

## الگوهای دیپلماسی فرهنگی در جهان؛ از تهاجمی تا انقلابی، از نخبه‌گرا تا توده‌محور

محمدباقر خرمشاد<sup>۱</sup>

محمد اله یاری فومنی<sup>۲</sup>

### چکیده

امروزه، عرصه دیپلماسی دچار گستردگی و تنوع زیادی شده است و با عنوان‌های مختلفی مانند دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی فرهنگی و... خوانده می‌شود. دیپلماسی، بازوی اجرایی سیاست خارجی یک دولت است. مجموعه علوم، هنر، فنون و روش‌هایی که یک نقش‌آفرین در عرصه بین‌الملل یا دیپلمات در ارتباط با دیگر بازیگران بین‌المللی برای به دست آوردن یا حفظ منافع ملی خود به کار می‌بندد، دیپلماسی نام دارد. دیپلماسی فرهنگی، با محوریت فرهنگ و با ابزار قرار دادن آن در دیپلماسی اهداف خود را دنبال می‌کند. در این مقاله، در نظر داریم که با استفاده از روش فرامطالعه، الگوهای دیپلماسی فرهنگی کشورهای منتخب در میان کشورهای مختلف جهان را بررسی کنیم. این الگوها در سه حوزه کشورهای غربی، کشورهای اسلامی و قدرت‌های بزرگ آسیایی طبقه‌بندی شده‌اند. کشورهای غربی شامل ایالات متحده آمریکا و فرانسه، کشورهای اسلامی شامل عربستان و ترکیه و منظور از قدرت‌های بزرگ آسیایی، کشورهای ژاپن و هندوستان است. در نهایت، پژوهش حاضر به طراحی ساخت‌های مفهومی انجامیده است که می‌تواند پیش زمینه هرگونه سنخ‌شناسی الگوهای دیپلماسی فرهنگی قرار بگیرد. این ساخت‌های مفهومی عبارتند از الگوهای دیپلماسی فرهنگی تهاجمی و غیرتهاجمی، الگوهای دیپلماسی فرهنگی معطوف به نخبگان دانشگاهی و دیپلماسی فرهنگی معطوف به فرهنگ عامه.

واژگان کلیدی: دیپلماسی، دیپلماسی توده‌محور، دیپلماسی تهاجمی، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی نخبه‌گرا

---

<sup>۱</sup> دکترای تخصصی و استاد علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی

khoramshad@atu.ac.ir

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری علوم سیاسی - مسائل ایران دانشگاه علامه طباطبایی

foomanimohammad@gmail.com

## مقدمه

امروزه دولت-ملت‌ها، ابزارهای متفاوتی را برای غلبه بر یکدیگر به کار می‌گیرند که بیش از پیش عرصه جهانی را -که نیازمند گفت‌وگوی انسانی بر سر بحران‌های عینی است- به میدان نبردی تمام عیار بدل کرده است. در یک طبقه‌بندی کلی می‌توان این ابزارهای قدرت را به دو بخش سخت و نرم تقسیم نمود. «قدرت به دو بخش قدرت سخت و قدرت نرم بخش می‌شود. قدرت سخت بر شالوده توانایی‌های اقتصادی و نظامی به کار می‌رود و قدرت نرم، توانایی یک کشور در وادار کردن کشورهای دیگر به این که همان چیزی را بخواهند که او می‌خواهد؛ آن هم از راه جاذبه‌های فرهنگی و ایدئولوژیک که خود در اختیار دارد» (Nye, 1990: 182).

در طول حیات جهان مدرن استفاده از ابزارهای قدرت نرم نسبت به جهان سیاسی قدیم، به طرز قابل توجهی رو به گسترش است. به طور مثال پس از جنگ جهانی دوم، نبردهای تبلیغاتی سیاسی، که رایج‌ترین فرم قدرت نرم بودند، بین دو بلوک شرق و غرب به وجود آمد که در تاریخ سیاسی جهان بی‌سابقه بود. اما شدت این نبرد به حدی بود که در دوران معاصر، نگرش عمومی نسبت به نبردهای تبلیغاتی بین دولت‌ها بشدت منفی و کاریکاتوری گشت. به دنبال پیدایش همین نگرش منفی در عرصه سیاست بین‌المللی بود که ما شاهد اصطلاح جدیدی در عرصه استفاده از قدرت نرم به نام دیپلماسی عمومی بودیم. دیپلماسی عمومی که اولین بار در ادبیات سیاسی ایالات متحده ظهور کرد، کوشید تا مفهوم تبلیغات را بر عرصه بین‌المللی متمرکز کند و هم‌چنین با تغییر روش‌ها، از بار منفی آن بکاهد. دیپلماسی عمومی بنا به تعریف بیگلر<sup>۳</sup> پاسخ به این پرسش است که: «چگونه می‌توان از طریق جلب نظر مردم (یا بخشی از مردم) سایر کشورها برای اعمال فشار بر دولت‌های خود، در جهت حمایت از اهداف مورد نظر دست یافت» (bigler, 2005).

در واقع آنچه دیپلماسی عمومی را از تعریف دیپلماسی رسمی جدا می‌کند این است که در دیپلماسی عمومی دولت‌ها به جای آنکه بر دولت‌های دیگر مستقیماً اثر بگذارند مردم آن کشورها را هدف قرار می‌دهند. اگر وضع طبیعی یادآور تمام جنگ‌های پر شمار تاریخ تمدن بود، دیپلماسی عمومی با گسترش مفهوم «نفوذ»، چهره دیگری به تضادهای

---

<sup>3</sup> bigler

ملی در عصر سرمایه‌داری داد. اما مهم‌ترین زیرمجموعه مفهوم دیپلماسی عمومی همان دیپلماسی فرهنگی است که در این پژوهش موضوع ما قرار گرفته است. دیپلماسی فرهنگی ناظر بر تمام جنبه‌های فرهنگی موجود در دیپلماسی عمومی است. اکنون کشورها می‌کوشند با ابزار قرار دادن مهمترین دستاوردهای بشری در عرصه فرهنگ، بر کشورهای دیگر و سیاست‌هایشان اثر بگذارند. گسترش این سطح از سیاست‌گذاری موجب شده است، دیپلماسی فرهنگی به سرفصل مهمی در نظریات علوم سیاسی بدل شود.

اما کشورها به دلیل تفاوت‌های فرهنگی در استفاده از دیپلماسی فرهنگی مجبور خواهند بود الگوهای متفاوتی را برای ایجاد نفوذ فرهنگی به وجود آورند. در سال‌های اخیر ما شاهد گسترش الگوهای دیپلماسی فرهنگی هستیم و به همین دلیل برای شناخت الگوهای مختلف شکل گرفته در این زمینه نیاز است که به الگوهای مطرح دیپلماسی فرهنگی در جهان غرب، جهان اسلام و کشورهای آسیایی پردازیم. در واقع هدف ما پاسخگویی به این سوال اساسی است؛ در جهان امروز از چه نوع الگوهای فرهنگی می‌توان نام برد؟

برای پاسخگویی به این سؤال، ما در پژوهش پیش رو با توجه به سابقه موجود تحقیقات کیفی انجام شده، از روش فراترکیب<sup>۴</sup> که خود از زیر شاخه‌های فرامطالعه<sup>۵</sup> است، استفاده نمودیم. این روش، این امکان را فراهم می‌آورد که تحقیقات کیفی انجام شده در گذشته را به نحو مؤثری در هفت گام تنظیم، مرور، انتخاب، استخراج، تجزیه و تحلیل، کنترل و صورتبندی نماییم (Sandelowski & Barroso, 2007).

### ۱- دیپلماسی فرهنگی

همراه با منفی شدن معنای تبلیغات سیاسی در اذهان عمومی، دولت‌ها از به‌کارگیری این واژه برای توصیف برنامه‌های تبلیغی خود اجتناب کردند. به تدریج، دیپلماسی عمومی تعبیر و جایگزین مناسبی برای تبلیغات سیاسی شد؛ نلسون<sup>۶</sup> تبلیغات سیاسی را به مثابه شکلی منظم از اقناع هدفمند تعریف می‌کند که تلاش دارد عواطف، نگرش‌ها، افکار و اعمال یک مخاطب هدف مشخص شده را برای اهداف ایدئولوژیک، سیاسی، یا تجاری با انتقال پیام‌های یک پهلوی (اعم از واقعی و غیرواقعی) و از طریق مجراهای رسانه‌ای

<sup>4</sup> meta synthesis

<sup>5</sup> meta study

<sup>6</sup> Nelson

جمعی و مستقیم، تحت تأثیر قرار دهد (Nelson, 1996: 232). نیروهای اقناعی که عمدتاً از طریق رسانه‌ها و فرایندهای فرهنگی-آموزشی عمل می‌کنند، با ماندگار کردن یک ایدئولوژی سیاسی غالب، یک نظام هژمونیک را ثابت نگه می‌دارند. در اینجا منظور از ایدئولوژی، شیوه‌هایی است که از آن طریق، معانی منتقل شده توسط قالب‌های نمادین، به بنیان‌گذاری و نگه‌داشت روابط قدرت کمک می‌کند (Oktar, 2001: 320) و فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی را در قالب دیپلماسی فرهنگی به کار می‌گیرد.

در تعریف کامینگز<sup>۷</sup>، دیپلماسی فرهنگی عبارت است از مبادله ایده‌ها، اطلاعات، هنر، نحوه زندگی، نظام ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات به منظور دستیابی به مفاهیم مشترک و تقویت تفاهم متقابل میان ملت‌ها و کشورها (Cummings, 2003: 1). به بیان دیگر، دیپلماسی فرهنگی تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تأثیرگذاری بر مردم دیگر کشورها و تبادل ایده‌ها، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه‌های فرهنگ میان ملت‌ها، به منظور تقویت تفاهم متقابل است. دیپلماسی فرهنگی روایت داستان یک تمدن برای صاحبان سایر تمدن‌ها با استفاده از ابزارهایی از جنس همان تمدن است؛ به عبارت دیگر، دیپلماسی فرهنگی آنگاه معنا و مفهوم واقعی خود را پیدا می‌کند که کشوری برای انتقال غنای نهفته در فرهنگ و تمدن خود با استفاده از سازوکارها و ابزارهایی از همان جنس به معرفی و انتقال آن به سایر ملل می‌پردازد و آن را سیاست خارجی خود لحاظ می‌کند (خانی، ۱۳۸۴). هدف اساسی دیپلماسی فرهنگی، ارائه دیدگاهی روشن و موجه نسبت به فرهنگ ارزشی و رفتاری نظام برای بازیگران مختلف عرصه بین‌الملل شامل دولت‌ها، سازمان‌های دولتی بین‌المللی و غیردولتی، نهادهای جوامع مدنی و افکار عمومی است. به این ترتیب بیهوده نیست که نفوذ و اثرگذاری را دو هدف اصلی دیپلماسی فرهنگی می‌شمارند (محمدی، ۱۳۸۹).

در تبیین و توضیح دیپلماسی عمومی، تأثیرگذاری در خارج از مرزها و تسخیر قلب‌ها و مغزها، با هر روشی عنوان می‌شود؛ اعزام گروه‌های هنری، برگزاری جشنواره‌ها، پذیرش بورسیه‌های تحصیلی و چاپ و نشر کتاب به زبان‌های دیگر و به‌کارگیری رسانه از جمله روش‌های اجرای دیپلماسی عمومی فهرست می‌شود و آن را در دستور کار بسیاری از کارشناسان خبره در دنیای معاصر می‌دانند. این موضوع، دیپلماسی عمومی را به شدت به تعریف دیپلماسی فرهنگی نزدیک می‌کند، به نحوی که دیپلماسی

<sup>7</sup> Cummings

عمومی مصطلح، حتی با دیپلماسی فرهنگی به مفهوم مضیق آن نیز- با مفهوم حاصل از ترکیب دیپلماسی با فرهنگی به مفهوم بخشی آن- در اکثر موارد همپوشانی دارد. یقیناً گسترش حوزه دیپلماسی عمومی از یکسو و تعریف مضیق و موسع فرهنگ در مفهوم دیپلماسی فرهنگی از سوی دیگر راهگشای این خواهد بود تا بتوانیم دیپلماسی عمومی را با دیدی تخصصی نگرسته و مفاهیم جدید را وارد ادبیات دیپلماسی کنیم؛ مفاهیمی که دیپلماسی فرهنگی و زیرمجموعه‌های آن از جمله مفاهیم آن به شمار می‌آید.

