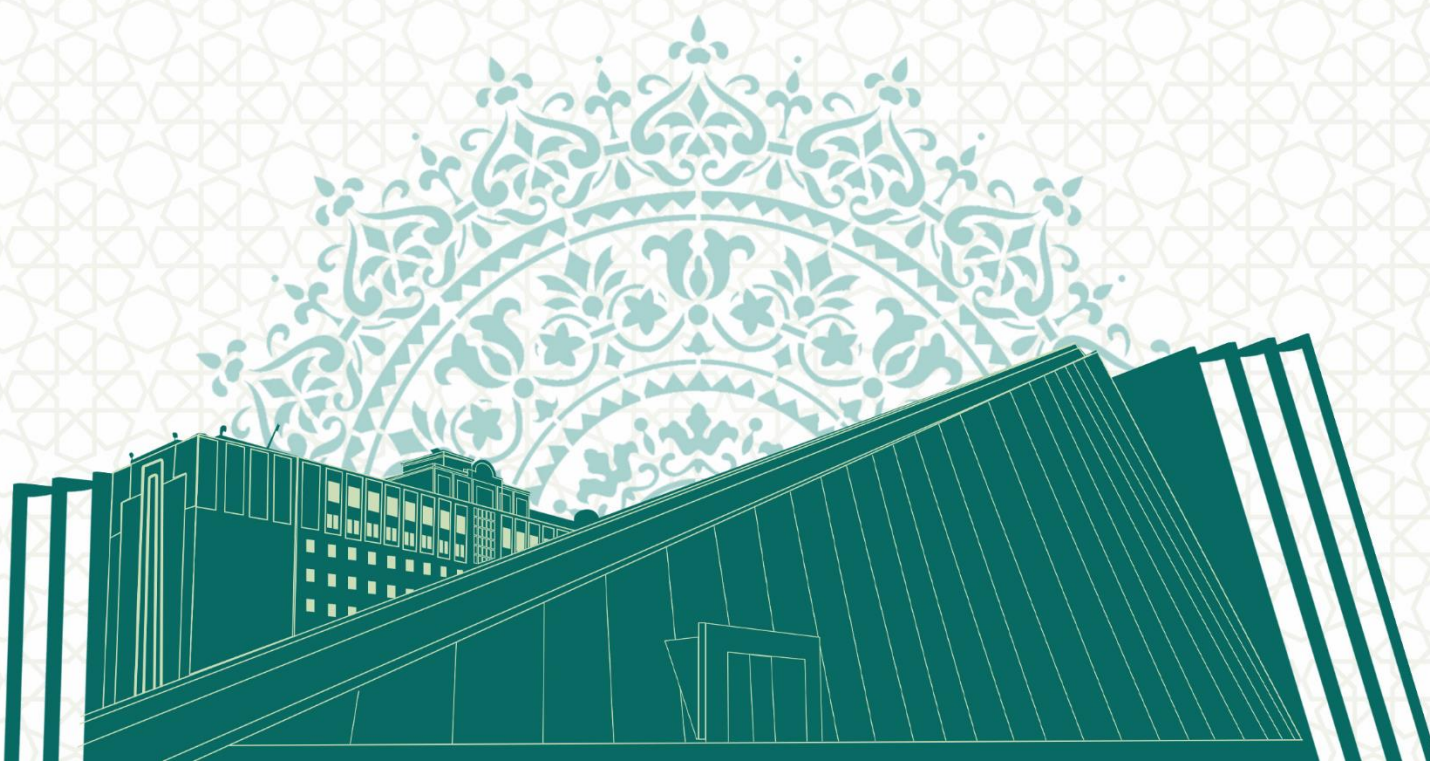


برنامه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران
برای استفاده از ظرفیت نخبگانی جهان اسلام



مرکز تحقیقات اسلامی مجلس شورای اسلامی
گروه سیاست و امنیت / کارگروه سیاست

عنوان:

برنامه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران
برای استفاده از ظرفیت نخبگانی جهان اسلام

شماره ثبت در مرکز:

۰۴/-/۴۷-۷۰۸

تاریخ انتشار:

پاییز ۱۴۰۴

نویسنده:

محمد اسماعیلی

کارشناس مرکز:

حجت الاسلام علیرضا مظاهری



گزارش راهبردی
برنامه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران
برای استفاده از ظرفیت نخبگانی جهان اسلام

مرکز تحقیقات اسلامی مجلس شورای اسلامی
گروه سیاست و امنیت / کارگروه سیاست
پاییز ۱۴۰۴

فهرست

خلاصه مدیریتی.....	۷
مقدمه.....	۹
پیشینه پژوهش.....	۱۰
روش‌شناسی تحقیق.....	۱۲
۱. وضعیت موجود (تحلیل محیط داخلی و خارجی).....	۱۳
۱.۱. ظرفیت‌های داخلی ایران در دیپلماسی فرهنگی.....	۱۳
۱.۲. محیط خارجی (جهان اسلام).....	۱۳
۲. تحلیل SWOT دیپلماسی فرهنگی ایران در جهان اسلام.....	۱۵
۲.۱. نقاط قوت (S).....	۱۵
۲.۱.۱. میراث تاریخی و تمدن ایرانی - اسلامی.....	۱۵
۲.۱.۲. زبان و ادبیات فارسی به‌عنوان زبان فرهنگی مشترک.....	۱۵
۲.۱.۳. ارزش‌های اسلامی و گفتمان انقلاب اسلامی.....	۱۵
۲.۱.۴. تنوع و غنای هنر، صنایع دستی و میراث فرهنگی.....	۱۵
۲.۱.۵. ظرفیت بالای گردشگری فرهنگی و مذهبی.....	۱۶
۲.۱.۶. جایگاه علمی و آموزشی در جهان اسلام.....	۱۶

۲.۲. نقاط ضعف (W).....	۱۶
۲.۲.۱. فقدان راهبرد جامع و هماهنگ	۱۶
۲.۲.۲. غلبه نگاه ایدئولوژیک و سیاسی کاری	۱۶
۲.۲.۳. ضعف در بهره‌گیری از رسانه‌های نوین و فناوری ارتباطی	۱۷
۲.۲.۴. کمبود منابع مالی و زیرساخت‌های حمایتی	۱۷
۲.۲.۵. تمرکز ناکافی بر شناخت بازارهای فرهنگی جهان اسلام	۱۷
۲.۲.۶. بروکراسی پیچیده و کند در فرایندهای اجرایی	۱۷
۲.۳. فرصت‌ها (O).....	۱۸
۲.۳.۱. اشتراکات دینی و هویتی در جهان اسلام.....	۱۸
۲.۳.۲. افزایش تقاضا برای محتوای فرهنگی اصیل و بومی	۱۸
۲.۳.۳. رشد صنعت گردشگری مذهبی و فرهنگی در جهان اسلام	۱۸
۲.۳.۴. ظرفیت شبکه‌های فرهنگی و علمی بین‌المللی	۱۸
۲.۳.۵. رشد فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌های دیجیتال	۱۸
۲.۳.۶. افزایش رقابت فرهنگی در منطقه	۱۹
۲.۴. تهدیدها (T).....	۱۹
۲.۴.۱. رقابت شدید قدرت‌های منطقه‌ای در عرصه فرهنگی	۱۹
۲.۴.۲. تأثیر منفی تبلیغات و عملیات روانی ضدایرانی	۱۹
۲.۴.۳. اختلافات سیاسی و مذهبی در جهان اسلام.....	۱۹
۲.۴.۴. چالش‌های ناشی از جهانی‌سازی فرهنگی غرب	۲۰
۲.۴.۵. بی‌ثباتی سیاسی و بحران‌های امنیتی در برخی کشورهای اسلامی	۲۰
۲.۴.۶. محدودیت‌های ناشی از تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران	۲۰
۳. شناسایی ذی‌نفعان کلیدی	۲۱
۳.۱. نهادهای داخلی	۲۱
۳.۲. بازیگران خارجی	۲۱
۳.۳. رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی	۲۱
۳.۴. الزامات حقوقی و تقنینی	۲۲
۴. گزینه‌های راهبردی	۲۳
۴.۱. سناریوی شبکه‌سازی نخبگانی فراملی	۲۳
۴.۲. سناریوی دیپلماسی علمی و دانشگاهی با محوریت نخبگان	۲۳
۴.۳. سناریوی دیپلماسی فرهنگی دیجیتال با مشارکت نخبگان	۲۳
۴.۴. سناریوی مشارکت در نهادها و رویدادهای بین‌المللی نخبگانی	۲۴
نتیجه‌گیری	۲۵
توصیه‌های سیاستی	۲۶
منابع	۳۲

خلاصه مدیریتی

باتوجه به اهمیت روزافزون دیپلماسی فرهنگی در ارتقای جایگاه جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام و تأکید اسناد بالادستی بر بهره‌گیری از ظرفیت نخبگان، این برنامه باهدف طراحی چارچوب عملیاتی، شناسایی ظرفیت‌ها، و ارائه راهبردهای کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت تدوین شده است.

در گام نخست، ظرفیت‌های داخلی کشور شامل میراث تمدنی ایرانی - اسلامی، زبان و ادبیات فارسی، گفتمان انقلاب اسلامی، تنوع هنری - فرهنگی و جایگاه علمی - آموزشی شناسایی گردید. در ادامه، محیط خارجی جهان اسلام با تمرکز بر اشتراکات هویتی - ارزشی، فرصت‌های ناشی از روندهای رسانه‌ای و فناورانه، و درعین‌حال تهدیدهای رقابت فرهنگی و شکاف‌های سیاسی - مذهبی موردبررسی قرار گرفت.

