



برنامه تحول سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

کارگروه تدوین برنامه تحول سازمان
زمستان ۱۴۰۰

"ورود در دومین چهل‌واژه‌ی انقلاب اسلامی، نگاهی نو، آسیب‌شناسانه و روزآمدساز، به مجموعه‌ئی از زیرساخت‌های تمدنی را ضروری می‌سازد. در رأس این مجموعه، مقوله‌ی فرهنگ است."

مقام معظم رهبری (۱۴۰۰/۸/۲۳)

مقدمه :

دهمین دور فعالیت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در حالی آغاز شده است که نقطه کانونی مطالبات مقام معظم رهبری (دام ظلّه العالی)، دولت سیزدهم، مجلس شورای اسلامی، رئیس و اعضای شورای عالی سازمان و خبرگان امر، تحول در سازمان و امور فرهنگی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران است. از طرفی با تدوین و انتشار بیانیه گام دوم انقلاب در واقع چشم انداز آینده نظام اسلامی تبیین شده است که می‌توان آن را منشور رسالت انقلاب اسلامی دانست. مطابق بیانیه مذکور، برای شکل‌گیری تمدن اسلامی در عصر حاضر از یک سو ایران اسلامی می‌بایست به الگو و خاستگاه این تمدن تبدیل شود و از سوی دیگر لازم است امت اسلامی نیز تمدن‌سازی اسلامی را چشم انداز تاریخی و آرمانی خود دانسته و ظرفیت‌ها و تلاش‌های خود را در جهت تحقق این آرمان مصروف دارد. بر این اساس جمهوری اسلامی ایران، عهده دار رسالتی عظیم در جهان برای تمدن‌سازی اسلامی است. این رسالت، مأموریت خطیری را در حوزه روابط فرهنگی بین‌المللی بر عهده سازمان نهاده و در راستای انجام این مأموریت "تحول" دال مرکزی گفتمان سازمانی گردیده است. تحول را می‌توان تغییر اساسی و سریع در جهت حل مسئله و تحقق اهداف دانست. در حال حاضر، مهمترین مسئله برای نیل به آرمان بین‌المللی چهل‌واژه‌ی دوم انقلاب اسلامی، فاصله معنادار کمی و کیفی ظرفیت‌های فعال فرهنگی بین‌المللی با این آرمان است.

با توجه به این مساله، شعار: **"دیپلماسی فرهنگی تراز چهل‌واژه‌ی دوم انقلاب اسلامی"** برای دهمین دور فعالیت سازمان انتخاب شده است. هم‌ترازی دیپلماسی فرهنگی با آرمان بین‌المللی چهل‌واژه‌ی دوم انقلاب اسلامی، یک هم‌ترازی کیفی و کمی همه‌جانبه و در همه امور دیپلماسی فرهنگی نظام است که اقتدار فرهنگی^۱ جمهوری اسلامی ایران در جهان را در پی خواهد داشت. بر این اساس ضروری است تحول در دو حوزه "رویکردها و کارکردهای میدانی" و "مدیریت امور فرهنگی بین‌المللی"، صورت پذیرد.

اساس این تحول مبتنی بر چالش‌های احصا شده، اتخاذ رویکردهای نوین، موثر، هدفمند و جریان‌ساز در اجرای فعالیت‌های فرهنگی بین‌المللی با اولویت اقدام در خارج نزدیک و همسایگان می‌باشد. همچنین سازمان به عنوان **قرارگاه اقتدار فرهنگی نظام**، در راستای فعال‌سازی و تسهیل حضور کنشگران فرهنگی بین‌المللی بویژه ظرفیت‌های مردمی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی، نسبت به زمینه‌سازی، ترغیب، راهبری، هم‌افزایی، نظارت و ارزیابی اقدام می‌نماید.

آنچه در پی می‌آید برنامه تحول سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی است که انتظار می‌رود با تحول در سازمان بعنوان قرارگاه، شاهد تحول در امور فرهنگی بین‌المللی ج.ا.ایران باشیم. این برنامه اساس تنظیم برنامه و بودجه سه سال آتی سازمان و مبنای نظر، تصمیم و عمل در همه امور و شئون سازمان خواهد بود. امید است در آینده‌ای نه چندان دور، شاهد سازمانی حرفه‌ای و سرآمد و تحقق منویات مقام معظم رهبری (مد ظلّه العالی) باشیم.

۱. واقعا اقتدار فرهنگی در عالم، آن اقتدار حقیقی است. اقتدار فرهنگی از اقتدار نظامی و سیاسی و پول و اینها مهمتر است. اگر اقتدار فرهنگی به معنای درست کلمه حاصل شد، بقیه کارها به خودی خود انجام می‌گیرد. (مقام معظم رهبری. در دیدار با رایزنان فرهنگی. ۱۳۸۸/۱۲/۱۱)

بخش اول: افق، چالش ها و رویکردها

الف) افق برنامه: "سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی؛ قرارگاه اقتدار فرهنگی بین المللی نظام"

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی متولی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران است که به منظور ایجاد تمرکز در مدیریت، سیاست گذاری واحد و هماهنگی در فعالیتهای فرهنگی و تبلیغی خارج از کشور و نیز استفاده بهینه از امکانات مادی و معنوی موجود تاسیس شده است. مقام معظم رهبری از سازمان با عنوان "قرارگاه مشترک" یاد می کند که طراحی و سازماندهی فعالیتهای فرهنگی بین المللی جمهوری اسلامی ایران را برعهده دارد. ۲ ایشان همچنین ضمن تاکید بر برتری اقتدار معنوی بر اقتدار مادی، از سازمان به عنوان "حامل اقتدار معنوی نظام" یاد می کنند. ۳ نگاهی به عملکرد سازمان در دهه های گذشته، لزوم تحول در این عرصه را ضروری می نماید. با نگاهی آسیب شناسانه به عملکرد گذشته و در راستای حرکت سازمان در مسیر اصلی مأموریت خود، افق برنامه تحول، تبدیل سازمان به قرارگاه اقتدار فرهنگی بین المللی نظام، تعیین شده است.

