

دیپلماسی سایبری؛ توئیپلماسی ایالات متحده آمریکا

فریده محمدعلی پور^۱، محمدرضا نوروزپور^۲

^۱ استادیار گروه روابط بین الملل دانشگاه خوارزمی
fm.alipour@khu.ac.ir

^۲ دکترای روابط بین الملل دانشگاه خوارزمی
noroozpoor@gmail.com

چکیده

رشد و گسترش چشمگیر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان، سبب تسهیل و تسریع ارتباطات دوسویه و چند سویه شده است. استفاده از این ظرفیت در برقرار کردن ارتباط مستقیم و سریع با میلیون‌ها مخاطب و جمع‌آوری اطلاعات از تعاملات رایج در شبکه‌های اجتماعی، از جمله توئیتر، در دستور کار دولت‌ها قرار گرفته است که به آن «دیپلماسی سایبری» می‌گویند. توئیتر در شبکه‌های اجتماعی از لحاظ سرعت دسترسی، انتشار سریع اطلاعات و محدودیت به کارگیری واژگان از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است و همین موضوع سبب شده است که از این شبکه اجتماعی برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی استفاده شود که «توئیپلماسی» نامیده می‌شود. سؤال اساسی در این است که جایگاه توئیپلماسی در سیاست خارجی آمریکا چیست؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد که دستگاه سیاست خارجی آمریکا توانسته است قدرت فضای سایبری را به منزله مصداق بارز قدرت هوشمند به خدمت گیرد و در کشورهای هدف تأثیرگذار باشد. همچنین استفاده وسیع وزارت خارجه آمریکا از دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی در سراسر جهان سبب شده است تا دیپلمات‌های این کشور بتوانند با انبوهی از مخاطبان خود مستقیماً ارتباط برقرار کنند و از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای تعقیب منافع خود به خوبی بهره‌گیرند.

کلمات کلیدی: دیپلماسی سایبری، دیپلماسی توئیتری، توئیپلماسی، شبکه‌های اجتماعی، سیاست خارجی آمریکا.

۱ مقدمه

واژه سایبر 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 کاربرد. فضای سایبر در معنا به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق کامپیوتر و مسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود [۹].

در سال ۱۹۸۴ ویلیام گیبسون واژه «فضای سایبری» را در یک رمان علمی - تخیلی به نام نورومانسر رونمایی کرد. از آن پس استفاده از پیشوند «سایبر» به موازات رشد و توسعه اینترنت استفاده شد. در اواخر دهه ۱۹۹۰ تقریباً هر آنچه به اینترنت مربوط می‌شد یک پیشوند «سایبر» با خود همراه داشت. واژگان «اجتماع سایبر»، «امنیت سایبر»، «قانون سایبر»، «جنایت سایبر» همگی از این نوع عبارات ساخته شده با استفاده از پیشوند «سایبر» هستند که خواننده را متوجه ارتباط موضوع اصلی با فضای سایبری 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. 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 [۱۰].

از آغاز قرن بیست و یکم و شدت گرفتن استفاده گروه‌های تروریستی از اینترنت و پیدایش «تروریسم سایبری» سبب شد تا واژه «سایبر» بیش از گذشته به موضوعات امنیتی و جنگ و صلح مرتبط شود. در سال ۲۰۰۱ شورای اروپا «کنوانسیون جنایت سایبری» را منعقد ساخت. 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. 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 در مورد دشمن و عامل نفوذکننده علیه منافع ملی است [۱۱].

