

ارزیابی نقش سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در تبادل فرهنگی با سایر کشورها

دکتر سید رضا صالحی امیری

استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

سعید محمدی

دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت برنامه‌ریزی و امور فرهنگی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

چکیده

این پژوهش به بررسی نقش سازمان و فرهنگ و ارتباطات اسلامی در تبادل فرهنگی با سایر کشورها از منظر عناصر مدیریت فرهنگی پرداخته است که می‌توان آن را در واقع نوعی بررسی روابط فرهنگی ایران با دیگر کشورها دانست. این پژوهش که به روش پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه نظرات ۲۱۰ نفر از مدیران و رایزنان فرهنگی، ۶۰ نمایندگی سازمان ارتباطات اسلامی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و به این نتیجه رسیده است که زمینه و امکانات و نیز اختیارات لازم برای تبادل فرهنگی بین کشورهای مختلف برای سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی وجود دارد ولی طراحی الگوی مطلوب مدیریتی برای تعیین استراتژی جامع فرهنگی در خارج از کشور ضروری است که این مسئله با بکارگیری نوعی قالب دیپلماسی فرهنگی تاثیرگذار در مناطق مختلف جغرافیایی با توجه به اولویت‌بندی عناصر مدیریت فرهنگی امکان پذیر است.

واژگان کلیدی

تبادل فرهنگی، مدیریت فرهنگی، استراتژی فرهنگی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.

مقدمه

صحيح فرهنگ و تمدن ايران اسلامي (اسلام، انقلاب، زبان فارسي، تمدن اسلام و ايران و...)
ب) تنظيم و تقويت مناسبات فرهنگي ايران با ساير کشورها و سازمانهای فرهنگي جهان.

وظايف اصلي سازمان

الف) سياست گذاري و هماهنگي کليه ارتباطات و فعاليت های فرهنگي و تبليغي در خارج از کشور
ب) هدايت و پشتيباني فعاليتهاي فرهنگي بخش غير دولتي در خارج از کشور
ج) نظارت بر حسن اجرائي موافقت نامه ها و برنامه های مبادلات فرهنگي، هنري و تبليغي با ساير کشورها.

ضرورت انتخاب موضوع

شايد بتوان گفت توجه به رسالت نظام جمهوری اسلامی ايران در دنياي معاصر و ايجاد بستري مناسب در جهت تحقق شعارهای آرمانی اين نظام، منشاء و علل اصلي تشكيل سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامي بوده است؛ سازمان فرهنگي مستقل که در حوزه بين الملل بتواند جايگاه و منزلت فرهنگي ايران و رفتارهای نظام را تبیین کند.
از سوی ديگر وجود فرهنگ و تمدن و تاريخ غنی در اين مرز بوم قبل از اسلام و فرهنگ درخشان و متعالی ايران اسلامي و همچنين وجود دانشمندان و متفکران صاحب اثر و نظر، بويژه در زمينه ادبيات و عرفان بستر و زمينه ساز اساسی برای ارتقاء و گسترش تعامل و تبادل فرهنگي با ساير کشور گردید.

انتخاب اين موضوع به منظور بررسی استراتژيها و وظايف اين سازمان و ميزان بهره گيري و الگوگيري فعاليت های آن از نظريه های علمي، معتبر و مقبول جامعه بشريت به منظور تحقق اهداف اين سازمان، ضرورت اين امر را بيان می کند. از طرفی شکی نيست

معمولا حکومت ها و حاکمیت های فعلی تحت تاثیر شش عامل سياسي، اقتصادي، نظامي، اجتماعي، فرهنگي و ارتباطات هستند که هر یک از اين عوامل به نوبه خود تعاريف، اهداف و ویژگی های خود را دارند آنچه در اين مجموعه ارائه می شود مربوط به عوامل و روابط فرهنگي متقابل بين کشورها با یکديگر است.

امروزه به خوبی روشن است که نظام سياسي نمی تواند در انزوا و به دور از نظام شبکه ای جهانی زندگي کند. شناخت تاريخ، فرهنگ، آداب، رسوم، تمدن یک کشور برای کشورها در جهت تبادل و تعامل فرهنگي امري ضروري است و اين مأموريت در ساختار رسمي در جمهوری اسلامی ايران برعهده سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامي سپرده شده است.

بی شک روابط فرهنگي مهمترين و اصلي ترين مأموريت در اين حوزه محسوب می شود و از مهمترين عوامل شکل گيري اين سازمان فرهنگي است. قبل از تشكيل سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامي در حدود ۱۲ سازمان و نهاد مختلف در خارج از کشور به فعاليتهاي فرهنگي مشغول بودند که جهت تمرکز امور ارتباطات فرهنگي در خارج از کشور در قالب سازمان واحد، در سال ۷۴ پس از طی مراحل مختلف قانونی و تأييد اساسنامه آن توسط مقام معظم رهبري، رسماً تشكيل شد و از سال ۱۳۷۵ بودجه و اعتبارات لازم در اختيار اين سازمان قرار گرفت و مقرر شد بخشهای فرهنگي وزارتخانه های فرهنگ و ارشاد اسلامي و امور خارجه و همچنين مجمع جهانی اهل بيت و تقريبات مذاهب اسلامي با کليه امکانات مالي، پرسنلي و تجهيزاتي به اين سازمان واگذار گردد.

اهداف اصلي سازمان

الف) گسترش و تقويت مناسبات فرهنگي کشور با کشورهای مختلف به منظور مبادلات فرهنگي و عرضه

از طرفی انقلاب ارتباطات موجب نزدیکی هرچه بیشتر انسانها و آشنایی آنها با خصوصیات یکدیگر شده و در پی آن نظریات گوناگون پیرامون چگونگی تبادل فرهنگی در عرصه بین‌الملل پدید آمده است. جهانی شدن در عرصه فرهنگ نوعی نگرش به تبادل فرهنگی است که یکپارچگی فرهنگی همه ملت‌ها را هدف قرار داده است. اما اکنون به نظر می‌رسد غالب ملت‌ها با وجود انقلاب ارتباطات به حفظ باور و سنت‌های خویش روی آورده و به آن پا فشاری می‌کنند.

