



Research Paper

Urban Diplomacy and Media*

10.22034/CDRJ.2024.490111.1028

Ehsan ShahghasemiFaculty Member, Department of Communication, The University of Tehran, Tehran, Iran
shahghasemi@ut.ac.ir

0000-0002-8716-5806

ABSTRACT

Urban diplomacy is an evolving phenomenon that enables cities to independently operate on the international stage and expand their influence in global policies and economies. In recent years, media has increasingly played a role in urban diplomacy. Major cities, leveraging their economic, cultural, and media resources, have played pivotal roles in developing urban diplomacy. From hosting international events like exhibitions and conferences to enhancing international relations through cultural and scientific diplomacy and smart, strategic uses of artificial intelligence, cities are gradually becoming independent actors on the global stage. In addition to their direct roles, media are considered important tools in urban diplomacy. They enhance the global stature of cities by presenting them in an attractive and positive light. Modern technologies such as social networks and digital platforms also play a role, enabling access and interaction among global citizens and allowing them to directly participate in international dialogues. Innovative technologies like artificial intelligence help city managers revolutionize urban diplomacy, although the deceptive capabilities of artificial intelligence in urban diplomacy should not be overlooked.

Received: 2024-08-21
Accepted: 2024-09-12**Keywords:**

Urban Diplomacy; Media; Cultural Resources; Artificial Intelligence; Behavioral Modification.

*. The contents of the Journal reflect the thoughts and views of the authors, and the Journal is not responsible for this.

دیپلماسی شهری و رسانه*

احسان شاهقاسمی

doi 10.22034/CDRJ.2024.490111.1028

عضو هیئت علمی گروه ارتباطات دانشگاه تهران، تهران، ایران

shahghasemi@ut.ac.ir

ID 0000-0002-8716-5806

چکیده

دیپلماسی شهری پدیده‌ای نوین و در حال تکامل است که به شهرها کمک می‌کند در عرصه‌های بین‌المللی مستقلانه عمل کنند و تأثیر خود را بر سیاست‌ها و اقتصاد جهانی گسترش دهند. در سال‌های اخیر، رسانه‌ها نقش فزاینده‌ای در دیپلماسی شهری یافته‌اند و شهرهای بزرگ با استفاده از منابع اقتصادی، فرهنگی و رسانه‌ای خود توانسته‌اند نقش‌های کلیدی در توسعه دیپلماسی شهری ایفا کنند. شهرها با میزبانی رویدادهای بین‌المللی مانند نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌ها و نیز تقویت روابط بین‌المللی از طریق دیپلماسی فرهنگی و علمی و کاریست‌های هوشمندان و راهبردی هوش مصنوعی، به تدریج در حال تبدیل شدن به بازیگرانی مستقل در عرصه جهانی هستند. رسانه‌ها علاوه بر نقش‌های مستقیم، از ابزارهای مهم در دیپلماسی شهری به‌شمار می‌روند. آن‌ها با ارائه تصویری جذاب و مثبت از شهرها، به تقویت جایگاه آن‌ها در جهان کمک می‌کنند. فناوری‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی نیز در این میان نقش‌آفرینی می‌کنند، به طوری که امکان دسترسی و اندرکنش بین شهروندان جهان را فراهم می‌آورند و به آن‌ها کمک می‌کنند تا به صورت مستقیم در گفت‌وگوهای بین‌المللی شرکت کنند. فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی به مدیران شهرها کمک می‌کنند تا انقلابی در دیپلماسی شهری ایجاد کنند و البته نباید از قابلیت‌های فریبکارانه هوش مصنوعی در دیپلماسی شهری نیز غافل شد.



تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۲۲



واژگان کلیدی:

دیپلماسی شهری،
رسانه‌ها، منابع
فرهنگی، هوش
مصنوعی، اصلاح
رفتار.

* مطالب مندرج در فصلنامه مبین اندیشه‌ها و دیدگاه‌های نویسندگان است و از این بابت مسئولیتی متوجه فصلنامه نیست.

<https://cdrij.icro.ir>

مقدمه

دنیای ما به صورت فزاینده‌ای کوچک و کوچک‌تر می‌شود، ارتباطات جهانی هر روز پیچیده‌تر و هم‌زمان‌تر می‌شود و این روزها نقش شهرها به‌عنوان بازیگران مهم چشم‌انداز جهانی، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. دیپلماسی شهری به‌عنوان یکی از شاخه‌های نوپدید دیپلماسی، فرصت‌هایی برای اندرکنش و همکاری بین شهرهای جهان فراهم می‌آورد. این دیپلماسی نه تنها در زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، بلکه در عرصه‌های اقتصادی و سیاسی نیز تأثیرگذار است. رسانه‌ها که یکی از ابزارهای کلیدی این عرصه هستند، نقش مهمی در شکل‌دهی و تقویت اندرکنش‌ها دارند.

مانند همه مفاهیم نوپدید، تعریف دقیق دیپلماسی شهری امکان‌پذیر نیست و پژوهشگران نگاه‌های متفاوتی به چیستی دیپلماسی شهری دارند. *اوزکاکیل* می‌گوید دیپلماسی شهری یعنی «استفاده شهرها از نهادها و فرایندها برای درگیر شدن در روابط با دیگر کنشگران در میدان بین‌المللی با هدف بازنمایی خودشان و منافعشان برای یکدیگر» (Özçakıl, 2023: 1). *موش* و دیگران دیپلماسی شهری را چنین تعریف می‌کند: «همه ابتکارات میان حکومت‌های ملی که به صورت مستقیم یا نامستقیم، یا عمودی یا غیرعمودی بر پویایی محلی صلح یا جنگ اثر می‌گذارد» (Musch et al., 2008: 106). *ون در پلم* و *ملیسن* دیپلماسی شهری را چنین تعریف می‌کنند: «نهادها و فرایندهایی که شهرها و حکومت‌های محلی به وسیله آن‌ها با کنشگران و میدان بین‌المللی سیاسی ارتباط می‌گیرند تا خود و منافعشان را برای هم بازنمایی کنند» (Van der Pluijm & Melissen, 2007: 6).

در هر حال، دیپلماسی شهری هر تعریفی که داشته باشد، از راه ارتقای تبادلات فرهنگی، تجاری، علمی و آموزشی میان شهرها، به دنبال ایجاد پلهایی بین ملت‌ها و فرهنگ‌هاست. این نوع دیپلماسی به شهرها کمک می‌کند مستقل از دولت‌های ملی، روابط بین‌المللی خود را شکل دهند و بر سرنوشت خود اثر بگذارند. در این میان، رسانه‌ها از راه پوشش خبری و تحلیل‌های تخصصی، به مخاطبان خود در سراسر جهان نمایش می‌دهند که چگونه شهرها می‌توانند نقش‌های فعالی در عرصه جهانی ایفا کنند.

افزون بر آن، استفاده از تکنولوژی‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی شهری امکان دسترسی و اندرکنش بیشتر بین شهروندان جهان را فراهم آورده است. این شبکه‌های دیجیتال نه تنها بستری برای ارتباطات رسمی بین شهرها آماده می‌سازند، بلکه کمک می‌کنند شهروندان به‌طور مستقیم در روابط بین‌المللی شرکت کنند و نقش‌های فعالانه‌ای داشته باشند. بدین ترتیب، دیپلماسی شهری و رسانه‌ها در هم پیوسته هستند و در تقویت یکدیگر نقش دارند. این مقاله به دنبال بررسی عمیق‌تر این اندرکنش‌ها و تأثیرات آن‌ها بر جهان امروز است، اما نخست، تاریخچه و تکامل دیپلماسی شهری را مرور می‌کنم و سپس نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری و پیشبرد آن را بررسی خواهم کرد و در نهایت برخی بینش‌ها را در این باره ارائه خواهم داد.

۱. دیپلماسی شهری، پدیده‌ای رو به توسعه

با وجود اینکه به نظر می‌رسد دیپلماسی شهری پدیده‌ای نسبتاً نو باشد، باید بدانیم که ریشه‌هایی دیرینه دارد. شهرهایی مانند ونیز و هانزا در سده‌های میانه، به‌خوبی نشان‌دهنده توانایی شهرها برای انجام دیپلماسی مستقل از حکومت‌های مرکزی هستند. این شهرها با استفاده از منابع اقتصادی و موقعیت استراتژیک خود، توانستند تأثیرات قابل توجهی بر روابط بین‌المللی آن زمان داشته باشند. در دوران مدرن، با پیشرفت فناوری و افزایش ارتباطات جهانی، شهرها بیش از پیش به عناصر فعال در صحنه بین‌المللی تبدیل شده‌اند. شهرهایی مانند نیویورک، پاریس و توکیو نه تنها مراکز اقتصادی و فرهنگی جهان شناخته می‌شوند، بلکه همچون بازیگران مهم در دیپلماسی جهانی نیز عمل می‌کنند. پاریس پایتخت فرانسه، یکی از مهم‌ترین مراکز دیپلماسی جهان است. این شهر میزبان ده‌ها سفارتخانه و کنسولگری، سازمان‌های بین‌المللی مانند یونسکو و سایر نهادهای چندملیتی است. پاریس نقش مهمی در توسعه سیاست‌های بین‌المللی دارد و در زمینه‌های مربوط به حقوق بشر، محیط‌زیست و دیپلماسی فرهنگی اهمیت ویژه و فراوانی دارد. این شهر همچنین میزبان برخی از مهم‌ترین رویدادهای دیپلماتیک مانند مذاکرات تغییرات اقلیمی است که به توافق پاریس انجامید و یکی از بازیگران مهم عرصه سیاست جهانی به‌شمار می‌آید. این رویدادها پاریس را به صحنه‌ای کلیدی برای گفت‌وگوهای بین‌المللی تبدیل کرده‌اند و سیاست‌مداران،

دیپلمات‌ها و فعالان از سراسر جهان برای شکل دادن به آینده سیاسی و اقتصادی جهان در این شهر دور هم جمع می‌شوند.

توکیو پایتخت ژاپن، یکی دیگر از مراکز دیپلماسی جهانی، جایگاه بلندی دارد. این شهر مرکز مهمی برای فعالیت‌های اقتصادی و مالی آسیا به‌شمار می‌رود و نقش محوری در روابط بین‌المللی منطقه دارد. توکیو میزبان نشست‌های بین‌المللی بسیاری است و دارای اندرکنش‌های قوی با دیگر پایتخت‌های بزرگ جهان است. دولت ژاپن و شهرداری توکیو اغلب در راهبردهای دیپلماتیک همکاری می‌کنند تا از توانایی‌های شهر برای ارتقای سطح دیپلماسی ژاپن بهره ببرند. برای مثال، توکیو میزبان رویدادهای متعددی است که به گسترش دیپلماسی نرم و تقویت ارتباطات بین‌المللی ژاپن کمک می‌کند، از جمله رویدادهای فرهنگی و تجاری (Calder & de Freytas, 2009: 84).

باوجود اینکه نیویورک پایتخت رسمی ایالات متحده نیست، بی‌شک یکی از مهم‌ترین مراکز دیپلماسی جهانی است. این شهر میزبان دائمی سازمان ملل متحد است و همچون مرکزی برای تصمیم‌گیری‌های بین‌المللی عمل می‌کند. نیویورک نقش محوری در توسعه سیاست‌های جهانی دارد و محل برگزاری اجلاس و مذاکرات مهم بین‌المللی است. افزون بر آن، در جایگاه مرکز مالی جهانی، تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد جهانی دارد و این امر بر دیپلماسی اقتصادی ایالات متحده و سایر کشورها تأثیر می‌گذارد. فرصت‌های دیپلماتیک در نیویورک به دلیل تنوع فرهنگی و جمعیتی شهر، به‌طور چشمگیری گسترده است؛ جایی که دیپلمات‌ها، تجار، هنرمندان و فعالان از سراسر جهان برای تبادل ایده‌ها و فرهنگ‌ها دور هم جمع می‌شوند.

شهرهای بزرگ به‌واسطه جمعیت زیاد و تمرکز بالای منابع اقتصادی و فرهنگی توانسته‌اند نقش‌های قابل توجهی در توسعه روابط بین‌المللی ایفا کنند. آن‌ها به‌صورت فزاینده‌ای در تلاش هستند تا با برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌های خارجی شهری، خود را به‌عنوان قطب‌های جهانی مطرح کنند. این شهرها از راه میزبانی رویدادهای بین‌المللی همچون نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و جشنواره‌های فرهنگی توانسته‌اند تأثیرات عمده‌ای بر ارتقای دیپلماسی شهری داشته باشند. این فعالیت‌ها فرصت‌هایی را برای تبادل فرهنگی، اقتصادی و سیاسی فراهم می‌آورند و به شهرها

کمک می‌کنند نفوذ و شناخت جهانی خود را تقویت کنند. در ادامه، چندین روش که از راه میزبانی رویدادهای بین‌المللی می‌توان به دیپلماسی شهری ارتقا بخشید، توضیح داده شده است. میزبانی رویدادهای بین‌المللی به شهرها این امکان را می‌دهد که تصویر خود را به‌عنوان مراکز فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی مهم تقویت کنند. این رویدادها نشان‌دهنده توانایی یک شهر در جذب بازدیدکنندگان بین‌المللی و ارائه سرویس‌های با کیفیت بالا هستند که می‌تواند به جذب سرمایه‌گذاری‌ها، توریست‌ها و استعداد‌های بین‌المللی در آینده کمک کند. رویدادهای بین‌المللی محلی برای شبکه‌سازی و برقراری ارتباط بین فرهنگ‌ها، صنایع و دولت‌ها فراهم می‌آورند. این محیط‌های اندرکنشی به تبادل دانش و ایده‌ها کمک می‌کنند و می‌توانند منجر به شکل‌گیری شراکت‌ها و همکاری‌های طولانی‌مدت شوند. برای مثال، شهرها می‌توانند از راه میزبانی کنفرانس‌های بین‌المللی در زمینه‌هایی مانند فناوری، پایداری و توسعه شهری، پیشروان این حوزه‌ها شناخته شوند.

شهرهای اسلامی هم تلاش کرده‌اند از قافله عقب‌نمانند و در دو دهه اخیر شاهد سیاست‌گذاری‌های موفق در این عرصه بوده‌ایم؛ به‌ویژه شهرهایی چون دبی، دوحه، استانبول و ریاض که قطب‌های اقتصادی شناخته می‌شوند توانسته‌اند با جذب سرمایه‌گذاران خارجی و افزایش تجارت بین‌المللی، اقتصاد خود را متحول کنند. برای مثال، دبی به یک مرکز جهانی تجارت و گردشگری تبدیل شده و اقتصاد خود را از وابستگی به نفت به سمت بخش‌های متنوع دیگری مانند مالی، گردشگری و املاک سوق داده است (Daher, 2011: 225). همچنین ایجاد زیرساخت‌های مدرن مانند فرودگاه‌های بین‌المللی و مناطق آزاد اقتصادی، این شهرها را به نقاط کلیدی در شبکه اقتصاد جهانی تبدیل کرده است.

شهرهایی مانند استانبول، قاهره و جاکارتا به‌واسطه ورود فرهنگ‌های نوین از طریق رسانه‌ها، گردشگری و مهاجرت، دستخوش تغییرات فرهنگی شده‌اند. برای مثال، در استانبول که پل میان شرق و غرب شناخته می‌شود، سبک زندگی مدرن و ارزش‌های سنتی اسلامی کنار هم زندگی می‌کنند (Gökarkısel & Secor, 2017: 217). این شهرها با چالش‌های متعددی در حفظ هویت

فرهنگی و دینی خود مواجه شده‌اند، اما در عین حال می‌بینیم شهرهایی همچون مشهد و قم با اتخاذ سیاست‌های دیپلماتیک شهری، نه تنها موقعیت خود را به‌عنوان یک کانون مرکزی گردشگری و دیپلماسی شهری تثبیت کرده‌اند، تا حد زیادی از این مشکلات فرهنگی نیز بر حذر بوده‌اند و مشکلات دیگر شهرهای اسلامی که با مسائلی همچون غرب‌زدگی و فرسایش هویت بومی مواجه شده‌اند (Sassen, 2001: 293) نداشته‌اند. یکی دیگر از جنبه‌های تأثیر جهانی شدن بر شهرهای اسلامی، تغییر در معماری و فضای شهری است. شهرهای اسلامی سنتی دارای بافت‌هایی با معماری خاص و منحصربه‌فرد هستند که اغلب متناسب با فرهنگ و اقلیم محلی طراحی شده‌اند؛ با این حال، توسعه سریع شهری و گسترش فناوری‌های نوین معماری، منجر به تغییرات فضایی عمده در شهرهای اسلامی شده است. برای مثال، در شهرهایی مانند دوحه و ابوظبی، برج‌های بلند و مراکز تجاری مدرن جایگزین بافت‌های سنتی شده‌اند و ساختارهای مدرن همچون برج خلیفه در دبی، نمایانگر این تغییرات هستند (Bianca, 2000: 325).

جشنواره‌های فرهنگی و هنری بین‌المللی نه تنها به حفظ و نمایش میراث فرهنگی شهر کمک می‌کنند، بلکه فرصت‌هایی را برای دیپلماسی فرهنگی ایجاد می‌کنند. این رویدادها می‌توانند همچون پلی میان فرهنگ‌ها عمل کرده و تفاهم و احترام متقابل بین مردم را در نقاط مختلف جهان تقویت کنند. همچنین می‌توانند موجب افزایش آگاهی جهانی نسبت به مسائلی مانند حقوق بشر، تنوع فرهنگی و حفاظت از محیط‌زیست شوند. رویدادهای بزرگ بین‌المللی معمولاً میزبان دیپلمات‌ها، سیاست‌مداران و تصمیم‌گیرندگان کلیدی از سراسر جهان هستند. این امر به شهرها امکان می‌دهد همچون میزبان‌های دیپلماسی عمل کنند و در مذاکره‌ها و توافقات مهم بین‌المللی نقش داشته باشند. میزبانی از این شخصیت‌ها همچنین می‌تواند به تقویت روابط دوجانبه و چندجانبه یاری رساند و شهرها را در مرکز توجهات بین‌المللی قرار دهد. شاید بتوان پاریس را یکی از مهم‌ترین شهرهایی دانست که به قابلیت جشنواره‌های فرهنگی و هنری در پیشبرد دیپلماسی شهری پی برده است. در سال ۱۹۰۰ فرانسوی‌ها نمایشگاه پاریس را برگزار کردند و واپسین شگفتی‌های فناوری را در آنجا به نمایش گذاشتند. یکی از موارد محبوب و

چشمگیر در این نمایشگاه، قلعه‌ای شیشه‌ای بود که درون آن لامپ کار گذاشته بودند. شب هنگام این لامپ‌ها روشن می‌شد و قلعه و دیوارهای آن می‌درخشیدند و بازدیدکنندگان را در شگفتی و تحسین فرومی‌بردند. همه فناوری‌های شگفت‌انگیز سال ۱۹۰۰ در مقایسه با یک اسباب‌بازی ساده و ارزان‌قیمت چینی امروزی بسیار پیش‌پا افتاده‌اند، ولی در آن زمان بشر خود را در قلعه پیشرفت و فناوری می‌دید و از این جایگاه احساس غرور می‌کرد. در حالی که در سال ۱۹۰۰ فرانسه ۴۰ میلیون نفر جمعیت داشت، برآورد می‌شود بیش از پنجاه میلیون نفر از نمایشگاه پاریس بازدید کردند (ایران هم در این نمایشگاه غرفه داشت و مظفرالدین‌شاه از نمایشگاه پاریس دیدن کرد) (شاه‌قاسمی، ۱۴۰۲: ۲۳).

با درهم‌تنیده‌تر شدن ارتباطات جهانی، ارتباطات میان افراد مهم در شهرداری‌ها اهمیت روزافزونی یافته است. شهرداری‌ها و دیگر مقامات شهری از راه تشکیل شبکه‌های بین‌المللی و همکاری‌های دوجانبه با دیگر شهرها، به تقویت جایگاه بین‌المللی خود می‌پردازند. این پیشرفت دیپلماسی شهری نشان‌دهنده تغییر نقش شهرها از موجودیت‌های منفعل در سیاست‌های دولت‌های مرکزی به بازیگران فعال و مستقل در عرصه جهانی است. شهرها به واسطه توانایی تولید نوآوری و پیشبرد توسعه پایدار، نقش رهبری در مسائل جهانی را بر عهده گرفته‌اند و شگفت نیست که می‌بینیم امروز موجودیت سیاسی برخی کشورها نه در نام آن کشورها که در نام پایتختشان متجلی می‌شود.

اقتصاد هم یکی از موتورهای محرکه دیپلماسی شهری است. شهرها به‌عنوان مراکز عمده اقتصادی، نقش کلیدی در توسعه دیپلماسی اقتصادی و تجاری ایفا می‌کنند. شهرها از راه برگزاری رویدادهای اقتصادی می‌توانند با سایر مراکز تجاری جهان ارتباط برقرار کرده و به تقویت تجارت و سرمایه‌گذاری‌های متقابل بپردازند. شهرهایی مثل دوی و سنگاپور که مراکز تجاری جهانی شناخته می‌شوند، از این نوع دیپلماسی بهره فراوانی برده‌اند. هر دوی این شهرها فرصت‌های بسیار عالی را برای سرمایه‌گذاران و علاقه‌مندان ایجاد می‌کنند؛ به طوری که شاید در نگاه اول تصور شود سود اقتصادی مستقیم ندارند یا حتی هزینه‌های افزوده‌ای را به این شهرها تحمیل

می‌کنند، ولی در نهایت فرصت‌های سرمایه‌گذاری و ارتباطی‌ای که ایجاد می‌کنند سود گفتمانی و اقتصادی کلانی را به این شهرها سرازیر می‌کنند.

فرصت دیگری که در اختیار شهرهاست، دانشگاه‌ها و نهادهای علمی - آموزشی است. دیپلماسی علمی و آموزشی شهرها نیز از راه توسعه مراکز آموزشی و تحقیقاتی، برنامه‌های تبادل دانشجو و همکاری‌های بین‌المللی در حوزه‌های تحقیق و توسعه صورت می‌پذیرد. شهرهایی مانند بوستون و کمبریج که به‌خاطر دانشگاه‌های برجسته‌شان معروف هستند، توانسته‌اند از راه دیپلماسی علمی نقش‌های مهمی در توسعه بین‌المللی ایفا کنند. به نظر می‌رسد دانشگاه‌های شهرهای مهم ایران نیز با شناسایی این ظرفیت، در حال تلاش برای یافتن فرصت‌های دیپلماسی شهری در ایجاد روابط با دانشجویان و نهادهای علمی کشورهای دیگر هستند. بنا بر پژوهشی که ایرنا منتشر کرده است، درحالی‌که تعداد دانشجویان بین‌المللی در ایران تا پایان دهه ۱۳۸۰ به دو هزار نفر نمی‌رسید، در دهه ۱۳۹۰ با تصویب نقشه جامع علمی کشور و قوانین برنامه پنج‌م و ششم توسعه و سند جامع روابط علمی بین‌المللی و گسترش فعالیت جامعه المصطفی العالمیه و دانشگاه آزاد اسلامی، تعداد دانشجویان بین‌المللی به میزان قابل توجهی افزایش یافت؛ به‌نحوی‌که براساس گزارش سازمان امور دانشجویان در سال ۱۴۰۰ این عدد به حدود ۱۳۰ هزار نفر رسید (طهمورثی، ۱۴۰۲).

بنیاد ملی سیاست امریکا^۱ می‌گوید امروز بیش از هفتاد درصد دانش‌آموختگان دکتری در امریکا، خارجی هستند. البته این افراد با بورس و امکانات عالی و اهرم‌های دیگری مانند اعطای تابعیت، «امریکایی» خواهند شد و به کشور امریکا خدمت خواهند کرد. در سال ۲۰۱۵، بروس ای. وولی^۲ رئیس سابق دپارتمان مهندسی برق در دانشگاه استنفورد، اعلام کرد: «بی‌شک بهترین دانشگاه جهان در پرورش دانشجویان کارشناسی مهندسی برق، دانشگاه شریف در تهران است. [امسال] پانزده نفر از آنان مستقیماً گرین‌کارت گرفتند و در استنفورد مشغول تحصیل در مقطع

۱. National Foundation for American Policy

2. Bruce A. Wooley

کارشناسی ارشد شدند». می‌توان درباره فرار مغزها، استعداد ایرانی‌ها یا اهمیت ایجاد محیط امن برای پرورش نخبگان صحبت کرد، اما آنچه در بحث کنونی برای ما مهم است، ضعف نظام آموزشی آمریکا در پرورش دانش‌آموزان توانا و وابستگی دانشگاه‌های این کشور - که بی‌شک از بهترین دانشگاه‌های جهان هستند - به نیروهای پرورش‌یافته در دیگر کشورهای جهان است. در سال ۲۰۲۱ رویدادی در المپاد جهانی ریاضی اتفاق افتاد که مایه شوخی کاربران شبکه‌های اجتماعی شد. تیم آمریکا توانست تیم چین را شکست دهد، اما همه هموندان تیم آمریکا چینی‌الصل بودند؛ جالب‌تر آنکه معلوم شد شش سال پیش از آن هم، سرتیم آمریکا آسیایی‌الصل بوده است (شاه‌قاسمی، ۱۴۰۲: ۱۲۷).

۲. نقش رسانه در دیپلماسی شهری

رسانه‌ها در زندگی شهری نقشی تعیین‌کننده و چندوجهی دارند که بر تمامی جنبه‌های زندگی در شهرها تأثیر می‌گذارد. این تأثیرگذاری از اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی گرفته تا شکل‌دهی به فرهنگ و ارزش‌های جمعی را شامل می‌شود. رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری برای انتقال اطلاعات می‌توانند در تقویت ارتباط بین شهروندان و مدیریت شهری نقش اساسی ایفا کنند. رسانه‌ها از راه انتشار خبرهای محلی، رویدادها و مسائل مربوط به شهر به شهروندان کمک می‌کنند تا از حقوق و مسئولیت‌های خود آگاه شوند و در فعالیت‌های مدنی و اجتماعی مشارکت فعال‌تری داشته باشند. همچنین در مواقع بحرانی مانند حوادث طبیعی یا اضطراری، رسانه‌ها همچون منبعی حیاتی برای اطلاع‌رسانی سریع و دقیق عمل می‌کنند که این می‌تواند به کاهش خسارات و هماهنگی بهتر عملیات امداد و نجات کمک کند (ربیعی و شاه‌قاسمی، ۱۳۸۷: ۶۵).

علاوه بر نقش اطلاع‌رسانی، رسانه‌ها در شکل‌دهی هویت فرهنگی و اجتماعی شهرها نیز مؤثر هستند. رسانه‌ها از راه برنامه‌های تلویزیونی، مقاله‌ها، فیلم‌ها و دیگر محتوای رسانه‌ای، تصویری از زندگی شهری ارائه می‌دهند که می‌تواند نگرش‌ها و رفتارهای شهروندان را شکل دهد. همچنین رسانه‌ها مانند بستری برای بحث و گفت‌وگو در مورد مسائل مهم شهری عمل می‌کنند و شهروندان می‌توانند دیدگاه‌ها و انتقادهای خود را بیان کرده و به‌طور مؤثر در تصمیم‌گیری‌های شهری

مشارکت کنند، یا دست کم تصور کنند مشارکت‌های آن‌ها نقش مهمی در اداره شهر دارد؛ در نتیجه، رسانه‌ها با ایجاد فضایی برای تبادل آزاد اطلاعات و افکار، به عنصری کلیدی در مردم‌سالاری‌های شهری تبدیل می‌شوند که توانایی آن‌ها برای تحول و پیشبرد جامعه شهری را تقویت می‌کند.

رسانه‌ها یکی از محورهای اصلی در دیپلماسی شهری هستند که می‌توان به‌واسطه آنان تصویری جذاب و مؤثر از شهرها به جهان عرضه کرد. در این مقاله خواهیم دید که برخی شهرها - یا دقیق‌تر بگوییم مدیران شهرها - به‌خوبی از این امکان استفاده می‌کنند. رسانه‌ها به شهرها کمک می‌کنند تصویری مطلوب و جذاب از خود ارائه دهند. این تصویرسازی شامل جذابیت‌های توریستی، فرصت‌های سرمایه‌گذاری، کیفیت زندگی و دستاوردهای فرهنگی و تکنولوژیک است. مثلاً شهرهایی مانند دوبی و لس‌آنجلس از راه رسانه‌های جهانی و کارزارهای تبلیغاتی پیشرفته توانسته‌اند تصویری لوکس و مدرن از خود ارائه دهند که توجه بسیاری از گردشگران و سرمایه‌گذاران بین‌المللی را به خود جلب کند. نقش رسانه‌ها در دیپلماسی شهری را در چند حوزه می‌توان بررسی کرد:

۱-۲. تقویت ارتباطات بین‌المللی

امروزه رسانه‌ها به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین ابزارهای ارتباطات نقش بسیار مهمی در تقویت ارتباطات بین‌المللی دارند و از راه پوشش خبری، برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی، مقاله‌ها و نوشته‌های رسانه‌ای می‌توانند به ترویج فهم و همکاری بین شهرها کمک کنند (Kovalchuk, 2022). یکی از راه‌هایی که رسانه‌ها می‌توانند ارتباطات بین‌المللی را تقویت کنند، ارائه پوشش‌های خبری منصفانه و چندجانبه است. اگر وقایع بین‌المللی به شکل صحیح و صادقانه توسط رسانه‌ها گزارش شوند، می‌توانند به تداوم گفت‌وگو و تبادل نظر میان ملت‌ها کمک کنند. این امر به تعمیق فهم عمومی درباره مسائل جهانی و بهبود روابط بین‌المللی کمک می‌کند (McCombs & Shaw, 1972). افزون بر آن، رسانه‌ها می‌توانند از راه فراهم کردن فضایی برای بحث و تبادل نظر درباره مسائل بین‌المللی، ارتباطات بین‌المللی را تقویت کنند. برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی، مصاحبه‌ها و برنامه‌های گفت‌وگو، وبلاگ‌ها و رسانه‌های اجتماعی از جمله وسایلی هستند که می‌توانند به

تبادل اندیشه و اطلاعات میان فرهنگ‌ها و اقوام کمک کنند (Castells, 2009).

افزون بر آن، ارتباطات بین‌المللی را می‌توان از راه رسانه‌های فرهنگی تقویت کرد. معرفی فرهنگ‌ها، زبان‌ها و هنرهای مختلف هر شهر از راه فیلم، موسیقی، ادبیات و هنر می‌تواند به فهم و ارتباطات بین فرهنگ‌های مختلف کمک کند و پلی میان شهرهایی با هزاران کیلومتر فاصله بسازد و پدیده‌ی خواهرخواندگی شهری را تقویت کند (Shestakova, 2020: 241). استفاده از فناوری‌های نوین در رسانه‌ها می‌تواند به تسریع فرایند ارتباطات بین‌المللی کمک کند که از جمله می‌توان به اینترنت، رسانه‌های اجتماعی، پادکست‌ها و ویدئوهای آنلاین اشاره کرد که به شهروندان این امکان را می‌دهند تا به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و ایده‌ها و نظرات خود را به اشتراک بگذارند. این ویژگی مهم به شهرداری‌ها و مدیران شهری کمک می‌کند به صورت حرفه‌ای برخی از شهروندان - کارکنان را وا دارند تا با گرفتن ارتباط با مردم شهرهای دیگر در شبکه‌های اجتماعی، در بهسازی و جهت جهانی شهرشان بکوشند.

همچنین اعمال نفوذ مدیران شهری بر محتوای رسانه‌ها در تقویت پیوندهای بین‌المللی و همکاری‌های شهری نقش اساسی دارند. این امر به‌ویژه از راه پوشش خبری همکاری‌ها و پروژه‌های مشترک بین‌المللی محقق می‌شود. برای مثال، شهرهایی مانند بارسلونا و آمستردام از راه شبکه‌های رسانه‌ای خود توانسته‌اند پروژه‌های دوجانبه را در زمینه‌های پایداری و فناوری‌های سبز معرفی کنند که این امر به تقویت شهرت آن‌ها به‌عنوان پیشروان در توسعه پایدار کمک کرده است.

۲-۲. مشارکت شهروندان

رسانه‌ها از زمانی که در جامعه حضور یافتند، نقش مهمی در اطلاع‌رسانی، سرگرمی و شکل‌دهی به نظرات مردم شهرها درباره شهر خودشان و شهرهای دیگر داشته‌اند. با پیشرفت فناوری و افزایش دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و اینترنت، مشارکت شهروندان در تولید و مصرف اطلاعات، به یک چالش و فرصت بزرگ تبدیل شده است، اما چگونه رسانه‌ها می‌توانند مشارکت شهروندان را تقویت کنند و این تقویت مشارکت چه نقشی در دیپلماسی شهری دارد؟

نخستین گام در این راستا، افزایش شناخت و آگاهی شهروندان درباره نقش و اهمیت

مشارکت در رسانه‌هاست. رسانه‌ها باید بکوشند از راه برنامه‌ها و محتوای خود، شهروندان را به شناخت و درک بهتر از مسائل جامعه و سیاست‌ها ترغیب کنند تا بتوانند فعالانه‌تر در فرایندهای تصمیم‌گیری شرکت کنند. یکی از روش‌های مهم تقویت مشارکت شهروندان توسط رسانه‌ها، فراهم کردن فضاهایی برای بحث و گفت‌وگو دربارهٔ مسائل مختلف است. برنامه‌های تلویزیونی، رادیویی و وبسایت‌های خبری و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند فضاهایی برای بحث و تبادل نظر در مورد مسائل مختلف فراهم کنند و به این ترتیب، مشارکت شهروندان را در فرایند تصمیم‌گیری افزایش دهند.

افزون بر آن، رسانه‌ها می‌توانند از ابزارهای نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات برای جمع‌آوری نظرها و پیشنهادهای شهروندان استفاده کنند. برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی می‌توانند از شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌های خود برای نظرسنجی و جمع‌آوری بازخورد شهروندان استفاده کنند تا اطمینان یابند نظرها و انتقادهای شهروندان در فرایند تصمیم‌گیری مورد توجه قرار گرفته است. همچنین رسانه‌ها می‌توانند از روش‌های تحلیل داده و هوش مصنوعی برای تحلیل نظرات و پیشنهادهای شهروندان استفاده کنند تا به‌دقت به نیازها و تمایلات آن‌ها پاسخ دهند. این روش‌ها می‌توانند به رسانه‌ها کمک کنند بهترین راهکارها را برای حل مسائل و تصمیم‌گیری‌های مؤثر با توجه به نیازهای واقعی شهروندان ارائه دهند.

شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال، شهروندان را قادر می‌سازند در فرایندهای تصمیم‌گیری شهری و دیپلماسی فعال‌تر شوند. این پلتفرم‌ها به شهروندان این امکان را می‌دهند که نه تنها از تحولات داخلی شهر خود آگاه باشند، بلکه در رویدادها و تحولات بین‌المللی نیز مشارکت کنند. برای نمونه، طی بحران‌های بین‌المللی مانند زلزله یا سایر بلاای طبیعی، شهروندان توانسته‌اند از راه شبکه‌های اجتماعی کارزارهای حمایتی راه‌اندازی کرده و به جمع‌آوری کمک‌های بین‌المللی بپردازند. همچنین فناوری‌های نوین ارتباطی می‌توانند به شهروندان کمک کنند در رأی‌گیری‌های شبکه‌های اجتماعی دربارهٔ مسائل مهم شرکت کنند. گرچه نتایج این رأی‌گیری‌ها را نمی‌توان به همهٔ مردم جامعه تعمیم داد و گرچه روش‌هایی برای دست‌کاری

جزئی یا کلی در این رأی‌گیری‌ها وجود دارد، اما همچنان یکی از مهم‌ترین روش‌ها برای شناخت ارزان و فوری نگرش کلی مردم شهرها به‌شمار می‌روند.

بدین ترتیب، ممکن است مردم شهرها تصور مثبت‌تری درباره شهر خودشان و نقش خودشان در تصمیم‌گیری‌های مهم شهری پیدا کنند. وقتی چنین تصویری درباره مشارکت هرکس در تصمیم‌گیری‌های مهم شهری ایجاد شد، مردم مسئولیت‌پذیری شهری بیشتری پیدا خواهند کرد و کیفیت زندگی در شهر بالاتر خواهد رفت. این امر سبب می‌شود در کوتاه مدت و بلندمدت، تصویر شهر در رسانه‌های کشور و حتی دنیا بهبود پیدا کند. همچنین افزایش حس مسئولیت‌پذیری شهری میان مردم شهر موجب می‌شود گروهی از مردم شهر که در شبکه‌های اجتماعی فعالند، به‌صورت خودجوش تلاش کنند تصویر شهرشان را در این شبکه‌ها بهبود ببخشند.

۲-۳. رسانه‌ها و فناوری‌های نوین

هوش مصنوعی به‌عنوان یکی از فناوری‌های پرکاربرد و پیشرفته، قابلیت‌های بسیاری را برای بهبود کیفیت زندگی در شهرها و بهسازی تصویر شهرها در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌کند. با توجه به چالش‌های مختلفی که در شهرها وجود دارد، هوش مصنوعی می‌تواند همچون ابزاری قدرتمند برای بهبود مدیریت و عملکرد شهرها عمل کند. یکی از کاربردهای اصلی هوش مصنوعی در شهرها، بهبود ترافیک است. با استفاده از الگوریتم‌ها و مدل‌های هوش مصنوعی می‌توان بهینه‌سازی جریان ترافیک، کنترل ترافیک در ساعات پرتردد و حتی پیش‌بینی ترافیک و اعمال تغییرات مناسب را انجام داد. این اقدامات منجر به کاهش ترافیک، زمان سفر و آلودگی هوا می‌شود که در نهایت بهبود کیفیت زندگی شهروندان را امکان‌پذیر می‌سازد. افزون‌بر آن، هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود مدیریت انرژی شهری نقش مهمی ایفا کند. با استفاده از سیستم‌های هوشمند مدیریت انرژی، می‌توان مصرف انرژی را بهینه‌سازی کرده، الگوهای مصرف انرژی را تحلیل کرد و به‌دنبال روش‌های بهتر برای استفاده از انرژی پاک و انجام عملیات پیشرو بود.

هوش مصنوعی همچنین در بهبود سیستم‌های حمل‌ونقل همگانی و شخصی شهری نیز کاربرد دارد. از طراحی سیستم‌های خودروی بی‌سرنشین تا بهینه‌سازی سیستم‌های حمل‌ونقل عمومی، هوش مصنوعی می‌تواند بهبودهای قابل توجهی را در این زمینه‌ها ایجاد کند و به شهروندان امکان دسترسی به راه‌های حمل‌ونقل سریع‌تر و کارآمدتر را فراهم آورد. پیشرفت‌های فناوریانه مانند داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی و واقعیت مجازی، امکانات جدیدی را برای رسانه‌ها فراهم آورده‌اند که می‌توانند تأثیرات دیپلماسی شهری را تقویت کنند. این فناوری‌ها به رسانه‌ها اجازه می‌دهند تحلیل‌های دقیق‌تری از رفتارها و ترجیحات شهروندان ارائه دهند و در نتیجه کارزارهای تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی مؤثرتری را طراحی کنند. برای مثال، استفاده از واقعیت مجازی برای نمایش مجازی مکان‌های توریستی و فرهنگی می‌تواند تجربه کاربری عمیق‌تری را برای گردشگران بالقوه فراهم آورده و تمایل آن‌ها را به بازدید واقعی از شهرها افزایش دهد.

هوش مصنوعی به‌طور فزاینده‌ای ابزاری تحول‌آفرین برای بهبود تصویر جهانی شهرها انگاشته می‌شود که راه‌حل‌های نوآورانه‌ای را برای چالش‌های شهری ارائه می‌دهد و تجربه‌های جذاب‌تری را برای ساکنان و گردشگران فراهم می‌کند. با بهره‌گیری از هوش مصنوعی شهرها می‌توانند جذابیت خود را به‌عنوان مقصدی برای بازدید، ترویج میراث فرهنگی، بهبود پایداری و مدیریت مؤثر برنامه‌ریزی شهری و خدمات افزایش دهند که همه این عوامل به‌طور قابل توجهی به شهرت آن‌ها در صحنه جهانی کمک می‌کند.

تحلیل داده‌ها به‌وسیله هوش مصنوعی نقش حیاتی در برنامه‌ریزی و مدیریت شهری ایفا می‌کند و به مدیران شهری بینش‌های عمیقی درباره الگوهای ترافیکی، استفاده از خدمات عمومی و نیازهای مسکونی می‌بخشد. این بینش‌ها امکان تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر را فراهم می‌آورد و منجر به تخصیص کارآمد منابع و بهبود ارائه خدمات می‌شود. برای مثال، تحلیل‌های پیش‌بینی‌کننده می‌توانند روندهای مربوط به مسکن را پیش‌بینی کرده و در برنامه‌ریزی توسعه‌های جدید یا بازسازی‌هایی که زیبایی‌شناسی و کارکرد شهری را بهبود می‌بخشند، کمک کنند. برای متخصصان روشن است که زیبایی‌شناسی و بهبود کارکرد شهری اجزای کلیدی تصویر جهانی

شهر هستند. افزون بر آن، هوش مصنوعی می‌تواند مدیریت زباله را از راه برنامه‌ریزی هوشمند مرتب‌سازی و جمع‌آوری بهینه کند که منجر به کاهش آلودگی و کمک به ایجاد شهری تمیزتر و جذاب‌تر می‌شود.

فناوری‌های هوش مصنوعی انقلابی را در تجربه گردشگران ایجاد کرده است و امروزه هوش مصنوعی به جنبه‌ای حیاتی از جذابیت جهانی شهرها بدل شده است. برنامه‌ها و دستیاران مجازی مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند توصیه‌های شخصی‌سازی شده‌ای را برای بازدید از دیدنی‌ها، غذا خوردن و سرگرمی براساس ترجیحات و رفتارهای قبلی گردشگران ارائه دهند. این شخصی‌سازی نه تنها بازدید را لذت‌بخش‌تر می‌کند، بلکه احتمال بازخوردهای مثبت و همخوان‌سازی تجربه‌های مثبت در شبکه‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد که در مجموع، به بهتر شدن تصویر شهر کمک مهمی می‌کند. افزون بر آن، هوش مصنوعی می‌تواند دسترسی زبانی را از راه خدمات ترجمه هم‌زمان بهبود بخشد و این امکان شهرها را برای بازدیدکنندگان بین‌المللی قابل دسترس‌تر می‌کند و فضای فراگیرتری ایجاد می‌کند (Zhai, 2021).

حفظ و ترویج فرهنگ نیز به وسیله هوش مصنوعی تقویت می‌شود. از راه واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR)، گردشگران و ساکنان می‌توانند سایت‌ها و رویدادهای تاریخی را به روش‌های جدید و درگیرکننده تجربه کنند. برای مثال، هوش مصنوعی می‌تواند رویدادهای تاریخی را بازسازی کرده یا به کاربران امکان دهد تا تحولات مکان‌های خاص را در طول زمان ببینند که ارتباط عمیق‌تری با میراث شهر ایجاد می‌کند. افزون بر آن، با تجزیه و تحلیل داده‌های بازدیدکننده، هوش مصنوعی می‌تواند به مؤسسه‌های فرهنگی کمک کند تا نمایشگاه‌ها و رویدادهای خود را با توجه به علایق مخاطبانشان سفارشی کنند و باعث افزایش اندرکنش و رضایت شوند (Verma et al., 2022; Rane et al., 2023; Poulova et al., 2021).

گرچه فناوری‌های هوش مصنوعی چشم‌اندازی نوین و نویدبخش به اصلاح نگرش دیگران درباره شهرهای ما را ارائه کرده‌اند، نباید از قابلیت‌های شریانه این فناوری‌ها در حوزه‌های دیگر غافل شد. از جمله فناوری‌های نوینی که به مدد هوش مصنوعی پدیدار شده‌اند، باید به فناوری‌های

پیش‌بینی رفتار اشاره کرد. اما شیطانی‌تر از آن، فناوری‌های دست‌کاری رفتاری است که معمولاً به صورت محترمانه‌تری با عنوان فناوری‌های «اصلاح رفتاری»^۱ معرفی می‌شوند. پژوهشگر منتقد شوشانا زوبوف می‌گوید: «فناوری‌های اصلاح رفتاری در واپسین تجسد خود به عنوان یک معماری جهانی بازار دیجیتال که رها از گیتاشناسی و مستقل از محدودیت‌های قانون اساسی است، جان گرفته است. اصلاح رفتاری رسماً اهمیتی برای خطرهایی که برای آزادی، کرامت یا حفظ نظم لیبرال که کمیته فرعی /روین^۲ این همه در دفاع از آن مصمم بود، قائل نیست» (Zuboff, 2019). با توجه به این واقعیت که در میانه سده بیستم ابزارهای اصلاح رفتار به دنبال افراد و گروه‌هایی بودند که به عنوان «آن‌ها» شناخته می‌شدند (دشمنان نظامی، زندانیان و دیگر گرفتاران در محیط‌های بسته رژیم‌های پادفره‌ای یا تنبیهی) این تضاد باز هم بیشتر باعث نگرانی می‌شود.

زوبوف (۲۰۱۹: ۳۰۸) می‌گوید ابزارهای امروزین اصلاح رفتاری به صورت بی‌شرمانه‌ای به دنبال «ما» هستند. هر کسی به سوی این تور رانده می‌شود، از جمله داستان‌های روان‌شناسی که نوجوانان چهارده‌ساله معمولی و از همه‌جا بی‌خبری که با اضطراب به روزهای آخر هفته نزدیک می‌شوند، دنبالشان می‌کنند. هر مسیری از اتصال، در جهت تقویت قدرت شرکت‌های خصوصی برای ضبط رفتار ما به سود خودشان عمل می‌کند. وقتی تهدید از سوی تلفن شما، دستیار دیجیتال شما و لاگین فیس‌بوک شما می‌آید، چکش دموکراسی چگونه می‌خواهد عمل کند؟ چه کسی اکنون برای آزادی به پا خواهد خاست، درحالی که فیس‌بوک تهدید می‌کند اگر جرئت کنیم در اقتصاد کنش فیس‌بوک گسستی ایجاد کنیم، سر به پنهان‌کاری خواهد زد؟ فیس‌بوک می‌گوید نباید در اقتصاد کنشی که به دقت، به صورت مبسوط و گسترده بر ساخته شده است تا حس همدلی ما را استثمار کند، آگاهی ما را دور بزند و چشم‌انداز ما را برای خودتعیینی^۳ عقیم بگذارد، خللی ایجاد شود. زوبوف اعتراض می‌کند که چرا یادمان می‌رود ما همان کسانی بودیم که شال روی شانه‌هایمان می‌انداختیم و در نور کم روی کتاب‌های قدیمی درباره خودتعیینی خم می‌شدیم و

1. Behavior Modification

۲. Sam Ervin: سناتور امریکایی در دهه ۱۹۷۰

3. Self-determination

با ذره‌بینی در دست هیروگلیف‌های باستان را رمزگشایی می‌کردیم؟ زوبوف (۲۰۱۹) سه پرسش بنیادینی که تقسیم‌یادگیری را تعریف می‌کنند، مطرح می‌کند: چه کسی می‌داند؟ چه کسی تصمیم می‌گیرد؟ چه کسی تصمیم می‌گیرد چه کسی تصمیم بگیرد؟ او می‌گوید توده بسیار بزرگی از دانش درباره رفتار ما در متن زمینه از الگوهای بزرگ در جمعیت‌ها گرفته تا جزئیات خصوصی زندگی فردی وجود دارد. این سرزمین‌های اطلاعاتی نو، خصوصی و دارای دسترسی خاص هستند که تنها ماشین‌ها، اربابان آن‌ها و مشارکت‌کنندگان بازاری که برای بازی در این فضاها نوبل پول می‌دهند، به آن‌ها دسترسی دارند. گرچه معلوم است که ما به این دلیل از داشتن این دانش محروم شده‌ایم که این دانش اصلاً برای ما درست نشده است و توانایی سرمایه‌داری نظارتی برای دور زدن آگاهی ما، شرط لازم برای تولید دانش است. درباره اینکه چه کسی تصمیم می‌گیرد، باید گفت که بیانیه‌ها و چپاول‌های صاحبان سرمایه خصوصی نظارتی، شرط لازم دیگری برای انباشت درباره این تقسیم‌یادگیری هستند و درباره اش تصمیم می‌گیرند. این وضعیت به دلیل بی‌میلی دولت به انجام نظارت‌های دموکراتیک بر این قلمرو مخفی بدتر شده است. در نهایت می‌رسیم به پرسش از اینکه چه کسی تصمیم می‌گیرد که چه کسی تصمیم بگیرد. تا اینجا قدرت ناهم‌سنگ سرمایه نظارتی در فضای بی‌قانون تصمیم می‌گیرد که چه کسی تصمیم بگیرد.

کاملاً طبیعی است که شهرها به دنبال ابزارهای نوینی برای بهسازی برند خود باشند، اما زوبوف با خردمندی به ما هشدار می‌دهد که در عصر هوش مصنوعی نمی‌توانیم مطمئن باشیم درک ما از شهرها ناشی از ویژگی‌های واقعی آن شهرهاست یا صرفاً ناشی از کار هوشمندانه و عاقلانه مدیران شهری در بهره بردن از فناوری‌های پیش‌بینی و دست‌کاری ادراک مردم است. برای نمونه، نیویورک که از پیشگامان دیپلماسی شهری است، موفقیت‌های چشمگیری به دست آورده است (Surmacz, 2018). این شهر با استفاده از برند قوی خود و رسانه‌های بین‌المللی مختلف توانسته است تصویری جهانی و مثبت از خود ارائه دهد. نیویورک میزبان رویدادهای بزرگ بین‌المللی مانند نشست سالانه مجمع عمومی سازمان ملل و جشنواره‌های فیلم

ترایکاست که هر دو به افزایش دیده شدن و ارتباطات بین‌المللی شهر کمک کرده‌اند. افزون بر آن، نیویورک با برنامه‌های تبادل فرهنگی و هنری وسیع، توانسته است نقش مهمی در دیپلماسی فرهنگی ایفا کند. در سال ۲۰۲۱ دفتر مدیریت تکنولوژی‌های شهردار نیویورک گزارش مفصلی درباره قابلیت‌های هوش مصنوعی در خدمات و تصویر شهر نیویورک منتشر کرد که بسیاری از شهرهای دیگر جهان آن گزارش را برای خود اقتباس و بومی‌سازی کردند. در این گزارش از مصاحبه با بیش از پنجاه سازمان شهری و سازمان‌های خارجی استفاده شده بود. یافته‌های انتخابی از این مکالمات به پنج حوزه موضوعی که نیازمند توجه بیشتر مدیران شهری هستند، تقسیم شدند: زیرساخت داده، کاربردهای هوش مصنوعی، سیاست و حکمرانی، همکاری‌ها و کسب‌وکار، آموزش و نیروی کار. فرصت‌های شناسایی شده در این حوزه‌ها شامل این موارد بودند:

- تعیین راهبرد داده‌های شهری برپایه امکانات موجود؛
 - بهبود ساختارهای حکمرانی برای تشویق به استفاده مسئولانه و مؤثر از امکانات هوش مصنوعی؛
 - ایجاد ظرفیت و تخصص در دولت؛
 - شناسایی و پیگیری راه‌هایی که می‌توان از هوش مصنوعی برای بهتر کردن وضعیت اجتماعی استفاده کرد؛
 - تشویق و تسهیل قراردادهای شراکتی خارجی با دانشگاه‌ها، آزمایشگاه‌های تحقیقاتی صنعتی، کسب‌وکارها، مؤسسه‌های غیرانتفاعی و کشورها؛
 - تضمین استفاده بخش خصوصی از فناوری هوش مصنوعی در جهت منافع شهر نیویورک؛
 - حمایت از دسترسی عادلانه.
- در این گزارش به روشنی درباره قابلیت‌های هوش مصنوعی در بهسازی تصویر شهر صحبت شده است (New York City Mayor's Office of the Chief Technology Officer, 2021: 11).

نتیجه‌گیری

دیپلماسی شهری در آینده نقش مهم‌تری در اندرکنش‌های بین‌المللی و روابط جهانی ایفا خواهد کرد. با توجه به روندهای جهانی شدن و افزایش اهمیت شهرها به‌عنوان مراکز تأثیرگذار جهانی، انتظار می‌رود دیپلماسی شهری وارد مرحله جدیدی از توسعه و نوآوری شود. فناوری‌های نوین مانند داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی و واقعیت مجازی، نقش محوری در شکل‌دهی آینده دیپلماسی شهری خواهند داشت. این فناوری‌ها به شهرها کمک می‌کنند داده‌های دقیق‌تری را درباره شهروندان و بازدیدکنندگان خود جمع‌آوری کنند و با استفاده از این اطلاعات، سیاست‌ها و برنامه‌های مؤثرتری را طراحی کنند. برای مثال، شهرها می‌توانند از داده‌های بزرگ برای تحلیل رفتار گردشگران استفاده کنند و براساس آن، استراتژی‌های جذب گردشگر بیشتر را بهبود ببخشند. یکی دیگر از روندهای مهم آینده، افزایش مشارکت شهروندان در فرایندهای دیپلماسی شهری است. با پیشرفت فناوری و دسترسی گسترده‌تر به اطلاعات، شهروندان به‌طور فزاینده‌ای توانایی دخالت در و تأثیرگذاری بر سیاست‌های بین‌المللی شهرهای خود را پیدا می‌کنند. این امر می‌تواند به تقویت دموکراسی محلی و افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی در دیپلماسی شهری بیانجامد.

با این حال، دیپلماسی شهری همچنان با چالش‌هایی مواجه است که باید به آن‌ها توجه کرد. از جمله می‌توان به موانع زبانی و فرهنگی، نیاز به هماهنگی بین شهرهای مختلف و مسائل مربوط به حفظ حریم خصوصی و امنیت داده‌ها اشاره کرد. حل این چالش‌ها نیازمند اندرکنش و همکاری نزدیک‌تر میان شهرها، دولت‌های ملی و سازمان‌های بین‌المللی است، ولی با چشم‌انداز کنونی و اختلاف‌های موجود، شاید انتظار حل این مشکلات در آینده نزدیک، کمی ساده‌انگارانه باشد.

فهرست منابع

ربیعی، علی؛ شاه‌قاسمی، احسان (۱۳۸۷). «نقش ارتباطات در مدیریت بحران». *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۷ (۲)، صص ۸۱-۱۶.

شاه‌قاسمی، احسان (۱۴۰۲). *میدان شهرت در ایران*، تهران: انتشارات پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.

طهمورثی، رحمت (۱۴۰۲). *تعداد دانشجویان خارجی در ایران چند نفر است؟* بازیابی در ۲۴ فروردین

۱۴۰۳: <https://www.irna.ir/news/85175009>

- Bianca, S. (2000). *Urban Form in the Arab World: Past and Present*, Thames & Hudson.
- Calder, K. E., & de Freytas, M. (2009). "Global political cities as actors in twenty-first century international affairs", *The SAIS Review of International Affairs*, 29 (1), pp. 79-97.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Daher, R. F. (2011). *Heritage, Architecture, and Globalization in the Middle East*, University of Florida Press.
- Gökarkınel, B., & Secor, A. J. (2017). "The Veil, Desire, and the Gaze: Turning the Inside Out", *Geography Compass*, 11 (4), pp. 213-227.
- Kovalchuk, L. P. (2022). "Mental Connections In The Headlines Of Sister-Cities' mass Media", *Мир науки, культуры, образования*, 4 (95), pp. 214-216.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). "The agenda-setting function of mass media". *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), pp. 176-187, <https://doi.org/10.1086/267990>
- Musch, A., van der Valk, C., Sizoo, A., & Tajbakhsh, K. (2008). *City diplomacy*. Hague, Netherlands: VNG International.
- New York City Mayor's Office of the Chief Technology Officer. (2021). *New York City Artificial Intelligence (AI) Strategy*, Retrieved May 02, 2024 from https://www.nyc.gov/assets/cto/downloads/ai-strategy/nyc_ai_strategy.pdf
- Özçakıl, Y. (2023). "An Analysis of Eskisehir Metropolitan Municipality Activities in the Context of Public Diplomacy and City Diplomacy", In *Maintaining International Relations Through Digital Public Diplomacy Policies and Discourses*, pp. 231-241, IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-6684-5822-8.ch017
- Poulova, P., Cerna, M., Hamtilova, J., Malý, F., Kozel, T., Kriz, P., & Ulrych, Z. (2021). "Virtual hotel-gamification in the management of tourism education". In *Cross Reality and Data Science in Engineering: Proceedings of the 17th International Conference on Remote Engineering and Virtual Instrumentation*, Springer International Publishing.
- Rane, N., Choudhary, S., & Rane, J. (2023). Sustainable tourism development using leading-edge Artificial Intelligence (AI), Blockchain, Internet of Things (IoT), Augmented Reality (AR) and Virtual Reality (VR) technologies. *Blockchain, Internet of Things (IoT), Augmented Reality (AR) and Virtual Reality (VR) technologies*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4642605> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4642605>

- Sassen, S. (2001). *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press.
- Shestakova, E. (2020). "Sister-City Connections as a Tool for the Development of Social Creativity (on the Example of Petrozavodsk)". In *Local Governance and Public Wellbeing*, Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Surmacz, B. (2018). "City diplomacy". *Barometr Regionalny. Analizy i Prognozy*, 16 (1), pp. 7-18.
- Van der Pluijm, R., & Melissen, J. (2007). *City diplomacy: the expanding role of cities in international politics*. Netherlands Institute of International Relations, Clingendael.
- Verma, S., Warriar, L., Bolia, B., & Mehta, S. (2022). "Past, present, and future of virtual tourism-a literature review". *International Journal of Information Management Data Insights*, 2 (2), 100085.
- Zhai, L. (2021, October). "Application of Artificial Intelligence Technology in Tourism English Translation". In *2021 3rd International Conference on Artificial Intelligence and Advanced Manufacture*, pp. 1274-1278.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs.