

اولویت‌یابی سیاست دیپلماسی شهری در مشهدالرضا علیه‌السلام؛ از هدف‌گذاری تا سیاست‌گذاری

حسین مهربانی‌فر*

ادریس راموز**

چکیده

با افزایش نقش شهرها به‌عنوان محور ارتباطات در حکمرانی جهانی، دیپلماسی کارآمد شهری به‌مثابه ابزاری در راستای توسعه روابط اقتصادی، فرهنگی، علمی، مذهبی، سلامت و... به‌منظور تأمین منافع شهری و ملی اهمیت روزافزونی یافته است. در میان شهرهای ایران، شهر مشهد با زمینه فرهنگی مذهبی و موقعیت جغرافیایی متمایز از کارکردها و فرصت‌های چندگانه‌ای در دیپلماسی شهری برخوردار است که سیاست‌گذاری هدفمند شهری در این حوزه را ضروری می‌سازد. ازاین‌رو در پژوهش حاضر به‌منظور شناسایی و اولویت‌یابی اهداف و سیاست‌های مطلوب در حوزه دیپلماسی شهری مشهد، با بهره‌گیری از مطالعات اسنادی و روش گروه متمرکز ضمن مسئله‌شناسی، به هدف‌گذاری و صورت‌بندی سیاست‌های کلی و اجرایی متناظر با مسائل محوری دیپلماسی شهری مشهد پرداخته شده است. یافته‌ها حکایت از آن دارد که اهداف و سیاست‌های ناظر به حل مسائل داخلی (مسائل مربوط به خلأشناختی، معرفتی نسبت به ظرفیت‌ها (مسئله خودآگاهی)، حکمرانی تمرکزگرای محافظه‌کارانه و نابسامانی اقتصاد سیاسی) بیش از سیاست‌های ناظر به رفع مسائل تحمیلی خارجی (تحریم‌های بین‌المللی) در شکل‌گیری دیپلماسی موفق و پیشرو شهری مشهد اولویت داشته و از میان سیاست‌های ناظر به مسائل داخلی نیز، سیاست‌های معطوف به خودآگاهی نسبت به ظرفیت‌ها و فرصت‌های شهر مشهد مانند «ایجاد زمینه‌ها و بسترهای ارتباطی مناسب به‌منظور تعارف (شناخت متقابل) کنشگران فرهنگی، علمی و اقتصادی از ظرفیت‌های مشترک»، «ارتقای سطح آگاهی و شناخت شهروندان نسبت به پیشینه تاریخی شهر مشهد و ظرفیت‌ها و منابع فرهنگی و اقتصادی متنوع آن»، «ترسیم و ارائه روایت منسجم از شهر»، «کادرسازی و بسط مطالعات تخصصی بوم‌مبنا» و... در دیپلماسی شهری در درجه اهمیت بالاتری قرار دارد.

واژگان کلیدی: دیپلماسی شهری، سیاست شهری، مشهد.

* استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، مشهد، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).

Mehrabanifar@razavi.ac.ir

** دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، جمهوری اسلامی ایران.

edrisramooz@gmail.com

مقدمه

همزمان با رشد روندهای جهانی شدن و کم‌رنگ شدن نقش دولت - ملت^۱ها، شهرها از نقش فعالانه‌ای در حکمرانی جهانی برخوردار شده‌اند. شهرها و سیاست‌های جهانی شهری در عین اینکه خود بر جهانی شدن تأثیر می‌گذارند، به شدت تحت تأثیر آن بوده و هستند و می‌توان گفت امروزه شهرهای جهانی مرکز محوری سیستمی هستند که مردم را در سراسر کره زمین به هم متصل می‌کند (Marchetti, 2021, p. 2).

امروزه شهرها و کلان‌شهرها از نقش عمده‌ای در حل و فصل مسائل و مشکلات جهانی از قبیل: فقر و گرسنگی، آلودگی هوا و محیط زیست، مهاجرت، بیماری‌های مسری، منازعات بین‌المللی، بحران‌های اقتصادی، تبعیض و بی‌عدالتی، تروریسم و جرائم و جنایت‌های سازمان‌یافته برخوردارند. آنچه‌آنکه در سرتاسر جهان، شهرها فضاهای جدیدی را برای کنش بین‌المللی خود ایجاد کرده‌اند و تا حدی سلسله‌مراتب سستی را زیر پا می‌گذارند و گاهی تا مرز ایجاد ائتلاف‌های بین‌المللی شهری برای پیشبرد سیاست‌های دولت‌ها و یا مخالفت صریح با سیاست خارجی کشورها پیش می‌روند (Kihlgren Grandi, 2020, p. 2). نقش آفرینی شهرها در چهارچوب تعامل‌های چندجانبه سیاسی و اقتصادی الگویی موفق از تمرکززدایی را در مدیریت روابط بین‌المللی، بازسازی روابط میان‌ملتی و میان‌شهری ایجاد کرده‌اند؛ بهره‌گیری مناسب از فرصت‌ها در زمینه جذب سرمایه‌های خارجی، انتقال فناوری‌های نوین، گسترش تجارت داخلی، تقویت صنعت گردشگری، دسترسی به بازارهای جهانی و حفظ منافع بشری در برابر معضله‌ها و چالش‌های جهانی از جمله ثمره‌های کنشگری و نقش آفرینی شهرها در نظم جدید است (Acuto, 2013, p. 58). به طوری که ادعا می‌شود شهرها به مرکز اقتصاد جهانی تبدیل شده و مسئول ۸۰ درصد تولید ناخالص جهانی هستند (Marchetti, 2021, p. 2).

در نظم جدید آنچه واضح و مبرهن است، اهمیت نقش تاریخ و جغرافیا (بوم فرهنگی) در ساخت روایت جوامع از آینده خودشان است. براین اساس، شهرها در پیشانی این فرایند تعریف می‌شوند؛ لذا مفاهیمی همچون دیپلماسی شهری به مثابه ابزاری در جهت تعامل‌ها و ارتباطات میان فرهنگی در راستای توسعه روابط اقتصادی،

1. Nation-state

فرهنگی، علمی، مذهبی، سلامت و... مورد توجه قرار گرفته‌اند و «به‌منظور بازنمایی یک رویه چندجانبه و مشارکتی (عمدتاً) با هدف ساختن آینده‌ای روشن‌تر برای همه رشد کرده است (Kihlgren Grandi, 2020, p. 2).

دیپلماسی به روش کلاسیک به بحث درباره چگونگی ارتباط بین رهبران و سران دولت‌ها با یکدیگر در بالاترین سطح می‌پردازد (قاسمی، ۱۳۹۸، ص. ۸۸) و هوشمندی و درایت در انجام روابط رسمی بین حکومت‌های مستقل است که گاه به روابط آنها با قلمروهای وابسته و بین حکومت‌ها و نهادهای بین‌المللی نیز تسری پیدا می‌کند. دیپلماسی شهری را هم می‌توان به‌مثابه ابزار حکومت‌های محلی و انجمن‌های وابسته تعریف نمود؛ نوعی دیپلماسی در مواردی که حکومت‌های محلی دچار تنش و درگیری می‌شوند یا تمایل به تعامل بین‌المللی از نظر چالش‌های متقابل و فرصت‌های موجود دارند، به فراهم آمدن راه‌های همکاری‌های بین‌المللی شهر به شهر و زمینه‌های زیست محیطی صلح‌آمیز برای شهروندان خود از طریق مذاکره کمک می‌کند (Daroudi & Peimani, 2013, p. 716). از این رو می‌توان آن را نوعی از دیپلماسی عمومی دانست که اغلب به‌عنوان داشتن قدرت جادویی اقناع و اثرگذاری مطرح می‌شود که از دید نای^۲ در مرکز آن مفهوم قدرت نرم نهفته است (Snow & Cull, 2020) و مهم‌ترین سطح آن، «گسترش روابط بلندمدت» است؛ روابطی که در حکم قلب مفهوم دیپلماسی عمومی است (ایزدی و ماه‌پیشانیان، ۱۳۹۰، ص. ۴۱).

به‌بیان‌دیگر دیپلماسی شهری به‌عنوان شکلی جدید از دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی ابزاری است که شهرها از طریق بازیگران شهری به‌ویژه شهرداری‌ها، به تعامل با کنشگران هم‌تراز می‌پردازند و با توجه به تحولات نظام بین‌المللی و اهمیت فزاینده نهادهای عمومی، از نقشی محوری در تقویت مذاکره‌ها و بهسازی روابط میان ملت‌ها برخوردار است. به‌طوری‌که شهرها به‌عنوان یک شخصیت مستقل سیاسی می‌توانند ضمن خواهرخواندگی با شهرهای مشابه به تعامل سازنده با دیگر شهرهای جهان و جذب سرمایه‌های خارجی مبادرت ورزند (خرازی و دیگران، ۱۴۰۰، ص. ۱۲۴). از این روست که علاوه بر واژه دیپلماسی شهری، واژه‌های دیپلماسی شهریه‌شهر، دیپلماسی شهرداری و دیپلماسی شهروندی نیز به‌کار برده شده است تا نقش شهرها را

در ایجاد بستر مناسب برای کسب وجهه بین‌المللی و افزایش سرمایه‌گذاری خارجی به منصفه ظهور رساند (Acuto, 2013, p.20).

برهمن اساس توجه به پیشبرد دیپلماسی شهری در ایران در راستای تأمین و تضمین منافع شهری و ملی از طریق رشد و گسترش تبادلات میان‌فرهنگی و اقتصادی ضرورتی انکارناپذیر است. در این میان شهر مشهد مقدس به‌عنوان شهری مذهبی و زیارتی ضمن برخورداری از پیشینه عمیق فرهنگی - تاریخی و موقعیت جغرافیایی متمایز، از ظرفیت کم‌نظیر نقش‌آفرینی در حوزه دیپلماسی شهری برخوردار است. «کلان‌شهر مشهد به‌عنوان دومین کلان‌شهر کشور، در چند سال اخیر با رشد حوزه‌های مختلف صنعتی، علمی، گردشگری و... توانسته گامی بلند در جهت رشد و توسعه در سطح ملی و منطقه‌ای بردارد (مشایخی و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۱۰۷). پیشینه تاریخی، فرهنگی و مذهبی کلان‌شهر مشهد باعث شده که در فرایند توسعه ملی کشور و در میان سایر کلان‌شهرها از نقش و جایگاه ویژه‌ای برخوردار شود و به‌عنوان یک کلان‌شهر مذهبی، زائران و گردشگران فراوانی این شهر را به‌عنوان مقصد سفر زیارتی و سیاحتی خود انتخاب نمایند (اسدی، ۱۳۹۹، الف، صص. ۲۳-۲۴).