دیپلماسی در طول تاریخ تکامل یافته است و با الزامات ملت‌ها، شخصیت رهبران، درگیری‌ها، ائتلاف‌ها و تغییرات پارادایمی منطبق شده است. با وجود این، مهارت‌های مورد نیاز برای انجام دادن مأموریت دیپلمات‌ها، به طور قابل توجهی به همان صورت باقی مانده است. در این زمینه، تغییری اساسی در نحوه تعامل افراد و جوامع، به شدت در هنر دیپلماسی تأثیر گذاشته است. رسانه‌های اجتماعی در فضای سایبری نه تنها نوع جدیدی از رابطه را در سطحی شخصی ایجاد کرده‌اند، بلکه راه جدیدی را برای رسیدن به مخاطبان گسترده‌تر پدید می‌آورند. بنابراین دیپلماسی سایبری و ابزارهای آن مانند توئیپلماسی، پی‌آمد طبیعی تکامل ارتباطات در قرن بیست و یکم است. در این میان، قدرت‌های بزرگ از این ابزارها به خوبی بهره برده‌اند. پژوهش حاضر به این سؤال پاسخ می‌دهد که جایگاه توئیپلماسی در سیاست خارجی آمریکا چیست؟ برای این منظور ابتدا با مروری بر ادبیات پژوهش، به تشریح دیپلماسی سایبری و قدرت‌سازی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود و سپس توئیپلماسی و اهمیت شبکه‌های اجتماعی در سیاست داخلی آمریکا بررسی می‌گردد.

۲ ادبیات پژوهش

واژه دیپلماسی سایبری دیرزمانی نیست که وارد ادبیات روابط بین‌الملل و علوم سیاسی شده است. برخی از واژه «دیپلماسی دیجیتال» که بار معنایی مشابهی دارد برای اشاره به این حوزه استفاده می‌کنند بنابراین در پیشینه به آثار با هر دو عنوان اشاره می‌شود. در زبان فارسی نخستین کتابی که در این حوزه منتشر شده «دیپلماسی دیجیتال (نظریه و عمل)» [۱] نام دارد. این کتاب ممزوجی از تبیین وضعیت، نظریه پردازی و ارائه نمونه است و دیپلماسی دیجیتال را به منزله تغییر مدیریت در سیاست‌های بین‌المللی مورد بررسی قرار داده است. در کتاب «دیجیتالی شدن دیپلماسی عمومی» [۲]. مولف اذعان می‌دارد این نوع دیپلماسی دارای فرایندی طولی‌المدت است که در آن بازتعریف هنجارها، ارزش‌ها، روال‌ها و اهداف دیپلماسی عمومی انجام می‌شود. نویسنده، محقق دانشگاه آکسفورد است که چگونگی بهره‌گیری از دیپلماسی دیجیتال در بحران را موضوع مطالعه خود قرار داده است. کتاب «حکمرانی در عرصه پنجم: گذار به دیپلماسی سایبری» [۳] تنها کتابی است که در عنوان خود با موضوع پژوهش حاضر اشتراک دارد. این کتاب با طرح چالش‌های سیاست‌گذاری و دستور کار روابط سایبری بین‌المللی، کشورهای بازیگر جهانی و نهادهای بین‌المللی را توضیح می‌دهد. این کتاب برای مطالعه اقدامات بازیگران خاص در این عرصه، آمریکا، چین، روسیه، ژاپن، اتحادیه اروپا، مالزی و دیپلماسی شرکتی مفید است. تنها مقالات فارسی با عنوان دیپلماسی سایبری نیز به روسیه و آمریکا اختصاص دارند در زبان انگلیسی منابع متعددی منتشر شده‌اند که از دسترسی مخاطب ناآشنا به این زبان خارج هستند. از این رو پژوهش حاضر می‌تواند بخشی از خلأ ادبیات را در این حوزه رفع کند.

۳ دیپلماسی سایبری و 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 طومار ماندنی است که به هرکسی اعطا می‌شد، از امتیازات خاصی برخوردار می‌شد [۴]. دیپلماسی، دربرگیرنده مجموع اقداماتی است که از برنامه‌ریزی تا اجرای سیاست خارجی کشورها در عرصه جهانی را دربرمی‌گیرد. دیپلماسی سایبری به این اقدامات در فضای سایبر اشاره دارد.

دیپلماسی سایبری از وجوه قدرت سایبری و مبتنی بر کنترل ارتباطات و اطلاعات در فضای سایبر است. از منظر کاستلز، صاحب‌نظر عرصه ارتباطات، «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 خود انگیز اجرایی می‌شوند» [۵]. «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 نقطه به نقطه، 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 به لحاظ تاریخی ارتباطات جمعی خودانگیز می‌نامم» [۶].

