

دیپلماسی فرهنگی دیجیتال: واکاوی ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی در بهبود مناسبات فرهنگی بین‌المللی ایران

طاهره جهان‌پرور^۱، زهرا حضرتی صومعه^۲، وحید رشیدوش^۳

چکیده

در عصر دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری مؤثر، نقشی بی‌بدیل در شکل‌دهی به روابط بین‌الملل ایفا می‌کنند. این پژوهش با هدف بررسی نقش این شبکه‌ها در سیاست‌گذاری و توسعه روابط فرهنگی بین‌المللی ایران انجام شد. هدف اصلی، تحلیل تأثیر آن‌ها بر تعاملات فرهنگی ایران و ارائه راهکار برای بهره‌گیری بهینه در جهت تقویت دیپلماسی فرهنگی بود. این مطالعه با رویکرد کیفی و از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۸ متخصص حوزه‌های فرهنگی، رسانه و دیپلماسی انجام شد. داده‌ها با تحلیل مضمون و کدگذاری باز تجزیه و تحلیل شد. جامعه پژوهش شامل اساتید دانشگاه، پژوهشگران و کارشناسان رسانه بود که به روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری قدرتمند، دسترسی سریع به اطلاعات فرهنگی، ترویج فرهنگ ایرانی و تعامل مستقیم با جوامع بین‌المللی را فراهم می‌کنند. این شبکه‌ها پلی برای معرفی فرهنگ، هنر و ارزش‌های ایرانی به جهانیان و ارائه تصویری مثبت از ایران هستند. با این حال، چالش‌هایی مانند: امنیت اطلاعات، انتشار محتوای نادرست و محدودیت دسترسی به برخی سکوها، استفاده بهینه را با دشواری مواجه کرده‌اند. شبکه‌های اجتماعی ظرفیت بالایی برای تقویت روابط فرهنگی بین‌المللی ایران دارند. با وجود این، برای بهره‌گیری مؤثر، نیاز به تدوین راهبردهای جامع شامل آموزش کارکنان، تولید محتوای جذاب و مدیریت چالش‌های امنیتی است. این پژوهش پیشنهاد کرده است سازمان‌های فرهنگی ایران با حضور فعال‌تر در شبکه‌های اجتماعی، به تقویت دیپلماسی فرهنگی و بهبود تصویر ایران در جهان کمک کنند.

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی عمومی دیجیتال، فرهنگ‌سازی مجازی، تعاملات بین‌فرهنگی، مدیریت محتوای فرهنگی، تبادل فرهنگی دیجیتال.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۲۱

Doi: 10.22034/imrl.2025.544360.1335

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی گروه علوم اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسندهٔ مسئول).
jparvar@yahoo.com

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
z.hazratismeeh@iauctb.ac.ir

۳. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
vah.rashidvash@iauctb.ac.ir

مقدمه

در عصر حاضر، فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان مؤثرترین ابزارهای ارتباطی، تحولات عمیقی در حوزه‌های مختلف از جمله سیاست، اقتصاد، فرهنگ و روابط بین‌المللی ایجاد کرده‌اند. این تحولات به‌ویژه در حوزه روابط فرهنگی بین‌المللی، فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را به‌همراه آورده است. شبکه‌های اجتماعی با امکان دسترسی سریع به اطلاعات، ایجاد تعاملات مستقیم بین افراد و جوامع، و تسهیل تبادل فرهنگی، به‌عنوان پلی میان فرهنگ‌های مختلف عمل می‌کنند. در این میان، دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم در روابط بین‌المللی، از این ظرفیت بهره‌برداری کرده و به سمت دیپلماسی دیجیتال حرکت کرده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۱۷). این ظرفیت‌ها در عین حال، چالش‌هایی را برای سیاست‌گذاران داخلی ایجاد کرده است (بصیریان جهرمی و خانیکی، ۱۳۹۳: ۲).

ایران به‌عنوان کشوری با پیشینه فرهنگی غنی و تمدنی چند هزارساله، همواره در تلاش بوده است تا از طریق دیپلماسی فرهنگی^۱ تصویر مثبت و سازنده‌ای از خود در عرصه بین‌المللی ارائه دهد. با این حال، در عصر دیجیتال، استفاده از ابزارهای سنتی دیپلماسی فرهنگی دیگر کافی نیست و نیاز به بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی مانند شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش احساس می‌شود (قدمی و مصطفوی، ۱۳۸۸: ۷۷-۶۳). این در حالی است که ایران با چالش‌هایی مانند محدودیت‌های دسترسی به برخی سکوها اجتماعی، نگرانی‌های امنیتی، و کمبود راهبردهای جامع برای استفاده از این ابزارها مواجه است (بخشی‌نژاد و اقامتی‌گشتی، ۱۳۹۶: ۱۰۲-۱۳۰). ایران به‌عنوان کشوری با پیشینه فرهنگی و تمدنی غنی، از ظرفیت بالایی برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی برخوردار است. با این حال، تاکنون استفاده مؤثر از این ابزارها در سیاست خارجی ایران محدود بوده است. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان بستری برای معرفی جاذبه‌های فرهنگی، هنری و تاریخی ایران به جهانیان مورد استفاده قرار گیرند. همچنین، این شبکه‌ها امکان تعامل مستقیم با مخاطبان خارجی و ایجاد گفت‌وگوی فرهنگی را فراهم می‌کنند (بیات، ۱۳۸۵: ۱-۱۶۰). برای بهره‌گیری مؤثر از شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی ایران، لازم است راهبرد مشخصی در این زمینه تدوین شود. این راهبرد باید شامل اهداف مشخص، مخاطبان هدف و روش‌های اجرایی باشد. همچنین، هماهنگی بین نهادهای فرهنگی و دیپلماتیک کشور برای استفاده هم‌زمان از این ابزارها ضروری است. آموزش



دیپلمات‌ها و فعالان فرهنگی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیز می‌تواند به بهبود عملکرد ایران در این حوزه کمک کند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۴۳). تهاجم فرهنگی به مثابه جریان‌ی سازمان‌یافته و هدفمند تحلیل می‌شود که با استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و ارتباطی، درصد تضعیف بنیان‌های فرهنگی جامعه می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی در این پارادایم، به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ابزارهای این تهاجم شناخته می‌شوند که می‌توانند ارزش‌ها و هنجارهای بیگانه را در جامعه ترویج نمایند. در برابر تهاجم فرهنگی، نظریه مقاومت فرهنگی بر ساختن نظام فرهنگی مستقل و تولید محتوای اصیل تأکید دارد. این دیدگاه، شبکه‌های اجتماعی را نه به‌عنوان تهدیدی مطلق، بلکه به مثابه عرصه‌ای برای تقابل فرهنگی می‌نگرد که با مدیریت هوشمندانه می‌توان از آن برای معرفی فرهنگ غنی اسلامی - ایرانی بهره برد (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۹). اقتصاد مقاومتی در عرصه فرهنگ با تأکید بر خودکفایی فرهنگی، بر کاهش وابستگی به سکوها‌ی خارجی و تقویت نرم‌افزارهای بومی پای می‌فشارد. در این چارچوب، توسعه زیرساخت‌های بومی ارتباطی به‌عنوان ضرورتی راهبردی برای تحقق دیپلماسی فرهنگی مستقل قلمداد می‌شود (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱). بیانیه گام دوم انقلاب با تأکید بر جهش در عرصه فرهنگ، ارتباط هوشمندانه با جهان را به‌عنوان راهبردی کلیدی برای معرفی دستاوردهای فرهنگی انقلاب اسلامی مورد توجه قرار می‌دهد. این دیدگاه، شبکه‌های اجتماعی را بستری مؤثر برای تحقق این هدف می‌داند. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری قدرتمند در دیپلماسی فرهنگی، امکان تقویت روابط فرهنگی بین‌المللی ایران را فراهم می‌کنند. با این حال، استفاده مؤثر از این ابزارها مستلزم تدوین راهبرد مشخص، هماهنگی بین نهادهای مسئول و آموزش فعالان فرهنگی است. در صورت بهره‌گیری صحیح از شبکه‌های اجتماعی، ایران می‌تواند تصویر مثبت و واقعی‌تری از خود در عرصه بین‌المللی ارائه دهد و روابط فرهنگی خود با دیگر کشورها را تقویت کند.

این پژوهش باهدف کلی بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری و توسعه روابط فرهنگی بین‌المللی ایران و با اهداف ویژه زیر انجام شده است:

- بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری فرهنگی ایران؛
- شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی؛
- ارائه راهکارهایی برای بهره‌گیری بهینه از شبکه‌های اجتماعی در جهت تقویت دیپلماسی فرهنگی.

سوالات پژوهش عبارتند از:

- شبکه‌های اجتماعی چگونه می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای تقویت دیپلماسی فرهنگی ایران عمل کنند؟
- چه چالش‌هایی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دیپلماسی فرهنگی ایران وجود دارد؟
- چگونه می‌توان از شبکه‌های اجتماعی برای بهبود تصویر ایران در عرصه بین‌المللی استفاده کرد؟

۱. پیشینه پژوهش

۱-۱. پژوهش‌های داخلی

سهیلی قهرودی (۱۴۰۴) در مقاله بررسی جامع تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دیپلماسی عمومی ایران در سال ۲۰۲۵ (با تأکید بر تحریم‌ها و دیپلماسی فرهنگی سایر کشورها) نشان داد که رسانه‌های اجتماعی در سال ۲۰۲۵ به ابزار محوری برای شکل‌دهی به افکار عمومی جهانی تبدیل شده و ایران نیز به‌رغم محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها و سیاست‌های داخلی، تلاش دارد از این فضا برای پیشبرد اهداف دیپلماسی عمومی و صدور فرهنگی خود بهره‌گیرد. با این حال، رقبا و همسایگان منطقه‌ای با سرمایه‌گذاری گسترده‌تر و آزادی عمل بیشتر، در استفاده از دیپلماسی دیجیتال دستاوردهای ملموس‌تری داشته‌اند.

احمدی و همکاران (۱۴۰۳) در مقاله شبکه‌های اجتماعی و دیپلماسی فرهنگی: مطالعه موردی ایران و هند به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی ایران و هند می‌پردازند. نویسندگان با تحلیل محتوای صفحات رسمی سازمان‌های فرهنگی ایران و هند در شبکه‌های اجتماعی، نشان می‌دهند که مؤلفه‌های دینی-ارزشی، فرهنگی-هنری و تمدنی-هنجاری می‌تواند با توجه به روابط فرهنگی و تمدنی چندهزارساله، وجود جامعه گسترده مسلمان، حضور هشتصدساله زبان و ادبیات فارسی و شخصیت‌های فرهنگی و ادبی مشترک، به ارتقای قدرت نرم و دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران کمک شایانی کنند. بخشی‌نژاد و اقامتی‌گشتی (۱۴۰۱) در مقاله دیپلماسی شبکه‌ای و نقش آن در روابط فرهنگی بین‌المللی به بررسی نقش دیپلماسی شبکه‌ای در روابط فرهنگی بین‌المللی می‌پردازد. نویسندگان با تحلیل داده‌های مربوط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط کشورهای مختلف، نشان می‌دهند که این ابزارها چگونه می‌توانند به تقویت روابط فرهنگی و بهبود تصویر کشورها در عرصه بین‌المللی کمک کنند.



برزویی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله دیپلماسی سایبری عربستان سعودی در قبال ایران در بستر شبکه اجتماعی توئیتر؛ مطالعه موردی اغتشاشات دی‌ماه ۱۳۹۶ نشان دادند که تأکید بر واگرایی‌های قومی و منطقه‌ای، تخطئه‌ی کنشگری منطقه‌ای ایران، تخریب عملکرد سپاه پاسداران و تخریب نوع نظام حاکم در ایران، محورهای اصلی دیپلماسی سایبری عربستان علیه جمهوری اسلامی ایران را تشکیل می‌دهد.

کوهی نصرآبادی و واحد (۱۳۹۹) در مقاله دیپلماسی رسانه‌ای و نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی نشان داد که به دلیل ظرفیت سیاسی و اجتماعی بالای شبکه اجتماعی توئیتر، شتاب در اطلاع‌رسانی و انتقال اطلاعات و برتری نسبی نسبت به شبکه‌های اجتماعی دیگر، نقش و تأثیر آن در دیپلماسی رسانه‌ای ایران به شدت محسوس و قابل توجه است.

کاظمی نجف‌آبادی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری ارتباطات بین فرهنگی در ایران به این موضوع پرداخته است که ارتباط‌گری در فضای مجازی بدون پذیرش فرهنگ‌ها و بدون توجه به آداب‌ورسوم و باورها، و در نهایت بدون شکل‌گیری نوعی فرهنگ مشترک، امکان‌پذیر نیست. ارتباطات بین‌فرهنگی در این فضا معمولاً از طریق جذب فرهنگ‌ها یا حداقل اثرپذیری از فرهنگ‌های دیگر شکل می‌گیرد. این ارتباطات قطعاً بر روابط ملت‌ها، مسائل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و توسعه یا پسرفت آنها نیز اثرگذار است.

بخشی‌نژاد و اقامتی‌گشتی (۱۳۹۶) در مقاله دیپلماسی مجازی انقلاب اسلامی ایران در روابط بین‌الملل (با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی) نشان دادند که امروزه تعریف حیات بشر تغییر یافته و به دو بخش مجازی و حقیقی تقسیم شده است؛ به نحوی که فضای مجازی مبدل به جزء جدانشدنی زندگی مردم جهان معاصر شده است. در این میان، شبکه‌های اجتماعی با کارویژه گردش آزاد اطلاعات- به‌عنوان بستری جهت زیست مجازی آحاد ملت‌ها- مورد توجه حکومت‌ها قرار گرفته است. اهمیت این بستر، زمانی بهتر درک خواهد شد که بدانیم فضای مجازی در عصر معاصر، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار دیپلماسی عمومی در روابط بین‌الملل توسط حکومت‌ها جهت رسیدن به اهداف متنوع خود به کار گرفته می‌شود و از آن جا که فضای مجازی و به طور خاص شبکه‌های اجتماعی بستر گردش آزاد اطلاعات را فراهم نموده‌اند، استفاده از این بستر ضروری می‌نمایند. از طرف دیگر، انقلاب اسلامی ایران به‌عنوان خیزشی مبتنی بر فطرت بشری، بیشتر از هر حکومتی نیاز به نشر اهداف و آرمان‌های خود جهت تخاطب با مردم جهان را دارد و این در حالی است که جبهه مقابل انقلاب، حداکثر استفاده را از این عرصه جهت رسیدن

به اهداف خود می‌نماید. بر این اساس، پژوهش حاضر تلاش نموده است با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی صحت این فرضیه را ارزیابی نماید که فضای مجازی و- مشخصاً- شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به‌عنوان یکی از ابزارهای دیپلماسی عمومی مورد توجه قرار گیرد و نیز راهکارهایی را به منظور استفاده حداکثری از این بستر در جهت نشر اهداف و آرمان‌های انقلاب اسلامی با جذب مخاطبان بین‌المللی در بستر شبکه‌های اجتماعی بررسی و ارائه نماید.

آبای فینی (۱۳۹۶) در پایان‌نامه بررسی نقش رسانه در دیپلماسی فرهنگی از دیدگاه دیپلمات‌های فرهنگی کشور (رایزان فرهنگی) نشان داد که رسانه در دیپلماسی فرهنگی که در این مطالعه شامل تبادل فرهنگی، اشاعه فرهنگی و فرهنگ‌پذیری است، نقش داشته است همچنین مشخص گردید که دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ها به‌عنوان مهمترین ابزار اعمال قدرت نرم (فرهنگی) در سیاست جهانی، تأثیر شگرفی بر پیشبرد اهداف و منافع ملی کشورها دارد.

۲-۱. پژوهش‌های خارجی

جین^۱ و همکاران (۲۰۲۶) در مقاله جبهه‌های دیجیتال: قطبی‌سازی ناشی از رسانه‌های اجتماعی در بحران‌های ژئوپلیتیک نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی در بحران‌های ژئوپلیتیک نقش دوگانه‌ای ایفا می‌کنند: از یک سو با ایجاد اتاق‌های پژواک به تشدید قطبی‌سازی دامن می‌زنند و از سوی دیگر می‌توانند بستری برای گفت‌وگوی میان‌جناحی فراهم آورند. الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا نقشی تعیین‌کننده در جهت‌گیری این قطبی‌سازی دارند.

آورسا و بکمن^۲ (۲۰۲۵) در مقاله تجسم‌های اطلاعاتی گمراه‌کننده به‌عنوان ابزار جنگ اطلاعاتی: چگونه یک تصویر واحد روایت‌های شناور طرفین جنگ روسیه و اوکراین را جذب می‌کند نشان دادند که یک تصویر یا اینفوگرافیک واحد می‌تواند توسط طرفین متخاصم با روایت‌های کاملاً متضاد بازنمایی و به‌عنوان ابزار جنگ اطلاعاتی استفاده شود. این پدیده که نویسندگان «روایت‌های شناور» نام نهاده‌اند، چالش جدی برای اصالت محتوای دیجیتال در منازعات بین‌المللی ایجاد می‌کند.

بوجلا و کویلن^۳ (۲۰۲۵) در مقاله ماشین میم اوکراینی: دیپلماسی دیجیتال و طنز کواتومی نشان دادند که اوکراین با بهره‌گیری خلاقانه از میم‌ها و طنز دیجیتال در شبکه‌های اجتماعی،

1. Jain

2. Aversa and Bechmann.

3. Bjola and Copen



توانست روایت خود از جنگ را به مخاطبان بین‌المللی منتقل کرده و هم‌بستگی جهانی را جلب کند. این «طنز کوانتومی» با ایجاد تعلیق معنایی و چندلایگی، اثربخشی بیشتری نسبت به ارتباطات رسمی دیپلماتیک داشت.

چانگ^۱ (۲۰۲۵) در کتاب سیاست بین‌المللی ارتباطات: بازنمایی اجتماع در جهان جهانی‌شده نشان داد که جوامع در عصر دیجیتال، هویت و اجتماع خود را از طریق شیوه‌های ارتباطی جدید بازتعریف می‌کنند. بازنمایی دیجیتال جوامع، مرزهای سنتی جغرافیایی را درنور دیده و شکل‌های جدیدی از هم‌بستگی فراملی را پدید آورده است که پیامدهای مهمی برای روابط بین‌الملل دارد.

قیصر^۲ و همکاران (۲۰۲۵) در مقاله گشودن دیپلماسی عمومی دیجیتال چین در ایکس: رویکرد یادگیری ماشین برای تحلیل کلان‌داده در ایران و عربستان نشان دادند که چین در دیپلماسی عمومی دیجیتال خود در قبال ایران و عربستان، راهبردهای متفاوتی را دنبال می‌کند. در حالی که محتوای منتشرشده برای مخاطبان ایرانی بر اشتراکات فرهنگی و تاریخی تأکید دارد، محتوای خطاب به مخاطبان عربستانی بیشتر معطوف به همکاری‌های اقتصادی و فناورانه است. ریوس و اشتتر^۳ (۲۰۲۵) در کتاب رسانه‌های اجتماعی و صلح‌سازی: چگونه فضاهای دیجیتال منازعه و صلح را شکل می‌دهند نشان داد که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند هم تشدیدکننده منازعه و هم تسهیل‌گر صلح باشند. زمانی که شبکه‌های اجتماعی با راهبردهای هدفمند صلح‌سازی همراه شوند، بستری برای گفت‌وگوی میان‌جمعیتی، کاهش سوءتفاهم‌ها و ایجاد اعتماد متقابل در مناطق بحرانی فراهم می‌کنند.

ویلسون^۴ (۲۰۲۵) در کتاب روابط رسانه-دولت و رسانه‌های اجتماعی: بازخوانی نظریه‌های چهارگانه مطبوعات از منظر نئوگرامشی نشان داد که نظریه‌های کلاسیک رابطه دولت و رسانه در عصر دیجیتال نیازمند بازنگری اساسی هستند. از منظر نئوگرامشی، رسانه‌های اجتماعی اگرچه ظاهراً مستقل عمل می‌کنند، اما همچنان تحت تأثیر ساختارهای قدرت و هژمونی فرهنگی قرار دارند.

باباخانی^۵ و همکاران (۲۰۲۳) در مقاله ارائه مدلی برای تبیین نقش رسانه‌های مجازی در مدیریت ارتباطات بین‌فرهنگی پایدار در صنعت گردشگری (مطالعه موردی: ایران و عمان) نشان دادند که رسانه‌های مجازی با ایجاد بستر تعامل مستقیم میان فعالان گردشگری ایران و عمان،

1. Alan Chong.

2. Qaisar

3. Reuss and Stetter

4. Thomas W. Wilson

5. Leyla Babakhani, Abdolreza Roknoddin Eftekhari and Mehdi Mehdi Karoubi

نقش معناداری در مدیریت ارتباطات بین‌فرهنگی ایفا می‌کنند. مدل ارائه‌شده در این پژوهش، سه مؤلفه اصلی «تولید محتوای بومی»، «تعامل تعاملی» و «بازخورد فرهنگی» را به‌عنوان ارکان مدیریت پایدار ارتباطات بین‌فرهنگی معرفی می‌کند.

سجاد^۱ و همکاران (۲۰۲۳) در مقاله تأثیر جامعه مجازی بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی: تحلیل تطبیقی فیسبوک و واتس‌آپ نشان دادند که فیسبوک و واتس‌آپ به‌عنوان دو پلتفرم با ماهیت متفاوت، تأثیرات متمایزی بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی دارند. واتس‌آپ با ایجاد گروه‌های خصوصی و ارتباطات صمیمی‌تر، به تقویت سرمایه اجتماعی پیوندی کمک می‌کند، در حالی که فیسبوک با امکان ارتباط با طیف وسیع‌تری از افراد، زمینه‌ساز توسعه سرمایه اجتماعی پل‌زننده است.

براون و کرلی^۲ (۲۰۲۲) در مقاله تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی: مطالعه موردی موزه متروپولیتن نیویورک نشان داد که موزه متروپولیتن نیویورک با بهره‌گیری فعال از شبکه‌های اجتماعی، توانسته است مخاطبان بین‌المللی گسترده‌ای را با میراث فرهنگی جهان آشنا کند. دیپلماسی فرهنگی مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی، دسترسی به مخاطبان جوان‌تر و متنوع‌تر را افزایش داده و تعامل دوسویه با بازدیدکنندگان مجازی را تقویت کرده است.

بوجلا و هولمز^۳ (۲۰۱۹) در کتاب دیپلماسی دیجیتال: نظریه و عمل نشان داد که دیپلماسی دیجیتال صرفاً به‌کارگیری ابزارهای فناورانه در دیپلماسی سنتی نیست، بلکه تحولی پارادایمیک در مفهوم، کارکرد و شیوه‌های دیپلماسی ایجاد کرده است. نویسندگان با ارائه چارچوبی نظری، دیپلماسی دیجیتال را در سه سطح راهبردی، عملیاتی و ارتباطی تحلیل کرده و نقش شبکه‌های اجتماعی را در دیپلماسی عمومی و فرهنگی تبیین می‌کنند.

شورای بریتانیا^۴ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «روابط فرهنگی مجازی: مروری بر ادبیات موضوع» که بخشی از یک پروژه تحقیقاتی به سفارش این شورا بوده، به بررسی ابعاد مختلف روابط فرهنگی دیجیتالی پرداخته است. این پژوهش با هدف فهم تمایز میان روابط فرهنگی چهره‌به‌چهره و مجازی و شناسایی تأثیرات مداخلات دیجیتالی در این حوزه انجام شده است. در این مطالعه، با ۳۰ نفر از کارکنان شورای بریتانیا و کارشناسان خارجی مصاحبه‌های عمیق انجام

1. Ali Sajjad, Dong Wang and Li Benqian
2. Brown and Crilley
3. Bjola and Holmes
4. British Council



شده و شش کارگاه آموزشی با حضور شبکه کارکنان شورای جهانی، هم‌تایان خارجی و ذینفعان کلیدی برگزار گردیده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که با توجه به تغییرات مستمر و تحولات شتابان فضای مجازی، نیاز فزاینده‌ای به شناسایی انواع خاصی از مداخلات و فعالیت‌هایی وجود دارد که در بستر مجازی نسبت به سایر اشکال تعامل، اثربخشی بیشتری در ارائه نتایج ملموس و تأثیرات قابل‌نمایش در روابط فرهنگی دارند. بر این اساس، پژوهش مذکور به سه پرسش راهبردی اساسی پاسخ می‌دهد: اولویت‌های فضای مجازی و نقشه راه شورای بریتانیا (و سایر سازمان‌های فعال در حوزه روابط فرهنگی) باید چه باشد؟ حوزه‌های هدف برای سرمایه‌گذاری متمرکز کدامند؟ و چه زمینه‌ها و ملاحظات جغرافیای فرهنگی و سیاسی در طراحی و اجرای برنامه‌های روابط فرهنگی دیجیتالی باید مورد توجه قرار گیرند؟ این پژوهش منبع مهمی برای درک چگونگی گذار از دیپلماسی فرهنگی سنتی به دیپلماسی دیجیتال و شناسایی الزامات آن محسوب می‌شود.

تراتر^۱ (۲۰۰۰) در کتاب سیاست فرهنگی نشان داد که سیاست فرهنگی همواره در بستر روابط قدرت و مناسبات بین‌المللی شکل گرفته است. تراتر با مرور تاریخی سیاست‌های فرهنگی، بر اهمیت نهادهای فرهنگی در دیپلماسی عمومی و نقش آن‌ها در بازنمایی هویت ملی در عرصه بین‌المللی تأکید می‌کند.

مرور پیشینه پژوهش در حوزه شبکه‌های اجتماعی و دیپلماسی فرهنگی نشان‌دهنده تنوع و غنای مطالعات داخلی و بین‌المللی است. در سطح بین‌المللی، بوجلا و هولمز (۲۰۱۹) با ارائه چارچوب نظری دیپلماسی دیجیتال، تحولی پارادایمیک در مفهوم دیپلماسی سنتی را تبیین کرده‌اند، در حالی که چانگ (۲۰۲۵) بر بازتعریف هویت جوامع در فضای دیجیتال و ریوس و اشتتر (۲۰۲۵) بر نقش دوگانه رسانه‌های اجتماعی در تشدید منازعه یا تسهیل صلح تأکید دارند. مطالعات تجربی مانند بوجلا و کوپلن (۲۰۲۵) درباره دیپلماسی میم اوکراین، و قیصر و همکاران (۲۰۲۵) درباره راهبردهای متفاوت چین در ایران و عربستان، ابعاد متنوع کاربرد شبکه‌های اجتماعی در بحران‌ها و مناسبات بین‌المللی را روشن ساخته‌اند. در سطح داخلی، احمدی و همکاران (۱۴۰۳) با مطالعه موردی ایران و هند، بر ظرفیت‌های فرهنگی-تمدنی مشترک مانند حضور هشتصد ساله زبان فارسی تأکید کرده‌اند. برزویی و همکاران (۱۴۰۰) دیپلماسی سایبری عربستان علیه ایران را تحلیل کرده و محورهای اصلی تخریب علیه ایران را شناسایی نموده‌اند.

کوهی نصرآبادی و واحد (۱۳۹۹) بر نقش محوری توئیتر در دیپلماسی رسانه‌ای ایران تأکید کرده‌اند. کاظمی نجف‌آبادی و همکاران (۱۳۹۷) به این نتیجه رسیده‌اند که ارتباطات بین‌فرهنگی در فضای مجازی بدون پذیرش متقابل فرهنگ‌ها امکان‌پذیر نیست. بخشی‌نژاد و اقامتی‌گشتی (۱۳۹۶) نیز دیپلماسی مجازی انقلاب اسلامی را با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی بررسی کرده‌اند. مرور این مطالعات نشان می‌دهد که پژوهش‌های خارجی عمدتاً بر چارچوب‌های نظری و تحلیل بحران‌های بین‌المللی متمرکزند، در حالی که مطالعات داخلی بیشتر به ظرفیت‌ها، چالش‌ها و تهدیدهای فراروی دیپلماسی فرهنگی ایران پرداخته‌اند. با این حال، جای خالی مطالعه‌ای جامع که با رویکردی کلان‌نگر و راهبردی، هم‌زمان ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی را در سیاست‌گذاری و توسعه روابط فرهنگی بین‌المللی ایران بررسی کرده و با بهره‌گیری از روش‌شناسی کیفی عمیق (مصاحبه با متخصصان چندحوزه)، راهکارهای عملیاتی برای تقویت دیپلماسی فرهنگی ارائه دهد، به‌وضوح محسوس است..

نوآوری مقاله حاضر در پنج جنبه اساسی قابل شناسایی است: اول، رویکرد کلان‌نگر و راهبردی مقاله که برخلاف مطالعات پیشین که بیشتر بر ابعاد محدود یا موارد خاص متمرکز بودند، به نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری و توسعه روابط فرهنگی بین‌المللی ایران به‌صورت جامع می‌پردازد. دوم، تمرکز بر هر دو وجه ظرفیت‌ها و چالش‌ها به‌طور هم‌زمان؛ در حالی که بیشتر پژوهش‌های داخلی (مانند برزویی و همکاران) عمدتاً بر چالش‌ها و تهدیدها متمرکز بوده و پژوهش‌های خارجی (مانند ریوس و اشتتر) بیشتر بر ظرفیت‌ها تأکید داشته‌اند، این مقاله توازن میان فرصت‌ها و موانع را حفظ کرده است. سوم، بهره‌گیری از روش‌شناسی کیفی با مصاحبه با ۱۸ متخصص از حوزه‌های مختلف (فرهنگ، رسانه و دیپلماسی) که امکان دستیابی به داده‌های غنی و چندبعدی را فراهم آورده است. این رویکرد کیفی عمیق، برخلاف بسیاری از مطالعات پیشین که صرفاً به تحلیل محتوا یا داده‌های کمی اکتفا کرده‌اند، به درک عمیق‌تری از پیچیدگی‌های مسئله انجامیده است. چهارم، ارائه راهکارهای عملیاتی و مشخص شامل آموزش کارکنان، تولید محتوای جذاب و مدیریت چالش‌های امنیتی که فراتر از توصیه‌های کلی رایج در پژوهش‌های مشابه است. پنجم، پیوند نظریه و عمل از طریق تحلیل نقش شبکه‌های اجتماعی در چارچوب دیپلماسی فرهنگی ایران با توجه به شرایط بومی و محدودیت‌های داخلی، که مقاله را از صرفاً تکرار مطالعات بین‌المللی (مانند بوجلا و هولمز) متمایز می‌سازد. این مقاله با تأکید بر حضور فعال سازمان‌های فرهنگی ایران در شبکه‌های اجتماعی، نه تنها به تحلیل وضعیت موجود



پرداخته، بلکه نقشه راهی عملی برای تقویت دیپلماسی فرهنگی و بهبود تصویر ایران در عرصه بین‌المللی ترسیم کرده است.

مبانی و الگوی نظری پژوهش

کاستلز با طرح مفهوم جامعه شبکه‌ای^۱، تحولات ناشی از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در ساختارهای اجتماعی را تحلیل می‌کند. به باور وی، شبکه‌های اجتماعی با عبور از مرزهای جغرافیایی، بستری برای تعامل مستقیم میان افراد و جوامع مختلف فراهم می‌کنند. این ویژگی، امکان بهره‌گیری از شبکه‌ها را به‌عنوان ابزاری مؤثر در توسعه روابط فرهنگی بین‌المللی تقویت می‌کند.

جوزف نای^۲ در نظریه قدرت نرم بر توانایی کشورها در تأثیرگذاری بر دیگران از طریق جاذبه فرهنگی، ارزش‌ها و سیاست‌ها تأکید دارد. شبکه‌های اجتماعی با قابلیت انتشار گسترده و تعاملی، ابزاری راهبردی برای نمایش و ترویج فرهنگ ملی و تقویت قدرت نرم کشورها محسوب می‌شوند.

دیپلماسی دیجیتال به کارگیری فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی و پیشبرد اهداف روابط بین‌الملل است. این شکل از دیپلماسی، با تسهیل دسترسی به اطلاعات، ایجاد ارتباط مستقیم با مخاطبان جهانی و ترویج فرهنگ، تحولی در رویکردهای سنتی دیپلماسی فرهنگی ایجاد کرده است. شبکه‌های اجتماعی با فراهم آوردن فضایی برای تعامل مستقیم میان فرهنگ‌های مختلف، به تقویت گفت‌وگو و تبادل فرهنگی کمک شایانی می‌کنند. این ویژگی، آن‌ها را به پلی مؤثر برای درک متقابل و کاهش شکاف‌های فرهنگی تبدیل کرده است.

آنتونی گیدنز^۳ (۱۳۷۳) در نظریه ساخت‌یابی به رابطه دوسویه بین ساختارهای اجتماعی و کنشگران فردی توجه دارد. براین‌اساس، شبکه‌های اجتماعی همزمان که تحت تأثیر

1. Network Society
2. Josef Nay
3. Antony Giddens

ساختارهای کلان فرهنگی عمل می‌کنند، می‌توانند با توانمندسازی کنشگران، در تحول و تقویت این ساختارها نیز تأثیرگذار باشند.

مفهوم دیپلماسی دیجیتال بر استفاده هدفمند از شبکه‌های دیجیتال برای ایجاد و گسترش ارتباطات و همکاری‌های بین‌المللی تأکید دارد. دیپلماسی شبکه‌ای با محوریت مشارکت غیرمتمرکز و چندذینفعی، به ویژه در حوزه تبادلات فرهنگی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. ایثان گیلبوا^۱ (۱۳۸۸) نقش رسانه‌ها و شبکه‌های ارتباطی را در شکل‌دهی به روابط بین‌الملل کلیدی می‌داند. از این منظر، شبکه‌های اجتماعی با ظرفیت ایجاد ارتباط مستقیم و بی‌واسطه، به عاملی تأثیرگذار در پویایی تعاملات فرهنگی جهانی تبدیل شده‌اند. دیپلماسی فرهنگی به معنای استفاده از ابزارهای فرهنگی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و سیاست‌گذاران خارجی است.

بر اساس موارد گفته شده، الگوی نظری پژوهش مطابق نمودار ۱ است.

نمودار ۱. الگوی نظری پژوهش



روش پژوهش

در این پژوهش، به‌منظور بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها، از روش پژوهش کیفی استفاده شده است. روش‌های کیفی شامل مصاحبه‌های عمیق، تحلیل محتوا و بررسی موردی به محقق این امکان را می‌دهند تا به درک عمیقی از مفاهیم و تجربیات افراد دست یابد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته



با کارشناسان و تحلیل محتوای^۱ شبکه‌های اجتماعی جمع‌آوری و سپس با استفاده از تکنیک‌های تحلیل مضمون^۲، تجزیه و تحلیل شدند. این رویکرد به ما کمک کرد تا تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری‌های فرهنگی را به طور جامع و دقیق شناسایی کنیم و پیشنهادهایی برای بهبود این روابط ارائه دهیم. جامعه این پژوهش شامل اساتید دانشگاهی، پژوهشگران علوم سیاسی و اجتماعی است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی انجام شد به این ترتیب که ابتدا تعدادی از افراد کلیدی و آگاه در زمینه موضوع پژوهش انتخاب و سپس از طریق آنها به سایر افراد مرتبط دسترسی پیدا شد. نمونه‌گیری هم به صورت غیرهدفمند و تا رسیدن به سطح اشباع نظری بود و ابزار مورد استفاده مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بود. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته ابزار گردآوری داده‌های کیفی است که در آن محقق از راهنمای مصاحبه شامل مجموعه‌ای از سؤالات باز و محوری استفاده می‌کند. این سؤالات برای هدایت مصاحبه به سمت موضوعات مورد نظر طراحی شده‌اند، اما فضای کافی برای پاسخ‌دهنده جهت بیان نظرات، تجربیات و دیدگاه‌های خود به شیوه‌ای آزاد و بدون محدودیت فراهم می‌شود. در این نوع مصاحبه، محقق می‌تواند به طور انعطاف‌پذیری به موضوعات جدید و نامنتظره‌ای که در طول گفتگو مطرح می‌شوند، بپردازد. این امر به جمع‌آوری اطلاعات غنی و عمیق کمک می‌کند و به پژوهشگر امکان می‌دهد تا ابعاد مختلف و گوناگونی از موضوع پژوهش را کشف کند. در این پژوهش از روش تأیید توسط کارشناسان و برای سنجش پایایی از روش تثبیت کدگذاری و استفاده از کدگذاری منظم و استاندارد برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. همکاری چندین محقق در فرآیند کدگذاری و تحلیل داده‌ها استفاده گردید. این پژوهش با هدف واکاوی نقش شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی ایران، با رویکردی کیفی و از طریق روش تحلیل مضمون انجام شده است. گردآوری داده‌ها در بازه زمانی چهارماهه، از بهمن‌ماه ۱۴۰۲ تا اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۳ صورت پذیرفته است. در این مطالعه، با ۱۸ تن از صاحب‌نظران و متخصصان حوزه‌های دیپلماسی فرهنگی، رسانه و ارتباطات بین‌الملل مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته به عمل آمد. شرکت‌کنندگان در این پژوهش را دیپلمات‌های سابقه، مدیران ارشد فرهنگی و اساتید دانشگاه تشکیل می‌دادند که همگی دارای حداقل ۱۰ سال سابقه فعالیت تخصصی در حوزه‌های مرتبط بودند.

1. Content Analysis
2. Thematic Analysis

گفتنی است که بیشتر مصاحبه‌شوندگان را مردان (۶۸ درصد) تشکیل می‌دادند و میانگین سنی آنان ۴۵ سال بود. از نظر سطح تحصیلات، ۱۸ نفر از مصاحبه‌شوندگان دارای مدرک دکتری و ۷ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد در رشته‌های مرتبط بودند.

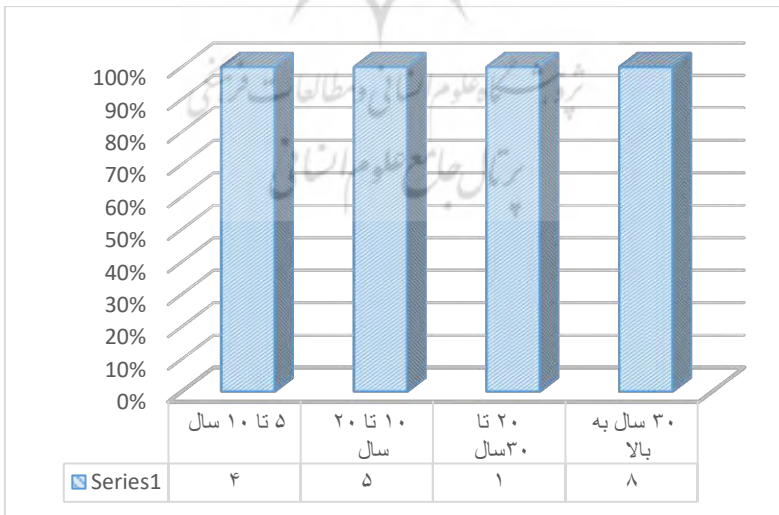
هر مصاحبه به طور متوسط ۶۰ دقیقه به طول انجامید و در محیط‌های مختلفی از جمله دفاتر کاری، فضای دانشگاه و نیز از طریق تماس تصویری برگزار شد. کلیه مصاحبه‌ها با کسب رضایت قبلی شرکت‌کنندگان، ضبط و سپس متن آن‌ها پیاده‌سازی و مورد تحلیل قرار گرفت. در نهایت، با توجه به تکراری شدن مضامین و رسیدن به نقطه اشباع نظری، فرآیند مصاحبه پس از ۱۸ مصاحبه به پایان رسید و داده‌های گردآوری شده با استفاده از روش تحلیل مضمون و در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

۲. یافته‌ها

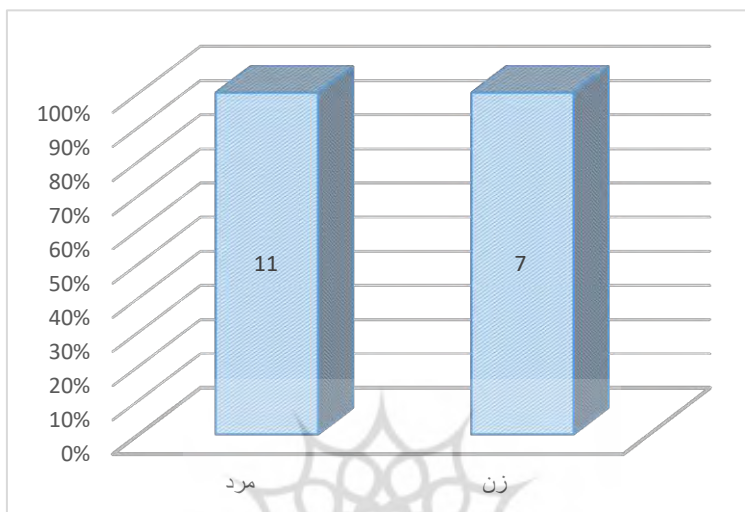
۲-۱. توصیفی

در این بخش، با تجزیه و تحلیل داده‌ها و بهره‌گیری از تکنیک‌های آمار توصیفی، از جمله تهیه جداول فراوانی و ترسیم نمودارهای آماری، چگونگی توزیع نمونه آماری در بخش کیفی از حیث جنسیت، سمت، میزان تحصیلات و سابقه کاری بررسی شده و این فرآیند تا دستیابی به سطح اشباع نظری ادامه یافته است.

نمودار ۲. توزیع فراوانی سابقه کاری مصاحبه‌شوندگان خبره



نمودار ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت



نمودار ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب تحصیلات



از نظر توزیع جنسیتی، اکثریت مصاحبه‌شوندگان را مردان تشکیل می‌دادند. به طور مشخص، از مجموع ۱۸ نفر شرکت‌کننده در پژوهش، ۱۱ نفر (معادل ۶۱٫۱ درصد) مرد و ۷ نفر (معادل ۳۸٫۸ درصد) زن بوده‌اند. این ترکیب نشان می‌دهد که اگرچه هر دو جنس در مطالعه حاضر حضور داشته‌اند، اما سهم مردان نزدیک به دو برابر زنان بود.

داده‌های مربوط به سطح تحصیلات پاسخ‌گویان حاکی از آن است که جامعه پژوهش از سطح علمی بالایی برخوردار بوده است. همان‌طور که نمودار توزیع نشان می‌دهد، ۱۱ نفر (۶۱٫۱ درصد) از شرکت‌کنندگان دارای مدرک دکتری و ۷ نفر (۳۸٫۸ درصد) دارای مدرک کارشناسی ارشد بوده‌اند. این امر نشانگر آن است که کلیه مصاحبه‌شوندگان از حداقل مدرک کارشناسی ارشد برخوردار بوده و بنابراین از صلاحیت علمی لازم برای مشارکت در این پژوهش برخوردار بوده‌اند.

توزیع پاسخ‌گویان بر اساس سابقه کاری بیانگر حضور گسترده صاحب‌نظران باتجربه در این مطالعه است. بیشترین فراوانی مربوط به گروه دارای سابقه کاری بالاتر از ۳۰ سال با ۸ نفر (۴۴٫۴ درصد) است. در رتبه‌های بعدی، ۵ نفر (۲۷٫۷ درصد) دارای سابقه کاری ۲۰ تا ۱۰ سال، ۴ نفر (۲۲٫۲ درصد) دارای سابقه ۱۰-۵ سال و تنها ۱ نفر (۵٫۵ درصد) دارای سابقه کاری ۳۰-۲۰ سال قرار دارند. این توزیع نشان می‌دهد که بیش از ۷۰ درصد مصاحبه‌شوندگان دارای بیش از ۱۰ سال سابقه کاری هستند که این امر غنای تجربی داده‌های گردآوری شده را تضمین می‌کند.

۲-۲. تحلیل داده‌های بخش کیفی پژوهش

۲-۲-۱. تبیین مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در روابط فرهنگی

بین‌المللی ایران با سایر کشورها

در این بخش پس از تحلیل مصاحبه‌ها و حذف موارد مشابه به تبیین گدهای محوری، انتخابی و باز پرداخته شده و مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر مشخص شده است. به طور خلاصه، شبکه‌های اجتماعی نه تنها به دسترسی آسان به اطلاعات و محتواهای فرهنگی می‌کنند بلکه می‌توانند به‌عنوان پلی برای ایجاد تعاملات مستقیم و بین‌فرهنگی میان مردمان جهان عمل کنند و در این راه به تحقق هدف‌های بین‌المللی صلح و تعامل فرهنگی کمک شایانی نمایند.



جدول ۱. تبیین مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در روابط فرهنگی

بین‌المللی ایران با سایر کشورها

کدهای باز	کدهای انتخابی	کد محوری
جمع‌آوری داده‌های فرهنگی	آگاهی و اطلاعات	نقش شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها شرایط علی
اطلاع‌رسانی و آموزش		
ارائه محتوای فرهنگی		
ایجاد ارتباط با منابع فرهنگی محلی		
مشارکت در پژوهش‌های فرهنگی		
انتشار محتوای تبلیغاتی	تبلیغ و ترویج	
ترویج ارزش‌ها و باورها		
ارتقای تصویر کشور در فضای بین‌المللی		
حمایت از محصولات فرهنگی ملی		
برگزاری رویدادهای فرهنگی	ارتباطات و تعاملات	
برقراری ارتباطات مستقیم با فعالان فرهنگی در سایر کشورها		
تبادل تجارب فرهنگی		
ایجاد فرصت‌های تعامل مستقیم با مردم سایر کشورها		
حمایت از فعالیت‌های فرهنگی بین‌المللی		
تسهیل در تشکیل شبکه‌های همکاری‌های فرهنگی	دیپلماسی فرهنگی	
نمایش فرهنگ ایران در سطح بین‌المللی		
ارسال پیام‌های فرهنگی به جوامع بین‌المللی		
ایجاد ارتباطات فرهنگی با نهادها و سازمان‌های بین‌المللی		
تسهیل در انجام مذاکرات و معاهدات فرهنگی		
ایجاد و تقویت روابط فرهنگی دولتی	تحلیل و بررسی	
تحلیل داده‌های فرهنگی و اجتماعی		
بررسی تأثیرات اقدامات فرهنگی		
ارزیابی نتایج بر سیاست‌های فرهنگی		
پیش‌بینی روند تغییرات فرهنگی		
مطالعه الگوهای رفتاری فرهنگی در سطح بین‌المللی	امنیت و حریم	
حفاظت از اطلاعات فرهنگی		
پیشگیری از سوءاستفاده از اطلاعات شخصی		



کدهای باز	کدهای انتخابی	کد محوری
محافظة از حریم خصوصی کاربران	خصوصی	
مقابله با امنیت سایبری و تهدیدات اینترنتی		
ایجاد سیاست‌ها و قوانین مربوط به حریم خصوصی		
اتحادیه‌ها و انجمن‌های بین‌المللی فرهنگی	همکاری و تعامل	
همکاری با سازمان‌ها و نهادهای مرتبط بین‌المللی		
ایجاد توافق‌نامه‌های همکاری فرهنگی با کشورهای دیگر		

تحلیل مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها اساساً به نقش و اهمیت هر یک از این مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها می‌پردازد. این تحلیل می‌تواند به درک بهتر از نقش شبکه‌های اجتماعی در تعاملات فرهنگی بین کشورها کمک کند.

- جمع‌آوری داده‌های فرهنگی: این مؤلفه اساسی برای شناخت فرهنگ‌های مختلف است. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک منبع اطلاعاتی اصلی، امکان دسترسی به داده‌های فرهنگی را فراهم می‌کنند. این اطلاعات می‌تواند برای تحلیل و تبیین الگوهای فرهنگی، شناخت ارزش‌ها و باورها، و تدوین برنامه‌های فرهنگی بین‌المللی استفاده شود.

- آگاهی و اطلاعات: اطلاع‌رسانی و آموزش، ارائه محتوای فرهنگی، و مشارکت در پژوهش‌های فرهنگی از زیرمؤلفه‌های این مؤلفه هستند. این مؤلفه نقش بسیار مهمی در ارتقای آگاهی و دانش فرهنگی دارد و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان وسیله‌ای برای ارتقای این آگاهی و اطلاعات در جامعه بین‌المللی عمل کنند.

- تبلیغ و ترویج: ارتقای تصویر کشور در فضای بین‌المللی، ترویج ارزش‌ها و باورها، و حمایت از محصولات فرهنگی ملی از جمله زیرمؤلفه‌های این مؤلفه هستند. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک پل ارتباطی، می‌توانند این محتواهای تبلیغاتی و ترویجی را به صورت گسترده‌ای منتشر کنند و ارتباطات فرهنگی را تقویت کنند.

- ارتباطات و تعاملات: برقراری ارتباطات مستقیم با فعالان فرهنگی در سایر کشورها، تبادل تجارب فرهنگی، و حمایت از فعالیت‌های فرهنگی بین‌المللی از زیرمؤلفه‌های این مؤلفه است. این ارتباطات می‌توانند به تعاملات فرهنگی و فهم متقابل بین مردمان مختلف جهان کمک کنند.



- دیپلماسی فرهنگی: این مؤلفه شامل ارسال پیام‌های فرهنگی به جوامع بین‌المللی، ایجاد ارتباطات فرهنگی با نهادها و سازمان‌های بین‌المللی، و تسهیل در انجام مذاکرات و معاهدات فرهنگی است. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان وسیله‌ای برای انجام این ارتباطات و فعالیت‌ها در زمینه دیپلماسی فرهنگی عمل کنند.

- تحلیل و بررسی: تحلیل داده‌های فرهنگی و اجتماعی، بررسی تأثیرات اقدامات فرهنگی، و ارزیابی نتایج بر سیاست‌های فرهنگی از جمله زیرمؤلفه‌های این مؤلفه هستند.

۲-۲-۲. پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها

در این بخش پس از تحلیل مصاحبه‌ها و حذف موارد مشابه به تبیین کدهای محوری، انتخابی و باز که از کدهای باز به دست آمده پرداخته شده و مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر مشخص شده است.

جدول ۲. تبیین پیامدهای مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها

کدهای باز	کدهای انتخابی	کد محوری
فراهم کردن فرصت‌های بیشتر برای تبادل نظر و تعامل میان افراد و جوامع فرهنگی مختلف	تسهیل ارتباطات فرهنگی	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها
ایجاد فضایی برای معرفی فرهنگ، هنر، و ارزش‌های ایران به دیگر کشورها		
ایجاد امکاناتی برای برقراری ارتباط مستقیم بین هنرمندان، نویسندگان، و فعالان فرهنگی ایران با هم‌تایان بین‌المللی		
ترویج تبادلات فرهنگی و هنری میان ایران و سایر کشورها		
تسهیل برگزاری رویدادها و فعالیت‌های فرهنگی با استفاده از سکوها شبکه‌های اجتماعی		
ارائه تصاویر مثبت و معتبر از فرهنگ ایران به جهانیان از طریق شبکه‌های اجتماعی	ارتقاء تصویر ایران	شرایط علی
معرفی ایران به‌عنوان یک مقصد گردشگری فرهنگی و تاریخی با استفاده از ویدئوها، عکس‌ها و محتوای دیگر		
ترویج آثار هنری و ادبی ایرانی به جهانیان و افزایش آگاهی از تاریخ و فرهنگ این کشور		



کدهای باز	کدهای انتخابی	کد محوری
ارسال پیام‌هایی از جمله صلح، دوستی، و همکاری از طریق شبکه‌های اجتماعی برای ارتقاء تصویر مثبت ایران در جهان		
ارائه تصاویر مثبت و معتبر از فرهنگ ایران به جهانیان از طریق شبکه‌های اجتماعی		
ایجاد فرصت‌های بیشتر برای تبادل فرهنگی میان ایران و کشورهای دیگر	تبادل فرهنگی	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در روابط فرهنگی بین المللی ایران با سایر کشورها
تشویق به ترویج زبان، آداب و رسوم، و سنت‌های فرهنگی ایران به دیگر جوامع جهان		
ایجاد فرصت‌هایی برای آموزش و یادگیری فرهنگ‌ها و زبان‌های دیگر از طریق شبکه‌های اجتماعی		
تشویق به تبادل نظر و تجربیات فرهنگی میان افراد ایرانی و افراد سایر کشورها		
حمایت از برگزاری رویدادها و جشنواره‌های فرهنگی بین‌المللی در ایران و ترویج آنها از طریق شبکه‌های اجتماعی		
اطمینان از حفظ حریم خصوصی افراد در محیط شبکه‌های اجتماعی		
ارائه خدمات امنیتی و حفاظتی برای مخاطبان در مقابل تهدیدات امنیتی مختلف		
محافظت از اطلاعات شخصی و حفظ حریم خصوصی کاربران در برابر سوءاستفاده‌های ممکن از طرف سومین‌ها		
ارائه آموزش‌ها و راهنمایی‌های لازم به کاربران برای مدیریت حریم خصوصی خود در فضای شبکه‌های اجتماعی		
ایجاد سیاست‌ها و استانداردهایی برای محافظت از حریم خصوصی کاربران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی		
ارائه محتوای متنوع و جذاب درباره فرهنگ، هنر، و ارزش‌های ایرانی	مدیریت محتوا	
کنترل کیفیت محتوا و جلوگیری از انتشار اطلاعات نادرست یا تحریف‌شده در فضای شبکه‌های اجتماعی		
ترویج محتوای مثبت و سازنده و جلب توجه به جوانب مثبت فرهنگ و ارزش‌های ایرانی		
ایجاد راهکارهایی برای مدیریت اثرات منفی محتوای غیرمناسب یا مضر بر جامعه		

کدهای باز	کدهای انتخابی	کد محوری
پشتیبانی از ایجاد و انتشار محتوای خلاق و نوآورانه ایرانی		پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها شرایط علی
ایجاد فضاهایی برای همکاری و تعامل بین افراد، سازمان‌ها و جوامع فرهنگی مختلف	همکاری و تعامل	
ارتقاء همکاری بین ایران و سایر کشورها در زمینه‌های فرهنگی و هنری از طریق شبکه‌های اجتماعی		
ایجاد سکوها و وسایل برای تبادل دانش، تجربیات، و ایده‌ها میان کشورها در حوزه‌های فرهنگی		
ایجاد شبکه‌ها و اتحادیه‌هایی برای توسعه همکاری و تعامل در روابط فرهنگی بین‌المللی		
ترویج مفهوم همکاری و تعامل بین انسان‌ها و جوامع مختلف برای ارتقاء فرهنگ و تعاملات بین‌المللی		
ایجاد سازوکارهایی برای ارزیابی عملکرد و تأثیرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی در روابط فرهنگی بین‌المللی ایران	ارزیابی و بازخورد	
جمع‌آوری بازخورد از کاربران و جوامع مرتبط با استفاده از این شبکه‌ها و تحلیل آن به منظور بهبود فرآیندها و خدمات		

- برای تحلیل این جدول، می‌توان هر مؤلفه و پیامد مرتبط با آن را به طور مجزا بررسی کرد:
- تسهیل ارتباطات فرهنگی: فراهم کردن فرصت‌های بیشتر برای تبادل نظر و تعامل میان افراد و جوامع فرهنگی مختلف؛ این مؤلفه می‌تواند به ارتقاء درک متقابل و افزایش همبستگی فرهنگی بین ایران و سایر کشورها کمک کند.
 - ارتقاء تصویر ایران: ایجاد فضایی برای معرفی فرهنگ، هنر، و ارزش‌های ایران به دیگر کشورها؛ این می‌تواند به ترویج فرهنگ ایران و جلب توجه بین‌المللی به آن کمک کند.
 - تبادل فرهنگی: تشویق به تبادل زبان، آداب و رسوم، و سنت‌های فرهنگی ایران به دیگر جوامع جهان؛ این مؤلفه می‌تواند به تقویت ارتباطات فرهنگی و تبادل دانش و تجربیات بین ایران و کشورهای دیگر کمک کند.

- حفظ و حریم خصوصی: ارائه خدمات امنیتی و حفاظتی برای مخاطبان در مقابل تهدیدات امنیتی مختلف؛ این مؤلفه می‌تواند به افزایش اطمینان کاربران از امنیت اطلاعات شخصی خود در فضای شبکه‌های اجتماعی کمک کند.
- مدیریت محتوا: کنترل کیفیت محتوا و جلوگیری از انتشار اطلاعات نادرست یا تحریف‌شده؛ این مؤلفه می‌تواند به جلوگیری از انتشار محتوای مضر و ترویجی در فضای شبکه‌های اجتماعی کمک کند.
- همکاری و تعامل: ارتقاء همکاری بین ایران و سایر کشورها در زمینه‌های فرهنگی و هنری از طریق شبکه‌های اجتماعی؛ این مؤلفه می‌تواند به توسعه همکاری‌های بین‌المللی در حوزه‌های فرهنگی و هنری کمک کند.
- استفاده بهینه از رسانه برای دستیابی به روابط بین فرهنگی پایدار مستلزم تدوین مقررات مناسب منطبق با شرایط کنونی جهانی یعنی دنیای پست مدرنیسم برای تربیت مدیران و شهروندان است (باباخانی و همکاران، ۲۰۲۳). برای بهبود عملکرد و تجربه کاربری شبکه‌های اجتماعی مجازی، باید پیشرفت‌های فناورانه مداوم دنبال شود. ترکیب ویژگی‌های نوآورانه، پرداختن به بازخورد کاربران، و به‌روز ماندن با روندهای نوظهور به توسعه و موفقیت مداوم سکویهای اجتماعی مجازی کمک می‌کند (سجادی و همکاران، ۲۰۲۳).

نمودار ۶. رسم شبکه مضامین مؤلفه‌ها



نمودار ۷. ترسیم شبکه مضامین پیامدها



بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری و توسعه روابط فرهنگی بین‌المللی ایران انجام شد و یافته‌های آن در چارچوب نظریه‌های جامعه شبکه‌ای کاستلز، قدرت نرم نای و بیانیه گام دوم انقلاب تحلیل شد. نتایج نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی با ایجاد امکان دسترسی سریع به اطلاعات و تعامل مستقیم، ساختار دیپلماسی فرهنگی سنتی را دگرگون کرده‌اند که این یافته با نظریه جامعه شبکه‌ای مانوئل کاستلز (۲۰۰۹) همخوانی کامل دارد. کاستلز معتقد است در عصر اطلاعات، قدرت در شبکه‌های ارتباطی توزیع می‌شود و دولت‌ها دیگر بازیگران انحصاری عرصه بین‌الملل نیستند. مطابق با یافته‌ها، کاربران ایرانی از طریق شبکه‌های اجتماعی با مخاطبان خارجی ارتباط مستقیم برقرار کرده و تجارب فرهنگی خود را به اشتراک می‌گذارند. این تعاملات افقی که در نظریه کاستلز «قدرت ارتباطی» نامیده می‌شود، دیپلماسی فرهنگی را از قالبی تک‌سویه و دولتی به فرآیندی چندسویه و مردمی تبدیل کرده است. از سوی دیگر، یافته‌ها مؤید آن است که انتشار هدفمند محتوای فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به اصلاح تصویر ایران و مقابله با کلیشه‌های نادرست کمک کند. این یافته مستقیماً به مفهوم قدرت نرم جوزف نای (۲۰۰۴) مرتبط است که آن را توانایی جذب و اقناع دیگران از طریق فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست‌های مشروع تعریف می‌کند. در این چارچوب، انتشار محتوای جذاب از جاذبه‌های تاریخی، مفاخر ادبی، آئین‌های اصیل و دستاوردهای علمی ایران، سرمایه فرهنگی کشور را به منبعی برای جذب

مخاطبان بین‌المللی تبدیل می‌کند. همچنین، رهبر معظم انقلاب در بیانیه گام دوم انقلاب بر «دیپلماسی فعال و هوشمند» و «ارتباط با جهان» تأکید کرده‌اند و یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی مهم‌ترین ابزار برای تحقق این هدف در حوزه فرهنگی هستند. بیانیه گام دوم بر «جوان‌گرایی» و «استفاده از فناوری‌های نوین» تأکید دارد که در حوزه دیپلماسی فرهنگی به معنای سپردن تولید محتوای بین‌المللی به جوانان خلاق و استفاده حداکثری از ظرفیت‌های فناوریانه شبکه‌های اجتماعی است. تلفیق این سه نظریه، مفهوم «قدرت نرم شبکه‌ای» را شکل می‌دهد که بر اساس یافته‌ها، دیپلماسی فرهنگی ایران زمانی به اوج اثربخشی می‌رسد که از ساختار افقی و تعاملی جامعه شبکه‌ای برای ارتباط با مخاطبان خارجی بهره گیرد، ظرفیت‌های فرهنگی کشور را به منبعی برای جذب و اقناع تبدیل کند و در چارچوب اهداف بلندمدت بیانیه گام دوم، به‌ویژه دیپلماسی فعال و جوان‌گرایی، عملیاتی شود. در نهایت، پژوهش حاضر نشان داد شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان بستر تحقق جامعه شبکه‌ای، مهم‌ترین ابزار اعمال قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عرصه بین‌المللی هستند و استفاده هدفمند از این فضا می‌تواند به اصلاح تصویر ایران، مقابله با ایران‌هراسی و تحقق اهداف دیپلماسی فرهنگی مندرج در بیانیه گام دوم انقلاب کمک کند. با این حال، چالش‌های ساختاری از جمله محدودیت دسترسی، نبود راهبرد منسجم و ضعف در تولید محتوای حرفه‌ای، بهره‌گیری از این ظرفیت را با دشواری مواجه ساخته که موفقیت در این عرصه مستلزم تدوین سند راهبردی دیپلماسی دیجیتال، توانمندسازی نیروی انسانی و مدیریت هوشمندانه چالش‌ها است.

پیشنهاد‌های پژوهش

• سطح ساختاری (ایجاد و تقویت زیرساخت‌ها)

- تأسیس «آزمایشگاه دیپلماسی دیجیتال» با مأموریت طراحی کمپین‌های بین‌المللی، پایش لحظه‌ای بازخوردها و تحلیل کلان‌داده‌های شبکه‌های اجتماعی.
- راه‌اندازی «مخزن ملی محتوای فرهنگی» شامل تصاویر باکیفیت، ویدیوهای مستند، اینفوگرافیک‌ها و پادکست‌های چندزبانه با دسترسی آسان برای دیپلمات‌ها، اینفلوئنسرها و رسانه‌های خارجی.
- ایجاد «دفتر ویژه همکاری با سکوها بین‌المللی» برای مذاکره با متا، گوگل، تیک‌تاک و ایکس به‌منظور رفع محدودیت‌ها و ارتقای محتوای ایرانی



• سطح محتوایی و اجرایی (تولید و انتشار)

- تشکیل «شبکه اینفلوئنسرهای فرهنگی ایران» شامل ۵۰ تا ۱۰۰ چهره تأثیرگذار مسلط به زبان‌های خارجی با حمایت مالی و مشاوره محتوایی برای تولید مستمر محتوا درباره فرهنگ و تمدن ایران.
- تولید «بسته‌های محتوایی ریزماتیک» متناسب با الگوریتم هر سکو در سه لایه: جذب مخاطب عام با تصاویر جذاب از جاذبه‌ها و آئین‌ها؛ معرفی مفاخر و دستاوردهای فرهنگی با زبانی ساده و محتوای تحلیلی برای نخبگان خارجی
- طراحی «کمپین‌های تعاملی فصلی» با محوریت مناسبت‌های ملی و بین‌المللی (نوروز، روز سعدی و...) و دعوت از کاربران خارجی برای مشارکت.
- اجرای «پروژه‌های مشترک محتوایی» با هنرمندان، فیلم‌سازان و اینفلوئنسرهای کشورهای هدف برای تولید مستند، پادکست و محتوای مشارکتی.

• سطح نظارتی و راهبردی (پایش و ارتقا)

- استقرار «سیستم پایش هوشمند دیپلماسی دیجیتال» برای رصد لحظه‌ای هشتگ‌های مرتبط با ایران، تحلیل احساسات مخاطبان و شناسایی روندهای نوظهور و اخبار جعلی.
- تدوین «آیین‌نامه رفتار حرفه‌ای» برای حضور فعال دیپلمات‌ها و رایزن‌های فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی با تعیین چارچوب‌های محتوایی و پروتکل‌های پاسخگویی.
- ایجاد «کمیته ارزیابی مستقل» برای سنجش اثربخشی اقدامات با شاخص‌های کمی (نرخ تعامل و رشد مخاطب) و کیفی (نظرسنجی از نخبگان خارجی) و بازنگری راهبردها هر دو سال یک‌بار.

تعارض منافع

نویسندگان مقاله اعلام می‌کنند هیچ تضاد منافی درمورد انتشار پژوهش انجام شده وجود ندارد و برای مقاله حاضر موارد اخلاقی از جمله: مالکیت معنوی، امانتداری و استفاده از هوش مصنوعی در نگارش مقاله، سرقت ادبی، رفتار نادرست، جعل داده‌ها، انتشار هم‌زمان و یا هرگونه تخلف دیگر، به‌طور کامل توسط نویسندگان رعایت شده است.

فهرست منابع

- احمدی، س. ج.، خداوردی، ح. و کشیشیان سیرکی، گ. (۱۴۰۳). شبکه‌های اجتماعی و دیپلماسی فرهنگی: مطالعه موردی ایران و هند. *مطالعات شبه قاره*، ۱۶(۴۷)، ۲۸-۹.
https://jsr.usb.ac.ir/article_7853.html
- ازدردی، ل.، فرهنگی، ع. ا.، صالحی امیری، ر. و سلطانی فر، م. (۱۳۹۶). مدل دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. *فرهنگ و ارتباطات*، ۱۸(۳۸)، ۱۰۲-۶۷.
<https://doi.org/10.22083/jccs.2017.82143.2128>
- آبای فینی، ع. (۱۳۹۶). بررسی نقش رسانه در دیپلماسی فرهنگی از دیدگاه دیپلماتهای فرهنگی کشور (رایزانان فرهنگی). *پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم ارتباطات و رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی*.
- بابایی فرد، ا.، گنجی، و حیدریان، ر. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر اینترنت بر هویت چند فرهنگی. *مطالعات توسعه اجتماعی و فرهنگی*، ۲(۴)، ۹۷-۱۲۴.
<https://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-80-fa.html>
- بخشی نژاد، س.، و اقامتی گشتی، ر. (۱۳۹۶). دیپلماسی مجازی انقلاب اسلامی ایران در روابط بین‌الملل با تاکید بر شبکه‌های اجتماعی. *فصلنامه زندگی خالص*، ۱(۱۷)، ۱۳۱-۱۰۱.
<https://civilica.com/doc/769226>
- برزویی، م. ر.، تمدن، ا. ر.، و جهانبازی گوجانی، ر. (۱۴۰۰). دیپلماسی سایبری عربستان سعودی در قبال ایران در بستر شبکه اجتماعی توئیتر؛ مطالعه موردی اغتشاشات دی ماه ۱۳۹۶. *فصلنامه دین و ارتباطات*، ۲۸(۱)، ۶۶-۳۳.
https://rc.isu.ac.ir/article_75810.html
- بصیریان جهرمی، ح. و خانیکی، ه. (۱۳۹۳). سیاست‌گذاران ایرانی و سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی: چالشها، الگوها و ارائه یک مدل پیشنهادی. *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۳(۲۰)، ۷۰-۲۵.
<https://doi.org/10.22054/qjds.2015.1421>
- بیات، م. (۱۳۸۵). *دیپلماسی دیجیتال: پژوهشی در تحولات دیپلماسی معاصر*. تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- برجلی زاده، م.، جعفری، ع. و کردی، ن. (۱۴۰۰). دیپلماسی دیجیتال و نقش شبکه‌های اجتماعی در روابط بین‌المللی. *فصلنامه مطالعات روابط بین‌الملل*، ۱۵(۳)، ۴۵-۷۲.
https://cr.iribresearch.ir/article_44948.html
- مقام معظم رهبری. (۱۳۷۹). *بیانات مقام معظم رهبری در جمع دانشجویان و اساتید دانشگاه تهران*.
<https://farsi.Khamenei.ir>

مقام معظم رهبری. (۱۳۹۱). *بیانات مقام معظم رهبری در دیدار کارگران و مسئولان اقتصادی*.

<https://farsi.Khamenei.ir>

سهیلی قهرودی، م. س. (۱۴۰۴). بررسی جامع تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر دیپلماسی عمومی ایران در سال ۲۰۲۵ (با تاکید بر تحریم‌ها و دیپلماسی فرهنگی سایر کشورها).

<https://civilica.com/doc/2437813>

قدمی، م.، و مصطفوی، ح. (۱۳۸۸). اهمیت فعالیت‌های فرهنگی در روابط بین‌الملل و ارائه مدل عملیاتی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. *مجله مدیریت فرهنگی*، ۳(۵)، ۸۳-۶۱.

https://journals.srbiau.ac.ir/article_3603.html

کاستلز، ا. (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*؛ ظهور جامعه شبکه‌ای. مترجم: احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: انتشارات نو.

کاطمی‌نجف آبادی، ح.، عقیلی، س. و دلاور، ع. (۱۳۹۷). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری ارتباطات بین فرهنگی در ایران. *مجله رسانه و فرهنگ*، ۸(۱)، ۲۱۸-۱۹۹.

https://mediastudy.ihcs.ac.ir/article_3334.html

گیدنز، آ. (۱۳۷۳). *جامعه‌شناسی*. مترجم: م. صبوری. تهران، نشر نی.

گیلبوا، ا. (۱۳۸۸). *ارتباطات جهانی و سیاست خارجی*. مترجم: حسام الدین آشنا و محمد صادق اسماعیلی. انتشارات: دانشگاه امام صادق.

Aversa, E., and Bechmann, A. (2025). Misleading information visualisations as a tool of info-warfare: How the same visualisations attract floating narratives of the Russia-Ukraine war parties. *First Monday*, 30(4).

<https://pure.au.dk/portal/da/publications/misleading-information-visualisations-as-a-tool-of-info-warfare-h/>

Babakhani, L., Roknoddin Eftekhari, A., and Mehdi Karoubi, m.(2023). Presenting a Model for Explaining the Role of Virtual Media in Promoting Sustainable Intercultural Communication Management in the Tourism Industry (Case Study: Iran and Oman), *International Journal of Tourism, Culture and Spirituality*, (6)1, 249-276. https://ijtc.usc.ac.ir/article_184990.html[In persian]

Bjola, C., and Coplen, M. (2025). The Ukrainian meme machine: Digital diplomacy and 'quantum humour'. *European Journal of International Relations*, 31(2), 456-482. <https://doi.org/10.1177/13540661251382854>

Brown, K., and Crilley, R.(2022). The Impact of Social Media on Cultural Diplomacy: A Case Study of the Metropolitan Museum of Art. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*. (12)1,45-60. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4885350>

Chong, A. (2025). *The international politics of communication: Representing community in a globalizing world*. University of Michigan Press.

- Corneliu Bjola, C and Holmes, M. (2019). *Digital Diplomacy: Theory and Practice*. *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, Routledge
- Jain, G., Sharma, A., and Kumar, V. (2026). Digital frontlines: Social media engendered polarization during geopolitical crises. *Proceedings of the 59th Hawaii International Conference on System Sciences*, 2345-2355.
<https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/items/1d6757ae-afd9-4ec4-9476>.
- Qaisar, S., Wang, Y., and Li, X. (2025). Unlocking China's digital public diplomacy on X: A machine learning approach to big data analysis in Iran and Saudi Arabia. *Acta Psychologica*, 251(104678), 1-15.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691825010091>.
- Reuss, A., and Stetter, S. (2025). *Social media and peacebuilding: How digital spaces shape conflict and peace*. Palgrave Macmillan.
- Sajjad A., Wang, D. and Benqian, L.(2023). 'The Impact of Virtual Society on Social Capital Formation: A Comparative Analysis of Facebook and WhatsApp'. *Sage Journal*, <https://doi.org/10.1177/21582440231210077>
- Trotter, R.(2000). *Cultural policy*, London: The English Association.
- Wilson, T. W. (2025). Media-state relations and social media: Reimagining the four theories of the press through neo-Gramscianism. Routledge.

