

سیر تکامل دیپلماسی عمومی مسکو از شوروی تا روسیه نوین: از جهان -محوری به روس -محوری

علی امید^۱

سعیده مرادی فر^۲

دیپلماسی عمومی همواره ابزار مهمی در سیاست خارجی مسکو، پیش و پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی بوده است. شوروی سوسیالیستی از آغاز تثبیت در دهه ۲۰ میلادی با هدف تعامل و اثرگذاری بر مردمان سایر کشورها، دیپلماسی عمومی را به موازات دیپلماسی رسمی تعقیب کرد. پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، فدراسیون روسیه در صدد اصلاح و ایجاد ساختارهای جدید برای احیا دیپلماسی عمومی خود برآمد. با در نظر داشتن این موضوع که راهبردهای روسیه نوین در دیپلماسی عمومی و دیپلماسی دیجیتال گسترده تر از دوران شوروی است؛ نگارندگان این پرسش را بررسی می کنند، مشخصات بارز دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی و روسیه نوین چیست و فرضیه مقاله حاضر این است که دیپلماسی عمومی شوروی بیشتر مبتنی بر جهان -محوری و ایدئولوژیک بود؛ در حالی که رویکرد دیپلماسی عمومی روسیه نوین، بیشتر فرهنگی و روس -محوری بوده است. اتحاد جماهیر شوروی از زمان انقلاب ۱۹۱۷ تا ۱۹۹۰ یک بازیگر اصلی در کاربرد دیپلماسی عمومی در عرصه جهانی، خصوصاً ملل تحت محور سیاسی خود محسوب می شد. اما پس از فروپاشی، تمرکز اصلی روسیه بیشتر بر جغرافیای فرهنگی -تاریخی خود و کشورهای پسالاتحاد جماهیر شوروی برای پیشبرد دیپلماسی عمومی و دیپلماسی دیجیتال است. این مقاله با به کارگیری روش توصیفی -تحلیلی سعی در واکاوی پرسش مقاله در چارچوب ادبیات نظری دیپلماسی عمومی دارد.

واژگان کلیدی: دیپلماسی عمومی، سیاست خارجی، دیپلماسی دیجیتال، فدراسیون روسیه، اتحاد جماهیر شوروی.

^۱ نویسنده مسئول، دانشیار روابط بین الملل، گروه علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

Email: aliomidi@ase.ui.ac.ir

^۲ دانش آموخته دکتری روابط بین الملل، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. Email: moradi3005@yahoo.com

- این مقاله علمی _ پژوهشی است. تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۴/۳ و تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۵/۹

مقدمه

دیپلماسی به مدیریت روابط میان دولت‌ها با یکدیگر و میان دولت‌ها و سایر بازیگران بین‌المللی اطلاق می‌شود. از دیدگاه دولت‌ها، دیپلماسی به رایزنی، شکل دادن و اجرای سیاست خارجی مربوط می‌شود. این نوع تعامل بین دولت‌ها بنام دیپلماسی مسیر اول - دیپلماسی سنتی^۱ یا رسمی نامیده می‌شود (Pashayeva, 2019:2). اما روابط بین‌الملل پس از جنگ سرد به طرز چشمگیری متحول شد؛ چراکه دیپلماسی سنتی به تنهایی نتوانست صلح بین‌المللی را ارتقا بخشد (Tuch, 1990:4). برای حل این مسئله، اصطلاح دیپلماسی عمومی^۲ ظهور کرد تا پل ارتباطی بین عرصه ارتباطات و سیاست خارجی ایجاد کند. یکی از دلایل اصلی در استفاده دیپلماسی عمومی، تمایل به جلب توجه و جذب افکار عمومی شهروندان سایر کشورها به شیوه‌ای مثبت، توسط دولت‌های اعمال‌کننده آن است. بسیاری از دولت‌ها، هدفشان گسترش ارزش‌های خود و یا ترویج ارزش‌های جهانی با استفاده از دیپلماسی عمومی است. در کنار این موضوع می‌توان به یکی دیگر از دلایل چرایی استفاده دولت‌ها از دیپلماسی عمومی را اصلاح تصورات منفی یا ایجاد تصورات مثبت از یک کشور برای مخاطبین دانست (Hartig, 2015:34-35).

در این میان، روسیه نیز به خوبی نسبت به این روند جهانی هوشیار بوده و ابتکاراتی برای پیشبرد دیپلماسی عمومی خود در پیش گرفته است. دیپلماسی عمومی روسیه، ابتدا به ساکن نبوده، بلکه سلف آن یعنی اتحاد جماهیر شوروی پیشینه خوبی از جهت دیپلماسی عمومی برای روسیه نوین به ارث گذاشته است. اولویت اصلی دیپلماسی عمومی روسیه کشورهایی که قبلاً تحت اتحاد جماهیر شوروی، خصوصاً کشورهای مستقل مشترک المنافع (ارمنستان، آذربایجان، بلاروس، قزاقستان، قرقیزستان، مولداوی، روسیه، تاجیکستان، ترکمنستان، اوکراین، ازبکستان) بوده است (Velikaya, 2018:53-54).

نگارندگان در مقاله حاضر، ضمن تحلیل دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی به راهبرد روسیه نوین در دیپلماسی عمومی و دیپلماسی دیجیتال^۳ پرداخته‌اند. فرضیه مقاله حاضر این است که دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی بیشتر مبتنی بر جهان - محوری

1. Traditional Diplomacy

2. Public Diplomacy

3. Digital Diplomacy

و ایدئولوژیک بوده؛ در حالی که رویکرد دیپلماسی عمومی روسیه نوین بیشتر فرهنگی و روس-محور بوده است. شوروی از زمان انقلاب ۱۹۱۷ یک بازیگر مهم در دیپلماسی عمومی در ابعاد مختلف بود و تا اوایل دهه ۹۰ میلادی سعی داشت تا افکار عمومی مردم جهان را به الگوی سیاسی خود جلب کند. اما پس از فروپاشی، تمرکز اصلی روسیه بر جغرافیای خود و کشورهای پساتحاد جماهیر شوروی برای پیشبرد دیپلماسی عمومی با ابعاد غالباً فرهنگی و دیجیتال بوده است. این مقاله با به کارگیری روش توصیفی-تحلیلی سعی در واکاوی پرسش مقاله در چارچوب ادبیات نظری دیپلماسی عمومی دارد.

مفهوم‌شناسی در بسیاری از منابع، کاربرد اصطلاح دیپلماسی عمومی را نخستین بار در سال ۱۹۶۵ در آمریکا به المونا گولینون^۱، رئیس اسبق مدرسه «حقوق و دیپلماسی فلچر»^۲ در «دانشگاه تافتز»^۳ نسبت می‌دهند که به معنای ارتباطات معطوف به منافع ملی یک کشور از طریق ارتباط با مردم خارج از مرزهای جغرافیایی. با این تعریف، مواردی از قبیل اعزام دانشجو به خارج، پذیرش بورس‌های تحصیلی، خبرنگاران اعزامی، فرایند ارتباط میان فرهنگی، برگزاری انواع جشنواره‌های هنری، همایش‌ها و سمینارهای فرهنگی و پخش برنامه‌های صوتی و تصویری و حتی ایجاد تارنماهای فضای مجازی همه و همه در حوزه دیپلماسی عمومی قابل بحث می‌باشند (هادیان و احدی، ۱۳۸۸: ۹۰).

برخی از تحلیلگران، دوره پس از جنگ سرد را به عنوان یک تغییر بزرگ پارادایمی در دیپلماسی توصیف کرده‌اند که این موضوع را می‌توان با تکامل دیپلماسی از دیپلماسی سنتی به دیپلماسی عمومی مشاهده کرد (Hartig, 2015:7). لئونارد و همکارانش^۴ بر این باور هستند «دیپلماسی عمومی با هدف ایجاد ارتباط، درک علایق و فرهنگ شهروندان کشورهای هدف، ارتباط با آنها، تصحیح سوءبرداشت‌ها، پایش و برجسته‌سازی علایق مشترک با مردمان سایر دولت‌ها هدایت می‌شود». این تعریف تأکید بسیاری بر روی ایجاد رابطه و درک طرف دیگر دارد. واقعیت این است که دیپلماسی عمومی یک فرآیند ارتباطی دوطرفه بوده که لزوماً به بازیگران دولتی محدود نمی‌شود (Renken, 2014:10-11).

¹. Admond Gulion

². Fletcher School of Law and Diplomacy

³. Tufts University

⁴. Leonard et al.

پائول شارپ^۱ دیپلماسی عمومی را به عنوان «روندی توصیف می‌کند که از طریق آن دولت‌ها می‌توانند با شهروندان ملل دیگر برای پیشبرد منافع و گسترش ارزش‌های مورد نظر خود ارتباط برقرار کنند» (Melissen, 2005:8). این در حالی بوده که نیکلاس کول^۲ بر این باور بوده که دیپلماسی عمومی را می‌توان در شکل تماس بین یک دولت با مردم دولت دیگر مشاهده کرد. دیپلماسی عمومی همیشه مخاطبان خود را به صورت مستقیم هدف قرار نمی‌دهد. غالباً افراد مشخصی در میان مخاطبان هدف وجود دارد که از نفوذ و اثرگذاری زیادی در جامعه خود برخوردار هستند. علاوه بر این، دیپلماسی همیشه به صورت یک اقدام یکسویه برای اثرگذاری بر افکار عمومی مخاطبان خارجی نبوده، بلکه دیپلماسی عمومی می‌تواند دوسویه و گوش دادن به افکار عمومی خارجی نیز باشد که در نتیجه این رویکرد، دولت‌ها حتی سیاست‌های بلند مدت خود را تغییر می‌دهند (Cull, 2009:12). ایتان گیلوبا^۳، دیپلماسی عمومی را «برقراری ارتباط مستقیم با عامه مردم یک کشور خارجی با هدف اثرگذاری بر جهت‌گیری دولت‌هایشان» تعریف کرده است (Gilboa, 2001:4).

فلچر^۴، دیپلمات انگلیسی، معتقد است که «دیپلماسی ماهیت داروینی دارد». یعنی برای اینکه دیپلماسی در دستیابی به اهداف سیاسی موفق باشد باید به طور مداوم در حال پیشرفت باشد تا به چالش‌های یک محیط دائمی در حال تغییر (پیشرفت فناوری‌ها) پاسخ دهد (Simons, 2018:202). از این‌رو یکی از مصادیق دیپلماسی عمومی همان دیپلماسی دیجیتال و اثرگذاری فناوری‌های اطلاعاتی و دیجیتالی بر مناسبات بین‌المللی است (Manor, 2018: 4). برخی نظریه‌پردازان بر این باور هستند، مفاهیمی نظیر دیپلماسی الکترونیک^۵، دیپلماسی دیجیتال و حتی دیپلماسی مجازی همگی بر یک مفهوم دلالت می‌کنند.

جس پیلگارد^۶ بر این باور بوده که این مفاهیم مبتنی بر فناوری‌هایی بوده که ارتباط نزدیکی با گسترش فضای مجازی و اتصال به فضای مجازی داشته و به واسطه این فضا، عصر

¹. Paul Sharp

². Nicholas Cull

³. Eytan Gilboa

⁴. Tom Fletcher

⁵. Diplomacy is Darwinian

⁶. E-Diplomacy

⁷. Jess Pilegaard

جدیدی در دیپلماسی بین‌المللی آغاز شده است (Pilegaard, 2016:317). ویک رنکن^۱ از اصطلاح دیپلماسی عمومی جدید یا دیپلماسی عمومی^۲ استفاده کرده و بر این باور بود که این نوع دیپلماسی در حال حرکت از سازه‌های سلسله‌مراتبی قدیم به سمت فعالیت‌هایی است که با مخاطبان خارجی تعامل دارند (Renken, 2014: 15). لیودمیلارشتنیکوا^۳ از اصطلاح دیپلماسی الکترونیک استفاده می‌کند. وی بر این باور بوده که می‌توان اصطلاح دیپلماسی الکترونیک را به جای اصطلاحات مختلفی مانند دیپلماسی مبتنی بر فضای مجازی^۴، دیپلماسی شبکه^۵، دیپلماسی سایبر^۶، دیپلماسی عمومی^۲ بکار گرفت (Reshetnikova, 2018:1).