هر چند که در حوزه دیپلماسی شهری علی‌رغم نوظهور بودن آن، مطالعات قابل توجهی صورت گرفته است؛ اما در خصوص سیاست‌گذاری مسئله‌محور و هدفمند (معطوف به هدف‌گذاری روشن)، به‌ویژه در نسبت با شهر مشهد کمتر پژوهشی را می‌توان سراغ گرفت؛ از جمله پژوهش‌های مرتبط، پژوهش «سیاست شهری و دیپلماسی شهری (از نظریه تا تجربه)» است که در آن به بررسی سیاست دیپلماسی شهری از جهت‌های گوناگون پرداخته شده است (نجاتی حسینی، ۱۳۹۰). برخی از پژوهش‌ها نیز به وضعیت‌شناسی دیپلماسی شهری در کلان‌شهرها پرداخته‌اند؛ به‌عنوان نمونه بصیرت و جلیلی (۱۳۹۳) با روش فراتحلیل به مطالعه فرصت‌ها و چالش‌های توسعه دیپلماسی شهری در کلان‌شهر تهران اهتمام داشته و نتیجه می‌گیرند که تهران با وجود فرصت‌هایی چون روابط خواهرخواندگی با تعدادی از شهرهای جهان، حضور در برخی نهادهای بین‌المللی توسعه شهری و موقعیت ژئوپلیتیک، به‌سبب موانع مختلفی چون چالش‌های سیاسی برخاسته از سطح ملی، فقدان چهارچوب نهادی لازم در توسعه دیپلماسی شهری و نیز آماده نبودن زیرساخت‌ها و شرایط نرم‌افزاری لازم،

تاکنون نتوانسته است به جایگاهی شایسته در دیپلماسی شهری دست یابد. در خصوص شهر مشهد نیز مشایخی و همکاران (۱۳۹۷) با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و به‌کارگیری مدل تحلیل راهبردی سوات، و با تأکید بر تعاملات فراملی شهرداری از طریق روابط فراملی دانشگاه‌های کلان‌شهر مشهد، وضعیت دیپلماسی شهری، در کلان‌شهر مشهد و استراتژی‌سازی دیپلماسی شهری در این کلان‌شهر را مطالعه نموده و ضمن معرفی نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای کلان‌شهر مشهد در راهبرد دیپلماسی شهری، به شرح وضعیت اقدام‌های دانشگاه‌های کلان‌شهر مشهد در زمینه تعامل‌ها و روابط فراملی، با بررسی دو شاخص تعداد دانشجویان بین‌المللی و تعداد تفاهم‌های بین‌المللی دانشگاهی و نیز بررسی وضعیت اقدام‌هایی بخش روابط عمومی و امور بین‌الملل شهرداری مشهد در زمینه گسترش روابط فراملی و توسعه دیپلماسی شهری کلان‌شهر مشهد، با بررسی سه شاخص پیمان‌ها و تفاهم‌های همکاری شهری کلان‌شهر مشهد، عضویت و مناصب رسمی کلان‌شهر مشهد در سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی و اقدام‌های اجرایی شهرداری کلان‌شهر مشهد، پرداخته‌اند.

همچنین در زمینه اولویت‌بندی کشورها و ارائه راهبردها در دیپلماسی شهری مشهد، اسدی (۱۳۹۹الف) در مقاله‌ای با عنوان «تعیین اولویت کشورهای اسلامی در راستای اهداف دیپلماسی شهری مشهد» با استفاده از اسناد کتابخانه‌ای، آمار و مصاحبه با نخبگان حوزه دیپلماسی شهری به شناسایی آن دسته از شهرهای مذهبی در سطح جهانی پرداخته است که می‌توانند جهت برقراری روابط گسترده با مشهد مورد توجه بیشتر قرار گیرند. وی همچنین در پژوهش دیگری (اسدی، ۱۳۹۹ب) در امتداد پژوهش پیشین خود به‌منظور تدوین راهبردهای دیپلماسی شهری مشهد با تأکید بر کشورهای اسلامی، به شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های موجود در دیپلماسی شهری مشهد و ارائه راهکارهای مناسب برای تقویت ارتباط مشهد با شهرهای کشورهای اسلامی می‌پردازد و راهبردهایی از جمله تقویت رابطه شهرداری با دانشگاه‌ها، توسعه همکاری و استفاده از ظرفیت‌های سازمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای، تدوین سازوکار مناسب برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی، پیگیری و توسعه دیپلماسی شهری شبکه‌ای را پیشنهاد می‌دهد.

درمجموع آنچه پژوهش حاضر را از سایر پژوهش‌های مرتبط و مشابه، متمایز

می‌نماید، تلاش برای ارائه یک طبقه‌بندی و اولویت‌بندی مسئله‌محور و هدفمند از سیاست‌های شهری در نسبت با دیپلماسی شهری است؛ به‌طوری‌که سیاست‌های عمومی شهری در قبال مسائل دیپلماسی شهری مشهد برجسته شده و سعی بر آن است تا ضمن هدف‌گذاری متناسب با مسائل، سیاست‌های کلی و اجرایی هم‌گرا با اهداف صورت‌بندی شده به‌منظور سامان‌بخشی هرچه بیشتر به سیاست دیپلماسی شهری مشهد، طرح و پیشنهاد شوند.

توماس دای سیاست‌گذاری عمومی را به‌طور کلی هر آن چیزی می‌داند که حکومت تصمیم می‌گیرد [در قبال یک مسئله عمومی] انجام دهد یا انجام ندهد (کنار بگذارد) (Dye, 2002, p. 1) و در همین نسبت سیاست شهری به‌دسته وسیعی از سیاست‌ها برای مقابله با مشکلات عمومی در مناطق شهری اشاره دارد؛ مجموعه‌ای از سیاست‌ها که با هدف تأثیرگذاری بر توسعه مناطق شهری و زندگی شهری انجام می‌شود (Wang, 2018). به‌طور خاص مضمون اصلی «سیاست دیپلماسی شهری»، طرح ایده‌ها و راهبردهایی برای افزایش نقش شهرها و دولت شهرها در جهت مداخله فعال و جدی در «جهانی شدن دولت‌های شهری» است و از این حیث دیپلماسی شهری را می‌توان ابزارهای سیاست‌گذاری شهری و سازوکارهای اقتصادی سیاسی و اجتماعی فرهنگی دانست که مدیریت‌های شهری از آنها به‌منظور کنترل کشمکش‌ها و تقویت همکاری‌های جهانی بین‌شهری و رسیدن به منافع و علایق شهری و شهروندی مشترک استفاده می‌کنند تا به هدف برقراری یک زیست‌فضای شهری پایدار دست یابند (نجاتی حسینی، ۱۳۹۰، ص. ۱۱۹). آنچه ضرورت سیاست شهری را در نسبت با دیپلماسی شهری آشکار می‌سازد تمایزهای روزافزون در جامعه است. اگر یک جمله وجود داشته باشد که چالش کاربست سیاست شهری را خلاصه کند، مدیریت تغییر و پیچیدگی است (Blackman, 2003, p. 18).

نظر به زمینه فرهنگی تاریخی و ظرفیت‌های متمایز شهر مشهد در نقش‌آفرینی مؤثر در دیپلماسی شهری و خلأ برخورداری از سیاست شهری کارآمد و پیش‌رو در این حوزه، پژوهش حاضر به‌دنبال این است که بر مبنای صورت‌بندی شبکه مسائل دیپلماسی شهری کلان‌شهر مشهد، اهداف و سیاست‌های مطلوب را در پیشبرد موفق دیپلماسی شهری در مشهد شناسایی، طبقه‌بندی و اولویت‌بندی نماید؛ از این رو

به‌طور خاص پاسخ به این سؤال را پی می‌جوید که مسائل محوری دیپلماسی شهری مشهد چیست و اولویت‌های هدف‌گذاری و سیاست‌گذاری ناظر به آن به ترتیب چه مواردی را دربرمی‌گیرد؟

۱. روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر به‌منظور سیاست‌پژوهی و اولویت‌یابی اهداف و سیاست‌های دیپلماسی شهری مشهد ضمن بهره‌گیری از مطالعات اسنادی (سندپژوهی)، مصاحبه گروهی متمرکز دنبال شده است. «مصاحبه گروهی متمرکز مصاحبه‌ای است با گروهی از افراد درباره یک موضوع خاص... در این نوع مصاحبه شرکت‌کنندگان یکدیگر را کنترل، تعدیل و دیدگاه‌های غلط و افراطی را غربال می‌کنند. به این ترتیب، می‌توان میزان توافق و اجماع نسبی بر سر دیدگاه‌های مشترک را به‌سرعت دریافت» (فلیک، ۱۳۹۰، ص. ۲۱۲)؛ در گروه متمرکز افرادی مدنظر بوده که از پیشینه تخصصی و تجربی در حوزه مطالعات میان‌رشته‌ای و سیاست‌گذاری دیپلماسی شهری به‌ویژه در نسبت با شهر مشهد و ظرفیت‌های متنوع آن برخوردار بوده‌اند.^۳

هر چند که گفته شده یک گروه متمرکز باید از یک گروه دلفی و یک مصاحبه گروهی تمیز داده شود چه اینکه اولی گروهی از کارشناسان است که ممکن است مکرراً با آنها مشورت شود یا مجدداً تشکیل شود تا اظهارات اجماعی معتبری در مورد باور یا سیاست گروهی به‌دست آید و دومی یک جلسه پرسش و پاسخ بین تسهیل‌کننده و گروه است که برای به‌دست‌آوردن داده‌های سریع و اقتصادی در مورد رفتار گروه استفاده می‌شود (Bloor & Wood, 2006, p. 88)؛ اما در این پژوهش تلاش شده از یک راهبرد هم‌گرا و هم‌افزا بهره گرفته شود تا ابعاد مختلف هدف‌گذاری و اولویت‌های سیاستی هرچه دقیق‌تر شود. در پیاده‌سازی گروه‌های متمرکز از طرح عملی استیوارت

۳. مصاحبه‌شوندگان حسب حوزه‌های تخصصی مستخرج، شامل ۸ متخصص حوزه ارتباطات و رسانه (شامل ۵ متخصص حوزه ارتباطات میان‌فرهنگی و دیپلماسی و ۳ متخصص حوزه تبلیغات و رسانه)، ۳ متخصص حوزه اقتصاد شهری، ۳ متخصص علوم سیاسی، ۴ جامعه‌شناسی و ۳ متخصص حوزه جغرافیای شهری و برنامه‌ریزی شهری بوده است که پس از تحلیل مضمون آنها، صورت‌بندی اولیه شبکه مسائل به‌منظور دریافت اهداف و سیاست‌های پیشنهادی در قالب گروه‌های کانونی به اشتراک گذاشته شد که علاوه بر افراد مذکور صاحب‌نظران دیگری از جمله فعالان فرهنگی و اجتماعی شهر مشهد را دربرمی‌گرفت.

وشم‌داسانی^۴ (۱۹۹۰) الهام گرفته شده است. از نکات مهم این طرح عملی آن است که وی استفاده از روش دلفی را در کنار گروه متمرکز (کانونی) یادآور می‌شود. او معتقد است که روش دلفی دارای برخی نقاط مشترک با گروه مرکز بوده و می‌تواند در کنار این روش اجرا شود. در روش دلفی، محقق بعد از تعیین موضوع و اهداف مطالعه، افراد مشارکت‌کننده را مانند روش گروه متمرکز انتخاب کرده و تماس‌های اولیه را با آنها برقرار می‌سازد. سپس پرسشنامه اولیه خود را برای آنها ارسال کرده و پاسخ‌های آنها را به صورت مکتوب دریافت می‌کند. فرایند ارسال هر پرسشنامه جدید بر اساس پاسخ‌های دریافتی پرسشنامه قبلی تا زمانی ادامه می‌یابد که محقق به اشباع نظرها و یافته‌ها دست‌یافته و بتواند گزارشی تفصیلی و هم‌گرا بر اساس نظر مشارکت‌کننده‌ها تدوین کند (محمدپور، ۱۴۰۰، صص. ۱۶۵-۱۶۷).

در مجموع روند پژوهش حاضر به منظور دستیابی به اهداف و سیاست‌های مطلوب دیپلماسی شهری مشهد مقدس و اولویت‌بندی آنها در قالب مراحل ذیل صورت گرفته است:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شکل (۱): روند اجرای پژوهش

منبع: (نویسنده)

۲. یافته‌های پژوهش

چنانچه اشاره شد پس از کشف و صورت‌بندی شبکه مسائل دیپلماسی شهری مشهد طی نشست‌ها و مصاحبه‌های تخصصی با روش تحلیل مضمون، تشکیل گروه‌های کانونی صاحب‌نظران حوزه سیاست دیپلماسی شهری دنبال شد؛ به این صورت که مسائل صورت‌بندی شده به اشتراک گذاشته شد و اهداف و سیاست‌های پیشنهادی متناظر با آنها دریافت گردید. در ادامه تلاش شد هدف‌گذاری و طرح سیاست‌های کلی و اجرایی متناظر با مسائل دسته‌بندی شده و گزارش نهایی تنظیم گردد. پس از به اشتراک‌گذاری گزارش نهایی به منظور اعتباربخشی و تدقیق اولویت‌بندی مجموع نظام

مسائل، اهداف، سیاست‌های کلی و اجرایی دیپلماسی شهری، یافته‌های حاصل، به‌ترتیب اولویت در قالب جداول ذیل تنظیم و تلخیص شد. دسته‌بندی این یافته‌ها در قالب جدول به تفکیک کلان مسائل، از آن‌رو صورت گرفته است که نسبت میان مسائل اصلی و ریز مسائل با اهداف و سیاست‌های کلی و اجرایی روشن شود.

۲-۱. اهداف و سیاست‌های متناظر با کلان مسئله «اختلال شناختی، معرفتی نسبت به ظرفیت‌های خود و دیگری»

جدول (۱): اهداف و سیاست‌های متناظر با مسائل اختلال شناختی و معرفتی

(ضعف خودآگاهی)

| مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|---|--|---|--|
| شناخت حادقلی و غیرواقع‌گرایانه از کشورهای منطقه و جهان و ظرفیت‌های آنها (فهم شرق‌شناسانه نسبت به همسایگان و کشورهای شرقی/ وجود تصویر منفی نسبت به کشورهای همسایه و عدم آگاهی نسبت به موارد اشتراک و افتراق متقابل فرهنگی، اقتصادی و... همسایگان/ عدم فهم دقیق نیازها و مسائل شهرهای کشورهای منطقه و جهان) | دستیابی به شناخت جامع و واقع‌گرایانه از وضعیت و ظرفیت‌های کشورهای منطقه و جهان | بازتاب و بازنمایی رسانه‌ای و علمی هدفمند ظرفیت‌ها و تجارب موفق در ارتباطات تجاری، اقتصادی، میان فرهنگی و... با کشورهای منطقه (اعم از ظرفیت‌ها و تجارب تاریخی و موجود) | طراحی و برگزاری رویدادهای تجربه‌کاوی در خصوص کشورهای شرقی و تجارب موفق دیپلماسی شهری (ایرانی‌هایی که در ارتباط با کشورهای همسایه هستند) |
| | | | حمایت از تولیدهای دیداری و شنیداری (مستند، ویدیو کلیپ و...) و مکتوب (مجله، بروشور چندزبانه و...) در بازنمایی ظرفیت‌های تاریخی و موجود ارتباطات متقابل میان فرهنگی و تجاری بین کلان‌شهرهای منطقه و مشهد و تصویرسازی مطلوب از ظرفیت‌ها و فرصت‌های فرهنگی اقتصادی شهر مشهد |
| | | | حمایت از پژوهش‌ها و تولید آثار علمی و دانشگاهی در تبیین ظرفیت‌های مشترک فرهنگی و اقتصادی و فرصت‌های ارتباطی کشورهای منطقه و جهان اسلام |
| | | | ایجاد باشگاه و شبکه اجتماعی مجازی به‌اشتراک‌گذاری تجارب موفق مردمی در ارتباط با کشورهای منطقه |
| | | | احیاء انجمن‌های دوستی میان مشهد و شهرهای مهم همسایه در راستای همگرایی فرهنگی و به‌اشتراک‌گذاری |
| | | | ایجاد زمینه‌ها و بسترهای ارتباطی مناسب به‌منظور تعارف (شناخت متقابل) کشران فرهنگی، علمی و |

| مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|--|---|--|---|
| | | اقتصادی از ظرفیت‌های مشترک. | ظرفیت‌های مشترک فکری، فرهنگی، اقتصادی و.... برگزاری جشنواره‌های مشترک فرهنگی و اقتصادی با کلان‌شهرهای محوری کشورهای منطقه در اولویت‌های موضوعی و مسائل فرهنگی اقتصادی مشترک |
| اختلال هویتی شهروندان خسودتحقیری فرهنگی و تاریخی/کاهش حس تعلق شهروندی/ نگاه تک‌بعدی به هویت مشهد/ ایجاد دوگانه‌های کاذب میان زیارت و گردشگری / گسست از گذشته تاریخی شهر / نادیده انگاشتن هویت متکثر قومی و مذهبی در شهر / القای رابطه تعارضی و تقابلی میان هویت ایرانی و هویت مذهبی و عدم توازن میان منابع هویتی معاصر ایرانیان (اسلام، ایران و مدرنیته) / عدم تعیین‌بخشی به هویت ایرانی در قالب مصادیق سبک زندگی | شکل‌گیری یک روایت منسجم از شهر مشهد؛ احیای هویت بومی و افزایش حس تعلق شهروندان نسبت به شهر مشهد | ارتقاء سطح آگاهی و شناخت شهروندان نسبت به پیشینه تاریخی شهر مشهد و ظرفیت‌ها و منابع فرهنگی و اقتصادی متنوع آن | عنوان‌گذاری مناطق مختلف شهر مشهد مبتنی بر پیشینه هویتی محلات به جای نام‌گذاری مناطق بر محور اعداد توجه به پیشینه و حافظه تاریخی شهر در نام‌گذاری خیابان‌ها، معابر و اماکن شهری و پیشگیری از نام‌گذاری‌های غیرمرتبط ازانته آموزش‌های تکمیلی خراسان‌شناسی و مشهدشناسی در قالب کلاس‌های درسی، برنامه‌های مناسبی، تورهای مشهدگردی، جشنواره‌های دانش‌آموزی و دانشجویی و.... برگزاری تورهای مشهدگردی ویژه کارگزاران شهری، کارکنان ادارات، شهروندان و.... |
| | | ترسیم و ارائه روایت منسجم از شهر در قالب محصولات فرهنگی هنری و رسانه‌ای (بازنمایی هدفمند و منسجم قصه شهر) | حمایت از نمایشنامه‌ها و برگزاری تئاترهای فاخر در هویت شهر مشهد حمایت از تولیدهای رسانه‌ای در خصوص احیای هویت مشهد (واقعییت افزوده و واقعییت مجازی، پویانمایی، پادکست‌های رادیویی و...) در بازنمایی بافت تاریخی و قصه شهر مشهد |
| | | حمایت از برگزاری رویدادهای ادبی و هنری ملی و بین‌المللی با محوریت شهر مشهد و ظرفیت‌های میان‌فرهنگی آن در حوزه ادبیات | برگزاری جشنواره‌های داستان شهر و فراخوان عمومی |
| | | ایجاد زمینه و فرصت گفتگو و به‌اشتراک‌گذاری نظرها، آراء، ایده‌ها | برگزاری نشست‌های تخصصی میان رشته‌ای به‌منظور اندیشه‌ورزی و |

| مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|--|----------------------------------|---|--|
| | | حول روایت شهر | ایده‌پردازی حول روایت شهری برگزاری رویدادهای نوآوری و ایده‌پردازی قصه شهر |
| | | احیای کسب‌وکارهای مرتبط با زیارت به‌ویژه صنایع خلاق | حمایت و پشتیبانی از صنایع خلاق و فرهنگی مرتبط با روایت شهر مشهد به‌منابه یک شهر تاریخی زیارتی |
| | | بازشناسی میراث ملموس و ناملموس فرهنگی شهر مشهد و زمینه‌سازی برای احیاء و برجسته‌سازی آن‌ها | ترسیم نقشه جامع فرهنگی شهر مشهد (Cultural Mapping) برگزاری تورهای گردشگری شهروندی برای حضور در بافت‌های اصیل تاریخی شهر ضمن معرفی میراث ملموس و ناملموس شهر مشهد و شنیدن روایت شهر |
| | | مشارکت‌افزایی شهروندان در برگزاری رویدادها و حل مسائل شهر | راه‌اندازی کارزارهای مجازی برای ارائه تجارب زیسته، خاطرات خوش و داستان شهر توسط شهروندان راه‌اندازی رویدادها و مسابقه‌های فرهنگی و ورزشی محلی |
| غلبه رویکردهای توسعه غیربومی (فقدان رویکرد توسعه بوم مبنا/ طرح‌های توسعه جامع و تفضیلی نامتوازن و غیربومی/ عدم توجه به ویژگی‌های مردم‌شناختی مشهد)/ خلاً ایده‌های خلاقانه جایگزین برای سرمایه‌گذاران داخلی | غلبه رویکردهای توسعه بوم‌مبنا | بازشناسی و فعال‌سازی ظرفیت وقف و نذر در ارتباطات و تعاملات میان فرهنگی، تجاری و اقتصادی یا کشورهای مختلف (به‌ویژه کشورهای منطقه و جهان اسلام) | شناسایی و احصاء ظرفیت‌های وقف و نذر و نیز واقفان برجسته در شهر مشهد و سایر کلان‌شهرهای بین‌المللی راه‌اندازی سامانه‌های مردمی وقف و نذر: • اشتراک‌گذاری مسائل و اولویت‌های وقف و نذر • ایجاد شفافیت هرچه بیشتر در فرآیندهای وقف و نذر و آثار و نتایج و کاربست‌های آن. |
| | | برجسته‌سازی رسانه‌ای تجارب موفق تاریخی و دوران‌های شکوفایی مشهد در رشد و پیشرفت فضاهای شهری | حمایت از تولید محصولات رسانه‌ای در قالب مستند، موشن‌گرافی، ویدئو کلیپ و... در نمایش و برجسته‌سازی تجارب موفق توسعه شهری بوم‌مبنا در عرصه بین‌المللی و نیز در تاریخ شهرهای مذهبی به‌ویژه شهر مشهد به علاوه ارزیابی انتقادی روند توسعه غیربومی و غیررهمونیک در بافت‌های سنتی شهر مشهد |
| | | بازشناسی و معرفی ویژگی‌های متمايز مردم‌شناختی شهر مشهد | تقویت و گسترش موزه مردم‌شناسی شهر مشهد |

| مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|--|---|---|--|
| راه‌اندازی مرکز مطالعات و پژوهش‌های مردم‌شناسی شهر مشهد | | | |
| انفعال و تقلیل‌گرایی در شناخت و بازنمایی ظرفیت‌های متمایز شهر مشهد | خودآگاهی نسبت به ظرفیت‌های متمایز شهر مشهد و شکل‌گیری یک تصویر جامع، همگرا و هماهنگ از آن | احصاء منابع فرهنگی و مزیت‌های رقابتی شهر مشهد و به‌اشتراک‌گذاری آن | طراحی و برگزاری تورها و کارگزاران و سرمایه‌گذاران اعم از ملی و بین‌المللی با ظرفیت‌های فکری، فرهنگی، هنری و صنعتی به‌ویژه در حوزه صنایع و منابع فرهنگی مرتبط با مزیت‌های رقابتی شهر مشهد |
| (عدم شناخت مزیت‌های رقابتی شهر مشهد و بی‌توجهی به آن / عدم توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و اقتصادی شهر مشهد / بازنمایی منفی از شهر مشهد در رسانه‌های اجتماعی / تقلیل مشهد از شهر جهان اسلام به شهر جهان تشیع / درک حاد اقلی، مجزا و غیرشبکه‌ای از ظرفیت‌های فرهنگی، اقتصادی و... شهر مشهد (تقلیل مجموعه شهری مشهد به شهر منفرد و تک‌بعدی / ضعف در معرفی و تصویرسازی رسانه‌ای مطلوب از شهر مشهد) | | بازنمایی همگرا، وحدت بخش و هدفمند مبتنی بر مزیت‌های رقابتی به اشتراک گذاشته از مشهد | برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی و به‌اشتراک‌گذاری ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری متقابل ناظر به مزیت‌های رقابتی احصا شده |
| | | راه اندازی صفحات مجازی مربوط به مشهد برای بازنمایی تمام رویدادها و فعالیت‌های برجسته شهر مشهد، با حضور نمایندگان سازمان‌های مختلف به دبیری شهرداری مشهد | راه‌اندازی کارزارهای مجازی مردمی در بازنمایی شهر مشهد و ارائه تجارب زیسته خوشسایند از ظرفیت‌های موجود |
| | | بازنمایی نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی به منظور ارائه ظرفیت‌های متمایز فرهنگی، هنری، سلامت، صنعتی و... | برگزاری نمایشگاه‌های ملی و بین‌المللی به منظور ارائه ظرفیت‌های متمایز فرهنگی، هنری، سلامت، صنعتی و... |
| | | بهره‌گیری از ظرفیت تبلیغی و رسانه‌ای شخصیت‌های فرهنگی و هنری مشهور در معرفی ظرفیت‌های شهر مشهد و تصویرسازی مطلوب از آن. | بهره‌گیری از ظرفیت تبلیغی و رسانه‌ای شخصیت‌های فرهنگی و هنری مشهور در معرفی ظرفیت‌های شهر مشهد و تصویرسازی مطلوب از آن. |
| | | شناساندن ظرفیت‌های فرهنگی متنوع و جاذبه‌های زیارتی - سیاحتی شهر مشهد در سطح بین‌المللی و اطلاع‌رسانی نسبت به آنها در قالب محصولات رسانه‌ای به‌ویژه بروشورهای چندزبانه | شناساندن ظرفیت‌های فرهنگی متنوع و جاذبه‌های زیارتی - سیاحتی شهر مشهد در سطح بین‌المللی و اطلاع‌رسانی نسبت به آنها در قالب محصولات رسانه‌ای به‌ویژه بروشورهای چندزبانه |
| | | ایجاد فضاهای رقابتی به منظور احیاء ظرفیت‌های ورزشی، فرهنگی و ورزشی محلی (در سطح شهر)، ملی | برگزاری رویدادها و مسابقات ورزشی محلی (در سطح شهر)، ملی |

| مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|--|--|--|---|
| | | هنری در قالب مسابقات و رویدادهای ملی و بین‌المللی | و بین‌المللی |
| پایین بودن هوش و دانش فرهنگی و ارتباطی مردم و کارگزاران شهر | برخورداری از تعامل هوشمند و هدفمند بینا فرهنگی با گروه‌های مختلف قومی و فرهنگی | ایجاد زمینه آشنایی شهروندان با شهرهای شاخص و ظرفیت‌های مشترک فرهنگی تاریخی کشورهای همسایه | نام‌گذاری خیابان‌ها به نام شهرهای مهم و شاخص کشورهای همسایه و منطقه در یک بافتار فرهنگی تاریخی |
| (اختلال در تعاملات میان فرهنگی و بین‌مذهبی با دیگر شهرها / غیرت‌سازی / عدم فهم ضرورت دیپلماسی شهری در مدیریت شهری / عدم توجه به محوریت ارتباطی - گردشگری خراسان (مشهد) / عدم توجه به نیازهای متفاوت گروه‌ها و نسل‌های مختلف گردشگران / اظهارات نابجا و غیرسنجیده مسئولان شهری در تعامل‌های ملی و بین‌المللی) | | ارتقاء سطح هوش فرهنگی و ارتباطی کارگزاران و شهروندان | برگزاری کارگاه‌های آموزش شهروندی و همچنین آموزش ذی‌نفعان حوزه گردشگری در راستای ارتقای هوش فرهنگی و ارتباطی |
| | | تربیت و آموزش راهنماهای گردشگران (تورلیدرها) به‌منظور ایجاد تصویر مثبت نسبت به شهر مشهد و ظرفیت‌های آن در گردشگران بین‌المللی. | |
| | | ارائه آموزش‌های تکمیلی مهارت‌های ارتباطی و تعاملات میان فرهنگی ویژه معلمان و دانش‌آموزان در مدارس شهر مشهد | |
| | | برگزاری آموزش‌های ضمن خدمت ویژه کارگزاران شهری در زمینه مهارت‌های ارتباطی و تعاملات میان فرهنگی | |
| | | ایجاد زمینه و فرصت شناخت متقابل، همگرایی و تعامل‌های میان فرهنگی و گفتگوی بین مذاهب و اقوام | به‌اشتراک‌گذاری تجارب مدیریت و خدمات شهری به‌ویژه شهرهای در قالب نشست‌های بین‌المللی |
| | | فعال‌سازی ظرفیت‌های ارتباطی مزارات شخصیت‌های مذهبی، فکری و فرهنگی و نیز اماکن تاریخی مرتبط از طریق بازگشایی برخی اماکن و مزارات محوری و فراهم نمودن امکان بازدید گروه‌های مختلف مذهبی و قومی و برگزاری تورهای زیارتی و گردشگری | |
| رکود نهاد علم در نسبت با اقتضانات و تحولات جهان معاصر | پویایی نهاد علم و کنشگری فرابنده آن در نسبت با مسائل و تحولات فرهنگی و ارتباطی شهر | ایجاد زمینه کادرسازی و بسط مطالعات تخصصی بوم مینا به‌ویژه در حوزه ارتباطات و دیپلماسی شهری مشهد | طراحی و برگزاری دوره‌های تخصصی دیپلماسی و دیپلماسی شهری برای کارگزاران شهری و صاحبان صنایع و... |
| (فقدان رشته‌های علمی مرتبط با حوزه ارتباطات میان فرهنگی / عدم توجه به | | رانداندازی رشته گرایش‌های تخصصی بوم‌مینا در حوزه ارتباطات | |

| مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|---|-----|---|--|
| نیازهای مدیریت شهری و تربیت نیروی متخصص انقلابی / فقدان دیپلماسی علمی نهادهای علم در مشهد با سایر شهرهای منطقه و جهان / نبود چشم‌انداز و برنامه روشن در جذب دانشجویان غیرایرانی / از دست دادن ظرفیت دانشجویان غیرایرانی به‌ویژه دانشجویان تاجیک | | ایجاد زمینه گفتگو و تعامل مجموعه‌های دانشگاهی و حوزوی شهر مشهد با ظرفیت‌های حوزوی و دانشگاه منطقه به‌ویژه شهرهای جهان اسلام | و دیپلماسی در دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه شهر مشهد راه‌اندازی مرکز پژوهشی یا گروه تخصصی مطالعات دیپلماسی شهری |
| | | | حمایت از دوره‌های پسادکتری و فرصت مطالعاتی حول مسائل و ظرفیت‌های متقابل شهر مشهد و منطقه |
| | | | برگزاری تورهای علمی مسئله‌محور بین‌المللی با محوریت مراکز علمی و دانشگاهی کلیدی شهرهای منطقه و جهان |

منبع: (نویسنده)

۲-۲. اهداف و سیاست‌های متناظر با کلان مسئله حکمرانی تمرکزگرای محافظه‌کارانه (ترس از تغییر)

جدول (۲): اهداف و سیاست‌های متناظر با مسائل حکمرانی تمرکزگرای محافظه‌کارانه

| ریز مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|---|--------------------------------------|--|---|
| غلبه رویکرد و مواجهه امنیتی / سیاسی (محوریت رویکرد امنیتی و سیاسی در تعامل‌های بین‌فرهنگی، غلبه رویکرد صیانتی و رادیکالیستی در شهر مشهد / غلبه مواجهه تهدیدمحور به‌جای فرصت‌محور در تعامل با شهرهای کشورهای منطقه و جهان / مواجهه سلبی با تنوع‌های فرهنگی، قومی و مذهبی / ترس از نفوذ فرهنگی / انزوای | تحقق رویکرد فرصت‌محور در مدیریت شهری | بازنمایی هدفمند اشتراکات فرهنگی با کلان‌شهرهای کشورهای منطقه | برجسته‌سازی اشتراکات فرهنگی در رسانه‌های محیطی (تبلیغات شهری)، جمعی (رسانه‌های جمعی) و اجتماعی (شبکه‌های اجتماعی) شهر |
| | | | طراحی و اجرای رویدادهای فصلی و سالانه بین‌المللی با تمرکز بر به‌اشتراک‌گذاری ظرفیت‌های مشترک فرهنگی کلان‌شهرهای منطقه با مشهد |
| | | | اعطای فرصت خادمی افتخاری برای تجار و بازرگانان بین‌المللی در حرم مطهر رضوی |

| ریز مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|--|---|--|---|
| اجتماعی) | | پیشبرد سیاست گفتگومداری و اقتناع‌سازی در جهت تأمین منافع شهر و شهروندان | گفتگو و اقتناع نهادهای امنیتی توسط شهردار و به‌مثابه دیپلمات شهری انتقال تجربه‌های موفق بین‌المللی در حوزه دیپلماسی شهری به‌ویژه در پیشبرد منافع امنیتی قالب نمایشگاه سفر، فیلم و مستند به کارگزاران شهری |
| وابستگی مدیریت شهری به دولت از حیث مالی، سیاسی و ... (عدم واگذاری اختیارات به مدیران شهری از سوی حاکمیت / عدم توجه حاکمیت به نقش و اهمیت دولت‌های محلی در تعاملات بین‌المللی (خروج از انزوای فرهنگی، سیاسی، اقتصادی) / تقلیل سیاست‌های شهری همراه با تغییر دولت‌ها / تبدیل شدن شورای شهر و مدیریت شهری از شورای محلی به نهاد ملی) | برخوررداری از استقلال نسبی در مدیریت شهری مشهد به‌ویژه در دیپلماسی شهری | ایجاد ساختارها و فرصت‌های تصمیم‌گیری متمایز بین‌المللی به‌منظور ایفای نقش مؤثر فراملی شهر مشهد به‌منظور افزایش استقلال اقتصادی و فرهنگی آن | برگزاری رویدادهای بین‌المللی گردشگری و آشنایی با فرصت‌ها و ظرفیت‌های شهر مشهد ویژه شهردارهای کشورهای همسایه تحت عنوان روز ملی مشهد به‌علاوه ایجاد فرصت نام‌گذاری برخی خیابان‌ها و معابر شهر مشهد توسط شهرداران شهرهای شاخص فرهنگی ایجاد مجلس علمی و فرهنگی جهان اسلام در شهر مشهد و اعطاء فرصت اقامت به اندیشمندان و متفکرین جهان اسلام اعطا دیپلم شهردار افتخاری مشهد الرضا به شهرداران کشورهای جهان اسلام شرکت فعال مدیران شهری در اجلاس‌های بین‌المللی به‌منظور تصاحب تدریجی کرسی‌های مهم و کلیدی تصویب محوریت مدیریت شهری در دیپلماسی شهری از طریق تعامل و همگرایی مجمع شهرداران کلان‌شهرها با هیئت دولت |
| نیود سند جامع بالادستی و برخورداری از چشم‌انداز و نقشه راه در | التزام به رویکرد بلندمدت در سیاست‌گذاری شهری و پرهیز از | برجسته‌سازی مدیریت شهری به‌عنوان حامیان حقوق شهر و شهروندان | پیاپی‌سازی منشور حقوق شهرنشینی و آگاهی بخشی به مردم در قالب تبلیغات محیطی و رسانه‌ای ترجمه حقوق شهرنشینی مردم شهر مشهد به زبان‌های مختلف و به‌اشتراک‌گذاری آن در محافل علمی و سیاسی ملی و بین‌المللی طراحی منشور حقوق زائرین و گردشگران و ایجاد سامانه مطالبه و پاسخگویی مسائل و نیازهای جاری آنها |
| | | | شکل‌گیری مرکز سیاست‌گذاری شهری با محوریت مراکز پژوهشی و |

| ریز مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|--|--|---|--|
| <p>ضمانت اجرای مقتضی آن (ابهام در چشم انداز و نبود رویکرد بلندمدت در سیاست گذاری و دیپلماسی شهری)</p> <p>حاکم بودن سلیقه‌های گروهی و جناحی و فقدان فرایند و چشم انداز روشن در مدیریت شهری / موضع گیری‌های غیرکارشناسی مسئولان شهر / تقلیل برند شهر به برند شخصی، سازمانی یا جناحی / مسئله روزمرگی در مجموعه‌های اداری شهری</p> | <p>سیاست گذاری و دیپلماسی شهری</p> | <p>سیاست گذاری و مواجهه مقطعی در دیپلماسی شهری</p> | <p>سازمان‌های مردم‌نهاد شهری</p> <p>طراحی و تنظیم سند جامع دیپلماسی شهری مشهد در تعامل مؤثر با مجموعه‌های ذی‌ربط به‌ویژه سازمان فرهنگ و ارتباطات و وزارت امور خارجه و نگاهت نهادی هم‌گرا و هم‌افزا در این حوزه مبتنی بر موقعیت متمایز شهر مشهد از حیث فرهنگی، اقتصادی، امنیتی.</p> |
| | | <p>فراهم نمودن فرصت به اشتراک گذاری سند جامع دیپلماسی شهری به علاوه ایده‌ها و تجارب مرتبط ملی و بین‌المللی</p> | <p>به اشتراک گذاری سند تنظیم شده در سطوح مختلف سازمانی و مردمی و ترسیم چشم‌انداز و الگوی مطلوب کنش‌گری هر بخش و مجموعه و اخذ بازخوردهای مقتضی سازمانی از کارکنان، کارگزاران و شهروندان</p> |
| | | <p>برگزاری سمینارها و نشست‌های علمی بین‌المللی سیاست‌پژوهی به‌منظور فراهم شدن فرصت به اشتراک‌گذاری تجارب موفق بین‌المللی در تنظیم اسناد دیپلماسی شهری</p> | |
| | | <p>تمهید پشتوانه نظارتی و ضمانت اجرای سند جامع دیپلماسی شهری اقدامات محوله سازمانی</p> | |
| <p>تعارض و عدم همگرایی میان کارگزاران شهری</p> <p>(ابهام و موازی‌کاری در نهادهای تصمیم‌گیر در تعاملات بین‌المللی / تعارض منافع ساختارهای نهادهای ذی‌نفع / خودمحوری کارگزاران / عدم گفتگو رویکردهای مختلف در حوزه برند و دیپلماسی شهری / عدم آگاهی سازمان‌ها نسبت به اهداف و زمینه‌های مشترک همکاری</p> | <p>همگرایی و هم‌افزایی میان کارگزاران شهری</p> | <p>فعال‌سازی ظرفیت شورای برنامه‌ریزی و توسعه استان</p> | <p>برگزاری جلسه‌های منظم به‌منظور همگرایی و وحدت رویه در اتخاذ سیاست‌های شهری به‌ویژه در تعامل با سایر کلان‌شهرهای منطقه و جهان</p> |
| | | <p>درگیر کردن منافع نهادهای مختلف کلان طرح‌های شهری به‌ویژه در تعامل با سایر کلان‌شهرها</p> | <p>طراحی و اجرای طرح‌های مشترک فرهنگی و اقتصادی بین‌المللی با مشارکت (تشریک مساعی) عموم سازمان‌های شهری</p> |
| | | <p>فعال‌سازی فرصت تعاملی سیاستمداران خراسانی در سطح حکمرانی</p> | <p>ایجاد باشگاه یا انجمن گفتگوی سیاستمداران مشهدی با تمرکز بر دیپلماسی شهر مشهد و همگرایی و هم‌افزایی سیاست‌ها و اقدامات مربوطه.</p> |
| <p>غلبه رویکرد تصدگری نهادهای دولتی به‌جای تسهیل‌گری</p> | <p>مشارکت حداکثری مردمی در مدیریت شهری</p> | <p>فعال‌سازی هرچه بیشتر شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی</p> | <p>برگزاری جلسه‌های منظم با بخش خصوصی حول ساز و کارهای پیشبرد دیپلماسی شهری و کیفیت نقش‌آفرینی متقابل و هم‌افزایی دولت و بخش</p> |

| سیاست‌های اجرایی | سیاست‌های کلی | هدف | ریز مسائل |
|--|---|-----|---|
| خصوصی در آن | | | (عدم اعتماد کارگزاران شهری به مردم و سمن‌ها در تعامل‌های میان‌فرهنگی / کم‌رنگ شدن نقش سمن‌ها، کاهش سرمایه و مشارکت اجتماعی، بی‌اعتمادی و ناامیدی مدنی، شکل‌گیری گروه‌های خاموش اعتراض و آشوب اجتماعی) |
| راه‌اندازی شورای تخصصی گفتگوی شهرداری و بخش خصوصی ذیل شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی (با تمرکز بر ظرفیت متنوع اتحادیه‌های صنفی و تولیدکنندگان صنایع خلاق و فرهنگی در شهر) | | | |
| برگزاری فراخوان‌ها و رویدادهای نوآورانه معطوف به مسائل شهری در نظر گرفتن مشوق‌های جذاب مادی و معنوی برای برخورداری از مشارکت مردمی حداکثری | فعال‌سازی ظرفیت مجموعه‌های مردمی در حل مسائل شهری و طراحی و پیشبرد سیاست‌های شهری | | |
| راه‌اندازی انتشارات بین‌المللی مبتنی بر ظرفیت‌های مردمی | | | |

