

دیپلماسی نوین فرهنگی چین

عادل خانی*

ابراهیم پرویز**

چکیده

کشور پهناور چین از معدود کشورهای جهان است که از دهه هشتاد قرن بیستم میلادی تاکنون شاهد بیشترین تغییرات و تحولات در عرصه های مختلف بوده است. پایان سیستم حکومت امپراطوری و شروع انقلاب جمهوری در سال ۱۹۱۱ میلادی و متعاقباً انقلاب کمونیستی ۱۹۴۹ میلادی از آن جمله می باشد. پس از پیروزی انقلاب کمونیستی ۱۹۴۹ میلادی، دیپلماسی فرهنگی چین سیر تکاملی متفاوتی را در طول هفت دهه طی کرده است. کسب وجهه و اعتبار بین المللی و نفوذ در افکار عمومی و به عبارتی، دسترسی به قدرت نرم، از جمله اهداف مهم و در عین حال، تصریح نشده دیپلماسی کشورها در حوزه سیاست بین الملل است که این مهم، به تناسب موقعیت، جایگاه، امکانات، فرصتها و ظرفیتهای فرهنگی هر کشور به شیوه ها و مکانیسم های مختلف تعقیب می گردد. از این رو؛ چین وارد دوران جدیدی از توسعه شده است که از تبلیغ ارزشهای کمونیستی و تقابل با فرهنگ سنتی چینی تا نگاه ابزاری گرایانه به آن و اتخاذ استراتژی نوین فرهنگی برای افزایش قدرت نرم و برندسازی فرهنگ چینی به دنبال بین المللی کردن فرهنگ چینی در سال های اخیر بوده است. این نوشته بر آن است به مطالعه و بررسی رویکردها و شیوه های دیپلماسی فرهنگی چین در طول هفتاد سال گذشته بپردازد و سپس چگونگی استفاده موثر از طرح «یک راه یک کمربند» به عنوان دیپلماسی نوین فرهنگی تجزیه و تحلیل خواهد شد.

واژگان کلیدی: چین، قدرت نرم، دیپلماسی فرهنگی، برندسازی فرهنگی

* دکتری مردم شناسی از دانشگاه پکن، مدرس دانشگاه و کارشناس ارشد توسعه روابط فرهنگی
** کارشناسی ارشد روابط بین الملل و کارشناس ارشد توسعه فرهنگی

مقدمه

تحولات دهه‌های اخیر در حوزه روابط بین‌الملل، حاکی از اهمیت مقوله فرهنگ در دستیابی به اهداف و گشودن عرصه‌های جدید در روابط فرهنگی بین ملت‌ها و رویکرد به شیوه‌ها و ابتکارات بدیع است. اخیراً عرصه روابط بین‌الملل، به شدت، تحت تأثیر عوامل فرهنگی و هویتی قرار دارد. از این رو، کسب وجهه و اعتبار بین‌المللی و نفوذ در افکار عمومی و به عبارتی، دسترسی به قدرت نرم، از جمله اهداف مهم در حوزه سیاست بین‌الملل است که این مهم، به تناسب موقعیت، جایگاه، امکانات، فرصت‌ها و ظرفیت‌های فرهنگی هر کشور به شیوه‌ها و مکانیسم‌های مختلف تعقیب می‌گردد. شکل‌گیری دیپلماسی فرهنگی در تداوم این جریان قرار دارد و سبب شده تا از آن به عنوان ابزاری کارآمد و قدرت‌آفرین در صحنه معادلات جهانی بهره‌گرفته شود و موجبات ارتقاء و توسعه سطح روابط بین‌دولت‌ها و رشد تفاهم ملت‌ها و تقویت پیوندهای منطقه‌ای و جهانی فراهم گردد. چنان‌که دیپلماسی فرهنگی امروزه اهمیت بسزایی در تأمین منافع بلندمدت و امنیت ملی هر کشور داشته و سبب بهبود وجهه ملی، تأثیر و نفوذ در افکار عمومی و گسترش مبادلات و ارتباطات فرهنگی در کشورها شده است. از سویی، قدرت‌یابی و کسب و تولید قدرت در دنیای جدید در مقایسه با گذشته از الگوهای متفاوتی پیروی می‌کند و به نوعی، متغیرهای جدیدی را جهت تولید، و اعمال قدرت و نیز تحلیل مسائل بین‌المللی، وارد حوزه روابط بین‌الملل نموده است. تأثیری که چین بر روی دنیا می‌گذارد اکنون از هر زمان دیگری فراگیرتر، عمیق‌تر، و پایدارتر است و دنیا توجه بیشتر و بیشتری به این کشور مبذول می‌دارد. طی هفتاد سال گذشته، چین تحت رهبری حزب کمونیست شاهد تغییرات عمیقی بوده و به طرز معجزه‌آسایی از یک

کشور بزرگ فقیر با اکثریت روستانشین و نیمه مستعمره تبدیل به قدرت دوم اقتصادی جهان توسعه پیدا کرده است، امری که در تاریخ بشری بی سابقه بوده است. چین ظرف چند دهه مسیری را پیموده که کشورهای توسعه یافته ظرف چند صد سال طی نمودند. چین تا پایان سال ۲۰۱۹ با دارا بودن ۱۵/۸۶٪ از سهم اقتصاد جهان^۱ به دومین اقتصاد بزرگ دنیا تبدیل گردیده است و نیازهای مادی جمعیت حدوداً ۱/۵ میلیارد نفری را تأمین می کند، و از رونق و شکوفایی نسبی در همه عرصه ها برخوردار گردیده است. بر اساس پیش بینی های صندوق بین المللی پول، تا سال ۲۰۲۲ چین با اختلاف نسبتاً قابل توجهی از سایر کشورها، همچنان پیشتاز اقتصادهای جهان خواهد بود.

چین

چین کشوری بزرگ با تمدنی چند هزار ساله است. این کشور در طول تاریخ به مدت طولانی جزو پیشرفته ترین کشورهای دنیا قلمداد می شد. در دوران معاصر، چین گرفتار فقر و ضعف شد و در معرض اختلافات داخلی و تجاوز خارجی قرار گرفت. این کشور حتی تا مرز نابودی کامل پیش رفت. چینی ها در قالب تلاش و تقلای بی وقفه رؤیای شکوفایی و طراوت و شادابی مجدد برای کشور خود و سعادت و خوشبختی را برای مردم خود در سر می پروراندند. آنها تحت رهبری حزب کمونیست، جمهوری خلق چین را در سال ۱۹۴۹ تأسیس و جامعه نیمه مستعمره و نیمه فئودال خود را به یک جامعه جدید تبدیل کردند و استقلال ملی و آزادی مردم را محقق ساختند. چین سپس وارد دوران توسعه شد. این کشور طی ۷۰ ساله گذشته علیرغم همه مشکلات به سمت جلو حرکت کرده و مسیر خود را به سمت توسعه جستجو کرده است. مردم چین با تکیه بر فرهنگ چند هزار ساله چین، تجارب و درس های برگرفته از پیدایش سوسیالیسم، افول و طلوع چین در عرض ۱۷۰ سال، و پیشینه انقلاب، بازسازی، و اصلاحات،

¹ <https://www.isna.ir/news/98061808958>

مسیر سوسیالیسم را با مشخصه ها و ویژگی های چینی ترسیم نموده اند و نتایج قابل توجهی را به دست آورده اند (چین و جهان در دوران جدید، ۱۳۹۸، ۵). چین به این موضوع وقوف دارد که توان واقعی برای دگرگون ساختن و تغییر شکل رفتار جهانی و امور بین الملل را به گونه ای که متناسب با اهداف خود باشد داراست. چین برای تبدیل شدن به یک قدرت موثر و اول جهانی با بالا بردن توانایی ملی خود اکنون در صحنه بین الملل نقش موثری برای خود ایجاد کرده است و با عملی ساختن طرح «یک راه یک کمربند» جدید این توانایی بطور قابل ملاحظه ای افزایش می دهد. این استراتژی چین را قادر می سازد یک محیط مسالمت آمیز واقعی در اطرافش ایجاد کند تا به هدف و تحقق رویای چین بزرگ برسد.

