

مطالعات راهبردی ۳

دیپلماسی فرهنگی جمهوری
اسلامی ایران: چالش‌ها و چینش‌ها

پژوهشگر: محمدحسین رستگاری

دفتر مطالعات و برنامه ریزی راهبردی
معاونت مدیریت توسعه و منابع
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



مطالعات راهبردی (۳)

دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ چالش‌ها و چینش‌ها

پژوهشگر: محمدحسین رستگاری

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی

معاونت مدیریت و توسعه منابع

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

۱۳۹۵

سرشناسه : رستگاری یزدی، محمدحسین، ۱۳۴۴ -
 عنوان و نام پدیدآور: دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ چالش‌ها و چینش‌ها/ پژوهشگر محمدحسین رستگاری؛
 واحد تهیه‌کننده دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی، معاونت توسعه مدیریت و منابع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
 وضعیت ویراست : ویراست ۳.
 مشخصات نشر : تهران: موسسه فرهنگی هنری پویه مهر اشراق، ۱۳۹۵.
 مشخصات ظاهری : ۱۶۰ ص: جدول، نمودار.
 فروست : مطالعات راهبردی؛ ۰.۱ / دبیر مجموعه نظام بهرامی کمیل.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۲۱۵-۱۰-۳
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیپا
 موضوع : دیپلماسی فرهنگی-- ایران / Cultural diplomacy-- Iran
 موضوع : روابط بین‌المللی و فرهنگ / International relations and culture
 موضوع : ارتباط میان فرهنگی -- ایران / Intercultural communication -- Iran
 موضوع : سیاست و فرهنگ -- ایران / Politics and culture -- Iran
 موضوع : فرهنگ سیاسی -- ایران / Political culture -- Iran
 موضوع : روابط فرهنگی / Cultural relations
 شناسه افزوده : ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی
 شناسه افزوده : ایران. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. معاونت توسعه مدیریت و منابع
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۵ / DSR۶۵/۵۵۹
 رده بندی دیویی : ۳۲۷/۵۵
 شماره کتابشناسی ملی : ۴۶۰۸۶۵۰

عنوان مطالعه: دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ چالش‌ها و چینش‌ها

واحد تهیه‌کننده: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی

پژوهشگر: دکتر محمدحسین رستگاری

دبیر مجموعه: دکتر نظام بهرامی کمیل

ناظر سازمانی: حمید مصطفوی

ویراستار: میثم خالدیان

شماره مطالعه: سوم

ناشر: موسسه پویه مهر اشراق

امور فنی و هنری: زهرا هوشمند

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۲۱۵-۱۰-۳

نشانی: تهران، خیابان جمهوری، خیابان ظهیرالاسلام، بن‌بست خاورمیانه، ساختمان فرهنگ، طبقه سوم

تلفن: ۳۳۱۶۵۶۲ - پست الکترونیک: Rahbordip@yahoo.com

فهرست مطالب

پیشگفتار..... ۵

فصل اول (کلیات

گفتار اول: مقدمه ۸
گفتار دوم: روش‌شناسی تحقیق..... ۱۲
گفتار سوم: مفهوم شناسی..... ۱۲
گفتار چهارم: پیشینه تحقیق..... ۱۷

فصل دوم (ادبیات و مبانی نظری

گفتار اول: تاریخچه دیپلماسی فرهنگی..... ۲۴
گفتار دوم: جایگاه دیپلماسی فرهنگی..... ۲۶
گفتار سوم: دیپلماسی فرهنگی و ویژگی‌های آن..... ۲۸
گفتار چهارم: ابعاد دیپلماسی فرهنگی..... ۳۰
۱. بعد چیستی (ماهوی) دیپلماسی فرهنگی ۳۱
۲. بعد کارآمدی دیپلماسی فرهنگی..... ۳۲

فصل سوم) دیپلماسی فرهنگی در جهان امروز

گفتار اول: دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده امریکا..... ۳۶
گفتار دوم: دیپلماسی فرهنگی فرانسه..... ۴۰
گفتار سوم: دیپلماسی فرهنگی انگلستان..... ۴۸
گفتار چهارم: دیپلماسی فرهنگی ژاپن..... ۵۴
گفتار پنجم: دیپلماسی فرهنگی چین..... ۶۰
گفتار ششم: دیپلماسی رسانه‌ای قطر؛ «الجزیره»..... ۶۶

فصل چهارم) دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

گفتار اول: دستگاه‌های متولی دیپلماسی فرهنگی ۷۰
گفتار دوم: دغدغه‌های مقام معظم رهبری در حوزه دیپلماسی فرهنگی..... ۷۷

- گفتار سوم: مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ا..... ۸۲
- گفتار چهارم: دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه..... ۹۹
- گفتار پنجم: چالش‌های حوزه دیپلماسی فرهنگی ایران..... ۱۱۱
- گفتار ششم: چالش‌های حوزه‌های تخصصی فرهنگی و هنری..... ۱۱۹
- گفتار هفتم: موانع دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران..... ۱۲۴

فصل پنجم) تحلیل و آسیب‌شناسی

- گفتار اول: آسیب‌های کارکردی دیپلماسی فرهنگی ایران..... ۱۳۰
- گفتار دوم: آسیب‌های ماهوی دیپلماسی فرهنگی ایران..... ۱۳۳
- گفتار سوم: راهبردهای مناسب دیپلماسی فرهنگی ایران..... ۱۳۸

فصل ششم) نتیجه‌گیری و پیشنهاد

- گفتار اول: نتیجه‌گیری..... ۱۴۸
- گفتار دوم: پیشنهادها..... ۱۵۰

منابع..... ۱۵۴

پیشگفتار

داشتن رویکرد راهبردی به مسائل یکی از ضروریات مدیریت کلان نهادها و سازمان‌ها است. این رویکرد با مشخص کردن ابعاد مختلف موضوعات و بررسی نقاط ضعف و قوت و تهدیدها و فرصت‌های موجود تلاش می‌کند با ترسیم اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت، بهترین مسیر را برای رسیدن به این اهداف ترسیم نماید؛ به گونه‌ای که حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب با کمترین هزینه و بیشترین بهره‌وری انجام پذیرد.

مطالعات راهبردی نوشتاری است که به پژوهش‌های کتابخانه‌ای و میدانی کوتاه‌مدت اشاره دارد. در این متون پژوهشگر ضمن طرح موضوع، ابعاد و زوایای مربوط به آن را نشان داده، رهیافت‌های موجود را بیان و در نهایت به جمع‌بندی و در صورت لزوم ارایه پیشنهاد می‌پردازد. مطالعات راهبردی از آن جهت دارای اهمیت است که در کنار طرح مسائل نظری و کمک به توسعه دانش نظری و کاربردی، منجر به حل معضلات و دشواری‌های موجود در عرصه مدیریتی شود. به سخن دیگر؛ تلاش شده است این مطالعات به نحوی انجام شود که فقط با رویکرد مطالعه‌ای به آن نگریسته نشود؛ بلکه کاربردی و اثربخش بودن آن در حوزه تصمیم‌گیری نمایان باشد.

باید اشاره داشت که مخاطبان این مطالعات را مدیران، مسئولان و کارشناسان حوزه فرهنگ به‌ویژه در مجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل می‌دهند. هدف از انجام این مطالعات، تعیین خطوط کلی بینش و

تجربه موجود درباره موضوعات و مسائل حوزه فرهنگ است؛ به نحوی که جایگاه و نقش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را پیرامون موضوعات مطروحه به روشنی بیان نماید و از رهگذر چنین نگاهی، واحدهای زیر مجموعه وزارتخانه بتوانند با بهره‌گیری از این گزارش‌ها؛ طرح‌ها و برنامه‌های خود را دقیق‌تر و منسجم‌تر عملیاتی کنند.

دکتر رستگاری با پرداختن به موضوع «دیپلماسی فرهنگی»؛ یکی از راهبردهای بسیار مهم اما مغفول مانده در حوزه فرهنگ را به عرصه مطالعه و تبادل نظر وارد کرده است. در این مطالعه ضمن آشنا کردن مخاطب با ابعاد موضوع به ضرورت و ظرفیت‌های دیپلماسی فرهنگی برای پیش‌برد سیاست‌های فرهنگی اشاره شده است.

بهبود فتحی

مدیرکل دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی

فصل اول

کلیات

گفتار اول: مقدمه

گفتار دوم: روش‌شناسی تحقیق

گفتار سوم: مفهوم‌شناسی

گفتار چهارم: پیشینه تحقیق

گفتار اول: مقدمه

در جهانی که از یک‌سو بیداری و آگاهی ملت‌ها توأم با تحولات علمی و فناوری رشد کرده و هیچ ملتی ظلم و ستم و اشغال نظامی کشور دیگری را نمی‌پذیرد و از سوی دیگر در عصری بی‌مرز و لامکان، توأم با تغییر مفاهیم، ارزش قدرت سخت برای کسب استیلا و نفوذ از دست رفته است، سرمایه‌گذاری‌های کشورها در زمینه دیپلماسی عمومی و فرهنگی بسیار افزایش یافته و اقبال به این مقوله به‌عنوان ابزار استیلا و نفوذ نرم دارای اهمیت فراوان شده است، به‌نحوی که کمتر کشوری است که بخش عمده‌ای از قدرت ملی خود را مصروف دیپلماسی فرهنگی نکند؛ بنابراین در جهانی که هرروز بیش‌ازپیش به هم تنیده شده است نباید دیگر فرهنگ را تابع سیاست بدانیم؛ بلکه بایستی این‌گونه بیندیشیم که فرهنگ فضای اجرایی را برای سیاست فراهم می‌سازد.

بنابراین آنچه امروزه در روابط بین کشورها و مبادلات بین‌المللی اهمیت زیادی پیدا کرده و از جمله عناصر و مؤلفه‌های اصلی قدرت ملی یک کشور محسوب می‌شود، بهره‌گیری از ظرفیت قدرت نرم آن کشور در قالب دیپلماسی فرهنگی در محیط بین‌المللی است. از این‌رو محیط امروز بین‌المللی که عرصه جابجایی قدرت است بیش از هر چیز پذیرای مؤلفه‌ها و کاربست‌های عوامل و عناصر قدرت نرم است؛ از این‌رو دیپلماسی عمومی و فرهنگی که از عناصر عمده قدرت نرم به‌شمار می‌رود، در مباحث علمی جایگاه خاصی یافته است.

۱. **بیان مسئله:** به تعبیر امروزی برخی از صاحب‌نظران، یکی از مهم‌ترین عوامل قدرت ملی ولو بی‌ثبات، کیفیت و نحوه به‌کارگیری دیپلماسی است. می‌توان گفت که سایر عوامل تعیین‌کننده قدرت ملی به‌منزله مواد خامی هستند که قدرت ملی از آن به‌وجود می‌آید، اما دیپلماسی مغز متفکر قدرت ملی است، همان‌گونه که روحیه ملی نیز، روح آن است. بنابراین دولت‌ها باید به

کیفیت دیپلماسی خود به‌عنوان کاتالیزوری برای عوامل مختلفی که قدرت آنها را تشکیل می‌دهد، متکی باشند. اتکا بر سنت‌ها و نهادها، به‌جای تکیه بر ظهور گاه‌وبیگاه افراد برجسته، تداوم کیفیت دیپلماسی را به بهترین نحو تضمین می‌کند. (سیف‌زاده، ۱۳۸۴: ۲۲۰)

جهان در حال عبور از دوران گذاری است که نظم جدید جهانی در پی آن شکل خواهد گرفت. در این دوران انتقالی، ایران اسلامی برخوردار از خودباوری برخاسته از انقلاب اسلامی یکی از منابع و موضوعات اصلی در شکل دادن به نظام آینده جهانی است؛ لذا در صورت ارزیابی دقیق و ایفای نقش حساب‌شده، می‌تواند قدرت نرم خود را در جامعه جهانی نهادینه و اثرگذار کند. با توجه به این واقعیت که منابع غیرنظامی قدرت و به‌ویژه قدرت اقناعی و گفتمان‌های تأثیرگذار در شکل‌گیری ساختار آتی روابط بین‌الملل نقش برجسته‌ای دارند، جمهوری اسلامی ایران می‌تواند نقش برجسته‌ای در مناسبات در حال تکوین جهانی ایفا نماید.

در این راستا، ایران به‌عنوان کشوری که ظرفیت‌های عظیم تمدنی و فرهنگی زیادی دارد و با اتکا به مؤلفه‌های دیپلماسی خود می‌تواند دیپلماسی فرهنگی فعالی را در عرصه بین‌الملل ایفا کند، قاعدتاً می‌بایست به این عرصه توجه بیشتری نشان بدهد و با بررسی ماهیت، ویژگی‌ها، ابزارها و نحوه کارآمدی کشور در عرصه دیپلماسی به‌ویژه دیپلماسی فرهنگی دریچه‌ای به سمت معرفی ایران اسلامی به جهان خسته از ناکامی‌های مکاتب بشری و تشنه ارزش‌های پایدار و منطبق با فطرت انسانی ملت‌های مختلف باز کند.

۲. ضرورت و اهمیت: انسان باید آگاه به زمان و موقعیت خودش باشد. برای مسلمانان و به‌ویژه پیروان اهل بیت عصمت و طهارت (علیه‌السلام) این نحوه توجه به محیط و فضای زیستی یک تعلیم و آموزه اسلامی است. تعبیر مولای

متقیان از «باید فرزند زمان خود باشیم»^۱ هم ناظر بر این است که باید از زمان بیاموزیم و هم اینکه پایه‌پای زمان خود، حرکت کنیم. شرایط زمانه را درک کنیم و با حفظ اصالت و هویت شخصی و ملی، سوار بر مرکب زمان، به حرکت پیش‌رونده خود ادامه دهیم.

دیپلماسی فرهنگی از آن جهت که به یک کشور این امکان را می‌دهد که فرهنگ، جامعه و مردمش را به دیگران معرفی کند و از طریق تقویت ارتباطات خصوصی بین مردم کشورهای مختلف، کشورها را قادر می‌سازد که سیاست‌ها و ارزش‌هایشان را در انظار و افکار عمومی جذاب سازند، همواره مورد توجه کشورها بوده است؛ بنابراین دور از انتظار است که در زمانی که دیپلماسی فرهنگی با مزایای خود و در عصر اطلاعات انتخاب غالب کشورها در پیشبرد اهداف خود است، ما به‌عنوان کشوری که فرهنگی‌ترین انقلاب‌ها را با آرمان‌های والا و منحصر به فرد در کارنامه خود داریم، از آن بی‌بهره باشیم و به شناخت، ویژگی‌ها، ابعاد و مزایای آن نپردازیم و آن را به خدمت نگیریم. قطعاً به خدمت نگرفتن ابزار کارآمدی چون دیپلماسی فرهنگی و عدم شناخت و تسلط بر زوایای آن خسارات جبران‌ناپذیر و غیر قابل توجیهی را متوجه منافع ملی کشور می‌کند.

دیپلماسی فرهنگی از یک‌سوی عوامل و ابزارهای تحقق سیاست خارجی و منافع ملی است و از سوی دیگر یکی از انواع دیپلماسی است؛ بنابراین اهمیت دیپلماسی فرهنگی در این دو بعد قابل تبیین است. از آن جهت که از ابزارهای قدرت ملی و تأمین منافع کشور است باید مورد توجه علما و سیاستمداران قرار گیرد و از آن جهت که نسبت به سایر انواع دیپلماسی چون دیپلماسی سیاسی و اقتصادی، به سبب ماهیت ذاتی‌اش خارج است نیز باید واجد اهمیت ویژه‌ای دانسته شود. کم‌هزینه بودن، برخورداری از ماهیتی نرم و قابل پذیرش،

توانایی حمل و نقل سایر موارد دیپلماسی در خود و همچنین برخورداری از گستردگی حوزه‌های تعامل و با مدیریت و فعالیت عوامل غیر سیاسی و... از مزایای واجد اهمیت بودن آن به شمار می‌رود و به تبع آن پژوهش در این حوزه برای آشنایی، تسلط و تبحر در دیپلماسی فرهنگی نیز از ضرورت و اهمیت برخوردار خواهد بود.

۳. هدف گزارش و پرسش‌های اصلی: این گزارش یک هدف اصلی و دو هدف فرعی را دنبال می‌کند. هدف اصلی گزارش آگاه‌سازی مدیران و کارشناسان وزارتخانه به موضوع دیپلماسی و آنچه در دستور کار این مقوله قرار می‌گیرد است. اما اهداف فرعی این گزارش پژوهشی شناخت چالش‌های این حوزه برای کشور و زمینه‌های فعال شدن بخش فرهنگ در این حوزه با توجه به وضعیت کنونی کشور در عرصه بین‌المللی و الزامات مربوط در عصر اطلاعات است. از این رو گزارش در صدد این است تا به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

۱. دیپلماسی فرهنگی چیست و دارای چه ویژگی‌ها و مشخصاتی است؟
۲. مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ا کدامند و وضعیت موجود کشور در این عرصه چگونه است؟
۳. چالش‌های حوزه دیپلماسی فرهنگی کدام‌اند؟ خاستگاه این چالش‌ها در کدام بخش‌های وزارت متبوع (حوزه‌های تخصصی) نمود بیشتری دارد؟
۴. چه مصادیقی از کامیابی و ناکامی‌های دیپلماسی فرهنگی، با استناد به تجربه سایر کشورها در این مقطع زمانی قابل طرح است؟
۵. موانع اساسی موجود در ارائه دیپلماسی موفق فرهنگی ج.ا.ا در چه حوزه‌ها و زمینه‌هایی است؟
۶. راهکارها و راهبردهای متناسب با ضرورت‌های جهانی امروز در دیپلماسی فرهنگی برای مجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از دیدگاه محقق چیست؟

گفتار دوم: روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از جمله پژوهش‌های کاربردی است و برای بررسی مسائل و مشکلات حوزه دیپلماسی فرهنگی انجام شده است، در خلال این پژوهش، با تبیین و توصیف موضوعات این حوزه با روش فیش‌برداری از اسناد و مدارک کتابخانه‌ای و اینترنتی و گزارش‌های دستگاهی از یک‌سو و همچنین با تحلیل نظرات و مصاحبه‌های صاحب‌نظران و پژوهش‌های موجود در این حوزه سعی شده تا با رویکرد حل مسئله دست به نتیجه‌گیری بزنم و راه حل و پیشنهاد ارائه کنم.

از این‌رو این تحقیق یک تحقیق توصیفی-تحلیلی است. مصاحبه‌های انجام‌شده با رایزنان فرهنگی به دو بخش مصاحبه‌های مستقیم پژوهشگر و مصاحبه‌های انجام‌شده با رسانه‌ها تقسیم می‌شود. سعی شده، با گردآوری گزارش‌ها و راهکارهای ارائه‌شده در این حوزه توسط صاحب‌نظران و فراتحلیل آنها ارزیابی و نتیجه‌گیری نهایی صورت گیرد. ضمن اینکه در این پژوهش از دستاوردهای رساله دکتری محقق نیز بهره‌برداری شده است.

گفتار سوم: مفهوم شناسی

به‌طور کلی منظور از دیپلماسی فرهنگی تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت‌دادن و تأثیر گذاشتن بر مردم دیگر کشورها است. دیپلماسی فرهنگی با توجه به معنایی که از فرهنگ استنباط می‌شود، در دو مفهوم قابل تعریف است:

۱. **دیپلماسی فرهنگی به‌مثابه یک فرایند:** فرهنگ تعیین‌کننده‌ی مهمی است که نشان می‌دهد مردم چگونه یکدیگر را درک می‌کنند و با تفاوت‌های یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. در جایی که فرهنگ را امری مستقل و به‌نوعی فرابخش می‌دانیم دیپلماسی فرهنگی فرایند مؤثری است که در آن، فرهنگ یک ملت به جهان بیرون عرضه می‌شود و خصوصیات منحصر به فرد

فرهنگی ملت‌ها در سطوح دوجانبه و چندجانبه ترویج می‌گردد. البته خود فرهنگ نیز به دلیل این ارتباطات در حال تغییر است و نمی‌توانیم فرهنگ‌های نسبتاً ساکنی را تصور کنیم که خود را به‌منظور درک و تحسین به یکدیگر معرفی می‌کنند؛ بلکه فرهنگ در حال مواجه‌شدن، آمیختن و تغییر کردن است.

در عصر کنونی تأثیرگذاری فرهنگ در حوزه سیاست خارجی به‌حدی است که از فرهنگ به‌عنوان قدرت نرم در سیاست خارجی بحث می‌شود و عنوان دیپلماسی فرهنگی به آن می‌دهند که به معنای استفاده از ابزارها و مکانیسم‌های فرهنگی برای معرفی و انتقال فرهنگ و تمدن یک سرزمین به سرزمین و فرهنگ دیگر (اعم از دوست و دشمن) است. ریچارد آرمیتاژ، معاون اسبق وزارت امور خارجه آمریکا معتقد است؛ دیپلماسی منحصر به گفتگو با دوستان نیست، اگر توانستید با مردمی صحبت کنید که دوست نیستند آن نشانگر قدرت دیپلماسی شماست. (نقیب‌زاده، ۱۳۹۱)

۲. دیپلماسی به‌مثابه ابزار: درجایی که فرهنگ را در قالب یک بخش و آن را ابزاری برای تحقق سایر بخش‌ها و امری غیر مستقل و صرفاً بخشی می‌دانیم، دیپلماسی فرهنگی هنر و توانایی اجرای سیاست‌های فرهنگی توسط نمایندگان رسمی کشورها است. به تعبیر دیگر، مهارت و هنر اجرای برنامه‌های فرهنگی توسط دیپلمات‌ها، دیپلماسی فرهنگی نامیده می‌شود؛ بنابراین دیپلماسی فرهنگی استفاده از ابزارها، روش‌ها و سازوکارهای فرهنگی برای معرفی و ارائه تصویری خاص از یک کشور به کشور دیگر است. در این نگاه، دیپلماسی فرهنگی درواقع تأمین منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی است، چراکه تأثیرگذاری فرهنگ در حوزه سیاست خارجی به حدی است که فرهنگ به‌عنوان قدرت نرم در سیاست خارجی همان عنوان دیپلماسی

فرهنگی را به خود می‌گیرد.^۱

به تعبیر دکتر نقیب‌زاده حتی مهارت و هنر استفاده از توزیع بهینه بودجه تشخیص داده شده برای برنامه‌های فرهنگی توسط دیپلمات‌ها، دیپلماسی فرهنگی نامیده می‌شود. این برنامه‌ها یا فعالیت‌ها، خود ممکن است در خدمت اهدافی چون ایجاد صلح و ثبات جهانی، صدور فرهنگ‌ها و تقویت هویت ملی کشورها و جز این‌ها باشند. بنابراین به‌طور کلی منظور از دیپلماسی فرهنگی تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تأثیر گذاشتن بر مردم دیگر کشورها است. (همان)

۳. تعاریف و اصطلاحات

فرهنگ: در برداشتی موسع برگرفته از تعریف یونسکو در اجلاس ۱۹۸۲ مکزیکوسیتی، فرهنگ کلیتی ترکیب یافته از خصوصیات متفاوت روحی، مادی، فکری و احساسی است که شاخصه یک جامعه یا یک گروه می‌باشد. فرهنگ نه‌فقط هنرها و نوشتارها، بلکه حالات زندگی، حقوق بنیادی انسان، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورها را در بر می‌گیرد. (سلیمی، ۱۳۷۹: ۲۹)

فرهنگ را می‌توان هم در مفهوم موسع و هم در مفهوم مضیق آن تعریف کرد؛ در مفهوم مضیق شامل یکی از بخش‌های چهارگانه است، درحالی‌که در مفهوم موسع، فرهنگ دارای عمومیتی در بطن خود بوده و با توجه به بعد اختصاصی‌اش به انسان، همه ابعاد ساختار جامعه را در بر می‌گیرد.

منافع ملی: ارزش‌های مادی و معنوی که افراد یک ملت نسبت به آنها احساس تعلق، وابستگی و مالکیت نموده و در مقابل از آنها حساس

۱. و لذا در همین راستا است که می‌بینیم اوایما رئیس‌جمهور امریکا در پیام نوروزی سال ۸۹ خود در اوج جنگ‌طلبی لابی صهیونیستی از گسترش مراودات فرهنگی و انتقال دانشجویان ایرانی به کشورش استقبال می‌کند.

بوده و برای حفاظت از آنها حاضر به پرداخت هزینه می‌باشند. (حافظ نیا، ۱۳۸۵: ۱۰۰)

هویت ملی: مجموعه خصایص و ارزش‌های یک ملت است که افراد آن ملت نسبت به آن خودآگاهی یافته و به واسطه آنها احساس یگانگی و تعلق به همدیگر می‌کنند. (همان، ۱۴۹) استاد مطهری در کتاب خدمات متقابل اسلام و ایران می‌نویسد: «اگر هویت ملی را نوعی احساس ملی بنامیم تعریف آن عبارت خواهد بود از وجود احساس مشترک یا وجدان دسته‌جمعی در میان عده‌ای از انسان‌ها که یک واحد سیاسی یا ملت را می‌سازند.» (مطهری، ۱۳۷۲: ۲۲)

دیپلماسی عمومی: اصطلاح دیپلماسی عمومی نخستین بار در سال ۱۹۶۵ در آمریکا توسط ادموند گولیون؛ رئیس مدرسه حقوق و دیپلماسی فلچر در دانشگاه تافتز به کار گرفته شد و عبارت است از ارتباطات معطوف به منافع ملی یک کشور از طریق ارتباط با مردم خارج از مرزهای جغرافیایی. (هادیان و همکار، ۱۳۸۸: ۹۰) در فرهنگ واژگان روابط بین‌الملل سال ۱۹۸۷ وزارت امور خارجه ایالات متحده، دیپلماسی عمومی این‌چنین تعریف شده است: «دیپلماسی عمومی به برنامه‌های تحت تکفل دولتی برمی‌گردد که هدف آن‌ها مطلع کردن یا تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی در کشورهای دیگر است و وسایل اصلی آن عبارت‌اند از: انتشارات، سینما، مبادلات فرهنگی، رادیو و تلویزیون.»^۱ (پی.دی.آ.، ۲۰۰۸) دیپلماسی عمومی برنامه‌ریزی راهبردی، اجرای برنامه‌های آموزشی فرهنگی و اطلاع‌رسانی از سوی کشور حامی برای ایجاد کردن و تأثیر گذاشتن بر محیط افکار عمومی در کشور هدف است؛ به طوری که رهبران سیاسی کشور هدف را قادر به تصمیم‌گیری حمایت‌گرانه و

1. Public Diplomacy Alumni Association,

پشتیبانی از اهداف سیاسی خارجی کشور حامی می‌سازد. (آشنا و هفتخوانی، ۱۳۸۶: ۱۵۸) بنابراین اگرچه دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی مفاهیم متمایزی هستند، اما نمی‌توان آنها را کاملاً از هم جدا کرد.

دیپلماسی فرهنگی: دیپلماسی فرهنگی را می‌توان به مبادله ایده‌ها، مطالعات، هنر، نحوه زندگی، نظام ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات، به‌منظور دستیابی به مفاهیم مشترک و تقویت تفاهم‌نامه متقابل میان ملت‌ها و کشورها تفسیر نمود. (Cumings, 2003: 31) بنابراین در ادامه این فرآیند دیپلماسی فرهنگی را به‌طور خلاصه می‌توان تأمین منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی دانست.

دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ا: دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یکی از ابعاد سیاست خارجی تلاش و کوشش از پیش طراحی شده و سازمان‌یافته برای تأثیرگذاری بر برداشت‌ها، ادراکات، افکار، انگاره‌ها، ایده‌آل‌ها، ارزش‌ها، ایستارها باورهای سایر ملت‌ها از طریق تبیین و ترویج فرهنگ و تمدن ایرانی و شناخت درک واقعی از فرهنگ‌های دیگر به‌منظور تأمین و توسعه منافع ملی است. (دهقانی، ۱۳۸۹)

قدرت نرم: شاید کوتاه‌ترین تعریف در ادبیات سیاسی امروز همان توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران و قدرت برای جذب باشد. (نای، ۱۳۸۸: ۱۲۸) قدرتی که بدون اعمال فشار و تطمیع، دیگران را ترغیب به اجرای خواست خود می‌کند.

شاخص: شاخص، مفهوم یا عددی است که اندازه کمیت معینی را مشخص می‌نماید. (امانی و همکاران، ۱۳۵۴: ۹) اعتبار یک شاخص، بستگی به این دارد که آیا شاخص مزبور چنان ساخته شده که:

(الف) از ابتدا تردید و پرسشی راجع به همبستگی میان متغیرهای سازنده

و احتمالی ایجاد نشود؛

ب) شاخص بتواند متغیرهای سازنده خود را به درستی نشان دهد (شهادتی، ۱۳۶۷: ۷۶) از این رو مؤلفه‌های پیش‌بینی‌شده از یک پدیده با اثبات وجود همبستگی باهم و سهم مؤثر در شکل‌گیری پدیده، شاخص تلقی می‌شوند.

گفتار چهارم پیشینه تحقیق

امروزه دیپلماسی فرهنگی در جهان مدرن به ابزاری بدل شده که نقش تعیین‌کننده‌ای در سرنوشت بسیاری از رخداد‌های بین‌المللی دارد. به عبارت دیگر هر چه بیشتر بر اهمیت افکار عمومی و نقش آنها در هدایت دولت‌ها و حکومت‌ها تأکید کنیم، به همان میزان نیز باید بر اهمیت دیپلماسی عمومی و فرهنگی صحنه بگذاریم. از این رو پژوهش‌های متعددی نیز در این حوزه انجام شده که در قالب مقالات و کتاب به چاپ رسیده است. نگارش و تدوین این منابع در دهه اخیر سیر صعودی و تصاعدی داشته و اخیراً چند کتاب نیز به همین عنوان به رشته تحریر درآمده است. در اینجا به دو پژوهش و کتابی که مستقیماً دستاوردهایی در این ارتباط دارند به شرح زیر اشاره می‌کنیم:

۱. مقاله علمی پژوهشی «تأثیر دیپلماسی فرهنگی بر منافع ملی کشورها» نوشته خانم‌ها آذر خرازی و زهرا محمدوندی.

الف. سؤالات مقاله: سؤال اساسی این پژوهش این است که چرا دولت‌ها اطلاعات و ارزش‌های فرهنگی خود را در جامعه بین‌الملل منتشر می‌کنند و این که چرا آنها معتقدند که در صورت محقق شدن چنین امری، به منافع ملی خود دست خواهند یافت؟

ب. نتیجه مقاله: در این مقاله پژوهشی ضمن بررسی جایگاه دیپلماسی

فرهنگی در میان انواع دیپلماسی نوین، به بررسی مدیریت دیپلماسی فرهنگی در کشورهای مختلف به‌منظور تأمین منافع ملی مورد هدف این کشورها می‌پردازد. در این راستا، در این مقاله آمده است: در میان انواع دیپلماسی نوین اعم از دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی آموزش، دیپلماسی فرهنگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. دیپلماسی فرهنگی به کشورها اجازه می‌دهد که با استناد به عناصر کلیدی و نفوذ دولت‌های خود، به‌طور مستقیم با مخاطبان خارجی، به انضمام مردم معمولی و رهبران افکار، در ارتباط باشند. نفوذ بر روی توده‌های خارجی و آوردن آنها به صحنه بین‌المللی، به‌منظور فراهم آوردن فشار مؤثر به دولت‌های آنها، در نظر گرفته می‌شود. (خرازی و همکار، ۱۳۸۸)

۲. عنوان مقاله علمی پژوهشی «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی

ایران در منطقه خلیج فارس» نوشته آقای دکتر سیدجلال دهقانی.

الف. سؤالات مقاله: پرسش اصلی مقاله این است که تحولات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در کشورهای حوزه‌ی خلیج فارس چه بازتابی بر دیپلماسی فرهنگی ایران در این منطقه دارد؟

ب. نتیجه مقاله: این مقاله به نقش ابزارها و تجارت فرهنگی در پیشبرد اهداف دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه می‌پردازد و با اشاره به تلاش آمریکا برای تمرکز دیپلماسی عمومی خود علیه ایران، سیاسی-امنیتی شدن فرهنگ ایرانی در منظر تصمیم‌گیران و حاکمان کشورهای حوزه خلیج فارس، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های انقلاب اسلامی ایران را ارائه یک گفتمان جدید در حوزه سیاست معاصر می‌داند. همچنین با پرداختن به موانع دیپلماسی فرهنگی ایران، طرح آمریکایی خاورمیانه بزرگ را طرحی ماهیتاً فرهنگی برای ایجاد

تغییر و تحول در فرهنگ کشورهای منطقه و جلوگیری از گسترش اسلام سیاسی و بنیادگرایی در این منطقه برمی‌شمارد. از نظر وی تاریخ، فرهنگ و دین مشترک، حضور گسترده ایرانیان و شیعیان در کشورهای حوزه خلیج فارس را در کنار ظرفیت‌ها و قابلیت‌های بالای فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در حوزه فرهنگ، از فرصت‌های ارزشمند دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه به شمار می‌آید. (دهقانی، ۱۳۸۹)

۳. کتاب **دیپلماسی فرهنگی**، نوشته دکتر سیدرضا صالحی امیری و سعید محمدی، انتشارات ققنوس، ۱۳۸۹.

الف) محتوای کتاب: این کتاب در پنج فصل سازمان‌دهی شده است. فصل اول اختصاص به کلیات دارد و مفاهیم و مبانی فرهنگ و دیپلماسی فرهنگی مورد بررسی قرار داده است. در فصل دوم، تحت عنوان دیپلماسی فرهنگی، جهانی‌شدن (نظریه و رویکردها) به تشریح دیپلماسی فرهنگی و نظریات و رویکردهای مربوط به جهانی‌شدن پرداخته شده است. در فصل سوم، نهادهای فرهنگی بین‌المللی و مناسبات فرهنگی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته و سیاست‌های فرهنگی نهادهای فرهنگی بین‌المللی مثل یونسکو در این فصل واکاوی قرار شده است. در فصل چهارم با طرح مدیریت فرهنگی در حوزه دیپلماسی فرهنگی بحث مربوط به مدیریت، گستره و زوایای مختلف علم مدیریت در جهان متغیر امروزی، مدیریت فرهنگی و مدیریت در گستره تنوع و تفاوت‌های فرهنگی جهان مورد بررسی قرار گرفته است. در فصل پنجم «مدلی برای دیپلماسی فرهنگی و راهبردها» ارائه شده و برای تدوین مدل، شاخص‌های تحقق دیپلماسی فرهنگی را در هفت شاخص: عناصر مشترک (قربت‌های فرهنگی)، جغرافیای فرهنگی، ظرفیت‌های فرهنگی، تکنولوژی ارتباطات، دیپلماسی یا ارتباطات غیر رسمی، دیپلماسی یا ارتباطات رسمی

فرهنگی، سازمان‌های بین‌المللی فرهنگی مطرح نموده و سپس به راهبردهای کلان و عملیاتی برای موفقیت دیپلماسی فرهنگی پرداخته است.

ب) مفروضات و نتیجه: مفروض اصلی کتاب بر این پایه قرار دارد که از میان عناصر و مؤلفه‌های مؤثر در سیاست خارجی کشورها (سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی) هیچ‌کدام به‌اندازه عامل فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی پایدارتر و تأثیرگذارتر نیست. به اعتقاد نویسندگان کتاب، اهداف و منافع ملی می‌تواند با به‌کارگیری سرمایه فرهنگی به بزرگ‌ترین ظرفیت و فرصت ملی و بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران تبدیل شود و هیچ ظرفیتی نمی‌تواند به‌اندازه دیپلماسی فرهنگی برای تعامل اثربخش با جهان امروز کارآمد باشد.

۴. کتاب درآمدی بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، تألیف دکتر ابراهیم حاجیانی و حامد ایرانشاهی، انتشارات موسسه ابرار معاصر تهران، ۱۳۹۳.

الف. محتوای کتاب: این کتاب مجموعه از چند مقاله در زمینه ابعاد مختلف دیپلماسی فرهنگی است که با تعریف، مفهوم، ابعاد و ابزارهای مختلف دیپلماسی فرهنگی نقش و جایگاه و اثرگذاری آن را در سایر ابعاد دیپلماسی تعیین می‌کند و با نگاهی تطبیقی، سیاست‌ها و راهکارهای جمهوری اسلامی ایران را در این عرصه در مقایسه با برخی کشورهای موفق و سرآمد اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه ارزیابی نسبی می‌کند، همچنین با بیان چالش‌ها و موانع نظری و عملی موجود و فرصت‌ها و تهدیدها در نهایت به راهبردهایی در زمینه اصلاح و بهینه‌سازی سیاست‌ها و رویکردهای دیپلماسی فرهنگی کشورمان می‌پردازد.

ب) مفروضات و نتیجه: نویسندگان که دغدغه تبیین هرچه بهتر مفهوم و ابعاد دیپلماسی فرهنگی و نقش و جایگاه کشورمان در این زمینه را داشته‌اند،

در راستای ارزیابی دستاوردهای کشور مخاطبین دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران را در چهار گروه طبقه‌بندی می‌کنند: شیعیان سراسر جهان؛ مسلمانان غیر شیعه در سراسر جهان؛ ملل محروم و مستضعف در جوامع عقب‌مانده و کمتر توسعه‌یافته و مردم غیرمسلمان کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه؛ با توجه به برخی نشانه‌ها مثل اشاعه بی‌سابقه و روزافزون نمادها و آیین‌های خاص فرهنگ تشیع و تقویت حس همبستگی مذهبی میان شیعیان جهان فارغ از تفاوت‌های ملی و زبانی با محوریت و مرجعیت ایران، راهپیمایی چند میلیون نفری اربعین با وجود تمام مخاطرات، افزایش چشمگیر تعداد زائرین اماکن متبرکه شیعیان نتیجه می‌گیرند که دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در خصوص مخاطبین گروه اول کاملاً موفق بوده است؛ اما در مورد ارزیابی میزان موفقیت دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در میان سه گروه دیگر مخاطبین، ارزیابی دقیق و قانع‌کننده را به مطالعات دقیق و بی‌طرفانه موکول می‌کند.

پژوهش‌های انجام‌شده نوعاً با عنایت به ارتباط دیپلماسی فرهنگی با قدرت ملی، قدرت نرم و روابط بین‌الملل و حتی حوزه‌های دیگری چون فرهنگ و اقتصاد بوده است. در تحقیقات موجود معمولاً این موضوع را در ارتباط با موضوعات دیگر مورد بحث قرار داده‌اند و خود موضوع به‌صورت خاص و آن‌هم با توجه به دستگاه‌های فرهنگی و مأموریت آنها، کمتر مورد توجه نویسندگان بوده است. پرداختن به این موضوع با رویکرد کاربردی به‌نحوی که بتوان ارتباطی ملموس آن را با توجه فعالیت‌های وزارتخانه برجسته کرد و مورد تأکید و توجه قرار داد، کار جدیدی تلقی می‌شود که ما در این پژوهش به آن خواهیم پرداخت.

