

صنایع فرهنگی ابزار سازمانهای مردم نهاد در دیپلماسی فرهنگی

دکتر حسن گیوریان^۱، احسان نمازی زاده^۲، معصومه توسلی^۳

دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی

چکیده

سیستم اقتصاد و فرهنگ جهانی امروزه رشد شتابنده ای را به خود گرفته و کشورهایی که توانسته اند ابزار انتقال مفاهیم فرهنگی خویش را فراهم نمایند خرده فرهنگ های دیگر را بلعیده و فرصت هرگونه عکس العمل را از آنان می گیرند. یکی از منتجات جهانی شدن ارتباط گسترده ئ تعاملات بین المللی است که ملرومات و مقتضیات خاص خود را طلب می کند تا بتوان در این میان جدای از اینکه مغلوب و منفعل فرهنگ بیگانه نشد به اشاعه فرهنگ خودی نیز بپردازد این مسئله برای ناقلان فرهنگ مسایل و مشکلاتی را به وجود آورده است. ناقلان فرهنگی در این سیستم، باید تفاوت های فرهنگی موجود بین کشورها را درک کرده و شیوه مدیریت و سازمانهای خود را براساس آن تعدیل کنند. زیرا تفاوت های فرهنگی تمامی فرایندهای مدیریتی مثل ارتباطات، رهبری و تصمیم گیری را تحت تاثیر قرار می دهد صنایع فرهنگی ابزار انتقال فرهنگها هستند و می توانند هوشمندانه و هنرمندانه زیبایی های فرهنگی ملی و بومی را به تصویرکشاند و تبادلتهای فرای اقتصاد و سیاست را فراهم نمایند اگر تا دیروز ابزار دیپلماسی معاهده ها، منشورها و کنوانسیون های بین المللی در دست دولتها بود و دولتمردان ناگزیر به چانی زنی و گفتگو برای تامین منافع خود بودند امروز ابزار دیپلماسی موثر بی شک چیزی فراتر از موارد ذکر شده بنام صنایع فرهنگی است که قطعا وجوه مشترک بیشتری را با مخاطب نسبت به دیپلماسی ها گذشته دارد زیرا فرهنگ در سطحی متفاوت تر از سطح دولتها در تعامل با محیط پیرامون خود است. اگر در گذشته قدرت تجمیع یافته در دولت ها بود، امروزه سخن از قدرتی تفکیک و متکثر شده است که علاوه بر دولت ها سایر گروه های اجتماعی را در قدرسهیم کرده است. اگرنگاهی گذرا به تحولات فرهنگی جهان انداخته شود این نکته بیش از پیش رخ می نماید که مبداء و منشاء اکثر این اتفاقات و دگرگونی ها سازمان هایی برخوردار بوده است. تاثیر گذاری شکل های غیر دولتی چون سازمانهای زیست محیطی، حامیان میراث فرهنگی، انجمن های برگزار کننده جشنواره های هنری، موسسات حمایت از تولید آثار هنری و حامیان میراث معنوی و در حاکمیت جهانی و مناسبات ملی و بین المللی همه و همه صحنه ای بر این مدعا است و آنگونه که دیده می شود امروزه حضور این سازمانها در مجامع بین المللی هم سطح و گاهی فراتر از دولتها وجود دارد زیرا سازمان های مردم نهاد بسترهای اصلی در رسیدن به اهداف دیپلماسی فرهنگی هستند، در این میان ملت هایی که علیرغم داشتن فرهنگ غنی به تکنیک و مکانیک ابزار انتقال این مفاهیم مسلط نبوده و شیوه دیپلماسی موثر فرهنگی را ندانند یقینا پیروز این میدان نخواهند بود.

کلید واژه : صنایع فرهنگی، توسعه فرهنگی، افکار عمومی، سازمانهای مردم نهاد، دیپلماسی فرهنگی

^۱ - givarian@yahoo.com

^۲ - enamazideh@yahoo.com

^۳ - tavasoli_mt@yahoo.com

مقدمه

همیشه این سوال به ذهنها متبادر می شود که چه فرهنگهایی در تاریخ ماندگار می شوند و چه ملتهایی تاثیرات بنیادین در محیط اطراف خویش بجای می گذارند بی شک غنای فرهنگی و خودباوری ملتها ها را در این میان یاری می کند امروزه و با تعدد و تکثر کانالهای ارتباطی، رسانه ها، هجده های تبلیغاتی و تحقق نظریه دهکده جهانی مک لوهان بسیاری از ملتها منفعل شده و در این سیلاب غول آسای انهدام فرهنگی سر تسلیم فرود می آورند و عده ای دیگر نیز با استفاده از ابزار فرهنگی به گسترش و توسعه فرهنگ خویش می پردازند نکات مثبت سایر فرهنگها را گرفته و بومی می کنند و با درک تفاوتهای بین فرهنگی در زمان برقراری ارتباط با فرهنگهای مختلف خصوصیات زبانی، فرهنگ و آداب و رسوم آنها را در نظر می گیرند و با آگاهی از آنها به تصمیم گیری در مسائل پردازند. البته قدم اول در شناخت و درک فرهنگهای مختلف، شناخت فرهنگ خویش است. توسعه و گسترش روزافزون فناوری اطلاعات، شبکه های ماهواره ای، اینترنت، ایمیل، تکنولوژی های مربوط به رسانه ها و تولیدات صوتی، تصویری، نوشتاری و الکترونیکی طی نیم قرن اخیر به ویژه در آغاز قرن بیست و یکم جهان را وارد فاز جدیدی از تخصصها به نام جنگ نرم کرده که ابزاری غیر از صنایع فرهنگی جهت یورش و یا مقابله ندارد باین تفاوت که در دوران جنگ سرد ابزار جنگ در دستان دولتمردان بود و در این دوران ابزار جنگ در دستان سازمانهای غیردولتی می باشد.

فرهنگ چیست؟

برای فرهنگ معانی بسیاری آمده است. کلاکهورم در سال ۱۹۵۱ اینطور ابراز می دارد: فرهنگ شامل راه های روشمند تفکر، احساس و عکس العمل است. فرهنگ بوسیله نمادها بدست آمده و انتقال پیدا می کند. فرهنگ از دستاوردهای مشخص دستجات انسانی شامل فرآورده های تجسمی تشکیل می شود. فرهنگ فارسی معین، فرهنگ را مرکب از دو واژه فر و هنگ به معنای ادب، تربیت، دانش، علم معرفت و آداب و رسوم آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت تعریف کرده است (۱) و در فرهنگ فارسی عمید فرهنگ عبارت است از دانش ادب علم معرفت تعلیم و تربیت آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت (۲)

به تعبیر دیگر فرهنگ عبارت است از: نظام مشترکی از باورها، ارزش ها، رسوم، رفتارها و موضوعاتی که اعضای یک جامعه در تطبیق با جهان شان و در رابطه با یکدیگر به کار میبرند و از راه آموزش از نسلی به نسل دیگر انتقال می دهند (۳)

به نظر می رسد فرهنگ را می توان از نظر ماهیتی به فرهنگ محتوایی و فرهنگ شکلی تقسیم کرد

۱. فرهنگ شکلی: شامل ابزارها، اشیاء ها و ابنیه ها و

۲. فرهنگ محتوایی: شامل رسوم، اعتقادات، سنتها که عمدتا ریشه مذهبی و یا ملی دارند.

از تعاریف فوق یک وجه مشترک می توان یافت و آن وجود باورها و اعتقادات متبلور شده در یک انسان است که ضمیر ناخودآگاه او را هدایت می کند و به قول «ادگار شاین» لایه مصنوعات و ابداعات، ارزش ها و مفروضات اساسی وجود انسان را اشغال کرده است (۴)

صنایع فرهنگی چیست ؟

شاید بتوان به مجموعه آثاری که بیانگر مفاهیمی خاص از آداب و سنتهای عده ای از مردم باشد را صنایع فرهنگی گوئیم این صنایع بیش از آنکه ارزش افزوده اقتصادی ای را برای تولید کنندگان در بر داشته باشند حاوی انتقال مفاهیم فرهنگی می باشد و در نتیجه سنجش میزان ارزش آنان معمولاً با معیارهای کمی میسر نیست.

صنایع فرهنگی نتیجه عوامل محسوس و نامحسوس است که خلاقیت مردم از طریق آنها متجلی می شود. این عوامل عبارتند از: زبان، آداب و رسوم مذهبی، باورها، مکان‌ها و یادمان‌های تاریخی، ادبیات، کارهای هنری، آثار موجود در آرشیوها و مراکز اسناد و کتابخانه‌ها و نظایر آن، که در قالب صنایع فرهنگی می توان آنها را ارائه کرد (۵)

بخشی از صنایع فرهنگی تنها ابزارند و فی النفسه شیث فرهنگی ندارند و ماهیت آنان بستگی به محتوای آن دارد چون رسانه های تصویری که ابزار است مولود تکنولوژی و کارکرد آن همانند سایر اختراعات دست بشری است مثل ماشین و غیره اما این ابزار این قابلیت را دارد که در خدمت انتقال فرهنگ قرار گیرد و تبدیل به صنایع فرهنگی شود اما یک فرش بافته شده مجزا از اینکه که چه نقشی دارد و چه پیامی را منتقل می کند خود دارای شیث فرهنگی است و جزء صنایع فرهنگی محسوب می شود. بخشی از صنایع فرهنگی نیز در قالب رسوم متجلی می شود همانند سوگواری ایام محرم .

با توجه به اینکه صنایع فرهنگی مفهومی هویتی است، تشخیص و هویت هر جامعه با آن صنایع ارتباط دارد و پیوند نسل‌ها را طی تاریخ به وسیله صنایع و میراث فرهنگی می توان حفظ کرد (۶)

پروفسور مولانا معتقد است: توسعه صنایع فرهنگی با وحدت ملی و همبستگی مردم، آموزش و پرورش، رادیو و تلویزیون، تشکل سیاسی و عمومی، امنیت کشور، اخلاق، دین، سنت، هنر و تفریحات رابطه مستقیم دارد.

صنایع فرهنگی، میراث و آثار به یادگار مانده از گذشتگان هویت و شناسنامه مردم است که آنها با بررسی آن می توانند از تفکر، هنر و آداب نیاکان و پدران خود آگاه شوند. آنگاه است که این آثار در دید مردم آن دیار به ارزش تبدیل می شود و آنها می توانند جایگاه خود را در جامعه امروزی میان مردم کشور خود، منطقه و جهان تعریف کنند (۷)

کارکردهای صنایع فرهنگی

شاید بتوان دو کارکرد مهم برای صنایع فرهنگی لحاظ کرد

- ۱- اول صنایع فرهنگی ابزار انتقال مفاهیم فرهنگی
- ۲- دوم صنایع فرهنگی ابزار مهندسی افکار عمومی

در کارکرد اول پرواضح است که صنایع فرهنگی ابزار زنده ماندن فرهنگ در روند شتابنده جهانی شدن است این صنایع در فرآیندی درونی تاکید بر پیشینه ها ، آداب ها و رسوم ها دارد و می کوشد سدی را جهت عدم تغییر فرهنگ به فرهنگهای بیگانه ایجاد کند و در فرآیند بیرونی به تبلیغ فرهنگ خود با تاکید بر مزیت ها و نقاط قوت می پردازد در مجموع صنایع فرهنگی در این کارکرد به توسعه فرهنگی می انجامد.