قدرت نرم چین

جوزف نای از پیشگامان طرح قدرت نرم، در کتاب «کاربرد قدرت نرم» بر این عقیده است که قدرت نرم، توجه ویژه به اشتغال ذهنی جوامع دیگر از طریق ایجاد جاذبه است. در واقع زمانی یک کشور یا یک جامعه به قدرت نرم دست می یابد که بتواند اطلاعات و دانایی را به منظور پایان بخشیدن به موضوعات مورد اختلاف به کار بندد و از اختلافات به گونه ای بهره برداری نماید که حاصل آن گرفتن امتیاز باشد (نای، ۱۳۸۲: ۱۰). وی اعمال قدرت نرم را از روش هایی همچون بسط و گسترش روابط با متحدان و تعاملات فرهنگی میسر می داند. از دیدگاه وی، چنین سیاستی نهایتاً منجر به محبوبیت دولت ها نزد افکار عمومی کشور مقصد می شود و کسب حیثیت و اعتبار و وجهه بین المللی برای دولت ها را نیز دربردارد (همان، ۱۵).

نای در مقایسه با دیگر کشورها، آمریکا را کشوری خاص در زمینه امکان برخورداری و بهره گیری از قدرت نرم می داند. وی در این مورد در کنار توجه به نهادهای حاکم بر اقتصاد بین

الملل (که در ارتباط پیوسته ای با اصول لیبرالیستی مطلوب ایدئولوژی و جامعه ی آمریکا قرار دارد) و شرکت های چندجانبه، از «فرهنگ آمریکایی» به عنوان منبع (قدرت) نرم مناسب و مفیدی سخن می گوید که تزریق آن در فضای تولید (اقتصادی) و ارتباطات، نقش آفرین خواهد بود (کیوان حسینی و جمعه زاده، ۱۳۹۲: ۱۵۳). همانگونه که اشاره رفت جوزف نای در آثار خود بیشتر به بررسی نقش فرهنگ مردم پسند معاصر آمریکا در تقویت قدرت نرم ایالات متحده می پردازد ولی دانشمندان چینی نگاه و نظرشان به تاریخ است و افزون بر آن، برآیند دکترین حزب کمونیست چین بر بعد تاریخی قدرت فرهنگ چینی تاکید می کنند. فرهنگ چینی دربرگیرنده اندیشه روابط متوازن میان انسان و انسان، انسان و جامعه، انسان و طبیعت و روابط متعادل میان ملت ها است. بسیاری استدلال می کنند که اگر کره جنوبی که عمدتاً متأثر از فرهنگ سنتی چینی است بتواند در انعکاس قدرت نرم خود موفق باشد، چین هیچ دلیلی برای عدم موفقیت ندارد. ترویج یادگیری زبان چینی به عنوان یک رسانه کارآمد برای انتقال ایده ها، باورها، ارزش ها، نخستین گام برای ترویج و توسعه فرهنگ چینی در خارج محسوب می شود؛ بنابراین هدف نهایی برای موسسات کنفوسیوسی، پیشبرد و ترویج فرهنگ چینی در دنیا است. چین در طراحی استراتژی جدید قدرت نرم خود در عرصه سیاست خارجی دارای پنج هدف جهانی است:

۱- ایجاد ثبات و صلح با همه کشورها به ویژه همسایگان و عادی سازی روابط با چهارده کشور و رفع اختلافات مرزی از ویتنام تا لائوس، روسیه و کره شمالی؛

۲- جستجوی منابع کافی برای تغذیه اقتصاد در حال رشد خود؛

۳- همکاری با بیشتر کشورهای در حال توسعه و ایجاد شبکه ای از متحدان؛

۴- منزوی کردن تایوان؛

۵- رقابت برای قدرت نرم در میان قدرت های بزرگ در بلند مدت (الوند و عسگرخانی، ۲۰۱۷: ۱۶).

در یک بررسی دیگر نگاه نخبگان جهانی مثل جوزف نای (مبدع نظریه قدرت نرم) به فرهنگ چینی و استراتژی فرهنگی چین، دقیقاً همان کارکرد و رفتاری است که این نظریه پرداز مطرح کرده و عیناً در چین اجرا می شود و علاوه بر آن هم مولفه هایی اضافه کرده که قدرت های پیشین مثل آمریکا نداشته اند و اتفاقاً از آن به عنوان ابزار برتری و فرصت استفاده می کند و در روابط خود با کشورهای مختلف جهان مثل مصر، یونان، ایران، هند، جهان عرب و قاره آفریقا که از پیشینه و تعامل تمدنی برخوردار هستند، به عنوان یک سازوکار فراگیر طراحی و در تحکیم روابط فرهنگی خود با کشورهای دارای فرهنگ و تمدن کهن بهره می جوید.

ناگفته نماند چین همواره سیاست فرهنگی خارجی خود را با بررسی جایگاه استراتژی فرهنگی آمریکا و کشورهای غربی در جهان پایه ریزی نموده است؛ مثلاً امروزه استراتژی فرهنگی آمریکا به عنوان یک قدرت بزرگ، بهره گیری از ابزارهای هالی وود، مک دونالد، کی اف سی و غیره در دنیا می باشد بر همین مبنا این کشور بر اتخاذ استراتژی نوین برای افزایش قدرت نرم و برندسازی فرهنگ چینی دامن زده و به این نتیجه می رسد که همه قدرتهای بزرگ جهان بدون استثناء یک تجربه فرهنگی داشتند و یک فرایند توسعه را طی کردند که یک بخش مهم آن استراتژی فرهنگی بوده که منجر به تثبیت قدرت آنها در جهان و در نهایت باعث افزایش قدرت نرم آنان شده و بر همین اساس مقوله چابک سازی فرهنگی را در دستور کار خود قرار داده است یعنی فرهنگ را از حالت مصرفی به حالت تعاملی و توسعه ای و تولید و تجاری درمی آورد و در حال حاضر از فرهنگ به هارمونی فرهنگی می رسد؛ یعنی فرهنگ چینی را به یک ابزار چینی به شکل هارمونی تولید می کند که به یک سیستم شبکه ای تبدیل و متعاقب آن یک هارمونی در کل دنیا شکل بگیرد؛ برای تحقق این امر و و برندسازی فرهنگ چینی، چند شعار جهانی در سر می پروراند که بارزترین مشخصه آن، «سرنوشت مشترک بشریت»^۲ است.

^۲ یکی از شعارهای رئیس جمهور چین آقای شی جین پینگ در سالهای اخیر بوده است.

چالش های فرهنگی پیش روی تمدن چینی

چین همانند سایر کشورهای دارای قدرت فرهنگ جهانی، در فرایند افزایش قدرت نرم فرهنگی خود با چالش های عمده ای مواجه می باشد. چین با قدمت تاریخی پنج هزار ساله و با سابقه تمدنی تاریخی، چالش های عمده ای در سطح ملی و بین المللی دارد. وسعت سرزمینی چین و همسایگی آن با حوزه های تمدنی مختلف زمینه تکثر قومی و مذهبی را در این سرزمین فراهم کرده است اگرچه حدود ۹۱ درصد جمعیت آن را قوم «هان» (قوم اصلی چین) تشکیل می دهد ولی ۵۵ اقلیت قومی دیگر در این کشور به رسمیت شناخته شده اند و عمدتاً در مناطق پیرامونی چین سکونت دارند که قوم تبت در منطقه خودمختار تبت، قوم ترک اویغور در منطقه شین جیانگ، قوم مغول در منطقه مغولستان داخلی چین دارای پراکندگی جمعیتی هستند و به لحاظ جغرافیایی بیش از پنجاه درصد وسعت چین را مناطق اقلیت نشین تشکیل می دهند با توجه به رویکرد ایدئولوژیک در مدت شش دهه گذشته، چالش های ملی آن عمدتاً؛ هویتی، قومی و مذهبی می باشد.

