

البراعة في استخدام القوة الناعمة

تستخدم الحكوماتُ القوةَ العسكريةَ كي تصدر التهديدات، وتقاتل، وكي تحقق - بمزيج من الحذق والحظ - النتائجَ المرغوبةَ في غضون زمن معقول. والقوة الاقتصادية كثيراً ما تكون قضيةً واضحةً صريحةً بالمثل. فالحكومات تستطيع أن تجمد الحسابات المصرفية بين عشية وضحاها، وتستطيع أن توزع الرشاوى أو المساعدات على الفور (ولو أن العقوبات الاقتصادية كثيراً تستغرق وقتاً طويلاً في إعطاء النتائج المرغوبة، إن أعطتها على الإطلاق). والبراعة في استخدام القوة الناعمة أصعب، لأن كثيراً من مصادرها الحساسة الأهمية، كما رأينا في الفصل الأول، ليست تحت سيطرة الحكومات، وتعتمد تأثيراتها كثيراً على قبول الجمهور المتلقي لها. وعلاوة على ذلك، فإن مصادر القوة الناعمة كثيراً ما تعمل بصورة غير مباشرة، عن طريق تشكيل البيئة للسياسة، وتستغرق في بعض الأحيان أعواماً كي تعطي النتائج المرغوبة.

وبالطبع فإن هذه الفوارق هي مسألة درجات. فليست كل الحروب أو الإجراءات الاقتصادية تعطي النتائج المرغوبة على الفور - كما تشهد على ذلك الحرب الفيتنامية التي طالت ثم فشلت في آخر الأمر، أو حقيقة أن العقوبات الاقتصادية عبر التاريخ لم تعط نتائجها المقصودة إلا في حوالي ثلث الحالات التي جربت فيها⁽¹⁾. ففي العراق.

صمد صدام حسين في وجه العقوبات أكثر من عشرة أعوام، وبالرغم من أن الحملة العسكرية الأميركية حطمت نظامه في أربعة أسابيع، فإنها لم تكن سوى الخطوة الأولى نحو تحقيق الأغراض الأميركية في العراق. وكما لاحظ ضابط عسكري سابق فإن دلالة عظمة حملة ما ليس فيما تدمره، بل فيما تخلقه. وللبت في هذه المسألة فإن المحلفين سيظلون يتداولون خارج قاعة المحكمة سنوات ذات عدد بخصوص الحرب على العراق⁽²⁾. وعلاوة على ذلك، فإن نشر المعلومات يمكن أحياناً أن يعطي نتيجةً مطلوبةً أو أن يمنعها. غير أن البراعة في إدارة موارد القوة الناعمة هي على وجه العموم أبطأ وأكثر تشتتاً وثقلاً من إدارة موارد القوة الصلبة.

الجهود المبكرة

إن حقيقة كون إدارة موارد القوة الناعمة عملية صعبة المراس وتتطلب الحذر لم تمنع الحكومات من المحاولة. وخذ فرنسا كمثال. ففي القرنين السابع عشر والثامن عشر عززت فرنسا نشر ثقافتها في جميع أنحاء أوروبا. فلم تصبح الفرنسية لغةً الدبلوماسية فحسب، بل راحت تستخدم في أواسط البلاط في بعض البلدان الأجنبية، مثل بروسيا وروسيا. وفي أثناء الثورة الفرنسية، سعت فرنسا إلى القفز فوق رؤوس الحكومات الأجنبية لتوجيه نداءها مباشرة إلى شعوب بلدانها بتشجيع عقيدتها الإيديولوجية الثورية. وبعد اندحار فرنسا في حربها مع بروسيا [عام 1870] راحت الحكومة الفرنسية تسعى لترميم نفوذ أمتها الممزق بتشجيع لغتها وأدبها عن طريق التحالف الفرنسي الذي تم تشكيله في عام 1883. وكما لاحظ المؤرخ ريتشارد بيلز، فإن "إبراز الثقافة الفرنسية في الخارج أصبح بذلك أحد المكونات المهمة

للدبلوماسية الفرنسية⁽³⁾. وسرعان ما تبعتها إيطاليا وألمانيا وغيرها بإقامة مؤسسات لتشجيع نشر ثقافتها في الخارج.

وشهد اندلاع الحرب العالمية الأولى تعجلاً متسارعاً في جهود نشر القوة الناعمة، عندما أقامت معظم الحكومات مكاتب لبثّ الدعاية لقضيتها. فلم تقتصر الولايات المتحدة على إقامة مكتبها الخاص بها فحسب، بل إنها في السنوات المبكرة وقبل دخولها تلك الحرب صارت هدفاً مركزياً لجهود البلدان المتحاربة الأخرى، عندما راحت بريطانيا وألمانيا تتنافسان لخلق صور مواتية لهما لدى الرأي العام الأميركي. ولاحظت بريطانيا الآثار العكسية للدعاية الشعبية الألمانية، فنجحت أكثر عن طريق التركيز على أفراد النخبة الأميركيين، مستخدمة ترويجاً ناعماً مريحاً. وقد ذكرت إحدى الدراسات المبكرة عن الدعايات في زمن الحرب أن "الإشعاع البحث للتمييز الأرستقراطي كان كافياً لبثّ الدفء في صميم قلوب كثيرٍ من الجمهوريين المتصلبين، وبعث الحماس للبلد القادر على إنتاج مثل هذا النبل، وهذه الأناقة، وهذه الدماثة العذبة"⁽⁴⁾.

وكانت الولايات المتحدة قادمة متأخراً نسبياً لفكرة استعمال المعلومات والثقافة لأغراض الدبلوماسية ففي عام 1917، قام الرئيس وودرو ويلسون بتأسيس لجنة المعلومات العامة الذي أخذ يديرها صديقه الصحفي جورج كريل، الذي كانت مهمته، كما قال "مشروعاً هائلاً للترويج، أعظم مغامرة للإعلان الدعائي في العالم"⁽⁵⁾ وأصرّ كريل على أن أنشطة مكتبه لا تشكل دعاية، بل هي تثقيفية وإعلامية. ولكن الحقائق كانت تكذب محاولاته للإنكار. فمن بين أشياء أخرى، كان كريل ينظم الجولات، وينتج على عجل كراسات حول "التبشير بالخلاص الأميركي"، وقد أسس خدمة إخبارية تديرها الحكومة، وتؤكد

من استلام منتجي الأفلام على حصصهم من المواد النادرة المقننة زمن الحرب، واهتم بجعل الأفلام تصور أميركا تحت ضوء إيجابي⁽⁶⁾. فأثارت لجنة المعلومات العامة هذه شكوكاً لدى الكونغرس والشعب الأميركي كانت كافية لإلغائها بعد وقت قصير من عودة السلام.

وآدى مجيء المذيع في عشرينيات القرن العشرين إلى حلبة الإذاعة باللغات الأجنبية. وفي الثلاثينيات، راح الشيوعيون في الاتحاد السوفيتي والفاشية في ألمانيا وإيطاليا يتنافسون على ترويج صور موالية لبلدانهم وعقائدهم الأيديولوجية في نظر الجماهير الأجنبية. وأتقنت ألمانيا صنع فلم الدعاية بالإضافة إلى بثها الإذاعي باللغات الأجنبية. وفي عام 1937، أدرك وزير خارجية بريطانيا أنطوني إيدن بالنسبة لوسائل الاتصال الجديدة "أنه من الصحيح تماماً بالطبع أن الدعاية الثقافية الجيدة لا تستطيع معالجة الضرر الناجم عن السياسة الخارجية السيئة، ولكن ليس من المبالغة القول إنه حتى أفضل السياسات الدبلوماسية قد تفضل إذا أهملت مهمة التفسير والإقناع التي تفرضها الظروف الحديثة"⁽⁷⁾. وبحلول نهاية ذلك العقد، كانت هيئة الإذاعة البريطانية، التي تأسست عام 1932 تبث بكل اللغات الأوروبية الكبرى، وبالعربية كذلك.

وفي أواخر ثلاثينيات القرن العشرين، اقتنعت إدارة روزفلت أن الأمن الأميركي يعتمد على قدرتها على التكلم مع الناس في البلدان الأخرى وكسب تأييدهم⁽⁸⁾. وكان الرئيس روزفلت قلقاً بشكل خاص من الدعاية الألمانية في أميركا اللاتينية. ففي عام 1938 أنشأت وزارة الخارجية قسم العلاقات الثقافية، وبعد ذلك بعامين ألحقت به مكتب شؤون العلاقات بين الدول الأميركية، برئاسة نيلسون روكفلر، ممّا عزز نشر المعلومات والثقافة الأميركية في أميركا اللاتينية. وفي عام

1939، كانت ألمانيا تبث سبع ساعات من البرامج كل أسبوع إلى أميركا اللاتينية، واثنتي عشرة ساعة إلى الولايات المتحدة. وبحلول عام 1941، كانت الولايات المتحدة تبث إذاعياً على مدى الساعة بلا توقف⁽⁹⁾.

وبعد أن دخلت أميركا الحرب، أصبح هجوم الحكومة الثقافي عالمي النطاق. وفي عام 1942 أوجد روزفلت مكتب المعلومات زمن الحرب كي يتعامل مع ما يفترض أنه معلومات دقيقة، بينما كانت منظمة مخابرات. هي مكتب الخدمات الاستراتيجية، تشمل وظائفها نشر المعلومات المضللة، بل إن هذا المكتب عمل على تشكيل منتجات هوليوود لتصبح أدوات دعاية فاعلة، واقتراح إضافة أشياء أو حذف أشياء، وحرمان أفلام أخرى من الرخصة⁽¹⁰⁾. وكان موظفو هوليوود التفتزيون سعداء بالتعاون مع هذا المكتب، يحفزهم على ذلك مزيج من الوطنية والمصلحة الذاتية. وقبل مدة لا بأس بها من الحرب الباردة، حسب رواية ريتشارد بيلز كان موظفو الشركات والعاملون في الإعلان لا يقتصرون على بيع منتجاتهم وحدها، بل يبيعون أيضاً ثقافة أميركا وقيمها، وأسرار نجاحها لباقي أنحاء العالم⁽¹¹⁾. لقد تم إيجاد جزء من مصادر القوة الناعمة وقت الحرب على يد الحكومة، والجزء الآخر بشكل مستقل.