فصل دوم

ادبیات و مبانی نظری

گفتار اول: تاریخچه دیپلماسی فرهنگی

گفتار دوم: جایگاه دیپلماسی فرهنگی

گفتار سوم: دیپلماسی فرهنگی و ویژگی‌های آن

گفتار چهارم: ابعاد دیپلماسی فرهنگی

۱. بعد چيستی (ماهوی) دیپلماسی فرهنگی

۲. بعد کارآمدی دیپلماسی فرهنگی

گفتار اول: تاریخچه دیپلماسی فرهنگی

به‌طور کلی تبادل فرهنگی در خیلی از قسمت‌های تاریخ به‌طور ناگشودنی با روابط خارجی پیوند داشته است. این مطلب در هدایایی که رئیس‌جمهور دو طرف و نیز (از جمهوری‌های باستانی) و «کوبلای خان» به هم دادند، روشن شده است؛ اما امروزه جهانگردان، باستان‌شناسان، معلمان و هنرمندان همگی می‌توانند مثالی از سفرای غیر رسمی و سیاستمداران فرهنگی باشند. رابطه بین فرهنگ و سیاست به‌طور ناپایداری نهادینه شده است. (گروه دیپلماسی عمومی، فارس، ۹۰/۱۰/۶)

سند قرآنی لزوم تعامل فعال و دعوت به اسلام و خیر و صلاح مردم در سطوح حکمت، موعظه حسنه و جدال احسن بر اساس آیه ۱۲۵ سوره نمل و همچنین ارسال و استقبال رسولان و فرستادگان سیاسی در قصه بلقیس و سلیمان علیه‌السلام (آیه ۳۱ سوره نمل) حاکی از دیپلماسی فعال و دینی عهد قدیم و جدید به روایت قرآن کریم است، اما نخستین صورت‌های دیپلماسی اسلامی در قالب نمایندگی‌های موقت یا با نام امروزی آن «دیپلماسی پرنده» شکل گرفت. ویژگی بارز این نوع دیپلماسی در آن است که فرستاده یا رسول به رساندن نامه یا مأموریت موقت اقدام می‌کرد و بی‌درنگ پس از انجام مأموریت به‌سوی دولت اصلی باز می‌گشت. اولین نمونه‌های آن نامه‌هایی بود که پیامبر اعظم صل الله علیه و آله و سلم به پادشاهان و سران کشورهای بیگانه برای ابلاغ دین جدید و انجام فرمان خداوند فرستاد. (ابوالوفا، ۱۳۹۰: ۱۶)

به اعتقاد صاحب‌نظران این حوزه روابط فرهنگی قدمت چند هزارساله دارد؛ ولی می‌توان گفت تاریخ دیپلماسی فرهنگی به سبک امروزی به سال ۱۹۴۹ میلادی و با اعزام ۱۴ رایزن فرهنگی توسط دولت فرانسه به نقاط مختلف دنیا، گره می‌خورد. پس از آن کشورهای متعددی تمایل پیدا کردند که وارد این عرصه شوند و دیپلماسی فرهنگی را در خدمت منافع ملی خود که امنیت و اقتصاد، رکن‌های آن هستند، درآورند. به‌تدریج جایگاه دیپلماسی فرهنگی در

سیاست خارجی کشورها ارتقا پیدا کرد و به رکن اول و حتی مبنای سیاست خارجی آنان مبدل شد. می‌توان دیپلماسی عمومی را گفت‌وگوی دولت‌ها با دولت‌ها و دیپلماسی فرهنگی را ارتباط دولت‌ها با ملت‌ها و روابط فرهنگی را ارتباط ملت‌ها با ملت‌ها دانست. اصولاً در خدمت منافع ملی بودن، از مبنایایی است که می‌توان برای دیپلماسی فرهنگی فرض کرد، مثل آمریکا؛ اما این موضوع بر تمامی کشورها صدق نمی‌کند؛ مانند فعالیت شوری سابق که با دیپلماسی فرهنگی به دنبال تبلیغ ایدئولوژی سوسیالیستی و کمونیستی خود بود و یا عربستان که با فعالیت‌های فرهنگی‌اش به دنبال معرفی کشور عربستان سعودی، به معرفی وهابیت می‌پردازد. (ملکی، ۱۳۹۳/۷/۲۹)

از نظر کوین مالکای^۱ تلاش آمریکا در سال‌های دهه ۱۹۳۰ برای اتخاذ یک دیپلماسی مؤثر فرهنگی در آمریکای لاتین، سرآغاز یک حرکت مهم و بی‌نظیر در تاریخ دیپلماسی فرهنگی است که بعدها در سیاست خارجی آمریکا در سایر نقاط جهان نیز مورد توجه قرار گرفت. این ابتکار به‌طور مشخص در سال ۱۹۳۶ میلادی توسط آمریکا در کنفرانسی که در کشور آرژانتین برگزار شد، مطرح و در قالب کنوانسیون بوئنوس آیرس متبلور شد. (Mulcahy, 1999, 11) اصلی‌ترین نکته و راهکار در این سند تأکید بر نقش تبادل هیئت‌های فرهنگی متشکل از دانشجویان، دانشمندان، هنرمندان، اساتید دانشگاه‌ها و مؤسسات غیردولتی میان ایالات متحده و دیگر کشورها بود. تجربه‌ای که بعدها به‌ویژه در سال‌های دوران جنگ جهانی دوم و نیز در سال‌های پس از جنگ در سایر نقاط جهان به‌ویژه در اروپا نیز ادامه یافت. بعداً با ابتکار سناتور ویلیام فولبرایت، از ایالت آرکانزاس، دیپلماسی فرهنگی در چارچوب سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا به‌صورت لایحه‌ای به تصویب دولت رسید. این برنامه که بعدها به نام خود وی به برنامه فولبرایت^۲ معروف شد، طی پنجاه

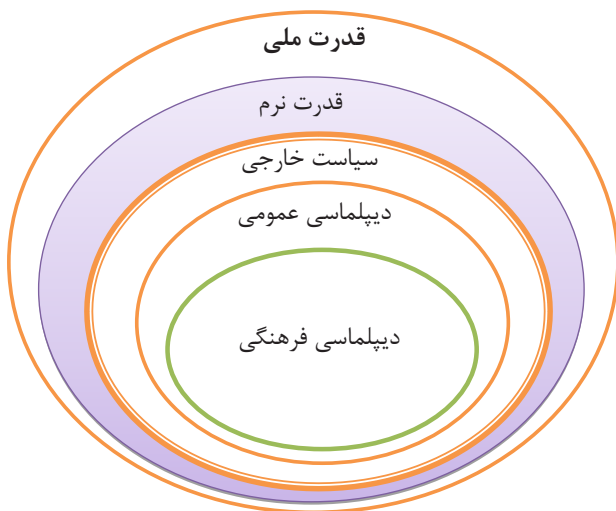
1. Kevin Mulcahy
2. Fulbright Program

سال حیات خود، یعنی تا سال ۱۹۹۶ میلادی، توانست امر تبادل حدود ۲۵۰۰۰۰ نفر در حوزه مبادلات فرهنگی میان آمریکا و سایر کشورهای جهان را میسر سازد. در حال حاضر دیپلماسی فرهنگی نقش مهمی در حوادث جهانی پیدا کرده و به‌عنوان یکی از اصول روابط بین‌الملل شناخته می‌شود. دیپلماسی فرهنگی یکی از جنبه‌های نرم تقابل سیاسی است که با جنبه‌های سخت مقررات، قراردادهای، تحریم‌ها، معاهده‌ها، گروه‌های چندجانبه و مسائل نظامی فرق دارد. البته دیپلماسی فرهنگی را نمی‌توان صرفاً در نقش منفی و تقابلی آن فعال دانست؛ بلکه با نگاهی به تاریخ گذشته و حال این حوزه، دیپلماسی فرهنگی را باید ابزاری کارآمد در خدمت سیاست خارجی و فرهنگ ملی کشورها به شمار آورد که بسته به شرایط و مقتضیات، منافع ملی کشور را با ایفای نقش خود دنبال می‌کند و بار ارزشی آن به تلقی و نگرش کشورهای مرتبط برمی‌گردد.

گفتار دوم: جایگاه دیپلماسی فرهنگی

مفاهیم دیپلماسی، دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی و مفاهیم مرتبط با آنها مثل سیاست خارجی و قدرت ملی و قدرت نرم و سخت با توجه به ارتباط، همپوشانی و همچنین تفاوت تمایزاتی که باهم دارند، حسب موضوع مورد بحث نیازمند نوع‌شناسی و گونه‌شناسی خاص خود است؛ اما با توجه به ارتباط تنگاتنگی که باهم دارند باز نمی‌توان به‌طور دقیق حدومرز مشخصی برای آنها تصور کرد. به‌عنوان مثال مفاهیم دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی و اقسام زیرشاخه‌های آن به‌گونه‌ای در ادبیات موجود به‌هم تنیده شده‌اند که قابل تفکیک و مرزگذاری نیستند. هرچند نوعاً دیپلماسی فرهنگی در گذشته ذیل دیپلماسی عمومی تعریف شده است، اما هرچه در ادبیات جدید و در حال شکل‌گیری در این حوزه پیش می‌رویم، دیپلماسی فرهنگی به شکل تمایز یافته‌ای در حال تفکیک از دیپلماسی عمومی است و به‌عنوان یک مقوله تخصصی در حال نضج گرفتن است.

شناخت جایگاه هر موضوع در مباحث مربوط و به‌ویژه رسم شکل و نمودار آن به ما کمک می‌کند تا درک بهتری از موضوع پیدا کنیم و قدرت تحلیل بهتری داشته باشیم. لذا صرفاً با توجه به ادبیات موجود، از نظر صاحب‌نظران روابط بین‌الملل و علوم سیاسی قدرت ملی و مؤلفه‌های آن با عوامل گوناگونی مرتبط است که تأثیرات متقابلی که بر یکدیگر می‌گذارند. این روابط و جایگاه‌ها در حیطه شمول قدرت ملی و مفاهیمی چون قدرت نرم، سیاست خارجی، دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان اجزایی از قدرت ملی کشورها قابل تعریف است که به‌صورت یک سیستم و کاملاً مرتبط به هم عمل می‌کند. این روابط که به‌صورت عام و خاص و به‌صورت طولی قابل تصور است را می‌توان به‌صورت شکل شماره یک ترسیم کرد و جایگاه دیپلماسی فرهنگی را در این منظومه به‌نوعی به تصویر کشید.



شکل شماره (۱): روابط قدرت ملی و دیپلماسی (دهقانی و رستگاری، ۱۳۹۴)

گفتار سوم: دیپلماسی فرهنگی و ویژگی‌های آن

فرانک نینکوویچ دیپلماسی فرهنگی را تلاش برای ارتقای سطح ارتباطات و تعامل میان ملل جهان با هدف طراحی و بنیاد نهادن تفاهم‌نامه‌ها و توافقاتی بر اساس ارزش‌های مشترک می‌داند (Ninkovich, 1996: 3) درحالی‌که در تعریف میلتون کامینگز، دیپلماسی فرهنگی عبارت است از مبادله ایده‌ها، اطلاعات، هنر، نحوه زندگی، نظام ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات به‌منظور دستیابی به مفاهیم مشترک و تقویت تفاهم متقابل میان ملت‌ها و کشورها. (Cummings, 2003: 1) در هر صورت دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان ابزاری کارآمد در روابط بین‌الملل و در مقایسه با سایر روش‌های ارتباط بین دولت‌ها از نظر برخی از صاحب‌نظران دارای ویژگی‌های زیر است:

۱. مواجهه‌شدن با مقاومت کمتر در جوامع و کشورهای مقصد: از آنجاکه فرهنگ و ابزارهای فرهنگی در بسیاری از موارد ضمیر ناخودآگاه مخاطبان خود را هدف قرار می‌دهد و با لطافت و ظرافت غیرمشهودی بر لایه‌های عمیق اذهان ایشان تأثیر می‌گذارد، لذا در مقایسه با سایر ابزارهای شایع در دیپلماسی، دیپلماسی فرهنگی با سهولت بیشتری و بدون مقاومت، در لایه‌های زیرین جامعه و با عمق بیشتری رسوخ می‌کند و بر جای می‌ماند.

۲. نبود لحن خصمانه و آمرانه در دیپلماسی فرهنگی در کنار جذابیت بیشتر و نامحسوس بودن اعمال آن: مخاطب قرار دادن جوامع و کشورهای دیگر، چه در سطح دولت‌ها و چه در سطح ملت‌ها، آنگاه‌که با ابزار قهرآمیز و لحنی آمرانه صورت گیرد، با مقاومت در هر دو سطح روبه‌رو می‌گردد و سرانجام، منجر به صرف هزینه بیشتر و مقبولیت و کارایی کمتر می‌شود.

۳. وجود فرصت بهتر برای حضور جدی‌تر و مجال بیشتری برای ایفای نقش مؤثرتر توسط بازیگران غیررسمی در دیپلماسی فرهنگی فراهم است: نهادهای مدنی و اشخاص حقیقی و حقوقی و بازیگران غیردولتی و غیررسمی حضور جدی‌تر و مجال بیشتری برای ایفای نقش مؤثرتر دارند و این به‌نوبه خود بر گستره حوزه مانور و دامنه تأثیرگذاری دیپلماسی فرهنگی در مقایسه با دیپلماسی کلاسیک سنتی می‌افزاید.

۴. دیپلماسی فرهنگی بیشتر به دنبال کشف، تعریف و ترویج ارزش‌ها و منافع مشترک است: تأمین منافع ملی در چارچوب ارزش‌ها و منافع مشترک دنبال می‌شود. بنابراین دیپلماسی فرهنگی برای مفاهیم بیشتر و بهتر میان کشورها به‌کار گرفته شود و به‌مرور زمان، منجر به پایه‌ریزی روابط عمیق و پایدار فرهنگی میان کشورها شود و این تعمیق، می‌تواند به حوزه‌های سیاسی و امنیتی هم تسری یابد.

۵. دیپلماسی فرهنگی می‌تواند خلاقانه‌تر، انعطاف‌پذیرتر و حتی فرصت‌طلبانه‌تر از دیپلماسی کلاسیک و سنتی در بسیاری از حوزه‌ها طراحی و اجرا شود: لذا می‌تواند عرصه ظهور همه ظرفیت‌های بالقوه و قابلیت‌های تاریخی، علمی و هنری یک کشور در حوزه‌هایی از قبیل ادبیات، شعر، سینما، موسیقی و سایر زیرشاخه‌های فرهنگ و هنر شود. (خانی، ۱۳۸۴) و با توجه به این ویژگی است که ملاحظه می‌کنیم زمانی که گونترگراس شعری را علیه جنایات اسرائیل در سرزمین‌های اشغالی منتشر کرد موجی از واکنش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی را در سراسر جهان برانگیخت و حتی کار به موضع‌گیری مسئولان برخی از کشورها از جمله مسئولان رژیم صهیونیستی نیز کشید. (زاهد، ۱۳۹۲)

گفتار چهارم: ابعاد دیپلماسی فرهنگی

به‌طور کلی دیپلماسی فرهنگی را می‌توان با دو بعد ماهوی و کارکردی تصویر کرد که در یکی پاسخ پرسش‌های چیستی و ماهیت و در دیگری پاسخ کارکرد و اثرات آن در محیط یافت می‌شود.

۱. بعد چیستی (ماهوی) دیپلماسی فرهنگی

شناخت داشته‌های فرهنگی خود و سپس معرفی آن به سایر جهانیان از طریق یک دیپلماسی قوی و کارآمد فرهنگی در مراتب بعدی، دارای اجزای مختلفی است که در این حوزه اختصاص به کشور خاصی ندارد و عموماً دیپلماسی فرهنگی همه کشورها را شامل می‌شود.

۱/۱. پیام دیپلماسی: مجموعه فرایند دیپلماسی فرهنگی برای تحقق و در صورت موفقیت، ابزاری است برای انتقال پیام دیپلماسی. این پیام می‌تواند ایدئولوژیک، سیاسی، اقتصادی یا موارد دیگر باشد. آنچه مسلم است پیام‌های متعدد و متنوع دیپلماسی فرهنگی باید در قالب سیاست خارجی و در راستای منافع ملی باشد. این پیام‌ها به‌صورت کدهای فرهنگی و در قالب مقاصد مختلف با ابزارها و روش‌های متناسب با کمک عوامل و مجریان دیپلماسی فرهنگی به اجرا در می‌آیند. تصویرسازی متناسب با سیاست خارجی و مبتنی بر منافع ملی با انتقال و حمل صحیح این پیام‌ها صورت می‌گیرد.

بدیهی است در این راستا ایران به‌عنوان کشوری که دارای تاریخ و پیشینه فرهنگی بسیار طولانی بوده و بنیان‌گذار یکی از نخستین امپراتوری‌های تاریخ بشر بوده است و همواره نقش مهم و به‌سزایی در تاریخ تمدن و فرهنگ بشر ایفاء نموده است بتواند با پیام‌های جذاب و مؤثر جوامع مخاطب را تحت تأثیر خود قرار دهد، چراکه از جمله نکات قابل توجهی که کشورها درباره دیپلماسی

فرهنگی مورد ملاحظه قرار می‌دهند چگونگی تفکر دیگر کشورها نسبت به آن کشور است. به‌گونه‌ای که چنانچه کشوری از سوی افکار عمومی کشور دیگر به دیده منفی نگریسته شود از قدرت نرم آن کاسته می‌شود و محتوای قابل انتقالی باقی نخواهد ماند، در صورتی‌که در این رویکرد از سوی کشورهای مخاطب نگاه مثبت وجود داشته باشد بخش اول انتقال پیام که زمینه مساعد جذب پیام باشد به‌خوبی شکل گرفته است.

۱/۲. ابزار و شیوه اجرای دیپلماسی: استفاده از شیوه‌ها و ابزارهای مناسب انتقال پیام بسته به مخاطبین و شرایط آنها متفاوت است و می‌تواند طیف وسیعی از وسایل را اعم از تکنولوژی‌های نوین تا همایش‌ها و سمینارها، فیلم و سینما و ارائه خدمات فرهنگی-اجتماعی، آموزشی و ... را در بر گیرد. پرواضح است که در اختیار گرفتن رسانه‌های نوین و معتبر و راه‌اندازی شبکه‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی نظیر شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های نوشتاری و بهره‌گیری از آنها در جهت رساندن پیام و آگاه‌سازی افکار عمومی دنیا در سطح جهان در عرصه فرهنگ از ابزارهای مؤثر امروزی است.

۱/۳. عوامل اجرای دیپلماسی: به‌کارگیری عوامل رسمی و غیر رسمی اجرای دیپلماسی فرهنگی اعم از مقامات رسمی، هنرمندان، ورزشکاران و دانشمندان علوم مختلف، هریک می‌توانند حامل و ناقل پیام‌های دیپلماسی در قالب‌های خاص باشند؛ قالب‌هایی که با تخصص عوامل و افسران این عرصه تعیین می‌شود و در مجراهای منتخب جاری می‌شود. پیشینه تاریخی کشور ایران مملو از نام‌های بزرگی است که هرکدام در زمینه‌ای از فرهنگ و تمدن خدمات بی‌شماری را به فرهنگ جهانی ارائه نموده‌اند و ایران به‌عنوان مهد و زادگاه سبک نوینی از ادبیات، معماری، پزشکی و بسیاری دیگر

از دانش‌های بشری و دانشمندانی بوده است که آثار متعدد و پرشماری را از خود به یادگار نهاده‌اند، اما این پیشینه بدون این بعد از دیپلماسی فرهنگی و متخصصین ورزیده معاصر و موفق، نمی‌تواند تداعی‌کننده گذشته درخشان و زمینه‌ساز برای زمان حال و انجام مأموریت‌های فرهنگی کنونی باشد.

۱/۴. برنامه‌های دیپلماسی: هدف اساسی دیپلماسی فرهنگی، ارائه دیدگاه روشن و موجه نسبت به فرهنگ ارزشی و رفتاری نظام برای بازیگران مختلف عرصه بین‌الملل شامل: دولت‌ها، سازمان‌های دولتی بین‌المللی و غیر دولتی، نهادهای جوامع مدنی و افکار عمومی است و همواره نفوذ و اثرگذاری را باید دو هدف اصلی دیپلماسی فرهنگی در برنامه‌های مختلف برشمرد. (آدینه‌وند، ۱۳۹۰) اما هر هدفی و در هر قالبی نیازمند سازوکارهای اجرایی است که ابعاد پیامی، روشی و عاملیت اجرا را به هم پیوند می‌دهد. این پیونددهنده زمان‌بندی شده را در ادبیات مدیریت راهبردی، برنامه‌های دیپلماسی فرهنگی اعم از برنامه‌های فعال و پیشدستانه می‌نامیم. در عمل، پیشبرد اهداف فرهنگی و دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی بدون این بعد از دیپلماسی فرهنگی ابتر و ناکارآمد است.

۲. بعد کارآمدی دیپلماسی فرهنگی

ابعاد ماهوی دیپلماسی فرهنگی در صورتی که با ترکیب و تناسبی شایسته تنظیم و به اجرا در آیند، طبعاً نتایج خوبی را به همراه خواهند داشت و در غیر این صورت مجموعه مراحل و فرایندهای این بخش عملکرد خوبی را نشان نمی‌دهند. کارآمدی دیپلماسی فرهنگی را در نتایج آن از نظر سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی می‌توان دریافت.

۲/۱. **به‌عنوان قدرت نرم:** دیپلماسی فرهنگی هم مؤلفه‌ای از قدرت نرم است و هم به‌کارگیرنده قدرت نرم. از دیدگاه نظریه‌پردازان روابط بین‌الملل، دیپلماسی فرهنگی نمونه بارز اعمال قدرت نرم است. در تقسیم‌بندی ابزارهای سیاست خارجی، اقتصاد و فرهنگ دو پایه اصلی در دیپلماسی به‌شمار می‌روند، که فرهنگ ابزاری نافذتر و منعطف‌تر است. در بررسی سیاست خارجی جمهوری اسلامی، فرهنگ، ایدئولوژی و مذهب مهم‌ترین معیارهای تدوین و اجرای دیپلماسی می‌باشند.

قدرت نرم، زمانی می‌تواند تولید گفتمان‌سازگاری کند یا افکار عمومی را مثبت نماید که مستلزم قدرت سخت نباشد و بتواند به‌دوراز محدودیت‌ها و امرونی‌های قدرت سخت، در شرایط و فضای آزاد، تولید گفتمان محلی، منطقه‌ای و فراملی نماید و با سهولت، پیام خود را به افکار عمومی جهانیان برساند. نکته قابل توجه، آن است قدرت نرم (قدرت فرهنگی) به معنای تخصصی کردن، علمی کردن و عقلانی نمودن حوزه قدرت در همه عرصه‌هاست. (مشفق، ۱۳۸۶: ۴)

۲/۲. **دانشی بودن دیپلماسی فرهنگی:** دیپلماسی فرهنگی صرف نظر از اینکه یکی از ابزارهای سیاست خارجی است از منظری دیگر مجموعه‌ای از پارادایم‌ها و مؤلفه‌هایی است که دانش و مهارتی را رقم می‌زند. این دانش از علوم راهبردی است که در سیاست و حکومت جایگاه ویژه‌ای دارد. این کارکرد دیپلماسی فرهنگی باعث تغییر و تحول در نحوه بروز و ظهور در شرایط و مقاطع مختلف زمانی و در نتیجه رشد دیپلماسی فرهنگی می‌شود و لذا حسب شرایط می‌تواند به حداکثر بهره‌وری خود برسد.

۲/۳. **حامل و ناقل دیپلماسی فرهنگی بودن:** دیپلماسی فرهنگی محملی است برای انتقال ارزش‌ها و فرهنگ یک کشور به دیگر کشورها با کمیت و کیفیت متفاوت. کیفیت این انتقال می‌تواند با توجه به شرایط مخاطب و

نحوه ارائه و انتقال به دو شکل کاملاً متمایز صورت گیرد. دیپلماسی فرهنگی در حداقل کارکرد خود عهده‌دار انتقال ارزش‌های فرهنگی یک ملت است. ارزش‌هایی که می‌تواند به‌رغم تولید علم و فراگیری، در رفتار مخاطب مؤثر نباشد و صرفاً زمینه‌ساز و مساعدکننده شرایط برای سایر امور باشد؛ اما در کارکرد حداکثری، دیپلماسی فرهنگی ارزش‌های یک ملت را علاوه بر انتقال در مخاطب رسوخ و نفوذ داده و باعث تغییرات رفتاری و ایجاد نگرش موافق می‌شود. از این‌روست که عاملان اجرای دیپلماسی فرهنگی در صورتی که حاملان این قدرت نرم باشند می‌توانند این قدرت فرهنگی را علاوه بر انتقال به مخاطب، موجب حمل (انتقال توأم با باور) آن نیز بشوند؛ حمله‌ای که بدون تحمیل و با میل و رغبت پذیرنده همراه بوده و عقل عملی مخاطب را درگیر نموده و منجر به اراده‌ای جدید خواهد شد.

فصل سوم

دیپلماسی فرهنگی در جهان امروز

گفتار اول: دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده امریکا

گفتار دوم: دیپلماسی فرهنگی فرانسه

گفتار سوم: دیپلماسی فرهنگی انگلستان

گفتار چهارم: دیپلماسی فرهنگی ژاپن

گفتار پنجم: دیپلماسی فرهنگی چین

گفتار ششم: دیپلماسی رسانه‌ای قطر؛ «الجزیره»

غالب کشورها به‌ویژه کشورهای پیشرفته و به‌عبارتی جهان اولی دنیا، دیپلماسی فرهنگی را در دستور کار خود دارند و از مواهب آن استفاده کرده و سیاست خارجی خود را به کمک آن به‌پیش می‌برند که ذیلاً به‌طور مختصر به برخی از این تجارب می‌پردازیم.

گفتار اول: دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده امریکا^۱

۱. **تاریخچه:** از سال ۱۹۴۶ تاکنون برنامه‌های آموزشی و تبادل، عنصر مهمی از دیپلماسی عمومی ایالات متحده بوده و اکنون نیز توسط دفتر امور فرهنگی و آموزشی وزارت خارجه تنظیم می‌شود. این برنامه‌ها شامل برنامه تبادل فول‌برایت، برنامه بازدیدکنندگان بین‌المللی، برنامه‌های تبادل شهروندی، برنامه‌های آموزش زبان انگلیسی و برنامه‌های فرهنگی می‌شوند. مولکاهی در مطالعه خود درباره دیپلماسی فرهنگی و برنامه‌های تبادل آن بین سال‌های ۱۹۳۸ تا ۱۹۷۸، به‌طور مستند نشان می‌دهد که چگونه دیپلماسی فرهنگی آمریکا با هدف مقابله با فعالیت‌های فرهنگی نازی و کمونیستی به وجود آمد. (Mulcahy, 1999)

قانون بحث‌برانگیز تبادل اطلاعاتی و آموزشی ایالات متحده سال ۱۹۴۸، که به‌عنوان قانون اسمیت‌موندت نیز شناخته شده است، تبلیغات سیاسی را قانونی، اما استفاده داخلی از آن را ممنوع کرد.^۲ ترومن، رئیس‌جمهور آمریکا، در سال ۱۹۵۰ «عملیات تبلیغاتی حقیقت» را برای مبارزه با تبلیغات سیاسی کمونیسم راه‌اندازی کرد. در سال ۱۹۵۳، آیزنهاور رئیس‌جمهور وقت، دستور ایجاد آژانس اطلاعاتی ایالات متحده را صادر کرد. درحالی‌که مسئولیت اجرای تبلیغات سیاسی مخفی به سی‌آی‌ای داده شده بود، یواس‌آی‌ای باید برنامه‌های

۱. غالب مطالب این بخش به نقل از مقاله دکتر فؤاد ایزدی با موضوع دیپلماسی عمومی آمریکا آمده است.

2. U.S Information and Educational Exchange Act of 1948: 1948

ارتباطات عمومی مانند پخش بین‌المللی رادیو-تلویزیونی و برنامه‌های دفترهای فرهنگی و اطلاع‌رسانی ایالات متحده در کشورهای خارجی را مدیریت می‌کرد. (wang, 2007: 21-30)

۲. نهادینه‌سازی: بروز جنگ سرد، انتقال فرهنگی را به‌عنوان یک عنصر مهم در سیاست خارجی ایالات متحده نهادینه کرد، چیزی که از آن به دیپلماسی فرهنگی تعبیر می‌شود. از طریق تبلیغات سیاسی فرهنگی، ایالات متحده سعی در ترویج سبک زندگی آمریکایی، تجلیل از ارزش‌ها و راه و رسم لیبرال دموکراسی و دفاع از سرمایه‌داری مصرفی داشت. (Gienow, 2002) ظهور صنایع فرهنگی و بنگاه‌های رسانه‌ای فراملی در دوره پس از جنگ جهانی اول، یک جریان مداوم یک‌سویه از محصولات فرهنگی را به سمت جهان سوم به راه انداخت. این اقدامات از آنچه نای آن را «قدرت نرم» می‌نامد، بهره گرفتند. (Nye, 2004) استفاده از رسانه‌های جمعی به‌عنوان وسیله‌ای برای انتقال فرهنگی را می‌توان برای ایالات متحده، به‌عنوان عنصری از حمایت و ترویج طرح‌های دموکراتیک‌سازی، به‌مثابه ابزاری برای جلوگیری از پیشروی کمونیسم یا اسلام‌گرایی ضدآمریکایی در کشورهای جهان سوم تحلیل کرد.

با توجه به اینکه کمیسیون مشاوره در امور دیپلماسی عمومی آمریکا^۱ دیپلماسی عمومی را به‌مثابه فرایند «اطلاع‌رسانی، تعامل و تأثیرگذاری بر مردمان کشورهای خارجی به‌گونه‌ای که بتوانند در مقابل، حکومت‌های خود را ترغیب کرده تا از سیاست‌های کلیدی ایالات متحده حمایت کنند»، تعریف می‌کند. (U.S.ACPD: 2005)^۲ ایالات متحده آمریکا پس از حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، بیش‌ازپیش، از دیپلماسی عمومی برای برون‌رفت از مشکلات

1. (The U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy, 2005)

2. The U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy

سیاست خارجی خود و با هدف جذب افکار عمومی جهان و به خصوص ملل مسلمان برای همراهی با سیاست‌هایش استفاده کرده است.

هم‌اکنون برای بسیاری از مقامات رسمی وزارت خارجه آمریکا و مسئولان سیاست خارجی این کشور شک و تردیدی در خصوص تأثیر مستقیمی که دیپلماسی فرهنگی می‌تواند بر منافع ملی ایالات متحده آمریکا داشته باشد، وجود ندارد. (Federal Register, 2004) برای آمریکایی‌ها اینک زمان استفاده از همه ابزارها در جنگ میان عقیده‌ها فرا رسیده است. از دیپلماسی عمومی گرفته تا عملیات جنگ روانی و استفاده و حتی سوءاستفاده از ابزارهای اطلاع‌رسانی. آمریکایی‌ها بر آن‌اند که با استفاده از همه روش‌های بالا بر رقبا و دشمنان خود پیروز شوند و برای عملیاتی کردن ایده دیپلماسی فرهنگی و جنگ رسانه‌ای خود به حربه‌ای کاملاً جدید و غیرمعارف در عراق روی آورده‌اند و آن تهیه مقالات توسط کارشناسان آمریکایی و پرداخت پول به مطبوعات عراق برای ترجمه و نشر این مقالات بوده است. (Jaiko, 2005)

۳. جنگ نرم: آمریکا در طول جنگ سرد با عنایت به اهمیت ابزار دیپلماسی فرهنگی بیشترین استفاده مؤثر را از ابزار اطلاعات و فرهنگ در تخریب رقیب خود انجام داده است. یا آژانس اطلاعات ایالات متحده^۱ بزرگ‌ترین بنگاه رسمی و مستقلی بود که متولی کار فرهنگی در عرصه سیاست خارجی آمریکا محسوب می‌شد؛ با این‌همه، در سال ۱۹۹۹م. دولت آمریکا این آژانس را منحل و آن را در سایر زیربخش‌های وزارت خارجه ادغام کرد و مهم‌ترین دلیل این اقدام را پایان جنگ سرد و به سر آمدن تاریخ مصرف آن عنوان کرد. این آژانس در پایان دهه ۹۰م. قریب ۱۹۰ شعبه و دفتر در ۱۴۰ کشور جهان داشت و بودجه‌ای معادل ۱/۲ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده بود. (ibid Jaiko)

بسیاری از مهم‌ترین و حساس‌ترین سیاست‌های کلان کشوری چون آمریکا در زمینه‌های داخلی و بین‌المللی در صنعت سینمایی این کشور بازتاب و نمود داشته و اتفاقاً اثرگذاری قابل‌توجهی را نیز بر جامعه هدف خود دارد. طی سال‌های گذشته و با شدت گرفتن اختلاف‌های این کشور و متحدانش با جمهوری اسلامی ایران رفته‌رفته شاهد ظهور فیلم‌های ضد ایرانی و بعضاً ضد اسلامی در سینمای هالیوود هستیم. فیلم‌هایی چون ۳۰۰ و آرگو که با سرمایه‌گذاری‌های قابل توجه ساخته شده و دست بر قضا با استقبال خوبی نیز در جامعه آمریکا و همچنین میان منتقدان و جشنواره‌های سینمایی جهان همراه می‌شوند. (زاهد، ۱۳۹۲)

۴. **قدرت نرم:** امروز دانشگاه هاروارد از نظر شهرت و اعتبار بهترین دانشگاه دنیا معرفی می‌شود، این دانشگاه در سال ۱۶۳۶ تأسیس شد و قدیمی‌ترین دانشگاه آمریکا به شمار می‌رود. این دانشگاه دارای ۲۰ هزار و ۱۵۰ دانشجو است که یک‌چهارم دانشجویان آن را دانشجویان بین‌المللی تشکیل می‌دهند. نظام کتابخانه‌ای این دانشگاه متشکل از ۷۹ کتابخانه و بزرگ‌ترین نظام کتابخانه‌ای جهان است. در میان فارغ‌التحصیلان دانشگاه هاروارد نام ۸ رئیس‌جمهور، ۱۵۰ برنده جایزه نوبل، ۱۳ برنده جایزه تورینگ و ۶۲ میلیارد در قید حیات درج شده است. رئیس بخش علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شیراز می‌گوید: برخلاف سایر دانشگاه‌های ممتاز، دانشگاه هاروارد در رشته‌های هنر و علوم انسانی مانند علوم مهندسی برتر است، به‌گونه‌ای که در رتبه‌بندی تایمز در سال ۲۰۱۶ این دانشگاه در رشته‌های موضوعی هنر و علوم انسانی رتبه دوم جهان را از آن خود کرد. (مهرداد، ۱۳۹۵/۳/۲۵)

ظریف وزیر امور خارجه فعلی ایران در ایالات متحده درس خوانده و ۳۰ سال در آنجا زندگی کرده است. او مدرک دکترای خود در حقوق بین‌الملل را

از دانشگاه دنور، در دانشکده‌ای که حالا به نام پدر مادلین آلبرایت است و از شهری که جان کری در آن متولد شده، دریافت کرده است. شرمین معاون فعلی وزیر امور خارجه آمریکا نقل می‌کند؛ کری در طول مذاکرات هسته‌ای با ایران بر تأثیرات ایجاد رابطه شخصی با طرف مقابل واقف بود، در سطح کارشناسان هم بین هر دو طرف روابط شخصی شکل گرفت. او به‌عنوان نمونه به «ارنست مونیز» وزیر انرژی آمریکا و علی‌اکبر صالحی رئیس سازمان انرژی اتمی که هر دو فارغ‌التحصیل دانشگاه «ام‌آی‌تی» هستند اشاره می‌کند. «وندی شرمین» معاون سابق وزیر خارجه آمریکا در نشست‌هایی که اخیراً در اندیشکده «بیکر» دانشگاه «رایس» برگزار شد، به تشریح جزئیات و پشت‌صحنه‌های کمتر مطرح شده مذاکرات هسته‌ای با ایران پرداخته است. (شرمین، فارس، ۱۳۹۵/۲/۲۲)

گفتار دوم: دیپلماسی فرهنگی فرانسه

از دیدگاه وزارت امور خارجه فرانسه، این کشور همواره یک التزام تاریخی و پایدار نسبت به ترویج فرهنگ فرانسوی به‌عنوان یکی از عوامل مهم در سیاست خارجی خود داشته است. گفتگو و مناظره در حوزه تعاملات فرهنگی با کشورهای اروپایی به‌طور خاص و با سایر کشورهای جهان به‌طور عام، از مؤلفه‌های اصلی دیپلماسی فرهنگی فرانسه محسوب می‌شود. (اشتاین کامپ^۱، ۱۳۸۸)

۱. **تاریخچه:** از زمان سلطنت لودویگ چهاردهم و وزیر خارجه آن، باتسیت کولبر، دیپلماسی پاریس همواره از درخشش فرهنگ، زبان و ادبیات فرانسه بهره گرفته تا ادعای خود مبنی بر جایگاه خاصش در بین دیگر کشورها را پیش ببرد. از این‌رو، به‌خصوص از قرن ۱۹ به بعد فرانسه خود را مهد روشن‌فکری و انقلاب و در نتیجه ترازوی جهانی حقوق بشر معرفی می‌کند.

فرانسه در قرن ۱۹ با تأسیس سازمان «اتحاد فرانسه»^۱ به‌عنوان سازمان مرکزی زبان‌آموزی در خارج و شماری موسسه باستان‌شناسی در شهرهایی چون آتن و قاهره، دیپلماسی فرهنگی خود را در مفهوم امروزی آن پایه‌ریزی کرد. این روند در قرن ۲۰ هم ادامه یافت و فرانسه در آغاز این قرن اولین بخش (بسیار کوچک) فرهنگی خود در وزارت امور خارجه (۱۹۰۹) و اولین مؤسسات فرهنگی فرانسه^۲ را در مادرید (۱۹۰۹)، فلورانس (۱۹۰۹)، لندن (۱۹۱۰) و سنت‌پترزبورگ (۱۹۱۴) تأسیس نمود. در فاصله زمانی بین دو جنگ جهانی، این کشور نخستین مدارس خود در خارج را افتتاح کرد و وزارت خارجه فرانسه در سال ۱۹۲۲ دبیرخانه‌ای را برای هنرهای زیبا^۳ تأسیس نمود.

بعد از جنگ جهانی دوم، دیپلماسی فرهنگی جدی‌تر شد. از نشانه‌های آغازین این دیپلماسی، تأسیس مدیریت کل روابط فرهنگی در وزارت خارجه در سال ۱۹۴۵ و اعزام رایزن فرهنگی به تمام سفارت‌خانه‌های فرانسه در جهان بود. بعدها و در زمان جمهوری پنجم به رهبری دوگل، دیپلماسی فرهنگی به نوک پیکان سیاست خارجی فرانسه تبدیل شد که تا به امروز و در تمام دوره‌های ریاست جمهوری بعد از دوگل دست‌نخورده باقیمانده و گرایش سیاسی رؤسای جمهور، تأثیری بر روی آن نگذاشته است. (اشتاین کامپ، همان)

۲. دیپلماسی زبانی - فرهنگی فرانسه: عمده‌ترین شیوه‌های دیپلماسی اعمال شده توسط این کشور بدین‌صورت است: اعزام مبلغان مذهبی، تأسیس مدارس، مراکز آموزش عالی و کانون‌های فرهنگی فرانسوی‌زبان، در کشورهای مختلف؛ تأسیس نمایندگی‌های دیپلماتیک و کنسولی در سفارت‌خانه‌ها و تأسیس اداره کل روابط فرهنگی جهت انجام فعالیت‌های فرهنگی در

1 . Alliance Franc, aise.1883

2 . Instituts Franchise.

3 . Sous-Secretariat d, Etat aux Beaux-Arts

ضمن فعالیت‌های مرسوم دیپلماتیک؛ تأسیس مؤسسات علمی و پژوهشی؛ اعزام هیئت‌های باستان‌شناسی؛ تأسیس بیمارستان و مراکز خدمات درمانی و اعزام گروه‌های پزشکی؛ اعطای بورس‌های مختلف تحصیلی؛ تحصیل در قالب قراردادهای مشترک و در چهارچوب کنوانسیون‌های پژوهشی و آموزشی میان دانشگاه‌ها و مؤسسات فرانسوی با مراکز مشابه در سایر کشورها؛ انجام پژوهش‌های مشترک^۱؛ تأسیس زبانکده‌ها و مراکز آموزش زبان فرانسه در کشورهای مختلف تحت نظارت و اشراف اساتید مجرب فرانسوی‌زبان؛ تأسیس رشته زبان و ادبیات فرانسه و رشته‌هایی هم‌چون علوم سیاسی، حقوق و مدیریت با محوریت زبان فرانسه در کشورهای مختلف؛ تأسیس انجمن‌ها و محفل‌های ادبی و هنری، خانه‌های فرهنگ و نمایشگاه‌های عرضه مصنوعات فرهنگی و صنعتی در کشورهای مختلف؛ تأسیس کتابخانه و کمک به تجهیز کتابخانه‌های ملی و دانشگاهی؛ همکاری با سازمان‌ها و مؤسسات اداری، فرهنگی، قضایی، صنعتی، تجاری، کشاورزی در کشورهای مختلف؛ بهره‌گیری از تکنولوژی‌ها و محصولات متنوع رسانه‌ای هم‌چون ماهواره‌ها، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، کتب و نشریات علمی و برنامه‌های سرگرمی؛ سرمایه‌گذاری در تولید اقلام رسانه‌ای هم‌چون فیلم‌های سینمایی و سریال‌های تلویزیونی و ترجمه آنها به زبان‌های مختلف و پخش آنها با زیرنویس و دوبلاژ به زبان فرانسه در رسانه‌های ملی و محلی کشورهای استفاده‌کننده؛ حمایت از سینماگران و هنرمندان کشورها برای تولید فیلم‌های متناسب با ارزش‌های فرهنگی جامعه فرانسه؛ ایجاد اتحادیه‌های هم‌زبانان؛ انتشار مطبوعات فرانسوی‌زبان در کشورهای مختلف؛ جذب مهاجران خارجی در قالب صنعت توریسم و نفوذ از طریق سازمان‌های غیردولتی داخلی و شرکت‌های چندملیتی. (نای، ۱۳۸۳: ۳)

البته گسترش زبان و فرهنگ فرانسه را نباید هدف غایی دیپلماسی فرهنگی

این کشور برشمرده؛ چراکه پاریس از این گسترش، اهداف نظامی، سیاسی و اقتصادی خاصی را دنبال می‌کند. به‌عنوان ابزارهای غیرقابل چشم‌پوشی توصیف یک کشور از خود، کشوری که همچنان خود را بر اساس هویت فرهنگی و زبانی‌اش تعریف می‌کند، دیپلماسی فرهنگی تا حد زیادی در خدمت تثبیت جایگاه فرانسه در جامعه بین‌المللی و نهادهای وابسته به آن و مطرح ساختن پاریس نزد آنها است. اگر تا پیش‌ازین، منافع فرهنگی و سیاسی به‌سختی از یکدیگر تفکیک‌پذیر بودند، امروزه و در عصر دیپلماسی نرم، اختلاط این منافع با یکدیگر آن‌قدر افزایش یافته که برنارد کوشنر شخصاً برای افتتاح موسسه فرهنگی فرانسه^۱ راهی اربیل در بخش کردستان عراق می‌شود. به‌طور کلی استفاده فرانسه از زبان و فرهنگ غنی‌اش به شکل هدفمند، به‌عنوان ابزار دیپلماسی به بخشی سازنده از سیاست خارجی آن تبدیل شده و تفاهمی ملی بر سر این موضوع، چه در طبقه سیاسی و چه در بین مردم عادی وجود دارد. (اشتاین کامپ، همان)

۳. وضعیت کنونی: دیپلماسی فرهنگی کنونی فرانسه مملو از تجارب و نهادهای مرتبط با آن است، اهمیت زیاد دیپلماسی فرهنگی برای سیاست خارجی فرانسه از آنجا مشخص می‌شود که این کشور از گسترده‌ترین شبکه متشکل از مؤسسات فرهنگی، مانند مدارس خارجی یا زبان در دنیا سود می‌برد و با بودجه‌ای بیش از یک میلیارد یورو، بسیار بیشتر از بودجه کشورهای قابل قیاس با فرانسه، برای کار فرهنگی اختصاص داده است. مسئولیت اصلی دیپلماسی فرهنگی با وزارت امور خارجه و در داخل این کشور با مدیریت کل توسعه و همکاری بین‌المللی که در سال ۱۹۹۸ از ادغام وزارت کمک‌های خارجی با وزارت کمک‌های توسعه‌ای به وجود آمد است. در کنار آن،

1 . Institut Franc, aise

وزارتخانه‌هایی، چون وزارت فرهنگ، وزارت آموزش و پرورش و وزارت آموزش عالی تا حد زیادی در دیپلماسی فرهنگی دخیل هستند. در سال ۲۰۰۶ نیز وزیر امور خارجه سابق فرانسه، فیلیپ دوست بلازی^۱، با ادغام انجمن فرانسوی فعالیت‌های هنری^۲ و انجمن قلم فرانسه^۳، آژانس فرهنگ فرانسه^۴ را تأسیس کرد؛ که این آژانس با بودجه ۳۰ میلیون یورویی از فعالیت‌های هنرمندان فرانسوی در خارج و نیز برگزاری گردهمایی‌های بزرگ فرهنگی، مانند سال فرانسه در برزیل حمایت می‌کند. بنابراین، شش حوزه مهم دیپلماسی فرهنگی فرانسه و نهادهای مرتبط با آنها عبارت‌اند از:

۳/۱. مؤسسات فرهنگی فرانسه: این مؤسسات که شمار آنها به ۱۴۵ مرکز می‌رسد، از گذشته تا به امروز هسته مرکزی دیپلماسی فرهنگی فرانسه را تشکیل می‌دهند. این مراکز در ۹۲ کشور دنیا پراکنده شده‌اند و محل آشنایی با فرهنگ فرانسه و یادگیری زبان به حساب می‌آیند. از نظر پراکندگی جغرافیایی بیش از ۵۰ درصد این مراکز در اروپا، ۱۰ درصد آنها در کشورهای مغرب و بقیه در آسیا و آمریکای لاتین پراکنده شده‌اند و در ایالات متحده به جز در واشنگتن چنین مرکزی وجود ندارد.

مراکز مذکور به شکل مستقیم با وزارت خارجه فرانسه مرتبط هستند و این وزارتخانه، بودجه ۱۳۸ میلیون یورویی و پرسنل آنها را تأمین می‌کند. از این رو، مراکز مذکور از استقلال نسبی‌ای که مراکز شبیه به آن، مانند موسسه گوته (آلمان) و شورای بریتانیا (انگلستان) از آن برخوردارند، سود نمی‌برند؛ بنابراین وابستگی مستقیم ساختاری و سلسله‌مراتبی را باید به‌عنوان مهم‌ترین ویژگی دیپلماسی فرهنگی فرانسه به حساب آورد.

1 . Philippe Douste-Blazy

2 . AFAA

3 . ADPF

4 . Cultures France

۳/۲. سازمان مرکزی زبان‌آموزی فرانسه، یا اتحاد فرانسه: این سازمان، نهادی مستقل و خصوصی است که از سال ۲۰۰۷ زیر نظر بنیاد عام‌المنفعه اتحاد فرانسه^۱، فعالیت می‌کند و در ۱۳۳ کشور جهان روی هم‌رفته ۱۰۷۵ شعبه دارد. هدف اصلی این سازمان که خود را بزرگ‌ترین موسسه زبان دنیا معرفی می‌کند، آموزش زبان فرانسوی است. در کشورها و مناطقی، چون آمریکا و آمریکای لاتین که شمار مؤسسات فرهنگی فرانسه بسیار کم است یا وجود ندارند، «اتحاد فرانسه» علاوه بر آموزش زبان، انجام دیگر وظایف مرسوم دیپلماسی فرهنگی فرانسه را نیز بر عهده دارد. در این راستا طبق قراردادی که بین سازمان مذکور و وزارت خارجه فرانسه در سال ۲۰۰۸ منعقد شده است، ۲۳۱ شعبه سازمان زبان‌آموزی فرانسه تحت حمایت‌های مالی و پرسنلی این وزارتخانه هستند. سازمان مذکور سالانه در کل دنیا ۴۵۰ هزار زبان‌آموز پذیرش می‌کند که به این رقم باید ۱۹۰ هزار زبان‌آموز مؤسسات فرهنگی فرانسه را نیز اضافه نمود.

۳/۳. آژانس آموزش برای خارجی‌ها: این آژانس سالانه ۲۸۱ میلیون یورو از وزارت خارجه فرانسه دریافت می‌کند تا شبکه‌ای متشکل از ۲۵۳ مدرسه و دبیرستان در ۱۳۵ کشور دنیا را تحت پوشش و حمایت قرار دهد. در این مدارس، فرزندان اتباع فرانسه در کشورهای خارجی (۴۷ درصد) و نیز دانش‌آموزان کشور میزبان (حدود ۵۳ درصد) آموزش داده می‌شوند که بدین شکل با فرهنگ و زبان فرانسه آشنا می‌گردند.

۳/۴. نهادهای سمعی و بصری: رادیو بین‌المللی فرانسه^۲ و کانال تلویزیونی TV5 گستره پخش جهانی دارند و وظیفه آنها ارسال اخبار مرتبط با تحولات

1 . Fondation Alliance Franc aise

2 . RFI

سیاسی، فرهنگی و اجتماعی فرانسه به سراسر دنیا است. علاوه بر این، شبکه خبری فرانس ۲۴ از دسامبر ۲۰۰۶، همانند CNN به شکل شبانه‌روزی و رأس هر ساعت، پخش اخبار دنیا از دید فرانسه به زبان‌های فرانسوی، انگلیسی و تا حدودی عربی را بر عهده دارد. این شبکه از طریق ماهواره و شبکه اینترنت قابل دریافت است. از سال ۲۰۰۸ مسئولیت بخش‌های مذکور از وزارت خارجه به وزارت فرهنگ فرانسه منتقل شده است. وزارت فرهنگ از طریق بخش «سمعی و بصری خارجی فرانسه»^۱ اعمال نظارت می‌کند و سالانه بودجه‌ای ۲۵۰ میلیون یورویی در اختیار آن قرار می‌دهد.

۳/۵. مبادلات دانشگاهی: تبادلات علمی، دانشگاهی و فنی، از سوی وزارتخانه‌های متعدد و با بودجه‌ای معادل ۲۵۰ میلیون یورو حمایت می‌شود. در کنار دانشگاه‌ها، مدارس عالی و مؤسسات پژوهشی که مسئولیت گسترش همکاری‌های بین‌المللی فرانسه را بر عهده دارند، سازمان Egide نیز با بودجه‌ای بالغ بر ۱۰۰ میلیون یورو در سال، ۱۸ هزار نفر را برای تحصیل در فرانسه، بورس تحصیلی می‌کند. علاوه بر این، آژانس دانشگاهی فرانسه^۲ مسئولیت گسترش مدارس این کشور در خارج و تسهیل ورود دانشجویان خارجی به دانشگاه‌های فرانسه را بر عهده دارد. بدیهی است که هدف تمام این اقدام‌ها دستیابی به نفوذ دیپلماتیک به‌واسطه پرورش نخبگان کشورهای دیگر در فرانسه و وابسته‌سازی آنها به این کشور است.

۳/۶. حفظ و گسترش زبان: در سطح چندجانبه نیز، فرانسه عضو سازمان بین‌المللی جوامع فرانسوی‌زبان^۳ است و از این سازمان که وظیفه‌اش گسترش و حفظ زبان فرانسوی در دنیاست، حمایت مالی گسترده‌ای می‌کند. میزان

1 . AEF

2 . ACF

3 . OIF

حمایت از این سازمان از سوی فرانسه به ۵۵ میلیون یورو در سال می‌رسد. اخیراً نیز نقشی جدید در چارچوب «دیپلماسی نفوذ» به سیاست فرهنگی خارجی فرانسه واگذار شده که باید حضور فرهنگی این کشور در دیگر کشورها را تقویت نماید؛ از این رو انتظار می‌رود که دیپلماسی فرهنگی فرانسه به‌عنوان اولویت سیاست خارجی این کشور به شکلی اساسی از نو پایه‌گذاری و گسترش داده شود. در سال ۲۰۱۰ یک نهاد مرکزی با نام «موسسه فرانسه» تأسیس شد که وظیفه آن تدوین، هماهنگی و اجرای کلیه سیاست‌های فرهنگی خارجی فرانسه است. تبیین وظایف و توانایی‌های نهاد مذکور بر عهده کمیسیونی متشکل از افراد معتبر فرهنگی و نمایندگان پارلمان است. نهاد جدید در خارج فعالیت دارد و تمام فعالیت‌های فرهنگی فرانسه در کشور میزبان زیر نظر آن و از همه مهم‌تر اینکه تنها طرف مذاکره با طرف‌های خارجی در زمینه مسائل فرهنگی است، گرچه رایزن فرهنگی مدیر این موسسه خواهد بود اما مسئولیت نهایی با سفیر است. (اشتاین کامپ، ۱۳۸۸)

۴. چشم‌انداز دیپلماسی فرهنگی فرانسه: برنامه دیپلماسی فرهنگی فرانسه به دنبال تغییر ساختار سازمانی است که از تلاش‌های اصلاحی کمتر موفق، هم چون تأسیس آژانس فرهنگ فرانسه^۱ فراتر می‌رود. ضمن اینکه دیگر نیاز مبرم دیپلماسی فرهنگی فرانسه یکپارچه و هماهنگ‌سازی فعالیت‌های گسترده و پرشاخه خود است.

در آینده، تمرکز دیپلماتیک پاریس از روی اروپا به شکل محسوسی بر آسیا، خاورمیانه و چین معطوف خواهد شد. همچنین قابل پیش‌بینی است که اروپا و اتحادیه اروپا در نوسازی دیپلماسی فرهنگی پاریس، نقشی فرعی خواهند داشت. در برنامه جدید دیپلماسی فرهنگی پاریس، جایی برای حرکت به سمت

یک دیپلماسی فرهنگی مشترک با کل اتحادیه اروپا دیده نشده؛ حال آنکه چنین کاری می‌تواند از بخش‌های سازنده سیاست خارجی و امنیتی مشترک باشد. همچنین در برنامه‌های اعلامی از سوی پاریس اشاره‌ای به همکاری‌های دوجانبه آتی، مانند مرکز فرهنگی آلمانی فرانسوی رام‌الله در فلسطین یا همکاری‌های چندجانبه و تطبیق هرچه بیشتر با سیاست فرهنگی اروپا در عرصه بین‌المللی نشده و به نظر می‌رسد که دیپلماسی فرهنگی، موضوعی کاملاً ملی برای فرانسه است و اروپایی سازی این دیپلماسی در آینده‌ای قابل پیش‌بینی در دستور کار دولت فرانسه قرار نخواهد گرفت. (همان)

گفتار سوم: دیپلماسی فرهنگی انگلستان

تعریف پایگاه رسمی اینترنتی وزارت امور خارجه و مشترک‌المنافع بریتانیا از دیپلماسی عمومی، «دستیابی به اهداف سیاسی از طریق کار با عموم مردم در کشورهای خارجی» است.^۱ علاوه بر این که در تعریفی دیگر آن را این‌گونه مطرح می‌کند که: «کار برای رسیدن به اهداف نفوذکردن مثبت در دیدگاه‌های افراد و سازمان‌های خارجی نسبت به بریتانیا و همکاری آن‌ها با بریتانیا».^۲ هدفی که بخش عمده آن با کمک ابزارهای فرهنگی دنبال می‌شود و عنوان دیپلماسی فرهنگی به خود می‌گیرد.

۱. ابزارهای کنونی

شیوه‌های اجرایی دیپلماسی عمومی بریتانیا در ایران و دیگر کشورها در سال‌های قبل از جنگ جهانی دوم در طول دهه‌های اخیر دچار تغییر و تحولات بسیاری بوده و از راه‌های مختلفی اعمال می‌شدند. در واقع سیاستگران

1. <http://www.fco.gov.uk/en/about-the-fco/what-we-do/funding-programmes/public-diplomacy/> Public Diplomacy Review, By Lord Carter of Coles, p.8, British Council, London, 1995

2. http://www.theyworkforyou.com/peer/lord_carter_of_coles.

و سیاست‌گذاران بریتانیایی پس از چند دهه دریافته بودند که بدون یک بازنگری اساسی در برنامه‌های سنتی مرسوم دیپلماسی عمومی خود قادر به رقابت با دیگر قدرت‌های حاضر این صحنه در جهان امروز نخواهند بود. از زمان تدوین و انتشار گزارش لرد کارتر (سال ۲۰۰۵) به بعد، بخش دیپلماسی عمومی در کمیسیون سیاست خارجی پارلمان بریتانیا نیز فعال و به‌طرز قابل ملاحظه‌ای بیشتر از گذشته موجب تعامل قانون‌گذاران آن کشور با سرویس جهانی بی‌بی‌سی و بریتیش کانسل و مسئولان آن مؤسسات در جهت دگردیسی و پوست‌اندازی آن دو نهاد سنتی و رسمی شده است.^۱

وزارت خارجه بریتانیا محورهای اساسی کنونی دیپلماسی عمومی این کشور را سرویس جهانی بی‌بی‌سی، شورای فرهنگی بریتانیا، شبکه خبری ماهواره‌ای «بی. اس.ان» و سازمان نمایشگاه‌های فرهنگی و تجاری بین‌المللی بریتانیا اعلام کرده است.^۲ با توجه به تأثیرگذاری بی‌بی‌سی صرفاً به توضیح آن بسنده می‌کنیم.

۱. برای نمونه ر.ک به گزارش مفصل پارلمانی درباره دیپلماسی عمومی که با همکاری مسئولان سرویس جهانی بی‌بی‌سی در سال‌های ۲۰۰۵-۲۰۰۶ در ۱۶۰ صفحه تهیه شده است. به نشانی:

<http://www.publications.parliament.uk/pa/cm/200506/cmselect/cmfaff/903/903.pdf>

۲. برای یک تاریخ رسمی و تبلیغی از سرویس جهانی بی‌بی‌سی به مناسبت شصتمین سال تأسیس آن موسسه ر.ک:

<http://www.bbc.co.uk/worldservice/> A Skyful of Freedom 60 Years of The BBC World Service, By: Andrew Walker, Broadside Books, London, 1990

برای یک تاریخ رسمی و تبلیغی درباره تاریخ و عملکرد شورای فرهنگی بریتانیا ر.ک به:

<http://www.britishcouncil.org/newAround> The World in Forty Years A British Council Life, By: Michael Halstead, Square One Publications, London, 1999

<http://www.bsn.org.uk>

برای تشریح اهداف و سیاست‌های رسمی شبکه بی‌اس‌ان توسط وزارت خارجه بریتانیا ر.ک به:

<http://www.fco.gov.uk/en/about-the-fco/what-we-do/funding-programmes/public-diplomacy/bsn>

<http://www.fco.gov.uk/en/about-the-fco/what-we-do/funding-programmes/public-diplomacy/expos>

http://www.bbc.co.uk/worldservice/faq/news/story/2005/08/050810_wsstart.shtml

۱/۱. تأسیس سرویس جهانی بی‌بی‌سی: چند ماه پس از پایان یافتن جنگ جهانی اول، اولین سرویس عمومی اطلاع‌رسانی بی‌سیم به نام رادیو در مارس ۱۹۱۹ در بریتانیا آغاز به کار کرد، ولی مسئولان آن کشور تا اواخر سال ۱۹۳۲ به تأسیس یک رادیوی بین‌المللی احساس نیاز نکردند. بخش بین‌المللی شبکه بی‌بی‌سی در دسامبر ۱۹۳۲ با عنوان «سرویس امپراتوری بی‌بی‌سی»^۱ به زبان انگلیسی و عمدتاً برای جذب مخاطبان انگلیسی‌زبان خارج از مرزهای آن کشور آغاز به کار کرد، نامی پر ابهت که امروزه مسئولان این شبکه ترجیح می‌دهند تا به فراموشی سپرده شود و نام جدید سرویس جهانی بی‌بی‌سی را از سال ۱۹۸۸ جایگزین آن کرده‌اند. این نام نه برای پیشبرد اهداف امپریالیستی که برای «متحد کردن مردم انگلیسی‌زبان کشوری که در آن زمان امپراتوری بریتانیا نامیده می‌شد» انتخاب شده بود. این سرویس در فاصله چند سال به‌خصوص به دلیل شرایط نزدیک به آغاز جنگ جهانی دوم و نیاز به تبلیغات و تأثیرگذاری بر مردم کشورهای متخاصم دایره فعالیت خود را از زبان انگلیسی به دیگر زبان‌ها گسترش داد.

بودجه سرویس جهانی مستقیماً از سوی وزارت خارجه آن کشور تأمین شده و بخش جهانی رسماً از نظر اداری زیرمجموعه و تحت دستگاه دیپلماسی لندن محسوب می‌شود و سیاست‌های کلان آن مرتباً به شکل مستقیم یا غیرمستقیم تحت نظارت مسئولان دولتی یا نمایندگان آنان قرار دارد. مسئولان بی‌بی‌سی در شرایطی اصرار بر استقلال سرویس جهانی خود دارند که برای تصویب و اجرای برنامه‌های مختلف خود نیازمند ارائه برنامه‌های خود به مسئولان قانون‌گذاری و اجرایی، بررسی و تأیید مستقیم پارلمان از طریق بخش دیپلماسی عمومی کمیسیون خارجی و وزارت خارجه آن کشور هستند. توافق رسانه‌ای بین بی‌بی‌سی و وزارت خارجه تعیین‌کننده اهداف راهبردی

سرویس جهانی بی‌بی‌سی است که سرویس جهانی بی‌بی‌سی را متعهد می‌سازد تا برنامه‌های تولید و پخش شده و اولویت‌های رسانه‌ای خود را بر اساس قراردادش با وزارت خارجه تنظیم کند. همچنین وزارت خارجه نقش تصمیم‌گیرنده‌ای درباره شیوه کارکرد سرویس جهانی بی‌بی‌سی خواهد داشت...^۱

۱/۲. راه‌اندازی بخش فارسی سرویس جهانی بی‌بی‌سی: این بخش با کمک ناراضیان ایرانی راه‌اندازی شد و توسعه یافت. حضور چشم‌گیر بهاییان در سطوح مختلف سرویس جهانی بی‌بی‌سی از مدیریت‌های کلان آن شبکه به پایین ضمن تأثیرگذاری‌های نامحسوس پنهان خود در لایه‌های زیرین این شبکه، گاه نمودهای آشکاری نیز داشته که از میان مصاحبه‌های خاص آن می‌توان یافت. سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۲۸ دوره پاگیر شدن بی‌بی‌سی فارسی در بین ایرانیان بود. در این دوره مقامات وزارت خارجه بریتانیا تصمیم گرفتند نفوذ خود بر سرویس جهانی و بخش فارسی را به شکل غیرمستقیم و نامحسوس اعمال کنند.

در کارنامه این بنگاه همکاری مستقیم این شبکه در کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ و سرنگونی حکومت مصدق بود. شبکه چهار رادیوی بی‌بی‌سی در روز ۲۲ آگوست ۲۰۰۵ برنامه‌ای از سری برنامه‌های موسوم به «سند» با عنوان «یک کودتای خیلی بریتانیایی» پخش کرد. در این برنامه تصریح شد که گوینده بی‌بی‌سی با اعلام جمله «اکنون ساعت دقیقاً ۱۲ است» به‌جای جمله همیشگی «الآن ساعت ۱۲ است» پیامی رمزی به شاه و همراهانش برای نشان‌دادن آمادگی لندن برای عملیات کودتا دادند.^۲

1. Department for Culture, Media and Sport, Review of the BBC's Royal Charter: A strong BBC, independent of government, March 2005, p. 43.

2 31. http://www.bbc.co.uk/radio4/history/document/document_20050822.shtml

در سال‌های پس از انقلاب اسلامی ایران، بی‌بی‌سی فارسی به دلایل مختلف مأمونی برای فعالیت افرادی بوده که با حکومت پس از انقلاب سر ناسازگاری داشته و حتی به‌طور فعال و سامانمند در سازمان‌های سیاسی و شبه‌نظامی عضو بوده و یا هوادار آن‌ها بوده‌اند.^۱ سیاست پیروی از منویات وزارت خارجه بریتانیا تا جایی برای سرویس جهانی بی‌بی‌سی پیش رفت که این شبکه در اوج مشکلات اداری و مالی و در میانه خانه‌تکانی و کم کردن برنامه‌ها و بخش‌های مختلف خود ناگهان در اکتبر ۲۰۰۶، با چراغ سبز از سوی وزارت خارجه و پارلمان آن کشور تأسیس یک شبکه تلویزیونی فارسی‌زبان با عنوان پی.تی.وی در سال ۲۰۰۸ را اعلام کرد.^۲

۱/۲. **قدرت نرم انگلیس:** شورای بریتانیا «به‌عنوان یک نهاد فرهنگی انطباق زیادی با مفهوم قدرت نرم جوزف نای دارد. این شورا که فعالیت‌های خویش را از سال ۱۹۳۴ شروع کرده است، امروزه با ۳۰ میلیون نفر در گوشه و کنار جهان کار می‌کند و از طریق رسانه‌های دیجیتال، رادیو و تلویزیون تقریباً با ۶۰۰ میلیون نفر ارتباط دارد. شورای بریتانیا در برقراری ارتباط با قدرت‌های نوظهور از جمله برزیل، چین، هند، روسیه، کره جنوبی، ترکیه، اندونزی، مکزیک و آفریقای جنوبی موفق بوده است. این شورا به‌عنوان یک نهاد فرهنگی - اجتماعی، مربیان، اساتید، هنرمندان، ورزشکاران، دانشمندان و سیاست‌گذاران بریتانیایی را به هم‌نوآشان در کشورهای دیگر پیوند می‌زند» (British Council, 2013).

این اقدامات، نه تنها منجر به افزایش نفوذ فرهنگی بریتانیا در کشورهای مختلف می‌شود، بلکه نوع خاصی از دیپلماسی را میان بریتانیا و برخی کشورها

۱. برای یک نمونه از این دست ر.ک: مقاله پیشاهنگ دفاع از انسان و آزادی، نوشته صادق صبا،

چاپ‌شده در: یادنامه منوچهر محجوبی، کانون نویسندگان در تبعید، لندن ۱۹۹۰، صص ۲۶۹-۲۷۴

۲ http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/2006/10/speaking_to_iran_1.html

ایجاد می‌کند که آن‌را «دیپلماسی خط دوم» می‌نامند. در واقع، بهره‌گیری از شخصیت‌های فرهنگی و غیرسیاسی جهت حل و فصل مسائلی که از توان دیپلماسی خط اول (دیپلماسی رسمی) خارج است، به یکی از وظایف شورای بریتانیا مبدل گردیده است. البته بایستی توجه داشت که استفاده بیش از اندازه دیپلماسی فرهنگی در راستای اهداف سیاست خارجی، ممکن است از میزان قدرت نرم یک کشور بکاهد. در نتیجه هدف اصلی دیپلماسی فرهنگی بریتانیا که از مجرای نهادهایی از قبیل شورای بریتانیا اعمال می‌شود، ایجاد تصویر مثبت از این کشور است که برای مدت طولانی پابرجا مانده و تعاملات اقتصادی و دیپلماتیک دوجانبه و چندجانبه کشورهای دیگر را با لندن ترغیب نماید. «شورای بریتانیا» در ۱۱۰ کشور جهان دارای دفتر است که تحت عنوان تقویت روابط فرهنگی بریتانیا با جهان فعالیت می‌کند. عمده فعالیت‌های شورای بریتانیا در سه حوزه «یادگیری زبان انگلیسی»، «هنر» و «آموزش و جامعه» صورت می‌گیرد. بریتانیا یکی از بازیگران فعال و مطرح در حوزه دیپلماسی فرهنگی به شمار می‌رود. برخورداری از شهرت جهانی این کشور در عرصه تعاملات فرهنگی همراه با روابط دیرین انگلستان با نهادهای خارجی و بین‌المللی موجب شده است تا بریتانیا به یکی از سکان‌داران اندیشه و عمل در حوزه فرهنگ برای جامعه جهانی تبدیل شود. این موارد را می‌توان از مزایای دیپلماسی فرهنگی انگلیس برشمرد:

۱. این که دیپلماسی فرهنگی بریتانیا به افزایش درآمد سرانه کشور کمک می‌کند. بازار هنر و عتیقه‌جات بریتانیا، ۲۵ درصد از حجم این بازار را در کل جهان به خود اختصاص می‌دهد و دست کم سالیانه ۵/۳ میلیارد پوند نصیب این کشور می‌سازد. در سال ۲۰۰۲، ارزش مادی صادرات کالاهای فرهنگی بریتانیا بالغ بر ۵/۸ میلیارد پوند بوده است. این محصولات شامل فیلم، موسیقی، طراحی و... می‌شوند. همچنین بریتانیا حائز رتبه شایانی در آموزش و تربیت فرهنگی است. از دوره‌های آموزشی تخصصی گرفته تا

مدارس تابستانه که هم در داخل و هم در خارج این کشور برگزار می‌گردند، به حفظ این جایگاه یاری کرده‌اند.^۱

۲. مجموعه علمی بریتانیا، منابع طبیعی را در خدمت ابداعات علمی و ابتکارهای پزشکی قرار داده است. این کشور در حوزه علم و فناوری از پیشگامان محسوب گردیده و برخی از دانشگاه‌های بریتانیایی همچون آکسفورد، کمبریج و مدرسه علوم اقتصادی لندن از شهرت جهانی بهره‌مند هستند. حجم فعالیت‌هایی که در عرصه فرهنگی کشور بریتانیا در جهان انجام می‌دهد، بسیار گسترده است، به همراه شورای بریتانیا، بیش از ۵۰ نهاد فرهنگی بریتانیایی در گوشه و کنار جهان مشغول هستند که شبکه قدرتمندی از نهادهای فرهنگی فرامرزی به وجود آورده‌اند که قابل مقایسه با نمایندگی‌های و سفارتخانه‌های دیپلماتیک این کشور است. از آنجاکه نهادهای فرهنگی بریتانیا عمدتاً در فراسوی مرزهای ملی فعالیت می‌کنند و همچنین با عموم مردم تعامل دارند، سفیران غیررسمی این کشور به شمار می‌روند. در واقع، رقابت آنها با یکدیگر و همتایان خارجی خویش در کنار تلاش‌های آنان برای اخذ مجوز فعالیت در داخل و خارج از کشور، نه تنها موجب افزایش تأثیرگذاری آنان می‌گردد، بلکه پلی میان حوزه‌های دیپلماسی، روابط بین‌الملل و افکار عمومی برقرار می‌سازد. (دهقانی و ذوالفقاری، ۱۳۹۳: ۸۸)

گفتار چهارم: دیپلماسی فرهنگی ژاپن

ژاپنی‌ها نیز در سیاست خارجی خود آنچه را که تحت عنوان «تعاملات و تبادلات فرهنگی»^۲ تعریف کرده، به‌عنوان یک بخش حیاتی از سیاست خارجی ژاپن قلمداد کرده‌اند و آن را برای تأمین اهدافی از قبیل تعمیق فهم متقابل با سایر ملل جهان بر اساس پذیرش تنوع و تکثر فرهنگ‌ها، تقویت حس اعتماد میان کشورها و نیز ترویج روح تساهل و گفتگو میان تمدن‌ها مفید می‌دانند.

1. www.nationalmuseums.org.uk

2. cultural exchange

هنگامی که در دهه ۱۹۸۰ میلادی مجموعه تلویزیونی «اوشین» در کشورهای مختلف به نمایش درآمد، بسیاری از مردم جهان برای نخستین بار با زندگی دشوار مردم ژاپن در قرن پیش آشنا شده و مجذوب فرهنگ این کشور شدند، تا حدی که در برخی از کشورها (از جمله مصر) نام اوشین را برای نوزادان دختر خود انتخاب کردند. این فیلم که محصول شبکه تلویزیونی «ان.اچ.کی» است با حمایت دولت ژاپن در کشورهای گوناگون (تا فوریه ۱۹۹۷، در پنجاه کشور) به نمایش درآمده و این تنها یکی از اقدام‌های دولتمردان ژاپنی برای معرفی فرهنگ خود به جهانیان است. سینمای کوروساوا، کارتون‌های تلویزیونی (مثل فوتبالیست‌ها، ایکی یوسان، ...) آموزش زبان ژاپنی، کمک به حفظ میراث فرهنگی جهان، اعطای بورس‌های آموزشی، تبادل هیئت‌های فرهنگی و امثال آن، نمونه‌های دیگری از سیاست ژاپن برای گسترش فرهنگ خود در جهان است. (اسماعیل نیا، ۱۳۸۲/۴/۷)

۱. بخش‌های اصلی درگیر در سیاست‌های فرهنگی دولت

بخشی از این وظیفه بر عهده وزارت امور خارجه نهاده شده است. بخش فرهنگی وزارت امور خارجه ژاپن دارای سه اداره با شرح وظایف زیر است:

۱/۱. اداره اول امور فرهنگی: برنامه‌ریزی سیاست کلی مبادلات فرهنگی، توافق‌ها و نشست‌های بین‌المللی فرهنگی، معرفی فرهنگ ژاپن، نظارت بر کار بنیاد ژاپن و همکاری با سازمان‌های بین‌المللی فرهنگی.

۱/۲. اداره دوم امور فرهنگی: تبادل هیئت‌هایی از شخصیت‌ها، دانشجویان، جوانان، انگلیسی‌زبانان، ورزشکاران... و ترویج زبان ژاپنی.

۱/۳. اداره همکاری‌های فرهنگی چندجانبه: یونسکو، دانشگاه سازمان ملل متحد و کمیته میراث جهانی. بودجه بخش فرهنگی وزارت امور خارجه در سال

۱۹۹۹ حدود ۳۰۰ میلیون دلار بود که اندکی بیش از نصف آن (نزدیک به ۱۶۰ میلیون دلار) متعلق به بنیاد ژاپن بوده و بقیه به دیگر برنامه‌ها اختصاص داده شد.

ضمن اینکه بنیاد ژاپن مؤسسه‌ای است مستقل (تأسیس در ۱۹۷۲) که زیر نظر وزارت امور خارجه فعالیت می‌کند و بودجه سالانه آن حدود ۲۰۰ میلیون دلار است. (همان) وظیفه اصلی این بنیاد، ترویج زبان و فرهنگ ژاپنی در سراسر جهان است. این در حالی است که در سال ۲۰۱۵ وزارت امور خارجه ژاپن ۷۰ میلیارد ین (۵۹۰ میلیون دلار) برای «ارتباطات استراتژیک» اختصاص داده است که این امر نشان می‌دهد دولت این کشور اهمیت بیشتری برای تصویر ارائه‌شده از ژاپن قائل شده است. (نوری حسامی، ۱۳۹۴)

۲. برنامه‌های فرهنگی

برخی از مهم‌ترین حیطه‌های فرهنگی مورد توجه دولت ژاپن به شرح زیر است:

۲/۱. کمک‌های بلاعوض هفتگی

کمک‌های اعطایی فرهنگی یکی از انواع کمک‌های رسمی توسعه است که ژاپن برای کمک به کشورهای در حال توسعه (که طبق معیارهای سال ۱۹۹۸، دارای درآمد سرانه کمتر از ۵۴۳۵ دلار در سال ۱۹۹۶ بوده باشند)، در اختیار آنها قرار می‌دهد. مجموع کمک‌های بلاعوض فرهنگی ژاپن تا سال ۱۹۹۷ بالغ بر ۳۷/۳ میلیارد ین (نزدیک به ۳۷۰ میلیون دلار) برای ۹۰۸ پروژه در ۱۱۴ کشور و منطقه بوده است و سقف نهایی کمک برای هر پروژه مبلغ ۵۰ میلیون ین (حدود ۵۰۰ میلیون دلار) تعیین شده است. در سال ۱۹۹۷، حدود ۲۹ درصد از این کمک‌ها به آسیا و ۱۰/۹ درصد آن به خاورمیانه اختصاص یافت؛ و بخش اصلی آن (۳۰/۹ درصد) صرف تهیه تسهیلات فرهنگی و سپس تجهیزات

آموزشی (۱۸/۲ درصد) شده است. موضوع این کمک‌ها می‌تواند پروژه‌های مختلف فرهنگی، آموزشی، هنری و ورزشی باشد. در حال حاضر وزارت امور خارجه ژاپن، سالانه ۵۰ پروژه فرهنگی (هرکدام با سقف حداکثر ۵۰۰ هزار دلار) و ۱۰ پروژه مردمی (هرکدام با سقف حداکثر ۱۰۰ هزار دلار) و نیز دو پروژه حفظ میراث فرهنگی (هرکدام با سقف ۱/۲۵ میلیون دلار) را تحت پوشش قرار داده است. (آمار هرالدتربیون مورخ ۲۰۰۰/۱۰/۶)^۱

۲/۲. یونسکو و حفظ میراث فرهنگی جهان

ژاپن از سال ۱۹۵۱ به عضویت یونسکو درآمد است و اکنون در میان ۱۸۸ عضو آن، بیشترین سهم را در تأمین بودجه این سازمان دارد. دبیرکل کنونی یونسکو، آقای کوی چیرو ماتسورا، سفیر سابق ژاپن در فرانسه است که در نوامبر ۱۹۹۹ برای یک دوره شش‌ساله به این سمت برگزیده شد. ژاپن در سال ۱۹۸۹ صندوق ویژه‌ای را در یونسکو برای کمک به حفظ میراث فرهنگی جهان تأسیس کرد که هدف آن کمک به حفظ میراث فرهنگی ملموس بشری (مثل بناهای تاریخی و یادگارهای ارزشمند باستان‌شناسی) در کشورهای در حال توسعه است. این صندوق تا پایان سال ۱۹۹۹ بالغ بر ۳۵/۷ میلیون دلار کمک جهت حفظ ۱۸ بنای تاریخی در ۱۴ کشور جهان تخصیص داده است. این کشور علاقه خاصی به احیای تمدن شرق آسیا (مغولستان، هندوچین...) دارد. هزاران باستان‌شناس ژاپنی در دانشگاه‌ها و مؤسسات مختلف مشغول مطالعه و پژوهش هستند، از طریق این پروژه‌ها می‌توانند به بهترین فرصت‌های علمی-پژوهشی دست یابند. ناگفته نماند که بر اساس مصوبات «کمیته میراث جهانی» تا سال ۱۹۹۸، مجموعاً ۵۸۲ بنای تاریخی-طبیعی در «فهرست میراث جهانی» به ثبت رسیده است (شامل ۴۴۵ بنای فرهنگی، ۱۱۷ اثر طبیعی و ۲۰

۱. به نقل از اسماعیل نیا از سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به نشانی: <http://www.icro.ir>

اثر فرهنگی - طبیعی) که از این میان هفت بنای فرهنگی و دو بنای طبیعی در ژاپن قرار دارد.

۲/۳. برنامه تبادل هیئت‌های فرهنگی: یکی از طرح‌های ژاپن برای معرفی فرهنگ خود به جهانیان (و نیز آشنایی با دیگر فرهنگ‌های جهان) حمایت از برنامه تبادل شخصیت، شامل دانشجویان، جوانان، متخصصان، انگلیسی‌زبانان، ورزشکاران، نخبگان فرهنگی و امثال آن است. برای مثال دولت ژاپن در سال ۱۹۸۳، طرح پذیرش ۱۰۰ هزار دانشجوی خارجی در کشور را تصویب کرد که تا سال ۲۰۰۰ رقم آن به حدود ۵۷ هزار نفر رسید.

یکی دیگر از برنامه‌های ژاپن در زمینه تبادل شخصیت، دعوت از افراد انگلیسی‌زبان برای اقامت یک‌ساله در ژاپن است. هدف این برنامه که برنامه تبادل و آموزش ژاپن نام دارد، کمک به روند بین‌المللی شدن ژاپن، ارتقای سطح زبان انگلیسی در میان مردم و افزایش طرفداران مردمی ژاپن در جهان است. ترویج زبان ژاپنی در جهان نیز از جمله برنامه‌های مورد توجه وزارت امور خارجه ژاپن است که بخشی از آن در قالب برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت زبان ژاپنی برای متقاضیان خارجی انجام می‌شود. البته بخش عمده این فعالیت توسط بنیاد ژاپن صورت می‌پذیرد و طبق آمارهای سال ۱۹۹۸ مجموعاً بیش از دو میلیون نفر در سراسر جهان به‌طور رسمی مشغول فراگیری زبان ژاپنی بوده‌اند (در ۱۰۹۳۰ مؤسسه و با کمک ۲۷۱۱ نفر معلم) که چنانچه آمار خودآموزان زبان ژاپنی نیز بدان اضافه گردد، بسیار بیشتر از این تعداد خواهد بود. (مجله فاریستن اکونومیک ریویو ۲۰۰۰/۸/۳۱)^۱

۲/۴. دانشگاه سازمان ملل متحد: یکی دیگر از برنامه‌های فرهنگی بین‌المللی دولت ژاپن، تأسیس دانشگاه سازمان ملل متحد در توکیو (۱۹۹۲) است. این

۱. به نقل از اسماعیل نیا از سایت کنسرسیوم محتوای ملی به نشانی: <http://www.icnc.ir>

دانشگاه تنها سازمان وابسته به سازمان ملل متحد است که مقر آن در ژاپن است و رئیس آن توسط دبیرکل سازمان ملل متحد (و بنا به توصیه مدیرکل یونسکو) انتخاب می‌گردد. این «دانشگاه بی‌دانشجو»، اساساً مؤسسه‌ای است علمی-پژوهشی که دارای هشت مرکز پژوهش و آموزش در قاره‌های مختلف جهان است و از طریق یک شبکه جهانی آکادمیک به بررسی مسائل جهانی می‌پردازد و همایش‌های متعددی را برگزار می‌کند. (همان)

از منظر دیپلماسی، علم و فناوری به ایجاد روابط خوب با کشورهای دیگر کمک کرده است. ژاپن بیست‌و‌چهار موافقت‌نامه همکاری‌های علمی و فن‌آوری با سی‌و‌چهار کشور تا سال ۲۰۰۰ امضا کرده است و در حال حاضر، سی‌ودو توافق با چهل‌وشش کشور و کمیسیون اروپا وجود دارد. در ۱۹ اگوست ۲۰۱۱، دولت ژاپن، چهارمین برنامه عمومی علم و فناوری و استراتژی ملی ۵ ساله در علم، فناوری و نوآوری را با چشم‌انداز دهه پیش رو منتشر کرد. این یک گام قابل توجه است که به‌عنوان اولین طرح اساسی، دیپلماسی علم و فناوری را به‌عنوان یک موضوع با اهمیت ملی برای ژاپن مطرح می‌کند. این طرح توصیه می‌کند که ژاپن به‌طور استراتژیک فعالیت‌های علمی و فناوری بین‌المللی خود را همراه با ملل پویای دیگر توسعه دهد. بر اساس این ایده و آگاه بودن از انرژی روبه‌رشد کشورهای آسیایی، این طرح پیشنهاد می‌کند که دولت ژاپن «ابتکار منطقه علم و نوآوری شرق آسیا: ایده‌ای از همکاری‌های منطقه‌ای باز» را ترویج دهد. (آقامحمدی، ۱۳۹۴/۱۰/۱۹)

۲/۵. سایر برنامه‌ها: ژاپن می‌کوشد ضمن مشارکت در برنامه‌های مختلف، نقش محتوایی و رهبری‌کننده خود را نیز تثبیت نماید. به عبارت دیگر، پیام ژاپن این است مشارکت ژاپن در فعالیت‌های فرهنگی جهانی، نه‌تنها چهره زشت و خشن این کشور در دوره نظامیگری و توسعه‌طلبی تا جنگ جهانی دوم را به‌تدریج تغییر می‌دهد، بلکه زمینه‌های پایداری را برای تقویت وجهه

بین‌المللی و تبدیل شدن این کشور به قدرتی فرهنگی در عرصه جهانی فراهم خواهد آورد. تمایل ژاپن نسبت به بین‌المللی کردن کشور، ضمن حفظ سنت‌های بومی، ایده‌ای است که تحقق آن از طریق تعامل و مشارکت فعال با دیگر فرهنگ‌ها (به‌ویژه فرهنگ غربی) دنبال می‌شود.

کوشش ژاپن در راه شناخت دیگر فرهنگ‌های جهان منجر به ایجاد شبکه‌ای جهانی از طرفداران ژاپن، که هر یک به دلیل و انگیزه‌ای (تحصیل، گرفتن بورس فرهنگی، شرکت در همایش‌های بین‌المللی، آموزش زبان ژاپنی، تدریس زبان انگلیسی...) با این کشور سروکار داشته و علائق خود را حفظ کرده‌اند، ابزار بسیار مهمی را در اختیار دولتمردان ژاپنی در جهت پیشبرد برنامه‌هایشان قرار می‌دهد. (اسماعیل نیا، ۸/۴/۸۲)

گفتار پنجم: دیپلماسی فرهنگی چین

سیستم دیپلماسی چین شامل وزارتخانه‌ها و ادارات بسیاری است؛ وزارت امور خارجه و فرهنگ، اداره مرکزی امور خارجی، اداره اطلاعات تحت نظر شورای دولت، دو اداره بین‌المللی و تبلیغات کمیته مرکزی حزب کمونیست چین، شورای بین‌المللی زبان چینی، اداره اطلاعات وزارت امور خارجه، آژانس‌های خبری مثل شین هوا^۱، شبکه‌های رادیو و تلویزیونی و روزنامه چین و مؤسسات کنفوسیوسی و نهادهای غیردولتی است. (شفیعی و زندیه، ۱۳۹۲: ۱۶۲)

۱. **تاریخچه:** دولت چین اهمیت زیادی به رشد و توسعه هر چه بیشتر فعالیت‌های فرهنگی و اجرای تعهدات فرهنگی داده است. چین کشوری با تمدن باستانی، تاریخچه‌ای کهن و آداب و سنن فرهنگی متنوع است که تا قبل از تأسیس جمهوری خلق چین در سال ۱۹۴۹ تنها تعداد محدودی از امکانات فرهنگی در شهرهای متوسط و بزرگ این کشور دایر بود؛ اما پس از به قدرت رسیدن حکومت

جمهوری در کشور چین رشد و توسعه فرهنگی کشور وارد مرحله جدیدی از حیات گردید. این کشور برای بهبود چهره و افزایش قدرت نرم خود در بین همسایگان، اروپا، اقیانوسیه و جهان سوم از سکوه‌های فرهنگی بهره می‌گیرد. قدرت نرم به توانایی تأثیرگذاری بر دیگران از طریق جذابیت اشاره می‌کند و به همین دلیل اکنون فرهنگ بعد از سیاست و اقتصاد به رکن سوم دیپلماسی چین بدل شده است. جوزف نای، معمار مفهوم قدرت نرم، بر این باور است که چین قدرت نرم خود را با حمایت رشد سریع اقتصادی و تأکید بر فرهنگ چینی و اعلان ظهور صلح‌آمیز توسعه بخشیده است. (آقاجری، ۱۳۹۰)

۲. ساختارهای سازمانی و اداری فرهنگی: در دولت وزارت فرهنگ چین مسئول اجرای سیاست‌ها و تعهدات فرهنگی کشور است. وزارتخانه مذکور تحت نظارت دولت و از طریق شعبات و ادارات خود در زمینه‌های مختلف فرهنگی به فعالیت می‌پردازد، ادارات تابع این وزارتخانه عبارت‌اند از: اداره هنرهای کشور، اداره آموزش هنرها، اداره کتابخانه‌ها، اداره روابط فرهنگی خارجی، اداره بازار فرهنگی، اداره فرهنگ جمعی، اداره فرهنگ کودکان، اداره فرهنگ قومی. علاوه بر وزارت فرهنگ سازمان‌های مسئول که در اجرای برنامه‌های فرهنگی تحت نظارت شورای دولتی قرار دارند عبارت‌اند از: سازمان رادیو تلویزیون کمیسیون آموزشی دولت سازمان انتشارات دولتی و کمیسیون ورزشی دولت فرهنگ علوم اجتماعی دایره اشیاء عتیقه دولتی.

