

دیپلماسی فرهنگی امریکا در افغانستان 2005 - 2019

سیدنایل ابراهیمی¹

چکیده

افزایش روزافزون فناوری‌های نوین و سیاست‌های هژمونی طلبی سبب اهمیت یافتن دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی ایالات متحده شده است. ایالات متحده جهت ارایه و تطبیق قدرت نرم، می‌کوشد تا ارزش‌های لیبرال دموکراسی را در خارج از مرزهای خود نهادینه سازد. این پژوهش به تبیین دیپلماسی فرهنگی امریکا در قبال افغانستان از 2005 - 2019 پرداخته است. در سیاست خارجی امریکا، توسعه و تحقق ارزش‌های فرهنگی، هنر و آموزش زبان انگلیسی از اهمیت بارز برخوردار است. افغانستان به عنوان شریک استراتژیک امریکا در جنوب آسیا محسوب می‌شود. روند حکومت‌داری افغانستان با حمایت سیاسی و اقتصادی امریکا پیوند خورده است. ایالات متحده جهت ارایه قدرت نرم خویش در افغانستان از دیپلماسی فرهنگی استفاده می‌کند. پرسش اصلی این پژوهش این است که دیپلماسی فرهنگی امریکا در افغانستان از 2005 - 2019 چگونه بوده است؟ در این مقاله از روش توصیفی - تحلیلی جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که امریکا در افغانستان از ابزارهای دیپلماسی فرهنگی جهت تحقق ارزش‌های لیبرال دموکراسی، ذوب خرده‌فرهنگ‌ها و احیای یک هویت جهانی بهره می‌برد.

کلید واژه‌ها: دیپلماسی فرهنگی، امپریالیسم فرهنگی، امریکا، افغانستان، سیاست خارجی

مقدمه

¹ استاد دانشگاه

امریکا در افغانستان علاوه بر پیمان‌های راهبردی، از ابزارهای فرهنگی جهت تحقق سیاست خارجی خویش کار می‌گیرد. استفاده از ابزارهای قدرت نرم توسط ایالات متحده در افغانستان از زمان جرج بوش آغاز شد. این کشور دیپلماسی فرهنگی خودش را به ظن نگارنده در چارچوب نظریه امپریالیسم فرهنگی عملی می‌سازد. از این‌که تاریخ سیاست و روابط بین الملل با رقابت و سلطه‌جویی همراه است، قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای می‌کوشند تا از روش‌های فرهنگی جهت تامین منافع خود استفاده کنند. ایالات متحده به عنوان یک قدرت بزرگ اقتصای و سیاسی جهان، به شدت در پی چیره‌گی بر جهان است. این کشور در صدد این است تا رقیب‌های منطقه‌ای و جهانی‌اش را به حاشیه بکشانند. همچنین تلاش می‌کند تا فرهنگ لیبرال دموکراسی را در جهان نهادینه سازد. واشنگتن با سرمایه‌گذاری‌های هنگفت خویش، در پی تسخیر افکار عمومی و ایجاد یک فرهنگ و هویت غالب جهانی می‌گردد. صاحب‌نظران روابط بین الملل، فرهنگ و مولفه‌های فرهنگی را رکن چهارم سیاست خارجی دانسته که در بسیاری از مواقع لایه‌های زیرین سه حوزه دیگر نیز از آن منبعث می‌گردد. برای سالیان متمادی قدرت نظامی تنها ابزار کشورهای برای پیشبرد منافع خود بود. اما در عصر حاضر استفاده از نیروی نظامی به عنوان برجسته‌ترین نماد قدرت سخت‌افزاری، کارایی خود را از دست داده است. در کنار کاهش روز افزون اهمیت قدرت سخت، آن‌چه که امروزه در روابط بین کشورها امتیاز زیادی دارد و از جمله عناصر و مولفه‌های اصلی قدرت یک کشور محسوب می‌گردد، ظرفیت قدرت نرم آن کشور در محیط بین المللی می‌باشد. محیط امروز بین المللی که دوران گذار خود را طی کرده و به باور جوزف نای عرصه انتقال تدریجی قدرت از شرق به غرب است (نای، 1382: 10). به همین منظور است که کشورها می‌کوشند تا از قدرت نرم برای تحقق سیاست خارجی‌شان بیشتر استفاده نمایند. در این میان امریکا از معدود کشورهای فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی به شمار می‌رود. این مقاله در پی تبیین دیپلماسی فرهنگی امریکا در قبال افغانستان از 2005 - 2019 می‌باشد. نگارنده، دیپلماسی فرهنگی امریکا در افغانستان را در یک مقطع زمانی مشخص مورد بررسی قرار داده است. پرسش اصلی در این پژوهش این است که دیپلماسی فرهنگی امریکا در افغانستان از 2005 - 2019 چگونه بوده است؟ جهت گردآوری اطلاعات در این مقاله از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است.

1. چیستی دیپلماسی فرهنگی

از دیپلماسی فرهنگی منابع مختلف تعاریف زیادی کرده اند. تعاریف ذیل به ماهیت دیپلماسی فرهنگی پاسخ قانع کننده ارائه می‌کند. دیپلماسی فرهنگی روایت داستان یک تمدن برای صاحبان سایر تمدن‌ها، با استفاده از ابزارهایی از جنس همان تمدن، است. به عبارت دیگر، دیپلماسی فرهنگی آنگاه معنا و مفهوم واقعی خود را پیدا می‌کند که کشوری برای انتقال غنای نهفته در فرهنگ خود با استفاده از سازوکارها و ابزارهایی از همان جنس به معرفی و انتقال آن به سایر ملل می‌پردازد و آن را سیاست خارجی خود لحاظ کند (خانی، 1384: 127). دیپلماسی فرهنگی تلاش برای ارتقای سطح ارتباطات و تعامل میان ملل جهان، با هدف طراحی و بنیاد نهادن تفاهم‌نامه‌ها و توافقاتی بر اساس ارزش‌های مشترک می‌باشد (Ninkovich, 1996: 3).

تعاریف بالا بیان‌گر چند مورد است، یکی کشوری که می‌خواهد فرهنگ خود را به کشور دیگر معرفی کند و انتقال دهد. دوم کشور هدف (کشوری که قرار است تحت تاثیر فرهنگ تعیین شده برود)، سوم مواردی که تعیین شده و قرار است انتقال بیابد و چهارم ابزاری که برای انتقال فرهنگ تعیین شده استفاده می‌شود، که مهم‌ترین وظیفه را در اینجا طراحان دیپلماسی فرهنگی به دوش دارند.