تقابل فرهنگ سنتی با فرهنگ مدرنیته غربی

فرهنگ سنتی چین محصولی از تمدن قدیمی کشاورزی است و با طرز فکر فرهنگ جدید غربی که از تمدن صنعتی منشا گرفته کاملاً تفاوت دارد. تناقضات و کشمکش ها بین گرایش به فرهنگ چین و فرهنگ غرب در تاریخ معاصر چین به ویژه اواخر دهه هشتاد قرن بیستم میلادی شدت زیادی پیدا کرده است. از طرفی حاکمیت مطلق فرهنگ کمونیستی باعث دگرگونی هایی در فرهنگ چینی شده است؛ به همین علت فرهنگ غربی در جامعه و فرهنگ چین به ویژه نسل جوان و سبک زندگی آنان تاثیر خیلی زیادی گذاشته است و یکی از چالش های بزرگ چین در احیای فرهنگ و تمدن چینی و تاثیرگذاری آن در عرصه بین المللی قلمداد می شود. هر چند گرایش به فرهنگ غربی در جامعه چین در مقایسه با دیگر جوامع آسیایی دیرتر شروع شده ولی میزان تاثیرگذاری آن بیشتر بوده است.

هژمونی فرهنگ غربی

قرن بیستم آغاز سلطه فرهنگی جهان غرب به ویژه در کشورهای سنتی قدیمی مشرق زمین که همواره با استفاده از شیوه های مختلف، جوامع مشرق زمین را درنوردید. جامعه سنتی و دهقانی چین در مقایسه با دیگر کشورهای آسیایی، فرهنگ مدرن غربی را پذیرفته است و امروزه یکی از بزرگترین چالش های پیش رو فرهنگ سنتی چین، فرهنگ غربی که در همه سطوح زندگی به ویژه نسل جوان جامعه بزرگ چین تاثیر گذاشته است. امروزه یکی از برنامه های اصلی دولت مرکزی چین، تلاش برای جلوگیری از نفوذ و تاثیرگذاری سبک زندگی غربی در بین قشرهای مختلف جامعه به ویژه نسل جوان می باشد.

دیپلماسی فرهنگی چین

دیپلماسی در واقع فن مدیریت تعامل با جهان خارج از سوی دولت ها می باشد، قطعاً ابزارها و مکانیسم های متعددی برای اعمال این مدیریت می توان بکار گرفت. ملاحظات سیاسی، اقتصادی و امنیتی معمولاً سه حوزه بنیادین در سیاست خارجی را تشکیل می دهند ولی به باور بسیاری از دانشمندان و صاحب نظران علم روابط بین الملل، فرهنگ و مولفه های فرهنگی را باید رکن چهارم سیاست خارجی دانست که بسیاری از مسائل سه حوزه یاد شده از آن منبعت می شود و حتی می توان گفت طراحی یک دیپلماسی فعال و موفقیت آمیز به خاستگاه فرهنگی آن بستگی دارد و این موضوع نشانگر تاثیرگذاری عوامل و فاکتورهای فرهنگی بر دیپلماسی در سطوح مختلف طراحی و اجرا می باشد (امیری و محمدی، ۱۳۸۹، ۱۰۹).

در واقع باید گفت گفتمان حاکم بر سیاست بین الملل در دوران جنگ سرد امنیت محور بوده و قدرت فرهنگی در حاشیه قرار می گرفته است. لکن پس از جنگ سرد، گفتمان فرهنگی از جایگاه خاصی برخوردار و موجب شد ادبیات جدیدی در سیاست جهانی شکل بگیرد. حاکمیت این گفتمان در سیاست جهانی، دو پیامد عمده به همراه

داشته است؛ یکی شکل‌گیری فرهنگ مقاومت در سیاست جهانی و دیگری دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ها به عنوان مهم‌ترین ابزار اعمال قدرت نرم در سیاست جهانی، تاثیر شگرفی بر پیشبرد اهداف و منابع ملی کشورها دارد (خراسانی، ۱۳۸۷: ۷۱).

دیپلماسی فرهنگی در قرن نوزدهم از سوی دولت فرانسه ابداع شد. این شیوه دیپلماتیک، مجموعه کوشش‌های دولت در زمینه سیاست خارجی است که در کنار استفاده از سایر وسایل ارتباط جمعی برای جلب توجه و علاقه مخاطبان کشورهای دیگر، به طور مستقیم و از طریق امکانات غیرسیاسی در داخل جوامع مختلف در آن‌ها تأثیر می‌گذارد. ابزارهای اصلی این نوع دیپلماسی شامل آموزش زبان، مبادلات آموزشی و انواع دیگر تماس‌های مستقیم فرهنگی اند. هدف دیپلماسی فرهنگی یک کشور در کشورهای دیگر، آماده ساختن جوانان و نخبگان آینده این کشورها برای تکلم به زبان آن کشور و شناخت ادبیات و فرهنگ آن و به

عبارت دیگر ایجاد زمینه‌های لازم برای درک و ارج‌گذاری بیشتر گزارش‌ها و تصویرهای انعکاس‌یافته از سوی وسایل ارتباط جمعی کشورهای انتقال‌دهنده زبان و ادبیات و فرهنگ پیشرفته است (خرازی محمدوندی، ۱۳۸۸: ۱۰۹).

برداشت و رفتار چین هم در عرصه‌های داخلی و هم در عرصه بین‌المللی همواره نقش و تاثیر به‌سزایی بر سیاست خارجی این کشور و همچنین تلقی سایر بازیگران سیاست بین‌الملل نسبت به این کشور خواهد داشت. هم‌زمان با قدرت‌یابی چین در سیاست بین‌الملل و لزوم استفاده موثر این کشور از ابزارهای نرم برای تعمیق و نهادینه کردن نفوذ و قدرت خود در این عرصه، رهبران این کشور تلاش دارند تا به صورت موثری از دیپلماسی عمومی در جهت ایجاد یک تصویر مطلوب با ویژگی‌هایی مانند یک بازیگر قابل‌اعتماد، همکاری طلب، صلح‌طلب، بازیگر مسئول و هم‌نوا با جامعه بین‌الملل استفاده نمایند. چینی‌ها اساساً تمامی سیاست‌های خود را در حوزه‌های مختلف با الهام از استراتژی کلان رفتاری

خود یعنی استراتژی توسعه صلح آمیز غیر تهدید آمیز می‌گیرند. در یک بررسی کلی اهداف دیپلماسی عمومی چین عبارتند از:

- افزایش و ازدیاد شناخت و درک متقابل یعنی اینکه اولاً دیگران چگونه در مورد چین فکر می‌کنند و دوماً چگونه باید این نگاه را اصلاح و به واقعیت نزدیکتر کرد؛
- ایجاد و ارائه یک تصویر مثبت از کشور و زمینه سازی به منظور اینکه دیگران مسائل را از چشم انداز چین بنگرند؛
- بهبود بسترهای لازم به منظور گسترش رابطه مردم با مردم، جذب گردشگران خارجی و فروش و تبادل محصولات و دستاوردهای فرهنگی (برازجانی، اصغری ثانی، پوردست، ۱۳۹۵: ۷-۸).

با اینکه کشور چین دارای ملتی با تمدن باستانی و فرهنگ غنی ملی می باشد اما بدون برقراری روابط مشترک با سایر تمدنهای بشری قادر به توسعه و ارتقاء هنر و رشته های فرهنگی و هنری موجود خود نمی باشد. دولت چین نه تنها به حفظ و نگهداری فرهنگ ملی خود پرداخته بلکه اهمیت زیادی برای فرهنگ سایر کشورهای جهان قائل می باشد. سیاست فرهنگی خارجی کشور چین مبنی بر نگهداری فرهنگ بومی و ملی به عنوان فرهنگ پایه کشور، و استفاده از فرهنگ و تمدن سایر کشورهای جهان از طریق انجام مبادلات گوناگون و در جهت استفاده از نقاط قوت آنها در درجه دوم اولویت قرار می گیرد. بنابراین می توان گفت که سیاست فرهنگی خارجی چین به الگوبرداری از نقاط قوت فرهنگ های مختلف جهان، همگام با معرفی دستاوردهای فرهنگی خود به جهان و مبارزه قطعی با فساد تدریجی عقاید منحط و فرهنگ های نادرست می پردازد (دوان سی جینگ، ۱۳۹۷: ۱۳۵).