در ساختار غیر دولتی کلیه فدراسیون‌های هنر و ادبیات کشور، سازمان‌های فرهنگی و مردمی غیر دولتی می‌باشند که از ۱۲ انجمن به شرح ذیل تشکیل یافته‌اند؛ انجمن نویسندگان، انجمن فیلم‌سازان، انجمن نمایشنامه نویسان، انجمن رقصندگان، انجمن عکاسان، انجمن خطاطان، انجمن آکروبات‌بازان. علاوه بر انجمن‌های فوق دو انجمن «فرهنگی و ملی چین» مسئول برقراری

روابط خارجی فرهنگی با کشورهای خارجی و «انجمن مردمی - ملی چین» مسئول برقراری روابط حسنه فرهنگی با کشورهای خارجی می‌باشند. (وردی نژاد و سابقی، ۱۳۹۰)

۳. صنایع فرهنگی چین: صنایع فرهنگی چین و مجموعه‌های وابسته در حال حاضر چهارمین صنعت از نظر اشتغال و جذب نیروی انسانی در چین می‌باشند. در سال ۲۰۰۲ در مجموع ۶۴۵۰۰ مقاله و تحقیق علمی چینی در مجلات معتبر و علمی دنیا به چاپ رسیده است. در همین دوره زمانی تعداد مقالات و یافته‌های پژوهشی و علمی چاپ شده و مجلات و نشریات داخلی چین بالغ بر ۲۰۳ هزار بوده است. در سال ۲۰۰۱ چین از نظر تهیه و چاپ مقالات علمی در ردیف هشتم جهان قرار گرفته است که این مقام در سال ۲۰۰۲ به جایگاه ششم ارتقاء یافته است. در حال حاضر بیش از ۲۰۰ روزنامه و تقریباً در حدود ۸۰۰۰۰ مجله کثیرالانتشار با بیش از ۵۰۰ مرکز انتشاراتی و بیش از ۲۰۰ مرکز تولیدات صوتی و تصویری در چین مشغول فعالیت می‌باشند. (همان)

هر ساله بیش از یکصد هزار نوع کتاب و ۲۰۰ میلیون نوع مختلف از محصولات صوتی و تصویری در چین تولید می‌شود. چین تاکنون با ۱۴۳ کشور جهان موافقت‌نامه فرهنگی به امضاء رسانده و تعداد قراردادهای فرهنگی آن تا سال جاری (۲۰۰۳) میلادی به ۶۸۴ مورد رسیده است. وزارت فرهنگ چین سالانه حدود دو هزار برنامه مبادلات فرهنگی با کشورهای دیگر اجرا می‌کند که این برنامه‌ها سی هزار نفر از ۸۷۰ کشور جهان را در بر می‌گیرد. چین با ۱۱۶ کشور جهان مرادوات کامل فرهنگی دارد. (همان)

۴. سیاست فرهنگی جمهوری خلق چین: سیاست فرهنگی خارجی چین مبتنی بر نگهداری فرهنگ بومی و ملی به‌عنوان فرهنگ پایه کشور و استفاده از فرهنگ و تمدن

کشورهای جهان از طریق انجام مبادلات گوناگون جهت استفاده از نقاط قوت آنها است.

۴/۱. اولویت فرهنگ: بنا بر اعلام سون جیاژنگ، وزیر فرهنگ چین، فرهنگ اصل سوم دیپلماسی چین بعد از اقتصاد و سیاست است. یازدهمین برنامه پنج‌ساله حزب کمونیست چین خواستار حضور گسترده چین در بازارهای فرهنگی بین‌المللی است. این برنامه خطمشی جامع برای همگانی سازی فرهنگ چین در سراسر جهان از طریق مبادلات فرهنگی، شبکه‌های تجاری و شرکت‌های رایزنی طراحی کرده است. همچنین بر رشد و صدور هنرها و محصولات هنری چین نظیر فیلم‌ها، نمایش‌های تلویزیونی، نشریات، موسیقی، انیمیشن، بازی‌های الکترونیکی، رقص و آکروبات تأکید دارد. فرهنگ ابزار جدید چین در دیپلماسی است. مبادلات فرهنگی، فستیوال‌ها، فیلم‌ها، موسیقی، همایش‌های مذهبی، ورزش و توریسم همگی تبدیل به سکویی برای برجسته شدن چهره در حال ظهور و صلح‌آمیز چین شده‌اند. موسسه‌های کنفوسیوس که با دقت طراحی شده‌اند نیز وسیله‌ای برای همگانی ساختن زبان و فرهنگ چین هستند. چین برای مقابله با بحث‌های تهدیدکننده کشورش از فرهنگ به‌عنوان سکوی دیپلماتیک برای طراحی قدرت نرم بهره می‌گیرد. چین در هدایت دیپلماسی فرهنگی از این مزیت برخوردار است که به‌عنوان ملتی با فرهنگ منحصر به فرد شناخته شده است.

۴/۲. ابزارهای دیپلماسی فرهنگی: موسسه‌های کنفوسیوس ابزار جدید دیپلماسی فرهنگ چین هستند که معادل شورای انگلیسی^۱ می‌باشند. دولت چین ایجاد ۱۰۰ موسسه جهانی کنفوسیوس را برنامه‌ریزی کرده است تا آموزش زبان و فرهنگ چین را ارتقا بخشد. این موسسه‌ها بر همکاری با موسسه‌های کشورهای میزبان تأکید دارند و در ظاهر نسبتاً شبیه بنیادهای

مالی هستند. دیپلماسی فرهنگی فعال چین به بهبود چهره این کشور کمک کرد. مؤسسات کنفوسیوس تقدیر قابل توجهی از فرهنگ چینی را باعث شد. در حال حاضر بیش از ۳۰ میلیون نفر در خارج از چین در حال یادگیری زبان چینی هستند. موسسه کنفوسیوس یکی از بزرگ‌ترین و دقیق‌ترین تلاش‌های چین برای دستیابی به قدرت نرم فرهنگی است. هدف آنها ترویج یادگیری زبان و فرهنگ چین در دنیا است. به محض تأسیس این موسسه در سال ۲۰۰۴ گزارش آن در نیویورک تایمز، اکونومیست و دیگر رسانه‌های مهم خارجی منعکس شد. اولین موسسه کنفوسیوس در سال ۲۰۰۴ در سئول پایتخت کره جنوبی افتتاح شد. (آقاجری، ۱۳۹۰)

۴/۳. برنامه‌ها: موسسه کنفوسیوس برنامه‌های آموزش زبان چینی را در سطوح مختلف ارائه و معلمان چینی را آموزش می‌دهد، آزمون‌ها را مدیریت می‌کند و بر خدمات در چین نظارت می‌کند و مسابقه‌های زبان چینی ترتیب می‌دهد. همچنین برخی از آنان خدمات مشاوره‌ای برای تحصیل در چین، تجربه‌های شخصی فرهنگ چینی و اطلاع‌های تجاری چین را ارائه می‌دهند.

چین برای ترویج فراگیری زبان چینی در سراسر دنیا فعالیت‌های دیگری نیز انجام داده است. موسسه هنبان^۱ آزمون استاندارد مهارت زبان چینی^۲ را برگزار می‌کند و به معلمان چینی کمک می‌کند تا به مقام‌های عالی‌رتبه خارجی آموزش دهند. در آوریل ۲۰۰۴ برنامه‌ای برای چینی‌هایی که داوطلب بودند آموزگار بین‌المللی زبان چینی شوند اجرا شد. از سال ۲۰۰۲ موسسه هنبان مسئول برگزاری مسابقات «پل زبان چینی» در بین دانشجویان زبان

1 . Hanban

2 . ksk

چینی است. مسابقات مقدماتی در کشورهای مستقل نظیر لتونی برگزار شد. پکن برای ترغیب دانشجویان خارجی به تحصیل در چین به آنان کمک‌هزینه پرداخت می‌کند. در سال ۲۰۰۶ شورای دانشجویی چین ۱۰۰۰۰ دانشجوی خارجی را تحت پوشش قرار داد. این رقم در گذشته ۶۷۰۰ نفر بوده است. امسال نمایندگان دانشگاه‌های دانشجویی چین قرار است برای جذب دانشجویان خارجی در خارج از کشور برگزار شود. تعداد دانشجویان خارجی زبان چینی به‌خوبی نمایانگر رشد علاقه جهانی به فرهنگ چینی است. چین هم‌زمان با جذب توریست‌های خارجی، صادرات فیلم، موسیقی و ورزش را نیز بهبود بخشید. فیلم‌های چین جوایز معتبر بین‌المللی را دریافت کرده‌اند و یا نامزد دریافت آن شده‌اند. کارگردانان و هنرپیشه‌های چینی به سوپرستاره‌های جهانی تبدیل شده‌اند.

طی ششمین نشست هفدهمین دور کمیته مرکزی حزب کمونیست چین (در تاریخ ۱۹ سپتامبر ۲۰۰۹) بیانیه تعمیق اصلاحات در بخش فرهنگی و توسعه فرهنگی در شش بخش جامع تصویب شد. این بیانیه بر تقویت حمایت از صنعت فرهنگی و اهمیت آن به‌عنوان بخشی از اقتصاد ملی تأکید دارد. هدف چین تبدیل صنعت فرهنگ به ستون اقتصاد ملی و رساندن درآمد فرهنگ به ۵٪ تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۲ است. این رقم در سال ۲۰۱۰ حدود ۲/۷۸٪ بوده است. هدف این اصلاح، ترویج بازارهای شایسته‌نشأت گرفته از سازمان‌های فرهنگی تجاری دولتی و ایجاد یک سیستم صنعت فرهنگ مدرن و مؤثر است؛ به‌طوری‌که از نقش سرمایه‌گذاری‌های دولتی در فرهنگ به‌عنوان رهبران بازار حمایت کند و رقابت‌های بین‌المللی را بهبود بخشد. (آقاجری، ۱۳۹۰)

گفتار ششم: دیپلماسی رسانه‌ای قطر؛ «الجزیره»

تحولات به‌وجود آمده در دیپلماسی و عرصه رسانه‌ها، موجب شکل‌گیری پدیده جدیدی به نام «دیپلماسی رسانه‌ای» شده است. هرگز نمی‌توان نقش رسانه‌ها در انعقاد پیمان‌های دفاعی به‌منظور مقابله با تجاوزات احتمالی، انجام مذاکره به‌منظور جلوگیری از اقداماتی که ممکن است در آینده به جنگ بینجامد، تعیین و اجرای اهداف سیاسی فراملی و فرامنطقه‌ای، طراحی راهبردهای سیاسی-امنیتی و نیز مدیریت بحران‌های بین‌المللی و منطقه‌ای را نادیده انگاشت. در این زمینه باید به «توافقات» اسلو اشاره کرد که سنگ بنای آن توسط رسانه‌ها گذارده شد یا «پیمان کمپ دیوید» که با دلالتی و میانجی‌گری یک خبرنگار یا درواقع یک شبکه تلویزیونی انجام شد و به‌عنوان نمونه و مصداقی بارز در مقطع کنونی باید به کارکرد «شبکه خبری الجزیره» پرداخت که نقش بزرگی را به کشوری کوچک و ذره‌ای مانند قطر در تحولات عظیم خاورمیانه و شمال آفریقا و انقلاب‌های عربی-اسلامی این منطقه بخشیده است.

۱. تأسیس «الجزیره»: شبکه خبری الجزیره که مرکز آن در شهر دوحه قطر قرار دارد، با سرمایه‌گذاری و تضمین سرمایه اولیه توسط پادشاه قطر در سال ۱۹۹۶ در دوحه راه‌اندازی شد و با پخش نوار سخنرانی اسامه بن‌لادن پس از واقعه تروریستی یازده سپتامبر که به ازای پخش هر دقیقه آن ۲۰ هزار دلار دریافت می‌کرد، برای نخستین بار در غرب به شهرت رسید. سه متغیر عمده در تحقیق پیشبرد اهداف قطر در منطقه خاورمیانه دخیل است؛ شبکه خبری الجزیره، ائتلاف نظامی و امنیتی با آمریکا و غرب و نیز استفاده از درآمدهای سرشار حاصل از فروش منابع نفت و گاز که این کشور کوچک را به بازیگری جاه‌طلب با اهداف بزرگ سیاسی و بین‌المللی در سطح منطقه‌ای و جهانی تبدیل ساخته که در راستای بازتعریف هویت بین‌المللی خویش، تلاش برای

سمت‌وسو دادن به مطالبات مردمی در جریان موج تحول‌خواهی در جهان عرب و همچنین اعمال نفوذ در نظام‌های سیاسی جدید مستقر شده حرکت می‌کند. نقش شبکه الجزیره در این میان ممتاز است. این شبکه بیش از هر چیز موجب تسهیل و مسیر تحقق اهداف فوق برای قطر شده است، چراکه دولت قطر با استفاده از این شبکه و از طریق دیپلماسی رسانه‌ای در قبال تحولات منطقه و به‌ویژه در رابطه با سوریه به بازی قهاری روی آورده است. نقش این شبکه از یک‌نظر نیز قابل توجه جلوه می‌کند و آن اینکه، شبکه الجزیره با توجه به کارکردهای رسانه‌ای، سیاسی و دیپلماتیکی که بر عهده آن واگذار شده، نظام سیاسی قطر را از تسری امواج انقلاب‌های منطقه به این کشور ذره‌ای مصون نگه داشته و به‌عنوان سد معبری در مقابل رخنه این انقلاب‌ها به قطر عمل کرده است. (خوشایند، ۱۳۹۱)

۲. نقش آفرینی «الجزیره»: شبکه الجزیره در انقلاب‌های عربی و پوشش اخبار مربوط به آن از همان روزهای نخستین این انقلاب‌ها نقش بی‌نظیر و اثرگذاری ایفا کرده است. الجزیره تنها رسانه خبری مهمی بود که اعتراضات اولیه شکل گرفته پس از خودسوزی بوعزیزی جوان تحصیل‌کرده و بیکار تونس را پیگیری کرد و با وجود تهدیدات حکومت وقت تونس، به پوشش‌های رسانه‌ای خود ادامه داد. همچنین این شبکه در تحولات مصر نیز از همان ابتدا به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین رسانه در راستای منافع قطر وارد انقلاب مصر شد و به نقش آفرینی در آن پرداخت. در جریان انقلاب لیبی نیز نقشی به‌مراتب تعیین‌کننده به خود گرفت و از طریق بازتاب اخبار داخلی اوضاع لیبی به بازیگری برجسته در جریان انقلاب این کشور تبدیل شد. در دیگر کشورها از جمله بحرین، سوریه، یمن و اردن هم نقش آفرینی شبکه الجزیره بی‌نظیر بوده است.

در حال حاضر به ادعای مقامات این شبکه، «الجزیره انگلیسی» برای ۲۵۰ میلیون خانواده در ۱۳۰ کشور و «الجزیره عربی» برای ۷۰ میلیون خانواده عرب در سرتاسر جهان برنامه پخش می‌کند. الجزیره به CNN دنیای عرب معروف است که با شبکه بزرگی مانند BBC در ربودن گوی سبقت رسانه‌ای در جهان رقابت می‌کند. (همان)

فصل چهارم

دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

گفتار اول: دستگاه‌های متولی دیپلماسی فرهنگی
گفتار دوم: دغدغه‌های مقام معظم رهبری در حوزه دیپلماسی فرهنگی
گفتار سوم: مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ا.
گفتار چهارم: دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه
گفتار پنجم: چالش‌های حوزه دیپلماسی فرهنگی ایران
گفتار ششم: چالش‌های حوزه‌های تخصصی فرهنگی و هنری
گفتار هفتم: موانع دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

تاریخ ایران اسلامی شاهد این است که فرهنگ ایران و فرهنگ اسلام باهم تعامل ایجاد کردند و یکی از مشخصه‌های فرهنگ ما بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، همین روحیه‌ی برخورد متعاملانه بود. اکنون نیز جمهوری اسلامی ایران قدرت انطباق‌پذیری با مسائل روز جهان را دارد. از شاخص‌های بارز دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، روحیه‌ی متعاملانه‌ی آن است و اینکه موضع‌گیری ما تاکنون، در خصوص مواضع فرهنگی، موضع‌گیری قابل قبول بوده است. دیپلماسی‌های رسمی و فرهنگی در حوزه‌های مختلف در نوع عمل و برخورد باهم همسان نیستند. بر همین اساس ما نیز در کشوری مثل پاکستان ۴ نمایندگی سیاسی ولی ۸ نمایندگی فرهنگی داریم. در آلمان اما ما ۳ نمایندگی سیاسی و تنها یک نمایندگی فرهنگی داریم. زیرا حضور سیاسی و فرهنگی ما در کشورهای مختلف، مرتبط با وضعیت سیاسی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در آن کشور است و منافع ملی کشور است که تعیین می‌کند تا چه اندازه و چگونه حضور داشته باشیم. (سلیمانی، ۲۹ مهر ۱۳۹۳)

گفتار اول: دستگاه‌های متولی دیپلماسی فرهنگی

با توجه به ماهیت دیپلماسی فرهنگی و محتوای بین‌رشته‌ای آن دستگاه‌های مختلفی در این زمینه اعم از دولتی و غیر دولتی مسئولیت و مأموریت دارند که ذیلاً مهم‌ترین آنها را به شرح زیر معرفی می‌کنیم.

۱. سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

بر اساس اساسنامه مصوب ۱۳۷۴/۸/۳۰ شورای عالی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به‌منظور ایجاد تمرکز در مدیریت و برخورداری از سیاست‌گذاری واحد و هماهنگی در فعالیت‌های فرهنگی، تبلیغی خارج از کشور و نیز استفاده بهینه از امکانات مادی و معنوی موجود با تائید مقام معظم رهبری آن بخش

از نهادها، مؤسسات دولتی و عمومی که در خارج از کشور فعالیت فرهنگی-تبلیغی دارند در یکدیگر ادغام و سازمان واحدی با نام «سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی» تشکیل شد.

این سازمان دارای شخصیت حقوقی مستقل رسماً وابسته به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و بر اساس رهنمودهای مقام معظم رهبری و تصمیمات شورای عالی با رعایت سیاست خارجی نظام برای تحقق اهدافی چون: عرضه صحیح فرهنگ و تمدن ایران و ویژگی‌های فرهنگی، جغرافیایی و تاریخی آن؛ مقابله فکری با فرهنگ ضد دینی، ضد اسلامی و ضد انقلابی و آگاه کردن مسلمان نسبت به توطئه‌های تفرقه‌انگیز دشمنان از حقوق مسلمانان؛ سیاست‌گذاری و هماهنگی کلیه فعالیت‌های فرهنگی تبلیغی در خارج از کشور؛ تعیین ضوابط و مقررات ناظر بر تهیه و انتشار کتب، نشریات و سایر محصولات فرهنگی تبلیغی برای خارج از کشور و نظارت بر حسن اجرای آن؛ تألیف، ترجمه و انتشار کتب و نشریات مناسب به‌منظور معرفی علوم، معارف، فرهنگ و تمدن اسلامی و ایرانی و تبادل فرهنگی با سایر کشورها. فعالیت می‌کند. این دستگاه متولی اصلی دیپلماسی فرهنگی کشور محسوب می‌شود و بقیه دستگاه‌های فرهنگی و سیاسی به‌نوعی کمک‌رسان به مأموریت ویژه این دستگاه اجرایی می‌باشند.

شورای عالی و رئیس سازمان، ارکان سازمان را تشکیل می‌دهند. شورای عالی مرکب از ۱۱ عضو به شرح زیر است که با حکم مقام معظم رهبری منصوب می‌شوند:

الف - سه نفر از شخصیت‌های علمی و فرهنگی به انتخاب معظم له

ب - وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (رئیس شورا)

ج - وزیر امور خارجه

د - رئیس سازمان تبلیغات اسلامی

و- دبیر کل مجمع التقریب (ع)

ز- دبیر کل مجمع اهل‌البیت (ع)

ح - معاون روابط بین‌المللی دفتر مقام معظم رهبری

ط - رئیس سازمان

شورای عالی داری اختیارات و وظایف متعددی از جمله: بررسی و تعیین سیاست‌ها و راهبردهای کلی حاکم بر امور و فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی خارج از کشور؛ بررسی و تصویب طرح‌ها و برنامه‌های بلندمدت و میان‌مدت سازمان و امضا موافقت‌نامه‌ها و قراردادهای داخلی و خارجی به نمایندگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در چهارچوب وظایف سازمان با رعایت قوانین و مقررات مربوط است.

۲. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

بر اساس قانون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مصوب دوازدهم اسفندماه یک هزار و سیصد و شصت و پنج مجلس شورای با عمده اهداف و وظایف زیر شکل گرفت:

استقلال فرهنگی و مصونیت جامعه از نفوذ فرهنگ اجانب؛ رواج فرهنگ و هنر اسلامی؛ آگاهی جهانیان نسبت به مبانی و مظاهر و اهداف انقلاب اسلامی؛ گسترش مناسبات فرهنگی با ملل و اقوام مختلف به خصوص مسلمانان و مستضعفان جهان و فراهم آمدن زمینه‌های وحدت میان مسلمین عهده‌دار بخش عمده‌ای از وظایف دیپلماسی فرهنگی است. این وزارتخانه که مسئول اجرای سیاست‌های رسمی نظام جمهوری اسلامی ایران در زمینه فرهنگ عمومی است و وظایف اساسی متعددی از جمله وظایف زیر را در تحقق اهداف مذکور بر عهده دارد:

- شناساندن مبانی، مظاهر و اهداف انقلاب اسلامی به جهانیان با بهره‌گیری از وسایل و امکانات هنری، سمعی و بصری، کتب، نشریات و برگزاری گردهم‌آیی‌های فرهنگی و سایر اقدامات لازم در داخل و خارج از کشور با همکاری وزارت امور خارجه و سایر دستگاه‌های ذی‌ربط.

- مطالعه و تحقیق در زمینه تبلیغات رسانه‌های جهانی و کشف روش‌های مورد عمل آنها و اتخاذ شیوه‌های مناسب مقابله با آن در صورت لزوم.
 - انعقاد قرارداد در زمینه مبادلات فرهنگی، هنری، سینمایی، جهانگردی، خبری، مطبوعاتی و شرکت در جلسات سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی در موارد مربوطه با همکاری و هماهنگی وزارت امور خارجه با رعایت قانون اساسی.
 - ایجاد، توسعه و اداره کلیه امور نمایندگی‌های فرهنگی ایران در خارج و تعیین نمایندگان فرهنگی و مطبوعاتی و نظارت کامل بر اجرای وظایفی که به‌عهده آنان نهاده می‌شود.
 - انجام همکاری‌های فرهنگی و ارشادی با مراکز اسلامی و فرهنگی سایر کشورها به‌منظور اشاعه فرهنگ اسلامی.
 - ایجاد زمینه‌های گسترش فرهنگ انقلاب اسلامی و اشاعه زبان فارسی در کشورهای مختلف جهان با همکاری وزارت امور خارجه و وزارت فرهنگ و آموزش عالی.
- این وزارتخانه برای انجام وظایف قانونی علاوه بر سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری سه معاونت تخصصی در زمینه‌های مطبوعات و اطلاع‌رسانی، امور فرهنگی و امور هنری در ساختار خود ایجاد کرده است. مجموعه ساختار سازمانی این وزارتخانه عهده‌دار سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، هدایت و حمایت برنامه‌های فرهنگی کشور است.

۳. وزارت امور خارجه

بر اساس قانون وظایف وزارت امور خارجه مصوب بیستم فروردین‌ماه یک هزار و سیصد و شصت و چهار مجلس شورای اسلامی، وزارت امور خارجه با هدف اجرای سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران عهده‌دار اختیارات و وظایف اساسی متعدد از جمله وظایف زیر است:

- بررسی، برقراری، تنظیم، حفظ و توسعه روابط سیاسی جمهوری اسلامی ایران با سایر دولت‌ها و سازمان‌های سیاسی بین‌المللی و نظارت و اشراف بر سایر روابط خارجی، ایجاد و اداره نمایندگی‌های سیاسی و کنسولی در کشورهای خارجی و سازمان‌های سیاسی بین‌المللی بر اساس قوانین و مقررات مربوط؛
- توجه و مراقبت دائم و اقدامات لازم و به‌موقع نسبت به وقایع بین‌المللی به‌ویژه وقایع جهان اسلام و تهیه و تنظیم گزارش‌های لازم و دقیق در این زمینه با ارائه پیش‌بینی‌ها و پیشنهادها جهت اطلاع مراجع ذی‌ربط؛
- فراهم آوردن زمینه‌های مناسب برای انجام وظایف نمایندگی‌های دولت‌های خارجی و سازمان‌های بین‌المللی در ایران طبق قوانین و مقررات و عرف داخلی و بین‌المللی و بر اساس اصل عمل متقابل با هماهنگی و همکاری دستگاه‌های ذی‌ربط؛
- همکاری با دستگاه‌های اجرایی کشور و ارائه نظریات لازم با رعایت ملاحظات سیاسی خارجی در جهت بررسی و تهیه طرح‌های مربوط به برقراری و گسترش مناسبات اقتصادی، فرهنگی، علمی، فنی و غیره؛
- همکاری با وزارت ارشاد اسلامی و دستگاه‌های ذی‌ربط در اشاعه فرهنگ اسلامی در کشورهای خارجی؛ همکاری با وزارت ارشاد اسلامی در فراهم آوردن زمینه‌های لازم برای خبرگزاری‌ها و نمایندگی‌های مطبوعاتی خارجی در چهارچوب روابط و مقررات و سیاست‌های ارشادی و تبلیغاتی کشور با هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط؛
- همکاری با وزارت فرهنگ و آموزش عالی و سایر دستگاه‌های ذی‌ربط در انجام امور دانشجویان ایرانی خارج از کشور و بورس‌های واگذاری به جمهوری اسلامی ایران و بالعکس؛
- همکاری با دستگاه‌های ذی‌ربط در ایجاد زمینه‌های مناسب به‌منظور بهره‌گیری از استعدادها و امکانات دانشجویان و اتباع ایرانی خارج از کشور.

علاوه بر اینکه بر اساس ماده ۳ این قانون کلیه نهادها و ارگان‌های جمهوری اسلامی مکلفاند در تنظیم مناسبات و برقراری هر نوع ارتباط با دول خارجی و انعقاد قرارداد و همکاری‌های فنی، اقتصادی، فرهنگی علمی و نظامی با کشورهای خارج و سازمان‌های بین‌المللی هماهنگی سیاسی لازم با وزارت امور خارجه به عمل آورده و وزارت امور خارجه نیز مکلف است نسبت به فراهم آوردن موجبات تأمین هماهنگی و ایجاد ارتباط و تسهیلات لازم بر اساس اصول و سیاست‌های خارجی و حفظ مصالح جمهوری اسلامی ایران اقدام لازم را معمول دارد. در ساختار وزارت امور خارجه مرکزی تحت عنوان مرکز دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای وظایف مرتبط با دیپلماسی عمومی و فرهنگی را بر عهده دارد.

وزارت امور خارجه بر اساس ماده ۴ قانون باید موجبات حمایت از مبارزه حق‌طلبانه مستضعفان بالأخص مسلمانان علیه مستکبران را در هر نقطه جهان بدون دخالت در امور ملت‌های دیگر بر اساس اهداف و سیاست‌های خارجی کشور با هماهنگی با سایر دستگاه‌های ذی‌ربط فراهم آورد و بر اساس ماده ۹ سفر و مسئولان نمایندگی‌های سیاسی و کنسولی جمهوری اسلامی ایران در حوزه مأموریت خویش مسئول کلیه فعالیت‌های سیاسی و تبلیغاتی و فرهنگی و اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بوده و نمایندگان و مأموران سایر وزارتخانه‌ها باید اقدامات و فعالیت‌های خود را با آنها هماهنگ سازند. بنابراین دیپلماسی فرهنگی وقتی می‌تواند موفق عمل کند که از اقدامات زمینه‌ساز قبلی و بعدی دیپلماسی فرهنگی توسط این وزارتخانه برخوردار باشد و هرگونه ناهماهنگی و ضعف در اجرای برنامه‌ها و پشتیبانی لازم منجر به شکست فرایند دیپلماسی فرهنگی خواهد شد.

۴. دستگاه‌های فرهنگی و آموزشی خاص

علاوه بر دستگاه‌های مذکور که وظایفی حاکمیتی بر عهده دارند دستگاه‌های فرهنگی و آموزشی خاصی نیز وجود دارند که بر اساس اساسنامه و مقررات

خاص خود تحت اصول و سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران وظایفی مرتبط با دیپلماسی فرهنگی کشور اعم بر عهده دارند که در داخل و یا خارج کشور آن را انجام می‌دهند. مؤسساتی چون جامعه‌المصطفی که وظیفه تربیت نیروی اسلامی خارجی علاقه‌مند به اسلام و مکتب تشیع دارند را به عهده دارد و یا بنیاد سعدی که وظایفش بر توسعه ادبیات فارسی متمرکز است و یا مجمع جهانی اهل‌البیت و مجمع تقریب مذاهب نیز با توجه به مأموریت خود در شمار مجریان دیپلماسی فرهنگی محسوب می‌شوند.

۵. سایر دستگاه‌های اجرایی

هر دستگاهی حسب مأموریت خود لازم است اقدامات مربوط، که دنباله آن به بیرون از مرزها نیز می‌کشد را نیز پیگیری کند؛ چراکه تصور انجام مأموریت هر دستگاه اجرایی بدون نیاز به ارتباطات فرامرزی غیر ممکن است. گرچه این نیاز فراخور فعالیت دستگاه‌های مختلف دارای شدت و ضعف است. بدیهی است همراه در این خصوص رعایت دو نکته ضروری است؛ اول لزوم هماهنگی با وزارت امور خارجه به‌عنوان دستگاه متولی و مسئول در حوزه ارتباطات خارجی و نکته دیگر ایفای نقش کمک‌کننده یا کمک‌گیرنده از دستگاه متولی اصلی دیپلماسی فرهنگی در زمینه تبلیغات و فعالیت‌های تبلیغی خارجی.

۶. آحاد مردم فرهیخته و متعهد

انقلاب اسلامی ایران یک انقلاب مردمی و فرهنگی است و نظام حکومتی کشور نیز برآمده از ملت مسلمان ایران است از سوی دیگر پیشرفت فناوری‌های نوین و خلق رسانه‌ها و موقعیت‌های جهانی برای مردم در ارتباطات یک‌سویه و چند سویه موجب شده تا به این باور برسیم که دیگر «ناقلان پیام‌های فرهنگی کشورمان تنها دیپلمات‌های فرهنگی نیستند؛ زیرا در عصر حاضر،

به دلیل امکان ارتباط الکترونیک و مجازی، دیپلماسی فرهنگی منحصر به دست‌اندرکاران سیاست خارجی نیست، بلکه همه مردم می‌توانند حاملان فرهنگ ایرانی-اسلامی باشند و دیگر جوامع را از غنای فرهنگی و تمدنی ایران آگاه سازند.» (مظاهری، ۱۳۹۵) بنابراین به جرئت می‌توان آحاد مردم فرهیخته ایران را دیپلمات‌های فرهنگی کشور در موقعیت‌های مختلف اعم از عرصه‌های علمی، ورزشی، هنری و... دانست. بعضاً اثرگذاری حرکت این فعالان در حوزه دیپلماسی فرهنگی اعم از تصویرسازی مثبت از ایران اسلامی و یا خنثی‌سازی تبلیغات ضد ایرانی و ضد اسلامی به مراتب از یک سازمان بیشتر بوده است.

گفتار دوم: دغدغه‌های مقام معظم رهبری در حوزه دیپلماسی فرهنگی
 عنصر فرهنگ هم متغیر سیاست خارجی و دستگاه دیپلماسی است و هم متغیری در جهت صدور ارزش‌های انقلاب اسلامی. اندیشه‌ها، آراء، نظرات و رهنمودهای حضرت رهبر انقلاب در حوزه دیپلماسی فرهنگی در این دو حوزه را می‌توان در آرا ایشان جست‌وجو کرد. ذیلاً با استناد به بیانات معظم‌له دغدغه‌های ایشان در حوزه دیپلماسی فرهنگی در عناوین زیر به تصویر می‌کشیم.

۱. صدور انقلاب و الگو شدن انقلاب اسلامی

ایشان صدور انقلاب را در راستای جهانی بودن نهضت انقلاب و خط روشن امام (ره) می‌دانند. رهبر انقلاب معتقدند که منظور از صادر کردن انقلاب اسلامی، صدور نحوه و شیوه انقلاب کردن نیست، ایشان در جمع طلاب غیر ایرانی حوزه علمیه قم این موضوع را این‌گونه تبیین می‌کنند:

رهبر معظم انقلاب نظریه صدور انقلاب را در اندیشه‌های امام خمینی (ره) بازگو می‌کنند و می‌فرمایند که منظور از صدور انقلاب دخالت در امور

کشورها نیست. ایشان در خطبه‌های نماز جمعه این موضوع را به این صورت بیان می‌کنند: نقطه‌ی دیگر از نقاط روشن خط امام، جهانی بودن نهضت است. امام نهضت را جهانی می‌دانست و این انقلاب را متعلق به همه‌ی ملت‌های مسلمان، بلکه غیر مسلمان معرفی می‌کرد. امام از این ابایی نداشت. این غیر از دخالت در امور کشورهاست که ما نمی‌کنیم؛ این غیر از صادر کردن انقلاب به سبک استعمارگران دیروز است که ما این کار را نمی‌کنیم، اهلش نیستیم؛ این معنایش این است که بوی خوش این پدیده‌ی رحمانی باید در دنیا پراکنده شود، ملت‌ها بفهمند که وظیفه‌شان چیست، ملت‌های مسلمان بدانند که هویتشان چگونه است و کجاست. (۱۳۸۹/۳/۱۴)

۲. اقتدار فرهنگی و جلوگیری از تهاجم فرهنگی

از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اقتدار حقیقی برای یک کشور اقتدار فرهنگی است و انزوای حقیقی نیز انزوای فرهنگی است و اگر کار فرهنگی به‌درستی انجام شود، هیچ عاملی نمی‌تواند کشور را منزوی کند. ایشان بر این نظر هستند که اگر کار فرهنگی به‌درستی انجام شود و بر ذهن و فکر و عاطفه افراد تأثیرگذار باشد، قطعاً برخی خلأهای احتمالی در عرصه دیپلماسی و یا ارتباطات تجاری و اقتصادی، پُر خواهد شد. از این منظر باید گفت که دیپلماسی و ارتباطات فرهنگی از منظر امام خامنه‌ای (مدظله) از اهمیت بالاتری نسبت به ارتباطات تجاری، اقتصادی و سیاسی است.

مقام معظم رهبری معتقدند گسترش فرهنگ و ارتباطات فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، سدی در برابر نفوذ تهاجم فرهنگی و عنصری در جهت مقابله با نظام سلطه است: اگر کار فرهنگی به‌درستی انجام شود و بر ذهن و فکر و عاطفه افراد تأثیرگذار باشد، قطعاً برخی خلأهای احتمالی در عرصه دیپلماسی و یا ارتباطات تجاری و اقتصادی، پُر خواهد شد. سفیران فرهنگی جمهوری اسلامی

ایران خط مقدم جبهه فرهنگی در عرصه بین‌المللی هستند و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی نیز مرکز اصلی این جبهه فرهنگی است. این کشورها با حرکت فرهنگی، اهداف غیرانسانی خود را دنبال می‌کنند؛ درحالی‌که در نظام اسلامی که برخاسته از سخن حق و تفکرات ناب الهی است، باید از روش‌ها و ابزار فرهنگی استفاده بهتر و شایسته‌تری شود. (۱۳۸۸/۱۲/۱۱)

۳. تصویرسازی صحیح از انقلاب و نظام اسلامی ایران

رهبر معظم انقلاب اسلامی بر این نظر هستند که جبهه استکبار قصد دارند با ارائه یک چهره مخدوش از نظام جمهوری اسلامی، مردم دنیا و علاقه‌مندان به این نظام را بدبین کنند و از تأثیر معنوی و روحی انقلاب اسلامی بکاهند، بر همین اساس مهم‌ترین وظیفه نمایندگان فرهنگی، ارائه یک تصویر درست از انقلاب اسلامی است؛ و لازمه ارائه این تصویر درست، تعریف صحیح از اسلام است. ارائه تصویر درست از انقلاب و نظام جمهوری اسلامی برای مردم دنیا و همچنین مسئولان کشورها یکی از وظایف مهم و کارهای بزرگ سفیران فرهنگی است. بدخواهان و مستکبران تلاش دارند تا اسلامی را به جهانیان معرفی کنند که یا اسلام متحجر و یا اسلام بی‌خاصیت لیبرالی باشد درحالی‌که اسلام واقعی و ناب مورد نظر نظام اسلامی، دارای مفاهیم والا، عمیق و روشن از انسان، خدا، جهان آینده و نیازهای مادی و معنوی بشریت است. (همان)

ایشان بازسازی کشور را بعد از جنگ یکی از ضروریات اصلی نظام می‌دانند که باید با استفاده از دستاوردهای بشری صورت گیرد و یکی از راه‌های دستیابی به این دستاوردها ارتباط با دیگران است. ایشان در دیدار با مسئولان وزارت امور خارجه این موضوع را به این صورت بیان می‌کنند:

یک عده مجرم، با سوءاستفاده از دستاوردهای بشری، کشور ما را ویران کردند؛ ولی ما می‌خواهیم خانه‌ی خودمان را با استفاده از همان دستاوردهای

بشری آباد کنیم. این کار، جز با ارتباطات جهانی، **جز با دیپلماسی فعال**، جز با نشست‌ووبرخاست‌ها و سخن‌گفتن‌های حکیمانه و فعالیت و ابتکار و دادوستد و اعلام و درخواست همکاری در آن ضابطه و چارچوب خاص، امکان‌پذیر نیست. پس امروز وزارت خارجه پیشاهنگ ارتباطاتی است که برای دوران بازسازی ضروری است؛ چه سیاسی‌اش، چه اقتصادی‌اش، چه حتی فرهنگی‌اش. آن نوک پیکان حرکت دیپلماسی، نماینده‌ی وزارت امور خارجه است؛ بقیه در کنار او وارد می‌شوند و باید بشوند. (۱۳۷۰/۴/۱۸)

۴. تکیه بر اسلام و ذخایر بومی فرهنگی

ایشان همچنین ایران را دارای ذخایر عظیمی از لحاظ فرهنگی می‌داند که این امر باعث عزت کشور در سطح جهان است: هر ملتی ذخیره‌ای دارد. ملت ما هم ذخایر خیلی فراوانی دارد؛ ذخایر فرهنگی، پرونده‌ی بسیار درخشان در صحنه‌ی علم جهانی، در صحنه‌ی سیاست جهانی، در صحنه‌های گوناگون. (همان) رهبر معظم انقلاب در توصیه‌های خود به کارکنان و مسئولان دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی کشور، پشتوانه ایران را نهضت جهانی اسلام می‌داند که از آن به‌عنوان پدیده فرهنگی یاد می‌کنند که باید خوب مراقبت و معرفی شود: پشتوانه‌ی شما اسلام است؛ این را بدانید. بعضی می‌گویند ما می‌خواهیم اسلام را حفظ کنیم؛ نه، اسلام ما را حفظ می‌کند. پشتوانه‌ی شما همین ایمان و همین نهضت جهانی اسلام است. نهضت جهانی اسلام یک شخص نیست که ترورش کنند، یک سازمان نیست که منحلش کنند، یک دولت نیست که منزوی‌اش کنند، بلکه یک پدیده‌ی فرهنگی و توده‌ای و عمومی است. ما باید هوایش را داشته باشیم و باید مراقب باشیم. نفس اعلام مواضع اسلامی در دنیای اسلام، اعتبار ما را افزایش می‌دهد و برای ما امتیاز است و نشان‌دهنده‌ی عمق استراتژیک ما و کمک‌کننده‌ی به ماست. (۱۳۸۳/۵/۲۵)

۵. گسترش ارزش‌های اسلامی و ملی در قالب پیام‌های ارزشی مشترک گسترش ارزش‌های ملی یکی از اهداف اصلی دیپلماسی فرهنگی است. یکی از راه‌های پیشبرد ارزش‌ها، یافتن ارزش‌های مشابه در دیگر فرهنگ‌ها و پیوند زدن میان آنها است. از دیدگاه مقام معظم رهبری، روشی که ایران با استفاده از آن باید خود را در ارتباطات جهانی معرفی کند، بسیار مهم و حائز اهمیت است. ایشان در جمع اعضای هیئت دولت این امر را این‌گونه بیان می‌دارند: در زمینه سیاست خارجی باید سعی کنید که همه در دنیا بدانند که ملت و دولت ایران، انگیزه و هدفش این است که می‌خواهد با فکر خود، با نیروی خود، با اراده خود، در راه سعادت خود قدم بردارد... در ارتباطات دیپلماسی ما، باید بر این استقلال و بر این عزت اجتماعی تکیه شود که بحمدالله می‌شود و این روش درستی است. ما با ملت‌های دنیا و با دولت‌های گوناگون عالم، بنای همکاری و تفاهم داریم؛ البته نه با زورگویان و کسانی که می‌خواهند همه مسائل را با تکیه بر قدرت خودشان حل کنند؛ مثل امریکا. با این‌ها آلمان در یک جوی نمی‌رود. (۱۳۷۷/۶/۲)

۶. گسترش و تعمیق زبان فارسی

رهبر معظم انقلاب، زبان فارسی را به خاطر حلاوت و شیرینی آن، ابزاری بسیار مناسب برای انتقال ارزش‌های اسلامی و انقلابی، فرهنگ، اندیشه و آثار ایرانی و اسلامی می‌داند که باید توسط متصدیان این امر و نخبگان کشور جهت بسط و گسترش جهانی آن تلاش شود. به همین دلیل گسترش زبان فارسی در جهان امری ضروری است.