2. ابزارهای دیپلماسی فرهنگی

با مطالعه نوشته‌های که در مورد دیپلماسی فرهنگی نوشته شده اند، نکته‌ی قابل توجه و جذاب در این عرصه، استفاده از ابزاری است که برای انتقال این سیاست به کار برده می‌شود. زیرا جهت دادن اذهان کشور، نیازمند ابزار یا وسیله‌ی است که در کوتاه مدت و بلاخره دراز مدت بتواند اذهان کشور هدف را متأثر از پالیسی‌های کشور امپریالیست کند. در اینجا وسایل ارتباطات جمعی مهم‌ترین و بی‌بدیل‌ترین نقش را بازی کرده است. پیشبرد دیپلماسی فرهنگی به میزان انگاره‌سازی‌های رسانه‌ای وابسته است. دیپلماسی رسانه‌ای مجموعه‌ی سازوکارهایی است که از طریق آن می‌توان بخشی از سیاست‌ها را بر مردم، احزاب، سیاستمداران، گروه‌ها، نهادها، سازمان‌های بین‌المللی و حتی دیگر دولت‌ها اعمال کرد (کشاورز شکری و دیگران، 1392: 12). امروزه افکار عمومی در اقصی نقاط جهان به رسانه‌های گروهی وابسته است و ساختار بندی ذهنیت جهانی در بند چگونگی اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی رسانه‌هاست. ابزارهای ارتباطی به‌مثابه کارگزاران فرهنگی در شکلهای به افکار عمومی و ذهنیت‌ها، تاثیر به‌سزایی دارند (امین‌فرد، 1396: 140). دیپلماسی فرهنگی از تمامی ابزارهای فرهنگی کشور سود می‌برد این ابزارها شامل موارد زیر می‌شوند:

هنرها شامل فیلم، موسیقی، نقاشی و...؛ مبادلات علمی، هنری و آموزشی؛ نمایشگاه‌های مختلف به‌منظور در معرض دید قرار دادن ظرفیت‌های مختلف فرهنگی خود؛ برنامه‌های آموزشی مانند مبادلات دانشگاهی و برنامه‌های ترویج زبان؛ ایجاد کتابخانه در خارج از کشور و ترجمه آثار محبوب و ملی؛ تاسیس رسانه‌های دسته‌جمعی بین‌المللی مانند رادیو، تلویزیون و

اینترنت، دیپلماسی مذهبی در چارچوب بحث‌های بین مذهبی؛ توسعه و ترویج ایده‌ها و سیاست‌های اجتماعی (صفوی و دیگران، 1397: 200-201). ابزارهای متعدد و متنوع دیپلماسی فرهنگی سبب شده است تا کشورهای مختلف با توسل به این ابزارها در صدد تأثیرگذاری گسترده و طولانی بر مخاطبان خود باشد. طیف گسترده از ابزارهای فرهنگی امروزه در دسترس دولت‌ها قرار دارند که استفاده از رسانه‌های صوتی، تصویری و اینترنتی، ایجاد ارتباط مستقیم با مردم، تبادلات عرصه اکادمیک (دانشجویی و علمی)، استفاده از رسانه‌های چاپی (انتشار کتاب‌ها و مجلات و روزنامه‌ها) برای شناساندن فرهنگ و سیاست، خود از ابزارهای دیپلماسی فرهنگی استند.

3. مزایای دیپلماسی فرهنگی

استفاده از فرهنگ و به خدمت گرفتن ابزارهای فرهنگی در دیپلماسی، در مقایسه با سایر ابزارها و اهرم‌های رایج در روابط بین‌الملل، دارای مزایای بسیاری است که مهم‌ترین آن‌ها قرار ذیل است:

1. هدف قرار گرفتن ضمیر ناخودآگاه مردم؛
 2. کاربرد زبان و لحن آرام به‌جای لحن یا زبان آمرانه؛
 3. موجودیت بازی‌گران غیر رسمی در صحنه بین‌الملل؛
 4. کشف، تعریف و ترویج ارزش‌ها و منافع مشترک و جهان‌شمول که در چارچوب آن منافع ملی را تامین می‌کند؛
 5. ایجاد مفاهیم بین کشورها؛
 6. طراحی و اجرا شدن این نوع دیپلماسی به‌شکل خلاقانه و انعطاف‌پذیر؛
- بر این اساس، ایالات متحده با ایجاد بسترهای لازم در راستای تبادل دانشجوی، بورس‌های تحصیلی، هیئت‌های علمی، استفاده از ظرفیت دیپلماسی علم و فناوری سعی در اثرگذاری هرچه عمیق فرهنگی در کانون‌های تفکر و تصمیم‌گیری کشورهای دیگر داشته و از موارد مذکور به مثابه ابزارهای دیپلماسی فرهنگی خود استفاده می‌کند. علاوه بر این، حضور مؤثر در مجامع و همایش‌های بین‌المللی در کنار شرکت فعال در رخدادها و جشنواره‌های هنری و ورزشی بین‌المللی (جشنواره‌های بین‌المللی فیلم، داستان، تئاتر، بازی‌های المپیک) و نیز برگزاری منظم نمایشگاه‌ها، گردهمایی‌ها، کارگاه‌ها، همایش‌های فرهنگی در کشور مقصد، ارائه خدمات گردشگری متنوع در قالب بسته‌های خاص ویژه اساتید و نخبگان و دانشجویان کشورهای دیگر، به منظور افزایش مناسبات غیررسمی کشورها از دیگر ابزارهای این کشور در راستای ترویج ارزش‌ها و شیوه زندگی به منزله الگوی آرمانی محسوب می‌شوند (آشنا، 1384: 27).

بنابراین ساختن یک دیپلماسی فرهنگی کارآمد می‌تواند کشورها را در جهت تحقق اهداف سیاست خارجی‌شان و دستیابی به منافع ملی یاری رساند. در جایی‌که برای کشورها راهکارهای سیاسی برای دستیابی به اهدافشان در کشور هدف، پاسخگو نیست، در آنجا فرهنگ و دیپلماسی فرهنگی به کمک سیاست خارجی می‌آید تا به عنوان راهکار بهتر و با زبان زیبا ساخته شده از قبل؛ کشورها را به اهداف از پیش تعیین شده برساند. چون‌که استحکام و

تأثیرگذاری دیپلماسی فرهنگی نسبت به سایر عناصر و مولفه‌های تأثیرگذار در سیاست خارجی زیادتیر و کارکرد آن موثرتر است. الگوهای که دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده در پرتوی آن‌ها تحقق می‌یابد، به دسته‌های زیر تقسیم‌بندی شده اند:

1.1 ترویج زبان انگلیسی

زبان نمایانگر جنبه تأثیرگذاری از دیپلماسی فرهنگی امریکا است. امروزه، زبان انگلیسی در حال تبدیل شدن به یک زبان مشترک در بین ملل مختلف شده است و در سراسر جهان افراد به‌طور فزاینده به زبان انگلیسی صحبت می‌کنند. بر این اساس، می‌توان گفت صحبت کردن به زبان انگلیسی امریکایی به مثابه یک زبان جدید، به معنای پذیرفتن فرهنگ و سبک زنده‌گی امریکایی است (رنج‌کش و فرخنده، 1395: 42). در انجوها تعمد آشکاری وجود داشت که از سلسله مراتب اداری، سمت‌های موجود در اداره و سازمان یک انجو، طرح‌ها و برنامه‌های که در یک انجو وجود داشت و کارهای که انجام می‌شد و حتی از مراتب تحصیلی کارمندان آن، با عناوین و اسامی موجود در زبان انگلیسی تعبیر شود، آن‌گونه که گویی مردم افغانستان انگلیسی زبان و زبان رسمی این کشور زبان انگلیسی است. مثلاً: به مدیر "منیجر" و به طرح "دیزاین" و به مجری طرح یا طراح "دیزاینر" و... اطلاق می‌کردند. چنان که در استخدام نیروی انسانی مورد نیاز خویش، بیشترین امتیاز را به زبان انگلیسی می‌دادند و کسانی را که آگاهی اندکی به این زبان داشتند با بیشترین دستمزد و بدون هیچ ملاحظه‌ی دیگری استخدام می‌نمودند. این برنامه در انجوها با توجه به جذابیت که اشتغال در آن‌ها برای جوانان و خانواده‌های افغانستانی داشت و قبلاً ذکرش رفت، سبب شده بود که آموختن زبان انگلیسی به زبان اولویت اول جوانان تبدیل شد (عارفی، 1293: 103).