تبادل فرهنگی امروزه پذیرفته شده‌ترین ایده در این زمینه بوده و نهاد سازی در این عرصه از دیر باز مد نظر صاحب نظران بوده است. ایجاد یونسکو، سازمانی که بصورت خاص به امر فرهنگ در عرصه بین‌الملل می‌پردازد گواه این ادعاست. اما در جمهوری اسلامی ایران تلاش شده که با هماهنگی و یکپارچگی فعالیتهای فرهنگی در عرصه بین‌الملل و تاسیس سازمان فرهنگ ارتباطات اسلامی به عنوان تنها مسئول فعالیتهای فرهنگی در خارج از کشور به اهمیت روابط فرهنگی در عرصه بین‌الملل پاسخی در خور داده شود. در این مقاله ما نقش تبادل فرهنگی در عرصه بین‌الملل (بین کشورها) بویژه نقش سازمان فرهنگ ارتباطات اسلامی را با تفصیل بیشتر مورد بررسی قرار خواهیم داد.

تبادل فرهنگی یک جریان دو سویه بین جوامع و افراد و یک امر تاثیرگذار و تاثیرپذیر و ماندگار در زندگی بشری است. تبادل نیز یک امر دو سویه و لازمه زندگی بشری و یکی از علل شکل‌گیری جامعه انسانی است که نیازهای افراد را برآورده می‌کند. فرهنگ گویای هویت، زبان، آداب، رسوم، دانش و معرفت هر جامعه می‌باشد. از سوی دیگر تبادل زمانی صورت عینی پیدا می‌کند که مسئله جهانی شدن تمامی مرزهای فرهنگی، ارزشی، اقتصادی و مرزهای جغرافیایی و مرزهای سنتی جوامع را به چالش کشانده است.

که تبادل فرهنگی یکی از مهمترین عوامل تحول جوامع به سوی رشد و تعالی است، تبادل فرهنگی در غنای فرهنگی و گسترش و رونق گردشگری از مهمترین عوامل اثرگذار می‌باشد، در این راستا اقدام سازمان ملل برای تاسیس یونسکو سازمانی مستقل با هدف تبادل و تعامل فرهنگی میان ملت‌ها و دولت‌ها نشانگر جایگاه و اهمیت این موضوع است.

تبادل فرهنگی از گذشته‌های دور، در اکثر مواقع بدون وجود اراده، موجب گسترش معارف و آداب و رسوم جوامع بشری شده است. تبادل فرهنگی یکی از مهمترین عواملی است که می‌تواند از طریق درک متقابل ملت‌ها و جوامع در کاهش سوء تفاهم و گسترش آگاهی جوامع جهانی بکار گرفته شود. بکارگیری راهکارهای اجرای امر تبادل فرهنگی بین جوامع با استفاده از تجربه‌ها، نظریات و تحقیقات علمی انجام شده برای دستیابی به یک راهکار موثر در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. ارائه یک پژوهش علمی در این خصوص می‌تواند به شناخت ضعف‌ها و موانع و مشکلات در این حوزه کمک کند نیاز امروز سازمان ارتباطات درک تحولات محیط فرهنگی در عرصه داخلی - ملی و بین‌المللی و تدوین سیاست‌ها و استراتژی‌ها و هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی متناسب با تحولات می‌باشد.

بیان مسئله

علی‌رغم برخی تصورات امروزه بیش از هر زمان دیگری، فرهنگ به عنصری اساسی در روابط بین دولتها و بویژه ملت‌ها تبدیل شده است. هیچ ملتی در طول تاریخ از شناخت و استفاده از معارف سایر ملت‌ها در حوزه فرهنگ و مسائل فرهنگی بی‌نیاز نبوده و نیست، این امر لازم و ضروری که تبادل فرهنگی نام می‌گیرد مهمترین نوع ارتباط ملت‌ها را در طول تاریخ تشکیل داده است.

نگاهی مختصر از آنچه که گذشت اهمیت و ضرورت شناخت جوامع بویژه فرهنگ و چگونگی مبادله فرهنگی با آنها را نشان می‌دهد و این امر سازوکار مورد نیاز خود را می‌طلبد و نشانگر ضرورت نهاد سازی و توجه ویژه به این امر حیاتی است.

سوالهای فرعی

۱) آیا این سازمان از نیروی مجرب فرهنگی، استراتژی‌ها، سیاست‌ها، روشها و خط مشی‌های فرهنگی موثر و مقبول در عرصه تبادل فرهنگی به منظور انجام امور محوله بهره می‌برد؟

۲) چه محور هایی در اولویت کار سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی قرار دارد؟

۳) چه عواملی در تبادل فرهنگی با سایر کشورها نقش اساسی ایفا می‌کند؟

۴) الگوی مطلوب این سازمان برای تبادل فرهنگی با سایر کشورها چیست؟

بدون شک جمهوری اسلامی ایران با پشتوانه فرهنگی و تمدنی درخشان قبل و بعد از اسلام با ایجاد گفتمان جدید با رویکرد ارزشی بویژه ارزشهای دینی جایگاه ویژه ای را در عرصه جهانی شدن به خود اختصاص داده است.

طرح نظریه برخورد تمدن‌ها از سوی هانتینگتون نظریه پرداز امریکایی بویژه برخورد فرهنگ غرب با فرهنگ اسلام و همچنین طرح گفتگوی تمدن‌ها از سوی سید محمد خاتمی رییس جمهوری سابق کشورمان و نامگذاری سال ۲۰۰۱ میلادی بعنوان «سال گفتگوی تمدن‌ها» از سوی سازمان ملل متحد خود شاهی گویا و گواه بر اهمیت این گفتمان جدید است.

فرضیه پژوهش

مهمترین عامل اثر بخش در تبادل فرهنگی بین کشورها الگوی مطلوب مدیریتی تحت عنوان استراتژی جامع فرهنگی با رویکرد دیپلماسی فرهنگی می‌باشد.

ادبیات پژوهش

شاید به جرأت بتوان گفت تعریف واژه نظریه به اندازه تعریف فرهنگ دشوار است ولی منظور ما از این واژه عبارت است از «فرض یا منظومه ای از افکار که چیزی را توضیح دهد» (اسمیت ۱۳۸۳، ۱۸) و نظریه فرهنگی را برای توضیح ماهیت فرهنگ و تبعات آن برای زندگی اجتماعی در نظر می‌گیریم.

در نظریه ساخت یابی (ساختار بندی) گیدنز ساختار و عاملیت در عملکرد جاری اجتماعی هیچگونه جدایی از هم ندارند و این دو در واقع دو بعد تفکیک ناپذیر

اهداف پژوهش

هدف این پژوهش بررسی و ارزیابی نقش سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در تبادل فرهنگی با سایر کشورها است.