اگر دیپلماسی عمومی را نوعی ارتباط بدانیم برای اینکه دیپلماسی عمومی دو کشور یا دو دوره زمانی از یک کشور را مقایسه کرد، الگو ارتباطی‌هارولد لاسول^۷ می‌تواند، چارچوب مناسبی باشد. این الگو برای شناخت ماهیت ارتباطات بین فرستنده و گیرنده، پنج پرسش را مطرح می‌کند: «چه کسی»،^۸ «چه می‌گوید»،^۹ «از چه مجرای»^{۱۰} به چه کسی^{۱۱} و با چه میزان اثرگذاری؟^{۱۲}» (Alston, 2017:11-12). در دیپلماسی عمومی یک کشور، پاسخ چه کسی دلالت به کارگزاران دیپلماسی عمومی یا فاعلان ارتباط دارد. اینکه فقط دولت و کارگزارهای رسمی دولتی به این کار مبادرت می‌کنند و یا اینکه بخش غیردولتی و جامعه مدنی نیز در آن درگیر است. اما در پاسخ به «چه می‌گوید» باید گفت، درون مایه یا پیام دیپلماسی عمومی چیست. آیا صرفاً به یک محتوای خاص ارتباطی بسنده می‌شود و یا اکثر شاخص‌های دیپلماسی عمومی را دربر می‌گیرد. در پاسخ به «از چه مجرای» باید گفت که دولت‌ها از چه وسایل ارتباطی یا ابزارهایی برای پیشبرد دیپلماسی عمومی بهره می‌گیرند. در پاسخ «به چه کسی» باید گفت که مخاطبان اصلی پیام یا دیپلماسی عمومی چه کسانی هستند. آیا عموم

¹. Wiekke Renken

². Public Diplomacy 2.0.

³. Liudmila Reshetnikova

⁴. Net Diplomacy

⁵. Networked Diplomacy

⁶. Cyber Diplomacy

⁷. Lasswell's Communication Model

⁸. Who

⁹. Says What?

¹⁰. In Which Channel?

¹¹. to whom

¹². With What Effect?

مردم در پهنه جهانی مدنظر است یا مخاطبین خاص در جغرافیای محدود. سوال «با چه میزان اثرگذاری» میزان موفقیت پیام بر مخاطب یا دیپلماسی عمومی یک کشور را ارزیابی می‌کند. اینکه دیپلماسی عمومی چه اندازه در کاهش دیدگاه‌های منفی مخاطبین، جذب مخاطبین یا برندسازی یک کشور موثر بوده است یا آورده‌های سیاسی و اقتصادی آن چیست. می‌توان برای ارزیابی دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی و روسیه پساشوروی از این الگو بهره گرفت.

۱. دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی

زمانی که اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۲۲ شکل گرفت با چالش‌های بسیاری مواجه بود. بسیاری از دولت‌ها به دلیل بنیان ایدئولوژیک متمایز شوروی از شناسایی آن اجتناب می‌کردند. اما در اواسط دهه ۲۰ میلادی پس از مقاومت اولیه جامعه بین‌المللی، اتحاد جماهیر شوروی توانست، روابط دیپلماتیک خود را با برخی از کشورهای اروپایی، چین، مکزیک و ژاپن برقرار کند و در سال ۱۹۳۳ از سوی آمریکا و سایر کشورها شناسایی شود (Lebedeva, 2020: 29). جدا از این چالش اولیه، هدف اصلی دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی، پشتیبانی از نهضت‌های کمونیستی در سراسر جهان بود (Karaayak, 2020: 41-44).

پیشرفت دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی، جهان غرب و شرق را شوکه کرده بود. همانطور که در اسناد طبقه‌بندی شده سیا^۱ آمده؛ مسکو تاثیر سیاسی خود را به مناطقی دورتر از سرزمین شوروی مانند آفریقا، اقیانوس هند، کارائیب و جنوب شرقی آسیا گسترش داده بود (Velikaya, 2020 A: 1-2). نفوذ و پیشرفت اتحاد جماهیر شوروی تا جایی پیش رفت که در سال ۱۹۳۴ به عضویت جامعه ملل درآمد. این موضوع سبب شد تا شوروی به یک بازیگر تمام عیار در عرصه روابط بین‌الملل تبدیل شود. شوروی موفق شد، همکاری‌های فرهنگی و دیپلماسی عمومی خود را با سایر کشورهای جهان تقویت کند و تصویر جذابی از اتحاد جماهیر شوروی ارائه نماید (Lebedeva, 2020: 29). اتحاد جماهیر شوروی، اولین کشوری بود که با راه‌اندازی برنامه رادیویی به زبان آلمانی در سال ۱۹۲۹، نخستین پنخس هدفمند خود به زبان‌های خارجی برای کارگران خارجی را آغاز کرد. تا سال

^۱. CIA

۱۹۳۲، رادیوی شوروی به ۱۱ زبان در خارج از کشور پخش می‌شد که با پایان جنگ جهانی به ۲۹ زبان افزایش یافت (Velikaya, 2020 A:1). کرملین از این طریق موفق شده بود راهی برای اشاعه نظرات اتحاد جماهیر شوروی در مورد امور بین‌الملل و مقابله با نفوذ سیستم سرمایه‌داری پیدا کند.

اتحاد جماهیر شوروی از ابزارهای مختلف فرهنگی و برنامه‌های آموزشی برای ایجاد و حفظ رژیم‌های سیاسی دوست در کشورهای خارجی استفاده کرد. برنامه‌های آموزشی بین‌المللی و دیپلماسی علمی به بخش اصلی استراتژی شوروی برای رخنه در «ذهن» و جلب «وفاداری» به منظور بازتولید یا اثرگذاری بر افکار عمومی غالب خارجی به کار گرفته شد (Tsvetkova, 2008:199). چراکه اتحاد جماهیر شوروی، مقصد اصلی تحصیل برای خارجیان هم‌فکر به لحاظ ایدئولوژیک قلمداد می‌شد. اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۶۵، آمریکا را با ۳/۵ درصد سهم در علوم پایه پشت سر گذاشت و این رقم قبل از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی رشد بسیاری داشت و در اواخر دهه ۸۰ میلادی به ۵/۶ درصد رسید. یک چهارم دانشمندان جهان در موسسات علمی این کشور کار می‌کردند. در سال ۱۹۲۱ در حالی که کشور درگیر جنگ داخلی بود، دانشگاه کمونیست زحمتکشان شرق^۱ و موسسه آموزشی کمینترن^۲ تاسیس شد. یکی دیگر از ساختارهای تاثیرگذار دیپلماسی علمی در آن دوره به اینتردام^۳ معروف (مدرسه شبانه روزی بین‌المللی ایوانوو^۴) بود که توسط امداد سرخ بین‌المللی^۵ تاسیس شد. این مدرسه برای کودکان انقلابی از سراسر جهان بود (Velikaya, 2020 A:10-11).

بخش دیگری از دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی را می‌توان در قالب دیپلماسی فرهنگی تعریف کرد. شوروی تورهایی را در زمینه تئاتر، گروه‌های موسیقی و هنرمندان ترتیب می‌داد. مسکو در سال ۱۹۲۳ کمیسیون کمک خارجی^۶ را «برای اتحاد و هدایت کردن انواع کمک‌های خارجی به جمهوری‌های اتحاد جماهیر شوروی و هدایت فعالیت‌های سازمان‌های کمک‌کننده خارجی شوروی» ایجاد کرد. کمیسیون کمک خارجی، افراد

^۱. Communist University of the Toilers of the East

^۲. Comintern

^۳. Interdom

^۴. Ivanovo International Boarding School

^۵. کمک سرخ بین‌المللی (International Red Aid) (با نام اختصاری روسی MOPR) یک سازمان خدمات اجتماعی بین‌المللی بود که توسط انترناسیونال کمونیستی یا انترناسیونال سوم تاسیس شد.

^۶. Foreign Assistance Commission

برجسته و روشنفکر خارجی «مترقی» را در انجمن دوستی با اتحاد جماهیر شوروی جذب کرد. آلبرت انیشتین، برنارد شو^۱، ماری کوری و جواهر لعل نهرو از جمله این افراد بودند. در سال ۱۹۲۵، کمیسیون کمک خارجی به جامعه اتحادیه روابط فرهنگی با کشورهای خارجی^۲ تبدیل شد. این نهاد مرتباً از بازدیدکنندگان برجسته غربی (دانشمندان، نویسندگان و هنرمندان) پذیرایی می‌کرد و ارتباط این افراد را با هم‌تایان آنها در شوروی ترتیب می‌داد، در عین حال این نهاد هماهنگ‌کننده مبادلات فرهنگی، علمی و ادبی بود. در سال ۱۹۲۷، حدود ۱۵۰۰ نفر از تمام نقاط جهان به اتحاد جماهیر شوروی آمدند تا در جشن دهمین سالگرد تأسیس اتحاد جماهیر شوروی شرکت کنند. این بازدیدکنندگان شامل دانشمندان، نویسندگان و هنرمندان خارجی بودند (Velikaya, 2020 A:3-5)، نخبگانی که توانایی انتقال فرهنگ، ارزش‌ها و ایده‌های شوروی را داشتند.

اتحاد جماهیر شوروی، موسسه آموزشی برای کارمندان دیپلماتیک و کنسولی با دوره آموزش دو ساله تحت عنوان کمیساریای خلق امور خارجه^۳ تأسیس کرد. وظیفه این موسسه، آموزش دبیران هیات‌های نماینده تام‌الاختیار، نایب کنسول، وابستگان و دستیاران بود. این موسسه به مدرسه عالی دیپلماتیک^۴ با دوره‌های آموزشی دو و سه ساله تغییر نام داد. به‌رغم مشکلات زمان جنگ جهانی دوم، مدرسه عالی دیپلماتیک به کار خود ادامه می‌داد، دامنه زبان‌های آموزشی این موسسه در سال‌های ۱۹۴۳-۱۹۴۴ در حال گسترش بود. ۲۳ زبان خارجی در این موسسه آموزش داده می‌شد. دانشجویانی از آلبانی، بلغارستان، مجارستان، ویتنام، آلمان شرقی، کامبوج، کوبا، مغولستان، لهستان، چکسلواکی برای تحصیل پذیرفته می‌شدند. بعدها مدرسه عالی دیپلماتیک به آکادمی دیپلماتیک وزارت خارجه شوروی تبدیل شد (Dipacademy, B)

ستون دیگر دیپلماسی فرهنگی اتحاد جماهیر شوروی ترویج زبان روسی بود. شوروی موفق شد، زبان روسی را در سال ۱۹۴۶ به زبان رسمی سازمان ملل تبدیل کند که از سال ۱۹۶۸ به عنوان زبان فعال در سازمان ملل از آن استفاده می‌شد. طی جنگ سرد، زبان روسی یک زبان جهانی بود. ترویج زبان روسی بخش مهمی از حضور فرهنگی خارجی

^۱ Bernard Shaw

^۲ All-Union Society for Cultural Relations with Foreign Countries

^۳ People's Commissariat of Foreign Affairs

^۴ Higher Diplomatic School

شوروی تا به اکنون بوده است. موسسه زبان روسی به نام ای.ای.پوشکین^۱ که در دهه ۶۰ میلادی تاسیس شده بود، نقش زیادی در این موضوع داشته است. این موسسه ۱۷ شعبه خارجی داشته و دوره‌های زبان روسی، سمینارهای آموزشی برای معلمان و امتحان‌های روسی را برگزار می‌کرد. بخش دیگری از دیپلماسی عمومی چیزی بود که می‌توان آن را در قالب دیپلماسی موزه^۲ تعریف کرد که شامل آثار هنری اتحاد جماهیر شوروی بود. در مارس ۱۹۵۵، مسکو انتقال آثاری از گالری استادان قدیمی در درسدن^۳ -را که ارتش سرخ از آلمان گرفته بود- به جمهوری دموکراتیک آلمان اعلام کرد. این انتقال شامل ۱۲۴۰ نقاشی از جمله «سیستین مدونا»^۴ متعلق به رافائل^۵ بود (Velikaya, 2020 A:3-4). بخش دیگری از دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی، دیپلماسی مردم با مردم بود. از جمله این نوع دیپلماسی، روشنفکران روسی بودند که به دلیل انقلاب و جنگ داخلی (۱۹۱۷-۱۹۲۲) مجبور به ترک کشور خود شدند. این روشنفکران نخستین موج مهاجران ناخواسته روسی و دیپلمات‌های دیپلماسی عمومی روسیه بودند. اکثر آنها پس از کسب شهروندی در کشورهای دیگر همچنان به عنوان یک «روسی» فعالیت می‌کردند. برخی از مهاجران روسی در دوره جنگ جهانی، کمک‌های بین‌المللی برای هموطنان خود در روسیه جمع می‌کردند (Velikaya, 2020 B).

