

دیپلماسی سلبریتی^۱ و جذابیت و ساده سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه

یاسر کهرازه^۲، آرش بیدالله خانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷، ۰۲، ۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷، ۱۱، ۰۲

چکیده

دیپلماسی سلبریتی ابزار اساسی جذب و جلب توجه افکار عمومی به مسائل و بحران‌های سیاست بین‌الملل است. در طول دو دهه گذشته، سلبریتی‌ها به طور فزاینده‌ای از قدرت و شهرت خود برای جلب توجه جهانی به مسائل مهم بین‌المللی مانند فقر، بحران بدهی‌ها، بیماری‌های واگیر دار و مسری، جنگ و ... استفاده کرده‌اند و بر همین مبنا، به عنوان دیپلمات‌های سلبریتی شناخته شده‌اند. این امر ساختار نخبه‌گرایانه دیپلماسی سنتی و متعاقباً سیاست بین‌الملل را کاهش داده است

۱- برای جلوگیری از پیچیدگی و همچنین ساده سازی ، پژوهش حاضر از واژه سلبریتی استفاده می‌کند. بر همین مبنا به جای استفاده از معنای فارسی واژه سلبریتی یعنی افراد مشهور ، از خود واژه سلبریتی استفاده می‌شود که نشان دهنده مفهوم شناسی اساسی فرآیند سلبریتی در مطالعات فرهنگی است. بر همین اساس سیاست سلبریتی اشاره دارد به فرآیندهای عوامانه کردن و ساده سازی سیاست. در فارسی نیز مطالعات سلبریتی تقریباً جدید بوده و اکثر پژوهشها نیز از بعدی ژورنالیستی به این مفهوم پرداخته‌اند. علاوه بر سیاست سلبریتی از مفهوم سیاست شهرت نیز می‌توان استفاده کرد که البته باید به تفاوت‌های بحث شهرت (Reputation) با بحث سلبریتی (Celebrity) دقت کرد. سلبریتی بیشتر یک فرآیند مفهومی است که از طریق شهرت بر اشخاص مختلف در حوزه‌های متفاوت بار می‌شود. شهرت در اینجا بر مبنای عمومی سازی جنبه‌های مختلف زندگی فردی، شخصی و عمومی فرد است. در فارسی دیپلماسی سلبریتی ترجمه‌های مختلفی داشته که نمود کامل این مفهوم را نمی‌رساند. به عنوان مثال ترجمه دیپلماسی مشاهیر از جمله ترجمه‌هایی است که نمی‌تواند تمام ابعاد دیپلماسی سلبریتی‌ها را در برگیرد و اصولاً کلمه مشاهیر بیشتر بر بعد علمی و احترام آمیز شخصیت افراد مشهور حکایت دارد و این ترجمه سلبریتی‌های دیگر از جمله ورزشکاران، بازیگران، خوانندگان و دیگر افراد مشهور حوزه‌های گسترده صنعت سرگرمی را در بر نمی‌گیرد. بر همین مبنا این پژوهش از کلمه سلبریتی استفاده می‌کند تا وجه اصلی مفهوم به خواننده منتقل شود.

۲. نویسنده مسئول، عضو هیئت علمی گروه علوم سیاسی دانشگاه آزاد واحد زاهدان، زاهدان، ایران kahrazeh@iauzah.ac.ir

۳. دانش آموخته دکتری علوم سیاسی دانشگاه تهران و مدرس دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده حقوق و علوم سیاسی. مشهد،

ایران

و توجه عامه را به مسائل مهم آن جلب می‌کند. فعالیت دیپلماتیک سلبریتی‌ها حوزه‌های سیاسی غیر رسمی در سیاست بین‌الملل را گسترش می‌دهد و مفاهیم و موضوعات بین‌المللی روز را به مرکز گفتمان روزمره مردم عادی منتقل می‌کند و به مسائل سیاست بین‌المللی بعدی زیبایی‌شناسانه می‌دهد. بر همین اساس سوال اساسی پژوهش حاضر این است که دیپلماسی سلبریتی چه تاثیری بر سیاست بین‌الملل دارد؟ در پاسخ به این سوال و با روشی توصیفی-تحلیلی، فرضیه پژوهش حاضر بر این امر تاکید می‌کند که فعالیت دیپلماتیک سلبریتی‌ها در سیاست بین‌الملل باعث افزایش توجه و تمرکز افکار عمومی و شهروندان عادی به مسائل بین‌المللی و بحرانهای سیاسی می‌شود. توجه و تمرکز که در غیر این صورت و از طریق دریچه و روندهای دیپلماسی سنتی و رسمی-دولتی غیر ممکن بود.

واژه‌های کلیدی: سیاست، بین‌الملل، سلبریتی، دیپلماسی، عامه

۱- مقدمه

در گذشته هدف اساسی دیپلماسی، عمدتاً برای دولت و به عنوان هماهنگی منافع دولت با یک درک گسترده از امنیت جمعی و قدرت اقتصادی تبیین می‌شد. مکانیسم‌های چانه زنی و همکاری به عنوان یک شیوه دیپلماتیک ابتدا توسط مامورین عالی رتبه وزارت امور خارجه بریتانیا، مقامات وزارت امور خارجه ایالات متحده و سپس سفرای دیگر کشورها مورد استفاده قرار گرفت و بعدها این مکانیسم‌ها توسط قوانین سازمانهای بین‌المللی به کشورهای مختلف دنیا گسترش یافت. امروزه، دیپلماسی به عنوان بخشی از گفتمان واقع‌گرایانه، در مورد مسائل و بحرانهای مختلف بین‌المللی مطرح می‌شود، گفتمانی که در آن موضوعات اخلاقی، احساسات و افکار عمومی بر خلاف پیچیدگی‌های نظام جهانی، ادراک می‌شدند. دیپلماسی ابزار گفتمان واقع‌گرایانه سیاست بین‌الملل برای تمرکز بر مسائل اخلاقی و افکار عمومی و همسازی آن با منافع ملی و دولتی بوده است.

در بیست سال گذشته، با توجه به ماهیت پوشش رسانه‌ها و افزایش روزافزون برنامه‌های خبری جهانی هفت روزه و بیست و چهار ساعته، عدم تمرکز و پراکندگی افکار افزایش یافته است و این امر دیپلماسی سنتی را به چالش کشیده است. بر همین مبنا گسترش ارتباطات جدید و شبکه‌های اجتماعی باعث شده که مسائل اساسی سیاست بین‌الملل، در

دیپلماسی سلبریتی و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه/ ۱۴۳

مرکز گفتمان فرهنگ عامه و مخاطبان عادی قرار بگیرد. این امر نخبه‌گرایی و تخصص محوری در سیاست بین‌الملل و دیپلماسی سنتی را کاهش داده است. دیگر دیپلماسی و مسائل محوری آن، تنها در مراکز دولتی و تخصصی بحث نمی‌شوند. امروزه سیاست‌گذاران دیپلماتیک دیگر نمی‌توانند به مثابه گذشته پشت درهای بسته در مورد مسائل مهم سیاست منطقه‌ای و جهانی تصمیم بگیرند. گسترش ارتباطات جدید و صنعت سرگرمی باعث شده است تا مهمترین مسائل سیاسی دنیا، وارد حوزه صنعت سرگرمی^۱ شوند و مرز سرگرمی، روابط بین‌الملل و فرهنگ عامه بسیار کمرنگ شوند. بر همین اساس دیپلماسی جنبه‌های مختلفی پیدا کرده است. امروزه مفهوم دیپلماسی به حوزه‌های مختلف سیاست رسمی و غیر رسمی گسترش پیدا کرده است و با تلفیق و ترکیب با این حوزه‌ها، فرآیندهای سیاست بین‌الملل پیچیده‌تر شده است. محور اساسی دیپلماسی مدرن دوری از دولت محوری و تمرکز بر منابع غیر دولتی است. امروزه، ارزشهای هنجاری نظم دیپلماتیک و ستفالیایی، از طریق کاهش اعمال و فعالیتهای دیپلماتیک دولتی، مورد فشار قرار گرفته و توسط ارزشهای جدید غیر دولتی جایگزین می‌شوند. در این راستا شاهد ظهور نوعی از دیپلماسی عمومی هستیم که در آن احساسات، لفاظی‌ها و فصاحت بیان و افکار عمومی تبدیل به ابزارهای چانه‌زنی شده‌اند.

بر همین مبنا ترکیب ارتباطات جدید، صنعت سرگرمی و فرهنگ عامه با دیپلماسی، باعث افزایش و گسترش نقش اشخاص و سازمانهای غیر دولتی در سیاست بین‌المللی و باز شدن دریچه‌ای جدید برای حل مسائل و بحرانهای مختلف بین‌المللی شده است. این دریچه با گسترش نقش افراد مشهور حوزه‌های فرهنگ عامه و صنعت سرگرمی در

۱- صنعت سرگرمی (Entertainment industry) اشاره دارد به فعالیتهای و اموری که علاقه و توجه مخاطبان را به خود جلب می‌کند و برای آنها لذت و شادی به ارمغان می‌آورد. این می‌تواند یک ایده، کار، خلاقیت و یا هر فعالیت دیگری باشد که در زمان بیکاری یک فرد را به خود جلب می‌کند. علاوه بر این صنعت سرگرمی بر پدیده نمایش و نشان دادن نیز تاکید دارد. (Stein and Georges, 2009: 15-20)

سیاست بین الملل، نخبه گرایی، امنیت محور بودن و دولتی بودن سیاست بین الملل و دیپلماسی را کاهش داده است و باعث افزایش تمرکز بر بحرانها و مسائل بعضاً منطقه ای و بین المللی از دیدگاه فرهنگ عامه و افکار عمومی شده است. امروزه گسترش نقش افراد مشهور و مطرح حوزه های مختلف صنعت سرگرمی از جمله هنر، موسیقی، سینما، فرهنگ، علم و... در سیاست بین الملل باعث تلفیق این حوزه ها و بوجود آمدن مجرای غیر دولتی برای ارتباطات عمومی و تاثیر گذاری بر منافع عمومی و ملی شده است. از این مجرای غیر دولتی امروزه با عنوان دیپلماسی سلبریتی^۱ یا دیپلماسی شهرت (مشاهیر) نام برده می شود. دیپلماسی سلبریتی و سلبریتیهی دیپلمات باعث توجه عمومی به مسائل مختلف بین المللی شده اند و نقش فرهنگ عامه را در سیاست بین الملل گسترش داده اند. آنها همزمان باعث توجه عمومی مردم عادی به مسائل مختلف سیاست عمومی و بین المللی شده اند. مسائلی که در مواقعی در سیاست دیپلماتیک رسمی و منافع محور کشورها جایی ندارد. هر چند سلبریتی ها گاهاً ابزار دیپلماسی رسمی کشورهای مختلف برای دستیابی به منافع ملی نیز بوده اند. با این وجود، دیپلماسی سلبریتی باعث گسترش سیاست بین المللی و توجه عمومی به مسائل و بحرانهای بین المللی شده است و مسائل سیاست بین الملل را به مرکز توجه عموم انتقال داده است. تاکید اساسی این مقاله بر عمومی سازی مسائل و بحرانهای بین المللی از طریق دیپلماسی سلبریتی و تاثیر مثبت آنها بر توجه گسترده افکار عمومی به مسائل و بحرانهای بین المللی است. توجهی که در عصر ارتباطات و شبکه های اجتماعی دیگر از دریچه گفتمان دیپلماسی سنتی و دولت محور، امکان پذیر نیست. در بخش بعدی ضمن مفهوم شناسی دیپلماسی سلبریتی، نمونه ها و تاثیرات دیپلماسی سلبریتی بر گفتمان جدید سیاست بین الملل را بررسی می کنیم.

1 - Celebrity diplomacy

۲- چهارچوب مفهومی دیپلماسی سلبریتی محور و دیپلمات های سلبریتی: چرخش سیاست بین‌المللی به سمت سیاست غیر رسمی و صنعت سرگرمی

کلمه سلبریتی به افرادی اطلاق می‌شود که از طریق فعالیت در صنعت سرگرمی و رسانه های جمعی حضور گسترده ای در جامعه دارند و حوزه فعالیت های آنها نیز نسبت به بقیه اعضای جامعه طیف وسیعی از اقدامات و حوزه های مختلف را شامل می‌شود. آنها مجاز به حرکت و سخن گفتن در مورد مسائل مختلف سیاست عمومی هستند. (Marshall,1997:30) این تعریف کلی انواع مختلفی از شخصیت های عمومی را پوشش می‌دهد. این گونه فعالیت ها به رشد و گسترش شهرت این افراد می‌انجامد و بر همین مبنا به آنها کلمه سلبریتی^۱ یا افراد مشهور در حوزه های مختلف جامعه، اطلاق می‌شود. همزمان با گسترش و فراگیر شدن مفهوم سلبریتی در حوزه های سینمایی، ورزشی، هنری، فرهنگ و... ارزیابی تعاملات و درگیری سلبریتی در سیاست نیز به عنوان بخشی از جهانی شدن سیاست و رقیق شدن مفهوم کارایی سیاسی دیده می‌شود. رایج ترین تجزیه و تحلیل مفهوم سلبریتی اشاره دارد به اعمال و کردار ستاره های حوزه های مختلف هنر و سرگرمی که می‌تواند به عنوان ابزارهایی برای دستکاری افکار عمومی به کار برده شود. (Louw,2005:24) جان کرنر^۲ استدلال می‌کند که ستارگان از طریق جلوه های میانجی گرایانه خود که بیانگر تصویر عمومی آنها در جامعه است، اشکال جدیدی از شناسایی سیاسی را ایجاد می‌کنند که هدف اساسی آن رسیدن به حمایت عمومی برای تحقق عمل و بیان سیاسی است. (Corner,2003:83) جان استریت نیز اذعان می‌کند که استفاده از شهرت یکی از ویژگی های کلیدی فرهنگ سیاسی مدرن است. (Street,2004:130)

1 - Celebrities

2 -John Corner

او در نظر می‌گیرد که چگونه شهرت و سلبریتی شدن به عنوان شکلی از سرمایه سیاسی کار می‌کند و میتواند منجر به شکل‌گیری سیاستمداران سلبریتی شود. جان استریت دو تعریف مشهور از سیاستمداران سلبریتی ارائه می‌دهد. تعریف اول تاکید می‌کند بر سیاستمدارانی که با استفاده از تکنیک‌های پوپولیستی سعی می‌کنند تا محبوبیت بیشتری کسب کنند و تعریف دوم اشاره دارد به سلبریتی‌ها و مشاهیری که با استفاده از شهرتشان سعی میکنند تا بر چشم انداز عمل سیاسی و بین‌المللی تاثیر گذار باشند. دیپلماسی سلبریتی و سلبریتی‌های دیپلمات را می‌توان به عنوان بخشی از تعریف دوم در نظر گرفت. یعنی سلبریتی‌ها و مشاهیری که با استفاده از شهرتشان سعی میکنند تا بر چشم انداز عمل سیاسی و بین‌المللی تاثیر گذار باشند. با استفاده از این زمینه‌شناسی و تعاریف، جان استریت مفهوم «عملکرد سلبریتی»^۱ را در قلمرو فعالیت سیاسی ابداع کرده است. (Street, 2004: 438) بر همین اساس وی چارچوبی تحلیلی را برای ارزیابی ارزش فعالیت ستاره‌ها^۲ در قلمرو فعالیت سیاسی بررسی می‌کند. (Street, 2003: 87)

بر مبنای تعاریف بالا در رابطه با سلبریتی‌ها و دیپلماسی سلبریتی، اگر دیپلماسی جدید را به معنی فعالیتهای روزمره عادی همراه با یک پیوستگی وسیع و یک نسخه قوی از توانایی‌های فردی برای پیگیری ارزشها و منافع عمومی در نظر بگیریم، ادعاهای هنجاری دیپلماسی سنتی و متمرکز دولت محور، دچار فرسایش می‌شود. بر همین اساس، سلبریتی‌ها دیپلماسی را به عنوان یک فعالیت روزمره و به عنوان بخشی از سیاست غیر رسمی در نظر می‌گیرند و همین امر باعث بوجود آمدن شاخه‌ای از دیپلماسی غیر رسمی شده است که به آن دیپلماسی سلبریتی یا دیپلماسی افراد مشهور گفته می‌شود.

