

عوامل موثر در ارتباطات دیپلماتیک فرهنگی کلان‌شهر تهران در راستای دیپلماسی ارتباطی فرهنگی

محبوبه خرازی

دانش آموخته دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

mahkharrazi@yahoo.com

نسیم مجیدی قهرودی

استادیار، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

بهروز کاوه‌ئی

استادیار، گروه مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: هدف از پژوهش حاضر بررسی "نقش کلان‌شهر تهران در بهینه‌سازی دیپلماسی ارتباطی فرهنگی" با اتخاذ رویکرد میان‌رشته‌ای می‌باشد که در چارچوب تئوریک دربرگیرنده رویکردهای نظری حوزه‌های: دیپلماسی عمومی استراتژیک؛ نظریه دیپلماسی عمومی-دیپلماسی فرهنگی و ارتباطات- نای در قدرت نرم، ارتباطات استراتژیک، شهر شبکه‌ای شهر اطلاعاتی آینده، پارادایم‌های دیپلماسی و دیپلماسی شهری است.

روش پژوهش: این پژوهش اکتشافی از نظر هدف کاربردی، از نظر تحلیلی از نوع تحلیلی همبستگی و از لحاظ شیوه جمع‌آوری اطلاعات از نوع تحقیق پیمایشی و مقطعی است. در این پژوهش هم‌چنین از روش‌های توصیفی آماری مانند جدول‌ها و نمودارهای توزیع فراوانی، جدول‌های توافقی و روش‌های استنباطی آماری مانند آزمون برازش توزیع کلموگروف-اسمیرنوف، شاپیرو-ویلک، آزمون‌های معنی‌داری وجود اختلاف در میانگین‌ها مانند آزمون‌های آنالیز واریانس یک طرفه، آنالیز واریانس ناپارامتری کروسکال-والیس، آزمون تساوی واریانس توکی، آزمون یو من ویتنی استفاده شده است.

یافته‌ها: ماهیت ارتباطات و اقدامات ارتباطی شهر تهران، با ماهیت ارتباطات استراتژیک نوین دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی هماهنگی ندارد. از سوی دیگر دیپلماسی فرهنگی تهران، ارتباطی و فراشبکه‌ای طراحی و اجراء نمی‌شود و این شهر چندان از اعضای فعال سازمان‌ها، مجامع و برنامه‌های بین‌المللی شهری محسوب نمی‌شود. این ظرفیت فعال محدود شهر تهران در حوزه دیپلماسی فرهنگی، هم‌چنین زمینه لازم برای اجراء رویکردهای شهر خلاق در روابط بین‌المللی کنونی شهر تهران را فراهم نمی‌کند.

نتیجه‌گیری: نتیجه‌نهایی تحقیق حاکی از آنست که از کلیه ظرفیت‌های کلان‌شهر تهران در راستای بهینه‌سازی دیپلماسی ارتباطی فرهنگی کشور بهره‌برداری مناسبی انجام نگرفته است و تنها اقدامات و روندهای اندکی در این راستا فعال می‌باشند. هم‌چنین این نتیجه حاصل شده است که یک رویکرد سیستماتیک نسبت به نقش کلان‌شهر تهران در دیپلماسی ارتباطی فرهنگی وجود ندارد.

کلید واژه‌ها: پارادایم‌های دیپلماسی شهری، دیپلماسی فرهنگی، ارتباطات استراتژیک، شهرهای خلاق، سند برنامه سوم توسعه شهر تهران.

مقدمه

اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی شده است، به گونه‌ای که بازیگران فروملی در عرصه سیاست خارجی نیز ورود یافته و ترجیح داده‌اند مسیرها و روش‌هایی را در سیاست خارجی برای تأثیرگذاری بر روابط بین‌الملل به کار گیرند که در چارچوب پارادایم‌های قابل تبیین است. دیپلماسی شهری را می‌توان ابزاری کارآمد و سودمند از پارادایم‌های عصر جهانی شدن دانست که نقش شهرها را به عنوان بازیگرانی خلاق، هوشمند و دانش‌بنیان در عرصه تعامل بین‌المللی و ایجاد صلح و توسعه اقتصادی و فرهنگی در جهان آشکار می‌سازد. در دوران کنونی شهرها در کنار اتحادیه‌های منطقه‌ای، سازمان‌های غیر دولتی و شرکت‌های فراملیتی نقش بسیار مهم و فزاینده‌ای را در تعامل‌های دیپلماتیک ایفا می‌کنند، مشروط بر آنکه برنامه‌ریزی لازم را برای معرفی خود به عنوان شهرهای خلاق با جلب سرمایه‌گذاری و مشارکت مردمی و جذب سرمایه‌های داخلی و خارجی در روند عمران و آبادانی شهر و توسعه بازار گردشگری، با ارائه خدمات رفاهی به گردشگران خارجی معمول دارند.

دیپلماسی شهری به عنوان شکلی جدید از دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی ابزاری است که شهرها از طریق بازیگران شهری به ویژه شهرداری‌ها، به تعامل با کنش‌گران هم‌تراز می‌پردازند و با توجه به تحولات نظام بین‌المللی و اهمیت یافتن فزاینده نهادهای عمومی، نقشی عمده و کاربردی را در روابط بین‌الملل برای تعامل، تقویت مذاکرات، توسعه و به‌سازی روابط میان ملت‌ها ایفا می‌کنند. شهرها به عنوان یک نظام پویا و شخصیت مستقل سیاسی، می‌توانند ضمن خواهرخواندگی با شهرهای مشابه به تعامل سازنده با دیگر شهرهای جهان و جذب سرمایه‌های خارجی در چارچوب دیپلماسی شهری مبادرت ورزند. در واقع، شهرداری‌ها به عنوان متولیان اصلی دیپلماسی شهری، می‌توانند هم‌چون سایر نهادهای غیردولتی در جهت دستیابی به حداکثر منافع در روابط دیپلماتیک و ارتقاء تعامل‌های بین‌المللی و حل و فصل مسائل و معضلات شهری و رونق و توسعه اقتصاد شهری، نقش موثری را در

طی دهه‌های اخیر، مولفه‌های بسیاری بر روند موازنه روابط بین شهری در درون و برون مرزهای ملی تأثیرگذار بوده‌اند. در نتیجه توسعه سرمایه‌گذاری‌های فراملی فرهنگی و گردشگری بین‌المللی؛ صادرات محصولات سینمایی، موسیقی، سبک‌ها و الگوها فرهنگی جوامع افزایش یافت و مردم، محصولات و ایده‌های جدید با سرعتی زیاد بین شهرهای بزرگ جهان در حال جابجایی هستند. پیوندهای بین شهری معاصر که محدوده‌های ملی را در می‌نوردند، یک شبکه جهانی را می‌سازند "در حالی که فریدمن بر ارتباطات بیرونی جهان شهر و وابستگی متقابل در یک ساختار شبکه‌ای یا سلسله مراتبی تأکید داشته است، ساسن بر تأثیر ارتباطات فزاینده بین‌المللی بر ساختار درونی یک شهر واحد متمرکز شده است. کاستلز با پذیرش شهر جهانی ساسن، مقوله جامعه شبکه‌ای و فضای جریان‌ها را به عنوان ریخت‌شناسی نوین اجتماعی جوامع در عصر اطلاعات مطرح می‌کند و شهر جهانی را نیز به مثابه یک پدیده شبکه‌ای تعریف می‌کند که در آن مراکز شهری در یک شبکه جهانی به هم متصل شده‌اند. در راستای دیدگاه فضایی کاستلز به شهر، گلیسر ضمن تأکید بر رویکرد شوتز و لاکمن معتقد است که: «ترتیبات زمانی - فضایی آن دسته از جهان‌های حیاتی هستند که کمتر بدان‌ها توجه شده، اما مهم‌ترین هسته آنچه بدون چون و چرا به ما داده شده است را تشکیل می‌دهند». در نگاه کاستلز هم‌چنین سخن از نظام‌های شهری و نیروهای تأثیرگذار فراکشوری خاصه «اقتصاد شهری بین‌المللی» است که آینده شهر را به یک نظام بین‌المللی گره می‌زند. حالتی که توسعه در آن بیشتر مبتنی بر جهانی شدن است تا ملی ماندن. از سوی دیگر به بیان جیمز روزنا، اگر زمانی مسائل سیاست جهان به وسیله تعامل دولت‌ها حل و فصل می‌شد، اکنون مسائل دیگری در دستور کار سیاست جهان قرار گرفته‌اند که از صلاحیت اقتدار دولت‌ها خارج است. کاهش نقش دولت‌ها در عصر جهانی شدن موجب نقش آفرینی فزاینده بازیگران فرو ملی در عرصه‌های مختلف سیاسی،

حوزه دیپلماسی عمومی محقق سازند. شهرداری‌ها به عنوان بازیگران غیردولتی و نمایندگان افکار عمومی می‌توانند با ورود به عرصه تعامل‌های بین‌المللی، به دفاع از مواضع شهروندان خود در روند تصمیم‌گیری‌های بین‌المللی بپردازند و با ایفای نقش فعال‌تر در امور بین‌المللی از طریق گفتگو و مذاکره، همکاری و تعامل، فرهنگ صلح و آشتی را جایگزین جنگ و ستیز کنند.