اتحاد جماهیر شوروی از نخستین سال‌های حیات خود، کمک‌های بشردوستانه خود به کشورهای خارجی را آغاز کرد. در دهه ۲۰ میلادی در مغولستان و در دهه ۳۰ میلادی در افغانستان و ترکیه تاسیسات صنعتی ایجاد کرد. خروشچف در سال ۱۹۵۶ رویکرد جدیدی در سیاست کمک خارجی پیشنهاد کرد که در آن اعطای کمک اقتصادی به کشورهای تازه استقلال یافته جهان سوم به منظور توسعه آنها در جهت انتقال آنها به اقتصاد سوسیالیسم مدنظر بود. وی بر این باور بود، مسکو می‌تواند با اعطای کمک خارجی به کشورهای تازه استقلال یافته کنترل اقتصاد و تجارت خارجی این کشورها را به دست آورد و از این طریق آن کشور را وادار کند که راه سوسیالیستی شدن را در پیش بگیرد. به نظر خروشچف، اگر

¹. A.S. Pushkin

². Museum Diplomacy

³. Dresden

⁴. Sistine Madonna

⁵. Raphael

۴۰ درصد تجارت خارجی کشورهای تازه استقلال یافته توسط اتحاد جماهیر شوروی تصرف شود، آن کشورها مجبور به سوسیالیستی شدن می‌شدند. اتحاد جماهیر شوروی از سال ۱۹۵۴ تا ۱۹۸۹ برای کمک‌های بشردوستانه ۱۴۴/۳ میلیارد دلار هزینه کرد که شامل ساخت ۳۵۷۵ بنا (مدرسه، بیمارستان، سازه‌های زیربنایی) بود. برای مثال شوروی، بودجه سد تهری^۱ در هند، سد اسوان^۲ در مصر، تونل سالونگ^۳ در افغانستان و ورزشگاه گلورابونگ کارنو اندونزی^۴ را تامین کرد (Velikaya, 2020 A:8).

اتحاد جماهیر شوروی در دوره جنگ سرد از المپیک تابستانی ۱۹۸۰ به عنوان ابزاری برای تبلیغ و وجهه مثبت خود به جهان استفاده کرد (Ozsari et al, 2018:340). چراکه این رویداد ورزشی بین‌المللی می‌توانست، واسطه‌ای برای ترویج درک فرهنگی بین مردم جهان و دولت‌های شرکت‌کننده باشد. شوروی از طریق این رویداد ورزشی می‌توانست با تماشاگران (مردم) و دولت‌های آنها (سیاستمداران) ارتباط برقرار کند (Trunkos and Heere, 2017: 5-7). بر همین مبنا، کشورهای بلوک غرب و شرق، طی جنگ سرد سعی کردند، برتری خود را در برابر یکدیگر در هر زمینه‌ای نشان دهند. سایه مبارزه ایدئولوژیک بر روی ورزش هم افتاده بود. پیام ورزشکاران دو بلوک در مسابقه ورزشی بین‌المللی به جهان «ما بهتر از آنهایم»^۵ بود (Ozsari et al, 2018:340-341).

روس‌ها، بازی‌های المپیک را به عنوان یک رویداد برجسته ورزشی بین‌المللی که منعکس‌کننده تلاش‌های مردم اتحاد جماهیر شوروی، حزب کمونیست و دولت برای ترویج صلح، همکاری و درک متقابل می‌دانستند. این در حالی بود که آمریکا خواهان تحریم بازی‌ها به دلیل حمله شوروی به افغانستان در پایان سال ۱۹۷۹ بود. آمریکایی‌ها قبلاً نسبت به میزبانی مسکو محتاط بودند و پیش‌بینی می‌کردند که برای روس‌ها این بازی‌ها به عنوان «یک جشنواره تبلیغاتی بزرگ»^۶ به منظور پیشبرد نهضت کمونیسم خواهد بود. آمریکا از این فرصت استفاده کرد تا اگر شوروی از خروج نیروهای خود در افغانستان امتناع کرد، سایر کشورها را وادار به تحریم این بازی‌ها کند (Sheldon, 2020:14). در نهایت کشورهای

¹. Tehri Dam

². Aswan Dam

³. Salong Tunnel

⁴. Gelora Bung Karno Stadium

⁵. We Are Better Than Them

⁶. A Major Propaganda Festival

غربی، المپیک ۱۹۸۰ مسکو را تحریم کردند و در مقابل کشورهای عضو بلوک شرق، المپیک لس‌آنجلس ۱۹۸۴ را تحریم کردند (Ozsari et al, 2018:341).

اتحاد جماهیر شوروی در دیپلماسی عمومی به دنبال اشاعه تصویری مطلوب از تمدن «سوسیالیستی» شوروی در سراسر جهان بود. مقامات شوروی، روزنامه نگاران و روشنفکران روس تلاش مجددانه‌ای برای برقراری ارتباط با هم‌تایان خارجی خود داشتند. این ارتباطات اگر نگرش مطلوب را نسبت به اهداف شوروی فراهم نمی‌کردند، حداقل اثرات منفی اقدامات آن را کاهش می‌دادند. تقریباً هر شماره از روزنامه‌های پراودا^۱ یا ایزویستییا^۲ دو یا سه بخش خود را به اعلان‌های پذیرایی از خارجی‌ها اختصاص می‌دادند. همچنین خروشچف در گزارش خود به کنگره بیستم حزب تاکید داشت، کمونیست‌ها رهبران «مبارزه برای حفظ صلح^۳» هستند و «برای منافع حیاتی مردم کارگر و استقلال ملی همه کشورها^۴» تلاش می‌کنند. واقعیت این بود که مسکو خواستار آن بود تا روسیه به عنوان مرکز جهانی پیشرفت، تزکیه معنوی، روشنگری و انسان دوستی در نظر گرفته شود. این هدف، غالباً به صورت غیرمستقیم، در بیانیه‌های سیاستمداران شوروی آشکار می‌شد (Barghoorn, 1958:42-45).

اتحاد جماهیر شوروی با وجود مشکلات داخلی در نهایت موفق شد فرهنگ و ارزش‌های خود را انتقال دهد و به قلب‌ها و اذهان افکار عمومی خارجی سایر دولت‌ها دست یابد. هدف اتحاد جماهیر شوروی از دیپلماسی عمومی، نشان دادن خود به عنوان کشوری جذاب، معتبر، روشنفکر و طرفدار گفتگو به جای تک‌گویی بود (Lebedeva, 2020:29). در مجموع دیپلماسی عمومی شوروی مراحل مختلفی نظیر انزوای بین‌المللی، عدم به رسمیت شناخته شدن بین‌المللی، جنگ جهانی دوم و جنگ سرد را پشت سر گذاشت. این فعالیت‌ها بخشی از دیپلماسی عمومی ایدئولوژیک محور شوروی در قالب‌های مختلف دیپلماسی عمومی را نشان می‌داد که بخشی از دستور کار سیاسی داخل شوروی برای مخاطبان خارجی بود. شوروی به عنوان یک قدرت در دیپلماسی عمومی به طور فعالی از تمام

¹. Pravda

². Izvestiya

³. Struggle for the Preservation of Peace

⁴. for the Vital Interests of the Working People and the National Independence of all Countries

سازوکارهای دیپلماسی عمومی از جمله علمی و فرهنگی، کمک به توسعه، پخش بین‌المللی، هنری و ورزشی متناسب با زمان استفاده می‌کرد.

۲. دیپلماسی عمومی روسیه نوین

پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، دیپلماسی عمومی روسیه از همان ابتدا تغییر جهت داد؛ زیرا کشور جدید آرزو داشت، روش‌های دموکراتیک‌تر و متفاوت‌تری از روش‌های مورد استفاده در دوران شوروی اتخاذ کند (Anastasiia, 2020:44). با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، خصوصاً طی دهه ۹۰ میلادی، روسیه با «مشکل تصویر^۱» مواجه بوده است. دولت روسیه تلاش می‌کرد تا هویت و اقتصاد خود را احیا کرده و به جایگاه مطلوب بین‌المللی برسد، اما هرج‌ومرج اقتصادی دهه ۹۰ میلادی و مشکلات سیاسی-اجتماعی جدید موجب شد بحران هویت روسیه تقویت شود. این موضوع سبب شد از روسیه به عنوان سرزمینی پر از بی‌قانونی و هرج و مرج تصویرسازی شود (Just, 2016:3). به همین دلیل روسیه سعی داشت تا از طریق دیپلماسی عمومی درک و فهم روابط بین‌الملل را نسبت به خود، تغییر دهد و تصویری واقع‌بینانه و مطلوب از فرهنگ کشور خود برای مخاطبان ایجاد کند (Velikaya and Simons, 2020:271).

روسیه برای نتیجه‌بخش بودن دیپلماسی عمومی، ساختارهای جدید ایجاد کرد و یا به بازسازی نهادهای سابق خود مبادرت نمود؛ همانند آژانس‌های رسانه‌ای رشاتودی، روسکی میر^۲، آژانس فدرال امور مشترک المنافع کشورهای مستقل (بخشی از وزارت خارجه)^۳، شورای امور بین‌الملل روسیه^۴، آکادمی دیپلماتیک، بنیاد دیپلماسی عمومی الکساندر گورچاکوف^۵ و تارنماهای وزارت خارجه روسیه و کرملین در قالب دیپلماسی دیجیتال (Anastasiia, 2020:44). اما این موضوع را نباید از نظر دور نگاه داشت که به جز موارد

¹. Image Problem

². Russkiy Mir Foundation

³. Federal Agency for the Commonwealth of Independent States Affairs, Compatriots Living Abroad, and International Humanitarian Cooperation

⁴. Russian International Affairs Council (RIAC)

⁵. Alexander Gorchakov Public Diplomacy Fund

ذکر شده، نهادهای دیگری نظیر ریانووستی^۱ و صدای روسیه^۲ از پیش در دیپلماسی عمومی و دیجیتالی روسیه جایگاه ویژه‌ای داشتند.

۳. نهاد سازی رسانه‌ای

روسیه میراث دار اتحاد جماهیر شوروی در استفاده از رسانه‌های دیداری-شنیداری و اکنون ماهواره ای برای پیشبرد اهداف دیپلماسی عمومی است. صدای روسیه یکی از قدیمی‌ترین رسانه‌های رادیویی دولتی روسیه است که در سال ۱۹۲۹ تاسیس شد. صدای روسیه در ۱۶۰ کشور جهان به ۳۸ زبان پخش می‌شود. این ایستگاه رادیویی در سال ۲۰۱۴ جای خود را به اسپوتنیک داد. اسپوتنیک در ۱۳۰ شهر و در ۲۴ کشور جهان برنامه پخش می‌کند. با این حال، تمرکز آن در خارج نزدیک و مقابله با تعصب غربی‌ها نسبت به روسیه است. اسپوتنیک با تمرکز بر کشورهای همسایه خود در تارنمای خود به زبان‌هایی نظیر آبخازیا، بلاروس، قرقیزستان، چین، اسپانیا و ترکیه نیز خبررسانی می‌کند (Bolduc, 2018:15).

دفاتر منطقه ای اسپوتنیک در مناطق مهم و کشورهای مختلف جهان از جمله آمریکا (واشنگتن)، چین (پکن)، فرانسه (پاریس)، آلمان (برلین)، مصر (قاهره) و انگلیس (لندن و ادینبورگ) است. سرویس‌های خبری اسپوتنیک به صورت شبانه روزی به زبان‌های انگلیسی، اسپانیایی، عربی، چینی و فارسی کار می‌کند. این آژانس، اخبار سیاسی و اقتصادی جهان را با هدف اثرگذاری بر مخاطبان بین‌المللی پوشش می‌دهد (Sputniknews, 2021). در کنار اسپوتنیک، ریانووستی یک خبرگزاری دولتی بوده که تقریباً در ۴۵ کشور جهان و با ۱۴ زبان مختلف فعالیت می‌کرد و از سال ۲۰۱۴ با عنوان (روسیا سگودنیا)^۳ ادامه فعالیت داده است (Simons:2015:4). اما مهم‌ترین تحول رسانه‌ای در خدمت دیپلماسی عمومی راشاتودی است که در سال ۲۰۰۵ به عنوان بخشی از برنامه رسانه‌ای بزرگ برای ارتقای وجهه روسیه در خارج از کشور راه‌اندازی شد. برای کمرنگ‌سازی وابستگی مستقیم آن به دولت روسیه،

¹ . RIA Novosti

² . Voice of Russia

- صدای روسیه، یکی از قدیمی‌ترین رسانه‌های رادیویی دولتی روسیه است که در سال ۱۹۲۹ تاسیس شد. صدای روسیه در ۱۶۰ کشور جهان به ۳۸ زبان پخش می‌شود. این ایستگاه رادیویی در سال ۲۰۱۴ جای خود را به اسپوتنیک داد.

³ . Rossiya Segodnya -Россия Сегодня

نشان آن به «آر.تی»^۱ تغییر کرد (Yablokov, 2015:305). کانال خبری راشاتودی از طرف خبرگزاری دولتی ریانووستی حمایت مالی می‌شود و به عنوان «اولین کانال خبری ۲۴ ساعته انگلیسی زبان که نظر روسیه را در مورد اخبار جهانی ارائه می‌دهد» فعالیت دارد. راشاتودی با استفاده از منابع دولتی، به سرعت به یک پورتال خبری مهم و قابل مقایسه با الجزیره انگلیسی و دوپچهوله^۲ آلمان تبدیل شد که در حال حاضر برنامه‌هایش به زبان‌های انگلیسی، عربی و اسپانیایی پخش می‌شود (Avgerinos, 2009:122).

کرم‌لین بر این باور بوده که این رسانه خبری انگلیسی زبان به عنوان یک رقیب جهانی برای پخش‌کنندگان غربی مانند بی.بی.سی، سی.ان.ان و الجزیره محسوب می‌شود (Bolduc, 2018:13). آر.تی، دارای یک تارنما با دسترسی جهانی است که بیش از ۱۰۰ میلیون بیننده در بیش از ۱۰۰ کشور جهان را دارد (Kancans, 2020:17-26). اگرچه برنامه‌های راشاتودی در بیش از ۱۰۰ کشور پخش می‌شود، اما بیشترین مخاطب آن در اروپا زندگی می‌کند که شامل ۴۳ میلیون بیننده هفتگی در ۱۵ کشور اروپایی بویژه در شرق اروپا است (Bolduc, 2018:13). همچنین آر.تی به عنوان یک ارائه‌دهنده اخبار بین‌المللی در سیستم عامل‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی مانند توئیتر و فیس‌بوک حضور فعالی دارد. بیشترین موفقیت آر.تی در رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در یوتیوب دید که بیش از یک میلیارد بازدید داشته است (Kancans, 2020:26).

آر.تی در پایتخت‌های بزرگ کشورهای جهان از جمله پکن و واشنگتن، مرکز اداری دارد. این در حالی بوده که می‌توان دفاتر متعدد آن را هم در کشورهای حوزه خارج نزدیک به استثنای ترکمنستان مشاهده کرد (Jardine, 2015). این گستردگی آر.تی در فضای جهانی به اندازه‌ای بوده که سردبیر آر.تی، مارگاریتا سیمونیان^۳ اذعان داشت، آر.تی برای جذب هرچه بیشتر مخاطبان، برنامه‌های گسترده‌ای دارد. شاید مهم‌ترین دلیل کرم‌لین با توجه به گستردگی آر.تی این بوده که بدون آر.تی نمی‌توانست تصویر رضایت‌بخشی از «روسیه» در مناقشات بین‌المللی (Yablokov, 2015:305) و برجسته‌سازی فرهنگ روسیه برای هموطنان روسی را ارائه کند (Bolduc, 2018:13). آر.تی قصد دارد دیدگاه دولت روسیه در

^۱. RT

^۲. Deutsche Welle

^۳. Margarita Simonyan

مورد رویدادها و موضوعات مختلف را برای مخاطبان بین‌المللی به تصویر کشد و قرائت خود را از رویدادهای بین‌المللی برای مخاطبان بین‌المللی نشان دهد. آر.تی با حمایت و نشر دیدگاه‌های دولت روسیه، مرزهای بین‌خبررسانی، تبلیغات و قدرت نرم را از بین برده است (Crilley et al, 2021:2). مثلاً در جریان درگیری‌های اوکراین، روسیه و گرجستان، دیپلماسی عمومی آر.تی، به سمت استراتژی‌های قدرت نرم، با تمرکز بر ملی‌گرایی روسیه و جنبه‌های منفی غرب تغییر جهت داد (Bolduc, 2018:13-14).

مهم‌ترین نهاد فرهنگی در خدمت دیپلماسی عمومی روسیه، تأسیس بنیاد روسکی‌میر (جهان روسی) است که با حکم رئیس‌جمهور با هدف «ترویج زبان روسی و حمایت از برنامه‌های آموزشی و فرهنگی روسیه در خارج از کشور» در سال ۲۰۰۷ محقق شد. این نهاد نقش مهمی در تعریف روایت‌های روسیه از مرزها و ابعاد مختلف ژئوپلیتیک، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، مذهبی یا آموزشی روسیه داشته است (Kozdra, 2018:62). این یک طرح‌مشترک بین وزارت خارجه و وزارت آموزش و علوم روسیه است که بدنبال ارتقای فرهنگ روسیه روسیه است. روسکی‌میر «نمایانگر قدرت نرم و صریح دیپلماسی عمومی روسیه در منطقه پساتحاد جماهیر شوروی است» (Bolduc, 2018:17) که جوامع روسی خارج از کشور روسیه را با سرزمین مادری خود متصل می‌کند (Pieper, 2020:11). واقعیت این است که جهان روسی، نه تنها روس‌ها را در بر می‌گیرد، بلکه شامل هموطنان روس در کشورهای خارج نزدیک و خارج دور، مهاجران روس و فرزندان آنها و شهروندان خارجی که به زبان روسی صحبت می‌کنند، یا آن را می‌آموزند و همه کسانی که صمیمانه علاقمند به روسیه و نگران آینده آن هستند، هم می‌شود (Foudation Russia World, 2007).

در حالی که در انگلیسی کلمه «روسی»^۱ می‌تواند هم به شهروندان فدراسیون روسیه و هم به نژاد روس‌ها اشاره داشته باشد، در زبان روسی از سه اصطلاح جداگانه روسکی^۲، راسیسیکی^۳، سوآتوچستوننیک^۴ برای توصیف این جمعیت‌ها استفاده می‌شود؛ روسکی که اشاره به نژاد روسی دارد. در حالی که راسیسیکی که اشاره به شهروندان فدراسیون روسیه دارد.

¹. Russian

². Russkiy

³. Rossisskiy

⁴. Sootechestvennikii

اصطلاح سوآتوچستوننیکی یا هموطنان؛ شامل هر دو گروه راسکی، راسیسکی و همچنین افرادی که از طریق فرهنگی یا خانواده به روسیه متصل هستند. واقعیت این است که دولت روسیه، هموطنان را به طور گسترده‌ای تعریف می‌کند که شامل افرادی با زبان، تاریخ، میراث فرهنگی، سنت‌ها و آداب و رسوم مشترک (با دولت روسیه) و افرادی با قومیت مستقیم و یا دارای خویشاوندان در روسیه، افرادی فراتر از مرزهای فدراسیون روسیه دارای پیوند معنوی، ارتباطات فرهنگی و حقوقی با (دولت روسیه) یا اشخاصی که بستگان مستقیم آنها در قلمرو روسیه یا اتحاد جماهیر شوروی زندگی می‌کردند و می‌کنند، می‌شود (Zakem et al, 2015:3-4).

هدف اصلی بنیاد روسکی‌میر تدریس زبان روسی و ایجاد پیوندهای جدید از طریق برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی، مبادلات در خارج نزدیک است (Pieper, 2020: 11). همچنین روسکی‌میر از پورتال فضای مجازی جهان روسی (۲۰۱۵)، برای نشر اطلاعاتی - فرهنگی، آموزشی - مجازی، اخبار جهان روسی، مطالب روزنامه‌نگاران، جامعه‌شناسان، مورخان و زبان‌شناسان حرفه‌ای استفاده می‌کند. هدف بنیاد روسکی‌میر از این پورتال، گسترش اطلاعات آنلاین و قابل اعتماد در مورد روسیه، زندگی اجتماعی و سیاسی، تاریخ، فرهنگ، ورزش و دیاسپورای روسیه در خارج از کشور است. این در حالی بوده که سهم بازدیدکنندگان خارجی از این وبسایت بطور دائم در حال افزایش است. قزاقستان با دارا بودن بیشترین تعداد بازدیدکنندگان این پورتال در کنار اوکراین، بلاروس، بلغارستان، مولداوی، لتونی قرار دارد (Gussarova and Khon, 2017: 10-11). واقعیت این است که ترویج زبان و فرهنگ روسی در خارج نزدیک تلاشی برای طرح تقویت منطقه‌گرایی روسیه بوده است، چراکه رابطه مستقیمی بین ترویج زبان و فرهنگ روسیه در خارج نزدیک و همگرایی این کشورها وجود دارد (سیمبر و رضاپور، ۱۳۹۷: ۷۱).

نهاد فرهنگی دیگر، آژانس فدرال امور مشترک المنافع کشورهای مستقل (روس ساترودنیچست‌وا)^۱ است که در ۶ سپتامبر ۲۰۰۸ مطابق با فرمان ریاست جمهوری و تحت صلاحیت وزارت خارجه روسیه راه‌اندازی شد (Rossotrudnichestvo, B). هدف این آژانس تعامل با میلیون‌ها روس تبار، بنیادهای مختلف غیردولتی، انجمن‌ها، اتحادیه‌ها و دیگر سازمان‌های روسی است (Rossotrudnichestvo, A). این آژانس تقریباً همان

^۱ Rossotrudnichestvo

چشم‌انداز بنیاد روسکی میر را دنبال می‌کند (Bolduc, 2018:17). فعالیت و مأموریت‌های خارجی آن با هدف اجرای سیاست دولت، همکاری بین‌المللی بشردوستانه، ارتقا یک تصویر عینی‌تر از روسیه در خارج از کشور است (Rossotrudnichestvo, B). آژانس مزبور در ۸۰ دولت جهان با ۹۷ دفتر نمایندگی، ۷۲ مرکز علمی و فرهنگی روسیه در ۶۲ ایالت، ۲۴ نماینده آژانس در سفارت‌های روسیه در ۲۱ ایالت نمایندگی دارد. اولویت این آژانس در همکاری با کشورهای مستقل مشترک المنافع است که هر یک از آنها دارای مراکز علمی و فرهنگی روسیه هستند. این آژانس با سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای کشورهای مستقل مشترک‌المنافع همکاری فعال دارد. این آژانس همکاری موثری با سازمان‌های غیردولتی مانند بنیاد روسکی میر، اتاق مدنی فدراسیون روسیه^۱، بنیاد مقدس آندرو اول^۲، الکساندر سولژنیتسین مرکز مطالعات مهاجرتی روسیه^۳، بنیاد فرهنگ روسیه^۴، شورای بین‌المللی هموطنان روسی^۵، اتحادیه کارگران تئاتر فدراسیون روسیه^۶، شورای بین‌المللی موزه‌ها^۷، انجمن بین‌المللی شهرهای دوقلو^۸ دارد (Lebedeva, 2020:33).