ب) چالش های کلان

با آسیب شناسی فعالیت های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در دهه های گذشته، مهمترین چالش های روابط فرهنگی بین المللی عبارت است از:

ب-۱) اهم چالش های ناظر به میدان (محیط خارج)

۱. حضور و فعالیت معارضان و رقبا علیه گفتمان انقلاب اسلامی برای همراه سازی افکار عمومی و نخبگان و تأثیر گذاری بر هواداران ایران و انقلاب اسلامی، پیروان اهل بیت(ع) و ایرانیان مقیم خارج
۲. تلاش معارضان و رقبا برای مدیریت و راهبری آموزش و پژوهش در زمینه ایران، اسلام و تشیع و افول زبان و ادبیات فارسی و ایران شناسی در خارج از کشور
۳. گسترش تخریب، تحریف و مصادره قلمروی فرهنگ ایرانی - اسلامی و میراث و مفاخر آن بویژه در کشورهای همسایه و پیرامونی
۴. گسترش تفرقه های قومی و مذهبی و جریان های افراطی و انحرافی در منطقه و خارج نزدیک ایران

ب-۲) اهم چالش های ناظر به منظومه فرهنگی بین المللی

۱. ضعف در مدیریت منسجم منظومه فرهنگی بین المللی کشور و عدم اشراف و استفاده مناسب از ظرفیت ها و توانمندی های آنان

۲. "اینجا یک قرارگاه مشترک بناست وجود داشته باشد که کارهای همه را سازماندهی کند، طراحی کند، در عین حال آن تشکیلات هم بعضی قالب هایش، اسم هایش و عناوینش محفوظ بماند؛ کار سختی است، یک دقت نظری می خواهد" (بخشی از بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اعضای شورای عالی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی - ۱۳۷۳/۱۲/۱۲)

۳. "این مجموعه در حقیقت حامل اقتدار معنوی نظام و کشور است، و اقتدار معنوی اگر مردان خود را داشته باشد و پشتیبانی مناسبی بشود، همیشه از اقتدارهای مادی جلو خواهد زد و پیروز خواهد شد." (بخشی از بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس، اعضای شورای عالی و معاونان سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی - ۱۳۸۰/۱۱/۱۷)

۲. ضعف در کارآمد سازی، فعال سازی، توسعه و راهبری ظرفیت های فرهنگی بومی و عدم ارتباط مناسب با نخبگان مولف (جریان ساز)
۳. عدم اشراف مناسب جمهوری اسلامی ایران به محیط فرهنگی و تحولات جوامع مختلف و موقعیت ایران، اسلام و گفتمان انقلاب اسلامی در آن جوامع
۴. ناکارآمدی شیوه های ارتباط، گفت و گو و همکاری های فرهنگی و عدم اجرایی سازی توافقات و تعهدات
۵. ضعف در بکارگیری محتوا و ابزارهای مناسب و نوین برای روایتگری و انتقال پیام به توده های مردم در جوامع مخاطب
۶. ضعف در بازاریابی و اتخاذ سازوکارهای مناسب برای حضور جمهوری اسلامی ایران در بازار صنایع فرهنگی کشورهای مختلف
۷. عدم تناسب ساختار، اختیارات، سرمایه انسانی و منابع سازمان متناسب با مأموریت حاکمیتی- تخصصی آن

ج) رویکردهای کلان تحول

رویکرد ۱: اجتماعی سازی گفتمان امت اسلامی

یکی از مهمترین چالش های امروز جهان اسلام، اختلافات مذهبی و عدم توجه به سرنوشت و آینده مشترک است. مذاهب اسلامی نقاط مشترک بسیاری با هم دارند و شایسته است با یکدیگر متحد شوند تا زمینه تشکیل امت اسلامی محقق شود. در اندیشه رهبر معظم انقلاب، مردم نقشی بی بدیل در شکل گیری تمدن نوین اسلامی دارند و هویت انسانی، ارزشمند، دارای کرامت، قدرتمند و کارساز است. نتیجه ارزشمندی و کرامت داشتن این است که در اداره سرنوشت بشر و یک جامعه، آراء مردم باید نقش اساسی ایفا کند (برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۸۳/۸/۱۴). بر این اساس ضروری است گفتمان امت اسلامی از سطح رهبران و نخبگان جهان اسلام به سطح اجتماع و اقشار مختلف جامعه منتقل شود تا با ایجاد یک حرکت عمومی مشترک، شاهد شکل گیری امت واحده و حرکت در مسیر تمدن نوین اسلامی باشیم.

رویکرد ۲: روایت گری موثر و جریان ساز از ایران و انقلاب

انقلاب اسلامی ایران یک ظرفیت بزرگ بین المللی و فرا مرزی محسوب می شود که آنرا جز با تبیین صحیح اهداف و دستاوردهایش نمی توان به درستی به جهانیان معرفی نمود. بدین منظور لازم است متولیان دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در عرصه روایتگری بیش از پیش فعالیت کرده و به معرفی ایران، اسلام و انقلاب اسلامی در حوزه بین الملل بپردازند. که این مهم از دو طریق قابل تحقق است نخست تولید محتوای فاخر از ایران، اسلام و انقلاب اسلامی و دوم شبکه سازی فراگیر جهت عرضه وانتشار وسیع جهانی این محتوا. رهبر معظم انقلاب در دیدار پرستاران و خانواده شهدای سلامت (۱۴۰۰/ ۹/ ۲۱) با تاکید بر مساله روایتگری، فرمودند: «نکته ی مهم دیگر در زندگی این بزرگوار که آن هم باز نشانه ی تدبیر است، این است که این بزرگوار جهاد تبیین را، جهاد روایت را راه انداخت؛ نگذاشت و فرصت نداد که روایت دشمن از حادثه غلبه پیدا کند؛ کاری کرد که روایت او بر افکار عمومی غلبه پیدا کند. این درس است؛ این همان حرفی است که بنده همیشه می گویم: شما روایت کنید حقایق جامعه ی خودتان و کشور خودتان و انقلابتان را. شما اگر روایت نکنید، دشمن روایت می کند؛ شما اگر انقلاب را روایت نکنید، دشمن روایت می کند؛ شما اگر حادثه ی دفاع مقدس را روایت نکنید، دشمن روایت میکند، هر جور دلش می خواهد؛ توجیه می کند، دروغ می گوید...»

رویکرد ۳: حضور هدفمند در زیست بوم های نوین

امروزه حضور در فضای مجازی و بویژه شبکه های اجتماعی به عنوان زیست بوم های نوین، به واقعیت اجتناب ناپذیر روابط انسانی تبدیل شده است. این عرصه به عنوان میدانی برای تضارب آرا و بیان افکار و عقاید، شکل گیری مفاهیم و ارزش های جدیدی را رقم زده است. لذا برنامه ریزی و هدف گذاری برای ورود به این عرصه در فعالیت فرهنگی بین المللی ضروری می نماید. بر این اساس یکی از مهمترین مولفه های جریان سازی و گفتمان سازی فرهنگی، حضور در زیست بوم های نوین با محتوای مناسب و با توجه به سلايق و ذائقه مخاطبان می باشد.

رویکرد ۴: افزایش سهم ایران در بازار صنایع فرهنگی

توليدات و محصولات فرهنگی بازتاب اندیشه ها، باورها و سلايق فرهنگی یک سرزمین و یکی از مهمترین روش های انتقال پیام به مخاطبان است و می تواند ابزار مناسبی جهت معرفی فرهنگ و تمدن ایران اسلامی باشد. همچنین توجه به این امر موجب درآمدزایی، رونق تولید و تقویت اقتصاد ملی شده و از سویی ثبات، پایداری و اثربخشی فعالیت های فرهنگی در خارج از کشور را در پی خواهد داشت. مهمترین رویکرد در این زمینه، توسعه سهم ایران از بازار فرهنگی سایر کشورها بویژه کشورهای همسایه است که این امر با استفاده کامل از ظرفیت های فرهنگی کشور و با شناخت دقیق از ذائقه مخاطبین در سایر کشورها، تحقق می یابد.