سوالات پژوهش

سوال اصلی: سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی بعنوان متولی رسمی فعالیت‌های فرهنگی نظام در خارج از کشور در تبادل فرهنگی با سایر کشورها چه نقشی دارد؟

برای پاسخ به این سوال به طرح چهار سوال با سه عنصر یعنی عناصر مدیریتی (نظریه سیاست گذاری فرهنگی، برنامه ریزی، هماهنگی، بودجه و تجهیزات، آموزش نیروی انسانی و نظارت و ارزیابی و...)، عناصر فرهنگی (نظریه آداب و رسوم، میراث فرهنگی، باورها، اشتراکات تاریخی و...)

از میان پنج نظریه منتخب، نظریه جامعه شبکه ای کاستلز را بعنوان نظریه غالب و اصلی این پژوهش انتخاب شد. زیرا کاستلز در این نظریه جهان آینده را جهان مجازی، یک شبکه هوشمند با تار و پود اطلاعات و ارتباطات الکترونیک، نوآور، درهم تنیده و پیچیده، ساختار زدا، دارای انعطاف پذیری بسیار، فراگیر، متکی بر تکنولوژی و اطلاعات، مرز شکن، متحول، سیال، بهم پیوسته، تمرکززدا، دارای ماهیتی فرهنگی و همراه با بحران هویت تلقی می کند که موجب دگرگونی جوامع در تمامی ساختارها و عرصه های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می شود.

جامعه‌ی شبکه‌ای کاستلز

مانوئل کاستلز، انقلاب تکنولوژیکی در حال وقوع را انقلاب تکنولوژی اطلاعات می نامد و آن ابزاری موثر در اجرای فرآیند بنیادین تجدید ساختار نظام سرمایه داری از دهه ۱۹۸۰ می داند. در واقع، کاستلز در نگارش سه گانه «عصر اطلاعات؛ اقتصاد، جامعه و فرهنگ» به بررسی «پیدایش یک ساختار اجتماعی نوین» می پردازد. این ساختار اجتماعی نو با پیدایش یک شیوه جدید توسعه، یعنی با اطلاعات گرایی ارتباط دارد که به لحاظ تاریخی از تجدید ساختار شیوه تولید سرمایه داری در اواخر قرن بیستم شکل گرفته است. در دیدگاه نظری وی چنین فرض می شود که جوامع، پیرامون فرآیندهای انسانی ای سازمان یافته اند که ساختار آنها را روابط «تولید»، «تجربه» و «قدرت» تعیین می کنند که به نحو تاریخی تعیین یافته اند. آنچه مد نظر ماست بررسی شکل گیری، ویژگی و تاثیر این جامعه نوین بعبارتی جامعه شبکه ای در ساختار جوامع کنونی جهان از نظر کاستلز است.

«بررسی ساختار اجتماعی نوظهور در حوزه های مختلف فعالیت و تجربه انسانی ما را به نتیجه ای فراگیر

واقعیت اجتماعی را تشکیل می دهند و دو روی سکه این واقعیت به شمار می آیند.

نظریه نظام جهانی امانوئل والرشتاین، جهان را به صورت یک نظام فضایی متشکل از محور، پیرامون، شبه پیرامون تقسیم می کند در نظام سرمایه داری مازاد سرمایه از مناطق پیرامونی به نفع قدرت های محور جذب می شود. والرشتاین در بحثی تحت عنوان فرهنگ، رزمگاه ایدئولوژیک نظام نوین جهانی، بکارگیری فرهنگ در پوشش ایدئولوژیکی را برای پوشش تناقضات در جهت منافع نظام جهانی سرمایه داری، دام فرهنگی نیرومندی می داند که برای تبیین درست جایگاه فرهنگ معتقد است نظام جهانی از لحاظ فرهنگی نیازمند نوعی «جراحی» است.

پارسونز فرهنگ را نیروی عمده ای می داند که عناصر گوناگون نظام اجتماعی را به همدیگر پیوند می دهد. پارسونز در مدل آجیل نیز به نقش مهم فرهنگ (خرده سیستم L) تاکید می کند و معتقد است فرهنگ اهداف غایی را تعیین می کند که جامعه براساس آنها عمل کرده و ثبات سیستم و نظام را تضمین می کند. پارسونز نقش فرهنگ در اجتماع را به کارکرد سایبرنتیک در مغز انسان در باره نظم بخشیدن به عملکرد سایر اعضا تشبیه می کند.

نظریه سازه گرایی در روابط بین الملل در دهه ۱۹۷۰ از سوی پیتر برگر و توماس لاکمن مطرح شد. این نظریه بر سه مفروضه اصلی استوار است: (۱) برساخته بودن هویت و اهمیت آن به اندازه ساختارهای مادی، (۲) نقش هویت در شکل دهی، منافع و کنش ها و (۳) رابطه متقابل کارگزار و ساختار. سازه گرایان در واقع به تصمیم گیری دولت ها در عرصه بین الملل با توجه به شرایط اقتضایی تاکید می کنند. از نگاه این نظریه، هویت دولتها نه تنها ثابت و مسلم و از پیش فرض شده نیستند بلکه امری تاریخی، حادث، متحول و در نتیجه قابل دگرگونی است

لازم برای پردازش این اطلاعات، از جمله تکنولوژی مدیریت و مدیریت تکنولوژی، متکی شده است؛

(۲) اقتصاد جهانی^۲: که این پدیده متفاوت از اقتصاد جهان^۳ به معنای روش‌های مبادلات تجاری در سطح جهان که قرن‌ها است در جریان است می‌باشد. اقتصاد جهانی در مقام یک واقعیت اجتماعی نو در درونی‌ترین هسته‌های شکل دهنده خود در برگزیده فعالیت‌های استراتژیک مسلطی است که قادرند در مقام یک واحد به هم وابسته به صورت اقتصادی شبکه‌ای، انواع کار و تکاپوی اقتصادی را در تراز جهانی و مقیاس سیاره‌ای در زمان واقعی به مورد اجرا درآورند؛

(۳) فعالیت‌های اقتصادی شبکه‌ای: که این فعالیت‌ها نوع تازه‌ای از سازمان و تشکیلات است که مشخصه فعالیت اقتصاد جهانی به شمار می‌آید و بسط منطق خاص بر دیگر سازمان‌ها و تشکیلات سلطه پیدا می‌کند؛

(۴) تحول در نحوه انجام کار و در ساختار اشتغال: که روابط کاری گذشته در ساختارهای گسترده صنعتی یا اداری میان کارگر و کارفرما یا رئیس و مرئوس جای خود را به مراتب قابل انعطاف‌تر در محدوده‌های با حجم کوچکتر از حیث افراد شاغل داده است. شیوه‌های خود اشتغالی، کار پاره وقت، اشتغال برای یک دوره موقت جای قراردادهای بلند مدت و استخدام‌های مادام‌العمر را گرفته است؛

