

طراحی الگوی دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه با تأکید بر صنایع فرهنگی (اصول و عوامل)*

مهدی منیری^۱، سیدرضا صالحی امیری^۲، ابوذر ابراهیمی ترکمان^۳

چکیده

ترکیه و ایران، همسایه‌های بسیار مهم یکدیگر محسوب می‌شوند. پژوهش حاضر برای ترسیم الگویی کاربردی از دیپلماسی فرهنگی بین ایران و ترکیه با برجسته کردن نقش صنایع فرهنگی از جمله رسانه‌ها انجام شده است. سؤال اصلی پژوهش این است که الگوی دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه با تأکید بر صنایع فرهنگی مبتنی بر چه اصول و عواملی است؟ روش پژوهش، نظریه داده‌بنیاد بوده است. جامعه تحقیق متشکل از ۱۲ نفر از صاحب‌نظران بوده که به‌صورت نظری انتخاب شده‌اند. روش جمع‌آوری اطلاعات در بخش نظری شامل استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی و در بخش عملی استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بوده است. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، در فرآیند کدگذاری باز، محوری و گزینشی، مفاهیم و مقوله‌ها در ابعاد مرتبط دسته‌بندی شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، روابط دو کشور در شرایط علی متأثر از عواملی چون «سیاست‌های فرهنگی، جاذبه‌های فرهنگی و هنری متقابل، صنایع دستی و خلاق و تعاملات متقابل فرهنگی»، در شرایط زمینه‌ای متأثر از «اشتراکات و افتراقات فرهنگی دو کشور و کاربردهای صنایع فرهنگی»، در عوامل مداخله‌گر مربوط به ایران متأثر از عواملی مانند «مشکلات زیربنایی، اقتصادی، بین‌المللی، رسانه‌ای، مدیریت ناکارآمد و بی‌اعتنایی مسئولان» و در عوامل مداخله‌گر مربوط به ترکیه متأثر از عواملی مانند «مشکلات اقتصادی، فرهنگی و بین‌المللی»، در راهبردها «اتخاذ راهبردهای مدیریتی و کاربردی» و در مورد پیامدها شامل مقایسه «دستاوردهای سینمایی، دستاوردهای فرهنگی، رسانه‌ای، هنری و افتخارات» دو کشور بوده است.

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی فرهنگی، صنایع فرهنگی و خلاق، ایران، ترکیه، رسانه.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۸

* این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول با راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم است.

۱. دانشجوی دکترای مدیریت امور فرهنگی، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد،

واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Moniri8955@gmail.com

۲. دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد

اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). Dr.salehiamiri@gmail.com

۳. استادیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد

اسلامی، تهران، ایران. Ab.ebrahimi245@gmail.com

DOI: 10.22034/imrl.2024.464998.1256



مقدمه

تحولات دهه‌های اخیر در حوزه روابط بین‌الملل حاکی از اهمیت مقوله فرهنگ و رسانه در دستیابی به اهداف و بهبود روابط میان دولت‌ها و ملت‌هاست. به همین سبب کسب وجهه و اعتبار بین‌المللی و نفوذ در افکار عمومی و یا به تعبیری، دسترسی به قدرت نرم از جمله اهداف مهم و در عین حال تصریح نشده دیپلماسی کشورها در حوزه سیاست بین‌الملل است که این مهم به تناسب موقعیت، جایگاه، امکانات، فرصت‌ها و ظرفیت‌های فرهنگی هر کشور به شیوه‌ها و مکانیسم‌های مختلف دنبال می‌شود. بدیهی است که دولت‌ها می‌کوشند با مکانیسم اقناع فرهنگی به جای کاربرد زور، اذهان و افکار عمومی جهانیان را در راستای منافع و اهداف خود همسو نمایند (جوادی ارجمند، ۱۳۹۲: ۱۶۳). دیپلماسی فرهنگی ایران بعد از انقلاب اسلامی اهمیت مضاعفی پیدا نمود چرا که ج.ا. ایران در محاصره تحریم‌های مختلف از جانب کشورهایی که از منافعشان در خاک ایران محروم شده بودند، قرار گرفت. ایالات متحده آمریکا از جمله این کشورها بود و با توجه به اینکه از نظر اقتصادی و سیاسی یکی از تأثیرگذارترین قدرت‌های جهان محسوب می‌شد تحریم‌هایی که علیه ج.ا. ایران اعمال نمود شرایط سختی را برای نظام نوپای اسلامی رقم زد. بنابراین، دولتمردان ج.ا. ایران در راستای کاستن از فشار تحریم‌ها و برای تثبیت موقعیت منطقه‌ای، راهکارهایی از جمله دیپلماسی فرهنگی را مد نظر قرار دادند که بر عوامل فرهنگی، تمدنی و تاریخی اتکا می‌نماید. در همین راستا، تقویت و توسعه روابط متقابل فرهنگی به‌ویژه با کشورهای منطقه از جمله ترکیه در دستور کار قرار گرفت. ترکیه‌ای که واجد اشتراکات فراوان فرهنگی، تاریخی، دینی، ادبی و هنری با ایران بوده است. نکته مهم اینکه ترکیه پل ارتباطی ایران با غرب بوده و حسن همجواری می‌تواند منافع دو کشور را در دراز مدت تأمین کند. ترکیه همچنین در منطقه غرب آسیا یک متحد برای ایران محسوب می‌شود. در ارتباطات دو کشور نباید نقش مهم رسانه را نادیده گرفت. انعکاس و تبیین تعاملات سازنده فرهنگی، اقتصادی و سیاسی بین دو کشور در صداوسیما به ویژه رسانه‌های برون‌مرزی آن در پایداری روابط حسنه دو کشور نقش مهمی دارد. هدف این تحقیق ترسیم الگوی روابط فرهنگی ایران و ترکیه بر اساس داده‌های حاصل از اطلاعات مشارکت‌کنندگان در پژوهش و همچنین پاسخ به این پرسش است که چه اصول و عواملی در ترسیم الگوی دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در حوزه صنایع فرهنگی دخیل هستند؟

پیشینه تحقیق

تحقیقاتی که در زمینه موضوع دیپلماسی فرهنگی بین ایران و ترکیه انجام شده، حاکی از توجه نویسندگان به مسائل مختلف از جمله چالش‌ها، اهداف و ابزارهاست که هر کدام از دیدگاه خود به موضوع دیپلماسی فرهنگی پرداخته‌اند. در ادامه به برخی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

جدول ۱. پیشینه تحقیقات انجام شده درباره دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه

عنوان پژوهش و یافته‌های اصلی	نویسندگان و تاریخ
پژوهش «دیپلماسی فرهنگی ایران به مثابه قدرت نرم» با طرح این سؤال که دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با رویکرد قدرت نرم چگونه قابل تحلیل است به این پاسخ رسیده است که ترویج ارزش‌های انقلاب اسلامی از مسیر دیپلماسی فرهنگی یکی از اهداف اساسی انقلاب و زمینه قدرت نرم آن است. برای تبیین مسئله و پاسخ به این سؤال از نظریه قدرت نرم بهره‌گیری و عنوان شد که ارزش‌ها و فرهنگ انقلاب اسلامی با ویژگی‌های جهان شمولی همچون عدالت‌خواهی، آزادی‌خواهی، استقلال‌طلبی، استکبار و ظلم‌ستیزی، دفاع از مظلومان و مستضعفان، و... از طریق ابزارهای مختلف دیپلماسی فرهنگی مانند دیپلماسی رسانه‌ای، علمی، آموزشی، هنری، گردشگری، مذهبی و زبانی؛ و با استفاده از ظرفیت سازمان‌ها و نهادهای مختلف متولی امر فرهنگ؛ و بهره‌مندی از نیروی انسانی کارآمد؛ در صدد ایجاد نظم نوین می‌باشد.	رحمانی تیرکلایی ۱۴۰۲
پژوهش «چالش‌های دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در آسیای مرکزی» را با طرح این فرضیه انجام داده‌اند که امنیتی شدن دستور کارهای فرهنگی ایران برای ترکیه، زرمه نوعثمانی‌گری و هراس از تسلط منطقه‌ای ترکیه، چالش اساسی فراروی دیپلماسی فرهنگی ایران در آسیای مرکزی است. بر اساس نتایج این پژوهش، به نظر می‌رسد نتیجه دوره سی ساله کنشگری فرهنگی بین دو کشور ناکامی نسبی بوده است.	کولایی و باقری ۱۴۰۰
پژوهش «منابع، اهداف و ابزارهای دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» را انجام داده‌اند. نتایج حاکی از این است که «فعالیت‌های علمی، آموزشی و فناورانه»، «جهانگردی و مهاجرت» و «فعالیت‌های فرهنگی و هنری» به‌عنوان مهمترین ابزارهای دیپلماسی فرهنگی کشور محسوب می‌شوند. همچنین به نظر می‌رسد ج.ا. ایران قابلیت‌های چشمگیری در خصوص استفاده از ظرفیت‌های دیپلماسی فرهنگی دارد که استفاده بهینه از آن‌ها می‌تواند به ارتقای مؤلفه‌های قدرت نرم در سیاست خارجی کشور کمک نماید.	رجبی و عساری ۱۴۰۰
پژوهش «نگاهی بر ابعاد و دستاوردهای دیپلماسی اقتصادی و فرهنگی در کشور ترکیه» را انجام داده است. نتایج حاکی از این است که ترکیه در دیپلماسی فرهنگی خود به این	مشفق ۱۴۰۰



عنوان پژوهش و یافته‌های اصلی	نویسندگان و تاریخ
عوامل توجه کرده است: «ایجاد تناسب در مدیریت دیپلماسی اقتصادی با استانداردهای جهانی، هماهنگی و انسجام بین نهادهای تصمیم‌گیر، استفاده از ظرفیت نیروهای متخصص بومی در شبکه تجاری، شفاف‌سازی دستگاه دیپلماسی در مذاکره با طرف‌های تجاری، ایجاد و تقویت شبکه تجاری (توزیع و پشتیبانی)، بازاریابی محصولات ایرانی، استفاده از مؤلفه‌های فرهنگی در سیاست خارجی و حضور مؤثرتر در نمایشگاه‌های بین‌المللی اکسپو و تقویت برندسازی ملی».	
پژوهش «مقایسه دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در آسیای مرکزی» را با هدف پاسخ به این سؤالات انجام داده‌اند که اولاً علل همگرایی و افزایش روابط ایران و ترکیه با جمهوری‌های آسیای مرکزی چیست؟ و ثانیاً چه عواملی بر میزان موفقیت دیپلماسی فرهنگی دو کشور در منطقه موثر بوده است؟ نتایج حاکی از این است که اولاً اشتراکات تاریخی، فرهنگی، مذهبی، زبانی و قومی میان جمهوری‌های آسیای مرکزی و دو کشور ایران و ترکیه علل همگرایی و افزایش روابط بوده و ثانیاً ترکیه نسبت به ایران در دیپلماسی فرهنگی و کسب اهداف خود مؤثرتر عمل کرده است.	بصیری، موسایی و ایزدی ۱۳۹۹
پژوهش «بررسی تطبیقی دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در آسیای مرکزی» را با چارچوب نظریه قدرت نرم و دیپلماسی فرهنگی انجام داده که یافته‌های پژوهش علیرغم همانندی‌ها و ناهمانندی‌های دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه همچون نحوه استفاده از ابزارهای رسانه‌ای، آموزش زبان ملی، برپایی نمایشگاه‌های فرهنگی و تصویرسازی مثبت از وجهه ملی در کشورهای آسیای مرکزی، به عملکرد اثربخش دیپلماسی فرهنگی ایران در تاجیکستان و همچنین موفقیت نسبی ترکیه در قزاقستان اشاره دارد.	رنجکش ۱۳۹۷
پژوهش «ارائه استراتژی مناسب دیپلماسی فرهنگی ج. ا. ایران مبتنی بر مقایسه تطبیقی ایران و ترکیه» را انجام داده و به بررسی ویژگی‌های فرهنگی ایران و ترکیه بر اساس مطالعات گلوب و هافستد ^۲ ، بررسی وضعیت موجود و ارائه راهبرد مناسب دیپلماسی فرهنگی ایران پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی، فرصت‌های سازمان از تهدیداتش بیشتر بوده و بهره‌گیری از این فرصت‌ها می‌تواند آینده بهتری را فراهم نماید.	منیری، صالحی‌امیری و چاوش‌باشی ۱۳۹۷
هدف نویسنده «آینده صنایع خلاق و نیروی کار» اول، ارائه مروری کوتاه بر سیر تحول تحقیقات صنایع خلاق به‌عنوان زیرشاخه جغرافیای اقتصاد، و دوم، تعیین دستور کار برای	بریجیز ^۳ ۲۰۲۴

