



قدرت نرم، کانون اصلی روایت راهبردی در قدرت دیپلماسی؛ بررسی سه روایت درباره ایران

زهرا نژادبهرام*

نازنین ملکیان**

سروناز تربتی***

چکیده

گسترش روزافزون دسترسی به رسانه‌های دیجیتال، ظرفیت کشورها را در بهره‌گیری از قدرت نرم، به عنوان یکی از ارکان سیاست خارجی افزایش داده است. در عرصه رسانه‌های دیجیتال، توییت‌ر مورد استقبال طیف گسترده‌ای از سیاستمداران بوده است. روایت‌سازی توییت‌ری در برخی موارد، ایران را کانون توجه قرار داده است؛ به گونه‌ای که اثربخشی آن در دیپلماسی، قابل مشاهده

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،
(mnejadbahramster@gmail.com)

** (نویسنده مسئول) استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،
(nz.malekian@gmail.com)

*** استادیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران،
(sarvenaz.torbati@gmail.com)

تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۲/۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۹

است؛ بنابراین، واکنش به روایت‌ها در توییتر می‌تواند معیاری برای اثربخشی روایت‌های سیاسی و تأثیر آن بر قدرت نرم باشد. پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که «روایت‌های سیاسی چگونه بر قدرت دیپلماسی تأثیر می‌گذارند و سهم توییتر در بازتاب این روایت‌ها تا چه حد بوده است؟» این مقاله، برپایه روش تحلیل محتوای کیفی، سه روایت برگزیده هیلی، نماینده آمریکا در سازمان ملل ۲۰۱۷، ظریف ۲۰۱۹، و نتانیاهو ۲۰۱۸ را با استفاده از نرم‌افزار مکس کودا ۱۸، کدگذاری کرده است. چارچوب نظری نوشتار حاضر، روایت راهبردی برمبنای دیدگاه‌های میسکیمون و قدرت نرم جوزف نای است که تأییدگر قدرت‌ورزی در زیست‌بوم جدید رسانه و به‌کارگیری دیپلماسی عمومی دیجیتال برای رساندن روایت راهبردی به افکار عمومی، قبولاندن درستی روایت به آن‌ها، و حتی واداشتن آنان به تبلیغ آن است. نتیجه این بررسی، بیانگر این است که روایت‌ها برمبنای ساختار شکل‌گیری، محیط، و تأثیر آن بر مخاطب، در توییتر تنها روایت تیم «ب» و پاسخ ظریف به نیکی هیلی توانسته‌اند مخاطبانی را در توییتر جذب کنند. قدرت رسانه در کنار روایت، بستر اقناع مخاطب را برای رسیدن به قدرت نرم فراهم کرده است.

واژگان کلیدی: قدرت نرم، توییتر، رسانه‌های دیجیتال، دیپلماسی روایی

مقدمه

عصر اطلاعات و ارتباطات و پیشرفت روزافزون فضای مجازی بر تعاملات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی ملت‌ها و دولت‌ها تأثیرگذار بوده است. در دهه‌های اخیر، این مسئله سبب شده است که دیپلماسی خارجی، تجربه‌های نوینی کسب کند؛ تجربه‌هایی که به تقویت قدرت نرم و بهره‌گیری از آن در عرصه سیاست خارجی نیاز دارد. اگر در گذشته، دیپلماسی سنتی، محرمانه و در قالب گفت و گوهای دوجانبه یا چندجانبه یا فرستادن پیام و تلفن بوده و پشت درهای بسته انجام می‌شده است، امروزه با استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی و وجود رسانه‌های دیجیتال که ارتباطات را به لحاظ زمان، حداقلی و فضا را بی‌مکان کرده‌اند، دیپلماسی خارجی، گسترده، بدون سانسور، و در معرض دید افکار عمومی قرار گرفته است. در میان طیف گسترده رسانه‌های دیجیتال، توییت مورد استقبال تعداد زیادی از سیاستمداران و دیپلمات‌ها بوده و جایگاه ویژه‌ای را در معادلات سیاسی به دست آورده است؛ تاجایی که ۹۷ درصد^(۱) کشورهای عضو سازمان ملل متحد، عضو این شبکه جهانی هستند. توییت، آنچنان در قدرت نرم کشورها و دیپلماسی آنان نفوذ داشته است که واژه «توییپلماسی» که برگرفته از توییت و دیپلماسی است، وارد ادبیات تخصصی رشته‌هایی مانند علوم سیاسی، روابط بین‌الملل، و ارتباطات شده است.

بهره‌گیری سیاستمداران و دیپلمات‌ها از روایت‌سازی، یکی از اقدامات پردامنه در توییت و بخشی از قدرت دیپلماسی کشورها به‌شمار می‌آید. آنان سعی می‌کنند از داستان‌ها برای مدیریت و تعامل افکار و تحریک احساسات عمومی (به‌عنوان یکی از ابزارهای قدرت نرم) بهره ببرند. روایت‌سازی، کاری حرفه‌ای منحصر به رسانه

است و رسانه‌ها، سازنده و گسترش‌دهنده روایت‌ها هستند، اما ایده روایت‌ها را سیاستمداران می‌سازند.

در این مقاله، روایت‌های سه‌گانه «تیم‌ب» جواد ظریف، «تورقوزآباد» نتانیاهاو، و «نمایش موشک‌های منصوب به ایران» نیکی هیلی در سازمان ملل متحد، بررسی شده‌اند.

کارکرد روایت‌های ساخته‌شده توسط رهبران سیاسی نه در بستر رسانه‌های سنتی، بلکه در هویت جهانی رسانه‌های مجازی، شکل متفاوتی از قدرت را با خود همراه کرده است. در این نوشتار تلاش کرده ایم با شناسایی مبانی قدرت نرم و روایت، عرصه قدرت دیپلماسی را تحلیل کنیم. درواقع، ضرورت این موضوع به این سبب است که مفهوم روایت ساخته‌شده از سوی سیاستمداران چگونه می‌تواند قدرت نرم را در دیپلماسی، ایجاد کند یا گسترش دهد.

بایستگی موضوع این است که در هزاره سوم و دوران شبکه‌های اجتماعی، می‌توان ظرفیت سایبری را برای ایجاد روایت‌های سیاسی به‌کار گرفت و تصویرهای پیشین را اصلاح و فرصت‌های تازه را در اختیار دیپلماسی قرار داد.

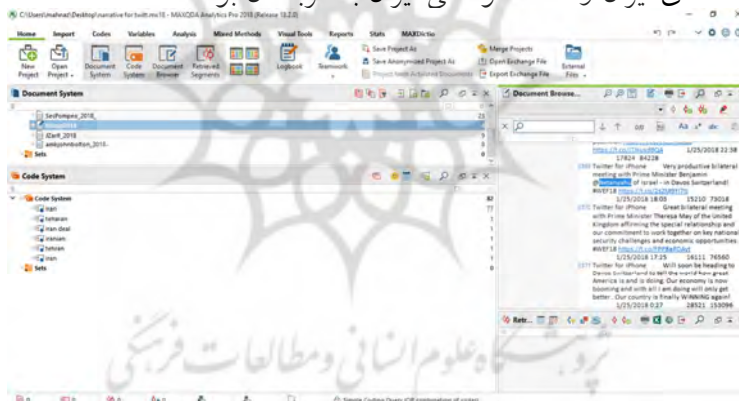
درواقع، تلاش برای مدیریت همه‌جانبه امور دیپلماسی رسانه‌ای، واگذاری محدود مسئولیت‌ها به بازیگران مردمی، و بهره‌گیری از سیاست‌هایی که اغلب بازیگران آن دولتی هستند، در حوزه ضعف دیپلماسی ایران تعریف شده است (شفیعی سروستانی و دیگران، ۱۳۹۹). براین اساس، ورود به عرصه‌های جدید، بسترهای نوینی را برای دیپلماسی تدارک می‌بیند که شناخت ابعاد آن از یک سو و ایجاد سازوکار متناسب برای آن از سوی دیگر، اهمیت این مطالعه را تبیین می‌کند. نکته مهم این است که دیپلماسی کشور به دلیل کم‌توجهی به این موضوع، هنوز سازوکار لازم را تدارک ندیده و نداشتن برنامه راهبردی برای این رویکرد، یکی از مهم‌ترین محدودیت‌هایی است که در این مطالعه قابل مشاهده است. دراین‌میان، محدود بودن منابع پژوهش نیز از موارد خاص دیگر این نوشتار است؛ شاید از این منظر، این مقاله گامی به پیش باشد.

تحلیل این موضوع، فرصتی برای ارتقای قدرت نرم در دیپلماسی ایران و ظرفیتی برای به‌کارگیری آن در دوران شبکه‌های اجتماعی است.

پرسش اصلی^(۲) پژوهش حاضر این است که «روایت های سیاسی چه تأثیری بر قدرت دیپلماسی دارند و سهم توئیتر در بازتاب این روایت ها تا چه حد بوده است؟»

۱. روش پژوهش

پژوهش حاضر، به لحاظ شیوه اجرا، تحلیل محتوای کیفی است و از ظرفیت های اسنادی و کتابخانه ای نیز بهره برده است؛ برای رسیدن به مقصود، توئیتهای آیت الله خامنه ای، حسن روحانی، ظریف، ترامپ، پمپئو، و بولتون در مقطع زمانی که طرح روایت ها بررسی شد تا اثر روایت ها در توئیتهای تبیین شود. برای این اقدام از نرم افزار مکس کودا ۱۸ استفاده شده است. در این راستا، برای هر یک از روایت ها کدگذاری خاصی در طول زمان عموماً یک ماه انجام شد. ابتدا کدها به صورت باز و سپس، کد محوری استخراج شد. تصویر روایت ها در توئیتر، سازوکاری بود که به وسیله کدگذاری قابل مشاهده بود. کدهای محوری در بردارنده تیم «ب»، صنایع مخفی هسته ای ایران و حمله موشکی ایران به عربستان بودند.



روی هم رفته در ماه طرح این روایت ها در سال ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، و ۲۰۱۹ به ترتیب ۶۰، ۸۲ و ۵۷ کد گذاشته شده بود؛ به عنوان نمونه، ظریف، واژه تیم «ب» را ۴۶ بار به کار برده است. میزان به کارگیری روایت ها در توئیتر با تأکید بر نشر روایت، نکته مهمی بود که در بررسی هر یک از روایت ها در نظر گرفته شده است. پیوند دادن توئیتر و روایت ها از طریق کدهای شناسایی، امکان تحلیل روایت ها در عرصه رسانه را امکان پذیر کرد. در این میان، نتایج به دست آمده از روایت ها پس از کدگذاری در توئیتر در قالب جدول شماره (۱) نیز ارزیابی شد. سرانجام، برپایه داده های

ارائه‌شده و مبانی نظری قدرت نرم و روایت راهبردی، تحلیل نهایی ارائه شد.

جدول شماره (۱). شاخص‌های قدرت نرم و ارتباط روایت با آن‌ها

روایت	قدرت نرم (هدف‌گیری روایت)	سیاست	ارزش‌ها	فرهنگ
	تیم ب (۲۰۱۹)	"	"	"
	نیکی هیلی (۲۰۱۷)	"	"	"
	تورقوزآباد (۲۰۱۸)	"	"	"

۲. چارچوب نظری

نظریه‌های به کاررفته در این مقاله عبارتند از: نظریه قدرت نرم جوزف نای، و روایت استراتژیک میسکیمون.

۲-۱. قدرت نرم^۱

قدرت در روابط بین‌الملل، غالباً به دو گونه نرم و سخت تقسیم شده است. قدرت سخت، برآمده از توان نظامی و اقتصادی یک دولت است و این دو بسیار به هم وابسته‌اند. نای (۱۹۹۰: ۳۱)، قدرت سخت را به لحاظ ماهوی، آمرانه به شمار می‌آورد. فرگوسن^۲ (۲۰۰۳) بر این نظر است که در قرن بیست و یکم، ایالات متحده دیگر تنها به پشته‌توان نظامی و اقتصادی نمی‌تواند یک ابرقدرت جهانی باقی بماند. در رویکردی مشابه، نای (۱۹۹۰: ۳۱) بر این باور است که در کنار روش‌های «سنتی» اعمال قدرت سخت از طریق تطمیع و تهدید، راه دیگری هم برای قدرت ورزی وجود دارد. «یک کشور می‌تواند نتایج دلخواهش را در نظام بین‌الملل از طریق پیروی خودخواسته دیگران، یا موافقت آنان با نظامی که چنان نتایجی را به بار می‌آورد، به دست آورد». برخلاف قدرت سخت که بر تطمیع از طریق توان اقتصادی، یا تهدید با نیروی نظامی متکی است، نای، قدرت ورزی «از طریق مجاب کردن دیگران به خواستن آنچه ما می‌خواهیم» را اعمال «غیرمستقیم یا اغواگرانه» قدرت می‌نامد (۱۹۹۰: ۳۱). این تعریف قدرت به مثابه اغواگری^۳ که در

1. Soft Power
2. Ferguson
3. Co-optive Power

دهه ۱۹۹۰ شکل گرفته و بر جذابیت به جای زور متکی است، مفهومی است که امروزه «قدرت نرم» نامیده می‌شود.

گسترش سریع فناوری ارتباطات و اطلاعات در دهه ۱۹۹۰، یکی دیگر از عوامل شتاب‌دهنده توسعه مفهوم قدرت نرم بود. در سال ۱۹۹۲ تنها ۱۰ وبسایت در اینترنت وجود داشت، در حالی که این رقم در سال ۲۰۱۷ به ۱/۸ میلیارد رسید. در سال ۱۹۹۳ تنها ۱۴ میلیون نفر از اینترنت استفاده می‌کردند و این تعداد در سال ۲۰۱۵ به ۳/۲ میلیارد نفر^(۳) افزایش پیدا کرده بود^(۴). در قسمت‌های بعد به تفصیل درباره تأثیر این روند بر سیاست به‌طور اعم، و اعمال قدرت نرم از طریق دیپلماسی عمومی و شیوه‌های دیگر به‌طور خاص بحث خواهد شد.

قدرت نرم، حوزه‌ای مؤثر و حساس در عرصه دیپلماسی است که توجه به آن می‌تواند ظرفیت‌های تازه‌ای از ارتباطات دیپلماتیک را برای کشورها تعریف کند؛ قدرتی که به گفته نای برگرفته از سه عنصر ارزش‌ها، سیاست‌ها، و فرهنگ است. این مهم در لابه‌لای اقدامات دیپلماتیک کشورها قابل جست‌وجو است.

۲-۲. روایت راهبردی

دیپلماسی روایی، بخشی از دیپلماسی است که بر مبنای دیپلماسی عمومی شکل گرفته است. روایت‌های داستان‌سازانه، راهبرد روایی بخشی از دیپلماسی عمومی جدید است که به جای پیامدهای متقاعدکننده، در تعامل برای نفوذ متمرکز است. کوپر (۲۰۱۹) بر این نظر است که داستان‌گویی، بهترین راه برای برقراری ارتباط با افکار عمومی و توسعه نفوذ است؛ داستان‌گویی با راهبردهای روایی مرتبط است و استفاده از خرده‌روایت‌ها در چارچوب روایت‌های بزرگ شکل می‌گیرد؛ بنابراین، روایت راهبردی، همان روایت بزرگ است که مبنای دیپلماسی روایی است؛ از این رو، دیپلماسی عمومی دیجیتال در چارچوب نظری قدرت نرم قرار می‌گیرد و اقناع به مؤلفه اصلی آن تبدیل می‌شود. این یکی از مزیت‌های این چارچوب نظری بر دیدگاه‌های دیگر است که دیپلماسی عمومی را تنها از دریچه برقراری ارتباط، مفهوم پردازی می‌کنند. روزل^۱ (۲۰۱۴) با نقد قدرت نرم به‌عنوان چارچوب نظری

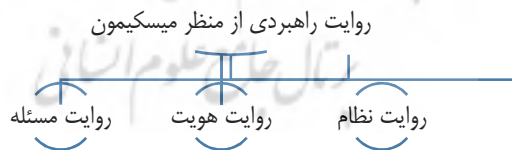
دیپلماسی عمومی، بر این نکته دست می‌گذارد که گرچه این دیدگاه نظری به‌درستی مسئله اقتناع را به‌عنوان ویژگی اصلی مفهوم دیپلماسی عمومی مطرح می‌کند، لیکن هیچ تبیین نظری‌ای در مورد سازوکارهایی که اقتناع از طریق آن‌ها ایجاد می‌شود، ارائه نمی‌دهد. از نگاه او، روایت راهبردی دارای چند بخش است؛ نخست، یک روایت جذاب می‌تواند یک منبع قدرت باشد، زیرا ممکن است افراد به سوی برخی از بازیگران، وقایع، و توضیحاتی که تاریخ یک کشور یا ویژگی‌های یک سیاست را توصیف می‌کنند، جلب شوند؛ دوم، ارتباط روایی به‌عنوان یک فرایند، راهی است که از طریق آن می‌توان منابع انرژی را به گونه‌ای گسترده‌تر به کار گرفت. منابع قدرت نرم، از جمله فرهنگ، ارزش‌ها، یا سیاست‌ها، ممکن است جذاب باشد، زیرا در یک روایت شخصی از پیش موجود یا در حال توسعه قرار می‌گیرند؛ بنابراین، روایت راهبردی، به طور مستقیم به شکل‌گیری، فرافکنی، و انتشار و دریافت ایده‌ها در نظام بین‌المللی توجه دارد (روزل، ۲۰۱۴).

روایت راهبردی، چارچوب نظری‌ای است که خلاً موجود را با توجه به روایت‌گری به‌عنوان ابزار اقتناع، پر می‌کند. پیش از معرفی این چارچوب نظری توسط میسکیمون (۲۰۱۳)^۱، دیگران نیز به اهمیت روایت‌گری در قدرت‌ورزی نرم و زیست‌بوم جدید رسانه اشاره کرده بودند. نای (۲۰۰۴) می‌گوید: «نکته‌ای که در قدرت‌ورزی سنتی، مرکز توجه قرار می‌گیرد، این است که چه کسی به‌لحاظ اقتصادی یا نظامی دست بالا دارد، اما در عصر اطلاعات، مهم این است که داستان چه کسی برنده است». نای در نوشتارهای گوناگون به طور مشخص از «روایت» به‌عنوان «منبع» (نای، ۲۰۰۸c: ۷۳) و «مروج» (نای، ۲۰۱۱: ۱۰۴) قدرت نرم یاد می‌کند. کاستلز^۲ (۲۰۱۳) هم قدرت‌ورزی در زیست‌بوم جدید رسانه را از دریچه روایت‌گری از طریق شبکه‌های خودارتباط‌انبوه تبیین می‌کند. وی قدرت‌ورزی در زیست‌بوم جدید را در گرو اعمال کنترل بر برنامه‌ریزی شبکه‌ای می‌داند. این امر از طریق تولید و توزیع گفتمان‌هایی که مطلوب کنشگر هستند، انجام می‌شود. از این منظر، اعمال کنترل بر گفتمان از طریق روایت‌هایی که چارچوب‌های ذهنی را شکل

1. Miskimmon
2. Castells

می دهند، انجام می شود (نای، ۲۰۱۱: ۱۷۷-۱۷۶). کاستلز بر این نظر است که اقناع، و به تبع آن، قدرت سیاسی در گرو روایت است (کاستلز، ۲۰۱۳: ۱۶۴)؛ روایتی که چارچوب‌هایی را حمل می کند که ذهن مخاطب را تسخیر کرده‌اند (کاستلز، ۲۰۱۴: ۱۶۱). از این منظر، میسکیمون و همکاران (۲۰۱۳) این گونه نتیجه می گیرند که قدرت ورزی در زیست بوم جدید رسانه در گرو «به کارگیری دیپلماسی عمومی دیجیتال برای رساندن روایت راهبردی به افکار عمومی، قبولاندن درستی روایت به آن‌ها و حتی واداشتن آنان به تبلیغ آن» است (میسکیمون، ۲۰۱۳: ۵). روایت، نه تنها ابزار قدرت ورزی در جوامع شبکه‌ای، بلکه به‌باور/ارکویلا و رونفلت^۱ (۲۰۰۱) عنصری است که اساساً شبکه‌ها، قوام و انسجام خود را از آن می گیرند؛ «یک داستان مناسب، نه تنها اعضای یک شبکه را به هم متصل نگه می دارد، بلکه بین شبکه‌های گوناگون هم پل می زند». سالمون^۲ (۲۰۱۷: ۳۲۸) می گوید، داستان‌سرایی نقش مهمی در عرصه‌های گوناگون اجتماعی، اعم از اقتصادی، سیاسی، ایدئولوژیک، قضایی، و حتی سطح فردی ایفا می کند، زیرا داستان‌ها «فرد را وامی دارند تا هویت خود را با الگویی که روایت پیش می نهد، تطبیق داده و بر قوانین آن گردن نهند» و از این طریق «به رفتار آنان شکل، و به احساساتشان جهت می دهند» (سالمون، ۲۰۱۷: ۲۸). روایت از چند جهت نقش ویژه‌ای در قدرت ورزی ایفا می کند. در همین راستا، میسکیمون (۲۰۱۷) سه گونه مختلف روایت راهبردی را از هم تفکیک می کند: روایت نظام^۳، روایت هویت، و روایت مسئله.

شکل شماره (۱). روایت راهبردی از منظر میسکیمون



روایت نظام بین الملل به توصیف ساختار دنیا، کنشگرانی که در آن نقش ایفا

1. Arquilla and Ronfeldt
2. Salmon
3. System

می‌کنند، و نحوه کارکرد آن می‌پردازد. نخست، روایت‌های جنگ سرد و جنگ با تروریسم، آشکارترین نمونه‌های آن هستند؛ به‌عنوان نمونه، در گفت‌وگو با جمهوری اسلامی، نظام بین‌الملل، عرصه حکمرانی قوانین بین‌الملل است که امور آن بایستی بر مبنای چندجانبه‌گرایی و احترام متقابل اداره شوند. چندجانبه‌گرایی و حقوق ملت‌ها از مبانی روایت جمهوری اسلامی است.

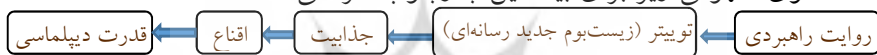
دومین گونه، روایت هویت است. این روایت به کنشگران سیاسی و داستان‌های آنان توجه دارد و ارزش‌هایی را که پاس می‌دارند، و اهدافی را که در پی آن هستند، توصیف می‌کند. این دیدگاه، روایت راهبردی را «دعوی هویتی خاص» توصیف می‌کند که «جایگاه یک کنشگر را در سیاست جهانی به شیوایی تبیین می‌کند» (میسکیمون، ۲۰۱۷: ۴). پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که هویت‌پردازی از ابزارهایی است که سیاستمداران در پیشبرد خط‌مشی‌های خود به آن متوسل می‌شوند. هویت پیش‌ساخته باید توسط روایت‌گران پیشین یا کنونی و در برخی موارد، از سوی آنان که روایتشان ساخته شده است، تخریب یا اصلاح شود؛ همان‌گونه که جمهوری اسلامی تلاش می‌کند تا روایت ساخته‌شده را اصلاح و روایت خود از هویتش را بازنمایی کند.

سومین نوع، روایت مسئله است. روایت مسئله، مشکل یا تنش خاصی، و طرف‌هایی که در آن درگیر هستند را توصیف کرده و راه‌حلی را برای آن ارائه می‌دهد. این راه‌حل معمولاً از منظری هنجاری ضرورت اجرای سیاست خاصی را توصیف کرده و به نحوه اجرای موفقیت‌آمیز آن و اهدافی که با آن محقق می‌شود، توجه دارد. روایت مسئله در مورد جمهوری اسلامی ایران، به‌عنوان نمونه، تلاشی مبتنی بر باورپذیری حق تعیین سرنوشت و حق قانونی برخورداری از فناوری هسته‌ای در راستای منافع کشور است.

از این رو، با تأکید بر قدرت نرم که ابزار قدرتمندی در عرصه دیپلماسی در زیست‌بوم جدید رسانه‌ای است و با توجه به شبکه‌ای بودن جهان، کارکردی متفاوت از روایت‌سازی و انتقال مفاهیم از طریق روایت برای نشر قدرت نرم به وجود آمده است.

که فرصت‌های تازه‌ای را برای دیپلماسی ایجاد می‌کند. نکته مهم در این نگاه این است که اقناع، عنصر اصلی قدرت نرم برای ایجاد جذابیت در وادارسازی مخاطب به اقدام موردنظر است؛ این روایت است که می‌تواند اقناع را در مخاطب ایجاد کند. اقناع، همان ظرفیتی است که در اثرپذیری قدرت نرم موردتوجه است؛ بنابراین، روایت و ساختار و محیط آن، می‌تواند در دیپلماسی به کار رود و بستری برای قدرت به‌شمار آید؛ بنابراین، چارچوب نظری‌ای که برای پاسخ‌گویی به پرسش اصلی این مقاله مورد نظر بوده است، کارکرد روایت راهبردی در اثرگذاری بر قدرت نرم کشورها از طریق رسانه است. براساس این چارچوب، روایت‌هایی که در توییت‌ر طرح و نشر داده شده‌اند، به دلیل قدرت اقناع می‌توانند در قدرت نرم مؤثر باشند.

الگوی مفهومی زیر برای بیان این چارچوب طراحی شده است.



۳. پیشینه پژوهش

پاترسون و مونرو^۱ (۱۹۹۸) در بخشی از کتاب «روایت‌گری در علوم سیاسی» با تکیه بر روایت در عرصه سیاست تأکید کرده‌اند که: «روایت غالباً در مورد داستان‌پردازی و قصه‌گویی مطرح شده است تا علوم سیاسی؛ با این همه، روایت‌ها ما را قادر می‌سازند تا با درهم‌تنیدن حقایق^۲ گوناگونی که در ذهن خود ساخته‌ایم، به واقعیت^۳ خود معنا دهیم. از دیدگاهی شناختی^۴، روایت، نقش مهمی در فرایند شناخت^۵، و سازمان‌دهی ادراک^۶ ما از واقعیت ایفا می‌کند. روایت‌ها نه تنها به فهم ما از خودمان به‌عنوان موجوداتی سیاسی شکل می‌دهند، بلکه تعبیر ما از واقعیت سیاسی و در نتیجه، رفتار سیاسی ما را عمیقاً تحت تأثیر قرار می‌دهند. از این منظر، فهم واقعیت سیاسی از طریق روایت‌هایی ممکن می‌شود که در سطوح گوناگون، اعم از فردی، جمعی، یا ملی ساخته می‌شوند. نکته

1. Patterson & Monro
2. Facts
3. Reality
4. Cognitive
5. Cognition
6. Perceptions

قابل بحث، ضرورت بیان این روایت‌ها در رفتار سیاسی کشورها است؛ یعنی عینی‌سازی این مفاهیم و تدقیق آن‌ها در این مطالعه انجام نشده است. این بخش از کتاب، تأییدگر ساختار مهم واقعیت است که ما خود با انتشار و سازماندهی ادراکی به آن معنا می‌دهیم. این موضوع در مبحث ساخت روایت برپایه داده‌های موجود به ما در این مقاله کمک می‌کند.

ماترن^۱ (۲۰۰۵) در مقاله‌ای با عنوان «چرا قدرت نرم نمی‌تواند خیلی نرم باشد» روایت را شیوه‌ای از بازگویی وقایع تعریف می‌کند که در کنترل و تصاحب روایت‌گر است. وی این مالکیت را به گونه‌ای پیوسته در بستر قدرت گرفتن صاحب روایت تعریف می‌کند. به نظر وی، قدرت به دست آمده برای صاحب روایت از جنس نرم است، اما روایت‌گری او، عرصه دیگری از حقایق را برایش می‌گشاید. وی با تعریف روایت، نکته مهمی را یادآور می‌شود و آن اختصاصی بودن روایت است، اما به این معنا نیست که در زیست‌بوم رسانه‌ای بتوان آن را کنترل کرد. از این نگاه، اختصاصی بودن روایت در اثربخشی قدرت نرم، نوعی عدم تعادل ایجاد می‌کند که این مقاله بخشی از آن را بررسی کرده است.

میسکیمون، روزل و اولفین (۲۰۱۲) در اثری با عنوان «روایت راهبردی و روابط بین‌الملل؛ با تمرکز بر سیاست کشورهای اروپایی»، ویژگی‌های روایت راهبردی را برمی‌شمارند. این کتاب با تأکید بر روایت‌های ارائه شده از سوی کشورهای اروپایی در عرصه سیاست خارجی، آن‌ها را تحلیل و شاخص‌های اثرپذیری‌شان را تبیین می‌کند. بخش زیادی از کتاب، ایده اصلی این مقاله است.

آن‌ها می‌گویند، قدرت نرم به عنوان یک چارچوب نظری، مسائلی از قبیل (۱) نحوه شناسایی منابع قدرت نرم؛ (۲) فرایندی که قدرت نرم از طریق آن عمل می‌کند؛ و (۳) شرایطی که می‌توان در آن منابع قدرت نرم را برای تقویت سیاست خارجی به کار گرفت، را به خوبی تبیین نمی‌کند. از دیدگاهی کلی‌تر، در پژوهش‌های روابط بین‌الملل به کارکرد ارتباطی روایت‌ها و نقش آن‌ها در ساخت^۲، و ساختار^۳ نظام بین‌الملل،

1. Mattern
2. Construction
3. Structure

به اندازه کافی اهمیت داده نشده است، و خلأ تبیین روشمند پویش‌های اقناع مشاهده می‌شود. وی می‌گوید، پر کردن این خلأ، نیازمند ایجاد پیوند بین ادبیات تحقیق روابط بین‌الملل با ادبیات تحقیق ارتباطات است» (میسکیمون، روزل، و الفین، ۲۰۱۲: ۲). نتایج پژوهش‌های میسکیمون و همکارانش در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ در این مقاله راهگشا بوده است. آنان با تأکید بر نقص ادبیات نظری در این حوزه، درصدد تولید این ادبیات برآمده و با مطالعه موردی روایت اوباما دربارهٔ برجام توانسته‌اند بستری را برای پاسخ‌گویی به پرسش پژوهش فراهم کنند.

میسکیمون، روزل، و اولفین در سال ۲۰۱۳ نیز در مقاله‌ای با عنوان «روایت استراتژیک، ارتباط قدرت در دستور جدید جهانی» تأکید کرده‌اند که روایت‌ها، چارچوب‌هایی هستند که به انسان این امکان را می‌دهند که پدیدارهای به‌ظاهر نامربوط به هم را حول دگردیسی علی مشخصی به هم مرتبط کند؛ در نتیجهٔ این دگردیسی، پدیدارهایی که در ابتدا نامرتب به هم بودند، به‌عنوان تسلسلی از کنش‌های انسانی به هم مرتبط شده و یک مفهوم کلی به‌خود می‌گیرند. روایت‌های راهبردی، ابزار ارتباطی هستند که کنشگران سیاسی به‌وسیلهٔ آن‌ها زنجیره‌ای از وقایع و هویت‌ها را بازنمایی می‌کنند، و از این طریق در راستای اهداف سیاسی خود به گذشته، حال، و آینده معنای خاصی می‌دهند. روایت راهبردی، ابزاری تعریف می‌کند که برپایهٔ آن، کنشگران سیاسی از طریق معانی مشترکی که از سیاست‌های بین‌الملل می‌سازند، به رفتار کنشگران داخلی و خارجی دیگر شکل می‌دهند. این پژوهش با اشاره به مبانی نظری مربوط به روایت‌ها و کارکرد آن‌ها در عرصهٔ رسانه، با توجه به تغییر جدی در عرصهٔ جهانی و نقش مؤثر رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های دیجیتال، چارچوب مرتبط رسانه-روایت و قدرت را تعریف کرده است که بخشی از نیازهای پژوهش در این مقاله را برطرف کرده است.

هالستین، استارکی، و رایت^۱ (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «استراتژی و روایت در آموزش عالی»، با مطالعهٔ شیوهٔ آموزش عالی در انگلستان به این نتیجه رسیده‌اند که اگر روایت‌های گوناگون ارائه شده در این نظام آموزشی، منطبق بر راهبردهای

از پیش تعیین شده‌ای نباشد، ممکن است موجب بروز مشکلات جدی شود. آن‌ها بر این نظرند که روایت‌ها در برخی موارد، قادر به ادامه زیست مشترک در کنار هم هستند، به شرط اینکه بتوانند در چارچوب راهبردها قرار گیرند.

آن‌ها این موضوع را در سه سطح خرد، متوسط، و کلان و با دو رویکرد ارزش‌های اجتماعی و عاطفی بررسی کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که برخلاف آنچه به نظر می‌رسد، روایت‌های جدید، درصدد حذف روایت‌های گذشته هستند. این اتفاق رخ نمی‌دهد و روایت‌های جدید قادر هستند در کنار روایت‌های کهن ادامه حیات داشته باشند. به نظر آن‌ها، آنچه روایت‌ها را جذاب و قادر به اقناع می‌کند، بهره‌گیری از ظرفیت‌های پیشین برای نشر و برجسته‌سازی است. آن‌ها بر زیست پویای روایت‌ها تأکید کرده‌اند که در نتیجه آن می‌توانند در بستر روایت‌های جدید به زیست خود ادامه دهند».

تأکید آن‌ها بر روایت جدید و روایت قدیم در بستری از چارچوب‌های راهبردی به این سبب در این مقاله کاربرد دارد که توانسته است بر برجسته‌سازی، جذابیت، و اقناع مخاطبان تمرکز کند، اما از این جهت که موضوعیت کار بر آموزش عالی است و از ظرفیت‌های زیست بوم جدید رسانه‌ای استفاده نکرده است، با مقاله حاضر، تفاوت محتوایی و روشی دارد.

کروول و التون^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «ساخت روایت‌های سیاست در سیاست‌های انتخاباتی امریکا» بر این نظر بوده‌اند که: ساخت روایت‌ها برای تأثیرگذاری بر تصمیم‌های سیاسی در دهه گذشته با گسترش استفاده از چارچوب سیاست‌روایی^۲ در ادبیات سیاست، توجه دانشمندان را به خود جلب کرده است. با این حال، ما نمی‌دانیم که آیا روایت‌های سیاسی‌ای که تعریف شده‌اند. روایت‌های موجود از مبارزه‌های انتخاباتی جمهوری خواهان و دموکرات‌ها در ۴۸ رقابت مجلس نمایندگان ایالات متحده، تجزیه و تحلیل شده‌اند. روش مورد استفاده آن‌ها برای تعیین روایت، مشابه پژوهش حاضر است.

وحیدی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «ظرفیت‌سازی نهادی و طراحی راهبرد

1. Deserai Crow Laura Wolton
2. Narrative Policy Framework

دیجیتالی: راهکار افزایش کارآمدی دیپلماسی در قبال رسانه‌های ارتباطی اجتماعی» می‌گوید: داستان‌ها و روایت‌ها، بازتاب احساسات و بافت فرهنگی و اجتماعی بوده و فراتر از حقیقت می‌باشند؛ از این رو، نقل قول یک روایت در دیپلماسی، به معنای واقعی بودن و میزان انطباق آن با واقعیت بیرونی نیست، بلکه روشی است که می‌تواند هویت ارزش‌ها و بافت اجتماعی را به بهترین نحو سازماندهی کند و در تبدیل آن به داستان و روایت دیگری و نحوه تعامل بین هویت و واقعیت توجه کند؛ به بیان روشن‌تر، برخورد سوژه‌ها تنها به اختلاف آن‌ها در محتوا مربوط نیست، بلکه به اختلاف در بافت برای تفسیر آن نیز بستگی دارد و این امر بر دیپلماسی و نحوه ارتباطات تأثیرگذار است.

پژوهش یادشده بر کارآمدی روایت، تأکید کرده است. البته مسئله مهم دیگری را نیز مطرح می‌کند و آن بافتی است که در آن روایت شکل می‌گیرد که تفسیرهای گوناگونی را با خود همراه می‌کند؛ بنابراین، تعیین شرایط روایت به لحاظ زمانی و مکانی و سپهر تاریخی آن، مفهومی است که باید به آن توجه شود تا روایت از اثربخشی لازم برخوردار شود.

منتظر قائم و یادگاری (۱۳۹۷) در مقاله ای با عنوان «تحلیل روایت دو فیلم سیاسی» عناصر روایت را به ترتیب جدول زیر ارائه کرده‌اند. آن‌ها برای تحلیل روایت، از یک فیلم مستند استفاده کرده‌اند.

جدول شماره (۲). عناصر روایت و ملاک‌های تحلیل

عناصر روایت	ملاک‌های تحلیل
راوی	کنش، نمود، رفتار، شخصیت راوی، رابطه با سایر عناصر گفتار، لحن، پیشینه، هدف، سرانجام
نقطه دید	مقوله‌ای و ایدئولوژیک، روایت، جایگاه عناصر روایت نسبت به بک‌دیگر
شخصیت‌ها	کنش، رفتار، محیط و پیرامون، ویژگی‌های فردی، نگرش، آرزو و تمایل، لحن
فاصله روایی	زمان، مکان، دکور، پس‌زمینه، فاصله در نگرش
نقطه شروع	مهم‌ترین عامل شروع روایت، مانع اولیه فیلم برای روایت
اطلاعات پیش‌فرض	مقوله‌ای و ایدئولوژیک، اطلاعات اولیه، نگرش ارائه‌شده اولیه
تسلسل و علیت روایی	چیدمان رخدادها، علت هریک از رخدادها
مانع و تضاد	تنش‌ها و موانع روند داستان، تضاد شخصیت‌ها
چرخش	تغییر و تحولات به‌وجودآمده در شخصیت‌ها و در شرایط پیرامونی
پایان‌بندی	پایان باز و بسته، حال‌وهوای پایان‌بندی، سرانجام موضوع و شخصیت‌ها

منبع: منتظر قائم و یادگاری

از نگاه این دو، آغاز تا پایان روایت (در فرایند نشر روایت)، تابع عناصر گوناگونی

است. به دلیل پژوهش آن‌ها روی فیلم‌های مستند به روایت‌های عینی در جهان واقعی توجه نداشته‌اند؛ به همین سبب، افزون‌بر مفاهیم پایه به‌موجب فاصله نمونه‌های مورد مطالعه در چارچوب این مقاله قرار نمی‌گیرند.

شفیعی سروستانی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «دیپلماسی عمومی اسرائیل در برابر آمریکا از منظر شبکه و روایت» بیان کرده‌اند: براساس چارچوب نظری روایت و دیپلماسی عمومی، در دیپلماسی عمومی اسرائیل در قبال ایالات متحده، شکل خاصی از روایت و تصویر توسط افراد و سازمان‌ها با سازوکارهای خاصی برای اهداف خاص شکل می‌گیرند؛ در حالی که انواع دیگر چارچوب‌ها حذف می‌شوند. دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی به کمک قدرت موجود در لابی اسرائیل، قالب‌های مورد نظر خود را برای تسلط ایدئولوژیک بر طرز فکر مردم آمریکا اجرا می‌کند. ارتباطات پرشتاب و شبکه‌های اجتماعی از یک سو و گرایش‌های جدید در جوانان آمریکایی در مورد اسرائیل که انتقادی‌تر شده است، از سوی دیگر، روش‌های جدید دیپلماسی عمومی برای اسرائیل را به یک ضرورت تبدیل کرده است. این مطالعه به این سبب که به نقش ساخت روایت در کنترل افکار عمومی آمریکا توجه داشته است، اهمیت دارد، اما از این جهت که در روابط میان دو کشور به سیاست‌های تبلیغی پرداخته است، با مطالعه حاضر تفاوت دارد. روایت‌های ایران، ورای منبع آن، به‌عنوان یک مطالعه مستقل برای دیپلماسی مورد توجه این مقاله است.

۴. روایت‌های شکل‌گرفته برای ایران

۴-۱. روایت نیکی هیلی از موشک‌های ایرانی

در دسامبر ۲۰۱۷ نیکی هیلی، نماینده وقت ایالات متحده در سازمان ملل، در مقر آن سازمان، لاشه موشک‌هایی را به نمایش گذاشت که به ادعای او، ایران برای حوثی‌های یمن فرستاده بود تا علیه عربستان به کار گرفته شوند. این بخشی از کارزار تبلیغاتی دولت دونالد ترامپ برای موجه جلوه دادن خروج ایالات متحده از برجام بود. محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه جمهوری اسلامی ایران، با فاصله‌ای اندک، توییتی منتشر کرد که دربردارنده تصویر و متنی بود که می‌گفت:

«این نمایش و نتایج آن را قبلاً در سازمان ملل دیده بودم». عکسی که ظریف در آن توییت منتشر کرد، تصویری از نشست مطبوعاتی آن روز هیلی بود که در کنار عکسی از کالین پاول گذاشته شده بود که وی را در سال ۲۰۰۳ در حالی نشان می‌داد که لوله شیشه‌ای کوچکی را به اعضای شورای امنیت نشان می‌داد که به ادعای وی، وجود زرادخانه سلاح‌های کشتار جمعی در عراق را ثابت می‌کرد؛ ادعایی که وی بعدها از آن با عنوان «شکست بزرگ اطلاعاتی» یاد کرد. آنچه پاول در مقرر شورای امنیت مطرح می‌کرد، تنها یکی از ۲۳۷ سخنرانی‌ای بود که جورج بوش (رئیس‌جمهور وقت امریکا)، دیک‌چنی (معاون اول)، دونالد رامسفیلد (وزیر دفاع)، و کاندولینزیا رایس (مشاور امنیت ملی) با طرح آن، حکایتی را شکل می‌دادند که بیانگر دستیابی عراق به سلاح هسته‌ای، همکاری عراق با القاعده، و نقش صدام حسین در حملات یازده سپتامبر بود (کاستلز، ۲۰۱۳). این حکایتی بود که ورای دروغ بودنش، مخاطبان خود را قانع کرد تا با حمله به عراق موافقت و همراهی کنند. قدرت اقناع این حکایت چنان بود که نتایج یک نظرسنجی از آمریکایی‌ها در ژوئیه ۲۰۰۶ یعنی سال‌ها پس از آنکه حتی روایت گران حکایت هم به دروغ بودن آن اذعان کرده بودند، نشان داد که ۵۰ درصد از پرسش‌شوندگان، هنوز باور داشتند که در عراق، سلاح کشتار جمعی کشف شده است و ۶۴ درصد هنوز بر این باور بودند که صدام حسین با القاعده همکاری می‌کرد. نتایج نظرسنجی دیگری که در بین نظامیان آمریکایی حاضر در عراق انجام شد، حاکی از این بود که ۸۵ درصد از آنان فکر می‌کردند که دلیل حضورشان در عراق، ستاندن انتقام حملات یازده سپتامبر از صدام حسین بود (کاستلز، ۲۰۱۳: ۱۸۶-۱۸۵). به گفته پرایس (۲۰۱۲)، پس از جنگ سرد، هیچ کشوری همچون ایران، به شدت در معرض تبلیغات منفی غرب نبوده است. نتایج نظرسنجی‌های سال ۲۰۲۰ مؤسسه گالوپ، حاکی از این است که ۸۸ درصد آمریکایی‌ها، دیدگاهی منفی، یا بسیار منفی در مورد ایران دارند. آمریکایی‌ها از سال ۲۰۱۱، ایران را سومین دشمن بزرگ کشورشان، پس از روسیه و چین، انگاشته‌اند. در سال ۲۰۱۹، ۲۷ درصد آمریکایی‌ها، توسعه سلاح‌های هسته‌ای

از سوی ایران را تهدید و خیم، و ۲۱ درصد، آن را تهدید مهمی برای منافع حیاتی ایالات متحده در ده سال آینده ارزیابی کرده‌اند.

ایران از سال ۲۰۰۳، با پذیرش داوطلبانه پروتکل الحاقی، به سازمان ملل اجازه داده است تا با اعمال نظارت‌های سخت‌گیرانه‌تر، از ماهیت صلح‌آمیز برنامه‌های هسته‌ای این کشور اطمینان حاصل کند.

اگرچه این نظارت‌ها هیچ‌گاه سند محکمی دال بر نظامی بودن برنامه هسته‌ای ایران به‌دست نداده است، نمایش آن روز هیلی، بخشی از کارزاری بود که در آن، دولت ترامپ سعی داشت با طرح روایتی که ایران را خطری برای امنیت جهان نشان می‌داد، دیگران را در خروج از برجام با خود همراه کند. واکنش محمدجواد ظریف به نمایشی که هیلی در سازمان ملل به‌راه انداخته بود، نه‌تنها به‌لحاظ محتوای پیام (روایتی که مطرح می‌کرد)، بلکه از دیدگاه به‌کارگیری رسانه‌ای که پیام را منتشر کرد (توییت) نیز هوشمندانه بود. آنچه برای هیلی، اعم از صحنه نمایش (مقر سازمان ملل در نیویورک) و ابزار انتشار آن (کنترل بر بخش گسترده‌ای از رسانه‌های قدرتمند جهان) به‌عنوان نماینده ایالات متحده فراهم بود، برای کشوری چون ایران، بیشتر شبیه یک رؤیا بود، ولی دستگاه دیپلماسی ایران، با فهم درست زیست‌بوم جدید رسانه، از سال ۲۰۱۳ به‌این‌سو سعی کرده است تا ابتکار عمل را در به‌کارگیری توییت در روند مذاکرات هسته‌ای به‌دست بگیرد.

به‌نظر مانور (۲۰۱۹)، پیش‌دستی ظریف در انتشار خبر دستیابی به توافق از طریق توییت در سال ۲۰۱۳، در واقع، اعلان به‌موقعی بود که ظریف را قادر کرد که تعیین‌کننده پوشش رسانه‌ای توافق باشد، زیرا روزنامه‌ها در سراسر جهان، چنین خبر مهمی را به‌نقل از وزیر امور خارجه ایران، و نه وزیر امور خارجه ایالات متحده، منتشر کردند.

این به‌مثابه پیروزی ظریف بود، زیرا این برنده مذاکره است که امتیاز انتشار خبر آن را می‌گیرد. به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی از سوی ظریف، برچسب بنیادگرایی و در پی سلاح کشتار جمعی بودن را از چهره ایران می‌زدود، و تصویری

1. New Media Ecology

2. <https://twitter.com/JZarif/status/404430013488852993>

مرتبط با مفاهیمی چون دموکراسی و امید به آینده را از آن نشان می‌داد. حتی تصویر پروفایل تویتر ظریف، به گونه‌ای هوشمندانه نگاه وی به آینده را القا می‌کرد.

جدول شماره (۳). توییت رهبران سیاسی ایران و آمریکا در مورد روایت نیکی هیلی

شماره	نام	تعداد توییت‌های ماه مه	موارد مورد توجه با کلیدواژه‌های ایران، ایرانی، سلاح هسته‌ای	اشاره به سخنرانی نیکی هیلی، نماینده آمریکا در سازمان ملل
۱	آقای خامنه‌ای	۴۳	-	
۲	حسن روحانی	۶	-	
۳	جواد ظریف	۲۳	-	یک توییت خاص در پاسخ به نیکی هیلی و مقایسه آن با جنگ بوش علیه عراق *
۴	ترامپ	۲۷۸	۴	اشاره به سخنرانی نیکی هیلی، نماینده آمریکا در سازمان ملل
۵	پمپئو	۱۰۰	۲۳	
۶	بولتون	۷۰	۲۰	

این وضعیت، بیانگر این است که با اینکه هیلی روایت خود را در سازمان ملل به نمایش گذاشت، نتوانست اثربخشی لازم را در ماه یادشده در تویتر در میان توییت‌های رهبران سیاسی به جای گذارد و ظریف با توییت بدل آن و استفاده از ظرفیت بداهه‌گویی (عکس کالین پاول در سال ۲۰۰۳ در تحریک جامعه جهانی برای حمله به عراق) توانست سکان هدایت روایت را از دست هیلی بگیرد. روی هم رفته، روایت هیلی، پاسخ لازم را برای تحریک جامعه جهانی نداشت و آژانس در ۱۲ گزارش خود پس از آن به پایبندی ایران به تعهدات برجامی اشاره کرد.

۲-۴. روایت ظریف از تیم «ب»

ظریف در اردیبهشت ۱۳۹۸ (آوریل ۲۰۱۹) در مصاحبه با «فاکس نیوز» در نیویورک گفت: «گروه B درصدد کشاندن ترامپ به ورطه جنگ افروزی هستند». وی این گروه را متشکل از بن‌زاید، بن سلمان، بولتون، و بنیامین نتانیاهو دانست. ظریف با خلق روایتی از تلاش کشورهای عربی منطقه و اسرائیل و آمریکا در جنگ افروزی علیه ایران، روایتی ساخت که توانست تا مدت زیادی رسانه‌های سایبری و سنتی را با این مفهوم همراه کند که تلاش‌های انجام‌شده در آمریکا برای اعمال تحریم‌ها و فشار بر ایران، نتیجه

اعمال نفوذ تیم «ب» است؛ تیمی که در راستای منافع مشترکشان، درصدد به آشوب کشیدن فضای سیاسی میان امریکا و ایران است. بی درنگ پس از انتشار سخنان ظریف در نیویورک، سخنگوی وزارت امور خارجه امریکا، *دانیل اورنگاس* در توییتی نوشت، ظریف در کشور آزادی درصدد افترا زدن است. در همین راستا، وزیر امور خارجه امارات، ضمن مضحک خواندن توییت های محمدجواد ظریف در مورد گروه موسوم به تیم «ب» (بولتون، بن زاید، بن سلمان، و بنیامین نتانیاهو) مدعی شده بود که اعتبار بین المللی وزیر امور خارجه ایران رو به افول است. در همین راستا، ظریف در ۲۸ خرداد، پس از آتش گرفتن دو کشتی نفتکش سنگاپوری در دریای عمان توییت کرد: «ادعاهای بی اساس واشنگتن علیه تهران نشان می دهد که گروه «ب»، نقشه «ب» را که همان دیپلماسی تخریب است، دنبال می کند. من چند ماه پیش دقیقاً در خصوص این سناریو هشدار دادم. من پیشگو نیستم، اما می دانم تفکر گروه «ب» از کجا سرچشمه می گیرد». وی در همین مورد در توییت دیگری نوشت: «پس از چشم پوشی از تکه تکه کردن یک خبرنگار، حالا از دولت ترامپ، وقتی عربستان سعودی ۳۷ تن را در یک روز گردن می زند، صدایی در نمی آید؛ حتی وقتی عربستان یک نفر را دو روز پس از عید پاک به صلیب می کشد. عضویت در تیم «ب» برای ارتکاب هر جرمی مصونیت ایجاد می کند»^(۵).

وی همچنین در شهریور همان سال در واکنش به اعلام تحریم های جدید امریکا علیه ایران، اقدام ضدایرانی تازه واشنگتن را نشانه «استیصال» و همچنین «ترس گروه ب» از بازگشت دولت «دونالد ترامپ» به میز مذاکره با ایران خوانده است^(۶). ظریف در همان ماه، پس از آتش گرفتن پالایشگاه آرامکو در عربستان نوشت: «اقدام جنگی، یا تحریک به جنگ؟ بازمانده های «تیم ب» (به علاوه متحدان جاه طلب آنها) تلاش می کنند ترامپ را فریب داده و به سوی جنگ بکشاند»^(۷). جان بولتون روز یکشنبه، ۸ اردیبهشت در یک مصاحبه زنده تلویزیونی با شبکه «فاکس نیوز» امریکا گفت: «کاملاً مسخره است. آن مصاحبه یک تبلیغات به تمام معنا بود؛ اشاره او به مصاحبه اخیر محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه ایران با شبکه فاکس نیوز است که در آن مدعی شده بود، جان بولتون و مقام های برخی از کشورهای دیگر قصد دارند، امریکا را به سوی درگیری نظامی با ایران سوق دهند.

آقای ظریف، به‌ویژه با متهم کردن اسرائیل، عربستان سعودی، و امارات متحده عربی از «گروه ب (بی)» شامل بولتون، بن‌سلمان، بن‌زاید، بنیامین نتانیاهو (معروف به «بی») نام برده است که به‌گفته‌ی او، می‌خواهند آمریکا را به جنگ علیه ایران بکشانند^(۸). وی این روایت را تا ماه نوامبر با خود همراه کرد و هنوز هم آثار روایت مربوط به تیم «ب» در دیپلماسی ایران نقش دارد.

جدول شماره (۴). توییت رهبران سیاسی ایران و آمریکا درباره روایت تیم «ب»

شماره	نام رهبران	تعداد توییت‌های آوریل ۲۰۱۹	تعداد توییت‌های مربوط به تیم «ب»	تعداد توییت‌های مربوط به ایران	مفاهیم توییت‌ها
۱	آقای خامنه‌ای	۵۱	-	-	-
۲	بولتون	۹۸	-	۱۷	- فشار بر ایران؛ - ایران مدافع تروریسم؛ - همپیمانان منطقه‌ای و فشار بر ایران؛ - ایران و فعالیت‌های هسته‌ای.
۳	روحانی	۳۱	-	-	-
۴	پمپئو	۵۵	-	۵۵	-
۵	ظریف	۴۴	۴۰ (از ماه آوریل تا ماه اکتبر)	-	- جنگ گروه بی برای ایران؛ - تسخیر ترامپ توسط گروه بی.
۷	ترامپ	۴۳۲	-	۵	- مسئله نفت و تحریم ایران؛ - نگرانی از ارتباط کری با ایران و روسیه؛ - سلاح هسته‌ای

نکات مطرح شده در مورد تیم «ب» که ظریف آن را در ماه آوریل در یک مصاحبه تلویزیونی مطرح کرد، تأییدگر این است که هیچ‌یک از طرف‌های آمریکایی و رهبران ایرانی، در این مورد اظهار نظر نکرده‌اند، اما توانست در افکار عمومی، جای خاصی برای خود باز کند.

بنابراین، روایتی است که ظریف از اقدامات تحریمی ترامپ علیه ایران تهیه کرد و توانست تا مدت‌ها بر فضای سیاسی خاورمیانه و آمریکا تأثیرگذار باشد. بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی در امتیاز‌گیری در بیان روایت تیم «ب» فرصتی بود که دیپلماسی ایرانی را در عرصه روایت‌سازی بر مبنای رسانه‌های کثیرالانتشار

شبکه‌های مجازی) گسترده‌تر کرد. در این میان، عنوان «رویترز»^(۹) جالب بود؛ «آن‌ها (تیم ب) جنگ می‌خواهند نه دیپلماسی». ظریف با این بیان به نوعی، مسئولیت عدم مراجعه به دیپلماسی را به گردن امریکا و شرکای منطقه‌ای‌اش انداخت. «بیزینس اینسایدر» و «فایننشال تریبون» نیز همین مفهوم را تیتتر کردند که تیم «ب»، خواهان جنگ است نه دیپلماسی^(۱۰). «فایننشال تریبون» در ۲۱ آوریل ۲۰۱۹ به نقل از ظریف نوشت، تیم «ب»، ترامپ را به سوی مقابله هل می‌دهد^(۱۱). «فایننشال پست» نیز از قول ظریف نوشت، تیم «ب» جنگ می‌خواهد نه دیپلماسی^(۱۲). به نظر می‌رسد، روایت ظریف از دیپلماسی - که احتمال درگیری را در منطقه زیاد می‌کرد - به سوی دیگری سوق پیدا کرد و این روایت، به تعبیر مانور (۲۰۱۹)، در واقع، اعلان به موقعی بود که توانست فضای نگران‌کننده منطقه را تعدیل کند. با این روایت، موضوع تبادل زندانی‌های ایرانی و امریکایی در مسیر خود قرار گرفت.

۳-۴. روایت تورقوزآباد

بنیامین نتانیاهو، نخست وزیر اسرائیل، در سال ۲۰۱۸ (مهر ۱۳۹۷) تصاویری را در مجمع عمومی سازمان ملل به نمایش گذاشت. آن تصاویر مربوط به محلی به نام تورقوزآباد در ایران بود که در آنجا اورانیوم ۲۰ درصدی^(۱۳) تولید می‌شود. بسیاری از کاربران ایرانی، با توجه به اینکه عبارت دورقوزآباد، بیشتر یک مزاح در میان ایرانی‌ها است، آن را به شوخی انگاشته و اقدام وی را حرکتی نابخردانه از روایتی که در صدد ساختش بود، تعبیر کردند.

ورای اینکه دورقوزآباد وجود خارجی دارد یا خیر، مسئله این است که نتانیاهو موجی از واکنش‌های گوناگون را در محافل سیاسی و غیرسیاسی ایجاد کرد که حجم گسترده‌ای از پست‌های توییتری، اینستاگرامی و... را به همراه داشت. روایت نتانیاهو از تأسیسات هسته‌ای ایران با چالش سخت کاربران توییتر روبه‌رو شد. شاید پیش از این کمتر مشاهده شده بود که در برابر یک ادعای سیاسی، افزون‌بر رهبران سیاسی، افکار عمومی نیز موضع گرفته و روایت ساخته شده را با بدل آن روبه‌رو کنند. البته در آن زمان، رئیس آژانس بین‌المللی هسته‌ای اعلام کرد که مدارک ارائه‌شده، بررسی خواهد شد^(۱۴).

جدول شماره (۵). توییت‌های رهبران سیاسی ایران و امریکا در مورد روایت نتانیا‌هو

شماره	نام	تعداد کل توییت‌های ۲۰۱۸	تعداد توییت‌های ماه سپتامبر	موارد مورد توجه با کلیدواژه‌های ایران، ایرانی، سلاح هسته‌ای	اشاره به سخنرانی نتانیوها در مجمع عمومی سازمان ملل پیرامون تورقوزآباد
۱	آقای خامنه‌ای	۵۳۱	۴۶	۲۴	
۲	حسن روحانی	۳۹	۱۲	۱۴	
۳	جواد ظریف	۲۰۵	۲۵	۹	یک توییت خاص در پاسخ به نتانیا‌هو ^(۱۵)
۴	ترامپ	۳۵۵۹	۳۸۱	۴	
۵	پمپئو	۵۴۹	۱۸۰	۲۳	
۶	بولتون	۳۶۶	۲۵	۸	

از آنجاکه لازم بود روایت ارائه شده، بستری برای بحث و گفت‌وگو داشته باشد تا اثر خود را بر مخاطب بگذارد، توییت به عنوان رسانه مورد استفاده طرف ایرانی و امریکایی در ماه سپتامبر (مهر) بررسی شد و داده‌های زیر به دست آمد. همان‌گونه که در تعریف قدرت نرم، ارزش‌ها، فرهنگ، و سیاست، نقش‌های اصلی را ایفا می‌کنند، تلاش ظریف در نمایندگی سیاست ایران در برابر جنگ‌افروزی، نقش مؤثری داشت.

بررسی توییت‌های رهبران ایران و امریکا در زمان طرح ادعای نتانیوها مبنی بر وجود سایت تورقوزآباد، به‌رغم جست‌وجوی واژه‌های سلاح‌های هسته‌ای، ایران، و ایرانی، تأیید می‌کند که در این ماه (با توجه به حجم توییت‌های منتشر شده در ماه سپتامبر، به ویژه اواخر آن، که زمان سخنرانی نتانیا‌هو در مجمع عمومی سازمان ملل بوده است) این عبارات‌ها نتوانسته‌اند گستره زیادی در توییت رهبران این دو کشور داشته باشند و همچنان مسائل بین دو کشور مطرح بوده و تنها یک توییت از طرف محمدجواد ظریف منتشر شده است.

این شرایط، تأییدگر آن است که روایت یادشده، تاحدودی در عرصه دیپلماسی اثربخش بود، اما نتوانست آن‌گونه که باید، امواج انتشار را برای خود ایجاد کند. نکته قابل توجه این است که با بررسی خبرهای خبرگزاری‌ها درمی‌یابیم که تنها خبرگزاری رویترز، هآرتس، بی‌بی‌سی، و وی‌اوی، و گاردین خبر نتانیا‌هو را پوشش داده‌اند. البته فیلم نتانیا‌هو در سازمان ملل در یوتیوب نیز به اشتراک گذاشته شده است. اثربخشی یک روایت به عناصر فراوانی وابسته است. برپایه نظر میسکیمون (۲۰۱۷)، روایت ساخته شده توسط نتانیا‌هو، از نوع روایت نظام است. او در پی پیوند دادن ایران به سلاح

هسته ای^(۱۶)، اثبات تخطی ایران از برجام، و غیرقابل اعتماد نشان دادن ایران بود. براساس دیدگاه روزلا (۲۰۱۴) عناصر روایت که دربردارنده محیط، تنش، و کنشگر است، در این روایت قابل مشاهده هستند، اما میزان اثرگذاری آن بر تصمیم سازان و تصمیم گیران بیشتر است.

از آنجاکه به نظر هیدن^۱ (۲۰۱۲)، قدرت نرم، گونه‌ای از بلاغت است که در آن راوی، شیوه‌های گوناگون اقناع را در راستای اهداف راهبردی خود و با توجه به بافتار ویژه‌ای که در آن قرار دارد، به کار می‌گیرد. اثربخشی این روایت در حد انتظار راوی نبود. روزلا (۲۰۱۴) در این باره می‌گوید، راوی، نیازمند به‌کارگیری روایت‌هایی است که برای مخاطبان خارجی جذابیت دارند. از این منظر، سیب^۲ (۲۰۱۲) با مثال زدن سخنرانی سال ۲۰۰۹ باراک اوباما در قاهره - که با هدف بهبود وجهه ایالات متحده بین مسلمانان انجام شد - چنین نتیجه می‌گیرد که فن بلاغت، یکی از مؤلفه‌های مهم دیپلماسی عمومی است. شاید یکی از دلایل کارساز نبودن این روایت، نداشتن این فن و نامناسب بودن عبارت به کار گرفته شده با عنوان «تورقوزآباد» بود که ارتباط لازم را با مخاطب برقرار نکرد؛ به ویژه اینکه نتانیا هو پیش تر در سال ۲۰۱۵ نیز با یک نقاشی به صحن سازمان ملل آمد و ضریب دسترسی ایران به بمب هسته‌ای را طرح کرد که نتوانست بر سرانجام مذاکرات هسته ای ایران تأثیرگذار باشد. راوی و روش او، از جمله بخش‌های مهم برای اثربخشی روایت هستند.

به نظر می‌رسد، رفتار نتانیا هو، بیشتر مصرف داخلی داشت، چون با تکیه بر این ظرفیت توانست موقعیت بهتری در انتخابات داخلی به دست آورد. این روایت - که به ظاهر، روایتی مغشوش به نظر می‌رسید - با توجه به خروج امریکا از برجام و عدم خروج شرکای اروپایی و دیگران، در اینکه برجام همچنان نقطه اتکای تعاملات سیاسی ایران باشد، تأثیری نداشت.

روزلا^۳ (۲۰۱۴) در این باره می‌گوید، هر روایتی باید نخست، یک روایت گیرا و مجاب‌کننده باشد؛ به عنوان نمونه، در مورد سیاست‌های یک نامزد ریاست جمهوری

1. Hayden
2. Seib
3. Roselle

می تواند منبع قدرت قرار گیرد، زیرا مردم را به سوی آن سیاست خواهد کشاند؛ دوم، انتقال روایت، فرایندی است که می توان از منظر آن، کارکرد منابع قدرت را تبیین کرد. جذابیت منابع قدرت نرم، یعنی فرهنگ، ارزش ها، یا سیاست ها، می تواند ناشی از همخوانی آن ها با روایت های جاافتاده یا در حال شکل گیری شخصی باشد. روایت راهبردی، با تبیین نظام مند فرایند شکل گیری، نمایش، انتشار، و پذیرش ایده در نظام بین المللی، به شیوه زایش قدرت از روایت می پردازد. با اینکه صحنه گردانی نتانیا هو در بیان روایت، مناسب بود و مکان طرح آن نیز مکانی جهانی ای بود، اما به دلیل عدم همراهی افکار عمومی، نتوانست موفق شود.

این تصویر، بیانگر آن است که در عصر رسانه های مجازی، به ویژه توئیتر، کارکرد روایت های ساخته شده توسط رهبران سیاسی، نه تنها در بستر رسانه های سنتی به گردش درمی آید، بلکه در هویت مکان جهانی رسانه های مجازی، شکل متفاوتی از قدرت را با خود همراه کرده است. کار نتانیا هو، ساخت این روایت بود؛ روایتی مبتنی بر فعال بودن، تا سیاست هسته ای ایران در زمان پایبندی به مفاد برجام، اما به دلایل خاص فرهنگی، خروجی آن برای دیپلماسی تهاجمی او در آن مقطع به حاشیه رانده شد. نکته مهم این است که در این دوره، دولت وقت امریکا از برجام خارج شده بود و طرح چنین روایت هایی، تأکیدی بر عدم پایبندی ایران به برجام بود؛ تلاشی که دولت امریکا به شدت درصدد عینی کردن آن بود. این روایت به دلایل تاریخی نتوانست گام مثبتی در راستای اعمال خواسته های اسرائیل و ترامپ باشد. نام خاص «تورقوزآباد» از یکسو، و موضع گیری کاربران ایرانی به این نمایش — که مشابه نمایش نیکی هیلی در سازمان ملل بود — روایت متضادی را برای نتانیا هو و ترامپ ایجاد کرد. کاستلز بر این نظر است که زیست بوم جدید رسانه، سبب ظهور نوع جدیدی از روابط قدرت شده است که در آن، «کنشگران اجتماعی و شهروندان در هر گوشه دنیا، ظرفیت های جدید شبکه های ارتباطی را در راستای تقویت منافع، پیشبرد اهداف، و تثبیت ارزش های خود به کار می گیرند» (کاستلز، ۲۰۱۳: ۵۷). این نوع جدید رابطه قدرت، در بستر آنچه کاستلز (۲۰۰۷) «خودارتباط انبوه» می نامد، شکل می گیرد. شبکه های اجتماعی، به سبب کاربری آسان، قابلیت اجرا بر روی دستگاه های گوناگون متصل به اینترنت، و از همه مهم تر، دسترسی

آسان و رایگان به آن‌ها، به پایگاه‌های اصلی خودارتباط^۱ انبوه تبدیل شده‌اند. در اینجا موضع گیری مردم در برابر روایت نتانیاها، به رغم ممنوعیت توئیتر در ایران، از طریق شبکه‌های گوناگون رسانه‌های اجتماعی توانست در میزان اثربخشی روایت در آن مقطع خاص تأثیرگذار باشد.

کول^۲ (۲۰۱۱) می‌گوید، رسانه‌های دیجیتال، «مردم را بیش از هر زمان دیگری در تاریخ، قدرتمند کرده‌اند» (کول، ۲۰۱۱: ۶). به نظر ون‌هام^۳ (۲۰۱۰) این رسانه‌ها متصدیان دیپلماسی را واداشته‌اند تا در پی روش‌های جدیدی برای «جلب توجه، وفاداری، و حتی محبت شهروندان عادی» باشند؛ بنابراین، قدرت ورزی نرم بیش از هر جای دیگری، در جهان شبکه‌ای مصداق پیدا می‌کند. گیلبوا^۴ (۲۰۰۲) می‌گوید، زیست‌بوم جدید رسانه، چالش‌های جدیدی را پیش روی دست‌اندرکاران دیپلماسی قرار داده است؛ نخست، فناوری دیجیتال، روابط دیپلماتیک را از انحصار دولت‌ها خارج و پای بسیاری دیگر از بازیگران، از جمله سازمان‌های غیردولتی، سازمان‌های مدنی، فعالان، وبلاگ‌نویس‌ها، و حتی تروریست‌ها را به عرصه دیپلماسی عمومی باز کرده است؛ دوم، مانور (۲۰۱۶) می‌گوید، از آنجاکه تولید و توزیع محتوا در زیست‌بوم جدید رسانه، تقریباً برای همگان امکان پذیر شده است، رقابت بر سر جلب توجه مخاطب نیز افزایش یافته است؛ سوم، در زیست‌بوم جدید، مخاطبان در شبکه‌های متنوعی پراکنده‌اند. به نظر هیدن (۲۰۱۲)، ویژگی آشکار این شبکه‌ها، نه تنها انتخابی بودن حضور مخاطب در آن‌ها است، بلکه محتوای ارائه‌شده به مخاطب نیز توسط خود او تعیین و فیلتر می‌شود؛ چهارم، در زیست‌بوم جدید، مخاطب دیگر تنها گیرنده محتوا نیست، بلکه قادر است درباره آن اظهار نظر کند یا آن را پردازش، و بازتوزیع کند.

نکته مهم در این سه روایت، سنجش پذیری قدرت نرم بر مبنای سه عنصر اصلی، یعنی ارزش‌ها، سیاست، و فرهنگ است. روایت نیکی هیلی، در بستر ارزشی-سیاسی قابل انتقال است. موضوع فعالیت هسته‌ای ایران و ارزش‌های مربوط به

1. Mass Self-communication
2. Cull
3. Van Ham
4. Gilboua

مخالفت با سلاح‌های هسته‌ای و نظامی‌گیری به‌عنوان ارزش، دو ضلع قدرت نرم را در این روایت فعال کرده است. در روایت «تیم ب»، با توجه به سابقه تیم‌سازی در سیاست داخلی آمریکا (مانند آپیک، لابی عرب‌ها، لابی منافقین، و تیم «ج»^(۱۷) استریت^(۱۸)) استفاده از این ظرفیت برای روایت‌سازی قابل تأمل است. دو بخش سیاسی و فرهنگ، دو ضلع قدرت نرم در این روایت را دربر داشته‌اند. در مورد روایت تورقوزآباد نیز دو ضلع روایت سیاست و فرهنگ، به هم گره خورده‌اند. این شرایط از منظر پیوند با قدرت نرم توانسته است در دو بخش با روایت‌ها هم‌پوشانی داشته باشد. اما از منظر اثربخشی، نیازمند بازخوانی اضلاع قدرت نرم است. در روایت نخست، گوینده، یعنی نیکی هیلی، بی‌توجه به اقدام بوش در نمایش تلویزیونی سلاح هسته‌ای در عراق، این روایت را ساخت، اما با توجه به پیشینه ذهنی جهانیان در این نمایش که در محل سازمان ملل اجرا شد، پیوند یک ارزش منفی به عامل سیاست در قالب دو ضلع قدرت نرم، اثربخشی لازم را نداشت.

در مورد روایت دوم، که «تیم ب» است، با توجه به پیشینه و فرهنگ سیاسی آمریکا در حوزه تیم‌سازی و تیم‌پروری سیاسی، ساخت چنین تیمی، دور از ذهن نبود؛ درعین حال، مسئله سیاست، همچنان عنصر اصلی قدرت نرم بود، زیرا «تیم ب» از منظر راوی، در پی جنگ افروزی است. این روایت با توجه به زیرساخت فرهنگی و وجود رویکردهای خاص متمایل به تنش در آمریکا در دوره ترامپ، میزان اثربخشی بیشتری بر قدرت نرم داشت.

در مورد روایت سوم، که تورقوزآباد است، در دو ضلع سیاست و فرهنگ پیوند ایجاد شد، اما از آنجا که هدف، ایران بود و کلمه تورقوزآباد در ادبیات ایران، دستخوش مزاح است، نتوانست کارکرد لازم را داشته باشد. نکته مهم این است که پیش از این نیز نتانیا هو با کشیدن یک نقاشی، روایت دیگری علیه ایران ساخت؛ از این رو، به شوخی گرفته شدن، تاحدی از ارزش روایت کاست و نتوانست کارکرد لازم را داشته باشد. در واقع، تویتر، بستری برای بازنمایی این روایت‌ها بود و زیست‌بوم جدید رسانه، عرصه نشر و تبلیغ روایت‌ها است.

در جدول شماره (۶)، مکان، زمان، و پیگیری روایت از سوی راویان، مشخص شده است؛ این داده‌ها بیانگر این است که ایران با استفاده از تویتر، ضمن

پاسخ‌گویی به روایت‌ها، سازنده روایت دیگری نیز بوده و توانسته است با استفاده از این شبکه جهانی، روایت غالب طراحی شده خود را بیان کند. فعال‌سازی دستگاه دیپلماسی با استفاده از روایت‌های ایجادشده، بیانگر نقش روایت در قدرت دیپلماسی کشورها است و به نظر می‌رسد، با توجه به بستر پیگیری روایت‌ها از سوی ایران در توییت، این امکان وجود دارد که این شبکه، به عنوان کانونی برای بازسازی روایت و بازنمایی روایت غالب موردنظر ایران به کار رود. شاید یکی از جدی‌ترین موارد مطرح شده در این بحث، دسترسی محدود ایران به رسانه‌های سنتی و اثربخشی بیشتر توییت در عرصه سیاست باشد.

جدول شماره (۶). شناسایی روایت‌ها

روایت	روایت‌ساز	زمان طرح روایت	مکان بیان روایت	پیگیری از سوی رقیب سیاسی در توییت	پیگیری در روایت از سوی خود راوی	پیگیری روایت از سوی همکاران	محورکانونی روایت
شلیک موشک‌های ایرانی به بخش‌هایی از عربستان توسط یمنی‌ها	نیکی هیلی	سپتامبر ۲۰۱۷	سازمان ملل متحد	محمدجواد ظریف	محمدجواد ظریف	به‌طور مستقیم پیگیری نشده است.	ایجاد بی‌ثباتی منطقه‌ای از سوی ایران (موشک‌های دوربرد)
توان هسته‌ای (سلاح هسته‌ای)	نتانیاها	سپتامبر ۲۰۱۸	سازمان ملل متحد	محمدجواد ظریف	-	مستقیم پیگیری نشده است.	افزایش غیرمتعارف توان هسته‌ای ایران در راستای دستیابی به سلاح هسته‌ای
تیم جنگ طلب منطقه‌ای و داخلی امریکا	ظریف	آوریل ۲۰۱۹	نیویورک مصاحبه با خبرنگار	-	بیش از ۴۹ بار تا پایان سال	به‌طور مستقیم نبوده است.	تلاش برای جنگ‌افروزی و تحریک ترامپ

نتیجه‌گیری

قدرت نرم، فرصتی برای بازخوانی دیپلماسی در عصر ارتباطات است؛ درحالی‌که تا پیش‌ازین، قدرت نرم، تنها در قالب‌های محدود ارتباطات دوسویه میان دیپلمات‌ها یا رسانه‌های سنتی یا مواردی از این دست شکل می‌گرفت، اکنون قدرت نرم، گستره‌ای به اندازه تمام ارتباطات بشری، از علمی و پژوهشی گرفته تا ارتباطات تصویری میان مردمانی که شاید تا پیش‌ازین خبری از یکدیگر نداشتند را دربر می‌گیرد.

در این میان، مفهوم قدرت نرم نیز به شکل‌های گوناگونی معنا دار شده و قدرت تأثیرگذاری آن بر ارتباطات کشورها، بیشتر و پیچیده‌تر شده است. نظریه قدرت نرم نای که در ادبیات پژوهش روابط بین‌الملل و علوم سیاسی گسترش یافت، اکنون سرفصل تازه‌ای برای تحولات سیاسی است. این نگاه جدید به رسانه‌ها به‌طور عام و رسانه‌های اجتماعی به‌طور خاص، به ابزار قدرت‌ورزی نرم تبدیل شده و توجه دیپلمات‌ها و کارشناسان را جلب کرده است. اقناع، بن‌مایه قدرت‌ورزی نرم از طریق دیپلماسی عمومی، به‌ویژه دیپلماسی عمومی دیجیتال، است.

اصلی‌ترین مفهوم این فضا، اقناع است؛ زمانی که رسانه به عرصه تعاملات سیاسی وارد شد، با خود خصیصه به‌نام اقناع همراه داشت که می‌تواند با تصویرسازی از قدرت نرم، معنا پیدا کند. این موضوع در قالب روایت‌گری، وارد عرصه سیاسی رسانه‌ای شده و به روایت کانونی برای نشان دادن قدرت دیپلماسی تبدیل شده است. بن/ولافلین (۲۰۱۴) می‌گوید، همان‌گونه که ویکی لیکس و امور اسنودن نشان می‌دهند، روابط بین‌الملل، دیجیتالی شده است. اما کشورها در تلاش هستند تا با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اطلاعاتی که از طریق آن‌ها می‌توانند روایت‌هایی درباره آینده امور بین‌الملل ارائه دهند، کنترل خود را پس بگیرند. روایت‌های راهبردی، پیش‌بینی‌هایی از گذشته، حال، و آینده روابط بین‌الملل است که برای شکل دادن به رفتار بازیگران در داخل و خارج از کشور به‌کار می‌رود^(۲۰). روابط قدرت در زیست‌بوم جدید رسانه، و دیپلماسی عمومی دیجیتال، از طریق روایت و روایت‌گری شکل می‌گیرند.

محتوای شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار اصلی دیپلماسی عمومی دیجیتال - چیزی جز گونه‌های مختلف روایت نیست. امروزه دستگاه‌های دیپلماسی، شبکه‌های اجتماعی را برای همراه کردن شهروندان خارجی با سیاست‌های خود به‌کار می‌گیرند. در این میان، همراه کردن دیگران با خود، نه از طریق تهدید و تطمیع، بلکه با اقناع آنان از طریق روایت‌هایی انجام می‌شود که هویت‌کنشگر را - که متشکل از سه کانون اصلی قدرت نرم، یعنی فرهنگ، ارزش‌ها، و سیاست است - جذاب جلوه می‌دهد. این روایت‌ها در پی ترسیم چنان تصویری از کنشگر هستند که وی را دارای اعتبار و قابل‌اعتماد بازمی‌نمایانند. از این منظر، بسیاری از صاحب‌نظران،

دیپلماسی عمومی دیجیتال را عرصه نبرد روایت هویت‌ها دانسته‌اند. روایت‌ها در دیپلماسی عمومی دیجیتال، نه تنها برای ارتقای وجهه خود، بلکه در راستای تخریب وجهه حریفان نیز به کار گرفته می‌شوند. این مقاله در راستای پاسخ دادن به این پرسش که روایت راهبردی، چه تأثیری در اعمال قدرت نرم از طریق توئیتر دارد، تلاش کرد با ارزیابی سه روایت مطرح شده درباره ایران، امریکا، و اسرائیل در پیوستگی با توئیتر و رسانه‌های خبری، برخی از کارکردهای روایت‌سازی را تبیین کند. برخی از آن‌ها توانستند سازوکار عمل را به دست سیاستمداران بدهند و برخی دیگر، ناکام ماندند. آنچه در روایت‌سازی مهم است، نخست اقناع و دیگری، به کارگیری ابزار مناسب برای اقناع در بیان روایت است. ناکامی نتایهاو در روایت تورقوزآباد، به دلیل نام خاص آن در فرهنگ ایرانی و به مزاح گرفته شدن موضوع از سوی سیل مخاطبان در اینستاگرام و توئیتر بود؛ البته می‌توان ادعا کرد، روایت او با نوعی ناکارآمدی همراه شد؛ شاید اگر این نام آورده نمی‌شد، این روایت اثر بیشتری بر مخاطب می‌گذاشت. البته محیط و زمان طرح روایت نیز اهمیت دارد؛ درحالی‌که کشورهای عضو اتحادیه اروپا و شرکای برجام، سعی در حفظ آن داشتند، طرح زمانی این روایت نتوانست گیرایی لازم را داشته باشد. توانایی ظریف در روایت‌سازی از «تیم ب»، به دلیل به کارگیری سازوکاری فعال از شبکه‌های سنتی رسانه و مجازی، توانست اثر بخشی بیشتری داشته باشد و مخاطبان را وادار به واکنش کرد. رویکردهای بولتون، بن سلمان، بن زاید، و نتایهاو در این مورد، قابل تأمل است.

روایت نیکی هیلی نیز با بدل روایت ظریف، با ناکامی روبه‌رو شد. این موارد، گویای آن هستند که اقناع، یعنی مجاب کردن، برانگیختن، و جذابیت، به گونه‌ای هم‌زمان عمل می‌کنند تا بتوانند اثرگذاری روایت‌ها را در سازوکار قدرت دیپلماسی معنادار کنند؛ از این رو، اگر چرخه زیر را به عنوان پاسخ روایت‌گری و کسب قدرت نرم در دیپلماسی تعریف کنیم، به نظر می‌رسد، نتایج لازم به دست آمده است؛ از این رو، در پاسخ به پرسش اصلی، بر مبنای تحلیل سه روایت می‌توان گفت، قدرت دیپلماسی ایران در مهار روایت‌ها یا ایجاد آن‌ها با اتکا به ظرفیت‌های زیست‌بوم رسانه‌ای، به تأثیرگذاری آن توجه داشته است. دیپلماسی ایران با بدل روایتی به

نیکی هیلی توانست روایت او را به حاشیه ببرد؛ انتخاب نامناسب نام و زمان طرح موضوع از سوی نتانیا هو، روایت او را تاحدی ناکارا کرد و روایت ظریف از «تیم ب» توانست با پیگیری مداوم و نوعی فعال بودن، دیپلماسی را برای به دست گرفتن عرصه تعاملات سیاسی با خود همراه کند. در واقع، نویسندگان این مقاله با اتکا به مبانی نظری روایت راهبردی میسکیمون، ابزاری را تعریف می کنند که به وسیله آن، کنشگران سیاسی از طریق معانی مشترکی که از سیاست های بین الملل می سازند، به رفتار کنشگران داخلی و خارجی دیگر شکل می دهند (میسکیمون، ۲۰۱۳: ۵۸)؛ بنابراین، مبنایی برای قدرت نرم در اختیار دیپلماسی ایران قرار داد تا بتواند با اتکا به روایت های ایجاد و پاسخی، بخشی از معادلات سیاسی را مدیریت کند؛ از این رو، برای تبیین نظری این موضوع، نمودار شماره (۱) طراحی شده است که چرخه ای در بردارنده زیست بوم رسانه ای است که روایت گری در آن شکل می گیرد و بر افکار عمومی اثر می گذارد و اقناع ایجاد کرده و بازتولید اقناع، شبکه را فعال نگه می دارد.

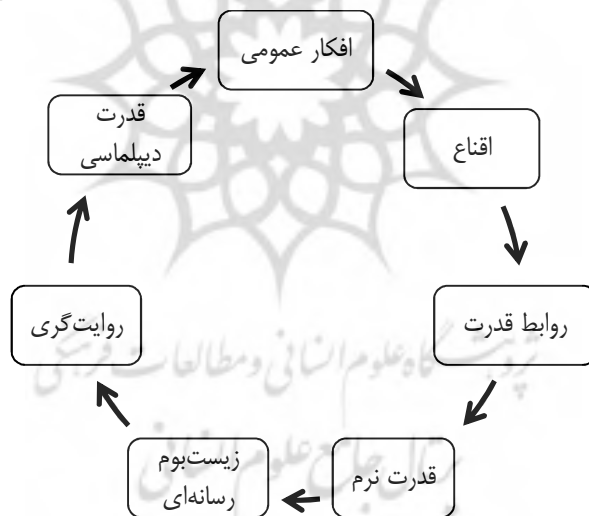
چارچوب نظری این مقاله، روایت راهبردی بر مبنای دیدگاه های میسکیمون است که تأکید می کند، قدرت ورزی در زیست بوم جدید رسانه در گرو «به کارگیری دیپلماسی عمومی دیجیتال برای رساندن روایت راهبردی به افکار عمومی، قبولاندن درستی روایت به آن ها، و حتی واداشتن آنان به تبلیغ آن است. این قدرت ورزی بر مبنای قدرت نرم است. در این میان، پاسخ پرسش بر این مبنای این است که زیست بوم رسانه ای توانسته است روایت های مورد نظر را به سوی تبدیل شدن به ابزاری برای تبلیغ، امکانی برای انتشار، و فرصتی برای اقناع هدایت کند. از آنجاکه روایت با اتکا به اقناع، بستری برای قدرت نرم در راستای ایجاد جذابیت از راه های غیرنظامی است، روایت های مطرح شده در این مقاله توانسته اند در عرصه دیپلماسی ایران مؤثر باشند. به رغم عدم چرخش متناسب روایت ها در توئیتر - که محلی برای دیپلماسی دیجیتالی در عصر حاضر است - هریک از این روایت ها با استفاده از ظرفیت رسانه های سنتی تا حدودی گردش داشته اند، اما اثربخشی آن ها در توئیتر، به دلیل تواتر استفاده از آن در ادبیات راویان و رهبران هریک از آن کشورها، به جز روایت «تیم ب»، قابل توجه نبود.

سرانجام، با توجه به آنچه مطرح شد، روایت، سنگ زیرین قدرت نرم است که

می تواند عرصه لازم را برای اثربخشی قدرت نرم دیپلماسی، با تکیه بر زیست بوم جدید رسانه ای - که شرکای زیادی را به عرصه تعاملات سیاسی وارد کرده است - فعال کند. اقناع و جذابیت، عناصر اصلی نشر آن به شمار می آیند؛ چیزی که می تواند قدرت نرم کشورها را افزایش یا کاهش دهد.