تحلیل SWOT نشان می‌دهد که ایران در حوزه دیپلماسی فرهنگی از پشتوانه‌های تمدنی و هویتی قدرتمندی برخوردار است، اما با چالش‌هایی همچون نبود راهبرد جامع، کمبود منابع مالی، ضعف در بهره‌گیری از رسانه‌های نوین و بروکراسی پیچیده روبه‌روست. از سوی دیگر، فرصت‌هایی همچون افزایش تقاضای جوامع اسلامی برای محتوای اصیل و بومی، رشد گردشگری مذهبی - فرهنگی، و گسترش فناوری‌های دیجیتال، بستری مهم برای گسترش تعاملات فرهنگی فراهم می‌سازد.

براساس این یافته‌ها، مجموعه‌ای از گزینه‌های راهبردی شامل شبکه‌سازی فراملی نخبگان، دیپلماسی علمی - دانشگاهی، دیپلماسی دیجیتال و مشارکت فعال در سازمان‌ها و رویدادهای فرهنگی - علمی بین‌المللی طراحی گردید. نقشه راه ارائه‌شده، اقدامات مشخصی در سه سطح کوتاه‌مدت (نظیر تدوین سند جامع و ایجاد مرکز فرماندهی رسانه‌های بین‌المللی)، میان‌مدت (مانند تشکیل شبکه نخبگان فرهنگی - علمی و تأسیس مراکز مشترک دانشگاهی)، و بلندمدت (نظیر ایجاد بنیاد جهانی فرهنگ و تمدن ایرانی - اسلامی و طراحی شاخص نفوذ فرهنگی ایران) را پیش‌بینی می‌کند.

انتظار می‌رود اجرای این برنامه، با هم‌افزایی نهادهای داخلی و استفاده هوشمندانه از ظرفیت نخبگان جهان اسلام، ضمن کاهش نقاط ضعف و مقابله با تهدیدها، منجر به تثبیت تصویر مثبت و معتبر ایران در افکار عمومی کشورهای اسلامی، افزایش اعتماد فرهنگی، و ارتقای جایگاه جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان مرجع فکری - فرهنگی در جهان اسلام شود.

تحولات پرشتاب در جهان اسلام، گسترش رسانه‌ها و افزایش رقابت قدرت‌های منطقه‌ای، اهمیت و جایگاه دیپلماسی فرهنگی را در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران بیش از پیش آشکار ساخته است. ایران با تکیه بر پشتوانه تمدن کهن، زبان و ادبیات فارسی، ارزش‌های اسلامی و انقلابی و همچنین میراث هنری و علمی غنی، ظرفیت بالایی برای اثرگذاری نرم بر افکار عمومی و نخبگان جهان اسلام دارد. با این حال، نبود راهبردی جامع، استفاده محدود از نخبگان و غفلت از رسانه‌های نوین، مانع بهره‌برداری کامل از این ظرفیت‌ها شده است.

این پژوهش با تمرکز بر ظرفیت نخبگان، در پی ارائه راهکارهای عملی برای توسعه و ارتقای اثربخشی دیپلماسی فرهنگی ایران است. هدف اصلی تحقیق، ارائه چارچوبی راهبردی برای گسترش دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با محوریت نخبگان جهان اسلام است. در راستای این هدف کلی، سه هدف جزئی دنبال می‌شود: نخست، شناسایی ظرفیت‌های داخلی و تحلیل محیط خارجی؛ دوم، استخراج نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها؛ و سوم، طراحی سناریوها و نقشه راه عملیاتی در سه بازه کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت.

براین اساس، پرسش‌های اصلی پژوهش عبارت‌اند از: مهم‌ترین ظرفیت‌ها و فرصت‌های ایران در دیپلماسی فرهنگی کدام‌اند؟ نخبگان جهان اسلام چه نقشی در پیشبرد اهداف فرهنگی ایران می‌توانند ایفا کنند؟ و چه سناریوها و اقدامات راهبردی در این مسیر اثربخش‌تر خواهند بود؟

دامنه پژوهش شامل روابط فرهنگی ایران با کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی، به‌ویژه در خاورمیانه، آسیای میانه و شبه‌قاره هند است. این تحقیق دوره زمانی پس از انقلاب اسلامی تا امروز را در بر می‌گیرد و از روش تحلیل SWOT و تحلیل ذی‌نفعان بهره خواهد برد تا به نتایج دقیق‌تر و کاربردی‌تر دست یابد.

نظریه «قدرت نرم» که نخستین بار توسط جوزف نای مطرح شد، بر توانایی تأثیرگذاری بر دیگران از طریق جذابیت، اقناع و شکل‌دهی ترجیحات، بدون توسل به اجبار یا تهدید تأکید دارد. در این چارچوب، عناصر فرهنگی، ارزش‌های سیاسی و سیاست خارجی مشروع به‌عنوان منابع اصلی قدرت نرم شناخته می‌شوند (Nye, 2004, pp. 11-15).

از این منظر، دیپلماسی فرهنگی یکی از مهم‌ترین ابزارهای تحقق قدرت نرم است؛ زیرا از طریق انتقال و معرفی فرهنگ، ارزش‌ها و هویت ملی به دیگر کشورها، می‌تواند زمینه همگرایی و همدلی را فراهم آورد (درخشه و اسماعیلی کلیشمی، ۱۳۹۶، ص ۳۰).

با گسترش فناوری‌های ارتباطی و پررنگ شدن نقش افکار عمومی، «دیپلماسی عمومی» جایگزین بخشی از شیوه‌های سنتی قدرت شده است و با تمرکز بر اطلاع‌رسانی، تبادل فرهنگی و شکل‌دهی تصویر مثبت، به جلب توجه و همراهی مردم کشورهای دیگر می‌پردازد. این رویکرد که در آمریکا نیز توسط نهادهایی چون وزارت خارجه و آژانس اطلاعاتی به کار گرفته شده، با «دیپلماسی فرهنگی» ارتباط تنگاتنگی دارد؛ زیرا هر دو به پیوند سیاست و فرهنگ در سطوح مختلف پرداخته و درنهایت به تقویت قدرت نرم کشور کمک می‌کنند (بشیر، ۱۳۹۵، ص ۱۲۱؛ آشنا، ۱۳۸۳، ص ۲۴۱).

از دیدگاه گیفورد مالون، دیپلماسی فرهنگی همچون یک بزرگراه ارتباطی عمل می‌کند: از یک سو تصویر و ارزش‌های یک ملت را بازنمایی می‌کند و از سوی دیگر، می‌کوشد برداشت‌های درست و واقعی از دیگر ملت‌ها و ارزش‌هایشان به دست آورد. دیپلماسی فرهنگی را می‌توان بخشی از دیپلماسی نوین دانست که با تکیه بر فرهنگ، هنر و آموزش، به ایجاد، گسترش و پیگیری رابطه با کشورهای دیگر می‌پردازد. جمع‌بندی تعاریف مختلف نشان می‌دهد کارویژه اصلی این نوع دیپلماسی «شناساندن و شناسایی» است؛ یعنی تولید انواع متن‌ها با ابزارهای مناسب برای روایت نمادین و فرهنگی یک کشور نزد ملت‌ها/کشورهای دیگر؛ روایت‌هایی همسو با اهداف سیاسی آن کشور که باهدف اقناع و ایجاد فهم مشترک ارائه می‌شوند (بشیر، ۱۳۹۵، ص ۱۶۶).

براساس دیدگاه میلتن کامینگز، دیپلماسی فرهنگی شامل تبادل ایده‌ها، اطلاعات، هنر و سبک زندگی برای ارتقای درک متقابل میان ملت‌هاست (Cumming, 2003, p. 1).

در مجموع، این سه مفهوم قدرت نرم، دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی در یک رابطه هم‌افزا قرار دارند؛ به گونه‌ای که دیپلماسی فرهنگی از مسیر دیپلماسی عمومی به کار گرفته شده و هر دو به عنوان ابزارهای کلیدی در چارچوب راهبرد قدرت نرم، نقش تعیین‌کننده‌ای در ارتقای جایگاه و نفوذ یک کشور در نظام بین‌الملل ایفا می‌کنند: «هر کشور برای اجرای اهداف سیاست خارجی و تأمین منافع ملی خود تلاش می‌کند از دیپلماسی فرهنگی که هدفش نفوذ بر ملت‌هاست، استفاده کند» (دهشیری، ۱۳۹۳، ص ۲۸).



این پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی است. کدگذاری کیفی در سه گام انجام شد: ابتدا کدگذاری باز برای استخراج گزاره‌ها، سپس کدگذاری محوری برای دسته‌بندی در چهار محور «قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، تهدیدها» و در نهایت کدگذاری انتخابی برای نهایی‌سازی و آماده‌سازی داده‌ها جهت ورود به ماتریس‌های SWOT.

در گام بعد، عوامل شناسایی شده در دو دسته داخلی و خارجی مرتب شدند و براساس میزان اهمیت و شدت اثرگذاری، اولویت‌بندی گردیدند. سپس این عوامل در ماتریس SWOT قرار گرفت و با بهره‌گیری از رویکرد TOWS، چهار دسته راهبرد طراحی شد: بهره‌گیری از قوت‌ها برای استفاده از فرصت‌ها (SO)، جبران ضعف‌ها با کمک فرصت‌ها (WO)، به کارگیری قوت‌ها برای مقابله با تهدیدها (ST) و کاهش ضعف‌ها برای کم کردن اثر تهدیدها (WT).



برای هر راهبرد، بسته‌های عملیاتی طراحی شد که شامل افق زمانی (کوتاه‌مدت، میان‌مدت، بلندمدت)، متولی پیشنهادی، منابع مورد نیاز و شاخص‌های ارزیابی بود. در ادامه تحلیل ذی‌نفعان براساس مدل قدرت - علاقه انجام گرفت و بازیگران داخلی و خارجی در چهار خوشه (مدیریت نزدیک، راضی نگه داشتن، آگاه نگه داشتن، پایش حداقلی) جای‌گذاری شدند تا شیوه تعامل متناسب با هر گروه مشخص شود.