1. The Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness
2. Hofstede Model
- 3 Taylor Brydges

عنوان پژوهش و یافته‌های اصلی	نویسندگان و تاریخ
<p>مطالعه صنایع خلاق و نیروی کار در آینده است. تعقیب هدف اول، با برجسته کردن مفاهیمی مانند اقتصاد خلاق، شهرهای خلاق و طبقه خلاق آغاز می‌شود. جغرافیدانان اقتصاد با رویکرد فمینیستی استدلال کرده‌اند که نابرابری عمیقی در صنایع خلاق نهفته است. آنان نشان داده‌اند که چگونه این صنایع بر اساس مفهوم‌سازی محدود خلاقیت تعریف می‌شوند. درواقع، بسیاری از تحقیقات اولیه در این زمینه، نابرابری‌های ریشه‌دار (در سراسر جنسیت، نژاد، طبقه و غیره) را در جغرافیای اقتصادی تقویت و بازتولید کرد.</p>	
<p>پژوهش «نقش قدرت نرم در روابط بین‌الملل» نشان می‌دهد که راهبردهای موفق قدرت نرم عناصر متنوعی مانند دیپلماسی فرهنگی، همکاری اقتصادی و ارتباطات دیجیتال را در بر گرفته و بر اهمیت روایت‌های تاریخی، انسجام سیاست داخلی و همسویی با تصاویر پیش‌بینی‌شده برای طرح قدرت نرم مؤثر تأکید می‌کند. این مطالعه به درک دقیقی از نحوه عملکرد قدرت نرم در چشم‌انداز پیچیده روابط بین‌الملل کمک کرده و با توضیح در مورد نقش قدرت نرم در روابط بین‌الملل با ارائه درک دقیقی از راهبردهای متنوعی که کشورها برای نفوذ پروژه در سطح جهانی به کار می‌برند، به پایان می‌رسد. این مطالعه با اصلاح چارچوب‌ها و برجسته کردن ماهیت مکمل قدرت نرم و سخت به درک نظری کمک می‌کند.</p>	<p>چارلز^۱، ۲۰۲۴</p>
<p>مقاله «گذشته و آینده دیپلماسی فرهنگی» به بررسی این موضوع می‌پردازد که دیپلماسی فرهنگی چگونه تکامل یافته، چه جغرافیایی و حوزه‌های موضوعی را در گذشته پوشش داده و آینده این رشته چیست. این مقاله گواه بر این است که تحقیقات به سرعت در حال پیشرفت است و زمینه‌های موضوعی جدیدی را برای کاوش یافته و همچنین جغرافیای فرهنگی و سیاسی گسترده تری را پوشش می‌دهد. یافته‌های تحقیق مسیرهای بیشتری را برای توسعه دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان یک تحقیق دانشگاهی، با تمرکز بر مسیرهای دیپلماتیک مختلف، شیوه‌های عملیات، ساختارها، بازیگران، معانی و مفاهیم پیشنهاد می‌کند.</p>	<p>گرینچویوا^۲ ۲۰۲۳</p>
<p>پژوهش «روان‌شناسی تاریخی روابط همسایگی ترکیه و ایران» را انجام داده و معتقد است تعاملات فرادولتی بین کشورهای همسایه توسط «قوانین احساسی» متقابل و «تبادل عاطفی» جمعی مدیریت می‌شود. ماهیت محلی هنجارهای همسایگی بیانگر وضع رسمی، دیپلماتیک، غیررسمی و غیرقانونی قواعد رابطه در تعاملات دوجانبه و</p>	<p>آکیف کومرال^۳ ۲۰۲۰</p>

1 Sharon Charles

2 Natalia Grincheva

3. Mehmet Akif Kumral

عنوان پژوهش و یافته‌های اصلی	نویسندگان و تاریخ
منطقه‌ای است. هنجارهای بین‌المللی همسایگی همیشه در مفهوم جهانی قواعد عرفی و حقوقی نمی‌گنجد. نهایتاً نویسنده یک چارچوب ترکیبی (خرد/متن-کلان/متن) را برای تحلیل تحول روانی-اجتماعی شیوه‌های عاطفی-گفتمانی و ساختارهای عاطفی-زمینه-ای در سیاست بین‌المللی همسایگی پیشنهاد می‌کند.	
پژوهش «اقناع از طریق فرهنگ، ارزش‌ها و ایده‌ها: مورد مطالعه: دیپلماسی فرهنگی ترکیه» را انجام داده است. این مقاله با تکیه بر مفهوم‌سازی دیپلماسی فرهنگی، ویژگی‌ها، ساختار، بازیگران و امکانات فرهنگی خارجی ترکیه را بررسی می‌کند. به‌طور خاص، بر تجزیه و تحلیل ابعاد دوگانه دیپلماسی فرهنگی ترکیه، فرهنگ عالی و فرهنگ عامه، تأکید می‌کند که موفقیت دومی به ترکیه اجازه داده است آسیب به قدرت نرم خود ناشی از آشفتگی سیاسی داخلی را محدود کند.	دونلی ^۱ ۲۰۱۹

وجه تمایز پژوهش حاضر با مواردی که ذکر شد در تمرکز بر کارایی صنایع فرهنگی است. صنایع فرهنگی از مهمترین مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی محسوب شده و در صورت توسعه این صنایع، امکانات راهبردی برای ارتباطات فرهنگی بین ایران و سایر کشورها از جمله ترکیه فراهم می‌شود. با توجه به سابقه تاریخی و تمدنی مشترک بین ایران و ترکیه، ظرفیت قابل توجهی در این زمینه وجود دارد که با حذف موانع از یک سو و تقویت تعاملات فرهنگی از سوی دیگر می‌توان آن را به فعل تبدیل نمود. این پژوهش با ارائه راهکارهای کاربردی به‌ویژه برای رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما می‌تواند بستر تعاملات فرهنگی را افزایش دهد و به حل مشکلات در این زمینه کمک کند.

تعریف مفاهیم کلیدی

فرهنگ^۱: تعاریف بسیاری از فرهنگ ارائه شده است. در یک تعریف می‌توان گفت فرهنگ عبارت است از کیفیت یا شیوه بایسته یا شایسته برای آن دسته از فعالیت‌های حیات مادی و معنوی انسان‌ها که مستند به طرز تعقل سلیم و احساسات تصعید شده آنان در حیات معقول تکاملی باشد (جعفری، ۱۳۷۹: ۱۰).

1. Federico donelli
2. Culture



دیپلماسی: ^۱ دیپلماسی فن و عمل رهبری مذاکرات بین ملت‌ها به منظور حصول سازش که مورد رضایت متقابل همگان باشد و نیز آیین و آداب و مراسم و طرق رهبری این مذاکرات است (لغت‌نامه دهخدا). فرهنگ روابط بین‌الملل لانگمن در تعریف واژه دیپلماسی آن را عمل هدایت روابط میان دولت‌ها از طریق نمایندگان رسمی می‌داند.

دیپلماسی فرهنگی: ^۲ بر اساس تعریف میلتون کامینگز ^۳ دیپلماسی فرهنگی عبارت است از «مبادله و تبادل ایده‌ها، انگاره‌ها، ایده‌آل‌ها، اندیشه‌ها، اطلاعات، هنر، دانش، مهارت‌ها، باورها، سنت‌ها و سایر خاصه‌ها و عناصر فرهنگی میان یک کشور با دیگر کشورها و ملت‌ها برای ایجاد و تقویت درک و فهم متقابل» (کامینگز، ۲۰۰۳: ۱).

صنایع فرهنگی: ^۴ صنایع فرهنگی یعنی کالاها و خدمات فرهنگی در مقیاسی وسیع و هماهنگ با راهبردی که بیشتر مبتنی بر ملاحظات اقتصادی است و نه بر اساس توسعه فرهنگی به صورت صنعتی یا تجاری تولید، بازتولید، انبار و یا توزیع شود (وحدتی، ۱۳۹۵: ۱۹). آنکتاده ^۵ صنایع فرهنگی را اینگونه دسته‌بندی نموده است:

- الف. نمایش و اظهارات فرهنگی (جشنواره‌ها و...)
- ب. مکان‌های فرهنگی (موزه‌ها، آثار تاریخی، کتابخانه و ...)
- ج. هنرهای تجسمی (نقاشی، مجسمه‌سازی، عتیقه و عکاسی)
- د. هنرهای نمایشی (تئاتر، اجرای موسیقی، رقص‌های محلی و...)
- ه. تکثیر و انتشار (کتاب، روزنامه، مطبوعات و نشریات)
- و. رسانه‌های دیداری و شنیداری (تلویزیون، رادیو و...)
- ز. رسانه‌های جدید (انیمیشن، نرم‌افزار، محتواهای دیجیتالی و...)
- ح. طراحی داخلی (انواع گرافیک، مد و لباس، اسباب‌بازی و جواهرات)
- ک. خدمات خلاق (تبلیغات، معماری و...) (کیقبادی و همکاران، ۱۳۸۷).

1. Diplomacy
2. Cultural Diplomacy
3. Cummings, Milton
4. Cultural Industries
5. United Nations Conference on Trade and Development

مبانی نظری

برای تبیین موضوع پژوهش باید به نظریاتی استناد نمود که پاسخگوی مسائلی باشد که پژوهش به آن منظور انجام شده است. این پژوهش به منظور بررسی روابط فرهنگی بین دو کشور انجام شده و یکی از نظریاتی که به اثرگذاری فرهنگ در تعاملات بین‌المللی پرداخته نظریه سازه‌انگاری است. از سوی دیگر با توجه به اینکه دیپلماسی فرهنگی یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های قدرت نرم محسوب می‌شود استناد به مبانی نظریه قدرت نرم جوزف نای پاسخگوی مسائلی است که از تعاملات غیرخشونت‌آمیز و اقناعی در روابط بین‌الملل ناشی می‌شود. به همین منظور، نگارنده با بررسی مبانی این دو نظریه و تعمیم مؤلفه‌های آنها به موضوع مورد نظر، چارچوب نظری این پژوهش را تبیین کرده است.