رویکرد ۵: بازآرایی کنش گران فرهنگی بین المللی

یکی از مهمترین وظایف سازمان، هدایتگری و راهبری منظومه فرهنگی بین المللی ج.ا.ایران است. هم اکنون دستگاه های مختلفی در عرصه فرهنگی بین المللی فعال هستند که انجام این نهادها و دستگاه ها امری ضروری می نماید. از طرفی ظرفیت های جبهه مردمی انقلاب بسیار گسترده بوده و توجه کافی برای فعال سازی این توان عظیم صورت نگرفته است. لذا به منظور ایجاد تحول در فعالیت های فرهنگی بین المللی، هماهنگی بین کنش گران حاکمیتی، فعال سازی ظرفیت های بومی در جوامع هدف و گسترش حضور بین المللی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی ایران از جمله مهمترین برنامه های این رویکرد محسوب می شوند.

رویکرد ۶: متناسب سازی جایگاه و ظرفیت های سازمان با مأموریت قرارگاهی آن

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی مأموریت سیاست گذاری، راهبری و هماهنگی فعالیت های فرهنگی بین المللی ج.ا.ایران را بر عهده دارد، این در حالی است که جایگاه و اختیارات فعلی سازمان متناسب با مأموریت محوله نمی باشد. از این رو یکی از مهمترین رویکردهای تحول در دوره جدید، متناسب سازی جایگاه و اختیارات سازمان با نوع و حجم مأموریت آن می باشد. هدف اصلی از این بازسازی، تبدیل سازمان به قرارگاه مشترک است. مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای شورای عالی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (مورخ ۱۳۷۳/۱۲/۱۲) با تاکید بر نقش قرارگاهی سازمان فرمودند: «اینجا یک قرارگاه مشترک بناست وجود داشته باشد که کارهای همه را سازماندهی کند، طراحی کند، در عین حال آن تشکیلات هم بعضی قالب هایش، اسم هایش و عناوینش محفوظ بماند؛ کار سختی است، یک دقت نظری می خواهد». این امر نیازمند الزامات حقوقی و قانونی، هوشمندسازی راهبردی ابزارها و بازسازی ساختار و منابع سازمان می باشد.

(د) مدل مفهومی برنامه تحول



بخش دوم: بسته های اجرایی

کلان برنامه ی ۱: فراگیرسازی مولفه های هویت، اعتبار و سرنوشت مشترک ناظر به اجتماعی سازی کتمان است اسلامی				
سیاست های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ محوریت آینده مشترک امت اسلامی به جای گذشته گرایی قومی در مناسبات فرهنگی		✓ افزایش فراوانی فعالیتهای مشترک با کتش گران فرهنگی در کشورهای اسلامی ناظر به مسائل جهان اسلام		
❖ تقویت اشتراکات دینی و پرهیز از اختلافات مذهبی و مقابله با دشمن مشترک		✓ افزایش فراوانی الگوهای مشترک در امور اجتماعی و زیستی جهان اسلام		
❖ شناسایی و شبکه سازی نخبگان مولف در حوزه تمدن نوین اسلامی				
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنجه های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار ^۴
- ضعف همکاریهای فکری صاحب نظران در ساختار سازی امت اسلامی - غلبه نگاه های قومی و ملی بر تفکر امت اسلامی - نبود شناخت کافی از اشتراکات در بدنه اجتماعی	۱. طراحی و اجرای "گفتگوی فرهنگی تهران" (Tehran Cultural Forum)	- تعداد پیش نشست های خارجی - تعداد شخصیت های موثر بر اساس جایگاه اجتماعی - تعداد راه حل های توافق شده (ناظر به مسائل مشترک جهان اسلام)	معاونت علمی فرهنگی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی / وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی / وزارت امور خارجه / صدا و سیما / شهرداری تهران
	۲. جایزه جهانی "تمدن نوین اسلامی"	- تعداد آثار دریافتی - تعداد و سطح مشارکت کنندگان - تعداد و وزن موضوعات	مرکز مطالعات راهبردی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی / وزارت فرهنگ ارشاد اسلامی / مجمع التقرب / مجمع اهل بیت / حوزه علمیه
	۳. ایجاد حلقه های همفکری و گفتمانی به منظور ایجاد الگوهای عملیاتی تحقق امت اسلامی مانند الگوی مالکیت فکری جهان اسلام	- تعداد حلقه های همفکری - تعداد الگوهای ارائه شده (ناظر به مسائل مشترک جهان اسلام)	مرکز مطالعات راهبردی	مجمع التقرب / مجمع اهل بیت / وزارت علوم / حوزه علمیه

^۴ واحدهای پیگیری کننده، دستگاه های مسئول و شبکه همکاران با رایزنی های تکمیلی دقیق تر و کامل تر خواهد شد.

کلان برنامه‌ی ۲: روایتگری موثر از همزیستی و ترویج سبک زندگی اسلامی مبتنی بر معارف قرآن و عترت ناظر به اجتماعی‌سازی کشتان است اسلامی				
سیاست‌های اقدامی:		❖ برجسته سازی آداب و رسوم و سبک زندگی منطبق با معارف قرآن و عترت ❖ شناسایی و معرفی الگوهای همزیستی پیروان مذاهب اسلامی ❖ خنثی سازی جریان رسانه ای ترویج سبک زندگی غربی و تشدید اختلافات قومی مذهبی بین مسلمانان		
شاخص ارزیابی:		✓ افزایش فراوانی فعالان فرهنگی مروج همزیستی اسلامی ✓ افزایش محصولات فرهنگی مروج سبک زندگی مبتنی بر مفاهیم قرآنی و معارف اهل بیت (ع) (هر دو با اولویت محصولات عرضه شده از سوی جمهوری اسلامی ایران)		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنجه های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- ترویج سبک زندگی غربی در بین مسلمانان - روایت سازی رسانه ای غرب در برجسته نمودن اختلاف و نبود همزیستی بین مسلمانان	۴. حمایت از فعالان حوزه سبک زندگی و همزیستی اسلامی به ویژه در شبکه های اجتماعی و رسانه در خارج از کشور و ایجاد رقابت میان آنان	- تعداد اشخاص حقیقی و حقوقی حمایت شده‌ی فعال در خارج از کشور (بر محور مفاهیم قرآنی و معارف اهل بیت ع) - تعداد مسابقات و جوایز طراحی شده در موضوعات سبک زندگی اسلامی	اداره کل تبلیغ	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان اوقاف، سازمان تبلیغات
	۵. تولید آثار هنری فاخر (سریال، فیلم سینمایی، موسیقی و بازی رایانه ای) برای برجسته سازی همزیستی و سبک زندگی اسلامی	- تعداد آثار هنری تولید یا حمایت شده (بر محور مفاهیم قرآنی و معارف اهل بیت ع)	اداره کل همکاری های فرهنگی و امور ایرانیان خارج از کشور	صدا و سیما/ سازمان سینمایی و بنیاد فارابی/ موسسه اوج/ اتحادیه رادیوتلوویزیون های جهان اسلام