## ۲- الگوهای دیپلماسی فرهنگی

در این پژوهش بررسی الگوهای دیپلماسی فرهنگی کشورهای منتخب در میان کشورهای مختلف جهان، بر اساس حوزه فرهنگی آنها انجام گرفته است؛ بدین معنا که ابتدا کشورهایی که دیپلماسی فرهنگی موثری را در جغرافیای سیاسی پیرامون خود دارند انتخاب کرده‌ایم و سپس کشورهای منتخب را بنا به جغرافیای فرهنگیشان به دسته‌های دوتایی و سه حوزه کشورهای غربی، کشورهای اسلامی و قدرت‌های بزرگ آسیایی بخش کرده‌ایم.

### الف) الگوهای کشورهای غربی

در این بخش ابتدا دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده آمریکا را تشریح می‌کنیم. توضیح می‌دهیم که چگونه این دیپلماسی از درون جنگ سرد سربرآورد، چه ساختارهای کلانی از آن پشتیبانی می‌کنند و چه اولویت‌هایی را مدنظر خود قرار داده‌اند. در گام بعدی به سراغ فرانسه، مهم‌ترین کشور اروپا از نظر فرهنگی می‌رویم و تلاش آنان را جهت استحکام بخشیدن به دیپلماسی فرهنگیشان را در سه بخش محتوا غایت این دیپلماسی، ساختار مادی آن و اولویت‌هایش تشریح می‌کنیم.

#### ۱. ایالات متحده آمریکا

##### محتوا

بروز جنگ سرد، انتقال فرهنگ را به عنوان یک عنصر مهم در سیاست خارجی آمریکا نهادینه کرد؛ آنچه از آن به عنوان دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده تعبیر می‌شود، از طریق تبلیغات سیاسی و فرهنگی، سعی در ترویج سبک زندگی آمریکایی، تجلیل از ارزش‌ها و راه و رسم لیبرال دموکراسی و دفاع از سرمایه‌داری مصرفی دارد (Gienow-hecht, 2005: 397-408).

آمریکا ظهور صنایع فرهنگی و بنگاه‌های رسانه‌ای فراملی را پس از جنگ جهانی اول، با جریان مداوم یک‌سویه از محصولات فرهنگی، به سمت جهان سوم به راه انداخت.

این اقدامات از آنچه که نای<sup>۸</sup> آن را قدرت نرم می‌نامد بهره می‌گرفتند (Nye, 2004: 16-20). متفکرین رسانه‌های جمعی در آمریکا، مانند دانیل لرنر<sup>۹</sup> و ویلبر شرام<sup>۱۰</sup>، رسانه‌های جمعی را به مثابه مجراهایی آرمانی برای ترویج نوسازی غرب محور در کشورهای جهان سوم می‌بینند. آنها استدلال می‌کنند که رسانه‌ها مردم را به اطلاعاتی که برای توسعه یافتن نیاز دارند، مجهز می‌کند، به آنها انگیزه برای دگرگونی می‌دهد و فنونی را که برای ایجاد تغییر به آن نیاز دارند، به آنها می‌آموزد. مبتنی بر این دیدگاه، جریان محصولات تفریحی مانند فیلم، موسیقی و تلویزیون به القای برتری سبک غربی نوسازی بر سبک‌های سوسیالیستی و کمونیستی کمک کردند. به زعم ایزدی (۱۳۸۹) این رسانه‌های تفریح محور، برای نشان دادن زندگی پررونقی که نوسازی متعهد آن شده بود طراحی شده بودند. حکومت ایالات متحده این خط پژوهشی را از طریق نظرسنجی‌هایی که خود بانی آن بود، حمایت و تأمین مالی می‌کرد.

در دهه ۱۹۸۰ در کاخ سفید دفتری به نام دیپلماسی عمومی برای مقابله با دولت ساندنیست‌ها در نیکاراگوئه و در کل به دلیل اوضاع آمریکای لاتین و حوزه دریای کارائیب تأسیس شد. هدف کلی این قبیل نهادها طرح و بیان داستان از منظر آمریکا<sup>۱۱</sup> و خواهان ارتقای جایگاه نشان و مارک آمریکایی<sup>۱۲</sup> بوده است.

در مقطع زمانی پس از ۱۱ سپتامبر شارلوت بیرز،<sup>۱۳</sup> مدیرکل دیپلماسی عمومی وزارت خارجه آمریکا شد که پیشینه اصلی کاری او، نه در دنیای سیاست، بلکه در دنیای بازاریابی و فروش بود. از این رو می‌توان دغدغه اصلی دولت آمریکا در این مقطع را به‌طور خاص، بحث نحوه طراحی و عرضه پیام دانست. وی اهداف استراتژیک ایالات متحده را اموری همچون معرفی ارزش‌ها و اعتقادات آمریکا، نشان دادن فرصت‌هایی که به برقراری دموکراسی، حاکمیت خوب و نیز بازارهای آزاد منجر می‌شود، دانسته و در بیان راهکارها و مکانیسم‌های لازم در این خصوص به‌طور خاص بر آموزش جوانان تأکید نمود (درویش، ۱۳۸۴: ۱۶۲ و ۱۰۵).

<sup>۸</sup> Nye

<sup>۹</sup> Daniel Lerner

<sup>۱۰</sup> Wilbur Lang Schramm

<sup>۱۱</sup> Telling the story of the US

<sup>۱۲</sup> PROMOTING BRAND U.S.A

<sup>۱۳</sup> Charlotte beers

## ساختار

ایالات متحده به مدت ۸۰ سال، برنامه‌هایی را در خارج از کشور، به صورت نظام‌مند اجرا می‌کرد که از طریق ارتباط با مردم جهان، منافع ملی‌اش را تأمین می‌نمود که ما آن را دیپلماسی عمومی می‌نامیم. در سیاست خارجی ایالات متحده، بیش از آنکه دیپلماسی فرهنگی در دستور کار قرار داشته باشد، دیپلماسی عمومی به دلیل لیبرال دموکراتیک بودن آمریکا در اولویت است.

سیاست خارجی آمریکا در طول تاریخ خود، تاکتیک‌های متفاوتی را اتخاذ کرده است. اما همچنان اهداف و ارزش‌های آمریکا ثابت بوده و دچار دگرگونی اساسی نشده است. ایالات متحده آمریکا از زمان جنگ جهانی دوم به‌عنوان قدرت غالب در فضای بین‌المللی مطرح شده و آمریکاییان، انزواجویی را به سود فعال‌گرایی جهانی رد کردند. سیاست خارجی آمریکا از سال ۱۹۴۷ تا ۱۹۸۹ عمدتاً به ابزار مورد استفاده برای دستیابی به مقاصد همیشگی محدود و بقایش به ارزش‌های تغییرناپذیر وابسته بوده است. کمیت جامعه اطلاعاتی آمریکا از لحاظ بودجه و پرسنل همواره نامعلوم است، اما برآورد شده است در دوره ریاست جمهوری بوش، کل بودجه اطلاعاتی به رقم ۳۰ بیلیون دلار رسید (گکلی و ویتکف، ۱۳۸۸).

بخشی از این سیستم فربه دیپلماسی فرهنگی و اطلاعاتی آمریکا که زیرساخت‌های دیپلماسی عمومی آنها محسوب می‌گردد، عبارت است از:

- (۱) اداره شناسایی ملی (NRO): بزرگ‌ترین مصرف‌کننده بودجه است و اداره برنامه شناسایی ماهواره‌ای کشور را بر عهده دارد و با هزینه سالانه (در ۱۹۹۴) ۷ بیلیون دلار مأموریت انجام می‌دهد.
- (۲) آژانس امنیت ملی (NSA): مسئول اطلاعات علائم (SIGNAL) امنیت مخابراتی و رمزگشایی می‌باشد. NSA را به‌عنوان دومین آژانس امنیتی پرهزینه وزارت دفاع معرفی می‌کنند. مخارجش در سال ۱۹۹۴ رقم ۴ بیلیون دلار برآورد شده است. این آژانس با دستورالعمل محرمانه ریاست‌جمهور در سال ۱۹۵۲ به وجود آمد.
- (۳) دفتر تحقیقات و اطلاعات (INR): نماینده وزارت امور خارجه در جامعه اطلاعاتی است. وظایف اطلاعاتی وزارت، طبیعتاً از مسئولیت‌های کلی امور خارجه ناشی می‌شود و بیشتر شامل آن چیزی است که وزارت به‌طور معمول در تحلیل و تفسیر اطلاعات به عنوان کار اطلاعاتی مد نظر قرار می‌دهد.

۴) فرماندهی ارتش سایبری: رسالت آن هماهنگ‌سازی و انسجام‌بخشی نهادهای ذی‌ربط برای مهار تهدیدهای نامتقارن و حراست از شبکه‌های رایانه‌ای پتناگون است و در نبراسکا واقع شده است. اهمیت این ساختار در سیاست‌های ایالات متحده آمریکا به حدی است که زیرمجموعه فرماندهی‌های راهبردی ایالات متحده قرار گرفته است. این مرکز به ترتیب از دو قسمت چپ و راست به نام‌های «کارسون» و «لودستون» تشکیل شده است و با مغزهای الکترونیکی که در اختیار دارد، قادر است در هر ثانیه دویست میلیون کلمه اطلاعات را در اختیار بگذارد. هم‌چنین دارای دستگاه‌هایی است که می‌تواند ارتعاش‌های نامرئی شیشه‌های پنجره هر اتاقی که در آن گفتگوهای محرمانه صورت می‌گیرد، ثبت کند.

#### اولویت‌ها

۱. تأثیر نهادن از طریق رسانه‌ها، سازمان‌ها و موسسه متعدد غیرحکومتی.
۲. تبادل دانشجو، بورس‌های تحصیلی، هیئت‌های علمی، استفاده از ظرفیت‌های دیپلماسی علم و فناوری.
۳. هژمونی فرهنگی؛ یکسان‌سازی ارزش‌های انسانی از طریق فیلم‌های هالیوودی که بیشترین بازار فروش را دارند.

#### ۲. فرانسه

##### محتوا

عناصر مهم قدرت نرم در این کشور، عوامل فرهنگی و هویتی فرانسه است. فرانسه اساساً کشوری فرهنگی است و در جهان به شخصیت‌ها و مکان‌های فرهنگی و هنری اشتهار دارد. بر این اساس دیپلماسی فرهنگی، جایگاه ویژه‌ای در سیاست خارجی فرانسه داشته و فرهنگ‌سازی و پشتیبانی از فرهنگ به خارج از مرزهای فرانسه نیز سرایت کرده و در سطحی گسترده اعمال می‌شود. در زمینه دیپلماسی فرهنگی، این کشور از کشورهای پیشرو محسوب می‌گردد، پیشینه‌ای بلندمدت دارد و از فرهنگ به‌عنوان مهم‌ترین و بهترین ابزار برای تأثیرگذاری در روابط بین‌المللی بهره می‌گیرد. فرانسه با فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی خود در داخل و خارج از کشور سعی دارد تا عظمت و اقتدار گذشته و تاریخ کشور خود را نشان داده و به دیگر ملت‌ها یادآوری کند. حتی گفته می‌شود که سیاست‌گذاری فرهنگی، ابداع فرانسوی‌ها و مولود شعله



دائمی پادشاهان، امپراتورها و همینطور جمهوری خواهان این کشور است که در صدد بودند تا میراث هنری را تحت سلطه خود در آورند (Djian, 2005).

