

Public Diplomacy Strategies for the Development of the Civilization Thought of the Islamic Revolution in the Second Step of the Islamic Revolution

Nafise Akhavan nilchi *

Received on: 22/02/2023

Ali Soroush **

Accepted on: 31/05/2023

Abstract

Purpose: Public diplomacy has a fundamental role and effect on achieving national interests and gaining international power and credibility. Comparing to other traditional resourced of power, public diplomacy has a special place in foreign policy due to its low cost and sustainable effectiveness. In the second Phase of the Revolution and the beginning of the Islamic government, the Islamic Republic of Iran requires reproduction and reinforcement of its components of sift power to gain credibility and influence the international arena relying on human, religious, cultural, and historical elements in its strategic setting in the form of public diplomacy. This study aimed to codify the strategies of public diplomacy in Iran to expand the civilizational thinking of the Islamic Revolution.

Methodology: In this study, external analysis and SWOT analysis were utilized. In this method, weaknesses and strengths of the internal environment and threats of the external environment were identified. The external environment includes opportunities and threats that are out of managers' continuous control. The internal environment includes weaknesses and strengths that exist in a group or organization and are controlled by managers continuously. By combining opportunities, threats, weaknesses, and strengths, conservative or inactive strategies (WO), competitive or interactive strategies (ST), defensive or passive strategies (WT), and aggressive or active strategies can be pictured. After that, prioritizing and scoring were done and appropriate strategies in the form of SWOT were described. Accordingly, a list of diverse strategies in four different groups was obtained using a SWOT matrix.

Findings: Strategies of public diplomacy of the Islamic Republic of Iran were described in four axes including strength-opportunity strategies, weakness-opportunity strategies, strength-threat strategies, and weakness-threat strategies were described.

1. Strength-Opportunity (SO) strategies

- Utilizing common cultural and civilizational points to affect institutions of the Islamic Republic of Iran in other countries.
- Communication between institutions of the Islamic Republic of Iran and Muslim thinkers and utilize their abilities.

* Ph.D in Islamic Revolution Future Studies, Shahed University, Tehran,Iran.

(Corresponding Author).

n.akhavan.n@gmail.com

 0000-0002-1413-7994

** Assistant Professor of Imam Hussein Comprehensive University, Tehran, Iran.

nabsorush1@yahoo.com

 0000-0002-2179-7632



- Promoting and diversifying tourism via institutions of the Islamic Republic of Iran in other countries.
- Maximum use of social media and virtual space by scientific institutions, organizations, and communities in Iran.
- Communication between Iranians and people in the target countries relies on common cultural and civilizational properties.
- Holding interstate and international events and seminars concentrating on common cultural and civilizational properties.

2. Weakness-Opportunity (WO) strategy:

- Codifying grand public diplomacy concentrating on new tools, especially virtual space.
- Policy-making related to each country concentrates on common cultural and civilizational properties.
- Expanding public diplomacy instruction and producing related productions.
- Codifying grand public diplomacy using Muslim thinkers and policies integration of governments (when the government changes (executive power) public diplomacy should not change).
- Recognizing cultural and value systems of different states by holding seminars in the presence of thinkers.
- Adopting an appropriate approach for each country based on the grand strategy of public diplomacy.

3. Strength-Threat (ST) strategies:

- Presenting an exact image of civilizational thinking of the Islamic revolution by Iranian institutions and communities in other countries.
- An accurate explanation of Islamic Revolution discourse by Iranian institutions, organizations, and communities and preventing deviance.
- Utilizing the capacity of Iranian presence in other countries and vice versa to picture the real face of discourse and civilizational thinking of the Islamic Revolution.
- Reducing involvement of governmental centers and playing the role of a facilitator for public participation and the middle circles movement.

4. Weakness-Threat (WT) strategy

- Adopting policies proportional to the country derived from the grand public diplomacy of the Islamic Republic of Iran to deal with propaganda and activities against Islamic Revolution discourse.
- The synergy of agencies and prevention parallel works to more effectiveness and efficiency to expand civilizational thinking.

Conclusion: Generally, grand strategies include codification of grand strategy of public diplomacy with an accurate explanation of civilizational thinking of the Islamic Revolution, expanding public diplomacy instruction, and maximum use of thinkers' thoughts and capacity, public participation in the form of the middle circles movement, recognition of the value and cultural systems of other countries, and diversification of strategies that are compatible with the target society, synergy of public and governmental centers along grand strategy in diplomacy to expand civilizational thinking of Islamic Revolution.

Keyword: Diplomacy, Cultural Diplomacy, Cultural Diplomacy, Islamic Republic of Iran, Civilization Thought of the Islamic Revolution, SWOT.

راهبردهای دیپلماسی عمومی گسترش اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی در گام دوم انقلاب اسلامی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۰۳

نقیسه اخوان نیلچی *

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۰

علی سروش **

چکیده

دیپلماسی عمومی تأثیر و نقش اساسی در دستیابی به منافع ملی کشورها و کسب قدرت و اعتبار بین‌المللی دارد و امروزه با هزینه‌ی کم و اثرگذاری پایدار نسبت به سایر منابع سنتی قدرت در سیاست خارجی کشور جایگاه ویژه‌ای دارد. جمهوری اسلامی ایران نیز در گام دوم انقلاب و در آستانه‌ی تشکیل دولت اسلامی، نیازمند بازتولید و تقویت مؤلفه‌های قدرت نرم خویش برای ارتقاء اعتبار و نفوذ در عرصه‌ی بین‌المللی با تکیه بر عناصر انسانی، مذهبی و غنای فرهنگی و تاریخی در محیط راهبردی خویش در قالب دیپلماسی عمومی است. حال سؤال اصلی این است که راهبردهای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران جهت گسترش اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی در گام دوم انقلاب چه خواهد بود؟ با بهره‌گیری از روش پویا محیطی و احصاء قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها راهبردها شناسایی و اولویت‌بندی شد و راهبردهای تقویت دیپلماسی فرهنگی احصاء گردید تا در عرصه‌ی سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرا متمرکز شود.

کلمات کلیدی: دیپلماسی، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی، جمهوری اسلامی ایران، اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی، مدل SWOT.

* دکتری آینده پژوهی انقلاب اسلامی. (نویسنده مسئول).

 0000-0002-1413-7994

n.akhavan.n@gmail

** استادیار دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران.

 0000-0002-2179-7632

naborsush1@yahoo.com



بیان مسئله

قدرت کشورها در عرصه‌ی بین‌الملل، امروزه آمیخته با قدرت نرم و سخت می‌باشد. قدرت سخت را عواملی مانند توانایی‌های نظامی، موقعیت ژئوپلیتیک، مقدار منابع انرژی و توانمندی‌های اقتصادی شامل می‌شود و قدرت نرم را عواملی چون فرهنگ و تمدن، تأثیرگذاری معنوی و فرهنگی تشکیل می‌دهد. در کنار قدرت سخت، قدرت نرم قدرت و توان یک کشور را ارتقاء داده و به بازیگری تأثیرگذار در سطح بین‌الملل بدل می‌نماید. در نتیجه قدرت نرم به یکی از مطلوبیت‌های نظام‌های سیاسی تبدیل شده است و بازیگران با استفاده از قدرت نرم در مناسبات خویش، نفوذ و اعتبار خود را در محیط بین‌المللی افزایش می‌دهند. و افکار و اذهان عمومی سایر کشورها را با خود همراه می‌سازند تا از تلفات مالی و جانی که ناشی از به کارگیری قدرت سخت است بی‌نیاز باشند. به کارگیری منابع قدرت، وابسته به پارادایم محیطی آن است و در گذر زمان نیز تغییر خواهد کرد و نظام‌های سیاسی که از مؤلفه‌های قدرت نرم بیشتر برخوردار باشند و آنها را بکار گیرند امکان تأثیرگذاری بیشتری در رابطه‌ی دو یا چندجانبه با سایر کشورها خواهند داشت.

از ابزارهای به کارگیری قدرت نرم، دیپلماسی عمومی است. دیپلماسی عمومی در انقلاب اسلامی، با تأکید بر اصول و اهدافی مانند نفی ظلم و حمایت از مظلوم، وحدت امت اسلامی، حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش و برقراری رابطه‌ی مسالمت‌آمیز با جهان جایگاه و اهمیت ویژه‌ای دارد و در این زمینه تعداد نهادها و دستگاه‌های متولی روابط فرهنگی بین‌المللی که بیش از ۳۰ نهاد هستند گویای همین مطلب است. در حوزه‌ی سیاست‌گذاری، ۴ دستگاه و نهاد نقش ایفا می‌کنند؛ ۹ دستگاه وظیفه برنامه‌ریزی، ۷ نهاد و دستگاه وظیفه‌ی هدایت و حمایت و ۹ دستگاه مسئولیت نظارتی در عرصه‌ی دیپلماسی فرهنگی را به عهده دارند. همچنین ۱۳ دستگاه به فعالیت آموزشی و ۱۴ دستگاه به فعالیت پژوهشی می‌پردازند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۰).

جمهوری اسلامی ایران در گام دوم انقلاب و در آستانه‌ی تحقق دولت اسلامی و تمدن نوین اسلامی نیازمند زمینه‌سازی و گسترش اندیشه‌ی تمدنی خویش می‌باشد، زیرا در این برهه‌ی زمانی، ایران پس از گذشت چهل سال از انقلاب اسلامی با پشتوانه‌ی دستاوردها، ظرفیت‌سازی‌ها و گفتمان‌سازی‌ها در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی وارد گام دوم شده است و نیازمند بازنگری

اساسی و ایجاد تحول در راهبردهای پیشین خویش بخصوص راهبردهای دیپلماسی عمومی برای سرعت بخشیدن به مسیر نیل به آرمان‌هاست. علاوه بر این، تحولات منطقه‌ای و جهانی و اتخاذ راهبرد متناسب با شرایط جدید قابل توجه می‌باشد. در بعد بین‌المللی، آمریکا که قدرت هژمون در جهان از نظر نظامی، اقتصادی، ایدئولوژیک و سیاسی شناخته شده بود امروزه با گسترش اطلاعات و ارتباطات و مجموعه‌ای از اشتباهات راهبردی آمریکایی‌ها، هویت واقعی آمریکا هویدا گشته است و جایگاه آمریکا را در افکار عمومی دنیا خدشه‌دار نموده است. این امر سبب شده تحلیلگران از دنیای پساآمریکا سخن به میان آورند و به افول هژمونی آمریکا و آغاز فرایند تغییر نظام تک‌قطبی به نظام چندقطبی صحنه گذاشته‌اند. در واقع جهت حرکت جهان را از غرب به شرق می‌دانند که در آن هژمون‌های منطقه‌ای ایجاد می‌شود (ابراهیم متقی، مهسا فرحان جم، سعید جهانگیری، ۱۳۹۹، صص ۷۴-۷۵) چنین جهان با ناکارآمدی لیبرال دموکراسی غربی در پی افول هژمونی آمریکا با نوعی خلأ ایدئولوژیک و فکری مواجه هست. در بعد منطقه‌ای، قدرت‌یابی بیشتر محور مقاومت و افزایش اعتمادبه‌نفس کشورهای منطقه و از سوی دیگر خروج آمریکا از منطقه و نیاز کشورهای منطقه به الگو و حمایت گر تحولاتی مهم محسوب می‌شوند. تحولات در سطح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی زمینه را برای اتخاذ راهبردهای جدید جمهوری اسلامی ایران به‌ویژه در عرصه‌ی دیپلماسی به ارمغان می‌آورد تا بتواند در مرحله‌ی اول بر کشورهای منطقه و جهان اسلام اثرگذار بوده و در مرحله بعد سایر کشورهای جهان را تحت تأثیر قرار دهد. همچنین با توجه به دارا بودن عناصر سیاسی، دیپلماتیک، انسانی، مذهبی، فرهنگی و تاریخی در محیط راهبردی خویش برای ارتقاء اعتبار و نفوذ در عرصه‌ی بین‌المللی نیازمند بازتولید و تقویت مؤلفه‌های قدرت نرم خویش در قالب دیپلماسی عمومی است. در واقع دیپلماسی عمومی، مکانیسم و ابزاری برای اعمال قدرت نرم در صحنه‌ی عمل می‌باشد (بختیاری، ۱۳۹۰، ص ۱۴۷).

دیپلماسی عمومی در جمهوری اسلامی در سال‌های اخیر مورد توجه اندیشمندان و مسئولین قرار گرفته است و کارهای علمی و پژوهش‌هایی نیز در این زمینه وجود دارد که در جدول زیر اهم پژوهش‌ها به اختصار آورده شده است.

همان‌گونه که در مرور ادبیات پیشین دیپلماسی عمومی ملاحظه می‌شود. هرچند کارهای علمی و پژوهشی در سال‌های اخیر صورت پذیرفته است و لیکن چند ضعف اساسی در این پژوهش‌ها به

جدول پیشنهادی تحقیق

ردیف	عنوان مقاله	نام پژوهشگر و سال انتشار	اهداف و یافته‌ها
۱	تبیین دیپلماسی فرهنگی ایران در قبال ایران هراسی	سید مهدی میر محمدصادقی و رحمت حاجی مینه (۱۳۹۷)	با توجه به ظرفیت‌های مطلوب دیپلماسی فرهنگی ایران، استفاده از این ظرفیت‌ها به خاطر تعدد مراکز تصمیم‌گیری، منفعلانه بوده و نتوانسته به‌عنوان ابزاری در خدمت دیپلماسی عمومی و قدرت نرم ایران در مقابله با ایران هراسی قرار گیرد.
۲	درآمدی بر دکترین مطلوب دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران	هادی حق‌پرست، زهرا خدابی (۱۳۹۹)	ضمن آسیب‌شناسی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، بیان می‌دارد که مدل تصمیم‌گیری دیپلماسی فرهنگی باید از مدل فزاینده به مدل بینش فوق‌العاده تغییر کند.
۳	الزامات و چالش‌های دیپلماسی عمومی ایران در عصر جهانی شدن	بهاره سازمند، مسعود براتی (۱۳۹۳)	بررسی وضعیت فعلی دیپلماسی عمومی ایران در جهان و شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های دیپلماسی عمومی ایران در شرایط جهانی شدن
۴	دیپلماسی علمی به‌منابۀ قدرت نرم	سید عبدالحمید میر حسینی، حسین محمدی دوستدار (۱۳۹۳)	بررسی بخش‌های مربوط به همکاری‌های بین‌المللی علم و فناوری در اسناد کلان کشور و آسیب‌شناسی وضعیت موجود سیاست‌ها، فعالیت‌ها و برنامه‌های علم و فناوری کشور از منظر دیپلماسی علمی
۵	دیپلماسی عمومی ایران؛ ظرفیت‌ها و چالش‌ها	ابراهیم متقی، حمید شایسته (۱۳۹۶)	جمهوری اسلامی ایران از ظرفیت‌ها و توانایی‌هایی برخوردار است که با بهره‌گیری از آن‌ها و به کمک دیپلماسی رسانه‌ای و دیجیتال می‌تواند به‌عنوان یک کشور صاحب‌فکر و اندیشه و تأثیرگذار بر سیاست‌های بین‌المللی در جلب مسلمانان آمریکا و تأثیرگذاری بر جریان‌ات فکری و مراکز اسلامی آمریکا ایفای نقش نماید.
۶	بررسی تأثیر دیپلماسی عمومی ایران در رابطه با ترکیه قبل و بعد از کودتای نافرجام	وحید سلوکی (۱۳۹۶)	دیپلماسی (نرم) جمهوری اسلامی ایران بعد از کودتای نافرجام، با طرح راهبردهای تنش‌زدایی، به رسمیت شناختن حوزه‌ی نفوذ قدرت منطقه‌ای ترکیه و بین‌الملل گرایبی در عرصه‌ی سیاست خارجی باعث بهبود و گسترش مناسبات روابط خارجی ایران با ترکیه شده است.

ادامه جدول پیشینه تحقیق

ردیف	عنوان مقاله	نام پژوهشگر و سال انتشار	اهداف و یافته‌ها
۷	نقش دیپلماسی ارتباط‌جمعی در دیپلماسی عمومی ایران در مواجهه با آمریکا	اعظم خاکی، محمود رضا مرتضوی (۱۳۹۵)	نقش وسایل ارتباط‌جمعی در روند دیپلماسی عمومی آینده جمهوری اسلامی را بررسی نموده؛ اهمیت استفاده و بهره‌گیری مناسب و مؤثر از وسایل ارتباط‌جمعی و رهبری و هدایت افکار عمومی در مقابله بانفوذ غرب، اسلام هراسی و فعالیت‌های آمریکا علیه ایران را با هدف رویارویی نه در موضع انفعال بلکه در موضع فعال و پیشرو با دیپلماسی عمومی تبیین نماید.
۸	تأثیر دیپلماسی عمومی ایران در لبنان بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران	محمدجواد سبحانی فر، مجید امیر عبدالهیان (۱۳۹۳)	ارزیابی مؤلفه‌های دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در لبنان و نیز واکاوی چالش‌ها و آسیب‌ها و ارائه‌ی الگویی راهبردی و عملیاتی به‌منظور بهبود دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران
۹	دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام فرصت‌ها، اقدامات، اولویت‌ها و دستاوردها	جلال درخشه، مصطفی غفاری (۱۳۹۰)	منابع فرصت ساز قدرت نرم جمهوری اسلامی در چارچوب دو راهبرد آموزشی و رسانه‌ای در دیپلماسی عمومی به کارگرفته‌شده و با تمرکز بر دو محور خاورمیانه و آسیای مرکزی، دستاوردهایی مانند گسترش بیداری اسلامی و افزایش عمق راهبردی ایران را به دنبال آورده‌اند.
۱۰	دیپلماسی عمومی و سیاست همسایگی جمهوری اسلامی ایران در روابط با جمهوری آذربایجان؛ ظرفیت‌ها، موانع و راهکارها	مهدی حسینی تقی‌آباد و شیوا علی زاده (۱۳۹۸)	ضمن معرفی ظرفیت‌ها، موانع کاربری موفق دیپلماسی عمومی ایران در جمهوری آذربایجان مورد مطالعه قرار گرفته و راهکارهای پیشنهادی ارائه داده است.
۱۱	فناوری‌های نوظهور و تأثیر آنها بر تمدن نوین اسلامی	حاکم قاسمی و سودابه نصیرلو (۱۴۰۰)	فناوری جدید و نوظهور را مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر تحولات و شکل‌دهنده‌ی آینده می‌داند و در مسیر رسیدن به تمدن نوین اسلامی دستیابی به فناوری جدید و نوظهور و تلاش برای مشارکت در فرایند خلق آن و بهره‌گیری از آن را ضروری می‌داند.

چشم می خورد. اول؛ نگاه راهبردی، جامع و همه‌جانبه به این امر صورت نگرفته و اکثراً صرفاً از روش‌های توصیفی و تحلیلی بهره گرفته شده است و هیچ‌کدام از روش تحلیل محیطی و ارائه‌ی راهبردهای دقیق مستخرج از این روش بهره نگرفته‌اند. ثانیاً در پی گسترش اندیشه‌ی تمدنی و گفتمان انقلاب اسلامی عمدتاً نبوده است و هدف از کاربست دیپلماسی عمومی محدود به مقابله با تهدیدات این عرصه و مواردی از سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. سوم؛ با توجه به تحولات اخیر منطقه‌ای و جهانی، نیاز است راهبردهای به روز با توجه به مسائل و چالش‌ها و فرصت‌های کنونی استخراج شده و به کار بسته شود تا نتیجه‌ی مطلوب حاصل شود در صورتی که اکثر پژوهش‌ها، تحولات کنونی از جمله افول هژمونی امریکا و قدرت‌یابی محور مقاومت را مدنظر قرار نداده‌اند. چهارم؛ دیپلماسی عمومی در هر سه عرصه‌ی دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی علمی در پژوهش‌ها در نظر گرفته نشده و بعضاً به یکی از این عرصه‌ها محدود می‌باشد. لذا ضروری است با توجه به تحولات به روز و فرصت‌ها و چالش‌های ایجادشده، به صورت روشمند به راهبردهای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران پرداخته شود. سؤال اصلی مقاله این است که راهبردهای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران جهت گسترش اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی در این مقطع زمانی (گام دوم انقلاب اسلامی) چه خواهد بود؟ با بهره‌گیری از روش پویا محیطی و احصاء قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها می‌توان راهبردها را شناسایی و اولویت‌بندی نمود و راهبردهای تقویت دیپلماسی عمومی را بیان کرد تا در عرصه‌ی سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرا مثمر ثمر باشد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

۱. چارچوب مفهومی پژوهش

۱-۱. دیپلماسی عمومی

یکی از ابزار قدرت نرم، دیپلماسی عمومی است. دیپلماسی عمومی یک سلسله تلاش‌های عمومی و رسمی دولت برای شکل‌دهی محیط ارتباطات در خارج است به‌گونه‌ای که سیاست خارجی قابلیت اجرا بیابد و میزان ناآگاهی‌ها و شناخت‌های نادرست از روابط پیچیده میان کشورها کاهش یابد (نیکروش، ۱۳۹۲ ص ۱۰۶).

دیپلماسی به معنای عام و سنتی به تعاملات و تلاش‌های دولت‌ها و مقامات رسمی یک کشور

برای نفوذ و اثرگذاری بر مقامات و مسئولان سایر کشور به منظور اتخاذ موضعی خاص عنوان می‌شود. دیپلماسی عمومی به اثرگذاری بر افکار و اذهان مردم سایر کشورها متمرکز است. و مردم مخاطب و هدف اصلی می‌باشند. دیپلماسی عمومی معطوف به مخاطبان خارجی است و هسته‌ی اصلی دیپلماسی آن، ارتباط هدایت‌شده با افراد خارجی به منظور تأثیر گذاشتن بر افکار آنها و سرانجام بر دولت‌های آنهاست (پورحسن، ۱۳۹۰، ص ۱۴۱).

تفاوت اساسی دیپلماسی سنتی و دیپلماسی عمومی را در چهار محور زیر می‌توان بررسی کرد:

۱. دیپلماسی سنتی و رسمی آشکار و علنی است درحالی‌که دیپلماسی عمومی پنهان است.
۲. مخاطبان دیپلماسی رسمی دولت‌ها هستند، درحالی‌که گروه‌های هدف خاص و یا عموم مردم جامعه سایر کشورها مخاطب دیپلماسی عمومی می‌باشند.
۳. موضوعات دیپلماسی رسمی با رفتارها و سیاست‌های دولت‌ها سروکار دارد، درحالی‌که موضوعات دیپلماسی عمومی به تمایلات و رفتار مردم در سایر کشورها ارتباط دارد (خوانی، ۱۳۸۶، ص ۱۸۴).
۴. در دیپلماسی سنتی روابط بین دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی مطرح است ولی در دیپلماسی عمومی روابط بین دولت‌ها، شرکت‌ها، سازمان‌های جامعه مدنی و حتی افراد مطرح می‌شود (Corneliu Bjola, Jennifer Cassidy, and Ilan Manor, 2019)

دیپلماسی عمومی دارای سه جنبه می‌باشد، جنبه اول، ارتباطات روزانه‌ای است که چارچوب تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری سیاست داخلی و خارجی را بیان می‌دارد. و دولت‌ها می‌بایست بر تأثیر اقدامات و آثار اقدامات خویش بر وجهه بین‌المللی خود واقف باشند. جنبه دوم، مربوط به ارتباطات راهبردی است که شباهت زیادی به مبارزات تبلیغی و سیاسی دارد و در این سطح ارتباطات و رویدادهای نمادین جهت پیشبرد سیاست‌های دولت‌ها طرح‌ریزی می‌شوند. بعد سوم دیپلماسی عمومی به گسترش روابط پایدار با افراد اثرگذار و شاخص از راه اعطای بورس تحصیلی، تبادلات دانشگاهی، فرهنگی، آموزشی و دسترسی به مجاری ارتباطی است (نیکروش، ۱۳۹۲، ص ۱۰۵) بنابراین می‌توان گفت: «دیپلماسی عمومی طراحی و برنامه‌ریزی راهبردی به همراه اجرای برنامه‌های آموزشی، فرهنگی و اطلاع‌رسانی توسط یک کشور مبدأ برای ایجاد محیط افکار عمومی پشتیبان در یک کشور یا کشورهای مقصد یا هدف می‌باشد، به طوری‌که بتواند

پشتیبانی و حمایت مردم و رهبران سیاسی کشور هدف کسب شود. در واقع این دیپلماسی، ترکیبی از فناوری‌های نوین، ایده‌های جدید، توانایی شبکه‌ای، بازیگران غیردولتی و استقرار روابط پویا با جامعه مدنی جهانی است که مخاطب آن نه تنها دولت‌ها بلکه شهروندان عادی نیز می‌باشند و کاربست آن باعث افزایش قدرت نرم یک کشور و توسعه‌ی نفوذ آن در عرصه‌ی جهانی می‌گردد.» (دهشیری، ۱۳۹۳، صص ۱۴-۱۵). و به بیان دیگر دیپلماسی عمومی «عبارت است از مبادله‌ی اندیشه‌ها، انگاره‌ها، ایده آل‌ها، اطلاعات، هنر، دانش، مهارت‌ها، باورها، سنت‌ها که وسیله‌ی ارتباط بین ملل کشورها محسوب می‌شوند. این مؤلفه‌ها کمک می‌کنند تا ملت کشورها درک و فهم متقابلی از یکدیگر پیدا کنند و شناخت صحیح و درست از فرهنگ و ارزش‌های یکدیگر داشته باشند و بهتر بتوانند باهم ارتباط برقرار کنند. دیپلماسی عمومی حوزه‌ای از دیپلماسی است که به برقراری، توسعه و پیگیری روابط کشورها با یکدیگر از طریق فرهنگ، هنر و آموزش تأکید دارد؛ بنابراین فرآیند مؤثری است که در آن فرهنگ یک ملت به عرصه‌ی جهانی عرضه می‌گردد و ویژگی‌های منحصر به فرد فرهنگی ملت‌ها در سطوح مختلف دوجانبه و چندجانبه ترویج می‌شود.» (محمدی، ۱۳۹۲، صص ۱۱۰-۱۱۱)

دیپلماسی عمومی برای اجرا از مؤلفه‌ها و ابزارهای گوناگونی بهره می‌گیرد که می‌توان به موافقت‌نامه‌های فرهنگی میان کشورها، مبادلات علمی و فرهنگی بین‌المللی، حمایت و پخش بین‌الملل رسانه‌ای، گسترش روابط عمومی در سطح بین‌المللی، مدیریت اطلاعات و امکانات سایبری، ایجاد نهادهای غیردولتی، جهانگردی و صنعت گردشگری، شخصیت‌های شاخص فرهنگی، علمی و هنری بین‌المللی اشاره کرد.

در نهایت می‌توان بیان داشت دیپلماسی عمومی می‌تواند خوانش خاص دولت‌ها از تاریخ، سیاست و فرهنگ را در دیگران نهادینه سازند (Fitzgerald, 2019). در واقع با افزایش و تقویت زمینه‌ی گفتگو با مخاطبان سایر کشورها و ایجاد جایگاه بین‌المللی قدرتمند می‌تواند موجب ارتقای منافع ملی در روابط بین‌الملل کشورها شود؛ بنابراین امروزه دیپلماسی عمومی برای هدایت و حمایت سیاست خارجی کشورها برای دستیابی و حفظ منافع ملی امری گریزناپذیر و حیاتی است (قربانی، ۱۳۸۷، صص ۲۴-۲۵).

اقدامات و فعالیت‌های دیپلماسی عمومی به دو گونه‌ی فرهنگی و اطلاعاتی قابل تقسیم بندی

است (آشنا، ۱۳۸۳). به صورت دقیق‌تر، دیپلماسی عمومی شامل دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی علم و فناوری و دیپلماسی رسانه‌ای می‌باشد. دیپلماسی فرهنگی نا آشکارتر از دیپلماسی ارتباطی بر تأمین منافع ملت‌ها اثرگذار است. هدف عمده‌ی دیپلماسی فرهنگی نفوذ و اثرگذاری است که از طریق آگاه‌سازی و افزایش درک متقابل، ایجاد اعتماد در ملت‌ها و مردم سایر کشورها معمولاً انجام می‌گیرد و توافقات سیاسی، اقتصادی و نظامی بین دولت‌ها را به ثمر می‌رساند. دیپلماسی فرهنگی برای کشور عامل به هویت‌سازی به منظور تأمین اهداف بلندمدت می‌پردازد و برای تأمین اهداف کوتاه‌مدت بستر مناسبی را ایجاد می‌کند (سازمند، ۱۳۹۳، صص ۵۱-۵۰). دیپلماسی رسانه‌ای، نیز به منظور تأمین اهداف بلندمدت و به صورت گام‌به‌گام می‌باشد که در عصر اطلاعات اهمیت ویژه‌ای یافته است. دیپلماسی علم و فناوری شامل مجموعه‌ای از راهبردها، دیدگاه‌ها و سازوکارهای عملی برای تنظیم مناسبات علم و فناوری است (ذوالفقارزاده و ثنایی، ۱۳۹۲).

۲-۱. اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی

انقلاب یک دوره است، انقلاب یک حرکت مستمر است، انقلاب یک‌چیز دفعی و آنی نیست؛ انقلاب تحولی است که به طور مستمر در طول سالیان دراز انجام می‌گیرد (بیانات مقام معظم رهبری، ۷۷/۱۱/۱۳) در حقیقت، نهضت انقلابی مردم مسلمان ایران از زمان پیروزی انقلاب اسلامی پنج مرحله (انقلاب اسلامی، نظام اسلامی، دولت اسلامی، جامعه اسلامی، تمدن اسلامی) را سر خواهد گذاشت. این امر یک فرایند طولانی است که قدم اولش پیروزی انقلاب اسلامی بوده و تشکیل نظام سیاسی بر پایه‌ی اسلام مرحله دوم را شامل می‌شود. اما به‌رغم تلاش‌های صورت گرفته، همچنان مرحله‌ی دولت‌سازی به معنای حقیقی کلمه محقق نشده است. و اکنون فرایند انقلاب اسلامی، در مرحله‌ی دولت‌سازی است و دو مرحله جامعه اسلامی و تمدن اسلامی در گام دوم انقلاب به‌عنوان مسیر رسیدن به آرمان‌گایی ترسیم شده است. بر اساس نگاه فرایندی می‌توان بیان داشت؛ انقلاب یک تحول تدریجی، بنیادین و هدف‌دار، حرکتی سنجیده و پیوسته، سرشار از ایمان و اخلاص، واقعیتی برآمده از احساس تکلیف عمومی مردم و ناظر به یک آرمان و وضعیت مطلوب است (شهریاری، ۱۳۹۷، صص ۳۷-۳۸).

انقلاب اسلامی پس از رشد و تحولات فقه سیاسی در عصر غیبت، نهایتاً با گسترش نظریه‌ی ولایت‌فقیه در عرصه‌ی تئوری و عمل شکل گرفت. اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی با تکیه بر

قلمرو فقهی و اعتقادی به گفتمان مسلط جامعه ایران تبدیل شد. در حقیقت امام خمینی توانست با بهره‌گیری از نظام معنایی و اندیشه‌ای نوین و آموزه‌های اسلام ناب، گفتمانی نوین و تحول ساز به جهانیان عرضه دارد. اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی با نفی گفتمان‌های غرب و شرق و با ایجاد گفتمانی اصیل بر آن شد تا تمامی ابعاد و عرصه‌های زندگی بشر را پوشش دهد و تا تحقق آرمان تمدن ساز خویش پیش رود.

۲. روش پژوهش

مدل‌ها و دیدگاه‌های مختلفی در زمینه‌ی راهبردنویسی وجود دارد که هر کدام دارای مزایا و معایبی می‌باشد. یکی از مطرح‌ترین و کاربردی‌ترین این روش‌ها که در کشور ما نیز دارای سابقه است، روش SWOT می‌باشد که به‌طور هم‌زمان محیط داخلی و محیط خارجی را موردبررسی قرار می‌دهد.

مدل تحلیل SWOT، تکنیکی برای شناخت نقاط قوت و ضعف‌های داخلی و نیز تهدیدها و فرصت‌ها در محیط خارجی است که از سوی برخی دانشمندان همچون توماس الویلن و دیوید هانگر به‌منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل سیستم ارائه شد (شایسته، ۱۳۹۴، ص ۵۳). این روش با بهره‌گیری از نقاط ضعف، نقاط قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای پیشروی سازمان به تدوین راهبردها می‌پردازد، به شکلی که مهم‌ترین عوامل بیرونی و درونی سازمان را تحت عنوان عوامل استراتژیک تأثیرگذار بر آینده سازمان بیان می‌نماید (Kangas, 2003).

بررسی محیطی شامل نظارت، ارزیابی و رصد محیط‌های داخلی و خارجی یک مجموعه و یا سازمان می‌باشد. محیط بیرونی شامل متغیرهای فرصت‌ها و تهدیدهایی است که خارج از کنترل دائمی مدیران است. و این متغیرها فضایی را فراهم می‌کنند که سازمان در آن فعالیت می‌کند. محیط داخلی نیز شامل قوت‌ها و ضعف‌هاست که در داخل مجموعه یا سازمان وجود دارد و در کنترل مستمر مدیران هستند (Nohegar, 2009).

تهدید: منظور از تهدید، حالتی خارجی است که به‌صورت منفی بر پارامترهای عملکردی اثرگذار است و مزیت رقابتی را کاهش می‌دهد (ازغنده، ۱۳۸۶، ص ۲۴) و عواملی هستند که

سازمان یا سیستم بر آنها اشراف و کنترل ندارد.

فرصت: مراد از فرصت، حالتی خارجی است که به صورت مثبت بر پارامترهای عملکردی می‌تواند اثرگذار باشد و در بهبود مزیت رقابتی تأثیر بخشد (ازغنده، ۱۳۸۶، ص ۲۵). و عواملی هستند که سازمان یا سیستم بر آنها اشراف و کنترل ندارد.

قوت: منظور از قوت، حالتی داخلی است که سیستم بر آنها اشراف و کنترل دارد و ایجادکننده‌ی اقدام‌های مثبت هستند.

ضعف: منظور از ضعف، حالتی داخلی است که شامل کاستی‌ها و ویژگی‌های منفی و کمبودهایی است که سیستم و یا نظام سیاسی را در معرض شرایط نامساعد نسبت به دیگران قرار می‌دهد و یا سرعت رسیدن به اهداف را کند و یا متوقف می‌نماید. و سیستم بر آنها اشراف و کنترل دارد.

یک راهبردنویسی موفق، فرصت‌ها و قوت‌ها را به حداکثر می‌رساند و ضعف‌ها و تهدیدها را تا حداقل ممکن کاهش می‌دهد. بدین منظور نقاط ضعف W ، قوت S ، فرصت O و تهدید T در چهار حالت ممکن SO ، WO ، ST ، WT به گزینه‌های استراتژی شکل می‌بخشد (کارون، ۱۳۸۲، ص ۱۹۲).

مجموعه راهبردهای SO : بیانگر استراتژی‌های تهاجمی و فعال است و درصدد استفاده از فرصت‌هایی است که از محیط خارجی فراهم شده که در پیوند با قوت‌های مدنظر محیط داخلی جهت به حداکثر رساندن توانمندی‌ها ایجاد می‌گردد.

مجموعه راهبردهای ST : نشانگر استراتژی‌های واکنشی است که به حداکثر رساندن نقاط قوت درونی و حداقل سازی تهدیدهای بیرونی توجه دارد. و برای ساماندهی وضع موجود، تأکید بر حذف و یا کاهش تهدیدهای بیرونی و ارتقای توانمندی درونی دارد.

مجموعه راهبردهای WO : منظور استراتژی‌های رقابتی است که از پیوند یا تقابل بهره‌مندی فرصت‌های موجود و به حداقل رساندن ضعف‌های داخلی حاصل می‌شود.

مجموعه راهبردهای WT : بیانگر استراتژی تدافعی - بدترین شرایط برای سازمان - است. و

تلاش می‌کند ضعف‌ها و نارسایی‌های محیط درونی را به حداقل برساند و تهدیدها و خطرهای بیرونی را نیز کاهش دهد (گلکار، ۱۳۸۴، ص ۱۵).

درواقع با ترکیب نقاط فرصت، تهدید، ضعف و قوت، راهبردها و استراتژی‌های محافظه‌کارانه یا غیرفعال WO، استراتژی‌های رقابتی یا تعاملی ST، استراتژی‌های تدافعی یا انفعالی WT و استراتژی‌های تهاجمی یا فعال SO را می‌توان متصور بود. سپس اولویت‌بندی و امتیازدهی انجام می‌گیرد و اقدام به ترسیم راهبردهای مناسب در قالب ماتریس SWOT می‌شود. (مطابق جدول شماره ۱) به این ترتیب با استفاده از ماتریس SWOT فهرستی از راهبردهای متنوع در چهار گروه متفاوت به دست خواهد آمد. با استفاده از ماتریس ارزیابی موقعیت راهبردی می‌توان این تحلیل را به سرانجام رساند.

این روش در ابتدا در تبیین راهبردها و استراتژی‌های شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی و تحلیل سیستم‌ها بکار گرفته می‌شد. درحالی‌که امروزه امکانات و کارآیی این روش منجر شده که به سایر حوزه‌های علوم انسانی و اجتماعی تسری یافته و از این روش استفاده گردد.

جدول ۱. ماتریس SWOT

نقاط ضعف W	نقاط قوت S	عوامل درونی / عوامل بیرونی
استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف با استفاده از فرصت‌ها WO	استراتژی استفاده از نقاط قوت برای به حداکثر رساندن فرصت‌ها SO	فرصت O
استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف و جلوگیری از تهدیدها WT	استراتژی استفاده از نقاط قوت برای به حداقل رساندن تهدیدات ST	تهدید T

در این پژوهش با بهره‌گیری از روش SWOT، ابتدا نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت‌های جمهوری اسلامی ایران از منابع موجود اعم از کتاب، مقاله و سخنرانی احصاء گردید و سپس در مصاحبه با صاحب‌نظران و فعالان فرهنگی، گویه‌های استخراج‌شده نمره دهی، وزن دهی و اولویت‌بندی شد و در نهایت تلاش شد راهبردهای گسترش دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران احصا و استنباط شود.

۳. تحلیل محیطی، محیط بیرونی

۳-۱. فرصت‌ها

۳-۱-۱. وجود اشتراکات تمدنی، فرهنگی، هنری و زبانی

اشتراکات تمدنی، فرهنگی، هنری و زبانی از مهم‌ترین ویژگی‌های دیپلماسی عمومی و روابط بین کشورهاست که زمینه‌های توسعه و گسترش مبادلات فرهنگی را فراهم می‌آورد. امروزه روابط فرهنگی به عرصه‌های جدیدی همچون مسئولیت‌های اجتماعی نیز ورود داشته است. مباحثی مانند دموکراسی و ارزش‌های آن، حقوق بشر و غیره را در بر می‌گیرد (پورمند، ۱۳۹۶، ص ۶۹).

۳-۱-۲. وجود نهادهای دینی و تاریخی

وجود متنوع آثار، مراکز، ابنیه تاریخی و عبادتگاه‌های ادیان گوناگون در ایران سبب بالا رفتن قابلیت جذب گردشگر شده است (هادی حق‌پرست و زهرا خدابین، ۱۳۹۹، ص ۹۱). همچنین همین نهادها و مراکز تاریخی و دینی در ایران و یا سایر کشورها زمینه‌ی تعامل و روابط فرهنگی را گسترش و تعمیق می‌نماید. چراکه طبق آمار حدود ۸ هزار و ۹۱۹ مکان مذهبی در کشور شناسایی شده است و این مراکز در کنار جاذبه‌های زیارتی، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی نیز دارند (خداری، ۱۳۸۷، ص ۷۸).

۳-۱-۳. بهره‌مندی از توانمندی‌ها و دستاوردهای اندیشمندان مسلمان

در همه‌ی کشورها، به‌ویژه کشورهای اسلامی، اندیشمندان و دانشمندانی وجود دارند که می‌توان با تعامل و برقراری ارتباط مؤثر علمی و فرهنگی از ظرفیت این اندیشمندان در راستای تعمیق روابط با سایر کشورها و گسترش دیپلماسی عمومی به‌ویژه دیپلماسی علم و فناوری بهره جست. اندیشمندان و نخبگان فکری و معنوی جوامع اگرچه از قدرت رسمی و اقتدار برخوردار نیستند ولی دارای نفوذ و اعتبار فکری هستند و اکثراً دگرگونی‌های آینده را ایجاد می‌کنند و از ظرفیت‌های لازم جهت ایجاد تحول برخوردارند (سرخیل، ۱۳۹۹، ص ۱۷۱). توجه به این ظرفیت عظیم در راستای گسترش دیپلماسی عمومی می‌تواند سرچشمه‌ی تحولات و اثرگذاری‌های شگرفی باشد.

۳-۱-۴. برگزاری مراسم سالانه حج و پیاده‌روی اربعین

اسلام دینی جهان‌شمول است و دو اصل همگانی و همیشگی بودن را به همراه دارد. و برنامه‌های آن جهانی است. از شاخص‌ترین برنامه‌های جهانی اسلام حج می‌باشد (آملی، ۱۳۷۶، ص ۱۹). ظرفیت‌های عظیمی سالانه در مراسم حج برای گسترش دیپلماسی فرهنگی ایران رقم می‌خورد. و گروه‌های مختلفی از جانب ایران در این مراسم حضور دارند، هم حجاج ایرانی هستند که در این مراسم شرکت می‌کنند، هم کارمندان و متولیان امور حج جمهوری اسلامی ایران و همچنین کارشناسان و مبلغین مذهبی که در این مراسم حضور دارند و هر کدام به نحوی می‌توانند ارتباط نزدیکی با حجاج سایر کشورها برقرار کنند و زمینه‌ی تبادل فرهنگی را ایجاد نمایند.

مراسم پیاده‌روی اربعین نیز سالانه ظرفیت تبادلات فرهنگی بسیاری را داراست که در بستری مردمی و غیررسمی زمینه‌ی ارتباطات با مردم سایر کشورها را فراهم می‌آورد.

۳-۱-۵. مهاجرت و پناهندگی سایر کشورها به ایران

جمهوری اسلامی ایران یکی از کشورهای مهاجرپذیر است و میزبان کثیری از پناهندگان و مهاجرین به‌خصوص از کشورهای همسایه می‌باشد. به‌عنوان مثال مهاجرت از افغانستان به ایران، طبق گزارش آماری آژانس پناهندگی سازمان ملل متحد، ۱۱ درصد از کل رقم پناهندگان در سرتاسر جهان را اتباع افغانستان تشکیل می‌دهند و مطابق این آمار ۴۰ درصد از این جمعیت در قلمرو جمهوری اسلامی ایران اسکان یافته‌اند. آژانس پناهندگان سازمان ملل متحد؛ جمعیت پناهندگان افغانی در ایران را حدود ۳ میلیون نفر تخمین می‌زند که تنها قریب به یک‌میلیون نفر از این تعداد ثبت‌نام شده‌اند (موسوی، ۱۳۹۹). و حضور مهاجرین و پناهندگان می‌تواند فرصتی برای تعمیق دیپلماسی عمومی باشد.

۳-۱-۶. گردشگری

صنعت توریسم و گردشگری در جهان یکی از صناعت‌های کم‌هزینه، متنوع و پردرآمد است. جمهوری اسلامی ایران نیز با عنایت ویژه به این صنعت می‌تواند علاوه بر کسب درآمد در مبادلات فرهنگی نیز بسیار مؤثر باشد. درواقع، گردشگری ابزاری برای ترویج الگوها، نمادها و ارزش‌های فرهنگی یک کشور به جوامع و کشورهای دیگر است. گردشگری می‌تواند مبلغ

فرهنگی باشد در صورتی که بستر مناسب برای جذب توریسم و فعالیت‌های زیربنایی برای انتقال نمادها، الگوها و ارزش‌های فرهنگی مهیا شده باشد (کشاورز شکری، ۱۳۹۲، ص ۱۴). در واقع می‌توان گفت بین فرهنگ و گردشگری رابطه‌ی دوجانبه برقرار است. گردشگری سهم مهمی در توسعه‌ی فرهنگی می‌گذارد و فرهنگ به‌عنوان منبعی برای توسعه‌ی گردشگری به شمار می‌رود (غیائی، ۱۳۹۷، ص ۳).

یکی از راهکارها تنوع‌بخشی به صنعت گردشگری است. به‌عنوان مثال گردشگری سلامت، یکی از مواردی است که از سوی مسئولان جمهوری اسلامی معمولاً مورد غفلت قرار گرفته است و تبلیغات مناسبی در این زمینه صورت نپذیرفته است. درحالی‌که جمهوری اسلامی ایران در چهار عامل اصلی توریسم سلامت (توانمندی دکتران و پزشکان، فناوری به روز، کارآمد و دارای استانداردهای جهانی، هزینه‌های درمانی و اقتصاد درمان و مقررات داخلی) در مقایسه با کشورهای همسایه و خاورمیانه در جایگاه بهتری قرار دارد (پورمند، ۱۳۹۶، ص ۷۲).

۳-۱-۷. گسترش رسانه‌های جمعی و فضای مجازی

استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی و توجه به آنها، یکی از راههای کسب موفقیت دیپلماسی عمومی است (وحیدی، ۱۳۸۶). همچنین می‌توان بیان داشت که مهم‌ترین موفقیت دیپلماسی عمومی بستگی به چگونگی تعامل رسانه‌ها و دستگاه‌های دولتی دارد (هادیان، ۱۳۸۸). اصطلاح سایر دیپلماسی برای تبیین و ارتقای اثربخشی دیپلماسی یک کشور در فضای مجازی بکار برده می‌شود که مخاطبان آن‌همه‌ی اعضای جامعه اطلاعاتی جهان می‌باشند. همچنین استفاده از فضای مجازی برای دیپلماسی فرهنگی یکی از ارزان‌ترین و پرمخاطب‌ترین راه‌های اثرگذاری فرهنگی است (کشاورز شکری، ۱۳۹۲). در عرصه‌ی رسانه‌ای هزاران ایستگاه تلویزیونی و رادیویی به زبان‌های مختلف در سراسر جهان، اهداف دیپلماسی عمومی را تحقق می‌بخشند. روزنامه‌هایی مانند ایران نیوز، تهران تایمز و کیهان انگلیسی مخاطبان در اروپا، امریکای شمالی و گاهی آفریقا و آسیا را پوشش می‌دهد و روزنامه‌های الوفاق و کیهان عربی هم کشورهای خاورمیانه و آفریقا که عرب‌زبان هستند را دربر می‌گیرد (تویسرکافی، ۱۳۸۸، ص ۲۵۲).

همچنین شبکه‌های برون‌مرزی سیمای جمهوری اسلامی نیز مخاطبان زیادی را در سراسر

جهان پوشش می‌دهد. از جمله العالم که برخی نظرسنجی‌ها از طرف شبکه‌های رقیب انجام شده در مورد وضعیت رسانه‌های خبری اشاره به ارتقای جایگاه شبکه العالم در افکار عمومی کشورهای عرب‌زبان دارد (جلال درخشه و مصطفی غفاری، ۱۳۹۰، ص ۲۹۵). همچنین شبکه‌ی الکوثر، شبکه‌ی سحر و آی فیلم، هیسپان تی وی^۱ و پرس تی وی و... در کنار ده‌ها شبکه‌ی رادیویی فعالیت می‌کنند.

همچنین سامانه‌های مجازی در جهت روابط و تعامل با مخاطبان ایجاد شده است. سامانه‌هایی از قبیل؛ سایت بنیاد اندیشه اسلامی^۲، سامانه‌ی رایزنان فرهنگی جمهوری اسلامی ایران^۳، سایت امام خمینی^۴، سایت انقلاب اسلامی^۵، خبرگزاری ابنا (خبرگزاری تخصصی اخبار تشیع و پیروان اهل‌البیت)^۶ امروزه ارتباط نزدیکی بین دیپلماسی عمومی و جریان رسانه‌ها به وجود آمده است. و کشورها از ابداعات تکنولوژیک و فناوری‌های به روز به‌منظور ارتقای دیپلماسی عمومی بهره‌مند می‌شوند و این امر به‌عنوان یک مزیت تلقی می‌شود (حقیقی، ۱۳۸۸، ص ۳۵۷).

موجود	امتیاز متوازن موجود	۱۲۳	۳۰۸
	جمع اوزان	۴۰	
آتی	امتیاز متوازن مطلوب	۲۲۳	۵۰۸
	جمع اوزان	۴۰	

1. Hispan TV
2. www.itf.org.ir
3. www.mithaq.ir
4. www.imam-khomeini.com
5. www.islamic-revolution.com
6. www.abna.ir Ahlul Bayt News Agency

جدول ۲. ماتریس فرصت‌ها

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل خارجی سازمان (EFE)	میزان اهمیت در زمینه‌ی مورد نظر (وزن)	توانائی پاسخگویی (احتراز یا بهره‌گیری) به عامل مزبور	
			در شرایط موجود	در شرایط آتی
	فرصت‌ها	۱،۲،۳.....۸،۹	۱،۲،۳.....۸،۹	۱،۲،۳.....۸،۹
۱	وجود اشتراکات تمدنی، فرهنگی، هنری و زبانی	۴	۲	۵
۲	وجود نهادهای دینی و تاریخی	۳	۲	۳
۳	بهره‌گیری از توانمندی‌ها و دستاوردهای اندیشمندان مسلمان	۶	۲	۵
۴	گسترش رسانه‌های جمعی و فضای مجازی	۸	۲	۶
۵	برگزاری مراسم سالانه حج و مراسم اربعین	۷	۵	۶
۶	مهاجرت و پناهندگی سایر کشورها به ایران	۵	۵	۶
۷	گردشگری	۷	۳	۶
	جمع اوزان	۴۰	امتیاز متوازن	امتیاز متوازن

۲-۳. تهدیدها

۱-۲-۳. فرقه‌های منحرف (وهابیت، بهائیت و داعش و...)

یکی از مسائلی که همواره جمهوری اسلامی را مورد تهدید قرار می‌دهد، وجود جریان‌های منحرف از اسلام است؛ این جریان‌ها به‌ظاهر اسم اسلام را دارند ولی در باطن تهی از آموزه‌های اسلام است. این جریان‌ها خود را جریان اصیل اسلامی معرفی کرده و افکار عمومی جهانیان را تحت تأثیر قرار داده است. و تهدیدی جدی برای آموزه‌های اسلام اصیل و جمهوری اسلامی ایران خواهد بود و تغییر افکار عمومی جهان و ارائه‌ی اسلام اصیل را بسیار مشکل خواهد کرد. برای نمونه می‌توان به وهابیت، بهائیت و همچنین داعش اشاره داشت.

۲-۲-۲. ترویج غرب‌گرایی و سکولاریسم غربی

از نظر مفهومی، «سکولاریسم به معنای غیرروحانی، دنیوی، عرفی‌گروی، زمینی و یا جدایی‌دین از سیاست بوده و بر گرفته از واژه لاتین سکولارم به معنی گروهی از مردم می‌باشد.» (شاکرین، ۱۳۷۸، ص ۱۱) «بر اساس اکثر تعاریف، دین نفی‌نگریده و فقط از امور زندگی دنیوی مخصوصاً از سیاست جدا گشته است. پس مفهوم سکولاریسم به معنی نفی‌قدسی بودن زندگی انسان در عرصه سیاسی و نفی حضور ارزش‌ها و آموزه‌های دینی در سیاست و حکومت می‌باشد.» (عیوضی، ۱۳۹۲، ص ۴۲-۴۳) تفکر سکولاریسم ریشه در عصر روشنگری دارد. و به معنای جدا شدن نهادهای حکومت از نهادها و مراکز دینی است. با گسترش تفکر سکولاریسم برآمده از رنسانس غربی، ارائه‌ی تفکر جدید گفتمان انقلاب اسلامی مبتنی بر پیوند عمیق دین و سیاست در اسلام با چالش‌های جدی مواجه خواهد بود.

۳-۲-۳. مقابله‌ی برخی دولت‌ها با جمهوری اسلامی ایران

انقلاب اسلامی با هدف متحول کردن محیط بین‌الملل و به چالش کشیدن سلطه‌ی فرهنگی غرب؛ سخن فرهنگ سیاسی اسلام و استقلال‌طلبی را در راهبرد نه غربی و نه شرقی به جهانیان عرضه کرد. و توانست با ارتباطات فرادولتی به صورت دیپلماسی عمومی به ترویج گفتمان و آموزه‌های اسلامی بپردازد (اسکندری، ۱۳۹۴، ص ۲۲). همین امر سبب گردید کشورهای دیگر به خصوص ابرقدرت‌ها به مقابله با جمهوری اسلامی در زمینه‌ی گسترش افکار و عقاید خویش برخیزند.

۴-۲-۳. تبلیغات منفی رسانه‌های غرب

یکی از ابزارهای مخالفین جمهوری اسلامی، رسانه‌های متعدد و متکثری هستند که تلاش دارند چهره‌ی منفی از جمهوری اسلامی ایران ارائه نمایند. و همین امر تهدیدی برای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران تلقی می‌شود.

۵-۲-۳. فعالیت جریان‌ها و جبهه‌های مخالف و رقیب

تهدیداتی که گروه‌های غیردولتی مخالف دولت ایران ایجاد می‌کنند، یکی از تهدیدات قابل بررسی است. گروه‌ها و جریان‌های بسیاری هستند که در قالب گروه‌های مختلفی از جمله

حقوق بشری اقدامات فراوانی علیه دولت ایران انجام می‌دهند. و با ارائه‌ی گزارش‌های مختلفی در مورد نقض حقوق بشر در ایران فضای سنگین و گسترده‌ای علیه ایران ایجاد می‌کنند. به‌عنوان مثال به اقدامات خانم شیرین عبادی که دریافت‌کننده‌ی جایزه‌ی صلح نوبل نیز هستند می‌توان اشاره کرد (سازمند، ۱۳۹۳، ص ۱۰۰).

۳-۲-۶. اسلام هراسی، شیعه هراسی و ایران هراسی

اسلام هراسی پس از پیروزی انقلاب اسلامی همواره متوجه جهان اسلام بوده است. چاپ کاریکاتورهای توهین‌کننده به اسلام، آتش زدن قرآن، نوشتن کتاب و ساخت فیلم و مستند ضد اسلام و مسلمانان و... همگی نشان‌دهنده‌ی ترس از گسترش اسلام و فرهنگ اسلامی در جهان می‌باشد (اسکندری، ۱۳۹۴، ص ۲۳).

ایران هراسی، سیاست و راهبردی با هدف ایجاد تهدیدی بزرگ از ایران برای منطقه و حتی بیشتر از آن تهدیدی عظیم برای صلح و امنیت جهانی است که درصدد است با القای ترس، سبب تغییر رفتار بازیگران نظام بین‌الملل در مقابل ایران شده و ایران را به کشوری ضعیف و منزوی تبدیل نماید. نویسنده‌ی کتاب^۱ «ایران هراسی: منطق یک عقده روحی اسرائیل»^۲ سه دلیل برای دشمنی با جمهوری اسلامی ایران بیان می‌دارد. دیکتاتوری اسلامی در تضاد با دموکراسی غربی و متحد یهودی است، مبارزه و رقابت و برتری‌جویی در خاورمیانه و نگرانی اسرائیل از خواسته‌ی ایران برای نابودی آنان (صادقی، ۱۳۹۷، ص ۱۲۹-۱۳۰).

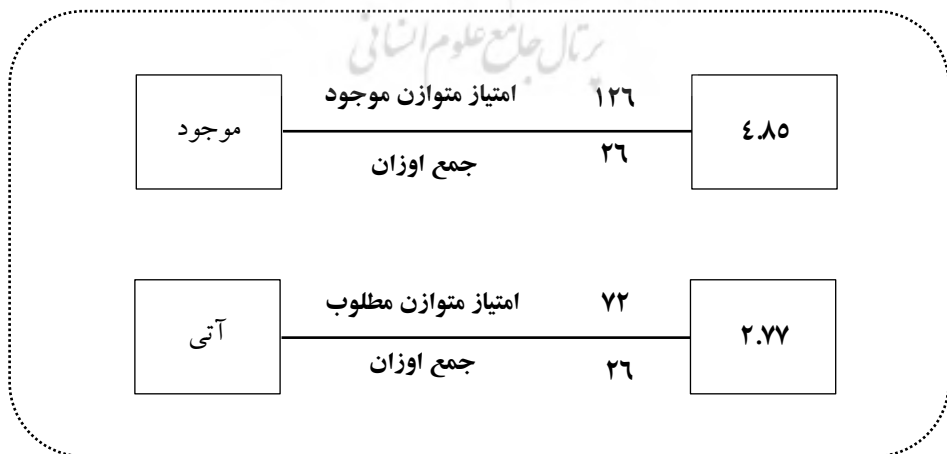
یکی از تهدیدات جدی در برابر دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران، ارائه‌ی تصویری خشن و منفی از اسلام و به‌ویژه شیعیان می‌باشد. با استفاده از غول‌های رسانه‌ای خویش تلاش می‌کنند نوعی نگرانی، ترس و بی‌اعتمادی نسبت به مسلمان ایجاد کنند. وزارت خارجه در حوزه‌ی اسلام هراسی گام‌های مؤثری برداشته است و در این رابطه گزارش عملکردهایی وجود دارد بنابراین باید کلمات را یکسان‌سازی و بیانات اجماعی را تنظیم کرد. اگر دیپلمات‌های آشنا به مسائل غربی داشته باشیم در عرصه‌ی اسلام هراسی موفق خواهیم بود (قشقایی، ۱۳۹۱).

۱. Haggai Ram عضو هیئت علمی دانشگاه بن گوریون

۲. Iranophobia: The Logic of an Israeli Obsession

جدول ۳. ماتریس تهدیدها

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل خارجی سازمان (EFE)	میزان اهمیت در زمینه‌ی موردنظر (وزن)	توانائی پاسخگویی (احتراز یا بهره‌گیری به عامل مزبور)	
			در شرایط موجود	در شرایط آتی
	تهدیدها	۱،۲،۳...۸،۹	۱،۲،۳...۸،۹	۱،۲،۳...۸،۹
۱	فرقه‌های منحرف (وهابیت بهائیت و داعش و...)	۳	۴	۲
۲	ترویج غرب‌گرایی و سکولاریسم غربی	۵	۶	۳
۳	مقابله برخی کشورها با جمهوری اسلامی ایران	۵	۵	۳
۴	تبلیغات منفی رسانه‌های غرب	۶	۵	۳
۵	فعالیت جریان‌ها و جبهه‌های مخالف و رقیب	۳	۳	۲
۶	اسلام هراسی، شیعه هراسی و ایران هراسی	۴	۵	۳
	جمع اوزان	۲۶	امتیاز متوازن	امتیاز متوازن



۴. محیط‌شناسی، محیط درونی

۴-۱. قوت‌ها

۴-۱-۱. نهادهای جمهوری اسلامی ایران مستقر در سایر کشورها

سخنگوی سابق وزارت امور خارجه، آقای قشقایی، با اشاره به اینکه جرج بوش بعد از حوادث ۱۱ سپتامبر، معاون دیپلماسی وزارت خارجه آمریکا را منصوب کرد، اظهار کرد: در تغییر ساختار وزارت امور خارجه ایران خوشبختانه دیپلماسی عمومی زیر نظر سخنگوی این وزارتخانه شکل گرفت و اداره‌ی کل جدیدی به نام اداره‌ی دیپلماسی عمومی طی یک سال گذشته به وجود آمد (قشقایی، ۱۳۹۱). سفارتخانه‌ی ایران در سایر کشورها در زمینه‌ی دیپلماسی عمومی و بسترسازی سایر اقدامات در این عرصه نقشی مؤثر ایفا می‌کنند.

۴-۱-۲. نمایندگی‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران: سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

نوک پیکان دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نمایندگی‌های فرهنگی در خارج از کشور می‌باشند که همگی ذیل سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی قرار دارند. وظایف این نمایندگی‌ها انعقاد قراردادهای فرهنگی با کشور هدف و اجرای آن، معرفی تمدن و فرهنگ اسلامی ایرانی، گسترش علاقه، شناخت و باور به اسلام و انقلاب اسلامی، سیاست‌گذاری، هماهنگی و نظارت بر فعالیت‌های فرهنگی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، گسترش زبان فارسی، راه‌اندازی نمایشگاه و برگزاری دوره‌های آموزشی فرهنگی و هنری در کشور مخاطب است.

۴-۱-۳. حضور ایرانیان در سایر کشورها و بالعکس (ایرانیان مقیم، دانشجویان، بازرگانان و...)

یکی از نقاط قوت دیپلماسی، استفاده‌ی درست از ظرفیت‌های مردم خارج نشین کشورهاست. گروه کثیری که عموماً شخصیت‌های علمی، فرهنگی، اقتصادی دارند و می‌توان با برنامه‌ریزی صحیح از این ظرفیت‌ها بهره جست. همچنین اعزام دانشجو از سوی دولت‌ها به کشورهای دیگر، یکی از مواردی است که در روابط کشورها وجود دارد و جمهوری اسلامی ایران نیز با جذب دانشجو و یا اعزام دانشجو می‌تواند آرمان‌های انقلاب اسلامی و فرهنگ ایرانی اسلامی را برای

سایر کشورها به‌ویژه کشورهای دارای مشترکات دینی و فرهنگی بیان دارد (پورمند، ۱۳۹۶).