ولعب المذيع دوراً مهماً. فالمحطة التي أصبحت تُعرَفُ بصوت أميركا نمت بسرعة في أثناء الحرب العالمية الثانية. وقد صممت على نهج هيئة الإذاعة البريطانية، وبحلول عام 1943 كان لديها 23 مرسلة تذيع الأخبار بسبع وعشرين لغة. وبعد انتهاء الحرب، ومع بداية الحرب الباردة، وتنامي التهديد السوفيتي، استمرت محطة صوت أميركا بالتوسع، ولكن توسع معها الجدل حول دورها ومدى كونها خاضعة للحكومة في تقديم المعلومات، أم ممثلة للثقافة الأميركية. وأضيفت

إليها محطات إذاعة خاصة مثل راديو الحرية وراديو أوروبا الحرة، اللذين راحا يستخدمان المنفيين للإذاعة الموجهة إلى الكتلة الشرقية. وبصورة أكثر عمومية، ومع تطور الحرب الباردة، حدث انقسام بين الذين كانوا يفضلون وسائل الدبلوماسية الثقافية البطيئة - كالفن، والكتب، والمبادلات - ذات التأثير المنقول بتقطير هزيل، والذين يفضلون وسائل المعلومات السريعة للإذاعة، والأفلام والتقارير الإخبارية التي تنتقل بشكل مباشر ظاهر للعيان "وبضجة عنيفة صاخبة"⁽¹²⁾.

وطيلة فترة الحرب الباردة ظل الصراع دائراً بين مؤيدي كل من هذين المنهجين حول الطريقة التي ينبغي أن تستخدمها الحكومة للاستثمار في القوة الناعمة. فذوو "العقلية العنيدة المتصلبة" لم يكونوا يحجمون عن الدعاية المباشرة، بينما كان ذوو "العقلية الطرية الرقيقة" يجادلون بأن تغيير مواقف الأجانب عملية تدريجية ينبغي قياسها بالسنوات⁽¹³⁾. وكانت هناك أيضاً صراعات حول مدى تحرر البرامج التي تدعمها الحكومة من سيطرة الحكومة. وفي آخر الأمر، حسب رواية رينهولد واغنليتز، فإن البرامج الثقافية الأميركية الموجهة إلى الخارج "تم امتصاصها في دوامة سياسة خارجية هجومية معادية للشيوعية". وعلى سبيل المثال، فقد صدر توجيه في ذلك الوقت يقول بأن "مكتباتنا في الخارج يجب أن تكون موضوعية، ولكن تعريف هذه المكتبات من جهة أخرى هو أنها مكتبات لغرض خاص محدد. وأن أفضل ما نأمل في تحقيقه هو الحفاظ على الإيهام بالموضوعية"⁽¹⁴⁾. وكان هناك خط رفيع دقيق بين المعلومات والدعاية. وقد لاحظ هنري جيمس الأصغر، المسؤول في وزارة الخارجية، أن احتواء المكتبات على مجلات تنتقد إدارة الرئيس ترومان وكتب حول المسألة العنصرية من شأنه إقناع القراء في الخارج "بمصادقية المادة". وقد أنتجت هجمات

السناتور جوزيف مكارثي فترة قصيرة من الهوس الهستيرى والرقابة، ولكن توجهات جديدة أعادت توازناً أكثر في عام 1953 (15).

وقد استمرت هذه الصراعات بالرغم من مختلف عمليات إعادة تنظيم المؤسسات الأميركية للدبلوماسية العامة على مدى السنين. فالجدل حول مدى درجة سيطرة الحكومة بصورة مباشرة أو غير مباشرة على أدوات قوتها الناعمة هو قضية لا يمكن حسمها بصورة تامة، لأن كلا الطرفين يقدم نقاطاً صحيحة. فعلى مدى 46 عاماً بعد عام 1953 ظلت المؤسسة المركزية للدبلوماسية العامة هي وكالة الاستعلامات الأميركية. وقد ضمت إليها محطة صوت أميركا عام 1978. وفي ثمانينيات القرن العشرين، حاولت إدارة ريغان أن تجعل المؤسساتين معاً تستجيبان بصورة لأغراض الحكومة الفورية (16). وفي عام 1999 تم إلغاء وكالة الاستعلامات الأميركية وقامت وزارة الخارجية باستيعاب وظائفها. حيث صارت قريبة من مراكز السياسة، بينما وضعت محطة صوت أميركا والمحطات المتخصصة الأخرى تحت إشراف هيئة مكونة من الحزبين هي مجلس حكام الإذاعة. وفي الوقت الراهن، تديع محطة صوت أميركا بثلاث وخمسين لغة لجمهور يقدر تعداده بواحد وتسعين مليوناً (17).

والأهم من تقلبات إعادة التنظيم هي الأفضلية المنخفضة التي أعطيت للقوة الناعمة في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية. صحيح أن الرئيس آيزنهاور قال في تقاعده إنه كان عليه أن يأخذ أموالاً من الميزانية العسكرية ليقوي بها وكالة الاستعلامات الأميركية، ولكن ذلك لم يكن نموذجياً. وقد لاحظ أحد المراقبين بأنه لم يكن هناك أي رئيس، باستثناء دوايت آيزنهاور، يعتبر مدير وكالة الاستعلامات الأميركية مهماً. وفي أزمة صواريخ كوبا، لم يكن هناك أي دور [لمدير

وكالة إدوارد ر. موروا]. وقد صاغ عبارة أنه كان يريد المشاركة في الإقلاع، وليس في الهبوط الاضطراري⁽¹⁸⁾. وحتى في وسط معمة الحرب الباردة في سبعينيات القرن العشرين، كانت فرنسا وألمانيا تتفان على المعلومات السياسية ووظائف الاتصالات الثقافية أكثر مما تتفق الولايات المتحدة - بالأرقام المجردة - وكانت بريطانيا واليابان تتفان من ميزانيتها نسبة مئوية أعلى مما تفقه أميركا من ميزانيتها (فقد كانتا تتفان 23٪ و14٪ على التوالي، بينما كانت أميركا تتفق 11 ٪ من ميزانيتها). ففي عام 1975، كانت "زعيمة العالم الحر" تحتل المرتبة الخامسة بين الحلفاء الغربيين الرئيسيين في الاستثمار الحكومي في مصادر القوة الناعمة⁽¹⁹⁾.

ومع انتهاء الحرب الباردة، صار الأميركيون يهتمون بتوفيرات الميزانية أكثر من اهتمامهم بالاستثمار في القوة الناعمة. فمن عام 1963 إلى عام 1993 تنامت الميزانية الاتحادية بخمسة عشر ضعفاً. ولكن ميزانية وكالة الاستعلامات الأميركية تضاعفت ست مرات ونصف مرة فقط. وكان لدى الوكالة 12000 موظف في فترة ذروتها في منتصف ستينيات القرن العشرين، ولكن هذا العدد تقلص إلى 9000 موظف عام 1994، وإلى 6715 موظفاً عشية ضمها إلى وزارة الخارجية⁽²⁰⁾ وبدأ أن القوة الناعمة يمكن التصرف بها. وفيما بين عامي 1989 و1999 تناقصت ميزانية وكالة الاستعلامات الأميركية بنسبة عشرة بالمئة بعد تعديلها حسب معدل التضخم. وبينما كانت إذاعات البث التي تتفق عليها الحكومة تصل إلى نصف السكان السوفيت وما يتراوح بين سبعين بالمئة وثمانين بالمئة من سكان أوروبا الشرقية في أثناء الحرب الباردة، لم يكن هناك سوى اثنين بالمئة من العرب يستمعون إلى صوت أميركا عند بداية القرن الحادي والعشرين⁽²¹⁾. فالموارد المخصصة

لبعثة الوكالة في أندونيسيا، أكبر أمة إسلامية، ثم تقليصها إلى النصف. ومن عام 1995 إلى عام 2001 انخفضت التبادلات الثقافية والجامعية والأكاديمية من 45000 إلى 29000 تبادل كل عام، كما تم إغلاق كثير من المراكز الثقافية والمكتبات التي كانت متاحة لوصول الناس⁽²²⁾. وفي عام 2003 كان لدى الخدمة العالمية لهيئة الإذاعة البريطانية نحو 150 مليون مستمع أسبوعياً حول العالم بينما كان مستمعو صوت أميركا أقل من مئة مليون⁽²³⁾. ولم يلاحظ أكثر الأميركيين على ما يبدو أنه مع حدوث ثورة المعلومات تزايدت أهمية القوة الناعمة ولم تتناقص. ولم يعد الأميركيون اكتشاف أهمية الاستثمار في أدوات القوة الناعمة إلا بعد أيلول/ سبتمبر عام 2001، بل إن إعادة الاكتشاف هذه حتى في ذلك الحين كانت غير كافية؛ ففي عام 2003 خفضت محطة صوت أميركا إذاعاتها باللغة الإنكليزية بنسبة 25 بالمئة⁽²⁴⁾.

الدبلوماسية العامة

في عصر المعلومات

إن تشجيع المرء نشر صورة إيجابية عن بلده ليس شيئاً جديداً، ولكن شروط إبراز القوة الناعمة قد تحولت بشكل كبير ومفاجئ في السنوات الأخيرة. فمن جهة فإن ما يقرب من نصف بلدان العالم صارت الآن أنظمة ديمقراطية⁽²⁵⁾. ثم إن نموذج الحرب الباردة للمنافسة بين نظامين سياسيين واجتماعيين لم يعد ذا صلة كبيرة كدليل للدبلوماسية العامة. وبينما لا تزال هناك حاجة لتقديم معلومات دقيقة للسكان في بلدان مثل بورما وسوريا، حيث تسيطر الحكومة على المعلومات، فإن هنالك أيضاً حاجة لخلق صورة مؤاتية لدى الرأي العام

في بلدان مثل المكسيك، وتركيا، حيث تستطيع البرلمانات الآن أن تؤثر على صنع القرار، وعندما كانت الولايات المتحدة تبحث عن تأييد لحربها على العراق في مثل هذه البلدان، فإن تبديد الإدارة لقوتها الناعمة خلق لسياساتنا بيئة معيقة بدلاً من بيئة للتمكين. إن تشكيل الرأي العام يكتسب أهمية أكبر حيث حلت ديمقراطيات جديدة محل الحكومات المستبدة. وحتى عندما يكون الزعماء الأجانب من الأصدقاء، فإن التفاوت المسموح به لهم قد يكون محدوداً إذا كانت لدى جماهيرهم وبرلماناتهم صورة سلبية للولايات المتحدة وسياساتها. وفي مثل هذه الظروف، يمكن أن تصبح الدبلوماسية الموجهة إلى الرأي العام ذات الأهمية (للحصول على نتائج) تعادل أهمية الاتصالات الدبلوماسية التقليدية السرية بين الزعماء.

