

راهبردهای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل

بر اساس الگوی SWOT

حسن رضایی^۱

محمد رضا رحیمی^۲

چکیده

انقلاب اسلامی ایران در امتداد رسالت انبیا و ائمه علیهم‌السلام به وسیله عالم دین‌شناس، متقی، زمان‌شناس، دلسوز و مردمی، یعنی امام خمینی رهبر هدایت شد. هدف اصلی این انقلاب هدایت انسان‌ها به طریق و مسیر انبیای الهی، رسول خدا و ائمه علیهم‌السلام است؛ به همین دلیل، این انقلاب، یک انقلاب فرهنگی است که در آن برای نهادینه شدن فرهنگ و ارزش‌های اسلامی در سطح ملی و بین‌المللی، راهبردها، سیاست‌ها و برنامه‌های گوناگونی را تدوین و اجرا شده است. در این نوشتار به منظور ارائه راهبردهای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل بر اساس راهبرد SWOT وضعیت موجود راهبردهای فرهنگی انقلاب اسلامی مطالعه و تحلیل شده و سپس بر اساس نتایج تحلیل انجام‌شده، راهبردهای مناسب ترویج و نهادینه‌سازی ارزش‌ها و اصول انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل، تبیین و ارائه گردیده است. نتایج تحقیق حاکی از مجموعه راهبردهای چهارگانه است که می‌تواند جهت دسترسی انقلاب اسلامی به وضعیت مطلوب نشر و نهادینه‌سازی نظری و رفتاری انقلاب اسلامی در همه سطوح فردی، اجتماعی و حاکمیتی رهنمودهای بنیادینی را ارائه نماید.

واژگان کلیدی: فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، راهبرد، تبیین، سطح بین‌الملل.

۱. هیات علمی جامعه المصطفی العالمیه قدس سره (نویسنده مسئول)

۲. پژوهشگر همکار پژوهشگاه بین‌المللی المصطفی r.rahimi42@yahoo.com

مقدمه

انقلاب اسلامی، انقلابی است ریشه‌دار در فرهنگ و ارزش‌های اسلامی. همان‌گونه که دین اسلام جهانی و برای هدایت کل بشر نازل شده است، از اهداف بنیادین و اساسی انقلاب اسلامی به رهبری امام خمینی علیه السلام نیز نشر دین و ارزش‌های اسلامی به کل جهان به‌منظور تربیت و هدایت همه انسان‌هاست. اثرگذاری ارزش‌های اسلامی بر جامعه در سطح ملی و بین‌المللی مرهون تبیین جامع و مناسب است؛ اما اینکه این تبیین چگونه انجام شود، نیازمند تدبیر و برنامه‌ریزی است. طبق تحقیقات انجام‌شده، در مورد چگونگی تدبیر و ارائه راهبردهای مناسب جهت تبیین ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل، تحقیقی انجام نشده است. این درحالی است که تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، هم ضرورت علمی دارد و هم ضرورت کاربردی. تحقیق حاضر از این جهت ضرورت علمی دارد که در این زمینه کار علمی انجام نشده و ضرورت آن به لحاظ کاربردی، از این جهت است که تبیین دقیق و علمی، نیازمند یک نقشه مناسب است تا بر اساس آن، ورود و خروج برای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی به دقت و جامع انجام شود. از این‌رو تحقیق حاضر با طرح این پرسش که فرصت‌ها، تهدیدها، ضعف‌ها و قوت‌های تبیین ارزش‌ها و فرهنگ انقلاب اسلامی چیست، سعی دارد تا هدف فوق، یعنی ارائه راهبردهای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی را مورد تحقیق قرار دهد. در این مورد می‌توان از چارچوب‌ها و نقشه‌های گوناگونی بهره گرفت؛ لکن یکی از این چارچوب‌ها، الگوی فرد. آر. دیوید^۱ است که با عنوان الگوی SWOT در ادبیات مدیریت معروف شده است. این تحقیق بر اساس الگوی فوق انجام می‌شود و از این‌رو نخست ادبیات نظری و علمی مرور شده و سپس ادبیات تجربی معرفی می‌گردد و در نهایت بعد از بیان روش تحقیق، راهبردهایی را با استفاده از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای انقلاب اسلامی، به‌منظور تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل ارائه می‌کند.

پیشینه نظری تحقیق

فرهنگ

فرهنگ واژه‌ای فارسی است که از دو جزء مرکب «فر» و «هنگ» تشکیل شده است. «فر» به معنای جلو و «هنگ» از ریشه اوستایی «تنگنا» و به معنی کشیدن و بیرون کشیدن گرفته شده است. در زبان‌های انگلیسی و فرانسوی، واژه culture به کار می‌رود و نیز معنای آن کشت‌وکار یا پرورش بوده است (مشبکی، ۱۳۸۰: ص ۲۷). ولی هیچ‌گاه در ادبیات فارسی به طور مستقیم به مفهومی که برخاسته از ریشه کلمه باشد، نیامده است (جعفری، ۱۳۷۳: ص ۴۳۶). مفهوم culture به‌ظاهر پس از ۱۷۵۰ و برای اولین بار در زبان آلمانی به

کار رفته است (مشبکی، ۱۳۸۰: ص ۳۲۴). مقصود و مقصور از فرهنگ در این تحقیق، فرهنگ اسلامی است که عبارت است از: مجموع اعتقادات، اندیشه‌ها، اخلاقیات، ارزش‌ها، الگوهای رفتاری، سنن، آداب و رسوم و عادت‌هایی که ریشه در قرآن و سنت پیامبر ﷺ و پیروان راستین آنها دارد (عیوضی، ۱۳۸۶: ص ۴۵).

رویکردهای سیاست‌گذاری فرهنگی

در حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی، با توجه به آنچه در بالا یاد شد که فرهنگ یکی از مقولات و مصادیق حوزه‌عام سیاست‌گذاری است، دو دیدگاه متفاوت برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی وجود دارد:

۱. برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی، به معنای اتخاذ سیاست فرهنگی مشخص بوده و این امر تهدیدی علیه آزادی انتخاب فرد و توسعه تجاری است؛

۲. فرهنگ مقوله‌ای کیفی و حاصل زندگی عده زیادی از مردم در یک شرایط مشابه و در مدت زمان نسبتاً طولانی است؛ لذا نمی‌توان و نباید آن را از امر متعالی و کیفی به زمین خاکی و عالم انسانی برنامه‌ریزی تنزیل داد. این دیدگاه، دیدگاهی است که از سوی اکثر کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی پیگیری می‌شود. گروه دیگر که عملاً شامل گروه نسبتاً وسیعی از دیدگاه‌های مختلف است، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی را نه تنها امری میسر و شدنی، بلکه آن را الزامی و اجتناب‌ناپذیر می‌دانند. در این دیدگاه، برنامه‌ریزی فرهنگی تهدیدی برای آزادی فرد محسوب نمی‌شود و اگر هم باشد، اصولاً گریزی از آن نیست (احمدی‌پور، ۱۳۹۵: ص ۱۴). مطابق نظر دانشمندانی که معتقدند امکان سیاست‌پذیری و هدایت‌های فرهنگی وجود دارد، الگوهای متعدد و متنوعی مطرح است که به اهم آنها اشاره می‌گردد:

الگوی آرمان‌شهرگرایی^۱

در این الگو از فرد خواسته می‌شود که خود را یکسره در اختیار اهداف ایدئولوژی قرار دهد. از این منظر این الگو فراگیر و همه‌گیر است؛ لذا سیاست‌گذاران فرهنگی بنا به تعریف، باید همه‌گیر و فراگیر عمل کنند. این الگو تعبیری ایدئولوژیک از فرهنگ داشته و برنامه‌ریزی فراگیر را در دستور کار دارد. به تعبیری دیگر، در این نوع سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیران درک نظری و هستی‌شناسانه خود را از جهان، انسان و فرهنگ، مبنا قرار می‌دهند. بایدها و نبایدهایی که در جهان‌بینی مطرح می‌شود، پایه اهداف سیاست‌گذاری فرهنگی قرار می‌گیرد و نه فهم عینی جامعه و منطقی استقرانی. در اینجا سیاست‌گذار فرهنگی یا به شناسایی مشکلات و مسائل خاص فرهنگی نمی‌پردازد و یا این مسائل را با توجه به ارزش‌ها و آرمان‌ها طرح می‌کند؛ یعنی به مشکلاتی توجه می‌کند که بر سر راه آن اهداف قرار دارند. روش این‌گونه سیاست‌گذاری در عمل، دستوری و در فهم، نخبه‌گراست. این الگو گاهی به سرمشق دین‌گرایانه و شریعت‌مدارانه تبدیل می‌شود که در آن

۱. utopianism.

حکومت خود را عهده‌دار اجرای اوامر و حدود الهی می‌داند و با استفاده از منابع دینی و فقها به تمایزگذاری میان مردم بر اساس شریعت اقدام می‌نماید. هدف حکومت به این ترتیب سعادت دنیوی و اخروی مردم است و ابزار آن در صورت لزوم، اجبار است (ارامکی، ۱۳۹۸: ص ۲۰).

مدل واقع‌گرایی

در مدل معطوف به مشکلات و مسائل عینی یا مدل واقع‌گرایی سیاست‌گذار به شناسایی و تعریف دقیق مشکل فرهنگی می‌پردازد؛ مثلاً افزایش بزهکاری در بین نوجوانان در محله‌های خاص، کمبود کتاب، کتابخانه یا سالن قرائت برای جوانان به نسبت جمعیت آنان، و اموری از این قبیل. بنابراین، اساس کار سیاست‌گذاری با بیان مشکلی عینی یا بحرانی اجتماعی است، نه آرمان‌ها و اهداف کلی. به بیان دقیق‌تر، اهداف و آرمان‌ها در ارتباط با مشکل خاص فرهنگی و تحدید حدود آن تعریف می‌شود. در سیاست‌گذاری معطوف به مسئله، از مشاهده، تحلیل و علت‌یابی مشکل یا معضلی عینی شروع می‌کنند و سپس به اتخاذ سیاست‌های برای حل آن مشکل می‌پردازند. حسن این روش آن است که نخست، سیاست‌گذار دچار پراکندگی فکر و ابهام نه می‌شود؛ دوم، از اختلاط اهداف و سیاست‌ها پرهیز می‌کند؛ سوم، محدوده متغیرهایی را که باید دستکاری شوند مشخص می‌کند و چهارم، به انطباق سیاست‌ها با اهداف با سهولت بیشتری دست می‌یابد (اشتریان، ۱۳۸۹: ص ۷۵).