در نهایت برای تضمین روایی و اعتبار، استفاده از منابع مختلف، بازخوانی مداوم، جست‌وجوی شواهد مغایر و بازبینی کارشناس برای بررسی صحت روش و تحلیل بر روی ماتریس‌ها و راهبردها به کار رفت. همچنین نظامی برای پایش و ارزیابی طراحی شد که شامل تعریف شاخص‌های خروجی و پیامدی، تقویم ارزیابی دوره‌ای و امکان بازنگری راهبردها در طول زمان است.

۱. وضعیت موجود (تحلیل محیط داخلی و خارجی)

۱.۱. ظرفیت‌های داخلی ایران در دیپلماسی فرهنگی

جمهوری اسلامی ایران با پشتوانه زبان و ادبیات فارسی، یکی از شاخص‌ترین منابع قدرت نرم جهان اسلام را در اختیار دارد. فارسی، حامل میراث ادبی بزرگانی چون سعدی، حافظ و مولوی، و زبان علمی و فرهنگی بخش‌های وسیعی از آسیا بوده و همچنان در افغانستان، تاجیکستان و بخش‌هایی از پاکستان و هند جایگاه ویژه دارد (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ص ۱۹۷).

تاریخ و تمدن ایرانی - اسلامی، آمیزه‌ای از میراث کهن و دستاوردهای اسلامی، سرمایه‌ای فرهنگی برای ایران است که در حوزه‌هایی چون فلسفه، علوم، معماری و هنر تجلی یافته و در کنار هویت اسلامی - شیعی، ایران را به الگویی الهام‌بخش برای جهان اسلام بدل کرده است (طبرسا، ۱۳۸۲، ص ۱۴۲).

هنر و صنایع دستی ایران شامل معماری ایرانی - اسلامی، خوشنویسی، مینیاتور، فرش‌بافی و دستاوردهای علمی مشاهیری چون ابن سینا و خواجه نصیر، جایگاه فرهنگی ایران را ارتقا داده و تصویر مثبتی در افکار عمومی ایجاد کرده‌اند (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ص ۲۰۷).

ارزش‌های اسلامی و اخلاق ایرانی، ریشه گرفته از انقلاب اسلامی، بر عدالت‌خواهی، کرامت انسانی و مقاومت در برابر سلطه استوار بوده و ظرفیت ایجاد همگرایی در جهان اسلام را دارند (همان، ص ۳۹۴). ایران همچنین با مزیت‌های ژئوپلیتیکی و تمدنی خود، امکان ایجاد شبکه‌های فکری و نخبگانی را دارد و می‌تواند از عناصر مشترک، قرابت‌های فرهنگی و سازمان‌های فرهنگی بین‌المللی برای توسعه دیپلماسی فرهنگی بهره گیرد (حقیقی، ۱۳۸۶، ص ۸۵).

صنعت گردشگری، به‌ویژه گردشگری مذهبی (مشهد و قم) و فرهنگی - طبیعی، ظرفیت مهمی برای دیپلماسی فرهنگی ایران است؛ اما تحقق آن نیازمند ارتقای پیام، زیرساخت و هماهنگی نهادی است (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ص ۲۹۵).

۱.۲. محیط خارجی (جهان اسلام)

جهان اسلام به‌عنوان محیط خارجی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مجموعه‌ای متنوع از کشورها را از شمال آفریقا تا جنوب شرق آسیا شامل می‌شود که دارای اشتراکات هویتی و ارزشی عمیقی چون دین اسلام، مناسک عبادی و میراث علمی و فرهنگی تمدن اسلامی‌اند (همان، ص ۲۱۱).

این اشتراکات بستر مناسبی برای گسترش تعاملات فرهنگی ایران فراهم می‌آورد، اما شکاف‌های مذهبی میان شیعه و سنی و تفاوت‌های قومی - زبانی میان اعراب، ترک‌ها، فارس‌ها، مالایی‌ها و دیگر اقوام، ضرورت شناخت دقیق و حساسیت فرهنگی را آشکار می‌سازد (نصر، ۱۳۸۵).

تحولات جهانی معاصر همچون روند جهانی‌سازی، توسعه فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌های نوین، ضمن ایجاد فرصت ارتباط مستقیم با افکار عمومی، رقابت فرهنگی را میان کشورهای اسلامی و قدرت‌های فرامنطقه‌ای تشدید کرده است (Zamorano, 2016, pp. 168-169). در این فضا، کشورهایی مانند ترکیه و عربستان سعودی با بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای، تولیدات سینمایی و سریال‌های تلویزیونی به دنبال گسترش نفوذ فرهنگی خود هستند (Çevik, 2019, p. 63).

جهان اسلام هم‌زمان واجد عناصر مشترک تمدنی و خطوط گسست فرهنگی است؛ بنابراین، دیپلماسی فرهنگی ایران باید با دو رویکرد مکمل پیش رود: استفاده حداکثری از اشتراکات برای ایجاد همگرایی و شبکه‌سازی، و مدیریت شکاف‌ها از طریق گفت‌وگوی فرهنگی و برنامه‌های بینا فرهنگی. در مجموع، موفقیت ایران در این محیط، مستلزم رویکردی جامع است که هم ظرفیت‌های همگرایی را تقویت کند و هم سوء برداشت‌ها را کاهش دهد (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ص ۳۹۳-۳۹۶).

۲. تحلیل SWOT دیپلماسی فرهنگی ایران در جهان اسلام

۲.۱. نقاط قوت (S)

۲.۱.۱. میراث تاریخی و تمدن ایرانی - اسلامی

جمهوری اسلامی ایران وارث یکی از کهن‌ترین تمدن‌های جهان است که در طول تاریخ، با تلفیق فرهنگ ایرانی و آموزه‌های اسلامی، در شکوفایی علوم، فلسفه، هنر و معماری نقش برجسته‌ای ایفا کرده است. این میراث نه تنها نشان‌دهنده قدرت نوآوری و هم‌زیستی فرهنگی است، بلکه الگویی الهام‌بخش برای جوامع اسلامی در حوزه‌هایی چون علم، حکمت و معنویت محسوب می‌شود (شورای فرهنگ عمومی، ۱۳۸۶). این سرمایه تمدنی می‌تواند به عنوان «عنصر مشترک تمدنی» در شبکه‌سازی فرهنگی جهان اسلام مورد بهره‌برداری قرار گیرد (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ص ۳۹۴-۳۹۵).

۲.۱.۲. زبان و ادبیات فارسی به عنوان زبان فرهنگی مشترک

زبان فارسی با پشتوانه غنی ادبیات کلاسیک و میراث شعری و فکری شاعران بزرگی چون فردوسی، سعدی، حافظ و مولوی، در بخش‌هایی از جهان اسلام - به ویژه آسیای میانه، افغانستان، شبه قاره هند و حوزه فرهنگ اکو - همچنان جایگاه ارتباطی و هویتی دارد. این زبان، به عنوان «سرمایه نمادین» و «ابزار نفوذ نرم»، می‌تواند در تقویت پیوندهای فرهنگی، ترویج ارزش‌ها و انتقال پیام‌های هویتی ایران نقش آفرین باشد (همان، ص ۳۹۳).

۲.۱.۳. ارزش‌های اسلامی و گفتمان انقلاب اسلامی

گفتمان انقلاب اسلامی، با تأکید بر عدالت‌خواهی، کرامت انسانی، مقاومت در برابر سلطه و حمایت از مستضعفان، هم‌راستا با دغدغه‌ها و آرمان‌های بسیاری از ملت‌های مسلمان است. این گفتمان با اتکا به «قدرت معنایی» و «هویت‌سازی» می‌تواند افکار عمومی جهان اسلام را تحت تأثیر قرار داده و در شکل‌دهی به ائتلاف‌های فکری و ارزشی نقش ایفا کند (همان، ص ۳۹۴).

۲.۱.۴. تنوع و غنای هنر، صنایع دستی و میراث فرهنگی

معماری ایرانی - اسلامی، هنرهایی چون خوشنویسی، نگارگری، فرش‌بافی و موسیقی سنتی، و آیین‌ها و جشن‌های ملی و مذهبی مانند نوروز، محرم و نیمه‌شبان، از جمله عناصر «جذابیت‌ساز» فرهنگی ایران به شمار می‌آیند. این مؤلفه‌ها می‌توانند به عنوان ابزار دیپلماسی عمومی برای جذب افکار عمومی، ایجاد تفاهم فرهنگی و ارتقای تصویر ایران در جهان اسلام به کار گرفته شوند (همان، ص ۳۹۳).

۲،۱،۵. ظرفیت بالای گردشگری فرهنگی و مذهبی

ایران با برخورداری از اماکن زیارتی مهمی همچون حرم مطهر امام رضا (ع)، حرم حضرت معصومه (س)، مسجد جامع اصفهان و اماکن تاریخی چون یزد و شیراز، قابلیت بالایی در جذب گردشگران مسلمان دارد. گردشگری مذهبی و فرهنگی، علاوه بر آثار اقتصادی، امکان تعامل چهره به چهره و تبادل فرهنگی را فراهم می آورد و به تعبیر صالحی امیری، «بستری زنده برای دیپلماسی فرهنگی غیررسمی» ایجاد می کند (همان).

۲،۱،۶. جایگاه علمی و آموزشی در جهان اسلام

ایران با شبکه ای از دانشگاه ها و مراکز پژوهشی معتبر و پیشینه تاریخی در پرورش اندیشمندان و دانشمندان جهان اسلام، دارای ظرفیت جذب دانشجویان و پژوهشگران خارجی است. این امر نه تنها موجب تبادل علمی می شود، بلکه روابط بینا فرهنگی پایدار ایجاد کرده و به توسعه شبکه های نخبگانی کمک می کند. بر اساس چارچوب «سرمایه گذاری در منابع انسانی» که در کتاب «دیپلماسی فرهنگی» مطرح شده، این حوزه یکی از مؤثرترین مسیرهای نفوذ فرهنگی بلندمدت محسوب می شود (همان، ص ۳۹۵).

