

Iran's Twitter diplomacy in the year of the US withdrawal from JCPOA; a step forward

zahra Nejadbahram*

Nazanin Malekian**, sarvnaz Torbati***

Abstract

The third millennium is the age of media. Twitter, which is a social and global media, has become a favorite of politicians with 280 characters. In 2018, Trump announced the beginning of a new chapter in relations with Iran by announcing his withdrawal from the joint comprehensive plane of action (JCPOA). During this period, a new chapter was formed in the exchange of tweets between the political leaders of Iran and the United States, which could be the basis for determining the strategy of Iranian diplomacy. Therefore, the main question of the research is what strategy did the Iranian diplomacy approach represent via Twitter in the year of the US withdrawal from JCPOA? In this regard, in-depth interviews were conducted with 17 experts in the three main areas of communication, international relations and political science, and based on the content analysis method, concepts and categories were extracted using maxqoda software. A review of the interviews confirms that Iranian diplomacy on Twitter is able to be a guide line for the future of Iranian diplomacy and as a contributing element in political exchanges and to advance the country's diplomacy one step further.

Keywords: twitter, Iranian diplomacy, soft power, Media.

* PhD student in Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, mnejadbahramster@gmail.com

** Assistant Professor, Department of Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author), nz.malekian@gmail.com

*** Assistant Professor, Department of Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, sarvenaz.torbati@gmail.com

Date received: 13/05/2021, Date of acceptance: 11/08/2021

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

دیپلماسی توییتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ یک گام به پیش

زهرا نژادبهرام*

نازنین ملکیان**، سروناز تربتی***

چکیده

هزاره سوم عصر رسانه هاست. توییتر که رسانه‌ای اجتماعی و جهانی است با داشتن ۲۸۰ کارکن رسانه مورد علاقه سیاستمداران گشته است. در سال ۲۰۱۸ ترامپ با اعلام به خروج از برجام فصل تازه‌ای را در روابط با ایران آغاز کرد. در این دوره، فصل تازه‌ای از ردوبدل کردن توییتها میان رهبران سیاسی ایران و امریکا شکل گرفت که می‌تواند مبنایی برای تعیین راهبرد دیپلماسی ایران باشد. از اینرو سؤال اصلی پژوهش این است که رویکرد دیپلماسی ایران از طریق توییتر در سال خروج امریکا از برجام چه استراتژی را بازنمایی کرده است؟ در این راستا با ۱۷ کارشناس سه حوزه اصلی ارتباطات، روابط بین‌الملل و علوم سیاسی مصاحبه‌های عمیق صورت گرفت و بر اساس روش تحلیل محتوی با کمک نرم‌افزار maxqoda مفاهیم و مقوله‌ها استخراج گردید. بررسی مصاحبه‌ها مؤید آن است که دیپلماسی ایران در توییتر قادر است دستورالعملی برای آینده دیپلماسی ایران باشد و به عنوان عنصری کمک‌کننده در تبادلات سیاسی بوده و دیپلماسی کشور را یک گام به پیش براند.

کلیدواژه‌ها: توییتر، دیپلماسی ایران، روایت، قدرت نرم، رسانه.

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،
mnejadbahramster@gmail.com

** استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)،
nz.malekian@gmail.com

*** استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،
sarvenaz.torbati@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۳، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۵/۲۰

Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose

۱. مقدمه و بیان مسئله

بیش از ده سال است که دولت‌ها از رسانه‌های اجتماعی خصوصاً توئیتر به عنوان ابزار پیش‌برد دیپلماسی استفاده می‌کنند. وبسایت دیپلماسی در سال ۲۰۱۸ اعلام کرد ۹۷ درصد کشورهای عضو سازمان ملل حساب توئیتری (Twiplomacy) دارند. این موضوع بیان‌گر آنست که توئیتر یکی از محبوب‌ترین رسانه‌ها در عرصه دیپلماسی دیجیتالی به‌شمار می‌آید. (Cull N.J, 2013) یکی از دلایل استفاده فزاینده از توئیتر به عنوان ابزار دیپلماسی سهولت استفاده از آن است که به رهبران سیاسی و کاربران حرفه‌ای اجازه می‌دهد نه تنها برای مردم داخل و خارج از کشور به شیوه متعارف و یک طرفه اطلاع‌رسانی کنند، بلکه امکان دریافت نظرات دیگران را نیز داشته باشند. (New Media and Society, 2016)

در بررسی که نیویورک تایمز در توئیتهای ترامپ در سه دوره سه ماهه طی سال‌های ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ انجام داده گفته است ۵۰ درصد توئیتهای مؤثر در مناسبات بین‌المللی ترامپ که قالب سیاست خارجی داشته در شب و نیمه شب بوده است. (Newyork times) نویسنده این مقاله با تاکید بر خانگی شدن دیپلماسی در دوره ترامپ معتقد است توئیتر منجر به نزدیک شدن دیپلماسی به رهبران بدون تعاملات رایج در دیپلماسی سنتی که بهره‌گیری از ظرفیت مشاوران سیاست خارجی را جدی می‌داند شده است.

نکته حائز اهمیت این است که ایران با استفاده از این ابزار تصویری دیگر از دیپلماسی را تعریف کرده است؛ که این تصویر نیازمند بازشناسی و تدقیق است. اهمیت این موضوع در این است که در آن زمان سه موضوع به وجود آمده بود: نخست؛ توئیتر کارکردهای لازم برای سیاست خارجی آمریکا را با توجه به دور شدن از رسانه‌های رسمی فراهم کرد؛ دوم؛ ظرفیت توئیتری برای ایران نیز حاصل شد؛ سوم؛ این مهم نه تنها برای نخبگان سیاسی دو طرف بلکه در معرض افکار عمومی نیز قرار گرفته؛ همچنین توئیتهای فرصت‌گفت‌وگو مداوم را نیز ایجاد کرده است. این مهم به معنای نفی هم‌وزنی طرفینی، در روندهای دیپلماسی سنتی است چراکه طرفین در فضایی مشترک به گفتگو پرداختند. امری که شاید شرایط آن بجز مذاکرات برجام که همه دور یک میز بودند پیش نیامده بود.

بر اساس گزارشهای دریافتی پیشینه بهره‌برداری سیاستمداران از توئیتهای آنها را می‌توان به ترزا می نخست‌وزیر انگلیس که در سال ۲۰۱۶ به توئیتر پیوسته و در همین مدت هزار و ۳۵۴ توئیتهای زده است، نسبت داد. امانوئل مکرون رییس‌جمهور فرانسه در سال ۲۰۱۳

دیپلماسی توییتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ ... (زهرا نژادبهرام و دیگران) ۳۰۵

به توییت پیوسته و تاکنون هفت هزار و ۸۵۵ توییت داشته است. تعدادپست‌های توییتری هایکو ماس و وزیر خارجه آلمان از سال ۲۰۰۹ که به توییت پیوسته پنج هزار و ۱۹۴ است. محمد جواد ظریف از سال ۲۰۰۹ تاکنون که به توییت پیوسته ۵۲۲ توییت زده (لامعزاده، ۱۳۹۷) این مهم بیانگر نقش فعال و گسترده سیاستمداران در توییت است. توییت همان‌طور که تریبون حامیان این مذاکرات و توافق بود، مورد استفاده مخالفان نیز قرار گرفت. برخی از سناتورهای آمریکایی و بزرگ‌ترین مخالف این توافق یعنی نتانیاهو نیز از توییت استفاده کردند.

نقشی که توییت طی مذاکرات هسته‌ای ایران با گروه ۱+۵ بازی کرد آنقدر تاثیرگذار بوده که کاخ سفید حساب رسمی برای این موضوع به نام @TheIranDeal راه‌اندازی کرده است. کاخ سفید با راه‌اندازی این صفحه در توییت به تشریح و دفاع از توافق هسته‌ای با ایران پرداخت و با کاربران در این زمینه گفت و گو کرد. (کهن‌چی، ۱۳۹۴)

در این میان با توجه به رابطه دوکشور ایران و امریکا پس از روی کار آمدن ترامپ در سال ۲۰۱۶ و داشتن زاویه با برجام و عدم وجود امکان ارتباطات مستقیم به دلیل نبود روابط دیپلماتیک میان دوکشور و ضرورت ارتباط و برخورداری طرفین از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی به ویژه توییت؛ تصویری نوین در ارتباطات آنها در این مقطع خاص از تاریخ دیپلماسی حادث شده است. ترامپ با بیش از سه هزار و پانصد توییت در این دوره (۲۰۱۸) و رهبری ایران و ظریف با حدود ۹۰۰ توییت موضوعی را نسبت به هم داشته‌اند که بررسی آنها با کمک کارشناسان، فضای رسانه‌های جدید و دیپلماسی ایرانی را بیان می‌کند. سؤال اصلی در این مقاله این است که رویکرد دیپلماسی ایران از طریق توییت در سال خروج امریکا از برجام چه استراتژی را بازنمایی کرده است؟

۲. چهارچوب نظری

۱.۲ قدرت نرم

قدرت در روابط بین‌الملل غالباً به دو گونه نرم (Soft Power) و سخت (Hard power) ترسیم شده است. قدرت سخت برخاسته از توان نظامی و اقتصادی یک دولت است و این دو بسیار به هم وابسته‌اند. نای (Nye) قدرت سخت را ماهیتاً آمرانه تلقی می‌کند.

(1990,p.31) جوزف نای اولین بار قدرت نرم را «وا داشتن دیگران به خواستن آنچه که خود می‌خواهیم» تعریف کرد. (1990a, p.3)

فرگوسن (Ferguson) (۲۰۰۳) نیز می‌گوید در قرن بیست و یکم، ایالات متحده دیگر صرفاً با اتکا بر توان نظامی و اقتصادی نمی‌تواند یک ابرقدرت جهانی باقی بماند. در رویکردی مشابه، نای بر این باور است که در کنار روش‌های «ستی» اعمال قدرت سخت به واسطه تطمیع و تهدید، راه دیگری هم برای قدرت‌ورزی وجود دارد (1990a,p.31). وی می‌گوید «یک کشور می‌تواند نتایج دلخواهش را در نظام بین‌الملل به واسطه پیروی خودخواسته دیگران، و یا موافقت آنان با نظامی که چنان نتایجی را به بار می‌آورد، به‌دست آورد» (همان). بر خلاف قدرت سخت که بر تطمیع به واسطه توان اقتصادی، و یا تهدید به واسطه نیروی نظامی متکی است، نای قدرت‌ورزی «به واسطه مجاب کردن دیگران به خواستن آنچه که ما می‌خواهیم» را اعمال «غیر مستقیم یا اغواگرانه» قدرت می‌نامد (همان، p.31). این تعریف قدرت به مثابه اغواگری (Co-optive power) که در دهه ۹۰ میلادی شکل گرفت، و بر جذابیت به جای زور متکی است، مفهومی که امروزه «قدرت نرم» نامیده می‌شود را بیان کرد.

همچنین، نویسندگان دیگری به شیوه‌های مختلف سعی کرده‌اند تا بین مفهوم قدرت نرم و سخت تفکیک قائل شوند. همانند پارمر و کاکس (Parmer and Cox) (۲۰۱۰) که می‌گویند: «قدرت فرماندهی از توانایی تغییر رفتار دیگران برمی‌خیزد، ولی قدرت اغواگرانه بر توانایی شکل دادن به خواسته‌های دیگران متکی است».

فریزر (Fraiser) می‌گوید: «قدرت سخت تهدید، ولی قدرت نرم اغوا می‌کند. قدرت سخت منصرف، ولی قدرت نرم متقاعد می‌کند» (1990,p.17). کوپرمی‌گوید: «قدرت سخت هل می‌دهد، ولی قدرت نرم به سمت خود می‌کشد». (۲۰۱۳,p.565)

بعدها نای در، تقریباً عین همان تعریف را تکرار کرده است: «قدرت نرم] واداشتن دیگران به خواستن نتایجی است که خود در پی آنیم». (۲۰۰۴,p.5)

از این منظر، قدرت نرم «توانایی رسیدن به خواسته‌ها از طریق جذابیت، و نه به واسطه تطمیع و تهدید است» (همان p.9). نای معتقد است «قدرت نرم، قدرت جذاب است» (همان p.6). بنابراین، جذابیت مفهومی محوری در گفتمان قدرت نرم به شمار می‌آید. نای نه تنها قدرت نرم را نوع منحصر به فردی از قدرت تلقی می‌کند، بلکه معتقد است که در عرصه سیاست و روابط بین‌الملل موقعیت‌هایی پیش می‌آید (مثلاً مبارزه با تروریسم) که

دیپلماسی توییتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ ... (زهرا نژادبهرام و دیگران) ۳۰۷

تنها راه مقابله با آنها متوسل شدن به قدرت ایده‌های جذاب است. تاثیر این شیوه از قدرت‌ورزی، بر خلاف قدرت سخت، طولانی مدت است چرا که اثر گذاری از درون صورت می‌گیرد و نه از بیرون، یعنی کسی که قدرت بر وی اعمال می‌شود.

از آنجا که توسعه سریع تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات در دهه نود میلادی از عوامل شتاب دهنده به گسترش مفهوم قدرت نرم بود موضوعیت قدرت نرم بیشتر مورد توجه قرار گرفت. در ۱۹۹۲ تنها ۱۰ وبسایت در اینترنت وجود داشت و این رقم به ۱.۸ میلیارد در ۲۰۱۷ رسید و این افزایش همچنان ادامه دارد. تنها ۱۴ میلیون نفر در ۱۹۹۳ از اینترنت استفاده می‌کردند و این تعداد در ۲۰۱۵ به ۳.۲ میلیارد نفر افزایش پیدا کرده بود (نجاتی، ۱۳۹۸) آنچه که در این نظریه توجه را بیشتر جلب میکند کارکرد قدرت نرم در عصر دیجیتال و روند روبه رشد این قدرت در عصر جدید دیپلماسی است که می‌تواند ظرفیت‌های تازه‌ای در اندیشه ورزی سیاسی فراهم کند. با این وجود موضوعیت قدرت نرم در عصر دیجیتال به رغم سابقه بیش از سه دهه‌ای در آراء جدید اندیشه‌ورزان، مفهومی است که امروزه بیشتر می‌توان از آن بهره برد. رسانه‌های اجتماعی در شبکه مجازی این امکان را دارند که فرصت‌های تجربه این نوع قدرت را برای کشورها فراهم کنند.

۳. مطالعات پیشین

حسین کریمی (۱۳۹۸) در پایان نامه خود تحت عنوان "توئیتر، میدان سیاست‌مداران ایرانی" با تاکید بر دو عنوان میدان و شبکه در صدد تبیین رفتار سیاست‌مداران ایرانی در توئیتر فارسی در قالب ایجاد شبکه‌های ارتباطی با تکیه بر توئیتر است. به بیان او سیاست‌مداران ایرانی و روزنامه‌نگاران در حوزه اصلاح‌طلبی و اصول‌گرایی با ایجاد شبکه‌های ارتباطی از نوعی الگوی مشترک برای بیان رفتار سیاسی خود در انتخابات استفاده کرده‌اند.

از نظر او توئیتر این امکان را به آنها می‌دهد که بتوانند با شبکه سازی میدان سیاست‌ورزی را فراتر از فضاها عینی مدیریت کنند. پرسش اصلی تحقیق این است که میدان سیاست در توئیتر فارسی چگونه شکل می‌گیرد؟ چه ویژگی‌هایی دارد و منازعه بر سر قدرت در این میدان توسط کنشگران آن چگونه اجرا می‌شود؟ هم‌چنین این پرسش که کدام قالب‌های شبکه‌ای موضوعی در توئیتر فارسی در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ شکل گرفته و آن‌ها چه نقشی در منازعه قدرت در توئیتر فارسی دارند،

موردتوجه قرار گرفته از جمله پرسش‌های مطرح این تحقیق است. در این تحقیق به روشنی روی توئیتر تمرکز شده اما از جنس توئیتر فارسی و نقش شبکه سازی آن مورد توجه قرار گرفته است. نداشتن نگاه دیپلماسی رسانه‌ای که کارکرد برون مرزی دارد از مواردی است که نقطه افتراق با پژوهش حاضر می باشد. اگرچه تمرکز پایان نامه ذکر شده بر توئیتر است اما فقط سیاستمداران ایرانی را مورد عنایت قرار داده است.

حسین سلیمی و وهاب پور (۱۳۹۷) در مقاله "دیپلماسی، بازنمایی سیاست خارجی ایران در توئیتر" گفته‌اند که دونالد ترامپ در خصوص ایران ۳۴ توئیٹ داشته که کلمه «ایران» به صورت مستقیم ۴۰ بار تکرار شده است. این توئیٹ‌ها معادل ۹۴,۰ درصد مجموع توئیٹ‌های وی در این دوره می باشد. مهمترین حوزه‌هایی که ترامپ در این توئیٹ‌ها بدان اشاره کرده است. (حقوق بشر، نظامی گری، نقش منطقه‌ای و موافقت‌نامه هسته‌ای با ۲۶ درصد توئیٹ‌ها در سال (۲۰۱۷-۲۰۱۸) است. در این مقاله گفته شده موافقت‌نامه هسته‌ای ایران که در غالب توئیٹ‌ها با کلمه ترکیبی «معامله ایران» بدان اشاره شده، بیشترین فراوانی موضوعی توئیٹ‌ها او را تشکیل می دهد. این امر نشان می دهد که ترامپ دستور کار اصلی خود را در مواجهه با جمهوری اسلامی ایران حول محور رد و ملغی کردن این توافقنامه قرار داده بود که در نهایت این کار نیز صورت گرفت. بررسی سلیمی و همکارش ضمن تأکید بر اهمیت توئیٹ‌ها ردوبدل شده با اتکا به تئوری امنیت هستی شناسی سعی در تحلیل هویت سازانه ایران در سیاست خارجی دارد این مهم بیانگر نقش موثر توئیتر در ترسیم سیاست خارجی ایران دارد.

ایلان مانور (Illan Manoor) (۲۰۲۰) در مقاله ای تحت عنوان "دیپلماسی در ۲۸۰ کاراکتر (character)" در بررسی رفتار دیپلمات های سازمان ملل که با ورود دوره ترامپ دچار تغییرات فاحشی شده اند می گوید عصر دیپلماسی تحولی شگرف پیدا کرده البته این تسری نیافته ولی بسیار زیاد شده است. وی می گوید سالهای اخیر شاهد افزایش روزافزون توئیتر توسط دیپلمات ها و رهبران جهان بود. یک نمونه قابل توجه استفاده دونالد ترامپ از توئیتر برای حمله به رهبران خارجی یا سازمان‌های چند جانبه است. برخی گفته‌اند که استفاده ترامپ از توئیتر نماینده یک زبان دیپلماتیک جدید است. وی با تأکید بر تغییرات می گوید توئیتر زبان جدیدی را در سازمان ملل به وجود آورده است. به طور خاص، زبان دیپلمات ها اکنون از پیام‌های مختصر همراه با تصاویر است که به اعمال سیاست ها کمک می کند. علاوه بر این، دیپلمات ها استفاده از ایموجی ها (Imoje)

تصاویر کارتونی در فضای مجازی) را برای لنگر معنای پیام های خود پذیرفته اند. نکته مهم این است که این مقاله همچنین نشان می دهد که زبان دیپلمات ها در توییتر "(Trumpian) ترامپی" نیست زیرا پیام های دیپلمات ها فصیح، معتدل و امیدوار است. در این مقاله با تأکید بر تغییرات رفتار دیپلماتها به نقش توییتر در شکل گیری نوع تازه ای از ادبیات دیپلماسی اشاره می کند که مفاهیم آن بستر نوینی را برای تعاملات ایجاد کرده است.

چابرا (chhabra) (۲۰۲۰) در مقاله ای تحت عنوان "دیپلماسی توییتری" می گوید توییتر در واقع برای خودش یک فرم و شکل از دیپلماسی را طراحی کرده که میتواند همکار دیپلماسی سنتی در گفتگوها و مباحث مرتبط با آن باشد. وی می گوید وقتی یک رهبر جهانی توییت های مربوط به یک رویداد جهانی یا چارچوب های یک سیاست جدید، را طرح می کند، البته ممکن است دیگر سیاستمداران به رسانه های اصلی روی آورند که یا به توییت پاسخ دهند یا از آن دفاع کنند، یا به سادگی نظر خود را در مورد موضوع مورد نظر ارائه دهند. این پاسخها، به نوبه خود، به بحث آنلاین اضافه میشوند و در نتیجه افکار عمومی را شکل می دهد. در این مقاله آمده دیپلماسی سنتی عموماً با دکوراسیون و تشریفات محدود است در حالی که دیپلماسی توییتر چنین نیست.

توییتر و دیگر سیستم عامل های رسانه های اجتماعی به مقامات دولتی اجازه می دهند دیدگاه های خود را در مورد موضوعات و تحولات مربوط به حوزه های عمومی بدون نیاز به کانال های رسمی دیپلماتیک یا اصطلاحات نشر، پخش کنند. همچنین به مردم این امکان را می دهد تا راحت تر به مقامات دولتی دسترسی پیدا کنند. در واقع، توپلماسی (Twiplomacy) محدودیت های دیپلماسی سنتی را می شکند که به محور مذاکره و انتشار اطلاعات، رویکرد بروکراسی از بالا به پایین به آن وابسته است. چابارا با تأکید بر نقش کمکی توییتر به جایگاه آن در دیپلماسی در شکل گیری افکار عمومی اشاره می کند که نقطه اتکا توییتر در ورد به عرصه دیپلماسی است.

دانکومب (Doncomb) (۲۰۱۹) در مقاله ای تحت عنوان "سیاست توییتر: احساسات و قدرت رسانه های اجتماعی" می گوید عواطف و احساسات از طریق توییتر قابل انتقال است و این مهم در میان سیاستمداران به روشنی قابل درک است. وی می گوید رسانه های اجتماعی در حال تبدیل شدن به یک واسطه کلیدی است که از طریق آن می توانیم با یکدیگر ارتباط برقرار کنیم. این مرکز در ساختارهای متقابل روزانه ما قرار دارد.

با این وجود این نفوذ مختص روابط بین فردی نیست. رهبران سیاسی، دولت‌ها و ایالت‌ها در محیط رسانه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند. سوال اصلی این مقاله این است که توئیتر برای ساختارهای معمولی قدرت و سطوح مختلف ارتباطات چگونه کار می‌کند؟ در این مقاله به تحلیل پویایی عاطفی توئیتر پرداخته شده، نشان می‌دهد که چگونه احساسات در قدرت این بستر رسانه اجتماعی تأثیر می‌گذارد. وی می‌گوید توئیتر هم می‌تواند عواطف را نشان دهد و هم احساسات را برانگیزد، که نقش مهمی در تشدید یا تشدید درگیری‌ها دارد. این مقاله با توجه به تمرکز بر توئیتر به عنوان وسیله ارتباط و در زمینه رسانه‌های اجتماعی به همراه تأکید بر مناسبات قدرت و کارکرد ارتباطات در قدرت مباحث جدی را مطرح کرده که در کارکرد توئیتر در دیپلماسی قابل توجه است.

باوم (Matthew A. Baum) (۲۰۱۹) در مقاله‌ای تحت عنوان "رسانه، افکار عمومی و سیاست خارجی در عصر ترامپ" می‌گوید تحولات مربوط به این دوره منجر به این شده که ترامپ بدون آنکه نیازمند سیر دیپلماتیک و زمینه‌سازی کاری شود، دیدگاه‌هایش را با میلیون‌ها فالور خود از طریق ۲۸۰ "کاراکتر" توئیتر در میان بگذارد. او این ظرفیت را برای ترامپ بستری برای سیاست خارجی مستقیم و بدون واسطه با شهروندان بیان می‌کند. "باوم" در این مقاله در صدد ارائه تعریف تازه‌ای از سیاست خارجی در عصر ترامپ است که می‌تواند در روند تحقیق مورد استفاده قرار گیرد. این مقاله با رویکرد سیاست خارجی مستقیم به موضوعیت توئیتر تأکید کرده و در عرصه دیپلماسی آن را مورد توجه قرار داده است.

استفان دی کولینزو و لفر دوییت (Stephan D. Kolitz and Rebecka I. Lefber, Dewitt) (۲۰۱۹) در مقاله‌ای تحت عنوان "دیپلماسی هشتم" (توئیتر به عنوان ابزاری برای استفاده در دیپلماسی عمومی و پیشبرد اهداف سیاست خارجی آمریکا) گفته‌اند استراتژی کلی توئیتهای مقامات ارشد سیاست خارجی در دوره اوباما از یک الگوی رفتاری مشخص پیروی می‌کرد، نظیر آنچه در پروتکل‌های سیاست خارجی وجود دارد یا آنکه بر حسب وقایع تغییر می‌کرد. در این مقاله نویسنده به یک الگوی واحد رسیده که در راستای سیاست‌های ملی آمریکا بوده است.

این مقاله با تأکید بر نقش توئیتر در صدصد جستجوی برنامه اقدام آن است و این مهم بستری برای رویکرد تبادل توئیتهای در میان دیپلمات‌ها با ظرفیت هدف‌گذاری در سیاست خارجی است.

از نظر نویسنده این نوع دیپلماسی منجر به تغییر وضع موجود می شود و دیپلمات‌هایی که از آن استفاده می‌کنند فراتر از حمایت از وضع موجود در امر دیپلماسی هستند. در همین ارتباط دانکومب (۲۰۱۸) در مقاله‌ای تحت عنوان "توییتر چالش‌های دیپلماسی دیجیتال" آورده است از سال ۱۹۸۰ یعنی از زمان قطع روابط دیپلماتیک ایران و امریکا رسانه‌های اجتماعی تبدیل به سکویی برای ارتباط میان دیپلمات‌ها شده و لذا رسانه‌های اجتماعی، فضایی را که در آن دیپلماسی شکل می‌گیرد، تغییر داده‌اند.

وی می‌گوید دولتها نیز توانسته‌اند با تحولات دیجیتال سیاست روز را از طریق به‌کارگیری ابزار دیجیتال برای معرفی خود و منافع شان، مخاطبانی به مراتب وسیع‌تر مهار کنند و به این ترتیب حوزه تاثیرگذاری قدرت نرم خود را افزایش دهند.

وی می‌گوید در میان سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۵ ایران و امریکا تلاش کردند از توییتر به عنوان ابرازی جهت تبیین جنبه‌های مثبت هویت خود و تعهدشان به توافق استفاده کنند. اهمیت بعد دوم در نظر دانکومب در این است که ظرفیتی که توییتر برای چهارچوب بخشیدن به بازنده‌های هویت دولت‌ها ایجاد می‌کند، در تلاش برای شناساندن آنها اهمیتی ویژه ای دارد.

چرا که به آسانی قابل دسترس هستند و سریعاً در میان هم‌تایان دیپلماتیک منتشر می‌شود و نادیده گرفتن این جنبه از رسانه‌های اجتماعی در رویه دیپلماسی منجر به نادیده انگاشتن بخش قابل توجهی از منافع دولت می‌شود که در استراتژی مذاکرات کارا و احتمالات سیاسی برای تغییر، جنبه کلیدی دارد.

دانکومب با بررسی عینی روی ایران و امریکا نقش توییترها را در قالب هویت بخشی و هویت سازی مورد مطالعه قرار داده است و بر نقش اثر بخش آن در دیپلماسی تاکید کرده است.

۴. روش تحقیق

برای انجام این مقاله از روش تحلیل محتوی کیفی استفاده شده است. در واقع استفاده از تحلیل محتوی کیفی، امکان مقوله‌بندی، دسته بندی و کدگذاری رافراهم می‌سازد.

تحلیل محتوا که روشی برای تحلیل پیام‌های ارتباطی متن، شفاهی، صوتی و تصویری است (کول، ۱۹۸۸). فرصتی برای تبیین مسئله ارائه می‌دهد. چلیمسکی (۱۹۸۹) تحلیل محتوی را اطلاعات در یک شکل استاندارد شده می‌داند که به محقق اجازه

تحلیل‌هایی برای استنباط در مورد ویژگیها و معنای مواد نوشتاری یا ثبت شده را می‌دهد.

از این رو در این مقاله تحلیل محتوی کیفی که برای متون رسانه ای مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ فرصتی است تا با اتکا به آن دیدگاههای کارشناسان مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به تقسیم بندی سه گانه رویکردهای تحلیل محتوی که به صورت عرفی، جهت‌دار و تلخیصی است رویکرد این پژوهش عرفی می باشد. از اینرو حجم نمونه با توجه به اشباع نظری به ۱۷ مصاحبه کیفی تخصیص یافت است. محتوی مصاحبه های کیفی از ۱۷ کارشناس حوزه های ارتباطات و سیاسی و روابط بین الملل پس از پیاده شدن به صورت متن درآمده و در نهایت گزارش نهایی ارائه می‌شود. یادآور می‌شود این تحلیل محتوی از طریق نرم افزار 18 maxqda صورت پذیرفته است.

۵. روش نمونه گیری

حجم نمونه در مطالعه حاضر ۱۷ نفر بود که به روش هدفمند و تعمدی انتخاب شدند. در فرآیند نمونه‌گیری به منظور حفظ کیفیت مصاحبه‌ها، سعی شد عموم منتخبان صاحب‌نظر در عرصه سیاست خارجی و شبکه‌های ارتباطی باشند. نمودار زیر ترکیب سواد اعضای نمونه را نشان می‌دهد. همانطور که ملاحظه می‌شود ۸۱ درصد اعضای نمونه سطح سواد دکتری و ۱۹ درصد کارشناس ارشد بودند. ۴۳ درصد از مصاحبه شونده‌گان دانش آموخته علوم سیاسی و ۳۱ درصد ارتباطات و روابط بین الملل ۱۸ درصد و علوم سیاسی و آینده‌پژوهی ۶ درصد هستند.

در میان آنها ۳۷ درصد استاد دانشگاه ۱۲ درصد خبرنگار و مدیر خبری و ۶ درصد دیپلمات و مدیر خبرگزاری و ۶ درصد مدیر مسوول روزنامه و ۶ درصد مدیر مسوول سایت و ۶ درصد دیپلمات و سخنگو و ۱۸ درصد صاحب‌نظر هستند. در این میان ۵۰ درصد اصلاح طلب و ۳۱ درصد اعتدالگرا و ۱۹ درصد اصول گرا بودند.

۶. روش تجزیه و تحلیل کیفی

برای تجزیه و تحلیل کیفی داده‌های مصاحبه از نرم افزار 2018 maxqda استفاده شد. برای این کار متن پیاده شده مصاحبه‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

دیپلماسی توییتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ ... (زهرا نژادپهرام و دیگران) ۳۱۳

برای تجزیه و تحلیل در مرحله اول تمامی واحدهای معنایی (جملات و پاراگرافها) مصاحبه‌ها تقطیع شد و سپس در مرحله دوم معنای مترتب بر هر واحد معنایی استخراج و تحت عنوان کد باز، کدگذاری شد، حاصل این مرحله ۷۳۴ کد باز بود. در مرحله سوم با بررسی وجوه تشابه و تمایز کدهای باز و تجمیع آنها ذیل مقولات مرتبط، عملیات کدگذاری محوری انجام شد که حاصل آن تجمیع ۵۳۸ کد باز در ۵۱ مقوله بود که ذیل عناوین ابرمقوله، مقولات اصلی، فرعی و جزئی نامگذاری شد.

در مرحله چهارم روابط بین مقولات مورد گزاره نویسی قرار گرفت. لازم به ذکر است که تفسیر مقولات و روابط در فصل یافته‌های این گزارش آمده است. جداول زیر فراوانی کدهای باز مربوط به هر یک از ابرمقولات، مقولات اصلی، فرعی و جزئی را نشان می‌دهد. لازم به ذکر است که علاوه بر تعداد، درصد کدهای باز در هر مقوله و نیز کل مقولات مورد محاسبه قرار گرفته و گزارش شده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی مطلق و درصدی کدهای باز در مقوله محوری عملکرد سیاست خارجی

ابرمقوله	مقوله اصلی	مقوله فرعی	مقوله جزئی	تعداد کدهای باز	درصد از کل کدهای باز	درصد از کدهای باز مقوله
عملکرد توییتری سیاست خارجی	هویت‌سازی دفاعی	هویت‌سازی خارجی ایرانی	روایت عزت و احترام	۳۶	۶.۵۸	۴۵.۰۰
			روایت صلح	۲۷	۴.۹۴	۳۳.۷۵
			روایت گفتگو محور	۱۴	۲.۵۶	۱۷.۵۰
			فضاسازی برجامی	۱۳	۲.۳۸	۱۶.۲۵
			جمع	۸۰	۱۴.۶۳	۱۰۰.۰۰
	هویت‌سازی خارجی آمریکایی	رقابت انتخاباتی	۵	۰.۹۱	۲۲.۷۳	
		تخریب رقیب	۲	۰.۵۵	۱۳.۶۴	

59.09	2.38	۱۴	رقابت رسانه ای		
4.55	0.18	۱	روایت سرباز جهانی		
100.00	4.02	۲۲	جمع		
30.00	0.55	۶	عدم تعهد به برجام	ایران هراسی	دشمن سازی
50.00	0.91	۵	نظامی گری و تهدید منطقه‌ای		
20.00	0.37	۲	عدم مشروعیت حکومت		
100.00	1.83	۱۰	جمع		
11.11	0.37	۲	تفرقه افکنی و جنگ افروزی	آمریکا هراسی	
11.11	0.37	۲	پیمان شکنی		
11.11	0.37	۲	دشمن دموکراسی		
11.11	0.37	۲	حامی تروریسم		
22.22	0.73	۴	عدم مقبولیت		
33.33	1.10	۶	ناقض حقوق بشر		
100.00	3.29	۱۸	جمع		

دیپلماسی تویتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ ... (زهره نژادپهرام و دیگران) ۳۱۵

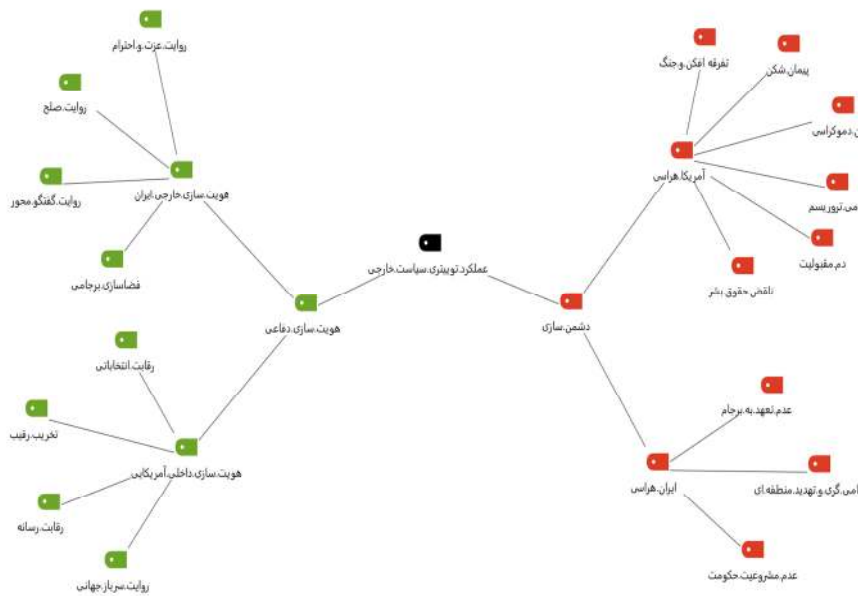
جدول ۲. توزیع فراوانی مطلق و درصدی کدهای باز در مقولات زمینه‌ای و مداخله‌گر

مقولات اصلی	مقولات فرعی	تعداد کدهای باز	درصد از کل کدهای باز	درصد از کدهای باز مقوله
تحول تکنولوژی	مینیمالیسم تویتری	۵۹	۱۰.۷۹	۳۸.۳۱
	الیتیسیم	۴۳	۷.۸۶	۲۷.۹۲
	ارتجالی بودن	۱۴	۲.۵۶	۹.۰۹
	دسترس پذیری	۱۰	۱.۸۳	۶.۴۹
	سطحی بودن	۵	۰.۹۱	۳.۲۵
	افول اقتدار رسانه های سستی	۳	۰.۵۵	۱.۹۵
	جمع	۱۵۴	۲۸.۱۵	۱۰۰.۰۰
تحول دیپلماسی	تحول ماهوی	۸۴	۱۵.۳۶	۸۲.۳۵
	تحول ابزاری	۱۴	۲.۵۶	۱۳.۷۳
	ورود بازیگران جدید	۴	۰.۷۳	۳.۹۲
	جمع	۱۰۲	۱۸.۶۵	۱۰۰.۰۰
مقولات مداخله‌گر	مشکلات دیپلماسی	۳۶	۶.۵۸	۳۱.۳۰
	بافت اجتماعی	۲۷	۴.۹۴	۲۳.۴۸
	فرهنگ سیاسی	۱۴	۲.۵۶	۱۲.۱۷
	ناکارآمدی حکومت	۱۳	۲.۳۸	۱۱.۳۰
	راهبردهای کلان سیاسی	۹	۱.۶۵	۷.۸۳
	توان اقتصادی کشور	۵	۰.۹۱	۴.۳۵
	ضعف فرهنگ رسانه	۴	۰.۷۳	۳.۴۸
	توان نظامی	۴	۰.۷۳	۳.۴۸
	کیفیت حکمرانی	۳	۰.۵۵	۲.۶۱
	جمع	۱۱۵	۲۱.۰۲	۱۰۰.۰۰
سایر مقولات	تعامل با قدرت و پاسخگو کردن آن	۲۳	۴.۲۰	۵۰.۰۰
	تمرکز زدایی از قدرت	۸	۱.۴۶	۱۷.۳۹
	مختصات فرهنگی جهان جدید	۶	۱.۱۰	۱۳.۰۴
	رقابت انتخاباتی	۵	۰.۹۱	۱۰.۸۷
	ناکامی برجامی	۴	۰.۷۳	۸.۷۰
	جمع	۴۶	۸.۴۱	۱۰۰.۰۰

۷. یافته‌های پژوهش

۱.۷ دیپلماسی تویتری

تحلیل گفتگوهای انجام شده با صاحب‌نظران، کارشناسان و مطلعین حاکی از یک مقوله کلیدی تحت عنوان فضا‌سازی توییتی است که دال بر نقش مؤثر توییت‌ر در فضا‌سازی در عرصه سیاست خارجی است. این برساخت از دو بعد یا سازه اصلی تشکیل شده است که یکی از آنها جنبه تهاجمی داشته و دشمن‌سازی نام گرفته است و دیگری دارای صبغه تدافعی داشته و با برجسب هویت‌سازی دفاعی مشخص شده است.



۱.۱.۷ دشمن‌سازی

تحلیل فضای ذهنی پاسخگویان ذیل برساخت دشمن‌سازی حکایت از دو زیرمقوله آمریکاهراسی و ایران‌هراسی می‌کند. به بیانی دیگر دیپلماسی توییتی هر دو کشور ایران و آمریکا در یک فضا‌سازی تهاجمی علیه طرف مقابل تمامی تلاشی خود را به کار می‌گیرند که از طرف مقابل تصویر منفی در افکار عمومی جهانی ایجاد کنند. در این راستا تصویری که دیپلماسی توییتی ایرانی از آمریکا ایجاد می‌کند دارای ۶ مقوله خاص است که طی آن آمریکا را یک کشور تفرقه‌افکن، پیمان‌شکن، دشمن دموکراسی، حامی تروریسم و ناقض

دیپلماسی تویتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ ... (زهره نژادبهرام و دیگران) ۳۱۷

حقوق بشر معرفی می کند که حتی در داخل قلمرو سرزمینی خودش مقبولیت اجتماعی ندارد.

از مشخصات این تصویرسازی منفی نخست نقض حقوق بشر توسط امریکاست:

مصاحبه شونده می گوید تحریم ها یک اقدام غیرانسانی، غیرقانونی و فارغ از تمام معادلات بین المللی است و این را دارد به طور مداوم بازتولید می کند و پمپاژ می کند در تویتر از طریق زبان های مختلف. هم رهبری این را می گوید، هم آقای روحانی و هم آقای ظریف به طور مداوم؛ تعدادش کمتر است، ولی می گویند (مص.۱۲).

دومین ویژگی تصویرسازی مزبور، پیمان شکنی امریکاست:

در عین حال دلخوری هایی که اروپایی ها از رفتار ترامپ نسبت به این رویکردش داشتند نه فقط در مورد ایران در مورد خود اروپا، کانادا، همسایگانش، در مورد خروج از مسکو، در مورد خروج از پیمان های جهانی، حتی سازمان بهداشت جهانی، این ها باعث شد اروپایی ها با این رویکرد امریکا نخواهند همراهی کنند. (مص.۷).

عدم پایبندی امریکا به معاهدات بین المللی (مص.۴).

در عین حال بخش دیگری از این تصویرسازی معطوف به دشمنی امریکا با دموکراسی است.

امریکا عملاً حامی کشورهای غیردموکراتیک بوده (مص.۴).

عدم مقبولیت اجتماعی دولت امریکا یکی دیگر از عناصر اصلی دشمن سازی از امریکا در دیپلماسی تویتری ایران است.

می بینید بدون اینکه از دفترتان خارج شده باشید. بعد تازه در آن کسپراستی می توانید اولویت در بیاروید. من چیزی که قشنگ یادم است گروه B است که آقای ظریف در مورد گروه B توییت کرد که بنیامین نتانیاهو و بن سلمان و مشاور امنیت ملی در آن هستند. کلمه گروه B یکباره مفهوم بازاری که عرض کردم هم اکسسبیلیتی (Accessibility دسترسی) را بالا برد و دسترسی در سطح گسترده به آقای ظریف داد که حرفش را بشنوند، از نظر کنترل دامنه معنایی و ادیت مفهوم با آن دوباره بازی کرد و گسترشش داد و در لوپ های شبکه ای هم افتاد. نتورک ایفکت (Natural effect بازتاب طبیعی) هم داشت (مص.۵).

و سرانجام حمایت از تروریسم و تفرقه افکنی از دیگر ویژگیهای دیپلماسی توییتری ایران در دشمن سازی از آمریکاست:

آمریکا به عنوان گسترش دهنده و حامی اصلی داعش در منطقه (مص.۴).

مدرک سازی جعلی علیه ایران و جعل و هویت خلیج عربی (مص.۴).

در همین راستا موضوع ایران هراسی مفهومی دیگر بود که در مصاحبه ها قابل توجه است. که در بخشی از آن تلاش دیپلماسی توییتری آمریکایی ایجاد تصویری منفی از ایران به افکار عمومی جهان است که یکی از مشخصات اصلی آن با نظامی گری و تهدید منطقه ای است:

عرضه را با ایجاد تصویرهای منفی از ایران ناهموار می کنند و حرکت ایران در روابطش

با سایر کشورها بسیار پرفراز و نشیب و پرهزینه خواهد شد (مص.۹).

حتی رئیس خبرگزاری رویترز پیترز جاب ... گفت آمریکایی ها تصویر نادرستی (از ایران) دادند و ما را گول زدند. این عبارتی بود که گفت و مطرح کرد. حتی روسای خبرگزاری ها نه تنها دیپلمات ها، مردم عادی حتی خبرگزاریها هم تحت تاثیر فضا و شرایطی که آمریکا ایجاد کرده قرار گرفتند و همین گونه رفتار می کردند که آنها القا می کردند (مص.۶)

ارتباط موافقت نامه را با تلاش ایران در جهت اشغال منطقه و اقدامات تنش آمیز مطرح می کند، ارتباط موافقت هسته ای را با تلاش ایران برای گسترش نظامی گری. (مص.۳)

حتی بعد از آزمایش های موشکی ما می بینیم که پیامش را خیلی کوتاه و روشن مطرح می کند، تحت عنوان این که ایران با آتش بازی می کند، (مص.۴)

عنصر دیگر ایران هراسی در دیپلماسی توییتری آمریکا، عدم تعهد ایران به برجام است.

در خصوص ایران در همان مقطعی که من عرض کردم، چیزی حدود ۳۴ توییت داشته که کلمه ایران به طور مستقیم ۴۰ بار تکرار شده و نزدیک یک درصد مجموع توییت های او است در همان دوره. این نشان می دهد که یکی از نکاتی که بسیار اهمیت دارد، این است. وقتی که نگاه می کنیم، این بازنمایی که دارد می کند، بین این توییت هایی که انجام داده، یعنی حدود تقریباً ۵۰-۴۰ تا توییتی که انجام داده، روایتی که داده، تصویری که سعی کرده ایجاد کند، حدود ۲۶ تا از آن ها موافقت نامه هسته ای ایران را مورد تهاجم قرار داده بود و به عنوان معامله ایران از آن یاد نام می برد (مص.۴)

دیپلماسی تویتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ ... (زهره نژادبهرام و دیگران) ۳۱۹

در این توییت هایش دارد این را مطرح می کند که این موافقتنامه برای ایالات متحده بد بوده (مص.۷)

و نهایتاً آخرین عنصر ایران‌هراسی، معرفی ایران به عنوان کشوری است که حکومتش حتی در داخل قلمرو سرزمینی خود مقبولیت اجتماعی ندارد.

در بعد بین‌المللی و به ویژه جمهوری اسلامی ایران و برنامه‌های مختلفی که در بحث برجام و مسائل دیگر حقوق بشر و بحث‌های موشکی است چیزی که وجود دارد در جمهوری اسلامی ایران برای هویت حاکمه آمریکا محرز بوده و کم و بیش وجود دارد یک شکافی بین دولت و ملت وجود داشته و ما باید این شکاف را تشدید کنیم و با توجه به این ذهنیت که قاطبه مردم ایران و به ویژه بعد از حوادث سال ۸۸ به این طرف به نوعی از هویت حاکمه بریدند و دل‌سرد شدند و به شکلی به نوعی بیگانگی و بی‌تفاوتی سیاسی در جامعه ایران بوجود آمد. هویت حاکمه امریکا همان طور که در خود آمریکا مستقیماً توده‌های جامعه آمریکا را خطاب قرار می‌دادند. آنها به سراغ توده‌های جامعه ایران آمدند و ترامپ نسبت به مردم ایران توییت کند از مواضع مردم ایران اگر شورش و حرکتی است و خواسته‌هایی که مردم ایران دارند بلافاصله در قالبی کاملاً پوپولیستی، ظاهر و ژست مردم‌مدارانه دیدگاه‌های مردم را اعلام و حمایت می‌کند (مص.۱۰).

۲.۱.۷ هویت‌سازی دفاعی

۱.۲.۱.۷ هویت‌سازی دفاعی ایران

تامل در نقشه مفهومی برساخت ذهنی پاسخگویان ذیل هویت‌سازی دفاعی حاکی از یک تمایز کلیدی در دیپلماسی تویتری ایران و آمریکا است. بدین معنا که هویت‌سازی ایران از نوع خارجی یا برون‌مرزی است. در حالیکه هویت‌سازی آمریکایی از نوع داخلی و درون‌مرزی می‌باشد. همانطور که ملاحظه می‌شود سیاست خارجی ایران در این زمینه تلاش کرده است تصویری مثبت از خود به جهانیان عرضه کند که مشخصات اصلی آن عزت‌مندی و احترام، صلح‌طلبی، گفتگو محوری و تعهد به معاهده برجام است: در روایت عزت‌مندی، ایران خواستار برخورد غیرتحکم‌آمیز و احترام به شان و حقوق خود است.

«ظریف در چند حوزه صحبت می‌کند، یکی حقوق ایران است» (مص.۱۲).

آن‌ها تلاش می‌کنند نگاه بالا به پایین به روابط با ایران داشته باشند. آقای ترامپ دائماً این را برای ایران تعیین تکلیف می‌کند و وزیر خارجه‌شان. آقای ظریف می‌آید توییت می‌زند و می‌گوید به رسمیت شناختن این‌که ایران تنها راه‌حلی را خواهد پذیرفت که به شأن و حقوق او احترام گذاشته شود (مص.۴).

در روایت صلح طلبی، ایران همواره کشوری خواهان صلح معرفی می‌شود که از جنگ تحمیلی عراق علیه خود آسیب دیده و مظلوم واقع شده است. «یکی مظلومیت ایران است. مثلاً آن سخنرانی‌هایش درباره جنگ و مسائل زمان صدام که همه از صدام حمایت می‌کردند، حالا در توییت‌ها داغ شده است. بحث مظلومیت ایران است» (مص.۱۲)

حوزه امنیت هستی‌شناختی توییت‌های ظریف را در نظر بگیریم، روایت‌هایی که از طرف آمریکا مطرح می‌شد که بیاید تصویر ایران را مخدوش کند، از آن طرف آقای ظریف می‌آمد یکسری روایت‌های امن‌کننده مطرح می‌کرد. مثلاً آمریکا مطرح می‌کرد ایران برهم‌زننده امنیت منطقه است، در مقابل آقای ظریف بر صلح طلبی ایران تاکید می‌کرد (مص.۴)

گفتگومحوری نیز شاخص دیگری است که در نقشه ذهنی مصاحبه‌شوندگان، نسبت به عملکرد توییتی سیاست خارجی وجود دارد:

«آقای ظریف توییت می‌کرد من همسایگان را، سازمان ملل را برای حمایت از نشست و گفت‌وگوی منطقه‌ای دعوت می‌کنم» (مص.۴).

«بله؛ در ذیل تمام این تصاویری که دارد ایجاد می‌کند و پدافندی که دارد انجام می‌دهد، یک آفند هم وجود دارد و آن هم این است که آن تصویر ایران مجادله‌گر دارد تبدیل می‌شود به یک ایران گفت‌وگوگر» (مص.۴).

آخرین محور هویت‌سازی دفاعی ایران از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان با فضاسازی برجامی مرتبط بود، در اینجا هدف اصلی تلاش‌ها ارائه تصویری منطقی، متعهد و وفادار به معاهده برجام از ایران بود:

آن‌ها می‌آیند مطرح می‌کنند ایران غیرقابل اعتماد است. آقای ظریف می‌آید با توییت خودش می‌گوید سازمان ملل متحد و کل جهان می‌گویند ایران به‌طور کامل به تعهدات خودش عمل می‌کند (مص.۴).

ما توانستیم از این طریق با دیپلمات‌های دنیا و مراکز مختلف سیاسی، فرهنگی ارتباط داشته باشیم دیدگاه‌ها و مواضع را مطرح کنیم و از این طریق روی سیاست تاثیر داشته باشیم. اما نمی‌خواهم بگویم صددرصد فقط همین عامل بوده است که باعث شده در مقطعی که آمریکا از برجام خروج شد بقیه خارج نشوند ولی اینکه برجام تا حد زیادی حفظ شد اثرگذار بود در دنیا، افکار عمومی و بین دیپلمات‌های خارجی و طرف‌های اروپایی قطعاً اعلام مواضع، دیدگاه‌های منطقی و اصولی که داشتیم قطعاً بی‌تاثیر نبوده است. (مص. ۶).

۲.۲.۱.۷ هویت‌سازی دفاعی آمریکا

این برساخت در حقیقت در واکنش دفاعی به دیپلماسی توییتری آمریکا ساخته پرداخته شده است. در حالیکه هویت‌سازی دفاعی آمریکایی عمدتاً مصرف داخلی داشته و بر رقابت انتخاباتی و تخریب رقیب متمرکز بوده است. یکی از مصاحبه‌شوندگان می‌گوید:

لذا روی این توییت‌ها بازی می‌کنند تا بتوانند در آستانه انتخابات ترامپ به طور مثال از آن استفاده کند ولی اگر شخص ترامپ به این مطالب و استراتژیست‌هایی که در وزارت خارجه، دفاع، سی‌آی‌ای، وزارت خزانه‌داری نشست‌اند به این اخبار و اطلاعات و این توییت‌ها دل ببندد واقعاً کار احمقانه‌ای انجام داده‌اند ولی آنها دیگر کار احمقانه انجام نمی‌دهند و از این فضا در عرصه سیاست داخلی به نفع خود استفاده می‌کنند (مص. ۱).

"آن‌ها (ایرانی‌ها) هم قدر مهربانی اوپاما را ندانستند، من (ترامپ) آنطور نیستم. یعنی به یک مفهوم دارد اوپاما را مسخره می‌کند. (مص. ۴)"

این حجم عظیمی از توییت که آقای ترامپ مبادله کرده است می‌تواند گواه و دلالتی بر گرایش‌های پوپولیستی در شخص ترامپ باشد. در نظام‌های توتالیتر چون ارتباط از بالا به پایین است نیازی به این ندارد از ابزارهایی مثل توییت و ابزارهایی که مستقیماً می‌تواند به بسیج توده‌ها کمک کند استفاده کند (مص. ۱۰).

این ویژگی ناظر به رقابت شدیدی که بین ترامپ و رسانه‌های جریان اصلی ایجاد شده و ترامپ برای مقابله با انحصار رسانه‌ای رقیب از توییت به عنوان یک رسانه مستقل استفاده کرده است.

"تنها ابزار رسانه‌ای ترامپ که خودش به آن اطمینان دارد و قبول دارد، توئیتر است (مص.۱۵)."

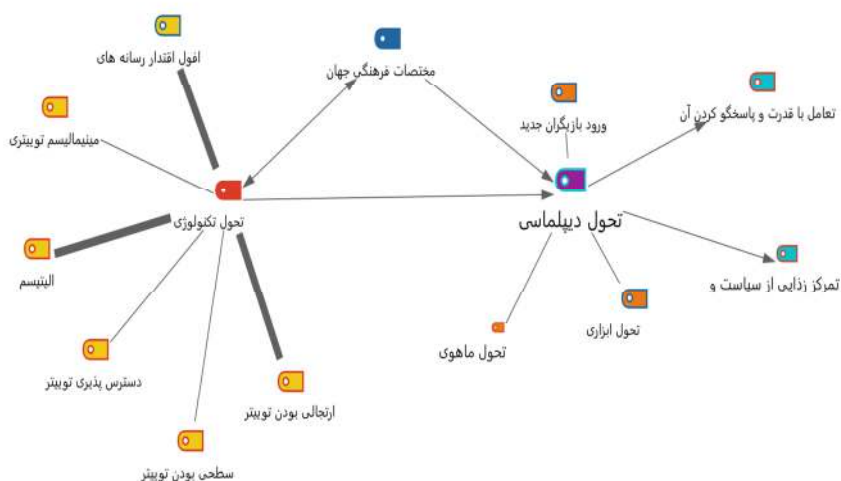
در هیئت حاکمه آمریکا و خود تیم آقای ترامپ نسبت به رسانه‌های سنتی و به ویژه شبکه‌های خبری مثل سی ان ان و شبکه‌های مختلف بدبین بودند و به نوعی آن‌ها را دست‌اندرکار توطئه‌ای بر علیه دولت خودشان می‌دانستند (مص.۱۰).

ناگفته نماند تصویر مهم دیگری که ترامپ در صدد ایجاد و حفظ آن در افکار عمومی داخلی بوده است تصویر آمریکا به عنوان یک سرباز جهانی است که مدافع صلح و امنیت در جهان است.

من برداشتم این است که آقای ترامپ جدا از این که در چالش درونی در ایالات متحده آمریکا است، سعی کرد از موضع تهاجمی؛ جمهوریخواهان معمولاً این کار را انجام می‌دهند، بوش هم با سیاست‌های تک‌جانبه‌گرایی سعی کرد عمل کند، ولی در عین حال چون یک حالت شوکی را ایجاد کرد در برخورد با تروریسم و امثالهم، سعی کرد خودش را یک کابوی تنهایی که یک ضرب در دنیا رفته و وارد شده و سرباز جهانی است، نشان دهد (مص.۴).

۲.۷ ظهور دیپلماسی عمومی سایبری

واکاوی معانی و مفاهیم مستتر در اظهارات و دیدگاه‌های مصاحبه‌شوندگان نشان داد که آن‌ها بر این عقیده‌اند که تحول تکنولوژیک در عرصه وسایل ارتباط جمعی در اصل پاسخی مناسب به نیاز جوامع جدید است که زمان و سرعت در آن از اهمیت خاصی برخوردار شده است. این مقوله قالب تصویری از جهان دیپلماسی در ذهن مصاحبه‌شوندگان است که می‌تواند در ترسیم یافته‌ها در جهت پاسخ به سوال اصلی همراه باشد.



پیدایش شبکه‌های اجتماعی جدید نظیر فیسبوک، اینستاگرام و توییتر که در حقیقت پاسخ به همین نیاز بوده خود موجب پیدایش شکل جدیدی از دیپلماسی شده است که می‌توان از آن به دیپلماسی عمومی یاد کرد.

امروزه دیپلماسی معنی‌اش با گذشته فرق کرده است (مص.۲)

آمدن اینترنت و به ویژه اپلیکیشن‌های مختلفی که امکان مبادله پیام و برقراری ارتباط را تسهیل کردند یقیناً هم به لحاظ کیفی باعث تطور و تحولی در عرصه دیپلماسی شده هم به لحاظ کمی، به خصوص که دیپلماسی از سطح نخبگانی به سمت توده‌ها بیشتر سرایت داده و این امکان را فراهم کرده که هم توده‌ها بتوانند خیلی راحت‌تر نقطه نظرات و دیدگاه‌های خودشان را در ارتباط با موضوعات سیاست خارجی و دیپلماسی به صراحت بیان کنند، هم نخبگان از این ابزارهای نوین برای ارتباط راحت‌تر و سریع‌تر با توده‌ها از آن استفاده کنند (مص.۶).

به بیانی دقیق‌تر از دیدگاه پاسخگویان با گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جدید، اقتدار پیشین رسانه‌های سنتی رو به افول گذاشته است و در این میانه توییتر به سبب چند ویژگی ذاتی جایگاه خاصی در بین شبکه‌های اجتماعی پیدا کرده است که در وهله نخست می‌توان به مینیمالیسم (Minimalism کوچک‌گرایی؛ حداقل‌گرایی) ذاتی آن که ناظر به کوتاه نویسی و گزیده‌گویی است اشاره کرد که در تناسب با خصوصیات فرهنگی جوامع جدید نیز محسوب می‌شود:

«اولاً اینکه از زیاده‌گویی‌ها جلوگیری می‌کند. بسیار کوتاه و موجز باید شما مطلب را بگویید» (مص. ۶).

من این را در تویتر قبول دارم. از تجربه خودم و روزنامه نگاری خودم می‌گویم، از جذابیت تویتر می‌گویم. کلمات کوتاه تقریباً مثل زبان حقوق واقعاً قل و دل است. طرف می‌گوید اثبات خیارا پشت آن یک دریا خوابیده است. در بانکداری خواب سرمایه می‌گوید همه می‌فهمند ماجرا چی است. چون کانسپت (Concept) آن‌قدر جا افتاده. قدرت بازیکنی در تویتر اصل است (مص. ۵).

ما حتی عالی‌رتبه‌ترین مقاماتمان اینقدر دسترسی بین‌المللی نداشتند که الان ما از طریق تویتر داریم. شما در نظر بگیرید باید بیانه‌ای داده شود. خبرگزاری به جاهای مختلف تا صادر کنند تا اینکه منابع رسمی بیابند و این را استفاده کنند و من می‌گفتم نه تنها الان شرایط عوض شده به این جهت که در شرایطی که امکان و جایگاه کار رسمی به آن معنا وجود ندارد حتی در مواقعی که بیانه رسمی هم می‌شود داد من باز ترجیح می‌دهم از همان تویتر استفاده کنم به خاطر سرعت عملش (مص. ۱۱).

الیتسیم یا نخبه‌گرایی در اعضا و فعالان دومین ویژگی این شبکه اجتماعی است که منزلت خاصی به آن در بین شبکه‌های اجتماعی بخشیده است:

«فضای نخبگانی است یعنی ممکن است دیپلمات‌ها، سیاستمداران، روزنامه‌نگاران که اخبار بین‌المللی و سیاست‌های کشورها را دنبال می‌کنند. آنها طبیعتاً اثرگذاری خودش را داشته اما تویتر یک فضای عمومی نیست که آحاد جامعه از آن طریق دنبال کنند» (مص. ۷).

«شخصیت‌های بزرگ سیاسی جهان همگی در توییت حضور دارند» (مص. ۱).

«روی همین قضیه است که ما شاهدیم ۹۲ درصد از کشورهای عضو سازمان ملل می‌آیند در این رسانه حساب کاربری ایجاد می‌کنند و این خودش نشاندهنده اهمیت است که تویتر می‌تواند در این جریان داشته باشد» (مص. ۴).

و سومین ویژگی این شبکه دسترسی مستقیمی است که از طریق آن به سیاستمداران فراهم شده است:

«یکی دسترسی بالا است. این دسترسی به شما فرصت می‌دهد که با جمع خیلی وسیعی در ارتباط قرار بگیرید. این جمع وسیع هم خواننده موضع شما هستند هم دوباره این را ریتوییت می‌کنند» (مص. ۵).

«اکسسبیلیتی (دسترسی) بسیار بالا است چون امکان ریتوییت (Retwitte) وجود دارد» (مص. ۵).

با اینحال نباید فراموش کرد که پاسخگویان ارتجالی بودن و سطحی بودن را از ویژگی‌های نسبتاً منفی این شبکه اجتماعی می‌دانند، بدین معنا که در این عرصه از حساب‌شدگی و سنجش‌گرانه‌اندیشی خاصی که در دیپلماسی سنتی وجود داشت خبری نیست و چه بسا غلبه احساسات و هیجانات موجب انتشار یک توییت نامناسب در عرصه وسیعی شده و همچنین فرصت تأمل در تعاملات توییتری به قدری کوتاه است که موجب انتشار توییت‌هایی فاقد عمق اندیشگی می‌شود:

«چون توییت ارتجالی است فوری است، خیلی وقت‌ها پشتوانه فکری قوی ندارد، یعنی امر یک توییت می‌کند، ذیل سریع یک چیزی به ذهنش می‌رسد» (مص. ۲).

این تحول تکنولوژیک از دیدگاه پاسخگویان موجب شده است نوعی تحول ابزاری در دیپلماسی سنتی رخ بدهد. بدین معنا که شبکه‌های اجتماعی به محملی برای طرح عملکرد، ادعاها و نیز پرسش‌ها و ارزیابی‌های سیاسی تبدیل شوند:

«به گونه‌ای که من رسماً اعلام کردم دیگر نبرد دولتها با یکدیگر بی‌معنی است آن‌چه که جهان آینده را معنا خواهد بخشید رودروسی دانایی ملت‌ها با قدرت دولتها است» (مص. ۱).

من فکر می‌کنم شما به هر حال گفتگو، گفتگوی دیپلمات‌ها است و مذاکره‌کنندگان در فضاهای دیپلماتیک می‌نشینند و ساعت‌ها گفتگو می‌کنند آن فضای خاص خودش را دارد اما در جایی که یک سیاست‌مدار نیازمند به صراحت و سرعت است و نیازمند این است که بدون واسطه سخن بگوید اینجا است که توییت به کارش می‌آید. فرض کنید یک رئیس‌جمهور در یک حوزه فضای دیپلماسی نشسته و می‌خواهد پیامی به رقیب، دوست و یا دشمنش بدهد این در گذشته از طریق سفیر مقیمش می‌رفته با وزیر خارجه مربوطه و نهایتاً پیامی را تقدیم می‌کرده شاید روزها و هفته‌ها زمان می‌برده تا این پیام بتواند با تمامی این واسطه‌ها برسد یا مکتوب دست سیاست‌مداران تا به نتیجه برسد. ولی امروزه این که شما اراده می‌کنید در جا و کم‌تر از یک دقیقه این پیام شما خیلی کوتاه و سریع مکتوب می‌شود و از طریق فضای مجازی با کم‌ترین زمان ممکن بدون هیچ واسطه‌ای در اختیار طرف قرار می‌گیرد (مص. ۷).

«این اتفاق خیلی عجیب بود. آن چیزی که به عنوان توئیتر پالیسی (Twitter policy سیاست توئیتری) امد به تدریج به سیاست خارجه توئیتری تبدیل شد» (مص.۵). تحول ابزاری مزبور موجب شد دیپلماسی از وضعیت سنتی خود خارج شده و متناسب با تغییراتی که در عرصه فرهنگی و اجتماعی ایجاد شد، دچار تحولاتی بشود که می‌توان از آن به دیپلماسی عمومی مبتنی بر فضای سایبر یاد کرد که خود نوعی تحول ماهوی محسوب می‌شود و طی آن دیپلماسی سنتی از پشت درهای بسته به بیرون کشیده شده و در معرض پرسش و داوری افکار عمومی قرار می‌گیرد این نوع دیپلماسی در گذشته در قالب رسانه های سنتی هم قابل مشاهده بود اما به شکل کنونی تصویری دیگر است :

ما گذاری را تجربه می‌کنیم و از شکل‌های سنتی سیاست ورزی همانطور که در عرصه سیاست داخلی بحث مشارکت مبتنی بر بستر ابزارهای دیجیتال و گذاری از مرجعیت‌های رسانه‌های سنتی همانطور هم در عرصه بین‌المللی تحولی را تجربه می‌کنیم از دولت محور بودن سیاست خارجی به سوی شکل‌های جدیدی از سیاست خارجی که مبتنی بر تعامل بین بازیگران غیر دولتی، تعامل بین بازیگران دولتی و بازیگران غیردولتی، ارتباطات دولت‌ها و جوامع با همدیگر و این بحثی است که انحصار دیپلماسی که امثال هنری کسنجر استادش بودند. و اینکه پشت درهای بسته و بحث نهادهای خیلی عریض و طویل تغییر می‌کند بازیگران جدیدی وارد عرصه می‌شوند و عملاً دیپلماسی و سیاست خارجی شکل‌های متنوع‌تری پیدا می‌کند (مص.۹).

جهان به سمت و سویی می‌رود که مرگ فاصله‌ها کاملاً صورت می‌پذیرد و در این مرگ فاصله ها و ارتباط بین رسانه ای که بین اینها پدید خواهد آمد و سرعت تبادل اطلاعات را زیادتر و قدرت راستی آزمایی اخبار را بیشتر خواهد کرد (مص.۱).

مشخصه سوم ورود بازیگران جدید نظیر خبرنگاران، فعالان سیاسی و اجتماعی به عرصه دیپلماسی است، بازیگرانی که در شکل سنتی دیپلماسی جایگاه محدودی داشتند:

توییت کردن را دو دسته از افراد می‌توانند بکنند. یکی افراد رسمی و یکی هم افراد غیررسمی، مراجع، گروه‌های مرجع که رسمی هم نیستند. مثلاً استاد دانشگاه، مثلاً ورزشکار، هنرمند، نویسنده، نقاش، روزنامه‌نگار، روحانی حوزه، روحانی کلیسا، این‌ها آدم‌های رسمی نیستند، ولی گروه‌های مرجع هستند و بالاخره تعدادی به این‌ها مشغول می‌شوند و این‌ها را دنبال می‌کنند (مص.۲).

«فقط هم سیاستمداران نیستند، فعالان اجتماعی، فعالان اقتصادی و غیره می توانند از این استفاده کنند» (مص.۲).

از نگاه مصاحبه شونده‌گان نتیجه نهایی چنین تغییراتی در عرصه سیاست خارجی به دو شکل آشکار می‌شود: نخست تمرکز زدایی از سیاست خارجی است و دوم تعامل با قدرت و پاسخگو کردن آن است. خاصیتی که در شکل سنتی دیپلماسی کمتر به چشم می‌خورد. در چنین شرایطی سیاستمداران به علت فشار هنجاری تولید شده از سوی شبکه‌های اجتماعی در افکار عمومی ناگزیر به حضور در شبکه‌های اجتماعی و پاسخ‌گویی به سوالات و ابهامات یا تردیدهای مطرح شده می‌شوند.

«از طرفی دیگر مردم خیلی سریع نظر خودشان را می‌فرستند و سیاستمداران بدون حاشیه‌روی مجبورند پاسخ خودشان را در آن جا مطرح کنند» (مص.۴).

فرهنگ تویتر اصلاً امکانش برای فعالیت مخفی نیست، چون اگر شما فعالیت‌هایت را پرایوت (Private) کنی، دکمه ری‌توییت شما می‌گوید فایده‌ای ندارد برایت و توییت‌ها ری‌توییت نمی‌شود و اگر در تویتر توییت‌هایت ری‌توییت نشود، به‌جز در یک حوزه محدود، بازدهی ندارد و اصلاً از نظر ذهنی هم روی ذهن کاربر "ری‌توییت" اهمیت زیادی دارد، یعنی بازسازی کرده تویتر در ذهن ما که برای ما خیلی مهم است که توییت ما ری‌توییت شود وقتی کاربر تویتر هستیم و برای همین عمومی فعالیت می‌کنیم (مص.۱۲).

۳.۷ تاثیر مشروط تویتر

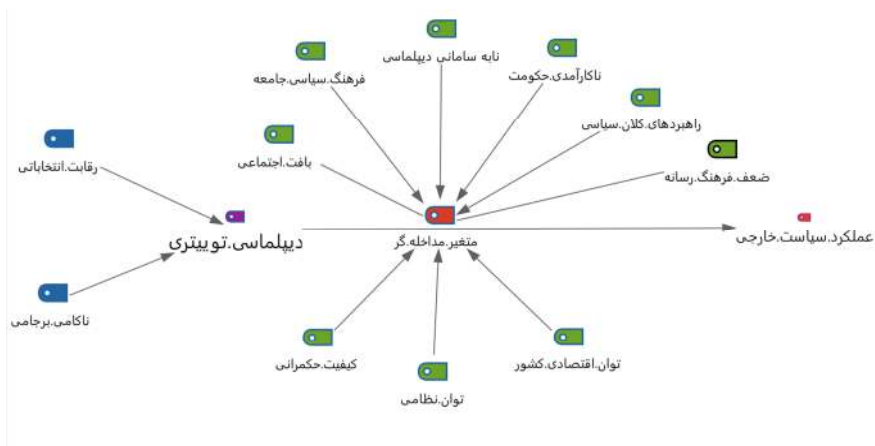
تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که مصاحبه شونده‌گان در زمینه تاثیر دیپلماسی تویتری بر عملکرد سیاست خارجی به یک دیدگاه ساده اعتقاد داشته باشند، بلکه از منظر آنان مکانیسم پیچیده‌ای در این رابطه وجود داشته و عناصر متعددی در تقویت یا تضعیف آن اثرگذار هستند. نمودار بعد نقشه مفهومی رابطه مزبور است. مفاهیم نیمه بالای نمودار نقش مداخله‌گر را ایفا می‌کنند و مفاهیم نیمه پایین نقش تسهیل کننده را بازی می‌کنند. لازم به ذکر است که نقشه ذهنی مصاحبه شونده‌گان دو عامل را در فعال شدن دیپلماسی تویتری مؤثر می‌داند. عامل نخست رقابت داخلی انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ در آمریکا که موجب شد ترامپ در مواجهه با انحصار رسانه‌ای حاکم بر رقابت‌های سیاسی به سوی تویتر کشیده شود. عامل دوم تفسیری بود که دولت آمریکا از آثار و نتایج معاهده برجام

به عمل آورد. بدین معنا که خود را بازنده این معامله تفسیر کرد و برای فضا سازی سیاسی علیه ایران در عرصه بین المللی از ابزار توییتر به عنوان یک پیام رسان قوی و موثر استفاده نمود.

«تنها ابزار رسانه ای ترامپ که خودش به آن اطمینان دارد و قبول دارد، توییتر است»

(مص، ۳)

این حجم عظیمی از توییت که آقای ترامپ مبادله کرده است می تواند گواه و دلالتی بر گرایشات پوپولیستی در شخص ترامپ باشد. تنها در نظام های پوپولیستی است به نظر من نخبگان سیاسی علاقمند به این هستند بیشتر از رسانه های مستقیم و بی واسطه با مردم در تماس باشند. دیدگاه ها و مواضع خودشان را به مردم اعلام کنند و از آن طرف این امکان را فراهم کنند که مردم بتوانند به آنها مستقیم پیام دهند و دیدگاه های خودشان را بیان کنند (مص، ۱۶)



۱.۳.۷ عوامل موثر بر دیپلماسی توییتری ایران (تداخل گر)

از منظر مصاحبه شوندگان دیپلماسی توییتری در یک خلاء یا قرنطینه سیاسی نیست که تأثیر خود را نشان می دهد بلکه در بستری از عوامل مختلف نقش بازی می کند. بخشی از این بستر نقش مزاحم داشته و در روند تأثیر دیپلماسی توییتری بر عملکرد سیاست خارجی اختلال ایجاد کرده و آن را تضعیف می کند. لازم به ذکر است که بخش عمده این شرایط ناظر به شرایط داخلی ایران است.

نخستین عامل از این دسته را می‌توان به راهبردهای کلان سیاسی اختصاص داد که ناظر به وجود طرح‌های بلندمدت و عمده‌ای است که مسیر اصلی سیاست خارجی یک کشور را تعیین می‌کنند. از دیدگاه صاحب‌نظران، دیپلماسی توییتری تنها در همین چهارچوب می‌تواند فعال و تأثیرگذار باشد.

بنیان سیاست خارجی کشورها در نهایت آن الگوهای راهبردی سیاست خارجی است که مواضع را پیش می‌برد و تویتر فکر نمی‌کنم آنها را بتواند تغییر دهد (مص. ۹). «مواضعی که سیاستمداران می‌گیرند شاید تا حدودی بحث می‌شود و به دور از افکار عمومی دنیا باشد و برنامه‌ها، طرح‌های بلندمدت و عمده، استراتژی و راهبردهایی که در کشور وجود دارد باشد» (مص. ۶).

فرهنگ سیاسی جامعه از دیگر شرایطی بود که از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان در رابطه دیپلماسی توییتری و عملکرد سیاست خارجی نقش تعیین‌کننده داشت. به این معنا که ظرفیت تحریک‌پذیری افکار عمومی جامعه ایران در مقایسه با جامعه آمریکا بیشتر ارزیابی شده حال آنکه این وضعیت در جامعه آمریکا صادق نیست و دیپلماسی توییتری ایران نقش تعیین‌کننده‌ای در افکار عمومی آنجا ندارد.

میزان تأثیرگذاری تویتر و پیام‌های از این دست از سوی هیئت حاکمه آمریکا بر جامعه و افکار عمومی جامعه ایران به مراتب بیشتر بوده تا تأثیری که تویتهای رهبران ایران بر جامعه آمریکا به صورت خاص و جوامع غربی به صورت عام بخواهد بگذارد (مص. ۱۰).

این ابزار، ابزاری است که آنها دارند و ما هم داریم. مخاطب و فرستنده پیام در این ارتباطات است چیزی که نوع ارتباطات ما را با آنها متفاوت می‌کند، این است که ما پیام‌هایی را برای دنیا مخابره می‌کنیم که خیلی به مذاق دنیا خوش نمی‌آید آنها پیام‌هایی را مخابره می‌کند که به مذاق جامعه ایران خوش می‌آید. بحث محتوای پیام خیلی مهم است ما متأسفانه در حوزه تولید محتوا برای عرصه جهانی نتوانستیم کاری کنیم. به فیلم‌هایمان نگاه کنید. در رسانه‌های سنتی فیلم‌هایی که می‌سازیم چند تا از فیلم‌های ما پیام جهانی دارند، جذابیت برای جوامع غربی دارند، برنامه‌های رادیو و تلویزیون و حتی محتوای این سایت‌های که در حوزه تبلیغات کار می‌کنند عمدتاً نگاه ایدئولوژیک و محتواهای ایدئولوژیک است (مص. ۱۰).

نابه‌سامانی دیپلماسی یکی از مقولات اصلی دیدگاه‌های مصاحبه‌شوندگان بود که ناظر به شرایط داخلی ایران و محدودیت‌های وزارت خارجه و دولت در تصمیم‌گیری‌های نهایی در عرصه سیاست خارجی است. از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان وجود مراکز متعدد تصمیم‌گیری در عرصه سیاست خارجی و بستگی برخی از تصمیمات مهم به اراده مقام معظم رهبری موجب شده است کشورهای دیگر احساس کنند تصمیمات این عرصه در محلی خارج از دولت اتخاذ می‌شوند. در چنین شرایطی دیپلماسی توییتی وزارت خارجه از نگاه کارشناسان نمی‌تواند نقش مهمی در عملکرد سیاست خارجی ایفا کند.

تا جایی که برایان هوک، پمپئو و شخص ترامپ می‌گویند شخص حسن روحانی و حتی ظریف تصمیم‌گیرنده نهایی نیستند و لذا وقتی آنها تصمیم‌گیرنده نهایی به عنوان دلالت عینی محسوب نمی‌شود دلالت انضمامی به عنوان توییت و اینستاگرام و تلگرام و تمام شبکه‌های اجتماعی در این زمینه بی‌معنی است تنها می‌توانیم بگوییم به درد خوراک داخلی یا بیان نکاتی می‌پرداختند که در عمل و واقعیت سیاسی بدون توجه به اراده شخص اول مملکت امکان‌پذیر نیست. از زمان اوپاما به این سو است به هیچ وجه رئیس‌جمهور به عنوان فرد تصمیم‌گیرنده در حوزه نگاه ایالات متحده آمریکا قرار ندارد. اوپاما بارها گفته به رهبری نظام جمهوری اسلامی نامه می‌نویسد و نامه تبریک احمدی‌نژاد را هنوز کسی پاسخ نگفته است. وقتی روحانی هم به نیویورک می‌رود در یک توییت معنادار ترامپ می‌گوید او آدم خوبی است مانند آنچه علی‌لاریجانی گفت جلیلی، جوان خوبی است و اینها در عالم سیاست معنای خاصی خود را دارد که نشان‌دهنده آن است این آدم، آدم خوبی است ولی کاره‌ای نیست (مص. ۱).

اما یک مشکل بزرگ وجود دارد و آن هم این است که کلیت سیستم ما به صورت هماهنگ عمل نمی‌کند، یعنی ما در داخل هم شاهد این هستیم که اصلاً این تصویر را نمی‌خواهند صورت بگیرد، یعنی آقای ظریفی که دارد این تصویر را ایجاد می‌کند، این اقدامش را به‌عنوان یک اقدام غلط ارزیابی می‌کنند و از داخل هم به آن تهاجم صورت می‌گیرد (مص. ۴).

ضعف فرهنگ رسانه از دیگر شرایط مداخله‌کننده از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان در رابطه دیپلماسی توییتی و عملکرد سیاست خارجی محسوب می‌شود. از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان فضای فرهنگی جامعه ما تناسب لازم با استفاده از وسایل ارتباط جمعی نظیر مطبوعات را ندارد.

دیپلماسی توییتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ ... (زهرا نژادبهرام و دیگران) ۳۳۱

شما ببینید تیراژ رسانه‌هایتان چقدر است. تیراژ اکثر روزنامه‌ها برمی‌گردد به سه هزارتا، دو هزارتا، پنج هزار تا، خیلی‌هایشان را هم نهادهای دولتی می‌خرند که کمک شود. الان روزنامه‌ها علی‌رغم این فضای مجازی که هست، فلان روزنامه {خارجی} نزدیک ۲۰ میلیون نسخه تیراژ دارد، روزنامه‌های فیگارو و لوموند با آن جمعیت کم فرانسه ۶۰-۷۰ میلیونی، تیراژهای چند میلیونی دارد، فضای مجازی آن‌جا بیش‌تر از ما است. (مص. ۲).

یعنی کار با رسانه به نظرم فرهنگش را می‌خواهد، به نظرم آدابش را می‌خواهد. (مص. ۲).

یکی دیگر از مقولات نقشه ذهنی مصاحبه‌شوندگان در تحلیل رابطه دیپلماسی توییتری با عملکرد سیاست خارجی ناهماهنگی میان بخش‌های مختلف قدرت بود. به بیانی دیگر وجود تعدد نیروهای تصمیم‌گیر در کشور در زمینه سیاست خارجی که مواضع هماهنگی با یک‌دیگر ندارند.

ایران یکی از مشکلاتی که دارد این است که در کشورهای دیگر هم دارند و مختص ایران نیست. آن صداها موازی که می‌آید و فضا را کند می‌کند یک تندرویی‌هایی که در کشور انجام می‌شود یک مقدار ضربه به این مسئله می‌زند (مص. ۱۱).

هنوز مسئولیت برجام را در ایران کسی نپذیرفته است (مص. ۱).

البته اتفاقاتی که در طول زمان افتاده آنها را به این نتیجه رسانده که مذاکره باید با راس حکومت در ایران باشد. یک نکته کلیدی در توییت‌های آقای ترامپ یا سایر کنش‌گران اثرگذار آمریکایی و اروپایی این است سرتاپای کنشگران ایرانی را نقد می‌کنند. هدف قرار می‌دهند. چه آقای ظریف، آقای روحانی چه دیگران گاهی توهین آمیز است اما سعی می‌کنند یک فضایی بنام رهبری یا کنشگران اصلی پشت پرده را محفوظ نگه‌دارند چون قدرت اصلی را آنها می‌دانند. برایشان تجربه دولت اصلاحات، تجربه‌ای که برای آمریکا و اروپا به ارمغان آورد که قدرت اصلی دقیقاً همان قدرت پشت پرده و در سایه بود. لذا در طول مذاکرات برجام هم آقای ظریف را نه به عنوان نماینده دولت خطاب قرار می‌دادند چه مستقیم و چه در خلال توییت‌ها بیشتر تلاششان این بود ایشان پیام‌آور نظام سیاسی و مقامات ارشد نظام باشد. در آن فضا مذاکره می‌کردند (مص. ۸).

و بالاخره بافت اجتماعی از دیگر عواملی است که از دیدگاه مصاحبه شونده‌گان می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در رابطه دیپلماسی توییتی و عملکرد سیاست خارجی داشته باشد. از این منظر بافت اجتماعی جامعه ایران همزمان با شروع دیپلماسی توییتی ترامپ، آمیزه‌ای از نومی‌دی، بی‌اعتمادی و سردرگمی اجتماعی بود.

در مقطعی که ترامپ شروع به استفاده از توییت کرد من به نظرم آن چیزی که پیش از همه تاثیر می‌گذاشت اول بافت اجتماعی ما بود که کاملاً دچار ترکیبی از نومی‌دی، هدررفتن فرصت، اینکه چه کاری باید بکنیم، ما یک بافتار داخلی و یک بافتار جهانی داریم. متأسفانه ایران در بافتار جهانی بی‌اعتمادی به آن فوق‌العاده زیاد است، منظورم این است یک بافتار جهانی راجع ایران وجود دارد که نه مسئله هسته‌ای بلکه در خیلی از عرصه‌ها این طور برایش تداعی شده که حکومت ایران، حکومتی است که رفتارهای متناسبی با وضعیت متعارف ندارد (مص. ۳).

۲.۳.۷ عوامل تاثیرگذار

تحلیل مفهومی مصاحبه‌ها حاکی از آن است که مقولات اصلی این مجموعه کیفیت حکمرانی، توان اقتصادی و توان نظامی کشور است. بدین معنا که این سه ویژگی می‌تواند تاثیرات دیپلماسی توییتی بر عملکرد سیاست خارجی را تسهیل کنند. کیفیت حکمرانی از دیدگاه مصاحبه شونده‌گان وجود برخی ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی در سطح جامعه است که پیام مناسبی را در عرصه سیاست خارجی به سوی دیگران مخابره نمی‌کند و به همین دلیل تلاش‌های صورت گرفته در عرصه سیاست خارجی به طور عام و در دیپلماسی توییتی به طور خاص نمی‌تواند منشا اثر باشد.

استحکام نظام سیاسی داخل هم مهم است. مثال می‌زنم ما در ایران شاهد نوعی بی‌ثباتی و ناآرامی سیاسی هستیم. این هم طبیعتاً در رویکردها تاثیر می‌گذارد. مسئله شورش که در بعضی شهرهای آمریکا بر اثر قتل آن فرد سیاه پوست فلویید راه افتاد چه تاثیراتی گذاشت و چقدر جو تبلیغاتی درست شد و انتقاد شد. لذا میزان استحکام یک نظام سیاسی، کارآمدیش، نوع رابطه‌اش با مردم و جامعه مدنی خودش اثرگذار است. من سعیم این بود بگویم این رقابت در عرصه رسانه و تصویر سازی‌ها خودش ضمن اینکه مهم است پیشبردش یک مقدار ریشه در سایر عوامل دارد (مص. ۸).

توان اقتصادی به عنوان یک مقوله تسهیل کننده یکی از عناصر کلیدی نقشه ذهنی مصاحبه شوندگان است. از دیدگاه آنها بسیاری از اهداف در عرصه سیاست خارجی تنها در صورتی تحقق می‌یابند که توان اقتصادی کشور در سطح بالایی باشد. توان اقتصادی از دیدگاه آنان قدرت هنجارسازی در سطح منطقه یا جهان را به همراه داشته و می‌تواند موجب تشکیل ائتلافانی برای تحقق برخی اهداف مهم در عرصه سیاست خارجی باشد. اما در شرایط ضعف بنیه اقتصادی عمده تلاش‌هایی که در عرصه سیاست خارجی به طور عام و دیپلماسی توییتری به طور خاص انجام می‌شود فاقد اثربخشی لازم خواهد بود.

تصویرسازی‌ها مهم هست اما منوط به یک سلسله اقدامات و فعالیت‌های حوزه‌های دیگر هم هست. ما یک بحثی داریم چه کشوری قدرت هنجارسازی در سطح منطقه و بین الملل را دارد و زمانی که آن علل و عوامل را بررسی می‌کنیم می‌بینیم یکی از مهم‌ترین مولفه‌ها مسئله اقتصاد است. کشوری که از توان اقتصادی بالاتری برخوردار است قدرت هنجارسازی در سطح منطقه یا جهان هم بیش‌تر دارد (مص. ۸).

ایران چند دهه پیش بحث گفتگوهای تمدن‌ها را پیش کشید یک سال هم از سوی سازمان ملل به نام سال گفتگو تمدن‌ها معرفی شد. چرا به جایی نرسید، قطعاً مسائل سیاسی در آن دخیل بوده اما یک عامل ضعف اقتصادی مداوم ایران بوده است (مص. ۸).

توان نظامی مقوله کلیدی دیگری است که نقش تسهیل کننده‌ای در تاثیر دیپلماسی توییتری بر عملکرد سیاست خارجی دارد. بدین معنا که از دیدگاه مصاحبه شوندگان در بسیاری از مواقع اهداف سیاست خارجی تنها با اتکا به توان نظامی و زور عریان و مکانیسم‌های تنبیه یا تهدید قابل تحقق است. این مهم از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان می‌تواند اثربخشی دیپلماسی توییتری بر عملکرد سیاست خارجی را افزایش دهد.

لرومی ندارد یک فعالیت رسانه‌ای خیلی خوبی داشته باشید اگر در مقام ایالات متحده آمریکا باشید. به خاطر اینکه آمریکا بخش بسیار زیادی از کارش را فقط با زور پیش می‌برد. من فکر می‌کنم در چند دهه اخیر هیچ زمانی آمریکا به لحاظ منطق کارش این قدر در موضع ضعف نبوده که در این دوره است. اینقدر کارهایش غیرمنطقی، کودکانه، مخرب علیه کل دنیا و به نظرم آمریکا در کمتر دوره ای بوده که این قدر کارهایش به نظر مضحک بیاید. ولیکن باز کارش را کم‌وبیش پیش می‌برد قطعاً به آن میزانی که بالقوه می‌توانست نیست باز کارش را پیش می‌برد. اگر قدرت نظامی و

دیپلماتیک نه به معنای دیپلماسی رسانه‌ای که الان اجرا می‌کنید به معنای قدرتی که در جهان دارای آن قدرت باشید افراد به ناچار به شما تن می‌دهند. چین می‌آید به خیلی از خواسته‌های آمریکا تن می‌دهد در حالیکه کاملاً ضد منافع و ضد قراردادهایش و ضد اصول روابط برابر کار می‌کند (مص. ۱۱).

با توجه به مقوله‌های ذکر شده توییت‌ها از نگاه مصاحبه‌شوندگان فرصتی برای تعامل دیپلماسی است اما شرایط دیگری نیز در دیپلماسی موثر است که می‌تواند این ظرفیت را با شتاب بیشتر یا کمتری همراه کند. این مهم در بستر دیپلماسی ایرانی در برابر آمریکا به دلیل عدم مشارکت ایرانی‌ها در توییت‌ها به دلیل محدودیت‌های حاکمیتی از توان کم‌تری برخوردار بوده است. هرچند که مبنای گفتگو توییت‌ها اینگلیسی است اما مصاحبه‌شوندگان همگامی افکار عمومی داخلی را فرصتی برای نتیجه‌بخشی این رویکرد می‌دانستند. مصاحبه‌شوندگان دشمن‌سازی ایران و آمریکا از یکدیگر در دو محور خارجی و داخلی مورد تأکید قرار دادند و این مهم را در عرصه دیپلماسی توییت‌ها قابل تامل دانستند. از نگاه آن‌ها اعتماد زایی محور اصلی دیپلماسی توییت‌ها ایرانی‌ها برای خارجی‌ها بود اما دشمن‌سازی بال دیگر آن بود و این مهم می‌تواند فرصتی برای دیپلماسی ایرانی باشد.

۸. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

براساس مطالعه صورت گرفته با توجه به سؤال پژوهش که رویکرد دیپلماسی ایران از طریق توییت‌ها در سال خروج آمریکا از برجام چه استراتژی را بازنمایی کرده است؟ سه یافته از مصاحبه با کارشناسان حاصل شده که دو مسئله اصلی را می‌توان از آن استخراج کرد نخست آنکه دیپلماسی ایران در این دوره در توییت‌ها از جنس تدافعی بوده و دوم آنکه دیپلماسی آمریکا از جنس تهاجمی بوده است. با این وجود ورود ایران به عرصه توییت‌ها در ساختار دیپلماسی ایرانی سه حوزه را مشخصاً تعریف کرده است نخست آنکه ایران توانسته در این عرصه دیپلماسی ظاهر شود دوم آنکه در دیپلماسی بکار گرفته شده از سوی ایران به رغم همه کاستی‌ها و کمبودها اثرگذار بوده است و سوم آنکه توییت‌ها ظرفیتی انکارناپذیر برای کشورهای نظیر ایران است که دسترسی آنها به رسانه‌های سنتی محدود می‌باشد و این ظرفیت برای همه کشورها از جمله ایران فرصت یکسان فراهم کرده است.

در واقع این بستر در جایی که نابرابری در استفاده از رسانه‌های سنتی مانع شکل‌گیری دیپلماسی رسانه‌ای شده یا تضعیف شده بستر مناسب را تدارک دیده است؛ میزان استفاده

از آن بستگی به ساختار حاکمیتی و توان برنامه‌ریزی نظام سیاسی کشورها دارد. با این نگاه در یک تحلیل نهایی می‌توان از فحوای کلام مصاحبه‌شوندگان اثربخشی تویبتر در عرصه سیاست خارجی را نتیجه گرفت. به عبارتی دقیق‌تر برساخت ذهنی پاسخگویان حاکی از نقش تهاجمی و تدافعی تویبتر در عرصه فضاسازی به معنای عام و هویت‌سازی به معنای خاص در سیاست خارجی است.

از داده‌های استخراجی پاسخگویان هم‌چنین می‌توان نتیجه گرفت که پیدایش دیپلماسی عمومی سایبری یا به معنای دقیق‌تر دیپلماسی تویبتری نتیجه تحولاتی بود که در اینترنت با ظهور شبکه‌های مجازی و تغییرات فرهنگی و اجتماعی جوامع امروزی رخ داده و این مهم در عصر کنونی انکارناپذیر است. در نهایت از نگاه پاسخگویان عملکرد سیاست خارجی یک کشور صرفاً تحت تأثیر دیپلماسی تویبتری نیست بلکه عوامل کلیدی دیگری در این عرصه وجود دارند که می‌توانند این رابطه را تضعیف یا تسهیل کنند. از جمله این عوامل تضعیف‌کننده می‌توان به ظرفیتهای کاهش و افزایش داخلی حکومتها اشاره نمود. با این تصویر که از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان استخراج شده دیپلماسی ایران در تویبتر در این مقطع تاریخ یعنی خروج امریکا از برجام یک دست‌ورالععمل برای آینده دیپلماسی ایران را می‌تواند در بر داشته باشد که به عنوان عنصری کمک‌کننده در تبادلات سیاسی مبدل شود و به صورت برنامه‌ریزی هدفمند بکار گرفته شود. و آن را یک گام به پیش براند. با یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها نکته مهم بازنمایی مفهوم قدرت نرم در عرصه دیپلماسی برای ایران است. قدرت نرم ایران در تویبتر در بستر هویت‌سازی و تبیین استراتژی دوگانه‌ای تحت عنوان تقابل با استراتژی دشمن‌سازی ایران و ایران‌هراسی بستری برای بازتولید قدرت نرم در دیپلماسی ایجاد کرده است. هویت‌سازی تدافعی ایران و اعتماد‌زایی در این فضا مهمترین بستر برای بازتولید قدرت نرم بوده است. در واقع در شرایطی که عرصه سیاست خارجی کشورها جدا از تعاملات رسمی در بستری از فضای سایبری با پیشرانی تویبتر در جهت ورود بازیگران جدید است این فرصت برای دیپلماسی ایرانی ایجاد شده که از آن بهره‌برد. و فرصت‌های تازه‌ای را در این فضا بوجود آورد.

کتاب‌نامه

سلیمی، حسین؛ وهاب‌پور، پیمان؛ (۱۳۹۷) تویپلماسی؛ بازنمایی سیاست خارجی ایران در تویبتر، فصلنامه دانشگاه علامه طباطبائی

سیب، فیلیپ، (۱۳۹۶) رسانه های جدید و آینده دیپلماسی، ترجمه مسعود میرزایی، نشر آگاه، ص ۱۷۳ و ۱۶۸

صفری شالی، رضا (۱۳۹۴)؛ اصول نگارش طرح تحقیق،، نشر راهبرد پیمایش، ص ۱۳۶-۱۴۲
کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴)؛ عصر اطلاعات و جامعه شبکه ای؛ ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز؛ تهران، نشر طرح نو، چاپ چهارم ص ۵۵۱-۵۵۰

کاستلز، مانوئل؛ قدرت ارتباطات؛ ترجمه حسین بصیریان جهرمی، ۱۳۹۳، تهران، نشر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات ص ۱۴۴-۱۴۳، ۷۱۴

محسن زادگان، امیر، حسینی کرمانی، سید رسول؛ (۱۳۹۰) تأثیر دیپلماسی بر قدرت ملی ایران در عرصه جهانی؛ تهران فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۳ تابستان ص ۱۳۱-۱۵۰

نای، جوزف؛ (۱۳۸۷) قدرت نرم؛ ترجمه محسن روحانی و مهدی ذولفقاری؛ (نشر دانشگاه امام صادق ص ۵۰

Cole F.L. (1988), Content analysis: process and application. *Clinical Nurse Specialist* 2(1), 53-57.

Cooper, A.F., Heine, J. and Thakur, R.C. (Eds.) (2013), *The Oxford handbook of modern diplomacy*, Oxford handbooks in politics & international relations, Oxford University Press, Oxford.

Chhabra, Radhik; (2020) *Twitter Diplomacy: A Brief Analysis*; , ORF Issue Brief No. 335, January 2020, Observer Research Foundation

Duncombe, Constance, (2017) *twitter and challenges of digital diplomacy*, says review of international affairs, ۲۰۱۷ vol38. number 2. summer- fall: 91-100

Duncombe, Constance, (2017) *Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran-US relations*; *International Affairs* 93: 3

Duncombe, Constance, (2015) *Representation, recognition and foreign policy in the Iran-US relationship*

Duncombe, Constance (2019); *The Politics of Twitter: Emotions and the Power of Social Media*; international politics sociology-vol 13, December; page 409-429

<https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html>

Ferguson, N. (2003), "Think Again: Power", *Foreign Policy*, 2003, available at: <https://foreignpolicy.com/2009/11/03/think-again-power/>

Fraser, N. (2000), "Rethinking recognition", *New left review*, Vol. 3, p. 107.

Parmar, I. and Cox, M. (Eds.) (2010), *Soft power and US foreign policy: Theoretical, historical and contemporary perspectives* / edited by Inderjeet Parmar and Michael Cox, Routledge studies in US foreign policy, Routledge, London

Nye, J. (2003), "Propaganda Isn't the Way: Soft Power", *International Herald Tribune*, 2003.

Nye, J. (2010a), "The future of soft power in US foreign policy", in Parmar, I. and Cox, M. (Eds.), *Soft power and US foreign policy: Theoretical, historical and contemporary*

دیپلماسی توئیتری ایران در سال خروج امریکا از برجام؛ ... (زهرا نژادبهرام و دیگران) ۳۳۷

perspectives / edited by Inderjeet Parmar and Michael Cox, Routledge studies in US foreign policy, Routledge, London.

Nye, J. (2017), "Soft power. The origins and political progress of a concept", Palgrave Communications, Vol. 3 No. 1.

Manor, Ilan,(2015),"Framing Adversaries: Digital Diplomacy and Moral De-Legitimization", Conference on International Relations (EISA), At Sicily, available

Manor Ilan,(2020),Diplomacy in 280 charechters,www.reserchgate.net

Sebi , Philip,92012)", real time-time diopomacy: politics and power in the social media era "New Yourk :Pagrave Macmillan

<https://www.irna.ir/news/83179118/>

<https://ana.ir/fa/news/146/441993/>

<https://www.nytimes.com/interactive/2019/11/02/us/politics/trump-twitter-presidency.html>

<http://www.fanavarandaily.ir/index.aspx?pid=10326&articleid=79298>

<https://www.eghtesadonline.com/>