و اما در یک رویکرد گسترده‌تر، شهرها زاینده فرهنگند. مصنوعات و خلاقیت‌های فرهنگی بشر عامل ظهور شهرهاست. شهر زاینده نگرش فرهنگی به تولیدات بشری، اقتصاد و سایر رفتارهای اجتماعی بشر است. شهر بزرگترین و پیچیده‌ترین متنی است که انسان می‌آفریند و کلان شهرها کلاسیک‌ترین متنی هستند که بدست بشر ساخته می‌شوند. شهرها به ویژه شهرهای بزرگ و با اهمیت جهان بیش از سه هزار است که به عنوان مراکز فرهنگی و خلاقیت شناخته می‌شوند. شهرها کانون‌هایی بوده‌اند که منابع انسانی و مادی تمدن‌ها در آن‌ها انباشته می‌شده است. هنرمندان، موسیقیدانان، هنرمندان، موسیقی‌دانان، معماران، فیلسوفان، دانشمندان و نویسندگان، مشتریان و یک نیروی کار ماهر همگی به شهرها با نیت دسترسی به این منابع به شهرها سرازیر می‌شده‌اند. شهرهای جهان هم‌چنین به دلیل قوت اقتصادی که یافته‌اند، به نوعی تمایز فرهنگی با سایر نقاط یک کشور و سایر شهرهای جهان هم رسیده‌اند. از همین روست که نام شهرهای آتن، آمستردام، رم، وین، لندن، پاریس، مادرید، استانبول (قسطنطنیه)، فلورانس، ونیز، میلان، بوداپست، بارسلونا، پراگ و برلین هنوز هم در صحنه فرهنگ‌های جهان رخ نمایی می‌کنند.

فرهنگ، همانند سیستم است و به مهندسی فرهنگ می‌بایست به عنوان یک مهندسی سیستم نگریسته شود. بدین ترتیب در مهندسی فرهنگ، هدف ارائه طرح و برنامه‌ای جامع و فراگیر همراه با نگاه و دیدی فرهنگی به تمامی حوزه‌ها و فعالیت‌ها در حیطه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است. با اتخاذ نگاه سیستمی به جایگاه

فرهنگ شهرهای امروز جهان، استراتژی کلان فرهنگی کلان‌شهرها به خوبی نشان می‌دهد که فرهنگ، بسترهای فرهنگی، خلاقیت‌های فرهنگی و نیز شناخته شدن به عنوان مرکز تبدلات فرهنگی جملگی به گونه‌ای طراحی شده‌اند که زیربنا و بستر اصلی فراهم آورنده زمینه‌های لازم برای فعالیت‌های اقتصادی، تجاری، سیاسی و اجتماعی کلان‌شهرها در سطح بین‌الملل و جهانی باشند. در این استراتژی‌ها، فرهنگ هم‌چنین مهم‌ترین چارچوب زیربنایی، بستری برای انسجام در ساختار اصلی اجتماعی شهر، توسعه و رشد اقتصادی شهر، مشارکت مدنی فرهنگی، شهری و افزایش رفاه و تولید ارزش اقتصادی و ایجاد و حفظ هویت‌ها را فراهم می‌سازد.

آنچه از تقاطع مباحث مرتبط با اهمیت شهرهای خلاق، ضرورت روابط بین‌المللی شهری و جهانی شدن فرایندهای شهری با مباحث مرتبط با انواع دیپلماسی نوین اعم از دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی آموزش و دیپلماسی فرهنگی حاصل می‌شود، بیش از پیش نشان‌گر آنست که دیپلماسی ارتباطی فرهنگی شهرها از اهمیت ویژه‌ای در عصر امروز برخوردار شده است. از آنجا که:

عوامل تولیدکننده و یا تقویت‌کننده دیپلماسی فرهنگی عبارتند از: ترویج زبان و ادبیات، تبلیغ آرمان‌ها و ارزش‌های متعالی، موقعیت ایدئولوژیکی، ارتباط دیپلماتیک مناسب و گسترده، مناسبات و مبادلات فرهنگی، ارائه تصویر مطلوب از خود، بهره‌گیری مناسب از اطلاعات و فرهنگ در راستای مقاصد دیپلماتیک، طراحی و اتخاذ استراتژی‌ها و سیاست‌های مقبول، زدودن ذهنیت‌های تاریخی منفی، کسب جایگاه علمی پیشرفته و فن‌آوری‌های تکنولوژیکی، توانمندی اقتصادی بالا، قدرت شکل‌دهی و کنترل افکار عمومی، قدرت نفوذ در باورها و نگرش‌ها، برخورداری از شبکه‌های خبری جهان‌گستر و قدرت تولید و توزیع محصولات رسانه‌ای متنوع به کشورها و نفوذ در رسانه‌های بین‌المللی. هم‌چنین برخورد مناسب و اتحاد مواضع مقبول در برخورد با بحران‌های بین‌المللی، ارائه خدمات بشر

وارتباطات- نای در قدرت نرم (ژوزف نای).

- ارتباطات استراتژیک (روندا زهرانا، رها خرازی آذر).

- شهر شبکه‌ای؛ شهر اطلاعاتی آینده، (مانوئل کاستلز).

- پارادایم‌های - دیپلماسی شهری (هاکینگ).

- شهر جهانی (جان فریدمن).

- شهر خلاق (فلوریدا).

- پروژه شبکه شهرهای خلاق (یونسکو).

دیپلماسی عمومی استراتژیک؛ ارتباطات و فرهنگ

دیپلماسی عمومی صرفاً سطح ارتباط بین فرهنگ و دیپلماسی عمومی را دربرمی‌گیرد. فرهنگ در درجه اول به عنوان محصول یا ابزار در نظر گرفته می‌شود، بسیار کم پیش آمده است که آنرا در حکم نیرویی برای شکل‌دهی به دیپلماسی عمومی و ارتباطات یک ملت در صحنه بین‌المللی یا سیاسی در نظر بگیرند. در نظر داشتن فرهنگ به عنوان یک محصول خود را در ادبیات مفصل دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی نشان داده است. (زهرانا، ۱۳۹۳)

نظریه دیپلماسی عمومی-دیپلماسی فرهنگی و ارتباطات-

نای در قدرت نرم

نای در میان اصطلاحات مختلف در نظریه‌اش، اصطلاح دیپلماسی عمومی (دیپلماسی مردم محور) را در مفهوم آمریکایی خود به گونه‌ای فراگیر شامل دوگونه دیپلماسی فرهنگی و نیز ارتباطی به کار برده است که شامل انتشارات، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی، پخش رادیو و تلویزیون، برنامه‌های مبادلات آموزشی و فرهنگی، آموزش زبان، نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های هنری و اعزام هنرمندان نمایشی و اجرایی به خارج از کشور می‌باشد. او روش تاثیرگذاری مستقیم یا غیرمستقیم دولت، افراد و گروه‌های خصوصی بر نگرش‌ها و افکار عمومی موثر بر تصمیم‌سازی درسیاست خارجی کشور دیگر را دیپلماسی عمومی می‌نامد. در این رابطه او در پیش‌برد دیپلماسی عمومی به ارتباطات روزانه، ارتباطات استراتژیک و گسترش روابط پایدار با افراد کلیدی تاکید دارد. (میلسن و همکاران، ۱۳۸۸)

دوستانه، رعایت استانداردهای حقوق بشر، حمایت از جنبش‌های سبز و محیط زیست، مشارکت در جنبش‌های صلح طلب و نیروهای حافظ صلح، تشکیل انجمن‌های دوستی با کشورهای مختلف، حضور گسترده در جوامع فرهنگی و رایزنی‌های فرهنگی در سطح وسیع در ایجاد و تقویت دیپلماسی فرهنگی مؤثرند و در واقع، این دیپلماسی، ترکیبی از فرهنگ‌های غنی کشورها و تحولات فناوری جدید است. لذا، ابزار این نوع دیپلماسی عبارت است از: مبادلات علمی بین‌المللی، کمک‌های خارجی، روابط عمومی بین‌المللی، مدیریت اطلاعات، استفاده از ابزارهای تجاری، نهادهای غیر دولتی، حقوق بین‌الملل و حمایت پخش بین‌المللی رسانه‌ای در مقاله پژوهشی حاضر، نگارنده با بررسی وضعیت روندهای دیپلماتیک فرهنگی فوق در کلان‌شهر تهران؛ ضمن اتخاذ رویکرد نظری ارائه شده در ابتدا و با در نظر داشتن مبانی تئوریک که در ادامه آورده خواهند شد، به دنبال آنست تا به بررسی نقش کلان‌شهر تهران در بهینه‌سازی دیپلماسی ارتباطی فرهنگی بپردازد. دغدغه و نگرانی محقق در انجام تحقیق حاضر این بوده است تا دریابد که از کدام ظرفیت‌های دیپلماسی ارتباطی فرهنگی کلان‌شهر تهران غفلت شده و از کدامیک از این ظرفیت‌ها بهره‌برداری موثر و مناسبی انجام نمی‌گیرد و این که آیا کلان‌شهر تهران در تمامی عرصه‌های دیپلماسی فرهنگی در سطوح بین‌المللی فعال است یا خیر. اگر پاسخ به این سوال منفی است، عرصه‌هایی که باید در برنامه‌های آتی مورد سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی قرار بگیرند کدام‌ها هستند.

مبانی تئوریک پژوهش

چارچوب تئوریک مقاله پژوهشی حاضر دربرگیرنده رویکردهای نظری و تئوری‌های زیر است که در ادامه خلاصه‌ای از هر نظریه آورده می‌شود:

- دیپلماسی عمومی استراتژیک؛ ارتباطات و فرهنگ (روندا زهرانا).

- نظریه دیپلماسی عمومی-دیپلماسی فرهنگی

ارتباطات استراتژیک

ارتباطات استراتژیک مبتنی بر دیپلماسی عمومی و شامب ترکیبی از سه سطح استراتژیک، ابر استراتژیک، استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها است. (زهرانا، ۱۳۹۳) و در تعریف مفهومی، به معنای هماهنگ‌سازی و یکپارچه‌سازی اقدامات، تصاویر، گفتمان کلامی برای دستیابی به تأثیرات مطلوب است. (خرازی اذر، ۱۳۹۳)

ارتباطات استراتژیک، طرحی است که مجموعه عملکرد، رفتار، کردار، بینش و از همه مهم‌تر تعهدات داخلی و بین‌المللی یک کشور یا کلان‌شهر در آن منعکس شده است. عملیاتی که پشتوانه تحلیلی و استراتژیک قوی امنیتی-نظامی دارد اما باید رنگ و چهره آن در گفتمان‌های دیپلماتیک رسانه‌ای، غیرامنیتی و غیرنظامی ترسیم شود (همان: ۲۱).