توسعه فرهنگی چیست ؟

اساساً یکی از مهم ترین پیش شرط های توسعه جامعه، توسعه فرهنگی است و توسعه فرهنگی نیز بدون توجه به تمامی عوامل و زمینه های داخلی و خارجی امکان پذیر نیست. مسلماً به دنبال ظهور پدیده جهانی شدن، هیچ جامعه ای نمی تواند با انزواگرینی از جهان پیرامون خود به توسعه دست یابد. در این راستا، حذف موانع گسترش ارتباطات جهانی، جهانی اندیشیدن و جهانی عمل کردن شهروندان جامعه یک ضرورت انکارناپذیر است (۸)

تعبیر مختلفی درباره توسعه فرهنگی وجود دارد. اما میتوان تعریف زیر را گوستین را یکی از تعاریف قابل توجه این مفهوم برشمرد:

ایجاد شرایط و امکانات مادی و معنوی مناسب برای افراد جامعه به منظور شناخت جایگاه آنان، افزایش علم و دانش انسان ها، آمادگی برای تحول، پیشرفت و پذیرش اصول کلی توسعه مانند قانونپذیری، نظم و انضباط، بهبود روابط اجتماعی و انسانی، افزایش توانایی های علمی، اخلاقی و معنوی برای همه افراد جامعه (۹)

در مجموع توسعه فرهنگی رامیتوان فرآیند ارتقاء شئون گوناگون فرهنگ جامعه در راستای اهداف مطلوب دانست که زمینه ساز رشد و تعالی انسان ها خواهد شد. در اینجا منظور از شئون گوناگون فرهنگ، نگرش ها، ارزش ها، هنجارها، قوانین، آداب و رسوم میباشد. هدف نهایی توسعه فرهنگی در این تعریف در واقع غرض اصلی هر نوع توسعه ای است؛ یعنی رشد و تعالی انسان، در ابعاد مادی و معنوی. البته روشن است که دستیابی به این هدف جز در صورت مناسب بودن بستر زیست انسان، که همانا جامعه است محقق نمی شود. بنابراین در یک الگوی مناسب برای توسعه، باید راهکارهایی برای بهبود شرایط زندگی پیش بینی شود (۳)

توسعه فرهنگی در قالب اهمیت دادن به ارزش های محلی و ملی، باید بتواند از طریق برنامه ریزی های فرهنگی و اجتماعی به نیازهای معنوی و مادی افراد جامعه خود پاسخ دهد، تا از این طریق ایده ها، افکار، و آداب و رسوم ملی بومی جامعه خود را در قالب ارتباطات نمادین فرهنگی و نشانه های ملی و بومی در عصر حاضر همپای سایر فرهنگ جوامع موثر در جهان اشاعه دهد. (۱۰).

توسعه فرهنگی در تحلیل نهایی بستگی دارد به غنی کردن و شکل دادن فرهنگ شخصی هر فرد به نحوی که او قادر سازد فرهنگ خود را بیان کند و فرهنگ خود را تولید کند. (۱۱)

بعبارتی می توان نتیجه گرفت توسعه فرهنگی خودباوری و اعتماد به نفس را در یک ملتها ارتقاء، بخشیده توانایی های بالقوه و خلاق انسانها را در زمینه فرهنگی شکوفا می کند؛ و این مسئله خود در شکل گیری و هویت فرهنگی جامعه نقش مهمی را ایفاء می نماید. در واقع ترکیب توسعه و فرهنگ در جامعه و در بخشی از اندیشه های ای علوم انسانی، به دنبال این است که با توجه به فرایند مدرنیته و مدرنیزاسیون با یک رویکرد درونی و بومی و بهره مندی از پیامدهای موثر بیرونی توسعه، به شناخت عمیق باورها و ارزش های ملی و محلی جامعه خود بپردازد. توسعه فرهنگی در قالب اهمیت دادن به ارزش های محلی و ملی، باید بتواند از طریق برنامه ریزی های فرهنگی و اجتماعی به نیازهای معنوی و مادی افراد جامعه خود پاسخ دهد، تا از این طریق ایده ها، افکار، و آداب و رسوم ملی - بومی جامعه خود را در قالب ارتباطات نمادین فرهنگی و نشانه های ملی و بومی در عصر حاضر همپای سایر فرهنگ جوامع موثر در جهان اشاعه دهد. (۱۰)

توسعه فرهنگ آری فرهنگ توسعه خیر

از تعبیر « توسعه فرهنگی » چنین نتیجه می شود که قرار است فرهنگ توسعه پیدا کند، اما از تعبیر « فرهنگ توسعه » این نتیجه کاملاً متضاد به دست می آید که باید برای وصول به توسعه - که همان توسعه اقتصادی و صنعتی است - فرهنگ آن را ایجاد کرد. غایات و آفاق این دو تعبیر نه تنها یکی نیست که منافی یکدیگر هستند. غایت فرهنگ توسعه رسیدن به همان آفاق متعارفی است که جهان امروز متوجه آن است و این غایات جز با حفظ وضع موجود نمی توان رسید؛ و اما آن دیگری را جز با نفی وضع موجود نمی توان حاصل کرد (۱۲)

و اما در کارکرد دوم که معمولاً منافع سیاسی را در بر دارد صنایع فرهنگی می کوشند در افکار عمومی جهت اتفاق و یا رخدادی ظرفیت سازی کنند و یا اتفاقات صورت گرفته را آنطور که می خواهند القاء کنند نه آنطور که هست و گاهی نیز شرایط را در جامعه برای تصمیم سازی فراهم نماید. در چنین وضعیتی صنایع فرهنگی ابزار است برای مدیریت و یا مهندسی افکار عمومی

در عصر ارتباطات با گسترش رسانه های همگانی و شبکه ای شدن جهان و همچنین با سواد تر شدن عامه مردم، نیروی تازه ای با عنوان افکار عمومی پای به صحنه گذاشته است. این نیروی تازه که تجلی اراده مردم و خواست آنها است، در تمام جهان به ویژه در کشورهایی که نظامهای پارلمانی و مردمی دارند، نقش مهمی در شکل دادن به حوادث و رخدادهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دارد و کمتر نقش آن نادیده گرفته می شود. (۱۳)

کارل هوسمن می گوید: رسانه ها، فضایی ساختگی ارائه می دهند، برداشتی ذهنی از جهان که ضرورتاً با جهان واقعی منطبق نیست. در رسانه ها، خبر، ضرورتاً همان چیزی نیست که اتفاق می افتد بلکه چیزی است که منبع خبری آن را ارائه می دهد (۱۴).

