانی شدن، همه ما دیاسپوریک هستیم. (Fernandez, 2009, 29-36)

بنابراین با دو گروه عمده از دیاسپورا روبه‌رویییم: گروهی که دغدغه‌شان بازگشت به وطن است و گروهی که با وجود حب وطن، از زندگی در سرزمین بیگانه رضایت دارند و علاقه‌شان ماندن در همان مکان است. برای گروه اول، می‌توانیم دیاسپورای فلسطینی‌ها را مثال بزنیم که بر اساس تقسیم‌بندی کوهن، در دسته دیاسپورای قربانی قرار می‌گیرند و بعد از اشغال سرزمینشان آواره کشورهای دیگر شدند و هر آن در انتظار بهبود شرایط برای بازگشتند. مثال مناسب برای گروه دوم، بخشی از دیاسپورای یهودیان در ایالات متحده آمریکا است که بعد از تشکیل دولت از طرف صهیونیسم، حاضر نشدند چون سایر یهودیان به سرزمینی که ادعا می‌کردند موطنشان است برگردند و استدلالشان هم این بود که آمریکا برای آنها بهشت آرزوهاست. در توضیح برای گروه اول؛ امروز در کشورهای گوناگون تظاهرات ضدصهیونیستی در ایام خاص صورت می‌گیرد و حضور دیاسپورای فلسطینی در آن کشورها بر گرمی و تداوم این عمل سیاسی مردمی می‌افزاید. در خصوص گروه دوم؛ حضور دیاسپورای یهودیان و سرمایه‌گذاری‌ها و حمایت‌های مالی‌شان در ایالات متحده آمریکا، مهره اثرگذاری در سیستم سیاسی و اقتصادی این کشور محسوب می‌شود. اما علاوه بر اینکه به نفع این کشور است، می‌تواند به‌عنوان یک اهرم فشار علیه آن نیز باشد. اسرائیل بر دیاسپورای خود در آمریکا اینگونه کار کرده است که در صورتی که آمریکا به خواسته‌ای از خواسته‌های او عمل نکند، دیاسپورای یهودیان در آن کشور، دست از حمایت‌های خود اعم از مالی و غیره بکشند.

پس دیاسپورا می‌تواند یا به نفع وطن خود یا سرزمین میزبان و یا هر دو اثرگذار باشد. اینکه کشورها بکوشند با برنامه‌ریزی، از ضرر احتمالی دیاسپورا بکاهند و حداکثر استفاده را از این اجتماعات به نفع سیاست خارجی خود ببرند، مستلزم به‌کار بردن دیپلماسی عمومی جدید و زیرمجموعه آن یعنی دیپلماسی دیاسپورا هستند.

استفاده از دیاسپورا به‌عنوان ابزاری برای دیپلماسی عمومی، دیپلماسی دیاسپورا نامیده می‌شود. دیپلماسی دیاسپورا را به دو شکل عمده می‌توان یافت: شکلی که از سوی وطن بر ملت خود در خارج از مرزها اعمال می‌شود؛ و شکلی که توسط کشور میزبان بر اجتماعات خارجی مقیم در آن به‌کار می‌رود.

در شکل اول (که از سوی کشور وطن اعمال می‌شود)، دیاسپورا می‌تواند هم به‌عنوان یک ابزار و هم به مثابه یک هدف توسط دولت بومی خود برای فشار بر کشور میزبان استفاده شود. دیپلماسی دیاسپورا از سوی کشور فرستنده سعی در حصول این اطمینان دارد که ارتباطات نزدیک با جمعیتش در خارج از مرزها حفظ گردد و ذهنیت آنها نسب به وطن همچنان مطلوب بماند. به‌علاوه سرمایه‌گذاری در میهن را در بینشان تشویق و تقویت کند و از آنها برای ترویج تصویری مثبت از کشورشان و انتقال فرهنگ به کشور پذیرنده استفاده نماید. دیپلماسی دیاسپورا درصدد فعال‌سازی پتانسیل این اجتماعات خارج‌نشین در تبدیل‌شدن به قدرتی برای پی‌گیری منافع میهن است. یکی از نمونه‌های موفق در به‌کارگیری این دیپلماسی، رژیم غاصب اسرائیل می‌باشد که گره‌های ارتباطی محکمی با دیاسپورایش در سراسر جهان بسته و اغلب از آنها برای پی‌گیری منافع خود بهره‌برداری می‌کند (در واقع تا چندین پیش یک وزارت‌خانه مخصوص امور دیاسپورا داشت که در ۲۰۱۳ بسته شد و به جای آن بخشی در دفتر نخست‌وزیر با این‌عنوان فعال گشت. این عمل نارضایتی برخی از دیاسپورای یهودی را برانگیخت). (Arieh, 2013)

همچنین چین با بیش از ۴۰ میلیون چینی خارج‌نشین، که بزرگ‌ترین دیاسپورای جهان را در بیش از ۱۳۰ کشور تشکیل داده‌اند، مثال جالبی است. آنچه که قابل توجه است، مشارکت گسترده چینی‌ها در دیپلماسی عمومی است، چنان‌که برخی آن را در آستانه بیش‌فعالی می‌انگارند. چین در مسائل ویژه‌ای از دیاسپورای خود استفاده کرده و می‌کند؛ به‌طور مثال تظاهرات گسترده دیاسپورای چینی‌ها در برابر تحریم بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ پکن و حمایت از برگزاری آن، یا نمونه دیگری چون تلاش دیاسپورا و لابی‌گری برای الحاق مسالمت‌آمیز تایوان به چین. (Where does the Diaspora ..., 2011)

در شکل دوم (که از سوی کشور میزبان اعمال می‌شود)، کشورهای میزبان به دیاسپوراها بیشتر به‌مثابه اجتماعات فعال سیاسی و گروه‌های ذی‌نفع می‌نگرند؛ گروه‌هایی که لابی‌هایی برای صلح و مداخله و حمایت‌های مالی برای بازسازی‌های پس از جنگند. اعضای این گروه‌ها هرچند از درگیری‌های واقعی به‌دورند، بسیار فعال می‌باشند. در واقع در فضای جنگ مجازی زندگی می‌کنند و به‌دنبال ایجاد یک وطن امن هستند. آنها می‌توانند آگاهی از نقض حقوق سیاسی و

حقوق بشر را بالا برده و به‌عنوان مشاوران گروه‌های در حال ستیز و تسهیل‌کنندگان روابط بین کشور میزبان و کشور فرستنده عمل کنند. کشورهای میزبان برای استفاده از پتانسیل دیاسپوراها برای رسیدن به نتایج بهتر در منازعات با دولت‌ها می‌کوشند (این می‌تواند یا با پرورش و جذب دیاسپورا در جبهه خود باشد و یا با میانجی گرفتن آنها در روابط). از طرفی، کشور میزبان باید از مشکلات و درگیری‌های داخلی کشور وطن به‌خوبی آگاه باشد تا بتواند دیاسپورا را درک نموده و خوش‌خدمتی کند. هنر کشور پذیرنده این است که به‌جای تعصب بر تفاوت‌ها، این اقوام پراکنده را به کار بگمارد. به علاوه، درخواست همکاری از دیاسپورا و استخدامشان می‌تواند به بهبود اعتماد میان کشور فرستنده و پذیرنده، جامعه‌سازی و ارتباطات دوطرفه کمک کند. کشور میزبان با سرمایه‌گذاری بر دیاسپورا و نشان دادن خود به‌عنوان یک حامی، بر محبوبیت جهانی خود می‌افزاید. (Sadie, May Davis, 2010)

آنچه که در ادامه بدان خواهیم پرداخت، نمونه دیپلماسی دیاسپورا در شکل دوم آن است.