إن المعلومات قوة، وهناك قسم أكبر من ذي قبل من بين سكان العالم لديه وصول إلى تلك القوة. فقد ولّت منذ زمن طويل الأيام التي كانت فيها فرق صغيرة من ضباط الخدمة الخارجية الأميركية تقود سيارات الجيب إلى البرّ الداخلي في أميركا اللاتينية وغيرها من مناطق العالم النائية الأخرى لتعرض بكرة بعد أخرى من الأفلام على جمهور منعزلٍ من المتفرجين⁽²⁶⁾. فحالات التقدم التكنولوجي أدت إلى تخفيض كبير ومفاجئٍ في كلفة معالجة المعلومات وبثّها. والنتيجة هي انفجار في المعلومات نجمت عنه مفارقة الكثرة الغزيرة⁽²⁷⁾ ووفرة المعلومات تؤدي إلى ندرة الانتباه. فعندما يفرق الناس في حجم المعلومات التي تواجههم، يجدون صعوبة في تمييز ما يركزون عليه. وبذلك يصبح الانتباه هو الشيء النادر، وليس المعلومات: فالذين يستطيعون تمييز المعلومات القيمة من فوضى الخلفيات المترامية يكتسبون قوة. ويزداد الطلب على المحررين والمقننين. وهذا مصدر قوة للقادرين على إخبارنا أين نركز انتباهنا.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن الجماهير صارت أكثر وعياً وتحسناً بالدعاية. وبين المحررين وقادة الرأي، فإن المصداقية هي المصدر الحساس الأهمية، ومصدر مهم للقوة الناعمة وتصبح السمعة أهم حتى مما كانت عليه في الماضي، وتحدث الصراعات السياسية حول خلق المصداقية وتدميرها؛ فالحكومات تتنافس على المصداقية، ليس مع الحكومات الأخرى فحسب، بل أيضاً مع سلسلة واسعة من البدائل التي تشمل وسائل إخبارية، وشركات، ومنظمات غير حكومية، ومنظمات حكومية دولية، وشبكات أُسرٍ علمية.

ولقد أصبحت السياسة نزاعاً على المصداقية المقارنة. إن عالم سياسة القوة التقليدية له علاقة بشكل نموذجي بمن سيفوز عسكريه أو اقتصاده. أما السياسة في عصر المعلومات "فقد تكون في آخر الأمر حول قصة مَنْ تفوز"، كما يقول خبيران في السياسة والمعلومات من شركة راند⁽²⁸⁾. فالحكومات تتنافس مع بعضها بعضاً، ومع منظمات أخرى لتعزيز مصداقيتها وإضعاف مصداقية خصومها. ويشهد على ذلك الصراع بين صربيا وحلف شمال الأطلسي لتأطير تفسير الأحداث في كوسوفو عام 1999 والأحداث في صربيا بعد ذلك بعام. فقبل المظاهرات التي أدت إلى إسقاط سلوبودان ميلوسوفيتش في تشرين الأول/ أكتوبر عام 2000، كان 45 بالمئة من الصربيين البالغين قد تحولوا إلى راديو أوروبا الحرة وصوت أميركا، بينما لم يكن يستمع إلى المحطة الإذاعية التي تسيطر عليها الدولة (راديو بلغراد) سوى 31 بالمئة⁽²⁹⁾. وعلاوة على ذلك فإن محطة إذاعة صربيا المحلية البديلة (ب 92) كانت تقدم وصولاً إلى الأخبار الغربية وعندما حاولت الحكومة إغلاقها فإنها استمرت تقدم مثل تلك الأخبار على شبكة الإنترنت⁽³⁰⁾.

ولقد كانت للسمعة أهميتها في السياسة العالمية دائماً. ولكن دور المصداقية هو مصدر أهم للقوة الناعمة بسبب 'مفارقة الكثرة الغزيرة'. فالمعلومات التي يبدو أنها دعاية يثبت أنها ذات نتيجة عكسية إذا قوضت سمعة مصداقية البلد. فالمزاعم المبالغ فيها عن وشك حصول صدام حسين على أسلحة دمار شامل، وعن قوة علاقته مع القاعدة ربما تكون قد ساعدت على حشد الدعم المحلي للحرب على العراق، ولكن فضح المبالغيات في وقت لاحق قد سدّد ضربة فادحة للمصداقية البريطانية والأميركية. وفي ظل هذه الظروف الجديدة لعصر المعلومات ومصادر الأخبار البديلة، فقد يثبت بصورة متزايدة أن الإقناع بصورة ناعمة أكثر فاعلية من الإقناع بصورة صلبة.

شكل الدبلوماسية العامة

في عام 1963، قام إدوارد ر. مورو، المذيع المرموق الذي كان مدير وكالة الاستعلامات الأميركية في إدارة كيندي، بتعريف الدبلوماسية العامة بأنها تفاعلات لا تستهدف الحكومات الأجنبية فحسب، بل هي أيضاً تفاعلات بالدرجة الأولى مع أفراد ومنظمات غير حكومية، وكثيراً ما تقدم على أنها آراء خاصة متنوعة، بالإضافة إلى وجهات النظر الحكومية⁽³¹⁾. وكما لاحظ مارك ليونارد، الخبير البريطاني بالدبلوماسية العامة، فإن المتشككين الذين يعاملون مصطلح "الدبلوماسية العامة" على أنه مجرد وصف ملطف للدعاية هم على خطأ. فالدعاية البسيطة كثيراً ما تنقصها المصداقية. وبذلك فإنها (كدبلوماسية عامة) تعطي نتائج عكسية. كما أن الدبلوماسية العامة ليست مجرد علاقات عامة. فنقل المعلومات وإقناع الناس بصورة إيجابية هو جزء منها. ولكن الدبلوماسية العامة تشمل كذلك بناء علاقات على المدى البعيد تخلق بيئة تمكن الحكومة من تنفيذ سياساتها.

والدبلوماسية العامة لها ثلاثة أبعاد، وهي كلها أبعادٌ مهمة وتتطلب حصصاً نسبية مختلفة من المعلومات الحكومية المباشرة وعلاقات ثقافية على المدى البعيد⁽³²⁾، فالبعد الأول والأكثر مباشرة هو الاتصالات اليومية، وهو ينطوي على توضيح سياق قرارات السياسة المحلية والخارجية. فبعد اتخاذ القرارات، فإن المسؤولين الحكوميين يعطون في العادة اهتماماً كبيراً لما سيقولونه للصحافة وكيف سيفعلون ذلك. ولكنهم يركزون بصورة عامة على الصحف المحلية - ومع ذلك فإن السلك الصحفي الأجنبي ينبغي أن يكون أهم هدف للبعد الأول من إبعاد الدبلوماسية العامة. ويحذّر ليونارد من أن حكومات كثيرة ترتكب خطأً توضيح القرارات المحلية لمستمعيها الداخليين فقط وتعجز عن إدراك آثار إجراءاتها وتوضيحات تلك الإجراءات على الصورة الدولية لبلدها. وعلى سبيل المثال، فبعد سلسلة من حوادث القطارات وسكك الحديد، وصفت الصحافة البريطانية بريطانيا بازدياء بأنها "إحدى بلدان العالم الثالث" وبدون شرح السياق، كررت بعض الصحف الأجنبية مثل هذه العبارات في تقاريرها، فأسهم ذلك في إعطاء صورة عن بريطانيا بأنها أمة آخذة بالانحطاط.

ويجب أن ينطوي البعد اليومي أيضاً على التهيؤ للتعامل مع أزمة وعلى مجابهة الهجمات. فقابلية الاستجابة السريعة تعني أن الاتهامات الزائفة والمعلومات المضللة يمكن الرد عليها فوراً. وعلى سبيل المثال، فعندما أذاعت الجزيرة أول شريط فيديو لأسامة بن لادن يوم 7 تشرين الأول/ أكتوبر عام 2001، سعى المسؤولون الأميركيون في أول الأمر إلى منع الجزيرة ومعها الشبكات الأميركية من إذاعة الرسائل من ابن لادن.

ولكن في عصر المعلومات الحديث فإن ذلك لا فائدة منه، تماماً كمحاولة إيقاف المدّ، ولكنه أيضاً يسير في عكس اتجاه قيمة معنى الانفتاح الذي تريد أميركا أن تكون رمزاً له. وقد كانت الاستجابة الأفضل هي الاستعداد لإغراق الجزيرة والشبكات الأخرى بأصوات أميركية لمجابهة خطاب ابن لادن الداعي إلى الكراهية. ومع أن محطة الجزيرة التي تبث من قطر، وكذلك الشبكات الأجنبية الأخرى، ليست بريئة من الانحياز، فإنها محتاجة إلى المحتوى أيضاً. بل إن رئيس مكتبها في واشنطن دعا الأميركيين: "من فضلكم تعالوا وتحدثوا إلينا، واستغلّونا"⁽³³⁾.

أما البعد الثاني فهو الاتصال الاستراتيجي، الذي يتم فيه تطوير مجموعة من المواضيع البسيطة. وهذا كثير الشبه بما يحدث في حملة سياسية وإعلانية. فالحملة تخطط أحداثاً رمزية واتصالات على مدى سنة كي تبرز المواضيع المركزية، أو تدفع إلى الأمام سياسة حكومية معينة. وهذا في بعض الأحيان يكون تخطيطه أسهل من تنفيذه. وعلى سبيل المثال. ففي تسعينيات القرن العشرين، وبينما كان المجلس الثقافي البريطاني يروج لبريطانيا ترويجاً ثقيلاً باعتبارها جزيرة حديثة، متعددة الأعراق وخلاقة، كانت وكالة حكومية أخرى، هي سلطة السياحة البريطانية مشغولة بالإعلان عن التقاليد، والاحتفالات، والتاريخ في بريطانيا. وعلاوة على ذلك فإن الأحداث يمكن أن تفضل عملية الإبراز هذه. فمثلاً تم تقويض تأثير عدة أعوام من التركيز على بريطانيا كعضو مخلص في الاتحاد الأوروبي عندما افتقرت بريطانيا عن فرنسا وألمانيا عام 2003 بتأييدها للحرب الأميركية على العراق. وهذا عزز صورة بريطاني غير المرغوب فيها في أعين عامة الناس في بلدان كثيرة باعتبارها خادمة لأميركا.

وتركز المواضيع الخاصة على مبادرات سياسية معينة. فعلى سبيل المثال، عندما قررت إدارة ريغان تنفيذ قرار حلف شمال الأطلسي باتباع سياسة ذات مسارين لنشر قذائف في أثناء التفاوض على إزالة القذائف السوفيتية متوسطة المدى الموجودة. فردّ الاتحاد السوفيتي بحملة منسقة للتأثير على الرأي العام الأوروبي وجعل عملية النشر مستحيلة. كانت مواضيع الولايات المتحدة تؤكد الطبيعة المتعددة الأطراف لقرار حلف شمال الأطلسي، وتشجيع الحكومات الأوروبية على أداء دور قيادي كلما كان ذلك ممكناً، وتستخدم مشاركين أميركيين غير حكوميين، مثل المتحدثين الجامعيين الأكاديميين، بطريقة فعالة لمجابهة الحجج الجدلية السوفيتية. ورغم استطلاعات الرأي في ألمانيا أظهرت بقايا قلق مترسبة من هذه السياسة، فإنها أظهرت أيضاً أن ثلثي الجماهير الألمانية كانت مؤيدة لأميركا. واستتج وزير الخارجية الأميركي الأسبق جورج شولتز فيما بعد: "لا أعتقد أننا كنا سننجح في هذه السياسة لولا برنامج الدبلوماسية العامة شديدة الفعالية. فقد كان السوفيت فعالين جداً طيلة عام 1983... مع حركات سلام، وجهود من كل نوع لإقناع أصدقائنا في أوروبا بعدم نشر القذائف"⁽³⁴⁾.

أما البعد الثالث من أبعاد الدبلوماسية العامة، فهو تطوير علاقات دائمة مع أشخاص أساسيين على مدى سنوات كثيرة عن طريق منح الزمالات الدراسية، والمبادلات، والتدريب، والندوات، والمؤتمرات، والوصول إلى قنوات أجهزة الإعلام. فعلى مدى عشرات السنين التي أعقبت الحرب العالمية الثانية، اشترك سبع مئة ألف شخص في المبادلات الثقافية والأكاديمية الأميركية، وهي مبادلات ساعدت على تثقيف قادة عالميين مثل أنور السادات، وهيلموت شميدت، ومارغريت ثاتشر⁽³⁵⁾. ولقد أشارت شارلوت بيرز، المساعدة السابقة لوزير

الخارجية لشؤون الدبلوماسية العامة إلى أن مثل تلك المبادلات شارك فيها أكثر من مائتين من رؤساء الدول الحاليين أو السابقين، وأن نصف زعماء الائتلاف ضد الإرهاب كانوا ذات مرة زوّاجاً في تلك المبادلات. وقالت: "ولا بد أن ذلك كان أفضل صفقة استفادت منها الحكومة"⁽³⁶⁾. وهناك بلدان أخرى لديها برامج مشابهة. فقد طورت اليابان برنامجاً لجلب ستة آلاف أجنبي كل عام من أربعين بلداً كي يقوموا بتدريس اللغات في المدارس اليابانية، مع رابطة للخريجين الجامعيين للحفاظ على روابط الصداقة التي تنامي.

ويؤدي كل واحد من هذه الأبعاد الثلاثة للدبلوماسية العامة دوراً مهماً في المساعدة على خلق صورة جذابة للبلد، وهذا مما يحسن فرص حصوله على النتائج المرغوبة. ولكن حتى أفضل إعلانات الدعاية لا يمكنها ترويج نتاج غير مرغوب فيه شعبياً. وكما رأينا في الفصل الثاني، فإن السياسات التي يبدو أنها تخدم مصلحة ذاتية ضيقة أو تقدم بطريقة متغطرسة يحتمل أن تستهلك القوة الناعمة بدلاً من أن تنتجها. وفي أفضل الحالات، فإن علاقات الصداقة الطويلة الأمد قد تجعل التسامح في استجابات الآخرين يكتسب زيادة طفيفة. ففي بعض الأحيان يبرئك أصدقاؤك لعدم توفر الأدلة على إدانتك، فيكونون أكثر استعداداً لمسامحتك.

ولا تستطيع استراتيجيات الاتصالات أن تنجح إذا كانت غير متمشية مع طبيعة السياسة؛ فالأفعال تتحدث بصوت أعلى من صوت الكلمات. فليس من المحتمل أن تنجح الدبلوماسية العامة التي تظهر كمجرد واجهة لإبراز القوة الصلبة. وقد أوضح السير مايكل بتلر، الدبلوماسي البريطاني المعجب بالولايات المتحدة: "إذا تصور الناس أن حكومتكم تبحث عن مصالحها الذاتية، وأنها رجعية، وغير مساعدة

للآخرين، فإن ذلك سيشكل عقبة خطيرة تعرقل حصولكم على ما تريدون - وهذا ما تجده الولايات المتحدة في اللحظة الراهنة⁽³⁷⁾. وفي عام 2003، تعرضت وزارة الخارجية الأميركية لهجوم من نيوت غينغريتش، بسياسة أميركا إزاء العراق⁽³⁸⁾. ولكن الإقناع يتطلب اهتماماً بأسواقك، وبالنسبة لهذا البعد لم يكن الخطأ خطأ وزارة الخارجية. كما تدمر غينغريتش من إبعاد أميركا عن لجنة الأمم المتحدة لحقوق الإنسان في عام 2001. ولكن ذلك الإبعاد كان عقاباً على رفض أميركا دفع مستحققاتها للأمم المتحدة (وتلك سياسة نعت في الكونغرس) وعلى سياسات التفرد الأحادي الجانب لإدارة بوش الجديدة (التي كثيراً ما كانت تتبع في الوزارات التنفيذية الأخرى، رغم تحذيرات وزارة الخارجية). وقد لاحظ السناتور تشارلس هانمل، الجمهوري من ولاية نبراسكا، أن كثيراً من الناس راحوا بعد 2001/9/11 يتحدثون عن الحاجة إلى دبلوماسية عامة متجددة "كي نوصل رسالتنا إلى الخارج" ... ولكن طريقة التغليف على طراز ماديسون أفنيو (مقر شركات الإعلانات بنيويورك) لا يمكنها تسويق رسالة متناقضة أو ملتبسة محيرة. إننا بحاجة إلى إعادة تقييم الجوانب الأساسية في نهجنا الدبلوماسي.... فالسياسة والدبلوماسية يجب أن تتطابقا، وإلا فسيصبح التسويق مضطرباً مشوشاً كرشقة شفافة من الرسائل المختلطة على نحو فوضوي⁽³⁹⁾.

فالدبلوماسية في قوات حفظ السلام ذات اتجاهين، ينطوي على الاستماع كما على التحدث. والقوة الناعمة تركز على بعض القيم المشتركة، وهذا هو السبب الذي كثيراً ما يجعل المبادلات أكثر تأثيراً من مجرد الإذاعة. فالقوة الناعمة بحسب تعريفها هي جعل الآخرين يريدون ما تريد. وهذا يتطلب منك أن تفهم كيف يسمعون رسالتك،

بحيث تضبط تناغمها وفق المقتضى؛ ذلك أن فهم الجمهور المستهدف له أهمية حساسة. ومع ذلك فإن البحث في الرأي العام الخارجي قليل التمويل بشكل رهيب ينحصر في خمسة ملايين دولار سنوياً وقد راح يتضاءل على مدى العقد الأخير من الزمن⁽⁴⁰⁾.

إن إطلاق المواعظ على الأجنبي ليس أفضل طريقة لإقناعهم. فكثيراً ما يظن الزعماء السياسيون أن المشكلة ببساطة هي أن الآخرين تتقصصهم المعلومات، وأنهم إذا عرفوا ما نعرفه ببساطة سوف يرون الأشياء بطريقتنا. ولكن كل المعلومات تنفذ من خلال المصافي الثقافية، والبيانات الخطابية الحماسية نادراً ما يسمعها الخاطبون كما هو مقصود. ذلك أن إخبارهم بشيءٍ ما يؤثر فيهم أقل بكثير مما تؤثر الأعمال والرموز التي تريهم الأشياء عياناً وتخبرهم بها كذلك. ولهذا السبب فإن مبادرات مثل ضغط إدارة بوش لزيادة المساعدات الإنمائية أو لمكافحة فيروس نقص المناعة البشرية المسبب لمرض الإيدز لها أهمية كبرى، فالإذاعة مهمة، ولكنها بحاجة إلى أن تكملها عملية "بث ضيقة" - تستهدف إيصال الرسائل إلى مجموعات معينة - عن طريق الإنترنت. وبالرغم من أن الإنترنت لا تصل إلا إلى الفئات النخبوية في كثيرٍ من أجزاء العالم ذات السكان الفقراء الذين لا يملكون أجهزة هاتف، دع عنك الحاسوب، فإن مرونتها وكلفتها المنخفضة تتيح لها دقة التصويب. كما أنها تقدم طريقة لنقل المعلومات إلى بلدان تسد حكوماتها طريق وسائل الإعلام التقليدية. كما أن الإنترنت يمكن استخدامها بطريقة تفاعلية، ومشفوعة بالمبادرات. فالاتصالات وجهاً لوجه تظل هي الأكثر فاعلية ولكن يمكن تكميلها وتعزيزها بالإنترنت. وعلى سبيل المثال، فإن مزيجاً من الزيارات مع الإنترنت يمكنه من أن يخلق شبكات افتراضية وحقيقية معاً فيما بين شباب يرغب كل منهم

أن يتعلم عن بلاد الآخرين. أو لعل أميركا تتعلم درساً من اليابان فتدفع أموالاً لشبان أجنبية لقضاء سنة في تعليم لغاتهم وثقافتهم في المدارس الأميركية. ثم يستطيع خريجو هذه البرامج أن يشكلوا روابط تبقى على اتصال ببعضها عن طريق الإنترنت.

وهناك بلدان تحقق كل دبلوماسيتها العامة تقريباً عن طريق الأعمال وليس عن طريق الإذاعة. والنرويج مثال جديد. فسكانها خمسة ملايين فقط، وهي تفتقر إلى لغة عالمية أو ثقافة عابرة للقومية، وليس موقعها مركزياً أو محورياً لمنظمات أو علامات تجارية لشركات متعددة الجنسيات، وليست عضواً في الاتحاد الأوروبي. ومع ذلك، كما لاحظنا في الفصل الأول، فقد أوجدت لنفسها صوتاً وحضوراً كبيرين لا يتناسبان مع حجمها المتواضع ومواردها المحدودة "عن طريق التشدد في إعطاء الأولوية للجماهير تستهدفها وتركيزها على رسالة وحيدة - هي أن النرويج قوة للسلام في العالم"⁽⁴¹⁾. فأنشطتها ذات الصلة في هذا المجال تشمل التوسط في الصراعات في الشرق الأوسط، وسريلانكا، وكولومبيا؛ وتخصيص أموال كثيرة للمساعدات الخارجية؛ ومشاركتها الكثيرة التكرار في قوات حفظ السلام. وبالطبع فليست كل الإجراءات النرويجية متمشية مع هذه الرسالة فسياستها المحلية في صيد الحيتان تطلق في بعض الأحيان نغمة ناشزة في صفوف المهتمين بالبيئة، ولكن النرويج بشكل عام توضح كيف يستطيع بلد صغير أن يستغل كوة دبلوماسية لائقة تعزز صورته ودوره.