رویکردها و ویژگی های دیپلماسی فرهنگی چین

کشور پهناور چین (سومین کشور پهناور جهان) از معدود کشورهای شرق آسیاست که در تاریخ معاصر یعنی از سال ۱۹۱۱ میلادی تاکنون تغییرات و تحولات گسترده ای را به همراه داشته است. از سال ۱۹۴۹ میلادی یعنی از زمان پیروزی انقلاب کمونسیتی چین که به

عنوان چین جدید مطرح می شود، سه دوره متفاوت را در طول هفتاد سال دیپلماسی فرهنگی تجربه کرده است که هر کدام حاوی ویژگیها و رویکردهای خاص خود می باشد که در پی می آید:

دوره اول: رویکرد ایدئولوژیک محور با تبلیغ ارزش های کمونیستی

از زمان شروع جنگ تریاک (۱۸۴۰ میلادی)، جامعه بزرگ چین سیر نزولی را شروع کرد و تا سال ۱۹۴۹ میلادی پس از طی جنگ های طولانی داخلی و خارجی همزمان با مداخله بیگانگان، تبدیل به یک کشور نیمه مستعمره کشاورزی شد که با پیروزی انقلابیون کمونیستی در سال ۱۹۴۹ میلادی، تغییرات اساسی و چشمگیری در همه زمینه های چین شکل گرفت که یکی از مهم ترین آنها، تغییرات در ساختار فرهنگ و سیاست فرهنگی بود که به اعتقاد انقلابیون، فرهنگ سنتی و کنفوسیوسی از عوامل عقب ماندگی و توسعه نیافتگی کشور چین است. از سال ۱۹۵۰ میلادی، سیاست های فرهنگی با رویکرد ایدئولوژی کمونیستی اعمال گردید و در عین حال که فرهنگ سنتی چین در حال گذر از فرهنگ سنتی به فرهنگ مدرن با گرایش های غربی بود، سیاست های فرهنگی حزب کمونیست نیز در تقابل با فرهنگ سنتی و کنفوسیوسی چین و فرهنگ غربی بود. این تقابل در دوران انقلاب فرهنگی چین (ده سال دوران اقلاب فرهنگی چین از سال ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۶ میلادی) به اوج خود رسید و امروزه این مقطع را یکی از سیاه ترین و زیان بارترین دوره از منظر فرهنگی می دانند که دولت چین در سیاست های فرهنگی داخلی و خارجی خود صرفا به تبلیغ ارزشهای کمونیستی و ایدئولوژی می پرداخت. در این دوره که به مدت سی سال طول کشید، سیاست فرهنگی بر مبنای ستیز و مبارزه با فرهنگ سنتی، کنفوسیوسی و فئودالی بود و فرهنگ در خدمت اقتصاد برای دستیابی به اهداف و برنامه های توسعه اقتصادی چین بود و عمده فعالیت های فرهنگی در خارج از کشور در کشورهای بلوک شرقی که هم گرایی ایدئولوژیکی داشتند، صورت می گرفت و این سیاست فرهنگی تا سال ۱۹۷۸ میلادی ادامه داشت.

دوره دوم: فرهنگ و سیاست فرهنگی در خدمت اقتصاد

کشور چین پس از طی سی سال از انقلاب کمونیستی ۱۹۴۹ میلادی، وارد مرحله جدیدی در تاریخ معاصر خود شد و از این زمان به بعد، موقعیت و شرایط چین در داخل و جهان دگرگون شد و یکی از مهمترین دلایل این دگرگونی تغییر در راس حزب کمونیست بود که با وفات مائو، دوران دنگ شیائوپینگ شروع شد و این باعث گردید تا شرایط کلی و عمومی جامعه از رویکرد تقابلی با جهان به سوی تعامل و گرایش به غرب گرفت و سیاست های فرهنگی متأثر از شرایط کلی جامعه تغییر کرد. در این دوره از رویکرد تقابل با فرهنگ سنتی چین و ایدئولوژیک محوری به رویکرد ابزارگرایانه و نگاه توسعه روابط فرهنگی با جهان تغییر یافت. در مجموع سیاست کلی چین در این دوره با اتخاذ سیاست های درهای باز اقتصادی با اندیشه های دنگ شیائوپینگ^۳، توسعه اقتصادی بود و فرهنگ هم در گستره فعالیت های فرهنگی خارجی در خدمت اقتصاد بود. در این دوره با نگاه ابزارگرایانه و به صورت نرم، فرهنگ و ارزش های سنتی چینی جایگزین ارزشهای کمونیستی در فعالیت های فرهنگی خارجی چین گردید پس از این دوره بود که فعالیت های فرهنگی موسسات کنفوسیوس در سطح جهان شروع شد. در این دوره تقدم فعالیت های اقتصادی بر فعالیت های فرهنگی را شاهد هستیم در این رویکرد هدف اقتصاد است و فعالیت های فرهنگی مبنایی است برای درآمدزایی و رونق اقتصادی به عبارت دیگر فرهنگ هدف نیست و از اولویت برخوردار نمی باشد بلکه ابزاری برای کسب درآمد اقتصادی بیشتر بود.

دوره سوم: فرهنگ ابزاری برای گسترش قدرت نرم چین در جهان

کشور چین پس از اتخاذ سیاست های درهای باز اقتصادی از سال ۱۹۷۸ میلادی و به تبع آن رشد سریع اقتصادی پیوسته برای مدت بیش از دو دهه، باعث تثبیت وضعیت اقتصادی جامعه چین شد و پس از آن سیاست ها و برنامه های کلی دولت چین به ویژه در عرصه بین الملل دچار تغییرات عمده ای شده است. از سال ۲۰۱۰ میلادی در عرصه سیاسی شاهد به روی کارآمدن نسل جدیدی از رهبران حزب

^۳دنگ شیائوپینگ، (معمار اصلاحات و سیاست های درهای باز اقتصادی چین) 邓小平 Deng Xiao Ping

کمونیست هستیم که برخلاف اسلاف گذشته شان از رویکرد محتاط گونه و محافظه کارانه خارج می شوند و با استراتژی جدیدی سعی در پیشبرد اهداف جهانی چین با استفاده از قدرت نرم فرهنگی با اتخاذ ابتکار «یک راه یک کمربند» توسط شی جین پینگ که سند چشم انداز چین در عرصه داخلی و خارجی محسوب می شود که مهم ترین نکته آن در فعالیت های فرهنگی خارجی چین، تقدم فعالیت های فرهنگی بر فعالیت های اقتصادی و بهم پیوستگی آنها که در این وضعیت، فرهنگ دارای اولویت می شود و دیگری ابتکار که مستلزم پرداختن در یک سرفصل جدا است ولی به طور کلی از اهداف عمده آن را می توان تعمیق همگرایی، افزایش تعاملات، ارائه الگوی جدید چینی از جهانی سازی و تثبیت الگوی چینی، بین المللی کردن یوان و جهانی کردن برندهای چینی همراه با فرهنگ چینی نام برد (چن شین، ۱۳۹۷: ۲۸). در حال حاضر در دنیا فعالیت هایی همچون ووشو، تای چی، عید بهار و... در همین راستا انجام می پذیرد.