ایشان در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی پیرامون اهمیت زبان فارسی می‌فرمایند: زبان فارسی یک روزی از قسطنطنیه‌ی آن روز، از استانبول آن روز، زبان علمی بوده تا شبه‌قاره‌ی هند؛ اینکه عرض می‌کنم

از روی اطلاع است. در آستانه - مرکز حکومت عثمانی - زبان رسمی در یک برهه‌ی طولانی‌ای از زمان، زبان فارسی بوده. در شبه‌قاره‌ی هند برجسته‌ترین شخصیت‌ها با زبان فارسی حرف می‌زدند و انگلیس‌ها اولی که آمدند شبه‌قاره‌ی هند، یکی از کارهایی که کردند این بود که زبان فارسی را متوقف کنند؛ جلو زبان فارسی را با انواع حیل و مکرهایی که مخصوص انگلیس‌ها است گرفتند. البته هنوز هم زبان فارسی آنجا رواج دارد و عاشق دارد؛ کسانی هستند در هند - که بنده رفته‌ام دیده‌ام، بعضی‌هایشان اینجا آمدند آنها را دیدیم - عاشق زبان فارسی‌اند؛ اما ما در کانون زبان فارسی، داریم زبان فارسی را فراموش می‌کنیم؛ برای تحکیم آن، برای تعمیق آن، برای گسترش آن، برای جلوگیری از دخیل‌های خارجی هیچ اقدامی نمی‌کنیم. (۱۳۹۲/۹/۱۹)

ایشان در بیاناتی در دیدار اعضای دومین مجمع بین‌المللی زبان فارسی می‌فرمایند: ما باید برای رواج زبان فارسی در دنیا و گسترش جغرافیایی آن تلاش کنیم تا این زبان در موضع قدرت قرار گیرد و بتواند بخش عظیمی از مدنیت گذشته عالم را که با خود همراه دارد به دنیا ارائه دهد... و این همه ایجاب می‌کند که فارسی‌زبانان و همه کسانی که ارزش و اهمیت تاریخی و فرهنگی زبان فارسی را می‌دانند، برای ترویج و گسترش آن تلاش کنند. (۱۳۷۷/۱۲/۱۲)

گفتار سوم: مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

ایران اسلامی با تعریف خاص خودش، نشر ارزش‌های اسلامی که برای بشر امروز خدمت معرفی می‌شود و همچنین حضور اثربخش و ارزش‌آفرین در جهان را سرلوحه‌ی برنامه‌های فرهنگی بین‌المللی خود قرار داده است، رفتاری که کاملاً از روی باور و صادقانه است. تمدن ایرانی و اسلامی، آموزه‌های اسلام ناب آن و ارزش‌های انقلاب اسلامی، در پایگاه‌های خارجی برای عرضه‌ی فرهنگ

جمهوری اسلامی ایران به کار گرفته می‌شوند. این موارد، در حقیقت حوزه‌های قدرت ما در کار فرهنگی در خارج از کشور هستند. حفظ هویت، ارتقای جایگاه و بهره‌گیری از ظرفیت ایرانیان خارج از کشور، از اهداف فعالیت‌های جمهوری اسلامی ایران است. (ملکی، ۱۳۹۳) همان‌طور که همه کشورها همواره از عوامل ذاتی خاص خود در حوزه‌های مختلف به‌عنوان عوامل زمینه‌ای در جهت ارتقای شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی استفاده می‌کنند، ایران اسلامی نیز که در این زمینه از غنای خاصی برخوردار است از این مواهب در کنار سایر مؤلفه‌ها استفاده می‌کند.

۱. عوامل زمینه‌ای مؤثر

از عواملی که می‌توانند در پیشبرد دیپلماسی فرهنگی مؤثر باشند عبارت‌اند از:

- ۱- پیشینه غنی، تاریخی و تمدنی و فرهنگی.
- ۲- زبان و ادبیات، آثار فرهنگی و مکتوب مشاهیر، نویسندگان، شعرا و هنرمندان.
- ۳- دستاوردهای فرهنگی و علمی مانند، جوایز بین‌المللی، ترجمه و چاپ آثار ادبی و فرهنگی و انتشارات.
- ۴- تربیت و آموزش کارشناسان خبره در امور دیپلماسی فرهنگی و ارتباطات عمومی.
- ۵- نخبگان، فرهیختگان فرهنگی و علمی در عرصه دیپلماسی فرهنگی و روابط بین‌الملل.
- ۶- ارتباط مستمر با مراکز علمی دانشگاهی و حوزوی.
- ۷- ضریب بالای استفاده از فن‌آوری جدید دنیا مانند شبکه‌های اینترنت، ماهواره و شبکه‌های جهانی رادیو و تلویزیون

(آدینه‌وند، ۱۳۹۰)

۲. مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان ابزار تأمین منافع ملی از طریق ابزارهای فرهنگی روش‌های نرم‌افزاری را می‌توان دارای چهار مؤلفه اصلی دانست:

- الف)** محتوای دیپلماسی در قالب سیاست‌های بین‌المللی که این هدف با شاخص‌های دینی و ارزشی مکتب تشیع گره‌خورده است.
- ب)** ابزارهای فرهنگی و عوامل انتقال در فرآیند دیپلماسی که نوعاً نرم‌افزاری و نافذ در انسان‌ها هستند.
- ج)** مخاطبین دیپلماسی که جوامع و ساختارهای انسانی اعم از دولتی و غیردولتی و اشخاص حقیقی و حقوقی را شامل می‌شود.
- د)** دیپلمات‌های ورزیده و متخصص فرهنگی که عامل اجرای فرایند دیپلماسی در جوامع هدف هستند.

بر اساس نتایج پژوهش رساله دکتری نگارنده، دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران دارای ۷۰ مؤلفه مؤثر و معنی‌دار و است. دستیابی به مؤلفه‌های مؤثر با فراتحلیل مطالعات انجام شده و احصاء مؤلفه‌های مطرح شده از دیپلماسی فرهنگی و پالایش و تنقیح آنها با کمک صاحب‌نظران مجرب صورت گرفته است. همچنین با طرح مباحثی که درخصوص دیپلماسی فرهنگی در دو بعد خود یعنی پیام‌ها و انتقال آنها مطرح شد و تجربیاتی که از اجرا و عوامل اجرای دیپلماسی فرهنگی به‌دست آمد. این ۷۰ مؤلفه که در گذشته مورد استفاده و بهره‌برداری قرار گرفته و یا در حال و آینده مورد استفاده قرار می‌گیرند به‌عنوان شاخص‌های نهایی این حوزه مورد تأیید قرار گرفته است.

این شاخص‌ها در چهار گروه پیامی، ابزاری-روشی، عاملیت اجرا و برنامه‌ای دسته‌بندی شده و هر گروه زیرشاخص‌های خود را در بر می‌گیرد؛ بنابراین مجموعه مؤلفه‌های قابل ملاحظه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران را

که می‌توان برای ارزیابی خبرگان در قالب شاخص‌ها و زیرشاخص‌های مرتبط مطرح کرد، با توجه نتایج رساله و امتیازآوری آنها به شرح زیر است. این مؤلفه‌ها در چهار گروه هدفی-پيامی، ابزاری-روشی، عاملیت اجرا و برنامه‌ای و زیرگروه‌های مرتبط دسته‌بندی شده است.

۲/۱. شاخص‌های مرتبط باهدف و پیام دیپلماسی

الف) شاخص‌های دینی: این شاخص‌ها با توجه به آرمان‌های انقلاب اسلامی، مکتب تشیع و هویت ایرانی - اسلامی ایرانیان در هشت مفهوم زیر عنوان می‌شود:

- ترویج و تبلیغ مکتب تشیع
- معرفی مدل حکومتی مبتنی بر ولایت فقیه
- ترویج و تبلیغ فرهنگ عاشورا
- تبلیغ شعار همگرایی اسلامی
- تبلیغ نظم نوین جهانی اسلامی (مهدویت)
- ترویج معنویت‌گرایی (رویکردی که انسان را به‌طور کلی از چارچوب نگاه مادی غرب خارج و متوجه خداوند و بعد روحانی انسان می‌کند)
- ترویج فرهنگ قرآن و عترت (اهل بیت علیهم‌السلام)
- گسترش زبان و ادبیات ایرانی-اسلامی

ب) شاخص‌های ارزشی مشترک: این شاخص‌ها با توجه به ارزش‌های مشترک بین ملت‌ها و توجه خاص انقلاب اسلامی ایران به آنها در شش مفهوم زیر عنوان می‌شود:

- ترویج ارزش عدالت‌خواهی
- تبلیغ و ترویج ظلم‌ستیزی
- تبلیغ شعار استکبارستیزی

- ترویج و تبلیغ استقلال واقعی
- حمایت از مستضعفان عالم
- حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش و عدالت‌جو

۲/۲. شاخص‌های ابزاری-روشی

(الف) **شاخص‌های فرهنگی:** این شاخص‌ها با توجه به مناسب دیده شدن به‌عنوان ابزار و روش انتقال فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، در قالب دوازده مفهوم انتخاب و به شرح زیر عنوان می‌شود:

- استفاده از رسانه‌های شنیداری (امواج رادیویی، حامله‌ای صوتی و...)
- به‌کارگیری کتاب و نشریات (اهدا به کتابخانه، برگزاری نمایشگاه و...)
- استفاده از فیلم و سینما (با مضمون معرفی هویت ایرانی-اسلامی ایران)
- نهضت ترجمه (ترجمه کتاب‌های مناسب به زبان‌های زنده دنیا)
- برقراری کرسی‌های زبان فارسی در مراکز علمی دنیا
- برگزاری محافل فرهنگی (شب شعر)
- برگزاری محافل فرهنگی (سخنرانی متناسب با شرایط)
- برگزاری محافل فرهنگی (دیدار با هنرمندان)
- برگزاری مسابقات ورزشی داخلی و بین‌المللی
- تبلیغ و برندسازی جاذبه‌های گردشگری
- اجرای نمایش‌های هنری (متناسب با موقعیت)
- عرضه و ترویج آداب‌ورسوم و سبک زندگی

(ب) **شاخص‌های سیاسی-نظامی:** این شاخص‌ها با توجه به مناسب دیده شدن به‌عنوان ابزار و روش انتقال فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، در قالب شش مفهوم انتخاب و به شرح زیر عنوان می‌شود:

- شرکت فعال در سازمان‌های بین‌المللی
- تصدی پست‌های سازمانی بین‌المللی
- ایجاد معاهدات و ائتلاف‌های سیاسی
- ایجاد معاهدات و ائتلاف‌های نظامی
- مشارکت در ایجاد سازمان‌های منطقه‌ای
- همکاری با کشورهای مستقل استکبارستیز

ج) شاخص‌های علمی-آموزشی: این شاخص‌ها با توجه به مناسب دیده شدن به‌عنوان نشانگر جایگاه و میزان تحرک علمی-آموزشی جمهوری اسلامی ایران در قالب هشت مفهوم انتخاب و به شرح زیر عنوان می‌شود:

- برگزاری مسابقات علمی و فنی بین‌المللی
- برگزاری اجلاس و همایش‌های علمی بین‌المللی داخلی
- مشارکت فعال در اجلاس و همایش‌های علمی بین‌المللی
- برگزاری اجلاس و کنفرانس‌های بین‌المللی در خارج کشور
- جذب دانشجوی خارجی
- آموزش دانش و مهارت (خیاطی، گلدوزی و...)
- برگزاری دوره‌های آموزشی با اساتید ایرانی
- معرفی موارد شکستن مرزهای دانش

د) شاخص‌های اجتماعی-اقتصادی: این شاخص‌ها با توجه به مناسب دیده شدن به‌عنوان نشانگر میزان تحرک اجتماعی-اقتصادی و برنامه‌مند عمل کردن جمهوری اسلامی ایران در قالب شش مفهوم انتخاب و به شرح زیر عنوان می‌شود:

- عرضه خدمات فرهنگی-اجتماعی (بهداشتی، درمانی، هنری، مهارتی و...)
- به‌کارگیری فضای مجازی (ICT)

- ساخت و استفاده از بازی‌های رایانه‌ای مناسب
- حمایت‌های اقتصادی هدفمند
- اجرای پروژه‌های بین‌المللی در داخل و خارج
- مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی (اجرای برنامه‌مند دیپلماسی متناسب با شرایط و تغییرات محیطی و رقابتی)

۲/۳. شاخص‌های عامل اجرای دیپلماسی

(الف) شاخص‌های مرتبط با عوامل رسمی: این شاخص‌ها با توجه به مناسب دیده شدن به‌عنوان عامل رسمی انتقال فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، در قالب پنج مفهوم انتخاب و به شرح زیر عنوان می‌شود:

- به‌کارگیری دیپلمات‌های متخصص رسمی
- اعزام مبلغین دینی به کشورهای متمایل به اسلام
- فعالیت سازمان‌های رسمی ایرانی (مثل کمیته امداد، هلال احمر، صداوسیما و...)

- فعالیت دولتمردان و کارگزاران (مقامات و مسئولین)
- استفاده از سازمان‌های بین‌المللی (یونسکو، ایس‌س‌کو، نم و...)

(ب) شاخص‌های مرتبط با عوامل غیر رسمی: این شاخص‌ها با توجه به مناسب دیده شدن به‌عنوان عامل غیررسمی انتقال فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، در قالب هشت مفهوم انتخاب و به شرح زیر عنوان می‌شود:

- فعال‌سازی ایرانیان مقیم خارج (با رعایت صلاحیت‌های لازم)
- استفاده از سمن‌ها^۱ در فضای بین‌المللی
- به‌کارگیری ورزشکاران متعهد

- به‌کارگیری دانشمندان علوم مختلف به‌ویژه علوم جدید
- اعزام هدفمند هنرمندان متعهد برای اجرهای فرهنگی هنری
- به‌کارگیری زنان متعهد و متخصص (حسب شرایط)
- به‌کارگیری هدفمند جوانان متعهد و تحصیل‌کرده
- به‌کارگیری دانشجویان مستعد و متعهد در فعالیتهای فرهنگی

۲/۴. شاخص‌های برنامه‌ای دیپلماسی فرهنگی

الف) شاخص‌های برنامه‌ای پیش‌دستانه: این شاخص‌ها با توجه به مناسب دیده شدن به‌عنوان روش آینده‌نگرانه انتقال فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، در قالب شش مفهوم انتخاب و به شرح زیر عنوان می‌شود:

- جریان سازی فرهنگی در عرصه بین‌المللی همسو با سیاست‌های فرهنگی
- ترویج اسلام مدرن مبتنی بر استدلال و پیشرو در امور دنیوی و اخروی
- الهام‌بخشی با تأثیرگذاری متکی به خودباوری و بیداری اسلامی و استکبارستیزی

• **پیشتازی در تمدن سازی اسلامی-ایرانی و ائتلاف‌سازی در مقابل تمدن غرب و نظام سرمایه‌داری**

- ترویج عدالت‌خواهی و ظلم‌ستیزی و گفتمان دینی در عرصه بین‌الملل
- استفاده نظام‌مند و شبکه‌ای از ظرفیتهای ذاتی اسلام و مسلمانان و ملت‌های علاقه‌مند به اسلام و مکتب تشیع

ب) شاخص‌های برنامه‌ای فعال: این شاخص‌ها با توجه مناسب دیده شدن به‌عنوان روش نظام‌مند انتقال فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، در قالب پنج مفهوم انتخاب و به شرح زیر عنوان می‌شود:

- **فعالیت بین‌المللی فرهنگی به‌صورت نظام‌مند، هدایت‌گر و یکپارچه**

- تقریب بین مذاهب با همکاری اهل تسنن
- تصویرسازی از ایران اسلامی مستقل، عزتمند و مبتنی بر مردم‌سالاری دینی
- حضور گسترده اولویت‌بندی شده جغرافیایی در تعاملات سیاسی و فرهنگی بین‌المللی

• استقرار مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی در دستگاه دیپلماسی کشور (مدیریت چشم‌انداز محور دیپلماسی فرهنگی با ساختار سازمانی مناسب و متناسب با تغییرات و شرایط محیطی و رقابتی). (دهقانی و رستگاری، ۱۳۹۴: ۲۴-۳)

این شاخص‌ها در صورتی که با نظر متخصصین این حوزه رتبه‌بندی شوند، بر اساس اولویت‌بندی‌ای که به دست می‌دهد به ما این امکان را می‌دهد تا دستور کار دیپلماسی فرهنگی را بر اساس این اولویت‌ها تعیین کنیم و برنامه‌های مرتبط را طراحی و ذیل هر شاخص به اجرا درآوریم.

۳. رتبه‌بندی شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی ج.ا.ا.

با بررسی میدانی محقق این شاخص‌ها برای تعیین جایگاه و اهمیت از نظر خبرگان و متخصصین حوزه دیپلماسی عمومی و فرهنگی در دو وضعیت موجود و مطلوب کشور ارزیابی و رتبه‌بندی شدند، نتیجه مطالعه که نشان‌دهنده وضعیت مطلوب و موجود کشور در سال ۱۳۹۴ است در قالب جدول زیر ارائه می‌شود.

جدول شماره (۱) رتبه‌بندی اهمیت شاخص‌ها در وضعیت موجود و مطلوب دیپلماسی فرهنگی (همان)

میانگین	شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی در وضعیت مطلوب	میانگین	شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی در وضعیت موجود
۹,۰۱	۴. تبلیغ شعار همگرایی اسلامی	۶,۵۷	۱۱. تبلیغ شعار استکبارستیزی
۹,۰۱	۹. ترویج ارزش عدالت‌خواهی	۵,۹۴	۱۲. ترویج و تبلیغ استقلال واقعی
۹,۰۱	۲۷. شرکت فعال در سازمان‌های بین‌المللی	۵,۸۹	۱۳. حمایت از مستضعفان عالم
۸,۹۲	۶۸. تصویرسازی از ایران اسلامی مستقل، عزتمند و مبتنی بر مردم‌سالاری دینی	۵,۵۷	۱۴. حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش و عدالت‌جو
۸,۹۰	۱۷. استفاده از فیلم و سینما (با مضمون معرفی هویت ایرانی- اسلامی ایران)	۵,۳۴	۱۰. تبلیغ و ترویج ظلم‌ستیزی
۸,۸۹	۴۲. به‌کارگیری فضای مجازی (ICT)	۵,۲۰	۷. ترویج فرهنگ قرآن و عترت (اهل بیت علیهم‌السلام)
۸,۸۲	۴۷. به‌کارگیری دیپلمات‌های متخصص رسمی	۵,۱۵	۴. تبلیغ شعار همگرایی اسلامی
۸,۸۲	۵۱. استفاده از سازمان‌های بین‌المللی (یونسکو، ایس‌س‌کو، نم و...)	۵,۰۷	۴۸. اعزام مبلغین دینی به کشورهای متمایل به اسلام
۸,۷۷	۷. ترویج فرهنگ قرآن و عترت (اهل بیت علیهم‌السلام)	۵,۰۰	۱. ترویج و تبلیغ مکتب تشیع

۳۴. برگزاری اجلاس و همایش‌های علمی بین‌المللی داخلی	۴,۹۶	۷۰. استقرار مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی در دستگاه دیپلماسی کشور (مدیریت چشم‌انداز محور دیپلماسی فرهنگی با ساختار سازمانی مناسب و متناسب با تغییرات و شرایط محیطی و رقابتی)	۸,۶۹
۳. ترویج و تبلیغ فرهنگ عاشورا	۴,۹۲	۵۳. استفاده از سمن‌ها (NGO) در فضای بین‌المللی	۸,۶۸
۸. گسترش زبان و ادبیات ایرانی - اسلامی	۴,۹۱	۱۰. تبلیغ و ترویج ظلم‌ستیزی	۸,۶۷
۳۲. همکاری با کشورهای مستقل استکبارستیز	۴,۹۱	۱۱. تبلیغ شعار استکبارستیزی	۸,۶۷
۹. ترویج ارزش عدالت‌خواهی	۴,۸۹	۶۶. فعالیت بین‌المللی فرهنگی به صورت نظام‌مند، هدایتگر و یکپارچه	۸,۶۵
۱۶. به‌کارگیری کتاب و نشریات (هدا به کتابخانه، برگزاری نمایشگاه و...)	۴,۷۴	۱۸. نهضت ترجمه (ترجمه کتاب‌های مناسب به زبان‌های زنده دنیا)	۸,۶۱
۲۱. برگزاری محافل فرهنگی (سخنرانی متناسب با شرایط)	۴,۶۲	۶۷. تقریب بین مذاهب با همکاری اهل تسنن	۸,۵۹
۵۰. فعالیت دولتمردان و کارگزاران (مقامات و مسئولین)	۴,۴۲	۱۳. حمایت از مستضعفان عالم	۸,۵۸
۲۳. برگزاری مسابقات ورزشی داخلی و خارجی بین‌المللی	۴,۳۹	۱۵. استفاده از رسانه‌های شنیداری (امواج رادیویی، حامل‌های صوتی و...)	۸,۵۷
۳۵. مشارکت فعال در اجلاس و همایش‌های علمی بین‌المللی	۴,۳۹	۶۱. ترویج اسلام مدرن مبتنی بر استدلال و پیشرو در امور دنیوی و اخروی	۸,۵۵

۶. ترویج معنویت‌گرایی (رویکردی که انسان را به‌طور کلی از چارچوب نگاه مادی غرب خارج و متوجه خداوند و بعد روحانی انسان می‌کند)	۴,۳۶	۶. ترویج معنویت‌گرایی (رویکردی که انسان را به‌طور کلی از چارچوب نگاه مادی غرب خارج و متوجه خداوند و بعد روحانی انسان می‌کند)	۸,۵۴
۲۷. شرکت فعال در سازمان‌های بین‌المللی	۴,۳۵	۶۹. حضور گسترده اولویت‌بندی شده جغرافیایی در تعاملات سیاسی و فرهنگی بین‌المللی	۸,۵۳
۴۹. فعالیت سازمان‌های رسمی ایرانی (مثل کمیته امداد، هلال احمر، صداوسیما...)	۴,۳۵	۱۲. ترویج و تبلیغ استقلال واقعی	۸,۵۱
۶۲. الهام بخشی با تأثیرگذاری متکی به خودباوری و بیداری اسلامی و استکبارستیزی	۴,۳۴	۲۸. تصدی پست‌های سازمانی بین‌المللی	۸,۴۹
۶۴. ترویج عدالت‌خواهی و ظلم‌ستیزی و گفتمان دینی در عرصه بین‌الملل	۴,۲۹	۸. گسترش زبان و ادبیات ایرانی-اسلامی	۸,۴۹
۲. معرفی مدل حکومتی مبتنی بر ولایت فقیه	۴,۲۸	۲۴. تبلیغ و برندسازی جاذبه‌های گردشگری	۸,۴۷
۶۸. تصویرسازی از ایران اسلامی مستقل، عزتمند و مبتنی بر مردم‌سالاری دینی	۴,۲۱	۶۴. ترویج عدالت‌خواهی و ظلم‌ستیزی و گفتمان دینی در عرصه بین‌الملل	۸,۴۵
۱۷. استفاده از فیلم و سینما (با مضمون معرفی هویت ایرانی-اسلامی ایران)	۴,۲۰	۱۶. به‌کارگیری کتاب و نشریات (هدا به کتابخانه، برگزاری نمایشگاه و...)	۸,۴۴
۱۵. استفاده از رسانه‌های شنیداری (امواج رادیویی، حامل‌های صوتی و...)	۴,۱۸	۴۶. مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی (اجرای برنامه‌مند دیپلماسی متناسب با شرایط و تغییرات محیطی و رقابتی)	۸,۴۴
۶۷. تقریب بین مذاهب با همکاری اهل تسنن	۴,۱۲	۶۵. استفاده نظام‌مند و شبکه‌ای از ظرفیت‌های ذاتی اسلام و مسلمانان و ملت‌های علاقه‌مند به اسلام و مکتب تشیع	۸,۴۱

۱۹. برقراری کرسی‌های زبان فارسی در مراکز علمی دنیا	۴,۰۷	۵۲. فعال‌سازی ایرانیان مقیم خارج (با رعایت صلاحیت‌های لازم)	۸,۴۰
۴۷. به‌کارگیری دیپلمات‌های متخصص رسمی	۴,۰۱	۳۵. مشارکت فعال در اجلاس و همایش‌های علمی بین‌المللی	۸,۳۹
۴۱. عرضه خدمات فرهنگی - اجتماعی (بهداشتی، درمانی، هنری، مهارتی و...)	۳,۹۵	۶۲. الهام بخشی با تأثیرگذاری متکی به خودباوری و بیداری اسلامی و استکبارستیزی	۸,۳۷
۵. تبلیغ نظم نوین جهانی اسلامی (مهدویت)	۳,۹۴	۲۹. ایجاد معاهدات و ائتلاف‌های سیاسی	۸,۳۴
۶۹. حضور گسترده اولویت‌بندی شده جغرافیایی در تعاملات سیاسی و فرهنگی بین‌المللی	۳,۹۰	۳۷. جذب دانشجوی خارجی	۸,۳۳
۶۳. پیشسازی در تمدن سازی اسلامی - ایرانی و ائتلاف‌سازی در مقابل تمدن غرب و نظام سرمایه‌داری	۳,۸۴	۶۰. جریان سازی فرهنگی در عرصه بین‌المللی همسو با سیاست‌های فرهنگی	۸,۳۲
۱۸. نهضت ترجمه (ترجمه کتاب‌های مناسب به زبان‌های زنده دنیا)	۳,۸۳	۳۱. مشارکت در ایجاد سازمان‌های منطقه‌ای	۸,۳۱
۲۰. برگزاری محافل فرهنگی (شب شعر)	۳,۸۲	۱۹. برقراری کرسی‌های زبان فارسی در مراکز علمی دنیا	۸,۲۸
۲۲. برگزاری محافل فرهنگی (دیدار با هنرمندان)	۳,۷۹	۳۲. همکاری با کشورهای مستقل استکبارستیز	۸,۲۸
۴۰. معرفی موارد شکستن مرزهای دانش	۳,۷۸	۵۶. اعزام هدفمند هنرمندان متعهد برای اجرهای فرهنگی هنری	۸,۲۸
۵۱. استفاده از سازمان‌های بین‌المللی (یونسکو، ایسکو، نم و...)	۳,۷۸	۶۳. پیشسازی در تمدن سازی اسلامی - ایرانی و ائتلاف‌سازی در مقابل تمدن غرب و نظام سرمایه‌داری	۸,۲۱

۵۶. اعزام هدفمند هنرمندان متعهد برای اجرهای فرهنگی هنری	۳,۷۸	۴۰. معرفی موارد شکستن مرزهای دانش	۸,۲۰
۴۲. به کارگیری فضای مجازی (ICT)	۳,۷۳	۵۵. به کارگیری دانشمندان علوم مختلف به‌ویژه علوم جدید	۸,۱۴
۳۶. برگزاری اجلاس و کنفرانس‌های بین‌المللی در خارج کشور	۳,۷۰	۵۰. فعالیت دولتمردان و کارگزاران (مقامات و مسئولین)	۸,۱۳
۳۷. جذب دانشجوی خارجی	۳,۶۸	۴۳. ساخت و استفاده از بازی‌های رایانه‌ای مناسب	۸,۱۱
۶۱. ترویج اسلام مدرن مبتنی بر استدلال و پیشرو در امور دنیوی و اخروی	۳,۶۰	۳. ترویج و تبلیغ فرهنگ عاشورا	۸,۱۰
۷۰. استقرار مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی در دستگاه دیپلماسی کشور (مدیریت چشم‌انداز محور دیپلماسی فرهنگی با ساختار سازمانی مناسب و متناسب با تغییرات و شرایط محیطی و رقابتی)	۳,۴۸	۴۱. عرضه خدمات فرهنگی - اجتماعی (بهداشتی، درمانی، هنری، مهارتی و...)	۸,۰۸
۳۱. مشارکت در ایجاد سازمان‌های منطقه‌ای	۳,۴۶	۲۳. برگزاری مسابقات ورزشی داخلی و خارجی بین‌المللی	۸,۰۳
۳۳. برگزاری مسابقات علمی و فنی بین‌المللی	۳,۴۶	۱. ترویج و تبلیغ مکتب تشیع	۷,۹۹
۳۹. برگزاری دوره‌های آموزشی با اساتید ایرانی	۳,۴۵	۱۴. حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش و عدالت‌جو	۷,۹۹
۶۶. فعالیت بین‌المللی فرهنگی به‌صورت نظام‌مند، هدایتگر و یکپارچه	۳,۴۵	۳۳. برگزاری مسابقات علمی و فنی بین‌المللی	۷,۹۷

۶۵. استفاده نظام‌مند و شبکه‌ای از ظرفیت‌های ذاتی اسلام و مسلمانان و ملت‌های علاقه‌مند به اسلام و مکتب تشیع	۳،۴۲	۳۴. برگزاری اجلاس و همایش‌های علمی بین‌المللی داخلی	۷،۹۷
۲۹. ایجاد معاهدات و ائتلاف‌های سیاسی	۳،۲۳	۵۹. به‌کارگیری دانشجویان مستعد و متعهد در فعالیت‌های فرهنگی	۷،۹۲
۴۶. مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی (اجرای برنامه مند دیپلماسی متناسب با شرایط و تغییرات محیطی و رقابتی)	۳،۲۲	۴۸. اعزام مبلغین دینی به کشورهای متمایل به اسلام	۷،۸۹
۲۵. اجرای نمایش‌های هنری (متناسب با موقعیت)	۳،۲۱	۴۵. اجرای پروژه‌های بین‌المللی در داخل و خارج	۷،۸۶
۴۴. حمایت‌های اقتصادی هدفمند	۳،۲۰	۵۸. به‌کارگیری هدفمند جوانان متعهد و تحصیل‌کرده	۷،۸۴
۳۸. آموزش دانش و مهارت (خیاطی، گلدوزی و...)	۳،۱۴	۳۶. برگزاری اجلاس و کنفرانس‌های بین‌المللی در خارج کشور	۷،۷۲
۵۹. به‌کارگیری دانشجویان مستعد و متعهد در فعالیت‌های فرهنگی	۳،۱۴	۲۲. برگزاری محافل فرهنگی (دیدار با هنرمندان)	۷،۷۲
۴۵. اجرای پروژه‌های بین‌المللی در داخل و خارج	۳،۱۲	۳۹. برگزاری دوره‌های آموزشی با اساتید ایرانی	۷،۶۸
۵۲. فعال‌سازی ایرانیان مقیم خارج (با رعایت صلاحیت‌های لازم)	۳،۱۱	۵. تبلیغ نظم نوین جهانی اسلامی (مهدویت)	۷،۶۸
۲۶. عرضه و ترویج آداب‌ورسوم و سبک زندگی	۳،۱۰	۴۹. فعالیت سازمان‌های رسمی ایرانی (مثل کمیته امداد، هلال احمر، صداوسیما...)	۷،۶۸

۵۴. به کارگیری ورزشکاران متعهد	۳,۱۰	۵۷. به کارگیری زنان متعهد و متخصص (حسب شرایط)	۷,۶۸
۵۵. به کارگیری دانشمندان علوم مختلف به‌ویژه علوم جدید	۳,۰۸	۴۴. حمایت‌های اقتصادی هدفمند	۷,۶۴
۶۰. جریان سازی فرهنگی در عرصه بین‌المللی همسو با سیاست‌های فرهنگی	۳,۰۵	۲۵. اجرای نمایش‌های هنری (متناسب با موقعیت)	۷,۶۳
۲۴. تبلیغ و برندسازی جاذبه‌های گردشگری	۲,۹۹	۲۶. عرضه و ترویج آداب‌ورسوم و سبک زندگی	۷,۵۸
۵۷. به کارگیری زنان متعهد و متخصص (حسب شرایط)	۲,۹۸	۲۱. برگزاری محافل فرهنگی (سخنرانی متناسب با شرایط)	۷,۵۵
۵۸. به کارگیری هدفمند جوانان متعهد و تحصیل کرده	۲,۹۶	۲. معرفی مدل حکومتی مبتنی بر ولایت فقیه	۷,۵۲
۵۳. استفاده از سمن‌ها (NGO) در فضای بین‌المللی	۲,۹۶	۲۰. برگزاری محافل فرهنگی (شب شعر)	۷,۵۲
۲۸. تصدی پست‌های سازمانی بین‌المللی	۲,۹۰	۵۴. به کارگیری ورزشکاران متعهد	۷,۳۵
۴۳. ساخت و استفاده از بازی‌های رایانه‌ای مناسب	۲,۷۹	۳۰. ایجاد معاهدات و ائتلاف‌های نظامی	۷,۳۲
۳۰. ایجاد معاهدات و ائتلاف‌های نظامی	۲,۷۶	۳۸. آموزش دانش و مهارت (خیاطی، گلدوزی و...)	۶,۷۳

بر اساس بررسی و آزمون‌های به‌عمل‌آمده از جمله این جدول مجموعه شاخص‌های عوامل غیر رسمی اجرای دیپلماسی فرهنگی، ابزاری و روشی اجتماعی-اقتصادی و شاخص‌های ابزاری و روشی سیاسی- نظامی را باید سه گروه مؤلفه کلیدی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران برشمرد. مؤلفه‌های زیر از متغیرهای مشاهده شده شامل: تبلیغ شعار همگرایی اسلامی، ترویج ارزش عدالت‌خواهی، شرکت فعال در سازمان‌های بین‌المللی، تصویرسازی از ایران اسلامی مستقل، عزتمند و مبتنی بر مردم‌سالاری دینی، استفاده از فیلم و سینما (با مضمون معرفی هویت ایرانی- اسلامی ایران)، به‌کارگیری فضای مجازی (ICT)، به‌کارگیری دیپلمات‌های متخصص رسمی، استفاده از سازمان‌های بین‌المللی (یونسکو، ایس‌س‌کو، نم و...)، ترویج فرهنگ قرآن و عترت (اهل بیت علیهم‌السلام) و استقرار مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی در دستگاه دیپلماسی کشور (مدیریت چشم‌انداز محور دیپلماسی فرهنگی با ساختار سازمانی مناسب و متناسب با تغییرات و شرایط محیطی و رقابتی) رانیز به‌طور خاص از مؤلفه‌های مهم و کلیدی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به شمار آورد و برای آن برنامه خاص منظور کرد. (همان)

اما با مقایسه دو وضعیت ملاحظه می‌شود که علاوه بر جابه‌جایی شاخص‌ها در دو وضعیت مطلوب و موجود بنا بر ارزیابی خبرگان، وضعیت موجود با وضعیت مطلوب در بسیاری از شاخص‌ها از موقعیت خوبی برخوردار نیست و غالب شاخص‌ها در مقام مقایسه، نیمی و تا یک‌سوم از جایگاه شاخص‌ها در وضعیت مطلوب را پوشش می‌دهند. بنابراین لازم است بر اساس تفاضل بین دو موقعیت، شاخص‌ها اولویت‌بندی شوند و با رعایت اولویت در برنامه‌های دیپلماسی فرهنگی کشور به آن پرداخته شود. البته بدیهی است با توجه به تنوع بین دستگاه‌های اجرایی مرتبط با هر شاخص، لازم است همکاری و هماهنگی بالایی بین دستگاه دیپلماسی و دستگاه‌های اجرایی به‌ویژه دستگاه‌های فرهنگی وجود داشته باشد.

گفتار چهارم: دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه

با مروری به برنامه‌ها و همچنین عملکرد سیاست خارجی کشور در عرصه دیپلماسی کشور و همچنین شرایط و مقتضیات کشور و منطقه هرچند جایگاه پرفرازونشیبی قابل ترسیم است، اما در مجموع نقاط عطف آن را اجمالاً در موارد زیر مورد اشاره قرار می‌دهیم.

۱. دیپلماسی فرهنگی ایران در لبنان

ایران و لبنان دارای روابط تاریخی دیرینه‌ای هستند، حضور عالمانی از لبنان در ایران دوره صفوی، مانند شیخ بهایی و محقق کرکی از نمونه‌های بارز این رابطه است. با پیروزی انقلاب اسلامی ایران و استقبال گسترده مردم لبنان از این حادثه عظیم و بازتاب‌های آن بر منطقه و به‌ویژه لبنان، ارتباط میان دو کشور و دو ملت، به رابطه‌ای راهبردی تبدیل شد.

در حال حاضر، توافقتنامه‌های فرهنگی میان دو کشور، دانشگاه‌های دو کشور و بعضاً در سطوح و زمینه‌های دیگر وجود دارد. ارتباط فرهنگی ایران، تنها در حوزه جامعه شیعی یا جبهه مقاومت منحصر نمی‌شود. تکثر دینی و مذهبی لبنان از نمونه‌های کم‌نظیر در کشورهای منطقه است. ارتباط فرهنگی ایران با جامعه اهل سنت، مسیحیان و حتی نیروهای ملی و چپ در لبنان در شرایط خوبی است. اعتقاد به وحدت اسلامی، گفت‌وگوی ادیان و فرهنگ‌ها و دفاع از مقاومت، فصل مشترک همه طرف‌ها را در این زمینه تشکیل می‌دهد.

۱/۱. **حضور پررنگ:** مقاومت علیه اشغالگر و سیاست‌های استکباری در رأس سیاست‌ها و اولویت‌های سیاست خارجی ایران و از جمله سیاست‌های فرهنگی است. حضور پررنگ نهادهای فرهنگی ایران و ایجاد دفاتر در لبنان که حتی به حوزه‌های علمیه، بخش خصوصی و حوزه نشر هم رسیده است، ظرفیت‌های

بیشتری ایجاد کرده است. علاوه بر روابط رسمی، عمده مناسبات در چارچوب جبهه مقاومت شکل می‌گیرد که مهم‌ترین بخش آن حزب‌الله است.

لبنان از مهم‌ترین ایستگاه‌های مقاومت در منطقه است و از این‌رو ایران در لبنان، با تقویت فرهنگ مقاومت نقش مهمی ایفا می‌کند. همچنان که هم‌زمان در گسترش فضای گفت‌وگوی بین‌الادیان، علاوه بر تقریب مذاهب و وحدت اسلامی نیز فعالیت می‌کند و نشست‌ها و اقدامات متعددی در این زمینه دارد. تأکید بر وحدت در گفتمان امام راحل و رهبر معظم انقلاب و اساساً در اصول انقلاب و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران قابل مناقشه نیست و کشور ما همواره، منادی وحدت در جهان اسلام بوده است. تدوین منشور وحدت و تأسیس اتحادیه جهانی علمای مقاومت که در سال‌های اخیر صورت گرفته، از مهم‌ترین مظاهر و تجلیات این سیاست است.

جمهوری اسلامی ایران بر اساس اصول و سیاست‌های انقلاب و راهبردهای جمهوری اسلامی ایران همه فعالیت‌های خود را با حضور پیروان ادیان و مذاهب انجام می‌دهد. ارتباط و همکاری رایزنی با علما و متفکران و نخبگان اهل سنت در لبنان یکی از بارزترین جلوه‌های تلاش در جهت تقویت وحدت است. در حالی که که سردمداران جریان‌های تکفیری تلاش می‌کنند تا اختلاف نظرهای اعتقادی فقهی و تاریخی را دستاویز تکفیر دیگر مسلمانان کنند.

در موضوع سوریه، جمهوری اسلامی ایران تلاش کرده با اکثر گروه‌های مخالف ارتباط داشته باشد و طرح‌هایی را برای حل بحران، در بزنگاه‌های سیاسی ارائه کرده است. تأکید بر برخورد دوگانه استکبار و اذناش در منطقه و نیز موفقیت و دیرپایی الگوی حاکمیت اسلام در ایران در زمانه‌ای که سایر نمونه‌های آن در منطقه در پی وقوع بیداری اسلامی ناکام یا ناتمام مانده جلوه‌هایی از دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه است. (اسلامیان، فارس،

۱/۲. **ادبیات مقاومت:** ترویج فرهنگ شهادت و توسعه هنر و ادبیات مقاومت توانسته است بر افکار عمومی، عواطف و احساسات و ناخودآگاه مخاطبان پیام، اثری عمیق و ماندگار بگذارد و در کنار پیام اقناعی و تحولات میدانی، به تثبیت موقعیت مقاومت بیانجامد. برگزاری شب‌های شعر بیداری اسلامی، نمایشگاه‌های عکس و آثار تجسمی، تولیدات رسانه‌ای در حوزه سینما، تلویزیون و آثار صوتی و تصویری و نیز اقداماتی که در عرصه رسانه‌های مکتوب و الکترونیک صورت گرفته است از برنامه‌های دیپلماسی فرهنگی ایران در لبنان است. استفاده از پویانمایی، کاریکاتور، طنز و سایر قالب‌های ادبی و هنری، در راستای تقویت فرهنگ مقاومت، از جمله مواردی است که سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و نمایندگی‌های فرهنگی آن، اهتمام وافری به آن دارند. (همان)

۱/۳. **نفوذ ایران:** حزب‌الله لبنان به‌عنوان نهاد تحت حمایت و نفوذ ایران با موفقیت‌های خود در نبردهای دهه اخیر به‌عنوان اسطوره مقاومت در خاورمیانه نه تنها جایگاه خود و استقلال لبنان را در مقابل رژیم صهیونیستی تقویت کرد، بلکه با اشارات مستقیم رهبر حزب‌الله به تبعیت از مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) به‌عنوان رهبر مسلمین جهان، نفوذ ایران اسلامی و نقش‌آفرینی آن در تحولات منطقه را در افکار عمومی و معادلات قدرت بین‌المللی نهادینه کرده است.

۲. دیپلماسی فرهنگی ایران در عراق

عراق با توجه به جایگاه و موقعیت ویژه و همچنین مشترکات تاریخی و تمدنی برای ایران اسلامی از اهمیت خاصی برخوردار و به‌این‌سبب به‌طور طبیعی از مخاطبین دیپلماسی فرهنگی ایران است.

