

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

توئیپلماسی؛ از کشورداری تا براندازی

نگاهی به دیپلماسی دیجیتال وزارت خارجه آمریکا در قبال ایران در دوره هیلاری کلینتون

محمدرضا نوروزپور

فصل اول: دیپلماسی دیجیتال؛ قدرت‌سازی از طریق رسانه‌های اجتماعی

۱۱.....	دیپلماسی و مفهوم قدرت‌سازی در شبکه‌های اجتماعی
۱۲.....	چارچوب مفهومی
۳۷.....	دیپلماسی سایبری، دیجیتال، و ای.دیپلماسی
۳۷.....	دیپلماسی سایبری
۳۹.....	ای. دیپلماسی
۲۹.....	دیپلماسی دیجیتال
	Error! Bookmark not defined. وجوه تمایز دیپلماسی دیجیتال
۴۸.....	ویژگی‌های دیپلماسی دیجیتال
۳۹.....	دیپلماسی توئیتی یا توئیپلماسی
۵۹.....	دیپلماسی چندمسیره
	Error! Bookmark not defined. جمع‌بندی

فصل دوم: جایگاه دیپلماسی دیجیتال در سیاست خارجی آمریکا

۵۳.....	حضور وزارت خارجه آمریکا در شبکه‌های اجتماعی
۶۴.....	اهمیت شبکه‌های اجتماعی در سیاست داخلی آمریکا
۶۷.....	هیلاری کلینتون و کشورداری در قرن بیست‌ویکم
۷۸.....	تحولگران در وزارت خارجه آمریکا
۷۹.....	الک راس
۷۲.....	جرد کوهن، استراتژیست دیجیتالی
۸۴.....	اسلاتر و آمریکایی‌سازی نظریات قدرت شبکه‌ای کاستلز
۷۵.....	نحوه عمل تیم دیجیتالی وزارت خارجه آمریکا
۸۱.....	راهبرد بوف
۸۳.....	رهبرسازی در شبکه‌های اجتماعی
۸۳.....	استفاده از نزول اعتماد عمومی و بحران مشروعیت سیاسی
۸۵.....	استفاده از دیپلماسی دیجیتال برای افشای فساد سیستمی
۸۷.....	مشکلات دیپلماسی دیجیتال برای آمریکا

توئیتز، ضرورتی انکارناپذیر ۸۸

جمع‌بندی ۹۹

فصل سوم؛ دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی آمریکا در جهان

پیشروترین در توئیپلماسی ۹۳

برنامه‌ای برای همه کشورهای دنیا ۹۵

گستره جهانی فعالیت‌های دیجیتالی وزارت خارجه آمریکا ۹۸

ماجرای توئیتز کوبایی ۱۰۰

Error! Bookmark not defined. شبیه‌سازی توئیتز کوبایی‌ها

تلاش ناکام و تجربه ایران ۱۰۳

بهار عربی در کوبا ۱۰۳

Error! Bookmark not defined. عملیات مخفی علیه کاسترو

Error! Bookmark not defined. USAID یو اس اید

افغانستان، پاکستان، نیجریه ۱۰۶

Error! Bookmark not defined. تقویت شبکه‌های اجتماعی در کنیا

انقلاب توئیتز مولداوی ۱۰۷

خزان دیپلماسی دیجیتال آمریکا ۱۰۸

راه‌اندازی توئیتز وزارت خارجه آمریکا به عربی ۱۰۹

نقش توئیتز در بهار عربی ۱۱۰

انقلاب اوکراین ۱۱۳

آتش‌بازی توئیتز در مسکو ۱۱۶

جمع‌بندی ۱۲۳

فصل چهارم: دیپلماسی دیجیتال آمریکا و ایران

مقدمه ۱۲۵

رویکرد دیپلماسی عمومی و دیجیتال آمریکا به ایران ۱۲۵

اهداف دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی آمریکا در قبال ایران ۱۳۳

برجسته‌سازی، زمینه‌سازی، و چارچوب‌بندی اخبار و اطلاعات ۱۳۴

ندا آقاسلطان در مقایسه با ایسیس اوبد موریلو ۱۳۷

انگاره‌سازی ۱۳۹

جهت‌دهی افکار عمومی یا سوءگیری ۱۴۰

برقراری ارتباط با توده مردم ۱۴۲

۱۴۳.....	از رهبرسازی تا ایجاد بحران در رهبری
۱۴۵.....	جمع‌آوری اطلاعات
۱۴۷.....	ایجاد اغتشاش و براندازی
۱۴۸.....	سفارت مجازی
۱۵۹.....	اهداف آمریکا از راه انداختن سفارت مجازی
۱۶۲.....	جمع‌بندی
۱۷۴.....	منابع

مقدمه

سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا به منزله قوی‌ترین کشور جهان از لحاظ نظامی و اقتصادی مبتنی بر به‌کارگیری قدرت سخت، قدرت نرم، و قدرت هوشمند بوده است. این کشور همواره تلاش کرده است از همه ظرفیت‌های موجود در سیاست خارجی خود برای پیشبرد اهدافش استفاده کند. به طور کلی اگرچه ظهور و بروز این امر در ایالات متحده پیش از سایر کشورها است اما محدود به این کشور نیست و هر دولتی براساس ظرفیت‌های خود، برای هدایت سیاست خارجی از شیوه‌های متفاوتی بهره می‌گیرد تا از بهترین، سریع‌ترین و کم هزینه‌ترین روش منافع ملی خود را تامین کند. به همین دلیل است که انواع دیپلماسی در نظام بین‌الملل به منزله هنری برای تحقق اهداف سیاست خارجی و منافع ملی محسوب می‌شود. پیشبرد دیپلماسی در چارچوب نظریه‌های متعددی با توجه به ظهور بازیگران مختلف غیردولتی از جمله نهادها و سازمان‌های بین‌المللی، گروه‌ها، جنبش‌ها، و جایگاه مردم و افراد بررسی و تحلیل شده است.

سیاست خارجی کشورها در دنیای پس از جنگ جهانی دوم با ممنوعیت توسل به زور در موضوع‌های حاد سیاسی معنای دیگری به خود گرفته است و همین امر عاملی شده تا نقش دیپلماسی و یافتن روش‌های جدید برای ارتقای آن اهمیت ویژه‌ای یابد. پیشرفت فناوری و تنوع تسلیحات نظامی، اجتناب از جنگ و منازعه‌های مسلحانه در چارچوب بند ۴ ماده ۲ منشور ملل متحد با تعهد کشورها مبنی بر پرهیز از توسل به زور نیازمند سازوکاری از امنیت دسته‌جمعی بوده است که از طرق انعقاد کنوانسیون‌ها و تاسیس نهادهای بین‌المللی، کاربرد فناوری پیشرفته نظامی را محدود و از وقوع جنگ‌ها و خصوصاً یک جنگ جهانی دیگر جلوگیری کند.

از همین منظر، در آمریکا پس از رسوایی‌های پدیدآمده در خصوص دروغ‌گویی دولت بوش و بلر درباره سلاح‌های کشتار جمعی عراق به منظور آماده‌سازی افکار عمومی برای حمله به این کشور در سال ۲۰۰۳ و آشکارشدن فجایع پیش‌آمده ناشی از دو جنگ افغانستان و عراق در سطحی جهانی

به کمک رسانه‌های اجتماعی، دولت باراک اوباما که وارث بدنامی بزرگی برای آمریکا در سراسر جهان بود، رویکرد تازه‌ای برای بهبود وجهه این کشور و نیز تعامل با دنیا و کشورهای بی‌اتخاذ کرد که از نگاه واشنگتن رقیب یا دشمن، محسوب می‌شدند و یا نیازمند تغییراتی بودند. این رویکرد جدید در سال ۲۰۰۹ مشخصاً با عنوان «دیپلماسی دیجیتال» در سراسر دنیا معروف و شناخته شد. اگرچه «دیپلماسی دیجیتال» با برخی واژه‌های قبل از خود مانند «سایبر دیپلماسی»، «ای. دیپلماسی» و «آنلاین دیپلماسی» قرابت و هم‌پوشانی نسبی داشت، اما واقع این است که این اصطلاح مشخصاً مربوط به حوزه شبکه‌های اجتماعی و بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی بود که از اواسط دهه اول قرن بیست و یکم پا به عرصه وجود گذاشته و به شدت در جهان پرکاربرد شده بود و مختصات و ویژگی‌های قابل توجهی داشت که این کتاب می‌کوشد کارکرد ابزاری آن در دستگاه سیاست خارجی آمریکا در خلال وزارت خارجه هیلاری کلینتون را تبیین کند.

از منظر وزارت خارجه آمریکا، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی بازیگران جدید و کارآمدی در عرصه ارتباطات گسترده ملی و بین‌المللی محسوب می‌شدند که از طریق آنها این امکان بوجود می‌آمد تا سیاست خارجی آمریکا بتواند با کمترین هزینه و سریعترین زمان با بیشترین تعداد از مخاطبان خارجی مرتبط شود. از سوی دیگر استفاده از این ابزار کاملاً با سیاست‌های نوین ایالات متحده آمریکا مبنی بر اجتناب از توسل به مداخلات پرهزینه نظامی و مداخلات عریان سیاسی در سایر کشورها هماهنگی و انطباق داشت. از این‌رو، آمریکا بخشی از دستگاه سیاست خارجی خود را به ابزار «دیپلماسی دیجیتال» مجهز کرد که در دوره پس از باراک اوباما نیز ادامه پیدا کرد، تا جائیکه «نوئیدپلماسی» (دیپلماسی توئیتی) به اصلی‌ترین ابزار اعمال قدرت و ارتباط‌گیری دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری آمریکا در فاصله سالهای ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ تبدیل شد. استفاده ابزاری ترامپ از توئیت برای تاثیرگذاری بر افکار عمومی داخل و خارج آمریکا موفقیت آمیز بود بگونه‌ای که او سوای از رسانه‌های جریان اصلی توانسته بود از طریق حساب کاربری خود در توئیت ارتباط بسیار عمیقی با مخاطبان و طرفداران خود برقرار کند. این نفوذ تا آن حد بود که ترامپ توانست پس از اعلام رسمی پیروزی جو بایدن در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال ۲۰۲۰، با توئیت‌های اعتراضی خود

جمع‌کنندگی از هوادارانش را در روزهای پنجم و ششم ژانویه ۲۰۲۱ در واشنگتن دی.سی به خیابان بکشاند تا خواستار ابطال پیروزی جو بایدن در انتخابات شوند. این اعتراضات که به باور بسیاری از کارشناسان آمریکایی متأثر از توئیت‌های تحریک‌آمیز ترامپ پدید آمده بود، به حمله معترضان به کنگره آمریکا منجر شد که یک رسوایی سیاسی تاریخی برای واشنگتن پدید آورد و نهایتاً سبب شد تا مسئولان توئیت، حساب کاربری او را ابتدا برای ۱۲ ساعت و سپس برای مدتی نامعلوم مسدود کنند.

بدون تردید این تأثیرات عمیق ناشی از توسعه شگرف فناوری از جمله فناوری اطلاعات و ارتباطات بوده است که به‌علت گسترش جهانی‌شدن به ابزاری انکارناپذیر در تأثیرگذاری بر اذهان و قلوب مخاطبان بدل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی، خصوصاً توئیتر و فیس‌بوک هم اینک نیز از فناوری‌های بی‌بدیل در تعاملات و ارتباطات جهانی، به‌ویژه میان نخبگان و کاربران عادی و حتی رهبران سیاسی محسوب می‌شوند. اگر تا دو دهه پیش تلویزیون‌های سراسری و شبکه‌های خبری بیست‌وچهارساعته نقش برجسته‌ای در مدیریت افکار عمومی، ذهنیت‌سازی، تصویرسازی، برندسازی، تسخیر اذهان و قلوب و انگاره‌سازی و تأثیرگذاری بر نوع تصمیم‌گیری تصمیم‌سازان در اتاق‌های فکر داشتند، امروزه می‌توان گفت بخش بزرگی از این نقش به شبکه‌های اجتماعی منتقل شده است.

مانوئل کاستلز، استاد علوم ارتباطات اجتماعی و جامعه‌شناس معروف اسپانیایی که صاحب سه‌گانه عصر اطلاعات و آثار شناخته‌شده دیگری در این حوزه است، در یکی از آثار اخیر خود با نام «قدرت ارتباطات» بر این نکته صحنه گذاشته و معتقد است که «مهم‌ترین اشکال قدرت در توانایی شکل‌دادن به اذهان انسان نهفته بوده است» (کاستلز، ۱۳۹۳). و این قدرت هم‌اکنون در جامعه شبکه‌ای است و کسی می‌تواند اذهان انسان‌ها را کنترل کند و پیام خود را در ذهن توده‌ها بکارد که «از قدرت شبکه‌سازی در جامعه شبکه‌ای» برخوردار باشد.

گسترش شبکه‌های اجتماعی به‌واسطه جهانی‌شدن برای شهروندان عادی نیز فرصت اظهارنظر و کنشگری پدید آورده است. دیگر هیچ پیامی یک‌سویه و یک‌طرفه نیست. هر پیامی که از سوی حکومت‌ها به سمت جامعه و توده‌ها ارسال می‌شود، می‌تواند به‌واسطه ظرفیت‌های موجود در رسانه و شبکه‌های اجتماعی با واکنش‌های مثبت و منفی توده‌های کنشگر در جامعه شبکه‌ای مواجه و حتی به چالش کشیده شود. این ظرفیت بالقوه در ایجاد چالش برای حکومت‌ها از طرف مردم و

«شهروندان شبکه‌ای شده» (Ross, 2011) خصوصاً در کشورهایی که دموکراسی و آزادی بیان در آنها محدود است نقطه اتکای دیپلماسی دیجیتال ایالات متحده آمریکا برای تأثیرگذاری بر این کشورها محسوب می‌شود؛ چراکه اگر تا پیش از این رسانه‌های حکومتی به صورت یک‌طرفه خود را سخن‌گوی حکومت و کشور معرفی می‌کردند و اصحاب قدرت به صورت یک‌طرفه برای توده‌ها سخن می‌گفتند؛ یا سیاستمداران صاحب رسانه مطامع خود را دیکته می‌کردند و هیچ‌کس وسیله و ابزار رویارویی و پاسخ به آنها را نداشت، امروز رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی با مخاطبان انبوه و در دسترس، فضایی را به وجود آورده‌اند که شهروندان نیز مطالبات خود را اعم از سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و حتی معیشتی مطرح می‌کنند و دولت‌های مرکزی یا حکومت‌های خود را به چالش می‌کشند.

این ظرفیت حتی در خود آمریکا، در جایگاه سردمدار و کنترل‌کننده بخش بزرگی از رسانه‌های فراگیر جهانی، صادق است، اما همان‌گونه که کاستلز در کتاب اخیر خود تبیین کرده است به‌فعل رسیدن این ظرفیت در کشورهایی که دموکراسی‌های باثبات دارند چندان چالش حاکمیتی ایجاد نمی‌کند، اما به‌فعل رسیدن این ظرفیت در کشورهای غیردموکراتیک و «زمانی که کنترل این رژیم‌ها بر ارتباطات از میان می‌رود» بسیار خطرناک می‌شود؛ چراکه «آنها به سمت اضمحلال حرکت می‌کنند، البته با سطوح مختلف از خشونت و هزینه‌های انسانی، که وابسته به چگونگی تغییرات سیاسی است» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۲۰۸).

به دیگر سخن، این ظرفیت به کمک رشد فناوری و توسعه شبکه‌های اجتماعی نظیر توئیتر در مقیاسی جهانی برای همگان فراهم شده است تا درباره همه موضوع‌ها، از جمله موضوع‌های مرتبط با سیاست خارجی و روابط بین‌الملل اظهار نظر کنند یا حتی آنها را به چالش بکشند. اگرچه در این کتاب موضوع بحث ما استفاده از این ظرفیت جهانی نیست، در بخش کوتاهی که درباره رویکرد دیپلماسی دیجیتالی آمریکا به ایران سخن گفته‌ایم به این موضوع اشاره خواهیم کرد؛ از جمله این که رسانه‌های اجتماعی سبب شده‌اند تا امروزه حضور بازیگران غیردولتی در توئیتر و رویکرد دیدگاه‌های آنها گاه در تعارض کامل با تصمیم‌سازی‌های قدرت‌های بزرگ، موجی ایجاد کند و مورد توجه صدها میلیون نفر از مردم دنیا و حتی تصمیم‌سازان قرار گیرد. از این رو، با توجه به این که

انقلاب ارتباطی فرصت‌هایی از جمله شبکه‌های اجتماعی را برای برهم‌زدن این فضای انحصاری در اختیار همگان، هم دولت‌ها و هم بازیگران غیردولتی، قرار داده است، دیپلماسی دیجیتال، با استقبال گسترده‌ای از سوی سیاستمداران و دستگاه‌های سیاست خارجی کشورها مواجه شده است، به‌گونه‌ای که هم‌اکنون بیش از ۹۰ درصد جامعه بین‌المللی و کشورهای عضو سازمان ملل متحد حضوری گسترده و فعال در شبکه‌های اجتماعی دارند.

همانگونه که در ابتدای مقدمه اشاره شد، واژه «دیپلماسی دیجیتال» با روی کارآمدن دولت اوپاما و در دوران وزارت خارجه هیلاری کلinton ساخته شد. (Gustin, 2011) با این همه در سالهای گذشته به میزان کارکرد و موفقیت آن در سراسر جهان رشد و کارکرد بیشتری پیدا کرده و حتی حکومت‌های هدف دیپلماسی دیجیتال آمریکا نیز در این خصوص فعال شده‌اند.

سیاست‌های مرتبط با امنیت سایبری که با عنوان «سایبر دیپلماسی» مورد بررسی قرار می‌گیرد، موضوع این کتاب نیست، اما برای تبیین تفاوت‌های آن با دیپلماسی دیجیتال و بیان اهمیت فوق‌العاده آن در دنیای امروز که برخی از آن به پاتک کشورهای هدف دیپلماسی دیجیتال به آمریکا یاد می‌کنند، اشاراتی به آن خواهد شد. با این همه، هر دو حوزه «دیپلماسی سایبر» و «دیپلماسی دیجیتال» به موازات رشد فناوری‌های نوین و نیز رشد علمی و دانش عمومی کاربران به موضوعاتی پرمعنا و تأثیرگذار در نظام دیپلماسی کشورها تبدیل شده‌اند و در خصوص «سایبر دیپلماسی» می‌توان ادعا کرد به موضوعی حیاتی برای کشورها تبدیل شده است؛ چراکه امروزه حیات و ممات برخی از کشورها درگیر جامعه شبکه‌ای اینترنتی است که حملات سایبری یا جرایم سایبری می‌توانند آن را با خطرات جدی مواجه کنند. همین موضوع تفاوت اصلی «دیپلماسی سایبر» را با «دیپلماسی دیجیتال» به نمایش درمی‌آورد؛ چراکه پایه استفاده از دیپلماسی دیجیتال که می‌توان از آن به مثابه زیرشاخه‌ای از دیپلماسی عمومی یاد کرد بر به‌کارگیری ابزارهای نوین ارتباطی مبتنی بر اینترنت، مانند شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی به طور عام، بنا نهاده شده است، حال آن‌که در «دیپلماسی سایبری» اساس کار بر استفاده از دانش پیشرفته برای جلوگیری از خطرات ناشی از «سایبر اتک» (حملات سایبری) و بروز هر گونه خطر خرابکاری امنیتی برای شبکه‌های حیاتی و یا طراحی برای نشان دادن

واکنش‌های احتمالی لازم و یا تشخیص و تصمیم‌گیری درباره استفاده از چنین حربه‌ای علیه دیگران است. با این همه شباهت و شراکت اصلی میان این دو بستر اینترنتی است.

براساس گزارش وب سایت استاتیستا در سال ۲۰۲۱، تا اواخر سال ۲۰۲۰ سه میلیارد و ۶۰۰ میلیون نفر در سراسر دنیا کاربر شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند. در این بین، اینستاگرام، فیس‌بوک، و توئیتر از جمله پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. توئیتر به‌علت ویژگی‌های منحصربه‌فرد، از جمله دسترسی سریع‌تر و محدودیت‌هایی که برای کاربر در انتشار پست ایجاد کرده از جذابیت بیش‌تری برای رهبران سیاسی دنیا و به‌تبع آن فعالان و نخبگان سیاسی و آن بخشی از افکار عمومی که به‌گفته پل لازارسفلد، رهبران افکار شناخته می‌شوند برخوردار بوده است. به گزارش استاتیستا تعداد کاربران توئیتر تا اواسط سال ۲۰۲۱ به تعداد ۲۰۶ میلیون کاربر فعال رسیده است. از آن‌جاکه تقریباً بخش بزرگی از کاربران توئیتر را رهبران، نخبگان و صاحبان افکار تشکیل می‌دهند، این شبکه اجتماعی که یک میکروبلگ جهانی محسوب می‌شود، تأثیر به‌سزایی در هدایت افکار عمومی و انگاره‌سازی برای آن‌ها داشته است. از این حیث، می‌توان گفت که توئیتر در مقایسه با دیگر شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک نخبه‌گرا و تأثیرگذارتر بوده است.

به‌همین‌علت، در کم‌تر از یک دهه گذشته واژه جدید توئیپلماسی (Twiplomacy) به فرهنگ واژگان سیاسی و روابط بین‌الملل افزوده شده است که نشان از تأثیرگذاری این شبکه اجتماعی در مدیریت افکار عمومی و حتی رهبران سیاسی جهان دارد. در واقع، همان‌گونه‌که در سطور بالا نیز به آن اشاره شد، پس از روی کار آمدن باراک اوباما در سال ۲۰۰۸ وزارت امور خارجه آمریکا و خصوصاً شخص هیلاری کلینتون برنامه‌ریزی و طراحی جدیدی را برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی این کشور در سراسر جهان به‌کار برد که نخست، قادر باشد وجهه تخریب‌شده آمریکا در جهان را که به‌واسطه رفتارهای جنگ‌طلبانه جرج دبلیو بوش به‌وجود آمده بود اصلاح و ترمیم کند و دوم، اهداف آمریکا از جمله دموکراسی‌سازی در کشورهای خاورمیانه، کنترل برخی کشورهای - به‌زعم واشنگتن - خودسر از جمله ایران، کره شمالی و مدیریت رقابت با کشورهای قدرتمند چین و روسیه را بدون توسل به جنگ و با استفاده از فناوری‌های دیجیتال و بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی از جمله توئیتر پیش ببرد. از این‌رو، هیلاری کلینتون برنامه تبلیغاتی خود را با عنوان «کشورداری در قرن

بیست‌ویکم»^۱ در سال ۲۰۰۹ آغاز کرد که مشخصه اصلی آن اتکا به دیپلماسی دیجیتال و گسترش آزادی اینترنت در سراسر جهان و خصوصاً در کشورهای یادشده بود. در همین سال وزارت خارجه آمریکا براساس دستورالعمل و خط‌مشی جدید، ۹ حساب کاربری رسمی در توئیتر به ن ۹ زبان زنده دنیا، ۱۹۴ حساب کاربری رسمی دیگر متعلق به دیپلمات‌ها یا شخصیت‌های عالی‌مقام این وزارت‌خانه در توئیتر و ۲۰۰ صفحه در فیس‌بوک ایجاد کرد که هر کدام نظر میلیون‌ها کاربر را به خود جلب کردند. بدین ترتیب، همان‌گونه که فرگوس هانسون عضو اندیشکده «مؤسسه بروکینگز» در واشنگتن دی.سی. و نویسنده کتاب «سیری در ای. دیپلماسی» بیان کرده است وزارت خارجه آمریکا از طریق اجرای این دیپلماسی عملاً یک «امپراتوری رسانه‌ای جهانی»^۲ را اداره می‌کند (The Economist, 2012).

در این کتاب، تبیین شده است که چگونه استفاده از دیپلماسی دیجیتال مشخصاً از زمان روی کار آمدن باراک اوباما و در دوران وزارت خارجه هیلاری کلینتون رایج شد و تیم دیجیتالی او چگونه با بهره‌گیری از این دیپلماسی تلاش کردند برنامه‌های «دموکراسی‌سازی»، گسترش «آزادی‌های اینترنتی»، و «تضعیف» برخی دولت‌های مستقر را با استفاده از تکنیک‌های «مشروعیت‌زدایی»، «تضعیف روحیه ملی»، «ایجاد ناامیدی» و «بی‌اعتبارسازی» در شبکه‌های اجتماعی پیش ببرند.

در تبیین نظری این موضوع از نظریه‌های مانوئل کاستلز در قدرت شبکه‌سازی استفاده شده که معتقد است «قدرت در ارتباطات است» و «ارتباطات امروز در ارتباطات شبکه‌ای است» و «هر کس قدرت شبکه‌سازی در جامعه شبکه‌ای را داشته باشد، قادر به استفاده از قدرت ارتباطات و تأثیرگذاری بر توده‌ها و افکار عمومی است» (کاستلز، ۱۳۹۳).

کتاب حاضر برگرفته از پایان نامه دکتری اینجانب در دانشگاه خوارزمی تهران با عنوان

«دیپلماسی دیجیتال و تاثیر توئیتر بر سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا (۲۰۱۲-۲۰۰۸)» است که با هدف گسترش ادبیات مرتبط با دیپلماسی دیجیتال؛ بیان تفاوت‌های آن با دیپلماسی سایبری، ای.

¹ 21st-century-statecraft

² Fergus Hanson

³ global media empire

دیپلماسی، و واژگان مشابه دیگر، ارائه تعریف و تبیین جایگاه توئیپلماسی در کشورداری قرن بیست و یکم آمریکا و تأثیر آن در معادلات دیپلماتیک و روندهای بین‌المللی خصوصاً در سیاست خارجی آمریکا انجام شده. استاد راهنمای این پایان نامه خانم دکتر فریده علیپور و اساتید مشاور آن آقایان دکتر ارسلان قربانی و دکتر ولی‌الله مدرس بوده‌اند.

در این کتاب تلاش شده است تا اهمیت جایگاه دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی در سیاست خارجی آمریکا برای مدیریت افکار و بسیج توده‌ها برای اهداف سیاست خارجی این کشور نشان داده شود و در عین حال ظرفیت شبکه‌های اجتماعی در تأثیرگذاری بر قلوب و اذهان مخاطبان جهانی و مخاطبان خاص از جمله ملت ایران، به تصویر کشیده شده است. این کتاب نشان می‌دهد چگونه وزارت خارجه آمریکا از طریق استفاده از دیپلماسی دیجیتال و بهره‌گیری از توئیپلماسی، «قدرت شبکه‌سازی» را برای خود ایجاد کرده و از طریق به کارگیری روش‌ها و تکنیک‌های «برجسته‌سازی»، «زمینه‌سازی» و «چارچوب‌بندی» اخبار و اطلاعات در این شبکه‌ها برای مخاطبان انبوه در ایران و برخی دیگر از کشورهای دنیا، افکار و اذهان آن‌ها را در مسیر مورد نظر خود هم برای برندسازی و بهبود وجهه‌اشنگتن در جهان و هم برای تأثیرگذاری بر کشورهای مورد نظر از جمله ایران هدایت کرده است.

فصل اول

دیپلماسی دیجیتال؛

قدرت‌سازی از طریق رسانه‌های اجتماعی

در این فصل، ابتدا با استفاده از نظریات مانوئل کاستلز قدرت ارتباطات را در جهان شبکه‌ای و دیجیتالی شده تبیین می‌کنیم و سپس با مروری گذرا سیر تحول دیپلماسی از سنتی به کلاسیک و از کلاسیک به مدرن، دوره تأثیرگذاری عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر دیپلماسی و پیدایش شبکه‌های اجتماعی و ویژگی‌های آن‌ها، و ظهور دیپلماسی دیجیتال را تشریح می‌کنیم. پس از آن به‌طور مشخص با توجه به تغییرات ناگزیری که عصر دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در همه شئون زندگی ما پدید آورده‌اند، دیپلماسی توئیتی یا توئیپلماسی را مورد بررسی قرار می‌دهیم و نشان می‌دهیم که چگونه توئیتر، در جایگاه یکی از محبوب‌ترین و مؤثرترین شبکه‌های اجتماعی و با ظرفیت روزانه ۵۰۰ میلیون توئیت و ۳۴۰ میلیون کاربر فعال (تا سال ۲۰۲۱)، به کلیدی‌ترین ابزار برای پیشبرد دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا تبدیل شده و این کشور از دیپلماسی دیجیتال برای برجسته‌سازی، زمینه‌سازی، و چارچوب‌بندی اخبار و اطلاعات به‌منظور برندسازی برای ایالات متحده آمریکا یا ایجاد انگاره‌های خودخواسته از دیگر دولت‌ها از جمله ایران استفاده می‌کند.

دیپلماسی و مفهوم قدرت‌سازی در شبکه‌های اجتماعی

واژه دیپلماسی در اصل از فعل یونانی دیپلم گرفته شده که به معنای «تاکردن» است. کلمه دیپلماسی نیز از همین فعل مشتق شده و حاکی از نوشته یا طومارمانندی است که به هر کسی اعطا می‌شد، از امتیازات خاصی برخوردار می‌شد (توتونچیان، ۱۳۷۲). امروزه دیپلماسی به مدیریت و فن حکومت‌داری اطلاق می‌شود. درواقع، «دیپلماسی مدیریت روابط بین حکومت‌ها، دولت‌ها، و بین

دولت‌ها و سایر بازیگران صحنه جهانی است. از دیدگاه دولت، دیپلماسی مجموعه‌ای از اقداماتی است که به وسیله آن‌ها می‌توان این روابط را مدیریت کرد و در یک کلام فن شکل‌دادن و اجرای سیاست خارجی هر کشور، دولت، یا قدرت سیاسی در عرصه جهانی است» (Barston, 2015: 1). بدین معنی، دیپلماسی ابزاری برای پیشبرد اهداف حاکمان و دولت‌مردان برای حفظ قدرت، افزایش قدرت، تثبیت قدرت، و امتداد قدرت بوده است. «قدرت، اساسی‌ترین جریان موجود در هر جامعه است؛ چراکه هر اجتماع بر پایه مجموعه‌ای از ارزش‌ها و نهادها تعریف شده است و آنچه به‌عنوان ارزش شناخته شده و نهادینه می‌شود، توسط روابط قدرت تعیین می‌شود» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۵).

از این منظر، دیپلماسی در خدمت قدرت بوده و هست و ابزاری برای نیل به اهداف و منافع حکومت‌ها است. این ابزار در طول تاریخ از طریق حکمرانان، سیاستمداران، و فرمانروایان و امروزه از طریق دولت‌ها یا مجموعه‌ای از نخبگان سیاسی، اقتصادی، و امنیتی به‌کار گرفته می‌شود که اکنون از آن با عنوان دستگاه سیاست خارجی یاد می‌کنند.

اصلی‌ترین وظیفه دستگاه سیاست خارجی هر کشوری به‌کارگیری دیپلماسی برای محقق‌کردن اهداف و منافع حکومت‌ها، قدرت‌ها، یا دولت‌هاست. تا اواخر قرن بیستم دیپلماسی از طریق نمایندگان رسمی دولت‌ها اعم از سفرا یا فرستادگان ویژه و نیز اقدامات غیرمستقیم دیگر بازیگران مانند تجار و بازرگانان و حتی محصولات فرهنگی و هنری پیش می‌رفته است.

دولت‌ها هم‌چنین با استفاده از مکاتبات، مذاکره، تبادل نظر، بازدید، تهدید، یا هر اقدام مقتضی دیگر دیپلماسی رسمی را پیش می‌برده‌اند. باین‌همه، ریشه قدرت در کجاست؟ یک ضرب‌المثل بسیار قدیمی می‌گوید: «قدرت دانش است» یا «دانش قدرت است». این ضرب‌المثل میان همه ملت‌ها و حکومت‌ها رایج است و هر فرهنگی آن را با جمله‌بندی‌های متفاوت بیان می‌کند؛ چنان‌که فردوسی شاعر بزرگ ایرانی بیش از هزار سال پیش گفته است «توانا بود هر که دانا بود».

چارچوب مفهومی

تأثیرات ناشی از پیشرفت‌های نوآورانه و گسترش جهانی فناوری اطلاعات و ارتباطات در روابط بین‌الملل، بسیار گسترده است که در این کتاب بخشی از این تأثیرات در حوزه دیپلماسی که به

شکل‌گیری مفهوم دیپلماسی دیجیتال منجر شده، بررسی می‌شود. در این کتاب قصد داریم نشان دهیم که فناوری‌های نوین، از جمله توسعه پلتفرم‌های اینترنتی دیجیتال توانسته است قدرت دیپلماسی را در صحنه روابط بین‌الملل و در عرصه کشورداری افزایش دهد و ایالات متحده آمریکا یکی از کشورهای است که در بهره‌گیری از این قدرت پیشگام بوده است. برای بررسی نحوه تأثیرگذاری دیپلماسی دیجیتال بر سیاست خارجی آمریکا و خصوصاً در مورد جمهوری اسلامی ایران، از نظریات مانوئل کاستلز در خصوص قدرت شبکه‌ای و قدرت ارتباطات به‌منزله مبانی نظری و استدلالی این بحث استفاده کرده‌ایم.

در تاریخ دیپلماسی، متفکران و اندیشمندان زیادی تلاش کرده‌اند تا خاستگاه و ریشه قدرت را در موضوعات مختلف به‌تصویر بکشند. در این کتاب ابعاد و زوایا و انواع مختلف قدرت تشریح نمی‌شود، بلکه با تکیه بر نظریات و اندیشه‌های مانوئل کاستلز، تأثیر قدرت ارتباطات بیان می‌گردد زیرا «برترین شکل قدرت در جامعه شبکه‌ای است» که به‌گفته وی، امروزه در جامعه شبکه‌ای و شبکه‌های ارتباطاتی اینترنت پایه متجلی شده است (کاستلز، ۱۳۹۳: ۵۸). این چارچوب مفهومی نشان می‌دهد که دیپلماسی دیجیتال در قرن بیست‌ویکم از این نظر مهم است که قدرت نهفته در شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی را به‌منظور پیشبرد اهداف سیاست خارجی آمریکا و سایر کشورهای به‌کارگیرنده آن، آزاد می‌کند. از این نظر، در مکانیسم‌های عمل دستگاه سیاست خارجی، تطبیق روش‌های دیپلماسی با فناوری‌های جدید در نیل به اهداف ملی تأثیرگذار است.

قدرت نرم، قدرت سخت، قدرت هوشمند

پیش از تشریح نظریات کاستلز در خصوص قدرت ارتباطات باید به این نکته اشاره کرد که مبنا قراردادن نظریات ژوزف نای در خصوص «قدرت نرم» و «قدرت هوشمند» برای تبیین تأثیرگذاری دیپلماسی دیجیتال در سیاست خارجی آمریکا چه در نظر و چه در عمل امکان‌پذیر است، اما ترجیح داده شد برای درک بهتر جزئیات و نحوه به‌کارگیری و عملیاتی‌کردن قدرت‌سازی از طریق رسانه‌های اجتماعی از نظریات و چارچوب مفهومی مانوئل کاستلز در خصوص قدرت ارتباطات بهره گرفته شود. البته نظریات کاستلز در خصوص قدرت ارتباطات در یک نمای کلی‌تر می‌تواند زیرمجموعه

«قدرت نرم» و «قدرت هوشمند» نای قرار گیرد، چه این که هر دو بر به کارگیری قدرتی به جز «قدرت سخت» برای رسیدن به اهداف سیاسی و تأثیرگذاری و اعمال قدرت بر دیگران تأکید داشته‌اند. از نگاه ژوزف نای قدرت نرم به این معنی است که فرد یا سیاستمدار قادر باشد دیگران را از طریق نیروی فکر، اعتقادات، نظریات و ارزش‌هایش متقاعد، اغوا و جذب کند و در مسیر دستور کاری که در جهان سیاست تعیین کرده به خدمت بگیرد بدون آن که از قدرت اقتصادی یا نظامی استفاده کند (Nye, 1990).

نای دو نوع از قدرت سخت و نرم را تبیین می‌کند: «قدرت سخت» به این معنی که دیگران را با استفاده از نیروی نظامی و تهدید به کاری وادار کنی که برخلاف تمایل، خواست و استراتژی اولیه اوست (Nye, 2011). این روش حتی تطمیع دیگر بازیگران را برای انجام دادن آنچه موردنظر است شامل می‌شود که همان سیاست «چماق و هویج» است. اما «قدرت نرم» برخلاف «قدرت سخت» بر توانایی اغوا و جذب دیگر بازیگران برای رسیدن به همان نتیجه تأکید دارد و مشخصاً این که اهداف به طریقی غیرنظامی و بدون استفاده از زور، تهدید، و تحریم به دست آید (Nye, 2004). او در نهایت «قدرت هوشمند» را معرفی می‌کند که ترکیبی از دو نوع قدرت سخت و نرم است (Nye, 2005). نای این گونه استدلال می‌کند که «قدرت نرم» به همان اندازه «قدرت سخت» و حتی شاید بیشتر از آن در نظام بین‌الملل و جهان سیاست اهمیت دارد. در واقع، «قدرت نرم» از این نظر که با هزینه‌ای کم‌تر و بدون نیاز به درگیری و رقابت، تغییر در رفتار را ایجاد می‌کند اهمیت می‌یابد. از این رو، همان گونه که هالامز استدلال می‌کند «هنر قدرت نرم در قرن بیست و یکم در حال ترکیب کردن ابزارهای سنتی دیپلماسی و مذاکره است و این توانایی را دارد که از قدرت بالقوه و ذاتی فناوری‌های نوین و نوظهوری که جهانی شدن آن‌ها را فراگیر کرده است بهره گیرد» (Hallams, 2010).

همان گونه که مشهود است نظریات نای در باب «قدرت نرم» و «قدرت هوشمند» با ویژگی‌های قرن بیست و یکم و جهان دیجیتالی شده کنونی همخوانی دارد؛ با این همه، در تبیین

¹ Ellen Hallams

چگونگی کارکرد فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات در ایجاد قدرت برای دیپلماسی و به‌تصویرکشیدن جزئیات و مکانیسم عملکرد رسانه‌های اجتماعی در کمک به دیپلماسی، بیش‌تر به نظریات کاستلز احتیاج داریم. درواقع، نظریات کاستلز تبیین می‌کنند که چگونه آنچه را نای در مقوله‌های «قدرت نرم» و «قدرت هوشمند» تبیین کرده است، می‌توان از طریق «قدرت ارتباطات» در «جامعه شبکه‌ای» و از طریق «قدرت شبکه‌سازی» و با استفاده از تکنیک‌های «برجسته‌سازی»، «زمینه‌سازی»، و «چارچوب‌بندی» اخبار و اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی و با فتح قلوب و اذهان مخاطبان به‌واسطه تصویرسازی که می‌توان با این تکنیک‌ها پدید آورد، عملیاتی کرد و دیگر بازیگران را بدون استفاده از «قدرت سخت» تسلیم اراده خود نمود.

اصلی‌ترین فرض کاستلز بر این است که در جهان به‌هم‌تنیده ناشی از توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و فراگیرشدن استفاده از ابزارها و امکانات دیجیتالی در سراسر دنیا به برکت جهانی‌شدن که به‌واقع نظریه «دهکده جهانی» مارشال مک‌لوهان را محقق کرده است، معیارهای جدیدی برای اعمال قدرت و ایجاد قدرت پدیدار شده است و هر کشوری که می‌خواهد هم‌چنان در این وضعیت دیجیتالی‌شده و جهانی‌شده امروزی بهتر از دیگران دیپلماسی خود را پیش ببرد، باید بر این ابزارها سیطره و تسلط کافی داشته باشد.

جرج اورول در کتاب ۱۹۸۴ گفته بود: «هر که گذشته را کنترل می‌کند، آینده را کنترل می‌کند؛ هر که حال را کنترل می‌کند، گذشته را کنترل می‌کند.» اما کاستلز بدون حاشیه و باصراحت می‌گوید: «باور من این است که قدرت، مبتنی بر کنترل ارتباطات و اطلاعات است» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۷). به‌عبارت‌دیگر، ادعای کاستلز را در برابر ادعای اورول این‌گونه می‌شود باز نویسی کرد: «هر که ارتباطات را کنترل می‌کند قدرت را کنترل می‌کند.» و اگر این ادعای کاستلز را با ضرب‌المثل جهانی «قدرت، دانش است» جای‌گزین کنیم به عبارت «قدرت، ارتباطات است» یا «ارتباطات، قدرت است» می‌رسیم و شاید به‌همین‌علت است که او آخرین و جدیدترین اثر خود را «قدرت ارتباطات» (Castells, 2013) نام گذاشته است.

از نظر کاستلز «قدرت، ظرفیتی ارتباطی است که بازیگر اجتماعی را قادر می‌سازد بر تصمیمات بازیگران اجتماعی دیگر تأثیر بگذارد؛ به صورتی که به نفع اهداف بازیگر توانمند و منافع

و ارزش‌های او باشد. قدرت با ابزار اجبار (یا امکان به‌کارگیری آن) یا براساس ساخت معانی در گفتمان‌های خاص که بازیگران اجتماعی بدان وسیله رویکردهای خود را معین می‌کنند، اعمال می‌شود.» برای او این مهم نیست که «قدرت در سطح کلان دولت‌ها و شرکت‌های رسانه‌ای باشد یا این‌که قدرت در سطح خرد سازمان‌ها در همه انواع مختلف آن» برای او مهم این است که «قدرت مبتنی بر کنترل ارتباطات و اطلاعات است» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۵).

طبیعی‌ترین سؤالی که در این جا پیش می‌آید این است که چه کسی ارتباطات و اطلاعات را کنترل می‌کند و قدرت در دست چه کسی یا چه کسانی است؟ پاسخ‌دادن به این سؤال مستلزم مرور رویدادهای مهمی است که در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن بیست‌ویکم دنیا را تحت‌تأثیر خود قرار داد. گسترش و توسعه جهانی اینترنت و انقلاب فناوری‌های نوین در این دو مقطع تاریخی، دیپلماسی و قدرت، هر دو را متأثر از توانایی‌های خود کرده است.

از منظر کاستلز، «قدرت در وهله اول از طریق معناسازی در ذهن انسان و به کمک فرایندهای ارتباطی اعمال می‌گردد که در شبکه‌های چندرسانه‌ای جهانی یا محلی با رویکرد ارتباط جمعی، از جمله ارتباط جمعی خودانگیز اجرایی می‌شود» (کاستلز، ۱۳۹۶: ۷۴۳). «با نفوذ روزافزون اینترنت، شکل جدیدی از ارتباطات تعاملی پدید آمده است و به این ترتیب ظرفیت ارسال پیام‌های چند به چند، در زمان حال یا زمانی انتخاب شده و با امکان استفاده از ارتباطات نقطه‌به‌نقطه، پخش محدود یا گسترده، با توجه به اهداف و ویژگی‌های معطوف به کنش ارتباطی در نظر گرفته شده، مشخص می‌شوند. این شکل تازه ارتباطات را به‌لحاظ تاریخی ارتباطات جمعی خودانگیز^۱ می‌نامم» (همان: ۸).

اما قدرت در کدام قسمت این فرایند قرار می‌گیرد؟ اگر قدرت توانمندی ارتباطی برای تحمیل اراده و ارزش‌های بازیگران اجتماعی باشد، این بازیگران اجتماعی چه کسانی هستند؟ کاستلز با بیان این‌که قدرت در جامعه شبکه‌ای از طریق شبکه‌ها جریان می‌یابد چهار شکل از قدرت را در این اوضاع فناورانه و اجتماعی ارائه می‌دهد: قدرت شبکه^۲، قدرت شبکه‌ای^۳، قدرت شبکه‌ای شده^۱ و

¹ Mass self-communication

² Networking Power

³ Network Power

قدرت شبکه‌گردانی^۲، او نهایتاً این‌گونه نتیجه می‌گیرد که با وجود تغییرات صورت‌گرفته در دسترسی‌ها، ضعیف‌شدن نقش دروازه‌بانان و پیام‌رسان‌ها در جامعه شبکه‌ای و با وجود این‌که رسانه‌های اجتماعی گروه‌ها و سازمان‌های غیردولتی و حتی اشخاص را نیز توانمند کرده است تا ساختارهای انحصاری رسانه‌های جریان اصلی را بشکنند و تولیدکننده مستقیم پیام برای مخاطبان بی‌واسطه جهانی باشند، هم‌چنان قدرت اصلی در اختیار حکومت‌ها، غول‌های رسانه‌ای، و شرکت‌های عظیم رسانه‌ای است؛ چراکه آن‌ها قدرت شبکه‌سازی، برنامه‌ریزی، بازبرنامه‌ریزی، و راه‌گزینی دارند. اگرچه ممکن است به‌گفته کاستلز «قدرت آن‌چنان‌که برطبق الگوهای سنتی فرض می‌شود مفهومی در جامعه شبکه‌ای نداشته باشد، اما اشکال جدید سلطه و جبرگرایی در شکل‌دادن به زندگی مردم بدون در نظر گرفتن اراده آن‌ها در این جوامع حائز اهمیت‌اند» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۵۶).

کاستلز با بیان این‌که «امروزه مهم‌ترین اشکال قدرت از منطق قدرت شبکه‌سازی پیروی می‌کنند» به دو مکانیسم اساسی در دنیای شبکه‌ها اشاره می‌کند که توانایی اعمال کنترل بر دیگران را ایجاد می‌کند: «۱. توانایی ساخت شبکه‌ها و برنامه‌ریزی و بازبرنامه‌ریزی شبکه‌ها بر پایه اهداف اختصاص‌یافته به شبکه‌ها؛ ۲. توانایی برای اتصال و حصول اطمینان از همکاری شبکه‌های مختلف با اشتراک‌گذاشتن اهداف مشترک و ترکیب منابع، درحالی‌که رقابت با دیگر شبکه‌ها از طریق ایجاد همکاری‌های استراتژیک کم‌رنگ می‌شود» (Casttels, 2011). او سپس دارندگان جایگاه نخست را «برنامه‌نویسان» و دارندگان جایگاه دوم را «راه‌گزین‌ها یا کلیدداران» معرفی می‌کند و معتقد است اگرچه هر دو بازیگران اجتماعی محسوب می‌شوند، «در موارد بسیاری صاحبان قدرت شبکه‌های خاص خود را دارند و این شبکه‌ها متشکل از انسان‌هایی هستند که در حول طرح‌ها و منافع آن‌ها سازمان یافته‌اند» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۵۶).

بنابراین با این دیدگاه طبیعی است که «کنترل و یا نفوذ در شبکه‌های ارتباطی و توانایی برای ایجاد یک فرایند مؤثر ارتباطات و اقناع، همراه با خطوطی که به نفع طرح‌های برنامه‌ریزان است، دارایی‌های اصلی در توانایی برنامه‌ریزی هر شبکه هستند»، اما همان‌قدر که این فرایند که کاستلز از آن

¹ Networked Power

² Network-making Power

با عنوان «برنامه‌نویسی» یاد می‌کند اهمیت دارد، «کنترل نقاط اتصال بین شبکه‌های مختلف استراتژیک» نیز مهم است که همان «راه‌گزینی» است. «برنامه‌ریزان» و «راه‌گزین‌ها» که فرد نیستند، اما افراد و بازیگرانی هستند که از شبکه‌های بازیگران ساخته شده‌اند و «به‌خاطر موقعیت خود در ساختار اجتماعی، قدرت شبکه‌سازی دارند که برترین شکل قدرت در جامعه شبکه‌ای است» (همان: ۵۸).

او نهایتاً نقش برنامه‌ریزان را مهم‌تر از راه‌گزین‌ها می‌داند و می‌گوید: «قدرت برنامه‌ریزی قدرت راه‌گزینی را مقید می‌کند؛ چراکه برنامه شبکه‌ها طیف وسیعی از رابط‌های احتمالی را در فرایندهای راه‌گزینی تعیین می‌کنند. گفتمان‌ها گزاره‌هایی را که شبکه‌ها می‌توانند یا نمی‌توانند مشخص می‌کنند. در جامعه شبکه‌ای گفتمان‌ها تولید و منتشر شده و در نهایت در اعمال انسانی تجسم می‌یابند و در قلمرو ارتباطات اجتماعی شده شکل گرفته در حول شبکه‌های محلی جهانی چندجانبه، ارتباطات دیجیتال که شامل رسانه‌ها و اینترنت تکامل می‌یابند. لذا می‌توان گفت قدرت در جامعه شبکه‌ای قدرتی ارتباطی است» (همان: ۶۵).

کاستلز بر اهمیت برنامه‌ریزان در جامعه شبکه‌ای مبتنی بر ارتباطات جمعی چندرسانه‌ای تأکید می‌کند و می‌گوید: «شبکه‌های چندرسانه‌ای به‌عنوان ساختارهای ارتباطی، قدرت شبکه‌ای یا قدرت شبکه‌ای شده یا قدرت شبکه‌گردانی را در اختیار ندارند.» آن‌ها وابسته به تصمیمات و دستورات برنامه‌نویسان خویش هستند. قدرت شبکه‌ای شده متمایز از قدرت شبکه‌ای و قدرت شبکه‌سازی است و شکلی از قدرت است که گروه‌های خاصی بر گروه‌های دیگر درون یک شبکه اعمال می‌کنند. هدف فراگیر مدیریت شبکه به‌دست قدرت شبکه‌ای شده برنامه‌نویسان ایجاد برنامه‌های تنظیم شده است. برنامه‌های نوشته شده همواره در فرمان صاحبان قدرت در شبکه‌های ارتباطی هستند.

قدرت‌سازی شبکه‌ای ظرفیت تنظیم و برنامه‌ریزی یک شبکه و در این مورد یک شبکه ارتباط جمعی چندرسانه‌ای است (همان: ۳۲۱).

این موضوع عمدتاً به صاحبان و عوامل کنترل بنگاه‌های رسانه‌ای اشاره دارد که هر دو متشکل از نخبگان سیاسی، اقتصادی، و فرهنگی یا ترکیبی از اصحاب قدرت و ثروت و رسانه هستند. کاستلز در مورد این‌ها چه کسانی هستند، به نام افرادی مانند روپرت مرداک، سیلویو برلوسکونی، مایکل بلومبرگ و بنگاه‌های تجاری اینترنتی، سرگئی برین، لری پیج، جری یانگ، دیوید فیلو، و افراد

مشابه آن‌ها اشاره می‌کند که در هر جامعه‌ای شبیه آن‌ها یا افرادی در اندازه آن‌ها یافت می‌شوند و می‌توانند نقش برنامه‌ریزی و راه‌گزینی را در شبکه‌سازی به عهده بگیرند.

او معتقد است مالکان شبکه‌های شرکت‌های چندرسانه‌ای جهانی، یقیناً دارندگان قدرت در جامعه شبکه‌ای هستند، چراکه آن‌ها برنامه‌ریزان اصلی شبکه هستند؛ شبکه‌های کلان ارتباطی، شبکه‌هایی که منابع انگاره‌ای و انتزاعی را بر طبق آنچه ما احساس می‌کنیم و با آن فکر و زندگی می‌کنیم یا می‌پذیریم و با آن نبرد می‌کنیم، انتقال می‌دهند. تشخیص دادن رابطه آن‌ها با بازیگران اجتماعی در مورد آنچه آن‌ها قدرت خود را بر آن اعمال می‌کنند، آسان است. آن‌ها انسان‌ها را از راه‌های فروش تصاویری از زندگی ما به مخاطبان خود تبدیل می‌کنند. بنابراین، آن‌ها منافع خود را (کسب پول و نفوذ) با طراحی محتوای فرهنگ‌ها، بر طبق استراتژی‌های شرکت‌های خود به دست می‌آورند. و این لزوماً به معنی آن نیست که آن‌ها ارزش‌های خود را بر ما تحمیل می‌کنند (اگرچه اغلب این کار را می‌کنند)؛ چراکه اثربخشی رسانه‌ها به انطباق آن‌ها با الگوهای فرهنگی متفاوت و حالت‌های ذهن و تکامل‌های متفاوت هر یک از این الگوها و خلق وخواها بستگی دارد (همان: ۳۲۴).

کاستلز منکر این واقعیت نیست که پیدایش فناوری‌های نوین و گسترش اینترنت در سراسر جهان و استفاده بیش‌تر توده‌ها از شبکه‌های اجتماعی اینترنت پایه، این امکان را فراهم کرده است تا توده‌های مردم نیز بتوانند قدرت حاکمان را به چالش بکشند؛ چراکه در همین زمان هم کنترل آن‌ها بر بخش وسیعی از ارتباطات از دست رفته است. برعکس، او معتقد است رسانه‌های اجتماعی با حذف واسطه‌ها که یا منابع قدرت یا منابع جریان اصلی رسانه‌ای هستند و در نبود دروازه‌بانی خبری رایج در مکانیسم‌های رسانه‌های جریان اصلی، امکان ایجاد ارتباطی تعاملی، دائمی، سریع، و در مقیاسی بسیار وسیع و جهانی را در اختیار همگان قرار داده‌اند؛ اما او این توانمندی را صرفاً در حد یک «ضد قدرت» (پادقدرت) در برابر جریان اصلی قدرت ارزیابی می‌کند (کاستلز، ۱۳۹۳).

او در اهمیت شکسته شدن فضای انحصاری رسانه‌ای در دنیای دیجیتالی شده و در عصر جامعه شبکه‌ای که پیش‌تر به صورت عمده در اختیار صاحبان سیاست یا صاحبان رسانه‌ها بوده است، می‌گوید: «نقاط ورود به دنیای سمعی و بصری همگانی، چندلایه و متنوع شده است. هر کسی می‌تواند یک ویدئو آپلود کند، یک وبلاگ بنویسد، یا اطلاعات محرمانه منتشر کند و تأثیر بالقوه پیام آن‌ها بر

چگونگی تأثیر آن در تصورات مردم، هم‌چون نوع برداشت رسانه‌ها از آن در انتشار برای مخاطبان خویش وابسته است. به‌همین جهت است که دو شکل ارتباطات، ارتباطات جمعی و خود ارتباطات توده‌ای، به‌طور روزافزونی در حال یکپارچه‌شدن روزافزون با دیدگاه‌های مخاطبان خود هستند. و تفاوت کلیدی بین آن‌ها در سطح کنترل در نقطه ورود در دستگاه‌های سمعی و بصری است. و درحالی‌که فیلترهای ایجادشده توسط مالکان، آگهی‌دهندگان، سردبیران، و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای اخبار را اولویت‌بندی یا محدود می‌کند. اینترنت هم‌چنین بستر انتخاب برای پیام‌های بدون بازنگری و نظارت باقی مانده، که منابع اطلاعاتی درست و یا ناصحیح را بسط داده است و اعتبار نازل‌تر را در عوض تنوع بیش‌تر معاوضه کرده است» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۲۵۳).

بااین‌همه، کاستلز هم‌چنان اصالت را به «قدرت» می‌دهد نه «ضدقدرت» و معتقد است «ضدقدرت» همان نقطه اتکای اربابان جهانی قدرت برای اعمال نفوذ و تغییر از طریق «قدرت شبکه‌سازی» است. براین‌اساس، او هم‌چنان «قدرت» را اساسی‌ترین روند جاری در جامعه و ظرفیتی برای ایجاد ارتباط می‌داند که طی آن یک بازیگر، قادر به تأثیرگذاری در روند تصمیمات دیگر بازیگران در جامعه می‌شود. از نگاه او هم‌چنین «قدرت بر محور کنترل ارتباطات و اطلاعات می‌چرخد، حالا چه قدرت کلان دولتی و بنگاه‌های رسانه‌ای یا قدرت خرد سازمان‌های مختلف باشد. قدرت فراتر از ارتباط و ارتباط چیزی بیش‌تر از قدرت است. قدرت متکی بر کنترل ارتباطات است و به‌همین دلیل ضدقدرت نیاز به درهم‌شکستن کامل چنین کنترلی دارد» (کاستلز، ۱۳۹۶).

او در کتاب شبکه‌های خشم و امید به‌خوبی نشان می‌دهد که چگونه «ضدقدرت» در کشورهای که سیستم سیاسی بسته و غیردموکراتیک دارند ابزاری در دست اربابان جهانی قدرت است. او در این کتاب صراحتاً از شبکه‌های اجتماعی به‌منزله پادقدرت در برابر قدرت مسلط در کشورهای یاد کرده است که از انقلاب عربی متأثر شدند. بحث نظری کاستلز بر این پایه استوار است که آنچه جامعه را می‌سازد، قدرت است و «صاحبان قدرت نهادهای جامعه را براساس ارزش‌ها و منافع خود می‌سازند. قدرت از طریق ابزارهای اجبار (انحصار مشروع یا نامشروع خشونت از طریق

1. Counter Power

کنترل دولت)، یا ساخت معنا در ذهن مردم و از طریق مکانیسم‌های دست‌کاری عناوین اعمال می‌شود» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۲)، اما اگر «ضد قدرت» قادر به درهم‌شکستن چنین کنترلی بر اوضاع شود، آنگاه اضمحلال حکومت ثمره نظم پدیدآمده بر اثر اعمال قدرت ارتباطات خواهد بود (کاستلز، ۱۳۹۳).

به همین علت، معتقد است در چنین وضعیتی «حتی اگر دولت به عنوان یک شکل خاص از سازمان‌های اجتماعی محو نشود، نقش و ساختار و کارکرد خود را تغییر می‌دهد و به تدریج به سمت شکل جدیدی از دولت، دولت شبکه‌ای، تحول می‌یابد» و در تبیین چنین وضعیتی می‌افزاید: «از نظرگاه تاریخی، دولت‌ها (ملی یا غیر آن) ممکن است قادر به فعالیت به عنوان دروازه‌بان تعاملات شبکه‌ای باشند و پایداری را برای شبکه‌های متداخل قدرت فراهم نمایند. به این ترتیب، تحت شرایط چندلایه جهانی شدن، دولت تنها یک گره (اما مهم) در شبکه‌های خاص سیاسی، نهادی، و نظامی است که با شبکه‌های دیگر در ساختار رفتار اجتماعی در تعامل است» (کاستلز، ۱۳۹۴).

از نظر این اندیشمند علوم ارتباطات، مردم در فضای دیجیتالی شده، تمامی ایده‌ها، از جمله قدرت چالش، فروشکنی اقتدار دولتی، و تغییر بنیادهای فرهنگی تمدن قدیمی را در اختیار خواهند داشت. دامنه روابط بسیار گسترده است و شامل روابط قدرت سیاسی می‌شود که تأمین‌کننده دسترسی به مؤسسات دولتی و مدیریت آن‌هاست. کاستلز نشان می‌دهد که شبکه‌های ارتباطی برای ایجاد قدرت و ضد قدرت سیاسی ضروری هستند. برنامه‌های مقرر در مؤسسات سیاسی، قدرت شبکه را در مورد شهروندان و بازیگران سیاسی اعمال می‌کنند. او یکی از دلایل پدید آمدن چنین قدرتی را برای توده‌ها از بین رفتن قدرت دروازه‌بانی حکومت‌ها می‌داند.

«جیان کارلو بوزتی^۱ روزگاری گفته بود دسترسی به رسانه‌ها از طریق دروازه‌بانان امکان پذیر است» (Bosetti, 2007)، «اما در نبود دروازه‌بانی رایج خبری در شبکه‌های اجتماعی و وجود امکان دسترسی به اطلاعات فیلتر نشده برای توده‌ها و توانایی هر کاربر در ارتباط‌گیری سریع و گسترده با سایرین، قدرت رسانه‌های اجتماعی بی‌حد و حصر شده است. قدرت شبکه‌ای توده‌ها از طریق اتصال

¹ Bosetti, Giancarlo

به اینترنت در سال‌های اخیر با تغییرات حکومتی رخ داده در خاورمیانه، از جمله سقوط دیکتاتور مصر و یا به‌راه‌افتادن جنبش ۹۹ درصد در آمریکا به‌نمایش درآمده است» (کاستلز، ۱۳۹۳).

در این‌جا او به نقش و تأثیرگذاری تکنیک‌های اطلاع‌رسانی و نحوه ارسال و مدیریت پیام برای مدیریت قدرت و ضدقدرت در شبکه‌ها اشاره می‌کند. چه کسی چه پیامی را به چه منظوری و برای چه کسانی در چه زمینه‌ای ارسال می‌کند و چگونه او را وادار می‌کند تا پیام را در جامعه شبکه‌ای منتشر کند؟ کاستلز بر این اعتقاد است که «تشریح نحوه شکل‌گیری مفهوم قدرت در اذهان از طریق روندهای ارتباطی، نیاز به اطلاع از کنه مسائلی مانند این‌که پیام‌ها چگونه و از سوی چه کسانی در فرایند ایجاد قدرت تشکیل و در شبکه‌های ارتباطی الکترونیک قالب‌بندی و پخش می‌شوند، دارد» (همان).

هم‌چنین، او توجه مخاطبان خود را به نحوه عملکرد کنشگران در شبکه‌ها و مکانیسم ارتباطات افقی و عمودی آن‌ها در خلق قدرت شبکه‌ای معطوف کرده است و در کتاب *قدرت ارتباطات* می‌گوید: «در جامعه شبکه‌ای ما، بنیاد ارتباطات در یک شبکه جهانی در شبکه‌های ارتباطی افقی قرار دارد.» براساس استدلال او، «رسانه‌ها دارندگان قدرت نیستند، اما فضای ارتباطی را پدید می‌آورند که در آن درباره قدرت تصمیم گرفته می‌شود.» (خانیک، جهرمی، ۱۳۹۲) درعین‌حال، کاستلز معتقد است در داخل این فضای ارتباطی که روزبه‌روز رقابتی‌تر می‌شود «قدرت ساختاری یک بازیگر یا کنشگر اجتماعی، در توانایی او در تحمیل اراده‌اش به دیگر بازیگران نهفته است» (همان). او به‌درستی بر همین اساس استدلال می‌کند که توانایی برای یک تعامل موفق در چارچوب خشونت یا تهدید نیاز به قاب‌بندی یا چارچوب‌بندی اذهان فردی و جمعی دارد، مثلاً «جنگ عراق» از طریق تلاش برای گمراهی مردم با شعار «جنگ علیه ترور» توسط دولت بوش برای تسخیر اذهان آمریکایی‌ها راهی برای فتح عراق و حفظ موقعیت او در کاخ سفید شد.

کاستلز با بررسی تحقیقات تجربی پیرامون ساختار و پویایی ارتباطات جمعی در وضعیت دیجیتالیزه و جهانی‌شدن رسانه‌های جمعی و شبکه‌های افقی ارتباطات را بررسی و تحلیل کرده است و بر تفاوت‌ها و شباهت‌های آن‌ها متمرکز شده است. کاستلز استحاله مخاطبان رسانه‌ها از گیرنده به فرستنده و گیرنده پیام‌ها را بررسی می‌کند و ارتباط این دگرگونی و روند تغییرات اجتماعی در دنیای

بشری را شناسایی می‌کند و نهایتاً روابط قدرتی تعبیه‌شده در نظام ارتباطات جمعی و زیرساخت‌های شبکه‌ای را بررسی و ارتباط تجارت، رسانه، و سیاست را اثبات می‌کند. او پس از تنظیم عوامل ساختاری روابط میان قدرت و ارتباطات در جامعه شبکه‌ای، دیدگاه خود را در مورد تحلیل ساختار به تحلیل سازمان تغییر جهت می‌دهد. از نظر کاستلز اگر قدرت از طریق برقراری ارتباط با ذهن انسان و پیام‌های ارتباطی عمل می‌کند، پس نیازمند درک نحوه پردازش پیام‌ها توسط ذهن انسان و چگونگی ترجمان این پردازش در عرصه سیاسی هستیم. ارکان علمی این تحقیق در اکتشافات جدید علم اعصاب و روان و علوم شناختی یافت می‌شوند.

او سپس در تبیین اهمیت ذهن در تعاملات شبکه‌ای می‌گوید: «درواقع، یک ارتباط هم‌سوی فرهنگی، بین فرهنگ طراحان اینترنت، ویژگی رفتار آن‌ها به‌عنوان یک شبکه نسبتاً مستقل از ارتباطات و ظهور یک فرهنگ تجربه‌گرایی که راه خود را در ذهن میلیون‌ها نفر بر پایه شبکه‌سازی چندبعدی فرستندگان و گیرندگان پیام هموار می‌کند، وجود دارد.» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۴۳)

کاستلز در تشریح اهمیت ساخت معنا در اذهان عمومی که یکی از کارکردهای اصلی قدرت ارتباطات است می‌نویسد: «به این خاطر که شبکه‌های عصبی مغز ما از طریق تعاملات شبکه‌ای شده با محیط و از جمله محیط اجتماعی خود فعال شده‌اند این قلمرو نوین ارتباطی، در اشکال گوناگون آن، منبع اصلی از سیگنال‌هایی است که منجر به ساخت معنا در اذهان مردم می‌شود و از آن‌جا که معانی تا حد زیادی تعیین‌کننده رفتارها هستند، معانی ارتباطی، منبع عمده قدرت اجتماعی با قالب‌بندی ذهن انسان می‌باشند.» (همان)

اما با فرض همه شرایطی که کاستلز تشریح کرده اعم از برنامه‌ریزی، انتخاب راه‌گزین، به‌دست‌آوردن قدرت شبکه‌سازی و ایجاد ارتباطات افقی در شبکه سؤال اصلی این است که چگونه معانی پیام در ذهن مخاطب کاشته می‌شود. او یکی از کارکردهای اصلی ارتباطات را که به قدرت آن منجر می‌شود انگاره‌سازی در اذهان توده‌ها می‌داند که اصحاب قدرت از طریق شبکه‌های ارتباطی و رسانه‌های جمعی پدید می‌آورند، اما چگونه؟ کاستلز این فرایند را این‌گونه شرح می‌کند: «تصاویر در ذهن ما توسط اشیا یا رویدادها برانگیخته می‌شوند. ما وقایع را بازتولید نمی‌کنیم، بلکه آن‌ها را پردازش می‌کنیم. الگوهای عصبی منجر به ایجاد انگاره‌های ذهنی فراتر از روش‌های دیگر حول آن می‌شوند.

تصاویر اولیه که ذهن بر طبق آن عمل می‌کند در بدن و یا از طریق گیرنده‌های محیطی آن سرچشمه می‌گیرد» (کاستلز، ۱۳۹۳).

پژوهش‌های ارتباطی برای ارسال و دریافت خبر سه فرایند عمده را در روابط رسانه‌ها و مردم تشخیص داده‌اند که از طریق آن شهروندان خود را در ارتباط با جهان درک می‌کنند. این سه فرایند «برجسته‌سازی»، «زمینه‌سازی»^۲ و «چارچوب‌بندی»^۳ است. این سه مؤلفه با فراگیر شدن فناوری اطلاعات و توسعه شبکه‌های اجتماعی بیش از گذشته در اذهان و قلوب توده‌ها و افکار عمومی تأثیرگذار شده است (کاستلز، ۱۳۹۳).

کاستلز به نقل از انتمن یادآور می‌شود که به‌جز این‌ها، یکپارچگی تحلیلی بین برجسته‌سازی، چارچوب‌بندی، و زمینه‌سازی با مفهوم «سوء‌گیری»^۴ وجود دارد. سوء‌گیری عمدتاً دارای سه مفهوم است؛ الف) سوء‌گیری انحرافی: که اشاره به اخباری دارد که عمدتاً تحریف‌کننده واقعیت هستند؛ ب) سوء‌گیری محتوایی: که اشاره به الگوهای پایدار در چارچوب‌بندی رسانه‌های ارتباطی دارد و نفوذ یک طرف را در منازعه‌ها برای استفاده از قدرت دولت افزایش می‌دهند؛ ج) سوء‌گیری در تصمیم‌گیری: اشاره به انگیزش‌های رسانه‌های حرفه‌ای دارد که محتوای جانب‌دارانه تولید می‌کنند (Entman, 2007). و با گردهم‌آوردن این سه مکانیسم تأثیرگذار بر افکار عمومی، رسانه‌ها نه تنها به مخاطبان خود می‌گویند در مورد چه چیزی فکر کنند، بلکه چگونگی تفکر را نیز به آن‌ها القا می‌کنند. انتمن در این خصوص می‌گوید: «از طریق چارچوب‌بندی است که بازیگران سیاسی به متونی شکل می‌دهند که بر اولویت‌ها و ملاحظاتی که مردم در مورد آن فکر می‌کنند، تأثیر گذاشته یا اهمیت می‌دهند؛ چراکه موجزترین تعریف قدرت، توانایی وادار کردن دیگران به انجام کاری است که یک نفر خواهان آن است. گفتن به مردم که چگونه در مورد مسائل فکر کنند، روشی است که می‌توان به واسطه آن در نظام‌های سیاسی غیرتحمکی و (تا درجه محدودتری نظام‌های سیاسی قهرآمیز) اعمال نفوذ نمود» (Entman, 2007).

¹ agenda-setting

² priming

³ framing

⁴ Bias

«درنهایت، بایستی گفت، حجم رو به تزایدی از تحقیقات در علوم سیاسی و ارتباطات سیاسی، به ایجاد و استقرار مجموعه پیچیده‌ای از اتصالات بین ذهن و قدرت در فرایندهای سیاسی پرداخته‌اند.» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۶۳) «قدرت» هم‌چون همه «واقعیت‌ها» در شبکه‌های عصبی ساخته شده است و می‌توان ادعا کرد که «قدرت» از چرخه‌های موجود در ذهن منبعث می‌شود.

براساس مطالب پیش‌گفته، تحقیق حاضر نشان می‌دهد سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا از تغییرات شگرفی که فناوری اطلاعات و ارتباطات در همه ساختارها ایجاد کرده است به‌خوبی برای اعمال قدرت در جهان شبکه‌ای شده و دیجیتالی شده امروزی بهره می‌برد. وزارت خارجه آمریکا براساس الگویی که کاستلز مشخصاً درخصوص «قدرت شبکه‌سازی» ارائه کرده است، کوشیده است تا نخست، از همه ظرفیت‌های فناوری‌های نوین و رسانه‌های اجتماعی برای شبکه‌سازی و ارتباط مستقیم با توده‌های مردم و نخبگان استفاده کند، و دوم، از طریق این ارتباط برقرارکردن مستقیم و بدون واسطه با میلیون‌ها مخاطب در سراسر جهان، از تکنیک‌های چارچوب‌بندی، برجسته‌سازی، و زمینه‌سازی برای فتح ذهن و قلب کاربران و شهروندان شبکه‌ای شده در مسیر برندسازی برای ایالات متحده آمریکا و نیز سوءگیری علیه دولت‌های ناهم‌سو با خود استفاده کند، و سوم، از طریق هدایت «برنامه‌ریزان» و «راه‌گزين»ها در رسانه‌های اجتماعی و با کمک به ایجادکردن بستر لازم برای فعالیت جریان‌هایی که کاستلز از آن‌ها با عنوان «ضدقدرت» علیه «قدرت» موجود در جوامع یاد می‌کند، در کشورهای خاص با شعار «اینترنت آزاد» یا «مبارزه با سانسور دولتی»، حکومت‌هایی را، از جمله ایران، تحت فشار قرار دهد.

در پاسخ به چرایی ارتباط استفاده از این شگردها با «دیپلماسی دیجیتال» همین بس که برای دستیابی به هدف یادشده، لازم است تا نخست، از تمامی ابزارها و روش‌های فناورانه اینترنت پایه اطلاع درست و دقیق داشت و دوم، از همه آن‌ها به‌خوبی برای رسیدن به منافع و اهداف استفاده کرد. هر گونه به‌کارگیری ابزارهای فناورانه اینترنت پایه به‌منظور تحقق اهداف سیاست خارجی را دیپلماسی دیجیتال می‌گویند و ایالات متحده آمریکا با به‌کارگیری دیپلماسی دیجیتال، از جمله توئیپلماسی، توانسته است در سطحی وسیع سیاست‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری خود را با پیشرفت‌های فناورانه تطبیق دهد و به‌منظور بهره‌گیری از قدرت ارتباطات، آن‌گونه که از منظر کاستلز

تشریح شد، اعم از بهره‌گیری از قدرت و میدان‌دادن به جریان‌های ضد قدرت علیه حکومت‌های اقتدارگرا اقدام کند.

در ادامه، نیاز است تا مباحث مختصری را دربارهٔ دیپلماسی، دیپلماسی سنتی یا کلاسیک، دیپلماسی مدرن، و سیر تحولات فناورانه‌ای مطرح کنیم که به پیدایش دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی و نیز تفاوت‌های مفهومی پدیدآمده میان برخی عبارات از جمله «دیپلماسی دیجیتال»، «دیپلماسی سایبری»، و «ای. دیپلماسی» منجر می‌شود.

دیپلماسی سایبری، دیپلماسی دیجیتال و ای. دیپلماسی

تحقیق دربارهٔ اثر اینترنت بر دیپلماسی در مرحلهٔ شکل‌گیری است. از این رو، طیف مختلفی از واژگان که به مرور زمان ایجاد شده‌اند برای اشاره و ارجاع به این اثر به کار گرفته شده است. تأثیر اینترنت در دیپلماسی اغلب با واژگان «ای. دیپلماسی»،^۱ «دیپلماسی مجازی»،^۲ «دیپلماسی دیجیتال»،^۳ «دیپلماسی سایبری»،^۴ و حتی «دیپلماسی اینترنتی»^۵ مورد اشاره و توصیف و تحلیل قرار گرفته است. اگرچه همهٔ این واژه‌ها پدیده‌ای واحد را توصیف می‌کنند — که همان استفاده از اینترنت در دیپلماسی است — این توضیح خالی از فایده نیست که معمولاً از «ای. دیپلماسی» برای تجارت، از «دیپلماسی سایبر» برای جنایت و جنگ، از «دیجیتال دیپلماسی» برای شکاف‌های توسعه‌ای، و از «دیپلماسی مجازی» برای فضاهای اینترنتی استفاده می‌شود. الگوهای استفاده از واژگان به موازات توجه بیشتر به نقش اینترنت در دیپلماسی، به شکل قابل‌فهم‌تری ظهور می‌کنند. در زبان روزمره استفاده از هر یک از واژگان می‌تواند همان معنی خاص تأثیر اینترنت در دیپلماسی را تداعی کند، اما در سیاست‌های اینترنتی استفاده از هر یک از این واژگان معانی و ارتباط خاص خود را تداعی می‌کند (Tiirmaa-
(Klaar, 2013).

دیپلماسی سایبری

¹ E-Diplomacy

² Virtual Diplomacy

³ Digital Diplomacy

⁴ Cyber Diplomacy

⁵ Internet Diplomacy

واژه سایبر^۱ از لغت یونانی Kybernetes به معنی سکان‌دار یا راهنما مشتق شده است. نخستین بار اصطلاح «سایبرنتیک» را ریاضی‌دانی به نام نوربرت وینر در کتابی با عنوان سایبرنتیک و کنترل در ارتباط بین حیوان و ماشین در سال ۱۹۸۴ به کار برد. سایبرنتیک علم مطالعه و کنترل مکانیسم‌ها در سامانه‌های انسانی، ماشینی، و رایانه‌هاست. فضای سایبر در معنا به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق کامپیوتر و مسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود (Weiner, 1964).

در سال ۱۹۸۴ ویلیام گیسون^۲ واژه «فضای سایبری»^۳ را در یک رمان علمی – تخیلی به نام *نورومانس*^۴ رونمایی کرد. از آن پس، استفاده از پیش‌وند «سایبر» به موازات رشد و توسعه اینترنت استفاده شد. در اواخر دهه ۹۰ تقریباً هر آنچه به اینترنت مربوط می‌شد یک پیش‌وند «سایبر» با خود همراه داشت. واژگان «اجتماع سایبر»، «امنیت سایبر»، «قانون سایبر»، «جنایت سایبر» و.. همگی از این نوع عبارات ساخته شده با استفاده از پیش‌وند «سایبر» هستند که خواننده را متوجه ارتباط موضوع اصلی با اینترنت می‌کنند.

در اوایل قرن بیستم، به تدریج واژه «سایبر» مهجور شد و از ادبیات رایج عمومی کنار رفت، اما در ادبیات تخصصی مرتبط با امنیت و جنگ باقی ماند و استفاده شد. از این سال‌ها به تدریج ادبیات تخصصی درباره «امنیت سایبری» و «جنگ سایبری» تقویت شد. شاید یکی از دلایل اصلی آن، رشد چشمگیر «جنایت سایبری» در سراسر جهان بود؛ به طوری که تا سال ۲۰۱۳ از هر سه نفری که در دنیا به اینترنت دسترسی داشتند، یک نفر قربانی «جنایت سایبری» شده است (Jones, 2013). هم‌چنین، از آغاز قرن بیست و یکم و شدت گرفتن استفاده گروه‌های تروریستی از اینترنت و پیدایش «تروریسم سایبری»^۵ سبب شد تا واژه «سایبر» بیش از گذشته به موضوعات امنیتی و جنگ و صلح مرتبط شود. از سوی دیگر، در سال ۲۰۰۱ شورای اروپا «کنوانسیون جنایت سایبری»^۶ را تشکیل داد که

^۱ Cyber

^۲ William Gibson

^۳ Cyberspace

^۴ Neuromancer

^۵ Cyber Terrorism

^۶ Convention on Cybercrime

تا این لحظه تنها معاهده بین‌المللی درخصوص امنیت اینترنتی^۱ است. این کنوانسیون در رواج این واژه در ادبیات دانشگاهی و ادبیات روابط بین‌الملل تأثیرگذار بوده است. امروزه بسیاری از کشورها «استراتژی‌های امنیت سایبری» خاص خود را اعلام کرده‌اند. اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور «برنامه جهانی امنیت سایبری» خود را دارد و پیمان آتلانتیک شمالی (ناتو) نیز برای خود «سیاست‌های دفاع سایبری» تدوین کرده است (Tiirmaa-Klaar, 2013).

بنا به تعریف کلار، دیپلماسی سایبری به آن دسته از تکنیک‌ها و فنونی اطلاق می‌شود که دستگاه سیاست خارجی هر کشور به منظور کنترل خطرات و تهدیداتی که اینترنت می‌تواند متوجه منافع ملی کشورش کند و قوف داشته باشد. دیپلماسی سایبری مکانیسم رویارویی با تهدیدهای امنیتی، نفوذ هکرها، جلوگیری از وقوع جنگ سایبری یا کنترل آن در صورت وقوع، یا هرگونه عمل متقابل درمورد دشمن و عامل نفوذکننده علیه منافع ملی است (Tiirmaa-Klaar, 2013).

ای. دیپلماسی

پیش‌وند «ای» (E) حرف اختصاری الکترونیک^۲ است. اولین و مهم‌ترین کاربرد آن در «تجارت الکترونیک»^۳ بود که اولین موج استفاده تجاری از اینترنت را مورد توجه و توصیف قرار می‌داد. در برنامه لیسبون اتحادیه اروپایی^۴ که در سال ۲۰۰۰ اعلام شد، پیش‌وند «ای» تقریباً مهم‌ترین پیش‌وند مورد استفاده بود. «ای» همچنین در اعلامیه نشست سران برای جامعه اطلاعاتی^۵ (وسیس، ژنو ۲۰۰۳ و تونس ۲۰۰۵) پراستفاده‌ترین پیش‌وند بود. اجرای دستورالعمل‌های «وسیس»^۶ اصلی‌ترین دلیل رواج واژگانی چون «دولت الکترونیک»^۷، «کسب‌وکار الکترونیک»^۸، «یادگیری الکترونیک»^۹، «سلامت الکترونیک»^{۱۰}، «اشتغال الکترونیک»^{۱۱}، «کشاورزی الکترونیک»^{۱۲} و «علم الکترونیک»^{۱۳} بود. باین‌همه،

¹ Internet Security

² Electronic

³ E-Commerce

⁴ EU's Lisbon Agenda

⁵ World Summit on the Information Society

⁶ WSIS

⁷ e-government

⁸ e-business

⁹ e-learning

¹⁰ e-health

¹¹ e-employment

0

1

امروزه استفاده از پیش‌وند «ای» تقریباً به کلی کنار گذاشته شده است. حتی اتحادیه اروپایی نیز اخیراً از پیش‌وند «ای» استفاده نمی‌کند و تلاش دارد از این طریق خود را از موفقیت اندک «برنامه لیسبون» دور نگه دارد (Tiirmaa-Klaar, 2013).

جوان کوربالیا^۳ از دیدگاه زبان‌شناختی توضیح می‌دهد که چگونه از پیش‌وندهای مختلف معنای یکسانی مراد می‌شود، اما هر یک از آن‌ها به‌طور دقیق‌تر اشاره‌ای به موضوعی تخصصی‌تر دارند. به‌دیگر معنی، از این تفاوت‌های جزئی معنایی میان اصطلاحات مختلفی که در مورد اینترنت و حوزه‌های مرتبط با آن وجود دارد به‌وفور دیده می‌شود، اما او به‌طور کلی معتقد است که «e» بیش‌تر برای بازرگانی، «cyber» برای امنیت و جرایم اینترنتی، و «digital» برای توسعه و کاربری در اینترنت استفاده می‌شود (Kurbalija, 2015).

دیپلماسی دیجیتال

واژه دیجیتال به دو رقم یک و صفر اشاره دارد که پایه‌های کل مفهوم فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و اینترنت محسوب می‌شوند. به‌طور کلی، هر نرم‌افزاری بر پایه این دو رقم استوار است. در گذشته از واژه «دیجیتال» عمدتاً در حلقه‌های توسعه‌یافته برای توصیف «شکاف دیجیتالی» استفاده می‌شد، اما در سال‌های اخیر واژه «دیجیتال» در حال فتح فضای زبانی اینترنت است. اتحادیه اروپا صاحب «برنامه دیجیتالی برای اروپا»^۴ است و انگلستان نیز برای خودش «دیپلماسی دیجیتال» دارد (Fco, 2017).

درواقع، انقلاب اصلی در زمان بیل کلینتون رخ داد و آن‌جا بود که واژه «ای. دیپلماسی» را که شباهت بیش‌تری به «دیجیتال دیپلماسی» دارد خلق کرد. در پنجم فوریه ۱۹۹۴ اولین یارانه رسمی بین سران دو کشور ایالات متحده آمریکا و سوئد رد و بدل شد. کارل بیلدت^۵ نخست‌وزیر وقت

¹ e-agriculture

² e-science

³ Jovan Kurbalija

⁴ Digital Agenda for Europe

⁵ Carl Bildt

سوئد، تشریفات مرسوم دیپلماتیک را کنار گذاشت و با استفاده از ایمیل مستقیماً برای بیل کلیتون، رئیس‌جمهور آمریکا، یارانامه ارسال کرد.

این اقدام نه تنها یکی از نقاط عطف مهم در تاریخ دیپلماسی دیجیتال دو کشور آمریکا و سوئد، بلکه در سراسر دنیا محسوب می‌شود. به جز این، ارسال یارانامه کاری رسمی به کلیتون سبب شد تا نام کارل بیلدت در جایگاه یکی از اولین رهبران سیاسی جهان که از فناوری به‌منظور پیشبرد دیپلماسی استفاده کرد به ثبت برسد (diplomacydata, 2016).

تام فلچر در کتاب *دیپلماسی برهنه، قدرت و کشورداری در عصر دیجیتال* می‌نویسد: «پیشرفت‌های تکنولوژیکی و حل‌وفصل‌زنجیره‌ای از درگیری‌ها به بشر اجازه داد تا از جامعهٔ قبیله‌ای به جامعهٔ فئودال و از آنجا، تا جامعهٔ صنعتی پیشرفت کند. موج بعدی اختلال تکنولوژیکی سریع‌تر و بزرگ‌تر از آنچه ما تاکنون تجربه کرده‌ایم، خواهد بود، اما ما می‌توانیم و باید برای آن آماده باشیم» (Fletcher, 2017).

دیپلماسی دیجیتال به معنی بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و فرصت‌های شبکهٔ جهانی اینترنت در مسیر رسیدن به اهداف سیاست خارجی و منافع ملی است (Bjola and Holmes, 2015). «ویلسون دیزارد»¹ که برخی او را مبتکر اصطلاح «دیپلماسی دیجیتال» می‌شناسند، آن را به معنی به‌کارگیری فناوری ارتباطات و اطلاعات در سیاست و تجارت خارجی تعریف کرده است و آن را دیپلماسی از طریق اینترنت و فضای مجازی می‌داند. دیجیتالی‌شدن یا الکترونیکی‌شدن، فرایندی است که انسان از طریق ابزارها، فنون، و رسانه‌های دیجیتالی مانند شبکهٔ اینترنت و رایانه‌ها و معانی را تولید می‌کند و انتشار می‌دهد و از طریق آن‌ها زندگی خود را سامان و معنا می‌بخشد. اهمیت دیپلماسی دیجیتال فقط از افزایش کاربران رسانه‌های جمعی ناشی نمی‌شود، بلکه در حقیقت این موضوع اساساً راه‌های تعامل دولت‌ها با شهروندان خود را دستخوش تغییر کرده است و چگونگی روابط مربوط به کشورداری سنتی حکومت‌ها را نیز تغییر داده است (Dizard, 2001).

¹ Wilson Dizard

دیپلمات‌ها در سراسر دنیا به‌خوبی می‌آموزند که به بهترین شکل از ظرفیت‌های اینترنت استفاده کنند. هر چقدر یک دیپلمات مهارت‌های استفاده از اینترنت را بهتر آموخته باشد و از ظرفیت‌های آن آگاهی داشته باشد، در کار خود موفق‌تر است. این فناوری‌ها در نحوه عملکرد دیپلماسی مدرن تأثیرگذارند. اینترنت ابزارهای جدیدی برای پیشبرد دیپلماسی فراهم کرده است که یکی از آن‌ها شبکه‌های اجتماعی است. در عصر اطلاعات، عجیب نیست که سیگنال‌های دیپلماتیک از طریق توئیتر میان دیپلمات‌ها، سفارت‌خانه‌ها، و وزارت‌خارجه‌ها و از دولتی به دولت دیگر ردوبدل شود. در همین حال، دیپلمات‌ها از امکانات گوگل یا دیگر ابزارهای آنلاین برای جست‌وجو یا ذخیره‌کردن یا تهیه پیش‌نویس قطع‌نامه‌ها و متون دیپلماتیک استفاده می‌کنند.

با وجود تعریف‌ها و توضیح‌های ارائه‌شده درخصوص واژگان و پیش‌وندها همچنان از هر یک، به‌جای دیگری استفاده می‌شود. چه این‌که هم‌اینک وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا، «اداره ای. دیپلماسی»^۱ دارد که اهداف سیاست خارجی خود را در قالب «دیپلماسی دیجیتال» دنبال می‌کند و مثلاً برای تقابل با ایران یک «سفارت‌خانه مجازی» درست کرده است. باین‌همه، فعالیت‌های این اداره پس از روی‌کارآمدن دولت باراک اوباما و طرح دکترین «کشورداری در قرن بیست‌ویکم» توسط هیلاری کلینتون، وزیرخارجه او، تقریباً تحت‌الشعاع فعالیت‌های دیجیتالی تیم جدیدی قرار گرفت که کلینتون مشخصاً برای این پیشبرد «دیپلماسی دیجیتال» با خود به وزارت خارجه آورد و در ذیل مشاور ارشد وزیر خارجه در امور نوآوری‌ها فعالیت خود را آغاز کردند.

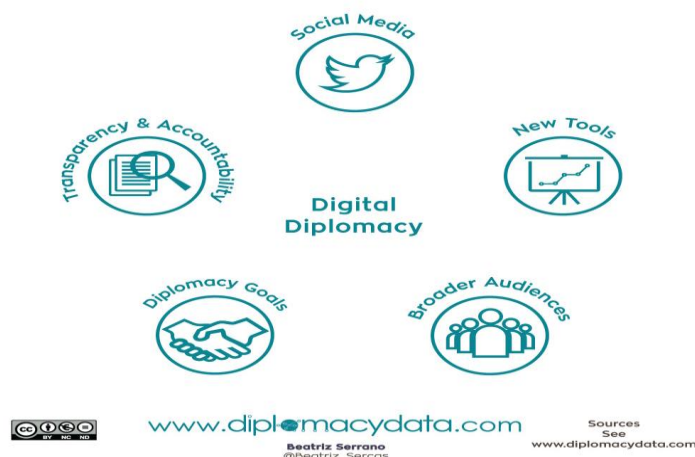
در دیپلماسی دیجیتال، حوزه فعالیت دیپلمات‌ها به درون وزارت خارجه، سفارت‌خانه، کشور محل مأموریت، و نهادهای بین‌المللی محدود نمی‌شود. سرعت در تصمیم‌گیری و اقدام از مشخصات بارز این دیپلماسی است. در این دیپلماسی مخاطبان به مقامات، دیپلمات‌های دیگر، صاحبان جراید و رسانه‌ها، و گروه‌های ذی‌نفوذ محدود نمی‌گردد، بلکه هر فرد یا گروهی از هر نقطه جهان در حوزه اقدام دیپلمات قرار می‌گیرد (بیات، ۱۳۸۵).

¹ eDiplomacy department

امکانات موجود در شبکه‌های اجتماعی با این‌که فرصت‌های متفاوت و کم‌نظیری را برای کاربران فراهم کرده است، چالش‌هایی را نیز برای دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی پدید آورده است. چگونگی استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای پیشبرد اهداف دیپلماسی به ضرورت تبدیل شده است. دیپلمات عصر فناوری ارتباطات و اطلاعات با دیپلمات نسل قبل خود تفاوت‌های ماهوی پیدا کرده است. انقلاب آی.سی.تی تغییرات بنیادینی در پیشبرد دیپلماسی در سراسر جهان ایجاد کرده است. این به معنی از بین رفتن مکانیسم‌های سنتی دیپلماسی نیست. در واقع، این‌گونه است که اگرچه روش سنتی پیشبرد دیپلماسی که مبتنی بر تعاملات و مذاکرات میان نمایندگان دولت‌هاست، همچنان ضروری و بی‌بدیل است؛ در دنیای به‌هم‌متصل امروزی افراد، گروه‌ها، سازمان‌های غیردولتی و دیگر بازیگران از طریق امکانات پدیدآمده بر اثر انقلاب اطلاعات و ارتباطات به نقش‌آفرینی چشمگیری دست یافته‌اند. این دقیقاً همان نقش و جایگاه برکشیده‌شده‌ای است که از آن با عنوان دیپلماسی دیجیتال نام برده‌اند (Bjola and Holmes, 2015).

همان‌گونه‌که انتظار می‌رفت توسعه دیپلماسی دیجیتال به‌طور وسیعی تحت‌تأثیر تکامل پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و توانایی‌های آن‌ها برای ایجاد مشارکت در شهروندان است. جهان امروزی با چهار ویژگی شکل گرفته است: دیجیتال، جهانی، متصل، و در حال تغییر که همه آن‌ها به‌واسطه ماهیت دیپلماسی دیجیتال یک‌جا در آن جمع شده‌اند و همین تکامل آن را در آینده تضمین می‌کند. در واقع، دیپلماسی دیجیتال و ارتقای این چهار ویژگی برای بقای جهانی به‌هم‌متصل و ابزاری قوی برای ایجاد جوامع صلح‌آمیز و موفق حیاتی است (diplomacydata, 2017).

نمودار ۱: مدل دیپلماسی دیجیتال



منبع: Diplomacydata, 2017

کارل بیلدت، نخست‌وزیر سابق سوئد و اولین مقام سیاسی رسمی دنیا که استفاده از فناوری دیجیتال برای ارتباطات سیاسی را به نام خود کرده است، در این خصوص می‌گوید: «من فکر می‌کنم دیجیتال دیپلماسی به ما این امکان را می‌دهد تا برای یک جهان بهتر با هم کار کنیم و این خودش چیز کمی نیست» (Gee, 2014). او که به توئیپلمات معروف است در سخنرانی جنجال‌برانگیزی در ژانویه ۲۰۱۴ در افتتاحیه برنامه تداکس^۲ در استکهلم درباره اولین جنگ داخلی رسانه‌های اجتماعی جهان سخن گفت؛ این که در زمانه‌ای که کاخ سفید نمی‌تواند مشکل ایمیل‌هایش را حل کند آیا توئیتر می‌تواند سوریه را درمان کند؟ «خدا را شکر ما در جهانی بسیار بازتر از گذشته زندگی می‌کنیم، جایی که صدای مردم عادی بیش‌تر معنی می‌دهد، بنابراین دیپلماسی عمومی نیز مهم‌تر از گذشته می‌شود. این به معنی دردست‌داشتن نبض اتفاقاتی که رخ می‌دهد است.» (Gee, 2014)

درواقع، وزیرخارجة سوئد و نخست‌وزیر سابق این کشور که در مقام اولین رهبر سیاسی جهان از ایمیل برای امور رسمی دیپلماسی کشورش استفاده کرد، به‌هیچ‌وجه با رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی غریبه نیست و به‌خوبی آگاه است که چگونه ۲۵۰ هزار دنبال‌کننده خود را در توئیتر، که

¹ TEDx

^۲ «تداکس» (افراد یا گروه‌های تشکیل‌شده که مایل‌اند رویدادهای مستقل و بومی به سبک رویدادهای تد در نقاط گوناگون جهان برگزار کنند)؛ و برنامه «یاران تد» (به نوآوران از هر گوشه جهان امکان می‌دهد اثر پروژه‌ها و فعالیت‌های خود را تقویت کنند) زیرمجموعه خود دارد.

مرتباً آن را به‌روز می‌کند، مدیریت کند. او در این سخنرانی اذعان کرد که رسانه‌های اجتماعی سریع‌ترین راه برای دریافت اطلاعات در مورد رویدادهای جهان هستند و سپس به برخی رویدادهای مهم جهان از فراندوم مصر، قوانین سخت‌گیرانه جدید در اوکراین، و نحوه به‌تصویرکشیدن اولین جنگ داخلی رسانه‌های اجتماعی در سوریه، به‌منزله شاهد مثال استفاده می‌کند.

بیلدت در پاسخ به سؤال خود که آیا شبکه‌های اجتماعی قادر به حل جنگ سوریه هستند، می‌گوید: «این سؤال خوبی است که ای کاش پاسخ خوبی برای آن داشتم. باین‌همه، فکر نمی‌کنم نیازی باشد که این جنگ از طریق شبکه‌های اجتماعی حل شود. اگر زمان حل و فصل آن برسد، ناگزیر پای دیپلماسی کلاسیک به‌میان می‌آید، اما دیپلماسی کلاسیک و مکانیسم حل و فصل اختلافات می‌تواند به‌وسیله رسانه‌های اجتماعی تسهیل شود.» «جنگ داخلی به‌خودی‌خود نه‌تنها فرماندهان دو ارتش را شامل می‌شود، بلکه گروه‌ها و جوامعی که با یکدیگر مخالف هستند را نیز درگیر می‌کند. آشتی زمانی محقق می‌شود که به همه این گروه‌ها دسترسی ایجاد شود. وقتی من هیچ اطلاعی از سطح ارتباطات در سوریه ندارم، فکر می‌کنم رسانه‌های اجتماعی می‌توانند نقش مهمی در این خصوص ایفا کنند.» (Gee, 2014)

فارغ از این حقیقت که بیلدت پیش‌تر علاقه شدید خود را به جهان دیجیتال نشان داده است، این سؤال مطرح است که چرا او این‌چنین بر این موضوع و نقش دیپلماسی دیجیتال تأکید می‌کند؟ «من فکر می‌کنم آدم باید همیشه به امکانات جدیدی که ممکن است یافت شود توجه داشته باشد. من از زمان پیدایش اینترنت تاکنون با آن کار کرده‌ام. رسانه‌های اجتماعی و مشخصاً توئیتر ثابت کرده‌اند که برای دیپلماسی بسیار مهم هستند و شاید به‌همین خاطر است که ما تقریباً به‌موقع وارد عمل شده‌ایم.» (Gee, 2014)

بیلدت با اشاره به ایمیل معروفی که در سال ۱۹۹۴ به بیل کلینتون، رئیس‌جمهور آمریکا، ارسال کرده بود و به‌همان‌علت در جایگاه اولین رهبر دیجیتالی جهان مشهور شد می‌گوید: «این موضوع به خیلی خیلی خیلی سال قبل بازمی‌گردد. تقریباً بیست‌سال از آن روز گذشته است. در آن زمان، ایمیل تقریباً چیزی اختصاصی بود و اندک افرادی در استکهلم ایمیل داشتند، حتی در خود کاخ سفید هم به‌سختی با آن کار می‌کردند، اما حالا میلیاردها نفر در سراسر جهان با آن کار می‌کنند. همه

چیز تغییر می‌کند، همه چیز در حال تغییر است. در دنیای فرامتصل به یکدیگر امروزی، مردم به‌گونه‌ای با یکدیگر مرتبط هستند که هرگز در گذشته امکان آن وجود نداشت. در چنین فضایی، دیپلماسی دیجیتال، اگرچه در مراحل اولیه خود هست، به‌طور بنیادینی دیپلماسی عمومی، تعاملات بین مردم، دولت‌ها، و آن دوی دیگر را متحول خواهد کرد.» بیلدت می‌افزاید: «دیپلماسی دیجیتال ممکن است نتواند جهان را نجات دهد، این خیلی بلندپروازانه است، اما فکر می‌کنم برای ما این امکان را فراهم می‌کند که با یکدیگر برای یک دنیای بهتر کار کنیم و این خودش چیز کمی نیست» (Gee, 2014).

دیپلماسی در طول تاریخ تکامل یافته است و با الزامات ملت‌ها، شخصیت رهبران، درگیری‌ها، ائتلاف‌ها، و تغییرات پارادایمیک منطبق شده است. باوجوداین، مهارت‌های مورد نیاز برای انجام دادن مأموریت دیپلمات‌ها، به‌طور قابل‌توجهی به همان صورت باقی مانده است. در این زمینه، تغییری اساسی در نحوه تعامل افراد و جوامع، به‌شدت در هنر دیپلماسی تأثیر گذاشته است. رسانه‌های اجتماعی دیجیتال نه‌تنها نوع جدیدی از رابطه را در سطحی شخصی ایجاد کرده‌اند، بلکه راه جدیدی را برای رسیدن به مخاطبان گسترده‌تر پدید آورده‌اند. بنابراین دیپلماسی دیجیتال، پی‌آمد طبیعی تکامل ارتباطات در قرن بیست‌ویکم است. دسترسی جهانی به رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های آن‌ها در نحوه ارتباط بازیگران بین‌المللی با یکدیگر، نه‌تنها در سطحی دولتی، بلکه در همه سطوح میان کسب‌وکارها، سازمان‌های بین‌المللی، و دیگر نهادهای بین‌المللی تأثیر گذاشته است. ازاین‌رو، ارائه تعریفی ساده و جامع از دیپلماسی دیجیتال «با توجه به ظرافت این اصطلاح و دیدگاه‌های متفاوت در مورد ارتباط آن در عرصه دیپلماتیک، کمی مناقشه‌برانگیز است» (diplomacydata, 2018).

وجوه تمایز دیپلماسی دیجیتال

از نگاه ایلان مانور دیپلماسی دیجیتال همان استفاده وزرای خارجه کشورها از شبکه‌های اجتماعی برای جمع‌آوری و انتشار اطلاعات و تعامل با کاربران و دنبال‌کنندگان آن‌ها در این شبکه‌هاست، اما دیپلماسی ۲ از نظر او ارتباط دائمی وزرای خارجه و دنبال‌کنندگانشان است. «یاددادن هنر گوش دادن

در میان وزاری خارجه»، درخواست برای کمک به ارتقای وزارت امور خارجه، و وبسایت سفارتخانه‌ها، پلتفرم‌های خاص و کمپین‌های برندسازی، و استفاده از ظرفیت جمعیت (Manor, 2018).

پروفسور خوان لوئیس مانفردی^۱ در تعریف دیپلماسی دیجیتال، آن را هنر ارائه، مذاکره، حمایت، و پروراندن منافع کشور برای شخص ثالث، براساس کنوانسیون وین درباره روابط دیپلماتیک می‌داند. براساس این تعریف و با استناد به آنچه مانفردی و پروفسور رافائل روبیو^۲ می‌گویند، دیپلماسی دیجیتال توسعه دیپلماسی عمومی از طریق استفاده از ابزارهای دیجیتالی است که با طیف وسیع‌تری از فعالیت‌ها، بازیگران، و فرصت‌ها انجام می‌شود. دیپلماسی دیجیتال در یک فضای باز انجام می‌شود که در آن بحث هم جهانی هم دیجیتال و هم مستعد تغییر دائمی است. هر دو نویسنده تشریح می‌کنند که چگونه مفهوم «قدرت نرم» ژوزف نای توانایی جذب به‌منظور متقاعدکردن اندکی بعد به «قدرت هوشمند» تغییر شکل داد (ترکیبی از استراتژی‌های قدرت نرم و سخت) و نوع جدیدی از روابط بین‌الملل هم‌اکنون در حال رشد است: دیپلماسی ۳.۰ آندریاس سندر^۴ در کتابش *دیپلماسی دیجیتال: گفت‌وگوهایی درباره نوآوری در سیاست خارجی* توضیح می‌دهد که با یک «فضای سیاست خارجی جدیدی مواجه هستیم که فناوری و دیپلماسی دیجیتال به رشد و بالندگی آن کمک شایانی کرده‌اند.» جایی که گره‌ها و پیوندها بخشی از اجزای شبکه‌هایی هستند که می‌دانیم فراتر از دولت عمل می‌کنند؛ جایی که همه بازیگران با یکدیگر در تعامل و همکاری هستند.» این نوع جدید از دیپلماسی پاسخ‌گوی جهان فرامتصل، شبکه‌ای، ابرسرّیع، رسانه‌محور، و فرّار خواهد بود. (Sandre, 2015)

از نظر پروفسور یوکان یوجل^۳، رئیس اندیشکده «ینی دیپلماسی»، یک وبسایت ترکیه‌ای که به‌صورت اختصاصی درباره دیپلماسی دیجیتال فعالیت می‌کند، دیپلماسی ۱.۰ را هنری کیسینجر

¹ Juan Luis Manfredi

² Rafael Rubio

³ diplomacy 3.0

⁴ Andreas Sandre

⁵ *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*. Rowman & Littlefield

⁶ Gökhan Yücel

ارائه کرد، دیپلماسی ۲,۰ کار ژوزف نای بود، دیپلماسی ۳,۰ یا دیپلماسی دیجیتال را الک راس^۱ پدید آورد، و دیپلماسی ۴,۰ را ماتیس لوفتنز^۲ خالق عبارت «توئیپلماسی»، پدید آورد که زائیده روند تکاملی فناوری است. ماتیس لوفتنز دیپلماسی ۴,۰ را این گونه تعریف می‌کند: «حرفه‌ای گری به‌علاوه دیپلماسی دیجیتال/ خصوصی‌سازی/ منفردسازی/ شخصی‌سازی/ دیپلماسی بدون دیپلمات‌ها منهای بسیج نیروها، به‌علاوه بی‌دیپلماتی.»

شاتای کالاتیل^۴ در کتاب توسعه دیپلماسی و امنیت در عصر اطلاعات تشریح می‌کند که چگونه اصطلاح «دیپلماسی دیجیتال» از برخی نظرها به یک کلمه دهان‌پرکن و پرطمطراق تبدیل شده است، اما برخی از متخصصان قادر به توصیف تغییراتی که شفافیت و بی‌ثباتی برای «چشم‌انداز دیپلماسی بین‌المللی» پدید آورده، بوده‌اند. کورنلیو بیولا دیپلماسی دیجیتال را با رویکردی گسترده این گونه تعریف می‌کند: «استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف دیپلماتیک.» او تأکید می‌کند که دیپلماسی دیجیتال «می‌تواند در نحوه و چگونگی دخالت و مشارکت دیپلمات‌ها در مدیریت اطلاعات، دیپلماسی عمومی، برنامه‌ریزی استراتژی، مذاکرات بین‌المللی، و حتی مدیریت بحران تغییر ایجاد کند» (Manor, 2018).

ویژگی‌های دیپلماسی دیجیتال

دیپلماسی دیجیتال در واقع نوعی دیپلماسی مجازی، سایبر دیپلماسی، دیپلماسی الکترونیکی، دیپلماسی شبکه‌ای، و در یک کلمه دیپلماسی جهانی شده است. دیپلماسی دیجیتال دارای ویژگی‌هایی از جمله قابلیت دسترسی بالا توسط افکار عمومی، شبکه‌ای و منعطف بودن، کارآمد و مافوق زمان، کم‌هزینه، چندبعدی، معطوف به فناوری پیچیده، پاسخ‌گو و مسئول، و مبتنی بر دانش و علم است. همچنین، از جمله ابزارهای دیپلماسی دیجیتال، وبسایت‌های مربوط به وزارت خارجه و دیپلمات‌ها، بانک‌های اطلاعاتی و نرم‌افزارهای پیشرفته، اینترنت، سفارت‌خانه‌های مجازی، روابط شبکه‌ای و مجازی

¹ Yeni Diplomasi

² Alec Ross

³ Matthias Lüfkens

⁴ Shanthi Kalathil

دیپلمات‌های کشورهای مختلف است. امروزه دیپلماسی نه تنها معطوف به توسعه منافع ملی در دنیای واقعی است، بلکه شامل مدیریت در حوزه دیجیتال آن نیز هست (گوهری مقدم، ۱۳۸۷).

درواقع، انقلاب در فناوری اطلاعات، فشردگی زمان و مکان، افزایش تعاملات بین‌المللی، اهمیت افکار عمومی و عناصر قدرت نرم افزایش رسانه‌های نوین، جهانی شدن، گسترش مشارکت عمومی در روابط بین‌الملل، و موضوعات پیچیده فرامرزی انگیزه‌های اساسی برای تغییر در رفتار و ایجاد شیوه‌های نوین دیپلماسی بوده است (گنجی دوست، ۱۳۸۷). در این بین، فناوری‌های نوین ارتباطات و رشد سریع و کاربردی آن‌ها موجب شده در دیپلماسی نوین، افکار عمومی جایگاهی مهم پیدا کنند و کشمکش‌ها از طریق جریان دیجیتال اطلاعات دنبال شود. از این منظر، دیپلماسی هنر و مهارت پیشبرد و ارتقای منافع ملی از طریق مبادلات پایدار اطلاعات و ایجاد ارتباطات پایدار بین ملت‌ها و افراد است. در این فضا، تعامل و اطلاعات به منزله دو عامل اصلی دیپلماسی، با بهره‌گیری از رسانه‌ها می‌توانند ارتقای جدی پیدا کنند. برخلاف گذشته که شبکه رسمی ارتباطات بین‌المللی هر دولت را شمار سفارت‌خانه‌ها و دیپلمات‌های آن دولت تشکیل می‌داد، امروز هر پیام که از مرزهای ملی به سطوح بین‌المللی ارسال می‌شود، حکم یک سفیر پر قدرت نامرئی را دارد (Dizard, 2001).

اهمیت دیپلماسی دیجیتال در دنیای صفر و یک امروزی که همه شئون آن متأثر از ظرفیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات است، صرفاً به علت سرعت دسترسی به مخاطبان یا گستره آن نیست، بلکه دنیای دیجیتال شده ما برخوردار از ظرفیت بسیار بزرگ‌تری به نام تعامل است. دیپلماسی سایبری مدل‌های جدیدی از تعامل میان انواع مختلفی از بازیگران محلی، جهانی، و بین‌المللی را ایجاد کرده است که در گذشته وجود نداشت. از این رو، می‌توان ادعا کرد که نحوه تعاملات دیپلماتیک در عرصه بین‌المللی از این طریق دستخوش تغییرات اساسی شده است.

ارتباطات تعاملی^۱ و اهمیت یافتن آن در علوم ارتباطات و روابط بین‌الملل برآمده از گسترش جهانی شدن و فراگیر شدن رسانه‌ها در جذب مخاطب است که توانسته است مخاطب توده‌ای را در عصر شبکه‌های تلویزیونی به مخاطب فعال در عصر شبکه‌های اجتماعی تبدیل کند. به وجود آمدن

¹ Interactive Communication

چنین ظرفیتی برای دیپلماسی حائز اهمیت است. دولت‌ها و دستگاه‌های سیاست خارجی آن‌ها می‌توانند با تکیه بر این کارآمدی هر شهروند دهکده جهانی را در عصر اطلاعات و ارتباطات در خدمت اهداف خود بگیرند و آن‌ها را تهییج، ترغیب، و وادار کنند تا از امکانات مختلف شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، و ... در قالب یک چرخه رسانه‌ای کارآمد استفاده کنند تا اهداف سیاست خارجی مربوط به دولت، ملت، قومیت، یا مذهب مورد علاقه خود را پیگیری کنند. با چنین وضعیتی، می‌توان ادعا کرد دیپلماسی سایبری یعنی تلاش برای رسیدن به منافع ملی یا اهداف سیاست خارجی تعریف شده از طریق به‌کارگیری ظرفیت‌های پدیدآمده در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات و از جمله به‌خدمت درآوردن مخاطبان کنشگر.

امروزه کم‌تر کسی در این گزاره شک می‌کند که جهان وارد عصر تازه‌ای شده که نماد آن اهمیت یافتن اطلاعات است. اقتصاد جهانی مبتنی بر اطلاعات، توسعه فناوری‌های دیجیتال، و فشردگی زمان و مکان از ویژگی‌های این عصر است. موتور محرکه این تحولات، انقلاب و انفجار اطلاعات و تحولات پرشتاب علمی و فناورانه بوده است. در این فرایند، ابتدا رایانه‌ها به جامعه راه می‌یابند و سپس رایانه‌های شخصی به منازل و حوزه‌های خصوصی افراد و خانواده‌ها وارد می‌شوند و بزرگراه اطلاعات را از وسط منازل عبور می‌دهند. وصل شدن رایانه‌ها به خطوط تلفن و دسترسی آسان و نسبتاً کم‌هزینه به اینترنت، افراد را به اطلاعات انبوه و جهانی متصل کرده است و این همه، جنبه‌های مختلف زندگی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد (رفعت‌جاه و شکوری، ۱۳۸۷).

دیپلماسی توئیتری یا توئیپلماسی^۱

دنیای کنونی ما از هر حیث متفاوت شده است. میزان تفاوت‌ها حتی در داخل نسل معاصر نیز بسیار چشمگیر بوده است. پیش‌تر تغییرات و تفاوت‌ها بین نسلی بودند و نسل بعدی تجربه‌های متفاوتی از زندگی را درک می‌کرد؛ اما امروز، عصر فناوری اطلاعات که خود به‌تنهایی یکی از شگفتی‌سازترین تغییرات را در زندگی بشر پدید آورده است، هر روز با تغییرات تازه‌ای مواجه می‌شود. یکی از این تغییرات دائمی نحوه اطلاع‌رسانی و ارتباط‌گیری با مخاطبان است.

¹ Twiplomacy

بر اثر این تغییرات و پیشرفت‌های فزاینده، مردم از عادت‌های گذشته خود، اعم از خوب و بد فاصله می‌گیرند و در برابر روش‌ها و ابزار جدید سر تسلیم فرود می‌آورند. از آن‌ها تأثیر می‌گیرند و برخلاف گذشته قادرند بر روندها نیز تأثیر بگذارند. مردم امروز تمایل کم‌تری به خواندن روزنامه‌ها و حتی نگاه کردن به بخش‌های مختلف خبری شبکه‌های تلویزیونی دارند. در حال حاضر تعداد مردمی که در سراسر جهان روزنامه یا مجله می‌خوانند به شدت کاهش پیدا کرده است. روزبه‌روز مردم بیش‌تری برای خواندن اخبار و کسب اطلاعات از اینترنت استفاده می‌کنند، چراکه هم ارزان‌تر است هم دسترسی به آن آسان‌تر و سریع‌تر.

همراه با رشد و توسعه اینترنت استفاده مردم از آن فراتر از کسب اخبار و اطلاعات شده است و اکنون مد روز رجوع و حضور در شبکه‌های اجتماعی است. مردم به استفاده از شبکه‌های اجتماعی روی آورده‌اند، چراکه ملغمه‌ای از همه آنچه را در اینترنت جست‌وجو می‌کنند در آن می‌یابند. اخبار، تحلیل، سرگرمی، هیجان و درگیر شدن با دیگر گروه‌های فکری، اجتماعی، و سیاسی. از این گذشته، ابزار دسترسی مردم به این شبکه‌های اجتماعی نیز هر روز متنوع‌تر از دیروز می‌شود. پیش‌تر قبل از پیدایش موبایل‌های هوشمند، رایانه‌ها مردم را به وب‌سایت‌ها و بعدتر به شبکه‌های اجتماعی نوظهور مانند اورکات، مرتبط می‌کردند، اما هنوز نسل کنونی به نیمه عمر خود نرسیده، با ابزارهایی بسیار دقیق‌تر و روزآمدتر قادر است به شبکه‌های اجتماعی دسترسی پیدا کند. امروزه گوشی تلفن همراه مخاطب را در هر جا و مکانی با جامعه مجازی مرتبط می‌کند.

فناوری پیشرفته به ما اجازه داده است تا در هر زمان و در هر مکانی و از همه مهم‌تر به سرعت، به اطلاعات و اخبار و تحلیل‌ها دسترسی پیدا کنیم. این دسترسی شامل ارتباطات شخصی نیز می‌شود و ما قادر شده‌ایم بدون محدودیت‌های گذشته، با هر کس در هر جایی از دنیا در هر زمانی که اراده کنیم مرتبط شویم. این ویژگی‌ها سبب شده است که سروکار همه ما به «شهروندان اینترنتی»^۱ بیفتد که خود ما نیز جزو تشکیل‌دهندگان آن بوده‌ایم.

¹ Netizens

شهروند اینترنتی برخلاف شهروند سابق قدرت اظهار نظر و تأثیرگذاری دارد. شهروند عادی غیراینترنتی محکوم به خواندن اخبار روزنامه‌ها و تماشا کردن برنامه‌های یک‌سویه تلویزیون‌های دولتی یا شرکتی بود. یک سرنوشت محتوم از مخاطب بودن. یعنی مخاطب اخبار، تحلیل، تبلیغات، و انگاره‌سازی‌ها بودن، بدون آن‌که بتواند عقیده‌ای را رد کند یا نظر خود را برخلاف یا حتی در تأیید آن ارائه کند؛ اما شهروند اینترنتی سرنوشت محتوم مخاطب بودن را ندارد. او می‌تواند خود صاحب مخاطبانی به وسعت جهان باشد. شهروند اینترنتی خود «شهروند — روزنامه‌نگار» است. می‌تواند صحت اخبار یا منبع آن‌ها را به‌چالش بکشد و خود منبع یک خبر مهم دست‌اول باشد. شهروند اینترنتی می‌تواند برای خود مخاطبان گسترده‌ای دست‌وپا کند و به‌سان یک رسانه مصرف‌کنندگان خبری و تحلیلی ثابت، اما به وسعت جهانی داشته باشد.

«شهروند اینترنتی» برای ایفای نقش خود نیاز به حضور فیزیکی در اداره ندارد، انگیزه‌های او انگیزه‌های خالص فردی، اجتماعی، ملی، یا بین‌المللی است و تا زمانی که خودش، خودش را بازنشسته نکرده باشد کسی او را از شغلش محروم نخواهد کرد. محیط کاری او شبکه‌های اجتماعی هستند به وسعت جهانی مجازی با بیش از سه میلیارد کاربر. ظهور این شبکه‌های اجتماعی مجازی موانع کشورها و ملل را از میان برداشته است، برای ارتباط برقرار کردن با ملت‌های دیگر نیازی به دریافت ویزا و سفر به آن کشورها نیست. بدون ویزا و سفر می‌توان به همه جای دنیا سفر کرد و با همه ارتباط برقرار کرد و پیام خود را به آن‌ها رساند و پیام آن‌ها را نیز دریافت کرد. از این رو، می‌توان گفت قدرت و نفوذ شبکه‌های اجتماعی بسیار جدی و مؤثر است. در این بین، یکی از مؤثرترین و کارآمدترین شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان «توییتر» است.

توییتر یکی از محبوب‌ترین و کارآمدترین شبکه‌های اجتماعی در جهان شناخته شده است. تحقیقات نشان داده است که کاربران شبکه‌های اجتماعی توییتر را به دیگر شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک ترجیح می‌دهند و یکی از عمده دلایل آن کارآمدی و درجه بالای تأثیرگذاری آن است (Dinata, 2014).

این شبکه اجتماعی تا اول سپتامبر سال ۲۰۱۷ بالغ بر ۶۰۰ میلیون عضو و ۳۲۸ میلیون کاربر فعال داشته است. روزانه ۵۰۰ میلیون توییتر منتشر می‌شود. تقریباً ۸۰ درصد از توییترها از طریق

گوشی‌های هوشمند است (Statista, 2017). این آمار مختصر نشان‌دهنده «عمق نفوذ این شبکه اجتماعی در میان مردم و زندگی آن‌هاست و به‌خوبی توانایی توئیتر در تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی را نشان می‌دهد» (Dinata, 2014).

هر کاربر توئیتر فقط می‌تواند با استفاده از ۲۸۰ حرف از حروف الفبا پیام خود را منتقل کند، یا در توئیتر توئییت بفرستد. این تعداد حروف در ابتدا برای توئیتر ۱۴۰ حرف بود و کسی تصور درستی از این موضوع نداشت که چگونه می‌توان با ۱۴۰ کاراکتر نگاه مردم به موضوعات را تغییر داد. نهایتاً، وقتی در سال ۲۰۰۷ باراک اوباما، رئیس‌جمهور آمریکا، به توئیتر پیوست و بیش از هر رهبر سیاسی دیگر در دنیا دنبال‌کننده پیدا کرد، نگاه‌ها و تصویرها تغییر کرد.

بدون تردید پیش از باراک اوباما سیاستمداران دیگری به توئیتر پیوسته بودند و حتی از آن برای مقاصد دیپلماتیک خود استفاده کرده بودند، اما پیوستن باراک اوباما به توئیتر و استفاده او از این مدیوم برای ارتباط آزاد، سریع، و ساده با مخاطبان، طرفداران، رقبا، و دیگر سیاستمداران سراسر دنیا نقطه‌عطفی در استفاده از توئیتر برای پیشبرد دیپلماسی محسوب می‌شود. امروزه دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی و مردم‌نهاد، تشکل‌ها، و حتی احزاب داخلی و شخصیت‌های سیاسی برای تأثیرگذاری بر مخاطبان داخلی و خارجی خود از توئیتر استفاده می‌کنند و نام این را توئیپلماسی گذاشته‌اند (Dinata, 2014).

توئیپلماسی شکل آنلاین به‌کارگیری دیپلماسی عمومی از طریق توئیتر است که دیپلمات‌ها، سیاستمداران، وزارت‌خانه‌های امور خارجه، و دیگر شخصیت‌های عمومی و بازیگران ذی‌نفع از آن استفاده می‌کنند. توئیپلماسی به معنی افزایش بهره‌وری، هم‌افزایی، و تعامل از طریق توئیتهای هدفمند است. مخاطب این توئیتهای افراد معمولی یا کاربران خاص هستند و این کار می‌تواند با انتشار موضع رسمی، تعامل با ذی‌نفعان و اعضای دیگر، یا از طریق «دنبال‌کردن» شخصی کاربران یا ارتباط بی‌واسطه از طریق ارسال پیام مستقیم یا خصوصی برای کاربران صورت گیرد. از آن‌جاکه هر کسی از هر جای دنیا می‌تواند کاربران عمومی شبکه‌های اجتماعی را دنبال کند، توئیپلماسی می‌تواند وسیله‌ای برای افزایش مخاطبان پیام یک کشور باشد (Bjola and Holmes, 2015).

¹ following

یک مطالعه دربارهٔ توئیلماسی که یک تحقیق جهانی سالانه از حضور و فعالیت سران کشورها و دولت‌ها، وزرای خارجه و نهادهای مرتبط با آن‌ها در توئیتر است آمار جالبی را در این خصوص ارائه می‌دهد. این تحقیق را «برسون مارستلر»^۱ که یک شرکت جهانی روابط عمومی است انجام داده است و در آوریل سال ۲۰۱۵ منتشر شده است. این تحقیق ۶۶۹ حساب دولتی در ۱۶۶ کشور را بررسی کرده و نشان داده است که ۸۶ درصد از ۱۹۳ کشور عضو سازمان ملل متحد در توئیتر حضور دارند، حال آن‌که ۲۷ کشور که بیش‌تر آن‌ها در آفریقا یا حوزهٔ آسیا — پاسیفیک بوده‌اند، هیچ حضوری در توئیتر نداشته‌اند. براساس این گزارش توئیلماسی ۲۰۱۵ یک‌بار دیگر نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی یک ابزار ارتباطی حیاتی برای دولت‌ها هستند و توئیتر به کانال انتخابی آن‌ها برای دیپلماسی دیجیتال تبدیل شده است. درحقیقت، حتی تفاوت‌های جهان واقعی کشورها به فضای توئیتر کشیده می‌شود و گاهی جنگ‌های هشتگی بین سفارت‌خانه‌ها و وزارت‌خانه‌های خارجی کشورها روی می‌دهد (Alexandru, 2015).

به‌عبارت‌دیگر، دیپلمات‌ها با حساب‌های توئیتری خود قادر هستند به‌سرعت و مستقیماً با تودهٔ محلی مردم ارتباط برقرار کنند و از این طریق دولت‌های میزبان را دور بزنند. دیپلمات‌ها نیز می‌توانند انتقال‌دهنده یا گیرندهٔ ارزشمند اطلاعات شوند. به‌علاوه، سران کشورها و وزارت‌خانه‌های خارجهٔ هر کشوری نیز قادرند، به‌راحتی از طریق حساب‌های توئیتری خود رسانه‌های خبری سنتی را دور بزنند و پیام و اطلاعات بدون فیلتر و سانسور را در اختیار مخاطبان خود قرار دهند. نخست‌وزیر انگلستان با حساب کاربری @Number10gov با بیش از سه میلیون دنبال‌کننده بیش‌ترین دنبال‌کننده را میان رهبران اتحادیهٔ اروپا دارد و پس از او ماتئو رنتزی^۲، نخست‌وزیر اسبق ایتالیا، با ۱/۷ میلیون دنبال‌کننده در مقام دوم اتحادیهٔ اروپا قرار دارد (Adesina, 2016).

برخی از متخصصان روابط بین‌الملل نیز بر این باورند که دیپلماسی توئیتری و دیپلماسی دیجیتال در چارچوب دیپلماسی عمومی معنی پیدا می‌کنند. بااین‌همه، با توجه به تعریفی که از دیپلماسی عمومی در دست داریم می‌توانیم این چارچوب‌بندی را به‌چالش بکشیم و دیپلماسی

¹ Burson Marsteller

² Matteo Renzi

دیجیتال و دیپلماسی توثیقی را فراتر از دیپلماسی عمومی یا مجزا از آن تصور کنیم. البته اثبات این موضوع از اهداف این کتاب نیست، اما استدلالی که در این خصوص می‌توان ارائه داد به شرح ذیل است:

براساس تعریف واژه‌نامه روابط بین‌الملل که وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا منتشر کرده است، دیپلماسی عمومی شامل «کلیه برنامه‌ها و اقدامات دولتی برای تأثیرگذاری و نفوذ در افکار عمومی سایر کشورها» است (U.S. Department of State, 1987). با توجه به این تعریف و مقایسه آن با تعریفی که از دیپلماسی چندمسیره ارائه شد، مشخص است که حتی اهداف دیپلماسی عمومی را نیز می‌توان از طریق دیپلماسی چندمسیره و از مسیرهای غیردولتی پیگیری کرد که یکی از آن‌ها دیپلماسی توثیقی است که محدود به دولت نیست و هر کسی می‌تواند آن را انجام دهد. همان‌گونه که می‌دانیم دیپلماسی عمومی با تأثیر گذاشتن در افکار عمومی کشور هدف به منظور واداشتن آن‌ها به اعمال فشار بر دولت خود صورت می‌گیرد تا از این طریق سیاست خارجی کشور هدف تغییر کند و آن‌گونه که موردنظر است شکل گیرد.

دیپلماسی عمومی ابعادی از روابط بین‌الملل را که فراتر از دیپلماسی سنتی هستند شامل می‌شود؛ از جمله عملیات کاشت در افکار عمومی کشورهای دیگر به دست دولت‌ها، تعامل گروه‌های خصوصی، و صاحبان منافع در یک کشور با کشورهای دیگر و جریان فراملی اطلاعات و ایده‌ها (publicdiplomacy, 2011). به عبارت دیگر، دیپلماسی عمومی این روزها درباره این است که چطور یک بازیگر بین‌المللی بر درک و تصورات دیگر بازیگران بین‌المللی یا برخی مواقع بازیگران خارجی یا داخلی، از طریق تعامل، اقناع، و راه‌های جذابی از جمله بیان صریح نظرات خود از طریق رسانه‌های مختلف، تأثیر می‌گذارد. در این خصوص، می‌توان ادعا کرد دیپلماسی عمومی خود را کاملاً با روندهای شبکه‌های اجتماعی منطبق کرده است و گاهی می‌توان آن را در شبکه‌های اجتماعی خاصی چون توییتر پیدا کرد (Dinata, 2014).

توییتر با توجه به حضور صدها میلیون کاربر فعال از سراسر جهان از همه طیف‌های سیاسی، مذهبی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، و ... به بهترین ابزار یا ابزار مکملی برای دیپلماسی عمومی تبدیل شده و توانایی بسیار بالایی برای محقق کردن اهداف آن دارد. فارغ از این که نام این روند جدید

در دیپلماسی را توئیپلماسی یا دیپلماسی چندمسیره یا شاخه‌ای از دیپلماسی عمومی بگذاریم، ابزارهای پدیدآمده با شبکه‌های اجتماعی خصوصاً توئیتر دیپلمات‌ها، سیاستمداران، و ارتباط‌گیرندگان دیگر را (بازیگران دیگر بین‌المللی یا کسانی که به آن‌ها توئیپلمات می‌گویند) مجبور کرده است تا باوجود این ساختار و زمینه جدید، دیپلماسی را مورد بازطراحی و بازاندیشی قرار دهند.

در آمریکا سیاستمداران پیش از پیدایش یارانه یا دست‌کم گسترش آن از دیپلماسی عمومی سخن می‌گفتند، اما گسترش فناوری‌های نوین سبب شد تا هر آنچه دیپلماسی عمومی در اختیار دارد، فقط بخشی از ظرفیت‌های دیپلماسی دیجیتال به حساب آید. سیاستمداران آمریکایی مشخصاً با فراگیرشدن استفاده از اینترنت و گسترش موج فناوری‌های نوین اهمیت ویژه‌ای برای کارکرد آن در عرصه دیپلماسی قائل شدند که رد آن را می‌توان برای اولین بار در اوایل دهه هشتاد پیدا کرد و پس از آن توجه به اینترنت در دیپلماسی سیر صعودی به خود گرفت و مشخصاً با روی کار آمدن دولت باراک اوباما و با توجه ویژه‌ای که هیلاری کلینتون، وزیر امور خارجه این کشور، به موضوع دیپلماسی دیجیتال معطوف داشت، سبب شد تا او مادرخوانده دیپلماسی دیجیتال نامیده شود.

اولین ارزیابی درباره دیپلماسی عمومی در «جهان رایانه‌ای شده»^۱ به عمل آمد. آلن سی. هانسن^۲ در کتاب دیپلماسی عمومی در عصر رایانه^۳ استفاده آژانس اطلاعات ایالات متحده را از یارانه در دیپلماسی عمومی بررسی کرد. در این اثر برای اولین بار بر نقش رایانه در پیشبرد سیاست خارجی آمریکا از طریق دیپلماسی عمومی تأکید شده و دورنمای جالبی از آینده روشن پیشرفت‌های فناورانه در این حوزه ارائه شده است.

مطالعه‌ای درباره توئیپلماسی در سال ۲۰۱۷، که تحقیقی سالیانه درباره حضور فعالانه رهبران و سران حکومت‌های جهان، وزاری خارجه، و مؤسسات زیرمجموعه آن‌ها در توئیتر است، ۶۶۹ حساب کاربری توئیتر را بررسی کرده و دریافته است که تقریباً همه دولت‌های ۱۹۳ کشور عضو سازمان ملل به جز چند کشور در آفریقا در توئیتر حضور دارند. در همین حال، مشخص شده است

¹ computerized world

² Allen C. Hansen

³ Public Diplomacy in the Computer Age

⁴ UEIA

دولت‌ها و وزارت‌خارجۀ بیش‌تر کشورهای جهان از طریق توئیتر برخی از برنامه‌ها، سیاست‌ها، و اهداف سیاست خارجی خود را دنبال می‌کنند (Olubukola, 2017).

براساس یافته‌های منتشرشده در وب‌سایت توئیپلماسی، شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر به یکی از اصلی‌ترین و حیاتی‌ترین ابزارهای ارتباطی برای دولت‌ها تبدیل شده‌اند و توئیتر مشخصاً کانال و مسیر اصلی اجرای دیپلماسی دیجیتال است. درواقع، حتی تفاوت‌های دنیای واقعی نیز در توئیتر نقش ایفا می‌کنند و برخی مواقع به وقوع جنگ هشتگ‌ها بین سفارت‌خانه‌ها و وزارت‌خارجہ‌های کشورهای مختلف منتج می‌شوند (Alexandru, 2015).

وب‌سایت توئیپلماسی هم‌چنین لیست جامعی از تمامی سفارت‌خانه‌ها و رهبران و وزرای خارجۀ کشورهای مختلف دنیا را که در توئیتر حضوری فعال دارند به‌صورت سالیانه منتشر می‌کند. بیش از پنج هزار سفارت‌خانه در سراسر دنیا از کشورهای مختلف در توئیتر حضوری فعال دارند، حال آن‌که به‌غیر از هزاران سفیر که روزانه در توئیتر مأموریت‌های خود را انجام می‌دهند، نزدیک به دو هزار سیاستمدار برجسته — از جمله رئیس‌جمهور آمریکا، نخست‌وزیران و وزرای خارجۀ کشورها، و حتی دیگر شخصیت‌های برجسته مذهبی، اقتصادی، و اجتماعی جهانی مانند پاپ — در توئیتر فعالانه حضور دارند. این وب‌سایت هرساله محبوب‌ترین رهبران توئیتری جهان را معرفی می‌کند و میزان اقبال عمومی به آن‌ها را در این شبکه میکروبلگ جهان ارزیابی می‌کند و در اختیار علاقه‌مندان و پژوهشگران می‌گذارد. جالب این است که هر چقدر آمریکا در عرصۀ برنامه‌ریزی و کنشگری در دیپلماسی دیجیتال پیشرو است، در زمینۀ میزان حضور سفارت‌خانه‌ها و افراد سیاسی در شبکه اجتماعی توئیتر از رقبای خود عقب است. تازه‌ترین نتایج یک مطالعه وب‌سایت توئیپلماسی نشان می‌دهد که وزارت‌خارجۀ انگلیس بزرگ‌ترین شبکه «توئیپلماتیک» را در اختیار دارد و ۲۳۷ سفیر این کشور در سراسر جهان در این شبکه فعالانه مشغول به کار هستند. پس از انگلیس کانادا با داشتن ۱۸۴ سفیر و رئیس نمایندگی در توئیتر در رتبه دوم ایستاده است و جایگاه سوم از آن روسیه با ۱۶۰ سفارت‌خانه و پس از آن وزارت‌خارجۀ لهستان با ۱۵۷ سفارت‌خانه و اسرائیل با ۱۴۶ سفارت‌خانه قرار دارند. وزارت‌خارجۀ ایالات متحده آمریکا به همراه وزارت‌خارجۀ فرانسه، اتحادیۀ

اروپا، سوئد، و اوکراین هر یک با بیش از صد حساب کاربری متعلق به سفارتخانه‌ها یا دیپلمات‌های ارشد در مقام‌های بعدی قرار دارند (twiplomacy, 2017).

به نظر می‌رسد، توئیپلماسی به طریقی دی.ان.ای دیپلماسی را دگرگون کرده است: نوعی سازگاری ژنتیکی با فناوری‌های جدید (Sandre, 2013). بنابراین می‌توانیم نتیجه بگیریم که دیپلماسی توئیتری نه تنها ماهیت، اهداف، و ارزش‌های دیپلماسی عمومی را حفظ کرده و تغییر نداده است، بلکه همه آن‌ها را ارتقاء بخشیده و به تحقق آن‌ها کمک کرده است. نخستین وجه بارز توئیپلماسی وجه ارتباط برقرارکردن بی‌واسطه با انبوه مخاطبانی است که هر یک نه مخاطبی عادی، بلکه مخاطبی کنشگر محسوب می‌شوند که آن‌ها نیز مخاطبان کنشگر دیگری را دارند. هر فرد در توئیتر کنشگری سیاسی، اجتماعی، مذهبی، یا بین‌المللی است. گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی از ما یک «شهروند اینترنتی» یا به قول الک راس مشاور ارشد سابق وزارت خارجه آمریکا در امور نوآوری یک «شهروند شبکه‌ای شده» (Ross, 2011) ساخته‌اند و کشورها برای حل مسائل بین‌المللی از «دیپلماسی چندمسیره» استفاده می‌کنند که تمامی ویژگی‌های آن در توئیتر نمایان است.

از این منظر، هر یک از کاربران توئیتر یک شهروند اینترنتی کنشگر است که می‌تواند براساس تمایلات یا تخصصی که دارد یک کنشگر اجتماعی، سیاسی، مذهبی، علمی و حتی یک کنشگر تجاری یا اقتصادی باشد. به عبارتی دیگر، عصر دیپلماسی چندمسیره که ما هم‌اکنون در آن زندگی می‌کنیم، به ما این اجازه را داده است تا از امتیازاتی برخوردار شویم؛ از جمله مهم‌ترین این امتیازات این است که هر کنشگر از طریق توئیتر می‌تواند یک دیپلمات بین‌المللی غیردولتی و غیررسمی باشد. کاربران سراسر جهان در توئیتر در سال‌های گذشته به‌سختی تلاش کرده‌اند تا برخی موضوعات مشخص بین‌المللی را به مسئله روز تبدیل کنند و وضعیت آن‌ها را بهبود ببخشند. برآمدن و مطرح‌شدن فعالیت برخی از سازمان‌های غیردولتی از جمله «صلح سبز»،¹ عفو بین‌الملل، و بسیاری از سازمان‌های مدافع حقوق بشر در همین چارچوب ارزیابی می‌شود. این سازمان‌ها که تعداد آن‌ها در یک دهه اخیر به‌شدت در حال گسترش بوده است، از طریق فعالیت‌های گسترده در توئیتر کسب

¹ Green Peace

اعتبار، قدرت، و نفوذ بین‌المللی کرده‌اند. فعالیت این سازمان‌ها به تدریج فعالیت دیگر شهروندان اینترنتی را در پی خواهد داشت و هر کنشگری به تدریج با کنشگران دیگر اینترنتی زنجیره‌ای عمیق و تأثیرگذار در فضای دیپلماسی چندمنظوره پدید می‌آورند که می‌تواند در سیاست‌گذاری دولت‌ها تأثیرگذار شود. گاهی دولت‌ها نیز از این زنجیره کنشگری به نفع برخی از برنامه‌های خود که هم‌سو با آن‌هاست استفاده می‌کنند و عملاً یک فضای تعاملی دوسویه پدید می‌آید.

کنشگران دیگر که به‌سان زنجیره‌ای بی‌پایان به هم متصل هستند، می‌توانند از او تبعیت کنند و پیام او را که ممکن است براساس یکی از تکنیک‌های چارچوب‌بندی، زمینه‌سازی، یا برجسته‌سازی منتشر شده باشد تبدیل به یک جریان یا حتی جنبش کنند. هر دنبال‌کننده در توئیتر به‌سان تیم همراه یک کنشگر عمل می‌کند و وظیفه و مسئولیت القا و اشاعه پیام او را بر عهده می‌گیرد.

کاربران توئیتر که هر کدام ظرفیت این را دارند که به‌مثابه یک کنشگر عمل کنند با ری‌توئیت پیام، اضافه‌کردن نظر خود به آن، و تأیید و تکمیل و سهیم‌کردن دیگران در مطلع‌شدن از پیام، خواسته یا ناخواسته فرایند جدیدی را در مسیر نمادسازی، شرطی‌کردن، بازنمایی واقعیات، انگاره‌سازی، و برندسازی آغاز می‌کنند. این روش به‌شدت بر ادراکات و نوع تصور افکار عمومی از یک موضوع به‌خصوص که مورد نظر کنشگر اولیه در توئیتر بوده است تأثیر می‌گذارد. در همین حال، کنشگران شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پیام منتشرشده راه‌گزین را به‌چالش بکشند و برنامه‌ریزی او را شکست دهند. به‌چالش کشیدن گفتمان مسلط در یک جامعه و واردآوردن فشار به دولت‌ها، نهادها، و سازمان‌های غیردولتی و حتی مجامع بین‌المللی همان چیزی است که کاستلز از آن با عنوان «ضدقدرت» شبکه‌های اجتماعی یاد می‌کند و یکی از ویژگی‌های دیپلماسی توئیتری و عملکرد «شهروندان اینترنتی» است. قدرت‌گرفتن و تکثیر ضدقدرت در شبکه‌های اجتماعی در صورتی که بسترهای دموکراسی در جامعه تقویت نشده باشد به بروز بحران‌های حاکمیتی منجر می‌شود نظیر آنچه در جریان بهار عربی شاهد آن بودیم.

دیپلماسی چندمسیره^۱

^۱ Multi-Track Diplomacy

برخی از متخصصان روابط بین‌الملل استفاده از توئیتر را در دیپلماسی در چارچوب دیپلماسی چندمسیره تحلیل می‌کنند. مفهوم دیپلماسی چندمسیره را اولین بار لوئیس دایاموند^۱ و جان دابلویو. مک‌دونالد^۲ در سال ۱۹۹۱ مطرح کردند و سپس رواج پیدا کرد. دیپلماسی چندمسیره در واقع بسط «تئوری دیپلماسی» بود که ژوزف مونت ویله^۳ در سال ۱۹۸۲ مطرح کرده بود و رویکرد مسیر یک و مسیر دو در دیپلماسی را برای حل درگیری و منازعه پیش‌نهاد می‌کرد. مسیر یک در دیپلماسی مربوط به فعالیت‌های رسمی دولتی و مسیر دو مربوط به فعالیت‌های غیررسمی و تشکیلات غیردولتی بود (McDonald, 2003). در دیپلماسی چندمسیره به‌جای دو مسیر^۴ سه مسیر به شرح ذیل وجود دارد:

۱. دولت؛

۲. سازمان‌های غیردولتی برای حل اختلاف حرفه‌ای؛

۳. تجارت؛

۴. شهروندان خصوصی؛

۵. تحقیق، تربیت، و آموزش؛

۶. کنشگری (اکتیویسم)؛

۷. مذهب؛

۸. سرمایه‌گذاری؛

۹. افکار عمومی / ارتباطات.

از این منظر، نقش توئیپلماسی بسیار حائز اهمیت است؛ چراکه به‌غیر از ارتباط مستقیم توئیتر با بند نهم از مسیرهای^۴ نه‌گانه دیپلماسی چندمسیره، هشت بند دیگر نیز بدون ارتباط با توئیتر نیستند و به دیگر معنی می‌توان با استفاده از امکانات شبکه‌های اجتماعی و از جمله توئیتر از ظرفیت‌های هر یک از آنها در مسیر دیپلماسی بهره‌گرفت (Dinata, 2014).

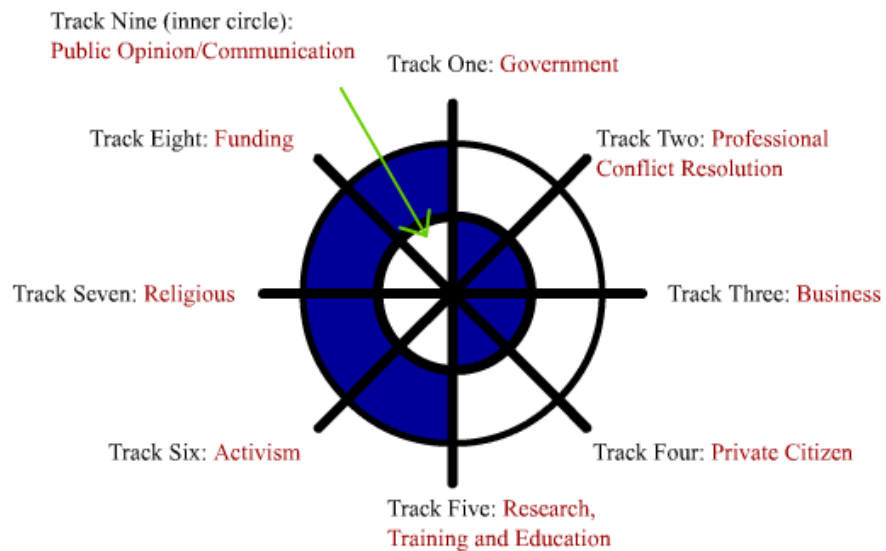
نقشه ۲: مدل دیپلماسی چندمسیره

¹ Louise Diamond

² John W. McDonald

³ Joseph Montville

⁴ Track one & Track Two



منبع: diplo, 2017

جمع‌بندی

تحولات عظیم عرصه فناوری ارتباطات و اطلاعات موجب شده است تا دیپلماسی دیجیتال با عبور از دیپلماسی سنتی به عرصه دیپلماسی فوق مدرن وارد شود. در گستره بی‌کران فضای مجازی که امروزه بستر و جولانگاه شبکه‌های اجتماعی محبوب، از جمله توئیتر، شده‌اند و صدها میلیون انسان را به یکدیگر مرتبط کرده‌اند، استفاده از دیپلماسی توئیتری جایگاه مهمی پیدا کرده است؛ چراکه یکی از بهترین ابزارها برای کنترل و مدیریت آن چیزی است که کاستلز به آن‌ها «برنامه‌نویسی» و «راه‌گزینی» جامعه شبکه‌ای می‌گوید و معتقد است دو مکانیسم اصلی قدرت‌سازی در شبکه‌ها هستند. دیپلماسی دیجیتال سبب می‌شود تا قدرت‌های بزرگ چون ایالات متحده آمریکا، عملکرد سیاست‌های رسانه‌ای خود را آن‌گونه که کاستلز تبیین می‌کند از طریق «ایمن‌سازی دسترسی رسانه‌ها توسط بازیگران سیاسی و اجتماعی درگیر در راه‌بردهای قدرت‌سازی، بسط، و گسترش پیام‌ها و تولید تصاویری که به بهترین وجه به منافع هر یک از بازیگران عرصه قدرت یاری می‌رساند، ارسال و پخش پیام با استفاده از فناوری‌های خاص و چارچوب‌های ارتباطاتی مطلوب و سرمایه‌گذاری مالی مناسب بر روی ابزارهای ارتباطاتی» بهبود ببخشد. به همین علت، استفاده مقامات سیاسی عمده کشورهای جهان در سالیان اخیر

از رسانه‌های اجتماعی و خصوصاً توئیتر برای پیشبرد دیپلماسی رشد فراوانی داشته است. امروزه دیپلمات‌ها و سفارت‌خانه‌های کشورها و در رأس آن‌ها آمریکا در سراسر دنیا به شبکه‌ی توئیتر متصل هستند. توئیتر فضایی به‌وجود آورده است که مسئولان کشورها و دیپلمات‌ها یا خود کنشگران فعالی در این شبکه شده‌اند و زنجیره‌ی حمایتی برای موضوع‌های موردنظر خود را فراهم می‌کنند یا تحت‌تأثیر کنشگران دیگر اینترنتی اعم از سازمان‌های غیردولتی یا حتی اشخاص و گروه‌ها قرار گرفته‌اند و سیاست‌های خود را اصلاح می‌کنند یا تغییر می‌دهند. اگر هدف اصلی از دیپلماسی عمومی که دولت‌ها به‌کار می‌گیرند ایجاد تغییر در باور و تصور و ادراک افکار عمومی در کشورهای دیگر باشد، امروزه این مهم را کنشگران شبکه‌های اجتماعی خصوصاً توئیتر و از طریق دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی به‌دست می‌دهند.

فصل دوم

جایگاه دیپلماسی دیجیتال

در سیاست خارجی آمریکا

در این فصل از کتاب تبیین می‌کنیم که چگونه با روی کارآمدن باراک اوباما، در مقام رئیس‌جمهور آمریکا، و انتصاب هیلاری کلینتون، در جایگاه وزیر امور خارجه این کشور، «دیپلماسی دیجیتال» و استفاده از شبکه‌های اجتماعی خصوصاً توئیتر از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار شد. در این مسیر برنامه و دکتین هیلاری کلینتون را مبنی بر «کشورداری در قرن بیست و یکم» به‌منزله بستر و پلتفرم اصلی به‌کارگیری فناوری‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی اینترنت پایه به‌مثابه قدرتی نوظهور در پیشبرد سیاست خارجی آمریکا تشریح می‌کنیم. در این فصل، هم‌چنین با چهره‌ها و شخصیت‌های اصلی تیم دیپلماسی دیجیتال و افکار و نظریه‌های آن‌ها در این خصوص آشنا می‌شویم و زمینه را برای ورود به بحث‌های موردی در خصوص به‌کارگیری دیپلماسی دیجیتال و توئیلماسی در خصوص کشورهای مختلف جهان آماده می‌کنیم.

حضور وزارت خارجه آمریکا در شبکه‌های اجتماعی

حضور وزارت خارجه آمریکا در رسانه‌های اجتماعی سراسر جهان در چارچوب تقویت دیپلماسی دیجیتال، شامل خود وزارت خارجه، سفارت‌خانه‌ها، کنسولگری‌ها، و نمایندگی‌های این کشور در سراسر جهان می‌شود. جدول رسانه‌های اجتماعی مهمی که وزارت خارجه آمریکا در همه آن‌ها حضور گسترده دارد به شرح ذیل است: (State, 2018).

جدول ۲: تعداد رسانه‌های اجتماعی وزارت خارجه آمریکا

تعداد صفحات	نام رسانه یا شبکه اجتماعی
۲۹۳ صفحه رسمی	Facebook
۲۰۵ صفحه و حساب کاربری مستقل	Twitter
۱۲۲ حساب کاربری	YouTube
۶۱ صفحه	Flickr
۱۹ صفحه بلاگ	Blogs
۱۱ حساب کاربری	Instagram
۴ حساب	Pinterest

۲ حساب کاربری	Google+
---------------	---------

منبع: State, 2018

همان‌طور که از جدول ۲ مشخص است از میان رسانه‌های اجتماعی یادشده، دو شبکه اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک مشخصاً تعداد صفحات رسمی بیش‌تری دارند که نشان می‌دهد از نقش بیش‌تری در دیپلماسی دیجیتال وزارت خارجه آمریکا برخوردار هستند.

وزارت خارجه ایالات متحده در بیان اهمیت دیپلماسی دیجیتال اعلام می‌کند: «دیپلماسی دیجیتال اشتراک مساعی و اطلاعات در میان ذی‌نفعان داخلی و خارجی را افزایش می‌دهد و این اطمینان را فراهم می‌کند که دیپلمات‌ها در کشورداری در قرن بیست‌ویکم قادر به مشارکت هستند. بیش از ۴,۵ میلیارد نفر هم‌اکنون در سراسر جهان از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند و تا یک دهه دیگر این تعداد ۹۰ درصد از کل جمعیت جهان را شامل خواهد شد. در حال حاضر، این ابتکار شامل پروژه‌های کوچکی است که در آن به‌منظور ارتقای اهداف سیاست خارجی ایالات متحده آمریکا از اینترنت، گوشی‌های همراه، و رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌شود» (State, 2018).

اهمیت شبکه‌های اجتماعی در سیاست داخلی آمریکا

اهمیت دیپلماسی دیجیتال و تأثیرگذار بودن فناوری‌های نوین برای دولت‌مردان آمریکا پیش از این که از سیاست خارجی آغاز شود مربوط به یکی از شگفت‌انگیزترین رویدادهای داخلی آمریکاست؛ پیروزی باراک اوباما، یک سناتور سیاه‌پوست با نام میانی «حسین» که نشانه مسلمان بودن اجداد او بود، در انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا. در اولین واکنش‌ها به این پیروزی شگفت‌انگیز روزنامه نیویورک‌تایمز در مقاله‌ای به‌قلم کلر کین میلر^۱ نوشت: «یکی از جهات عدیده‌ای که انتخاب باراک اوباما به‌عنوان رئیس‌جمهور آمریکا آدم را به یاد جان اف. کندی می‌اندازد استفاده او از یک رسانه جدید است که برای همیشه سیاست را تغییر خواهد داد. این رسانه جدید برای کندی تلویزیون بود، اما برای باراک اوباما اینترنت» (Miller, 2008).

¹ Claire Cain Miller

ناظران سیاسی دیگری نیز بودند که حتی موضوع را به پیش از پیروزی اواما در انتخابات ریاست جمهوری مربوط می‌دانستند و این سؤال را مطرح می‌کردند که آیا اگر برای دیپلماسی اینترنتی اواما نبود، او می‌توانست در رقابت‌های درون‌حزبی دموکرات‌ها هیلاری رودهام کلینتون را کنار بزند؟ پاسخ این سؤال نیز منفی بود، چراکه ده‌ها مقاله در حین پیروزی او بر رقیب درون‌حزبی‌اش و بعد از پیروزی نهایی او در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا درباره نحوه استفاده او از اینترنت برای پیروزی در انتخابات منتشر شده بود و همگی بر این باور بودند که فناوری‌های نوین، از جمله شبکه‌های اجتماعی توئیتر، فیس‌بوک، و یوتیوب تأثیر بسیار زیادی در پیروزی او داشته‌اند.

آریانا هافینگتون، سردبیر وب‌سایت معروف هافینگتون‌پست، یک هفته پس از پیروزی اواما در انتخابات ریاست جمهوری در سخنرانی خود در کنفرانس سالانه وب ۲ در سن‌فرانسیسکو به صراحت گفت اگر اینترنت نبود، باراک اواما هرگز رئیس‌جمهور آمریکا نمی‌شد و اگر اینترنت نبود، او اصلاً انتخاب اول حزب دموکرات نمی‌شد (Burke, 2008). در واقع، همان‌گونه که کاستلز اشاره دارد باراک اواما ثابت کرد که استفاده از «سیاست‌های رسانه‌ای مکانیسم اساسی است که از طریق آن دسترسی به قدرت سیاسی و سیاست‌سازی ممکن می‌شود» (کاستلز، ۱۳۹۳).

در نشست سالانه وب ۲ در سن‌فرانسیسکو که جمعی از سیاست‌ورزان کارکننده و متخصصان افکار عمومی از جمله کارل روو و نیویت گینگریچ از حزب جمهوری‌خواه نیز در آن حضور داشتند، جو تریپی، مشاور معروف کمپین‌های انتخاباتی، برخی ویژگی‌های منحصربه‌فرد وب ۲ را یادآوری می‌کند که به نوآوری‌های جدیدی در اینترنت از جمله قابلیت‌های تعاملی در شبکه‌های اجتماعی منجر شده است و همگی در پیروزی باراک اواما نقش‌آفرینی کرده بودند. از جمله ویژگی‌هایی که این سیاستمدار کهنه‌کار آمریکایی برمی‌شمرد، دسترسی سریع و ارتباط برقرار کردن مستقیم اواما و تیم تبلیغاتی او با انبوهی از مخاطبان در سراسر کشور بوده است. هم‌چنین، درحالی‌که در کمپین انتخاباتی قبلی جرج دبلیو بوش پول اندکی از طریق اینترنت برای او جمع‌آوری شده بود، اواما توانسته بود در مدت زمان کوتاهی از طریق شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، توئیتر، و یوتیوب مبالغ اعطایی

¹ Arianna Huffington

قابل توجهی را از هواداران خود جمع‌آوری کند، گردهم‌آیی‌های خود را به بهترین وجه در هر گوشه‌ای از کشور سازمان‌دهی کند و در هر ساعتی از شبانه‌روز برای آن‌ها پیام‌های تازه و تهییج‌کننده ارسال کند. به جز این یوتیوب به اوباما این فرصت را داده بود تا به صورت رایگان برای خود تبلیغات کند و به گفته تریپی آگهی‌های تبلیغاتی او در شبکه‌های اجتماعی از جمله یوتیوب بیش‌تر از تلویزیون دیده شده بودند (Miller, 2008).

باراک اوباما در مجموع توانسته بود ۱۴,۵ میلیون ساعت از طریق شبکه‌های اجتماعی و خصوصاً یوتیوب با طرفداران خود سخن بگوید که اگر می‌خواست همین میزان ساعت را از طریق تلویزیون با مردم صحبت کند باید ۴۷ میلیون دلار بابت آن پول پرداخت می‌کرد. نظر کاستلز درباره استفاده و بهره‌برداری قابل توجهی که اوباما از اینترنت برای پیروزی در انتخابات ریاست جمهوری به عمل آورد حائز اهمیت است: «امروزه یکی از ابعاد بسیار مهم مبارزات سیاسی، استفاده از اینترنت برای مدیریت کمپین‌ها و ارتباط با حامیان هست. در کشورهایی مانند ایالات متحده که کمک‌های مالی افراد به مبارزات انتخاباتی به رسمیت شناخته شده، اینترنت به مهم‌ترین ابزار برای جلب و افزایش این کمک‌ها تبدیل شده است. در پرهزینه‌ترین انتخابات مقدماتی ریاست جمهوری در تاریخ ایالات متحده، رقابت بین نامزدهای حزب دموکرات، هیلاری کلینتون و باراک اوباما، بالأخص در کمپین اوباما، درصد قابل توجهی از هزینه‌ها از طریق اینترنت تأمین شده بود» (کاستلز، ۱۳۹۳).

از سوی دیگر، نباید ویژگی مهم تصویرسازی را از طریق رسانه‌ها از جمله شبکه‌های اجتماعی فراموش کرد، چراکه همان‌گونه که کاستلز می‌گوید: «مناسبات قدرت تا حد زیادی بر شکل دادن اذهان انسانی با ساخت معانی از طریق تصاویر استوار است. به یاد داشته باشید، انگاره‌ها، تصاویر ذهنی ما هستند. در جوامع در سطح کلان، که متمایز از اشخاص خاص است، تصویرسازی در عرصه ارتباطات اجتماعی شده عمل می‌کند». از این رو، باراک اوباما «از اینترنت برای هماهنگ‌سازی فعالیت‌ها، به‌روزرسانی برنامه‌ها و دریافت کمک‌های مالی از شهروندان استفاده» برد و از آن‌جاکه «اتاق‌های گفت‌وگو و شبکه‌های اطلاعاتی در اینترنت، به ابزارهای سازمان‌دهی حیاتی برای سیاست‌گذاران مبارزاتی معاصر تبدیل شده‌اند و جذابیت و کارآمدی وب‌سایت‌های کمپین‌ها به یک علامت شفاف برای طرح‌های سیاسی موفق، هم در الگوهای اثرگذاری آن‌ها در هدایت مبارزات انتخاباتی و هم

طرح‌ریزی یک تصویر مدرن تعاملی و جذاب از نامزدها تبدیل شده‌اند» (همان). او توانست تصویر جذاب و مطلوب‌تری از خود در مقایسه با هیلاری کلینتون و رقیب جمهوری خواهش به مردم آمریکا ارائه دهد.

شعار «تغییر» باراک اوباما صرفاً جنبه داخلی نداشت. او در سطحی جهانی باید وجهه آمریکا را بهبود می‌بخشید. از این رو، «با روی کار آمدن دولت باراک اوباما دستگاه سیاست خارجی آمریکا با تغییر رویکرد تلاش کرد برای انتقال ارزش‌ها و مفاهیم مورد نظر و ایجاد همراهی با اهداف سیاست خارجی خود چندجانبه‌گرایی پیشه کند و تعامل با مخاطبان و دریافت نظرات و دیدگاه‌های آنان را نیز مورد توجه قرار دهد. اعتقاد دولت اوباما و دموکرات‌ها به کاربرد دیپلماسی و قدرت نرم، نه بر مبنای جنگ ایده‌ها، بلکه در چارچوب چندجانبه‌گرایی و تلاش برای تعامل و تأثیرگذاری بر افکار عمومی مسلمان، آن را از سیاست‌های یک‌جانبه‌گرایانه بوش متمایز ساخت» (آقایی و دیگران، ۱۳۹۵).

هیلاری کلینتون و «کشورداری در قرن بیست و یکم»

«ارتباط جهانی در دنیای به هم پیوسته امروز به دولت آمریکا قدرت بیش‌تری بخشیده و بستری فراهم کرده است تا با بهره‌گیری هوشمندانه از این قدرت در صدد تحقق اهداف و خواسته‌های خود باشد. با این حال، به طرز قابل توجهی ارزش‌ها و امنیت ما را نیز به چالش کشانده است» (کلینتون، ۱۳۹۴).

در سال ۲۰۰۸ و با پیروزی باراک اوباما در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، هیلاری کلینتون سکان دار وزارت خارجه آمریکا شد. کلینتون توجه ویژه‌ای به دیپلماسی دیجیتال و استفاده از فناوری‌های نوین در سیاست خارجی مبذول کرد. به همین علت، متخصصی کارآزموده را در امور فناوری‌های نوین به مقام مشاور ارشد وزارت خارجه منصوب کرد. او کسی نبود جز الک راس که به زودی مدیر دفتر نوآوری‌های وزارت خارجه آمریکا و از مهم‌ترین سخن‌گویان دیپلماسی دیجیتال شد. کلینتون بر این باور بود که قرن بیست و یکم عرصه و جولانگاه شبکه‌های اجتماعی است و نوآوری‌های این حوزه هم‌چنان شوک برانگیز خواهد بود. برای او مهم بود که چگونه آمریکا می‌تواند در این انقلاب فناورانه روبه‌گسترش هم‌چنان اولویت‌های سیاست خارجی خود را داشته باشد و با استفاده از این نوآوری‌ها بتواند بهتر، سریع‌تر، و اقتصادی‌تر آن‌ها را دنبال کند.

به گفته وزیر امور خارجه اسبق آمریکا، تلاش برای استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی به منزله سکویی برای دیپلماسی، بخشی از آن چیزی است که او آن را «کشورداری» یا «کشورداری در قرن بیست و یکم» می‌نامد؛ یعنی تلاش برای تجهیز کردن سیاست خارجی سنتی به شبکه‌ها، فناوری‌ها، و جمعیت‌شناسی دنیای ارتباطات. به عبارت ساده‌تر، وزارت خارجه باید دست به نوآوری بزند تا بتواند با عصر تکنولوژی پیشرفته هم‌گام باشد.

هیلاری کلینتون که از او با عنوان مادر معنوی «دیپلماسی دیجیتال» آمریکا یاد می‌کنند در کتاب خاطراتش با نام *تصمیم‌های سخت* در این خصوص می‌نویسد: «باید گفت استفاده از فناوری‌های نوین بخشی از تلاش وزارت امور خارجه و سیاست‌های خارجی دولت آمریکا بود که با هدف هم‌سوشدن با مقتضیات قرن بیست و یکم صورت گرفته بود. پیش از حضورم در وزارت خارجه در نشریه «امور خارجه» مقاله‌ای به قلم آنه ماری اسلاتر با عنوان «یک گام به جلو: قدرت آمریکا در قرن اینترنت» خواندم. نویسنده که خود رئیس دانشکده روابط عمومی و بین‌الملل وودرو ویلسون پرینستون بود در این مقاله به تشریح ساختار اینترنت پرداخته بود. به گفته او در قرن حاضر، اینترنت با تمامی ابعاد زندگی ما از ارتباطات و تجارت گرفته تا جنگ‌ها در هم تنیده شده است. اسلاتر معتقد است در چنین جهان درهم‌پیچیده‌ای، جوامع بین‌المللی و قائل به تنوع به طرز قابل توجهی موفق‌تر از جوامع تک‌بعدی و بسته عمل می‌کنند. در واقع، آن‌ها بهره بیشتری از شبکه‌های در حال رشد فرهنگی، تجاری، و فناوری می‌برند و می‌توانند بر روی فرصت‌هایی که این پیوند جهانی در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد، سرمایه‌گذاری کنند. به همین دلیل، وجود تنوع فرهنگی، خلاقیت، و ارتباط با دنیا در آمریکا یک مزیت بزرگ به‌شمار می‌رود. با تمام احترامی که برای روش‌های سنتی حفظ قدرت قائلم، باید بگویم با آنه ماری در رابطه با مزیت رقابتی آمریکا در جهان به‌هم‌پیوسته امروز کاملاً موافق هستم. به همین دلیل، از او دعوت کردم تا پرینستون را ترک کرده و در وزارت امور خارجه به ما بپیوندد، چراکه وزارت امور خارجه مسئول سیاست‌گذاری‌ها و اتاق فکر داخلی ما به‌شمار می‌رفت. آنه ماری با حضورش در وزارت خارجه به ما و آژانس توسعه بین‌المللی آمریکا¹ کمک کرد تا

¹ USAID

گزارش چهارسالانه دیپلماسی و توسعه را به‌طور کامل مورد بازبینی قرار دهیم. این کار بر مبنای گزارش چهارسالانه وزارت دفاع آمریکا، پنتاگون، صورت پذیرفت» (همان).

در این جا کلینتون تبیین می‌کند که ریشهٔ دکترین او مبنی بر «کشورداری در قرن بیست‌ویکم» در همین گزارش که بر نقش گستردهٔ فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی تأکید دارد نهفته است: «زمانی که عضو کمیتهٔ نیروهای مسلح سنا بودم با مفاد این گزارش آشنا شدم که هدف آن تشریح چگونگی استفادهٔ هوشمندانه از توان و قابلیت‌های کشور بود. موضوعی که من نام آن را «کشورداری در قرن بیست‌ویکم» گذاشتم و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، شبکه‌های خارج از کشور، و همکاری بخش دولتی و خصوصی بخشی از این سیاست‌گذاری‌هاست که می‌تواند در آینده‌ای نه‌چندان دور ما را فراتر از دیپلماسی سنتی، به‌ویژه در حوزهٔ اقتصاد و انرژی، سوق دهد. در همین راستا، روابط عمومی وزارت امور خارجه با راه‌اندازی یک واحد دیجیتال در تلاش است تا از طریق توئیتر، فیس‌بوک، فلیکر، تامبلر، و گوگل پلاس پیام ما را به افراد بیش‌تری برساند» (همان).

کلینتون پیش از هر چیز در این خاطرات اذعان می‌کند: «باین‌که اطلاعات شخصی من در زمینهٔ فناوری محدود بود به‌خوبی می‌دانستم که فناوری‌های جدید چطور شیوهٔ ارتباط، کار، و حتی سرگرمی‌های مردم در اقصی نقاط جهان را تغییر داده است و به همان نسبت می‌تواند بر روابط دیپلماتیک مؤثر باشد.» او سپس یکی دیگر از چهره‌های اصلی پیش‌برندهٔ دیپلماسی دیجیتال در وزارت خارجهٔ آمریکا را معرفی می‌کند و بیان می‌کند که چگونه برای همراهی‌اش در وزارت خارجه از او استمداد کرده است: «درواقع، او همان شخصی بود که در سال ۲۰۰۸ به کمپین انتخاباتی اوپاما کمک کرد تا به سیلیکون‌ولی و گسترهٔ وسیع صنعت فناوری راه یابد و از آن به نفع خود بهره ببرد. پس از این‌که به‌عنوان وزیر خارجهٔ آمریکا انتخاب شدم از او (راس) خواستم تا به وزارت‌خانهٔ تحت سرپرستی من کمک کند تا با مقتضیات و دگرگونی‌های قرن بیست‌ویکم هم‌سو شود» (همان).

به‌همین منظور، وزیر امور خارجهٔ وقت ایالات متحده، طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های دیجیتالی را برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی و کاخ سفید برای پیشبرد دکترین «کشورداری در قرن بیست‌ویکم» به‌کار گرفت که برخی از آن‌ها مبتنی بر شرحی که خود در کتاب خاطراتش ارائه کرده است عبارت‌ند

از:

۱. به‌کارگیری چندتن از نخبگان حوزه نوآوری و فناوری‌های دیجیتال از جمله «الک راس»^۱ و «آنه ماری اسلاتر» و ایجاد واحدهای جدید در وزارت خارجه آمریکا از جمله دفتر نوآوری‌ها و حوزه مشاور ارشد در بخش امور دیجیتال؛
۲. برگزاری نشست‌ها و دیدارهای دوره‌ای با رؤسا، مدیران و دست‌اندرکاران پلتفرم‌های دیجیتالی و شرکت‌های اینترنتی؛
۳. برگزاری دوره‌های آموزشی بین‌المللی نحوه استفاده از اینترنت برای «ترویج دموکراسی و گریز از شناسایی توسط دولت‌ها»؛
۴. برگزاری سمینارها، کارگاه‌های آموزشی، و راه‌انداختن کمپین حمایت از «اینترنت آزاد» در سراسر جهان؛
۵. اجرای پروژه «اینترنت چمدانی»؛
۶. ارتقای ظرفیت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در تمامی واحدهای منتسب به وزارت خارجه و برگزاری دوره‌های آموزشی برای همه دیپلمات‌های این کشور در سراسر دنیا و ترغیب آن‌ها به حضور و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر برای ارتباط برقرارکردن بی‌واسطه با مخاطبان و مردم دنیا؛
۷. افزایش و ارتقای امنیت شبکه‌های رایانه‌ای وزارت امور خارجه آمریکا برای مقابله با هکرها و سرقت اطلاعات (که بیش‌تر مرتبط با حوزه «دیپلماسی سایبر» است)؛
۸. اختصاص بودجه ۴۵ میلیون دلاری و فراهم آوردن فناوری‌های پیشرفته برای معترضان سیاسی در کشورهای دیگر از جمله ایران با هدف مبارزه با سانسور حکومتی و تهیه و توزیع نرم‌افزارهای دورزدن فیلترینگ اینترنت و حمایت از اظهارنظر آزادانه و ارسال محتوای چندرسانه‌ای در رسانه‌های اجتماعی؛
۹. استفاده از ظرفیت‌های پدیدآمده در تعاملات وزارت خارجه آمریکا با شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی و میکروبلایگینگ مانند توئیتر و اعمال نظر در نحوه اداره این سرویس‌ها؛

¹ Alec Ross

۱۰. ایجاد یازده صفحه رسمی در توئیتر به زبان‌های انگلیسی، روسی، اسپانیایی، فرانسوی، چینی، اردو، فارسی، عربی، کره‌ای، ترکی، و پرتغالی؛

۱۱. برگزاری نشست‌های مطبوعاتی بر پایه سؤالات مطرح شده در صفحات رسمی وزارت خارجه آمریکا در توئیتر؛

۱۲. ایجاد سفارت‌خانه مجازی ایران برای ارتباط برقرار کردن بی‌واسطه با مردم ایران و پرکردن خلأ نبود سفارت‌خانه در این کشور.

هیلاری کلینتون در خلال چهار سالی که سکان‌دار وزارت خارجه آمریکا بود سه سخنرانی مهم در خصوص دیپلماسی آمریکا در فضای مجازی، اینترنت، و شبکه‌های اجتماعی ایراد کرد. یکی از مهم‌ترین آن‌ها سخنرانی بیست‌ویکم ژانویه ۲۰۱۰ با موضوع «آزادی اینترنت» است.

کلینتون در این سخنرانی که بعدها بسیار مورد توجه محافل دیپلماتیک و سیاسی قرار گرفت و خود او در کتاب خاطراتش از آن به‌منزله یکی از پرشورترین و بهترین سخنرانی‌های خود یاد کرده است، بر نکات مهمی از جمله اهمیت قائل شدن دولت آمریکا برای تقویت آزادی‌های اینترنتی در سراسر جهان، پرکردن شکاف دیجیتالی میان کشورها، نگرانی از سوءاستفاده تروریست‌ها و حکومت‌های دیکتاتوری از اینترنت و شبکه‌های مجازی، و برنامه‌های گسترده ایالات متحده آمریکا برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود براساس پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی تأکید کرد.

وزیر خارجه وقت آمریکا در این سخنرانی تأکید می‌کند:

گسترش شبکه‌های اطلاعاتی سلسله‌اعصاب جدیدی را در سیاره ما شکل می‌دهند. هم‌اکنون که ما در این‌جا نشسته‌ایم هر یک از شما یا فرزندان هر یک از شما می‌تواند با استفاده از ابزاری که ما همه‌روزه همراه خود داریم این گفت‌وگو را برای میلیاردها انسان در سراسر جهان ارسال کند. اطلاعات هیچ‌گاه تا این اندازه آزاد نبوده است. هم‌اکنون روش‌های بسیاری برای انتشار دیدگاه‌های زیادی برای مردم بسیاری وجود دارد که در هیچ زمانی در تاریخ وجود نداشته است. حتی در کشورهایی با نظام‌های خودکامه، شبکه‌های اطلاعاتی مردم را در کشف حقایق جدید و پاسخ‌گوساختن بیش‌تر دولت‌ها یاری می‌دهند. این فناوری‌ها برای تضعیف پیشرفت انسانی و حقوق سیاسی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند. همان شبکه‌هایی که به سازمان‌دادن جنبش‌های آزادی‌بخش یاری می‌دهند، القاعده را نیز قادر می‌سازند تا بذر نفرت و خشونت علیه شهروندان

بی‌گناه بیفشانند و فناوری‌هایی با توان بالقوه فراهم‌ساختن دسترسی به دولت و تقویت شفافیت، ممکن است به‌وسیله دولت‌ها برای سرکوب دگراندیشان و محروم‌ساختن مردم از حقوق انسانی خود ر بوده و استفاده شود.

اینترنت شبکه‌ای است که قدرت و توان بالقوه همه شبکه‌ها را چند برابر می‌کند و به‌همین دلیل، ما اعتقاد داریم که باید برخی از آزادی‌های اساسی برای کاربران آن تضمین شود. آزادی بیان نخستین نوع این آزادی‌هاست. این نوع از آزادی دیگر به این‌که آیا شهروندان می‌توانند به میدان شهر بروند و بدون ترس از مجازات از دولت خود انتقاد کنند محدود نمی‌شوند. وبلاگ‌ها، ایمیل، و پیامک‌ها گستره‌های جدیدی برای مبادله دیدگاه‌ها به‌وجود آورده و هدف‌های جدیدی را برای سانسور خلق کرده‌اند. برخی از کشورها موانع الکترونیکی برپا کرده‌اند تا از دسترسی مردم خود به بخش‌هایی از شبکه‌های جهانی جلوگیری کنند. آن‌ها واژگان، نام‌ها، و عباراتی را از نتایج ارائه‌شده موتورهای جست‌وجوگر شبکه‌های خود حذف کرده‌اند. آن‌ها به حریم خصوصی افرادی که در سخنرانی‌های سیاسی غیرخوشونت‌آمیز شرکت می‌کنند، تجاوز کرده‌اند. این رفتارها برخلاف اعلامیه جهانی حقوق بشر است که می‌گوید، مردم صرف‌نظر از مرزها، دارای این حق هستند که در جست‌وجوی اطلاعات و دریافت و انتقال آن از راه هر رسانه‌ای بدون ملاحظات مرزی باشند. با گسترش این رفتارهای محدودکننده، یک پرده جدید اطلاعاتی در حال فروافتادن بر روی بیش‌تر بخش‌های جهان است و در ورای این دیوار حائل، ویدئوهای رایج در اینترنت و نوشته‌های وبلاگ‌ها در حال تبدیل به سم‌زدت‌های¹ دوران ما هستند. دولت‌ها، همانند حکومت‌های دیکتاتوری گذشته، متفکران مستقلی که از این ابزار استفاده می‌کنند را هدف قرار می‌دهند. در تظاهرات پس از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران، فیلم برداشته‌شده با تلفن همراه از قتل خونین یک زن جوان، سند دیجیتالی اتهام ظلم و قساوت دولت شد. ما گزارش‌هایی دیده‌ایم که هنگامی که ایرانی‌های ساکن خارج در فضای اینترنت از رهبران کشورشان انتقاد کرده‌اند، افراد خانواده آن‌ها در ایران مورد هدف اقداماتی تلافی‌جویانه قرار گرفته‌اند و با وجود تلاش شدید دولت برای ارباب، شهروندان دلیر روزنامه‌نگار در ایران به استفاده از فناوری برای نشان‌دادن آنچه در کشورشان رخ می‌دهد به جهان و هم‌وطنان خود ادامه می‌دهند. مردم ایران با سخن‌گفتن درباره حقوق بشر خودشان، الهام‌بخش جهان بوده‌اند. و شهادت آن‌ها تعریفی دوباره از چگونگی استفاده از فناوری برای گسترش حقیقت و افشای بی‌عدالتی

¹ Samizdat

است. آزادی برقراری ارتباط، براساس این فکر که دولت نباید مردم را از برقراری ارتباط با اینترنت با تارنماها و با یکدیگر بازدارد مانند آزادی اجتماعات است. با این تفاوت که این کار در فضای مجازی انجام می‌گیرد. این آزادی به مردم اجازه می‌دهد که بر روی اینترنت قرار گیرند، به یکدیگر پیوندند، و امیدوارانه همکاری کنند.

وقتی که شما به اینترنت راه یافتید برای این‌که تأثیر بزرگی بر جامعه به جای بگذارید، نیاز به این‌که یک سرمایه‌دار بزرگ یا یک ستاره راک اند رول باشید، ندارید. در ایران و مولداوی و دیگر کشورها سازمان‌دهی از طریق اینترنت به صورت ابزاری برای پیشبرد دموکراسی و تواناساختن شهروندان به اعتراض برضد نتایج مشکوک انتخابات درآمده است. و حتی در دموکراسی‌های تثبیت‌شده‌ای مانند ایالات متحده ما شاهد قدرت این ابزارها برای تغییر تاریخ بوده‌ایم. افتخار می‌کنم که وزارت امور خارجه پیش از این در بیش از چهل کشور جهان مشغول فعالیت بوده تا به مردمی که توسط حکومت‌های سرکوبگر خاموش شده‌اند، یاری برساند. ما به این موضوع در سازمان ملل نیز اولویت بخشیده‌ایم و آزادی اینترنت را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌ها در نخستین قطعنامه‌ای گنجاندیم که آن را بعد از بازگشت به شورای حقوق بشر سازمان ملل ارائه کردیم. ما هم‌چنین از توسعه ابزارهای جدید حمایت می‌کنیم که شهروندان را قادر می‌سازد تا حقوق مربوط به آزادی‌بیان خود را از طریق غلبه بر سانسور با انگیزه‌های سیاسی به‌دست آورند. ما در حال هزینه‌کردن برای گروه‌های مختلف در سراسر جهان هستیم تا اطمینان یابیم این ابزار در دست افرادی قرار گیرد که به آن‌ها نیاز دارند، که به زبان محلی آن‌ها باشد و با ارائه آموزش‌های مورد نیاز به اینترنت دسترسی ایمن پیدا کنند.

ایالات متحده مدت‌های مدیدی در این جهت تلاش کرده است. با تمرکز بر به‌کارگیری این برنامه‌ها به‌صورتی که تا حد ممکن کارآمد و مؤثر باشد. هم مردم آمریکا و هم کشورهای دیگر که در جهت سانسور اینترنت تلاش می‌کنند باید بدانند که دولت ما خود را متعهد به کمک به پیشرفت آزادی اینترنت می‌داند. درنهایت، این مسئله مربوط به آزادی اطلاعات نیست؛ مربوط به این است که کدام جهان را می‌خواهیم داشته باشیم و در کدام جهان می‌خواهیم زندگی کنیم. درباره این است که آیا ما می‌خواهیم در یک سیاره با یک شبکه اینترنتی، یک جامعه جهانی، و یک دانش مشترک که ما را متحد سازد و برای همه ما مفید باشد زندگی کنیم یا در یک سیاره پاره‌پاره‌شده که در آن دسترسی به اطلاعات و فرصت بستگی به محل سکونت شما و هوی و هوس‌های سانسورچیان داشته باشد (Clinton, 2010).

استراتژی بین‌المللی ایالات متحده برای فضای مجازی نیز نسخه کامل‌تر و دقیق‌تر از مواضعی است که هیلاری کلینتون در این سخنرانی اتخاذ کرده است. در این استراتژی بر تعهد ایالات متحده بر تلاش‌های بین‌المللی تأکید شده است که برای ارتقای زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی باز، برخوردار از تعامل متقابل، امن و قابل اعتماد که حامی تجارت و بازرگانی بین‌المللی است، امنیت بین‌المللی را تقویت می‌کند و موجب نوآوری و تقویت آزادی بیان در سراسر جهان می‌شود.

ویکتوریا اسر در تشریح و تأیید استراتژی‌های دیجیتالی آمریکا می‌گوید: «نوآوری یکی از بزرگ‌ترین دارایی‌های ایالات متحده است و ما با به‌کارگیری آن در حال بازتعریف برنامه‌های دیپلماتیک و توسعه‌ای خود هستیم. دیپلمات‌ها و متخصصان توسعه ما چه در حال کمک به پیشرفت آزادی اینترنت باشند یا در حال ارتباط‌گیری با پیشگامان زن در غرب آفریقا یا درگیر زلزله ویرانگری که ژاپن را تکان داده است همگی در حال استفاده از شبکه‌های دیجیتالی و فناوری‌هایی هستند که در خدمت سیاست خارجی آمریکا قرار دارد. وزارت خارجه آمریکا گوی بلورین ندارد. بنابراین ما به‌درستی می‌دانیم که نوآوری مداوم ما را در خط مقدم دیپلماسی دیجیتال حفظ خواهد کرد و این برتری به معنی ایجاد امکان بیش‌تر برای به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات بیش‌تر و غنی‌تر در داخل و خارج از کشور برای ماست. ما هم‌چنین می‌دانیم که ضرب‌المثل قدیمی نوآوری کن یا بمیر، هم‌چنان ما را روی پای خود نگه خواهد داشت» (Esser, 2012).

کلینتون در سخنرانی دوم خود با موضوع «آزادی اینترنت» در تاریخ پانزدهم فوریه ۲۰۱۱ در دانشگاه جورج واشنگتن بار دیگر به تشریح دیپلماسی دیجیتال وزارت خارجه، اقدامات صورت‌گرفته در این خصوص و دستاوردهای آن می‌پردازد. در فکت‌شیت منتشرشده در وب‌سایت وزارت خارجه آمریکا (Clinton, 2011) محورهای اصلی سخنرانی او بدین شکل برجسته شده است: ایالات متحده به‌خوبی در حال عمل به وعده‌اش برای دفاع از آزادی اینترنت و دیگر تکنولوژی‌های ارتباطی است و این اقدامات صورت گرفته است:

۱. دفتر دموکراسی، حقوق بشر، و کار وزارت خارجه حدود ۵ میلیون دلار در سال ۲۰۱۰ در حمایت از دسترسی به اطلاعات و امنیت ارتباطات در اینترنت و دستگاه‌های موبایل اختصاص داد؛

۲. در مارس ۲۰۱۰ برای اولین بار، ماریا اوترو^۱ معاون وزیر امور خارجه در امور دموکراسی و امور جهانی به همراه رابرت هورماتس^۲ معاون وزیر امور خارجه در امور اقتصادی، تجاری و کشاورزی، نشست مشترکی را با شرکت‌های فناوری اطلاعات برگزار کردند و راه‌هایی را که از طریق آن بخش خصوصی و دولت می‌توانند با کمک هم به «آزادی اینترنت» کمک کنند بررسی کردند.

۳. موارد زندانی شدن وبلاگ‌نویس‌ها، روزنامه‌نگاران، و فعالان آنلاین در سطوح بالای دولتی افزایش یافته است و ما یک موضع عمومی در حمایت از آن‌ها اتخاذ کردیم. در سال گذشته (۲۰۰۹) ما عموماً موارد فعالیت‌های آنلاین و روزنامه‌نگاری را در کشورهایی مثل مصر، تونس، آذربایجان، سوریه، و چین افزایش دادیم؛

۴. ایالات متحده نقشی پیشرو برای ائتلاف جهانی دولتی در زمینه تعهد به پیشبرد آزادی اینترنت بازی می‌کند. این تعهد در «فروم حکمرانی اینترنت»^۳ که در سپتامبر ۲۰۱۰ در ویلنیوس، لیتوانی برگزار شد و نیز در بیانیه فرامنطقه‌ای درباره آزادی اینترنت که ژوئن ۲۰۱۰ توسط سوئد در شورای حقوق بشر سازمان ملل قرائت شد، به انجام رسید.

از طریق وزارت خارجه و آژانس توسعه بین‌المللی ایالات متحده، آمریکا به تداوم پیشبرد آزادی اینترنت در طول سال آینده با برنامه‌های زیر متعهد خواهد بود:

۱. همان‌طور که در «بازبینی چهارسالانه دیپلماسی و توسعه»^۴ اعلام شد، وزارت خارجه اداره هماهنگ‌کننده مسائل سایبری را راه‌اندازی کرده است و آقای «کریستوفر پینتر»^۵ به‌عنوان رئیس آن برگزیده شده است. در زمینه مسئله امنیت سایبری و دیگر مسائل، این اداره اقداماتش را با وزارت خارجه و دیگر آژانس‌ها هماهنگ خواهد کرد؛

¹ Maria Otero

² Robert Hormats

³ Internet Governance Forum

⁴ USAID

Quadrennial Diplomacy and Development Review⁶

⁶ Christopher Painter

۲. وزارت خارجه آمریکا تا ۳۰ میلیون دلار برای سرمایه‌گذاری در زمینه افزایش دسترسی آزاد به اینترنت، حمایت از فعالیت‌های دیجیتال، و فشار علیه سرکوب اینترنت در هر جا که این اتفاق رخ دهد سرمایه‌گذاری کرده است؛

۳. ایالات متحده مفتخر است که از روز اول تا سوم می میزبان «روز آزادی مطبوعات جهانی یونسکو»^۱ با موضوع «رسانه‌های قرن بیست‌ویکم: مرزهای جدید، موانع جدید» است، که شامل موضوعات مرتبط با آزادی اینترنت هم خواهد بود؛

۴. USAID برنامه‌ای را برای فراهم کردن امنیت بیش‌تر مورد نیاز برای ظرفیت‌سازی در رسانه‌های محلی و سازمان‌های جامعه مدنی در سراسر جهان اجرا می‌کند؛

۵. وزارت خارجه به پیشبرد آزادی اینترنت به‌عنوان یک مسئله اقتصادی در فرورهای چندجانبه و حمایت از آزادی اینترنت در روابط دیجیتال جهان ما ادامه خواهد داد.

«کشورداری در قرن بیست‌ویکم» برای تکمیل اقدامات وزارت خارجه برای پیشبرد آزادی اینترنت ابداع شد و با بخش‌های خصوصی و دولتی سیاست خارجی با ارائه منابع جدید و همکاری با یکدیگر و استفاده از فناوری ارتباطات برای خلق دیپلماسی نوآورانه و خلاقانه‌تر در ارتباط است. آزادی اینترنت برای کاربرد فناوری در این روش‌ها یک پیش‌نیاز است؛ پلتفرمی آزاد که فضایی برای نوآوری در دیپلماسی، توسعه، و فراتر از آن را فراهم می‌کند.

با فناوری‌های ارتباطی جدید، ما مستقیماً با مردم در ارتباط هستیم چیزی که تا قبل از این وجود نداشت. مثلاً USAbilARABY که ما به عربی توئیت کردیم فقط در عرض چند روز نزدیک به ۵۷۰ هزار بار بازتوئیت شد. توئیت‌های USAdarFARSI نیز در عرض چند ساعت نزدیک به ۲۸۸ هزار بار بازتوئیت شد. می‌بینید که این‌بار از روش‌های قدیمی و ازمدافاده برای پخش پیام‌های دولتی خبری نیست. ما مستقیماً با مردم در هر کجا از جهان ارتباط می‌گیریم و واکنش‌های آن‌ها را — چه منفی و چه مثبت — دریافت می‌کنیم و قادریم یکدیگر را به‌طور مساوی درگیر کنیم. گذشته‌ازاین‌ها، هیچ توئیتی نمی‌تواند بیش‌تر از ۱۴۰ کاراکتر باشد، چه شما وزیر خارجه ایالات متحده باشید یا یک معترض در میدان تحریر یا هر کسی در خیابان‌های تهران.

¹ UNESCO World Press Freedom Day

- در سپتامبر ۲۰۱۰ وزارت خارجه ابتکار «mWomen» (طرح زنان) را شروع کرد که با همکاری بخش‌های عمومی و خصوصی، طرحی ابتکاری در زمینه بستن شکاف جنسیتی در سطح جهانی ایجاد شد.
 - وزارت خارجه طرح جامعه مدنی ۲,۰ را برای ساختن ظرفیت تکنیکی سازمان‌های جامعه مدنی و انجام دادن مأموریت آن‌ها با استفاده از فناوری‌های ارتباطی شروع کرد. جامعه مدنی ۲,۰ تلاش می‌کند این سازمان‌ها را با ابزارهای فناوری و کمک به افزایش سواد دیجیتال، تقویت اطلاعات و شبکه‌های ارتباطاتی سازمان‌های غیردولتی، و تقویت تأثیر جنبش‌های جامعه مدنی هماهنگ کند.
 - برای بخشی از برنامه جامعه مدنی ۲,۰، ایالات متحده از طریق وزارت خارجه چندین جلسه تکنولوژی دولتی^۱ و یک اردوگاه تکنولوژی را در سانتیاگو در شیلی برگزار کرد. وزارت خارجه همچنین اولین رقابت APP4Africa (کاربرد برای آفریقا) را با شرکای بومی برای استفاده از تکنولوژی دیجیتالی و ارتباط با جوامع آن‌ها به منظور توسعه راه‌حل‌های خلاقانه و حل مشکلات راه‌اندازی کرد.
- کلینتون در یکی دیگر از سخنرانی‌های خود با محور حمایت آمریکا از «آزادی اینترنت» که در اندیشکده «آسیاسوسایتی»^۲ ایراد شده است، محورهای دیگری از اقدامات خود در حوزه دیپلماسی دیجیتال را تبیین کرده است (Clinton, 2011). کاترین کندریک عضو تیم آزادی اینترنت در اداره دموکراسی، حقوق بشر، و کار در وزارت خارجه آمریکا می‌گوید: «کنگره آمریکا از سال ۲۰۰۸ میلادی حدود یکصد میلیون دلار برای آموزش و توسعه فناوری‌های تضمین‌کننده آزادی اینترنت به‌عنوان پلتفرمی برای مردم سراسر جهان، به‌ویژه در کشورهای سرکوبگر هزینه کرده است. وی گفت آمریکا نخستین دولتی است که آزادی اینترنت را به‌عنوان یکی از سیاست‌های خود در چین سطحی دنبال می‌کند و طی چند سال اخیر به‌شدت در تلاش برای وادار کردن دیگران به استفاده از این فضا است.

¹ TECHSTATE

² Asia Society

وزارت خارجه آمریکا هم‌چنین با کمک یک شرکت رایانه‌ای، نرم‌افزاری ساخته است که افراد می‌توانند در مواقع بحران با فعال کردن آن دفترچه تلفن خود را پاک کنند و به دوستانشان به‌طور خودکار این پیام ارسال خواهد شد که دچار دردسر شده‌اند. کندریک می‌گوید اگر شما در یک کشور خاورمیانه یک فعال وبلاگ‌نویس باشید، تهدیدی که بیش‌ازهمه شما را تهدید می‌کند سانسورکردن وبلاگتان نیست، بلکه ردگیری فعالیت‌های شما توسط مأموران دولتی است. وی اضافه کرد: اینترنت فضایی انحصاری نیست که دولت‌ها هیچ تعهدی در قبال تضمین آزادی در آن نداشته باشند، بلکه اینترنت ضمیمه‌ای بر حقوق بشر است» (Biddle, 2013).

«تا سال ۲۰۱۳ بیش از ۲,۶ میلیون نفر از کاربران توئیتر حدود ۳۰۱ اطلاعیه رسمی ما در این شبکه اجتماعی را مشاهده نمودند که به یازده زبان دنیا از جمله عربی، چینی، فارسی، روسی، ترکی و اردو منتشر شده بود. من همواره به دیپلمات‌های حاضر در سفارت‌خانه‌های آمریکا در کشورهای مختلف توصیه کرده‌ام که از به‌روزرسانی صفحات فیس‌بوک و توئیتر خود غافل نشوند، در برنامه‌های تلویزیونی آن کشور حاضر شوند و به اشکال گوناگون در فعالیت‌های اجتماعی شرکت داشته باشند. نکته مهم این است که من از آن‌ها خواسته‌ام تا به آنچه در آن کشورها به گوش مردم می‌رسد، به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی توجه بکنند» (کلینتون، ۱۳۹۴).

تحولگران در وزارت خارجه آمریکا

برای دهه‌ها دیپلماسی آمریکا پشت درهای بسته و در امتداد راهروهای قدرت هدایت می‌شد. این متعلق به زمانی است که هنوز توئیتر، فیس‌بوک، و یوتیوب وجود نداشتند و فردی به نام الک راس هم مشاور ارشد هیلاری کلینتون، وزیر وقت امور خارجه ایالات متحده آمریکا، و رئیس دفتر نوآوری‌های وزارت خارجه این کشور نشده بود (Gustin, 2011). «در سال ۲۰۰۹، هیلاری کلینتون، وزیر خارجه ایالات متحده آمریکا، پست جدیدی را با عنوان مشاور ارشد در امور نوآوری ایجاد کرد و الک راس را به این سمت منصوب کرد و به او اختیارات وسیعی اعطا کرد تا از پیشرفت‌های فناورانه برای تغییر نحوه کشورداری قرن بیست‌ویکم در وزارت خارجه استفاده کند. تا پیش از

مأموریت او، عمده دولت‌های آمریکا تنها دو ابزار مشخص برای حل اختلافات در جعبه ابزار خود داشتند: دیپلماسی و جنگ» (Samit, 2015).

الک راس

الک راس در دو سال اول وزیر خارجه بودن هیلاری کلینتون به شدت در مسیر بهره‌گیری ایالات متحده آمریکا از ابزارهای نوین فناوری ارتباطات و اطلاعات در پیشبرد سیاست‌های خود از طریق دیپلماسی دیجیتال و توئیتر فعال بود. او توانست حمایت بی‌دریغ هیلاری کلینتون و حتی شخص باراک اوباما را در این مسیر به دست آورد. راس توانست در همان دو سال اول حضور خود در وزارت امور خارجه آمریکا و در ۳۹ سالگی پلتفرم‌های دیجیتالی را وارد زندگی روزمره دیپلمات‌های آمریکایی در سراسر جهان کند؛ به گونه‌ای که در همان دو سال ده‌ها سفیر ایالات متحده آمریکا در سراسر جهان به استفاده از توئیتر و فیس‌بوک روی آوردند و وزارت خارجه این کشور نیز به‌طور رسمی ابتدا نه و هم‌اکنون، در سال ۲۰۱۸، یازده صفحه رسمی در توئیتر دارد. راس معتقد بود که استفاده دقیق از این فناوری‌ها به آمریکا ابزار مناسب جدیدی برای اجرا و عملیاتی کردن قدرت هوشمند اعطا می‌کند.

«الک راس که مجله تایم او را دارنده یکی از بهترین تایم‌لاین‌های توئیتر در سال ۲۰۱۲ معرفی کرد، برای این موضوع یک رویکرد دومنظوره را به کار گرفته بود. نخست این که کل وزارت خارجه آمریکا و دیپلمات‌هایش را وادار به استفاده از رسانه‌های اجتماعی کند و دیگر این که با به‌کارگیری مجموعه‌ای از این فناوری‌های دیجیتال روی برخی مشکلات خاص آمریکا کار کند» (Samit, 2015). «راس در مصاحبه‌ای با مجله تایم در تشریح برنامه گسترده خود برای دیجیتالی کردن وزارت خارجه و دیپلمات‌های آمریکایی می‌گوید: از آنجایی که وزارت خارجه آمریکا همواره به صورت سنتی ملاقات با رهبران سیاسی سراسر جهان را پشت درهای بسته ترتیب می‌داده است، توئیتر و اینترنت این وزارتخانه را قادر می‌سازد تا فراتر از راهروهای قدرت رفته و مستقیماً به میلیون‌ها نفر از مردم عادی دسترسی داشته باشد. دانش و تأثیر شبکه دو عامل غیرقابل توقف

هستند. درست براساس همین رویکرد است که وزارت خارجه اکنون به نه زبان مختلف توثیت می کند و به شدت با سانسور اینترنت مبارزه می کند» (Samit, 2015).

تأکید راس در استفاده دیپلمات‌ها و دستگاه سیاست خارجی آمریکا از رسانه‌های اجتماعی دسترسی مستقیم آن‌ها به میلیون‌ها نفر در سراسر جهان است. او می گوید: «فناوری چیزی نیست که شما بگویید خوب است یا بد است. شما می‌توانید از فناوری برای اهداف خوب و اهداف بد استفاده کنید، اما فناوری ابزار بسیار قدرتمندی برای دسترسی مستقیم به میلیون‌ها نفر از مردم جهان است و این موضوعی است که برای وزارت خارجه آمریکا اهمیت دارد. ما در وزارت خارجه آمریکا بدون واسطه، فقط از طریق توئیتر با ۲۵۰ میلیون نفر در سراسر دنیا در ارتباط هستیم و با آن‌ها حرف می‌زنیم. این فقط توئیتر است» (Ross, 2011).

اهمیت گفت‌وگوی بدون واسطه با شهروندان کشورهای جهان خصوصاً کشورهای ناهم‌سو با منافع آمریکا از جمله ایران، روسیه، و چین در دیپلماسی دیجیتال ایالات متحده آمریکا نقش مهمی دارد. کلیتون در این باره می‌گوید: «هنگامی که مایک مک‌فاول، استاد علوم سیاسی دانشگاه استنفورد و کارشناس مسائل روسیه در شورای امنیت ملی، به‌عنوان سفیر جدید دولت آمریکا در حال اعزام به مسکو بود، از او خواستم تا راه‌های جدیدی پیدا کند تا از طریق آن بتوانیم به‌دور از محدودیت‌های اعمال‌شده از سوی دولت روسیه، به‌طور مستقیم با شهروندان این کشور گفت‌وگو کنیم. من به او گفتم: مایک، سه چیز را فراموش نکن؛ قوی باش، با خارج از جمع نخبگان ارتباط داشته باش، و در به‌کارگیری هر نوع فناوری که می‌تواند به تو کمک کند تا به مردم دسترسی داشته باشی، تردید نکن. چندی بعد، مایک دریافت که از سوی رسانه‌های وابسته به کاخ کرملین کنترل می‌شود. به‌همین دلیل، یک شب از طریق یک خط باز با او صحبت کردم و به‌گونه‌ای که سرویس‌های جاسوسی روسی متوجه شوند گفتم که او کار درستی انجام می‌دهد. بدین ترتیب، مایک مک‌فاول، سفیر آمریکا در روسیه، به یکی از کاربران فعال شبکه‌های اجتماعی تبدیل شد. براساس نظر دیگر کاربران اینترنت، او با جذب بیش از هفت هزار دنبال‌کننده در توئیتر در زمره یکی از ده شخصیت تأثیرگذار اینترنتی در روسیه قرار داشت. علاوه‌بر بیان سیاست‌های دولت آمریکا و تشریح برخی از موارد نقض حقوق بشر

توسط روسیه، او به طور مرتب اقدام به انتشار تصاویر، افکار، و اندیشه‌های شخصی خود نیز می‌نمود» (کلینتون، ۱۳۹۴).

فرانسیس جی. ریکاردونه جونیور، سفیر آمریکا در ترکیه، در خصوص کارآمدی حضور دیپلمات‌های آمریکایی در توئیتر می‌گوید: «برای ما داشتن روابط حسنه با ترکیه از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار بوده است و ما همواره تلاش کرده‌ایم با هر وسیله‌ای راه‌های ارتباط‌گیری و مشارکت فعال با مردم ترکیه را گسترش دهیم. رسانه‌های اجتماعی بهترین راه را در این خصوص به ما ارائه کرد و هم‌اکنون بیش از آنچه می‌توانستیم با کفش‌های چرمی سنتی دیپلماسی عمومی بیماییم، پیش رفته‌ایم» (Esser, 2012).

راس دیگر تأثیر مثبت توئیتر برای دیپلمات‌ها را بیش‌تر شنیدن و بهتر دیدن توصیف می‌کند و می‌گوید پیش‌تر دیپلمات‌های ما مردم جهان را از طریق گزارش‌ها و بولتن‌ها می‌شناختند، اما «توئیتر و فیس‌بوک که تنها دو نمونه از ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی هستند این امکان را برای دیپلمات‌های ما فراهم آورده‌اند تا هم بیش‌تر بشنوند و هم بهتر یاد بگیرند. من به این می‌گویم یک فرصت استثنایی تاریخی برای گوش‌دادن. آنچه شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر و فیس‌بوک پدید آورده، توانمندسازی دیپلمات‌های ما در گوش‌دادن و یادگرفتن مستقیم است آن هم از منظر شهروندانی که مثل ما پشت میزهای ماهونی (چون ماهون آمریکایی قهوه‌ای‌رنگ است) مشغول چای‌نوشیدن نیستند. رسانه‌های اجتماعی دیپلمات‌های ما را به شنوندگان بسیار بهتری تبدیل کرده است. آن‌ها به‌همین دلیل، سیاست خارجی را اکنون بهتر می‌فهمند. من همیشه به سفرایمان وقتی کارکردن در رسانه‌های اجتماعی را آغاز می‌کنند می‌گویم: یادتان باشد شما یک دهان ولی دو گوش دارید» (Ross, 2017).

یکی از رسالت‌های اصلی باراک اوباما در زمان پیروزی در انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا بهبود دادن وجهه تخریب‌شده آمریکا در جهان و خاورمیانه بود. اقدامات جرج دبلیو بوش، خصوصاً به‌راه‌انداختن دو جنگ بزرگ در افغانستان و عراق سبب تخریب وجهه و اعتبار آمریکا در سراسر جهان شده بود. یکی از دلایل روی خوش نشان‌دادن و حمایت کلینتون از برنامه گسترش دیپلماسی دیجیتال الک راس و جرد کوهن در وزارت‌خارجة این کشور کمک به باراک اوباما در تغییر چهره منفی‌شده آمریکا در جهان بود.

جرد کوهن، استراتژیست دیجیتال

جرد کوهن^۱ یکی دیگر از نخبگانی بود که هیلاری کلینتون برای پیشبرد «دیپلماسی دیجیتال» در وزارت خارجه آمریکا از او دعوت به عمل آورد. مجله فارن پالیسی او را استراتژیست اصلی برنامه «کشورداری در قرن بیست و یکم» هیلاری کلینتون عنوان کرده است که اساس آن استفاده از فناوری‌های دیجیتال بود. کوهن پیش‌تر نیز در دولت بوش در وزارت خارجه آمریکا به کاندولیزا رایس خدمت کرده بود، اما در دوره هیلاری کلینتون مشخصاً در کنار الک راس و آنه ماری اسلاتر یک تیم کامل از استراتژیست‌های دیجیتال را تشکیل دادند. او در سال ۲۰۱۰ به شرکت گوگل رفت و در آن‌جا نیز ابتکار «Google Idea» را مطرح کرد و پیش برد (Larson, 2010).

کاندولیزا رایس، وزیر خارجه اسبق آمریکا در دولت بوش پسر، در کتاب خاطراتش از او به منزله یک جوان بیست و چندساله که در فناوری‌های نوین از جمله رسانه‌های اجتماعی نبوغ دارد یاد کرده است: «وقتی استفان کراسنر^۲ به وزارت خارجه آمریکا آمد با خودش یک تیم معرکه‌ای را آورد که ایده‌های جدید او را پیش ببرند. یکی از الهام‌بخش‌ترین انتصاب‌های او مربوط به سال ۲۰۰۶ بود، وقتی یک جوان بیست و چندساله به نام جرد کوهن را که دانشجوی استنفورد بود و یک دوره اقامت چهارماهه خودخواسته در ایران را نیز تجربه کرده بود به وزارت خارجه آورد. استیو می‌خواست از موقعیت او در برنامه‌ریزی برای وارد کردن رسانه‌های اجتماعی به جعبه‌ابزار دیپلماتیک ما بهره ببرد. چند سال بعد، سرمایه‌گذاری او سخاوتمندانه جواب داد و آن زمانی بود که توئیتر و فیس‌بوک به پیشران‌های اصلی تغییرات دموکراتیک در خاورمیانه تبدیل شدند» (Rice, 2011).

کوهن یکی از معدود سیاست‌گذارانی بود که هیلاری کلینتون بعد از تصدی وزارت خارجه او را نگه داشت. او نقش مهمی در تعیین و شکل‌گیری استراتژی‌های مبارزه با رادیکالیسم وزارت خارجه آمریکا در خاورمیانه داشت و در عین حال، در خصوص مسائل ایران نیز به کلینتون مشاوره می‌داد. در

¹ Jared Cohen

² Stephen Krasner استاد روابط بین‌الملل در دانشگاه استنفورد که از سال ۲۰۰۵ تا آوریل ۲۰۰۷ مدیر سیاست‌گذاری در وزارت امور خارجه ایالات متحده بود. او هم‌چنین عضو ارشد مؤسسه هوور در دانشگاه استنفورد است.

آوریل سال ۲۰۰۹ کوهن به هیئت‌هایی که تلاش می‌کردند مدیران فناوری را به ذی‌نفعان محلی در عراق، روسیه، مکزیک، کنگو، و سوریه وصل کنند کمک شایان توجهی کرد (Boyd, 2010).

«در اواسط ژوئن ۲۰۰۹ و در اوج اعتراضات ایران بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری این کشور، کوهن کسی بود که مأموریت کمک به مخالفان در ایران را از طریق ارتباط‌گیری با توئیتر بر عهده گرفت. او با توئیتر تماس گرفت و از آن‌ها خواست تا برنامه بهینه‌سازی خود را که منجر به قطعی و عدم دسترسی به توئیتر می‌شد، موقتاً به‌تعویق بیندازند؛ چراکه در همان زمان معترضان در ایران در حال استفاده از توئیتر بودند و لازم بود تا ارتباط آن‌ها با یکدیگر و با جهان خارج از ایران از بین نرود. این اقدام کوهن قانون عدم‌مداخله باراک اوباما در امور ایران را زیر پا گذاشت و مقامات کاخ سفید بسیار عصبانی شدند، اما هیلاری کلینتون بعدها در مصاحبه‌ای هر گونه خیانت و ناهماهنگی با سیاست‌های رئیس‌جمهور در خصوص ایران را رد کرد و از اقدام کوهن با افتخار یاد کرد» (Lizza, 2011).

«یک مقام سابق کاخ سفید به من گفت که کار کوهن در زیرپا گذاشتن قانون عدم‌مداخله در امور ایران بسیار نسنجیده بوده و علت عصبانیت شدید کاخ سفید از این اقدام تا اندازه زیادی منطقی بوده است؛ چراکه دخالت بی‌جا در امور ایران این تصور را ایجاد کرده است که جنبش سبز ایران مورد حمایت غرب است، حال آن‌که به‌هیچ‌وجه این‌گونه نبوده است. آنچه آمریکا واقعاً در ایران دنبال می‌کرد تلاش برای واداشتن دولت ایران به مشارکت بود و لذا به‌هیچ‌وجه نمی‌خواست کاری انجام دهد که آمریکا را طرف معترضان نشان دهد. این مقام رسمی به من گفت اگر به کاخ سفید بود، کوهن قطعاً از سمت خود برکنار و اخراج می‌شد» (Lizza, 2011).

با این‌همه، کوهن یکی از اصلی‌ترین اعضای تیم وزارت خارجه بود که رسانه‌های اجتماعی را با سیاست خارجی آمریکا هماهنگ کرد. از لحاظ داشتن بیش‌ترین تعداد دنبال‌کننده، در آوریل ۲۰۱۰ کوهن سومین شخصیت سیاسی آمریکا در توئیتر بعد از باراک اوباما و جان مک‌کین بود (Lichtenstein, 2010). کوهن در سپتامبر ۲۰۱۰ وزارت خارجه آمریکا را ترک کرد و پس از آن‌که به شورای روابط خارجی آمریکا در بخش استراتژی‌های ضد‌رادیکال پیوست با عنوان اولین مدیر بخش «Google Ideas» استخدام شد (Larson, 2010).

جرد کوهن در سال ۲۰۱۳ به همراه اریک اشمیت، مدیرعامل شرکت گوگل، کتاب جنجالبرانگیز عصر دیجیتال جدید: تغییر شکل دادن آینده مردم، ملت‌ها، و کسب‌وکار^۲ را منتشر کرد که در لیست کتاب‌های پرفروش نیویورک تایمز قرار گرفت. این کتاب آینده ژئوپلیتیکی زمانی را مدنظر قرار می‌دهد که در آن پنج میلیارد نفر دیگر در اینترنت آنلاین می‌شوند و آن‌گونه که نویسندگان می‌گویند نتیجه آن تروریسم محتمل، جنگ، سرقت هویت، درگیری، و تغییرات در روابط بین ملت‌ها خواهد بود. کتاب برگرفته از مقاله‌ای به قلم اریک اشمیت با عنوان «اختلال دیجیتال، اتصال و انتشار قدرت»^۳ بود. این دو در این مقاله ادعا کردند که فناوری روابط بین دولت‌ها و شهروندان را در قرن بیست‌ویکم بازنویسی خواهد کرد (Schmidt and Cohen, 2010).

اسلاتر و آمریکایی‌سازی نظریات قدرت شبکه‌ای کاستلز

آنه ماری اسلاتر که راس او را همکار و هم‌فکر اصلی خود در وزارت خارجه آمریکا دانسته و هیلاری کلینتون نیز در کتاب خاطرات خود او را رئیس دانشکده روابط عمومی دانشگاه وودرو ویلسون معرفی کرده که به‌خواسته او به وزارت خارجه آمریکا نقل مکان کرده است صاحب دکترین «شبکه به‌مثابه قدرت» است که در واقع برگرفته از نظریات «قدرت شبکه‌ای» مانوئل کاستلز است. در واقع، حرف جدید اسلاتر بومی کردن نظریات قدرت شبکه‌ای کاستلز است. او این ایده را مطرح کرد که ما در دنیای شبکه‌ها زندگی می‌کنیم و این‌که توانایی آمریکا در سرمایه‌گذاری در این دنیای ارتباطات، بر جایگاه جهانی آن اثر می‌گذارد. ایده او تأثیر بسیار مهمی بر سیاستمداران ارشد کابینه او‌باما و از جمله هیلاری کلینتون داشته است.

مانوئل کاستلز بیش از بیست سال پیش چنین وضعی را در سه‌گانه جامعه اطلاعاتی خود به‌درستی به‌تصویر کشیده بود. گویی او در آینه فردا چنین وضعیتی را می‌دید. او در تشریح چنین وضعیتی نوشته است: «در زمانه ما سیاست‌ها در درجه نخست سیاست‌های رسانه‌ای هستند و پیام‌ها، سازمان‌ها، و رهبرانی که در رسانه‌ها حضور ندارند، به‌تبع در اذهان عمومی هم جایگاهی نخواهند

¹ Eric Schmidt

² The New Digital Age: Re-shaping the Future of People, Nations and Business

³ The Digital Disruption; Connectivity and the Diffusion of Power

داشت. بنابراین تنها کسانی که می‌توانند پیام خود را به شهروندان در سطح کلان منتقل کنند، شانس تأثیرگذاری در تصمیم‌گیری‌های افراد را به گونه‌ای که منجر به کسب قدرت شود، یا حفظ مواضع قدرت سابق را امکان‌پذیر سازد دارند. و مصداق واقعی این فرایند در کشورهای دموکراتیک است، که در آن سیاست فرضاً برپایه رقابت و انتخابات آزاد به‌عنوان مکانیسم‌های اصلی برای دستیابی به مناسب سیاسی استوار شده است، اما در نظام‌های غیردموکراتیک نیز کنترل بر رسانه‌ها شکلی نیرومند از استیلاست. در این نظام‌ها، بدون از میان برداشتن موانع سازمانی و فناورانه که اطلاعات را ساختاربندی کرده و ارتباطات را نهادمند می‌کنند، امید به تغییر به‌حدی کم‌رنگ است که مقاومت مؤثر در برابر قدرت موجود توجیه‌پذیر نیست. در واقع، زمانی که کنترل این رژیم‌ها بر ارتباطات از میان می‌رود، آن‌ها به سمت اضمحلال حرکت می‌کنند، البته با سطوح مختلف از خشونت و هزینه‌های انسانی، که وابسته به چگونگی تغییرات سیاسی است» (Castells, 1995).

نحوه عمل تیم دیجیتالی وزارت خارجه آمریکا

راس و جرد کوهن برای اولین بار موفق شدند ده نفر از معروف‌ترین و تأثیرگذارترین شخصیت‌های حوزه فناوری‌های نوین و رسانه‌های اجتماعی را در ضیافت شامی با هیلاری کلینتون و کارکنان عالی‌رتبه او در وزارت خارجه آمریکا گرد هم بیاورند. در میان این ده شخصیت برجسته، افرادی چون اریک اش‌میت^۱ مدیرارشد اجرایی گوگل، جک درسی^۲ بنیان‌گذار و رئیس توئیتر، جیمز ابرهارد^۳ از شرکت موبایل آکورد، شروین پیشه‌ور از شرکت SGN تولیدکننده بازی‌های موبایل، جیسون لیمن^۴ از شرکت هاوکست، تیفانی شلین^۵ بنیان‌گذار وبی اواردز، و اندرو راسیج^۶ از مجمع دموکراسی شخصی حضور داشتند. در پایان این جلسه، کلینتون از حاضران دعوت کرد تا با او همکاری کنند (Lichtenstein, 2010).

¹ Eric Schmidt

² Jack Dorsey

³ James Eberhard

⁴ Jason Liebman

⁵ Tiffany Shlain

⁶ Andrew Rasiej

تلاش راس برای واداشتن دستگاه سیاست خارجی آمریکا به پذیرش رویکرد تازه را می‌توان کمک به اجرایی شدن «یکی از مؤلفه‌های مهم دکترین کشورداری در قرن بیست‌ویکم هیلاری کلینتون ارزیابی کرد که هدف از آن بهره‌برداری از فناوری‌های ارتباطی و شبکه‌های اطلاعاتی برای رسیدگی به چالش‌های بزرگ ایالات متحده در سطح بین‌المللی بود. از جمله کمک به جنبش‌های دموکراتیک، کمک‌رسانی به فجایع و کاهش فقر جهانی» (Gustin, 2011). «آن‌ها تمایل داشتند تا در مورد بازسازی چهره آمریکا پس از ۸ سال دوران ریاست‌جمهوری جورج دبلیو بوش صحبت کنند. براین اساس، آن‌ها می‌گفتند وی به کار گروهی اهمیت فوق‌العاده‌ای می‌داده و تأکید خود را در حیطه دیپلماسی، بر مسائل غیرسنستی ایالات متحده متمرکز کرده بود» (Traub, 2015).

«مقامات وزارت امور خارجه از برنامه ارسال پیامک برای جمع‌آوری کمک‌های نقدی و غیرنقدی برای بازسازی ویرانی‌های زلزله مهیب هائیتی استفاده کردند. آن‌ها با مقامات مکزیکی درخصوص راه‌اندازی یک برنامه توصیه‌های ایمنی پیامکی ناشناس روی تلفن همراه در حوازه شهری که بر اثر خشونت‌های ناشی از قاچاق مواد مخدر از هم پاشیده بود، همکاری کردند. همین تیم کمک کرد تا دولت کلمبیا بتواند نقشه آنلاین مناطق مین‌گذاری شده در این کشور را تکمیل کند. آن‌ها حتی بررسی راه‌هایی برای کمک به ارائه سیستم‌های پرداخت تلفن همراه به شرق آفریقا را که متأثر از قحطی شده بود در دستور کار قرار دادند» (Gustin, 2011).

هم‌زمان با انجام‌دادن این امور بشردوستانه، تیم دیجیتالی هیلاری کلینتون که هم «برنامه‌نویس» هم «راه‌گزين»‌های شبکه‌ای وزارت خارجه آمریکا محسوب می‌شدند، به صورت موازی در فضای مجازی و خصوصاً در توئیتر تبلیغات گسترده‌ای را به منظور کمک به فراگیرشدن و پیشرفت اصل برنامه و جلب حمایت‌های بیش‌تر جهانی و نیز «برندسازی» از چهره آمریکا و تغییر «انگاره» ناخوشایندی که جرج بوش برای این کشور فراهم کرده بود به‌راه انداخته بودند. «اما ظهور و گسترش شبکه‌های اجتماعی دیجیتال در هیچ کجا چشمگیرتر از خاورمیانه نبود، جایی که آن‌ها نقش بسیار مهمی در کمک به معترضان بهار عربی در شنیده‌شدن صدای اعتراضشان ایفا کردند و نهایتاً منجر به

¹ Juárez

سقوط دو دیکتاتور مصر و تونس شدند» و جای تعجب نداشت که پس از سقوط این دو رژیم «رژیم‌های مستبد در کشورهای دیگر مانند سوریه و چین و لیبی بلافاصله تلاش کردند تا برای جلوگیری از رشد اعتراضات کل ارتباطات را با خاموش کردن اینترنت قطع کنند» (Gustin, 2011).

هیلاری کلینتون رسماً و بدون پروا از انقلاب‌های عربی پشتیبانی کرد و اقدام کشورهای را که برای جلوگیری از بروز وضعیت مشابه در مصر و تونس اقدام به تعطیلی یا محدود کردن اینترنت و ارتباطات کرده بودند محکوم کرد. او سپس در سپتامبر ۲۰۱۱ «مبلغ ۳۰ میلیون دلار به منظور حمایت از فعالیت‌های دیجیتالی و جلوگیری از اقدامات سرکوب‌کننده اینترنت در کشورهایی که چنین می‌کردند اختصاص داد.» پس از آن، الک راس، مشاور ارشد او در حوزه نوآوری و مشوق اصلی کلینتون در سرمایه‌گذاری در دیپلماسی دیجیتال، صراحتاً اعلام کرد: «آمریکا از فناوری‌ها حمایت می‌کند و فعالان این حوزه را که در پی به دست آوردن حقوق جهانی خود از جمله آزادی بیان هستند مورد حمایت قرار می‌دهد» (Gustin, 2011).

«نقش برنامه‌های دیجیتال و برنامه‌های وزارت خارجه آمریکا برای رسانه‌های اجتماعی درباره بهار عربی تقریباً در خلال چند سال گذشته به خوبی به تصویر کشیده شده است. یکی از برنامه‌های تیم راس برای کمک به معترضان ارائه راه‌حل‌هایی برای پیشبرد مبارزات معترضان و درعین‌حال، تسهیل امکان دسترسی برخی دیگر از جویندگان فضای آزاد به اینترنت و جامعه آزاد بود. وقتی بشار اسد، دیکتاتور سوریه، به احتمال زیاد از طریق جی.پی.اس موبایل روزنامه‌نگاران برای تشخیص موقعیت و ترور آن‌ها استفاده کرد، تیم راس به شورشیان و سازمان‌های مردم‌نهاد مخالف بشار اسد آموزش دادند که چگونه از شر جاسوسی‌های سایبری حکومت خلاص شوند» (Samit, 2015).

راس و تیم دیجیتالی وزارت خارجه آمریکا از همه این فعالیت‌ها با عنوان دیپلماسی دیجیتالی برای گسترش آزادی‌های مدنی، دسترسی آزاد مردم خاورمیانه و کشورهای تحت حاکمیت دیکتاتورها به اینترنت، و حمایت از آزادی بیان استفاده می‌کردند. این دیپلماسی شامل آموزش‌های دیجیتالی، تخصیص بودجه، برنامه‌ریزی و مدیریت فضای حقیقی و مجازی از سوی کارشناسان و دیپلمات‌های زبده بود. به هر حال، این احتمال وجود دارد که به تئوئتر، به منزله عضو گسترش‌یافته‌ای از دولت آمریکا نگریسته شود. اسلاتر در این خصوص می‌گوید: «در این جا یک تفاوت مهم میان

دولت‌هایی که برای محدود کردن اطلاعات، تلاش می‌کنند و دولت‌هایی که چنین تلاشی را از خود نشان نمی‌دهند، وجود دارد و برای دولت‌هایی که چنین تلاشی می‌کنند، سخت است که محدودیت قدرت خود را درک کنند. ما نمی‌توانیم در [سی.ان.ان] را تخته کنیم» (Lichtenstein, 2010).

از بهار ۲۰۰۹، راس و کوهن با سفر به کشورهای نظیر عراق، روسیه، کنگو، و هائیتی نمایندگی‌های تکنولوژی‌های مورد نظر خود را در این کشورها دایر کردند. از آن زمان، این سفرها که به Techdel شهره شده‌اند، بخشی از سیاست خارجی ایالات متحده دانسته می‌شوند. در این کشورها از مهندسان نرم‌افزار، کارآفرینان، و ... خواسته شده که راه‌هایی غیرعرفی برای توسعه دموکراسی و پیشبرد امر توسعه در کشورها پیدا کنند. در این‌جا هم کوهن و راس به دنبال تأسیس و ایجاد محصولاتی هستند که ملموس باشند. آن‌ها به راه‌بران تکنولوژی مأموریت دادند تا در آمریکا، شبکه‌های حمایتی از کمپانی‌های نوپای فناوری اطلاعات عراق را تأسیس کنند و راه‌هایی برای استفاده از منابع اطلاعاتی روسیه به منظور مبارزه با قاچاق انسان بیابند.

اسلاتر در سال ۲۰۰۹ و پیش از آن‌که به مقام ریاست کارکنان برنامه‌ریزی سیاسی وزارت امور خارجه ایالات متحده منصوب شود، در مقاله‌ای که در *فارین افرز* نوشت، فاش کرده بود که دولت‌مردان آمریکایی اکنون می‌دانند که شبکه‌ها در سطح بالاتری از دولت، پایین‌تر از آن، و حتی درون آن وجود دارند و فعال‌اند. راس این نوشتار را به همه سفرای آمریکا در سراسر جهان داده است. باین‌همه، همان‌گونه که انتظار می‌رفت این دیپلماسی برخی از بازیگران عرصه بین‌الملل را شدیداً به واکنش منفی واداشت؛ چین، ایران، و روسیه در صدر کشورهای قرار داشتند که اقدامات دیجیتال آمریکا را محکوم کردند. راس در مصاحبه با مجله *تایم* در این باره می‌گوید: «واکنش‌های بسیار منفی از طرف کشورهای بلاروس، ایران، و چین و برخی دیگر از کشورهای که مانند ما فضای باز ندارند دریافت شد» (Gustin, 2011).

چین کشوری با بیش از ۴۰۰ میلیون کاربر اینترنت یکی از کشورهای بود که از همان ابتدا به دیپلماسی دیجیتال آمریکا روی خوش نشان نداد و تمهیداتی را در خصوص مقابله با آن و کنترل و

¹ Foreign Affairs

مدیریت چالش جدی کنترل اطلاعات آنلاین اتخاذ کرد. راس در تحلیل روش برخورد چین با دیپلماسی دیجیتال آمریکا از اصطلاحاتی که مانوئل کاستلز در کتاب «قدرت ارتباطات» بهره گرفته استفاده می‌کند و می‌گوید: «چینی‌ها در حال کلنجار رفتن با مفهوم شهروند شبکه‌ای شده هستند، اما در نهایت، این شهروندان زیر ۲۵ سال چینی هستند که با تربیت دیجیتالی خود، آینده اینترنت در این کشور را تعیین خواهند کرد» (Samit, 2015).

عبارت «شهروند شبکه‌ای شده» مستقیماً نظرات کاستلز را در کتاب‌های مختلفش در دو دهه گذشته تداعی می‌کند. او در آخرین کتاب خود، *قدرت ارتباطات*، از شهروندانی سخن گفته است که «به‌واسطه گسترش فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات و مختصات جامعه شبکه‌ای شده هر یک تولیدکننده و توزیع‌کننده گفتمان و دیالوگ خود شده‌اند.» کاستلز این پدیده را یکی از چهار نوع قدرت در شبکه دانسته و نام آن را «قدرت شبکه‌ای شده» گذاشته است. راس معتقد است که اکنون کشورهایی با حکومت‌هایی شبیه به چین، روسیه، بلاروس، و ایران با «شهروندان شبکه‌ای شده» مواجه‌اند که چون قدرت حکومت‌های خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی به‌چالش کشیده‌اند، با آن‌ها درگیری پیدا کرده‌اند.

درواقع، دیپلماسی دیجیتال وزارت امور خارجه آمریکا در دوران هیلاری کلینتون از طرفی در پی ترمیم وجهه ویران‌شده آمریکا و ازسوی دیگر ادامه همان اهداف قدیمی این کشور در ایجاد و خلق دموکراسی در کشورهای دیگر، ولی این‌بار با روشی جدید بود. اگر بوش با لشکرکشی به خاورمیانه و راه‌انداختن جنگ‌های چند تریلیون دلاری می‌خواست در این کشورها دموکراسی ایجاد کند و حکام مستبد آن‌ها را ساقط کند، تیم راس در وزارت خارجه آمریکا بر این باور بودند که می‌توان این کار را با هزینه‌ای بسیار پایین‌تر و با پرهیز از ویران‌شدن وجهه جهانی آمریکا و از طریق دیپلماسی دیجیتال انجام داد (Samit, 2015).

تیم راس به‌خوبی به این حقیقت واقف بودند که «بازیگران اجتماعی و فردفرد شهروندان در سراسر جهان، از ظرفیت‌های جدید شبکه‌های ارتباطی برای پیشبرد طرح‌های خود، دفاع از منافع خود، و اعمال ارزش‌های خود استفاده می‌کنند» (Downing, 2003). بنابراین کاری که آن‌ها می‌کردند تسهیل دسترسی شهروندان به شبکه‌های ارتباطی از جمله توئیتر و فیس‌بوک، آموزش‌دادن و

تجهیز کردن آن‌ها به ابزارهای مورد نیاز بود. مگر نه این‌که «روند ساخت قدرت از طریق شکل دادن به تصمیم‌گیری‌های افراد، یا به‌اجبار و یا از طریق ساختن انگاره‌ها و یا هر دو با هم حاصل می‌شود» (کاستلز، ۱۳۹۳) و تیم دیجیتالی وزارت خارجه آمریکا به‌خوبی با استفاده از «برنامه‌ریزان» و «راه‌گزين»‌های مناسب در هر یک از کشورهای خاورمیانه این امر را پیش می‌بردند.

با این حال، منتقدان وزارت خارجه آمریکا در حوزه دیپلماسی دیجیتال محدود به حکومت‌ها نبود. یوگنی موروزوف^۱ نویسنده کتاب *فریب شبکه؛ روی تاریک آزادی اینترنت* در انتقاد از این روش می‌گوید: «درواقع، با ورود بازیگران قدرتمندی مانند دولت‌ها و شرکت‌ها به اینترنت به‌منظور دستیابی به اهدافشان، اینترنت بیش‌تر و بیش‌تر از آزادی و بازبودن فاصله می‌گیرد. انتقاد اصلی من به شیوه وزارت خارجه این است که به این شیوه‌ای که آن‌ها از آزادی اینترنت دم می‌زنند و دفاع می‌کنند به‌هیچ‌وجه واقع‌گرایانه نیست.» در واقع، منظور ساده موروزوف این است که به هر میزان که وزارت خارجه آمریکا بر آزادی اینترنت در سراسر جهان تأکید کرده و برای آن بودجه تهیه کرده و برنامه‌ریزی کرده است بیش‌تر از گذشته پای شرکت‌ها و دولت‌ها را برای تحدید آزادی موجود در اینترنت به میان کشیده است و به‌گفته او «هر چقدر هم که تلاش‌های آن‌ها از روی خیرخواهی باشد، این یک جنگ بدون پیروزی است» (Gustin, 2011).

راس در دفاع از سیاست‌های دیجیتالی اتخاذشده در وزارت خارجه آمریکا بر این نکته اصرار ورزید که همه چیز سیر طبیعی خود را طی می‌کند. او مصر بود که نگاهی آرمان‌شهری به قدرت شبکه‌های اطلاعاتی ندارد. «فناوری در خدمت ارزش‌ها و مقاصد کاربران آن است. دولت‌هایی که سعی می‌کنند از این شبکه‌ها برای کنترل مردم خود استفاده کنند در نهایت در حال شناکردن برخلاف مسیر تاریخ قرار خواهند گرفت. فناوری صرفاً یک وسیله است، هم می‌تواند در راه خیر مورد استفاده قرار گیرد هم راه شر. این بسته به تصمیم مردم است که چگونه از آن استفاده کنند» (Gustin, 2011). با این حال، به‌نظر می‌رسد که دفاع او از روش مداخله‌گرانه وزارت خارجه آمریکا در سیر طبیعی گسترش فناوری‌های دیجیتال بیش‌تر یک کلی‌گویی و فرار به جلو بوده است و موروزوف تا

¹ Evgeny Morozov

اندازه زیادی درست گفته بود؛ چراکه سیاست‌های دیجیتالی وزارت خارجه آمریکا در سوریه، یمن، و لیبی نهایتاً به فاجعه‌ای تمام‌عیار و خشونت‌ی وصف‌ناپذیر در هرج و مرجی خون‌بار و بی‌عاقبت و در یک کلام، به اضمحلال بزرگ برای این کشورها منتج شد. حتی در مصر نیز نهایتاً آنچه از آن به دموکراسی‌سازی یاد می‌شد محقق نشد. علت آن تا اندازه‌ای با استناد به نظریه‌های متفکران و اندیشمندان علوم سیاسی و علوم ارتباطات اجتماعی روشن است. وقتی شهروندان تلاش کردند تا سلطه ده‌ساله حکومت را بر رسانه‌های جریان اصلی با توسل و تمسک به رسانه‌های اجتماعی بشکنند، با مقاومت شدید دولتی مواجه شدند و حاصل این نزاع چیزی نبود جز بی‌نظمی و خشونت افسارگسیخته و اضمحلالی محتوم که هنوز این کشورها از آن رنج می‌برند.

راه‌برد بوف

نیویورک‌تایمز در ادامه این مقاله نوشته است: در طرحی جدید، راس و کوهن در یکی از همین روزهای اخیر در جلسه‌ای با فرح پندیت^۱ نماینده ویژه وزارت امور خارجه آمریکا در امور جوامع اسلامی، دیدار کردند. پندیت اصالتاً اهل کشمیر است و در نوجوانی به آمریکا مهاجرت کرده است. وی که اکنون در اوایل چهارمین دهه زندگی خویش است، حضوری فعال در وزارت خارجه آمریکا دارد، در ۲۵ کشور، تلاش می‌کند که دامنه تعاملات آمریکا با جوامع اسلامی را افزایش دهد. وی به‌تازگی از سفر خود به پاکستان، هندوستان، قطر، و هلند بازگشته و به همراه معاون خود، کارن چندلر^۲ با راس و کوهن دیدار کرده است. راس در این جلسه تصریح کرد که مشکلی که باید حل شود، این است که یک دفتر نمی‌تواند با مسافرت‌های پی‌درپی، با ۱/۴ میلیارد انسان، رابطه برقرار کند؛ بنابراین ما باید به راه‌بردی از تکنولوژی ارتباطاتی، نظر داشته باشیم. کوهن نیز اظهار داشت ما هر جا که برویم، گروهی از مسلمانان آن‌جا حضور دارند و از استراتژی موردنظر خود و راس، به‌عنوان راه‌برد بوف^۳ نام برد. نیم‌ساعت بعد، جلسه به توضیح خودمانی راه‌برد بوف از سوی راس و کوهن گذشت. این راه‌برد، ناظر بر این واقعیت است که چگونه می‌توان از دارایی ارزشمندی هم‌چون

¹ Farah Pandith

² Karen Chandler

³ BOF Strategy

پندیت، حضور او را در جوامع هدف، به وسیله تکنولوژی گسترش داد؛ تا حضور وی، تنها مبتنی بر مسافرت‌هایش به جوامع هدف نباشد. نتیجه‌ای که از این بحث‌ها حاصل شد، توافق همه طرف‌ها بر این واقعیت بود که تعامل با مسلمانان، کاربر و سخت است. راس ادامه می‌دهد: قرار نیست این کار در همین لحظه انجام شود. ما به کسی احتیاج داریم که در این خصوص، کنکاش کند و آنچه را لازم است، به دست بیاورد. باید چیزهایی مشخص شوند که بتوان آن‌ها را به پیام ۱۴۰ کاراکتری یا کم‌تر تبدیل کرد و بعد ما می‌توانیم آن‌ها را به زبان‌های پشتو، دری، اردو، عربی، سواحیلی و... ترجمه کنیم. مسئله مهم دیگر، این است که مسلمانان تأثیرگذار در توئیتر، فیس‌بوک، و سایر شبکه‌های اجتماعی را بشناسیم و با دیپلماسی مناسبی به آن‌ها دسترسی پیدا کنیم و بگوییم: ما می‌خواهیم این پیام‌ها را به شما برسانیم. این‌ها پیام‌هایی هستند که ما فکر می‌کنیم با ارزش‌های شما سازگارند و این، همان صدایی است که شما می‌خواستید از آمریکا بشنوید و به این ترتیب، ما در میان مسلمانان حاضر در توئیتر، امام حامی خود به دست می‌آوریم و از طریق این امام‌ها در گوش آن‌ها پیچ می‌کنیم و به آن‌ها می‌گوییم که از این زن (پندیت) پیروی کنید! راس و کوهن در خصوص امر ترجمه پیام‌ها هم راهکاری ارائه می‌دهند و می‌گویند: برای انجام دادن ترجمه، دفتر ارتباط با مسلمانان می‌تواند ده دانشجوی مسلط به دو زبان را استخدام کند. معاون پندیت در این خصوص ابراز نگرانی کرده، می‌گوید: چطور می‌توان کار ترجمه را به چند بچه‌دانشجو سپرد؛ آن هم در شرایطی که ناظران آن‌ها به آن زبان تسلطی ندارند؟ از کجا معلوم که آن‌ها کارشان را به درستی انجام دهند؟

راس در این خصوص می‌گوید: در قرن بیست و یک، چاره‌ای جز این نداریم که سطح نظارت را پایین بیاوریم. وی سپس سخنانی را از کلیتون، این‌گونه نقل می‌کند: وقتی یک خانم جوان اهل عربستان سعودی، چیزی را به عربی ترجمه می‌کند، قرار نیست ترجمه وی به کسی در وزارت خارجه داده شود و مورد تصویب قرار گیرد؛ این امر، دیگر به گذشته تعلق دارد. او درباره عملکرد خود در دوره حضورش در وزارت خارجه آمریکا می‌گوید: «اول این‌که من مأموریت خودم را در وزارت خارجه آمریکا محدود به اصطلاح فناوری نکردم. فکر می‌کنم سه موضوع اصلی در مأموریت من عبارت بودند از فناوری‌ها، شبکه‌ها، و جمعیت‌شناسی در قرن بیست و یکم. وقتی من به وزارت خارجه رفتم، تقریباً همه فکر می‌کردند یک دیوانه هستم، چون می‌گفتند وزارت خارجه یکی از

فناوری‌سبب‌ترین بخش‌های دولت فدرال است. من فکر می‌کنم ما این فضا را کاملاً تغییر دادیم به طوری که الان براساس اعلام نظر مؤسسه تحقیقاتی دیلویت اند تاج^۱ و مؤسسه مشارکت برای خدمات دولتی^۲ در رتبه‌بندی خود وزارت خارجه را به دارنده بهترین فرهنگ نوآوری پسند در واحدهای دولتی معرفی کردند. درحالی‌که ما نتایج چشمگیر و قابل‌اندازه‌گیری در این حوزه به دست آوردیم شاید بزرگ‌ترین تأثیر، روی فرهنگ ۶۰ هزار بروکراسی رو به افزایش در بیش از ۱۹۰ کشور جهان بود. من اصلاً مدعی نیستم که این افتخار از من است. وزارت خارجه یک سازمان به شدت سلسله‌مراتبی است و زنان بالای این سلسله‌مراتب همگی شایسته سهم بودن در این افتخار را دارند. از جمله آن‌ها شخص هیلاری کلینتون، شریل میلز^۳ رئیس ستاد وزارت‌خانه، و همکار و هم‌فکر اصلی من آنه ماری اسلاتر^۴ مدیر سیاست‌گذاری وزارت‌خانه همگی افرادی بودند که با حمایت و همکاری خود از دستور کار از بالا به پایین سلسله‌مراتب این امکان را فراهم کردند (Nytimes, 2010).

رهبرسازی در شبکه‌های اجتماعی

رهبرسازی در شبکه‌های اجتماعی یکی دیگر از مؤلفه‌ها و ویژگی‌های دیپلماسی دیجیتال است. فضای شبکه‌های اجتماعی «رسانه‌ها رهبران را شناخته شده می‌کنند و در نبردهای آن‌ها، پیروزی‌ها و شکست‌های آن‌ها حضور می‌یابند، چراکه روایات رسانه‌های امروزی نیاز به قهرمانان و افراد شرور و قربانیانی که بایستی نجات داده شوند (شهروندان) دارد، اما رهبران بالقوه بایستی خود را در جایگاه‌های مناسب رسانه‌ای قرار دهند و با استفاده از هر وسیله ممکن به نشان دادن فریب‌های رقبای خود (یا فضایل خود، در آن موضوع) برای مردم پردازند. آن‌ها می‌توانند این کار را با خلق حوادثی که رسانه‌ها را مجبور می‌کند تا توجهات خود را به آن معطوف دارند ایجاد کنند (کاستلز، ۱۳۹۳).

بی‌اعتماد سازی و ایجاد بحران مشروعیت سیاسی

¹ Deloitte & Touche

² Partnership for Public Service

³ Cheryl Mills

⁴ Anne-Marie Slaughter

در جهان کنونی، اکثریتی از شهروندان در جهان به حکومت‌ها یا پارلمان‌های خود اعتماد چندانی ندارند و حتی بخش‌های بزرگی از مردم در کشورهای مختلف از سیاستمداران و احزاب سیاسی نفرت دارند و فکر می‌کنند که حکومت‌های آن‌ها اراده و خواست واقعی ملت‌ها را نمایندگی نمی‌کنند. این شامل جوامع دموکراتیک پیشرفته هم می‌شود، چنانچه تعداد بسیاری از نظرسنجی‌ها نشان داده که اعتماد عمومی به حکومت و نهادهای سیاسی به گونه قابل ملاحظه‌ای در سه دهه گذشته کاهش یافته است (همان).

«نارضایتی از سیاست‌های خاص و از شرایط اقتصادی و جامعه در سطح کلان، عوامل مهم اثرگذار بر نارضایتی شهروندان از حکومت‌ها می‌باشند و برطبق نظرسنجی‌های مختلف ادراک فساد در میان شهروندان مهم‌ترین عامل بی‌اعتمادی سیاسی در بین آن‌ها بوده است» (همان). و شبکه‌های اجتماعی در این شفاف‌سازی، افشاگری، و برجسته‌سازی مصادیق فساد و ناکارآمدی دولت‌ها و تحریک افکار عمومی و تهییج آن‌ها به ایجاد تغییرات نقش بازی می‌کنند.

پیش از آن‌که فناوری‌های نوین دنیا را به تسخیر خود درآورند، عمدتاً ناکارآمدی‌های دولت‌مردان و کارگزاران حاکمیتی با استفاده از تکنیک‌های رایج در رسانه‌های جریان اصلی از توده مردم پوشیده می‌ماند. در کشورهایی با حکومت‌های استبدادی یا نیمه‌استبدادی که از گردش آزاد اطلاعات محروم بودند وضع از این نیز بدتر بود؛ چراکه یک جریان رسانه‌ای تحت نظارت دولت یا حکومت وجود دارد که هیچ‌گاه علیه خود به تبلیغ و افشاگری دست نمی‌زند.

در دنیای دیجیتال شده امروز و با پیشرفت‌های چشمگیر در فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات هر شهروند یک روزنامه‌نگار، سردبیر، عکاس، و ناشر است. در واقع ما با شهروندان کنشگر مواجه هستیم که صرفاً پیام را رد و بدل نمی‌کنند بلکه روی آن تاثیر گذاشته، جهت آن را نیز عوض می‌کنند. با وجود شهروندان کنشگر در شبکه‌های اجتماعی، هر ناکارآمدی و ضعف در سیستم حکومتی می‌تواند بزرگ‌نمایی شود و در مقایس وسیع، هر ساعت و هر دقیقه به افکار عمومی پمپاژ شود. ناکارآمدی‌ها، بدقولی‌ها، فساد، سوءمدیریت‌ها و هرآنچه از این دست هست، تبدیل به یک ترند یا یک موضوع داغ می‌شود. از آن‌جاکه علایق انسانی نیز به اخبار منفی تمایل بیش‌تری دارد، و از قدیم گفته‌اند، خبر خوب، خبر بد است، به تدریج شبکه‌های اجتماعی پر می‌شود از اخبار و

تحلیل‌های منفی و سیاه و افکار عمومی به تدریج به این باور می‌رسد که پیرامون او محیطی پر از تباهی شکل گرفته است و ناخودآگاه نسبت به کارگزاران و دولت بی‌اعتماد می‌شود. امروزه شبکه‌های اجتماعی بعضاً فراتر از جریان اصلی رسانه، به بستری برای ناکارآمد جلوه‌دادن دولت‌ها و حکومت‌ها از طریق افشاگری و رسواسازی کارگزاران حکومتی تبدیل شده‌اند و همین موضوع اعتماد عمومی را از حکومت‌ها و سیاستمداران روزبه‌روز کاهش داده است.

از این رو، یکی از اهداف آمریکا در استفاده ابزاری از شبکه‌های اجتماعی درگیرکردن مردم در برخی از کشورها با حکومت‌های خود از طریق ناکارآمد جلوه‌دادن آن‌ها برای فضای عمومی بوده است. اگرچه این تکنیک صرفاً توسط آمریکا علیه سایر کشورها استفاده نمی‌شود و حتی بعضاً رقبای سیاسی نیز با استفاده از ظرفیت فضای مجازی اینگونه یکدیگر را بی‌اعتبار می‌سازند. با این حساب هر چقدر اعتماد عمومی از طریق تبلیغات منفی مردمی در شبکه‌های اجتماعی زیادتر شود مشروعیت حکومت یا دولت نیز در اذهان و افکار عمومی تقلیل می‌یابد.

استفاده از دیپلماسی دیجیتال برای افشای فساد سیستمی

اما چرا تا به این حد، ادارک فساد سیستمی توسط مردم می‌تواند اعتبار و اعتماد به نظام سیاسی را از بین ببرد و به‌همین اندازه حفظ این اعتبار و جلوگیری از افشاگری‌ها برای حکومت‌ها مهم است؟ «موضوع فساد مسئله‌ای حائز اهمیت و برجسته برای بشریت از زمان‌های دور بوده است و از آن‌جا که دموکراسی، نظامی وابسته به طرز عمل‌هاست، در صورتی که روند تخصیص قدرت در نهادهای دولتی و مدیریت نهادهای حکومتی، یا اقدامات غیرمعمول و خارج از عرف به نفع گروه‌ها و افراد دارای منابع ویژه تغییر پیدا کرده باشد، دلیلی وجود نخواهد داشت که شهروندان قدرت و حق نمایندگی خود را به حاکمان خود تفویض کنند و آنچه در پی می‌آید، «بحران مشروعیت» است که فقدان گسترده اعتماد به رهبران سیاسی برای انجام تصمیم‌گیری به‌نماینده‌گی از شهروندان برای رفاه عمومی جامعه در سطح کلان هست. در پی وقوع آن حکومت از سوی شهروندان تنها زمان کناره‌گیری تحمل می‌شود و به‌جای پشتیبانی و حمایت در صورت امکان از سوی آن‌ها مورد مقابله و هجمه قرار می‌گیرد.

هنگامی که شهروندان باور دارند که دولت و نهادهای سیاسی آن به صورت منظم فریب‌کاری می‌کنند، هر فردی برای تبدیل شدن به یک فریب‌کار فرصت طلب خود را ذی‌حق می‌داند، نتیجتاً تخم‌های ازهم‌پاشیدگی نهادی در کل نظام سیاسی پخش می‌شود و در واقع، انفجار اجتماعی مردم در بسیاری از کشورها هم‌چون معترضان آرژانتینی که در سال ۲۰۰۱ دولت این کشور را سرنگون کردند، به یک شعار متوسل می‌شدند "همه باید بروند" که اشاره به تمام طبقه سیاسی در کشور دارد» (همان). «علاوه بر این، در حالی که فساد ممکن است به طور قابل ملاحظه‌ای در دوره تاریخی اخیر افزایش نیافته باشد، آنچه افزایش یافته اطلاع عمومی از فساد، ادراک فساد، و تأثیر چنین احساسی بر اعتماد و اعتبار سیاسی است.

روان‌شناختی اعتبار سیاسی، شامل ارزیابی ارزش‌های اخلاقی و گرایش‌های مرتبط با آن در مورد دولت‌های معین، نهادهای سیاسی، و رهبران سیاسی خاص هست. بنابراین، ارتباط بین افشای فساد سیاسی و سقوط اعتماد سیاسی را می‌توان به طور مستقیم به ارتباط با سیطره سیاست‌های رسانه‌ای و سیاست‌های رسواگری در هدایت مسائل عمومی مرتبط دانست» (همان).

محققان اعتقاد دارند که پوشش رسانه‌ای منفی از چنین وقایعی منجر به حالت «ناراحتی رسانه‌ای» در شهروندان می‌شود که احساس ناکارآمدی را افزایش می‌دهد و بدبینی و انزوا را در عموم مردم موجب می‌شود (Putnam, 1995; Brehm and Rahn, 1997).

هم‌چنین، با بدگمانی به نهادهای سیاسی و تلاش برای اعاده حقوق خود، شهروندان در پی روش‌هایی برای بسیج سیاسی در داخل و خارج از سیستم برای رسیدن به اهداف خود هستند و دقیقاً همین، فاصله روبه‌رشد بین باورها در نهادهای سیاسی و میل به اقدام سیاسی است که منجر به بحران در دموکراسی شده است (کاستلز، ۱۳۹۳). از همین رو، به‌علت کارآمدی این تصویرسازی‌های منفی، گرایشی روزافزون در کشورهای مختلف سراسر جهان برای استفاده از اطلاعات تخریب‌کننده به منزله تاکتیک‌های غالب در مبارزات سیاسی وجود دارد (همان).

ویکتوریا اسر، معاون وزیر خارجه آمریکا در امور استراتژی دیجیتال، در این باره به خبرگزاری فرانسه می‌گوید: «مردم در کشورهای مستبد حق دسترسی آزاد به اطلاعات و تعیین سرنوشت خود را دارند و ایالات متحده آمریکا و وزارت خارجه واقعاً متعهد به استفاده از این ابزارها

برای کمک به پیشبرد اهداف دیپلماتیک خود در راستای گسترش دموکراسی در کشورهایی است که از این موهبت برخوردار نیستند» (Biddle, 2013).

مشکلات دیپلماسی دیجیتال برای آمریکا

«دیپلمات‌های آمریکایی و هم‌چنین دیپلمات‌های سایر کشورها، باید بپذیرند که شبکه‌های اجتماعی را نمی‌توان کنترل کرد و شرکت‌های صاحب این شبکه‌ها هم مسئولیتی در قبال نحوه استفاده کاربران از این امکانات ندارند. دولت‌ها باید بفهمند که بین پیام یک کاربر و یک سیستم پیام‌رسانی، تفاوت بسیار است. در ماه می، پاکستان فیس‌بوک را فیلتر کرد؛ زیرا مسابقه کاریکاتور برضد نبی مکرم اسلام، صلی الله علیه و آله، در آن برگزار شده بود و حتی متحدان قدیمی آمریکا، نظیر کره جنوبی، ایتالیا، عربستان سعودی، و استرالیا هم قائل به این نکته هستند که هر محدودیتی در قوانین اساسی برای آزادی بیان در نظر گرفته شود، باید شامل حال این شبکه‌ها نیز بشود» (Lichtenstein, 2010).

درحالی‌که کارمندان وزارت خارجه آمریکا به شدت درباره گسترش دسترسی خود فرای دیوارهای سنتی سفارت‌خانه خوشحال‌اند، این‌گونه آزادی‌ها مشکلات ویژه خود را نیز دارد. همان‌طور که کری در سفر خود به ایتالیا گفت دیپلمات‌ها اکنون در دوره‌ای کار می‌کنند که نامه‌ها دیگر شکل سنتی ندارند و فوراً به گیرنده می‌رسند. همین مشکل بارها در دسرهای زیادی برای وزارت خارجه آمریکا ایجاد کرد. در سال ۲۰۱۲ کرملین وارد یک جنجالی توئیتری داغ با مایکل مک‌فاول، سفیر آمریکا، شد. سفارت آمریکا در قاهره به علت بیانیه‌ای که درباره یک فیلم ضداسلامی منتشر کرد به شدت مورد انتقاد قرار گرفت، و پکن نیز از پیامی که سفارت آمریکا در سایت توئیتر درباره وضعیت آلودگی هوا نوشت به شدت انتقاد کرد. دیوید ترون، سفیر آمریکا در ایتالیا، می‌گوید سایت‌های اجتماعی راهی جدید و بسیار خوب برای ارتباط هستند و برای همه قابل دسترسی هستند. بنابراین احساس من این است که باید هر جا که قادر هستیم از آن‌ها استفاده کنیم. با این حال، او هشدار داد: چالشی که وزارت خارجه آمریکا در همین باره با آن روبه‌روست این است که چطور این پیام‌ها را مدیریت کند. آمریکا باید دائماً تلاش کند که در این ارتباطات عمومی خود دچار اشتباه نشود. کریستی کنی، سفیر آمریکا در تایلند، نیز می‌گوید در سایت‌های اجتماعی همواره تعداد

مخاطبانی که دوست دارید پیدا نمی‌کنید، با این حال، توئیتر راهی مناسب برای ارتباط مستقیم با افرادی است که در غیر این صورت نمی‌توانم با آن‌ها دیدار داشته باشم. او بیش از ۳۸ هزار دنبال‌کننده در صفحه توئیتر خود دارد و بیش از ۱۲۴ هزار نفر نیز صفحه او را در فیس‌بوک لایک کرده‌اند. کنی همه توئیتهایش را خودش می‌نویسد و پست می‌کند. او می‌گوید توئیتر و دیگر رسانه‌های اجتماعی می‌توانند موهبتی بسیار بزرگ برای دیپلماسی باشند با این حال، باید بسیار در این باره احتیاط کرد (Biddle, 2013).

توئیتر، ضرورتی انکارناپذیر

داگلاس فرانتز^۱ دستیار جان کری وزیر خارجه وقت آمریکا و رئیس دفتر روابط عمومی وزارت خارجه این کشور، یکی دیگر از افراد فعال دولت آمریکا در پیشبرد «دیپلماسی دیجیتال» محسوب می‌شود. او حضور فعال اعضای وزارت خارجه را در فضای مجازی یک ضرورت انکارناپذیر می‌داند (Frantz, 2014). او در فوریه سال ۲۰۱۴ به همراه ایوان رایان^۲ دیگر دستیار جان کری و رئیس دفتر روابط فرهنگی و آموزشی وزارت خارجه آمریکا، در نشستی با عنوان «دیپلماسی دیجیتال» در تبیین سیاست ایالات متحده آمریکا در این حوزه می‌گوید: «حضور فعال و مسئولانه اعضای وزارت خارجه آمریکا در فضای دیجیتال امری ضروری است و این وزارتخانه باید ریسک‌پذیری معقول را در این بخش بپذیرد.» او با تأکید بر لزوم فعالیت مسئولان کارکنان این وزارتخانه، به‌ویژه سفرا و اعضای هیئت‌های دیپلماتیک در فضای دیجیتال، می‌گوید نمی‌توان برای پاسخ‌دادن به پیامی در شبکه توئیتر منتظر تأیید وزارت خارجه ماند. البته باید مسئولانه عمل کرد و از مطرح کردن مواضع غیرقابل دفاع و بحث‌برانگیز اجتناب کرد. وزارت خارجه آمریکا در دوری‌گزیدن از خطرپذیری شباهت بسیاری به دیگر اداره‌های دولتی دارد، اما مسئولان این وزارتخانه باید به قضاوت دیگر اعضا اعتماد کنند و ریسک‌پذیری معقول سرلوحه کار قرار گیرد.

فرانتز از طرح‌های کوتاه‌مدت و درازمدت وزارت خارجه آمریکا برای حضور فعال در فضای دیجیتال از طریق شبکه‌های اجتماعی سخن گفته و بر همکاری آمریکا با متحدان خود در این فضا

¹ Douglas Frantz

² Evan Ryan

تأکید می‌کند: «آمریکا همکاری بسیار نزدیکی با متحدان خود در فضای دیجیتالی دارد و همه تلاش می‌کنند پیام‌هایی هماهنگ منتشر کنند.» او انتشار هم‌زمان بیانیه مذاکرات هسته‌ای شش قدرت جهانی و ایران را توسط کاترین اشتون، نماینده سیاست خارجی اتحادیه اروپا، و جان کری نمونه‌ای از همکاری آمریکا و متحدانش در فضای دیجیتال عنوان می‌کند.

فرانتز در ادامه این نشست به سفارت‌خانه مجازی آمریکا درخصوص ایران اشاره می‌کند و می‌گوید: «چون آمریکا در ایران سفارت‌خانه ندارد و استفاده از شبکه‌های ارتباط اجتماعی نظیر توئیتر در ایران ممنوع است، آمریکا از راه سفارت‌خانه مجازی به ایران وارد شده است. ما باید به هر طریق به آن‌جا دسترسی داشته باشیم. سفارت‌خانه مجازی ویژه ایران به محلی برای دریافت صدای تندروهای مخالف آمریکا تبدیل شده است. عده‌ای در ساختمان وزارت خارجه آمریکا در ارتباطی مستمر با وبسایت‌های تندرو در سراسر جهان هستند تا هم نظرات آن‌ها را دریافت کنند و هم مواضع آمریکا را تشریح کنند. ما این کار را در مناطق دیگر دنیا به زبان‌های دیگر هم انجام می‌دهیم. این گفت‌وگوها به زبان‌های پنجابی، عربی، سومالیایی، اردو، و اخیراً با توجه به گرایش گروه‌های تندور به انگلیسی به زبان انگلیسی هم انجام می‌شود» (Frantz, 2014).

جمع‌بندی

وزارت خارجه آمریکا در دوران هیلاری کلینتون و با حمایت گسترده باراک اوباما، رئیس‌جمهور این کشور، به‌طرز چشمگیر و گسترده‌ای بر فناوری‌های ارتباطی به‌منزله ابزار قدرت جدید سیاست خارجی آمریکا در سراسر جهان سرمایه‌گذاری کرد. در این دوره کلینتون بخش تازه‌ای را به نام دفتر مشاوره در امور نوآوری ایجاد کرد و اداره آن را به الک راس یکی از سرتیم‌های اصلی در پیشبرد «دیپلماسی دیجیتال» و «توئیپلماسی» وزارت امور خارجه آمریکا سپرد. هیلاری کلینتون خود نیز درخصوص دیپلماسی نوین آمریکا و اهمیتی که کشورش برای دکترین «کشورداری در قرن بیست‌ویکم» قائل است سه سخنرانی معروف ایراد کرد و در هر یک از آن‌ها راه‌بردهای اصلی آمریکا را در این حوزه تبیین کرده است.

مهم‌ترین سخنرانی‌های یادشده کلیتاً در خصوص ارتباط برقرارکردن بی‌واسطه دیپلمات‌ها و مقامات آمریکایی با انبوه مخاطبان حاضر در شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر و خصوصاً در کشورهایی است که آمریکا یا با آنها ارتباط دیپلماتیک ندارد، مانند ایران یا اینکه کشورهای رقیب محسوب می‌شوند؛ مانند چین و روسیه یا کشورهایی که آمریکا قصد تأثیرگذاری سیاسی یا اقتصادی و فرهنگی بر آنها دارد، مانند کشورهای آمریکای لاتین و آفریقا. در مجموع، در این فصل تشریح شد که چگونه دیپلماسی دیجیتال در دوره کلیتاً به محور اصلی امور وزارت خارجه این کشور تبدیل شد. همچنین، با نوع نگرش و جهان‌بینی‌ای که در ورای به‌کارگیری این ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی قرار دارد آشنا شدیم.

فصل سوم
دیپلماسی دیجیتال و
توئیپلماسی آمریکا در جهان

در فصل گذشته اهمیت و جایگاه دیپلماسی دیجیتال در سیاست خارجی آمریکا را تشریح کردیم و نشان دادیم که چگونه وزارت خارجه آمریکا استفاده از فناوری‌های نوین از جمله رسانه‌های اجتماعی را بخش مهمی از راهبرد «کشورداری در قرن بیست‌ویکم» قرار داده و از آن‌جاکه اینترنت پایه اصلی فناوری‌های نوین محسوب می‌شود، چگونه تیم دیجیتالی هیلاری کلینتون برنامه گسترش آزادی‌های اینترنتی را در دستور کار خود قرار دادند.

در این فصل مشخصاً دیپلماسی دیجیتال و دیپلماسی توئیتی وزارت خارجه آمریکا را در مواجهه با برخی از کشورها و به‌کارگیری این دیپلماسی برای تأثیرگذاری بر آن‌ها و پیشبرد برخی از برنامه‌ها و سیاست‌های آن بررسی می‌کنیم و بیان می‌کنیم که چگونه تیم کشورداری وزارت خارجه آمریکا در دوره ریاست‌جمهوری باراک اوباما از این ابزار برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود برای تأثیرگذاری، اعمال فشار، و پیشبرد راهبرد سیاست خارجی خود در روسیه، اوکراین، کوبا، کنیا، مصر، و کشورهای دیگر استفاده کرده است.

همان‌گونه که کاستلز می‌گوید: «در برخی از مهم‌ترین کشورهای جهان مانند چین، روسیه، هند به‌رغم رشد حضور تجاری رسانه‌ها، هنوز هم در قرن بیست‌ویکم، کنترل سخت دولت (چین و روسیه) و یا کنترل غیرمستقیم (هند) دولت بر رسانه‌ها وجود دارد» (کاستلز، ۱۳۹۳). و همین بستر اصلی فعالیت‌های دیجیتالی دیپلمات‌های آمریکایی خصوصاً در این کشورهاست تا این فضای انحصاری را بشکنند و راه خود را از میان شبکه‌های اجتماعی به سمت مخاطبان عام و خاص خود باز کنند و بر افکار و قلوب آن‌ها تأثیر بگذارند. «این به‌ویژه در روسیه در دوره زمامداری پوتین مصداق می‌یابد، جایی که در آن روزنامه‌نگاران و شهروندان با رژیم اقتدارگرای رسانه‌ای که به‌وسیله محرک‌های سیاسی در بالاترین سطوح حاکمیت هدایت می‌شود مبارزه می‌کنند (همان).

پیشرو بودن آمریکا در توئیپلماسی

وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا پیشروترین وزارت خارجه دنیا در حوزه دیپلماسی دیجیتال توصیف شده است که آن را با عنوان «کشورداری در قرن بیست و یکم» پیش می‌برد و از فناوری‌های جدید برای درگیرکردن هر چه بیشتر بخش بزرگی از ذی‌نفعان جهانی در حال رشد و تغییر بهره می‌برد (Olubukola, 2017).

مویرا ولان، جانشین دستیار جان کری در استراتژی‌های دیجیتال و در اداره امور عمومی وزارت خارجه آمریکا، وضعیت دیپلماسی دیجیتال را در دوره تصدی خود این‌گونه تبیین کرده است: «اکنون تقریباً تمام سفرای آمریکا از فیس‌بوک و توئیتر برای برقراری ارتباط مستقیم با مردم دنیا استفاده می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی اکنون در حال تغییر دادن مسیر برقراری رابطه میان آمریکا و دیگر مردمان جهان هستند که هم جنبه شخصی دارد و هم جنبه عمومی. ما داریم تلاش می‌کنیم تا به جای پس‌زدن مخالفت‌ها، از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی برای مدیریت سیاست‌های آمریکا و انتقادهای موجود استفاده کنیم. شبکه‌های اجتماعی، تلاش‌های دیپلماسی ما را ادامه داده است و ما را تبدیل به شفاف‌ترین وزارت خارجه جهان کرده است. ما اکنون روزانه بیش از هزار توئیت در روز داریم و اگر به فرض در ماه یک توئیت اشتباه درس‌ساز هم داشته باشیم آن‌قدر در قبال دستاوردهای مثبت آن به چشم نمی‌آید» (Whelan, 2014).

وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا از توئیپلماسی برای پیشبرد اهداف متفاوتی در سراسر جهان بهره برده است و همواره آن را منبع جدیدی از قدرت دانسته است. دیپلمات‌های آمریکایی نیز در دوره دولت باراک اوباما و هیلاری کلینتون در وزارت خارجه از توئیتر برای اهداف سیاسی، انسان‌دوستانه، یا کمک به برخی کشورها برای رسیدن یا قرارگرفتن در مسیر توسعه استفاده کرده‌اند. در بخش سیاسی اهداف وزارت خارجه آمریکا شامل نفوذ در جوانان مسلمان به منظور تغییر نگرش آن‌ها به سیاست‌های آمریکا در خاورمیانه و دیگر نقاط جهان در خصوص مسلمانان، رصد و پایش و جمع‌آوری اطلاعات درباره فعالیت‌های تروریستی مرتبط با القاعده و دیگر افراط‌گرایان مسلمان،

¹ Moira Whelan

تأثیرگذاری در جنبش‌های دموکراسی‌خواه مانند آنچه در ایران و در ناآرامی‌های پس از انتخابات جنجالی ریاست‌جمهوری این کشور در سال ۲۰۰۹ رخ داد، تأثیرگذاری در روند دموکراسی‌سازی در خاورمیانه — هرچند نمی‌توان مستقیماً دخالت وزارت‌خارجۀ آمریکا را در ایجاد انقلاب‌های عربی اثبات کرد — تأثیرگذاری در فعالیت‌های سیاسی کشورهای رقیب از جمله روسیه و چین بوده است. آمریکا برای اهداف انسان‌دوستانه در توئیر فعالیت‌های زیادی داشته است که از آن جمله می‌توان به بسیج نیروها و جذب کمک‌های جهانی برای هائیتی یا کمک به دولت مکزیک برای مبارزه با اربابان مواد مخدر در این کشور اشاره کرد. برخی از تلاش‌های دولت اوباما در حوزه دیپلماسی دیجیتال نیز معطوف به کمک به کشورهای آفریقایی برای قرارگرفتن در مسیر توسعه سیاسی و اقتصادی بوده است (Hallams, 2011).

براساس آنچه وزارت‌خارجۀ آمریکا اعلام کرده است: «دکترین یا دستورکار کشورداری در قرن بیست‌ویکم» قدرت‌های جدیدی را دربرمی‌گیرد که تغییر در روابط بین‌الملل را پیش می‌برند که به‌شدت فراگیر، افسارگسیخته، و پیش‌بینی‌ناپذیر هستند. ویژگی‌های بارز کشورداری قرن بیست‌ویکم راه را به‌سوی تغییراتی عمیق‌تر نشان می‌دهد که به‌تدریج تمامی سیاست خارجی را دربرخواهد گرفت به‌گونه‌ای که قلمرو آن را گسترش می‌دهند، ابزارهای نوین را جای‌گزین می‌کنند، و ارزش‌های آن را نیز تغییر خواهند داد. ما هم‌چنین گفته‌اند که ما در حال انطباق‌دادن کشورداری خود از طریق تدوین مجدد برنامه‌های دیپلماتیک و توسعه‌ای‌مان هستیم تا از این طریق و با به‌کارگیری یکی از بزرگ‌ترین دارایی‌های آمریکا، یعنی نوآوری بتوانیم با شیوه‌های نوین با چالش‌های قدیمی مواجه شویم. این همان کشورداری قرن بیست‌ویکم است که ابزارهای سنتی سیاست خارجی را با ابزارهایی که به‌تازگی ابداع شده و وسایل منطبق‌شده با این نوع کشورداری تکمیل کرده و به‌طور کامل از فناوری‌های دنیای به‌هم متصل‌شدهٔ امروزی ما بهره می‌گیرد (U.S. Department of State, 2014).

اولین وزارت خارجه‌ای که مشخصاً به همین منظور واحدی را ایجاد کرد، وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا بود که در سال ۲۰۰۲ گروه عملیات ویژه‌ای. دیپلماسی^۱ را تشکیل داد. این گروه هم‌اکنون به اداره‌ای. دیپلماسی^۲ تغییر نام یافته است که بیش از ۱۵۰ نیروی تمام‌وقت متخصص شبکه‌های اجتماعی در اختیار دارد که در ۲۵ اداره و دفتر مختلف در سراسر جهان کار می‌کنند. اداره‌ای. دیپلماسی از ابتدا با هدف درک و ازپیشبرد داشتن موانع فهم دلایل وقوع حوادث یازده سپتامبر از طریق کمک به ارتقای توانایی وزارت خارجه آمریکا در ارتباط برقرار کردن و به اشتراک گذاشتن اطلاعات ایجاد شد. وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا به جز این، یک نسخه داخلی از ویکی‌پدیا دارد که نام آن دیپلوپدیا^۳ است که بیش از چهارده هزار مدخل دارد. همچنین، برای تشویق افراد به شبکه‌سازی داخلی یک نسخه معادل فیس‌بوک در اداره راه‌اندازی شده است که نام آن را کوریدور^۴ گذاشته‌اند و بیش از ۶۵۰۰ عضو دارد. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که جدی‌ترین گام در بهره‌برداری از فناوری‌های نوین و ظرفیت‌های مبتنی بر اینترنت در پیشبرد سیاست خارجی بعد از حوادث یازده سپتامبر برداشته شد و پس از این حملات بود که وزارت خارجه آمریکا برنامه مستمر و جدی دیپلماسی دیجیتال خود را آغاز کرد (Hanson, 2012).

برنامه‌ای برای همه کشورهای دنیا

وزارت امور خارجه آمریکا در توئیتر یک صفحه اصلی با آدرس @StateDept دارد که تاریخ ایجاد آن اکتبر سال ۲۰۰۷ است (twitter, 2007). این صفحه تا آوریل ۲۰۱۸ که این کتاب در حال انجام بوده است ۴۴,۲ هزار پست منتشر کرده است. ۴۴۱ حساب کاربری دیگر را دنبال می‌کند و ۵,۰۲ میلیون دنبال‌کننده دارد. کاربران در این صفحه با مواضع رسمی وزارت خارجه امور آمریکا که بعضاً مواضع دولت این کشور است آشنا می‌شوند. این صفحه همچنین تلاش می‌کند تا با برقراری ارتباط مستقیم با کاربران و مخاطبان مختلف نظرات آنها را درباره نحوه کشورداری و عمل دولت آمریکا دریافت کند.

¹ the Taskforce oneDiplomacy

² Office of eDiplomacy

³ Diplopedia

⁴ Corridor

وزارت خارجه آمریکا در دوره هیلاری کلینتون ابتکارات زیادی را برای ترویج و ترغیب مخاطبان توئیتر به دنبال کردن این صفحه و صفحات دیگر مربوط به این وزارتخانه انجام داد. از جمله آنها ترتیب دادن چالش‌ها یا کمپین‌هایی با ایجاد هشتگ‌های مختلف بوده است. یکی از این کمپین‌ها که به منظور پاسخ‌گو نشان دادن وزارت خارجه آمریکا راه افتاده بود با هشتگ #AskState شناخته می‌شد. مخاطبان قادر بودند از طریق این هشتگ سؤالات خود را درباره سیاست‌های آمریکا در سراسر دنیا مستقیماً مطرح کنند و از سخنگوی این وزارتخانه جواب بشنوند.

ویکتوریا اسر، معاون دستیار وزیر امور خارجه وقت آمریکا در امور عمومی در حوزه استراتژی دیجیتال، در مقاله‌ای برای هافینگتون پست می‌نویسد وزارت خارجه آمریکا از شبکه‌های اجتماعی و توئیتر به منزله روشی قدرتمند برای شنیدن صدای مردم کشورهای دیگر و به دست آوردن درک و فهم دقیق‌تر نیازها و خواسته‌هایشان استفاده می‌کند. او در تشریح این استراتژی می‌گوید به همین علت است که ما از طریق اجرای برنامه سؤال از سخنگوی وزارت خارجه در توئیتر به طور مستقیم با شهروندان در سراسر جهان در ارتباط هستیم (Esser, 2012). اظهار نظر اسر نشان می‌دهد که برنامه وزارت خارجه آمریکا برای استفاده از قدرت و ظرفیت شبکه‌های اجتماعی محدود و محصور به یک کشور خاص نمی‌شود و همه کشورهای جهان را و هر یک با یک برنامه خاص دربرمی‌گیرد.

برنامه‌ای که اسر به آن اشاره می‌کند همان ابتکاری است که پیش‌تر به آن اشاره شد و در دوره تصدی هیلاری کلینتون در وزارت خارجه آمریکا آغاز شد. مدیر این کمپین ویکتوریا نولاند، سخنگوی وزارت خارجه آمریکا، بود. او کمپینی را با هشتگ #AskState در توئیتر راه انداخت و از همه کاربران خواست تا سؤالات خود را از وزارت خارجه آمریکا با این هشتگ مطرح کنند. او سپس سؤالاتی را که کاربران به ده صفحه رسمی مربوط به وزارت خارجه آمریکا در توئیتر که به ده زبان زنده دنیا اداره می‌شوند، ارائه کرده بودند جمع‌آوری می‌کرد و با برگزاری جلسات پرسش و پاسخ توئیتری به آنها جواب می‌داد. این نشست‌ها به صورت زنده از شبکه‌های اجتماعی خصوصاً یوتیوب و چند شبکه تلویزیونی دیگر و از طریق تایم‌لاین صفحه وزارت خارجه در توئیتر پخش می‌شد

(Nuland, 2012). نولاند نام این برنامه را در امتداد دکترین هیلاری کلینتون مبنی بر «کشورداری در قرن بیست و یکم»، «کشورداری قرن بیست و یکم وزارت خارجه» گذاشته بود.

اسر این ابتکار عمل را راهی برای تقویت دیپلماسی دیجیتال آمریکا و افزودن به قدرت سیاست خارجی این کشور دانست و می‌گوید: «این فرصتی برای وزارت خارجه بود تا شیوه‌هایی را که دیپلمات‌های ما در واشنگتن و سفارت‌خانه‌های ما در خارج از کشور به کار می‌گیرند تا روزانه با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و دیجیتالی به‌طور مستقیم با مردم همه کشورهای جهان درباره سیاست‌های ایالات متحده صحبت کنند، به نمایش بگذاریم (Esser, 2012).

معاون استراتژی دیجیتال، دستیار وزیر امور خارجه آمریکا در امور عمومی تأکید می‌کند که نشست پرسش و پاسخ توئیتری آن‌ها را قادر می‌کرد تا فاصله مردم در سراسر جهان را با ایالات متحده کوتاه کنند و مستقیماً از جایگاه سخنگوی رسمی وزارت امور خارجه آمریکا پاسخ سؤال موردنظر خود را درباره سیاست خارجی دریافت کنند. وزارت خارجه آمریکا تا سال ۲۰۱۲ و با مدیریت هیلاری کلینتون توانست علاوه بر صفحه رسمی وزارت خارجه، ده صفحه توئیتری دیگر به زبان‌های روسی، فارسی، هندی، اردو، فرانسه، اسپانیایی، عربی، چینی، ترکی، و پرتغالی را برای ارتباط برقرارکردن بی‌واسطه با کاربران شبکه‌های اجتماعی ایجاد کند. نام این صفحه‌ها به زبان‌های مختلف و با آدرس‌های ذیل قابل دسترسی هستند.

جدول ۳: صفحات توئیتری وزارت خارجه آمریکا به زبان‌های مختلف و جزئیات آن‌ها

نام صفحه	آدرس با هندلر توئیتر	زبان	تعداد کاربران	تعداد پست‌ها	تاریخ ایجاد
Department of State	@StateDept	انگلیسی	۵,۰۲ میلیون	۵۴,۲ هزار	اکتبر ۲۰۰۷
الخارجية الأمريكية	@USAbilAraby	عربی	۷۰۴ هزار	۲۶,۷ هزار	فوریه ۲۰۱۱
USA in Zhongwen	@USA_Zhongwen	چینی	۴,۶ هزار	۷۷۳	فوریه ۲۰۱۱
USA darFarsi	@USAdarFarsi	فارسی	۳۲۹ هزار	۶,۱ هزار	فوریه ۲۰۱۱

¹ Department's 21st Century Statecraft

فوریه ۲۰۱۱	۹,۹ هزار	۱۰,۹ هزار	فرانسه	@USAenFrancais	USA en Français
فوریه ۲۰۱۱	۳,۶ هزار	۳,۹ هزار	هندی	@USAHindiMein	USA HindiMein
مارس ۲۰۱۱	۲۶,۶ هزار	۱۱,۲ هزار	پرتغالی	@USAemPortugues	USA em Português
فوریه ۲۰۱۱	۱۰,۸ هزار	۱۷,۸ هزار	روسی	@USApoRusski	США по-русски
فوریه ۲۰۱۱	۱۹,۳ هزار	۱۴۲ هزار	اسپانیایی	@USAenEspañol	USA en Español
مارس ۲۰۱۱	۴,۶ هزار	۳۷ هزار	اردو	@USAUrdu	USA Urdu
ژانویه ۲۰۱۲	۴,۳ هزار	۱۷,۱ هزار	ترکی	@ABDTurk	ABDTürk

منبع: State.org, 2017

گستره جهانی فعالیت‌های دیجیتالی وزارت خارجه آمریکا

وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا پس از اعلام دکترین «کشورداری در قرن بیست و یکم» که چیزی نبود جز اهمیت دادن و تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات در امر سیاست خارجی، طیف وسیعی از فعالیت‌های دیجیتالی خود را معطوف به شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر در سراسر جهان آغاز کرد. آن‌گونه که هالامز برخی از آن‌ها را برشمرده این فعالیت‌ها شامل این موارد است: آموزش گسترده دیپلمات‌های آمریکا در سراسر جهان برای ورود به شبکه‌های اجتماعی، آموزش روزنامه‌نگاران جوان آشنا به فناوری‌های نوین از کشورهای مختلف دنیا از جمله ایران، افغانستان، مصر، روسیه، چین، سوریه، اوکراین، و برخی کشورهای دیگر، ایجاد فرصت‌های مالی برای سازمان‌های جامعه مدنی به منظور اتصال به شبکه‌های جهانی، تلاش و سرمایه‌گذاری برای افزایش سواد دیجیتالی فعالان سیاسی در کشورهای رقیب خصوصاً در کشورهای اسلامی، سرمایه‌گذاری و اختصاص بودجه برای گسترش اینترنت آزاد در سراسر جهان خصوصاً در خاورمیانه، چین، و روسیه، حفظ کردن شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی برای سازمان‌های غیردولتی و جنبش‌های نوین اجتماعی، اعزام هیئت‌های نمایندگی به کشورهای مختلف برای آموزش نفوذ به زیرساخت‌های اطلاعاتی و

استفاده هر چه بهتر از شبکه‌های اجتماعی به فعالان و مبارزان سیاسی، سرمایه‌گذاری برای تشویق آزادی بیان و مبارزه با هر گونه سانسور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان و کمک به نوآوران برای ابداع شیوه‌های از کار انداختن فیلتر و سانسور دولتی (Hallams, 2011).

یوگنی موروزف که از مخالفان به نام دکترین کشورداری در قرن بیست و یکم وزارت خارجه ایالات متحده در خصوص به کارگیری دیپلماسی دیجیتال است، در مقاله‌ای به این روش‌ها تاخته و برخی از آن‌ها را از جمله آموزش روزنامه‌نگاران دیگر کشورها به منظور مبارزه سیاسی با دولت‌های خود نوعی اقدام فراتر از دیپلماسی یاد کرده و آن‌ها را مصداق مداخله‌جویی در امور دیگر کشورها می‌داند. موروزف در مقاله معروف خود در سال ۲۰۰۹ که در فارن‌پالیسی منتشر شده است، مشخصاً از اقدام وزارت خارجه آمریکا مبنی بر آموزش روزنامه‌نگاران روسی، مصری، و قرقیزستانی توسط وزارت خارجه آمریکا و به هزینه دولت آمریکا در اردوگاه‌های نُه‌ماهه در مکان‌های نامعلوم و سری یاد کرده و به شدت از آن‌ها انتقاد کرده است (Morozov, 2009).

از مقاله موروزف به خوبی استنباط می‌شود که وزارت خارجه آمریکا از این روش برای تحت فشار قراردادن برخی از کشورهای رقیب از جمله روسیه، چین، و ایران و نیز تأثیرگذاری بر طیف گسترده‌ای از مخاطبان از جمله جامعه مسلمانان و خصوصاً جوانان مسلمان در خاورمیانه یا ارائه چهره‌ای انسان‌دوستانه از خود در جهان برای ترمیم وجهه از بین رفته این کشور در دوران بوش بهره گرفته است.

هانسون از برنامه دیگری به نام «کارگروه آزادی اینترنت» نام می‌برد که پس از روی کار آمدن دولت اوباما تشکیل شد و هدف از آن حمایت از اقدامات وزارت امور خارجه برای رصد آزادی اینترنت در کشورهای استبدادی از طریق ارتقای روش‌های دیپلماسی دیجیتال عنوان شده است (Hanson, 2012). هم‌چنین، وزارت خارجه آمریکا در سال ۲۰۱۱ با انتشار گزارشی با عنوان «راه‌برد بین‌المللی برای فضای سایبر: مالکیت، امنیت، و آزادی در جهان شبکه‌ای شده» بر ارتقای اهمیت آزادی اینترنت در سراسر جهان به مثابه راه‌برد امنیت ملی این کشور و نیز بر سرمایه‌گذاری وسیع بر فناوری‌های مقابله با سانسور اطلاعاتی مشخصاً در کشورهای ایران و چین تأکید می‌ورزد (U.S. State Department, 2013).

ماجرای توئیتر کوبایی

در سال ۲۰۰۹ دولت آمریکا در پوشش برنامه‌های اجتماعی و بهداشتی که تحت نظارت آژانس توسعه بین‌الملل آمریکا، یو.اس.اید (US Aid) بود، تلاش کرد مخفیانه باعث تحریک مردم این کشور برای تغییر سیاسی در کوبا شود. خبرگزاری آسوشیتدپرس در گزارشی تحقیقی افشا کرد که دولت باراک اوباما براساس یک برنامه مخفی از طریق شبکه‌های اجتماعی طرح جامعی را برای اغتشاش و به‌خیابان‌کشاندن مردم در برخی از کشورهای آمریکای لاتین از جمله کوبا دنبال می‌کرده است. در پروژه «یو.اس.اید» یک شبکه رسانه‌ای اجتماعی درست مانند توئیتر در کوبا راه‌اندازی شد که «زون زونو» نام گرفت و توانست در سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۱، چهل هزار کاربر کوبایی را به خود جذب کند. نکته جالب این بود که هیچ‌یک از این کاربران نمی‌دانستند که عضو شبکه اجتماعی‌ای شده‌اند که گرداننده و تأمین‌کننده مالی آن، دولت آمریکا است (AP, 2014).

هم برنامه توئیتر کوبایی «زون زونو» و هم برنامه سفر جوانان آمریکای لاتین به کوبا برای جذب فعالان سیاسی کوبا، بخشی از تلاش چندمیلیون دلاری «یو.اس.اید» برای تأثیرگذاری در کشورهای بودده است که از لحاظ سیاسی بی‌ثبات بودند. «یو.اس.اید» هم در پاسخ به انتقادات صورت‌گرفته از این برنامه مخفی اعلام کرد که «دولت باراک اوباما متعهد است از علاقه مردم کوبا به آزادی برای تعیین آینده‌شان حمایت کند. یو.اس.اید با گروه‌های مستقل جوانان در کوبا در خدمات اجتماعی مثل بهداشت عمومی، هنر، و دیگر فرصت‌ها همکاری می‌کند تا مطابق با برنامه‌های دموکراسی با این جوانان ارتباط برقرار کند.» گزارش آسوشیتدپرس نشان می‌دهد که طبق برنامه قرار بود که اگر این جوانان دستگیر شوند، به‌صورت رمزی پیامی ارسال کنند و بگویند «من سردرد دارم.» منظور از این جمله این بود که آن‌ها تحت نظارت مقامات کوبا هستند. یا جمله رمزی دیگر این بود که «خواهر شما بیمار است.» ارسال این جمله در واقع دستور به این جوانان برای ترک کشور کوبا و پایان‌دادن به سفرشان بود. طبق قوانین کوبا همکاری با برنامه‌های یو.اس.اید غیرقانونی است (Associated Press, 2014).

¹ ZunZuneo

این درحالی است که آسوشیتدپرس در گزارش دیگری فاش کرد که برنامه‌های دولت باراک اوباما برای تأثیرگذاری در کوبا فراتر از دیپلماسی دیجیتال بوده است. در سال ۲۰۱۴ مشخص شد که دولت باراک اوباما جوانان برخی از کشورهای آمریکای لاتین را از جمله کوبا و ونزوئلا استخدام و جذب می‌کرده است و به آن‌ها آموزش‌هایی می‌داده تا محرک تغییر سیاسی در این کشور شوند. این برنامه در برخی موارد تحت پوشش برنامه بهداشتی به اجرا درمی‌آمده است. مثلاً، در یک پروژه خاص که شروع آن به اوایل اکتبر سال ۲۰۰۹ مربوط می‌شود و تحت نظارت یو.اس.اید اجرا می‌شد جوانانی از کشورهای ونزوئلا، کاستاریکا، و پرو به کوبا اعزام شدند به این امید که بتوانند به صورت مخفیانه باعث تحریک یک شورش در کوبا شوند. این جوانان که تحت پوشش دولت آمریکا کار می‌کردند در یک مورد در نقش گردشگر ظاهر شدند. در یک مورد نیز مشاهده شد که این جوانان کارگاه پیشگیری از بیماری ایدز تأسیس کردند تا بهانه‌ای بسیار عالی برای جذب فعالان سیاسی داشته باشند (Independent, 2014).

جاشوا کیتینگ^۱، روزنامه نگار برجسته تحقیقی آمریکایی و نویسنده کتاب *کشورهای نامرئی*^۲ این برنامه دکتربین «کشورداری در قرن بیست و یکم» هیلاری کلیتون و تلاش‌های وزارت خارجه آمریکا برای توسعه اینترنت آزاد و گسترش شبکه‌های اجتماعی را در سراسر جهان ارزیابی کرده است و نمونه‌های دیگر آن را انقلاب توئیتری در مولداوی، فیلیپین، و جنبش سبز در ایران می‌داند (Keating, 2014).

شبیه‌سازی توئیتر برای کوبایی‌ها

«زون زونئو» شبیه‌ترین واژه به زبان محلی در کوبا به توئیتر است. درحالی‌که توئیتر در انگلیسی به معنی صدای پرندگان یا جیک‌جیک پرندگان است، زون زونئو در اصطلاحات محلی کوبایی به معنی صدای مرغ مگس‌خوار است. هدف آمریکا از این طرح ایجاد یک شبکه ارسال پیامک مثل شبکه توئیتر بود که مردم، جوانان، و به‌خصوص ناراضیان در کوبا با استفاده از آن بتوانند از کنترل شدید دولت کوبا بر شبکه اینترنتی بگریزند و با یکدیگر در ارتباط باشند (Arce, 2014).

¹ Joshua Keating

² Invisible Countries

دولت آمریکا برای پنهان کردن این اقدام خود از چندین شرکت پوشش و واسطه استفاده کرد تا ظاهراً ارتباط این شبکه اجتماعی با دولت آمریکا مشخص نشود. بودجه این طرح از طریق اداره کمک به توسعه بین‌المللی پرداخت می‌شد که معمولاً نهادی برای کمک به پروژه‌های بشردوستانه در سطح جهانی شناخته می‌شود. در گام اول این شبکه با درج مطالب و آگهی‌های بسیار معمولی در مورد فوتبال، موسیقی، یا حوادث طبیعی قصد داشت بدون ایجاد هر گونه حساسیتی از سوی نظام کوبا مخاطبان بیشتری را به خود جلب کند. هدف گردانندگان آن این بود که در آینده و احتمالاً وقتی که تعداد مخاطبان آن به صدها هزار نفر رسید، به مرور مطالب سیاسی و خبری را به آن بیفزایند. در یکی دیگر از این مدارک که مربوط به تصمیم‌گیری‌های یکی از شرکت‌های فناوری فعال در این پروژه است نوشته شده که «ابداً و اکیداً در مورد دخالت دولت آمریکا در این طرح هیچ چیزی گفته نخواهد شد. این موضوع برای موقعیت درازمدت این طرح و به نتیجه رسیدن مأموریت ما حیاتی است» (APnews, 2014).

روزنامه واشنگتن‌پست یادآوری می‌کند که «قانونی بودن اجرای چنین طرحی طبق مقررات آمریکا زیر سؤال است. طبق قوانین آمریکا هر گونه اقدام پنهانی نهادهای دولتی برای تضعیف یک حکومت خارجی باید با تأیید رئیس‌جمهوری صورت بگیرد. مقامات اداره کمک‌های خارجی آمریکا حاضر نیستند اعلام کنند که چه مقام و یا نهادهایی اجرای این طرح را تصویب کرده و آیا کاخ سفید از آن باخبر بوده است و یا نه. سخنگوی اداره کمک‌های خارجی آمریکا گفت که این نهاد از طرح‌های خود در مورد کوبا کاملاً رضایت دارد و یک کمیته تحقیقاتی کنگره آمریکا نیز پس از بررسی آن اعلام کرده که با قوانین کشور انطباق دارد، ولی طبق قوانین آمریکا و وظایفی که برای این نهاد تعریف شده کمک‌های آن به هر طرحی در کشورهای خارجی باید با موافقت دولت آن کشور و یا بدون ایجاد هرگونه مزاحمتی برای آن انجام شود تا به اعتبار آن به‌عنوان نهادی که در زمینه کمک‌های بشردوستانه فعال است، لطمه‌ای وارد نشود» (washingtonpost, 2014).

تلاش ناکام و تجربه ایران

روزنامه/بندیندنت انگلستان جنبه‌های دیگری از این تلاش مخفی آمریکا را برای رواج‌دادن یک توئیتر مخفی به کوبایی‌ها بررسی کرده است: ناکامی پروژه و کپی‌برداری آن از تجربه ایران. ایندیندنت صراحتاً طرح دولت آمریکا را برای راه‌اندازی یک شبکه ارسال پیام در کوبا با هدف تشویق نارضایتی و تغییر رژیم در آن کشور شکست‌خورده معرفی می‌کند. این روزنامه به بخش دیگری از اسناد اداره کمک‌های خارجی دولت آمریکا اشاره می‌کند که در آن قید شده است «تجربه استفاده از ارسال پیامک نشان داده که گروه‌های فعال و ناراضی از این طریق توانسته‌اند در کشورهای مختلف از جمله مولداوی و یا فیلیپین اعتراضات سیاسی گسترده‌ای را به‌راه بیندازند.» در بخش دیگری از این اسناد آمده است: «ما نقش رسانه‌های جدید و شبکه‌های اجتماعی در حوادث مربوط به انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۰۹ ایران را بررسی کرده‌ایم که نشان می‌دهد این شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی ایفا کرده و به اعتقاد ما یک ابزار مهم در سیاست خارجی هستند.» این طرح با پروژه دیگر دولت آمریکا به نام «لترن» (فانوس) شباهت فراوانی دارد که درحقیقت تولید و توزیع نرم‌افزارهایی است که مردم چین با استفاده از آن می‌توانند از سیستم‌های سخت‌گیرانه کنترل شبکه اینترنت در آن کشور بگریزند (Independent, 2014).

اجرای پروژه بهار عربی در کوبا

مقامات کوبا برخلاف ادعای کاخ سفید بر این باور بودند که برنامه پروژه «زون زوئنو» برای شعله‌ورکردن اغتشاشات در کوبا و پدیدآوردن «بهار کوبایی» به شکل آنچه در کشورهای عربی از جمله تونس و مصر اتفاق افتاد بوده است. ریکاردو پاتینیو، وزیر امور خارجه اکوادور، پروژه آمریکایی زون زوئنو، را توئیتر ضدکوبایی و آن را شرم‌آور خواند. از نظر پاتینیو و بسیاری دیگر از رهبران آمریکای لاتین از جمله بولیوی و ونزوئلا آنچه در کوبا و توسط یو.اس. اید و از طریق برنامه توئیتری زون زوئنو رخ داده بود، دخالتی مستقیم در حاکمیت کوبا بود که قصد آن آشوب‌آفرینی از طریق شبکه‌های اجتماعی بوده است. از نگاه آن‌ها این برنامه یکی از چندین برنامه بی‌ثبات‌کننده

¹ Ricardo Patiño

دائمی آمریکا با هدف جمع‌آوری اطلاعات خصوصی کاربران کوبایی در اینترنت و استفاده سیاسی از آن‌ها بود که کشورهای آمریکای لاتین می‌باید در برابر آن‌ها باهوشیاری عمل می‌کردند (Otis, 2014).

آسوشیتدپرس نیز یکی از مدارک دیگر اداره کمک‌های بین‌المللی آمریکا را منتشر کرده است که در آن به‌صراحت از واژه «بهار کوبا» نام برده شده است. در این مدارک آمده است: «برقراری ارتباط از این طریق می‌تواند به کوبایی‌ها کمک کند تا خود را به اشکال مختلف سازمان‌دهی کرده و ممکن است حوادثی مثل بهار کوبا را به‌وجود بیاورد و تحت‌تأثیر آن تعادل قدرت بین حکومت و جامعه کوبا دستخوش تغییر شود» (راديو فردا، ۱۳۹۳).

برنامه مخفی علیه کاسترو

جی کارنی، سخنگوی کاخ سفید، ابتدا در واکنش به افشاگری‌ها و فشارهای واردشده از سوی رسانه‌ها و کنگره آمریکا اعلام کرد درباره افرادی در کاخ سفید که درباره برنامه‌های مخفی اداره توسعه بین‌المللی آمریکا (یو.اس.اید) در کشورهای دیگر اطلاعاتی دارند، چیزی نمی‌داند. پس از آن کاخ سفید اعلام کرد برنامه مخفی «تویتر کوبا» به‌منظور تحریک مخالفان سیاسی رژیم کاسترو در این کشور، برنامه‌ای «مخفی» نبوده است، بلکه نوعی کمک بشردوستانه و «خردمندانه» بوده است. جی کارنی پس از آن در یک موضع‌گیری دیگر اعلام کرد این اقدامات صرفاً برای کمک به گسترش ارتباطات و آزادی اینترنت در کوبا بوده است که شخص رئیس‌جمهور اوباما از آن حمایت می‌کند. کارنی همچنین تأکید کرد: «تأمین ابزارهای مخابراتی و اطلاعاتی برای مردم کشورهای دیگر کاری است که ما به آن افتخار می‌کنیم.» دولت اوباما تلاش‌های زیادی را برای کم‌اهمیت جلوه‌دادن ماهیت این برنامه انجام داد که یک پایگاه اینترنتی اجتماعی برای تسهیل برگزاری اعتراضات در کوبا است اما تحقیقات منتشرشده بعدی آسوشیتدپرس عکس این ادعاها را ثابت کرد (Roberts, 2014).

آسوشیتدپرس براساس بیش از هزار صفحه اسنادی که درباره فناوری ارسال پیام‌های متنی و همچنین مصاحبه با مقامات آمریکایی و مدیران اجرایی شرکت‌های حاضر در این طرح بود، فاش کرد چگونه برنامه تویتری «زون زونو» که آن را اداره توسعه بین‌المللی آمریکا مدیریت می‌کند،

می‌توانست سبب تحریک افراد در کوبا شود. همان اتفاقی که در کشورهای همانند ایران، فیلیپین، و مولداوی رخ داد. هدف برنامه «زون زوئنو» در درازمدت تشویق جوانان کوبایی به انقلاب علیه نظام حاکم بر این کشور بود. تلاش‌هایی برای پنهان‌نگه‌داشتن ماهیت این طرح توثیتری انجام شده است، از جمله این‌که برای به‌راه‌انداختن آن از حساب‌های بانکی خارجی، شرکت‌ها، و سرورهای خارجی استفاده شده است. آسوشیتدپرس اعلام کرده است این گزارش سؤالاتی جدی را درباره قانونی بودن این طرح مطرح کرده است (AP, 2014).

در این گزارش به غیر از کوبا کشورهای ونزوئلا، فلپین، مولداوی، و ایران نیز دیگر کشورهای معرفی شده‌اند که هدف طرح اغتشاش از طریق توثیتر بوده‌اند. این گزارش هم‌چنین اعلام کرده است شواهدی به‌دست آورده که فناوری ارسال پیام‌های نوشتاری در پاکستان نیز اجرایی می‌شود. جی کارنی نیز در سخنانی که مؤید به‌کارگیری این طرح در دیگر کشورهاست اعلام کرد: «البته دولت باید اقدامات احتیاطی لازم را به‌کار گیرد، اما این برنامه تنها درباره کوبا اجرا نمی‌شود. او از نام‌بردن کشورهای دیگری به غیر از کوبا خودداری کرده است» (Theguardian, 2014).

افشای برنامه‌های یو.اس.اید

افشای عملیات و برنامه مخفی آمریکا در کوبا از طریق شبکه اجتماعی توثیتر هزینه سنگینی برای این کشور و خصوصاً آژانس توسعه بین‌المللی آمریکا، یو.اس.اید، به همراه داشت. رافائل کوررا، رئیس‌جمهور اکوادور، که کشورش پیش‌تر به جولیان آسانژ یکی از بنیان‌گذاران وب‌سایت افشاگر ویکی‌لیکس در سفارت‌خانه‌اش در لندن پناه داده بود یکی از مؤثرترین افراد در تنبیه یو.اس.اید محسوب می‌شود. او پس از افشای برنامه مخفی آمریکا علیه کوبا در قالب شبکه‌های اجتماعی مبارزه‌ای شدید و علنی را علیه یو.اس.اید در اکوادور و سراسر آمریکای لاتین به‌راه انداخت. او بر این باور بود که همه کشورهای چپ‌گرای آمریکای لاتین اهداف بالقوه این برنامه‌های خراب‌کارانه و مداخله‌جویانه آمریکا هستند و باید درمورد این برنامه‌های آمریکا هوشیار باشند. او سپس طرح پایان‌دادن به همه فعالیت‌های آژانس توسعه بین‌المللی آمریکا، یو.اس.اید را در این کشور به‌اجرا

¹ Rafael Correa

درآورد و با حمایت جریان‌های چپ‌گرا در این کشور، یو.اس. اید بعد از ۵۳ سال حضور در اکوادور از این کشور اخراج شد و به فعالیت خود خاتمه داد. پس از اکوادور کشور بولیوی نیز با حمایت از این اقدام اکوادور به فعالیت‌های یو.اس اید در این کشور پایان داد (NBCnews, 2014).

افغانستان، پاکستان، نیجریه

پس از آسوشیتدپرس، ران نیکسون با انتشار یک گزارش تحقیقی جدید در روزنامه نیویورک تایمز ابعاد جدیدی از اقدام سازمان‌های اطلاعاتی آمریکایی را در بهره‌برداری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر برای سرنگون کردن برخی نظام‌ها یا محقق کردن اهداف آمریکا در برخی کشورهای دیگر به تصویر کشید.

نیکسون در گزارش خود تأکید کرده است که آمریکا برنامه‌های گسترده‌ای را از طریق یو.اس.اید، و از طریق مدیریت شبکه‌های ارتباط اجتماعی شبیه توئیتر، برای تأثیرگذاری سیاسی، اجتماعی، و فرهنگی بر برخی از کشورها پیش برده است که برخی از آن‌ها را به علت مشکلات مالی رها کرده است. براساس یافته‌های نیویورک تایمز مجری برخی از این برنامه‌ها راساً خود وزارت خارجه آمریکا و برخی دیگر یو.اس.اید بوده است و آن‌ها از طریق این پروژه اصول و مبانی افکار عمومی در کشورهای خارجی را دست‌کاری و جهت‌دهی کرده‌اند. نیکسون هدف اصلی این پروژه‌ها را کمک به ارتقای سطح ارتباطات رسانه‌ای در این کشورها و ایجاد فضای مناسب برای گفت‌وگوهای سیاسی باز، مشارکت دادن توده مردم در مسائل سیاسی، امنیتی، و اقتصادی اعلام کرده است. افغانستان، پاکستان، نیجریه، کنیا، الجزایر، و ونزوئلا از جمله کشورهایی بوده‌اند که دولت اوپاما برنامه‌هایی شبیه به «توئیتر کوبا» یا همان «زون زوئنو» را با اهدافی متفاوت برایشان تدارک دیده بوده است. با این همه، این گزارش تأکید می‌کند که باراک اوپاما، رئیس‌جمهور این کشور، تعدادی از این برنامه‌ها را به علت تمام شدن بودجه مورد نیاز از جمله در پاکستان و افغانستان تعطیل کرد، زیرا نتوانسته بود این طرح‌ها را به طرح‌های درآمدزا تبدیل کند که از نظر تجاری موفق شوند (Nixon, 2014).

تقویت شبکه‌های اجتماعی در کنیا

مقامات کاخ سفید ادعاهای مطرح‌شده درخصوص مداخله‌آمیزبودن این اقدامات را در کشورهای مستقل رد کردند و مدعی هستند که این پروژه‌ها صرفاً بشردوستانه و به‌منظور کمک به توسعه ارتباطات و پرکردن شکاف دیجیتال در این کشورها بوده است. مشخصاً کاخ سفید درباره پروژه‌ای که در کنیا طراحی و اجرا کرده معتقد است که به کم‌شدن خشونت‌های قومی به بهانه‌های سیاسی در این کشور کمک کرده است.

در کنیا، پروژه خدمات «Yes Youth Can» بر بستر شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر بلافاصله پس از انتخابات جنجال‌برانگیز این کشور در سال ۲۰۰۷ آغاز شد که محور آن جوانان بیکار و سرخورده از نتایج انتخابات بودند. درگیری‌های خونین قومی پس از اعلام نتیجه انتخابات ریاست‌جمهوری با اعتراض رایلا اودینگا نامزد بازنده در انتخابات آغاز شد. اودینگا از پذیرش نتایج پیروزی رقیب خود کیباکی سر باز زد و از طرفداران خود خواست این نتیجه را نپذیرند. در این اعتراضات بیش از ۱۵۰۰ نفر کشته شدند.

برنامه «Yes Youth Can» در زمانی بسیار کوتاه توسط آژانس توسعه بین‌المللی آمریکا پس از این اعتراضات خونین راه افتاد و این امکان را برای جوانان کنیایی فراهم می‌کرد که از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی درباره مسائل سیاسی اعلام‌نظر و موضع کنند و اعتراضات خود را سامان‌دهی کنند. در این بین، این سرویس اینترنتی به جوانان کنیایی این امکان را می‌داد تا برای یکدیگر پیام ارسال کنند و از ابزارهای دیگر برای تشکیل گروه‌های سیاسی، و تشویق دیگر جوانان به مشارکت در انتخابات و فرایندهای دیگر سیاسی کشور و ثبت‌نام برای شرکت در انتخابات و رأی‌دادن استفاده کنند. وزارت‌خارجۀ آمریکا همواره از این برنامه دفاع کرده است و آن را زمینه‌ساز برگزاری انتخابات مسالمت‌آمیز بعدی کنیا در سال ۲۰۱۳ اعلام کرده است (Norc, 2018).

انقلاب توئیتری مولداوی

مولداوی از جمهوری‌های شوروی سابق و فقیرترین کشور اروپایی است. انتخابات پارلمانی این کشور در سال ۲۰۰۹ جنجال‌برانگیز شد و شورش‌ها و اعتراض‌های خیابانی گسترده‌ای را

به‌همراه داشت که به انقلاب توئیتری مولداوی معروف شد و شاید بتوان گفت یکی از شاخص‌ترین دوران در تاریخ این کشور را رقم زد. در این زمان کمونیست‌ها که به مدت هشت‌سال قدرت را در مولداوی در دست داشتند در وضعیت بحث‌انگیزی در انتخابات پارلمانی به پیروزی رسیدند. سازمان امنیت و همکاری اروپا، تأیید کرد که انتخابات پارلمانی مولداوی آزادانه و عادلانه بوده است. باوجوداین، ده‌ها هزار تن بلافاصله پس از اعلام نتایج، شروع به اعتراض کردند. دولت وقت مولداوی بلافاصله کشورهای غربی از جمله آمریکا را عامل اصلی اعتراض‌های سیاسی خواند، چراکه عمده اعتراض‌های خیابانی از طریق شبکه اجتماعی توئیتر مدیریت شده بود.

فرجام بهار عربی، خزان دیپلماسی دیجیتال آمریکا

شاید انقلاب‌های عربی که با خودسوزی یک جوان تونس‌ی به نام محمد بوعزیزی در ۱۸ دسامبر ۲۰۱۰ آغاز شد و به سرنگونی چندین دیکتاتور عربی از جمله زین‌العابدین بن علی، حسنی مبارک، علی عبدالله صالح، و معمر قذافی منجر شد یکی از تبعات یا ثمرات مستقیم دکترین «کشورداری در قرن بیست‌ویکم» هیلاری کلینتون در وزارت خارجه آمریکا باشد. این ادعا از این نظر مطرح است که بستر عمده این انقلاب‌ها بر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی قرار داشت، به‌گونه‌ای که بسیاری این حوادث را انقلاب‌های توئیتری یا فیس‌بوکی یاد می‌کنند.

اشاره یا انتقاد موروزف از روش دیپلماسی دیجیتال وزارت امور خارجه آمریکا درخصوص آموزش روزنامه‌نگاران برخی از کشورها که در میان آن‌ها نام مصر نیز دیده می‌شود می‌تواند سندی بر این ادعا باشد. خصوصاً این که مقاله انتقادی موروزف یک سال و اندی قبل از وقوع بهار عربی منتشر شده بود و می‌توانست نوعی هشدار درخصوص تبعات زیاده‌روی در سیاست دیپلماسی دیجیتالی وزارت خارجه آمریکا باشد. اگرچه هدف از این گفتار به‌هیچ‌وجه بررسی نقش وزارت خارجه آمریکا در رویداد و مدیریت این انقلاب‌ها که بعداً به بهار عربی یا بعضاً از سوی جمهوری اسلامی ایران به بیداری اسلامی و یا حتی توسط دیگران به انقلاب‌های فیس‌بوکی یا توئیتری معروف شد نیست، این بخش این موضوع را بررسی می‌کند که تحولات گسترده، سریع، و بعضاً خونین مربوط به بهار عربی

¹ OSCE

که از تونس و مصر آغاز شد و سپس به کشورهای دیگر عربی چون یمن، بحرین، سوریه، و لیبی گسترش یافت بی‌ارتباط با «دیپلماسی دیجیتال» یا همان برنامه «کشورداری قرن بیست‌ویکم» آمریکا نبوده و نیست، چراکه قریب به یقین اصلی‌ترین بخش از این تحولات مربوط به کارکردهای شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر بوده است.

گزارش‌های منتشرشده آسوشیتدپرس درخصوص رسوایی وزارت‌خارجۀ آمریکا در سوءاستفاده از «آژانس توسعه بین‌المللی آمریکا» — یو.اس.اید — در پیشبرد برنامه توئیتری مخفی این کشور با عنوان «زون‌زئونو» در کوبا که هدف نهایی آن تحریک جوانان این کشور به قیام علیه نظام سیاسی کاسترو بوده است (AP, 2014) و یافته‌های بعدی منتشرشده در نیویورک‌تایمز (NYtimes, 2014) درخصوص تسری این برنامه در کشورهای دیگر به‌منظور سرنگونی برخی از نظام‌ها یا تأثیرگذاری بر رفتار برخی از کشورها یا مردم آن‌ها از طریق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر، مؤید این است که تحولات مصر و انقلاب‌های عربی که همگی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توئیتر بوده است، بی‌ارتباط با برنامه‌های وزارت‌خارجۀ آمریکا نبوده است. همان‌طور که در بخشی از این گزارش نیز به تجربه موفق استفاده از توئیتر در بهار عربی و قیام‌های مردمی در مصر و تونس اشاره شده است. به‌صراحت در گزارش آمده است: «دولت آمریکا و آژانس توسعه بین‌المللی آمریکا، پس از دیدن استفاده موفقیت‌آمیزشان از شبکه‌های اجتماعی در قیام مردم مصر و تونس در سال ۲۰۱۰ و پیش از آن در خلال ناآرامی‌ها و اعتراضات پس از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران، فعال‌تر از گذشته، به‌کارگیری برنامه‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی را در دستور کار خود قرار داده‌اند» (Nixon, 2014).

راه‌اندازی توئیتر وزارت‌خارجۀ آمریکا به عربی

هم‌زمانی راه‌اندازی توئیتر وزارت امور خارجۀ ایالات متحده آمریکا به زبان عربی با انقلاب تونس و گسترش اعتراض‌های مردمی در مصر نکته بااهمیتی است. درست پس از انقلاب مردم تونس و اوج‌گرفتن تجمعات جوانان مصری در میدان التحریر، وزارت‌خارجۀ آمریکا صفحه عربی توئیتر خود را در فوریه ۲۰۱۱ با نام «@USAbilAraby» راه‌اندازی کرد (US Department of State, 2014).

اولین پست منتشرشده در صفحه توییتر وزارت خارجه آمریکا به زبان عربی، خطاب به مردم کشورهای عربی و دقیقاً در مورد قیام‌های عربی است. در این پست نوشته شده: واشنگتن متوجه «نقش تاریخی» شبکه‌های اجتماعی در دنیای عرب شده است و «ما می‌خواهیم تا با شما گفت‌وگو کنیم.» مطلب دیگری که در صفحه عربی توییتر وزارت خارجه آمریکا منتشر شده است، بر این نکته تأکید شده است که باراک اوباما معتقد است، فقط مردم مصر می‌توانند در مورد آینده‌شان تصمیم بگیرند (USAbilAraby, 2011).

نقش توییتر در بهار عربی

یک مطالعه جامع در سال ۲۰۱۱ «با بررسی بیش از سه میلیون توییت، چندین گیگابایت از فیلم‌های یوتیوب، و هزاران پست منتشرشده در وبلاگ‌ها مشخص کرده است که رسانه‌های اجتماعی نقشی مرکزی در شکل‌دادن اعتراضات سیاسی در بهار عربی داشته‌اند» (Howard and etc., 2011). این حقیقت که شبکه‌های اجتماعی از جمله توییتر، فیس‌بوک، و یوتیوب نقش به‌سزایی در شکل‌گیری اعتراضات، هماهنگی، و به‌میدان‌کشیدن توده‌ها ایفا کرده‌اند طبیعتاً حاصل تلاش‌های آمریکا برای گسترش آزادی اینترنت در سراسر جهان و ترویج «دیپلماسی دیجیتال» از سوی این کشور بوده است. در مطالعه دیگری پس از بررسی بیش از سه میلیون توییت، چندین گیگابایت ویدئو در یوتیوب، و هزاران پست وبلاگ، نقش محوری رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری مباحثات سیاسی در بهار عربی آشکار شده است. برای نمونه، در طول هفته پیش از استعفای رئیس‌جمهور مصر، حسنی مبارک، کل توییت‌های مصر و دیگر نقاط جهان درباره تغییرات سیاسی در این کشور از روزی ۲۳۰۰ به روزی ۲۳۰ هزار توییت رشد کرد. طی دو هفته پس از استعفای مبارک، به‌طور میانگین روزی ۲۴۰۰ توییت از کشورهای همسایه مصر در مورد وضعیت سیاسی این کشور پست شد. در تونس نیز پس از استعفای بن علی، روزانه حدود ۲۲۰۰ توییت ارسال می‌شده است (مشرق، ۱۳۹۱).

سابرینا سوتوریو در این خصوص می‌نویسد: «آنچه به‌طور مستقیم به‌همین عمل دیپلماسی عمومی ربط پیدا می‌کند، این است که دیجیتال‌شدن دیپلماسی با خود درجه‌ای از دموکراتیک‌شدن به همراه داشته است که پیش از این یا کنار گذاشته شده یا به آن توجهی نشده است. فرض در این جا بر

این است که از طریق دیپلماسی دیجیتال، منفعت، و مشارکت بزرگ‌تری در سیاست‌سازی — دیپلماتیک اما نه منحصر به آن — ایجاد خواهد شد. از سوی دیگر، برخی از کارویژه‌های دیپلماسی دیجیتال در تلاش برای گذاره‌های دموکراتیک مورد استفاده قرار گرفته است، برای مثال، آنچه طی بهار عربی رخ داد تا آگاهی از آنچه را در داخل روی داده بود و منابع رسمی دولتی آن را تکذیب می‌کردند، به ورای مرزهای یک کشور بکشاند. از دیدگاه متخصصان استفاده از دیپلماسی دیجیتال مخاطبان پیام آن‌ها را افزایش داده، آن‌ها را مستقیم با مردم مرتبط کرده، در عین حال دولت‌ها و رسانه‌های تحت کنترل دولت را که ممکن است ارتباطات ابتدایی را تحریف کند کنار می‌زند. مسلماً این مسئله بیشتر برای شهروندان در جوامع بسته — آن‌طور که راس^۱ بر آن نام نهاده — اهمیت دارد» (Sotiriu, 2105).

این موضوع زمانی بیش‌تر معنی پیدا می‌کند که بدانیم مصر یکی از پیشروترین کشورهای عربی در بهره‌گیری از فضای مجازی و اینترنت بوده است. از سال ۱۹۸۸ در مصر اینترنت به‌طور فزاینده‌ای به منبع جای‌گزین اطلاعات برای فعالان تبدیل شده بود. زمانی اینترنت برای خانواده‌های طبقه متوسط در سال ۱۹۸۸ در دسترس‌تر بود، اما اکنون جوانان زیادی نگاشتن افکار خود را درباره زندگی خود در مصر آغاز کرده‌اند. این آغاز یک جنبش آنلاین بوده است که در قالب گروه‌های یاهو و عکس‌های ایمیل و بعد از آن با وبلاگ‌نویسی پیشرفته آغاز شد. مردم مصر ابتدا از طریق انجمن‌ها و گروه‌های یاهو و پس از آن وبلاگ‌های شخصی و شبکه‌های اجتماعی در مورد یکدیگر اطلاعات بیش‌تری کسب می‌کردند و تا سال ۲۰۰۸، کاربران اینترنت در مصر استفاده از فناوری‌های پیچیده‌تر و استفاده از یوتیوب، پیام‌های فوری، و فیلم‌های فوری و در نهایت فیس‌بوک و توییتر را آغاز کردند. امروزه مصر که یکی از پرجمعیت‌ترین کشورهای منطقه است، بیش از سی میلیون کاربر اینترنت با ۳۵ درصد از جمعیت دارای دسترسی به اینترنت را دارد (Abdulla, 2013).

در مطالب پیش‌گفته یکی از برنامه‌ها و اهداف دیپلماسی دیجیتال و توییپلماسی وزارت امور خارجه آمریکا را تأثیرگذاری بر جوانان و خصوصاً جوانان کشورهای مسلمان و جوانان آشنا با

¹ Ross

فناوری‌های روز دنیا بیان کردیم. مصر همانند تونس، به‌جز پیشروبودن در استفاده از شبکه‌های اجتماعی، کشوری جوان و البته بسیار فقیر است. «در مصر یعنی یک کشوری که در آن نسبت افراد جوان به‌طور قابل‌توجهی در قیاس با دیگر گروه‌های سنی بیش‌تر است، اکثریت اعتراض‌کنندگان جوانان بودند. بیش‌تر آنان بیکار و بین سنین ۱۵ تا ۲۹ سال بودند، جوانان مصر بزرگ‌ترین بخش معترضان را تشکیل می‌دادند. از تاریخ ۵ ژوئیه ۲۰۱۱، جمعیت مصر متشکل از ۶۲٫۸ درصد مردم بین گروه سنی ۱۵-۶۴ سال و ۳۲٫۷ درصد مردم متعلق به گروه سنی ۰-۱۴ سال بودند. مصر درحالی‌که دارای یک افزایش ناگهانی در جمعیت جوان خود می‌باشد با سیل جوانانی که به سمت بازار کار می‌روند نیز مواجه بوده است و به‌علت نرخ بالای بیکاری با مشکلات بسیاری روبه‌روست» (Kassem, 2011).

اگر چنین ترکیبی در مصر را در کنار این اظهارنظر اسکوارزنباخ^۱ قرار بدهیم که می‌گوید: «بزرگ‌ترین تغییری که توئیتر برای سیاست خارجی پدید آورده، دسترسی بیش‌تر به اطلاعات فیلترنشده و مشارکت جهانی بدون توجه به ملیت یا موضع سیاسی بوده است. سوای از این افزایش روزافزون تعداد کاربران تلفن همراه در کشورهای درحال‌توسعه به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات بیش‌تر دموکراتیک‌کرده است و درنتیجه، شهروندان و جامعه مدنی به‌طور فزاینده‌ای این قابلیت را پیدا کرده‌اند که دولت‌ها را برای سیاست‌گذاری‌هایشان و سیاستمداران را برای اظهارات سیاسی‌شان پاسخ‌گو کنند.» به‌دیگرمعنی، حتی اگر برنامه ازپیش نوشته‌شده‌ای برای شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر به‌منظور افزایش مطالبات اجتماعی از سیاستمداران و حاکمان وجود نداشته باشد، زمینه‌های لازم برای این کار پدید آمده است و در وضعیت خاص کافی است یک نفر یا یک گروه سوار بر موج شده و این مطالبات را به نقطه دلخواه خود بکشاند (Sotiriu, 2015). آن‌گاه بی‌راه نخواهد بود اگر بار دیگر تأکید کنیم که اصرار دولت اوپاما بر گسترش اینترنت و تأکید وزارت خارجه هیلاری کلینتون بر پیشبرد دیپلماسی دیجیتال و شیوه‌های گسترش آزادی بیان و اینترنت آزاد و آموزش

¹ Schwarzenbach

روزنامه‌نگاران جوان کشورهای خاورمیانه از جمله مصر، همان‌گونه که موروزف به آن انتقاد کرده بود در پیدایش و شکل‌گیری این انقلاب‌ها تأثیر مستقیم داشته است.

مانوئل کاستلز نیز که در کتاب *قدرت ارتباطات* ترکیب چنین وضعیتی را در کشورهای توسعه‌نیافته فاجعه‌بار توصیف کرده بود، در کتاب *شبکه‌های خشم و امید* در بررسی انقلاب‌های عربی و خصوصاً انقلاب مردم مصر وضعیت آمریکا را در مواجهه با این تحولات ناگهانی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و دموکراسی‌خواهی ترکیبی از سردرگمی، شوک، و ناگزیر از همراهی با جنبش دموکراسی‌خواهی توصیف می‌کند. «مهم‌تر از همه، شبکه ژئوپلیتیکی که تحت سلطه آمریکا بود اتصال خود با شبکه مبارک را به‌منظور تقویت اتصال پرسودش با شبکه نظامی قطع کرد. سخنرانی اوباما در قاهره که در آن جهان عرب را به پذیرش دموکراسی و بسیج برای آن فراخواند و نیز سخنرانی هیلاری کلینتون در ژانویه ۲۰۱۰ درباره نقش دموکراسی‌ساز اینترنت نمی‌توانست آشکارا در تناقض با حمایت مستمر از یک دیکتاتور متزلزل باشد. بنابراین آخرین سوئیچ‌اف مهم، که همان قطعی از شبکه ژئوپلیتیکی بود، دولت مبارک را از هرگونه منبع قدرت مهم به‌جز نیروهای امنیتی مرکزی و بریگارد شترسوار بلطجیه جدا کرد» (کاستلز، ۱۳۹۴: ۸۱).

انقلاب اوکراین

اوکراین یکی دیگر از کشورهایی است که همواره میدان نبرد و رویارویی آمریکا و روسیه از یک سو و در دو دهه گذشته صحنه تقابل روسیه و اتحادیه اروپا از سوی دیگر بوده است. روشن‌ترین نمونه از مداخله سیاسی آمریکا در اوکراین مربوط به انقلاب نارنجی در این کشور در سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۵ بود. آمریکا یک بار دیگر این نقش را در اوکراین و این بار با بهره‌گیری از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۴ ایفا کرد. شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر در پدیدآمدن انقلاب سال ۲۰۱۴ اوکراین که منجر به سقوط رئیس‌جمهور وقت این کشور ویکتور یانوکویچ شد نقش مهمی ایفا کردند و این نقش بی‌ارتباط با دیپلماسی دیجیتال وزارت امور خارجه آمریکا نبود (Edwardes, Jones, 2014).

ناآرامی‌های اوکراین که از نوامبر ۲۰۱۳ و پس از سرباززدن یانوکوویچ از امضای یک قرارداد تجاری با اتحادیه اروپا آغاز شده بود، ناگهان در فوریه سال ۲۰۱۴ تبدیل به شورش‌های گسترده مردمی چشمگیری شد، به گونه‌ای که ناگهان در روز ۱۸ فوریه ۲۰۱۴، بیش از ۲۰ هزار نفر از مخالفان یانوکوویچ که قصد داشت اوکراین را بیش از گذشته به روسیه نزدیک و از اتحادیه اروپا دور کند در میدان اروپا دست به تجمع اعتراضی زدند. این تظاهرات به سرعت به درگیری با پلیس منجر شد که هیچ‌گونه آمادگی‌ای برای چنین شورش‌هایی نداشت. در این انقلاب حداقل ۸۲ نفر کشته شدند که ۱۳ نفر آن‌ها پلیس بودند و ۱۱۰۰ نفر مجروح شدند. ناآرامی‌ها به شدت تسری پیدا کرد که در چهار روز، یعنی در ۲۲ فوریه ۲۰۱۴ پارلمان این کشور به برکناری یانوکوویچ و برگزاری انتخابات ریاست‌جمهوری رأی داد.

روسیه در واکنشی تند به انقلاب اوکراین که آن را ناشی از مداخلات آمریکا و غرب‌گرایان طرفدار اتحادیه اروپا می‌دانست، شبه‌جزیره کریمه را به تصرف خود درآورد و در یک ماه در ۱۶ مارس ۲۰۱۴ با برگزاری یک همه‌پرسی انتزاع و الحاق آن به روسیه را به رأی عمومی گذاشت. بیش از ۹۶ درصد از ۸۱ درصد واجدان شرایط شرکت در همه‌پرسی الحاق کریمه به اوکراین به این همه‌پرسی رأی مثبت دادند. شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک نقش مهمی در به‌خیابان‌کشاندن مردم خصوصاً در تظاهرات گسترده روز ۱۸ فوریه در میدان اروپا داشتند. وزارت خارجه آمریکا رأساً در ایجاد و گسترش و بالادادن هشتگ‌هایی که می‌توانست مخالفان یانوکوویچ را با یکدیگر در توئیتر مرتبط کند پیش‌گام بود. هشتگ‌های «#EuroMaidan» و «#UnitedForUkraine» که از اصلی‌ترین هشتگ‌هایی بودند که مخالفان یانوکوویچ در توئیتر از آن‌ها برای هماهنگی تجمعات و برنامه‌ریزی مراحل بعدی اعتراض‌ها استفاده می‌کردند، ایفای نقش کرد. وزارت خارجه آمریکا با ایجاد هشتگ #UnitedForUkraine کمپین حمایت از معترضان اوکراینی را به‌راه انداخت و از همه کاربران توئیتر درخواست کرد برای حمایت از مردم اوکراین در برابر حکومت یانوکوویچ به این کمپین بپیوندند. این اقدام پیش از این که تلاشی برای حمایت از مردم اوکراین تفسیر شود یک اتحاد غربی به رهبری

آمریکا علیه روسیه تفسیر شد. در همین بین درگیری توئیتری میان جفری پیات، سفیر آمریکا در اوکراین، و وزارت خارجه روسیه درباره بحران اوکراین در گرفت. سفیر آمریکا در کی‌یف، با استفاده از شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در تشدید شورش‌ها بر عهده داشت. او به‌طور مرتب اخبار و عکس‌های اعتراض‌ها را در صفحات توئیتر و فیس‌بوک خود به‌اشتراک می‌گذاشت. او با هشتگ *#isolatedRussia* یک کمپین توئیتری علیه طرفداران روسیه در شهر خارکوف در شرق اوکراین به‌راه انداخت، اما در نوشتن واژه اوکراین به زبان روسی دچار اشتباه شد. همین موضوع سبب شد تا وزارت خارجه روسیه آن را دست‌مایه تمسخر کمپین سفیر آمریکا در اوکراین قرار دهد و در پست طعنه‌آمیزی خطاب به این کمپین در فیس‌بوک بنویسد همکاران عزیز قبل از این‌که هرزنامه‌هایتان را منتشر کنید، بد نیست که نوشتن صحیح نام کشوری را که در آن خدمت می‌کنید یاد بگیرید (Edwardes Jones, 2014).

در بحران اوکراین، تقریباً تمامی اعضای کاخ سفید و وزارت خارجه آمریکا از هشتگ ایجادشده *#UnitedForUkraine* استفاده کردند و به دیده‌شدن و پرشمارشدن آن در توئیتر کمک کردند. بارزترین نوع حمایت از این هشتگ نیز اقدام جنیفر ساکی، سخنگوی وقت وزارت خارجه آمریکا بود که روی یک تکه کاغذ هشتگ *#UnitedForUkraine* را به همراه آدرس توئیتر وزارت خارجه آمریکا در مقابل دوربین‌های خبرنگاران گرفت و به‌سرعت جهانی شد (Statedeptspox, 2014).

صفحه وزارت خارجه روسیه نیز در مقابله با کمپین وزارت خارجه آمریکا دست به ابتکار عمل زد و هشتگ ساخته‌شده آمریکایی‌ها را به نفع خود تصرف کرد. روس‌ها نیز با استفاده از همین هشتگ با مخالفان روسیه در اوکراین مخالفت کردند و از این هشتگ برای مطالب خود در نقد و تخریب غرب‌گرایان در اوکراین، حمایت از طرفداران روسیه در شرق این کشور، و الحاق کریمه به روسیه استفاده کردند و از این طریق کارآمدی کمپین توئیتری آمریکایی‌ها را به‌شدت پایین آوردند.

¹ Geoffrey Pyatt

روس‌ها با استفاده از این هشتگ پیام‌های سیاسی خود را نیز علیه اقدامات مداخله‌جویانه آمریکا و اتحادیه اروپا در اوکراین منتشر می‌کردند. یکی از پیام‌ها این بود: «روسیه از #UnitedForUkraine دفاع می‌کند و به‌همین خاطر از آمریکا و کشورهای اروپایی می‌خواهد تا از مسلح کردن مخالفان در جنوب اوکراین دست بردارند» (Washington Post, 2014).

یک جنگ توئیتی تمام و کمال در اوکراین این کشور را کاملاً به‌هم ریخت. توئیت‌ها به‌طور مشخص با محدودیت‌های ویژه‌ای که دارد، کارکرد یک لنز تحریف‌کننده را دارد. طیف گسترده‌ای از توئیت‌ها با اطلاعات ناقص یا اندکشان هرگز قادر نیستند تصویر درستی از ماجرا ارائه کنند. آن‌ها یک تصویر غول‌پیکر ناقص ارائه می‌کنند. مخصوصاً اگر همه در حال توئیت کردن یک چیز باشند. یک دروغ یا نیمی از حقیقت که از طریق توئیت پخش می‌شود، تأثیری به‌مراتب بیشتر و سریع‌تر از شایعه‌های قدیمی بر جای می‌گذارد. از این رو، در بحران اوکراین دیپلماسی دیجیتال آمریکا که با سفر برخی از مقامات این کشور از جمله چندین نماینده کنگره به اوکراین حمایت می‌شد یک حالت دوقطبی سنگین و خشونت‌آمیزی را در سراسر اوکراین پدید آورد. همه گروه‌های داخلی و کشورهای ذی‌نفع در اوکراین نیز به این جنگ رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی پیوستند. در مجموع، می‌توان گفت اگرچه دیپلماسی دیجیتال آمریکا در اوکراین به انقلاب و تغییر یانوکوویچ منجر شد، در نهایت به انتزاع شبه‌جزیره کریمه از این کشور منتج شد و عملاً تحریم‌های بعدی که علیه روسیه در این خصوص از طرف غربی‌ها وضع شد نیز نتوانست به بهبود اوضاع کمک کند (Stern, 2014).

آتش‌بازی توئیتی در مسکو

روسیه یکی دیگر از کشورهایی است که در کانون توجه دیپلماسی دیجیتال وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا بوده است. روش‌های دیپلماتیک دو کشور رقیب در مواجهه با یکدیگر تاریخچه‌ای طولانی دارد، اما به‌کارگیری دیپلماسی توئیتی توسط سفیر وقت آمریکا در روسیه در سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ فصل جدیدی از این مرادفات در تاریخ دیپلماسی دو کشور را رقم زد. ایالات متحده آمریکا چه در زمان اتحاد جماهیر شوروی و چه پس از دوران فروپاشی شوروی و تشکیل فدراسیون روسیه همواره تلاش داشته است از طریق «قدرت نرم» و «دیپلماسی عمومی» در افکار عمومی مردم این

کشور تأثیرگذار باشد. با روی کارآمدن دولت باراک اوباما و مطرح شدن دکترین «کشورداری در قرن بیست و یکم» توسط وزیر امور خارجه او، هیلاری کلinton، «دیپلماسی دیجیتال» به اصلی ترین ابزار برای پیشبرد قدرت نرم آمریکا در روسیه تبدیل شد. در این جا مشخصاً به فعالیت های مایک مک فاول،^۱ سفیر اسبق آمریکا در روسیه در سال های ۲۰۱۱-۲۰۱۴ در توئیتر اشاره می کنیم که به سفارش وزیر امور خارجه وقت آمریکا برای تأثیرگذاری در افکار عمومی روسیه آغاز شد.

مایکل مک فاول در آخرین ماه های حضور هیلاری کلinton در وزارت امور خارجه آمریکا سفیر این کشور در روسیه شد. کلinton در کتاب خاطراتش تشریح می کند که چگونه با توصیه های صریح برای استفاده از «توئیلماسی»، او را راهی مسکو کرده است: «هنگامی که مایک مک فاول، استاد علوم سیاسی دانشگاه استنفورد و کارشناس مسائل روسیه در شورای امنیت ملی، به عنوان سفیر جدید دولت آمریکا در حال اعزام به مسکو بود، از او خواستم تا راه های جدیدی پیدا کند تا از طریق آن بتوانیم به دور از محدودیت های اعمال شده از سوی دولت روسیه، به طور مستقیم با شهروندان این کشور گفت و گو کنیم. من به او گفتم: مایک، سه چیز را فراموش نکن؛ قوی باش، با خارج از جمع نخبگان ارتباط داشته باش، و در به کارگیری هر نوع فناوری که می تواند به تو کمک کند تا به مردم دسترسی داشته باشی، تردید نکن» (کلinton، ۱۳۹۴).

مک فاول در ژانویه ۲۰۱۲، یعنی فقط چند ماه پس از انتصاب در جایگاه سفیر آمریکا در روسیه با شناسه @McFaul کاربر توئیتر شد، او بلافاصله با انتشار پست هایی در توئیتر که برخی از آن ها شرح امور روزانه اش در مسکو بود توانست توجه مخاطبان و کاربران روسیه را به خود جلب کند. صفحه او در سال ۲۰۱۴ بیش از ۲۸۲ هزار دنبال کننده داشت که بخش زیادی از آن ها را کاربران روسی تشکیل می دادند (Roth, 2014).

سفیر ۵۰ ساله آمریکا در روسیه، اهل مونتانا یک دیپلمات حرفه ای نبود. او تحصیل کرده و استاد دانشگاه استنفورد و متخصص امور روسیه بود که مقالات و کتاب های متعددی درباره تلاش برای استقرار دموکراسی در منطقه منتشر کرده است. وی قبل از این که باراک اوباما او را سفیر روسیه

¹ Michael A. McFaul

کند، عضو سازمان امنیت ملی آمریکا و مشاور ارشد اوپاما در مسائل روسیه بود؛ با این همه، هیلاری کلینتون او را برای این پست به اوپاما پیش نهاد کرد و او نیز پذیرفت (NYtimes, 2013).

نشریه وزارت امور خارجه آمریکا در ماه دسامبر و نشریه سرویس خارجی ژورنالرن در شماره ژانویه و فوریه خود مقاله‌هایی درباره این موضوع که مک‌فاول چگونه از رسانه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کند، منتشر کردند. آن‌ها در این مقالات تأکید داشتند که مک‌فاول با پی‌گیری صفحه توئیتر و بیان مسائل شخصی درباره خود یا خانواده‌اش در این صفحه سعی دارد که گفتمان وزارت امور خارجه آمریکا و مخصوصاً جان کری را درباره ایران یا موضوع حقوق بشر در روسیه تغییر دهد. هنگامی که مک‌فاول و همسرش در جشن سال نو میلادی برای دیدن مراسم باله بولشوی رفته بودند، در صفحه توئیتر خود عکس‌های مربوط به این برنامه را منتشر کرد و توضیحاتی درباره غنای فرهنگی روسیه بیان کرد. یک سال پیش نیز عکس او در میدان سرخ به همراه خانواده‌اش توجه هزاران نفر را به خود جلب کرده بود (Lally, 2014).

مک‌فاول با حضور پررنگ در صفحات توئیتر و فیس‌بوک عملاً به توصیه هیلاری کلینتون برای تأثیرگذاری در افکار عمومی مردم روسیه به نفع آمریکا تلاش کرد و موفقیت‌هایی به دست آورد؛ به گونه‌ای که تأثیرگذاری او در افکار عمومی روسیه منجر به تنش‌هایی میان او و وزارت خارجه روسیه شد؛ زیرا رفتارهای او در کشوری نظیر روسیه که همواره آمریکاستیزی و مقاومت در برابر ارزش‌های غرب را تبلیغ و رسانه‌های جمعی را کنترل می‌کند تقریباً پذیرفتنی نبود (Lally, 2014). پست‌های توئیتری مک‌فاول او را با دولت روسیه در وضعیت صندلی داغ قرار داد، خصوصاً وقتی که با توئیتهایش از اعتراض‌ها دفاع کرد و اظهار کرد که گمان می‌کند تمامی کارهایش تحت نظر مقامات محلی روسیه است. در همین وضعیت توئیتر برای او امکان ویژه‌ای فراهم کرد تا بتواند با جمعی از دانشجویان در ولادیوستک ارتباط دوسویه برقرار کند یا این که بتواند بلافاصله با وزیری در دولت روسیه مرتبط شود. طبیعی بود که این کار کرملین را عصبانی می‌کرد (Landler, 2014).

عصبانیت و ناراحتی کرملین از فعالیت‌های دیجیتالی سفیر آمریکا در این کشور بسیار طبیعی است، چراکه از نظر روسیه «ماهیت جهانی اینترنت و گشودگی نسبی شبکه‌های آن، نماینده چالشی عمده برای دولتی است که به لحاظ تاریخی همیشه در صدد کنترل اطلاعات بوده است. واکنش اولیه

دولت روسیه، به‌هنگام مشاهده گسترش سریع اینترنت، مسلح کردن خود با ابزارهای تکنیکی و قانونی، برای کنترل شبکه‌های اینترنتی ولو از طریق ابزارهای امنیتی بود» (کاستلز، ۱۳۹۳).

ادعای مک‌فاول مبنی بر این که فعالیت‌های دیجیتالی‌اش زیرنظر سرویس‌های امنیتی روسیه است دور از ذهن نبود، چراکه «با اتکای به قوانین وضع شده درخصوص کنترل اینترنت، دستگاه‌های نظارتی روسیه قادر به ردیابی ایمیل‌ها، معاملات مالی، و به‌طور کلی تعاملات آنلاین بودند. در اغلب موارد توجه مقامات روسیه برای این قوانین مبارزه بر علیه خراب‌کاری و جرم‌های سایبری است. درواقع، قوانین روسیه، محتوا را در اینترنت سانسور نمی‌کنند، بلکه آن‌ها به‌سادگی به ناظران اجازه می‌دهند تا در هر حوزه در فضای سایبری فعالیت داشته باشند و کوچک‌ترین مسائل را رصد کنند» (همان).

ازسوی دیگر، یکی از اهداف «دیپلماسی دیجیتال» وزارت خارجه آمریکا دقیقاً شکستن چنین فضای بسته رسانه‌ای در کشورهایی مانند چین، روسیه، ایران و ... از طریق داشتن ارتباطات فیلترنشده و مستقیم سفر و دیپلمات‌های این کشور با گروه‌های هدف از طریق رسانه‌های اجتماعی است، بنابراین دولت روسیه به فعالیت‌های دیجیتالی مک‌فاول توجه و تمرکز ویژه‌ای داشت. روس‌ها مشخصاً از همان آغاز، به این فعالیت‌های دیجیتالی مک‌فاول اعتراض کردند. کرملین صراحتاً با اذعان به این که فعالیت‌های مک‌فاول به معنی تلاش برای پیاده‌سازی خط‌مشی سیاسی و فرهنگی آمریکا در این کشور از طریق فعالیت‌های توییتری و دیگر رسانه‌های اجتماعی است او را متهم کرد که عامل پنهان اعتراض‌های گسترده خیابانی مخالفان در مسکو است (Elder, 2012).

کلیتون نیز در کتاب خاطراتش به این موضوع اشاره کرده و نوشته است: «... چندی بعد، مایک دریافت که ازسوی کاخ کرملین کنترل می‌شود. به‌همین دلیل، یک شب از طریق یک خط باز با او صحبت کردم و به‌گونه‌ای که سرویس‌های جاسوسی روسی متوجه شوند گفتم که او کار درستی انجام می‌دهد. بدین ترتیب، مایک مک‌فاول، سفیر آمریکا در روسیه، به یکی از کاربران فعال توییتر تبدیل شد. براساس نظر دیگر کاربران اینترنت، او با جذب بیش از هفت هزار دنبال‌کننده در توییتر در زمره یکی از ده شخصیت تأثیرگذار اینترنتی در روسیه قرار داشت. علاوه بر بیان سیاست‌های دولت

آمریکا و تشریح برخی از موارد نقض حقوق بشر توسط روسیه، او به‌طور مرتب اقدام به انتشار تصاویر، افکار و اندیشه‌های شخصی خود نیز می‌نمود» (کلینتون، ۱۳۹۴).

بدین ترتیب، در دو سالی که مایکل مک‌فاول در مسکو به دنبال ترویج «دیپلماسی دیجیتال» و توثیقی وزارت خارجه آمریکا بود جنگی آشکار با کرملین را شعله‌ور کرده بود که سبب شد روابط دو کشور ایالات متحده آمریکا و روسیه با وجود ابتکار عمل «ری‌استارت» از سوی کاخ سفید برای بهبود روابط دو کشور، در سردترین حالت خود بعد از جنگ سرد قرار بگیرد (Roth, 2014).

در ژانویه سال ۲۰۱۲ وزارت امور خارجه روسیه با اشاره به سخنرانی مک‌فاول در دانشگاه عالی اقتصاد که درباره روابط روسیه و آمریکا و درخصوص پایگاه‌های نظامی این کشور در قرقیزستان مطرح شده بود، جنگ توثیقی وسیعی را علیه او راه انداخت؛ به‌گونه‌ای که در یک ساعت نه پست توثیقی شدیدالحن علیه او منتشر کرد و در آن‌ها او را متهم به تحریف و دروغ‌پراکنی درباره روابط واشنگتن و مسکو و حق مالکیت پایگاه نظامی آمریکا در قرقیزستان کرد و از این‌که او به‌جای این‌که در جایگاه یک سفیر روابط دو کشور را متعادل نگه دارد باعث تنش در روابط دو کشور شده است ابراز تأسف کرد (Elder, 2012).

کارل بیلدت، نخست‌وزیر سابق سوئد که به «توئیپلمات» معروف است، توجه ویژه‌ای به این درگیری توثیقی نشان داد و در صفحه تویتر خود نوشت: «من شاهد هستم که وزارت امور خارجه روسیه یک جنگ توثیقی علیه مک‌فاول، که ۲۵۱۶۰۰ نفر در مسکو صفحه تویترش را دنبال می‌کنند، به‌راه انداخته است. دنیای جدید به‌جای دنبال کردن سلاح هسته‌ای به دنبال جلب افکار عمومی در دنیای مجازی است.»

مک‌فاول بعد از کناره‌گیری از سمت خود در مقام سفیر روسیه در آمریکا در مصاحبه‌ای با نیورپابلیک در دفاع از فعالیت‌های توثیقی خود در روسیه با اشاره به این‌که سیاست‌های وزارت خارجه آمریکا را انجام داده و به توصیه هیلاری کلینتون، وزیر خارجه سابق آمریکا، از صفحه تویتر استفاده کرده است می‌گوید: «من نمی‌توانم بگویم که صریح‌الهیجه‌ترین سفیر آمریکا هستم و بعد هیچ کاری نکنم یا به اندازه کافی اقدام نکنم» (McFaul, 2014).

انتخاب مک‌فاول برای مقام سفیر آمریکا در مسکو به او کمک کرد تا ایده هیلاری کلینتون را تقویت کند. در آن زمان تبلیغات ضدآمریکایی در تلویزیون روسیه به اوج خود رسیده بود و رسانه‌های جمعی از طرف کرملین مأمور شده بودند تا مک‌فاول را زیر ذره‌بین رسانه‌ای قرار دهند. وقتی سفیر آمریکا با فعالان حقوق بشر دیدار کرد، رسانه‌ها به او حمله‌ور شدند، و به شدت از او انتقاد کردند. مک‌فاول در همان زمان به تحریک فعالان حقوق بشر و دامن‌زدن به اقدامات انقلابی در روسیه متهم شد. او درباره همه این‌ها به نیوریپابلیک می‌گوید: «من فقط به زبان روسی توثیت کردم که سلام. ما داریم شما را نگاه می‌کنیم. و خوب از این توثیت برداشت سیاسی شد و گروه پوسی‌رایت^۱ هم شاید بدش نمی‌آمد که با حمایت از آمریکا شناخته شود.» او در بخش دیگری از همین مصاحبه می‌گوید: «از همه تبلیغات منفی که رسانه‌های روسی علیه کشور من می‌کنند و اوپاما را جور دیگری نشان می‌دهد و واقعیت‌های مرتبط با آمریکا را به غلط به افکار عمومی روسیه نشان می‌دهند خسته شده‌ام. این وضع خیلی عذاب‌آور بود» (McFaul, 2014).

زمانی که الکسی نوالنی، رهبر حزب مخالف روسیه، به جرم اختلاس متهم شد، مک‌فاول بیش از اعتنا به حکم دادگاه، خواستار توجه به انگیزه‌های سیاسی آن شد. بسیاری از سفرها و دیپلمات‌های آمریکایی در توئیتر فعال بوده و هستند، اما صفحه توئیتر مک‌فاول به این علت مورد توجه قرار گرفت که او تمایل زیادی به پاسخ‌دادن سؤال‌های مخاطبان و مشارکت فعال در توئیتر با کاربران روس‌زبان داشت. او در پاسخ سؤال یک کاربر روس که از او پرسیده بود «آیا امکان جنگ میان آمریکا و روسیه وجود دارد؟» توثیت کرد «هرگز» و این پرسش و پاسخ توئیتری بیش از ده هزار بار بازتوئیست شد. او در پاسخ به سؤال دیگری که «آیا آمریکا و روسیه تهدیدی برای یکدیگر محسوب می‌شوند» پاسخ داد: «آمریکا و روسیه هر دو با یک تهدید مشترک مواجه هستند و آن "القاعده" است» (Lally, 2014). ماه‌ها پس از ورود مک‌فاول به مسکو، مرکز اجتماع و رسانه نو در روسیه اعلام کرد که او بیش از هر دیپلمات دیگری از دیپلماسی دیجیتال بهره می‌برد. سم گرین^۲،

¹ Pussy Riot

² Alexei Navalny

³ Sam Greene

محقق ارشد این مرکز، چنین نوشت: «مک‌فاول در بین ده وبلاگ‌نویس بانفوذ و مطرح در زمینه امور روسیه شناخته شده است» (news-herald, 2014).

کلی لالی، روزنامه‌نگار واشنگتن‌پست، در گزارش مبسوطی که از نحوه عمل مک‌فاول در روسیه تهیه کرده درباره او می‌نویسد: «وزارت امور خارجه آمریکا درباره استفاده از صفحه توییتر به دیپلمات‌های خود فرصتی استثنائی می‌دهد. به‌طور کلی تشریفات اداری آمریکا، دیپلمات‌ها را ملزم می‌کند که پیش از انتشار علنی مطلبی، آن را با پایتخت‌های خود در میان بگذارند. این مسئله به دلیل اختلاف ساعت میان روسیه و آمریکا موجب تأخیر در انتشار آن مطالب می‌شود. روزنامه‌نگاران نیز نسبت به این مسئله که جواب سؤال‌های خود را به موقع نمی‌توانند دریافت کنند همواره شکایت دارند، اما مک‌فاول در توییتر خود می‌تواند به انتخاب خود بحث‌های جنجالی و حتی خسته‌کننده را نیز به پیش ببرد. سفیر آمریکا در روسیه در ماه گذشته درباره حادثه شکستن انگشتانش در بازی بسکتبال بین روسیه و آمریکا و نیاز به عمل جراحی در صفحه توییتر خود نوشت. در نشست ۱۱ دسامبر، دیمیتری مدودف، نخست‌وزیر روسیه، از مک‌فاول درباره انگشت شکسته وی سؤال پرسید. سفیر آمریکا درباره آنچه که اتفاق افتاده بود کمی توضیح داد. مدودف صحبت‌های مک‌فاول را با این جمله که «بله، در اینترنت راجع به این موضوع خوانده بودم» قطع کرد.

مک‌فاول که برای خود امکان رابطه مستقیم با مخاطبانش را قائل شده است، معمولاً فعالیت توییتری خود را در دفتر کارش در منزل و در ساعاتی از شب انجام می‌دهد. وی معمولاً در ساختمان سفارت آمریکا در روسیه ساعاتی را به تنهایی سپری می‌کند. این ساختمان از زمان آغاز روابط دیپلماتیک بین شوروی سابق و آمریکا در سال ۱۹۳۳ و برای اقامت سفرا تأسیس شده است. خانواده مک‌فاول در زمستان به دلیل شغل همسر و تحصیل دو پسرش به کالیفرنیا فرستاده شده‌اند. آن‌ها هر سال در تعطیلات به روسیه بازمی‌گردند. با این حال، مک‌فاول همیشه اوقاتی را در تنهایی صرف اداره صفحه توییتر خود می‌کند. وی از دفتر خود می‌تواند برج وزارت خارجه روسیه را مشاهده کند. یک شب در ماه مه او به دلیل خیره شدن به ساختمان وزارت خارجه مورد حمله قرار گرفت. مک‌فاول نیز در فضای مجازی با ارائه پاورپوینت‌هایی مبنی بر این موضوع از خود دفاع کرده است.»

جمع‌بندی

همان‌گونه‌که مانوئل کاستلز در کتاب *قدرت ارتباطات* تصویر کرده است «شبکه‌های ارتباطی در ساخت قدرت سیاسی و نیروهای ضد آن مؤثر هستند. صاحبان شبکه‌های ارتباطی هم‌چنین بسترهای نرم‌افزاری، برای ساخت معانی برای دیگر شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌نمایند. بنابراین آن‌ها از طریق تولیدات فرهنگی اعمال قدرت می‌کنند و قدرت شبکه‌ای را بر دیگر بازیگران از طریق دسترسی به شبکه‌های ارتباطی، برای نمونه در برابر بازیگران سیاسی که نیاز به دسترسی به ارتباطات، برای ساخت روابط قدرت خود، در مقابل شهروندان دیگر دارند فراهم می‌سازند. بااین‌حال، در روابط قدرت سیاسی، برنامه‌ریزان کلان و آن‌هایی که پیام درست می‌کنند، بازیگران عمده سیاسی هستند.

بازیگران سیاسی بر عواملی که ارزش‌ها و منافع آن‌ها را نمایندگی می‌کنند تکیه دارند. (برای نمونه، سازمان‌های مذهبی، شرکت‌های تجاری، مجموعه‌های صنعتی نظامی) و آن‌ها مجموعه متنوعی از منافع پشتیبان طرح‌های خود را برای به‌حداکثر رساندن، استقلال خود به‌عنوان بازیگران سیاسی، ادغام و مفصل‌بندی می‌کنند، اما در زمان کسب قدرت، آن‌ها برنامه‌ریزان و فرایندهای سیاسی و روندهای ساخت قدرت هستند.» از این‌رو، به‌نظر می‌رسد که اساس دکترین «کشورداری در قرن بیست‌ویکم» وزارت امور خارجه آمریکا در دوره هیلاری کلینتون و ریاست‌جمهوری باراک اوباما بر همین اساس و به‌منظور ایجاد قدرت در سیاست خارجی از طریق به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای نوین ارتباطی شکل گرفته است. در این فصل نمونه‌هایی از به‌کارگیری این دیپلماسی در تأثیرگذاری بر دیگر کشورها از جمله کوبا، مولداوی، اوکراین، روسیه، یا تأثیر خواسته یا ناخواسته آن بر بهار عربی را به‌تصویر کشیدیم. فارغ از این‌که وزارت امور خارجه آمریکا تا چه اندازه با به‌کارگیری این دیپلماسی موفق بوده است، در این فصل روش‌ها و تلاش‌های این وزارت‌خانه در به‌کارگیری هر چه بهتر از فرصت شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر به‌مثابه نماد و مؤلفه جدید از قدرت اعمال نفوذ و شکل‌دهی به افکار عمومی بررسی شد.

فصل چهارم

دیپلماسی دیجیتال آمریکا و ایران

همان‌گونه‌که در فصول قبل به تفصیل بررسی شد، استفاده از دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی به‌منزله ابزاری کارآمد برای سیاست خارجی آمریکا در دوره ریاست‌جمهوری باراک اوباما و وزارت‌خارجۀ هیلاری کلینتون شدت گرفت. تیم دیپلماسی کلینتون بر این باور بودند که فناوری‌های نوین ارتباطی و خصوصاً شبکه‌های اجتماعی، ابزار جدید قدرت در سیاست خارجی هستند. در این فصل، دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی وزارت امور خارجۀ آمریکا در قبال ایران، خصوصاً در برهه زمانی ناآرامی‌های پس از انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۸۸ (مصادف با سال ۲۰۰۹ میلادی) بررسی می‌شود. در این فصل، نشان خواهیم داد که چگونه وزارت‌خارجۀ آمریکا در چارچوب دیپلماسی دیجیتال از توئیتر و ظرفیت‌های آن برای مدیریت جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران، به‌خیابان‌کشاندن و سازمان‌دهی معترضان به نتیجه انتخابات، جمع‌آوری اطلاعات از داخل ایران، ایران‌هراسی در مقیاس جهانی، و نهایتاً به‌منظور تغییر رفتار این کشور بهره برده است.

رویکرد دیپلماسی عمومی و دیجیتال آمریکا به ایران

همان‌گونه‌که در فصل سوم بررسی شد، «وزارت امور خارجۀ آمریکا از دیپلماسی دیجیتال برای تأثیرگذاری، اعمال فشار، و پیشبرد راه‌بردهای سیاست خارجی خود بر برخی از کشورها از جمله روسیه، اوکراین، مولداوی، کوبا، ایران، و برخی دیگر از کشورهای خاورمیانه بهره گرفته است» (AP, 2014). اگرچه آمریکا همواره در سیاست خارجی خود در قبال جمهوری اسلامی ایران از ابزار دیپلماسی عمومی به‌صورت «راه‌بردی» استفاده کرده است، اما به دلایلی، از جمله نداشتن رابطه دیپلماتیک سنتی با ایران و لزوم داشتن ابزاری برای مدیریت افکار عمومی و جمع‌آوری اطلاعات از داخل ایران، در سال‌های ریاست‌جمهوری باراک اوباما توجه ویژه‌ای به «دیپلماسی دیجیتال» و

«شبکه‌های اجتماعی» ایجاد شد. ایالات متحده به‌واسطه این رویکرد و استفاده حداکثری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی و برقراری ارتباط مستقیم با مخاطبان و افکار عمومی مردم ایران در نظر داشته است تا زمینه اعمال و اجرای سیاست‌های مطلوب را در چارچوب حاکمیت جمهوری اسلامی ایران فراهم کند (Brookings, 2009). آمریکا در مورد جمهوری اسلامی ایران از همه امکانات موجود در عرصه دیپلماسی دیجیتال بهره برده است و و از آن جمله می‌توان به نقش‌آفرینی در اغتشاشات بعد از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ در ایران با استفاده از توئیتر، فیس‌بوک، و یوتیوب اشاره کرد.

با روی کار آمدن اوباما پروژه‌های ضدایرانی آمریکا افزایش یافته است. اوباما و دولت آمریکا پس از حوادث مربوط به انتخابات سال ۱۳۸۸ فعالیت‌های خود را در چارچوب دیپلماسی دیجیتال در قبال ایران تقویت کردند و علاوه بر این که میزبان تعدادی از ایرانیان مهاجر شدند، همواره به دنبال جذب نیروهای فکری در داخل ایران بودند تا از مخالفت‌هایی که با دولت و حاکمیت جمهوری اسلامی ایران در داخل کشور وجود داشته و دارد بهره‌برداری کنند و این جریان را از راه دور و با استفاده از ابزارهای دیجیتالی مدیریت کنند (Alleyne, 2010).

راس و کوهن توانستند نشان دهند که تکنولوژی ارتباطات و مسائل سیاست خارجی، به هم پیوسته‌اند. ابتدا در مولداوی، چیزی اتفاق افتاد که به انقلاب توئیتری شهرت یافت و در جولای ۲۰۰۹ قطع منطقه‌ای اینترنت در چین اتفاق افتاد؛ سپس در ژوئن ۲۰۰۹ در پی انتخابات ریاست جمهوری ایران، توانمندی گوشی‌های تلفن همراه و تکنولوژی ارتباطاتی به‌کاررفته در آن‌ها در سازمان‌دهی تحرکات اجتماعی و ثبت تصاویری نظیر مرگ ندا آقاسلطان، توجه جهان را به خود جلب کرد (Lichtenstein, 2010).

ایالات متحده در چند سال اخیر تلاش فراوانی برای استفاده از ابزار دیپلماسی دیجیتال به‌منظور پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود به‌عمل آورده است. جلوه‌هایی از کاربرد دیپلماسی دیجیتال آمریکا در قبال ایران عبارت‌اند از: تأسیس سفارت‌خانه مجازی در ایران، تلاش برای اجرای طرح‌هایی مانند اینترنت چمدانی به‌منظور مقابله با فیلترینگ، همکاری در طراحی نرم‌افزارهای فیلترشکن، راه‌اندازی وب‌سایت‌های فارسی‌زبان، و حضور جدی در شبکه‌های اجتماعی پرتعداد مانند توئیتر و فیس‌بوک (Fialho et al. 2013).

این اتفاق درحالی رخ می‌داد که «دولت اوپاما مدعی است تلاش کرده از هرگونه حرف یا عملی که بیانگر دخالت آمریکا در انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران و پی‌آمدهای جنجال‌برانگیز بعد از آن باشد خودداری کند» (Landler and Stelter, 2009). با این‌همه، ناگهان مشخص شد که جرد کوهن^۱ ۲۷ ساله، از مقامات رسمی وزارت امور خارجه آمریکا، به جک دورسی، از بنیان‌گذاران توئیتر، ایمیل زده و رسماً چنین درخواستی را مطرح کرده است.

«این درخواست از جک دورسی، خود یک نقطه‌عطف در تاریخ رسانه‌های نوین محسوب می‌شود: دولت ایالات متحده با این کار رسماً تأیید کرد که خدمات بلاگینگ اینترنتی (توئیتر) که تا چهار سال پیش اساساً وجود نداشت حالا به‌صورت بالقوه قادر به تغییر تاریخ در یک کشور اسلامی باستانی است» (Landler and Stelter, 2009).

پی.جی. کرولی^۲، معاون وزیر امور خارجه آمریکا در امور روابط عمومی، در توجیه این درخواست ایالات متحده از توئیتر این‌گونه استدلال می‌کند: «این فقط درخواستی برای طرح این موضوع بود که معلوم است توئیتر درحال بازی کردن نقشی مهم در زمانی حیاتی در ایران است. آیا امکان دارد اجازه دهید این نقش ادامه پیدا کند؟» او در ادامه تأکید می‌کند: «این اقدام کاملاً در راستای دیپلماسی ملی ماست. ما طرفدار آزادی بیان هستیم. اطلاعات باید به‌عنوان راهی برای ارتقای آزادی بیان مورد استفاده قرار گیرد» (Theguardian, 2009).

کلینتون پس از ترک پست خود در وزارت خارجه آمریکا، در ۱۰ ژوئن ۲۰۱۴ کتاب خاطراتش را با عنوان *انتخاب‌های سخت*^۳ منتشر کرد. این کتاب موضوعاتی را هم‌چون کشته‌شدن اسامه بن‌لادن، سرنگونی رژیم قذافی در لیبی، خروج نظامیان آمریکایی از افغانستان و عراق، انقلاب‌های عربی، سیاست‌های مرتبط با ایران و کره شمالی، افزایش قدرت چین، و روابط با متحدان آمریکا بررسی می‌کند. اما آنچه در این‌جا اهمیت دارد فصل بیست و چهارم این کتاب است که به‌طور کامل به موضوع دیپلماسی دیجیتال اختصاص یافته است. کلینتون در این فصل که «کشورداری در

¹ Jared Cohen

² P.J. Crowley

³ Hard Choices

قرن بیست و یکم: دیپلماسی دیجیتال در جهانی به هم پیوسته» نام دارد، برخی از زوایای برنامه‌های وزارت تحت امر خود را برای رسانه‌های اجتماعی از جمله توئیتر در اغتشاشات و ناآرامی‌های ایران بعد از انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۹ تشریح کرده است و مشخصاً به این موضوع اشاره کرده است. وزیر خارجه وقت آمریکا با تأکید بر اهمیت تلاش آمریکا برای کمک به گسترش آزادی اینترنت و دسترسی جهانی شهروندان به شبکه جهانی اینترنت می‌نویسد: «برخی از دولت‌ها با ایجاد موانع الکترونیکی دسترسی آزادانه شهروندان به اینترنت را محدود می‌کنند. یکی از این روش‌ها حذف نام‌ها، عبارات، و کلمات خاص از نتایج موتورهای جست‌وجوست. آن‌ها نه تنها در دوران آشوب و اغتشاش، بلکه همواره اقدام به سرکوب افرادی می‌کنند که فعالیت‌های صلح‌آمیز غیرسیاسی دارند.» (کلیتون، ۱۳۹۴)

او سپس با نام بردن از چین و ایران به منزله دو نمونه دقیق از این گونه دولت‌ها درباره حوادث بعد از انتخابات ریاست جمهوری ایران در سال ۲۰۰۹ می‌نویسد: «در ژوئن همان سال، جوانان ایرانی از وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی به منظور ارسال پیام‌های خود در جریان اعتراضات پس از انتخابات استفاده کردند. درست در همان زمان بود که صحنه تیراندازی به خانم ۲۶ ساله‌ای به نام ندا آقاسلطان توسط نیروهای شبه نظامی طرفدار دولت با استفاده از دوربین تلفن‌های همراه ضبط شده و در توئیتر و فیس‌بوک منتشر شد. بدین ترتیب، در کم‌تر از چند ساعت میلیون‌ها نفر از مردم جهان مشاهده کردند که چطور در یکی از خیابان‌های تهران دختر جوانی در خون خود غلتید. به گفته مجله تایم در طول تاریخ حیات بشری، هیچ صحنه قتل با این حجم از بیننده مواجهه نبوده است. همین ویدئو خشم جهانیان نسبت به ظلمی که به معترضان می‌رفت را برانگیخت.» (کلیتون، ۱۳۹۴)

این بخش از نوشتار هیلاری کلیتون تداعی‌کننده نظر کاستلز درباره قدرت و نقش تصویرسازی در رسانه‌های اجتماعی برای انگیزش اجتماعی است. او در کتاب *قدرت ارتباطات* می‌نویسد: «مخاطبان همگانی نیاز به یک پیام ساده دارند، ساده‌ترین پیام تصویر است، و ساده‌ترین تصویر چیزی است که مردم می‌توانند با آن بیش‌تر چیزها را تشخیص دهند، یک چهره انسانی است. این تنها به معنای صفات فیزیکی یک شخص یا رنگ لباس‌های او نیست، مهم‌تر از آن شخصیت فرد است که در ظاهر فرد، کلمات، اطلاعات، و خاطراتی که او دارد نهفته است. این بخشی به این خاطر

است که فهم مسائل سیاسی پیچیده می‌تواند برای بسیاری از شهروندان دشوار باشد، درحالی‌که بیش‌تر آن‌ها به توانایی خود برای قضاوت در مورد شخصیت‌ها، که یک پاسخ احساسی به رفتار شخصیت‌های حاضر در گفتمان‌های سیاسی هست اطمینان دارند. بنابراین سیاست‌های رسانه‌ای، سیاست‌های شخصی‌شده هستند» (کاستلز، ۱۳۹۳: ۲۱۸).

اما ممکن بود همان‌گونه‌که هیلاری کلینتون نیز در خاطرات خود به آن اشاره کرده و در بخش‌های قبل نیز بررسی شد، امکان و بستر این تصویرسازی که به‌گفته مجله تایم در طول تاریخ حیات بشری با این حجم از بیننده مواجه نبوده، عملاً محقق نشود. او در این باره می‌نویسد: «درست پنج روز پیش از این حادثه، مقامات وزارت امور خارجه که پیگیر تلاش‌های مخالفان دولت ایران در فضای مجازی بودند، متوجه بروز یک مشکل شدند. توئیتر قصد داشت به‌منظور انجام تعمیرات دوره‌ای برای مدت زمان کوتاهی خدمات جهانی خود را محدود کند که دقیقاً نیمه‌روز در تهران بود. برای حل این مسئله یکی از اعضای واحد برنامه‌ریزی سیاسی وزارت امور خارجه به نام کوهن که جوانی ۲۷ساله بود، انتخاب شد. در آوریل همان سال او طی سفری به بغداد با جک دورسی، یکی از بنیان‌گذاران و مدیران توئیتر، ملاقاتی داشت. به‌همین دلیل، او بلافاصله تلاش کرد تا ضمن ارتباط با دورسی به او هشدار دهد که محدودساختن خدمات توئیتر در آن بازه زمانی چه ضربه‌ای به فعالان اجتماعی در ایران وارد می‌کند. در نتیجه همین گفت‌وگوها، توئیتر برنامه تعمیرات خود را تا نیمه‌شب بعد به‌تعویق انداخت.» (کلینتون، ۱۳۹۴)

«رویدادهای ایران و هم‌چنین آزار و اذیت فعالان اینترنتی از سوی برخی دولت‌های مستبد، من را متأثر کرد. به‌همین دلیل دن بائر، معاون دستیار وزیر امور خارجه در امور دموکراسی، حقوق بشر و کار را از جورج‌تاون احضار کردم. دن بائر خود استاد دانشگاه بود و در مورد رابطه میان اخلاق، اقتصاد، و حقوق بشر تحقیق و تدریس می‌کرد. من از او خواستم تا با همکاری الک [الک رأس مشاور ارشد کلینتون] برای حل این مسئله راه‌چاره‌ای بیابد. به‌گفته آن‌ها دولت آمریکا می‌توانست با اختصاص بودجه مناسب و فراهم‌آوردن فناوری‌های پیشرفته به معترضان کمک کند تا با دورزدن سانسورها، از فشارهای نظارتی دولت بکاهند. سرمایه‌گذاری ما در این مقطع زمانی می‌توانست

امکانات لازم را در اختیار افرادی قرار دهد که بیش از هر کسی برای ادامه فعالیت‌های خود به چنین تسهیلاتی نیاز داشتند» (کلینتون، ۱۳۹۴).

اما این اقدامات آمریکا با واکنش‌های تندی در داخل ایران مواجه شد. دولت ایران سفیر سوئیس در این کشور را که حافظ منافع ایالات متحده در تهران است احضار کرد و مراتب اعتراض شدید خود را به آنچه «دخالت در انتخابات و امور داخلی ایران» می‌دانست ابلاغ کرد. کاردار کانادا در ایران نیز به وزارت خارجه ایران احضار شد و به او نیز همین اعتراض ابلاغ شد. برخی دیگر از سفرای کشورهای اروپایی نیز به‌طور مشابه احضار شدند (جام‌جم آنلاین، ۱۳۸۸).

اسلاتر در این خصوص می‌گوید: هیچ سابقه‌ای از علم‌کردن یک شبکه اطلاعاتی – اجتماعی در حوادث پس از انتخابات تا آن موقع وجود نداشت و هیچ قانونی هم در این خصوص نوشته نشده بود. همین‌که کلینتون تصمیم گرفت تا اقدام کوهن را محکوم نکند، خود به این معنا بود که می‌خواهد این موج ادامه پیدا کند. همه چیز خیلی سریع اتفاق می‌افتاد و ما تلاش نکردیم بر حوادث پس از انتخابات ایران، تأثیری بگذاریم. تنها کاری که ما کردیم، این بود که شرایط را برای ادامه ارتباطات مردم ایران فراهم آوریم. وزارت امور خارجه آمریکا اخیراً در تغییر سیاستی آشکار از ادامه پرداخت پول به برخی گروه‌های فعال ایرانی مقیم خارج که گفته می‌شود هدفشان ارتقای دموکراسی در ایران است، خودداری کرده، تلاش می‌کند که پول خود را خرج تسهیل ارتباط میان ایرانیان مخالف داخل کشور کند. آمریکا حتی برخی تحریم‌های اینترنتی خود را در خصوص ایران حذف کرد تا نرم‌افزارهای فیلترشکن و پیام‌رسان در ایران توسعه پیدا کنند. البته با توجه به ادامه فیلترینگ در ایران، معلوم نیست تا چه حد کاربران داخل ایران بتوانند این نرم‌افزارها را بارگذاری کنند و ضمناً روشن نیست که آیا قدرت انقلابی توئیتر هم‌چنان بر جای خود باقی است یا خیر؟ (Lichtenstein, 2010).

کارلوس پاسکال، سفیر آمریکا در مکزیک، در این خصوص می‌گوید: اگر این مسئله در خصوص کشورهایی خاص، هم‌چون چین، ایران، کوبا، یا کره شمالی باشد، توئیتر و فیس‌بوک دیگر به‌عنوان یک شبکه اجتماعی صرف نگریسته نمی‌شوند، بلکه ابزار دست دولت آمریکا

¹ Carlos Pascual

به حساب می‌آیند و این امر، شرکت مذکور را در خطر قرار داده، کاربران تسهیلات این شرکت‌ها نیز به خطر می‌افتند؛ اما مهم نیست که واقعیت چیست و در چنین شرایطی، به هر حال بهتر است که بگذاریم این وسایل ارتباط جمعی به کار خود ادامه دهند. به هر حال، باید به خطوط قرمز این مسئله احترام گذاشت. (Nytimes, 2010)

اما خانم کلینتون نظر دیگری داشت. او معتقد بود «هنگامی که الزامات امنیتی، ارتباط با شهروندان کشورهای دیگر را محدود می‌کند، از رسانه‌های اجتماعی می‌توان به منظور ارتباط مستقیم با مردم، حتی در جوامع بسته، استفاده کرد. در حال حاضر، بیش از دو میلیارد نفر در سراسر جهان به اینترنت دسترسی دارند. این رقم حدود یک سوم جمعیت جهان را تشکیل می‌دهد» (کلینتون، ۱۳۹۴). در همین حال، ایران برای مبارزه با آنچه مداخله آمریکا در امور داخلی خود از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌دانست توئیتر، فیس‌بوک، یوتیوب، و برخی دیگر از شبکه‌ها و وبسایت‌های اینترنت پایه را مسدود کرد. با مسدود شدن کانال‌های ارتباطی که به خطوط داخلی موبایل و پیام کوتاه نیز تعمیم داده شد، بحث مبارزه با سانسور در ایران در آمریکا به طور جدی مطرح شد، به گونه‌ای که نیکلاس دی. کریستف، تحلیلگر ارشد خاورمیانه و ستون‌نویس روزنامه نیویورک تایمز، در مقاله‌ای نوشت که اگر باراک اوباما واقعاً می‌خواهد به جنبش دموکراتیک کمک کند، باید از «ابتکار آزادی اینترنت» در کنگره حمایت کند. طرحی که پنجاه میلیون دلار بودجه برای توسعه فناوری‌های گریز از سانسور اختصاص می‌دهد (Gamage, 2009).

واشنگتن‌پست هم در تهیه مسؤلان آمریکایی به اقدام برای مبارزه با فیلترینگ اینترنت در ایران در مقاله‌ای خطاب به اعضای سنای آمریکا نوشت، شهروندانی که در حاکمیت رژیم‌های خودکامه به سر می‌برند، مثل مردم ایران، چین، یا برمه برای کسب اطلاعات نیاز به دسترسی به اینترنت دارند. در برابر هر یک دلار که صرف تکنولوژی‌های رهایی‌بخش شود، رژیم‌های سلطه‌گر باید هزاران دلار برای برپایی وسایل مسدودکننده خرج کنند، اما باز هم در این دیوارها شکاف ایجاد خواهد شد و با افزایش این منفذها و شکاف‌ها سرانجام دیوارها فرو خواهند ریخت (Eunjung Cha, 2009). نویسنده چینی این مقاله به صراحت دولت و کنگره آمریکا را به تخصیص بودجه برای توسعه نرم‌افزارها و فناوری‌های ضد سانسور اینترنت تشویق و ترغیب می‌کند.

چندی پس از این تحولات کنگره آمریکا نهایتاً لایحه تخصیص اعتبار پنجاه میلیون دلاری به وزارت امور خارجه آمریکا را به منظور تلاش برای مبارزه با سانسور دولتی در کشورهای «دشمن اینترنت» از جمله ایران، چین، میانمار، و روسیه به تصویب رساند. در این طرح تأکید شده بود که وزارت خارجه آمریکا موظف است به مردم ایران برای مقابله با سانسور دولتی اینترنت کمک کند. وزارت خارجه آمریکا بعداً اعلام کرد که بیش از سه سال طول کشید تا آنها بتوانند پنجاه میلیون دلار مصوبه کنگره را برای حمایت از برنامه جهانی آمریکا در حمایت از آزادی اینترنت جذب و تخصیص دهد. با این همه، در این سه سال کنگره آمریکا بیست میلیون دلار دیگر به وزارت خارجه آمریکا و ده میلیون دلار دیگر برای حمایت از BBG¹ (بی.بی.جی: هیئت مدیره پخش رادیو و تلویزیون) برای تقویت و ادامه برنامه‌های خود برای آزادی اینترنت اختصاص داد.

کنگره آمریکا وزارت خارجه این کشور را موظف می‌کرد تا هر چه سریع‌تر و کارآمدتر بر روی فناوری‌هایی که عملکرد آنها در مبارزه با سانسور اینترنتی ثابت شده است، سرمایه‌گذاری کند و توجه خود را به کشورهای که در گزارش‌های سالیانه شورای حقوق بشر سازمان ملل به منزله دارندگان سوابق منفی درباره اینترنت از آنها یاد شده معطوف دارد (Dale and Zuckerman, 2011). بی.بی.جی تمامی سازمان‌های خبررسانی بین‌المللی آمریکا را دربرمی‌گیرد که عبارت‌اند از: صدای آمریکا، رادیو و تلویزیون مارتی، و سازمان‌های دریافت‌کننده اعتبارات مالی، از جمله رادیو اروپای آزاد، رادیو آزادی،² رادیو آسیای آزاد³ و همچنین شبکه‌های خبررسانی خاورمیانه. پخش خبر به ۶۰ زبان در بیش از صد کشور دنیا با ۱۷۱ میلیون مخاطب به زبان بومی گستره فعالیت بی.بی.جی را نمایان می‌کند. بی بی جی در واقع یکی دیگر از بازوهای رسانه‌ای وزارت خارجه ایالات متحده آمریکا است.

در واقع، این تخصیص‌های کنگره برای دستیابی به هدفی است که کلیتون خود در کتاب خاطراتش آن را این‌گونه توصیف می‌کند: «آمریکا از فعالان اینترنتی و افراد خلاق که مخالف

¹ Broadcasting Board of Governors (BBG)

² voa

³ RFE/RL

⁴ RFA

سیستم‌های امنیتی سرکوبگر هستند، حمایت می‌کند. در دهه ۱۹۹۰ برای مدیریت اینترنت روشی اتخاذ شد که براساس آن مجموعه دولت‌ها، شهروندان، مؤسسات، و بخش خصوصی باید با همکاری یکدیگر از جریان آزادانه اطلاعات در شبکه جهانی اینترنت حمایت کنند. ... به مردم کشورهای هم‌چون چین، روسیه، و ایران نوید می‌دهم که دولت کاخ سفید به دنبال توسعه و حفظ فضایی در اینترنت است که در آن حقوق افراد محترم شمرده می‌شود، ارتباطات جهانی به‌واسطه آن محقق می‌شود، فضایی که با حفظ امنیت مردم می‌تواند اعتماد آن‌ها را جلب کند و حامی فعالیت‌های آن‌ها باشد. ما مخالف هر گونه تلاشی هستیم که درصدد محدودساختن دسترسی شهروندان به اینترنت باشد و یا بخواهد قوانین بین‌المللی حاکم بر اینترنت را تغییر دهد» (کلینتون، ۱۳۹۴).

اهداف دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی آمریکا در قبال ایران

در ادامه، به برخی از اهداف دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی ایالات متحده آمریکا در قبال ایران اشاره می‌کنیم و آن‌ها را بررسی می‌کنیم. پیش از ورود به این بحث به این سؤال پاسخ می‌دهیم که آیا اساساً برنامه‌ریزی آمریکا برای توئیتر در ناآرامی‌های بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران یک واقعیت است یا صرفاً توهم توطئه است و هر آنچه در شبکه‌های اجتماعی و خصوصاً توئیتر روی داده ناشی از ویژگی‌های ذاتی فضای مجازی و اینترنت بوده است؟

دو پاسخ کلی برای این سؤال وجود دارد؛ نخست این‌که ایالات متحده آمریکا همواره از ابتدای روی کار آمدن جمهوری اسلامی ایران از طریق قدرت نرم و قدرت سخت قصد ضربه زدن به نظام ایران و حتی اجرای پروژه «رژیم‌چنج» را دنبال می‌کرده است و این منظور حتی پیش از روی کار آمدن اینترنت و فضای مجازی از طریق دیپلماسی عمومی و شبکه‌های رسانه‌ای از جمله «صدای آمریکا» و فعالیت‌های رسانه‌ای زیر نظر «بی.بی.سی» (B.B.G)، که در فصل‌های گذشته به تفصیل درباره آن‌ها توضیح داده شد، دنبال می‌شده است. از این منظر، توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و مطرح شدن «دیپلماسی دیجیتال» و در شکل کوچک‌تر و خاص‌تر آن «توئیپلماسی» صرفاً قدرت و تأثیرگذاری ایالات متحده را در این بخش افزایش داده است و از این‌رو، موضوع تأثیرگذاری و اعمال سیاست خارجی آمریکا در قبال جمهوری اسلامی ایران تغییری نکرده است.

پاسخ دوم به این سؤال با رجوع به عملکرد وزارت خارجه آمریکا، اظهارنظرهای صریح مقامات این کشور، رفتار دیپلمات‌های توثیتری، و هدایت موج گسترده خبری مبتنی بر سه اصل «برجسته‌سازی»، «زمینه‌سازی» و «چارچوب‌بندی» از سوی ایالات متحده آمریکا علیه ایران احصاشدنی است که برخی از آن‌ها به صورت مستند در این بخش به تصویر کشیده شده است؛ از جمله درخواست رسمی وزارت خارجه آمریکا از توثیتر مبنی بر به تعویق انداختن برنامه تعمیر و روزآمدسازی این شبکه اجتماعی به منظور جلوگیری از ایجاد اخلال در فعالیت معترضان و جنبش سبز در ایران.

«برجسته‌سازی»، «زمینه‌سازی»، و «چارچوب‌بندی» اخبار و اطلاعات

«پژوهش‌های ارتباطی، سه فرایند عمده در روابط بین رسانه‌ها و مردم را برای ارسال و دریافت خبر که از طریق آن شهروندان خودشان را در ارتباط با جهان درک می‌کنند تشخیص داده‌اند، که بدین قرار هستند: برجسته‌سازی، زمینه‌سازی، و چارچوب‌بندی» (کاستلز، ۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی خصوصاً توثیتر بیش از هر رسانه دیگری قادر است براساس این تکنیک‌های خبری عمل کند و اذهان مخاطبان جمعی را تحت تأثیر خود قرار دهد.

برنارد کوهن^۱ برجسته‌سازی را توجه کردن به یک موضوع خاص یا مجموعه‌ای از اطلاعات به وسیله منبع پیام می‌داند با توقع این که متناظر با افزایش توجه به محتوا و قالب پیام توسط مخاطبان باشد. بر این مبنای محققان در مورد «برجسته‌سازی» بر این فرض هستند که حتی اگر رسانه‌ها قادر نباشند که به مردم بگویند چگونه باید فکر کنند، نقش مهمی در تأثیرگذاری بر آنچه در موردش فکر می‌کنند دارند (Cohen, 1963). کاستلز برجسته‌سازی را مستلزم دو عملیات مرتبط با یکدیگر می‌داند: الف) پررنگ کردن برخی از مسائل خاص، ب) تعریف یک روایت برای مسائل مختلف (کاستلز، ۱۳۹۳).

بیشتر محققان ارتباطات فرایند برجسته‌سازی را فرایندی سیاسی در نظر گرفته‌اند. درک عمیق‌تر از فرایند برجسته‌سازی در اشتراک تحقیق ارتباط جمعی و علوم سیاسی، قرار می‌گیرد. برجسته‌سازی می‌تواند به صورت مستقیم در سیاست تأثیر گذارد. دست‌کاری دولت در گزارش‌ها و

¹ Bernard Cecil Cohen

اخبار مربوط به سیاست‌گذاری خارجی رسانه‌ها، گستره‌ای از شکاف اطلاعاتی، ملاحظه‌کاری، و بی‌احتیاطی تا برگزاری کنفرانس‌های رسمی مطبوعاتی، مصاحبه‌ها، گفت‌وگوها و اطلاعیه‌های خبری را شامل می‌شود. طبق نظر پارانتی، دولت اساساً از طریق ارائه اطلاعات گمراه‌کننده‌ای که تعمداً برای ارائه دیدگاه به‌خصوصی طراحی شده‌اند، در رسانه‌ها و افکار عمومی تأثیر می‌گذارد (مک‌کوئیل، ۱۳۸۲).

در ایران «با روی کار آمدن و رونق گرفتن شبکه‌های اجتماعی که از طریق آن‌ها افراد با دیگر اعضای شبکه و مورد اعتماد خود پیوند فکری و تبادل ارتباطی فراهم می‌آورند، دیگر رسانه‌ها اعم از رادیو و تلویزیون به‌عنوان منبع اولیه و شکل‌دهنده افکار اجتماعی در حال رنگ‌باختن بوده و دیگر این شبکه‌های اجتماعی هستند که قدرت تبلیغاتی و افکارسازی رسانه‌های شنیداری و دیداری را به مصاف می‌طلبند. به‌علاوه، در جامعه ایرانی که احزاب به معنای اخص آن در دید مردم به‌طور کامل نهادینه نشده است، شبکه‌های اجتماعی نقش احزاب سیاسی و اجتماعی را به خود گرفته و کارکردهای احزاب را در فضای مجازی بین افراد اعمال می‌کنند که این موضوع، قدرت شبکه‌سازی و تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی در ایران را افزایش داده است. هم‌چنین، اعتماد و شناخت شبکه‌ای و سلسله‌مراتبی که بین اعضای شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، اعتبار اخبار و اطلاعات تبادل‌شده را برای اعضا افزایش داده و این شبکه‌ها را به یکی از منابع اصلی اخذ و تحلیل رویدادها تبدیل کرده است.

جذابیت‌های بصری و تفننی و نیز آزادی نسبی عمل و اظهار افکار در این شبکه‌ها بر کارکردها و قدرت برجسته‌سازی رویدادهای مختلف در آن افزوده است. به‌طوری‌که می‌توان ادعا کرد، انتخابات دوره دهم ریاست‌جمهوری ایران اولین و گسترده‌ترین حضور فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در عرصه سیاست در ایران بود و فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در ایران به‌عنوان فضایی برای تحول‌های سیاسی و اجتماعی مطرح شدند. همان‌طور که در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۸۸ مشهود بود، اگرچه توئیتر و فیس‌بوک سرویس‌های بین‌المللی است، باوجوداین، در انتخابات ریاست‌جمهوری ایران، به تریبونی جهت به‌اشتراک‌گذاری اخبار و برجسته‌سازی اتفاق‌های سال ۱۳۸۸ تبدیل شدند و در جریان انتخابات ریاست‌جمهوری و نیز رویدادهای پس از انتخابات، توئیتر و فیس‌بوک توسط معترضان به‌عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی مؤثر در فضای مجازی مورد استفاده قرار

گرفت. به طوری که نقش این شبکه‌های اجتماعی در حوادث پس از انتخابات به گونه‌ای بود که هیلاری کلینتون، وزیر خارجه ایالات متحده آمریکا طی دو مصاحبه متوالی، به طور مستقیم از شبکه توئیتر نام می‌برد و از مدیران این شبکه می‌خواهد تا زمان تعطیلی موقت این شبکه را برای انجام برخی تعمیر و اصلاح لغو کنند.

پرداختن به رویدادهای انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ ایران در شبکه‌هایی مانند توئیتر و فیس‌بوک چنان برجسته بود که چندی قبل آکادمی بین‌المللی هنرها و علوم دیجیتال، در قالب جایزه «وبی آواردز» خود که سالانه به وبگاه‌های اینترنتی اعطا می‌کند، به دلیل آنچه نقش پایگاه‌های شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر، فیس‌بوک، و یوتیوب در اتفاق‌های پس از انتخابات ایران داشتند، انتخابات ایران را جز ده رویداد اینترنتی تأثیرگذار در دهه نخست قرن ۲۱ انتخاب کرد و حتی نام رویدادهای پس از انتخابات ایران را «انقلاب توئیتری» گذاشت (ابراهیمی فر، یعقوبی فر، ۱۳۹۳).

جک دورسی^۱، ایوان ویلیامز^۲ و بیز استون^۳ بنیان‌گذاران شبکه اجتماعی توئیتر زمانی که روی پروژه خود کار می‌کردند فقط یک چیز را مدنظر داشتند و آن نحوه پول‌درآوردن از توئیتر بود و هیچ‌گاه تصور نمی‌کردند که چند سال بعد از شبکه اجتماعی آن‌ها برای مبارزه با رژیم مستبد ایران استفاده شود. در ناآرامی‌های بعد از انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۹ در ایران شاهد بودیم که معترضان چگونه با استفاده از توئیتر و پیامک (اس.ام.اس) برخی از اخبار خاص را برجسته می‌کردند و باعث تهییج دیگر معترضان برای اقدام علیه رژیم در حمایت از میرحسین موسوی دیگر کاندیدای این انتخابات شدند. پس از اعلام نتایج انتخابات، فریاد اعتراضات از هر رسانه‌ای در حمایت از میرحسین موسوی، رهبر مخالفان، بلند شد، اما بلندترین فریادها از مدیومی (توئیتر) به گوش رسید که در انتخابات گذشته ایران حتی هنوز وجود خارجی هم نداشت (Grossman, 2009).

¹ Jack Dorsey

² Evan Williams

³ Biz Stone

آقاسلطان، آری ؛ موریلو، هرگز!

نمونه عملی استفاده از تکنیک برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی اخبار و اطلاعات مرتبط با ایران در شبکه‌های اجتماعی و حتی در رسانه‌های داخلی آمریکا را می‌توان در نوع برخورد ایالات متحده و رسانه‌های این کشور با حوادث مشابه ناآرامی‌های پس از انتخابات ایران دید. بدیهی است که نقض حقوق شهروندی و حقوق بشر در هر شرایطی و توسط هر فرد یا دولتی محکوم و لازم به پیگیری است. اصالت با حقوق بشر و حقوق شهروندی است و نقض هر یک از آنها اصالتاً نامطلوب و نکوهیده است خواه در ایران خواه در آمریکا یا هر نقطه دیگری از جهان. با این همه نگاه آمریکا به این مقوله نیز سیاسی و گزینشی است.

از نظر آمریکا نقض موارد حقوق بشر مانند آنچه در ناآرامی‌های پس از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران در سال ۲۰۰۹ روی داد، اهمیتی بسیار بیش‌تر از نقض همین موارد حقوق بشر در کشورهای دیگر داشته است. به دیگر سخن آمریکا قادر است بر روی موارد مشخصی از نقض حقوق بشر در کشور خود و یا سایر کشورهای دیگر جهان چشم ببوشد و در عین حال قادر است همان موارد مشابه در کشورهای دیگری را که با آن‌ها همسو نیست برجسته کند.

به عنوان نمونه درست در همان روزهای داغ اعتراض‌های انتخاباتی در ایران، هندوراس نیز با یک کودتای نظامی مواجه شد. شانزده روز بعد از آن‌که معترضان در ایران، خیابان‌های تهران را صحنه درگیری با پلیس کرده بودند، صدها هزار هندوراسی نیز در اعتراض به کودتای نظامیان علیه دولت منتخب این کشور و رئیس‌جمهور منتخب خوزه مانوئل زلایا به خیابان‌ها ریختند.

در ایران دختر جوانی به نام ندا آقاسلطان که بین ۲۰ تا ۲۷ سال سن داشت، درحالی‌که در تظاهراتی صلح‌آمیز در اعتراض به نتایج انتخابات شرکت کرده بود به ضرب گلوله کشته شد. مردم تصاویر کشته‌شدن و جان‌دادن او را در شبکه‌های مجازی منتشر کردند، رسانه‌های آمریکایی میلیون‌ها بار آن را با تفاسیر و روایت‌های مختلف و به شکلی سوزناک بازپخش کردند و مقامات آمریکا حتی در سطح رئیس‌جمهور به این موضوع واکنش نشان دادند، اما پانزده روز بعد در حادثه‌ای مشابه، نیروهای امنیتی مدافع دولت کودتایی در هندوراس، دختر جوان ۱۹ساله‌ای را به نام ایسیس اوبد

موریلو^۱ با شلیک مستقیم گلوله به سر او از پای درآوردند. در این حادثه نیز مردم از صحنه تیرخوردن و جان باختن ایسیس اوید موریلو فیلم گرفتند و حتی این فیلم‌ها را مانند فیلم‌های ندا در شبکه‌های اجتماعی منتشر کردند، اما هیچ‌یک از این فیلم‌ها اندکی مورد توجه رسانه‌ها و مقامات سیاسی آمریکایی قرار نگرفت. رسانه‌های آمریکایی نه تنها به مرگ دختر ۱۹ ساله هندوراسی اهمیتی ندادند، بلکه اساساً اخبار کشته‌شدن ۲۳ معترض دیگر هندوراسی را در ناآرامی‌های پس از کودتای انتخاباتی در این کشور نادیده گرفتند (Herman, 2010).

جرد کوهن در خصوص اهمیت نقش توئیتر و یوتیوب در «برجسته‌سازی» موضوع‌های مرتبط با اعتراض‌های پس از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران می‌گوید: «یک فایل ویدئویی که در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود می‌تواند تأثیرات چشمگیری داشته باشد. در خلال اعتراضات ایران، فیلم آماتوری از کشته‌شدن ندا آقاسلطان ۲۶ ساله، روی یوتیوب منتشر شد و بلافاصله روی میز قدرتمندترین افراد دنیا، یعنی رؤسای‌جمهور، نخست‌وزیران، و سران کشورها قرار گرفت. این فیلم به قدری روی اینترنت گسترش یافت (وایرال شد) که رئیس‌جمهور اواما نتوانست در اتاق کنفرانس مطبوعاتی کاخ سفید بماند و گفت تماشای این فیلم از لحاظ عاطفی به شدت او را متأثر کرده است و از این‌که در ایران چنین حوادثی در جریان است بهت‌زده شده است. این فیلم هم‌چنین موضع سیاست خارجی آمریکا را نسبت به حوادث ایران از بی‌طرفی و عدم‌دخالت به موضع‌گیری و لفاظی‌های تند نسبت به رژیم ایران تغییر داد؛ بنابراین می‌بینید که برخی افراد ناشناس در خیابان‌های تهران، صرفاً به خاطر بسیار دیده‌شدن یک فیلم در فضای مجازی قادر به دیدار مجازی با رئیس‌جمهور اواما شدند و توانستند سیاست خارجی آمریکا را تغییر دهند» (Lee, 2012). کوهن در جای دیگری به صراحت می‌گوید: «فیلم ندا آقاسلطان، مهم‌ترین و تأثیرگذارترین ویدئوی وایرال‌شده در دوران ما بوده است» (Lichtenstein, 2010). نتیجه این ساز و کار که انتمن از آن به منزله «موجزترین تعریف قدرت» (کاستلز، ۱۳۹۳) یاد می‌کند، ساخت و چارچوب‌بندی اذهان و قلوب مخاطبان انبوه است تا همان‌گونه که کاستلز به نقل از او در کتاب *ارتباطات* یاد کرده است مردم

¹ Isis Obed Murillo

را وادارند تا به موضوع مورد نظر فکر کنند و آن را اولویت ذهنی خود قرار دهند. این فرایندی است که برخی از آن با عنوان انگاره‌سازی یاد می‌کنند.

انگاره‌سازی

«مناسبات قدرت تا حد زیادی بر شکل‌دادن اذهان انسانی با ساخت معانی از طریق تصاویر استوار است. به یاد داشته باشید، انگاره‌ها تصاویر ذهنی ما هستند. ... و تصاویر ذهنی ما توسط رسانه‌ها ساخته می‌شود» (کاستلز، ۱۳۹۳). یکی از پی‌آمدهای اصلی به‌کارگیری تکنیک‌های «برجسته‌سازی» و «چارچوب‌بندی» شکل‌دادن ذهنیت مخاطبان یا ساخت تصاویر ذهنی و همان انگاره‌سازی است. رسانه‌ها با به‌کارگیری تکنیک برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی باور مورد نظر خود را به مخاطبان القا می‌کنند و به آن‌ها تحمیل می‌کنند که چه چیز واقعیت دارد و چه چیز را باید باور کنند (کاستلز، ۱۳۹۳). ت. هیلاری کلینتون، وزیر خارجه وقت آمریکا، در سخنرانی معروف خود در بیست‌ویکم ژانویه ۲۰۱۰ با موضوع «آزادی اینترنت» که در کتاب خاطراتش از آن به‌منزله یکی از پرشورترین سخنرانی‌های خود یاد کرده است، به حادثه کشته‌شدن ندا آقاسلطان این‌گونه اشاره می‌کند: «در تظاهرات‌های پس از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران، فیلم برداشته‌شده با تلفن همراه از قتل خونین یک زن جوان، سند دیجیتالی اتهام ظلم و قساوت دولت ایران شد» (Clinton, 2010).

از این رو، تعجب‌آور نیست که در ماه‌های بعد از حوادث پس از انتخابات سال ۱۳۸۸ مؤسسه بروکینگز اعلام کرد «آمریکایی‌ها عموماً بر این باورند که تقویت فناوری‌های دیجیتال در ایران به مردم این کشور کمک کرده است تا برای اهداف سیاسی و حقوق بشری مبارزه کنند. در یک نظرسنجی درباره نقش توئیتر در اعتراضات ایران، بیش از ۵۱ درصد از نظرسنجی‌شوندگان این نقش را مثبت ارزیابی کرده‌اند» (Brookings, 2009) و این ناشی از انگاره‌ای است که شبکه‌های اجتماعی از حکومت ایران پدید آورده‌اند.

«در همه روزهای اعتراضات، روزنامه‌های ایران تحت سانسور شدید دولتی قرار داشتند، ارتباطات تلفنی و ارسال پیامک کوتاه قطع شد، بسیاری از وب‌سایت‌های حامی جنبش سبز و کاندیدای مورد حمایت آن‌ها فیلتر شده یا تعطیل شده‌اند و در چنین شرایطی، توئیتر ناگهان مورد

توجه شدید مردم ایران برای ارتباط با یکدیگر قرار گرفت. با وجودی که توئیتر در ایران فیلتر است، مردم ایران به خوبی از راه‌های عبور از فیلتر باخبر شدند. سانسورهای حکومتی مراجعۀ مردم ایران به توئیتر را افزایش داد و مردم از طریق این شبکه، که پیش‌تر آن را نداشتند، پیام‌های بی‌شماری به زبان‌های انگلیسی و فارسی منتشر می‌کردند که خود آن‌ها باز توسط سایر اعضای شبکه در خارج و داخل بازنشر شده و از آن‌جا به سایر شبکه‌های دیگر اجتماعی نظیر فیس‌بوک و یوتیوب راه می‌یافتند. از این طریق توئیتر به یکی از اصلی‌ترین منابع خبری تبدیل شد که اطلاعات را از سطح خیابان و شرایط واقعی به مخاطبان داخلی و خارجی ارائه می‌کرد» (Grossman, 2009).

جهت‌دهی افکار عمومی یا سوءگیری

آنچه برجسته‌سازی، چارچوب‌بندی، و زمینه‌سازی را کامل می‌کند و می‌تواند اذهان و افکار عمومی را برای ساخت انگاره‌های مدنظر آماده کند سوءگیری است. همان‌گونه که در فصل یک اشاره کردیم، کاستلز به نقل از انتمن یادآور می‌شود که به‌جز این‌ها «یک یکپارچگی تحلیلی بین برجسته‌سازی، چارچوب‌بندی، و زمینه‌سازی، تحت مفهوم سوءگیری^۱ وجود دارد. سوءگیری عمدتاً دارای سه مفهوم است: الف) سوءگیری انحرافی: که اشاره به اخباری دارد که عمدتاً تحریف‌کننده و واقعیت هستند؛ ب) سوءگیری محتوایی: که اشاره به الگوهای پایدار در چارچوب‌بندی رسانه‌های ارتباطی دارد و نفوذ یک طرف را در منازعات برای استفاده از قدرت دولت افزایش می‌دهد؛ ج) سوءگیری در تصمیم‌گیری: اشاره به انگیزش‌های رسانه‌های حرفه‌ای که محتوای جانب‌دارانه تولید می‌کنند و با گردهم‌آوردن این سه مکانیسم تأثیرگذار بر افکار عمومی، رسانه‌ها نه تنها به مخاطبان خود می‌گویند در مورد چه چیزی فکر کنند، بلکه چگونگی تفکر را نیز به آن‌ها القا می‌کنند» (Entman, 2007). انتمن در این خصوص می‌گوید: «از طریق چارچوب‌بندی است که بازیگران سیاسی به متونی شکل می‌دهند که بر اولویت‌ها و ملاحظات و ملاحظاتی که مردم در مورد آن فکر می‌کنند، تأثیر گذاشته یا اهمیت می‌دهند؛ چراکه موجزترین تعریف قدرت توانایی وادار کردن دیگران به انجام چیزی است که یک نفر می‌خواهد هست. «گفتن به مردم که چگونه در مورد مسائل فکر کنند» روشی است که می‌توان به واسطه

¹ Bias

آن در نظام‌های سیاسی غیرتحکمی و (تا درجه محدودتری نظام‌های سیاسی قهرآمیز) اعمال نفوذ نمود» (Entman, 2007).

براساس گزارش جامعی که مؤسسه رند آمریکا درباره نقش توئیتر در ناآرامی‌های بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران منتشر کرده است از ۱۷ ژوئن ۲۰۰۹، مصادف با ۲۷ خرداد ۸۸، تا هشتم فوریه ۲۰۱۰ مصادف با نهم اسفند ۱۳۸۸، ۲،۶۷۵،۶۷۹ توئیت توسط ۱۲۴،۵۶۳ کاربر مشخص منتشر شده است که همگی حاوی هشتگ IranElection بوده‌اند. هم‌چنین براساس گزارش وبلاگ رسمی توئیتر، هشتگ IranElection دومین هشتگ پرطرفدار و محبوب جهان در سال ۲۰۰۹ بوده است (Elson, Yeung and others, 2012).

مجله تایم آمریکا در گزارش مبسوطی از نقش توئیتر در تهییج و سازمان‌دهی معترضان، نکات حائزاهمیتی را که مرتبط با مسائل مطرح‌شده درخصوص سوءگیری است منتشر کرده و می‌نویسد: «نکته حائزاهمیت درخصوص میلیون‌ها توئیتی که در خلال اعتراضات پس از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران منتشر می‌شود این است که پیام‌های توئیتری مانند سایر پیام‌های رسانه‌ای خالی از اشکال، خالی از اهداف، و سوءگیری‌های سیاسی نیستند. بخش عمده‌ای از اطلاعات درباره رویدادهای کنونی ایران که در توئیتر در حال چرخش است، آشفته، با اهداف شخصی، و کاملاً غیرقابل راستی‌آزمایی هستند. تأیید اعتبار منابع خبری کاملاً غیرممکن است. هم‌چنین، اصلاً مشخص نیست که چه کسانی از داخل ایران در حال استفاده از توئیتر هستند، خصوصاً توئیت‌هایی که به زبان انگلیسی منتشر می‌شود. ازسوی دیگر، شواهدی در دست است که نشان می‌دهد بخش عمده‌ای از توئیت‌های انبوه توسط یک زنجیره از ایرانیانی منتشر می‌شود که اصلاً در ایران نیستند و به‌جای این که صدای معترضان داخل خیابان‌ها را که تمایل یا دسترسی به رسانه‌های عمومی ندارند منعکس کنند، صرفاً اظهارات ناظران غربی را بازتاب می‌دهند» (time, 2009).

به‌دیگر معنی، توئیتر و گردانندگان یا بازیگران اصلی حاضر در این شبکه اجتماعی، صحنه‌ای تحریف‌شده از واقعیت سیاسی انتخابات ریاست‌جمهوری را در پوشش اطلاع‌رسانی از علل بحران یا منازعاتی که گریبانگیر بخش‌های مختلفی از نخبگان کشور است ارائه می‌کردند که مطلوب سیاست خارجی آمریکا بود. درواقع، این اصلی‌ترین کارکرد استفاده از تکنیک برجسته‌سازی، زمینه‌سازی، و

چارچوب‌بندی در رسانه‌ها برای ارائه تصویر به‌گونه‌ای است که مطلوب جریان صاحب قدرت و صاحب شبکه است. در این‌گونه مواقع آن‌ها تصویری را که نخبگان یا صاحبان قدرت دوست دارند بازتولید شود، به مردم نشان می‌دهند. این شیوه همان شیوه‌ای است که رسانه‌های آمریکایی – انگلیسی، برای انسانی جلوه‌دادن حملات هوایی آمریکا به افغانستان و عراق در سال‌های اولیه قرن بیست‌ویکم انجام دادند و حقایق را تحریف کردند و از جنگ تصویری را که مطلوب خود بود به افکار عمومی ارائه دادند (تاکیس، ۱۳۸۶).

ارتباط با توده‌ها

شبکه‌های مجازی به‌علت برخورداری از آزادی‌های نامحدود، سرعت در انتشار و انتقال اطلاعات، و امکان داشتن ناشناس ماندن برای فعالان آن مجال برای ارتباطات وسیع و گسترده و امن افراد با یکدیگر محسوب می‌شوند. «یکی از اهداف دیپلماسی دیجیتال وزارت خارجه آمریکا، شکستن فضای بسته رسانه‌ای در کشورهایی مانند چین، روسیه، ایران، و ... از طریق داشتن ارتباط مستقیم و فیلترنشده با مردم این کشورها بوده است. این کار باید به‌طور مستقیم از طریق سفرا و دیپلمات‌های این کشور صورت گیرد. نحوه ارتباط‌گیری و ارسال پیام برای مخاطبان انبوه یا گروه‌های هدف، از طریق رسانه‌های اجتماعی است» (Elder, 2012).

همان‌گونه که پیش‌تر بحث شد، مهم‌ترین هدف وزارت خارجه آمریکا از دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی ارتباط برقرار کردن مستقیم با توده‌ها و انبوه مخاطبان عام خصوصاً در کشورهایی است که به‌هردلیلی دسترسی‌های رسمی در آن‌ها وجود ندارد. هارولد پاچیوس^۱ مشاور دیپلماسی عمومی در وزارت امور خارجه ایالات متحده، معتقد است اگر مخاطبان خارجی آمریکا را بهتر بشناسند، عاشق و شیفته آن می‌شوند. این جمله در دوران معاصر به شعار محوری و اصلی دیپلماسی عمومی آمریکا تبدیل شده و یکی از اهداف دیپلماسی دیجیتال آمریکا محسوب می‌شود (Ross, 2017). در راستای همین شعار ایالات متحده جهان را مخاطب قرار می‌دهد و به‌صورت نامتقارن به ارسال پیام می‌پردازد. وزارت امور خارجه که مسئول دیپلماسی است و بیش‌ترین تلاش‌ها را در عرصه خارجی دارد، به

¹ Harold Pachios

دیپلماسی عمومی نه به منزله ابزار گفت‌وگو، بلکه به مثابه عملی یک‌جانبه و کاملاً یک‌سویه نگاه می‌کند و در واقع آمریکا جهان را مخاطب ارزش‌ها و ایده‌های خود قرار داده است (فاضلی، افضل‌ی، ۱۳۹۴). به عبارت دیگر، می‌توان گفت وزارت خارجه آمریکا در دوره هیلاری کلینتون قدرت سیاست خارجی این کشور را در زمینه ارتباط برقرار کردن با انبوه مردم و تأثیرگذاری بر قلوب و اذهان آنها به طرز قابل توجهی افزایش داده است.

از این رو، اهمیت گفت‌وگوی بدون واسطه با توده‌های مردم و شهروندان کشورهای جهان، خصوصاً کشورهای ناهم‌سو با منافع آمریکا از جمله ایران اگر یکی از اصلی‌ترین اهداف دیپلماسی دیجیتال ایالات متحده آمریکا نباشد، قطعاً یکی از مهم‌ترین اهداف آن است. هیلاری کلینتون در کتاب خاطرات خود در خصوص اهمیت این موضوع می‌نویسد: «هنگامی که مایک مک‌فاول، استاد علوم سیاسی دانشگاه استنفورد و کارشناس مسائل روسیه در شورای امنیت ملی، به عنوان سفیر جدید دولت آمریکا در حال اعزام به مسکو بود، از او خواستم تا راه‌های جدیدی پیدا کند تا از طریق آن بتوانیم به دور از محدودیت‌های اعمال‌شده از سوی دولت روسیه، به طور مستقیم با شهروندان این کشور گفت‌وگو کنیم. من به او گفتم: مایک، سه چیز را فراموش نکن؛ قوی باش، با خارج از جمع نخبگان ارتباط داشته باش، و در به‌کارگیری هر نوع فناوری که می‌تواند به تو کمک کند تا به مردم دسترسی داشته باشی، تردید نکن» (کلینتون، ۱۳۹۴).

از رهبرسازی تا ایجاد بحران در رهبری

رهبرسازی در شبکه‌های اجتماعی یکی دیگر از مؤلفه‌ها و ویژگی‌های دیپلماسی دیجیتال آمریکا بوده است. فضای شبکه‌های اجتماعی این امکان را فراهم می‌کنند تا کاری را که پیشتر رسانه‌های جریان اصلی از جمله رادیو و تلویزیون و مطبوعات انجام می‌دادند با سهولت و سرعت بیشتر انجام دهند. «رسانه‌ها رهبران را شناخته‌شده می‌کنند و در نبردهای آنها، پیروزی‌ها و شکست‌های آنها حضور می‌یابند؛ چراکه روایات رسانه‌های امروزی نیاز به قهرمانان و افراد شرور و قربانیانی که بایستی نجات داده شوند (شهروندان) دارد، اما رهبران بالقوه بایستی خود را در جایگاه‌های مناسب رسانه‌ای قرار دهند و با استفاده از هر وسیله ممکن به نشان‌دادن حقه‌های رقبا خود (یا فضایل خود، در آن

موضوع) برای مردم پردازند. آن‌ها می‌توانند این کار را با خلق حوادثی که رسانه‌ها را مجبور می‌کند تا توجهات خود را به آن معطوف دارند ایجاد کنند» (کاستلز، ۱۳۹۳).

این کارکرد در مواقع انقلاب و آشوب و ظهور جنبش‌های مختلف اجتماعی برجسته‌تر می‌شود و در این برهه‌ها نام و چهره برخی اشخاص به صورت ناگهانی بر سر زبان‌ها می‌افتد. فضای مجازی افراد را به سرعت و بدون آن‌که از توانمندی، سابقه، یا تبحر خاصی برخوردار باشند روی موج احساسات نگاه می‌دارد و ممکن است اگر آن‌ها جسارت و توانمندی لازم برای به دست‌گیری موج احساسات توده‌ها را داشته باشند، به رهبر عملی میدان تبدیل شوند. باین‌همه، جرد کوهن^۱ از دستیاران اصلی هیلاری کلینتون در امور دیپلماسی دیجیتال که در دو فصل قبل به اقدامات و توانایی‌های او اشاره کردیم، می‌گوید: «فناوری نمی‌تواند به تنهایی دنیا را تغییر دهد. در واقع، اگرچه فناوری این امکان را فراهم می‌سازد تا مردم بسیار بیش‌تری درگیر کنش‌های مدنی، انقلاب‌ها و در نهایت اصلاحات شوند، اما هنوز نیازمند رهبر هستند و فناوری این توانایی را ندارد که رهبران قدرتمندی را که توان اداره امور را داشته باشند و برنده شوند، شناسایی کند. از این‌رو، در آینده انقلاب‌ها خیلی راحت‌تر از حالا آغاز می‌شوند، اما بسیار سخت‌تر به پایان می‌رسند» (Lee, 2012).

اما به همان اندازه که فناوری قادر به تعیین و معرفی رهبران مقتدر نیست، قادر به ایجاد تشنت و برهم‌زدن رهبری واحد هست. به بیان دیگر، شبکه‌های اجتماعی به شدت برهم‌زننده توازن قدرت در همه بخش‌های اجتماعی و از جمله از بین بردن رهبری و مدیریت واحد هستند. در حالی که «رویکرد ما به رهبری و مدیریت هنوز سفت و سخت ریشه در مدل ماشینی و مکانیکی دارد، جایی که همه تصمیم‌گیری‌ها و کنترل‌ها از بالا انجام می‌گیرد و سایرین قرار است زنجیره‌ای از دستورات را بدون چون‌وچرا اجرا کنند» شبکه‌های اجتماعی به کلی این رویکرد را به چالش کشیده‌اند. «این رویکرد به رهبری در همه صد سال گذشته جواب داده است، اما دنیای رسانه‌های اجتماعی امروز رویکردهای تازه‌ای را می‌طلبد» (Notter, 2018).

¹ Jared Cohen

شبکه‌های اجتماعی و «توئیتر به‌طور مشخص با آن محدودیت‌های ویژه‌ای که دارند، درست کارکرد یک لنز تحریف‌کننده را دارد. طیف گسترده‌ای از توئیتهای با اطلاعات ناقص یا اندکشان هرگز قادر نیستند تصویر درستی از ماجرا ارائه کنند — آنها یک تصویر غول‌پیکر ناقص یا به عبارتی یک تصویری کاریکاتوری از واقعیت یا آنچه در جریان است ارائه می‌کنند. مخصوصاً اگر همه در حال توئیتهای یک چیز باشند. یک دروغ یا نیمی از حقیقت که از طریق توئیتر پخش می‌شود، تأثیری به مراتب بیشتر و سریع‌تر از شایعات قدیمی بر جای می‌گذارد» (Stern, 2014). این شایعات مستقیماً عقلانیت مخاطب را از کار انداخته و احساسات او را برمی‌انگیزند و زمانی که احساسات افراد جامعه تحریک شد قضاوت‌ها، وفاداری‌ها، و دلبستگی‌های حزبی، اعتقادی، مذهبی، و حتی سیاسی آنها به رهبران تخریب می‌شود یا کلاً از بین می‌رود. مانوئل کاستلز این وضعیت را این‌گونه تبیین کرده است: «عواطف، قضاوت‌های سیاسی را از دو طریق تحت‌تأثیر قرار می‌دهد: (۱) وفاداری به احزاب، نامزدها، و یا رهبران فکری، مبتنی بر دلبستگی به این رهبران است؛ (۲) ارزیابی انتقادی از احزاب، نامزدها، و یا رهبران فکری، مبتنی بر محاسبات عقلانی و تحت‌تأثیر افزایش اضطراب قرار دارد. در هر دو مورد، عقلانیت به‌تنهایی تعیین‌کننده تصمیم‌گیری نیست، بلکه آن پردازش اطلاعات در سطح دوم است که وابسته به عواطف فعال شده است» (کاستلز، ۱۳۹۳). از این‌رو، روشن است که شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر در زمان بحران و ناآرامی اولاً، افرادی را که ممکن است صلاحیت‌های لازم برای مدیریت و رهبری نداشته باشند در حد رهبر یا چهره‌های برجسته یک جریان اجتماعی معرفی می‌کند و ثانیاً، رهبری و مدیریت واحد موجود در جامعه را از بین می‌برد و این‌گونه زمینه‌های لازم برای هرج‌ومرج و اغتشاش بیشتر آماده می‌شود.

جمع‌آوری اطلاعات

«بزرگ‌ترین تغییری که توئیتر برای سیاست خارجی آمریکا پدید آورده، دسترسی بیشتر به اطلاعات فیلترنشده و مشارکت جهانی بدون توجه به ملیت یا موضع سیاسی بوده است» (Sotiriu, 2015). جیمز کارافانو، کارشناس برجسته مسائل امنیت ملی آمریکا و از منتقدان سیاست خارجی این کشور، در گزارش مبسوطی که از نقش شبکه‌های اجتماعی در ناآرامی‌های سال ۲۰۰۹ ایران برای بنیاد

هریتیج تهیه کرده است به دو دسته مهم از اطلاعاتی که از داخل ایران به دست می‌آیند اشاره کرده است: (۱) از طریق روزنامه‌نگاران، عکاسان، و فعالان خبری، سیاسی داخلی و خارجی؛ و (۲) از طریق شهروندان روزنامه‌نگار (Carafano, 2009).

نقش توئیتر به‌منزله «منبع مهمی از اطلاعات در حکومت‌های اقتدارگرا روندی است که توسط دولت ایالات متحده آمریکا در ژوئن ۲۰۰۹ و در خلال انتخابات جنجال‌برانگیز ریاست‌جمهوری ایران، به رسمیت شناخته شد. در آن زمان هیلاری کلینتون وزیر امور خارجه آمریکا رسماً از توئیتر خواست تا برنامه تعمیرات و ارتقای سیستم خود را که باعث می‌شد مدتی این شبکه اجتماعی از دسترس خارج شود، به تأخیر بیندازد تا ایرانیان معترض به نتیجه انتخابات بتوانند از طریق این شبکه اجتماعی فعالیت خود را ادامه دهند. برای دولت آمریکا که به مدت سه دهه هیچ رابطه دیپلماتیک و رسمی با ایران نداشت این وسیله مناسبی بود تا به اطلاعات داخل ایران دسترسی یابد. این موضوع نشان می‌دهد رسانه‌های اجتماعی نه تنها برای شهروندان، بلکه برای دولت‌ها نیز به‌عنوان یک منبع مهم برای کسب اطلاعات دیپلماتیک بالقوه محسوب می‌شوند» (Storck, 2011).

برخی از محققان داخلی ایرانی نیز بر این باورند که اگر بتوان چند نقش اساسی برای توئیتر در ناآرامی‌های بعد از انتخابات سال ۸۸ برشمرد، یکی از آن‌ها اطلاع‌رسانی به مخاطب بیرونی اعم از مخاطبان عام یا خاص بوده است. «شاید سؤال مطرح شود که مردم در وقایع سال ۸۸ از کجا اطلاعات کسب می‌کردند یا تجمعات چگونه شکل می‌گرفت؟ جواب ماهواره، وب‌سایت‌های خبری، فیس‌بوک و حتی برخی شبکه‌های اجتماعی داخلی است. شک دارم در بین افرادی که در تجمعات سال ۸۸ بازداشت شدند افرادی زیادی اعلام کرده باشند که از طریق توئیتر از شکل‌گیری آن آگاه شده بودند.

مشخصاً در آن زمان فیس‌بوک منبع شناخته‌شده و بسیار پررنگ‌تر برای کسب اطلاعات توسط کاربران ایرانی بوده است، اما چرا نام توئیتر در آن زمان مطرح شد؟ حقیقت این است که توئیتر چیزی داشت که در فیس‌بوک چندان جدی نبود و در واقع امروز هم همین عامل باعث مطرح شدن توئیتر در وقایع نسبت به فیس‌بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی است و آن هشتم و جست‌وجوی آسان در کل نوشته‌های اخیر کاربران است.

توئیتر در آن زمان مورد استفاده کاربران ایرانی (در ایران یا خارج از کشور) قرار گرفت که با زبان انگلیسی وقایع ایران را می‌نوشتند. چنین شرایطی توئیتر را ابزاری برای دریافت اطلاعات از وضع موجود برای خبرنگاران خارج از کشور تبدیل کرد.

درواقع، توئیتر در سال ۱۳۸۸ نقش و کارکرد خاصی در تحریک یا اطلاع‌رسانی به مردم داخل کشور نداشته است و کارکرد آن دریافت سریع‌تر خبر و اطلاعات از حوادث ایران برای رسانه‌ها یا منابع خارج از کشور بوده است» (شیرازی، ۱۳۹۶).

ایجاد اغتشاش و براندازی

تغییر رژیم^۱ در ایران همواره یکی از گزینه‌های روی میز برای مقامات ایالات متحده آمریکا بوده است. سیمور هرش، روزنامه‌نگار نیویورکر، در گزارشی فاش کرده است که در اواخر دوره بوش، فقط در یک پروژه مخفی برای «براندازی رژیم مذهبی در ایران»، چهارصد میلیون دلار اختصاص داده شده است، همین روش مبتنی بر ایجاد اغتشاش و ناآرامی در ایران در دوره اوباما با شدت بیشتری دنبال شده است. هنری کیسینجر، وزیر خارجه پیشین ایالات متحده آمریکا نیز بارها بر ضرورت تغییر رژیم در ایران تأکید کرده است و افزوده است اگر این تغییر رژیم از داخل ایران و از طریق انقلاب‌های رنگی صورت نگیرد، باید از بیرون و با اقدام نظامی و با کمک گرفتن از مخالفان رژیم این موضوع عملی شود (Lendman, 2017). اگرچه همه انقلاب‌های توئیتری منتج به تغییر رژیم نشده‌اند، همه آن‌ها به اغتشاش، خون‌ریزی، ناآرامی، و ایجاد شکاف میان جامعه و حاکمیت منجر شده‌اند. اگر انقلاب توئیتری در ایران در سال ۲۰۰۹ به تغییر رژیم منتج نشد، اما در بهار عربی چند حکومت تغییر کردند (Browning, 2013). در سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۲ جمهوری اسلامی ایران یکی از کشورهایی بود که همراه با کوبا، ونزوئلا، فیلیپین، و مولداوی هدف طرح اغتشاش از طریق توئیتر بوده‌اند (Theguardian, 2014).

آلن گراس^۲، یکی از پیمان‌کاران اداره توسعه بین‌المللی آمریکا که در خلال رسوایی توئیتر کوبایی^۲ دستگیر شد، در برابر کمیته تحقیقاتی سنای آمریکا اذعان کرد که یکی از عوامل محرک آن‌ها

¹ Regime Change

² Alan Gross

در به‌کارگیری این شیوه در کوبا تجربه موفق آمریکا در ایجاد اغتشاشات و ناآرامی در انتخابات ریاست‌جمهوری ایران بوده است: «ما نقش رسانه‌های جدید و شبکه‌های اجتماعی در حوادث مربوط به انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۰۹ ایران را بررسی کردیم که نشان می‌دهد این شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی ایفا کرده و به‌اعتقاد ما یک ابزار مهم در سیاست خارجی هستند» (independent, 2014). در اسناد مختلف دیگری کارمندان یو.اس.اید تأکید کرده‌اند که استفاده از پیام‌های توئیتری و مدیریت پیامکی در تحریک و شوراندن جوانان باهوش و مستعد در مولداوی و فلیپین هم مؤثر بوده است (independent, 2014). پیشنهاد عملکرد دیپلماسی عمومی آمریکا نشان‌دهنده آن است که اگرچه این روش دیپلماسی عمومی لزوماً اغواگرانه و غیرصادقانه است و تعهدی هم به حقیقت ندارد، از آن‌روست که با دیدگاه «هدف وسیله را توجیه می‌کند» دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا هرگونه استفاده از دروغ و اطلاعات فریب‌کارانه (تبلیغات سیاسی سیاه) و پنهان‌کاری درباره منبع پیام‌هایش را (تبلیغات سیاسی خاکستری) مجاز می‌شمارد. در مواقعی هم به استفاده گزینشی از واقعیات (تبلیغات سیاسی سفید) روی می‌آورد (Botes, 2007).

سفارت مجازی

ایجادکردن سفارت مجازی برای ایران را می‌توان یکی دیگر از اقدامات چشمگیر وزارت‌خارجة آمریکا در حوزه دیپلماسی دیجیتال در قبال ایران ارزیابی کرد. ایالات متحده آمریکا در دسامبر ۲۰۱۱ به‌منظور راه‌بری سیاست‌های خود در قبال ایران به‌صورتی منسجم و هدفمند، اقدام به تأسیس سفارت مجازی برای جمهوری اسلامی ایران کرد. برای این منظور هیلاری کلینتون، وزیر امور خارجة آمریکا، در شبکه BBC فارسی حضور یافت و با مخاطبان فارسی‌زبان درمورد موضوعات متنوع بین جمهوری اسلامی ایران و آمریکا گفت‌وگو کرد.

در این مصاحبه کلینتون ایده جدیدی را مطرح کرد که آن فعال‌سازی سفارت مجازی آمریکا در ایران بود. ایده سفارت مجازی می‌تواند جدیدترین ابتکار دولت اوباما برای ارتباط با ایرانیان در نظر گرفته شود. بعد از بیش از سی سال قطع رابطه ایران و آمریکا و نداشتن سفارت در ایران، دولت

¹ USAID

² Cuban Twitter

اوباما برای اهداف دیپلماسی خود به ایجادکردن سفارت مجازی اقدام کرد و تلاش دارد تا از طریق این سایت و تأثیرگذاری بر مردم ایران سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران را متأثر کند. وزیر خارجه آمریکا گفت که سفارت آنلاین برای جمهوری اسلامی ایران هدفش افزایش ارتباطات با مردم ایران است (VOA, 2011). وزیر خارجه آمریکا در سخن رودرو بازنویس فارسی به مردم ایران گفت: به‌خاطر این‌که آمریکا و جمهوری اسلامی ایران روابط دیپلماتیک ندارند، ما فرصت‌های مهمی برای گفت‌وگو با شما را از دست می‌دهیم. این یک فضای مناسب برای آمریکاست تا با هر کسی (به‌صورت باز و بدون ترس) ارتباط برقرار کند و درباره ایالات متحده و درباره سیاست‌های ما، درباره فرهنگ ما و درباره مردم آمریکا بیش‌تر بداند (USembassy, 2018).

اولین ابتکار را درخصوص راه‌اندازی سفارت مجازی در سال ۲۰۰۷ کشور سوئد به‌کار برد. این کشور اعلام کرد به‌زودی یک سفارت مجازی در زندگی دوم^۱ ایجاد خواهد کرد، وب‌سایتی مجازی با یک جامعه آنلاین قدرتمند، ولی نهایتاً مالدیو اولین سفارت مجازی را راه‌اندازی کرد و سوئد با اندکی اختلاف‌زمانی دومین سفارت مجازی را ایجاد کرد. به‌نظر می‌رسد که ایده سفارت مجازی از این ابتکار عمل سوئدی‌ها گرفته شده باشد.

اهداف آمریکا از راه‌انداختن سفارت مجازی

صدای آمریکا در همان روز هدف از گشایش این سفارت مجازی را برای ایران از بین بردن شکاف بین ایرانیان و آمریکاییان، که از زمان قطع رابطه دیپلماتیک دو کشور در بیش از سی سال پیش به‌وجود آمده، دانست و نوشت: «هیلاری کلینتون، وزیر امور خارجه آمریکا، این پروژه بی‌سابقه اینترنتی را یک وسیله تماس برای برقراری بدون ترس بین دو ملت نامیده است. در ویدئوی استقبال وب‌سایت سفارت، خانم کلینتون با اشاره به فناوری‌های جدید گفت: ایرانیان می‌توانند اطلاعات مربوط به فرصت‌های تحصیلی در آمریکا و یا اخذ ویزا برای بازدید از آمریکا را جست‌وجو و پیدا کنند. مقام‌های وزارت امور خارجه آمریکا گفتند: سفارت مجازی می‌تواند مشکل ایرانیان در ترتیب‌دادن سفر به آمریکا را کاهش دهد. این وب‌سایت با هدف افزایش تعداد دانشجویان ایرانی در

¹ Second Life

آمریکا هم‌چنین راه‌های موجود برای دانشجویان ایرانی که به دنبال ادامه تحصیل در دانشگاه‌های آمریکا هستند را ارائه می‌کند. ون‌دی شرم‌ن، معاون وزیر امور خارجه آمریکا در امور سیاسی نیز در این خصوص گفت: هدف این پروژه آنلاین این است که «پرده الکترونیکی» را که توسط تهران برای جلوگیری از پیوندهای اینترنتی میان ایرانیان و جهان خارج برافراشته شده است، از میان بردارد (صدای آمریکا، ۱۳۹۰).

وزارت امور خارجه آمریکا هدف از این اقدام را بازکردن خط ارتباطی بین مردم ایران و آمریکا و ایجاد مانعی در برابر تلاش دولت ایران برای قطع مردم خود از دنیای خارج از طریق اینترنت دانست و اعلام کرد سفارت مجازی به معنای راهی برای دسترسی مستقیم و بی‌واسطه مردم ایران به اطلاعات درمورد آمریکاست (State.gov, 2011). داگلاس فرانترز، دستیار جان کری وزیر خارجه وقت آمریکا و رئیس دفتر روابط عمومی وزارت خارجه، در تشریح اهداف آمریکا در راه‌اندازی سفارت مجازی برای ایران گفته است: «چون آمریکا در ایران سفارت‌خانه ندارد و استفاده از شبکه‌های ارتباط اجتماعی نظیر توئیتر در ایران ممنوع است، آمریکا از طریق راه‌اندازی وب‌سایت سفارت‌خانه مجازی به ایران وارد شده است. ما باید به هر طریق به آن‌جا دسترسی داشته باشیم. سفارت‌خانه مجازی ویژه ایران به محلی برای دریافت صدای تندرهای مخالف آمریکا تبدیل شده است. عده‌ای در ساختمان وزارت خارجه آمریکا در ارتباطی مستمر با وب‌سایت‌های تندر در سراسر جهان هستند تا هم نظرات آن‌ها را دریافت کنند و هم مواضع آمریکا را تشریح کنند. ما این کار را در مناطق دیگر دنیا به زبان‌های دیگر هم انجام می‌دهیم این گفت‌وگوها به زبان‌های پنجابی، عربی، سومالیایی، اردو، و اخیراً با توجه به گرایش گروه‌های تندر به انگلیسی به زبان انگلیسی هم انجام می‌شود» (Frantz, 2014).

ارزیابی مدارک لازم برای صدور ویزا، تعدادی از وظایف کنسولی (ثبت ولادت و وفات، ازدواج‌ها، گواهی تحصیلی، وکالت برای رأی‌دادن، حقوق بازنشستگی و ...)، پاسخ به سؤالات درخصوص کشور (توریسم، اطلاعات ویزا، ارتباطات تجاری و ...)، و هم‌چنین مطبوعات، اطلاعات،

¹ Douglas Frantz

و اخبار از جمله موضوعاتی است که می‌توان در قالب سفارت مجازی گروه‌بندی و به آن اشاره کرد. نکته دیگر آن‌که در اصول فضانوردی پرواز و حرکت هم‌زمان یک دسته ماهواره کوچک به‌خوبی عملکرد یک ماهواره بزرگ (مانند ماهواره هابل) است و این اصل درمورد مفهوم سفارت مجازی نیز صادق است. می‌توان یک فرد مجرب را سفیر منطقه‌ای کرد که اختیار دست‌ور دادن داشته باشد، گروهی از سفرای تازه‌کار را در پایتخت کشورها هماهنگ و راهنمایی کرد تا درمورد بسیاری از موضوعات منطقه‌ای به اجماع و نظری یکدست برسند، و درمورد بحران‌ها نیز یک نظر داشته باشند. او هم‌چنین می‌تواند افراد را متناسب با نیازها، دسته‌بندی کند، اما بعد از جلوگیری از دسترسی به این وب‌سایت جی کارنی، منشی مطبوعاتی کاخ سفید در بیانیه‌ای گفت: «تلاش‌های دولت جمهوری اسلامی ایران برای جلوگیری از دسترسی مردم خود به سفارت مجازی آمریکا در تهران را محکوم می‌کنیم و از طریق این اقدام، دولت ایران یکبار دیگر تعهد خود را با ساخت پرده الکترونیکی نظارت و سانسور در اطراف مردم زیر سؤال برد.» البته این واکنش‌ها در فضای تهییج افکار عمومی و ایجاد جو رسانه‌ای شکل گرفته بود و دیگر مسئولان آمریکایی نیز به این امر دامن می‌زدند. شرمن گفت: «ما فکر می‌کنیم با این اختلال ما باید توانایی فنی آن را دریافت کنیم و ما متعهد به انجام همه چیز هستیم و شما می‌توانید مطمئن شوید که اطلاعات از طریق مختلف برای مقابله با اقدامات جمهوری اسلامی ایران در اختیار شما قرار داده می‌شود.»

وندی شرمن، معاون وزیر خارجه وقت آمریکا، در زمان معرفی سفارت مجازی آمریکا در کنفرانس خبری واشنگتن نیوز اعلام کرد آمریکا به دنبال گفت‌وگو با مردم معمولی ایران است و آن‌ها با دولت خودشان بسیار متفاوت هستند. شرمن تأکید داشت این یکی دیگر از تلاش‌های متعدد ما برای ایجاد ارتباط و تبادل فرهنگ و اطلاعات به‌صورت مستقیم با مردم ایران است. او هم‌چنین در کمیته روابط خارجی سنای آمریکا در دسامبر ۲۰۱۱، زمانی که پیرامون سیاست ایالات متحده در برابر جمهوری اسلامی ایران سخن می‌گفت، با گریزی به بحث دیپلماسی دیجیتال از سفارت مجازی و شبکه‌های اجتماعی یاد کرد. «ما به آن دسته از ایرانیانی که می‌خواهند دولت خود را پاسخ‌گو سازند با دسترسی به رسانه‌ها، و برنامه‌های تبادل کمک می‌کنیم. سفارت مجازی ما در تهران به‌زودی برای ارائه اطلاعات دقیق درمورد سیاست، ویزا، و فرصت‌های آموزشی ایالات متحده راه‌اندازی خواهد

شد. ما هم‌چنین مردم ایران را از طریق رسانه‌های اجتماعی، از جمله صفحه فیس‌بوک و یک حساب توئیتر فارسی، و از طریق ابزارهای رادیو و تلویزیون ما، صدای فارسی آمریکا و رادیو فردا همراه خواهیم کرد. ما در حال جلوگیری کردن از اقدامات جمهوری اسلامی ایران برای جلوگیری از مسدود کردن سیگنال‌های ماهواره‌ای و ازسوی دیگر، تصویب مجوزهای نرم‌افزاری است که جریان آزاد اطلاعات را تسهیل می‌کند. این اقدامات برای روشن شدن تمایل صادقانه برای تعامل با مردم ایران و گسترش بیشتر بحث‌های داخلی در میان رهبران جمهوری اسلامی ایران است» (VOA, 2011).

سفارت مجازی آمریکا مأمور است تا در چارچوب دیپلماسی دیجیتال وزارت امور خارجه آمریکا مبلغ ارزش‌های آمریکایی، حامی اینترنت آزاد، و مدافع حقوق بشر باشد و توسعه ارتباطات، مبارزه با سانسور، مشارکت و ارتباط برقرار کردن بی‌واسطه با توده‌های مردم، پاسخ‌گویی به سؤالات مردمی که علاقه‌مند به آمریکا هستند، حمایت از تمامی تلاش‌ها برای مبارزه با روش‌های مسدود کردن اینترنت را دنبال کند (State.gov, 2018).

سفارت مجازی در زبان فارسی و انگلیسی برنامه‌های کاربردی گرفتن ویزا، اخبار ایالات متحده، اطلاعات درمورد دانشجویان جمهوری اسلامی ایرانی دانشگاه آمریکایی، و تحصیل در ایالات متحده را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد. در بخشی دیگر از سایت با نام سفیران مجازی موسیقی برای جمهوری اسلامی ایران افرادی به معرفی موسیقی جاز و انواع آهنگ‌های آمریکایی و ارتباط با مردم ایران می‌پردازند. در بخشی از سایت با اشاره به تأمین بودجه تحصیل در آمریکا روایت دانشجویی را بررسی می‌کند. قسمتی از سایت سفارت مجازی به سیاست‌های ایالات متحده در زمینه صدور روایت و زمینه‌های مهیا و امکانات مناسب برای ایرانیان مسلمان اشاره می‌کند و در قسمت دیگری از آن حقوق بشر جهانی و جامعه مدنی و اینترنت در قرن بیست و یکم و زندگی به سبک آمریکایی و ارتباط فرهنگ‌ها و دهکده جهانی به‌طور تفصیلی بررسی می‌شود.

جمع‌بندی

وزارت امور خارجه ایالات متحده ظرفیت فوق‌العاده فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات را که بخشی از آن در قالب شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر به منصفه ظهور رسیده است در مسیر اهداف سیاست خارجی خود و در پوشش دیپلماسی دیجیتال به خدمت گرفت و از این طریق به برخی از اهداف خود دست یافته است. وزارت خارجه آمریکا با حمایت از گسترش اینترنت آزاد و تجهیز فناوری‌های مبارزه با سانسور و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات در جمهوری اسلامی ایران توانسته است چهره نامطلوبی از حکومت ارائه کند و با جهت‌دهی به افکار عمومی از طریق، چارچوب‌بندی، برجسته‌سازی، و زمینه‌سازی در شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر مخالفان نظام را سازمان‌دهی کند یا از ناآرامی‌های ناشی از اختلافات درباره نتیجه انتخابات ریاست‌جمهوری برای پیش‌برد مقاصد خود استفاده کند. ایالات متحده آمریکا هم‌چنین توانسته است از طریق دیپلماسی دیجیتال و برقرارکردن ارتباط مستقیم با انبوه مخاطبان ایرانی از طریق شبکه‌های اجتماعی تصویر برجسته‌ای از فساد، ظلم، و رفتار ضدحقوق بشری نظام جمهوری اسلامی ایران با مردم خود به جهان عرضه کند و در عوض از طریق راه‌اندازی سفارت مجازی برای ایرانیان سطح ارتباطات مستقیم خود را با شهروندان ایرانی به‌منظور ارائه چهره‌ای پذیرفته‌شده از خود بالا ببرد. وزارت خارجه آمریکا با استفاده از توئیتر و حجم وسیع ابزارهای دیجیتالی دیگری که در اختیار دارد توانست در یک برهه زمانی مربوط به انتخابات ریاست‌جمهوری، بر افکار عمومی مردم ایران اثر بگذارد. این سیاست با دو هدف جلب و ترغیب به سمت ایالات متحده و ارزش‌های آمریکایی از سویی، و ازسوی دیگر، تخریب و تضعیف جایگاه حکومت جمهوری اسلامی ایران در افکار عمومی مردم ایران انجام شد. درنهایت، می‌توان این‌گونه جمع‌بندی کرد که فرایند دیپلماسی دیجیتال وزارت خارجه ایالات متحده در قبال جمهوری اسلامی ایران در دوران هیلاری کلینتون، تضعیف جایگاه حاکمیت به‌منظور تغییر رژیم از طریق برقرارکردن ارتباط با توده‌های مردم و هدایت افکار عمومی آن‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی بوده است.

منابع و مأخذ

آشنا، حسام الدین، و جعفری هفتخوانی، نادر (۱۳۸۶). دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی؛ پیوندها و اهداف. فصلنامه دانش سیاسی. شماره ۳، صص ۱۷۹-۲۰۶.

آقایی، سیدداوود و دیگران (۱۳۹۵). راهبردهای دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکا در خاورمیانه؛ ارزیابی تطبیقی دوران بوش و اوباما. فصلنامه راهبرد سال بیست و پنجم، شماره ۷۸. صص ۸۴-۶۳

آهنگری، علی (۱۳۹۰). ابزارهای عملیات روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران. تهران: پویا.

ابراهیمی فر، طاهره، و یعقوبی فر، حامد (۱۳۹۳). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی (بررسی موردی انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸). فصلنامه دانش انتظامی پلیس پایتخت. شماره ۱، صص ۹۴-۶۹.

باقری، سیامک (۱۳۸۸). دیپلماسی عمومی؛ تهدید یا فرصت، فصلنامه سیاسی روز، سال هشتم، شماره ۳۱، ص ۱۳.

بیات، م (۱۳۸۵). **دیپلماسی دیجیتال: (پژوهشی در تحولات دیپلماسی معاصر)**. تهران: وزارت امور خارجه، مرکز چاپ و انتشارات.

بی.بی.سی فارسی (۲۰۱۱). عاقبت مذاکره؛ نتایج توافق‌های اتمی با ایران چه بوده است؟ بازیابی در ۱۳۹۷/۰۱/۱۲ از

http://www.bbc.com/persian/iran/2010/05/100517_I23_nuclear_agreement.shtml

تاکیس، فوتو پولوی (۱۳۸۶). رسانه‌های جمعی، فرهنگ و دموکراسی. ترجمه عباس کشاورز. بازیابی در ۱۳۹۷/۰۲/۱۲ از <http://ruwange.org/html/modules.php?opzmodload>

تزو، سن (۱۳۸۹). **آیین و قواعد رزم**، ترجمه محمدهادی مؤذن‌جامی، تهران: نشر شهر.

توتونچیان، علیرضا (۱۳۷۲). **دیپلمات و دیپلماسی**. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه، شماره ۱۳، ص ۱۲۴

جام جم آنلاین (۱۳۸۸). احضار سفیران چند کشور اروپایی به وزارت امور خارجه. بازیابی در ۹۶/۰۸/۰۲ از: <http://jamejamonline.ir/online/670343470679104094>

دیپلماسی ایرانی (۱۳۹۲). بی‌سابقه‌ترین تحریم‌ها در راه ایران. بازیابی در ۹۶/۱۲/۰۸ از: <http://www.irdiplomacy.ir/fa/page/1914749>

جنیدی، رحمان (۱۳۹۰). **روش‌های عملیات روانی نظام رسانه‌ای غرب علیه جهان اسلام**. تهران: ارم.

خانیک، هادی (۱۳۹۳). از جامعه شبکه‌ای تا قدرت ارتباطات. در **قدرت ارتباطات**. مانوئل کاستلز، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

خانیک، هادی و بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۹۲). **کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی**. فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۶۱. صص ۸۰-۴۵

خبرآنلاین (۱۳۹۴). مذاکرات هسته‌ای از آغاز تا پایان: ۱۳۹۴ - ۱۳۸۲. بازیابی در ۹۶/۱۲/۱۷ از: <http://www.khabaronline.ir/detail/500280/World/diplomacy>

خبرگزاری فارس (۱۳۹۲). پایان دور اول مذاکرات ایران و کشورهای ۵+۱. بازیابی در ۹۷/۰۱/۲۸ از

<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=13920116000104>

خبرگزاری مهر (۱۳۹۲). توضیح ظریف درباره تبریک سال نو یهودی در توئیتر. بازیابی در ۹۶/۰۴/۰۸ از

<http://www.mehrnews.com/news/2403590>

دیوسالار، عبدالرسول (۱۳۹۳)؛ قدرت ارتباطات یا قدرت اطلاعات، نقدی بر نظریه قدرت شبکه‌ای

مانوئل کاستلز، فصلنامه نقد کتاب، شماره ۱ صص ۱۱۱-۹۱.

راديو فردا (۱۳۹۳). آمریکا برای ایجاد ناآرامی در کوبا «توئیتر کوبایی» راه‌اندازی کرده بود. بازیابی در

https://www.radiofarda.com/a/f4_us_lunch_cuban_twitter/25320429.html از: ۹۶/۱۰/۱۷

رسانه (۱۳۹۳). نظریات ارتباط جمعی پل لازارسفلد. بازیابی در ۹۶/۰۹/۲۳ از:

<http://mediajournal.ir/article/media-management/2669>

رفعت‌جاه، مریم، و شکوری، علی (۱۳۸۷). اینترنت و هویت اجتماعی، مجله جهانی رسانه، شماره

۵. ۶۵-۷۸

زرین‌کوب، عبدالحسین (۱۳۹۰). روزگاران. تهران: سخن.

زهره‌ای، محمدعلی (۱۳۸۹). درآمدی بر سایبردیپلماسی و قدرت نرم در عصر جهانی‌شدن

فرهنگ. تهران: گاج.

سلیمانی، فرهاد (۱۳۸۹). جنگ روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران، براندازی نرم. تهران:

نگاه نو.

شیرازی، علیرضا (۱۳۹۶). توئیتر در تحولات سیاسی ایران نقش داشت؟ بازیابی از <http://itiran.com>

صدای آمریکا (۱۳۹۰). افتتاح سفارت مجازی آمریکا برای ایران. بازیابی در ۹۷/۰۱/۱۲ از

<https://ir.voanews.com/a/us-iran-virtual-embassy-2011-12-06-135136893/145729.html>

طباطبایی، سیدمحمد و موحدیان، احسان (۱۳۹۵). تاثیر سایبر دیپلماسی آمریکا بر دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی: (مورد مطالعه: سایت رادیو فردا)، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست. دوره پنج، شماره ۲۰، صص ۵۷-۸۸.

فاضلی، حبیب‌الله، و افضلی، توحید (۱۳۹۴). دیپلماسی عمومی ایالات متحده آمریکا در قبال جمهوری اسلامی ایران در دولت اوباما (با تأکید بر فضای سایبر)، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم. سال پنجم، شماره ۱۲، صص ۱۱۱-۱۳۸

فرهنگی، علی‌اکبر، قرائتی، علیرضا و کربلایی حاجی اوغلی، حسن (۱۳۹۳). دیپلماسی دیجیتال و روابط میان دولت‌ها در جوامع معاصر، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، دوره نهم شماره ۲۴، صص ۸۹-۹۹.

قربانی، ارسلان و سیمبر، رضا (۱۳۸۸). دیپلماسی نوین در روابط خارجی؛ رویکردها و ابزارهای متغیر. فصلنامه روابط خارجی. شماره ۴. ۶۱-۴۴

کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶). قدرت ارتباطات. ترجمه بصیریان جهرمی. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، ظهور جامعه شبکه‌ای. ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.

کاستلز، مانوئل (۱۳۹۴). شبکه‌های خشم و امید؛ جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت. ترجمه مجتبی قلی‌پور، تهران: مرکز.

کلینتون، هیلاری (۱۳۹۴). انتخاب‌های سخت. تهران: ملیکان.

گاه‌شمار برنامه هسته‌ای ایران (۲۰۱۲). گاه‌شمار برنامه هسته‌ای ایران. بازیابی در ۹۶/۱۱/۰۱ از دوپچه‌وله: گاه‌شمار برنامه هسته‌ای ایران

گنجی دوست، محمد (۱۳۸۷). تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات، فصلنامه سیاست دانشکده حقوق و علوم سیاسی. شماره یک. صص ۲۱۲-۱۸۵

گیتس، رابرت (۲۰۱۰). متن نامه رابرت گیتس به ایلکاس کلتون رئیس کمیته نیروهای صلح مجلس. ترجمه مرتضی معظمی. تهران: ارغنون.

گوهری مقدم، ابوذر (۱۳۸۷). دیپلماسی دیجیتالی: تحول مفهومی و عملی. فصلنامه راهبرد توسعه، شماره ۱۳، صص ۱۰۴-۱۱۷.

مرشد، الف (۱۳۸۸). نگاهی به عملکرد سیاسی خارجی دولت نهم. بازیابی در ۹۶/۰۸/۱۳ از: <http://hamshahrionline.ir>

مشرق (۱۳۹۱). هر آنچه درباره «توییتر» می‌دانید و نمی‌دانید. بازیابی در ۹۷/۰۲/۰۱ از: <https://www.mashreghnews.ir/news/119407>

مشرق (۱۳۹۴). خاطرات هیلاری کلینتون؛ دیپلماسی دیجیتال. بازیابی در ۹۷/۰۲/۰۱ از: <https://www.mashreghnews.ir/news/397267>

منابع انگلیسی:

Abdulla, Rasha. (2013). Mapping Digital Media: Egypt. Open Society Foundations.

Adesina, O. S. (2016). Foreign Policy in an Era of Digital Diplomacy. *AFRICAN JOURNAL FOR THE PSYCHOLOGICAL STUDIES OF SOCIAL ISSUES*, 19(3), 169-189.

Alexandru, A. (2015). Twiplomacy 2015 report: Twitter is the channel of choice for digital diplomacy. Retrieved 2017, from digitaldiplomacy: <http://digitaldiplomacy.ro/twiplomacy-2015-report-twitter-is-the-channel-of-choice-for-digital-diplomacy/?lang=en>

Alexandru, Andra . (2015). Twiplomacy 2015 report: Twitter is the channel of choice for digital diplomacy. Retrieved 2017 from digitaldiplomacy: <http://digitaldiplomacy.ro/twiplomacy-2015-report-twitter-is-the-channel-of-choice-for-digital-diplomacy/?lang=en>

Alfifi, Majid ; Kaghazgaran, Parisa & Caverlee, James. (2018). Measuring the Impact of ISIS Social Media Strategy. Fred Morstatter.

- Alleyne, Mike . (1995). International power and international communication. Martin presses.
- Arce, A. (2014). US secretly built 'Cuban Twitter' to stir unrest. Retrieved 2017 from AP: <https://www.apnews.com/904a9a6a1bcd46cebfc14bea2ee30fdf>
- Associated Press. (2014). US secretly created 'Cuban Twitter' to stir unrest and undermine government. Retrieved 2017 from theguardian: <https://www.theguardian.com/world/2014/apr/03/us-cuban-twitter-zunzuneo-stir-unrest>
- Barston, R. (2015) Modern Diplomacy. London & New York: Routledge.
- Batora Jozef. (2008). Foreign Ministries and the Information Revolution: Going Virtual? Boston: Liden.
- bbc. (2016). Iran nuclear talks: The tempers and tweets which led to a deal. Retrieved 2017 from bbc: <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-36773199>
- Beers, C. (2003, 02 27). American Public Diplomacy and Islam. Retrieved 2017 from <https://2001-2009.state.gov/r/us/18098.htm>
- Biddle, Jo . (2013, 03 07). US takes its diplomacy digital. Retrieved 2017 from <https://phys.org/news/2013-03-diplomacy-digital.html>: <https://phys.org/news/2013-03-diplomacy-digital.html>
- Biddle, Jo . (2013, 03 07). US takes its diplomacy digital. Retrieved 2017 from [phys.org](https://phys.org/news/2013-03-diplomacy-digital.html): <https://phys.org/news/2013-03-diplomacy-digital.html>
- Bjola, C. & Holmes, M. (2015). Digital Diplomacy: Theory and Practice. Routledge.
- Bjola, Corneliu, and Marcus Holmes. (2015). Digital Diplomacy: Theory and Practice. Routledge.
- Botes, M. (2007). The Public Diplomacy of the United States of America in the War on Terror (Doctoral dissertation, University of Pretoria).
- Boland, Barbara . (2015, 08 06). Obama gets in Twitter fights over Iran deal. Retrieved 2017 from washingtonexaminer: <https://www.washingtonexaminer.com/obama-gets-in-twitter-fights-over-iran-deal/article/2569684>
- Bosetti, Giancarlo. (2007). Spin: Trucchi e Tele-imbrogli Della Política. Venice: Marsilio.
- Boyd, E.B. (2010, 10 18). Google Grabs State Dept. Star Jared Cohen for Foreign Policy "Think/Do Tank. Retrieved 2017 from fastcompany:

<https://www.fastcompany.com/1695515/google-grabs-state-dept-star-jared-cohen-foreign-policy-think-do-tank>

brookings. (2009). The Two Faces of Twitter: Revolution in a Digital Age for Iran. Retrieved 2017 from brookings: <https://www.brookings.edu/opinions/the-two-faces-of-twitter-revolution-in-a-digital-age-for-iran/>

Browning, John G. . (2013). DEMOCRACY UNPLUGGED: SOCIAL MEDIA, REGIME CHANGE, AND GOVERNMENTAL RESPONSE IN THE ARAB SPRING. Michigan State International Law Review.

Burke, Lauren. (2008). The New Politics: Barack Obama, Party of One. Retrieved 2017 from nymag: <http://nymag.com/nymag/rss/politics/53380/index1.html>

businessinsider. (2015, 05 30). Iran's nuclear program may have cost the country \$500 billion or more. Retrieved 2017 from businessinsider: <http://www.businessinsider.com/irans-nuclear-program-has-been-an-astronomical-waste-for-the-country-2015-6>

Carafano, James. (2009). All a Twitter: How Social Networking Shaped Iran's Election Protests. heritage foundation.

Castells, Manuel . (2013). Communication Power. Oxford: OUP .

Clinton, H. (2010, 01 21). Remarks on Internet Freedom. Retrieved 2017 from State department: <https://2009-2017.state.gov/secretary/20092013clinton/rm/2010/01/135519.htm>

Clinton, Hillary. (2011, 02 15). Retrieved 2017 from US Department of State: <https://2009-2017.state.gov/r/pa/prs/ps/2011/02/156623.htm>

Clinton, Hillary. (2011, 02 15). Secretary Clinton's Speech on Internet Freedom. Retrieved 2017 from <http://sites.asiasociety.org/asia21summit/wp-content/uploads/2010/11/February-15-clinton.pdf>

Cohen, Bernard Cecil. (1963). The Press and Foreign Policy., NJ: . Princeton: Princeton University Press.

Dale, Helle & Zuckerman, Jessica . (2011). U.S. Must Improve Internet Freedom Outreach Effort. Washington: Government Regulation. Retrieved 2017 from https://www.heritage.org/government-regulation/report/us-must-improve-internet-freedom-outreach-effort#_ednref1 Digital Diplomacy | E-diplomacy | Cyber diplomacy

Dinata, M. S. J. (2014). TWIPLOMACY: How Twitter Affects Contemporary Public Diplomacy. Paramadina University.

Diplo. (2013, 09 12). Evolution of diplomacy and technology. Retrieved 2017, from Diplo: <https://www.diplomacy.edu/2013/evolution>

Diplo. (2017). Retrieved 2017 from Digital Diplomacy | E-diplomacy | Cyber diplomacy: <https://www.diplomacy.edu/e-diplomacy>

diplomacydata. (2016, 11 16). History of Digital Diplomacy and Main Milestones. Retrieved 2017 from diplomacydata: <http://diplomacydata.com/history-of-digital-diplomacy-and-main-milestones/>

diplomacydata. (2017). Retrieved 2017 from <http://diplomacydata.com/category/digital-diplomacy/>

diplomacydata. (2018). Digital Diplomacy: A Broad Perspective . Retrieved 2017 from diplomacydata: <http://diplomacydata.com/digital-diplomacy-a-broad-perspective/>

Dizard, Wilson. (2001). Digital Diplomacy U.S. Foreign Policy in the Information Age. Washington: CSIS.

Dizard, Wilson P. (2001). Digital diplomacy: US foreign policy in the information age. Greenwood Publishing Group.

Duncombe, C. (2017). Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran–US relations. *International Affairs*, 93(3), 545-562.

Duncombe, Constance. (2008). How Twitter is transforming diplomacy: Iranian tweets and the P5+1 nuclear negotiations. Retrieved 2017 from *International Affairs*: <https://medium.com/international-affairs-blog/how-twitter-is-transforming-diplomacy-iranian-tweets-and-the-p5-1-nuclear-negotiations-cc56bdcaf6>

Duncombe, Constance. (2017). Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran–US relations. *International Affairs*, 545-562. Retrieved 2017 from <https://doi.org/10.1093/ia/iix048>

Edwardes Jones, Lucy. (2014, 05 23). Digital diplomacy during the Ukraine crisis . Retrieved 2017 from *futureforeignpolicy*: <http://www.futureforeignpolicy.com/digital-diplomacy-during-the-ukraine-crisis/>

Elder, Miriam . (2012, 05 29). Michael McFaul, US ambassador to Moscow, victim of Kremlin 'Twitter war' . Retrieved 2017 from *theguardian*: <https://www.theguardian.com/world/2012/may/29/michael-mcfaul-twitter-attack-russia>

Elson, Sara Beth; Yeung, Douglas; Roshan, Parisa; Bohandy, S. R.; Nader, Alireza . (2012). Using Social Media to Gauge Iranian Public Opinion and Mood After the 2009 Election. Rand Organization.

Epstein, S. B. & Mages, L. (2005). Public diplomacy: A review of past recommendations. Washington DC.: Congressional Research Service.

Esser, Victoria . (2012, 03 27). 21st Century Statecraft: Forging U.S. Digital Diplomacy. Retrieved 2017 from huffingtonpost:
https://www.huffingtonpost.com/victoria-esser/us-diplomacy-technology_b_1223638.html

Eunjung Cha, Ariana . (2009, 06 27). China, Cuba, Other Authoritarian Regimes Censor News From Iran. Retrieved 2017 from washingtonpost:
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/06/26/AR2009062604343.html>

Fco. (2017). Foreign Commonwealth Office Digital Diplomacy. Retrieved 2017, from Foreign Commonwealth Office: <https://blogs.fco.gov.uk/digitaldiplomacy/>

Fialho, Livia Pontes & Matthew Wallin. (2013). Reaching for an Audience: U.S. Public Diplomacy Towards Iran. American Security Project. Retrieved 2017 from , (2013), “Reaching for an

Fletcher, Tom. (2016). Naked Diplomacy. Power and Statecraft in the Digital Age. London: William Collins.

Frantz, Douglas Digital Diplomacy: Making Foreign Policy Less Foreign

Gamage, Daya . (2009, 06 19). Software and Hardliners: America’s use of ‘Software’ to understand ‘Internal Affairs’ of Iran. Retrieved 2017 from asiantribune:
<http://www.asiantribune.com/node/21390>

Gee, Oliver. (2014). Twiplomat Bildt: 'Social media a tool for peace'. Retrieved 2017 from thelocal: <https://www.thelocal.se/20140117/carl-bildt-digital-diplomacy-tedx>

Gobry, Pascal-Emmanuel. (2011, May 24). The Internet Is 20% Of Economic Growth. Retrieved 2017, from Business Insider: <http://www.businessinsider.com/mckinsey-report-internet-economy-2011-5>

Greenberg, Jon. (2015, 02 19). Does the Islamic State post 90,000 social media messages each day? Retrieved 2017 from politifact:
<http://www.politifact.com/punditfact/statements/2015/feb/19/hillary-mann-leverett/cnn-expert-islamic-state-posts-90000-social-media-/>

Grossman, Lev . (2009, 06 17). Iran Protests: Twitter, the Medium of the Movement. Retrieved 2017 from Time:
<http://content.time.com/time/world/article/0,8599,1905125,00.html>

Gustin, Sam. (2011, 09 02). Digital Diplomacy. Retrieved 2017 from Time: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2091589_2091591_2091592,00.html

Hallams, Ellen. (2010). DIGITAL DIPLOMACY: THE INTERNET, THE BATTLE. CEU Political Science Journal., 5, 538–574.

Hallams, Ellen. (2011). DIGITAL DIPLOMACY: THE INTERNET, THE BATTLE FOR IDEAS & US FOREIGN POLICY. CEU Political Science Journal, Vol. 5, No. 4.

Hanson, F. (2010). A Digital DFAT: Joining the 21st century. Sydney: Lowy Institute for International Policy.

Hanson, Fergus . (2012). Baked In and Wired: eDiplomacy@State. Foreign Policy at Brookings.

Herman, Edward S. (2010, 10 05). Iran and Honduras in the Propaganda System: Part 1, Neda Agha-Soltan versus Isis Obed Murillo. Retrieved 2017 from mronline: <https://mronline.org/2010/10/05/iran-and-honduras-in-the-propaganda-system-part-1-neda-agma-soltan-versus-isis-obed-murillo/>

Hocking, B., & Melissen, J. . (2015). Diplomacy in the digital age. Clingendael, Netherlands Institute of International Relations.

Howard, P.N., Duffy, A., Freelon, D., Hussain, M., Mari, W. & Mazaid, M. (2011). Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring? Seattle. Retrieved 2017 from <http://pitpi.org/index.php/2011/09/11/opening-closed-regimes-what-was-the-role-of-social-media-during-the-arab-spring/>

independent. (2014, 04 03). The Cuban Twitter conspiracy: America 'built secret social media network' to unseat Castro. Retrieved 2017 from independent: <https://www.independent.ie/world-news/americas/the-cuban-twitter-conspiracy-america-built-secret-social-media-network-to-unseat-castro-30152409.html>

Jones, Willie D. This Week in Cybercrime: Cybercrime's Industrial Revolution

Kabir, A. (2013). Twiplomacy and the Iran nuclear deal. The Diplomat, 11.

Kassem, C. N. (2011). The Reasons Social Media Contributed To The 2011 Egyptian Revolution. International Journal of Business Research and Management, Volume 2, 139-6.

Keating, Joshua . (2014, 04 03). Only Built 4 Cuban Tweets. Retrieved 2017 from slate: http://www.slate.com/blogs/the_world_/2014/04/03/zunzuneo_the_u_s_government_s_bizarre_and_ill_advised_plan_to_build_a_fake.html

Kurbalija, Jovan . (2015, 04 17). Different prefixes, same meaning: cyber, digital, net, online, virtual, e- . Retrieved 2017 from diplomacy:
<https://www.diplomacy.edu/blog/different-prefixes-same-meaning-cyber-digital-net-online-virtual-e>

Lakomy, Mirosław. (2014). Tweets on top. Responsive policy. *Media Studies*, 57.

Lally, Kathy. (2014, 01 11). U.S. ambassador in Moscow uses social media to bypass official line. Retrieved 2017 from washingtonpost:
https://www.washingtonpost.com/world/moscow-ambassador-tweets-us-policy/2014/01/11/ac1fefea-7568-11e3-8b3f-b1666705ca3b_story.html?utm_term=.e26624f3903f

landler, Mark & Stelter, Brian. (2009, 06 16). Washington Taps Into a Potent New Force in Diplomacy. Retrieved 2017 from nytimes:
https://www.nytimes.com/2009/06/17/world/middleeast/17media.html?_r=1&scp=2&sq=Twitter&st=cse

Larson, Christina . (2010, 09 07). State Department Innovator Goes to Google. Retrieved 2017 from foreignpolicy: <http://foreignpolicy.com/2010/09/07/state-department-innovator-goes-to-google/>

Lee, Louise . (2012, 02 06). Jared Cohen: Harnessing Social Media for Revolution and Democracy. Retrieved 2017 from Stanford Business:
<https://www.gsb.stanford.edu/insights/jared-cohen-harnessing-social-media-revolution-democracy>

Lendman, Stephen. (2017, 12 17). Have Trump and Netanyahu Conspired to Topple Iran's Government? Retrieved 2017 from globalresearch:
<https://www.globalresearch.ca/have-trump-and-netanyahu-conspired-to-topple-irans-government/5624518>

Lewis, James. (2011, 03 08). Social Media: 'Essential Tool' In U.S. Foreign Policy. Retrieved 2017 from NPR: <https://www.npr.org/2011/03/08/134354310/Social-Media-Essential-Tool-In-U-S-Foreign-Policy> Lichtenstein, Jesse Digital Diplomacy

Lichtenstein, Jesse. (2010, 07 16). Digital Diplomacy. Retrieved 2017 from NY Times:
<https://www.nytimes.com/2010/07/18/magazine/18web2-0-t.html>

Lizza, Ryan. (2011, 05 02). How the Arab Spring remade Obama's foreign policy. Retrieved 2017 from The New Yorker:
<https://www.newyorker.com/magazine/2011/05/02/the-consequentialist#ixzz1Kt3uenUN>

Manor, Ilan . (2018, 03 06). Between Digital Diplomacy and Diplomacy 2.0. Retrieved 2017 from thepublicdiplomat: <http://thepublicdiplomat.com/2015/02/02/between-digital-diplomacy-and-diplomacy-2-0/>

Manuel Castells. (2011). A Network Theory of Power. *International Journal of Communication* 5 (2011), , 773-787.

McDonald, John W. (2003). Multi-Track Diplomacy. Retrieved 2017 from beyondintractability: <http://www.beyondintractability.org/essay/multi-track-diplomacy>

McFaul, M. (2014, 02 14). Dosvedanie to All That. (J. Ioffe, Interviewer) Retrieved 2017 from <https://newrepublic.com/article/116610/michael-mcfaul-exit-interview-us-ambassador-russia-speaks>

memri. (2015, 01 15). #FightForHim: Campaign By Media Groups Affiliated With Islamic State (ISIS) In Support Of Paris Shootings And Calling For More Attacks . Retrieved 2017 from memri: <https://www.memri.org/jttm/fightforhim-campaign-media-groups-affiliated-islamic-state-isis-support-paris-shootings-and>

Misztal, B.A. (2003). *Theories of social Remembering*. Open University Press.

Morozov, Evgeny . (2009). The future of “Public Diplomacy 2.0”. Retrieved 2017 from foreignpolicy: <http://foreignpolicy.com/2009/06/09/the-future-of-public-diplomacy-2-0/>

NBCnews. (2014, 10 01). After More Than 50 Years, USAID Is Leaving Ecuador. Retrieved 2017 from NBCNews: <https://www.nbcnews.com/news/latino/after-more-50-years-usaid-leaving-ecuador-n215621>

news-herald. (2014, 01 13). This ambassador's tool for communicating with Russia: Twitter. Retrieved 2017 from news-herald: <http://www.news-herald.com/article/hr/20140113/NEWS/140119843>

Nixon, Ron . (2014, 04 25). U.S. Says It Built Digital Programs Abroad With an Eye to Politics. Retrieved 2017 from nytimes: <https://www.nytimes.com/2014/04/26/world/us-ran-social-media-programs-in-afghanistan-and-pakistan.html>

norc. (2018). Impact Evaluation of USAID 'Yes Youth Can!' - Kenya Project. Retrieved 2017 from norc: <http://www.norc.org/Research/Projects/Pages/impact-evaluation-of-usaid-yes-youth-can-kenya-project.aspx>

Notter, Jamie . (2018). How Social Media is Changing Leadership. Retrieved 2017 from marketo: <https://blog.marketo.com/2013/06/how-social-media-is-changing-leadership.html>

Nuland, V. (2012, 01 13). Twitter Briefing With State Department Spokesperson Nuland: January 13, 2012. Retrieved 2017 from YouTube:
https://www.youtube.com/watch?v=jSKdsYIvGpM&feature=channel_video_title

Nye, J. (1990). Soft power. *Foreign Polic*, 153–171.

nytimes. (2010). Digital Diplomacy. Retrieved 2017 from
<https://www.nytimes.com/2010/07/18/magazine/18web2-0-t.html>

nytimes. (2012, 01 25). Will Israel Attack Iran? Retrieved 2017 from nytimes:
http://www.nytimes.com/2012/01/29/magazine/will-israel-attack-iran.html?pagewanted=2&_r=2

Olubukola S. . (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. *POLITICS & INTERNATIONAL RELATIONS*.

Olubukola S. Adesina & James Summers. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Cogent Social Sciences*.

Otis, John . (2014, 09 30). USAID is leaving Ecuador. Retrieved 2017 from pri:
<https://www.pri.org/stories/2014-09-30/usaid-leaving-ecuador>

Pahlavi, Pierre. (2012). Understanding Iran's Media Diplomacy. *Israel Journal of Foreign Affairs*, 21-33. Retrieved 2017 from
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23739770.2012.11446499>

Pahlavi, Pierre C. (2003). *Cyber-diplomacy: A new strategy of influence*. Halifax: Canadian Political Association.

Potter, Evan H. . (2002). *Cyber-Diplomacy: Managing Foreign Policy in the Twenty-First Century*. McGill-Queen's Press - MQUP.

Potter, Evan H. (2002). *Cyber-diplomacy: Managing foreign policy in the twenty-first century*. McGill-Queen's Press-MQUP.

publicdiplomacy2011What public diplomacy is and is not

Ram, Haggai. (2009). *Iranophobia: The Logic of an Israeli Obsession*. Stanford University Press.

Rice, Condoleezza. (2011). *No Higher Honor: A Memoir of My Years in Washington*. New York: Crown Archetype.

Richards J. (2014). A New Cold War? Russia, China, the US Cyber War. In R. J., *Cyber-War: The Anatomy of the global Security Threat*. London: Palgrave Macmillan.

- Roberts, Dan . (2014, 04 03). White House denies 'Cuban Twitter' ZunZuneo programme was covert . Retrieved 2017 from theguardian:
<https://www.theguardian.com/world/2014/apr/03/white-house-cuban-twitter-zunzuneo-covert>
- Ross, A. (2011, 03 06). Alec Ross on the Impact of the Social Media. (U. E. Bruxelles, Interviewer) Retrieved 2017 from <https://www.youtube.com/watch?v=BcywfhtvYl4>
- Ross, A. (2017, 12 06). Exit Interview: Alec Ross on Internet Freedom, Innovation and Digital Diplomacy. (A. Howard, Interviewer) Retrieved 2017 from https://www.huffingtonpost.com/alexander-howard/exit-interview-alec-ross-_b_2860211.html
- Ross, Alec. (2011). Digital Diplomacy and US Foreign Policy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 451-455.
- Roth, Andrew. (2014, 02 04). After 2 Years in Moscow, U.S. Envoy Is Resigning. Retrieved 2017 from nytimes:
<https://www.nytimes.com/2014/02/05/world/europe/russia.html>
- Samit, Jay 2015 *Disrupt You!: Master Personal Transformation, Seize Opportunity, and Thrive in the Era of Endless Innovation* Flatiron Books
- Sandre A. (2015). *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*. Rowman & Littlefield.
- Sandre, A. (2013, 02 10). Twitter for Diplomats: A Guide to the Fastest Growing Digital Diplomacy Tool. Retrieved 2017 from diplo:
<https://www.diplomacy.edu/blog/twitter-diplomats-guide-fastest-growing-digital-diplomacy-tool>
- Schmidt, Eric & Cohen, Jared . (2010). *The Digital Disruption*. Foreign Affairs.
- Schwarz, Hunter . (2015, 04 30). Tom Cotton goes after Iran foreign minister — on Twitter and in pretty personal terms. Retrieved 2017 from washingtonpost:
https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2015/04/30/tom-cotton-goes-after-iran-foreign-minister-on-twitter/?utm_term=.74105b96ccfd
- Sherman, W. (2015, 11 19). The Iran Nuclear Negotiations: A Discussion with Wendy Sherman . (D. Sanger, Interviewer) Institute of Politics. Retrieved 2017 from <https://www.youtube.com/watch?v=GgYwsFsFmM4>
- Sotiriu, S. (2015). Digital diplomacy: Between promises and reality. In B. & Holmes, *Digital diplomacy: Theory and Practice* (pp. 33-51). New York: Routledge.

Sotiriu, Sabrina . (2105). DIGITAL DIPLOMACY; Between promises and reality. In C. B. and, DIGITAL DIPLOMACY; Theory and practice (p. 56). New York: Routledge.

state. (2018). Global Social Media Presence. Retrieved 2017 from State.gov:
<https://www.state.gov/r/pa/ode/socialmedia/>

state. (2018). Long Description for Digital Diplomacy Infographic. Retrieved 2017 from State: <https://www.state.gov/s/d/rm/rls/perfrpt/2013/html/221318.htm>

State.gov. (2018). Bureau of Public Affairs. Retrieved 2017 from state.gov:
<https://www.state.gov/r/pa/>

Statedeptspox. (2014). Retrieved 2017 from twitter:
<https://twitter.com/statedeptspox/status/448944053741031424/photo/1>

statista. (2017, 03 02). Retrieved 2017 from Number of social media users worldwide from 2010 to 2020 (in billions): <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

Stern, David . (2014, 06 11). The Twitter War: Social Media's Role in Ukraine Unrest. Retrieved 2017 from nationalgeographic:
<https://news.nationalgeographic.com/news/2014/05/140510-ukraine-odessa-russia-kiev-twitter-world/>

Storck, Madeline. (2011, 12 06). The Role of Social Media in Political Mobilisation: a Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising. Dissertation.

The Economist. (2012, 09 22). Digital diplomacy; Virtual Relations. Retrieved 2017 from Economist: <https://www.economist.com/node/21563284>

Theguardian. (2009, 06 17). US confirms it asked Twitter to stay open to help Iran protesters. Retrieved 2017 from Theguardian:
<https://www.theguardian.com/world/2009/jun/17/obama-iran-twitter>

Tiirmaa-Klaar, H. (2013). Cyber Diplomacy: Agenda, Challenges and Mission. Peacetime Regime for State Activities in Cyberspace.

Time. (2008, 3 14). TIMELINE: Political events since Iran's revolution. Retrieved 2017 from Time: <http://www.reuters.com/article/us-iran-election-events-idUSBLA42306720080314>

time. (2009). Iran Protests: Twitter, the Medium of the Movement. Retrieved 2017 from time: <http://content.time.com/time/world/article/0,8599,1905125,00.html>

Tran, Van Dinh. (1987). Communication and Diplomacy in a Changing World. Norwood: Ablex Pub. Corp.

Traub, James. (2015). The Hillary Clinton Doctrine. Retrieved 2017 from foreignpolicy: <http://foreignpolicy.com/2015/11/06/hillary-clinton-doctrine-obama-interventionist-tough-minded-president/>

twitter. (n.d.). Department of State. Retrieved 2017 from twitter: <https://twitter.com/StateDept/lists?lang=en>

U.S. Department of State. (1987). Dictionary of International Relations Terms. Washington, D.C: U.S. Department of State Library.

U.S. Department of State. (2014). 21st Century Statecraft. Retrieved 2017 from U.S. Department of State: <https://2009-2017.state.gov/statecraft/overview/index.htm>

UNDP. (1999). Globalization with a Human Face. United Nations Development Programme, Human Development Report. New York: United Nations.

United States. (n.d.). Retrieved 2017 from Virtual Embassy of the United States to Iran: <http://iran.usembassy.gov>

USAbilAraby. (2011). USAbilAraby. Retrieved 2017 from Twitter: <https://twitter.com/USAbilAraby>

USEmbassy. (2018). US Virtual embassy website . Retrieved 2017 from <http://iran.usembassy>.

VOA. (2011, 11 05). US Opens 'Virtual Embassy' for Iran. Retrieved 2017 from VOA: <https://www.voanews.com/a/us-opens-virtual-embassy-for-iran-135129423/173325.html>

washingtonpost. (2014). Russia hijacks U.S. State Department's Ukraine hashtag. Retrieved 2017 from washingtonpost: https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2014/04/25/russia-hijacks-u-s-state-departments-ukraine-hashtag/?utm_term=.717288d0f1e7

washingtonpost. (2014, 04 13). The emerging dark side of social networks. Retrieved 2017 from washingtonpost: https://www.washingtonpost.com/news/innovations/wp/2014/04/08/the-emerging-dark-side-of-social-networks/?utm_term=.9efc8e1e5d17

Weiner, N. (1964). Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine. Cambridge: MIT Press.

Whelan, Moira . (2014, 10 07). Social media is changing diplomacy, State Department official tells class. Retrieved 2017 from penn state: <http://news.psu.edu/story/329204/2014/10/07/academics/social-media-changing-diplomacy-state-department-official-tells>

Wolf Jr, C., & Rosen, B. (2004). Public diplomacy: How to think about and improve it. SANTA MONICA CA.: RAND CORP .