۲،۲. نقاط ضعف (W)

۲،۲،۱. فقدان راهبرد جامع و هماهنگ

یکی از چالش های محوری دیپلماسی فرهنگی ایران، نبود یک سند راهبردی کلان و الزام آور است که جهت گیری ها، اولویت ها و تقسیم کار نهادی را به طور شفاف تعیین کند. پراکندگی فعالیت ها میان وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، صداوسیما، راینی های فرهنگی و دیگر نهادها، باعث موازی کاری، هدررفت منابع و عدم هم افزایی شده است. کتاب دیپلماسی فرهنگی تأکید می کند که بدون «معماری نهادی» و «سازمان دهی یکپارچه»، ظرفیت های بالفعل به دستاوردهای پایدار تبدیل نخواهند شد (همان، ص ۳۸۸-۳۸۷).

۲،۲،۲. غلبه نگاه ایدئولوژیک و سیاسی کاری

تأکید بیش از حد بر پیام های ایدئولوژیک و استفاده ابزاری از دیپلماسی فرهنگی برای مقاصد سیاسی کوتاه مدت، در برخی موارد به کاهش جذابیت پیام ها و ایجاد بی اعتمادی در میان مخاطبان منجر شده است. این امر، به ویژه در نسل جوان جوامع اسلامی که به دنبال محتوای فرهنگی متنوع و جذاب هستند، فاصله ایجاد می کند. براساس چارچوب های بین المللی، «دیپلماسی فرهنگی موفق» باید فراتر از تبلیغات سیاسی حرکت کند و بر تعامل دوسویه و اعتمادسازی متمرکز باشد (همان، ص ۷۷).

۲،۲،۳. ضعف در بهره‌گیری از رسانه‌های نوین و فناوری ارتباطی

در مقایسه با بازیگرانی چون ترکیه، عربستان سعودی و قطر، حضور ایران در عرصه رسانه‌های دیجیتال، پلتفرم‌های چندرسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی محدودتر و کم‌اثرتر بوده است. نبود راهبرد محتوایی چندزبانه، ضعف در تولید محصولات رسانه‌ای رقابتی و کمبود سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین ارتباطی، انتقال پیام‌های فرهنگی ایران را محدود کرده است (همان، ص ۷۸).

۲،۲،۴. کمبود منابع مالی و زیرساخت‌های حمایتی

محدودیت بودجه‌های اختصاص یافته به فعالیت‌های فرهنگی بین‌المللی، عدم پیوستگی در تخصیص منابع و نبود مدل‌های پایدار تأمین مالی (مانند شراکت با بخش خصوصی یا سرمایه‌گذاری مشترک منطقه‌ای) باعث شده بسیاری از پروژه‌ها یا در ابعاد کوچک اجرا شوند یا پیش از رسیدن به بلوغ متوقف گردند. این مسئله، توان رقابتی ایران را در برابر کشورهای که به فرهنگ بودجه‌های کلان اختصاص می‌دهند، کاهش داده است (همان، ص ۱۱۹).

۲،۲،۵. تمرکز ناکافی بر شناخت بازارهای فرهنگی جهان اسلام

نبود مطالعات میدانی جامع و تحقیقات بازارمحور درباره ذائقه‌ها، نیازها و حساسیت‌های فرهنگی کشورهای هدف، باعث شده برخی محصولات یا برنامه‌های فرهنگی با نیاز واقعی مخاطبان همخوانی نداشته باشند. این نقیصه، علاوه بر اتلاف منابع، گاه سبب برداشت‌های نادرست یا عدم استقبال از سوی جامعه هدف شده است (همان، ص ۱۶۷).

۲،۲،۶. بروکراسی پیچیده و کندی در فرایندهای اجرایی

ساختار اداری سنگین، روند طولانی تصمیم‌گیری و فرایندهای غیرچابک در تصویب و اجرای پروژه‌های فرهنگی، موجب شده ایران در واکنش به تحولات سریع محیط بین‌المللی و فرصت‌های کوتاه‌مدت در جهان اسلام کند عمل کند. «فقدان انعطاف نهادی» نه تنها بهره‌گیری از فرصت‌ها را دشوار می‌کند، بلکه به تدریج منجر به عقب‌ماندگی رقابتی می‌شود (همان، ص ۳۸۵).

۲,۳. فرصت‌ها (O)

۲,۳,۱. اشتراکات دینی و هویتی در جهان اسلام

وجود باورهای مشترک اسلامی، مناسک عبادی، ارزش‌های قرآنی و سنت پیامبر اکرم (ص) میان ملت‌های مسلمان، بستر غنی و آماده‌ای برای همکاری‌های فرهنگی ایران ایجاد می‌کند. این اشتراکات، به‌ویژه در حوزه‌هایی چون حمایت از آرمان فلسطین، گسترش معارف اهل‌بیت (ع) و ارزش‌های عدالت‌خواهانه، می‌تواند پایه شکل‌گیری برنامه‌های مشترک فرهنگی، آموزشی و رسانه‌ای باشد. کتاب دیپلماسی فرهنگی بر استفاده از «سرمایه نمادین مشترک» به‌عنوان یکی از راهبردهای کلیدی همگرایی فرهنگی در جهان اسلام تأکید دارد (همان، ص ۳۱-۳۲).

۲,۳,۲. افزایش تقاضا برای محتوای فرهنگی اصیل و بومی

روند جهانی‌سازی و سلطه فرهنگ مصرف‌گرای غرب، باعث شده بخشی از جوامع اسلامی به‌دنبال بازگشت به هویت فرهنگی اصیل و بومی خود باشند. ایران با ترکیب تمدن ایرانی - اسلامی و تجربه انقلاب اسلامی، می‌تواند محتوای فرهنگی بدیل و الهام‌بخش ارائه دهد که در برابر جریان‌های فرهنگی غربی جذابیت و مقبولیت دارد (همان، ص ۳۳).

۲,۳,۳. رشد صنعت گردشگری مذهبی و فرهنگی در جهان اسلام

افزایش تمایل مسلمانان به سفرهای زیارتی و فرهنگی، فرصتی برای ایران است تا با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و ارائه بسته‌های سفر چندوجهی (زیارتی، تاریخی، فرهنگی)، ارتباطات مستقیم و پایدار با گردشگران مسلمان برقرار کند. این نوع تعامل، به گفته صالحی امیری، «یکی از ملموس‌ترین اشکال دیپلماسی فرهنگی غیررسمی» است که اعتماد و همدلی میان ملت‌ها را افزایش می‌دهد (همان، ص ۴۰۷).

۲,۳,۴. ظرفیت شبکه‌های فرهنگی و علمی بین‌المللی

وجود سازمان‌های منطقه‌ای و بین‌المللی (مانند سازمان همکاری اسلامی، اکو و آیسسکو)، همایش‌ها، جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی و علمی در جهان اسلام، فرصت مهمی برای حضور فعال ایران فراهم می‌سازد. مشارکت مؤثر در این مجامع می‌تواند به گسترش تعاملات چندجانبه، ارتقای تصویر بین‌المللی ایران و توسعه شبکه‌های نخبگانی بینجامد (همان، ص ۳۴۱).

۲,۳,۵. رشد فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌های دیجیتال

گسترش اینترنت پرسرعت، رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در جهان اسلام، امکان ارتباط بی‌واسطه با افکار عمومی و نخبگان را فراهم کرده است. این بستر، هزینه و زمان برقراری ارتباطات فرهنگی را به‌شدت کاهش داده و فرصت انتشار پیام‌های چندزبانه و چندرسانه‌ای ایران را در سطح وسیع فراهم می‌کند (همان، ص ۴۰۰).

۲،۳،۶. افزایش رقابت فرهنگی در منطقه

در دنیای امروز، تبادل فرهنگی نه تنها موجب پویایی فرهنگ‌ها، شناخت متقابل جوامع و تسهیل روابط میان ملت‌ها و دولت‌ها می‌شود، بلکه بستر مناسبی برای تحقق صلح و امنیت جهانی فراهم می‌آورد. این فرایند که ریشه در اقتضای ذاتی فرهنگ‌ها برای بالیدن و گسترش دارد، می‌تواند نیرومندترین عامل محرک تحولات آینده باشد. با این بیان می‌توان عنوان داشت حتی رقابت فرهنگی میان بازیگرانی چون ترکیه، قطر و عربستان سعودی، با وجود ماهیت بالقوه تهدیدآمیزش، می‌تواند برای ایران به فرصتی راهبردی تبدیل شود تا با ارتقای کیفیت، نوآوری و جذابیت فعالیت‌های فرهنگی، تولید محتوای رسانه‌ای و ایجاد ائتلاف‌های فرهنگی، جایگاه خود را در عرصه تعاملات بین‌المللی تثبیت و تقویت کند (همان، ص ۳۴۵).

۲،۴. تهدیدها (T)

۲،۴،۱. رقابت شدید قدرت‌های منطقه‌ای در عرصه فرهنگی

کشور قطر و همچنین ترکیه، عربستان سعودی با سرمایه‌گذاری کلان در حوزه رسانه، تولیدات سینمایی و تلویزیونی، سریال‌های پرمخاطب، شبکه‌های ماهواره‌ای چندزبانه و پلتفرم‌های دیجیتال، در پی تثبیت و گسترش نفوذ فرهنگی خود در جهان اسلام هستند. این رقابت فشرده، به‌ویژه در حوزه‌های سرگرمی و رسانه‌های جمعی، می‌تواند سهم ایران را از بازار فرهنگی منطقه کاهش داده و پیام‌های آن را تحت الشعاع قرار دهد (قنبرلو، ۱۳۹۰).

۲،۴،۲. تأثیر منفی تبلیغات و عملیات روانی ضدایرانی

صنایع فرهنگی سهم چشمگیری در دسترسی افراد به اطلاعات، آموزش، فرهنگ و نیز اشتغال‌زایی دارند و نقش مهمی در ارائه تصویر فرهنگی یک کشور یا ملت و ایجاد جایگاه مناسب در اقتصاد بین‌المللی ایفا می‌کنند. بااین حال، بخشی از رسانه‌های بین‌المللی و منطقه‌ای، با حمایت برخی دولت‌های مخالف ایران، با انتشار روایت‌های منفی و تحریف‌شده از سیاست‌ها و هویت فرهنگی جمهوری اسلامی، در پی مخدوش کردن این تصویر هستند. این جنگ روایت‌ها و عملیات روانی، مانع شکل‌گیری برداشت مثبت از ایران در افکار عمومی جهانی شده و فرایند اعتمادسازی فرهنگی را با چالش مواجه می‌سازد (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ص ۱۶۱).

۲،۴،۳. اختلافات سیاسی و مذهبی در جهان اسلام

شکاف‌های فرقه‌ای میان شیعه و سنی، همراه با اختلافات ژئوپلیتیکی میان ایران و برخی کشورهای اسلامی، زمینه‌ساز سوءبرداشت‌های متقابل و کاهش تمایل به همکاری‌های فرهنگی می‌شود. این موضوع به‌ویژه در جوامعی که تبلیغات ضدایرانی قوی است، می‌تواند فضای تعامل فرهنگی را به شدت محدود کند (نادری نسب، ۱۳۸۹، ص ۳۲۹).

۲،۴،۴. چالش‌های ناشی از جهانی‌سازی فرهنگی غرب

نفوذ فرهنگ مصرف‌گرا، سکولار و سبک زندگی غربی در جوامع اسلامی، به واسطه رسانه‌های بین‌المللی و شبکه‌های اجتماعی، ذائقه فرهنگی نسل جوان را تغییر داده و استقبال از الگوهای فرهنگی اسلامی - ایرانی را کاهش می‌دهد. این روند، با افزایش وابستگی فرهنگی به محصولات غربی، فضای رقابتی را برای دیپلماسی فرهنگی ایران تنگ‌تر می‌کند (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ص ۲۱۶).

۲،۴،۵. بی‌ثباتی سیاسی و بحران‌های امنیتی در برخی کشورهای اسلامی

درگیری‌های داخلی، جنگ‌های نیابتی، تروریسم و ناامنی در بخش‌هایی از جهان اسلام، اجرای پروژه‌های فرهنگی و برگزاری رویدادهای بین‌المللی را دشوار یا غیرممکن می‌سازد. این شرایط علاوه بر افزایش هزینه‌های اجرایی، تداوم ارتباطات فرهنگی را نیز تهدید می‌کند (همان، ص ۲۱۳).

۲،۴،۶. محدودیت‌های ناشی از تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران

فشار کشورهای غربی و تهدید تحریم‌های اقتصادی و مالی، کشورهای اسلامی از جمله ایران را از ارتقای روابط و امضای توافقات منطقه‌ای باز می‌دارد؛ به گونه‌ای که صدها میلیون مسلمان تحت تحریم‌های شدید زندگی کرده و این وضعیت موجب مرگ هزاران نفر بی‌گناه و آسیب‌های گسترده اقتصادی - اجتماعی شده است. در مورد ایران، این تحریم‌ها علاوه بر پیامدهای انسانی، با کاهش منابع مالی، ایجاد محدودیت در تبادلات علمی - فرهنگی و دشواری دسترسی به بازارهای فرهنگی، توان دیپلماسی فرهنگی کشور را محدود کرده و مانع حضور هنرمندان، دانشگاہیان و فعالان فرهنگی در عرصه‌های بین‌المللی می‌شود (همان، ص ۲۱۳-۲۱۴).

۳. شناسایی ذی‌نفعان کلیدی

۳،۱. نهادهای داخلی

در سطح داخلی، مجموعه‌ای از نهادهای دولتی، شبه‌دولتی و دانشگاهی نقش مستقیم یا غیرمستقیم در طراحی و اجرای دیپلماسی فرهنگی ایران دارند. وزارت امور خارجه به‌عنوان هماهنگ‌کننده اصلی سیاست خارجی، وظیفه هم‌راستا کردن فعالیت‌های فرهنگی با اهداف کلان سیاست خارجی را برعهده دارد. سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، به‌عنوان بازوی اجرایی و سیاست‌گذار فرهنگی برون‌مرزی، مسئول اداره راینی‌های فرهنگی در خارج از کشور و مدیریت برنامه‌های تبادل فرهنگی است (همان، ص ۲۱۴-۳۳۳).

دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، از طریق جذب دانشجویان خارجی، برگزاری همایش‌های علمی و تبادلات دانشگاهی، بستری برای تعاملات علمی - فرهنگی ایجاد می‌کنند. همچنین نهادهایی مانند صداوسیما جمهوری اسلامی؛ وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی؛ و بنیاد سعدی (در حوزه ترویج زبان فارسی) هریک بخشی از ظرفیت‌های فرهنگی ایران را در سطح بین‌المللی نمایندگی می‌کنند (همان، ص ۳۴۱).

۳،۲. بازیگران خارجی

در سطح بین‌المللی، سازمان‌ها و نهادهای چندجانبه مانند سازمان همکاری اسلامی، اکو، آیسکو و مجمع جهانی اهل‌بیت (ع) از مهم‌ترین بسترهای چندجانبه تعامل فرهنگی برای ایران محسوب می‌شوند.

علاوه بر این، مراکز فرهنگی کشورهای اسلامی، مؤسسات پژوهشی و دانشگاه‌های معتبر در جهان اسلام، ظرفیت بالقوه‌ای برای اجرای پروژه‌های مشترک و تبادل نخبگان فراهم می‌کنند. نخبگان فکری، هنری، علمی و دینی جهان اسلام نیز به‌عنوان بازیگران غیررسمی، می‌توانند در ترویج پیام‌های فرهنگی ایران، ایجاد گفت‌وگوهای بین‌فرهنگی و شبکه‌سازی فکری نقش‌آفرینی کنند (همان، ص ۳۳۱ و ۳۹۲).

۳،۳. رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی

رسانه‌ها، اعم از رسانه‌های سنتی (روزنامه‌ها، شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی) و رسانه‌های نوین (پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی)، نقش محوری در انتقال پیام‌های فرهنگی ایران و شکل‌دهی به تصویر آن در افکار عمومی جهان اسلام دارند. شبکه‌هایی مانند اینستاگرام، یوتیوب، فیس‌بوک و پلتفرم‌های بومی کشورهای اسلامی، به‌دلیل دسترسی گسترده و تعامل مستقیم با مخاطبان، امکان اثرگذاری سریع و چندلایه را فراهم می‌آورند (همان، ص ۱۴۰). بنابراین استفاده هوشمندانه و چندزبانه از رسانه‌ها می‌تواند جایگاه ایران را در عرصه رقابت فرهنگی ارتقا دهد و همزمان به خنثی‌سازی تبلیغات منفی کمک کند.

۳، ۴. الزامات حقوقی و تقنینی

دیپلماسی فرهنگی، به عنوان یکی از ارکان اصلی قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، در صورتی می تواند پایدار و اثرگذار باشد که بر بنیانی حقوقی و تقنینی استوار گردد. تجربه سیاست گذاری فرهنگی کشور نشان می دهد فقدان چارچوب الزام آور قانونی، از مهم ترین عوامل پراکندگی نهادی، موازی کاری و ضعف در هماهنگی میان دستگاه های متولی بوده است. بر این اساس، نقش مجلس شورای اسلامی در ایجاد پشتوانه تقنینی برای دیپلماسی فرهنگی، جایگاهی راهبردی و تعیین کننده دارد.

قانون گذاری در این حوزه، صرفاً جنبه اداری یا مالی ندارد؛ بلکه سازوکاری برای تثبیت «راهبرد ملی دیپلماسی فرهنگی» و الزام دستگاه های اجرایی به همکاری، هم افزایی و پاسخگویی است. به واسطه چنین پشتوانه ای، می توان انسجام نهادی را تضمین و اجرای دقیق سیاست ها را تحت نظارت مستمر قرار داد.

از سوی دیگر، بعد تقنینی بستر لازم برای مشارکت سازمان های مردم نهاد، انجمن های علمی، شبکه های نخبگانی و سایر کنشگران غیردولتی را فراهم می سازد. تصویب قوانین حمایتی شفاف در زمینه فعالیت این نهادها، موجب تقویت دیپلماسی فرهنگی غیررسمی شده و دامنه نفوذ نرم ایران را در میان جوامع اسلامی گسترش خواهد داد.

همچنین با توجه به تحولات شتابان رسانه ای و ظهور فناوری های دیجیتال، بازنگری مستمر قوانین و مقررات، ضرورتی انکارناپذیر است. فقدان چنین حمایت تقنینی، تحقق سیاست های دیپلماسی دیجیتال و حضور مؤثر در عرصه مجازی جهان اسلام را با چالش جدی مواجه می سازد.

درمجموع، الزامات حقوقی و تقنینی ستون فقرات دیپلماسی فرهنگی محسوب می شوند؛ زیرا از یک سو چارچوب قانونی و ضمانت اجرایی لازم برای سیاست ها را فراهم می کنند و از سوی دیگر، مسیر نهادینه سازی و پایداری راهبردهای فرهنگی جمهوری اسلامی ایران را در سطح منطقه ای و فرامنطقه ای هموار می سازند. جزئیات این الزامات و پیشنهادهای مشخص تقنینی در بخش «توصیه های سیاستی» به طور مبسوط ارائه شده است.

۴. گزینه‌های راهبردی

۴،۱. سناریوی شبکه‌سازی نخبگانی فراملی

در این رویکرد، ایران با ایجاد و تقویت شبکه‌های نخبگانی متشکل از اندیشمندان، اساتید دانشگاه، هنرمندان و فعالان فرهنگی جهان اسلام، بستر همکاری‌های بلندمدت و هم‌افزا را فراهم می‌کند. این شبکه‌ها می‌توانند از طریق برگزاری نشست‌های سالانه، کارگاه‌های مشترک، و پروژه‌های تحقیقاتی و هنری، به شکل‌گیری گفتمان مشترک و همگرایی فرهنگی کمک کنند (همان، ص ۱۴۲-۱۴۳).