ولا يقتصر الأمر على الحاجة إلى أفعال تعزز الأقوال، بل إن من المهم أن يتذكر المرء أيضاً أن الكلمات والصور الأكثر نجاحاً في الاتصال بالجمهور المحلي قد تكون لها آثار سلبية على جمهور أجنبي. فعندما استخدم الرئيس بوش عبارة "محور الشر" للإشارة إلى العراق،

وإيران، وكوريا الشمالية في خطابه عن حالة الاتحاد في عام 2002 لقيت عبارته هذه قبولاً طيباً في الميدان المحلي، ولكن الأجنبي كان لهم رد فعل ضد وضعه معاً أوضاعاً دبلوماسية متباينة تحت يافطة أخلاقية. وبالمثل فبالرغم من أن إعلان "الحرب على الإرهاب" قد ساعد في حشد الدعم في صفوف الجماهير والكونغرس بعد 9/11، فإن كثيراً من الجماهير الأجنبية اعتقدت بأن الولايات المتحدة كانت تجعل التعاون ضد الإرهاب أكثر صعوبة، لاسيما مع إمكانية استخدام فكرة حرب مستمرة إلى أجل غير مسمى لحبس سجناء آجانب.

وحتى عندما تتناغم السياسة والاتصالات "بشكل متواقت" فإن من الصعب استخدام موارد القوة الناعمة ببراعة ونجاح في عصر المعلومات. فكما ذكر آنفاً فإن الاتصالات الحكومية ليست سوى جزء صغير من مجموع الاتصالات فيما بين المجتمعات في عصر غارق في فيض من المعلومات. فأفلام هوليوود التي تجرح مشاعر الأصوليين الدينيين في البلدان الأخرى، أو أنشطة المبشرين الأميركيين التي يبدو أنها تنتقص من قيمة الإسلام ستظل دائماً خارج سلطة الحكومة. وقد استنتج بعض المشككين بأن الأميركيين ينبغي أن يقبلوا ما هو محتوم، وأن يدعوا قوى السوق تهتم بتقديم ثقافتهم وصورتهم إلى الأجنبي. فلماذا تصب الأموال على محطة صوت أميركا بينما تستطيع شبكات CNN والـ MSNBC وفوكس أن تقوم بالعمل مجاناً؟ ولكن مثل هذا الاستنتاج سطحي أكثر من اللازم. إذ إن قوى السوق لا تصور سوى الإبعاد الجماهيرية الكبيرة المربحة من الثقافة الأميركية، وبذلك تعزز الصور الأجنبية عن الولايات المتحدة بأنها بلد ذو بعد واحد.

فالدعم الحكومي للمبادلات الثقافية العالية المستوى كثيراً ما كانت له آثار مهمة على شخصيات النخب الأجنبية المرموقة، كما رأينا

في الفصل الثاني. إذ إن تطوير علاقات طويلة الأمد ليس مريحاً دائماً على المدى القصير، وبذلك فإن تركه لقوى السوق قد يؤدي إلى نقص الاستثمار في هذا المجال. فالتعليم العادي قد يعطي مردوده بذاته، والمنظمات غير الهادفة للربح يمكن أن تساعد، ولكن كثيراً من برامج التبادل سوف تنقصر دون الدعم الحكومي. فالشركات الخاصة يجب أن تستجيب لقوى السوق كي تبقى في المجال التجاري. فإذا لم تكن هناك سوق للإذاعة باللغات الصربية - الكرواتية أو البوشتو، فإن الشركات لن تذيع بهذه اللغات. وفي بعض الأحيان، تخضع الشركات الخاصة للضغط السياسي من الحكومات الأجنبية إذا كان هذا الخضوع يعزز أرباحها - وتشهد على ذلك الطريقة التي تخطى بها روبرت مردوخ عن هيئة الإذاعة البريطانية، التي كانت تذيع مواد تنتقد الصين، فأسقطتها من إذاعاته المتلفزة بالأقمار الصناعية الموجهة إلى الصين في تسعينيات القرن العشرين.

وفي الوقت نفسه، فإن جماهير ما بعد الحداثة المعاصرة تتشكك بالسلطة عموماً، ولا تثق بالحكومات في الغالب الأعم من الحالات. وهكذا فإن كثيراً ما يتعين على الحكومات أن تظل في الخلفية وأن تعمل مع الممثلين أو الفاعلين الخاصين. فبعض المنظمات غير الحكومية تتمتع بها الحكومات. وبالرغم من أنه من الصعب السيطرة عليها، فإنها يمكن أن تكون قنوات اتصال مفيدة. فالمؤسسات الأميركية، مثل مؤسسة فورد، ومؤسسة سوروس، ومنح كارنيجي، ومنظمات غير حكومية متنوعة شتى، لعبت دوراً مهماً في تعزيز الديمقراطية في أوروبا الشرقية بعد انتهاء الحرب الباردة. كما أن مؤسسة بيل وميلندا غيتس قد عملت أكثر من حكومات كثيرة في مكافحة الأمراض المعدية في إفريقيا. وبالنسبة لبلدان مثل الولايات

المتحدة وبريطانيا، التي تتمتع بأعداد كبيرة من السكان المهاجرين؛ فإن المهاجرين إليها يمكنهم أن يزودوها بعلاقات ثقافية حساسة ومهارات لغوية. وقد كانت ألمانيا رائدة في ميدان بناء العلاقات بين الأحزاب السياسية في البلدان المختلفة. فالأحزاب الكبرى لها أسس تتلقى دعماً جزئياً من أموال حكومية. وفي أثناء حكم إدارة ريفان، تبعتها الولايات المتحدة عندما أقامت المنح الوطنية للديمقراطية، التي راحت تقدم الأموال للمؤسسة الوطنية الديمقراطية والمؤسسة الدولية الجمهورية، وكذلك للاتحادات النقابية وغرف التجارة من أجل تعزيز نشر الديمقراطية والمجتمع المدني في الخارج.

وتستطيع الشركات الأميركية الخاصة أن تلعب دوراً مهماً هي الأخرى. إذ إن ممثليها وعلاماتها التجارية علاقات مباشرة تمس حياة أناس أكثر ممن يتصل بهم الممثلون الحكوميون. وقد اقترح بعض رجال الأعمال ذوي الدوافع الحماسية العامة أن تطور الشركات وتقدم دورات تدريب في الحساسية و التواصل لممثليها قبل إرسالهم إلى الخارج. وتستطيع الشركات كذلك أن تؤدي دوراً قيادياً في رعاية مشاريع محددة للدبلوماسية العامة" مثل شركة تكنولوجية تعمل مع ورشات عمل "افتح يا سمس" وإذاعة لبنانية في إنتاج مشترك لبرنامج أطفال بالغة الإنكليزية يركز على التكنولوجيا، وهي مجال تحظى فيه المنجزات الأميركية بالإعجاب على الصعيد العالمي"⁽⁴²⁾.

ومن الفوائد الأخرى للدبلوماسية العامة غير المباشرة أنها كثيراً ما تكون أقدر على تحمل مزيد من المخاطر في مجال المبادلات الثقافية. فمن الصعب على الحكومة في الساحة المحلية أحياناً أن تدعم فنّاً من الفنون المؤثرة التي تحظى بإعجاب النخب الأجنبية ولكنها تؤدي الأذواق الشعبية للناس في الداخل. وعلى سبيل المثال

فعندما أقامت وزارة الخارجية معرضاً للفن الحديث عام 1947، تعرضت لسخرية الصحافة على تبديدها لدولارات دافع الضرائب، وحتى الرئيس ترومان انتقدها لعرضها "تبعجات أناس مجانيين نصف ناضجين"⁽⁴³⁾. وبينما تتمتع الحكومات عن إرخاء قبضة سيطرتها باستخدام الدبلوماسية العامة، فإن ما تفقده بسبب أحكام السيطرة تعوض عنه بأكثر منه في كسب المصداقية عن طريق الشراكة مع منظمات خاصة.

وإن إحدى الطرق التي تتبعها حكومة ما للحفاظ على السيطرة مع الإيهام بعكس ذلك هي التمويل السري عن طريق وكالات المخابرات. ففي المراحل الأولى من الحرب الباردة مثلاً، قدمت وكالة المخابرات المركزية سراً دعماً لميزانيات منظمات ثقافية كمنظمة الكونغرس في سبيل الحرية الثقافية. وحتى في ذلك الحين فقد كانت هناك هواجس تفي أوضح الحثثيات المكشوفة، كانت المشكلة هي كيفية استخدام الحرية الثقافية كدعاية دون تحويلها إلى دعاية في أثناء العملية.... كان المنطق السياسي لهذا الوضع الجديد يستتبع التلاعب الخفي بالمثاليات الليبرالية والمدافعين عنها"⁽⁴⁴⁾. ولكن السرية تنجح ما دام السر محفوظاً فقط. وهذا أمر صعب في عصر المعلومات، ولاسيما في ديمقراطية كالولايات المتحدة بصحافتها القوية، وكونغرسها، وانعدام وجود قانون للأسرار الرسمية كالذي تملكه بريطانيا. وعندما ينكشف السر في آخر الأمر (كما انكشف خبر مشاركة وكالة المخابرات المركزية في المبادلات الثقافية عن طريق التقارير الصحفية وجلسات التحقيق في الكونغرس في سبعينيات القرن العشرين)، فإن الثمن من حيث فقدان المصداقية قد يكون باهظاً جداً. وعلى وجه العموم، فإنه من الأفضل أن تكون أمور التمويل مفتوحة، مع إقامة علاقة متحفظة.

وليس معنى ذلك أن وكالة المخابرات المركزية لا تلعب دوراً في توليد القوة الناعمة. بل على العكس، فإن تنمية الثقة والعلاقات

البعيدة الأمد مع وكالات المخابرات الأجنبية الصديقة واقتسام المعلومات السرية معها يمكن أن يكون لها تأثير قوي على تصورات البلدان الأخرى عن الولايات المتحدة وعن أحداث العالم على حد سواء. وإذا كانت القوة الناعمة تشمل تشكيل تصورات الآخرين، فإن اقتسام معلومات المخابرات مصدر مهم من مصادر القوة الناعمة. وفي مثل هذه السياقات فإن تقاسم المعلومات السرية قد يكون له تأثير مباشر وقوي على السياسة. بل إن المعلومات وحدها إذا كانت ذات دلالة ومصداقية، يمكنها في بعض الأحيان أن تغير سياسة حكومة ما. ولهذا السبب فإن حالات فشل المخابرات، والمبالغة في تقاريرها لغايات سياسية في أثناء التمهيد للحرب على العراق، أحدثت ضرراً بالغاً بالقوة الأميركية الناعمة. فلم يقتصر الضرر على المصداقية العامة للحكومة فقط، بل لقد تم إضعاف قناة عالية الفعالية. وسيقل احتمال تمتع تقارير المخابرات الأميركية بالثقة أو التصديق في الدول الأخرى في المستقبل.

ويستطيع العسكريون أيضاً أن يلعبوا دوراً مهماً في إيجاد القوة الناعمة. فالسلطة العسكرية، إضافة إلى هالة القوة التي تولدها قدرات طاقاتها الصلبة، لديها سلسلة واسعة النطاق من تبادل الضباط، والتدريبات المشتركة، وبرامج المساعدات مع البلدان الأخرى في زمن السلم؛ فبرامج البنتاغون [وزارة الدفاع الأميركية] التدريبية العسكرية والتعليمية الدولية تشمل جلسات حول الديمقراطية وحقوق الإنسان إلى جانب التدريب العسكري. ومثل هذه الاتصالات العسكرية، كما وصفها وزير الدفاع الأسبق وليام بييري، يمكن أن تشكل جانباً من "الدفاع الوقائي" بتنمية العلاقات، والمساعدة على تشكيل النظرة العامة للضباط الأجانب بحيث تكون أميل إلى التمشي مع النهج الأميركية. وفي أوقات مختلفة كانت مثل هذه الاتصالات تقدم قنوات تأثير غير

متاحة عن طريق الوسائل الدبلوماسية العادية. والحق أن بعض المراقبين يقلقهم أحياناً كون قادة أميركا العسكريين الإقليميين الخمسة لديهم موارد أكثر وطرق وصول إلى مناطقهم أفضل مما لدى السفراء الأميركيين في تلك البلدان نفسها⁽⁴⁵⁾.

وفي زمن الحرب، فإن العمليات العسكرية النفسية طريقة مهمة للتأثير على سلوك الأجنبي، وحتى لتفادي الوسائل العسكرية دفعة واحدة. وعلى سبيل المثال، فإن مخضراً أمامياً للعدو يمكن تدميره بقذيفة جواله من بعيد، أو الاستيلاء عليه بقوات برية - أو يمكن إقناع جنود العدو بهجر الموقع وتركه بلا حماية. وكثيراً ما تنطوي العمليات العسكرية النفسية على الخداع، والمعلومات المضللة المؤثرة في الحرب ولكنها ذات مفعول عكسي في السلم. ومما يعادل ذلك أهمية في تكتيكات الحرب إدارة الأخبار لتقليل التصورات غير المواتية. فالرقابة المتصلبة ليست هي الجواب دائماً. فمن بين جوانب القوة الناعمة التي استخدمها البنتاغون بشكل صحيح في حرب الخليج الثانية جانب سُمِّيَ "تسليح المراسلين". فالمراسلون المزروعون داخل الوحدات العسكرية المتقدمة حدوا من قدرة صدام حسين على خلق غضب دولي بالزعم بأن الأميركيين يقتلون المدنيين عمداً. فعلى عكس حرب الخليج الأولى عندما كانت شبكة الـ CNN هي التي تتولى صياغة المواضيع، فإن انتشار تكنولوجيا المعلومات، ونشوء منافذ جديدة كمحطة الجزيرة في العقد الفاصل بين حربي الخليج قد تطلب استراتيجيات جديدة لتجنب الإضرار بالقوة الأميركية الناعمة في سياق الحرب، ومهما كانت القضايا الأخرى التي أثارها زرع المراسلين في وحدات الخطوط الأمامية، فإنه كان تكتيكاً ناجحاً تحت ظروف زمن الحرب في عصر المعلومات.

إن مشاكل الدور العسكري في براعة استخدام القوة الناعمة تنشأ عندما يحاول تطبيق تكتيكات زمن الحرب في أوضاع غامضة. وهذا شيء له إغراء خاص في الحرب الحالية على الإرهاب المحددة بصورة سيئة وضعيفة تمحو التمييز بين الأنشطة المدنية العادية والحرب. ففي عام 2002 شعر البنتاغون بالإحباط من الدبلوماسية الأميركية العامة، فطور خططاً لمكتب التأثير الاستراتيجي من شأنها أن تقدم بنوداً إخبارية، قد تشمل أخباراً مزورة إلى منظمات إعلامية أجنبية، في محاولة للتأثير على البلدان الصديقة وغير الصديقة على حد سواء⁽⁴⁶⁾. وبعد كشف هذه الخطط في الصحافة، اضطر وزير الدفاع ريمسفيدل إلى التبرؤ من هذا المشروع بسرعة. ولكن الضرر كان قد لحق بمصداقية أميركا وقوتها الناعمة.

وأخيراً، فإن من الخطأ رؤية الدبلوماسية العامة ببساطة من حيث الجوانب المعادية. فهناك أحياناً تنافس بين "معلوماتي في مقابل معلوماتك"، ولكن كثيراً ما يكون هنالك مكسب للطرفين معاً. والدبلوماسية العامة الألمانية في أثناء الحرب الباردة مثال جيد. فعلى عكس الدبلوماسية العامة الفرنسية، التي كانت تسعى إلى إظهار استقلالها عن الولايات المتحدة، كان من المواضيع العامة في الدبلوماسية العامة الألمانية تصوير نفسها في عيون الأميركيين كحليف يعتمد عليه. فكانت أهداف سياسة المعلومات الأميركية والألمانية تعزز ببعضها بعضاً بصورة متبادلة⁽⁴⁷⁾ وقد يتقاسم الزعماء السياسيون أهدافاً متبادلة ومماثلة - كتشجيع نشر الديمقراطية وحقوق الإنسان مثلاً - . وفي مثل هذه الظروف يمكن أن تكون هناك مكاسب مشتركة من تنسيق برامج الدبلوماسية العامة. كما أن الدبلوماسية العامة التعاونية يمكن أن تساعد في تقليل حدة الشكوك بوجود دوافع وطنية ضيقة⁽⁴⁸⁾.

وبالإضافة إلى ذلك فإن هناك أوقاتاً يكون فيها التعاون، بما في ذلك توسيع الصورة العامة للمؤسسات متعددة الأطراف كحلف شمال الأطلسي والأمم المتحدة، قادراً على أن يسهل للحكومات مثل هذه الأدوات لمعالجة مهمات صعبة، مثل حفظ السلام، وتشجيع الديمقراطية، ومجابهة الإرهاب. وعلى سبيل المثال، فإن الدبلوماسية الأميركية العامة في تشيكوسلوفاكيا في أثناء الحرب الباردة عززها ارتباط الولايات المتحدة بالمواثيق الدولية التي ترعى حقوق الإنسان⁽⁴⁹⁾. وفي عام 1975، قام مؤتمر هلسنكي المتعدد الأطراف حول الأمن والتعاون في أوروبا بإضفاء الشرعية على مناقشة حقوق الإنسان وراء الستار الحديدي، فكانت له عواقب لم يكن يتصورها الموقعون على الاتفاقية التي نتجت عن المؤتمر، والتي أطلق عليها اسم القانون الأخير. وكما استنتج المدير السابق لوكالة المخابرات المركزية الأميركية روبرت غيتس، رغم الممانعة التي أبدتها أميركا أول الأمر، فإن السوفيت كانوا شديدي الرغبة في المؤتمر المذكور، فحصلوا عليه، وأرسى أساس نهاية إمبراطوريتهم⁽⁵⁰⁾.

الحالة الخاصة للشرق الأوسط

يقدم الشرق الأوسط تحدياً خاصاً لقوة أميركا الناعمة ودبلوماسيتها العامة. فهو ليس فقط موطن الإرهابيين الذين هاجموا الولايات المتحدة يوم 11 أيلول/ سبتمبر 2001، بل إن المنطقة لم تتأقلم جيداً مع التحديث. إن نصف بلدان العالم ديمقراطيات، ولكن ليس أي واحد من البلدان العربية الاثني والعشرين ديمقراطياً وكان النمو الاقتصادي فيها بطيئاً، ونصف النساء تقريباً أميات. والمنطقة ليست مندمجة جيداً مع الاقتصاد العالمي. وفي عام 2003 ذكر البنك الدولي في تقريره أن معدل نمو دخل الفرد في المنطقة لم يزد على نصف في

المئة من عام 1985 إلى عام 2000، بينما الإنفاق العسكري هو الأعلى في العالم، إذ يبلغ 6 بالمئة من إجمالي الناتج المحلي⁽⁵¹⁾ ومع سكان يزيد تعدادهم على ثلاث مئة مليون نسمة، فإن البلدان العربية تصدر للعالم - باستثناء النفط والغاز - أقل مما تصدره فنلندا⁽⁵²⁾. ومعدل العلماء الذين يشتغلون في البلدان العربية هو ثلث المعدل السائد في باقي بلدان العالم⁽⁵³⁾. "وهناك انتفاخ هائل للشباب" في الجداول السكانية، ومع ذلك فإن المنطقة فيها فرص غير كافية للشباب للعثور على عمل ذي معنى. وإن خمسة وأربعين بالمئة من سكان العالم العربي الآن هم تحت سن الرابعة عشرة وسيتضاعف عدد هؤلاء السكان ككل على مدى ربع القرن الحالي. وتراوح البطالة حول نسبة العشرين بالمئة⁽⁵⁴⁾. وفي الوقت نفسه، فإن الشرق الأوسط يفيض بالاتصالات الحديثة، وكثير منها فيه ميل إلى معاداة أميركا. وكما رأينا من الأرقام في الفصل الثاني، فإن هذه المنطقة تقدم تحدياً خاصاً للدبلوماسية العامة.