منبع: (نویسنده)

۲-۲. اهداف و سیاست‌های متناظر با کلان مسئله نابسامانی اقتصاد سیاسی شهر مشهد

جدول (۳): اهداف و سیاست‌های متناظر با مسائل نابسامانی اقتصاد سیاسی

| سیاست‌های اجرایی | سیاست‌های کلی | هدف | مسائل |
|---|---|---------------------------------------|---|
| راه‌اندازی فضاهای خدمت‌رسانی به زائران در قالب رویدادهای فرهنگی و مذهبی به‌صورت هفتگی (شب‌های جمعه) مانند ایجاد فضایی برای موبک‌های مردمی (سوغات، نذری و...)، برگزاری مناسک مذهبی از سوی هیئت‌های مردمی | احیاء و تقویت سنت‌ها و آداب خدمت‌رسانی به مجاوران (شهروندان) و زائران در راستای تقویت مسئولیت اجتماعی سرمایه‌گذاران و سازمان‌ها | تحقق عدالت و خدمت محوری در توسعه شهری | توسعه سوداگریانه (تغییر کارکرد ارتباطات انسانی از خدمت‌رسانی به سود محوری، تخریب میراث و منابع فرهنگی، کوچ اجباری شهروندان از بافت پیرامون حرم، افزایش آسیب‌های اجتماعی (سرقت، نزاع و...) / شکل‌گیری و تشدید حاشیه‌نشینی فرهنگی و شهری / کاهش امنیت روانی زائران / محوریت منافع شخصی / تخریب محیط زیست شهری / قانون‌گریزی در ساخت‌وساز / افزایش رانت و تبعیض طبقاتی / مصرفی شدن زیارت / پرزنگ شدن عنصر تفریح و فراغت در کنار زیارت) / ابهام و نبود وحدت رویه در فرایند سرمایه‌گذاری و سودآوری |
| شناسایی مسائل و نیازهای زائران و مجاوران در خدمات شهری و کیفیت توسعه شهر به تفکیک محلات با اولویت محلات پیرامونی حرم مطهر رضوی | انحصارزدایی و ایجاد زمینه توسعه همگرا و هماهنگ شهر مشهد مبتنی بر عنصر خدمت‌رسانی و تأمین منافع شهروندان، زائران و مجاوران در نسبت با و کارکرد محوری شهر (زیارت) و سایر عناصر هویتی و کارکردی شهر در پیوند با آن | | |
| ترسیم دقیق چشم‌انداز مطلوب و اهداف توسعه و بهسازی شهر مشهد مبتنی بر کارکردهای محوری آن در طول تاریخ به‌ویژه خدمات معطوف به زیارت و سایر منابع فرهنگی موجود | | | |
| شاخص‌گذاری (یا تنظیم نظام‌نامه) ساخت و معماری ابنیه و فضاهای | | | |

| مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|--|-----|---|---|
| <p>مبتنی بر مزیت‌های رقابتی شهر مشهد (زیارت و سایر منابع فرهنگی و...) / شکل‌گیری بازار سیاه و دلالتان حوزه گردشگری</p> | | | <p>شهری مبتنی بر چشم‌انداز و اهداف ترسیم شده در بهسازی و بازآرایی شهر زیارتی مشهد و ارزیابی و نظارت پیوسته روند ساخت‌وسازها مبتنی بر شاخص‌های تعیین شده</p> |
| | | | <p>گسترش پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی پشتیبان برنامه‌ها و طرح‌های توسعه شهری به ویژه تهیه پیوست‌های فرهنگی و اجتماعی از تمامی طرح‌ها و برنامه‌های عمرانی، اقتصادی و صنعتی ارائه شده در توسعه شهری</p> |
| | | <p>احیاء محلات قدیمی بافت اطراف حرم و زمینه‌سازی حضور مجاوران بومی در تعامل با زائران</p> | <p>ابقا ساکنان بومی و ایجاد زمینه بازگشت مهاجران بومی به این محلات از طریق تعریف و اعطای خدمات ویژه شهروندی</p> |
| | | | <p>راه‌اندازی مراکز (بازارچه‌های سنتی) ویژه فعالیت تولیدی و عرضه کسب و کارهای خرد مجاوران بومی (از تولید به مصرف) ناظر به سوغات و صنایع دستی در بافت اطراف حرم مطهر رضوی</p> |
| | | <p>ایجاد رابطه و پیوند فرهنگی و اقتصادی مکملی میان حاشیه و متن شهر و پیشگیری از شکل‌گیری بازار سیاه</p> | <p>توانمندسازی و مهارت‌افزایی هدفمند مردم حاشیه شهر مشهد معطوف به خدمات ملی و بین‌المللی زیارت (اعم از خدمات تولیدی اقتصادی و فرهنگی) و درگیر نمودن آنها در اقتصاد شهر</p> |
| | | | <p>تضمین بازار حاشیه‌نشینان از طریق معرفی ظرفیت‌های متمایز فرهنگی، اقتصادی و گردشگری حاشیه شهر (سوغات زائر، پوشاک، صنایع دستی، غذاهای سنتی و...) به گردشگران و زائران در قالب تبلیغات محیطی، پروشورهای تبلیغاتی و....</p> |
| | | <p>زمینه‌سازی بهبود رفتار کسبه اطراف حرم مطهر رضوی در تعامل با گروه‌های زائران از اقوام و ملل مختلف</p> | <p>توانمندسازی و آموزش کسبه اطراف حرم مطهر رضوی به منظور ارائه مطلوب خدمات فروش کالا به گروه‌های زائران از اقوام و ملل مختلف</p> |
| | | | <p>نظارت دقیق و هوشمندانه بر رفتار</p> |

| مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|---|---|---|--|
| | | | کسبه و کیفیت محصولات عرضه شده با راه‌اندازی شبکه مجازی مردمی به‌اشتراک‌گذاری تجارب و الگوهای موفق خرید و فروش از سوی زائران و مجاوران به‌ویژه در بافت اطراف حرم مطهر رضوی با امکان مشخص نمودن موقعیت مکانی تجربه موفق در خرید. |
| اختلال در فعال‌سازی مزیت‌های رقابتی شهر مشهد در ارتباطات و دیپلماسی شهری (هاب ریلی، هوایی، جاده‌ای، معنویت، علمی، فرهنگی و تجاری) (گنست ارتباطی بین‌شهرهای خراسان بزرگ / فقدان خطوط ارتباطی با شهرهای مهم همسایگان خارجی (ریلی، هوایی) / پایین بودن سطح روابط کشورهای ابر قدرت با ایران در مقایسه با کشورهای همسایه / بی‌توجهی به ظرفیت‌های صنعتی و اقتصادی شهر مشهد / کتمان منابع و ظرفیت‌های چندفرهنگی و مذهبی از جمله مزارات و شخصیت‌های فکری، دینی، فرهنگی و هنری / مغفول ماندن فرصت‌های گردشگری سلامت و غذا / غفلت از ظرفیت‌های زبانی (ادبی) و هنری مشترک میان مشهد و حوزه خراسان بزرگ / عدم توجه به فعال‌سازی ظرفیت‌های اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی شهر مشهد به‌ویژه در نسبت با زیارت | جذب هدفمند سرمایه‌گذاری ناظر به فعال‌سازی مزیت‌های رقابتی (فرهنگی، هنری، اقتصادی، صنعتی و...) (توجه به سایر منابع درآمدی در کنار زیارت) | طراحی و پیاده‌سازی سامانه بین‌المللی شناسایی و به‌اشتراک‌گذاری فرصت‌های متنوع سرمایه‌گذاری در شهر مشهد برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برگزاری رویدادهای مشترک (فرهنگی / اقتصادی) با کشورهای همسایه در سه سطح کشورهای فارسی‌زبان (خراسان بزرگ) - کشورهای مسلمان (جهان اسلام) - کشورهای منطقه (استراتژیک) به‌منظور به اشتراک‌گذاری زمینه‌های مشترک فرهنگی و سرمایه‌گذاری گسترش بازارچه‌های مرزی (اقتصادی / سلامت / صنایع فرهنگی و...) و ایجاد غرفه‌های معرفی و عرضه فرصت‌های سرمایه‌گذاری و محصولات و صنایع ویژه شهر مشهد و استان خراسان رضوی | |
| | | زمینه‌سازی شکل‌گیری شبکه خلاق و نوآوری در احیاء، تقویت و ارتقاء مزیت‌های رقابتی شهر مشهد | برگزاری رویدادهای نوآوری و ایده پردازی ناظر به احیاء و فرآوری مزیت‌های رقابتی شهر مشهد در حوزه‌های مختلف غذا، سلامت، ورزش، صنایع فرهنگی و سوغات زائر، زیارت، گردشگری و... حمایت و پشتیبانی و شتابدهی نوآوری‌های فرهنگی، هنری و صنعتی در بازنمایی، فرآوری و فعال‌سازی مزیت‌های رقابتی شهر مشهد در حوزه‌های مختلف غذا، سلامت، ورزش، صنایع فرهنگی و سوغات زائر، زیارت و... انعقاد تفاهم‌نامه و معاهده‌های ملی و بین‌المللی با کلان‌شهرهای منطقه ناظر (دوست شهر) با کلان‌شهرهای |

| سیاست‌های اجرایی | سیاست‌های کلی | هدف | مسائل |
|--|---|-----|-------|
| <p>به ظرفیت‌های مشترک علمی، فرهنگی، اقتصادی، صنعتی، تجاری، به‌اشتراک‌گذاری تجارب مدیریت شهری و...</p> <p>عضویت فعال در سازمان‌های بین‌المللی</p> | <p>کشورهای همسایه و منطقه</p> | | |
| <p>حذف یا تعدیل هزینه‌های جاری (ایجاد معافیت یا تمهید تخفیف‌های مالی) برای حضور فعالان صنایع فرهنگی، غذایی، سلامت و... در شهر مشهد و نمایش آثار ایشان در نمایشگاه‌های فصلی و بازارهای مرکزی شهر مبتنی بر مزیت‌های رقابتی تعریف‌شده</p> | <p>تسهیل برندسازی مزیت‌های رقابتی شهر مشهد (مانند: غذا، سلامت، چرم، پوشاک سوغات، ورزش) مبتنی بر تنوع قومی در مشهد</p> <p>برگزاری دوره‌های مهارت‌محور، کارگاه‌های تخصصی، نشست‌های کاربردی و دوره‌های حرفه‌ای در حوزه برندسازی مزیت‌های رقابتی شهر مشهد به‌ویژه در حوزه صنایع فرهنگی، غذا، سلامت و...</p> | | |
| <p>راه‌اندازی شبکه ملی زیارت در قالب سنسازهای هوشمند مبتنی بر نقشه برداری جامع فرهنگی شهر مشهد با امکان به‌اشتراک‌گذاری خدمات متنوع زیارت و گردشگری (اعم از خدمات زیارت، سلامت، گردشگری فرهنگی، غذا و...)</p> | <p>ایجاد زمینه شبکه‌سازی خدمات شهری در بعد بین‌المللی با محوریت زیارت و مزیت‌های رقابتی شهر مشهد</p> | | |