آژانس فدرال امور مشترک المنافع همچنین به همراه تعدادی از سازمان‌های غیردولتی عمومی و موسسات دانشگاهی برای ارتقا یادگیری زبان روسی در سطح جهانی نیز فعالیت می‌کند (Semedov and Kurbatova, 2020:49). این آژانس در بسیاری از کشورهای جهان برای تایید سطح مهارت زبان روسی با هدف کمک به پیشرفت زبان روسی فراهم می‌کند. همچنین آژانس فدرال با همکاری وزارت خارجه روسیه و سایر وزارتخانه‌ها و نهادهای ذی‌نفع، بطور مستقیم در اجرای طرح‌های دولت روسیه در حمایت از هموطنان روسی خارج از کشور و کمک به اسکان داوطلبانه هموطنان در روسیه پشتیبانی می‌کند (Rossotrudnichestvo, B). آژانس مزبور با کمک دفاتر نمایندگی در بیشتر دولت‌های اروپایی، آمریکایی، آفریقایی و دولت‌های آسیایی به ویژه جمهوری‌های

¹. Civic Chamber of the Russian Federation

². Foundation of Saint Andrew the First-Called

³. Alexander Solzhenitsyn Centre of Russian Émigré Studies

⁴. Russian Culture Fund

⁵. International Council of Russian Compatriots

⁶. Union of Theatre Workers of the Russian Federation

⁷. International Council of Museums

⁸. Twin Cities International Association

استقلال یافته توانسته علاقه به زبان روسی را افزایش دهد (Bolduc, 2018:17). از جمله این فعالیت‌ها، کنفرانس منطقه‌ای هموطنان روسی کشورهای همسایه در مرکز علوم و فرهنگ روسیه بوده که نمایندگان ۱۴ کشور از جمله آبخازیا، ارمنستان، آذربایجان، بلاروس، گرجستان، قزاقستان، قرقیزستان، مولداوی، روسیه، تاجیکستان، ترکمنستان، ازبکستان، اوکراین و اوستیای جنوبی در این کنفرانس شرکت کردند (Rossotrudnichestvo, C). همچنین این آژانس میزبان نشست بین‌المللی با کشورهای مستقل مشترک المنافع برای همکاری‌های چندجانبه بشردوستانه در حوزه دیپلماسی عمومی، آموزش، فرهنگ، علوم، نوآوری و اقتصاد بوده (Rossotrudnichestvo, D) که بر محور منطقه‌گرایی و روس‌گرایی فعالیت دارد.

شورای امور بین‌الملل روسیه، اندیشکده غیرانتفاعی و دیپلماتیک است که طبق فرمان شماره ۵۹ رئیس جمهور روسیه، مدودیف مورخ ۲ فوریه ۲۰۱۰ برای «ایجاد مشارکت غیرانتفاعی» تاسیس شد. فعالیت‌های آن با هدف تقویت صلح، دوستی و همبستگی، جلوگیری از درگیری‌های بین‌المللی و ارائه راه حل برای برخورد با منازعات و بحران‌ها است. ماموریت شورای امور بین‌الملل تسهیل ادغام مسالمت‌آمیز روسیه در جامعه جهانی و سازماندهی همکاری بیشتر بین موسسات علمی روسیه و مراکز تحلیلی خارجی/دانشمندان در مورد موضوعات اصلی روابط بین‌الملل است (RIAC, A). شورای امور بین‌الملل مناطق مختلفی را در نظر دارد از جمله این مناطق می‌توان قفقاز، آسیای مرکزی و کشورهای استقلال یافته شوروی است (RIAC, B). این شورا با انتشار برون‌دادهای علمی و برگزاری سیمینارهای مختلف به شناساندن روسیه و ارتقا وجهه مثبت آن کمک می‌کند.

بنیاد دیپلماسی عمومی الکساندر گورچاکوف مطابق با فرمان رئیس جمهور روسیه، مدودیف در ۲ فوریه ۲۰۱۰ تاسیس شد. ماموریت بنیاد تشویق توسعه دیپلماسی عمومی و حمایت از ایجاد فضای عمومی، سیاسی و تجاری در خارج از کشور مطلوب برای روسیه است (Gorchakov Fund). این بنیاد دارای بخش‌هایی مختلفی بوده که فعالیت‌هایی به صورت منسجم در کشورهای جهان به ویژه در کشورهای استقلال یافته دارد. باشگاه دوستان بنیاد گورچاکوف^۱، گفتگوی بالکان^۲، مجمع آموزشی «گفتگو برای آینده»^۱، مدرسه آسیای

^۱. Gorchakov Foundation Friends Club

^۲. Balkan Dialogue

مرکزی^۲ و انجمن تخصصی روس-اسلواک^۳ از جمله اقداماتی بوده که بنیاد گورچاکوف در راستا پیشبرد دیپلماسی عمومی به آنها مبادرت ورزیده است. هدف بنیاد گورچاکوف از توسعه برنامه‌های مذکور ایجاد افکار عمومی مطلوب درباره روسیه در خارج از کشور برای پیشبرد ظرفیت‌های فکری، فرهنگی، علمی و تجاری روسیه است.

آکادمی دیپلماتیک^۴ روسیه، قدیمی‌ترین آکادمی و یک مرکز آموزشی و علمی چند رشته‌ای معروف در جهان بوده که قبلاً توسط وزارت خارجه شوروی تاسیس شده بود. هر ساله آکادمی دیپلماتیک از ده‌ها هیئت خارجی استقبال می‌کند. وزرای خارجه، سیاستمداران، شخصیت‌های عمومی، رهبران سازمان‌های بین‌المللی، رهبران بزرگ نظامی، دانشمندان، سردبیران رسانه‌های برجسته از بیش از ۷۰ کشور در این آکادمی سخنرانی می‌کنند و گزارشات خود را برای مخاطبان خود ارائه می‌دهند. هر ساله تعداد خارجیانی که مایل به تحصیل در آکادمی دیپلماتیک هستند افزایش می‌یابد. تا به امروز (۲۰۲۱) نمایندگان حدود ۳۰ کشور جهان در این آکادمی تحصیل کرده‌اند. از سال ۱۹۹۴، ماموریت‌های مهم دولتی هم به این آکادمی نظیر آموزش دیپلمات‌های کشورهای مستقل مشترک‌المنافع و تعدادی دیگر از کشورهای خارجی سپرده شده است. همچنین امروزه در این آکادمی بیش از ۲۰ زبان خارجی را آموزش داده می‌شود و دارای سه سطح کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری است (Dipacademy, A). افرادی در مناصب عالی رتبه در بخش خارجی مانند سفرا، مشاوران، نمایندگان، سرکنسول‌ها و نمایندگان سازمان‌های بین‌المللی در این آکادمی آموزش می‌بینند.

۴. دیپلماسی دیجیتالی

با انحلال اتحاد جماهیر شوروی، روسیه و سایر دولت‌ها شبکه گسترده اطلاعاتی را به ارث بردند. این شبکه به عنوان ستون فقرات اولیه توسعه فضای مجازی در کشورهای استقلال‌یافته، نقش اصلی در توسعه شبکه‌های آینده این کشورها را ایفا می‌کند (Kreitem et al, 2020:6-7). این درحالی بوده که تا دهه ۹۰ میلادی تعامل با

¹. Dialogue in the Name of the Future

². School for Central Asia

³. Russian-Slovak Expert Forum

⁴. Diplomatic Academy

مخاطبان خارجی هدف اصلی دیپلماسی عمومی وزارت خارجه روسیه نبود. اما در اوایل سال ۲۰۰۰ ظهور ابزارهای دیجیتالی، دیپلمات‌های روسی را قادر ساخت تا بطور مستقیم پیام‌های خود را به مخاطبان هدف برسانند. دیپلمات‌های روسی در وزارت خارجه از رسانه‌های اجتماعی ملی و جهانی همانند توئیتر، فیس‌بوک، اینستاگرام، یوتیوب و و-کنتاکت^۱ (Krasnyak, 2020:7) برای پیشبرد اهداف سیاسی مسکو استفاده می‌کنند.

در کنار این فعالیت دیجیتالی، دولت روسیه تلاش کرده تا از طریق مفهوم سیاست اطلاعات دولتی^۲، مصوب دوما در سال ۱۹۹۸، بر فضای مجازی کنترل نسبی داشته باشد (Kreitem et al, 2020:6-7) و قانونی بنام حاکمیت فضای مجازی^۳ را راه‌اندازی کرد تا بر فضای مجازی با فضای مجازی ملی خود بنام رونت^۴ با محتوای زبان روسی نفوذ داشته باشد (Davydov, 2020: v). هدف کرم‌لین از رونت، کنترل مرزهای دیجیتالی و کنترل بخش روسی زبان شبکه جهانی فضای مجازی است. این در حالی بوده که رونت توانست به کشورهای مستقل مشترک‌المنافع و برخی از جمهوری‌های سابق شوروی و انجمن‌های تارنماهای اوراسیا در خارج از روسیه نیز نفوذ کند (Uffelmann, 2011:177).

یاندکس^۵ نیز معادل روسی گوگل، به عنوان سفیر برندهای ملی روسیه و پنجمین موتور جستجو در جهان است (Gurkov, 2021:105). این در حالی بوده که فعالیت میل. آر یو^۶ (دومین شرکت فضای مجازی روسیه پس از یاندکس) و گروه رمبلر^۷ بر مبنای کنترل روسیه بر فضای مجازی و نفوذ آن در سایر کشورها و مخاطبان آنها طرح‌ریزی شده است. موتور جستجوی میل. آر یو، یکی از اصلی‌ترین ابزارها در بازار زبان روسی فضای مجازی است (Mail.ru, 2013). این شرکت دارای بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی روسی زبان تحت عنوان و-کنتاکت، آدنوکلاسنیکی^۸ و سرویس ایمیل پیشرو است. همچنین دارای برند بین‌المللی بازی مای.گیمز^۹ با صدها بازی محبوب برای طیف وسیعی از سیستم عامل‌ها

1. VKontakte

2. Concept of the State Information Policy

3. Sovereign Internet

4. Runet

5. Yandex

6. Mail.ru

7. Rambler Group

8. Odnoklassniki

9. My.Games

و کاربران در جهان است (Mail.ru, 2021). گروه رمبلر نیز یکی از رهبران صنعت رسانه و سرگرمی روسیه است که هلدینگ خدمات رسانه‌ای، سرویس چندرسانه‌ای و سینما را دارا است (Rambler Group). در عین حال نباید از فعالیت تلگرام (Lupion, 2018:332) غافل شد؛ چراکه کرملین برای مسدودسازی این پیامرسان تلاش بسیاری کرده است. این فناوری‌ها این امکان را برای دولت روسیه فراهم کرده تا حکمرانی آمریکا در زمینه دیپلماسی دیجیتال را در کشورهای سابق شوروی به چالش کشد.

اکثر جوامع آسیای مرکزی و سایر جمهوری‌های سابق شوروی بخشی از فضای اطلاعاتی و رسانه‌ای روسیه هستند (Gussarova and Khon, 2017:21). با این نگرش، کرملین تلاش بسیاری کرده تا فضای اطلاعاتی خود را کنترل کند؛ چراکه مقامات روسی با دید و نگرشی که به «قلمرو فیزیکی» دارند به فضای اطلاعاتی آنلاین نیز می‌نگرند (Claessen, 2020:145-146). از این‌رو، نگارندگان برای نمایش نفوذ و تاثیر دیپلماسی دیجیتال روسیه در کشورهای پسا شوروی از رتبه‌بندی تارنما الکسا^۱ استفاده کرده‌اند. نگارندگان در این بخش ۵۰ تارنما برتر در کشورهای خارج نزدیک روسیه را مورد مطالعه دادند. در این ۵۰ تارنما، شش تارنما روسی شامل میل.آر.یو، آدنوکلاسنیکی، یاندکس، و-کنتاکت، رمبلر، تلگرام جایگاه خوبی دارند.

تجزیه و تحلیل تارنما الکسا نشان داده، فناوری‌های روسی در قرقیزستان سلطه یافته است؛ به گونه‌ای که شامل تمام تارنماها و رسانه‌های اجتماعی مورد مطالعه می‌شود. در طبقه‌بندی ۵۰ تارنما برتر، رمبلر در قزاقستان، جمهوری آذربایجان و ازبکستان دیده نمی‌شود. در ارمنستان نیز علاوه بر رمبلر، تلگرام مشاهده نمی‌شود. نفوذ دیپلماسی دیجیتال روسیه در گرجستان از همه کمتر بوده چرا که در بین ۵۰ تارنما برتر علاوه بر اینکه رمبلر دیده نمی‌شود، ما نمی‌توانیم یاندکس و آدنوکلاسنیکی را هم ببینیم. شاید بیشترین فعالیت روسیه در بلاروس، لیتونی، استونی، لتوانی و مولداوی باشد. همچنین در رتبه‌بندی الکسا در این پنج کشور، تلگرام مشاهده نمی‌شود که این خود نمایانگر نفوذ دیپلماسی دیجیتال روسیه بوده است؛ چراکه کرملین این شبکه اجتماعی را مسدود کرده است. اینها در حالی است که میل.آر.یو و -کنتاکت در تمام کشورهای حوزه خارج نزدیک نفوذ کرده است. همچنین یاندکس و آدنوکلاسنیکی تقریباً در تمام کشورهای این حوزه (به جز گرجستان که جز ۵۰ تارنما برتر نیست) نفوذ کرده است (Alexa, 2021 B).