مزایا: ایجاد روابط پایدار و اعتماد متقابل؛ تقویت نفوذ نرم از مسیر غیررسمی؛ کاهش اثرگذاری تبلیغات منفی.

معایب: نیاز به سرمایه‌گذاری مالی و انسانی بلندمدت؛ دشواری هماهنگی میان نخبگان با گرایش‌های متنوع؛ تأثیرپذیری از اختلافات سیاسی بین دولت‌ها.

۴،۲. سناریوی دیپلماسی علمی و دانشگاهی با محوریت نخبگان

تمرکز این سناریو بر جذب دانشجویان، پژوهشگران و استادان از کشورهای اسلامی و ایجاد فرصت‌های تبادل علمی - فرهنگی است. ایران با استفاده از ظرفیت دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و بورس‌های تحصیلی، می‌تواند نسل جدیدی از نخبگان جهان اسلام را با فرهنگ، زبان و ارزش‌های خود آشنا کند (همان، ص ۴۰۷).

مزایا: اثرگذاری بلندمدت از طریق تربیت رهبران فکری آینده؛ امکان استمرار روابط بعد از دوره تحصیل؛ ارتقای جایگاه علمی ایران در جهان اسلام.

معایب: نیاز به ارتقای زیرساخت‌های آموزشی و خوابگاهی؛ رقابت شدید با کشورهایمانند ترکیه و مالزی در جذب دانشجویان؛ محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها.

۴،۳. سناریوی دیپلماسی فرهنگی دیجیتال با مشارکت نخبگان

فرهنگ از رسانه‌های جمعی تراوش می‌کند و علاوه بر توده مردم، نخبگان نیز مبانی نخستین احساسی و فکری خود را از آن می‌گیرند. رسانه‌ها با نقش پیام‌رسانی و جهت‌دهی، هم شکاف میان نخبگان و عامه را کاهش می‌دهند و هم فرایند جهانی شدن فرهنگ را تسریع می‌کنند. در همین چارچوب، به کارگیری نخبگان فرهنگی و علمی در فضای مجازی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های ویدئویی و وبینارها، ابزاری مؤثر برای تولید و ترویج محتوا و دسترسی سریع و کم‌هزینه به مخاطبان گسترده به‌شمار می‌آید (همان، ص ۵۸۵۷).

مزایا: دسترسی گسترده و فرامرزی؛ هزینه کمتر نسبت به فعالیت‌های حضوری؛ انعطاف بالا در واکنش به تحولات.

معایب: آسیب‌پذیری در برابر سانسور یا محدودیت‌های اینترنتی؛ لزوم تولید محتوای چندزبانه و باکیفیت بالا؛ رقابت شدید با جریان‌های رسانه‌ای رقیب.

۴، ۴. سناریوی مشارکت در نهادها و رویدادهای بین‌المللی نخبگانی

آیسیسکو به‌عنوان نهادی فرهنگی در همگرایی کشورهای اسلامی، در حفظ میراث فرهنگی و گسترش تبادل میان آنها نقش مؤثری ایفا می‌کند. شبکه بین‌المللی سیاست‌های فرهنگی جهان نیز در همخوانی سیاست‌های فرهنگی کشورها با شاخص‌های جهانی تلاش دارد و اکو در حوزه جغرافیای تمدنی فرهنگ ایرانی - اسلامی موجب گسترش ارتباط و همگرایی منطقه‌ای شده است. در این میان، ایران می‌تواند با حضور فعال در مجامع علمی و فرهنگی همچون سازمان همکاری اسلامی، اکو و آیسیسکو و همچنین با میزبانی رویدادهای نخبگانی، تصویری مثبت و مشارکت‌جویانه از خود ارائه دهد و دیپلماسی فرهنگی را در راستای صلح و عدالت جهانی تقویت کند.

مزایا: مشروعیت بخشی بین‌المللی به فعالیت‌های فرهنگی ایران؛ امکان تأثیرگذاری بر دستور کارهای منطقه‌ای؛ شبکه‌سازی گسترده (همان، ص ۴۱۶).

معایب: وابستگی به شرایط سیاسی و دیپلماتیک؛ احتمال کارشکنی برخی رقبای؛ هزینه‌های بالای میزبانی و حضور مستمر.



نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان می‌دهد دیپلماسی فرهنگی ایران در جهان اسلام بر پایه پشتوانه‌های تمدنی، زبانی، ارزشی و هنری، ظرفیت بالایی برای تقویت نفوذ نرم و ایجاد همگرایی دارد. میراث ایرانی - اسلامی، زبان فارسی، گفتمان انقلاب، تنوع هنری، گردشگری و جایگاه علمی، فرصت‌های مهمی برای تعمیق روابط فرهنگی فراهم می‌کنند.

در مقابل، نبود راهبرد جامع، نگاه ایدئولوژیک کوتاه‌مدت، ضعف در رسانه‌های نوین، کمبود منابع، شناخت ناکافی از بازارهای فرهنگی و بروکراسی سنگین، نقاط ضعف اصلی این حوزه‌اند. محیط خارجی نیز با وجود اشتراکات دینی، از تنوع فرهنگی و رقابت شدید قدرت‌های منطقه‌ای و جهانی‌سازی فرهنگی غرب متأثر است.

تحلیل SWOT تأکید می‌کند که بهره‌گیری حداکثری از نقاط قوت و فرصت‌ها، کاهش ضعف‌ها و مقابله با تهدیدات، همراه با استفاده هدفمند از ظرفیت نخبگان و شبکه‌های فکری، کلید موفقیت است. اجرای راهکارهایی چون تدوین سند جامع دیپلماسی فرهنگی، هماهنگی نهادی، سرمایه‌گذاری رسانه‌ای، تبادلات نخبگانی و همکاری‌های چندجانبه، ضرورتی راهبردی برای حفظ و ارتقای جایگاه ایران در جهان اسلام محسوب می‌شود.

• اقدامات کوتاه‌مدت

هدف: بهبود هماهنگی نهادی، به‌روزرسانی پیام‌ها و تقویت ابزارهای ارتباطی

۱. تدوین سند جامع دیپلماسی فرهنگی ایران با مشارکت نهادهای ذی‌ربط (وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، وزارت میراث فرهنگی، صداوسیما، بنیاد سعدی) ذیل بخش سوم از سیاست‌های جامع امور فرهنگی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران.
۲. راه‌اندازی مرکز فرماندهی رسانه‌های بین‌المللی ایران برای تولید محتوای چندزبانه و حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی.
۳. برگزاری نشست‌های سالانه نخبگان جهان اسلام به‌صورت حضوری و مجازی، با تمرکز بر گفت‌وگوی فرهنگی و همگرایی علمی - فکری.
۴. تقویت زیرساخت‌های گردشگری مذهبی و فرهنگی با بسته‌های سفر ترکیبی (زیارتی، تاریخی، فرهنگی).
۵. نهادینه‌سازی دیپلماسی فرهنگی در ساختار کلان دولت: ایجاد کارگروه دائمی زیر نظر شورای عالی انقلاب فرهنگی برای رصد و هدایت سیاست‌ها.
۶. افزایش جذابیت پیام‌ها: استفاده از زبان هنر و ادبیات (فیلم، موسیقی، شعر) برای جوانان مسلمان، نه صرفاً پیام‌های رسمی و ایدئولوژیک.
۷. پایش رسانه‌ای: راه‌اندازی سیستم رصد مستمر برای تحلیل افکار عمومی جهان اسلام و بازخوردگیری سریع از پیام‌ها.

• اقدامات میان‌مدت

هدف: توسعه شبکه‌های نخبگانی و ارتقای جایگاه ایران در سازمان‌های فرهنگی منطقه‌ای و جهانی

۱. ایجاد شبکه نخبگان فرهنگی و علمی جهان اسلام با پلتفرم دیجیتال اختصاصی.
۲. افزایش مشارکت ایران در سازمان همکاری اسلامی، آیسسکو، اکو و فستیوال‌های فرهنگی منطقه‌ای.
۳. توسعه همکاری‌های علمی با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی جهان اسلام، همراه با بورس‌های تحصیلی ویژه نخبگان فرهنگی.
۴. تولید مجموعه‌های رسانه‌ای مشترک (سریال، مستند، محتوای دیجیتال) با کشورهای اسلامی همسو.
۵. ایجاد مراکز مشترک نخبگانی: تأسیس کرسی‌های ایران‌شناسی و اسلام‌شناسی در دانشگاه‌های معتبر جهان اسلام با همکاری استادان دو طرف.
۶. همکاری رسانه‌ای منطقه‌ای: تولید محتوای مشترک (فیلم، مستند، پادکست) با شبکه‌های رسانه‌ای اسلامی و تقویت پیام چندزبانه.
۷. بازآفرینی روایت تمدنی: معرفی ایران به‌عنوان الگوی «هم‌زیستی تمدنی» با تأکید بر میراث مشترک ایران - اسلامی.

• اقدامات بلندمدت

هدف: تثبیت جایگاه ایران به عنوان مرجع فرهنگی - فکری جهان اسلام

۱. تبدیل ایران به مرکز بین المللی گفت و گوی تمدن ها و فرهنگ های اسلامی.
۲. ایجاد بنیاد جهانی فرهنگ و تمدن ایرانی - اسلامی برای مدیریت پروژه های مشترک با کشورهای اسلامی.
۳. طراحی شاخص نفوذ فرهنگی ایران و سنجش سالانه آن برای پایش سیاست ها.
۴. تدوین «شاخص دیپلماسی فرهنگی»: براساس معیارهایی مانند جذب دانشجویان، گردشگران، تولید مشترک رسانه ای، و ارزیابی سالانه توسط نهاد مستقل.
۵. ایجاد صندوق سرمایه گذاری فرهنگی اسلامی: برای تأمین مالی پایدار پروژه ها با مشارکت بخش خصوصی و کشورهای اسلامی همسو.
۶. نهادینه کردن دیپلماسی فرهنگی غیررسمی: شبکه سازی مستمر میان نخبگان جوان، انجمن های علمی، و NGOها برای ایجاد «سرمایه اجتماعی فرهنگی» در بلندمدت.
۷. سرمایه گذاری در فناوری های نوین فرهنگی (واقعیت مجازی، هوش مصنوعی، پلتفرم های آموزش آنلاین).
- ۸.