الگوی راهبردی

در حوزه فرهنگ به دلیل کیفی بودن و قابل تفسیر بودن فعالیت‌ها، رسیدن به اجماع درباره چشم‌اندازها در مقایسه با سایر حوزه‌ها به مراتب پیچیده‌تر است. تفسیرها و تأویل‌های مختلف از مضامین، مفاهیم و واژه‌های موجود در حوزه فرهنگ نیز به این پیچیدگی دامن می‌زند. به این ترتیب، برای طراحی برنامه‌ریزی راهبردی در حوزه فرهنگ، نخست باید رسالت‌ها یا مأموریت‌های اساسی هریک از حوزه‌های فرعی تر یا زیرمجموعه حوزه فرهنگ، نظیر کتاب، مطبوعات، سینما، هنر، میراث فرهنگی و نیز ارزش‌ها و باورهای جامعه تدوین گردد و در قالب چشم‌انداز مشترک، اشتراک نظر به وجود آید، تا فرایند سیاست‌گذاری به صورت منطقی طی شود. ثانیاً باید راهبردهای فعلی حوزه فرهنگ شناخته شود. در واقع اطلاع از بود یا نبود راهبردها و چگونگی شناخت و برآورد آنها و دستیابی به آنها در این مرحله رخ می‌دهد. این الگو که در واقع همان مدل معطوف به مسئله است و پیش از این بیان شد، برای سیاست‌گذاری در یکی از حوزه‌های فرهنگی یا مصداقی از مصادیق آن، مناسب است.

الگوی توسعه‌گرا

این الگو که حالت خاصی از مدل واقع‌گرایی است، در پی گسترش ابعاد مفهوم توسعه و مؤثر دانستن نقش فرهنگ در توسعه تعریف شده است؛ به این معنا که در کشورهای توسعه‌نیافته، توسعه هم باید جنبه

اقتصادی، و هم جنبه اجتماعی و فرهنگی داشته باشد؛ زیرا جنبه‌های مختلف توسعه را چه از لحاظ نظری و چه عملی نمی‌توان از یکدیگر جدا کرد. به عبارتی دیگر، در این الگو حکومت خود را مسئول توسعه اقتصادی و اجتماعی می‌داند و می‌کوشد تا با تکیه بر مصلحت‌اندیشی متخصصان امور و تبلیغات مناسب با توسعه کشور، فرهنگ توسعه را در مردم نهادینه کند و آنها را در نهایت بر اساس پیشرو بودن، عقلانی بودن و در مسیر توسعه بودن، از یکدیگر متمایز کند. بر اساس این مدل، مقرر شده است که حوزه باورها و رفتار عمومی چنان سامان یابد و تحول پذیرد که مددکار فعالیت‌های کشور در عرصه‌های گسترده اقتصادی و فرهنگی باشد. برحسب این دیدگاه، تکنولوژی مدرن و بسط ظرفیت‌های اقتصادی و تولیدی، مستلزم برانگیختن ایستارها، ارزش‌ها و سرمشق‌های رفتاری خاص، میان مردم است. قلمرو این الگو ارتباط فرد با دیگران است و کمتر با نیت و باورهای عمیق فردی سروکار دارد. آنچه در این سرمشق اهمیت دارد، متقاعد شدن فرد به پیروی از مجموعه ضوابط عقلانی و خردمندانه در رفتار اجتماعی با دیگران است. هدف این الگو نیز تأمین مصالح جمعی و در پرتو آن، تأمین مصالح فردی است و ابزار پیشبرد آن، تبلیغات گسترده است (جلالی، ۱۳۷۹: ص ۵۱).

راهبرد

برنامه‌ریزی، برقراری توازن بین محدودیت منابع و خواست‌های نامحدود با کمترین هزینه است. در واقع برنامه‌ریزی فرایندی برای دستیابی سریع‌تر و آسان‌تر به هدف است که در آن، مسیر، مراحل، هدف و نحوه دستیابی تعیین می‌شود. در هر صورت، صاحب‌نظران مختلف، از دیدگاه‌های متفاوت، برنامه‌ریزی را تعریف کرده‌اند. به گفته چادویک، برنامه‌ریزی یک سیستم کلی ذهنی است. با ایجاد یک سیستم ذهنی مستقل، اما منطبق بر دنیای واقعی، ابتدا پدیده تحول را شناخته، سپس آن را پیش‌بینی کرده، در آخر ارزیابی می‌کنیم. هدف بهینه کردن سیستم دنیای واقعی از طریق بهینه نمودن سیستم ذهنی است (لی، ۱۳۶۶: ص ۳). برنامه اقسامی دارد که بر اساس معیارهای گوناگونی تقسیم شده است؛ مانند چشم‌انداز، خط‌مشی، و راهبرد و برنامه علمي‌اتي (رضائیان، ۱۳۸۰: ص ۳۰۰). در مورد راهبرد و برنامه‌ریزی راهبردی، تعاریف و دیدگاه‌های متفاوتی ارائه شده است. طبق تعریف دیوید، برنامه‌ریزی راهبردی عبارت است از عبارت است از برنامه جامع، منسجم و کاملی که برای تحقق اهداف اصلی و اساسی سازمان تدوین می‌گردد (رضائیان، ۱۳۸۸: ۲۰۹).

تدوین استراتژی برای هر سازمان و مجموعه‌ای، نیازمند برداشتن گام‌های استوار، هوشمند و هدفمند مراحل سه‌گانه است: مرحله تهیه اطلاعات ورودی، مرحله تطبیق دادن و مرحله تصمیم‌گیری. تحلیل و انتخاب راهبرد، به میزان زیادی وابسته به اخذ تصمیمات ذهنی بر اساس اطلاعات عینی است. تحلیل و انتخاب راهبرد، تلاش برای تعیین شیوه‌های گوناگون عمل است که بتوانند به بهترین نحو، به شرکت در

دستیابی به مأموریت و اهدافش کمک کنند. استراتژی‌ها، اهداف و مأموریت کنونی شرکت، همراه با اطلاعات حاصله از بررسی عوامل خارجی و داخلی، زمینه‌ای برای ایجاد و ارزیابی گزینه‌های استراتژیک ممکن فراهم می‌آورند (فرد آر، ۱۳۹۳: ص ۳۳۵).

چارچوب جامع تدوین راهبرد

تکنیک‌های مهم تدوین استراتژی را می‌توان در یک چارچوب سه مرحله‌ای تصمیم‌گیری، به صورتی که در تصویر به نمایش درآمده است، ارائه داد:

مرحله ۱، تدوین چارچوب شامل ماتریس EFE، ماتریس IEF و ماتریس وضعیت رقابتی (CPM) می‌شود. در این مرحله، اطلاعات ورودی تهیه شده و به طور خلاصه، اطلاعات اصلی مورد نیاز تدوین استراتژی ارائه می‌شود.

مرحله ۲: همان مرحله تطبیق است که استراتژیست توجه خود را بر ایجاد استراتژی‌های ممکن گوناگون از طریق مطابقت دادن عوامل اصلی خارجی و داخلی متمرکز می‌کند. تکنیک‌های مرحله ۲ شامل ماتریس نقاط قوت-ضعف، فرصت-تهدید (SWOT)، ماتریس عوامل داخلی-عوامل خارجی (IE) و ماتریس استراتژی اصلی می‌شود.

مرحله ۳: مرحله تصمیم است و دربرگیرنده تنها یک تکنیک است. این تکنیک با عنوان ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) از اطلاعات به دست آمده در مرحله ۱ برای ارزیابی عینی استراتژی‌های گوناگون استفاده می‌کند که در مرحله ۲ مشخص شدند. QSPM جذابیت نسبی استراتژی‌های گوناگون را نشان می‌دهد و از این رو، پایه‌ای عینی برای انتخاب استراتژی‌های مشخص به وجود می‌آورد.

نمودار ۱: چارچوب تحلیلی تدوین استراتژی

مراحل	برنامه‌ها
مرحله ۱: مرحله تهیه اطلاعات ورودی	ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)؛ ماتریس وضعیت رقابتی (CPM)؛ ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)
مرحله ۲: مرحله تطبیق دادن	ماتریس نقاط قوت-ضعف، فرصت-تهدید (swot)
	ماتریس جایگاه استراتژیک و ارزیابی اقدام (space)
	ماتریس عوامل داخلی و عوامل خارجی
	ماتریس استراتژی اصلی
مرحله سوم: مرحله تصمیم	ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)



مرحله ۱: مرحله تهیه اطلاعات ورودی

در این مرحله ملزم به کمی کردن ذهنیات برای تدوین استراتژی هستیم. با ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، امکان اتخاذ و ایجاد استراتژیک گوناگون به شکل اثربخش تری فراهم می‌شود.

الف. ماهیت بررسی عوامل داخلی

همه سازمان‌ها در حوزه‌های وظیفه‌ای خود، دارای نقاط قوت و ضعف هستند. نقاط قوت و ضعف داخلی همراه با فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی و یک بیانیه مأموریت روشن، زیربنای تعیین اهداف و استراتژی‌ها را به وجود می‌آورد. اهداف و استراتژی‌ها به قصد سرمایه‌گذاری روی نقاط قوت و غلبه بر نقاط ضعف داخلی تعیین می‌شوند.

ب. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

بررسی عوامل داخلی مدیریت استراتژیک عبارت است از تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE). در این ابزار، استراتژی نقاط قوت و ضعف عمده، به صورت خلاصه تدوین می‌گردد و درعین حال، امکان شناسایی و ارزیابی این حوزه‌ها را فراهم می‌آورد. در تهیه ماتریس IFE به داوری‌های شهودی نیز نیاز است. درک جامع عواملی که در ماتریس ارائه شده‌اند، اهمیت بیشتری از تعداد آنها دارد. ماتریس عوامل داخلی را می‌توان در سه مرحله تدوین کرد (فرد آر، ۱۳۹۳: ص ۲۴۸):

۱. فهرستی از عوامل داخلی مهم که در فرایند بررسی عوامل داخلی مشخص شدند، تهیه کنید. نقاط قوت را در ابتدای فهرست و نقاط ضعف را بعد از آن قرار دهید. تا آنجایی که ممکن است، با استفاده از درصدها، نسبت‌ها و ارقام مقایسه‌ای، به طور مشخص استدلال کنید.
 ۲. به هر عامل وزنی نسبت دهید که از ۰ (بی‌اهمیت) تا ۱ (بسیار بااهمیت) را شامل می‌شود. صرف‌نظر از اینکه عامل مورد بحث، نقطه قوت است یا ضعف، به عواملی که آنها را دارای بیشترین تأثیر روی عملکرد سازمانی می‌دانیم، باید بیشترین وزن‌ها را نسبت دهیم. مجموع کلیه وزن‌ها باید برابر ۱ باشد.
 ۳. هر عامل از ۱ تا ۴ رتبه‌بندی شده است تا نشان دهد که آیا عامل مورد بحث، بیانگر یک نقطه ضعف عمده (رتبه ۱)، نقطه ضعف غیر عمده (رتبه ۲)، نقطه قوت غیر عمده (رتبه ۳) یا نقطه قوت عمده (رتبه ۴) است.
 ۴. وزن هر عامل در رتبه‌اش ضرب شده است تا امتیاز وزنی هر متغیر به دست آید.
 ۵. امتیاز وزنی کلیه متغیرها را با هم جمع کرده‌ایم تا کل امتیاز وزنی به دست آید.
- کل امتیاز وزنی بین ۱ تا ۴ تغییر می‌کند. میانگین امتیاز ۲/۵ است. امتیاز وزنی پایین‌تر از ۲/۵ بیانگر سازمان‌هایی با ضعف داخلی هستند. امتیاز وزنی بالاتر از ۲/۵ نشان‌دهنده وضعیت داخلی نیرومند است.