شهر شبکه‌ای؛ شهر اطلاعاتی آینده، دیدگاه مانوئل کاستلز
عصر اطلاعات شکل جدیدی از شهر را ایجاد کرده که شهر اطلاعاتی نام دارد. شهر اطلاعاتی که در حال ظهور است، کپی دره سبلیکون نخواهد بود. البته به رغم تنوع شگفت‌انگیز بافت‌های فرهنگی و فیزیکی، توسعه فرا-فرهنگی شهر اطلاعاتی ویژگی‌های بنیادین مشترکی دارد. به نظر کاستلز به دلیل ماهیت جامعه نوین که بر مبنای دانش استوار است و پیرامون شبکه‌ها سازمان یافته و تا حدی از جریان‌ها تشکیل شده است، شهر اطلاعاتی نه یک شکل بلکه یک فرایند است؛ فرایندی که سلطه ساختاری فضای جریان‌ها و ویژگی آن است (کاستلز، جلد ۱، ۱۳۸۰). به بیان کاستلز (۲۰۰۶): «فضای جریان‌ها یک فضای بی‌مکان نیست؛ این فضا صورت بندی قلمروی مرتبط با گره‌های شبکه‌های ارتباطی دارد. ساختار و معنای فضای جریان‌ها اکنون به هر مکانی تعلق می‌گیرد، ولی به روابطی که پیرامون پردازش شبکه‌ای جریان‌های خاص ارتباطی بر ساخته می‌شوند، اطلاق می‌شود» (ودادهیر و صالحی، ۱۳۹۶)

پارادایم‌های دیپلماسی

پارادایم‌های دیپلماسی یا دیپلماسی موازی، به معنای نقش‌آفرینی

هویت‌های فرو ملی در عرصه سیاست خارجی و مشارکت آنان، مستقل از حکومت مرکزی در عرصه روابط بین‌الملل، از اهمیتی فزاینده در عصر جهانی شدن برخوردار شده است. از آن‌رو که با توجه به فرسایش حاکمیت‌ها و کم‌رنگ شدن مرزها، حدود و حیطه اختیارات حکومت‌های مرکزی در حال کاهش و کارکرد حکومت‌های محلی در حال افزایش است. در چنین فضای افقی در حکمرانی جهانی مبتنی بر حاکمیت چند سطحی، چندگانه و چند لایه، مشارکت بازیگران فروملی از جمله شهرها در چارچوب دیپلماسی شهری رو به افزایش است. در زمره واژگان معادل پارادایم‌های دیپلماسی می‌توان به دیپلماسی چند لایه و دیپلماسی فرو ملی اشاره کرد که بیان‌گر روند روبه رشد بین‌المللی شدن امور داخلی و قرار دادن نگرانی‌های محلی و منطقه‌ای در مرکزیت امور بین‌الملل است. (هاکینگ، ۱۹۹۳)

نظریه "شهر جهانی فریدمن"

جان فریدمن نخستین قاعده تحلیلی بنیادی را برای مطالعه شهر در بافت موجود ارائه نمود. (کیل، ۲۰۰۶) وی در سال ۱۹۸۶ در یک مقاله پژوهشی فرضیه «شهر جهانی» را مفهوم سازی نمود. فریدمن هفت مضمون مرتبط با هم را در مورد ماهیت و نقش «شهرهای جهانی» فهرست نمود. تفسیر فریدمن ریشه در ادراک شهر به عنوان پایگاه اقتصادی دارد و «شهرهای جهانی» از نظر وی بیشتر نمودی از نظام‌هایی اقتصادی - اجتماعی در سازمان فضایی هستند. (فریدمن، ۱۹۹۵). بر این اساس، می‌توان گفت شهرهای جهان سازمان یافته به عنوان کانون‌ها یا گره‌های اقتصاد جهانی به ایفای نقش می‌پردازند.

نظریه "شهر خلاق فلوریدا"

نظریه شهر خلاق فلوریدا نیز بر نقش‌آفرینی شهرها در عصر جهانی، متمرکز شده است (عربیون، عبدی، نورعلی، ۱۳۹۵) که با توجه به مباحث مطرح شده یکی از گام‌های رسیدن به شهر جهانی و تأثیرگذاری بین‌المللی شهر، رسیدن به استانداردهای شهر خلاق می‌باشد. اما شهرها برای تأثیرگذاری در معادلات

نقش اصلی را در این موضوع دارند. شهر خلاق باید سه ویژگی خلاقیت، فناوری و تساهل و تعامل را داشته باشد که خلاقیت دربرگیرنده آن دسته از افرادی است که واقعاً اندیشه‌های ابداع‌گرایانه و نوآورانه‌ای دارند.

در نگاه کلی شبکه شهرهای خلاق یونسکو را می‌توان یک NGO بین‌المللی دانست که با ایجاد همکاری بین‌المللی بین شهرها، آن‌ها را به حرکت در جهت هم‌زیستی مسالمت‌آمیز در سطح بین‌المللی و توسعه پایدار شهری با محوریت فرهنگ تشویق می‌کند.

سوالات پژوهش

۱- شهر تهران چه فعالیت‌های بین‌المللی فرهنگی فعالی در راستای ارتقاء دیپلماسی ارتباطی فرهنگی در دستور کار و در اقدام جاری دارد؟

۲- آیا شهر تهران از دیپلماسی ارتباطی فرهنگی موثری برخوردار است؟

۳- تهران از طریق کدام نهادها در دیپلماسی ارتباطی فرهنگی شهری فعال است؟

۴- آیا سیاست‌گذاری کلان، نظام حکمرانی و مدیریت شهری مطلوبی به منظور گسترش دیپلماسی ارتباطی فرهنگی شهر تهران جاریست؟

۵- وضعیت دیپلماسی ارتباطی فرهنگی شهر تهران براساس شاخص‌های بین‌المللی فرهنگی یونسکو چگونه است؟

۶- وضعیت دیپلماسی ارتباطی فرهنگی شهر تهران براساس شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کشور چگونه است؟

روش پژوهش

این پژوهش اکتشافی، از نظر هدف، کاربردی، از نظر تحلیلی، از نوع تحلیل همبستگی، از لحاظ شیوه جمع‌آوری اطلاعات از نوع تحقیق پیمایشی و مقطعی است. برای جمع‌آوری داده‌های این پژوهش، از پرسشنامه اقتباس شده

بین‌المللی نیازمند اقتصادی قدرتمند و متکی بر منابع داخلی می‌باشند. براساس نظریه شهر خلاق، در عصر حاضر اقتصاد شهرها را طبقه خلاق با صنایع خلاق توسعه خواهند داد. صنایع خلاق حدود ۵۴ دسته کلی دارد که از جمله آن‌ها می‌توان رادیو و تلویزیون، صنعت چاپ و نشر، ادبیات، موسیقی، طراحی، تبلیغات، رسانه، تئاتر، هنرهای تجسمی، موزه‌داری، صنایع ضبط، جواهرآلات، عتیقه‌فروشی، گردشگری، صنعت ورزش، موزه‌ها و گالری‌های هنری، فستیوال و جشنواره‌های فرهنگی هنری، صنایع دستی، صنعت معماری، دانشگاه‌ها و... را نام برد اما یونسکو که صنایع خلاق را سفیران گفت و گوی مسالمت‌آمیز، صلح پایدار و تحمل تنوع فرهنگی و اقتصاد نوین می‌داند؛ هفت شاخه، طراحی، رسانه، ادبیات، موسیقی، صنایع دستی، صنایع خوراکی و سینما را به عنوان شاخه‌های اصلی صنایع خلاق برای رسیدن به شهر خلاق و عضویت در شبکه شهرهای خلاق مدنظر قرار داده است. جوهره صنایع خلاق (فرهنگی) را خلاقیت هنری و فرهنگی شکل می‌دهد که نقطه مقابل صنایع فیزیکی محسوب می‌شود و البته این صنعت باید توان تبدیل دانش و منابع فرهنگی را به کالا و خدماتی با ارزش اقتصادی داشته باشد؛ این صنایع نه تنها با افزایش مشارکت اجتماعی، کیفیت زندگی شهروندان را افزایش می‌دهند بلکه حس مشارکت اجتماعی و هویت مشترک در سطح جهانی را تقویت خواهند کرد. (فلوریدا، ۱۳۹۰).

پروژه "شبکه شهرهای خلاق" یونسکو

پروژه شهرهای خلاق یونسکو علاوه بر شاخص‌هایی که فلوریدا مطرح کرده است جنبه‌های اجتماعی شهر و حضور پررنگ شهروندان را نیز از معیارهای اصلی خود قرار داده و براساس این باور بنا شده است که فرهنگ می‌تواند نقش اساسی را در بازسازی شهرها بازی کند و شهرهای خلاق باید توان جذب و نگهداری طبقه خلاق را داشته باشند و شاخص‌هایی از قبیل تنوع سبک زندگی، امکانات فراغتی و رفاهی، کیفیت محیط‌های عمومی، تسهیلات فرهنگی، مجتمع‌های ورزشی حرفه‌ای و پایداری محیط؛

گرفته شده‌اند (تمام شماری)، نیازی به محاسبه حجم نمونه نبوده است.

با این حال پس از توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، تعداد نمونه‌های جمع‌آوری شده ۱۳۲ نفر بدست آمد که به تفکیک طبقه‌های جامعه آماری به قرار زیر می‌باشند:

- مرکز ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری تهران: ۳۴ نفر،

- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۱۵ نفر،

- رایزنان فرهنگی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی:

۷۰ نفر و

- معاونت دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه: ۱۳ نفر.

روش‌های آماری انجام محاسبات

در این پژوهش از روش‌های توصیفی آماری مانند جدول‌ها و نمودارهای توزیع فراوانی، جدول‌های توافقی، و روش‌های استنباطی آماری مانند آزمون برازش توزیع کلموگروف-اسمیرنوف^۱، شاپیرو-ویلک^۲، آزمون‌های معنی‌داری وجود اختلاف در میانگین‌ها مانند آزمون‌های آنالیز واریانس یک طرفه^۳، آنالیز واریانس ناپارامتری کروسکال-والیس^۴، آزمون تساوی واریانس توکی^۵، آزمون یو من ویتنی^۶ استفاده شده است.

