

نشست علمی کارشناسی

انجمن ایرانی مطالعات منطقه‌ای
(کارگروه اوراسیای مرکزی)

۳ اسفند ۱۴۰۰

گزارش کامل



نشست علمی-کارشناسی

توئیترو نقش آن در دیپلماسی



سخنران

دکتر زهرا نژادبهرام

دانش آموخته دکتری علوم سیاسی
و دانش آموخته دکتری علوم ارتباطات



گزارش کامل^۱

نشست علمی-کارشناسی «توثیر و نقش آن در دیپلماسی» در روز سه‌شنبه ۳ اسفند ۱۴۰۰ از سوی مرکز مطالعات اوراسیای مرکزی دانشگاه تهران با همکاری انجمن علمی مطالعات منطقه‌ای (کارگروه اوراسیای مرکزی) به صورت وینار برگزار شد. در این نشست دکتر زهرا نژادبهرام دانش آموخته دکتری علوم سیاسی و دانش آموخته دکتری علوم ارتباطات به طرح دیدگاه‌های خود پرداختند. مدیر این نشست دکتر کولایی بودند. در ابتدای این نشست دکتر کولایی از دکتر نژادبهرام برای حضور در نشست تشکر کردند و با مقدمه‌ای در مورد دیپلماسی و تصویرسازی که در کشورهای مختلف جهان صورت می‌گیرد و بر روابط کشورها تأثیر می‌گذارد، گفتند: با در نظر گرفتن انقلاب ارتباطی و ابزارهایی که روابط بین دولت‌ها و افراد را زیر تأثیر قرار داده است و بسیاری از مفاهیم در سطوح مختلف را دگرگون کرده است، با شرایطی روبرو هستیم که باید مفاهیم و ابزارهای سنتی را بازتعریف کنیم. یکی از این ابزارها توثیر است. در این نشست از خانم دکتر نژادبهرام دعوت کرده‌ایم که یافته‌های خود را در پژوهشی که پیرامون روابط ایران و آمریکا انجام داده‌اند به اشتراک بگذارند و به توثیر کردن به عنوان یکی از جلوه‌های ارتباطی جدید و تأثیرگذار در روابط بین‌الملل، بیان مواضع رهبران کشورها و تأثیر بر افکار عمومی بین‌المللی اطلاعاتشان پردازند.

دکتر نژادبهرام با اشاره به اهمیت بالای دگرگونی در مسیرهای ارتباطی و دیپلماتیک بحث خود را آغاز کردند و گفتند: امروز کلیات طرح صیانت از حقوق کاربران در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید. زمانی که ما درباره ظرفیت رسانه‌های نوین بحث کنیم و اثرش را روی کارکرد

^۱ این گزارش از نوار صوتی سخنران‌های محترم در نشست «توثیر و نقش آن در دیپلماسی» استخراج شده است.

روابط بین‌الملل و روابط اجتماعی و حتی مسائل اقتصادی و اجتماعی طرح کنیم، با این نوع رویکردها دچار چالش می‌شویم. مساله توئیتر و کاربست آن در روابط بین‌الملل و قدرت سیاسی، امروزه جزء مقوله‌های مورد توجه پژوهشگران و کارگزاران در حوزه سیاست و روابط بین‌الملل قرار گرفته است.

پژوهش من چند پیش‌زمینه دارد. نخست آنکه این پژوهش به منظور ارائه راهکار و تبیین عوامل موثر بر قدرت دیپلماسی ایران در برابر آمریکا است. این پژوهش بنا نداشته که ارزش‌های سنتی در دیپلماسی را زیرسوال برد، بلکه می‌خواست دریچه‌های دیگری را که می‌تواند دیپلماسی و قدرت را زیر تاثیر قرار دهد آشکار کند. دیپلماسی از گذشته تا امروز روش‌ها و شیوه‌های گوناگونی را به کار گرفته است. از جمله می‌توان به دیپلماسی پینگ پونگ یا فوتبال اشاره کرد که در میان کشورهایی با اختلاف‌های زیادی نیز اثرگذار بوده و راهکاری را برای حوزه دیپلماسی فراهم کرده است.

پرسش بعدی من این است که چرا توئیتر جدا از دیگر شبکه‌ها و رسانه‌های نوین است؟ به این دلیل که توئیتر نسبت به شبکه‌های دیگر از ویژگی‌های منحصر به فردی برخوردار است. توئیتر تنها رسانه‌ای است که ۹۷ درصد کشورهای عضو سازمان ملل در سطوح رهبران و نمایندگان در آن حساب توئیتری دارند. نکته دوم اینکه توئیتر به عنوان رسانه رهبران و نخبگان معرفی شده است. نکته سوم اینکه بر پایه آمارهایی که در سال‌های ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ ارائه شده، بیشترین مطالب توئیتر، بعد از موسیقی سیاست بوده است. همه کسانی که دست‌اندرکار حوزه سیاست و دیپلماسی هستند نسبت به توئیتر حساسیت ویژه دارند و روند آن را دنبال می‌کنند. نکته بعدی که می‌توانم مطرح کنم، در این شبکه با توجه به ویژگی‌های فنی - کوتاه‌نویسی و گزیده‌نویسی - فرصت

درازگویی نیست. شما باید در حد دو سه خط مساله خود را بیان کنید. به علاوه صفحه افراد اختصاصی نیست و علاوه بر دنبال کننده‌ها، دیگران هم می‌توانند به صفحه مراجعه کنند. این منحصر به فرد بودن توئیتر سبب می‌شود که همه در هر زمانی می‌توانند به صفحه شما دسترسی پیدا کنند. اولین توئیت در سال ۲۰۰۶ زده شد و در سال ۲۰۱۳ حالت همگانی پیدا کرد. توئیتر در مدت کوتاهی توانسته ظرفیت‌های زیادی برای خود ایجاد کند. در گروه ۲۰ به جز آلمان، سیاستمداران بقیه کشورها حساب توئیتری دارند. این نشان می‌دهد فرصت‌های جدیدی برای سیاستمداران در این عرصه به وجود آمده است. همواره یکی از ظرفیت‌های موضوع دیپلماسی عمومی را ارتباط و روابط عمومی و مساله رسانه می‌دانستیم، اما توئیتر از این ظرفیت فراتر رفته و دسترسی آسان و ارزان به آن ویژگی و تفاوت مهمی است. نکته بعدی اینکه کارکرد توئیتر در عرصه دیپلماسی به نوعی بازتولید قدرت نرم بوده است. توئیتر توانسته این ظرفیت را برای همه کنشگران عرصه سیاست فراهم کند.

جایگاه افکار عمومی جهان نیز مساله مهمی در این موضوع است. نمی‌توانیم فکر کنیم مخاطبان ما فقط رهبران سیاسی هستند. می‌توانیم بگوییم این عرصه، گونه مجازی سازمان ملل است با یک سازوکار دیگر که در آن، افکار عمومی تاثیرگذار هستند و همه رهبران به دنبال هدایت افکار عمومی در جهت روایت خود هستند.

ایشان در ادامه گفتند: این پژوهش روی توئیتر در سال ۲۰۱۸ صورت گرفت، سالی که رئیس جمهور ترامپ از برجام خارج شد. برجام یک سند بین‌المللی است که به اعتراف بسیاری از اندیشمندان یکی از اسناد برجسته تاریخ سیاست و روابط بین‌الملل بعد از جنگ جهانی دوم است. حتی برخی آن را در حد عهدنامه پاریس یا وستفالی دانسته‌اند. خانم

شرمن بعد از برجام، آن را به عنوان یک دوره درسی در کلاس‌های خود تدریس کرده است.

در سال ۲۰۱۸ ترامپ بقیه اعضای برجام را تشویق و ترغیب به خروج از برجام می‌کند. در این سال مسائل سیاسی حوزه داخلی و خارجی آمریکا به‌ویژه ترامپ، در صحنه توئیتر جریان داشت. به دلیل طرد شدن و همچنین دور بودن یا بی‌اعتمادی ترامپ به رسانه‌های سنتی، موضوع ارتباط گیری با توئیتر برای ترامپ به یک اصل تبدیل شد. در این سال حدود ۳۵۰۰ توئیت توسط ترامپ نوشته شد. او برای گفتگو با هر جای دنیا از توئیتر استفاده می‌کرد. این از حجم از توئیت نشان‌دهنده نکته‌های بسیار ارزشمندی است که جایگاه توئیتر در عرصه دیپلماسی را بهتر تعریف می‌کند.

ایشان در ادامه با اشاره به ایران گفتند: نگرانی که وجود داشت، خروج بقیه اعضا پس از آمریکا از برجام و انتشار روایت آمریکایی در رسانه‌ها بود. آمریکا ایران‌هراسی را در دستور کار خود قرار داده بود و در پی این بود بقیه اعضای برجام را از آن خارج کند. ایران پیش از این هیچ گفت‌وگویی را به شکل مستقیم با آمریکا نداشت. در ۴۴ سال پس از تسخیر سفارت آمریکا یا همان لانه جاسوسی، ارتباط دیپلماتیک بین ایران و آمریکا به طور کامل قطع بود. ایران همواره این را که گفت و گویی نداشته باشد، به عنوان یک امتیاز برای خود می‌دانست. در این عرصه، مساله مهم این بود که به سبب اینکه آمریکا به ظرفیت همه رسانه‌های جهانی دسترسی داشت و در صدد تعریف روایت‌های خاص خود از ایران بود. این آمریکا بود که از برجام خارج شد، اما روایت رسانه‌ای تبدیل شد به اینکه ایران تخطی کرده و امکان لازم را برای خروج آمریکا فراهم کرده است. روایت برعکس را در توئیتر و رسانه‌های مختلف علیه ایران به وجود آورد. در این دوره روایتی

نادرست از برجام طرح شده بود که ایران باید این روایت را تغییر می‌داد. افکار عمومی جهان هم پشت روایت ترامپ قرار گرفته بودند. توئیت‌ها به عنوان یک رسانه اجتماعی، نقش زیادی را در ارتباط سیاسی ایران و آمریکا در آن دوره بازی کرد.

البته پیش از آن هم وزیر امور خارجه ایران از توئیت‌ها برای گفتگوهای برجام استفاده می‌کرد. پیشنهاد استفاده از توئیت‌ها برای ایران چندان غریب نبود، اما شدت استفاده‌ای که در این دوره داشت، قابل تامل است. من توئیت‌های سه نفر از هر کشور را مورد بررسی قرار داده‌ام. توئیت‌های آیت الله خامنه‌ای، دکتر روحانی و دکتر ظریف از ایران، توئیت‌های ترامپ، پومپئو و جان بولتون از آمریکا.

در سال ۲۰۱۸ آیت‌الله خامنه‌ای ۴۴۵ توئیت داشتند، دکتر روحانی ۳۳ توئیت و دکتر ظریف ۱۷۵ توئیت. در همین سال ترامپ ۳۵۵۹ توئیت، پومپئو ۵۴۵ توئیت و بولتون ۳۳۸ توئیت داشتند. این توئیت‌ها در ارتباط با همه مسائل ایران و آمریکا مطرح شده بود.

در سال ۲۰۱۸ از نظر تعداد، در هر دقیقه ۴۸۱ هزار توئیت زده شده است. بعد از موسیقی، سیاست مساله اصلی توئیت‌ها است. این تعداد توئیت با توجه به شبکه‌های مختلف اجتماعی و تعداد کسانی که در شبکه‌های دیگر بودند، موقعیت مطلوب و مناسبی را برای توئیت فراهم کرده بود.

در این دوره ما با آمریکا هیچ رابطه دیپلماتیکی نداریم، دوم اینکه آمریکا به عنوان یک عنصر تاثیرگذار در روابط بین‌المللی باید حرف‌های ما را می‌شنید و خود این حرف‌ها در معرض افکار عمومی جهانی قرار می‌گرفت. سوم اینکه مساله برجام به دلیل هزینه‌های بسیار زیادی که برای آن کردیم، برای ما مهم است. با روشی که ترامپ در پیش گرفته بود، برجام در خطر بود.

ایشان گفتند: هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش توئیت در قدرت دیپلماسی ایران در برابر آمریکا بود که بر سه هدف بالا متمرکز بود. اما سه هدف خرد هم باید مورد توجه قرار می‌گرفت: نخست بررسی کارکرد توئیت در دیپلماسی ایران در برابر آمریکا در چارچوب قدرت نرم، دوم تبیین نقش موثر رسانه‌های اجتماعی در بازنمایی هویت ایران و جلب حمایت‌های عمومی در ایجاد و تغییر انگاره و قدرت دیپلماسی و سوم قدرت توئیت در کاهش ایران‌هراسی و اعتمادسازی نسبت به ایران در پایبندی به قواعد و حقوق بین‌الملل.

در این دوره ایران چالش‌های بسیاری داشت. مهم‌ترین چالش‌هایی که ایران با آن روبه‌رو بود ایران‌هراسی، خطر از میان رفتن توافق برجام، اتهام ایران به پشتیبانی از تروریسم، ضعف دیپلماتیک طرفهای دیگر برجام مانند چین و روسیه و حتی اروپا، روابط تیره بین ایران و آمریکا که در طول این ۴۰ سال شکل گرفته بود و تهدید موهوم هسته‌ای ایران در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی که مطرح شده بود.

این پژوهش روی ۵۵۰۰ توئیت انگلیسی این شش نفر تمرکز کرده است و در کنار این افراد با ۱۷ نفر از صاحب‌نظران در عرصه‌های چهارگانه رسانه، روابط بین‌الملل، سیاست، دیپلمات‌ها و استادان حوزه ارتباطات مصاحبه شده است. سپس نتیجه این مصاحبه‌ها با نرم‌افزار تجزیه و تحلیل شد. داده‌های من با یک منبع دیگر هم به اشتراک گذاشته شد و داده‌ها تا حدود زیادی به تایید رسید. روش پژوهش، تحلیل محتوا بود. مهمترین نظریه‌ای که مورد استفاده قرار گرفت رویکرد روایت‌گری میسکیمون و رویکرد قدرت نرم جوزف نای است.

با توجه به داده‌های بررسی شده، مقوله‌هایی اصلی این بود: هویت‌سازی و توئیت، توئیت و دیپلماسی فعال و ترمیم نگرش‌ها، اعتمادزایی و

حمایت عمومی. هرکدام از اینها زیرشاخه‌های خودشان را داشتند که در مدل نهایی پژوهش استخراج شد. مدل نهایی پژوهش شامل پنج موضوع بود: تغییر نگرش‌ها، دیپلماسی فعال، هویت‌سازی، اعتمادسازی و سرانجام قدرت نرم. در قالب یک مدل همه این‌ها به هم پیوند خوردند.

ایشان افزودند: ایران در سال ۲۰۱۸ در پی آن بود روایت خود را در توئیتر بازنمایی کند. این روایت بر دو مبنای جذابیت و اقناع افکار عمومی است. نمونه روایت‌سازی، روایتی است که نیکی هیلی نماینده آمریکا در سازمان ملل به نمایش گذاشت. نشانه‌هایی از موشک‌هایی را که مدعی بود ساخت ایران است را در سازمان ملل به نمایش درآورد، تا بگوید ایران موشک‌های بالستیک دارد و امنیت جهانی را تهدید می‌کند. نمونه دیگر، روایت نتانیا‌هو است که در مجمع عمومی سازمان ملل کاغذی را در آورد و سخنرانی کرد. او در این روایت‌سازی، ادعای موشک‌های ایران و بمب‌های هسته‌ای را در آن کاغذ به نمایش درآورد. در این دوره ظریف توئیتی زد که برای خنثی‌کردن روایت‌سازی هیلی بود. وقتی ظریف این توئیٹ را زد و آن را به یک روایت تاریخی برگرداند، جذابیت روایت هیلی دچار افول شد و نتوانست اقناع لازم را به‌وجود آورد. این تغییر روایت از سوی کسانی که درحوزه رسانه و روابط بین‌الملل کار می‌کنند، تحلیل شد.

مهم‌ترین هدف ایران این بود که بتواند افکار عمومی و نخبگان را درگیر کند و رهبران سیاسی را سر میز مذاکره توئیتری قرار دهد. ما تجربه چنین فضای تاثیرگذاری نداشتیم. برای نمونه توئیتر، حساب کاربری ترامپ را بست و پیام‌های آیت‌الله خامنه‌ای را نگه‌داشت. اعتراض ترامپ این بود که چرا توئیٹ‌های آیت‌الله خامنه‌ای حذف نمی‌شود. این رسانه، رسانه مینیمالیست است. این رسانه نقطه‌زن است. نقطه ما کجاست؟ چالش‌هایی که ایران داشت؟ قدرت دیپلماسی ما کجا می‌توانست شکل بگیرد؟ آنجا

که دو عنصر جذابیت و اقناع را داشته باشد. دوم اینکه بتواند موضوع اعتمادزایی را همزمان با موضوع بازدارندگی و تغییر نگرش‌ها با خود همراه کند. قدرت دیپلماسی ایران می‌توانست معنا دار شود. بر پایه بررسی که در این پژوهش صورت گرفت، توانستیم این نقاط را کشف کنیم. روایت ایران از برج‌ام روایت تثبیت، انسجام و پایبندی به اصول هویت‌سازی است که در طول سال‌ها از سوی آمریکا و دیگر کشورها به چالش کشیده شده بود.

این روایت بر مبنای یک خط داستان در زیست‌بوم رسانه‌ای، نقاطی که ابهام‌آمیز بوده را دوباره آشکار می‌کند. مسائل مورد نظر ایران را مطرح می‌کند. خودش را در صحنه قضاوت کسانی که باید تصمیم بگیرند، قرار می‌دهد. فرصت ما برای بیان روایت خودمان بسیار محدود بود، زیرا رئیس‌جمهور و وزیر امور خارجه ما، هر شش ماه یک بار مقاله‌ای در فاینشال تایمز یا نیویورک تایمز یا هر روزنامه بین‌المللی دیگری منتشر می‌کردند، یا حداکثر چهار نشست بین‌المللی که بازتاب زیادی هم نداشتند. اما در سال ۲۰۱۸ یک فرصت نوین به دست آورده بودیم، که بتوانیم روایتی که تاکنون ساخته شده و به طور مداوم در جامعه جهانی بازتولید می‌شد، را تغییر دهیم. روایت ایران در پیرامون سه محور بود:

۱- تصویرسازی از آمریکا و هم‌پیمانانش و این که آمریکا چگونه ما را زیر فشار قرار داده، تحریم‌های اقتصادی، فشاری که به مهاجران مکزیکی آورده شده و کودکانی که در زندان هستند. کوشیدیم یک تصویر بین‌المللی واقعی از آمریکا را بازتولید کنیم. خسارت‌هایی که تحریم‌ها به جامعه ایران وارد کرده است، یکی از محورها بود.

۲- تصویرسازی از خودمان: بازتاب این تصویرها که ما پیشینه ۲۵۰۰ ساله داریم، اهل گفتگو هستیم، صلح طلبیم، به دنبال

سلاح هسته‌ای نیستیم، برای دفاع از خودمان فعالیت هسته‌ای می‌کنیم. در آن سال ما دو حادثه تروریستی هم داشتیم، از جمله حادثه اهواز در روز ارتش که جمعی از هموطنان ما شهید شدند. ۳- نکته سومی که باید در این روایت مطرح می‌شد هدایت این تصویرها به سوی هدف اصلی بود. هدف اصلی این بود که ما پیمان برجام را زیر سوال نبردیم. ما به برجام پایبند بودیم، بر اساس آن برجام حرکت کردیم. آن کسی که زیر میز زد و پیمان را از میان برد آمریکا بود.

در خط پایان این روایت دیپلماسی، ایران توانست فعالانه روایت خود را مطرح کند. ایران در زیست‌بوم رسانه‌ای توانست حرکت نوینی را انجام دهد که در کشورهایمانند ایران کمتر این کار شده بود. برای نمونه در کشورهای آمریکای لاتین همه جز نیکاراگوئه حساب توئیتری دارند، در اتحادیه اروپا جز آنگلا مرکل بقیه رهبران اروپایی حساب توئیتر داشتند، اما به این معنی نیست که همه افراد قابلیت استفاده از توئیتر برای بیان مسائل خود در عرصه دیپلماسی و اجتماعی دارند. خط پایان، نشان از قدرت نرم ایران داشت. ایران توانسته بود از رسانه‌ای در سطح بالا حرف‌های خود را بزند و قابلیت خود را نشان دهد. روایت ایران در عرصه توئیتر از جنس اصلاح و ترمیم نگرش‌ها بود. در سطح جهانی، روایت متفاوتی از ایران شنیده شد: تلاش برای اعتمادزایی و گفتگو، اشاره به تحریم‌های اقتصادی و دارویی ایران و هویت‌سازی در توئیترها قابل دیدن بود. در چهره بازتاب‌یافته از ایران تاکید شد ما پایبند به اصول اخلاقی هستیم و ارتباط بین ادیان ابراهیمی را در آن توئیترها نشان دادیم.

با توجه به این تلاش‌ها، ایران از جایگاه متهم به جایگاه مدعی رفت. اکنون ایران حرف‌هایی برای گفتن دارد و روایت مسلط را به چالش

می‌کشد. در توثیتهای ارائه شده، ارزشها، سیاستها و فرهنگ توانستند روایتی را شکل دهند که قدرت نرم ایران را افزایش داد. همه نمودارهای من برگرفته از کلیدواژههایی است که در این توثیتهای بیان شده: اهل تعامل و گفتگو، پایبند به حقوق بین‌الملل، صلح‌جو، ضدجنگ، پایبند به ارزشهای انقلاب اسلامی، پیامهای انسانی و بشردوستانه، فرهنگ پایدار و غنی، پیامهای دینی، کشور مستقل، جمعیت بزرگ، تواناییهای علمی و فرهنگی، ایستادگی در برابر جنگ و دوستی با کشورهای دیگر.

سفرهایی که سفیران کشورهای دیگر به کشور ما انجام دادند در توثیتر بازتاب داده می‌شد. من کلیدواژه‌ها را مقایسه کردم. کلیدواژه‌های مشترک دکتر ظریف و آیت‌الله خامنه‌ای اینها هستند: صلح، برجام، تحریم، تخطی آمریکا از تعهداتش و پایبندی جمهوری اسلامی به تعهدهایش.

کلیدواژه‌های مشترک ترامپ و پمپئو را نیز بررسی کردم: رژیم، تحریم، صلح، متحدین، ایران مدافع تروریسم، رهبران فاسد، کینه‌جو و مرگ کلمات مشترک تویتری این دو بودند. نکته بعدی این بود که بیشترین توثیتهای ظریف در سال ۲۰۱۸ در پاسخ به تصویرسازی رسانه‌ای بود: بازتاب دفاع از قانون، صلح‌طلب بودن، تخطی‌های آمریکا، اهل گفتگو بودن و اینکه برجام حاصل گفتگوی بین‌المللی است که به دشواری حاصل شده و موردهای مشابه در توثیتهای ظریف بودند. اگر بخواهم روند اعتمادزایی را در توثیتهای رهبران برون‌آوری کنم، چنین است: ثبات سیاسی ایران در منطقه، ارتباط اقتصادی سیاسی ایران در آن دوره زمانی در منطقه و جهان، کمک به کشورهای همسایه، رفت و آمدهای دیپلماتیک، حضور موثر در مجامع بین‌المللی، تعهد به رویکرد مذاکره و پایبندی به تعهدهای بین‌المللی.

تطابق نسبی یافته‌هایی من با نظر کارشناس‌ها جالب توجه بود. توئیت‌های رهبران هر دو کشور از جایگاه برابری بود. این هم وزنی نشان می‌دهد که میز مشترکی وجود دارد که همه می‌توانند در آن وارد گفتگو شوند. تعداد دنبال‌کننده‌ها و بازتولیدها می‌تواند در بازتاب مطالب تاثیرگذار باشد، اما اینکه ما و آمریکا در جایگاه برابر قرار می‌گیریم، برای ایران یک مزیت است. امروز این تحول فناوری به تحول دیپلماسی تبدیل شده است. فضای مجازی به عرصه‌ای برای تعامل دیپلماتیک تبدیل شده که می‌تواند تاثیرگذار باشد.

پرسشی که مطرح شد این بود که با توجه به جایگاه شما در عرصه دیپلماسی، آیا این کانون مجازی می‌تواند ظرفیت‌های موثرتری را برای دیپلمات‌های ایرانی فراهم کند؟ ایشان پاسخ دادند بله می‌تواند، اما نیازمند یک شناخت بیرونی است که جامعه نسبت به آن حساسیت‌های لازم را داشته باشند. توئیت باید حمایت جامعه مدنی را هم همراه خود داشته باشد. متأسفانه چون در ایران توئیت فیلتر شده ما نمی‌توانستیم از ظرفیت جامعه مدنی استفاده کنیم. اگر ظرفیت جامعه مدنی به خدمت گرفته می‌شد، برای نمونه وقتی رهبری در توئیت جنایت اهواز را محکوم کردند جمع بزرگی از شهروندان ایرانی می‌توانستند حمایت کنند. نمونه دیگر اینکه روایت نتانیا‌هو از تورقوزآباد شکست خورد، زیرا این کلمه مزاح انگیز بود. جامعه مدنی وارد شد و این روایت شکست خورد.

دکتر نژادبهرام در ادامه گفتند: مفاهیم ثابت نمی‌مانند. انسان‌ها خالق مفاهیم و فناوری هستند و تغییر آن را هم در اختیار دارند. اگر به یک سری نقاط ثابت و ایستا اتکا کنیم و همه چیز را بر مبنای آن تعریف کنیم، در عرصه جدیدی که همه تحولات برپایه اطلاعات و تعامل هستند دچار چالش‌های جدی خواهیم شد.

آقای گیسوم در کتاب تغییر ماهیت قدرت در عصر اطلاعات، عبارت جالبی دارد که تنها دولت‌ها و قدرت خام آنها تعیین کننده نیست، بلکه قدرت اطلاعات و قدرت تعامل مهم است. این ایده اواخر دهه ۸۰-۹۰ میلادی مطرح می‌شود که تحولات حوزه ارتباطات و فناوری رویکردهای جدیدتری را به خود می‌گرفت. توئیتز یک ابزار متفاوت از دیگر ابزارها است که ویژگی مهم آن بازبودن برای همگان است.

از یک دهه پیش مفهوم سرمایه اجتماعی بین‌المللی مورد توجه سیاستمداران قرار گرفته است. پایه سرمایه اجتماعی اعتماد است. هر قدر بتوانیم روایت‌های تازه‌ای از خودمان بر مبنای اعتمادزایی، باورپذیری، تعهد به اصول روابط بین‌الملل، حق کشورها و درخواست‌های به حق طرح کنیم امکان ایجاد سرمایه اجتماعی بیشتری برای ما وجود دارد.

حمله آمریکا به عراق و کاری که سی‌ان‌ان انجام داد تا افکار عمومی را به سوی حمایت از این اقدام هدایت کند، نمونه مهمی است. در حالی که بیشتر این روایت واقعیت نداشتند. افکار عمومی، ارتباط با جامعه جهانی، سازمان‌های بین‌المللی، نخبگان سیاسی و ایرانیان علاقه‌مند به ایران در خارج از کشور، عرصه‌ای است که برای ایران سرمایه اجتماعی بین‌المللی تولید می‌کند. ما قادر هستیم این سرمایه اجتماعی را فراهم کنیم.

توصیه من به مسئولان این است که نسبت به فیلتر توئیتز تجدیدنظر کنند. خطرهای توئیتز در مقابل منافع آن برای ما بسیار ناچیز است. براساس پژوهشی که دکتر فرقانی انجام داده‌اند، بیش از ۹۵.۵ درصد مطالبی که در تلگرام رد و بدل می‌شود، مطالب مثبت فرهنگی و سیاسی است و فقط ۳-۴ درصد مطالب نامناسب هستند.

دوره‌های آموزش فضای مجازی برای کارکنان وزارت امور خارجه لازم است. زبان اصلی توئیتر انگلیسی است. آموزش استفاده از این پلتفرم‌ها لازم است. آموزش ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی به دیپلمات‌ها فرصت استفاده از فرصت‌های جدیدی استفاده کنند. در مذاکره‌های اخیر برجام نیز بیش از آنکه وزیر امور خارجه و نماینده ما توئیت بزند، نماینده روسیه توئیت می‌زد. این بی‌توجهی به ظرفیت‌های موجود نگران‌کننده است. در ادامه نشست حاضران به طرح نکته‌ها یا پرسش‌های خود پرداختند.

پرسش: هرکدام از این رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی یک سیاست و ساختار مشخص برای خودش دارد. نگرانی این است که این رسانه‌ها سیاست را به پوپولیسم بکشانند. نظرتان در این مورد چیست؟

دکتر نژادبهرام: کشور ما ظرفیت‌های رسانه‌ای محدودی دارد. ما قدرت رسانه‌ای بین‌المللی بالایی نداریم تا بتوانیم روایت خود را به شکل گسترده و موثر منتشر کنیم. فرصت شنیدن استدلال‌های ما فراهم نمی‌شود و زمین گفتگو برای ما تنگ است. توئیتر فرصت‌های منحصر به فردی را برای ما فراهم می‌کند. رسانه‌های نوین به‌ویژه توئیتر برای کشور ما فرصت‌های مهمی را فراهم می‌کنند. توئیتر همیشه در دسترس است. بیشترین کاربران توئیتر در آمریکا هستند. جمهوری‌خواه‌ها بیش از دموکرات‌ها از توئیتر استفاده می‌کنند. ما باید باور کنیم که مفاهیمی مانند تعامل، گفتگو، قدرت نرم و ظرفیت‌های بیان روایت‌های ویژه، از سطح گفتگوهای رسمی و روزنامه‌ای عبور کرده و ما باید از ظرفیت شبکه‌های جدید استفاده کنیم.

پایان

انجمن ایرانی مطالعات منطقه‌ای

آدرس: تهران، خیابان انقلاب، دانشکده

حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.

تلفن: ۰۲۱۶۶۴۱۹۸۰۴

نمبر: ۰۲۱۶۶۹۵۳۹۹۶۰-۰۲۱۶۶۴۱۹۷۰۴

پست الکترونیک:

info@irsa.org.ir

تارنما:

irsa.org.ir

تهیه گزارش: عاطفه بکائیان

Iranian Regional Studies Association

Address: Faculty of Law and
Political Science, University of
Tehran, Enghelab Ave, Tehran,
Iran.

Website: irsa.org.ir

Email: info@irsa.org.ir

Tel No: +982166419704