

**گفت‌وگوهای در باب
دیپلماسی توییت‌ری ایران در برابر امریکا
(در مقطع خروج امریکا از برجام ۲۰۱۸)**

نویسنده:

زهرا نژادبهرام، بازیگر ملیکیان

انتشارات مشق شب

زمستان ۱۴۰۰

سرشناسه	نژادبهرام، زهرا، ۱۳۴۲ -
عنوان و نام پدیدآور	گفتگو هایی در باب دیپلماسی توییتری ایران در برابر آمریکا (در مقطع خروج آمریکا از برجام ۲۰۱۸)
مشخصات نشر	نویسنده زهرا نژادبهرام.
مشخصات ظاهری	تهران: مشق شب، ۱۴۰۰.
شابک	۳۹۶ ص: مصور (رنگی).
وضعیت فهرست نویسی	978-600-8920-81-6
موضوع	فیا
	برنامه جامع اقدام مشترک، ۲۰۱۵ م. ۱۴ ژوئیه
	Joint Comprehensive Plan of Action, 2015 July 14
موضوع	سیاستمداران ایرانی -- قرن ۱۴ -- دیدگاه درباره برنامه جامع اقدام مشترک، ۲۰۱۵ م. ۱۴ ژوئیه
	Politicians, Iranian -- 20th century -- Views on Joint Comprehensive Plan of Action, 2015 July 14
	سیاستمداران ایرانی-- قرن ۱۴ -- مصاحبه ها
	Politicians, Iranian-- 20th century -- Interviews*
رده بندی کنگره	JZ۶۰۴۵
رده بندی دیویی	۳۲۷/۱۷
شماره کتابشناسی ملی	۸۷۶۳۳۷۹
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیا

مؤسسه انتشاراتی
مشق شب



ناشر: انتشارات مشق شب

نام کتاب: گفت وگو هایی در باب دیپلماسی توییتری ایران در برابر آمریکا (در مقطع خروج آمریکا از برجام ۲۰۱۸)

نویسنده: زهرا نژادبهرام، نازنین ملکیان

ویراستار: عارفه نژادبهرام

صفحه آرای و طراحی جلد: سارا مقدم

شمارگان: ۷۵ نسخه

نوبت چاپ: اول / ۱۴۰۰ تهران

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۲۰-۸۱-۶

قیمت: ۹۵,۰۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ و مخصوص ناشر می باشد.

نشانی: تهران، خیابان انقلاب، خیابان قدس، ساختمان آنا تول فرانس (شماره ۲)

واحد ۱۱، طبقه سوم تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۶۲۵۱۶-۱۷ نمابر: ۰۲۱-۶۶۴۸۸۸۲۰

در شبکه های اجتماعی با ما در ارتباط باشید: ۰۹۱۲۸۹۸۶۵۳۴

www.mashgheshab.com mashgheshab84@yahoo.com

فهرست مطالب

مقدمه ۷

بخش اول: اساتید رشته علوم سیاسی و روابط بین الملل

ابراهیم متقی ۲۱

زهره نصرت خوارزمی ۳۲

علی اصغر داوودی ۴۷

زینب قاسمی طاری ۵۹

مهدی مطهرنیا ۷۴

سید عبدالامیر نبوی ۸۷

مهدی ذاکریان ۹۶

اصلی عباسی ۱۰۸

حجت کاظمی ۱۱۷

الهه کولایی ۱۳۱

بخش دوم: دیپلمات‌ها

حمیدرضا آصفی ۱۴۷

قاسم محبعلی ۱۵۹

فریدون وردی‌نژاد ۱۷۳

محسن امین‌زاده ۱۸۵

بخش سوم: روزنامه نگاران و اهالی رسانه ۲۰۱

- ۲۰۵ پوریا استارکی
- ۲۲۱ امیر محبیان
- ۲۳۹ فاطمه حسنی
- ۲۵۵ کتایون لامع زاده
- ۲۶۵ محمد جواد حق شناس
- ۲۷۳ نوشین طریقی
- ۲۸۸ محمد تقی روغنی ها
- ۲۹۹ محمد مهاجرى
- ۳۰۶ حسن نمک دوست

بخش چهارم: اساتید ارتباطات ۳۲۳

- ۳۲۷ صدیقه ببران
- ۳۴۲ یونس شکرخواه
- ۳۵۵ محمد سلطانی فر
- ۳۶۶ شاهو صبار
- ۳۷۷ علی شاکر
- ۳۸۲ زهیر صباغ پور
- ۳۹۳ سبحان یحیایی

دنیای امروز با تحولات اخیر در عرصه ارتباطات به شکلی به هم پیوسته کانونی برای ارتباط مداوم و اثرگذاری لحظه‌ای شده است. ابزارهای گوناگون دنیای جدید بسیار متفاوت از گذشته راه ارتباط را تسهیل، کوتاه و سریع کرده‌اند. امروز پرده تازه‌ای از ارتباطات در جهان شکل گرفته که شاید آن را بتوان پرده ماقبل آخر نامید.

پرده نمایش تاریخ تمدن بشری است. تاریخ تمدن بشری زمانی جان گرفت که صنعت چاپ همچون هدیه‌ای شگفت‌انگیز تصویر تازه‌ای از جهان را برای بشریت گشود و به عصر تحولات ارتباطات تصویری رسانه‌ای رسید و سپس اینترنت دریچه‌ای تازه را به روی آدمی گشوده که شاید به اندازه سیب نیوتن یا نظریه گردش زمین به دور خود گالیله تحولی شگرف ایجاد کرد.

در این میان شبکه‌های رسانه‌ای بستری بودند که توانستند زبان گویای ارتباطی در نوع جدید باشند. یاهو، گوگل، ام اس ان، ایمیل، چت، یاهو مسنجر، وبلاگ، فیس‌بوک و ... تا رسید به وایبر، تلگرام، اینستاگرام، یوتیوپ و توییتر و جملگی بسترهای گوناگون برای توسعه ارتباط بود. در واقع ارتباط آدم‌ها از راه دور، اتفاقی که عجیب می‌نمود، حالا با این ابزارهای سهل‌الوصول به راحتی در دسترس همه است. فرستادن تصویر و صدا و ویدئو که قبلاً با اس ام اس ناممکن بود، حالا با این برنامه‌ها یکی پس از دیگری کامل‌تر و مفصل‌تر ممکن شده است.

توییتر که در لغت به معنی «جیک جیک کردن» (صدا کردن) است، بسیار پرطرفدار شد و نوع دیگری از ارتباط را به عرصه سیاست سوق داد که تا پیش از آن به صورت جسته‌گریخته در

فیس‌بوک دیده می‌شد. توییتر تحولی را در عرصه سیاست بین‌الملل ایجاد کرد که شاید پیش از این به صورت محدود در روزنامه‌ها و سایت‌ها و فیلم‌ها قابل مشاهده بود اما اثربخشی آن در توییتر بسیار متفاوت و دور از تصور بود.

به اعتقاد برخی از محققان، توییتر به لحاظ ساختار ویژه‌اش به سرعت به جایگاه اول دیپلماسی دیجیتال تبدیل شده است به طوری که ۹۷ درصد از دولت‌های عضو سازمان ملل در سال ۲۰۱۸ حساب توییتری داشتند. این بدان خاطر است که برخلاف سایر رسانه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام، اساس ارتباط در توییتر مبتنی بر نوشتار است و از این روی، قابلیت بهتری برای روایت‌گری دارد. ویژگی دیگر توییتر، تأکید بر موجزگویی در آن است، یعنی جان کلام بایستی در ۲۸۰ کاراکتر بیان شود. توییتر با شعار «چه کار می‌کنید؟ یا به میدان وب ۲٫۰ گذاشت اما در نوامبر سال ۲۰۰۹ میلادی این شعار به «چه چیزی در حال رخ دادن است؟» تغییر کرد. این دو شناسه به قدری نو بود که به سرعت در بین کاربران اینترنت به محبوبیت رسید. در توییتر افزون بر فرستادن نوشتار، می‌توان فیلم، عکس و صدا نیز فرستاد.

یکی از مسائلی که همیشه در دیپلماسی سنتی مورد توجه بوده، حاشیه‌های مباحث در این نوع ارتباطات بوده است درحالی‌که شاید پیام اصلی در دو یا سه عبارت قابل تدقیق است. توییتر این فرصت را ایجاد کرد که در شرایطی که مخاطب نیازمند دانستن اصل مسئله است با موجزگویی و گزیده‌گویی و صریح‌گویی اصل موضوع در اختیار مخاطب قرار گیرد. این مهم آن‌چه را که «سرریز اطلاعات»^۱ نامیده‌اند، به کنار گذاشته تا توجه اصلی بر موضوع مورد بحث ممکن شود. بسیاری از صاحب‌نظران به این نکته توجه کرده‌اند که پیام اصلی در میان پیام‌های متعددی که در ارتباطات دیپلماسی مطرح می‌شود کمتر دیده می‌شود یا شاید اصلاً دیده نشود لذا از آنجا که کارکرد توییتر تمرکز بر موضوع اصلی است، آن‌ها وارد موضوع دیپلماسی دیجیتالی یا توپلوماسی^۲ شده‌اند، عرصه‌ای تازه برای انتقال پیام، که شاید بتواند ضمن آشکارسازی پیام فهم آن را نیز راحت‌تر کند.

در مطالعات زیادی که از سوی پژوهشگران صورت گرفته مسائلی چون دور از تشریفات بودن

۱. Information overload: پدیده‌ای است که در آن میزان اطلاعات که فرد دریافت می‌کند، چنان از ظرفیت پردازش

ذهن فراتر می‌رود که باعث اختلال در عملکرد آن می‌شود.

۲. Twiplomacy: این کلمه که ترکیبی است از دو واژه توییتر و دیپلماسی، به ارتباط این دو موضوع با یکدیگر و تأثیر توییتر در دیپلماسی می‌پردازد.

گفت‌وگو در دیپلماسی توییتری و فعال سازی ارتباطات کوتاه و مؤثر مورد تأکید واقع شده اما شاید حقیقت آن باشد که توییتر دیپلماسی را یک گام به پیش رانده و آن را به ادبیات دموکراتیک نزدیک‌تر ساخته است.

امروزه دولت‌ها به طور وسیعی از زیست بوم دیجیتال و به خصوص توییتر برای ارتقای وجهه ملی خود و در نتیجه کسب قدرت نرم بهره می‌جویند. دولت‌ها باور دارند که دیپلماسی عمومی متکی به رسانه، اکنون ظرفیت انکارناپذیری برای هویت‌سازی و اعتمادسازی ایجاد کرده است. منطق کوتاه‌گویی و سریع‌گویی منجر به خلق رویکردی متفاوت شده و حاشیه‌ها را کنار زده و حقایق را آشکار کرده است، آن هم در معرض افکار عمومی جهانی! شاید از این جهت است که اکثر قریب به اتفاق رهبران کشورهای جهان حساب توییتری ساخته‌اند. آن‌ها می‌دانند که گستره دیپلماسی اکنون در پشت درهای بسته و صحبت‌های درگوشی شاید گشایشی ایجاد کند اما کافی نیست. توییتر بستری است که از سال ۲۰۰۷ وارد عرصه ارتباطات شد و شاید اولین سیاست‌مداری که از آن بهره گرفت باراک اوباما رئیس‌جمهور اسبق آمریکا بود. پس از آن جایگاه و رتبه خوبی در بین عموم مردم برای خود باز کرد و نه فقط نخبگان و سیاست‌مداران، بلکه عموم به آن روی آوردند. این شبکه اجتماعی در سال ۲۰۲۰ در حدود ۳۶۰ میلیون دنبال‌کننده داشت و جایگاه خوبی را در موضوعات مختلف از جمله انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا برای خود ایجاد کرد. ۳۷ درصد کاربران توییتر بین ۱۸ تا ۲۹ ساله و ۲۵ درصد بین ۳۰ تا ۴۹ ساله‌اند (فینی زاده ۱۳۹۹). این شبکه اجتماعی جهانی پیام‌های کوتاه با حداکثر ۱۴۰ نویسه^۱ را رد و بدل می‌کند (البته اکنون به ۲۸۰ کاراکتر تغییر یافته و امکان استفاده از عکس و فیلم را نیز اضافه کرده است) و منبعی برای تولید خبر از سوی رسانه‌ها و فعالان رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی برای تعامل و گفت‌وگو است. البته امروزه توییتهای قادرند با ارسال پیام‌های کوتاه، احتمالات متفاوتی را در روابط دیپلماتیک ایجاد و سیر سیاست خارجی کشورهای را تغییر دهند. در میان شبکه‌های اجتماعی، توییتر از جمله ابزارهای قدرتمندی است که در چند سال اخیر اثرات زیادی در حوزه سیاست خارجی کشورهای مختلف داشته است.

بیش از ۸۵۶ حساب کاربری در توییتر به رهبران و رؤسای ملت‌ها و وزاری خارجه و سایر سیاست‌مداران اختصاص دارد. تعداد ۱۷۸ کشور یعنی ۹۷ درصد از دولت‌های عضو سازمان ملل حساب توییتری با میانگین تقریبی ۳۵۶ میلیون نفر دنبال‌کننده دارند. تمام رهبران کشورهای

عضو گروه ۲۰ (به جز آلمان) و نیز گروه هفت در این شبکه عضویت دارند (twiplomacy 2017). بر اساس تحقیقات سال ۲۰۲۰ تعداد ۱۸۹ کشور به صورت رسمی و شخصی در توییتر هستند (tankovska 2021). پیشنهاد بهره‌برداری سیاست‌مداران از توییترها را می‌توان به ترزا می، نخست‌وزیر انگلیس نسبت داد که در سال ۲۰۱۶ به توییتر پیوست و در مدت چهار سال، یک هزار و ۳۵۴ توییتر زد (به طور خاص، در ده روز یعنی از ۱۱ تا ۲۱ ژانویه ۲۰۱۹، تعداد ۱۲ توییتر زد). امانوئل مکرون، رئیس‌جمهور فرانسه در سال ۲۰۱۳ به توییتر پیوست و تاکنون ۷ هزار و ۸۵۵ توییتر داشته که ۱۳ توییتر آن مربوط به ده روز اول ۲۰۲۰ بوده است. تعداد پست‌های اینستاگرامی آنگلا مرکل، صدراعظم آلمان در این همین مدت ۷ عدد بوده است. هایکو ماس، وزیر خارجه آلمان از سال ۲۰۰۹ به توییتر پیوسته و تاکنون ۵ هزار و ۱۹۴ توییتر زده که ۲۱ توییتر آن در همین زمان ارسال شده است. محمد جواد ظریف از سال ۲۰۰۹ تاکنون به توییتر پیوسته و ۵۲۲ توییتر زده (لامعزاده، ۱۳۹۷).

توییتر در مذاکرات برجام یکی از کلیدی‌ترین نقش‌ها را برعهده داشت و همان‌طور که تریبون حامیان این مذاکرات بود، مورد استفاده مخالفین نیز قرار گرفته بود. برخی از سناتورهای آمریکایی و بزرگ‌ترین مخالفان توافق برجام یعنی بنیامین نتانیاهو، نخست‌وزیر اسرائیل نیز از توییتر استفاده کرده‌اند. نقشی که توییتر طی مذاکرات هسته‌ای ایران با گروه ۱+۵ بازی کرد، آن قدر تاثیرگذار بود که کاخ سفید حساب رسمی TheIranDeal@ را برای این موضوع راه‌اندازی کرد تا با هدایت روابط، مناسبات تجاری، علمی، فرهنگی و سیاسی در سطح بین‌المللی به تشریح و دفاع از توافق هسته‌ای با ایران بپردازد و در این زمینه با کاربران گفت‌وگو کند (کهن‌چی، ۱۳۹۴). در واقع توییتر شبکه اجتماعی‌ای است که به دلیل پرمخاطب بودن^۱ و دنبال‌کنندگی و در عین حال سرعت دسترسی و کوتاه بودن، به شبکه خاص سیاسی-اجتماعی مبدل شده است. توییتر در قالب رسانه اجتماعی، یک شبکه اطلاع‌رسانی جهانی است که پیام‌ها در آن برای همه جهان قابل مشاهده است، نه فقط برای اعضای گروه و این ویژگی توییتر توانسته تأثیر چشمگیری در معادلات سیاسی بر جای بگذارد.

۱. نگاهی به نمودار فعالیت‌های مجازی شهروندان جهان در سال ۲۰۱۸ که بر اساس آمار موسسه officiallychad حاصل شده، مؤید آن است که ظرفیت توییتر در ۶۰ ثانیه در میان دیگر شبکه‌های اجتماعی از اینستاگرام بالاتر و از یوتیوب پایین‌تر است، جهت آگاهی بیشتر نمودار آن در پیوست ارائه می‌شود. در همین راستا آمار توییترها در جهان طی چهار سال در همین پیوست قابل مشاهده است که نشان‌دهنده آن است که این شبکه اجتماعی در حال توسعه است.