¹. Alexa

در مجموع روسیه با افزایش فعالیت دیجیتالی و ساخت فناوری‌های روسی خود در صدده بوده تا نقش گوگل، فیس‌بوک، توئیتر و یاهو آمریکا را کم‌رنگ کند. این موضوع نمایانگر گسترش دیپلماسی دیجیتال روسیه در خارج نزدیک برای ترویج فرهنگ و زبان روسی بوده است؛ بگونه‌ای که روسیه موفق شد فناوری‌های ملی خود را وارد جامعه کاربران این کشورها کند تا جایی که تسلط آمریکا را در این منطقه به چالش کشیده است. این رویه در طولانی مدت به ویژه در پاندمی کووید ۱۹ به روایت‌سازی و تصویرسازی روسیه از خود برای جامعه کاربران به ویژه در کشورهای سابق شوروی کمک کرد. موضوعی که به واسطه زمان و پیشرفت فناوری‌ها، روسیه از آن بهره می‌برد.

کشورهای حوزه نفوذ روسیه در فضای مجازی

Telegram.org	Rambler.ru	Yandex.ru	OK.ru	Vk.com	Mail.ru	کشورهای حوزه نفوذ
تلگرام	رمبلر	یاندکس	آدنوکلاسنیکی	و-کنتاکت	میل.آر یو	
۲۷	۳۷	۱۲	۷	۶	۴	قرقیزستان
۴۶	-	۲۱	۱۲	۶	۴	قزاقستان
۲۲	-	۱۴	۵	۱۲	۶	ازبکستان
-	-	۱۱	۴	۱۶	۷	ارمنستان
۳۱	-	۱۵	۱۴	۱۹	۵	آذربایجان
-	-	-	-	۳۱	۳۰	گرجستان
-	۴۰	۱۲	۶	۳	۷	بلاروس
-	۲۷	۲۲	۱۲	۵	۱۰	استونی
-	-	۲۱	۱۴	۳۶	۲۰	لیتونی
-	-	۳۰	۱۴	۱۳	۲۹	لتوانی
-	۳۲	۱۰	۴	۵	۷	مولداوی

(Alexa, 2021 B)

۵. دیپلماسی ورزشی، مذهبی و علمی

روسیه پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی از رویدادهای ورزشی و فوتبالی به عنوان ابزار دیپلماسی عمومی برای افزایش اعتبار یا تغییر برداشت‌های منفی و افزایش جذابیت بین‌المللی استفاده می‌کند. دیپلماسی ورزشی اغلب یک بازی «دو سطحی» بوده که مخاطبان بین‌المللی و داخلی را همزمان مورد هدف قرار می‌دهد (Castro, 2018:23-25). روسیه از طریق رویدادهای ورزشی بدنبال ایجاد پلی بین حوزه‌های فرهنگی و زبانی بین

کشور میزبان و تماشاگران است. اگر روسیه، میزبان بازی‌های ورزشی باشد، میلیون‌ها هوادار ورزش با وجود زبان متفاوت، ورزشکاران مورد علاقه خود را تشویق می‌کنند و دولت روسیه به عنوان برگزارکننده مسابقات می‌تواند از رویدادهای ورزشی برای آموزش تاریخ و فرهنگ کشور خود (Trunkos and Heere, 2017:7-9) و ایجاد تصویری از یک کشور موفق و قدرتمند در سطح جهانی استفاده کند (Varpahovskis, 2020).

روسیه تا به امروز توانست به‌طور موثری از بازی‌های یونیورسیاد^۱ در سال ۲۰۱۳، بازی‌های المپیک زمستانی سوچی ۲۰۱۴، بازی‌های آبی جهان ۲۰۱۵، بازی‌های جهانی زمستانی ۲۰۱۷ و جام جهانی فوتبال ۲۰۱۸ استفاده کند. در این بین، بازی‌های المپیک زمستانی سوچی از نظر تلاش‌های روسیه برای ایجاد یک تصویر مثبت و دیپلماسی عمومی در خارج از کشور قابل توجه بوده است (Velikaya, 2016). چراکه این نخستین باری بود که روسیه پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، میزبانی آن را (شوروی میزبان بازی‌های المپیک تابستانی ۱۹۸۰) با هدف ارائه تصویر روسیه لطیف، مدرن و یک قدرت جهانی به مخاطبان بین‌المللی به عهده داشت (Castro, 2018: 25). در مراسم افتتاحیه المپیک زمستانی سوچی چند ده رهبر جهان حضور داشتند. همچنین جام جهانی فیفا ۲۰۱۸ رهبران بسیاری از کشورها از جمله بن سلمان ولیعهد عربستان سعودی و امانوئل مکرون از فرانسه حضور داشتند. روسیه توانست با برگزاری موفق جام جهانی ۲۰۱۸ در جهت بهبود و تقویت تصویر خود در عرصه بین‌الملل در کنار سایر کارکردهای ورزش در این حوزه مانند کسب منزلت و پرستیژ بین‌المللی، معرفی خود به‌عنوان کشوری صلح‌دوست و خواهان تعامل و تبادل فرهنگی، جلوگیری و کاهش انزوای سیاسی، توسعه اقتصادی از طریق بهبود گردشگری ورزشی و افزایش انسجام ملی این کشور بهره‌بردار (عرب پور، ۱۳۹۷). البته باید خاطر نشان گردد در کنار دستاوردهای مثبت روسیه از دیپلماسی ورزشی در نتیجه تحقیقات سازمان جهانی مبارزه با دوپینگ^۲ تخلفات شدیدی در کار آژانس ضد دوپینگ روسیه^۳ از جمله دستکاری در پایگاه داده نتایج آزمایش دوپینگ ورزشکاران روسی و اجرای طرح حمایت دولت برای پوشاندن آزمایش‌های ناموفق دوپینگ (در سال‌های ۲۰۱۲ تا

¹. Universiade

². World Anti-Doping Agency

³. Russian Anti-Doping Agency

۲۰۱۵) مشاهده شد. این تخلف موجب شد تحریم‌هایی مانند ممنوعیت برگزاری مسابقات ورزشی بین‌المللی، محدودیت‌های نمایندگان روسیه برای شرکت در مسابقات بین‌المللی علیه روسیه (برای چهار سال)^۱ وضع شد. در المپیک ۲۰۲۱ توکیو، ۳۳۵ ورزشکار از روسیه با ورزشکاران جهان رقابت کردند. ورزشکاران روسی برخلاف همتایان خود، مجاز به استفاده از نام، پرچم، سرود کشور خود نبودند و با نام اختصاری ار.ا.سی^۲، «مخفف کمیته المپیک روسیه» شرکت کردند (Varpahovskis, 2020).

وجود ایدئولوژی کمونیسم در اتحاد جماهیر شوروی، نقش کلیسا و مذهب را به حاشیه رانده بود. همزمان با فروپاشی ایدئولوژی اتحاد جماهیر شوروی و جستجوی معانی جدید، دین به عنوان یک پرکننده خلا ایدئولوژیک وارد زندگی مردم شوروی شد (Migacheva and Frederick, 2018:4). اهمیت دیپلماسی مذهبی برای روسیه، ریشه در مذهب مشترک با برخی از همسایگان و نشأت گرفته از تحولات بعد از فروپاشی شوروی است. چراکه بعد از نابودی کمونیسم ناکارآمدی ایدئولوژی دولتی برای مقامات کرملین اثبات شده بود (شفیعی و فلاحی، ۱۳۹۷: ۳۰). به همین دلیل کرملین تصمیم گرفت از نهادهای مذهبی برای اهداف دولتی و در دیپلماسی عمومی خود استفاده کند. بالاترین اولویت سیاست خارجی دولت روسیه و کلیسا، گفتگوی بین‌ادیان است. این موضوع در مورد کلیسای ارتدوکس روسیه و مفتی‌های روسیه صادق است (Curanović, 2012 A:3-4). وظیفه مشترک کلیسا ارتدوکس روسیه و مفتی‌ها ایجاد یک تصویر مثبت از روسیه به عنوان «پل تمدن» و حامی گفتگوی بین‌ادیان در چارچوب فعالیت‌های بین‌المللی آنها است (Curanović, 2012 B:144). کلیسای ارتدوکس یک مولفه اصلی میهن‌پرستی و یک ابزار عالی برای نفوذ روسیه در خارج از کشور است. اهداف سیاست خارجی کلیسا شباهت زیادی با دولت در اولویت‌بندی سیاست خارجی روسیه دارد (Liparteliani, 2019:3).

^۲ . در سال ۲۰۲۰، دادگاه دآوری ورزش، ممنوعیت اولیه چهار ساله روسیه را به دو سال کاهش داد. این بدان معنا بوده که تیم‌های روسیه از المپیک ۲۰۲۰ توکیو، پارالمپیک سال آینده توکیو و همچنین المپیک زمستانی پکن خارج شده‌اند. حتی در جام جهانی ۲۰۲۲ قطر، روسیه در صورت واجد شرایط بودن باید با نامی بی‌طرف رقابت کند. روسیه همچنین مجاز به میزبانی هیچ رویداد ورزشی جهانی نیست (New Delhi, 2021).

^۲ . ROC

قلمرو شرعی کلیسای ارتدوکس روسیه نه تنها خود روسیه بلکه کلیه مناطقی را شامل می‌شود که قبلاً اتحاد جماهیر شوروی را تشکیل می‌داند (Codevilla, 2008: 120). یک مثال خوب لتونی است، جایی که اسقف اعظم کلیسای ارتدوکس روسیه منافع اقلیت روسیه در لتونی را نمایندگی می‌کند و از آنها حمایت می‌کند. ذکر این موضوع حائز اهمیت است که بخش مهمی از دیپلماسی مذهبی روسیه به روند صلح‌سازی اختصاص دارد. بزرگترین دستاورد کلیسای ارتدوکس روسیه، نقش میانجیگری بین ارمنی‌ها و آذری‌ها در درگیری قره‌باغ بوده است. در نوامبر ۱۹۹۳ الکسی دوم موفق شد کاتولیکوس وازگن اول^۱ و شیخ‌الاسلام الله شکور پاشازاده^۲ را راضی کند که در صومعه سنت دانیلا^۳ مسکو ملاقات کنند. در ماه مه ۲۰۰۱ الکسی دوم و پاشازاده بیانیه مشترکی را امضا کردند که در آن از سیاستمداران قفقاز جنوبی می‌خواهند تا درگیری در قره‌باغ را به طور مسالمت‌آمیزی حل کنند و گفتگوهای جدیدی بین کلیسای حواری ارمنستان^۴ و شورای مسلمانان قفقاز را آغاز کردند. الکسی دوم سعی کرد در درگیری میان صرب‌ها و آلبانیایی‌ها در کوزوو در سال ۱۹۹۹ میانجیگری کند. همچنین، الکسی دوم در روند صلح در قبرس و مولداوی و در حل اختلافات کلیسایی در روابط بین کشورهای یوگسلاوی سابق و صربستان، مقدونیه و مونته‌نگرو نقش سازنده‌ای داشت (Curanović, 2012 B: 144-146).