منبع: (نویسنده)

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۲-۴. اهداف و سیاست‌های متناظر با کلان مسئله تحریم‌های بین‌المللی

جدول (۴): اهداف و سیاست‌های متناظر با مسائل تحریم‌های بین‌المللی

| ریز مسائل | هدف | سیاست‌های کلی | سیاست‌های اجرایی |
|---|--|--|--|
| بازنمایی رسانه‌های منفی از شهر مشهد تصویرسازی بنیادگرا و ارتجاعی از شهر مشهد توسط رسانه‌های بیگانه / برجسته‌سازی آسیب‌های اجتماعی در رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی بیگانه / تمرکز رسانه‌های غربی بر نمایش فقدان مدنیت و شهرت مشهد / تصویر عدم ثبات سیاسی در ایران در بین برخی از کشورها از جمله چین، کشورهای عربی و... | شکل‌گیری انگاره مثبت ملی و بین‌المللی از شهر مشهد و ظرفیت‌های آن | گسترش تولیدهای رسانه‌ای و نمایشی برای مخاطبان غیرایرانی با تمرکز بر کشورهای همسایه | راه‌اندازی شبکه نمایش خانگی ویژه مخاطبین کشورهای فارسی‌زبان و عرب‌زبان با تمرکز بر کشورهای همسایه (افغانستان، تاجیکستان، پاکستان، ترکمنستان و عراق و...) |
| فعال‌سازی گردشگری فرهنگی در شهر مشهد و تسهیل تصویرسازی مطلوب از آن در همکاری با شهرهای فرهنگی منطقه | تصویرسازی شهر خلاق (علمی - فرهنگی - فناوری - اقتصادی - گردشگری) با بهره‌گیری از ظرفیت دانشجویان و طلاب غیرایرانی | ایجاد باشگاه سفیران علمی / فرهنگی مشهد برای عضویت دانشجویان خارجی و اعطاء امتیازهای ویژه رفاهی - علمی | ایجاد پارک تولیدهای علمی، فناوری، رسانه‌ای و... برای دانشجویان غیرایرانی در راستای پاسخگویی به مسائل شهر به‌ویژه در بعد ارتباطات میان‌فرهنگی و بین‌المللی. |
| ایجاد تفاهم‌نامه‌های فرهنگی و اقتصادی با کنسولگری‌های موجود در شهر مشهد در راستای ارتقای روابط میان فرهنگی | تولید آثار علمی و محصولات فرهنگی مبتنی بر مسائل و نیازهای مشهد و منطقه | ایجاد گروه‌های علمی و پژوهشی چندملیتی و تولید آثار علمی و محصولات فرهنگی مبتنی بر مسائل و نیازهای مشهد و منطقه | ایجاد گروه‌های علمی و پژوهشی چندملیتی و تولید آثار علمی و محصولات فرهنگی مبتنی بر مسائل و نیازهای مشهد و منطقه |
| تحریم‌های اقتصادی و تجاری تحریم حوزه پزشکی و سلامت / انحصار اقتصاد گردشگری و بازار صنایع فرهنگی توسط برخی از کشورهای همسایه / بالا رفتن ریسک سرمایه‌گذاری در مشهد / انصراف و مهاجرت نخبگان حوزه سلامت، فرهنگ و هنر و | خنثی‌سازی تحریم‌های اقتصادی و تجاری و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران | رونق‌بخشی به اقتصاد زیارت و گردشگری در شهر مشهد و تمهید حمایت‌ها و پشتیبانی‌های مقتضی | طراحی و ایجاد پارک گردشگری سلامت در تعامل با کشورهای همسایه ایجاد باشگاه سرمایه‌گذاران مشهدی در شهر به‌منظور جذب سرمایه‌گذاری در پرنده‌سازی و توسعه گردشگری فرهنگی و مذهبی شهر مشهد |
| فعال‌سازی ظرفیت مجموعه‌های دینی و فرهنگی مانند آستان قدس رضوی در روابط اقتصادی و تجاری بین‌المللی | فعال‌سازی گردشگری فرهنگی در | برگزاری رویداد گردشگری فرهنگی (نخبگان علمی / فرهنگی / اقتصادی / ورزشی) در تعامل با شهرهای فرهنگی منطقه (دوشنبه - بخارا - استانبول - نجف - کربلا - بیروت - مسقط - هرات - دوحه و...) | برگزاری همزمان رویداد استقبال از بهار با همکاری شهرهای فارسی‌زبان (جشن نوروژ، صنایع فرهنگی و...) |

| سیاست‌های اجرایی | سیاست‌های کلی | هدف | ریز مسائل |
|--|---------------|--|---|
| ایجاد امکان فروش و عرضه بین‌المللی سوغات و صنایع فرهنگی در قالب جشنواره‌های بین‌المللی مانند جشنواره بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام | بین‌المللی | | ... / افزایش ریسک گردشگری در ایران به دلیل تحریم‌های سیاسی - اقتصادی / تحریم‌های پولی و بانکی |
| شناسایی و استفاده هدفمند از موقوفه‌های آستان قدس رضوی در کلان‌شهرهای کشورهای منطقه و جهان | | بهره‌گیری مؤثر از ظرفیت مناطق ویژه اقتصادی و صنعتی در مرزهای خراسان رضوی | |
| طراحی و راه‌اندازی مجموعه‌های چندمنظوره تفریحی، گردشگری، سلامت، ورزشی، تجاری و... در منطقه ویژه اقتصادی سرخس و دوقارون | | | |

منبع: (نویسنده)

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت روزافزون نقش بازیگران منطقه‌ای و محلی به‌ویژه در قالب شهرها در مناسبات بین‌المللی، توجه به ارتقاء سیاست‌های شهری با محوریت دیپلماسی شهری در ایران در راستای تأمین منافع شهروندان از طریق گسترش شبکه‌های ارتباطی فرصت‌محور در حوزه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی اجتماعی و سیاسی ضرورتی انکارناپذیر است. در این میان شهر مشهد به‌عنوان شهری مذهبی و زیارتی با پیشینه عمیق فرهنگی - تاریخی و موقعیت جغرافیایی متمایز و تنوع ظرفیت‌های گردشگری از ظرفیت کم‌نظیر نقش‌آفرینی در حوزه دیپلماسی شهری برخوردار بوده که طرح‌ریزی و اتخاذ سیاست‌های هدفمند ناظر به این ظرفیت را برای دیپلماسی شهری فعال و اثربخش ضروری می‌سازد. با توجه این مهم پژوهش حاضر ضمن مسئله‌شناسی دیپلماسی شهری مشهد، با بهره‌گیری از مطالعات اسنادی و روش گروه متمرکز به هدف‌گذاری (تعیین مطلوبیت‌ها) و صورت‌بندی سیاست‌های کلی و اجرایی متناظر با اهداف در دیپلماسی شهری مشهد پرداخت.

به‌طورکلی مسائل در چهار کلان مسئله «اختلال شناختی، معرفتی نسبت به ظرفیت‌های خود و دیگری»، «حکمرانی تمرکزگرای محافظه‌کارانه (ترس از تغییر)»، «نابسامانی اقتصاد سیاسی شهر مشهد»، و «تحریم‌های بین‌المللی» صورت‌بندی و دسته‌بندی شده و اهداف و سیاست‌های متناظر با آنها طبق نظرهای کارشناسی، طرح و

اولویت‌بندی شدند. اولویت‌بندی صورت گرفته حکایت از آن دارد که مسائل داخلی (مسائل مربوط به خلأشناختی، معرفتی نسبت به ظرفیت‌های خود و دیگری، نابسامانی اقتصاد سیاسی و حکمرانی تمرکزگرای محافظه‌کارانه) بیش از مسائل خارجی (تحریم‌های بین‌المللی) در عدم شکل‌گیری دیپلماسی موفق و پیشرو شهری مشهد نقش داشته‌اند و از میان مسائل داخلی نیز، مسئله شناختی یا همان خودآگاهی نسبت به ظرفیت‌ها، مزیت‌ها و فرصت‌های شهر مشهد در دیپلماسی شهری در درجه اهمیت بالاتری قرار دارد چه اینکه تا وقتی شهروندان و کارگزاران شهری از خودآگاهی و شناخت لازم نسبت به ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی، اقتصادی خاص خود برخوردار نبوده و تصویر و انگاره متمایزی از شهر در اذهان کارگزاران و شهروندان شکل نگیرد اساساً هیچ زمینه مشترکی برای کنشگری مؤثر ملی و بین‌المللی بر اساس ظرفیت‌ها و فرصت‌های فهم‌شده و بینادهنیت و انگاره شکل‌گرفته وجود نخواهد داشت؛ در چنین شرایطی برندسازی شهر که نقشی محوری در دیپلماسی شهری دارد با چالش مواجه می‌شود چه اینکه «برندسازی شهر چهارچوب و ابزاری برای تمایز، تمرکز و سازماندهی حول هویت متمایز مکان فراهم می‌کند و اعتبار آن و عامل خوشنامی و شهرت و مزیت رقابتی آن را فراهم می‌کند» (Anttiroiko, 2014, p. 62). به عبارت دیگر مکان‌ها به‌عنوان منبعی برای تخیل یک نام تجاری عمل می‌کنند و بنابراین پایه‌ای برای تجربه مصرف‌کننده ایجاد می‌کنند. پایه‌ای که مبتنی بر شناخت است^۵ (Amiri & Sevin, 2020, p. 283).