### دیاسپورا و دیپلماسی دیاسپورا در آمریکا

طی ۴۵ سال گذشته تعداد افرادی از سراسر جهان که خارج از کشور اصلی خود زندگی می‌کنند، حدوداً سه برابر شده؛ یعنی از ۷۶ میلیون به ۲۱۵ میلیون نفر رسیده است. در ۲۰۱۲ این دیاسپورای جهانی بیش از ۵۳۴ میلیون دلار به دوستان و خانواده‌های خود در کشورهای در حال توسعه می‌فرستادند. در این میان ایالات متحده آمریکا دربرگیرنده بیشترین تعداد اعضای دیاسپورای جهانی از تقریباً همه کشورهاست. در واقع همه آمریکایی‌ها دارای ریشه مهاجر هستند. اعضای دیاسپورای جهانی به‌طور بالقوه همچون سفیر غیررسمی کشورهای خود عمل می‌کنند، اما متأسفانه نفوذ دیپلماتیک و اثرگذاری دیاسپورا بر توسعه، تا حد زیادی نادیده گرفته می‌شود. (International diaspora Engagement Alliance)

سوسانا گراوز، ۲۰ مورد از بزرگ‌ترین اجتماعات دیاسپورا در ایالات متحده را برشمرد، رتبه‌بندی نموده و تعداد اعضای هر یک را برآورد کرده است که به‌ترتیب جمعیت عبارتند از: دیاسپورای آلمانی، ایرلندی، مکزیکی، انگلیسی، ایتالیایی، لهستانی، فرانسوی، پورتوریکه، هلندی،

چینی، نروژی، سوئدی، فیلیپینی، هندی، کانادایی، السالوادور، کوبایی، ویتنامی، کره‌ای و جمهوری دومینیکن‌اند که در جدول شماره یک تعداد هریک ثبت شده است. ترکیب دیاسپوراها در ایالات متحده آمریکا نشان از سنت دیرینه استقبال از مهاجران در این کشور دارد. اکثریت قریب به اتفاق مهاجران آمریکا در قرون ۱۹ و ۲۰ از اروپا آمده‌اند. در نیم قرن گذشته نیز، مهاجرت به ایالات متحده از نیم کره غربی و آسیا افزایش یافته است. (Groves, 2013)

بیان شد که یکی از خصوصیات دیاسپورا عدم تمایل یا توانایی به جذب کامل در سرزمین میزبان است و همواره به نحوی سعی در جست‌وجوی هویتی مستقل و مشخص دارد که آن را به موطن اصلی خود مرتبط می‌سازد. این ویژگی را می‌توان در واقعیت زندگی دیاسپورا دید: بر اساس روش‌های مهم و متنوعی که در سرشماری داده‌ها استفاده می‌شود، مشخص شده که برخی سازمان‌های دیاسپورا در آمریکا بر ساخت و اداره کمپین‌های آموزشی سرمایه‌گذاری می‌کنند تا این اطمینان حاصل شود که اعضای دیاسپورایی که بدان‌ها وابسته‌اند، خود را از یک اصل و نسب می‌دانند و در واقع اصالت خود را حفظ می‌کنند. برای مثال با توجه به اینکه اکنون تعداد آمریکاییان ایرانی تبار، دو تا سه برابر بیشتر از میزان گزارش شده در ۲۰۰۰ است (با تلاش ائتلافی از انجمن‌های غیرانتفاعی ایرانیان آمریکا، اداره سرشماری فدرال، آمار ایرانیان مقیم این کشور را منتشر کرد. براساس آمار، تعداد افرادی که در سرشماری ۲۰۱۰ خود را دارای قومیت ایرانی معرفی کردند، بالغ بر ۲۸۹ هزار و ۴۶۵ نفر است که بیشترین تعداد آنها در غرب آمریکا با ۱۷۹ هزار و ۲۱۰ نفر جمعیت گزارش شده است. در این سال جمعیت کل ایالات متحده ۳۰۸ میلیون و ۷۴۵ هزار و ۵۳۸ نفر گزارش شد که ۷/۹ درصد نسبت به سرشماری ۲۰۰۰ افزایش نشان می‌داد)، (پایگاه خبری تحلیلی/انتخاب، ۱۳۹۱) تعدادی از سازمان‌های دیاسپورای ایرانی با کنار گذاشتن اختلافات سیاسی تند خود، سعی در تشکیل ائتلاف ایرانیان در ۲۰۱۰ نمودند تا نفوذ و به رسمیت شناخته شدن خود را در جامعه آمریکا افزایش دهند. جدای از تلاش‌های اینچنینی در راستای حفظ هویت مشترک، اجتماعات دیاسپورا به طرق مادی نیز رشته‌های ارتباطی با موطن خود را حفظ می‌کنند، چنان‌که براساس محاسبات بانک جهانی در ۲۰۱۱ دیاسپوراها مستقر در ایالات متحده نزدیک به ۵۱/۶ میلیارد دلار وجه ارسالی؛ یعنی حدود