یکی از خصایص افکار عمومی که از دیرباز مورد مطالعه قرار گرفته، ناپایداری آن است. از آنجایی که افکار عمومی به گرایشها و منتهایی دلالت دارد که بر محور موضوعی خاص به وجود آمده اند، روشن است که به محض از بین رفتن آن موضوع، موضع گیریها و واکنشهایی هم که به افکار عمومی شکل بخشیده اند، نیز از بین می رود (۱۳) فیلیپس دیویس در همین رابطه می گوید: افکار عمومی زمانی که به هدف خود نایل شود و موضوعی که سبب ساز تشکیل و تکوین آن بوده است، در قالب نظام قانونی و قوانین رسمی تحقق پذیرد، موجودیت خود را از دست می دهد (۱۵)

سازمانهای مردم نهاد

از دیگر مفاهیمی که در حوزه توسعه مورد بحث قرار گرفته است مفهوم توسعه اجتماعی است سازمان ملل توسعه اجتماعی را افزایش ظرفیت نظام اجتماعی، ساختار اجتماعی، نهادها خدمات و سیاست، بهره گیری از منابع برای سطوح زندگی مطلوب تر، که در معنایی وسیع تر در بردارنده ارزش هایی است که معطوف به توزیع معتبر درآمد، دارایی و فرصت هاست تعریف نموده است (۱۶)

سازمان غیردولتی که معادل واژه (Non-governmental Organization) ترجمه شده است، به سازمان هایی اطلاق می شود که توسط مردم و برای رفع یک مشکل جمعی شکل می گیرند. واژه سازمان مردم نهاد(سمن) از سوی فرهنگستان زبان فارسی و پس از آغاز کار دولت نهم به جای واژه سازمان غیردولتی مور استفاده قرار گرفت.

بانک جهانی تعریف نسبتاً شفافی از سازمان غیردولتی ارائه نموده است. بانک جهانی سازمان غیردولتی را از جمله سازمان های خصوصی بر می شمارد که فعالیت های خود را در حوزه های کاهش امراض، ارتقاء منافع و مصالح فقرا، حفظ محیط زیست، ارائه خدمات اجتماعی اساسی و یا توسعه اجتماعی برنامه ریزی و اجرا می کنند

جولی فیشر ۲ یکی از محققین علوم اجتماعی نیز تعریف کلی از سازمانهای غیردولتی فعال کشورهای جهان سوم نموده است وی معتقد است "سازمان غیردولتی سازمانهایی هستند که درگیر امور توسعه شده اند"

آژانس توسعه بین المللی در آمریکا(USAID) به عنوان یک نهاد حمایت کننده از سازمانهای مردم نهاد در کشورهای دیگر، تعریفی دیگر و از سازمانهای مردم نهاد ارائه از نظر USAID سازمانهای مردم نهاد عبارتند از:سازمان هایی که مسائل و مشکلات توسعه همچون فقر یا بی اعتنایی به محیط زیست را تجزیه و تحلیل می کنند و مناظرات و برنامه های آموزش ملی در باب این موضوعات سازماندهی و اجرا می کنند.

۲- سازمان هایی که با دیگر سازمان ها و افراد منافع مشترکی دارند.

۳- سازمان هایی که از اصلاحات سیاسی و اجتماعی همچون حفظ امنیت و محیط زیست حمایت می کنند

۴- سازمان هایی که از اهداف خاص توسعه همچون خدمات برنامه ریزی خانواده یا زیرساختهای توسعه حمایت می کنند.

۵- سازمان هایی که خدمات ارائه می دهند. مانند سازمان ها یی که برای بهبود وضعیت زندگی و معیشت کودکان تلاش می کنند.(۱۷)

امروزه توسعه به عنوان یک فرآیند، مهم ترین بحث کشورها، بویژه کشورهای در حال توسعه است. تحقق پیشرفت و توسعه کشورها نیز مستلزم بهره گیری از استعداد و توان و حضور فعالانه مردم و مشارکت آنها در مراحل توسعه است؛ به طوریکه توسعه و مشارکت را اموری در هم تنیده دانسته-اند، و فرآیند توسعه وقتی با ثبات و موفقیت همراه می-دانند که با افزایش مشارکت مردم توأم باشد (۱۸)

سازمانهای غیردولتی در سراسر جهان گسترش چشمگیری یافته اند، آنها مشارکت افراد جامعه را در فرآیند توسعه تقویت می کنند (۱۹)

این سازمانها با نقش واسطه ای خود میان مردم و دولت حوزه هایی از عرصه عمومی را در حیات اجتماعی جوامع تعریف کرده اند (۲۰)

«بخش غیرانتفاعی». در حقیقت منظور سازمان هایی هستند داوطلب، که در جهت بسیج نیرو و احساسات داوطلبان برای کاهش رنج ها و با هدف توسعه انسانی عمل می کنند(۲۱)

یکی از ویژگیهای مورد تأکید در تعریف NGOs خصیصه غیر انتفاعی بودن آنهاست که در بعضی از تعاریف محدودیتهای را برای بعضی سازمانها قائل شده اند، البته دسته ای از این سازمانها مانند تعاونی ها را که جنبه غیر

انتفاعی در آنها، بر کسب سود ترجیح دارد؛ می توان در چهارچوب NGOs قرار داد و بدین ترتیب اگر هدف عمده سازمانی، کسب سود یا تقسیم آن بین اعضا نباشد، می توان آنرا یک سازمان غیر دولتی به شمار آورد (۱۹).