۲/۱. **موقعیت ویژه عراق:** سرزمین عراق مورد توجه قدرت‌های محلی و بین‌المللی بوده است. جمعیت عراق معادل ۲۵,۳۷۴,۶۹۱ نفر برآورد شده که از این تعداد ۵۵ تا ۶۰ درصد را اعراب شیعه، ۲۵ درصد را اعراب سنی و ۱۵ الی ۲۰ درصد را اکراد تشکیل می‌دهند. تعداد مسیحیان در عراق در حال حاضر حدود ۶۵۰ هزار نفر برآورد شده است. تحولات پس از سال ۲۰۰۳ میلادی عراق، فرصت‌های جدیدی را پیش روی جمهوری اسلامی ایران قرار داد تا به گسترش و تحکیم مناسبات خود با عراق پرداخته و هر چه بیشتر از قرابت‌های فرهنگی دو کشور جهت تأمین منافع ملی بهره گیرد. مذهب تشیع مهم‌ترین اهرم نقش‌آفرینی ایران در عراق است. ملتی که از نظر فرهنگی موقعیت خاصی در جهان عرب دارد و در قالب ضرب‌المثل عربی «کتاب در قاهره نوشته می‌شود؛ در بیروت چاپ می‌شود و در بغداد خوانده می‌شود» کاملاً شاخص و نمایان است.

۲/۲. **تأثیرات متقابل ایران و عراق:** بسیاری از تحولات مهم رخ داده در ایران نظیر جنبش تنباکو و انقلاب مشروطه از مراجع دینی مستقر در عراق تأثیر پذیرفته است. نفوذ روحانیون شیعی تا حدی بوده که سلاطین در ایران را نیز از خود متأثر ساخته‌اند. حضور امام خمینی (ره) در دوران تبعید در عراق از جمله نشانه‌های ارتباط تنگاتنگ شیعیان در دو کشور ایران و عراق است. قدرت‌یابی شیعیان علاوه بر اینکه چشم‌اندازهای جدیدی را برای احقاق حقوق شیعیان ایجاد کرده، برای ایران نیز فرصت‌ساز بوده است. وجود اشتراکات زبانی و فرهنگی و مجاورت جغرافیایی می‌تواند زمینه‌ساز فرصت‌های مناسب بین ایران و عراق باشد. مذهب تشیع در عراق ظهور یافت. تشیع اصیل عراق در چهار مرحله روی تشیع ایران تأثیر گذاشته است:

۱. تأثیر تشیع قبیله اشعری در قم
۲. تأثیر تشیع بغداد (مکتب بغداد و سپس نجف) بر ایران
۳. تأثیر تشیع مکتب حله بر ایران
۴. تأثیر تشیع نجف و جبل عامل

تأثیر متقابل زبان‌های عربی و فارسی بر یکدیگر، آثار ادبی بزرگی خلق کرده است. عراق، وارث تمدن باستانی بین‌النهرین است و ایران از مراکز دیرینه تمدن جهانی است که از دیرباز با تمدن بین‌النهرین تعامل و تبادل داشته است. تمدن بعد از اسلام عراق بر باقیمانده تمدن قبل از اسلام ایران مستقر شده است. مدائن همواره از حوزه‌های تمدن و فرهنگ ایرانی محسوب شده و حضور و ادامه حیات قوم کرد نمونه‌ای از اشتراک‌های فرهنگی دو کشور است. (جوادی ارجمند، ۱۳۹۴)

این پیوندهای فرهنگی تاریخی گذشته در ادامه تاکنون به مرحله‌ای رسیده است که اکنون ایران بزرگ‌ترین متحد شیعیان عراق در منطقه است. ویژگی‌های فرهنگی و تجربیات تاریخی راه را برای گسترش نفوذ سیاسی ایران باز کرده و چشم‌انداز ظهور یک عراق تحت کنترل شیعیان که روابط و پیوندهای نزدیکی با ایران داشته باشد را تبدیل به نگرانی عمده در جهان عرب کرده است. نگاه ایران به تحولات عراق خوش‌بینانه است و در حال حاضر، امنیت و ثبات عراق جدید در زمره اولویت‌های دولت ایران به حساب می‌آید.

بخش مهمی از هویت شیعی ایرانی‌ها در عراق قرار دارد و شیعه بدون نجف اشرف و کربلای معلا قابل تعریف نیست. یکی از مهم‌ترین دلایل نفوذ ایران، قرابت‌های قومی و فرقه‌ای میان شیعیان عراق و ایران و ارتباط قومی کردهای دو کشور است. دوران رژیم دیکتاتوری صدام، ایران میزبان مخالفان و تبعیدیان عراق بود که اکنون حاکمان این کشور هستند. حضور اکثریت شیعیان در بافت جمعیتی عراق یک توانمندی قوی برای دیپلماسی فرهنگی ایران است. (همان)

۳. تلخ و شیرین‌های دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه

۳/۱. دیپلماسی حج و زیارت ایران: دیپلماسی حج در بستر مناسک حج و سفرهای زیارتی به حج و عمره و عتبات عالیات و مبتنی بر دیدگاه رهبر کبیر انقلاب اسلامی تحقق می‌یابد و داری فلسفه وجودی، ثمرات و تبعاتی بوده که به شرح زیر توضیح داده می‌شود:

الف) فلسفه وجودی: دیدگاه امام خمینی (رضوان الله تعالی علیه) آن چنان که در پیام‌های ایشان مشهود است برگرفته از اصول تولی و تبری است؛ بنابراین آیین حج، نماد اتحاد امت اسلامی است و هدف از دیپلماسی حج بهره‌گیری صحیح از حج و برائت از مشرکان، رهایی از مرزهای اعتباری قومیت و ملیت و رسیدن مسلمانان به وحدت ایمانی و رهایی از اختلاف‌های درونی و جنگ‌های مذهبی در قالب مراودات مذهبی و تبادلات فکری و فرهنگی مسلمین در مکان‌های زیارتی و همچنین ایجاد همسویی و همدلی و جهت دادن نفرت‌ها و دشمنی‌ها به دشمن مشترک است؛ و از این رو از چنین کنگره عظیمی که امکان برپایی‌اش برای هیچ مقام و دولتی مگر با اراده خدا ممکن نیست، در ادامه بت‌شکنی‌های انبیاء گرامی و به نفع اسلام و مسلمین استفاده می‌شود.

ب) ثمرات و تصویر آینده: از ابتدای انقلاب اسلامی حج کانون اصلی تبادل فکری و بهترین مرکز تقریب بین مذاهب بوده و اکنون نیز می‌تواند این رسالت خود را به خوبی انجام دهد، چنانکه بیداری اسلامی را می‌توان یکی از ثمرات کنگره‌های جهانی دانست. ادامه و استمرار دیپلماسی حج در زیارت عتبات نیز میسر است و مکان‌های زیارتی اهل بیت عصمت و طهارت در کشورهای عراق، ایران، سوریه، مصر و عربستان سعودی به‌عنوان مراکز ایمانی مشترک بین مسلمانان توانسته‌اند در اهداف دیپلماسی فرهنگی نقش کلیدی ایفا نمایند. نزدیکی ملت ایران و عراق به‌رغم هشت سال جنگ تمام‌عیار از برکات آن است.

ج) حوادث سال ۱۳۶۶ و ۱۳۹۴ حج: روز نهم مردادماه ۱۳۶۶ شمسی (ششم ذیحجه سال ۱۴۰۷ قمری)، هزاران زائر ایرانی و تعدادی از زائران دیگر کشورهای اسلامی در مکه معظمه، در حال انجام فریضه الهی برائت از مشرکین بودند که به‌دست مأموران دولت وهابی عربستان سعودی مورد تهاجم وحشیانه

قرار گرفته و به شهادت رسیدند. بر اثر این یورش بیرحمانه در خانه چهارصد نفر از حُجاج ایرانی به شهادت رسیده و بیش از هزار نفر نیز زخمی شدند. فرماندهی نیروهای نظامی آل سعود را یک آلمانی به نام وگنر، بنیان‌گذار و فرمانده نیروهای ویژه ضدتروریسم آلمان غربی بر عهده داشت.

دولت عربستان به حجاج شرکت‌کننده در براءت از مشرکین اتهام اخلال در مراسم حج زد و اعلام کرد که حجاج با چوب و سنگ و چاقو به طرف مسجدالحرام هجوم آوردند و مأموران برای جلوگیری از هرج و مرج وارد شدند. دولت سعودی از پذیرش هیئت تحقیق اعزامی دولت جمهوری اسلامی ایران جلوگیری نمود و تا مدت‌ها از تحویل اجساد حجاج ایرانی و انتقال مجروحان نیز خودداری می‌کرد. ملک خالد بن عبدالعزیز پادشاه وقت عربستان سعودی نامه‌ای به امام خمینی فرستاد، بر این مبنا که برخی روحانیون حجاز، حج را مراسم و مناسکی صرفاً فردی خواندند و توجه به مسائل اجتماعی و برپایی تظاهرات در حج را مزاحم حاجیان و حتی بدعت معرفی کردند. اجتناب از سب و لعن دشمنان را حق دانستند و آن را انحراف از دین و جسارت به مکه و کعبه مطرح کردند و حتی دولت سعودی بر این معنی تأکید داشت که از رسول اکرم صلی‌الله علیه و آله و سلم در مراسم حج جز تلبیه و دعا و نیایش روایتی وارد نشده و شعار دادن بر ضد دشمنان و فریاد زدن مغایر اهداف حج و معصیت است. امام خمینی (رضوان‌الله تعالی علیه) امثال این حادثه «...مصیبتی است که نه‌تنها برای پیغمبر اسلام (صلوات‌الله‌علیه) که برای تمامی انبیا و مرسلین، از آدم تا خاتم پیش آمد. به فرمان کاخ سیاه به‌دست ناپاک آل سعود این شقی‌ترین جانیان عصر، بالاترین مقام مقدس الهی شکسته شد». ایشان در ۱۳۶۰/۷/۱۸ در پاسخ به نامه پادشاه عربستان از خداوند متعال می‌خواهند که مسلمانان را از خواب غفلت بیدار و عظمت اسلام را روزافزون فرماید؛ و مسلمانان و به‌خصوص دولتمردان را به آنچه صلاح اسلام و مسلمین

است هدایت فرماید. رسانه‌های دنیا در این حادثه و از همان ابتدا بیش از هر چیز به تطهیر مسئولان سعودی پرداخته بودند. قتل عام حجاج اما در کنار تمام دردناکی‌اش، ماهیت کشورهای مرتجع عرب و ارتباط و همکاری آنها را با استکبار جهانی به اثبات رساند. حضرت امام (ره) در بیان واقعی اثرات این واقعه در پاسخ تلگرام نماینده خود در حج نوشت: اگر هزاران مبلغ روحانی را به اقطار عالم می‌فرستادیم تا مرز واقعی بین اسلام راستین و اسلام امریکایی و فرق بین حکومت عدل و حکومت سرسپردگان مدعی حمایت از اسلام را مشخص کنیم، به‌صورتی چنین زیبا نمی‌توانستیم.

همچنین در حادثه مکه ۱۳ نفر و در حادثه منا ۴۶۴ شهید داشتیم. این حادثه در وضعیت نامساعد روابط بین دو کشور اتفاق افتاد. اگرچه سوء مدیریت عربستان سعودی یکی از دلایل اصلی فاجعه منا بوده است، اما با توجه به خسارات آن یکی از ناکامی‌های دیپلماسی فرهنگی ایران محسوب می‌شود. در این حادثه حدود ۵ هزار نفر از حجاج جانشان را از دست داده‌اند. در این میان ۴۶۰ نفر از حجاج ایرانی بودند و چهره‌های فرهنگی و علمی را در میان خود داشت و لذا بسیاری از علما و شخصیت‌های شاخص و برجسته کشور و جهان اسلام از دنیا رفتند. دیپلماسی فرهنگی ایران با توجه به عقبه موجود روابط دو کشور نتوانست موفقیتی کسب کند، به‌ویژه اینکه با قرین شدن حمله به سفارت عربستان حملات دیپلماتیک جهانی نیز متوجه ایران شد؛ بنابراین اکنون فاجعه منا را باید در مجامع جهانی پیگیری کرد.

د) تحلیل ماجرا: پس از حادثه ۱۳۶۶، مراسم برائت از مشرکین پس از توقف در سال‌های ۱۳۶۷ تا ۱۳۶۹ و علیرغم تزییقات و تحریم‌ها، از ۱۳۷۰ هجری شمسی مجدداً در مکه انجام شد؛ در ۱۳۷۰ در روز ششم ذیحجه ۱۴۱۱، در مقابل بعثه مقام معظم رهبری؛ در سال ۱۳۷۱ برابر با ششم ذیحجه ۱۴۱۲

در اطراف بعثه رهبر معظم انقلاب و از سال ۱۳۷۲ به بعد، به رغم توافق سال ۱۳۷۰ با دولت سعودی برای برگزاری مراسم براثت، به علت تضيیقات و اجتناب از خون‌ریزی، در منی و عرفات همه‌ساله در زیر چادرها برگزار شده است. در حادثه سال ۱۳۹۴، مسئولان و دیپلمات‌های کشورمان حتی نتوانستند فاجعه منا را در دیدار با سایر مقامات کشورهای دیگر مورد تبیین قرار داده و این موضوع بسیار مهم را در مجامع بین‌المللی پیگیری و بررسی کنند تا حقانیت حجاج و رسوایی آل سعود را اعلام کنند و عمق جنایت را جا بیندازند. اما به‌رحال جلوگیری از فراموش شدن این حادثه توسط دستگاه دیپلماسی و سازمان حج و‌وظیفه جدید دیپلماسی فرهنگی است که انتظار می‌رود دستگاه‌های مرتبط در آن موفق شوند. ملاحظه می‌شود که در هردو حادثه جای دیپلماسی سیاسی-فرهنگی دو کشور خالی است و مباحث برخلاف معمول و توسط عوامل دیپلماسی، در بالاترین سطح مطرح است و خسارات وارده به حدی است که جبران آن و رسیدن به وضعیت عادی را در آینده‌ای نزدیک دشوار کرده است.

۳/۲. دیپلماسی فرهنگی - ورزشی ایران: ورزش یکی از صحنه‌های دیپلماسی فرهنگی و نمایش بهترین تصویرهای قدرت نرم ملی است؛ علاوه بر اینکه در مقام اثبات هویت، افزایش غرور و باور ملی و قدرت نرم نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. در سال جاری در المپیک ۲۰۱۶ کیمیا علیزاده دختر ورزشکار ایرانی کاری کرد که بسیاری از حرکات ضد اسلامی و ایرانی دشمن را خنثی نمود. نشان دادن آزادی و فعالیت اجتماعی یک زن و از سکوی قهرمانی بهترین نوع انتقال پیام و دیپلماسی فرهنگی است. زنی که با حجاب، صریح‌ترین نشانه اعلام موضع اعتقادی و دینی خود بدون موانع زندگی طبیعی و آزادی اجتماعی و موفقیت‌های حرفه‌ای به ورزش می‌پردازد. تصویر زن

قهرمان ایرانی که می‌تواند جایگزین تصویری شود که دشمن سال‌ها کوشیده بود از زن مسلمان بسازد، این بانوی ورزشکار با اقدام خود به رسایی گفتمان انقلاب اسلامی خدمت کرد و بر غرور و افتخار ملی ایرانیان افزود.

۳/۳. دیپلماسی فرهنگی اربعین: شاید بتوان یکی از مهم‌ترین عرصه‌های دیپلماسی فرهنگی و مردمی را مراسم راهپیمایی عظیم اربعین عنوان کرد؛ مراسمی که تنها به حضور مردم ایران خلاصه نمی‌شود و میلیون‌ها نفر از شیعیان دیگر کشورها، دوشادوش مردم ایران در این راهپیمایی عظیم شرکت می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که رقم این شرکت‌کنندگان تا ۲۰ میلیون نفر نیز رسیده است. تجربیات جهانی حاکی از این است که در طول تاریخ، راهپیمایی‌های بزرگ زیادی وجود داشته که سبب تحولات عمیق در کشورهای دنیا شده است که از نمونه‌های معروف آن می‌توان به راهپیمایی چندین هزار کیلومتری طرفداران حزب کمونیست چین که در سال ۱۹۴۹ زمینه پیروزی این حزب را فراهم کرد، اشاره نمود. یا راهپیمایی بزرگ نمک توسط گاندی رهبر استقلال هند است که طی روندی به استقلال هند ختم شد. انتظار می‌رود با عنایت الهی و به‌کارگیری اصول دیپلماسی فرهنگی و درایت شیعیان به‌ویژه مرجعیت محترم این حرکت عظیم نیز دستاوردهای خوبی به‌بار آورد.

راهپیمایی بزرگ شیعیان در روز اربعین مصداق روشنی از یک قدرت‌نمایی نرم است؛ قدرت نرمی که در اختیار شیعیان قرار دارد و جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان بزرگ‌ترین کشور شیعه باید به بهترین نحو از آن استفاده کند. مهم‌ترین کارکرد راهپیمایی اربعین انتشار پیام جهانی عاشورا برای سایر ملت‌های جهان و به‌خصوص جهان اسلام است. به‌طور حتم این راهپیمایی عظیم که از نجف آغاز و به کربلا ختم می‌شود، تجدید بیعتی است با آنچه از سوی حسین ابن علی (ع) در کربلا گذشته است. این حرکت که یک حرکت کاملاً مردمی و خودجوش

است در بطن خود پیام روشنی به استکبار و وابستگان آن می‌دهد که امت تشیع با الهام از پیام عاشورا هرگز در مقابل مستکبران کوتاه نیامده و زیر بار ذلت نخواهند رفت.

ادامه این حرکت فرهنگی با وجود حملات تروریستی در عراق و سوریه و تهدید کربلا و اماکن متبرکه توسط گروه تکفیری و تحریک بیشتر به شرکت در این راهپیمایی، بدون حادثه تروریستی نشان داد اصل حضور شیعیان نوعی خنثی‌سازی تهدیدات و زیاده‌گویی گروه‌های تروریستی و تکفیری علیه مناطق و مراکز متبرکه مسلمانان و میلیون‌ها شیعه عزادار است؛ اما نکته این است که این فرصت طلایی فرهنگی عوارض و آسیب‌هایی نیز دارد و با وجود توطئه‌های استکباری و ارتجاعی موجود با کمترین بی‌دقتی می‌تواند جهت این آثار و نتایج را به‌عکس ماهیت و هدف خود تغییر دهد.

۳/۴. دیپلماسی فرهنگی و مهاجرین افغانی: امروز افغانستان کشوری است در همسایگی ایران که از یک عقبه تاریخی مشترک، فرهنگ و زبان مشترک با ایرانیان برخوردار است، در طول سال‌های پیروزی انقلاب اسلامی و پس‌از آن بخش وسیعی از مردم این کشور به دلیل جنگ‌های پی‌درپی و ناامنی در این کشور به ایران مهاجرت کردند و نسل جدیدی از افغانستانی‌ها به نام مهاجران در برخی زمینه‌های توسعه در ایران فعالیت کردند. مهاجران افغانستانی ساکن در ایران طیف‌ها و طبقه‌های گوناگون فکری، فرهنگی و اقتصادی را شامل می‌شوند، بخش قابل توجهی از این مهاجران اهل فرهنگ و تحصیل‌کردگان افغانستانی هستند که سال‌ها در کنار ایرانیان رشد کرده‌اند و امروز جامعه فرهنگی افغانستان را تشکیل می‌دهند، به‌گونه‌ای که امروز در میان مسئولان، پزشکان، مهندسان و تحصیل‌کردگان افغانستان کمتر کسی را می‌توان یافت که در دانشگاه‌های ایران تحصیل نکرده باشد یا متأثر از زندگی

در ایران نباشد. تعلق خاطر آنها به ایران و مکتب تشیع به گونه‌ای بوده است که ده‌ها جانباز و آسیب‌دیده جنگ تحمیلی ایران، افغانستانی هستند و هم‌اکنون نیز این سربازان مکتب اهل‌بیت (ع) در سوریه از حریم ولایت دفاع می‌کنند. به‌رغم این منبع عظیم قدرت نرم و عوامل و عناصر مهم دیپلماسی فرهنگی ایران برای جوامع هدفی چون جهان اسلام و جهان شیفته آزادی و معنویت، از این قدرت فرهنگی استفاده بهینه نمی‌شود. به‌طوری‌که بسیاری از فرهیختگان افغان حتی برای سکونت و اقامت در ایران و یا کسب ویزای فرهنگی دارای مشکل هستند و با ناراحتی به کشورهای دیگر مهاجرت می‌کنند. این در حالی است که مشترکات فرهنگی و نیروی انسانی متخصص، باهوش و علاقه‌مند به ایران از افغانستانِ فارسی‌زبان ظرفیت این را دارد که جبهه فرهنگی‌ای از تعاملات فرهنگی مبتنی بر زبان فارسی را بین کشورهای فارسی‌زبان با محوریت ایران و در زمینه‌های فرهنگی و مذهبی تشکیل دهد و ضمن شکوفایی دیپلماسی فرهنگی در جهان اسلام، زبان و ادبیات فارسی را که به شدت تحت تهدید فعالان غیر فارسی‌زبان است، از خطر برهاند. بنابراین وقت آن است تا یک اقدام زیرساختی و تحول‌آفرین در همه سطوح اجرایی کشور اعم از تغییر نگاه فرهنگی - سیاسی دولتمردان و اصحاب رسانه و... گرفته تا بازتعریف مهاجرین فرهیخته افغانستان به ملت ایران صورت گیرد و از این ذخیره فرهنگی مستعد و ولایی برای ایفای نقش حداکثری در دیپلماسی فرهنگی ایران استفاده شود.

۳/۵. دیپلماسی فرهنگی - دینی آیت‌الله موسوی لاری: آیت‌الله سید مجتبی موسوی لاری از نمونه‌های دیپلماسی فرهنگی فردی است؛ اسلام‌شناسی که در سراسر جهان نفوذ داشته و کام هزاران تشنه حقیقت را از معارف اهل‌بیت (ع) سیراب نموده است. وی با عنایت الهی بدون هیچ کمک دولتی و

سازمانی موفق شد به نگارش کتاب‌هایی مورد نیاز در موضوعات اساسی فکری و مبانی اعتقادی اسلامی، دست زند که به ۳۰ زبان زنده دنیا ترجمه و به ۵ قاره جهان برای درخواست‌کنندگان ارسال نماید. از میان تألیفات مرحوم آیت‌الله موسوی لاری (۱۳۹۱-۱۳۱۴ ه-ش) می‌توان به: «اسلام و سیمای تمدن غرب»، «رسالت اخلاق در تکامل انسان» و «مبانی اعتقادات در اسلام» و دوره کامل ۴ جلدی از توحید تا امامت اشاره نمود. این کتب به زبان‌های انگلیسی، عربی، فرانسوی، اسپانیایی، روسی، آذری، ترکی، کردی، مالایایی، رومانیایی، پرتغالی، اردو، تاجیکی، لهستانی، نروژی، آلمانی، بوسنیایی، هندی، هوسا، سواحلی، بلغاری، ویتنامی، سوئدی، ژاپنی، چینی، ایتالیایی، فیلیپینی و بنگالی ترجمه، چاپ و منتشر شده‌اند. (معارف، ۱۳۹۲) گسترش دامنه فعالیت این فرهنگی جهان آشنا به‌گونه‌ای است که کمتر دیپلمات فرهنگی و مبلغی است که به اقصا نقاط عالم سفر کند و نام و سابقه‌ای از حضور معنوی و فرهنگی او - بدون اینکه از شهرستان لار استان فارس خارج شده باشد - نشنود و با تازه‌مسلمانان متأثر از آموخته‌های او برخورد نکند.

گفتار پنجم: چالش‌های حوزه دیپلماسی فرهنگی ایران

در حوزه دیپلماسی فرهنگی چالش‌های زیادی وجود دارد. این موضوعات چالشی می‌توانند در شرایط مختلف اثرات متفاوتی در صحنه بین‌الملل برجای بگذارند. از این رو برخورد دولت‌ها و جوامع با این چالش‌ها بسیار تعیین‌کننده است. نحوه مواجهه با این چالش‌ها همان سیاست و خط‌مشی‌های حوزه دیپلماسی فرهنگی و نتایج اجرایی این سیاست‌ها همان عملکرد کشورها در دیپلماسی فرهنگی است. این چالش‌ها را در دو بخش چالش‌های زیرساختی و چالش‌های روبنایی یا تخصصی به شرح زیر تبیین می‌کنیم.

۱. چالش‌های زیرساختی

معمولاً چالش‌های زیربنایی و اساسی یک حوزه که تأثیرات زیادی در سایر موارد دیگر دارد و به‌نوعی در تغییر و تحولات یک حوزه فعالیت اثرگذار است را چالش‌های زیرساختی می‌نامیم. در حوزه دیپلماسی فرهنگی این چالش‌ها که می‌توانند عنوان سرنوشت این حوزه را در دست داشته باشند در عناوین زیر توضیح می‌دهیم.

۱/۱. **تضاد راهبردی قدرت‌های جهانی با ایران:** تضاد منافع آمریکا و ایران چیزی نبود که مخفی بماند، بلکه موضع‌گیری‌های اولیه دو کشور در فردای انقلاب و در گام‌های نخستین استقرار جمهوری اسلامی ایران و تدوین قانون اساسی، این نکته را در داخل و خارج جا انداخت که در رابطه ایران و غرب و به‌خصوص آمریکا یک‌طرف به‌عنوان مظلوم و ستم‌دیده و طرف دیگر به‌عنوان ظالم و مستکبر مطرح است. این تلقی را تاریخ گذشته و حال رابطه ایران و غرب پشتیبانی می‌کرد. نهادینه شدن رفتارهای ضد استکباری و طرفدارانه نسبت به جنبش‌های آزادی‌خواه و عدالت‌جوی ایران انقلابی و حرکت‌های سیاسی و نظامی و اقتصادی غرب به سرکردگی آمریکا نه‌تنها منجر به ایجاد دو قطب مستضعف و مستکبر در افکار عمومی شد، بلکه با صف‌کشی بلوکی غرب و ایادی او، راهبردهای منطقه‌ای و جهانی غرب را به تدوین واداشت؛ موضوعی که مشکلات و چالش‌های پی‌گفته ایران اسلامی غالباً ناشی از آن‌هاست. بدیهی است این چالش به ذات و سرشت طرفین برمی‌گردد و تا زمان تغییر سیاست‌های کلان یکی از طرفین به قوت خود باقی خواهد بود.

۱/۲. **ضعف فرهنگ دیپلماسی:** فرهنگ دیپلماسی را باید مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته‌شده یک جامعه بدانیم که معتقد است می‌توان با کمک ابزارها و روش‌های فرهنگی نسبت به انتقال پیام‌های ارتباطی

و میان فرهنگی اقدام کرد. این فرهنگ در عرصه‌های سیاسی-فرهنگی از قدرت لازم برخوردار نیست. در این خصوص نکات حائز اهمیتی وجود دارد که در قالب عناوین زیر مطرح می‌شود:

۱. دیپلماسی فرهنگی شیوه کار را تعریف می‌کند و فرهنگ دیپلماسی بستر لازم برای دیپلماسی فرهنگی و عوامل و عناصر آن را تأمین می‌کند. تناسب بستر با راهبردهای انتخابی همواره به‌عنوان یک رکن اصلی باید در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌ها مورد توجه قرار گیرد.

۲. دیپلماسی فرهنگی در عرصه سیاست و حکومت بروز و ظهور پیدا می‌کند و منافع ملی را هدف قرار می‌دهد؛ درحالی‌که فرهنگ دیپلماسی جو عمومی گفتمان‌سازی و تعامل با یکدیگر را صرف نظر از عرصه ملی و فراملی تعیین و تأمین می‌کند و نتایج آن از فرهنگ عمومی به سایر ابعاد زندگی و فرهنگ‌های خاص راه می‌یابد. بنابراین بدون وجود این محیط سازنده و زاینده، انتظار محصول متناسب با آن توقعی نابه‌جا خواهد بود.

۳. دیپلماسی فرهنگی یعنی دیپلماسی با نقش اصلی و رنگ فرهنگ درحالی‌که «فرهنگ دیپلماسی» فرهنگ، با رنگ و بوی دیپلماسی و نقش اصلی دیپلماسی است. بنابراین فرهنگ دیپلماسی مقوله‌ای عام است که دیپلماسی فرهنگی را در خود پرورش می‌دهد تا گفتمان هدفمند ملی با رویکردی فرهنگی و خارجی «خاص» را با تغذیه و پشتیبانی فرهنگ عمومی با رویکرد دیپلماسی و داخلی «عام» شکل دهد و بتواند در تحقق اهداف خود کسب موفقیت کند.

۴. فرهنگ دیپلماسی شرط لازم دیپلماسی فرهنگی است، بدون دیپلماسی فرهنگی، فرهنگ دیپلماسی در فرهنگ عمومی مردم، خود حلال بسیاری از مشکلات خواهد بود. راز پیشرو بودن کشورهای توسعه‌یافته در مباحث دیپلماسی عمومی و فرهنگی نیز در همین نکته نهفته است. آنها با تقدیمی

که در گفتمان سازی داخلی و خارجی و تعبیه سازوکارهای اجتماعی دارند به تدریج و در قالب تکامل اجتماعی خود و نه در قالب برنامه‌های توسعه‌ای برون‌زا به قدرت دیپلماسی بین فرهنگی دست یافته و توانسته‌اند با این ابزار کارآمد سیاسی-فرهنگی به اهداف و منافع ملی خود برسند و این فاصله با جهان دوم را با جریان سازی‌های مستمر داخلی و خارجی حفظ نمایند. (رستگاری، ۱۳۹۴)

بنابراین دیپلماسی فرهنگی را می‌توان با سیاست‌گذاری‌های علمی و کارآمد و تدوین راهبردهایی متناسب با محیط داخلی و خارجی و تقویت نهادهای متولی دیپلماسی فرهنگی از جمله وزارت امور خارجه و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی تقویت کرد، اما فرهنگ دیپلماسی را باید از طریق ارتقای فرهنگ عمومی و شاخص‌های فرهنگی چون تاب‌آوری و شکیبایی و قدرت تعامل فردی و اجتماعی رشد داد. از این رو برنامه‌ریزی‌های بلندمدت در نهادهای فرهنگی کشور از جمله وزارت آموزش و پرورش و دستگاه‌های فرهنگی مانند صداوسیما و بخش‌های مرتبط با فرهنگ عمومی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و از طریق ابزارهای کارآمدی چون تئاتر و سینما، مطبوعات و رسانه‌های دیجیتال نقش تعیین‌کننده‌ای در این حوزه دارد.

۱/۳. کم‌توجهی به ظرفیت خرده‌فرهنگ‌ها: قومیت‌ها و خرده‌فرهنگ‌های مرتبط در کشور نه تنها عامل بازدارنده توسعه نیست، بلکه با توجه به خلاقیت‌زایی، تنوع و فرهنگ‌زایی که دارند می‌توانند نقش پیشران و شتاب‌دهنده در حرکت توسعه داشته باشند. تاریخ گذشته و عقب‌افتادگی‌هایی که در اثر سلطه استکبار و توطئه استعمار بر کشور بار شده است منشأ چالش‌های قومیتی و امنیتی زیادی شده و عوارضی را به دنبال خود خلق کرده است. از چالش‌های این حوزه ضعف عمومی و سیاسی در توجه کامل به حقوق اقلیت‌ها

و عدم رعایت حقوق شهروندی است. به نحوی که بعضاً با افراط و تفریط‌هایی که اعمال شده است تا مرز اقتدارگرایی سیاسی پیش رفته است، امری که چالش مهمی در دیپلماسی فرهنگی و مانع مهم‌تری در یکپارچگی و توسعه قدرت و امنیت ملی محسوب می‌شود.

در بعد بین‌المللی نیز حفظ ارزش‌های فرهنگی و بومی ایران توسط ایرانیان ساکن سایر کشورها برای تداوم و بقای فرهنگ ایرانی و مشروعیت بخشیدن به آن در برابر فرهنگ مسلط کشورهای بیگانه به‌عنوان یک خرده‌فرهنگ، یکی از کارکردهای مثبت دیپلماسی فرهنگی است. به‌طور یقین فرهنگ ایرانی که با فرهنگ ناب اسلامی آمیخته‌شده نمایشی زیبا از فرهنگی نوین در جهان امروز به دنبال دارد که می‌تواند اثرات قابل توجهی بر سایر کشورها و در سطح کلان تصمیم‌سازی‌های جهانی داشته باشد و خرده‌فرهنگ‌های ایرانی می‌توانند با اصلاح فرهنگ‌های مشابه در جهان اثرات مستقیم دیپلماسی فرهنگی ایران را به نمایش بگذارند. (مظاهری، ۱۳۹۲)^۱

۱/۴. متناسب نبودن منابع دیپلماسی فرهنگی: تولید محتوای فرهنگی در کشور معطوف به رویکرد بیرونی نیست. فرهنگوران و هنروران ایرانی اسلامی با دغدغه شخصی و ذوق طبیعی خود در این عرصه وارد می‌شوند و لذا در تلاش‌اند تا خود را به جایگاه ممکن از نظر درک و دانش و مهارت برسانند. در هنروران ما متخصصینی که با انگیزه صدور انقلاب و فعالیت دیپلماسی فرهنگی به تلاش فرهنگی بپردازند کمتر ملاحظه می‌شوند. بنابراین لازم است دستگاه متولی در این عرصه با فعالیتی دوچندان این قسمت از چرخه تولید و عرضه محصولات فرهنگی ایران اسلامی را پر کند و از خدمات و تولید داخلی با جهت‌دهی و سفارش جدید با

۱. رک به یادداشت محمد مهدی مظاهری، مشاور ارشد وزیر فرهنگ و ارشاد در پایگاه اطلاع‌رسانی دولت به نشانی: <http://www.dolat.ir/NSite/FullStory/News/?Serv=4&Id=235100>

رویکرد درون‌زا و برون‌نگر بهره‌مند شود. شناخت صحیح سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی از حوزه‌های بین‌المللی و برنامه‌ریزی برای تأمین محصولات متناسب مورد نیاز از یک‌سو و تأمین آن از سوی بخش‌های مختلف فرهنگی در حوزه رسانه‌های دیداری و شنیداری با هدایت و حمایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از سوی دیگر برطرف‌کننده این ضعف اساسی است.

۲. ضعف زیرساخت‌های دیپلماسی فرهنگی

۲/۱. زیرساخت‌های تولید محصول: ضعف کشور در این حوزه در ابعاد نیروی انسانی، نوع نگرش و منابع و میراث فرهنگی متجلی است.

الف) زیرساخت‌های انسانی: کمبود نیروی متخصص فرهنگی آشنا به سیاست در بخش صف دیپلماسی فرهنگی، به‌طوری‌که اساسی‌ترین مشکل دیپلمات‌های فرهنگی ایران را می‌توان غلبه سیاسی بودن این افراد بر فرهنگی بودن، به‌علاوه ندانستن زبان کشورهای محل مأموریتشان دانست. پس از انقلاب عمده کسانی که از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به‌عنوان دیپلمات فرهنگی به کشورهای مختلف اعزام گردیدند، مایل بودند تا با پاسپورت سیاسی و به‌عنوان عضوی از سفارتخانه کشورمان به کشورهای محل مأموریتشان بروند؛ درحالی‌که تسلط کافی به زبان محل مأموریتشان نداشتند. (حق پناه، خرداد ۱۳۹۱)

از سوی دیگر نه نیروی ستادی متخصص با نگاه فراملی به‌اندازه کافی وجود دارد و نه در سال‌های گذشته عزم جدی برای تربیت آن وجود داشته است. از این‌رو غالب تولیدات فرهنگی ما با توجه به نیازها و مخاطب داخلی تولید می‌شود و سفارش خاصی برای پر کردن این خلأ تربیت و تولید به مراجع آموزشی و تولیدکنندگان داده نشده است. فعال نشدن دانشگاه‌های

کشور در تربیت نیروی انسانی متخصص در این رشته و نبود تولیدات فرهنگی مناسب مخاطب جهانی گواه این مطلب است.

ب) نوع نگاه به دیپلماسی فرهنگی: از سوی دیگر غلبه نگاه ایدئولوژیک بر نگاه فرهنگی به گونه‌ای است که ما بیشتر، در این حوزه به دنبال انتقال نگاه مذهبی خود به دنیا بودیم و به همین جهت، دیگر شقوق فرهنگی مورد توجه درخور قرار نگرفته‌اند. (جنتی، خرداد ۱۳۹۱) نبود نگاه تعاملی و تبادل ارزش‌ها در دیپلماسی فرهنگی تعاملات این حوزه و حتی حوزه‌های دیگر را با کندی مواجه می‌کند.

ج) منابع و میراث فرهنگی: منابع فرهنگی کشور در زمینه‌های مختلف اعم از میراث ملموس و غیر ملموس از جمله میراث مکتوب و مفاخر فرهنگی از غنای خوبی برخوردار است، اما این منابع برای خوراک دیپلماسی فرهنگی متناسب‌سازی نشده است و به شکل تخصصی به این منابع و جاذبه‌ها با رویکرد برندسازی فرهنگی توجه کافی نشده است؛ و لذا «دیپلماسی فرهنگی بدون توجه به برندهای فرهنگی، فرایندی ناقص است و می‌بایست در برنامه‌ریزی در این خصوص به برندهای فرهنگی توجه داشت.» (زمانی‌نیا، خرداد ۱۳۹۱) این بخش نیازمند توجه جدی قرارگاه فرهنگی کشور یعنی شورای عالی انقلاب فرهنگی و مجموعه دستگاه‌های فرهنگی کشور اعم از حوزه‌های علمیه، وزارت امور خارجه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری و صداوسیما است.

۲/۲. زیرساخت‌های ارائه نهادمند در سطح بین‌المللی: در این حوزه نیز با توجه به نبود برخی از نیازها مثل رعایت حقوق معنوی، حذف چالش ساختاری و مدیریتی دیپلماسی فرهنگی کشور دچار ضعف است. لازم است با

عنایت دستگاه تقنینی کشور وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری سایر دستگاه‌های مرتبط در زمینه‌های زیر برنامه‌ریزی و اقدام نماید.

الف) حقوق مالکیت معنوی: بحث کپی‌رایت و عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی یکی از موانع گسترش دیپلماسی فرهنگی است و لذا لازم است کارهایی که تا به امروز در زمینه پیوستن ما به قانون جهانی کپی‌رایت انجام شده را ادامه و گسترش دهیم. باز بودن مسیرهای اختیاری، داوطلبانه و مشارکت‌جویانه در این زمینه کافی نیست. روشن است که اگر بخواهیم تحرک مؤثری داشته باشیم، باید توجه بیشتری به مسئله قانون رعایت کپی‌رایت داشته باشیم. (صالحی، ۹۵/۲/۲۵)

ب) چالش ساختاری دیپلماسی فرهنگی: تعدد دستگاه‌های فرهنگی و موازی‌کاری آنها به‌گونه‌ای که دستگاه‌های موجود خود را تقریباً هم‌سطح با دیگری می‌دانند. این امر باعث شده تا جایگاه‌های سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرا و نظارت در این حوزه که حوزه‌ای میان‌رشته‌ای در زمینه سیاست و فرهنگ است مخدوش شود و بعضاً اختلافات و ناهماهنگی‌های اجرایی در داخل و خارج کشور اتفاق بیفتد و اصل مسئولیت‌پذیری را در دستگاه‌های حاکمیتی و تصدی‌گر را مخدوش کند.

ج) چالش مدیریتی دیپلماسی فرهنگی: تکرر مراجع سیاست‌گذاری، عدم انسجام ساختاری، عدم همگرایی بین سیاست‌ورزی در حوزه دیپلماسی فرهنگی از مهم‌ترین چالش‌هاست. (صالحی امیری، خرداد ۱۳۹۱) نبود مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی به‌طوری که این چرخه با تعبیه سامانه‌های مناسب به‌صورت سیستمی عمل کند و با ساختاری منسجم و تقسیم کار ملی همه حوزه‌های

بالادستی و پایین‌دستی مورد نیاز را تأمین کرده و پوشش صددرصدی ایجاد کند، از الزامات رفع این چالش راهبردی است.

گفتار ششم: چالش‌های حوزه‌های تخصصی فرهنگی و هنری

بنای دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، آزادی اندیشه است. باید این نگاه عمیق، پرشورتر و تأثیرگذارتر از گذشته به جهانیان انتقال داده شود و هنر، به‌عنوان یک زبان بین‌المللی بهترین راه برای تأثیرگذاری در دیپلماسی فرهنگی است. با ابزارهایی مانند فرهنگ و هنر می‌توان در عمق باورها و اعتقادات ملل رسوخ کرد و اتحادهایی را در ابعاد بین‌المللی بنیان نمود. راه رسیدن به این اهداف نیز فرهنگی و از طریق جلب مشارکت هنرمندان کشورمان در قالب کمپین‌های هنری است. به باور بسیاری از صاحب‌نظران روابط بین‌الملل، کامیابی در سیاست خارجی در گروی استفاده‌ی درست از سازوکارهای هنری و فرهنگی در چارچوب دیپلماسی هر کشوری است. (سرسنگی، ۱۳۹۳) وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در حوزه‌های زیرمجموعه خود در سال‌های پس از انقلاب اسلامی با توجه به مسائل و مشکلات زیرساختی پیش‌گفته نتوانسته است با ایجاد انسجام در ساختار سازمانی و راهبردهای ترسیمی خود موانع موجود را از سر راه بردارد و از این‌رو به‌رغم تلاش‌های صورت گرفته هنوز حوزه فرهنگ و هنر از چالش‌های زیر رنج می‌برد:

۱. بلوغ حوزه فرهنگی

در حال حاضر تصویری که دنیا از ایران ساخته با تصویری که افراد خارجی پس از دیدار از ایران به‌دست می‌آورند، متفاوت است و یکی از علل تفاوت هم این است که رایزنان فرهنگی نتوانسته‌اند تصویر کاذبی را که از ایران ترسیم شده، تصحیح کنند.

برخی معتقدند جذابیت مأموریت‌های فرهنگی و دریافت‌های بالاتر خارج از کشور، نسبت به دریافت‌های داخل کشور بسیار بیشتر باعث جایگزینی انگیزه‌ها و در نتیجه عدم بلوغ فرهنگی در نیروی انسانی و عملکرد تخصصی وی می‌شود. به عبارتی رایزنی‌های فرهنگی نتوانسته‌اند نقش مورد انتظار را در دیپلماسی کشور ایفا کنند و تکرار چرخه معیوب نقصان کارآمدی موجب افت و تنازل بیشتر و بیشتر می‌شود.