ج. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی به استراتژیست‌ها امکان می‌دهد تا اطلاعات اقتصادی، فرهنگی، جمعیتی، زیست‌محیطی، سیاسی، دولتی، قانونی، تکنولوژیک و رقابتی را خلاصه و ارزیابی کنند. ماتریس عوامل خارجی را می‌توان در پنج گام تهیه کرد:

۱. فهرستی از عوامل خارجی مهم را که در فرایند بررسی عوامل خارجی مشخص شد، بنویسید. فرصت‌ها را در ابتدا و سپس تهدیدها را بیاورید.

۲. به هریک از عامل‌ها وزنی بین صفر و یک بدهید.

۳. به هریک از عوامل خارجی، رتبه‌ای بین ۱ تا ۴ تخصیص دهید که نشان‌دهنده میزان اثربخش بودن استراتژی‌های جاری نسبت به این عوامل است. ۴ به معنای پاسخ عالی، ۳ به معنای پاسخ بالاتر از متوسط، ۲ به معنای پاسخ متوسط و ۱ به معنای آن است که پاسخ ضعیف است.

۴. وزن هر عامل را در رتبه‌اش ضرب می‌کنیم تا به یک امتیاز وزنی دست یابیم.

۵. کل امتیاز وزنی برای هر متغیر سنجیده می‌شود، تا امتیاز وزنی کل به دست آید.

مرحله ۲: مرحله تطبیق دادن عوامل خارجی با عوامل داخلی

مرحله تطبیق دادن تدوین استراتژی شامل پنج تکنیک می‌شود که از آنها با هر ترتیبی می‌توان استفاده کرد: ماتریس SWOT، ماتریس SPACE، ماتریس BCG، ماتریس IE، و ماتریس استراتژی اصلی. این ابزارها به اطلاعاتی متکی هستند که در مرحله تهیه اطلاعات ورودی به دست آمده‌اند و می‌کوشند فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی را با نقاط قوت و ضعف داخلی تطبیق دهند. تطبیق دادن عوامل خارجی و داخلی مهم موفقیت، در ایجاد اثربخش گزینه‌های استراتژیک ممکن، اهمیت تعیین‌کننده دارد. هر سازمان از مقداری فرصت و تهدید خارجی و نقاط قوت و ضعف داخلی برخوردار است که می‌توان آنها را با یکدیگر هماهنگ کرد تا به استراتژی‌های متنوعی دست یافت. هدف از ابزارهای انطباق‌دهی در مرحله ۲، ایجاد استراتژی‌های امکان‌پذیر گوناگون است، نه انتخاب یا تعیین بهترین استراتژی‌ها. بنابراین، همه استراتژی‌هایی که در ماتریس SWOT تدوین شدند، برای اجرا انتخاب نمی‌شوند.

الف. تحلیل ماتریس داخلی و خارجی IE (تعیین نوع استراتژی)

پس از شناسایی قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها و پس از به سامان رسیدن ماتریس عوامل داخلی و خارجی، اکنون به تحلیل ماتریس IE یا همان ماتریس عوامل خارجی - داخلی می‌پردازیم. پاسخ برآمده از این ماتریس در واقع تعیین‌کننده اولویت انتخاب استراتژی‌های (SO، WO، ST، WT) است.

ب. ماتریس نقاط قوت - نقاط ضعف و فرصت‌ها - تهدیدها (SWOT)

ماتریس نقاط قوت - نقاط ضعف و فرصت‌ها - تهدیدها (SWOT)، ابزار منطبق‌سازی مهمی است که به مدیران در تدوین انواع استراتژی‌ها کمک می‌کند: استراتژی‌های نوع SO (نقاط قوت - فرصت‌ها)، استراتژی‌های

نوع WO (نقاط ضعف- فرصت‌ها)، استراتژی‌های نوع ST (نقاط قوت- تهدیدها) و استراتژی‌های نوع WT (نقاط ضعف- تهدیدها). منطق‌سازی عوامل خارجی و داخلی مهم بر یکدیگر، مهم‌ترین بخش کار تدوین یک ماتریس به شمار می‌رود و نیازمند رأی و نظر صائب است. نمی‌توان هیچ‌گاه به بهترین مجموعه از عوامل منطق با یکدیگر دست‌یافت (فرد آر، ۱۳۹۳: ص ۳۴۲). استراتژی‌های SO از نقاط قوت داخلی برای دستیابی به فرصت‌های خارجی استفاده می‌کنند. به‌طورکلی سازمان‌ها از استراتژی‌های ST، WO و WT بهره می‌برند تا در موقعیت استفاده از استراتژی‌های SO قرار گیرند. هنگامی که شرکتی از نقاط ضعف عمده برخوردار است، تلاش می‌کند بر آن فائق آید و آنها را به نقاط قوت بدل کند. هنگامی که سازمانی با تهدیدهای عمده مواجه است، می‌کوشد از آنها اجتناب کند تا توجه خود را به فرصت‌ها متمرکز کند. هدف استراتژی‌های WO اصلاح نقاط ضعف داخلی از طریق بهره‌گیری از فرصت‌های خارجی است. استراتژی‌های ST از نقاط قوت سازمان برای اجتناب از اثرات منفی تهدیدهای خارجی یا کاهش آنها استفاده می‌کنند. این به معنای آن نیست که سازمان نیرومند باید همیشه با تهدیدهای خارجی به مقابله برخیزد. استراتژی‌های WT تاکتیک‌های دفاعی هستند که همشان کاهش نقاط ضعف داخلی و دوری از تهدیدهای خارجی است. ماتریس SWOT از نه خانه تشکیل شده است. یک خانه همیشه خالی می‌ماند. چهار خانه استراتژی به نام‌های SO، WO، ST و WT پس از پر شدن چهار خانه مربوط به عوامل اصلی به نام‌های S، W، O و T پر می‌شوند. برای ایجاد ماتریس SWOT باید هشت مرحله طی شود:

۱. فهرستی از فرصت‌های خارجی عمده سازمان تهیه کنید؛
۲. فهرستی از تهدیدهای خارجی عمده سازمان تهیه کنید؛
۳. فهرستی از نقاط قوت داخلی عمده سازمان تهیه کنید؛
۴. فهرستی از نقاط ضعف داخلی عمده سازمان تهیه کنید؛
۵. نقاط قوت داخلی را بر فرصت‌های خارجی تطبیق دهید و استراتژی‌های SO حاصل را در خانه مربوطه ثبت کنید؛
۶. نقاط ضعف داخلی را بر فرصت‌های خارجی تطبیق دهید و استراتژی‌های WO حاصل را در خانه مربوط ثبت کنید؛
۷. نقاط قوت داخلی را بر تهدیدهای خارجی تطبیق دهید و استراتژی‌های ST حاصل را در خانه مربوط ثبت کنید؛
۸. نقاط ضعف داخلی را بر تهدیدهای خارجی تطبیق دهید و استراتژی‌های WT حاصل را در خانه مربوط ثبت کنید.



جدول ۲: ماتریس SWOT

فهرست قوت‌ها (S)	فهرست ضعف‌ها (W)
SO استراتژی تهاجمی (استفاده از توانمندی‌ها برای استفاده از فرصت‌ها)	WO استراتژی محافظه‌کارانه (بهبود شرایط محیطی با استفاده از توانمندی‌ها)
ST استراتژی رقابتی (بهبود سیستم درونی با استفاده از فرصت‌های بیرونی)	WT استراتژی تدافعی (کاهش نقاط ضعف و پرهیز از تهدیدات)

منبع: (الماسی و دور فرد، ۱۳۹۰: ص ۱۰۴).

مرحله ۳: مرحله تصمیم‌گیری

در این مرحله با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)، تصمیم‌گیری صورت می‌گیرد. یکی از تکنیک‌ها و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های استراتژیک و مشخص نمودن جذابیت بین استراتژی‌هایی که در مرحله تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد، ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی است. این تکنیک مشخص می‌کند که کدام یک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده، امکان‌پذیر است. در واقع، این ماتریس استراتژی‌ها را اولویت‌بندی می‌کند. در ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی، تنها استراتژی‌های گنجانده شده در یک مجموعه را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. در جدول ذیل ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی ارائه شده است. ستون سمت راست شامل عوامل داخلی و خارجی (از مرحله اول) است. در ردیف بالا استراتژی‌های مختلف امکان‌پذیر (از مرحله دوم) نوشته شده است. ستون سمت راست در واقع دربرگیرنده اطلاعاتی است که به صورت مستقیم از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی به دست آمده‌اند. در ستون بعدی، ضریب متعلق به ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و داخلی نوشته می‌شود.

جدول ۳: ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی

انواع استراتژی‌های قابل اجرا						عوامل اصلی
استراتژی سوم		استراتژی دوم		استراتژی اول		ضریب
جمع	نمره جذابیت	جمع	نمره جذابیت	جمع	نمره جذابیت	عوامل اصلی خارجی
نمره‌های جذابیت		نمره‌های جذابیت		نمره‌های جذابیت		
						لیست عوامل نوشته می‌شود. عوامل اصلی داخلی

لیست عوامل داخلی نوشته می شود.		
-----------------------------------	--	--

در اجرای ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی، از تجزیه و تحلیل های مرحله اول و نتیجه حاصل از مقایسه عوامل داخلی و خارجی سازمان، مرحله دوم، استفاده می شود، تا به شیوه عینی، استراتژی های قابل اجرا نمایان شود. برای تهیه ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی (مرحله سوم) از نتیجه مرحله های یک و دو استفاده می شود. مرحله یک شامل تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی می شود. مرحله دوم شامل ماتریس تهدیدات، فرصت ها، نقاط قوت، نقاط ضعف، ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی می شود. به هنگام کاربرد ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی باید از قضاوت شهودی خوب استفاده کرد. برای ارائه یک ماتریس ارزیابی استراتژیک کمی، باید شش مرحله به شرح ذیل طی کرد:

مرحله اول

فرصت ها و تهدیدات عمده خارجی، نقاط قوت و نقاط ضعف داخلی را در ستون طرف راست ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی بنویسید. این اطلاعات از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی به دست می آید. حداقل ۱۰ عامل بسیار مهم خارجی و ۱۰ عامل بسیار مهم داخلی که در موفقیت سازمان نقش دارند، آورده شود.