رئیس جمهور کشور چین در بازدیدهای ماه اکتبر سال ۲۰۱۳ میلادی از کشورهای آسیای میانه و جنوب شرق آسیا، پیشنهاد بزرگ و مهم همکاری برای ساخت مشترک «کمربند اقتصادی جاده ابریشم» و «جاده ابریشم دریایی قرن ۲۱» (در ادامه به اختصار «یک راه یک کمربند») را مطرح کرد که مورد توجه جامعه جهانی قرار گرفت. طرح «یک راه یک کمربند» برآمده از هم نیاز چین جهت افزایش و تعمیق آزادسازی است و همچنین از نیاز آن کشور به تقویت همکاری با کشورهای آسیایی، افریقایی و اروپا و دیگر کشورهای دنیا حکایت دارد. این طرح و ابتکار اگرچه عنوان اقتصادی دارد ولی سند جامع فرهنگی است که مبنای سیاست ها و ارتباطات فرهنگی چین و جهان می باشد و طرح توسعه فرهنگی استراتژی «یک راه یک کمربند» چند لایه ای و چند بعدی است و در راستای بین المللی کردن فرهنگ چین می باشد.

اتخاذ دیپلماسی نوین فرهنگی با طرح و ابتکار «یک راه یک کمربند»

پیشینه ابتکار و طرح «یک راه یک کمربند» به زمان انقلاب چین که از زمان ۱۹۴۹ شروع شده است، برمی گردد. به عبارتی حزب کمونیست چین، عصاره تجربه هفتاد سال تجربه حکومت در سرزمین پهناور چین را پس از انجام طرح های کلان که در سی سال اول انقلاب شان الگوی شوروی سابق بود و در واقع چین در این بازه زمانی رگه های خود را در اکثر عرصه ها از قبیل تکنولوژی، صنعت، تربیت نیروی انسانی یا از شوروی گرفته یا با کمک شوروی انجام داده است. از سال ۱۹۷۸ تا ۲۰۱۰ میلادی این روند با استفاده از الگوی آمریکایی می شود و از سال ۲۰۱۳ میلادی به بعد با استراتژی «یک راه یک کمربند» چین راه مستقل و متفاوتی را شروع می کند. یکی از دلایل جنگ تجاری آمریکا با چین همین مسئله است. تفاوت تراز تجاری چین و آمریکا بهانه ای شده است که آمریکا از چینی که بخواهد به صورت مستقل یک قدرت بزرگ باشد، جلوگیری کند. ابتکار عمل چین علاوه بر آن که روابط دو جانبه چین با تعداد زیادی از کشورها را تقویت خواهد کرد؛ موجب افزایش نفوذ این کشور و متعاقب آن تبدیل شدن به قدرت برتر بین المللی پکن خواهد شد. برخی تحلیلگران غیرچینی طرح جاده جدید ابریشم را طرحی مبهم و هدفدار دانسته و با طرح مارشال آمریکا پس از جنگ دوم جهانی برای وابستگی کشورهای اروپایی و ژاپن به آمریکا مقایسه می کنند و معتقدند این طرح منجر به احیاء امپراطوری و سلطه چین خواهد شد و نظام بین المللی را به یک نظام سلسله مراتبی تبدیل می کند. چین در این نظام سلسله مراتبی به مرجعیت و اقتدار جهانی دست خواهد یافت. در مقدمه طرح یادآوری شده است که طی هزاران سال، جاده ابریشم با روح «صلح و همکاری، باز و همگانی بودن، یادگیری متقابل و حفظ منافع متقابل» استمرار داشته است و این فلسفه و اندیشه از نسلی به نسل دیگر منتقل شده و اینک جهان معاصر در قرن ۲۱، به این فرهنگ سخت نیازمندتر از گذشته است.

این طرح با پذیرش و تعهد به مفاهیمی همچون «جهان چند قطبی»، «جهانی شدن اقتصادی»، «تنوع فرهنگی» و «کاربرد افزون تر فناوری اطلاعات (IT)»، طراحی شده است و برای حمایت از ساختار جهانی تجارت آزاد و اقتصاد جهانی باز با پذیرش «روح همکاری باز منطقه ای» تلاش می کند. این طرح در پی آنست که الگوی جدیدی از همکاری های بین المللی و مدیریت جهانی ارائه داده و توان و انرژی مثبتی به توسعه و صلح جهانی تزریق نماید به تعبیری چین می خواهد از نظم جهانی «سازمان ملل محور» و مبتنی بر حاکمیت کشورها در مقابل نظم لیبرالی «آمریکا محور» مبتنی بر حقوق بشری و ساختار ائتلافی آمریکایی استفاده نماید. از اهداف این پروژه ارتقای ارتباطات قاره های آسیا و اروپا و آفریقا و آبهای همجوار آنها، و افزایش تعاملات فرهنگی و بین مردمی و یادگیری متقابل مردمان این کشورهاست تا بتوانند یکدیگر را درک کرده، به یکدیگر احترام گذاشته و به هم اعتماد داشته باشند تا با همزیستی مسالمت آمیز و در صلح و خوشبختی زندگی کنند.

این طرح همه کشورهای که در مسیر جاده ابریشم باستانی قرار گرفته اند را پوشش می دهد ولی لزوماً به معنای محدود ماندن به آنها نمی باشد و همه کشورها و سازمان های منطقه ای و بین المللی می توانند در آن مشارکت داشته باشند. این طرح مدافع مدارا بین تمدن هاست و برای یافتن زمینه های مشترک، از گفتگوی بین تمدن ها حمایت می کند. در بخشی از بحث اولویتهای همکاری نیز تصریح می شود که همکاری های میان مردمی کشورهای یادشده بسیار مهم است و بر موضوعات مهم تعاملات فرهنگی اعم از مبادلات گسترده فرهنگی و علمی، همکاری های گردشگری، همکاری های رسانه ای، حمایت از رویدادهای مهم و بین المللی ورزشی، همکاری های دوستانه میان احزاب سیاسی و پارلمانی، جوانان و زنان کشورها، خواهرخواندگی میان شهرها، ایجاد اتاق فکر برای انجام تحقیقات مشترک، خدمات داوطلبانه و... تاکید می شود و برای عملیاتی کردن طرح «یک راه یک کمر بند» در تعاملات فرهنگی

از پنج شیوه (جو لو مینگ، ۱۳۹۴: ۹۷) به شرح زیر بهره برداری می‌کند:

۱- برنامه جامع مبادلات فرهنگی

یکی از شیوه‌های رایج و معمول بین دولتها برای برقراری روابط فرهنگی، برنامه جامع مبادلات فرهنگی بین دول هست که همه کشورها انجام می‌دهند. پس از پیروزی انقلاب کمونیستی ۱۹۴۹ میلادی چین، برنامه همکاری مبادلات فرهنگی با دیگر کشورهای آغاز گردید. در سال ۱۹۵۱ کشور چین قرارداد همکاریهای فرهنگی با لهستان را امضا کرد که نخستین قرارداد همکاری فرهنگی امضاء شده توسط دولت چین جدید با یک دولت خارجی محسوب و آغازی بر مبادلات رسمی فرهنگی بین چین جدید و کشورهای خارجی به حساب می‌آید. در ۳۰ سال اول انقلاب کمونیستی، عمده برنامه‌های فرهنگی چین با کشورهایی بود که در حوزه بلوک شرق و کشورهای چین مشترکات ایدئولوژی کمونیستی بودند. در دوران انقلاب فرهنگی چین از سال ۱۹۶۶ تا ۱۹۷۶ میلادی، برنامه مبادلات فرهنگی با کشورهای خارجی به طور کامل قطع گردید. از زمان انقلاب کمونیستی ۱۹۴۹ تا ۱۹۷۸ میلادی، کشور چین با ۴۶ کشور خارجی برنامه جامع مبادلات فرهنگی امضاء کرده بود. در مدت ۳۰ سال برنامه‌های مبادلات فرهنگی چین با کشورهای خارجی روند پیچیده‌ی زیادی را طی کرد.