روسیه سعی کرده است، پیشرفت‌های علمی و تبادل دانشجو را نیز در خدمت دیپلماسی عمومی دربرآورد. دانشگاه‌های روسیه بین سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۹ سالانه به هزاران دانشجوی خارجی بورسیه اعطا کنند و این رقم در سال ۲۰۱۳ به ۱۵ هزار نفر رسید. در سال ۲۰۱۹ قرار بود به ۲۰ هزار دانشجوی خارجی بورسیه دولت روسیه اعطا شود که به دلیل بروز کرونا و مشکلات مالی ناشی از تحریم روسیه اجرا نشد. نکته اینجاست که ۵۳ درصد دریافت کنندگان بورسیه از مناطق شوروی سابق هستند (Fominykh, 2020:127). همچنین روسیه همیشه به داشتن دانشمندان بزرگ مثل مندلیف می‌بالد و خود را پیشقراول علم می‌داند. همه‌گیری کووید ۱۹ اصطلاح جدیدی تحت عنوان «دیپلماسی واکسن» را به وجود آورده است که برخی از کشورها برای تقویت روابط منطقه‌ای، تقویت قدرت و موقعیت جهانی

¹. Katolikos Vazgen I

². Sheik-ul Islam Allahshukur Pashazadeh

³. St Danila

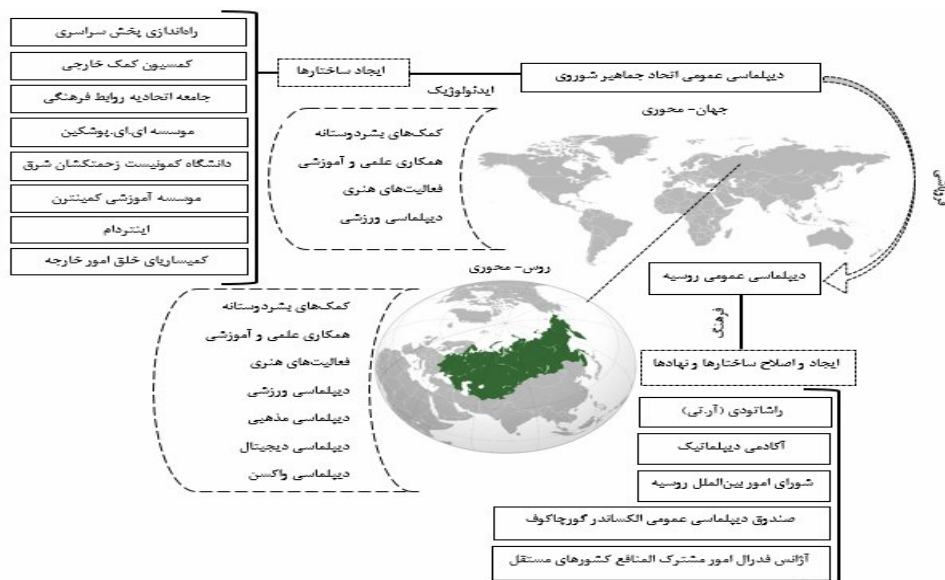
⁴. Armenian Apostolic Church

خود (The Conversation, 2021) و اثرگذاری بیشتر بر افکار عمومی سایر کشورها از آن استفاده می‌کنند. این موضوع شامل دولت روسیه هم می‌شود. برخلاف دولت آمریکا که تلاش بسیاری برای اطلاع‌رسانی در مورد این پاندمی در وبسایت‌ها و رسانه‌های اجتماعی داشته، دولت روسیه اطلاعات واکسن کووید ۱۹ خود را تحت عنوان اسپوتنیک‌وی^۱، برای استفاده غیرنظامی نشر می‌دهد. آرم و برچسب اسپوتنیک‌وی «اولین واکسن کووید ۱۹ ثبت شده» اشاره به اولین ماهواره فضایی جهان داشته که شوروی در سال ۱۹۵۷ پرتاب کرده بود. با این حال، شتاب کرملین برای پیشگامی در درمان کووید ۱۹ و شیوه تبلیغاتی پیشگامانه آن، ابعاد اصلی اهداف داخلی و خارجی قدرت روسیه را روشن کرد. همچنین نماد تاریخی اسپوتنیک‌وی نشان دهنده استراتژی افتخارآمیز دولت پوتین برای تقویت نوستالژی شوروی به منظور تقویت محبوبیت و مشروعیت آن در داخل است. تبلیغات ظاهری اسپوتنیک‌وی نشان دهنده مشغله اخیر کرملین در مورد بازگرداندن اعتبار کشور شوروی به عنوان مرکز جهانی علمی و فناوری است (Budnitsky, 2020).

تاکنون، بیش از ۵۰ کشور از آمریکا، اروپا به ویژه آسیا، ۱/۲ میلیارد دوز واکسن روسی را سفارش داده‌اند (Kramer, 2021)، که باعث ایجاد تصویر علمی در روسیه و افزایش نفوذ مسکو در جهان شده است. با اینکه نگاه روسیه به پخش و توزیع واکسن اسپوتنیک‌وی، جهانی است، اما با این حال می‌توان شاهد منطقه‌گرایی و روس-محوری روسیه هم باشیم. مثلاً ترکمنستان و قزاقستان به عنوان اولین کشورهای پسا شوروی (@sputnikvaccine, 2020) هستند که خواهان واکسن اسپوتنیک‌وی در پاندمی کووید ۱۹ بودند و مسکو نیز از هیچ کمکی به این جمهوریها دریغ نکرد.

نمودار صفحه بعد برای درک بهتر فعالیت روسیه در دیپلماسی عمومی پیش و پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی است.

¹ Sputnik V



منبع: نگارندگان

نتیجه‌گیری

در این مقاله ظهور و توسعه دیپلماسی عمومی در اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی و روسیه مورد توجه بوده است. در هر دو دوره تاریخی، دولت و کارگزاران دولتی نقش اصلی در دیپلماسی عمومی ایفا می‌کرده‌اند. نهادسازی مربوطه نیز با محوریت سیاست‌های دولتی صورت گرفته است. جامعه مدنی در دوره اتحاد جماهیر شوروی و روسیه نوین نقش حداقلی در دیپلماسی اعمال می‌کند. مخاطبان دیپلماسی عمومی اتحاد جماهیر شوروی همه افراد بشریت بودند که به سه گروه تقسیم می‌شدند؛ کشورهای سوسیالیستی، کشورهای سرمایه‌داری و دول غیرمتعهد. مخاطبان هدف روسیه نوین غالباً در قلمرو به اصطلاح خارج نزدیک و مناطق دارای اقلیت روس تبار است. ایده گسترش انقلاب در سراسر جهان، اولویت اصلی اتحاد جماهیر شوروی بود. شوروی برای نشر ایدئولوژی خود از قالب‌های مختلف دیپلماسی عمومی استفاده می‌کرد مانند راه‌اندازی شبکه‌های پخش رادیویی، ایجاد صلیب سرخ سوسیالیستی، دانشگاه‌ها و مدارس مختلف. این در حالی بود که دیپلماسی عمومی روسیه بیشتر بر مبنای دیپلماسی فرهنگی و علمی بوده و سایر ابعاد دیپلماسی عمومی در شوروی (همانند مدارس انقلابی) در آن دیده نمی‌شود. روسیه نوین برخلاف شوروی،

اولویت خود را در دیپلماسی عمومی بر مبنای همگرایی روسی زبانان و تبلیغ فرهنگ روسی در مناطق شوروی سابق و دیدگاه روس-محور دنبال می‌کند.

راهبردهای روسیه نوین در دیپلماسی عمومی و دیپلماسی دیجیتال گسترده‌تر از دوران شوروی است. پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، بسیاری از فعالیت‌های علمی و فرهنگی روسیه تحت نظر وزارت خارجه و دولت روسیه قرار گرفت. در حالی که کلیسا و مذهب در سلسله مراتب دولت شوروی با توجه به ایدئولوژی کمونیستی جایی نداشت؛ اما پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی با ورود مبلغین خارجی و آموزه‌های دینی می‌توان شاهد پیوند میان کلیسای ارتدوکس روسیه با دیپلماسی عمومی وزارت خارجه روسیه بود. قلمرو شرعی کلیسای ارتدوکس روسیه بیشتر بر مبنای منطقه‌گرایی و روس-محوری بوده و از جهت جغرافیایی بیشتر متمرکز در قلمرو ارضی اتحاد شوروی سابق است.

واقعیت این است که گستره فعالیت شوروی در دیپلماسی عمومی، جهان-محوری بوده و تمام کشورهای جهان را در برمی‌گرفت. اما بیشتر فعالیت‌های دیپلماسی عمومی دوره شوروی، حتی ورزش و علم نیز صبغه ایدئولوژیک داشته، در حالیکه ملی‌گرایی روسی در دیپلماسی عمومی روسیه نوین بیشتر خودنمایی می‌کند. از جهت اثرگذاری، به نظر می‌رسد با توجه به جذابیت‌های ایدئولوژیک سوسیالیسم در دوره جنگ سرد، دیپلماسی عمومی شوروی در افزایش محبوبیت جهانی این کشور نمره بالایی داشت. اما دیپلماسی عمومی روسیه به دلایل مختلف نتوانست در ایجاد تصویر مثبت جهانی از روسیه اثرگذار باشد بطوریکه از جهت تصویر عمومی، روسیه در وضعیت نامناسب در سال ۲۰۲۰ خصوصاً در اروپای غربی و امریکای شمالی (غیر از بلغارستان و اسلواکی) قرار داشت. در بقیه مناطق جهان، هرچند تصویر از روسیه مثل دنیای غرب منفی نیست ولی در میانه و پایین تر از میانه قرار داشته و چندان بالا نیست (Huang and Cha, 2021). البته ویژگی خاص نظام سیاسی روسیه، بحران اکراین و سوریه و تبلیغات منفی رسانه‌های غربی در آن تاثیر داشته است.

منابع و مأخذ

- سیمبر، رضا و رضاپور، دانیال (۱۳۹۷)، «قدرت نرم روسیه در خارج نزدیک: ابزارها و چالش‌ها»، فصلنامه مطالعات آسیای مرکزی و قفقاز، دوره ۲۴، شماره ۱۰۴، ۷۱.
- شفیع، نوذر و فلاحی، احسان (۱۳۹۷)، «جایگاه کلیسا و دیپلماسی مذهبی در سیاست خارجی روسیه مطالعه موردی اوکراین و گرجستان»، فصلنامه مطالعات آسیای مرکزی و قفقاز، دوره ۲۴، شماره ۱۰۱، ۳۰.
- هادیان، ناصر و احدی، افسانه (۱۳۸۸)، «جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی»، فصلنامه روابط خارجی، سال اول، شماره سوم، ۹۰.
- @sputnikvaccine. (2020), "Sputnik V", Available at: <https://twitter.com/sputnikvaccine>, Accessed on: 2021/5/18
- Alston, C. R. (2017), "Service Standards in Higher Education: Lasswell's Communication Model as a Training Tool", MA Thesis, Eastern Illinois University, 11-12
- Alexa. (2021, March), "the Top 500 Sites on the Web", Alexa, Available at: <https://www.alexa.com/topsites/countries>, Accessed on: 2021/5/22
- Anastasiia, Z. (2020), "Comparative Analysis of Digital Diplomacy Strategies in Russia and the USA", Thesis, Faculty of World Economy and International Affairs, Moscow, 44.
- Avgerinos, K. P. (2009), "Russia's Public Diplomacy Effort: What the Kremlin Is Doing and Why It's not Working", *Journal of public and international affairs*, Vol. 20, Issue 1, 122.
- Barghoorn, F. C. (1958), "Soviet Cultural Diplomacy since Stalin", *Russian Review*, Vol. 17, Issue 1, 42-45.
- Bolduc, M. N. (2018), "The Kremlin's Handmaiden: Public Diplomacy Po Russki, National Defence", *Canadian Forces policy*, 13-17.
- Budnitsky, S. (2020, Sep), "The Politics of Russia's Vaccine Promotion", USC Center on Public Diplomacy, Available at: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/politics-russias-vaccine-promotion>, Accessed on: 2021/5/22
- Castro, A. S. (2018), "The 2018 FIFA World Cup: The gains and constraints of Russia's soft power of attraction through football and sports", *Public Diplomacy of Rising and Regional Powers*, Vol. 3, Issue 3, 23-25.
- Claessen, E. (2020), "Reshaping the Internet—the Impact of the Securitisation of Internet Infrastructure on Approaches to Internet Governance: the Case of Russia and the EU", *Journal of Cyber Policy*, Vol. 5, Issue 1, 145-146.