۴-۱-۴. نمایندگی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

امروزه رسانه‌های جمعی به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی یکی از ابزارهایی هستند که می‌توان با تولید برنامه‌های مدون و هدفمند و تأثیرگذار، از آنها برای اشاعه‌ی سیاست‌های فرهنگی و علمی در کشورهای دیگر استفاده کرد.

۴-۱-۵. سازمان‌ها و مجمع‌های علمی (مجمع جهانی اهل‌البیت، جامعه المصطفی، سازمان تبلیغات و...)

ایران با تأسیس دانشگاه‌ها و مراکز فرهنگی و علمی مختلف در خارج و داخل کشور زمینه‌ی تحصیل دانشجویان شیعه‌ی خارجی را فراهم نموده و در بعد علمی و آموزشی فضای مناسبی را ایجاد کرده است. مراکزی مانند دانشگاه بین‌المللی جامعه المصطفی، مؤسسه آموزش عالی اهل‌البیت، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)،... تأسیس گردیده‌اند. (نیکروش، ۱۳۹۲) در ادامه به چند نمونه از این مراکز اشاره می‌شود.

۴-۱-۵-۱. جامعه المصطفی العالمیه

جامعه المصطفی العالمیه، نهادی علمی و بین‌المللی با هویت حوزوی است که با هدف گسترش علوم اسلامی و انسانی و با رویکرد آموزشی، پژوهشی و تربیتی شمار زیادی از داوطلبان را از سراسر گیتی زیر پوشش گرفته و فرصت بی‌مانندی برای تشنگان زلال معارف اسلامی و هدایت قرآنی در سراسر جهان فراهم ساخته است.

۴-۱-۵-۲. مجمع جهانی اهل‌البیت

مجمع جهانی اهل‌بیت علیهم‌السلام به‌عنوان یک سازمان غیردولتی و جهانی، به دست جمعی از نخبگان پیرو اهل‌بیت علیهم‌السلام و تحت اشراف مقام معظم ولایت‌فقیه تأسیس شد تا رسالت خطیر معرفی اسلام ناب محمدی، نشر معارف قرآن و اهل‌بیت علیهم‌السلام، استحکام بخشیدن به وحدت اسلامی و شناسایی، سازماندهی، آموزش و پشتیبانی از علاقه‌مندان به خاندان عصمت و طهارت علیهم‌السلام را عهده‌دار گردد. این سازمان بین‌المللی، به حول و قوه‌ی الهی تاکنون اقدامات شایسته‌ای انجام داده است و در استمرار این رسالت عظیم، دست دوستی، برادری و

همکاری خود را صمیمانه به‌سوی همه‌ی پیروان ادیان توحیدی و ابراهیمی - به‌ویژه مسلمانان جهان و شیعیان اهل‌بیت عصمت و طهارت علیهم‌السلام - دراز نموده و سازمان‌های بین‌المللی و مجامع بشردوستانه را نیز به همکاری دعوت می‌کند.^۱

۴-۱-۳-۵. مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی

در سال ۱۳۹۶ تأسیس شده است. و زمینه‌ساز تعامل بین پیروان مذاهب گوناگون اسلامی است. و فعالیت‌هایی از قبیل تقویت همبستگی بین مذاهب اسلامی، مقبولیت و پذیرش اختلافات مذهبی توسط مسلمانان،... جزء وظایف آن می‌باشد.

جدول ۴. ماتریس قوت‌ها

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی سازمان (IFE)	میزان اهمیت در زمینه‌ی موردنظر (وزن)		توانائی پاسخگویی (احتراز یا بهره‌گیری) به عامل مزبور	
		۱،۲،۳...۸،۹	۱،۲،۳...۸،۹	در شرایط موجود	در شرایط آتی
	قوت‌ها	۱،۲،۳...۸،۹	۱،۲،۳...۸،۹	عدد موزون	عدد موزون
۱	نهادهای جمهوری اسلامی ایران مستقر در سایر کشورهای اسلامی	۵	۴	۲۰	۵
۲	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	۵	۳	۱۵	۴
۳	حضور ایرانیان در سایر کشورها و بالعکس	۶	۳	۱۸	۵
۴	نماینده‌ی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در سایر کشورها	۶	۴	۲۴	۶
۵	سازمان‌ها و مجمع‌های علمی	۷	۴	۲۸	۶
	جمع	۲۹		۱۰۵	امتیاز متوازن
				۱۴۱	امتیاز متوازن

^۱ . معرفی مجمع (ahl-ul-bayt.org)

موجود	امتیاز متوازن موجود	۱۰۵	۳.۶۲
	جمع اوزان	۲۹	
آتی	امتیاز متوازن مطلوب	۱۴۱	۴.۸۶
	جمع اوزان	۲۹	

۴-۲. ضعف‌ها

۴-۲-۱. فقدان استراتژی فرهنگی

خلاً برنامه‌ریزی بلندمدت و راهبردی فرهنگی در سیاست خارجی ایران مشهود می‌باشد. ارزش‌های معنوی و فرهنگ می‌بایست در روان، اذهان و روح مخاطبین نفوذ کند. لذا فعالیت‌های دیپلماسی فرهنگی موفق و مؤثر، مستلزم نیازمند اتخاذ سیاست‌ها و برنامه‌ریزی پایدار و بلندمدت است (آدینه وند، ۱۳۹۳، ص ۹۳).

۴-۲-۲. ضعف در به‌کارگیری ابزارها و غفلت از قوانین ارتباطی

افزایش ارتباطات بین جوامع انسانی در پرتو جهانی‌شدن و ظهور ابزارهای نوین ارتباطی، ضرورت استفاده از این ابزارهای نوین (سینما، رسانه، فضای مجازی و...) را نسبت به گذشته بیشتر می‌کند (کشاوری شگری، ۱۳۹۲، ص ۱۷). در صورتی که در فعالیت‌های فرهنگی، علمی و رسانه‌ای دستگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران عنایت به این ابزارهای نوین بسیار اندک است.

۴-۲-۳. فعالیت‌های دستگاه‌های موازی

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در راستای طرح تمرکز امور تبلیغات در خارج از کشور تشکیل شده است. ولی در عمل همچنان ضعف‌هایی وجود دارد. علاوه بر این تکثر نهادهای دخیل در روابط فرهنگی بین‌المللی در ایران همچنان وجود دارد. نهادهایی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت امور خارجه، صداوسیما،... که می‌بایست برای رفع چالش‌ها و هماهنگی

بیشتر میان خود و عدم موازی کاری جلسات مداوم و مشترکی برقرار شود که در عمل اتفاق نمی‌افتد (هادی حق‌پرست و زهرا خدابین، ۱۳۹۹). گاهی برخی سازمان‌ها مانند سازمان گردشگری و صنایع‌دستی نهادی مستقل هست که در برخی مأموریت‌ها و وظایف موازی کاری دارند.

۴-۲-۴. سیاست‌گذاری واحد و یکسان برای کلیه کشورها

در دیپلماسی عمومی توجه به دو نکته ضروری است: اول در اجرای فعالیت‌ها و برنامه‌ها باید در چارچوب احترام متقابل با ارزش‌ها و اعتقادات فرهنگی سایر کشورها باشد و دوم علاوه بر توجه به ویژگی‌ها و ابعاد و نیازهای فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ نیازها و ویژگی‌های خاص هر ملت را می‌بایست لحاظ نمود (سازمند، ۱۳۹۳، ص ۱۳۰). یکسان‌نگری و همانندسازی کشورهای مختلف یکی از ضعف‌های جدی در امر دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران است. هرچند تلاش‌هایی برای شناسایی و طبقه‌بندی هر کشور توسط سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی انجام‌شده است ولی در عمل همچنان یکسان‌نگاری مشاهده می‌شود.

۴-۲-۵. فقر منابع در خصوص دیپلماسی عمومی

رشته‌ی تحصیلی مرتبط در سطح آموزش عالی وجود ندارد و تدریس نمی‌شود لذا دانشجوی و فارغ‌التحصیل که به‌صورت تخصصی در این رشته پرورش داده‌شده باشد وجود ندارد (هادی حق‌پرست و زهرا خدابین، ۱۳۹۹) و تولیدات علمی متناسب با نیاز جمهوری اسلامی ایران در این زمینه بسیار اندک است.

۴-۲-۶. تغییر راهبرد و شیوه‌ی عمل دیپلماسی با تغییر دولت‌ها

نگرش‌ها و گرایش‌های حزبی و سیاسی و بعضاً شخصی افراد در دولت‌ها، یکی از نقاط ضعف جدی است که با تغییر دولت و رئیس‌جمهور و وزرای مربوطه راهبردها و فعالیت‌های تعیین‌شده‌ی دیپلماسی عمومی را دچار تأثیر و تغییر و گاه بی‌ثباتی راهبرد می‌نماید (هادی حق‌پرست و زهرا خدابین، ۱۳۹۹). در صورتی‌که دیپلماسی عمومی اقدامی بلندمدت است و معمولاً در زمان کم نباید انتظار بازدهی داشت و با تغییر راهبردها به‌واسطه‌ی تغییر دولت‌ها تقریباً بازدهی به صفر می‌رسد. زیرا در چنین شرایطی دیپلماسی عمومی امری کوتاه‌مدت تلقی می‌شود.

۴-۷. ضعف در اتخاذ رویکرد مناسب

برای ساخت هویت و انگاره‌ها و بازنمایی آن، دیپلماسی عمومی نیازمند رویکرد بلندمدت و یکپارچه است. درحالی‌که دیپلماسی عمومی ایران کوتاه‌مدت و مقطعی بوده است و با بی‌توجهی به هویت‌سازی و انگاره‌سازی سبب شده تا اختلاف‌های اندک سیاسی و فرهنگی اثرات عمیقی بر روابط ایران و سایر کشورها داشته باشد (کشاورز شکری، ۱۳۹۲، ص ۱۷).

۴-۸. ناآگاهی از نظام‌های ارزشی متفاوت و تنوع فرهنگی

متولیان دیپلماسی عمومی می‌بایست علاوه بر داشتن تخصص‌های لازم در این زمینه از فرهنگ منطقه و یا حوزه‌ای که در آن مشغول به فعالیت است آگاهی داشته باشد و علائق، نیازها و خلأها را شناسایی نموده و در مسیر ارزش‌های مشترک حرکت نماید (حقیقی، ۱۳۸۸، ص ۳۵۲). از سویی دیگر، برخورداری از منابع غنی برای دیپلماسی عمومی به‌تنهایی کافی نیست و سازوکار اجرایی صحیح در ارائه‌ی تصویر مناسب برای مخاطبان بسیار ضروری است (سازمند، ۱۳۹۳، صص ۶۱-۶۲). چراکه عدم شناخت ذائقه‌ی فرهنگی و نظام ارزشی منجر به برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌هایی می‌شود که نه‌تنها چهره‌ی مثبتی از جمهوری اسلامی ایران ارائه نمی‌دهد بلکه ممکن است نتیجه‌ی عکس نیز داشته باشد (درخشه، ۱۳۹۶، ص ۴۳).