(۵) ظهور قطب‌های متقابل: که فرآیند جهانی شدن و شبکه‌ای شدن فعالیت‌های اقتصادی موجب قوت بخشیدن به تلاش‌های فردی و تضعیف نهادهای اجتماعی نظیر اتحادیه‌های کارگری و یا دولت رفاه می‌شود. این تحولات به نوبه خود به تقابل میان افرادی که به اطلاعات دسترسی و توانایی بهره‌مندی از آن را نسبت به کسانی که از این فرصت محرومند دامن زده و افزایش فاصله این دو گروه و به حاشیه رفتن و طرد شدن گروه دوم از اجتماع اطلاعاتی می‌شود؛

رهنمون می‌سازد: به عنوان روندی تاریخی، کارکردها و فرآیندهای مسلط در عصر اطلاعات هر روز بیش از پیش پیرامون شبکه‌ها سازمان می‌یابند. شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند، و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرآیندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. در حالی که شکل شبکه‌ای سازمان اجتماعی در دیگر زمانها و مکانها نیز وجود داشته است، پارادایم نوین تکنولوژی اطلاعات بنیان مادی گسترش فراگیر آن را در سرتا سر ساختار اجتماعی فراهم می‌آورد» (کاستلز، ۱۳۸۰، ۵۴۳:۱) به این ترتیب عزم اجتماعی ایجاد شده از طریق منطق شبکه‌ای از سطح منافع اجتماعی شبکه فراتر می‌رود بعبارتی: «قدرت جریانها از جریانهای قدرت پیش می‌گیرد. غیبت یا حضور در شبکه و پویایی هر شبکه در برابر دیگر شبکه‌ها، منابع حیاتی مسلط و تغییر در جامعه ما هستند» (کاستلز، ۱۳۸۰، ۵۴۳:۱) و این همان جامعه شبکه‌ای است که مهمترین ویژگی آن برتری ساختار اجتماعی بر کنش اجتماعی است.

کاستلز معتقد است «تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، امکان ظهور جامعه‌ای شبکه‌ای را فراهم آورده که افراد و جوامع را در درون قالبهای تازه، هویت‌های تازه می‌بخشد و تعاریف تازه‌ای از انسان عرضه می‌کند، در عین حال خود این شبکه تحت تأثیر دینامیسم داخلی دستخوش تغییرات دایمی و در نتیجه ایجاد الگوهای جدید زیست و حیاط در نقاط مختلف است.» (کاستلز، ۱۳۸۰، ۲۰:۱)

کاستلز ویژگیهای اصلی جامعه شبکه‌ای را این چنین می‌شمارد:

(۱) اقتصاد اطلاعاتی^۱: که در آن بهره‌وری از حوزه‌های مختلف اقتصادی مناطق و کشورها، بیش از هر زمان دیگر به معرفت و دانش، اطلاعات، تکنولوژی

۶) فرهنگ واقعیت مجازی؛ که فرهنگ عصر اطلاعات در چارچوب انتقال نمادها به وسیله واسطه‌های الکترونیک شکل می‌گیرد. این واسطه‌های متنوع با توجه به گوناگونی مخاطبان، مجموعه‌هایی غنی از حیث محتوای نمادین و در قالب متون الکترونیک در اختیارشان قرار می‌دهند. به این ترتیب این فضای مجازی، حاوی اطلاعات متکثر و متنوع به صورت بخشی از واقعیت اجتماعی عصر جدید، فضای اصلی تعامل‌های معرفتی را کم و بیش در اختیار می‌گیرد؛

۷) سیاست بر بال رسانه‌ها: که در فضای مسلط فرهنگ متکی به واقعیت مجازی، بازیگران سیاسی به منظور بقا و حضور در صحنه و تأثیرگذاری بر روند تحولات ناگزیرند از رسانه‌های حاصل نمادهای الکترونیک، و بخصوص تلویزیون بصورت تمام عیار بهره‌برداری کنند؛

۸) زمان بی‌زمان و فضای جریانها: که انتقال آنی اطلاعات، داده‌ها، و سرمایه‌ها و امکان ارتباط هم‌زمان میان افراد در نقاط مختلف به تبع جامعه شبکه‌ای و به عبارتی از میان برداشته شدن فواصل زمانی، مفاهیم زمان را با توجه به معانی سنتی آن در جوامع ما قبل مدرن و صنعتی و نظم طبیعی دوران قدیم دگرگون کرده است. مکان نیز به نوبه خود با مفهوم دسترسی یا عدم دسترسی به اطلاعات و ابزار انتقال و پردازش آن ارتباط پیدا کرده است و به این اعتبار «حضور در مکان» معنای تازه‌ای به خود گرفته که می‌تواند تعیین کننده ارتباط و اتصال مشخص به جامعه شبکه‌ای و یا طرد و حذف فرد از این مکان فراگیر و در عین حال انحصاری به شمار آید.

استدلال اصلی کاستلز این است که همه جهان به صورت یک شبکه هوشمندی درمی‌آید که بافت اصلی و تار و پود آن را اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیک تشکیل داده و سرمایه‌داری مدرن از رهگذر نظام

شبکه‌ای به نقطه اوجی می‌رسد که سرمایه بر سرمایه فرد آن حکومت کرده و تقابل تازه‌ای میان شبکه و فرد ایجاد می‌کند. در درون این شبکه، به استثنای یک گروه از نخبگان جهان دیگران کنترل خود را بر زندگی و محیط خویش از دست داده یا به سرعت در حال از دست دادن آن هستند.