پس از خروج طالبان، زبان انگلیسی به نصاب تعلیمی مکاتب افزوده شد و در ابتدا برای 6 سال) صنف هفتم تا دوازدهم (تدریس می‌شد. بعدها انگلیسی از صنف چهارم به بعد در نصاب تعلیمی افزوده شده و به تدریج در سراسر کشور عملی شد. در سال 2001 در کابل، در سال 2002 در ننگرهار، در سال 2003 در پنجشیر، در سال 2005 در پروان، تقریباً سال 2005 در قندهار، سال 2009 در هرات، سال 2010 در بامیان و نورستان و در سال 2013 در کندز. بنابراین در حال حاضر هر کودک به‌صورت عادی حداقل 9 سال از صنف چهارم تا صنف دوازدهم انگلیسی می‌خواند. باید خاطرنشان کرد که مکاتب دولتی اجازه ندارند دانش‌آموزان جدیدالشمول را تا زمانی‌که به سن 7 سالگی نرسیده اند، ثبت نام نمایند؛ یعنی دانش‌آموزان صنف چهارم تقریباً 11 ساله هستند. در ولایت قندهار تدریس زبان انگلیسی در صنف سوم آغاز می‌شود. در عین حال، گفته می‌شود که بسیاری از مکاتب خصوصی، تدریس زبان انگلیسی را از صنف اول آغاز می‌کنند (کولمن، 2019: 67). خانواده‌ها سعی داشتند حتی فرزندان کوچکشان مشغول فراگیری این زبان شوند و موسسات آموزش زبان انگلیسی چند برابر شد. از طرف دیگر، شیوه‌ها انجوها در استفاده از عناوین انگلیسی برای سمت‌ها، مراتب تحصیلی و... در ادارات

دولتی و حتی میان مردم نیز راه یافت و از این طریق، تعداد بسیار زیادی واژگان انگلیسی وارد محاورات روزانه‌ی مردم شد (عارفی، 1393: 104). برای راه‌یابی در پوهنتون‌های خارج از کشور، دارنده‌گان بورسیه باید شواهدی را معمولاً به‌شکل نتیجه امتحان مبنی بر کافی بودن مهارت زبان انگلیسی‌شان برای تحصیل، ارائه دهند (کولمن، 2019: 68). جدا از تحصیل در خارج از کشور، عناصری دیگری نیز در افغانستان وجود دارد که برای ارتباط با دنیای خارج، در داخل و هم در خارج از کشور- نیازمند زبان انگلیسی است؛ اما افراد زیادی به دلیل محدودیت در زبان انگلیسی، دشواری‌هایی را تجربه کرده اند (همان، 2019: 69). آنچه‌که در مورد رابطه زبان و فرهنگ گفته شد، تنها واژگان زبان انگلیسی نیست که وارد محاورات روزمره مردم افغانستان شده است. بلکه قسمتی از آن فرهنگی که این زبان در دل آن تولید شده وارد این زبان شده است؛ زیرا زبان حامل فرهنگ است و نمی‌توان میان واژگان یک زبان و بار فرهنگی آن تفکیک کرد. رابطه زبان و فرهنگ از دیرباز مورد توجه فلاسفه، جامعه‌شناسان و زبان‌شناسان بوده است. گمانه‌زنی‌ها درباره منشأ زبان و رابطه میان زبان و تفکر، تفکر و فرهنگ، و زبان و فرهنگ برای علاقه‌مندان حوزه‌های مختلف علوم انسانی از مباحث آشناست (رستم‌بیک تفرشی و آتوسا رمضانی واسوکلی، 1391: 15). زبان بخشی از فرهنگ و فرهنگ بخشی از زبان است. این دو به گونه‌ای درهم تنیده اند که نمی‌توان آن‌ها را از یکدیگر جدا کرد؛ به عبارتی، فرهنگ و زبان جدانشدنی هستند. زبان هم وسیله‌ای ارتباطی است و هم حامل فرهنگ. زبان بدون فرهنگ و فرهنگ آدمی بدون زبان تصور ناپذیر است (عارفی 1393: 104 به نقل از راد کلیف).

با زبان انگلیسی، امریکایی‌ها توانسته اند بیشتر نفوذ کنند و مدیریت یک بخش از ساختار را بر دوش گیرند و در این زمینه ما شاهد ایجاد بسترهای مختلف در مناطق خاص مبنی بر ترویج یا گسترش زبان انگلیسی از سوی امریکایی‌ها هستیم (خورشید، 1399).

2.1. دگرگونی ارزش‌ها و شبکه‌های زنده‌گی

امریکا علاوه بر فعالیت‌های نظامی و امنیتی، اجلاس بن، تشکیل لویه جرگه و انتخابات ریاست جمهوری و مجلس، کمک‌های اقتصادی و تأسیس زیربناها، انتشار روزنامه و تولید فیلم بخشی از تلاش‌های غیرنظامی آن می‌باشند. از دیدگاه آمریکایی‌ها ملت افغانستان با سابقه طولانی بحران و کشمکش‌های داخلی و خارجی، ظرفیت پذیرش تحولات جدید را دارد. لذا علاوه بر مبارزه با طالبان و گروه‌های خشن و افراطی، سعی دارد ملتی با هویت نوین ایجاد نماید (بهادر و کریمی قهرودی، 1391: 91). رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، مجلات و نشریات؛ که به پخش فیلم‌ها و تصاویر زنان لخت و بد حجاب مبادرت می‌کنند نه تنها باعث حفظ فرهنگ دینی مردم افغانستان نمی‌شود بلکه باعث به چالش کشیدن فرهنگ دینی و تضاد میان فرهنگ نو بنیاد و بومی مردم افغانستان می‌گردد. از آنجایی که رسانه‌های افغانستان نقش بنگاه تبلیغاتی برای کالاهای بیگانه‌گان را بازی می‌کنند و در ترویج فرهنگ‌های خارجی در کشور می‌کوشند (رحیمی، 1393:

154). رسانه‌ها در افغانستان به ترویج فرهنگ ابتذال، اسراف، تجمل، خشونت، فحشاء و شکستن هنجارها مشغول است، که می‌خواهند از طریق پخش فیلم‌های غربی، ترکی، هندی و عربی، عقاید، باورها، ارزش‌ها و انگیزه‌ها را تغییر دهند؛ زیرا تغییر در عناصر تشکیل دهنده فرهنگ و تغییر در سایر اجزای فرهنگ یعنی زبان، خط، هنر و برخی آداب و رسوم نیز با ایجاد تغییر در باورها، ارزش‌ها و انگیزه‌ها، زمینه را برای از خود بیگانگی و برده‌گی فراهم می‌نمایند تا بتوانند محصولات فرهنگی خود را راحت‌تر به فروش برسانند و بر مردم سلطه یابند (همان، 1393: 152). ارزش‌های تزریق شده از طریق رسانه‌ها استند که از نظر هویتی وضعیت تازه‌ای ایجاد می‌نماید. کودکان، جوانان و نوجوانان به‌جای توجه به ارزش‌های ذاتی و واقعی به ارزش‌های کاذب پخش شده از رسانه‌ها علاقه نشان می‌دهند و آن را بخشی از شخصیت خود می‌شناسند. ندانستن ارزش‌های پخش شده از رسانه‌ها را برای خود عیب می‌دانند، به همین جهت تلاش دارند با تمام توان ارزش‌های دروغین پخش شده از رسانه‌ها را برای خودش فراهم نمایند، به همین جهت جوانان و نوجوانان دوست دارند فرم لباس‌ها و موهای خود را به شکل و فرمی در آورند که از رسانه‌ها پخش شده است، مانند: پوشیدن کروات در صنف درس و پوشیدن لباس‌های بدن‌نما در مراسم عروسی و جشن‌های مختلف نوعی تاثیرپذیری آن‌ها از فرهنگ دیگران است (رحیمی، 1393: 165). آمریکا پس از 11 سپتامبر با کسب اجماع جهانی فرصت بی‌نظیری برای خود ایجاد کرد که علاوه بر حضور نظامی و مبارزه با طالبان و گروه‌های افراطی به فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی مبادرت ورزد. هدف اصلی آمریکا در این رویکرد تغییر هویت مردم افغانستان در راستای منافع خود بوده است (بهادر و کریمی قهرودی، 1391: 69). آمریکا پس از حضور نظامی‌اش در افغانستان فعالیت‌های فرهنگی‌اش نیز فاقد نتایج مثبت نبوده و کماکان کوشیده تا در زمینه تاثیر بر هویت مردم این کشور موفّقانه عمل کند.

3.3 حمایت از رسانه‌ها

رشد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و رواج گیرنده‌های ماهواره‌ای راه را برای نفوذ ارزش‌های آمریکایی هموار کرده است. حمایت از 36 پایگاه مستقل رادیویی و حمایت از تولید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی با موضوع بهبود وضعیت کودکان، دست‌آوردهای زنان و حقوق بشر در افغانستان برای تغییر ذهنیت مردم توسط آمریکا و متحدان‌اش صورت گرفته است. توزیع 40000 دستگاه رادیو بین اقشار محتاج، آموزش صدها خبرنگار، تقویت و نوسازی برنامه درسی رشته روزنامه‌نگاری در شش دانشگاه افغانستان و برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت برای استادان رشته خبرنگاری از دیگر فعالیت‌ها در حوزه رادیو و تلویزیون است. در این راستا 10/5 میلیون دلار برای توسعه سیستم رادیویی افغانستان اختصاص داده شده است (تمنا، 1387: 175 - 176). شبکه طلوع، آریانا و شمشاد با همکاری مؤسسه USAID با هدف ترویج ارزش‌های غربی و آمریکایی راه اندازی شده است. برخی از گروه‌های افغانستان مانند پشتون‌ها و طالبان نسبت به پخش برنامه‌های این

شبکه‌ها خشمگین استند. بخش عمده فعالیت‌های امریکا در افغانستان بر پخش برنامه‌های رادیویی متمرکز شده است. در حالی‌که مردم در کابل به رسانه‌های مدرن دسترسی دارند در نقاط دور دست و روستاها، گفتگو تنها راه ارتباط است (McCullough، 2011: 71).

امریکا بر خلاف طالبان که به تخریب رسانه‌های جمعی افغانستان مبادرت ورزیده بودند، به تقویت و گسترش رسانه‌های افغانستان پرداخته است. افزایش شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی در کنار بازسازی سینماها و کمک به احیای صنعت فیلم‌سازی افغانستان از جمله فعالیت‌های امریکا در این بخش می‌باشد. انتشار امواج رادیویی و تلویزیونی به این دلیل است که امریکا می‌خواهد احساسات ضد امریکایی که در بین دیگران افزایش یافته است را کاهش دهد زیرا احساس ضد امریکایی به معنای شکست دیپلماسی است و این احساس در جریان قرآن‌سوزی در فبروری 2012 و توهین نیروهای خارجی به اجساد قربانیان در جنوری 2012 به وضوح قابل مشاهده است (پهلوان و امیراحمدیان، 1391: 52). در حال حاضر همچنان بسیاری از هزینه‌های مالی رسانه‌ها در افغانستان توسط امریکا، انگلیس و آلمان پرداخته می‌شود. آموزش نیروهای فعال در عرصه رادیو از طریق برنامه‌های آموزشی دنبال می‌شود که امریکایی‌ها آن‌را برگزار می‌کنند. هر چند بین دو کشور در ساخت برنامه‌های رادیویی مشارکت وجود دارد اما تفاوت در سنت، اقتصاد، ایدئولوژی و ساختارهای ارتباطی همچنان یک مانع است. علی رغم این تفاوت‌ها تحقیقات انجام شده، پیام‌ها و همچنین نامه‌هایی که برای رادیو ارسال شده بیان‌گر موفقیت نسبی رادیوهایی است که امریکا از آن‌ها حمایت می‌کند (McCullough، 2011: 80).

در رادیوی ولایت پکتیکا فردی که خود را "دیسک جوکی" معرفی می‌کند هیچ‌گاه به مخاطبان خود نمی‌گوید که از یک پای‌گاه نظامی امریکایی برنامه پخش می‌کند و مطالبی را که می‌گوید، توسط مقامات نظامی امریکایی نوشته شده است. این موضوع در مورد گوینده‌گان دیگر رادیوها در افغانستان صادق است و هدف آن‌ها متقاعد کردن مردم نسبت به حضور نیروهای ناتو در افغانستان است. محتوای مطالب دیسک جوکی ترکیبی از آواز پاکستانی و شجاعت و شهامت نیروهای امریکایی و فعالیت‌های تخریبی نیروهای شورشی است. این گوینده زمانی‌که جنگ در پکتیکا تشدید می‌شود روایت‌های امریکایی از جنگ را بیان می‌کند. برای مثال این موضوع را به زبان پشتو ترجمه می‌کند که: "امریکایی‌ها همواره مراقبند که نیروهای غیرنظامی مورد حمله قرار نگیرند" یا "نیروهای شورشی هیچ هدف مشخصی ندارند و تنها کارهای انجام می‌دهند که به نفع‌شان است (Saunders, 2011). از نظر ژنرال دیوید پترانوس، در افغانستان "جنگ اطلاعات" برقرار است. به دلیل فقر در جامعه افغانستان، امریکایی‌ها 500 هزار رادیو در مناطق شرقی افغانستان به این منظور توزیع کرده اند. برای ساخت هر پای‌گاه پخش رادیویی 15 هزار دالر لازم است و هزینه آن سالانه 12 هزار دالر می‌باشد (همان، 2011). این راه موثرترین شیوه جهت انتقال پیام‌های امریکایی به سراسر افغانستان است.