کلان برنامه‌ی ۳: مرجعیت روایت ایرانی از ایران فرهنگی، زبان و ادب فارسی در منطقه و جهان ناظر به روایت‌گرایی مؤثر و جریان ساز ایران و انقلاب				
سیاست‌های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ فراگیرسازی روایت ایرانی از فرهنگ و تمدن ایرانی - اسلامی و صیانت از میراث و مفاخر آن		✓ افزایش حضور فعالان رسانه‌ای ایران و همسویان در کشورهای مختلف		
❖ راهبری و حمایت از آموزش و پژوهش در زمینه ایران، اسلام و تشیع و زبان و ادبیات فارسی و ایران‌شناسی در خارج از کشور		✓ افزایش فراوانی مراکز ایران‌شناسی و کرسی‌های زبان فارسی مورد حمایت ج.ا.ایران در کشورهای مختلف		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنج‌های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- عدم شناخت صحیح و کافی آحاد مردم در سایر جوامع از ابعاد ایران فرهنگی و جاذبه‌های آن - ضعف در مرجعیت‌سازی از ایران در معرفی فرهنگ و تمدن ایرانی - اسلامی - ضعف در راهبری، مدیریت و حمایت از حوزه آموزش، پژوهش و کرسی‌های ایران‌شناسی، اسلام‌شناسی، شیعه‌شناسی و زبان و ادبیات فارسی	۶. حمایت از تولید و نشر روایت‌های غیر ایرانی مقوم مرجعیت ایران در قلمرو ایران فرهنگی	- تعداد کنشگران حمایت شده - تعداد محصولات تولیدی حمایت شده	کلیه واحدهای تخصصی سازمان	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
	۷. تعامل و همکاری با مراجع فرهنگی بین‌المللی و منطقه‌ای نظیر یونسکو، آیسیسکو، اکو برای تثبیت مرجعیت ایران در حوزه‌های مورد نظر	- تعداد مراجع مورد تعامل - تعداد موضوعات مرجعیت یافته	اداره کل مبادلات فرهنگی و سازمان‌های بین‌المللی	وزارت امور خارجه
	۸. حمایت از برگزاری جشنواره، مسابقه، جایزه و المپیادهای منطقه‌ای در زمینه‌های زبان و ادب فارسی، ایران‌شناسی و اسلام‌شناسی در سایر جوامع	- تعداد مسابقه/المپیاد/جایزه/جشنواره برگزار شده - قلمرو جغرافیایی پوشش یافته	کلیه واحدهای تخصصی سازمان	وزارت میراث فرهنگ، صنایع دستی و گردشگری/وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی/سایر نهادهای فرهنگی مردمی
	۹. تصویرسازی جهانی از نمادهای ایران فرهنگی (حداقل یک مورد در هر یک از محورهای زیر):	- تعداد نمادهای معرفی شده - تعداد رویدادهای برگزار شده	اداره کل همکاری‌های فرهنگی و امور ایرانیان خارج از کشور/اداره کل همکاری‌های علمی و دانشگاهی	
	- مفاخر (مانند فارابی) - معماری (مانند بناهای ایرانی-اسلامی در خارج از کشور) - آداب، رسوم و رویدادها (مانند نوروز و غذای ایرانی) - زبان و ادبیات فارسی (مانند نظامی) - هنر ایرانی-اسلامی (مانند خوشنویسی و تعزیه) - طب ایرانی (مانند داروهای گیاهی)			

کلان برنامه ی ۴: تأمین محتوا و برندسازی از انقلاب و جمهوری اسلامی ناظر به روایت کرمی و جریان ساز ایران و انقلاب				
سیاست های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ متناسب سازی محتوای فرهنگی، هنری و رسانه ای با نیازها و ذائقه جوامع هدف و مبتنی بر ارزش های فرهنگی جمهوری اسلامی		✓ افزایش فراوانی، دقت و کیفیت گزارش های رصد محیطی		
❖ توانمندسازی ظرفیت های داخل و خارج از کشور و رقابت آفرینی برای تهیه و تولید محتوای موثر و فاخر برای مواجهه با ایران هراسی و شیعه هراسی		✓ افزایش محصولات و فعالیتهای رسانه ای با موضوع جمهوری اسلامی در عرصه بین الملل		
❖ حضور فعال در شبکه های فراگیر در قلمروهای موضوعی، جغرافیایی و فعالیتی و ایجاد و گسترش شبکه های جدید بر حسب ضرورت		✓ افزایش صفحات و کانال های با موضوع انقلاب و جمهوری اسلامی در بسترهای فضای مجازی		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنجه های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- ضعف شناخت تولیدکنندگان داخلی محتوا و اهالی رسانه از ذائقه و نیازهای کشورهای هدف - ضعف برندسازی برای معرفی درست ظرفیتهای و دستاوردهای ایران، اسلام و انقلاب - ضعف توانمندی کنشگران همکار - ضعف در شناسایی، تعامل و استفاده حرفه ای از شبکه های انتشار در خارج از کشور - عدم بکارگیری فعالان داخل و خارج از کشور برای تأمین محتوا و روایت گری درست از جمهوری اسلامی - ضعف دانشی و مهارتی در تولید و نشر محتوای مناسب در موضوعات دارای اولویت ایران و اسلام و انقلاب	۱۰. استفاده از ظرفیت های هوش مصنوعی برای نیازسنجی، ذائقه سنجی و موضوع یابی تولید و نشر محتوا موثر در عرصه بین الملل و رتبه بندی محصول	- تعداد ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی - تعداد موضوعات احصا شده - تعداد آثار منتشر شده	مرکز مطالعات راهبردی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی/ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
	۱۱. طراحی ویژند ملی و ویژندهای موضوعی برای جمهوری اسلامی ایران، متناسب با گام دوم انقلاب اسلامی و تمدن نوین اسلامی و ترویج آن در منطقه و جهان	- تعداد ویژند طراحی شده	اداره کل همکاری های فرهنگی و امور ایرانیان خارج از کشور	وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
	۱۲. شناسایی و حمایت از ایجاد و توانمندسازی شبکه های تخصصی متشکل از فعالان داخلی و کنشگران همسوی خارجی در تولید و نشر محتوای مناسب در عرصه های: - اندیشه سیاسی اسلام (تمدن اسلامی، مردم سالاری دینی، مقاومت اسلامی، حقوق بشر اسلامی و ...) - علوم انسانی اسلامی و اسلام شناسی - هنر اسلامی و ایرانی (سینما، موسیقی، تئاتر، خوشنویسی، تذهیب و ...) - خبر و رسانه - ایران شناسی، زبان و ادبیات فارسی - ادیان - زنان، خانواده و سبک زندگی	- تعداد شبکه های ایجاد شده - تعداد کنشگران حاضر در شبکه ها	کلیه واحدهای تخصصی سازمان	جامعه المصطفی العالمیه/ مجمع التقرب/ مجمع اهل بیت (ع)/ سایر دستگاه های فعال در عرصه فرهنگی بین الملل به تناسب عرصه و موضوع

کلان برنامه ۵: توسعه سکوهای فرهنگی ایرانی در فضای مجازی ناظر به حضور فرهنگ در زیست بوم های نوین				
سیاست های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ توسعه امتداد بین المللی خدمات سکوهای ایرانی موفق در کشورهای هدف با تأکید بر کشورهای فارسی زبان با مشارکت طرف های خارجی		✓ افزایش فراوانی سکوهای عرضه و نشر آثار، محصولات و خدمات فرهنگی که از سال ۱۴۰۱ بخش بین المللی فعال کرده اند.		
❖ طراحی و تولید سکوهای جدید در عرصه های قابل رقابت و دارای خلاء		✓ افزایش میزان بازدید محتواهای فرهنگی و هنری محتواهای سایتها و سکوهای ایرانی از خارج از کشور		
		✓ افزایش تعداد کاربر جذب شده از خارج کشور در بستر سکوهای ایرانی که آثار، محصولات و خدمات فرهنگی عرضه می کنند.		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنجه های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- وجود خلاء حضور سکوهای اختصاصی ایرانی در حوزه های فرهنگی دارای مزیت رقابتی - عدم دسترسی علاقمندان و شیعیان جهان به محتواهای فرهنگی اندیشه ای ایرانی - فقدان امتداد بین المللی سکوهای فرهنگی، هنری و رسانه ای ایرانی	۱۳. حمایت از طراحی، فعال سازی و توسعه زبانی سکوها و سایت های تخصصی عرضه و نشر : ۱۳،۱. معارف قرآن و اهل بیت (ع) در فضای مجازی برای دسترسی مخاطبان کشورهای مختلف ۱۳،۲. اندیشه فکری تمدنی انقلاب اسلامی (با تأکید بر اندیشه رهبران انقلاب، عرفان و تصوف، حکمت و فلسفه،) ۱۳،۳. ظرفیتهای گردشگری مجازی و معرفی فرهنگ و تمدن ایران و هنر اسلامی ۱۳،۴. عرضه و فروش صنایع دستی و آثار هنری تجسمی در کشورهای هدف با مشارکت طرف خارجی ۱۳،۵. محتواها و برنامه های آموزشی تخصصی زبان و ادبیات فارسی ۱۳،۶. موسیقی فاخر ایرانی در کشورهای فارسی زبان و غیرفارسی زبان (از جمله فیلمو، نماوا و ...)	- تعداد سکو/ سایت حمایت شده - تعداد مخاطبان (بازدید کنندگان) سایت ها	اداره کل همکاری های رسانه ای و فضای مجازی	سازمان صدا و سیما/ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی/ سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
- ضعف فعالیت بین المللی سکوها و موسسات آموزشی در عرصه بین الملل	۱۴. حمایت از توسعه فعالیت سکوهای آموزشی (مانند فرادرس و ...) دارای ظرفیت حضور بین المللی (با اولویت کشورهای فارسی زبان) به مخاطبان غیرایرانی	- میزان آموزش ارائه شده به کاربران خارج از کشور (نفر ساعت)	اداره کل همکاری های علمی و دانشگاهی/ موسسه نور مبین	وزارت علوم/ بنیاد سعدی

کلان برنامه‌ی ۶: حضور فعال در سکوهای نوین غیرایرانی ناظر به حضور فرهنگ در زیست بوم های نوین				
سیاست‌های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ بسیج فعالان فرهنگی، هنری و رسانه‌ای دارای ظرفیت حضور بین‌المللی در بسترهای نوین		✓ افزایش تعداد کاربران ایرانی یا همسو که در سکوهای غیرایرانی به زبان غیرفارسی تولید و نشر محتوا می‌نمایند.		
❖ فعال سازی و کارآمدسازی ظرفیت های بومی همسو برای ایجاد بسترهای نوین و توسعه حضور آنان در این بسترها		✓ افزایش تعداد آثار فرهنگی و هنری عرضه شده در سکوهای غیرایرانی		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنج‌های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- ضعف حضور در بسترهای نوین عرضه و فروش محصولات فرهنگی، هنری و رسانه‌ای	۱۵. عرضه آثار و محتواهای فرهنگی، هنری و رسانه‌ای ایرانی در سکوهای نوین غیرایرانی به ویژه در حوزه‌های: ۱۵,۱. کتب و نشریات فاخر ایرانی ۱۵,۲. موسیقی و سرود ۱۵,۳. فیلم و سریال ۱۵,۴. بازی‌های رایانه‌ای ۱۵,۵. صنایع دستی	- تعداد کتب و نشریات عرضه شده - تعداد آلبوم‌ها و ترک‌های عرضه شده - تعداد فیلم و سریال عرضه شده - تعداد بازی‌های رایانه‌ای عرضه شده - تعداد صنایع دستی عرضه شده	اداره کل همکاری های فرهنگی و هنری / مرکز ترجمه و نشر / موسسه الهدی	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی / وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری / سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
- ضعف حضور فعالان فرهنگی کشور در سکوهای کاربرمحور و شبکه‌های اجتماعی فرهنگی، هنری و رسانه‌ای غیرایرانی - ضعف حضور نخبگانی کشور در بسترها و سکوهای نوین	۱۶. شناسایی، ساماندهی و توانمندسازی فعالان فضای مجازی برای حضور در بسترهای خارجی شامل: ۱۶,۱. کاربران ایرانی و ایرانیان خارج از کشور ۱۶,۲. طلاب و فضایی زبان‌دان و بومی برای گفتگو، طرح بحث و پاسخ به سئوالات دینی ۱۶,۳. اساتید و پژوهشگران در سکوهای تعاملی علمی و پژوهشی ۱۶,۴. موسسات علمی، فرهنگی و هنری	- تعداد کاربران ایرانی فعال - تعداد طلاب زبان دان فعال - تعداد اساتید و پژوهشگران فعال - تعداد موسسات فعال	اداره کل همکاری های رسانه ای و فضای مجازی / اداره کل تبلیغ / اداره کل همکاری های فرهنگی / اداره کل همکاری های علمی و دانشگاهی	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی / مرکز بین الملل حوزه های علمیه / جامعه المصطفی العالمیه / مجمع تقریب / مجمع اهل بیت (ع) /

