

Virtual and Mediated Realism: The Impact of Emerging Technologies on Cultural Diplomacy

۱۷۱

Seyed Hassan Mirfakhraei*^۱

Amirhossein Valipour rad ^۲

Extended Abstract

۱. Introduction

In recent decades, the accelerating pace of technological advancements has fundamentally transformed not only the material infrastructures of societies but also the perceptual, semantic, and communicative mechanisms that govern international interactions. Within this context, cultural diplomacy—as one of the most pivotal instruments of soft power—has been more profoundly influenced by the emergence of novel technologies than other domains. In the contemporary world, culture is no longer transmitted solely through traditional channels; rather, it is reproduced and redefined within digital platforms, interactive networks, and virtual environments. Accordingly, the emergence of technologies such as artificial intelligence, social media, robotics, and the metaverse has fostered the development of a “digital cultural ecosystem,” in which cultural experiences have evolved from indirect encounters to interactive, multisensory, and technologically mediated engagements. In this environment, the boundary between reality and representation becomes increasingly blurred, and actors’ cultural perceptions are progressively shaped by digital narratives. Against this backdrop, the central research question of the present study is: How has cultural diplomacy been affected by emerging technologies, and how can these effects be explicated across different levels of perception, meaning, and cultural action? The research hypothesis posits that emerging technologies including artificial intelligence, social media, robotics, and the metaverse—have redefined cultural diplomacy through mechanisms of technological mediation and processes of cultural semiotics. Specifically, these technologies either give rise to “virtual mediation,” grounded in constructed and digital representations, or foster “realist mediation,” which reinforces and deepens cultural experience and perception.

۲. Theoretical Framework

This study adopts a combined theoretical framework integrating the theory of technological mediation and cultural semiotics to analyze the role of emerging technologies in redefining cultural diplomacy. According to the theory of technological mediation, technology is not merely a tool but functions as an active mediator in shaping human experience, perception, and interaction. This approach posits that technologies intervene in social and cultural processes by reorganizing the relationships between humans, the world, and meaning. In contrast, cultural semiotics emphasizes the production, reproduction, and interpretation of meaning within cultural contexts, illustrating how signs, narratives, and representations play a central role in shaping collective identities and perceptions. The integration of these two perspectives enables a multilevel analysis of the impact of emerging technologies. At the mediational level, it examines how technologies reconstruct communication and interaction processes, while at the semiotic level, it investigates how cultural meanings and perceptions are formed, transformed, and reinterpreted within digitally mediated contexts

۳. Methodology

The present study is explanatory in nature and adopts a qualitative approach to conceptually and theoretically analyze the subject matter. Employing a combination of document analysis and reasoning-based inquiry, the research integrates existing theoretical literature on emerging technologies, cultural diplomacy, and semiotic studies to develop an analytical model that elucidates the influence of technology on cultural diplomacy. The unit of analysis in this study comprises emerging technologies—including artificial intelligence, social media, robotics, and the metaverse—and their impact on various dimensions of cultural diplomacy. Through comparative and conceptual analysis, the study identifies and categorizes both common and distinct patterns of technological mediation and semiotic processes

^۱ Associate Professor, Faculty of Law and Political Science, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

Email: mirfakhraei@atu.ac.ir

^۲ Master's Student, International Relations, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Email: amirvalipour293@gmail.com

associated with these technologies. Ultimately, the methodology not only yields inferential insights consistent with an explanatory approach but also contributes to the development of a novel analytical model, offering new perspectives and dimensions within the field of international relations.

۴. Results & Discussion

The findings of this study indicate that emerging technologies have propelled cultural diplomacy into a stage of “virtual and mediational reality construction,” wherein cultural experiences increasingly unfold within digital platforms. This transformation can be analyzed across three primary dimensions: perceptual, semantic, and behavioral. At the perceptual level, technologies shape audiences’ understanding of cultures through algorithms, visual representations, and data-driven narratives. At the semantic level, technologies actively participate in content production, leading to the redefinition of cultural concepts and symbols. At the behavioral level, patterns of cultural interaction have shifted from traditional modes to networked and interactive engagements, as systematically organized within the relevant scholarly literature. Specifically, social media has become a critical platform for narrative construction and national branding; artificial intelligence has optimized cultural diplomacy processes through data analysis and targeted content generation; robots facilitate human-like interactions, personalizing cultural experiences; and the metaverse creates immersive environments that enable lived cultural experiences. Furthermore, each technology has contributed to the development of novel analytical models within the literature:

- The metaverse introduces virtual reality-mediated constructions,
- Artificial intelligence exemplifies mediational reality constructions,
- Social media combines both virtual and mediational reality constructions,
- Robotics exemplifies mediational reality constructions.

Based on these findings, the research hypothesis is confirmed: emerging technologies, from an analytical model perspective, result in either virtual reality construction, mediational reality construction, or both. From an explanatory perspective, they influence cultural diplomacy through mechanisms rooted in technological mediation and cultural semiotics, predominantly based on digitally constructed representations.

۵. Conclusions & Suggestions

In conclusion, cultural diplomacy in the era of emerging technologies has evolved into a complex, multilayered framework increasingly centered on the management of meaning and perception. Within this framework, the cultural power of states is more than ever dependent on their ability to intelligently leverage technology to produce effective narratives and shape global perceptions. The analytical model developed in this study demonstrates that each technology, through specific forms of mediation and semiotic processes, contributes to the redefinition of cultural diplomacy functions. This underscores the necessity for governments and related institutions to rethink their cultural diplomacy strategies. Accordingly, it is recommended that diplomatic institutions:

- Develop robust digital infrastructures,
- Invest in the production of intelligent cultural content, and
- Train specialized human resources in emerging technologies.

Such measures would ensure that foreign policy apparatuses integrate both technology experts and international relations scholars, enabling effective utilization of technological transformations in cultural diplomacy. Additionally, attention must be given to critical challenges such as information manipulation, authenticity crises, and the digital divide, which should be systematically addressed within cultural policy and strategic planning.

Keywords: Artificial Intelligence, Metaverse, Robots, Social Media, Cultural Diplomacy.



واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای؛ تأثیر فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی

۱۷۳

سید حسن میرفخرایی^{۱*}

امیرحسین ولی‌پور راد^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۳۱

چکیده

تحولات ناشی از فناوری‌های نوظهور، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، ربات‌ها و متاورس، الگوهای سنتی دیپلماسی فرهنگی را دگرگون ساخته و پرسش از سازوکار اثرگذاری این فناوری‌ها بر شکل‌گیری ادراک، معنا و تعاملات فرهنگی را به یکی از مسائل مهم مطالعات روابط بین‌الملل تبدیل کرده است. با وجود گسترش پژوهش‌ها درباره دیپلماسی دیجیتال و قدرت نرم، بخش عمده این مطالعات فناوری را عمدتاً به‌عنوان ابزار ارتباطی، تحلیل کرده‌اند و سازوکارهای نظری اثرگذاری آن بر دیپلماسی فرهنگی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. پژوهش حاضر با هدف تبیین این سازوکار، بر پایه روش تحلیل مفهومی و سنتز نظری و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، چارچوبی تلفیقی مبتنی بر نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی ارائه می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تأثیر فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی از طریق یک رابطه مستقیم تحقق نمی‌یابد؛ بلکه، در قالب زنجیره‌ای از روابط میانجی شامل واسطه‌مندی فناوری، تولید و بازتولید نشانه‌های فرهنگی و شکل‌گیری واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای قابل تبیین است. در این فرایند، فناوری نه صرفاً ابزار انتقال فرهنگ، بلکه کنشگری فعال در بازپیکربندی ادراک، تولید معنا و شکل‌دهی تجربه فرهنگی مخاطبان است. بر این اساس، پژوهش حاضر با ارائه مدل تحلیلی «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، ربات‌ها و متاورس، علی‌رغم تفاوت‌های کارکردی، از سازوکار نظری مشترکی در تأثیرگذاری بر دیپلماسی فرهنگی پیروی می‌کنند. نوآوری پژوهش در ارائه یک چارچوب نظری تلفیقی و مدلی تحلیلی است که با تبیین روابط علی میان فناوری، واسطه‌مندی، نشانه‌سازی و ادراک فرهنگی، درک تازه‌ای از تحول دیپلماسی فرهنگی در عصر فناوری‌های نوظهور و پیامدهای آن برای قدرت نرم و رقابت‌های فرهنگی در نظام بین‌الملل ارائه می‌دهد.

واژگان کلیدی: دیپلماسی فرهنگی، فناوری‌های نوظهور، واسطه‌مندی فناوری، نشانه‌شناسی فرهنگی، واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای.

۱. دانشیار، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: mirfakhraei@atu.ac.ir

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد، روابط بین‌الملل، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

Email: amirvalipour293@gmail.com

تحولات شتابان فناوری در دهه‌های اخیر، ابعاد مختلف حیات انسانی را دگرگون ساخته و به تبع آن، ماهیت تعاملات بین‌المللی و به‌ویژه دیپلماسی فرهنگی را نیز وارد مرحله‌ای نوین کرده است. در جهان معاصر، فرهنگ دیگر صرفاً از طریق ابزارهای سنتی مانند تبادلات هنری، آموزشی یا رسانه‌های کلاسیک منتقل نمی‌شود، بلکه فناوری‌های نوظهور به‌عنوان بسترهای جدید تولید، بازنمایی و انتقال معنا، نقش فزاینده‌ای در شکل‌دهی تعاملات فرهنگی میان جوامع ایفا می‌کنند. ظهور فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، رباتیک، واقعیت‌های مجازی، متاورس و رسانه‌های اجتماعی، زیست‌بوم جدیدی از تعاملات فرهنگی را پدید آورده است که در آن مرزهای جغرافیایی و محدودیت‌های زمانی تا حد زیادی کمرنگ شده‌اند. این فناوری‌ها امکان تعامل مستقیم، هم‌زمان و چندحسی میان فرهنگ‌ها را فراهم کرده و تجربه‌های فرهنگی را از سطح مشاهده صرف به سطح تجربه تعاملی و مشارکتی ارتقا داده‌اند. در نتیجه، ادراک مخاطبان از فرهنگ‌ها بیش از گذشته تحت تأثیر بازنمایی‌های دیجیتال، روایت‌های داده‌محور و تجربه‌های فناورانه قرار گرفته است. از این‌رو، با توجه به سده ۲۱ و اهمیت فناوری‌های جدید، لازم است تأثیر آن را در ابعاد دیپلماسی بلاخص دیپلماسی فرهنگی مورد مطالعه عمیق قرار داد. با وجود گسترش مطالعات مرتبط با دیپلماسی دیجیتال، قدرت نرم و تأثیر فناوری‌های نوظهور، بخش عمده پژوهش‌های موجود؛ عمدتاً بر معرفی قابلیت‌ها، پیامدهای فناوری‌های جدید در عرصه روابط بین‌الملل تمرکز داشته‌اند. به بیان دیگر، نویسندگان روشن نکردند که فناوری‌های نوظهور از چه فرآیندها و سازوکارهایی موجب دگرگونی دیپلماسی فرهنگی می‌شوند و چگونه فراتر از یک ابزار ارتباطی، به عاملی مؤثر در بازساخت واقعیت‌های فرهنگی و ادراکات بین‌المللی تبدیل می‌شوند. بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که ادبیات موجود اگرچه آثار فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی را مورد توجه قرار داده است، اما فاقد چارچوبی نظری برای تبیین چگونگی این اثرگذاری است. از این‌رو، پرسش اصلی پژوهش عبارت است از فناوری‌های نوظهور از طریق چه سازوکارهایی دیپلماسی فرهنگی را در نظام بین‌الملل بازتعریف می‌کنند و نقش واسطه‌مندی فناوری و فرایندهای نشانه‌سازی فرهنگی در این تحول چیست؟ در پاسخ به این پرسش، پژوهش حاضر با تلفیق نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی، چارچوبی تحلیلی برای تبیین سازوکارهای اثرگذاری فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی ارائه می‌کند. در این چارچوب، فناوری نه صرفاً ابزار انتقال فرهنگ، بلکه عاملی فعال در شکل‌دهی ادراک، بازتولید نشانه‌ها و تولید معنا تلقی می‌شود که از طریق آن تجربه فرهنگی مخاطبان بازآرایی می‌شود. بر این مبنا، مقاله مفهوم «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» را به‌عنوان مدلی تحلیلی برای توضیح چگونگی شکل‌گیری تجربه‌های فرهنگی در محیط‌های فناورانه صورت‌بندی می‌کند و نشان می‌دهد که فناوری‌های نوظهور چگونه به بازتعریف فرآیندهای دیپلماسی فرهنگی در عصر دیجیتال منجر می‌شوند. بر این اساس، مقاله حاضر در بخش نخست چارچوب نظری مبتنی بر نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی را تبیین می‌کند. سپس مفهوم دیپلماسی فرهنگی و ارتباط آن با فناوری‌های نوظهور بررسی می‌شود. در ادامه، سازوکارهای اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، ربات‌ها و متاورس بر دیپلماسی فرهنگی در دو سطح واسطه‌مندی و نشانه‌سازی فرهنگی تحلیل می‌شود و در پایان، با ارائه یک مدل تحلیلی، پیامدهای نظری این تحولات برای آینده دیپلماسی فرهنگی در نظام بین‌الملل تبیین خواهد شد.

۱- پیشینه پژوهش

پژوهش‌های انجام شده در سال‌های اخیر نشان می‌دهد که با گسترش فناوری‌های نوظهور، دیپلماسی فرهنگی نیز دستخوش تحولاتی بنیادین شده و به یکی از محورهای اصلی مطالعات روابط بین‌الملل، قدرت نرم و دیپلماسی دیجیتال تبدیل شده است. بخش عمده‌ای از این مطالعات بر نقش فناوری‌های دیجیتال در افزایش اثربخشی دیپلماسی فرهنگی، توسعه قدرت نرم، برندسازی ملی و گسترش ارتباطات فراملی تمرکز داشته‌اند، اما از منظر نظری و تبیینی رویکردهای متفاوتی را



دنبال کرده‌اند نخستین دسته از مطالعات، فناوری را به‌عنوان ابزاری برای تقویت دیپلماسی فرهنگی و افزایش قدرت نرم دولت‌ها بررسی کرده‌اند. در این راستا (AlRahamneh, Tarawneh and Al-Badawi 2025, 251-261)، با تحلیل تجربه کشورهایی همچون چین، فرانسه، ایتالیا و کره جنوبی نشان می‌دهند که فناوری، به‌ویژه از طریق گسترش صادرات فرهنگی و بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال، ظرفیت دولت‌ها را برای تأثیرگذاری بر ادراکات بین‌المللی افزایش داده و به یکی از مؤلفه‌های مهم قدرت نرم تبدیل شده است. این پژوهش ضمن اشاره به چالش‌های اخلاقی ناشی از تلفیق فرهنگ و فناوری، بر ضرورت ایجاد تعادل میان توسعه فناوری و اهداف فرهنگی تأکید می‌کند. در همین راستا، (GUMENYUK and etal, 2021: ۱۸۱۷-۳۱۹۵) نیز نشان می‌دهند که دیجیتالی‌شدن جامعه، شیوه‌های اجرای دیپلماسی فرهنگی را متحول ساخته و فناوری‌های اطلاعاتی به ابزارهای مؤثر تحقق اهداف سیاست خارجی تبدیل شده‌اند.

دسته دوم پژوهش‌ها بر نقش فناوری‌های دیجیتال در تحول دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی دیجیتال تمرکز دارند. (Uyun, ۲۰۲۴: ۱۸-۲۵) با استفاده از مطالعه موردی و روش کیفی نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های دیجیتال، واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، ظرفیت‌های جدیدی برای معرفی فرهنگ‌ها و تقویت قدرت نرم کشورها ایجاد کرده‌اند، هرچند چالش‌هایی نظیر شکاف دیجیتال، امنیت سایبری و انتشار اطلاعات نادرست همچنان از موانع اصلی این فرآیند محسوب می‌شوند. (Sampson & Annor, 2024: 370-387) نیز در یک مرور مفهومی بیان می‌کنند که دیپلماسی دیجیتال برای اقتصادهای نوظهور امکان غلبه بر محدودیت‌های سنتی دیپلماسی را فراهم کرده و ابزارهایی مانند رسانه‌های اجتماعی، تحلیل داده، ارتباطات مجازی و روایت‌سازی دیجیتال را به عناصر اصلی قدرت نرم تبدیل کرده است. (Frey, 2024: 107-126) نیز با بررسی تحول دیپلماسی معاصر نشان می‌دهد که هوش مصنوعی، رسانه‌های اجتماعی و سایر فناوری‌های نوظهور به عناصر جدایی‌ناپذیر سیاست خارجی دولت‌ها تبدیل شده‌اند و در آینده نیز نقش آن‌ها در حکمرانی بین‌المللی افزایش خواهد یافت. گروه دیگری از مطالعات به نقش رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات آنلاین در دیپلماسی فرهنگی پرداخته‌اند. (Köselerli, ۲۰۱۷: ۱۱۵-۱۲۰) با مطالعه تجربه ترکیه نشان می‌دهد که رسانه‌های نوین می‌توانند از طریق تعامل دوسویه با مخاطبان، اصلاح برداشت‌های عمومی و افزایش مشارکت اجتماعی، اثربخشی دیپلماسی فرهنگی را ارتقا دهند. (SALI, 2017: 87-۱۰۰) نیز معتقد است که گسترش ارتباطات آنلاین، ماهیت سنتی دیپلماسی فرهنگی را دگرگون کرده و در کنار افزایش امکان تعامل مستقیم میان ملت‌ها، پیچیدگی مدیریت افکار عمومی و تصویر بین‌المللی کشورها را نیز افزایش داده است. همچنین (Ociepka, 2012: 24-36) با بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی، نشان می‌دهد که این فناوری‌ها بیش از آن‌که جایگزین دیپلماسی سنتی شوند، شبکه‌های ارتباطی موجود را تکمیل کرده و ظرفیت‌های جدیدی برای ارتباطات بین‌المللی ایجاد می‌کنند.

بخش دیگری از ادبیات به مطالعه فناوری‌های خاص و نقش آن‌ها در تعاملات فرهنگی اختصاص یافته است. (GAURAV, 2022: 1549-1560) با تمرکز بر متاورس، این فناوری را بستری نوین برای تبادل فرهنگی، تعاملات فراملی و شکل‌گیری اشکال جدید دیپلماسی دیجیتال معرفی می‌کند و در عین حال به چالش‌هایی همچون حاکمیت داده، امنیت، شکاف دیجیتال و ملاحظات اخلاقی اشاره دارد. از سوی دیگر، (Grincheva, 2013: 2022) با بررسی نقش موزه‌ها در دیپلماسی فرهنگی نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی و نوآوری‌های دیجیتال، به‌ویژه در دوران همه‌گیری کووید-۱۹، موجب گسترش دیپلماسی فرهنگی دیجیتال شده و امکان مشارکت مستقیم مخاطبان جهانی در فعالیت‌های فرهنگی را فراهم کرده‌اند. به اعتقاد وی، این تحولات، جایگاه نهادهای فرهنگی را در تعاملات بین‌المللی تقویت کرده و اشکال جدیدی از دیپلماسی فرهنگی را پدید آورده‌اند. در سطح کلان‌تر، برخی پژوهش‌ها به بررسی روند تحول مطالعات دیپلماسی فرهنگی پرداخته‌اند. (Triandafyllidou & Szűcs, 2017: 1-6) با تمرکز بر تجربه اتحادیه اروپا، نقش فناوری‌های دیجیتال را در توسعه

همکاری‌های فرهنگی، مشارکت ذی‌نفعان و افزایش اثربخشی برنامه‌های فرهنگی بین‌المللی مورد تأکید قرار می‌دهند. همچنین (Grincheva, 2022: 8-11) با مرور نظام‌مند ادبیات دیپلماسی فرهنگی در پایگاه اسکوپوس نشان می‌دهد که این حوزه طی دهه‌های اخیر از نظر موضوعی، جغرافیایی و نظری توسعه یافته و به تدریج به یک حوزه مطالعاتی مستقل تبدیل شده است. با این حال، وی بر ضرورت توسعه چارچوب‌های نظری جدید برای تحلیل نقش فناوری، بازیگران نوظهور، سازوکارهای معناسازی و الگوهای جدید تعامل فرهنگی تأکید می‌کند.

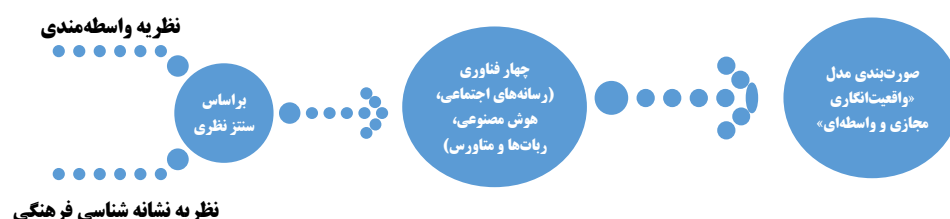
بررسی مجموع مطالعات پیشین نشان می‌دهد که اگرچه نقش فناوری‌های نوظهور در توسعه دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی دیجیتال، قدرت نرم، برندسازی ملی و تعاملات فرهنگی به خوبی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است، اما اغلب این پژوهش‌ها فناوری را در جایگاه یک ابزار ارتباطی، رسانه‌ای یا زیرساخت اجرایی تحلیل کرده‌اند و تمرکز اصلی آن‌ها بر کارکردها، فرصت‌ها و چالش‌های فناوری بوده است. در مقابل، سازوکارهای معرفتی و معنایی اثرگذاری فناوری بر دیپلماسی فرهنگی کمتر مورد توجه قرار گرفته و چارچوبی که بتواند نقش فناوری را در بازپیکربندی ادراک، تولید معنا و بازتعریف تجربه فرهنگی به صورت منسجم تبیین کند، در ادبیات موجود به ندرت مشاهده می‌شود. همچنین، در مطالعات بررسی شده، تلفیق نظریه واسطه‌مندی فناوری با نشانه‌شناسی فرهنگی برای تحلیل دیپلماسی فرهنگی مشاهده نمی‌شود. بر این اساس، نوآوری پژوهش حاضر در آن است که با ترکیب نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی، مدلی تحلیلی با عنوان «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» ارائه می‌کند تا سازوکار اثرگذاری فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی را نه صرفاً در سطح ابزارها و کارکردها، بلکه در سطح شکل‌گیری ادراک، تولید معنا و بازتعریف واقعیت فرهنگی تبیین کند. از این منظر، پژوهش حاضر می‌کوشد خلاء موجود در ادبیات را از طریق ارائه یک چارچوب نظری تلفیقی و تبیین سازوکارهای اثرگذاری فناوری بر دیپلماسی فرهنگی برطرف سازد.

۲- چارچوب نظری

پژوهش حاضر از نظر هدف، پژوهشی بنیادی و از نظر ماهیت، پژوهشی نظری- مفهومی است که با بهره‌گیری از رویکرد سنتز نظری (Theoretical Synthesis) انجام شده است. هدف اصلی پژوهش، آزمون تجربی فرضیه‌ها یا سنجش آماری روابط میان متغیرها نیست، بلکه تبیین سازوکارهای اثرگذاری فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی از طریق تلفیق و بازآرایی ظرفیت‌های تبیینی نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی است. بر این اساس، پژوهش می‌کوشد با ترکیب گزاره‌های نظری این دو رویکرد، چارچوبی تحلیلی برای فهم نحوه بازپیکربندی ادراک، معنا و کنش فرهنگی در بستر فناوری‌های نوظهور ارائه کند. روش پژوهش بر پایه سنتز نظری استوار است؛ بدین معنا که ابتدا مبانی مفهومی و گزاره‌های اصلی نظریه واسطه‌مندی فناوری، به‌ویژه در آثار Verbeek، با هدف تبیین نقش فناوری در میانجی‌گری ادراک، تجربه و کنش انسانی استخراج و تحلیل شد. سپس مفاهیم بنیادین نشانه‌شناسی فرهنگی، با تأکید بر آرای lotman و تکمیل آن با دیدگاه‌های Barthes و Fiske، به‌منظور تبیین فرایندهای تولید، بازتولید و بازتفسیر معنا در تعاملات فرهنگی مورد بررسی قرار گرفت. در مرحله بعد، با تلفیق ظرفیت‌های تبیینی این دو سنت نظری، مدلی مفهومی برای تحلیل نحوه اثرگذاری فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی تدوین شد. گردآوری داده‌های نظری پژوهش بر پایه مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی منابع معتبر علمی، شامل کتاب‌ها، مقالات پژوهشی، آثار کلاسیک و مطالعات جدید مرتبط با کارایی فناوری، نشانه‌شناسی فرهنگی، دیپلماسی فرهنگی و فناوری‌های نوظهور انجام شده است. معیار انتخاب منابع، ارتباط مستقیم آن‌ها با پرسش پژوهش، اعتبار علمی و نقش آن‌ها در تبیین ابعاد نظری موضوع بوده است. در این پژوهش، منابع صرفاً به‌منزله اطلاعات توصیفی مورد استفاده قرار نگرفته‌اند، بلکه به‌عنوان مبنای استخراج مفاهیم، مقایسه دیدگاه‌ها و بازسازی استدلال نظری به کار گرفته شده‌اند. همچنین فرآیند تحلیل نیز به‌صورت استدلالی و قیاسی انجام شده است. بدین ترتیب که ابتدا مفاهیم کلیدی هر یک از دو چارچوب



نظری استخراج و روابط میان آن‌ها تبیین شد، سپس این روابط به‌عنوان مبنای تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، ربات‌ها و متاورس در دیپلماسی فرهنگی به کار گرفته شد. در این مرحله، تمرکز پژوهش بر توصیف قابلیت‌های فنی فناوری‌ها نبوده، بلکه بر شناسایی سازوکارهایی قرار داشته است که از طریق آن‌ها فناوری‌های نوظهور در دو سطح واسطه‌مندی و نشانه‌سازی فرهنگی، ادراک، معنا و کنش فرهنگی را بازآرایی می‌کنند. بر پایه این فرآیند تحلیلی، مفهوم «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» به‌عنوان یک مدل مفهومی برای تبیین تحولات دیپلماسی فرهنگی در عصر فناوری‌های نوظهور صورت‌بندی و ارائه شده است.



شکل ۱. مدل تحلیلی پژوهش

بر اساس چارچوب نظری پژوهش، اثرگذاری فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی به‌صورت یک رابطه مستقیم و خطی تبیین نمی‌شود، بلکه این اثر از طریق مجموعه‌ای از فرایندهای میانجی تحقق می‌یابد. در این مدل، فناوری‌های نوظهور به‌عنوان متغیر مستقل، نقطه آغاز تحول در دیپلماسی فرهنگی محسوب می‌شوند. این فناوری‌ها با ایجاد واسطه‌مندی فناورانه، نحوه تعامل مخاطبان با فرهنگ را بازپیکربندی می‌کنند و هم‌زمان از طریق تولید و بازتولید نشانه‌های فرهنگی، فرآیند معناسازی را دگرگون می‌سازند. واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌سازی فرهنگی به‌عنوان دو متغیر میانجی، زمینه شکل‌گیری «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» را فراهم می‌کنند که فناوری‌ها ابزار آن هستند. در این مرحله، مخاطبان بازنمایی‌های دیجیتال فرهنگ را به‌عنوان تجربه‌ای معتبر و قابل‌اعتماد از واقعیت فرهنگی ادراک می‌کنند. در نتیجه، واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای به‌عنوان متغیر میانجی نهایی، نحوه ادراک، اعتماد، هویت‌یابی و تعامل مخاطبان با فرهنگ را تغییر داده و در نهایت بر اثربخشی دیپلماسی فرهنگی، تصویر بین‌المللی کشورها و قدرت نرم آن‌ها اثر می‌گذارد. بر این اساس، مدل پژوهش حاضر نشان می‌دهد که تأثیر فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی، حاصل زنجیره‌ای از روابط علی میان فناوری، واسطه‌مندی، نشانه‌سازی، واقعیت‌انگاری مجازی و پیامدهای دیپلماسی فرهنگی است و نه صرفاً نتیجه به‌کارگیری ابزارهای دیجیتال.

بر این اساس، فناوری‌های نوظهور در دهه اخیر از جمله هوش مصنوعی، متاورس و شبکه‌های اجتماعی، ساختارهای تعامل فرهنگی و قدرت نرم را به‌طور اساسی دگرگون کرده‌اند. در چنین شرایطی، دیپلماسی فرهنگی نه تنها بر محتوا و روایت، بلکه بر ویژگی‌های کارکردی فناوری و نیز چگونگی میانجی‌گری فناوری در تجربه، معنا و ارتباطات فرهنگی متکی است. این پژوهش برای تحلیل جامع این تغییرات، چارچوب نظری خود را بر مبنای نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی برای توضیح نحوه شکل‌دهی فناوری به ادراک، معنا و برقراری رابطه‌های فرهنگی بین بازیگران بین‌المللی بنا نهاده است. نظریه واسطه‌مندی فناوری در سنت فلسفه فناوری و به‌ویژه در آثار «وربیک» وجود دارد. از این‌رو، فناوری‌ها، میانجی رابطه انسان با جهان‌اند؛ آن‌ها نه تنها ابزار انجام عمل، بلکه سازندگان ادراک، تجربه و معنا هستند (Verbeek, 2005: 112). فناوری نه یک «عامل خنثی»، بلکه فعال است که در شکل‌گیری تجربه فرهنگی نقش دارد. به تعبیر «verbeek»، فناوری «چگونگی حضور فرهنگ در تجربه انسانی» را تغییر داده است (Verbeek, 2015: 44). استفاده از

فناوری‌های جدید صرفاً تجسمات را به وجود نمی‌آورند بلکه با ماهیت انسان درهم می‌آمیزد و موجود جدید و هیبریدی ایجاد می‌کند. تکنولوژی‌ها با محیط انسان ادغام می‌شوند و «محیط‌های هوشمند» با «هوش محیطی» به وجود می‌آورند. از سویی، این پیکربندی انسان را در رابطه با تکنولوژی/جهان شماتیک می‌کند. در نهایت، فناوری‌ها می‌توانند به صورت تجسمی تجربه‌ای از جهان ارائه دهند و این رابطه می‌تواند ارتقاء داده شود و به ترکیبی از رابطه تجسمی و هرمنوتیکی: (انسان/تکنولوژی) و (تکنولوژی/جهان) ترسیم شود (Verbeek, 2015: 29-30). اگرچه معمولاً انسان‌ها به عنوان موجوداتی فعال و دارای نیت دیده می‌شوند و اشیاء بی‌جان و بی‌صدا شمرده می‌شوند، فناوری‌های جدید ما را از این فضا عبور می‌دهد. به هر حال، این فناوری‌ها به شدت در رفتار ما دخالت و آن را جهت‌دهی می‌کنند. با وجود این، شیوه‌ای که مردم واقعیت را تجربه می‌نمایند تغییر می‌کند (Verbeek, 2009: 234-235).

دیپلماسی فرهنگی یک فرآیند معناسازی است. در دیپلماسی فرهنگی کشورها تلاش می‌کنند هویت، ارزش‌ها و تصویر فرهنگی خود را برای دیگران قابل فهم و پذیرفته شده کنند و نشانه‌شناسی دقیقاً علم مطالعه همین فرآیند است. نشانه‌شناسی فرهنگی به تحلیل نظام‌های معنایی، نمادها و سازوکارهای تولید معنا در فرهنگ‌ها می‌پردازد. در این رویکرد، فرهنگ نه مجموعه‌ای از پدیده‌های مادی، بلکه «شبکه‌ای از نشانه‌ها» تلقی می‌شود که در تعاملات اجتماعی، رسانه‌ای و فناورانه مدام تولید، بازتولید و بازتفسیر می‌شوند. بنیان نظری این دیدگاه بیش از همه بر آثار «Lotman» قرار دارد. وی در نظریه «سپهر نشانه‌ای» فناوری را نه تنها واسطه انتقال معنا می‌داند، بلکه خود بخشی فعال در تولید معنا محسوب می‌شود. او سپهر نشانه‌ای را «فضای لازم برای وجود و عملکرد» و «تولیدکننده اطلاعات» توصیف می‌کند (lotman 1990, 123). فناوری‌های جدید در نقش «عامل معناپرداز» ظاهر شده است. «Fiske» این دیدگاه را از هم‌نهشت دو رویکرد اساسی در مطالعات ارتباطی شرح می‌دهد و می‌گوید فناوری جدید به عنوان فرآیند «تولید و تبادل معنا» است (Fiske 1990: 2-3). «Barthes» توضیح می‌دهد که بازنمایی از طریق سازمان‌دهی و ترکیب نشانه‌ها، معنا و پیام ایدئولوژیک تولید می‌کند (Barthes, 1972: 115-117). فناوری‌های جدید فرهنگ را وارد مرحله‌ای می‌کند که Lotman آن را «رمزبندی مجدد معنا» می‌نامد (lotman, 2009: 75).

بر مبنای تلفیق نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی، می‌توان استدلال کرد که تأثیر فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی صرفاً در توسعه ابزارهای ارتباطی یا افزایش سرعت انتقال اطلاعات خلاصه نمی‌شود، بلکه در سازوکارهایی نهفته است که از طریق فناوری، ادراک، معنا و کنش فرهنگی بازپیکربندی می‌شوند. در این چارچوب، فناوری ابتدا به عنوان یک واسطه، نحوه مواجهه کنشگران با واقعیت‌های فرهنگی را سازمان‌دهی و هدایت می‌کند و سپس از طریق فرآیندهای نشانه‌سازی، به تولید، بازتولید و بازتعریف معانی فرهنگی می‌پردازد. حاصل این تعامل، شکل‌گیری نوعی «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» است که در آن تجربه فرهنگ‌ها بیش از آن‌که متکی بر مواجهه مستقیم باشد، بر بازنمایی‌های فناورانه، روایت‌های دیجیتال و تعاملات برخاسته استوار می‌شود. بنابراین، مسئله اصلی این پژوهش نه توصیف قابلیت‌های فناوری‌های نوظهور، بلکه تبیین سازوکارهایی است که از طریق آن‌ها رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، ربات‌ها و متاورس، فرآیندهای ادراک، معناسازی و کنش فرهنگی را بازآرایی کرده و در نهایت دیپلماسی فرهنگی را در عصر دیجیتال بازتعریف می‌کنند. بر همین اساس، در ادامه مقاله، هر یک از فناوری‌های یادشده نه از منظر ویژگی‌های فنی، بلکه بر پایه نقش آن‌ها در دو سطح «واسطه‌مندی فناوری» و «نشانه‌سازی فرهنگی» مورد تحلیل قرار می‌گیرند.

۲-۱- تبیین مفهومی «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای»

بر پایه تلفیق نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی، پژوهش حاضر مفهوم «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» را به عنوان چارچوب مفهومی اصلی خود معرفی می‌کند. مقصود از این مفهوم آن است که فناوری‌های نوظهور صرفاً محیطی برای انتقال اطلاعات یا بازنمایی فرهنگ ایجاد نمی‌کنند، بلکه با میانجی‌گری فعال در فرآیند ادراک، تولید نشانه



و شکل‌دهی معنا، شرایطی را فراهم می‌آورند که مخاطب، بازنمایی دیجیتال یک فرهنگ را به مثابه تجربه‌ای معتبر و واقعی از آن فرهنگ ادراک می‌کند. در این معنا، واقعیت‌انگاری نه به معنای جایگزینی کامل واقعیت، بلکه به معنای افزایش قابلیت باورپذیری و تجربه‌پذیری بازنمایی‌های فرهنگی در محیط‌های فناورانه است. واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای با مفاهیمی مانند «واقعیت مجازی» (Virtual Reality) تفاوت دارد. واقعیت مجازی به فناوری یا محیط سه‌بعدی شبیه‌سازی‌شده اشاره می‌کند، در حالی که واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای به یک فرآیند شناختی و اجتماعی دلالت دارد که در آن، مخاطب از طریق میانجی‌گری فناوری و نشانه‌های فرهنگی، بازنمایی دیجیتال را به عنوان تجربه‌ای معتبر از واقعیت فرهنگی می‌پذیرد. بنابراین، این مفهوم محدود به فناوری‌های غوطه‌ور مانند متاورس یا واقعیت مجازی نیست، بلکه رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، ربات‌ها و سایر فناوری‌های نوظهور را نیز دربرمی‌گیرد. همچنین، این مفهوم با «بازنمایی دیجیتال» نیز تفاوت دارد. بازنمایی دیجیتال صرفاً به نمایش یا انتقال تصاویر، اطلاعات و نمادها در محیط‌های دیجیتال اشاره دارد، اما واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای به مرحله‌ای فراتر از بازنمایی می‌پردازد؛ مرحله‌ای که در آن، این بازنمایی‌ها بر ادراک، تفسیر و تجربه مخاطب از فرهنگ اثر گذاشته و در شکل‌گیری واقعیت اجتماعی و فرهنگی نقش ایفا می‌کنند. از منظر عملیاتی، در این پژوهش، واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای از طریق سه مؤلفه اصلی تحلیل می‌شود: نخست، واسطه‌مندی فناوری در بازیگربندی رابطه میان مخاطب و فرهنگ؛ دوم، تولید و بازتولید نشانه‌ها و معانی فرهنگی در بسترهای فناورانه؛ و سوم، پذیرش این بازنمایی‌های دیجیتال به عنوان تجربه‌ای معتبر از واقعیت فرهنگی و تأثیر آن بر ادراک، هویت و کنش‌های مرتبط با دیپلماسی فرهنگی. بر این اساس، این مفهوم چارچوبی تحلیلی برای تبیین سازوکار اثرگذاری فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی فراهم می‌آورد.

۲-۲- دیپلماسی فرهنگی

فرهنگ در صدر تلاش‌های تبلیغاتی بسیاری از کشورها قرار دارد. این کشورها بر این باورند که دیپلماسی فرهنگی فرصتی برای نشان دادن هویت خود، ایجاد تصویر مثبت و در نتیجه در نیل به اهداف سیاسی‌شان کارآمد است. «Charnovsky» در تعریف خود از فرهنگ می‌گوید: «میراث مشترک، ثمره تلاش خلاقانه و پردازش‌شده نسل‌های بی‌شمار است. این مجموعه عناصر عینی دارایی‌های جمعی است و بنابراین قابل انتشار می‌باشد». «Labno & Falska» نیز فرهنگ را در معنای مضیق به شکل‌های سنتی مانند نقاشی، ادبیات، موسیقی، مجسمه‌سازی، تئاتر، فیلم؛ و در معنای موسع، فرهنگ را در مقابل طبیعت دانسته و هر چیزی که طبیعت نیست را فرهنگ می‌دانند. اصطلاح دیپلماسی عمومی اولین بار در سال ۱۹۶۵ توسط «A. Givon» مطرح شد. او معتقد بود که دیپلماسی عمومی به تأثیر دیدگاه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری و اجرای سیاست خارجی مربوط می‌شود. این اصطلاح جنبه‌هایی از روابط بین‌الملل را شامل می‌شود که خارج از دیپلماسی سنتی قرار دارند، مانند تأثیرگذاری بر افکار عمومی در خارج از کشور و برقراری ارتباط میان کسانی که این وظیفه را بر عهده دارند. دیپلماسی فرهنگی می‌تواند در داخل یک کشور و در خارج توسط فناوری انجام شود، که می‌توانند هم در کشور مبدأ و هم در خارج تأثیرگذار باشند (Ryniejska et al., 2009: 2-12). «Malone» نیز معتقد است دیپلماسی عمومی از سیاست‌ها با پیام‌های فرهنگی تشکیل شده است (Malone, 1988: 3-4). «Szondi» نیز بر این باور است که دیپلماسی عمومی در قلمرو سیاست خارجی کشورها با دیپلماسی فرهنگی بین‌المللی، برندینگ ملی و مدیریت تصویر بین‌المللی ارتباط دارد (Szondi, 2008)؛ در نتیجه دیپلماسی فرهنگی در ذیل دیپلماسی عمومی فهم می‌گردد.

فرهنگ یک ملت، متقاعدکننده‌ترین دیپلمات آن است که غیرمسلح، بی‌خطر، اما عمیقاً تأثیرگذار می‌باشد (Sood, 2025). برخلاف قدرت سخت که بر اجبار متکی است، قدرت نرم بر تحسین داوطلبانه و هم‌راستایی، بر نفوذ بلندمدت متکی است. در این چارچوب، دیپلماسی فرهنگی بخشی از دیپلماسی عمومی نقش مهمی در ارتقای جایگاه جهانی یک کشور ایفا می‌کند (Cull, 2009: 12).

دیپلماسی فرهنگی از راه‌هایی مثل تشکل‌های غیردولتی، میراث فرهنگی، جشنواره‌های بین‌المللی فرهنگی و هنری و... پیش می‌رود و با نفوذ به دیگر کشورها، آن‌ها را بر اساس ارزش‌های فرهنگی تحت تأثیر قرار داده و به همکاری ترغیب می‌نماید (میرفخرایی و فراهانی، ۱۴۰۳: ۴۹). دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان مکانیزم اصلی برای به نمایش گذاشتن قدرت نرم ظهور کرده است و به کشورها امکان می‌دهد از طریق تبادلات فرهنگی، آموزش و مشارکت در رسانه‌های جهانی، حسن نیت و همکاری ایجاد کنند. همچنین قدرت فرهنگ که اغلب به‌عنوان «قدرت نرم» عبارتی که توسط Nye، ابداع شده است یاد می‌شود و در جایی که حتی بهترین استدلال‌های سیاسی ساخته و پرداخته شده نیز شکست می‌خورند، موفق می‌شود (Dirlikov Canales, 2021). دیپلماسی فرهنگی هنر استفاده از هویت منحصربه‌فرد یک ملت، زبان، هنر، میراث، آموزش، ورزش و غذاهای آن برای تقویت درک متقابل و تقویت روابط خارجی است. وقتی می‌گوییم «قدرت نرم»، منظور تأثیرگذاری بر دیگران از طریق اقناع و جذابیت است (Nye, 2004: 192). حوزه نوظهور دانش «دیپلماسی فناوری- فرهنگی» یک نقطه تلاقی جدید در علم سیاست خارجی است که مرکز نوآوری جهانی بین دیپلمات‌ها، سیاست‌گذاران، هنرمندان و تکنولوژیست‌ها ایجاد کرده است. تا آینده فناوری را بر اساس نیازها و پتانسیل کامل انسان‌ها تحلیل و شکل دهند (Werthner et al., 2022: 101).

۲-۳- رابطه فناوری‌های جدید و دیپلماسی فرهنگی

انقلاب صنعتی چهارم، پیشرفت‌های سریع در فناوری‌های دیجیتال را رقم زده است. این فناوری‌های نوظهور از جمله، هوش مصنوعی (AI)، رباتیک، رسانه‌های اجتماعی، متاورس و ... را شامل می‌شوند. انقلاب صنعتی چهارم باعث یک تغییر پارادایمی گردیده که به‌طور عمیقی نحوه کار، زندگی و تعامل‌ها را در عرصه داخلی و بین‌المللی تغییر داده است (UNIDO, ۲۰۱۹: ۱). بنابراین، در قرن ۲۱، گسترش فناوری برای افزایش نفوذ فرهنگی یک کشور اهمیت بسیاری پیدا کرده است، زیرا پلتفرم‌های دیجیتال امکان انتشار سریع و گسترده ارزش‌های فرهنگی را فراهم نموده است. برای مثال، ژاپن در انیمه، مُد و غذا را به‌عنوان صادرات فرهنگی تبلیغ می‌کند تا شهرت جهانی کشور را تقویت کند (Tuán Nam et al., 2025: 1491). فناوری به ابزاری قدرتمند برای روابط فرهنگی بین کشورها تبدیل شده است. از این‌رو، پلتفرم‌های دیجیتال به جوامع کم‌تر دیده شده اجازه می‌دهند تا روایت‌ها و سنت‌های خود را با مخاطبان جهانی به اشتراک بگذارند. فناوری‌های دیجیتال امکان مستندسازی و انتشار سنت‌های در خطر انقراض را فراهم کرده و بقا آن‌ها را برای نسل‌های آینده تضمین می‌کند. فناوری‌ها، موزه‌های مجازی، آرشیوهای آنلاین و پلتفرم‌های روایت‌محور آثار فرهنگی را در دسترس‌تر قرار داده است. همچنین فناوری با ایجاد گروه‌های اجتماعی (بازی‌های چند نفره آنلاین) موجب نزدیکی فرهنگی بدون حضور فیزیکی می‌شود. پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی امکان شکل‌گیری گروه‌های مشترک، از هنر و موسیقی گرفته تا فعالیت‌های اجتماعی را فراهم می‌کند (Alsaleh, 2024: 4-5). دیجیتالی‌شدن مبتنی بر فناوری‌های نوین، مرز بین داخل و خارج را بیش از پیش مبهم کرده است، زیرا مهاجرت شهروندان به پلتفرم‌های دیجیتال فرصت‌های جدیدی برای دیپلمات‌ها ایجاد می‌کند تا حمایت عمومی داخلی از دستاوردهای سیاست خارجی را جلب کنند یا افکار عمومی کشور هدف را به نفع خود جهت‌دهی نمایند (GUMENYUK et al., 2021: 1556). فناوری‌های نوظهور در حوزه ارتباطات، برقراری روابط را تسهیل می‌کنند؛ این امر به جوامع مختلف کمک خواهد کرد تا یکدیگر را درک و تنش‌ها در عرصه بین‌الملل را کاهش دهند (Sayfullayev, 2019: ۳۵۸۹-۳۵۸۷). برای مثال، سیاست ملی مدیریت فناوری ترکیه با ترویج «مدل ترکیه‌ای» حکمرانی، نقش مهمی در دیپلماسی فرهنگی این کشور ایفا کرده است. این سیاست، بر توسعه فناوری به‌عنوان اجزای کلیدی استراتژی روابط خارجی ترکیه تأکید دارد. به این ترتیب به کشور اجازه می‌دهد تا تصویر مدرن و پیشرو خود را در صحنه جهانی ارائه دهد. ادغام فناوری در تلاش‌های دیپلماسی فرهنگی به‌ویژه از طریق پلتفرم‌های دیجیتال به کشورها امکان داده است تا با مخاطبان خارجی به‌طور مؤثرتری تعامل داشته باشد (Turgut, 2024: 94). بنابراین، مدل رابطه‌ای فناوری‌های نوظهور با دیپلماسی فرهنگی خطی بوده



و ماهیت رابطه «تأثیرگذاری با میانجی» (Mediated Causality) است. به‌طوری‌که، فناوری مستقیماً اثر نمی‌گذارد، بلکه از مسیر یک/چند متغیر عبور می‌کند که در ذیل این متغیرها مورد بررسی قرار می‌گیرند. ضمناً هدف در این بخش، معرفی فناوری‌ها نیست؛ بلکه تحلیل این است که هر فناوری از طریق واسطه‌مندی و تولید معنا، چه سازوکاری را در دیپلماسی فرهنگی ایجاد می‌کند. نکته قابل توجه در این پژوهش آن است که، تمام فناوری‌های بررسی‌شده بر اساس دو مفهوم نظری مقاله (واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی) تحلیل خواهند شد و برای هر فناوری، سازوکار شکل‌گیری واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای تبیین می‌شود.

۲-۴- رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های جدید توانستند اهمیت دیپلماسی رسانه‌ای را در ذیل دیپلماسی فرهنگی قرار دهند؛ به‌طوری‌که رسانه‌ها در راستای سیاست خارجی دارای دو نقش هستند: اول، دولت‌ها، رسانه‌ها را موظف به تولید محتواهایی می‌کنند که در راستای سیاست خارجی است یا به شیوه دوم، رسانه‌ها خودشان را با اهداف سیاست خارجی هماهنگ می‌کنند. (میرفخرایی و همکاران، ۱۳۹۸، ۲۲۱-۲۲۲). در کشورهای توسعه‌یافته‌ای مثل ایالات متحده، لهستان، بریتانیا و کره، حداقل چهار نفر از هر ده شهروند بزرگسال از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. به‌طور کلی، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به چهار دسته زیر تقسیم شوند: (۱) شبکه‌های آنلاین: مانند فیس‌بوک، لینکدین، توییتر و ...؛ (۲) نشریه‌های آنلاین: مانند یوتیوب، اینستاگرام و ...؛ (۳) پلتفرم‌های آنلاین برای همکاری مانند ویکی‌ها مثل Media Wiki، وبلاگ‌ها مثل WordPress؛ (۴) سیستم‌های بازخورد آنلاین: مانند رأی‌گیری و بحث، امتیازدهی و نظر دادن و نظرسنجی‌ها (Elsherif, 2022: 22).

بر اساس آنچه «مرتون» در سال ۱۹۶۸ شرح داده است، تا پیش از آغاز قرن بیستم، درک ما از باورها عمدتاً به روایت‌های درونی محدود بود؛ روایت‌هایی که محصول ذهن اندیشمندان و رهبران فکری جامعه محسوب می‌شدند. این دیدگاه‌ها از طریق منابعی چون متون فلسفی، پژوهش‌های جامعه‌شناختی و تاریخی، بیانیه‌های ایدئولوژیک، خاطرات شخصی و آثار هنری و ادبی به دیگران منتقل می‌گردید (Merton, 1968: 493-509) و ارتباطات دیپلماتیک منحصر به گروه کوچکی از نخبگان بود. اما ظهور اینترنت دسترسی اطلاعات را برای عموم مردم به‌طور چشمگیری افزایش داده است. در نتیجه، پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام به ابزارهای حیاتی برای دیپلمات‌ها تبدیل شده‌اند تا بتوانند با مخاطبان خارجی تعامل مستقیم برقرار کرده، اطلاعات را به اشتراک گذاشته و در شکل‌دهی روایت‌های بین‌المللی مشارکت فعال داشته باشند (Manor, 2019: 29-45). عصر حاضر و گسترش اینترنت، مفاهیم جدیدی در حوزه دیپلماسی فرهنگی ایجاد کرده است؛ از جمله دیپلماسی توییتری، فیس‌بوکی و یوتیوبی. در سال‌های اخیر، تمرکز بیشتری بر «اثر یوتیوب» معطوف شده است. این پدیده را می‌توان به‌عنوان جنبه تاریک دیپلماسی فرهنگی در نظر گرفت، زیرا پتانسیل توزیع هدفمند پیام‌هایی علیه فرهنگ‌ها و تمدن‌های دیگر را فراهم می‌آورد (SALI, 2017: 94). مفاهیمی چون «دیپلماسی دیجیتال»، «دیپلماسی الکترونیک» و «دیپلماسی اینترنتی» همگی زیرمجموعه دیپلماسی فرهنگی قرار می‌گیرند و نشان‌دهنده مسیرهای متعددی است که فناوری با روابط بین‌الملل و فنون دیپلماسی فرهنگی پیوند خورده است. در نهایت، رسانه‌های اجتماعی، دیپلماسی فرهنگی را دموکراتیزه کرده‌اند و اکنون این امکان وجود دارد که افراد و سازمان‌های غیردولتی (NGOs) به شکلی فعال در تبادلات فرهنگی مشارکت نمایند (Zia, 2024: 11). رسانه‌های اجتماعی همچنین به دولت‌ها کمک می‌نمایند تا در زمینه «روایت‌سازی دیجیتال» فعالیت کنند، جایی که داستان‌هایی را شکل و منتشر نمایند که با منافع ملی آن‌ها هماهنگ است. برای مثال، در جریان جام جهانی فوتبال ۲۰۱۴، دولت برزیل از رسانه‌های اجتماعی برای نمایش تصویری مثبت از کشور، فرهنگ، گردشگری و ظرفیت‌های اقتصادی استفاده کرد (Kafui Oclou, 2025: 5-6). در عرصه شبکه‌های اجتماعی یکی از نکات مهم سانسور مطالب است. سانسور مداوم رسانه‌ها توسط برخی کشورها، برای دیپلماسی فرهنگی آن‌ها مضر است. در نهایت،

رسانه‌های اجتماعی و به‌طور خاص توئیتر، توانستند جلوی این سانسور را گرفته و مطالب را مستقیم به کشورهای هدف انتقال دهند (Williams et al., 2022: 38). بسیاری از شرکت‌های پیشرو فناوری جهانی، شامل گوگل، اپل، مایکروسافت، متا و آمازون در ایالات متحده مستقر هستند. این شرکت‌ها توسعه‌دهنده فناوری‌های حیاتی از جمله هوش مصنوعی، پردازش داده‌ها، رایانش ابری و ابزارهای ارتباطی برای دیپلماسی دیجیتال می‌باشند. ایالات متحده از این بسترها برای مشارکت دادن شهروندان خارجی در بحث‌های پیرامون رویدادهای بین‌المللی و ترویج ارزش‌های دموکراتیک استفاده می‌کند. شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه سکوهایی عمل می‌کنند که از طریق آن‌ها، پیام‌های کلیدی آمریکا در خصوص حقوق بشر، آزادی بیان و دموکراسی منتشر شده و در نهایت به ایجاد تصویری مثبت و افزایش نفوذ دیپلماتیک ایالات متحده کمک می‌کند. نمونه بارز این رویکرد، استراتژی موفق آمریکا تحت برنامه «دیپلماسی عمومی» است که از دهه ۲۰۰۰ میلادی آغاز به کار کرد (Khakimali Imamovich et al., 2025: 26-28). زیرا، استفاده از رسانه‌های اجتماعی به دولت‌ها این توانمندی را می‌دهد که نظرات عمومی را نسبت به اقدامات خود بسنجند (Abasy nengo, 2015: 54).

KakaoTalk و LINE، دو اپلیکیشن پرکاربرد پیام‌رسان موبایلی، نقشی کلیدی در بسط و گسترش فرهنگ کره‌ای ایفا کرده‌اند. این پلتفرم‌ها به کاربران سراسر جهان امکان می‌دهند تا محتواهای فرهنگی کره‌ای را درک و از تجربه‌های متنوع در این حوزه بهره‌مند شوند. طرفداران موسیقی کی‌پاپ از این اپلیکیشن‌ها برای ارتباط با هنرمندان محبوب خود بهره می‌برند. از سوی دیگر، سکوهایی پخش آنلاین ویدئو (OTT) نیز بستر مناسبی برای دسترسی مخاطبان جهانی به محتوای فرهنگی کره‌ای فراهم آورده‌اند. همچنین، پلتفرم‌هایی چون Weverse شرکت YG Entertainment، به‌عنوان بخشی از فضای جامع و چندوجهی سرگرمی، در رشد و توسعه فرهنگ کره‌ای نقشی به‌سزا داشته‌اند (Jin, 2024: 165-166). در باب برندسازی ملی، شایان ذکر است که آلمان کوشیده تا از طریق پلتفرم‌های آنلاین، به تبلیغ و معرفی رویدادهای فرهنگی چون کنسرت‌ها، اجراهای تئاتر و نمایشگاه‌های موزه‌ای بپردازد (Abasy nengo, 2015: 25). یکی از کاربردهای مهم رسانه‌های اجتماعی تولید روایت است. رسانه‌های نوین تنها شکل و محتوای اطلاعات/پیام‌ها را تحت تأثیر قرار نمی‌دهند، بلکه بر نحوه درک متقابل افراد در فرآیند ارتباط انسانی، به‌ویژه برای کسانی که از گروه‌های فرهنگی یا قومی مختلف هستند نیز تأثیر می‌گذارند. رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان ابزاری مفید برای تبادلات مجازی بین فرهنگی قلمداد می‌گردند. در این فرآیند، این ابزار به تشویق افراد برای کسب تجربه‌های اولیه در هنر و فرهنگ کشورهای دیگر کمک می‌کند (INYALI et al., 2022: 16). کشورها می‌توانند از رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتالی در برندسازی ملی بهره ببرند؛ برای مثال، کشورهایی مانند سوئد و کانادا سعی نمودند تا از این طریق خود را کشوری صلح دوست جلوه دهند. پلتفرم‌های دیجیتالی با برگزاری رویدادهای فرهنگ-مجازی، وبینارها و جلسات مجازی گفتگویی واقعی را با مخاطبان بین‌المللی هنرمندان و مؤسسات خارجی به‌وجود آوردند (Safar Almakaty, 2025: 141-142).

برقراری روابط می‌تواند به‌عنوان یک عمل اجتماعی که شامل سه نوع فعالیت است، مورد بررسی قرار گیرند: تولید معنا، انتقال معنا و مصرف معنا. شبکه‌های اجتماعی جدید، مرز بین سه جنبه را مبهم کرده‌اند (Resnyansky, 2019: 6). رسانه‌های اجتماعی قابلیت انتشار پیام‌ها و شکل دادن به افکار عمومی را نیز دارند. برجستگی جلسات مجازی و ویدئوکنفرانس‌ها، به‌ویژه در دوران پاندمی COVID-19، نقش حیاتی آن‌ها را برجسته می‌سازد. بنابراین، در قرن ۲۱ سیاست خارجی در چارچوبی فناوری‌محور عمل می‌کند که در آن سرعت انتقال معنا اهمیت دارد و خود فناوری به‌عنوان وسیله‌ای برای تبادل و تعامل به کار گرفته می‌شود. در واقعیت فعلی ما، کنفرانس‌های دیپلماتیک سنتی جای خود را به توئیتهای داده‌اند. همچنین سفارتخانه‌ها دیگر محدود به فعالیت‌های مخفیانه نیستند. بلکه آن‌ها فعالانه با میلیون‌ها نفر در اینترنت پست می‌گذارند و تعامل می‌کنند (Frey 2024: 107-110).



از منظر نظریه واسطه‌مندی فناوری، رسانه‌های اجتماعی صرفاً ابزار انتقال پیام‌های فرهنگی نیستند، بلکه میان مخاطب و فرهنگ نقش واسطه فعال ایفا می‌کنند. در این فضا، کاربران فرهنگ، سایر جوامع را نه از طریق تجربه مستقیم، بلکه از خلال الگوریتم‌ها، تصاویر، ویدئوها، روایت‌های دیجیتال و جریان‌های اطلاعاتی ادراک می‌کنند. در نتیجه، فناوری در نحوه شکل‌گیری ادراک فرهنگی مداخله کرده و تجربه مخاطب از فرهنگ را بازپیکربندی می‌کند. در سطح نشانه‌شناختی، رسانه‌های اجتماعی با تولید و بازتولید مستمر تصاویر، نمادها، هشتگ‌ها، روایت‌های فرهنگی و بازنمایی‌های چندرسانه‌ای، نظام جدیدی از معناسازی فرهنگی را شکل می‌دهند. این نشانه‌ها به تدریج جایگزین تجربه مستقیم از فرهنگ شده و ذهنیت مخاطبان را درباره هویت، ارزش‌ها و سبک زندگی جوامع مختلف شکل می‌دهند. در این فرآیند، «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» زمانی شکل می‌گیرد که مخاطب، بازنمایی‌های دیجیتال منتشرشده در رسانه‌های اجتماعی را به مثابه تجربه‌ای معتبر از واقعیت فرهنگی تلقی کند. بدین ترتیب، دیپلماسی فرهنگی از طریق مدیریت این روایت‌ها و نشانه‌های دیجیتال، قادر است ادراک جهانی نسبت به یک کشور را بازتعریف کرده و بر قدرت نرم و تصویر بین‌المللی آن تأثیر بگذارد.

۲-۵- هوش مصنوعی

هوش مصنوعی (AI) به عنوان یک ابزار تحلیلی و تصمیم‌ساز در عرصه دیپلماسی در حال ادغام است و می‌تواند نقش مشاور دیپلماتیک پیشرفته را ایفا کند. کاربردهای اصلی آن در دیپلماسی فرهنگی عبارتند از:

۱- ارتقاء ارتباطات چندزبانه در مجامع بین‌المللی: در اجلاس‌های سطح بالا (مانند سازمان ملل)، هوش مصنوعی امکان ترجمه فوری و دقیق مکالمات را فراهم می‌آورد و موانع زبانی را برطرف می‌سازد.

۲- شبیه‌سازی استراتژیک و مدل‌سازی ریسک: این فناوری می‌تواند سناریوهای پیچیده مذاکرات (نظیر مذاکرات صلح) را شبیه‌سازی کرده و به دیپلمات‌ها بینش‌های پیش‌بینی‌کننده در خصوص پیامدهای استراتژی‌های مختلف ارائه دهد.

۳- تحلیل مدیریت بحران: هوش مصنوعی در پردازش حجم عظیم داده‌ها برای پیش‌بینی تغییرات فرهنگی و فراهم آوردن ابزارهای لازم برای تصمیم‌گیری آگاهانه سیاست‌گذاران به کار می‌رود (Frey, 2024: 111-120).

هوش مصنوعی به دیپلمات‌ها کمک می‌کند تا سناریوهای صلح را مدل‌سازی کنند، نتایج ممکن را پیش‌بینی کنند و مواضع طرف مقابل یا هم‌پیمان را بر اساس داده‌های تاریخی شبیه‌سازی کنند. پنتاگون و بریتانیا در این عرصه پیش‌تاز هستند. دُبی نیز اکنون به‌طور منظم میزبان گردهمایی‌های سطح بالایی مانند اجلاس جهانی دولت‌ها است، امارات در حال قرار دادن خود به عنوان واسطه دیپلماتیک خاورمیانه است و تلاش می‌کند نگاه فرهنگ محور خود (کشوری صلح دوست) را به جهانیان مخابره نماید (Zia et al., 2025: 4-7). «یادگیری ماشین (ML)»، پتانسیل قابل توجهی برای پیش‌بینی و مدیریت چالش‌ها و منازعات نشان داده است. بهره‌گیری از این فناوری می‌تواند کشورها را در تحلیل داده‌های تاریخی یاری رساند. این تحلیل عمیق، امکان دستیابی به راهکارهایی برای پیش‌بینی اختلافات آتی و در نتیجه، کاهش احتمال وقوع درگیری‌ها را فراهم می‌آورد. با توجه به این‌که تمام دیپلمات‌ها قادر به احاطه بر تمامی سوابق تاریخی و جزئیات اختلافات بین‌المللی نیستند، این ابزارهای ماشینی می‌توانند یاری‌رسان ارزشمندی در این زمینه محسوب شوند (Hossain et al, 2024: 5). ضمناً هوش مصنوعی ماشین‌هایی می‌باشد که مانند انسان‌ها فکر می‌کنند و می‌آموزند. یکی از کاربردهای کلیدی هوش مصنوعی تحلیل مجموعه داده‌های بزرگ است که انجام آن توسط انسان سخت و نیاز به نیروی فراوان با صرف زمان زیادی همراه می‌باشد. همچنین هوش مصنوعی توسط الگوریتم‌ها، شخصی‌سازی محتوا، می‌کنند. به این معنا که چه کسی چه اطلاعاتی را، چه زمانی و چگونه ببیند و بنابراین بر کارآمدی دیپلماسی فرهنگی تأثیر می‌گذارد. همچنین می‌تواند احساس عمومی به محتوا را شناسایی کند. برای مثال Gen-AI برای سنجش افکار و احساسات عمومی استفاده می‌شود و می‌تواند محتوای احساس‌برانگیزی را برای جلب مخاطب تولید کند. این ابزار با تولید تصاویر، ویدئوها و محتوای تعاملی تأثیرگذار، کمک

می‌کند تا مسائل دیپلماتیک پیچیده را برای دیدگاه‌های مختلف قابل فهم کند. ضمناً از این ابزارها به عنوان سلاحی برای مقابله با روایت‌های رسمی یا بسیج مخالفان نیز استفاده می‌شود و امکان مدیریت تصویر و «برندسازی ملی» را برای دولت‌ها فراهم می‌آورد. ابزارهای مجهز به هوش مصنوعی مانند DALL-E یا Midjourney که تصاویر جذاب ایجاد می‌کنند، توسط کشورهای مختلف از جمله اوکراین، استونی، ترکیه و... به منظور برندسازی ملی در حال استفاده است (Irene et al., 2025: 6-7). همچنین، دیپفیک‌ها می‌توانند محتوای صوتی یا تصویر دیجیتالی تقلبی بسازند. با پیشرفت هوش مصنوعی، «دیپفیک‌ها» برای تأثیرگذاری بر ادراک عمومی، تغییر بر ادراک دیپلمات‌ها و از بین بردن اعتماد عمومی استفاده می‌شوند (Williams et al., 2022: 34).

هوش مصنوعی دارای یک فرآیند است که از ایده، تولید، انتشار تا مصرف را مدیریت می‌کند. یکی از توانمندی‌های آن، تولید تصویر و موسیقی است. برای مثال، در اروپا (European)، برلین (Landr)، بارسلونا (Dolby labs) و پاریس (Spotify France) ابتکاری است که به کاربران امکان می‌دهد تا بدون حضور فیزیکی، بیش از میلیون‌ها آثار هنری و سایر مصنوعات اروپایی در زمینه میراث فرهنگی را کاوش و مورد بهره‌برداری قرار دهند (Parliament, 2020: 2-7). نکته قابل توجه آن است که در عرصه دیپلماسی فرهنگی، هوش مصنوعی نقشی کلیدی ایفا می‌کند و به ابزاری قدرتمند برای برقراری ارتباطی سازنده و مبتنی بر «شنیدن فعال» مبدل می‌شود. این فناوری با فراهم آوردن قابلیت پردازش حجم عظیمی از داده‌ها، امکان درک عمیق‌تری از چارچوب‌های شناختی و ظرایف احساسی پیام‌های مخاطبان را به ما می‌دهد. در نتیجه، می‌توان دیپلماسی فرهنگی را در سطح خرد و به صورت فردی، با توجه به علایق و اولویت‌های خاص هر مخاطب، اجرا کرد. این رویکرد نوین، خودبه‌خود به سمت کاهش دیپلماسی پنهان و محرمانه پیش می‌رود (Konovalova, 2023: 525). ابزارهایی چون چت جی‌پی‌تی، به صورت ۲۴ ساعته در دسترس علاقه‌مندان به اشاعه فرهنگ قرار گرفته است. این امکان، با وجود تفاوت‌های زمانی در کشورهای مختلف، به افراد اجازه می‌دهد تا با سرعتی بی‌سابقه، با فرهنگ یکدیگر آشنا شوند. همچنین این فناوری می‌تواند با ادغام تصاویر ارسالی کاربران و آثار نقاشی کهن، تجربه‌های فرهنگی نوآورانه‌ای بیافریند. به عنوان نمونه، پلتفرم Google Arts & Culture با چنین رویکردی، توانسته است هنر را برای طیف وسیع‌تری از مخاطبان جذاب سازد و آنان را به مشارکت فعال در دنیای فرهنگ ترغیب نماید (SARODE, 2025: 5-6). چت‌بات گفتگوی آنلاین «دونهوانگ»، حاصل همکاری «مایکروسافت ریسرچ آسیا» و «مؤسسه پژوهشی دونهوانگ»، به سرعت به یک مرجع تخصصی در زمینه انتقال دانش فرهنگی چین بدل شده و نمونه‌ای موفق از به‌کارگیری هوش مصنوعی در پلتفرم‌های نوین برای معرفی و تبادل میراث گران‌بهای تاریخی پکن محسوب می‌شود. هدف از این اقدام، هوشمندسازی و دیجیتالی کردن این فرایندها به منظور تسهیل درک، ارتباط و ترویج هرچه بهتر این میراث کهن است (Shuang et al, ۲۰۲۴: ۵). همچنین، هوش مصنوعی می‌تواند تحلیلی از نمایش‌ها، میزان کلیک، سطح تعامل، داده‌های جمعیت‌شناختی در زمینه تبلیغات ارائه دهد که به لحاظ دستی غیرممکن است (Beg et al., 2021: 149). با ترویج میراث فرهنگی، گردشگری و توسعه اجتماعی از طریق محتوای تولید شده توسط هوش مصنوعی، کشورهای کمتر توسعه‌یافته می‌توانند با نشان دادن شهرهای تمدنی و زیبایی‌های فرهنگی خود همکاری‌های بین‌المللی ایجاد کنند. دیگر کشورها را به سرمایه‌گذاری دعوت نموده و شهرت جهانی برای خود ایجاد نمایند (Ahmad et al., 2023: 59). به‌طوری‌که، بسیاری از وزارتخانه‌های امور خارجه، واحدهای ویژه‌ای موسوم به «ارتباطات استراتژیک» راه‌اندازی کرده‌اند. این واحدها وظیفه دارند تا به‌طور مداوم تحولات و رویدادهای رسانه‌های اجتماعی و سنتی را رصد و تحلیل کنند. به عنوان مثال، در فرانسه، واحد اروپای وزارت امور خارجه، «مرکز تحلیل، پیش‌بینی و استراتژی» (CAPS) را تأسیس نموده است. این مرکز مسئولیت نظارت بر کمپین‌های اطلاعات نادرست، روایت‌های مخرب، اکوسیستم‌های رسانه‌ای و فعالیت ربات‌ها را بر عهده دارد. علاوه بر این، این واحدها قادرند تا لحن یک بیانیه (مثبت، منفی) را تشخیص دهند. این



امکان وجود دارد که از روش‌های پروفایل‌سازی مبتنی بر هوش مصنوعی، که در حوزه تبلیغات هدفمند برای مقاصد تجاری کاربرد فراوان دارد، برای ایجاد خودکار پروفایل‌های فعالان عرصه دیپلماسی بهره گرفته شود. در نتیجه، هوش مصنوعی می‌تواند با تحلیل شخصیت و سیر رفتار یک فرد تأثیرگذار در پلتفرم‌های مجازی، در عرض چند دقیقه، کمپین‌های تبلیغاتی هدفمندی را طراحی کند که احساسات جامعه را برانگیزد (Stanzel et al., ۲۰۲۲: ۲۵-۲۸).

بر اساس نظریه واسطه‌مندی فناوری، هوش مصنوعی تنها ابزاری برای تحلیل داده یا تولید محتوا نیست، بلکه به‌عنوان میانجی فعال میان انسان و فرهنگ عمل می‌کند. سامانه‌های هوشمند با انتخاب، پردازش، ترجمه و شخصی‌سازی اطلاعات فرهنگی، نحوه مواجهه مخاطبان با فرهنگ‌های مختلف را جهت‌دهی می‌کنند و در نتیجه، بر شیوه ادراک واقعیت فرهنگی اثر می‌گذارند. از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی، محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی، اعم از متن، تصویر، صدا یا ویدئو، مجموعه‌ای از نشانه‌های فرهنگی جدید را تولید و بازتولید می‌کند. این فرآیند صرفاً انتقال معنا نیست، بلکه به بازتعریف روایت‌ها، هویت‌ها و تصاویر فرهنگی نیز منجر می‌شود. واقعیت‌انگاری واسطه‌ای زمانی تحقق می‌یابد که مخاطب، روایت‌ها یا تصاویر تولیدشده توسط هوش مصنوعی را به‌عنوان بازنمایی معتبر از فرهنگ یک جامعه بپذیرد. از این‌رو، هوش مصنوعی به یکی از بازیگران مؤثر در شکل‌دهی تصویر ملی، هدایت افکار عمومی و اعمال قدرت نرم در دیپلماسی فرهنگی معاصر تبدیل شده است.

۲-۶- ربات‌ها

ربات‌ها در دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان ابزارهای تعاملی نوین، امکان برقراری ارتباط مستقیم (حضور فیزیکی) و غیرمستقیم با مخاطبان بین‌المللی را فراهم می‌کنند. ربات‌ها با ایفای نقش «واسطه فرهنگی دیجیتال»، می‌توانند اطلاعات، نمادها و روایت‌های فرهنگی یک کشور را به‌صورت مداوم و چندزبانه منتقل کنند. از این‌رو، ربات‌ها ظرفیت مهمی در تقویت قدرت نرم و بهبود تصویر فرهنگی کشورها در فضای دیجیتال جهانی دارند. موزه «ون آبه» در هلند از طریق رباتی که به دوربین و صفحه‌نمایش مجهز است، بازدید از راه دور را فراهم آورده است. یک ابتکار مشابه نیز در فرانسه برای بازدید از قلعه «چیتو دی‌ویرون» آزمایش شده است. ربات‌های موزه‌ای توانایی تعامل اجتماعی را با توریست‌ها و مردم با فرهنگ‌های مختلف به‌وجود آورده‌اند، به‌طوری‌که توانمندی‌هایی از جمله درک حالات چهره، چندزبانه بودن و قرارگیری مناسب بدن و نگاه به مخاطب را دارند. بر این اساس، ربات راینو (RHINO) در «موزه آلمانی» یکی از این نمونه‌ها بود. این ربات با موفقیت مسافت ۱۸/۶ کیلومتر را طی و بیش از ۲۰۰۰ بازدیدکننده را راهنمایی کرد. همچنین باعث افزایش حضور بازدیدکنندگان به ۵۰ درصد شد. ربات‌های خودمختار مختلفی از جمله Sweetlips و Joe Historybot نمونه‌های دیگری است که در موزه‌های مختلف ایالات متحده وجود دارد. ربات مشابهی به نام «مینروا» نیز راهنمای بازدیدکنندگان موزه ملی تاریخ آمریکا است، این ربات توانایی دارد تا بیش از ۴۴ کیلومتر را طی و با افراد مختلف به بحث و ارائه اطلاعات تاریخی و فرهنگی بپردازد. همچنین می‌تواند براساس درک احساسات طرف مقابل با او به تبادل نظر بپردازد (Gasteiger et al., 2021: 2).

در چارچوب نظریه واسطه‌مندی فناوری، ربات‌ها صرفاً ابزارهای خدماتی یا ارتباطی محسوب نمی‌شوند، بلکه به‌عنوان واسطه‌هایی فعال میان مخاطب و فرهنگ ایفای نقش می‌کنند. زمانی‌که یک ربات در موزه، نمایشگاه فرهنگی یا مرکز گردشگری اطلاعات، روایت‌ها و نمادهای فرهنگی را به مخاطب ارائه می‌کند، تجربه فرهنگی دیگر به‌صورت مستقیم میان انسان و فرهنگ شکل نمی‌گیرد، بلکه از طریق ربات میانجی‌گری می‌شود. در نتیجه، فناوری در نحوه ادراک و تجربه فرهنگ مداخله کرده و کیفیت این تجربه را بازپیکربندی می‌کند. در سطح نشانه‌شناختی، ربات‌ها از طریق زبان، لحن گفتار، حالات چهره، حرکات بدنی، پوشش، نمادهای بصری و شیوه تعامل با مخاطب، مجموعه‌ای از نشانه‌های فرهنگی را بازنمایی می‌کنند. این نشانه‌ها تنها انتقال‌دهنده اطلاعات نیستند، بلکه در ساخت معنا، انتقال هویت فرهنگی و شکل‌دهی برداشت مخاطبان از یک جامعه نقش فعالی ایفا می‌کنند. واقعیت‌انگاری واسطه‌ای در این فرآیند زمانی شکل می‌گیرد که مخاطب تعامل با ربات را به‌مثابه تجربه‌ای معتبر از فرهنگ یک کشور ادراک کند؛ به‌گونه‌ای که تجربه بازنمایی‌شده توسط فناوری جایگزین تجربه

مستقیم فرهنگی شود. از این رو، ربات‌ها نه تنها ابزار انتقال فرهنگ، بلکه بخشی از سازوکار تولید معنا و بازتعریف تجربه فرهنگی در دیپلماسی فرهنگی نوین محسوب می‌شوند.

۲-۷- متاورس

در درک توانایی‌ها متاورس، باید به تعامل صوتی، جسمی و درک واقعیت‌ها به صورت مجازی اشاره کرد. البته، تحقق متاورس نیازمند پشتیبانی فناوری‌های دیگر، مانند ارتباطات ۵G، بلاکچین، محاسبات ابری و فضای گرافیکی پیشرفته است. ظهور ارتباطات ۵G می‌تواند سرعت انتقال داده‌ها در متاورس را تضمین کند. بلاکچین، ثبات اقتصاد متاورس را تضمین می‌کند و تعامل کاربر با رابط گرافیکی، یک رابط تعاملی با زمان مجازی متاورس فراهم می‌کند و تعاملات گفتاری موجود در آن‌جا را تکمیل می‌کند. در متاورس، کاربران یک شخصیت دیجیتال را بر عهده می‌گیرند تا در فعالیت‌ها شرکت کنند، مانند پیدا کردن دوستان جدید، امتحان کردن لباس‌های جدید، رقصیدن، بازی کردن، ساختن روابط و تعاملات جدید، و غیره. متاورس به‌طوریکه که به افراد این حس را منتقل می‌کند که شخصاً در فضاهای مجازی مبتنی بر واقعیت از جمله، کنسرت مجازی، پخش زنده مجازی، ویدئوکنفرانس مراسم‌های مختلف، آموزش آنلاین حضور دارند. در فضای مجازی متاورس، شاهد انسان دیجیتال، تعاملات از راه دور ولی با حضور انگار شده واقعیت می‌باشیم. همچنین امکان خرید مجازی، استفاده از فروشگاه مجازی، کالاهای مجازی و ... را نیز در آن داریم (Lyu, 2024: 6693-6703).

موزه‌های دیجیتال امکان نگهداری بهتر میراث فرهنگی را فراهم می‌کنند و در عین حال تبادل و انتشار بین فرهنگی را تسهیل می‌کنند. موزه‌های دیجیتال می‌توانند روش‌های جدیدی برای تفسیر ارائه دهند، حالت‌های نوینی برای فهم هنر، آثار و مفاهیم، ترویج کنند و به بازدیدکنندگان اجازه دهند ایده‌های خود را درباره آن‌ها کاوش کنند. در متاورس، وقتی از یک موزه تاریخی روم بازدید می‌کنید می‌توانید به صورت مجازی در تاریخ غرق شوید. بازسازی این آثار امکان ارائه یک طرح بصری جامع از آداب و فرهنگ، تاریخ و مکان جغرافیایی و مهارت‌های هنری را فراهم می‌کند (Mingwei et al., 2023: 1-5).

پاندمی کرونا، با ایجاد محدودیت‌های فراوان برای علاقه‌مندان به سفر، چالش‌هایی را پیش‌روی گردشگری قرار داد. در این میان، فناوری‌های واقعیت گسترده (XR) همچون درجه‌ای نو، امکان تجربه دیجیتالی - مجازی، اماکن دیدن را برای گردشگران فراهم آوردند. این هم‌افزایی میان فناوری‌های فراگیر و حوزه‌ی آموزش میراث فرهنگی، عرصه جدیدی را برای پاسداری، اشاعه و درک عمیق‌تر فرهنگ از رهگذر رویکردهای خلاقانه گشوده است. واقعیت افزوده (AR)، واقعیت مجازی (VR)، واقعیت ترکیبی (MR)، واقعیت گسترده (XR) و متاورس، هر یک به‌مثابه ابزارهایی دگرگون‌کننده، قابلیت‌های چشمگیری از خود بروز داده‌اند. این فناوری‌ها، با تقویت پیوندهای عاطفی و تشویق به مشارکت فعال‌تر، بستری را مهیا می‌سازند تا کاربران بتوانند به شیوه‌ای تعاملی، با فرهنگ‌های گوناگون آشنا شوند. از طریق بازسازی‌های سه‌بعدی دقیق و ویژگی‌های تعاملی پیشرفته، این فناوری‌ها تجربه یادگیری و درک مفاهیم فرهنگی را به سطحی نوین ارتقا بخشیده‌اند (Shahid Anwar et al., 2025: 4-7). واقعیت مجازی (VR) دنیایی مستقل و جدا از واقعیت فیزیکی است؛ در حالی‌که واقعیت افزوده (AR) با افزودن عناصر مجازی به دنیای واقعی، تجربه‌ای غنی‌تر بر بستر اشیاء فیزیکی ارائه می‌دهد. اما واقعیت ترکیبی (MR) امکان تعامل را فراهم می‌آورد تا کاربران روابط واقعی در محیط مجازی داشته باشند و این فناوری، نقطه آغازی برای خلق متاورس به‌شمار می‌رود. با بهره‌گیری از این فناوری‌ها کاربران قادر خواهند بود تا از طریق آواتارها (شخصیت‌های مجازی)، با دیگران در متاورس در ارتباط باشند. ضمناً افراد در قالب آواتار می‌توانند در فعالیت‌های متنوعی همچون ملاقات، گفتگو، سرگرمی، خرید، یادگیری و خلق محتوا مشارکت ورزند (Wang et al., ۲۰۲۲: ۲۱۶). همچنین، یکی از موارد مهم در عرصه ارتباط متاورس با اینترنت اشیاء، دیدن پوشش کشورها در فضای مجازی است و در متاورس کشورها



می‌توانند لباس‌های اصلی و محلی کشورهای دیگر را به صورت مجازی بپوشند و درکی از پوشش فرهنگی یکدیگر داشته باشند (Asif et al., ۲۰۲۳: ۴۲۳).

متاورس آشکارترین مصداق واسطه‌مندی فناوری در دیپلماسی فرهنگی محسوب می‌شود؛ زیرا کل تجربه فرهنگی در یک محیط دیجیتال و از طریق فناوری شکل می‌گیرد. در این فضا، کاربران فرهنگ را نه از طریق حضور فیزیکی، بلکه از طریق محیط‌های سه‌بعدی، آواتارها و تعاملات مجازی تجربه می‌کنند. بنابراین، فناوری به عنصر اصلی سازمان‌دهنده تجربه فرهنگی تبدیل می‌شود. از منظر نشانه‌شناسی فرهنگی، تمامی عناصر موجود در متاورس، از معماری و پوشش گرفته تا موسیقی، آیین‌ها، اشیای فرهنگی و شیوه تعامل کاربران، حامل نشانه‌های فرهنگی هستند که به تولید و بازتولید معنا کمک می‌کنند. این نشانه‌ها در تعامل با مخاطب، تصویری جدید از فرهنگ را شکل می‌دهند و فرآیند رمزگذاری و رمزگشایی فرهنگی را در محیط دیجیتال بازتعریف می‌کنند. واقعیت‌انگاری مجازی در متاورس در بالاترین سطح خود تحقق می‌یابد؛ زیرا کاربران، حضور در یک فضای کاملاً مجازی را به عنوان تجربه‌ای واقعی از فرهنگ، جامعه و هویت دیگران ادراک می‌کنند. در نتیجه، متاورس امکان شکل‌دهی به ادراکات فرهنگی، تقویت پیوندهای فراملی و توسعه اشکال نوین دیپلماسی فرهنگی را فراهم می‌آورد.

۲-۸- چالش‌ها

در این پژوهش، با وجود فرصت‌هایی که فناوری‌های نوظهور برای توسعه دیپلماسی فرهنگی می‌سازند، این رابطه با مجموعه‌ای از محدودیت‌ها و مخاطرات همراه است. بر این اساس، شناسایی چالش‌ها و رفع آن می‌تواند به کشورها در استفاده از فناوری‌ها در عرصه دیپلماسی فرهنگی کمک نماید.

- انتقال اطلاعات نادرست؛
- ایجاد شکاف دسترسی فناوری بین کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه؛
- خطرات امنیت سایبری و حریم خصوصی؛ (Uyun, 2024: 20-23)
- تجاری‌سازی و شرکتی شدن پلتفرم‌های دیجیتال نگرانی‌هایی درباره ایجاد فرهنگ‌های جایگزین ایجاد کرده است؛
- الگوریتم‌ها ممکن است در تشخیص یا شبیه‌سازی اشتباه نمایند؛
- مسئله کیفیت داده‌ها و احتمال سوگیری وجود دارد؛
- به کشورهای پیشرفته مزایای پنهان می‌دهد؛
- فرهنگ‌های غالب، فرهنگ‌های محلی و بومی را در فضای دیجیتال جهانی تحت الشعاع قرار می‌دهند؛
- شخصیت‌های مجازی نمی‌توانند کاملاً شبیه انسان‌های واقعی عمل نمایند؛
- موزه‌های مجازی نمی‌توانند پیچیدگی اشیای واقعی را ارائه دهند؛
- امکان جعل صدا وجود دارد؛
- از دست دادن شغل.

۲-۹- راه‌حل‌ها

فناوری‌های نوظهور در سال‌های اخیر شیوه‌های ارتباطی، تولید و توزیع محتوا و حتی شکل‌گیری تصویر فرهنگی کشورها را دگرگون کرده‌اند. این تحول، دیپلماسی فرهنگی را از مسیرهای سنتی فراتر برده و آن را به عرصه‌ای شبکه‌ای، سریع و تعاملی تبدیل کرده است. بر همین اساس، در ادامه چند راهکار عملی برای بهره‌گیری مؤثر از این فناوری‌ها و رفع چالش‌ها در تقویت دیپلماسی فرهنگی ارائه می‌شود:

- توسعه برنامه‌های آموزشی قوی در زمینه سواد دیجیتال می‌تواند به کاهش شکاف دیجیتال و کاهش تأثیر اطلاعات نادرست کمک کند. دیپلمات‌ها و سیاست‌گذاران باید به اهمیت سواد دیجیتال در دنیای امروزی پی ببرند (Uyun, 2024: 22-۲۳)؛

- ترویج و حفظ تنوع فرهنگی در فضای دیجیتال برای مقابله با روند همگانی‌شدن فرهنگ خاصی ضروری است. برای مثال متاورس به تعداد زیادی نمونه‌های مادی از دنیای فیزیکی و عناصر فرهنگی مختلف نیاز دارد تا یک فضای زندگی دیجیتال بسازد که با سیستم اجتماعی همه انسان‌ها در دنیای واقعی همپوشانی داشته باشد؛
- تمام رسانه‌های اجتماعی کشورها باید هدفمند عمل کنند و مطالب ضدونقیض ارائه نمایند؛
- باید بر اهمیت همکاری‌های بین‌المللی به شکل مشارکت‌های عمومی - خصوصی برای توسعه زیرساخت‌های دیجیتال در کشورهای در حال توسعه بهره‌مند شد؛
- باید از پتانسیل شرکت‌های غیردولتی در جهت بومی نمودن این فناوری‌های جدید گامی اساسی برداشت.

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که فناوری‌های نوظهور نه صرفاً از طریق توسعه ابزارهای ارتباطی، بلکه از رهگذر دو سازوکار اصلی «واسطه‌مندی فناوری» و «بازتولید نشانه‌های فرهنگی»، دیپلماسی فرهنگی را بازتعریف می‌کنند. به بیان دیگر، اثرگذاری فناوری بر دیپلماسی فرهنگی یک رابطه مستقیم و ابزاری نیست، بلکه فرآیندی چندلایه است که در آن فناوری هم‌زمان ادراک، معنا و کنش فرهنگی را بازپیکربندی می‌کند.

پژوهش حاضر با هدف تبیین سازوکار اثرگذاری فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی، از چارچوبی تلفیقی مبتنی بر نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی بهره گرفت و نشان داد که تحول دیپلماسی فرهنگی صرفاً نتیجه گسترش ابزارهای دیجیتال نیست، بلکه پیامد تغییر در شیوه ادراک، معناسازی و تجربه فرهنگی مخاطبان در محیط‌های فناورانه است. برخلاف بخش مهمی از ادبیات موجود که فناوری را عمدتاً به‌عنوان ابزار انتقال پیام، توسعه ارتباطات یا تقویت قدرت نرم تحلیل کرده‌اند، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که فناوری‌های نوظهور خود به کنشگرانی فعال در بازپیکربندی روابط فرهنگی و تولید واقعیت اجتماعی تبدیل شده‌اند. از این‌رو، مهم‌ترین یافته نظری پژوهش آن است که اثرگذاری فناوری‌های نوظهور بر دیپلماسی فرهنگی از طریق یک رابطه مستقیم تحقق نمی‌یابد، بلکه در قالب یک زنجیره تبیینی قابل توضیح است. در این مدل، فناوری‌های نوظهور به‌عنوان متغیر مستقل، ابتدا رابطه میان انسان و فرهنگ را از طریق واسطه‌مندی فناوری بازآرایی می‌کنند؛ سپس با تولید و بازتولید نشانه‌های فرهنگی، نظام معناسازی را دگرگون می‌سازند و در ادامه، زمینه شکل‌گیری «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» را فراهم می‌کنند. در این مرحله، مخاطب بازنمایی‌های دیجیتال فرهنگ را نه صرفاً به‌عنوان اطلاعات یا تصاویر، بلکه به‌مثابه تجربه‌ای معتبر از واقعیت فرهنگی ادراک می‌کند. پیامد این فرآیند، تحول در شیوه اعمال دیپلماسی فرهنگی، بازتعریف قدرت نرم و تغییر سازوکارهای شکل‌دهی به تصویر بین‌المللی کشورها است. بر پایه این مدل، رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، ربات‌ها و متاورس اگرچه از نظر فنی و کارکردی تفاوت‌های قابل توجهی دارند، اما همگی از یک سازوکار نظری مشترک پیروی می‌کنند. رسانه‌های اجتماعی با میانجی‌گری الگوریتمی و بازتولید مستمر روایت‌های فرهنگی، هوش مصنوعی با پردازش، شخصی‌سازی و تولید محتوای فرهنگی، ربات‌ها با میانجی‌گری تعاملات انسانی و بازنمایی هویت فرهنگی، و متاورس با خلق محیط‌های تعاملی و غوطه‌ور، هر یک به شیوه‌ای متفاوت موجب تولید نشانه‌های فرهنگی و شکل‌گیری واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای می‌شوند. از این‌رو، تفاوت فناوری‌ها در ابزارها و قابلیت‌ها است، اما منطق اثرگذاری آن‌ها بر دیپلماسی فرهنگی در چارچوب مدل پیشنهادی، بر واسطه‌مندی، نشانه‌سازی و بازپیکربندی ادراک فرهنگ استوار است.

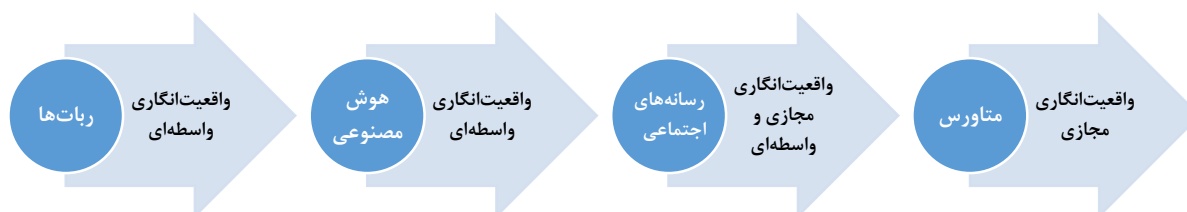
نوآوری اصلی پژوهش حاضر در ارائه مفهوم و مدل تحلیلی «واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای» نهفته است. این مفهوم، برخلاف برداشت‌های رایج از فناوری به‌عنوان یک ابزار ارتباطی یا محیط بازنمایی، نشان می‌دهد که فناوری‌های نوظهور در فرآیند تولید معنا، شکل‌دهی ادراک و ساخت واقعیت فرهنگی نقش کنشگرانه دارند. در این چارچوب، واقعیت‌انگاری مجازی



و واسطه‌ای فرآیندی شناختی- معنایی است که در آن، بازنمایی‌های دیجیتال به تجربه‌ای معتبر از واقعیت فرهنگی تبدیل می‌شوند. بر این اساس، پژوهش حاضر با تلفیق نظریه واسطه‌مندی فناوری و نشانه‌شناسی فرهنگی، چارچوبی مفهومی برای تبیین این فرآیند ارائه کرده و خلاء موجود در ادبیات درباره سازوکارهای معرفتی و معنایی اثرگذاری فناوری بر دیپلماسی فرهنگی را تا حدی برطرف می‌کند. از منظر نظری، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مطالعه دیپلماسی فرهنگی در عصر فناوری‌های نوظهور نیازمند عبور از رویکردهای ابزارمحور و حرکت به سوی رویکردهای جدید برای دستگاه‌های دیپلماسی است که فناوری را به‌عنوان بخشی از فرآیند شکل‌دهی معنا، ادراک و واقعیت اجتماعی استفاده می‌کنند. این تغییر نگرش می‌تواند زمینه توسعه نظریه‌های جدید در حوزه دیپلماسی فرهنگی، قدرت نرم و مطالعات فناوری را فراهم سازد و افق‌های تازه‌ای برای تحلیل روابط میان فناوری، فرهنگ و سیاست در نظام بین‌الملل بگشاید.

از منظر کاربردی نیز مدل پیشنهادی نشان می‌دهد که موفقیت دیپلماسی فرهنگی دولت‌ها در آینده، بیش از آن‌که به توسعه زیرساخت‌های فناورانه وابسته باشد، به توانایی آن‌ها در مدیریت واسطه‌های فناورانه، تولید نشانه‌های فرهنگی معتبر، هدایت روایت‌های دیجیتال و شکل‌دهی به ادراک مخاطبان جهانی بستگی خواهد داشت. بنابراین، مزیت رقابتی کشورها در عرصه دیپلماسی فرهنگی، نه صرفاً در دسترسی به فناوری‌های نوین، بلکه در بهره‌گیری هوشمندانه از سازوکارهای واسطه‌مندی و معناسازی نهفته است. در نهایت، با وجود تلاش پژوهش برای ارائه یک چارچوب نظری تلفیقی، این مطالعه عمدتاً ماهیتی نظری و مفهومی دارد و مدل پیشنهادی هنوز نیازمند آزمون تجربی در زمینه‌های مختلف فرهنگی و سیاسی است. از این رو، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با استفاده از روش‌های تجربی، مطالعات تطبیقی یا تحلیل شبکه‌های دیجیتال، اعتبار مدل «واقعیت‌انگاری مجازی واسطه‌ای» را در بسترهای گوناگون دیپلماسی فرهنگی ارزیابی کرده و ظرفیت تبیینی آن را توسعه دهند.

مدل تحلیلی روند واقعیت‌انگاری مجازی و واسطه‌ای: براساس نتایج استخراجی از مقاله، هر فناوری موجب ایجاد واسطه‌مندی‌ها و نشانه‌هایی گردیده که مدلی جدید از تأثیر بر دیپلماسی فرهنگی ایجاد کرده است. این نتیجه، براساس مدل ذیل طراحی شده است:



- میرفخرایی، سیدحسن و فرهاد فراهانی. (۱۴۰۳). اهمیت قدرت نرم در روابط بین‌الملل؛ از صادرات فرهنگی چین در خاورمیانه تا فرصت‌های فرهنگی قرارداد ایران و چین. تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، ۱۵(۵۷).
- میرفخرایی، سیدحسن و فیروزمندی بندپی، مجید. (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی دیپلماسی رسانه‌ای ایران و ترکیه در آسیای مرکزی و قفقاز. مطالعات اوراسیای مرکزی، ۱۲.

Reference

- Abasy nengo, G. (2015). An assessment of the role impact of technology on diplomacy and foreign policy. IDIS.
- Ahmad, J. B. & Malik Akhtar H. (2023). Using Artificial Intelligence (AI) in Cultural Diplomacy and Public Sector of Pakistan. Pakistan Perspectives 28.
- Anwar, M. S., Yang, J., Frnda, J., Choi, A., Baghaei, N., & Ali, M. (2025). Metaverse and XR for cultural heritage education: applications, standards, architecture, and technological insights for enhanced immersive experience. Virtual Reality, 29(2), 51.
- Almakaty, S. S. (2025). Communication and soft power: Exploring the role of international media in building national image. Edelweiss Applied Science and Technology, 9(2), 132-143.
- Alsaleh, A. (2024). The impact of technological. Scientific Reports.
- Alsaleh, A. (2024). The impact of technological advancement on culture and society. Scientific Reports 14.
- Asif, R., & Hassan, S. R. (2023). Exploring the confluence of IoT and metaverse: Future opportunities and challenges. IoT, 4(3), 412-429.
- Barthes, R. (1972). mythologies. london: vintage.
- Beg, A, & Nandita T. (2021). Impact of Artificial Intelligence (AI) on Digital Advertising. IJIRT 7 (10).
- Cull, N. j. (2009). public diplomacy: lessons from the past. <https://books.google.com.vn/books?id=UstIygEACAAJ>.
- Cull, N. j. (2009). public diplomacy: lessons from the past. figueroa press.
- Dirlikov Canales, C. (2021). The Future of Cultural Diplomacy. Harvard university. <https://www.sir.advancedleadership.harvard.edu/articles/the-future-of-cultural-diplomacy>.
- Elsherif, M. A. (2022). The impact of Information and Communication Technologies (ICT) on diplomatic communication. International Journal of Scientific and Research Publications 12 (11).
- Fiske, j. (1990). introduction to communication studies. routledge.
- Frey, C. (2024). Digital Diplomacy: The Impact of Technology on Modern Diplomacy and Foreign Policy. Current Realities and Future Prospects. romanian journal of european affairs, 24 (1).
- Gasteiger, N., Hellou, M., & Ahn, H. S. (2021). Deploying social robots in museum settings: A quasi-systematic review exploring purpose and acceptability. International Journal of Advanced Robotic Systems, 18(6), 17298814211066740.
- Gaurav, A. K. S. H. A. T. (2023). Metaverse and globalization: Cultural exchange and digital diplomacy. Data Science Insights Magazine, 5, 23-27.
- Grincheva, N. (2022). Cultural diplomacy under the “digital lockdown”: pandemic challenges and opportunities in museum diplomacy. Place Branding and Public Diplomacy, 18(1), 8-11.
- Grincheva, N. (2013). Cultural diplomacy 2.0: Challenges and opportunities in museum international practices. Museum & Society, 11(1), 39-49.
- Grincheva, N. (2024). The past and future of cultural diplomacy. International Journal of Cultural Policy, 30(2), 172-191.



- Gumenyuk, T., Bondar, I., Horban, Y., Karakoz, O., & Frotveit, M. (2021). Cultural diplomacy in modern international relations: The influence of digitalization. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(7), 1549-1560.
- Hossain, M. A., Azim, K. S., Jafor, A. H. M., Shayed, A. U., Nikita, N. A., & Khan, O. U. (2024). AI and machine learning in international diplomacy and conflict resolution. *Advanced International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(5).
- Inyali, P. O., Ngwu, U. I., & Ogande, A. (2022). Social media and cultural diplomacy in developing nations. *International Journal of Advanced Mass Communication and Journalism*, 3(2), 14-18.
- Jin, D. Y. (2024). The rise of digital platforms as a soft power apparatus in the New Korean Wave era. *Communication and the Public*, 9(2), 161-177.
- Khakimali, I. A. & Izzatullayev, B. I. (2025). The Impact of Digital Diplomacy on Interactions with Foreign Societies and Governments. *AMERICAN Journal of Public Diplomacy and International Studies* 3 (1).
- Konovalova, M. (2023). AI and diplomacy: challenges and opportunities. *Journal of Liberty and International Affairs*, 9(2), 520-530.
- Köseleli, B. B. (2017). The usage of new media in cultural diplomacy: A case of Turkey. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 2(6), 115-120.
- Lotman, J. (2009). *Culture and explosion* (Vol. 1), Walter de Gruyter.
- lotman, Y. (1990). *universe of the mind: A semiotic theory of culture*. indiana university press.
- Liu, X., Dong, F., Shui, W., & Geng, G. (2025). Blockchain in digital cultural heritage resources: technological integration, consensus mechanisms, and future directions. *npj Heritage Science*, 13(1), 235.
- Lyu, Z. (2024). State-of-the-art human-computer-interaction in metaverse. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(21), 6690-6708.
- Mamakou, I., Markantoni, A., & Kargas, A. D. (2025). Leveraging AI in Diplomacy: Enhancing Foreign Policy, National Interest and Digital Diplomacy.
- Malone, G. D. (1988). *Organizing the Nation's Public Diplomacy*. Boston: University Press of America, *Organizing the Nation's Public Diplomacy*.
- Manor, I. (2019). *the digitalization of public diplomacy*. palgrave macmillan.
- Merton, R. K. (1968). *Social Theory and Social Structure*. new york: the free press.
- Mingwei, X. Wang, Y. Huang, J. Li, J. & Fu, J. (2023). *The Museum: From Digital To Metaverse*. Cambridge Explorations in Arts and Sciences 1 (2).
- Nam, Đ. T., & Cường, N. A. (2025). The role of culture and diplomacy in enhancing Vietnam's soft power. *Journal of Posthumanism*, 5(4), 1489-1512.
- Nye, j. (2004). *Soft Power: The Means to success in world politics*. Public Affairs.
- Oclou, P. (2025). *The Role of Technology in Modern Diplomacy: A Policy Perspective*. Available at SSRN 5176840.
- Ociepa, B. (2012). Impact of new technologies on international communication: The case of public diplomacy. *Informacijos mokslai*, (59), 24-36.
- Parliament, European. (2020). *The use of Artificial Intelligence in the Culture and Creative sectors*. IPOL.
- Resnyansky, L. (2019). Conceptual frameworks for social and cultural Big Data analytics: Answering the epistemological challenge. *Big Data & Society*, 6(1), 2053951718823815.
- Ryniejska-Kiełdanowicz, M. (2009). *Cultural diplomacy as a form of international communication*. Institute for Public Relations.

http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/Ryniejska_Kieldanowicz.Pdf

- Saliu, H. (2017). The new nature of Cultural Diplomacy in the age of online communication. *Journal of Media Critiques*, 3(10), 87-100.
- Sarode, R. (2025). The Impact of Artificial Intelligence on Cultural Practices and Communication. *IGRF* 1.
- Sampson, E., & Annor, A. S. (2024). Digital diplomacy: How technology is becoming a soft power tool for emerging economies. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 6(3).
- Sayfullayev, D. (2019). The Cultural And Public Diplomacy In The Digital. *international journal of scientific & technology research*, 8(12).
<https://doi.org/10.1007/s10055-025-01126-z>
- Shuang, S. Huiwen Z. & Wen, L. (2024). Belonging in Culturally Diverse Societies – Official Structures and Personal Customs. Tianjin: IntechOpen.
- Sood, S. (2025). Role of Culture and Diplomacy in Building International Relations. *visionias*.
<https://visionias.in/blog/guest-articles/role-of-culture-and-diplomacyinbuildinginternationalrelations>.
- Stanzel, V. & Voelsen, D. (2022). Diplomacy and Artificial Intelligence. *SWP*.
- Stublić, H., Bilogrivić, M., & Zlodi, G. (2023). Blockchain and NFTs in the cultural heritage domain: A review of current research topics. *Heritage*, 6(4), 3801-3819.
- Szondi, G. (2008). Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences. *Clingendael Institute*.
- Triandafyllidou, A., & Szucs, T. (2017). EU cultural diplomacy: challenges and opportunities. *Global governance programme*, 13.
- Turgut, S. (2024). As a Public Diplomacy Component Technology Management Policy and Technology Transfer Offices of Turkey. *Industrial Policy*, 4(2), 90-99.
- UNIDO. (2019). Bracing for the New Industrial Revolution. *UNIDO*.
- Uyun, L. (2024). The role of digital technology in cultural diplomacy: Challenges and opportunities. *International Studies: Journal of Political Studies and International Relations*, 1(1), 18-25.
- Valeonti, F., Bikakis, A., Terras, M., Speed, C., Hudson-Smith, A., & Chalkias, K. (2021). Crypto collectibles, museum funding and OpenGLAM: challenges, opportunities and the potential of Non-Fungible Tokens (NFTs). *Applied Sciences*, 11(21), 9931.
- Verbeek, P. P. (2009). Ambient intelligence and persuasive technology: The blurring boundaries between human and technology. *Nanoethics*, 3(3), 231-242.
- Verbeek, P. P. (2015). Beyond Interaction: A Short Introduction to Mediation Theory. *Interactions*.
- Wang, Y., Siau, K. L., & Wang, L. (2022). Metaverse and human-computer interaction: A technology framework for 3D virtual worlds. In *International conference on human-computer interaction* (pp. 213-221). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Werthner, H., Prem, E., Lee, E. A., & Ghezzi, C. (2022). Perspectives on digital humanism (p. 342). Springer Nature.
- Williams, R. & Otto, L. (2022). Communication between the United States and Iran. *the thinker* 90.
- Zia, F. (2024). Cultural Diplomacy in the Age of Social Media. *Cultural Diplomacy Journal*.
- Zia, L. & Waks, L. (2025). Rethinking Diplomatic Negotiations in the Age of AI. *USC Center on Public Diplomacy*.