في أثناء الحرب الباردة، كان نهج الولايات المتحدة إزاء المنطقة هو رعاية الاستقرار، الذي من شأنه منع انتشار النفوذ السوفيتي، وضمان إمدادات النفط للاقتصاد العالمي، وتقديم الأمن لإسرائيل، التي هي إحدى الديمقراطيات النادرة [وهل اغتصاب فلسطين ديمقراطية؟ (المغرب)] وكانت الاستراتيجية الأميركية هي إدارة الأمور عن طريق زعماء مستبدين وتحت شعار: "لا تهز القارب". بل إن الإدارة الأميركية تحت حكم ريغان أيدت صدام حسين كوزن مضاد للنظام الإسلامي الذي أطاح بحليف أميركا، شاه إيران. وحسبما يروي إدوارد ووكر، رئيس معهد الشرق الأوسط الذي عمل كسفير في عدة بلدان في المنطقة: "بينما كنا نتحدث عن حقوق الإنسان، والتنمية الاقتصادية، والديمقراطية، وحكم القانون، لم تكن سياساتنا ولا توزيعنا لمواردنا

تمشى مع خطبنا الرنانة. فلم نقم بتحدي الحكومات في المنطقة من أجل التغيير، ولا قدمنا حوافز للمساعدة على تحريك التغيير⁽⁵⁵⁾.

وبعد 9/11 دشنت إدارة بوش نهجاً طموحاً جديداً، فقد اعتمدت على ما يشبه نموذج الحرب الباردة، والدور الأميركي في تحويل أوروبا، فقررت أن الولايات المتحدة ينبغي أن تلتزم بإجراء تحول بعيد الأمد في الشرق الأوسط. وكانت إزاحة صدام حسين هي الخطوة الأولى فقط. وقد جادلت مستشارة الأمن القومي كوندوليزا رايس بأنه "مثلما أصبحت ألمانيا الديمقراطية مسمار الدولاب ونقطة الارتكاز لأوروبا جديدة هي اليوم كل واحد، وحررة، ومسالمة، فهكذا يمكن للعراق المتحول أن يصبح عنصراً مهماً في شرق أوسط مختلف لا تزدهر فيه أيديولوجيات الكراهية"⁽⁵⁶⁾. ولكن ممارسة القوة الصلبة في حملة الأسابيع الأربعة التي أسقطت صدام حسين كانت هي الجزء السهل. وقد كانت ألمانيا (واليابان) قصتين للنجاح بعد الحرب، ولكنهما كانتا مجتمعين متجانسين نسبياً، ولديهما طبقات وسطى مهمة، ولم تكن فيهما مقاومة منظمة للاحتلال الأميركي. وعلاوة على ذلك، فإن امتلاك العراق للنفط نعمة مخلوطة ببعض المنغصات، إذ لم يثبت أن الاقتصادات النفطية مضيافة للديمقراطية الليبرالية. وكما رأينا في الفصل الثاني، فإن عملية الديمقراطية بعد الحرب العالمية الثانية استغرقت سنوات ولقيت مساعدة عظيمة من القوة الأميركية الناعمة. فالاستراتيجية البعيدة الأمد لتحويل العراق والشرق الأوسط لن تنجح دون دور مماثل للقوة الناعمة لأميركا (والآخرين).

إن نموذج الحرب الباردة المشابه مفيد في إيجائه بالحاجة إلى استراتيجية طويلة الأمد، ولكنه قد يكون مضللاً كذلك، فالقوة الناعمة تعتمد على متلقين مستعدين والفوارق الثقافية بين الولايات المتحدة

وأوروبا لم تكن كبيرة مثل الفوارق بين الولايات المتحدة والشرق الأوسط. وهكذا كانت أوروبا أكثر عرضة للتأثر بموارد القوة الناعمة الأميركية، ومن جهة أخرى، فإن الفوارق الثقافية لم تمنع الديمقراطية من الانفراس ومدّ جذورها في اليابان وكوريا الجنوبية، بالرغم من تأخرها أربعين عاماً في حالة هذه الأخيرة. والديمقراطية تعمل بنجاح في بلدان مسلمة أخرى مثل: تركيا وبنغلاديش. فالحواجز الثقافية ليست مستعصية على التجاوز.

والديمقراطية أكثر من مجرد التصويت، الذي قد يؤدي إلى إعطاء "صوت واحد لكل رجل واحد، ومرة واحدة" إذا تم تطبيقه بتسرع أكثر من اللازم. وبما أن الأنظمة المستبدة في الشرق الأوسط قد دمرت معارضتها الليبرالية، فإن الإسلاميين الأصوليين كثيراً ما يمثلون البديل المعارض الوحيد في بلدان كثيرة. والإسلاميون المتطرفون يتغذون على مقاومة أنظمة فاسدة، ومعارضة السياسات الأميركية، والخشية الشعبية من التحديث، فهم يصورون الديمقراطية الليبرالية على أنها تتمثل في الفساد، والجنس، والعنف، وهذه صورة تعززها الأفلام والبرامج التلفزيونية الأميركية في بعض الأحيان. وفي الوقت نفسه، فإن التحديث ينتج تنميماً وتعليماً ووظائف وفرصاً أكثر ورعاية صحية أفضل. ولحسن الحظ فإن الاستطلاعات تظهر أن غالبية السكان في المنطقة ترغب في فوائد التجارة، والاتصالات، والعملة. وكما رأينا في الفصل الثاني، فإن التكنولوجيا الأميركية تحظى بإعجاب واسع النطاق. فإذا أخذنا في الحسبان الازدواجية في صفوف المعتدلين في الثقافات العربية، فإنه لا تزال هناك فرصة باقية لعزل المتطرفين.

والديمقراطية لا يمكن فرضها بالقوة. فمفتاح النجاح يكمن في سياسيات تفتح الاقتصادات الإقليمية، ونقلص قيود السيطرة

البيروقراطية، وتعجل بالنمو الاقتصادي، وتحسن الأنظمة التعليمية، وتشجع أنماط التغيير السياسي التدريجي الآخذ في الحدوث في بلدان صغيرة مثل: البحرين، وعمان، والكويت، والمغرب. ثم إن تطوير المثقفين، والمجموعات الاجتماعية، وأخيراً البلدان التي تظهر أن الديمقراطية يمكنها أن تتماشى مع الثقافات المحلية قد تكون له آثار مفيدة تشبه الطرق التي أظهرت فيها اليابان وكوريا أن الديمقراطية يمكن أن تكون مشفوعة بالقيم المحلية الأصلية في آسيا. ولكن هذا يتطلب وقتاً وتطبيقاً ماهراً حاذقاً لمصادر القوة الأميركية الناعمة.

وبعد فترة قصيرة جداً من 9/11، شلّ حركة الأميركيين سؤال تحجر في أذهانهم: "لماذا يكرهوننا؟" ولكن الجواب كان هو أن كثيراً من العرب يخشون سياسات أميركا، ويسيتئون فهمها ويعارضونها، ولكنهم بالرغم من ذلك كله معجبون ببعض جوانب الثقافة الأميركية. وعلاوة على ذلك فهم يشاركونها في قيم كثيرة، مثل: العائلة، والإيمان الديني، والرغبة في الديمقراطية. فأرضية الأساس للقوة الناعمة موجودة، ولكن البلد القيادي العالمي في مجال الاتصالات أثبت بشكل مدهش أنه أخرق وتقصه البراعة في استغلال تلك الفرص. فعلى سبيل المثال، لم يكن هناك أي تأثير يذكر لجهد كبير تم بذله لإنتاج إعلانات تلفزيونية، تظهر المسلمين الأميركيين وهم يتلقون معاملة طيبة في وطنهم الأميركي. وحسب رأي النقاد، فإن الأرضية لم تتم تهيئتها بالاستطلاعات ومجموعات التركيز. وكان كثير من الناس في المنطقة يركزون اهتماماتهم على ما يعتبرونه نواقص السياسات الأميركية وعيوبها بدلاً من الاهتمام بأحوال أميركا الداخلية والمحلية. وكانت النتيجة المعضلة "دبلوماسية عامة تبرز الصورة وتؤكد عليها أكثر من المادة" (57). وكما قالت دانييل بلتيكا الموظفة في معهد المشروع

الأميركي: "إننا نظهر للعيان باعتبارنا ندعم هذه الحكومات الحقيرة الخسيسة. فليست هناك أية كمية من تألق برييتي سبيرز يمكنها صد التعاليم المعادية للغرب التي نشأ عليها كثير من الشباب في مجتمعات مغلقة"⁽⁵⁸⁾.

وفي عام 2003، وجدت مجموعة استشارية من كلا الحزبين حول شؤون الدبلوماسية العامة الموجهة إلى العالم العربي والإسلامي أن الولايات المتحدة تنفق 150 مليون دولار على الدبلوماسية العامة في البلدان ذات الأثرية الإسلامية، وهذا يشمل 25 مليون دولار تنفق على برامج اليد الممدودة. فاستنتجت هذه المجموعة الاستشارية: "إن القول بأن الموارد المالية المخصصة لهذه المهمة غير كافية هو تعبير ملطف جداً عن حقيقة كئيبة"⁽⁵⁹⁾. فبالإضافة إلى ضرورة تعيين مدير جديد للدبلوماسية العامة في البيت الأبيض، أوصت المجموعة المذكورة بإنشاء مكاتب، ومراكز معلومات، وبترجمة المزيد من الكتب الغربية إلى اللغة العربية، وبزيادة المنح الدراسية، والزمالات والزيارات، ورفع مستوى الحضور الأميركي على الإنترنت، وتدريب المزيد من الناطقين بالعربية والمتخصصين بالعلاقات العامة.

ومثل كل دبلوماسية عامة، فإن الدبلوماسية العامة في المنطقة ستكون لها ثلاثة إبعاد. وسوف يتعين على الولايات المتحدة أن تكون ذكية ورشيقة الحركة في البعد الأول، بحيث تستجيب بسرعة وتقدم توضيحاً للأحداث الجارية. فالوحدات الإذاعية الجديدة، مثل راديو سوا، الذي يذيع بالعربية ويمزج بين الأخبار والموسيقى الشعبية، هب خطوة في الاتجاه الصحيح. ولكن على الأميركيين أيضاً أن يعملوا بصورة أكثر فاعلية مع وسائل الإعلام المحلية مثل محطات الجزيرة والعربية. أما البعد الثاني. وهو تطوير بضعة مواضيع استراتيجية،

فيجب أن يشمل توضيحات أفضل للسياسات الأميركية بالإضافة إلى تمييز أميركا باعتبارها أمة ديمقراطية. وعلى سبيل المثال، فإن اتهام أميركا بعدم المبالاة بتدمير حياة المسلمين يمكن الرد عليه مواجهةً بالإشارة إلى تدخلات أميركا التي أنقذت حياة المسلمين في البوسنة وكوسوفو، وكذلك المساعدات إلى البلدان المسلمة لرعاية التنمية ومكافحة الإيدز. وكما أشار وليام بيرنز، مساعد وزير الخارجية لشؤون الشرق الأدنى: فإن التغيير الديمقراطي يجب زرعه في ثنايا "جدول أعمال إيجابي أوسع في المنطقة، إلى جانب إعادة إعمار العراق، وتحقيق رؤية الرئيس لدولتين للإسرائيليين والفلسطينيين؛ وتحديث الاقتصادات العربية"⁽⁶⁰⁾.