بازه زمانی	اقدام کلیدی	نهاد مسئول	خروجی مورد انتظار
کوتاه مدت	تدوین سند جامع دیپلماسی فرهنگی	وزارت امور خارجه	سند مصوب و ابلاغ شده
کوتاه مدت	ایجاد مرکز فرماندهی رسانه های بین المللی	صداوسیما	پلتفرم چندزبانه فعال
کوتاه مدت	ایجاد کارگروه دائمی «دیپلماسی فرهنگی» زیر نظر شورای عالی انقلاب فرهنگی برای هماهنگی نهادها	شورای عالی انقلاب فرهنگی	هماهنگی نهادی، جلوگیری از موازی کاری
کوتاه مدت	راه اندازی سیستم رصد رسانه ای و افکار عمومی جهان اسلام	صداوسیما، مرکز تحقیقات استراتژیک	گزارش های دوره ای از افکار عمومی و جنگ روایت ها
کوتاه مدت	بازطراحی پیام های فرهنگی با زبان هنر و ادبیات برای جوانان	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	افزایش جذابیت پیام ها، ارتباط مؤثر با نسل جوان
میان مدت	ایجاد شبکه نخبگان فرهنگی - علمی	سازمان فرهنگ و ارتباطات	شبکه فعال با اعضای بین المللی
میان مدت	مشارکت گسترده در سازمان های فرهنگی منطقه ای	وزارت امور خارجه	افزایش نفوذ و برند فرهنگی ایران
میان مدت	تأسیس مراکز مشترک نخبگانی (کرسی های ایران شناسی و اسلام شناسی)	وزارت علوم	تربیت نخبگان همسو، تبادل علمی پایدار

میان مدت	تولید محتوای رسانه‌ای مشترک با کشورهای اسلامی (فیلم، مستند، پادکست چندزبانه)	صداوسیما	افزایش نفوذ رسانه‌ای ایران در جهان اسلام
میان مدت	بازآفرینی روایت تمدنی ایران - اسلام در جهان اسلام	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	تقویت هویت مشترک و تصویر مثبت ایران
بلندمدت	ایجاد بنیاد جهانی فرهنگ و تمدن ایرانی - اسلامی	شورای عالی انقلاب فرهنگی	مرکز پایدار مدیریت پروژه‌های مشترک
بلندمدت	طراحی شاخص نفوذ فرهنگی ایران	مرکز تحقیقات استراتژیک	گزارش سالانه شاخص نفوذ
بلندمدت	طراحی و انتشار «شاخص دیپلماسی فرهنگی ایران» برای ارزیابی سالانه	وزارت امور خارجه	نظام سنجش عملکرد و بهبود مستمر سیاست‌ها
بلندمدت	ایجاد صندوق سرمایه‌گذاری فرهنگی اسلامی (با مشارکت بخش خصوصی)	وزارت اقتصاد، وزارت فرهنگ	تأمین مالی پایدار برای پروژه‌های فرهنگی
بلندمدت	نهادینه‌سازی دیپلماسی فرهنگی غیررسمی از طریق شبکه‌سازی میان نخبگان جوان و NGO ها	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	شکل‌گیری سرمایه اجتماعی فرهنگی و اعتمادسازی مردمی

• پیشنهادهای تقنینی برای حمایت از دیپلماسی فرهنگی

۱. سند جامع دیپلماسی فرهنگی

دولت مکلف است مطابق سیاست‌ها و سند جامع امور فرهنگی بین‌الملل جمهوری اسلامی ایران، «سند جامع دیپلماسی فرهنگی» مشتمل بر راهبردها، تقسیم کار نهادی، اهداف کمی و شاخص‌های ارزیابی را تهیه و برای تصویب به مجلس شورای اسلامی تقدیم نماید.

۲. شورای ملی دیپلماسی فرهنگی

به‌منظور سیاست‌گذاری یکپارچه و رفع موازی‌کاری، «شورای ملی دیپلماسی فرهنگی» به ریاست وزیر امور خارجه تشکیل می‌شود. دبیرخانه شورا در وزارت امور خارجه مستقر است. مصوبات شورا پس از تأیید هیئت‌وزیران برای دستگاه‌های مشمول لازم‌الاتباع است.

۳. پیوست تقنینی فرهنگی برای همه برنامه‌های ملی

تصویب و آغاز هر طرح یا برنامه ملی در حوزه دیپلماسی فرهنگی منوط به «پیوست تقنینی فرهنگی» مشتمل بر مبنای حقوقی، اهداف کمی، تقسیم کار، زمان‌بندی، برآورد مالی و شاخص‌های پیامدی است.

۴. منابع پایدار و صندوق حمایت

سازمان برنامه و بودجه مکلف است ردیف مستقل و قابل رهگیری برای دیپلماسی فرهنگی در بودجه سنواتی ایجاد و «صندوق حمایت از طرح‌های دیپلماسی فرهنگی» را برای گزینش رقابتی (به دستگاه‌ها، دانشگاه‌ها و NGOها) تأسیس نماید.

۵. دیپلماسی فرهنگی غیررسمی (NGO و شبکه‌های نخبگانی)

سازمان امور مالیاتی مکلف است معافیت‌های هدفمند و پلکانی برای NGOها و شبکه‌های علمی - فرهنگی دارای مجوز برقرار کند. وزارت کشور و وزارت امور خارجه موظف‌اند «پنجره واحد روایت نخبگان فرهنگی - علمی» را راه‌اندازی کنند.

۶. دیپلماسی دیجیتال و محتوای چندزبانه

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است «پنجره واحد خدمات رسانه‌ای برون‌مرزی» را برای مجوزها، ترجمه، توزیع دیجیتال و استانداردهای انتشار چندزبانه ایجاد و ضوابط را بازنگری کند. دستگاه‌های رسانه‌ای دولتی موظف‌اند برنامه سالانه تولید و توزیع چندزبانه با اهداف کمی ارائه دهند.

۷. دیپلماسی فرهنگی اقتصادی (گردشگری مذهبی - فرهنگی)

به منظور تقویت و اجرای مصوبه جلسه ۷۰۶ شورای فرهنگ عمومی کشور (برنامه ارتقای فرهنگ زیارت و گردشگری مذهبی)، دولت مکلف است آیین‌نامه‌های اجرایی مربوط به آن را تهیه و تصویب نموده و ردیف اعتباری مستقل در بودجه سنواتی برای تحقق اهداف آن برنامه پیش‌بینی نماید.

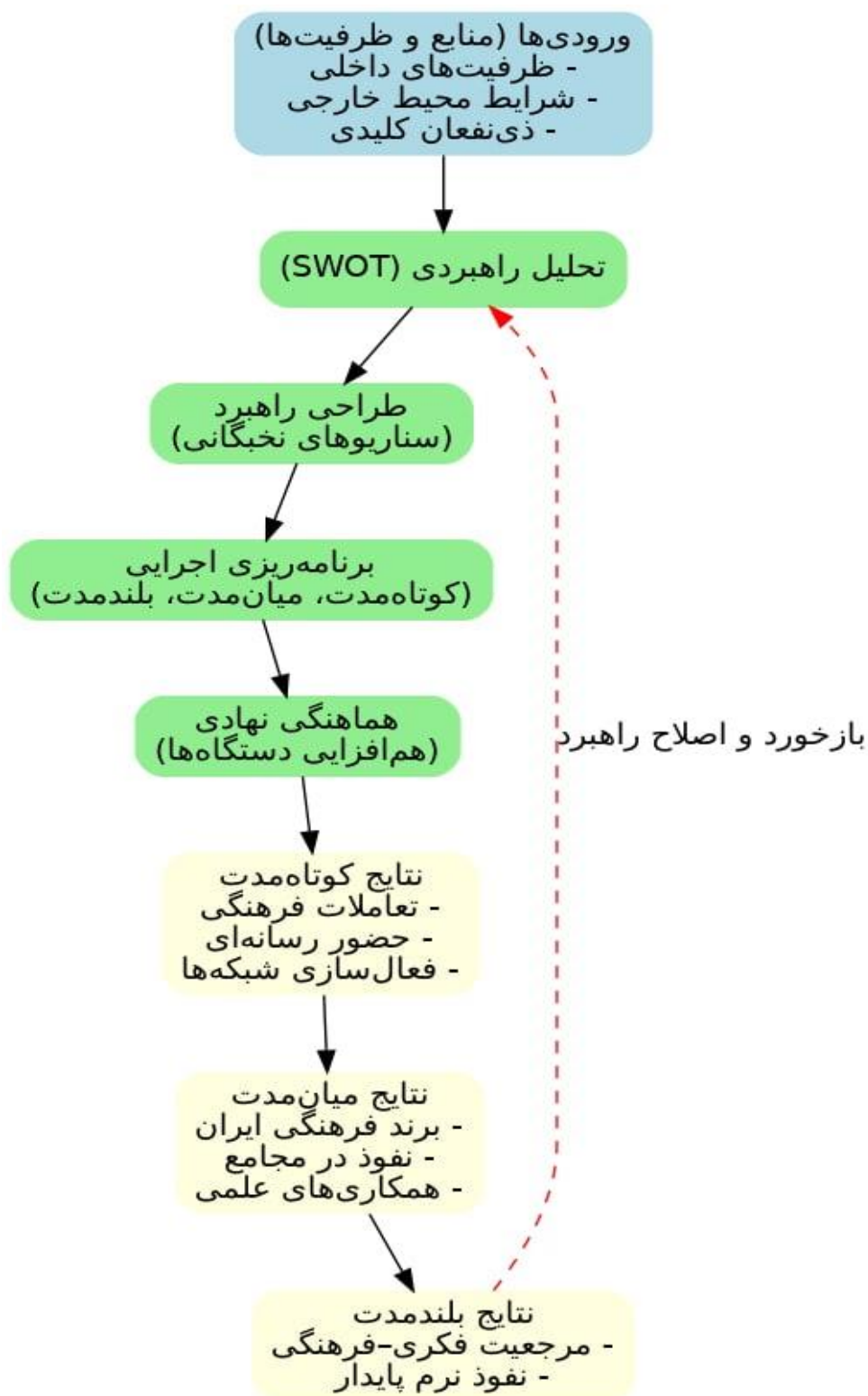
۸. نظام پایش و سامانه برخط

دبیرخانه شورای ملی دیپلماسی فرهنگی مکلف است «سامانه برخط پایش و تابلوی مدیریتی» را بر پایه شاخص‌های ملی (تولیدات مشترک، مخاطب چندزبانه، جذب نخبگان و دانشجویان خارجی، گردشگر مذهبی - فرهنگی، شبکه‌های همکار) ایجاد کند و همه دستگاه‌ها داده‌های دوره‌ای را بارگذاری نمایند.

