



فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ششم، شماره ۲۱، زمستان ۹۵

## جهان محلی‌سازی: واژه‌ای جدید برای حقیقتی تازه

سید هادی زرقانی<sup>۱</sup>، منصوره اسکندران<sup>۲</sup>

**چکیده:** امروزه رویکرد پیروی از روندهای جهانی‌شدن به دلیل تناقضات موجود در آن کمتر مورد پذیرش جوامع و کشورها قرار می‌گیرد. در واقع با تشدید چالش‌هایی چون گسترش فقر، توسعه نیافتگی، جرم، آلودگی زیست‌محیطی، نزاع‌های قومی و مذهبی، جنگ و درگیری در مناطق مختلف جهان، نقش و جایگاه بازیگران محلی و به‌ویژه شهرها هم از لحاظ مکان فعالیت‌های اجرایی و هم از لحاظ پتانسیل‌های نهفته نهادها و انجمن‌های جامعه مدنی واقع در آنها در کنار سایر بازیگران غیردولتی مورد توجه جدی قرار گرفته است. این رویکرد جدید تحت عنوان «جهان محلی‌سازی» مطرح شده است که به‌عنوان رویکردی ترکیبی از دو پدیده و فرایند محلی‌سازی و جهانی‌شدن مطرح است و در آن بازیگران محلی می‌توانند نقش مهم و مؤثری در مقابله با چالش‌های منطقه‌ای و جهانی همچون پیشگیری و مدیریت جنگ و منازعات، به جریان انداختن مذاکرات صلح، تلاش برای گسترش توسعه پایدار و کاهش فقر، افزایش همگرایی بین قومیت‌ها و ملت‌ها و مبارزه با بحران‌های زیست‌محیطی در مقیاس منطقه‌ای و جهانی داشته باشند. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با استناد به منابع معتبر بدنبال پاسخ به این سؤال است که براساس رویکرد جهان‌محلی‌سازی، نقش آفرینی بازیگران سطوح محلی نیاز به چه بسترها و عواملی دارد و جهان-محلی‌سازی چه آثار و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی دارد؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد این رویکرد به شرط رعایت ملاحظات و الزامات اجرایی آن که شامل مواردی چون اصلاح دیپلماسی سنتی، تمرکز بر مسائل فرهنگی، حکمروایی شهری، دموکراسی و جامعه مدنی، مدیریت منابع و مکانیزم‌های مالی است، می‌تواند در فراگیرتر شدن و یکپارچه‌سازی توسعه، صلح و امنیت و ایجاد فضای اقتصادی و سیاسی باثبات‌تری در سطح جهان نقش مهمی داشته باشد.

**کلیدواژه‌ها:** جهان‌محلی‌سازی، توسعه، محلی‌گرایی، جهانی‌شدن

۱- دانشیار جغرافیای سیاسی. دانشگاه فردوسی مشهد. [h-zarghani@um.ac.ir](mailto:h-zarghani@um.ac.ir) «نویسنده مسئول»

۲- دانش‌آموخته علوم سیاسی. دانشگاه آزاد اسلامی مشهد [tuberose360@yahoo.com](mailto:tuberose360@yahoo.com)



در مسیر تحولات فزایندهٔ امروزی، جهان برای مقابله بحران‌ها و چالش‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، زیست‌محیطی و ... استقرار ثبات بین‌المللی، به رویکردی فراگیرتر از پیش نیاز دارد؛ رویکردی که دارای تأثیرات و ماهیت جهانی شدن باشد و در عین حال به عدم موازنهٔ اجتماعی - اقتصادی و اختلافات فرهنگی توجه نشان دهد. شاید بتوان گفت جهان محلی‌سازی آن رویکرد مورد انتظار است که با استفاده از قابلیت‌ها و توانمندی‌های بازیگران غیردولتی و محلی بتواند با ایجاد موازنهٔ جدید اجتماعی - اقتصادی، در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه، محیط منطقه‌ای و جهانی ایمن‌تر و پایدارتری برای گسترش توسعه، امنیت و صلح ایجاد کند.

درواقع، جهان محلی‌سازی ترکیبی از واژگان جهانی‌سازی یا جهانی‌شدن<sup>۳</sup> و محلی‌سازی<sup>۴</sup> است. در این روند، با ادغام بازارهای محلی در یک جامعهٔ جهانی، پیشرفت در حمل و نقل و ارتباطات، سرعت و پیشرفت در سیستم‌ها، در کنار پیدایش و ارتقای طبقهٔ متوسط در کشورها بر اثر جهانی‌شدن، کانون توجهات به سمت بازارهای محلی هدایت شده و مفهومی تحت عنوان «جهان محلی‌سازی» پدیدار شده است. در این بستر، اگرچه محصول یا خدمات عرضه شده به صورت جهانی توزیع می‌شود، لکن طراحی ارائهٔ خدمات بهتر به مشتریان مبتنی بر شرایط بازار محلی است. در واقع، مدرنیزه شدن حمل و نقل و تدارکات با عرضهٔ راه‌حل‌های حمل و نقل جهانی در زمان مشخص برای جابه‌جایی سریع‌تر محصولات به مکان‌های بیشتر و اتصال آن‌ها، به بیش از نود درصد تولید ناخالص داخلی جهانی، به مهرهٔ اصلی راهیابی مشاغل کوچک به بازارهای جهانی تبدیل شده است. این مطلب از گفتهٔ فردریک اسمیت مدیرعامل و رئیس هیئت مدیرهٔ شرکت فدرال اکسپرس به روشنی دریافت می‌شود که «همه چیز مشخصاً در جریان است: ارتباط با جهان، سوخت مورد نیاز موتور اقتصاد محلی است و در مقابل، رشد جهانی رابطهٔ مستقیمی با موقعیت‌ها و فرصت‌های محلی دارد» (Huang, 2013: 1).

## ۲- روش تحقیق

روش تحقیق این مقاله روش توصیفی-تحلیلی محسوب می‌شود. اطلاعات مورد نیاز به روش کتابخانه‌ای گردآوری شده است. مسئلهٔ اصلی پژوهش این است که بر اساس رویکرد جهان محلی‌سازی، نقش آفرینی بازیگران سطوح محلی نیاز به چه بسترها و عواملی دارد و جهان محلی‌سازی چه آثار و پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به همراه دارد؟

## ۳- مفاهیم و مبانی نظری

در ربع آخر قرن بیستم، یکپارچگی اقتصادی جهان شکل تازه‌ای به خود گرفت که در ابتدا خود را به شکل کاملاً جداگانه و به صورت پدیده‌ای نسبتاً حاشیه‌ای نشان داد. اما تحولات پیرامونی به تدریج به شیوه‌هایی که تمام جوانب بشری را در گون ساخت، جهانی شدن را به عنوان پیکربندی جهانی نوین و مؤثر بر یکدیگر تبیین کرد (بریجر، ۱۹۹۲: ۱۹). در نظام جهانی کاپیتالیستی، بحران هویت و معنا بر اثر اقتصادی شدن فرهنگ و هویت و نیازهای مردم جهان به وجود آمده و موجب تخریب و نابودی مرزهای فرهنگی و پیوند میان فضا و مکان می‌گردد که با نامنی و سردرگمی همراه است (موثقی، ۱۳۹۳: ۵۹). در حوزهٔ بومی و محلی، جهانی شدن پایگاه اقتصادی جوامع محلی و بومی مختلف را در سرتاسر جهان تضعیف می‌کند و استیلای فزایندهٔ رسانه‌های جهانی چند کشور و شرکت نه موجب تنوع بیشتر، بلکه به فرهنگ یکنواخت تر

3- globalization

4- localization



جهان‌گرایی منجر می‌شود (بریچر، ۱۳۹۲: ۲۱). در حالیکه حساسیت کشورها و دولت‌ها به این حوزه به این دلیل فراوان است که هویت ملی، ارزش‌ها و باورهای سنتی و نگرش بومی آن‌ها شدیداً تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ چراکه توانایی فرهنگ‌آفرینی و ساختارسازی بنگاه‌های غربی و قدرت تکنیکی - مالی انتقال ارزش‌های سرمایه‌داری به جهان از طریق رسانه‌های فیزیکی و مجازی، نگرانی جدی برای حوزه‌های فرهنگ بومی و محلی ایجاد کرده است (موثقی، ۱۳۹۳: ۳۰). در دنیای جهانی شده، یک تک‌جامعه و یک تک‌فرهنگ در سراسر کره زمین مستقر می‌گردد. در چنین دنیایی به دلیل تمرکزگرایی، گرایش زیادی به اختلافات شدید، چندمرکزی بودن و هرج و مرج وجود خواهد داشت. از آنجا که فرهنگ یکسان می‌شود، بنابراین این‌که چنین فرهنگی گویای قبول تنوع و آزادی انتخاب فردی باشد جنبه‌های کاملاً انتزاعی دارد (حسن زاده، ۱۳۸۷: ۳۷).

در میان دیدگاه مخالفان و موافقان جهانی‌شدن، برخی چون رولند رابرتسون، جریان جهانی را موجب احیای منقذهای فرهنگی محلی می‌دانند و بر این باورند که زمینه‌های محلی به صورت مانعی در برابر همگون‌سازی عمل می‌کنند. با تعامل پیچیده امر جهانی و امر محلی دارای مشخصه وام‌گیری فرهنگی - جلوه‌های حاصل از پیوند و دوره‌سازی فرهنگی به یکسانی یا تفاوت تقلیل‌پذیر نیست - همواره تأکید می‌شود که جهانی‌شدن همیشه دربردارنده روندی از محلی‌شدن است (موثقی، ۱۳۹۳: ۶۳). در شرایطی که نخبگان سیاسی و شرکتی مرزهای ملی را درمی‌نوردند تا برنامه‌های خویش را گسترش بخشند، مردمان عادی کشورهای جهان نیازهای خود را به اقتصاد جهانی تحمیل می‌کنند و جهانی‌شدن از پایین و یا جهان‌محلی‌شدن معنا می‌یابد. این نوع جهانی‌شدن بگونه‌ای توسعه می‌یابد که آن را در برخورد با تنوع محلی یاری می‌رساند (بریچر، ۱۳۹۲: ۳۷). در واقع به باور محققان در فضای دیالکتیک جهانی‌شدن فرهنگی فراگیر، جهانی‌شدن به‌طور خودکار و یک‌جانبه یا تک‌بعدی نیست و در همه‌جا سبب تأکید بر امر محلی می‌گردد، به‌گونه‌ای که سنت‌های فرهنگی محلی متمایز با اعمال فرهنگی جهان‌وطنی همزیستی خواهند داشت (موثقی، ۱۳۹۳: ۶۳). بدین ترتیب، این دیدگاه شکل می‌گیرد که جهانی‌شدن صرفاً به معنای آن نیست که دنیا در حال همگون‌شدن است بلکه، دربرگیرنده روندی جهان‌محلی است که هم در محتوا و هم در پیامدهای چندگانه تناقض‌آمیز است. بر این اساس، پلورالیسم فرهنگی خود یک ویژگی تشکیل‌دهنده نظام جهانی است و پاسخ‌های گوناگون نمادین به جهانی‌شدن خود عوامل مهمی در تعیین خط سیرهای روند خود جهانی‌شدن (موثقی، ۱۳۹۳: ۵۷) در مسیری با عنوان جهان‌محلی‌سازی خواهند بود.

اگرچه یافتن اولین کاربر عبارت جهان‌محلی‌سازی دشوار است اما اولین بار جامعه‌شناس انگلیسی - آمریکایی پرفسور رولند رابرتسون - آن را در زبان انگلیسی به کاربرد. علاقه‌مندی او به جامعه ژاپن و شناخت او از این کشور موجب شد، کاربرد عبارت جهان‌محلی‌سازی را در ژاپن دریابد؛ به‌ویژه اینکه متخصصین بازاریابی از این عبارت به زبان ژاپنی استفاده می‌کردند. منظور آن‌ها از به کارگیری این عبارت آن بود که محصولات ژاپن باید محلی‌سازی گردد؛ به این معنا که لازم است این محصولات در عین حال که کاربردی جهانی دارند، با سلیقه و ذائقه محلی متناسب شوند. از این رو عبارت جدیدی با عنوان جهان - محلی‌سازی ابداع گردید (Khondker, 2004: 3). به عبارت دیگر، گرچه جهان‌محلی‌سازی به معنای ایجاد محصولات و یا خدمات موردنیاز بازار جهانی است اما این کار به تناسب با فرهنگ‌های محلی انجام می‌شود (Maynard, 2003: 60).

رابرتسون جهان‌محلی‌شدن را تعدیل تأثیرات شرایط محلی بر فشارهای جهانی می‌داند که به معنای همزمانی حضور گرایش جهانی‌سازی و خاص‌گرایی است (Khondker, 2004: 3). توماس فریدمن جهان‌محلی‌سازی را توانایی یک فرهنگ در برخورد با فرهنگ‌های قوی دیگر در جذب توانایی‌هایی می‌داند که طبیعتاً با آن هماهنگ است و قادر است آن فرهنگ را تقویت کند، (Sharma, 2013: 126). بنابراین



جهان محلی سازی را می توان هنر متعادل نمودن تلفیق و همگون سازی تأثیرات بیگانه با جامعه ای که بدون شکستن آن به تنوع آن می افزایند. فوگلیو و استانویشر پنج مورد زیر را از نمودهای جهان محلی سازی می دانند:

- روشی استراتژیک و مشارکتی برای تکمیل جهانی شدن و محلی سازی؛
  - سیستمی برای تسهیل مدیریت دسترسی به بازار جهان محلی (بازار جهانی / محلی)؛
  - ظرفیتی برای استقرار در بخش های محلی و همچنین مواجهه با بازار جهانی؛
  - فرصتی برای عرضه خود در زنجیره اصلی ارزش های جهانی و محلی (سیستمی از فعالیت های انجام شده توسط شرکت ها برای برنامه ریزی، تولید، فروش محصولات و خدمات خود) (Foglio, ۲۰۰۶: ۲۵)؛
  - روشی که امکان ورود شرکت محلی یا جهانی را به روشی بهینه در بازار جهانی و محلی فراهم می سازد (Luigi & Simona, 2010: 150).
- در رویکرد جهان محلی سازی حالتی بینابینی وجود دارد و عمدتاً همزمان بر جنبه های منفی و مثبت جهانی شدن تأکید می شود و می توان از آن به عنوان استراتژی برد-بخت یاد کرد (سجاسی قیداری، ۱۳۹۵: ۱۹۱).

#### ۴- رابطه بومی سازی، جهانی شدن و جهان محلی سازی

مسئله رابطه میان محلی و جهانی به صورت گوناگون در طیف وسیعی از پس زمینه های فکری و عملی به نحوی فزاینده، مهم و برجسته است. این رابطه دقیقاً در دوره ای بسط یافته است که شاهد تبلور علاقه روزافزون به جهان، به مثابه یک کل و یک مکان واحدیم. هم پای محو شدن احساس تک بعدی بودن جهان، حس ما نسبت به فضای ویژه بازنمایی، گسترش یافته است؛ فضایی که می توان همه انواع روایات را در چارچوب آن گنجانده بدون نفی و انکار این حقیقت که جهان به مثابه یک کل دارای خصوصیات سیستمی در ورای خصوصیات واحدهای درون آن است، باید تأکید کرد که در سوی دیگر، این واحدها تا حد زیادی بر حسب کنش ها و فرایندهای مافوق واحد یعنی بر حسب پوشش های جهانی ساخته می شوند. جهان معاصر به مثابه یک کل بر گرد روابط متغیر مابین وجوه حیات بشری، تأکیدهای متفاوت بر آن ها و تفسیر متضاد از آن ها شکل گرفته است (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۲۲۵-۲۲۲). این تفاوت ها زمینه ای برای شکل گیری روندهای متفاوت اما مکمل و مرتبط با جهانی شدن را فراهم می سازد.

برخی بومی سازی را به معنای اشاعه، انطباق و رشد پارادایم دانش، فناوری، هنجارهای رفتاری و ارزش های محلی در موقعیت و بستر خاص می دانند. این تعریف دو برداشت را به ذهن متبادر می کند: اول اینکه بومی سازی یعنی همه هنجارها، ابتکارات و ارزش هایی که هدفشان تحقق بخشیدن به نیازهای جامعه است؛ دوم اینکه بومی سازی به معنای ارتقاء ارزش های محلی، هنجارها و مسائل مورد علاقه، مشارکت و التزام به فعالیت ها در سطح جامعه است. از این رو، توسعه و رشد فرهنگ بومی، تحقق آمال و آرزوهای جامعه، علاقه مندی به اخلاق و هنجارها و فعالیت و مشارکت و حمایت از نوآوری های فنی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، بومی برخی از مثال های بومی سازی است (قاسمپوردهقانی، ۱۳۹۰: ۱۱). مفهوم جهان محلی سازی با فرایندهای جهانی شدن و بومی سازی درهم می آمیزد. مفهوم جهان محلی سازی امکان جهت گیری مجدد را فراهم می سازد. جهان محلی سازی لایه دیگری را ارائه می دهد که نظریه اجتماعی براساس آن می تواند پیچیدگی و ماهیت چندوجهی فرایندهای اجتماعی را بررسی نماید (Roudometof, 2016: 10). اکثر اوقات، بومی سازی با جهان محلی سازی مشابه و یکسان تلقی می گردد؛ چراکه در هر دو مفهوم، مفروضاتی در مورد سیستم بومی و یا محلی اصیل و معتبر وجود دارد. در حالی که کانکر براساس چارچوب نظری رابرتسون



اظهار داشت که جهان‌محلی‌سازی را باید فرایندی مستقل از محلی‌سازی صرف دانست. مسئله هم‌زمانی جهانی‌شدن با محلی‌سازی جهانی را می‌توان فرایندی توأمان از جهانی‌سازی خُرد و محلی‌سازی کلان دانست (Sharma, 2013: 126). محلی‌سازی کلان شامل گسترش محدوده محلی‌سازی و همچنین جهانی‌نمودن برخی ایده‌ها، فعالیت‌ها و مؤسسات محلی است. ظهور گسترده جنبش‌های بنیادگرای قومی و مذهبی در سراسر جهان، نمونه‌ای از محلی‌سازی کلان است. جهانی‌سازی خُرد شامل ترکیب فرایندهای جهانی مشخص و خاص با شرایط محلی است. جنبش‌های اجتماعی همچون جنبش‌های فمینیستی و یا جنبش‌های زیست‌محیطی و روش‌ها و استراتژی‌های جدید تولید و بازاریابی که در شرایط خاص محلی و در دوره زمانی خاصی ظهور یافته‌اند را در نظر می‌گیرد (Khondker, 2004: 4). برای درک بهتر مفاهیم جهانی‌شدن، محلی‌سازی و جهان‌محلی‌سازی، در جدول ۱ به مقایسه تعریف و کاربرد آن‌ها پرداخته‌ایم.

جهانی‌شدن	محلی‌سازی	جهان‌محلی‌سازی	
تمایل و گرایش به یکپارچه‌سازی بین‌المللی کالا، فن‌آوری، اطلاعات، کار، سرمایه و یا فرایند ایجاد این یکپارچگی	فرایند انطباق محصول و یا خدمات با فرهنگ و زبانی خاص، با ارائه درخواستی محلی و برآورده‌ساختن نیازهای محلی	ارائه پیشنهادی جهانی (برند، ایده، محصول، خدمات و غیره) با در نظر گرفتن مسائل محلی	<b>تعریف</b>
یکپارچه‌سازی و همگرایی سلاقی مشتریان و درآمد در تمامی کشورهای مورد نظر. توجه به تقاضاهای خاص اصلاحات محلی در نظر گرفتن کیفیت و ارزشها برسمیت شناختن برند محلی رقابت با برندهای بین‌المللی و محصولات داخلی	تعیین تفاوت سلاقی مشتریان و درآمد در تمامی کشورهای مورد نظر. توجه به تقاضاهای خاص اصلاحات محلی در نظر گرفتن کیفیت و ارزشها برسمیت شناختن برند محلی رقابت با برندهای بین‌المللی و محصولات داخلی	بکارگیری تجربیات جهانی و یا برندی جهانی و متمایز ساختن پیشنهادات بمنظور جذب بازارهای محلی. فعالیت در یک بازار جهانی و غرفه‌های بازارهای محلی. یکپارچه‌سازی جهانی‌شدن و اصلاحات محلی، یکپارچه‌سازی کیفیت و ارزشها در محصول از طریق فروش زیاد محصول یا خدمات جهان‌محلی به روشی بهتر با برندهای محلی و بین‌المللی رقابت می‌کنند زیرا این رویکرد نیازها و تقاضاهای محلی را با هزینه‌ای کمتر برآورده می‌سازد تقویت انجمن‌ها و جوامع محلی و پیوند آن‌ها به منافع جهانی و تسهیل ابداعات صلح و توسعه (Sharma, 2013: 127)	<b>کاربرد</b>

جدول ۱: اختلاف میان جهانی‌شدن، محلی‌سازی و جهان‌محلی‌سازی

مآخذ: ۱۵۱، ۲۰۱۰: Luigi

براساس مطالب جدول فوق، می‌توان به این نکته اشاره کرد که در تعاریف محلی‌سازی، خاص بودن در برابر عام‌گرایی جهانی‌شدن مورد تأکید قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر استانداردسازی به‌عنوان بخشی از جهانی‌شدن باید با توجه به سلاقی و تمایلات محلی، آداب و رسوم، فرهنگ و غیره همراه گردد (Menon, 2014: 430). انطباق محصول و یا خدمات با فرهنگ و زبان خاص در جهت برآورده‌شدن نیازهای محلی با توجه به سلاقی و تقاضاهای خاص محلی که با ایجاد زیرساخت‌ها و اصلاحات محلی در «محلی‌سازی» همراه است، در برابر تمایل به یکپارچگی بین‌المللی محصول و خدمات و انطباق با فرهنگ، نیاز و سلاقی یکپارچه‌شده ناشی از فرهنگ مصرف جهانی در بستر تقسیم کار جهانی و در جهت تقویت برندهای بین‌المللی در «جهانی‌شدنی» قرار می‌گیرد. این در حالی است که با ادغام این دو روند در رویکرد جهان‌محلی‌سازی، شاهد کنار هم قرارگرفتن این دو مفهوم ظاهراً متضاد اما مکمل هستیم؛ به‌گونه‌ای که تطابق محصولات جهانی با سلاقی و نیازهای محلی و همچنین تأثیر متقابل این نیازها بر اصلاح محصولات و نیز همکاری تجربیات جهانی و محلی در بسترسازی و انجام اصلاحاتی متناسب با هر دو رویکرد جهانی و محلی با هدف ایجاد فضایی توسعه‌یافته‌تر، با تنش کمتر و برآورده ساختن هم‌زمان منافع جهانی و محلی را نشان می‌دهد.



## ۵- گزاره‌های اصلی و مؤلفه‌های جهان‌محلی‌سازی

گزاره‌های اصلی جهان‌محلی‌سازی تفاوت‌چندانی با استدلال‌های پیچیده جهانی‌شدن ندارد. چراکه جهانی‌شدن بخش اصلی این رویکرد را تشکیل می‌دهد. مهم‌ترین این گزاره‌ها در ادامه ذکر می‌شود. تنوع، ضرورت زندگی اجتماعی است. استقلال تاریخی و فرهنگی، احساس منحصر به فردی به تجربه اشخاصی می‌بخشد که ما آن را فرهنگ، جامعه و یا ملت تعریف می‌کنیم. جهان‌محلی‌سازی، مفهومی است که ترس را از ذهن آ دسته از اشخاص می‌زداید که معتقدند که جهانی‌شدن مانند موجی مخرب همه تفاوت‌ها را از میان برمی‌دارد. جهان‌محلی‌سازی در صورتی معنا می‌یابد که دربرگیرنده عنصری باشد که به فرهنگ، سیستم ارزشی و هنجارهای محلی و مواردی از این دست اشاره می‌کند. جهان‌محلی‌سازی جهانی‌سازی از درگیری و تنش را تضمین نمی‌کند اما درک عمیق‌تری از جهان پیچیده و دیدی واقع‌بینانه نسبت به آن ارائه می‌دهد (Khondker, 2004: 4-5). جهان‌محلی‌سازی تصدیق می‌کند که هر جهانی با اصلاحات سرکش و دیپلماتیک فزاینده میان جهانی‌شدن و محلی‌گرایی روبرو می‌شود. جهان‌محلی‌سازی رویکردی محلی و جهانی است نه روشی در تقابل با جهانی‌شدن بلکه این مفهوم، با شکلی دوگانه از دو مفهوم محلی و جهانی است که با رقابت بر سر تأثیرگذاری یکدیگر را تغذیه می‌کنند و در واقع رقبایی مکمل‌اند (Biernacka-Ligieza, 2013: 4).

## ۶- استراتژی‌ها و پیش‌شرط‌های جهان‌محلی‌سازی

هر مفهوم‌دارای پیش‌شرط‌هایی اساسی است که سود و موفقیت افرادی را تضمین می‌کند که آن را دنبال می‌کنند. انجمن جهان‌محلی<sup>۵</sup> اصلاح دیپلماسی سنتی، برقراری صلح و توسعه، توجه به مدیریت بهینه منابع، ارتقای تفویض قدرت و تمرکززدایی، مد نظر قراردادن رابطه جامعه مدنی و دموکراسی، تمرکز بر مسائل فرهنگی، بسترسازی برای حکمرانی شهری، توجه به بودجه عمومی و منابع خصوصی و همچنین مکانیزم‌های مالی، ابداعات و ظرفیت‌سازی‌ها را از پیش‌شرط‌های اصلی جهان‌محلی‌سازی می‌داند و پرداختن به آن‌ها را پیش از هر چیز ضروری می‌نماید؛ چراکه این پیش‌شرط‌ها و اصول آنچنان به جزئی از ذات جهان‌محلی‌سازی تبدیل شده‌اند که نپرداختن به آن‌ها ممکن است در تصویر کلی جهان‌محلی‌سازی تغییر و انحرافی اساسی ایجاد کند. برخی از این پیش‌شرط‌ها مانند اصلاح دیپلماسی سنتی کاملاً خاص‌اند و ماهیتی ابداعی دارند؛ در حالی که دیگر موارد این‌گونه نیستند. به‌طور کلی، اصول اساسی جهان‌محلی‌شدن فهرستی غیرعملی از ایده‌های بی‌ارتباط با حقیقت نیست، بلکه این اصول از بررسی و مطالعه فعالیت‌ها در حال ظهور منتج شده است و از مقایسه دیدگاه‌های مهم بدست آمده است. مراحل بسترسازی و ایجاد زمینه شکل‌گیری جهان‌محلی‌سازی باید به‌گونه‌ای پیش رود که این مجموعه از اصول بتواند ارزیابی‌ها و تفاسیر، چارچوب‌های استراتژیک و نظریات سیاسی را برای دامنه وسیعی از بازیگران - از دولت‌ها گرفته تا نهادهای بین‌المللی، از مقامات محلی گرفته تا سازمان‌های غیردولتی، از شرکت‌های چندملیتی گرفته تا نهادهای مالی - ارائه نماید (CERFE, 2003: 23).

از دیدگاهی کلی‌تر، استراتژی‌ها و پیش‌شرط‌های جهان‌محلی‌سازی در قالب شش دسته کلی ارائه شده‌است که تمامی پیش‌شرط‌های عرضه‌شده از سوی انجمن جهان‌محلی را در خود جای می‌دهد و جدول ۲ نشان داده شده است:



## جدول ۲: پیش شرط‌ها و استراتژی‌های جهان محلی‌سازی

پیش شرط‌ها	استراتژی‌ها
اصلاح دیپلماسی سنتی، ارتقاء تفویض قدرت و تمرکز دایی، بستر سازی برای حکمرانی شهری	تاکید بر دیپلماسی در بازارهای محلی
توجه به منابع خصوصی و مکانیزم‌های مالی	توسعه اقتصادی و منافع محلی
تمرکز بر مسائل فرهنگی	تشویق و ترغیب برای تجدید حیات فرهنگ و باورهای محلی
توجه به مدیریت بهینه منابع، توجه به بودجه عمومی، مدنظر قراردادن رابطه جامعه مدنی و دموکراسی	توسعه ورزش، بهداشت، زمینه های اجتماعی و اقتصادی
برقراری صلح و توسعه	استفاده از فناوری اطلاعات و فن آوری ارتباطات برای رشد و توسعه و ارتباطات اجتماعی
ابداعات و ظرفیت‌سازی‌ها	توانمندسازی جوانان با دیدگاهی جهانمحلی از جهان

مآخذ: ۲، ۲۰۱۶، King

### ۶،۱ اصلاح دیپلماسی سنتی

در حال حاضر، در عرصه جهانی شاهد ظهور بازیگرانی چون سازمان‌های بین‌المللی، جوامع و انجمن‌های غیردولتی و تعدادی از شهرها هستیم که مکملی برای تلاش‌های دیپلماتیک ملی و فعالیت‌های دیپلماتیک سازمان‌های بین‌المللی محسوب می‌شوند. رویکرد جهان محلی‌سازی متضمن دو چالش در روابط بین‌المللی است. این رویکرد خود به‌طور هم‌زمان براساس گرایش به فعالیت‌های مرکب از صلح و توسعه و قابلیت برقراری ارتباط میان این دو، میان بازیگران جهانی و محلی قرار می‌گیرد.

ایجاد موازنه جدید بین‌المللی براساس ثباتی که نقطه ثقل آن برابری بیشتر در روابط میان کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه است، هدف نهایی است. برای دستیابی به این هدف - به‌خصوص در جامعه اطلاعاتی امروزی - توافق افرادی که تحت تأثیر طرح‌های صلح و فعالیت‌های ابداعی دیپلماتیک هستند، ضروری است. دنبال کردن منافع اولین چالشی است که سیستم دیپلماسی سنتی باید به آن بپردازد که این کار را در شرایط مذاکرات عادی انجام می‌دهد. چالش دوم را می‌توان با این رویکرد آرمانی دنبال کرد که فرایند صلح بشکلی تغییر کرده‌است که در آن تعدادی از بازیگران متفاوت با نقش‌های مختلف در آن مشارکت می‌کنند. این مطلب آن بخش از نقطه قوت از جهان محلی‌سازی را روشن می‌سازد که بر توجه به پتانسیل شهرها، شبکه‌های شهری و اشکال مختلف مشارکت میان شهرها به‌منظور ایجاد شبکه‌ای از صلح و امنیت متمرکز است (CERFE, 2003: 24) و بر دیپلماسی شهری و فعالیت‌های دیپلماتیک جوامع مدنی متمرکز می‌گردد. دیپلماسی شهری با قراردادن شهرها به عنوان عرصه عملی تعاملات ملی و جهانی، ابزاری برای تأمین حداکثر منافع طراحان و بازیگران دولتی و غیردولتی در چارچوب فضای جریان‌ها محسوب می‌شود (موسوی شغائی، ۱۳۸۹: ۲۳). در واقع، جهان محلی‌سازی ابزاری برای پیوند میان فضای جریان‌ها و جریان مکان‌ها را ارائه می‌کند (Roudometof, 2016: 11).

به‌طور کلی، شکل عمومی دیپلماسی بر خلاف دیپلماسی سنتی، دامنه گسترده‌ای از بازیگران را در بر می‌گیرد (حسینی، ۱۳۸۴: ۱۲۶) و عمدتاً برای توصیف جنبه‌های جدید دیپلماسی بین‌المللی به‌کار می‌رود که تعامل میان بازیگران جدید عرصه بین‌المللی را در کنار دولت‌ها در بر می‌گیرند (واعظی، ۱۳۸۹: ۲۸). شیوه‌های سنتی و متداولی که دولت‌ها برای کنترل مدیریت و هماهنگی جوامع به‌کار می‌برند، آن‌ها را با چالش‌ها و رقابت‌های متعددی مواجه ساخته‌است؛ زیرا باعث قدرت‌یابی سازمان‌ها و نهادهای فراملی و بین‌المللی، افزایش اهمیت و نقش بازار آزاد و ورود مجموعه‌ای از سازمان‌های غیردولتی جدید به عرصه





سیاست و مدیریت جامعه شده است (حاجی یوسفی، ۱۳۸۸: ۱۶۹). بنابراین، تغییر در محیط دیپلماسی باعث تضعیف دیپلماسی دولت‌محور، تحول در فرهنگ دیپلماسی، شکل‌گیری قواعد و رویه‌های جدید دیپلماتیک، بازتعریف مفهوم دیپلماسی و ناکارآمدی ترتیبات سنتی دیپلماتیک شده است (وحیدی، ۱۳۸۹: ۱۱۲).

به ادعای جان راگی، در محیط جدید شاهد حضور دو فرهنگ دیپلماسی هستیم: ۱. فرهنگ دیپلماسی سنتی که فقط در برابر دولت‌ها پاسخگو است و ویژگی آن سرّی بودن، عدم شفافیت، انحصارطلبی و فقدان پاسخ‌گویی است. ۲. فرهنگ مدرن دیپلماسی که ویژگی آن شفافیت، انعطاف، مسئولیت‌پذیری و دخالت بازیگران متنوع است و تعامل این دو فرهنگ نشانه‌ای از تحول عمیق در نظم بین‌المللی است که در دیپلماسی تبلور دارد (Ruggie, 2005: 18).

پنج راهکار استراتژیک زیر را می‌توان برای اصلاح دیپلماسی در بسترسازی برای جهان محلی‌سازی در نظر گرفت: ۱. گسترش فعالیت‌های دیپلماتیک ملت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی برای شرکت در مذاکرات صلح، رشد و توسعه اجتماعی و اقتصادی و همچنین گفتگو بین فرهنگ‌های متفاوت در نقطه تلاقی میان نیازهای محلی و پویایی جهانی؛ ۲. ارتقای ابداعات ظرفیت‌سازی در شاخه‌های مرتبط با مدیریت عمومی هم در جهت بالابردن آگاهی افراد و هم توانمندسازی مدیریت آگاهی و دانش مورد نیاز برای برقراری روابط و گفتگوها در مورد مسائل اجتماعی و فرهنگی و روابط میان بخش‌های جهانی و محلی در محیط فعالیت‌های دیپلماتیک؛ ۳. حمایت و پرورش دیپلماسی شهری به‌منظور جلوگیری از تعارضات، حل درگیری‌ها و دخالت در فعالیت‌های صلح‌سازی که پس از جنگ در مناطق انجام می‌گیرد؛ ۴. ارتقا و بسترسازی برای دیپلماسی شهری، چه از لحاظ خط‌مشی سیاسی و چه از نظر فرهنگی از طریق حمایت مشارکت رسمی مقامات محلی در ابداعات و برنامه‌ها در مقیاسی بین‌المللی و وارد کردن چنین اقداماتی در فعالیت‌های چندجانبه سازمان‌های بین‌المللی؛ ۵. ایجاد چارچوب‌های سازمانی و قانونی در شرایط تمرکززدایی که دیپلماسی شهری را به‌ویژه از نظر نقش شهرداران و نمایندگان جوامع شهری عملی‌تر می‌سازد (25: CERFE, 2003).

## ۶.۲ صلح و توسعه

جهانی‌شدن از یک‌سو با دیکته‌کردن استراتژی‌های سیاست خارجی و توسعه به کشورهای در حال توسعه، تأثیر جدی بر یکسان‌سازی جامعه بشری دارد و از سوی دیگر، موجبات گسترش دیپلماسی همه‌جانبه را فراهم نموده است؛ به شکلی که همه واحدهای سیاسی و جامعه جهانی در شکل‌دهی هنجارهای نوین بین‌المللی در قالب ملاقات‌ها و رفت‌وآمدهای دوجانبه و چندجانبه مؤثر، صاحب نقش شده‌اند (حاجی یوسفی، ۱۳۸۸: ۱۷۷).

توسعه زیرساخت‌ها و فناوری اطلاعات و ارتباطات از راه دور، پیشرفت‌هایی چون گسترش بازار جهانی و گسترش فعالیت‌های جهانی بنگاه‌های چندملیتی را موجب شده است. نظام‌های اقتصادی همراه با جهانی‌شدن فرهنگی از لحاظ فضایی به‌جای پراکندگی در شهرهای دنیا متمرکز شده‌اند (نصیری، ۱۳۸۸: ۲۹). چشم‌انداز جهانی‌شدن این حقیقت را به ارمغان آورده است که جدایی میان استراتژی‌های توسعه و استراتژی‌های صلح، یکی از عوامل اولیه ضعف سیستم مشارکت در توسعه و بی‌کفایتی مکانیزمی است که روابط بین‌الملل از طریق آن در حالت موازنه قرار می‌گیرد. در واقع، چنین مکانیزم و شرایطی نسبت به نیاز جوامع مدنی که مصرف‌کنندگان مستقیم محصول و توسعه‌اند، غفلت می‌ورزد. به عبارت دیگر،





نظر مشترک جوامع محلی از جمله حکومت‌های محلی و جوامع مدنی را می‌توان در ساخت صلح نه تنها به‌عنوان ذی‌نفع بلکه به‌عنوان بازیگر در کنار دیگر گروه‌های دیپلماتیک از ملت‌های متفاوت و نمایندگان سازمان‌های بین‌المللی در نظر گرفت. بنابراین، هدف در جهان محلی‌سازی، تحقق ترکیب سیاست‌ها (صلح به‌علاوهٔ توسعه) برای تغییر موقعیت‌های نامطلوب موجود و غلبه بر ایدئولوژی‌ها و پیش‌داوری‌هایی است که غالباً موانعی غیرقابل نفوذ بر سر راه هر نوع دیپلماسی به‌شمار می‌روند. دیپلماسی افقی که توسط افراد درگیر تقویت و اجرا می‌شود در زمان جلوگیری از بروز تعارض و درگیری و در شرایط پس از جنگ برای بازسازی زیرساخت‌های اجتماعی آسیب‌دیده از جنگ ایفای نقش می‌کند. در شرایط کلی‌تر، ارتباط میان برقراری صلح و سیاست‌های توسعه می‌تواند و باید به نوع جدیدی از موازنهٔ بین‌المللی ختم شود.

شش استراتژی زیر را می‌توان برای حل این گونه مسائل در جهان محلی‌سازی تعریف کرد:

۱. توجه به ورود بازیگران جدید در عرصهٔ برقراری صلح و توسعه. این بازیگران شامل حکومت‌های محلی، سازمان‌ها و نهادهای جامعهٔ مدنی، شرکت‌های تجاری، جوامع مذهبی، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، اتحادیه‌های کار و رسانه‌ها خواهند بود؛

۲. ارتقای سیاست‌های مبتنی بر ارتباطات متقابل مضاعف میان صلح و توسعه، میان دولت‌های ملی و بازیگران جهانی در یک‌سو و بازیگران محلی در سوی دیگر، که در ترکیب نخست میان صلح و توسعه، صلح‌سازی را به‌نمودی عملی از توسعهٔ اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تبدیل می‌سازد و در این ترکیب خواستار توجه به تمامی اشکال مشارکت مکانیزم‌های حکم‌روایی است که باید به جای منشأ تنش و درگیری به‌عنوان نقطهٔ تلاقی میان دیدگاه‌ها و روش‌های متفاوت عمل نماید؛

۳. به‌کارگیری سیاست‌های مشارکتی دوجانبه و چندجانبهٔ بین‌المللی به روشی نسبی برای جلوگیری از بروز درگیری میان کشورها از طریق درگیر کردن بازیگران جدید از قبیل شهرها و شبکهٔ شهرها در رفع مسائل مادی و معنوی درگیری‌ها و کشمکش‌های بالقوه از طریق مبارزه در برابر فقر، بهبود بهداشت و سلامتی، آموزش و ایجاد شغل و...؛

۴. دخالت در موقعیت‌هایی که در شرایط پس از جنگ به سر می‌برند به‌منظور بازسازی زیرساخت‌های آسیب‌دیده اقتصادی و اجتماعی از طریق ارتقای پروژه‌های برقراری صلح و توسعه؛

۵. هدایت فعالیت‌های گروه دیپلماتیک دولتی و هم‌چنین فعالیت‌های چندجانبه در جهت یکپارچه‌سازی همراه با فعالیت‌های صلح‌سازی بازیگران محلی درگیر و حاضر در صحنه؛

۶. غلبه بر شکاف میان منابع اقتصادی که بر بودجه‌های دولتی در کمک به توسعه در کشورهای توسعه‌یافته اثرگذار است از طریق متمرکز کردن فعالیت سیاسی برای بسیج منابع و ظرفیت بازیگران محلی با استفاده از فرصت‌های به‌دست‌آمده در جهانی شدن (CERFE, 2003: 26).

### ۶،۳ تمرکز بر مسائل فرهنگی

براساس رویکردهای متفاوتی می‌توان میان ابعاد مختلف جهانی شدن - اقتصادی، نظامی، محیطی، اجتماعی و فرهنگی - تمایز قائل شد (Císař, 2007: 23). ماهیت متغیر روابط بین‌الملل شواهد راضی‌کننده‌ای عرضه می‌کند که براساس آن‌ها، ترتیب و آرایش پیچیده و قوی از بازیگران بین‌المللی غیردولتی و اشکال جدیدی از سازمان‌های غیردولتی در حال ظهورند و تلاش می‌کنند از صحنهٔ جهانی برای هموار کردن تغییرات در سطح ملی استفاده کنند. آنها پیوسته به مثابه بخش‌های تشکیل‌دهندهٔ جامعه‌مدنی جهانی اولیه تلقی می‌شوند که از قدرت نفوذ و شاید نیروی دموکراتیک کردن ساختار سیاست جهانی از دو راه



تأثیرگذاری فزاینده بر نهادهای بین‌المللی موجود و همچنین از طریق توانایی خود در به‌کارگیری این نفوذ به عنوان وسیله‌ای برای اعمال فشار بر دولت-ملت‌های جداگانه برخوردار می‌گردند (Mundy & Murphy, 2001: 86).

دسترسی بیشتر به اطلاعات، کاهش قابل توجه بی‌سوادی، احیای فرهنگ‌های قدیمی‌تر، ظهور ابعاد یک فرهنگ جهانی و گسترش انتظارات، حل مسائل مرتبط با فقر، مجموعه‌ی عواملی هستند که به موضوعات فرهنگی، به‌ویژه با توجه به موضوعات توسعه و صلح، باری سیاسی می‌بخشد. از نقطه‌نظر جهان-محلی‌سازی، نمی‌توان در سیاست‌گذاری‌های توسعه، به فرهنگ به‌عنوان سبک زندگی گروه خاصی از افراد توجه نکرد. و این مطلب به نقطه‌ی دراماتیکی در روابط میان فرهنگ‌های محلی و فرایند جهانی‌شدن اشاره می‌کند از این‌رو، به‌موازنة بین‌المللی جدیدی نیاز داریم که براساس در نظر گرفتن جایگاه یکسان به همه‌ی فرهنگ‌ها ایجاد شده‌است (CERFE, 2003: 27).

برای مثال، جهان‌محلی‌سازی زبان انگلیسی در بخش‌های مهم دنیا کاملاً شناخته‌شده است. بومیان استرالیا هنجارهای محلی و جهانی و یا به نوعی تنوع زبانی در زبان انگلیسی را برای اهداف بینا فرهنگی و درون فرهنگی بسط داده‌اند. بدین معنا که هنجار جهانی در زمان ارتباط مردم با مردم در دیگر کشورها به‌کار می‌رود؛ در حالی که هنجار محلی برای مردم قبایل متفاوت در کشورها به‌کار می‌رود. همچنین، در سنگاپور که مردم از انواع زبان‌های اول متنوع استفاده می‌کنند، علی‌رغم تلاش دولت برای مجزا ساختن نقش زبان مادری، شهروندان از انگلیسی به‌عنوان زبان جهانی استفاده می‌کنند و جهان‌محلی‌سازی زبان انگلیسی کاملاً مشهود است. در حقیقت جدا کردن این دو زبان غیرممکن به‌نظر می‌رسد، اما اختلاط فرهنگی و جریان دوسویه‌ی زبان‌ها منجر به تسلسل متغیر جهانی-محلی در زبان انگلیسی شده‌است که در آن سخن و کلام، درجاتی از تنوع زبانی را در طیف زبان استاندارد و غیراستاندارد نشان می‌دهد. چینی‌ها نیز از چندین نوع زبان انگلیسی بومی شده استفاده می‌کنند. تحقیقات شی<sup>۷</sup>، تسلسل انگلیسی‌های جهان‌محلی شده را از پایین‌ترین سطح کاربری در سطح چینگیس (انگلیسی بد) تا انگلیسی چینی (در سطح مبتدی)-که جدیدترین و نزدیک‌ترین نوع انگلیسی به زبان استاندارد- نشان می‌دهد (Tsou, 2015: 51-52).

رویکرد پیشنهادی جهان‌محلی‌سازی، با مشارکت میان حقایق شکل گرفته از فرهنگ محلی از جمله جوامع مدنی و حکومت‌های محلی، پاسخ مناسبی ارائه می‌دهد. فرهنگ در بالاترین و عمومی‌ترین شکل خود، عاملی برای رشد بشر و همچنین ابزاری غیرقابل جایگزین در برقراری ارتباطات متفاوت بین افراد است. این امر از طریق چهار استراتژی زیر در جهان‌محلی‌سازی امکان می‌یابد:

۱. در شرایط مشارکت شهر با شهر از مشخصه‌های فرهنگی به‌عنوان ابزاری برای تفسیر واقعیت، روشی برای بسیج بازیگران محلی، آغاز مشارکت مؤثر و تبادل یکسان و برابر میان گروه‌های انسانی مختلف و کانال‌هایی برای تضعیف تأثیر یکسان‌سازی جهانی‌شدن استفاده می‌شود؛
۲. ارتقا درک متقابل میان گروه‌های انسانی متفاوت در یک کشور و یا میان کشورهای متفاوت از لحاظ فرهنگی برای جلوگیری از تعارضات، کاهش تأثیرات درگیری‌ها و ارتقا و گسترش جهت‌گیری گسترده در جهت صلح؛
۳. تجدیدنظر و ارزش‌گذاری مجدد بار تفاوت‌های فرهنگی بر تقدیر و سرنوشت اجتماعی گروه‌های انسانی از طریق ارتقاء شبکه‌های گسترده فرهنگی عام، خاص، عمومی و غیرانتفاعی؛
۴. جلب توجه‌ها نسبت به فرهنگ، ارتباطات و هنر به‌عنوان ابزاری برای مبارزه با فقر، محرومیت اجتماعی، به‌کارگیری بهینه از جهت‌گیری مثبت شهرها و شبکه‌های شهری برای غلبه بر دید کاملاً

مادی نسبت به فقر و کمک به فقرا در احیای کامل مقام انسانی آن‌ها (CERFE, 2003: 27).

#### ۶.۴ حکمرانی شهری

حکمرانی شهری مجموعه‌ای از روش‌های برنامه‌ریزی حکمرانی شهری و مدیریت عمومی شهر از سوی افراد، نهادهای عمومی و نهادهای خصوصی و نیز فرایند مستمری است که از طریق آن، منافع متضاد یا متعارض با یکدیگر همراه می‌شوند و زمینه همکاری و کنش متقابل را فراهم می‌آورند. طبق این تعریف، حکمرانی شهری هم نهادهای رسمی و هم اقدامات غیررسمی و سرمایه اجتماعی شهروندان را در برمی‌گیرد (نوبری، ۱۳۸۹: ۸). حکم‌روایی خوب شهری عاملی پیونددهنده میان اصول و ارزش‌های حاکمیتی و رویکردهای نوین و انطباقی سازماندهی به حساب می‌آید و با بهره‌گیری از مفاهیم مشارکت، قانون‌مداری، شفاف‌سازی، انعطاف‌پذیری، وفاق محوری، عدالت، کارآمدی و پاسخ‌گویی، زمینه توسعه پایدار را فراهم می‌آورد (قنبری، ۱۳۹۱: ۱۲۰). دو دیدگاه «اهمیت استراتژیک تمرکززدایی» و «نقش مرکزی بازیگران محلی» افزایش اهمیت آن‌چه که آن‌را حکمرانی شهری می‌نامیم، نشان می‌دهند و به تعریف شهر به‌عنوان سطح مهمی می‌پردازد که قدرت اجرایی و دولت باید به آن تفویض گردد و مشارکت معنادار میان بخش‌های خصوصی و عمومی در آن شکل می‌گیرد. در چارچوب جهان محلی‌سازی، شهرها، نقطه پیوند مهمی میان نیروهای جهانی و محلی‌اند. علاوه بر این، شهرها می‌توانند به‌عنوان مکان قاعده‌سازی و بررسی فرهنگ جدید توسعه، به‌مثابه محلی غنی از دانش و تجربه عمل کنند که پیش از این در مرکز شبکه‌های مشارکت و تبادل در سطح فراملی یافته می‌شد.

نخستین و مهم‌ترین پیش‌شرط حکمرانی شهری آن است که شهرداری‌ها و حکومت‌های شهری از توان الزام‌آور و مؤثر در مدیریت منابع، مدیریت خدمات و فعالیت‌های برنامه‌ریزی و اجرا برخوردار گردند؛ در غیر این صورت تمرکززدایی صرف بدون تفویض اختیارات تنها به بروکراسی بیشتر و کشمکش و اختلافات سازمانی ختم خواهد شد.

حکمرانی شهری را می‌توان با درک نقش اساسی شهرها در برآورده ساختن چالش‌های توسعه و برقراری صلح ارتقا بخشید و این کار را می‌توان با حداقل سه رهنمود استراتژیک زیر در جهان محلی‌سازی انجام داد:

۱. ارتقا تفویض توان اجرایی و تمرکززدایی؛
۲. برقراری مشارکت در سطح شهر. لازم به‌ذکر است که ارتقای توان و اختیارات حکومت‌های محلی باید در ظرفیت آنها در حکمرانی مشترک شهر از طریق مشارکت با بخش خصوصی و بازیگران جامعه مدنی منعکس گردد؛
۳. برقراری مشارکت و ایجاد شبکه‌های میان شهری. این رویکرد مشترک در حکمرانی شهری تنها در شهرهای جداگانه تحقق نمی‌یابد، بلکه لازم است در ارتباط بین شهرها، نه تنها در یک کشور و سرزمین بلکه در سطحی فراملی به کار گرفته شود؛ شبکه‌ها و مشارکت بین شهرها در سطوح مختلف، در رویکرد جهان‌محلی‌سازی، ابزاری برای قاعده‌سازی راه‌حل‌های حقیقی و عملی برای مسائل و مشکلات جهانی است (CERFE, 2003: 29).

#### ۶.۵، مدیریت منابع

در رویکرد مشارکتی، آن سطح از دولت که به شهروندان و فضای محلی نزدیک‌تر است می‌تواند در تضمین حل مسائل مدیریت منابع به روشی مناسب عمل کند. در واقع عدم تمرکز و مشارکت اقتصادی و اجتماعی که به حکمرانی محلی ختم می‌گردد، موجبات مدیریت صحیح منابع در سطح جامعه را فراهم





می‌سازد. در حکمرانی شهری، منابع باید به روشی آشکار، هماهنگ با اهداف تخصیص آن‌ها، مؤثر و به روشی مدیریت شوند که امکان به حداکثر رساندن نتایج پیگیری شده را فراهم می‌سازد و از هدر رفتن منابع جلوگیری می‌کند. مدیریت مؤثر به نوبه خود با ارائه و اجرای الگوهای کنترل داخلی، باتوجه به استراتژی‌های زیر، امکان نظارت مرحله به مرحله اجرای حقیقی یک پروژه و بنابراین جلوگیری به موقع و یا تشخیص تأخیرها و ناکارآمدی‌ها، نبود هماهنگی بین ورودی/خروجی، نقص در مطابقت و هماهنگی با ضرب‌الاجل‌ها و یا کاربرد نامتناسب منابع را فراهم می‌سازد:

۱. ارتقای محاسبات عمومی بودجه‌های اضافی پروژه‌ها براساس رویکرد جهان‌محلی‌سازی در سطح مقامات محلی و سایر شرکای پاسخ‌گو و درگیر در مدیریت این‌گونه پروژه‌ها؛
۲. اختصاص بودجه‌های تخصیص‌یافته از سوی وام‌دهندگان برای بخش‌های خاص جهان-محلی‌سازی (دیپلماسی شهری، توسعه اجتماعی اقتصادی محلی، فرهنگ، گردشگری، ورزش، جوانان، ICT)؛
۳. تقویت کنترل داخلی از طریق به‌کارگیری پروتکل‌های ساده (که غالباً به‌لحاظ حوزه مالی محدود و بلحاظ زمانی کوتاه‌مدت‌اند)؛
۴. تعیین ابزاری که بتوان از طریق آن‌ها مکانیزم‌ها و بازده مدیریت بودجه را به‌طور پیوسته بهبود بخشید (CERFE, 2003: 30).

## ۶.۶ جامعه مدنی و دموکراسی

چشم‌اندازهای جهان‌محلی‌سازی بهترین محیط تفسیری را برای درک دلایل و کارآمد ساختن جامعه مدنی و بازیگرانش - که در جایگاه پیشکسوتان پدیده صلح و توسعه هستند- در تمامی سطوح ارائه می‌دهند. از نقطه نظر جهان‌محلی‌سازی، جامعه مدنی را می‌توان مجموعه‌ای از بازیگران به‌هم‌پیوسته از کشورهای متفاوت دانست که مسئول مسائل اجتماعی‌اند و قادر به بسیج شدن در موضوعاتی چون مبارزه با فقر و بی‌عدالتی اجتماعی، بهداشت، رشد شهری، ورزش، حفاظت از محیط‌زیست و ایجاد شغل‌اند (CERFE, 2003: 31). در این شرایط، بخش خصوصی، گروه‌های مذهبی، مهاجران، رسانه‌ها و سایر پدیده‌های موجود در جامعه مدنی از دولت‌ها می‌خواهند که ملحوظ نظر باشند و در اتخاذ سیاست خارجی و اجرای آن نیز نقش ایفا کنند (بیات، ۱۳۸۴: ۱۵۱). بدین ترتیب، این بازیگران به مهره‌های کلیدی در ارتقای توسعه تبدیل می‌شوند. رویکرد جهان‌محلی‌سازی ضمن تکمیل نیروی بالقوه بازیگران جامعه مدنی به روشن ساختن این حقیقت می‌پردازد که آن‌ها یکی از این پیوندهای اساسی میان بخش‌های محلی و جهانی‌اند. نقش مؤثر بازیگران جامعه مدنی در جهت ارتقای صلح و توسعه را می‌توان با دنبال کردن حداقل پنج رهنمود استراتژیک زیر، به‌دست آورد.

۱. شناخت تعدد و تنوع بازیگران جامعه مدنی شامل بازیگرانی که کمتر صنعتی شده‌اند (مثل CBO ها<sup>۸</sup>) و یا غیرسنتی‌ها (مثل انجمن‌های مذهبی در کسب و کار تجاری)؛
۲. اجرای ابداعات طراحی شده برای درگیر کردن بازیگران جامعه مدنی در برنامه‌های جهانی همراه با شهروندانی که حس پاسخ‌گویی و مسئولیت در آن‌ها القا شده‌است؛
۳. تمرکز بر یکپارچه‌سازی بازیگران مختلف جامعه مدنی با بازیگران مدیریت عمومی و مؤسسات بین‌المللی برای کسب موفقیت در ابداعات جهان‌محلی.
۴. حذف هرگونه مانع قانونی، بوروکراتیک و یا اجرایی که مانع رشد و انجام فعالیت‌های بازیگران جامعه مدنی می‌شود.



۵. تقویت بازیگران جامعه مدنی با حمایت از دسترسی آن‌ها به منابع و فرصت‌های عرضه‌شده در جهانی‌شدن و حمایت از تمایل آن‌ها برای ایجاد شبکه‌ها و ارتباطات فراملی (CERFE, ۲۰۰۳: ۳۱).

علاوه بر این، جامعهٔ محلی نقش مهمی در پایدارنمودن امور جهانی و پیروی از سیاست‌هایی که بهترین نتایج را برای تجارت به ارمغان می‌آورد، ایفا می‌کنند. ایده سرمایه‌گذاری، بازاریابی شبکه‌ای و ایجاد زیرساخت‌ها، از مشارکت جهانی حاصل می‌شوند و از سیستم پایین به بالا برای کنترل اجرای جهانی پیروی می‌کند (king, 2016: 2).

## ۶،۷ منابع عمومی

کاهش منابع عمومی در جهت ارتقای توسعه و ناکافی بودن این منابع در برآورده ساختن اهداف برنامه‌های توسعه از جمله طرح اهداف توسعهٔ هزاره (MDGs)<sup>۱</sup> و افزایش قابل توجه منابع خصوصی در فعالیت‌های توسعه که از طریق صدها مکانیزم متفاوت از منابع متنوعی چون شهروندان، سازمان‌های غیردولتی، شرکت‌های کوچک و متوسط، جوامع مذهبی، سازمان‌های چندملیتی، سازمان‌های بهداشتی، اتحادیه‌های کارگری، انجمن‌های فرهنگی و ورزشی و غیره به دست می‌آیند، اهمیت منابع و بودجهٔ عمومی را بیش از پیش برجسته می‌سازند. بنابراین، برخلاف گذشته بیشتر پروژه‌های عمرانی و برنامه‌های توسعه با کمک بخش خصوصی و بیشتر در سطح محلی صورت می‌گیرند. در چنین شرایطی نه تنها افزایش منابع خصوصی برای رشد و توسعه تا حد امکان ضروری به نظر می‌رسد، بلکه توجه به استفاده از بودجه عمومی به طوری که بتواند از طریق تعامل مؤثرتر میان بُعد محلی و جهانی، تأثیرات ناشی از منابع خصوصی را افزایش دهد نیز ضروری است (CERFE, 2003: 33). به طور مثال، صرف ده درصد از منابع عمومی برای توسعهٔ دیپلماسی شهری و مشارکت شهرها با یکدیگر موجب جابه‌جایی گسترده‌تر منابع در سطح محلی می‌گردد که مانند کاتالیزوری برای سرمایه‌گذاری‌های جدید عمل می‌کند و تأثیرات آن را چند برابر می‌سازد (CERFE, 2003: 46-50).

خط‌مشی‌هایی با پنج اولویت را می‌توان به منظور حمایت مالی از یک رویکرد جهان‌محلی‌سازی در جهت بسیج منابع قابل توجهی تعریف کرد که به این شرح‌اند:

۱. تلاش برای بالا بردن آگاهی به منظور دستیابی به منابع بازیگران بخش عمومی در همهٔ سطوح؛ یعنی الف) در سطح یک سازمان بین‌المللی (اژانس‌های سازمان ملل)؛ ب) در سطح منطقه‌ای (بانک‌های منطقه‌ای، اتحادیه اروپا)؛ ج) در سطح دولت ملی؛ د) در سطح مقامات محلی؛
  ۲. افزایش منابع عمومی برای انجام امور جهان‌محلی در جهت ساخت جامعه‌ای پایدار در برابر چالش‌ها؛
  ۳. ایجاد منابع بیشتر در بخش عمومی با به کارگیری آن‌ها نه تنها به عنوان بودجهٔ مستقیم و کامل پروژه‌های خاص بلکه به عنوان نیروی محرکه‌ای برای بسیج منابع خاص به ویژه در سطح محلی؛
  ۴. ارتقای عمل «ترکیب بودجه» که به معنای یکدست نمودن بودجهٔ بخش عمومی و خصوصی است و از طریق ایجاد محیطی مستعد در ارتباط با حداقل سه بُعد زیر به حمایت از فعالیت‌های جهان‌محلی می‌پردازد:
- الف) چارچوب اجرایی و سازمانی در جهت ساده کردن روند یکپارچه‌سازی بودجهٔ عمومی و منابع خصوصی؛

9-Millennium Development Goals



- (ب) چارچوب مالی در جهت افزایش مشارکت میان بازیگران خصوصی و عمومی در حوزه تأمین منابع برای ابداعات عمرانی و توسعه؛
- (ج) دسترسی به اطلاعات به این منظور که افراد علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها، در بخش خصوصی به اطلاعاتی در مورد فرصت‌های سرمایه‌گذاری، ابداعات و قوانین دست یابند؛
- (د) به جریان انداختن جهان محلی‌سازی در تمامی بخش‌های متفاوت جامعه (CERFE, 2003: 34).

## ۶.۸ منابع خصوصی

رشد جامعه مدنی جهانی که منجر به افزایش تعداد بازیگران اجتماعی در حوزه بین‌المللی گردید و گسترش آگاهی عمیق‌تر در محیط مشترک فرایندهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جهانی شدن، پدیده شهروند مشارکتی به‌مثابه گسترش گسترده شرکت‌های خصوصی (به‌ویژه شرکت‌های بزرگ حتی شرکت‌های متوسط و کوچک) و افزایش تعداد ابزارها (کارت‌های اعتباری و یا روش‌های انتقال پول از طریق اینترنت) که به‌کارگیری بودجه را برای اهداف اجتماعی بدون نیاز به یک منبع پولی و تضمین‌های مالی برای هر کس آسان‌تر می‌سازد و همچنین ارائه قوانین و روندهای افزایش بودجه خصوصی (مانند بخشودگی مالیاتی و تسهیل روندهای سرمایه‌گذاری در قوانین ملی از دلایلی هستند که افزایش منابع خصوصی در امر توسعه و پروژه‌های زیرساختی را توجیه می‌کنند. پنج راهکار زیر را می‌توان برای افزایش بیشتر دسترسی به منابع خصوصی در جهان محلی‌سازی تعیین کرد: ۱. تعریف دقیق‌تر آن‌چه در زبان ارتباطات عمومی علت جهان محلی‌سازی (یعنی ارزش سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن) شناخته می‌شود و ارائه آن در دستورالعمل‌های سیاست‌گذاری محلی، ملی و بین‌المللی؛ ۲. حمایت از فعالیت‌هایی که به‌دنبال افزایش آگاهی بازیگران بخش خصوصی در زمینه هرگونه مشکل مرتبط با افزایش توسعه و صلح است؛ ۳. تقویت فعالیت‌هایی که به‌دنبال افزایش آگاهی بازیگران جهان محلی در مورد اهمیت منابع خصوصی در تأمین بودجه فعالیت‌ها برای ارتقای صلح و توسعه‌اند؛ ۴. تشویق تمامی بازیگران بخش خصوصی، بخش‌های عام و خاص و شهروندان به حضور بیشتر از طریق جهت‌دهی و هدایت مسئولیت اجتماعی‌شان در فعالیت‌های جهان محلی؛ ۵. تضمین شرایط فنی، حقوقی و کاری ضروری برای ایجاد محیط آماده و مؤثر برای بسیج منابع خصوصی.

## ۶.۹ مکانیزم‌های مالی

در کنار افزایش منابع و شرکت‌کنندگان و بازیگران، جستجو برای یافتن روش‌های مالی جدید برای کمک به سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های جهان محلی نیز ضروری است. جهان محلی‌سازی روندی است که به تجربیات فروش و ایجاد فرایندهای خرید و فروش برای مشتریان کمک خواهد کرد (Spruill, 2014: 1). شایان ذکر است که ابزارهای گوناگونی در جهت کنترل صحیح منابع موجود پیشنهاد و بررسی شده‌اند. از این میان، می‌توان به روش‌هایی چون تضمین چرخش منابع مالی بازیگران متفاوت (جوامع محلی، گروه‌های تولیدی، سازمان‌های جامعه مدنی و...) اشاره نمود. با این حال می‌توان با پیگیری دو سیاست: ۱. هدایت انجمن‌های مالی (بانک‌های تجاری در اولویت اول) به سمت رویکردی جهان محلی؛ ۲. نزدیک‌تر کردن مؤسسات مالی به بازیگرانی که در سطوح متفاوت پروژه و برنامه‌های جهان محلی‌سازی حضور دارند به برقراری اتحاد میان جهان مالی و بازیگرانی که در بُعد جهان محلی فعال‌اند کمک کرد.

## ۶.۱۰ ابداعات و ظرفیت‌سازی در جهان محلی‌سازی

برنامه‌های مشارکتی بین‌المللی، سیاست‌های عمرانی و هر فعالیتی در جهت برقراری صلح و توسعه در





حوزه‌هایی از قبیل بهداشت، آموزش، تغذیه، توسعه اقتصاد محلی (شامل کارآفرینی و سرمایه خرد) حفاظت از محیط زیست، ارتقا و حمایت از حقوق بشر، ایجاد جامعه مدنی قوی تر و گسترش ICT شکل می‌گیرند. باین حال سایر بخش‌ها (مانند ورزش، فرهنگ، گردشگری و یا جوانان) که سرمایه‌گذاری کمتری در آن‌ها رخ می‌دهد مانند حوزه رشد و توسعه و ارتقای صلح و امنیت، از ویژگی استراتژیک برخوردارند. این بخش‌ها به دلیل وجود رابطه میان آن‌ها و رشد شبکه‌های اجتماعی، تقویت تعاملات فرهنگی و ایجاد معانی اجتماعی، قابل توجه‌اند و غالباً نقش مهمی در کاهش تعارضات موجود، جلوگیری از تعارضات در آینده و به‌طور کلی ایجاد محیطی اجتماعی ایفا می‌کنند، که به انجام فعالیت‌های مشارکتی عمرانی کمک می‌کند. چهار سیاست به‌درستی و به‌طور مؤثر به بخش‌هایی مثل ورزش، فرهنگ، گردشگری و یا نوجوانان به‌عنوان بخشی از مشارکت بین‌المللی کمک می‌کنند که خود زمینه‌ساز و موجب قوام رویکرد جهان محلی‌سازی هستند:

۱. ارتقای نهادینه کردن بخش‌های جدید. سازمان‌های بین‌المللی، آژانس‌های همکاری و سایر نهادهای مشارکتی به چیدمان و آرایش سازمانی خاصی برای توسعه فعالیت‌ها و سیاست‌ها در حوزه ابداعات نیازمندند؛

۲. سازمان‌های بین‌المللی اصلی، آژانس‌های همکاری و سایر نهادهای شریک باید در ارتباط با یکدیگر، سیاست‌ها و استراتژی‌های کاری خود را -که لازم است در کمک‌ها و همیاری‌های خاص به‌طور آشکار معلوم کنند- گسترش دهند؛

۳. سازمان‌های بین‌المللی، آژانس‌های همکاری و سایر نهادهای مشارکتی باید در جهت افزایش تخصیص منابع مالی به بخش‌های جدید، بخشی از بودجه خود را به بخش‌ها و فعالیت‌های ابداعی اختصاص دهند. بهترین نمونه برای این مورد، برنامه CO4 کلمبیا است که برنامه‌ای داخلی است که آژانس دولتی اینپالس<sup>۱۱</sup> اجرا می‌کند. این آژانس با بسیاری از بزرگترین شرکت‌ها در جهان کار می‌کند و همراه با شرکای جهانی خود، کار را با راه‌اندازی ۳۲ برنامه ابداعی در هفته به اوج می‌رساند. این برنامه شامل توسعه مهارت‌های همکاری برای شرکت‌های کلمبیایی و فرایند کاملاً گسترده‌ای برای ایجاد اعتماد متقابل و مشارکت پایدار میان شرکت‌ها و سازمان‌ها است. دولت‌های ولز و اسکاتلند نمونه جدید دیگری هستند که هر دو به‌منظور اعتباربخشی محلی و همچنین دستیابی به قابلیت‌های جهانی، برنامه‌های ابداعی را در بسیاری از شرکت‌های بزرگ در کشورهای خود اجرا می‌کنند. مثلاً، در ولز، شرکت IQE، همراه با تأمین‌کننده‌ها و شرکای جهانی خود، برنامه‌ای برای ایجاد بازارهای جدید در زمینه مواد پیشرفته با کرین پایین اجرا می‌کند. همچنین شرکت‌هایی مانند iMind در مأموریت‌های تجاری با نام Start-Up از بهترین نخبگان از سراسر اروپا برای دستیابی به راه‌حل‌های جدید به‌منظور بهره‌بردن از شرکت‌های رسانه‌ای در منطقه‌ی فلاندرز<sup>۱۱</sup> بلژیک استفاده می‌کند (Harwood, 2014: 2).

به‌طور کلی، توسعه و برقراری صلح از طریق برنامه‌ها و فعالیت‌های مبتنی بر رویکرد جهان محلی‌سازی به منابع مالی و ابزار سازمانی متناسب و قبل از هر چیز به منابع انسانی شایسته نیازمند است. علاوه بر نیروی متخصص، منابع انسانی باید از شایستگی‌ها و مهارت‌هایی برخوردار باشند که با برنامه‌ریزی و ارزیابی برنامه‌ها و پروژه‌ها، حسابداری و افزایش سود مرتبط‌اند. بسیاری از سازمان‌ها و نهادهایی که از رویکرد جهان محلی‌سازی پیروی می‌کنند، تجارب مهمی در حوزه مشارکت‌های بین‌المللی و یا اجرای سیاست‌های توسعه دارند. بنابراین، در ساختار خود به تقویت این مهارت‌ها می‌پردازند؛ چرا که در چشم‌انداز گسترش بیشتر جهان محلی‌سازی، نبود این‌گونه مهارت‌ها به عامل خطرسازی تبدیل می‌شود که نیازمند توجه و



اقدام فوری است. بنابراین، شاید بتوان با توجه به این نکات، به تقویت بخش‌های جهان محلی شده پرداخت و به بازیگران این حوزه در انجام صحیح امور یاری رساند.

۱. ارتقای آگاهی؛

۲. ظرفیت‌سازی بخش‌های جهان محلی و بالابردن ظرفیت این واحدها از طریق کسب مهارت‌های برنامه‌ریزی، ارزیابی برنامه، مدیریت پروژه، مدیریت منابع انسانی و مدیریت دانش و اطلاعات؛

۳. اجرا فعالیت‌های نهادسازی (CERFE, 2003: 34-39).

به‌طور کلی از منظر جهان‌محلی‌سازی، جوامع پس از ایجاد پیش‌شرطها در جهت کسب منافع بیشتر، باید نسبت به اجرای چندگام اساسی و مهم زیر، به‌منظور فعال کردن یک مدل جهان محلی شده، اقدام نمایند:

- ایجاد ساختار تصمیم‌گیری شفاف؛
- تلاش برای حضور و مشارکت هرچه بیشتر بازیگران؛
- برقراری ارتباط با همهٔ اқشار درگیر در جهان محلی‌سازی؛
- رهبری و هدایت مقتدرانه (Holden, 2015: 8).

## ۷- نتیجه‌گیری

در دهه‌های پایانی قرن بیستم، روند جهانی شدن یا به‌تعبیر برخی از اندیشمندان پروژه جهانی‌سازی شروع و به سرعت آثار و پیامدهای خود را در سطح جهان نشان داد. برخی از اندیشمندان معتقدند جهانی شدن به چیرگی و فراگیر شدن منافع صاحبان قدرت و کاهش قدرت رقابت بازیگران محلی منجر شده است. بنابراین، در مقابل این فرایند، مفهومی دیگری تحت عنوان جهان‌محلی‌سازی مطرح شده است که از طریق مطرح کردن مسائلی چون مبارزه با فقر و تلاش برای جلوگیری از بروز جنگ و یا حل منازعات، به جریان انداختن مذاکرات صلح، پیوند میان توسعه پایدار و کاهش فقر و همگرایی، به دنبال هرچه برجسته‌تر نمودن نقش بازیگران محلی و به‌خصوص شهرها هم از لحاظ مکان فعالیت‌های اجرایی و هم از لحاظ پتانسیل‌های نهفته نهادها و انجمن‌های جامعه مدنی واقع در آن در کنار سایر بازیگران غیردولتی است. جهان‌محلی‌سازی رویکردی است ترکیبی از دو پدیده و فرایند محلی‌سازی و جهانی شدن که در آن بازیگران محلی می‌توانند نقش مهم و مؤثری در مقابله با چالش‌های منطقه‌ای و جهانی - همچون پیشگیری و مدیریت جنگ و منازعات، به‌جریان انداختن مذاکرات صلح، تلاش برای گسترش توسعه پایدار و کاهش فقر، افزایش همگرایی بین قومیت‌ها و ملت‌ها و مبارزه با بحران‌های زیست‌محیطی در مقیاس منطقه‌ای و جهانی - داشته باشند.

پیش‌شرط‌های جهان‌محلی‌سازی - از جمله، اصلاح دیپلماسی سنتی، برقراری صلح و توسعه، توجه به مدیریت بهینه منابع، ارتقای تفویض قدرت و تمرکززدایی، مدنظر قراردادن رابطهٔ جامعهٔ مدنی و دموکراسی، تمرکز بر مسائل فرهنگی، بستر سازی برای حکمرانی شهری، توجه به بودجه عمومی و منابع خصوصی و همچنین مکانیزم‌های مالی، ابداعات و ظرفیت‌سازی‌ها - امکان ارائهٔ ارزیابی‌ها و تفاسیر، چارچوب‌های استراتژیک و نظریات سیاسی را برای دامنهٔ وسیعی از بازیگران، فراهم می‌آورد؛ از دولت‌ها گرفته تا نهادهای بین‌المللی، از مقامات محلی گرفته تا سازمان‌های غیردولتی، از شرکت‌های چندملیتی گرفته تا نهادهای مالی چراکه اصول اساسی جهان‌محلی‌سازی از مطالعهٔ امری در حال ظهور و نیز از مقایسهٔ نقطه‌نظرات موجود در زمینه‌هایی برآمده است که تجربه را از برنامه‌ریزی و حال را از آینده مجزا



می‌سازد. مؤثر بودن این اصول و قابلیت آن‌ها در فراتر رفتن از حال، ارائه ویژگی‌های آینده و فعالیت‌های گسترده‌تر، عمدتاً به کنار آمدن با چالش‌های بعدی، که از تحول تاریخی کنونی بشر ناشی می‌شود، بستگی دارد.

### کتابنامه

بریچر، جرمی، کاستلو، تیم و اسمیت، برندان. (۱۳۹۲). *جهانی‌شدن از پایین* (ترجمه حسن نورانی بیدخت). تهران: سروش.

بیات، محمود. (۱۳۸۴). *دیپلماسی دیجیتالی*، پژوهشی در تحولات دیپلماسی معاصر. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی  
حاجی یوسفی، امیرمحمد. (۱۳۸۸). *دولت و جهانی‌شدن در خاورمیانه*. تهران: انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

حسن زاده، علی. (۱۳۸۷). سیاست‌های مناسب به منظور جلوگیری از گسترش فقر در رابطه با عضویت در سازمان تجارت جهانی. کمیسیون اقتصاد کلان، بازرگانی و اداری کمیته‌ی اقتصاد و تلفیق، قابل دسترسی در آدرس: <http://maslahat.ir/DocLib5>

حسینی، حسن. (۱۳۸۴). *ارتباطات راهبردی: ابعاد و ابزار در رهیافت امنیت ملی آمریکا در کتاب آمریکا ۱۶ (ویژه دیپلماسی آمریکا) رضاداد درویش*. تهران: صص ۱۳۸-۱۱۱. مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.

سجاسی قیداری، حمدالله. (۱۳۹۵). *تدوین راهبردهای مدیریت فرایند جهانی‌شدن در مناطق روستایی کشور*. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۱۹(۷۰)، ۲۱۶-۱۸۹.

قاسمپور دهقانی، علی، لیاقتدار، محمدجواد و ابراهیم جعفری. (۱۳۹۰). *تحلیلی بر بومی‌سازی و بین‌المللی‌شدن برنامه درسی دانشگاه‌ها*. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۴(۴)، ۱-۲۴.

قنبری، علی، غلامپور، اسماعیل و مرادی، داوود. (۱۳۹۱). *ابعاد الگوی حکمروایی خوب شهری در تهران با تأکید بر نظریه دولت محلی توسعه‌گرا*. مجموعه مقالات همایش علمی حکمروایی خوب شهری، تهران: انتشارات تیس، صص ۹۳-۱۴۸.

گل محمدی، احمد. (۱۳۸۱). *جهانی‌شدن فرهنگ، هویت*. تهران: نشر نی.

موتقی، احمد. (۱۳۹۳). *جهانی‌شدن، ناسیونالیسم و توسعه*. تهران: دانشگاه تهران، موسسه انتشارات.

موسوی شفتائی، مسعود. (۱۳۸۹). *دیپلماسی شهری (ابزاری برای توسعه ملی در عصر فضای جریان‌ها)*.

تهران: گروه پژوهشی: مدیریت مطالعات و برنامه‌ریزی امور مناطق. دانش شهر ۱۸.

نصیری، اسماعیل. (۱۳۸۸). *جهانی‌شدن و چالش‌های شهرنشینی در کشورهای در حال توسعه*. تهران: انتشارات گنج هنر و پرهام نقش.

نوبری، نازک و رحیمی، محمد. (۱۳۸۹). *حکمرانی خوب شهری یک ضرورت تردید ناپذیر*. تهران:

گروه پژوهشی: مدیریت مطالعات و برنامه‌ریزی امور مناطق. دانش شهر ۱۸.

واعظی، محمود و احدی، افسانه. (۱۳۸۹). *دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی*. تهران: گروه پژوهشی سیاست خارجی.

وحیدی، موسی‌الرضا. (۱۳۸۹). *دیپلماسی در جهان در حال تحول (سازوکارها و کارکردهای نوین)*.

تهران: مرکز چاپ و نشر وزارت امور خارجه.

*Biernacka- Ligieza, H. (2013). Journalists in local newspaper – traditional press missionaries or digital media workers?. University of Opole. Retrieved from <http://>*



- [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4247788.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4247788.pdf)  
CERFE(2003). *Glocalization research study and policy recommendation*. Retrieved from <http://www.cpi.hr/download/links/hr/4297.pdf>.
- Cisař, O.(2007). *Between the national and supranational? Transnational political activism, conflict, and cooperation in the integrated Europe*. *Contemporary European Studies*,(1), 21- 36. Retrieved from [www.ces.upol.cz/pic/item/pdf/file/24.pdf](http://www.ces.upol.cz/pic/item/pdf/file/24.pdf)
- Foglio, A.& Stanevicius, V.(2006). *Scenario of glocal marketing as an answer to the market globalization and localization. PART I: Strategy Scenario and Market*. *VADYBA / Management*, 1(10), 26-38.
- Harwood, R.(2014). *The glocalization of innovation*. Retrieved from <http://www.100open.com/the-glocalization-of-innovation/>
- Holden, G.(2015). *Glocalization The contrary demand for a global and local solution in one*. Retrieved from [www.cbre.com/gws](http://www.cbre.com/gws)
- Huang, G.(2013). *Glocalization: A new word for a new reality*. Retrieved from <http://about.van.fedex.com/blog/glocalization-a-new-word-for-a-new-reality/> published date February 18, 2013.
- Khondker, H. H.(2004). *Glocalization as Globalization: Evolution of a Sociological Concept*. *Bangladesh e-Journal of Sociology*, 1(2).
- Luigi, D. & Simona, V.(2010). *The glocal strategy of global brands*. *Studies in Business and Economics*,147-155.
- Maynard, M.L.(2003). *From Global to Glocal: How Gillette's Sensor Excel Accommodates to Japan*. *Kio communication review*,(25), 57-75, Retrieved from <http://www.mediacom.keio.ac.jp/publication/pdf2003/review25/5.pdf>
- Menon, R.(2014). *Global or Glocal : The future course for strategy?*. *Global Journal of Finance and Management*, 6(5), 427-43, Retrieved from [http://www.ripublication.com/gjfm-spl/gjfmv6n5\\_07.pdf](http://www.ripublication.com/gjfm-spl/gjfmv6n5_07.pdf).
- Mundy, K. & Murphy, L.(2001). *Transnational advocacy, global civil society"? Comparative Education Review, The University of Chicago Press on behalf of the Comparative and International Education Society* 45(1), 85-126, Retrieved from <http://www.jstor.org/>
- Roudometof, V.(2016). *Glocalization: A Critical Introduction*. New York: Rotledge.
- Ruggie, J.(2005). *Modernists must take over the United Nations*. *online global journal*, Retrieved from <http://www.ft.com/cms/s/0/0676dcd4-6dac-11d9-ae0d-00000e2511c8.html#axzz47I2s3jYS>
- Sharma, D.(2013). *A Study of glocalization concept as a current trend in Indian economy*. *SVIM e-journal of Applied Management journal*, 1(1), 124-138.
- Spruill, B.(2014). *Glocalization as an Edge in Strengthening Retailer Ecommerce Efforts*. Retrieved from <http://globaldataconsortium.com/glocalization-as-an-edge-in-strengthening-retailer-ecommerce-efforts/>
- Tsou, W.(2015). *From Globalization to Glocalization: Rethinking English Language Teaching in Response to the ELF Phenomenon*. *English as a Global Language Education(EaGLE) Journal*, 1(1). 47-63.