



پژوهش‌نامه دیپلماسی فرهنگی
(فصلنامه)

سال دوم، شماره پنجم، بهار ۱۴۰۴
صاحب امتیاز: سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
مؤسسه فرهنگی، هنری و انتشارات بین‌المللی الهدی

مدیر مسئول: رضا ملکی
سر دبیر: حسن بشیر
جانشین سر دبیر: محمدحسین شعاعی
مدیر داخلی: مریم فخری

هیئت تحریریه به ترتیب حروف الفبا:

فؤاد ایزدی	دانشیار دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران (حوزه دیپلماسی عمومی)
حسن بشیر	استاد دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) (حوزه ارتباطات بین‌الملل و میان‌فرهنگی)
احمد پاکتنچی	دانشیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (حوزه علوم قرآنی و زبان‌شناسی)
محسن خندان (الویری)	استاد و مدیر گروه تاریخ دانشگاه باقرالعلوم (ع) (حوزه مطالعات تاریخ و تمدن)
کریم خان محمدی	استاد گروه مطالعات فرهنگی و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم (ع) (حوزه فرهنگ و ارتباطات)
محمدرضا دهشیری	استاد علوم سیاسی، دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه (حوزه روابط بین‌الملل)
سید جلال دهقانی فیروزآبادی	استاد تمام روابط بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبائی (حوزه روابط بین‌الملل)
امیر بهرام عرب‌احمدی	دانشیار گروه مطالعات غرب آسیا و آفریقا دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران (حوزه مطالعات جهان)
علی اصغر کیا	استاد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (حوزه ارتباطات)
امید علی مسعودی	استاد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه سوره (حوزه ارتباطات اجتماعی)

شورای اجرایی:

دبیر اجرایی: محمدصادق بیگلری
طراح جلد: سید محسن حسینی
صفحه‌آرایی و ویراستاری: سمیه سپاه‌پشت
ترجمه انگلیسی: کارشناس پژوهش‌نامه

نشانی: تهران، بزرگراه شهید سلیمانی، روبه‌روی درب شمالی مصلای تهران، مجتمع امام خمینی (ره)، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

صندوق پستی: ۲۵۱۶/۱۵۸۱۵، تلفن: ۰۲۱-۸۸۱۵۳۳۳۸ و ۰۲۱-۸۸۱۵۳۳۹۵، دورنگار: ۰۲۱-۸۸۸۴۳۲۷۹

ارسال پیام از طریق پیام‌رسان به: ۰۹۹۱۵۵۷۴۴۱۸

سامانه اختصاصی پژوهش‌نامه: <https://cdrj.icro.ir> وایانامه: culturaldiplomacy2024@gmail.com

شماره ثبت: ۹۶۳۵۱ / شماره شاپا: ۵۷۴۱-۳۰۶۰ / قیمت: ۲۰۰۰۰۰۰ ریال

مقاله‌های این پژوهش‌نامه در وبسایت‌های زیر نمایه می‌شود:

■ www.isc.ac
■ www.magiran.com
■ www.civilica.com

■ www.sid.ir
■ www.noormages.com
■ www.ensani.com



راهنمای تدوین و شرایط پذیرش و انتشار مقالات

از نویسندگان محترم تقاضا می‌شود از ارسال مقاله‌هایی که برابر با شیوه‌نامه ذیل تهیه نشده‌اند، خودداری فرمایند؛ تنها مقاله‌هایی ارزیابی می‌شوند که مطابق شیوه‌نامه نگاشته و ارسال شده باشند.

پژوهش‌نامه دیپلماسی فرهنگی فصلنامه‌ای در حوزه مطالعات دیپلماسی فرهنگی با رویکردهای مختلف است. قلمرو مسائل این نشریه حوزه‌های زیر را شامل می‌شود که در همه موارد، بحث‌های مطرح‌شده باید بر مبنای رویکرد کلان دیپلماسی فرهنگی باشد:

- ۱) دیپلماسی فرهنگی (۲) دیپلماسی فرهنگی منطقه‌ای و جهانی ایران (۳) دیپلماسی فرهنگی کشورهای جهان (۴) دیپلماسی ارتباطات میان‌فرهنگی (۵) دیپلماسی ارتباطات بین‌الادیانی (۶) دیپلماسی گفت‌وگویی (۷) دیپلماسی رسانه‌ای (۸) دیپلماسی هنر (۹) دیپلماسی علم و فناوری (۱۰) دیپلماسی اقتصادی (۱۱) دیپلماسی آموزشی (۱۲) دیپلماسی وحدت اسلامی (۱۳) دیپلماسی زیارت (۱۴) دیپلماسی دین (۱۵) دیپلماسی تبلیغ و دعوت (۱۶) دیپلماسی سایبری (۱۷) دیپلماسی عمومی (۱۸) دیپلماسی دیجیتالی (۱۹) دیپلماسی تربیتی (۲۰) دیپلماسی سینمایی (۲۱) دیپلماسی ورزشی (۲۲) دیپلماسی پارلمانی (۲۳) دیپلماسی مقاومت.

مهم‌ترین محورهای تخصصی پژوهش‌نامه دیپلماسی فرهنگی

- ۱- اصول و مبانی دیپلماسی فرهنگی در جهان
- ۲- مکاتب و نظریه‌های دیپلماسی فرهنگی
- ۳- مکتب، مبانی و اصول (اسلامی ایرانی) دیپلماسی فرهنگی (رویکردهای دینی، انقلابی، تاریخی)
- ۴- وجوه اشتراک و افتراق دیپلماسی فرهنگی ایرانی با سایر دیپلماسی‌های جهان
- ۵- شناسایی مؤلفه‌ها و قلمروهای گوناگون دیپلماسی فرهنگی
- ۶- مسئله‌شناسی دیپلماسی فرهنگی در ایران (نظام مسائل، نهادها و ساختارها، شبکه‌ها و نیروی انسانی، مخاطب)
- ۷- سیاست‌پژوهی دیپلماسی فرهنگی در اسناد بالادستی کشور
- ۸- شاخص‌های ارزیابی دیپلماسی فرهنگی
- ۹- تجربه‌کاوی سیاست‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های دیپلماسی فرهنگی کشورهای جهان
- ۱۰- تحولات، تطورات و دستاوردهای دیپلماسی فرهنگی در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی

شرایط ارسال مقاله

نویسندگان باید در ارسال مقاله شرایط زیر را رعایت کنند:

- مقاله‌های ارسالی باید صبغه تحقیقی تحلیلی، ساختار منطقی و انسجام محتوایی داشته باشند و مستند و مستدل باشند، با قلمی روان و رسا به زبان فارسی نگاشته شده باشند و به عرضه مطلب یا نظریه‌ای بدیع در زمینه تخصصی مطالعات رسانه و ارتباطات پرداخته باشند. فصلنامه از چاپ مقاله‌هایی که گردآوری یا ترجمه هستند، معذور است.
- نویسندگان حق ارسال هم‌زمان یک مقاله به دو نشریه را ندارند؛ بنابراین تنها مقاله‌هایی ارزیابی می‌شوند که در نشریه‌های داخلی و خارجی چاپ یا عرضه نشده باشند.
- نویسندگان محترم باید مقاله خود را از طریق سامانه اختصاصی پژوهش‌نامه به نشانی <https://cdrj.icro.ir> برای نشریه ارسال و مشخصات ذیل را در سامانه تکمیل کنند: عنوان مقاله؛ نام و نام خانوادگی نویسنده / نویسندگان (معرفی نویسنده مسئول در صورت تعدد نویسندگان؛ رتبه علمی، جایگاه سازمانی و نشانی رایانامه نویسنده / نویسندگان؛ کد ارکید و شهر اقامت و کشور برای همه نویسندگان؛ آدرس پستی، تلفن، دورنگار نویسنده مسئول (تماماً به زبان‌های فارسی و انگلیسی). همچنین نویسنده باید متعهد باشد مقاله پیش‌ازین در نشریه علمی دیگری به چاپ نرسیده باشد یا هم‌زمان به نشریه دیگری ارسال نشده باشد و همچنین متعهد شود تا زمان اعلام نتیجه از سوی دفتر نشریه به نشریه دیگری ارسال نخواهد شد.

- مقاله‌های دانشجویان و دانش‌پژوهان مقاطع تحصیلات تکمیلی در صورتی پذیرش و ارزیابی می‌شوند که نام استاد یا استادان راهنما در مقاله ذکر شده باشد.
- از آنجاکه دو داور و در صورت لزوم سه داور که اطلاعاتی از مشخصات نویسنده ندارند، مقاله را ارزیابی خواهند کرد، هیچ‌یک از اطلاعات مربوط به نویسنده در خلاصه و اصل مقاله ذکر نشود.
- حجم مقاله نباید از شش هزار کلمه کمتر و از هشت هزار کلمه بیشتر باشد و در صفحات کاغذ A4 یک‌رو، با فاصله تقریبی میان سطور ۱/۵ سانتی‌متر، ترجیحاً با قلم بی‌میترا و فونت ۱۴ در برنامه Word حروف‌چینی شود.
- نویسندگان محترم باید از طریق پایگاه اینترنتی نشریه مقاله خود را برای بررسی ارسال کنند.
- مقاله باید مشتمل بر بخش‌های زیر باشد: عنوان، چکیده (بین ۲۰۰ تا ۲۵۰ کلمه)، کلیدواژه (حداکثر پنج واژه)، مقدمه، ساختار اصلی (پیشینه پژوهش، چهارچوب نظری، چهارچوب روشی، یافته‌ها، بحث و تحلیل)، نتیجه‌گیری و فهرست منابع.
- چکیده مقاله باید شامل عنوان، اهمیت و ضرورت مسئله مورد پژوهش، چهارچوب نظری، چهارچوب روش پژوهش، مهم‌ترین نتایج و فهرستی از واژگان کلیدی باشد. ترجمه انگلیسی عنوان، چکیده و کلیدواژه‌های مقاله و اسامی نویسنده یا نویسندگان و سمت‌های آنان ضروری است.
- پس از پذیرش و انتشار مقاله، حق چاپ آن برای نشریه محفوظ است و نویسنده یا نویسندگان مجاز به چاپ آن در جایی دیگر مگر با اجازه کتبی نشریه نیستند.
- فصلنامه حق رد یا قبول و اصلاح و ویرایش مقاله‌ها را برای خود محفوظ می‌دارد و از بازگرداندن مقاله‌های دریافتی معذور است.

- فصلنامه حداکثر تا دو ماه پس از دریافت مقاله، نتیجه داوری را به نویسنده یا نویسندگان اطلاع می‌دهد.
- مطالب مندرج در فصلنامه مبنی اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

شیوه استناد

ارجاعات درون‌متنی مقاله باید به شیوه زیر باشد:

- برای ارجاع به منابع، بلافاصله پس از نقل‌قول مستقیم، نام خانوادگی نویسنده کتاب یا مقاله، سال انتشار، شماره جلد و صفحه منبع مد نظر درون کمانک آورده شود. مثال: (حقیقی، ۱۳۶۶: ۲۱۰/۱).
- برای ارجاع به منابع، بلافاصله پس از نقل‌قول غیرمستقیم، نام خانوادگی نویسنده کتاب یا مقاله، سال انتشار و شماره جلد و صفحه منبع مد نظر درون کمانک آورده شود. مثال: (حقیقی، ۱۳۶۶: ۲۱۰/۱-۲۱۱).
- ارجاعات درون‌متنی دیگر متون (غیر از فارسی و عربی)، به شیوه قبل و به زبان اصلی آورده شود. مثال: (Nelson, 2003: 115).
- اگر از نویسنده‌ای در یک سال بیش از یک اثر منتشر شده باشد، با درج حروف الف، ب، ج، د، و... در زبان فارسی و عربی و حروف a, b, و... در زبان‌های غیر از فارسی و عربی، پس از سال انتشار، آثار از هم متمایز شوند.
- در ارجاع درون‌متنی به فرهنگ یا دانش‌نامه‌ای که مقاله‌های آن نویسنده مستقل دارد، نام نویسنده مقاله، سال انتشار، شماره جلد و صفحه منبع مد نظر آورده شود. مثال: (انواری، ۱۳۷۳: ۶/ ذیل «ابومحمد صالح»).
- در ارجاع درون‌متنی به فرهنگ یا دانش‌نامه‌ای که مقاله‌های آن نویسنده مستقل ندارد، نام فرهنگ یا دانش‌نامه، سال انتشار، شماره جلد و نام مدخل مد نظر (در گیومه) آورده شود. مثال: (دایرةالمعارف فارسی، ۱۳۸۰: ذیل «ابن‌سینا»).
- در ارجاعات درون‌متنی، در مواردی که دو بار پیاپی یا بیشتر از یک منبع استفاده می‌شود، منبع باید دوباره تکرار شود.
- اگر اثری کمتر از سه نویسنده داشته باشد در ارجاع درون‌متنی نام هر سه ذکر می‌شود، اما اگر بیش از سه نویسنده داشته باشد، نام نویسنده اصلی براساس شناسنامه کتاب ذکر می‌شود و به سایر نویسندگان با تعبیر «و دیگران» اشاره می‌شود.

- چنانچه نام خانوادگی دو نویسنده مشترک باشد، نام کوچک آن‌ها نیز درج می‌شود.
- ارجاعات پایان‌متنی مقاله یا همان فهرست منابع باید به شیوه زیر تنظیم شود:
- ارجاعات تکراری کامل آورده شود و از ترسیم خط به‌جای نام مؤلف خودداری شود.
- ابتدا منابع فارسی و عربی و سپس منابع دیگر زبان‌ها، براساس نام خانوادگی نویسنده، به ترتیب حروف الفبا و به‌صورت زیر آورده شود:
- کتاب: نام خانوادگی نویسنده، نام نویسنده (تاریخ انتشار). نام کتاب به‌صورت ایتالیک (ایرانیک)، نام سایر اشخاص دخیل (مترجم، مصحح، گردآورنده و...)، شماره جلد، نوبت چاپ، محل انتشار: نام ناشر.
- مقاله: نام خانوادگی نویسنده، نام نویسنده (تاریخ انتشار). «عنوان مقاله»، نام مترجم، نام نشریه به‌صورت ایتالیک (ایرانیک)، سال نشریه، شماره نشریه و شماره صفحات ابتدا و انتهای مقاله.
- منابع اینترنتی: نام خانوادگی نویسنده، نام نویسنده (تاریخ دسترسی). «عنوان مقاله»، نام وب‌سایت (یا عنوان نشریه الکترونیکی، جلد، سال، شماره صفحه و آدرس اینترنتی).
- در هریک از موارد فوق چنانچه سال نشر، محل نشر یا ناشر مشخص نیست، به ترتیب در جای خود (بی‌تا)، [بی‌جا] و [بی‌نا] درج شود.
- ارجاع به قرآن: (نام سوره: شماره آیه) مانند (نساء: ۱۶). اگر در ترجمه آیات از ترجمه خاصی استفاده شده باشد مشخصات کتاب‌شناختی آن ترجمه باید در کتاب‌نامه بیاید.
- ارجاع به کتاب‌های مقدس: (نام کتاب، باب: آیه) مانند (متی، ۲: ۱۲) یا (یسنا، ۳: ۱۴).
- ارجاع به کتب مشهور یا کتاب‌هایی که نویسنده آن‌ها معلوم نیست: (نام کتاب: جلد/ ص) یا (نام کتاب: بخش) مانند (نهج‌البلاغه: خطبه ۲۷).
- در مواردی که نقل به مضمون است یا برای مطالعه و تحقیق بیشتر ارجاع داده می‌شود: (نک: نام نویسنده، سال: صفحه یا فصلی از کتاب).
- قلم ارجاعات^۱ دو ساین کوچک‌تر از قلم متن باشد.
- معادل اسامی خاص، اصطلاحات و واژگان تخصصی، به‌ویژه به زبان انگلیسی باید در پاورقی درج شوند.
- مطالب توضیحی به‌صورت پی‌نوشت درج شوند.
- منابع پایانی به ترتیب الفبا و بدون شماره‌گذاری درج شوند.
- توضیحات جدول‌ها با شماره‌گذاری در بالا و توضیحات نمودارها و شکل‌ها با شماره‌گذاری در پایین و به شکل بولد باشد.
- در متن مقاله باید به شماره عددی جدول‌ها یا نمودارها و شکل‌ها اشاره شود.

فایل‌های ارسالی

- فایل مقاله در نرم‌افزار Word بدون مشخصات نویسندگان
- فایل مقاله در نرم‌افزار Word با مشخصات کامل نویسندگان به فارسی و انگلیسی
- فایل مقاله مشابهت‌یابی‌شده در سامانه سمیم نور (مشابهت‌یابی حداکثر ده درصد باشد)
- تصویر تکمیل کاربرگ تعهدنامه اخلاقی

فهرست مقاله‌ها

- ۷ برندسازی ملی و دیپلماسی هنر معاصر اسلامی؛ مسائل و روش‌های کنشگران کلیدی در غرب آسیا
میثم یزدی
- ۳۹ تحلیل روابط خواهرخواندگی شهرها و دیپلماسی فرهنگی شهری در گسترش ارتباطات میان فرهنگی
علی احمدی، سید محمد عطاری
- ۷۹ تحلیل مقایسه‌ای دیپلماسی فرهنگی چین و آمریکا در آفریقای جنوبی
مهدی سماواتی، عباس عطایی‌خواه، امیر بهرام عرب‌احمدی
- ۱۰۷ نقش دیپلماسی فرهنگی در توسعه دیپلماسی اقتصادی: مطالعه موردی تولیدات بصری ترکیه
فرهاد پالیزدار، ابراهیم مهراجی
- ۱۲۹ بررسی رابطه ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی؛ مطالعه موردی جوانان شهرهای کابل و بامیان
محمد محسن حسن‌پور، علی‌اصغر حائری مهریزی، عبدالحلیم واعظی
- تحلیل گفتمان رمان «علی و نینو»؛ بررسی ارتباطات میان فرهنگی مسلمانان و مسیحیان در قفقاز جنوبی
از ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ میلادی
۱۵۹
امیررضا عباس‌زاده باویلی، حسن بشیر، جواد صبوری کزج



Research Paper

Nation Branding and Contemporary Islamic Art Diplomacy: Issues and Methods of Key Actors in West Asia*

Meysam Yazdi

Assistant Professor, Faculty of Art, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

m.yazdi@iau.ir



10.22034/CDRJ.2025.511250.1042



0000-0002-6222-3432

ABSTRACT

Contemporary Islamic art is emerging as a potent instrument in West Asia, facilitating nation branding and cultural diplomacy. Rooted in Islam's millennia-old heritage, it empowers and enhances diplomatic interactions. This research investigates the policies, capabilities, operational methods, issues, and challenges that key actors in West Asia articulate through cultural diplomacy via contemporary Islamic art. It also examines how this art influences nation branding and soft power within modern geopolitics.

This study employs a mixed-methods approach, utilizing three conceptual frameworks based on Joseph Nye's soft power theory, as developed by Alexander Vuving. The nation branding concept is adapted from Keith Dinnie's work and Simon Anholt's Nation Brand Index (NBI), used as a ranking tool in the Global Soft Power Index reports to measure a country's soft power and branding annually.

Findings indicate that Turkey, Iran, the United Arab Emirates, and Saudi Arabia are pivotal in promoting contemporary Islamic art in the region. These nations leverage this art to enhance soft power and nation branding through various perspectives and methods. By developing contemporary Islamic art, they challenge stereotypes and foster a deeper understanding of the diverse Islamic culture. However, critical approaches within contemporary art also question Islamic soft power and hard power dynamics. As global interconnectivity increases, contemporary Islamic art's role in nation branding is expanding, shaping perceptions of Islam and enhancing cultural exchange and diplomacy.



CC BY-NC-SA

Received: 12/12/2024
Accepted: 21/01/2025

**Keywords:**

Soft Power, Cultural Diplomacy, National Branding, West Asia, Contemporary Islamic Art.

*. The contents of the Journal reflect the thoughts and views of the authors, and the Journal is not responsible for this.

برندسازی ملی و دیپلماسی هنر معاصر اسلامی؛ مسائل و روش‌های کنشگران کلیدی در غرب آسیا*

doi:10.22034/CDRJ.2025.511250.1042

میثم یزدی

استادیار دانشکده هنر دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکزی، تهران، ایران

m.yazdi@iau.ir

0000-0002-6222-3432

چکیده

هنر معاصر اسلامی همچون ابزاری قدرتمند و مؤثر، در حال تحول و تطور برندسازی ملی و دیپلماسی عمومی و فرهنگی در غرب آسیاست. هنر معاصر اسلامی، ظرفیت و قابلیت توانمندسازی، برندسازی و تعاملات دیپلماتیک را داراست. این پژوهش با هدف بررسی سیاست‌گذاری‌ها، ظرفیت‌ها، روش‌های عملیاتی، مسائل و چالش‌هایی صورت‌بندی شده است که بازیگران کلیدی غرب آسیا با استفاده از آن، دیپلماسی فرهنگی را از مسیر هنر معاصر اسلامی مفصل‌بندی کرده‌اند. علاوه بر این، پژوهش حاضر با کتکاش سیاست‌ها و کنش‌های فرهنگی، تصویری را که هنر معاصر اسلامی در زمینه قدرت نرم و برندسازی ملی ایجاد کرده است، بررسی می‌کند. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش‌های ترکیبی، سه چهارچوب مفهومی تجزیه و تحلیل را به کار می‌گیرد که در نظریه قدرت نرم جوزف نای و برندسازی ملی ریشه دارد که از ادبیات پژوهشی امر دینی وام گرفته و با «شاخص برندسازی ملی» سیمون انهولت (NBI) متناسب‌سازی شده است.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد ترکیه، ایران، امارات متحده عربی و عربستان سعودی بازیگران کلیدی در ترویج هنر معاصر اسلامی در منطقه هستند. این کنشگران کلیدی از منظرهای متفاوت و با روش‌های خاص خود از پتانسیل‌های این هنر برای تقویت قدرت نرم و برندسازی ملی در گفتمان‌های مختلف استفاده می‌کنند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۹/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲

واژگان کلیدی:

قدرت نرم، دیپلماسی فرهنگی، برندسازی ملی، غرب آسیا، هنر معاصر اسلامی.

* مطالب مندرج در فصلنامه مبین اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

مقدمه

قدرت نرم و برندسازی ملی از ویژگی‌های ژئوپلیتیک مدرن هستند، زیرا جوامع تلاش می‌کنند تصویر و شهرت مثبتی از خود در صحنه جهانی ارائه دهند. این فرایند شامل ترویج فرهنگ، ارزش‌ها و دستاوردهای یک ملت از طریق مدیریت، ارائه و تصویرپردازی مثبت از هویت ملی و فرهنگی از مسیر روایت‌های خلاق توسط هنرمندان با استعداد و مطرح در رویدادهای فرهنگی بزرگ مقیاس همچون دوسالانه‌ها، جشنواره‌ها و جوایز منطقه‌ای و جهانی است. نهادها و سازمان‌های فرهنگی و ارتباطی، به‌منظور تبیین قدرت نرم خود و جذب گردشگران و سرمایه‌گذاران و شرکای بین‌المللی از این فرایند بهره می‌برند. یکی از راه‌های تحقق این اهداف از طریق ترویج هنر معاصر است که امروزه به روند اصلی در دنیای خلاقیت‌های هنری و صنایع خلاق تبدیل شده و هسته اصلی برندپردازی ملی - هنری به شمار می‌آید. هنر معاصر این قدرت را دارد که از مرزها فراتر رود و مردم را در عرصه‌های مختلف به یکدیگر متصل کند. در این زمینه، هنر معاصر اسلامی با برجسته‌سازی مسائل و ارزش‌های معاصر مسلمانان می‌تواند به کانون توجه زمینه‌های دیپلماتیک، تجاری، فرهنگی و مذهبی و روابط بین‌الملل تبدیل شده و در بستر دیپلماسی گفتمانی همچون رسانه‌ای روزآمد و مؤثر نقش مهمی ایفا کند.

۱. بیان مسئله

این پژوهش با دغدغه درک سیاست‌های اصلی بازیگران کلیدی غرب آسیا در زمینه هنر معاصر اسلامی انجام شده است. کشورهای مورد مطالعه ترکیه، ایران، عربستان سعودی و امارات متحده عربی، با نگاهی به سایر کشورهای فعال منطقه بوده‌اند. بر این اساس، مسئله پژوهش حاضر بررسی رفتارهای قابل سنجش در بنیادها، موزه‌ها، رویدادها، اکسپوها، حراج‌ها و نمایشگاه‌های هنری و در نهایت هنرمندان کشورها برای بهبود قدرت نرم و برندسازی ملی است.

به عبارت دیگر، مسئله این پژوهش در پرسش‌های ذیل صورت‌بندی می‌شود:

■ سیاست‌های اصلی کشورهای غرب آسیا در توسعه و کاربرد هنر معاصر چیست؟

- چه موضوعات و مضامینی در رویدادهای بزرگ یا مهم هنر معاصر اسلامی به عنوان مسائل مشترک در میان امت اسلامی به اشتراک گذاشته می شوند؟
- مذاکره و حل مسائل مسلمانان و توسعه میراث فرهنگی معاصر جهان اسلام چگونه از مسیر هنر معاصر قابل تحقق است؟
- چه سازمان‌ها و نهادهایی در سیاست‌گذاری و برگزاری رویدادهای مؤثر منطقه فعال هستند؟
- هنر معاصر اسلامی چه تصویری از مسلمانان به عنوان یک امت و ملت بزرگ جهانی ارائه می کند؟

۲. تبیین مفهوم هنر معاصر اسلامی

مسائل عمده در هنر معاصر اسلامی آن را از هنر مدرن اسلامی متمایز می کند. تری / اسمیت^۱ در «هنر معاصر و معاصریت» (Smith, 2006) بحثی را ارائه می کند که در واقع هنر معاصر، هنر مدرن جدید است! به گفته این محقق، هنرهای معاصر معابر بین فرهنگ‌ها هستند؛ بنابراین، تحول در هنر معاصر نه صرفاً در فرم بلکه در مسائل مشترک بین فرهنگ‌های مختلف قابل مشاهده خواهد بود. گونه‌های مختلف هنر معاصر همچون هنر مفهومی و انتزاعی، چیدمان، پرفورمنس آرت^۲، ویدئو آرت^۳، نقاشی و سایر شیوه‌ها به بیان موضوعات مشترکی مانند بحران هویت، نگرانی‌های زیست‌محیطی مانند تغییرات آب‌وهوایی، سردرگمی فرهنگی، بی‌عدالتی و مسائل جنسیتی می پردازند. پرداختن به این بحران‌ها و مسائل، کشورها را در زمره ملت‌های مترقی و انسانی متجلی می سازد و آن‌ها را بازیگران کلیدی در اکوسیستم هنر معاصر جهان تبدیل می کند.

۳. ضرورت برندسازی ملی اسلامی

با ترویج هنر معاصر اسلامی، ملت‌ها به‌طور مؤثر کلیشه‌ها و تصورات غلط در مورد اسلام و

1. Terry Smith
2. Performance Art
3. Video Art

پیروان آن را به چالش کشیده و درک دقیق‌تری از فرهنگ و ارزش‌های خود خواهند داشت. تمپورال^۱ معتقد است سه دلیل اصلی برای ضرورت برندسازی ملی در جهان اسلام وجود دارد: «دلیل نخست این است که مسائلی که مسلمین با آن روبه‌رو هستند یکسان است: مسئله برابری و نیاز به تمایز در برابر افزایش رقابت... دلیل دوم آن است که کشورها باید تغییر کنند تا بتوانند در دنیای درحال‌تغییر زنده بمانند، زیرا تکیه بر شهرت گذشته همیشه موفقیت در آینده را تضمین نمی‌کند. دلیل سوم اینکه، برندها به‌خودی‌خود دارایی‌های استراتژیک هستند و می‌توانند هم قدرت و هم پاداش‌های مالی را به ارمغان بیاورند. آن‌ها می‌توانند با جایگزینی عامل «فشار» با عامل «کشش» به کشورها کمک کنند. برندهای قوی به جای اینکه مجبور به ترغیب مخاطبان باشند، آن‌ها را مجذوب خود می‌کنند. کشورهای اسلامی برای حرکت به جلو و همچنین حفظ بهترین و باهوش‌ترین مردم کشورهای خود به استعداد و تخصص نیاز دارند. در نهایت، کشورها باید ادراک‌هایشان را مدیریت و تصویر خود را کنترل کنند تا مسائل خاصی از نگرانی ملی را مدیریت کنند. این امر ارتباط خاصی با کشورهای مسلمان دارد؛ جایی که تمایز وجود ندارد، تصاویر بسیار نامشخص است و عامل کشور مبدأ اغلب می‌تواند برای صادرات و فروش داخلی مضر باشد» (Temporal, 2011: 15-18).

۴. روش‌شناسی پژوهش

برای بحث و تجزیه و تحلیل این پژوهش از روش ترکیبی بهره گرفته شده است. ادغام روش‌های تجزیه و تحلیل بر پایه مفهوم قدرت نرم جوزف نای^۲ و به‌طور خاص مدلی صورت‌بندی شده است که توسط روش الکساندر ال. وووینگ^۳ از شاگردان نای در مقالات وی «چگونه قدرت نرم کار می‌کند» (۲۰۰۹) و «منطق جاذبه: طرح کلی یک نظریه قدرت نرم» (۲۰۱۹) مطرح شده است. پس از نگاهی اجمالی به مدل نای و وووینگ، اصول برندسازی

1. Temporal

2. Joseph Nye

3. Alexander L. Vuving

ملی از کتاب کیث دینی^۱ «برندسازی ملی: مفاهیم، مسائل، کاربرد» (۲۰۰۸) در روش‌شناسی پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین روش توسعه‌یافته منشور شاخص برندینگ ملی^۲ (NBI) سیمون/انهولت^۳ که با شاخص قدرت نرم جهانی سالانه برند فاینانس^۴ (GSPI) تطبیق یافته است، در تحلیل پژوهش استفاده شده است. این شاخص‌ها شیوه‌های رتبه‌بندی جامعی هستند که قدرت نرم و برندسازی یک کشور را در چشم‌انداز جهانی اندازه‌گیری و رتبه‌بندی می‌کنند.

۵. قدرت نرم و مدل‌های تحلیلی

اندیشمندان متعددی برای تعریف قدرت و ارائه تصویر جامعی از آن تلاش کرده‌اند. فیلسوف شهیر انگلیسی، برتراند راسل، نقش قدرت در علوم اجتماعی را با محوریت مفهوم انرژی در فیزیک مقایسه و معادل کرد. عده‌ای آن را توانایی ایجاد تغییر یا مقاومت در برابر آن تعریف کرده‌اند (نای، ۱۳۹۸: ۲۰-۱۸). در حوزه علوم سیاسی و اجتماعی، نگرش مدرن درباره قدرت با هابز شکل گرفت و پیش از این دوره، ماکیاولی با بهره‌گیری از مفاهیم «سازمان» و «استراتژی» منظر جدیدی از قدرت عرضه کرد. ماکیاولی قدرت را از حاکمیت جدا می‌کند و آن را شاخصه‌هایی می‌داند که سبب کسب و استقرار حاکمیت می‌شود. در این مسیر، هگل قدرت را واسطه‌ای دیالکتیکی - تاریخی تلقی و شمایی فلسفی از آن ارائه می‌کند (رهبری، ۱۳۸۸: ۱۰۴-۱۰۰). در حوزه جامعه‌شناسی، وبر قدرت را امکان تحمیل اراده یک فرد بر رفتار دیگران می‌داند، و پارسونز آن را قابلیت تعمیم‌یافته برای تضمین اجرای تعهدات الزام‌آور

1. Keith Dinnie

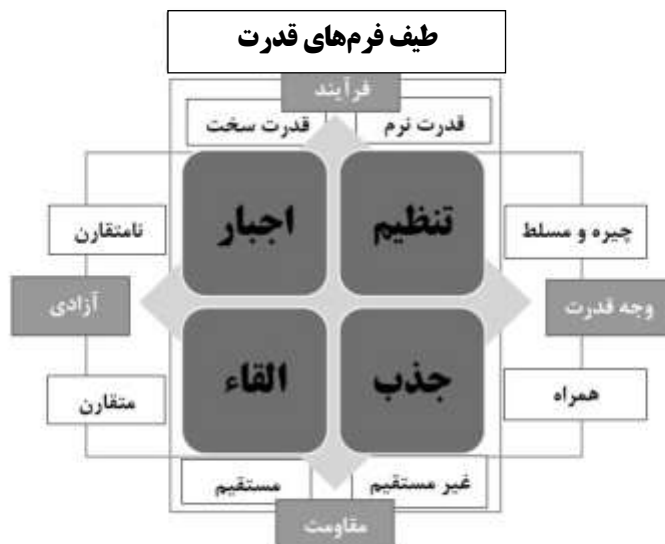
2. Nation Branding Index

3. Simon Anholt

۴. شاخص قدرت نرم جهانی برند فاینانس (Brand Finance Global Soft Power Index) یک رتبه‌بندی سالانه است که قدرت نرم کشورها را بر اساس معیارهای مختلفی مانند شهرت، فرهنگ، آموزش، دیپلماسی و نوآوری ارزیابی می‌کند. این شاخص، تصویر جهانی یک کشور را در نظر می‌گیرد و به ارائه تصویری جامع از قدرت نرم آن می‌پردازد. اطلاعات بیشتر در وب‌سایت برند فاینانس به نشانی <https://brandfinance.com/> قابل دسترسی است.

واحدهایی در نظام سازمان جمعی (لوکس، ۱۳۷۰: ۱۴۷ و ۱۴۸). لاسول معتقد است قدرت مشارکت در تصمیم‌گیری و رابطه میان‌فردی است. مک‌آیور قدرت را توانایی تمرکز، تنظیم یا هدایت رفتار اشخاص یا کارها قلمداد می‌کند. والتر جونز از منظر کارکرد قدرت در صحنه بین‌الملل، آن را توانایی یک بازیگر بین‌المللی در استفاده از منابع محسوس و نامحسوس و امکانات برای تحت تأثیر قرار دادن نتایج رویدادهای بین‌المللی در جهت خواست‌های خود تعریف می‌کند. در مجموع می‌توان قدرت را «توانایی فکری و علمی برای ایجاد شرایط و نتایج مطلوب از مسیر مهار، کنترل [و جذب] مؤثر دیگران از طریق ابزارهای متنوع و گوناگون دانست» (ملک‌زاده، ۱۳۹۹: ۴۲).

قدرت به دو دسته نرم و سخت تقسیم می‌شود. پیش‌متن این تفکیک قدرت به دو رخ سخت و نرم در حوزه علوم سیاسی به مقاله باشر/خ و برتز با عنوان «دو رخ قدرت» بازمی‌گردد که در مجله «مرور علوم سیاسی امریکایی» در سال ۱۹۶۲ منتشر شد (Bachrach & Baratz, 1962: 56). جوزف نای با بهره‌گیری از این تفکیک صور قدرت، مفهوم قدرت نرم را وضع و آن را «تأثیرگذاری غیرمستقیم در دیگران همراه با رضایت‌مندی» تعریف می‌کند (Nye, 2006: 18). نای اعلام می‌کند قدرت سخت به واسطه اجبار و القا، و قدرت نرم از مسیر تنظیم روابط و جذابیت اهداف خود را محقق می‌کنند. سوژه‌ها در مواجهه با قدرت سخت یا نرم مقاومت می‌کنند، ولی این مقاومت‌ها مستقیم یا غیرمستقیم‌اند؛ مگر آنکه مجبور شوند یا قدرت فاعل جذابیتی برای آن‌ها داشته باشد. قدرت، به واسطه چیرگی یا به واسطه همراهی، تأثیر خود را بر سوژه‌های مربوط اعمال می‌کند و می‌تواند در ایجاد زمینه‌ای آزاد به صورت متقارن (جذابیت و القا) یا نامتقارن (اجبار و تنظیم) ظاهر شود. ماتریکس و جایگاه هرکدام از گونه‌های قدرت و ویژگی‌های مطرح‌شده در شکل شماره ۱ نمایان است.



شکل شماره ۱. شمای ارتباطی طیف فرم‌های قدرت و ووینگ در منطق جذابیت مدل‌سازی

آنچه قدرت نرم را از قدرت سخت متمایز می‌کند برانگیختن حس داوطلبی در سوژه‌ها و تأثیر غیرمستقیم بر آن‌هاست. این قدرت، ساختار خود را بر پایه «منطق جذابیت» بنا می‌نهد و از این رو می‌تواند سوژه‌ها را جذب و اقناع کند و به آن‌ها برنامه‌کنشگرانه دهد. در مقابل، قدرت سخت با ابزارهایی چون اجبار، تهدید، تحریم یا ارائه پاداش سعی می‌کند به اهداف خود دست یابد.

الکساندر ووینگ در تلاش برای ارائه طرحی از تئوری قدرت نرم به همراه جوزف نای، میان سه گونه از این قدرت تمایز قائل می‌شود:

- قدرت «لطیف» که بر پایه ارزش‌های اخلاقی حول محور مهر و مهربانی شکل می‌گیرد؛
- قدرت «درخشان» که بر ساخته ارزش‌های مبتنی بر صلاحیت و شایستگی است؛
- قدرت «زیبا» که متعهد به ارزش‌ها و باورهاست و به عبارتی فرهنگ، برساننده آن است

(Vuving, 2019).

شناخت صحیح گونه‌های قدرت نرم، به‌ویژه قدرت زیبا، به سیاست‌گذاری‌های نافذ و تأثیرگذار و همچنین تسریع در مذاکرات و دستیابی سریع‌تر به نتیجه مطلوب منجر می‌شود؛ درحالی‌که عدم شناخت قدرت نرم فرهنگ، اخلاق و هنر، انتخاب‌های ضعیفی از سیاست‌گذاری، هدررفت منابع و سرمایه‌های اجتماعی، و تحویل‌دادن میدان رقابت به دیگر صاحبان و مدعیان قدرت نرم را به‌دنبال دارد.

جوزف نای اعلام می‌دارد قدرت نرم با استفاده از ابزارهایی چون فرهنگ، آرمان یا ارزش‌های اخلاقی، غیرمستقیم در منافع و رفتارهای دیگر کشورها تأثیرگذار است. او در کتاب «آینده قدرت» منابع قدرت نرم را نهادها، ایده‌ها، ارزش‌ها، فرهنگ (در جاهایی که برای دیگران جذاب است)، مشروعیت سیاسی و سیاست‌های خارجی اعلام می‌کند. منابع قدرت سخت همچون نهادهای نظامی و مالی، نیز چنانچه در قالب رمزگان و بافت مذکور خود را بازآرایی و عرضه کنند می‌توانند به‌عنوان منبع قدرت نرم مورد بهره‌برداری صاحبان قدرت قرار گیرند. مشارکت ارتش و سپاه در ارائه خدمات امدادی در جریان بحران‌های طبیعی، تصویری نرم، متعهد، مهربان و مقتدر به این نیروی سخت می‌بخشد. مشارکت پلیس در تولید فیلم و آثار نمایشی تصویری هدفمندتر از لایه‌های نرم این قدرت سخت به نمایش می‌گذارد. همچنین رشد قدرت مالی و تجاری کشورها و بهره‌گیری از شیوه‌های نوین، هوشمند و مبتنی بر فضای سایبر در اقتصاد و تجارت، به‌عنوان قدرتی سخت، در ارتقای قدرت نرم و تأثیر فرهنگی و ارزشی کشورها بسیار مؤثر است (نای، ۱۳۹۸).

۶. برندسازی ملی و GSPI

مفهوم برندسازی ملی نخستین بار در سال ۱۹۹۶ توسط سیمون انهولت به ادبیات پژوهشی مطالعات سیاست‌گذاری معرفی شد. حدود یک دهه بعد، انهولت این اصطلاح را به برندسازی

رقابتی ارتقا داد، زیرا برندسازی ملی بیشتر مربوط به هویت ملی، سیاست و اقتصاد رقابتی است تا برندسازی در مدیریت و توسعه کسب‌وکار (xiAnholt, 2006). به گفته کیث دینی «برندسازی ملی ترکیبی منحصربه‌فرد و چندبعدی از عناصری است که یک ملت را به واسطه تمایزات فرهنگی و ارتباطی‌اش به مخاطبان هدف عرضه می‌کند» (Dinnie, 2015: 15).

منشور برندسازی ملی سیمون انهولت روشی است که هدف آن ارزیابی و تجزیه و تحلیل تصویر، اعتبار و شهرت برند یک کشور است. این مدل چهارچوبی را برای تبیین چگونگی درک یک ملت توسط دیگران ارائه می‌دهد و زمینه‌های ضروری را جهت بهبود برندسازی برای ملل مفصل‌بندی می‌کند.

منشور برند ملی شامل شش بُعد است که در مجموع تصویر برند یک کشور را شکل می‌دهند. این ابعاد شامل گردشگری، ادارات، حکمرانی، فرهنگ و میراث، مردم، و سرمایه‌گذاری و مهاجرت است. هر بُعد نشان‌دهنده جنبه متفاوتی از هویت و نفوذ یک ملت است. برای ارزیابی عملکرد یک کشور در هر بُعد، روش سیمون انهولت شامل جمع‌آوری داده‌ها از منابع مختلف مانند نظرسنجی‌ها، شاخص‌های اقتصادی و نظرات کارشناسان است. سپس این داده‌ها برای ارزیابی نقاط قوت و ضعف هر کشور در هر شاخص تجزیه و تحلیل می‌شود (Anholt, 2006).

با استفاده از منشور برندسازی ملی (شکل شماره ۲)، کشورها می‌توانند به بینش‌هایی درباره چگونگی صورت‌بندی برند و هویت ملی خود در زمینه‌های مختلف دست یابند و فرصت‌هایی را برای بهبود تصویر برندسازی شناسایی کنند.



شکل شماره ۲. منشور برندسازی ملی سیمون انهولت (Anholt, 2006)

این منشور به دولت‌ها و سازمان‌های ملی و بین‌المللی کمک می‌کند تا تأثیر سیاست‌ها، فرهنگ و مردم خود را بر اعتبار و شهرت کلی یک کشور درک کنند.

شاخص قدرت نرم جهانی (GSP) که نهاد «برند فاینانس» هر سال منتشر می‌کند، مفاهیم بنیادین روش انهولت را برای ارزیابی و رتبه‌بندی کشورها بر اساس قابلیت‌های قدرت نرم آن‌ها اندازه‌گیری و رتبه‌بندی می‌کند. قدرت نرم به توانایی یک کشور برای نفوذ و جذب دیگران از طریق ابزارهای غیراجباری مانند فرهنگ، دیپلماسی و ارزش‌ها اشاره دارد. روش شاخص قدرت نرم جهانی عوامل مختلفی را برای تعیین قدرت نرم کشور در نظر می‌گیرد. این عوامل عبارت‌اند از: تأثیر و نفوذ فرهنگی، اعتبار و شهرت جهانی، حکمرانی، آموزش، تجارت و تعامل دیجیتال.

با تجزیه و تحلیل این عوامل، شاخص قدرت نرم جهانی بینش ارزشمندی را درباره توانایی یک کشور برای شکل دادن به ادراکات جهانی و ایجاد روابط مثبت با آن ملت فراهم می‌کند. این امر به دولت‌ها، کسب‌وکارها و سازمان‌ها کمک می‌کند تا نقاط قوت و ضعف کشورهای مختلف را از نظر قدرت نرم درک کنند و آن‌ها را قادر به تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری آگاهانه درباره کشورهای هدف می‌کند. همچنین GSPI دارای بلوک‌های سازنده‌ای است که بر اساس هفت ستون کلیدی تشکیل شده است: کسب‌وکار و تجارت، حکمرانی، روابط بین‌الملل، فرهنگ و میراث، رسانه و ارتباطات، آموزش و پرورش و علم، مردم و ارزش‌ها. در شاخص «فرهنگ و میراث» به عنوان یکی از ستون‌های برساننده قدرت نرم، مؤلفه‌هایی همچون میزان مؤثر بودن در فرهنگ و سرگرمی‌ها، غذاهایی که جهانیان دوست دارند، مکان‌های مهم برای بازدید، میراث غنی، سبک زندگی مطلوب و پیش‌گامی در ورزش، جهت سنجش قدرت نرم فرهنگی مطرح هستند. همچنین در شاخصه «مردم و ارزش‌ها»، مؤلفه‌های بخشندگی، جذاب بودن، دوستانه بودن، قابل اعتماد بودن، شکیب بودن و پذیرا بودن دیگران از سنجه‌های برساننده قدرت نرم کشورهاست (GPSI, 2023/4).

برای مثال در جدول شماره ۱ بر مبنای شاخص جهانی ۲۰۲۴ در حوزه میراث فرهنگی می‌توان دید که ایران در مقایسه با دیگر تمدن‌های کهن چگونه توانسته است از قدرت درخشان خود بهره‌برداری کند.

جدول شماره ۱. رتبه‌بندی قدرت‌های نرم جهانی بر مبنای شاخص میراث فرهنگی (GPSI, 2023/4)

کشور	رتبه قدرت نرم (۲۰۲۴)	رتبه قدرت نرم (۲۰۲۳)	مدال
مصر	۳۹	۳۸	طلا
یونان	۳۶	۳۶	نقره
چین	۳	۵	برنز
ایتالیا	۹	۹	—
ترکیه	۲۵	۲۳	—
ایران	۶۲	۷۷	—

این شاخص از یک سو نشانگر عقب افتادن ایران از دیگر کشورهای دارای سابقه و قدرت درخشان در حوزه میراثی و تمدنی است، و از سوی دیگر بهبود جایگاه ایران از رتبه ۷۷ به ۶۲ بیانگر فعال شدن ظرفیت‌های قدرت دیپلماسی فرهنگی کشور در سطح جهانی و دفاع از میراث، دانش و فرهنگ و تمدن این مرزوبوم است.

۷. گونه‌شناسی تفسیری هنر غرب آسیا

برندسازی ملی و قدرت نرم مفاهیم بحث‌برانگیزی هستند و پیش از بررسی اعمال و رویدادهای هنر معاصر اسلامی در غرب آسیا، باید شکل‌گیری و تحول هنر مدرن و معاصر اسلامی را در منطقه ترسیم کرد. به گفته مریدی «هنر مدرن و معاصر اسلامی» نه به عنوان یک «سبک هنری» بلکه به عنوان «گفتمانی فرهنگی» که در زمینه‌های اجتماعی و سیاسی تغییر می‌کند، مورد مطالعه قرار می‌گیرد. شش گفتمان فرهنگی، هنرهای اسلامی مدرن را شکل داده‌اند: شرق‌شناسی، ملی‌گرایی، بازگشت‌گرایی، بنیادگرایی، جهانی‌شدن و خاورمیانه‌گرایی. این ساختارهای مشترک منجر به تجربه‌های مشترک در کشورهای مختلف می‌شوند. این پارادایم‌ها توالی‌های تاریخی را تجربه کرده‌اند، اما هنوز هم وجود دارند. در حال حاضر ما با وضعیت پیچیده‌ای از چند پارادایم مواجه هستیم که هنر معاصر را در کشورهای اسلامی ایجاد می‌کند (مریدی، ۱۴۰۱: ۹).

در گفتمان شرق‌شناسی، آثار هنری اسلامی به روشی غربی در تعریف، طبقه‌بندی و نمایش میراث کشورهای اسلامی، به اشیا و گفتمان موزه‌ای تبدیل شدند. عمدتاً در این گفتمان، آثار موزه‌ای نه به عنوان آثار هنری، بلکه صنایع‌دستی تزئینی طبقه‌بندی می‌شدند. به گفته نائوف، این رویکرد نتیجه در نظر گرفتن «هنر اسلامی به عنوان «غیر هنر» یا در بهترین حالت به عنوان یک هنر کاربردی، پذیرش فکری میان نخبگان مدرن بوده است» (Naef, 2015: 97).

در گفتمان دومی که پان‌ترکیسم، پان‌ایرانیسم و پان‌عربیسیم در آن ظهور کردند، ایجاد نهادهای ملی برای پرورش هویت ملی به نگرانی اصلی دولت‌ها تبدیل شد. از طریق این رویکرد، سبک هنر ملی تلاش کرد با استفاده از نقوش باستانی و تزئینات محلی، تصویری ملی برای خود ایجاد کند.

هنرمندانی مانند نورالله برک در ترکیه، جلیل ضیاءپور در ایران، جواد سلیم در عراق و سیف وانلی در مصر از چهره‌های برجسته این رویکرد بودند (مریدی و مریدی، ۱۴۰۱: ۱۱-۱۰).

گفتمان بازگشت‌گرایی در واقع راه‌حلی در کشورهای غرب آسیا برای غلبه بر درگیری بین اسلام‌گرایان و ملی‌گرایان در دهه ۱۹۶۰ بود؛ بنابراین، یک رویکرد لیبرال اسلامی در سیاست و فرهنگ دیده می‌شود و ترکیبی از سنت‌گرایی و مدرنیسم شناخته‌شده به‌عنوان نئوسنت‌گرایی در میان هنرمندان ظهور می‌کند. مکتب سقاخانه در ایران و نقاشی خط بر اساس میراث جنبش حروفیه و میراث خوش‌نویسی اسلامی به معنای نقاشی مدرن، دو نتیجه نوآورانه از چنین گفتمانی هستند. هنرمندانی مانند حسین زنده‌رودی و فرامرز پیلارام از ایران، یجدان علی از اردن، ارول اکیواس و ابیدین الدر اوغلو از ترکیه برخی از هنرمندان مشهور گفتمان بازگشت‌گرایی هستند (مریدی و مریدی، ۱۴۰۱: ۱۲).

گفتمان مهم بعدی منطقه، بنیادگرایی بود که در آن اسلام سیاسی موضوع اصلی بود و هنر جنگ در منطقه‌ای پر از جنگ‌های داخلی، بین منطقه‌ای و بین‌المللی به موضوع اصلی پیروان این گفتمان تبدیل شد. بر این اساس، آن‌ها رویدادهایی مانند جشنواره‌ها، مؤسسه‌های هنری و موزه‌هایی (مانند موزه هنرهای معاصر فلسطین در ایران) را برای ترویج این دیدگاه، به‌ویژه حول محور دال مرکزی فلسطین و اسرائیل، راه‌اندازی کردند. این گفتمان دو جریان را به‌عنوان پشتوانه سیاسی و فرهنگی خود دارد: جریان‌های شبه‌نظامی بنیادگرا از یک‌سو به‌ویژه پس از یازده سپتامبر، و احزاب شبه‌دولتی از سوی دیگر. گروه‌های شبه‌نظامی سلفی و تندرو همچون طالبان و داعش تصویری تخریب‌گر از اسلام عرضه کردند و برای مثال با از بین بردن میراث جهانی یا اقدامات تروریستی، برندسازی معاصر از اسلام را خشونت‌آمیز تصویر کردند. از سوی دیگر، جریان‌های دولتی این گفتمان را از طریق روش‌های معمول غربی حول محور «مقاومت» برجسته‌سازی و عرضه کردند. جشنواره‌ها و نمایشگاه‌هایی با عنوان «هنر مقاومت» به جای «هنر انقلابی» در این دوره نهادینه و ترویج شدند (مریدی و مریدی، ۱۴۰۱: ۱۲ و ۱۳).

گفتمان جهانی که از دهه ۱۹۹۰ آغاز شده است، هنری فرامدرنیستی است. این جریان

تلاش می‌کند ایده‌های سنتی، مذهبی، اسطوره‌ای و منطقی را با مدرنیسم جهانی پیوند دهد. این تجلی از هنر معاصر نوعی مدرنیسم متعالی است و بر متافیزیک و رئالیسم مرموز در قالب الگوهای انتزاعی و هندسی تأکید دارد. هنرمندانی مانند احمد ماطر از عربستان سعودی، مطار بن لاهج، حسن شریف و نجات مکی از امارات مطرح‌ترین افراد در جهانی‌گرایی هنر معاصر اسلامی هستند. ویژگی‌های این هنر فرامردن عبارت‌اند از:

۱. ایجاد فضای نقوش اسلامی با استفاده از هنر چیدمان به‌عنوان یک فضای عمومی مقدس جدید؛

۲. دیجیتالی کردن هنر اسلامی در پروژه‌های ویدئومپینگ؛

۳. ایجاد فضای نور و سایه (مریدی و مریدی، ۱۴۰۱: ۱۳ و ۱۴).

آخرین گفتمان غالب در منطقه، خاورمیانه‌گرایی هنر و فرهنگ است. خاورمیانه هویتی مذهبی نیست بلکه یک مفهوم ژئوپلیتیک و استراتژیک بر ساخته شده در گفتمان غربی است. شیویلر^۱ معتقد است این نوع هنر مدرن یا پسااسلامی است (Scheiwiller, 2015). مضامین هنر خاورمیانه‌ای، موضوعات انتقادی در مورد دین، مسائل جنسیتی (مانند حجاب)، روابط ایدئولوژیک بین دین و سیاست، جنگ و هویت‌های سردرگم مانند هنر مسلمانان پراکنده شده در جهان است. هنرمندانی مانند عبدالناصر غارم از عربستان سعودی، فائق احمد از آذربایجان، شیرین نشاط و سودی شریفی از ایران نام‌های معروفی در این گفتمان هستند (مریدی و مریدی، ۱۴۰۱: ۱۵)

۸. تحلیل و خوانش سیاست‌ها و کنش‌های کشورهای منطقه

به‌منظور تحلیل و بررسی هنر معاصر اسلامی ضروری است افقی تحلیلی با نگاه به دنیای هنر و تحلیل از منظر قدرت نرم، دیپلماسی فرهنگی و برندسازی ملی در یک افق امتزاج یابد تا با روش ترکیبی بیان شده بتوان اهداف پژوهش را محقق کرد. چندین کشور با موفقیت توانسته‌اند از هنر معاصر اسلامی برای اهداف برندسازی ملی خود استفاده کنند. برای مثال، از میان کشورهای حوزه خلیج فارس، قطر و امارات متحده عربی به‌شدت در توسعه مؤسسه‌های هنری و فرهنگی مانند موزه هنر اسلامی قطر و همچنین موزه لوور و گوگنهایم ابوظبی

1. Scheiwiller

سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این موزه‌ها طیف متنوعی از هنر معاصر اسلامی را به نمایش می‌گذارند و قطر و امارات را در جایگاه مراکز جهانی هنر و فرهنگ تثبیت کرده‌اند. به‌طور مشابه کشورهایمانند ترکیه، ایران و عربستان سعودی نیز هنر معاصر اسلامی را همچون وسیله‌ای برای ترویج هویت ملی و میراث فرهنگی خود پذیرفته‌اند. نمایشگاه‌های هنری، نمایشگاه‌ها و دوسالانه‌هایی که هنر معاصر اسلامی را نمایش می‌دهند، به‌طور فزاینده‌ای محبوب شده‌اند.

براین‌اساس، پس از بررسی نقش بنیادهای هنری به‌عنوان کنشگران گفتمان‌ساز در هنر معاصر اسلامی، موزه‌های هنرهای معاصر منطقه، رویدادهای هنر معاصر اسلامی (دوسالانه‌ها، جشنواره‌ها، جوایز)، حراج‌ها و بازارچه‌های هنری و در نهایت هنرمندان برنشدیده مورد بررسی و خوانش قرار می‌گیرند.

۹. بنیادهای هنری

بنیادهای هنر مدرن و معاصر در غرب آسیا مؤسسه‌هایی هستند که از هنر معاصر در منطقه حمایت کرده و آن را ترویج می‌کنند. هدف این بنیادها ارائه پایگاهی برای هنرمندان در حال ظهور و تثبیت‌شده به‌منظور نمایش کار خود و همچنین آموزش عمومی در مورد هنر مدرن و اهمیت آن است. برخی از بنیادهای شناخته‌شده هنر مدرن دولتی یا خصوصی در غرب آسیا عبارت‌اند از: بنیاد هنر شارجه، بنیاد هنر برژیل، بنیاد لاجوردی، بنیاد رودکی، بنیاد پژمان، بنیاد فرهنگ و هنر استانبول، بنیاد فرهنگی ترکیه، بنیاد فرهنگ و هنر استانبول (İKSİV)، متاحف قطر، موزه هنر مدرن عرب، بنیاد فرجام، آرت جمیل، و بسیاری مؤسسه‌های دیگر. این بنیادها نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و رویدادهای متنوعی را برای تعامل با جامعه محلی برگزار کرده و با جنب‌وجوش خاصی در حال توسعه صحنه هنرهای معاصر اسلامی در منطقه هستند. آن‌ها در جایگاه تسهیل‌کننده و ترویج‌دهنده برندهای هنری، هنرمندان انفرادی، گالری‌ها، موزه‌ها یا سازمان‌های غیردولتی هنری در عرصه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی عمل می‌کنند. با آغاز و برگزاری رویدادهای بزرگ مانند دوسالانه، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های هنری، این بنیادها راه را برای ارائه برندهای کشورهای و بهبود قدرت نرم آنان هموار می‌کنند. این بدان دلیل است که

فعالیت‌های آن‌ها، از نقطه‌نظر شاخص برندسازی ملی و منشور انهولت، نه تنها جنبه فرهنگی و میراث یک برندسازی ملی را ترویج می‌کند، بلکه منجر به توسعه گردشگری، سرمایه‌گذاری، شهرت هنرمندان و مردم آن کشور می‌شود و همچنین حکومت آن را همچون مقصدی جالب و بشردوستانه با قدرتی لطیف، درخشان و زیبا برای بازدید و شاید اقامت ارائه می‌دهد.

۱۰. موزه‌ها و مؤسسه‌های هنرهای معاصر

■ **موزه هنرهای معاصر تهران:** در ایران، موزه هنرهای معاصر تهران (TMOCA) در سال ۱۹۷۷ تأسیس شد. بسیاری از کنشگران شبکه گسترده جهانی به این موزه به‌عنوان یکی از برندهای ملی و یکی از مهم‌ترین موزه‌های جهانی اشاره کرده‌اند. از محتوای تولیدشده در پایگاه‌های گاردین^۱ و بلومبرگ^۲ تا تریپ ادوایزور^۳ و لونلی پلانت^۴ می‌توان نقشی را که این موزه می‌تواند برای دیپلماسی عمومی و روابط بین‌فرهنگی ایران ایفا کند مشاهده کرد. اگرچه در سال ۱۹۷۷، موزه هنرهای معاصر تهران افتتاح شد و مجموعه آثار مهمی از هنرمندان غربی و ایرانی را به خود اختصاص داد، اما رویکرد این مرکز فرهنگی در آن زمان بیشتر رویکردی جهانی و ملی‌گرایانه بود. پس از انقلاب اسلامی، فعالیت‌های موزه به سمت گفتمان بنیادگرایانه‌ای که کانون آن هنر انقلاب، جنگ بین ایران و عراق و بعداً هنر مقاومت با مرکزیت فلسطین بود، تغییر کرد. در دهه ۱۹۹۰ یک ذائقه ملی‌گرایانه و نوستی در موزه ارائه شد، اما در دهه ۲۰۰۰ سیاست‌های موزه و فرهنگستان هنر ایران بر برندسازی هنر معاصر جهان اسلام در قالب دوسالانه‌های برگزارشده در موزه متمرکز شد. نمایش مجموعه منحصربه‌فردی از آثار هنر مدرن و معاصر اسلامی از هنرمندان مشهور جهان اسلام، در قالب نمایشگاه نقاشی معاصر (۲۰۰۰)، پوستر و گرافیک (۲۰۰۴)، و عکاسی (۲۰۰۸) در موزه معاصر، برند فرهنگی ایران را در جهان و به‌ویژه منطقه به‌شدت تقویت کرد. همچنین تمامی ظرفیت‌های تجسمی ملت‌های اسلامی به‌عنوان امتی با مسائل زیبایی‌شناسی

1. Gaurdien
2. Bloomberg
3. TripAdvisor
4. Lonely Planet

جدید در دین، روابط بین‌فرهنگی مسلمانان، سیاست و نگرانی‌های جهانی در قالب هنر معاصر عرضه شد. متأسفانه، این مجموعه رویدادهای برگزارشده توسط موزه به دلیل تغییر در سیاست‌های کشور و اقتصاد هنر متوقف شد.