از آنجا که تحولات متأثر از جامعه‌ی شبکه‌ای همه حوزه‌های زندگی بشری نظیر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی درمی‌نوردد، کاستلز به ظهور هویت‌های مقاوم در هیأت جمع‌های دینی، ملی، قومی و محلی اشاره می‌کند و آنها را در سه مقوله کلی با عناوین «هویت مشروعیت بخش»، «هویت مقاومت» و «هویت برنامه‌ای» جای می‌دهد. هویت نوع اول در درون حکومتها یا دولتهای ملی ایجاد می‌شود و زمینه را برای ظهور جامعه مدنی آماده می‌سازد. دومین نوع هویت که ناشی از احساس طرد و کنار رفتن است، به ایجاد جمعیتها و اجتماعاتی با گرایشهای خاص منجر می‌شود. سومین نوع هویت سبب ظهور کنشگران اجتماعی می‌شود که به صورت دسته جمعی عمل می‌کنند و از آنان با اصطلاح «سوژه اجتماعی» یاد می‌شود. این افراد برنامه‌ی بر ساختن هویت‌های تازه‌ای را به مورد اجرا درمی‌آورند که می‌تواند اشکال متنوع، از ارتجاعی، نهضت‌های دینی بنیادگرایی، جماعت‌های دینی محافظه‌کار، فرقه‌گرا ... و تا پیشرو و فعال و عقل‌گرا، به خود بگیرد. بدین ترتیب، منطق مسلط جامعه شبکه‌ای چالشهایی مختص به خود برمی‌انگیزد، که به شکل هویت‌های مقاومت جماعتی و هویت برنامه‌دار ظاهر می‌شود باید دید در این شرایط تاریخی قدرت چیست و جای آن در این ساخت اجتماعی کجاست؟

کاستلز در این باره می‌گوید «دیگر قدرت در نهادها (مثل دولت)، سازمانها (شرکت‌های سرمایه‌داری)، یا کنترل‌کنندگان نهادها (رسانه‌ها و کلیسا) متمرکز نیست.

این فرهنگ، زیربنای کنش و نهادهای اجتماعی در سراسر جهان به هم پیوسته است. انقلاب تکنولوژی اطلاعات، اطلاعات گرای، تکنولوژی اطلاعات و نقش آن در شبکه‌سازی و توسعه آن از ویژگیهای مهم این جهان نو است و منطق شبکه‌سازی فراگیر این تکنولوژی تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی و اقتصادی بشر را دگرگون می‌سازد.

به اعتقاد کاستلز اقتصاد زیر بنای همه چیز نیست بلکه فرهنگ شالوده است برای اینکه فرهنگ راجع به عقاید، طرز تفکرها، ارزش‌ها و ایمان است ولی باید توجه داشت اقتصاد جریان‌ش بر حسب فرآیندی است که افراد را از طریق تولید و مصرف تامین می‌کند. وی معتقد است آن چیزی که جامعه تصمیم می‌گیرد، ارزشمند است و فرهنگ خلق کردن را مبنای تمامی انقلاب تکنولوژیکی در اقتصاد نوین می‌داند. کاستلز معتقد است فرهنگ و روشنفکران و هویت‌های برنامه‌دار در جامعه شبکه‌ای می‌توانند تاثیر ویژه‌ای داشته باشند.

وی می‌گوید «نبردهای فرهنگی نبردهای قدرت در عصر اطلاعات هستند. این نبردها عمدتاً در رسانه‌ها و یا از طریق آنها صورت می‌گیرد، اما رسانه‌ها صاحبان قدرت هستند. قدرت، به مثابه توانایی تحمیل رفتار، در شبکه‌های مبادله اطلاعات و به کارگیری ماهرانه نمادها نهفته است که کنشگران اجتماعی، نهادها، و جنبشهای فرهنگی را از طریق نمادها، سخنگویان و تقویت‌کنندگان فکری به هم مرتبط می‌سازد. فرهنگ به مثابه منبع قدرت، و قدرت به مثابه منبع سرمایه، زیربنای سلسله مراتب اجتماعی جدید عصر اطلاعات است.» (کاستلز ۱۳۸۰، ۳:۴۳۰)

شکل‌گیری ساختار جوامع و زندگی ما به دست جریانهای متضاد و جهانی شدن و «هویت» به تبع انقلاب تکنولوژی اطلاعات و بازسازی ساختار سرمایه داری از ویژگی ظهور جامعه شبکه ای است. وجه بارز

قدرت در شبکه‌های جهانی ثروت، قدرت، اطلاعات و تصاویر که نظامی با هندسه متغیر و جغرافیای غیر مادی است، نشر می‌یابد و استحاله می‌شود، اما از بین نمی‌رود. قدرت نوین در علایم اطلاعات و تصاویر ارائه دهنده نهفته است که جوامع، نهادهای خود را حول آنها سازمان می‌دهند و مردم نیز بر محور آنها زندگی خود را می‌سازند و درباره رفتارهای خود تصمیم می‌گیرند. قرارگاه این قدرت ذهن مردمان است.» (کاستلز ۱۳۸۰، ۲:۴۳۱)

به این ترتیب کارگزارانی با برنامه‌های هویتی با هدف تغییر علایم و رمزهای فرهنگی می‌توانند نهادها را بسیج کنند. آنها می‌توانند با فرهنگ مجاز واقعی چارچوب ارتباطات جامعه شبکه‌ای را تغییر داده و ارزشهای دیگری را جایگزین آن سازند و علایم و نشانه‌هایی که ناشی از برنامه‌های هویتی خود آیین است، معرفی کنند.

در نهایت کاستلز اینگونه استدلال می‌کند که در سرتاسر جهان معاصر، شاهد افزایش فاصله میان شبکه (جهانی شدن) و فرد (هویت) هستیم. در واقع، جریان متضادی میان جهانی شدن (به توسط تکنولوژی اطلاعات) از یک سو، و کنش‌های ناشی از هویت از سوی دیگر برقرار است.

به عقیده کاستلز جهانی نو در پایان هزاره دوم بر اثر تقارن سه فرآیند مستقل انقلاب تکنولوژی اطلاعات؛ بحرانهای اقتصادی سرمایه‌داری و دولت سالار و تجدید ساختار متعاقب آنها و شکوفایی جنبشهای اجتماعی فرهنگی همچون آزادی‌خواهی، فمینیسم در حال شکل‌گیری است. تعامل میان این فرآیندها و واکنش‌هایی که به آن دامن زدند، یک ساختار نوین اجتماعی مسلط؛ یعنی جامعه شبکه‌ای؛ یک اقتصاد نوین (اقتصاد اطلاعاتی - جهانی)؛ و یک فرهنگ نوین (فرهنگ مجاز واقعی) را به عرصه‌ی وجود آورد. منطق نهفته در این اقتصاد، این جامعه و

ظرفیت‌ها و فعالیت‌های فرهنگی در این حوزه (سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی) با رویکرد سه متغیر تاثیرگذار یعنی عناصر مدیریتی، عناصر فرهنگی و روش‌های فرهنگی برای فعالیت‌های فرهنگی نظام در خارج از کشور (تبادل فرهنگی با سایر کشورها) ۶۴ گویه تدوین و تنظیم گردید. با توجه به گذشت حدود دوازده سال از شکل‌گیری و فعالیت‌های این سازمان فرهنگی در خارج از کشور و تجربه نمایندگان فرهنگی اعزامی به خارج به منظور تحقق بخشیدن به امر تبادل فرهنگی، مصاحبه (از طریق روش پژوهش میدانی به صورت پیمایشی از نمونه آماری) با تعدادی از این افراد برای کسب اطلاعات معتبر و موثق در خصوص راهکارهای موثر در این حوزه، ۶۴ گویه مذکور را در معرض آزمون قرار گرفته است.