ابزار گردآوری داده‌ها و پردازش

برای جمع‌آوری داده‌های این پژوهش، از پرسشنامه اقتباس شده براساس مبانی نظری (حوزه‌های مطرح در قسمت روش تحقیق همین مقاله) و با اعمال تغییراتی برای سازگار شدن سوال‌ها با موضوع و جامعه آماری تحقیق استفاده شده است. پاسخ همه سوالات در پرسشنامه دارای طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای (کاملاً موافق (۱) تا کاملاً مخالف (۵)) می‌باشند. در خصوص هر مولفه، امتیاز هر مولفه از جمع جبری نمره همه سوال‌های مربوط به آن مولفه بدست آمده است.

پرسشنامه به صورت حضوری (شبه مصاحبه) انجام شده است. به این صورت که پژوهشگر (یا نماینده ایشان) به

براساس مبانی نظری حوزه‌های ۱- پارادایم‌های دیپلماسی؛ ۲- شهرهای شبکه‌ای؛ ۳- دیپلماسی شهری؛ ۴- دیپلماسی فرهنگی؛ ۵- ارتباطات استراتژیک؛ ۶- شاخص‌های بین‌المللی روابط بین‌الملل و فرهنگی کلان‌شهرها؛ ۷- شاخص‌های روابط بین‌الملل فرهنگی یونسکو؛ ۸- شاخص‌های برندینگ بین‌المللی شهری؛ ۹- شاخص‌های شهرهای خلاق و ۱۰- سناریوهای آینده‌گرای شهر تهران مبتنی بر سند سوم توسعه شهر تهران ۱۳۹۸-۱۴۰۲، که در فصل دوم پژوهش حاضر به تفصیل درباره آن‌ها بحث شده است و با اعمال تغییراتی برای سازگار شدن سوال‌ها با موضوع و جامعه آماری تحقیق استفاده شده است.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش عبارت است از همه مدیران و کارشناسان خبره چهار دستگاه اجرایی فعال و اصلی در حوزه روابط بین‌الملل شهر تهران و دیپلماسی فرهنگی کشور. شامل:

- مرکز ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری تهران،

- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،

- سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و

- معاونت دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه.

حجم جامعه آماری در مجموع ۱۵۸ نفر می‌باشد که

حجم طبقات آن به تفکیک عبارتند از:

- مرکز ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری تهران: ۴۱ نفر،

- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۱۵ نفر،

- رایزنان فرهنگی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی:

۸۴ نفر

- معاونت دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه: ۱۸ نفر.

روش نمونه‌گیری

در این پژوهش به دلیل محدود بودن تعداد اعضای

جامعه آماری، از روش تمام شماری استفاده شده است

حجم نمونه

با توجه به این‌که همه افراد جامعه مورد بررسی قرار

صورت حضوری اقدام به جمع‌آوری داده‌ها نموده است. به هم‌چنین از نرم‌افزار IBM SPSS نگارش ۲۵ برای همین دلیل داده‌های گمشده در بین مشاهدات وجود ندارد. انجام محاسبات آماری این پژوهش استفاده شده است.

پژوهش‌های پیشین

پژوهشگر	عنوان پژوهش	نتایج پژوهش‌های داخلی	حوزه پژوهش
زرقانی، زنجکش و سکندریان (۱۳۹۳)	دیپلماسی شهری، تحلیل نقش شهرها به عنوان بازیگر جدید عرصه روابط بین‌الملل	محققان در این تحقیق بیان می‌دارند که "همگام با جهانی شدن و با رشد فنآوری اطلاعات و توسعه شبکه‌های ارتباطی، شهرها در فضایی متشکل از جریان‌ها به بازیگران اصلی حوزه ارتباط و اقتصاد جهانی تبدیل شده‌اند. شهرها با ارتقاء جایگاه اقتصادی، سیاسی، فنآوری، فرهنگی و زیر ساختی خود از توان، نفوذ و اعتبار کافی برای اجرای فعالیت‌های دیپلماتیک برخوردار می‌شوند و در راستای فعالیت‌های خود شکل نوینی از دیپلماسی را نمایان می‌سازند که از آن با عنوان دیپلماسی شهری یاد می‌شود. شهرها با ایفای نقش فراملی خود در زمینه‌های امنیت، توسعه، اقتصاد، فرهنگ، شبکه‌سازی، و حضور در سازمان‌های بین‌المللی به بازیگرانی فعال در عرصه روابط بین‌الملل تبدیل شده‌اند."	دیپلماسی شهری و روابط بین‌الملل شهری
گودرزی و حسینی (۱۳۹۳)	نسبت سنجی شهر و دیپلماسی در عصر جهانی شدن	محققان در این پژوهش با این سوال که: "چگونه نسبتی مابین تغییرات جهانی شدن با روابط شهرها از یک سوی و روابط بین‌الملل با دولت - ملت‌ها از سوی دیگر برقرار می‌باشد؟" بیان می‌دارند که: "مفروض این تحقیق آن است که هرگاه ساختارهای جهانی دست‌خوش تغییر و تحول شوند، دیپلماسی نیز متحول می‌شود؛ لذا در نتیجه این پژوهش این نتیجه حاصل می‌شود که روابط بین‌الملل در نسبتی عام با تحولات جهانی شدن رو به سوی دیپلماسی‌های موازی چون دیپلماسی شهری آورده و از سطح صرف دولت - ملت‌های رسمی به سمت بازیگران متداخل غیردولتی حرکت نموده و اقدام به ایجاد روابط دو و چند سویه نموده است."	شهر و دیپلماسی
دهقانی فیروز آبادی و همکاران (۱۳۹۷)	مولفه‌های کلیدی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران	محققان این پژوهش به رتبه‌بندی مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی و دست‌یابی به عناصر کلیدی پرداختند. از این رو در پاسخ به این پرسش اصلی که «مولفه‌های کلیدی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران چیست؟» در یک فرآیند روشی آمیخته کمی و کیفی، براساس مطالعات اکتشافی و بررسی پژوهش‌های صورت گرفته ۷۰ مولفه موثر از مجموعه مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی با روش دلفی شناسایی و بررسی می‌شود. با کمک خبرگان و متخصصین این حوزه از سیاست خارجی و ارزیابی آنان، رتبه‌بندی و اولویت‌بندی سهم مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی در چهار گروه اصلی شاخص‌های مرتبط با هدف و پیام دیپلماسی، شاخص‌های عامل اجرای دیپلماسی، شاخص‌های ابزاری- روشی و شاخص‌های برنامه‌ای دیپلماسی فرهنگی و ۱۰ زیر گروه مرتبط در وضعیت موجود و مطلوب انجام می‌شود که گویای اهمیت هر شاخص است. پس از تجزیه و تحلیل یافته‌ها با رتبه‌بندی مولفه‌ها، آزمون T و تحلیل شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب، استدلال می‌شود که آنچه باید در دستور کار دیپلماسی فرهنگی و تحقق سیاست خارجی جمهوری اسلامی قرارگیرد، استفاده حداکثری از ابزارها و روش‌های دیپلماسی فرهنگی اعم از عوامل انسانی متخصص رسمی و غیررسمی و هم‌چنین ابزارها و روش‌های ابزاری فرهنگی چون محصولات دیداری- شنیداری در عرصه‌های عینی و سایبری در مبادلات و دیپلماسی فرهنگی است.	دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

<p>دیپلماسی فرهنگی</p>	<p>این محققان در مطالعه خود با عنوان به مفهوم و عملکرد دیپلماسی فرهنگی به منظور ارائه مدل دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران پرداختند. دیپلماسی فرهنگی که توسط دولت‌ها هدایت می‌شود، با استفاده از ابزار و ظرفیت‌های فرهنگی، به عنوان پشتیبان اهداف سیاست خارجی و اهداف دیپلماسی محسوب می‌شود. روش تحقیق، روش ترکیبی است و از ابزار مختلف هم‌چون منابع مکتوب، سایت‌های رسمی و معتبر، مصاحبه‌های عمقی و پرسشنامه استفاده شده است. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که دیپلماسی فرهنگی در سه بعد زمینه‌ای، قانونی و اجرایی قابل تفکیک است. مدل طراحی شده بر اهمیت ابعاد سه‌گانه دیپلماسی فرهنگی و بر اقدامات بهبود شاخص‌های آموزش، فرهنگ، ارتباطات، سیاست عمومی دولت، حکمرانی خوب و حقوق فرهنگی تأکید دارد. در بعد اجرایی توجه به ارتقای شاخص‌های تجارت و سرمایه‌گذاری فرهنگی و نیز ارتقای سطح مشارکت و همکاری‌های بین‌المللی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات به‌خصوص افزایش حضور فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری کارآمد و مؤثر در بهبود تصویر کشور در جامعه بین‌الملل و افزایش ضریب نفوذ فرهنگی و ارتقای قدرت نرم ج. ا. ایران در جهان خواهد بود.</p>	<p>مدل دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران</p>	<p>آذری و همکاران (۱۳۹۳)</p>
<p>دیپلماسی فرهنگی و نهادهای فعال در آن</p>	<p>محققان در مطالعه خود، به بررسی مطالعه آسیب‌شناسانه نهادهای فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران می‌پردازند. از آنجا که نزدیک به ۳۰ نهاد در حوزه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران فعالیت می‌کنند، در این تحقیق به صورت موردی به ۱۴ نهاد فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران پرداخته می‌شود که این نهادها عبارتند از: وزارت امور خارجه، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان صدا و سیما، جامعه المصطفی العالمیه، بنیاد بوعلی سینا، بنیاد سعدی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، فرهنگستان علوم، فرهنگستان هنر، مجمع جهانی اهل بیت علیهم السلام، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی، شورای عالی ایرانیان خارج از کشور، شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی. از نظر استراتژی فرهنگی این نهادها استراتژی واحد و مشخصی ندارند از سوی دیگر تعدادی از این نهادها زیر نظر دولت و دارای قانون مصوب مجلس هستند، تعدادی دیگر اساسنامه مشخصی ندارند و تعدادی دیگر دارای اساسنامه مصوب نهاد رهبری هستند و در مورد پاسخ‌گویی آن‌ها به مجلس شورای اسلامی ساز کار مشخصی وجود ندارد، از نظر اهداف و وظایف به لحاظ قانونی با یکدیگر دارای همپوشانی و تداخل می‌باشند.</p>	<p>مطالعه آسیب شناسانه نهادهای فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران</p>	<p>زنجکش و همکاران (۱۳۹۵)</p>
<p>حوزه پژوهش</p>	<p>نتایج پژوهش‌های خارجی</p>	<p>عنوان پژوهش</p>	<p>پژوهشگر</p>
<p>دیپلماسی فرهنگی بین‌المللی</p>	<p>در این تحقیق، مفهوم دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی عمومی با مفهوم مدیریت برند تلفیق شده‌اند. هنر و فرهنگ مهم‌ترین عوامل برای ارتقای کشورها هستند؛ هم‌چنین، به نمایش گذاشتن میراث فرهنگی کشورها، فراهم‌کننده فرصتی برای نشان دادن آن کشور، خلق یک تصویر مثبت از آن‌ها و در نتیجه کمک در دستیابی به اهداف سیاسی است.</p>	<p>دیپلماسی فرهنگی به عنوان شکلی از ارتباطات بین‌المللی</p>	<p>زینجسکا (۲۰۰۹)</p>