4.1 همکاری‌های علمی

ایجاد مراکز فرهنگی و کنسولگری‌ها روشی معمول در سیاست خارجی کشورهاست که در شهرها و مناطق مهم و دارای ویژگی‌های استراتژیک تأسیس می‌شود. آمریکا در هرات و قندهار کنسولگری دایر کرده است. کنسولگری آمریکا در هرات، قبل از آن به صورت مرکز فرهنگی با ارائه خدمات رایگان بود (بهادر و کریمی قهرودی، 1391: 86). به‌منظور ارتقای دیپلماسی مبادله که به معنای ارتباطات دانشجویان، اساتید و نخبگان دو کشور است، بخش امور فرهنگی سفارت آمریکا در افغانستان، برنامه‌هایی به‌منظور حضور متقابل هنرپیشه‌ها، بازدید روزنامه‌نگاران و نویسندگان افغان، شخصیت‌های دانشگاهی و مذهبی از آمریکا و ارائه بورس تحصیلی تنظیم کرده است تا زمینه تبادل نظر بین آمریکایی‌ها و مخاطبان محلی در موضوعاتی مانند حقوق بشر در اسلام، رسانه‌های آزاد و حفظ میراث فرهنگی فراهم شود (بهادر و مائده کریمی، 1391: 86 به نقل از Kabul in Embassy US).

مؤسسه توسعه بین المللی ایالات متحده آمریکا در تفاهم با وزارت معارف افغانستان مدارسی در مناطق روستایی بنا نهاده است. علاوه بر آن در سطح تحصیلات عالی، ایجاد دانشگاه آمریکایی در افغانستان با تدریس به شیوه آمریکایی و زبان انگلیسی و موسسه آموزش معلمان زن کابل را تأسیس کرده است (تمنا، 1387: 178-179). یوسف عارفی، 1393: 92 به نقل از (گفتگوی هشت صبح با معاون سخنگوی سفارت آمریکا در افغانستان، 1392، 92) می‌نویسد: دانشجویان بسیاری از افغانستان در دانشگاه‌های آمریکا تحصیل کرده و می‌کنند، تعدادی از این دانشجویان از مهاجران افغانی مقیم آمریکا است و تعدادی دیگر مستقیماً از افغانستان گزینش می‌شوند بر اساس اطلاعات موجود، از سال 1952 میلادی بورسیه دانشجویان افغانستانی به آمریکا شروع شده، و این بورسیه مربوط به موسسه فولبرایت می‌شد که یک موسسه دولتی است و در واقع در راستای تحقق و تأمین یکی از جامع‌ترین اهداف فرهنگی آمریکا تأسیس شده است و فعالیت می‌کند. مهم‌ترین برنامه‌ها و طرح‌هایی که در سال 1946 میلادی، با هدف نهادینه کردن پدیده‌ی دیپلماسی فرهنگی در چارچوب سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا تعریف شد و به اجرا در آمد، لایحه‌ای بود که به ابتکار سناتور ویلیام فولبرایت، به تصویب دولت ایالات متحده آمریکا رسید. این برنامه بعدها به نام خود وی، (Fulbright program) معروف شد. بر اساس آنچه که معاون سخنگوی سفارت آمریکا در کابل گفته است تا کنون تعداد سیصد هزار نفر دانشجوی خارجی از این موسسه در سطوح مختلف فارغ التحصیل شده اند. در این میان، سهم افغانستان نسبت به سایر کشورها بیشتر بوده است و هم افغانستان بیشترین رقم بورسه‌های فولبرایت را به خود اختصاص داده است (یوسف عارفی، 1393: 92 به نقل از گفتگوی هشت صبح با معاون سخنگوی سفارت آمریکا در افغانستان، 1392، 92).

بر علاوه این‌ها، آمریکایی‌ها دانشگاه پیشرفته‌ی دیگری در کابل از سال 2005 راه اندازی نموده است که تحت عنوان دانشگاه آمریکایی افغانستان در رشته‌های مختلف فعالیت می‌کند (عارفی، 1393: 94). در خصوص فعالیت‌های

فرهنگی و همکاری‌های آموزشی ایالات محته در افغانستان چنین آورده است: حدود 60 میلیون جلد کتاب درسی از مقطع اول ابتدایی تا دوازده به زبان دری و پشتو تا پایان سال 2007 و یازده میلیون جلد کتاب درسی بر اساس برنامه تعلیمی جدید چاپ و توزیع شده است. بیش از 10000 معلم نیز آموزش داده شده اند؛ بیش از 670 مکتب ساخت و ترمیم شده اند و مکتب بین المللی کابل با روش تدریس آمریکایی تأسیس شده است (تمنا، 1387: 178). در کشورهای جنگزده و پساکمونویستی مانند افغانستان، ارمنستان، بلغارستان، عراق، قرقیزستان، نیجریه، پاکستان و بسیاری از کشورهای دیگر دست به ایجاد دانشگاه‌های آمریکایی زده اند. دانشگاه‌های آمریکایی خارج از کشور، که راه اندازی آن‌ها به اوسط قرن نوزدهم برمی‌گردد، با منتقل کردن ارزش‌های ماندگار خود، که فراتر از از عبارتهای پررنگولعب اما زودگذری هستند که دولتها مخاطبان‌شان را مدنظر و تربیت می‌کنند (گوهری مقدم و جعفری هندی، 1393: 128).

5.1 دعوت نخبگان فرهنگی به امریکا

دولتهای مختلف، به تناسب توانایی‌ها و ظرفیتهای خود از ابزارهای متفاوتی برای برقراری ارتباطات بین فرهنگی بهره می‌برند. یکی از رایج‌ترین این ابزارها در این میان برقراری تماس‌های مستقیم فرهنگی و برنامه‌های تبادل آموزشی و فرهنگی، از جمله بورس‌های تحصیلی و اردوهای کوتاه و دوره‌های آموزش زبان و تبادل استادان و متخصصان است (گوهری مقدم و جعفری هندی، 1393: 124). بعد از تسلط نظامی امریکا به افغانستان و روی کار آمدن حکومت جدید، وزارت خارجه امریکا برنامه دعوت از علما، فرماندهان نظامی و شخصیت‌های جهادی و چهره‌های با نفوذ را روی دست گرفت. این چنین برنامه‌ها آشنا نمودن مقامات اجتماعی، سیاسی و مذهبی افغانستان با امریکا و فرهنگ آن کشور محسوب می‌شود. سفارت امریکا زمینه‌ی مسافرت شخصیت‌های علمی، سیاستمداران، مسوولین حکومتی، رهبران مذهبی، بزرگان قومی، زنان، جوانان و... به منظور کار و تبادل نظریات با همتهای آمریکایی‌شان در عرصه‌های فرهنگ، دموکراسی، جامعه مدنی، حقوق بشر و آزادی مذاهب فراهم می‌کند (عارفی، 1393: 97). امریکا در این مدت به بهانه‌های مختلف از این قشر حمایت کرده و حتی بورسیه‌ها و سفرهای تفریحی برای‌شان مهیا ساخته است. این کشور با دعوت و حمایت از این طبقه دنبال نشان دادن همکاری‌های انسانی و تحقق پایه‌های ساختار سیاسی با رویکرد لیبرال - دموکراسی می‌باشد و روی آوردن به دنیای جدید و وداع گفتن با تمام سنتها و هنجارهای افغانی که در این زمینه تا یک قسمت موفق نیز بوده است (خورشید، 1399).

امریکا تاکید ویژه بر ارایه آموزش‌های خاص فرهنگی دارد. دیپلمات، سیاستمدار، استادان دانشگاه، کارمندان دولت، دانشجویان ممتاز و... را با تمامی هزینه به امریکا دعوت می‌کند. آنان با نقاط قوت و ظرایف فرهنگی ایالات متحده آشنا می‌شوند. با برگشت‌شان از امریکا به افغانستان، می‌کوشند سبک‌های زندگی رسمی و خصوصی آمریکایی را در این کشور نهادینه سازند.

6.1 فیلم و موسیقی

امریکا از سینما به عنوان یکی از اجزاء قدرت نرم خود بهره برده و یکی از قدرتمندترین و تاثیرگذارترین سینماهای جهان را دارد. امریکا از این قدرت نرم استفاده نموده و از آن در جهت اهداف دیپلماسی خود در مقابل سایر کشورها استفاده می‌نماید (قاسمیان، موسوی‌فر و ضیایی‌پرور، 1397: 174). کارشناسان عرصه رسانه معتقدند که فیلم‌های هالیوودی امریکایی تاثیرات چشم‌گیری بر مردم جهان می‌توانند داشته باشند که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: 1. اعتماد به نفس مخاطبان به اصطلاح جهان سومی و ترویج انقیاد و اعتماد ایشان نسبت به صاحب اصلی دنیا که به زعم این فیلم‌ها امریکایی‌ها و یهودیان استند 2. ترویج خرافه‌گری و خرافات دینی همچون نگاه تقدیری به نظم هستی که از مشخصه‌های آیین یهود است، حلول شیطان در کالبد انسان‌ها، افسانه‌های خودساخته آخرالزمانی، ظهور ناجی و سفر به سرزمین موعود یعنی امریکا که صهیونیست‌ها آن را سرزمین موعود خود می‌دانند 3. ترویج فساد و ابتذال 4. گسترش اسلام‌ستیزی 5. ایجاد تصویر مثبت از یهودیان در اذهان جهانی 6. ترویج خشونت و وحشی‌گری 7. ایجاد تصویر منفی از مسلمانان (همان، 1397: 183). این‌که هالیوود در سیاست خارجی امریکا به‌طور مستقیم تحت امر دولت امریکا هست یا نه سوالی‌ست که پاسخ‌های متفاوتی را دربرداشته است. برخی معتقدند هالیوود به جز در مواردی خاص، کاملاً مستقل بوده و بیش از هر چیز بر سود مالی به عنوان معیار و هدف اصلی خود می‌نگرد. برخی دیگر نیز فیلم‌های هالیوودی مدافع سیاست خارجی امریکا را دسیسه‌های دولت امریکا می‌دانند که برای توجیه مخاطبان جهانی این کشور تولید و منتشر می‌شوند. علاوه براین رابط دیگری نیز بین هالیوود و دیپلماسی فرهنگی امریکا وجود دارد. در این حالت دولت امریکا از فیلم‌های از قبل تهیه شده هالیوودی استفاده کرده و با این‌که آنان را قبلاً سفارش نداده بوده است، اقدام به انتشار و پخش آن‌ها در میان مخاطبان دیپلماسی فرهنگی خود می‌کند. یکی از نمونه‌های اخیر این گونه فعالیت، اقدام وزارت امور خارجه امریکا برای پخش فیلم‌های هالیوودی خاص در سفارتخانه‌ها و مراکز فرهنگی این کشور است. فیلم‌های امریکایی با موضوعات تاریخی و سیاسی و به بهترین وجه ارزش‌های امریکایی را به نمایش می‌گذارد (رنج‌کش و فرخنده، 1395: 44). هالیوود در کنار ساخت فیلم‌های دارای گونه‌های متنوع تجاری و نیز سرگرمی‌سازی که یکی از شئون سینماست، کارکرد سیاسی داشته و همواره به عنوان ابزاری ایدئولوژیک مورد بهره‌برداری سیاسی نیز قرار گرفته است. در خصوص تصویرپردازی فیلم‌های هالیوود از ملیت‌ها و قومیت‌ها و پیروان ادیان گوناگون، به قاطعیت می‌توان گفت بخش مهمی از این تصویرپردازی، متأثر از رویکردهای سیاسی حاکم بر هالیوود است. با مروری بر آثار رسانه‌ای عرضه شده درباره اسلام در رسانه‌های غربی، به نظر می‌رسد که در

تصویرپردازی و بازنمایی اسلام و مسلمانان در این رسانه‌ها، رویکردها و استراتژی‌های رسانه‌ای خاصی پی‌گیری می‌شود و گفتمان ویژه‌ای حاکم است. مهم‌ترین دال در تصویرارایه شده از مسلمانان در این فیلم‌های هالیوودی، خشونت و تروریسم است که در نسبت و همنشینی با دین اسلام و آموزه‌های آن تصویر شده است، به گونه‌ای که اسلام، مروج و مؤید تروریسم دانسته می‌شود (قاسمیان، موسوی‌فر و ضیایی‌پرور، 1397: 184). در حوزه دیپلماسی فرهنگی، آمریکا از تئاتر، تولید فیلم‌های هنری و مستند با اهداف تعلیمی و تفریحی بهره می‌برد. نشریات خبری کلید، مرسل، هفته‌نامه صدای آزادی و روزنامه انگلیسی زبان "کابل" تحت حمایت آمریکا است (تمنا، 1391: 176). فیلم‌های سینمایی آمریکایی - هالیوودی در کنار فیلم‌های هندی - بالیوودی در افغانستان با هم رقابت می‌کنند (پهلوان و امیراحمدیان، 1391: 51). تاثیر فیلم‌های آمریکا در افغانستان روشن است. پرفروش‌ترین فیلم‌های آمریکایی در افغانستان مخاطب و خریدار دارند. موسیقی به سبک آمریکایی در افغانستان رو به رشد است. موسیقی پاپ آمریکایی از جمله پرتعدادترین موسیقی آمریکایی است که در میان جوانان افغانستان مخاطبان فراوان دارد. برعلاوه از مخاطبان، هنرمندان جدید موسیقی از این سبک تقلید و الگوبرداری می‌کنند.

7.1 اسطوره‌سازی

برجسته کردن نقش و تاثیر فرهیخته‌گان و دانشمندان تاریخ گذشته و معاصر آمریکا در پیشرفت علم در سطح جهان و استفاده از شهرت، محبوبیت و موقعیت آن‌ها برای اهداف راهبردی دیپلماسی فرهنگی نقش بالقوه‌ای که چهره‌های جهانی و ماندگاری چون بنجامین فرانکلین، جورج واشنگتن، توماس جفرسون، آبراهام لنکلن، ارنست همینگوی و... می‌توانند در این حوزه برای آمریکا ایفا کنند، مثال بارزی از این مورد محسوب می‌شود (رنجکش و فرخنده، 1395: 36). استفاده از ظرفیت‌های نهفته در زبان و ادبیات آمریکا و ترویج آن از طریق تاسیس رشته زبان و ادبیات آمریکایی در دانشگاه‌های جهان و نیز اعطای بورس‌های منظم و مستمر تحصیلی در سطوح عالی کارشناسی ارشد و دکتری در رشته‌های مختلف به منظور اشاعه فرهنگ و زبان در سطح جهان از جمله مولفه‌های فرهنگی سیاست خارجی آمریکا می‌باشد (همان، 1395: 36). حالا جوانان افغانستان با اکثریت چهره‌های معروف آمریکایی شناخت دارند. افرادی که در ورزش، سیاست، ادبیات، تاریخ، سینما، موسیقی و داستان در آمریکا معروف هستند، امروز به اسطوره‌های جهانی می‌مانند که در افغانستان مطرح شدند. شناخت جوانان افغانستان از دانشمندان آمریکایی سطحی و عادی نیست، آنان به شکل عمیق و ریشه‌ای شناخته شده و به الگوهای حاکم جامعه مبدل شده اند.