سدهم درصد از تولید ناخالص GDP آمریکا را به دوستان و اقوام خود در وطن اصلی و یا سایر کشورها فرستادند. به علاوه، اعضای این دیاسپوراها در سرمایه‌گذاری، ایجاد و حمایت از کسب و کار، کمک‌های خیریه و فعالیت‌های داوطلبانه، پشتیبانی از احزاب سیاسی، مبارزه برای حقوق بشر و حکومت‌داری خوب، ترویج آشتی پس از جنگ، شرکت در رای‌گیری‌ها و فعالیت در اداره‌ها و مراکز مرتبط با وطن اصلی خود می‌توانند کنشگران قدرتمندی باشند. (Groves, 2013)

حال سوال اینجاست که ایالات متحده چگونه برای مدیریت دیاسپورا در سرزمینش به‌نفع خود برنامه‌ریزی می‌کند؟ هرچند آمریکا از ابتدا به صورت غیررسمی بر اجتماعات دیاسپورا نظارت داشته و برنامه‌ریزی می‌کرد، اما جدیدترین اقدام رسمی آن در راستای عملی کردن دیپلماسی دیاسپورا، طرح هیلاری کلینتون، وزیر امور خارجه سابق ایالات متحده، بود که یک سازمان غیرانتفاعی و غیرحزبی به نام تعهد برای اتحاد بین‌المللی دیاسپورا (IDEA) در مراسم افتتاحیه انجمن دیاسپورای جهانی (GDF) وزارت امور خارجه این کشور، که یک گردهمایی سالانه برای دیاسپوراست، در سال ۲۰۱۱ راه‌اندازی کرد. در این مراسم، برخی سران اجتماعات دیاسپورا، مقامات دولتی ایالات متحده، ذی‌نفعان بخش خصوصی، نمایندگان نهادهای بین‌المللی، فعالان موسسات خیریه، کارشناسان علمی و اعضای سازمان‌های غیرانتفاعی حضور داشتند. این سازمان تازه‌تاسیس، از طریق مشارکت بین دو بخش دولتی و خصوصی یعنی آژانس توسعه بین‌المللی وزارت امور خارجه آمریکا<sup>۱</sup> و موسسه سیاست مهاجرت<sup>۲</sup> اداره می‌شود. IDEA مدعی تشویق و ترویج ابتکارات دیاسپورا محور در کارآفرینی، فعالیت‌های داوطلبانه، بشردوستانه، دیپلماسی و نوآوری‌های اجتماعی در کشورها و مناطق منشاء دیاسپورا است. بنیاد ابتکارات آموزشی و رسانه‌ای نیز به‌عنوان بخشی از این سازمان در مارس ۲۰۱۳ پذیرفته شد. این سازمان یکی از فعالیت‌های خود را کمک به آنها برای بازگشت به سرزمینشان یا ارایه خدمات به آن معرفی کرده و معتقد است که این جوامع می‌توانند کمک‌های حیاتی هرچند کمتر شناخته شده‌ای را به وطنشان بفرستند و نیز اهدافی را با حکومت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و نیز حوزه تجاری کشور فرستنده به اشتراک بگذارند؛ از جمله:

1. U.S. Agency for International Development
2. the Migration Policy Institute

رشد اقتصادی گسترده، جامعه مدنی موفق، مشارکت گسترده در حکومت‌داری خوب، دسترسی به بازارهای جهانی برای کسب مهارت‌ها و سرمایه‌های مالی، همکاری‌های تجاری قوی و مشارکت رو به رشد در علم، فناوری و نوآوری‌های ارتباطات. بسیاری از این گروه‌های دیاسپورا در حال فعالیت برای کسب اثرگذاری بیشتر و صدایی بلندتر در امور مربوط به کشور خود می‌باشند و IDEA آنها را به طرق زیر حمایت می‌کند: ([http:// diasporaalliance](http://diasporaalliance))

- یافتن و گردآوری یار و شریک: ایجاد شبکه‌ای از دیاسپورا به همراه بخش‌های خصوصی، غیرانتفاعی و حکومتی در جلسات و کنفرانس‌های سازمان.

- بسیج منابع: سازمان از طریق یافتن شرکا و همراهان، به اجتماعات دیاسپورا کمک می‌کند تا به منابع جدیدتر دسترسی پیدا کنند و آنها را به رقابت‌های تجاری مانند بازار دیاسپورای آفریقایی یا بازار دیاسپورای کارائیب متصل می‌کند. در واقع سعی در یافتن منابع مالی برای آنها دارد.

- توسعه ظرفیت و توانایی‌ها: ارایه کمک‌های فنی و آموزشی برای آن دسته از اعضای دیاسپورا که در برنامه‌های سازمان شرکت می‌کنند. به‌علاوه وبسایت IDEA به آنها کمک می‌کند تا همواره خود را با آخرین داده‌ها و تحلیل‌ها در خصوص روند تعامل و فرصت‌های موجود برای همکاری به‌روز کنند.

- پروژه‌های اجرایی: این سازمان با شرکای خود پروژه‌هایی را در راستای اهدافشان طراحی می‌کند. اعضای دیاسپورا می‌توانند از طریق وبسایت از این برنامه‌ها مطلع شده و در صورت تمایل، درخواست شرکت کنند.

در تحلیل این سازمان، مقدم بر هرچیز، اهمیت دیاسپورا برای دستگاه حکومتی ایالات متحده روشن می‌شود. سرمایه‌گذاری، یارگیری، برنامه‌ریزی و فعالیت جدی دولت برای مدیریت دیاسپورا در این سازمان مشهود است. در واقع حضور فعال چنین مرکزی و جذب هرچه بیشتر اعضای دیاسپورا در آن با وعده‌هایی چون سامان‌دهی آنها، کمک برای توسعه و پیشرفت و مساعد نمودن شرایط وطنشان برای بازگشت و یا امکان ارتباط و ارایه خدمات به اقوام و خانواده‌هایشان و پی‌گیری پروژه‌های گوناگون برای پاسخ‌گویی به نیازهای دیاسپورا از طریق بسیج منابع، نخست اعتماد اجتماعات دیاسپورا نسبت به ایالات متحده را افزایش می‌دهد؛ و دوم، مولد وجهه مثبت و



محبوبیت در جامعه بین‌المللی برای آمریکا است. ضمن اینکه به‌مرور اعضای دیاسپورا تحت آموزش این سازمان، خواسته یا ناخواسته مطابق خط‌مشی‌های آن عمل خواهند کرد. از طرفی با وجود چنین سازمانی که بتواند این اقوام پراکنده را گرد خود جمع‌آوری کند، مدیرانشان به‌مراتب ساده‌تر خواهد شد و افکار و رفتارشان تحت کنترل قرار خواهد گرفت. در واقع آمریکا با این سازمان خواهد توانست ارتشی از تمام کشورهای دنیا برای پیشبرد مقاصدش در سراسر جهان بسازد؛ چرا که هریک از اجتماعات دیاسپورا نماینده و رابطی بین کشور فرستنده با کشور پذیرنده هستند.

رابرت هُرمتر، معاون وزیر امور خارجه ایالات متحده در رشد اقتصادی، انرژی و محیط زیست، معتقد است که اجتماعات دیاسپورا دارای روحیه قوی ریسک‌پذیری، تشکیل شبکه‌های شخصی و حرفه‌ای و انگیزه برای بهبود استانداردها برای وطنشان هستند. وی در ۱۴ می ۲۰۱۳ در انجمن دیاسپورای جهانی، بر دیاسپورای خاورمیانه در ایالات متحده تاکید کرده و آنها را بسیار مهم تلقی نمود و از اهمیت آنها برای توسعه و پیشرفت خاورمیانه سخن راند و کشورهای خاورمیانه را به استفاده از دیاسپورایشان در آمریکا برای سرمایه‌گذاری و تجارت تشویق کرد. هُرمتر در خلال صحبت‌هایش از دیاسپورای ایرانی و مصری نام برد که در حال حاضر (۲۰۱۳) به ترتیب ۴۷۰ هزار و ۲۰۰ هزار نفر جمعیت دارند و این را به نفع آمریکا برآورد کرد و اضافه نمود که فارغ‌التحصیلان ایرانی دانشگاه فنی و تکنولوژیک کالیفرنیا بیش از هر جای دیگر در دنیا هستند. همچنین در طول دهه گذشته، دیاسپورای ایرانی‌های آمریکا در کارگاه‌های آموزشی آکادمی ملی علوم ایالات متحده ذیل موضوعات متعددی چون بیماری‌های غذایی، حفاظت از آب، بازیافت، محیط زیست دریای خزر، پیش‌بینی و مدیریت خشک‌سالی، بهبود واکنش در برابر زلزله و غیره همکاری‌های فوق‌العاده‌ای داشته‌اند. وی با اشاره به موضوعاتی از این قبیل، در آخر چنین اظهار نظر کرد که دیاسپورای ایرانی یکی از معنادارترین راه‌ها برای ایجاد و حفظ ارتباط بین ایالات متحده و ایران است. هُرمتر دعوت، استقبال و احترام به افرادی را که مایلند برای یک زندگی جدید، کسب و کار، شرکت در فناوری، کمک و همکاری در علوم پزشکی و غیره به آمریکا بیایند، یک نیاز برای ایالات متحده خواند. (McConnell, 2013)

با تامل در مطالب فوق، مشخص می‌شود که آمریکا علاوه بر نظارت و مدیریت کلی بر

اجتماعات دیاسپورا، نگاه‌گزینی نیز نسبت به آنها دارد. در حال حاضر، دیاسپورای خاورمیانه به‌ویژه ایران و مصر از اهمیت ویژه‌ای برای این کشور برخوردار است. در واقع، آمریکا با دیپلماسی دیاسپورا سعی در تقویت و پی‌گیری سیاست خارجی خود در این منطقه دارد. باز کردن روزه‌های ارتباطی با کشورها از طریق دیاسپورایشان در آمریکا، نفوذ در کشورها از طریق اعضای دیاسپورا با بهانه‌هایی همچون کمک به برطرف‌شدن مشکلات وطن برای مساعدشدن راه بازگشت، جلوگیری از تظاهرات، جنبش‌های خودجوش و فعالیت‌های دیاسپورا علیه آمریکا و ... از اهداف پایه‌ای دیپلماسی دیاسپورای آمریکاست. ضمن اینکه اهداف اقتصادی، فناورانه و علمی این کشور نیز با حمایت از این اجتماعات و تشویق و تقویت قوای بالقوه و منحصر به‌فرد هر یک از آنها در این حوزه‌ها به ثمر می‌نشیند.

### نتیجه‌گیری

رهبری جهانی واقعی در دنیای امروز، رهبری ملت‌ها در سراسر جهان است. اما با توجه به خودآگاهی توده‌ها، این مهم نه با دیالوگ و پیام‌رسانی صرف، بلکه با تعامل و رابطه دوطرفه برقرار خواهد شد. اینجاست که دیپلماسی عمومی جدید مطرح می‌شود؛ یعنی پی‌گیری منافع و سیاست خارجی از طریق سرمایه‌گذاری بر مردم کشور هدف به صورتی فعال و دوجانبه، به‌طوری که ملت‌ها به‌صورت خودجوش و آگاهانه در راستای مسیرهای مشخص شده حرکت کرده و دولت‌هایشان را به‌دنبال خود بکشند. با گسترش مهاجرت‌ها و تشکیل هرچه بیشتر اجتماعات دیاسپورا در سرزمین‌های گوناگون، دسترسی به ملل مختلف هموارتر گشته است. بنابراین اعمال دیپلماسی عمومی جدید در قالب دیپلماسی دیاسپورا صورت می‌گیرد. در این اقدام، دیاسپورا هم سوژه خواهد بود هم ابژه. می‌تواند هم ابزار کشور فرستنده باشد و هم کشور پذیرنده. ابژه است از این جهت که می‌تواند تحت کنترل و برنامه‌ریزی و آموزش قرار گیرد. سوژه است از این بابت که می‌تواند در راستای منافع هر دو کشور وارد عرصه عمل گردد.

دیپلماسی دیاسپورا علاوه بر توانایی گشایش در زمینه توسعه و پیشرفت چه در سرزمین وطن و چه در سرزمین میزبان، قابلیت ایجاد تحول در روابط بین‌الملل را به‌نحوی متفاوت دارد.

فرهنگ‌سازی جهانی از طریق دیپلماسی دیاسپورا میسر است و رهبری جهانی با رهبری دیاسپورا آغاز می‌شود. اما برای تحقق همه اینها، دیپلماسی دیاسپورا نیازمند سازمان‌دهی و تقویت سخت‌افزاری است. چنان‌که به تازگی در ایالات متحده اقدام شد و هیلاری کلینتون سازمانی را با مدیریت هر دو بخش دولتی و خصوصی برای مدیریت دیاسپورا راه‌اندازی نمود. IDEA سازمان تعهد برای اتحاد بین‌المللی دیاسپورا، با ادعای تشویق و ترویج ابتکارات دیاسپورا محور در کارآفرینی، فعالیت‌های داوطلبانه، بشردوستی، دیپلماسی و نوآوری‌های اجتماعی در کشورها و مناطق منشاء دیاسپورا نمونه جالب توجه و جدیدی است که نیروی بالقوه دیاسپورا را مورد حمایت مادی و معنوی قرار داده و غیرمستقیم اعضای را که زیر چتر خود گردآوری می‌کند، متمایل به سیاست‌های داخلی و خارجی دولت خود کرده و ضمن کنترل آنها و جلوگیری از هرگونه آشفتگی و اغتشاش داخلی، از آنها به‌عنوان پل رابط با کشور مادرشان و تسهیل‌کننده روابط دو کشور بهره می‌برد. همچنین آمریکا با حمایت از دیاسپورای دیگر کشورها، عرفاً عمل متقابل را می‌طلبد و انتظار دارد از دیاسپورای او نیز حمایت شود. هرچند خود با سایر روش‌ها از جمله از طریق کنسولگری‌هایش دیاسپورای خود در سرزمین‌های بیگانه را به‌شدت زیر نظر داشته و حراست می‌کند. هرچند دیاسپورای آمریکا همچون اکثریت ملت این کشور چندان علاقه‌مند به سیاست نیستند، اما به صرف آمریکایی بودن و فرهنگ خاص خود، سفیر غیررسمی قدرتمندی برای کشورشان محسوب می‌شوند. در واقع، آمریکا دیپلماسی دیاسپورای ایالات متحده، دوسویه است: از یک طرف مدیریت دیاسپورای مهمان از سایر کشورها، از دیگر سو، مدیریت دیاسپورای خود در سرزمین‌های بیگانه.

سازمان IDEA با جدیت در حال رشد و تقویت خود است. حال باید دید تا چه میزان در آینده موفق خواهد بود و چه سازمان‌های رقیبی برای آن به‌وجود خواهد آمد؟

جدول شماره یک: تخمین جمعیت بیست مورد از بزرگترین اجتماعات دیاسپورا در آمریکا

Estimates of the Top Twenty Largest Diaspora Populations in the U.S		
Rank	Origin	Population Size
1	Germany	48/088/000
2	Ireland	39/285/00
3	Mexico	34/824/000
4	United Kingdom	33/243/000
5	Italy	17/433/000
6	Poland	9/472/000
7	France	8/635/000
8	Puerto Rico	5/410/000
9	Netherlands	4/462/000
10	China	4/398/000
11	Norway	4/391/000
12	Sweden	4/036/000
13	Philippines	3/627/000
14	India	3/472/000
15	Canada	3/176/000
16	El Salvador	2/271/000
17	Cuba	2/121/000
18	Vietnam	1/999/000
19	Korea	1/825/000
20	Dominican Republic	1/751/000

## منابع:

۱. پایگاه خبری تحلیلی انتخاب (اردیبهشت ۱۳۹۱)، چه تعداد ایرانی مقیم آمریکا هستند؟، کد خبر ۶۳۷۲۳۰۳۱،

<http://www.entekhab.ir/fa/news/63723>

2. Ben-Rafael, Eliezer(2010), "Diaspora", Entry in Sociopedia ISA sage.

3. Cohen, Rabin(1997), Global Diasporas: An Introduction, London: USL press.

4. Cull, Nicholas J.(2009), Public Diplomacy: Lessons from the Past, Los Angeles, Figueroa Press.

5. Fernandez, Jane(2009), Diasporas, Critical and Inter-Disciplinary Perspectives, Inter-Disciplinary Press Oxford, United Kingdom.

6. Fitzpatrick, Kathy R.(2001), US Public Diplomacy in a Post-9/11 World: from Messaging to Mutuality, Los Angeles, Figueroa Press, Septembre.

7. Groves, Susanna(13 March 2013), America's Largest Diaspora Populations, at <http://diasporaalliance.org/americas-largest-diaspora-populations/>

8. International diaspora Engagement Alliance at: <http://www.state.gov/s/partnerships/diaspora/>

9. International Diaspora Engagement Alliance (IDEA), <http://diasporaalliance.org>

10. McConnell, Kathryn(15 May 2013), U.S. Diaspora Communities Could Strengthen Middle East Nations, at: <http://iipdigital.nsembassy.gov>

11. Nakamura, Kennon H. & Matthew C. Weed(2009), US Public Diplomacy: Background and Current Issues, Congressional Research Service.

12. Nuga-Gur-Arieh(7 may 2013), Israel Ministry of Public Diplomacy and Diaspora Affaires has Officially Closed its Gates, Jewish Journal, at: [http://www.jewishjournal.com/blog/item/israel\\_ministry\\_of\\_public\\_Diplomacy\\_and\\_diaspora\\_affaires\\_has\\_closed\\_its\\_gat](http://www.jewishjournal.com/blog/item/israel_ministry_of_public_Diplomacy_and_diaspora_affaires_has_closed_its_gat)

13. Sadie, May Davis(26 August 2010), Engaging Diasporas for Improved International Relations, at: <http://www.exchangediplomacy.com/davis-2>

14. United States Information Agency, Archives, University of north Texas libraries, at: <http://govinfo.library.unt.edu/npr/library/status/mission/musia.htm>

15. Wallin, Matthew(2012), The New Public Diplomacy Imperative, America's vital need to Communicate Strategically, New York: ASP, at: <http://www.scribd.com/>

doc/101951341/The-New-Public-Diplomacy-Imperative

16. Where does the Diaspora fit in with Public Diplomacy? 20 March 2011, at <http://publicandculturaldiplomacye.blogspot.co.uk/2011/03/where-does-diaspora-fit-in-with-public.html>

17. <http://oxforddictionaries.com/definition/english/diaspora?q=diaspora>