سازه‌انگاری^۱ در روابط بین‌الملل: این نظریه برخلاف نظریه‌های خردگرا، مدعی است که فرهنگ نقش مهمی در روابط بین‌الملل دارد. به همین سبب، سازه‌انگاران یکی از دلایل ناکامی رئالیست‌ها و لیبرال‌ها را در تجزیه و تحلیل درست مسائل بین‌المللی در بی‌توجهی به بخش فرهنگی می‌دانند (رضایی و ترابی، ۱۳۸۹: ۶۶). نقطه عطف این نظریه در اواخر دهه ۱۹۸۰ با فروپاشی شوروی اتفاق افتاد. اتحاد و پایان جنگ سرد مردم را وادار کرد تا در توانایی تبیینی نظریه‌های جریان اصلی تجدید نظر کنند (هاف، ۱۹۹۸: ۱۷۱). در نتیجه، بحث جدیدی مطرح شد. بر این اساس، نظریه توسعه سازه‌گرایی الکساندر ونت در دانشگاه مورد توجه قرار گرفت و برجسته شد (لپید، ۲۰۰۷). سازه‌انگاران در روابط بین‌الملل به دنبال بازگرداندن فرهنگ و سیاست‌های داخلی به عرصه نظریه روابط بین‌الملل هستند و در این روند سعی می‌شود مختصات فرهنگ، سیاست و جامعه داخلی بررسی و با هویت و رفتار دولت در سیاست جهانی ارتباط یابد (خضری، ۱۳۸۸: ۷۹). این نظریه با افزایش وابستگی متقابل، احترام به ارزش‌ها و هنجارهای داخلی، ضمن ارج نهادن متقابل به هنجارهای جهانی باعث می‌شود دولت‌ها بر اساس احترام متقابل با یکدیگر رفتار کنند و به همین دلیل روابط میان آنها کمتر منازعه‌آمیز می‌گردد (ازغندی، ۱۳۸۳: ۲۳). سازه‌انگاری معتقد است که ساختارهای کلیدی در نظام دولتی به جای مادی، بین‌الذهانی هستند و بر نقش ایده‌ها، باورها و هویت‌ها در شکل دادن به نتایج بین‌المللی تأکید دارند (فازز، ۲۰۲۴: ۱۹۰). یکی از ابعاد مهم این نظریه دیدگاهی است که با استفاده از مبانی فرانتزری خود نسبت به تجزیه و تحلیل سیاست خارجی ارائه می‌دهد. دیدگاهی که بر اساس قوام متقابل



ساختار - کارگزار و عدم تقدم هستی‌شناسی یکی بر دیگری، نسبت به سیاست خارجی شکل گرفته و این حوزه را جدای از حوزه سیاست بین‌الملل نمی‌داند (رسولی ثانی‌آبادی، ۱۳۹۱: ۱۷۸). این نظریه به دولت‌هایی توجه می‌کند که بیش از حد بر هنجارها و ارزش‌های کهن خود تأکید داشته و خواهان واردکردن این عناصر در سیاست خارجی خود و به تبع آن مقابله با سیاست‌های جهانی هستند (تقی پور، ۱۳۹۶: ۷۹).

نظریه قدرت نرم^۱ جوزف نای: از دیدگاه نای موفقیت در سیاست‌های جهانی مستلزم استفاده از قدرت نرم به‌همراه قدرت سخت است: «قدرت، توانایی ترغیب دیگران برای انجام آنچه شما می‌خواهید، می‌باشد». از نظر او در عصر اطلاعات کشورهایی صاحب قدرت هستند که فرهنگ و ایده‌های مسلط آن‌ها به هنجارهای جهانی تبدیل شده باشد. بدین ترتیب فرهنگ سیاست‌های مقبول داخلی و خارجی و در اختیار داشتن ابزارهای ارتباطی به‌مثابه مؤلفه‌های شکل جدید قدرت (قدرت نرم) به حساب می‌آیند. همچنین عواملی مانند انسجام ملی، فرهنگ جهان - شمول و نهادهای بین‌المللی تحت تأثیر تحولات جهانی، اهمیت مضاعفی یافته‌اند (عسگری، ۱۳۸۹: ۶۴). ماهیت قدرت نرم بر مبنای شکل‌دهی بر ترجیحات دیگران استوار بوده و این امر به گونه‌ای ناملموس و با استفاده از جاذبه‌های فرهنگی، ارزش‌ها و نهادهای سیاسی انجام می‌شود (عسگری، ۱۳۸۹: ۶۷). از دیدگاه نای، برای ترغیب طرف مقابل به انجام رفتار دلخواه با قدرت نرم سه راه «پاداش»،^۲ جذب و^۳ اقناع^۴ وجود دارد. به‌عبارت دیگر، قدرت نرم توان یک کشور برای دستیابی اهدافش از طریق جذابیت و نه اجبار یا تنبیه می‌باشد. این جذابیت از فرهنگ، ایده‌های سیاسی و سیاست‌های یک کشور ناشی می‌گردد، به خصوص زمانی که این سیاست‌ها در نگاه دیگران مشروع به نظر برسد، قدرت نرم اعمال شده است (نای، ۱۳۸۲).

همانگونه که در ابتدای این بخش ذکر شد، کاربرد نظریه‌های یاد شده در این پژوهش، تأکید بر نقش فرهنگ و تعاملاتی است که از آن سرچشمه می‌گیرد. به این منظور با بهره‌گیری از نظریات سازه‌نگاری و قدرت نرم، نوع تعاملات فرهنگی ایران و ترکیه بررسی می‌شود. دلیل انتخاب این نظریات راهکارهایی است که هر کدام در راستای بهینه‌سازی روابط متقابل فرهنگی ارائه می‌دهند. در نظریه سازه‌نگاری رفتار هر بازیگر، ذهنیت و عکس‌العمل بازیگر دیگر را شکل

1. Soft Power
2. Payment
3. Attraction
4. persuasion

می‌دهد. بنابراین ج.ا. ایران با در نظر گرفتن جایگاه خود و منافع که از تعاملات با ترکیه حاصل می‌شود دیپلماسی فرهنگی خود را اعمال می‌نماید. در رابطه با کاربرد نظریه قدرت نرم نیز با تأکید بر نقش صنایع فرهنگی در ایجاد و بسط روابط بین دو کشور و خودداری از هر گونه اقدام خشونت-آمیز، می‌توان سیاست‌های فرهنگی ایران را توجیه نمود. قدرت فرهنگی، دیگر عرصه‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. پیشرفت در حوزه فرهنگ، منجر به پیشرفت‌های اقتصادی و سیاسی می‌شود.

روش تحقیق

این تحقیق با روش گراند تئوری یا تئوری زمینه‌بنیان انجام شده است. روش گراند تئوری یک شیوه پژوهش کیفی است که به وسیله آن با استفاده از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. این روش در شرایطی استفاده می‌شود که هدف مطالعه تدوین، تعدیل یا اصلاح یک نظریه باشد (بازرگان، ۱۳۸۷).

روش داده بنیاد معمولاً به سه شیوه اجرا می‌شود: شیوه نظام‌مند (سیستماتیک)، شیوه نخواست‌ه و شیوه سازگرا. در این تحقیق از روش سیستماتیک که به استراوس^۱ و کوربین^۲ نسبت داده می‌شود برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. روش سیستماتیک خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، محوری و انتخابی است. کدگذاری باز بلافاصله بعد از اولین مصاحبه انجام می‌شود. به عبارت دیگر محقق پس از هر مصاحبه شروع به پیدا کردن مفاهیم و انتخاب برچسب‌های مناسب برای آنها و ترکیب مفاهیم مرتبط می‌کند. در کدگذاری محوری پژوهشگر یکی از طبقه‌ها را به‌عنوان طبقه محوری انتخاب کرده و آن را تحت عنوان پدیده محوری در مرکز فرآیند مورد کاوش قرار داده و ارتباط سایر طبقه‌ها را با آن مشخص می‌کند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۲: ۱۹۰). کدگذاری گزینشی روند انتخاب مقوله اصلی به‌طور منظم و سیستماتیک با سایر مقوله‌ها، اعتبار بخشیدن به روابط و پر کردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش دارند، است (دانایی فر و اسلامی، ۱۳۸۹: ۱۱۲).

شرایطی که بر پدیده محوری پژوهش تأثیرگذار بودند، عبارتند از:

الف. شرایط علی در نظریه مبنایی به چرایی و چگونگی واکنش سوژه‌ها به یک پدیده خاص اشاره دارد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۲: ۱۵۳).

1. Anselm Strauss (1916-1996)
2. Juliet Corbin (1942)



ب. شرایط زمینه‌ای مجموعه خاصی از شرایط هستند که در یک زمان و مکان خاص پدید می‌آیند تا مجموع اوضاع و احوال یا شرایطی را به وجود آورند که اشخاص یا افراد (گروه‌ها) با عمل و تعامل‌های خود به آنها پاسخ دهند. شرایط زمینه‌ای منشأ در شرایط علی و دخیل داشته و محصول چگونگی تلاقی و تلفیق آنها با یکدیگر برای شکل‌دادن به الگوهای مختلف با ابعاد گوناگون اند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۲: ۱۵۴).

ج. شرایط مداخله‌گر و میانجی وضعیتی است که بر اتخاذ راهبردها و کنش و تعامل تاثیرگذار است. به عبارت دیگر این شرایط به عوامل و عناصری مناسب یا نامناسب اشاره دارند که اثرات یک یا چند عامل تغییر را کندتر یا فعال‌تر می‌سازند (محسنی تبریزی، ۱۳۹۵: ۱۴۸).

د. راهبرد، مکانیزم و تدبیری است که در برخورد با پدیده به کار گرفته می‌شود. کنشگران برای تحقق پدیده به تدابیری می‌اندیشند و بر اساس شرایط و امکانات موجود راهبردی را اخذ می‌کنند. استروس و کوربین راهبرد را چگونگی مدیریت توسط افراد در مواجهه با مسائل تعریف می‌کنند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۲: ۱۵۵).

ه. آخرین اصطلاح پارادایمی در روش استروس و کوربین پیامدهاست. هر جایی که انجام یا عدم‌انجام عمل، تعامل معینی در پاسخ به امر یا مسئله‌ای یا به‌منظور اداره یا حفظ موقعیتی از سوی فرد یا افرادی انتخاب شود، پیامدهایی پدید می‌آید. برخی از این پیامدها خواسته و برخی ناخواسته‌اند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۲: ۱۵۶). در دسته‌بندی مفاهیم و مقوله‌ها از نرم‌افزار «مکس.کیو.دی.ای» استفاده شده است.

جامعه تحقیق شامل ۱۲ نفر از صاحب‌نظران در زمینه روابط بین‌الملل، رسانه‌های بین‌المللی، صنایع فرهنگی، رایزنی فرهنگی و اساتید دانشگاه بوده که به‌صورت نظری انتخاب شده‌اند. مشخصات این افراد در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲: مشخصات مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	تحصیلات	سمت
۱	دکتری	رایزن فرهنگی سابق ایران در ترکیه
۲	فوق لیسانس	کارشناس فرهنگی و رسانه‌ای ترکیه در برون‌مرزی صداوسیما
۳	فوق لیسانس	کارشناس غرب آسیا
۴	لیسانس	کارشناس قفقاز

ردیف	تحصیلات	سمت
۵	لیسانس	وابسته فرهنگی سابق ایران در ترکیه
۶	دکتری	رایزن فرهنگی ایران در ترکیه
۷	فوق لیسانس	کارشناس فرهنگی معاونت فرهنگی سازمان فرهنگ و ارتباطات
۸	فوق لیسانس	کارشناس معاونت بین‌الملل سازمان فرهنگ و ارتباطات
۹	دکتری	مدیرکل روابط عمومی سازمان فرهنگ
۱۰	فوق لیسانس	کارشناس فرهنگی سابق ایران در ترکیه
۱۱	فوق لیسانس	کارشناس فرهنگی آسیا معاونت بین‌الملل
۱۲	دکتری	پژوهشگر صنایع فرهنگی و عضو هیات علمی دانشگاه

روش جمع‌آوری اطلاعات استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنت و در بخش عملی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و پرسشنامه محقق ساخته با الهام از موارد مشابه بوده که جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافته است. از مصاحبه دهم به بعد اطلاعات جدیدی توسط مشارکت کنندگان در پژوهش ارائه نشد ولی نگارنده برای اطمینان از اشباع نظری، مصاحبه‌ها را تا ۱۲ نفر ادامه داده است. روایی و پایایی پرسشنامه توسط استاد راهنما و مشاور و چهار نفر از استادان مرتبط با مدیریت امور فرهنگی بررسی و تأیید شد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایجی که از تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها و پیاده‌سازی مصاحبه‌ها به دست آمد، روابط فرهنگی ایران و ترکیه متأثر از عواملی است که هر کدام به نحوی در شکل‌گیری تعاملات متقابل دخیل بوده‌اند. صورت‌بندی و بیان مفاهیم در چارچوب گونه‌های صنایع فرهنگی که در بخش مبانی نظری معرفی شده‌اند، است. هر چند ممکن است به دلیل ماهیت انعطاف‌پذیر مفاهیم در علوم انسانی، برخی از این مفاهیم تناظر یک‌به‌یک با آن گونه‌ها نداشته باشند.

الف. شرایط علی: جدول شماره ۳ بر شرایطی تأکید می‌کند که پدیده محوری پژوهش یعنی دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه را مستقیم تحت تأثیر قرار داده و آن را تقویت نموده‌اند.