کاستلز با بیان این که قدرت در جامعه شبکه‌ای از طریق شبکه‌ها جریان می‌یابد چهار شکل از قدرت را

در این اوضاع فناورانه و اجتماعی ارائه می‌دهد: قدرت شبکه‌بندی^۱، قدرت شبکه‌ای^۲، قدرت شبکه‌ای شده^۳ و قدرت شبکه‌سازی^۴. کاستلز بر اهمیت برنامه‌ریزان در جامعه شبکه‌ای مبتنی بر ارتباطات جمعی چندرسانه‌ای تأکید می‌کند [۷]. دولت‌ها با در اختیار داشتن هر چهار نوع قدرت، امکانات گسترده‌ای برای دیپلماسی سایبری و پیشبرد منافع خود در اختیار دارند. در دیپلماسی سایبری، 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 [۸]. استفاده از ظرفیت فضای سایبر برای پیشبرد اهداف دیپلماسی به ضرورت تبدیل شده است از این‌رو، دیپلمات عصر فناوری ارتباطات و اطلاعات با دیپلمات نسل قبل خود تفاوت‌های ماهوی پیدا کرده است. یکی از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی که در دیپلماسی سایبری اهمیت دارد، توئیتر است. دیپلماسی توئیتری یا توئیپلماسی در خدمت دیپلماسی سایبری قرار گرفته است و مسیر جدیدی را پیش روی سیاستمداران گشوده است.

۴ دیپلماسی سایبری و قدرت توئیتر؛ توئیپلماسی

قدرت و نفوذ شبکه‌های اجتماعی بسیار جدی و مؤثر است. توئیتر یکی از محبوب‌ترین و کارآمدترین شبکه‌های اجتماعی در جهان شناخته شده است. تحقیقات نشان داده است که کاربران شبکه‌های اجتماعی توئیتر را به دیگر شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک ترجیح می‌دهند و یکی از عمده دلایل آن کارآمدی و درجه بالای تأثیرگذاری آن است [۱۲]. این شبکه اجتماعی تا آوریل سال ۲۰۲۲ بالغ بر ۷۶۹ میلیون عضو و ۳۲۸ میلیون کاربر فعال داشته است [۱۳].

توئیپلماسی شکل آنلاین به‌کارگیری دیپلماسی عمومی در فضای سایبری 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. 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. کشورها برای حل مسائل بین‌المللی از «دیپلماسی چندمسیره» استفاده می‌کنند که تمامی ویژگی‌های آن در توئیتر نمایان است. مخاطب این توئیت‌ها افراد معمولی یا کاربران خاص هستند و این کار می‌تواند با انتشار موضع رسمی، تعامل با ذی‌نفعان و اعضای دیگر، یا از طریق «دنبال کردن» شخصی کاربران یا ارتباط بی‌واسطه از طریق ارسال پیام مستقیم یا خصوصی برای کاربران صورت گیرد. از آنجاکه هرکسی از هر جای دنیا می‌تواند کاربران عمومی شبکه‌های

¹Networking Power

²Network Power

³Networked Power

⁴Network-making Power

اجتماعی را دنبال کند، توئیپلماسی می‌تواند وسیله‌ای برای افزایش مخاطبان پیام یک کشور باشد [۱۴]. فارغ از این که نام این روند جدید در دیپلماسی را توئیپلماسی یا دیپلماسی چندمسیره یا شاخه‌ای از دیپلماسی عمومی بگذاریم، ابزارهای پدید آمده با شبکه‌های اجتماعی خصوصاً توئیتر دیپلمات‌ها، سیاستمداران و ارتباط گیرندگان دیگر را (بازیگران دیگر بین‌المللی یا کسانی که به آن‌ها توئیپلمات می‌گویند) مجبور کرده است تا با وجود این ساختار و زمینه جدید، دیپلماسی را مورد بازطراحی و بازاندیشی قرار دهند.

مطالعه‌ای درباره توئیپلماسی در سال ۲۰۱۷ که تحقیقی سالیانه درباره حضور فعالانه رهبران و سران حکومت‌های جهان، وزرای 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 دولت‌ها و وزارت خارجه بیش‌تر کشورهای جهان از طریق توئیتر برخی از برنامه‌ها، سیاست‌ها و اهداف سیاست خارجی خود را دنبال می‌کنند [۱۵].