- Codevilla, G. (2008), "Relations between Church and State in Russia Today", *Religion, State and Society*, Vol. 36, Issue 2, 120.
- Crilley, R., Gillespie, M., Vidgen, B., & Willis, A. (2021), "Understanding RT's Audiences: Exposure Not Endorsement for Twitter Followers of Russian State-Sponsored Media", *The International Journal of Press/Politics*, 2. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1940161220980692>, Accessed on: 2021/6/29
- Cull, N. J. (2009), "Public Diplomacy: Lessons from the Past", *Perspectives on Public Diplomacy*, Vol. 2, Issue 19, 12.
- Curanović, A. (2012 A), "the Religious Diplomacy of the Russian Federation", *Russie. NEI. Report*, Vol. 12, 3-4.
- Curanović, A. (2012 B), *The Religious Factor in Russia's Foreign Policy*, Routledge, New York, 144-146.
- Davydov, S. (2020), *Internet in Russia. A Study of the Runet and Its Impact on Social Life*, Springer, Cham.
- Dipacademy. (N.d, A), "about Academy", *Dipacademy*, Available at: <https://www.dipacademy.ru/en/about-en>, Accessed on: 2021/5/4
- Dipacademy. (N.d, B), "History", *Dipacademy*, Available at: <https://www.dipacademy.ru/about/history>, Accessed on: 2021/5/4
- Foudation Russia World. (2007, June), "the Russkiy Mir Foundation Was Created Pursuant to the Decree of the President of the Russian Federation V.V. Putin of June 21, 2007", *Foudation Russia World*, Available at: <https://ruskiymir.ru/fund/>, Accessed on: 2021/6/2
- Gilboa, E. (2001), "Diplomacy in the Media Age: Three Models of Uses and Effects", *Diplomacy and Statecraft*, Vol. 12, Issue 2, 14.
- Gorchakov Fund. (N.d), "Misson and Goal", Available at: <https://gorchakovfund.ru/en/about/mission/>, Accessed on: 2021/5/9
- Gurkov, A. (2021), "Personal Data Protection in Russia", In *the Palgrave Handbook of Digital Russia Studies*, (pp. 105), Gritsenko, D., Kopotev, M., & Wijermars, M. (E.d), Palgrave Macmillan, Cham.
- Gussarova, A., & Khon, Y. (2017), "Russian Soft Power in Kazakhstan (and Central Asia): Taken for Granted?", *Central Asia Institute for strategic studies*, 10-21.
- Hartig, F. (2015). *Chinese Public Diplomacy: The Rise of the Confucius Institute*, London, England: Routledge, 7-35.
- Huang, Christine and Jermia Ch. (2021), "Russia and Putin Receive Low Ratings Globally", *Pew Reseach Center*, Available at: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/02/07/russia-and-putin-receive-low-ratings-globally/>, Accessed on: 2021/5/14

- Jardine, B. (2015, June), "Russia's Media Offensive in Central Asia", *the Diplomat*, Available at: <https://thediplomat.com/2015/06/russias-media-offensive-in-central-asia/>, Accessed on: 2021/5/9
- Just, T. (2016), "Promoting Russia abroad: Russia's Post-Cold War National Identity and Public Diplomacy", *The Journal of International Communication*, Vol. 22, Issue 1, 3.
- Kancans, A. H. (2020), *The Rise of Russian Soft Power: A media frame analysis of the Russia-based channel RT*, Master Thesis, Linnaeus University, Sweden, 17-26
- Karaayak, O. (2020), *Public diplomacy of The Russian Federation and its historical legacy*, M.A thesis, Middle East technical university, 41-44.
- Kozdra, M. (2018), "The Boundaries of Russian Identity Analysis of the Concept of Ruskiy Mir in Contemporary Russian Online Media". *Lingua Cultura*, Vol. 12, Issue 1, 62.
- Kramer, A. (2021, Feb), "Russia Is Offering to Export Hundreds of Millions of Vaccine Doses, but Can It Deliver?", *Nytimes*, Available at: <https://www.nytimes.com/2021/02/19/world/europe/russia-coronavirus-vaccine-soft-power.html>, Accessed on: 2021/5/13
- Krasnyak, O. (2020), "Foreign Ministry's Spokesperson in Public Diplomacy: a Case of Russia", *Russian Journal of Communication*, 7, Available at: DOI:10.1080/19409419.2020.1780630, Accessed on: 2021/5/16
- Kreitem, H., Ragnedda, M., & Muschert, G. W. (2020), "Digital Inequalities in European Post-Soviet States", In *Internet in Russia*, (pp. 6-7), Davydov, S. (Ed.), Springer, Cham.
- Lebedeva, O. (2020), "Russian Public Diplomacy: Historical Aspects", In *Russia's Public Diplomacy, Evolution and Practice*, Velikaya, A. A. and Simons, G. (Ed.), (pp. 29-33), Springer International Publishing, Palgrave Macmillan, Cham.
- Liparteliani, V. (2019), "Russia's Use of the Orthodox Church as a Tool of Influence", *Journal of Political Sciences & Public Affairs*, Vol. 7, Issue 4, 3.
- Lupion, M. (2018), "The Gray War of Our Time: Information Warfare and the Kremlin's Weaponization of Russian-Language Digital News", *The Journal of Slavic Military Studies*, Vol. 31, Issue 3, 332.
- Mail.ru. (2013, July), "Mail.Ru Group's Proprietary Search Engine Now Provides All Search Results", *Mail.ru.*, Available at: <https://corp.mail.ru/en/press/releases/8837/>, Accessed on: 2021/4/13
- Mail.ru. (2021), "Our history", *Mail.ru.*, Available at: <https://corp.mail.ru/en/company/timeline/>, Accessed on: 2021/4/16

- Manor, I. (2018), "The Digitalization of Diplomacy: Toward Clarification of a Fractured Terminology", *Working Paper 2*, Oxford Digital Diplomacy Research Group, 4.
- Melissen, J. (2005), "Wielding Soft Power: the New Public Diplomacy", *Netherlands: Netherlands Institute of International Relations*, Clingendael, 8.
- Migacheva, K., & Frederick, B. (2018), *Religion, conflict, and stability in the former Soviet Union*, RAND Corporation Santa Monica United States, 4.
- Ozsari, A., Fiskcioglu, B., Çetin, M. Ç., & Temel, A. S. (2018), "Sport Diplomacy as Public Diplomacy Element", *International Journal of Sport Culture and Science*, Vol. 6, Issue 3, 340-341.
- Pashayeva, Z. (2019), *Adaptation of diplomacy to the digital age case studies: the USA, Israel and Russia*, Doctoral dissertation, Faculty of Social Sciences, Johan Skytte Institute of Political Studies, Tartu Ülikool, 2.
- Pieper, M. (2020), "Russkiy Mir: the Geopolitics of Russian Compatriots Abroad", *Geopolitics*, Vol. 25, Issue 3, 11.
- Pilegaard, J. (2016), "Virtually Virtual? The New Frontiers of Diplomacy", *the Hague Journal of Diplomacy*, Vol. 12, Issue 4, 317.
- Rambler Group. (N.d), "Rambler Group", Available at: <https://ramblergroup.com/we>, Accessed on: 2021/4/27
- Renken, W. (2014), *Social Media Use in Public Diplomacy, A case study of the German missions' Facebook use*, MSc Thesis, Lunds universitet, 10-15.
- Reshetnikova, L. (2018), "E-Diplomacy as Instrument for Establishment of Interethnic Relations", *In SHS Web of Conferences*, 1.
- RIAC. (N.d, A), "General Information", *RIAC*, Available at: <https://russiancouncil.ru/en/about/>, Accessed on: 2021/4/17
- RIAC. (N.d, B), "Regions", *RIAC*, Available at: <https://russiancouncil.ru/en/regions/centralasia/>, Accessed on: 2021/4/13
- Rossotrudnichestvo. (N.d, C), "Regional V Conference of Russian Compatriots of Neighboring Countries Took Place in Dushanbe", *Rossotrudnichestvo*, Available at: https://rs.gov.ru/en/news/1206?category_id=2, Accessed on: 2021/6/8
- Rossotrudnichestvo. (N.d, D), "More Than 500 Delegates Attended the International Forum Dedicated to the 25th Anniversary of the CIS", *Rossotrudnichestvo*, Available at: https://rs.gov.ru/en/news/3212?category_id=2, Accessed on: 2021/6/8
- Rossotrudnichestvo. (N.d, A), "Public Diplomacy", *Rossotrudnichestvo*, Available at: <https://rs.gov.ru/en/activities/4>, Accessed on: 2021/6/8
- Rossotrudnichestvo. (N.d, B), "about Rossotrudnichestvo", *Rossotrudnichestvo*, Available at: <https://rs.gov.ru/en/about>, Accessed on: 2021/6/8
- Semedov, S. A., & Kurbatova, A. G. (2020), "Russian Public Diplomacy and Nation Branding", *In Russia's Public Diplomacy, Evolution and*

Practice, Velikaya, A. A. and Simons, G. (Ed.), (pp. 49), Springer International Publishing, Palgrave Macmillan, Cham.

-Sheldon, S. A. (2020), Sport under the Iron Curtain: Alliance, Defection, and Competition during the Cold War, *Student Publications*, 14, Available at: https://cupola.gettysburg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1895&context=student_scholarship

-Simons, G. (2015), "Taking New Public Diplomacy Online: China and Russia", *Journal of Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 11, 4.

-Simons, G. (2018), 'Media and Public Diplomacy', in *Routledge handbook of Russian Foreign Policy*, (pp. 202), Tsygankov, A. (Ed.), Routledge.

-Sputniknews. (2021), "About Us", *Sputnik News*, Available at:

<https://sputniknews.com/docs/about/index.html>, Accessed on: 2021/5/1

-The Conversation. (2021, Feb), "Vaccine Diplomacy: How Some Countries Are Using COVID to Enhance Their Soft Power", *The Conversation*, Available at: <https://theconversation.com/vaccine-diplomacy-how-some-countries-are-using-covid-to-enhance-their-soft-power-155697>, Accessed on: 2021/6/1

-Tract. (N.d), "Voice of Russia", *Tract*, Available at:

<https://www.tract.ru/en/projects/network-radio/15-voice-of-russia.html>,

Accessed on: 2021/5/16

-Trunkos, J., & Heere, B. (2017), "Sport Diplomacy: A Review of How Sports Can be Used to Improve International Relationships", *Case studies in sport diplomacy*, 5-9.

-Tsvetkova, N. (2008), "International Education during the Cold War: Soviet Social Transformation and American Social Reproduction", *Comparative Education Review*, Vol. 52, Issue 2, 199.

-Tuch, H. N. (1990), *Communicating with the world: US public diplomacy overseas*, New York: St, Martin's Press, 4.

-Uffelmann, D. (2011), "Post-Russian Eurasia and the proto-Eurasian usage of the Runet in Kazakhstan: a Plea for a Cyberlinguistic Turn in Area Studies", *Journal of Eurasian Studies*, Vol. 2, Issue 2, 177.

-Varpahovskis, E. (2020, Feb), "What Will Happen to Russian Sports Diplomacy After Sanctions?", *USC Center on Public Diplomacy*, Available at: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/what-will-happen-russian-sports-diplomacy-after-sanctions>, Accessed on: 2021/4/5

-Velikaya, A. A. (2016, Jul), "Russian Sports Diplomacy: Nation Branding & Peacebuilding", *USC Center on Public Diplomacy*, Available at: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/russian-sports-diplomacy-nation-branding-peacebuilding>, Accessed on: 2021/4/23

- Velikaya, A. A. (2018), "The Russian Approach to Public Diplomacy and Humanitarian Cooperation", *Rising Powers Quarterly*, Vol. 3, Issue 3, 53-54.
- Velikaya, A. A. (2020, A), "Soviet Public Diplomacy", *Place Branding and Public Diplomacy*, 1-10.
- Velikaya, A. A. (2020, B), "Russia Public Diplomacy: Historical Perspectives", *USC Center on Public Diplomacy*, Available at: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/russias-public-diplomacy-historical-perspectives>, Accessed on: 2021/4/22
- Velikaya, A. A., Simons, G. (2020), *Russia's Public Diplomacy, Evolution and Practice*, Palgrave Macmillan, Switzerland, 271.
- Yablokov, I. (2015), "Conspiracy Theories as A Russian Public Diplomacy Tool: The Case of Russia Today (RT)", *Politics*, Vol. 35, Issue (3-4), 305.
- Zakem, V., Saunders, P., Antoun, D., Gorenburg, D., & Markowitz, M. (2015), "Mobilizing Compatriots: Russia's Strategy, Tactics and Influence in the Former Soviet Union", *Center for Naval Analyses Arlington VA*, 3-4.