مرحله دوم

به هریک از عوامل داخلی و یا خارجی که در موفقیت سازمان نقش عمده دارند، وزن یا ضریب بدهید. ضریب دهی در اینجا نیز مثل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی است. در واقع همان وزن هایی هستند که در ماتریس عوامل داخلی و خارجی درج شده اند.

مرحله سوم

ماتریس های (منطبق سازی) مرحله ۲ را بررسی کنید و استراتژی های بدیل (گزینه های استراتژی) را که سازمان باید برای اجرا مد نظر قرار دهد، مشخص کنید. این استراتژی ها را در ردیف بالایی QSPM ثبت کنید.

مرحله چهارم

امتیاز جذابیت (AS) را تعیین کنید. امتیاز جذابیت با بررسی هریک از عوامل اصلی خارجی یا داخلی، هر بار یکی از آنها با طرح این پرسش مشخص می شود که، آیا این عامل بر انتخاب استراتژی هایی که مشخص شده اند، تأثیر می گذارد؟ به طور مشخص، امتیاز جذابیت باید با مد نظر قرار دادن عامل ویژه مورد بحث، به هر استراتژی تخصیص یابد؛ به گونه ای که جذابیت نسبی آن استراتژی را نسبت به استراتژی های دیگر آن دسته نشان دهد. طیف امتیاز جذابیت به قرار زیر است: فاقد جذابیت = ۱، تا حدی جذابیت = ۲، جذاب = ۳ و بسیار جذاب = ۴. اگر به یک استراتژی امتیاز AS دادید، به دیگر استراتژی ها نیز باید امتیاز داده

شود. به عبارت دیگر، اگر جلوی یک استراتژی علامت تیره قرار بگیرد، در آن صورت استراتژی‌های دیگر واقع در آن ردیف نیز باید علامت تیره بگیرند.

مرحله پنجم

امتیاز جذابیت کل را محاسبه کنید. امتیاز جذابیت کل (TAS) به صورت حاصل ضرب وزن‌ها در امتیازهای جذابیت به دست می‌آید. امتیاز کل جذابیت نشان‌دهنده جذابیت نسبی هر استراتژی بدیل، تنها با در نظر گرفتن تأثیر عامل اصلی موفقیت خارجی یا داخلی مجاور است. هر قدر امتیاز کل جذابیت بیشتر باشد، گزینه استراتژیک از جذابیت بیشتری برخوردار خواهد بود.

مرحله ششم

جمع کل امتیاز جذابیت را محاسبه کنید. امتیاز جذابیت در هریک از ستون‌های استراتژی QSPM را با هم جمع کنید. جمع کل امتیاز جذابیت نشان می‌دهد که کدام استراتژی از همه جذاب‌تر است (فرد آر، ۱۳۹۳: ص ۳۶۸).

انقلاب اسلامی و ارزش‌های آن

می‌توان گفت که علت تأکید امام خمینی علیه السلام بر «جمهوری اسلامی» - بدون يك کلمه زیاد یا کم - در همین مطلب نهفته است که از نظر ایشان، ملت ایران با انقلاب اسلامی، هدفی جز استقرار اهداف و ارزش‌های اسلام نداشتند. با توجه به اعلامیه‌ها، احکام صادره و منش شخصی ایشان، این ارزش‌ها در هفت مورد دسته‌بندی شده‌اند که عبارت‌اند از: ۱. حضور مردم در صحنه؛ ۲. ایمان؛ ۳. ایثار؛ ۴. جهاد؛ ۵. شهادت؛ ۶. ساده‌زیستی؛ ۷. وحدت کلمه (موسوی خمینی، ۱۳۷۸: ص ۱۶).

مقام معظم رهبری در تبیین انقلاب اسلامی فرموده است: نظام اسلامی با همین هدف، یعنی شکل‌گیری یک جامعه دینی عادلانه و آرمان‌خواه پدید آمد (<https://farsi.khamenei.ir>). نیز ایشان در بیان دیگری فرموده است: شعارها و ارزش‌های اصلی اینهاست: استقلال، آزادی، مردم‌سالاری، اعتماد به نفس ملی و خودباوری ملی، عدالت، و برتر و بالاتر از همه اینها، تحقق و پیاده شدن احکام دین و شریعت در کشور؛ این شعارها با همان طراوتِ اول حفظ شده است (<https://farsi.khamenei.ir>). شهید مطهری علیه السلام ماهیت اسلامی انقلاب را این‌گونه تعریف می‌کند: «طرد همه ارزش‌های غیر اسلامی و تکیه بر ارزش‌های مستقل اسلامی» (مطهری، ۱۳۷۲: ص ۴۸).

انقلاب اسلامی، انقلابی است فرهنگی و مبتنی بر ارزش‌های اسلامی. نظام اسلامی در این کشور مبتنی بر ولایت فقیه است. در دوران غیبت امام زمان علیه السلام ولایت و رهبری جامعه بر عهده فقیه عادل، پرهیزگار، آگاه به زمان، دلیر، مدیر و مدبر قرار دارد که به وسیله خبرگان منتخب مردم، انتخاب می‌شود. سایر بخش‌ها و قوای سه‌گانه نظام با تفیذ، تأیید و امضای رهبری مشروع بوده و دارای صلاحیت است. مبنای فکری این

نظام، ارزش‌های اسلامی است که در قانون اساسی بیان شده است. می‌توان مهم‌ترین ارزش‌های انقلاب اسلامی را به‌صورت ذیل دسته‌بندی نمود: تعلیم و تربیت؛ دانش-فناوری؛ فرهنگی-اجتماعی؛ حقوقی-قضایی؛ اقتصادی؛ سیاسی-امنیتی؛ اداری-مدیریتی.

نظام تعلیم و تربیت انقلاب اسلامی مبتنی بر سه دسته هدف شکل گرفته است. هدف غایی این نظام، فراهم‌سازی زمینه‌دستیابی انسان به کمال نهایی خویش است که همان قرب الهی است. البته تقرب، زمانی و مکانی نیست؛ بلکه از آثار آن، قابل تشخیص است. از آثار قرب به خدا آن است که انسان پرده‌های میان خود و خدا را کنار زند و در نهایت، با علم حضوری دریابد که یکپارچه نیازمند خدا و عین ربط به اوست. هدف میانی تعلیم و تربیت، ارتقای سطح دانش، بینش، تفکر و خلاقیت افراد، دستیابی به فضیلت‌ها و مکارم اخلاقی و مهارت‌های زندگی، و رشد همه‌جانبه و متوازن استعدادهای آدمی در عرصه‌های گوناگون ارتباط با خدا، هم‌نوعان و طبیعت است. به‌صورت خلاصه باید گفت: هدف نظام تعلیم و تربیت انقلاب اسلامی، تربیت انسان مؤمن، آگاه و پرهیزگار است که قادر است اسرار و زیبایی‌های جهان آفرینش، و قوانین طبیعت را نشان جمال و جلال خداوند بداند و هم‌زمان حضور مؤثر در زندگی اجتماعی داشته باشد (جمعی از مؤلفان، ۱۳۹۲: ص ۷۰).

نظام دانش و فناوری در انقلاب اسلامی برای تحقق هدف تولید علم بر اساس آموزه‌های اسلامی، سامان‌دهی علوم اسلامی، رفع نیازمندی‌های مادی و معنوی جامعه، اعتلای کیفیت زندگی همراه با حفظ کرامت انسانی و اخلاق اسلامی و دستیابی به مرجعیت علمی بناگذاری شده است. براین اساس، دانش و فناوری زمانی مفید است که از ارزش‌های اسلامی نشأت گرفته باشد؛ هم به لحاظ نظریه‌پردازی و هم از نظر جهت‌گیری، در راستای تأمین نیازهای مادی و معنوی انسان باشد (جمعی از مؤلفان، ۱۳۹۲: ص ۷۶).

نظام فرهنگی- اجتماعی انقلاب اسلامی مبتنی بر اهداف ذیل است: ژرفابخشی به ایمان و معرفت و بصیرت دینی افراد در جامعه، نهادینه کردن فضیلت‌های اخلاقی، و انطباق الگوهای رفتاری با ارزش‌های اسلامی و تحقق عدالت اجتماعی. از نظر حقوقی- قضایی، انقلاب اسلامی راهبر انسان به سوی حیات طیبه و سعادت جاودانه انسان است. هدف دیگر این نظام، تحقق نظم و عدالت اسلامی برای فرد و جامعه است. از نظر اقتصادی، انقلاب اسلامی، به دنبال تحقق سعادت انسان و حیات طیبه از مسیر پیشرفت و تعالی، استقلال و عدالت اقتصادی است. به لحاظ سیاسی نیز هدف اساسی انقلاب اسلامی، هدایت جامعه به کمال و حیات طیبه بوده و تأمین معیشت و ایجاد امنیت، از اهداف میانی و متوسط آن است (همان: ص ۷۹، ۸۷، ۹۱ و ۱۰۶).

پیشینه تجربی

مقالات و تحقیقاتی مرتبط با فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی تدوین شده است که برخی از آنها در

سایت‌ها و مجلات علمی منتشر شده است. آقایان سید رضا صالحی امیری و اسماعیل کاووسی در مجموعه مقالاتی با عنوان «فرهنگ و مدیریت سازمان فرهنگی»، به موضوع برنامه‌ریزی فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران و الگوی تدوین راهبردهای مربوط پرداخته‌اند (ر.ک: صالحی امیری و کاووسی، ۱۳۸۷). آقای محسن ملک‌افضلی اردکانی در مقاله‌ای با عنوان «فرهنگ و تمدن نوین ایرانی-اسلامی در پرتو اصول قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران»، به موضوع فرهنگ انقلاب اسلامی پرداخته است و چهار موضوع علم، هنر، صنعت، باورها و اعتقادات ملی و دینی را مورد بحث قرار داده است (افضلی، ۱۳۸۷). خانم مهدیه عربی‌فر در مقاله‌ای با عنوان «ارزش‌های انقلاب اسلامی»، به نقش رسانه صدا و سیما در نهادینه‌سازی ارزش‌های انقلاب اسلامی در جامعه توجه نموده است و سیاست‌هایی را جهت برنامه‌سازی درباره ارزش‌های انقلاب اسلامی، برای صدا و سیما پیشنهاد کرده است که عبارت‌اند از: توجه به جنبه‌های مختلف موضوع، وجود انسجام و هماهنگی در برنامه‌ها، اولویت‌بخشی به برنامه‌های کودک و نوجوان و بهره‌گیری از کارشناسان دینی توانمند و آشنا به رسانه در تولید برنامه‌ها.

مهتاب محمدیان، امیر عظیمی دولت‌آبادی و احسان عسگری در پژوهشی با عنوان «ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران در آینه شهدای جنگ تحمیلی» (مورد مطالعه شهدای استان ایلام) منتشر شده در مجله اندیشه سیاسی در اسلام، پاییز ۱۳۹۹، به بحث از ارزش‌های اسلامی در وصیت‌نامه‌های شهدا پرداخته است و به این یافته‌ها رسیده است که از حیث تأکید بر ارزش‌های مورد نظر، در بین شهدایی که وصیت‌نامه آنها موجود بوده، بیشترین تأکید بر ارزش‌های اجتماعی با ۴۰ درصد و کمترین میزان اهمیت مربوط به ارزش‌های اقتصادی با ۶ درصد بوده است. از حیث اهمیت به مؤلفه‌های مربوط به هر کدام از ارزش‌ها، بیشترین میزان تأکید و اهمیت، مربوط به مؤلفه استکبارستیزی با ۶۴/۹ درصد و کمترین میزان نیز مربوط به مؤلفه عدالت با ۳/۱ درصد بوده است.

آقای غلام سخی در پژوهش دیگری با عنوان «نقش انقلاب کبیر جمهوری اسلامی ایران در استقرار عدالت و صلح جهان»، ارائه شده در همایش بازخوانی آثار علمی و فرهنگی انقلاب اسلامی ایران که در سال ۱۳۹۷ برگزار شده است، به این یافته‌ها رسیده است که بعد از تأسیس حکومت اسلامی به وسیله رهبر کبیر انقلاب اسلامی حضرت امام خمینی رحمه‌الله، به مثابه سمبل ارزش‌های انقلاب اسلامی، بر اساس جهان‌شمول بودن دین اسلام، استقرار عدالت و صلح جهانی از ضروریات نهضت اسلامی است. انقلاب کبیر اسلامی در جهت استقرار عدالت و صلح جهانی در جهان و کشورهای منطقه نقش بی‌بدیلی را ایفا نموده و سبب شده است که بازیگران نوینی در نظام بین‌الملل به منصه ظهور برسند که از آن جمله ظهور دولت‌ها، ملت‌های ضعیف، نهضت‌ها و جنبش‌های آزادی‌بخش‌اند که به مثابه نقش‌آفرینان جدید بر دولت‌ها در روابط بین‌الملل تأثیرگذارند.

عنایت‌الله یزدانی، علی‌رضا آقاحسینی و احسان شیخون (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی ابزارها و شیوه‌های صدور ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران (با تأکید بر اندیشه‌های امام خمینی علیه‌السلام)» سعی کرده‌اند تا ابزارهای مورد استفاده جهت صدور انقلاب را معرفی نمایند. این ابزارهای که به‌نحوی مورد تأکید امام خمینی علیه‌السلام نیز بوده، عبارت‌اند از: حمایت از جنبش‌های آزادی‌بخش و مستضعف جهان، استفاده از تبلیغات رسانه‌ای، برگزاری و تشکیل سمینارها و کنگره‌ها، تربیت و اعزام مبلغ، پذیرش و اعزام دانشجویان، تقویت سفارتخانه‌ها و افزایش مراکز علمی - تحقیقاتی و فرهنگی در خارج از کشور. مجمع جهانی مذاهب اسلامی (دارالتقريب بين المذاهب الاسلامية) در جمهوری اسلامی ایران، جهت تحقق هرچه بیشتر وحدت و تفاهم میان مذاهب اسلامی موجود در کشور و نیز نزدیکی به دیگر ملل مسلمان جهان، برنامه‌ها و فعالیت‌های گسترده‌ای را از آغاز شکل‌گیری خود انجام داده است؛ از جمله: احترام به حقوق و عقاید فرقه‌های اهل سنت، برگزاری مراسم هفته وحدت، ایجاد امکانات آموزشی، رفاهی و بهداشتی، مبارزه با تبلیغات تفرقه‌افکن و آرامش‌زدا، برگزاری کنفرانس‌های بین‌المللی و سرانجام تأسیس مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی.

در تحقیق دیگری، خانم خدیجه حاجیان با عنوان «بررسی ظرفیت‌های زبان و ادبیات فارسی در ترویج ارزش‌های انقلاب اسلامی در تاجیکستان و افغانستان» که در مجله مطالعات فرهنگ-ارتباطات منتشر شده است، به نقش‌های ذیل برای زبان فارسی جهت ترویج ارزش‌های انقلاب اسلامی اشاره کرده است: آشنا ساختن مردم این دو کشور با فرهنگ و هویت ایرانی و تأکید فراوان بر جنبه مشترک هویتی بین مردم سه کشور به‌منظور ایجاد تعلق خاطر و وابستگی میان ملت‌های این کشورها؛ برپایی سالیانه جشن‌های ایام نوروز، چهارشنبه‌سوری و دیگر جشن‌های ملی مشترک بین این کشورها به‌منظور ایجاد همبستگی بین مردم این سرزمین‌ها؛ برگزاری نمایشگاه‌های مختلف فرهنگی، هنری و اقتصادی در راستای ایجاد تعامل و ارتباط بین مردم سه کشور ایران، افغانستان و تاجیکستان و در کنار این نمایشگاه‌ها معرفی ارزش‌های انقلاب اسلامی در قالب مرسولات فرهنگی به مردم کشورهای افغانستان و تاجیکستان؛ برپایی همایش‌های بین‌المللی بین سه کشور در زمینه‌های مختلف پژوهش و تحقیق درباره تاریخ، فرهنگ، مسائل هویتی و ادبی و مسائل سیاسی جاری مربوط به زبان فارسی؛ حل مسائل مختلف منطقه فارسی‌زبان به‌وسیله کشورهای این منطقه و ایجاد حس اعتماد به یکدیگر؛ تأکید بر ادبیات فارسی به‌منزله میراث مشترک بین همه کشورهای فارسی‌زبان؛ حمایت دولت‌های کشورهای فارسی‌زبان از سازمان‌های غیردولتی که در زمینه ترویج ارزش‌ها از طریق زبان فارسی فعالیت دارند، مانند گروه‌های مختلف فرهنگی تئاتر، گروه‌های سینمایی، گروه‌های موسیقی و گروه‌های مختلف که در زمینه گردشگری و انتقال گردشگر فعالیت دارند یا گروه‌هایی که با استفاده از سایت‌های مختلف فرهنگی و تاریخی به زبان فارسی، برای شناساندن فرهنگ فعال هستند؛ ایجاد



انجمن‌های مودت و دوستی بین ایران، افغانستان و تاجیکستان در راستای ارتقای فرهنگی؛ تشکیل بانک اطلاعات آمار فرهنگی؛ تسهیل رفت و آمد مردم این سه کشور و آشنایی با اشتراکات فرهنگی یکدیگر از طریق گردشگری فرهنگی؛ ایجاد و گسترش ارتباط دو یا چندجانبه بین دانشگاه‌های سه کشور و همچنین تبادل دانشجو، به‌خصوص تسهیل تحصیل دانشجویان افغان و تاجیک در رشته زبان و ادبیات فارسی در دانشگاه‌های ایران؛ راه‌اندازی شبکه تلویزیونی مشترک میان کشورهای فارسی‌زبان ایران، افغانستان و تاجیکستان.

عنایت‌الله یزدانی و رؤیا نژاد زندیه (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «کاربست دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در چهارچوب اصول و ارزش‌های انقلاب اسلامی»، منتشرشده در مجله پژوهشنامه انقلاب اسلامی، سیاست‌هایی را جهت فعال شدن جمهوری اسلامی در عرصه بین‌الملل پیشنهاد نموده‌اند که این سیاست‌ها عبارت‌اند از: ایجاد وحدت بین مسلمانان، برقراری و توسعه و تحکیم روابط، تلاش در جهت برقراری حکومت جهانی اسلام، حاکمیت موازین اسلامی، ترجیح دادن اعتقادات بر منافع اقتصادی و تجاری در روابط دوجانبه، تعهد در برابر پیمان‌ها و قراردادهای و حضور در مجامع بین‌المللی، اهمیت دادن به عدالت سیاسی در روابط میان دولت و اصل دعوت که در راستای پیشبرد اهداف اسلامی و فراملی قانون اساسی و سیاست خارجی جمهوری اسلامی حرکت می‌کنند.

روش تحقیق

روش پژوهش ترکیبی (پیمایشی و توصیفی - تحلیلی) است. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز، از منابع کتابخانه‌ای (برای منابع نظری) و از پرسش‌نامه (برای پژوهش عملی) استفاده شده است. پرسش‌نامه‌هایی بین کارشناسان و نخبگان توزیع شد و از آنها خواسته شد که نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای تبیین ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل را ارزش‌گذاری کنند. بر اساس ارزش‌گذاری کارشناسان، داده‌های مدل SWOT فراهم گردید. اطلاعات به‌دست‌آمده به‌واسطه مدل فوق، مورد تحلیل قرار گرفته و در پایان نیز استراتژی‌هایی برای تبیین ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل ارائه می‌گردد. برای تدوین راهبردهای مناسب، از روش مدل سوات (SWOT) استفاده می‌شود. سوات یکی از ابزارهای عمومی برای تحلیل محیط درونی و بیرونی است و رویکردی نظام‌مند به مسئله دارد که به تصمیم‌گیری کمک می‌کند. سوات یکی از روش‌های مهم جهت ایجاد نظم و برقراری ارتباط مناسب بین مسائل راهبردی است و از بهترین تکنیک‌ها برای تحلیل و هدایت محیط محسوب می‌شود (۳۳: ۲۰۰۷، yuksel). این مدل دارای سه مرحله است که عبارت‌اند از: مرحله ورودی، مرحله تطبیق و مقایسه و مرحله تصمیم‌گیری و ارائه راهبردها.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق با ارائه ماتریس ارزیابی عوامل محیطی و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی، ماتریس تطبیق عوامل داخلی و خارجی ارائه و تحلیل می‌گردد.