جامعه آماری

با توجه به این که در این پژوهش هدف بررسی نقش سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در تبادل فرهنگی با سایر کشورها است و این سازمان با بیش از ۶۰ نمایندگی در نقاط مختلف جهان تحت عناوین رایزنی، نمایندگی و وابسته فرهنگی و یا خانه فرهنگ به امر تبادل فرهنگی با سایر کشورها می‌پردازد و مدیران این مراکز فرهنگی از سوی این سازمان منصوب و هدایت می‌شوند. لذا برای تکمیل پرسشنامه از افرادی یاری جسته‌ایم که حداقل ۲ الی ۳ سال ماموریت فرهنگی در خارج از کشور را تجربه کرده‌اند و به اهداف و وظایف سازمان اشراف داشتند و از آشنایی کافی از موضوع تبادل فرهنگی و فعالیت‌های مراکز فرهنگی سازمان در خارج از کشور برخوردار می‌باشند که در حال حاضر تعداد این افراد در سازمان ۲۱۰ نفر است.

این جامعه، جهان شمول شدن آن دسته از فعالیت‌های اقتصادی است که اهمیت استراتژیک قاطعی داشته و شبکه ای شدن سازمان، بی ثباتی و فردی شدن نیروی کار، فرهنگ مجازی که از نظام رسانه‌ای فراگیر به وجود آمده است، از جمله مشخصه‌های جامعه شبکه‌ای است.

با توجه به اینکه این ساختار نوین جهانی با ماهیتی فرهنگی و با تبدیل اطلاعات به نماد و از طریق گسترش ارتباطات رسانه‌ای موجب ایجاد فضای مجازی و به تبع آن فرهنگ مجازی و ساختارهای مجازی که به گسترش مراودات ملتها و مردمان این جهان می‌شود، شناخت جوامع و فرهنگهای حاکم بر آنها را ضروری می‌سازد که این نکته تأکیدی بر ایجاد و گسترش تبادل فرهنگی است.

جمهوری اسلامی ایران نیز بعنوان یک کشور دارای فرهنگ و تمدن کهن، زنده، تاثیرگذار، در حال توسعه و صاحب نظر نه تنها از این دنیای اطلاعات و ارتباطات جدا نبوده و نمی‌ماند بلکه این دنیای بهم پیوسته را فرصتی برای رساندن صدای عدالت طلبی، انسان دوستی و صلح طلبی اسلام به گوش جهانیان برای سعادت جامعه بشری و جبران عقب ماندگی در عرصه‌های مختلف علمی، فرهنگی و اقتصادی تلقی می‌کند.

روش پژوهش

روش این پژوهش بصورت توصیفی و کاربردی می‌باشد که نخست با مطالعه کتابخانه‌ای نظریات و تئوری‌های فرهنگی و تجربه کشورهای جهان در این عرصه را برای اثربخشی بیشتر و اثر گذار بودن در حوزه فعالیت‌ها و وظایف این سازمان یادآور شده و نحوه بهره مندی از این نظریات و تجربیات را در این حوزه بررسی کردیم. از سوی دیگر با بررسی اسناد و مدارک در واقع بنوعی بررسی اهداف، وظایف،

روش آماری

دایره‌ای تهیه شده است. استاندارد برای سنجش نظر کارشناسان فرهنگی ایران در حوزه خارج از کشور با استفاده از طیف لیکرت خیلی کم، کم، تاحدودی، زیاد، خیلی زیاد استفاده شده است.

پاسخ‌ها پس از تجزیه و تحلیل مورد باز بینی و نتیجه‌گیری قرار گرفت و نقاط ضعف و قوت و و میزان تاثیر نقش سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی بر تبادل فرهنگی تعیین شده و در نهایت، برطرف نمودن نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت به عنوان راهکارهای آینده مدیریت فرهنگی سازمان ارائه شده است.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

با توجه به عنوان طرح، و پاسخ به پرسشهای مطرح شده، ارائه یک تصویر روشن از فعالیت‌های مدیریت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در خصوص تبادل فرهنگی است. در این پژوهش جمع آوری داده‌ها به صورت سرشماری صورت گرفته است و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی از قبیل فراوانی، درصد، درصد تجمعی و نمودارهای دایره‌ای می‌باشد.

آمار در واقع کیفیت را تبدیل به کمیت کرده و درک خواندن از مطالب را تسهیل می‌کند و همچنین این آزمونها یکی از ابزارهای مهم علمی برای رد یا قبول فرضیات بشمار می‌روند. آزمونهای آماری که در این تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرند شامل فراوانی، درصد فراوانی، درصد فراوانی تجمعی، کای-اسکوئر، ضریب همبستگی اسپرمن، کروباخ می‌باشد.

تعیین اندازه نمونه

برای تعیین اندازه نمونه، پرسشنامه طراحی شده را بین ۱۴ نفر از مخاطبین جامعه مورد مطالعه توزیع نمودیم، واریانس محاسبه شده ۲۰۶/۰ گردید و سپس به محاسبه تعیین اندازه جامعه نمونه با احتمال خطای ۵ درصد با توجه به فرمول ذیل پرداختیم نتیجه این که اگر بخواهیم نظر جامعه نمونه بیانگر نظر جامعه اصلی باشد باید ۱۲۷ پرسشنامه بین مخاطبین توزیع گردد برای اطمینان، ۱۴۰ پرسشنامه توزیع گردید که اطلاعات ۱۳۰ عدد از پرسشنامه‌های جمع آوری شده قابل استفاده بوده است. (حسینی ۱۳۸۲، ۱۴)