در قرن هفدهم در فرانسه رابطه میان حکومت و هنر شکلی جدید به خود گرفت و پادشاهان وقت، به ویژه لویی چهاردهم یا همان لویی کبیر، با استعانت از هنرهای مختلف، از فرانسه قدرتی فرهنگی ساختند. لویی کبیر، با سه هدف مشخص، تولیدات هنری و فرهنگی را تحت سیطره و نظارت خود در آورد؛ نخست به منظور تأیید و تثبیت شوکت و جلال سلطنت خود از راه حمایت شاهانه از هنر، دوم برای سامان دادن و نظم بخشیدن به افکار و اذهان از راه بنیان نهادن فرهنگستانها و در نهایت برای یکپارچه کردن قلمرو پادشاهی خود، به هنر و فرهنگ (Mesnard, 2009).

در حوزه سیاست خارجی در جهان، فرانسه از سده شانزدهم، در مباحث فرهنگی و هنری شرکت داشت و تأثیرگذاری خود را آغاز کرده بود. در قرن هفدهم و به ویژه در نیمه دوم این سده، با تدبیر وزرای چون مازارن<sup>۱۴</sup>، کولبر<sup>۱۵</sup> و ریشلیو<sup>۱۶</sup> که نقش بسیاری در تثبیت قدرت منطقه داشتند، پادشاهان وقت، سفرای فرهنگی خود را به سایر نقاط جهان گسیل می داشتند (Riviere, 1995). هم چنین در اوایل قرن نوزدهم تا نیمه قرن بیستم، فرانسه بیشترین نفوذ فرهنگی را در سراسر جهان داشت.

دیپلماسی فرهنگی فرانسه در غالب نوین خود، با آغاز امواج گسترده و روان شدن محصولات فرهنگی و هنری آمریکا به اروپا، از جمله فرانسه شکل گرفت؛ در این زمان اروپا در برابر نفوذ فرهنگی آمریکا از خود مقاومت نشان داد، اما این موج به قدری توفنده بود که باعث کم رونق شدن سینماها و آثار سمعی و بصری اروپا و فرانسه گشت. هجدهم فرهنگی که از قواعد بازار آزاد تبعیت می کرد، اهالی فرهنگ فرانسه را نگران نمود. در نهایت یک ملی گرایی فرهنگی افراطی در برابر تنوع فرهنگی در فرانسه شکل گرفت که در عین حال سعی میکرد دامن هنر را به اقتصاد نیالاید و هنرهای کلاسیک خود را حفظ کند.

نیکلا سارکوزی<sup>۱۷</sup>، رئیس جمهور فرانسه از زمان به عهده گرفتن مسئولیت ریاست جمهوری در سال ۲۰۰۷، اهداف سیاست خارجی خود را تقویت جایگاه و

<sup>14</sup> Mazarin

<sup>15</sup> Colbert

<sup>16</sup> Richelieu

<sup>17</sup> Nicolas Sarkozy

افزایش اعتبار فرانسه در جهان اعلام کرده است. وی در حکم مأموریت برنارد کوشنر<sup>۱۸</sup>، وزیر امور خارجه به تاریخ ۲۷ اوت ۲۰۰۷ که در آن خطوط کلی سیاست خارجی فرانسه ترسیم شد، تأکید فراوان نمود که در عصر جهانی‌سازی، کوشنر باید از جایگاه ویژه فرهنگ برای نیل به اهداف مذکور بهره گیرد. سارکوزی در این حکم از کوشنر خواسته است تا وزارت امور خارجه را به شکل ساختاری، نوسازی نماید و در این ارتباط، دیپلماسی فرهنگی و نهادهای وابسته به آن را مورد توجه جدی قرار دهد. تحت نظارت و مدیریت عالی وزارت خارجه در فرانسه تلاش‌های متعددی در این کشور در رابطه با دیپلماسی عمومی شکل گرفت؛ یکی از این موارد، بحث‌های فرهنگی و آموزشی است که بخشی از آن صرف بورس‌های تحصیلی می‌شود. هم‌چنین مراکز هنری و فرهنگی و راه‌اندازی و ساخت برنامه‌های فرامرزی رادیویی و تلویزیونی مد نظر قرار گرفته که همه در راستای آشنایی و انس هر چه بیشتر مردمان نقاط دیگر دنیا با فرهنگ فرانسوی و جذابیت‌های آن است (واعظی، ۱۳۹۰: ۱۰۵).

### ساختار

عمده شیوه‌های اعمال شده ذیل دیپلماسی فرهنگی کشور فرانسه عبارت‌اند از: اعزام مبلغان مذهبی، تأسیس مدارس، مراکز آموزش عالی و کانون‌های فرهنگی فرانسوی زبان در کشورهای مختلف، تأسیس نمایندگی‌های دیپلماتیک کنسولی در سفارت خانه‌ها و تأسیس اداره کل روابط فرهنگی جهت انجام فعالیت‌های فرهنگی در ضمن فعالیت‌های موسوم دیپلماتیک، تأسیس مؤسسات علمی و پژوهشی، اعزام هیئت‌های باستان‌شناسی، تأسیس و مراکز خدمات درمانی و اعزام تیم‌های پزشکی، اعطای بورس‌های مختلف تحصیلی، تحصیل در قالب قراردادهای مشترک و در چارچوب کنوانسیون‌های پژوهشی و آموزشی میان دانشگاه‌ها و مؤسسات فرانسوی با مراکز مشابه در سایر کشورهای مختلف تحت نظارت و اشراف اساتید مجرب فرانسوی زبان، تأسیس رشته زبان و ادبیات فرانسه در رشته‌هایی همچون علوم سیاسی، حقوق و مدیریت با محوریت زبان فرانسه در کشورهای مختلف، تأسیس انجمن‌ها و محافل ادبی و هنری، خانه‌های فرهنگی و نمایشگاه‌های عرضه محصولات فرهنگی و صنعتی در کشورهای مختلف، تأسیس کتابخانه و کمک به تجهیز کتابخانه‌های ملی و

<sup>18</sup> Bernard Kouchner

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 رادیو 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 دوبله به زبان فرانسه در رسانه‌های محلی و ملی کشورهای استفاده‌کننده، حمایت از سینماگران و هنرمندان کشورها برای تولید فیلم‌های متناسب با ارزش‌های فرهنگی جامعه فرانسه، جذب مهاجران خارجی در قالب توریسم و نفوذ از طریق سازمان‌های غیر دولتی داخلی و شرکت‌های چند ملیتی (شرف‌الدین، ۱۳۸۵: ۳۵۷).

در ادامه به معرفی برخی از نقش‌آفرینان و نهادهای فعال در دیپلماسی فرهنگی فرانسه می‌پردازیم.

#### ۱) آکادمی فرانسه

در سال ۱۶۶۶ در رم تأسیس شد و از مبلغان مذهبی در سده‌های ۱۷ و ۱۸ میلادی حمایت کرد. در این آکادمی مأموریتی به فیلسوفان و نویسندگان بزرگ قرن ۱۸ در دوران روشنگری از جمله روسو<sup>۱۹</sup>، دیدرو<sup>۲۰</sup> و ولتر<sup>۲۱</sup> در ایتالیا، روسیه و پروس، به عنوان دیپلمات سپرده شد.

#### ۲) سرویس آثار فرانسوی در خارج

در سال ۱۹۲۰، از مدارس و آثار هنری فرانسه به سرویس آثار فرانسوی در خارج تبدیل شد و به عنوان مهم‌ترین عنصر دیپلماسی فرانسه در سه بخش مجزا شروع به فعالیت کرد؛ بخش دانشگاهی، هنری و بخش آثار. این نهاد در سال ۱۹۴۵ به مدیریت کل روابط فرهنگی و آثار فرانسوی در خارج تغییر نام داد و سال‌های ۱۹۵۶ و ۱۹۶۵ به ترتیب به بخش‌های مدیریت کل فعالیت فرهنگی و فنی و مدیریت کل روابط فرهنگی، علمی و فنی مجهز شد.

---

<sup>19</sup> Rousseau

<sup>20</sup> Diderot

<sup>21</sup> Voltaire

۳) آلیانس<sup>۲۲</sup> فرانسه

در خلال سال‌های ۱۸۴۰، وزارت امور خارجه فرانسه، برای مبلغانی که در خاورمیانه و خاور نزدیک به کار آموزش زبان فرانسه می‌پرداختند، امتیازات ویژه‌ای قائل می‌شد. تا اینکه در اواخر قرن ۱۹ آلیانس فرانسه به همراه نهادهای دیگری مانند مدارس باستان‌شناسی در شرق و مصر در پاریس تأسیس شد. مؤسسه آلیانس فرانسه زیر نفوذ یهودیان در سال ۱۸۸۳، پس از شکست از پروس کارهای تبلیغاتی و فرهنگی خود را آغاز کرد و به ویژه زبان فرانسوی را در مستعمرات و بقیه کشورها تدریس می‌کرد (شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲: ۳۹۳-۳۹۵).

در حال حاضر آلیانس پاریس دارای ۱۰۶۰۰ دانشجو از ۱۵۶ کشور است. بودجه آن بالغ بر ۱۱/۵ میلیون یورو است که ۹۵ درصد آن را خود آلیانس تأمین می‌کند. شبکه فرهنگی آلیانس شامل ۱۰۴۰ شعبه در ۱۳۶ کشور جهان است و هر ساله بیش از ۴۵۰۰۰۰ نفر از تمام سنین در این شبکه مشغول یادگیری زبان فرانسه می‌شوند. سالانه بیش از ۶ میلیون نفر در برنامه‌های فرهنگی آن شرکت می‌کنند.

۴) مدیریت ارتباطات

در سال ۱۹۸۲، به حسب ایجاد شرایط جدید و پیشرفت تکنولوژی و گسترش رسانه‌های جمعی و سمعی و بصری، در وزارت امور خارجه فرانسه تشکیل شد و در سال ۱۹۹۴ به مدیریت سمعی و بصری خارجی تغییر نام داد تا افزون بر نخبگان کشورها، بتوان با مردم آنها ارتباط برقرار کرد.

۵) فرانکوفونی<sup>۲۳</sup>

این نام اطلاق به فرانسه زبانان دارد و بعدها نام سازمانی بین‌المللی با هدف پیشبرد دیپلماسی فرهنگی فرانسه قرار گرفت. سازمان فرانکوفونی در سال ۱۹۷۰ به پیشنهاد رؤسای جمهور سنگال، تونس و نیجریه تأسیس شد و در سال ۱۹۹۹، بعد سیاسی گرفت و به سازمان بین‌المللی فرانکوفونی تبدیل شد. این نهاد بنا به آمار سال ۲۰۰۶ دارای ۵ عضو اصلی و ۱۲ عضو ناظر است که هر دو سال یک بار در سطح روسای دولت‌های عضو، تشکیل جلسه می‌دهد و چهار نهاد تصمیمات آن را اجرا می‌کنند: آژانس دانشگاهی فرانکوفونی، شبکه TV5، دانشگاه سنگور<sup>۲۴</sup> در اسکندریه و انجمن

<sup>22</sup> Alliance

<sup>23</sup> Francophonie

<sup>24</sup> Senghor

بین‌المللی شهرداران فرانکوفون که در ۱۹۷۹ پدید آمده است که شامل ۱۶۶ شهر است (شاهوردیانی و سعیدیان، ۱۳۹۲: ۳۹۸).

#### ۶) انستیتو فرانسه

این مراکز، مراکز فرهنگی زیر نظر دولت در خارج از کشور هستند. اولین انستیتو در سال ۱۹۰۷ در فلورانس ایتالیا بنا نهاده شد. این مرکز در زمینه مبادلات هنری و استقبال از فرهنگ‌های خارجی در فرانسه فعالیت می‌کند و مأموریت‌های دیگری نظیر اعتلای علوم و آرا و نیز آموزش کارکنان و کارگزاران شبکه فرهنگی فرانسه در خارج را بر عهده دارد.