ماتریس ارزیابی عوامل محیطی (فرصت‌ها و تهدیدهای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل):

عوامل اصلی محیطی	ضریب (صفر تا ۱)	نمره (ضعف‌ها: ۱ یا ۲ و قوت‌ها: ۳ یا ۴)	نمره نهایی
فرصت‌های تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل:			
۱. وجود علاقه، خواست و تمایل به دین اسلام در میان جوانان و مردم جهان؛	۱	۴	۴.
۲. وجود خواست و تمایل و علاقه به ارزش‌های والای شیعی در میان جوانان و مردم جهان؛	۱	۳	۳.
۳. شهرت و اعتبار ارزش‌های اسلامی و دینی، مانند عدالت‌خواهی و مبارزه با ظلم و تبعیض و حمایت از مستضعفان و محرومین در میان جوانان و مردم جهان؛	۸.	۳	۲/۴
۴. شهرت و اعتبار نسبی کتاب‌های روایی و دینی مانند نهج البلاغه و ارزش‌های انسانی آن در میان اساتید و دانشجویان دانشگاه‌های جهان و	۴.	۳	۳/۶



عوامل اصلی محیطی	ضرب (صفر تا ۱)	نمره (ضعف‌ها: ۱ یا ۲ و قوت‌ها: ۳ یا ۴)	نمره نهایی
منطقه؛			
۵. شهرت و اعتبار قیام و انقلاب امام حسین علیه السلام در میان انقلابیون و برخی دانشمندان و اساتید دانشگاه‌های منطقه و جهان؛	۹.	۴	۳/۶
۶. شهرت و اعتبار برخی کتاب‌های اسلامی و ادبی مانند مثنوی معنوی، سعدی و حافظ در سراسر جهان؛	۷.	۳	۲/۱
۷. شهرت و اعتبار شخص امام خمینی رحمه الله در میان جوانان و مردم جهان؛	۸.	۴	۳/۲
۸. شهرت و اعتبار انقلاب اسلامی و ارزش‌های آن در میان مردم و جوانان جهان؛	۸.	۴	۳/۲
۹. شهرت و اعتبار امام خاتمه‌ای در میان جوانان و مردم جهان؛	۸.	۴	۳/۲
۱۰. شهرت و اعتبار جمهوری اسلامی ایران در حمایت از کشورهای تحت ستم مانند فلسطین در جوامع اسلامی و غیراسلامی طرفدار مستضعفان عالم.	۸.	۳	۲/۴

عوامل اصلی محیطی	ضریب (صفر تا ۱)	نمره (ضعف‌ها: ۱ یا ۲ و قوت‌ها: ۳ یا ۴)	نمره نهایی
جمع نمرات	۸.	۳۵	۲۸/۳
تهدیدهای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل:			
۱. وجود رسانه‌های غول و قوی فعال جهت مقابله با فرهنگ و ارزش‌های اسلامی انقلاب اسلامی؛	۱	۲	۲.
۲. وجود فرهنگ‌های محلی و بومی متضاد با ارزش‌های دینی و انقلاب اسلامی؛	۸.	۱	۱/۶
۳. وجود عناصر و گروه‌های فعال سیاسی مخالف با انقلاب اسلامی؛	۱	۱	۱.
۴. وجود عناصر و گروه‌های اسلامی مخالف با انقلاب و ارزش‌های اسلامی مانند القاعده، داعش و سایر گروه‌های افراطی؛	۱	۱	۱.
۵. وجود سیاست‌ها و دولت‌های غیردینی مخالف با ارزش‌های انقلاب اسلامی؛	۸.	۲	۱/۶
۶. برنامه‌های اقتصادی و سیاسی ابرقدرت‌های مخالف ارزش‌ها و فرهنگ انقلاب اسلامی؛	۱	۲	۲.



عوامل اصلی محیطی	ضریب (صفر تا ۱)	نمره (ضعف‌ها: ۱ یا ۲ و قوت‌ها: ۳ یا ۴)	نمره نهایی
۷. برنام‌های فرهنگی ۱ بر قدرت‌های مخالف ارزش‌ها و فرهنگ انقلاب اسلامی؛	۱	۲	۲.
۸. شهرت و اعتبار برخی شخصیت‌های مخالف انقلاب اسلامی در میان جوانان و مردم جهان	۱	۱	۱.
مجموع نمرات			

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (ظرفیت‌ها و ضعف‌های تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل):

عوامل اصلی داخلی	ضریب (صفر تا ۱)	نمره (ضعف‌ها: ۱ یا ۲ و قوت‌ها: ۳ یا ۴)	نمره نهایی
ظرفیت‌های تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل:			
۱. ابتدا بر مبانی ارزشی اسلام؛	۱.	۳	۳
۲. ابتدا بر مبانی و ارزش‌های شیعی؛	۱	۳	۳
۳. برگرفته از آیات قرآن کریم؛	۱	۳	۳
۴. ریشه‌دار در روایات اسلامی؛	۱	۳	۳
۵. ریشه‌دار در سنت معصومین (علیهم‌السلام) ؛	۱	۳	۳
۶. ابتدا بر اهداف مقدس، مانند گسترش اسلام و ارزش‌های اسلامی در سطح جهان؛	۱	۳	۳
۷. ابتدا بر خواست و نیازهای	۱	۳	۳

عوامل اصلی داخلی	ضریب (صفر تا ۱)	نمره (ضعف‌ها: ۱ یا ۲ و قوت‌ها: ۳ یا ۴)	نمره نهایی
اولیة فرهنگی و دینی انسان، مانند خواست عدالت و رفع تبعیض؛			
۸. ابته‌نا بر ارزش‌های والا و کرامت انسانی؛	۱	۳	۳
۹. ابته‌نا بر یکتاپرستی؛	۱	۳	۳
۱۰. ابته‌نا بر موعودا ندیشی و موعودگرایی؛	۱	۳	۳
۱۱. ابته‌نا بر تلاش جهت دستیابی به جامعه مطلوب و عاری از هرگونه ارزش‌های ضدانسانی؛	۱	۳	۳
۱۲. ابته‌نا بر عقل‌گرایی و خرد انسانی؛	۱	۳	۳
۱۳. ظرفیت‌های طبیعی در جمهوری اسلامی ایران؛	۱	۳	۳
۱۴. هم‌گرایی مردم با اصول انقلاب اسلامی.	۱	۳	۳
ضعف‌های تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل؛			
۱. عدم برنامه عملیاتی و اجرایی دقیق؛	۱	۱	۱
۲. عدم توجه به فرهنگ، سنت، آداب، رسوم و ارزش‌های منطقه‌ای، بومی و محلی؛	۱	۱	۱
۳. عدم استفاده از نیروهای آشنا با فرهنگ منطقه‌ای، بومی و محلی؛	۱	۱	۱



عوامل اصلی داخلی	ضریب (صفر تا ۱)	نمره (ضعف‌ها: ۱ یا ۲ و قوت‌ها: ۳ یا ۴)	نمره نهایی
۴. عدم استفاده از نیروهای محلی و بومی؛	۱	۱	۱
۵. عدم استفاده از نیروهای بومی و محلی متخصص و متعهد به آرمان و اهداف انقلاب اسلامی؛	۱	۱	۱
۶. عدم توجه به حساسیت‌های زبانی؛	۱	۱	۱
۷. عدم توجه به حساسیت‌های ملی افراد و جوامع محلی؛	۱	۱	۱
۸. عدم توجه به قوانین و مقررات ملی، منطقه‌ای، بومی و عرفی؛	۱	۱	۱
۹. چنددستگی و تشتت آرا میان سیاست‌گذاران فرهنگی انقلاب اسلامی؛	۱	۱	۱
۱۰. تعارض برخی سیاست‌های اقتصادی و سیاسی با فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی.	۱	۱	۱
جمع ضریب‌ها و نمرات	۲۴	۵۰	۵۰

ماتریس تطبیق عوامل داخلی و خارجی (تعیین استراتژی):

ضعف‌ها	قوت‌ها	
۱. عدم برنامه عملیاتی و اجرایی دقیق؛	۱. ابتدا بر مبانی ارزشی اسلام؛	
۲. عدم توجه به فرهنگ، سنت، آداب، رسوم و ارزش‌های منطقه‌ای، بومی و محلی؛	۲. ابتدا بر مبانی ارزش‌های شیعی؛	
۳. عدم استفاده از نیروهای آشنا با فرهنگ منطقه‌ای، بومی و محلی؛	۳. برگرفته از آیات قرآن کریم؛	
	۴. ریشه‌دار در روایات اسلامی؛	
	۵. ریشه‌دار در سنت معصومین (علیهم‌السلام)؛	
	۶. ابتدا بر اهداف مقدس، مانند	

۴. عدم استفاده از نیروهای محلی و بومی؛ ۵. عدم استفاده از نیروهای بومی و محلی متخصص و متعهد به آرمان و اهداف انقلاب اسلامی؛ ۶. عدم توجه به حساسیت‌های زبانی؛ ۷. عدم توجه به حساسیت‌های ملی افراد و جوامع محلی؛ ۸. عدم توجه به قوانین و مقررات ملی، منطقه‌ای، بومی و عرفی؛ ۹. چنددستگی و تشتت آرا میان سیاست‌گذاران فرهنگی انقلاب اسلامی؛ ۱۰. تعارض برخی سیاست‌های اقتصادی و سیاسی با فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی.	گسترش اسلام و ارزش‌های اسلامی در سطح جهان؛ ۷. ابتدا بر خواست و نیازهای اولیه فرهنگی و دینی انسان، مانند خواست عدالت و رفع تبعیض؛ ۸. ابتدا بر ارزش‌های والا و کرامت انسانی؛ ۹. ابتدا بر یکتاپرستی؛ ۱۰. ابتدا بر موعودا ندیشی و موعودگرایی؛ ۱۱. ابتدا بر تلاش جهت دستیابی به جامعه مطلوب و عاری از هرگونه ارزش‌های ضدانسانی؛ ۱۲. ابتدا بر عقل‌گرایی و خرد انسانی؛ ۱۳. ظرفیت‌های طبیعی در جمهوری اسلامی ایران؛ ۱۴. هم‌گرایی مردم با اصول انقلاب اسلامی.	
استراتژی‌های WO ۱. بهره‌گیری از تمایل و علاقه مردم به مبانی و اصول اسلامی و شیعی در برنامه‌ریزی دقیق برای مطرح نمودن اصول و مبانی فرهنگ انقلاب اسلامی؛ ۲. اتخاذ سیاست‌های همسو جهت بهره‌مندی از علاقه مردم به اصول و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛ ۳. استفاده از نیروهای کارآمد محلی و بومی و متعهد به انقلاب	استراتژی‌های SO ۱. استفاده از مبانی ارزشی اسلامی و شیعی، قرآن کریم و احادیث برای جهت دادن ذهنیت، علاقه و رفتار مردم جهان به فرهنگ انقلاب اسلامی؛ ۲. بهره‌گیری از اصل یکتاپرستی و موعودگرایی برای جهت‌دهی ذهنیت، علاقه و رفتار مردم جهان به فرهنگ انقلاب اسلامی؛ ۳. بهره‌مندی از عقلانیت و	فرصت‌ها ۱. وجود علاقه، خواست و تمایل به دین اسلام در میان جوانان و مردم جهان؛ ۲. وجود خواست و تمایل و علاقه به ارزش‌های والای شیعی در میان جوانان و مردم جهان؛ ۳. شهرت و اعتبار ارزش‌های اسلامی و دینی مانند عدالت‌خواهی و مبارزه با ظلم و تبعیض و حمایت از مستضعفان و محرومین در میان