<p>برند کشوری و جایگاه آن در دیپلماسی فرهنگی</p>	<p>ال مارک در این تحقیق بیان می دارد که تأکید دیپلماسی فرهنگی کانادا و نیوزلند بر ارائه یک تصویر جدید در خارج از مرزهایشان است. آنها آرزوی حرکت از تصورات قدیمی خود و حرکت به سمت اقتصاد پیشرفته، پیچیدگی تکنولوژیکی و حیات فرهنگی خود را دارند. دیپلماسی فرهنگی در کانادا و نیوزلند این نکته را که کشورها در حال حاضر، معتقدند که شانس رقابت موفق در سطح جهانی را دارند، مورد حمایت قرار می دهد؛ که این شانس از طریق نشان دادن تصویر ملی جدید به کسانی است که می خواهند سرمایه گذاری کنند، مهاجرت کنند، درس بخوانند و یا به دنبال جاذبه های توریستی هستند. به علت درک کم سیاست گذاران از مفهوم و تجربه برند شهری در ایجاد این پیوند ضعف وجود دارد و این موضوع تا وقتی که این برند توسط بخش خصوصی ظهور پیدا کند و آنگاه به طور مؤثری برای استفاده، به بخش دولتی انتقال پیدا کند، همچنان ادامه دارد.</p>	<p>بازاندیشی دیپلماسی فرهنگی: دیپلماسی فرهنگی نیوزلند، فدراسیون کانادا و کبک</p>	<p>۱۳۰۱ (۲۰۱۰ع)</p>
<p>دیپلماسی فرهنگی به مثابه ابزار قدرت نرم</p>	<p>ایو در این مطالعه، به بررسی پیشرفت اخیر دیپلماسی فرهنگی چین و چشم اندازهای فرهنگی جهانی معاصر چین که آن را متمایز می کند، می پردازد. عدم وجود چشم انداز تاریخی و تعامل با ابعاد داخلی، و هم چنین ناسازگاری با اهداف دیپلماسی فرهنگی با دیدگاه زوجی از فرهنگ ها و ارزش ها ادامه می یابد. سپس یک چارچوب جایگزین و پیشرفته تر برای تجزیه و تحلیل فرهنگی، شرق شناسی و ناسیونالیسم پیشنهاد می شود که فراتر از آن و در محدوده قدرت نرم به منظور نشان دادن یک تصویر سه بعدی علیه شرایط تاریخی، بین المللی و داخلی ارائه شود. پویایی در میان تمام نیروهای کار در این زمینه نیز به صورت نقادانه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است تا ماهیت پیچیده این زمینه ناسازگار فرهنگی جهانی مبارزه و چالش های منحصر به فرد دیپلماسی فرهنگی چین را روشن کند.</p>	<p>نگاهی به قدرت نرم: چهارچوب تحلیلی جایگزین برای دیپلماسی فرهنگی چین</p>	<p>۱۳۰۱ (۲۰۱۰ع)</p>

روش جمع آوری داده ها

آن ها کاملاً مخالف این مولفه بوده اند. در این میان ۱۳،۶ درصد پاسخ گویان درباره این مولفه اظهار بی نظری کرده اند. - ۴۲،۴ درصد پاسخ گویان با مولفه "تهران از طریق نهادهای بین المللی در دیپلماسی چند جانبه فرهنگی فعال است"، کاملاً موافق؛ ۱۲،۱ درصد آن ها موافق مولفه فوق؛ ۲۸ درصد پاسخ گویان مخالف آن و ۱۷،۴ درصد آن ها کاملاً مخالف این مولفه بوده اند.

در این پژوهش جمع آوری داده ها با استفاده از پرسشنامه و به صورت حضوری (شبه مصاحبه) انجام شده است. به این صورت که پژوهشگر (یا نماینده ایشان) به صورت حضوری اقدام به جمع آوری داده ها نموده است. به همین دلیل داده های گمشده^۹ در بین مشاهدات وجود ندارد.

یافته های پژوهش

- تنها ۳ درصد پاسخ گویان با مولفه "تهران از طریق ادارات بین المللی و سازمان های فراملی نهادهای فرهنگی و شهری در دیپلماسی فرهنگی فعال است"، کاملاً موافق و تنها ۱،۵ درصد آن ها با این مولفه موافق بوده اند. این در حالی است که تقریباً اکثر پاسخ گویان یعنی ۹۳،۲ درصد آن ها با مولفه فوق کاملاً مخالف و ۲،۳ درصد آن ها اعلام مخالفت با مولفه فوق را اعلام داشته اند.

الف) یافته های توصیفی

بر اساس دیدگاه های مدیران و کارشناسان خبره نهادهای دست اندرکار دیپلماسی ارتباطی فرهنگی کشور (جامعه آماری پژوهش):

- در حالی که ۳۲،۶ درصد پاسخ گویان با مولفه "تهران در حوزه دیپلماسی فرهنگی دارای سیاست گذاری کلان و

- ۵۱،۵ درصد پاسخ گویان با مولفه "همکاری بین المللی فرهنگی تهران با شهرهای دارای پیمان نامه همیاری اعم از شهر کویت کویت؛ سن پترزبورگ روسیه و میلان ایتالیا، در حد مطلوب است" کاملاً موافق؛ ۱۴،۴ درصد آن ها موافق مولفه فوق؛ ۶،۱ درصد پاسخ گویان مخالف آن و ۱۴،۴ درصد

مشخص مدیریت

شهری و راهبردها و راهکارهای اجرایی است "کاملاً موافق و ۱۳,۶ درصد آن‌ها اعلام موافقت نموده‌اند؛ به نسبتی تقریباً برابر ۳۴,۱ درصد از آن‌ها با اظهار کاملاً مخالف و ۱۹,۷ درصد آن‌ها با اعلام مخالفت با مولفه فوق؛ در طیف مخالفان با این مولفه قرار دارند.

- ۳۰,۳ درصد پاسخ‌گویان با مولفه "تهران زیرساخت‌های لازم در حوزه سیاست‌گذاری و اجراء برنامه‌های مختلف دیپلماسی فرهنگی را دارد" کاملاً موافق؛ ۶,۸ درصد آن‌ها موافق مولفه فوق؛ ۹,۸ درصد پاسخ‌گویان مخالف آن و ۵۱,۵ درصد آن‌ها کاملاً مخالف این مولفه بوده‌اند. در این میان تنها ۱,۵ درصد پاسخ‌گویان درباره این مولفه اظهار بی‌نظری کرده‌اند.

بوده‌اند. این در حالی است که ۱۲,۹ درصد آن‌ها هم با اعلام مخالفت، در طیف مخالفان این نظر قرار دارند. تنها ۶,۸ درصد با آن موافق و ۹,۱ درصد آن‌ها کاملاً موافق بوده‌اند.

- اکثر پاسخ‌گویان با مولفه "تهران دارای فرهنگستان‌های بین‌المللی با فعالیت‌های مستمر و مطلوب در راستای دیپلماسی فرهنگی شهری است" معادل ۶۸,۹ درصد اعلام مخالفت کامل کرده‌اند و ۱۴,۴ درصد نیز با آن مخالف بوده‌اند. در این میان ۵,۳ درصد آن‌ها کاملاً موافق، ۶,۱ درصد آن‌ها موافق و ۵,۳ درصد آن‌ها نسبت به آن بی‌نظر بوده‌اند.