دیپلماسی چیست

واژه "دیپلماسی" به معنی هدایت روابط بین افراد، گروه‌ها و ملت‌ها از جمله واژه‌های سیاسی مورد استفاده در عرصه مناسبات بین‌المللی است (Diplomacy) در کاربرد رسمی خود عمدتاً به دیپلماسی بین‌المللی که هدایت روابط بین‌المللی از طریق دیدار و گفت و گوهای دیپلمات‌های رسمی است اشاره دارد.

دیپلماسی فن مدیریت تعامل با جهان خارج از سوی سازمانها است قطعاً ابزارها و مکانیسم‌های متعددی برای اعمال این مدیریت می‌توان به کار گرفت. ملاحظات سیاسی، اقتصادی و امنیتی سه حوزه سنتی بنیادین و کلاسیک در عرصه بین‌الملل است که استراتژی‌های سازمان در آن اعمال می‌شود. با این حال به باور بسیاری از اندیشمندان و صاحب نظران عرصه بین‌المللی به طور عام و پس از پایان جنگ سرد به طور خاص فرهنگ و مولفه‌های فرهنگی رکن چهارم سیاست خارجی را تشکیل می‌دهد که در بسیاری از مواقع لایه‌های زیرین سه حوزه دیگر نیز از آن منبعث می‌شود.

دیپلماسی در واقع مجری سیاست خارجی در چارچوب دکترین سیاست خارجی هر کشور است. دکترین سیاست خارجی یک کشور که معمولاً یک بیان کلی از سیاست خارجی آن محسوب می‌شود توسط رئیس حکومت یا وزیر امور خارجه اعلام می‌شود. (۲۲).

گسترده ترین مفهوم دیپلماسی، روابط میان دولت هاست. برخی دیپلماسی را چکیده ای از توانایی ملی می دانند و برخی دیگر آن را تنها برگرفته از توانایی ملی می دانند و برخی دیگر آن را تنها وسیله ی اعمال سیاست ملی می شمارند. در درک مورد آخری تفاوت میان سیاست خارجی به عنوان هدف و غرض و دیپلماسی به عنوان وسیله و روش گذاشته می شود امروزه دیپلماسی موثر از سطح دولتها به سطح سازمانهای غیر دولتی تغییر کرده است

دیپلماسی فرهنگی چیست ؟

دیپلماسی نوینی در قرن نوزدهم از سوی دولت فرانسه ابداع شد. این شیوه دیپلماتیک، مجموعه کوششهای یک دولت در زمینه سیاست خارجی است، که به جای استفاده و یادگار کنار استفاده از مطبوعات و سایر وسایل ارتباط جمعی برای جلب توجه و علاقه مخاطبان کشورها دیگر، به طور مستقیم و از طریق امکانات غیر سیاسی در داخل جوامع مختلف، در آنها تاثیر می گذارد. ابزارهای اصلی این نوع دیپلماسی، شامل آموزش زبان، مبادلات آموزشی و انجای دیگر تماسهای مستقیم یک کشور در « دیپلماسی فرهنگی » فرهنگی اند. هدف کشورهای خارجی، آماده ساختن جوانان و نخبگان آینده این کشورها برای تکلم به زبان آن کشور و شناخت ادبیات و فرهنگ آن و به عبارت دیگر، ایجاد زمینه های لازم برای درک و ارج گذاری بیشتر گزارشها و تصویرهای انعکاس یافته از سوی وسایل ارتباط جمعی کشورهای انتقال دهنده زبان و فرهنگ پیشرفته است. این رویکرد در سیاست خارجی، در سالهای نه چندان دور، در دستور جلسات بین‌المللی برخی دولتها به شکلی پایدار دنبال شده است. این موضوع در سیاست خارجی ژاپن و روسیه، طرحی اجتناب ناپذیر و به عنوان محوری اساسی، در سطحی معادل با سایر موارد قراردادی سیاست خارجی آنها قرار گرفته است دیپلماسی فرهنگی فرانسه از آن (۲۳).

در میان انواع دیپلماسی نوین اعم از دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه ای و دیپلماسی آموزش، دیپلماسی فرهنگی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. دیپلماسی فرهنگی به کشورها اجازه می دهد که با استناد به عناصر کلیدی و نفوذ دولتهای خود، به طور مستقیم با مخاطبان خارجی، به انضمام مردم معمولی و رهبران افکار، در ارتباط باشند. نفوذ بر روی توده های خارجی و آوردن آنها به صحنه بی نالمللی، به منظور فراهم آوردن فشار موثر به دولتهای آنها، در نظر گرفته می شود در این راستا، سوال اساسی این پژوهش اینست که چرا دولتها اطلاعات و ارزشهای فرهنگی خود را در جامعه بین الملل منتشر می کنند و این که چرا آنها معتقدند که در صورت محقق شدن چنین امری، به منافع ملی خود دست خواهند یافت؟ (۲۴)

دیپلماسی فرهنگی عبارتست از "تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تاثیرگذاری بر مردم دیگر کشورها و تبادل ایده ها، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه های فرهنگ میان ملت ها به منظور تقویت تفاهم متقابل (۲۵)

هدف اساسی دیپلماسی فرهنگی ارائه دیدگاه روشن و موجه نسبت به فرهنگ ارزشی و رفتاری نظام برای بازیگران مختلف عرصه بین الملل شامل: دولت ها، سازمان های دولتی بین المللی و غیر دولتی، نهادهای جوامع مدنی و افکار عمومی است به این ترتیب بیهوده نیست که نفوذ و اثرگذاری را دو هدف اصلی دیپلماسی فرهنگی می شمارند.

در این میان توجه به دیپلماسی فرهنگی و نقشی که در جهت تامین اهداف و منافع یک کشور ایفا می کند بسیار ضروری می نماید

دیپلماسی فرهنگی در واقع تامین منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی است. پیشبرد منافع ملی با به کارگیری ابزارهای فرهنگی ممکن است نتواند جایگزین سایر ابزارها همانند ابزارهای سیاسی، اقتصادی، نظامی و... شود، اما می تواند مکمل آنها باشد. امروزه حتی قوی ترین کشورها نیز ترجیح می دهند تا آنجا که ممکن است از شیوه های فرهنگی برای تامین منافع خود استفاده کنند.