کلان برنامه‌ی ۷: تسهیل گری صادرات ناظر به افزایش سهم ایران در بازار صنایع فرهنگی				
سیاست‌های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ اعتباربخشی به رونق اقتصاد فرهنگ و هنر در نظام اقتصادی کشور برای رقابت در بازار محصولات فرهنگی جهان		✓ افزایش حجم صادرات محصولات و خدمات فرهنگی و هنری با اولویت کشورهای همسایه		
❖ اولویت‌بخشی به ظرفیت‌های مردمی و غیرحاکمیتی		✓ افزایش تعداد محصولات فرهنگی و هنری فاخر تولیدی مشترک با طرف‌های خارجی با اولویت کشورهای همسایه و اسلامی		
		✓ افزایش میزان رمزارز تحصیل شده توسط اهالی فرهنگ و هنر از محل فروش محصول یا خدمت		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنج‌های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- فقدان متولی مشخص برای توسعه صادرات محصولات و خدمات فرهنگی در کشور - محدودیت‌های ناشی از تحریم برای داد و ستد مالی و انتقال ارز - عدم ورود صندوق‌های ریسک‌پذیر در این صنعت - ضعف منابع داخلی برای سرمایه‌گذاری و تولید محصول در تراز بین‌المللی (عدم شناخت بخش خصوصی، حمایت ناچیز بخش دولتی و موانع و محدودیت فرآیندی تولید محصول صادراتی از جمله مسئله مجوزها) - عدم ورود تولیدکنندگان و ناشران کشور به سرمایه‌گذاری مشترک بین‌المللی با تولیدکنندگان خارجی	۱۷. ایجاد بخش‌های تخصصی صادرات فرهنگی در ساختارهای صادراتی کشور (مانند مرکز توسعه صادرات فرهنگی و اتاق بازرگانی فرهنگ و هنر، مرکز شتابدهی و توسعه استارت‌آپ‌ها)	- تعداد بخش‌های ایجاد شده مرتبط - تعداد حمایت از استارت‌آپ‌ها	اداره کل همکاری‌های فرهنگی و هنری	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی / سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
	۱۸. پشتیبانی و توانمندسازی اهالی فرهنگ، هنر و رسانه برای استفاده از ابزارهای نوین صیانت از مالکیت فکری مانند NFT	- تعداد ابزارهای استفاده شده - تعداد مصدق ثبت شده	اداره کل مبادلات فرهنگی و سازمان‌های بین‌المللی	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی / سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
	۱۹. تسهیل و تنظیم‌گری توسعه صادرات خدمات نیروی انسانی حوزه فرهنگ و هنر (خدمات پژوهشگران، اساتید، کارگردان، فیلمبردار، بازی‌سازان، تصویرگران، برنامه‌نویسان و...)	- تعداد آیین‌نامه/ دستورالعمل‌های تدوین شده - تعداد افراد اعزام شده - تعداد خدمات صادر شده	کلیه واحدهای تخصصی سازمان	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی / سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

کلان برنامه ۸: **بازاریابی و تبلیغات فرهنگی هنری و گردشگری** ناظر به افزایش سهم ایران در بازار صنایع فرهنگی

سیاست‌های اقدامی:				
❖ تسهیل و کمک به تحقیقات بازار، شناسایی نیاز و خواسته فرهنگی بازارهای محلی و بین‌المللی برای تولیدکنندگان ایرانی ❖ بهره‌گیری از ظرفیت‌های فیزیکی و مجازی برای نفوذ در بازار ❖ توسعه نظام اطلاع رسانی و تسهیل سازو کارهای لازم برای افزایش جذب گردشگر در زمینه های (فرهنگی، مذهبی، درمانی، تاریخی، زیارتی و ...)				
شاخص ارزیابی: ✓ افزایش حجم صادرات محصولات و خدمات فرهنگی و هنری با اولویت کشورهای همسایه ✓ افزایش تعداد محصولات فرهنگی و هنری فاخر تولیدی مشترک با طرف های خارجی با اولویت کشورهای همسایه و اسلامی ✓ افزایش میزان رمزارز تحصیل شده توسط اهالی فرهنگ و هنر از محل فروش محصول یا خدمت ✓ افزایش فراوانی گردشگران و زائران وارده شده به کشور				
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنجه های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- ضعف در شناخت از نیازهای مخاطب و غفلت از نقش زمینه های فرهنگی اجتماعی لازم برای بازاریابی (کمبود شناخت تولیدکنندگان ایرانی از شرایط بازارهای محلی و بین‌المللی) - ناهمخوانی زبان و ادبیات محصولات تولیدی داخل با نیاز مخاطب غیرایرانی - عدم استفاده بهینه از پلتفرم های بین‌المللی برای عرضه آثار و محصولات - اطلاع رسانی و معرفی ضعیف و نامناسب محصولات فرهنگی ایران برای مخاطبان و علاقه‌مندان فرهنگ و هنر ایران - ضعف حضور در جشنواره‌ها و رویدادهای بین‌المللی و نیز بسترهای فضای مجازی	۲۰. طراحی سامانه نمایشگاه جامع مجازی آثار، محصولات و میراث و جاذبه‌های فرهنگی هنری ایران به زبان‌های پرمخاطب دنیا	- تعداد زبان های سامانه - تعداد محصولات و آثار ارائه شده	اداره کل همکاری های فرهنگی / اداره آموزش	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی / سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
	۲۱. توانمندسازی فعالان و تولیدکنندگان فرهنگی کشور در حوزه «بازاریابی و تولید محصول با کیفیت در سطح بین‌الملل»	- تعداد فعالان توانمند شده	اداره کل همکاری های فرهنگی و امور ایرانیان	
	۲۲. داده‌کاوی مصارف فرهنگی کشورهای هدف به کمک ترندهای بین‌المللی	- تعداد محصولات شناسایی شده در کشورهای هدف	اداره کل همکاری های رسانه ای و فضای مجازی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
	۲۳. تولید محصولات رسانه‌ای حرفه‌ای برای معرفی آثار و خدمات فرهنگی ایران به زبان‌های پرمخاطب دنیا	- تعداد محصولات تولید شده - تعداد زبان های تولید محصول	اداره کل همکاری های رسانه ای و فضای مجازی / اداره کل همکاری های فرهنگی و امور ایرانیان	سازمان صدا و سیما / وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی / سازمان اوج / وزارت میراث فرهنگی
	۲۴. توسعه اطلاع رسانی متقابل در خصوص تقویم رویدادهای فرهنگی هنری جهان	- تعداد رویدادهای اطلاع رسانی شده	ادارات کل منطقه ای	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	اداره کل همکاری های فرهنگی و امور ایرانیان خارج از کشور/ ادارات کل منطقه ای	- تعداد گروه های مرجع گردشگری سفر کرده به ایران - تعداد مراکز گردشگری شناسایی و جذب شده	۲۵. کمک به بازاریابی و توسعه گردشگری از طریق : ۲۵،۱. حمایت از حضور گروه های مرجع گردشگری کشورهای خارجی در ایران ۲۵،۲. شناسایی و ارتباط نمایندگان فرهنگی خارج از کشور با مراکز متولی گردشگری در سایر جوامع به منظور ایجاد انگیزه و زمینه سازی برای جذب گردشگر	برای معرفی و عرضه محصولات فرهنگی ایران
--	---	--	---	--