8.1 انترنت و شبکه‌های اجتماعی

به صورت اختصاصی هیچ نهادی در افغانستان برای مقابله با تهاجم فرهنگی از طریق شبکه‌های مجازی وجود ندارد. گسترش روز افزون رسانه‌های اجتماعی و فقدان سواد رسانه‌ای زمینه را برای تحقق دگرگونی و زوال فرهنگی مساعد ساخته است.

دسترس‌ی به اینترنت به شکل گسترده‌ای افزایش یافته است. اداره‌ی مخابرات افغانستان تعداد کاربران اینترنت را دو میلیون نفر برآورد کرده است. ایجاد و بنوشت و وبگاه توسط نامزدهای انتخاباتی و انتقال پیام از این طریق به ویژه در دور دوم انتخابات حاکی از توسعه ارتباطات اینترنتی است (باقری، 1388: 267). شبکه‌های اجتماعی محصول دهه نخست قرن بیست و یک در افغانستان استند. فیس‌بوک، تویت‌ر، انستاگرام و همچنان یوتیوپ از معدود شبکه‌های اند که کابل، بزرگ‌شهرها و شماری از ولسوالی‌های افغانستان به آن دسترسی دارند. افغانستان مصرف‌کننده‌ی محصولات اینترنتی امریکایی از راه شبکه‌های اجتماعی است. افراد باسواد با هزینه‌ی کم از محتوای شبکه‌های اجتماعی استفاده و از کرکترهای آن الگوبرداری می‌کنند. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در تحول سبک زندگی مردم افغانستان از تاثیر بسزا برخوردار است. اینترنت به راحتی نظم اجتماعی و مصرف اجتماعی جامعه افغانستان را دچار دگرگونی کرده است.

9.1 صنعت مد

صنعت مد لباس به عنوان یکی از صنایع فرهنگی فراگیر و سودآور جهان امروز، ماهیت پیچیده‌ای دارد که هرگونه سیاست‌گذاری در قبال آن ناگزیر از مطالعه نظام‌مند و سازوکار آن در جامعه است (افروغ و مهربانی‌فر، 1396: 10). تلویزیون، اینترنت، مجله‌های مد و روش‌های تولید بهینه‌تر موجب شده تا صنعت مد به بخش بزرگی از فرهنگ‌های متفاوت نیز تبدیل گردد. در حقیقت لباس به عنوان محصول اصلی این صنعت، زبانی است که تا حدی بیان‌گر هویت و شخصیت افراد و ارزش‌های اجتماعی می‌باشد. پیروان مد، هم‌زمان که در یک گرایش جمعی شرکت می‌کنند، به دنبال بیان هویت فردی خود نیز استند و همین تمایل به متفاوت بودن، کلید تولید و مصرف مد و خلاقیت و نوآوری در این عرصه محسوب می‌شود (جعفری، 1394: 1). امپریالیسم به همان اندازه که اقتصادی است، امر فرهنگی نیز محسوب می‌شود و مد همچنان که در دام مصرف انبوه گرفتار شد، در این امر نیز دخالت داشته است. مدهای غربی بخش‌های وسیعی از کشورهای جهان سوم را مورد تهاجم خود قرار داده اند. در برخی از جوامعی که دارای سبک‌های ثابت و سنتی لباس بوده اند، مردان حداقل آنهایی که در دید عموم قرار دارند کت و شلوارهای مردان غربی را بر تن می‌کنند، اگرچه ممکن است لباس ملی آن‌ها تطابق بهتری با شرایط و اقلیم داشته باشد (دادگران، 1396: 201 به نقل از الیزابت ویلسون، 1395).

مد و فیشن حالا جز از زنده‌گی شهروندان افغانستان پسا طالبان به شمار می‌رود. وضعیت زنده‌گی و درآمدهای مردم بالا رفته است، و رسانه‌ها در جهت انتقال فرهنگ غربی فعالیت‌های مثمر را در زنده‌گی انجام داده است. دیگر مردم به سنت‌ها و پوشدنی‌های کلاسیک چندان علاقه ندارند، هر چه خرید و فروخت می‌شود همه‌اش تولید کشورهای خارجی است، آمریکای‌ها در چنین وضعیت پیش آمده به نفع شرکت‌های تولیدی بیشترین نفع را برده است. کشورهای که در فکر امپراتوری می‌باشند، یک بخش سیاست خارجی‌شان بحث

اقتصاد و تجارت آن کشور می‌باشد، که در عقبه سیاست خارجی دولت آمریکا چنین رویکردی نهفته است (مدقق، 1399).

پخش سریال‌های خارجی و دسترسی کم هزینه تولیدات رسانه‌ای و سینمایی باعث شده، در سال‌های پسین صنعت مد در بزرگ شهرها به‌خصوص در کابل به یک صنعت پرطرفدار مبدل شود. شماری از جوانان حالا تلاش می‌کنند تا مطابق مد روز خودشان را سروسامان دهند. لباس‌های صنعتی افغانستان حالا با مدل‌های امریکایی آمیخته شده است. اکثرا کسانی که متخصص صنعت مد هستند، آموزش دیده‌ای کشورهای خارجی اند. مشتریان‌شان مقلد ستاره‌های سینما و ورزش می‌باشند. چندین گروه مدلینگ در کشور فعالیت می‌کنند. برنامه‌های متنوع مدلینگ برگزار می‌کنند تا مدل‌های تازه را شناسایی و به شرکت‌های تبلیغاتی معرفی کنند.

نتیجه‌گیری

هرچه رقابت میان امریکا و کشورهای چون چین، روسیه و قدرت‌های منطقه‌ای بیشتر شد، اهمیت دیپلماسی فرهنگی برای امریکایی‌ها افزایش یافت. اهمیت دیپلماسی فرهنگی برای امریکا پس از حادثه یازدهم سپتامبر و شکل‌گیری ابزارهای ارتباطی نوین، بیشتر از پیش به وجود آمد. پای امریکا در هر منطقه گذاشته شود، این کشور می‌کوشد تا از ابزارهای دیپلماسی فرهنگی استفاده کرده و مولفه‌های فرهنگی امریکا را در آن کشور نهادینه سازد. افغانستان به عنوان شریک راهبردی امریکا در آسیای جنوبی که درگیر بحران و ناامنی است، دولت امریکا در کنار این کشور ایستاده و در برابر نابسامانی‌ها مبارزه می‌کند. امریکا در کنار قدرت سخت جهت سرکوب تروریسم در افغانستان، از قدرت نرم جهت احیا و نفوذ فرهنگی در این کشور استفاده می‌کند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که پس از حضور امریکا در افغانستان و پیدایش ابزارهای ارتباطی جدید، سبک زندگی مردم این کشور متحول شده است. در این پژوهش آمده است که ایالات متحده امریکا در افغانستان از طریق رسانه‌ها و برگزاری همایش‌های دو سویه، به تحقق ارزش‌های فرهنگی حاکم امریکایی در افغانستان مبادرت ورزیده است. آموزش زبان انگلیسی پس از حضور امریکا در افغانستان عمومیت یافت. شماری از بازی‌های ورزشی که متعلق به امریکایی‌هاست، در میان زنان و مردان افغانستان به اجرا آمد و هواخواه یافت. کالای سینمایی هالیوود، صنعت مد، نمادسازی، دگرگونی هویت، حمایت از رسانه‌ها، تبادله رهبران جوان، افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ترویج آموزش زبان انگلیسی از مواردی اند که در چارچوب دیپلماسی فرهنگی امریکا به افغانستان وارد شده اند.