بر اساس 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. در واقع، حتی تفاوت‌های دنیای واقعی نیز در توئیتر نقش ایفا می‌کنند و برخی مواقع به وقوع جنگ هشتگ‌ها بین سفارت‌خانه‌ها و وزارت خارجه‌های کشورهای مختلف منتج می‌شوند [۱۶].

وبسایت توئیپلماسی هم‌چنین لیست جامعی از تمامی سفارت‌خانه‌ها و رهبران و وزرای خارجه کشورهای مختلف دنیا را که در توئیتر حضور فعال دارند به صورت سالیانه منتشر می‌کند. بیش از پنج هزار سفارت‌خانه در سراسر دنیا از کشورهای مختلف در توئیتر حضور فعال دارند، حال آن که به غیر 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 خارجه کشورها و حتی دیگر شخصیت‌های برجسته مذهبی، اقتصادی و اجتماعی جهانی مانند پاپ - در توئیتر فعالانه حضور دارند. به نظر می‌رسد، توئیپلماسی به طریقی دی.ان.ای دیپلماسی را دگرگون کرده است: نوعی سازگاری ژنتیکی با فناوری‌های جدید [۱۷]. 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.

۱.۴ اهمیت شبکه‌های اجتماعی در سیاست خارجی آمریکا

در استراتژی بین‌المللی ایالات متحده برای فضای مجازی، بر تعهد ایالات متحده بر تلاش‌های بین‌المللی تأکید شده است که برای ارتقای زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی باز، بر خوردار 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 به کارگیری 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 به درستی می‌دانیم که نوآوری مداوم ما را در خط مقدم دیپلماسی دیجیتال حفظ خواهد کرد و این برتری به معنی ایجاد امکان بیش‌تر برای به اشتراک‌گذاری 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» [۱۸].

وزارت خارجه ایالات‌متحده آمریکا در سال ۲۰۰۲ گروه عملیات ویژه ای. دیپلماسی را تشکیل داد. این گروه هم‌اکنون به اداره ای. دیپلماسی تغییر نام‌یافته است که در ادارات و دفاتر مختلف در سراسر جهان کار می‌کنند. اداره آمریکا در ارتباط برقرار کردن و به اشتراک گذاشتن اطلاعات ایجاد شد و اکنون آرشیو آن از ۲۰ ژانویه ۲۰۰۹ تا ۱۰ ژانویه ۲۰۱۷ در دسترس عموم قرار دارد [۱۹]. وزارت خارجه ایالات‌متحده آمریکا به جز این، یک نسخه داخلی از ویکی‌پدیا دارد که نام آن دیپلوپدیا است. هم‌چنین، برای تشویق افراد به شبکه‌سازی داخلی یک نسخه معادل فیس‌بوک در اداره راه‌اندازی شده است که نام آن را کریدور گذاشته‌اند. 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 پس‌از این حملات بود که وزارت خارجه آمریکا برنامه مستمر و جدی دیپلماسی دیجیتال خود را آغاز کرد [۲۰].

در سال ۲۰۱۴، مویرا ولان، جانشین دستیار جان کری در استراتژی‌های دیجیتال و در اداره امور عمومی وزارت خارجه آمریکا، وضعیت دیپلماسی دیجیتال را چنین 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 توئیتر در روز داریم و اگر به فرض در ماه یک توئیتر اشتباه در دسرساز هم داشته باشیم آن قدر در قبال دستاوردهای مثبت آن به چشم نمی‌آید» [۲۱].

۲.۴ توئیپلماسی وزارت خارجه آمریکا

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 به‌منظور 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، تأثیرگذاری در جنبش‌های دموکراسی‌خواه مانند آنچه در ایران و در ناآرامی‌های پس از انتخابات ریاست‌جمهوری این کشور در سال ۲۰۰۹ رخ داد، تأثیرگذاری در روند دموکراسی‌سازی در

خاورمیانه - هرچند نمی‌توان مستقیماً دخالت وزارت خارجه آمریکا را در ایجاد انقلاب‌های عربی اثبات کرد - تأثیرگذاری در فعالیتهای سیاسی کشورهای رقیب از جمله روسیه و چین بوده است. در دوران ریاست جمهوری ترامپ، استفاده افراطی وی از توئیتر به تضعیف بهره‌برداری سایر نهادهای این کشور انجامید، امری که با روی کار آمدن بایدن، به سمت و سوی اولیه خود گرایش یافت.