اسلامی جهت بهره‌مندی از توجه مردم به کتاب‌های دینی و اسلامی در راستای نهاده‌سازی فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در میان مردم جهان؛ ۴. تنظیم قوانین و رویه‌های مناسب جهت بهره‌مندی از علاقه مردم به شخصیت‌های مهم اسلامی، مانند امام خمینی رحمته‌الله در راستای نهاده‌سازی فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در میان مردم جهان.	خردگرایی برای جهت‌دهی ذهنیت، علاقه و رفتار مردم جهان به فرهنگ انقلاب اسلامی؛ ۴. استفاده از اعتبار و شهرت قیام امام حسین علیه‌السلام برای توجه دادن مردم به اتکای فرهنگ انقلاب اسلامی بر مبانی و اصول و ارزش‌های دینی.	جوانان و مردم جهان؛ ۴. شهرت و اعیان تاریخی کتاب‌های روایی و دینی مانند نهج البلاغه و ارزش‌های انسانی آن در میان اساتید و دانشجویان دانشگاه‌های جهان و منطقه؛ ۵. شهرت و اعتبار قیام و انقلاب امام حسین علیه‌السلام در میان انقلابیون و برخی دانشمندان و اساتید دانشگاه‌های منطقه و جهان؛ ۶. شهرت و اعتبار باربری کتاب‌های اسلامی و ادبی مانند مثنوی معنوی، سعدی و حافظ در سراسر جهان؛ ۷. شهرت و اعتبار شخص امام خمینی رحمته‌الله در میان جوانان و مردم جهان؛ ۸. شهرت و اعتبار انقلاب اسلامی و ارزش‌های آن در میان مردم و جوانان جهان؛ ۹. شهرت و اعتبار امام خامنه‌ای در میان جوانان و مردم جهان؛ ۱۰. شهرت و اعتبار جمهوری اسلامی ایران در حمایت از کشورهای تحت ستم مانند فلسطین در جوامع اسلامی و غیراسلامی طرفدار مستضعفان عالم.
استراتژی‌های WT ۱. توجه به فرهنگ و آداب و سنت‌های بومی، محلی و منطقه‌ای جهت دفع تهاجمات دشمن در برابر فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛ ۲. استفاده از نیروهای کارآمد محلی، بومی و منطقه‌ای کارآمد و متعهد به انقلاب اسلامی جهت مقابله با سیاست‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای، سیاسی، تقنینی و فرهنگی مخالفان فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛ ۳. توجه به حساسیت‌های زبانی، فرهنگی و مذهبی جهت مقابله با سیاست‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای، سیاسی، تقنینی و فرهنگی مخالفان فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛	استراتژی‌های ST ۱. بهره‌مندی از ابدنای فرهنگ انقلاب اسلامی بر اصول و مبانی دینی جهت مقابله با غول‌های رسانه‌ای ضد فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛ ۲. استفاده از ابتدای فرهنگ انقلاب اسلامی بر اصل یکتاپرستی و موعودگرایی جهت مقابله با فرهنگ‌ها، سیاست‌ها و شخصیت‌های ضد انقلاب اسلامی؛ ۳. استفاده از ابتدای فرهنگ انقلاب اسلامی بر ارزش‌های والای انسانی جهت مقابله با گروه‌های مخالف انقلاب اسلامی؛ ۴. استفاده از قابلیت‌های مادی و طبیعی موجود در جمهوری اسلامی	تهدیدها ۱. وجود رسانه‌های غول و قوی

اسلامی؛ ۴. هم‌سوسازی سیاست‌گذاران و تدوین و اجرای سیاست‌های همسو جهت مقابله سیاست‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای، سیاسی، تقنینی و فرهنگی مخالفان فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی.	جهت مقابله با سیاست‌های اقتصادی و سیاسی ضد انقلاب اسلامی؛ ۵. استفاده از ظرفیت هم‌گرایی مردم و دوستداران انقلاب اسلامی جهت مبارزه با غول‌های رسانه‌ای ضد انقلاب اسلامی.	فعال جهت مقابله با فرهنگ و ارزش‌های اسلامی انقلاب اسلامی؛ ۲. وجود فرهنگ‌های محلی و بومی متضاد با ارزش‌های دینی و انقلاب اسلامی؛ ۳. وجود عناصر و گروه‌های فعال سیاسی مخالف با انقلاب اسلامی؛ ۴. وجود عناصر و گروه‌های اسلامی مخالف با انقلاب و ارزش‌های اسلامی، مانند القاعده، داعش و سایر گروه‌های افراطی؛ ۵. وجود سیاست‌ها و دولت‌های غیردینی مخالف با ارزش‌های انقلاب اسلامی؛ ۶. برنامه‌های اقتصادی و سیاسی ابرقدرت‌های مخالف ارزش‌ها و فرهنگ انقلاب اسلامی؛ ۷. برنامه‌های فرهنگی ابرقدرت‌های مخالف ارزش‌ها و فرهنگ انقلاب اسلامی؛ ۸. شهرت و اعتبار برخی شخصیت‌های مخالف انقلاب اسلامی در میان جوانان و مردم جهان.
---	---	---

ماتریس تصمیم‌گیری Qspm

تمامی اطلاعات مندرج در ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (Qspm) برگرفته از اطلاعات موجود

در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی است.

عوامل تهدید کننده		استراتژی ۱		استراتژی ۲		استراتژی ۳		استراتژی ۴		استراتژی ۵	
AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
فرصت‌ها											
۱	۱	۲	۲	۱	۱	۲	۲	۱	۱	۲	۲
۲	۱	۲	۲	۳	۳	۳	۳	۲	۲	۴	۴
۳	۰.۸	۱	۰.۸	۲	۰.۱۶	۲	۰.۱۶	۳	۰.۲۴	۳	۰.۲۴
۴	۰.۴	۳	۰.۱۲	۴	۰.۱۶	۱	۰.۱۶	۳	۰.۱۲	۲	۰.۸
۵	۰.۹	۲	۰.۱۸	۱	۰.۹	۳	۰.۲۷	۳	۰.۲۷	۴	۰.۳۶
۶	۰.۷	۲	۰.۲۱	۳	۰.۲۱	۲	۰.۱۴	۲	۰.۱۴	۳	۰.۲۷
۷	۰.۸	۲	۰.۱۶	۲	۰.۱۶	۲	۰.۱۶	۳	۰.۲۴	۴	۰.۳۲
۸	۰.۸	۱	۰.۸	۱	۰.۸	۲	۰.۱۶	۴	۰.۱۶	۲	۰.۱۶
۹	۰.۸	۳	۰.۲۴	۴	۰.۱۶	۳	۰.۲۴	۲	۰.۱۶	۴	۰.۳۲
۱۰	۰.۸	۲	۰.۱۶	۲	۰.۱۶	۱	۰.۸	۴	۰.۳۲	۳	۰.۲۴
تهدیدات											
۱	۱	۱	۱	۲	۲	۲	۲	۳	۳	۲	۲
۲	۰.۸	۲	۰.۱۶	۳	۰.۲۴	۳	۰.۲۴	۴	۰.۳۲	۴	۰.۳۲
۳	۱	۳	۱	۱	۱	۴	۴	۳	۳	۳	۳
۴	۱	۲	۲	۴	۴	۳	۳	۴	۴	۲	۲
۵	۰.۸	۱	۰.۸	۲	۰.۱۶	۴	۰.۳۲	۲	۰.۱۶	۳	۰.۲۴
۶	۱	۲	۲	۳	۳	۲	۲	۴	۴	۲	۴
۷	۱	۳	۳	۲	۲	۳	۳	۳	۳	۱	۱
۸	۱	۲	۲	۱	۱	۴	۴	۲	۲	۲	۲
قوت‌ها											
۱	۱	۲	۲	۱	۱	۲	۲	۲	۲	۲	۲
۲	۱	۱	۱	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳
۳	۱	۳	۳	۲	۲	۶	۶	۴	۴	۲	۲



۴	۲	۲	۲	۳	۳	۸	۴	۲	۲	۱	۴
۲	۲	۳	۳	۴	۴	۲	۲	۱	۱	۱	۵
۳	۳	۴	۴	۳	۳	۳	۳	۲	۲	۱	۶
۲	۲	۲	۲	۴	۴	۴	۴	۳	۳	۱	۷
۴	۴	۳	۳	۴	۳	۲	۲	۲	۲	۱	۸
۳	۳	۴	۴	۲	۲	۳	۳	۲	۲	۱	۹
۲	۲	۳	۳	۱	۱	۴	۴	۱	۱	۱	۱۰
۱	۱	۲	۲	۴	۴	۲	۲	۳	۳	۱	۱۱
۴	۴	۴	۴	۳	۳	۱	۱	۲	۲	۱	۱۲
۲	۲	۳	۳	۲	۲	۳	۳	۲	۲	۱	۱۳
۴	۴	۴	۴	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۱	۱۴
ضعف‌ها											
۲	۲	۳	۳	۳	۳	۲	۲	۲	۲	۱	۱
۳	۳	۴	۴	۴	۴	۱	۱	۱	۱	۱	۲
۴	۴	۲	۲	۲	۲	۴	۴	۲	۲	۱	۳
۲	۲	۳	۳	۴	۴	۲	۲	۳	۳	۱	۴
۳	۳	۴	۴	۳	۳	۴	۴	۲	۲	۱	۵
۱	۱	۱	۱	۲	۲	۳	۳	۳	۳	۱	۶
۴	۴	۴	۴	۳	۳	۲	۲	۱	۱	۱	۷
۳	۳	۲	۲	۴	۴	۱	۱	۲	۲	۱	۸
۲	۲	۳	۳	۳	۳	۲	۲	۲	۲	۱	۹
۳	۳	۴	۴	۴	۴	۳	۳	۲	۲	۱	۱۰
۸۹/۲۷		۹۳/۱۲		۹۹/۶۵		۸۸/۳۹		۶۹/۶۲			مجموع نمره- های جذابیت

بر اساس نمره جذابیت‌های محاسبه‌شده، می‌توان استراتژی مرجح را به شکل زیر دسته‌بندی نمود:

۱. استراتژی نوع سوم با نمره جذابیت ۹۹/۶۵؛

۲. استراتژی نوع چهارم با نمرة جذابیت ۹۳/۱۳؛
۳. استراتژی نوع پنجم با نمرة جذابیت ۸۹/۲۷؛
۴. استراتژی نوع دوم با نمرة جذابیت ۸۸/۳۹؛
۵. استراتژی نوع اول با نمرة جذابیت ۶۹/۶۳.