1 - Celebrity performance
2 - Stardom

دیپلماسی سلبریتی و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه/ ۱۴۷

در سالهای اخیر توجه به جنبه های غیر رسمی سیاست، نقش بازیگران غیر رسمی در محیط سیاسی و بین المللی افزایش یافته است. بازیگرانی که بدون موقعیت رسمی در ساختار سازمانهای دولتی و یا سازمانهای غیر دولتی، توانسته اند بر سیاست محلی و بین المللی تاثیر گذار باشند. اکثر نظریه پردازان امروزه به تحقیق در مورد جنبه های غیر رسمی سیاست علاقه مند شده اند و تمرکز اصلی آنها این است که چگونه قوانین پذیرفته شده و نانوشته بازی سیاسی، می تواند ساختار تصمیم گیری سیاسی و یا بین المللی را هدایت کند. تمرکز سیاست غیر رسمی فعالیت های بین فردی هستند که به طور ریشه ای و ضمنی پذیرفته شده، اما غیر قابل بیان هستند و در خارج از چارچوب دولت قانونی، ساختار بوروکراتیک و نهادهای مشابه، شکل می گیرند. (Pike,2000:281) به همین ترتیب، دیتمر با بسط این تعریف، استدلال می کند که سیاست غیر رسمی، شامل استفاده از ابزارهای بعضاً خارج از چارچوب قانونی دولتی و مشروع (البته نه لزوماً غیر قانونی) برای پیگیری اهداف عمومی است. (Dittmer,2002,292)

تغییرات ساختاری در ارتباطات جهانی، و بحران دیپلماسی های سنتی، نقش سیاست غیر رسمی را در روابط بین الملل گسترش داده است. به طور خاص امروزه، با پوشش رسانه ای گسترده، هنجارهای دیپلماتیک سنتی به چالش کشیده شده اند و این امر منجر به عدم تمرکز در امور بین المللی و تکه تکه شدن مسائل مختلف مربوط به منافع عمومی شده است. علاوه بر این ظهور شبکه های اجتماعی که تاکید بیشتر بر ارتباطات تعاملی و بین فردی دارند، تمرکز تک محورانه بر مسائل سیاست بین الملل را تکه تکه کرده است. (Cooper et al,2017,312) این تحولات سریع، بحرانها و مسائل جهانی را در مرکز توجه مخاطبان عادی قرار داده و منجر به ظهور نوعی دیپلماسی جدید شده که بر مبنای نوعی از ارتباطات جایگزین ساخت بندی شده است. ارتباطاتی که در کنار دولتها، بازیگران غیر دولتی و سازمانهای جامعه مدنی را تبدیل به منبعی سیاسی کرده است. منبعی که می تواند

از طریق گسترش تعاملات فرهنگی زمینه‌های بسیج عمومی را برای دسترسی به منافع عمومی جامعه مهیا کند.

همزمان با گسترش فشار تجاری بر منابع خبری دنیا و بازاری شدن تبلیغات سیاسی و رسانه‌های خبری سیاسی از جمله روزنامه‌ها، تجاری‌سازی تصویر ساخته شده سلبریتی‌ها و مشاهیر بر مبنای فرآیندهای سیاسی هویت محور افزایش یافته است. (Wheeler, 2011:8) امروزه ما به راحتی می‌توانیم، نقش مهم سیاستمداران سلبریتی، ورزشکاران، بازیگران، موسیقی دانان، مشاهیر دیپلمات و به طور کلی سلبریتی‌های سیاسی را در سیاست جهان مشاهده کنیم. در اقصی نقاط جهان به خصوص در کشورهای غربی می‌توانیم به وفور، دیپلماتهایی سلبریتی را پیدا کنیم که برای سازمانهای بین‌المللی غیر دولتی فعالیت می‌کنند و مشکلات و مسائل جهانی را پیگیری می‌کنند. سلبریتی‌ها در مواقعی نیز ابزار بلند پروازی کشورها برای ساخت برندینگ ملی و تصویر بین‌المللی مناسب هستند. (Jones, 2017:324)

داگلاس کلنر^۱ در رابطه با نقش سلبریتی‌ها در سیاست بین‌المللی، تحلیل «نمایش رسانه‌ای»^۲ را ارائه می‌دهد که فعالیت سلبریتی‌ها را با استفاده از تکنیک‌های روابط عمومی و بازاریابی رسانه‌ای با تمرکز بر اعمال آنها، تعریف می‌کند. (Kellner, 2005) کلنر نشان می‌دهد که چگونه، فعالیت سلبریتی‌ها و یا افراد مشهور شکلی از سیاست جدید را بوجود می‌آورد که در آن حرکات و ژست‌های نمادین، جایگزین پیچیدگی‌های عقلانی و قدرت محور دیپلماسی سنتی می‌شود. (Kellner, 2010, 123) فعالیتهای سیاسی و بین‌المللی سلبریتی‌ها باعث دور شدن از تمرکز بر گفتمان‌های سیاسی دولت محور و توجه به

1 -Douglas Kellner
2 -media spectacle

دیپلماسی سلبریتی و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه / ۱۴۹

مسائل و بحرانهای جهان شمول، شهروندی جهانی و همبستگی متقابل بین‌المللی شده است.

دیپلماسی سلبریتی با ایجاد مجرای بین امور عمومی بین‌المللی و امور سیاسی تخصصی، باعث پیوند دوباره عامه به مسائل مهم عمومی و بین‌المللی می‌شود. مسائلی که دیپلماتهای دولتی به دلیل تمرکز بر منافع و مسائل دولتی و ملی به راحتی از آنها می‌گذرند. بر همین مبنا دیپلماسی سلبریتی وسیله‌ای است که از طریق آن فعالان سلبریتی می‌توانند به پیکر بندی دوباره دیپلماسی و تعریف آن بپردازند. آندرو کوپر^۱، محقق مسائل دیپلماسی بر این امر تاکید می‌کند که مشاهیر دیپلمات (دیپلمات‌های سلبریتی) از طریق عمومی کردن و اطلاع‌رسانی وسیع کمپین‌های بین‌المللی، تاثیر مستقیمی بر افکار عمومی دارند و از این طریق می‌توانند تاثیر گسترده‌ای را در محافل دیپلماتیک بر جای گذارند. (Cooper, 2008b:2) کوپر این فرآیند را به عنوان فرآیند بونو کردن^۲ دیپلماسی تعریف می‌کند، فرآیندی که افراد مشهور و سلبریتی‌های دیپلمات می‌توانند از طریق دسترسی به مفاهیم کلیدی قدرت، تاثیر مستقیم و موثری بر فرآیندهای دیپلماتیک بر جای گذارند. (Cooper, 2008b, 3-4) وی استدلال می‌کند که سلبریتی‌ها، گفتمان‌های دیپلماسی و ابتکارات دیپلماتیک بین‌المللی را مجبور به گسترش فعالیت در حوزه‌های عمومی

1 - Andrew F. Cooper

۲- بونو نام مستعار و هنری خواننده گروه راک U2 ایرلندی است. نام اصلی وی پل دیوید هیوسون است. وی از جمله خوانندگان مشهور و سیاسی غربی است که تاثیر گسترده‌ای بر شهروندان کشورهای اروپایی و ایالات متحده داشته است. کنسرت‌های گروه U2 و برخی از آهنگهای مشهور آنان سرتاسر اعتراض به مسائل مختلف بین‌المللی در جهان غربی است و بر همین اساس بونو، آهنگ‌هایش و گروه U2 سمبل سیاسی شدن مشاهیر و سیاست سلبریتی و همچنین دیپلماسی سلبریتی در غرب به خصوص بریتانیا است. این گروه از دهه هشتاد به بعد آلبومها و کمپین‌های مختلفی را در حمایت از جنبشهای آزادی خواه، فقرا، سازمانهای بین‌المللی غیر دولتی مانند سازمان عفو بین‌الملل، حقوق بشر، ضد جنگ و ... راه انداخته‌اند. علاوه بر این بونو بارها در اجلاس اقتصادی داووس و همچنین اجلاس گروه G8 شرکت کرده است. بر همین اساس کوپر، دیپلماسی سلبریتی یا دیپلماسی شهرت را فرآیند بونو نیزه کردن (Bonoisation) آن می‌داند. (Cooper, 2008a:265-67)

گسترده تری کرده اند و بر همین مبنا اصول خود را به طور قاطعانه در دستور کار بین المللی قرار داده اند.

۳- دیپلماسی سلبریتی و سلبریتی های دیپلمات: نمونه های موردی و چشم انداز پیش رو:

اولین مورد استفاده سیاسی از سلبریتی ها در سال ۱۹۵۳ توسط سازمان یونیسف صورت گرفت. در این سال یونیسف، دنی کی^۱ (بازیگر آمریکایی) را به عنوان اولین سفیر حسن نیت خود انتخاب کردند. امروزه سازمان ملل از سلبریتی ها در موارد متعددی از جمله جمع آوری کمک های مالی، تاثیر بر روندهای دیپلماتیک، جلب توجه به مشکلات و مسائل بین المللی و جهانی در رابطه با توسعه، محیط زیست، مهاجرت و... استفاده می کند. (Wheeler, 2011:11)

اشکال اولیه فعالیتهای بین المللی سلبریتی ها بر می گردد به ارتباطات ویژه بین ستارگان سینما و افسران سازمان ملل متحد. این کار زمانی آغاز شد که دنی کی، به طور تصادفی، موريس پت^۲، مدیر اجرایی یونیسف را در پروازی بین لندن و نیویورک ملاقات کرد. پت همراه با رئیس مجمع عمومی سازمان ملل متحد ویجایا لاکشمی^۳ جلسه نهاری را با دنی کی ترتیب دادند تا وی را راضی کنند تا به عنوان سخنگوی یونیسف فعالیت خود را آغاز کند. کی به راحتی موافقت کرد و کار خود را در همان سال به عنوان سفیر یونیسف آغاز کرد. بعد از آن وی به نقاط مختلف دنیا از جمله میانمار، هند، اندونزی، کره، تایلند و ... سفر کرد تا علاوه بر نمایش و تبلیغ برای فعالیت های یونیسف، مشکلات کودکان را نیز با

1 -Danny Kaye

2 - Maurice Pate

3 -Vijaya Lakshmi

دیپلماسی سلبریتی و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه / ۱۵۱

افکار عمومی دنیا مطرح کند. سفرهای او در یک مستند کوتاه تحت عنوان «ماموریت کودکان»^۱ فیلمبرداری و توسط کمپانی پارامونت پیکچرز^۲ به نمایش در آمد. (۱۹۵۴) نمایش این مستند تاثیر بزرگی در توجه عامه مردم به مشکلات کودکان داشت و حدود ۱۰۰ میلیون نفر در سرتاسر دنیا بخشی از درآمد ماهانه خود را به صندوق یونیسف واریز کردند. (Cooper,2008:18) این مستند همچنین به شناسایی یونیسف به عنوان سازمان بین‌المللی که به نیازهای مختلف کودکان در دنیا توجه می‌کند، بسیار کمک کرد. اقدامات خیرخواهانه دنی کی در یونیسف باعث شد تا وی در سال ۱۹۶۵، از جانب این سازمان جایزه صلح نوبل را دریافت کند. (Wheeler,2013:109) سلبریتی‌هایی مانند دنی کی، پیترو اوستینوف^۳ (کارگردان و بازیگر سوئسی-انگلیسی) و آدری هپبورن^۴ (مدل و بازیگر بریتانیایی) از جمله اولین نمونه‌های دیپلماتهای یونیسف بودند که در اوایل کار به فعالیتهای انسان دوستانه و صلح‌محورانه سازمان ملل بسیار کمک کردند. در اوایل گسترش فعالیتهای دیپلماتیک سلبریتی‌ها، اهداف و اقدامات آنها با اهداف نظام بین‌المللی و کشورهای هژمون این نظام سازگار بود. فعالیتهای آنها، مفهومی به نام شهروندان بین‌المللی خوب^۵ را به وجود آورد که مترادف با شهروندی جهانی^۶ رشد و گسترش پیدا کرد. (Engle,2012:116)

سازمان ملل نیز استفاده از سلبریتی‌ها را از سال ۱۹۶۶ شروع کرد، یعنی زمانی که مارلون براندو^۷ (بازیگر آمریکایی) از طریق صندوق کمک‌رسانی سازمان ملل به جمع‌آوری کمک برای کودکان آسیب‌دیده از گرسنگی اقدام کرد. مارلون براندو از شهرت خود برای

1 -Assignment Children

2 -Paramount Pictures

3 - Peter Ustinov

4 - Audrey Hepburn

5 -good international citizens

6 -Global citizen

7 -Marlon Brando

دستیابی به مشروعیت سیاسی سازمان ملل استفاده کرد. همزمان با افزایش فعالیت سلبریتی‌ها و استخدام آنها در سازمانهای بین‌المللی مانند یونیسف، دفتر کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد (UNHCR) و سازمان بهداشت جهانی (WHO) بسیاری از مشاهیر و هنرمندان به این نتیجه رسیدند که باید از لحاظ سیاسی فعال تر باشند. با افزایش فعالیت سلبریتی‌ها در سازمان ملل به عنوان سفیران حسن نیت و صلح، رفتار آنها بیشتر سیاسی شد و بر همین مبنا فعالیتهای انتقادی و ضد سیستمی آنها افزایش پیدا کرد. آنها از سازمان ملل و کشورهای خود انتقاد می‌کردند. از جمله این فعالیتهای، اقدامات گروه موسیقی یودو^۱ و برخی از بازیگران و ورزشکاران بود. (Alleyne, 2005: 175-176) بر همین اساس با گسترش فعالیت سلبریتی‌ها و ساخت یابی این گونه فعالیتهای دیپلماتیک، اقدامات انتقادی و بشر دوستانه آنها نیز گسترش پیدا کرد.

در سالهای اخیر نمونه‌های فراوانی از تاثیر سلبریتی‌ها بر اقدامات و فعالیتهای دیپلماتیک مشاهده شده است. از جمله این نمونه‌ها می‌توان به برگزاری کنسرت کمک‌های زنده^۲، کنسرت زنده^۳، پخش برنامه‌های خیریه مداوم از تلویزیون برای جمع‌آوری پول^۱ و

1 - U2

۲- کمک‌های زنده یا (Live Aid) از جمله کنسرت‌های بین‌جهانی بود که برای اولین بار در تاریخ ۱۳ ژوئیه ۱۹۸۵ برگزار شد و هدف آن جمع‌آوری کمک‌های مالی از طریق کنسرت و موسیقی مداوم بود. ابتکار این برنامه توسط باب گلدوف (Bob Geldof) خواننده و فعال سیاسی ایرلندی و میچ اور (Midge Ure) موسیقی‌دان و آهنگ‌ساز اسکاتلندی برای کمک به قحطی زدگان اتیوپی سازماندهی شد. این رویداد به طور همزمان و زنده در چندین شهر از جمله در ورزشگاه ومبلی لندن، ورزشگاه جان اف کندی فیلادلفیا، ورزشگاه توکیو و... برگزار شد. بعد از این فعالیت، این نوع برگزاری کنسرت برای مناسبتهای بشر دوستانه و سیاسی گسترش پیدا کرد. (bobgeldof, 2015)

۳- این کنسرت (Live 8) از جمله کمپین‌های مفیدی بود که همزمان با اجلاس کشورهای گروه G8 در اسکاتلند، در آفریقای جنوبی و سپس در چندین کشور از جمله اسکاتلند، آمریکا، استرالیا، انگلستان و... در تاریخ ۲ ژوئیه و ۶ ژوئیه ۲۰۰۵ برگزار شد. بر همین اساس ده کنسرت همزمان، به مناسبت بیستمین سالگرد برگزاری کمپین کنسرت‌های کمک‌زنده (Live aid) و همچنین در حمایت از کمپین جهانی مبارزه با فقر و دعوت جهانی برای اقدام علیه فقر، انجام شد. بر مبنای این کمپین‌های موسیقی، رهبران گروه اجلاس جی ۸ در اسکاتلند، متعهد شدند تا میزان کمک به کشورهای فقیر را از ۲۵ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۴ به ۵۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۱۰ برسانند. نیمی از این مبلغ بر مبنای تبلیغات این کمپین باید برای آفریقا هزینه می‌شد. بیش از ۱۰۰۰ موسیقی‌دان در کنسرتی که از ۱۸۲ شبکه تلویزیونی و ۲۰۰۰ شبکه رادیویی پخش می‌شد، برنامه اجرا کردند. (Forrest, forbes, 2015)

دیپلماسی سلبریتی و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه/ ۱۵۳

استخدام افراد مشهور و سلبریتی برای ماموریت‌های بشر دوستانه سازمان ملل نام برد. در حالی که به کارگیری نمادها همیشه بخشی از فرآیند‌های سیاسی بوده است، تکثر نمایندگی و کاربرد شهرت و سلبریتی‌گری در حوزه سیاسی می‌تواند منعکس‌کننده تغییرات گسترده اجتماعی، فرهنگی و بین‌المللی باشد. این امر منجر به افزایش علاقه به رشد مفهوم دیپلماسی مشاهیر یا دیپلماسی سلبریتی و پی بردن به ارزش مداخلات و تعاملات سلبریتی‌ها در حوزه روابط بین‌الملل شده است.

در زمان کوفی عنان^۲ دبیر کل سابق سازمان ملل، فعالیتهای سلبریتی محور این سازمان گسترش یافت تا از این طریق ضمن توجه منابع رسانه‌ای دنیا به گسترش چهره عمومی و مثبت سازمان ملل، اهداف ایده آلیستی آن و مراحل جهانی سازی ایده‌های سازمان ملل، از طریق سلبریتی‌ها گسترش پیدا کند. موفقیت ستاره‌هایی مانند آنجلینا جولی^۳ و جرج کلونی^۴ نشان‌دهنده این است که دیدگاه کوفی عنان در رابطه با سیاسی سازی سلبریتی‌ها و استفاده از آنها برای گسترش ارزش‌های ایده آلیستی سازمان ملل در رسانه‌های سر تاسر دنیا موثر بوده است. جولی سعی کرده است از شهرتش استفاده کند تا بدین طریق دولتهای سرسخت و سرکش را تحت فشار قرار دهد تا توافقهایی عمومی سازمان ملل را در رابطه با پناهندگان بپذیرند. با این حال باید توجه داشت که نفوذ او در مواقعی ممکن است منفی باشد. بر همین اساس برخی از اندیشمندان بر این امر اذعان کردند که اصولاً تمرکز بیش از حد بر نقش جولی در کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد، برآورد بیش از حد از قدرت سلبریتی‌ها را نشان می‌دهد چرا که اصولاً وی نتوانست تغییری موثری در مسائل مهاجرت در کشورهای درگیر بحران ایجاد کند. (Cooper, 2008b: 116)

1 - Telethons

2 - Kofi Annan

3 - Angelina Jolie

4 - George Clooney

از جمله دیگر اقدامات، سفر دنیس رادمن^۱، بازیکن بستکبال آمریکایی به کره شمالی در سال ۲۰۱۷ برای دیدار با دوست قدیمی خود و رهبر کره شمالی کیم اون جونگ^۲ بود. اکثر خبرنگاران این سفر را غیر سیاسی می دانستند. اما سفر دنیس رادمن که به دیپلمات ورزش بستکبال آمریکا مشهور است، با رایزنی مقامات آمریکایی و کره جنوبی با کره شمالی در رابطه با آزمایشهای موشکی و آزادی زندانیان آمریکایی بی ارتباط نبود. از جمله دیگر نمونه های این امر نیز می توان به سفر استیون سیگال^۳ بازیگر فیلمهای اکشن آمریکایی به روسیه و دیدار با ولادیمیر پوتین و یا روابط شخصی و خانوادگی مایکل جکسون^۴ خواننده فقید آمریکایی با پادشاه بحرین و خاندان آل خلیفه اشاره کرد. هر دوی این شخصیت ها روابط بسیار گرمی با این سیاستمداران داشته اند و بر همین اساس می توانند در آینده با استفاده از نقش دیپلماتیک و روابط شخصی خود با این اشخاص، در برخی از حوزه ها تاثیر گذار باشند. (Goh, straitstimes, 2017)

برخی از نظریه پردازان گسترش استفاده از این نوع دیپلماسی را مورد انتقاد قرار داده اند و در مورد اعتبار این نوع از دیپلماسی بسیار نگران هستند. آنها به این امر اشاره می کنند که اصولاً قبل از شناسایی رسمی این نوع از دیپلماسی باید در مورد ارتباط میان تعاملات پوشش رسانه ای برنامه های سرگرمی و همچنین ارتباط این نوع از دیپلماسی به قدرت ایدئولوژیک و اهداف آن، تحقیق کرد. (Ribke, 2015: 117-119) این امر به ویژه در ارتباط با قدرتهای بزرگ که استفاده بیشتری از سلبریتی ها در روابط بین الملل می کنند، بیشتر نمایان می شود. (Kellner, 2010: 123)

1 - Dennis Rodman

2 - Kim Jong Un

3 - Steven Seagal

4 - Michael Jackson

در زمینه انتقاد از ماهیت دیپلماسی سلبریتی ها، مارک دی آلن^۱ استدلال می کند که استخدام سلبریتی ها توسط سازمان ملل (سفرای فرهنگی سازمان ملل، سفرای حسن نیت و صلح و...) برای سرپوش گذاشتن بر ناکارآمدی سازمانی آن و همچنین تبلیغات بیهوده برای ادراک ارزشی سازمان ملل از طریق پوشش فعالیت‌های آن به صورت سمعی و بصری در رسانه های مختلف است. (Alleyne, 2005: 178) وی تاکید می کند که این نوع از دیپلماسی باعث نقض جدی کارکردهای سازمان ملل و کاهش اعتبار آن است و کمکی به حل بحرانها نمی کند. به عنوان مثال وی تاکید می کند که استفاده سازمان ملل از سلبریتی ها در برنامه آموزش همگانی برای افراد معلول، به جای تاکید بر اهداف سازمان ملل از جمله امید به زندگی بهتر برای افراد ناتوان، تنها به کمک کردن مالی به آنها تمرکز می کند و سلبریتی ها نیز بر مبنای بازاریابی و تبلیغات تنها به عکس گرفتن با معلولین فقیر و سخنرانی برای آنها، کفایت می کنند. (Alleyne, 2003: 77) علاوه بر این آلن سازماندهی سفیران حسن نیت سازمان ملل را تا حدوی نخبه گرا و قومی می داند. وی بر این امر تاکید می کند که اینگونه فعالیتها باعث کم رنگ شدن ارزشهای اساسی سازمان ملل متحد و ادغام آن با باورها و ارزشهایی شده است که در مرکز فعالیت‌های بازاریابی سیاسی آمریکا هستند. (Alleyne, 2005: 182)

با این وجود باید به این نکته مهم نیز اشاره کرد که اصولاً گسترش دیپلماسی سلبریتی می تواند در بلند مدت مثبت باشد و مسائل مهم بین المللی را برای افکار عمومی به خوبی تشریح کند. انتقاد از این نوع دیپلماسی نوعی نگاهی تک عاملی را گسترش می دهد. کلنر معتقد است که با وجود اینکه هیچ عاملی توان تاثیر گذاری ثابت و بالفعل را بر نتایج دیپلماتیک ندارد، این شکل از چشم انداز می تواند به صورت بالقوه، سیاست مدران و سلبریتی ها را تبدیل به ستاره های جهانی کند و نتایج سیاسی و دیپلماتیک جدیدی را به

1 -Mark D. Alleyne

بار بیاورد. هر چند این شکل تولید شده از سیاست، ممکن است اشکال حقوقی تعامل دموکراتیک را تضعیف کند و عوامانه کردن^۱ سیاست بین‌المللی را گسترش دهد. بر همین اساس کلنر نشان می‌دهد که چگونه باراک اوباما، رئیس‌جمهور سابق ایالات متحده از طریق ترکیب تکنیک‌های زیرکانه روابط عمومی و با استفاده از پوشش رسانه‌ای گسترده و همچنین یک دستور کار سیاسی، تبدیل به یک سوپر استار بین‌المللی شد. سوپر استاری که حتی توانست جایزه صلح نوبل را به دست بیاورد. (Kellner, 2010: 121)

کمپین‌های مختلف مبارزات انتخاباتی و جمع‌آوری کمک توسط سلبریتی‌ها برای فعالیتهای بین‌المللی و حضور ستارگان سینما و ورزش در امور امداد رسانی در مناطق بحرانی، چاپ کتابهای کمیک در مورد مسائل بین‌المللی روز و کمک به کمپینهای صلح از جمله مواردی است که به نهادینه شدن دیپلماسی سلبریتی کمک فراوانی کرده است. (Cheng and Leung, 2017: 31) بر همین مبنای فعالیتهای مشاهیر و دیپلماسی سلبریتی باعث خلق یک فضای دیپلماتیک جدید بین حوزه‌های عمومی و خارجی شده به طوری که بر گسست و پنهانی ماندن دیپلماسی سنتی غلبه می‌کند. دیپلماسی سنتی که به طور ویژه مردانه و سری بود و دیپلماتها اطلاعات آن را تنها با دولت مردان در میان می‌گذاشتند و خبری از عمومی شدن دیپلماسی نبود (Cooper, 2008b: 113-114)

کوپر از گسترش دیپلماسی سلبریتی محور به عنوان خلع سلاح دیپلماسی نام می‌برد و خواهان حمایت نهادی از سلبریتی‌ها برای فعالیت دیپلماتیک است. وی نشان می‌دهد که چگونه آهنگ‌سازان و خوانندگان مشهوری مانند گروه یو ۲ (U2) و خواننده آنها بونو و همچنین باب گلدوف ایرلندی، علایق سیاسی خود را از جمله مسئله بدهی‌های دولتهای فقیر و کمکهای بشر دوستانه را از طریق موسیقی و کنسرت در دستور کار بین‌المللی دیپلماسی جهان و نهادهای بین‌المللی قرار دادند. مسائلی که در صورت عدم فعالیت

1 - Populism

دیپلماسی سلبریتی و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه/ ۱۵۷

دیپلماتیک سلبریتی‌ها، نمی‌توانستند از طریق سازمانهای دولتی و همچنین دیپلماتهای دولتی در دستور کار سازمانهای بین‌المللی قرار بگیرد و توجه افکار عمومی را به خود جلب کند. کوپر استدلالهای می‌کند که باب گلدوف و بونو نه تنها توانایی جلب توجه عموم به مسائل مهم دوران معاصر را داشتند بلکه آنها همچنین از طریق بکارگیری قدرت شهرت و فصاحتشان، موفق به مداخله در مراکز قدرت دیپلماتیک شده‌اند. (Cooper, 2008b: 119-120)

استفاده سازمان ملل از این نوع دیپلماسی نشان داده است که چگونه سلبریتی‌ها می‌توانند از طریق نوع فکری و با استفاده از نقاط شناسایی جدید، به بسیج افکار عمومی برای اصلاحات دیپلماتیک دست بزنند. در تمام سفرهای سفرای حسن نیت سازمان ملل به دولتهای درگیر بحران، سازمان ملل تاثیرات قابل توجهی را از طریق تبلیغات مولد سلبریتی‌ها بوجود آورده است و بر اساس همین تاثیر، این سازمان، زیرساختهای نهادی را برای تسهیل بازدیدها و سفرهای سلبریتی‌ها فراهم کرده است. به عبارت دیگر استفاده از سلبریتی‌ها، توجه به مسائل جهانی و بین‌المللی را بیشتر کرده است. (Brockington, 2014: 101)

اریک فالت^۱، مدیر بخش خدمات عمومی اداره اطلاعات عمومی سازمان ملل (DPI)^۲ به خوبی به این نکته اشاره کرده است. «ما می‌خواهیم از جذبه و محبوبیت برنامه سفیران حسن نیت سازمان ملل به خوبی استفاده کنیم تا از این طریق توجه مردم را به مسائل مختلف سازمان ملل جلب کنیم، مسائلی که اطلاع رسانی در مورد آنها در اغلب مواقع دشوار است و مردم به آن توجه نمی‌کنند» (Falt, 2009) بر همین اساس دیپلماسی سلبریتی و سیاست شهرت از دو طریق به جذاب شدن سیاست کمک می‌کنند. سیاست مدران از

1 - Eric Falt

2 - Department of Public Information (DPI)

طریق ارتباط با سلبریتی‌ها و عمل به خواسته‌های آنها می‌توانند، مشروعیت پوپولیستی و مردم‌گرایانه خود را به راحتی به دست بیاورند و از طرف دیگر نیز سلبریتی‌ها و افراد مشهور نیز می‌توانند همزمان اهداف خود در زمینه اقدامات سیاسی و و دیپلماتیک را به پیش ببرند و در سیاست بین‌المللی تاثیر گذار باشند. (Vallely, independent, 2009) به طور کلی دیپلماسی سلبریتی نوعی حرکت مستقل در روابط بین‌الملل است که می‌تواند به عنوان شکل جدیدی از دیپلماسی، جایگزین دیپلماسی سنتی شود و از طریق کاربرد توانایی‌ها و مهارت‌های دیپلماتیک برای شناسایی نقاط و مسائل بحرانی، برنامه‌ها و دستورکارهای جدیدی را در سیاست بین‌المللی پیاده کند.

۴- سیاست سلبریتی: زیبایی‌شناسی^۱ گفتمانهای سیاست بین‌الملل:

امروزه ادبیات جدیدی در ارتباطات سیاسی مطرح شده است که در پی درک این نکته است که چرا و چگونه افراد مشهور در پی تاثیر گذاری بر سیاست هستند. فعالیت سلبریتی‌ها در امور سیاسی به عنوان یک پدیده جدید شناخته میشود که توصیف و تحلیل دقیق آن می‌تواند به تجزیه و تحلیل مسائل سیاست بین‌الملل کمک بزرگی کند. در عصر پسا ایدئولوژیک، انتخاب سبکهای جدید زندگی سیاسی جایگزین اشکال سنتی وفاداری به سیاست حزبی و حامی پروری سنتی در سیاست شده است. در عصر پسا ایدئولوژیک، موضوعات سیاسی و اجتماعی بر مبنای پیشینه زیبایی‌شناسانه‌شان و همچنین نزدیکی به سبک‌های جدید زندگی انتخاب می‌شوند. (Corner and Pels, 2003: 10)

همانطور که رأی دهندگان عادی از احزاب سیاسی میانه رو دور می‌شوند، به همان سان ترجیح می‌دهند که بیشتر به سمت انتخاب‌های متنوع، سیال و متکثر و موضوعات خاص سیاسی حرکت کنند و بر مبنای همین انتخابها، آنها اشکال شناخت و مشارکت سیاسی

1 - Aesthetic

اشان را بر مبنای الویت‌های فردی و شخصیتی خودشان انتخاب می‌کنند. (Corner and Pels, 2003:7) بر همین اساس سلبریتی‌ها در عصر پسا‌ایدئولوژیک، اعتبار خود را بر مبنای عدم تعهد و وابستگی نهادی، شخصی‌سازی سیاسی، وابستگی‌های اجتماعی و دیگر اشکال اجتماعی و سیاسی بدست می‌آورند که فراتر از اشکال نهادینه شده و رسمی اجتماعی - سیاسی است. سلبریتی‌ها از طریق نمایش جنبه‌های شخصیتی میانجگرانه و متعهدشان و ترویج تصویر عمومی مثبت از طریق فیلم، تلویزیون و موسیقی، به خلق نمونه‌های جدیدی از هویت دست می‌زنند تا ضمن کسب تحسین، همدردی و تایید عمومی جامعه، به بیان دغدغه‌های سیاسی‌اشان نیز بپردازند. (Corner, 2003:83)