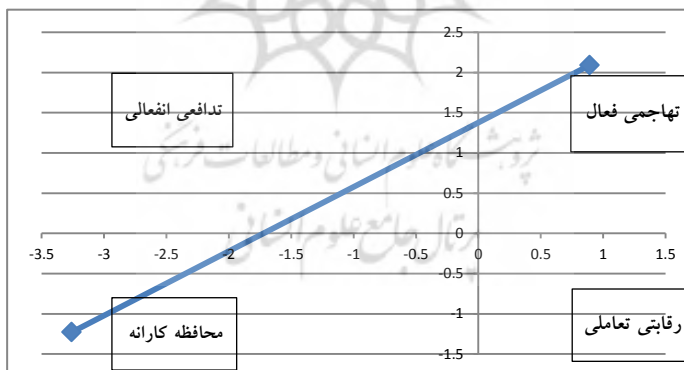
جدول ۵. ماتریس ضعف‌ها

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی سازمان (IFE)	میزان اهمیت در زمینه‌ی موردنظر (وزن)		توانایی پاسخگویی (احتراز یا بهره‌گیری) به عامل مزبور	
		در شرایط موجود	در شرایط آتی	در شرایط موجود	در شرایط آتی
	ضعف‌ها	۱، ۲، ۳، ...، ۸، ۹	۱، ۲، ۳، ...، ۸، ۹	۱، ۲، ۳، ...، ۸، ۹	عدد موزون
۱	فقدان استراتژی کلان فرهنگی	۸	۶	۴۸	۳
۲	ضعف در به‌کارگیری ابزارها و غفلت از قوانین ارتباطی	۵	۵	۲۵	۳
۳	فعالیت دستگاه‌های موازی	۵	۶	۳۰	۴
۴	سیاست‌گذاری واحد و یکسان برای کلیه‌ی کشورها	۶	۷	۴۲	۵

ادامه جدول ۵. ماتریس ضعف‌ها

ردیف	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی سازمان (IFE)	میزان اهمیت در زمینه‌ی موردنظر (وزن)	توانایی پاسخگویی (احتراز یا بهره‌گیری) به عامل مزبور	
			در شرایط موجود	در شرایط آتی
۵	فقر منابع در خصوص روابط فرهنگی در کشور و دیپلماسی عمومی	۴	۷	۲۸
۶	تغییر راهبرد و شیوه‌ی عمل دیپلماسی عمومی با تغییر دولت‌ها	۶	۷	۴۲
۷	ضعف در اتخاذ رویکرد مناسب	۵	۵	۲۵
۸	ناآگاهی از نظام‌های ارزشی متفاوت و تنوع فرهنگی سایر ملل	۶	۶	۳۶
	جمع	۳۲	امتیاز متوازن	۲۰۳
			امتیاز متوازن	۱۵۰

جدول ۶. ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام راهبردی



۵. راهبردها

همان‌طور که در جدول شماره ۶ مشخص هست با توجه به نمره‌ی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید وضعیت جمهوری اسلامی ایران غیرفعال و محافظه‌کارانه است که با بهره‌گیری از نقاط

قوت و فرصت و کاهش نقاط ضعف و تهدید می‌تواند به محدوده‌ی تهاجمی و فعال ورود داشته و اثرگذاری بیشتری در صحنه عمل داشته باشد. بر این اساس راهبردها ترسیم خواهند شد.

برای راهبردنویسی، از ترکیب نقاط فرصت، تهدید، ضعف و قوت استفاده کرده و راهبردها در قالب راهبردهای محافظه‌کارانه یا غیرفعال WO، راهبردهای رقابتی یا تعاملی ST، راهبردهای تدافعی یا انفعالی WT و راهبردهای تهاجمی یا فعال SO نوشته می‌شود.

۱-۵. راهبردهای قوت - فرصت SO

- بهره‌گیری از نقاط مشترک فرهنگی و تمدنی برای تأثیرگذاری بهتر نهادهای ج ۱۱ مستقر در سایر کشورها
- ارتباط‌گیری نهادها و سازمان‌های ج ۱۱ با اندیشمندان مسلمان و بهره‌مندی از توانمندی آنان
- ترویج گردشگری و تنوع‌بخشی به آن از طریق نهادهای ج ۱۱ مستقر در کشورها
- بهره‌مندی و استفاده‌ی حداکثری از رسانه‌های جمعی و فضای مجازی توسط نهادها و سازمان‌ها و مجامع علمی ایران
- ارتباط ایرانیان در سایر کشورها با آحاد مردم در کشور مخاطب با تکیه بر روحيات و خصوصیات مشترک فرهنگی و تمدنی
- برگزاری مراسمات و همایش‌های بین‌المللی و بین‌الدولی با تمرکز بر روحيات و خصوصیات مشترک فرهنگی و تمدنی

۲-۵. راهبردهای ضعف - فرصت WO

- تدوین استراتژی کلان دیپلماسی عمومی با تمرکز بر ابزارهای جدید بخصوص فضای مجازی
- تدوین سیاست‌گذاری مرتبط با هر کشور با تمرکز بر خصوصیات فرهنگی و تمدنی مشترک
- گسترش آموزش دیپلماسی عمومی و تولید محصولات مرتبط
- تدوین استراتژی کلان دیپلماسی عمومی با بهره‌مندی از اندیشمندان مسلمان و یکپارچه‌سازی سیاست دولت‌ها (با تغییر دولت‌ها (قوه مجریه) رویه‌ی دیپلماسی عمومی تغییر نکند)
- شناخت نظام‌های ارزشی و فرهنگ ملل مختلف با برگزاری هم‌اندیشی با اندیشمندان
- اتخاذ رویکرد مناسب برای هر کشوری بر اساس استراتژی کلان دیپلماسی عمومی

۳-۵. راهبردهای قوت - تهدید ST

- ارائه‌ی تصویر دقیق از اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی توسط نهادها و سازمان‌ها و مجامع ایرانی در سایر کشورها
- تبیین درست گفتمان انقلاب اسلامی توسط نهادها و سازمان‌ها و مجامع ایرانی و جلوگیری از انحراف‌ها
- استفاده از ظرفیت حضور ایرانیان در سایر کشورها و بالعکس در راستای ترسیم چهره‌ی واقعی گفتمان و اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی
- کاهش تصدی‌گری مراکز دولتی و ایفای نقش تسهیل‌گر برای مشارکت‌های مردمی و جریان حلقه‌های میانی

۴-۵. راهبردهای ضعف - تهدید WT

- اتخاذ سیاست‌های متناسب با هر کشوری برگرفته از استراتژی‌های کلان دیپلماسی عمومی ج ۱۱ برای مقابله با تبلیغات و فعالیت‌ها علیه گفتمان انقلاب اسلامی
- هم‌افزایی دستگاه‌ها و جلوگیری از موازی کاری جهت اثرگذاری و کارایی بیشتر جهت گسترش اندیشه‌ی تمدنی

نتیجه‌گیری

در گام دوم انقلاب اسلامی و در مسیر تحقق مراحل نیل به تمدن نوین اسلامی، گسترش اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی از طرق مختلف بسیار حائز اهمیت می‌باشد و انقلاب اسلامی می‌بایست ظرفیت‌های خویش را در این مسیر بکار گیرد. یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌ها که بستر مناسبی فراهم می‌آورد دیپلماسی عمومی است. جمهوری اسلامی ایران در چهار دهه‌ی گذشته اقدامات مؤثری در زمینه‌ی دیپلماسی عمومی داشته است ولی تا رسیدن به اهداف عالی فاصله‌ی بارزی دارد. لذا ضروری است در راهبردهای دیپلماسی عمومی تجدیدنظری جدی صورت گرفته و با در نظر گرفتن تلاش‌هایی که در زمینه‌ی تضعیف و جهه‌ی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران صورت می‌پذیرد و ظرفیت‌هایی مغفول و یا کمتر استفاده‌شده که در این زمینه وجود دارد. چالش‌های موجود بر طرف شده و نقاط قوت خویش را استحکام بخشد. هدف از نگارش این

مقاله نیز تدوین راهبردهای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران جهت گسترش اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی با استفاده از روش SWOT بود که با بررسی و احصاء نقاط ضعف و قوت با توجه به شرایط فعلی محیط داخلی و استخراج فرصت‌ها و تهدیدهایی که برگرفته از محیط خارجی است به ترسیم راهبردهای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در چهار محور راهبردهای قوت- فرصت، راهبردهای ضعف- فرصت، راهبردهای قوت- تهدید و راهبردهای ضعف- تهدید پرداخته شد. به‌صورت کلی راهبردهای کلان عبارت‌اند از: تدوین استراتژی کلان دیپلماسی عمومی با تبیین دقیق اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی، گسترش آموزش دیپلماسی عمومی و بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت اندیشمندان، صاحب‌نظران و مشارکت مردمی در قالب جریان حلقه‌های میانی، شناخت نظام‌های ارزشی و فرهنگی سایر ملل و تنوع‌بخشی به راهبردها متناسب با جامعه هدف و هم‌افزایی مراکز دولتی و مردمی در راستای استراتژی کلان دیپلماسی جهت گسترش اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی. امید است با کاربست این راهبردها شاهد بین‌المللی شدن اندیشه‌ی تمدنی انقلاب اسلامی و زمینه‌سازی جهت تحقق تمدن نوین اسلامی در ذیل گسترش دیپلماسی عمومی باشیم.

منابع

- اسکندری، ابوالفضل (۱۳۹۴)، کاربست دیپلماسی عمومی در صدور انقلاب اسلامی، *مطالعات انقلاب اسلامی*، شماره ۴۳.
- امیر عبدالهیان، مجید، محمدجواد سبحانی فر (۱۳۹۳)، تأثیر دیپلماسی عمومی ایران در لبنان بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، *پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی*، سال چهارم، بهار و تابستان، شماره ۹.
- امیری صالحی، سید رضا، سعید محمدی (۱۳۹۲)، *دیپلماسی فرهنگی*، تهران: ققنوس.
- آدینه وند، احمد (۱۳۹۳)، *ظرفیت‌ها و زمینه‌های تأثیرگذاری دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی ایران*، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.

- آشنا، حسام‌الدین (۱۳۸۳)، فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، شماره ۲۱.
- آشنا، حسام‌الدین، نادر جعفری هفت‌خوانی (۱۳۸۶)، دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی؛ پیوندها و اهداف، دانش سیاسی، شماره ۵.
- بختیاری، ابراهیم (۱۳۹۰)، بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌های دیپلماسی عمومی با مفاهیم نرم، فصلنامه عملیات روانی، سال هشتم، شماره ۳۰.
- پورحسن، ناصر (۱۳۹۰)، دیپلماسی عمومی نوین و دفاع همه‌جانبه، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال نهم شماره ۳۳.
- پورمند، ص (۱۳۹۶)، بررسی ظرفیت‌های راهبردی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در تقویت شیعیان جمهوری آذربایجان، فرهنگ پژوهش، ص ۷۲.
- تویسرکانی، مجتبی (۱۳۸۸)، تحلیلی بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در آسیای مرکزی در مقایسه با خاورمیانه، فصلنامه آسیای مرکزی و قفقاز، ش ۶۷.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۶)، جرعه‌ای از صهبای حج، تهران، نشر مشعر.
- حسینی تقی‌آباد، سید مهدی، شیوا علیزاده (۱۳۹۸)، دیپلماسی عمومی و سیاست همسایگی جمهوری اسلامی ایران در روابط با جمهوری آذربایجان؛ ظرفیت‌ها، موانع و راهکارها، جستارهای سیاسی معاصر، زمستان، شماره.
- حق‌پرست، هادی، زهرا خداین (۱۳۹۹)، درآمدی بر دکترین مطلوب دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، مجله بین‌المللی پژوهش ملل، دوره پنجم، شماره ۵۴.
- حق‌پرست، هادی، زهرا خداین (۱۳۹۹)، درآمدی بر دکترین مطلوب دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، پژوهش ملل، تیر، شماره ۵۴، صص ۸۱-۱۰۰.

- حقیقی، رضا (۱۳۸۸)، دیپلماسی فرهنگی از دریچه نو اشاعه گرایی: تأثیرات فناوری اطلاعات بر دیپلماسی فرهنگی، فصلنامه سیاست خارجی، شماره ۹۰.
- خاکی، اعظم، محمود رضا مرتضوی (۱۳۹۵)، نقش دیپلماسی ارتباط جمعی در دیپلماسی عمومی ایران در مواجهه با آمریکا، ماهنامه مدیریت رسانه، تیر، صص ۱۷-۳۰.
- درخشه، جلال (۱۳۹۶)، دیپلماسی فرهنگی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در ایتالیا، فرصت‌ها تهدیدها و راهبردها، پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام.
- درخشه، جلال، مصطفی غفاری (۱۳۹۰)، دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام، فرصت‌ها، اقدامات و اولویت‌ها و دستاوردها، فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، س ۱۲، ش ۱۶.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۹۳)، دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، تهران: نشر علمی و فرهنگی کتیبه.
- دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام فرصت‌ها، اقدامات، اولویت‌ها و دستاوردها (۱۳۹۰)، مطالعات فرهنگ ارتباطات، شماره ۱۶.
- ذوالفقارزاده، محمدمهدی و مهدی ثنایی (۱۳۹۲)، دیپلماسی علم و فناوری، چهارچوبی نظری و پیشنهادهایی عملی، رهیافت، شماره ۵۴، صص ۴۵-۶۶.
- رفیع، حسین، ملیحه نیکروش (۱۳۹۲)، دیپلماسی عمومی و قدرت نرم با تأکید بر قدرت نرم ایران در عراق، پژوهشنامه روابط بین‌الملل.
- رفیع، حسین، ملیحه نیکروش (۱۳۹۲)، دیپلماسی عمومی و قدرت نرم با تأکید بر قدرت نرم ایران در عراق، مطالعات روابط بین‌الملل، ش ۲۲.
- سازمند بهاره (۱۳۹۳)، الزامات و چالش‌های عمومی ایران در عصر جهانی شدن، تهران: مرکز ملی مطالعات جهانی شدن.

- سازمند، بهاره، براتی، مسعود (۱۳۹۳)، الزامات و چالش‌های دیپلماسی عمومی ایران در عصر جهانی‌شدن، تهران: مرکز ملی مطالعات جهانی‌شدن.
- سرخیل، بهنام (۱۳۹۹)، چیش نخبگانی، جوانان و چالش‌های پیش روی تمدن نوین اسلامی؛ تأکید بر نخبگان دانشگاهی، مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی، دوره ۳، شماره ۲، صص ۱۶۱-۱۸۶.
- سلوکی، وحید (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر دیپلماسی عمومی ایران در رابطه با ترکیه؛ قبل و بعد از کودتای نافرجام، پژوهش ملل مرد/د، شماره ۲۰.
- سید عبدالحمید، دوستدار، میرحسینی، حسین محمدی (۱۳۹۳)، دیپلماسی علمی به مثابه قدرت نرم، مطالعات قدرت نرم، پاییز و زمستان، شماره ۱۱.
- سیمیر، رضا، ارسلان قربانی (۱۳۸۷)، روابط بین‌الملل و دیپلماسی صلح در نظام متحول جهانی، تهران: سمت.
- شاکرین، حمیدرضا (۱۳۷۸)، سکولاریسم. تهران: کانون اندیشه جوان چاپ پنجم.
- شایسته، مهدی (۱۳۹۴)، ارزیابی سیاست‌گذاری‌های صدور انقلاب اسلامی ایران از منظر سوات، پژوهشنامه انقلاب اسلامی، شماره ۱۷.
- شهریاری، محمد (۱۳۹۷)، فلسفه انقلابی بودن، تهران: نهضت نرم‌افزاری وابسته به انتشارات انقلاب اسلامی.
- صائمیان، آذر، رضا ازغنده (۱۳۸۶)، چالش‌های ایران برای ورود به سازمان تجارت جهانی با استفاده از الگوی SWOT، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک، تهران.
- عرب خدری، ساناز (۱۳۸۷)، ضرورت‌های توسعه گردشگری مذهبی در ایران، ماهنامه خیمه، ش ۴۶.
- عیوضی، محمدرحیم (۱۳۹۲)، درآمدی تحلیلی بر انقلاب اسلامی، تهران: نشر معارف چاپ ۳۸.
- غیاثی، هادی (۱۳۹۷)، بعد تمدنی همگرایی و هم‌افزایی عتبات مقدسه در چارچوب گردشگری فرهنگی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع).

- قاسمی، حاکم، سودابه نصیرلو (۱۴۰۰)، فناوری‌های نوظهور و تأثیر آنها بر تمدن نوین اسلامی، *مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی*، دوره ۴، شماره ۱، صص ۱-۴۰.
- قشقایی، حسن (۱۳۹۱)، جایگاه دیپلماسی عمومی در پیشبرد سیاست برون مرزی جمهوری اسلامی ایران، بازیابی در ۹۴، ۱۴۰۰، از پایگاه اطلاع‌رسانی دولت <https://dolat.ir/detail/213686>
- کشاورز شکری، عباس (۱۳۹۲)، دیپلماسی فرهنگی ایران در خاورمیانه؛ تحول ارتباطات و لزوم کاربرد ابزارهای نوین، *مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، سال چهارم، شماره ۲۳.
- گلکار، کوروش (۱۳۸۴)، مناسب‌سازی تکنیک تحلیل سوات برای کاربرد در طراحی شهری، *فصلنامه صنفه*، شماره ۴۱.
- متقی، ابراهیم، حمید شایسته (۱۳۹۶)، دیپلماسی عمومی ایران؛ ظرفیت‌ها و چالش‌ها، *مطالعات منافع ملی شهریور دوره ۲*، شماره ۸، صص ۲۹-۵۵.
- متقی، ابراهیم، مهسا فرحان جم، سعید جهانگیری (۱۳۹۹)، واکاوی چگونگی افول هژمونی آمریکا در عرصه جهانی با تأکید بر ویروس کرونا، جستارهای سیاسی معاصر، پژوهشگاه علوم انسانی و *مطالعات فرهنگی*، سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان، صص ۷۳-۹۳.
- مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۰)، بررسی و نسبت دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (دستگاه‌ها و نهادهای فعال)، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، کد موضوعی ۲۷۰، شماره مسلسل ۱۰۳۲۱.
- موسوی، سید احمد (۱۳۹۹)، نقش بنیادین همکاری‌های بین‌المللی در حمایت از پناهندگان افغانستانی. بازیابی از مرکز مطالعات سیاسی و بین‌الملل <https://ipis.ir/portal/subjectview/611369>
- میرمحمدصادقی، سید مهدی، رحمت حاجی مینه (۱۳۹۷)، تبیین دیپلماسی فرهنگی ایران در قبال ایران هراسی، *مطالعات میان فرهنگی*، صص ۱۲۳-۱۴۶.
- وحیدی، موسی الرضا (۱۳۸۶)، تغییر عصر سیاست بین‌الملل و دگرگونی ماهیت دیپلماسی، *سیاست خارجی*، ش ۳۸.

– هادیان، ناصر، افسانه احدی (۱۳۸۸)، جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی، فصلنامه روابط خارجی، صص ۸۵-۱۱۷.

– هریسون، جفری، سنت جان کارون (۱۳۸۲)، مدیریت استراتژیک، (بهر روز قاسمی، مترجمون) تهران: هیات.

– Corneliu Bjola, Jennifer Cassidy, and Ilan Manor (2019), Public Diplomacy in the Digital Age. *The Hague Journal of Diplomacy*.

– Ahmad Nohegar (2009), Assessment of Qeshm Island Naturalization Capabilities Using. *Geography and Development Magazine*, Vol 7, No 15, 151-172.

– J Kangas (2003), Evaluating the management strategies of a forestland estate-the S-O-S approach. *Journal of Environmental Management*, 349-358.

– John Fitzgerald. (2019). Public diplomacy, China style. Australian Strategic Policy Institute. <http://www.jstor.com/stable/resrep230705>

References

– Adinehvand, A (2014) , *Capacity and effectiveness of cultural diplomacy in Iran's foreign policy*. Tehran: International studies and research institute. [In Persian]

– Azghandeh, A.S (2007), Iran's challenges to join the World Trade Organization using the SWOT model. The 2nd international conference on strategic management. Tehran. [In Persian]

– Ahmad Nohegar (2009), Assessment of Qeshm Island Naturalization Capabilities Using. *Geography and Development Magazine*, Vol 7, No 15, 151-172.

– J Kangas (2003), Evaluating the management strategies of a forestland estate-the S-O-S approach. *Journal of Environmental Management*, 349-358.

– John Fitzgerald (2019), *Public diplomacy, China style*. Australian Strategic Policy Institute.

- Eskandari, A. (2015), the use of public diplomacy in exporting the Islamic Revolution. *Journal of Islamic Revolution studies*. No.43 [In Persian]
- Ashena, H.A (2004), Culture, communication, and foreign policy, presenting a model for public diplomacy. *Journal of Imam Sadiq University*. No. 21 [In Persian]
- Amuli, A.J (1997), *A drink of the spiritual ecstasy of hajj*. Tehran. Mosha'ar publication. [In Persian]
- Bakhtiari, A (2011), Investigation of similarities and differences between public diplomacy and soft concepts. *Quarterly of psychological operation*. 8(30). [In Persian]
- Corneliu Bjola, Jennifer Cassidy, and Ilan Manor (2019), Public Diplomacy in the Digital Age. *The Hague Journal of Diplomacy*.
- Pourhassan, N. (2011), New public diplomacy and comprehensive defence. *Scientific quarterly journal of defence strategy*. 9(33). [In Persian]
- Pourmand, S. (2017), Investigation of the strategic capacity of Iran's cultural diplomacy in strengthening Shiites in Azerbaijan. *Journal of Farhang-e Pazhuhesh*. 72 [In Persian]
- Tuyserkani, M. (2009), Analysis of the soft power of the Islamic Republic of Iran in Central Asia compared to the Middle East. *Central Asia and the Caucasus journal*. No.67. [In Persian]
- Derakhshesh, J; Ghafari, M. (2011), Public diplomacy of Iran in the Muslim World, opportunities, measures, priorities, and achievements. *Journal of culture-communication studies*. 12 (16). [In Persian]
- Haqiqi, R. (2009), Cultural diplomacy through diffusionism: the effects of information technology on cultural diplomacy. *Journal of foreign policy*. No. 90. [In Persian]
- Khedri, S.A. (2008), The need for religious tourism development in Iran. *Kheimeh journal*. No.46. [In Persian]
- Khavani, H.A. (2007), Public diplomacy and foreign policy; connections and goals. *Political knowledge*. No.5 [In Persian]

- Dehshiri, M.A. (2017), Cultural diplomacy and soft power of Iran in Italy; opportunities, threats, and strategies. *Scientific and cultural journal of Katibeh*. [In Persian]
- Sazmand, B. (2014), *Public challenges and necessities of Iran during globalization*. Tehran: National center for globalization studies. [In Persian]
- Shakerin, H.R. (1999), *Secularism*. Tehran: Culture and thought center. 5th publication. [In Persian]
- Shayesteh, M. (2015), Policy evaluation exporting the Islamic Revolution from the perspective of the SWOT matrix. *Quarterly scientific research journal on Islamic Revolution*. No.17. [In Persian]
- Sadeqi, S.M. (2018), Explaining of Iranian cultural diplomacy towards Iran phobia. *Intercultural studies quarterly*. 13 (36). [In Persian]
- Eyvazi, M. (2013), *An analytical introduction to the Islamic Revolution of Iran*. Tehran: Nashremaaref. 38th publication. [In Persian]
- Ghiasi, H. (2018), Civilizational dimensions of convergence and synergy of the Holy Shrines in the framework of cultural tourism. M.A thesis, Faculty of Culture and Communication, Imam Sadiq University. [In Persian]
- Ghorbani, R.S. (2008), *international relation and peace diplomacy in changing global system*. Tehran: Samt. [In Persian]
- Ghashghaei (2012), Status of public diplomacy in promoting Iran's foreign policy. <http://dolat.ir/detail/213686> [In Persian]
- Caron, J.H. (2003), *Strategic management*. Translated by Ghasemi. Tehran: Heiat. [In Persian]
- Keshavarz Shokri, A. (2013), Iranian cultural diplomacy in the Middle East; community evolution and the need to use a new tool. *Journal of culture-communication studies*. 4(23). [In Persian]
- Golkar, K. (2005), Conditioning SWOT method to be utilized in urban designing. *Quarterly of Safeh*. No. 41. [In Persian]
- Mohammadi, S.R. (2013), *Cultural diplomacy*. Tehran: Qoqnoos publication. [In Persian]

- The Parliament Research Centre (2011), Investigation of Iran's cultural diplomacy (active institutions and organizations). *Parliament Research Centre*, subject code 270, serial no. 10321. [In Persian]
- Mousavi, A. (2021), The fundamental role of international cooperation in supporting Afghan refugees. *International and political studies*: <http://ipis.ir/portal/subjectview/> [In Persian]
- Nikravesh, S.A. (2013), Public diplomacy and soft power emphasize Iran's soft power in Iraq. *Research letter of international relations*. [In Persian]
- Nikravesh, H.R. (2013), Public diplomacy and soft power emphasize Iran's soft power in Iraq. *International relations studies*. No. 22. [In Persian]
- Haqparast, H; Khodabin, Z. (2020), An introduction to the desirable doctrine of cultural diplomacy of Iran. *International journal of nations*. 5(54). [In Persian]
- Hadian A.V. (2009), Conceptual status of public diplomacy. *Foreign relations*. 85-117. [In Persian]
- Vahidi, M.S. (2007), Changing the field of international policy and changing the nature of diplomacy. *Foreign policy*, 38 [In Persian]