دیپلماسی فرهنگی به عنوان "تبادل افکار، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه های فرهنگ میان ملت ها و مردمانشان برای ترویج درک متقابل" توصیف شده است.

دیپلماسی فرهنگی از آن جهت که به یک کشور امکان می دهد که فرهنگ، جامعه و مردمش را به دیگران معرفی کند و همچنین از طریق فزونی بخشیدن به ارتباطات خصوصی بین مردم کشورهای گوناگون، کشورها را قادر می سازد که ایده آل های سیاسی و سیاست هایشان را در انظار افکار عمومی بسیار جذاب سازند. وقتی فرهنگ کشوری شامل ارزش های جهانشمول شود، کسب نتایج دلخواه برای آن کشور افزایش می یابد.

در هزاره سوم، بدلیل امکان ارتباط بیشتر مابین مردمان جوامع مختلف، دیپلماسی فرهنگی منحصر به دست اندرکاران سیاست خارجی نیست. بلکه همه مردم، اعم از هنرمندان، بازرگانان، ورزشکاران، خبرنگاران، روحانیون و دیگر اقشار جامعه می توانند حاملان فرهنگ ایران باشند و دیگر جوامع را از غنای فرهنگی و تمدنی ایران آگاه سازند.

نباید دیپلماسی فرهنگی را در سطح رسمی میان دولت ها محصور کرد از میان عناصر و مولفه های موثر در سیاست خارجی کشورها (سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی) هیچ کدام به اندازه عامل فرهنگی پایدارتر و تاثیرگذارتر از دیپلماسی فرهنگی نیست

هیچ ظرفیتی نمی‌تواند به اندازه دیپلماسی فرهنگی برای تعامل اثربخش با جهان امروز کارآمد باشد که اساساً منظور از دیپلماسی فرهنگی، تلاش برای درک، آگاهی، مشارکت و تاثیر بر افکار عمومی نهادها، سازمان‌ها و دولت‌های سایر کشورهاست. در این فرایند، فرهنگ یک ملت به جهان بیرون عرضه می‌شود و خصوصیات خاص فرهنگی ملت‌ها در سطوح دوجانبه و چندجانبه تبادل می‌یابند. بنابراین یکی از حساس‌ترین مسائل مدیریت استراتژیک فرهنگی مکانیسم، به کارگیری ابزار و ظرفیت‌های فرهنگی برای تاثیر بر افکار عمومی و دولت‌های سایر کشورها می‌باشد.

عرصه دیپلماسی عمومی فرهنگی باعث می‌شود که فرهنگ و اندیشه فرهنگی نظام، که در عرصه‌های مختلف نظری، سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و الگوهای رفتاری دولت جلوه‌گر است، به افکار عمومی جهانیان منعکس و جایگاه و منزلت واقعی خود را در نظام بین‌المللی پیدا کند. در غیر این صورت با تصویر ناصحیح، عملاً عرصه به نفع تبیین‌های ناصحیح و گاه ناشایست از نظام فرهنگی تغییر یافته و زمینه را برای شکل‌گیری نوع اجماع و توافق جهانی علیه فرهنگ و تمدن غنی کشور فراهم می‌آورد.

به دلیل پایداری و اثربخشی بلندمدت دیپلماسی فرهنگی، درک حساسیت، سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری در این حوزه برای متولیان امر بسیار ضروری به نظر می‌رسد. مهم‌ترین الزامات این حوزه، آموزش و تربیت نیروی انسانی کارآمد و آشنا به مبانی و تحولات فرهنگی و مسلط به اصول و زبان گفت‌وگو در نظام جهانی است. میزان تاثیرگذاری و بهره‌مندی بهینه از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی برای معرفی حوزه‌های مختلف فرهنگی و تمدنی هر ملت بسته به غنای فرهنگی و ادبی آنان که با در نظر گرفتن فضای سلطه ارتباطی رسانه‌ای که این روزها توسط صاحبان رسانه‌های بزرگ در عصر حاضر که از آن به عصر اطلاعات و ارتباطات یاد می‌شود، مبادله و تعاملی نابرابر و یک سویه را در پیش روی ملل مستقل فرهنگی قرار داده است.

دیپلماسی فرهنگی^۲ 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 می‌باشد، از مجموعه تعاریف و معانی موجود می‌توان "دیپلماسی فرهنگی را به عبارتی خلاصه‌تره "ابزاری برای تأمین منافع و مصالح ملی -دینی یک ملت یا فرهنگ تفسیر نمائیم (۲۶)

دیپلماسی‌های فرهنگی، رسانه‌ای و ارتباطات میان فرهنگی، جایگزین دیپلماسی‌های سنتی شده است که این رویکرد منجر به ایجاد صلح پایدار برآمده از خواست ملت‌ها می‌شود.

هدف اساسی دیپلماسی فرهنگی ارائه دیدگاه روشن و موجه نسبت به فرهنگ ارزشی و رفتاری نظام برای بازیگران مختلف عرصه بین‌الملل شامل دولت‌ها، سازمان‌های دولتی بین‌المللی و غیردولتی، نهادهای جوامع مدنی و افکار عمومی است. به این ترتیب بیهوده نیست که نفوذ و اثرگذاری را دو هدف اصلی دیپلماسی فرهنگی می‌شمارند. (۲۷)

در عصر کنونی از فرهنگ به عنوان قدرت نرم در سیاست خارجی بحث می‌شود که عنوان دیپلماسی فرهنگی به آن می‌دهند و به معنای استفاده از ابزارها و مکانیسم‌های فرهنگی برای معرفی و انتقال فرهنگ و تمدن یک سرزمین به سرزمین و فرهنگ دیگر است. (۲۸)