یکی از مثال‌های بارز دیپلماسی توئیتری به سیاست خارجی آمریکا در قبال کوبا مربوط است. در سال ۲۰۰۹ دولت آمریکا در پوشش برنامه‌های اجتماعی و بهداشتی که تحت نظارت آژانس توسعه بین‌الملل آمریکا، یو.اس.اید^۵ بود، تلاش کرد 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 زونئو»^۶ 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 آمریکاست. هم برنامه توئیتر کوبایی «زون زونئو» 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 کشورهایی بوده 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 پایان دادن به سفرشان بود. طبق قوانین کوبا همکاری با برنامه‌های یو.اس.اید غیرقانونی است [۲۲].

به‌نظر می‌رسد که اساس دکتترین «کشورداری در قرن بیست و یکم» وزارت امور خارجه آمریکا به‌منظور ایجاد قدرت در سیاست خارجی از طریق به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای نوین ارتباطی شکل گرفته است. به غیر از نمونه به‌کارگیری این دیپلماسی در کوبا، موارد مشهور توئیلماسی آمریکا در مولداوی، اوکراین، روسیه، یا حتی بهار عربی وجود دارد. فارغ از این که وزارت امور خارجه آمریکا تا چه اندازه با به‌کارگیری این دیپلماسی موفق بوده است، 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 است.

⁵US Aid⁶ZunZuneo

۵ نتیجه گیری

تحولات عظیم عرصه فناوری ارتباطات و اطلاعات موجب شده است تا دیپلماسی نوین با عبور از دیپلماسی سنتی به عرصه دیپلماسی فوق مدرن وارد شود. در گستره بی کران فضای مجازی که امروزه بستر و جولان گاه شبکه های اجتماعی محبوب، از جمله توئیتر، شده اند و صدها میلیون انسان را به یکدیگر مرتبط کرده اند، استفاده از توئیپلماسی یا دیپلماسی توئیتری جایگاه مهمی پیدا کرده است؛ چراکه یکی از بهترین ابزارها برای کنترل و مدیریت آن چیزی است که کاستلز به آن ها «برنامه نویسی» و «راه گزینی» جامعه شبکه ای می گوید و معتقد است دو مکانیسم اصلی قدرت سپاری در شبکه ها هستند. دیپلماسی سایبری سبب می شود تا قدرت های بزرگ چون ایالات متحده آمریکا، عملکرد سیاست های رسانه ای خود را آن گونه که کاستلز تبیین می کند از طریق ایمن سازی دسترسی رسانه ها توسط بازیگران سیاسی و اجتماعی درگیر در راهبردهای قدرت سازی، بسط و گسترش پیام ها و تولید تصاویری که به بهترین وجه به منافع هر یک از بازیگران عرصه قدرت یاری می رساند، ارسال و پخش پیام را با استفاده از فناوری های خاص و چارچوب های ارتباطاتی مطلوب و سرمایه گذاری مالی مناسب بر روی ابزارهای ارتباطاتی بهبود ببخشد. به همین علت، استفاده مقامات سیاسی عمده کشورهای جهان در سالیان اخیر از رسانه های اجتماعی و خصوصاً توئیتر برای پیشبرد دیپلماسی رشد فراوانی داشته است. امروزه دیپلمات ها و سفارت خانه های کشورهای و در رأس آن ها آمریکا در سراسر دنیا به شبکه توئیتر متصل هستند. توئیتر فضایی به وجود آورده است که مسئولان کشورها و دیپلمات ها یا خود کنشگران فعالی در این شبکه شده اند و زنجیره حمایتی برای موضوع های مورد نظر خود را فراهم می کنند یا تحت تأثیر کنشگران دیگر اینترنتی اعم از سازمان های غیردولتی یا حتی اشخاص و گروه ها قرار گرفته اند و سیاست های خود را اصلاح می کنند یا تغییر می دهند. اگر هدف اصلی از دیپلماسی عمومی که دولت ها به کار می گیرند ایجاد تغییر در باور و تصور و ادراک افکار عمومی در کشورهای دیگر باشد، امروزه این مهم را کنشگران شبکه های اجتماعی خصوصاً توئیتر و از طریق دیپلماسی دیجیتال و توئیپلماسی به دست می دهند.