غير أن أهم شيء هو تطوير استراتيجية بعيدة الأمد للمبادلات الثقافية والتعليمية التي تنمي مجتمعاً مدنياً أغنى وأخصب وأكثر انفتاحاً في بلدان الشرق الأوسط. إن أكثر الناطقين باسم أميركا فاعلية وتأثيراً ليسوا هم الأميركيين، بل وكلاؤهم المحليون من أهل البلاد الأصليين الذين يفهمون فضائل أميركا وعيوبها كذلك. وهناك مثال آسر على ذلك يحدث الآن بالضبط بين لوس أنجيلوس وطهران، حيث يذيع المهاجرون الإيرانيون برنامجاً تلفزيونياً برعاية خاصة، موجهاً إلى إيران لتشجيع الإصلاح فيها⁽⁶¹⁾.

وإن جزءاً كبيراً من العمل على تطوير مجتمع مدني منفتح يمكن أن تعززه الشركات، والمؤسسات، والجامعات. وغيرها من المنظمات غير الهادفة للربح، وكذلك الحكومات. فتستطيع الشركات والمؤسسات أن تقدم التكنولوجيا للمساعدة على تحديث أنظمة التعليم العربية ونقلها إلى أبعد من التعلم بالحفظ والاستظهار. وتستطيع الجامعات الأميركية أن تقيم المزيد من برامج تبادل الطلبة والأساتذة. وتستطيع المؤسسات

أن تدعم تنمية مؤسسات الدراسات الأميركية في البلدان العربية أو برامج تعزيز الاحتراف المعني للصحفيين. وتستطيع الحكومات أن تدعم تدريس اللغة الإنكليزية وأن تمول تبادل الطلاب. وباختصار، فإن هناك بدائل كثيرة لاستراتيجية فعالة بعيدة الأمد لخلق موارد قوة ناعمة وتحسين وتعزيز شروط تطوير الديمقراطية. ولكن، كما جادلتُ في البداية آنفاً فلن يكون أي من هذه الأشياء مؤثراً إلا إذا كان أسلوب السياسات الأميركية ومادتها يتمشيان بصورة متجانسة مع الرسالة الديمقراطية الأوسع.

مستقبل الدبلوماسية العامة الأميركية

أعاد الأميركيون اكتشاف الحاجة إلى الدبلوماسية العامة بعد 11 أيلول/ سبتمبر، ولكننا لم نتكيف بعد لتعقيدات البراعة في استخدام القوة الناعمة في عصر المعلومات العالمي. فبعض الناس يعتقدون الآن أن إغلاق وكالة الاستعلامات الأميركية كان خطأ، ولكن ليس هناك توافق في الآراء حول إعادة خلقها، في مقابل إعادة تنظيم مهماتها، التي تم توزيعها ضمن دوائر وزارة الخارجية⁽⁶²⁾. فمجلس إدارة حكام الإذاعة يشرف على محطة صوت أميركا، وكذلك على عدد من المحطات المتخصصة التي تركز على بلدان معينة. وقد تم اتخاذ عدد من الخطوات المفيدة، مثل إقامة راديو سوا وراديو فاردا، الذي يذيع لإيران. كما تم إيجاد مكتب للاتصالات العالمية في البيت الأبيض. ولكن لا تزال هناك حاجة إلى أشياء أكثر من ذلك بكثير.

ولعل أعجب الأشياء المدهشة اللافتة للنظر هو هبوط الأولوية المعطاة لإنتاج القوة الناعمة وندرة الموارد المخصصة لذلك. ذلك أن كلفة برامج وزارة الخارجية للدبلوماسية العامة، مجموعة مع تكاليف

الإذاعات الأميركية الدولية، تصل إلى ما يزيد قليلاً على مليار دولار، أي حوالي 4 بالمائة من ميزانية الأمة للشؤون الدولية، وحوالي 3 بالمائة من ميزانية المخابرات، 29.0 من الميزانية العسكرية. فلو أننا أنفقنا 1 بالمائة من الميزانية العسكرية - أو، كما يقول نيوتن ميناو، الرئيس السابق للجنة الاتصالات الاتحادية، "دولاراً واحداً لإطلاق الأفكار في مقابل كل مئة دولار نستثمرها لإطلاق القنابل" - فإن ذلك سوف يعني مضاعفة الميزانية الموجودة الآن أربع مرات تقريباً⁽⁶³⁾. فالولايات المتحدة تستثمر في مصادر القوة الناعمة أقل بكثير مما تفعل البلدان الكبرى الأخرى كما هو مبين في الجدول 4 - 1

الجدول 1- 4: الاستثمارات المقارنة في القوتين الصلبة والناعمة

السنة	الدفاع	الدبلوماسية العامة	
2002	347.9 مليار	1.12 مليار دولار	الولايات المتحدة
2001	33.6 مليار	1.05 مليار دولار	فرنسا
2002	38.4 مليار	1 مليار دولار	بريطانيا
2001	27.5 مليار	218 مليار دولار	ألمانيا
2001	40.3 مليار	210 مليار دولار	اليابان

ومما يعادل ذلك في الأهمية ترسيخ تماسك أكثر في السياسات بين أبعاد الدبلوماسية العامة وربطها بقضايا أخرى فمثلاً، بالرغم من هبوط حصة أميركا من سوق الطلبة الدوليين، فإن "حكومة الولايات المتحدة تفتقر كما يبدو إلى حس استراتيجي شامل بسبب أهمية التبادلات.... وفي هذا الفراغ الاستراتيجي، تصعب مجابهة العقبات اليومية التي يواجهها الطلبة في محاولتهم المجيء إلى هنا"⁽⁶⁴⁾. فليس هناك تنسيق لسياسة التبادل مع سياسة تأشيرات الدخول. فبعد 9/11 صار الأميركيون أكثر خشية. وكما. وكما لاحظ أحد المراقبين: "بالرغم

من وجود حاجة إلى مزيد من اليقظة بالتأكيد، فإن هذه الشبكة العريضة تمسك بكل أنواع الناس الذين لا يشكلون أي خطر من أي نوع على الإطلاق⁽⁶⁵⁾. إن تثبيط الناس عن القدوم إلى الولايات المتحدة تثبيطاً لا داعي له بالرغم من أن هؤلاء الناس يمكن أن يقدموا إسهاماً نفسياً في التفاهم الدولي، إنما هي سياسات تنتقص من مصادر قوتنا الناعمة.

وتحتاج الدبلوماسية العامة إلى دعم أكثر في البيت الأبيض. فقد أوصى فريق عامل متخصص بالدبلوماسية العامة تابع لمجلس العلاقات الخارجية بضرورة إيجاد مكتب يسمى هيكل تنسيق الدبلوماسية العامة في البيت الأبيض، ويقوده شخص يعينه الرئيس. وبالإضافة إلى ذلك، يمكن إقامة مؤسسات جديدة للمساعدة على تعبئة القطاع الخاص. ويمكن أن يترافق ذلك مع إيجاد كيان غير هادف للربح يسمى التعاون من أجل الدبلوماسية العامة، لتنظيم جهود القطاع الخاص⁽⁶⁶⁾. فالاستراتيجية الناجحة ستحتاج إلى التركيز، لا على مجرد إذاعة رسائل أميركية فحسب، بل على اتصالات ذات اتجاهين تشرك معها وتشغل مزيداً من الأبعاد غير الحكومية للمجتمع.

غير أن أميركا سوف يتعين عليها قبل كل شيء أن تصبح أكثر وعياً بالفوارق الثقافية. فلكي نكون مؤثرين، يجب علينا أقل أن نكون أقل انغلاقاً وضيق أفق، وأكثر تحسناً للتصورات الأجنبية. فتعليقات الرئيس بوش في مؤتمر صحفي بالبيت الأبيض في 11 تشرين الأول/ أكتوبر عام 2001 توضح طبيعة مشكلتنا إنني مذهول لوجود مثل سوء الفهم الكبير هذا لطبيعة بلدنا إلى درجة أن الناس يكرهوننا.... ومثل معظم الأميركيين، فإنني لا أصدق ذلك أبداً. لأنني أعرف مدى طبيعتنا، فعلياً أن نوضح قضيتنا وموقفنا بشكل أفضل". ولكن أول خطوة

لتحقيق ذلك هي فهم أكبر للطريقة التي تبدو بها سياساتنا للآخرين، وللمصافي الثقافية التي تؤثر على كيفية سماعهم لرسائلنا.

إن التغطية الإعلامية الأميركية لباقي أنحاء العالم راحت تتضاءل بشكل كبير ومفاجئ بعد انتهاء الحرب الباردة. والتدرب على إتقان اللغات الأجنبية بطيء. فعندما ننزعج من السياسة الفرنسية حول العراق، يعيد رجال الكونغرس تسمية "البطاطس" فيطلقون عليها اسم "مقلبات الحرية". ويتناقص عدد الباحثين الذين يأتون إلينا كمحاضرين زائرين بموجب منحة فولبرايت. فقد لاحظ أحد المؤرخين 'إلى أي حد شططنا بعيداً عن الزمن الذي كان فيه المؤرخون الأميركيون - بدافع من إحساسهم بالفضول حول العالم الكائن وراء مجالهم الأكاديمي ووراء الولايات المتحدة - قادرين على الاتصال بالجمهور وعامة الناس حول القضايا الوطنية والدولية التي تستمر في التأثير علينا جميعاً'⁽⁶⁷⁾. فلكي نكون أكثر تأثيراً في الدبلوماسية العامة في عصر المعلومات العالمي، فنحن بحاجة إلى تغيير مواقفنا في الداخل كما في الخارج. وبعبارة صريحة، فإن الأميركيين محتاجون إلى الاستماع، كي نتصل مع الناس بصورة أكثر فاعلية. أن البراعة في استخدام القوة الناعمة بنجاح هي أقل تفرداً بكثير من استخدام القوة الصلبة، أي إنه يجب الابتعاد عن التصرف بشكل أحادي. وهذا درس لا يزال علينا أن نتعلمه.