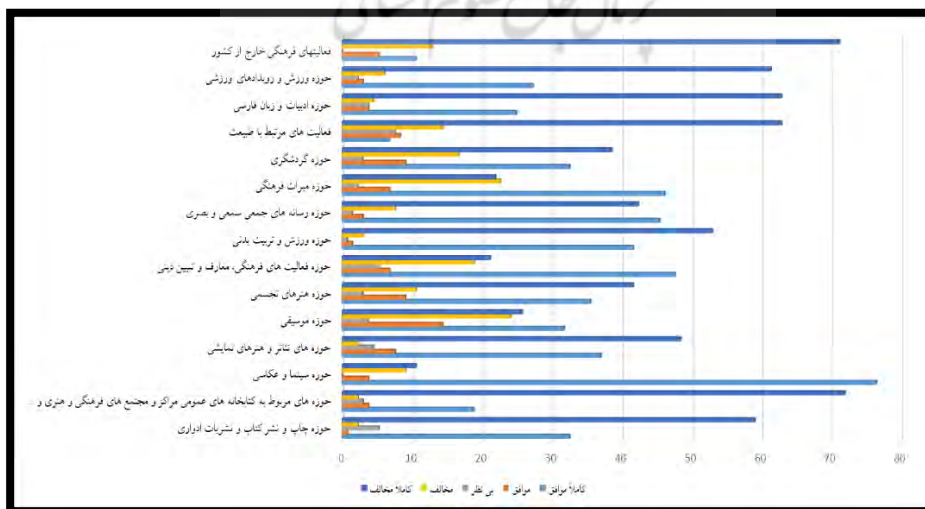
- اکثر پاسخ‌گویان با مولفه "تعاملات و ارتباطات مقام‌های شهری و دیپلمات‌های فرهنگی در راستای دیپلماسی فرهنگی تهران در حد مطلوب است" معادل ۶۸,۲ درصد اعلام مخالفت کامل کرده‌اند و ۳ درصد نیز با آن مخالف بوده‌اند. در این میان ۲۲ درصد آن‌ها کاملاً موافق، ۴,۵ درصد آن‌ها موافق و ۲,۳ درصد آن‌ها نسبت به آن بی‌نظر بوده‌اند.

- در اظهارنظر درباره مولفه "ظرفیت‌های قانونی و روندهای حکمرانی شهر تهران به منظور سیاست‌گذاری و اعمال دیپلماسی فرهنگی مطلوب است"، ۴۰,۲ درصد آن‌ها با مولفه فوق اعلام موافقت و ۱۸,۹ درصد آن‌ها کاملاً موافقت نمودند. این در حالی است که ۳۱,۸ درصد آن‌ها با مولفه فوق کاملاً مخالف و ۹,۱ درصد آن‌ها مخالف بوده‌اند.

- اکثر پاسخ‌گویان با مولفه "تهران اقدام به تاسیس نهادهای بین‌المللی فرهنگی در راستای دیپلماسی شهری تهران در سایر شهرهای جهان نموده است" کاملاً مخالف

- ۴۷,۷ درصد پاسخ‌گویان کاملاً مخالف و ۳,۸ درصد آن‌ها مخالف مولفه "اطلاع‌رسانی، تولید و توزیع دانش حوزه‌های مختلف فرهنگی تهران در سطح بین‌المللی مطلوب است" بوده‌اند. در این میان ۲۵ درصد موافق، ۱۸,۹ درصد کاملاً موافق و ۴,۵ درصد آن‌ها نسبت به این مولفه اظهار بی‌نظری کرده‌اند.

جدول: شهر تهران در حوزه‌های مورد تاکید دیپلماسی فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در راستای دیپلماسی فرهنگی فعال است

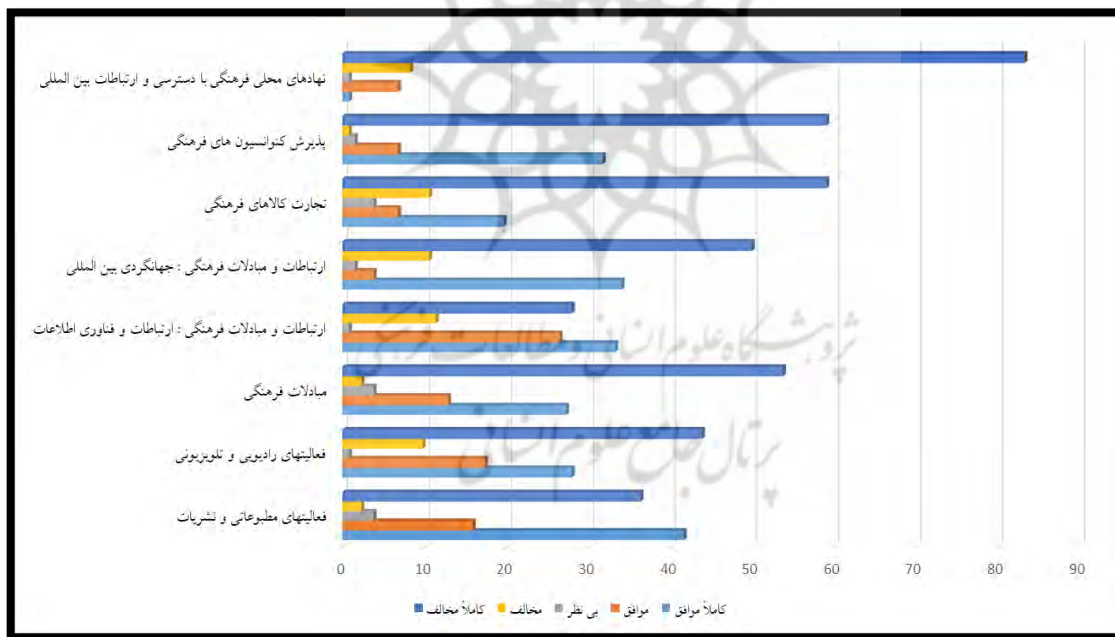


- حوزه چاپ و نشر کتاب و نشریات ادواری.
 - حوزه‌های مربوط به کتابخانه‌های عمومی مراکز و مجتمع‌های فرهنگی و هنری.
 - حوزه‌های تئاتر و هنرهای نمایشی.
 - حوزه موسیقی.
 - حوزه هنرهای تجسمی.
 - حوزه گردشگری.
 - حوزه ادبیات و زبان فارسی.
 - حوزه ورزش و رویدادهای ورزشی.
 - فعالیت‌های فرهنگی خارج از کشور.
- پاسخ‌گویان با فعالیت دیپلماسی فرهنگی شهر تهران در حوزه "فعالیت‌های مرتبط با طبیعت" اعلام موافقت نداشته‌اند.

اکثر پاسخ‌گویان (۷۶,۵ درصد) تنها با مولفه "فعالیت‌های حوزه سینمایی"، از شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی مورد تاکید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان عرصه فعال شهر تهران در حوزه دیپلماسی فرهنگی اعلام نظر کاملاً موافق داشته‌اند. کمتر از نیمی از آن‌ها (بین ۴۱ تا ۴۸ درصد)، با فعالیت بین‌المللی تهران در راستای دیپلماسی فرهنگی در حوزه‌های "فعالیت‌های فرهنگی، معارف و تبیین دینی"، "حوزه ورزش و تربیت بدنی"، "حوزه رسانه‌های جمعی سمعی و بصری" و "حوزه میراث فرهنگی"، اعلام کاملاً موافقت کرده‌اند.

در این میان پاسخ‌گویان تقریباً در سایر حوزه‌ها به شرح زیر، مخالف این ایده هستند که شهر تهران فعالیت‌های بین‌المللی در راستای دیپلماسی فرهنگی دارد:

جدول: شهر تهران علاوه بر فعالیت در حوزه‌های مورد تاکید دیپلماسی فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در حوزه‌های روابط فرهنگی بین‌المللی سازمان یونسکو نیز فعال است



یونسکو، به عنوان شاخص‌های روابط فرهنگی بین‌المللی شهر تهران چندان موافق نبوده و بلکه با آن اعلام مخالفت نیز داشته‌اند. این شاخص‌ها عبارتند از:

- فعالیت‌های رادیویی و تلویزیونی.
- مبادلات فرهنگی.

تقریباً اکثر پاسخ‌گویان (۸۳,۳ درصد)، با شاخص فعال بودن "تسهیلات محلی فرهنگی شهر تهران با دسترسی و ارتباطات بین‌المللی"، از شاخص‌های روابط فرهنگی بین‌المللی این شهر در راستای دیپلماسی فرهنگی اعلام نظر کاملاً مخالف نموده‌اند. این پاسخ‌گویان در ارتباط با سایر شاخص‌های مورد تاکید

- ارتباطات و مبادلات فرهنگی: ارتباطات و فناوری اطلاعات.
- ارتباطات و مبادلات فرهنگی: جهانگردی بین‌المللی.
- تجارت کالاهای فرهنگی.
- پذیرش کنوانسیون‌های فرهنگی.
- ب) یافته‌های استنباطی**
- با توجه به وجود متغیرهای کمکی (جمعیت شناختی) به منظور دستیابی به یافته‌های بیشتر اقدام به مقایسه‌های معنی‌داری آماری بین طبقات جامعه نموده‌ایم. از جمله مقایسه نگرش افراد در موضوعات مختلف به تفکیک
- تحصیلات و غیره.
- ب-۱) نرمالیتی مولفه‌های انتخابی به تفکیک محل خدمت.
- با توجه این‌که این مولفه در همه طبقه‌های جامعه هدف دارای توزیع نرمال است، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه برای بررسی همگون بودن نظرات مدیران و کارشناسان در رابطه با موضوع مولفه ۲، "همکاری بین‌المللی فرهنگی تهران با شهرهای خواهرخوانده خود در حد مطلوب است" استفاده شده است.

نتیجه آزمون تحلیل واریانس

ANOVA					
Component02					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	25.299	3	8.433	.535	.659
Within Groups	2018.967	128	15.773		
Total	2044.265	131			

- همان‌طور که از نتایج آزمون پیداست، سطح معنی‌داری آزمون ($P_{\text{value}} = 0.659$) از خطای مجاز آزمون ($\alpha = 0.05$) بیشتر است پس نتیجه می‌گیریم که تفاوت معنی‌داری بین نظرات مدیران و کارشناسان سازمان‌های مختلف در رابطه با مولفه "همکاری بین‌المللی فرهنگی تهران با شهرهای خواهرخوانده خود در حد مطلوب است" وجود ندارد.
- ب-۲) نرمالیتی مولفه‌های انتخابی به تفکیک تحصیلات.
- با توجه این‌که این مولفه در طبقه دکترا دارای توزیع نرمال نیست (هر دو $P_{\text{value}} = 0.048$)، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه ناپارامتری کروسکال وایس برای بررسی همگون بودن نظرات مدیران و کارشناسان در رابطه با موضوع مولفه ۱، "تهران از اعضای فعال سازمان‌ها، مجامع و برنامه‌های بین‌المللی شهری می‌باشد" استفاده شده است.

نتیجه آزمون تحلیل واریانس ناپارامتری

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Component01 is the same across categories of تحصیلات.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	.000	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

- همان‌طور که از نتایج آزمون پیداست، سطح معنی‌داری آزمون ($P_{\text{value}} = 0.000$) از خطای مجاز

نتیجه گیری

آنچه در تبیین نهایی از نتایج تحقیق حاضر می‌توان بیان کرد آنست که در حال حاضر از کلیه ظرفیت‌های کلان‌شهر تهران در راستای بهینه‌سازی دیپلماسی ارتباطی فرهنگی بهره‌برداری مناسبی انجام نمی‌گیرد. تهران در تمامی عرصه‌های دیپلماسی فرهنگی در سطوح بین‌المللی فعال نیست. تنها در چند عرصه محدود از شاخص‌های مورد تاکید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شاخص‌های روابط بین‌الملل شهرها از منظر یونسکو فعالیت دیپلماتیک فرهنگی دارد. نتایج این تحقیق هم‌چنین عبارتند از:

آزمون ($\alpha = 0.05$) کوچک‌تر است پس نتیجه می‌گیریم که از نظر آماری تفاوت معنی‌داری بین نظرات مدیران و کارشناسان دارای تحصیلات مختلف در رابطه با مولفه "تهران از اعضای فعال سازمان‌ها، مجامع و برنامه‌های بین‌المللی شهری می‌باشد" وجود دارد. با اجرای آزمون‌ها تعقیبی^۱ دوتایی (مبتنی بر توزیع نرمال و غیر نرمال مانند آزمون Tukey یا Mann Whitney U) مشخص شد که تفاوت ایجاد شده در رابطه با مولفه مورد نظر بین گروه‌های کارشناسی با دکترا ($P_{Value} = 0.000$)، کارشناسی ارشد با دکترا ($P_{Value} = 0.000$) و حوزوی با دکترا ($P_{Value} = 0.005$) می‌باشد.

ردیف	نتایج تحقیق حاضر	مقایسه نتیجه تحقیق حاضر با تحقیقات پیشین
۱	مهم‌ترین نتیجه تحقیق حاضر تصویری است که از عملکرد دیپلماسی فرهنگی شهر تهران در حال حاضر ارائه می‌دهد. با این تاکید که از کلیه ظرفیت‌های کلان‌شهر تهران در راستای بهینه‌سازی دیپلماسی ارتباطی فرهنگی بهره‌برداری مناسبی انجام نمی‌گیرد و تنها اقدامات و روندهای اندکی در این راستا فعال می‌باشند. تهران در تمامی عرصه‌های دیپلماسی فرهنگی در سطوح بین‌المللی فعال نیست. تنها در چند عرصه محدود از شاخص‌های مورد تاکید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شاخص‌های روابط بین‌الملل شهرها از منظر یونسکو فعالیت دیپلماتیک فرهنگی دارد. هم‌چنین این نتیجه حاصل شد که یک رویکرد سیستماتیک جامع شامل هماهنگی کلیه دستگاه‌های فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی، در دیپلماسی ارتباطی فرهنگی شهر تهران وجود ندارد. و سیاست‌گذاری کلان، سطح و نوع حکمرانی و دیپلماسی شهری آمادگی کافی و لازم به منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌های شهر تهران در راستای دیپلماسی ارتباطی فرهنگی را فراهم نموده است.	این نتیجه هماهنگ است با نتیجه حاصل از تحقیق "مطالعه آسیب‌شناسانه نهادهای فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران". محققان رنجکش و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه خود به بررسی مطالعه آسیب‌شناسانه نهادهای فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی می‌پردازند. در این تحقیق به ۱۴ نهاد فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران پرداخته می‌شود. براساس تحقیق فوق، از نظر استراتژی فرهنگی این نهادها استراتژی واحد و مشخصی ندارند از سوی دیگر تعدادی از این نهادها زیر نظر دولت و دارای قانون مصوب مجلس هستند، تعدادی دیگر اساسنامه مشخصی ندارند و تعدادی دیگر دارای اساسنامه مصوب نهاد رهبری هستند و در مورد پاسخگویی آن‌ها به مجلس شورای اسلامی ساز کار مشخصی وجود ندارد، از نظر اهداف و وظایف به لحاظ قانونی با یکدیگر دارای همپوشانی و تداخل می‌باشند.
۲	دیپلماسی فرهنگی تهران، ارتباطی و مبتنی بر شبکه‌سازی در صحنه بین‌المللی طراحی و اجراء نمی‌شود. تهران چندان از اعضای فعال سازمان‌ها، مجامع و برنامه‌های بین‌المللی شهری محسوب نمی‌شود و همکاری بین‌المللی فرهنگی آن با شهرهای خواهرخوانده خود در حد بسیار اندک بوده و در حد مطلوب نیست.	نتیجه مذکور از تحقیق حاضر را می‌توان با نتیجه حاصل از کار محققان رقانی، رنجکش و سکندریان (۱۳۹۳) در تحقیق "دیپلماسی شهری، تحلیل نقش شهرها به عنوان بازیگر جدید عرصه روابط بین‌الملل" مقایسه نمود. آن‌ها در این تحقیق بیان می‌دارند که "همگام با جهانی شدن و با رشد فناوری اطلاعات و توسعه شبکه‌های ارتباطی، شهرها در فضایی متشکل از جریانه‌ها به بازیگران اصلی حوزه ارتباط و اقتصاد جهانی تبدیل شده‌اند.

<p>شهرها با ایفای نقش فراملی خود در زمینه‌های امنیت، اقتصاد، فرهنگ، شبکه‌سازی و حضور در سازمان‌های بین‌المللی به بازیگرانی فعال در عرصه روابط بین‌الملل تبدیل شده‌اند."</p>		
<p>این نتیجه تحقیق حاضر هماهنگ است با نتایج پژوهش ال مارک (۲۰۱۰) با عنوان "بازاندیشی دیپلماسی فرهنگی: دیپلماسی فرهنگی نیوزلند، فدراسیون کانادا و کبک". او در این تحقیق به این نتیجه می‌رسد که به علت درک کم سیاست‌گذاران، از مفهوم و تجربه برند شهری و همچنین از ایجاد پیوند بین منافع اقتصادی و منافع فرهنگی، در درک دیپلماسی فرهنگی ضعف وجود دارد و این موضوع تا وقتی که این برند ظهور و گستره جهانی پیدا نکند نمی‌تواند به طور موثر نتایج مثبتی به بار آورد.</p> <p>این نتیجه هم‌چنین هماهنگ است با نتیجه حاصل از تحقیق رینیجسکا (۲۰۰۹) با عنوان "، که در آن مفهوم دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی عمومی با مفهوم مدیریت برند تلفیق شده‌اند. هنر و فرهنگ مهم‌ترین عوامل برای ارتقای کشورها هستند و به نمایش گذاشتن میراث فرهنگی کشورها، فراهم‌کننده فرصتی برای خلق یک تصویر مثبت از آن‌ها و در نتیجه کمک در دست‌یابی به اهداف سیاسی است.</p>	<p>رویکرد نوین در صحنه بین‌المللی شهرها این گونه است که ترکیبی از استراتژی‌های فرهنگی به عنوان بستر ساز استراتژی‌های اقتصادی ارائه می‌کند. اما این رویکرد، در سیاست‌های کلان شهری و دیپلماسی شهری تهران دیده نشده است. در همین راستا هم‌چنین این شهر از عملکرد موثر جامعی در برندسازی بین‌المللی شهری برخوردار نیست.</p>	<p>۳</p>
<p>این نتیجه هماهنگ است با نتیجه حاصل از تحقیق ایو با عنوان "نگاهی به قدرت نرم: چهارچوب تحلیلی جایگزین برای دیپلماسی فرهنگی چین". براساس نتایج تحقیق او، چین در محدوده قدرت نرم می‌تواند در راستای دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی موثر حرکت کند.</p> <p>این نتیجه هم‌چنین در مقایسه با نتیجه حاصل از تحقیق اژدری و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان "مدل دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران" که در آن دیپلماسی عمومی و فرهنگی ج.ا.ایران در بعد اجرایی لازمست به افزایش ضریب نفوذ فرهنگی و ارتقای قدرت نرم ج.ا. ایران در جهان بپردازد، قرار می‌گیرد. براساس این مقایسه لازمست ارتباطات استراتژیک دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی مبتنی بر "قدرت نرم" کشور طراحی شوند.</p>	<p>ماهیت ارتباطات و اقدامات ارتباطی شهر تهران، با ماهیت ارتباطات استراتژیک دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی که مبتنی بر "قدرت نرم" طراحی می‌شوند، هماهنگی ندارد.</p>	<p>۴</p>

پیشنهادات

دیپلماسی ارتباطی فرهنگی را در دستور کار خود قرار دهند.

- براساس نتیجه تحقیق حاضر که نشان می‌دهد تهران در تمامی عرصه‌های دیپلماسی فرهنگی در سطوح بین‌المللی فعال نیست و هم‌چنین این نتیجه که بیشترین تمرکز برنامه‌ها و همکاری‌های بین‌المللی شهری در دو حوزه "جذب توریسم بین‌المللی و تهران‌گردی بین‌المللی" و بعد از آن "در راستای تبادلات آموزشی، تخصصی، علم،

- نتایج حاصل از این تحقیق ایجاب می‌کند که مدیریت کلان‌شهر تهران و نهادهای فعال در آن، پیش از هر چیز مطالعات و تحقیقات جامعی با رویکردهای سیستمی و راهبردی در چارچوب پارادایم‌های نوین دیپلماسی عمومی استراتژیک کلان‌شهرها، رویکردهای شهرهای خلاق و نیز پارادایم‌های نسبت به نقش کلان‌شهر تهران در بهینه‌سازی

- تقویت ظرفیت‌های مبادلات علمی بین‌المللی، کمک‌های خارجی، روابط عمومی بین‌المللی، مدیریت ارتباطاتی و رسانه‌ای، استفاده از ابزارهای تجاری، نهادهای غیردولتی، حقوق بین‌الملل و حمایت پخش بین‌المللی رسانه‌ای شهر تهران لازمست در دستور کار دیپلماسی شهری و فرهنگی شهر تهران قرار گیرد.

- با برنامه‌ریزی، اجراء و ارتقاء سیاست‌ها و برنامه‌های مرتبط با حوزه برند شهری تهران و در این راستا با بالا بردن درک مطلوب از تهران و شهروندان تهرانی - در میان نخبگان فکری و سیاسی شهری از یک سو و شهروندان جهان از سوی دیگر؛ علاقمندی افکار خاص و عام کشورهای دیگر برای انواع تعاملات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، مدنی، علمی و... با این شهر فراهم می‌شود. ارتقاء برند شهری، تصویر محلی، ملی و بین‌المللی از شهر تهران، پتانسیل‌های شهر را در مقابل دیدگاه سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی قرار می‌دهد. ارائه تصویری فرهنگی و اقتصادی مطلوب از تهران به عنوان پایتختی تجاری-فرهنگی؛ برای جذب بازرگانان، سرمایه‌گذاران، تجار، نخبگان و فرهیختگان دانشگاهی و فکری داخلی و خارجی؛ و نیز جذب همکاری‌های اقتصادی و فرهنگی و نیز ترغیب کننده داد و ستد، تجارت و بازرگانی با تهران لازم است.

منابع

خرازی اذر، رها (۱۳۹۷). برندینگ شهری؛ عطف به دیپلماسی رسانه‌ای، انتشارات پشتیبان، تهران.
خرازی اذر، رها (۱۳۹۱). ماتریس استراتژی فرهنگی کلان‌شهرهای جهان، همایش مدیریت استراتژیک فرهنگی شهر تهران، معاونت فرهنگی و اجتماعی شهرداری تهران.
روزنا، جیمز (۱۳۸۲). جهان آشوب‌زده، ترجمه: علیرضا طبیب، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران.
زهرانا، روندا (۱۳۹۳) دیپلماسی عمومی و ارتباطات استراتژیک آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر، ترجمه: مهدی

پژوهشی و دانشگاهی" صورت می‌گیرد پیشنهاد می‌شود که عرصه‌های همکاری بین‌المللی دیگر شهر تهران اعم از: "معرفی آداب و رسوم تهرانیان در حوزه روابط بین‌الملل"، "جذب نخبگان علمی، پژوهشی و فرهنگی سایر کشورها" و "سیاست‌گذاری و اجراء برنامه‌های حافظ محیط زیست جهانی" در دستور کار دیپلماسی ارتباطی فرهنگی شهر تهران قرار گیرد.

- چندبعدی بودن تفکر سیستمی، یکی از اصول قدرتمند در رویکردهای نوین در طراحی استراتژی‌های موثر است. از آنجا که براساس نتایج تحقیق حاضر، یک رویکرد سیستماتیک جامع شامل هماهنگی کلیه دستگاه‌های فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی، در دیپلماسی ارتباطی فرهنگی شهر تهران وجود ندارد، پیشنهاد می‌شود که عوامل تولیدکننده و تقویت‌کننده برنامه‌ها و فعالیت‌های دیپلماسی فرهنگی، با یک نگاه سیستمی و در چارچوب ارتباطات استراتژیک و فراشبکه‌ای از شهر تهران در سطح وسیع و مؤثر، طراحی، اجراء و به صورت پایدار فعال شوند.

- شهر تهران در شبکه سازی در روابط بین‌الملل خود ضعف شدیدی را نشان می‌دهد و نه تنها از اعضای فعال سازمان‌ها، مجامع و برنامه‌های بین‌المللی شهری محسوب نمی‌شود، همکاری‌های بین‌المللی فرهنگی آن با شهرهای خواهرخوانده خود نیز در حد مطلوب نیست. از این رو و در راستای شبکه سازی مطلوب در روابط بین‌الملل، پیشنهاد می‌شود تا شهر تهران در سازمان‌ها، مجامع و برنامه‌های بین‌المللی مشارکت خود را گسترده‌تر نماید. از طریق ادارات بین‌المللی و سازمان‌های فراملی نهادهای فرهنگی و شهری در دیپلماسی فرهنگی فعال‌تر شود؛ در راستای تاسیس نهادهای نوین بین‌المللی فرهنگی در راستای دیپلماسی شهری تهران در سایر شهرهای جهان فعال‌تر عمل نماید و در مسیر دسترسی‌پذیری و ارتباطات بین‌المللی نهادهای محلی فرهنگی شهر تهران اقدامات موثری را برنامه‌ریزی و اجراء نماید.

ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات.

Abrahamson, M (2004). *global cities*, Oxford University Press, London.

Acuto, Michele (2009). 'Localizing the Global City A (Plitical) Research' through the 'Invisible College Note.

Cha, V (2013). The Asian games and diplomacy in Asia: Korea–China–Russia, *The International Journal of the History of Sport*, 30 (10).

Friedman. John (1995). *Where We Stand: a decade of world city research*, "World Cities in a World System", Edited by: Paul L. Knox and Peter J. Taylor, Cambridge University Press.

Hall, Peter (2004). *World Cities, Mega-Cities And Global Mega-City-Regions*. Gawc Annual Lecture 2004.

Hocking, Brian (1993). *Localizing Foreign Policy, Non-central Governments and Multilayered Diplomacy*, Palgrave Macmillan.

IU, X (2017). *Look Beyond and Beneath the Soft Power: An Alternative Analytical Framework for China's Cultural Diplomacy*. *Cambridge Journal of China Studies*, 12.

Keil, roger and Brenner, Neil, *From Global Cities to Globalized Urbanization, Globalism, Journal of Culture, Politlcs and Innovation* 2014, No. 3, Published online by "Globus et Locus.

Khan, Yasmin (2012). *World Cities Culture: a tale of 12 cities*, Guardian Professional Available. culture-professionals-network/culture-professionals-blog/2012/aug/03/world-cities-culture-summit-report

Knaap der Van, G (2008). *Anthropology Urban*, Nashreny: Tehran.

McAdams, Michael (2007). *Global Cities as Centers of Cultural Influence: A Focus on Istanbul, Turkey*, *Journal of Global Cultural Studies*, Simon Anholt.

Sassen, S (2008). *Specialized Cities Make A Difference, At (Enr. Construction*. Sassen, Saskia 2012. *The Global inside The*

ذوالفقاری، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.

صالحی امیری، رضا؛ محمدی، سعید (۱۳۸۹).

دیپلماسی فرهنگی. ققنوس. تهران.

عربیون ابوالقاسم، عبدی جمایران علی، نورعلی محسن

(۱۳۹۵). مبانی و راهبردهای شهر خلاق در یک نگاه،

همایش ملی اقتصاد خلاق، دانشگاه آزاد اسلامی.

فلوریدا، ریچارد (۱۳۹۰). شهرها و طبقه خلاق، ترجمه

محمد اسماعیل انصاری و ابراهیم انصاری، انتشارات

جامعه‌شناسان، تهران.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه

و فرهنگ. (احمد علیقلیان؛ افشین خاکباز، جلد ۱-۳ نشر

نو. تهران.

میر، سیدمحسن، صالحی امیری، سیدرضا، قیومی،

عباسعلی، عزیزآبادی فراهانی، فاطمه (۱۳۹۷). ارائه الگوی

مدیریت اطلاعات فرهنگی در سازمان‌ها و مراکز فرهنگی

ایران. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات.

میرزایی، حسن و سیادت‌سیده محمد امین (۱۳۹۲).

فضا، هویت بخشی و توسعه (مورد مطالعه روستاهای خیر

آباد و رکن آباد شهر سمنان، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات

فرهنگی و ارتباطات.

میلسن، ژان و همکاران (۱۳۸۸). دیپلماسی

عمومی نوین؛ قدرت نرم در روابط بین‌الملل. رضا کلهر و

سید محسن روحانی، دانشگاه امام صادق (ع)، ج ۲، تهران.

نای، جوزف (۱۳۸۹). قدرت نرم ابزارهای موفقیت در

سیاست بین‌الملل، مترجم: سید محسن روحانی، مهدی

ذوالفقاری، امام صادق (ع)، تهران.

- وارثی، حمیدرضا و تقی‌زاده، الهام (۱۳۹۳). تحلیل و

ارزیابی تغییر و تحولات شهرنشینی در کشورهای جهان

سوم مطالعه‌ی موردی: کشور هندوستان، فصلنامه مطالعات

شبه قاره، دوره ۶، شماره ۱۸، تابستان ۱۳۹۳.

ودادهیر، ابوعلی، صالحی، امیرحسین (۱۳۹۶).

دلالت‌های فرهنگی تکنولوژی‌های ارتباطی اطلاعاتی

هوشمند روی طبقه متوسط شهر تهران، فصلنامه انجمن

for the Belt and Road Initiative: China's Cultural Diplomacy Toward Central and Eastern European Countries, The Belt & Road Initiative in the Global Arena.

پروژه "شبکه شهرهای خلاق"، یونسکو
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

National: A Research Agenda for Sociology, www.sociopedia, ISA.

Smith, Nancy Paige (1988). Paradiplomacy Between the U. S and Canadian Provinces: the Case of Acid Rain Memoranda of Understanding, Journal of Bordelands Studies, Vol III, No 1(March 1988).

Song Lilei, Qiqi Zhao (2017). A Model

یادداشت

^۱Kolmogorov-Smirnov

^۲Shapiro-Wilk

^۳One Way ANOVA

^۴Kruskal-Wallis One Way ANOVA

^۵Tukey HSD Test

^۶Mann-Whitney U Nonparametric Test

^۷Simon L.Mark

^۸Iu

^۹Missing Values

^{۱۰}Multiple Comparison