■ **موزه استانبول مدرن:** ترکیه نخستین موزه هنر مدرن و معاصر خود را با عنوان استانبول مدرن در جایگاه مؤسسه‌ای برای میانجیگری، به اشتراک‌گذاری و انتقال میراث هنری ترکیه در مقیاس جهانی و گرد هم آوردن تولیدات هنری از جغرافیای مختلف جهان در استانبول تأسیس کرد. در چشم‌انداز موزه اعلام شده است که «از تنوع آفرینش‌ها و بیان‌های هنری حمایت می‌کند، آن را جمع‌آوری و حفظ کرده، برای آن نمایشگاه‌ها برگزار می‌کند، پژوهش‌های لازم را انجام می‌دهد و اسناد آثار هنری را منتشر می‌کند. این کار با هدف افزایش دسترسی به هنر از طریق نمایشگاه‌های بین‌رشته‌ای، برنامه‌های آموزشی و رویدادها، و کمک به تولید هنرمندان و همکاری‌های بین‌المللی است. این موزه از فراگیری و خلاقیت به‌منظور ایجاد یک اکوسیستم هنری پایدار حمایت می‌کند و با تقویت گفتمان هنر مدرن و معاصر نزد مخاطبان در تمام سنین مردم را تشویق می‌کند تا با هم فکر کنند. همچنین برنامه‌هایی با رویکرد جهانی تعامل بین هنرمندان و مخاطبان را با استفاده از پیشرفت‌های تکنولوژیکی تقویت می‌کند و امکان تجربه موزه چندوجهی را امکان‌پذیر می‌سازد» (n.d., Istanbul Modern).

■ **مؤسسه مرز عربی:** در عربستان سعودی «مرز عربی (EOA)»^۱ نمونه‌ای از مؤسسه‌ای است که به‌منظور تشویق هنرمندان و جامعه به گفت‌وگوی فرهنگی در سطح ملی و جهانی تأسیس شده است. این مؤسسه در سال ۲۰۰۳ توسط هنرمند و کارآفرین بریتانیایی، استفان استپلتون^۲ و گروهی از هنرمندان سعودی از روستای هنری المفتاحه در ابها، از جمله احمد ماتر و عبدالناصر غارم متولد شد. نخستین نمایشگاه مرز عربی در سال ۲۰۰۸ در لندن برگزار شد و سپس تور سراسر اروپا و خلیج فارس را آغاز کرد. طی پنج سال آینده، EOA نسل جدیدی از هنرمندان معاصر سعودی را در چهارده کشور معرفی کرد. از سال ۲۰۱۱، EOA مدل خود را

1. Edge of Arabia
2. Stephen Stapleton

گسترش داد تا هنرمندانی از سراسر جهان عرب را با نمایشگاه‌های برجسته در ونیز (آینده یک وعده) و لندن گرد هم آورد. در سال ۲۰۱۴، EOA یک پروژه دیپلماسی فرهنگی چندساله را بین جهان عرب و ایالات متحده راه‌اندازی کرد. این تور که بیش از ۳۵ هزار مایل سفر کرد، توانست بیش از ۳۰۰ هنرمند را پشتیبانی کند و از طریق نمایشگاه‌ها و رویدادهای برجسته در موزه‌ها و مؤسسه‌ها از جمله موزه هنر لس‌آنجلس، موزه بروکلین، MOMA، MET، MIT، کلیسای روتکو و مؤسسه اسمیتسونیان مخاطبان خود را به بیش از یک میلیون و پانصد هزار نفر برساند. همچنین با بیش از سه میلیون بازدیدکننده تا به امروز، از نمایشگاه‌ها و رویدادهای EOA بیش از شصت هزار کتاب و کاتالوگ در سراسر جهان توزیع شده است و از طریق کمپین‌های ارتباطی مختلف، به بیش از ده میلیون مخاطب رسیده است (n.d., Stapleton).

۱۱. رویدادهای هنر معاصر اسلامی (دوسالانه‌ها، جشنواره‌ها، جوایز)

رویدادهای هنری بر معرفی، جمع‌آوری، مستندسازی، طبقه‌بندی و مفهوم‌سازی هنر اسلامی تأثیر گذاشته‌اند و می‌توان سه جریان تأثیرگذار اصلی یعنی «نمایشگاه جهانی»، «جشنواره‌های ملی» و «دوسالانه هنر» را در این مهم از هم تفکیک کرد. نخستین نمایشگاه جهانی هنر اسلامی در سال ۱۸۵۱ در لندن آغاز شد و تا نمایشگاه هنر محمدی در سال ۱۹۱۰ در مونیخ ادامه یافت. این رویداد که هرساله توسط یک کشور حمایت می‌شد، عرصه‌ای برای قدرت‌های استعماری به‌منظور رقابت و نشان دادن قدرت و نفوذ خود در سراسر جهان بود. عثمانی‌ها نخستین بار در نمایشگاه پاریس ۱۸۶۷ شرکت کردند و ایران اولین کشوری بود که به‌طور رسمی در نمایشگاه وین ۱۸۷۳ شرکت کرد. پس از دهه ۱۸۷۰، بر خلاف دوره‌های قبلی که غرفه‌ها بر اساس کشورها طبقه‌بندی می‌شدند، سالن ویژه‌ای با عنوان هنر اسلامی ایجاد شد که شامل آثار ایران، عربستان، ترکیه، مصر و هند بود. این نمایشگاه گام مهمی در مستندسازی هنر اسلامی و تغییر نگرش نسبت به هنر اسلامی بود. در این نمایشگاه‌ها که از ۱۹۲۰ تا پایان ۱۹۶۰ برگزار می‌شد، هنر اسلامی همچون میراثی فرهنگی، ملی و بخشی از ثروت ملی در نظر گرفته می‌شد و در آن روایت ناسیونالیستی بر هنر اسلامی غالب بود. در طول این دوره،

نمایشگاه‌ها نه با عنوان هنر اسلامی بلکه بر اساس عناوینی مانند هنر ایران، ترکیه، عراق و مصر برگزار می‌شد و شامل آثار هنری اسلامی به‌عنوان بخشی از میراث ملی بود. نمایشگاه هنر اسلامی در سال ۱۹۷۶ پایان این جریان را نشان داد.

از دهه ۱۹۸۰، با کاهش ناسیونالیسم و ظهور گفتمان جهانی‌شدن، نمایشگاه‌های هنری اسلامی وارد مرحله جدیدی شدند. این بار هنر اسلامی با عنوان هنر معاصر در نمایشگاه‌ها ارائه شد و دوسالانه‌های هنر معاصر سعی کردند آن را همچون یک سبک هنری فراتر از ملی‌گرایی ارائه دهند. بااین‌حال، آنچه در این رویدادها به‌عنوان هنر معاصر اسلامی به نمایش گذاشته می‌شود، روایت هنر معاصر در سرزمین‌های اسلامی است. به عبارت دیگر، این جنبش فعلی شامل تجربیات هنر معاصر است که اغلب تخریبی و انتقادی هستند، نه نماینده هنر اسلامی (مریدی و مریدی، ۱۴۰۱).

■ **دوسالانه استانبول:** «دوسالانه استانبول»^۱ نخستین بار در سال ۱۹۸۷ در ترکیه تأسیس شد و از آن زمان به یکی از مهم‌ترین رویدادهای هنری در جهان تبدیل شد. این دوسالانه آثار هنرمندان تثبیت‌شده و در حال ظهور از سراسر جهان را به نمایش می‌گذارد و به پایگاهی برای گفت‌وگوی انتقادی و تبادل بین هنرمندان، نمایشگاه‌گردان‌ها و مخاطبان تبدیل شده است. این مراسم در مکان‌های مختلف در سراسر شهر استانبول از جمله موزه‌ها، گالری‌ها و فضاهای عمومی برگزار می‌شود. این نمایشگاه‌ها دارای طیف گسترده‌ای از رسانه‌ها از جمله نقاشی، مجسمه‌سازی، ویدئو، عملکرد و هنر چیدمان است. این دوسالانه همچنین شامل برنامه‌ای از رویدادها مانند سخنرانی هنرمندان، میزگردهای تخصصی و نمایش فیلم است (n.d., Istanbul Biennial).

نخستین دوسالانه استانبول توسط برال مادرا^۲ سرپرستی شد و آثار ۳۶ هنرمند از شانزده کشور را به نمایش گذاشت. از آن زمان، دوسالانه در اندازه و طیف وسیعی رشد کرده است و به یک رویداد مهم در دنیای هنر بین‌المللی تبدیل شده است. هر دوسالانه استانبول دارای موضوع خاصی است که همچون نقطه آغازی برای روند کیوریتورها (نمایش‌گردان‌ها) عمل می‌کند. مضامین

1. Istanbul Biennial
2. Beral Madra

دوسالانه توسط شورای سیاست‌گذاری موزه انتخاب می‌شوند که توسط IKSv برای سازمان‌دهی نمایشگاه دعوت می‌شوند. برخی از موضوعات گذشته عبارت بودند از: «بوطیقای ذهن استدلالگر» (۱۹۹۵)، «شور و موج» (۲۰۰۱) و «آب شور: نظریه‌ای از اشکال فکری» (۲۰۱۵) (n.d., Istanbul Biennial). این رویداد بزرگ تأثیر قابل توجهی بر دنیای هنر، هم در ترکیه و هم در سطح بین‌المللی داشته است. این نمایشگاه از یک سو به ترویج هنر معاصر در ترکیه کمک کرده است و از سوی دیگر پایگاهی را برای هنرمندان ترکیه به منظور نمایش آثار خود به مخاطبان جهانی فراهم کرده است. این دوسالانه همچنین به توسعه فرهنگی و اقتصادی استانبول، جذب بازدیدکنندگان از سراسر جهان و تولید درآمد برای شهر کمک شایانی کرده است.

■ **دوسالانه هنرهای معاصر دیریه:** عربستان سعودی به تازگی نقش مهمی در ترویج هنر معاصر اسلامی از طریق رویدادهای بزرگ مانند دوسالانه‌ها، جشنواره‌های هنری بین‌المللی و جوایز ایفا کرده است. تأثیر برگزاری چنین رویدادهایی آن بوده است که این کشور را در معرض توجه و نگاه هنرمندان، مؤسسه‌ها (گالری‌ها، موزه‌ها و بنیادها) و کلکسیونرها قرار داده و عربستان سعودی را همچون کشوری در حال ظهور در میان بزرگان برند هنر معاصر قرار داده است.

دوسالانه هنرهای معاصر دیریه، همان‌طور که در وبسایت آن آمده است در سال ۲۰۲۰ توسط وزارت فرهنگ عربستان تأسیس شد. بنیاد دوسالانه دیریه نخستین دوسالانه هنری عربستان سعودی را تولید می‌کند. دوسالانه هنر معاصر دیریه، در منطقه صنعتی و خلاق جکس و دوسالانه هنرهای اسلامی در ترمینال حج غربی در جده برگزار می‌شوند. بنیاد دوسالانه دیریه کاتالیزوری برای کشف است و با ارائه فرصت‌هایی برای تعامل با صحنه هنری محلی روبه‌رشد، به جوامع عربستان سعودی خدمت می‌کند. دوسالانه هنرهای اسلامی که اوایل ۲۰۲۳ افتتاح شد، قرار است مهم‌ترین نمایشگاه آثار معاصر و تاریخی هنر اسلامی از سراسر جهان باشد. بنیاد دوسالانه دیریه نقشی محوری در پرورش بیان خلاقانه و قدردانی از فرهنگ، هنر و قدرت تحول‌آفرین آن‌ها دارد (n.d., Stapleton).

■ جشنواره نور ریاض: یکی دیگر از رویدادهای بزرگ در عربستان سعودی برای ترویج قدرت نرم این کشور و برندسازی ملی از دیدگاه اسلامی با استفاده از هنر معاصر، «جشنواره نور ریاض» است. این رویداد یکی از بزرگ‌ترین جشنواره‌های نور و هنر در جهان است که به‌تازگی در پایتخت جشن گرفته می‌شود. مزایای این جشنواره ایجاد رکورد جهانی برای برندسازی ریاض، عربستان سعودی و هنر و فرهنگ اسلامی در جهان است. استراتژی توسعه و برندسازی این رویداد استفاده از مؤسسه‌های بین‌المللی از طریق موضوع مفهومی نور و خداست؛ همان‌طور که در قرآن کریم آمده است: «خداوند نور (وجودبخش) آسمان‌ها و زمین است، داستان نورش به مشکاتی ماند که در آن روشن‌چراغی باشد و آن چراغ میان شیشه‌ای که از تالو آن گویی ستاره‌ای است درخشان و روشن از درخت مبارک زیتون که (با آنکه) شرقی و غربی نیست (شرق و غرب جهان بدان فروزان است) و بی‌آنکه آتشی زینت آن را برافروزد خودبه‌خود (جهانی را) روشنی بخشد و پرتو آن نور (حقیقت) بر روی نور (معرفت) قرار گرفته است و خدا هر که را خواهد به نور خود (و اشراقات وحی خویش) هدایت کند و (این) مثل‌ها را خدا برای مردم (هوشمند) می‌زند (که به راه معرفتش هدایت یابند) و خدا به همه امور داناست». (قرآن کریم، سوره نور: ۳۵).

جشنواره نور و هنر در مارس ۲۰۲۱ راه‌اندازی شد. موضوع ۲۰۲۲ آن با عنوان «ما افق‌های جدید را در رؤیا می‌بینیم» اعلام داشت که منعکس‌کننده رویکرد هنری، نوآورانه و توسعه دیجیتال آینده است و عربستان سعودی در نور درخشان - رؤیاهای ناشی از نور خدا - تبیین شده است. جشنواره ۲۰۲۲ شامل بیش از ۱۹۰ اثر هنری توسط بیش از ۱۳۰ هنرمند (۳۴ درصد از عربستان سعودی) بود. این آثار در قالب‌های متنوعی از هنر معاصر از جمله چیدمان‌های^۲ مقیاس‌بزرگ، هپنینگ‌ها^۳ و ویدئومپینگ^۴ها در سراسر شهر ریاض و همچنین نمایشگاهی در سطح جهانی با عنوان «از جرقه تا روح»^۵ ارائه می‌شود. این رویداد زنجیره‌ای از

1. We Dream of New Horizons
2. Installations
3. Happenings
4. Videomapping
5. From Spark to Spirit

فعالیت‌های مرتبط با یکدیگر را به ارمغان می‌آورد که می‌تواند قدرت نرم عربستان سعودی را تقویت کند. این جشنواره با برنامه عمومی و اجتماعی متنوع از جمله تورها، مذاکرات، کارگاه‌های آموزشی، فعالیت‌های خانوادگی و موسیقی همراه است. هدف این جشنواره پرورش استعدادهای محلی و الهام بخشیدن به جوانان برای جهت‌دهی به اقتصاد خلاق در عربستان سعودی است (Kaddoura, 2022).

برخی از نوآوری‌ها و آمارهای به‌دست‌آمده که منجر به برندسازی این رویداد شده و باعث سه برابر شدن آن از زمان آغاز شده است، به استناد مستندات جشنواره به شرح زیر است:

- بزرگ‌ترین جشنواره هنر نور در جهان متشکل از ۲۰۱ اثر؛
- بیشترین پهپادهای نورانی و چیدمان‌های نورانی هوایی (۱۹۹۰ عدد)؛
- بزرگ‌ترین نمایش لیزری (منطقه تحت پوشش ۱۴/۴۵۹/۱۶۰ متر مربع)؛
- طولانی‌ترین فاصله تحت پوشش یک نمایش نور لیزر (۶/۰۱ کیلومتر؛ ۱۹/۷۱۷/۸ فوت)؛
- بلندترین صفحه مش در یک ساختمان (۲۰۳۵۰۸ متر؛ ۶۶۷ فوت؛ ۲۰ اینچ)؛
- بزرگ‌ترین صفحه‌نمایش مش در یک ساختمان (۱۶۰۳ متر مربع)؛
- بیش از ۱/۵ میلیون بازدیدکننده از سراسر آثار هنری در سراسر شهر در بیش از چهل مکان؛
- درخشان‌ترین تزیینات معلق با ۱/۲ میلیون لومن توسط کوئرت ورمیولن^۱ (بلژیک)؛
- بزرگ‌ترین ساختار LED (۱۶۰/۲۷۲ LED) توسط کارولینا هالاتک^۲ (لهستان) در جشنواره نور ریاض (Kaddoura, 2022).

■ **جایزه جمیل امارات:** بنیاد هنر غرب آسیا استراتژی را برای ترویج هنر معاصر اسلامی با اعطای جوایز به هنرمندان نوآور و آوانگارد مسلمان اجرا کرده است. «جایزه جمیل»^۳ یک جایزه معتبر برنند شده است که هر دو سال یک بار برای هنر معاصر و طراحی با الهام از سنت اسلامی اهدا می‌شود. این جایزه هنرمندان را تشویق می‌کند کشف کنند چگونه میراث هنری،

1. Koert Vermeulen
2. Halatek
3. The Jameel Prize

صنایع دستی و طراحی اسلامی می‌تواند بیان‌های مدرن هنری را شکل داده و متأثر کند. هدف جایزه جمیل بررسی رابطه بین هنر معاصر و سنت اسلامی به‌عنوان بخشی از بحث گسترده‌تر درباره فرهنگ اسلامی در قرن بیست و یکم است. این جایزه به ابتکار موزه ویکتوریا و آلبرت^۱ در سال ۲۰۰۹ آغاز شد و با همکاری بنیاد هنر جمیل^۲ بخشی از ابتکارات جامعه عبداللطیف جمیل (ALJCI) واقع در امارات متحده عربی و عربستان سعودی به شمار می‌آید. یکی از حامیان این رویداد زها حدید بود که یکی از خلاق‌ترین معماران جهان شناخته می‌شود. این جایزه بر «گسترش توجه عمومی به نقش میراث فرهنگی بزرگ اسلام به‌عنوان منبعی برای هنر زمانه ما» تأکید می‌کند. فدی جمیل^۳، رئیس جامعه جمیل بین‌المللی، معتقد است نمایشگاه و جایزه توانسته است توجه بینندگان بین‌المللی را به خود جلب کند و سالن‌های متنوعی در شهرهای مهم جهان مانند سن انتونیو^۴، سنگاپور، مسکو و مراکش میزبان تور آن بوده‌اند. آثار انتخاب‌شده از این جایزه به بسیاری از کشورها مانند فرانسه، ایالات متحده آمریکا، روسیه، اسپانیا و سنگاپور سفر کرده است. جمیل به حرکت دنیای هنر از جهت‌گیری غربی خود و به سمت ظرفیت‌های جایگزین مدرن که در همه جا اتفاق می‌افتد کمک می‌کند (Highet, 2023).

۱.۲. حراج‌ها و نمایشگاه‌های هنری

خانه‌های حراج هنری مشهور مانند کریستیز^۵ و ساتبیز^۶ و بونهام^۷ در امر مجموعه‌داری آثار هنری اسلامی بسیار فعال هستند؛ از سفال و سرامیک و فرش گرفته تا نقاشی‌های مینیاتور و خوش‌نویسی. در هزاره‌های جدید آن‌ها هنر مدرن و معاصر غرب آسیا را برجسته کرده‌اند. این خانه‌های حراج نه تنها سبب ایجاد بازار و نمایشگاه‌های هنری نو برای سلیقه‌های جدید هنری در

1. Victoria & Albert

2. Art Jameel

3. Fady Jameel

۴. شهری در تگزاس آمریکا

5. Christies

6. Sothebys

7. Bonhams

غرب آسیا شده‌اند، بلکه هنر معاصر کشورهایی مانند ترکیه، ایران و عربستان سعودی را بسیار برجسته‌سازی کرده‌اند که منجر به برندسازی ملی برای این کشورها شده است. این حراج‌ها و نمایشگاه‌های هنری برندهای هنر معاصر اسلامی را گسترش داده و در نتیجه قدرت نرم کشورهای پیشرو مانند ایران، ترکیه، عربستان سعودی و امارات متحده عربی را در بازارهایی که منجر به سرمایه‌گذاری بیشتر و تخصصی در بازار هنر منطقه شده‌اند توسعه بخشیده‌اند.

■ **خانه حراج کریستیز:** کریستیز تمرکز طولانی‌مدتی در زمینه آثار هنر اسلامی داشته و پس از سال ۲۰۰۰ توجه خود را بر هنر غرب آسیا و خاورمیانه متمرکز کرده است. کریستیز نخستین خانه حراجی است که با افتتاح دفتر مرکزی خود در دبی در سال ۲۰۰۵ و آغاز حراج هنر مدرن و معاصر غرب آسیا در سال ۲۰۰۶ در این منطقه چرخش گفتمانی در هنر معاصر ایجاد کرد. فروش زنده و آنلاین دوسالانه آن‌ها شامل آثار استثنایی هنرمندان عرب، ترک و ایرانی از جمله نام‌های برجسته مدرن مانند محمود سعید، فخرالنسا زید، منیر فرمانفرمائی و شاکر حسن آل سعید، و همچنین هنرمندان نوظهوری با عنوان چشم‌اندازهای معاصر مانند علی بنی‌صدر، احمد ماتر و ایمان بعلبکی است. به‌عنوان یک رهبر بازار جهانی در این زمینه، فروش کریستیز به‌طور مداوم نتایج برجسته‌ای به دست آورده است و جذب مجموعه‌داران از بیش از پانزده کشور جهان نشانگر توجه بین‌المللی روبه‌رشد به هنر غرب آسیاست (n.d., Christies).

■ **خانه حراج ساتیز:** از زمان معرفی مجدد فروش آثار هنرهای معاصر اسلامی و غرب آسیا به تقویم حراج لندن در سال ۲۰۱۶، ساتیز نتایج خوبی به دست آورده است، رکوردهای فروش را شکسته و معیارهای جدیدی در بازارهای هنری تعیین کرده است. آن‌ها به‌طور فعال از هنرمندان جوان، جوامع هنری و اکوسیستم‌های فرهنگی گسترده از جمله رزیدنسی‌های هنری، موزه‌ها و محققان حمایت می‌کنند. ساتیز به‌طور پیوسته سهم بازار را به دست آورده است و جایگاه لندن را به‌عنوان مرکز فروش آثار هنری خاورمیانه و شمال آفریقا تثبیت کرده است. این امر توجه سیاست‌گذاران را نه تنها به سمت ساتیز، بلکه سایر خانه‌های حراج به‌عنوان مسیری برای برندسازی ملی به دلیل پوشش رسانه‌ای و تبلیغات گسترده تبدیل کرده است. (n.d., Sotheby's)

■ **خانه حراج بونهامز:** بونهامز نیز حضور بین‌المللی قابل توجهی در بازار هنر مدرن و معاصر غرب آسیا از زمان توسعه اولیه آن داشته است (n.d., Bonhams). بونهامز در طول فروش افتتاحیه خود در دبی در سال ۲۰۰۸، ۳۳ رکورد جهانی را شکست و شاهد فروش نخستین اثر هنری خاورمیانه برای رسیدن به فروش حراج بیش از یک میلیون دلار بود؛ اثر «عشق» فرهاد مشیری (n.d., Bonhams). از آن زمان، بونهامز موقعیت خود را به عنوان یک خانه حراج مهم در این حوزه تثبیت کرده است. همچنین برگزاری فروش منظم دوساله در لندن برای تهیه و ورود به بازار بین‌المللی روبه رشد هنر خاورمیانه از سیاست‌های این خانه حراج در دهه‌های اخیر بوده است.

■ **آرت فر هنر معاصر استانبول:** در زمینه آرت فرهای هنری، «استانبول معاصر» در ترکیه رویدادی پیشرو در منطقه و پایگاه بزرگی جهت اتصال هنرمندان، گالری‌ها و مجموعه‌داران از سراسر جهان به شمار می‌آید. این آرت فر که در سال ۲۰۰۶ راه‌اندازی شد متعهد به نمایش هنر معاصر استثنایی و پیشبرد ایده‌های جدید است. این رویداد به شدت در زمینه‌های محلی ریشه دارد و با کمک فعالان به فرهنگ پویای استانبول از صنایع خلاق آن حمایت می‌کند. این آرت فر از طریق ابتکارهای جدید و همکاری‌های متعدد با شرکای ترک و بین‌المللی خود، آرت فر استانبول معاصر در پی شکل دادن به آینده هنر در منطقه است. این نمایشگاه توانست ۴۸ هزار و ۷۰۰ شرکت‌کننده را در سال ۲۰۲۲ در طول پیش‌نمایش VIP و روزهای پذیرش عمومی خود جذب کند (n.d., Istanbul Biennial).

۱۳. هنرمندان برند

در سال‌های اخیر، علاقه فزاینده‌ای به هنر معاصر اسلامی وجود داشته است و بسیاری از هنرمندان آن را در کار خود به رسمیت شناخته‌اند. بسیاری از هنرمندان معاصر اسلامی در دهه گذشته توسط موزه‌ها، گالری‌ها، دوسالانه‌ها، حراج‌های هنری و سایر نهادها به اکوسیستم دنیای هنر معرفی شده‌اند. برخی از این هنرمندان خود به برندهای ملی و بین‌المللی تبدیل

شده‌اند که نه تنها مؤسسه‌های هنری حرفه‌ای، بلکه نهادهای دولتی و سیاسی نیز آن‌ها را به عنوان برندهای اسلامی و ملی معرفی می‌کنند. در کنار نام‌های ذکر شده در سراسر مقاله در بخش‌های پیشین، برخی از هنرمندان مشهور و برند جهان هنر معاصر اسلامی عبارت‌اند از: شیرین نشاط (هنرمند ایرانی مهاجر)، لالا السیدی، (هنرمند متولد مراکش)، احمد ماتر و ناصر السلم (هنرمندان عربستان سعودی)، و احمد گونشتکین و رشید کورایچی (هنرمندان ترکیه‌ای). برخی هنرمندان به مفاهیم اسلامی انتقادی نگاه می‌کنند و از هنر معاصر همچون وسیله‌ای برای زیر سؤال بردن نه تنها سیاست‌های اسلامی در کشورهای مبدأ بلکه در فرهنگ اسلامی نیز استفاده می‌کنند. برای مثال، شیرین نشاط، هنرمند متولد ایران و ساکن امریکا، برای عکاسی، چیدمان‌های ویدئویی و فیلم‌هایش شناخته شده است. کار او موضوعات جنسیت، هویت و سیاست در جهان اسلام است. مشهورترین اثر نشاط مجموعه «زنان خدا» است که شامل عکس‌هایی از زنان ایرانی با خوش‌نویسی فارسی است که بر صورت و بدن آن‌ها نوشته شده است. آثار او در موزه‌های بزرگ سراسر جهان از جمله موزه گوگنهایم نیویورک و تیت مدرن^۱ در لندن به نمایش گذاشته شده است.

لالا السیدی هنرمند متولد مراکش و ساکن فرانسه که به‌خاطر عکاسی و چیدمان رسانه‌های ترکیبی‌اش شناخته شده است، موضوعات جنسیت، هویت و زنان در فرهنگ اسلامی را بررسی می‌کند. مشهورترین اثر وی مجموعه «زنان مراکش» و «بازبینی حرمسراها» است که شامل عکس‌هایی از زنان مراکشی در لباس‌های سنتی با خوش‌نویسی عربی است که روی بدن آن‌ها نوشته شده است. این آثار نگاهی انتقادی به زنان در سرزمین‌های اسلامی است. آثار او در موزه‌های بزرگ سراسر جهان از جمله موزه ملی هنر آفریقایی اسمیتسونیان^۲ در واشینگتن دی سی و موزه هنرهای زیبا در بوستون به نمایش گذاشته شده است.

از سوی دیگر، برخی دیگر از هنرمندان، از مفاهیم اسلامی مانند حج برای ترویج برندسازی امت اسلامی استفاده می‌کنند. برای مثال، هنرمند سعودی، احمد ماتر، مجموعه‌ای از

1. Tate Modern

2. The National Museum of African Art

چیدمان‌های معاصر با عنوان مغناطیس دارد. این آثار هنری نه تنها بخشی از مجموعه پادشاه عربستان سعودی است، بلکه در رویدادهای دیپلماتیک سیاسی و فرهنگی نیز ارائه می‌شود. آثار او در موزه‌های بزرگ سراسر جهان از جمله موزه بریتانیا در لندن و موزه ملی هنر اسمیتسونیان در واشینگتن دی سی به نمایش گذاشته شده است. در بازدید ترامپ از عربستان در دور اول ریاست‌جمهوری خود، پادشاهی عربستان آثار معاصر این هنرمند از حج را جزوی از آثاری قرار داد که رئیس‌جمهور امریکا از آن بازدید کرد. آثار یکی دیگر از هنرمندان سعودی، ناصر السلم، توسط عربستان سعودی از طریق رویدادهای هنری ملی و بین‌المللی مانند EOA برای توسعه قدرت نرم و برندسازی ملی این کشور از عناصر اسلامی زنده به کار گرفته شده است. از این منظر، آثار احمد گونشتکین و رشید کورایچی از ترکیه نیز مهم هستند. گونشتکین به‌خاطر مجسمه‌ها و چیدمان‌های بزرگ خود که موضوعات معنویت و هویت را کشف می‌کنند شناخته شده است. آثار او توسط گالری‌ها و موزه‌ها در سراسر جهان، از جمله دوسالانه ونیز^۱ و دوسالانه استانبول به نمایش گذاشته شده است. آثار رشید کورایچی در رسانه‌های مختلف، از جمله نقاشی، مجسمه‌سازی و هنر چیدمان، مفاهیم اسلامی را همچون وسیله‌ای برای ارائه تصوف اسلامی، خوش‌نویسی و صنایع‌دستی تبدیل کرده است. آثار او موضوعات معنویت، هویت و تاریخ فرهنگ اسلامی را بررسی می‌کند. معروف‌ترین اثر کورایچی مجموعه «اساتید پنهان» است که مجسمه‌های سرامیکی از صوفیان برجسته و کتیبه‌های خوش‌نویسی است. آثار او در موزه‌های بزرگ سراسر جهان از جمله موزه بریتانیا در لندن و موزه هنرهای اسلامی در دوحه به نمایش گذاشته شده است.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که این پژوهش نشان می‌دهد، از آغاز هنرهای معاصر اسلامی در دهه ۶۰ میلادی، توسعه آن در دهه ۹۰ و اوج‌گیری‌اش پس از ۲۰۰۰، هنر معاصر اسلامی چندین جریان را تجربه کرده است. از گرایش‌های شرق‌شناسانه و موزه‌ای تا خاورمیانه‌گرایی و گسست از مفاهیم اسلامی، در

1. La Biennale di Venezia

سال‌های اخیر کشورهای منطقه تلاش کرده‌اند پتانسیل‌های هنر معاصر را برای جذب گردشگران، بهبود سرمایه‌گذاری و آموزش، هویت‌بخشی فرهنگی جدید و کسب شهرت و اعتبار از طریق مفاهیم اسلامی و منطقه‌ای فعال کنند. در این عرصه دو شیوه اصلی برجسته است. از یک سو هنرمندان طرفدار اسلام که از هنرهای معاصر برای جلب توجه جهان در زبان فعلی و مشترک هنر به مفاهیم ارزشمند اسلامی، آیین‌ها، مناظر، نمادها (عمدتاً مساجد و زیارتگاه‌های بزرگ و مقدس)، رویدادها و سایر پتانسیل‌های فرهنگ و شیوه زندگی اسلامی استفاده می‌کنند.

از سوی دیگر، هنرمندانی در حوزه هنر معاصر فعالیت می‌کنند که از طریق آثار هنری خود در مورد مسائل جهانی از جمله جنسیت، سیاست، آسیب‌های اجتماعی، چالش‌های زیست‌محیطی و مذهبی به نقد جهان اسلام و سیاست‌های کشورهای خود می‌پردازند.

در هر دو روش هنر معاصر، توجه جهانی به موضوعاتی که هنرمندان ارائه می‌کنند، جلب می‌شود. رویکرد آفرینشی و حمایتی کشورها بستگی به آن دارد که چگونه مسائل را از طریق رویدادها و نمایشگاه‌ها هژمونیک می‌کنند. برخی از کشورها رویکرد جهانی و لیبرال‌تری داشته‌اند که منجر به افزایش قدرت نرم آن‌ها شده است و برخی دیگر، رویکردهای بنیادگرایانه‌تر و سستی‌تر را برگزیده‌اند که منجر به کاهش قدرت نرم در شاخص‌های جهانی شده و بر این اساس شهرت خود را از دست داده‌اند.

در مجموع، هنر معاصر اسلامی ابزار قدرتمندی برای برندسازی ملی و دیپلماسی فرهنگی است که به کشورها اجازه می‌دهد میراث فرهنگی غنی و خلاقیت خود را در صحنه جهانی به نمایش بگذارند. با ترویج هنر معاصر اسلامی، ملت‌ها می‌توانند کلیشه‌ها و تصورات غلط در مورد اسلام و پیروان آن را به چالش بکشند و از سوی دیگر ارزش‌های اصیل و مشترک اسلامی را ارج نهند. بر این اساس درک عمیق‌تری از فرهنگ متنوع و پرجنب‌وجوش جهان اسلام ایجاد می‌شود. همان‌طور که جهان به‌طور فزاینده‌ای به هم پیوسته‌تر می‌شود، نقش هنر معاصر اسلامی در برندسازی ملی نه تنها در حال رشد است و برای شکل دادن به ادراک‌های جهانی و تقویت تبادل فرهنگی در سال‌های پیش رو مؤثر واقع می‌شوند.

جدول زیر نشان‌دهنده جایگاه و رتبه کشورهای اسلامی مورد مطالعه در این پژوهش است. این رتبه‌بندی جهانی برند فاینانس می‌تواند نشان دهد دیپلماسی فرهنگی و رویدادهای معاصر هنری تا چه اندازه در ارتقا یا تثبیت جایگاه کشورهای غرب آسیا مؤثرند.

جدول شماره ۲. رتبه‌بندی قدرت‌های نرم جهانی مهم غرب آسیا (منبع: برند فاینانس ۲۰۲۴)

رتبه قدرت نرم (۲۰۲۳)	رتبه قدرت نرم (۲۰۲۴)	کشور
۱۰	۱۰	امارات متحده عربی
۲۴	۲۱	قطر
۱۹	۱۸	عربستان سعودی
۲۳	۲۵	ترکیه
۷۷	۶۲	ایران

کشورهای مسلمان باید رویدادهای هنری بزرگ مشترک در منطقه برگزار کنند و از هنرمندان جوان برای آفرینش هنرهای نوآورانه با الهام از اسلام مبتنی بر ارزش‌های محلی و مشترک خود حمایت کنند. گشت‌وگذار در آثار منتخب و ارائه آن‌ها در موزه‌های معروف جهان از طریق نگهداری هوشمندانه، روایت‌پردازی و نمایش تصاویر در مورد آیین‌ها و ارزش‌های مشترک مسلمانان، قدرت نرم جهان اسلام را افزایش می‌دهد و به ملت‌ها اجازه می‌دهد از قدرت نرم هنر معاصر اسلامی در زمینه‌های دیپلماتیک عمومی و فرهنگی استفاده کنند.

ازسوی دیگر با توجه به فاصله زیاد ایران با کشورهای منطقه ضروری است توجه به این مهم توسط نهادها و سازمان‌های فرهنگی و هنری بین‌المللی همچون وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، به‌ویژه سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، و همچنین وزارت خارجه ضروری است تا در راستای ارتقای جایگاه ایران در حوزه قدرت نرم و ارتقای جایگاه و شأن برند ملی همت بیشتری کنند.

فهرست منابع

قرآن کریم

رهبری، مهدی (۱۳۸۸). معرفت و قدرت معمای هویت، تهران: کویر.

لوکس، استیون (۱۳۷۰). قدرت فرّ انسانی یا شرّ شیطانی، ترجمه: فرهنگ رجایی، تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.

ملک‌زاده، محمد (۱۳۹۹). قدرت نرم در روابط بین‌الملل، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

مریدی، محمدرضا؛ مریدی، بهزاد (۱۴۰۱). «تبیین جریان هنر اسلامی در نمایشگاه‌های جهانی، جشنواره‌های ملی و دوسالانه‌های هنری»، نگره، ۱۷ (۶۲)، صص ۱۱۷-۱۲۹.

<https://sid.ir/paper/1030851/fa>

نای، جوزف (۱۳۹۸). آینه قدرت، ترجمه: محمد حیدری و آرش فرزاد، تهران: فرزانه‌روز.

Anholt, S. (2006). "The Anholt Nation Brands Index: Special report on Europe's international image, Q2 2006, plus an update on the status of 'Brand Denmark'". *Place Brand Public Dipl*, 2, pp. 263-270.

Bachrach, Peter and Baratz, Morton S. (1962). "Two Faces of Power", in *American Political Science Review*, Vol. 56, No. 4.

Bonhams. (n.d.). Modern and Contemporary Middle Eastern Art. Retrieved from <https://www.bonhams.com/>

Christie's. (n.d.). Modern and Contemporary Middle Eastern Art. Retrieved from <https://www.christies.com/>

Contemporary Istanbul. (n.d.). About. Retrieved from <https://www.contemporaryistanbul.com/about>

Dinnie, K. (2015). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice* (2nd ed.). Routledge.

GPSI (2023/4). Global Soft Power Index. Brand Finance. <https://softpower.brandfinance.com/2023/globalsoftpowerindex>

Hight, J. (2023). More Than One Story: The Jameel Prize. AramcoWorld. Retrieved from <https://biennale.org.sa/about-dbf/>

Istanbul Biennial. (n.d.). About. Retrieved from: <https://bienal.iksv.org/en/about>

Istanbul Modern. (n.d.). About. Retrieved from <https://www.istanbulmodern.org/>

en/museum/about_760.html

- Kaddoura, M. (2022, November). Massive light art festival in Saudi Arabia breaks six world records. Guinness World Records. Retrieved from <https://www.guinnessworldrecords.com/>
- Nye, J. S. (2006, February). Think Again: Soft Power. Foreign Policy. Retrieved from http://www.foreignpolicy.com/story/cms.php?story_id=3393
- Riyadh Art. (n.d.). Noor Riyadh. Retrieved December 29, 2024, from <https://riyadhart.sa/en/programs/noor-riyadh/>
- Sotheby's. (n.d.). Modern and Contemporary Middle Eastern Art. Retrieved from <https://www.sothebys.com/>
- Stapleton, S. (n.d.). STORY. Edge of Arabia. Retrieved from: <http://edgeofarabia.com/>
- Smith, T. (2006). "Contemporary Art and Contemporaneity". *Critical Inquiry*, 32(4), pp. 681-707. <https://doi.org/10.1086/508087>
- Temporal, P. (2011). Islamic Branding and Marketing: Creating a Global Islamic Business. John Wiley & Sons (Asia), Singapore.
- Vuving, A. (2009, September 1). How Soft Power Works. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.146622>
- Vuving, A. (2019, June 29). The Logic of Attraction: Outline of a Theory of Soft Power. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3637662>



An Analysis of Sister City Relationships and Urban Cultural Diplomacy In Promoting Intercultural Communication*

10.22034/CDRJ.2025.491153.1032

Ali Ahmadi

Scientific Member of culture and civilization, Department of the Faculty of Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, Iran
a.ahmadi@isu.ac.ir

0009-0000-3182-3657

Seyyed Mohammad Attari

Ph. D. student, Islamic Studies and Culture and Communication College, Imam Sadiq University, Tehran, Iran
sm.attari@isu.ac.ir

0009-0001-8891-0724

ABSTRACT

Urban cultural diplomacy, particularly through the mechanisms of Sister City Agreements/Partnerships, has gained increasing prominence as an effective instrument in fostering international relations, promoting intercultural interactions, and strengthening a nation's soft power. This research aims to provide a conceptual framework for urban cultural diplomacy, with an emphasis on sister city relationships, by exploring the theoretical and empirical dimensions of this concept. Accordingly, the study's theoretical framework is grounded in the analysis of key theories including People-to-People Diplomacy, Cultural Identity, Social Capital, Multi-Level Diplomacy, Local Economic Cooperation, Peacebuilding, Glocalization, and Knowledge and Innovation Exchange. These theories suggest that urban diplomacy can not only strengthen cultural ties but also contribute to economic development, enhance social capital, and mitigate international tensions. The research methodology is based on a library research approach and secondary analysis of scholarly sources and previous studies in the field of urban cultural diplomacy. The findings indicate that Sister City Agreements/Partnerships provide a suitable platform for enhancing scientific, educational, cultural, and economic collaboration between different communities. An examination of international experiences, particularly the case studies of cities such as Paris, New York, Barcelona, and the Chinese model of urban diplomacy, demonstrates the significant impact of this type of diplomacy on international politics. The results suggest that Iran, by leveraging the rich cultural - historical Geographical potentials of its cities, can utilize urban diplomacy as a tool for strengthening international relations and intercultural interactions. However, the formulation of coherent strategies and meticulous planning are essential for the optimal exploitation of these potentials.



Received: 28/11/2024
Accepted: 04/03/2025

Keywords:

Intercultural Communication, Urban Cultural Diplomacy, Cultural Geography, Sister City Relationships.

*. The contents of the Journal reflect the thoughts and views of the authors, and the Journal is not responsible for this.

تحلیل روابط خواهرخواندگی شهرها و دیپلماسی فرهنگی شهری در گسترش ارتباطات میان فرهنگی*

doi 10.22034/CDRJ.2025.491153.1032

علی احمدی

عضو گروه فرهنگ و تمدن، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، تهران، ایران

a.ahmadi@isu.ac.ir

0009-0000-3182-3657

doi 10.22034/CDRJ.2024.490111.1028

سید محمد عطاری

دانشجوی دکتری رشته فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، تهران، ایران

sm.attari@isu.ac.ir

0009-0001-8891-0724

چکیده

دیپلماسی فرهنگی شهری به‌ویژه از طریق تفاهم‌نامه‌های خواهرخواندگی شهرها، ابزار مؤثری در توسعه روابط بین‌المللی، تقویت تعاملات میان فرهنگی و افزایش قدرت نرم کشورها به شمار می‌آید. این پژوهش با هدف ارائه چهارچوب مفهومی دیپلماسی فرهنگی شهری، با تأکید بر روابط خواهرخواندگی، به بررسی ابعاد مختلف این مفهوم از منظر نظری و تجربی پرداخته است. بر این اساس، در چهارچوب نظری پژوهش، نظریه‌های تعاملات مردمی، هویت فرهنگی، سرمایه اجتماعی، دیپلماسی چندسطحی، همکاری‌های اقتصادی محلی، صلح‌سازی، جهانی‌شدن محلی و تبادل دانش و نوآوری مورد تحلیل قرار گرفتند. این نظریه‌ها نشان می‌دهند دیپلماسی شهری می‌تواند علاوه بر تقویت پیوندهای فرهنگی، به توسعه اقتصادی، افزایش سرمایه اجتماعی و کاهش تنش‌های بین‌المللی منجر شود. روش پژوهش مورد استفاده، روش کتابخانه‌ای بوده است و یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد تفاهم‌نامه‌ها و برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها می‌توانند بستری برای افزایش همکاری‌های علمی، آموزشی، فرهنگی و اقتصادی میان جوامع مختلف فراهم کنند. مطالعه تجارب جهانی به‌ویژه نمونه‌هایی از شهرهای پاریس، نیویورک، بارسلونا و مدل دیپلماسی شهری چین نشان‌دهنده تأثیر این نوع دیپلماسی در سیاست‌های بین‌المللی است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که ایران با بهره‌گیری از ظرفیت‌های جغرافیای فرهنگی و تاریخی شهرهای خود می‌تواند از دیپلماسی شهری همچون ابزاری برای تقویت روابط بین‌المللی و تعاملات میان فرهنگی استفاده کند. با این حال، تدوین راهبردهای منسجم و برنامه‌ریزی دقیق در این حوزه، لازمه بهره‌برداری بهینه از این ظرفیت‌هاست.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴

واژگان کلیدی:
ارتباطات میان فرهنگی،
دیپلماسی فرهنگی
شهری،
جغرافیای فرهنگی،
خواهرخواندگی
شهرها.

* مطالب مندرج در فصلنامه مبین اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

مقدمه

در دوران معاصر، گفتمان‌های ارتباطی با رویکردهای مختلفی مورد بررسی قرار گرفته‌اند و در عصر ارتباطات و اطلاعات، مرزهای جغرافیایی بیش‌ازپیش کمرنگ شده‌اند. با رشد فرایند جهانی‌شدن، مفهوم «قدرت نرم» (Nye, 2004) و ابزارهای آن، ازجمله دیپلماسی فرهنگی، به‌عنوان یکی از راهبردهای مؤثر در سیاست خارجی کشورها مطرح شده است. در این راستا، دیپلماسی شهری و نقش شهرها در تعاملات بین‌المللی اهمیت ویژه‌ای یافته است. درواقع، در جهانی که تعاملات فراتر از دولت‌ها گسترش یافته و بازیگران غیردولتی مانند شهرها، نهادهای فرهنگی و جامعه مدنی تأثیرگذاری بیشتری پیدا کرده‌اند، دیپلماسی شهری همچون ابزاری تکمیلی در سیاست بین‌الملل عمل می‌کند (Acuto & Rayner, 2016).

دیپلماسی فرهنگی شهری به‌مثابه یکی از مهم‌ترین زیرشاخه‌های دیپلماسی عمومی و فرهنگی، امکان تعامل بین شهرها و جوامع مختلف را فراهم می‌آورد. دراین‌میان، برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها یکی از سازوکارهای مؤثر برای گسترش همکاری‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی میان شهرها به‌شمار می‌آید. این مفهوم به معنای ایجاد پیوندهای رسمی و مستمر میان دو یا چند شهر در کشورهای مختلف است که می‌تواند به توسعه همکاری‌های علمی، آموزشی، فرهنگی، اقتصادی و گردشگری منجر شود (Zelinsky, 1991)، اما به‌رغم اهمیت این نوع دیپلماسی، هنوز چهارچوب مفهومی دقیق و جامعی برای آن ارائه نشده است. این مقاله با هدف ارائه چهارچوب مفهومی دیپلماسی فرهنگی شهری با تأکید بر خواهرخواندگی شهرها تلاش دارد جایگاه و نقش این پدیده را در روابط بین‌الملل و سیاست‌های فرهنگی کشورها بررسی کند.

با توجه به اهمیت فزاینده دیپلماسی شهری در دنیای کنونی، بررسی علمی و مفهومی آن ضرورتی انکارناپذیر است. در دهه‌های اخیر، شهرهای جهان به‌واسطه شبکه‌های جهانی شهری و پیمان‌های دوجانبه و چندجانبه، تأثیرات گسترده‌ای بر دیپلماسی فرهنگی و همکاری‌های بین‌المللی داشته‌اند (Clarke, 2018). در ایران نیز شهرهایی همچون مشهد، شیراز، اصفهان و

تبریز، به دلیل پیشینه تاریخی و فرهنگی خود، از ظرفیت بالایی برای مشارکت در دیپلماسی شهری برخوردارند. این تحقیق از این جهت حائز اهمیت است که می‌تواند الگوی مناسبی برای سیاست‌گذاری فرهنگی و بین‌المللی ایران ارائه دهد و نقش شهرهای ایرانی را در عرصه دیپلماسی فرهنگی تقویت کند.

تاریخچه دیپلماسی شهری به دوران باستان بازمی‌گردد؛ زمانی که شهرهای مستقل برای تحکیم روابط خود با دیگر شهرها پیمان‌های صلح و همکاری برقرار می‌کردند؛ اما مفهوم مدرن خواهرخواندگی شهرها پس از جنگ جهانی دوم و به‌منظور تقویت همبستگی بین‌المللی شکل گرفت. نخستین برنامه‌های رسمی خواهرخواندگی شهرها در دهه پنجاه میلادی آغاز شد که هدف آن کاهش تنش‌های بین‌المللی و ایجاد پیوندهای فرهنگی و اجتماعی میان ملت‌ها بود (Shahabi, 2020). در نیمه دوم قرن بیستم، با توسعه فرایند جهانی‌شدن و گسترش ابزارهای دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی شهری نیز همچون راهکار مؤثری برای تقویت همکاری‌های بین‌المللی مطرح شد. در این دوره شهرهایی مانند پاریس، لندن، نیویورک و توکیو به‌واسطه روابط خواهرخواندگی و دیپلماسی شهری، به کانون‌های مهم تعاملات بین‌المللی تبدیل شدند (Eizaguirre et al., 2017). امروزه بیش از دو هزار شهر در سراسر جهان در چهارچوب برنامه‌های خواهرخواندگی با یکدیگر همکاری دارند و این روند به‌طور مداوم در حال گسترش است.

در دهه‌های اخیر، با گسترش فناوری‌های ارتباطی و افزایش تعاملات بین‌المللی، دیپلماسی فرهنگی شهری نیز دستخوش تحولات گسترده‌ای شده است. در گذشته، خواهرخواندگی شهرها عمدتاً بر مبنای روابط تاریخی و فرهنگی صورت می‌گرفت، اما امروزه عواملی مانند رشد صنعت گردشگری، توسعه همکاری‌های علمی و دانشگاهی و افزایش نیاز به مدیریت شهری پایدار، نقش مهم‌تری در شکل‌گیری این روابط دارند (Acuto & Rayner, 2016)؛ ازسوی دیگر، شهرهای نوظهوری همچون دبی، سنگاپور و بنگلور نیز با تعریف کارکردهای جدید در تلاش‌اند تا جایگاه خود را در شبکه جهانی شهرها تقویت کنند. در ایران نیز شهرهایی مانند تهران، مشهد، اصفهان و شیراز، با عقد تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی به‌دنبال ارتقای

جایگاه خود در عرصه دیپلماسی شهری هستند (Shahabi, 2020). با توجه به روندهای اخیر در عرصه دیپلماسی شهری و افزایش نقش شهرها در سیاست بین‌الملل، بررسی چهارچوب مفهومی دیپلماسی فرهنگی شهری از اهمیت بالایی برخوردار است. خواهرخواندگی شهرها به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم این نوع دیپلماسی می‌تواند در توسعه تعاملات فرهنگی و اقتصادی نقش بسزایی ایفا کند. این مقاله تلاش دارد با ارائه چهارچوبی مفهومی برای دیپلماسی فرهنگی شهری، نقش این پدیده را در روابط بین‌الملل تبیین کند و زمینه‌ای را برای تحقیقات آتی در این حوزه فراهم آورد.

۱. مبانی نظری؛ تعاریف مفهومی

دیپلماسی شهری یکی از حوزه‌های نوظهور در دیپلماسی فرهنگی و ارتباطات میان‌فرهنگی است و در جایگاه ابزاری برای توسعه روابط بین‌المللی در سطح شهرها مورد توجه قرار گرفته است (افضلی و کلانی، ۱۴۰۲). این نوع دیپلماسی بر کارکردهای شهری همچون تجارت، اقتصاد، سیاست و فرهنگ تأکید دارد و نقش مهمی در ایجاد همکاری‌های پایدار بین شهرهای مختلف ایفا می‌کند (احمدی‌پور، قورچی و قادری حاجت، ۱۳۹۱).

یکی از ابزارهای مهم در این حوزه، برنامه‌های خواهرخواندگی شهرهاست که به‌مثابه بستری برای حفظ، تقویت و گسترش ارتباطات میان‌فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی عمل می‌کنند (خواهرخواندگی شهرها، بدون تاریخ). این روابط میان‌شهری، فرصت‌هایی را برای تبادل فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بین شهرها فراهم می‌کند که به‌طور مستقیم در افزایش تعاملات بین‌المللی و کاهش تنش‌های دیپلماتیک مؤثر است (افضلی و کلانی، ۱۴۰۲)؛ ازاین‌رو، دیپلماسی شهری نه‌تنها در جهت تأمین منافع ملی و تحقق اهداف کلان سیاست‌های منطقه‌ای و جهانی مورد استفاده قرار می‌گیرد، بلکه در قالب راهکاری برای افزایش ضریب امنیت و صلح بین‌المللی نیز کاربرد دارد (احمدی‌پور و همکاران، ۱۳۹۱).

ازآنجاکه چهارچوب نظری و مفهومی ستون فقرات هر پژوهشی به شمار می‌آید، بررسی نظریه‌های مرتبط با دیپلماسی شهری، ارتباطات میان‌فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی، نقش مهمی

در درک ماهیت این پدیده ایفا می‌کنند (Cumming, 2003). با تحلیل این چهارچوب‌های نظری می‌توان مسائل کلیدی دیپلماسی شهری را شناسایی، ظرفیت‌ها و چالش‌های آن را تجزیه و تحلیل و در نهایت راهکارهایی برای بهبود و توسعه آن ارائه کرد (افضلی و کلانی، ۱۴۰۲). در این راستا، ارتباط میان دیپلماسی شهری و حوزه‌هایی مانند جغرافیای فرهنگی و برنامه‌های خواهرخواندگی، به عنوان عوامل تسهیل‌کننده در سیاست‌های فرهنگی و بین‌المللی، حائز اهمیت است (احمدی پور و همکاران، ۱۳۹۱).

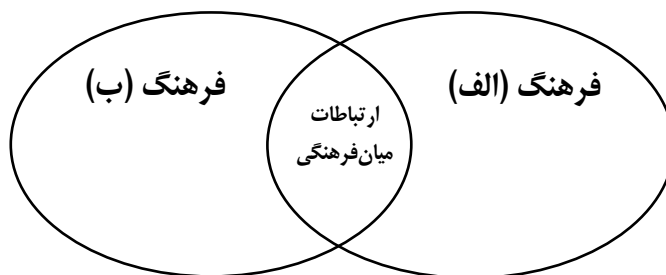
۱-۱. ارتباطات میان فرهنگی

ارتباطات میان فرهنگی به مطالعه تعاملات بین افراد از فرهنگ‌ها و گروه‌های اجتماعی مختلف می‌پردازد و بررسی می‌کند که چگونه فرهنگ بر فرایندهای ارتباطی تأثیر می‌گذارد (نصیری، ۱۴۰۱). این حوزه به توصیف طیف وسیعی از فرایندهای ارتباطی و مسائلی می‌پردازد که به طور طبیعی در سازمان‌ها یا بافت‌های اجتماعی متشکل از افراد با پیشینه‌های مذهبی، اجتماعی، قومی و تربیتی گوناگون بروز پیدا می‌کند. در این مفهوم، این رشته در پی درک آن است که مردم متعلق به کشورها و فرهنگ‌های گوناگون چگونه عمل می‌کنند، با یکدیگر ارتباط می‌گیرند و جهان اطراف خود را درک می‌کنند. بسیاری از افراد دخیل در امر ارتباطات میان فرهنگی استدلال می‌کنند که فرهنگ تعیین‌کننده این امر است که افراد چگونه پیام‌های خود را رمزگذاری می‌کنند، چه رسانه‌ای را برای ارسال آن‌ها انتخاب می‌کنند و چگونه به تفسیر پیام‌ها می‌پردازند.

کلاپف و پارک خاطرنشان می‌کنند: «یک نفر پیامی را بر اساس پیشینه فرهنگی‌اش رمزگذاری می‌کند؛ دیگری آن را از چهارچوب فرهنگی خودش رمزگشایی می‌کند» (کلاپف، ۱۹۹۸). وی ارتباطات میان فرهنگی را به این شکل تعریف می‌کند: «بین افراد با فرهنگ‌های مختلف، زمانی ارتباط اتفاق می‌افتد که یک نفر (یا افراد) از یک فرهنگ با فرد دیگری (یا افراد) از فرهنگی دیگر گفت‌وگو کنند» (ریچموند و مک‌کروسکی، ۱۳۸۷: ۵۱۸-۵۱۷).

بنابراین، در ارتباطات میان فرهنگی، اولاً مردم دارای فرهنگ متفاوتی از یکدیگرند و ثانیاً

ارتباطات از طریق فرهنگ و ویژگی‌های فرهنگی رخ می‌دهد؛ بااین‌حال، تفاوت‌های فرهنگی به‌تنهایی برای تعریف ارتباطات میان‌فرهنگی کافی نیستند. معمولاً در این نوع ارتباطات، افراد از دو ملت - دولت^۱ متفاوت هستند؛ زیرا در یک کشور نیز ممکن است تفاوت‌های فرهنگی وجود داشته باشد، اما این تعاملات ارتباطات میان‌فرهنگی شناخته نمی‌شوند. برای مثال، در یک کشور چندفرهنگی ممکن است تعاملات بین گروه‌های فرهنگی مختلف رخ دهد، اما این تعاملات در چهارچوب ارتباطات درون‌فرهنگی قرار می‌گیرند؛ بنابراین، برای اینکه ارتباطات میان‌فرهنگی محسوب شود، نیاز است تعامل میان افرادی از فرهنگ‌ها و ملیت‌های متفاوت باشد. در ادامه به جایگاه ارتباطات میان‌فرهنگی اشاره شده است.



شکل شماره ۱. جایگاه ارتباطات میان‌فرهنگی

ارتباطات میان‌فرهنگی به دلیل عوامل دخیل در شکل‌گیری‌شان، یعنی «مردم» و «فرهنگ» می‌توانند در دیپلماسی فرهنگی شهری مورد توجه قرار گیرند. همچنین به‌واسطه حضور فرهنگ‌ها از مناطق (نواحی) مختلف فرهنگی، مفهوم بسیار بااهمیتی در این نوع دیپلماسی است. مطالعه و تحلیل مفهوم «شهروندی میان‌فرهنگی»^۲ نشان می‌دهد یکی از محورهای اساسی آن، پذیرش تفاوت‌های فرهنگی و پرهیز از برتری‌جویی یک فرهنگ بر دیگری است. این مفهوم به ایجاد پیوندهای میان‌فرهنگی و تعاملات بین‌فرهنگی میان جوامع مختلف تأکید دارد. در این راستا، تلاش برای تقویت درک متقابل و کاهش شکاف‌های فرهنگی، به‌عنوان یکی از رویکردهای اساسی در گفتمان میان‌فرهنگی مطرح شده است. چنین نگرشی، بستری را

1. Nation-state
2. Intercultural Citizenship

برای ایجاد ارتباطات پایدار و تقویت هم‌زیستی مسالمت‌آمیز میان جوامع مختلف فراهم می‌کند. درواقع شهروندی میان‌فرهنگی برای پشت سر گذاشتن و عبور از الگوی شهروندی مدرن که در صدد مرزکشی‌های عبورناپذیر میان مردم بود، ابداع و مطرح شد و به تکثر و تنوع فرهنگی در جهان خوشامد گفت. در شهر استانبول، استعاره «پل» کاربرد وسیعی می‌یابد. گفتمان‌های «پل بین آسیا و اروپا»، «پل بین فرهنگ اروپایی و فرهنگ آسیایی»، «پل اسلام و غرب»، «پل بین تمدن‌ها»، «استانبول؛ پایتخت گفت‌وگوی تمدن‌ها»، آن‌قدر گسترده به کار می‌روند که ترک‌ها ترجیح می‌دهند به جای «پل شدن»، «مرکز تلاقی تمدن‌ها» معرفی شوند. پل فی‌نفسه چیزی نیست و فقط حکم انتقال چیزی را از جایی به جای دیگر دارد، اما باید به جای استعاره مکانی «پل» آن را به شکل «پل بین زمان‌ها» درک کرد (صدیقی، ۱۳۸۵: ۱۰۶)؛ بنابراین، ادراک مکانی و برداشت و تصویری که از «پل» و مانند آن به وجود می‌آید، شهروندی میان‌فرهنگی را در این سو و آن‌سوی پل رقم می‌زند. در اینجا عناصر مکان، زمان و مردم به‌عنوان شهروندان در ارتباطات میان‌فرهنگی مهم تلقی شوند.

۱-۲. دیپلماسی فرهنگی

اگر دیپلماسی به معنای عملکردها و فعالیت‌های دیپلماتیک با هدف تأمین منافع ملی کشورها در عرصه بین‌المللی در نظر گرفته شود، دیپلماسی فرهنگی شامل تعاملات و ارتباطات فرهنگی هر کشور است که توسط سفیران، نمایندگان و رایزنان فرهنگی با روش‌ها و قابلیت‌های فرهنگ و عناصر فرهنگی به کار گرفته می‌شوند. دیپلماسی درواقع فن مدیریت تعامل با جهان خارج، از سوی نهادها، سازمان‌ها و دولت‌هاست و قطعاً ابزارها و سازوکارهای متعددی را می‌توان برای اعمال این مدیریت به کار گرفت. «ملاحظات سیاسی، اقتصادی و امنیتی سه حوزه سنتی و کلاسیک در عرصه دیپلماسی بین‌المللی است که سیاست خارجی کشورها در آن اعمال می‌شود؛ اما در دهه‌های اخیر فرهنگ و مؤلفه‌های فرهنگی رکن چهارم سیاست خارجی را تشکیل می‌دهند و به‌جرت می‌توان گفت لایه زیرین سه عنصر دیگر نیز است» (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹: ۱۰۹-۱۰۸).

در تعریف میلتون کامینگز، دیپلماسی فرهنگی به معنای «مبادله ایده‌ها، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه‌های فرهنگی میان ملت‌ها و مردم آن‌ها به منظور تقویت تفاهم متقابل» است (Cumming, 2003: 1). در عالم سیاست و روابط بین‌الملل، دیپلماسی فرهنگی را مجموعه قواعد، ضوابط، شیوه‌ها و اصولی می‌دانند که با کمک ابزارها و روش‌های فرهنگی نسبت به انتقال پیام‌های ملی فرهنگی اقدام می‌کند و منافع ملی را به تحقق نزدیک می‌سازد (احمدی، ۱۳۹۷: ۱۶)؛ بنابراین، در دیپلماسی فرهنگی ارتباطات بین‌المللی کشورها با توسل به فرهنگ (عینی، ذهنی و اجتماعی) انجام می‌پذیرد و از طریق تعاملات بین کشورها، ویژگی‌های فرهنگی ملت‌ها شناخته می‌شود و تعاملات مبتنی بر فرهنگ و عناصر فرهنگی آن‌ها در جهت تفاهم و تعارف متقابل رخ می‌دهد.

قربانی گلشن‌آباد و محمدی (۱۳۹۶)، معتقدند دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران دارای چهار مؤلفه اساسی است: ۱) مؤلفه‌های ارزشی بینشی؛ ۲) مؤلفه‌های روشی برنامه‌ای؛ ۳) مؤلفه‌های نهادی سازمانی؛ ۴) مؤلفه‌های کنشگری کارگزاری (قربانی گلشن‌آباد و محمدی، ۱۳۹۶: ۲۹).

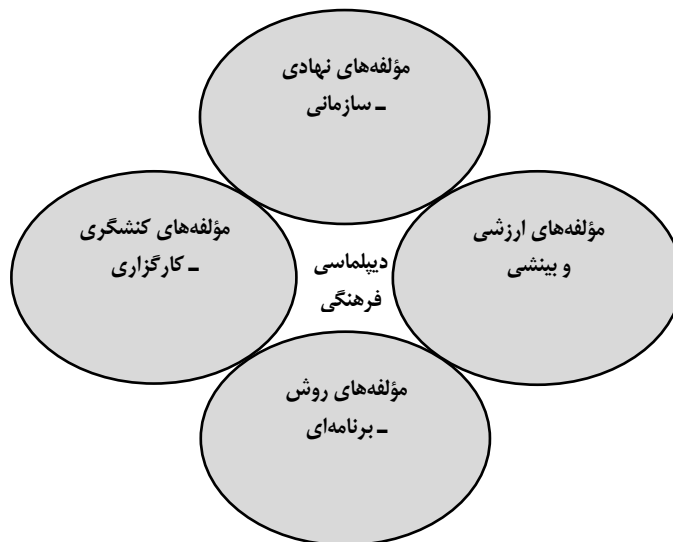
۱. مؤلفه‌های ارزشی و بینشی: مؤلفه‌هایی که برآمده از مکتب اسلام و معارف اسلامی است و دیپلماسی فرهنگی بر اساس این مؤلفه‌ها انجام می‌گیرد. برخی از این مؤلفه‌ها عبارت‌اند از: تبلیغ فرهنگ غنی اسلامی و شیعی، همگرایی و وحدت جهان اسلام، تبلیغ و ترویج فرهنگ عاشورا، تبلیغ و ترویج زبان فارسی، مبارزه با استکبار و حمایت از مقاومت و غیره (قربانی گلشن‌آباد و محمدی، ۱۳۹۶: ۲۹).

۲. مؤلفه‌های روشی - برنامه‌ای: این مؤلفه بیانگر این است که در دیپلماسی فرهنگی چگونه و با چه روشی و سازوکاری می‌توان به اهداف تعیین‌شده دست یافت؛ از این‌رو برای گسترش ارزش‌های فرهنگی نظام اسلامی به سراسر جهان نیازمند ابزارهای فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی مناسب فعال هستیم. روش‌هایی را که از جنس فرهنگ و قابلیت‌های فرهنگی در خدمت دیپلماسی فرهنگی هستند می‌توان در چهارچوب زیر دسته‌بندی کرد: دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی علمی و آموزشی، دیپلماسی هنری، دیپلماسی ورزشی، دیپلماسی

گردشگری، دیپلماسی مذهبی و دیپلماسی زبانی (بذرکار و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۹).

۳. مؤلفه‌های نهادی - سازمانی: برخی از مهم‌ترین نهادها و سازمان‌هایی را که می‌توان از ظرفیت‌های آن‌ها در دیپلماسی فرهنگی استفاده کرد، شامل این موارد هستند: ظرفیت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به‌عنوان اصلی‌ترین متولی دیپلماسی فرهنگی؛ مجمع جهانی اهل بیت (علیهم‌السلام)؛ استفاده از ظرفیت مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی؛ استفاده از ظرفیت سازمان صداوسیما به‌عنوان مهم‌ترین سازمان متولی دیپلماسی رسانه‌ای؛ استفاده از ظرفیت شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌عنوان قرارگاه فرماندهی فعالیت‌های فرهنگی؛ استفاده از ظرفیت سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری؛ استفاده از ظرفیت بنیاد سعدی؛ استفاده از ظرفیت سایر وزارتخانه‌ها، نهادها و سازمان‌های مرتبط (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت ورزش و جوانان، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، سازمان تبلیغات اسلامی، شورای عالی ایرانیان خارج از کشور و...)؛ استفاده از ظرفیت وزارت امور خارجه به‌عنوان مهم‌ترین و اصلی‌ترین نهاد متولی دیپلماسی؛ استفاده از مراکز و نمایندگی‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سایر کشورها؛ استفاده از ظرفیت نهادها و سازمان‌های بین‌المللی (یونسکو، آیسسکو، و...)؛ استفاده از ظرفیت سازمان‌های مردم‌نهاد بین‌المللی (هلال‌احمر، کمیته امداد، انجمن‌های دوستی و...).

۴. مؤلفه‌های کنشگری کارگزاری: زبان دیپلماسی فرهنگی مبتنی بر اقناع است و مخاطبان آن نیز گروه‌های مختلف انسانی در سراسر جهان هستند؛ لذا کارگزاران این مهم باید کسانی باشند که ضمن برخورداری از دانش کافی و مبسوط در مورد زوایای فرهنگ و تمدن کشور خود، به زبان و فرهنگ مخاطبان و همچنین فنون و مهارت‌های دیپلماسی مبتنی بر احترام متقابل و افزون بر آن‌ها ابزارهای نوین برقراری روابط انسانی کاملاً آشنا و مسلط باشند. دیپلماسی فرهنگی کارآمد مستلزم و نیازمند کارگزاران فرهنگی حرفه‌ای است که آموزش تخصصی دیده باشند و فرهنگ ایران و باور و جامعه مقصد را به‌خوبی بشناسند و به ماهیت و اهمیت قدرت نرم فرهنگی جمهوری اسلامی ایران باور داشته و مؤمن و متعهد باشند (بذرکار و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۶).



شکل شماره ۲. دیپلماسی فرهنگی و مؤلفه‌های اثرگذار بر آن (قربانی گلشن آباد و محمدی، ۱۳۹۶: ۲۹)

۳-۱. دیپلماسی شهری

دیپلماسی شهری با ورود شهرها به عرصه تعاملات بین‌المللی و منطقه‌ای شکل می‌گیرد و در جهت تأمین منافع ملی هر کشوری نقش‌آفرینی می‌کند. توسعه و گسترش شهرنشینی و شهرگرایی در قرن حاضر، این نوع از دیپلماسی را در مناسبات بین کشورها تثبیت کرده است. در این میان، کلان‌شهرها به دلیل دارا بودن امکانات، اقتصاد توانمند و جمعیت متمرکز و متراکم در این زمینه پیشتاز و مؤثرند. برای مثال شهرها با ارتقای جایگاه اقتصادی، سیاسی، فناوری، فرهنگی و زیرساختی خود، از توان، نفوذ و اعتبار کافی برای اجرای فعالیت‌های دیپلماتیک برخوردار می‌شوند و در راستای فعالیت‌هایشان شکل نوینی از دیپلماسی را نمایان می‌سازند که از آن با عنوان دیپلماسی شهری یاد می‌شود (زرقانی، رنجکش، و اسکندران، ۱۳۹۳: ۱۶۵). بی‌شک شهرها در دهه‌های اخیر نقش بین‌المللی خود را افزایش داده‌اند و بسته به رابطه‌شان با دولت مرکزی، این ممکن است به دیپلماسی دولتی کمک کند یا آن را به چالش بکشد. نخستین مطالعات معاصر در مورد بین‌المللی‌سازی دولت‌های محلی از اوایل دهه ۹۰ میلادی آغاز شد و از نظریه‌های پارادیپلماسی یا چندلایه استفاده کرد. طبق پارادیپلماسی، شهرها

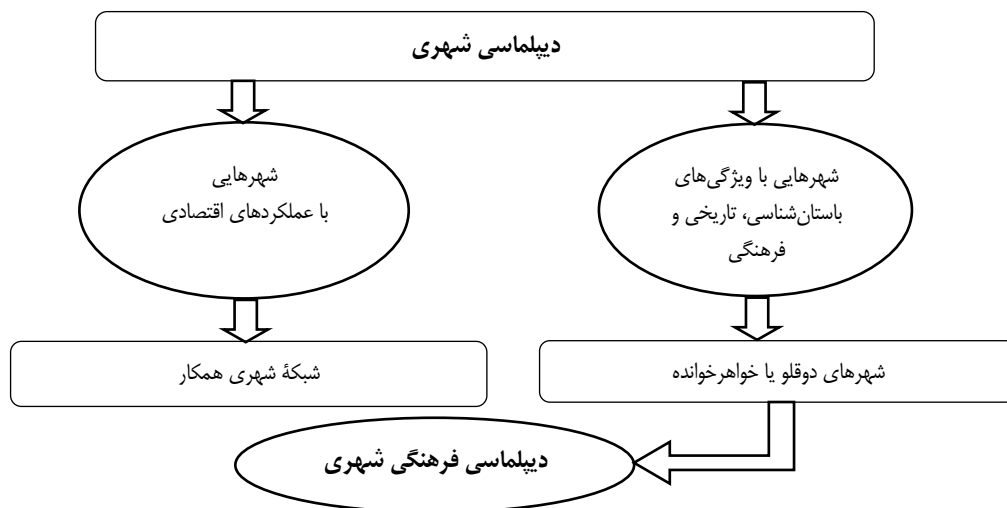
دیپلماسی را موازی با دولت‌ها دنبال می‌کنند که ممکن است با سیاست خارجی ملی در تضاد باشد. دیپلماسی چندلایه، شهرها و دولت‌های مرکزی را کنار هم در شبکه‌ای متشکل از ابعاد داخلی و بین‌المللی در سطوح مختلف برای حکمرانی مسائل جهانی در نظر می‌گیرد. معمولاً هرچه دیپلماسی شهری بیشتر با دیپلماسی دولتی همسو باشد، دومی قوی‌تر است. برای مثال، هنگامی که ایالات متحده در سال ۲۰۱۷ از توافق‌نامه آب‌وهوایی پاریس خارج شد، حدود ۵۰۰ شهردار امریکایی تعهدات زیست‌محیطی را حفظ کردند. در چنین مواردی، شهرها در گفت‌وگوی جهانی شرکت می‌کنند و ممکن است همچون تهدیدی برای دیپلماسی دولتی ظاهر شوند. از سوی دیگر، چین به‌عنوان نمونه‌ای از چگونگی گسترش نفوذ بین‌المللی شهرها در حالی که سیاست‌های ملی را پیش می‌برد، مطرح می‌شود (Santos, 2021: 158).

دیپلماسی شهری مبتنی بر رفع کمبودهای دیپلماسی سنتی برای دستیابی به اهداف سیاست خارجی و منافع بازیگران دولتی و غیردولتی در عرصه بین‌الملل از نظر افزایش تعامل و اقتصاد جهانی چندوجهی است و با توجه به پتانسیل شهروندی، دیپلماسی شهری اساس بخش‌هایی از مدیریت شهری پیشرفته و دموکراتیک خواهد بود که یکی از مهم‌ترین ابزارهای مدیریت شهری در کلان‌شهرها برای ورود به حوزه‌های فراملی به شمار می‌آید. این شکل از دیپلماسی که شهرهای جهان در آن شرکت می‌کنند، استفاده از ظرفیت کلان‌شهرهای جهان برای توسعه سیاست بین‌المللی بین‌شهری به جای سیاست‌های بین‌دولتی در قالب سیاست شهری باوجود پتانسیل شهروندی است. دیپلماسی شهری انواع مختلفی به خود گرفته است که عبارت‌اند از:

الف) شهرک‌های دوقلو یا خواهرشهرها: تفاهم‌نامه‌هایی بین برخی شهرها امضا می‌شود تا شهرهایی که از جهاتی چون ویژگی‌های باستان‌شناسی، تاریخی و فرهنگی دارای وجوه تشابه هستند، از ظرفیت یکدیگر برای پیشبرد اهداف علمی، اقتصادی و غیره استفاده کنند. اهداف خواهرشهرها بدون در نظر گرفتن توافق‌نامه‌های رسمی میان دولت‌ها، توسط شهرداران و مدیران محلی که ارتباط نزدیکی با شهروندان دارند، منجر به رشد و توسعه اقتصادی شهرها می‌شود.

ب) شبکه شهری همکار: از نظر منطقه‌ای شهرها می‌توانند نظام‌های شهری عملکردی‌ای را

تشکیل دهند که سعی در ایجاد همکاری برای افزایش برتری رقابتی کل منطقه در اقتصاد جهانی دارند. رابطه بین شهرهای سنگاپور، اندونزی و مالزی بارزترین نمونه چنین دستگاه‌های فعال شهری است (قورچی و راستاد بروجنی، ۱۴۰۰: ۱۳۷-۱۳۶).



شکل شماره ۳. دیپلماسی شهری (امیری، خلیلی و مفیدی شمیرانی، ۱۴۰۱)

۲. دیپلماسی فرهنگی شهری

یکی از رویکردهای مطرح در تدوین اهداف و راهبردهای دیپلماسی عمومی، نظریه شهر جهانی است. در این نظریه، شناخت شهرهایی که بیشترین پیوند را با جهانی شدن دارند و همچنین معیارهای تعیین سطح این پیوستگی، از اهمیت کانونی برخوردار است. شهر جهانی عبارت است از: «شهری که در سطح جهانی در یک حوزه خاص دارای اعتبار و اهمیت باشد. این اعتبار می‌تواند در یکی از حوزه‌های تأثیرگذار بر تعاملات بین‌المللی از جمله اقتصاد، فرهنگ، سیاست و نظایر آن باشد» (مکبری، ۱۳۹۴: ۶۱). شاخص‌های مختلفی در رتبه‌بندی بین‌المللی شهرها وجود دارد که در میان آن‌ها دو شاخص قدرت شهرهای جهانی و رقابت‌پذیری جهانی شهرها به دلیل زیرشاخص‌های فرهنگی و اجتماعی می‌تواند در دیپلماسی فرهنگی شهری مورد استفاده قرار گیرد (مکبری، ۱۳۹۴: ۶۱).

۲-۱. شاخص قدرت شهرهای جهانی

این رتبه‌بندی جامع توسط مؤسسه ژاپنی «استراتژی‌های شهری بنیاد یادبود موری» در سال ۲۰۱۲ معرفی شده است. این رتبه‌بندی آسیایی با بررسی ۳۵ شهر جهان بر اساس هفتاد شاخص در شش حوزه کارکردی بیانگر قوت شهرها صورت پذیرفته است. شش حوزه کارکردی این رتبه‌بندی عبارت‌اند از: اقتصاد، تحقیق و توسعه، تعاملات فرهنگی، زیست‌پذیری، محیط زیست، و قابلیت دسترسی.

در حوزه تعاملات فرهنگی^۱ می‌توان به چند زیرشاخص برای سنجش قدرت‌های جهانی اشاره کرد: پتانسیل و توانایی ایجاد روند؛^۲ منابع فرهنگی؛^۳ تسهیلات برای بازدیدکنندگان؛^۴ جذابیت‌ها برای بازدیدکنندگان؛^۵ حجم و میزان تعاملات^۶ (مکبری، ۱۳۹۴: ۶۱).

۲-۲. شاخص رقابت‌پذیری جهانی شهرها

رقابت‌پذیری، موضوع محوری و مهمی است که از آن همچون ابزاری برای رسیدن به رشد مطلوب اقتصادی و توسعه پایدار یاد می‌شود. ارزیابی جایگاه و شناخت عوامل رقابت‌پذیری اقتصادی کلان‌شهرها، ضمن آشکارسازی توان‌ها، نیازها و محدودیت‌های اقتصادی، برنامه‌ریزی برای رقابت‌پذیری کلان‌شهرها را در آینده آسان می‌کند. از نظر سازمان توسعه و همکاری اقتصادی، رقابت‌پذیری معیاری برای ارزیابی وضعیت اقتصادی کشورهاست که درآمد شهروندان را افزایش و نیز خدمات و محصولات را ارائه می‌دهد که آزمون بازارهای بین‌المللی را گذرانده باشد. رقابت‌پذیری اقتصادی شهرها باید به اهداف و کیفیات ملموسی منجر شود که عبارت‌اند از: ارتقای شاخص رقابت‌پذیری شهری، بهبود محیط اقتصادی شهری، هماهنگ‌کردن و تعامل مثبت اقتصادی با جریان جهانی مبتنی بر مجموعه‌ای از رویکردهای نظری پشتیبان به منظور بهبود شاخص رقابت‌پذیری شهری (مولائی، ۱۳۹۸: ۱۱۴).

1. Cultural Intranction
2. Trendsetting Potential
3. Cultural Resouces
4. Facilities for visitors
5. Attractiveness to visitors
6. Volume of Interaction

این شاخص توسط واحد اطلاعات اکونومیست با حمایت مؤسسه و گروه تجاری ارائه شده است. رتبه‌بندی شاخص رقابت‌پذیری، ۱۲۰ شهر جهان را بر اساس ۳۱ شاخص و در هشت حوزه مورد ارزیابی و رتبه‌بندی قرار می‌دهد: قوت اقتصادی؛ سرمایه فیزیکی؛ بلوغ مالی؛ اثربخشی نهادی؛ شخصیت فرهنگی - اجتماعی؛ سرمایه انسانی؛ مخاطرات طبیعی و محیطی؛ و جذابیت جهانی (مکبری، ۱۶۳: ۱۳۹۴).

رقابت‌پذیری شهری، توانایی یک شهر در تولید و ایجاد بازار برای تولیدات (کالاها و خدمات) با ارزش مناسب (نه الزاماً با کمترین قیمت) در رقابت با تولیدات رقابتی سایر مناطق شهری است. رقابت‌پذیری شهری به ویژگی‌های اقتصاد شهری گفته می‌شود که ضمن تولید خدمات و محصولات باارزش برای شهروندان خود، از اقتصاد مبتنی بر صادرات پشتیبانی می‌کند و کیفیت و استانداردهای زندگی شهروندان را افزایش می‌دهد.

سیمون آنهولت^۱ (۲۰۰۷) در کتاب «هویت رقابتی»، مبانی هویتی و ابعاد فرهنگی، اجتماعی، ورزشی و رویدادهای شهری و محیطی را در رقابت‌پذیری شهری و منطقه‌ای ارائه کرده است. وی در این کتاب بر مشارکت مردم، گردشگری شهری و منطقه‌ای و وجهه شهر و منطقه در تصویر ذهنی مردم تأکید دارد (مولائی، ۱۳۹۸: ۱۱۴).

سیمون آنهولت طی تحقیقاتی، ابعاد و شاخص‌هایی برای هویت رقابتی مطرح کرده است که عبارت‌اند از: گردشگری، برندها، مردم، سیاست‌ها، فرهنگ و سرمایه‌گذاری. وی همچنین برای برند شهری ابعاد شش‌گانه‌ای را مطرح می‌کند:

۱. حضور: درباره جایگاه شهر در عرصه جهانی و میزان اثرگذاری آن بر حوزه‌های فرهنگی، علمی، اقتصادی و سایر رویدادهای جهانی؛

۲. مکان: پرسش از مردم درباره زیبایی شهر، آسایش و راحتی؛

۳. قابلیت‌ها: شامل فرصت‌های آموزشی و دانشگاهی، کسب‌وکار و مهاجرت و غیره؛

۴. مردم شهر: آنان که شهر را می‌سازند و ویژگی‌هایی هویتی در حوزه زبان، فرهنگ و

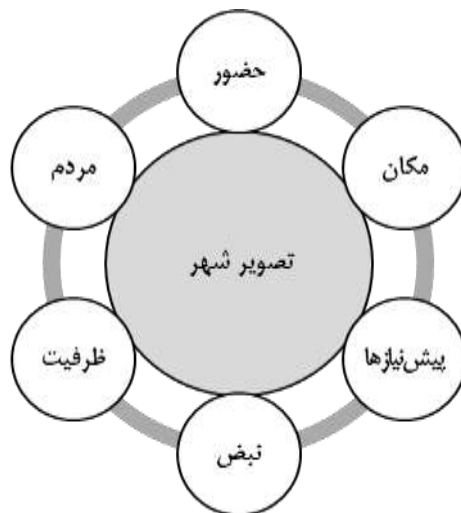
اجتماعات منسجم و گوناگون دارند. از مردم درباره رابطه گرم و صمیمی یا سرد و خشن با مسافران و گردشگران و نیز کیفیت میزبانی از آنها پرسیده می‌شود؛

۵. پیش‌نیازها: در این بخش از مردم درباره چگونگی درک کیفیت‌های بنیادی شهر و نیز رضایت آنها از مسکن مطلوب و مقرون‌به‌صرفه و دیدگاهشان درباره استانداردهای عمومی و امکانات رفاهی مانند مدارس، بیمارستان‌ها، حمل‌ونقل عمومی، امکانات ورزشی و غیره پرسیده می‌شود؛

۶. نبض‌ها: جذابیت یک سبک زندگی شهری، بخش مهمی از تصویر هر شهر است. در این بخش پرسیده می‌شود مردم شهر را چگونه تصور می‌کنند، یا چگونه درباره یافتن چیزهای جالب فکر می‌کنند و برای این امر، هر دو گروه گردشگران و ساکنان بررسی می‌شوند (مولائی، ۱۳۹۸: ۱۱۶).

جدول شماره ۱. ابعاد شش‌گانه برند شهری آنهولت (به نقل از مکبری، ۱۳۹۴: ۹۴)

ردیف	ابعاد برند شهری	توضیحات
۱	حضور	بر مبنای جایگاه و موقعیت بین‌المللی شهر و میزان شناخت مردم جهان از شهر و سهم شهر در فرهنگ، علم و حاکمیت جهانی
۲	مکان	بر مبنای ادراکات مردم در مورد جنبه‌های فیزیکی یک شهر به‌طور مثال آب‌وهوای دلپذیر، تمیزی محیط و میزان جذابیت پارک‌ها، ساختمان‌ها، معماری نمادها و غیره
۳	مردم	خونگرمی، مهمان‌نوازی و خوشامدگویی شهروندان، انطباق با فرهنگ و زبان مردم و احساس امنیت (الگوهای رفتاری و فرهنگ شهروندی)
۴	نبض	اندازه‌گیری ادراکات مردم درباره وجود امکانات جالب برای پر کردن اوقات فراغت و میزان هیجان‌آمیز بودن شهر از نظر امکان کشف و تجربه چیزهای جدید
۵	ظرفیت	اندازه‌گیری ادراکات مردم درباره فرصت‌های اقتصادی و تحصیلی آن منطقه
۶	پیش‌نیازها	تعیین ادراکات مردم از کیفیت‌ها و ویژگی‌های اولیه یک شهر از جمله رضایتمندی، از عهده برآمدن و مناسب بودن استانداردهای رفاه عمومی مانند مدارس، بیمارستان‌ها، سیستم حمل‌ونقل و امکانات ورزشی



شکل شماره ۴. ابعاد شش‌گانه برند شهری (آنهولت (۲۰۰۷)، به نقل از مولائی، ۱۳۹۸: ۱۱۶)

درک تحولات فرهنگی و تمدنی شهرها مستلزم مطالعه پیوندهای آنها با بستر جغرافیایی و تأثیرات متقابل محیط و فرهنگ در طول تاریخ است. جغرافیای فرهنگی به‌عنوان یکی از شاخه‌های مطالعات میان‌رشته‌ای، به بررسی چگونگی شکل‌گیری، گسترش و تأثیرگذاری عناصر فرهنگی در مکان‌ها و جوامع مختلف می‌پردازد. این حوزه علمی با تلفیق مفاهیم مکان، زمان، فرهنگ و انسان، شناخت جامعی از پویایی‌های فرهنگی در فضاهای جغرافیایی ارائه می‌دهد.

در این راستا، نظریه‌های مربوط به دایره‌های فرهنگی و مراکز اشاعه فرهنگی که در مکاتب مختلف جغرافیایی مطرح شده‌اند، نشان می‌دهند که چگونه فرهنگ‌ها از نقاط قانونی خود گسترش یافته و در برابر موانع طبیعی، سیاسی و اجتماعی مقاومت یا پذیرش می‌یابند. این تعاملات نقش کلیدی در شکل‌گیری هویت‌های فرهنگی و توسعه مناسبات بین‌اجتماعی و بین‌فرهنگی ایفا می‌کنند. از این منظر، شهرها به‌عنوان کانون‌های تمدنی، بستری برای مطالعه دیپلماسی فرهنگی و نقش آن در توسعه روابط بین‌المللی فراهم می‌آورند. بررسی این مقوله از منظر جغرافیای فرهنگی، به فهم گستره نفوذ فرهنگی و چگونگی تأثیرگذاری آن بر تعاملات بین ملت‌ها و دولت‌ها کمک می‌کند.

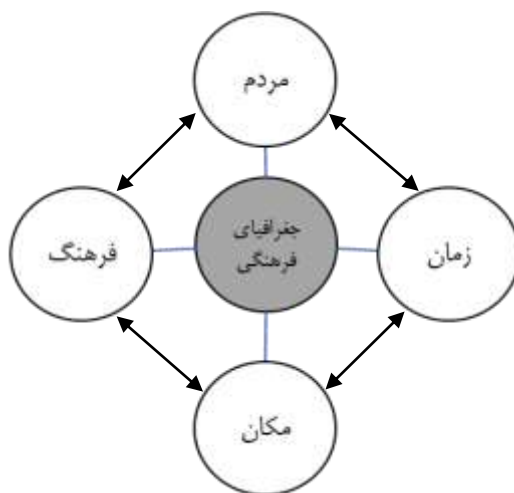
۳. جغرافیای فرهنگی

شهرها از مظاهر فرهنگ و تمدن هستند که در بستر جغرافیایی و در پیوند با فرهنگ و مدنیت طی دوران تاریخی تغییر و تحولات داشته‌اند. این رابطه در چهارچوب جغرافیای فرهنگی قابل مطالعه است. دو مفهوم دایره فرهنگی یا تمدنی و حوزه زمانی که از دستاوردهای نظری مکتب اشاعه‌گرایی وین بوده‌اند، بارها در مباحثات اندیشمندان اشاعه‌گرا به کار رفته‌اند. «دایره فرهنگی» پهنه‌ای جغرافیایی است که در آن، گروه زیادی از شباهت‌های فرهنگی در قالب اشیاء، نهادها، باورها، فنون و غیره مشاهده می‌شود، به‌صورتی که بتوان مرزهای این پهنه را با خارج از آن ترسیم کرد. به عبارتی می‌توان گفت دایره فرهنگی حوزه‌ای است که در آن یک گروه «پدیده فرهنگی» خاص مستقر است. در هر دایره فرهنگی علاوه بر وجود شباهت‌ها باید یک «کانون اشاعه» نیز مشخص کرد. کانون اشاعه به معنای نقطه‌ای است که زنجیره‌های پدیده‌های فرهنگی از آن در مسیرهای متفاوتی گسترش یافته و عمل اشاعه را به انجام می‌رسانند. کانون اشاعه لزوماً در مرکز دایره فرهنگی قرار ندارد؛ به عبارت دیگر اشاعه، هرچند از یک نقطه و در همه جهات آغاز می‌شود؛ اما میزان اشاعه در همه جهات، به یک اندازه نیست. در برخی از جهات ممکن است اشاعه به‌کندی انجام پذیرد یا با موانع مختلفی برخورد کند. این موانع می‌توانند شامل موانع طبیعی، جغرافیایی و فرهنگی نظیر وجود یک تمدن قدرتمند سیاسی مانند وجود دولت‌های ایدئولوژیک و مخالف با ورود فرهنگ دیگری به دایره خود یا مرزهای محافظت‌شده نظامی باشند. همچنین برعکس، ممکن است وجود عواملی سبب افزایش سرعت اشاعه و گسترش مسیرها شوند؛ مانند حمایت سیاسی، مبادلات اقتصادی، مهاجرت و غیره (حقیقی، ۱۳۸۸: ۳۴۶-۳۴۵).

تداوم حیات و اعتلای «دیپلماسی فرهنگی» بیشتر از آنکه به پیوستگی عناصر فرهنگی اشاعه‌یافته و ارتباط زنجیره‌های اجزای یک گروه پدیده فرهنگی مربوط باشد، به همکاری دوجانبه یا چندجانبه میان ملت‌هایی با فرهنگ‌های متباین وابسته است. دیپلماسی فرهنگی، یک خیابان دوطرفه است. هنگامی که به‌عنوان یک دیپلمات فرهنگی تلاش شود تا برداشت مناسبی از انگاره‌های ملی خود به مخاطبان خارجی ارائه شود، هرگز نباید هویت فرهنگی ملت مقابل را نفی

کرد که شامل روان‌شناسی، طرز فکر، روش زندگی، آداب و سنن و تاریخ آن‌ها می‌شود. موفقیت دیپلماسی فرهنگی در گرو گفت‌وگوی میان‌فرهنگی و احترام متقابل است (حقیقی، ۱۳۸۸: ۳۵۸).

بدین ترتیب، جغرافیای فرهنگی چهار عنصر مکان، زمان، فرهنگ و مردم را دربرمی‌گیرد. هریک از این مؤلفه‌ها در ارتباط با هم هستند و حوزه علمی مشخصی را خلق می‌کنند؛ برای مثال رابطه مکان با زمان بیانگر جغرافیای تاریخی است، یا رابطه فرهنگ و انسان می‌تواند انسان‌شناسی فرهنگی را نمایان سازد. شهر به مثابه مکانی جغرافیایی، زمینه مطالعاتی حوزه‌های جغرافیای تاریخی، انسان‌شناسی فرهنگی، جغرافیای فرهنگی، تاریخ فرهنگی و غیره است که شکل زیر بیانگر این پیوندها در مطالعات شهر و دیپلماسی شهری است. حوزه نفوذ و دایره تأثیر فرهنگ، جان و روح انسان‌هاست و همین امر گستردگی و درعین حال حساسیت این جغرافیا را عیان می‌کند. جغرافیای فرهنگی می‌تواند همه انسان‌های گذشته، حال و آینده را دربرگیرد و فراتر از عناصری مانند قومیت و نژاد، زبان و نظایر آن عمل کند. حوزه نفوذ و دایره تأثیرگذاری یک مرکز فرهنگی که آن را به عنوان جغرافیای فرهنگی می‌شناسیم به چند عامل بستگی دارد: میزان و تعداد فعالیت‌های انجام‌شده، نوع و ماهیت فعالیت‌ها، و میزان آگاهی مجریان و کارگزاران (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹: ۲۰۰-۱۹۹).



شکل شماره ۵. مؤلفه‌های جغرافیای فرهنگی

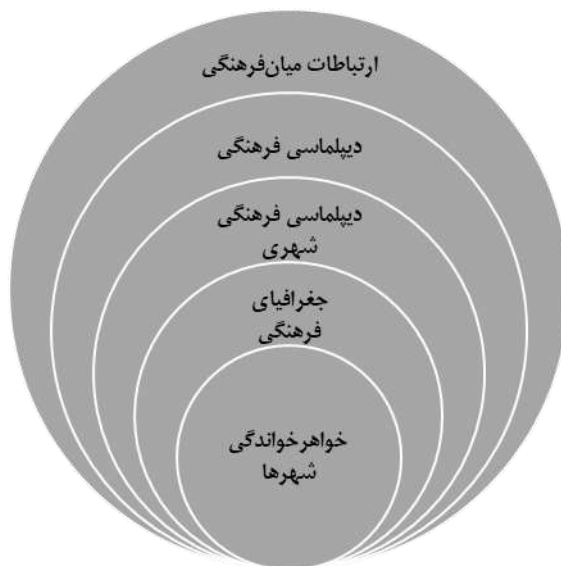
۱-۳. خواهرخواندگی شهری

با گسترش تعاملات فرهنگی و افزایش پیوندهای میان‌فرهنگی، شهرها به‌عنوان بازیگران مهم عرصه دیپلماسی بین‌المللی مطرح شده‌اند. این تحول ناشی از تغییرات ساختاری در نظام جهانی، رشد شهرنشینی و تأثیرگذاری روزافزون کلان‌شهرها در سیاست‌گذاری‌های منطقه‌ای و جهانی است. در این میان، مفهوم جغرافیای فرهنگی نقشی کلیدی در تبیین میزان نفوذ و تأثیرگذاری شهرها بر یکدیگر دارد. پیوندهای میان شهرها، به‌ویژه از طریق دیپلماسی شهری، زمینه‌ساز ارتباطات پایدار و سازنده میان جوامع مختلف می‌شود.

یکی از ابزارهای مهم در دیپلماسی شهری، خواهرخواندگی شهرهاست که همچون الگویی برای همکاری پایدار، تقویت روابط بین‌المللی و تبادل تجربه‌های فرهنگی و اقتصادی عمل می‌کند. این روابط فراتر از چهارچوب‌های سنتی دیپلماسی دولتی، بستری برای ایجاد تعاملات بین‌المللی از سطح محلی تا سطح کلان فراهم می‌سازند. برقراری پیمان‌های خواهرخواندگی، ضمن ارتقای همکاری‌های فرهنگی و اقتصادی، می‌تواند به ثبات و توسعه اجتماعی نیز منجر شود. در ادامه، به بررسی ابعاد مختلف این تعاملات و تأثیر آن‌ها بر سیاست‌گذاری شهری و مناسبات بین‌المللی پرداخته می‌شود. خواهرخواندگی شهرها برآیند دیپلماسی شهری و درواقع ابزاری برای پیگیری و تحقق سیاست‌های دیپلماتیک شهرهای ملی یا جهانی است. خواهرخواندگی پیمان همکاری بلندمدت و رسمی دو شهر است که برای ایجاد همبستگی و اتحاد بیشتر انسانی و فرهنگی بین شهرداران بسته می‌شود. یکی از جنبه‌های نوین دیپلماسی شهری، برقراری پیوندهای خواهرخواندگی میان شهرهاست. خواهرخواندگی تلاشی سازمان‌یافته و آگاهانه برای بهبود همکاری بلندمدت و مردمی در کشورهای خارجی با هدف کلی بهبود کیفیت زندگی مردم است. مبانی همکاری خواهرخواندگی شامل شباهت‌های اداری، ویژگی‌های اجتماعی - فرهنگی یا جغرافیایی و شباهت در مشکلاتی است که عموم مردم با آن مواجه‌اند (افضلی و کلائی، ۱۴۰۱: ۴۴۰).

بر اساس پژوهش افضلی و کلائی (۱۴۰۱)، میزان اهمیت مؤلفه‌های مؤثر در برقراری روابط خواهرخواندگی بین کلان‌شهرها عبارت‌اند از: سیاسی و امنیت پایدار؛ توسعه اجتماعی - فرهنگی؛

توسعه اقتصادی؛ و توسعه منابع انسانی (افضلی و کلائی: ۱۴۰۱، ۴۴۴)؛ بنابراین دیپلماسی شهری مجموعه‌ای از ابزارهای سیاست‌گذاری شهری و فرایندها، نهادها و ترتیبات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مدیریت شهری است که در قالب حکومت‌های محلی به کاهش و پایش کشمش‌ها همراه با صلح، تعامل و درآمد پایدار شهری برای شهروندان بومی و جهانی می‌انجامد. در کشورهای مختلف، سیاست‌ها و برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها دنبال می‌شود که ابزار یا شیوه‌ای برای دوستی بین‌المللی بین شهرهاست. در کشور چین این دوستی شهرها برای پیشبرد سیاست‌های اصلاحات بسیار مهم است و ابتکار ایجاد کمربند و جاده که در سال ۲۰۱۳ راه‌اندازی شد، به‌طور قابل توجهی بر همکاری بین‌المللی بین شهرها در امتداد مسیرهای دریایی و زمینی، با ترویج تبادلات فرهنگی، جریان‌های تجاری و ارتباطات تکیه دارد. حتی در طول مبارزه با بیماری کووید-۱۹، چین شهرها را در سیاست خارجی خود گنجانده بود. چه همسو با سیاست‌های خارجی ملی باشند یا غیرهمسو، شهرها اهمیت خود را در دیپلماسی معاصر افزایش می‌دهند. چالش‌برانگیز بودن این امر برای دیپلماسی دولتی به شیوه ادغام شهرها در سیاست‌های خارجی ملی بستگی دارد (Santos, 2021: 159).



شکل شماره ۶. درهم‌تنیدگی حوزه‌های مرتبط با دیپلماسی فرهنگی شهری (افضلی و کلائی، ۱۴۰۱: ۴۴۰)

۴. پیشینه پژوهش

بررسی مطالعات پیشین در حوزه دیپلماسی فرهنگی شهری و روابط خواهرخواندگی میان شهرها، زمینه‌ای برای درک بهتر نقش این تعاملات در توسعه ارتباطات بین‌المللی و سیاست‌های شهری فراهم می‌کند. پژوهش‌های متعددی در سطح داخلی و بین‌المللی به بررسی ابعاد مختلف این موضوع پرداخته‌اند که شامل تأثیر دیپلماسی شهری بر مدیریت محلی، توسعه پایدار، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، تقویت هویت فرهنگی و افزایش تعاملات بین‌المللی است. این بخش به‌مرور مهم‌ترین تحقیقات انجام‌شده در این حوزه می‌پردازد تا روند تحولات علمی مرتبط با این موضوع را مشخص سازد و جایگاه پژوهش حاضر را در میان مطالعات قبلی تبیین کند.

۴-۱. نقش شهرهای خواهرخوانده در توسعه دیپلماسی شهری (۱۳۹۷)

قلی‌پور و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود به بررسی تأثیر روابط خواهرخواندگی بین شهرها بر توسعه دیپلماسی شهری پرداخته‌اند. آن‌ها نشان می‌دهند این روابط می‌توانند در بهبود مدیریت شهری، برنامه‌ریزی و ساختار شهری مؤثر باشند و مزایای اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و فرهنگی به همراه داشته باشند. همچنین برقراری روابط پایدار بین شهرها از طریق توافقات رسمی و اجرای برنامه‌های مشترک می‌تواند به ارتقای جایگاه شهرها در سیاست‌های بین‌المللی بیانجامد.

۴-۲. طراحی مدل تأثیر شهرهای خواهرخوانده بر توسعه شهری (۱۴۰۱)

افضلی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله خود مدلی برای ارزیابی تأثیر روابط خواهرخواندگی بر توسعه شهری و ملی ارائه داده‌اند. آن‌ها با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) نشان می‌دهند این روابط تأثیر مستقیمی بر افزایش سرمایه‌گذاری خارجی، تبادل تجربه‌های مدیریت شهری و تقویت تعاملات فرهنگی دارند. علاوه بر این، ایجاد چنین ارتباطاتی بر گردشگری شهری نیز اثرات مثبتی دارد.

۳-۴. بررسی جایگاه و اهمیت خواهرشهرها و ظرفیت‌های خواهرخواندگی شهری ایران (۱۴۰۰)

تفضلی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود ظرفیت‌های موجود در شهرهای ایران را برای ایجاد روابط خواهرخواندگی بررسی کرده‌اند و اهمیت این روابط را در تقویت دیپلماسی عمومی و فرهنگی کشور مورد تحلیل قرار داده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد استفاده از این روابط می‌تواند در جذب سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه روابط گردشگری و تقویت هویت فرهنگی شهرها مؤثر باشد.

۴-۴. نقش خواهرخواندگی در ایجاد درآمد پایدار شهرداری‌ها (۱۴۰۰)

حکیمی و نصیری (۱۴۰۰) در مقاله خود با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM)، به بررسی تأثیر روابط خواهرخواندگی بر ایجاد درآمد پایدار برای شهرداری‌ها پرداخته‌اند. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد مشارکت در برنامه‌های خواهرخواندگی منجر به ایجاد فرصت‌های اقتصادی جدید و بهبود بهره‌وری مدیریت شهری می‌شود.

۵-۴. فرصت‌های همکاری بین‌المللی با رویکرد خواهرشهرها (۱۳۹۹)

زهرانی و رجایی (۱۳۹۹) در پژوهش خود به بررسی فرصت‌های همکاری بین‌المللی از طریق روابط خواهرخواندگی پرداخته‌اند. آن‌ها نقش این روابط را در تقویت دیپلماسی شهری و توسعه همکاری‌های بین‌المللی تحلیل کرده‌اند و بر اهمیت نهادهای محلی در پیشبرد اهداف دیپلماسی فرهنگی تأکید دارند.

6. Citizenship Practices and Democratic Governance: Barcelona, City of Rights (2017)

/یزاگور و همکاران^۱ (۲۰۱۷) به بررسی تجربه‌های شهر بارسلونا در زمینه مشارکت شهروندی و حکمرانی دموکراتیک پرداخته‌اند. آن‌ها نشان می‌دهند این شهر از طریق برنامه‌های خواهرخواندگی و دیپلماسی شهری، حقوق شهروندی را تقویت کرده است.

1. Eizaguirre, Pradel-Miquel, García

7. City Diplomacy: An Emerging Discipline (2016)

اکتو و راینر^۱ (۲۰۱۶) در این مقاله مفهوم دیپلماسی شهری را به‌عنوان حوزه‌ای نوظهور بررسی کرده‌اند. آن‌ها نشان می‌دهند شهرها نه‌تنها در روابط بین‌المللی نقش مهمی ایفا می‌کنند بلکه بازیگران مستقل سیاست جهانی و تأثیرگذار بر آن هستند.

8. The Politics of City Diplomacy in the UK (2018)

کلارک^۲ (۲۰۱۸) سیاست‌های دیپلماسی شهری در بریتانیا را مورد بررسی قرار داده است. او نشان می‌دهد چگونه شهرهای این کشور از طریق روابط خواهرخواندگی و دیگر ابزارهای دیپلماسی شهری، در سیاست بین‌المللی نقش‌آفرینی می‌کنند.

9. The Twinning of the World: Sister Cities in Geographic and Historical Perspective (2019)

زلینسکی^۳ (۱۹۹۱) به بررسی تاریخی و جغرافیایی مفهوم خواهرخواندگی شهرها پرداخته است. او توسعه این روابط را در طول زمان تحلیل کرده و نشان می‌دهد این روابط ابتدا به‌عنوان ابزارهای تقویت همکاری محلی آغاز شده و سپس به‌تدریج در مقیاس جهانی گسترش یافته‌اند.

10. Soft Power: The Means to Success in World Politics (2004)

نای^۴ (۲۰۰۴) در این کتاب مفهوم قدرت نرم را بررسی کرده و نقش ابزارهای فرهنگی و دیپلماسی عمومی از جمله دیپلماسی شهری را در سیاست جهانی تحلیل کرده است.

1. Acuto, Rayner

2. Clarke

3. Zelinsky

4. Nye

جدول شماره ۲. خلاصه نکات پیشینه پژوهشی

عنوان پژوهش	نویسندگان	سال انتشار	نتیجه‌گیری کلیدی
نقش شهرهای خواهرخوانده در توسعه دیپلماسی شهری	قلی‌پور، احمدپور، اصغری آبکنار، فلاح حیدری	۱۳۹۷	روابط خواهرخواندگی در بهبود مدیریت شهری، برنامه‌ریزی و همکاری‌های بین‌المللی مؤثر است.
طراحی مدل تأثیر شهرهای خواهرخوانده بر توسعه شهری	افضلی، خرم‌بخت، شکور	۱۴۰۱	مدل روابط خواهرخواندگی تأثیر مثبتی بر توسعه اقتصادی و اجتماعی دارد.
بررسی جایگاه و اهمیت خواهرشهرها و ظرفیت‌های خواهرخواندگی شهری ایران	تفضلی، توکلی، محمدی	۱۴۰۰	استفاده از ظرفیت‌های خواهرخواندگی باعث تقویت هویت فرهنگی و جذب سرمایه‌گذاری می‌شود.
نقش خواهرخواندگی در ایجاد درآمد پایدار شهرداری‌ها	حکیمی، نصیری	۱۴۰۰	روابط خواهرخواندگی به‌عنوان منبع درآمد پایدار برای شهرداری‌ها عمل می‌کند.
فرصت‌های همکاری بین‌المللی با رویکرد خواهرشهرها	زهرانی، رجایی	۱۳۹۹	نهادهای محلی در توسعه همکاری‌های بین‌المللی از طریق خواهرخواندگی نقش کلیدی دارند.
Citizenship Practices and Democratic Governance: Barcelona, City of Rights	Eizaguirre, Pradel-Miquel, García	2017	برنامه‌های خواهرخواندگی در بارسلونا به تقویت مشارکت شهروندی و حکمرانی دموکراتیک کمک کرده است.
City Diplomacy: An Emerging Discipline	Acuto, Rayner	2016	دیپلماسی شهری به‌عنوان حوزه‌ای نوظهور، شهرها را به بازیگران مستقل در سیاست بین‌المللی تبدیل می‌کند.
The Politics of City Diplomacy in the UK	Clarke	2018	سیاست‌های دیپلماسی شهری در بریتانیا نشان‌دهنده تأثیر شهرها بر دیپلماسی بین‌المللی است.
The Twinning of the World: Sister Cities in Geographic and Historical Perspective	Zelinsky	1991	تاریخچه و توسعه خواهرخواندگی شهرها نشان‌دهنده رشد تعاملات شهری در مقیاس جهانی است.
Soft Power: The Means to Success in World Politics	Nye	2004	قدرت نرم، از جمله دیپلماسی شهری، در موفقیت سیاست‌های بین‌المللی نقش کلیدی دارد.

۳-۱. چهارچوب نظری

در راستای تبیین دیپلماسی فرهنگی شهری با تأکید بر خواهرخواندگی شهرها، بررسی چهارچوب‌های نظری مرتبط امری ضروری است. نظریه‌های مختلفی در علوم اجتماعی، علوم سیاسی و مطالعات فرهنگی به درک بهتر این مفهوم کمک می‌کنند و هریک ابعادی از این پدیده را روشن می‌سازند. دیپلماسی فرهنگی شهری به‌عنوان یکی از اشکال نوین تعاملات بین‌المللی، در تقاطع مفاهیمی همچون تعاملات مردمی، هویت فرهنگی، سرمایه اجتماعی، دیپلماسی چندسطحی و جهانی‌شدن محلی قرار دارد. این بخش با مرور و تحلیل نظریات کلیدی، چهارچوبی علمی برای بررسی روابط خواهرخواندگی میان شهرها ارائه می‌دهد و ابعاد مختلف آن را از منظر تعاملات فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تبیین می‌کند.

۳-۱-۱. **نظریه تعاملات مردمی:** این نظریه بر اهمیت تعاملات مستقیم بین مردم از فرهنگ‌ها و جوامع مختلف تأکید دارد. تعاملات مردمی می‌توانند به درک متقابل، کاهش سوءتفاهم‌ها و تقویت روابط بین‌المللی کمک کنند. در زمینه دیپلماسی فرهنگی شهری، برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها بستری برای این تعاملات فراهم می‌کنند و از طریق تبادلات فرهنگی، آموزشی و اجتماعی، پیوندهای مردمی را تقویت می‌کنند. برای مثال، دیپلماسی فرهنگی سبب ایجاد اعتماد متقابل میان مردم کشورها می‌شود که می‌توان بر اساس آن در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی و نظامی سیاست‌گذاری کرد (دیپلماسی عمومی، برندینگ ملت و صلح بین‌المللی، ۲۰۲۵).

۳-۱-۲. **نظریه هویت فرهنگی:** این نظریه به بررسی چگونگی شکل‌گیری و تقویت هویت‌های فرهنگی میان افراد و جوامع می‌پردازد. در چهارچوب دیپلماسی فرهنگی شهری، روابط خواهرخواندگی می‌توانند به تقویت هویت فرهنگی شهرها کمک کنند و با معرفی و تبادل عناصر فرهنگی، هویت‌های محلی را برجسته‌تر سازند. برای مثال، هویت اجتماعی آن بخش از خودانگاره فرد است که از ادراک عضویت در یک گروه اجتماعی مشتق می‌شود (نظریه هویت اجتماعی، ۲۰۲۵).

1. People-to-People Diplomacy
2. Cultural Identity Theory

۳-۱-۳. **نظریه سرمایه اجتماعی**^۱: سرمایه اجتماعی به شبکه‌ها، هنجارها و اعتمادی اشاره دارد که همکاری و هماهنگی را در جوامع تسهیل می‌کند. روابط خواهرخواندگی می‌توانند با ایجاد شبکه‌های بین‌المللی و تقویت اعتماد متقابل بین شهرها، سرمایه اجتماعی را افزایش دهند و زمینه‌ساز همکاری‌های بیشتر در حوزه‌های مختلف شوند. برای مثال، سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه همچون منبعی باارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود (سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها، ۲۰۲۵).

۳-۱-۴. **نظریه دیپلماسی چندسطحی**^۲: این نظریه به تعاملات دیپلماتیک در سطوح مختلف حکومتی و غیردولتی اشاره دارد. در این راستا، شهرها به‌عنوان بازیگران غیردولتی می‌توانند از طریق روابط خواهرخواندگی در دیپلماسی چندسطحی نقش‌آفرینی کرده و با ایجاد پیوندهای فراملی، به تحقق اهداف دیپلماتیک کمک کنند. برای مثال، دیپلماسی فرهنگی سبب ایجاد اعتماد متقابل میان مردم کشورها می‌شود و می‌توان بر اساس آن در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی و نظامی سیاست‌گذاری کرد (دیپلماسی عمومی، برندینگ ملت و صلح بین‌المللی، ۲۰۲۵).

۳-۱-۵. **نظریه همکاری‌های اقتصادی محلی**^۳: این نظریه بر اهمیت همکاری‌های اقتصادی در سطح محلی برای توسعه و پیشرفت جوامع تأکید دارد. روابط خواهرخواندگی می‌توانند فرصت‌هایی برای تبادل تجاری، سرمایه‌گذاری مشترک و توسعه اقتصادی بین شهرها فراهم کرده و به رشد اقتصاد محلی کمک کنند (دیپلماسی عمومی، برندینگ ملت و صلح بین‌المللی، ۲۰۲۵).

۳-۱-۶. **نظریه صلح‌سازی**^۴: این نظریه به فرایندها و فعالیت‌هایی می‌پردازد که به ایجاد و حفظ صلح در جوامع کمک می‌کنند. تعاملات فرهنگی و اجتماعی بین شهرهای خواهرخوانده می‌توانند به کاهش تنش‌ها، افزایش درک متقابل و ترویج صلح و دوستی بین جوامع مختلف منجر شوند (دیپلماسی عمومی، برندینگ ملت و صلح بین‌المللی، ۲۰۲۵).

1. Social Capital Theory
2. Multi-Level Diplomacy
3. Local Economic Cooperation Theory
4. Peacebuilding Theory

۳-۱-۷. نظریه جهانی‌شدن محلی^۱: این نظریه ترکیبی از جهانی‌شدن و محلی‌سازی است و به چگونگی تطبیق پدیده‌های جهانی با شرایط محلی می‌پردازد. در روابط خواهرخواندگی، شهرها می‌توانند با تبادل تجربه‌ها و دانش، عناصر جهانی را با نیازها و ویژگی‌های محلی ترکیب کرده و به توسعه متوازن دست یابند (دیپلماسی عمومی، برندینگ ملت و صلح بین‌المللی، ۲۰۲۵).

۳-۱-۸. نظریه تبادل دانش و نوآوری^۲: این نظریه بر اهمیت تبادل دانش و نوآوری بین جوامع برای پیشرفت و توسعه تأکید دارد. روابط خواهرخواندگی می‌توانند بستری برای تبادل دانش، فناوری و نوآوری بین شهرها فراهم کنند و از این طریق به بهبود کیفیت زندگی شهروندان کمک نمایند (دیپلماسی عمومی، برندینگ ملت و صلح بین‌المللی، ۲۰۲۵).

تحلیل این نظریه‌ها نشان می‌دهد دیپلماسی فرهنگی شهری به‌ویژه برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها، پدیده‌ای چندبعدی است که در چهارچوب‌های مختلف نظری می‌توان آن را بررسی کرد. نظریه تعاملات مردمی تأکید دارد که این نوع دیپلماسی، موجب تقویت روابط میان جوامع و کاهش تنش‌های بین‌المللی از طریق ارتباط مستقیم میان مردم می‌شود. نظریه هویت فرهنگی نشان می‌دهد تعاملات فرهنگی میان شهرهای مختلف، نه تنها موجب تقویت هویت فرهنگی محلی می‌شود، بلکه شناخت و درک متقابل میان جوامع را نیز افزایش می‌دهد. نظریه سرمایه اجتماعی نیز به نقش این روابط در افزایش اعتماد، ایجاد شبکه‌های ارتباطی و تقویت همبستگی اجتماعی اشاره دارد.

ازسوی دیگر، نظریه دیپلماسی چندسطحی تأکید می‌کند که دیپلماسی شهری، بخشی از دیپلماسی عمومی بوده و می‌تواند مانند یکی از لایه‌های مؤثر در روابط بین‌المللی عمل کند. این نظریه ارتباط مستقیمی با دیپلماسی شهری دارد، چرا که شهرها به‌عنوان بازیگران فراملی می‌توانند به ایجاد همگرایی در سطح بین‌المللی کمک کنند. نظریه همکاری‌های اقتصادی محلی نیز نشان می‌دهد روابط خواهرخواندگی علاوه بر تقویت ابعاد فرهنگی، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه اقتصادی شهرها و ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری و تجاری باشد.

1. Local Glocalization Theory
2. Knowledge Exchange and Innovation Theory

نظریهٔ صلح‌سازی، نقش مهم دیپلماسی شهری در کاهش منازعات و تقویت صلح را بررسی کرده و نشان می‌دهد برنامه‌های تبادل فرهنگی و تعاملات میان‌شهری، می‌توانند نقش کلیدی در کاهش تنش‌ها و افزایش همگرایی اجتماعی داشته باشند. در همین راستا، نظریهٔ جهانی‌شدن محلی (گلوکالیسم) به این موضوع اشاره دارد که شهرها می‌توانند همچون حلقه‌های واسطه میان فرایندهای جهانی‌شدن و ویژگی‌های بومی، استراتژی‌هایی را دنبال کنند که در عین حفظ هویت محلی، موجب تعامل با روندهای جهانی شوند. در نهایت، نظریهٔ تبادل دانش و نوآوری تأکید دارد که روابط میان‌شهری می‌توانند منجر به انتقال فناوری، نوآوری و تجربه‌های مدیریتی میان جوامع مختلف شوند که به‌نوبهٔ خود در بهبود کیفیت زندگی و توسعهٔ پایدار نقش مهمی دارند.

با توجه به این چهارچوب‌های نظری، دیپلماسی فرهنگی شهری و برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها را می‌توان همچون ابزاری مهم در مدیریت روابط بین‌المللی، توسعهٔ پایدار شهری و افزایش تعاملات فرهنگی در نظر گرفت. ترکیب این نظریه‌ها نشان می‌دهد برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها نه‌تنها ابزاری فرهنگی، بلکه یک مکانیسم دیپلماتیک چندوجهی است که ابعاد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را نیز شامل می‌شود.

علاوه بر چهارچوب‌های نظری مرتبط با دیپلماسی فرهنگی شهری و روابط خواهرخواندگی شهرها، بررسی دیدگاه‌های اندیشمندان برجسته در حوزه‌های روابط بین‌الملل، جهانی‌شدن، سرمایهٔ اجتماعی و صلح نیز می‌تواند درک جامع‌تری از این مفهوم ارائه دهد. اندیشمندانی مانند ساموئل هانتینگتون، جیمز روزناو، جان فریدمن، یوهان گالتونگ، رولاند رابرتسون و رابرت پاتنام هریک از زاویه‌ای خاص به نقش تعاملات فرهنگی، دیپلماسی شهری و شبکه‌های بین‌المللی در سیاست جهانی پرداخته‌اند. بررسی این دیدگاه‌ها کمک می‌کند ارتباط میان دیپلماسی فرهنگی شهری و تحولات کلان بین‌المللی را درک کرده و جایگاه این مفهوم را در روابط معاصر جهانی مشخص کنیم.

■ ساموئل هانتینگتون

ساموئل هانتینگتون^۱ در نظریه برخورد تمدن‌ها بیان می‌کند که در دوران پس از جنگ سرد، درگیری‌های اصلی در جهان ناشی از تفاوت‌های فرهنگی و تمدنی خواهد بود (Huntington, 1996). او معتقد است این تفاوت‌ها می‌توانند منجر به تنش‌ها و درگیری‌ها شوند و از این‌رو، تعاملات فرهنگی میان ملت‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد. در این راستا، دیپلماسی فرهنگی شهری و برنامه‌های خواهرخواندگی می‌توانند همچون ابزارهایی برای کاهش این تنش‌ها و تقویت درک متقابل بین فرهنگ‌ها عمل کنند. این نوع دیپلماسی می‌تواند نقش مهمی در جلوگیری از سوء تفاهم‌های تمدنی و ایجاد هم‌زیستی مسالمت‌آمیز میان فرهنگ‌های مختلف ایفا کند.

■ جیمز روزناو

روزناو^۲ با معرفی مفهوم حکمرانی چندسطحی و تأکید بر پیچیدگی‌های روابط بین‌الملل در عصر جهانی‌شدن، به نقش بازیگران غیردولتی مانند شهرها در دیپلماسی اشاره می‌کند (Rosenau, 1997). از دیدگاه او، شهرها می‌توانند با استفاده از دیپلماسی فرهنگی و برنامه‌های خواهرخواندگی، همچون بازیگرانی مستقل در صحنه بین‌المللی نقش‌آفرینی کنند. برنامه‌های خواهرخواندگی، ابزار مؤثری برای تقویت روابط دیپلماتیک از پایین به بالا محسوب می‌شوند و شهرها را قادر می‌سازند تا مستقل از دولت‌های مرکزی، در توسعه روابط بین‌المللی سهیم باشند.

■ جان فریدمن

فریدمن^۳ در نظریه شهرهای جهانی به اهمیت شهرها در فرایند جهانی‌شدن و نقش آن‌ها به‌عنوان مراکز تصمیم‌گیری و تأثیرگذاری اشاره می‌کند (Friedmann, 1986). او معتقد است شهرها می‌توانند با ایجاد شبکه‌های بین‌المللی و برنامه‌های خواهرخواندگی، به تبادل فرهنگی و اقتصادی پرداخته و نقش مهمی در دیپلماسی فرهنگی ایفا کنند. فریدمن تأکید دارد روابط میان‌شهری می‌تواند راهی برای مشارکت جوامع محلی در فرایندهای جهانی‌شدن باشد.

1. Samuel P. Huntington
2. James N. Rosenau
3. John Friedmann

■ یوهان گالتونگ

گالتونگ^۱ با معرفی مفهوم صلح مثبت، بر اهمیت ایجاد ساختارهایی که به همکاری و درک متقابل میان جوامع کمک می‌کند، تأکید دارد (Galtung, 1969). وی بر این باور است که برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها می‌توانند مانند ابزارهایی برای ترویج صلح مثبت عمل کرده و با تقویت تعاملات فرهنگی و اجتماعی، به کاهش تنش‌ها و افزایش همبستگی بین‌المللی کمک کنند. به‌ویژه این روابط می‌توانند در مناطق دارای سابقهٔ منازعه، زمینه‌ای برای آشتی و هم‌زیستی مسالمت‌آمیز فراهم کنند.

■ رولاند رابرتسون

رابرتسون^۲ با معرفی مفهوم جهانی‌شدن محلی^۳ به تعامل بین فرایندهای جهانی و محلی اشاره می‌کند (Robertson, 1995). او معتقد است شهرها می‌توانند با ترکیب عناصر فرهنگی محلی و جهانی، هویت منحصر به فردی ایجاد کرده و از طریق برنامه‌های خواهرخواندگی، به تبادل فرهنگی و تقویت دیپلماسی فرهنگی بپردازند. این مفهوم به‌خوبی نشان می‌دهد چگونه شهرها می‌توانند در روند جهانی‌شدن، نقش فعالی ایفا کنند، بدون آنکه هویت فرهنگی محلی خود را از دست بدهند.

■ رابرت پاتنام

پاتنام^۴ در نظریهٔ سرمایهٔ اجتماعی به اهمیت شبکه‌های اجتماعی، هنجارها و اعتماد متقابل در جوامع اشاره می‌کند (Putnam, 2000). او معتقد است برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها می‌توانند با ایجاد شبکه‌های بین‌المللی و تقویت اعتماد بین جوامع مختلف، به افزایش سرمایهٔ اجتماعی و تقویت روابط بین‌المللی کمک کنند. سرمایهٔ اجتماعی ایجادشده از طریق این برنامه‌ها می‌تواند باعث توسعهٔ همکاری‌های پایدار در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی و حتی سیاسی شود. تحلیل دیدگاه‌های اندیشمندان برجسته نشان می‌دهد دیپلماسی فرهنگی شهری و

1. Johan Galtung
2. Roland Robertson
3. Glocalization
4. Robert D. Putnam

برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها، مفهومی چندبعدی است که در چهارچوب‌های مختلف نظری و عملی قابل بررسی است. هانتینگتون بر نقش تعاملات فرهنگی در جلوگیری از تنش‌های تمدنی تأکید دارد، درحالی‌که روزناو شهرها را بازیگرانی مستقل در دیپلماسی چندسطحی معرفی می‌کند. فریدمن اهمیت شهرهای جهانی را در تعاملات بین‌المللی برجسته می‌سازد و گالتونگ به ظرفیت‌های این روابط در ایجاد صلح مثبت اشاره دارد. رابرتسون مفهوم جهانی‌شدن محلی را مطرح می‌کند که بر ترکیب عناصر جهانی و محلی در سیاست‌های فرهنگی شهری دلالت دارد و درنهایت، پاتنام بر اهمیت سرمایه اجتماعی در تحکیم روابط میان‌شهری تأکید می‌ورزد. این دیدگاه‌ها نشان می‌دهند روابط خواهرخواندگی شهرها نه تنها در ابعاد فرهنگی، بلکه در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نیز تأثیرگذار بوده و همچون ابزار مؤثری در مدیریت روابط بین‌المللی عمل می‌کنند.

۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکردی نظری و تحلیلی، به بررسی چهارچوب مفهومی دیپلماسی فرهنگی شهری با تأکید بر خواهرخواندگی شهرها می‌پردازد. با توجه به ماهیت موضوع و اهداف پژوهش، روش تحقیق مورد استفاده روش کتابخانه‌ای است که مبتنی بر گردآوری، مطالعه و تحلیل منابع مکتوب، مقاله‌های علمی، کتاب‌ها و گزارش‌های مرتبط در این حوزه است. در این راستا، از منابع معتبر داخلی و خارجی در زمینه دیپلماسی فرهنگی، جهانی‌شدن، مطالعات شهری و روابط بین‌الملل بهره گرفته شده است تا ابعاد مختلف موضوع به صورت جامع و مستند مورد بررسی قرار گیرد. این روش پژوهش امکان تحلیل نظری و مفهومی دیپلماسی فرهنگی شهری را فراهم می‌کند و زمینه‌ساز ارائه چهارچوبی تحلیلی برای نقش روابط خواهرخواندگی شهرها در سیاست بین‌المللی است.

روش پژوهش کتابخانه‌ای از روش‌های اصلی در مطالعات نظری است که با استفاده از منابع مکتوب و دیجیتالی به گردآوری، تحلیل و تفسیر داده‌های ثانویه می‌پردازد (Merriam & Tisdell, 2015). این روش، برخلاف روش‌های میدانی، مبتنی بر مطالعه منابع موجود مانند کتاب‌ها،

مقاله‌های علمی، پایان‌نامه‌ها، گزارش‌های تحقیقاتی و اسناد آرشیوی است که اطلاعات ارزشمندی را برای تحلیل مسائل پژوهشی ارائه می‌دهند (Booth, Colomb, & Williams, 2016).

استفاده از روش پژوهش کتابخانه‌ای در حوزه مطالعات دیپلماسی فرهنگی شهری و روابط خواهرخواندگی شهرها، به دلیل ماهیت نظری و تحلیلی این موضوع، ضروری به نظر می‌رسد (Creswell & Creswell, 2018). از آنجاکه این پژوهش به دنبال بررسی چهارچوب مفهومی دیپلماسی فرهنگی شهری است، گردآوری و بررسی دیدگاه‌های نظریه‌پردازان، تحلیل متون علمی و بررسی مطالعات پیشین، می‌تواند به ارائه چهارچوبی علمی و کاربردی برای تحلیل این موضوع کمک کند (Bowen, 2009).

در این تحقیق، از منابع معتبر داخلی و خارجی در زمینه‌های دیپلماسی فرهنگی، جهانی‌شدن، سرمایه اجتماعی و نقش شهرها در روابط بین‌الملل استفاده شده است. تحلیل داده‌های موجود از طریق مقایسه تطبیقی نظریه‌ها و یافته‌های علمی کمک می‌کند به درک جامعی از دیپلماسی فرهنگی شهری و تأثیر برنامه‌های خواهرخواندگی بر ارتقای تعاملات بین‌المللی دست یابیم (Bryman, 2016). این روش امکان بررسی عمیق‌تری از مطالعات گذشته را فراهم کرده و کمک می‌کند تا مسیر تحقیقات آتی را مشخص کنیم (Gerring, 2017).

۳. یافته‌ها و تحلیل

دیپلماسی فرهنگی شهری، به‌ویژه در قالب روابط خواهرخواندگی، به‌مثابه ابزار مؤثری در تقویت تعاملات بین‌المللی، افزایش قدرت نرم و توسعه پایدار شهری، در حال گسترش است. یافته‌های این پژوهش که بر مبنای تحلیل نظریه‌های مختلف و مطالعه تجربه‌های جهانی تنظیم شده است نشان می‌دهد دیپلماسی فرهنگی شهری ماهیتی چندبعدی دارد و علاوه بر ابعاد فرهنگی بر جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی تأثیرگذار است (Acuto & Rayner, 2016: 48).

از جهت نظری، بررسی رویکردهای تعاملات مردمی، هویت فرهنگی، سرمایه اجتماعی، دیپلماسی چندسطحی، همکاری‌های اقتصادی محلی، صلح‌سازی، جهانی‌شدن محلی و تبادل دانش و نوآوری نشان می‌دهد دیپلماسی فرهنگی شهری نه تنها زمینه‌ساز همگرایی جوامع

است، بلکه موجب تقویت نقش شهرها در حکمرانی جهانی نیز می‌شود (قربانی گلشن‌آباد و محمدی، ۱۳۹۶: ۲۹). نظریه تعاملات مردمی بر اهمیت ارتباط مستقیم میان جوامع تأکید دارد که در چهارچوب روابط خواهرخواندگی از طریق تبادلات فرهنگی، آموزشی و اجتماعی تحقق می‌یابد (Cummings, 2003: 1). نظریه هویت فرهنگی نیز به این موضوع اشاره دارد که روابط میان شهری می‌تواند نقش مؤثری در بازتعریف هویت‌های محلی و تقویت ارزش‌های فرهنگی ایفا کند (نصیری، ۱۴۰۱: ۷۲). همچنین نظریه سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد دیپلماسی فرهنگی شهری از طریق ایجاد اعتماد متقابل، همبستگی اجتماعی را افزایش داده و موجب انسجام جوامع شهری می‌شود (زرقانی، رنجکش و اسکندران، ۱۳۹۳: ۱۶۵). نظریه دیپلماسی چندسطحی بیان می‌کند شهرها فارغ از سیاست‌های دولت‌های مرکزی می‌توانند مانند بازیگرانی مستقل در سیاست خارجی عمل کنند و روابط خود را از طریق پیمان‌های خواهرخواندگی توسعه دهند (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۸۹: ۱۰۹). علاوه بر این، نظریه همکاری‌های اقتصادی محلی بیان می‌کند که شهرها می‌توانند با تبادل دانش، فناوری و سرمایه، زمینه‌های توسعه اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی شهروندان را فراهم کنند (Friedmann, 1986: 69). ازسوی دیگر، نظریه صلح‌سازی گالتونگ تأکید دارد که دیپلماسی شهری می‌تواند به کاهش تنش‌های بین‌المللی و افزایش صلح مثبت کمک کند، زیرا تعاملات میان‌شهری بستری برای شناخت متقابل و کاهش سوءتفاهم‌های فرهنگی و اجتماعی فراهم می‌کند (Galtung, 1969: 172). نظریه جهانی‌شدن محلی نیز نشان می‌دهد شهرها می‌توانند با حفظ ویژگی‌های فرهنگی خود، هم‌زمان در شبکه‌های بین‌المللی ادغام شوند و از مزایای جهانی‌شدن بهره‌مند شوند (افضلی و خرم‌بخت، ۱۴۰۱: ۲۴۴).

مطالعه نمونه‌های جهانی مانند شهرهای پاریس، نیویورک، توکیو و بارسلونا نشان می‌دهد شهرها توانسته‌اند با انعقاد پیمان‌های خواهرخواندگی، به تقویت جایگاه خود در تعاملات بین‌المللی بپردازند. برای نمونه، بارسلونا از طریق سیاست‌های دیپلماسی فرهنگی خود، توانسته است به مرکز تبادلات فرهنگی و اقتصادی در اروپا تبدیل شود (Eizaguirre & et.al 2017:).

25). در چین، سیاست‌های ادغام دیپلماسی شهری با طرح کمربند و جاده، نمونه‌ای از چگونگی استفاده از روابط خواهرخواندگی به عنوان ابزاری برای گسترش نفوذ بین‌المللی است (Santos, 2021: 159). علاوه بر این، در ایالات متحده، هنگامی که دولت فدرال در سال ۲۰۱۷ از توافق‌نامه اقلیمی پاریس خارج شد، بیش از ۵۰۰ شهردار امریکایی اعلام کردند به تعهدات زیست‌محیطی خود پایبند خواهند ماند (Clarke, 2018: 37). این نمونه نشان می‌دهد دیپلماسی شهری می‌تواند در برخی موارد، همچون نیرویی مستقل از سیاست‌های دولت مرکزی عمل کند و در عرصه بین‌المللی تأثیرگذار باشد.

نتیجه‌گیری

دیپلماسی فرهنگی شهری، به‌ویژه در قالب برنامه‌های خواهرخواندگی شهرها، یکی از ابزارهای نوین سیاست‌گذاری فرهنگی و بین‌المللی است و نقشی کلیدی در تقویت تعاملات میان فرهنگی و توسعه همکاری‌های بین‌المللی ایفا می‌کند. در این مقاله، تلاش شد چهارچوب مفهومی دیپلماسی فرهنگی شهری با تأکید بر روابط خواهرخواندگی بررسی شود و ابعاد مختلف این نوع دیپلماسی در سطوح نظری و کاربردی تبیین شود.

بررسی‌ها نشان داد دیپلماسی شهری با ورود شهرها به عرصه تعاملات بین‌المللی، به بستری برای گسترش روابط فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی میان جوامع مختلف تبدیل شده است. شهرهای جهان با استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی، اقتصادی و مدیریتی خود، در فرایندهای سیاست‌گذاری جهانی و تعاملات دیپلماتیک نقش‌آفرینی می‌کنند. خواهرخواندگی شهرها به عنوان یکی از راهکارهای عملیاتی در این حوزه، به دنبال ایجاد پیوندهای پایدار و همکاری‌های مستمر میان شهرهای مختلف جهان است. این برنامه‌ها، با تسهیل تبادلات فرهنگی، آموزشی، علمی و اقتصادی، به تقویت سرمایه اجتماعی، ایجاد فرصت‌های اقتصادی و کاهش تنش‌های بین‌المللی کمک می‌کنند.

از منظر نظری، تحلیل دیپلماسی فرهنگی شهری در چهارچوب نظریات تعاملات مردمی، سرمایه اجتماعی، دیپلماسی چندسطحی و جهانی‌شدن محلی نشان داد روابط میان‌شهری

می‌توانند نقشی کلیدی در تقویت همگرایی بین‌المللی داشته باشند. نظریه‌های بررسی شده در این پژوهش تأکید دارند که تعاملات میان‌شهری نه تنها به ایجاد هویت فرهنگی مشترک کمک می‌کنند، بلکه می‌توانند همچون ابزاری برای بهبود حکمرانی محلی، افزایش قدرت نرم کشورها و توسعه پایدار عمل کنند؛ به‌ویژه نظریه‌های هویت فرهنگی و صلح‌سازی تأکید دارند که دیپلماسی شهری می‌تواند در کاهش منازعات، تقویت تعاملات میان‌فرهنگی و ایجاد تفاهم بین ملت‌ها نقش اساسی داشته باشد.

مطالعه تجربه‌های جهانی نیز نشان داد شهرهای مختلف از جمله پاریس، نیویورک، توکیو و بارسلونا از دیپلماسی شهری همچون ابزاری برای افزایش نفوذ فرهنگی و اقتصادی خود در صحنه بین‌المللی استفاده کرده‌اند. این روند در کشورهایی مانند چین که دیپلماسی شهری را همچون بخشی از سیاست خارجی خود در برنامه‌های توسعه‌ای و سیاست‌های اصلاحات ادغام کرده‌اند، نیز مشهود است.

در ایران شهرهایی همچون تهران، مشهد، شیراز و اصفهان با برخورداری از ظرفیت‌های فرهنگی و تاریخی غنی، پتانسیل بالایی برای مشارکت در دیپلماسی شهری دارند؛ با این حال، به نظر می‌رسد استقرار کنسولگری برخی کشورها همچون کنسولگری ترکیه در تبریز و به‌تازگی در اصفهان، و کنسولگری پاکستان در مشهد در تقویت دیپلماسی فرهنگی شهری و ارتباطات میان‌فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با کشورهای همسایه اثرگذار بوده است، ولی برای تحقق کامل این ظرفیت‌ها، نیازمند تدوین سیاست‌های منسجم و برنامه‌ریزی راهبردی با رعایت چهارچوب‌ها و موازین قانونی در این حوزه هستیم. ارتقای همکاری‌های بین‌المللی شهرهای ایران، از طریق برنامه‌های خواهرخواندگی و دیپلماسی فرهنگی می‌تواند به تقویت جایگاه ایران در تعاملات بین‌المللی کمک کرده و در راستای اهداف کلان سیاست خارجی کشور مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

فهرست منابع

- احمدی، ریحانه (۱۳۹۷). *اصول دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها*. تهران: ادیان روز.
- احمدی پور، زهرا؛ قورچی، مرتضی؛ قادری حاجت، مصطفی (۱۳۹۱). «تبیین جایگاه دیپلماسی شهری در توسعه حوزه نفوذ ژئوپلیتیکی»، *جغرافیا و توسعه فضای شهری* (۱).
- افضلی، سید محمدجواد؛ خرم‌بخت، ابراهیم؛ شکور، علی (۱۴۰۱). «طراحی مدل تأثیر شهرهای خواهرخوانده بر توسعه شهری با تأکید بر دیپلماسی شهری و توسعه ملی». *جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۱۲(۴)، صص ۹۷۷-۹۹۳.
- افضلی، سید محمدجواد؛ کلانثی، احمد (۱۴۰۲). «بررسی تأثیر شهرهای خواهرخوانده بر توسعه شهری با تأکید بر دیپلماسی شهری و توسعه ملی؛ مطالعه موردی: کلان‌شهر شیراز». *فصلنامه آمایش سیاسی فضا*، دوره ۵، شماره ۴، پاییز.
- امیری، مهسا؛ خلیلی، احمد؛ مفیدی شمیرانی، مجید (۱۴۰۱). «تبیین مفهوم‌شناختی و ارائه الگوی دیپلماسی شهری در شبکه‌های شهری». *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، بازیابی شده از: https://journals.ut.ac.ir/article_91486.html
- بذرکار، مهدی؛ ملکوتیان، مصطفی؛ عسگری یزدی، علی؛ نباتیان، محمداسماعیل (۱۳۹۸). «مؤلفه‌های اساسی دیپلماسی فرهنگی در گسترش ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران». *فصلنامه پژوهش‌های انقلاب اسلامی*، انجمن علمی انقلاب اسلامی ایران، ۸(۳).
- تفضلی، حسن؛ توکلی، مرتضی؛ محمدی، یاسر (۱۴۰۰). «بررسی جایگاه و اهمیت خواهرشهرها و ظرفیت‌های خواهرخواندگی شهری ایران». *دانش تفسیر سیاسی*، ۱۰، صص ۵۸-۸۶.
- حقیقی، رضا (۱۳۸۸). «دیپلماسی فرهنگی از دریچه نواشاعه‌گرایی؛ تأثیرات فناوری اطلاعات بر دیپلماسی فرهنگی». *فصلنامه سیاست خارجی*، ۲۳(۲).
- حکیمی، سید علی؛ نصیری، مجید (۱۴۰۰). «نقش خواهرخواندگی در ایجاد درآمد پایدار شهرداری‌ها با رویکرد (ISM). *مطالعات شهری*، ۳۹، صص ۱۱۳-۱۲۴.

بی‌نا (۲۰۲۵). دیپلماسی عمومی، برندینگ ملت و صلح بین‌المللی، مرکز مطالعات روابط بین‌الملل.

بازیابی شده از: <https://www.iirjournal.ir>

ریچموند، ویرجینیا پی؛ مک کروسکی، جیمز سی (۱۳۸۷). رفتار غیرکلامی در روابط میان‌فردی. ترجمه فاطمه‌سادات موسوی، ژیلا عبداله‌پور، زیرنظر و به ویراستاری دکتر غلامرضا آذری، تهران: انتشارات دانژه.

زرقانی، سید هادی؛ رنجکش، محمدجعفر؛ اسکندران، مهدی (۱۳۹۳). «دیپلماسی شهری: بررسی نقش و جایگاه شهرها به‌عنوان بازیگر جدید عرصه روابط بین‌الملل، مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۱۸۲-۱۶۳، بازیابی شده از:

<https://profdoc.um.ac.ir/paper-abstract-1042280.html>

زهرانی، محمد؛ رجایی، علی (۱۳۹۹). «فرصت‌های همکاری بین‌المللی با رویکرد خواهرشهرها». دانش تفسیر سیاسی، ۳، صص ۱-۲۴.

بی‌نا (۲۰۲۵). سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها، سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها، بازیابی شده از: <https://www.socialcapitaltheory.com>

سعید، پرستو؛ حافظ‌نیا، محمدرضا؛ قورچی، مرتضی (۱۴۰۱). «نقش دیپلماسی شهری در مناسبات بین‌المللی شهرها (مطالعه موردی: نظام مدیریت شهری تهران)». دوفصلنامه توسعه پایدار محیط جغرافیایی، سال چهارم، شماره ششم، بهار و تابستان.

صالحی امیری، سیدرضا؛ محمدی سعید. (۱۳۸۹). دیپلماسی فرهنگی. چاپ دوم، تهران: نشر ققنوس. صدیقی، نادر (۱۳۸۵). «خیلی دور، خیلی نزدیک: گزارش رؤیای شهر، رؤیای شهروندی میان‌فرهنگی». نشریه علوم اجتماعی، شماره ۵.

قربانی گلشن‌آباد، محمد؛ محمدی، منوچهر (۱۳۹۶). «مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی، سال چهاردهم، شماره ۵۰.

قلی‌پور، یعقوب؛ احمدپور، احسان؛ اصغری آبکنار، امیر؛ فلاح حیدری، فاطمه (۱۳۹۷). «نقش شهرهای خواهرخوانده در توسعه دیپلماسی شهری». اولین همایش رقابت‌پذیری و آینده تحولات شهری. قورچی، مرتضی؛ راستاد بروجنی، مرضیه (۱۴۰۰). «نقش شهر بنگلور در توسعه اقتصادی هندوستان». فصلنامه آمایش سیاسی فضا، دوره ۳، شماره ۲، بهار.

مکبری، سید امیرحسین (۱۳۹۴). *مطالعات پشتیبان نقشه‌راه تحول گروه فرهنگی - اجتماعی (حوزه دیپلماسی عمومی)*. تهران: مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران، معاونت علم و فناوری.

مولائی، اصغر (۱۳۹۸). «واکاوی قابلیت‌های رقابت‌پذیری شهری و منطقه‌ای زمینه‌گرا (نمونه موردی شهر تبریز)». *فصلنامه برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)*، ۹(۴)، (پیاپی ۳۵)، زمستان.

نصیری، صدیقه (۱۴۰۱). *مفاهیم ارتباطات میان‌فرهنگی*. تهران: انتشارات بین‌المللی الهدی.

نظریه هویت اجتماعی، بازیابی شده از: <https://fa.wikipedia.org>

- Acuto, Michele, & Rayner, Steve (2016). "City diplomacy: An emerging discipline". *International Affairs*, 92(5), pp. 1147-1166.
- Booth, Wayne C., Colomb, Gregory G., & Williams, Joseph M. (2016). *The craft of research* (4th ed.). University of Chicago Press.
- Bowen, Glenn A. (2009). "Document analysis as a qualitative research method", *Qualitative Research Journal*, 9(2), pp. 27-40.
- Bryman, Alan (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Clarke, Nicholas (2018). "The politics of city diplomacy in the UK", *Political Geography*, 65, pp. 17-25.
- Creswell, John W., & Creswell, J. David (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Cull, N. J. (2008). "Public diplomacy: Taxonomies and histories". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), pp. 31-54.
- Cummings, Milton C. (2003). *Cultural diplomacy and the United States government: A survey*, Center for Arts and Culture.
- Eizaguirre, Santiago, Pradel-Miquel, Marc, & García, María. (2017). "Citizenship practices and democratic governance: Barcelona, city of rights". *Cities*, 61, pp. 10-17.
- Friedmann, John. (1986). "The world city hypothesis". In *World cities in a world system* (pp. 317-331). Cambridge University Press.
- Galtung, Johan. (1969). "Violence, peace, and peace research". *Journal of Peace Research*, 6(3), pp. 167-191.
- Gerring, John. (2017). *Case study research: Principles and practices* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Huntington, Samuel P. (1996). *The clash of civilizations and the remaking of world order*. Simon & Schuster.
- Merriam, Sharan B., & Tisdell, Elizabeth J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Niedja de Andrade e Silva Forte dos Santos (2021). "Towards a Conceptual

- Framework for City Diplomacy: a Practitioner's Perspective", *Journal of Diplomata*.
- Nye, Joseph S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Putnam, Robert D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Robertson, Roland. (1995). "Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity". In *Global modernities*, Sage Publications, pp. 25-44.
- Rosenau, James N. (1997). *Along the domestic-foreign frontier: Exploring governance in a turbulent world*. Cambridge University Press.
- Santos, F. (2021). "The Role of Cities in Global Diplomacy". *International Relations Review*, pp. 159-168.
- Shahabi, M. (2020). "Cultural diplomacy and the role of Iranian cities". *Iranian Journal of Urban Studies*, 10(2), pp. 45-63.
- Zelinsky, Wilbur. (1991). "The twinning of the world: Sister cities in geographic and historical perspective". *Annals of the Association of American Geographers*, 81(1), pp. 1-31.



A Comparative Analysis of Chinese and American Cultural Diplomacy in South Africa*

Mahdi Samavati

Department of West Asian and South African Studies, Faculty of World Studies, University of Tehran, Tehran, Iran

mahdisamavati@ut.ac.ir

Abbas Ataei Khah

MA of International Relations, University of Tehran, Tehran, Iran

abasataii1377@gmail.com

Amir Bahram Arabahmadi

Associate Professor, Faculty of World Studies, University of Tehran, Tehran, Iran

arabahmadi@ut.ac.ir

10.22034/CDRJ.2025.492661.1036

0009-0007-7542-291X

0000-0001-6105-0755

0000-0002-6514-9258

ABSTRACT

With the emergence of globalization and the emergence of new powers, emerging countries have provided mechanisms to achieve a multilateral order. One of the strategies pursued by these countries has been to use soft power to weaken the hegemony of the United States at the global and regional levels. China has been trying to challenge American ideological ideals in various regions for many years, and the United States, in turn, is trying to consolidate its position throughout the world; one of the most important global regions is South Africa, which is the gateway to the African continent. The United States and China are trying to strengthen their presence in South Africa; for this purpose, they turned to active cultural diplomacy in this country. Therefore, the question that we want to address in this research is how China's cultural diplomacy has had a greater impact on South African society compared to the United States and whether these effects have positive or negative consequences. The hypothesis that is considered in this research. China's cultural diplomacy in South Africa, due to its focus on promoting language and culture with the aim of creating coexistence, has been more successful in attracting attention and creating lasting influence among the country's elite and younger generation than US cultural diplomacy, which has been more focused on supporting elites and non-governmental institutions with the aim of cultural dominance. The findings of this research are analyzed within the framework of Nai's soft power and using a case-based comparative method.



Received: 30/12/2024
Accepted: 04/03/2025

Keywords:

United States,
China, South Africa,
Cultural Diplomacy,
Public Diplomacy.

*. The contents of the Journal reflect the thoughts and views of the authors, and the Journal is not responsible for this.

تحلیل مقایسه‌ای دیپلماسی فرهنگی چین و آمریکا در آفریقای جنوبی*



10.22034/CDRJ.2025.492661.1036

مهدی سماواتی (نویسنده مسئول)

کارشناس ارشد مطالعات آفریقای جنوبی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

Mahdisamavati@ut.ac.ir

0009-0007-7542-291X



10.22034/CDRJ.2024.490126.1030

عباس عطایی خواه

کارشناس ارشد روابط بین‌الملل، دانشگاه تهران، تهران، ایران

abasataii1377@gmail.com

0000-0001-6105-0755



10.22034/CDRJ.2024.490126.1030

امیر بهرام عرب‌احمدی

دانشیار دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران، تهران، ایران

arabahmadi@ut.ac.ir

0000-0002-6514-9258



چکیده

با پیدایش روند جهانی‌شدن و ظهور قدرت‌های جدید، کشورهای نوظهور سازوکارهایی را برای رسیدن به یک نظم بین‌المللی چندجانبه فراهم کردند. یکی از این راهبردها استفاده از قدرت نرم در جهت تضعیف هژمونی ایالات متحده در سطح جهانی و منطقه‌ای بوده است. طی سالیان متمادی چین در تلاش بوده است تا انگاره‌های ایدئولوژیکی آمریکایی را در مناطق مختلف با چالش مواجه کند؛ آمریکا نیز در مقابل به تثبیت جایگاه خود در جهان می‌پردازد. یکی از مهم‌ترین مناطق جهانی، آفریقای جنوبی است و آمریکا و چین می‌کوشند به تقویت حضور خود در آفریقای جنوبی بپردازند. پرسش تحقیق حاضر این است که چگونه دیپلماسی فرهنگی چین در مقایسه با ایالات متحده، تأثیر بیشتری بر جامعه آفریقای جنوبی داشته است و آیا این تأثیرات، پیامدهای مثبت یا منفی به همراه دارد یا خیر. براساس فرضیه تحقیق، دیپلماسی فرهنگی چین در آفریقای جنوبی به دلیل تمرکز بر ترویج زبان و فرهنگ با هدف ایجاد همزیستی، در جلب‌نظر و ایجاد نفوذ پایدار میان نخبگان و نسل جوان کشور موفق‌تر از دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده است که بیشتر بر حمایت از نخبگان و نهادهای غیردولتی با هدف غلبه فرهنگی استوار بوده است. یافته‌های این تحقیق در چهارچوب نظریه قدرت نرم جوزف نای و با استفاده از روش مقایسه‌ای مورد‌محور، تجزیه و تحلیل می‌شوند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴

واژگان کلیدی:

امریکا، چین، آفریقای جنوبی، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی عمومی.

* مطالب مندرج در فصلنامه مبین اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

مقدمه

اوایل قرن بیست و یکم دوره‌ای شناخته می‌شود که در آن رویکرد نظام‌های سیاسی از «قدرت سخت»^۱ به «قدرت نرم»^۲ تغییر کرده است. این نوع قدرت که به جای زور و تهدید، از جذابیت و تأثیر به‌عنوان روشی کم‌هزینه استفاده می‌کند، در حال حاضر توسط بسیاری از نظام‌های سیاسی مورد توجه قرار گرفته است. جوزف نای یکی از نظریه‌پردازان برجسته، به تأثیر فرهنگ در روابط بین‌الملل پرداخته و اهمیت آن را کنار سایر جنبه‌ها مطرح کرده است. او به دو نوع قدرت، یعنی قدرت سخت و قدرت نرم، اشاره می‌کند و قدرت نرم را توانایی متقاعدسازی از طریق فرهنگ، ارزش‌ها و ایده‌ها در مقابل قدرت سخت معرفی می‌کند. نای بر این باور است که قدرت سخت در طول تاریخ مورد استفاده قرار می‌گرفته و در حال حاضر قدرت نرم به‌عنوان شکلی از دیپلماسی فرهنگی مورد توجه قرار دارد (Nye, 2009: 147).

در نظام بین‌المللی کنونی، با توجه به روند جهانی شدن، بازیگران جدیدی وارد عرصه شده‌اند که پیش‌ازاین یا وجود نداشتند یا نقششان کم‌رنگ بوده است. همچنین سازمان‌های غیردولتی و نهادهای مدنی متعدد و حتی افراد به‌عنوان بازیگران جدید عرصه بین‌الملل ظهور کرده‌اند (Baylis & Smith, 2016: 53). منطقه جنوب آفریقا، به‌ویژه کشور آفریقای جنوبی، به یکی از نمادهای مهم جغرافیایی در روابط بین‌الملل پس از جنگ سرد تبدیل شده است. مشکلات اقتصادی که کشورهای این منطقه پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی با آن مواجه شدند، به‌تدریج به چالش‌های سیاسی تبدیل شد. در این راستا، ارتباطات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی آفریقای جنوبی با قدرت‌های بزرگ موضوع مورد توجه پژوهشگران به شمار می‌آید.

یکی از حوزه‌های مهم رقابت میان چین و ایالات متحده، حوزه فرهنگی و اجتماعی است. این دو کشور در تلاش هستند تا با ایجاد بسترهای فرهنگی، تمایلات و خواسته‌های جامعه آفریقای جنوبی را تحت تأثیر قرار دهند و آن‌ها را به سمت خود جلب کنند. چین با راه‌اندازی

1. Hard Power
2. Soft Power

موج‌های جدید مهاجرت و ایجاد شهرک‌های مسکونی چینی در آفریقای جنوبی، سعی در تغییر ترکیب جمعیتی برخی مناطق دارد و از طریق نهادهای مختلف مدنی به ترویج فرهنگ چینی می‌پردازد (Park & Chen, 2009: 22). از سال ۲۰۱۰، دولت چین به‌طور فعال در راستای سیاست‌های قدرت نرم، فرهنگ خود را در آفریقای جنوبی ترویج کرده است. این اقدامات شامل برنامه‌های تبادل فرهنگی و برگزاری نمایشگاه‌ها می‌شود. ترویج فرهنگ چینی در آفریقای جنوبی از طریق تأسیس مراکز فرهنگی و مؤسسه‌های کنفوسیوس برای آموزش زبان و هنرهای چینی، نقش فعال مهاجران و جوامع چینی در برگزاری رویدادهای فرهنگی، همکاری‌های آموزشی و دانشگاهی شامل تبادل دانشجو و برنامه‌های آموزشی مشترک و همچنین روابط اقتصادی قوی میان دو کشور که شامل برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی شرکت‌های چینی است، موجب ایجاد بسترهای فرهنگی و تقویت ارتباطات فرهنگی شده است. از سوی دیگر، ایالات متحده با در نظر گرفتن روابط نامناسب خود، سعی دارد از نمادهای استعمارگری‌اش فاصله بگیرد. این کشور با حمایت از نهادهای مردم‌نهاد و سازمان‌های خصوصی که به‌عنوان بنیادها شناخته می‌شوند، به پیشبرد راهبرد فرهنگی خود در آفریقای جنوبی می‌پردازد. همچنین با سرمایه‌گذاری‌های کلان به توسعه زیرساخت‌های دموکراسی و فرهنگ لیبرالی در این کشور کمک می‌کند.

بنابراین، محور اصلی رقابت چین و آمریکا در آفریقای جنوبی، تلاش برای نفوذ نرم از طریق مکانیسم‌های مختلف از جمله دیپلماسی اقتصادی و بهره‌برداری اقتصادی از این کشور و قاره آفریقا است. این رقابت تحت تأثیر عواملی مانند منافع اقتصادی، اولویت‌های استراتژیک و پویایی‌های منطقه‌ای شکل می‌گیرد. درک موضوع اصلی در این رقابت نیازمند تحلیل دقیق و ظریف از این عوامل و پیامدهای آن‌ها برای آفریقای جنوبی و قاره آفریقا است. در این پژوهش، هدف ما بررسی این است که چگونه دیپلماسی فرهنگی چین در مقایسه با ایالات متحده، تأثیر بیشتری بر جامعه آفریقای جنوبی داشته است و آیا این تأثیرات، پیامدهای مثبت یا منفی به همراه دارد یا خیر. فرضیه‌ای که در این تحقیق مدنظر است این است که دیپلماسی فرهنگی چین در

آفریقای جنوبی، به دلیل تمرکز بر ترویج زبان و فرهنگ با هدف ایجاد هم‌زیستی، در جلب نظر و ایجاد نفوذ پایدار، بین نخبگان و نسل جوان این کشور موفق‌تر از دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده است که بیشتر بر حمایت از نخبگان و نهادهای غیردولتی با هدف غلبه فرهنگی متمرکز بوده است. برای پاسخ به این پرسش، از روش مقایسه‌ای موردمحور استفاده خواهیم کرد و به بررسی رقابت چین و آمریکا در آفریقای جنوبی خواهیم پرداخت.

۱. مبانی مفهومی

کتاب‌ها و مقاله‌های گوناگونی درباره حضور چین و ایالات متحده و پیامدهای فرهنگی آن‌ها بر تحولات آفریقای جنوبی به نگارش درآمده‌اند، اما هیچ‌یک به‌طور تخصصی به مقایسه دیپلماسی فرهنگی دو کشور در آفریقای جنوبی نپرداخته‌اند. در این پژوهش تلاش شده است با تمرکز بر دیپلماسی فرهنگی چین و ایالات متحده، به بررسی و مقایسه نفوذ فرهنگی این دو قدرت در آفریقای جنوبی پرداخته شود. در ادامه به گزیده‌ای از مهم‌ترین منابع در این زمینه اشاره می‌شود. مقاله «دیپلماسی فرهنگی آمریکا در قبال چین، ۲۰۱۲-۲۰۰۱» نوشته فرخنده رنجکش، به بررسی نوع دیپلماسی فرهنگی آمریکا و ابزارهای متفاوت آن در قبال چین می‌پردازد که آمریکا با ترویج زبان انگلیسی، سبک زندگی آمریکایی و هالیوود به ساختن وجهه خود در قبال چین پس از یازده سپتامبر می‌پردازد. نکته‌ای که در این مقاله مغفول مانده است، این است که نویسنده به‌صورت خاص به رقابت فرهنگی چین در قبال آمریکا هم اشاره نکرده است و نمایان‌ساخته که با روند جهانی‌شدن، چین هم در قبال آمریکا به گسترش سیطره فرهنگی خود پرداخته است (رنجکش، ۱۳۹۵).

از دیگر نوشته‌هایی که به بررسی دیپلماسی فرهنگی چین در آفریقا پرداخته، مقاله «روابط چین و آفریقا؛ دیدگاه فرهنگ پویا، دیپلماسی فرهنگی چین با آفریقا» نوشته لی/او^۱ است. او تلاش می‌کند دیپلماسی فرهنگی چین را در قاره آفریقا مورد بررسی قرار دهد. این مقاله به بررسی نمایش‌های سنتی چین و ابزارهای ترویج فرهنگ چینی در قاره آفریقا

1. Liu

می‌پردازد و به‌اختصار از تأثیرات فرهنگی بر آفریقای جنوبی یاد می‌کند؛ اما حرفی از رقابت فرهنگی میان چین و آمریکا به میان نمی‌آورد؛ به همین منظور نمی‌تواند پاسخ مستدلی به پرسش پژوهش دهد (Liu, 2008).

از دیگر مقاله‌هایی که به بررسی دیپلماسی فرهنگی چین و آمریکا پرداخته است، «رسانه‌ها و دیپلماسی عمومی چین: تصاویری از آفریقای جنوبی»^۱ نوشته شان وو^۲ است. در این مقاله به تحلیل مفصل روابط فرهنگی چین با آفریقای جنوبی پرداخته شده است و از این نظر دیپلماسی فرهنگی چین مورد شده که آفریقای جنوبی ارزش استراتژیک بالایی برای چین داشته است. چین از طریق رسانه‌های عمومی، تبادلات علمی و بورسیه‌های دانشگاهی به نشر فرهنگ خود در این کشور پرداخته است؛ اما مسئله‌ای که وجود دارد این است که زمانی می‌توان اهمیت و سیطره نفوذ فرهنگی چین در آفریقای جنوبی را بررسی کرد که آن را کنار دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده مقایسه کنیم (Shan Wu, 2014).

مقاله «مقایسه استراتژی‌های قدرت نرم چین و ایالات متحده آمریکا در آفریقا»^۳ نوشته جانسون در سال ۲۰۲۳، به مقایسه استراتژی‌های نرم‌افزاری چین و آمریکا در آفریقا می‌پردازد و به‌ویژه به تأثیر این استراتژی‌ها بر توسعه روابط دوجانبه با آفریقای جنوبی می‌نگرد. نتایج نشان می‌دهند درحالی‌که چین به‌شدت روی زیرساخت‌ها و توسعه اقتصادی تمرکز کرده است، آمریکا بیشتر به ترویج ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی می‌پردازد. این مقایسه به تحلیل روندهای جدید در دیپلماسی فرهنگی کمک می‌کند و می‌تواند راه‌حل‌هایی برای بهبود همکاری‌های دوجانبه ارائه دهد (Johnson, 2023).

اثر بعدی، مقاله «مؤلفه‌های قدرت نرم چین در آفریقا» نوشته حسینی و سنایی است. نویسندگان مقاله به بررسی سیاست‌گذاری کلان چین در عرصه فرهنگی در قاره آفریقا می‌پردازند و به ابزارهایی همچون کمک مالی، برگزاری اجلاس، کمک‌های درمانی و غیره در

1. China's Media and Public Diplomacy: Images from South Africa
2. Shan Wu
3. Comparing Soft Power Strategies: China and the USA in Africa

راستای توسعه فرهنگی اشاره می‌کنند. این مقاله به صورت مختصر اشاره‌هایی به آفریقای جنوبی در کنار سایر کشورها می‌کند. نکته‌ای که در این مقاله مورد غفلت قرار گرفته، عدم اشاره به راهبردهای نوین مانند مؤسسه کنفوسیوس و دیاسپورا است که چین از این طریق نفوذ خود را در آفریقای جنوبی گسترده کرده است (حسینی و سنائی، ۱۳۹۷).

در مقاله «دیپلماسی عمومی؛ ابزار امپریالیسم فرهنگی امریکا در خاورمیانه» نوشته ماه‌پیشانیان، نویسنده تلاش می‌کند نشان دهد ایالات متحده چگونه از طریق ابزارهای دیپلماسی عمومی نظیر شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های جمعی به تغییر ساخت حکومت در کشورهای خاورمیانه پرداخته است. ایالات متحده پس از یازده سپتامبر در تلاش بود احساسات ضد امریکایی را با دموکراسی‌سازی در کشورهای خاورمیانه و ترویج فرهنگ لیبرال دموکراسی از میان ببرد؛ اما این مقاله اشاره‌ای به نقش بنیادهای امریکا به عنوان پیشران‌های دیپلماسی فرهنگی آن نکرده است. در مقاله حاضر به نکاتی که در آن مقاله مغفول مانده است خواهیم پرداخت (ماه‌پیشانیان، ۱۳۹۰).

در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که مقاله‌ها و کتبی که در زمینه دیپلماسی فرهنگی امریکا و چین هستند به طور خاص و جداگانه این دو کشور را بررسی کرده‌اند و کمتر پژوهش علمی‌ای به مقایسه رویکرد امریکا و چین در سیطره فرهنگی بر منطقه جغرافیایی خاصی پرداخته‌اند. آنچه در این تحقیق به آن خواهیم پرداخت این است که رویکرد هر دو کشور را در آفریقای جنوبی بررسی خواهیم کرد و در نهایت به تحلیل شباهت‌ها و تمایزهای این دو کشور اشاره می‌کنیم.

پیش از پرداختن به چهارچوب نظری، باید به تشریح مفهوم دیپلماسی فرهنگی و نسبت آن با قدرت نرم جوزف نای بپردازیم. در عرصه نظری روابط بین‌الملل، دیپلماسی فرهنگی را ذیل دیپلماسی عمومی تعریف می‌کنند و البته تعاریف مختلفی از سوی صاحب‌نظران ارائه شده است. یکی از جامع‌ترین این تعاریف متعلق به مک کلنن^۱ است. او دیپلماسی عمومی را

برنامه‌ریزی استراتژیک و اجرای برنامه‌های آموزشی، فرهنگی و اطلاع‌رسانی از سوی یک کشور حامی به‌منظور شکل‌دهی به افکار عمومی در کشور هدف توصیف می‌کند. این فرایندها به‌گونه‌ای طراحی می‌شود تا به رهبران کشور هدف در اتخاذ تصمیمات سیاسی کمک کند تا اهداف سیاست خارجی خود را محقق کنند (McClellan, 2004). دیپلماسی فرهنگی را به‌نوعی زیرمجموعه دیپلماسی عمومی می‌دانند. این نوع دیپلماسی برخلاف رویکرد سنتی که موضوعات را بیشتر به سیاست‌ها و رفتارهای دولت‌ها مرتبط می‌کند، به ترویج و تقویت تعاملات و مبادلات فرهنگی میان ملل مختلف می‌پردازد و به‌منظور طراحی، تدوین و اجرای توافق‌نامه‌ها و رسیدن به تفاهم فرهنگی بر مبنای ارزش‌ها و درک مشترک عمل می‌کند (Ninkovich, 1996: 12). امروزه دیپلماسی فرهنگی به دلیل کاربرد و اهمیت ویژه‌ای که برای سیاست‌گذاران دارد به‌نوعی به قدرت نرم تشبیه می‌شود که دولتمردان از این طریق نفوذ و اراده خود را بر کشورهای دیگر اعمال می‌کنند. در این باره جوزف نای (۱۹۹۰) قدرت نرم را توانایی دستیابی به اهداف از طریق جاذبه و اقناع، به‌جای اجبار می‌داند و بر این باور است که قدرت نرم از طریق منابعی چون فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست‌های جذاب به کار می‌رود تا درک و رفتار دیگر کشورها را بدون نیاز به اعمال قدرت نظامی تغییر دهد. این منابع قدرت نرم، به‌ویژه در زمینه دیپلماسی فرهنگی، امکان ایجاد جذابیت و ارتباطات نزدیک‌تر را با دیگر جوامع فراهم می‌آورند و به کشورهای استفاده‌کننده از این ابزار کمک می‌کنند نفوذ پایداری در سایر مناطق جهان داشته باشند (Nye, 2004).

برخی پژوهشگران، مانند نای (۲۰۰۴)، منابع قدرت نرم را محدود به فرهنگ، ارزش‌های سیاسی و سیاست خارجی می‌دانند (Nye, 2004; Barr, 2011; Huning, 1993). در مقابل، گروهی دیگر از پژوهشگران، اقتصاد را نیز به منابع قدرت نرم اضافه کرده و ارزش‌های سیاسی را زیرمجموعه‌ای از فرهنگ در نظر می‌گیرند (Kurlantzick, 2007; Hoey, 2007). همچنین برخی صاحب‌نظران معتقدند قدرت نرم عمدتاً جنبه‌ای فرهنگی دارد، اما جذابیت‌های اقتصادی و توانمندی‌های سیاست داخلی و خارجی نیز نقش مهمی در تقویت آن ایفا می‌کنند. به عقیده

این پژوهشگران، قدرت نرم تنها محدود به مؤلفه‌های فرهنگی نمی‌شود، بلکه عناصری همچون توانمندی اقتصادی، ارائه الگویی جذاب در عرصه اقتصاد و سیاست خارجی، دیپلماسی عمومی موفق، جذابیت‌های ایدئولوژیک و برخورداری از شخصیت‌های محبوب بین‌المللی در توسعه و نفوذ قدرت نرم اهمیت زیادی دارند (سعیدی، ۱۴۰۰: ۴-۵)؛ از این رو، سه حوزه مهم فرهنگ، اقتصاد و سیاست، اساس قدرت نرم هر کشوری را تشکیل می‌دهند.

در زمینه دیپلماسی فرهنگی، چین و آمریکا هر دو به دنبال گسترش نفوذ خود در آفریقای جنوبی هستند، اما شیوه‌های استفاده از قدرت نرم و میزان تأثیرگذاری آن‌ها متفاوت است. آمریکا با تأکید بر ارزش‌های دموکراسی، حقوق بشر و آزادی فردی تلاش دارد از طریق برنامه‌های فرهنگی و آموزشی، تصویر جذابی از خود ارائه دهد. در مقابل، چین بر توسعه اقتصادی، تبادلات فرهنگی و عدم مداخله در امور داخلی کشورهای دیگر تأکید دارد که این امر به‌ویژه برای کشورهای آفریقایی که به دنبال استقلال سیاسی و اقتصادی هستند، جذاب به نظر می‌رسد (عرب‌احمدی، ۱۴۰۳: ۳۷). این چهارچوب نظری با تمرکز بر سه محور فرهنگ، اقتصاد و سیاست، تحلیل این دو رویکرد متفاوت را امکان‌پذیر می‌سازد و نشان می‌دهد چگونه دیپلماسی فرهنگی می‌تواند به مثابه ابزاری برای تقویت و حفظ نفوذ خارجی در آفریقای جنوبی به کار گرفته شود.

۲. روش پژوهش

روش تحقیق مقایسه‌ای نوعی مطالعه علمی است که به دنبال مقایسه دو یا چند گروه از افراد یا چیزها بر اساس ویژگی‌های خاص است. روش تحقیق تطبیقی یکی از اساسی‌ترین و پرکاربردترین روش‌ها در علوم اجتماعی است که اهمیت ویژه‌ای در تحلیل رفتارهای جمعی، سیاست‌ها و روابط بین‌الملل دارد. این روش با تمرکز بر شباهت‌ها و تفاوت‌ها به درک عمیق‌تر و دقیق‌تر از پدیده‌های اجتماعی کمک می‌کند. مطالعات تطبیقی، به بیان ساده، عملی برای مقایسه دو یا چند چیز با هدف کشف چیزی درباره یک یا همه چیزهایی است که با هم مقایسه می‌شوند. روش تحقیق مقایسه‌ای نوعی مطالعه علمی است که به دنبال مقایسه دو یا

چند گروه از افراد یا چیزها بر اساس ویژگی‌های خاص است (Antal & Weiler, 1987: 11). روش موردمحوری یکی از انواع تحقیقات مقایسه‌ای است که بیشتر بر تبیین‌های تاریخی تمرکز دارد. این روش به دلیل داشتن ارزش‌های خاص و درعین‌حال محدودیت‌ها و قابلیت شمارش، مورد توجه محققان قرار گرفته است. در این نوع پژوهش، محققان از راهبردهای تطبیقی مانند استفاده از تیپ‌های ایدئال و دیگر ابزارهای نظری برای تفسیر داده‌ها بهره می‌برند. پیروان ماکس وبر از این ابزارها برای بازنمایی نظریه یا تحلیل سازوکارهای علی در میان مجموعه‌ای از موارد قابل مقایسه استفاده می‌کنند (Porta & Keating, 2008: 204-215). این روش معمولاً به دنبال تفسیر تاریخی و تحلیل علی است و هدف آن شناخت وقایع تاریخی یا مجموعه‌ای از رخدادها و فرایندهای قابل مقایسه از طریق جمع‌آوری شواهد و ارائه تعمیم‌های تاریخی محدود است که به توالی تاریخی و زمینه‌های مرتبط با آن حساسیت دارد. محققانی که از این روش استفاده می‌کنند تمایل دارند ارزش ذاتی هر مورد خاص را در تفسیر و ارزیابی آن مورد بررسی قرار دهند. به همین دلیل، بیشتر این تحقیقات از نوع تحلیلی - علی هستند و هدف کلی آن‌ها ارائه تعمیم‌های محدود درباره علل گروهی از پدیده‌های تاریخی است که به صورت نظری تعریف شده‌اند (ساعی، ۱۳۹۲: ۵۸). در این پژوهش با استفاده از روش مقایسه موردمحور به دنبال تبیین و تحلیل یافته‌های دو مورد مطالعاتی یعنی چین و آمریکا هستیم تا دیپلماسی فرهنگی این دو قدرت را در کشور آفریقای جنوبی بررسی کنیم تا علاوه بر کشف تمایزها و شباهت‌های آن‌ها، به اثرات و پیامدهای این رقابت برای آفریقای جنوبی و قاره آفریقا پردازیم.

۳. دیپلماسی فرهنگی چین و ایالات متحده در آفریقای جنوبی

دیپلماسی فرهنگی چین و آمریکا که در نهادهای مدنی و مهاجرت نخبگان به این دو کشور تبلور می‌یابد، می‌تواند موجب سیطره فرهنگی این دو قدرت بزرگ بر آفریقای جنوبی شود. در ادامه به صورت تفصیلی اقدامات هریک از دو قدرت را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱-۳. چین

آفریقای جنوبی به همراه چهار کشور دیگر شامل مصر، کامرون، اتیوپی و کنیا، در قاره آفریقا، از زمان‌های قدیم تبادلات فرهنگی و تجاری زیادی با چین داشته است. این کشورها همواره دارای جمعیت چینی بوده‌اند، اما آفریقای جنوبی روابط عمیق‌تری با چین برقرار کرده است. پس از سال ۱۹۹۴ و پایان نظام آپارتاید^۱، این کشور تلاش‌های خود را برای گسترش روابط دیپلماتیک و فرهنگی با دیگر کشورها افزایش داد و در این راستا، همکاری‌ها با چین طی ۲۵ سال گذشته به‌طور قابل توجهی توسعه یافته است. از سال ۲۰۰۰، کمیسیون دوجانبه بین دو کشور تشکیل شد و در حال حاضر بیش از پنجاه توافق‌نامه همکاری در حوزه‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی به امضا رسیده است. در این دوره، مهاجرت به آفریقای جنوبی و از آن به دیگر نقاط جهان افزایش یافت؛ به‌گونه‌ای که کشورهایی مانند چین به سازمان‌دهی مهاجران چینی در آفریقای جنوبی پرداختند. این مهاجرت‌ها که به‌نوعی تبادلات فرهنگی میان کشورها را تحت تأثیر قرار داده است، زمینه‌ساز بسیاری از همکاری‌ها شده است (King, 2010: 75).

۱-۳-۱. مهاجران؛ عامل محرک تبادلات فرهنگی

دیاسپورا^۲ به‌عنوان جوامع ملی مهاجری که در تعامل با یکدیگر و همچنین با کشور مبدأ زندگی می‌کنند، شناخته می‌شوند. مفهوم دیاسپورا باید از دیگر پدیده‌های مهاجرت تفکیک شود، چراکه ارتباطات بین اعضای دیاسپورا و کشور مبدأ از اهمیت بالایی برخوردار است. داشتن تابعیت مضاعف یا چندگانه می‌تواند پیوند مهمی میان دیاسپورا و کشورهای خود ایجاد کند و بدین ترتیب هم ارتباط دیاسپورا با کشور مبدأ و هم ادغام آن با کشور مقصد تسهیل می‌شود. حقوق شهروندی و اقامت نیز امکان سفر و مالکیت زمین را به‌راحتی فراهم می‌سازد. دیاسپورها تنها محدود به مهاجران آفریقایی در چین نیستند، بلکه شامل چینی‌هایی که به آفریقا مهاجرت کرده‌اند نیز می‌شود. آمارهای متفاوتی درباره دیاسپورای چینی در آفریقا وجود دارد؛ برخی منابع از جمله مؤسسه سیاست مهاجرت برآورد می‌کنند حدود پنج میلیون چینی

1. Apartheid
2. Diaspora

در آفریقا ساکن هستند که از این تعداد تقریباً پانصد هزار نفر در آفریقای جنوبی زندگی می‌کنند. دیاسپورای چینی در آفریقای جنوبی نیروی کاری فعال است و به تدریج جمعیت آن‌ها به حدی افزایش یافته که در شهرهایی مانند پرتوریا و پورت الیزابت اقدام به شهرک‌سازی کرده‌اند (Park, Chen, 2009: 27-30).

این جمعیت تنها به دیاسپورای چینی محدود نمی‌شود، بلکه دیاسپورای آفریقایی نیز در چین جمعیت قابل توجهی دارد که بخشی از آن به آفریقای جنوبی مربوط می‌شود. این دیاسپورا عمدتاً از مهاجرت‌های آفریقایی از دهه ۱۹۵۰ آغاز شده و همچنان ادامه دارد. حدود یک‌چهارم دیاسپورای آفریقایی که در آسیا زندگی می‌کنند در چین مستقر هستند؛ به‌ویژه در شهرهای گوانگژو، هنگ‌کنگ، ماکائو، شانگهای و پکن. بر اساس گفته وانت سنت^۱ کارشناس مؤسسه سیاست مهاجرت، «تعداد اعضای دیاسپورای آفریقایی در چین تقریباً پانصد هزار نفر (۰/۳۸ درصد از جمعیت کل) تخمین زده شده که از این تعداد نزدیک به صد هزار نفر از آفریقای جنوبی هستند.» بیشتر مهاجران آفریقایی و افراد آفریقایی‌تبار ساکن چین از غرب آفریقا یا آفریقای جنوبی هستند. ساکنان آفریقای جنوبی بیشتر در شهرهای دانشگاهی مانند هنگ‌کنگ و پکن زندگی می‌کنند (Marsh, 2016: 2). آفریقایی‌ها در چین را می‌توان به چند گروه تقسیم کرد: دیپلمات‌ها و نمایندگان رسمی آفریقای جنوبی، دانشجویان و تاجران. این بزرگ‌ترین گروه آفریقایی است که همچون شواهدی بر تجارت بین چین و آفریقای جنوبی در این کشور زندگی می‌کنند. از سال ۲۰۱۰، چین به بزرگ‌ترین شریک اقتصادی آفریقای جنوبی تبدیل شده است. فعالیت دیاسپورای آفریقایی در آسیا نه تنها از نظر اقتصادی بلکه به‌طور دانشگاهی نیز قابل توجه است. برای مثال، دانشگاه هنگ‌کنگ برنامه جدیدی در حوزه مطالعات آفریقایی در دانشکده علوم انسانی معرفی کرده است که این برنامه نقش مؤثری در جذب حداکثری دانشجویان از آفریقای جنوبی داشته است (Park, Chen, 2009: 35).

در جریان (FOCAC V 2012)، پکن تأسیس یک «مرکز تبادل مطبوعاتی چین - آفریقا» را

پیشنهاد کرد، زیرا تعداد اندکی از روزنامه‌نگاران مستقر در چین اصالتاً آفریقایی هستند. هدف، ایجاد مرکزی بود که خبرنگاران آفریقایی بتوانند در آن اقامت کنند، مشاهده کنند و دربارهٔ چین گزارش دهند (Shan Wu, 2014).

۲-۱-۳. مؤسسه‌های فرهنگی چین در آفریقای جنوبی؛ کانون تبادلات فرهنگی

دیپلماسی فرهنگی چین از طریق نهادها و سازمان‌های خصوصی که به‌طور مستقیم با سیاست خارجی این کشور ارتباط دارند، شکل می‌گیرد. یکی از نهادهایی که در آفریقای جنوبی رشد چشمگیری داشته و هم‌راستا با سازمان‌های مدنی غربی به توسعهٔ روابط فرهنگی می‌پردازد، مؤسسهٔ کنفوسیوس^۱ است. این مؤسسه به‌عنوان شبکه‌ای از تعاملات مدنی، به‌دنبال گسترش فرهنگ چینی در آفریقای جنوبی است و در کنار سایر نهادها نظیر شورای بریتانیا و مؤسسهٔ گوته^۲ همچون نمادی از دیپلماسی فرهنگی عمل می‌کند. مؤسسهٔ کنفوسیوس با همکاری وزارت آموزش و پرورش، فرهنگ چین را ترویج می‌کند (King, 2010: 76). هدف اساسی این مؤسسه پیوند میان نهادهای دانشگاهی چین با کشورهای هدف است که در این باره در آفریقای جنوبی نقش ویژه‌ای ایفا کرده است. این مؤسسه در پی توسعهٔ زبان چینی در آفریقای جنوبی و افزایش مبادلات فرهنگی با جامعه آفریقایی است و برای گسترش فعالیت‌های خود در سراسر کشور، شعبه‌هایی تأسیس می‌کند. از سال ۲۰۱۰، تقریباً ۱۵۰۰ معلم چینی به آفریقای جنوبی اعزام شدند و صد هزار کتاب به این کشور ارسال شد. هر مؤسسه بین ۱۵۰-۱۰۰ هزار دلار برای فعالیت‌های خود کمک دریافت می‌کند. مؤسسات کنفوسیوس برنامه‌هایی مانند آموزش زبان چینی، حمایت از معلمان، مدیریت تدریس خصوصی و اعطای بورسیه به جوانان آفریقای جنوبی را سازمان‌دهی می‌کنند. این برنامه‌ها با سه هدف اصلی آموزش زبان چینی، ترویج فرهنگ و توسعهٔ مبادلات تجاری اجرا می‌شوند (Eisenman, 2020: 214-215).

مؤسسات کنفوسیوس در آفریقای جنوبی نقشی کلیدی در گسترش زبان و فرهنگ چینی ایفا کرده‌اند. از سال ۲۰۱۰، شمار زیادی از مردم آفریقای جنوبی در کلاس‌های زبان چینی

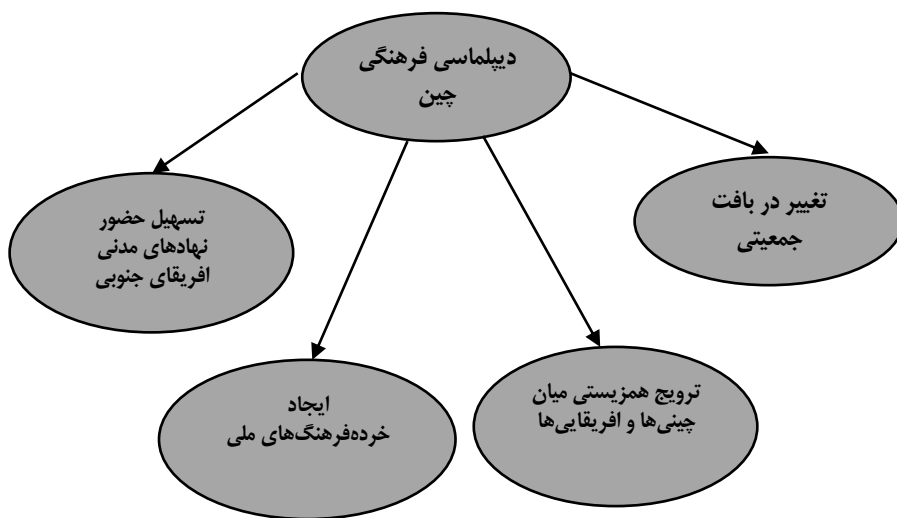
1. Confucius Institute
2. Goethe Institute

شرکت کرده و بسیاری از آن‌ها به تسلط بر این زبان دست یافته‌اند. علاقه به فرهنگ و ادبیات چینی به واسطه تدریس در مؤسسات کنفوسیوس، تأثیرات زیادی بر روابط فرهنگی دو کشور گذاشته است. تسلط فرهنگی چین و گسترش روابط آموزشی نزدیک میان دو کشور نیز آثار بارزی بر اقتصاد آفریقای جنوبی داشته است، از جمله افزایش سرمایه‌گذاری‌های چینی‌ها، افزایش تجارت دوجانبه و اجرای پروژه‌های زیرساختی بزرگ. شرکت‌های چینی با کمک افرادی که در چین تحصیل کرده‌اند، پروژه‌های زیرساختی مهمی را در آفریقای جنوبی اجرا کرده‌اند (South China Morning Post, 2023: 54).

تأثیرات فرهنگی مؤسسه کنفوسیوس صرفاً به ترویج زبان و فرهنگ چینی ختم نمی‌شود، بلکه عمده نقش‌آفرینی این نهاد، تسهیل حمایت‌های لازم از جانب دولت چین در راستای گسترش عرصه علمی در آفریقای جنوبی است. چین بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ در شکل‌گیری بورسیه‌های تحصیلی و افزایش تعداد دانشجویان آفریقای جنوبی نقش ویژه‌ای ایفا کرده و به‌طور مستمر به دانشجویان بورسیه‌های تحصیلی ارائه کرده است. این کشور بیش از چهل درصد از کل بورسیه‌های دانشگاهی خود را به دانشجویان کشورهای جنوب صحرای آفریقا اختصاص داده و برای آفریقای جنوبی سهم بیشتری نسبت به دیگر کشورها قائل است (China Digital Times, 2022: 1). اگرچه کمک به بورسیه‌های تحصیلی در جنوب صحرای آفریقا از سال ۲۰۰۰ کاهش یافته است، اما علاقه مستمر چین به این منطقه، منجر به افزایش حمایت مالی از دانشجویان بین‌المللی آفریقایی از سال ۲۰۱۰ شده است. بر اساس گزارش سرویس آموزش جهانی، تقریباً سی هزار آفریقایی بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۵ بورسیه دریافت کردند که از این تعداد حدود هزار نفر از آفریقای جنوبی بودند. طبق اعلام یونسکو، چین با تحقق این وعده، مجموع بورسیه‌های تحصیلی جدید و جاری را برای سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۲ به پنجاه هزار نفر افزایش داد که شامل بیست هزار بورسیه اضافی در مقایسه با سه سال گذشته است و از مجموع این تعداد، بالغ بر بیست هزار بورسیه به دانشجویان آفریقایی جنوب صحرای تعلق دارد (Kigotho, 2020: 4). به‌طور میانگین، هر سال حدود پانصد

دانشجو از آفریقای جنوبی در چین مشغول تحصیل هستند که این تعداد در سال‌های اخیر به بیش از هزار نفر نیز رسیده است (Nyabiage, 2024: 2).

اساساً دیپلماسی فرهنگی چین در آفریقای جنوبی با چشم‌اندازها و اهداف متفاوتی از سایر رویکردهای غربی و امریکایی صورت می‌گیرد. چین بسیار تلاش می‌کند تصویر متفاوتی را از خود در آفریقای جنوبی بر جای بگذارد. این تصویر نوین بر نوع تعاملات جدید قدرت‌های بزرگ با دیگر قدرت‌ها معطوف است و نگاه امپریالیستی و استعماری را به همراه ندارد. این تصویرسازی مثبت در پیشبرد منافع چین بسیار حائز اهمیت بوده است.



نمودار شماره ۱. چشم‌اندازهای دیپلماسی فرهنگی چین

تأثیرات فرهنگی چین در آفریقای جنوبی در دهه گذشته به‌طور قابل توجهی افزایش یافته و نقش مهمی در شکل‌گیری روابط اقتصادی و سیاسی دو کشور ایفا کرده است. این تأثیرات از طریق بورسیه‌های تحصیلی، مؤسسه‌های فرهنگی و روابط اقتصادی قوی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر اقتصاد و جامعه آفریقای جنوبی تأثیر گذاشته‌اند. هدف اساسی چین از پیشبرد دیپلماسی فرهنگی ایجاد هم‌زیستی میان مردمان آفریقای جنوبی و مردم چینی‌زبان است تا از این طریق احساس همدلی و پیوند عمیقی را میان دو ملت ایجاد کند. مؤسسه کنفوسیوس،

به‌عنوان یکی از ده مؤسسهٔ چینی در آفریقای جنوبی، با فعالیت‌های خود تأثیر مثبتی بر دیدگاه مردم آفریقایی تبار به چین داشته و موجی از علاقه‌مندی به فرهنگ و ادبیات چینی را در میان مردم آفریقای جنوبی ایجاد کرده است. این تبادلات فرهنگی در نهایت می‌تواند به منافع اقتصادی بیشتری منجر شود و روابط فرهنگی، حتی می‌تواند تمایل مردم آفریقای جنوبی را به سوی محصولات و کالاهای چینی افزایش دهد.

۱-۴. آمریکا

برخلاف چین، ایالات متحده به‌دنبال گسترش نفوذ فرهنگی یا تسخیر مناطق جدید نیست؛ بلکه هدف آن تقویت موقعیت قبلی خود در آفریقای جنوبی است و برای این منظور، از ابزارهای متعددی همچون مؤسسه‌های غیردولتی و بورسیه‌های تحصیلی بهره می‌برد تا مانع از نفوذ فرهنگی چین شود.

۱-۴-۱. مهاجرت و دیاسپورای آفریقایی: از تبادل فرهنگی تا فرار نخبگان آفریقای جنوبی به آمریکا

ایالات متحده به دلیل نزدیکی جغرافیایی با قاره آفریقا همواره توجه خاصی به این منطقه داشته است. در تاریخ، مهاجرت بومیان آفریقایی به آمریکا و استعمار این مردم توسط انگلیس، زمینه‌ساز ایجاد ارتباطات مستحکمی میان آمریکایی‌ها و آفریقایی تبارها شده است. دیاسپورای آفریقایی تنها به چین محدود نمی‌شود بلکه مهاجرت به ایالات متحده را نیز شامل می‌شود. به گزارش اتحادیه آفریقا، دیاسپورای آفریقایی شامل «افرادی آفریقایی‌الصل است که در خارج از این قاره زندگی می‌کنند و تمایل دارند به توسعهٔ آن کمک کنند.» این جابه‌جایی جمعیتی را می‌توان مهاجرتی در نظر گرفت که منجر به شکل‌گیری نخستین جامعهٔ آفریقایی خارج از قاره شده است. تجارت برده اسطورهٔ بنیان‌گذاری دیاسپورای آفریقایی در اروپا و آمریکا شناخته می‌شود. در این دوره، بسیاری از آفریقایی‌ها از قارهٔ خود تبعید شدند، اما احساس تعلق به یک جامعه آفریقایی همچنان برقرار ماند و حتی تقویت شد. تمرکز این بخش بر درصد ساکنان آفریقایی تبار در اروپا خواهد بود (Palmer, 2000: 2).

امروزه امریکایی‌های آفریقایی‌تبار ۱۳/۵ درصد از کل جمعیت ایالات متحده را تشکیل می‌دهند. در چند دهه اخیر، آن‌ها به‌طور فزاینده‌ای در طبقات متوسط حضور یافته‌اند. برای مثال، در سال ۲۰۱۱، ۵۰/۸ درصد از تمام امریکایی‌های آفریقایی‌تبار در مشاغل یقه‌سفید (حرفه‌های دانشگاهی و مدیریتی) فعالیت داشتند. در سال ۲۰۱۳، ۵۸/۳ درصد از فارغ‌التحصیلان دبیرستان‌های آفریقایی‌تبار در یک کالج ثبت‌نام کردند که در مقایسه با ۳۵/۸ درصد در سال ۱۹۸۲ افزایش قابل توجهی است (1: experience africa, 2010).

مهاجرت نخبگان آفریقای جنوبی به ایالات متحده، به‌ویژه بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳، تأثیر قابل توجهی بر فرهنگ و شرایط اقتصادی آفریقای جنوبی گذاشته است. این روند عمدتاً به دلیل تمایل نخبگان تحصیل‌کرده آفریقایی جنوبی به جست‌وجوی فرصت‌های بهتر در خارج از کشور به‌ویژه در ایالات متحده، شکل گرفته است. فرار مغزها به‌خصوص از طریق بورسیه‌های تحصیلی صورت می‌گیرد. دانشگاه‌های معتبر امریکایی، همچون هاروارد، ییل و استنفورد، بورسیه‌های متعددی به‌طور خاص برای افراد بااستعداد آفریقایی جنوبی ارائه کرده‌اند. برای مثال، برنامه بورسیه هاروارد^۱ از سال ۲۰۱۰، سالانه ۱۵-۲۰ بورسیه برای تحصیلات تکمیلی در رشته‌های مختلف اختصاص داده است. این تعداد در سال‌های ۲۰۱۹ کاهش یافت، اما در سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ نسبت به سال ۲۰۱۹ افزایش یافت و به ۳۰ دانشجو در تمامی رشته‌ها رسید (2: U.S. Census Bureau, 2020). سایر مؤسسه‌ها نیز از این الگو پیروی کرده و به‌طور قابل توجهی جریان دانشجویان آفریقایی جنوبی به نظام دانشگاهی ایالات متحده را افزایش داده‌اند.

این مهاجرت تحصیلی به تشدید فرار مغزها منجر شده است؛ جایی که تعداد قابل توجهی از این دانشجویان پس از فارغ‌التحصیلی تصمیم می‌گیرند در ایالات متحده بمانند. این وضعیت به از دست رفتن متخصصان در بخش‌های کلیدی مانند بهداشت، مهندسی و فناوری که برای توسعه آفریقای جنوبی حیاتی هستند، منجر شده است. خروج این افراد با تحصیلات عالی،

1. Harvard Scholarship Program

اقتصاد آفریقای جنوبی را تحت فشار قرار داده و استعدادهای مورد نیاز برای نوآوری و رشد را کاهش می‌دهد. همچنین گفتنی است آفریقای جنوبی به‌خودی‌خود به دلیل ثبات اقتصادی، مقصد مهاجرت بسیاری از کشورهای همسایه مانند بوتسوانا، اسواتینی، لسوتو، موزامبیک و زیمبابوه است، اما ایالات متحده نیز یکی از مقاصد محبوب نخبگان آفریقای جنوبی محسوب می‌شود (Crush & Williams, 2010: 175). پیامدهای مالی فرار مغزها نیز شدید است. هزینه‌های تحصیلی این افراد که غالباً توسط دولت آفریقای جنوبی تأمین می‌شود، نشان‌دهنده ضرر مستقیمی است که در نتیجه خروج این متخصصان به اقتصاد ایالات متحده کمک می‌کنند. تلاش‌ها برای معکوس کردن یا کاهش فرار مغزها، همچون طرح‌هایی که مهاجرت بازگشتی یا تعامل مجازی با دیاسپورا را تشویق می‌کنند، موفقیت محدودی داشته‌اند. مفهوم گردش مغز^۱ که تبادل مهارت‌ها بین آفریقای جنوبی و کشورهای میزبان مانند ایالات متحده را ترویج می‌کند، به‌عنوان راه‌حل پیشنهاد شده است. تعامل دانشجویان و متخصصان آفریقایی جنوبی با فرهنگ ایالات متحده منجر به پذیرش ایده‌ها و روش‌های جدید شده و بر روندهای فرهنگی در آفریقای جنوبی تأثیرگذار بوده است.

۲-۱-۴. تحکیم منافع اقتصادی با ایجاد نهادهای مدنی در آفریقای جنوبی

آفریقای جنوبی یکی از کشورهایی است که از بدو ورود بنیادها به قاره آفریقا، توجه آن‌ها را جلب کرده است. این کشور به دلیل ظرفیت‌های زیاد، یکی از مقاصد اصلی بنیادها محسوب می‌شود. بنیادها با تسلط بر نخبگان علمی در کشور هدف، شبکه‌ای از نخبگان فکری ایجاد کرده و حمایت‌های لازم را از آن‌ها برای تغییر ساختار جامعه به نفع خود انجام می‌دهند. بر اساس آمار، بنیاد کارنگی^۲ تا سال ۱۹۶۹ بیش از نیمی از استادان آفریقای جنوبی را تحت حمایت خود قرار داده بود. همچنین، بنیاد فورد^۳ بین سال‌های ۱۹۵۸ تا ۱۹۶۹، ۲۵ میلیون دلار در آفریقای جنوبی هزینه کرده که هشت میلیون دلار آن صرف

1. Brain Circulation
2. Carnegie Foundation
3. Ford Foundation

توسعه دانشگاه‌ها شده است. بنیاد راکفلر^۱ نیز معادل نه میلیون دلار به دانشگاه‌های پرتوریا و کیپ تاون کمک کرده است (Berman, 1983: 198).

علاوه بر آموزش دانشجویان در آفریقای جنوبی، بنیادها به تربیت اساتید و معلمان نیز پرداخته‌اند. از سال ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰، بنیاد کارنگی تمرکز خود را بر گسترش آموزش معلمان در خارج قرار داد. این پروژه با همکاری دانشگاه کلمبیا و بنیاد کارنگی، در طول هفت سال بیش از ۱/۶ میلیون دلار به مؤسسات آموزش و پرورش در جنوب آفریقا و به‌ویژه آفریقای جنوبی کمک کرد (Fleishman, 2007: 358). در سال ۱۹۶۰، کالج تربیت معلم کلمبیا نخستین کمک مالی را از بنیاد کارنگی دریافت کرد تا برنامه خاصی را برای تربیت معلمان در آفریقای جنوبی اجرا کند. اهداف این برنامه شامل موارد زیر بود:

■ ایجاد تسهیلات آموزشی برای استادان تربیت معلم در آفریقای جنوبی

■ تأسیس یک مرکز آموزشی آفریقایی

■ برقراری ارتباط بین دانشکده تربیت معلم کلمبیا و مؤسسه آفریقای جنوبی

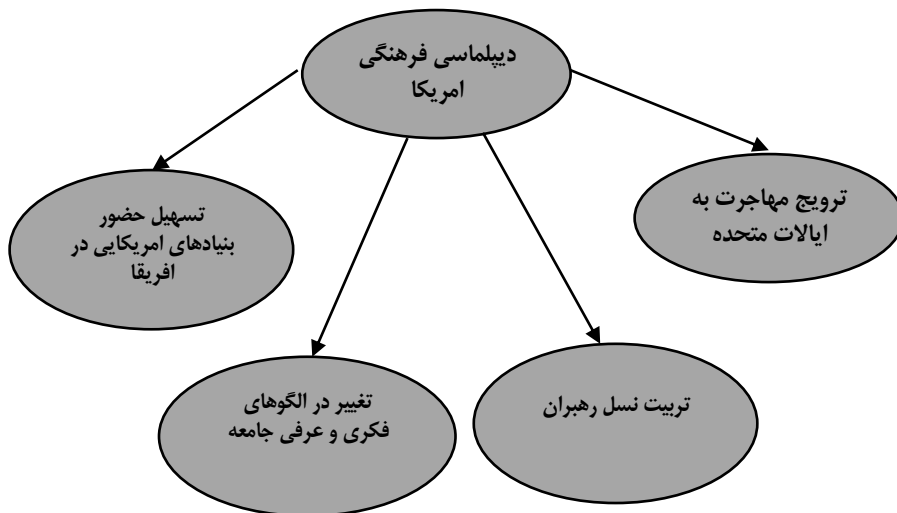
■ ایجاد اصول و ارزش‌هایی برای توسعه شبکه کلمبیا در آفریقا

دانشکده‌های تربیت معلم به‌گونه‌ای در دانشگاه‌های آفریقای جنوبی تأسیس شدند که ارتباط مستقیم با وزارت آموزش و پرورش داشتند و مسئولیت آموزش ابتدایی و دبیرستان را بر عهده داشتند. این سلسله‌مراتب آموزشی به ایجاد نسل‌هایی در آفریقای جنوبی انجامید که ارزش‌های غربی را در خود نهادینه کردند. اکنون باید پرسید آمریکا از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ چه تأثیر فرهنگی‌ای از طریق نهادهای مدنی بر آفریقای جنوبی داشته است. بنیادهای آمریکایی با بهره‌گیری از استراتژی‌های ژئوپلیتیکی در سرمایه‌گذاری و افزایش نفوذ، به‌ویژه در آفریقای جنوبی، به دنبال اهداف خود بوده‌اند. اگرچه ممکن است برنامه‌های آن‌ها به‌طور مستقیم در کنار یکدیگر اجرا نشوند، اما تمایل آن‌ها به حفظ اهرم‌های کنترلی بر روندهای اجتماعی و اقتصادی

1. Rockefeller Foundation

یک کشور به‌وضوح نمایان است. علاوه بر تقویت نخبگان از طریق مؤسسه‌های آموزشی، همکاری در بخش‌های غیرانتفاعی و اجتماعی در آفریقای جنوبی به‌طور فزاینده‌ای رواج یافته است. در سال‌های اخیر، بنیادهایی نظیر بنیاد فورد و بنیاد راکفلر در طرح‌های اجتماعی و اقتصادی در آفریقای جنوبی مشارکت داشته‌اند. این بنیادها از طریق برنامه‌های مختلف و ارائه منابع مالی، به توسعه مشاغل اجتماعی، حقوق بشر و توانمندسازی زنان در آفریقای جنوبی کمک می‌کنند. این نهادها، با توجه به وضعیت اجتماعی و اقتصادی در آفریقای جنوبی، به‌دنبال ایجاد نهادهای غیردولتی هستند که بتوانند به حمایت از حقوق بشر و افزایش آگاهی عمومی کمک کنند. برای مثال، بنیاد فورد با تأسیس چندین مرکز آموزشی و اجتماعی در مناطق حاشیه‌نشین تلاش کرده است تا به توانمندسازی جوانان و ایجاد اشتغال در این مناطق کمک کند برآوردها نشان می‌دهد از سال ۲۰۱۰، دانشگاه‌های کیپ تاون و کوازولو-ناتال به ترتیب ۸۰ و ۲۸ میلیون دلار بودجه از بنیادهای امریکایی دریافت کرده‌اند که این دانشگاه‌ها را در صدر دانشگاه‌های قاره آفریقا قرار داده است (Berman, 1983: 214).

بدین ترتیب می‌توان به اهمیت بنیادهای امریکایی در ایجاد قرن امریکایی پی برد. ایالات متحده از طریق نهادهای خصوصی روندی را ایجاد کرده تا سیاست‌های دولتی‌اش را در قالب نهادهای مدنی خصوصی اجرایی کند. به همین منظور بخش اصلی دیپلماسی فرهنگی امریکا در آفریقای جنوبی از طریق این نهادها صورت می‌گیرد.



نمودار شماره ۲. چشم‌اندازهای دیپلماسی فرهنگی آمریکا

امریکا با آغاز روند جهانی‌شدن و ظهور قدرت‌های منطقه‌ای و دیگر قدرت‌های بزرگ نظیر چین و روسیه، به تثبیت هژمونی خود در سراسر جهان پرداخته است. قدرت‌های در حال ظهور طی سال‌های اخیر تلاش می‌کردند هنجارها و نظم بین‌المللی ایالات متحده را به چالش کشند؛ در مقابل ایالات متحده نیز به دنبال تثبیت جایگاه خود بوده است. به همین منظور به دیپلماسی فرهنگی در کشورهای حائز اهمیت پرداخته است. چشم‌انداز دیپلماسی فرهنگی این کشور نیز در راستای ترویج فرهنگ لیبرال‌دموکراسی در مقابل فرهنگ‌های حاکم در شرق بوده است. ایالات متحده در پی تربیت نسلی از رهبران در آفریقای جنوبی برآمده است تا علاوه بر هدایت این کشور به سمت سیاست‌های جهانی خود، تغییر الگوهای رفتاری و باورهای فکری آفریقایی‌ها را نیز دنبال کند. این اقدام در راستای ساختن بلوکی نوین از کشورهای طرفدار غرب در مقابل قدرت‌های نوظهور در شرق بوده است.

۵. مقایسه دیپلماسی فرهنگی چین و ایالات متحده در آفریقای جنوبی

رقابت میان چین و ایالات متحده در آفریقای جنوبی در نهایت به انتقال نفوذ یکی از این قدرت‌ها به دیگری منجر می‌شود. هر کشوری که بتواند نفوذ فرهنگی بیشتری در آفریقای

جنوبی کسب کند، سهم رقیب را در کل قاره آفریقا کاهش خواهد داد؛ زیرا این کشور دروازه ورود به قاره آفریقا است و این مسئله برای قدرت‌های بزرگ جنبه حیاتی دارد. به‌طور کلی، ارزیابی‌ها نشان می‌دهد در رقابت میان چین و ایالات متحده، چین به دلیل تاریخ مثبت و مطلوبی که در ذهن آفریقایی‌ها، به‌ویژه مردم آفریقای جنوبی دارد، می‌تواند تبادلات فرهنگی بهتری برقرار کند. از سوی دیگر، ایالات متحده بیشتر بر جنبه‌های مالی تمرکز دارد. این رقابت در نهایت می‌تواند منجر به تغییر در فرهنگ بومی آفریقایی‌ها شود که آثار مثبت و منفی به همراه خواهد داشت. یکی از مزایای این تغییر، ارتقای فرهنگی آفریقایی‌ها به فرهنگی با ابعاد جهانی است. آن‌ها توانسته‌اند به‌طور مسالمت‌آمیز خرده‌فرهنگ‌های چینی و امریکایی را بپذیرند و از این طریق به فرهنگ محلی خود رنگ‌وبوی ملی بدهند. در واقع با بررسی دقیق‌تر دیپلماسی فرهنگی چین و امریکا در آفریقای جنوبی به تمایزها و شباهت‌های دیپلماسی فرهنگی دو کشور دست خواهیم یافت.

جدول شماره ۱. مقایسه شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی چین و امریکا

دیپلماسی فرهنگی چین	دیپلماسی فرهنگی امریکا
تغییر در ترکیب جمعیتی آفریقای جنوبی	تغییر در باورها و الگوهای فرهنگی آفریقای جنوبی
شهرک‌سازی و ایجاد سکونتگاه جدید برای چینی‌ها	اصلاح نگرش آفریقایی‌ها درباره گذشته منفی رابطه با امریکا
ایجاد خرده‌فرهنگ‌ها کنار فرهنگ بومی	هضم فرهنگ بومی در فرهنگ لیبرالی
ترویج نهادهای مدنی با تمرکز بر شناخت فرهنگ چینی	ایجاد وابستگی مالی و فرهنگی نهادهای علمی به مؤسسه‌های امریکایی
آشناسازی آفریقایی‌ها با ابعاد مختلف فرهنگ کنفوسیوسی	ترویج اندیشه‌های لیبرال‌دموکراسی و تربیت نسل رهبران آینده
هدف: ایجاد هم‌زیستی مسالمت‌آمیز	هدف: غلبه فرهنگی
ابزارها: زبان، کلاس‌های آموزشی، نهادهای مدنی	ابزارها: نهادهای مدنی، ترویج زبان، حمایت مالی از نهادهای دانشگاهی
تمرکز بر تصویر مثبت از خود	تمرکز بر عقب‌ماندگی فرهنگ‌های غیر از لیبرالی و غربی

نکته مهم این است که قدرت‌های بزرگ در تلاش‌اند منابع بیشتری را در عرصه بین‌المللی به‌دست آورند و این تلاش برای کسب منافع بیشتر ممکن است به کاهش قدرت هژمونی منجر شود، زیرا هژمونی باید از منابع خود محافظت کند و هزینه‌هایش به‌طور مداوم بر درآمدهای بالقوه‌اش غلبه می‌کند. این امر به تدریج سبب ضعیف شدن قدرت هژمونی و تبدیل نظم یک‌جانبه به چندجانبه می‌شود. در روابط میان ایالات متحده و چین، امریکا در آفریقای جنوبی تلاش می‌کند از منافع گذشته‌اش محافظت کند، درحالی‌که چین به‌طور مداوم به دنبال کسب نفوذ جدید و گسترش منافع اقتصادی خود است که در نهایت ممکن است به کاهش منافع اقتصادی ایالات متحده ختم شود. این روند به وضوح در فعالیت‌های چین دیده می‌شود که توانسته است در عرصه‌های سیاسی و فرهنگی جایگاه خود را تقویت کند و منافع اقتصادی‌اش را گسترش دهد.

اساساً مهم‌ترین نقطه تمایز دیپلماسی فرهنگی چین با امریکا در زمینه عدم فرهنگ تهاجمی است. از شواهد موجود برمی‌آید چینی‌ها هیچ‌گاه به دنبال آن نبودند تا فرهنگ‌های بومی آفریقای جنوبی را از میان ببرند، یا نسلی را تربیت کنند که ارزش‌های چینی را به عنوان باورهای اصلی خود فراگیرند. این نوع رویکرد درست در مقابل دیپلماسی فرهنگی تهاجمی ایالات متحده است که طی سالیان متمادی تلاش می‌کند فرهنگ لیبرالی را جایگزین خرده فرهنگ‌های دیگر کند و نسلی را در این کشور تربیت کند که به پیشبرد منافع ایالات متحده کمک کنند.

نتیجه‌گیری

در پایان این پژوهش و با توجه به داده‌ها و مقایسه دیپلماسی فرهنگی چین و امریکا در آفریقای جنوبی، می‌توان نتیجه گرفت هر یک از این دو قدرت جهانی از رویکردهای متفاوتی برای تأثیرگذاری فرهنگی بهره می‌برند و این تفاوت‌ها ریشه در چشم‌اندازها و اهداف بلندمدت آن‌ها دارد. چین با استفاده از مؤسسه کنفوسیوس و ترویج زبان و آیین‌های فرهنگی،

تلاش دارد روابط عمیق‌تر و ریشه‌دارتری را بین نسل‌های جوان آفریقای جنوبی ایجاد کند. این کشور به دنبال آن است که از طریق تعامل فرهنگی مستقیم و آموزش گسترده، تصویر مثبت و جذابی را از خود در ذهن مردم و نخبگان آفریقای جنوبی بر جای بگذارد تا نشان دهد قدرت بزرگی چون چین مانند دولت‌های غربی به دنبال اهداف امپریالیستی نیست. هدف اساسی چین از دیپلماسی فرهنگی در آفریقای جنوبی ایجاد هم‌زیستی مسالمت‌آمیز میان جوامع آفریقایی و مردمان چینی است. در مقابل، دیپلماسی فرهنگی ایالات متحده بر روش‌های غیرمستقیم‌تری همچون ارائه بورسیه‌های تحصیلی و همکاری با نهادهای غیردولتی و بنیادهای مدنی متمرکز است. آمریکا به دنبال آن است تا از طریق ارتباط با نخبگان و مهاجران آفریقایی‌تبار، به حفظ نفوذ دیرینه‌اش در آفریقای جنوبی بپردازد و ارزش‌های فرهنگی و علمی غربی را از طریق تربیت نخبگان و تعامل با دیاسپورای آفریقایی ترویج کند. این رویکرد با هدف گسترش ایده‌های لیبرالیسم و زبان انگلیسی و تقویت ارتباطات اقتصادی و سیاسی با آفریقای جنوبی اجرا می‌شود و با استفاده از مؤسسه‌های آموزشی و برنامه‌های توانمندسازی، به تغییرات اجتماعی نیز پرداخته است. هدف اساسی ایالات متحده ایجاد بلوکی از کشورهایی است که مبتنی بر انگاره‌های لیبرالیستی به تقویت نظم بین‌المللی می‌پردازند؛ به همین دلیل به دنبال ایجاد خرده‌فرهنگ‌هایی با تمرکز بر حفظ فرهنگ بومی آفریقای جنوبی نیست، بلکه غلبه فرهنگی مهم‌ترین دغدغه امریکا است.

در نهایت، مقایسه این دو رویکرد نشان می‌دهد دیپلماسی فرهنگی چین، به دلیل برخورداری از جذابیت فرهنگی و تمرکز بر ترویج هم‌زیستی فرهنگی، تأثیرگذاری بیشتری بر آفریقای جنوبی داشته است. این امر به‌ویژه از آن جهت اهمیت دارد که آفریقای جنوبی به‌عنوان یک مرکز مهم سیاسی و اقتصادی در آفریقا، نقش بسزایی در نفوذ و گسترش فرهنگ هر دو کشور به دیگر نقاط آفریقا دارد. رقابت میان چین و آمریکا در این حوزه فرهنگی

می‌تواند در نهایت به ایجاد یک نظم چندجانبه در سطح جهانی منجر شود که در آن قدرت‌های جهانی برای حفظ منافع خود مجبور به همکاری و پذیرش دیگر فرهنگ‌ها خواهند بود. این روند، با وجود چالش‌هایی که برای فرهنگ بومی آفریقای جنوبی ایجاد می‌کند، می‌تواند به تعامل فرهنگی غنی‌تر و افزایش دسترسی مردم آفریقا به ایده‌ها و نوآوری‌های جهانی منجر شود و به جایگاه جهانی آفریقای جنوبی در نظام بین‌المللی بیافزاید. این تحقیق تلاشی ابتدایی در جهت نشان دادن دو رویکرد مختلف در دیپلماسی فرهنگی بوده است تا الگوی موفق‌تری از دیپلماسی فرهنگی را نمایان سازد.

فهرست منابع

- حسینی، محمدجواد؛ سنایی، اردشیر (۱۳۹۷). «مؤلفه‌های قدرت نرم چین در آفریقا». فصلنامه رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، شماره ۲، صص ۹۷-۶۶.
- رنجکش، محمدجواد؛ فرخنده، ایوب (۱۳۹۵). «دیپلماسی فرهنگی امریکا در قبال چین ۲۰۱۲-۲۰۰۱». پژوهش‌نامه ایرانی سیاست بین‌الملل، شماره ۲، صص ۵۴-۲۷.
- ساعی، علی (۱۳۹۲). روش تحقیق در علوم اجتماعی با رهیافت عقلانیت انتقادی. تهران: سمت.
- سعیدی، گلناز (۱۴۰۰). تحلیل مؤلفه‌های قدرت نرم و سیاست خارجی: بررسی سه‌گانه فرهنگ، اقتصاد و سیاست. مرکز بین‌المللی مطالعات صلح (IPSC)، صص ۵-۴.
- عرب‌احمدی، امیربهرام (۱۴۰۳). «قدرت نرم و دیپلماسی فرهنگی: پارادایم سیاست‌گذاری موفق آفریقای جنوبی در دوره پسا آپارتاید». پژوهش‌نامه دیپلماسی فرهنگی، صص ۵۸-۳۱.
- ماه‌پیشانیان، مهسا (۱۳۹۰). «دیپلماسی عمومی ابزار امپریالیسم فرهنگی امریکا در خاورمیانه»، مطالعات قدرت نرم، شماره ۱، صص ۱۶۰-۱۱۹.
- هادیان، ناصر؛ احدی، افسانه (۱۳۸۸). «جایگاه مفهوم دیپلماسی عمومی». فصلنامه بین‌المللی روابط خارجی، سال اول، شماره سوم، پاییز ۱۳۸۸، صص ۱۱۷-۸۵.

- Antal, A. B., Dierkes, M., & Weiler, H. N. (1987). "Cross-national policy research: Traditions, achievements and challenge Comparative policy research: Learning from experience", *Journal of Social Work Education*, pp. 1-19. ISBN 978-0-566-05196-8.
- Baylis, John and Steve Smith (2016). *The Globalization of World Politics: an Introduction to International Relations*, Vol. 1, Translated by Abolghasem Rahchamani, Tehran: Abrar-e Moaser [in Persian].
- China Digital Times. (2022). *Spreading Soft Power Through Language in Africa*, Retrieved from <https://chinadigitaltimes.net>.
- Crush, J., & Williams, V. (2010). "Labour Migration Trends and Policies in Southern Africa". *Southern African Migration Project*, pp. 171-189.
- Dehshiri, Mohammadreza (2014). *Cultural Diplomacy of the Islamic Republic of Iran*, Tehran: Elmi va Farhangi [in Persian].

- Experience africa, (2010). *Introduction to the African Diaspora across the World*, https://www.experience-africa.de/index.php?en_the-african-diaspora.
- Fleishman, J. L. (2007). "The Foundation: A Great American Secret; How Private Wealth is Changing the World". *PublicAffairs*. pp. 464-487.
- Nye, Joseph (2009). *Institute for cultural diplomacy*, https://www.culturaldiplomacy.org/academy/index.php?en_what-is-cultural-diplomacy.
- King, Kenneth, (2010). "China's Cooperation with Africa, and Especially South Africa, in Education and Training, CICE Hiroshima University", *Journal of International Cooperation in Education*, Vol. 13 No. 2, pp. 73-87.
- Kigotho, W. (2020). China increases scholarships to students from Sub-Saharan Africa. *University World News*. <https://www.universityworldnews.com/post.php?story=2020112410303875>.
- Liu, Haifang (2008). "Die chinesisch-afrikanischen Beziehungen aus dem Blickwinkel der Kultur-Die Dynamik der chinesischen Kulturdiplomatie mit Afrika", *Jornnal Current Chinese Affairs*, pp. 10-44.
- Marsh, Jenni, (2016). *African immigrants gave up the Chinese dream*, CNN, <https://www.cnn.com/2020/04/10/china/africans-guangzhou-china-coronavirus-hnk-intl/index.html>.
- McClellan, Michael (2004). *Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy*, Vienna Diplomatic Academy, Available at: <http://www.publicdiplomacy.org/45.htm>, (Accessed on: 27/4/2019).
- Ninkovich, Frank A. (1996). *U.S. Information Policy and Culture Diplomacy*, New York: Foreign Policy Association.
- Nyabiage, J. (2024). Will African students' embrace of China opportunities build support for Beijing? *South China Morning Post*. <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3274392/will-african-students-embrace-china-opportunities-build-support-beijing>.
- Nye, J. S. (1990). *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York, Basic Books.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, PublicAffairs.
- Palmer, C. A. (2000). *Passageways: An Interpretive History of Black America*. Harcourt College Publishers.
- Porta, Donatella della and Keating, Michael (2008). *Approaches and Methodologies in the Social Sciences*, Cambridge city, Cambridge University Press.
- Park, Yoon Jung; Ying Chen, Anna (2009). *Recent Chinese Migrants in small Towns of Post-apartheid South Africa*, *Revue Européenne des Migrations Internationales*,

- Vol. 25, No.1, pp. 25-45, <DOI: 10.4000/remi.4878 >.
- South China Morning Post. (2023). *How Mandarin is Conquering Africa via Confucius Institutes*. Retrieved from <https://scmp.com>.
- Thornton, J. (2015). The slave trade and the African diaspora. In J. H. Bentley, S. Subrahmanyam, & M. E. Wiesner-Hanks (Eds.), *Trade, exchange, and production*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139043349>.
- U.S. Census Bureau. (2020). *Demographic and Housing Estimates: 2019 American Community Survey 1-Year Estimates*. Retrieved from <https://www.census.gov>
- Wu, Yu-Shan (2014). "China's Media and Public Diplomacy: illustrations from South Africa, Paper presented at the international conference China and Africa Media", *Communications and Public Diplomacy*, pp. 1-22.



The Role of Cultural Diplomacy in the Development of Economic Diplomacy: a Case Study of Turkish Visual Productions*

doi 10.22034/CDRJ.2025.501069.1038

Farhad Palizdar

Senior Researcher in International Cultural Relations, Islamic Culture and Communication Organization, Tehran, Iran
paleezdar@gmail.com

ID 0009-0002-1560-5873

Ebrahim Meraji

Director of the US-Middle East Studies Department, Center for Middle East Scientific Research and Strategic Studies, (Correspondence Author), Tehran, Iran
ebrahim.meraji@gmail.com

ID 0000-0003-3777-7561

ABSTRACT

Cultural diplomacy is recognized as a key tool for countries seeking to expand economic development and increase global influence. This study examines the impact of cultural diplomacy on economic development, with a particular focus on the Turkish film industry. Turkish films have been able to promote Turkish culture, strengthen cultural exchange, and foster international cooperation, thereby increasing business and investment opportunities. The need for a deeper understanding of how the synergy between culture and economics works, and its role in sustainable and balanced development, has led to the necessity of this research.

This study focuses on concepts such as sustainable economic development and the role of cultural values in economic influence. Sustainable economic development refers to a balance where social, cultural, and economic aspects are considered simultaneously. The research centers on the Turkish film industry as a successful example of cultural diplomacy and its impact on economic growth, aiming to answer the question: How can cultural diplomacy through the film industry impact economic development? Cultural diplomacy, through the use of filmmaking, can promote national values and beliefs, and by building cultural bridges, contribute to strengthening economic diplomacy and sustainable development. The findings of this research may assist policymakers in designing effective cultural-economic strategies.



Received: 20/01/2025
Accepted: 04/03/2025

Keywords:

Cultural Diplomacy,
Economic Diplomacy,
Sustainable
Development, Turkey,
Cultural Exchange.



*. The contents of the Journal reflect the thoughts and views of the authors, and the Journal is not responsible for this.

نقش دیپلماسی فرهنگی در توسعه دیپلماسی اقتصادی: مطالعه موردی تولیدات بصری ترکیه*

doi 10.22034/CDRJ.2025.501069.1038

فرهاد پالیزدار

پژوهشگر ارشد روابط فرهنگی بین‌المللی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، تهران، ایران

paleezdar@gmail.com

0009-0002-1560-5873

ابراهیم معراجی

مدیر گروه مطالعات امریکا، مرکز پژوهش‌های علمی و مطالعات استراتژیک خاورمیانه (نویسنده مسئول)

ebrahim.meraji@gmail.com

0000-0003-3777-7561



چکیده

دیپلماسی فرهنگی ابزاری کلیدی برای کشورهایی که به دنبال گسترش توسعه اقتصادی و افزایش نفوذ جهانی هستند، شناخته می‌شود. این پژوهش به بررسی تأثیر دیپلماسی فرهنگی بر توسعه اقتصادی با تمرکز ویژه بر صنعت فیلم ترکیه می‌پردازد. فیلم‌های ترکی توانسته‌اند از طریق ترویج فرهنگ این کشور، تبادل فرهنگی و همکاری بین‌المللی را تقویت کنند و در نتیجه فرصت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری را افزایش دهند. نیاز به درک عمیق‌تر از چگونگی هم‌افزایی بین فرهنگ و اقتصاد و نقش آن در توسعه پایدار و متوازن ضرورت انجام تحقیق پیش روست. این پژوهش بر مفاهیمی چون توسعه اقتصادی پایدار و نقش ارزش‌های فرهنگی در نفوذ اقتصادی تکیه دارد. همچنین به صورت مطالعه موردی بر صنعت فیلم ترکیه متمرکز است که به عنوان نمونه‌ای موفق از دیپلماسی فرهنگی و تأثیر آن بر رشد اقتصادی بررسی شده است و به دنبال پاسخ به این پرسش است که چگونه دیپلماسی فرهنگی از طریق صنعت فیلم می‌تواند بر توسعه اقتصادی تأثیر بگذارد؟ دیپلماسی فرهنگی با به کارگیری صنعت فیلم‌سازی می‌تواند از طریق ترویج ارزش‌ها و باورهای ملی و ایجاد پل‌های فرهنگی، به تقویت دیپلماسی اقتصادی و توسعه پایدار کمک کند. نتایج این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران در طراحی راهبردهای فرهنگی - اقتصادی مؤثر یاری رساند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴



واژگان کلیدی:
دیپلماسی فرهنگی،
دیپلماسی اقتصادی،
توسعه پایدار، ترکیه،
تبادل فرهنگی.

* مطالب مندرج در فصلنامه مبین اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

مقدمه

یکی از ابزارهای نوین، کارآمد و مؤثر دولت‌ها برای فعالیت در عرصه بین‌المللی و ارتقای جایگاه خود در اقتصاد جهانی، «دیپلماسی اقتصادی» است. این نوع دیپلماسی شامل مجموعه‌ای از اقدامات رسمی دیپلماتیک است که با هدف تسهیل دسترسی به بازارهای خارجی برای کسب‌وکارهای داخلی، جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و تأثیرگذاری بر قوانین بین‌المللی به منظور پیشبرد منافع ملی انجام می‌شود (Bayne & Woolcock: 2011, 2).

دیپلماسی اقتصادی شامل مفاهیمی همچون تحریم‌ها و مجازات‌ها به منظور تحت فشار قرار دادن کشورها یا کمک‌های توسعه‌ای و حمایت‌های اقتصادی به منظور یارگیری در صحنه بین‌المللی نیز است. در این باره می‌توان به تأثیرات تحریم‌های اعمال‌شده بر کشورهای ایران، روسیه یا کوبا یا کمک‌های مالی فراوان آمریکا و ژاپن به کشورهای همسو با سیاست‌های آن‌ها اشاره کرد.

توسعه اقتصادی یکی از مهم‌ترین شاخص‌ها در ارزیابی کارآمدی دولت‌ها و توانایی کشورها محسوب می‌شود. بر این اساس، هدف اصلی حکومت‌ها دستیابی به حداکثر ظرفیت اقتصادی و افزایش مشروعیت داخلی است. دولت‌ها ناگزیرند برای ورود موفق به بازارهای جهانی تلاش کنند و این امر تنها با تعامل سازنده و مؤثر با اقتصاد جهانی امکان‌پذیر است. برای بهبود جایگاه خود در نظام اقتصاد جهانی، دولت‌ها باید مجموعه‌ای از الزامات را در سطح سیاست‌گذاری و ساختارهای تصمیم‌گیری خود اعمال کنند. این هدف در عرصه سیاست خارجی از طریق طراحی و اجرای راهبردهای دیپلماسی اقتصادی محقق می‌شود (Bayne & Woolcock, 2011: 2).

ازسوی دیگر دیپلماسی فرهنگی را تلاش برای ارتقای سطح ارتباطات و تعامل میان ملل جهان با هدف طراحی و بنیاد نهادن تفاهم‌نامه‌ها و توافقی‌هایی بر اساس ارزش‌های مشترک می‌دانند (Ninkovich, 1996: 3). در تعریفی دیگر، دیپلماسی فرهنگی عبارت است از معماری بزرگراهی دوطرفه به منظور ایجاد کانال‌هایی برای معرفی تصویر واقعی و ارزش‌های یک ملت

و در عین حال تلاش برای دریافت درست تصاویر واقعی از سایر ملت‌ها و فهم ارزش‌های آن‌ها (Malone, 1988: 12). در نهایت دیپلماسی فرهنگی عبارت است از مبادله ایده‌ها، اطلاعات، هنر، شیوه زندگی، نظام آموزشی، سنت‌ها و اعتقادات به منظور دستیابی به مفاهیم مشترک و تقویت تفاهم متقابل میان ملت‌ها و کشورها (Cumming, 2003: 1).

در این میان ترکیه از نمونه کشورهای موفق در زمینه بهره‌برداری از ظرفیت‌های فرهنگی در راستای توسعه اقتصادی است. در سال‌های اخیر توسعه صنعت فیلم‌سازی ترکیه و ارائه آن به کشورها و جوامع دیگر، به ابزار کارآمدی در همسو کردن افکار عمومی و همدلی آن‌ها با قرائت ترکیه در زمینه‌های گوناگون شده است و این کشور توانسته زمینه ارائه محصولات تولیدی خود را فراهم کند، ارزش‌هایش را گسترش دهد و جاذبه‌های گردشگری‌اش را به دیگر جوامع بنمایاند.

آنچه میان دو مفهوم دیپلماسی اقتصادی و دیپلماسی فرهنگی قابل تطابق و هم‌پوشانی است مفهوم «تبادل» است. هر دو مفهوم به رغم تفاوت در ماهیت و دغدغه، در انتقال آورده‌های خود به ملت‌ها و کشورهای دیگر می‌کوشند. دنیای امروز مملو از مطالعات میان‌رشته‌ای است، زیرا از طریق ارتباط برقرار کردن میان مفاهیم به شکل بهینه‌تری می‌توان انتظار تحقق اهداف را داشت. پرواضح است در صورت همراهی و همسویی میان اهداف فرهنگی و اهداف اقتصادی می‌توان تبلور توسعه پایدار و انتقال آورده‌های هر دو را در جوامع دیگر انتظار داشت. پژوهش پیش رو با بهره‌گیری از هر دوی این معانی و با در نظر داشتن اهداف هریک، به دنبال تبیین و ارزیابی ارتباط میان آن‌هاست و مدعی است در صورت همراهی و هم‌پوشانی مباحث اقتصادی و فرهنگی، امکان توسعه هر دو محتمل‌تر است. به بیان دیگر فرهنگ و اقتصاد زمانی به توسعه پایدار منتهی می‌شوند که تقویت‌کننده و هموارکننده مسیر دیگری باشند. در دنیای امروز نمی‌توان فرهنگ را از اقتصاد متمایز کرد؛ بنابراین دیپلماسی فرهنگی می‌تواند ابزار قدرتمندی برای توسعه اقتصادی باشد و صنعت فیلم ترکیه نمونه‌ای از استفاده موفق از ابزار فرهنگ در رشد اقتصادی است.

۱. مبانی مفهومی

در زمینه دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی اقتصادی تحلیل‌ها و پژوهش‌های متعددی نگاشته شده است ولی رابطه متقابل این دو مفهوم کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در زیر چند نمونه از آثار مرتبط با تحقیق کنونی مورد اشاره قرار می‌گیرد.

مقاله‌ای با عنوان «دیپلماسی فرهنگی مؤلفه کلیدی دیپلماسی اقتصادی و سیاسی؛ نمونه نیجریه»^۱ توسط الکس تامونومیگبام^۲ در مجله روابط بین‌الملل و سیاست^۳ در ۲۰۲۳ به چاپ رسید که نشان داد دیپلماسی فرهنگی موجب ایجاد «اعتماد» بین کشورها می‌شود. این امر زمینه‌ساز توافقات سیاسی، اقتصادی و نظامی است. هدف توسعه روابط پایدار بین مردم فراتر از تغییرات در رهبری سیاسی است و این باید از طریق مسیر فرهنگ انجام شود. این مقاله به صورت خاص درس‌هایی را که نیجریه از امارات متحده عربی گرفته است بیان می‌دارد (Tamunomiegbam, 2023).

مقاله دیگری با عنوان «دیپلماسی فرهنگی در تئوری و عمل روابط بین‌الملل معاصر»^۴ توسط اریک پاجتینکا^۵ در مجله علوم سیاسی، تاریخ معاصر، روابط بین‌الملل و مطالعات امنیتی^۶ در سال ۲۰۱۴ چاپ شده که اشاعه فرهنگ ملی و هویت فرهنگی، ترویج انتشار زبان ملی کشور فرستنده در کشور پذیرنده، و ترویج و تبیین ارزش‌های فرهنگی کشور فرستنده در کشور پذیرنده را بستر ساز ارتباطات سیاسی عمیق و کسب منافع ملی پایدار می‌داند (Pajtinka, 2014).

کتابی با عنوان «دیپلماسی فرهنگی و روابط اقتصادی بین‌المللی تأثیر سیاست زبانی و فرهنگی فرانسه در تحصیلات عالی رومانی»^۷ در سال ۲۰۱۴ توسط نورا پراهر^۱ نوشته شده

1. Cultural Diplomacy as a Key Component of Economic and Political Diplomacy: The Lessons for Nigeria
2. Alex Tamunomiegbam.
3. Journal of International Relations and Policy
4. Cultural Diplomacy in Theory and Practice of Contemporary International Relations
5. Erik Pajtinka
6. Cultural diplomacy in theory and practice of contemporary international relations
7. Cultural diplomacy and international economic relations. The influence of french linguistic and cultural policy in higher education in Romania

است و دانشگاه بیرمنگام آن را به چاپ رسانده است. در این کتاب اشاره شده دیپلماسی فرهنگی نقشی حیاتی در تاریخ روابط بین‌الملل فرانسه داشته است که نویسنده آن را بسترساز تعمیق روابط با کشورهای شرق اروپا دانسته و ذیل آن به منافع اقتصادی حاصل از دیپلماسی فرهنگی اشاره داشته است. (Praher, 2014)

مقاله‌ای توسط سید عباس عراقچی و فائزه جتیی محب با عنوان «دیپلماسی فرهنگی و تأثیر آن بر روابط سیاسی و اقتصادی کشورها (مطالعه موردی: روابط ایران و ژاپن در دوران تحریم)» در فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل دوره هفتم زمستان ۱۳۹۶ به چاپ رسیده که در آن به اتخاذ دیپلماسی فرهنگی توسط دو دولت ایران و ژاپن و انجام فعالیت‌های فرهنگی به‌منظور حفظ و توسعه روابط فی مابین در شرایط ناشی از تحریم‌های هسته‌ای ایران اشاره شده است (عراقچی و جتیی محب، ۱۳۹۶)

حبیب‌اله شیرازی مقاله‌ای را با عنوان «دیپلماسی فرهنگی و نقش انجمن‌های دوستی در روابط بین‌الملل» در سال ۱۳۹۶ در فصلنامه مطالعات روابط بین‌الملل به چاپ رسانیده و در آن راهکارها و ابزارهای فرهنگی را به مسئولان و طراحان سیاست خارجی توصیه می‌کند. همچنین ضمن تبیین دیپلماسی فرهنگی به نقش انجمن‌های دوستی در روابط بین‌الملل و تأثیرگذاری عوامل فرهنگی بر دیپلماسی و چگونگی استفاده مؤثر از «قدرت نرم» در پیشبرد دیپلماسی کشورها پرداخته شده است (شیرازی، ۱۳۹۶).

هدف پژوهش کنونی این است که با تبیین دقیق دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی اقتصادی، به تأثیر متقابل آن‌ها بر هم و تقویت آن‌ها با این هم‌افزایی اشاره کند و برای نمونه، صنعت تولیدات فیلم و سریال ترکیه را مورد بررسی قرار دهد. این وجه استفاده از محصولات فرهنگی به‌منظور ایجاد چهره‌ای جذاب و مطلوب برای کشور ترکیه توانسته بر جایگاه اقتصادی کشور تأثیر مثبت بگذارد.

۲. رهیافت نظری

۲-۱. دیپلماسی فرهنگی

دیپلماسی فرهنگی به معنای تلاش برای آگاهی‌بخشی، ایجاد درک متقابل، تأثیرگذاری و مشارکت در افکار عمومی، نهادها و دولت‌های سایر کشورهاست. در این فرایند، فرهنگ یک ملت به جهانیان معرفی می‌شود و ویژگی‌های منحصر به فرد فرهنگی ملت‌ها در سطح دوجانبه و چندجانبه تبادل می‌شود؛ از این رو، یکی از حساس‌ترین موضوعات در مدیریت استراتژیک فرهنگی، نحوه استفاده از ابزارها و ظرفیت‌های فرهنگی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و دولت‌های خارجی است (Nye, 2004: 107).

بستر دیپلماسی فرهنگی موجب می‌شود فرهنگ و اندیشه فرهنگی نظام که در عرصه‌های مختلف نظری، سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و الگوهای رفتاری دولت جلوه‌گر است، به افکار عمومی در سراسر جهان منعکس شده و جایگاه و منزلت واقعی خود را در نظام بین‌المللی بیابد؛ در غیر این صورت با تصویر ناصحیح، عرصه به نفع تبیین‌های گاه ناشایست و ناصحیح از نظام فرهنگی تغییر یافته و بستر را برای شکل‌گیری اجماع و توافق جهانی علیه فرهنگ و تمدن والای کشور فراهم می‌آورد.

به جهت استمرار و اثربخشی بلندمدت دیپلماسی فرهنگی، درک حساسیت، سرمایه‌گذاری و سیاست‌گذاری در این حوزه برای کارگزاران امری به‌غایت ضروری می‌نماید. مهم‌ترین الزامات این حوزه، آموزش و تربیت نیروی انسانی کارآمد، متخصص و آشنا به مبانی و تحولات فرهنگی و مسلط به اصول و زبان گفت‌وگو در نظام جهانی است (صالحی امیری و محمدی، ۱۳۹۵: ۱۴).

فرانک نینکویچ دیپلماسی فرهنگی را تلاش برای ارتقای سطح ارتباطات و تعامل میان ملل جهان با هدف طراحی، بنیاد نهادن تفاهم‌نامه‌ها و توافقی‌هایی بر اساس ارزش‌های مشترک می‌داند (Ninkivich, 1996: 3). این در حالی است که بنا به تعریف گینفورد مالون، دیپلماسی

فرهنگی عبارت است از بزرگراهی دوطرفه به‌منظور ایجاد کانال‌هایی برای معرفی تصویر واقعی و ارزش‌های یک ملت و درعین‌حال تلاش برای دریافت درست تصاویر واقعی از سایر ملت‌ها و فهم ارزش‌های آن‌ها (Malone, 1988: 12).

مبانی و اهداف دیپلماسی فرهنگی عبارت است از:

۱. کسب جایگاه بین‌المللی میان اقوام و ملل و اثرگذاری بر رفتار آن‌ها؛
۲. ایجاد سازوکارهای علمی و فرهنگی جدید برای برقراری روابط باثبات و پایدار در میان جوامع گوناگون؛
۳. درک دقیق اصول موجود در فرهنگ سایر ملل و جست‌وجو در ریشه‌های فرهنگی دیگر جوامع به‌منظور ارتقای فهم متقابل میان ملل؛
۴. شناسایی سیاست‌های فرهنگی جامعه مبدأ؛
۵. شناخت سیاست‌های فرهنگی جامعه مقصد؛
۶. درک فرهنگ به‌عنوان قدرت نرم (شیرازی، ۱۳۹۶: ۱۳).

۲-۲. دیپلماسی اقتصادی

دیپلماسی اقتصادی ابزاری نوین، کارآمد و قدرتمند در نظام اقتصاد جهانی تعریف می‌شود که در تقابل با دیپلماسی سنتی قرار دارد. ظهور دیپلماسی اقتصادی پاسخی به محدودیت‌ها و ناکارآمدی‌های دیپلماسی سنتی در تحقق اهداف و منافع دولت‌ها در ساختار نوین اقتصاد جهانی است. از جنبه نظری، دیپلماسی اقتصادی بر این اصول استوار است که اولاً اقتصاد بر سیاست تقدم دارد و ثانیاً دستیابی به قدرت اقتصادی و توسعه تنها با رویکردی برون‌گرا و از طریق تعامل سازنده با اقتصاد جهانی امکان‌پذیر است. در این چهارچوب، هدف‌گذاری برای ساختار تولید داخلی و ظرفیت‌سازی به‌منظور حضور در بازارهای جهانی همچون دغدغه‌ای کلیدی مطرح می‌شود؛ بنابراین، مفهوم دیپلماسی در این رویکرد، با رویکردی اقتصادی معنا

می‌یابد (Bayne & Woolcock, 2011: 3).

در نهایت دیپلماسی اقتصادی به آن بخش از فعالیت‌های اقتصادی در روابط خارجی یک دولت گفته می‌شود که بر شناسایی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی به‌ویژه در حوزه به‌کارگیری فرصت‌ها و مزیت‌های جهانی و کسب سهمی در بازار صادراتی برای تولید داخلی تأکید دارد.

اهداف دیپلماسی اقتصادی شامل موارد زیر است:

۱. دسترسی به بازارهای جهانی تولید، تجارت و کسب سهمی از آن‌ها؛
۲. جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم و غیرمستقیم خارجی؛
۳. محافظت از اقتصاد ملی در مقابل چالش‌های اقتصاد جهانی (دانش‌نیا، ۱۳۹۱: ۷۷-۷۵).

۳. شناخت اقتصاد و فرهنگ

فرهنگ جهانی امروز به‌صورت کامل و شایسته‌ای خرده‌فرهنگ‌های مناطق مختلف در جهان را نمایندگی نمی‌کند. به بیان دیگر امروزه با گونه‌ای از گسترش ایده‌ها و تفکرات مواجه هستیم که لزوماً نمایانگر غنای تاریخی و عمق هویت فرهنگ جوامع نیستند. درواقع با ترکیب جدیدی مواجهیم که مصرف‌گرایی، کمیت‌گزینی و ارتباطات سطحی در بستر فناوری را دربرمی‌گیرد.

این در حالی است که فرهنگ می‌تواند به‌عنوان بخشی از سیاست خارجی کشور نقشی فعال داشته باشد. سازمان‌دهی و تعیین سیاست فرهنگی در فرای مرزها، وظیفه‌ای است که به نهادهای مرتبط سیاست خارجی محول می‌شود. این‌گونه اقدامات همان دیپلماسی فرهنگی است که بازیگران عرصه بین‌المللی پیگیر آن هستند. فرهنگ، از عمده‌ترین عوامل مؤثر در روابط بین‌الملل است، زیرا جهانی‌شدن و پیشرفت در زمینه فناوری‌های ارتباطی بستر پویایی را فراهم ساخته تا به تعمیم مخاطبان و انتشار آورده‌های فرهنگی یاری رساند. بستر فرهنگ به‌تدریج در برنامه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دولت‌ها تعمیم یافته و آن‌ها را ترکیب

کرده است؛ از این رو از سطوح داخلی و ملی فراتر رفته و زمینه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی را نیز شامل می‌شود. «فرهنگ» امروزه به‌عنوان سرمایه اقتصادی و جهانی پذیرفته شده و منبعی برای ارتقای جایگاه و قدرت بازیگران است؛ از این رو می‌توان گفت اقتصاد و قدرت رابطه مستقیمی با پذیرش فرهنگ پیدا کرده است.

فرهنگ بازتابی درهم‌تنیده و پیوسته از اقتصاد و سیاست در هر جامعه‌ای است. همچنین همواره ابزاری کارآمد در مسیر قدرت است. در واقع فرهنگ گونه‌ای برنامه‌ریزی جمعی و فکری است که یک گروه، دسته یا جامعه را از دیگری متمایز می‌کند. بدین ترتیب می‌توان فرهنگ را دستورکاری دانست که از تفکراتی تأثیر می‌پذیرد که در آن ویژگی‌های مختلف زندگی گروه‌ها و افراد را بیان می‌کند و در نتیجه بر شکل‌گیری نهادهای آن جامعه تأثیر می‌گذارد. همچنین فرهنگ به‌عنوان آغازگر مؤلفه‌های اساسی قدرت در زندگی اجتماعی، نقش ویژه‌ای در توسعه سرمایه اجتماعی دارد؛ از این رو نهادسازی مبتنی بر فرهنگ، امکان ساختن جامعه‌ای مبتنی بر حقوق شهروندی با دید وسیع همراه با بینش را تضمین می‌کند. باید تأکید کرد فرهنگ منبعی برای آغاز همکاری و روابط انسانی، اجرای فعالیت‌های آموزشی گوناگون و در نتیجه فعال‌سازی لایه‌های مختلف جامعه است.

امروزه صنایع و اقتصاد مبتنی بر فرهنگ از بالاترین خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها در بازار جهانی به شمار می‌روند. همچنین فرهنگ مشاغل پایداری را در خارج از بخش‌های دولتی و حاکمیتی فعالانه ایجاد می‌کند. در واقع شاخه‌های مختلف صنایع مبتنی بر فرهنگ که توسط شرکت‌های کوچک و متوسط اداره می‌شوند، فرصت اشتغال‌زایی وسیعی را در جوامع ایجاد می‌کنند. امروزه ایجاد صنایع مبتنی بر فرهنگ به شاخه‌ای از اقتصاد تبدیل شده که بیشترین پارامترهای کسب‌وکار را فراهم ساخته است. همچنین می‌توان انتظار داشت در شرایط رکود در اقتصاد جهانی، این‌گونه صنایع همچنان جذابیت لازم را برای مصرف‌کنندگان داشته باشد و در فرایندهای تبدیل محصول که در نهایت به دست

مصرف‌کننده می‌رسد از پایداری و ثبات برخوردار باشد.

به نظر می‌رسد دیپلماسی فرهنگی بهترین مسیر در تبادلات هنری، اطلاعات، ایده‌ها و دیگر ویژگی‌های فرهنگی میان ملت‌ها و جوامع مختلف از نظر ایجاد درک متقابل است، اما چالش موجود در این مسیر، قوانین و مقررات توافقی‌های دوجانبه و چندجانبه و ساختارهای الزامی بوروکراتیک در انجام آن است که منجر به دشواری در انجام این گونه مناسبات می‌شود.

فرهنگ و اقتصاد دو بخش جدایی‌ناپذیر از جوامع بشری هستند و تعاملات متقابل آن‌ها می‌تواند به توسعه پایدار کمک کند. مفهوم هم‌افزایی فرهنگ و اقتصاد بر این فرض استوار است که فرهنگ همچون بستری برای شکل‌گیری هنجارها، ارزش‌ها و نوآوری‌های اجتماعی نقش کلیدی در بهبود عملکرد اقتصادی ایفا می‌کند. این مفهوم نشان می‌دهد فرهنگ می‌تواند منابع انسانی را تقویت کند، اعتماد اجتماعی را افزایش دهد و به کاهش هزینه‌های تبادلاتی یاری رساند (North, 1990).

فرهنگ با تقویت سرمایه اجتماعی^۱ و ایجاد اعتماد، زمینه‌ای برای همکاری‌های اقتصادی فراهم می‌آورد (Putnam, 1993). جوامعی که دارای ارزش‌های فرهنگی مشترک هستند، هزینه‌های مرتبط با مبادلات و نظارت را کاهش داده و به بهره‌وری بیشتر اقتصادی می‌رسند (Fukuyama, 1995). به علاوه، فرهنگ‌های باز و پویا می‌توانند نوآوری و کارآفرینی را تشویق کنند که خود به رشد اقتصادی می‌انجامد (Hofstede, 1980).

اقتصاد نیز به نوبه خود می‌تواند بر فرهنگ تأثیر بگذارد. رشد اقتصادی سبب افزایش منابع مالی و دسترسی به آموزش، فناوری و رسانه می‌شود که می‌تواند فرهنگ را گسترش دهد و متحول کند (Inglehart & Baker, 2000). درعین حال، نابرابری‌های اقتصادی ممکن است به ایجاد فرهنگ‌های انحصارطلبانه و کاهش همبستگی اجتماعی منجر شود (Wilkinson & Pickett, 2009).

نظریه هم‌افزایی فرهنگ و اقتصاد به دو بُعد اصلی اشاره دارد: بُعد تکاملی (تأکید بر رابطه

1. Social Capital

تدریجی و پویا میان ارزش‌های فرهنگی و رشد اقتصادی، و بُعد ساختاری (بررسی نهادهایی که تعامل این دو حوزه را تسهیل یا محدود می‌کند (Acemoglu & Robinson, 2012). نظریه هم‌افزایی فرهنگ و اقتصاد نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در فرهنگ نه تنها می‌تواند اثرات مستقیمی بر کیفیت زندگی داشته باشد، بلکه به رشد اقتصادی پایدار نیز کمک می‌کند. این هم‌افزایی به‌ویژه در جوامعی که به ارزش‌های مشارکتی و عدالت اجتماعی پایبند هستند، برجسته‌تر است.

تقابل میان فرهنگ و اقتصاد همیشه رابطه‌ای یک‌سویه نبوده است. در بسیاری موارد، این دو حوزه ممکن است در تقابل با یکدیگر قرار گیرند و مشکلاتی همچون خودبیگانگی، مصرف‌گرایی در توده‌ها و لذت‌جویی‌های مصرفی را به وجود آورند. این چالش‌ها از طریق تبلیغات و شرکت‌ها به ترویج انتخاب‌های بیهوده و غیرضروری میان جوامع منجر می‌شوند و ممکن است به ایجاد احساس حقارت و خودکم‌بینی در میان شهروندان دامن بزنند. در رویکرد شناخت‌شناختی، می‌توان تفاوت‌های مختلف میان اقتصاد و فرهنگ را این‌گونه برشمرد:

۱. تفاوت در ارزش‌ها: دنیای اقتصاد بر ارزش‌های مادی و سطوح مبادله متمرکز است و این ارزش‌ها قابل ارزیابی کمی هستند، درحالی‌که فرهنگ بیشتر با ارزش‌های غیرمادی سروکار دارد که اندازه‌گیری آن‌ها دشوار است.

۲. تفاوت در تبادلات: در اقتصاد، تبادلات عمدتاً بر پایه برآوردهای کمی و معامله‌ها گسترش می‌یابد، اما در فرهنگ، گسترش آن بیشتر از طریق مخاطبان متعدد و ترکیبی از عناصر مادی و معنوی صورت می‌گیرد.

۳. تفاوت در زمان: رونق بازار و توسعه اقتصادی معمولاً به رضایت‌مندی‌های فوری و زمان‌های محدود وابسته است، اما بسیاری از پیامدهای فرهنگی تأثیرات بلندمدت دارند و نسل‌های آینده را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند.

۴. تفاوت در عرضه: کالاهای فرهنگی معمولاً مجموعه‌ای از باورها و داده‌ها هستند که تفکیک

کامل آن‌ها دشوار است، درحالی‌که کالاهای اقتصادی جداگانه و بسته‌بندی شده عرضه می‌شوند.

۵. تفاوت در ماهیت: کالاها و خدمات مبادله‌شده در اقتصاد به‌منظور ارائه منافع مادی و عینی حضور دارند و ارزش‌گذاری آن‌ها بر این اساس صورت می‌گیرد، اما محصولات فرهنگی الزاماً مادی نیستند و ارزیابی‌شان چندوجهی است (Bayne & Woolcock, 2011: 45).

پرسش اصلی و محوری این است که فرهنگ به چه صورتی بر توسعه اقتصادی تأثیر می‌گذارد؟ در گذشته اقتصاددانان مقوله فرهنگ را امری مجزا در اقتصاد می‌پنداشتند و اصولاً رابطه‌ای میانشان قائل نبودند؛ وبر^۱ و پولانی^۲ از جمله این افراد بودند (Weber, 1930: 25-27; Polanyi, 1944: 45-46)، اما امروزه معتقدند چنانچه جامعه از بستر فرهنگی غنی‌ای برای انتخاب سیاست‌ها و تشکیل نهادها به‌منظور تضمین دارایی‌ها، آزادی در توافقات تجاری، تعیین محدودیت‌ها و وضع قوانین تعدیلی، کنترل پولی و مالی، مسئولیت مالی و تجارت آزاد برخوردار نباشد، رشد و توسعه اقتصادی بلندمدت مقدور نخواهد بود. در واقع در صورت عدم هم‌سویی فرهنگ و اقتصاد، انتظار از توسعه اقتصادی بی‌معنی است.

طی سال‌های گذشته اقتصاددانانی چون گوسو^۳، ساپینزا^۴ و زینگالس^۵ به رابطه میان ارزش‌ها، فرهنگ و مسائل اقتصادی پرداخته‌اند و با تحلیل آن، به‌طور خاص بر تأثیرات فرهنگ بر اقتصاد تمرکز داشته‌اند. از نظر آنان اعتمادی که همه شهروندان به نهادهای کشور خود دارند بر بسیاری از دیدگاه‌هایشان پیرامون کنش اقتصادی تأثیر مستقیم دارد. هنگامی که یک کشور درهای خود را بر تجارت جهانی باز می‌کند، کالاهایی که برای مصرف‌کنندگان بین‌المللی برنامه‌ریزی و تولید شده‌اند به بازار آن‌ها رخنه می‌کند. در این فرایند سبک زندگی افرادی که مصرف‌کننده آن هستند نیز کاملاً از آن متأثر می‌شود (Valiyev, 2007: 65-69).

1. Max Weber
2. Karl Polanyi
3. Guiso
4. Sapienza
5. Zingales

به‌منظور شناسایی پیوند فرهنگ و پیامدهای اقتصادی ضروری است ابتدا تعریف روشنی از فرهنگ ارائه شود. فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌ها و باورهای مشترک تعریف می‌شود که توسط گروه‌های مذهبی، قومی و اجتماعی تقریباً بدون تغییر از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود (Guiso, Sapienza & Zingales, 2006: 24). این تعریف دو نکته کلیدی را برجسته می‌کند: نخست، اهمیت ارزش‌های فرهنگی به‌مثابه یک چهارچوب برتر و دوم، انتقال باورهای گذشته به آینده.

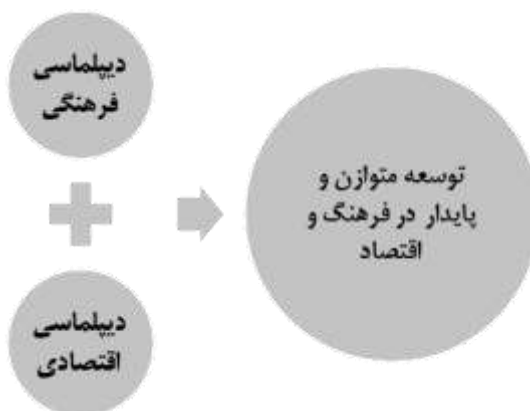
درزمینه تعامل میان فرهنگ و اقتصاد، رابطه علیت دوسویه‌ای میان این دو وجود دارد، به‌طوری‌که اقتصاد و فرهنگ تأثیر متقابل بر یکدیگر می‌گذارند (Granovetter, 1985: 482). این دیدگاه بر الگوهای فرهنگی‌ای متمرکز است که می‌توانند بر پیامدهای اقتصادی تأثیرگذار باشند. تحلیل این الگوها به ما امکان می‌دهد تأثیرات عمده فرهنگ بر نتایج اقتصادی را شناسایی و درک کنیم.

در این رویکرد، فرهنگ به‌عنوان یک «عرف اخلاقی - موروثی» تعریف می‌شود و مفهومی در نظر گرفته می‌شود که از طریق آموزش، تقلید و انتقال ارزش‌ها، دانش و سایر عوامل مؤثر بر رفتار انسانی از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد (Bisin & Verdier, 2001: 302). از این منظر، فرهنگ از طریق انتخاب‌ها و ترجیحات مردم در تعیین کالاها و خدمات مصرفی موجود در بازار بر اقدامات اقتصادی تأثیر می‌گذارد.

علاوه بر این، فرهنگ می‌تواند غیرمستقیم بر کنش‌های اقتصادی نیز اثرگذار باشد. برای مثال، در زمینه‌هایی مانند جمع‌آوری سرمایه، پذیرش فناوری‌های جدید یا ارزیابی‌های ارزشی در بازار کار، فرهنگ نقش اساسی ایفا می‌کند (Tabellini, 2010: 678). بدین ترتیب، فرهنگ نه تنها همچون عاملی پیش‌زمینه‌ای بلکه به‌عنوان نیرویی پویا در تعامل با اقتصاد عمل می‌کند.

۴. تأثیر متقابل دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی اقتصادی

در حال حاضر توسعه اقتصادی به مؤلفه‌ای اساسی در تعیین کارآمدی دولت‌ها و قدرتمندی کشورها تبدیل شده است؛ از همین رو، یکی از دغدغه‌های اصلی دولت‌ها، کسب قدرت اقتصادی از طریق فتح بازارهای جهانی است. در چنین شرایطی باید در نظر داشت دستیابی به توانمندی اقتصادی و به تبع آن تحقق توسعه اقتصادی جز در سایه تعامل مؤثر و سازنده با اقتصاد جهانی به دست نخواهد آمد؛ از این رو ضروری است دولت‌ها برای کسب موقعیت بهتر در سطح اقتصاد جهانی، سلسله‌ای از الزامات را برای تک‌تک نهادها و حلقه‌های تصمیم‌گیری در نظر بگیرند. این مهم در سیاست‌گذاری خارجی با تبیین و اجرای دیپلماسی اقتصادی محقق می‌شود. نکته شایان توجه در این زمینه «توسعه، حفظ و حضور بلندمدت» در بازارهای جهانی است. انتقال محصولات و کالاهای تجاری و اقتصادی و رخنه کردن در برآورد مصرف‌کنندگان و ایجاد تمایل در استفاده از آن‌ها، احتیاج به برنامه‌ریزی بلندمدت دارد. در این میان ایجاد هم‌سویی و هم‌دلی با ارزش‌های کشور صادرکننده محصولات تجاری و جذابیت فرهنگ آن نقش قابل توجه و درخوری در تمایل مصرف‌کنندگان جهانی به استفاده از محصولات تجاری خواهد داشت. از این منظر می‌توان ادعا کرد تبادلات فرهنگی و اقتصادی می‌توانند به هم‌افزایی دست یابند و در صورت تحقق این امر، احتمال توسعه و انتقال هر دو ارزش حاکمیتی بیشتر و مؤثرتر خواهد بود.



نمودار شماره ۱. تأثیر صنعت فیلم‌سازی به‌عنوان ابزار دیپلماسی فرهنگی در ارتقای جایگاه اقتصادی ترکیه

محبوبیت جهانی سریال‌های ترکی، کشور ترکیه را به یکی از صادرکنندگان پیشرو در سریال‌های تلویزیونی تبدیل کرده و وجهه بین‌المللی آن را تا اندازه زیادی تقویت کرده است. به لطف این سریال‌ها، میلیون‌ها بیننده و گردشگر در سراسر جهان ترغیب شده‌اند به ترکیه سفر کنند (یورونیوز، ۱۴۰۳).

ترکیه با درک اهمیت گردشگری فیلم به تبلیغات نامحسوس گسترده‌ای جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری ترکیه در سریال‌هایش دست زده و نمایش سریال‌های ترکی در کشورهای همسایه و جذب گردشگران به لوکیشن فیلم‌ها از جمله تأثیرات این روش تبلیغات بوده است. مجموعه‌های تلویزیونی ترکیه علاوه بر بازدهی اقتصادی، به معرفی فرهنگ این کشور می‌پردازند که منجر به درآمدزایی غیرمستقیم برای کشور شده است. ترکیه پس از آمریکا و انگلستان بزرگ‌ترین صادرکننده سریال‌های تلویزیونی در جهان است (TRTWorld, 2024).

فیلم‌ها و سریال‌های ترکیه‌ای در دهه‌های اخیر نقش قابل توجهی در اشاعه فرهنگ ترکیه و توسعه اقتصادی این کشور ایفا کرده‌اند. این تولیدات فرهنگی که در ابتدا به کشورهای عربی صادر می‌شدند، اکنون در سطح جهانی محبوبیت یافته‌اند و تأثیرات عمیقی بر صنایع گردشگری، املاک و تجارت فرهنگی ترکیه داشته‌اند.

در بازه زمانی ۲۰۲۰-۲۰۰۵ ترکیه موفق شد حدود ۱۶۵ کشور را به‌عنوان مقصد سریال‌های تلویزیونی‌اش پوشش دهد و در این مسیر بیش از پانصد میلیون بیننده را در سراسر جهان جذب کند. درآمد صادرات سریال‌های تلویزیونی ترکیه از ده میلیون دلار در سال ۲۰۰۵، به بیش از ششصد میلیون دلار در سال ۲۰۲۰ افزایش یافت و این کشور را پس از ایالات متحده به دومین صادرکننده بزرگ سریال‌های تلویزیونی در جهان تبدیل کرد (Kaya, 2021: 23).

تأثیر این سریال‌ها فراتر از حوزه فرهنگ بوده و به‌طور مستقیم بر صنعت گردشگری ترکیه تأثیر گذاشته است. براساس گزارش شورای گردشگری ترکیه، در سال ۲۰۱۹، بیش از شش میلیون گردشگر خارجی دلیل اصلی سفر به ترکیه را بازدید از مکان‌هایی عنوان کرده‌اند که در

سریال‌های ترکیه‌ای به تصویر کشیده شده بود. این موضوع به درآمدی بالغ بر ۱۱ میلیارد دلار برای صنعت گردشگری این کشور انجامید (Balaban, 2020: 45).

علاوه بر گردشگری، سریال‌های ترکیه‌ای نقش بسزایی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی داشته‌اند. نمایش ترکیه به‌عنوان کشوری مدرن و مترقی، به‌ویژه در سریال‌هایی که سبک زندگی لوکس را برجسته می‌کنند، منجر به افزایش فروش املاک به خارجی‌ها شده است. در سال ۲۰۲۰، بیش از چهل هزار واحد مسکونی به سرمایه‌گذاران خارجی فروخته شد که سهم بزرگی از این خریدها به مخاطبان سریال‌های ترکیه‌ای از خاورمیانه، اروپا و امریکای لاتین تعلق داشت (Ozkan, 2021: 78).

یکی دیگر از جنبه‌های قابل توجه، تأثیر این سریال‌ها در بهبود تصویر بین‌المللی ترکیه است. این تولیدات فرهنگی ارزش‌های خانوادگی، مهمان‌نوازی و تاریخ ترکیه را در سطح جهانی معرفی می‌کنند و بدین ترتیب همچون ابزار دیپلماسی فرهنگی عمل می‌کنند. برای مثال، در کشورهای عربی، سریال‌های ترکیه‌ای سبب افزایش علاقه به سبک زندگی ترکی شده و حتی برخی آداب و رسوم ترک‌ها در این کشورها رواج یافته است (Dogan, 2019: 103).

فیلم‌ها و سریال‌های ترکیه‌ای نه تنها همچون ابزاری برای اشاعه فرهنگ عمل کرده‌اند، بلکه به‌طور قابل توجهی در توسعه اقتصادی ترکیه نقش داشته‌اند. این روند همچنان ادامه دارد و پیش‌بینی می‌شود درآمدهای حاصل از صادرات سریال‌ها تا سال ۲۰۳۰ به بیش از یک میلیارد دلار برسد (Kaya, 2021: 29).

ترکیه آشکارا از ظرفیت خود همچون ابزاری در جهت توسعه و افزایش جایگاه نزد افکار عمومی استفاده می‌کند و ازسوی دیگر منافع اقتصادی قابل توجهی کسب می‌کند. دیپلماسی نوین که کمترین ارتباط دولتی را داراست و بیشترین نفوذ را در اختیار دارد، می‌تواند بسترهای توسعه اقتصادی پایدار را رقم بزند. حساسیت پایین این ابزار منجر به بسط ارزش‌های کشورها شده و با ایجاد مقبولیت میان شهروندان کشورهای دیگر، بستر ساز عواید اقتصادی و افزایش

سرمایه‌گذاری‌های خارجی است. این مسیری است که کشورهای دیگری چون هند و کره جنوبی نیز در حال پیمودن آن هستند. همچنین کشورهای عربی به کارآمد بودن این ابزار پی برده‌اند و در حال فعالیت‌های مشابهی هستند؛ بنابراین زمانی که دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی اقتصادی مکمل یکدیگر باشند، تلاش‌ها در نهایت به ارتقای هر دو خواهد انجامید. به بیان دیگر ارزش‌های کشوری که در زمینه دیپلماسی اقتصادی موفق است، در کشور هدف برد بیشتری داشته و همین‌طور رشد اقتصادی مقوم بسط ارزش‌ها به دیگر جوامع است.

نتیجه‌گیری

فرهنگ یکی از عوامل کمترشناخته‌شده توسعه اقتصادی است، اما نقش پیشرو فرهنگ در توسعه اقتصادی را باید چندگانه دانست. نخست، به‌عنوان ارزش داخلی، و دوم به‌عنوان عامل اصلی توسعه اقتصادی منطقه‌ای می‌تواند به افزایش گرایش و میل شهروندان مناطق مختلف به جهت رفاه ساکنان، توسعه گردشگری و تمایل سرمایه‌گذاران بینجامد، و سوم اینکه در جایگاه اصلی‌ترین عامل توسعه اقتصادی منطقه خود را نشان دهد. توسعه اجتماعی مبتنی بر بردباری، خلاقیت و دانش تعریف شده است؛ از این‌رو بر اساس تجربه‌های مختلف بین‌المللی، فرهنگ بخش اصلی توسعه اقتصادی در زندگی ماست. تنوع فرهنگی در یک مدل عمده با توسعه اقتصادی معقول ترکیب شده است.

این مقاله شامل تجزیه و تحلیل پیرامون درک فرهنگ، دیپلماسی فرهنگی و اقتصاد، رویکرد تعارض فرهنگ و اقتصاد، چگونگی تأثیر فرهنگ بر توسعه اقتصادی و نقش فرهنگ در توسعه اقتصادی بوده است و بر مدعای خود صحه می‌گذارد که رابطه میان فرهنگ و اقتصاد رابطه‌ای دوسویه است و مبتنی بر این رابطه دوجانبه می‌توان به‌صورت بهینه‌تری به توسعه و پیشرفت در هر دو موضوع دست یافت.

در مقاله حاضر سعی کردیم با بررسی نقش مکمل اقتصاد و فرهنگ بر یکدیگر، تأثیر فیلم‌ها

و سریال‌های ترکیه را به‌عنوان ابزاری فرهنگی در رشد و توسعه اقتصادی این کشور بررسی کنیم. براساس یافته‌ها هرچه فرهنگ و ارزش‌های جامعه رشد بیشتری یابد، درزمینه مسائل اقتصادی مانند سرمایه‌گذاری‌های خارجی، انتقال محصولات تولیدی و رونق گردشگری نیز موفق‌تر خواهد بود و این تأثیر فرهنگ و اقتصاد کاملاً دوسویه است. ترکیه توانسته با توسعه این ظرفیت فرهنگی، ضمن ایجاد بستر لازم به جهت شناساندن تاریخ و هویت خود به جوامع دیگر، زمینه گسترش صنعت گردشگری و سرمایه‌گذاری خارجی را فراهم آورد و به گسترش بازار محصولات خود مبادرت ورزد.

فهرست منابع

- ابوالحسن شیرازی، حبیب‌اله (۱۳۹۶). «دیپلماسی فرهنگی و نقش انجمن‌های دوستی در روابط بین‌الملل». *مطالعات روابط بین‌الملل*، ۳۸ (۱۰)، صص ۹-۲۵.
- اتاق ایران آن‌لاین (۱۳۹۷). *دیپلماسی اقتصادی به زبان ساده*. پایگاه خبری اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، بازبینی شده در: <https://otaghiranonline.ir/news/13464>
- خانی، محمدحسن (۱۳۸۴). «دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها». *نشریه علمی - پژوهشی دانش سیاسی*، ۱ (۲)، صص ۱۴۸-۱۳۵.
- دانش‌نیا، فرهاد (۱۳۹۱). «دیپلماسی اقتصادی و سیاست خارجی توسعه‌گرا؛ ابزارهای موفقیت راهبرد توسعه‌ای ج.ا.ا. در اقتصاد جهانی». *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۳ (۹)، صص ۸۶-۶۷.
- صالحی امیری، سیدرضا و سعید محمدی (۱۳۹۵). *دیپلماسی فرهنگی*. تهران: نشر ققنوس.
- عراقچی، سید عباس؛ جنتی محب، فائزه (۱۳۹۶). «دیپلماسی فرهنگی و تأثیر آن بر روابط سیاسی و اقتصادی کشورها، مطالعه موردی روابط ایران و ژاپن در دوران تحریم». *پژوهش‌های روابط بین‌الملل*، ۷ (۲۶)، صص ۵۰-۱۵.
- فرجی دیزجی، سجاده؛ پور سلیمی، حمیدرضا (۱۳۹۹). «نقش اقتصادی نمایندگی‌های دیپلماتیک در توسعه صادرات». *پژوهش‌نامه بازرگانی*، ۲۴ (۹۴)، صص ۲۲۹-۲۰۵.
- یورونیوز (۱۴۰۳). *چگونه سریال‌های ترکی قلب‌ها را تسخیر و گردشگری را گسترش می‌دهند؟*. یورونیوز فارسی. قابل دسترسی در:
- <https://parsi.euronews.com/2024/07/12/blooming-turkish-turkeys-drama-industry-helps-developing-tourism>
- Acemoglu, D., & Robinson, J. A. (2012). *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*. Crown Business.
- Balaban, O. (2020). "Tourism and cultural diplomacy: The case of Turkish TV dramas". *International Journal of Tourism Studies*, 14(2), pp. 40-50.
- Balaban, O. (2019). "Cultural exports and tourism: The case of Turkish TV series". *Journal of International Media*, 21(3), pp. 210-215.

- Bisin, A., & Verdier, T. (2001). "The economics of cultural transmission and the dynamics of preferences". *Journal of Economic Theory*, 97(2), pp. 298-319.
- Bayne, N., & Woolcock, S. (2011). *The new economic diplomacy: Decision-making and negotiation in international economic relations* (3rd ed.). Ashgate Publishing.
- Cummings, Milton C. (2003). *Cultural Diplomacy and the Government: A Survey*. Washington DC: Center for Arts and Culture.
- Dogan, Y. (2020). "Tourism and media: The influence of Turkish series on global travel behavior". *International Journal of Tourism Research*, 19(2), pp. 85-92.
- Dogan, Y. (2019). "Media as a tool of soft power: The influence of Turkish TV series". *Journal of Cultural Influence*, 10(4), pp. 100-110.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.
- Granovetter, M. (1985). "Economic action and social structure: The problem of embeddedness". *American Journal of Sociology*, 91(3), pp. 481-510.
- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2006). "Does culture affect economic outcomes?", *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), pp. 23-48.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Sage Publications.
- Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). "Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values". *American Sociological Review*, 65(1), pp. 19-51.
- Kaya, A. (2021). "Soft power and cultural diplomacy: The role of Turkish TV series in promoting tourism". *Turkish Studies Review*, 28(4), pp. 50-60.
- Malone, Gifford D. (1988). *Political Advocacy and Cultural Communication: Organizing the Nation's Public Diplomacy*. University Press of America.
- Ninkovich, Frank. (1996). "U.S. Information", *Policy and Cultural Diplomacy*. Vol.29. No.1 Spring.
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs.
- Ozkan, M. (2021). "The economic implications of cultural exports: The Turkish TV industry". *Economic and Cultural Perspectives*, 22(3), pp. 70-80.
- Ozkan, M. (2018). "Turkish dramas and global influence: A new cultural trend. *International Journal of Cultural Studies*", 12(3), pp. 140-150.
- Pajtinka, Erik. (2014). "Cultural diplomacy in theory and practice of contemporary international relations". *Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, security studies*, 95-108. Dostupné na internete: http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk/userfiles/file/4_2014/PAJTINKA2.pdf
- Polanyi, K. (1944). *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. Beacon Press.

- Praher, Nora. (2014). *Cultural Diplomacy and International Economic Relations: The Influence of French Linguistic and Cultural Policy in Higher Education in Romania*. Publisher: Grin Verlag.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Tabellini, G. (2010). "Culture and institutions: Economic development in the regions of Europe". *Journal of the European Economic Association*, 8(4), pp. 677-716.
- Tamunomiegbam, A., Amugo, F., Bariledum, K., & Afolabi, C. A. (2023). "Cultural diplomacy as a key component of economic and political diplomacy: The lessons for Nigeria". *Journal of International Relations and Policy*, 4(1), pp. 1-17. <https://doi.org/10.47941/jirp.1425>.
- TRTWorld. (2024). *From Margins to Mainstream: The Rise of Turkish TV Series Hides a Turbulent Journey*. TRT World, Research Centre. Available at: <https://shorturl.at/ITj1L>.
- Valiyev, Agil. (2017). *Connection Between Economics, Culture and Cultural Diplomacy*. ICCS. Annual of Spiru Haret University. Economic Series.
- Weber, M. (1930). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Scribner.
- Wilkinson, R., & Pickett, K. (2009). *The Spirit Level: Why Greater Equality Makes Societies Stronger*. Bloomsbury Press.



Investigating the Relationship between Intercultural Communication and National Identity: A Case Study of Youth in Kabul and Bamiyan Cities, Afghanistan*

doi 10.22034/CDRJ.2025.480114.1018

Mohammad Mohsen Hassanpour

Assistant Professor and Faculty Member, School of Social and Behavioral Sciences, Ahlul Bayt International University, (Correspondence Author), Tehran, Iran

m.hassanpour@abu.ac.ir

ORCID 0009-0002-4616-4476

Ali Asghar Haeri-Mehrzi

Instructor and Faculty Member, Health Sciences Research Center, Jihad University, Tehran, Iran

a.haeri@acecr.ir

ORCID 0000-0002-3671-2849

Abdulhalim Waezi

Master of Social Communication Sciences, Ahlul Bayt International University, Tehran, Iran

abdulhalimwaizy@gmail.com

ORCID 0009-0006-4444-6989

ABSTRACT

The issue of national identity is one of the most important governance especially in societies composed of various ethnicities and cultures. The aim of the present research is to examine the impact of intercultural communication on the strengthening/weakening of national identity. The theoretical framework of this study is based on Hofstede's cultural dimensions theory, which helps in understanding cultural differences. This research employs a quantitative-survey method to investigate the relationship between intercultural communication and national identity among the youth in the cities of Kabul and Bamyan. To conduct the study, a researcher-made questionnaire with 53 items was designed, divided into three sections; intercultural communication, national identity, and ethnic identity. This questionnaire was made available online to the sampled population. The sample size was determined to be 384 individuals using Morgan's table and Cochran's formula. The data were analyzed using SPSS software. Frequency tests were used to describe demographic information, regression tests were used to determine the relationships between variables, and t-tests were employed to compare the mean scores of the variables. The findings of the research indicate that there is a significant and direct relationship between intercultural communication and national identity, meaning that with an increase of one unit in the intercultural communication score, the national identity score increases by 0.437%. Furthermore, a significant and inverse relationship was found between intercultural communication and ethnic identity. Additionally, there is a significant and direct relationship between ethnic identity and national identity.



Received: 30/09/2024
Accepted: 04/03/2025

Keywords:

Intercultural Communication, National Identity, Ethnic Identity, Youth, Afghanistan.



*. The contents of the Journal reflect the thoughts and views of the authors, and the Journal is not responsible for this.

بررسی رابطه ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی مطالعه موردی: جوانان شهرهای کابل و بامیان*

doi: 10.22034/CDRJ.2025.480114.1018

محمد محسن حسن پور

استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع)، (نویسنده مسئول)، تهران، ایران
m.hassanpour@abu.ac.ir

0009-0002-4616-4476

علی اصغر حائری مهریزی

مربی و عضو هیئت علمی، پژوهشکده علوم بهداشتی جهاد دانشگاهی، تهران، ایران

a.haeri@acecr.ir

0000-0002-3671-2849

عبدالحمیم واعظی

کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع)، تهران، ایران

abdulhalimwaizy@gmail.com

0009-0006-4444-6989

چکیده

مسئله هویت ملی از جمله مهم‌ترین مسائل حکمرانی و موضوع سیاست‌گذاری فرهنگی به‌ویژه در جوامعی است که از اقوام و فرهنگ‌های مختلف تشکیل شده‌اند. هدف از تحقیق حاضر بررسی تأثیر ارتباطات میان فرهنگی بر تقویت/تضعیف هویت ملی است. چهارچوب نظری تحقیق حاضر نظریه ابعاد فرهنگی هافستد برای درک تفاوت‌های فرهنگی است. در این تحقیق با روش کمی - پیمایشی رابطه ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی در میان جوانان شهرهای کابل و بامیان بررسی شده است. شهر کابل از نظر حضور و تعامل اقوام مختلف، و شهر بامیان از جهت بافت بومی آن می‌توانند مورد مقایسه قرار گیرند. برای انجام تحقیق، پرسشنامه محقق‌ساخته دارای ۵۳ گویه و سه بخش شامل ارتباطات میان فرهنگی، هویت ملی و هویت قومی طراحی و به صورت آنلاین در دسترس نمونه آماری قرار گرفت. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان و فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. آزمون‌های فریکونسی برای توصیف اطلاعات جمعیت‌شناختی و آزمون رگرسیون برای تعیین رابطه بین متغیرها و همچنین آزمون تی برای مقایسه میانگین نمرات متغیرها استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد میان ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد؛ یعنی با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان فرهنگی نمره هویت ملی به اندازه ۰/۴۳۷ درصد افزایش می‌یابد. همچنین بین دو متغیر ارتباطات میان فرهنگی و هویت قومی رابطه معنادار و معکوس وجود دارد. بین هویت قومی و هویت ملی نیز رابطه معنادار و مستقیم وجود دارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴

واژگان کلیدی:

ارتباطات میان فرهنگی،
هویت ملی، هویت
قومی، جوانان، کابل و
بامیان، افغانستان.

* مطالب مندرج در فصلنامه مبین اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

<https://cdrij.icro.ir>

مقدمه

در دنیای امروزی که فرایند جهانی‌شدن به سرعت در حال گسترش است، ارتباطات میان فرهنگی به یکی از مهم‌ترین جنبه‌های زندگی انسانی تبدیل شده است. این ارتباطات نه تنها در سطح فردی و اجتماعی بلکه در سطح ملی و بین‌المللی نیز تأثیرات گسترده‌ای دارد. بررسی نسبت ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا این دو مؤلفه به طور مستقیم بر یکدیگر تأثیرگذار بوده و در شکل‌گیری و تحول جوامع نقش حیاتی و مؤثر دارند.

هویت ملی، به عنوان یکی از ارکان اساسی هر جامعه، شامل مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها، سنت‌ها و تاریخ مشترک است که اعضای جامعه را به هم پیوند می‌دهد (قربانی، ۱۳۸۳: ۶۳). این هویت به افراد احساس تعلق و همبستگی می‌بخشد و در نهایت به تقویت انسجام اجتماعی در جوامع کمک می‌کند. از سوی دیگر، ارتباطات میان فرهنگی فرصتی را فراهم می‌آورد تا افراد و جوامع با فرهنگ‌های متفاوت آشنا شوند و از تجربه‌ها و دانش‌های متنوع بهره‌مند شوند. تعاملات فرهنگی می‌تواند به تقویت هویت ملی کمک کند.

هدف از این تحقیق بررسی نسبت ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی و تحلیل فرصت‌ها و چالش‌هایی است که این نوع ارتباطات برای جوامع به همراه دارند. با توجه به پیچیدگی‌های موجود در این حوزه، نیاز است با نگاه دقیق‌تری به بررسی ابعاد مختلف این موضوع پردازیم و راهکارهای مناسبی برای مدیریت بهتر این گونه ارتباطات و حفظ و تقویت هویت ملی ارائه دهیم.

در تحقیق حاضر نمونه آماری از میان جوانان شهرهای کابل و بامیان بنا بر تفاوت‌های فرهنگی و جمعیتی که در این دو شهر وجود دارد انتخاب شده است. همچنین به نقش پررنگ آن‌ها در تعاملات اجتماعی و فرهنگی که در معرض طیف وسیعی از عقاید، ارزش‌ها و رفتارها از فرهنگ خود و دنیای جهانی‌شده قرار می‌گیرند، توجه شده است. این مواجهه می‌تواند تأثیر عمیقی بر درک آن‌ها از هویت ملی داشته باشد. از سوی دیگر ارتباطات میان فرهنگی می‌تواند به

جوانان این شهرها کمک کند تا غنا و تنوع میراث فرهنگی خود را کشف و آن را حفظ و نگهداری کنند و با استفاده از آن حس غرور و ارتباط با هویت ملی‌شان را تقویت کنند.

۱. بیان مسئله

ارتباطات میان فرهنگی فرایندی از تغییر افکار و معانی بین افراد از فرهنگ‌های مختلف است (سعیدی، ۱۴۰۱: ۱۳۷). ارتباطات میان فرهنگی زیرمجموعه‌ای از فرهنگ و ارتباطات پایه و اساس جوامع انسانی به شمار می‌رود. یکی از مسائل مهم در حوزه ارتباطات میان فرهنگی بررسی چندگونگی فرهنگی در جوامع و تأثیرات آن بر ارتباطات اجتماعی و نیز چگونگی سامان بخشیدن به آن در مسیر اهداف مشترک اجتماعی است. در واقع، دنیایی که در آن زندگی می‌کنیم با معیارهای چندقومی فزاینده مربوط به جامعه بشری احاطه شده است (فاضلی، ۱۳۹۶: ۱۵). ارتباطات میان فرهنگی بدون تردید بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه رشد پیدا می‌کند. همچنین این گونه ارتباطات اجتماعی اغلب در سطح نخبگان و توده‌های مردم اتفاق می‌افتد. ارتباطات میان فرهنگی هرازگاهی همچون پلی است بین فرهنگ‌هایی که با هم در تماس نیستند (سعیدی، ۱۴۰۱: ۳۹). گسترش ارتباطات میان فرهنگی سبب افزایش آگاهی‌های فرهنگی میان اعضای گروه‌های فرهنگی و قومی و آشنایی با اشتراک‌ها و تفاوت‌های آن‌ها می‌شود. ارتباطات فرهنگی کارآمد متناسب با شرایط جامعه چندقومیتی افغانستان عامل وحدت و همبستگی ملی شناخته می‌شود. دستیابی بر تفاهم مشترک میان اقوام ساکن در افغانستان نیاز به آشنایی با اشتراک‌های فرهنگی و همان‌طور گریز از تمایزات ویران‌گرایانه دارد. چه بسا، تکرر فرهنگی در قالب ارتباطات اجتماعی ناکارآمد، تهدید بالقوه‌ای برای وحدت یک جامعه به شمار می‌آید (فاضلی، ۱۳۹۶: ۱۷).

ازسوی دیگر هرگونه تلاش برای بازسازی هویت فردی یا گروهی بازگشت به اصل است و این بازگشت به اصل مشخص‌کننده هویت آن فرد یا گروه است. هویت یک ملت در درجه نخست بحثی جغرافیایی و سیاسی بوده که به چگونگی پیدایش و بقای ملت ارتباط دارد (بخشایش، ۱۳۹۰: ۲). هویت ملی در افغانستان، همواره یکی از مسائل مهم و در خور توجه

محسوب می‌شود چراکه تفاوت‌های زبانی، قومی، فرهنگی و مذهبی افراد در افغانستان از یک‌سو و شباهت‌های قومی، مذهبی و زبانی اقوام این سرزمین با اقوام کشورهای مجاور از سوی دیگر و همچنین چالش جنگ، پراکندگی و ویرانی در افغانستان موجب شده است تا هویت ملی به‌صورت درست و کامل در این قلمرو شکل نگیرد (مساوات و دیگران، ۱۳۹۷: ۳).

کشورها برای حفظ اتحاد و انسجام ملت خود که از ملزومات ایجاد امنیت در جامعه است و نیز پیگیری اهداف و سیاست‌هایشان، ناگزیرند بر هویت یکپارچه ملی تأکید کنند. تحقق این یکپارچگی به مدد تاریخ، فرهنگ، سنت‌ها و علایق و تعلق‌های مشترک امکان‌پذیر است؛ باین‌حال هویت ملی در جامعه افغانستان که زیستگاه فرهنگ‌های متنوع و اقوام مختلف از ادوار گذشته تا به امروز بوده است و تحولات سیاسی و اجتماعی فراوانی را شاهد بوده است، به طور مطلوب تکوین نیافته است. هنوز تحقیقات کافی درباره ارتباطات میان‌فرهنگی میان اقوام ساکن در افغانستان با آنکه بعضی از آنان از نظر مناسبات مذهبی و زبانی مشترکات فراوانی داشته‌اند، انجام نشده است. از این جهت پژوهش حاضر گامی نخست در بررسی رابطه ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت ملی در جامعه افغانستان است؛ بنابراین پرسش‌های پژوهش به شرح زیر است:

۱. چه رابطه‌ای بین ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت ملی جوانان شهرهای کابل و بامیان وجود دارد؟
۲. چه رابطه‌ای بین ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت قومی جوانان استان‌های کابل و بامیان وجود دارد؟
۳. چه رابطه‌ای بین هویت قومی و هویت ملی جوانان شهرهای کابل و بامیان وجود دارد؟
۴. ارتباطات میان‌فرهنگی بین جوانان استان‌های (ولایت) کابل و بامیان چگونه است؟
۵. هویت ملی بین جوانان استان‌های (ولایت) کابل و بامیان چگونه است؟
۶. هویت قومی بین جوانان استان‌های (ولایت) کابل و بامیان چگونه است؟

۲. تعریف مفاهیم

۲-۱. فرهنگ

فرهنگ انسان‌ساخت است، توسط دیگران تأیید، متداول و رایج می‌شود. فرهنگ برای مردم زمینه معنی‌داری فراهم می‌آورد تا در آن با یکدیگر ملاقات کنند و در مورد خود فکر کنند و با جهان دیگران روبه‌رو شوند. همچنین یک سیستم مشترک معانی تعیین می‌کند که به چه چیزی توجه کنیم، چه کاری انجام دهیم و به چه ارزش دهیم (هورن و تومالین، ۱۴۰۰: ۳۹). فرهنگ می‌تواند نقش عمده‌ای در پیدایش حس برتر در انسان‌ها داشته باشد و ادراک انسان را از اینکه چه کسی است و به کجا می‌رود شکل می‌دهد (دادگران، ۱۳۹۶: ۵۸). /دوارد تایلور^۱ مردم‌شناس انگلیسی در کتاب فرهنگ ابتدایی^۲، فرهنگ را چنین تعریف می‌کند: «فرهنگ مجموعه علوم، دانش‌ها، هنرها، افکار و عقاید، اخلاقیات، قوانین و مقررات، آداب و رسوم و سایر آموخته‌ها و عاداتی است که انسان به عنوان عضوی از جامعه فرامی‌گیرد و در قبال آن تعهداتی به عهده دارد» (محسنی، ۱۳۹۲: ۲۰۳). فرهنگ در علوم اجتماعی معادل واژه کالچر^۳ است که در اصل به معنای کشت و کار، آباد کردن، کاشتن و بارور کردن زمین است که به تدریج مفهوم آن تغییراتی یافت و در ادبیات و علوم در قرن ۱۸ و ۱۹ میلادی به معنی پرورش روانی و معنوی به کار برده شد و بعدها به عنوان پیشرفت فکری و اجتماعی انسان و جامعه جهت تبیین سیر تاریخی و تکاملی و پیشرفت جوامع انسانی معنا یافت (کوش، ۱۳۸۱: ۲۶-۲۵). امروزه فرهنگ از حالت تبعی و عرضی درآمده و از پاره‌ای جهات خصلت زیربنایی گرفته است. اهمیت فرهنگ در قرن بیست و یکم به حدی است که عده‌ای آن را قرن فرهنگ و پارادایم‌های فرهنگی می‌دانند و برخی نیز از ظهور قاره ششم با عنوان فرهنگ یاد می‌کنند (دارابی، ۱۳۹۹: ۱۸۹).

۲-۲. ارتباطات

نخستین کسی که به تبیین مفهومی این عنصر مهم زندگی بشری پرداخت، ارسطو^۴ فیلسوف

1. Edward. Barent. Taylor
2. Primitive Culture
3. Culture
4. Arastoo

یونانی بود که ۲۳۰۰ سال پیش در کتاب «مطالعه معانی بیان (ریطوریکا)» دست به تبیین این مفهوم زد. به عقیده برخی صاحب‌نظران ارسطو نخستین دانشمندی است که برای ارتباط، شبیحی از یک مدل ارائه کرد (محسنیان راد، ۱۳۸۵: ۳۵۷). در تعریفی کلی تمامی کارهای لازم برای تأثیرگذاری ذهنی بر ذهن یا اذهان دیگر، تبادل یا اشتراک اطلاعات، سعی در تفاهم معانی مشترک و فهم متقابل معانی مورد نظر فرستنده پیام را می‌توان نوعی ارتباط دانست (Barbara & Brabara, 1986: 23). چارلز کوولی^۲ دانشمند جامعه‌شناس امریکایی ارتباط را چنین تعریف کرده است: «مکانیسمی است که روابط انسانی براساس و به وسیله آن به وجود می‌آید و تمام مظاهر فکری و وسایل انتقال و حفظ آن‌ها در مکان و زمان بر پایه آن توسعه پیدا می‌کند. ارتباط، حالات چهره، رفتارها، حرکات، طنین، صدا، کلمات، نوشته‌ها، چاپ، راه‌آهن، تلگراف، تلفن و تمام وسایلی که در راه غلبه بر مکان و زمان ساخته شده‌اند همه را دربرمی‌گیرد» (معمدنژاد، ۱۳۸۵: ۲۸). همچنین هارولد لاسول^۳ ارتباط را چنین تعریف می‌کند: «چه کسی چه چیزی را از چه مجرای به چه کسی و با چه تأثیری می‌گوید». مدل کلامی لاسول شاید یکی از اولین نمونه‌های مدل ارتباطی باشد که ارتباط را به مثابه فرایند در نظر گرفته است (ادمز، ۱۳۸۴: ۱۹). پژوهشگران ارتباطات، میان واژه ارتباط به معنای مفرد و واژه ارتباطات به معنای جمع، تفاوت قائل‌اند و کلمه ارتباطات را معمولاً به معنای وسایل و روش‌های ارتباطی، و ارتباط را به معنای فرایند انتقال پیام می‌دانند. این واژه در بیان صاحب‌نظران ارتباطات دارای تعاریف متعددی است. تعاریف اولیه‌ای که برای این مفهوم ذکر شده، بر حرکت خطی از منبع به گیرنده تأکید دارند؛ درحالی‌که مفهوم‌سازی‌های جدید از ارتباط، بر دوسویگی و اشتراک ادراک تکیه می‌کنند و آن را فرایندی دوسویه می‌دانند که در آن مبادله و اشتراک اطلاعات، نگرش‌ها، افکار یا عواطف رخ می‌دهد (دارابی، ۱۳۹۹: ۳۲).

۱. فن خطابه

2. Charles Cooley
3. Harold Lasswell

۳-۲. ارتباطات میان فرهنگی

ارتباط میان فرهنگی، ارتباط میان مردمانی است که ادراکات فرهنگی و نظام نمادین آن به حدی از یکدیگر متمایز است که پدیده‌های ارتباطی را متفاوت جلوه می‌دهد (Samovar, 1995: 58). تعریف دیگری که از ارتباطات میان فرهنگی شده عبارت از این است که ارتباط میان فرهنگی در کلی‌ترین مفهومش زمانی رخ می‌دهد که عضوی از یک فرهنگ پیامی را برای دریافت توسط عضوی از فرهنگی دیگر ایجاد می‌کند. به طور دقیق‌تر ارتباط میان فرهنگی، ارتباط بین آن دسته از مردم است که ادراکات فرهنگی و سیستم‌های نمادینشان به اندازه کافی مجزا هستند تا رویداد ارتباطی را تغییر دهند (فاضلی، ۱۳۹۶: ۱۹). ارتباطات میان فرهنگی به مفهوم عام شاخه‌ای از ارتباطات به‌طور مستقل یا شاخه‌ای از ارتباطات جهانی است که عهده‌دار بررسی و مطالعه ارتباطات و روابط میان دو فرهنگ، دو فرد از دو فرهنگ و مانند آن است. فرهنگ و ارتباطات سنگ‌بنای جوامع انسانی به شمار می‌روند. از آغاز خلقت و پیدایش انسان تاکنون، این دو ویژگی همراه جامعه انسانی و نوع انسان بوده و وجهه متمیز او از دیگر موجودات قلمداد شده است (دارابی، ۱۳۹۹: ۲۲۵).

۴-۲. هویت ملی

هویت ملی مفهومی است که سعی می‌کند تعارض‌های موجود در هویت‌های گروهی را به‌نوعی کاهش دهد و آن‌ها را در هویتی بالاتر، یعنی هویت ملی، همگرا سازد؛ از این رو، به‌زعم برخی اندیشمندان، هویت ملی در نهایت جنبه غالب و مسلط دارد و سایر خرده‌هویت‌ها زیر آن قرار می‌گیرند (رضایی قادی، ۱۳۹۸: ۲). هویت ملی متشکل از دو واژه ملی و هویت است. واژه ملی اشاره به چهارچوب کشور و سطح ملی دارد و هویت در علوم انسانی و اجتماعی دلالت به پاسخ این پرسش دارد که هر فردی خود را چگونه تعریف می‌کند. هویت ملی نخستین شکل‌بندی دست‌یافتنی برای هر فرد است. مبتنی بر این دید، هویت ملی شالوده اصلی و مقدم بر سایر هویت‌هاست، چراکه از طریق همین هویت است که می‌توان از هویت‌های دیگر مطلع شد. هویت ملی به‌عنوان پدیده‌ای سیاسی و اجتماعی، نوزاد عصر جدید است که

ابتدا در اروپا شکل گرفت و در اواخر قرن نوزدهم به مشرق‌زمین و سرزمین‌های دیگر راه یافت (شاد، اسماعیلی و حسن‌زاده، ۱۴۰۱: ۵). «برخی از تعاریف هویت ملی بر عناصر یکپارچه‌کننده واحد سیاسی مستقل تأکید دارند و آن را مجموعه‌ای از گرایش‌ها و نگرش‌های مثبت به عوامل و عناصر و الگوهای هویت‌بخش و یکپارچه‌کننده در سطح یک کشور به‌عنوان یک واحد سیاسی تعریف می‌کنند. برخی دیگر نیز بر جنبه روانی آن تأکید دارند. عده‌ای نیز مشترکات ملی و دل‌بستگی به آن را عنصر اصلی تعریف هویت ملی می‌دانند و آن را مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، وابستگی‌ها و پیوندهای جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و قومی تعریف می‌کنند که زندگی انسانی را دربرمی‌گیرد و عضو جامعه به آن می‌بالد» (غفاری‌نسب، مساوات، قاسمی‌نژاد و علایی، ۱۳۹۵: ۳).

۵-۲. هویت قومی

«به ویژگی‌های فرهنگی‌ای گفته می‌شود که یک قوم را از اقوام دیگر متمایز می‌کند و بین اعضای یک قوم، احساس تعلق به همدیگر ایجاد کرده و آن‌ها را منسجم می‌کند. هویت قومی در سطحی پایین‌تر از هویت ملی یا جامعه‌ای قرار دارد» (یازرلو و سوسرای، ۱۳۹۹: ۳). برخی دیگر از دانشمندان علوم اجتماعی معتقدند هویت قومی دلالت بر همگانی و یکسانی دسته‌ای از افراد دارد که دارای منشأ، سرنوشت، تجربه‌های تاریخی و احساس مشترک و در برخی موارد اقامت جغرافیایی مشترک هستند. برخی دیگر نیز آن را مفهومی می‌دانند که می‌تواند از عوامل نژادی، زادگاه، نمادی و فرهنگی متأثر باشد (مسعودنیا، کوشکی و کیانی، ۱۳۹۳: ۶). گروه‌های قومی به‌واسطه مجموعه‌ای منحصربه‌فرد از ویژگی‌های فرهنگی مثل زبان، دین، یا رژیم غذایی، تا حدی از سایر گروه‌ها متمایز می‌شوند. اعضای یک گروه قومی خودشان را اعضای اجتماعی قومی می‌دانند که ریشه‌ها و تجربه‌های تاریخی مشترکی دارند (گوررو، ۱۳۹۸: ۱۵۵).

۳. پیشینه تحقیق

با بررسی‌هایی که پیرامون موضوع این تحقیق در پایگاه‌های اینترنتی و مجله‌های علمی و تحقیقی در دسترس انجام شده است، دریافتیم چندین تحقیق در قالب کتاب، پایان‌نامه و مقاله با تمرکز بر ارتباطات میان‌فرهنگی و مسئله هویت در افغانستان انجام شده است، اما همان‌طور که در ادامه می‌آید بیشتر این تحقیقات با روش‌های کتابخانه‌ای و کیفی است و مستند به داده‌های کمی نیستند.

عبدالعلی فاضلی دانش‌آموخته رشته ارتباطات فرهنگی در مؤسسه آموزش عالی علوم انسانی، در تحقیق خود با عنوان «ارتباطات میان‌فرهنگی قوم هزاره و تاجیک در افغانستان» مجموعه اشتراک‌های اقوام هزاره و تاجیک را به‌ویژه در مؤلفه‌های اصلی هویت شامل زبان، دین تاریخ، سرنوشت مشترک، آداب و رسوم و غیره برمی‌شمارد و درعین حال با برشماری تفاوت‌های عمده میان این دو قوم شامل نژاد، لهجه، مذهب و برخی رسومات خاص می‌نویسد: «اصل پذیرش تفاوت‌ها و تحسین شباهت‌ها ایجاب می‌کند هویت فرهنگی قوم هزاره و تاجیک به‌درستی شناخته شود تا این سرمایه‌های فرهنگی در قالب ارتباطات درست و مؤثر به انسجام اجتماعی و توسعه فرهنگی بینجامد» (فاضلی، ۱۳۹۶: ۶).

عزیزالله هزاره در رساله کارشناسی‌اش با عنوان «مطالعه ارتباطات میان‌فرهنگی اقوام هزاره و پشتون در افغانستان» با استفاده از روش تحلیلی - توصیفی و نظریه ارتباطات بین‌قومی به‌عنوان چهارچوب نظری، ارتباطات فرهنگی میان اقوام هزاره و پشتون را از سه جهت بررسی کرده است: (۱) ارتباطات اقتصادی بین اقوام هزاره و پشتون؛ (۲) زمینه‌ها و فضای همگرایی و واگرایی میان اقوام پشتون و هزاره؛ (۳) ارتباطات فرهنگی بین اقوام پشتون و هزاره و سلطه فرهنگی پشتون‌ها بر هزاره‌ها. براساس نتایج این تحقیق:

۱. از منظر داخلی علت اصلی واگرایی بین اقوام هزاره و پشتون و عدم ارتباطات سالم میان آن‌ها عبارت است از: قوم‌گرایی، مذهب، زبان و سیاست‌های غیرمسئولانه کشورهای خارجی به‌ویژه همسایگان در امور داخلی افغانستان؛

۲. با توجه به اینکه اقتصاد افغانستان بیشتر متکی بر کشاورزی و دامداری بوده و هر منطقه و جغرافیای خاص بر اساس فرهنگ حاکم بر آن، تولیدات و کالاهای مخصوص خود را دارد، روابط اقتصادی اقوام ساکن در آن منطقه نیز بر اساس نیازها شکل می‌گیرد؛

۳. علل سلطه فرهنگی پشتون‌ها را چند چیز می‌توان به حساب آورد: قدرت، القای عدم توانایی سایر اقوام، و برتری نژادی و قومی (هزاره، ۱۳۹۷: ۶).

محمدباقر حسنی در تحقیق خود با عنوان «بحران هویت ملی در افغانستان و تأثیر آن بر سیاست خارجی آن کشور» با استفاده از روش تحلیلی - توصیفی و چهارچوب نظری ساختار - کارگزار به طرح این پرسش می‌پردازد که تأثیر بحران هویت ملی بر سیاست خارجی افغانستان چیست؟ وی می‌نویسد: «افغانستان در طول حیات سیاسی خود به دلیل وجود نخبگان سیاسی قوم‌نگر غیرملی و ساختار نظام سیاسی استبدادی قومی - قبیله‌ای، در سیاست خارجی دچار چالش‌های اساسی شده است از جمله فقدان نگاه ملی، فقدان پشتوانه قدرت ملی، منازعه داخلی و خارجی و وابستگی نخبگان سیاسی؛ ازاین‌رو سیاست خارجی افغانستان بیشتر متأثر از رقابت قدرت‌های بزرگ بوده که این امر سبب شده تا افغانستان در تعامل و روابط با کشورهای دیگر شاهد نوعی وابستگی یک‌سویه باشد» (حسنی، ۱۳۹۹: ۷-۶).

علی توانا در مقاله‌ای با عنوان «هویت‌های قومی و بحران هویت ملی در عصر جهانی‌شدن با تأکید موردی افغانستان» که با استفاده از روش تحلیلی - توصیفی انجام شده است، معتقد است جهانی‌شدن به‌ویژه گسترش شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی پس از سال ۲۰۰۲ بسیاری از مرزها را فرو ریخت و باعث تقویت روحیه‌ای جمعی بر مدار منافع مشترک بین توده‌ها و تقابل آن با طبقه مسلط شد. شبکه‌های اطلاع‌رسانی که یکی از وسیله‌های جهانی‌شدن هستند، هویت‌های قومی را بیش از هر زمان دیگری برجسته ساخته‌اند. این برجسته و متمایزسازی که در گذشته همواره سرکوب و طرد شده است، به معنای تضاد در شکل‌گیری هویت ملی نیست، بلکه به‌نوعی اظهار وجود شهروندان و ادعای آن‌ها مبنی بر احقاق حقوق شهروندی‌شان است تا شهروندی برابر با دیگر شهروندان در نظر گرفته شوند. جهانی‌شدن فرصت بروز

هویتی برای این گروه‌هاست و آن‌ها در این معامله بده‌بستانی جهانی در سطح محلی و ملی آن سهمیم هستند و نقش فعال دارند (توانا، ۱۳۹۸: ۳-۴).

سورین تی زولیان^۱ در مقاله خود با عنوان «هویت ملی و ارتباطات بین‌فرهنگی درباره تجربه ارمنی‌ها از دیدگاه تاریخی» ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت ملی را چنین شرح می‌دهد: «هویت ملی ارمنی و الگوهای اصلی فرهنگی از طریق فرایندهای دائمی تبادل زبانی، تعامل بین‌قومی و ارتباطات بین‌فرهنگی شکل گرفته است. شاخه ارمنی مسیحیت اولیه شرقی یکی از معدود جوامع بازمانده و هنوز فعال است. تعامل دائمی با فرهنگ‌ها و مذاهب مختلف، ویژگی اصلی تجربه تاریخی مردم ارمنی است» (Zolyan, 2017).

لی و پراتو^۲ در سال ۲۰۱۱ در تحقیقی به تحلیل ثانویه هویت قومی و هویت ملی در تایوان پس از افول قدرت چین پرداخته‌اند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان می‌دهد خاطره‌های تاریخی و سیاسی نسبت به فرهنگ تایوانی میان افراد جامعه در مقابل فرهنگ چینی میان تمام گروه‌های قومی مورد مطالعه، افزایش چشمگیری داشته است و تقریباً همه افراد هویت تایوانی را معرف خود در تمام مسائل و موارد زندگی روزمره می‌دانند (Li and Pratto, 2011).

ساباتیر^۳ در سال ۲۰۰۸ در مطالعه‌ای با عنوان «هویت قومی و هویت ملی در میان نوجوانان نسل دوم مهاجر در فرانسه: نقش زمینه‌های اجتماعی و خانوادگی» هویت فرهنگی را براساس دو نوع جهت‌گیری ملی و قومی با دو عنصر اکتشاف و تصدیق مورد بررسی قرار داده است. این تحقیق با استفاده از مدل‌های زیست‌محیطی، نوسازی لایه‌های چندگانه‌ای از زمینه‌های اجتماعی را مورد توجه قرار می‌دهد. وی تصدیق ملی و قومی را به‌عنوان دو گرایش مستقل در نظر گرفته است. نتایج این تحقیق برای درک فرایندهای هویت امیدوارکننده بوده است و در آن تمامی جنبه‌های محیط اجتماعی مانند گروه‌های همسالان و دوستان و درک تبعیض مهم پنداشته شده است، با این حال به نظر می‌رسد خانواده به‌ویژه والدین، بیشترین تأثیر را بر

1. Suren, T. Zolyan

2. Li and Pratto

3. Colette Sabatier

شکل‌گیری هویت نوجوانان دارند (Sabatier, 2008).

همان‌طور که پژوهش‌های مورد اشاره نشان می‌دهد مسئله شکل‌گیری و تکوین مؤلفه‌های هویت ملی در جوامع مورد توجه است. ازسوی دیگر در جوامعی همچون افغانستان که رابطه دولت - ملت در حال تکوین است، این موضوع دوچندان اهمیت می‌یابد، زیرا بررسی عوامل مقوم یا تضعیف‌کننده هویت ملی هم از نظر پژوهشی و هم در عرصه سیاست‌گذاری اهمیت می‌یابد. در موضوع افغانستان چندین پژوهش، بیشتر با روش توصیفی و با هدف شناخت اشتراک‌ها و تفاوت‌های قومی انجام شده است. پژوهش حاضر می‌کوشد رابطه هویت ملی و ارتباطات بین‌فرهنگی را با روش پیمایشی در جامعه افغانستان بررسی کند. گفتنی است درباره افغانستان پژوهش پیمایشی و با هدف شناخت عوامل مؤثر بر هویت ملی به‌ندرت انجام شده است و این پژوهش از جمله نخستین پژوهش‌ها در این حوزه است.

۴. مبانی نظری

نظریه ابعاد فرهنگی که توسط گِیرت هافستد^۱ توسعه یافته است، چهارچوبی است که برای درک تفاوت‌های فرهنگی بین جوامع استفاده می‌شود. تحقیقات اصلی هافستد اغلب مورد استنادترین منبع توسط نظریه‌پردازان فرهنگی در حوزه ارتباطات میان‌فرهنگی است و بیشترین اثر را بر درک تأثیرات فرهنگ بر فعالیت‌های انسانی داشته است. او پژوهش خود را از سال ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۳ در جایگاه روان‌شناس صنعتی در فرهنگ‌های ملی در مؤسسه تحقیقات همکاری‌های فرهنگی^۲ در آرنهم^۳ هلند^۴ انجام داد (هورن و تومالین، ۱۴۰۰: ۷۱). هافستد تأکید می‌کند توصیف یک فرهنگ ملی به این معنی نیست که هر کس در آن فرهنگ است لزوماً همان صفات فرهنگی را بروز می‌دهد. تجزیه و تحلیل هافستد از فرهنگ ملی برای توصیف الگوی میانه‌ای از باورها و ارزش‌ها استفاده می‌شود و البته واضح است که لزوماً همه افراد

1. Geert Hofstede
2. The Institute of Research on Intercultural Cooperation
3. Arnhem
4. Nederland

منطبق با این میانه نیستند. هافستد از طریق پرسش‌نامه‌های خود چهار متغیر کلیدی را تعیین می‌کند که تفاوت‌های ملی میان کارکنان دارای ملیت‌های مختلف شرکت ای‌بی‌ام^۱ را مشخص می‌سازد:

■ شاخص فاصله قدرت؛

■ شاخص فردگرایی؛

■ شاخص مردانگی؛

■ شاخص اجتناب از عدم اطمینان (هورن و تومالین، ۱۴۰۰: ۷۳).

ارزش‌ها یا ابعاد فرهنگی هافستد چهارچوبی را فراهم می‌کند که جامعه‌شناسان از طریق آن می‌توانند تأثیرات فرهنگ را بر ارزش‌های اعضای آن و چگونگی ارتباط این ارزش‌ها با رفتار افرادی که در یک فرهنگ زندگی می‌کنند توصیف کند. خارج از جامعه‌شناسی، کار هافستد در زمینه‌هایی مانند روان‌شناسی بین‌فرهنگی، مدیریت بین‌المللی و ارتباطات بین‌فرهنگی نیز قابل استفاده است (McSweeney, 2002: 3). گِرت هافستد روشن کرد که چگونه تفاوت‌های فرهنگی در جهانی که روبه‌روز متنوع‌تر می‌شود قابل توجه است. از ابعاد فرهنگی هافستد می‌توان برای کمک به توضیح اینکه چرا برخی رفتارها در فرهنگ‌های مختلف کم‌ویش رایج هستند استفاده کرد؛ برای مثال، فردگرایی در مقابل جمع‌گرایی می‌تواند به توضیح اینکه چرا برخی فرهنگ‌ها بیش از دیگران بر دستاوردهای شخصی تأکید دارند کمک کند. از شاخص مردانگی در مقابل فمینیسم می‌توان به توضیح اینکه چرا برخی فرهنگ‌ها نسبت به سایرین رقابتی‌تر هستند کمک گرفت. و جهت‌گیری بلندمدت در مقابل جهت‌گیری کوتاه‌مدت می‌تواند به توضیح اینکه چرا برخی فرهنگ‌ها بیشتر بر آینده تمرکز می‌کنند تا حال، کمک کند.

■ **شاخص فاصله قدرت:** هافستد خاطرنشان می‌کند در برخی جوامع برابری نسبتاً بیشتری نسبت به سایر جوامع وجود دارد. افراد در جوامعی که فاصله قدرت بالایی دارند، سلسله‌مراتبی را می‌پذیرند که در آن همه افراد بدون نیاز به توجیه، در یک رتبه‌بندی جای

دارند. در این میان، جوامع با فاصله قدرت کم به دنبال توزیع برابر قدرت هستند. مفهوم این امر این است که فرهنگ‌ها روابطی را تأیید می‌کنند و انتظار دارند که بیشتر مشورتی، دموکراتیک یا برابری طلبانه باشند. در جوامعی که مقادیر شاخص فاصله قدرت توان پائینی دارند، تمایل به برابری بیشتری بین والدین و فرزندان وجود دارد؛ در همین حال، در جوامع با فاصله قدرت زیاد، والدین ممکن است از فرزندان انتظار داشته باشند بدون زیر سؤال بردن اقتدار، از آن‌ها اطاعت کنند. افراد دارای موقعیت بالاتر نیز ممکن است مرتباً نمایش آشکاری از تبعیت و احترام از زیردستان را تجربه کنند (Hofstede, 2011: 17).

■ **جمع‌گرایی در مقابل فردگرایی:** فردگرایی و جمع‌گرایی به ترتیب به ادغام افراد در گروه‌ها اشاره دارند. جوامع فردگرا بر دستاوردها و حقوق فردی تأکید دارند و به نیازهای خود و خانواده نزدیک و وابستگی‌های اجتماعی‌شان اولویت می‌دهند. تصویر یک فرد از خود در این دسته به عنوان «من» تعریف می‌شود. در مقابل، جوامع جمع‌گرا به اهداف و رفاه گروه‌های بزرگ‌تر اهمیت بیشتری می‌دهند، به طوری که تصور افراد از خود در این دسته بیشتر شبیه «ما» است. در نهایت می‌توان گفت ارتباطات در جوامع فردگرا مستقیم‌تر است، اما در جوامع اجتماعی بزرگ‌تر غیرمستقیم‌تر است (Hofstede, 1980: 10).

■ **جهت‌گیری کوتاه‌مدت در مقابل بلندمدت:** این بُعد نشان می‌دهد افراد در یک جامعه تا چه حد به آینده و برنامه‌ریزی بلندمدت اهمیت می‌دهند. همچنین بُعد جهت‌گیری بلندمدت و کوتاه‌مدت به میزان تشویق فرهنگ‌ها به تأخیر در ارضای نیازهای مادی، اجتماعی و عاطفی اعضای خود اشاره دارد. جوامعی با جهت‌گیری‌های بلندمدت تمایل دارند به گونه‌ای بر آینده تمرکز کنند که موفقیت کوتاه‌مدت را به نفع موفقیت در بلندمدت به تأخیر می‌اندازد. این جوامع بر ویژگی‌هایی مانند پشتکار، صرفه‌جویی، پس‌انداز، رشد بلندمدت و ظرفیت سازگاری تأکید دارند. جهت‌گیری کوتاه‌مدت در یک جامعه، در مقابل، تمرکز بر آینده نزدیک را نشان می‌دهد که شامل موفقیت یا رضایت کوتاه‌مدت است و تأکید بیشتری بر زمان حال دارد تا آینده (Hofstede, 2011: 21).

۵. روش تحقیق

در پژوهش حاضر از روش تحقیق کمی - پیمایشی استفاده شده است. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری در دسترس برای جمع‌آوری داده‌ها و همچنین برای تعیین حجم نمونه از جدول کریسی و مورگان و فرمول کوکران استفاده شده که طبق آن حجم نمونه پژوهش حاضر ۳۸۴ نفر تعیین شده است، ولی پس از دریافت پاسخ‌های پرسش‌نامه توزیع شده، تعداد ۳۸۷ پاسخ دریافت شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در قسمت گردآوری داده‌ها از ابزار پرسش‌نامه محقق‌ساخته که شامل ۵۳ گویه و سه بخش ارتباطات میان‌فرهنگی، هویت ملی و هویت قومی می‌شود، استفاده شده است. روایی پرسش‌نامه در مرحله نخست (پایلوت) توسط ۳۶ نفر از جوانان شهرهای کابل و بامیان و همچنین اساتید همکار در این زمینه تأیید شد. پایایی پرسش‌نامه نیز پس از دریافت ۳۶ پاسخ ارائه‌شده توسط افراد مورد مطالعه، وارد نرم‌افزار SPSS شد و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد و مقادیر ۰/۸۳۶ و ۰/۸۲۲ و همچنین ۰/۸۱۲ به ترتیب برای گویه‌های ارتباطات میان‌فرهنگی، هویت ملی و هویت قومی به دست آمد و پایایی پرسش‌نامه مورد تأیید قرار گرفت. در قسمت تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده ابتدا داده‌ها وارد نرم‌افزار SPSS شد و از آزمون فریکونسی برای توصیف داده‌های جمعیت‌شناختی و از آزمون‌های رگرسیون خطی برای تعیین رابطه بین متغیرها و از آزمون تی برای مقایسه میانگین نمرات متغیرها استفاده شده است.

به علت وجود مشکلات امنیتی و اقتصادی در افغانستان، دومین سرشماری کامل کشور پس از سرشماری سال ۱۳۵۸ تاکنون صورت نگرفته است؛ از این رو جمعیت ساکن کشور به تفکیک واحدهای اداری، شهری، روستایی و جنس با در نظر داشتن موازین و تکنیک‌های علمی دموگرافیکی^۱ که دربرگیرنده ۳۴ استان (ولایت)، ۳۶۴ شهرستان (ولسوالی) و ۳۴ مرکز استان (ولایت) است، برآورد شده است.

کل جمعیت افغانستان در سال ۱۴۰۲ حدود ۳۴/۹ میلیون نفر برآورد شده است که از آن

۱. Demographic: اصطلاحی جمعیت‌شناسی به معنای بررسی ویژگی‌های یک جمعیت مشخص

میان حدود ۱۷/۸ میلیون نفر (۵۱ درصد) مردان و ۱۷/۱ میلیون نفر (۴۹ درصد) زنان هستند. در سال ۱۴۰۲ از جمعیت ۳۴/۹ میلیون نفری افغانستان، ۲۴/۶ میلیون نفر (۷۰/۵ درصد) را جمعیت روستایی و ۸/۸ میلیون نفر (۲۵/۲ درصد) را جمعیت شهری و ۱/۵ میلیون نفر (۴/۳ درصد) را عشایر کوچ‌نشین تشکیل می‌دهند (ریاست اطلاعات و ارتباط عامه، ۱۴۰۲: ۳).

استان (ولایت) کابل با داشتن ۵/۷۶۶/۱۸۱ نفر بیشترین جمعیت را در سطح افغانستان دارد که از آن میان ۱/۰۰۸/۴۲۴ نفر آن را جوانان ۱۸-۳۰ سال تشکیل می‌دهد (ریاست اطلاعات و ارتباط عامه، ۱۴۰۲: ۱۱ و ۱۳). استان (ولایت) بامیان جمعیت ۵۲۲/۲۰۵ هزار نفری دارد که ۹۲/۱۸۳ هزار نفر آن را جوانان ۱۸-۳۰ سال تشکیل می‌دهد (ریاست اطلاعات و ارتباط عامه، ۱۴۰۲: ۴۱-۴۲). براساس آمار ارائه‌شده فوق، تعداد کل نمونه آماری این تحقیق بالغ بر ۱/۱۰۰/۶۰۷ نفر تعیین شده است.

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از طریق پرسش‌نامه از روش توصیفی و استنباطی استفاده شده است. سپس اطلاعات و داده‌های جمع‌آوری‌شده برای تجزیه و تحلیل وارد نرم‌افزار SPSS شد و از آزمون فریکونسی برای توصیف اطلاعات جمعیت‌شناختی، از آزمون رگرسیون خطی برای تحلیل داده‌ها و اطلاعات استنباطی پژوهش، و از آزمون تی برای دریافت میانگین نمرات هر متغیر استفاده شده است.

۶. یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۱. توزیع فراوانی گروه‌های سنی

درصد	فراوانی	سن
۲۲/۵	۸۷	۱۸-۲۲
۲۹/۷	۱۱۵	۲۲-۲۶
۳۵/۴	۱۳۷	۲۶-۳۰
۱۲/۴	۴۸	بالای ۳۰
۱۰۰	۳۸۷	تعداد کل

براساس جدول شماره ۱، تعداد کل افراد پاسخ‌دهنده ۳۸۷ نفر بوده که از این میان ۸۷ نفر (۲۲/۵ درصد) آن در رده سنی ۱۸-۲۲ سال، ۱۱۵ نفر (۲۹/۷ درصد) در رده سنی ۲۶-۲۲ سال، ۱۳۷ نفر (۳۵/۴ درصد) در رده سنی ۳۰-۲۶ سال و ۴۸ نفر (۱۲/۴ درصد) در رده سنی بالای ۳۰ سال قرار دارند.

جدول شماره ۲. توزیع فراوانی جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۲۵۵	۶۵/۹
زن	۱۳۲	۳۴/۱
تعداد کل	۳۸۷	۱۰۰

براساس جدول شماره ۲ تعداد کل افراد پاسخ‌دهنده ۳۸۷ نفر بوده که از این میان ۲۵۵ نفر (۶۵/۹ درصد) مرد و ۱۳۲ نفر (۳۴/۱ درصد) زن جامعه آماری تحقیق را تشکیل می‌دهند.

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی وضعیت تأهل

وضعیت تأهل	فراوانی	درصد
مجرد	۲۷۲	۷۰/۳
متأهل	۱۱۵	۲۹/۷
تعداد کل	۳۸۷	۱۰۰

براساس جدول شماره ۳ تعداد کل افراد پاسخ‌دهنده ۳۸۷ نفر بوده که از این میان ۲۷۲ نفر (۷۰/۳ درصد) مجرد و ۱۱۵ نفر (۲۹/۷ درصد) متأهل جامعه آماری تحقیق را تشکیل می‌دهند.

جدول شماره ۴. توزیع فراوانی سطح تحصیلات

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
سواد خواندن و نوشتن	۳	۰/۸
سواد ابتدایی	۲	۰/۵
دیپلم	۹۷	۲۵/۱

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
سواد حوزوی	۱۳	۳/۴
کارشناسی	۱۳۹	۳۵/۹
کارشناسی ارشد	۱۱۸	۳۰/۵
دکترا	۱۵	۳/۹
تعداد کل	۳۸۷	۱۰۰

براساس جدول شماره ۴ تعداد کل افراد پاسخ‌دهنده ۳۸۷ نفر بوده که از این میان سه نفر (۰/۸ درصد) سواد خواندن و نوشتن، ۲ نفر (۰/۵ درصد) سواد ابتدایی، ۹۷ نفر (۲۵/۱ درصد) دیپلم (فارغ صنف دوازدهم)، ۱۳ نفر (۳/۴ درصد) سواد حوزوی، ۱۳۹ نفر (۳۵/۹ درصد) کارشناسی (لیسانس)، ۱۱۸ نفر (۳۰/۵ درصد) کارشناسی ارشد و ۱۵ نفر (۳/۹ درصد) مدرک دکترا دارند.

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی گروه‌های قومی (۱)

قومیت	فراوانی	درصد
پشتون	۲۰	۵/۲
تاجیک	۶۹	۱۷/۷
ازبیک	۲۰	۵/۲
هزاره	۱۵۰	۳۸/۸
بیات	۶	۱/۶
سادات	۷۵	۱۹/۴
قزلباش	۲۴	۶/۵
سایر اقوام	۲۳	۵/۹
تعداد کل	۳۸۷	۱۰۰

براساس جدول شماره ۵ تعداد کل افراد پاسخ‌دهنده ۳۸۷ نفر بوده که از این میان ۲۰ نفر (۵/۳ درصد) از قوم پشتون، ۶۹ نفر (۱۷/۷ درصد) از قوم تاجیک، ۲۰ نفر (۵/۲ درصد) از قوم ازبیک، ۱۵۰ نفر (۳۸/۸ درصد) از قوم هزاره، ۶ نفر (۱/۶ درصد) از قوم بیات، ۷۵ نفر (۱۹/۴ درصد) از قوم سادات، ۲۴ نفر (۶/۵ درصد) از قوم قزلباش و ۲۳ نفر (۵/۹ درصد) از سایر

اقوام بوده‌اند که در جدول بعدی آمده‌اند.

جدول شماره ۶. توزیع فراوانی گروه‌های قومی (۲)

اسم قوم	فراوانی	درصد
ترکمن	۳	۰/۸
بلوچ	۱۷	۴/۴
بی‌نام	۳	۰/۸
تعداد کل	۲۳	۱۰۰

براساس جدول شماره ۶ تعداد کل افراد پاسخ‌دهنده ۲۳ نفر بوده که از این میان ۳ نفر (۰/۸ درصد) از قوم ترکمن، ۱۷ نفر (۴/۴ درصد) از قوم بلوچ بوده‌اند و ۳ نفر (۰/۸ درصد) نام قوم خود را بیان نکرده‌اند.

جدول شماره ۷. توزیع فراوانی استان‌ها (ولایت)

استان (ولایت)	فراوانی	درصد
کابل	۲۵۴	۶۵/۶
بامیان	۱۳۳	۳۴/۴
تعداد کل	۳۸۷	۱۰۰

براساس جدول شماره ۷ تعداد کل افراد پاسخ‌دهنده ۳۸۷ نفر بوده که از این میان ۲۵۴ نفر (۶۵/۶ درصد) از استان (ولایت) کابل و ۱۳۳ نفر (۳۴/۴ درصد) از استان (ولایت) بامیان هستند.

آمار استنباطی

جدول شماره ۸. ضریب همبستگی چندگانه

عامل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌شده
ساختار سازمانی	۰/۴۳۳	۰/۱۸۸	۰/۱۸۵

همان‌طور که در جدول شماره ۸ مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی چندگانه $R=0/433$ و ضریب تعیین ۰/۱۸۸ است؛ بدین معنی که ۱۸/۸ درصد از تغییرات نمره هویت ملی از

روی نمره ارتباطات میان فرهنگی قابل تبیین خواهد بود.

جدول شماره ۹. تحلیل واریانس مدل رگرسیونی

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	Sig
رگرسیونی	۱۵/۰۹۵	۱	۱۵/۰۹۵	۸۸/۹۰۱	۰/۰۰۰
خطا	۶۵/۳۷۲	۳۸۵	۰/۱۷۰		
کل	۸۰/۴۶۷	۳۸۶			

در جدول شماره ۹ با توجه به مقدار آماره $F=۸۸/۹۰۱$ با درجه آزادی (۱/۳۸۵) و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ و مقایسه این سطح معنی داری با ۰/۰۵ مشاهده می شود که متغیر ارتباطات میان فرهنگی روی هویت ملی تأثیرگذار است.

جدول شماره ۱۰. ضرایب رگرسیونی

عامل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	t	Sig
	B	معیار خطا	بتا		
عرض از مبدأ	۰/۸۸۹	۰/۰۹۳	-	۹/۵۶۸	۰/۰۰۰
ارتباطات میان فرهنگی	۰/۴۳۷	۰/۰۴۶	۰/۴۳۳	۹/۴۲۹	۰/۰۰۰

با توجه به جدول شماره ۱۰ ضرایب رگرسیونی مشاهده می شود با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان فرهنگی، نمره هویت ملی به اندازه ۰/۴۳۷ افزایش می یابد و برعکس. به عبارت دیگر تقویت ارتباطات میان فرهنگی سبب تقویت هویت ملی خواهد شد و تضعیف آن به تضعیف هویت ملی در بین جوانان افغانستان خواهد انجامید.

جدول شماره ۱۱. ضریب همبستگی چندگانه

عامل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
ساختار سازمانی	۰/۰۷۱	۰/۰۰۵	۰/۰۰۲

همان طور که در جدول شماره ۱۱ مشاهده می شود، ضریب همبستگی چندگانه $R=۰/۰۷۱$ و

ضریب تعیین ۰/۰۰۵ است؛ بدین معنی که ۵/۰ درصد از تغییرات نمره هویت قومی از روی نمره ارتباطات میان فرهنگی قابل تبیین خواهد بود.

جدول شماره ۱۲. تحلیل واریانس مدل رگرسیونی

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	Sig
رگرسیونی	۰/۵۳۲	۱	۰/۵۳۲	۱/۹۵۹	۰/۱۶۲
خطا	۱۰۴/۵۰۳	۳۸۵	۰/۲۷۱		
کل	۱۰۵/۰۳۵	۳۸۶			

در جدول شماره ۱۲ با توجه به مقدار آماره $F=1/959$ با درجه آزادی (۱/۳۸۵) و سطح معنی داری ۰/۱۶۲ و مقایسه این سطح معنی داری با ۰/۰۵ مشاهده می شود که ارتباطات میان فرهنگی روی هویت قومی تأثیرگذار نیست.

جدول شماره ۱۳. ضرایب رگرسیونی

عامل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	t	Sig
	B	معیار خطا			
عرض از مبدأ	۲/۱۹۴	۰/۱۱۷	-	۱۸/۶۷۰	۰/۰۰۰
ارتباطات میان فرهنگی	۰/۰۸۲	۰/۰۵۹	۰/۰۷۱	۱/۴۰۰	۰/۱۶۲

با توجه به جدول شماره ۱۳ ضرایب رگرسیونی مشاهده می شود با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان فرهنگی، نمره هویت قومی تنها به اندازه ۰/۰۸۲ افزایش می یابد و برعکس. به عبارت دیگر ارتباطات میان فرهنگی سبب تقویت هویت قومی نخواهد شد.

جدول شماره ۱۴. ضریب همبستگی چندگانه

عامل	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
ساختار سازمانی	۰/۱۵۰	۰/۰۲۳	۰/۰۲۰

همان طور که در جدول شماره ۱۴ مشاهده می شود، ضریب همبستگی چندگانه $R=0/150$ و ضریب تعیین ۰/۰۲۳ است؛ بدین معنی که ۲/۳ درصد از تغییرات نمره

هویت ملی از روی نمرة هویت قومی قابل تبیین خواهد بود.

جدول شماره ۱۵. تحلیل واریانس مدل رگرسیونی

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	Sig
رگرسیونی	۱/۸۱۴	۱	۱/۸۱۴	۸/۸۸۲	۰/۰۰۳
خطا	۷۸/۶۵۳	۳۸۵	۰/۲۰۴		
کل	۸۰/۴۶۷	۳۸۶			

جدول (۱۵) با توجه به مقدار آماره $F=۸/۸۸۲$ با درجه آزادی (۱/۳۸۵) و سطح معنی داری ۰/۰۰۳ و مقایسه این سطح معنی داری با ۰/۰۵ مشاهده می شود هویت قومی روی هویت ملی تأثیرگذار است.

جدول شماره ۱۶. ضرایب رگرسیونی

عامل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده		Sig
	B	معیار خطا	بتا	t	
عرض از مبدأ	۱/۴۳۳	۰/۱۰۶	-	۱۳/۴۸۲	۰/۰۰۰
هویت قومی	۰/۱۳۱	۰/۰۴۴	۰/۱۵۰	۲/۹۸۰	۰/۰۰۳

با توجه به جدول شماره ۱۶ ضرایب رگرسیونی مشاهده می شود با افزایش یک واحد در نمرة هویت قومی نمرة هویت ملی به اندازه ۰/۱۳۱ افزایش می یابد و بالعکس. به عبارت دیگر تقویت هویت قومی باعث تقویت هویت ملی خواهد شد و تضعیف آن باعث تضعیف هویت ملی در بین جوانان شهرهای کابل و بامیان خواهد شد.

بحث و نتیجه گیری

ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی رابطه درهم تنیده ای است که با افزایش یکی از آنها دیگری هم افزایش پیدا می کند؛ از این رو مطالعه و بررسی این موضوع در جوامعی که دارای روابط پیچیده فرهنگی و اجتماعی هستند از اهمیت و جایگاه مهمی برخوردار است. این

روابط در اکثر جوامع سبب وفاق و اجماع ملی و گاهی سبب بروز اختلاف میان افراد بعضی جوامع شده است. برای پاسخ به پرسش‌های طرح‌شده در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های فریکونسی و رگرسیون خطی و همچنین آزمون تی با بهره‌گیری از اطلاعات جمع‌آوری‌شده توسط پرسش‌نامه، اقدام شد. هر کدام از پرسش‌ها در این پژوهش دربرگیرنده یک متغیر است که در ادامه به ترتیب به هر کدام از آن‌ها پاسخ داده شده است.

برای پاسخ به پرسش اول پژوهش که چه رابطه‌ای بین ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت ملی وجود دارد؟ از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد بین ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت ملی رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان‌فرهنگی نمره هویت ملی به اندازه $0/437$ افزایش می‌یابد و برعکس. به عبارت دیگر تقویت ارتباطات میان‌فرهنگی سبب تقویت هویت ملی خواهد شد و تضعیف آن به تضعیف هویت ملی بین جوانان شهرهای کابل و بامیان خواهد انجامید. همچنین برای پاسخ به این پرسش میان دو شهر اختلاف چندانی وجود ندارد. نتایج نشان می‌دهد میان ارتباطات میان‌فرهنگی با هویت ملی در کابل رابطه معنی‌داری وجود دارد؛ یعنی با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان‌فرهنگی نمره هویت ملی افراد در استان کابل به اندازه $0/456$ افزایش می‌یابد و برعکس. به عبارت دیگر تقویت ارتباطات میان‌فرهنگی سبب تقویت هویت ملی خواهد شد و تضعیف آن به تضعیف هویت ملی در بین جوانان شهر کابل خواهد انجامید. در استان بامیان نیز رابطه بین ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت ملی معنادار بوده؛ یعنی با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان‌فرهنگی نمره هویت ملی به اندازه $0/386$ افزایش می‌یابد و برعکس. به عبارت دیگر تقویت ارتباطات میان‌فرهنگی سبب تقویت هویت ملی خواهد شد و تضعیف آن باعث تضعیف هویت ملی در بین جوانان شهر بامیان خواهد شد.

در پاسخ به پرسش دوم پژوهش که چه رابطه‌ای بین ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت قومی

جوانان استان‌های کابل و بامیان وجود دارد؟ از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است که نشان می‌دهد میان ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت قومی رابطه معناداری وجود ندارد یا به عبارت دیگر ارتباطات میان‌فرهنگی بر هویت قومی جوانان شهرهای کابل و بامیان تأثیرگذار نیست. همچنین می‌توان گفت با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان‌فرهنگی نمره هویت قومی به اندازه $0/082$ افزایش می‌یابد و برعکس. به عبارت دیگر ارتباطات میان‌فرهنگی سبب تقویت هویت قومی نخواهد شد. همچنین برای پاسخ به این پرسش ناظر به دو استان می‌توان گفت رابطه بین ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت قومی معکوس بوده؛ یعنی با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان‌فرهنگی نمره هویت قومی به اندازه $0/046$ تغییر می‌یابد. به عبارت دیگر تقویت ارتباطات میان‌فرهنگی سبب تقویت هویت قومی نخواهد شد و تضعیف آن سبب تضعیف هویت قومی بین جوانان استان کابل نخواهد شد. رابطه بین ارتباطات میان‌فرهنگی و هویت قومی در بامیان معنادار است؛ یعنی با افزایش یک واحد در نمره ارتباطات میان‌فرهنگی نمره هویت قومی به اندازه $0/190$ افزایش می‌یابد و برعکس. به عبارت دیگر تقویت ارتباطات میان‌فرهنگی سبب تقویت هویت قومی خواهد شد و تضعیف آن موجب تضعیف هویت قومی بین جوانان شهر بامیان خواهد شد.

برای پاسخ به پرسش سوم پژوهش که چه رابطه‌ای بین هویت قومی و هویت ملی جوانان شهرهای کابل و بامیان وجود دارد؟ از آزمون رگرسیون خطی استفاده شد. نتایج نشان‌دهنده آن است که بین هویت قومی و هویت ملی رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی هویت قومی بر هویت ملی جوانان استان‌های مورد مطالعه اثرگذار است. همچنین می‌توان گفت با افزایش یک واحد در نمره هویت قومی نمره هویت ملی به اندازه $0/131$ افزایش می‌یابد و برعکس. به عبارت دیگر تقویت هویت قومی سبب تقویت هویت ملی خواهد شد و تضعیف آن به تضعیف هویت ملی بین جوانان شهرهای کابل و بامیان خواهد انجامید. برای این پرسش

پاسخ‌های معطوف به استان‌ها نیز ارائه شده است که طبق آن رابطه بین هویت قومی و هویت ملی بین جوانان استان کابل معنادار بوده است؛ یعنی با افزایش یک واحد در نمره هویت قومی نمره هویت ملی به اندازه ۰/۱۱۱ افزایش می‌یابد و برعکس. به عبارت دیگر تقویت هویت قومی سبب تقویت هویت ملی خواهد شد و تضعیف آن سبب تضعیف هویت ملی بین جوانان استان کابل خواهد شد. در استان بامیان نیز رابطه بین هویت قومی و هویت ملی معنادار بوده؛ یعنی با افزایش یک واحد در نمره هویت قومی نمره هویت ملی به اندازه ۰/۱۶۳ افزایش می‌یابد و برعکس. به عبارت دیگر تقویت هویت قومی سبب تقویت هویت ملی خواهد شد و تضعیف آن به تضعیف هویت ملی بین جوانان استان بامیان خواهد انجامید.

در راستای پاسخ به پرسش چهارم که ارتباطات میان‌فرهنگی بین جوانان استان‌های (ولایت) کابل و بامیان چگونه است؟ از آزمون تی که نشان‌دهنده میانگین نمرات ارتباطات میان‌فرهنگی در هر استان (ولایت) است استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد بین ارتباطات میان‌فرهنگی بین جوانان استان‌های (ولایت) کابل و بامیان اختلاف معنی‌داری وجود ندارد.

برای ارائه پاسخ به پرسش پنجم پژوهش که هویت ملی بین جوانان استان‌های (ولایت) کابل و بامیان چگونه است؟ از آزمون تی استفاده شد که نشان‌دهنده میانگین نمرات هویت ملی بین جوانان استان‌های کابل و بامیان است. نتایج آزمون بر آن است که بین میانگین نمرات هویت ملی در استان‌های مورد مطالعه اختلاف معنی‌داری وجود ندارد؛ یعنی نمرات هویت ملی بین جوانان استان‌های کابل و بامیان یکسان بوده است.

در رابطه با پاسخ به پرسش ششم پژوهش که هویت قومی بین جوانان استان‌های (ولایت) کابل و بامیان چگونه است؟ استفاده از آزمون تی برای تعیین میانگین نمرات هویت قومی بین جوانان استان‌های (ولایت) بامیانگر آن است که هویت قومی بین جوانان استان‌های (ولایت) کابل و بامیان دارای اختلاف معنی‌داری است؛ یعنی نمرات هویت قومی جوانان استان کابل با

نمرات هویت قومی جوانان استان بامیان با هم یکسان نبوده و دارای اختلاف هستند. با توجه به هدف و سؤال اصلی پژوهش که عبارت از بررسی نسبت ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی در میان جوانان شهرهای کابل و بامیان است می‌توان از یافته‌های پژوهش حاضر چنین نتیجه گرفت که ارتباطات میان فرهنگی باعث تقویت هویت ملی در میان جوانان شهرهای مورد مطالعه می‌شود؛ یعنی رابطه بین متغیرهای ارتباطات میان فرهنگی و هویت ملی رابطه‌ای مستقیم بوده و با افزایش یکی از آن‌ها دیگری نیز افزایش می‌یابد. همچنین متغیر ارتباطات میان فرهنگی با هویت قومی رابطه معکوس دارد یعنی با افزایش نمره ارتباطات میان فرهنگی، نمره هویت قومی تضعیف می‌شود. هویت قومی با متغیر هویت ملی رابطه معناداری دارد یعنی با تقویت هویت قومی، هویت ملی جوانان استان‌های کابل و بامیان افزایش خواهد یافت. یا به عبارت دیگر هویت قومی بالا روی هویت ملی جوانان استان‌های کابل و بامیان تأثیرگذار است. به صورت کلی می‌توان نتیجه گرفت رابطه ارتباطات میان فرهنگی با هویت ملی در میان جوانان استان‌های کابل و بامیان رابطه‌ای موازی به هم است؛ یعنی یکی بر دیگری اثرگذار است.

فهرست منابع

- ادامز، بریجت؛ دیوید، گیل (۱۳۸۴). *الغبای ارتباطات*. ترجمه مهران مہار و رامین کریمیان، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- بخشایش، مرتضی و همکاران (۱۳۹۰). «گرایش به هویت ملی و عوامل مؤثر بر آن». *مهندسی فرهنگی*، سال ششم، بهمن و اسفند ۱۳۹۰، شماره ۶۱ و ۶۲.
- توانا، علی (۱۳۹۸). «هویت‌های قومی و بحران هویت ملی در عصر جهانی‌شدن با تأکید موردی افغانستان». *هفته‌نامه جاده ابریشم*، شماره ۶۸، صص ۱۷-۱۳.
- حسینی، محمدباقر (۱۳۹۹). *بحران هویت ملی در افغانستان و تأثیر آن بر سیاست خارجی آن کشور*، مشهد: مؤسسه آموزش عالی علوم انسانی.
- دادگران، سید محمد (۱۳۹۶). *مبانی ارتباطات جمعی*، تهران: انتشارات فیروزه.
- دارابی، علی (۱۳۹۹). *درآمدی بر جامعه‌شناسی ارتباطات، فرهنگ و رسانه*. تهران: انتشارات سازمان جهاد دانشگاهی تهران.
- ریاست اطلاعات و ارتباط عامه (۱۴۰۲). *برآورد نفوس کشور*. کابل: اداره ملی احصائیه و معلومات.
- شاد، فاطمه؛ اسماعیلی، علیرضا؛ حسن‌زاده، عیسی (۱۴۰۱). «بررسی تأثیر هویت ملی بر سبک زندگی در شهر بجنورد». *ماهنامه علمی جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، صص ۳۳۵۵-۳۳۶۸.
- غفاری‌نسب، اسفندیار؛ مساوات، سید ابراهیم؛ قاسمی‌نژاد، محمدعلی؛ علایی، احمد (۱۳۹۵). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر هویت ملی (مطالعه موردی: شهروندان پانزده سال به بالای شهر اقلید)». *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۴ (۴)، صص ۳۵-۹.
- فاضلی، عبدالعلی (۱۳۹۶). *ارتباطات میان فرهنگی قوم هزاره و تاجیک در افغانستان*. مؤسسه آموزش عالی علوم انسانی، صص ۱-۱۴۵.
- رضایی قادی، خدیجه (۱۳۹۸). *بازخوانی مفهوم هویت در رویکردهای نظری*. (دفتر انتشارات و فناوری آموزشی).

- دریافت شده از وزارت آموزش و پرورش: <https://www.roshdmag.ir/fa/article/23326>
- قربانی، قدرت‌الله (۱۳۸۳). «هویت ملی از دیدگاه استاد مطهری»، *مطالعات ملی*، ۵ (۲ (۱۸))، صص ۸۶-۶۳.
- SID. <https://sid.ir/paper/88932/fa>
- کوش، دنی (۱۳۸۱). *مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی*. ترجمه: فرزانه وحید. تهران: انتشارات سروش.
- گوررو، آنا لئون (۱۳۹۸). *مسائل اجتماعی (اجتماع، سیاست و کنش اجتماعی)*. ترجمه: علی خرمی. تهران: انتشارات اندیشه احسان.
- محسنی، منوچهر (۱۳۹۲). *جامعه‌شناسی عمومی*. تهران: طهوری.
- مساوات، سید ابراهیم؛ غفاری نسب، اسفندیار؛ پویا، محمدشریف؛ قاسمی‌نژاد، محمدعلی (۱۳۹۷). «هویت قومی و هویت ملی در افغانستان (مورد مطالعه دانشجویان تعلیم و تربیه کابل)». *دوفصلنامه علمی - پژوهشی جامعه‌شناسی سیاسی جهان اسلام*، ۶ (۲)، صص ۵۹-۸۶.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۵). *ارتباط‌شناسی (چاپ هفتم)*. تهران: انتشارات سروش.
- مسعودنیا، حسین؛ مهربانی کوشکی، راضیه؛ کیانی، ناهید (۱۳۹۳). «بررسی رابطه هویت کلی و قومی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه تهران»، *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی*، ۲ (۳)، صص ۱۶۵-۱۳۹.
- معمدنژاد، کاظم (۱۳۸۵). *وسایل ارتباط جمعی (چاپ هفتم)*. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- هزاره، عزیزه الله (۱۳۹۷). *مطالعات ارتباطات میان فرهنگی اقوام هزاره و پشتون*. مؤسسه عالی علوم انسانی. هورن، برایان جی؛ تومالین، باری (۱۴۰۰). *ارتباطات میان فرهنگی: نظریه و کاربرد*. ترجمه محمدحسین شجاعی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- یازرلو، رضا؛ سوسرای، بتول (۱۳۹۹). «بررسی رابطه هویت قومی و هویت ملی در بین دانش آموزان مقطع متوسطه نظری شهرستان گنبد کاووس». *فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، ۱ (۱۴)، صص ۵۰-۳۶.

Barbara, C., & Brabara, S. (1986). *improving communication in the library*. Arizona: ORYX Press.

Hofstede, G. (1980). "Culture and Organizations". *International Studies of*

- Management & Organization*, 4(10), pp. 15-42.
- Hofstede, G. (2011). "Dimensionalizing Cultures: The Hostede Model in context". *Online reading in psychology and Culture*, 1(2), pp. 493-504.
- McSweeney, B. (2002). "The Essentials of Scholarship: A reply to Geert Hofstede". *Human Relations*, 55(11), pp. 1363-1372.
- Sabatier, C. (2008). "Ethnic and national identity among second-generation immigrant adolescents in france: the role of social context and family". *Journal of Adolescence*, 31(2), pp. 185-205.
- Samovar. Larry A.; Richard E. Porter (1994). *Intercultural Communication: A Belmont, Wadsworth*.



Discourse Analysis of the Novel Ali and Nino; A Study of Intercultural Relations between Muslims and Christians in the South Caucasus Region from 1910 to 1920*

Amirreza Abbaszadeh Bavili

PhD student in Culture and Communication at Imam Sadiq University, Tehran, Iran
ar.abbaszadeh@isu.ac.ir

10.22034/CDRJ.2025.478270.1017

0009-0009-4847-3521

Hassan Bashir

Professor of Culture and Communication at Imam Sadiq University, Tehran, Iran
bashir@isu.ac.ir

0000-0003-0793-6832

Javad Sabouri Kazaj

PhD student in Cultural Policy at Imam Sadiq University, Tehran, Iran
j.sabouri@isu.ac.ir

0009-0006-4230-6659

ABSTRACT

The novel Ali and Nino is an important work for understanding the cultural atmosphere of the South Caucasus between the two world wars, a representation of the intergenerational transformation of the Azerbaijanis of this region from the culture of the East to the West and understanding the formation of anti-colonial nationalist ideas there. The current research, using the PDAM discourse analysis method and using the teachings of the theory of identity negotiation, to study the quality of the reflection of the intercultural communication between Muslims and Christians and the identification of the people living in the geography of the South Caucasus in the years 1910 to 1920 deals in this novel. According to the identity negotiation theory, people in multicultural societies negotiate the differences and similarities they perceive between themselves and the society, the result of which is the formation of their identity, in this research as well. The multicultural atmosphere of the South Caucasus region has provided a suitable platform for identity negotiation. The results of this research and the identity and cultural currents of the South Caucasus region are: The modern current that sees the horizon of progress in the West; Eclectic ideas that combine East and West; The trend of seeking identity and seeking independence, which provides the basis for the new state-nations; The approach of the peaceful life of the people of the diverse cultures of the region; The resistance of different cultures against each other, which is mainly based on religious and ethnic values.



Received: 13/09/2024
Accepted: 04/03/2025

Keywords:

Ali and Nino, South Caucasus, Intercultural Communication, PDAM Discourse Analysis, Identity, Azerbaijan.



*. The contents of the Journal reflect the thoughts and views of the authors, and the Journal is not responsible for this.

تحلیل گفتمان رمان علی و نینو؛ بررسی ارتباطات میان فرهنگی مسلمانان و مسیحیان در منطقه قفقاز جنوبی از سال ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ میلادی*

doi 10.22034/CDRJ.2025.478270.1017

امیررضا عباس‌زاده باویلی

دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام؛ تهران، ایران

ar.abbaszadeh@isu.ac.ir

0009-0009-4847-3521

حسن بشیر

استاد دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام؛ تهران، ایران

bashir@isu.ac.ir

0000-0003-0793-6832

جواد صبوری کزج

دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی دانشگاه امام صادق علیه‌السلام؛ تهران، ایران

j.sabouri@isu.ac.ir

0009-0006-4230-6659

چکیده

رمان علی و نینو اثری مهم برای شناخت فضای فرهنگی قفقاز جنوبی در بین دو جنگ جهانی، نمایشی از تحول بین‌نسلی آذربایجانی‌های این منطقه از فرهنگ شرق به غرب و فهم شکل‌گیری اندیشه‌های ملی‌گرایانه ضد استعماری در آنجاست. پژوهش حاضر با استفاده از روش تحلیل گفتمان پدام و با بهره‌گیری از آموزه‌های نظریه مذاکره بر سر هویت، به مطالعه کیفیت بازتاب ارتباطات میان فرهنگی مسلمانان و مسیحیان و هویت‌یابی مردمان ساکن در جغرافیای قفقاز جنوبی (به‌ویژه منطقه جمهوری آذربایجان کنونی) در سال‌های ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ میلادی در این رمان می‌پردازد. طبق نظریه مذاکره بر هویت، مردمان در جوامع چندفرهنگی در زمینه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی که بین خود و جامعه درک می‌کنند، دست به مذاکره می‌زنند که نتیجه آن شکل‌گیری هویت‌شان است، در این پژوهش نیز فضای چندفرهنگی قفقاز جنوبی بستر مناسبی برای مذاکره بر هویت فراهم آورده است. نتایج این تحقیق و جریان‌های هویتی و فرهنگی منطقه قفقاز جنوبی در سال‌های بین ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ میلادی عبارتند از: (۱) جریان متجدد که افق پیشرفت را در غرب می‌بیند؛ (۲) اندیشه‌های التقاطی که شرق و غرب را با هم ترکیب می‌کند؛ (۳) جریان هویت‌طلبی و استقلال‌خواهی که زمینه دولت - ملت‌های نوین را فراهم می‌کند؛ (۴) رویکرد کلی زندگی مسالمت‌آمیز مردمان فرهنگ‌های متنوع منطقه است؛ (۵) مقاومت فرهنگ‌های مختلف در برابر یکدیگر که عمدتاً مبتنی بر ارزش‌های دینی و قومی است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴

واژگان کلیدی:

علی و نینو، قفقاز جنوبی، ارتباطات میان فرهنگی، روش عملیاتی تحلیل گفتمان (پدام)، هویت، آذربایجان.

* مطالب مندرج در فصلنامه مبین اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

<https://cdrij.icro.ir>

مقدمه

منطقه قفقاز جنوبی در همسایگی شمال غربی فلات ایران شامل سه کشور گرجستان، آذربایجان و ارمنستان است. این سه جمهوری تا پیش از اعلام موجودیت و استقلال در سال ۱۹۱۸ میلادی، ذیل امپراتوری روسیه تزاری، تحت امر نائب‌السلطنه قفقاز در تفلیس، یک منطقه عمومی را تشکیل می‌دادند. در پی انقلاب روسیه در سال ۱۹۱۷ میلادی، به موازات خلع تزار در پتروگراد، نائب‌السلطنه قفقاز نیز در تفلیس از قدرت کنار رفت و خلأ قدرت و همچنین در پی آن هرج‌ومرج، منطقه قفقاز را فرا گرفت. در این فرصت سه جمهوری گرجستان، آذربایجان و ارمنستان اعلام موجودیت و استقلال از روسیه کردند. البته این استقلال‌طلبی فرجام خوشی نداشت و پس از یک دوره کوتاه تقریباً دوساله، توسط نیروهای ارتش سرخ شوروی تسخیر و بار دیگر به مناطق تحت سلطه روسیه بازگردانده می‌شوند.

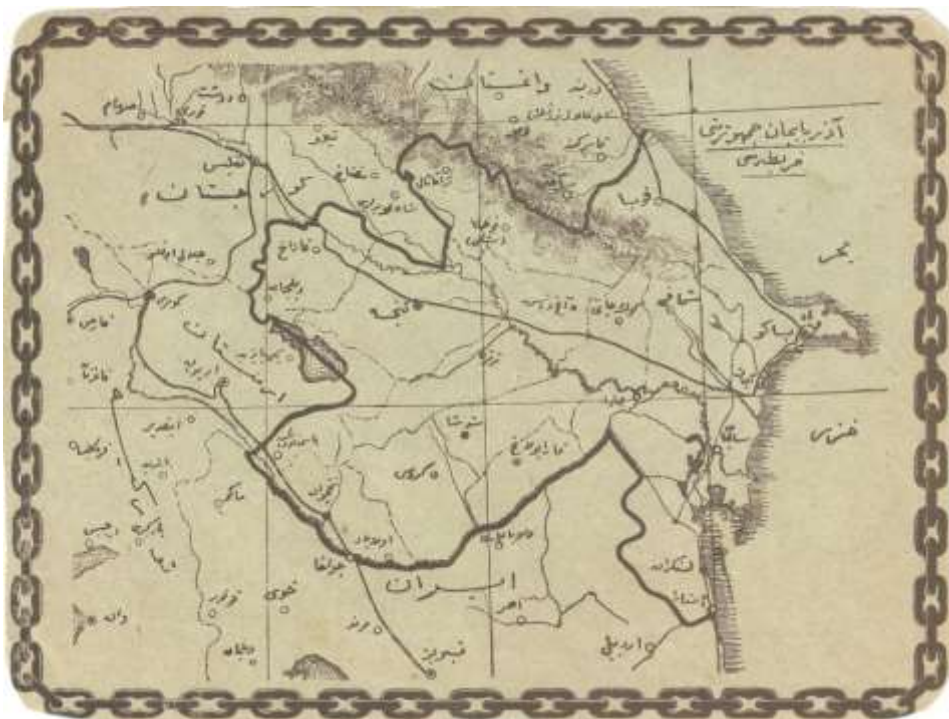


نمودار شماره ۱. خط زمانی رخداد‌های تأثیرگذار بر قفقاز بین سال‌های ۱۹۱۰-۱۹۲۰

دهه دوم قرن بیستم میلادی، دوره بسیار مهمی از نظر تأثیرات بلندمدت فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در آینده منطقه قفقاز است. این دهه هم‌زمان با بازگشت متفکران مسلمانی بود که برای تحصیل علوم به اروپا رفته بودند و اکنون با خود افکار جدیدی را نیز سوغات آورده بودند. ازسوی دیگر تغییر و تحولات سیاسی این دوره فرصتی را برای متفکران فراهم آورد تا با ایجاد پایگاه‌های فکری و سیاسی برای خود، توانستند این تفکرات را بین مردم نهادینه کنند. از جمله این پایگاه‌های فکری لیبرال‌دموکراسی و سوسیالیسم بود که جدال سیاسی و میدانی این دو تفکر، منجر به شکست و از بین رفتن نخستین جمهوری دموکراتیک

آذربایجان در برابر قوای شوروی شد (یعقوب‌زاده، ۱۳۷۹: ۶۵-۵۰).

منطقه قفقاز همچنين محل تلاقی تمدنی شرق و غرب و محل زندگی سه گروه عمده قومی مسلمانان، ارمنه و گرجی‌هاست. مردم مسلمان منطقه که تا پیش از حمله روس به ایران در این منطقه سیادت داشتند، پس از تشکیل دیوان‌سالاری روسی در قفقاز با پرسشی هویتی مواجه شده بودند که آیا به تمدن شرق تعلق دارند یا به غرب؟ در طرف دیگر ارمنه و گرجی‌هایی قرار داشتند که پس از تصرف قفقاز توسط روس‌ها به جهت اشتراک دینی با روس‌ها، خود را با وضعیت موجود هماهنگ کرده و تعلق خاطر به تمدن غرب را اظهار می‌کردند. مطالعات تحولات فرهنگی و ارتباطات میان‌فرهنگی مسلمانان و مسیحیان در این دوره در مطالعات قفقاز بسیار حائز اهمیت است و رمان علی و نینو نیز روایت‌گر این ایام منطقه قفقاز است.



تصویر شماره ۱. نقشه جمهوری آذربایجان در سال ۱۹۱۸ (آذکاتالوگ، ۲۰۲۱)

1. Azərbaycan Cümhuriyyətinin (1918-1920) xəritəsi - Photo #176 - AzKataloq | Azərbaycanın Onlayn Foto və Sənəd Arxivi - Online Photo and Document Archive of Azerbaijan

رمان «علی و نینو» به مثابه تاریخ اجتماعی آن دوره نشان می‌دهد که چه مسیرهای ذهنی و تاریخی‌ای در میان نخبگان و مردمان عادی آذری مسلمان و مسیحی گرجی و ارمنی قفقاز در جریان بوده است و آن‌ها را به این نتیجه رسانده که تنها گزینه پیش رو استقلال و تشکیل کشورهای مستقل است. شخصیت‌های مختلف این رمان هرکدام نماینده قشری از اقوام قفقازی هستند که در نهایت همگی در آرمان دفاع از دولت‌های ملی خود به اشتراک می‌رسند. گفتنی است متن مورد تحلیل از رمان علی و نینو با تطبیق نسخه ترجمه فارسی به ترجمه احد فرهمندی، چاپ ۱۳۹۵ در انتشارات آذرتوران و نسخه ترکی آذربایجانی به ترجمه برادران وزیراف به دست آمده است.

در همین دوره، ایران نیز در عهد احمدشاه قاجار، درگیر قحطی بزرگ ناشی از حضور متفقین بوده است. حضور قوای بیگانه در کشور همراه با درگیری‌ها و رقابت‌های داخلی باعث ضعف شدید قدرت مرکزی شده بود و توان توجه به رخدادهای پیرامونی را از آن سلب می‌کرد.

در این کتاب دو خط داستانی عشق و نفرت، مانند دو خط راه‌آهن مقابل هم و به شکل موازی در حال حرکت‌اند. عشق به غرب و دستاوردهای تمدنی غرب و هم‌زمان تنفر از غربی شدن، و ازسوی دیگر ترس از دست دادن سنت‌های شرقی در دل علی، شخصیت اول داستان موج می‌زند. در نهایت این دو خط موازی با پیروزی عشق بر نفرت پایان می‌پذیرد و علی قبول می‌کند فرزند او و نینو، یک اروپایی غربی به حساب بیایند (یورد اوغلو، ۲۰۲۱).

در این پژوهش سعی می‌شود، سطوح عمیق و پنهان ارتباطات میان‌فرهنگی مسلمانان و مسیحیان، در رمان علی و نینو - که بیانگر ذهنیت نخبگان دوره ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ میلادی است - کشف و استخراج شود و هویت‌یابی ملی اقوام قفقازی از طریق گفت‌وگو با یکدیگر و توافق آن‌ها بر سر هویت ملی مورد کاوش قرار گیرد. اهمیت رمان از آن جهت است که به شکل عینی و واقع‌بینانه‌ای وضعیت فرهنگی و تاریخی سال‌های ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ میلادی را در منطقه قفقاز ترسیم کرده و همچنین ارتباطات میان‌فرهنگی مسلمانان با مسیحیان را مورد توجه قرار

می‌دهد. فهم این دوره کمک شایانی به درک این موضوع می‌کند که کدام تحولات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در مناطق ازدست‌رفته ایران در عهدنامه‌های گلستان و ترکمنچای رخ داده است که اکنون اغلب آن‌ها دیگر خود را ذیل هویت فرهنگی ایرانی یا نزدیک بدان محسوب نمی‌کنند. همچنین فهم این دوره سبب می‌شود در تحلیل مسائل سیاسی و فرهنگی جدید قفقاز جنوبی، همچون مناقشه قره‌باغ، بتوان تحلیل دقیق و متناسبی ارائه کرد.

۲. پیشینه تحقیق

پژوهش‌های علمی محدودی در حوزه ابعاد هویتی شکل‌گیری کشورهای منطقه قفقاز جنوبی به‌ویژه جمهوری آذربایجان صورت گرفته است که در ادامه به برخی از آن‌ها می‌پردازیم. مقاله‌ای با عنوان «ضرورت‌ها و عوامل مؤثر بر اتحادها در قفقاز جنوبی» توسط مرتضی نورمحمدی و وحید شربتی در سال ۱۳۹۳ به انتشار رسیده است. بر اساس این پژوهش فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی آثار بسیار مهمی را در محیط امنیتی مناطق جداشده از آن از جمله قفقاز جنوبی بر جای گذاشت. پدیداری سه کشور آذربایجان، ارمنستان و گرجستان در منطقه قفقاز جنوبی موجب شد معادلات امنیتی و الگوی تعاملات منطقه‌ای، تحت تأثیر حضور و تعدد بازیگران و پیچیدگی و تنوع موضوعات منطقه‌ای از جمله مسائل قومی، اختلاف‌های سیاسی و سرزمینی و مشکلات اقتصادی متحول شود. حضور بازیگران خارجی و متعدد از جمله دولت‌ها و اتحادهای مختلف از مهم‌ترین تحولات امنیتی و اقتصادی کشورهای قفقاز جنوبی به شمار می‌آید.

مقاله «روند دولت - ملت‌سازی در جمهوری آذربایجان؛ هویت دولت در حال ملی‌شدن» توسط افشین زرگر در سال ۱۳۸۸ منتشر شده است. بر اساس این تحقیق، جمهوری آذربایجان در دوران پس از استقلال با مسائل اساسی همچون تقابل قومیت‌ها، مشکلات مرزی، مسائل دولت - ملت‌سازی و برتری روسیه و آثار آن بر سیاست‌هایش مواجه بوده است. در این مقاله مسائل دولت - ملت‌سازی از منظر هویتی مطالعه شده است.

مقاله‌ای با عنوان «پان‌ترکیسم: برساختن هویت و شکل‌گیری جمهوری آذربایجان (۱۸۹۰ تا

۱۹۲۰)» توسط الهه کولایی و مریم نظامی در سال ۱۳۹۸ منتشر شده است. بر اساس این پژوهش، شکل‌گیری جمهوری دموکراتیک آذربایجان (۱۹۲۱-۱۹۱۸) در دوران اوج‌گیری جنبش‌های ملی‌گرایانه در مناطق مختلف جهان صورت گرفت. قفقاز نیز از جمله مناطقی بود که از موج دولت - ملت‌سازی پس از جنگ اول جهانی تأثیر زیادی پذیرفت و دولت‌های مستقل از دل آن سر بر آوردند. گزینش نام «آذربایجان» برای منطقه‌ای که تا پیش از آن «ازان» نامیده می‌شد، برای ایرانیان اقدامی در راستای زمینه‌سازی جدایی مناطق ترک‌نشین ایران و تحقق رویای الحاق‌گری پان‌ترک‌های عثمانی و قفقاز تعبیر شد. جمهوری آذربایجان نمونه‌ای ایدئال از واحد ملی است که بدون هیچ سابقه‌ای در تاریخ پیش از قرن نوزدهم، به یک‌باره در جریان مبارزه‌های سیاسی و اجتماعی منتهی به فروپاشی تزارها شکل گرفت. در تحلیل شکل‌گیری جمهوری آذربایجان، رویکرد این نوشتار تمرکز بر فرایندی است که در آن سه نسل از روشنفکران، به برساختن «ایده ملت» در میان مسلمانان قفقاز پرداختند و مبنایی برای تلاش‌های سیاسی در این زمینه فراهم آوردند.

همان‌گونه که بررسی شد، تحقیقات صورت‌گرفته درباره ابعاد هویتی شکل‌گیری جمهوری آذربایجان از نظر کمی، بسیار محدود است و عمدتاً متکی بر تحلیل‌های سیاسی و تاریخی بوده است. این در حالی است که در پژوهش حاضر رویکرد میان‌فرهنگی مورد توجه و تأکید است و از این نظر نوآوری دارد. همچنین در این پژوهش، رمانی به نام «علی و نینو» با روش تحلیل گفتمان مورد تحلیل قرار گرفته است که از نظر روشی و همچنین مطالعه موردی، رمان جدیدی است.

۳. ادبیات پژوهش

۳-۱. ارتباطات میان‌فرهنگی^۱

شکل‌یابی گروه‌های مختلف انسانی با انواع آداب و رسوم و فرهنگ‌های متفاوت و تلاش آن‌ها برای ارتباط‌گیری با گروه‌های انسانی دیگر، سبب پیدایش مقوله ارتباطات میان‌فرهنگی شده

1. Intercultural communication

است (صبوری کزج، ۱۴۰۱: ۲۹). ارتباطات میان‌فرهنگی از نظر گادیکانست، ریچ و اوگاوا، ارتباط افرادی از فرهنگ‌های مختلف است (بشیر، ۱۳۹۵: ۱۸۰). در واقع می‌توان گفت مهم‌ترین مؤلفه ارتباطات میان‌فرهنگی وجود دو فرهنگ و انتقال پیام از یک فرهنگ به فرهنگی دیگر است (رضی، ۱۳۷۷: ۱۵۰). در ارتباطات میان‌فرهنگی، شخصی مبتنی بر پیشینه فرهنگ خویش، پیامی را رمزگذاری می‌کند و شخص دیگر بر اساس چهارچوب فرهنگی خویش، آن را رمزگشایی می‌کند (بشیر، ۱۳۹۳: ۷۲). در واقع، ارتباطات میان‌فرهنگی به هرگونه تبادل اطلاعات بین گیرنده پیام و فرستنده پیام گفته می‌شود. به گونه‌ای دیگر ارتباطات میان‌فرهنگی فرایندی نمادین است که در آن مردم با فرهنگ‌های متفاوت، معانی مورد نظر خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند (Lustig and Koester, 1999: 52).

۳-۲. هویت فرهنگی

هویت به دیدگاه بازتابی ما از خودمان و برداشت دیگران از تصورات ما در دو سطح اجتماعی و فردی اشاره می‌کند. افراد هویت‌های خود را از طریق تعامل با دیگران در گروه‌های فرهنگی به دست می‌آورند و گسترش می‌دهند. دو پرسشی که اغلب در زندگی روزانه از خودمان می‌پرسیم، عبارت‌اند از اینکه من کیستم؟ و تو کیستی؟ تلاش برای پاسخ‌گویی به این دو پرسش به شدت تحت تأثیر اجتماعی شدن فرهنگ، اجتماعی شدن خانواده، فرایندهای فرهنگ‌پذیری و تغییرات هویتی در بین ما انجام می‌گیرد (گادیکانست، ۱۳۹۶: ۳۷۴). علاوه بر این، هویت نیز همانند معنا ذاتی نیست و محصول توافق و عدم توافق است و می‌توان در باب آن نیز به چون‌وچرا پرداخت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۸). هویت فرهنگی نیز شامل همبستگی و یکپارچگی بافت معنوی جامعه است که به واسطه آن، افراد یک حوزه، خود را متعلق به هم می‌دانند و از نظر دیگران متعلق به هم شناخته می‌شوند. در حقیقت، هویت، مجموعه آداب، رسوم، اعتقادات، علوم و هنرهایی است که عمده‌تاً به وسیله زبان و خط فراگرفته می‌شوند. در واقع، این دو مجموعه، هویت فرهنگی یک جامعه را شکل می‌دهند (روح‌الامین، ۱۳۸۸: ۹۶). مفهوم هویت فرهنگی به احساس تعلق یا اتصال به فرهنگ بزرگ‌تر اشاره می‌کند. برای گفت‌وگو درباره

هویت‌های فرهنگی و قومی با گروه‌های مختلف قومی و فرهنگی، نیاز داریم تا به‌طور عمیق محتوا و برجستگی مسائل هویت قومی و فرهنگی را درک کنیم (گادیکانست، ۱۳۹۶: ۳۸۰).

۳-۳. نظریه مذاکره بر سر هویت

نظریه مذاکره بر سر هویت، بر هویت یا بازتاب خودانگاره به‌عنوان مکانیسم توضیحی فرایند ارتباطات میان‌فرهنگی تأکید دارد. مفهوم مذاکره به‌عنوان یک فرایند کنش‌مند تعاملی تعریف می‌شود که به موجب آن افراد در یک موقعیت میان‌فرهنگی سعی می‌کنند تا تصویر شخصی مطلوبی را از خود و دیگران نمایش دهند، تعریف کنند، به چالش بکشند یا مورد حمایت قرار دهند (گادیکانست، ۱۳۹۶: ۳۸۴). از دید هرمانس (۲۰۰۳) نظریه مذاکره بر سر هویت در پاسخ به پرسش درباره رابطه خود با دیگران معنا می‌یابد. جوانان در جوامع چندفرهنگی درباره تفاوت‌ها و شباهت‌هایی که بین خود و جامعه درک می‌کنند یا ایجاد احساس تعلق به گروه‌های اقلیت یا اکثریت، در درونشان دست به مذاکره می‌زنند که نتیجه آن شکل‌گیری هویتشان است. او موقعیت‌های مختلف زمانی و مکانی را فضاهایی برای ایجاد این مذاکره می‌داند. این موقعیت‌ها به دو دسته داخلی و خارجی تقسیم می‌شوند. موقعیت‌های داخلی توسط افراد و به‌عنوان درکی از هویت خودشان فهم می‌شود و موقعیت‌های خارجی همان محیط زیست افراد اعم از اشیا یا سایرین است (Cline & Abreu, 2012: 498). از دیدگاه مذاکره بر سر هویت، ما می‌توانیم پیش‌بینی کنیم افرادی که بتوانند خلاقانه چالش‌های دوگانه هویتی، امنیت - آسیب‌پذیری، شمولیت - تمایز، پیش‌بینی‌پذیری - عدم پیش‌بینی‌پذیری، وابستگی - استقلال، تغییر - ثبات را مدیریت کنند، همان افرادی هستند که تبدیل به فرهنگ‌گراهای فعال و عاملان تحول و پویایی فرهنگی خواهند شد (گادیکانست، ۱۳۹۶: ۳۹۷).

۴. روش‌شناسی

این پژوهش به دنبال کشف لایه‌های درونی‌تر و عمیق‌تر موجود در متن رمان علی و نینو و همچنین یافتن الگوی ارتباطی مسلمانان و مسیحیان در منطقه قفقاز بین سال‌های ۱۹۲۰-۱۹۱۰

میلادی است؛ از این رو روش تحقیق مقاله کیفی و به صورت تحلیل گفتمان^۱ است. نظریه گفتمان از روش تحلیل گفتمان جدا نیست و در حقیقت می توان آن ها را دو روی یک سکه دانست (بشیر، ۱۳۹۸: ۱۳۵). تعاریف مختلفی برای گفتمان ارائه شده است، اما در بسیاری از موارد منظور از گفتمان این است که زبان در چهارچوب قالب هایی ساختار بندی شده است و مردم به هنگام مشارکت در حوزه های مختلف حیات اجتماعی در گفتار خود از این قالب ها پیروی می کنند. تحلیل گفتمان نیز تحلیل همین قالب ها است (یورگنسون و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۱۷).

اسلمبروک از قول استویز تحلیل گفتمان را این گونه تعریف می کند: «مطالعه استفاده از زبان در و رای مرزهای جمله/پاره گفته؛ مطالعه روابط متقابل زبان و جامعه؛ مطالعه ویژگی های تعاملی و گفت و گویی ارتباط روزمره» (فاضلی، ۱۳۸۳: ۸۳). تحلیل گفتمان نه یک رویکرد واحد بلکه مجموعه ای از رویکردهای میان رشته ای است که می توان از آن ها در انواع گوناگون مطالعه ها و برای کدو کاو در قلمروهای مختلف اجتماعی استفاده کرد (یورگنسون و فیلیپس، ۱۳۸۹). به تعبیر بشیر، گفتمان بر اساس هژمونیک شدن معناها، ایده ها و اندیشه ها استوار است. در همین راستا می توان گفت تحلیل گفتمان تحلیلی تفسیری و معناشناسانه از گفتمان است (بشیر، ۱۴۰۰: ۳۹).

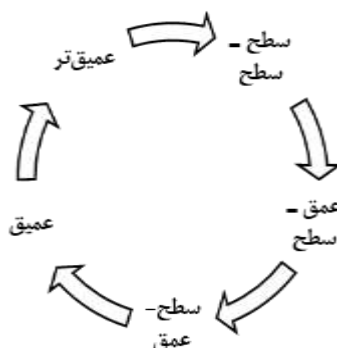
روش عملیاتی تحلیل گفتمان (پدام)^۲ روش جدیدی برای تحلیل گفتمان است. این روش بر مبنای فرایندسازی معنا استوار است. افزون بر آن این معنا بر پایه ارتباط و تحولات ارتباطی شکل گرفته است که بر متن و تفسیر متن تأثیرگذار است. هدف اصلی این روش، عملیاتی سازی تحلیل گفتمان و ارائه روشی کاربردی و به شکل فرایندی در ساخت معنا و رسیدن به نقشه معنایی مبتنی بر کشف دال های اساسی است (بشیر، ۱۴۰۰: ۳۹).

این روش دارای سه مرحله کلی است: توصیف، تفسیر و تبیین. مرحله توصیف خود به سه بخش تقسیم می شود: (۱) «سطح - سطح» که برداشت از اصل متن را شامل می شود؛ (۲) «عمق - سطح» که گرایش و جهت گیری متن را نشان می دهد؛ (۳) «سطح - عمق» که به تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش های متن اشاره دارد. در مرحله عمیق، با توجه به زمینه ها و شرایط

1. Discourse Analysis

2. Practical Discourse Analysis Method (PDAM)

محیطی خلق متن، در بستر موقعیتی آن به پرسش گرفته می‌شود و رابطه‌ای معنایی میان متن و زمینه ایجاد می‌شود. مرحله تبیین (عمیق‌تر) تحلیل فراگفتمان‌های بینامتنی است. در مرحله عمیق‌تر، پای فرامتن به میان کشیده شده و روابط متن و زمینه که در مرحله پیشین مورد نظر بود، در رابطه با فرامتن تحلیل می‌شود. فراتر در این مرحله می‌تواند هر مسئله‌ای باشد که در خلق متن و زمینه تأثیرگذار است، یا با آن‌ها رابطه ایجاد می‌کند (بشیر و امین، ۱۳۹۸: ۲۱۴). نمودار شماره ۲ نشان‌دهنده سطوح تحلیلی مزبور است. واحد تحلیل متن، برداشت‌هایی از تمام بخش‌هایی از رمان است که نمودی از هویت فرهنگی سه گروه مسلمان، ارامنه و گرجی‌ها در آن‌ها نهفته بوده است و همچنین متن‌هایی است که به ارتباطات میان‌فرهنگی مسلمانان و مسیحیان در این دوره اشاره دارد.



نمودار شماره ۲. سطوح تحلیلی گفتمانی طبق روش پدام (بشیر، ۱۴۰۰)

۵. رمان علی و نینو

رمان «علی و نینو» نوشته یوسف وزیر چمن زمینی با نام مستعار قربان سعید، نویسنده آذربایجانی‌الاصیل، نخستین بار در سال ۱۹۲۷ میلادی در اتریش و به زبان آلمانی منتشر شده است. بعدها این اثر از آلمانی به ترکی استانبولی و سپس از نسخه استانبولی به آذربایجانی برگردانده شده است. این داستان تابه‌حال به سی زبان دنیا از جمله فارسی نیز ترجمه شده است، اما ترجمه فارسی آن چندان خوش‌خوان نیست. همچنین مجسمه‌ای متحرک و نمادین

الهام گرفته از شخصیت‌های این کتاب در باتومی گرجستان، به‌عنوان نمادی از پیوند اسلام و مسیحیت ساخته شده است. در سال ۲۰۱۶ فیلمی نیز به همین نام که اقتباسی از رمان بود، با سرمایه‌گذاری مشترک انگلیس، گرجستان و آذربایجان تولید شد. به تعبیری علی و نینو کتابی بین‌المللی است و بیانگر فضای درهم‌آمیخته و چندملیتی آذربایجان در آستانه انقلاب ۱۷ اکتبر است (بیات، ۱۳۹۷).

تشکیل دولت جمهوری دموکراتیک آذربایجان در ۱۹۱۸ تحول مهمی در سرنوشت مسلمانان قفقاز بود. حادثه‌ای بنیان‌گذار که فرایند حرکت مجموعه‌ای از افراد را به سوی جامعه شدن و از آنجا به سوی ملت شدن نشان می‌دهد. این ملت در یک فرصت و برهه تاریخی پرتلاطم توان بروز پیدا می‌کند و در نهایت می‌تواند برای دو سال موجودیت خود را ثابت کند. این اثبات خود چنان قدرتمند و تأثیرگذار بود که پس از صد سال هنوز هم بنیان‌های فکری، معرفتی، جامعه‌شناختی و سیاسی ملت آذربایجان بر دال‌های اساسی آن دوران در حال نشو و نماست. از این منظر، یعنی از جنبه ایجاد شور ملیت در یک قوم و سپس برآوردن پتانسیل ایجاد حاکمیتی مدرن در آن‌ها، ایجاد جمهوری دموکراتیک آذربایجان، نقطه اوج یک حرکت فکری - فرهنگی است که از منظر تحولات فکری مسلمانان در ابتدای قرن بیستم باید مورد توجه قرار گیرد. این حرکت خود را به‌روشنی در تحولات نسلی و تفاوتی که در نوع پیش نسل‌های مختلف آن دوره آذربایجان وجود دارد بروز می‌دهد. این سیر تحول را می‌توان در رمان «علی و نینو» دید. علی و نینو، تمثیل تحول تمدنی در نسل‌های مختلف یک ملت و تبلور جوشش شعور ملی در آن‌هاست. شاید بتوان ادعا کرد در هیچ‌کدام از آثار تاریخی باقی‌مانده از آن دوره، تصویری به شفافیت این اثر که نشانگر فهم‌های مختلف نسل‌ها و طیف‌های گوناگون مسلمانان قفقاز نسبت به ایجاد دولت جمهوری دموکراتیک آذربایجان باشد، بیان نشده است.

جذابیت این داستان، در عشق یک مسلمان و مسیحی است (رئیس‌نیا، ۱۳۹۷). علی، پسری آذربایجانی، مسلمان و شیعه‌مذهب، عاشق نینو، دختر گرجستانی و مسیحی می‌شود. علی و نینو هر دو دانش‌آموز دبیرستانی هستند. کتاب بر اساس شخصیت‌های نمادین پیش می‌رود.

هریک از افراد و موقعیت‌ها نمادی از جریان، گروه و شرایطی هستند. داستان به شکل خاصی به جزئیات می‌پردازد؛ گویا پرده‌ای جلوی چشم خواننده جریان دارد. رمان علی و نینو تصویر رنگینی از جهان و فرهنگی به دست می‌دهد که دیگر وجود ندارد، با این حال یادش تا امروز هم جذاب باقی مانده است. داستان علی و نینو از اوایل دهه ۱۹۱۰ در باکو که آن زمان در سیطره روسیه بود، آغاز می‌شود. علی خان شیروانشیر و نینو کیپانی هر دو هنوز دانش‌آموزند، اما سال‌ها دل در گرو هم دارند. علی از یک خانواده خان‌زاده آذربایجانی با ریشه‌های ایرانی و مسلمان است که به‌رغم تحصیلات جدید، عمیقاً احساس شرقی بودن دارد. نینو اما از یک خانواده اصیل‌زاده گرجی و مسیحی است که با فرهنگ اروپایی بزرگ شده است.

به طور مشخص رمان روایتی از مسیر زندگی علی و داستان عشق اوست. در سال ۱۹۱۴ که شعله‌های جنگ سر می‌کشد و روسیه یک سمت این جنگ بزرگ جهانی شناخته می‌شود، برخی از دوستان علی مشتاقانه به ارتش روسیه می‌پیوندند، اما او با این باور که این جنگ مسیحیان است، برای حضور در صحنه جنگ دچار تردید می‌شود. چندی بعد عثمانی مسلمان به روسیه اعلان جنگ می‌دهد؛ حالا علی به‌عنوان یک شیعه در ابهامی بزرگ برای حمایت از دولت مسلمان ولی سنی یا حکومت مسیحی قرار می‌گیرد. در این بین علی که توانسته اجازه ازدواج با نینو را از پدر بگیرد، با دزدیدن معشوقه‌اش توسط فردی ارمنی روبه‌رو می‌شود و در پی تعقیب آن‌ها، فرد ارمنی را به قتل می‌رساند. او برای فرار از قصاص خانواده فرد ارمنی، در روستایی کوهستانی در داغستان پنهان می‌شود. پس از مدتی نینو نیز به او می‌پیوندد و با هم ازدواج می‌کنند و زندگی در خفا و فقرانه‌ای را پیش می‌گیرند. در همین حین خبر سرنگونی حکومت تزاری به گوش می‌رسد و علی با مساعد دیدن شرایط و رفع نگرانی از انتقام‌جویی ارامنه، دوباره به همراه نینو به شهرش برمی‌گردد. در ادامه، بخشی از ارتش درهم‌گسیخته روسیه دست به غارت آذربایجان و کشتار مردم می‌زند و باکو به محاصره می‌افتد. علی به جمع مدافعان شهر می‌پیوندد و نینو نیز در پشت خط مقدم به یاری مدافعان شهر مشغول می‌شود، اما با غلبه غارتگران و مصادره اموال خاندان شیروانشیر، علی و نینو به همراه پدر به ایران فرار

می‌کنند و نینو در حرمسرای شیروانشیرها در تهران می‌ماند. پس از گذشت مدت زمانی و رفع خطر روس‌ها، آذربایجانی‌ها، جمهوری دموکراتیک آذربایجان را تأسیس می‌کنند. علی و نینو نیز برمی‌گردند و عمارت شیروانشیر را بازسازی می‌کنند. دوران خوشی خیلی زود تمام می‌شود و قوای اشغالگر انگلیسی از راه می‌رسند؛ هرچند جمهوری هنوز سرپاست و علی و نینو که به انگلیسی مسلط هستند، بخشی از فعالیت‌های دیپلماتیک جمهوری را به‌عنوان میزبان رویدادها پیش می‌برند. نینو تلاش می‌کند با کمک سفارت فرانسه، همراه علی به پاریس بروند، اما علی حاضر به ترک باکو نمی‌شود. در ادامه نینو دختردار می‌شود. با پایان جنگ و آغاز خروج نیروهای بریتانیایی، این بار بلشویک‌های روس متوجه چاه‌های نفت باکو می‌شوند. علی و نینو و دختر بچه‌شان ترجیح می‌دهند به اطراف گنجه بروند و به دور از اخبار و هیاهو، زندگی کنند، اما باکو دوباره اشغال می‌شود و گنجه مورد تاخت‌وتاز قرار می‌گیرد. نینو و دخترش به گرجستان فرار می‌کنند، اما علی می‌ماند و در دفاع از آذربایجان کشته می‌شود. در نهایت نیز جمهوری دموکراتیک آذربایجان سقوط کرده و آذربایجان جزئی از اتحاد جماهیر شوروی می‌شود.

جدول شماره ۱. گونه‌شناسی شخصیت‌های رمان

نام شخصیت در رمان	قومیت یا ملیت شخصیت	توضیح شخصیت
علی‌خان شیروانشیر	آذربایجانی	جوان روشنفکر مسلمان با ریشه‌های سستی از نسل شروانشاهان قفقاز
نینو کیپپانی	گرجی	جوان مسیحی غرب‌گرا
ناچاریان	ارمنی	فردی فرصت‌طلب
سید مصطفی	آذربایجانی	طلبه جوان مسلمان و متدین سستی
محمدحیدر	آذربایجانی	جوان مسلمان شجاع و جنگجو
پدر علی‌خان	آذربایجانی	مسلمان سرمایه‌دار سستی با ریشه‌های ایرانی از نسل شروانشاهان قفقاز
پدر نینو	گرجی	سرمایه‌دار نوکیسه حامی حکومت تزار

۶. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش بر اساس تحلیل گفتمان انجام گرفته روی رمان علی و نینو به دست آمده‌اند. همین جا باید تأکید کرد سه مرحله ابتدایی توصیفی، به معنای تفاوت اساسی میان متون سه ستون اول نیست بلکه در اینجا عمدتاً جهت‌گیری اهمیت دارد؛ بنابراین، اگرچه گاهی تصور می‌شود متون بیان‌شده مشابهت زیادی با هم دارند، در حقیقت آنچه آن‌ها را از هم متمایز می‌سازد، نوع جهت‌گیری استخراج‌شده از متن اصلی در ستون اول است. در جدول زیر به بررسی سه مرحله ابتدایی (توصیفی) گفتمان ارتباطات میان فرهنگی میان مسلمانان و مسیحیان در منطقه قفقاز در سال‌های ۱۹۲۰-۱۹۱۰ میلادی مبتنی بر رمان علی و نینو پرداخته شده است.

جدول شماره ۲. سه مرحله اول تحلیل گفتمان ارتباطات میان فرهنگی میان مسلمانان و مسیحیان در منطقه قفقاز، سال‌های ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ میلادی مبتنی بر رمان علی و نینو

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
۱	ما مسلمانان به اوامر الهی گوش فرا می‌دهیم، اما اروپایی‌ها با اینکه به اوامر الهی گوش نمی‌دهند، روزبه‌روز پیشرفت می‌کنند و قدرتمندتر هم می‌شوند.	انگاره ذهنی مسلمانان پیرامون سنت‌های اسلامی به‌عنوان مانع پیشرفت مادی	تردید مسلمانان در کارآمدی سنت‌های اسلامی در دنیای جدید
۲	اوایل حکومت روس‌ها بر قفقاز، در مدارس کنار تصویر تزار، تصویر همسر تزار نیز زده می‌شد، مسلمانان به دلیل پوشش نامناسب همسر تزار، از این حرکت ناراضی بودند و فرزندان‌شان را به مدرسه نمی‌فرستادند.	مقاومت فرهنگی مسلمانان قفقاز در برابر سنت‌زدایی روس‌ها	تقید فرهنگی مسلمانان قفقاز نسبت به سنت دینی خود
۳	گفت‌وگوی علی و نینو: - تو زنت را زیر چادر مخفی خواهی کرد؟ + این قضیه را قطعی نمی‌توانم جواب دهم. بستگی به شرایط دارد. چادر، زن را از آفتاب،	تأکید علی به‌عنوان یک مسلمان بر سنت و فرهنگ دینی خود	پابندی مسلمان نواندیش به سنت در عین مواجهه با فرهنگ غربی و مسیحی

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
	گردو خاک و از نگاه‌های بد مصون نگه می‌دارد. - به نظرت در اروپا دختر و پسرهای هفده و نوزده‌ساله چنین بحث‌هایی می‌کنند؟ + به گمانم نه! - پس اگر آن‌ها نمی‌کنند، بیا تا ما هم نکنیم.		
۴	در اطراف مراسم، تعداد زیادی دختران مو زرد روس ایستاده بودند. آن‌ها به اتفاق با پسران روس و بعضاً با ارمنی‌ها و گرجی‌ها هم کلام می‌شدند، اما وقتی دانش‌آموز مسلمانی به آن‌ها نزدیک می‌شد، دختران روسی با حالت تمسخر و خنده یکی دو کلمه می‌گفتند و از جمع دور می‌شدند.	همگرایی فرهنگی ارمنی‌ها، گرجی‌ها و روس‌ها با یکدیگر و درعین حال بیگانگی فرهنگی مسلمانان با آن‌ها	اولویت هویت دینی بر هویت قومی در منطقه قفقاز
۵	مسلمانان همراه با آرامنه در آنجا (قره‌باغ) با صلح و صفا روزها سپری کرده و زندگی می‌کردند. به‌خاطر آنکه شوشا سال‌های درازی مانند پلی بین قفقاز، ایران و ترکیه بود.	زندگی صلح‌آمیز مسلمانان و آرامنه در قره‌باغ پیش از ورود اندیشه مدرن غربی	بر هم خوردن نظم سستی در نتیجه ورود اندیشه‌های مدرن غربی
۶	علی: من نینو را مثل پدرم و عمویم که نشان را سر چشمه دیده بودند، ندیدم. من او را در مسیر مدرسه دیدم.	سنت‌شکنی در نحوه آشنایی پیش از ازدواج توسط علی	ورود فرهنگ غربی به قفقاز علت عدم دوام برخی مظاهر فرهنگ سستی در میان مسلمانان
۷	نینو خطاب به علی در تئاتر: ای بربر، به صحنه اجرای نمایش نگاه کن، اطراف را دیدن زن؛ نینو در حالی این حرف را می‌زند که خودش در حال دیدن تماشاگر ارمنی بود.	تلاش نینو و علی برای مطابقت خود با محیط تئاتر	ورود مظاهر تمدن غرب عاملی برای تغییر فرهنگی
۸	ما به‌عنوان سه نماینده اقوام بزرگ قفقازی کنار هم نشسته‌ایم. مسلمان (آذربایجانی)، گرجی و ارمنی.	شکل‌گیری هویت منطقه قفقاز نه به‌عنوان بخشی از	حس هویت مستقل اقوام قفقاز از شرق و غرب

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
	هر سه زیر یک آسمان به دنیا آمده‌ایم و روی یک زمین زندگی می‌کنیم. بینمان گرچه تفاوت‌هایی وجود دارد، اما همانند تثلیث حضرت مریم، حضرت عیسی و حضرت جبرئیل یکی هستیم. همچنان‌که همه ما اروپایی هستیم، آسیایی نیز هستیم. هم از شرق الگو می‌گیریم و هم غرب. ما پلی بین شرق و غرب هستیم.	غرب و نه بخشی از هویت شرق بلکه رویکرد مستقل نسبت به این دو طیف	
۹	دشمن ما الان در شمال نشسته و در تلاش است به ما القا کند ما (اقوام قفقازی) همچون کودکان نیاز به حفاظت داریم، اما ما خیلی وقت است که کودکی را پشت سر گذاشته و به بلوغ رسیده‌ایم.	انگاره منفی اقوام قفقاز نسبت به حضور تاریخی روسیه در این منطقه	حس استقلال‌طلبی اقوام قفقاز از یوغ روس‌ها
۱۰	پدر نینو خطاب به علی‌خان: باور کن من برای دخترم، شوهری بهتر از شما نمی‌توانم تصور کنم، اما باید سن نینو را هم در نظر بگیریم. به‌هر حال ما نمی‌خواهیم سنت ازدواج در کودکی هندوها را تکرار کنیم. مسئله بعدی هم اینکه هر کدام از شما دین‌های متفاوتی دارید و آداب‌ورسوم ما از یکدیگر بسیار متفاوت است. پدرتان هم مثل من فکر می‌کند.	تفاوت دینی و عدم انطباق آداب‌ورسوم، مانع ازدواج یک مسلمان آذری با یک مسیحی ارمنی	تفاوت دینی و فرهنگی، ریشه جدایی آذری‌ها و گرجی‌ها
۱۱	ناچار یان خطاب به پدر نینو: سر این شهر در اتحاد نامعلوم اقوامش نهفته است. در قفقاز تنها شهری که اقوام کنار یکدیگر با هم متحد هستند، همین شهر باکوست.	باکو؛ شهر چندفرهنگی با اقوام متحد در منطقه قفقاز	زندگی مسالمت‌آمیز اقوام مختلف در شهر باکو
۱۲	جانشین تزار در قفقاز، طرفدار ازدواج‌های بین‌قومی است. او ازدواج را یکی از راه‌های	تلاش روسیه برای از بین بردن هویت شرقی منطقه	سیاست شرقی‌زدایی فرهنگی قفقاز توسط روسیه

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
	اتصال شرق به غرب می‌داند.	قفقاز	
۱۳	ناچاران درباره ترس مردم قره‌باغ از هجوم ترک‌ها به قره‌باغ و جنگ و قتل‌عام ارامنه و ترک‌ها در آناتولی صحبت می‌کند.	ترس مردم ارمنی قره‌باغ از حمله ترک‌های مسلمان عثمانی به قره‌باغ	ستیز تاریخی مسلمانان با ارمنی‌ها در منطقه قفقاز
۱۴	به‌خاطر دوستی‌ام با ناچاران ارمنی، خیلی از مسلمانان از من روی برگردانده بودند.	انگاره ذهنی منفی درباره ارامنه در ذهن مسلمانان آذری قفقاز	ریشه دینی نفرت مسلمانان سستی از ارمنی‌ها
۱۵	مهمان‌نوازی گرجی‌ها با مهمان‌نوازی عموم در تهران تفاوت چندانی نداشت؛ هرچند اینجا شراب می‌نوشند و می‌رقصند. این بود دروازه اروپا؟ قطعاً نه! اینجا فقط با دیگر قسمت‌های آسیا متفاوت است. مانند دروازه‌های بازی‌های کودکی!	تقلید گرجی‌ها از آداب غربی به‌عنوان یک سرزمین شرقی در جوار غرب	غرب‌زدگی گرجی‌ها
۱۶	یکی از گرجی‌ها: بیچاره گرجستان! ما بین آب و آتش گیر کرده‌ایم.	عدم الحاق کامل گرجستان به شرق و غرب	قرار گرفتن گرجستان بین هویت تمدنی شرق و غرب
۱۷	زینال آقا (سرمایه‌دار پیر آذربایجانی): خوشبختی ما در استانبول نیست؛ خوشبختی ما در غرب است.	غرب الهام‌بخش سعادت و نبود آینده روشن برای جهان اسلام	انگاره ذهنی غربی شدن عامل پیشرفت
۱۸	عاقده خطاب به نینو: دیتان (مسیحیت) را نگه می‌دارید یا به دین شوهرتان (اسلام) درمی‌آیید؟ نینو لحظه‌ای تردید کرد، اما بلافاصله سرش را بلند کرد و با غرور گفت: من می‌خواهم دین خودم را حفظ کنم.	عدم پذیرش اسلام توسط یک مسیحی و درعین حال برقراری ازدواج	برقراری ارتباط میان فرهنگی اقوام در قفقاز، بدون ادغام هویتی، با حفظ هویت فرهنگی و دینی خویش
۱۹	پدر علی خطاب به علی: پسر، آسیا از بین نرفته است. بلکه صرفاً مرزهایش جابه‌جا شده است. باکو دیگر جزئی از اروپا شده است. این مسئله	پیشروی فرهنگ غربی - اروپایی در فرهنگ شرقی - سیایی	غلبه مظاهر تمدنی غرب بر شرق در قفقاز

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
	تصادفی نیست، چراکه دیگر در باکو آسیایی نمانده بود. علی: چرا پدر! من سه روز و سه شب پشت تیربار از آسیا دفاع می‌کردم. پدر: تو جسور هستی، اما این کافی نیست. خود تو بخشی از اروپا را با خودت حمل می‌کنی. تو در مدارس روس‌ها درس خواندی و زبان لاتین یاد گرفتی. تو هنوز به خودت آسیایی می‌گویی؟ اگر در جنگ پیروز می‌شدی، سبک زندگی اروپایی را خود تو به باکو می‌آوردی. برای ما چه فرقی دارد ساختمان‌های بلند را تو برایمان بیاوری یا نماینده روس‌ها؟		
۲۰	ایران پیر و شکننده شده است. راه‌های کهنه شاید زیبا باشد، اما دیگر امکان ادامه حیات ندارند.	ایران به‌عنوان سرزمین شرقی تداعی‌گر تاریخ باشکوه و درعین حال آینده‌مخدوش	افول تمدنی شرق
۲۱	سفیر انگلیس در آذربایجان: من بیست سال در ایران کنسول بودم، نابودی فرهنگ غنی شرقی در نتیجه تقلید از تمدن غربی، حقیقتاً برای انسان عذاب‌آور است، اما به‌رحال باید اعتراف کنم کشور شما آمادگی استقلال را دارد. علی تشکر می‌کند و از سفیر جدا شده و به سمت وزیر امور خارجه آذربایجان می‌رود.	فراموشی سنت‌های شرقی زمینه‌ساز فروپاشی تمدن شرق و از بین رفتن هویت فرهنگی	پدیده مستمر نابودی فرهنگ و تمدن شرقی در آن دوران
۲۲	علی خطاب به نینو: همان‌طور که تو در آسیا نمی‌توانی بمانی، من هم در اروپا نمی‌توانم بمانم. بیا در باکو، جایی که آسیا از اروپا	توافق بر هویت غیرمتعین؛ نه غرب است و نه شرق	اشاره به هویت التقاطی باکو

ردیف	برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
	تشخیص داده نمی‌شود و هر دو به هم مخلوط شده‌اند، زندگی کنیم.		
۲۳	نینو خطاب به علی‌خان: تو از شهر آسیایی‌ات محافظت کن، من هم از خانه اروپایی‌ام.	احساس تعلق نینو و علی به فرهنگ‌های خودشان و هضم نشدن در فرهنگ مقابل	حفظ هویت فرهنگی خود در عین برقراری ارتباطات میان فرهنگی مسالمت‌آمیز (فرهنگ شرقی و غربی)
۲۴	علی‌خان پس از حملهٔ بلشویک‌ها به آذربایجان در مقابل توصیه‌های دوستانش که می‌گفتند به ایران فرار کند، پاسخ می‌دهد نه به ایران و نه به اروپا. باید بمانم و از وطنم دفاع کنم.	تأکید بر هویت مستقل از ایران و غرب توسط علی‌خان	زمینه‌سازی هویت ملی آذربایجان
۲۵	یکی از سربازان آذربایجانی گفت: شنیده‌ام در ایران کسی به نام رضا (خان) پیدا شده و هزاران نفر جنگجو را دور خودش جمع کرده است. در ترکیه هم مصطفی کمال پاشا لشکر بزرگی برقرار کرده است. ما بیهوده نمی‌جنگیم. بیست و پنج هزار نفر به کمک ما می‌آیند. علی‌خان: بیست و پنج هزار نفر نه، بلکه بیست و پنج میلیون مسلمان پشت ما هستند، اما اینکه به وقتش به اینجا خواهند رسید را خدا می‌داند.	نضج و شکل‌گیری جریان توسعه و مدرنیزاسیون در جهان اسلام در عین تلاش برای مبارزه با استعمار غربی	توجه به هویت فرهنگی و دینی در راستای اندیشهٔ پیشرفت و توسعهٔ تمدنی

۷. تحلیل مرحله عمیق

همان‌گونه که گفته شد، مرحله تفسیر (عمیق) شامل تحلیل بینامتنیت ذهنی تحلیل‌گر و بینامتنیت‌های مرتبط است که معمولاً توسط نویسندهٔ متن اصلی در متن آورده شده‌اند. مقصود از این دو مفهوم این است که هر تحلیل‌گری با خواندن متن مورد تحقیق، متون دیگر را تداعی

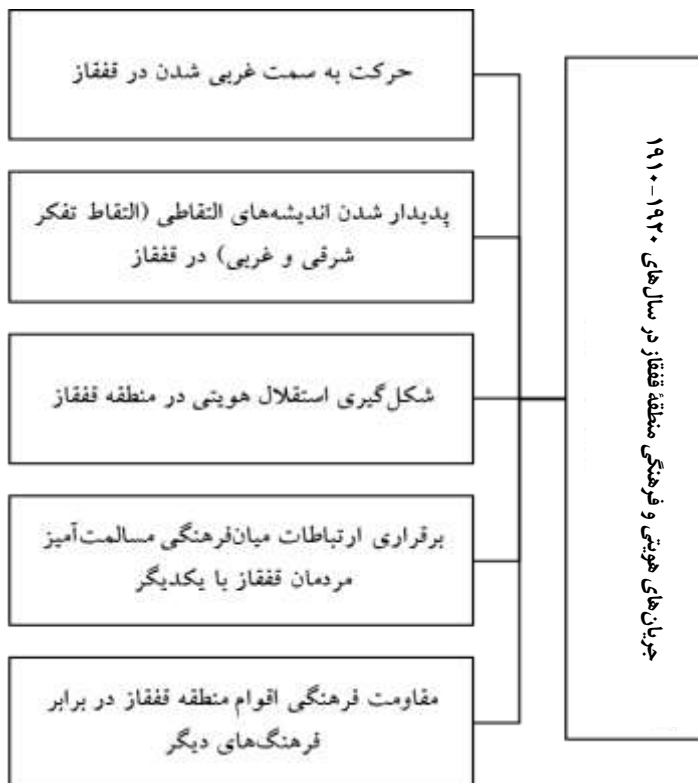
می‌کند که آن را بینامتنیت می‌گویند. نویسنده نیز در متن، با اشاره به متون دیگر، نوعی رابطه بینامتنی ایجاد می‌کند. تحلیل روابط دو بینامتنیت تحلیل‌گر و نویسنده در این مرحله انجام می‌گیرد. در مرحله عمیق، با توجه به زمینه‌ها و شرایط محیطی خلق متن، متن در بستر موقعیتی آن به پرسش گرفته می‌شود و رابطه‌ای معنایی میان متن و زمینه ایجاد می‌شود. در حقیقت در مرحله عمیق، دال‌های اساسی گفتمانی که با بینامتنیت‌های مختلف مرتبط هستند، مورد کشف قرار می‌گیرند.

جدول شماره ۳. تحلیل مرحله عمیق گفتمان ارتباطات میان فرهنگی میان مسلمانان و مسیحیان در منطقه قفقاز، سال‌های ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۰ میلادی مبتنی بر رمان علی و نینو

تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	دال‌های اساسی مرحله عمیق
حس استقلال‌طلبی اقوام قفقاز از یوغ روس‌ها	شکل‌گیری استقلال هویتی در منطقه قفقاز
زمینه‌سازی برای هویت ملی آذربایجان	
حس هویت مستقل اقوام قفقاز از شرق و غرب	
پدیده مستمر نابودی فرهنگ و تمدن شرقی در آن دوران	حرکت به سمت غربی شدن در قفقاز
افول تمدنی شرق	
غلبه مظاهر فرهنگ غرب بر شرق در قفقاز	
انگاره ذهنی غربی شدن؛ عامل پیشرفت	
غرب‌زدگی گرجی‌ها	
سیاست شرق‌زدایی فرهنگی قفقاز توسط روسیه	
ورود مظاهر تمدن غرب عاملی برای تغییر فرهنگی	
تردید مسلمانان در کارآمدی سنت‌های اسلامی در دنیای جدید	
ورود فرهنگ غربی به قفقاز موجب عدم دوام برخی مظاهر فرهنگ سنتی میان مسلمانان	
حفظ هویت فرهنگی خود در عین برقراری ارتباطات میان فرهنگی مسالمت‌آمیز (فرهنگ شرقی و غربی)	برقراری ارتباطات میان فرهنگی مسالمت‌آمیز مردمان قفقاز با یکدیگر
برقراری ارتباط میان فرهنگی اقوام در قفقاز، بدون ادغام هویتی با حفظ هویت فرهنگی و دینی خویش	

تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	دال‌های اساسی مرحله عمیق
زندگی مسالمت‌آمیز اقوام مختلف در شهر باکو	
بر هم خوردن نظم سنتی در نتیجه ورود اندیشه‌های مدرن غربی	
اشاره به هویت التقاطی باکو	پدیدار شدن اندیشه‌های التقاطی (التقاط تفکر شرقی و غربی) در قفقاز
توجه به هویت فرهنگی و دینی در راستای اندیشه پیشرفت و توسعه تمدنی	
قرار گرفتن گرجستان بین هویت تمدنی شرق و غرب	
پایبندی مسلمان نواندیش به سنت در عین مواجهه با فرهنگ غربی و مسیحی	
ریشه دینی نفرت مسلمانان سنتی از ارمنی‌ها	مقاومت فرهنگی اقوام منطقه قفقاز در برابر فرهنگ‌های دیگر
ستیز تاریخی مسلمانان با ارمنی‌ها در منطقه قفقاز	
تفاوت دینی و فرهنگی، ریشه جدایی آذری‌ها و گرجی‌ها	
تقید فرهنگی مسلمانان قفقاز به سنت دینی خود	
اولویت هویت دینی بر هویت قومی در منطقه قفقاز	

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود در این مرحله پنج دال اساسی در زمینه ارتباطات میان فرهنگی میان مسلمانان و مسیحیان در منطقه قفقاز در سال‌های ۱۹۲۰-۱۹۱۰ مورد تأکید است که در نمودار زیر مشهود و نمایان است.



نمودار شماره ۳. دال‌های اساسی مرحله عمیق گفتمان ارتباطات میان فرهنگی میان مسلمانان و مسیحیان در منطقه قفقاز در سال‌های ۱۹۲۰-۱۹۹۰ میلادی مبتنی بر رمان علی و نینو

۸. تحلیل مرحله عمیق‌تر

همان‌گونه که بیان شد، مرحله تبیین (عمیق‌تر) تحلیل فراگفتمان‌های بینامتنی است. مقصود از فراگفتمان‌ها، گفتمان‌هایی است که می‌توانند خارج از گفتمان مورد بحث، با آن گفتمان مفصل‌بندی شوند. به همین دلیل، فرامتن‌ها نیز به معنای متون دیگری است که با متن اصلی مورد تحقیق به گونه‌های مختلف بینامتنیت مرتبط هستند؛ بنابراین در مرحله عمیق‌تر، پای فرامتن به میان کشیده شده و روابط متن و زمینه که در مرحله پیشین مورد نظر بود، در رابطه با فرامتن تحلیل می‌شود. در اینجا یک نگاه جامع فرامتنی با مقایسه دال‌های اساسی گفتمان به‌دست‌آمده در مرحله عمیق، مورد تحلیل قرار گرفته و روابط آن‌ها با گفتمان‌های دیگر

مقایسه می‌شود و در حقیقت ارتباط معنایی آن‌ها تبیین می‌شود؛ بنابراین، هریک از دال‌های اساسی به‌دست‌آمده مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

۸-۱. حرکت به سمت غربی شدن در قفقاز

غرب‌گرایی با تکوین ادبیات نمایشی، گسترش فعالیت‌های انتشاراتی و مطبوعاتی و ترویج مدارس جدید به‌تدریج به جریان حاکم فکری در قفقاز مبدل شد (یعقوب‌زاده، ۱۳۹۷: ۲۴). با گسترش مدارس روسی در قفقاز، به‌تدریج اشراف و خاندان‌های بزرگ قفقازی فرزندان خود را برای تحصیل در این مدارس به آنجا می‌فرستادند. بدین‌ترتیب روشنفکرانی در این مدارس تربیت شدند که فارغ از تعصبات قومی، تا حد زیادی هژمونی فرهنگ روسی را پذیرفته بودند و آرای خود را در جهت روسی‌سازی قفقاز و در اصل اروپایی و غربی‌شدن تنظیم می‌کردند.

در این میان، روشنفکران مسلمان قفقاز، بیش از همتایان ارمنی و گرجی خود، به جریان غرب‌گرایی و روسی‌زدگی با تردید می‌نگریستند، اما تحولات سیاسی جهان و پیشرفت روزافزون تمدن غربی، هرچه بیشتر آن‌ها را به قبول واقعیت برتری غرب بر شرق در این دوره می‌کشاند. احمد آقا/اوغلو، روشنفکر مسلمان قفقازی در این دوره، در یکی از مقاله‌های خود می‌نویسد: «ما هنوز بین اروپا و ایران مرددیم؛ اما چه بخواهیم و چه نخواهیم باید ژان ژاک روسو را به سعدی ترجیح دهیم» (دشتبانی، ۱۳۹۶: ۸۰).

۸-۲. پدیدار شدن التقاط تفکر شرقی و غربی در قفقاز

گسترش تفکر غرب‌گرایی در قفقاز، مقاومتی را از سوی نیروهای مردمی به‌ویژه سنت‌گراها برانگیخت. مردم روشنفکران را از خود نمی‌دانستند و نسخه‌های تجویزی آن‌ها را عملی نمی‌ساختند. در این موقعیت، روشنفکران جدیدی نیز متوجه ارزش‌های سنتی جوامع خود شدند و از جریان فکری روشنگری در قفقاز به شکل رادیکال و افراطی فاصله گرفتند. بدین‌ترتیب نسخه‌های جدید غربی‌سازی قفقاز، مبتنی بر تفسیر جدیدی از سنت بود که مغایرتی با مدرنیسم نداشت.

برای مثال براساس آنچه از مقالات آقاووغلو در این دوره استنباط می‌شود، از نظر او جوهر

و ذات جامعه اسلامی با جامعه غربی تفاوت خاصی ندارد که ویژگی فراگیر مهمی باشد و در رویارویی و تعارض با غرب قرار گیرد. او لیبرالیسم را حتی در توافق با اسلام می‌دانست. نکته جالب توجه اینجاست که آقاوخلو هم از بازگشت به صدر اسلام دفاع می‌کند و هم از لزوم تطبیق اسلام با شرایط زمان (دشتبانی، ۱۳۹۶: ۹۱-۸۴).

۳-۸. شکل‌گیری استقلال هویتی در منطقه قفقاز

گرجی‌ها تنها گروهی از اهالی قفقاز بودند که از یک منطقه ملی خاص خود بهره داشتند، ولی برای ارمنی‌ها و آذری‌ها آگاهی ملی بیشتر در نوعی هویت دینی مستتر بود. هویت دینی و فرهنگی ارمنی‌ها از دیرباز با هویت ملی آن‌ها گره خورده بود. دفاع از حقوق کلیسای ارمنستان که محافظ مبانی اعتقادی و ضامن وحدت ملی ارمنی‌ها بود، آگاهی ملی ارمنه قفقاز را در برابر تجاوزهای دولت روسیه افزایش داد؛ اما پراکندگی جغرافیایی و عدم برخورداری از منطقه ملی خاص خود، تشکیل کشور مستقل یا خودمختار را برایشان دشوار ساخته بود. مسلمانان در این دوره خواستار تشکیل دولت مستقل خود یا منطقه خودمختار نبودند، اما در تقابل ادعاهای ارضی ارمنی، به تدریج به فکر تشکیل کشور مستقل برای خود می‌افتند. درواقع رشد و ظهور آگاهی ملی مسلمانان قفقاز در قالب هویت مستقل ملی روند آهسته‌تری نسبت به ارمنه و گرجی‌ها داشت. هویت ملی آذربایجانی تحت نفوذ معدود روشنفکران مسلمان قفقاز که به اشراف زمین‌دار و سرمایه‌داری صنعتی جدید مربوط بودند، بیش از آنکه ماهیت ضد روس داشته باشد، بر ضد ارمنی‌هایی معطوف بود که در باکو صاحب قدرت و نفوذ بودند. درواقع سرمایه‌داری مسلمانان که در رقابت تنگاتنگی با سرمایه‌داری ارمنه بود، منجر به رشد تفکرات ملی‌گرایانه در میان مسلمانان می‌شود. سناتور کوزمینسکی فرستاده مخصوص دربار تزار برای بررسی علل درگیری آذری‌ها و ارمنه در قفقاز در گزارش خود خاطرنشان می‌کند رقابت سیاسی و اقتصادی دو سرمایه‌داری ارمنی و آذری یکی از علل اساسی این درگیری‌ها بوده است (سویتوخوفسکی، ۱۳۸۱: ۱۳۶-۱۳۴). در حقیقت، عامل مؤثر در فرایند توسعه خودآگاهی ملی آذربایجان را باید در استقرار گروه‌های قومی ارمنی و روس به‌عنوان گروه

قومی «غیر» در جامعه آذربایجان دانست؛ چراکه وجود هویت «غیر» و «بیگانه» تعریف هویت خودی را آسان تر می کند.

برای مثال، تغییر و تحولی که آقاوخلو تجربه می کند، نمونه ای از تغییر و تحول روشنفکران مسلمان قفقاز است؛ روشنفکرانی که متوجه می شوند برای صلاح و سعادت مردمانشان راهی جز ملی گرایی و استقلال طلبی وجود ندارد. آقاوخلو در دوره جوانی به طور کامل متوجه ایران و فرهنگ ایرانی بود، اما بعدها به غرب متمایل شد و در نهایت به ایده ملی گرایی ترکی - آذربایجانی رسید (دشتبانی، ۱۳۹۶: ۹۹-۹۶). گسست سیاسی و اداری از ایران از یک سو و تلاش برای قرار گرفتن در مسیر تجدد از سوی دیگر که از منشأ اصلی آن یعنی اروپا سرچشمه می گرفت، مسلمانان قفقاز را از هویت تاریخی خود دور می کرد و واله و شیدا در مسیر هویتی جدیدی قرار می داد.

در این بین فعالیت مطبوعاتی نقش مهمی در راه گذار مسلمانان قفقاز از یک هویت جمعی دینی به یک هویت ملی و سیاسی داشت. مطبوعات این امکان را برای افرادی که در مناطق مختلف اقامت داشتند به وجود آورد تا هم از حوادث باخبر شوند و حتی بیش از آن، همه را به گونه ای جهت دهند که آن حادثه را به گونه واحدی درک کنند و واکنش واحدی نشان دهند. نخستین بار نشریه کشکول پرسش از ملیت را به صورت جدی در قالب مقاله ای با عنوان «احوال آذربایجانی و اجنبی» بیان کرد. دو ماه پس از تعطیلی روزنامه کشکول در سال ۱۸۹۱، برادران انسی زاده رسماً برای نشریه ای با نام آذربایجان درخواست مجوز کردند که البته با این درخواست موافقت نشد. همان سال محمد آقا شاه تختلی، در مقاله ای که در کاسپی چاپ شد، با عنوان «مسلمانان ماورای قفقاز را باید چه نامید؟»، به تبیین این موضوع پرداخت و به صراحت مسلمانان جنوب شرقی قفقاز را آذربایجانی معرفی کرد (دشتبانی، ۱۳۹۶: ۵۹).

بررسی این نکته نیز قابل اهمیت است که مسلمانان قفقاز هنگام مناقشه های آذری - ارمنی، ایران و ترکیه را متفق خود تلقی می کردند (یعقوب زاده، ۱۳۹۷: ۱۰۱). در واقع خودی دانستن مسلمانان ایران و عثمانی و غیریت سازی از مسیحیان قفقاز، نشانگر نقش هویت اسلامی در

شکل دهی به هویت ملی آذربایجانی است؛ یعنی روشنفکر و توده مردمی آذربایجانی، ابتدا خود را مسلمان تعریف می‌کند و مؤلفه‌های هویتی دیگرش همچون زبان ترکی و تعلق تاریخی - جغرافیایی به قفقاز در درجات بعدی قرار می‌گیرد.

۴-۸. برقراری ارتباطات میان فرهنگی مسالمت‌آمیز مردمان قفقاز با یکدیگر

باکو در اوایل قرن بیستم به ستاد کارگری قفقاز تبدیل شد. جمعیت شهر باکو که در سال ۱۸۶۳ میلادی تنها ۱۴ هزار نفر بود، در سال ۱۹۰۳ میلادی به افزون بر ۲۰۶ هزار نفر رسید. این بالاترین نرخ رشد جمعیت در شهرهای روسیه بود (دشتبانی، ۱۳۹۶: ۷۱). بر اساس سرشماری صنعتی سال ۱۹۰۸ میلادی، حدود ۴۸ هزار کارگر در باکو زندگی می‌کردند و از بیست قومیت - ملیت متفاوت تشکیل شده بودند (سویتوخوفسکی، ۱۳۸۱: ۱۵۶). در خلال نیمه نخست ۱۹۱۸ میلادی درحالی‌که جنگ و جدل‌های قومی در باکو، گنجه و ایروان جریان داشت، ارمنی‌ها و مسلمانان قره‌باغ در صلح و آرامش به سر می‌بردند و در شورای اداری محل با هم همکاری داشتند (بیات، ۱۴۰۰: ۱۹۷).

۵-۸. مقاومت فرهنگی اقوام منطقه قفقاز در برابر فرهنگ‌های دیگر

مسلمانان و مسیحیان (ارامنه و گرجی‌ها) در عین همکاری‌ها و رقابت‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی خود، همواره از اختلاط کامل و هضم شدن در فرهنگ یکدیگر بر حذر بودند. اقوام قفقازی، همچنان‌که از نفوس خود در برابر دیگر اقوام محافظت می‌کردند، از دین و فرهنگ خود نیز محافظت می‌کردند.

دفاع ارامنه از کلیسای ارمنی و آداب و سنن ارمنی، مبارزات گرجی‌ها برای ایجاد منطقه خودمختار سیاسی و فرهنگی و مبارزات مسلمانان در مقابل تلاش حاکمیت تزاری برای از بین بردن آداب و سنن مسلمانان همگی نشان از مقاومت فرهنگی اقوام قفقازی در مقابل فرهنگ‌های دیگر داشت (سویتوخوفسکی، ۱۳۸۱: ۸۹).

نتیجه‌گیری

رمان علی و نینو، داستانی عاشقانه از دو نوجوان آذری و گرجی است که به یکدیگر علاقه‌مندند و این داستان در پس پرده خود، زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی برهه زمانی میان دو جنگ اول و دوم جهانی و جریان‌های هویتی مربوط به آن دوران را روایت می‌کند. این رمان که روایت‌گر دوره تاریخی مهم ۱۹۲۰-۱۹۱۰ میلادی است، از چند نظر حائز اهمیت فراوان است. نخست اینکه در این دوره عمدتاً هویت‌های ملی و فرهنگی مردمان قفقاز شکل می‌گیرد، همچنین دوران بسیار مهمی از جهت تقابل دو جریان سنت و مدرنیته در منطقه قفقاز بوده است که مردمان آن دست به انتخاب‌های تاریخی زده و سرنوشت و آینده خویش را جهت می‌دهند. به تعبیر دیگر این دوره تاریخی، نمایشی از تحول بین‌نسلی و حرکتی به سمت غربی شدن قفقاز است. طبق نظریه مذاکره بر سر هویت، هویت امری غیرثابت تلقی می‌شود و در پی گفت‌وگو و مذاکره شکل گرفته و تغییر می‌یابد. در این رمان، گفت‌وگو و تعامل افراد مختلف، منجر به شکل‌گیری هویت فرهنگی منطقه قفقاز می‌شود و در این میان جریان‌های فکری، فرهنگی و هویتی متفاوتی ظهور و بروز دارند. به تعبیر دیگر هویت در پس ارتباطات، گفت‌وگوها و تعاملات فرهنگی شکل می‌گیرد که در این رمان نیز به‌نوعی روند شکل‌گیری هویت فرهنگی مردمان این منطقه و جریان‌های فکری، هویتی و فرهنگی اثرگذار بر آن بیان می‌شود.

به‌طورکلی پس از انجام تحلیل گفتمان رمان علی و نینو و فهم عمیق ارتباطات میان فرهنگی میان مسلمانان و مسیحیان در منطقه قفقاز، در سال‌های ۱۹۲۰-۱۹۱۰ میلادی، عمدتاً پنج جریان فکری، فرهنگی و هویتی شناسایی شدند که عبارت‌اند از:

۱. جریانی که به دنبال غربی‌سازی منطقه قفقاز است. این گروه سعی دارند هویت سنتی منطقه فراموش شود تا حرکت به سمت افق‌های تجدد صورت پذیرد. غرب‌گرایی با تکوین ادبیات نمایشی، گسترش فعالیت‌های انتشاراتی و مطبوعاتی و ترویج مدارس جدید، به تدریج به جریان حاکم فکری در قفقاز تبدیل شد؛

۲. جریان دوم مربوط به نوعی رویکرد التقاطی است که به دنبال تجمیع سنت و تجدد بوده و به تعبیر بهتر نه می‌تواند از سنت عبور کند و نه تمایلی به ماندن روی اصول سنتی و مبارزه با تجدد دارد؛

۳. جریان بعدی که ریشه‌های هویت ملی در منطقه قفقاز است، همواره استقلال هویتی را دنبال می‌کند. فرهنگ‌های متکثر منطقه قفقاز در غیریت با یکدیگر به دنبال ایجاد هویت ملی مختص به خود هستند و از این نظر یک آذری مسلمان خود را در مقابل یک ارمنی مسیحی می‌بیند و در پی تعریف هویتی مستقل از هویت‌های دیگر است؛

۴. علاوه بر رویکردهای مذکور، زندگی مسالمت‌آمیز کلیه اقوام مختلف منطقه قفقاز با یکدیگر دارای ریشه‌های تاریخی است. به تعبیر دیگر در عین حال که فرهنگ‌های متنوع منطقه، سعی در حفظ هویت خود دارند، سالیان متمادی زیستن کنار یکدیگر را تجربه کرده‌اند و از این نظر ارتباطات میان فرهنگی داشته‌اند؛

۵. آخرین جریان فکری، فرهنگی و هویتی مربوط به مقاومت فرهنگی اقوام مختلف منطقه قفقاز است. در واقع این اقوام مبتنی بر دین و آداب و رسوم خود، زندگی کرده‌اند. به طور کلی دین و قومیت به شکل هم‌افزایی مقاومت فرهنگی را تقویت می‌کنند و مانع درهم‌آمیختگی کامل اقوام و فرهنگ‌ها در یکدیگر شده‌اند.

فهرست منابع

- بشیر، حسن (۱۳۹۳). *دانشنامه علوم/ارتباطات*، جلد اول (ارتباطات)، تهران.
- بشیر، حسن (۱۳۹۵). *دیپلماسی گفتمانی: تعامل سیاست، فرهنگ و ارتباطات*. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- بشیر، حسن (۱۳۹۸). «تحلیل گفتمانی بیعت در نامه‌های حضرت علی علیه‌السلام و معاویه برپایه نظریه هماهنگ معنا». *فصلنامه علمی پژوهش‌های نهج‌البلاغه*، شماره ۶۲، صص ۱۶۶-۱۳۱.
- بشیر، حسن (۱۴۰۰). «فرایند ساخت معنا در تحلیل گفتمان با روش «پدام» با مطالعه موردی بیداری اسلامی». *فصلنامه علمی روش‌شناسی علوم انسانی*، صص ۴۸-۳۱.
- بشیر، حسن؛ امین، محسن (۱۳۹۸). «تحلیل سخنرانی‌های حسن روحانی و داندل ترامپ در مجمع عمومی سازمان ملل». *پژوهش‌های راهبردی سیاست*، بهار ۱۳۹۸، شماره ۲۸، صص ۲۳۸-۲۰۷.
- بیات، کاوه (۱۴۰۰). *قققاز در تاریخ معاصر*، مجموعه مقالات، تهران: شیرازه.
- جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱). *هویت اجتماعی*. ترجمه تورج یاراحمدی، تهران: انتشارات شیرازه.
- دشتبانی، داوود (۱۳۹۶). *جمهوری آن سوی ارس؛ از خیال تا واقعیت*، فرایند شکل‌گیری جمهوری آذربایجان، تهران: نگارستان اندیشه.
- رضی، حسین (۱۳۷۷). «ارتباطات میان فرهنگی (تاریخ، مفاهیم و جایگاه)». *فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه‌السلام*، شماره‌های ۶-۷، صص ۱۶۶-۱۳۵.
- سویتوخوفسکی، تادیوش (۱۳۸۱). *آذربایجان و روسیه*، ترجمه: کاظم فیروزمند، تهران: شادگان.
- صبوری کزج، جواد (۱۴۰۱). «گفتمان دیپلماسی مبادله‌ای آموزشی جمهوری اسلامی ایران»، *پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات*. دانشگاه امام صادق (ع).
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳). «دوجانه‌ی شدن‌ها و آینده‌ی هویت‌های هم‌زمان». *ضمیمه خردنامه همشهری*. ۲۶، صص ۱۱-۱۰.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۳). «گفتمان و تحلیل گفتمانی»، *پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی*، شماره چهاردهم، صص ۱۰۷-۸۱.

- گادیکانست، ویلیام. بی. (۱۳۹۶). کتاب نظریه‌پردازی درباره ارتباطات میان‌فرهنگی. ترجمه حسن بشیر. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).
- نورمحمدی، مرتضی؛ شربتی، وحید (۱۳۹۳). «ضرورت‌ها و عوامل مؤثر بر اتحادها در قفقاز جنوبی». نشریه مطالعات آسیای مرکزی و قفقاز، شماره ۸۷، صص ۱۴۸-۱۲۵.
- زرگر، افشین (۱۳۸۸). «روند دولت - ملت‌سازی در جمهوری آذربایجان؛ هویت دولت در حال ملی‌شدن». پژوهش‌نامه زمستان. شماره ۴۶. صص ۱۸۰-۱۱۵.
- کولایی، الهه؛ نظامی، مریم (۱۳۹۸). «پان ترکیسم: برساختن هویت و شکل‌گیری جمهوری آذربایجان (۱۸۹۰ تا ۱۹۲۰)». نشریه مطالعات اوراسیای مرکزی، (۲)، صص ۴۷۸-۴۵۹.
- یعقوب‌زاده، جلیل (۱۳۹۷). تکوین و تحول ملی‌گرایی در جمهوری آذربایجان، اردبیل: ساوالان ایگیدلری.
- بیات، کاوه (۱۳۹۷). نقد و بررسی «علی و نینو» به یاد استاد جعفری‌مذهب. خبرگزاری کتاب ایران: <https://www.ibna.ir/vdcjoye88uqeatz.fsfu.html>
- رئیس‌نیا، رحیم (۱۳۹۷). نقد و بررسی «علی و نینو» به یاد استاد جعفری‌مذهب. خبرگزاری کتاب ایران: <https://www.ibna.ir/vdcjoye88uqeatz.fsfu.html>
- یوردادوخلو، الخان (۲۰۲۱). «علی و نینو؛ رقابت عشق و جنگ»، بازیابی ۵ اردیبهشت ۱۴۰۳. از: <https://525.az/news/173765-eli-ve-nino-sevgi-ve-muharibe-paralellyinde%20multikulturalmesaj>
- Cline, T. & Abreu, G. (2012). "Silent" Monologues, "loud" Dialogues and the Emergence of Hibernated I-positions in the Negotiation of Multivoiced Cultural Identities". *Culture & Psychology*. December 18, pp. 494-509.
- Lusting, M & Koester, J (1999). *Intercultural Competence*, Longman.

Contents

Nation Branding and Contemporary Islamic Art Diplomacy: Issues and Methods of Key Actors in West Asia.....	7
---	----------

Meysam Yazdi

An Analysis of Sister City Relationships and Urban Cultural Diplomacy In Promoting Intercultural Communication	39
---	-----------

Ali Ahmadi, Seyyed Mohammad Attari

A Comparative Analysis of Chinese and American Cultural Diplomacy in South Africa.....	79
---	-----------

Mahdi Samavati, Abbas Ataei Khah, Amir Bahram Arabahmadi

The Role of Cultural Diplomacy in the Development of Economic Diplomacy: a Case Study of Turkish Visual Productions.....	107
---	------------

Farhad Palizdar, Ebrahim Meraji

Investigating the Relationship between Intercultural Communication and National Identity: A Case Study of Youth in Kabul and Bamiyan Cities, Afghanistan.....	129
--	------------

Mohammad Mohsen Hassanpour, Ali Asghar Haeri-Mehrizi, Abdulhalim Waezi

Discourse Analysis of the Novel Ali and Nino; A Study of Intercultural Relations between Muslims and Christians in the South Caucasus Region from 1910 to 1920.....	159
--	------------

Amirreza Abbaszadeh Bavili, Hassan Bashir, Javad Sabouri Kazaj

In the Name of Allah the Compassionate the Merciful

Cultural Diplomacy Research Journal

Quarterly Journal

Vol. 2, No. 5, Spring 2025

Proprietor: Islamic Culture and Communication Organization

Al-Hoda Publications

Director in Charge: Reza Maleki

Editor-in-Chief: Hassan Bashir

Manager Editorial: Mohammad Hosein Shoaee

Executive Manager: Maryam Fakhri

Editorial Board (In Alphabetical Order):

Amirbahram Arabahmadi

Associate Professor, Department of West Asia and Africa, Faculty of World Studies, University of Tehran
(Field of world studies)

Hassan Bashir

Professor of the Department of Communication and Media, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication,
Imam Sadiq University (AS) (Field of International Communication and Intercultural Communication)

Seyed Jalal Dehghani Firoozabadi

Professor, Department of International Relations, Allameh Tabataba'i University (Field of International Relations)

Mohammad Reza Dehshiri

Professor of Political Sciences, Faculty of International Relations, Ministry of Foreign Affairs
(Field of International Relations)

Foad Izadi

Associate Professor, Faculty of World Studies, University of Tehran (Field of Public Diplomacy)

Mohsen Khandan (Alviri)

Professor and Head of History Department of Baqir al-Olum (AS) University (Field of History and
Civilization Studies)

Kharim khanmohammadi

Professor of Culture and Communications, Department of Cultural Studies and Communications, Baqir al-
Olum (AS) University

Ali Asghar Kia

Professor of Communication, Allameh Tabataba'i University (Field of Communication)

Ahmad Pakatchi

Associated Professor, Institute for Humanities and Cultural Studies (Field of Quranic Sciences and Linguistics)

Omid Ali Masoudi

Professor of Social Communication Sciences at Soore University (Field of Social Communication)

Executive Council

Executive Secretary: Mohammad Sadigh Biglari

Cover Designer: Seyed Mohsen Hosseini

Layout Designer: Somayyeh Siah Posht

Copy Editor and Translation: Journal Office

Mailing Address: Shahid Soleimani Highway, in front of the Northern Door of Tehran
Mosque, Imam Khomeini Complex, Islamic Culture and Communication
Organization, Tehran, Iran

PO Box: 3516/15815 Tel: +9821-88153338 & +982188153395 Fax: +982188843279

website: <https://cdrj.icro.ir> Email: culturaldiplomacy2024@gmail.com

ISSN: 3060-5741 / Print Run: 2000000 R