از سال ۱۹۷۸ میلادی، پس از اجرای سیاست‌های درهای باز اقتصادی و کمرنگ شدن تاثیر رویکرد ایدئولوژی کمونیستی، دوران جدیدی در روابط فرهنگی بین المللی چین و جهان شروع گردید. در سپتامبر ۱۹۷۸ شورای دولتی تصمیم گرفت که مبادلات فرهنگی با کشورهای خارجی توسط وزارت فرهنگ مدیریت شود و در سال ۱۹۸۱ میلادی، شورای دولتی کمیته ارتباطات فرهنگی با کشورهای خارجی را تاسیس کرد که زیر نظر وزارت فرهنگ، مبادلات فرهنگی با کشورهای خارجی را مدیریت کند. تا سال ۲۰۰۸ میلادی، دولت چین با ۱۴۵ کشور خارجی برنامه جامع مبادلات فرهنگی امضاء کرد که تحول بزرگی در توسعه روابط فرهنگی بین المللی بود. بعد از برگزاری

موفقیت آمیز، المپیک ۲۰۰۸ میلادی پکن، دیپلماسی فرهنگی، تجارت فرهنگی برای افزایش قدرت نرم فرهنگی چین در جهان طرح گردید. از سال ۲۰۱۳ میلادی یعنی از زمان اتخاذ استراتژی «یک راه یک کمربند»، توسعه روابط فرهنگی خارجی چین شتاب بیشتری گرفت. در حال حاضر با بیش از ۱۶۰ کشور خارجی برنامه جامع مبادلات فرهنگی دارند که برنامه های متنوع فرهنگی که تعداد آنها در سال بیش از هشت هزار عنوان برنامه فرهنگی می رسد. انجمن مردمی دوستی با کشورهای خارجی، دانشگاه ها و نهادهای علمی و آموزشی، سازمان های مربوط به زنان و جوانان، تبادلات فرهنگی، جشنواره ها، فیلم ها، موسیقی، نهادهای دینی، ورزش و توریسم در واقع ابزارهای دیپلماسی عمومی چین و همچنین نیروها و شاخص های این کشور برای گسترش و ارائه یک تصویر مطلوب از خود هست. امروزه چینی ها به خوبی دریافته اند که با استفاده از ابزارها و سازوکارهای فرهنگی به خوبی می توانند بر نگرانی ها و تهدیدات محیط بیرونی غلبه یابند. در سالیان اخیر کشورهای همسایه چین، قدرتیابی این کشور را به عنوان یک تهدیدی برای امنیت هستی شناختی خود تصور کرده اند. به همین منظور چین تلاش دارد تا با استفاده از دیپلماسی عمومی چنین نگرانی هایی را تا حد ممکن کاهش دهد و خنثی نماید.

۲-تجارت فرهنگی خارجی

تغییرات اساسی جامعه از زمان اتخاذ سیاست های درهای باز اقتصادی سال ۱۹۷۸ میلادی توسط «دنگ شیائو پینگ» آغاز گردید. بین سالهای ۱۹۷۸ تا ۲۰۱۸ مجموع واردات و صادرات کالا توسط چین ۲۲۳ برابر افزایش یافت و مجموع واردات و صادرات خدمات توسط این کشور نیز ۱۴۷ برابر افزایش پیدا کرد. در ماه نوامبر ۲۰۱۸، چین دارای روابط تجاری با بیش از ۲۳۰ کشور و منطقه بود. این کشور ۱۷ قرارداد تجارت آزاد با ۲۵ کشور و منطقه امضا کرده بود و تقریباً به همه سازمانهای اقتصادی و مالی بین المللی معتبر و مکانیسم های اقتصادی چندجانبه پیوسته بود. طبق آمارهای سازمان تجارت جهانی، در سال ۲۰۱۷ سهم چین از مجموع واردات و صادرات کالا

در سطح دنیا به ترتیب 10/2 درصد و 12/8 درصد بود؛ این ارقام در سال 2018 به ترتیب 10/8 درصد و 12/8 درصد بودند. بین سالهای 2001 تا 2018 ارقام یاد شده به طور میانگین سالانه 13/8 درصد افزایش یافتند. ارقام فوق مؤید آن هستند که جایگاه چین به عنوان بزرگ ترین معامله گر کالا در دنیا بیش از پیش تقویت گردیده است. تجارت فرهنگی در چین زودتر از سایر کشورها شروع گردید و از سال ۲۰۱۳ میلادی پس از اتخاذ استراتژی «یک راه یک کمر بند» جان تازه ای گرفت. بر اساس گزارش وزارت بازرگانی چین، تا پایان سال ۲۰۱۸ میلادی (چن مینگ های، ۱۳۹۷: ۷۲)، واردات و صادرات محصولات فرهنگی و خدمات فرهنگی ۱۳۷/۰۱ میلیارد دلار رسید که نسبت به سال قبل ۸/۳ درصد رشد داشته است. سهم محصولات فرهنگی ۱۰۲/۳۸ میلیارد دلار بوده است و میزان ۳۴/۶۳ مربوط به خدمات فرهنگی بوده است که نسبت به سال ۲۰۱۷ میلادی، ۱۷/۸ درصد افزایش داشته است.^۴

سرمایه گذاری فرهنگی خارجی

از سال ۲۰۱۳ میلادی، موسسات و شرکت های بزرگ چینی در خارج از چین به ویژه در کشورهای مسیر «یک راه یک کمر بند» را شروع کردند. بر اساس گزارش وزارت بازرگانی چین، میزان سرمایه گذاری فرهنگی چین در خارج از کشور در سال ۲۰۱۷ میلادی به ۱۹/۸۶ میلیارد دلار رسید که ۱۳/۷۷۵ میلیارد دلار آن سرمایه گذاری مستقیم بوده است. این حجم سرمایه گذاری فرهنگی در ۸۷ کشور جهان توسط ۹۸۵ شرکت یا موسسه فرهنگی چینی و با مشارکت ۲۲ طرف خارجی بوده است (چن مینگ های، ۱۳۹۷: ۷۲).

صنایع خلاق و تجارت فرهنگی شامل صنایع دستی، فیلم، کتاب، انیمیشن، گروه های هنری و موسیقی می باشد. اکسپوهای صنایع خلاق فرهنگی، نمایشگاهها، فستیوال ها و جشنواره های بین المللی فیلم و موسیقی چین ابزارهای مهم برای پیشبرد اهداف شان می باشد. مهمترین اکسپوهای صنایع خلاق فرهنگی عبارتند از: پکن، شانگهای، گوانجو، شن جن. مهمترین جشنواره های بین المللی فیلم

⁴ <http://tradeinservices.mofcom.gov.cn/article/lingyu/whmaoyi/201906/84007.html>

عبارتنداز : جشنواره بین المللی فیلم شانگهای، پکن، شیان و چینگ دائو(سازمان همکاری شانگهای).

۳-تحصیل و آموزش دانشجویان خارجی در چین و چینیان در جهان

با توجه به تعداد زیاد جمعیت دانشجویی چین در جهان و افزایش دانشجویان خارجی در چین، یکی از ابزارهای مهم چین در پیشرفت اهداف فرهنگی و افزایش قدرت نرم در جهان، دانشجویان خارجی در چین و چینیان در خارج از کشور شده است.

تعداد دانشجویان خارجی در چین براساس گزارش سالیانه وزارت آموزش چین^۵، تعداد دانشجویان خارجی در چین از سال ۲۰۰۰ میلادی از ۵۲۱۵۰ نفر به تعداد ۴۴۲۷۷۳ نفر در پایان سال ۲۰۱۶ میلادی رسیده است. تعداد دانشجویان خارجی^۶ به ترتیب کشورها عبارتنداز: کره جنوبی ۷۰۵۴۰ نفر، ایالات متحده آمریکا ۲۳۸۳۸ نفر، تایلند ۲۳۰۴۴ نفر، پاکستان ۱۸۶۲۶ نفر، هند ۱۸۷۱۷ نفر، روسیه ۱۷۹۷۱ نفر، اندونزی ۱۴۷۱۴ نفر، قزاقستان ۱۳۹۹۶ نفر، ژاپن ۱۳۵۹۵ نفر، ویتنام ۱۰۶۳۹ نفر، فرانسه ۱۰۴۱۴ نفر، لائوس ۹۹۰۷ نفر، مغولستان ۸۵۰۸ نفر، آلمان ۸۱۴۵ نفر و مالزی ۶۸۸۰ نفر می‌باشد. تعداد دانشجویان خارجی از سال ۲۰۱۵ میلادی تا سال ۲۰۱۶ میلادی به میزان ۴۵۱۳۸ نفر افزایش داشته است.