کلان برنامه‌ی ۹: فعال‌سازی ظرفیت‌های بومی ناظر به بازآرایی نقش کران فرهنگی بین‌المللی				
سیاست‌های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ ارتقای جایگاه و نقش ظرفیت‌های بومی همسو و موثر در جامعه هدف		✓ افزایش فراوانی تشکلهای و شبکه‌های فرهنگی بومی همکار نمایندگی‌های فرهنگی		
❖ مقدم داشتن ظرفیت‌های بومی در اجرای فعالیت‌های فرهنگی در کشورهای هدف		✓ افزایش فراوانی دانشجویان و طلاب خارجی مقیم ایران برای فعالیتهای فرهنگی در کشورهای دیگر		
❖ فعال‌سازی ظرفیت‌های جدید ایرانیان مقیم پس از مهاجرت‌های نو				
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنج‌های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- پایین بودن سطح شناخت، مهارت و تخصص کنشگران بومی در چگونگی انجام فعالیت موثر - ضعف جایگاه، ساختار، منابع مالی و انسانی کنشگران بومی همسو - محدودیتها و ملاحظات قانونی، حقوقی و سیاسی کنشگران کشورهای هدف برای ارتباط و همکاری - ناهماهنگی نمایندگان جمهوری اسلامی در ارتباط و همکاری با کنشگران بومی	۲۶. شناسایی، هماهنگی، شبکه‌سازی، توان‌افزایی (دانشی، مهارتی) ظرفیت‌های بومی و کارسپاری به : ۲۶,۱. فعالان فرهنگی حقیقی و حقوقی مقیم کشور هدف ۲۶,۲. اتباع خارجی مقیم ایران (دانشجویان، طلاب، بازرگانان، گردشگران و ...) ۲۶,۳. ایرانیان مقیم کشور هدف	- میزان کارسپاری به فعالان بومی - میزان کارسپاری به اتباع خارجی مقیم ایران - میزان کارسپاری به ایرانیان مقیم خارج از کشور	کلیه واحدهای تخصصی / ادارات کل منطقه ای	سازمان فرهنگ و ارتباطات / سایر دستگاه‌های فعال در عرصه فرهنگی بین‌الملل بنا به موضوع و عرصه فعالیت
	۲۷. حمایت از رسمیت بخشی، پایداری‌سازی و خوداتکایی ظرفیتهای بومی همسو	- تعداد شخصیت‌های حقیقی و حقوقی حمایت شده	کلیه واحدهای تخصصی / ادارات کل منطقه ای	

کلان برنامه‌ی ۱۰: کارآمدسازی جبهه فرهنگی انقلاب و ظرفیت‌های مردمی ایرانی ناظر به بازآرایی کنش‌گران فرهنگی بین‌المللی				
سیاست‌های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ زمینه‌یابی، زمینه‌سازی و تسهیل برای حضور موثر جبهه فرهنگی انقلاب در خارج از کشور ❖ تخصصی‌سازی و تعیین خطوط فاصل کنش‌گران حاکمیتی ❖ ایجاد و تقویت امتداد فرهنگی در روابط سیاسی، اقتصادی و امنیتی		✓ افزایش فراوانی مجامع و تشکلهای مردمی فعال شده برای فعالیت‌های فرهنگی عرصه بین‌الملل ✓ افزایش مفاد فرهنگی گنجانده شده در اسناد اقتصادی، سیاسی و امنیتی مبادله شده میان ج.ا. ایران با سایر کشور		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنجه‌های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- تعدد و تداخل فعالیت دستگاه‌های فرهنگی عمومی و حاکمیتی عرصه بین‌المللی - ضعف جایگاه سازمان‌های فرهنگی در نظام روابط بین‌الملل کشور - ناهماهنگی‌های مدیریتی و اجرایی سازمان‌ها و نهاد‌های دارای امتداد بین‌المللی - ضعف توانمندی و کارآمدی موثر جبهه فرهنگی انقلاب برای حضور و فعالیت بین‌المللی - ضعف شناختی جبهه فرهنگی انقلاب از زمینه‌ها، فرصت‌ها، اقتضائات فعالیت در عرصه بین‌الملل	۲۸. طراحی و فعال‌سازی سکوی یکپارچه و جامع برای هماهنگی، راهبری و نظارت بر امور فرهنگی بین‌المللی	- طراحی و ایجاد سامانه - تعداد دستگاه‌های همکاری	مرکز برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی/ دستگاه‌های فعال در عرصه فرهنگی بین‌الملل
	۲۹. طراحی و اجرایی سازی نظام و الگوی پیوست فرهنگی مناسبات سیاسی، اقتصادی و امنیتی در کشورهای هدف	- تعداد الگوی فرهنگی طراحی شده	اداره کل مبادلات فرهنگی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی/ وزارت امور خارجه
	۳۰. تنظیم‌گری و حمایت از اجرایی‌سازی طرح‌ها و ایده‌های فرهنگی هنری موسسات و کنشگران مردمی جبهه فرهنگی انقلاب در کشورهای هدف، با تاکید بر: ۳۰،۱. اساتید و دانشجویان ۳۰،۲. هیئات و تشکلهای مذهبی ۳۰،۳. طلاب، فضلا و مبلغان دینی ۳۰،۴. کنشگران فرهنگی، هنری و رسانه‌ای ۳۰،۵. تجار و بازرگانان	- تعداد طرح‌ها و ایده‌های حمایت شده - میزان آموزش ارائه شده به فعالان جبهه فرهنگی انقلاب	کلیه واحدهای تخصصی و ادارات کل منطقه‌ای سازمان	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی/ ظرفیت‌های مردمی و جبهه فرهنگی انقلاب (موسسات، نهادها، مراکز فرهنگی و هنرمندان)

