



Strategic Analysis of the Digitalization of Public Diplomacy: A Comparative Study of the United States' Virtual Embassy and Twitter Diplomacy toward Iran and Implications for Islamic Republic of Iran

Hossein Zeinalian Boroujeni ¹

Mohammad Ali Basiri ²

Fatemeh Shayan ³

1. PhD Student in International Relations, Department of Political Science, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan, Isfahan, Iran
Email: h.zeinalian@ase.ui.ac.ir
2. Associate Professor of International Relations, Department of Political Science, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan, Isfahan, Iran (Corresponding Author)
Email: basiri@ase.ui.ac.ir
3. Associate Professor of International Relations, Department of Political Science, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan, Isfahan, Iran
Email: f.shayan@ase.ui.ac.ir

Abstract

The digitalization of public diplomacy constitutes one of the most significant transformations in contemporary foreign policy. The United States, as a pioneer in this field, has employed diverse instruments such as virtual embassies and Twitter diplomacy to influence Iranian public opinion. Employing a qualitative approach and thematic analysis with data triangulation strategy, this study conducts a comparative analysis of public diplomacy digitalization strategies in the U.S. Virtual Embassy in Tehran and the tweets of U.S. leaders concerning Iran. Findings reveal that the Virtual Embassy operates at a strategic level, aiming for sustained engagement, narrative production, and trust-building, whereas Twitter diplomacy functions at a tactical level, focusing on agenda-setting and real-time public opinion management. These two instruments complement each other within a unified ecosystem. Based on the findings, five strategic imperatives for developing the Islamic Republic of Iran's digital public diplomacy are extracted, including national digital governance, development of virtual embassies, digital cultural diplomacy, data-driven diplomacy, and training digital diplomats.

Keywords: New Public Diplomacy, Digital Diplomacy, Virtual Embassy, Twiplomacy, Iran's Foreign Policy

Extended Abstract

Introduction

The rapid expansion of information and communication technologies has transformed diplomacy from a predominantly state-centered and one-way communication process into a dynamic, interactive, and networked practice. Digital diplomacy has emerged as an essential component of contemporary foreign policy, enabling governments to influence international public opinion beyond conventional diplomatic institutions. Among leading adopters of this transformation, the United States has integrated digital platforms into its public diplomacy toward Iran, particularly through the U.S. Virtual Embassy and Twitter diplomacy. Examining these complementary instruments provides valuable insight into the strategic evolution of contemporary digital public diplomacy.

Research Question

How can the strategic functions of the U.S. Virtual Embassy and Twitter diplomacy toward Iran be interpreted within the framework of New Public Diplomacy, and what strategic implications do they provide for developing the digital public diplomacy of the Islamic Republic of Iran?

Research Hypothesis

The U.S. Virtual Embassy and Twitter diplomacy represent complementary components of an integrated digital public diplomacy strategy in which long-term institutional engagement, interactive communication, and real-time narrative management collectively enhance strategic influence, strengthen soft power, and shape foreign public perceptions toward Iran-related issues.

Methodology (and Theoretical Framework)

This study employs a qualitative comparative methodology using thematic analysis to identify and interpret strategic patterns embedded in the United States' digital public diplomacy toward Iran. Documentary sources, official governmental publications, Virtual Embassy materials, official statements, and social media content constitute the primary research data. Data triangulation enhances the credibility and reliability of the findings through the integration of multiple evidence sources. The theoretical framework combines the concepts of New Public Diplomacy, Digital Diplomacy, Twiplomacy, and Hybrid Diplomacy to explain the transformation of diplomatic communication from hierarchical state-centered practices toward interactive, digitally mediated, and network-oriented communication.

Results and Discussion

The comparative analysis demonstrates that the United States has developed a coherent digital public diplomacy ecosystem in which the Virtual Embassy and Twitter diplomacy perform complementary rather than competing functions. Although both instruments pursue the broader objective of influencing perceptions and strengthening American strategic communication, they differ considerably in communication logic, operational priorities, temporal orientation, and target audiences.

The U.S. Virtual Embassy primarily functions as a long-term institutional platform designed to compensate for the absence of formal diplomatic representation in Iran. Its communication strategy emphasizes continuity, credibility, and sustained interaction through the dissemination of official information, educational opportunities, consular

guidance, cultural initiatives, and policy explanations. Rather than serving solely as an informational website, the platform contributes to strategic narrative construction, relationship building, and the projection of American soft power among Iranian audiences over an extended period.

Twitter diplomacy, in contrast, represents a flexible and highly responsive communication mechanism capable of influencing public debate in real time. The findings indicate that American political leaders employ Twitter not merely to distribute official statements but to shape media agendas, frame political events, respond rapidly to crises, and compete over strategic narratives concerning Iran. This form of communication enables simultaneous engagement with domestic audiences, Iranian citizens, and the broader international community while reducing dependence on conventional diplomatic channels.

The findings further indicate that digital diplomacy has evolved from technological innovation into an institutional transformation of diplomatic practice. Communication increasingly relies upon interaction, audience participation, networked communication, and strategic storytelling rather than unilateral information dissemination. Consequently, the United States integrates institutional digital platforms with social media communication to maximize political influence across multiple communication environments.

The comparative evidence also suggests that successful digital public diplomacy depends not only on technological infrastructure but also on coherent strategic planning, institutional coordination, professional digital communication, and continuous adaptation to rapidly changing information environments. Based on these findings, the study identifies several strategic implications for the Islamic Republic of Iran, including the formulation of a comprehensive national digital public diplomacy strategy, the expansion of virtual diplomatic platforms, greater investment in digital cultural diplomacy, systematic analysis of digital public opinion, enhanced utilization of big data in foreign policy decision-making, and the professional training of digitally competent diplomats capable of effectively managing communication within contemporary digital ecosystems.

Conclusion

The study concludes that the U.S. Virtual Embassy and Twitter diplomacy constitute complementary pillars of an integrated digital public diplomacy strategy rather than isolated communication tools. Their combined operation demonstrates that effective digital diplomacy requires strategic coordination, institutional innovation, and interactive communication. The findings provide a practical framework for strengthening the Islamic Republic of Iran's digital public diplomacy through integrated governance, digital capacity-building, data-informed policymaking, and sustained international engagement in the evolving digital communication environment.

واکاوای راهبردی دیجیتالی سازی دیپلماسی عمومی؛ تحلیل تطبیقی سفارت خانه مجازی و دیپلماسی توییتری ایالات متحده در قبال ایران و الزامات آن برای جمهوری اسلامی ایران

حسین زینلیان بروجنی^۱ محمدعلی بصیری^۲ فاطمه شایان^۳

۱. دانشجوی دکتری روابط بین الملل، گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

Email: h.zeinalian@ase.ui.ac.ir

۲. دانشیار روابط بین الملل، گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
(نویسنده مسئول)

Email: basiri@ase.ui.ac.ir

۳. دانشیار روابط بین الملل، گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران
Email: f.shayan@ase.ui.ac.ir

چکیده

دیجیتالی سازی دیپلماسی عمومی، یکی از مهم ترین تحولات در عرصه سیاست خارجی معاصر به شمار می رود و ایالات متحده آمریکا به عنوان یکی از پیشگامان این حوزه، از ابزارهای متنوعی نظیر سفارت خانه مجازی و دیپلماسی توییتری برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی مردم ایران بهره گرفته است. این پژوهش با رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون و با استفاده از راهبرد مثلث سازی داده ها، به مطالعه تطبیقی راهبردهای دیجیتالی سازی دیپلماسی عمومی در سفارت مجازی آمریکا در تهران و توییت های رهبران این کشور در قبال ایران پرداخته است. یافته ها نشان می دهد که سفارت مجازی در سطح راهبردی و با هدف ارتباط پایدار، تولید روایت و اعتمادسازی عمل می کند در صورتی که دیپلماسی توییتری در سطح تاکتیکی و با هدف روایت سازی و مدیریت لحظه ای افکار عمومی فعالیت می نماید. این دو ابزار در قالب یک اکوسیستم واحد، مکمل یکدیگر هستند. براساس یافته های پژوهش پنج الزام راهبردی برای توسعه دیپلماسی عمومی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران شامل حکمرانی ملی دیجیتال، توسعه سفارت خانه های مجازی، دیپلماسی فرهنگی دیجیتال، دیپلماسی داده محور و تربیت دیپلمات های دیجیتال نیز استخراج گردید.

کلیدواژه ها: دیپلماسی عمومی جدید، دیپلماسی دیجیتال، سفارت خانه مجازی، دیپلماسی توییتری، سیاست خارجی ایران

مقدمه و بیان مسئله

در سال‌های اخیر فناوری اطلاعات نقشی محوری در تغییر رفتار بازیگران نظام بین‌الملل ایفا نموده است. پلتفرم‌های ارتباطی جدید فرصت‌های جدیدی برای اعمال قدرت بازیگران متعدد فراهم نموده‌اند. به عبارتی دیگر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر پویایی قدرت بین‌المللی تأثیر گذاشته و توزیع و زمینه اعمال قدرت را تغییر داده است (Kreuter, J, 2021, P.276).

دولت‌ها با استفاده از «دیپلماسی عمومی»^۱ درصدد تغییر افکار عمومی و تأثیر بر ملت‌ها در راستای تأمین منافع ملی خود هستند تا «مهندسی افکار عمومی»^۲ را رقم بزنند (طوفان، ۱۳۹۵: ۱۲۷). «دیپلماسی دیجیتال»^۳، حوزه‌ای نوظهور در زمینه دیپلماسی عمومی محسوب می‌شود که فرصت‌های ارتباطی جدیدی به بازیگران سیاست خارجی برای مشارکت مخاطبان خارجی می‌دهد.

دیپلماسی دیجیتال را می‌توان فرایند استفاده دولت‌ها از فناوری‌های دیجیتال برای تحقق اهداف سیاست خارجی دانست (Manor & Huang, 2022). این امر، امکان مشارکت در سیاست خارجی دوجانبه و گفتگوها را برای طیف گسترده‌ای از سازمان‌ها و بازیگران در دستیابی به اهداف سیاست خارجی فراهم می‌کند. به همین ترتیب ظرفیت دیپلماسی دیجیتال با تغییر در ساختار و روند وزارتخانه‌های خارجه بر عناصر سنتی دیپلماسی تأثیر گذاشته و آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده است (زمانیان و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۲).

ایالات متحده آمریکا از نخستین کشورهایی بود که اهمیت فضای دیجیتال را در سیاست خارجی درک کرد. از اواخر دهه ۲۰۰۰ و به‌ویژه در دوران وزارت خارجه هیلاری کلینتون، مفاهیمی نظیر «کشورداری ۲٫۰»^۴ و «کشورداری قرن ۲۱ ام»^۵ وارد ادبیات سیاست خارجی آمریکا شدند. براساس این رویکرد، فناوری‌های ارتباطی به ابزارهایی برای گسترش نفوذ، ارتقای قدرت نرم و تقویت دیپلماسی عمومی تبدیل شدند. در چهارچوب این تحول، ایران به یکی از مهم‌ترین اهداف سیاست دیپلماسی دیجیتال آمریکا تبدیل شد. محدودیت روابط رسمی دیپلماتیک میان دو کشور از سال ۱۳۵۸ سبب شد واشینگتن به دنبال ابزارهایی جایگزین برای ارتباط با جامعه ایرانی