مضاف بر این جهل نسبت به ظرفیت‌ها و عدم خودآگاهی به‌نوبه خود می‌تواند عامل تشدید محافظه‌کاری و تمرکزگرایی در حکمرانی، نابسامانی اقتصاد سیاسی و عدم مشارکت فعالانه و پویای شهروندان در برنامه‌ها بوده و حتی انفعال در عرصه

۵. در ادبیات این حوزه، چهار منبع مختلف ارزش‌افزوده از هم تمیز داده می‌شوند: اولین مورد، تجربه مردم از شهر است؛ این امر به تجربه‌هایی که مردم در یک مکان خاص دارند و نحوه انتقال تجربه‌های خود پس از آن اشاره دارد. دوم ادراک است: این جنبه به چگونگی درک جمعیت مکان مربوط می‌شود. سوم اعتقاد و باور به شهر است: این جنبه به ارتباطها، انجمن‌ها و مشارکت‌هایی اشاره دارد که با شهر انجام می‌شود. درنهایت، چهارمین مورد ظاهر و جلوه شهر است: جنبه‌های فیزیکی شهر نیز در برندسازی مهم هستند (Amiri & Sevin, 2020, p. 283).

بین‌المللی، ابهام در کیفیت مواجهه با تحریم‌های بین‌المللی و ناتوانی در خنثی نمودن آثار منفی آن را در پی دارد.

در اعتباربخشی و اولویت‌بندی هدف‌گذاری و طرح سیاست‌ها نیز همین ترتیب مورد توجه غالب صاحب‌نظران بوده است و بر همین مبنا سیاست‌های کلی و اجرایی به تفکیک فهرست شده‌اند. آن‌چنان‌که سیاست‌های معطوف به افزایش خودآگاهی نسبت به ظرفیت‌ها، از قبیل «بازتاب و بازنمایی رسانه‌ای و علمی هدفمند ظرفیت‌ها و تجارب موفق در ارتباطات تجاری، اقتصادی، میان‌فرهنگی و... با کشورهای منطقه» (اعم از ظرفیت‌ها و تجارب تاریخی و موجود)، «ایجاد زمینه‌ها و بسترهای ارتباطی مناسب به منظور تعارف (شناخت متقابل) کنشگران فرهنگی، علمی و اقتصادی از ظرفیت‌های مشترک»، «ارتقاء سطح آگاهی و شناخت شهروندان نسبت به پیشینه تاریخی شهر مشهد و ظرفیت‌ها و منابع فرهنگی و اقتصادی متنوع آن»، «ترسیم و ارائه روایت منسجم از شهر در قالب محصولات فرهنگی هنری و رسانه‌ای (بازنمایی هدفمند و منسجم قصه شهر)»، «ایجاد زمینه و فرصت گفتگو و به‌اشتراک‌گذاری نظرها، آراء، ایده‌ها حول روایت شهر» و... از اولویت بیشتری نسبت به سیاست‌های دیگر حوزه‌ها برخوردار بوده‌اند.

لازم به ذکر است که این سیاست‌ها در جریان طرح با گروه‌های دیگری از متخصصان در دوره‌های زمانی آتی (به تناسب موقعیت و شرایط زمانه) امکان تعدیل و یا تکمیل دارند و هیچ‌گونه ادعای قطعی در خصوص جامعیت آنها وجود ندارد. درعین حال آنچه حائز اهمیت است، محوریت اهداف (یا مطلوبیت‌هایی) است که مبتنی بر مسئله‌شناسی صورت‌گرفته می‌تواند از ثبات بیشتری برخوردار باشد. مطلوبیت‌هایی که به‌ترتیب مذکور در یافته‌ها، ۱۶ مورد ذیل را دربرمی‌گیرند:

- دستیابی به شناخت جامع و واقع‌گرایانه از وضعی و ظرفیت‌های شهر مشهد و متقابلاً سایر شهرهای کشورهای منطقه و جهان؛
- شکل‌گیری یک روایت منسجم از شهر مشهد؛
- احیای هویت بومی و افزایش حس تعلق شهروندان نسبت به شهر مشهد؛
- احیاء رویکردهای توسعه بوم مبنا در مدیریت شهری و بهسازی آن؛
- خودآگاهی نسبت به ظرفیت‌های متمایز شهر مشهد و شکل‌گیری یک تصویر جامع،

همگرا و هماهنگ از آن؛

- تعامل هوشمند و هدفمند بینا فرهنگی با گروه‌های مختلف قومی و فرهنگی؛
- پویایی نهاد علم و کنشگری فزاینده آن در نسبت با مسائل و تحولات فرهنگی و ارتباطی شهر؛
- تحقق عدالت و خدمت‌محوری در توسعه شهری؛
- فعالیت‌بخشی به مزیت‌های رقابتی شهر مشهد (حرم مطهر رضوی و ظرفیت‌های اقتصادی، فرهنگی و ارتباطی زیارت، صنایع فرهنگی، سوغات زائر، صنایع چرم و پوشاک، جغرافیای متفاوت، گردشگری سلامت، غذا و صنایع غذایی، زیرساخت‌های اقامتی و میزبانی، اماکن ورزشی، پیشینه ارتباطی ارزشمند شهر مشهد به‌عنوان قطب ارتباطات زیارت و نیز تبادلات تجاری به‌ویژه در قالب جاده ابریشم و محوریت ارتباطی آن نسبت به شهرهای خراسان بزرگ، وجود هاب‌های متنوع اقتصادی در اطراف ایران و ظرفیت کشورهای همسایه (به‌ویژه افغانستان، پاکستان، ترکمنستان، روسیه و...) در تعامل‌های اقتصادی و تجاری)؛
- تحقق رویکرد فرصت‌محور در مدیریت شهری؛
- برخورداری از استقلال نسبی در مدیریت شهری مشهد به‌ویژه در دیپلماسی شهری؛
- برخورداری از چشم‌انداز و نقشه راه در سیاست‌گذاری و دیپلماسی شهری؛
- همگرایی و هم‌افزایی میان کارگزاران شهری (مدیریت یکپارچه شهری)؛
- مشارکت حداکثری مردمی در مدیریت شهری؛
- شکل‌گیری انگاره مثبت ملی و بین‌المللی از شهر مشهد و ظرفیت‌های آن؛
- خنثی‌سازی تحریم‌های اقتصادی و تجاری و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران.

کتابنامه

اسدی، روح‌الله (۱۳۹۹.الف). تعیین اولویت کشورهای اسلامی در راستای اهداف دیپلماسی شهری مشهد. *پژوهش‌های جغرافیای سیاسی*، ۵(۳)، ۲۲-۴۳.
اسدی، روح‌الله (۱۳۹۹.ب). تدوین راهبردهای دیپلماسی شهری مشهد با تأکید بر کشورهای اسلامی، جغرافیا و توسعه فضای شهری، ۷(۲)، ۱۰۵-۱۲۳.
ایزدی، فؤاد و ماه‌پیشانیان، مهسا (۱۳۹۰). دیپلماسی عمومی آمریکا در خاورمیانه؛ تداوم یا تفاوت؟ *دوفصلنامه علمی پژوهشی دین و ارتباطات*، ۱۸(۲)، ۳۳-۶۷.
بصیرت، میثم و جلیلی، سیدمصطفی (۱۳۹۳). تحلیل فرصت‌ها و چالش‌های توسعه دیپلماسی شهری در کلان‌شهر تهران. *هنرهای زیبا: معماری و شهرسازی*، ۱۹(۳)، ۵۳-۶۶.

خرازی، محبوبه؛ مجیدی قهرودی، نسیم و کاوه‌ای، بهروز (۱۴۰۰). عوامل مؤثر در ارتباطات دیپلماتیک فرهنگی کلان‌شهر تهران در راستای دیپلماسی ارتباطی فرهنگی. *مدیریت فرهنگی*، ۱۴(۵۳)، ۱۲۳-۱۴۰.

فلیک، اووه (۱۳۹۰). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
قاسمی، محسن (۱۳۹۸). جایگاه دیپلماسی عمومی و قدرت نرم در جهان اسلام در افق ۱۴۱۴ش. *فصلنامه مطالعات بنیادین و کاربردی جهان اسلام*، ۱(۱)، ۸۱-۱۰۰.
محمدپور، احمد (۱۴۰۰). *ضد روش؛ زمینه‌های فلسفی و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی*. تهران: نشر لوگوس.

مشایخی، محرم؛ زرقانی، سیدهادی و خوارزمی، امیدعلی (۱۳۹۷). تحلیل استراتژیک دیپلماسی شهری کلان‌شهر مشهد. *پژوهش‌های جغرافیای سیاسی*، ۳(۱)، ۱۰۵-۱۳۱.
نجاتی حسینی، سید محمود (۱۳۹۰). *سیاست شهری و دیپلماسی شهری (از نظریه تا تجربه)*. *جامعه‌شناسی تاریخی*، ۳(۲)، ۱۱۷-۱۴۲.

- Acuto, M. (2013). *Global Cities, Governance and Diplomacy*. New York: Routledge.
Amiri, S. & Sevin, E. (2020). *City Diplomacy: Current Trends and Future Prospects*. Palgrave Macmillan.
Anttiroiko, A. (2014). *The Political Economy of City Branding*. New York: Routledge.
Blackman, Tim (2003). *Urban Policy in practice, the Taylor & Francis e-*

Library.

- Bloor, M. & Wood, F. (2006). *Keywords in Qualitative Methods: A Vocabulary of Research Concepts*. London, Thousand Oaks, SAGE Publications.
- Daroudi, M. & Peimani, N. (2013). Assessing Urban Diplomacy Approach on Foreign Investors in Tehran Using Network Analysis Process - SWOT Analysis. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 15(5), 715-722.
- Dye, T. R. (2002). *Understanding public policy*. Prentice Hall.
- kihlgren grandi, Lorenzo (2020). *City Diplomacy*, Springer International Publishing; Palgrave Macmillan.
- Marchetti, R. (2021). *City diplomacy: from city-states to global cities*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Snow, Nancy & Cull, Nicholas J. (2020). *Routledge handbook of public diplomacy*. New York: Routledge.
- Wang, J. (2018). *Urban Policy*. In: Farazmand, A. (eds) *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*. Springer, Cham.