بحث و نتیجه‌گیری

در این نوشتار برای تعیین استراتژی و راهبرد تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، از مدل و چارچوب آقای دیوید استفاده شد. بر اساس این مدل، ابتدا عوامل داخلی و خارجی مربوط به راهبردهای تبیین فرهنگ و انقلاب اسلامی تعیین و سپس ماتریس مقایسه عوامل داخلی و خارجی جهت تعیین استراتژی‌ها تنظیم شد. بر اساس ماتریس ارزیابی SWOT می‌توان استراتژی چهارگانه ذیل را برای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی ارائه نمود. این استراتژی‌ها عبارت‌اند از:

الف. استراتژی‌های تهاجمی (SO)

استراتژی‌های تهاجمی، استراتژی‌هایی هستند که با استفاده از ظرفیت‌های سازمان برای استفاده از فرصت‌های انقلاب اسلامی جهت تبیین فرهنگ و ارزش‌های اسلامی استفاده می‌شود. این استراتژی‌ها عبارت‌اند از:

۱. استفاده از مبانی ارزشی اسلامی و شیعی، قرآن کریم و احادیث برای جهت دادن ذهنیت، علاقه و رفتار مردم جهان به فرهنگ انقلاب اسلامی؛

۲. بهره‌گیری از اصل یکتاپرستی و موعودگرایی برای جهت‌دهی ذهنیت، علاقه و رفتار مردم جهان به فرهنگ انقلاب اسلامی؛

۳. بهره‌مندی از عقلانیت و خردگرایی برای جهت‌دهی ذهنیت، علاقه و رفتار مردم جهان به فرهنگ انقلاب اسلامی؛

۴. استفاده از اعتبار و شهرت قیام امام حسین علیه السلام برای توجه دادن مردم به اتکای فرهنگ انقلاب اسلامی بر مبانی و اصول و ارزش‌های دینی.

بر اساس ماتریس تصمیم‌گیری که نمرات جذابیت‌های هر استراتژی را معین می‌کند، برای استراتژی تهاجمی، استراتژی نوع سوم با نمره جذابیت ۹۹/۶۵ به دست آمد. به این ترتیب، برای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در سطح بین‌الملل باید از عقلانیت و خردگرایی برای جهت‌دهی ذهنیت، علاقه و رفتار مردم جهان به فرهنگ انقلاب اسلامی استفاده کرد.

بعد از این مرتبه، استراتژی نوع چهارم با نمره جذابیت ۹۳/۱۳ قرار دارد. به این ترتیب، برای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، باید از اعتبار و شهرت قیام امام حسین علیه السلام برای توجه دادن مردم به اتکای فرهنگ انقلاب اسلامی بر مبانی و اصول و ارزش‌های دینی بهره گرفت. این راهبرد نشان می‌دهد که تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی نیازمند به‌الگوهای است که اعتبار لازم و کافی در بین مردم جهان دارد و بدون توجه به الگویی مانند قیام امام حسین علیه السلام، انتظار موفقیت غیر معقول است.

ب. استراتژی‌های محافظه‌کارانه (wo)

استراتژی‌های محافظه‌کارانه، استراتژی‌هایی هستند که با استفاده از فرصت‌ها و شرایط محیطی خوب، ضعف‌های تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی بهبود داده می‌شود. این استراتژی‌ها عبارت‌اند از:

۱. بهره‌گیری از تمایل و علاقه مردم به مبانی و اصول اسلامی و شیعی در برنامه‌ریزی دقیق برای مطرح نمودن اصول و مبانی فرهنگ انقلاب اسلامی؛

۲. اتخاذ سیاست‌های همسو جهت بهره‌مندی از علاقه مردم به اصول و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛

۳. استفاده از نیروهای کارآمد محلی و بومی و متعهد به انقلاب اسلامی جهت بهره‌مندی از توجه مردم به کتاب‌های دینی و اسلامی در راستای نهاده‌سازی فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در میان مردم جهان؛

۴. تنظیم قوانین و رویه‌های مناسب جهت بهره‌مندی از علاقه مردم به شخصیت‌های مهم اسلامی مانند امام خمینی علیه السلام در راستای نهاده‌سازی فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در میان مردم جهان.

بر اساس ماتریس تصمیم‌گیری، جهت بهره‌مندی از فرصت‌هایی برای از بین بردن ضعف‌ها، لازم است از استراتژی نوع سوم بهره گرفت. این استراتژی با نمره جذابیت ۹۹/۶۵ بیان‌کننده این نکته است که برای غلبه بر ضعف‌ها با استفاده از فرصت‌های محیطی، باید از نیروهای کارآمد محلی و بومی و متعهد به انقلاب اسلامی جهت بهره‌مندی از توجه مردم به کتاب‌های دینی و اسلامی در راستای نهاده‌سازی فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در میان مردم جهان بهره گرفت. توجه به کتاب‌های دینی و اسلامی مانند کتاب‌های حدیثی و روایی مثل نهج البلاغه، یکی از فرصت‌های خوب محیطی است که از طریق به‌کارگیری نیروهای محلی کارآمد و متعهد به انقلاب اسلامی می‌تواند زمینه تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی را فراهم نماید. در مرتبه بعدی، استراتژی نوع چهارم قرار دارد. این استراتژی چنین است: «تنظیم قوانین و رویه‌های مناسب جهت بهره‌مندی از علاقه مردم به شخصیت‌های مهم اسلامی مانند امام خمینی علیه السلام در راستای نهاده‌سازی فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی در میان مردم جهان». این استراتژی بیان‌کننده ضرورت روش‌های قانونی و علمی جهت بهره‌مندی از علاقه مردم به شخصیت‌های اسلامی در راستای تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی است و ما را از برخوردهای سلیقه‌ای و غیرعلمی برحذر می‌دارد.

ج. استراتژی‌های رقابتی (ST)

استراتژی‌های رقابتی، استراتژی‌های هستند که در آن برای مقابله با تهدیدهای بیرونی، از قابلیت‌های سیستم درونی جهت تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی استفاده می‌شود. استراتژی‌های رقابتی عبارت‌اند از:

۱. بهره‌مندی از ابتنای فرهنگ انقلاب اسلامی بر اصول و مبانی دینی جهت مقابله با غول‌های رسانه‌ای

ضد فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛

۲. استفاده از ابتدای فرهنگ انقلاب اسلامی بر اصل یکتاپرستی و موعودگرایی جهت مقابله با فرهنگ‌ها،

سیاست‌ها و شخصیت‌های ضد انقلاب اسلامی؛

۳. استفاده از ابتدای فرهنگ انقلاب اسلامی بر ارزش‌های والای انسانی جهت مقابله با گروه‌های

مخالف انقلاب اسلامی؛

۴. استفاده از قابلیت‌های مادی و طبیعی موجود در جمهوری اسلامی جهت مقابله با سیاست‌های

اقتصادی و سیاسی ضد انقلاب اسلامی؛

۵. استفاده از ظرفیت هم‌گرایی مردم و دستداران انقلاب اسلامی جهت مبارزه با غول‌های رسانه‌ای ضد

انقلاب اسلامی.

بر اساس ماتریس تصمیم‌گیری جهت بهبود سیستم درونی با استفاده از فرصت‌های بیرونی انقلاب

اسلامی، لازم است از مبان این استراتژی‌های پنج‌گانه، به استراتژی نوع دوم با نمره جذابیت ۹۹/۶۵ توجه

نمود. این استراتژی اشاره دارد که برای مقابله و رقابت با گروه‌های ضد انقلاب اسلامی، توجه به ابتدای

فرهنگ انقلاب اسلامی بر مبانی اسلامی ضرورت دارد. مبانی اسلامی مانند توحید، نبوت و معاد، برای همه

مسلمانان قابل قبول است و پایه مسلمانی است. انقلاب اسلامی برای مدیریت تهدیدهای محیطی، از قابلیت

و ظرفیت کلیدی خود، یعنی مبانی اسلامی بهره‌مند می‌گردد. در مرتبه بعدی، استراتژی نوع چهارم با نمره

جذابیت ۹۳/۱۳ قرار دارد. مطابق این استراتژی، انقلاب اسلامی جهت مقابله با تهدیدهای بیرونی، باید از

قابلیت‌های مادی و طبیعی موجود در جمهوری اسلامی جهت مقابله با سیاست‌های اقتصادی و سیاسی ضد

انقلاب اسلامی استفاده نماید. این استراتژی نشان می‌دهد که مقابله با مخالفان و مدیریت آنها نیازمند هزینه

و منابع است و بدون هزینه و منابع کافی و لازم، تقابل با مخالفان و مدیریت آنها ممکن نیست.

د. استراتژی‌های تدافعی (WT)

استراتژی‌های تدافعی، استراتژی‌های هستند که در آن برای مقابله با تهدیدات، باید از نقاط ضعف

انقلاب اسلامی کاسته شود. این استراتژی‌ها عبارت‌اند از:

۱. توجه به فرهنگ و آداب و سنت‌های بومی، محلی و منطقه‌ای جهت دفع تهاجمات دشمن در برابر

فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛

۲. استفاده از نیروهای کارآمد محلی، بومی و منطقه‌ای کارآمد و متعهد به انقلاب اسلامی جهت مقابله

با سیاست‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای، سیاسی، تقنینی و فرهنگی مخالفان فرهنگ و ارزش‌های انقلاب

اسلامی؛

۳. توجه به حساسیت‌های زبانی، فرهنگی و مذهبی جهت مقابله با سیاست‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای،

سیاسی، تقنینی و فرهنگی مخالفان فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی؛

۴. همسوسازی سیاست‌گذاران و تدوین و اجرای سیاست‌های همسو جهت مقابله با سیاست‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای، سیاسی، تقنینی و فرهنگی مخالفان فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی.

بر اساس ماتریس تصمیم‌گیری، جهت مقابله با تهدیدهای بیرونی، باید از ضعف‌های تبیین فرهنگ انقلاب اسلامی کاسته شود. در این مورد استراتژی نوع سوم با نمره جذابیت ۹۹/۶۵ مطرح است. در این استراتژی بیان شده است که «توجه به حساسیت‌های زبانی، فرهنگی و مذهبی جهت مقابله با سیاست‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای، سیاسی، تقنینی و فرهنگی مخالفان فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی»، یک امر ضروری است.

استراتژی شماره چهارم با نمره جذابیت ۹۳/۱۳ بیان‌کننده این نکته است که جهت کاستن از ضعف‌های تبیین فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی، باید به همسویی درونی توجه کرد و لذا «همسوسازی سیاست‌گذاران و تدوین و اجرای سیاست‌های همسو جهت مقابله با سیاست‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای، سیاسی، تقنینی و فرهنگی مخالفان فرهنگ و ارزش‌های انقلاب اسلامی» یک راهبردی ضروری است.