۲. تخصص و تبحر

بنا به اظهار دکتر ورجاوند غالب رایزن‌ها حتی به زبان فارسی و فرهنگ ایرانی تسلط کافی ندارند و به زبان محل مأموریت هم وارد نیستند. کار ساماندهی رایزنی‌های فرهنگی هم به نحو قابل قبولی صورت نمی‌گیرد. غیر قابل تصور است که رایزن‌ها با میراث فرهنگی و حوزه‌های هنری ارتباط نداشته باشند. مجالس داستان‌سرایی برپا نکنند و کنفرانس‌هایی در رابطه با معماری و هنر قبل و بعد از اسلام تشکیل ندهند. او معتقد است حتی اگر سینمای ایران در این زمینه تأثیراتی به جا گذاشته، دلایل خاصی داشته و ربطی به فعالیت رایزنی‌های فرهنگی ندارد. بنابراین در حالی که انتظار می‌رفت به خاطر وقوع انقلاب از نظر فرهنگی، تأثیر معقول و گسترده‌تری در جهان بر جا بگذاریم، شاهد آنیم که شخصیت فرهنگی و تاریخی ما به نحو مطلوبی معرفی نشده. در شرایطی که ترکیه ۲۰۰ مدرسه در تاجیکستان بنا کرده، ما برای مردمی که با وجود داشتن زبان فارسی نمی‌توانند خط ساده فارسی را بخوانند، کار زیادی نکردیم و به جای آن کتاب‌هایی را معرفی کردیم که کشش ندارند و فقط واکنش منفی ایجاد می‌کردند. (پایگاه حوزه ۱۳۸۱/۹/۲)

۳. ناهماهنگی تولیدات ملی و فراملی

فقدان هماهنگی بین تولیدات ملی و فراملی فرهنگی از سه منظر مطرح است: الف) رقابت کیفی: تولیدات فرهنگی ما در حوزه‌های تخصصی فرهنگی اعم

از موسیقی، نقاشی، کتاب، سینما و نشریات در عده و عده قابلیت رقابت با محصولات خارجی ندارند. کم‌توجهی به مالکیت معنوی در بسیاری از زمینه‌های فرهنگی باعث شده تا تولیدات کیفی و هزینه‌بر و فاخر صورت نگیرد و کارهای فرهنگی مهم کمتر بدون سفارش پذیرفته می‌شوند، در این حالت انگیزه کار و توانایی‌های خلاقانه لازم نشو و نما نمی‌کند و همواره منابع و سرمایه‌های فرهنگی ما در حال تخریب و تقلیل است.

ب) رویکردهای تولید: زمانی که تولیدکننده فرهنگی چشم‌اندازی از صدور کالای خود ندارد، طبیعتاً کیفیت آن را متناسب با بازار داخل تنظیم می‌کند و برای کالای خود قدرتی برای رقابت خارجی ایجاد نمی‌کند. به‌طور طبیعی در غالب کشورها کالاهای فرهنگی بدون حمایت (حداقل اولیه) دولت نمی‌توانند در بازار مصرف جایگاه خوبی داشته باشند. این چالش در کشورهای جهان سوم با توجه به دیر بازدهی کالای فرهنگی فراگیر است. به‌این ترتیب رویکرد درون‌نگر در ایران نیز باعث عقب‌ماندگی کالاهای فرهنگی در صحنه رقابت جهانی شده است. از این‌رو تأکید رهبر معظم انقلاب بر رعایت اصول اقتصاد مقاومتی از جمله اقتصاد درون‌زای برون‌نگر، دقیقاً پاسخگوی همین نیاز چالشی در همه زیربخش‌های اقتصادی به‌ویژه زیربخش اقتصاد فرهنگ و هنر است.

ج) راهبرد تولید فرهنگی: برای موفقیت در اقتصاد فرهنگ لازم است با تکیه بر مزیت‌های رقابتی و امکانات داخلی و نیازهای مخاطب، روی کالاها و محصولات دارای مزیت متمرکز شد و با راهبردهایی مشخص، صحنه رقابت را به نفع تولید بومی گسترش داد. نبود راهبردهای ویژه در این حوزه یکی از چالش‌هایی است که می‌تواند سرنوشت نامبارکی را برای تولیدات فرهنگی ما رقم بزند، به‌ویژه در عصری از دنیا که شاهد جهانی‌شدن در تمامی عرصه‌ها و بخش‌ها از جمله بخش فرهنگ است.

۳. تلقی‌های نادرست از جاذبه‌های فرهنگی

نگاه تخصصی به حوزه فرهنگی می‌تواند جاذبه‌های فرهنگی و مزیت‌های رقابتی را تشخیص دهد و بدون آن ضمن معطلی سرمایه‌های این حوزه، سرمایه‌گذاری‌های این بخش در هر زیرگروهی از فرهنگ که باشد تلاشی بی‌هدف و ناشی از آزمون‌وخطایی هزینه‌ساز است؛ جدای از اینکه با ادامه این روند ضمن تحمل هزینه‌های فرصت حتی باعث ضربه زدن به توانایی‌های تخصصی نیروی ماهر فرهنگی خود نیز خواهیم شد.

درک نادرست از میراث فرهنگی و جاذبه‌های بومی و شناخت ناصحیح از علاقه‌مندی‌های مخاطبین خارجی موجب تلقی نادرست از محصولات و جاذبه‌های بومی شده و ممکن است جهت‌گیری‌های تولیدات فرهنگی ما را به حذف جاذبه‌ها و مواردی بی‌مزیت سوق دهد، جدای از اینکه توان برندسازی کالا و خدمات را نیز از ما خواهد گرفت.

به نظر می‌رسد در صورتی که این برآوردهای تخصصی برای تحلیل‌های وضعیت فرهنگی و نحوه عملکرد دیپلماسی فرهنگی انجام نشده باشد بتوان از وضعیت گردشگری و تحلیل‌های مقایسه‌ای نیز در این حوزه بهره‌برداری نمود؛ چراکه صنعت گردشگری به‌مثابه آینه‌ای از همه ابعاد فرهنگی می‌تواند نشانگری تخمینی در این حوزه برای جست‌وجو و کشف واقعیت‌ها در زمینه‌های مختلف از میدان عملیات دیپلماسی فرهنگی و تحلیل آن تلقی شود. نگاهی به جدول آماری زیر که حاوی آمار گردشگری منتخبی از کشورها است، تقریباً گویای این وضعیت در مقایسه با سایر کشورها می‌باشد.

جدول شماره (۲) مقایسه آماری عملکرد گردشگری کشورها به دلار^۱

نام کشور	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳
بحرین	۱۱,۹۵۲,۰۰۰	۶,۷۳۲,۰۰۰	۸,۰۶۲,۰۰۰	۹,۱۶۳,۰۰۰
چین	۵۵,۶۶۴,۰۰۰	۵۷,۵۸۱,۰۰۰	۵۷,۷۲۵,۰۰۰	۵۵,۶۸۶,۰۰۰
مصر	۱۴,۰۵۱,۰۰۰	۹,۴۹۷,۰۰۰	۱۱,۱۹۶,۰۰۰	۹,۱۷۴,۰۰۰
فرانسه	۷۷,۶۴۸,۰۰۰	۸۱,۵۵۰,۰۰۰	۸۳,۰۵۱,۰۰۰	۸۴,۷۲۶,۰۰۰
ایران	۲,۹۳۸,۰۰۰	۳,۳۵۴,۰۰۰	۳,۸۳۴,۰۰۰	۴,۷۶۹,۰۰۰
ایتالیا	۴۳,۶۲۶,۰۰۰	۴۶,۱۱۹,۰۰۰	۴۶,۳۶۰,۰۰۰	۴۷,۷۰۴,۰۰۰
ژاپن	۸,۶۱۱,۰۰۰	۶,۲۱۹,۰۰۰	۸,۳۵۸,۰۰۰	۱۰,۳۶۴,۰۰۰
مالزی	۲۴,۵۷۷,۰۰۰	۲۴,۷۱۴,۰۰۰	۲۵,۰۳۳,۰۰۰	۲۵,۷۱۵,۰۰۰
قطر	۱,۷۰۰,۰۰۰	۲,۰۵۷,۰۰۰	۲,۳۴۶,۰۰۰	۲,۶۱۱,۰۰۰
عربستان سعودی	۱۰,۸۵۰,۰۰۰	۱۷,۴۹۸,۰۰۰	۱۴,۲۷۶,۰۰۰	۱۳,۳۸۰,۰۰۰
سنگاپور	۹,۱۶۱,۰۰۰	۱۰,۳۹۰,۰۰۰	۱۱,۰۹۸,۰۰۰	۱۱,۸۹۹,۰۰۰
اسپانیا	۵۲,۶۷۷,۰۰۰	۵۶,۱۷۷,۰۰۰	۵۷,۴۶۴,۰۰۰	۶۰,۶۶۱,۰۰۰
تونس	۶,۹۰۳,۰۰۰	۴,۷۸۵,۰۰۰	۵,۹۵۰,۰۰۰	۶,۲۶۹,۰۰۰
ترکیه	۳۱,۳۶۴,۰۰۰	۳۴,۶۵۴,۰۰۰	۳۵,۶۹۸,۰۰۰	۳۷,۷۹۵,۰۰۰
امارات	۲۸,۲۹۵,۰۰۰	۲۹,۳۰۶,۰۰۰	۲۹,۲۸۲,۰۰۰	۳۱,۱۶۹,۰۰۰
آمریکا	۶۰,۰۱۰,۰۰۰	۶۲,۸۲۱,۰۰۰	۶۶,۶۵۷,۰۰۰	۶۹,۷۶۸,۰۰۰

این در حالی است که بر اساس سند چشم‌انداز، جدول زیر باید دست‌یافتنی می‌شد. یعنی از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۳ که آخرین دوره زمانی سند چشم‌انداز گردشگری است، نرخ رشد سالیانه ۱۰ درصد که در نظر گرفته شده باید ما را در پایان برنامه به ۲۰ میلیون گردشگر و ۲۵ میلیارد دلار درآمد برساند. در حالی که رسیدن به این هدف همان‌طور که با گذشت سال‌های چشم‌انداز تاکنون محقق نشده است برای سال‌های آینده نیز تحقق آن دور از انتظار به نظر می‌رسد.

۱. منبع جدول آمار گردشگری سایت <http://www.worldbank.org> است.

جدول شماره (۳) نرخ رشد سالانه بر اساس سند چشم‌انداز

سال‌های برنامه	نرخ رشد سالیانه	تعداد گردشگران در سال‌های پایانی برنامه به میلیون نفر	درآمد ارزی در سال‌های پایانی برنامه به میلیارد دلار
برنامه چهارم توسعه (۸۸ - ۸۴)	۳۰٪	۲ / ۶	۱ / ۵
برنامه پنجم توسعه (۹۳ - ۸۹)	۲۰٪	۶ / ۵	۴ / ۵
برنامه ششم توسعه (۹۸ - ۹۴)	۱۵٪	۱۳	۱۰
برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۳ - ۹۹)	۱۰٪	۲۰	۲۵

گفتار هفتم: موانع حوزه دیپلماسی فرهنگی

آن دسته از موضوعات و عوامل ایجاد نارسایی در فعالیت‌های دیپلماسی فرهنگی که به‌نوعی مانع دستیابی به اهداف دیپلماسی فرهنگی است تحت عنوان موانع قابل طرح است؛ اما این موانع گاهی منشأ داخلی دارند و گاهی منشأ خارجی، موانع داخلی را که از محیط درونی کشور سرچشمه می‌گیرند، در بخش چالش‌های دیپلماسی فرهنگی اعم از زیرساختی و غیر آن به‌طور مفصل توضیح دادیم و اکنون موانع با منشأ خارجی را به شرح زیر توضیح می‌دهیم.

۱. موضع‌گیری‌های خصمانه و ایران‌هراسی

با توجه به مخالفت انقلاب اسلامی ایران با سلطه‌گری غرب به‌ویژه آمریکا و از دست رفتن منافع این کشور در ایران پس از انقلاب، دیپلماسی فرهنگی غرب به رهبری ایالات متحده آمریکا در سال‌های پس از انقلاب اسلامی ایران

بر اساس عناد با ایران اسلامی و بر پایه ایران هراسی طراحی شد و تاکنون به‌گونه‌ای عمل کرده است که غالب مردم جهان، ولو با نگاه‌های متفاوت ایران را نماد مقاومت در برابر جهان غرب می‌دانند، یعنی هرجایی که از انقلاب اسلامی صحبت می‌شود، قطعاً نماد و شخصیت‌های ایرانی را در ذهن خود تجسم می‌کنند و در بسیاری از نشست‌ها و سخنرانی‌های خود، نخبگان و علمای ایران را مطرح می‌کنند.

اما اینکه چگونه می‌توان در برابر این موج تهاجم فرهنگ غرب ایستادگی کرد و آیا روش‌های تخریبی و قهرآمیز در این عرصه کارساز است یا نه موضوع دیگری است که قطعاً میان راه‌حل‌های مکاتب مختلف و راه‌حل‌های معتقدان به فرهنگ دینی تفاوت وجود دارد. در فرهنگ دینی روش جدال احسن که می‌توان ایده‌گفت‌وگویی تمدن‌ها را الهام‌یافته از این روش دانست، توصیه شده است چراکه قرآن کریم با آیه «ادع الی سبیل ربک بالحکمة و الموعظة الحسنه» (نحل: ۱۶: ۱۲۵) برای دعوت به راه صحیح اسلام ما را به حکمت و موعظه نیکو دعوت کرده است و لذا اساس دیپلماسی فرهنگی ایران بر این خط سیر استوار است.

۲. محدودسازی در مرزهای جغرافیایی

تلاش و تبلیغات خیلی وسیعی مبنی بر اینکه انقلاب اسلامی یک پدیده‌ای مربوط به‌غیراز اهل سنت و محدود به حوزه جغرافیایی ایران است، صورت می‌گیرد و این اقدام به‌عنوان یک پروژه در جریان است؛ علت را باید در این جست‌وجو کرد که «بعد از انقلاب اسلامی یک انرژی انقلابی متأثر از اسلام در جهان اسلام آزاد شد که دو ویژگی عمده داشت. یکی اینکه به‌شدت ضدآمریکایی و ضد سلطه بود و ویژگی دوم این‌که به‌شدت علیه تفکرات و جریان‌های منفعلانه و وابسته و افراطی که تحت نام اسلام در جهان اسلام

فعالیت داشتند بود. برای ایجاد شکاف و فاصله بین ایران و جهان اسلام سنی یکسری تحولات علیه ایران به راه انداختند که از جمله آن؛ جنگ ایران و عراق بود و تبلیغات زیادی را از طریق بعضی علمای وابسته شروع کردند مبنی بر اینکه انقلاب اسلامی مربوط به اسلام شیعه است». (ربانی، ۱۳۹۳/۵/۲۱)

۳. اسلام هراسی

با گذشت زمان و قطعی شدن اسلام و مکتب تشیع به‌عنوان منشأ اصول سیاست خارجی و راهبردهای سیاسی-فرهنگی ایران اسلامی از دید غرب، آنها سعی کردند با اجرای پروژه‌ای در کشورهای اسلامی، علاوه بر تخلیه انرژی متأثر از انقلاب اسلامی در جهان سنی و همچنین تجمیع و شناسایی کم‌هزینه نیروهای انقلابی در جهان اسلام؛ مسیر حرکت‌های انقلابی جهان اسلام در قالب بیداری اسلامی را از یک جنبش ضد غربی متأثر از انقلاب اسلامی؛ به یک نیروی سیاسی و نظامی هدفمند شده و در مسیر منافع غرب تغییر مسیر دهد و نقش اساسی در هدایت و مدیریت این پروژه را بر عهده جریان‌های افراطی سلفی و تکفیری گذاشتند. انتخاب منطقه خاورمیانه و کشورهای اسلامی به‌عنوان کانون عملیات تکفیری دقیقاً در راستای این هدف و برای ایجاد هراس از اسلام با استفاده از منابع و امکانات خود مسلمانان صورت گرفت.

به‌رغم تبلیغات گسترده‌ای که از طریق رسانه‌ها و پروژه‌های مشترکی که آمریکا با بعضی از کشورهای اسلامی داشته و هزینه‌هایی که برای اسلام هراسی و شیعه‌گریزی کرده‌اند، در مقابل ما از ظرفیت فرهنگ در عرصه‌های بین‌المللی چندان بهره نگرفته‌ایم. متأسفانه «هنوز هم نگاه ما به فرهنگ یک نگاه فرعی است و در بحث بودجه و برنامه‌ریزی؛ مدیریت و آموزش؛ با ایده‌آل‌ها خیلی فاصله داریم... با تغییر مدیریت‌ها و افراد خیلی از سیاست‌ها و اصل‌و‌فرع‌ها عوض و سلیقه‌ها جایگزین می‌شود. قطعاً در این سیستم نمی‌شود قضاوت

درستی کرد زیرا آسیب‌های زیادی وجود دارد. متأسفانه یک رایزن با یک ایده‌ای یکسری فعالیت‌هایی را انجام می‌دهد و فردی جدید با یک نگاه متفاوتی مسیر قبلی را قبول ندارد و یا برعکس آن می‌رود و این ایراد کار ما است.» (ربانی، ۱۳۹۳/۰۵/۲۱)

۴. تحریم‌های اقتصادی

بدون یک اقتصاد پویا و تأمین‌کننده منافع ملی سیاست و فرهنگ نیز دچار مشکل و ناتوانی هستند. اقتصاد موتور حرکت و تأمین‌کننده نیازهای مادی سایر بخش‌هاست. تحریم ایران که با لجاجت آمریکا از زمان جنگ تحمیلی عراق علیه ایران تا قبل از توافق برجام به بهانه‌های مختلف از جمله مباحث هسته‌ای پیگیری و وضع می‌شد، همراه با آثار مثبت آن در جهت توانمندی‌های درونی ملت آثار زیان‌بار و محدودکننده وسیعی نیز داشت که مهم‌ترین آن عبارت‌اند از:

۱. تحدید منابع ارزی کشور در اوایل سال ۱۳۵۹ از جانب بعضی از کشورهای اروپایی و آمریکا
۲. افزایش هزینه‌های جنگ همراه با کاهش صدور نفت و کاهش دریافت‌های ارزی کشور
۳. گسترش مبادلات تهاتری به دلیل بلوکه شدن ذخایر ارزی، تحریم اقتصادی و جنگ
۴. اخلال در صنایع وابسته کشور که با تحریم اقتصادی صنایع وابسته کشور را به مشکلات بیشتری مواجه کرد
۵. اخلال در فروش نفت در نتیجه فشارهای سیاسی آمریکا بر جمهوری اسلامی ایران
۶. کاهش ارزش ریال به‌عنوان یکی دیگر از آثار منفی تحریم

۷. آشفته‌گی سیستم توزیع، افزایش احتکار و بازار به علت بروز تنگنانهایی در خرید و واردات کالا
۸. رشد منفی تولید ناشی مشکلات ناشی از جنگ و تحریم‌های اقتصادی و نبود سرمایه‌گذاری
۹. افت سرمایه‌گذاری خارجی تحت تأثیر تحریم اقتصادی آمریکا بر روی جلب سرمایه‌گذاری (یعقوب و نعمتی، ۱۳۹۳: ۴۲-۴۰)

۵. رقابت‌های منطقه‌ای

یعنی یک تلاش و تبلیغات خیلی وسیعی صورت می‌گیرد مبنی بر اینکه انقلاب اسلامی یک پدیده‌ای مربوط به‌غیراز اهل سنت و محدود به حوزه جغرافیایی ایران است، نکته اساسی که من به آن تأکید دارم و معتقدم به‌عنوان یک پروژه در جریان است، این که بعد از انقلاب اسلامی یک انرژی انقلابی متأثر از اسلام در جهان اسلام سنی آزاد شد. این انرژی دو ویژگی عمده داشت. یکی اینکه به‌شدت ضدآمریکایی و ضدسلطه بود و ویژگی دوم این که به‌شدت علیه تفکرات و جریان‌های منفعلانه و وابسته و افراطی که تحت نام اسلام در جهان اسلام فعالیت داشتند بود. برای ایجاد شکاف و فاصله بین ایران و جهان اسلام سنی یکسری تحولات را علیه ایران را به راه انداختند که از جمله آن؛ جنگ ایران و عراق بود و تبلیغات زیادی را از طریق بعضی علمای وابسته شروع کردند مبنی بر اینکه انقلاب اسلامی مربوط به اسلام شیعه است. (ربانی، همان)

فصل پنجم

تحلیل و آسیب‌شناسی

گفتار اول: آسیب‌های کارکردی دیپلماسی فرهنگی ایران
گفتار دوم: آسیب‌های ماهوی دیپلماسی فرهنگی ایران
گفتار سوم: راهبردهای مناسب دیپلماسی فرهنگی ایران

آسیب‌شناسی این حوزه را می‌توان در دو بخش آسیب‌های کارکردی که معطوف به نتیجه کار است و آسیب‌های ماهوی که معطوف به محتوای دیپلماسی فرهنگی است تقسیم‌بندی و تبیین نمود. بدیهی است این آسیب‌شناسی نتیجه عملکرد دستگاه‌های مرتبط به‌ویژه دو دستگاه دیپلماسی وزارت امور خارجه و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی را در دو حوزه کارکردی و سیاست‌گذاری مورد نقد قرار می‌دهد و آنها را به رفع این کاستی‌ها دعوت می‌کند.

گفتار اول: آسیب‌های کارکردی دیپلماسی فرهنگی ایران

آسیب‌های کارکردی دیپلماسی فرهنگی را می‌توان در چهار عنوان کلی میزان نفوذ فرهنگی، تولید قدرت نرم، حفظ موقعیت انقلابی و نقش رایزن فرهنگی دسته‌بندی کرد.

۱. میزان نفوذ

نفوذ ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران در دوره ابتدایی استقرار جمهوری اسلامی ایران در ملل دیگر و جذب و جلب توجه جنبش‌های آزادیخواه به‌مراتب به نسبت وضعیت کنونی از سرعت بیشتری برخوردار بود؛ به‌طوری‌که این نکته را در میان سخنان دوست‌داران انقلاب اسلامی می‌توان یافت. تبلیغات ایران هراسی و اسلام‌هراسی دشمنان انقلاب از یک‌سو و ضعف‌های موجود در دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران از سوی دیگر توانسته است در نفوذ فزاینده دیپلماسی فرهنگی کشور تأثیر گذاشته و آن را حسب شرایط و موقعیت‌های جهانی و منطقه‌ای کند کند.

واضح است که صرف فعالیت معاندین بدون ضعف نیروهای انقلابی نمی‌تواند تأثیر جدی داشته باشد. بلکه نقایص و ضعف‌های برنامه‌ای، مدیریتی و برخی از دست دادن فرصت‌ها و عدم آمادگی‌ها در تحولات جهانی به‌ویژه در صحنه‌های

فرهنگی و معارضات قدرت نرم باعث این کندی نفوذ و تقویت جبهه تهاجم فرهنگی شده است. هرگاه قدرت نرم کشور از طریق عوامل اجرا، علاوه بر انتقال (که لزوماً باور و ایمان به پیام نیست) وارد حوزه حمل پیام که ناظر بر انتقال پیام توأم با باور و ایمان قلبی به آن باشد، شاهد تقویت قدرت نرم هم در بعد داخلی و هم در بعد خارجی خواهیم بود و طبیعتاً امکان نفوذ در مخاطبین را فراهم می‌کند. لیکن در صورتی که عوامل اجرا دچار ضعف در ایمان به نقش و یا پیام خود شوند نفوذ کلام و پیام دچار نارسایی می‌شود. بدیهی است هرگونه ضعف در این حوزه اعم از لوازم انتقال، لوازم حمل و نارسایی برنامه‌ها و ابزار انتقال پیام موجب نقص در قدرت نفوذ خواهد شد.

۲. تولید قدرت نرم

قدرت نرم نه به‌خودی‌خود به وجود می‌آید و نه امکان توسعه آن بدون استفاده بهینه از فرصت‌ها و زمینه‌های موجود داخلی و خارجی وجود دارد، بلکه همواره تولید قدرت نرم تابعی است از میزان عملکرد نیروهای انقلابی، مدیریت کارآمد، نیروی انسانی متخصص و سایر امکانات قابل استفاده؛ چراکه ظرفیت انقلاب اسلامی و ارزش‌های آن و تمایل عدالت‌جویی و آزادی‌خواهی ملل مسلمان یا غیر مسلمان علاقه‌مند صرفاً زمینه‌های اولیه حرکت دیپلماسی فرهنگی است. بدیهی است رشد توانایی کشور در شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی اعم از شاخص‌های مربوط به نوسازی و بکارگیری پیام‌ها و همچنین ارتقای کشور در سایر شاخص‌های ابزار و روشی و عوامل اجرای دیپلماسی فرهنگی به‌علاوه برنامه‌های راهبردی کارآمد و هماهنگ با سایر قابلیت‌ها و قوت‌ها در مجموع می‌تواند قدرت نرم کشور را رشد دهد و زمینه‌ساز توسعه بیشتر آن نیز بشود. تولید قدرت نرم از مؤلفه‌های داخلی و خارجی مرتبط ناشی می‌شود. اگرچه وجود رهبری فرهمند، دولت کارآمد، قدرت اقتصادی و جمعیت مولد و فعال

و... مؤلفه‌های تأثیرگذاری در ایجاد قدرت نرم هستند، اما خود دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان راهگشای مسیر سیاست خارجی و توسعه‌دهنده مناسبات سیاسی و اقتصادی و همکاری‌های منطقه‌ای و بین‌المللی نیز یکی از مؤلفه‌های کلیدی و مؤثر تولیدکننده و از منابع ارزشمند قدرت نرم است که ضعف و خلل در آن موجب اخلال جدی در ایجاد، توسعه و اعمال قدرت نرم کشور می‌شود.

۳. حفظ موقعیت انقلابی

موقعیت انقلابی ایران اسلامی سرمایه‌ای گران‌بهاست که نه‌تنها باید کمیت و کیفیت آن حفظ شود؛ بلکه باید این موقعیت را در شرایط جهانی روزآمد کرد و بر دامنه آن افزود؛ چراکه صرف حفظ وضع موجود نیز در موقعیتی که قدرت‌های دیگر در حال نشو و نما و توسعه هستند خود تنزل و عقب‌گرد تلقی می‌شود. تأکیدات مکرر مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) بر انقلابی بودن و انقلابی ماندن به‌ویژه در بیانات اخیر و در مناسبت‌های مختلف گویای بروز نقیصی در این زمینه و لزوم ثبات قدم و حفظ انقلابی‌گری نیروهای نظام جمهوری اسلامی است. هرگونه وادادگی و عدول از ارزش‌های انقلابی به هر دلیل منجر به تضعیف جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی در هر دو بعد داخلی و خارجی می‌شود و ضمن ایجاد سستی در محور مقاومت، جبهه استکبار را جری‌تر می‌کند.

۴. نقش رایزن فرهنگی

هرچند ممکن است نقش و وظایف رایزنان فرهنگی به‌عنوان کارشناس فرهنگی - سیاسی با مأموریت بیرونی به‌طور سنتی امری مشخص باشد، اما به نظر می‌رسد این نقش طی مرور زمان به انفعال گراییده و تا حدودی از درایت سیاسی - فرهنگی توأم با انقلابی‌گری و فرصت‌سازی خالی شده است؛ از این رو

بازتعریف این نقش و تعریف دقیق و تبلیغ نقش رایزن فرهنگی مبتنی بر واقعیت‌های جدید و جایگاه کنونی آن به‌عنوان یک حس‌گر فرهنگی فعال در رصد تهدیدهای فرهنگی و نوعی پالایه عمل‌کننده در جهت جلوگیری از ورود برخی تهدیدهای فرهنگی و فراتر از آن به‌عنوان افسر قدرتمند و پیش‌رونده جنگ نرم در خط مقدم جبهه فرهنگی ضروری است.

باید با تسلط بر جاذبه‌های فرهنگی کشور خود و علایق کشور میزبان توجه کافی داشت و بتوان تصویر مناسبی از هویت ایران اسلامی به مخاطبین خود منعکس نمود و رویکرد جدید و مؤثری از حامل و ناقل بودن دیپلماتیک خود را به نمایش و اجرا گذاشت. انتقال قدرت نرم موجود و ساختن آن با منابع جدیدی که از تلاقی فرصت‌های داخلی و خارجی پدید می‌آید نیازمند مدیریت و رهبری توانایی دارد که رهبری آن تنها برازنده رایزن فرهنگی جمهوری اسلامی ایران است.

گفتار دوم: آسیب‌های ماهوی دیپلماسی فرهنگی ایران

آسیب‌های ماهوی دیپلماسی فرهنگی ایران را که نوعاً از جنس سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی راهبردی است، می‌توان در نوع و محتوای پیام‌ها، عوامل اجرا و برنامه‌ها و ابزار و روش اجرای برنامه‌ها دسته‌بندی کرد.

۱. آسیب‌های پیامی - هدفی

محتوای دیپلماسی فرهنگی را پیام‌ها و ارزش‌های گنجانده‌شده در پیام تشکیل می‌دهد. سیاست خارجی کشور، تعیین‌کننده این محتوا است. اگر ما «نه شرقی و نه غربی»، «جمهوری اسلامی» و «حمایت از مستضعفین عالم» را از اصول سیاست خارجی خود می‌دانیم و تعهدی نسبت به قدرت‌های جهان در این خصوص را نمی‌پذیریم، پیام دیپلماسی فرهنگی ما هم در ادامه این اصول، ترویج استکبارستیزی و حمایت از مظلومان عدالت‌جو و مسلمین ستم‌دیده است. این

قاعده باید حسب شرایط مخاطبین و تحولات جهان و با استفاده از ادوات انتقال روز پیام و در قالب مسئله فرهنگی منتقل شود، در صورتی که پیام در راستای اصول پیش‌گفته نباشد و نتواند هدف را تأمین کند قطعاً آسیب در این حوزه اتفاق افتاده و باید با ارزیابی پیام‌ها و نحوه ارائه آنها این نقیصه رفع شود.

استفاده از ارزش‌های مشترک و انسانی با رویکرد اهداف دیپلماسی فرهنگی از قوت‌های این بخش از ماهیت دیپلماسی فرهنگی است. از این‌روست که تأثیر پیام فرهنگی و انسانی و ظلم‌ستیز عاشورا صرفاً در مخاطب مسلمان خلاصه نمی‌شود و همه انسان‌های آزادیخواه و عدالت‌جو را در بر می‌گیرد؛ این پیام در صورت به‌کارگیری صحیح از حیث شرایط، زمان و مکان می‌تواند ضمن ترویج مکتب تشیع و اهل بیت (علیهم‌السلام) زمینه‌ساز تحولات فرهنگی در مخاطبین و گرایش به منشأ آن یعنی اسلام و قرآن کریم باشد؛ اما در هر مورد که پیام انتخابی در ظرف مناسب خود قرار نگیرد و یا ظرف مورد علاقه و توجه مخاطب خالی از پیام و محتوای مناسب باشد، آسیب پیامی و هدفی مورد نظر مخدوش شده است. به‌عنوان نمونه ارائه موسیقی خالی از پیام با مجریان غیر ناقل و حامل پیام و یا پیام‌های مطلوب در قالبی غیر جذاب و ناهمخوان با فرهنگ مخاطب را می‌توان از موارد مهم آسیب‌پذیری در این بخش دانست.

۲. آسیب‌های عوامل اجرا

انحراف نقش دیپلماسی فرهنگی گاهی ممکن است در آسیب موجود در مجریان و عوامل اجرا اتفاق بیفتد. هرگاه عامل اجرای دیپلماسی با محتوای پیام و شرایط موجود مکانی و مخاطبان پیام همخوانی نداشته باشد، به‌طور طبیعی اقدامات مربوط در هر سطح و محتوایی که باشد عملکرد مناسبی نخواهد داشت و چه‌بسا اثرات منفی نیز بر جای می‌گذارد. اجرای محافل شعر و ادبیات غنی فارسی با حضور افراد غیر ماهر و در حضور علاقه‌مندانی دانشمند

در این حوزه از شرق‌شناسی، آسیبی کمتر از حمله به فرهنگ و ادبیات فارسی ندارد.

مهم‌ترین عوامل اجرا، نیروی انسانی متعهد و متخصصی است که با باورهای عمیق خود هم حامل پیام صحیح است و هم ناقل پیام؛ متخصص غیر متعهد و متعهد غیر متخصص هر دو ناخواسته وارد میدان خیانت در انجام وظیفه خود می‌شوند. رفتار مجریان باید منطبق با پیام‌های ارسالی باشد، مجریانی که بتوانند نقش نمایندگی ایران اسلامی را در کشور مخاطب و جامعه هدف به‌جای آورند! وجود و ظهور تمایلات دنیاطلبی و رفتارهای مخالف با ارزش‌های انقلاب اسلامی نه‌تنها باعث جذب علاقه‌مندان جدید نمی‌شود، بلکه زمینه‌های دلسردی و طرد شیفتگان و ارادتمندان را نیز فراهم خواهد کرد.

رفتار هیئت‌های اعزامی از کشور تحت هر عنوان اعم از هیئت‌های علمی یا فرهنگی و یا ورزشی یا اهالی فرهنگ و هنر و حتی هیئت‌های سیاسی و اقتصادی خواه‌ناخواه زیر ذره‌بین دو طیف قرار می‌گیرد: دوستان وفادار و مشتاق سربلندی انقلاب اسلامی و دشمنان غدار و فرصت‌طلبی که جز به تحقیر و نابودی ایران اسلامی نمی‌اندیشند. این نکته‌سنجی‌های مخاطبان سفیران رسمی و غیر رسمی کشور، در هر سطح، از رئیس‌جمهور ایران اسلامی تا یک هنرمند و یا ورزشکار معمولی را رها نمی‌کند؛ بنابراین شیوع و تکرار ارزیابی‌های منفی مخاطبین به شکلی مضاعف خسارت‌بار خواهد بود و بسیاری از امیدها و نشاط‌های مشتاقان انقلاب اسلامی را به یاس بدل می‌کند.

۳. آسیب‌های برنامه‌ای

برنامه‌ها ممکن است پیشدستانه یا فعال باشند و برای اجرای بلندمدت یا میان‌مدت و یا کوتاه‌مدت منظور شده باشند، در هر حال لازم است از کیفیت و پیام‌رسانی شایسته‌ای برخوردار باشند. از این‌رو متخصصین راهبردی دیپلماسی فرهنگی باید

با ارزیابی‌های تخصصی خود حسب موقعیت کشورها و جوامع هدف اقدام به تهیه نقشه راه و طبقه‌بندی کشورها و راهبردهای متناسب حوزه‌های مختلف جغرافیایی و سیاسی با زمان‌بندی معین کنند. البته بدیهی است با ارزیابی راهبردی راهبردها و اجرای آنها و شرایط محیطی جدید ممکن است دست به تغییرات اساسی در سطوح راهبردی، اجرایی و عملیاتی زده شود. در غیر این صورت اجرای برنامه بدون هدف و نقشه راه مشخص، جز آسیب و ناکامی نتیجه‌ای در بر نخواهد داشت.

کمیت، کیفیت و تناسب برنامه‌های فرهنگی با مخاطبین در کشور هدف، رکن اصلی عملیات فرهنگی در عرصه دیپلماسی فرهنگی است. بعضاً ملاحظه می‌شود بدون توجه به ارزیابی از اثر بخشی برنامه‌ها اقداماتی به صورت تکراری و در شرایط ناهماهنگ اجرا می‌شود و نتایج ناهمراستای با دیپلماسی فرهنگی به بار می‌آورد. نمی‌توان برای مردم جهان با جغرافیا و ارزش‌ها و فرهنگ‌های متفاوت برنامه‌های یکسان اجرا نمود. لازم است برنامه‌های فرهنگی، متناسب با حال و شرایط مخاطبین دیپلماسی فرهنگی در جوامع مختلف اعم از سیاستمداران و نخبگان، دانشگاهیان و اندیشمندان و هنرمندان و ورزشکاران و یا عموم مردم تنظیم شود.

طیف آسیب‌های برنامه‌ای با توجه به سطوح سه‌گانه راهبردی، تاکتیکی و تکنیکی از وسعت زیادی برخوردار است و با توجه به گستره اثرگذاری از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. آسیب‌های برنامه‌ای می‌تواند در سطح سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی راهبردی دیپلماسی فرهنگی در داخل کشور و تولید برنامه‌های و محصولات فرهنگی اتفاق بیفتد و تا اجرای برنامه با محتوای نامناسب یا در شرایط زمانی و مکانی نامناسب و... ادامه پیدا کند. از این‌رو ارزیابی خبرگان این حوزه از شرایط و ایجاد هماهنگی بین تولیدات و مخاطبین در سطح راهبردی، نقش کلیدی دارد و بنابراین دور از انتظار نیست اگر تحت تأثیر ارزیابی‌های کارشناسانه، برنامه‌های دیپلماسی فرهنگی در کشور هدفی از برنامه‌های فرهنگی-علمی با توجه به شرایط موجود، به آموزشی و اقتصادی-اجتماعی تغییر پیدا کند.

۴. آسیب‌های روشی - ابزاری

روش‌ها و ابزارهای مورد استفاده در دیپلماسی فرهنگی اگرچه نوعاً فرهنگی است و به‌ندرت با ابزارهای اقتصادی-اجتماعی پشتیبانی می‌شود، اما همین روش‌ها و ابزارها نیز طیف گسترده‌ای را شامل می‌شود و لذا آسیب‌های متفاوتی نیز متوجه آنها خواهد بود. ابزارهای فرهنگی در این حوزه رسانه‌های قدرتمندی هستند که در صورت انتخاب صحیح؛ مفاهیم، ارزش‌ها و پیام‌ها را به‌خوبی و در سطحی گسترده به مخاطبین منتقل می‌کنند و یا در نهادینه شدن و وفاداری نسبت به آنها فرهنگ‌سازی می‌نمایند و در غیر این صورت علاوه بر ناکامی در اجرا و یا نتیجه و هدررفت منابع، ممکن است منجر به اثرات منفی و ناکارآمدی دیپلماسی فرهنگی در آن حوزه خاص و تأثیر منفی در حوزه‌های دیگر بشود.

انتخاب ابزار و روش همواره تابعی از هدف و شرایط برای تحقق هدف است. طبیعی است فرهنگ عاشورا را صرفاً با ابزار نوشتاری نمی‌توان منتقل کرد، همان‌طور که در فرهنگ بومی ما نیز این‌گونه نبوده است. تعزیه‌ها و شبیه‌خوانی‌ها و به راه‌اندازی دسته‌های عزاداری منطبق با خرده‌فرهنگ‌های کشور همواره کمک‌حال کتاب‌ها و خطابه‌های ترویج و تبیین این فرهنگ انسانی و عاطفی بوده است. این روش‌های سمعی بصری و احساسی-عاطفی تبلیغی، هم‌اکنون نیز در قالب استفاده از ابزارهای نوین دیداری-شنیداری و هنری و در قالب فیلم و سریال و تئاتر و نمایش در حال اجراست.

هرچند فرهنگ و علاقه‌مندی مخاطبان در اقصی نقاط عالم و شناخت آنها همواره راهنمای انتخاب روش‌های تبلیغی و ترویجی برای متخصصین این حوزه بوده است و با کمک آن در دیپلماسی عمومی دستیابی به مهندسی افکار و مهندسی اجتماعی نیز میسر شده است، اما آنچه مسلم است تنوع در ابزارها و روش‌های القا و انتقال پیام و همچنین بکارگیری حداکثر حواس

تجربی و عواطف و قدرت تفکر در پیام‌رسانی نقش اثرگذارتری در انتقال و ماندگاری پیام دارد. از این‌رو استفاده از سینما و بازی‌های رایانه‌ای قطعاً مؤثرتر از روش‌های پیشین در آموزش و تبلیغ و تغییرات فرهنگی و نگرشی است. آسیب‌زایی در این حوزه نوعاً در عقب‌ماندگی و ناتوانی در رقابت در به‌کارگیری دانش و فناوری نوین رسانه‌ای و فرهنگی اتفاق می‌افتد؛ چراکه عملاً با شیوع روش‌های فراگیری و تبلیغی جدید روش‌های ضعیف‌تر جایگاه خود را از دست می‌دهند و پیام‌های رسانه‌های جدید از برد و اثرگذاری بیشتری برخوردار می‌شوند. از این‌رو نوآوری در این بخش از ماهیت دیپلماسی فرهنگی حرف اول را در سلطه رسانه‌ای و نفوذ می‌زند. توجه به ابزارها و روش‌های رسانه‌ای و سرمایه‌گذاری‌های هنگفت قدرت‌های استکباری و صهیونیست‌ها در این حوزه در زمینه فضای مجازی و سایبر و همچنین تقویت جهانی هوش تصویری گویای اهمیت آسیب‌های روشی-ابزاری است.

گفتار سوم: راهبردهای مناسب دیپلماسی فرهنگی

جهت‌گیری سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران بر اساس مهندسی سه مؤلفه عمده منابع ملی، آرمان‌های انقلاب و ارزش‌های اسلامی پایه‌گذاری شده است. یکی از کار ویژه‌های دیپلماسی فرهنگی و کارگزاران و عوامل اجرا در این حوزه این است که نسبت به شناسایی محیط و سناریوهای تهدیدزا در حوزه فرهنگ اقدام نموده و با کمک متولیان امر و مراجع سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر استراتژی‌های لازم برای مقابله که حاصل هم‌اندیشی نیروهای متخصص و مجرب این حوزه اعم از کارگزاران نظام، اساتید دانشگاه و حوزه است را در قالب مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی تصویب و بر اساس آن، برنامه‌ریزی، پیاده‌سازی، اجرا و نظارت کنند. مهم‌ترین چارچوب‌های این مسیر را می‌توان به شرح ذیل دسته‌بندی کرد.

۱. سرمایه‌گذاری فرهنگی در کشورهای محوری

حضور فعال در کشورهای محوری می‌تواند تأثیر فعالیت‌های فرهنگی و انتقال قدرت نرم کشور در قالب دیپلماسی فرهنگی به کشور هدف را به‌طور مضاعف به نتیجه برساند. کما اینکه برنامه‌های راهبردی دیپلماسی فرهنگی کشور و همسویی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در چارچوب راهبردهای مقاومت و مقابله با رژیم صهیونیستی در لبنان توانسته است این تأثیر را در کشور محوری لبنان و سایر کشورهای منطقه برجای گذارد.