#### ۷) سازمان مرکزی زبان آموزی فرانسه

سازمان مرکزی زبان آموزی فرانسه یا اتحاد فرانسه که سازمانی مستقل و خصوصی است، از سال ۲۰۰۷ زیر نظر بنیاد عام‌المنفعه اتحاد فرانسه فعالیت می‌کند و در ۱۲۳ کشور جهان، روی هم رفته ۱۰۷۵ شعبه دارد. هدف اصلی این سازمان که خود را بزرگ‌ترین مؤسسه زبان آموزی دنیا معرفی می‌کند، آموزش زبان فرانسوی است. سازمان مذکور سالانه در دنیا ۴۵۰ هزار زبان آموز پذیرش می‌کند که به این رقم باید ۱۹۰ هزار زبان آموز مؤسسات فرهنگی فرانسه را افزود (کامپ، ۱۳۸۸).

#### ۸) دیگر مراکز فرهنگی بین‌المللی

خانه‌های فرانسه، انجمن فرانسوی فعالیت‌های هنری، انجمن نشر تفکر فرانسوی، آژانس آموزش زبان فرانسه در خارج و فرانسه متحد (در عرصه سینما) از جمله مؤسسات و مراکز فرهنگی بین‌المللی فرانسه هستند که راهبردهای دیپلماسی فرهنگی این کشور را پیش می‌برند.

### اولویت‌ها

۱. حمایت و یاری درخشش فرهنگ فرانسوی در دنیا در کنار تنوع فرهنگی
۲. توسعه و گسترش رسانه‌های فرانسوی در جهان
۳. همکاری علمی و اعطای تسهیلات دانشجویی به دانشجویان خارجی و ایجاد شبکه علمی و دانشگاهی به نام آژانس دانشگاهی فرانکوفونی

### ب) الگوهای کشورهای اسلامی

در این بخش دو دیپلماسی فرهنگی مهم جهان اسلام در دهه‌های اخیر را مورد بررسی قرار می‌دهیم. ابتدا دیپلماسی فرهنگی مبتنی بر ایمان و سپس ظرفیت‌های مادی و معنوی آن را در عربستان سعودی شرح می‌دهیم و سپس اولویت‌هایی که این دستگاه

دیپلماسی برای خود قائل است را نام می‌بریم. در گام بعدی به دیپلماسی پیشرو ترکیه می‌پردازیم که با ترویج ایده هماهنگی دموکراسی و دین سعی در تثبیت هژمونی خود در جهان اسلام است و سپس سازوکار مادی و اولویت‌هایی که ترکیه برای نیل به این هدف به وجود آورده است را از نظر می‌گذرانیم.

## ۱. عربستان سعودی

### محتوا

استفاده از مذهب در دیپلماسی، سابقه‌ای دیرینه و تاریخی در روابط بین‌الملل دارد. در قرن حاضر پس از دوران گذار مدرنیته و در پی گرایش‌های مجدد بشری به دین و معنویت، دین به عرصه روابط بین‌الملل بازگشته و با ایجاد درک مشترک میان کشورهای دینی و مذهبی، برای کشورهای غیرمذهبی جذابیت ایجاد کرده و موجب افزایش قدرت نفوذ در راستای اهداف سیاست خارجی شده است. دیپلماسی مبتنی بر ایمان (و دین) چهار نقطه قوت را برای مسائل دیپلماتیک ایجاد می‌کند:

۱) ایجاد موقعیتی برتر به دلیل توسل به مسائل معنوی در مناسبات و مذاکرات که اغلب بر موانع سکولاریستی غلبه دارد.

۲) حاکم بودن اخلاق، جهت حمایت از فضایی امن برای کشف منافع مشترک و حل و فصل تعارضات.

۳) چشم‌اندازی برای عدالت اجتماعی و اقتصادی.

۴) توسعه و بهبود صلح در ابعاد مختلف و مقابله با نگرش خصمانه و پرهیز از تخریب طرف مقابل (چاقمی، ۱۳۹۱)

در این عرصه، عربستان سعودی ظرفیت‌های زیادی برای استفاده از دین در دیپلماسی خود دارد. مکه و مدینه، به عنوان قطب اول اسلام و مسلمانان جهان و به دلیل زمینه‌های تاریخی آن، اهمیت دین در دیپلماسی عربستان را رقم زده است. عربستان با استفاده از این بسترها، در تلاش است تا رهبری جهان اسلام و به خصوص جهان عرب را به عهده گیرد.

از طرف دیگر دیپلماسی فرهنگی عربستان به میزان بسیار زیادی تحت تأثیر ارزش‌ها و هنجارهای وهابیسیم است. وهابیسیم از سال ۱۹۲۳ بخش عمده سیاست‌های عربستان را تحت تأثیر خود قرار داده و ویژگی‌های خاصی بدان بخشیده است، تا بدان جا که این

ایدئولوژی، راه نفوذ در منطقه را برایش توجیه و هموار می‌کند (شیخ‌الاسلامی و سردار، ۱۳۹۱: ۱۰۳-۱۲۸).

دیپلماسی فرهنگی عربستان علاوه بر تأثیرپذیری از هویت وهابیسلم، خود بسیار متأثر از تهدید ناشی از ایدئولوژی‌های رقیب و در رأس آن تهدیداتی از سوی رقیبی چون ایران است؛ بنابراین عربستان تلاش دارد تا در جهت دفاع از آرمان خود، یعنی ایده ام‌القربایی اسلامی، با صرف بودجه‌های کلان، جهت ترویج اندیشه وهابیت در قالب ایجاد مراکز آموزش عالی فراملی در منطقه، ایجاد همایش‌های بین‌المللی متعدد و متنوع، کمک‌های مالی به کشورهای منطقه، بهره‌گیری از رسانه‌ها و غیره به تقابل با اندیشه اسلام شیعی بپردازد.

### ساختار

به گفته عظیمی (۱۳۸۰) در مجموع فضای استراتژیک سیاست خارجی عربستان از سه حلقه درون یکدیگر تشکیل شده است. دایره اول خلیج فارس است که قطب و عمق استراتژیک اقلیمی و منطقه‌ای سیاست خارجی سعودی محسوب می‌شود و این استراتژی را از طریق شورای همکاری خلیج فارس و روابط دوجانبه اعمال می‌کند. دایره دوم، دایره عربی است که قلب و عمق استراتژیک قومی سیاست خارجی این کشور تلقی می‌شود و این استراتژی را از طریق اتحادیه عرب و سازمان‌های وابسته به آن و روابط دوجانبه اعمال می‌کند. دایره سوم که قلب و عمق استراتژیک معنوی و روحی سیاست خارجی این کشور است و آن را از طریق کشورهای اسلامی و ده‌ها سازمان تخصصی و وابسته به آن و سازمان‌های اسلامی تبلیغاتی مانند رابطه العالم الاسلامی، سازمان دعوت اسلامی، سازمان حمایت از حقوق اقلیت‌های مسلمان در کشورهای غیر اسلامی نمایندگی می‌کند. هم‌چنین از طریق چند سازمان دیگر مانند سازمان ملل متحد و سازمان‌های وابسته به آن، سیاست خود در منطقه را اعمال می‌کند. سازمان رابطه العالم الاسلامی، نقش ویژه‌ای در دیپلماسی فرهنگی عربستان دارد. این سازمان از طرف مصوبه اولین کنفرانس عمومی اسلامی در مکه به دعوت پادشاهی عربستان سعودی به وجود آمد. محورهای فعالیت رابطه العالم الاسلامی عبارت است از: فعالیت‌های تبلیغ بین‌المللی، شامل سامانه آموزش بین‌المللی رهبران، ائمه جماعت و مبلغان مذهبی، اعزام دانش‌آموختگان مقاطع عالی به‌عنوان سفیران فرهنگ دینی، پیام‌رسانان مستقل و کفالت امور مادی مبلغان، وعاظ و ائمه جماعت، تأسیس شبکه

نخبگانی با ترکیب دانشمندان مسلمان، برگزاری همایش‌ها و هم‌اندیشی‌های بین‌المللی اسلامی، صدور بیانیه‌های رسمی با هدف تولید گفتمان مدیریت تولید و انتشار رسانه‌های اسلامی مکتوب، رسانه‌های دیداری و شنیداری و رسانه‌های فضای مجازی، تارنماهای اینترنتی، صدور فتاوی شرعی با هدف تولید دانش اسلامی، اعطای کمک‌هزینه‌ها و بورسیه‌های تحصیلی، برگزاری کمیته‌های علمی-آموزشی، فعالیت‌های بشردوستانه و امدادی تبلیغی، ارائه خدمات سبک زندگی اسلامی و... هم چنین یکی از زیرمجموعه‌های رابطه‌ی العالم الاسلامی، سازمان بین‌المللی امداد اسلامی است که موظف به کمک‌رسانی به کشورهای اسلامی است.

### اولویت‌ها

۱. ترویج وهابیت در بخش پژوهشی و دانشگاهی و ایجاد مراکز آموزش عالی فراملی در منطقه.
۲. تقابل با اندیشه اسلام شیعی از طریق برگزاری همایش‌های بین‌المللی متعدد، کمک‌های مالی به کشورهای منطقه، بهره‌گیری از رسانه‌ها و غیره.
۳. اعزام دانش‌آموختگان مقاطع عالی به‌عنوان سفیران فرهنگ دینی.

### ۲. ترکیه

#### محتوا

ترکیه کشوری است که شناخت و بررسی سیاست‌های فرهنگی آن از دو جنبه حائز اهمیت است؛ اول اینکه ترکیه یکی از کشورهای قدرتمند همسایه ایران است و دوم آنکه توانسته در دنیای امروز، چهره‌ای مثبت از سازگاری اسلام و دموکراسی جلوه دهد. سیاست خارجی ترکیه، تا حد زیادی از جغرافیا و موقعیت استراتژیک آن متأثر است و همانطور که اطهری (۱۳۸۰) بیان کرده علاوه بر جغرافیا، سیاست خارجی ترکیه از تاریخ و اقتصاد نیز متأثر است. به طور کلی این سه متغیر، منابع و مجراهای تاریخی سیاست خارجی ترکیه مدرن بوده و سنت‌های رفتاری آن را خلق کرده‌اند.

در فضای جدید بین‌المللی ابتدای هزاره‌ی سوم، عده‌ای از نخبگان فکری و ابزاری ترکیه، همانند داووداغلو بر این اعتقاد بودند که با توجه به عمق راهبردی ترکیه، این کشور نباید به دنبال کسب منزلت هژمونی پیرامونی خود باشد، زیرا چنین قدرتی ندارد (آدمی و نوری، ۱۳۹۲: ۵ و ۶). با فروپاشی شوروی، به ناگاه پنج جمهوری ترک در



منطقه قفقاز و آسیای مرکزی سر بر آوردند. این در حالی بود که تا قبل از فروپاشی، ترکیه تنها دولت ترک در جهان بود. در پی چنین رخدادی، ترکیه کوشید با تکیه بر عامل زبان و فرهنگ ترکی، روابط ویژه‌ای با جمهوری‌های تازه تأسیس برقرار کند. از سال ۱۹۸۰ تا آغاز هزاره سوم، سنتز اقتصاد- فرهنگ، مراحل تکامل تدریجی خود را طی کرد و در خلال این مهروموم‌ها، شهرهای کوچک در منطقه آناتولی ترکیه شروع به رشد و قدرت‌گیری کردند که در نتیجه آن، طبقه‌ای از کارآفرینان جدید و صاحبان وسایل تولید کوچک که عمدتاً محافظه‌کار و البته مذهبی بودند، شکل گرفت. این طبقه به‌خوبی می‌دانست که رشد اقتصادی آنها وابسته به حضور آنها در اقتصاد جهانی از راه افزایش معادلات است؛ بنابراین پدید آمدن نخبگان و طبقه متوسط جدید، شانس بزرگی برای حزب عدالت و توسعه بود. محافظه‌کاران مسلمان این بار نه فقط با شعار اسلام که با ایده‌های اقتصاد بازار، این طبقه را به‌سوی خود فراخواندند (دهقانی، ۱۳۹۱: ۲۴).

حزب عدالت و توسعه از زمان روی کار آمدن با پیگیری برنامه‌های اصلاحی در ساختارهای اقتصادی ترکیه به ویژه برنامه‌های اصلاحی کمال درویش، وزیر اقتصاد ترکیه موفق شد نرخ تورم را یک رقمی کند و رشد اقتصادی را که در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ به‌طور میانگین کمتر از چهار درصد بود به  $\frac{7}{4}$  افزایش دهد. در سطح منطقه نیز حزب عدالت و توسعه، هسته تأثیرگذاری را در الگوهای اقتصادی و امنیتی جستجو نمود تا بتواند در چشم‌اندازی میان‌مدت، کانون اقتصادی منطقه گردد (کالجی، ۱۳۸۸: ۷۵-۷۷). با برخورداری از چنین پشتوانه و بستری، حزب عدالت و توسعه، بافت سنتز اقتصاد-فرهنگ را تکامل بخشید و به‌عنوان برنده‌ترین سلاح ترکیه هم در سیاست خارجی و هم در دیپلماسی فرهنگی به کار گرفت.

ترکیه سیاست بی‌طرفی را در قبال غالب اختلافات کشورهای منطقه دنبال کرده و برای برقراری صلح و ثبات منطقه و جهان عرب تلاش دارد. ترکیه که در دهه اخیر رشد اقتصادی مطلوبی داشته و در جهت توسعه قدم برمی‌دارد، سعی می‌کند میان اسلام و دموکراسی هماهنگی برقرار نموده و از خود چهره‌ای قابل‌قبول در میان دولت-ملت‌های جهان نشان دهد و برای این مهم، از دیپلماسی فرهنگی به نحوی مطلوب و پیشرو بهره می‌گیرد.

می‌توان گفت مهم‌ترین هدف ترکیه، معرفی خود به غرب است. بعد از فروپاشی عثمانی و مشکلات و مسائلی که برای ترکیه به وجود آمد و ترکیه جدید شکل گرفت،

دیدگاه رهبران ترکیه بر غربی کردن ترکیه با الگوهای غربی استوار بود. یکی دیگر از اهداف ترکیه، ارتباط با جوامع ترک زبان در خارج از کشور ترکیه است که شاید بتوان حرکت پان‌ترکیسم را در اینجا توجیه کرد. اخیراً با اتخاذ سیاست‌های عثمانی‌گری، ترکیه بنیاد تحقیقات عثمانی را -که وابسته به اوقاف ترکیه است- تأسیس و با بودجه کلان مشغول تحقیقات امپراتوری عثمانی و غرب شناسایی شده است.

### ساختار

درون دستگاه سیاست خارجی ترکیه، نهادها و اداراتی در حوزه دیپلماسی فرهنگی فعال هستند که لازم است ذکر و معرفی شوند:

۱. اداره کل فرهنگی در وزارت امور خارجه که مسئول هماهنگی و انعقاد قراردادها و پیگیری‌های رسمی امور و موافقت‌نامه‌ها است.
۲. وزارت فرهنگ و گردشگری ترکیه که وظیفه تعیین و اعزام رایزن‌های فرهنگی و انجام هماهنگی‌های لازم با وزارت امور خارجه را بر عهده دارد.
۳. اداره کل دیپلماسی عمومی که درون نهاد نخست‌وزیری ترکیه قرار دارد؛ در سال ۲۰۱۰ تأسیس شده و زیر نظر مشاور امور خارجی نخست‌وزیر فعالیت و در دیپلماسی فرهنگی نیز ایفای نقش می‌کند.
۴. یکی از نهادهای اصلی دیپلماسی فرهنگی ترکیه رادیو و تلویزیون آن است که به بیش از پنجاه زبان فرهنگ و جاذبه‌های ترکیه را معرفی می‌کند.
۵. آژانس همکاری توسعه بین‌الملل، معروف به تیکا که در امور اقتصادی و فرهنگی بین‌المللی ترکیه فعالیت دارد.
۶. سازمان آموزش عالی ترکیه که عهده‌دار نظارت بر دانشگاه‌های ترکیه است و از طریق مبادله و جذب دانشجوی و تأسیس کرسی‌های زبان ترکی، دیپلماسی فرهنگی را در حوزه خود پیگیری می‌کند.
۷. سازمان دیانت ترکیه؛ با محور قرار دادن روابط دینی و ادیان ملت‌ها، فعال است.
۸. بنیاد یونس امره که از شخصیت‌های فرهنگی بزرگ ترکیه محسوب می‌شود، در کشورهای خارجی دفتر همکاری فرهنگی داشته و در حوزه کشورهای ترکی زبان فعالیت می‌کند.
۹. واحد دیپلماسی عمومی در مرکز مطالعات استراتژیک نیز در حوزه علمی و ارتباط با نخبگان دیگر کشورها فعالیت می‌کند و نقشی هرچند کوچک در سیستم و ساختار دیپلماسی فرهنگی ترکیه دارد.

## اولویت‌ها

۱. گسترش و حفاظت جایگاه پایگاه قومی دیپلماسی فرهنگی از طریق اعطای پناهندگی، بورس تحصیلی و مذاکرات با دولت‌های همسایه و منطقه برای حفظ حقوق اقلیت‌های ترک در کشورها.
۲. گردشگری؛ نفوذ فرهنگی و صدور فرهنگ خود از طریق صنعت توریسم.
۳. چهره‌سازی فرهنگی؛ برجسته کردن نقش و تأثیر فرهیختگان و دانشمندان تاریخ گذشته و معاصر کشور ترکیه مانند مولوی در پیشرفت علم و ادب در سطح جهان و استفاده از موقعیت آنها برای اهداف راهبردی دیپلماسی فرهنگی.

## ج) الگوهای قدرت‌های بزرگ آسیایی

در این بخش هندوستان و ژاپن از میان قدرت‌های بزرگ آسیایی برای تحلیل برگزیده شده‌اند. تجربه هندوستان را از خلال سیاست‌های متغیر آنان از زمان نهرو تاکنون را به تصویر می‌کشیم و سپس ساختار این سیاست‌گذاری را توضیح داده و اولویت‌های آن را مشخص می‌کنیم. در گام بعدی ریل گذاری ژاپنی‌ها در دیپلماسی فرهنگی‌شان را توضیح داده و سپس نقش فرهنگ عامه را در این مسئله توضیح می‌دهیم. در ادامه نهاد‌های گسترش دهنده این دیپلماسی و در انتها همچون موارد قبل اولویت‌های این دستگاه دیپلماسی را برمی‌شماریم.

### ۱. هندوستان

#### محتوا

هندوستان دومین کشور پرجمعیت جهان و قدرت منطقه‌ای بزرگی در جنوب آسیا و شبه‌قاره هند قلمداد می‌شود که طی سال‌های اخیر شاهد تحولات بسیاری در حوزه‌های سیاسی، فرهنگی و امنیتی بوده است. کشوری که تا سی سال پیش، یکی از فقیرترین کشورهای جهان با تولید ناخالص داخلی ناچیز به شمار می‌رفت، هم‌اکنون دارای یکی از سریع‌ترین رشدهای اقتصادی در سطح جهان و فزونی گرفتن طبقه متوسط است. از بدو استقلال هند در ۱۹۴۷ تا پایان دهه ۱۹۸۰، به‌طور کلی سه عامل مهم شامل گرایش‌های ضد استعماری رهبران انقلابی دهلی نو، بازیابی انسجام و یگانگی چین به مثابه قدرتمندترین دولت آسیایی و دوقطبی شدن ناشی از جنگ سرد، تأثیراتی تعیین‌کننده بر سیاست خارجی هند در حوزه آسیای جنوب شرقی داشت. در درجه

اول، این کشور با پیگیری هدف عدم تعهد، به دنبال حفظ استقلال و اجتناب از وابستگی هند به قدرت‌های بزرگ بود. هند پس از ۱۹۴۷ در پرتو این اصل، بر صیانت از آزادی عمل در سیاست خارجی و طرد هر نوعی از استعمار خارجی تأکید می‌کرد؛ در واقع سیاست مبارزات ضد استعماری از طرفی هند را به دوری از پیوندهای تنگاتنگ امنیتی با قدرت‌های امپریالیستی سوق می‌داد و از طرفی دیگر، ساختار دوقطبی سیستم بین‌المللی، بر آزادی عمل نسبی هند در سیاست خارجی می‌افزود. عدم تعهد، اصلی اساسی بود که نهر و در سیاست خارجی مطرح کرد. نهر و نفوذی کلیدی بر سیاست خارجی هند داشت و پس از درگذشت وی، میراث سیاسی نهر و تا اوایل دهه ۱۹۹۰ نفوذی چشمگیر بر سیاست خارجی کشور هند داشت.

هندوستان در زمان جنگ سرد به دلایل سیاسی و استراتژیک، گرایش قدرتمندی به بلوک شرق داشت. گرچه این کشور از پایه‌گذاران بلوک عدم تعهد بود، اما پس از جنگ سرد و پس از فروپاشی شوروی به عنوان بزرگ‌ترین متحد و حامی و بزرگ‌ترین شریک تجاری خود در دوران جنگ، در مقابل مسائل و معماهای امنیتی با یک خلأ راهبردی برای یافتن جایگزینی به جای مسکو روبه‌رو شد. از طرفی هند در ابتدای دهه نود میلادی با رشد پایین اقتصادی و فقر گسترده روبه‌رو و از سوی دیگر صنایع این کشور دچار مشکلات عظیم ناشی از منابع مالی و همین‌طور عقب‌ماندگی تکنولوژیک بود. این وضعیت در دوران پسا شوروی، که در آن عامل اقتصاد در ژئواکونومی مهم‌ترین عامل در بیان قدرت و جایگاه دولت-ملت‌ها در سلسله مراتب نظام توزیع قدرت بین‌المللی محسوب می‌شد، نمی‌توانست برای مدتی طولانی دوام داشته باشد. از این‌رو هند نیز مانند چین، راه باز کردن درها و گسترش روابط با دنیای غرب و مخصوصاً ایالات متحده آمریکا و همچنین اصلاح نظام اقتصادی خود را طی نمود. در نتیجه شاهد این هستیم که از اوایل دهه نود، حجم سرمایه‌گذاری‌های غرب در هندوستان، رشدی تصاعدی به خود گرفته و به خصوص موجب گسترش کمی و کیفی صنایع تکنولوژیکی پیشرفته این کشور گردید (ملکی، ۱۳۹۵).

#### ساختار

هند در ماه می ۲۰۰۶، اقدام به تأسیس بخشی تحت عنوان دیپلماسی به موازات بخش تبلیغات خارجی در وزارت امور خارجه هند نمود (قشقوای، ۱۳۸۹: ۱۸۹). قبلاً شورای روابط فرهنگی هند در ۱۹۵۰ توسط دولت هند به وجود آمده بود که گرچه نهادی مستقل بود، ولی در عمل شاخه فرهنگی وزارت خارجه به حساب می‌آمد و عملاً

پیشبرد دیپلماسی فرهنگی این کشور را عهده‌دار بود. لابی هند در کشورهای متعددی همچون انگلیس، آمریکا، کانادا و استرالیا به دلیل حضور روحانیون هندو، تجار و دانشجویان هندی در آن کشورها به پیش از دوران استقلال این کشور باز می‌گردد. انجمن پارلمانی هند در آمریکا، مهم‌ترین لابی هند در خارج از کشور و همچنین بزرگ‌ترین لابی رسمی از نظر تعداد در کنگره ایالات متحده به شمار می‌آید. همچنین تشکلهای و انجمن‌های دیگری همانند هندی‌های آمریکا، در این زمینه‌ها دست‌اندرکار فعالیت هستند. این تشکلهای با اقدامات خود در راه دیپلماسی عمومی هند قدم‌های مهمی برداشته‌اند؛ به طور مثال تعدادی از این گروه‌ها در اقدامی دسته‌جمعی، گزارش توجیهی ویژه‌ای درباره حوادث تروریستی بمبئی در نوامبر ۲۰۰۸، به منظور اطلاع اعضاء کنگره آمریکا تهیه نمودند که در نهایت موضع‌گیری‌ها و رویکردهای آنها در این باره مؤثر واقع شد.

هندی‌های مقیم خارج یا خارجی‌های دارای رگ و ریشه‌های هندی موسوم به دیاسپورای هندی که جمعیتشان تا حدود ۳۰ میلیون نفر نیز برآورد شده است، از نظر دستگاه رسمی دیپلماسی هند، تأثیر بسزایی در رفتار سایر دولت‌ها و سیاست‌های آنها در قبال هند گذاشته است؛ به‌ویژه وقتی توجه شود که آنها علاوه بر تعداد، به لحاظ ترکیب جمعیتی دارای طیف‌های قابل توجهی از دانشمندان، فرهیختگان و نیز سرمایه‌داران و اشخاص برجسته در زمینه‌های گوناگون هستند که آنها را از نظر شاخص‌های کیفی نیز در سطح قابل توجهی قرار داده است. در نتیجه نه تنها قدرت‌های بزرگ، بلکه کشورهای کوچک‌تر نیز به تناسب داشته‌ها و ظرفیت‌ها و نیز موقعیت خویش، می‌توانند از قدرت نرم و منابع آن استفاده کنند.

### اولویت‌ها

۱. تأکید بر استقلال هند

۲. استفاده از نخبگان هندی تبار در کشورهای دیگر

۳. بازنمایی شرایط مناسب برای سرمایه‌گذاری

## ۲. ژاپن

## محتوا

ریل‌گذاری دیپلماسی فرهنگی ژاپن بعد از جنگ جهانی دوم انجام گرفت که تصویر منفی از ژاپنی‌ها را در اذهان ملت‌های جهان زدود و تصویر توسعه‌طلبانه ژاپن را جایگزین نمود. ذهنیت ملت‌ها از ژاپن در جنگ جهانی دوم، این کشور را در موقعیتی نابرابر در مقایسه با چین و کره جنوبی قرار داده و نتوانست با آنها در عرصه افکار عمومی رقابت کند. در سالی که هفتادمین سالگرد پایان جنگ جهانی دوم گرامی داشته می‌شود، پادشاه ژاپن به رسمیت شناختن ندامت و پشیمانی این کشور به خاطر جنگ و پذیرش نقش آن در امنیت منطقه‌ای و بین‌المللی است.

دیپلماسی عمومی ژاپن در نگاه کلی محتاطانه و محدود بوده، و تنها به ارتباط با رهبران و چهره‌های شاخص سیاسی یا کسانی که فرهنگ فاخر ژاپن را ترویج می‌کنند، بسنده کرده است. دیپلماسی فرهنگی ژاپن در آغاز تحت عنوان سیاست‌های مبادلات فرهنگی یاد شده است. آنها دانسته اطلاق مبادله را انتخاب کردند تا هم دنیا ژاپن را درست بشناسد و هم ژاپن با دنیا آشنا و از آن بهره بگیرد. این تفکر در صورت کلی، همان جهانی‌شدن و جهانی‌اندیشیدن است که ژاپن سعی کرده در همه طبقات و طیف‌های خود، نیاز به این‌گونه اندیشیدن و نگاه را به وجود آورد.

کشورهای شرقی یا اساساً غیر غربی، همواره تلاش داشتند که در دام واقعیت تاریخی غرب‌زدگی گرفتار نیایند؛ اما درعین‌حال مدرن و توسعه‌یافته شوند. شاید بتوان گفت تنها کشوری که موفق به تحقق این ایدئال شد، ژاپن بوده است. در ایران جوانان دهه شصت همگی سریال‌های ژاپنی و کارتون‌هایی مانند فوتبالیست‌ها و یکی یوسان را به خوبی به خاطر می‌آورند. سریال اوشین که تأثیر زیادی بر مردم ایران و بسیاری دیگر از کشورهای آسیایی داشته، محصول شبکه ان. اچ. کی ژاپن است. هم‌چنین فیلمساز سینمایی مشهور ژاپنی، کوروساوا نیز از دیگر برگ‌های دیپلماسی فرهنگی ژاپن در دهه‌های اخیر محسوب می‌گردد. ژاپنی‌ها در قرن بیستم قدرتی نظامی بودند، پس از جنگ جهانی دوم با اتکا به فرهنگ خود، به قدرتی اقتصادی بدل شدند؛ یعنی برخلاف تصور غالب، ژاپن فرهنگ خود را بر پایه اقتصاد نچید، بلکه این فرهنگ ژاپنی بود که نقطه‌ای قابل اتکا برای تبدیل شدن به قدرتی اقتصادی شد. لذا شناخت ژاپن از این جهت برای ما ایرانیان حائز اهمیت است که قصد داریم با حفظ و اتکا به فرهنگ سنتی و باستانی خود به قدرت اقتصادی و تکنولوژی دست یابیم.

به طور کلی به نظر می‌رسد ژاپن تا حدی نسبت به اعمال دیپلماسی عمومی از کانال‌های حکومتی بی‌میل است. هدف راهبردی ژاپن تأمین صلح و کامیابی و موفقیت برای مردم آن کشور است. این هدف از دوران باستان ثابت بوده و تغییر نکرده است. هرچند بعد از جنگ جهانی دوم، ژاپن راه جدیدی برای حصول این هدف اختیار کرد، اما کماکان ژاپن سیاست خارجی خود را در این جوهر و روح اعمال می‌کند و دیپلماسی عمومی عنصر اساسی آن به شمار می‌آید.

دیپلماسی عمومی ژاپن از لحاظ سنتی متمایل به نخبگان است و نخبگان را هدف قرار می‌دهد؛ وزارت امور خارجه ژاپن بر برنامه‌های فرهنگی سفارتخانه‌ها و کنسولگری‌های خود در خارج از کشور بر دعوت از نخبگان فرهنگی، دانشگاهی و سیاسی به ژاپن متمرکز بوده است.

فرهنگ‌عامه ژاپن به‌طور فزاینده‌ای در سراسر جهان، به خصوص در میان جوانان، در حال محبوب شدن و به ابزار بالقوه‌ای برای دیپلماسی عمومی ژاپن تبدیل گشته است؛ از این رو ژاپن شروع به تمرکز بیشتر بر عامه مردم کشورهای گوناگون در جهان کرده تا با هدف دیپلماسی عمومی، به ترویج و صادرات فرهنگ‌عامه، زبان و برندهای مختلف ژاپنی نماید (Aso, 2006).

### ساختار

دیپلماسی عمومی ژاپن به‌هیچ‌وجه تنها به وزارت امور خارجه واگذار نشده یا منحصرأ توسط حکومت ژاپن اعمال نمی‌شود. شرکت‌های خصوصی، دانشگاه‌ها و دیگر نهادهای آموزشی، مؤسسات تحقیقاتی و سازمان‌های غیرانتفاعی، همگی نقش مهمی، در فضای دیپلماسی عمومی ایفا می‌کنند. آژانس‌های حکومتی به غیر از وزارت امور خارجه، وزارت علوم و آموزش و آژانس امور فرهنگی وابسته به این وزارتخانه، همگی در اعمال برنامه‌های فرهنگی و مبادله‌ای فعال هستند. با این حال وزارت امور خارجه هم‌چنان برنامه‌ریز، بازیگر و مروج اصلی دیپلماسی عمومی ژاپن است.

دپارتمان دیپلماسی عمومی<sup>۲۵</sup> وابسته به دبیرخانه وزارت امور خارجه، مسئول اصلی دیپلماسی عمومی این وزارتخانه است. مبنای دیپلماسی فرهنگی ژاپن نیز بر این اصل بنا گذاشته شده است که پیشرفت و توسعه‌یافتگی در بستر صلح و ثبات کشور در

---

<sup>25</sup> The Public Diplomacy Department

عرصه بین‌الملل اتفاق خواهد افتاد؛ برای تحقق این هدف، بخش فرهنگی وزارت امور خارجه ژاپن دارای سه واحد است:

اداره اول امور فرهنگی، مسئولیت برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری کلی، توافقات، نشست‌های بین‌المللی فرهنگی، تبادل فرهنگی، نظارت بر کار بنیاد ژاپن و همکاری با سازمان‌های بین‌المللی فرهنگی را بر عهده دارد.

اداره دوم امور فرهنگی، در سطحی عملیاتی‌تر در نسبت با اداره اول، وظیفه تبادل هیئت‌های علمی و شخصیت‌ها، دانشجویان، ورزشکاران و ترویج زبان ژاپنی را بر عهده دارد.

اداره سوم امور فرهنگی که وظایف روابط چندجانبه و دوجانبه فرهنگی را به عهده دارد؛ مانند رابطه با یونسکو، دانشگاه سازمان ملل متحد، کمیته میراث جهانی و... (اسماعیل‌نیا، ۱۳۸۰).

هرکدام از سفارتخانه‌ها و دفاتر کنسولگری ژاپن در سراسر جهان، صلاحیت اعمال دیپلماسی عمومی را دارند. برای این منظور، وزارت امور خارجه، مأموران خود را به این سفارتخانه‌ها و دفاتر کنسولی اعزام می‌کند تا مسئولیت موضوعات فرهنگی و رسانه‌ای را بر عهده بگیرند. در برخی سفارتخانه‌ها و دفاتر کنسولی مهم، وزارت امور خارجه، مراکز را با عنوان «مراکز فرهنگی و اطلاع‌رسانی ژاپن» (Japan Information and Culture Centers) تأسیس و راه‌اندازی کرده است. کارمندان و اعضای هرکدام از این مراکز تقریباً منحصراً درگیر برنامه‌های فرهنگی و خدمات اطلاع‌رسانی هستند.

#### اولویت‌ها

۱. تأمین صلح و کامیابی و موفقیت برای مردم کشور ژاپن
۲. تمرکز بر نخبگان بومی و دعوت از نخبگان فرهنگی، دانشگاهی و سیاسی دیگر کشورها به ژاپن
۳. تمرکز بیشتر بر عامه مردم هر کشور و منطقه در جهان به‌عنوان هدف دیپلماسی عمومی و ترویج و صادرات فرهنگ‌عامه، زبان و برندهای مختلف ژاپنی



### ۳- بحث و بررسی

براساس پژوهش‌های انجام شده و بررسی‌های صورت گرفته در خصوص شش کشور مورد مطالعه دیپلماسی فرهنگی در ۳ دسته طبقه‌بندی می‌شود:

#### الف) دیپلماسی فرهنگی تهاجمی-غیرتهاجمی

در تحلیل دیپلماسی‌های فرهنگی کشورهای شش گانه مورد بحث از حوزه‌های غرب، قدرت‌های بزرگ آسیایی و جهان اسلام می‌توان به راهبردهای تهاجمی بعضی از این کشورها در کنار راهبردهای غیرتهاجمی کشورهای دیگر اشاره کرد. با آنکه مفهوم نفوذ که هسته اصلی ایده دیپلماسی فرهنگی را تشکیل می‌دهد، به خودی خود دارای حدی از بار تهاجمی است اما روش‌های اعمال این نفوذ را می‌توان خود به دو صورت تهاجمی و غیر تهاجمی دسته‌بندی نمود. در سیاست‌های تهاجمی ما مشخصا با سیاستگذاری‌هایی طرف هستیم که بر عوامل تفاوت و تضاد دست می‌گذارند، در حالی که راهبردهای غیرتهاجمی اگر هم برعوامل تشابه دست نگذارند، عوامل اختلاف تشنج‌زا را برجسته نمی‌کنند. در رابطه با سیاست‌های تهاجمی می‌توان به دیپلماسی فرهنگی دو کشور عربستان سعودی و ایالات متحده آمریکا اشاره کرد.