جدول ۳: مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در شرایط علی

مفاهیم	مقوله
<ol style="list-style-type: none"> ۱. تسهیل اخذ ویزا از طرف دولت ایران برای نخبگان ترکیه ۲. انتقال هویت فرهنگی و تمدنی ایران با صنایع دستی ۳. حمایت از ساخت زیورآلات با آلیاژهای مختلف در جنوب و غرب ایران ۴. معرفی هویت اصیل ایرانی به واسطه زیورآلات باستانی ۵. اهمیت دادن به صنعت سرمه‌دوزی در صنایع دستی ایران ۶. اتصال فرهنگی بین شهرهای ایران با ترویج صنایع دستی ۷. تسهیل و سرعت بخشیدن به توسعه هنرهای دستی توسط دولت ۸. توجه به نقش بخش خصوصی و فعالان اقتصادی در موفقیت صنایع دستی ۹. توجه به نقش مهم آثار هنری در انتقال هویت فرهنگی و تمدن ایران ۱۰. پایه‌گذاری تمدن فرهنگی و تاریخی توسط مفاخر هنری و ادبی ایران ۱۱. انتخاب افراد شایسته به‌عنوان رایزن فرهنگی ۱۲. همکاری نخبگان در عرصه دیپلماسی فرهنگی کشور ۱۳. تاسیس سازمان فرهنگ و ارتباطات مجازی مجهز به فناوری نوین 	سیاست‌های فرهنگی ایران
<ol style="list-style-type: none"> ۱. استقبال مخاطبان ترک از سریال‌های تاریخی ساخت ایران ۲. علاقه مردم ترکیه به موسیقی ایران خصوصاً موسیقی سنتی ۳. استقبال ترک‌ها از موسیقی ایرانی در فضای مجازی و رسانه‌های سنتی ۴. علاقه‌مندی مردم ترکیه به صنایع دستی ایران (با نقوش اسلامی و ایرانی) ۵. علاقه هنرمندان ترک به هنرهای تجسمی ایران ۶. استقبال از ترجمه کتاب‌های حوزه ادبیات کودک به ترکی ۷. هویت‌یابی کشورها با فرهنگ و تاریخ تمدنی ۸. فراگیری زبان فارسی توسط ترک‌ها از طریق رسانه‌ها ۹. اعتلای زبان ترکی با کمک زبان فارسی 	جاذبه‌های فرهنگی و هنری
<ol style="list-style-type: none"> ۱. استفاده از دیپلماسی فرهنگی برای ایستادگی در برابر حمله‌های فرهنگی ۲. همکاری با ترکیه برای استفاده از پلتفرم‌های بین‌المللی پخش فیلم ۳. حضور ایران در نمایشگاه کتاب بین‌المللی ترکیه ۴. حضور ناشران ترک در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران ۵. ترجمه بیش از ۵۰۰ عنوان کتاب فارسی به ترکی در چهار دهه اخیر ۶. افزایش سفر گردشگران ترک به ایران به واسطه اشتراک‌گذاری تجربیات سفر ۷. همکاری بخش خصوصی جهت معرفی موسیقی ایرانی ۸. افزایش اشتغال با تبادلات فرهنگی متقابل بین ایران و ترکیه 	تعاملات متقابل فرهنگی

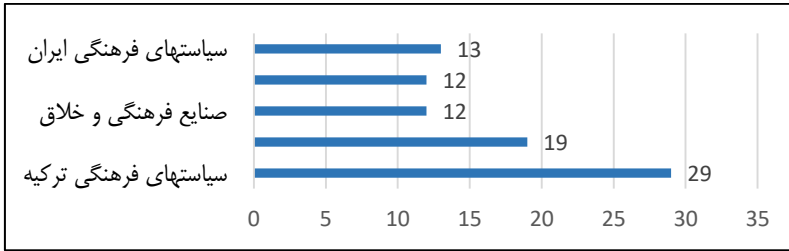


مفاهیم	مقاله
<p>۹. گسترش روابط با ترکیه با اتکاء به اشتراکات فرهنگی</p> <p>۱۰. برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های علمی جهت تبادلات فرهنگی و انعکاس رسانه‌ای آنها</p> <p>۱۱. انعقاد موافقتنامه فرهنگی میان موزه‌ها، مراکز اسناد و کتابخانه‌های دو کشور</p> <p>۱۲. افزایش تعاملات فرهنگی بین دو کشور از طریق گردشگری</p> <p>۱۳. نمایش قدرت سیاسی، نظامی و اقتصادی با استفاده از هنر</p> <p>۱۴. نقش مؤثر مناسبات فرهنگی در روابط بین ایران و ترکیه</p> <p>۱۵. توسعه محتوای اطلاعاتی با هم‌اندیشی دانشگاهیان و سیاستمداران</p> <p>۱۶. گسترش همکاری‌های بین‌المللی به واسطه رتبه علمی دانشگاه تهران</p> <p>۱۷. گسترش روابط ایران و ترکیه با توجه به شرایط منطقه‌ای</p> <p>۱۸. اهمیت دادن مردم ترکیه به مسائل کشورهای اسلامی مثل فلسطین</p> <p>۱۹. وجود اشتراکات فرهنگی، تاریخی، قومیتی و مذهبی و هنری ایران با ترکیه</p>	
<p>۱. رشد و غنای کسب و کارها با صنایع فرهنگی و خلاق</p> <p>۲. نمود دانش، نبوغ، خلاقیت، حکمت و خرد ایرانی در صنایع فرهنگی</p> <p>۳. انتقال آموزه‌ها و اندیشه‌های فرهنگی از طریق صنایع فرهنگی</p> <p>۴. انتقال میراث فرهنگی یک کشور به نسل بعدی با صنایع فرهنگی</p> <p>۵. حفظ و احیای سنن و میراث بومی کشور با صنایع فرهنگی</p> <p>۶. اشتغال‌زایی رشته‌های هنرهای صناعی و صنایع دستی</p> <p>۷. تأثیرگذاری آموخته‌های فرهنگی در تولید صنایع دستی</p> <p>۸. تحقق اهداف صنایع فرهنگی با کمک متخصصان رشته‌های مرتبط</p> <p>۹. اهداء صنایع دستی به زائران امام هشتم(ع) جهت انتقال فرهنگ ایرانی</p> <p>۱۰. پشتیبانی بانک‌ها از صنایع دستی، فیلم و سینما</p> <p>۱۱. شرکت متولیان صنایع فرهنگی ایران در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های ترکیه</p> <p>۱۲. ورود به بازارهای جهانی با توسعه صنایع فرهنگی</p>	<p>صنایع فرهنگی و خلاق</p>
<p>۱. توسعه دیپلماسی فرهنگی با ساخت سریال‌های ترکی</p> <p>۲. سرمایه‌گذاری در زمینه ساخت شهرک‌های سینمایی</p> <p>۳. سیاست‌های کارآمد در جذب سرمایه و مخاطب</p> <p>۴. بازنمایی تاریخ حماسی ترکیه با ساخت آثار تاریخی فاخر</p> <p>۵. سهولت دسترسی به سریال‌های ترکی در پلتفرم‌های مختلف</p> <p>۶. شناخت مکان‌های تاریخی ایران توسط گردشگران ترک</p> <p>۷. حمایت دولت ترکیه از صنعت سینما</p>	<p>سیاست‌های فرهنگی ترکیه</p>



مفاهیم	مقاله
۸. معرفی صنعت گردشگری و تجارت ترکیه با ساخت فیلم‌های سینمایی	
۹. حمایت قانون ترکیه از صنایع دستی	
۱۰. جذب هنرمندان مختلف در ترکیه با اعطای تسهیلات ویژه	
۱۱. ساخت سریال‌های عامه‌پسند جهت جذب مخاطب خارجی	
۱۲. معرفی فرهنگ، تاریخ و تمدن ایران و ترکیه به‌واسطه تبادلات فرهنگی	
۱۳. درآمدزایی و معرفی فرهنگ ترکی با صنعت فیلم‌سازی	
۱۴. تحول در بازار فرش و قالی با توجه به تغییرات زیست محیطی	
۱۵. تأسیس دفتر توسعه صنایع دستی با حمایت آمریکا	
۱۶. جذاب‌سازی محصولات منتخب صنایع دستی ترک برای بازار آمریکا	
۱۷. بهبود ذائقه مخاطبات ترک با ساخت سریال‌های تاریخی	
۱۸. پیشرفت ترکیه در استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی	
۱۹. درآمدزایی از محل فروش سریال‌های تلویزیونی	
۲۰. افزایش تأثیرگذاری سینمای ترکیه بر مخاطب	
۲۱. فروش صنایع دستی ترک به‌واسطه تبلیغات در سریال‌های ترکی	
۲۲. پویایی و برنامه‌ریزی کارآمد در حوزه مد و پوشاک ترکیه	
۲۳. رونق صنعت توریسم به‌واسطه زیرساخت‌های مناسب	
۲۴. رشد و توسعه صنایع دستی با استفاده از مس و مصنوعات فلزی	
۲۵. رشد و توسعه صنعت شیشه‌گری	
۲۶. پیشرفت ترکیه در صنعت مبلمان و مصنوعات چوبی	
۲۷. رشد قابل توجه رسانه در ترکیه	
۲۸. درآمدزایی قابل توجه از صادرات فرش ماشینی	
۲۹. عملکرد موفق ترکیه در جذب توریست و گردشگر	

در شرایط علی با توجه به نمودار شماره ۱ و مقایسه فراوانی مولفه‌های مندرج در آن، بیشترین فراوانی به سیاست‌های فرهنگی ترکیه اختصاص یافته که حاکی از توجه دولت ترکیه به رشد و توسعه امور فرهنگی است. در این زمینه عملکرد ایران از نصف عملکرد ترکیه نیز کمتر است. فراوانی تعاملات متقابل فرهنگی در قیاس با سایر مؤلفه‌ها غیر از سیاست‌های فرهنگی ترکیه نشان می‌دهد که هر دو کشور از این روابط منتفع می‌شوند.



نمودار ۱: فراوانی مؤلفه‌های فرهنگی در شرایط علی

ب. شرایط زمینه‌ای: در جدول شماره ۴ شرایط و زمینه‌هایی مطرح شده که بستر تعاملات متقابل بوده و زمینه‌ساز تحقق اهداف دو کشور در برقراری ارتباطات فرهنگی هستند. شناخت مختصات فرهنگی هر دو کشور در واقع راه را برای شناخت نقاط ضعف و قوت ارتباطات هموار می‌کند. اشراف و شناخت ظرفیت‌های بالقوه فرهنگی، دو کشور را قادر می‌سازد طرح تعاملات فرهنگی را بر آن اساس پی‌ریزی نمایند.

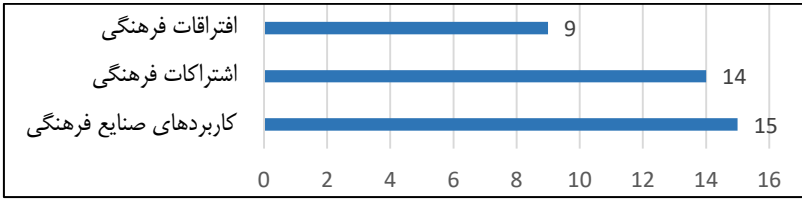
جدول ۴: مؤلفه‌های زمینه‌ساز دیپلماسی فرهنگی بین ایران و ترکیه

مفاهیم	مقوله
۱. نقش اقتصاد فرهنگ در شکوفایی اقتصاد کشور	کاربردهای صنایع فرهنگی
۲. اهمیت دستاوردهای مالی کشورها از صنایع فرهنگی	
۳. سنجش توسعه‌یافتگی کشورها با توسعه صنایع خلاق	
۴. اتکای صنایع خلاق به ابتکار، خلاقیت، پشتوانه فکری و سرمایه	
۵. صنایع فرهنگی در خدمت نیازهای روحی و معنوی انسان‌ها	
۶. تغییر ذائقه فرهنگی مردم به‌واسطه صنایع مدرن فرهنگی	
۷. قابلیت صنایع فرهنگی در ایجاد شغل و درآمد پایدار	
۸. کاربرد دیپلماسی فرهنگی در منافع اقتصادی و سیاسی	
۹. آسیب‌شناسی ساختار، مدل و فرآیندهای موجود دیپلماسی فرهنگی	
۱۰. بهبود و ارتقاء جایگاه تلویزیون و سینما با توجه به دیپلماسی فرهنگی	
۱۱. اثرگذاری عمیق فیلم و سریال بر مخاطب	
۱۲. همذات‌پنداری مخاطب با شخصیت‌های داستانی	
۱۳. تجلی فرهنگ هر منطقه در صنایع دستی آن	
۱۴. هویت‌بنیان بودن صنایع دستی	
۱۵. قوام‌بخشی دیپلماسی سیاسی به‌واسطه دیپلماسی علمی با هم‌اندیشی سیاست‌مداران و دانشگاهیان	



مقاله	مفاهیم
اشتراکات فرهنگی بین دو کشور	<ol style="list-style-type: none"> ۱. تعاملات در زمینه نشر کتاب و ترجمه آثار ترکی و فارسی به یکدیگر ۲. نقش نمایشگاه‌های مختلف در تبادلات فرهنگی بین ایران و ترکیه ۳. وجود تعاملات مثبت در حوزه موسیقی بین ایران و ترکیه ۴. وجود اشتراکات در صنایع دستی ایران و ترکیه ۵. وجود تشابه در صنعت نقره‌کاری ایران و ترکیه ۶. تأکید ایران بر اشتراک برخی مفاخر فرهنگی و ادبی با ترکیه ۷. وجود اشتراکات هنری بسیار بین ایران و ترکیه ۸. علاقه و ارادت مردم ترکیه به اهل بیت (علیهم السلام) ۹. وجود رقص‌های محلی مشترک در دو کشور ۱۰. تأثیرپذیری اقوام ترک از فرهنگ و تمدن ایرانی به‌دلیل مسیر مهاجرت ۱۱. وجود اشتراکات در صنایع فرهنگی ایران و ترکیه ۱۲. ظرفیت رسانه‌های جدید در ایجاد تعاملات متقابل ۱۳. اشتراکات منطقه‌ای با ارتباطات هنر و تمدن انسانی ۱۴. تبادل ارزش‌های ملی و فرهنگ به‌واسطه صنایع دستی
افتراقات فرهنگی بین دو کشور	<ol style="list-style-type: none"> ۱. تفاوت در سفالگری ایران و ترکیه ۲. تمایز نقره‌کاری ایران و ترکیه در رنگ و شکل ۳. تمایز ایران از ترکیه در میناکاری روی مس، طلا، نقره و زیورآلات ۴. تفاوت صنعت شیشه ایران و ترکیه در نقوش و مینیاتور ایرانی ۵. وجود تمایز بین صنایع دستی ایران و صنایع مدرن ۶. تفاوت فرش‌های ایران و ترکیه در طرح و رنگ ۷. وجود تفاوت در صنایع دستی ایران و ترکیه در استفاده از مس و فلزات ۸. سیاست‌های ترکیه در مواجهه با صدور فرهنگ ایرانی ۹. سیاست‌های ترکیه در مصادره فرهنگی آداب و رسوم ایرانی مثل نوروز

در نمودار شماره ۲ و در بحث شرایط زمینه‌ساز برای تعاملات فرهنگی متقابل، فراوانی مؤلفه‌ها نشان می‌دهد که اشتراکات فرهنگی و کاربردهای صنایع فرهنگی بیشتر از تفاوت‌های فرهنگی مورد توجه قرار گرفته‌اند. این مساله می‌تواند زمینه‌ساز بسط و توسعه اهداف دیپلماسی فرهنگی دو کشور باشد.



نمودار ۲: فراوانی عوامل زمینه‌ساز برای تعاملات فرهنگی ایران و ترکیه

ج. عوامل مداخله‌گر: جدول شماره ۵ نشان می‌دهد چه عواملی در ایجاد تعاملات فرهنگی بین دو کشور اخلاص ایجاد کرده‌اند.

جدول ۵: عوامل مداخله‌گر در تعاملات متقابل ایران و ترکیه

عوامل مداخله‌گر در دیپلماسی فرهنگی ایران	
مفاهیم	مقوله
<ol style="list-style-type: none"> نگاه انحصارگرایانه به تصدی امور فرهنگی توسط دولت نبود زیرساخت در برگزاری نمایشگاه هنرهای تجسمی ایران ناچیز بودن فعالیت در بخش دیپلماسی فرهنگی وجود مشکلات ساختاری و اداری در سازمان فرهنگ و سازمان ارتباطات و سازمان صداوسیما برای همکاری فرهنگی با سایر دولت‌ها کمبود تولید محتوای فرهنگی برای مخاطبان خارجی در بستر رسانه‌ها فقدان نظام آینده‌پژوهی و آینده‌نگری در حوزه فرهنگ و رسانه عدم ریل‌گذاری متناسب با تغییر ساختارها و ظرفیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای عدم همکاری سمن‌ها و بخش غیردولتی در دیپلماسی فرهنگی 	مشکلات زیربنایی
<ol style="list-style-type: none"> عدم توجه کافی به اقتصاد فرهنگ و رسانه در ایران بهره‌وری پائین اقتصادی در صنایع دستی ایران ضعف ایران در مراودات اقتصادی در هنرهای سنتی و صنایع دستی سهم ناچیز ایران از بازار جهانی صنایع دستی عدم سرمایه‌گذاری مناسب در حوزه صنایع فرهنگی ایران عدم تناسب اعتبارات و امکانات در سازمان فرهنگ و ارتباطات و معاونت برون‌مرزی صداوسیما کسری بودجه و فشار مضاعف به سازمان فرهنگ و ارتباطات تحمیل فشار به حوزه دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای با کاهش اعتبار و نیروی انسانی کمبود اختصاص سهم به صنایع فرهنگی در سبد معیشت خانوار گسترش فساد اقتصادی و تبعات آن برای اقتصاد فرهنگ ظن پولشویی تحت لوای صادرات صنایع فرهنگی ایران 	مشکلات اقتصادی

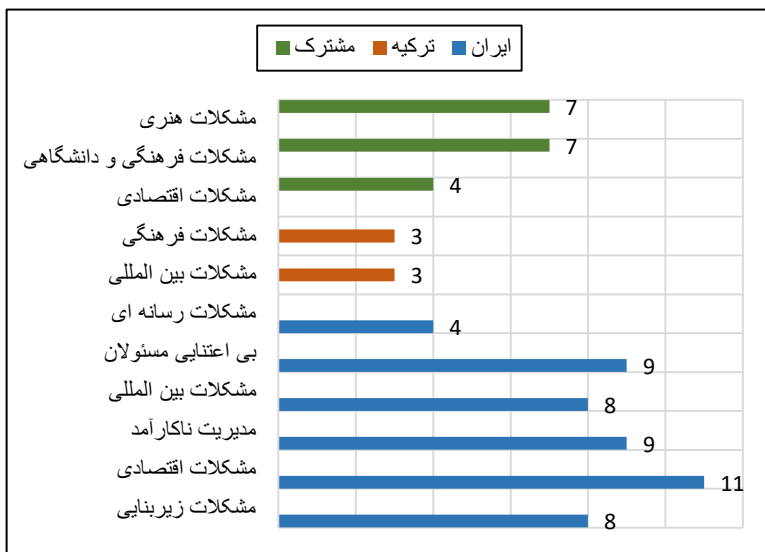


عوامل مداخله‌گر در دیپلماسی فرهنگی ایران	
مفاهیم	مقوله
<ol style="list-style-type: none"> ۱. ایجاد فاصله بین فرهنگ بومی و زندگی مدرن به‌واسطه اختلاط فرهنگی ۲. تهدید صنایع فرهنگی اصیل ایرانی با کپی‌برداری کشورهای دیگر ۳. عدم توجه به پژوهش در صنایع فرهنگی و خلاق ۴. بی‌توجهی به سبب فرهنگی مردم در ایران ۵. کمبود استفاده ایران از ظرفیت‌های فرهنگی در کشور ۶. کمبود اطلاعات دقیق از صنایع دستی کشور ۷. رفتار سلیقه‌ای و تجربیات شخصی در مواجهه با فرهنگ ۸. موازی‌کاری، تناقض و مغایرت در فعالیت‌های فرهنگی کشور ۹. عدم اتخاذ‌های فرهنگی واحد در ایران 	<p>مدیریت ناکارآمد</p>
<ol style="list-style-type: none"> ۱. ضعف دیپلماسی فرهنگی به دلیل اجرای پروژه ایران‌هراسی ۲. کمبود موفقیت تولیدات رسانه‌ای و هنری ایران به‌دلیل تحریم‌های غرب از منظر اقتصاد فرهنگ ۳. عدم موفقیت تولید و فروش فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی در خارج از کشور ۴. تاثیر مخرب تحریم‌ها بر ارتباطات بین‌المللی در صنایع دستی ایران ۵. عدم توجه به عمق اثربخشی دیپلماسی فرهنگی در مناسبات کشورها ۶. تولید صنایع دستی بی‌پشتوانه فرهنگی و هنری توسط کشورهای دیگر ۷. تاثیر نامطلوب سیاست خارجی بر صنایع فرهنگی در ایران ۸. عدم بالندگی تجارت ایران به‌واسطه سیاست خارجی محدود 	<p>مشکلات بین‌المللی</p>
<ol style="list-style-type: none"> ۱. قصور متولیان صنایع دستی ایران در باز زنده‌سازی هنرهای فراموش شده ۲. کم‌توجهی مسئولان به فعالیت‌های فرهنگی خارج از کشور ۳. عدم جدی گرفتن دیپلماسی فرهنگی از طرف مسئولان ذیربط در سازمان‌های فرهنگی و رسانه‌ای ۴. عدم شکل‌گیری نگاه ملی به سازمان فرهنگ و ارتباطات و معاونت برون مرزی صداوسیما ۵. وجود نگاه حاشیه‌ای به دیپلماسی فرهنگی در کل نظام ۶. تداوم پس‌رفت دیپلماسی فرهنگی به‌واسطه بی‌اعتنایی مسئولان ذیربط ۷. کمبود آگاهی برخی دولتمردان از ماهیت امور فرهنگی ۸. کم‌توجهی متولیان سیاست خارجی به دیپلماسی فرهنگی ۹. عدم تسلط، دانش و بینش سفیران در خصوص فواید دیپلماسی فرهنگی 	<p>بی‌اعتنایی مسئولان</p>
<ol style="list-style-type: none"> ۱. ضعف بازاریابی ایران در حوزه صنایع دستی ۲. عدم موفقیت بازاریابی در صنعت گردشگری توسط ایران ۳. عدم وجود زنجیره ارزش، برندینگ و تبلیغات مؤثر در صنایع دستی ۴. برجسته‌سازی کم فعالیت‌های فرهنگی از طریق رسانه 	<p>مشکلات رسانه‌ای</p>

عوامل مداخله‌گر در دیپلماسی فرهنگی ایران	
مقوله	مفاهیم
عوامل مداخله‌گر در دیپلماسی فرهنگی ترکیه	
مشکلات بین‌المللی	۱. پائین بودن قدرت خرید در ترکیه در حوزه صنایع دستی ایران ۲. امکان کم ترویج صنایع دستی دیگر کشورها در ترکیه ۳. آسیب محصولات چینی به فرش و گلیم ترکیه
مشکلات فرهنگی	۱. تناسب کم میان زندگی مردم ترکیه با محتوای سریال‌های تولید شده ۲. استقبال کم از سریال‌های عامه‌پسند در ترکیه با سبک زندگی اسلامی ۳. ضعف محتوا در فیلم و سریال‌های ترکی
عوامل مداخله‌گر در دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه	
مشکلات اقتصادی	۱. امکان کم مبادلات بین‌المللی به دلیل تحریم‌های آمریکا ۲. عدم تمایل واردکنندگان صنایع فرهنگی به معامله با ایران ۳. وجود مشکل در دریافت پول توسط صادر کنندگان صنایع خلاق ۴. ضعف بازاریابی صنایع دستی ایران در ترکیه
مشکلات فرهنگی و دانشگاهی	۱. وجود چالش در روابط فرهنگی دو کشور به دلیل اختلافات مذهبی ۲. ادعای ترکیه مبنی بر مصادره مولانا، شاهنامه و نوروز ۳. عدم وجود تعامل در حوزه خدمات خلاق ۴. عدم موفقیت در ایجاد رشته‌های مشترک و فرصت‌های مطالعاتی متقابل ۵. تحقق کم تعاملات علمی بین دو کشور از جمله تبادل دانشجو ۶. عدم اثربخشی تعاملات دانشگاهی بین ایران و ترکیه ۷. تعاملات ناچیز تبادلات و تعاملات علمی دانشگاه‌های ترکیه با دانشگاه ایران ۸. کم توجهی رسانه‌ها برای بسترسازی افزایش تعاملات فرهنگی و دانشگاهی و علمی
مشکلات هنری	۱. عدم حصول توافق در مورد اجرای تئاتر مشترک ۲. وجود مشکل زبان در برگزاری جشنواره تئاتر مشترک با ترکیه ۳. عدم کفایت مبادلات فرهنگی ایران و ترکیه در جشنواره‌های مختلف ۴. عدم موفقیت تعاملات دوجانبه در زمینه هنرهای تجسمی بین ایران و ترکیه ۵. حذف صنایع دستی به‌واسطه شهرنشینی و مکانیزاسیون ۶. عدم موفقیت تئاتر ایران در ترکیه به دلیل تفاوت زبان ۷. عدم موفقیت ایران در ترویج صنایع دستی خود در ترکیه ۸. تمرکز رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما بر امور سیاسی و کم‌توجهی در ترویج موضوعات هنری و فرهنگی



با توجه به نمودار شماره ۳ مشکلات اقتصادی، بی‌اعتنایی مسئولان و مدیریت ناکارآمد بیشترین فراوانی و نقش را در عدم کارایی فرهنگی ایران ایفا می‌کنند. وجود مشکلات اقتصادی در هر زمینه‌ای محتمل و ناگزیر است اما بحث مدیریت ناکارآمد و بی‌اعتنایی مسئولان به مقوله فرهنگ و عرصه‌های مرتبط با آن به‌ویژه رسانه، جای تأمل بسیار دارد. نظر یکی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش این مطلب را اثبات می‌نماید: «متأسفانه موازی‌کاری و وجود دستگاه‌های متعدد اجرایی در زمینه صادرات فرهنگی یکی از اصلی‌ترین علل رکود صادرات می‌باشد. سیاست خارجی بر صنایع فرهنگی سایه انداخته است. به دلیل ممیزی از طرف ارگان‌های مختلف از جمله دارایی، صادرکنندگان ناگزیر از صدور فاکتورهای صوری و دور زدن قوانین می‌شوند». مثال دیگر: «مشکل اساسی فقدان نگاه ملی به مقوله دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای و کم‌توجهی سکان‌داران اصلی سیاست خارجی به این حوزه، هم در داخل و هم در خارج از کشور است؛ دستگاه سیاست خارجی کشور به‌تبع فقدان نگاه ملی، به عمق اثربخشی دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای در مناسبات کشورها توجه لازم و کافی را ندارد. در همین راستا، سفرای ما نیز از تسلط، دانش و بینش لازم در این خصوص به صورت کامل برخوردار نیستند و نوعاً بر اساس تجربه‌های شخصی و سلیقه رفتار می‌کنند. البته بخشی از این مشکلات به نوع انتخاب و گزینش رایزنان فرهنگی نیز برمی‌گردد».



نمودار ۳: فراوانی عوامل مداخله‌گر در دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه

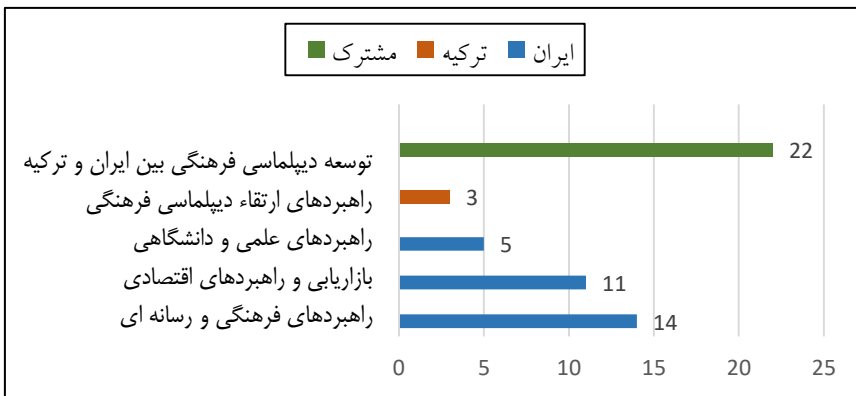
د. راهبردها: جدول شماره ۶، راهبردهایی را نشان می‌دهد که دو کشور ایران و ترکیه جهت بسط و توسعه روابط فرهنگی و غلبه بر مشکلاتی که ذکر شد در نظر گرفته‌اند.

جدول ۶: راهبردهای مؤثر در تقویت صنایع فرهنگی به‌منظور تعاملات متقابل

راهبردهای مدیریتی	
مفاهیم	مقوله
<ol style="list-style-type: none"> ۱. استفاده از بستر اینترنت برای فروش صنایع دستی ایران ۲. تلاش موردی ایران در تأسیس وب سایت‌هایی برای فروش صنایع دستی ۳. الگوپذیری از کشورهای همسایه در استفاده تبلیغاتی از سریال و فیلم و سایر تولیدات رسانه‌ای ۴. استفاده از فناوری‌های جدید در دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای ۵. استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی در تاثیرگذاری بر افکار عمومی ۶. معرفی صنایع فرهنگی ایران به جهان از طریق گردشگری مذهبی ۷. الگوپذیری از کشورهای همسایه در توسعه هنرهای دستی ۸. احیای هنرهای فراموش شده مثل کوبه‌بافی و شعربافی ۹. الگوبرداری سریال‌سازان ایرانی از سریال‌های ترکی ۱۰. توسعه فعالیت‌های فرهنگی در خارج از کشور ۱۱. کارآفرینی و حضور نیروهای خلاق در صنایع فرهنگی ۱۲. شناخت ارزش‌های فرهنگی مردم جامعه به‌واسطه صنایع فرهنگی ۱۳. جلوگیری از مصادره مفاخر ایرانی مثل ابن سینا توسط ترکیه ۱۴. استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در صنعت گردشگری ۱۵. نقش‌آفرینی بیش از پیش رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما در معرفی کالاهای فرهنگی، هنری و رسانه‌ای ایران 	<p>راهبردهای فرهنگی و رسانه‌ای</p>
<ol style="list-style-type: none"> ۱. توجه به جنبه‌های اقتصادی در صنایع فرهنگی ایران ۲. جذب سرمایه و مخاطب با استفاده از جاذبه‌های گردشگری ۳. مخاطب‌شناسی صنعت‌گران ایرانی در بازارهای ترکیه ۴. حمایت از صنعت ترمه ایرانی ۵. سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جهت کسب دستاوردهای مالی ۶. سرمایه‌گذاری و اهتمام ویژه در بخش صنایع فرهنگی و خلاق ۷. تسهیل روابط بین صادرکننده ایرانی و بازارهای جهانی ۸. ایجاد مراکز مشترک تبادلات جهت منتفع شدن کشورهای دیگر ۹. ایجاد کربدوره‌های تخصصی صادرات صنایع فرهنگی ایران ۱۰. محدود نکردن صادرات صنایع فرهنگی به سفرهای مقامات 	<p>بازاریابی و راهبردهای اقتصادی</p>

راهبردهای مدیریتی	
مفاهیم	مقاله
	۱۱. توجه به اقتصاد فرهنگ در بازاریابی صنایع دستی
<p>۱. مستندسازی اصول صنایع دستی قدیمی</p> <p>۲. توجه به اشتغال‌زایی صنایع فرهنگی برای دانش‌آموختگان دانشگاهی</p> <p>۳. ارتقاء صنایع فرهنگی با نگاه آکادمیک و تأسیس رشته‌های مرتبط</p> <p>۴. توسعه صنایع دستی با برگزاری همایش‌ها، نشر کتب و مقالات تخصصی</p> <p>۵. مطالعه و بررسی صنایع فرهنگی تاثیرگذار در جهان جهت الگوگیری</p>	راهبردهای علمی و دانشگاهی
راهبردهای کاربردی	
<p>۱. حل اختلافات مذهبی با توسعه همکاری‌های دینی</p> <p>۲. توافق جهت شرکت متقابل ترکیه و ایران در نمایشگاه‌های کتاب دو کشور</p> <p>۳. توجه به دستاوردهای دو کشور در جشنواره‌های مختلف</p> <p>۴. برنامه‌ریزی در حوزه موسیقی به‌واسطه اشتراکات فرهنگی</p> <p>۵. تمرکز بر دین مشترک توسط دو کشور به‌عنوان مرکز ثقل روابط</p> <p>۶. استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی دین اسلام در تقویت روابط دو کشور</p> <p>۷. افزایش اشتغال در صنایع فرهنگی با ترویج هنرهای تجسمی و نمایشی</p> <p>۸. هدف‌گذاری دقیق جهت توسعه بازارهای صادرات صنایع دستی</p> <p>۹. تعاملات ایران و ترکیه در حوزه آثار تاریخی و موزه‌ها</p> <p>۱۰. انعقاد تفاهم‌نامه ساخت فیلم و سریال‌های مشترک</p> <p>۱۱. گسترش همکاری‌های علمی بین دانشگاه تهران و دانشگاه‌های بزرگ ترکیه</p> <p>۱۲. تقویت جایگاه علمی ایران و ترکیه با اشتراک‌گذاری نقاط قوت یکدیگر</p> <p>۱۳. تقویت ارزش‌های مشترک منطقه‌ای، بین‌المللی، فرهنگی و دانشگاهی</p> <p>۱۴. تأسیس گروه‌های زبان فارسی و ترکی در دانشگاه‌های دو کشور</p> <p>۱۵. اجرای طرح‌های مشترک تحقیقاتی</p> <p>۱۶. برگزاری هفته فرهنگی دانشگاه‌های ایران و ترکیه</p> <p>۱۷. برگزاری نمایشگاه‌های کتب خطی بین دو کشور</p> <p>۱۸. شکل‌گیری همکاری بین دانشگاهی با محور گردشگری</p> <p>۱۹. اعزام اساتید دانشگاه‌های ایران و ترکیه جهت فرصت مطالعاتی</p> <p>۲۰. راه‌اندازی دفتر پارک علم و فناوری دانشگاه تهران در آنکارا</p> <p>۲۱. راه‌اندازی گروه زبان ترکی در دانشکده زبان‌ها و ادبیات خارجی</p> <p>۲۲. پایداری و اثربخشی روابط متقابل با گسترش همکاری‌های علمی دانشگاهیان</p> <p>۲۳. راه‌اندازی باشگاه رسانه‌ای متشکل از رسانه‌های ترکیه و ایران</p>	راهبردهای گسترش دیپلماسی فرهنگی بین ایران و ترکیه

همانگونه که در نمودار شماره ۴ مشاهده می‌شود بیشترین فراوانی مربوط به راهکارهای مشترک در ارتقاء دیپلماسی فرهنگی بین دو کشور می‌باشد. می‌توان نتیجه گرفت که در سایه تعاملات متقابل، راه دسترسی به اهداف مد نظر دو کشور هموار می‌شود. به نظر یکی از مصاحبه شونده‌گان: «نمایشگاه‌های مختلف فرهنگی، گردشگری، صنایع دستی، فیلم و کتاب می‌تواند در تبادلات فرهنگی میان دو کشور نقش اساسی داشته باشد. علاوه بر این، برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های علمی و فرهنگی میان دو کشور قابل توجه می‌باشد. عمده‌ترین دستاوردهای دو کشور در جشنواره‌های مختلف را می‌توان ایجاد شناخت و همگرایی میان نخبگان فرهنگی و تقویت روحیه یکپارگی در میان توده‌های مردم دانست».



نمودار ۴: راهبردهای تعاملات فرهنگی بین ایران و ترکیه

۵. پیامدها: جدول شماره ۷ پیامدهای حاصل از بکارگیری و یا عدم بکارگیری راهبردهایی است که بر مبنای نظرات مشارکت‌کنندگان در پژوهش ارائه شده است.

جدول ۷: دستاوردهای حاصل از بکارگیری دیپلماسی فرهنگی

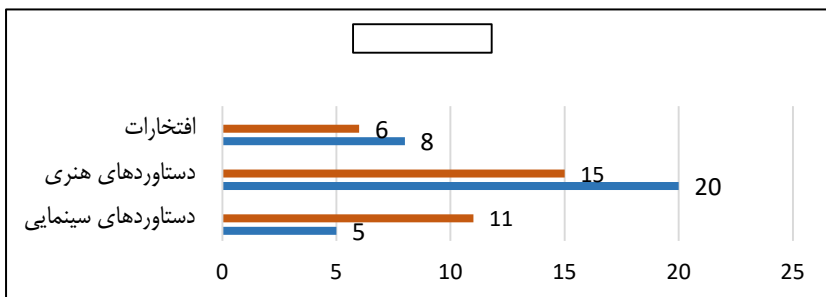
مفاهیم	مقوله
۱. موفقیت سریال یوسف پیامبر در جذب مخاطبان ترک ۲. برتری پویانمایی و انیمیشن ایرانی نسبت به ترکی ۳. برتری ایران در غنای محتوا در حوزه فیلم و سینما ۴. ارجحیت محتوای معنوی فیلم‌های ایرانی نسبت به فیلم‌های ترکی ۵. موفقیت سینمای ایران در زمینه ارزش‌های هنری	دستاوردهای سینمایی ایران

مقاله	مفاهیم
دستاوردهای سینمایی ترکیه	<ol style="list-style-type: none"> ۱. موفقیت سریال‌های ترکی در جذب مخاطب از کشورهای مختلف ۲. موفقیت سینمای ترکیه در جذب مخاطبان ایرانی ۳. موفقیت ترکیه در حوزه فیلم و سینما ۴. موفقیت سینمای ترکیه با استفاده موثر از فناوری روز ۵. برتری ترکیه در عکاسی دیجیتال و استفاده از فناوری غربی ۶. موفقیت ترویج فرهنگ و زبان ترکی با سینما و اقتصاد فرهنگ ۷. موفقیت صنعت سینما در ترکیه به‌واسطه همراهی با صنایع فرهنگی ۸. موفقیت اقتصادی ترکیه از ساخت سریال‌ها و فیلم‌های ترکی ۹. موفقیت ترکیه در حوزه هنرهای نمایشی ۱۰. موفقیت ترکیه در فیلم‌سازی به‌واسطه نبود ممیزی ۱۱. موفقیت فیلم‌های ترکی به‌واسطه جذابیت‌های بصری
دستاوردهای هنری ایران	<ol style="list-style-type: none"> ۱. درخشش هنرهای تجسمی ایران در نمایشگاه‌های بین‌المللی ۲. برتری ایران در زمینه نقاشی، مجسمه‌سازی و عتیقه جات ۳. پیشرو بودن ایران در ترویج صنایع دستی ۴. پیشرو بودن ایرانیان در صنعت شیشه‌گری ۵. موفقیت ایران در فلزکاری و مسگری ۶. موفقیت ایران در صادرات محصولات معرق و میناکاری ۷. سهم قابل توجه صنایع چوبی از صادرات ایران ۸. شهرت ایران در هنر قلاب‌دوزی ۹. برتری فرش و گلیم دستباف ایرانی نسبت به نمونه ترکی ۱۰. پیشرفت ایران در منبت، معرق و صنایع ترکیبی با چوب ۱۱. وجود بازار جهت صنایع دستی با کیفیت و اصیل ایرانی ۱۲. دستاوردهای فراوان اقتصادی و اجتماعی از صنایع فرهنگی ۱۳. افزایش توان اقتصادی و کسب هویت بین‌المللی به‌واسطه صنایع خلاق ۱۴. موفقیت ایران در معرفی هنر قلاب‌دوزی به جهان به‌واسطه صادرات ۱۵. موفقیت ایران در صادرات صنایع مزین شده با سرمه ۱۶. طرفدار داشتن فرش ایرانی در جهان به‌واسطه قیمت مناسب ۱۷. شهرت فرش دستباف و گلیم ایرانی در جهان به‌واسطه زیبایی و کیفیت ۱۸. محبوبیت هنرهای چوبی ایران در ابعاد بین‌المللی ۱۹. شهرت سفال و سرامیک ایران در بازارهای جهان ۲۰. اقرار شعرای ترک به اصالت و دوام شعر فارسی
دستاوردهای هنری ترکیه	<ol style="list-style-type: none"> ۱. موفقیت پوشاک ترک در حوزه اسلامی و غیر اسلامی ۲. موفقیت ترکیه در فرآوری نقره و صدور مجدد آن به ایران ۳. موفقیت ترکیه در توسعه صنایع فرهنگی ۴. شهرت صنعت فرش ترکیه به‌واسطه مرغوبیت و تجملی بودن

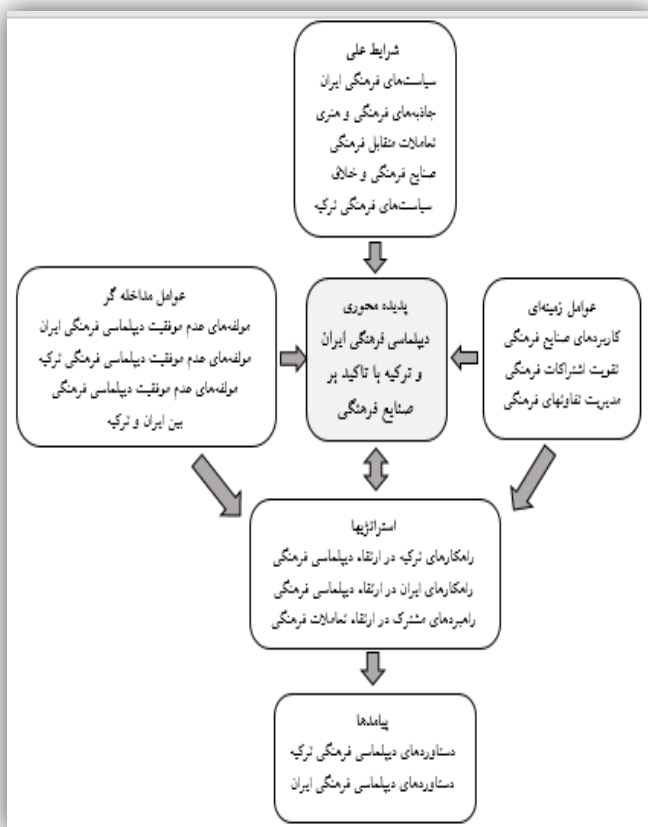


مفاهیم	مقوله
<p>۵. شاخص بودن فرشهای ترکیه به‌واسطه استفاده از طلا و تزئینات اسلیمی در آن</p> <p>۶. موفقیت ترکیه در تولید کفپوش ماشینی و دستباف</p> <p>۷. موفقیت ترکیه در تولید موکت و چمن مصنوعی</p> <p>۸. پیشتازی ترکیه در صادرات فرش به ایران</p> <p>۹. اصالت و گران قیمتی فرش دستباف ترک در فرهنگ ترکیه</p> <p>۱۰. موفقیت سرمایه‌گذاری ترکیه در صنعت توریسم و گردشگری</p> <p>۱۱. موفقیت ترکیه در صنعت نساجی، بافت پارچه و پوشاک مدرن</p> <p>۱۲. پیشی گرفتن ترکیه در توسعه صنایع دستی از ایران به‌واسطه خلاقیت</p> <p>۱۳. برتری ترکیه در فروش محصولات صنایع دستی با استفاده از فناوری‌های وب</p> <p>۱۴. موفقیت صنایع دستی ترک به‌واسطه نگاه توأمان اقتصادی فرهنگی</p> <p>۱۵. تعدد و تکثر رسانه در ترکیه نسبت به ایران</p> <p>۱۶. وجود رسانه‌های نیمه‌دولتی در ترکیه در کنار رسانه‌های دولتی</p>	
<p>۱. کسب جوایز بین‌المللی توسط سینماگران ایرانی</p> <p>۲. رضایت مشتریان بین‌المللی از طراحی فرش‌های ایرانی</p> <p>۳. جایگاه شاخص ایران از نظر کیفیت و اصالت هنرهای سنتی</p> <p>۴. محبوبیت صنایع دستی ایران برای گردشگران خارجی</p> <p>۵. تمایز و کسب اعتبار صنایع دستی ایران به‌واسطه اصالت فرهنگی</p> <p>۶. اطلاق سینمای معناگرا به صنعت فیلمسازی ایرانی</p> <p>۷. تعلق ۱۴ شهر صنایع دستی به ایران</p> <p>۸. ثبت ۳۰۰۰ گونه مختلف هنری در ایران به روایت کارشناسان</p>	افتخارات ایران
<p>۱. اختصاص ۶۵ درصد تولید فرش ماشینی جهان به ترکیه</p> <p>۲. کسب عنوان صادر کننده پیشرو فرش ماشینی جهان توسط ترکیه</p> <p>۳. موفقیت ترکیه در فروش صنایع دستی به مصرف کنندگان خارجی</p> <p>۴. کسب رتبه اول صادرات فرش ماشینی توسط ترکیه</p> <p>۵. اطلاق لقب ترکیه خلاق به‌واسطه عملکرد در صنایع دستی این کشور</p> <p>۶. کسب جایگاه برتر منطقه در حوزه رسانه به‌واسطه تنوع کانال‌های رسانه‌ای</p>	افتخارات ترکیه

نمودار شماره ۵ مقایسه پیامدهای کاربرد راهبردهای فرهنگی دو کشور است که نشان می‌دهد علیرغم کاستی‌های فراوان در بدنه فرهنگی ایران، به جز دستاوردهای سینمایی، ایران در مؤلفه‌های دستاوردهای هنری و کسب افتخارات فرهنگی نسبت به ترکیه برتری دارد. البته در حوزه رسانه، ترکیه به‌دلیل داشتن رسانه‌های متعدد دولتی و نیمه‌دولتی، از ایران پیشتاز است.



نمودار ۵: پیامدهای به‌کارگیری راهبردهای پیشنهادی





شکل ۱: مدل خلاصه شده تحقیق

نتیجه‌گیری

این پژوهش در تجزیه و تحلیل نوع رفتار و تعاملات ایران و ترکیه با یکدیگر بر مبنای هستی‌شناختی سازه‌انگاری از یک سو و کارایی صنایع فرهنگی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های قدرت نرم از سوی دیگر مبتنا دارد. در تعمیم شاخص‌های نظریه سازه‌انگاری به روابط ایران و ترکیه می‌توان گفت که ذهنیاتی که در عرصه بین‌الملل از سیاست‌های یک کشور وجود دارد، در واقع ساخته عملکرد دولت می‌باشد. هر کنش یا واکنشی در قبال مسائل بین‌المللی، سیگنالی را برای کشورهای دیگر ارسال می‌کند که نشان‌دهنده موضع انجام‌دهندگان آن است. ایران تلاش نموده با اتکا به مبنای دین مبین اسلام و تلفیق آن با فرهنگ و تمدن ایرانی، هویت خود را باز تعریف نموده و با استفاده از قدرت رسانه‌های جمعی (صداوسیما و غیر صداوسیما) به اطلاع کشورهای دیگر برساند. صنایع فرهنگی در حوزه قدرت نرم از ابزار مهمی هستند که دستیابی به این هدف را تسهیل می‌نمایند. نمایش فیلم‌های معناگرای ایرانی در جشنواره‌های سینمایی، شرکت در نمایشگاه‌های کتاب بین‌المللی، شرکت در جشنواره‌های موسیقی، اجرای تئاتر در زمینه‌های مختلف، توسعه صنعت گردشگری از مصادیق این کاربردهاست. در کنار مواردی که کم‌وبیش حوزه صنایع فرهنگی را پوشش می‌دهند توجه به نقش بی‌بدیل صدا و سیما ضروری به نظر می‌رسد. در واقع به‌واسطه رسانه می‌توان تمامی عناصر فرهنگی را به کشورهای دیگر ارائه نمود.

لازم به ذکر است در بررسی مطالعاتی که در این زمینه انجام شده (پیشینه پژوهش)، هیچیک بر کارایی صنایع فرهنگی در ارتقاء دیپلماسی فرهنگی تاکید ننموده و این مطلب مهم به نوعی مغفول مانده است. این پژوهش در صدد بود ظرفیت‌های صنایع فرهنگی را در بهبود و گسترش تعاملات فرهنگی بین ایران و ترکیه برجسته نموده و نقاط ضعف و قوت آن را شناسایی نماید. با توجه به مدلی که از تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به دست آمده مشخص است که ترکیه از چه روش‌هایی در راستای موفقیت دیپلماسی فرهنگی خود بهره برده و همچنین ایران در چه زمینه‌هایی نقطه ضعف و قوت دارد. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت دولت‌ها می‌توانند با استفاده از قدرت نرم، منویات مورد نظر خود را از طرق مسالمت‌آمیز و غیرمستقیم به جامعه بین‌الملل القاء نمایند. از آنجائی که فرهنگ با سرشت بشر پیوند ناگسستنی و مستحکمی دارد، استفاده از فاکتورهای فرهنگی و مدیریت آنها می‌تواند اثر بخشی قابل ملاحظه‌ای در پذیرش سیاست‌های منطقه‌ای از سوی دولت‌های دیگر داشته باشد. ج.ا.ا ایران نیز



با اتکاء به پیشینه فرهنگی، دینی و تمدنی خود، سیاست‌هایی را در عرصه بین‌الملل دنبال می‌نماید که مبتنی بر شناساندن چهره فرهنگی کشور بوده و نشان‌دهنده صلح‌طلبی و رفتار مسالمت‌آمیز با دولت‌های منطقه و همچنین جلوگیری از موفقیت دشمنان در تصویرسازی نادرست از نظام و سیاست‌های خارجی ج.ا.ایران می‌باشد.

پیشنهادهای کاربردی و رسانه‌ای

۱. با توجه به قدرت رسانه در تبیین سیاست خارجی و ارائه تصویر صحیح از هویت یک کشور، پیشنهاد می‌شود کارگروهی متشکل از سیاست‌مداران، متولیان فرهنگی کشور و اصحاب رسانه به‌طور تخصصی اهداف سیاست خارجی ج.ا.ایران را از طریق رسانه‌های درون مرزی و برون مرزی و از طریق رسانه‌های جدید مثل اینترنت و ماهواره تشریح نمایند.
۲. با توجه به ظرفیت شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی برون مرزی مثل «سحر» و «سحاب»، پیشنهاد می‌شود جهت ارتقاء ذائقه مخاطبان در راستای توجه به هویت ج.ا.ایران و مقابله با ایران‌هراسی، برنامه‌هایی با اهداف بلندمدت را استمرار دهند تا توطئه‌های دشمنان را خنثی نماید.
۳. از نقاط ضعف ایران در تعاملات فرهنگی با ترکیه، کمبود رسانه‌های ویژه در این حوزه است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود رادیو استانبولی برون مرزی توسعه یابد و همچنین تلویزیون استانبولی در یک سطح کیفی بالا و همسان با رسانه‌های ترکیه راه‌اندازی شود. همچنین حضور برون مرزی صداوسیما در پلتفرم‌های اینترنتی در انعکاس اهداف ایران به طرف ترکی و تنویر افکار عمومی ترکیه مؤثر است.
۴. با توجه به جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و تمدنی ایران و ظرفیت بسیار در رونق صنعت گردشگری، پیشنهاد می‌شود برون مرزی صداوسیما به نحو مقتضی مستندهایی را در معرفی صنعت گردشگری ایران تهیه و در پلتفرم‌های موجود به نمایش بگذارد.
۵. برون مرزی صداوسیما می‌تواند در انجام تورهای مجازی از طبیعت ایران در تلویزیون ملی ج.ا.ایران، انجام تورهای مذهبی مجازی از مکان‌های زیارتی و موزه‌گردی مجازی در حوزه ترکیه، پیشرو باشد.

۶. پیشنهاد می‌شود با ابتکار برون‌مرزی صداوسیما، باشگاه رسانه‌ای متشکل از رسانه‌های دولتی و نیمه‌دولتی ترکیه و ایران برای ترویج فرهنگ مشترک و معرفی کالاهای فرهنگی مشروع دو کشور در یکدیگر تشکیل شود.
۷. ردیف بودجه جهت حمایت از صنایع خلاق و استارت‌آپ‌های صنایع دستی و فرهنگی توسط سازمان‌های مرتبط اختصاص یابد.
۸. سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی در انتخاب متولیان امور فرهنگی و همچنین سفیران و رایزنان فرهنگی بر اساس دانش و توانمندی‌های تخصصی بازنگری نماید.
۹. متولیان سیاست‌گذاری‌های کلان فرهنگی در راستای دستیابی به یک رویه واحد، از موازی-کاری و هدررفت منابع جلوگیری نمایند.
۱۰. جلسات مشترک بین متولیان سیاست خارجی و متولیان فرهنگی و رسانه‌ای کشور جهت تبیین نقش فرهنگ در سیاست خارجی برگزار شود.
۱۱. دولت با تسهیل صادرات کالاهای فرهنگی و حذف بروکراسی اداری از تولیدکنندگان آثار فرهنگی، هنری و رسانه‌ای حمایت نماید.

منابع و مأخذ

- ازغندی، علیرضا (۱۳۸۳). *سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*. چاپ دوم، تهران: قومس.
- استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۲). *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای*. چاپ سوم، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- بازرگان هرندی، عباس (۱۳۸۷). *روش تحقیق آمیخته: رویکردی برتر برای مطالعات مدیریت*. دانش مدیریت، ۲۱(۸۱)، ۱۹-۳۶.
- بصیری، محمدعلی، موسایی، علی، و ایزدی، امیرمحمد (۱۳۹۹). *مقایسه دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در آسیای مرکزی، جستارهای سیاسی معاصر*، ۱۱(۲)، ۶۳-۲۹.
- تاووز، روث (۱۳۹۵). *درآمدی پیشرفته بر اقتصاد فرهنگ*. تهران: تیسرا.
- تقی‌پور، عادل (۱۳۹۶). *سازمان‌گاری و مطالعه ایران و فرهنگ در سیاست جهانی*. *مطالعات روابط فرهنگی بین‌المللی*، ۳(۵)، ۷۳-۹۴.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۷۹). *فرهنگ پیرو فرهنگ پیشرو*. تهران: مؤسسه تدوین و نشر آثار علامه.
- جوادی ارجمند، محمدجعفر (۱۳۹۲). *تاثیر جهانی شدن فرهنگ بر جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی ایران*. *مطالعات انقلاب اسلامی*، شماره ۳۴، ۱۶۳-۱۸۰.

چیانی، فروز (۱۳۹۴). «دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در آسیای مرکزی از فروپاشی شوروی ۱۹۹۱ تا ۲۰۱۴». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، گروه علوم سیاسی.

خضری، رویا (۱۳۸۸). جایگاه فرهنگ در نظریه‌های بین‌الملل. *رهیافت انقلاب اسلامی*، ۱۰، ۷۷-۹۰. دانایی فرد، حسن، و اسلامی، آذر (۱۳۸۹). کاربرد نظریه داده بنیاد در عمل: ساخت نظریه بی‌تفاوتی سازمانی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.

رجیبی، محمد، و عساری، احمدرضا (۱۴۰۰). منابع، اهداف و ابزارهای دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه مطالعات قدرت نرم*، (۲)، ۱۱، ۱۰۵-۱۲۳. رحمانی تیرکلایی (۱۴۰۲). دیپلماسی فرهنگی ایران به مثابه قدرت نرم. *مطالعات قدرت نرم*، (۳)، ۱۳، ۵۱-۶۶.

رسولی ثانی‌آبادی، الهام (۱۳۹۱). بررسی هویت نظام جمهوری اسلامی ایران از منظر سازه‌انگاری. *علوم سیاسی*، (۵۸)، ۱۵، ۱۷۷-۲۰۰.

رضایی، علیرضا، و ترابی، قاسم (۱۳۸۹). تبیین جایگاه فرهنگ در نظریه‌های سیاست و روابط بین‌الملل: فرهنگ به‌عنوان عرصه‌ای برای تعامل یا تقابل. *علوم سیاسی*، شماره ۱۳، ۵۳-۸۲. رنجکش، محمدجواد (۱۳۹۸). بررسی تطبیقی دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در آسیای مرکزی. *سیاست و روابط بین‌الملل*، سال دوم، ۶۹-۸۴. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۲۵). لغتنامه دهخدا.

عسگری، محمود (۱۳۸۹). رویکردی انتقادی به نظریه قدرت نرم. *راهبرد دفاعی*، (۲۸)، ۸، ۶۱-۸۶. کولایی، الهه، و باقری، یوسف (۱۳۹۹). چالش‌های دیپلماسی فرهنگی ایران و ترکیه در آسیای مرکزی. *مطالعات اوراسیای مرکزی*، (۲)، ۱۵، ۲۸۹-۳۱۳.

کیقبادی، مرضیه. فخراپی، مرضیه. علوی، سارا. زواری، عبدالمجید (۱۳۸۷). از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق، شناخت صنعت فرهنگی، اندیشکده صنعت و فناوری (آصف)، اداره تبلیغات اسلامی، قم. محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۹۵). روش تحقیق کیفی در مکاتب تفسیری. تهران: نشر اطلاعات. مشفق، زهرا (۱۴۰۰). نگاهی بر ابعاد و دستاوردهای دیپلماسی اقتصادی و فرهنگی در کشور ترکیه. *ماهنامه علمی‌امنیت اقتصادی*، (۱۱)، ۹، ۷۱-۹۴.

منیری، مهدی، صالحی امیری، سیدرضا، و چاوش‌باشی، فرزانه (۱۳۹۷). ارائه استراتژی مناسب دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر مقایسه تطبیقی ایران و ترکیه، *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، (۴۱)، ۱۹، ۱۲۱-۱۴۹.



- Akif Kumral, M. (2020). Introduction: Historical Psychology of Turkey-Iran Neighborhood Relations, In book: *Exploring Emotions in Turkey-Iran Relations*, 1-67. DOI: 10.1007/978-3-030-39029-7_1
- Brydges, T. (2024). *The Future of Creative Industries and Labour*. Bristol university press. Pp 327-339. DOI: 10.51952/9781529220599.ch025
- Charles, S. (2024). The Role of Soft Power in International Relations. *International Journal of Political Science Studies*, 1(1), 25–35.
- Cummings, Milton C. (2003). *Cultural Diplomacy and the US Government: A Survey*. Washington DC: Centre for Arts and Culture.
- Donelli, F. (2019). Persuading through Culture, Values, and Ideas: The Case of Turkey's Cultural Diplomacy, *Insight Turkey*, 21(3), 113-134. DOI: 10.25253/99.2019EV.04
- Fares, A. (2024). The Evolution and Impact of Constructivism in International Relations Theory. *Journal of International and Prospective Studies*, 1(1), 190-230. <https://oj.uit.ac.ma/index.php/jips/article/view/47>
- Grincheva, N. (2023). The past and future of cultural diplomacy. *International Journal of Cultural Policy* 30(1):1-20. DOI:10.1080/10286632.2023.2183949
- Hopf, Ted (1998). The Promise of Constructivism in International Relations Theory. *International Security* 23(1), 171-200.
- Lapid, Yosef (2007). The Third Debate: On the Prospects of International Theory in a Post-Positivist Era. *International Studies Quarterly* 33(3), 235-254
- Nye, J.S. (2004). *Soft power: the means to success in world politics*. New York: public affairs.