کتاب فرهنگ اصطلاحات روابط بین‌المللی که به وسیله وزارت امور خارجه آمریکا منتشر شده است دیپلماسی عمومی را برنامه‌های مورد حمایت دولت تعریف کرده است که با هدف اطلاع‌رسانی یا تأثیرگذاری بر افکار عمومی

در کشورهای دیگر انجام و شامل انتشارات، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی، رادیو و تلویزیون می‌شود. "پل رورلیخ" استاد دانشگاه "ورمونت" باتوجه به نقش فرهنگ در بررسی مفهوم «مرزهای سرزمینی» به این نتیجه رسیده است که این مفهوم دارای بار و ساختی بین فرهنگی است مثلاً مسلمانان مرزهای میان کشورهای اسلامی را با مرزهای میان این کشورها با کشورهای غیرمسلمان یکسان نمی‌دانند زیرا در واقع ارزش حقوقی این مفهوم ریشه در مفاهیم وسیعتری چون بلاد اسلام و کفر دارد روابط فرهنگی در سه پدیده تاریخی جنگ، مذهب و استعمار ریشه دارد (۲۹)

سازمانهای مردم نهاد و دیپلماسی فرهنگی

تا کنون یکی از ابزارهای مهم در عرصه جنگ نرم استفاده از سازمانهای مردم نهاد (سمن) تحت عناوین دفاع از حقوق بشر، دموکراسی، مبارزه با تروریسم و... بوده است. به عنوان مثال نهادهایی مانند سازمانهای حقوق بشر جهانی، کنوانسیونهای بین‌المللی و سمن جهانی به ابزاری برای پیشبرد استراتژی کشورهای خاص در آمده اند اما گسترش سازمانهای مردم نهاد در سالهای اخیر علاوه بر تهدیدها، فرصتهایی را نیز بوجود آورده است که بهره‌گیری و استفاده مناسب از این توانمندی‌های می‌تواند در ترویج فرهنگ و تقویت مبادلات فرهنگی و تحکیم پیوند میانی ملت‌ها کمک شایانی نماید و از این رو به نظر می‌رسد همه کشورها می‌توانند و باید از ظرفیت‌های سمن همسو برای مبادلات فرهنگی در کشورها بهره‌مند گردند. دولت‌ها باید چتر سیاستهای هدایتی و حمایتی خویش را بر فعالیتهای خودجوش و داوطلبانه بگسترانند و در امر ایجاد سازمانهای مردم نهاد تسهیل‌گری نمایند.

دیپلماسی فرهنگی منحصر به دست اندرکاران سیاست خارجی و فرهنگی در خارج از کشور نیست، همه مردم و اقشار مختلف جامعه می‌توانند حاملان فرهنگ و تمدن باشند و جوامع دیگر را از غنای فرهنگی و تمدنی خویش آگاه سازند. سازمانهای مردم نهاد ابزار اصلی در رسیدن به اهداف دیپلماسی فرهنگی هستند، زیرا در دیپلماسی رسمی ابزارهای کشور برای تاثیرگذاری بر ملت‌ها و پیشبرد منافع ملی به خدمت گرفته می‌شود اما در دیپلماسی فرهنگی همه ابزارها برای تاثیرگذاری بر ملت‌ها و با هدف نهایی تاثیرگذاری بر دولت‌ها به کار گرفته می‌شود شاید بتوان با جرات گفت با این کارکرد سازمانهای مردم نهاد از کانونهای اصلی قدرت در شرایط امروزی هستند. ساماندهی سازمانهای مردم نهاد برای اثرگذاری بر ملت‌ها و در نتیجه تحقق منافع ملی کشورها یک اصل اساسی است و تشکیل انجمن‌های دوستی بین کشورها در همین راستا می‌باشد این انجمنها با تاکید بر رعایت اصولی که منافع عمومی مردم را در نظر می‌گیرند بر تدوین سیاستهای عمومی در داخل و خارج از کشور نیز موثر هستند و می‌توانند در تشکیل سازمانهای حاکمیت جهانی نقش قابل توجهی را ایفا کنند بی شک هر کشوری که در معرفی و انتقال فرهنگ خویش پویاتر عمل کند نقش آفرینش در این سازمانها و به تبع آن در مدیریت جهان فعال‌تر خواهد بود

نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت زیاد صنایع فرهنگی و نقش بی بدیل آن در معرفی ظرفیتهای ملت‌ها و مقابله با فرهنگهای تهاجمی که بی حد و حصر از طریق کانال‌های ارتباطی مختلف و متفاوت هجوم می‌آورند باید با استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی جهت افزایش ضریب سازگاری با محیط، امید به زندگی و حرکت به سمت فرصت‌های جدید، بالارفتن اعتماد به نفس و تلطیف روابط اجتماعی از بعد درونی و تقویت تعاملات بین فرهنگی و شناسایی نقاط هدف از بعد

بیرونی تلاش کرد. بخش عمده ای از صنایع فرهنگی غیر از آنکه ظرف انتقال مفاهیم فرهنگی هستند به خودی خود نیز شکلا ماهیتی فرهنگی داشته و دربرگیرنده هویتی ملی و مذهبی اقوام و ملتها هستند دولتها بایستی از سویی شرایط رشد و نمو صنایع فرهنگی را فراهم و سویی دیگر ظرفیت های انسانی را با حمایت از سازمانهای مردم نهاد در این حوزه بالا ببرند و از تصمیمات دستوری و ابلاغی به شدت پرهیز کنند زیرا صنایع فرهنگی بر خلاف سایر صنایع بیش از سخت افزار به نرم افزار احتیاج دارد. تقویت بنیان های فرهنگی، تسلط بر ابزار فرهنگی، احیاء هنرهای فراموش شده، معرفی خرده فرهنگ های بومی، شناسایی وجوه مشترک فرهنگ قومیت ها، تاکید بر اشتراکات بین فرهنگی نیز می تواند راه گشا این مسیر باشد. در کنار این موارد استفاده از ظرفیت های سازمانهای بین المللی مثل یونسکو و توانمند سازی سازمانهای مردم نهاد در برقراری ارتباط با این سازمانها به نحوی که صادرات فرهنگی ارتقاء یابد مثمر ثمر واقع می شود