عربستان سعودی اساسا دیپلماسی فرهنگی خود را با تعمیق شکاف و دو پارگی جهان اسلام بین شیعه و سنی بنا کرده است. سیاست تهاجمی حاضر، منجر به ضعف کشورها از طریق تخصیص‌های بی‌مورد می‌گردد. حوزه تمدنی کشورهای اسلامی به مدت صدها سال ذیل نظام خلافت، سرنوشت سیاسی بهم پیوسته‌ای را تجربه کرده‌اند و اکنون نیز با فرا رسیدن بحران‌های منطقه‌ای و جهانی، همچون بحران بسیار حیاتی آب، نیاز است موجودیت سیاسی این کشورها، تصویری از سرنوشت بهم پیوسته خود داشته باشند. راهبردهای تهاجمی عربستان با سوار شدن بر موج اندیشه‌های ارتجاعی در جهان اسلام، مستقیما با ایده تقریب مذاهب اسلامی مقابله می‌کند؛ ایده‌ای که زمانی در دانشگاه الازهر پی‌ریزی شد و در کشورهایی مانند ایران دارای حمایت زعمای بزرگ شیعه نظیر آیت الله بروجردی بود.

در مورد آمریکا نیز می‌توان گفت که ساختار دیپلماسی فرهنگی این کشور هم‌چون ساختارهای نظامی آن به میزان زیادی تهاجمی هستند و همین عنصر تهاجمی نسبت به دولت-ملت‌های دیگر، ایجاب می‌کند که دیپلماسی فرهنگی این کشور به سمت

ایدئولوژیک شدن میل کند. نفی فرهنگ‌های دیگر و تأکید بر برتری فرهنگی آمریکا در سیاست‌گذاری‌های عمومی این کشور، ویژگی‌ای است که دامن زننده به تنش‌های سیاسی و نظامی موجود در جهان است. رسانه‌ها در بسیاری از موارد تاریخی، ابزار عملیاتی‌سازی گسترش این نظام فرهنگی بوده‌اند. آمریکا به وسیله این سیاست‌های تهاجمی در دوران پسا ریگان، راه بازار آزاد را در سطح جهانی و در کشورهای مختلف هموار کرده است.

در مقابل این راهبردهای تهاجمی می‌توان از راهبردهای غیرتهاجمی یاد کرد که در مابقی کشورهای مورد مطالعه، قابل مشاهده است. تجربه ترکیه، نشان‌دهنده این موضوع است که چگونه تأکید بر دموکراسی و ظرفیت‌سازی عناصر فرهنگی بومی با آن، علاوه بر حل بسیاری از مشکلات داخلی، می‌تواند تصویری درخشان و گیرا به جهان صادر کند و صنعت گردشگری، چطور در این زمینه ابزاری کارآمد خواهد بود. تنوع فرهنگی که ترکیه در سیاست‌گذاری‌های خود لحاظ کرده، موجب دگرگونی بنیادی نگاه بین‌المللی به این کشور گشته و شکوفایی در حوزه ادبیات و هنر را برای آنان به ارمغان آورده است. فرهنگ و هنر، همان‌طور که در تجربه الگوی دیپلماسی فرهنگی فرانسه دیده می‌شود، در قلب دیپلماسی غیرتهاجمی یک کشور قرار می‌گیرد، نه آن‌طور که ایدئولوژی در تجربه آمریکا، این جایگاه را از آن خود داشت. در دیپلماسی فرهنگی غیرتهاجمی به جای آنکه عرصه ایدئولوژیک راهبر هنر باشد، این هنر است که فضای سیاست‌های ملی را دگرگون و متحول می‌سازد. تأکید بر عناصر ملی و بومی نیز، آن‌طور که در ژاپن وجود دارد، می‌تواند یاری‌گر عرصه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کشور باشد، بدون آنکه به یک ناسیونالیسم افسارگسیخته و تندرو بدل شود. ناسیونالیسم افراطی‌ای که در عصر حاضر خطری واقعی است و مجادلات بومی‌گرایی پیرامون آن، غالباً خود به نوعی ناسیونالیسم افراطی می‌انجامد که در ابتدا بنا به نقض آن داشت.

فرهنگ‌هایی که در متن ساختار دیپلماتیک غیرتهاجمی کشور قرار گرفته‌اند، می‌توانند منجر به خروج از وضعی شوند که بنابر نظر هابز، جنگ همه علیه همه بود. هند، چشم‌انداز دیپلماتیکی را ترسیم می‌کند که با استفاده از ظرفیت لابی شهروندان خارج از کشور می‌توان با کشورهای دیگر، رابطه عمیق‌تر و البته مؤثرتری ایفا نمود. اگر ساختار ایدئولوژیک دیپلماسی فرهنگی، همان‌طور که در الگوهای عربستان و آمریکا دیدیم، حوزه‌های فرهنگی دیگر را به مثابه یک «دیگری» باز می‌شناسد، دیپلماسی فرهنگی

غیرایدئولوژیک، می‌تواند با طرح رویکردهای حقیقتا فرهنگی راهی را برای ارتباط با کشورهای دیگر در فراسوی ایده‌هایی چون «غلبه» و «نفوذ» باز کند.

### ب) دیپلماسی فرهنگی معطوف به نخبگان دانشگاهی

تسهیلات آموزشی از قبیل بورس‌های تحصیلی، دوره‌های مطالعاتی و جذب اساتید و پژوهشگران از دیگر کشورها، از جمله تاکتیک‌های مطرح گسترش ایده‌های دیپلماسی فرهنگی در دنیای امروز است. کشورها با قائل شدن این نوع تسهیلات علاوه بر استفاده کم هزینه از نیروهای انسانی موجود در سطح جهان، به طور ضمنی ارزش‌های دستگاه سیاسی خود را نیز در سایر کشورها نشر می‌دهند. حضور فعالانه ایالات متحده آمریکا، فرانسه و ژاپن در این زمینه توانایی اقناع و برانگیختن همدلی نخبگان سراسر جهان را به گونه‌ای محسوس به این کشورها می‌بخشد. آنان علاوه بر آنکه در رشته‌هایی مانند علوم انسانی با جذب دانشجویان و پژوهشگران مناطق مختلف جهان، دانش استراتژیک خود را از سایر حوزه‌های تمدنی و سیاسی افزایش می‌دهند ارزش‌های مورد نظر خود را نیز به جامعه هدف انتقال داده و نهادینه می‌کنند. فرانسه و آمریکا با توجه به سنت‌های قدیمی دانشگاهی، جذابیت ویژه‌ای برای آکادمیسین‌ها در سطح جهانی دارند و ژاپن نیز که نماد توسعه‌یافتگی موفق در کشورهای در حال توسعه است، در سطحی پایین‌تر از فرانسه و آمریکا، مقصدی مهم در مهاجرت‌های موقتی و دائمی بین نخبگان دانشگاهی کشورهای در حال توسعه است. در این میان ایالات متحده با توجه به دیپلماسی فرهنگی تهاجمی خود بیش از دو کشور دیگر بر ارزش‌های بنیادین فرهنگ آمریکایی در تقابل با فرهنگ‌های دیگر تأکید می‌کند. اما برخلاف الگوهای دیپلماسی فرهنگی غربی که دانشگاه‌ها رکن اساسی آن هستند، در سایر الگوها این پیوند دارای این پیوستگی و عمق نمی‌باشد و می‌توان اینگونه ارزیابی نمود که ترکیه و عربستان در جذب نخبگان غیردانشگاهی عموماً موفق‌تر عمل کرده‌اند. هرچند از مدارس دینی عربستان می‌توان به عنوان بدیل این ساختار دانشگاهی یاد کرد اما این مدارس بنا به ماهیت تبلیغی خود ربط چندانی به یک سیستم علمی پویا همچون دانشگاه‌های یاد شده ندارند و همچنین نتوانسته‌اند برد جهانی پیدا کنند. هند نیز با داشتن حجم زیادی از دانشجویانی که در خارج از کشور مشغول تحصیل هستند، در الگویی معکوس تلاش می‌کند از طریق این دانشجویان کشور مقصد و نظام دانشگاهی آن را تحت تأثیر دیپلماسی فرهنگی خود قرار دهد.

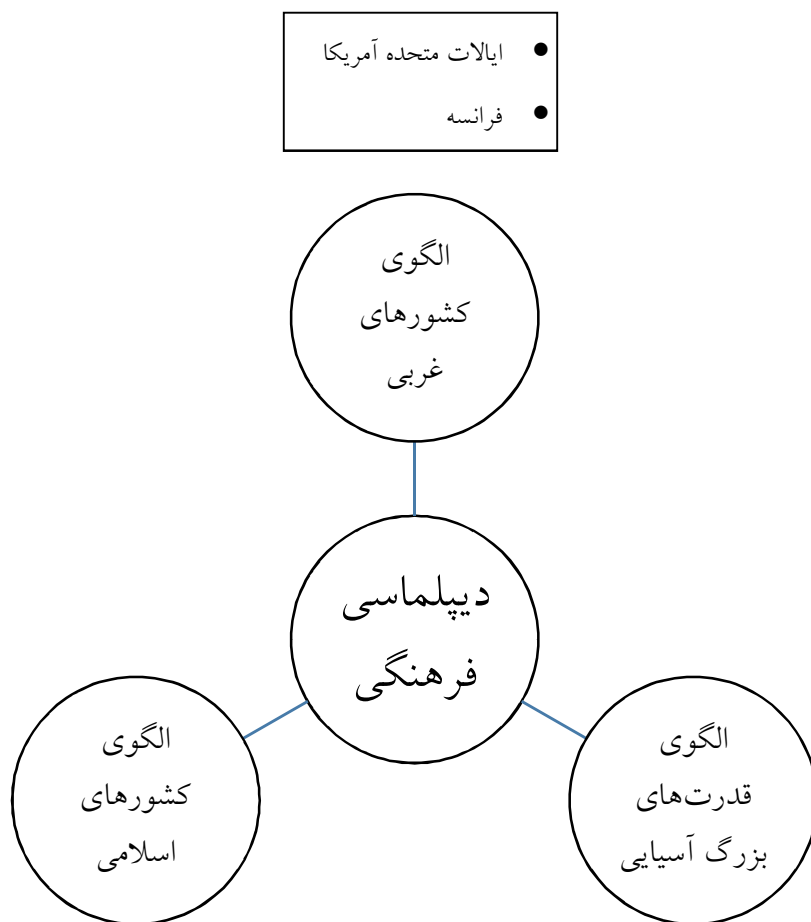
### ج) دیپلماسی فرهنگی معطوف به فرهنگ عامه

الگوهای دیپلماسی فرهنگی تهاجمی، تأکید خاصی بر هدف قرار دادن توده مردم و فرهنگ عامه سایر کشورها دارند. عربستان سعودی در پروژه‌هایی پر هزینه، تلاش‌های متعددی جهت گسترش وهابیسیم خصوصا در کشورهای اسلامی نموده است. در کشورهایی که دولت‌های ناهمسو با عربستان سعودی در رأس قدرت حضور دارند، توده‌های مردم اصلی‌ترین جامعه هدف این پروژه‌های فرهنگی هستند. آمریکا نیز با دستگاه عظیم صنعت فرهنگ خود، ارزش‌های فرهنگی خود را به عنوان ارزش‌هایی جهان شمول در سراسر جهان بسط می‌دهد. بدل شدن تمامی هنرها و سرگرمی‌ها به صنعت در این کشور، توان عظیمی را در کانالیزه کردن جریانات مختلف به ایالات متحده داده است. صنعت سینما و صنعت بازی، بخش مهمی از این دستگاه فرهنگی است که مخاطبان وسیعی را در سراسر جهان به خود جذب کرده است. اما ژاپن نیز علی‌رغم وجود دیپلماسی فرهنگی غیرتهاجمی با صورت‌بندی عناصر فرهنگ ملی خود در فرم‌هایی عامه‌پسند، از قبیل کمیک (مانگا) و انیمه، توانسته است در کشورهای مختلف جهان تأثیرگذاری فرهنگی بزرگی را پدید بیاورد. اما صنایع فرهنگی هند مانند سینمای آن نتوانسته است جز در مواردی محدود، تأثیر زیادی را در عرصه بین‌المللی مختلف ایجاد کند و از جمله دلایل آن مبنای فکری اساسا متفاوت سینمای عامه‌پسند هند با سینمای عامه‌پسند غالب در جهان -آمریکا- است. در این زمینه ترکیه با گسترش صنعت گردشگری اثرگذاری بر فرهنگ عامه را آغاز کرده است هرچند در این زمینه، راهی طولانی در پیش دارد و حوزه اصلی اثرگذاری آن تاکنون کشورهای همسایه‌اش مانند ایران بوده است.

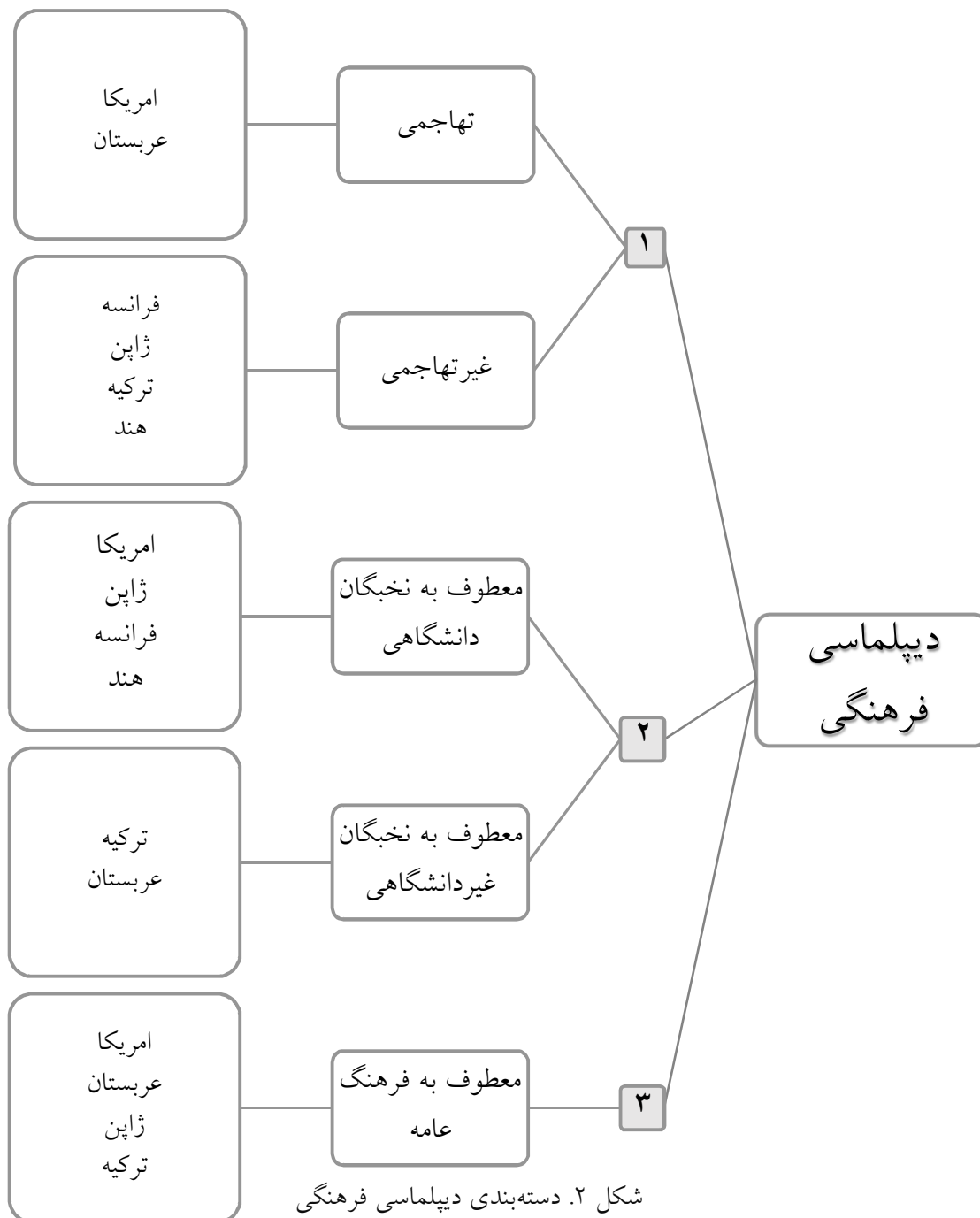
### نتیجه‌گیری

مطالعه بر روی الگوهای دیپلماسی فرهنگی مورد بحث، در پایان به ما این امکان را می‌دهد که با ارتقاء ساختار مفهومی خود، تواناییمان را در شناسایی الگوهای دیپلماسی فرهنگی عمل‌کننده در سطح جهانی و منطقه‌ای، به طرز مؤثری افزایش دهیم. در این بخش از فرامطالعه حاضر بنا داریم با استفاده از راهبردهای کلیدی موجود در الگوهای دیپلماسی فرهنگی کشورهای مورد بحث، به ایجاد الگوی مفهومی مبتنی بر مبانی نظری دست بزنیم که می‌تواند مبنای طراحی سنخ‌شناسی‌های گوناگون در آینده

قرار بگیرد. البته لازم به ذکر است که این الگوی مفهومی بر مبنای گرایش‌های مسلط در ساختار دیپلماتیک آن کشور بیان شده است و داعیه توضیح کامل پیچیدگی موجود را در سطح واقعیت نخواهد داشت.



شکل ۱. دسته‌بندی کلی کشورهای مورد مطالعه



منابع

- آدمی، علی و نوری، مهسا. (۱۳۹۲). «دیپلماسی فرهنگی ترکیه در آسیای مرکزی: فرصت‌ها و چالش‌های پیش رو»، فصلنامه آسیای مرکزی و قفقاز، پاییز، شماره ۸۳، صص ۱-۲۷.
- اسماعیل نیا، محمود. (۱۳۸۰). «نگاهی به دیپلماسی فرهنگی ژاپن»، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی. بازشناسی شده در ۱۳۹۶/۰۹/۰۷ به نشانی: <http://moscow.icro.ir/index.aspx?fkeyid=&siteid=261&pageid=32738&p=259&showitem=4650>
- اطهری، سیدالله. (۱۳۹۲). اردوغان و نگاه به شرق. تهران: پژوهشکده مطالعات استراتژیک خاورمیانه.
- ایزدی، فواد. (۱۳۸۹). نگاهی نظری به دیپلماسی عمومی آمریکا. ترجمه: محسن بدره. تهران: دفتر مطالعات رسانه‌ها.
- چاقمی، حسین. (۱۳۹۱). «دیپلماسی مبتنی بر ایمان». فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام. بازشناسی شده در ۹۶/۰۹/۱۰ به نشانی: <http://icro.ir/index.aspx?pageid=32738&p=9&showitem=15383>
- خانی، محمدحسن. (۱۳۸۴). «دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها»، دانش سیاسی، پاییز و زمستان، شماره ۲، صص ۱۳۵-۱۴۸.
- درویش، رضاداد. (۱۳۸۴). کتاب آمریکا (۶)؛ ویژه دیپلماسی عمومی آمریکا. تهران: موسسه ابرار معاصر.
- دهقانی، رضا. (۱۳۹۱). «الگوهای ساختاری و اجرایی دیپلماسی فرهنگی ترکیه». فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام. زمستان، دوره ۲، شماره ۴، صص ۱۵-۳۹.
- شاهوردیانی، ناهید و سمیرا سعیدیان (۱۳۹۲). «نظری بر دیپلماسی فرهنگی فرانسه؛ جایگاه والای فرهنگ در دیپلماسی». فصلنامه مطالعات سیاسی اجتماعی جهان. پاییز و زمستان، دوره سوم، شماره ۲، صص ۳۸۱-۴۰۶.
- شرف‌الدین، سید حسین. (۱۳۸۵). دیپلماسی فرهنگی آمریکا و فرانسه، علوم سیاسی-دانشگاه باقرالعلوم (ع)، دوره ۹، شماره ۳۶، صص ۳۴۹-۳۵۸.
- شیخ‌الاسلامی و محمدحسن سردار. (۱۳۹۱). «الگوی مذهبی در دیپلماسی فرهنگی عربستان، مورد کاوی سازمان رابطه العالم الاسلامی». فصلنامه علمی-

- پژوهشی پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام. دوره ۲، شماره ۴، صص ۱۰۳-۱۲۸.
- عظیمی، رقیه السادات. (۱۳۸۰). *عربستان سعودی*. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
  - کامپ، فولکر اشتاین (۱۳۸۸). «دیپلماسی فرهنگی فرانسه». *مجله نگاه حوزه*. ترجمه: بهزاد احمدی، اسفند، شماره ۲۷۵، ص ۳۲.
  - قشقاوی، حسن. (۱۳۸۹). *دیپلماسی عمومی*. تهران: وزارت امور خارجه
  - کالجی، شهرام. (۱۳۸۸). «عملکرد غیر ایدئولوژیک اسلام‌گرایان ترکیه در سیاست خارجی»، *ماهنامه گزارش*، مهر، شماره ۲۱۲، صص ۷۵-۷۷.
  - گکلی، چارلز و دبیلو، اوچین آر. ویتکف. (۱۳۸۸). *الگو و روند در سیاست خارجی آمریکا*. ترجمه: اصغر دستمالچی، چاپ سوم، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
  - گوهری مقدم، ابوذر و جعفری هرندی، امیر. (۱۳۹۳). «مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده در عراق جدید»، *فصلنامه جستارهای سیاسی معاصر*، بهار، سال پنجم، شماره ۱، صص ۱۱۷-۱۳۴.
  - محمدی، سعید. (۱۳۸۹). «الگوی دیپلماسی فرهنگی». *جام جم آنلاین*. بازشناسی شده در ۹۶/۰۷/۱۰ به نشانی:  
- <http://www.jamejamonline.ir/newstext\۱۰۰۹۳۸۶۸۵۰۰۷.aspx?newsnum=>
  - ملکی، علیرضا. (۱۳۹۵). «سیاست خارجی و امنیتی هندوستان در قرن ۲۸». *فراتاب*. بازشناسی شده در ۱۳۹۶/۰۹/۲۸ به نشانی:  
- <http://www.faratab.com/news/4832>
  - واعظی، محمود. (۱۳۹۰). *دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی*. تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک.
  - هابز، توماس (۱۳۹۳). *لویاتان*. ترجمه: حسین بشریه. تهران: نشر نی.
  - Aso, Taro. (2006). *a new look at cultural diplomacy: A call to Japan's cultural practitioner*. Speech by minister for foreign affairs Taro Aso at digital Hollywood university.  
<http://www.mofa.go.jp/announce/fm/aso/speech0604-2.html>



- Bigler, Gene. (2005). *Advancing public Diplomacy: One Advocate At A time, Finaxial time.*
- Cummings, Milton C. (2003). *Cultural Diplomacy and the US Government: A Survey.* Washington DC: Center for Arts and Culture.
- Djian. J. m. 2005. *La ppolitique culture, la faun doun mythe.* Paris: galimard.
- Gienow-hecht, Jessica c. e. (2005). *Cultural imperialism. In encycolopedia of American Foreign policy,* edited Djian. j. m. *la ppolitique culture, la faun doun mythe.* Paris: galimard.
- Hobbes, Thomas (1998). *On the Citizen,* London: *Cambridge University Press.*
- Mesnard. S & forey, e. (2009). *Droit de la culture.* Paris: gualino
- Nelson, Richard Alan. (1996). *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States.* Westport, CT: *Greenwood Press.*
- Nye, Joseph. S (1990), "The Changing Nature of World Power", *Political Science Quarterly,* No. 105. Summer.
- Nye, joseph s. (2004). *The dechline of America is doft power.* *Foreing affairs* 83, no. 3: 16-20.
- Otkar, Lütfiye. (2001). *the Ideological Organization of Representational Processes in the Presentation of Us and Them.* *Discourse & Society.* 12(3): 313-46.
- Riviere D. (1995). *Histirie de la France.* Paris: Hachette.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2007). *Handbook forsynthesizing qualitative research.* New York:Springer

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.