کلان برنامه ی ۱۱: تأمین الزامات حقوقی و قانونی ناظر به متناسب سازی جایگاه و ظرفیت های سازمان با مأموریت قرارگاہی آن				
سیاست های اقدامی:		❖ محوریت بخشی به سازمان در امور فرهنگی بین المللی نظام جمهوری اسلامی ایران ❖ ایجاد و توسعه نگاه ملی به حوزه دیپلماسی فرهنگی		
شاخص ارزیابی:		✓ افزایش فراوانی کمیته های تخصصی بین دستگاهی با محوریت سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی ✓ افزایش فراوانی عضویت های سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در شوراهای ملی و فراملی ✓ افزایش اسناد مدیریتی - سازمانی بازنگری شده با رویکرد قرارگاهی		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنجه های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- عدم تناسب جایگاه و اختیارات مندرج در اساسنامه با اقتضائات قرارگاه عملیاتی امور فرهنگی بین المللی جمهوری اسلامی ایران - نافذ نبودن مصوبات شورای عالی سازمان برای سایر نهادها و دستگاه ها و منحصر شدن عملکرد آن به امور سازمان - ناتوانی قانونی سازمان برای اجرایی سازی سیاست ها، راهبری، انسجام، تسهیل و ارزیابی امور فرهنگی بین المللی جمهوری اسلامی ایران، علیرغم تکالیف محوله به آن	۳۱. بازنگری و متناسب سازی مأموریت، جایگاه و اختیارات سازمان	- بازنگری و متناسب سازی اساسنامه	مرکز برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی / شورای عالی سازمان
	۳۲. تدوین و تصویب قوانین، مقررات و ضوابط لازم برای اعمال سیاست ها، راهبری، انسجام و ارزیابی امور فرهنگی بین المللی جمهوری اسلامی ایران	- تعداد قوانین و مقررات تصویب شده	مرکز برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی / وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
	۳۳. تمهید الزامات حضور موثر سازمان در مراجع تصمیم گیری داخلی و خارجی مرتبط	- میزان عضویت و حضور سازمان در مراجع تصمیم گیر داخلی و خارجی	اداره کل مبادلات فرهنگی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی / وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
	۳۴. اجرایی سازی سند جامع امور فرهنگی بین المللی جمهوری اسلامی ایران، با تأکید بر:	- تشکیل ستاد راهبری - تدوین آیین نامه هماهنگی - تعداد کمیته های تشکیل شده - تعداد موضوعات مطرح شده و جلسات برگزار شده هیات های اندیشه ورزی	کلیه واحدهای سازمان در بندهای ذیربط	دستگاه های عضو شورای سیاست گذاری فرهنگی بین المللی

کلان برنامه‌ی ۱۲: هوشمندسازی راهبردی ناظر به تناسب‌سازی جایگاه و ظرفیت‌های سازمان با محوریت قرارگاهی آن				
سیاست‌های اقدامی:		شاخص ارزیابی:		
❖ اشرف به محیط فرهنگی بین المللی و تحولات آن		✓ افزایش فراوانی گزارش‌های رصدی تولید شده مبتنی بر داده کاوی و هوش مصنوعی		
❖ جریان شناسی و ترازایی اسلام، ایران و گفتمان انقلاب اسلامی در جوامع دیگر		✓ افزایش فراوانی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوآور ناظر به مسائل دیپلماسی فرهنگی		
❖ آینده‌نگاری و نقطه‌زنی در اقدامات و فعالیتها				
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنجه های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- ضعف در رصد محیط فرهنگی بین المللی و تحولات آن - ضعف در تجربه نگاری و مدیریت دانش راهبردی - ضعف در تحلیل موقعیت، ظرفیت ها و فرصت های ایران، اسلام و انقلاب اسلامی در جوامع دیگر - ضعف در مطالعات تطبیقی، روند شناسی و آینده پژوهی	۳۵. توسعه کمی و کیفی توان رصدی و مطالعاتی سازمان از طریق: ۳۵،۱. بهسازی سامانه رصد راهبردی جامعه و فرهنگ ملل ۳۵،۲. استفاده از ظرفیت موسسات رصدی داخل و خارج کشور ۳۵،۳. استفاده از قابلیت های هوش مصنوعی و داده کاوی برای تقویت هوشمندی سازمانی ۳۵،۴. طراحی و اجرای مدیریت دانش راهبردی امور فرهنگی بین المللی جمهوری اسلامی ایران	- تعداد موسسات رصدی همکار و تعداد پژوهش های انجام شده - دسترسی ایجاد شده به سامانه برای مراکز علمی و پژوهشگران - ایجاد سامانه مدیریت دانش	مرکز مطالعات راهبردی/ ادارات کل منطقه ای	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی/ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات/ دانشگاه ها
	۳۶. ایجاد مراکز شتابدهی، رشد و نوآوری حوزه های مختلف فرهنگ و هنر در عرصه بین الملل	- تعداد مراکز ایجاد شده - تعداد موضوعات بررسی شده	معاونت علمی فرهنگی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی/ معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
	۳۷. طراحی و اجرای آمایش سرزمینی ظرفیت های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و ظرفیت فعالان همسو در خارج از کشور	- تدوین سند آمایش	مرکز مطالعات راهبردی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی/ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

کلان برنامه‌ی ۱۳: بازسازی انقلابی در ساختار، منابع و فرهنگ سازمانی ناظر به متناسب‌سازی جایگاه و ظرفیت‌های سازمان با مأموریت قرارگاهی آن				
سیاست‌های اقدامی: ❖ دست‌یابی به سازمان یادگیرنده، چابک، منعطف و پویا		شاخص ارزیابی: ✓ فعال شدن ساختارهای متناسب سازی شده با رویکرد قرارگاهی ✓ افزایش فراوانی نیروی انسانی جوان، خلاق و انقلابی به کار گرفته شده در سطوح مختلف مدیریتی، کارشناسی و رایزنی		
اهم مسائل	اقدامات اجرایی	نمونه سنج‌های موفقیت	واحد پیگیری و پاسخگویی	دستگاه مسئول و شبکه همکار
- بحران سرمایه انسانی سازمان و نامتناسب بودن سرمایه انسانی سازمان با مأموریت حرفه‌ای و تخصصی محوله - ضعف در تناسب ساختار و تشکیلات سازمان با تحولات فرهنگی بین‌المللی و مأموریت قرارگاهی سازمان - ضعف در مدل حضور فرهنگی سازمان در خارج از کشور و پراکندگی نمایندگی‌های آن - غلبه رویکرد تصدی‌گری در سازمان و ضعف در ماهیت قرارگاهی، راهبری و تسهیل‌گری امور فرهنگی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران	۳۸. بازآرایی ساختار و سازمان نفرات ستاد و صف سازمان متناسب با مأموریت قرارگاهی آن	- بازآرایی و متناسب‌سازی ساختار و تشکیلات تفصیلی	معاونت توسعه مدیریت و منابع / مرکز برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
	۳۹. طراحی و اجرای نظام جامع سرمایه انسانی سازمان برای شناسایی، جذب، بکارگیری، رتبه‌بندی، توانمندسازی و تعدیل سرمایه انسانی متناسب با مأموریت و نیازهای حرفه‌ای و تخصصی سازمان	- تدوین سند نیروی انسانی سازمان - تدوین آیین‌نامه‌های مرتبط	معاونت توسعه مدیریت و منابع / مرکز برنامه ریزی، نوسازی اداری و فناوری اطلاعات	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
	۴۰. ایجاد بنیاد دیپلماسی عمومی برای توسعه استفاده از ظرفیت داخل و خارج کشور در عرصه فعالیت‌های فرهنگی و تنویر افکار عمومی	- تأسیس بنیاد - تعداد سرفصل فعالیت‌های انجام شده - توسط بنیاد - میزان اعتبارات جذب شده برای فعالیت‌های بنیاد	معاونت علمی فرهنگی	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی / وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی