

دیپلماسی رسانه ای و نقش شبکه های اجتماعی مجازی

محسن کوهی نصرآبادی^۱

نسترن واحد^۲

چکیده

دیپلماسی رسانه‌ای یکی از مهم‌ترین ابزارهای مبادلات سیاسی و تعامل بین کشورها در سطح جهانی محسوب شده و بخش مهمی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهان را به خود اختصاص داده است. رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان بستر تعاملات اجتماعی و سیاسی نقش یگانه‌ای در توسعه و رشد دیپلماسی رسانه‌ای داشته‌اند. هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی نقش شبکه اجتماعی در شکل‌گیری دیپلماسی فضای مجازی است. در این تحقیق از روش کیفی تئوری داده بنیاد استفاده شده است. جمع‌آوری اطلاعات با استفاده از تکنیک مصاحبه نیمه ساختاریافته و مسئله محور بوده و به این منظور با ۱۰ نفر از اساتید دانشگاه در حوزه علوم سیاسی و ارتباطات و کارشناسان روابط بین‌الملل در خصوص تأثیر فضای مجازی و با اشاره به یکی از این شبکه‌ها (توییتر) مصاحبه انجام گرفته و داده‌ها با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شده است. مدل نهایی تحقیق شامل موقعیت، کاربران، عوامل توسعه‌ای، فرصت در حوزه عمومی، فرصت در حوزه دیپلماسی داخلی، فرصت در دیپلماسی خارجی، تهدیدات رسانه‌ای دیپلماسی، مزایا و چالش‌ها است. یافته‌های تحقیق نشان داد که به دلیل ظرفیت سیاسی و اجتماعی بالای شبکه اجتماعی توییتر، شتاب در اطلاع‌رسانی و انتقال اطلاعات و برتری نسبی نسبت به شبکه‌های اجتماعی دیگر، نقش و تأثیر آن در دیپلماسی رسانه‌ای ایران به‌شدت محسوس و قابل توجه است.

کلیدواژه: دیپلماسی رسانه، فضای مجازی، شبکه اجتماعی، ارتباطات

^۱ استادیار دانشگاه پیام نور اصفهان. اصفهان. ایران (نویسنده مسئول)

Mohsenkoochi77@gmail.com

^۲ کارشناس ارشد رشته ارتباطات اجتماعی دانشگاه پیام نور اصفهان. ایران

مقدمه

طی سال‌های اخیر در پرتو جهانی‌شدن، توسعه در فناوری و اطلاعات موجب تغییرات شگرفی در چگونگی برقراری ارتباطات در سطح جهانی گردیده است (سوابامانیان و کتس، ۲۰۱۱). از سوی دیگر سرعت و شتاب در استفاده از وسایل ارتباط جمعی، اینترنت و دسترسی آسان به اطلاعات، ورود و حضور سایر کنشگران را به دنیای سیاست به دنبال داشته است، امری که قبلاً در اختیار دولت‌ها، دستگاه‌های وابسته به دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی بود (Cotton, 2015). این سرعت به میزانی بوده که در تاریخ، بشریت چنین تحول و نوآوری را در این فاصله زمانی کوتاه به خود ندیده است (Trentin, 2011). درواقع اینترنت دروازه فضای سایبر است (Folsom, 2007)؛ و برخلاف گذشته که برتری نظامی، قدرت جهانی یک کشور را تعیین می‌کرد، امروزه توانایی یک کشور در استفاده از رسانه‌ها است که تصویر برتر بین‌المللی را شکل می‌دهد (سوری، ۱۳۸۶: ۵۳). به‌طوری‌که امروزه رسانه‌ها در حوزه‌های بین‌المللی و سیاست خارجی نقش مهم و راهبردی ایفا می‌کنند و جامعه اطلاعاتی جایگزین جامعه صنعتی شده و دیپلماسی نیز تحولی عظیم یافته است و در آغاز هزاره سوم، دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان یکی از شاخه‌های اصلی فعالیت دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی پدیدار شده است (Louw, 2005). مفهوم فوق (دیپلماسی رسانه‌ای) از مباحث جدید در سیاست خارجی است و در چهار دهه گذشته کم‌کم جای خود را در عرصه بین‌المللی باز کرده است (ظریف، ۱۳۸۷: ۳۶۹). دیپلماسی رسانه‌ای درواقع یک دیپلماسی طولانی‌مدت و قدم‌به‌قدم است که دولت‌ها از طریق آن سعی می‌کنند الگوهای رفتاری و شیوه تفکر و زندگی ملت‌های موردنظر خود را در جهتی که تأمین‌کننده منافع و خواست‌های آنان است، دگرگون سازند (خرازی رها، ۱۳۸۷: ۲۹۷)؛ و کاربست آن باعث افزایش قدرت نرم یک کشور و توسعه نفوذ آن در عرصه جهانی شده است (دهشیری، ۱۴: ۱۳۹۳). در این میان رسانه‌های اجتماعی اهرم اجرایی دیپلماسی فوق‌گشته‌اند. چراکه رسانه‌های اجتماعی دارای ویژگی اجتماعی بودن هستند (و برترندس، ۲۰۱۱)؛

و توانسته‌اند جهان متفاوتی را به روی فضای بسته دیپلماسی رسانه‌ای باز کنند تا افراد، گروه‌های ذی‌نفوذ، رهبران و رؤسای جمهور، وزرا و حتی روسای پارلمان‌های جهانی ضمن تبادل افکار و ایده‌های خود، بتوانند به ایفای نقش در جهان دیپلماسی هم‌پیردازند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۷۷). در پرتو چنین وضعیتی باید گفت که رسانه‌ها نقش مهمی را در حوزه افکار عمومی بازی می‌کنند (ساداتی، ۱۳۹۳: ۱۱۹)؛ و توانایی یک کشور در به‌کارگیری رسانه‌های بین‌المللی به‌منظور نشان دادن موقعیت و منزلت قدرت خود و یافتن جایگاهی مناسب در سلسله‌مراتب سیاسی جهان و در واقع ایجاد تصویر بین‌المللی مطلوب که حاکی از هویت ملی برتر آن کشور است، اهمیت بسیار دارد (مستکین، ۱۳۸۷: ۲۵). چنانکه بسیاری از تصمیم‌گیران سیاست خارجی و طراحان فرایندها و سناریوهای دیپلماتیک؛ به رسانه‌ها و دیپلماسی رسانه‌ای، به‌عنوان ابزاری برتر برای پیروزی بر قلب‌ها و پوییدن راهی که دولت‌ها برای دستیابی به اهداف خود بیشتر و بیشتر به آن وابسته می‌شوند، می‌نگرند (خرازی، ۱۳۸۸: ۷۵) و حتی نتایج مطالعات برنارد کوهن^۱ نشان می‌دهد که تصمیم‌گیرندگان سیاست خارجی، اطلاعات خود را بیشتر از رسانه‌ها به دست می‌آورند، حتی اگر خودشان آن را قبول نداشته باشند و یا از آن آگاه نباشند (دعاگویان، ۱۳۸۸: ۷۵). در ایران نیز تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی هرروز در حال افزایش است. بیش از ۴۵ میلیون نفر از جمعیت ایران هرروز چند ساعت از طریق این شبکه‌ها با یکدیگر در ارتباط هستند (موسویان و افراسیابی، ۱۳۹۶: ۱۶).

با توجه به مطالب طرح‌شده و اینکه تکنولوژی در هر متن جغرافیایی متناسب با سازوکارهای فرهنگی و نحوه فهم و استفاده آن توسط کنشگران اجتماعی، قابل توصیف و تفسیر است (کوهی و واحدیان، ۱۳۹۶). در این پژوهش به دنبال تفسیر نقش و بررسی شبکه اجتماعی در دیپلماسی مجازی هستیم. اهمیت بررسی این موضوع از آنجا است که ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که سایه سنگین رسانه‌ها بخصوص فضای مجازی بر همه ابعاد

¹ Bernard Cohen

زندگی بشر سایه افکنده است و کمتر پدیده‌ای را می‌توان یافت که از تأثیرات منفی و مثبت رسانه بی‌نصیب مانده باشد از همین رو حتی در عرصه سیاست نیز شاهد تحولی در دیپلماسی هستیم که از آن به‌عنوان دیپلماسی مجازی، دیجیتالی، شبکه‌ای، تله دیپلماسی هم نام‌برده می‌شود. پژوهش حاضر سعی دارد از طریق منابع کتابخانه‌ای و استفاده از سایت‌ها در کنار مصاحبه با ده نفر این مقوله را پردازد و تلاش شده است تا به یکی از این رسانه‌ها (توییتر) نیز اشاره داشته باشد تا مباحث را ملموس‌تر و واکاوی قرار بدهد؛ بنابراین سؤال اصلی پژوهش این است که اهمیت دیپلماسی فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی چیست؟ و فرضیه مقاله این است که اهمیت فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی به سبب گسترش تکنولوژی و ارتباطات فضای مجازی، سرعت انتقال پیام، فراگیر بودن مخاطبان، ارزان و غیر بوروکراتیک بودن است.

رویکردهای نظری پیرامون دیپلماسی رسانه‌ای

اصطلاح دیپلماسی رسانه‌ای از بدو تولد با ابهامات و پیچیدگی‌های فراوانی روبه‌رو بود و تعاریفی که توسط محققین بیان می‌شدند، حاوی فاصله زیاد برداشت‌ها از این عبارت بودند. این ابهامات را می‌توان در دو محور دنبال کرد: اول، تأثیر رسانه‌ها بر دیپلماسی که حوزه بسیار گسترده‌ای را شامل می‌شود. دوم، کارکرد دیپلماتیک رسانه‌ها که تا حدودی حرفه‌ای‌تر و تخصصی‌تر به موضوع پرداخته است (اسماعیلی، ۱۳۸۹)؛ اما در تعریفی ساده می‌توان دیپلماسی رسانه‌ای را هرگونه استفاده از رسانه‌ها در جهت پیشبرد اهداف سیاست خارجی تعریف کرد و در تعریفی دقیق‌تر، کارشناسان معتقدند که دیپلماسی رسانه‌ای شامل استفاده از رسانه‌ها توسط رهبران به‌منظور بیان منافع در مذاکرات، اعتمادسازی و بسیج حمایت عمومی از توافقات است (گیلبا، ۱۳۸۸). در مجموع می‌توان گفت دیپلماسی رسانه‌ای عبارت است از: استفاده از رسانه‌ها برای رسیدن به اهداف دیپلماتیک، تأمین منافع و ارتقا سیاست خارجی (خلیل‌زاده، ۱۳۸۹: ۴). در مجموع می‌توان دو رویکرد کلی را در دیپلماسی سایبری از هم متمایز کرد:

گروه اول بر این باورند که جامعه اطلاعاتی پدیده‌ای جدید نیست و پیشرفت‌های جدید تکنولوژیک مانند گذشته در خدمت سرمایه‌داری، نابرابری اجتماعی و اقتصادی است (وبستر، ۱۳۸۳: ۱۲۹). در این رویکرد، استفاده از فضای مجازی برای پیشبرد اهداف دیپلماسی مهم تلقی می‌شود و فضای مجازی ابزاری برای تحقق دیپلماسی کشور محسوب می‌شود که عموماً در ذیل دیپلماسی عمومی تعریف می‌گردد. به‌عنوان مثال در این رویکرد استفاده رهبران کشورها از شبکه‌های اجتماعی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی ملت‌های دیگر و یا ایجاد سفارتخانه‌های مجازی برای پیشبرد منافع ملی به معنی دیپلماسی سایبری تلقی می‌گردد. گروه دوم معتقدند در سایه پیشرفت‌های تکنولوژیک، جامعه‌ای با ساختار دموکراتیک شکل گرفته است. مردم به آگاهی‌های بسیار دسترسی دارند و الگوهای ارتباطات رسانه‌ای تغییر یافته‌اند و جامعه‌ای قوام می‌یابد که در آن تولید پیام از انحصار عده‌های معدود خارج شده باشد (وبستر، ۱۳۸۳). چنانکه به‌زعم کاستلز^۱ پیشرفت‌های فوق و شبکه‌های اجتماعی، ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای، تغییرات چشمگیری در فرایند تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۹: ۵۴۴-۴۰۸). وی ویژگی مهم عنصر کنونی را دگرگونی فرهنگ مادی می‌داند که توسط یک سرمشق پارادایم فناوری جدید بر محور فن‌آوری‌های اطلاعاتی، سازمان یافته است. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۹). کاستلز بر این باور است که ابعاد بنیادین نظریه درباره رسانه و جامعه، از مسیری که در گذشته پیموده جدا نیست، اما زمینه اجتماعی و سیستم ارتباطات متفاوت خواهد بود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۹۴-۹۳ و ۵۹-۶۶). مایکل هایم^۲ در همین زمینه واقعیت مجازی را که برآمده از چنین فن‌آوری است را بخشی از تکامل فرایندی می‌داند. او به ریشه‌های این توسعه بازمی‌گردد و این موضوع را پی می‌گیرد که چگونه هر تغییری در فن‌آوری دانش، منجر به تغییر در روابط ما با دانش و در نهایت نگاه به خودمان می‌شود

¹ Castells

² Michael Haenlein

(هایم، ۱۳۸۰: ۲۵ و ۲۶). یا چنانکه پاستر^۱ می‌گوید نظام‌های ارتباطی جدید به‌مثابه راه‌حلی امیدوارکننده برای نیل به زندگی بهتر و جامعه‌ای با روابط عادلانه‌تر می‌باشند (پاستر، ۱۳۷۳: ۵-۷۵). یان ون دایک^۲ از اندیشمندان دیگری که در ذیل این رویکرد قرار می‌گیرد نیز معتقد است که مزیت‌ها و محدودیت‌های جامعه اطلاعاتی و تحولات اجتماعی ناشی از فن‌آوری‌های نوین را یکسره سیاه یا سفید نمی‌بیند (محمد پور، ۱۳۸۵: ۹۱-۸۴). در واقع رویکرد دوم، در دیپلماسی سایبری معتقد به استفاده از امکانات و ابزارهای دیپلماسی برای پیشبرد منافع سایبری کشورها است (مهر، ۱۳۹۵).

علی‌رغم وجود دونقطه نظر فوق، رویکردهای متأخر بر این نظر هستند که شبکه‌های اجتماعی در دوره اخیر بر نقش‌کنشگری افراد تأثیر بسزایی گذاشته‌اند، چنانکه جنبش‌های اجتماعی، فضای سایبر را به‌طور گسترده برای تعامل، آموزش، سازمان‌دهی، اشتراک فرآورده‌های فرهنگی جنبش، ارتباط، ایجاد همبستگی و مانند آن‌ها مورد استفاده قرار داده‌اند (Reed, 2005). البته، برخی در زمینه نقش تمام‌عیار و تعیین‌کننده فضای سایبر در جنبش‌های اجتماعی تردید دارند و به نابرابری در دسترسی به اینترنت و عدم فراگیری جنبش در وسعتی که گسترده شده، اشاره می‌کنند (Wasserman, 2007). برخی نیز، حتی در صورت دسترسی، در اصل کیفیت استفاده دمکراتیک و مفید را به دیده تردید می‌نگرند (مرمورا، ۲۰۰۷). گریستین پتی در پژوهشی که باهدف ارائه الگوی مطالعه جنبش‌های اجتماعی از طریق اینترنت، با عنوان «شبکه‌های جنبش اجتماعی در گفتمان اینترنت» در سال ۲۰۰۴ میلادی انجام داده اینترنت را یکی از مهم‌ترین بسترهای مطالعه جنبش‌های اجتماعی عصر کنونی می‌داند (Petit, 2004)؛ و به‌زعم وی، اینترنت محیط ثانوی حضور جنبش‌های اجتماعی شده است و به‌تدریج حضور در محیط مجازی اهمیت بیشتری در علوم اجتماعی یافته است (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰: ۸۸).

¹ POSTER

² Yan Van Dyke

اهمیت دیپلماسی فضای مجازی

به بیان آلن تورن^۱، جامعه‌شناس معروف فرانسوی، قدرت در گذشته در دست شاهزادگان، اشراف و نخبگان حاکم قرار داشته است و به‌عنوان توان تحمیل اراده بر دیگران و تعدیل رفتار آنان تعریف شده است. چنین تصویری از قدرت، دیگر با واقعیت دوران ما تطابق ندارد. قدرت همه‌جا هست و هیچ جا نیست. (کاظم‌پور، ۱۳۸۳: ۳۰). در این معنا، اگر در گذشته فضای خاصی بر محافل دیپلماتیک حاکم بود. سری و پنهان بودن امور، دلیلی بر دیپلماتیک بودن آن‌ها قلمداد می‌گردید (بزرگمهری و نعمتی، ۱۳۹۰: ۱۴۱). امروزه وضع کاملاً دگرگون شده است و هم‌مرزهای سنتی دیپلماسی متحول شده‌اند، هم‌مرزهای حوزه خصوصی و عمومی در سیاست خارجی و مرزهای جداکننده سیاست داخلی از سیاست خارجی شکسته شده‌اند و پویایی سیاست خارجی آن‌چنان فشرده، شامل و فراگیر شده‌اند که آنچه ورزش اختصاصی پادشاهان نامیده می‌شده در حال حاضر، بخشی از زندگی روزمره همه انسان‌ها قلمداد می‌گردد. بنابراین، اگر مشخصات دیپلماسی قدیم پنهان‌کاری، غیر دموکراتیک بودن، روابط دوجانبه، عمل‌گرایی و هدایت توسط عده اندکی از دولت‌های بزرگ بود، اما دیپلماسی نوین برعکس آن با مشخصاتی چون آشکاری، دموکراتیک بودن، چندجانبه بودن، اصول‌گرایی و مشارکت دولت‌های بسیار (حتی دولت‌های کوچک) شناخته می‌شود. در واقع، دیپلماسی نوین به جهت این که هدف آن تأثیرگذاری بر مردم به‌جای دولت‌ها است؛ در گام نخست، دیپلماسی عمومی نیز نامیده می‌شود. در مراحل بعدی به اقتضای ابزاری که برای اجرای آن به کار می‌رود با عناوین مختلف دیگری مانند دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی سایبری، دیپلماسی تلفن همراه و دیپلماسی دیجیتال شناخته می‌شود. یکی از مهم‌ترین زیرشاخه‌های دیپلماسی عمومی، انجام دیپلماسی عمومی در فضای سایبر است که در نتیجه رخداد انقلاب فناوری میسر شده است. دیپلماسی سایبری در ساده‌ترین تعریف آن، استفاده از ابزارهای فناوری

¹ Alain Touraine

اطلاعاتی و ارتباطی روز، برای تبیین، گسترش و ارتقای سطح اثربخشی دستگاه دیپلماسی یک کشور در فضای مجازی است. دیپلماسی سایبری تکامل دیپلماسی عمومی است که استفاده از امکانات جدید ارتباطی در قرن ۲۱ را شامل می‌شود. دیپلماسی سایبری، ابتکارها در فناوری اطلاعاتی و ارتباطی را با دیپلماسی مربوط می‌کند و به‌عنوان بخشی از «دیپلماسی عمومی نسخه دوم»، «دیپلماسی عمومی الکترونیکی» و «دیپلماسی مجازی» شناخته می‌شود (کولایی و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۵). از ویژگی‌های اصلی جهان - فضای مجازی عبارت است از:

۱- مجازی شدن زمان - فضا: زمان در فضای فیزیکی زمانی است که از سیر خطی برخوردار است و تابع قوانین حرکت زمین است. از سوی دیگر در فضای مجازی زمان در یک پهنه موازی قرار می‌گیرد که هزاران روند در یک‌زمان واحد تحقق پیدا می‌کند، مثل پست الکترونیکی که هم‌زمان به یک میلیون کاربر ارسال می‌شود. ویژگی اصلی جهان مجازی بی‌مکانی، فرا زمان بودن، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت‌ها - ملت‌ها، قابل دسترسی بودن هم‌زمان، برخورداری از فضای فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی و سیاسی جدید است. بسیاری از دانشمندان علوم اجتماعی از دنیای مجازی تحت عنوان «جامعه شبکه‌ای» یاد می‌کنند.

۲- مجازی شدن ارتباطات انسانی: برخلاف ارتباطات فیزیکی که محصور جبر مکان و زمان است و به‌صورت چهره به چهره و در زمان و مکانی خاصی روی می‌دهد، گسترش ابزارهای فناوری مبتنی بر شبکه اینترنت و وب این امکان را فراهم کرده تا ارتباطات انسانی از قلمرو و جبر زمان و مکان فیزیکی خارج شود (ر.ک فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۹۵-۱۹۴)؛ بنابراین، می‌توان گفت امروزه بخش مهمی از فعالیت دیپلماسی عمومی یک کشور شامل فعالیت‌های رسانه‌ای است. خاستگاه دیپلماسی رسانه‌ای و مجازی، ظهور موضوعات و مسائل جدید در عصر اطلاعات و ارتباطات

(جهانی شدن) و ضرورت مدیریت آنها در جامعه اطلاعاتی است؛ به گونه ای که برای دسترسی دانش و اطلاعات به کانون عنوان دیپلماسی مجازی و رسانه ای، استفاده از فناوری های پیشرفته و ابزار و وسایل ارتباطی و اطلاعاتی اجتناب ناپذیر است؛ زیرا این تغییر و تحولات شگرف اطلاعاتی و ارتباطی، الگوهای تعامل و انواع متمایز و متفاوتی از مناسبات را در عرصه بین المللی پدید آورده است که شکل گیری و به کارگیری دیپلماسی مجازی و رسانه ای را ضروری و حیاتی می سازد (سازمند و براتی، ۱۳۹۳: ۱۲۸). در بررسی دیپلماسی رسانه چهار عامل مؤثر را برشمرده اند که عبارت اند از: انگیزش، آگاهی، عمل و نتایج (فهنز مرادی، ۱۳۹۲). در این فضا دولت ها توان اطلاع یابی و تأثیر گذاری بر مخاطبان خارجی خود در هر نقطه از جهان را دارند، این توان امروزه به عنوان توان استراتژیک - دیپلماتیک در نظر گرفته می شود و برای دستیابی دولت ها به اهدافشان به عنوان شرطی غیر قابل اجتناب به نظر می رسد (بزرگمهر و نعمتی، ۱۳۹۰: ۱۴۱).

روش شناسی تحقیق

روش این پژوهش مبتنی بر مفروضات روش شناسانه در روش کیفی است و جمع آوری اطلاعات با استفاده از روش مشاهده میدانی و مصاحبه با ذی نفعان صورت پذیرفته است. روش نمونه گیری این پژوهش، نمونه گیری نظری بوده و با اتکا به منطق اشباع نظری که از نظر استراوس و کوربین^۱ بر مبنای آن، از جایی به بعد در فرآیند مصاحبه داده ی تازه و بدیعی به دست نمی آید (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵: ۶۳). حجم نمونه با ۱۰ نفر متوقف شده است. از بین ۱۰ نفری که مایل به پاسخگویی بودند، ۷ نفر در زمینه علوم سیاسی و حوزه دیپلماسی رسانه و ۳ نفر دیگر در زمینه ارتباطات و جامعه شناسی سیاسی، تخصص داشتند. در مجموع از اساتید و کارشناسان مرتبط در حوزه ارتباطات، علوم سیاسی، جامعه شناسی سیاسی، روابط بین الملل و وزارت امور خارجه، مصاحبه انجام گرفته است.

¹ Strauss and Corbin

تجزیه و تحلیل داده‌ها با اتکا به روش تحلیل محتوا، تحلیل محتوا برحسب، واحد سطر انجام شده است. این کار مستلزم بررسی دقیق عبارت به عبارت و حتی بعضی اوقات کلمه به کلمه است. این روش شاید ریزترین نوع تجزیه و تحلیل باشد، اما در عین حال روشی است که بیشترین تولیدکننده ایده‌های نو است (محمد پور، ۱۳۹۰: ۷۴). ایجاد مقولات از طریق تجزیه و تحلیل خط به خط امری مهم است، زیرا مقولات مبدأ اساس نمونه‌گیری نظری را تشکیل می‌دهند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت کدگذاری صورت می‌گیرد و نشانگر عملیاتی است که طی آن داده‌ها ابتدا خرد می‌شوند و سپس مفهوم‌پردازی شده و در نهایت به یکدیگر متصل می‌شوند که برای انجام فرآیند فوق، سه کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شده است.

تحلیل نتایج

فضای مجازی به مثابه یک حوزه عمومی تعاملی

کد مفهومی فوق بیانگر این است که فضای مجازی در جهان امروز نقش همان فضای عمومی «گفت‌وگو محوری» است که هابرماس معتقد بود در قرن ۱۹ در قالب کافه‌ها در فرانسه، قهوه‌خانه‌ها در انگلیس و محافل ادبی آلمان تجلی می‌یافت (میلنر و براویت، ۱۳۹۰: ۱۷۵). در این بخش برای بازگشایی کد مفهومی فوق، کدهای خردتری را برای یکی از شبکه‌ها (توییتر) در نظر گرفته‌ایم که در قالب «ظرفیت سیاسی شبکه»، «رسمی بودن و عمق داشتن محتوا و مسائل»، «ابزار کنشگری نخبگان»، «برد خبری»، «شکل‌دهی افکار عمومی»، «تأمین منافع ملی»، «حل بحران‌ها»، «کنترل امنیت داخلی»، «ظرفیت اجتماعی»، «سرعت انتقال» و «ارتباط با دیگر کشورها» طرح شده است:

بررسی ظرفیت سیاسی

صاحب‌نظران علوم سیاسی معتقدند که اینترنت در بعد توسعه سیاسی، آثار مثبتی همچون انتشار و کسب آزادانه اطلاعات، تأثیر گسترده بر افکار عمومی، جهت‌دهی به اصطلاحات ساختاری کلی و جزئی در جوامع، دموکراسی الکترونیکی، ساماندهی انتخابات و ... به دنبال داشته است. تبعات منفی نفوذ اینترنت در توسعه سیاسی نیز مواردی مانند تهدید حاکمیت ملی و

کوچک شدن حریم انسان را شامل می‌شود؛ ضمن اینکه، تحت تأثیر آن، مفهوم دولت تغییر کرده و مفهوم جهان چندمرکزی (نظریه مرکز ۱- پیرامونی) جایگزین جهان دولت‌محوری شده است ... «فرضیه تقویت^۱» بیان می‌کند که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، از توزیع کنونی قدرت سیاسی حمایت می‌کنند؛ چراکه اشخاص و گروه‌های مؤثر که در حال حاضر در روند سیاسی فعال هستند، قادرند انتشار، طرح و استفاده از فناوری‌های جدید را ۵ کنترل و از علایق پایدار خود حمایت کنند. در مقابل «فرضیه بسیج^۲» استدلال می‌کند که باوجود تلاش‌های نخبگان، فناوری‌های ارتباطی جدید، هزینه ارتباطات و درک اطلاعات را کاهش می‌دهند و موقعیت‌های جالب‌تری را برای مشارکت ایجاد می‌کند. به همین دلیل، باعث تقویت گروه‌های جدید و افزایش مشارکت مردم‌سالارانه می‌شود و برخی از شبکه‌های سیاسی را می‌کشایند که در غیر این صورت، به‌سختی قابل‌نفوذ هستند. پژوهش‌های صورت گرفته در مورد ابتکارات قبلی فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات مانند رایانه‌ها، شبکه‌های عادی و کابلی تلویزیونی، در بیشتر مواقع از «فرضیه‌های تقویت» حمایت نموده‌اند (جعفری و روحانی، ۱۳۹۲: ۱۳۷ و ۱۳۶).

در مصاحبه‌های انجام‌شده بیشتر افراد اعتقاد داشتند که ظرفیت سیاسی شبکه مجازی (توییت) به نسبت بقیه شبکه‌ها بیشتر است. دلالت کلام آن‌ها به این موضوع بازمی‌گشت که چون در جهان و ایران شبکه‌ای است که در بخش دیپلماسی، استفاده زیادی از آن می‌شود. دکتر (ع.ز) گفتند: «توییت در اطلاع‌رسانی مسائل سیاسی در جهان حکمرانی می‌کند و بیشتر مسائل سیاسی را پوشش می‌دهد و تأثیرگذاری زیادی بر روی مقامات و مردم دارد. این اثرگذاری به حدی است که می‌تواند به جریان‌ات سیاسی جهت بدهد، مثل اعتراض‌ها و تظاهراتی که در سراسر جهان انجام می‌شود و می‌تواند بر آن‌ها تأثیر بگذارد. این ظرفیت به حدی است که دولت امریکا اقدام به راه‌اندازی حساب دیجیتال در این شبکه برای ارتباط مستقیم با مردم کرده است» و در قسمتی دیگر از توصیفات ضمنی‌شان اعتقاد داشتند که «در عصر حاضر، قدرت نرم یکی از ارکان سیاسی بین‌الملل است و جایگاه ویژه‌ای دارد».

¹ reinforcement hypothesis

² mobilization hypothesis

ابزار کنشگری نخبگان

رابطه جدید میان مردم و نظام‌ها نشئت گرفته از تحولات عصر جدید است. در این خصوص برژینسکی در اوج جنگ سرد درباره امنیت معتقد بود که نقطه شروع کنکاش در باب امنیت ملی باید با شناسایی صحیح ماهیت تغییرات عصر ما قرین باشد، بهره‌گیری مقامات سیاسی کشورها از شبکه‌های اجتماعی بارأی ارتباط مستقیم با مردم خود در کنار مؤلفه فوق مزایای اینترنتی و متعاقباً شبکه‌های اجتماعی با مزایایی مانند قابلیت در پاسخگویی به بلاای طبیعی و همچنین بسیج گسترده توده مردم و امکان دستیابی به افراد دیگری خارج از شبکه‌های مجازی، دولت‌ها را بر آن داشت که این کارکرد که می‌تواند در خدمت سیاست قرار گیرد را با ظرفیت لازم در سیاست خارجی نیز مورد استفاده قرار دهند (عباسی و شریعت، ۱۳۹۷: ۱۳۵ و ۱۳۴). در این راستا، شبکه مجازی به تریبونی شخصی و به نوعی به زبان هابرماس به «ساختار عمومی انتقال مسئله» توسط نخبگان سیاسی، فرهنگی و اجتماعی نیز تبدیل شده است. چنانکه نخبگان و بزرگان حوزه رسمی سیاست از این شبکه استفاده می‌کنند. از نظر دکتر (ن.و) «این شبکه تبدیل شده به یک شخصیت رسانه که مقامات برای اعلام مواضع رسمی خودشان از این شبکه استفاده می‌کنند. به قول آقای ظریف شبکه‌های اجتماعی ابزار مهمی هستند در جهان که قدرت زیادی می‌دهند، ولی مسئولیت زیادی هم با این قدرت به شما خواهند داد».

موضوع دیگری که در ارتباط با توییت‌ر موجب نوعی تشخیص یافتگی و تمایز بین این شبکه و سایر شبکه‌ها شده است، فضای متفاوت‌تر مسائل و موضوعاتی است که در این شبکه جاری است. چنانکه اگر اینستاگرام به مآمن و محلی برای بازنمایی زیست روزمره سوژه‌های اجتماعی بدل شده، توییت‌ر به بازنمایی دغدغه‌ها و مسائل خرد و کلان جاری در حوزه زیست روزمره می‌پردازد و هم‌زمان با توصیف واقعیت‌های جاری، نوعی کنشگری تفسیرگرایانه در آن شکل می‌گیرد. به طوری که در این شبکه مسائل جدی‌تر و قوی‌تر

مطرح می شود. از آنجایی که بیشتر مقامات کشورهای مختلف از این شبکه استفاده می کنند، همین امر موجب رسمی تر شدن و جدی تر شدن این شبکه برای مخاطبان شده است. دکتر (س.ن) اعتقاد دارد که «توییتر یک فضای عقلانی تری دارد که مباحث جدی سیاسی و اجتماعی در آن مطرح می شود، ولی دیگر شبکه ها یک فضای فان (سرگرمی) دارند. به نوعی برای سرگرمی و تفریح هم می توان از آن ها استفاده کرد که این موضوع در مورد توییتر صدق نمی کند و افرادی مثل رئیس جمهور آمریکا، ترامپ به طور مستقیم می گوید رسانه های آمریکا را قبول ندارم و فقط از این شبکه استفاده و توییتر می کند».

برد خبری نوشتارها

آمارها روی بستر توییتر نشان می دهد که از روز ابتدایی یعنی ششم تیرماه تا بیست و سوم ۱۳۹۴، بالغ بر یک میلیون محتوا توسط کاربران توییتر منتشر شده که به شناسایی و بررسی توئیتهای مرتبط با مذاکرات هسته ای و توافق اقدام شده، پرداخته است. در روز توافق یعنی ۲۳ تیرماه حدود ۳۰ هزار توییتر مرتبط با توافق منتشر شده که همین امر نشانگر رشد ۲۱۸ درصدی محتواها بود. از نظر دکتر (م.ر) «میزان استفاده آقای ظریف در زمان مذاکرات هسته ای از این شبکه اجتماعی بسیار بالا بود به ویژه زمانی که ایشان در مذاکرات بودن و جلسات طولانی می شد».

شکل دهی به افکار عمومی

افکار عمومی یک نیروی سیاسی است که در قانون اساسی هیچ کشوری پیش بینی نشده است، اما می تواند نقش به سزایی در مشروعیت بخشی و یا کشاندن یک حکومت به ورطه سقوط ایفا کند (ژودیت لازار، ۱۳۹۱: ۲۳۴). برای شکل دهی به افکار عمومی باید آن بخش خنثی افکار مردم را مورد هدف قرار گیرد؛ بنابراین پیام هایی که در این موضوعات به مخاطب داده می شود، مؤثرتر از پیام هایی است که بر ضد عقاید ریشه دار و حساسیت برانگیز مخاطب است (محمدشیرازی، ۱۳۸۳: ۱۲۰) و در این میان توییتر از جمله امکان های رسانه های برای اشاعه و فرهنگ سازی یا روشن سازی و شکل دهی افکار جمعی

است. دکتر (م.ر) در مصاحبه در این ارتباط، نظر خود را این گونه بیان نمودند: «شبکه‌های اجتماعی در موضوعات سیاسی، فرهنگی و... فعال هستند و در حال حاضر میزان استفاده از آن زیاد شده است و اعضا جامعه برای دسترسی اطلاعات از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند». دیپلماسی عمومی ابزاری از سیاست خارجی است که محور آن تعامل دیپلماتیک با دیگر افکار عمومی است. این جنبه مهمی از توسعه شهرت بین‌المللی یک کشور است که برای ترغیب و تأثیرگذاری بر افکار عمومی خارجی مطابق با دستور کار خاص آن کشور استفاده می‌شود... پیگیری اهداف خاص یک کشور از طریق ابزارهای خاص، با توجه به سرعت و تنوع کانال‌های ارتباطی رسانه‌های اجتماعی، به سرعت و به راحتی توسط مردم داخلی و خارجی مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد (DUNCOMBE, 2017).

سرعت در انتقال

اهمیت فضای مجازی به سبب سرعت انتقال اطلاعات است. توییتر از قوی‌ترین و سریع‌ترین رسانه اجتماعی است. سرعت انتشار اخبار در هیچ رسانه‌ای اعم از رسانه‌های صوتی و تصویری و دیجیتالی به اندازه توییتر نیست. توییتر به واسطه امکانات و الگوریتم خاص در روابط اجتماعی، سهولت استفاده و جذابیت شیوه‌های معاشرت و تعاملات اجتماعی توانسته زمینه‌ساز حضور وسیعی از افراد تأثیرگذار باشد. می‌توان گفت تیر یک، در بسیاری از رسانه‌های دنیا هر روز بیشتر متأثر از اخبار و حوادثی است که در توییتر اتفاق می‌افتد. دکتر (م.ر) بیان می‌دارد: "اگر به مذاکرات هسته‌ای، انتخابات ریاست جمهوری در ایران و یا اتفاقاتی که در سراسر جهان به وقوع می‌پیوندد، نگاه کنیم، می‌توان به قدرت این شبکه پی برد که بدون اینکه زمان را از دست بدهد، سریع اطلاع‌رسانی می‌کند. در سراسر جهان و از رسانه‌های دیگر جلوتر حرکت می‌کند، اینجاست که پی می‌بریم واقعاً از نظر انتقال سرعت اخبار، واقعاً برتری قابل توجهی نسبت به رسانه‌های دیگر دارد."

بررسی ظرفیت اجتماعی شبکه مجازی

ظرفیت اجتماعی فضای مجازی و شبکه‌هایی چون توییتر چندان از ظرفیت‌های سیاسی آن جدا نیست، چه بسیار از حرکت‌های اجتماعی انجام گرفته در این فضا پاسخ به محرک‌های سیاسی بوده است. ظرفیت‌های اجتماعی و سیاسی به هم گره خورده‌اند؛ اما ظرفیت در اینجا بدین معناست که توییتر می‌تواند یک موضوع اجتماعی را به سرعت به مسئله‌ای اجتماعی بدل کند و نوعی فراگیری آماری را رقم بزند و این بدین جهت است که کنشگران اجتماعی فعال در آن، همچون روایان و ناقلان شخصی رویدادها به سرعت با یکدیگر پیوند برقرار می‌کنند و به نوعی همبستگی اجتماعی ضمنی و ناپایدار دست پیدا می‌کنند. از نظر دکتر (ن.و) «مثلاً زمانی که رئیس‌جمهور امریکا منع تعلیق صدور ویزا ورود به امریکا را برای اتباع کشورهای ایران عراق، سوریه، لیبی، و... صادر کرد، موجی از اعتراض‌ها در شبکه‌های اجتماعی توییتر شکل گرفت، یا جنبش‌های شکل گرفته در مصر برای سرنگونی حسنی مبارک که نقش توییتر در این موضوع بسیار برجسته بود، در این جنبش‌ها شبکه‌های اجتماعی ظرفیت‌ها و قدرت خود را در هدایت و هم‌گرایی این تحرکات به خوبی به نمایش می‌گذارند و با توجه به قابلیت‌هایی که دارند می‌توانند باعث شکل‌گیری این‌گونه اعتراض‌ها بشوند».

رهبران امروز طیف وسیعی از عملکردهای دیپلماتیک خود را با ابزار توییتر استفاده می‌کنند. درحالی‌که از یک سو، سیاستمداران مانند سوشما سواراج^۱، وزیر امور خارجه پیشین هند، از توییتر به عنوان یک خط ارتباطی کمک مؤثر برای شهروندان هندی در سراسر جهان استفاده می‌کردند، سیاستمداران مانند دونالد ترامپ برای حمله به مخالفان و تلاش برای تحت تأثیر قرار دادن مردم متوسل شده‌اند. علاوه بر این، توییتر توسط سران کشورها برای نشان دادن تعمیق روابط و اتحادهای قوی استفاده شده است (CHHABRA, 2020).

¹ Sushma Swaraj

تأمین منافع ملی

در گذشته تصمیمات سیاسی خارجی و داخلی در پشت درهای بسته گرفته می‌شد، ولی گویی حال به صورت علنی انجام می‌شود و برای تأمین منافع ملی به دیپلماسی نیاز داریم. در این شرایط رسانه و شبکه‌های اجتماعی قادر هستند بر منافع ملی تأثیر بگذارند. به نظر دکتر (م.و) «برای ایجاد تحول در جهت همسازی با منافع ملی، نیاز به یک شناخت قوی تصمیم گیران، از موقعیت استراتژیک ایران است. مثلاً می‌توان به قضیه "کمپین آزادی سربازان ایرانی"، شاهد بودیم که تویتر چقدر در گسترش و عمومی کردن آن اثرگذار بود که می‌توان گفت منافع ملی کشور از طریق این رسانه پیگیری شد. باشد که این فضاها و ظرفیت‌ها بیشتر در اختیار کاربران قرار گیرد تا بتوانند در امر منافع ملی تأثیرگذار باشند».

حل بحران‌ها

شبکه‌های اجتماعی اغلب در طی بحران‌ها و بلایای طبیعی به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد خود، کاربردهای مؤثری دارند، انتشار سریع و هم‌زمان اطلاعات، تبادل اطلاعات و دستورالعمل و در دسترس بودن، ساخت احساسات لحظه‌ای و برساخت واکنش‌های جمعی، می‌توانند تأثیرگذار باشند. دکتر (س.م) بیان می‌دارد که وقتی یک بحران بین‌المللی اتفاق می‌افتد تا اداره کل دیپلماسی رسانه‌ای بررسی کند که چه باید بکند شاید ساعت‌ها طول بکشد، ولی دو خط توییت مسئول می‌تواند کلی فضا را تغییر بدهند».

ارتباط با سایر کشورها و معرفی کشورها به سایر کشورها

عناوین دیپلماسی مجازی، دیجیتال، شبکه‌ای، دیپلماسی رسانه‌ای و میانجیگری بین‌المللی، تله دیپلماسی^۱ و سایر دیپلماسی^۲ را می‌توان تحت دیپلماسی فرهنگی تعریف کرد (فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۴: ۹). از نگاه رهبری معظم انقلاب، دیپلماسی فرهنگی کشور باید ضمن معرفی پیشرفت‌های چشمگیر علمی و معرفی ادب و هنر کشور،

¹ Diplomacy Tele

² Diplomacy Cyber

جلوه‌های مردم‌سالاری کشور و اجتماعات عظیم مردمی، جلوه‌های دینی و حضور معنوی و عاشقانه قشرهای مختلف مردم به‌ویژه جوانان در مراسم مذهبی اعم از جلسات قرآن، دعا و عزاداری‌ها، به‌عنوان یک رویداد بزرگ در کشور با هنرمندی و مستندسازی، به مردم دنیا نشان داده شود. ایران امروز و عمق فرهنگ و تمدن کشور برای جهانیان معرفی شود (همان: ۱۰). دکتر (ح.خ) در بخشی از مصاحبه به این اشاره نمودند که «این شبکه‌ها فرصت بسیار خوبی است برای اینکه بتوانیم ایران را معرفی کنیم در زمینه تاریخ و تمدن، فرهنگ و به‌طور کلی تمام مسائلی که ما می‌توانیم حرفی برای گفتن داشته باشیم در جهان و از این طریق با سایر کشورها ارتباط برقرار کنیم. مثلاً قبل از استفاده از این شبکه‌ها، مقامات ایرانی باید هزینه‌های زیادی می‌کردند تا با یک جوان اروپایی ارتباط برقرار کنند، ولی در حال حاضر با کمترین هزینه می‌توان با میلیون‌ها جوان در سراسر جهان ارتباط برقرار کرد که این خودش یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های این شبکه است».

جدول نتیجه کدگذاری‌ها

مدل	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
موقعیتی	<ul style="list-style-type: none"> تبدیل به یک شخصیت رسانه تبدیل به سخن گوی مقامات کشور یک شبکه رسمی، قوی، جدی و سیاسی دارای یک فضای عقلانی از نخستین سرچشمه پراکندگی اطلاعات 	<ul style="list-style-type: none"> ظرفیت سیاسی شبکه استفاده مقامات کشور سخن گوی نخبگان فضای عقلانی فضای جدی و سیاسی 	<ul style="list-style-type: none"> شبکه خاص دیپلماسی شبکه رسمی شبکه‌ای در کنترل دولت
کاربران	<ul style="list-style-type: none"> استفاده مقامات کشور استفاده روزنامه‌نگاران از این رسانه بیشتر متعلق به نخبگان سیاسی و فرهنگی 	<ul style="list-style-type: none"> شبکه نخبگان سیاسی 	<ul style="list-style-type: none"> شبکه نخبگان سیاسی

<p>عوامل مثبت / عوامل منفی گسترش و محبوبیت</p>	<p>تائید مقامات ارشد دیپلماسی کشور تأثیرگذاری در مذاکرات</p>	<ul style="list-style-type: none"> • استفاده افراد برجسته از این شبکه • سرعت انتقال اخبار در سریع تر از تلویزیون 	<p>عوامل توسعه‌ای</p>
<p>گسترش فضای عمومی توجه به کنشگران اجتماعی شکستن فاصله مردم- دولت و ساختار سنتی</p>	<p>شکل دادن فضای عمومی از بین رفتن تبعیض رسانه‌ای چالش رسانه‌های سنتی شکل دهی افکار عموم</p>	<ul style="list-style-type: none"> • تبدیل به فضایی برای پاسخگویی افراد • ارتباط مستقیم افراد و نخبگان با جهان • از بین رفتن تبعیض رسانه‌ای • بازتر شدن فضای گفت‌وگو • تأثیر بسزا در افکار عمومی • شکسته شدن فضای سنتی 	<p>فرصت در حوزه عمومی</p>
<p>کنترل دیپلماسی عمومی کنترل فرهنگ سیاسی مطلوب تأمین امنیت و منافع کشور</p>	<p>شکل دهی فرهنگ سیاسی مطلوب تأمین منافع ملی کنترل امنیت داخلی حل بحران‌ها</p>	<ul style="list-style-type: none"> • حکمرانی در فضای سیاسی • ظرفیت بالای سیاسی نسبت به سایر شبکه‌ها • تأثیر در فرهنگ سیاسی • تأثیر در فضای سیاسی • تأثیرگذار در حل بحران‌ها • تأمین منافع ملی 	<p>فرصت در حوزه دیپلماسی داخلی</p>
<p>روابط جهانی و تأمین منافع تأکید بر ایدئولوژی</p>	<p>تعامل با سایر کشورها تأمین منافع بین‌المللی معرفی کشور به جهان</p>	<ul style="list-style-type: none"> • بیان نظرات مسئولان • تحول در سیاست خارجه • ایجاد تصویر مثبت از کشور 	<p>فرصت در دیپلماسی خارجی</p>

<p>کم توجهی به ظرفیت‌ها</p> <p>کم توجهی به فعالیت دشمنان</p>	<p>عدم سرمایه گذاری در مقابله با شبکه‌های معاند</p> <p>ضعف دستگاه دیپلماسی در استفاده بهنگام</p>	<ul style="list-style-type: none"> • استفاده گروه‌های معاند از این شبکه • عدم سرمایه گذاری برای مقابله با این گروه‌ها • عقب افتادن در استفاده مناسب از شبکه‌ها 	<p>تهدیدات رسانه‌ای دیپلماسی</p>
<p>سرعت ارتباطی</p> <p>صرفه زمانی - اقتصادی</p> <p>اثرگذاری وافر</p>	<p>ظرفیت اجتماعی</p> <p>داشتن صرفه زمانی و اقتصادی</p> <p>ارتباط با جهان</p> <p>تأثیرگذاری بیشتر بر عامه مردم</p>	<ul style="list-style-type: none"> • سرعت در اطلاع رسانی • از دست ندادن زمان • پخش برنامه‌ها به صورت زنده • کم هزینه بودن در استفاده • سرعت انتقال سریع تر از رسانه‌های رسمی 	<p>مزایا</p>
<p>چالش کاربردی</p> <p>چالش امنیتی</p>	<p>عدم استفاده درست دستگاه دیپلماسی از این شبکه</p> <p>عدم اعتماد و تردید مسئولان به تأثیر وافر این شبکه</p> <p>اعتماد بیشتر به رسانه‌های ملی</p>	<ul style="list-style-type: none"> • همگانی نبودن برخی شبکه‌ها • زبان غالب انگلیسی • اطمینان اندک دستگاه دیپلماسی به شبکه مجازی • عقلانی ندانستن تأثیر این شبکه بر دیپلماسی • تأثیر مقطعی بر دستگاه دیپلماسی • نبود فضای مدرن در دستگاه دیپلماسی • ظرفیت بالا و عدم استفاده درست از شبکه • از نگاه سنتی می‌توان تأثیر تلویزیون را بیشتر دانست 	<p>چالش‌ها</p>

مدل نهایی تحقیق: موقعیت، کاربران، عوامل توسعه‌ای، فرصت در حوزه عمومی، فرصت در حوزه دیپلماسی داخلی، فرصت دیپلماسی خارجی، تهدیدات رسانه‌ای دیپلماسی، مزایا و چالش‌ها وجود دارد.

موقعیت: موقعیت این شبکه مجازی (به‌ویژه توئیتر) به صورتی هست که می‌توان گفت به سبب استفاده مقامات ارشد کشورها گاهی از این شبکه به‌عنوان یک سخنگو استفاده می‌شود و روند استفاده از آن صعودی است، از نظر مصاحبه‌شوندگان فضای مجازی چون شبکه رسمی و قوی در سطح بین‌الملل است که فضای عقلانی‌تر برخی از این شبکه‌ها نسبت به شبکه‌های اجتماعی که جنبه سرگرمی دارند باعث شده تا از آن به‌عنوان یک شبکه خاص در حوزه دیپلماسی شود.

کاربران: بیشتر مصاحبه‌شوندگان اعتقاد داشتند هم مقامات کشور از جمله روسای جمهور و وزرای خارجه و هم روزنامه‌نگاران و فعالان سیاسی و هم مردم عادی برای بیان نظراتشان از شبکه مجازی استفاده می‌کنند.

عوامل توسعه‌ای: عواملی هم چون توسعه ارتباطات، دسترسی به اینترنت، وجود بحران‌ها، رغبت به استفاده از سایر شبکه‌ها در کنار شبکه‌های رسمی باعث شده است شبکه مجازی بیشتر در بین کاربران مورد توجه قرار گیرد.

فرصت در حوزه عمومی: شکل دادن به فضای عمومی، از بین رفتن تبعیض رسانه‌ای و شکسته شدن ساختارهای سنتی، به چالش کشیدن رسانه‌های رسمی، نزدیکی بین مردم و دولت به‌عنوان فرصت‌های ارتباط در حوزه عمومی در نظر گرفته می‌شوند.

فرصت در حوزه دیپلماسی داخلی: با توجه به اینکه مصاحبه‌شوندگان بر این امر اتفاق نظر داشتند که شبکه مجازی بستری برای ارائه دیدگاه‌ها و پیشنهادها در مورد مسائل مختلف است بنابراین در حوزه سیاست می‌تواند در کنترل دیپلماسی عمومی، تأمین منافع ملی، تأثیر در فضای سیاسی و حل بحران‌ها در حوزه دیپلماسی داخلی کشور مؤثر باشد.

فرصت در حوزه دیپلماسی خارجی: این شبکه می تواند در تعامل با کشورهای دیگر، تأمین منافع بین المللی، معرفی یک کشور به سایر کشورها، ارتباط با مردم خارج کشور تأثیر گذار باشد.

تهدیدات رسانه های مخالف: در فضای حال حاضر شبکه های مخالف در شبکه های اجتماعی در حال ضربه زدن به کشورها هستند، کم توجهی به ظرفیت های بالای فضای مجازی، کم توجهی به فعالیت گروه های معاند، عدم سرمایه گذاری و ضعف دستگاه دیپلماسی در استفاده درست از این شبکه باعث تهدیدات علیه منافع ملی است.

مزایا: سرعت در انتقال، ظرفیت اجتماعی، ارتباط با جهانیان، تأثیر گذاری وافر بر مردم و ظرفیت های سیاسی بالا که می توان از مزایای این شبکه نام برد.

چالش ها: در همین عین چالش هایی هم وجود دارد که به چالش های امنیتی و کاربردی مربوط می شود. عدم استفاده درست دستگاه دیپلماسی از این شبکه، عدم اعتماد و تردید مسئولان به تأثیر وافر و در نظر نگرفتن تأثیر فضای مدرن است.

تهدیدهای امنیتی شبکه توئیتر

در اواسط ماه جولای ۲۰۲۰ در حدود ۱۳۰ حساب کاربری مشهور توسط گروه کوچکی از هکرها از دسترس خارج شد که ظاهراً توسط نوجوانی در مرکز فلوریدا هدایت می شد. آنها توانستند به برجسته ترین سرویس رسانه اجتماعی متعلق به جفری پترسون^۱ و ایلان ماسک^۲ نفوذ و از آنها برای کلاهبرداری استفاده کنند. آنها با کلاهبرداری از صدها نفر توانستند ۱۱۸۰۰۰ دلار بیت کوین سرقت کنند. این بزرگ ترین نقض امنیتی در تاریخ توئیتر بود و یک شرمساری بزرگ محسوب می شود. علاوه بر آن با دسترسی به پیام های شخصی این تهدید جدی شد. هکرها به پیام های مستقیم ۳۶ نفر دسترسی پیدا کردند از جمله حساب های سیاستمدارانی چون جو بایدن و باراک اوباما بود (Drew, 2020).

¹ Jeff Bezos

² Elon Musk

مسئله بعدی تناقض در پیام‌ها است. در یکی از این موارد که مربوط به تنش‌های ایران و آمریکا می‌شد پمپئو تعداد زیادی توییت را که به‌دقت طراحی شده بود ارسال کرد و تلاش‌های خود را برای جلب حمایت همسایگان ایران عنوان کرد. در مقابل توییت‌های مارک اسپر وزیر دفاع با ادبیات دیپلماتیک ارسال شد؛ اما پیام‌های ارسال‌شده توسط دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا و ماهیت کاملاً متفاوتی داشت (پیشین). این تناقض نشان‌دهنده‌ی نبود یک خط مشخص در سیاست نیز است. بعلاوه باید گفت توییت‌های احتمالاً تشدید ناخواسته بحران‌های بین‌المللی را افزایش می‌دهد. باید این واقعیت را بیان کرد که یک بازیگر متخاصم می‌تواند با میلیون‌ها پیرو به تحریک عمومی دست بزند همان‌طور که در طی یک دوره تنش شدید با کره شمالی در سال ۲۰۱۷، اظهارات جنگ‌طلبانه ترامپ پاسخ مثبت پایگاه رأی‌دهندگان وی را به دست آورد اما حتی اگر توییت‌های رئیس‌جمهور به‌عمد متناسب با مخاطبان داخلی باشد بازتاب آن برای مخاطبان بین‌المللی چیز دیگری بود؛ بنابراین پیام توییت‌های بیانگر این واقعیت است که یک بازیگر متخاصم می‌تواند با میلیون‌ها پیرو به یک بحران دست بزند. به‌عنوان مورد آخر باید گفت ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان مرکز قدرت خودگردان، به تقویت شخصی‌سازی سیاست کمک می‌کند. در این فرایند، سیاست در جایگاه نمایش و مخاطب به‌مثابه تماشاچی در نظر گرفته می‌شود. این بدان معناست که سیاست، کمتر به‌عنوان یک فرایند عقلانی، تجزیه و تحلیل می‌شود، بلکه بیشتر به‌عنوان یک سری حرکات نمادین که ما به آن‌ها واکنش نشان می‌دهیم، عمل می‌کند. در اثر این تغییرات، سیاست‌مداران، بیش‌ازپیش رسانه‌ای شده و به انسان‌های معمولی تبدیل می‌شوند. آن‌ها افراد معروفی می‌شوند که مشابهت‌های زیادی با افراد سرگرم‌کننده دارند. در واقع رهبران، مانند یک کالای تجاری تبلیغ می‌شوند. (ماه‌پیشانیان، ۱۳۹۰: ۱۹).

نتیجه گیری

در طی سال‌های گذشته فضای مجازی و تحول‌های شگرف شبکه‌های اجتماعی به خصوص توئیتر، بسیاری از زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی را با تغییرهای عمده‌ای مواجه نموده است. در این بین، دنیای دیپلماسی رسانه‌ای یکی از حوزه‌هایی بوده که از این تحول دور نمانده و تأثیرهای متعددی را متحمل شده است، به طوری که اینک سیاستمداران سستی نیز در نتیجه رشد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان سیاستمداران دنیا و افراد جامعه، مجبور به رو آوردن به این دنیا و همگام شدن با آن شده‌اند. با توجه به قدرت شبکه‌های اجتماعی اکنون یکی از مؤلفه‌های مؤثر در گفتمان‌های سیاسی و تحول‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی می‌باشند که با توجه به قدرت نرم تأثیرگذاری‌شان، نمی‌توان آن‌ها را از نظر دور داشت. در این پژوهش به بررسی و نقش شبکه اجتماعی مجازی و توجه به یکی از این رسانه‌ها (توئیتر) در شکل‌گیری دیپلماسی مجازی پرداخته شد. تلاش شد تا با ۱۰ نفر از اساتید و کارشناسان در حوزه علوم سیاسی، روابط بین‌الملل، ارتباطات، با توجه به سؤالات اصلی و فرعی تحقیق و سؤالات مصاحبه نظیر تأثیر فضای مجازی در دیپلماسی، آثار مثبت و منفی، فرصت‌ها و چالش‌ها مصاحبه صورت گیرد. روش تحقیق در این پژوهش به صورت کیفی و از شیوه نمونه‌گیری نظری استفاده شده است که به آن نمونه‌گیری هدفمند هم گفته می‌شود. این نمونه‌گیری که خاص روش تحقیق کیفی است. تعداد افراد مورد مصاحبه، به عبارت دیگر حجم نمونه به اشباع نظری سؤالات مورد بررسی، بستگی دارد. برای تحلیل داده‌ها از روش کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شده است که بعد از این مراحل یک مدل نهایی به دست آمد. مصاحبه‌شوندگان از گرایش بیشتر مسئولان به این نوع دیپلماسی به سبب سرعت در انتقال، ظرفیت اجتماعی و سیاسی بالا، ارتباط با جهانیان، میزان تأثیرگذاری بر مردم، هزینه کم در استفاده و... که از اثرات مثبت آن است اتفاق نظر داشتند ولی از اثرات منفی می‌توان آن تبلیغاتی که گروه‌های معاند از طریق این شبکه انجام می‌دهند و عدم پاسخگویی سیاستمداران در قبال نظراتشان در این شبکه،

شخصی شدن خط‌مشی سیاسی و دور شدن از فضای رسمی دیپلماسی نام بردند. در مورد ارزیابی انجام‌شده در مورد شبکه مجازی توئیتر، نظر مصاحبه‌شوندگان بر این بود که شبکه توئیتر نسبت به سایر شبکه‌ها کمتر جنبه‌ی سرگرمی دارد و به نسبت فضای عقلانی‌تری است. مسائل را جدی و سیاسی‌تر بیان می‌کند و چون اکثر مقامات کشورها برای بیان نظراتشان از این شبکه استفاده می‌کنند، می‌توان گفت، این شبکه به یک شبکه رسمی در جهان تبدیل شده است که بسیاری از رسانه‌ها از آن به‌عنوان یک منبع استفاده می‌کنند.

منابع

منابع فارسی

- استراوس، انسلم و جولیت کوربین (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی نظریه مبنایی، ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اسماعیلی، محمد (۱۳۸۹). «دیپلماسی رسانه‌ای»، ناشر: موسسه جام جم.
- بزرگمهری، مجید. نعمتی، فاطمه (۱۳۹۰). تأثیر دیپلماسی رسانه‌ای بر سیاست خارجی: تبیین و راهکارها، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، شماره هفدهم.
- پاستر، مارک (۱۳۷۳). عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالح یار، تهران: موسسه ایران.
- جعفری، علی؛ روحانی، مهدی (۱۳۹۳)، بررسی نقش اینترنت در توسعه سیاسی، فصلنامه پژوهش مویک‌های ارتباطی، سال بیستم، شماره ۱ (پیاپی ۷۷)، صص ۱۴۲-۱۲۳
- خانیکی، هادی. بابایی، محمود (۱۳۹۰). فضای سایبری و شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی.
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۵). توسعه دیپلماسی در عرصه فضای مجازی، کد خبر: ۲۰۵۶۲.
- خرازی، رها (۱۳۸۷). «سایبر دیپلماسی در عصر تکنولوژی‌های اطلاعات و ارتباطات» مجموعه مقالات قدرت سایبری، چاپ اول، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- خلیل‌زاده، سید محمد مهدی (۱۳۸۹). دیپلماسی رسانه‌ای، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه.
- دعاگویان، داوود (۱۳۸۸). نقش تلویزیون جهانی در دیپلماسی رسانه‌ای و سیاست خارجی، فصلنامه افق: سال ۵، شماره ۶۷.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۹۳). دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، چاپ اول، تهران: ناشر علمی و فرهنگی.

دهقانی فیروزآبادی، سید جلال؛ خرمشاد، محمدباقر؛ رستگاری (۱۳۹۴)، مؤلفه‌های کلیدی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، رهیافت انقلاب اسلامی پاییز ۱۳۹۴ - شماره ۳۲، صص ۲۴-۳

ژودیت، لازار (۱۳۹۱). افکار عمومی، ترجمه کتبی، نشر نی، ص ۲۳۴.
ساداتی، سید نصرالله (۱۳۹۳). نقش دیپلماسی رسانه‌ای در روابط بین‌الملل، فصلنامه رسانه، سال بیست و پنجم، شماره ۳.

سازمند، بهاره؛ براتی، مسعود (۱۳۹۳)، الزامات و چالش‌های دیپلماسی عمومی ایران در عصر جهانی شدن، نشر مرکز ملی مطالعات جهانی شدن، چاپ اول
سوری، جواد (۱۳۸۶). رسانه و سیاست خارجی، ص ۵۳.

شیرازی، محمد (۱۳۸۳). جنگ روانی و تبلیغات، مفاهیم و کارکردها، نشر نی، ص ۱۲۰.
ظریف، محمدجواد (۱۳۸۷). دیپلماسی چندجانبه چاپ اول، جلد اول، تهران: وزارت امور خارجه.

فرهنگی، علی‌اکبر؛ قرائتی، علیرضا، کربلایی حاجی اوغلی، حسن (۱۳۹۳)، دیپلماسی دیجیتال و روابط میان دولت‌ها در جوامع معاصر، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، سال ۹، شماره ۲۴، صص ۹۹-۸۹

عباسی، حسن؛ شریعت، جهانگیر (۱۳۹۷)، کارکرد سیاسی شبکه‌های اجتماعی مجازی، فصلنامه امنیت ملی، سال هشتم، شماره سی‌ام، زمستان ۱۳۹۷، صص ۱۵۰-۱۲۷
کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، اقتصاد جامعه و فرهنگ: ظهور جامعه شبکه‌ای، جلد ۱، ترجمه (احد علیقلیان و افشین خاک‌باز)، تهران: انتشارات طرح نو.
کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹). عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ (ترجمه احد علیقلیان و افشین خاک‌باز). تهران: طرح نو.

کاظم‌پور، سید محمد (۱۳۸۳). چارچوب مفهومی و پژوهشی برای مطالعات سیاست خارجی، انتشارات وزارت امور خارجه

کولایی، الهه؛ شکاری، حسن؛ احمدی نیا، مسعود (۱۳۹۲)، دیپلماسی سایبری آمریکا (مطالعه موردی جمهوری آذربایجان)، فصلنامه آسیای مرکزی و قفقاز، شماره ۸۲، تابستان ۱۳۹۲، صص ۱۰۱-۸۱

کوهی نصرآبادی، محسن. واحدیان، مرتضی (۱۳۹۶). مطالعه و بررسی میزان سرمایه فرهنگی در بین کاربران شبکه اجتماعی تلگرام. فصلنامه پژوهش های ارتباطی، شماره ۴ (پیاپی ۹۲)، سال ۲۴.

گیلبا، اتیا (۱۳۸۸). ارتباطات جهانی و سیاست خارجی، مترجم: حسام‌الدین آشنا و محمد اسماعیلی، انتشارات دانشگاه امام صادق. ماه‌پیشانیان، مهسا. ۱۳۹۰. «آسیب‌های سیاسی و روانی شبکه‌های اجتماعی». ماهنامه ره‌آورد نور. ۳۵.

محمد پور، احمد (۱۳۸۵). جامعه شبکه‌ای: ابعاد اجتماعی رسانه جدید. نشریه جهانی رسانه پایگاه نشریات الکترونیک دانشگاه تهران، بازیابی.

مرادی، فهناز (۱۳۹۲). بررسی دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران با مطالعه موردی شبکه پرس تی وی، دانشگاه تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.

موسویان، مرتضی. محمدصادق، افراسیابی (۱۳۹۶). سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی، منتخب همایش ملی سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی، تهران: انتشارات پشتیبان ص ۱۶
هایم، مایکل (۱۳۹۰). متافیزیک واقعیت مجازی، ترجمه سروناز تربتی، تهران: انتشارات رخداندنو.

وبستر، فرانک (۱۳۸۳). نظریه جامعه اطلاعاتی (ترجمه اسماعیل قدیمی). تهران: قصیده‌سرا.

منابع انگلیسی

- Louw, Eric (2005) *the media and political process* pub sage
- Subramanian and Kats (2011) *the global flow of information: legal social and cultural perspectives*. Ny: New York university press.
- Cotton ,R (2015) *communication and information technologies annual politics participation and production*. bingley: emerald group publishing limited
- Trentin.G(2011) *technology and knowledge flow the power of network*. chandos information professional seriesi kindle edition
- Folsom.T (2007) *defining cyber space*
[Webtrends.abut.com/od/web_glossary-2 htm](http://Webtrends.abut.com/od/web_glossary-2.htm) (2011)
- Reed.TV. (2005). *The Art of protest* university of Minnesota press
- Wasserman. H (2007). *Is a new World wide web possible an Explorative Comparison of the use of ICTs by two south African Movements* Studies Review volume 50 number?
- Petit. C (2004). *Social Movement Networks in Internet Discourse* presented at the annual meetings of the American Sociological Association san Francisco