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش از طریق داده‌های دریافتی از آمار توصیفی و آمار استنباطی با بهره‌گیری از پنج فرضیه اصلی، میزان تاثیرگذاری عناصر مختلف بر امر تبادل فرهنگی بین جمهوری اسلامی ایران با سایر کشورها بررسی کردیم و از طریق آمار استنباطی با بهره‌گیری از سه فرضیه فرعی به بررسی وجود رابطه بین عناصر مدیریتی (نظیر سیاست‌گذاری فرهنگی، برنامه‌ریزی، هماهنگی، بودجه و تجهیزات، آموزش نیروی انسانی و نظارت و ارزیابی و...)، عناصر فرهنگی (نظیر آداب و رسوم، باورها، اشتراکات تاریخی و...) و روش‌های فرهنگی (نظیر بر پایی نمایشگاه هنری مدرن و سنتی،

$$N * (\frac{Z\alpha}{2})^2 * \sigma^2$$

$$n = \frac{N * (\frac{Z\alpha}{2})^2 * \sigma^2}{(N-1) * \epsilon^2 + (\frac{Z\alpha}{2})^2 * \sigma^2}$$

$$n = \frac{210 * (96.1)^2 * 207.0}{0.05^2 * 209 + (96.1)^2 * 207.0} = 127$$

روش پردازش اطلاعات

در این پژوهش کلیه اطلاعات و داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم افزار Spss و پس از وارد کردن این اطلاعات به رایانه، جدول‌های یک بعدی و

هماهنگی برنامه‌های فرهنگی با سیاست‌های کشور
میزبان ۵۶ درصد.

ب) عوامل داخلی

نظارت بر حسن اجرای موافقت نامه، برنامه‌های
مبادلات فرهنگی و تبلیغی ۸۴ درصد و نظارت و
ارزیابی فعالیت‌های سازمان توسط نهاد هایی مثل
مجلس، شورای عالی سازمان و... ۵۶ درصد و
سیاست‌های فرهنگی کشور ۳۷ درصد.

ج) عوامل سازمانی

بکارگیری نیروهای متخصص، آموزش دیده،
مجرب و متعهد ۱۰۰ درصد؛ ضرورت بکارگیری
مدیریت استراتژیک (برنامه ریزی) در فعالیت‌های
سازمان ۹۳ درصد؛ امکانات و تجهیزات همچون
بودجه، ابزار کار مناسب و... ۹۰ درصد؛ انسجام درون
سازمانی (صف و ستاد) به منظور برنامه‌ریزی ۶۹
درصد؛ نقش رایزنی‌های فرهنگی در برقراری مناسبات
و تعاملات فرهنگی ۵۷ درصد؛ بکارگیری استراتژی‌ها،
سیاست‌ها و خط مشی‌های فرهنگی موثر در عرصه
تبادل فرهنگی ۵۳ درصد.

با توجه به توضیحات داده شده در این قسمت،
ضمن تأیید فرضیه اصلی این تحقیق، الگوی مورد نظر
را در شکل (۱) ملاحظه می‌کنید.

برای روشن شدن موضوع تبادل فرهنگی براساس
این الگو عوامل مهم تاثیرگذار در تبادل فرهنگی را به
دو بخش به شرح زیر تقسیم کردیم:

الف) عناصر مهم فرهنگی بر اساس اولویت در
موفقیت تبادل فرهنگی

این عناصر در واقع محتوای تبادل فرهنگی را
تشکیل می‌دهد که تاثیرگذارترین آنها به شرح ذیل
است:

بهره‌گیری از جایگاه زبان فارسی و دانشمندان... در
حوزه فعالیت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
پرداختیم. براساس نتایج بدست آمده از آزمون
فرضیه‌های اصلی و همچنین با آزمون سه فرضیه فرعی،
وجود رابطه بین عناصر مدیریتی، عناصر فرهنگی و
متدهای فرهنگی از طریق ضریب همبستگی اسپیرمن با
۰/۹۵ درصد اطمینان از دیدگاه جمعیت مورد بررسی
مورد تأیید قرار گرفت. به این معنی که برای تبادل
فرهنگی تاثیرگذار بین جمهوری اسلامی ایران با
سایر کشورها می‌توان الگوی مطلوب مدیریتی تحت
عنوان استراتژی جامع فرهنگی با رویکرد دیپلماسی
فرهنگی برای فعالیت‌های فرهنگی در خارج از کشور
طراحی کرد.

همچنین براساس اطلاعات بدست آمده از شاخص
بندی عناصر تاثیرگذار و ضرورت بکارگیری مدیریت
استراتژیک (برنامه‌ریزی) با رویکرد دیپلماسی فرهنگی
(با رویکرد عناصر و روش‌های مهم فرهنگی) تاثیرگذار
بر مبنای ویژگی مناطق جغرافیای جهان (مانند بهره‌گیری
بیشتر از زبان فارسی در آسیای میانه) در امر تبادل
فرهنگی با سایر کشورها، طراحی الگوی مطلوب
مدیریتی تحت عنوان استراتژی جامع فرهنگی با
رویکرد دیپلماسی فرهنگی ضروری به نظر می‌رسد. به
همین منظور نقش عناصر مهم مدیریتی بر اساس
اولویت در موفقیت تبادل فرهنگی بر مبنای آمار
توصیفی به منظور طراحی این الگوی مدیریتی در
نظر گرفته شد.

این عناصر در سه سطح داخلی و بین‌المللی و
سازمانی به شرح زیر می‌باشد:

الف) عوامل بین‌المللی

استفاده از ظرفیت‌های ایجاد شده فرهنگی از طریق
نهادهای فرهنگی منطقه ای و بین‌المللی ۷۶ درصد و

الگوی مطلوب مدیریتی تحت عنوان استراتژی جامع فرهنگی با رویکرد دیپلماسی فرهنگی می‌تواند در تبادل فرهنگی با سایر کشورها نقش موثری را ایفا کند که هم اکنون بر اساس نتایج آمار توصیفی بدست آمده از یک چنین الگوی علمی و مطلوب و منسجم برخوردار نیست. بعبارت دیگر می‌توان الگوی مناسب‌تر و کارآمدتر از الگوی موجود طراحی و بکار گرفت.

به نظر کارشناسان فرهنگی در صورتی که عواملی مانند عناصر مهم مدیریتی، عناصر مهم فرهنگی و روش‌های فرهنگی موثر در حوزه فعالیت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به صورت علمی و عملی بکار گرفته شوند در تبادل فرهنگی با سایر کشورها می‌توانند نقش اساسی ایفا کنند.

درخصوص ضرورت تبادل فرهنگی در دنیای امروز باید گفت از آنجا که تبادل فرهنگی باعث پویایی فرهنگها، شناخت جوامع از یکدیگر، تسهیل روابط ملتها و دولتها و ایجاد بستر مناسب برای صلح و امنیت جهانی شده و توجه ویژه به این امر جلب می‌شود. «تبادل فرهنگی امری اجتناب ناپذیر است، اقتضای درونی و ذاتی فرهنگها، بالیدن و رشد یافتن (کارایی درونی) به همراه میل به اشاعه و گسترش (کارایی بیرونی) آنهاست. کارایی بیرونی فرهنگها نیرومندترین عامل محرک تاریخ آینده خواهد بود که بصورت تبادل (تعاون) یا تعارض، آینده ملتها را رقم خواهد زد. (ذکاوتی قراگوزلو ۱۳۷۷، ۳۶۱)

امروزه پیشرفت شتابان دانش، مرز میان ملتها را درهم شکسته و پدید آمدن سیستم‌های ارتباطی، جوامع پراکنده انسانی را در یک مجموعه فرهنگی به هم پیوسته، جای داده است. به این ترتیب، در اثر ارتباط و نزدیکی روزافزون ملتهای گوناگون، انتقال ارزشها و تأثیر و تأثرهای متقابل فرهنگی، مجموعه‌ای به نام دهکده جهانی با گستردگی و شتاب باور نکردنی در حال شکل‌گیری است.

اشتراکات تاریخی، تمدنی، فرهنگی و دینی ۹۸ درصد؛ زبان و ادبیات فارسی، دانشمندان و ادیبان معروف تاریخی کشورمان ۸۵ درصد؛ بهره‌گیری از جایگاه فرهنگ و تمدن ایران ۷۷ درصد؛ بهره‌گیری از ارتباط با اندیشمندان و نخبگان ادیان و جهان و تقویت روند گفتگوی ادیان و تمدنها ۷۴ درصد؛ بهره‌گیری از جایگاه فرهنگ و تمدن اسلام ۷۳ درصد؛ بهره‌گیری از هنرهای سنتی و مدرن کشورمان ۵۸ درصد؛ بهره‌گیری از ادبیات آرمانی انقلاب اسلامی ۴۴ درصد.

ب) متدهای فرهنگی مهم بر اساس اولویت در موفقیت تبادل فرهنگی

متدهای فرهنگی موثر که تبادل فرهنگی در قالب آنها شکل می‌گیرد به شرح زیر می‌باشد:

بهره‌گیری از ارتباط با مقامات مذهب، فرهنگی، سیاسی و دانشگاهی کشور میزبان ۹۳ درصد؛ بهره‌گیری از رسانه‌های نوین مانند اینترنت، ماهواره، نشریات مکتوب و... ۹۰ درصد؛ بهره‌گیری از ارتباط با ایرانیان مقیم، سازمانها، انجمن‌ها، مجامع فرهنگی کشورها ۸۵ درصد؛ برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های بین‌المللی و... از دیگر روش‌های فرهنگی برای تبادل فرهنگی است. توضیح اینکه در الگوی فوق به عناصر مهم تاثیرگذار بر تبادل فرهنگی در سه سطح عناصر مدیریتی، عناصر فرهنگی و متدهای فرهنگی اشاره شده و از پرداختن به عناصر و عوامل کم اهمیت‌تر خودداری شده است.

نتیجه‌گیری

پاسخهایی که به پرسشهای مورد نظر داده شده از پژوهش نظری صورت گرفته و تجزیه و تحلیل از پرسشنامه‌های اجرا شده استخراج گردیده است براین مبنا باید گفت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی بعنوان متولی رسمی فعالیت‌های فرهنگی نظام جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور با طراحی

- وجود مؤلفه‌های چون افزایش سطح آگاهی جوامع، سرعت ناباورانه پیشرفت علم و دانش، کم‌رنگ شدن مرزهای سنتی میان ملت‌ها، پدید آمدن انواع شبکه‌های ارتباطی و افزایش نقل و انتقال سریع اطلاعات و ارتباطات، ارزش‌ها و تأثیر و تأثرهای فرهنگی ملت‌ها ضرورت شناخت ملت‌ها از هم یادآور می‌کند.
- در عصر کنونی تبادل فرهنگی میان ملت‌ها بعلت تأثیرپذیری از تشدید خودآگاهی جمعی ملت‌ها در اثر فرآیند جهانی شدن و گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی از اهمیت و ضرورت خاصی برخوردار است، با اضافه شدن مسئله کاهش حاکمیت دولتها و افزایش نقش ملت‌ها لزوم تبادل میان فرهنگ‌ها اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. امروزه «ژئوکالچر»^۵، جایگزین «ژئوپلیتیک»^۶ شده است. به دلیل درهم تنیدگی ملت‌ها و تحول ساختاری در حاکمیت و گشوده شدن درهای تمدنها به روی یکدیگر، حاکمیت‌ها به جای مطلق بودن «مذاکره‌ای» شده‌اند (دهشیری ۱۳۷۹، ۲۴۷)
- در پایان باید گفت این سازمان به منظور انجام امر تبادل فرهنگی بصورت تاثیرگذار با سایر کشورها باید از نیروهای مجرب فرهنگی، استراتژی‌ها، سیاست‌ها، روش‌ها و خط مشی‌های فرهنگی موثر و مقبول بعبارت دیگر از یک الگوی مطلوب مدیریتی تحت عنوان استراتژی جامع فرهنگی با رویکرد دیپلماسی فرهنگی در این عرصه بصورت علمی و عملی استفاده کند.
- ۳) خاکی، غلامرضا، ۱۳۸۳، روش تحقیق در مدیریت، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی
- ۴) نگهبان، علیرضا، ۱۳۸۴، رهنمای روش تحقیق به کمک پرسشنامه، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران
- ۵) دهشیری، محمد رضا، ۱۳۷۹، تبادل فرهنگی میان ملت‌ها، موانع و راهکارها، تبادل فرهنگها: فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۶، موسسه مطالعات علمی
- ۶) ذکاوتی قراگزلو، علی، ۱۳۷۷، "فرآیند گسترش گفت و گوی تمدنها"، چیستی گفتگوی تمدنها (مجموعه مقالات) سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
- ۷) کاستلز، مانوئل، ۱۳۸۰، عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ (با عناوین ظهور جامعه شبکه ای، قدرت هویت و پایان هزاره)، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران طرح نو.

یادداشت‌ها

1. informational economy
2. global economy
3. economy world
4. culture of virtual reality
- 5 - Geo Culture
- 6 - Geo-Politic

منابع و مأخذ

- ۱) بابایی، محمد باقر، ۱۳۸۲، روش تحقیق، تهران، انتشارات سبحان
- ۲) حسینی، سید یعقوب، ۱۳۸۲، آمار ناپارامتریک، روش تحقیق و Spss، دانشگاه علامه طباطبایی