مراجع

- [۱] کورنلیو بیولا و مارکوس هلمز، دیپلماسی دیجیتال (نظریه و عمل)، ترجمه رعنا کاظمی مهرآبادی، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب پارسه، ۱۳۹۵.
- [۲] ایلان مانور، دیجیتالی شدن دیپلماسی عمومی، ترجمه بابک دربیکی، تهران: سروش، ۱۴۰۰.
- [۳] عبدالحسین کلانتری، عباس قنبری باغستان، حکمرانی در عرصه پنجم: گذار به دیپلماسی سایبری، تهران: پژوهشگاه فضای مجازی، ۱۴۰۰.
- [۴] علیرضا توتونچیان، دیپلمات و دیپلماسی، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی وزارت امور خارجه، شماره ۱۳، ص ۱۲۴، ۱۳۷۲.
- [۵] مانوئل کاستلز، قدرت ارتباطات، ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ص ۷۴۳، ۱۳۹۶.
- [۶] مانوئل کاستلز، قدرت ارتباطات، ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، ص ۸، ۱۳۹۶.

- [۷] مانوئل کاستلر، قدرت ارتباطات، ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ص ۳۲۱، ۱۳۹۳.
- [۸] محمود بیات، دیپلماسی دیجیتالی: پژوهشی در تحولات دیپلماسی معاصر، تهران: وزارت امور خارجه، مرکز چاپ و انتشارات، ۱۳۸۵.
- [9] N. Wiener. Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the Machine. Cambridge: MIT Press. 1964.
- [10] Willie D. Jones, This Week in Cybercrime: Cybercrime's Industrial Revolution, 2013, available at: <https://spectrum.ieee.org/this-week-in-cybercrime-cybercrimes-industrial-revolution>.
- [11] Tiirmaa-Klaar, H. Cyber Diplomacy: Agenda, Challenges and Mission. Peacetime Regime for State Activities in Cyberspace, 2013.
- [12] M. S. Dinata, Twiplomacy: How Twitter Affects Contemporary Public Diplomacy. Paramadina University, 2014.
- [13] Statista, Retrieved from Number of social media users worldwide 2022 (in billions), available at: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users>.
- [14] C. Bjola, & M. Holmes, Digital Diplomacy: Theory and Practice, Routledge, 2015.
- [15] S. Adesina, Olubukola "Foreign policy in an era of digital diplomacy". Cogent Social Sciences, Volume 3, Issue 1, 2017.
- [16] Andra Alexandru, Twiplomacy, report: Twitter is the channel of choice for digital diplomacy, 2015. Retrieved from digitaldiplomacy: <http://digitaldiplomacy.ro/twiplomacy-2015-report-twitter-is-the-channel-of-choice-for-digital-diplomacy/?lang=en>.
- [17] A. Sandre, Twitter for Diplomats: A Guide to the Fastest Growing Digital Diplomacy Tool. 2013, 02 10. Retrieved from diplo: <https://www.diplomacy.edu/blog/twitter-diplomats-guide-fastest-growing-digital-diplomacy-tool>.
- [18] V. Esser, 21st Century Statecraft: Forging U.S. Digital Diplomacy, 2012, 03. 27. Retrieved from huffingtonpost: https://www.huffingtonpost.com/victoria-esser/us-diplomacy-technology_b_1223638.html.
- [19] US department of state, ARCHIVEDCONTENT, 2022, Available at: <https://2009-2017.state.gov/m/irm/ediplomacy/index.htm>.
- [20] US department of state, Major Programs of IRM's Office of eDiplomacy, 2022, Available at: <https://2009-2017.state.gov/m/irm/ediplomacy/index.htm>.
- [21] M. Whelan, Social media is changing diplomacy, State Department official tells class, 2014, 10, 07. Retrieved 2017 from penn state: <http://news.psu.edu/story/329204/2014/10/07/academics/social-media-changing-diplomacy-state-department-official-tells>

- [22] AP (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>.