براساس گزارش سال ۲۰۱۶ میلادی انجمن تبادلات بین المللی آموزشی چین^۷، تعداد دانشجویان چینی شاغل به تحصیل در خارج از کشور تا پایان سال ۲۰۱۵ میلادی، ۵۲۳۷۰۰ نفر شده است. تعداد ۲۵۹۰۰ نفر بورسیه شورای بورس دولتی هستند، تعداد ۱۶۰۰۰ نفر بورسیه سازمانها، مراکز و نهادها می باشند و تعداد ۴۸۱۸۰۰ نفر با هزینه شخصی تحصیل می کنند.^۸ همچنین چین بورسیه تحصیلی به

⁵ <http://www.moe.edu.cn/>

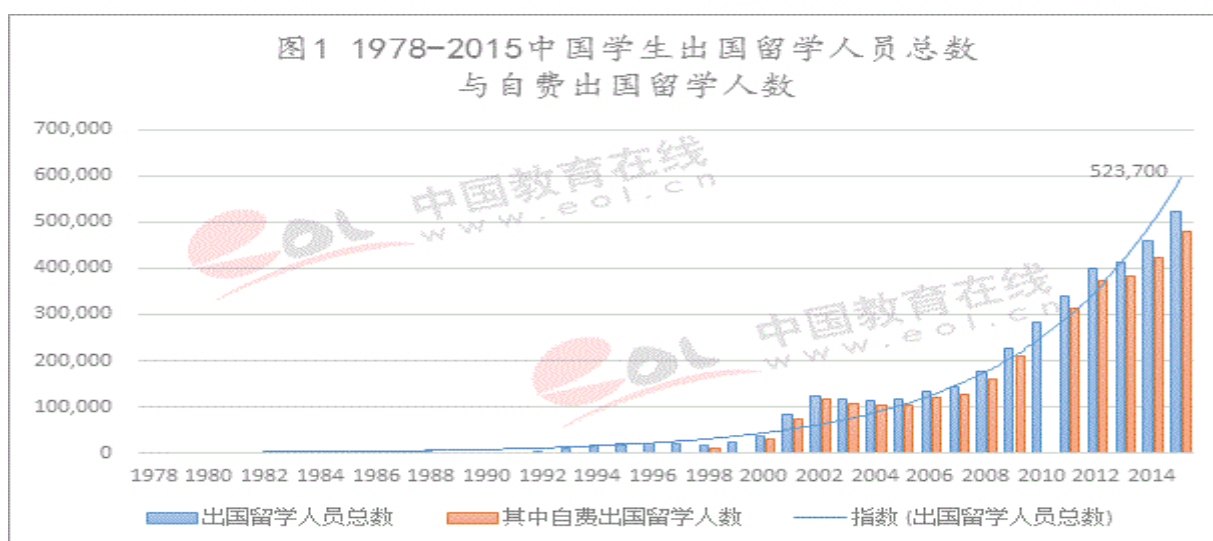
⁶ http://www.moe.edu.cn/jyb_xwfb/xw_fbh/moe_2069/xwfbh_2017n/xwfb_170301/170301_siti/201703/t20170301_297677.html

⁷ <http://www.eol.cn/>

⁸ <http://www.eol.cn/html/lx/report2016/yi.shtml>

کشورهای مختلف جهان به ویژه به کشورهای در امتداد «یک راه یک کمر بند» اعطا می کند.

نمودار افزایش دانشجویان چینی در جهان



۴- موسسات کنفوسیوس

اولین موسسه کنفوسیوس در جهان برای اولین بار در سال ۲۰۰۴ میلادی در خارج از کشور تاسیس گردید و در حال حاضر تعداد موسسات کنفوسیوس در جهان از ۵۰۰ شعبه عبور کرده است. یکی از مهمترین ابزار فرهنگی چین برای پیشبرد اهداف فرهنگی و افزایش قدرت نرم چین در جهان به شمار می رود. موسسه کنفوسیوس (فیلسوف چینی در فاصله زمانی ۴۷۹-۵۵۱ قبل از میلاد)، دفتر Han Ban عبارت است از: دفتر ملی شورای رهبری ترویج جهانی زبان چینی، و نهادیست که در سال ۱۹۸۷ میلادی تاسیس و مستقیماً زیر نظر وزارت آموزش چین مسئولیت تدوین سیاست گذاری و برنامه ریزی ترویج و گسترش بین المللی آموزش زبان چینی می باشد. این نهاد از ایجاد هر نوع کلاس آموزش زبان چینی در هر سطح در دانشگاه ها و مدارس

متوسطه کشورهای خارجی حمایت کرده و استانداردهای زبان چینی را با ترویج مواد آموزشی، ارزیابی صلاحیت اساتید و برگزاری آزمون زبان چینی را توسعه می دهد. این نهاد با ایجاد کلاس و اعزام اساتید در خارج از کشور استاندارد HSK را در دنیا معرفی و توسعه داده است. موسسات کنفوسیوس زیر نظر این دفتر تاسیس و تحت این عنوان فعالیت آموزش زبان چینی را برعهده دارد و هزینه های موسسات کنفوسیوس از سوی این دفتر پرداخت می شود. اکثر دانشگاه های چین دارای دفتر کنفوسیوس بوده و اساتید موسسات کنفوسیوس در جهان با هماهنگی دفتر مرکزی از سوی دانشگاه های چین اعزام می شوند.

تعدادی از موسسات کنفوسیوس در دانشگاه های آمریکا بیش از ده سال قدمت دارند و در حال حاضر موسسه کنفوسیوس تنها در ۸۱ دانشگاه آمریکا از ۴۸ ایالت این کشور با دایرکردن ۳۰۰ کلاس آموزش چینی ماندارین و حضور ۲۰۰ استاد چینی جهت این امر بیشترین فعالیت را در دنیا دارد. بر اساس آمار رسمی منتشر شده تا پایان سال ۲۰۱۳ میلادی، ۱۰۸۶ دانشکده و کلاس کنفوسیوس در ۱۲۰ کشور تاسیس شده است و دانشکده کنفوسیوس، نماینده فرهنگی چین در پیشبرد و ترویج زبان چینی بحساب می آید.

موسسه کنفوسیوس در مدت چهارده سال کارهای مهمی را انجام داده است و آقای شی جین پینگ این موسسه را به عنوان دروازه و پل ارتباط فرهنگی و زبانی چین و جهان می دانند و آن را متعلق به جهان و چین می دانند. موسسه کنفوسیوس در پنج سال اخیر در استراتژی «یک راه یک کمربند» اهمیت و جایگاه ویژه ای داشته اند که باعث دوستی چین و جهان شده اند. تا پایان فوریه ۲۰۱۹ میلادی، تعداد ۵۲۵ موسسه کنفوسیوس و ۱۱۷۲ اطاق در ۱۶۲ کشور وجود دارد و تعداد فراگیران زبان چینی آنها در سطح جهان از ده میلیون نفر گذشته است. و از طرفی بر اساس آمارهای منتشر شده، سرعت تاسیس موسسه های کنفوسیوس در مقایسه با دیگر موسسه های مشابه آموزشی زبان کشورهای دیگر جهان بیشتر بوده و در سراسر جهان مورد توجه قرار گرفته است، با تاسیس دانشکده

کنفوسیوس، یاد گرفتن زبان چینی نیز در سراسر جهان به صورت فعال تری در آمده است. طبق آمار شبکه اینترنتی رسانه های گروهی فرهنگ چین، در سال ۲۰۱۰ میلادی، حدود ۱۰۰ میلیون خارجی زبان چینی را یاد گرفتند و در سال ۲۰۱۳ میلادی این تعداد به ۱۵۰ میلیون نفر رسید، این آمار علاقه قشر زیادی از مردم خارجی به زبان چینی را نشان می دهد که مایل به یادگیری این زبان هستند.

شایان ذکر است بودجه ایجاد موسسات کنفوسیوس در سایر کشورها و بخشی از هزینه های فعالیت و اجرایی آن که به غیر از تدریس زبان چینی، کار تدریس طب سنتی، فرهنگی و فعالیت های هنری، طراحی و تبلیغی را انجام می دهند توسط دولت چین پرداخت می شود و می توان از آن بعنوان نوعی از دیپلماسی عمومی ولی هدایت شده از سوی دولت چین تلقی نمود. هر سال همایش بین المللی کنفوسیوس با حضور نمایندگان موسسات کنفوسیوس سراسر جهان در چین برگزار می شود که سیزده دوره آن برگزار شده است و این همایش با حضور مقامات عالی دولت مرکزی چین افتتاح می شود.

۵-مراکز فرهنگی چین در جهان

مراکز پس از اتخاذ سیاست های درهای باز اقتصادی در سال ۱۹۷۸ میلادی، برای اولین بار در جهان دو مرکز فرهنگی چین در دو کشور در حال توسعه آفریقا در موریس و بنین در سپتامبر ۱۹۸۸ میلادی تاسیس گردید. از سال ۲۰۰۰ میلادی تاسیس مراکز فرهنگی چین در سایر کشورهای مورد توجه قرار گرفت و در نهایت تا پایان سال ۲۰۰۵ میلادی، پنج مرکز فرهنگی چین به ترتیب در سئول، قاهره، پاریس، والتا (مالت) و برلین تاسیس شدند.

در ده سال اخیر تعداد مراکز فرهنگی چین گسترش یافته و در کشورهای: ژاپن، مغولستان، تایلند، روسیه - مسکو، اسپانیا، مکزیک، نیجریه، دانمارک، سریلانکا، لائوس، استرالیا، سنگاپور، پاکستان، نپال، بلاروس، سریلانکا، فیجی، سوئد، کامبوج، یونان، هلند، روسیه - مینیسک، اسرائیل (رژیم صهیونیستی)، بلغارستان،

میانمار، ویتنام و مراکش که مجموعاً ۳۶ مرکز فرهنگی شده اند و در آینده نزدیک به ۵۰ مرکز خواهد رسید.^۹ این مراکز زیر نظر وزارت فرهنگ و گردشگری چین فعالیت های متنوع فرهنگی شان از جمله برگزاری هفته های فرهنگی چین، هنر و موسیقی چین، برگزاری نشست های مشاهیر و اندیشمندان چینی را انجام می دهند و مهم ترین فعالیت های این مراکز در جهت بین المللی کردن فرهنگ چینی و برند سازی فرهنگی برای چین مثل: عید بهار چین، وو شو، تای چی و غیره انجام می دهند.

نتیجه گیری

کشور چین در مدت هفتاد سال گذشته تغییرات زیادی را شاهد بوده است؛ به گونه ای که از مرحله تقابل تا تعامل جهانی و از تبلیغ فرهنگی تا توسعه روابط فرهنگی را در طول این هفت دهه تجربه کرده است. با مطرح کردن استراتژی «یک راه یک کمربند» و بهره گیری از اشکال نوین دیپلماسی فرهنگی درصدد است هویت فرهنگی چین را برندسازی و در میان مخاطبان خارجی جذابیت ایجاد کند و وجهه ای مطلوب از کشور برجای بگذارد. کما اینکه در آینده نزدیک شاهد فعالیت های فرهنگی بیشتر چین در جهان خواهیم بود.

از طرفی برای ارتباط گیری با چین باید به سیستم دیوان سالاری تاریخی و مولفه های پیچیده آن که همانند ورودیهای هم رنگ بر

⁹ <http://cn.cccweb.org/portal/pubinfo/001002011/20150210/0c793f933c364d4c90f8fffb54771d00.html>

روی دیوار چین می باشند، آگاهی پیدا کرد تا بتوان با تعاملات گسترده در جهت اهداف و منافع ملی حرکت کرد. آنهایی که فاقد این شناخت هستند پشت دیوار چین می مانند؛ به همین علت است که اولین ایملی که از طریق یاهو به چین رفت، آن را عبور آتش از دیوار چین تعبیر کردند. از میان کشورهای جهان، کشورهای آمریکا، ژاپن و کره جنوبی چون راه های دیوار چین و جامعه چین را به خوبی شناخته اند به درستی هم توانسته اند در جامعه چین ورود پیدا کرده و منافع خود را به خوبی پیش ببرند. تا زمانی که شناخت کافی از دروازه های مرئی و نامرئی چین نباشد، نمی توان کاری را از پیش برد. گفته می شود چین اقیانوسی است که هر کشور به اندازه دانش چین شناسی اش از آن بهره می برد.

منابع و مآخذ

- الوند، مرضیه السادات و ابومحمد عسگرخانی (۱۳۹۳). کار ویژه های قدرت نرم در سیاست خارجی چین، پژوهش نامه ایرانی سیاست بین الملل، سال سوم، شماره یک.
- برازجانی، مریم، حسین اصغری ثانی و زهرا پوردست (۱۳۹۵). کارویژه دیپلماسی عمومی در تغییر وجهه بین المللی چین، پژوهش نامه ایرانی سیاست بین الملل، سال چهارم، شماره دو.
- چین و جهان در دوران جدید (۱۳۹۸)، ترجمه دبیرخانه شورای راهبردی روابط خارجی، دفتر اطلاعات شورای دولتی جمهوری خلق چین.
- خرازی محمدوندی آذر، زهرا (۱۳۸۸). تأثیر دیپلماسی فرهنگی بر منافع ملی کشورها، مجله مدیریت فرهنگی، سال سوم، شماره شش.

دیپلماسی نوین فرهنگی چین

- خراسانی، رضا (۱۳۸۷). جایگاه و نقش قدرت فرهنگی در سیاست خارجی و تأثیر آن بر روند تحولات جهانی، فصل نامه علوم سیاسی، شماره چهل و یک.
- صالحی امیری، سیدرضا و سعید محمدی (۱۳۸۹). دیپلماسی فرهنگی، تهران، انتشارات ققنوس.
- کیوان حسینی، سیداصغر و راحله جمعه زاده (۱۳۹۲). تبیین نظری قدرت نرم بر مبنای نگرشی فرا«نای» به کاربست «منابع غیر مادی قدرت در سیاست خارجی، دو فصل نامه پژوهش سیاست نظری، شماره سیزده.
- نای، جوزف (۱۳۸۲). کاربرد قدرت نرم، ترجمه سید رضا میرطاهر، تهران، انتشارات قومس.

-中国对外文化战略研究 2000-2015 年，周璐铭，中共中央党校，2015 年

6 月¹⁰.

- “一带一路”背景下我国对外文化投资：机遇，挑战及策略，陈明敏，彭兴莲，南昌大学科学技术学院，2019.08.19¹¹.

- “一带一路”战略下中国文化软实力提升研究，兰州理工大学，赵昕，2018 年 5 月 28 日¹².

-中国华民族文化发展战略的政治功能研究，云南大学，段思兢，2018 年 6 月¹³.

¹⁰ تحقیق استراتژی فرهنگی خارجی چین سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵ میلادی، جو لو مینگ، دانشگاه مرکزی حزب، ۱۳۹۷.

¹¹ «یک راه یک کمربند» و سرمایه گذاری فرهنگی کشورمان: فرصتها، تهدیدها و برنامه ها، چن مینگ های، پنگ شین لیان، دانشگاه نن کای، ۲۸/۵/۱۳۹۸.

¹² «یک راه یک کمربند» و تحقیق توانمندسازی قدرت نرم فرهنگی چین، دانشگاه لانجو، خرداد ۱۳۹۸.

¹³ تحقیق کارکرد سیاسی استراتژی توسعه فرهنگی اقوام چین، دانشگاه یونن، دوان سی جینگ، ۱۳۹۷.