افزایش ارزش‌های فرهنگی امریکا در افغانستان نشان می‌دهد که سبک زندگی مردم به‌خصوص جوانان در افغانستان دگرگون شده است. تولیدات فرهنگی –

هنری امریکا و نمایش آنان در افغانستان افکار عامه را به سمت ارزش‌های امریکایی کشانیده و امریکا را شهری نشان داده است که رقیب و بدیل ندارد. هژمونی طلبی امریکا در این خصوص صرف با هدف محو و نابودی سنت‌های حاکم محلی - ملی و ظهور ارزش‌های فرهنگی امریکایی تعریف می‌شود. ایالات متحده در افغانستان با این روش در دراز مدت توانایی نابودی خرده‌فرهنگ‌های افغانستان را خواهد یافت. از این‌که این مقاله صرف در پی تبیین الگوهایی اجرایی دیپلماسی فرهنگی امریکا در افغانستان پس از حادثه یازدهم سپتامبر نگاشته شده است، به این دلیل با بررسی و شناخت چیستی دیپلماسی فرهنگی و الگوهای کاربردی دیپلماسی فرهنگی را در افغانستان بسنده می‌داند.

منابع

1. آشنا، حسام الدین (1384)، دیپلماسی عمومی: فرهنگ و ارتباطات در خدمت سیاست خارجی، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.
2. خانی، محمدحسن (1384)، دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها، دو فصلنامه دانش سیاسی.
3. افروغ، عماد و حسین مهربانی‌فر (پاییز و زمستان 1396)، اولویت‌یابی سیاست رسانه‌ای مد لباس مبتنی بر مسئله‌شناسی چرخه آن در جامعه ایران، دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، شماره دوم.
4. امین‌فرد، احمد (بهار 1397)، راهبردهای ارتقای دیپلماسی رسانه‌ای در زمینه توسعه فرهنگی ایران برای دوران پسا برجام، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره 50، سال چهاردهم.
5. باقری، اسماعیل (پاییز 1388)، دومین انتخابات ریاست جمهوری افغانستان، فصلنامه مطالعات راهبردی جهان اسلام، سال دهم، شماره 39.
6. بهادر، امینیان و مائده کریمی قهرودی (1391)، استراتژی دولت - ملت‌سازی امریکا در افغانستان، دو فصلنامه علمی - پژوهشی دانش سیاسی، دوره 15، شماره 1.
7. پهلوان، مهرداد و بهرام امیراحمدیان (بهار و تابستان 1391)، قدرت نرم و دیپلماسی عمومی امریکا در افغانستان؛ بررسی اقدامات، موانع

- و نتایج، دو فصلنامه مطالعات ایران و اوراسیا، شماره هفتم، سال ششم.
8. تمنا، فرامرز (1387)، سیاست خارجی آمریکا در افغانستان، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
 9. جعفری، سیده مرضیه (بهار 1394)، تحلیل اقتصادی حمایت‌های حقوق مالکیت فکری از صنعت مد آمریکا، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
 10. دادگران، سیدمحمد (1396)، بررسی و نقد کتاب مد و مدرنیته، فصلنامه نقد کتاب علوم اجتماعی، شماره 13، سال چهارم.
 11. رحیمی، محمدعسی (1393)، تکثر رسانه‌ها و تاثیر آن بر فرهنگ آینده‌ی افغانستان.
 12. رستم‌بیک تفرشی، آتوسا و رمضانی واسوکلای، احمد (1391)، نقش زبان آموزش در فرهنگ خارجی، پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، شماره اول، سال دوازدهم.
 13. رنجش‌کش، محمدجواد و ایوب فرخنده (1395)، دیپلماسی فرهنگی آمریکا در قبال چین 2001 - 2012، پژوهش‌نامه ایرانی سیاست بین الملل، سال چهارم.
 14. صفوی، سیدحمزه، ابراهیم باقری، یاسر نورعلی‌وند (بهار 1397)، قدرت هنجاری و دیپلماسی فرهنگی اتحادیه اروپا (کاربست آن در قبال جمهوری اسلامی ایران)، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، شماره 41، دوره نوزدهم.
 15. عارفی، یوسف (1393)، راهبرد فرهنگی آمریکا و انجوها در افغانستان، پژوهش‌های منطقه‌ای، شماره چهارم.
 16. فاروقی، محمود باهوش (بهار 1394)، بررسی قدرت نرم در سیاست بین الملل با تاکید بر سیاست نرم افزارانه‌ی آمریکا در افغانستان، فصلنامه سیاست، شماره پنجم، سال دوم.
 17. قاسم‌یان، محمدرضا، رضیه موسوی‌فر و حمید ضیایی‌پرور (1397)، بررسی نقش هالیوود در تشدید ایران‌هراسی پس از انقلاب اسلامی ایران، دو فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال هشتم، شماره اول.
 18. کشاورز شکری، عباس، محسن بیات و خاطره بخشنده (پاییز 1392)، دیپلماسی فرهنگی ایران در خاورمیانه؛ تحول ارتباطات و لزوم کاربرد ابزارهای نوین، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره 23، سال چهاردهم.
 19. کولمن، هاول (2019)، وضعیت زبان انگلیسی در افغانستان چند زبانه، گزارش تحقیقی.
 20. گوهری مقدم، ابوذر و امیر رضا جعفر هرندي (بهار 1393)، مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده در عراق جدید، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره اول، سال پنجم.

21. نای، جوزف (1382)، کاربرد قدرت نرم، مترجم: سیدرضا میرطاهر، تهران: نظر قومنس.
22. خورشید، سیدجمال، استاد دانشگاه (1399)، دعوت نخبگان فرهنگی به امریکا، در گفتگو با سیدنایل ابراهیمی، 18 حوت.
23. مدقق، نظام الدین، استاد دانشگاه (1399)، صنعت مد در افغانستان، در گفتگو با سیدنایل ابراهیمی، 20 حوت.
24. Saunders, Michail (11 Nov 2011), Public Diplomacy Programs for Afghanistan and Pakistan, U.S Department of State, Fulbright hays act, available at: http://topgovernmentgrants.com/CFDANumber_FundingOps_List.php?CFDNumber=19.501
25. McCullough, Leanne (spring 2011), U.S Radio Broadcasting in Iraq and Afghanistan: A Grand Soliloquy? Journal of International Service.
26. Ninkovich, Frank (1996), U.S Information Policy and Culture Diplomacy, Foreign Policy Association.