منابع:

- ۱- فرهنگ فارسی دکتر محمد معین، ۱۳۸۷، محمد معین، انتشارات فرهنگ نما
- ۲- فرهنگ فارسی عمید، حسن عمید، ۱۳۸۹، انتشارات راه رشد، صفحه ۷۹۵
- ۳- صالح نیا، ن، دهنوی، ج، نقش فرهنگ در توسعه اقتصادی، مرداد و شهریور ۱۳۸۹ ماهنامه مهندسی فرهنگی سال چهارم شماره ۴۳ و ۴۴
- ۵- احمدی، ح جنگ، اندیشه، هویت، ۱۳۸۰ مؤسسه توسعه دانش و پژوهش ایران صفحه ۲۹
- ۶- شاهراهای اطلاعاتی، ۱۳۸۳، امیری صفت، ح، تهران: انتشارات ساقی، صفحه ۱۱۲
- ۷- خزاعی، ح، صنایع فرهنگی و هویت ملی، نشریه زمانه شماره ۶۷ و ۶۸
- ۸- بابایی فرد، ا، اینترنت، جهانی شدن و هویت فرهنگی جوانان در ایران، بررسی موردی: دانشجویان دانشگاه تهران، ۱۳۸۸ پایان نامه دکتری جامعه شناسی نظری فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- ۹- مجموعه مقالات سمینار فرهنگ و توسعه، ۱۳۸۱، زرین قلم، پ، هاشمی گیلانی، ع، ریشه های فرهنگی اقتصادی، مرکز پژوهش های بنیادی معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول
- ۱۰- شربتیان، م، تأملی بر ضرورت مبانی توسعه فرهنگی و اهمیت آن در جامعه ایران، ۱۳۸۸ انسان شناسی و فرهنگ، <http://anthropology.ir/node/۸۱۷>
- ۱۱- مجموعه مقالات توسعه فرهنگی، ۱۳۸۱، پهلوان، چ، صبوری، ا، امیر شاهی، ش، سازمان چاپ و انتشارات وزارت ارشاد اسلامی، تهران
- ۱۲- رستاخیز جان، فرهنگ یا فرهنگ توسعه، ۱۳۷۹، آوینی، م، انتشارات ساقی، صفحه ۷۹
- ۱۳- سیلان اردستانی، ح، رویکردی تئوریک به عوامل شکل دهی و کنترل افکار عمومی، ۱۳۸۴، فصلنامه جنگ نرم و عملیات روانی، شماره ۹، سال سوم، معاونت فرهنگی ستاد مشترک سپاه
- ۱۴- بحران وجدان، ۱۳۷۶، هوسمن کارل، ترجمه داود حیدری، انتشارات رسانه، صفحه ۲۴۱

- ۱۵- مقدمه‌ای بر افکار عمومی، ۱۳۷۵، دیویسون فیلیپس، ترجمه نصرت فتی؛ نشریه افکار عمومی، شماره ۷ انتشارات مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما
- ۱۶- توسعه انسانی: دیدگاه و راهبر، ۱۳۷۷، گریفین، ک؛ مکا کنلی، ت، ترجمه خواجه پورغ، تهران، انتشارات وداد،
- ۱۷- مجموعه مقاله های همایش بین المللی امنیت انسانی در غرب آسیا، نقش سازمانهای مردم نهاد در گسترش امنیت انسانی، ۱۳۸۸، رفیعی، ف، صباغ گل، م، ابراهیمی، ر، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، صفحه ۳۴۵
- ۱۸- مجموعه مقالات نقش و جایگاه سازمانهای غیردولتی در عرصه فعالیتهای ملی و بین المللی «سازمانهای غیردولتی نهادی برای سازماندهی مشارکت در جامعه مدنی، ۱۳۸۰، مقنی زاده، م، تهران، دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور
- ۱۹- سعیدی، محمدرضا ۱۳۸۱ موانع رشد و گسترش سازمانهای غیردولتی در ایران. رساله دکتری دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس
- ۲۰- قلفی، م، رویکرد شبکه سازی در سازمانهای غیردولتی، ۱۳۸۴، ماهنامه صالحین روستا. شماره ۲۶۶.
- ۲۲- صباغیان، ع، دیپلماسی چیست، همشهری آنلاین، ۱۳۸۶، www.hamshahronline.ir
- ۲۴- خرازی محمودوندی، ز، تاثیر دیپلماسی فرهنگی بر منافع ملی کشورها آذر ۱۳۸۸، مجله مدیریت فرهنگی سال سوم، شماره ششم
- ۲۵- حسن خانی، م، دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها ۱۳۸۴، مجله دانش سیاسی
- ۲۶- رضا، م، دیپلماسی فرهنگی و نقش آن در توسعه فرهنگی هشتمین هم اندیشی نمایندگان فرهنگی ج.ا.ایران در خارج از کشور اسفند ۸۸
- ۲۷- محمدی، سعید، الگوی دیپلماسی فرهنگی، جام جم آنلاین ۲۸/۲/۸۹ www.jamejamonline.ir
- ۲۸- تحلیل گفتمانی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران رسول نوروزی نسخه شماره ۲۳۶۷ - ۱۳۸۹
- ۲۹- محمدی فومنی، حسین، دیپلماسی فرهنگی در عرصه سیاست خارجی، سایت اینترنتی تابناک www.tabnak.ir

۴-Shein, Edgar, ۱۹۸۷, The Art of Managing Human Resources, Oxford University Press.

Streeten, Paul, ۱۹۹۷, "Non governmental organization and development", the annals of the American Academy of political & social science.

۲۳- Igor S. Ivanov, Russian Foreign Minister, La Politique Étrangère de la Russie à l'Époque de la