نکته های مطرح شده، بیانگر این است که این روایت ها (ورای اینکه میزان اثربخشی آن ها چگونه بوده و چقدر توانسته اند بر افکار عمومی تأثیر بگذارند) نقش مهمی در قدرت دیپلماسی کشورها دارند و امروزه این شرایط به عنوان یک واقعیت انکارناپذیر در روابط قدرت میان کشورها مورد توجه است. ایران نیز، با توجه به سه روایت مطرح شده، نیازمند سیاست گذاری در زمینه روایت سازی است. روایت هایی که ساخته می شوند را پاسخ دهد و روایت هایی را ارائه کند، تا قدرت نرم دیپلماسی ایران، عرصه بازیگری جدی کشور در سطح جهانی باشد.

نمودار شماره (۱). الگوی مفهومی روایت گری در قالب قدرت نرم بر مبنای اقناع



پیشنهادها

- دولت از ظرفیت توییتر برای ظرفیت سازی دیپلماسی توییتری بهره بگیرد؛
- دولت امکان مشارکت شهروندان در توییتر را با رفع ممنوعیت آن فراهم کند؛
- روایت گری و روایت سازی توییتری، تنها از سوی بخش رسمی دیپلماسی

انجام نشود، زیرا حضور نهادهای مردمی و شهروندان در ساخت این روایت ها و پاسخ‌گویی به روایت‌های ساخته‌شده ضروری است؛
- همه دستگاه دیپلماسی کشور از روایت‌های ساخته‌شده از سوی راویان داخلی حمایت کنند. عدم حمایت رهبران سیاسی از کلیدواژه «تیم ب» یا عبارت «توقوزآباد» یا «موشک‌های نمایشی نیکی هیلی» در این زمینه قابل تأمل است*



یادداشت‌ها

1. <https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/>
۲. یادآوری می‌کنیم، با توجه به روش پژوهش که تحلیل محتوای کیفی است، در این مطالعه، فرضیه مشخصی مطرح نشده است.
۳. اینترنت، یکی از فناوری‌های مهم و در حال رشد بشر است. رشد سریع این فناوری به گونه‌ای بوده است که تعداد کاربران اینترنت در سطح جهان از ۴۱۳ میلیون نفر در سال ۲۰۰۰ به بیش از یک میلیارد کاربر در سال ۲۰۰۵ رسید و از مرز ۳/۴ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۶ نیز گذشت. در ۵ سال اخیر، هر روز ۶۴۰ هزار نفر از تمام دنیا، برای نخستین بار آنلاین می‌شوند. تعداد کاربران اینترنت به گونه‌ای تصاعدی در حال افزایش است؛ به طوری که تا سال ۲۰۱۹ بیش از نیمی از جمعیت جهان به اینترنت دسترسی داشتند و در سال ۲۰۲۱ بیش از ۴ میلیارد نفر، کاربر فعال در اینترنت داریم. در دسترس در:
<https://topsho.co/internet-usage-statistics/>
4. <https://www.smamarketing.net/blog/the-history-of-website-design>
5. <http://www.pana.ir/news/909885>
6. <https://www.eghtesadnews.com/>
7. <https://www.aa.com.tr/fa>
8. <https://per.euronews.com/2019/04/28/us-john-bolton-s-reaction-to-iran-zarif-s-interview-ridiculous-propaganda>
9. <https://www.reuters.com/article/us-mideast-iran-usa-zarif-idUSKCN1TP2H7>
10. <https://www.businessinsider.com/iran-minister-media-mock-trump-and-b-team-aides-as-tensions-worsen-2019-5>
11. <https://financialtribune.com/articles/national>
12. <https://financialpost.com/pmnl/business-pmnl/irans-zarif-says-b-team-wants-war-not-diplomacy-with-tehran>
13. <https://www.armscontrol.org/act/2018-11/news/israel-claims-secret-nuclear-site-iran>
14. <https://www.icana.ir/Fa/News/>

۱۵. توییت شماره ۷۷ ظریف.

۱۶. لیکن روایتی که غرب، به ویژه ایالات متحده از برنامه هسته‌ای ایران نقل کرده است، همواره آن را تهدیدی برای صلح جهانی نمایانده است. میسکیمون (۲۰۱۳) می‌گوید، برنامه هسته‌ای ایران یکی از بارزترین نمونه‌های جنگ روایت‌ها است، و این کشمکش را می‌توان در طول فرایند منجر به توافقی که برجام نامیده شد، مشاهده کرد. از زمان آغاز گفت‌وگوها بین ایران، اتحادیه اروپا، و ایالات متحده در سال ۲۰۰۰، طرفین، روایت‌های خود را درباره نظام بین‌الملل و جایگاه برنامه هسته‌ای ایران در آن ارائه کرده‌اند. توافق، تنها زمانی ممکن می‌شود که این روایت‌ها در یک راستا قرار گیرند و در نتیجه، طرفین بتوانند مسئله را از دیدگاه طرف مقابل درک کنند. از این منظر، برجام نتیجه فرایند دیپلماتیکی بود که توانست روایت‌های بسیار متفاوت را چنان در یک راستا قرار دهد که منجر به توافقی هرچند شکننده شد.

17. http://prb.iauctb.ac.ir/article_524388.html

18. <https://www.khabaronline.ir/>

19. O'Loughlin, Ben ,<https://www.york.ac.uk/news-and-events>

20. O'Loughlin, Ben ,<https://www.york.ac.uk/news-and-events>



منابع

- شفیعی سروستانی، فاطمه و همکاران (۱۳۹۴)، «دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال امریکا از منظر شبکه و روایت»، *فصلنامه قدرت نرم*، شماره ۱۳۳.
- شفیعی سروستانی، مریم؛ نوریخس، یونس؛ روشندل اربطانی، طاهر؛ شریفی، سید مهدی (۱۳۹۹)، «الگوی مطلوب دیپلماسی رسانه‌ای در وزارت خارجه جمهوری اسلامی ایران»، *فصلنامه پژوهشنامه علوم سیاسی*، سال پانزدهم، شماره ۴.
- کرمانی، حسین (۱۳۹۸)، «برساخت اجتماعی واقعیت در توئیتر فارسی، قالب‌بندی شبکه‌های ارزش‌های سیاسی توسط همگان شبکه‌ای»، *فصلنامه پژوهشنامه علوم سیاسی*، سال چهاردهم، شماره ۴.
- وحیدی، موسی‌الرضا (۱۳۹۸)، «ظرفیت‌سازی نهادی و طراحی راهبرد دیجیتالی: راهکار افزایش کارآمدی دیپلماسی در قبال رسانه‌های ارتباطی اجتماعی»، *فصلنامه سیاست خارجی*، شماره ۴.
- یادگاری، مهدی؛ منتظر قائم، محمدحسن (۱۳۹۷)، «تحلیل روایت دو فیلم سیاسی»، *فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری*، شماره ۲۸.
- Arquilla, J. and Ronfeldt, D.F. (Eds.) (2001), "Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime and Militancy, Edited by John Arquilla and David Ronfeldt, RAND, Santa Monica.
- Benkler, Y. (2011), "Networks of Power, Degrees of Freedom", *International Journal of Communication*, Vol. 5.
- Berenskoetter, F. and Williams, M.J. (Eds.) (2007), *Power in World Politics*, Routledge, London.
- Berman, R.A. (2008), "Anti-Americanism in Europe: A Cultural Problem", *Hoover Classics*, No. 527, Hoover Institution Press, Stanford Calif.
- Bjola, C. and Holmes, M. (Eds.) (2015), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, edited by Corneliu Bjola, Marcus Holmes, Routledge New Diplomacy Studies, London: Routledge.
- Bjola, C., Cassidy, J. and Manor, I. (2019), "Public Diplomacy in the Digital Age", *The Hague Journal of Diplomacy*, Vol. 14, No. 1-2.

_____ (2020), "Digital Public Diplomacy. Business as Usual or a Paradigm Shift?", in: Snow, N. and Cull, N.J.e. (Eds.), *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, 2nd.

Castells, M. (2007), "Communication, Power and Counter-power in the Network Society", *International Journal of Communication*, Vol. 1, No. 1.

_____ (2013), *Communication power*, 2nd edition, Oxford University Press, Oxford.

Cull, N.J. (2008), "Public Diplomacy; Taxonomies and Histories", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, No. 1.

_____ (2010), "Public Diplomacy; Seven Lessons for its Future from its Past", *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 6, No. 1.

Gilboa, E. (2002), "Global Communication and Foreign Policy", *Journal of Communication*, Vol. 52, No. 4.

_____ (2008), "Searching for a Theory of Public Diplomacy", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 616, No. 1.

Hayden, C. (2012a), "Social Media at State; Power, Practice, and Conceptual Limits for US Public Diplomacy", *Global Media Journal*, Vol. 11, No. 21.

Heyman, S. (1992), "A Study of Australian and Singaporean Perceptions of Source Credibility", *Communication Research Reports*, Vol. 9, No. 2.

Jr, J.S. (2017), "Soft Power; The Origins and Political Progress of a Concept".

Kadkhodaei, E. and Ghasemi Tari, Z. (2018), "Otherising Iran in American Political Discourse, Case Study of a Post-JCPOA Senate Hearing on Iran Sanctions", *Third World Quarterly*, Vol. 40, No. 1.

Manor, I. (2016), "Are we there yet: Have MFAS Realized the Potential of Digital Diplomacy?", *Results from a Cross-national Comparison*, by Ilan Manor, Brill research perspectives, Brill, Leiden.

_____ (2019), *The Digitalization of Public Diplomacy*, Palgrave Macmillan Series in Global Public Diplomacy, Palgrave Macmillan, Cham, Switzerland.

Mattern, J.B. (2005b), "Why Soft Power isn't so Soft; Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics", *Millennium: Journal of International Studies*, Vol. 33, No. 3.

Miskimmon, A., O'Loughlin, B. and Laura Roselle, L (2012), *Forging the World. Strategic Narratives and International Relations*, Centre for European Politics/ New Political Communications Unit.

_____ (2013), "Strategic Narratives: Communication Power and the New World Order", *Routledge Studies in Global Information, Politics and*

Society, Vol. 3.

_____ (2017a), "Introduction", in: Miskimmon, A., O'Loughlin, B. and Roselle, L. (Eds.), *Forging the World: Strategic Narratives and International Relations*, edited by Alister Miskimmon, Ben O'Loughlin, and Laura Roselle, University of Michigan Press, Ann Arbor.

Roselle, L., Miskimmon, A. and O'Loughlin, B. (2014), "Strategic Narrative. A New Means to Understand Soft Power", *Media, War & Conflict*, Vol. 7, No. 1.

Nye Jr, J.S. (2014), "The Information Revolution and Power", *Current History*, Vol. 113, No. 759.

_____ (2002), "Limits of American Power", *Political Science Quarterly*, Vol. 117, No. 4.

_____ (2003), *Propaganda Isn't the Way: Soft Power*, International Herald Tribune.

_____ (2010a), "The Future of Soft Power in US Foreign Policy", in: Parmar, I. and Cox, M. (Eds.), *Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives*, edited by: Inderjeet Parmar and Michael Cox, Routledge Studies in US Foreign Policy, Routledge, London.

_____ (2017), "Soft Power; The Origins and Political Progress of a Concept", *Palgrave Communications*, Vol. 3, No. 1.

_____ (1990a), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Joseph S. Nye, Jr, Basic Books, New York.

_____ (1990b), "Soft Power", *Foreign Policy*, No. 80.

_____ (2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, 1st ed., Public Affairs, New York.

O'Loughlin, Ben, available at: <https://www.york.ac.uk/news-and-events>.

Patterson, M. and Monroe, K.R. (1998), "Narrative in Political Science", *Annual Review of Political Science*, Vol. 1, No. 1.

Payne, G., Sevin, E. and Bruya, S. (2013), "Grassroots 2.0. Public Diplomacy in the Digital Age", *Comunicação pública*, Vol. 6, No.10.

Pelling, J. (2015), "When Doing Becomes the Message: The Case of Swedish Digital Diplomacy", in: Bjola, C. and Holmes, M. (Eds.), *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, edited by Corneliu Bjola, Marcus Holmes, Routledge New Diplomacy Studies, London: Routledge.

Pierson, P. (2015), "Power and Path Dependence", in: Mahoney, J. and Thelen, K.A. (Eds.), *Advances in Comparative-historical Analysis, Strategies for Social Inquiry*, New York: Cambridge University Press.

Seib, P. (2012), *Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*, 1st ed., New York: Palgrave Macmillan US; Imprint; Palgrave Macmillan.