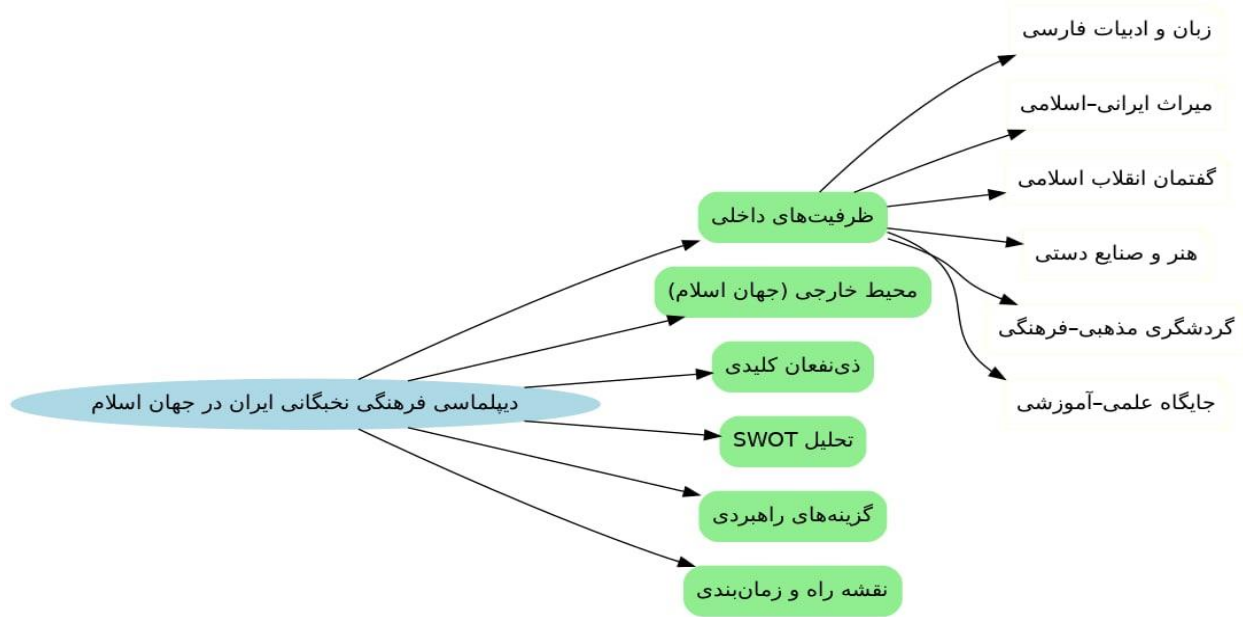
۹. سرمایه انسانی بین‌المللی

سازمان اداری و استخدامی مجاز است سهمیه‌های تخصصی بین‌المللی (رایزن فرهنگی دیجیتال، مدیر شبکه‌های چندزبانه، مترجم ارشد) را در سقف استخدامی برای دستگاه‌های مأموریت‌دار ایجاد و مسیر ارتقای شغلی تعریف کند.

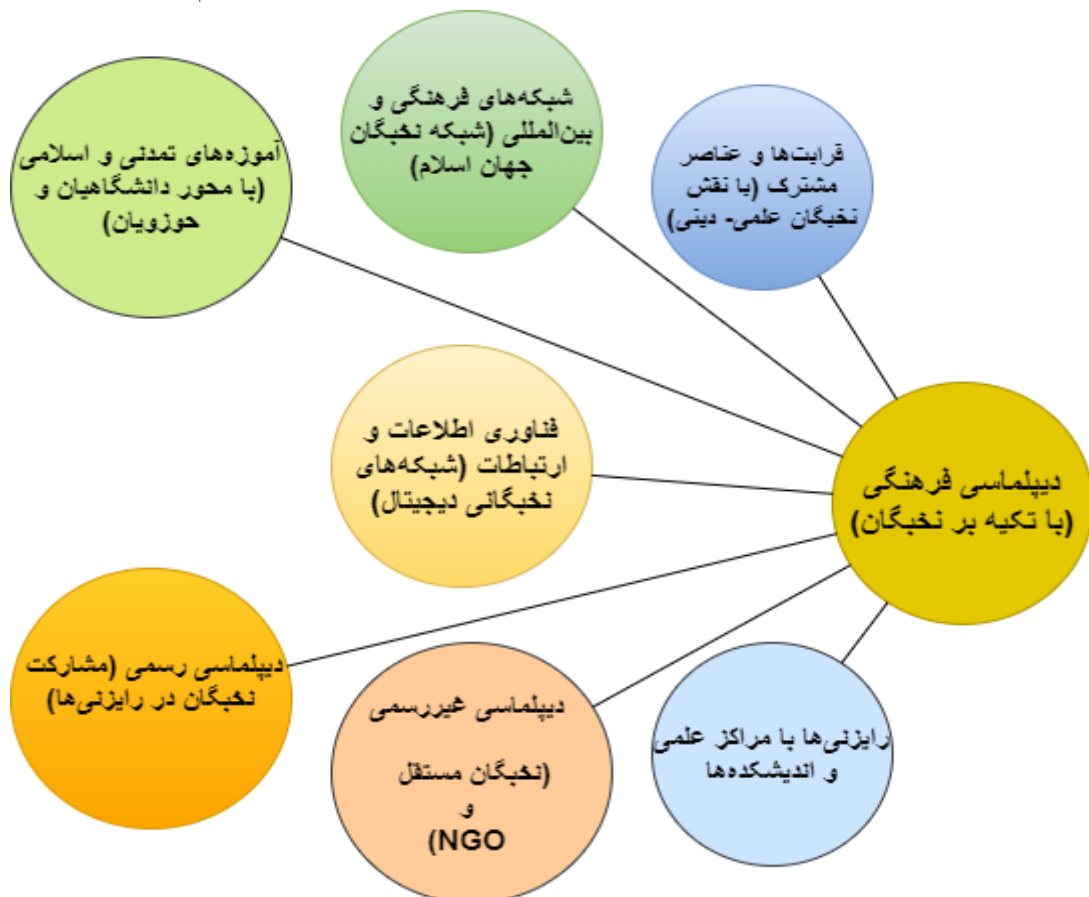
شکل ۱- مدل راهبردی دیپلماسی فرهنگی نخبگانی ایران



شکل ۲- نقشه مفهومی دیپلماسی فرهنگی نخبگانی ایران در جهان اسلام



شکل ۳- مدل شبکه‌ای دیپلماسی فرهنگی با تکیه بر نخبگان جهان اسلام



الف) فارسی

۱. آشنا، حسام‌الدین. (۱۳۸۳). «فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی؛ ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی». فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، (۲۱).
۲. بشیر، حسن. (۱۳۹۵). دیپلماسی گفتمانی (تعامل سیاست، فرهنگ و ارتباطات). تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۳. دهشیری، محمدرضا. (۱۳۹۳). دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. تهران: نشر علمی و فرهنگی.
۴. درخشه، جلال، اسماعیلی کلیشمی، علیرضا. (۱۳۹۶). «دیپلماسی فرهنگی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در ایتالیا؛ فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردها»، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، سال هفتم، شماره ۲، تابستان، صص ۲۷-۵۳.
۵. صالحی امیری، سید رضا، و محمدی، سعید. (۱۳۸۹). دیپلماسی فرهنگی. تهران: نشر ققنوس.
۶. طبرسا، غلامعلی. (۱۳۸۲). تبیین شاخص‌های فرهنگی (شاخص‌های بخش هنر). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۷. قنبرلو، عبدالله. (۱۳۹۰). نقش و رویکرد شبکه خبری الجزیره در تحولات اخیر جهان عرب. گزارش راهبردی پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۸. نادری نسب، پرویز. (۱۳۸۹). «چالش‌های روابط جمهوری اسلامی ایران و عربستان در منطقه». فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ۴۰، (۱).
۹. حقیقی، رضا. (۱۳۸۶). فرهنگ و دیپلماسی. تهران: انتشارات الهه.
۱۰. نصر، سید حسین. (۱۳۸۵). «مناطق فرهنگی در تمدن اسلامی». سایت رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در مسکو.
۱۱. شورای فرهنگ عمومی. (۱۳۸۶). سند مؤلفه‌های هویت ملی ایرانیان. بازیابی شده در تاریخ ۸ آذر ۱۳۸۸، تهران: شورای فرهنگ عمومی.

ب) انگلیسی

12. Cummings, M. C. (2003). *Cultural Diplomacy and the US Government: A Survey*. Washington, DC: Center for Arts and Culture.
13. Çevik, S. B. (2019). *Reassessing Turkey's Soft Power: The Rules of Attraction*. Alternatives: Global, Local, Political, 44(1), 50–71.
14. Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means of Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