هر کشوری که بتواند بر افکار عمومی و جامعه نخبگان فکری لبنان تأثیر بیشتری داشته باشد، به‌طور طبیعی می‌تواند این نفوذ را به سایر کشورهای عربی و منطقه خاورمیانه نیز تسری دهد.

«جمهوری اسلامی ایران، توانسته است با مشارکت در ایجاد گروه حزب‌الله و حمایت همه‌جانبه از این جنبش که امروزه قوی‌ترین و محبوب‌ترین بازیگر سیاسی این کشور به شمار می‌رود، جایگاه مطلوبی در قلب‌ها و اذهان لبنانی‌ها برای خود ایجاد کند.

علاوه بر این، همسویی سیاست خارجی ایران در رابطه با کشورهای همسایه لبنان، به‌خصوص رژیم صهیونیستی با تمایلات قاطبه افکار عمومی در لبنان، باعث شده تا این کشور دیپلماسی عمومی کارآمد و موفق از خود به نمایش گذاشته و موجبات افزایش قدرت نرم ایران را در این منطقه فراهم آورد. این کشور از آن جهت که پایگاه و کانون پیوند میان دنیای عرب از یک‌سو و ارزش‌های غربی از سوی دیگر است، همواره مرکز الهام‌بخش اندیشه‌های اجتماعی و سیاسی بوده و در زمینه ادبیات و آموزش بر خاورمیانه تأثیرگذار است.» (فاطمی صدر، ۱۳۹۱) این نمونه در خاورمیانه می‌تواند در سایر مناطق جهان نیز پس از شناسایی و برنامه‌ریزی تکرار شود.

۲. تأمین و اعزام نیروی انسانی متخصص با انگیزه به‌عنوان رایزن فرهنگی

انگیزه بالا و تخصص در انجام وظایف محوله در افسران جنگ نرم و رایزنان جمهوری اسلامی ایران می‌تواند افراد اندک ما را در مقابل گروه‌های بسیار مقابل، توانمند، مؤثر و بانفوذ نماید. در صورتی‌که رایزن متخصص و متعهد در منطقه متناسب به‌کار گرفته شود و با فرهنگ کشور هدف آشنا باشد نفوذ وی در قلوب و اذهان مخاطبینش و رسیدن به اهداف فرهنگی کشور دستاورد تلاش مخلصانه وی خواهد بود و در غیر این صورت نمی‌توان انتظاری از صدور ارزش‌های انقلاب اسلامی و روند اثرگذاری که در سال‌های نخستین انقلاب اسلامی شاهد آن بودیم و اکنون به انتظار اولیهی مخاطبین انقلاب اسلامی تبدیل شده است داشته باشیم.

دیپلماسی فرهنگی ما وقتی موفق است که منافع ملی کشور در منطقه هدف حفظ شده باشد و تصویر اسلامی کشور جذابیت خود را به مردم حوزه فعالیت چشانده باشد.^۱ این مهم باید با تربیت نیروهای ویژه همین عرصه و

۱. به‌عنوان نمونه اشک ریختن در تودیع رایزن فرهنگی ایران در سیرالئون و بیان عباراتی چون «خداحافظ آقای قزلسفلی! شما یک دیپلمات متشخص و متمایز هستید» و یا «آقای قزلسفلی برای سیرالئونی‌ها مانند یک پدر بود» در تیر روزنامه‌های کشور سیرالئون در زمان تودیع به نشان تکریم او نشان از انجام وظیفه و انتخاب درست رایزن است. در همین مورد ظرف سال‌های گذشته، رایزن اعزامی کشور علاوه بر حضور فعال در مساجد سیرالئون و اقامه نمازهای جمعه به‌عنوان امام جمعه میهمان به عضویت رسمی بیش از ۱۰۰ مسجد این کشور تحت عنوان «عضو ویژه در هیات امانا» در آمده است که بنا به اظهارات شخصیت‌های علمی و دینی خطبه‌هایی که قزلسفلی در نمازهای جمعه داشته است موجب توسعه دیپلماسی عمومی، معرفی مبانی دینی و فرهنگی اسلام ناب محمدی (ص)، بیداری، وحدت، بصیرت و ترغیب به شناخت دقیق اسلام بوده است. همان‌طور که تدریس افتخاری ادیان الهی، سعادت، عدالت اجتماعی و...، شناخت مبانی اسلام، آموزش عربی، ایران‌شناسی، زبان فارسی، ادیان الهی و جهانی‌شدن در دانشکده فلسفه و مطالعات ادیان دانشگاه فورابه و سایر خدمات اجتماعی توانسته است وی را در این کشور به نام انقلاب اسلامی و نظریه بلند صدور انقلاب اسلامی امام خمینی (ره) محبوب دل‌های مردم کند. (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۳/۲/۲۹)

هدف و انتخاب بهترین‌ها از آنها انجام شود. اگر در اوایل انقلاب مجبور بودیم کمبود نیروی انسانی متخصص را با تعهد نیروها و آموزش‌های ضمن خدمت جبران کنیم، اکنون دیگر با توجه به شرایط جدید کشور از یک‌سو و اهمیت این حوزه متناسب با تحولات جهانی از سوی دیگر ادامه رویه سابق به صلاح نیست و لازم است از سرمایه‌گذاری‌های کاملاً مقرون‌به‌صرفه در این حوزه اعم از آموزش، کادر سازی و ایجاد ساختار و مقررات مناسب بهره ببریم.

۳. توجه کارگزاران به توسعه قدرت نرم بسیج

به دلیل اینکه بسیج از شاکله مردمی، ملی و فراگیر بودن برخوردار است، هرگونه توسعه فرهنگی و نرم‌افزاری این نهاد مقدس، می‌تواند به‌عنوان یک پتانسیل نیرومند فرهنگ‌ساز در ارتقاء و تسریع سیاست‌های فرهنگی نظام کمک کند. توجه کافی به این نیروی بالقوه و بالفعل از چند جهت حائز اهمیت است:

۳/۱. این نیرو سازنده قدرت نرم داخلی در زمینه‌های مختلف است و توانایی ادامه و گسترش به حوزه خارجی را نیز در خود دارد.

۳/۲. نیروی انسانی بسیج انگیزه و تعهد کافی برای کار و انجام مأموریت در حوزه‌های عملیاتی انقلاب اسلامی از جمله این حوزه مهم را دارد.

۳/۳. تبدیل سرمایه انسانی محدود در کارگزاران دولتی به منابع انسانی بیکران مردمی برای این حوزه در موقعیتی که به‌طور روزافزون شاهد گسترش حوزه دیپلماسی فرهنگی هستیم، از نقاط قوت توجه و بهسازی و توسعه این نیرو و از برنامه‌های پیش‌دستانه به شمار می‌رود.

۴. انسجام مدیریتی و پرهیز از هرگونه موازی کاری

یکی از موانع توسعه دیپلماسی فرهنگی، وجود نهادهای موازی با اهداف یکسان است، مانعی که می‌تواند چالش‌های سوء مدیریت فرهنگی، افزایش هزینه‌های

مرتبط، تضعیف فرآیند نظارت بر نحوه مدیریت و زمان‌بر شدن و سلیقه‌ای شدن تصمیم‌گیری را در حوزه مدیریت کلان و راهبردی سیاست‌های فرهنگی ایجاد کند. بنابراین متولیان سیاست‌های فرهنگی، هنگامی می‌توانند از اقدام‌های موازی و یا هزینه‌شدن بیهوده ظرفیت‌ها و قابلیت‌های نظام جلوگیری کنند که با تأکید بر اولویت‌های سیاست‌های فرهنگی نظام در سند چشم‌انداز؛ از یک‌سو و همچنین تسلط بر اولویت‌های آمریکا در سیاست براندازی نرم، از سوی دیگر و انسجام فکر و عمل وسایل انسجام مدیریتی به معنای تمرکز در سیاست‌گذاری و تکثر در اجرا را فراهم آورند.

۵. آسیب‌شناسی و بازبینی مستمر عملکرد (رایزن‌ها) دیپلمات‌های فرهنگی

آسیب‌شناسی در این حوزه با توجه به نکات حائز اهمیت زیر می‌تواند نه تنها خطاهای گذشته را از بین ببرد، بلکه می‌تواند هزینه‌های مدیریت آینده را نیز به‌شدت کاهش دهد:

۱. جمهوری اسلامی ایران از تکثر قومی - فرهنگی متنوعی برخوردار است و اجرای سیاست‌های فرهنگی متناسب با شاخصه‌های جامعه‌شناختی و اکولوژیکی کارگزاران با هزینه کمتری مواجه است.

۲. شکل‌گیری مدیریت منابع انسانی در این حوزه بر اساس یک رابطه بین سه مؤلفه جایگاه، شغل و تخصص می‌تواند دیپلماسی فرهنگی کشور را به بهره‌وری حداکثری خود برسد.

۳. کنترل، ممیزی و ساماندهی برنامه‌های عملیاتی در اتاق فکری متشکل از فاضل‌ترین و مجرب‌ترین نیروها زمینه‌ساز تسهیل در اجرای مناسب و اثربخش برنامه‌هاست.

۴. شاخص‌های سنجش‌پذیر و اثربخش حوزه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر چهار بعد پیام مناسب، روش و ابزار مناسب و برنامه

و عوامل اجرای مناسب، بهترین معیار برای ارزیابی دستاوردهای سفیران فرهنگی کشور خواهد بود.

با توجه به نکات پیش‌گفته برای اصلاح، تقویت بهره‌وری حداکثری نظام دیپلماسی فرهنگی، ارزیابی دقیق دوره‌ای از عملکرد دیپلمات‌ها و دفاتر فرهنگی خارج از کشور حلقه ضروری و تکمیل‌کننده این چرخه است. این ارزیابی در بخش صف دیپلماسی فرهنگی و تعیین صلاحیت‌ها و انتخاب‌های مبتنی بر آن ضامن موفقیت دیپلماسی فرهنگی ما خواهد بود.

۶. تقویت و توسعه صنعت توریسم

تشویق و توسعه صنعت توریسم به‌عنوان یکی از منابع درآمدزای غیر نفتی و انعکاس فرهنگ الهام‌بخش اسلام و تمدن ایرانی اسلامی است. سازمان‌های مرتبط با این مأموریت می‌توانند ضمن ارائه مشوق‌ها و تسهیلات لازم، در تعامل با رایزن‌های فرهنگی و آشنا سازی خارجیان با اماکن فرهنگی-زیارتی ایران نقش سازنده خود را به بهترین وجه ممکن انجام دهند. در این میان رسانه‌های برون‌مرزی ایران نقش مهمی را به عهده دارند.

صنعت توریسم منحصر به گونه‌های تفریحی و لذت‌جویی نیست و طیف وسیعی را اعم از گردشگری درمانی، علمی و تاریخی، طبیعی، زیارتی و ورزشی و... در برمی‌گیرد و ما تنها در چند مورد جزئی دارای محدودیت و آن‌هم برای قشر محدودی از گردشگران هستیم؛ بنابراین ظرفیت فرهنگی و تاریخی کشور توانایی چندین برابری وضعیت فعلی را دارد. این صنعت از آنجاکه با تولید قدرت نرم در حوزه‌های امنیتی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مرتبط است بخش بزرگی از اهداف دیپلماسی فرهنگی را در داخل کشور فراهم می‌کند. از این‌رو به‌عنوان معاون و ملازم دیپلماسی فرهنگی نیازمند توسعه هدفمند، با اولویت‌بندی و راهبردهای متناسب است.

۷. اجرای برنامه‌های استراتژی محور

برگزاری هر نوع برنامه دیپلماسی فرهنگی اعم از همایش، آموزش و... بایستی با دغدغه‌های فرهنگی و بسیج سطح درون سیستمی، ملی، منطقه‌ای، فرمانطقه‌ای و جهانی تناسب داشته باشد. صرف عملکردهای بلندبالا نمی‌تواند دلیل مثبت بودن کار در این حوزه تلقی شود؛ بلکه همواره عملیاتی فرهنگی برون‌مرزی باید تابع برنامه‌های نظام مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی بوده و بتواند قطعه‌ای از پازل عملیات این حوزه در راستای تحقق اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ باشد و در صورتی که جز این باشد باید آن اقدام را پرت هزینه و انحراف از برنامه تلقی نمود.

چنانچه مدیریت برنامه‌ها، روش‌ها و ابزارهای دیپلماسی فرهنگی به صورت دوره‌ای مورد بازاندیشی قرار گیرد و متناسب با سطح، عمق و شیوه تهدیدها، از سبک‌های مختلف استفاده شود و با کنترل استراتژی‌ها و همچنین کنترل استراتژیک راهبردها و تبیین سازوکارهای مناسب نظام دیپلماسی فرهنگی اصلاح شود، قطعاً جایگاه و موقعیت ایران در این حوزه راهبردی ارتقاء خواهد یافت.

۸. بهره‌وری از «فن‌آوری‌های نوین» در اجرا و نظارت بر سیاست‌های فرهنگی

با بهره‌برداری از دیپلماسی دیجیتال و سایبر دیپلماسی؛ مانند ماهواره و اینترنت و آخرین شیوه‌های روانشناسی تبلیغات چنانکه در کشورهای توسعه‌یافته استفاده می‌شود، می‌توان پیام‌های دیپلماسی فرهنگی را با کمترین هزینه و بیشترین مخاطب در مسیر عملیات دیپلماسی فرهنگی قرار داد. مزیت‌های فناوری‌های نوین رسانه‌ای کمک می‌کند تا بتوان در شاخص‌های اولویت‌دار دیپلماسی فرهنگی کشور (منطبق با جدول شماره یک) به صورت جهشی ارتقا یافت.

فناوری‌های نوین در همه ابعاد و مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی دارای کاربرد هستند و تنها یک بخش و سطح را در بر نمی‌گیرد. بنابراین به‌کارگیری این ابزارهای نوین را باید در همه حوزه‌ها اعم از حوزه‌های طراحی و تولید خدمات و محصولات فرهنگی تا اجرای برنامه‌ها و رصد تهدیدات و ارزیابی و نظارت عوامل و نهادهای نظام دیپلماسی فرهنگی به‌کار گرفت و از مزایای آن استفاده نمود و انرژی‌های مازاد حوزه اجرا را در مسیر اندیشه و خلاقیت و طراحی‌های نوآورانه این حوزه صرف کرد.

۹. رعایت دقیق اولویت‌ها در مؤلفه‌ها و شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی

تجربه مطالعاتی و ارزیابی‌های میدانی نشان می‌دهد برخی از شاخص‌ها مثل به‌کارگیری سینما و عوامل متخصص و غیر رسمی و استفاده از ایرانیان مقیم خارج یا پذیرش دانشجوی خارجی در این راستا، از اولویت و اثربخشی بالاتری برخوردار است و باعث عمق و توسعه بیشتری در این حوزه خواهد شد. به‌عنوان مثال افرادی که مدتی برای تحصیل و تحقیق در یک محیط می‌مانند، به‌مرور تحت تأثیر متغیرهای فرهنگی آن منطقه قرار می‌گیرند و زمانی که در مناصب مدیریتی بالا قرار می‌گیرند، علاوه بر احساس تعلق شخصی خود و نوعی هماهنگی هویتی که با محل اقامت خود پیدا می‌کنند، بر افراد و ساختارهای زیر نفوذ خود نیز تأثیر می‌گذارند.

رعایت اولویت‌های مشخص‌شده از مؤلفه‌ها و شاخص‌های ابعاد مختلف دیپلماسی فرهنگی با روش‌های علمی کمک می‌کند تا ضمن ایجاد عملکرد بهتر در انجام مأموریت دیپلماسی فرهنگی، با هزینه‌های به‌مراتب کمتر به تولید قدرت نرم بیشتر و به‌کارگیری مناسب‌تر آن کمک شود.

فصل ششم

نتیجه گیری و پیشنهادها

گفتار اول: نتیجه گیری

گفتار دوم: پیشنهادها

در این فصل نتایج و پیشنهادهای را با عنایت به فصول گذشته و با توجه به وضعیت موجود و مطلوب دیپلماسی فرهنگی و نقاط قوت و ضعف و همچنین چالش‌های درونی و بیرونی در قالب عناوینی متناسب می‌آوریم. با توجه به اینکه در فصول قبل ضمن ارائه روند امور در چند کشور منتخب، شاخص‌ها، چالش‌ها و راهبردهای بومی، به‌نوعی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی مورد تحلیل قرار گرفته است، این فصل صرفاً بیانگر خلاصه نتایج و پیشنهادهایی برای فعالیت مؤثر، مناسب و قابل اجرا در این حوزه برای بهبود فرایند دیپلماسی فرهنگی و کارآمدی آن است.

گفتار اول: نتیجه‌گیری

در نتیجه‌گیری از مباحث مطرح شده، نکات قابل توجه و حائز اهمیت در دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران را می‌توان در چند عنوان زیر توضیح داد.

۱. فاصله با وضعیت مطلوب

با در نظر گرفتن منابع بالفعل و بالقوه جمهوری اسلامی ایران و مزیت‌های رقابتی کشور در حوزه میراث فرهنگی، ارزش‌های پایدار ایدئولوژیک چون مکتب تشیع و اعتقادات مذهبی مردم به اهل بیت (علیهم‌السلام) مرجعیت و رهبری ولایی و بنا بر پیمایش‌های صورت گرفته و نظر صاحب‌نظران، دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به‌رغم تلاش‌های مستمر و مفیدی که تاکنون صورت گرفته است در مقایسه با ظرفیت و توانایی‌های موجود و نهادها و نهادهای این حوزه وسیع و مزیت‌دار دیپلماسی، در جایگاه مطلوبی قرار نگرفته است؛ از این‌رو برای کم کردن این فاصله در وضعیت موجود و مطلوب لازم است تلاش‌های دوچندان و متناسب با تحولات جهانی صورت گیرد.

۲. ضعف در عوامل و نهاده‌ها

یکی از ضعف‌های بزرگی که در دیپلماسی فرهنگی کشور مشاهده می‌شود، ضعفی است که در عوامل اجرا و انتقال پیام‌های این حوزه وجود دارد. این نقایص را می‌توان هم در تخصص و تعهد منابع انسانی این حوزه و هم در روش‌ها و نحوه استفاده از خلاقیت لازم در استفاده از موقعیت‌ها دید. موتور محرک هر بخش را سرمایه انسانی آن بخش تشکیل می‌دهد و هر نوع کاستی در این عامل اعم از رسمی یا غیر رسمی باعث نقص در به‌کارگیری سایر منابع اعم از قواعد و رویه‌ها، فناوری، سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه مادی شامل تجهیزات و امکانات و بودجه خواهد شد. بنابراین اولویت اول در رفع این نقیصه را باید با پرداختن به تربیت، آموزش و انتخاب نیروی انسانی این مجموعه جبران کرد.

۳. ضعف در مدیریت

مدیریت حاکم بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران از یکپارچگی و انسجام کافی برخوردار نیست. این نقص را می‌توان در ساختار ستادی و اجرایی بخش فرهنگ و سیاست و هم در مقررات مربوط، نوع نگاهت نهادی و نوع مدیریت قابل اعمال در این حوزه ملاحظه کرد. درهم‌آمیختگی نقش‌های سیاست‌گذاری و اجرا و صف و ستاد و جایگاه بخش‌های حاکمیتی و تصدی‌گر و ندیدن جایگاه بخش غیردولتی و سمن‌ها در این فرآیند و از همه مهم‌تر فقدان مدیریت یکپارچه و مسلط بر ساختار و سازوکارهای برنامه‌ریزی و اجرایی باعث می‌شود تا کشور برخلاف منابع سرشاری که در این حوزه دارد نتواند شایسته ظرفیت‌های متنوع مردمی و دولتی اقدام کند و نتیجه بگیرد.

۴. ضعف در عقبه پشتیبانی‌کننده

واقعیت این است که ضعف در گروه پشتیبانی‌کننده و ظرفیت‌های ملی علاوه

بر ضعف در توانایی‌ها و کارآمدی سیستم مدیریتی به‌عنوان عاملی مجزا حائز اهمیت است. این عقبه هرچند که معمولاً خارج از سامانه مدیریتی دیپلماسی فرهنگی تعریف می‌شود، اما با توجه به قانون ظروف مرتبطه و اصل هم‌افزایی، همه سامانه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و نظامی کشور در چرخه کلان سیاست‌های ملی کمک‌کننده و پشتیبان دیپلماسی فرهنگی محسوب می‌شوند. بنابراین این ضعف که در نظام طراحی، تولید و توزیع کالا و خدمات فرهنگی است خواه‌ناخواه به حوزه مدیریت دیپلماسی فرهنگی منتقل می‌شود. ضعف در زیرساخت‌های این حوزه اعم از مباحث مربوط به مالکیت معنوی و کاستی‌های نهفته در اقتصاد فرهنگ و هنر باعث نقایصی انباشته در تولید محصولات فرهنگی شده است که با بررسی عوامل و علل مختلف آن و تقویت طرف تقاضا و حمایت از طرف عرضه قابل رفع است.

گفتار دوم: پیشنهادها

متناظر با مسائل، چالش‌ها و مشکلات این حوزه پیشنهادهای خاص این پژوهش در چهار حوزه زیر ارائه می‌شود:

۱. توجه به تحقیقات و فراتحلیل پژوهش‌های انجام‌شده

تحقیقات و گزارش‌های متفرق زیادی بدون کاربست نتایج در این حوزه وجود دارد. این مطالعات اگرچه هر یک صرفاً به گوشه‌ای از این واقعیت بزرگ پرداخته‌اند، اما گویای واقعیت و حقایقی در این حوزه هستند؛ از این رو لازم است با بهادادن به اندیشه‌های پشت هر یک از این پژوهش‌ها، آنها را گردآوری و بازخوانی نمود و با بازتحقیق و فراتحلیل این مجموعه، به نتایج قابل اجرایی دست یافت. این پژوهش هرچند ممکن است زمان‌بر و هزینه‌بر باشد، اما در مقابل نتایج جامع حاصل از آن ارزشمند خواهد بود.

بنابراین می‌توان راهکارهای ارائه‌شده را ضمن دسته‌بندی و اولویت‌گذاری

در قالب یک سامانه کاربرست و برنامه‌مند در اختیار مجریان این حوزه قرارداد و بخش ستادی آن را نیز با مباحث دستگاه اصلی متولی و همکاری دستگاه‌های همکار مسئول به اجرا درآورد.

۲. رفع کمبود محتوا و خوراک دیپلماسی فرهنگی

حتی در صورت وجود سامانه‌های قوی مدیریتی در سیاست‌گذاری و اجرا و نظارت، این حوزه نیازمند محتوا، محصولات و خوراک مناسب خود است. سالانه تولیدات زیادی اعم از کالا و خدمات در بخش فرهنگ کشور صورت می‌گیرد که تولیدات، سینمایی، کتاب و نشریات، محصولات فرهنگی دیجیتال از آن جمله است، اما این تولیدات نوعاً با رویکرد پاسخ به نیازهای داخلی تهیه می‌شود و غالب آنها به این دلیل مناسب به‌کارگیری در فرایند دیپلماسی فرهنگی نیست. علاوه بر اینکه در این حوزه سازوکاری برای تصمیم‌گیری و سفارش تولید و یا گزینش تولیدات موجود نیست. فراتر از این، نبود راهبردهای پویا و هدفمند، با تقویم زمانی مشخص با مشخصه‌های کمیت‌پذیر و قابل‌سنجش برای اجرا و کنترل و نظارت دقیق بر آن موجب می‌شود تا همواره شاهد کمبود محتوای مناسب دیپلماسی فرهنگی باشیم. بنابراین پیشنهاد می‌شود:

۲/۱. با ایجاد سازوکاری برای تولید و انتخاب محصولات و ابداع روش‌هایی نو در اجرا، متناظر با سازوکارهای اجرایی و نظارتی و برنامه‌های هدفمند، این نقیصه اساسی از این حوزه راهبردی رفع شود. کارگروهی مشرف بر ظرفیت‌های داخلی تولید محصولات فرهنگی و نیازهای دیپلماتیک فرهنگی ذیل شورای عالی راهبردی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با اختیارات مناسب برای اجرای این وظیفه مورد تأکید است.

۲/۲. با طراحی دوره آموزشی دیپلماسی فرهنگی ویژه وزارت متبوع، همه کارکنان در بخش‌های مختلف با گذراندن آن با مفاهیم مرتبط با دیپلماسی

فرهنگی، جایگاه، هدف و کارکردها و نیازمندی‌های آن آشنا شوند و بتوانند در حوزه مأموریت خود با شناخت جدید، بخش فرهنگ و هنر را با رویکرد درون‌زایی و برون‌نگری ساماندهی کنند و محصولات فرهنگی را با این نگاه، با هدایت و حمایت از **طراحی تا تولید**، با دیپلماسی فرهنگی و صدور انقلاب اسلامی متناسب و هماهنگ نمایند.

۳. رفع مشکل تخصص و کارآمدی عوامل اجرا

هرچند ایران اسلامی به مدد تلاش‌های صورت گرفته از نظر منابع تحصیل کرده و فرهیخته انسانی در این مقطع زمانی دستش خالی نیست، اما تاکنون جایگاهی آموزشی-تربیتی درخور این مأموریت مهم انقلاب اسلامی تأسیس نشده و نوعاً عوامل اجرایی دیپلماسی فرهنگی در سطوح مختلف از منابع عمومی انسانی و تحصیل‌کردگان عام اما با تجربه و دانش مرتبط استفاده می‌شود. در صورتی که به باور غالب صاحب‌نظران اهمیت و حساسیت این حوزه میان‌رشته‌ای از حوزه‌های فرهنگی یا سیاسی صرف بیشتر است. طبیعی است با این رویه بحث دانش‌اندوزی حین کار و آزمون خطاهای خطیر آن هیچ‌وقت از بین نخواهد رفت. بنابراین پیشنهاد می‌شود:

۳/۱. با امعان نظری دوچندان به این موضوع، سازمان متولی با دقت اولیه حداکثری در تعیین صلاحیت‌های منتخبین برای افسری جنگ نرم و رایزنی فرهنگی کشور آنها را مخاطب تربیت و آموزش‌های خاص قرار دهد و تحت تعلیم اندیشمندان خلاق و مجرب این حوزه قرار داده از هر نظر شایسته عنوان سفیری انقلاب اسلامی در بخش صف دیپلماسی فرهنگی نماید.

۳/۲. علاوه بر این، با توجه به تأثیرگذاری فوق‌العاده، توجه رسانه‌ها و افکار عمومی جهان به عوامل اجرای دیپلماسی فرهنگی اعم از متخصصین این حوزه و سایر رشته‌ها و حوزه‌ها مانند هنرمندان، ورزشکاران، شرکت‌کنندگان در

سمینارهای بین‌المللی و... لازم است در دستگاه‌های متولی حاکمیتی مرتبط مثل وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، علوم، تحقیقات و فناوری و ورزش و جوانان واحدهای دیپلماسی فرهنگی ایجاد شوند تا بر اساس سیاست‌های مرتبط و در چارچوب مدیریت راهبردی دیپلماسی فرهنگی کشور، با رصد مسائل جهانی و شناخت محیطی، اقدام به آموزش و توجیه عوامل اجرایی و نقش‌آفرینان حوزه‌های تخصصی به‌عنوان سفیران فرهنگی به نمایندگی از حوزه تخصصی خود نمایند تا ضمن استفاده بهینه از فرصت‌های موجود از هرگونه سوء مدیریت و برداشت ناصواب جلوگیری شود.

۴. استقرار مدیریتی منسجم در دیپلماسی فرهنگی کشور

انسجام مدیریتی می‌تواند هم از هدررفت منابع بکاهد و هم در اثربخشی فعالیت‌ها - با در کنار هم قرار دادن تخصص و تعهد - نتیجه مطلوب را عاید کشور نماید. این انسجام مدیریتی در گروهی دو سازوکار کلان است؛ یکی استقرار مدیریت راهبردی در مراحل و سطوح مختلف خود و ایجاد داشبورد ملی رصد راهبردهای تنظیم شده و دیگری حذف هر نوع موازی‌کاری در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی و در عوض توسعه و تنوع در سطح اجرای برنامه‌ها با به‌کارگیری بخش غیر دولتی، ایرانیان خارج از کشور، نیروهای محبوب مردمی در حوزه‌های مختلف فرهنگی و فناوری‌های جدید در حوزه جغرافیایی مخاطبین دیپلماسی فرهنگی.

منابع

کتاب

- قرآن کریم، ترجمه الهی قمشه‌ای
- ابوالوفا، احمد (۱۳۹۰)، حقوق دیپلماتیک (رهیافت اسلامی)، ترجمه سیدمصطفی میرمحمدی، چاپ اول، تهران: سمت.
- امانی، مهدی و همکاران (۱۳۵۴)، لغت‌نامه جمعیت‌شناسی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- حاجیانی، ابراهیم و حامد ایرانشاهی (۱۳۹۳)، درآمدی بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، تهران: انتشارات موسسه ابرار معاصر تهران.
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۵)، اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک، چاپ اول، مشهد: پاپلی
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۶)، قدرت و منافع ملی (مبانی، مفاهیم و روش‌های سنجش)، چاپ اول، تهران: نشر انتخاب.
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال و همکاران (۱۳۸۹)، الگوهای صدور انقلاب در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- سیف زاده، سید حسین (۱۳۸۴)، سیاست خارجی ایران، تهران: نشر میزان.
- شهدادی، هرمز (۱۳۶۷)، کاربرد شاخص‌های اجتماعی-اقتصادی در برنامه‌ریزی توسعه، چاپ اول، تهران: وزارت برنامه‌بودجه، مرکز مدارک اقتصادی-اجتماعی.
- صالحی امیری، سید رضا و سعید محمدی (۱۳۸۹)، دیپلماسی فرهنگی، تهران: انتشارات ققنوس.
- فاطمی صدر، امیر (۱۳۹۳)، دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران مطالعه موردی لبنان، معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، دانشگاه امام صادق (ع).

- کاظمی، علی اصغر (۱۳۷۳)، نقش قدرت در جامعه و روابط بین الملل، تهران: نشر قومس.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۲)، خدمات متقابل اسلام و ایران، چاپ نوزدهم، تهران: صدرا.

مقالات

- آدینه وند، احمد (۱۳۹۰)، ابعاد گوناگون دیپلماسی فرهنگی و ضرورت بهره گیری ایران از آن در سیاست خارجی خود سایت مرکز بین المللی مطالعات صلح در مرداد ۴، ۱۳۹۰.
- آشنا، حسام الدین و جعفری هفتخوانی، نادر (۱۳۸۶)، دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی؛ پیوندها و اهداف، دانش سیاسی، شماره ۵.
- آقاجری، محمدجواد (۱۳۹۰)، نشست تخصصی «الگوی دیپلماسی فرهنگی چین» گروه مطالعات روابط فرهنگی بین الملل پژوهشکده ارتباطات فرهنگی بین الملل پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- آقامحمدی، ابراهیم (۱۳۹۴)، دیپلماسی علم و فناوری، ایسنا، ۹۴/۱۰/۱۹، قابل دسترس به نشانی:

<http://article.irna.ir/fa/NewsPrint.aspx?ID=3268>

- اشتاین کامپ، فولکلر (۱۳۸۸)، دیپلماسی فرهنگی فرانسه، ترجمه و تدوین: بهزاد احمدی لفورکی، نشریه دیجیتال پگاه حوزه - ۲۲ اسفند ۱۳۸۸ - شماره ۲۷۵
- جوادی ارجمند، محمدجعفر (۱۳۹۴)، دیپلماسی فرهنگی ایران و عراق، چشم انداز آینده فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، سال دوازدهم، شماره ۴۱، تابستان ۱۳۹۴.
- خانی، محمدحسن (۱۳۸۴)، دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها، مجله دانش سیاسی، دوره ۱، شماره ۲، زمستان.
- خرازی محمدوندی آذر، زهرا (۱۳۸۸)، تأثیر دیپلماسی فرهنگی بر منافع ملی

- کشورها، مدیریت فرهنگی، سال سوم / شماره ششم / زمستان.
- خوش‌آیند، حمید (۱۳۹۱)، وقتی دیپلماسی رسانه‌ای حرف اول را می‌زند، مردم‌سالاری، نسخه شماره ۲۹۳۱ - ۱۷/۰۳/۱۳۹۱ در:
- <http://www.csr.ir/departments.aspx?abtid=01&depid=60&semid=494>
- دهقانی فیروزآبادی سیدجلال (۱۳۸۹)، دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی در منطقه خلیج فارس، فصلنامه سیاست زمستان ۱۳۸۹، دوره ۴۰، شماره ۴؛ از صفحه ۱۰۳ تا صفحه ۱۲۲.
- دهقانی، سیدجلال و محمدحسین رستگاری (۱۳۹۴)، معادله ساختاری دیپلماسی فرهنگی در افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی دانش راهبردی شماره ۲۰ (پاییز ۱۳۹۴). صص ۸۲-۵۷.
- دهقانی، سیدجلال و مهدی ذوالفقاری (۱۳۹۳)، تحلیل قدرت نرم بریتانیا، دو فصلنامه قدرت نرم، سال چهارم، شماره یازدهم، پاییز و زمستان ۱۳۹۳.
- ربانی، محمدعلی (۱۳۹۳)، مصاحبه غفار مهر دوست با عنوان بررسی میزان موفقیت فعالیت‌های فرهنگی رایزنی‌های ایران با رایزن فرهنگی سابق جمهوری اسلامی ایران در اندونزی، خبرگزاری تسنیم با تاریخ ثبت: ۲۱/۰۵/۱۳۹۳
- رستگاری، محمدحسین (۱۳۹۴)، دیپلماسی فرهنگی و فرهنگ دیپلماسی، تابناک ۱۳۹۴/۷/۱۵.
- زاهد، مهیار (۱۳۹۲)، فرهنگ دیپلماسی فرهنگی قابل دسترسی در: <http://shafaf.ir/fa/news/244482>
- سرسنگی، مجید (۱۳۹۳)، نشست تخصصی «مفهوم دیپلماسی فرهنگی و شاخصه‌های آن در جمهوری اسلامی ایران» خبرگزاری مهر، ۲۹ مهر ۱۳۹۳.
- سلیمانی، قهرمان (۱۳۹۳)، نشست تخصصی «مفهوم دیپلماسی فرهنگی و شاخصه‌های آن در جمهوری اسلامی ایران» خبرگزاری مهر، ۲۹ مهر ۱۳۹۳.
- شرم، وندی (۲۰۱۶)، تشریح جزئیات و پشت صحنه‌های مذاکرات هسته‌ای با ایران،

- به روایت معاون وزیر امور خارجه آمریکا در نشستى در تاريخ ۱۴ آوريل (۲۶ فروردين) در انديشكده «بيكر» گزارش گروه مانيتورينگ بين الملل
- شفيعى، نوذر و رؤيا نژادزنده (۱۳۹۲) هويت در سازه‌انگارى و ديپلماسى عمومى، مطالعه موردى چين، فصلنامه مطالعات راهبردى، سال شانزدهم، شماره اول، بهار ۱۳۹۲.
- صالحى اميرى، على و سايرين (۱۳۹۱) چالش‌ها و راهبردهاى ديپلماسى فرهنگى جمهورى اسلامى ايران، نشست تخصصى ديپلماسى فرهنگى معاونت پژوهش‌هاى فرهنگى و اجتماعى / گروه پژوهش‌هاى اجتماعى قابل دسترس در نشانى: www.csr.ir/departments.aspx?abtId=01&depId=60&semId=494
- صالحى، عباس (۱۳۹۵)، مصاحبه مورخ صالحى، ۹۵/۲/۲۵. باشگاه خبرنگاران، نشست خبرى سيد عباس صالحى رئيس بيست و نهمين نمايشگاه بين المللى.
- گروه ديپلماسى عمومى فارس (۱۳۹۰)، بى‌بى‌سى؛ اسب ترواى ديپلماسى فرهنگى و قدرت نرم انگليس در جهان، خبرگزارى فارس، ۱۳۹۰/۱۰/۶.
- مشفق، محمدعلى (۱۳۸۶) قدرت نرم، روزنامه اعتماد مى، ۸۶/۱۰/۳۰.
- مظاهرى، محمدمهدى (۱۳۹۲) حاکميت ديپلماسى فرهنگى اول بهمن ۱۳۹۲، سايت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامى به نشانى: <http://www.farhang.gov.ir/fa/news/97803>
- ملكى، رضا (۱۳۹۳) نشست تخصصى «مفهوم ديپلماسى فرهنگى و شاخصه‌هاى آن در جمهورى اسلامى ايران»^۱ خبرگزارى مهر، ۲۹ مهر ۱۳۹۳.
- مهراڊ، جعفر (۱۳۹۵) درآمد ۲۰۷ تریلیون دلاری شرکت‌های دانشگاهی آمریکا، تابناک ۹۵/۳/۲۵ به نشانى: <http://www.tabnak.ir>

۱. سلسله نشست‌هاى «فرهنگ ملل» که توسط مؤسسه‌ى فرهنگى، هنرى و انتشاراتى الهدى - وابسته به سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامى - با خانه‌ى هنرمندان ايران برگزار گرديد.

- نشریه معارف (۱۳۹۲) به بهانه یکمین سالگرد ارتحال آیت‌الله سید مجتبی موسوی لاری، بهمن و اسفند ماه سال ۱۳۹۲ شماره ۱۰۱ دسترسی در: <http://www.hawzah.net>
- نقیب‌زاده، احمد (۱۳۹۱) مفهوم شناسی دیپلماسی فرهنگی؛ فرهنگ ابزار تحقق منافع ملی خبرگزاری مهر، ۱۸ مرداد
- نای، جوزف (۱۳۸۳)، کاربرد قدرت نرم، ترجمه سید رضا میرطاهر، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال دوم، شماره ششم (زمستان ۱۳۸۳).
- نای، جوزف (۱۳۸۸)، قدرت نرم و رهبری، ترجمه عسگر قهرمان پور، فصلنامه عملیات روانی، بهار ۱۳۸۸، شماره ۲۱.
- نعمتی، یعقوب و لیلا (۱۳۹۳) شناخت ماهیت تحریم اقتصادی با نگاهی به تحریم‌های یکجانبه آمریکا علیه ایران در دوران جنگ تحمیلی، پژوهشنامه دفاع مقدس، شماره ۱۱ پائیز ۱۳۹۳ صص ۷۰-۳۹.
- نوری حسامی، امیرحسین (۱۳۹۴)، سالی دشوار برای دیپلماسی عمومی ژاپن، خبرگزاری ایسنا، ۲۷ دی ۱۳۹۴
- وردی نژاد، فریدون و محمدعلی سابقی (۱۳۹۰)، ویژگی‌های فرهنگی جمهوری خلق چین، سایت وردی نژاد به نشانی:
<http://www.verdinejad.com/visitorpages/show.aspx?IsDetailList=true&ItemID=14636,8>

سایت‌ها

www.mehrnews.com

- خبرگزاری مهر

www.farsnews.com

- خبرگزاری فارس

- پایگاه اطلاع‌رسانی دولت

<http://www.dolat.ir/NSite/FullStory/News/?Serv=4&Id=235100>

- سایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به نشانی:

97803 <http://www.farhang.gov.ir/fa/news/>

سایت سازمان فرهنگ و ارتباطات به نشانی: <http://moscow.icro.ir>

- پایگاه اینترنتی حوزه به نشانی: www.hawzah.net/fa

- <http://www.mofa.go.jp> روزنامه هیرالدتربیون ۲۰۰۰/۱۰/۶

- مجله فارایسترن اکونومیک ریویو ۲۰۰۰/۸/۳۱ از سایت سازمان و

فرهنگ و ارتباطات اسلامی به نشانی: [http://moscow.icro.ir/index.](http://moscow.icro.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=261&pageid=32738&p=260&showitem=46502-)

2- <http://moscow.icro.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=261&pageid=32738&p=260&showitem=46502->

منابع لاتین

- Cummings, Milton C. (2003). *Cultural Diplomacy and the US Government: A Survey*. Washington DC: Center for Arts and Culture.
- Federal Register (2004). *State Department Notices*. Vol. 69. No. 248. (4928 – 4942). Dec, 28.
- Jaiko, Walter (2005). *Los Angeles Times*. December Dec.1.
- Ninkovich, Frank (1996). *U.S. Information Policy and Cultural Diplomacy*. Foreign Policy Association.
- Osgood, Kenneth A. “Propaganda”. In *Encyclopedia of American Foreign Policy*, edited by Richard Dean Burns, Alexander DeConde and Fredrik Logevall, 239-54. New York: Charles Scribner’s Sons, 2002.
- The U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy, 2005.
- Wang, Jian. “Telling the American Story to the World: The Purpose of U.S. Public Diplomacy in Historical Perspective”. *Public Relations Review* 33, no. 1 (2007): 21-30.
- British Council Annual Repor,2012-2013
- Gienow-Hecht, Jessica C. E. “Cultural Imperialism”. In *Encyclopedia of American Foreign Policy*, edited by Richard Dean Burns, Alexander DeConde and Fredrik Logevall, 397-408. New York: Charles Scribner’s Sons, 2002.
- Mulcahy, Kevin V. “Cultural Diplomacy and the Exchange Programs: 1938-1978”. *Journal of Arts Management, Law & Society* 29, no. 1 (1999): 7-28.
- Nye, Joseph S. “The Decline of America’s Soft Power”. *Foreign Affairs* 83, no. 3 (2004): 16-20.

در جایی که فرهنگ را در قالب یک بخش و آنرا ابزاری برای تحقق سایر بخش‌ها و امری غیرمستقل و صرفاً بخشی می‌دانیم، دیپلماسی فرهنگی هنر و توانایی اجرای سیاست‌های فرهنگی توسط نمایندگان رسمی کشورهاست. به تعبیر دیگر، مهارت و هنر اجرای برنامه‌های فرهنگی توسط دیپلمات‌ها، دیپلماسی فرهنگی نامیده می‌شود. بنابراین دیپلماسی فرهنگی استفاده از ابزارها، روش‌ها و سازوکارهای فرهنگی برای معرفی و آرایه تصویری خاص از یک کشور به کشور دیگر است. در این نگاه، دیپلماسی فرهنگی در واقع تأمین منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی است؛ چرا که تأثیرگذاری فرهنگ در حوزه سیاست خارجی به حدی است که فرهنگ به عنوان قدرت نرم در سیاست خارجی، همان عنوان دیپلماسی فرهنگی را به خود می‌گیرد.

ISBN-978-600-8215-10-3



9 786008 215103