چنین استفاده‌ای از شهرت نه یک شکل استثنایی و اغراق‌آمیز، بلکه ویژگی حیاتی فرهنگ سیاسی مدرن است. (Street, 2012) بر همین مبنای سلبریتی، سیاست باید به عنوان نوعی تجارت و کسب و کار دیده شود. سلبریتی‌ها ارائه‌دهنده سبک جدیدی از نمایش و ادراک سیاسی هستند که از طریق ایماژها و تصاویر و همچنین رسانه‌های جمعی آن را به نمایش می‌گذارند. زبان آنها، همان زبان انتقادی است که در پس اعمال فرهنگ عامه و اشکال مختلف زندگی عموم، وجود دارد. (Stree, 2003:97) در گذشته نمادگرایی سمبولیک سیاسی و کاریزمای سیاسی مبنای اصلی ارتباطات سیاسی را در جوامع در حال گذار شکل می‌دادند در حالی که امروزه، سلبریتی‌ها می‌توانند از طریق گفت‌وگو روزمره و عمومی مبتنی بر فهم و ادراک عمومی، ایده‌های سیاسی بزرگ را تحکیم بخشند. بر همین مبنای دیپلماسی سلبریتی شکل‌های جدیدی از تعامل و فعالیت بین‌المللی وجود آورده که نشاندهنده حرکت و تحول سیاست بین‌الملل از تمرکز بر دولت محوری به سمت فرهنگ عامه و عوام‌گرایی است. بر همین اساس سلبریتی‌شدن سیاست نباید به عنوان عامل فرسایش فرهنگ دیپلماتیک کنار گذاشته شود، بلکه این شکل از فعالیت می‌تواند به عنوان شکلی از زیبایی‌شناسانه کردن مسائل سیاسی و بین‌المللی در نظر گرفته شود که نتایج

مثبت و منفی دارد. دادن بعد زیبایی شناسانه به سیاست بین‌المللی نشان‌دهنده این است که چگونه روایت عامیانه سلبریتی‌ها از سیاست بین‌الملل و دیپلماسی، باعث نوعی چالش بین آنها و واقع‌گرایان در روابط بین‌الملل شده است. بر همین اساس ارتباط بین دیپلماسی و شهرت باعث بوجود آمدن نوعی از روایت‌های عامیانه از سیاست بین‌المللی شده است که این امر در بلند مدت باعث تضاد روایت عامیانه و سلبریتی محور از سیاست بین‌الملل با ساختارها و نظریات واقع‌گرایانه در روابط بین‌الملل است. به زعم واقع‌گرایان، دیپلماسی سلبریتی محور، فاقد چشم‌انداز گسترده و عمیق در رابطه با تحلیل ابعاد قدرت بین‌المللی و ساختار نظام بین‌الملل است.

علاوه بر این، شکست برخی از سلبریتی‌ها در پیاده کردن اهداف سازمان‌های بین‌المللی، می‌تواند نکات آموزنده‌ای را در اختیار سیاست‌گذاران بین‌المللی قرار دهد. به عنوان مثال سوفیا لورن^۱ (بازیگر و خواننده ایتالیایی)، سارا فرگوسن^۲ و جری هالیول^۳ (بازیگر، خواننده و آهنگ ساز) از جمله سلبریتی‌هایی بودند که به دلیل شهرت منفی و رسوایی‌های اخلاقی، مالی و سیاسی، نتوانستند آنچنان که انتظار می‌رود، اهداف بشر دوستانه برخی از سازمان‌های بین‌المللی را دنبال کنند. (Wheeler, 2011: 15)

با این وجود، سفیران حسن‌نیت سازمان ملل و نمایندگان صلح‌دیگر سازمان‌های بین‌المللی، نقش مهمی در کمپین‌های عمومی و رسانه‌ای سازمان ملل متحد در فضای جهانی، برای جذب عموم شهروندان به مسائل بین‌المللی دارند. مسائل بین‌المللی که از دریچه تجزیه و تحلیل نخبه‌گرایانه برای عامه قابل فهم نیست و افکار عمومی تمایلی به ادراک آنها از چشم‌اندازی نخبه‌گرایانه را ندارند. (Dieter and Kumar, 2008: 261) اکثر

1 - Sophia Loren

۲- سارا فرگوسن (Sarah, Duchess of York- Sarah Margaret) همسر سابق فرزند ملکه بریتانیا، نویسنده، موسس خیریه، تهیه‌کننده فیلم و یک شخصیت تلویزیونی محبوب است

3 - Geri Halliwell

دیپلماسی سلبریتی و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه / ۱۶۱

شهروندان عادی در عصر پسا ایدئولوژیکی و ضد سیاست، از مسائل سیاسی خسته کننده و ناامید کننده دور می شوند و دنبال دریچه هایی برای رفاه، آسایش و شادی های سطحی و ضد سیاسی هستند. صنعت سرگرمی برای آنها بهترین وجه زندگی روزمره است. موسیقی، سینما، ورزش، مد و... مفری برای فرار از دشواری های زندگی و کار روزانه است. جهان پسا ایدئولوژیک را صنعت سرگرمی مدیریت می کند و ستاره های این صنعت می توانند با زیبایی شناسانه کردن حوزه های سیاسی و بین المللی، مسائل این حوزه ها را به راحتی برای مخاطبان عادی خود تحلیل کنند. افکار عمومی به راحتی می تواند از طریق صنعت سرگرمی بحرانهای بین المللی را ادراک کند. دادن ابعاد زیبایی شناسانه به سیاست بین الملل، هضم و درک آن را برای مخاطبان غیر سیاسی بسیار آسان می کند و توجه افکار عمومی را به مسائل مهم جلب می کند. مسائلی که در غیر اینصورت نمی توانستند به مرکز توجه گفتمان عامه مردم راه پیدا کنند. (Bleiker, 2009: 27)

سلبریتی ها می توانند با ترکیب مسائل جهانی و بین المللی با صنعت سرگرمی ساز مردم عامه، شهروندان عادی را جذب مشارکت عمومی کند و بر همین مبنا مسائل مهم بین المللی را به مرکز گفتمان عامه انتقال دهند. بر همین اساس آنها مرکزیت مشخص و معینی را برای مشارکت عمومی فراهم کرده اند و از قدرت و شهرت خود برای فشار بر دیپلمات ها، سیاستگذاران بین المللی و رهبران ملی و همچنین تاثیر بر سیاستهای بین المللی بهره جسته اند. (Richey, 2016: 219) هر چند باید به این نکته نیز اشاره کرد که فعالیت گسترده آنها در مسائل بین المللی پیچیده و ساده سازی آن و پاسخهای احساسی به این مسائل، خطرات فعالیت سلبریتی ها را در سیاست بین المللی افزایش می دهد. با این حال تجربه سازمان ملل متحده نشان می دهد که سلبریتی ها از طریق درگیر شدن در مسائل بین المللی و دادن ابعاد زیبایی شناسانه به آن و فعالیت در فضای عمومی علاوه بر اینکه به شکل گیری و یا

ترویج گفت‌وگوهای متفاوت و جدید، کمک کرده اند، به همان سان بر اعتبار گفت‌وگوها و ابتکارات دیپلماتیک جدید در فضای بین‌المللی نیز تاثیر گذاشته اند.

نتیجه‌گیری

همانطور که مشاهده شد، دیپلماسی سلبریتی با ساده سازی ابعاد پیچیده سیاست بین‌الملل، توجه عامه را به مسائل و بحرانهای جهانی گسترش می‌دهد. علاوه بر این دیپلماسی سلبریتی بر خلاف دیپلماسی دولتی و سنتی، غیر سازمانی، غیر بورکراتیک و در مواقعی غیر نخبه‌گرایانه و انتقادی است و در خارج از چارچوب روابط سازمانی و بین دول مطرح می‌شود. دیپلماسی سلبریتی جذابیت روابط بین‌الملل را افزایش می‌دهد و چهره‌خشن و سخت‌افزاری آن را تا حدودی می‌پوشاند. در این نوع از دیپلماسی، دیپلماتها در رابطه با بحرانهای جهانی با زبانی عوامانه تر بحث می‌کنند و راه‌حل‌ها نیز در خارج از قوانین و آداب دیپلماتیک می‌تواند گسترده‌تر و بازتر باشد. با وجود مخالفت واقع‌گرایان با این نوع از دیپلماسی به دلیل پیچیدگی‌های محیط بین‌الملل، به نظر می‌رسد گسترش این نوع از دیپلماسی در کنار دیپلماسی سنتی و دولت‌محور در آینده، می‌تواند به حل بحرانهای بین‌المللی پیچیده کمک شایان توجهی بکند. همانطور که ذکر شد، دیپلماسی عملی یک جنبه نیست و انواع دیپلماسی می‌تواند در کنار عوامل دیگر به حل مشکلات و بحرانهای بین‌المللی کمک کند. بر همین اساس امروزه این نوع از دیپلماسی کمک‌زیادی به حل بحرانها و مسائل فی‌ما بین کشورها می‌کند. سفر اخیر خواندگان و سلبریتی‌های کره جنوبی به کره شمالی، بخشی از یخ‌روابط دو کره را باز کرده است و این عمل با احترام متقابل کره شمالی و رهبر آن روبرو شده است و این ابتکار تاثیر این نوع از دیپلماسی را به خوبی نشان داد. گسترش این نوع از دیپلماسی در آینده می‌تواند ضمن ساده‌سازی سیاست بین‌الملل برای مخاطبان عادی و مردمی که از سیاست بین‌الملل و پیچیدگی‌های آن فرار می‌کنند، مشارکت عمومی را در سیاست به طور عام و سیاست بین‌المللی به طور

دیپلماسی سلبریتی و جذابیت و ساده‌سازی سیاست بین‌الملل در ادراک عامه/ ۱۶۳

خاص افزایش دهد و بر همین مبنا پایگاه اجتماعی سیاست‌گذاری خارجی کشورها و سازمانهای بین‌المللی را افزایش دهد و به دموکراتیک‌سازی حداقلی سیاست بین‌الملل و مسائل جهانی منجر شود. این امر در بلندمدت می‌تواند آرمان دستیابی به یک جامعه مدنی جهانی و شهروندی جهانی را تسهیل کند و باعث بوجود آمدن شهروندان جهانگرا^۱ شود.

1 - Cosmopolitans citizens

منابع

- Alleyne, M.D.,(2003) **Global lies? Propaganda, the UN and the world order.** Basingstoke: Palgrave MacMillan Publishers.
- Alleyne, M.D., (2005) **The United Nations' celebrity diplomacy**, SAIS Review of International Affairs, Vol.25, No.1,pp:175-185, Winter-Spring. Johns Hopkins University Press
- Bleiker, R. (2009) **Aesthetics and World Politics**, London: Palgrave Macmillan
- Brockington, D.,(2014) **Celebrity advocacy and international development.** London: Routledge.
- Cheng ,K. and Leung, V.,(2017) **Celebrity Culture and the Entertainment Industry in Asia**, Intellect publisher: University of Chicago Press
- Cooper, A.,F.(2008a) **Beyond One Image Fits All: Bono and the Complexity of Celebrity Diplomacy**, Global Governance, Vol. 14, No. 3 (July–September) , pp. 265-272
- Cooper, A.F. (2008b) **Celebrity diplomacy.** Boulder, London: Paradigm.
- Cooper, A.,F. ,Dobson,H. and Wheeler, M. (2017) **Non-western celebrity politics and diplomacy: introduction** ,Celebrity Studies, Vol.8, No.2, 312-317
- Corner, J. and Pels, D., (2003) **Introduction: the restyling of politics.** In: J. Corner and D. Pels, eds. The media and the restyling of politics, 1–18. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Corner, J., (2003) **Mediated persona and political culture.** In: J. Corner and D. Pels, eds. The media and the restyling of politics, 67–84. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Dieter,H. and Kumar, R.,(2008) **The Downside of Celebrity Diplomacy: The Neglected Complexity of Development**, Global Governance , Vol. 14, No. 3 (July–September 2008), pp. 259-264
- Dittmer, L., (2000) **Conclusion: East Asian informal politics in comparative perspective.** In: L. Dittmer, H. Fukui, and P.N.S. Lee, ed. Informal politics in East Asia. Cambridge: Cambridge University Press, 290–306
- Engle, K.(2012) **Celebrity diplomacy and global citizenship**, Celebrity Studies, Vol.3, No.1, pp:116-118
- Falt, E., (2009) **How insiders view the issues facing celebrity diplomat.** Celebrity diplomacy workshop, 21 April. Los Angeles, CA: USC Center on Public Diplomacy at the Annenberg School, Norman Lear Center
- Forrest,Adam(2015) **Did Live 8 Work? 10 Years On, The Debt Burden Returns**, accessible on July 13, available link at:

- <https://www.forbes.com/sites/adamforrest/2015/07/13/did-live-8-work-10-years-on-the-debt-burden-returns/#65f4c0b437cb>
- Goh, Timothy (2017) **Dennis Rodman in North Korea: Other celebrities who cosied up to world leaders or their kin**, accessible on June 13, available link at: <http://www.straitstimes.com/lifestyle/dennis-rodman-in-north-korea-other-celebrities-who-cosied-up-to-world-leaders-or-their-kin>
- Jones ,M.,O (2017) **Nation branding and celebrity diplomacy in Bahrain**, *Celebrity Studies*, Vol.8, No. 2, pp: 324-330
- Kellner, D, (2010) **Celebrity diplomacy, spectacle and Barack Obama**, *Celebrity Studies*, 1 (1), pp:121-123
- Kellner, D., (2005) **Media spectacle and the crisis of democracy**. Boulder, CO: Paradigm Press.
- Louw, E.,(2005) **The media and political process**. London: Sage Publications
- Marshall, P. D. (1997) **Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture**, Minneapolis MN: University of Minnesota Press.
- Pike, D., (2000) **Informal politics in Vietnam**. In: L. Dittmer, H. Fukui, and P.N.S. Lee, ed. *Informal politics in East Asia*. Cambridge: Cambridge University Press, 269-289.
- Ribke N. (2015) **Entertainment Industries and 'Liberal' Celebrities: the Failure to Convert Attention into Political Power**. In: *A Genre Approach to Celebrity Politics*. Palgrave Macmillan, London. pp:117-133.
- Richey, L.A., (2016) **Celebrity humanitarianism and North-South relations: politics, place and power**. London: Routledge
- Stein, A. and Georges, B.,B.(2009) **An Introduction to the Entertainment Industry**, Bern: Peter Lang Inc., International Academic Publishers
- Street,John (2012) **Do Celebrity Politics and Celebrity Politicians Matter?** *The British Journal of Politics and International Relations*, BJPIR: 2012 Vol.14, pp:346-356
- Stree, John (2004) **Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation**, *British Journal of Politics and International Relations*, 6:4, 435-452.
- Street, J., (2003) **The celebrity politician: political style and popular culture**. In: J. Corner and D. Pels, eds. *The media and the restyling of politics*, 85-98. London: Sage.
- Valley, P.,(2009) **From A-lister to aid worker: does celebrity diplomacy really work?** *Independent*, 17 January. Available from <http://www.independent.co.uk/news/people/profile/from-alisterto-aid-worker-does-celebrity-diplomacy-really-work-1365946.html> (accessed 17 April 2010).

- Wheeler ,Mark (2011) **Celebrity diplomacy: United Nations' Goodwill Ambassadors and Messengers of Peace**, *Celebrity Studies*, Vol. 2, No.1, pp: 6-18,
- Wheeler, M. (2013) **Celebrity politics**. Cambridge: Polity Press.