1. Public Diplomacy
2. Public Opinion Engineering
3. Digital Diplomacy
4. Statecraft 2.0
5. 21 st Century Statecraft

باشد. نتیجه این روند، توسعه ابزارهایی همچون سفارت مجازی تهران و همچنین بهره‌گیری گسترده از شبکه اجتماعی توییتر توسط مقامات آمریکایی شد. اهمیت شناخت این دو روش «دیپلماسی توییتری»^۱ و ایجاد «سفارت خانه مجازی»^۲ برای جمهوری اسلامی ایران نیز که تمایل جدی به حوزه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی خود دارد و از سوی دیگر در سمت اثرپذیری این دو روش دیپلماسی عمومی توسط ایالات متحده است امری ضروری به نظر می‌آید تا ضمن یک مطالعه تطبیقی نظام‌مند، مؤلفه‌های تجویزی‌اش نیز برای استفاده در دیپلماسی دیجیتال استخراج شود.

سؤال اصلی: راهبردهای دیپلماسی توییتری و سفارت خانه مجازی ایالات متحده در قبال ایران در چهارچوب دیپلماسی عمومی جدید چگونه قابل تحلیل است و چه الزامات تجویزی برای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران دارد؟

۱. پیشینه پژوهش

تحول فناوری‌های ارتباطی و گسترش رسانه‌های اجتماعی موجب شده است که دیپلماسی عمومی دیجیتال به یکی از مهم‌ترین حوزه‌های مطالعاتی روابط بین‌الملل در دو دهه اخیر تبدیل شود. پژوهش‌های انجام شده در این حوزه را می‌توان در دو دسته اصلی طبقه‌بندی کرد: مطالعات نظری و مطالعات تجربی درباره دولت‌ها.

۱-۱. مطالعات نظری

ملیسن (Melissen, 2005) در اثر کلاسیک خود «دیپلماسی عمومی جدید» استدلال می‌کند که در عصر جهانی شدن، دیپلماسی عمومی از الگوی اطلاع‌رسانی یک‌سویه به سمت الگوی ارتباطی تعاملی و شبکه‌ای حرکت کرده است وی بر نقش گفت‌وگو، اعتمادسازی و مشارکت مخاطبان در افزایش اثربخشی سیاست خارجی تأکید می‌کند. جوزف نای (Nye, 2011) بیان می‌کند که قدرت نرم در عصر دیجیتال بیش از گذشته اهمیت یافته و دولت‌ها تلاش می‌کنند از طریق رسانه‌های نوین بر ترجیحات و ادراکات جوامع هدف تأثیر بگذارند.

داریل کاپلند (Copeland, 2013) به بررسی این موضوع می‌پردازد که گسترش روزافزون علم و پیشرفت‌های خیره‌کننده دنیای دیجیتال، حوزه دیپلماسی و کنترل

1. Twiplomacy

2. Virtual Embassy

افکار عمومی در سطح حکمرانی داخلی و مدیریت روابط بین‌الملل را به‌شدت تحت تأثیر قرار داده و اتخاذ رویکردهای نوین و راهبردهای متناسب با نیازهای جامعه دیجیتال را طلب می‌کند.

کال (Cull, 2019) نیز دیپلماسی عمومی را فراتر از تبلیغات سیاسی دانسته و آن را فرایندی برای شکل‌دهی به محیط بین‌المللی از طریق تعامل پایدار میان دولت‌ها و افکار عمومی تعریف می‌کند و بیان می‌دارد که دیپلماسی عمومی از مدل تبلیغات یک‌سویه فاصله گرفته و به سمت تعامل و مشارکت مخاطبان حرکت کرده است.

زاهارنا (Zaharna, 2023) با توسعه نظریه «دیپلماسی عمومی شبکه‌ای» نشان می‌دهد که قدرت در عصر دیجیتال در قالب شبکه‌های ارتباطی توزیع شده و موفقیت دولت‌ها به میزان توانایی آن‌ها در ایجاد و مدیریت شبکه‌های ارتباطی بستگی دارد.

بیولا و مانور (Bjola & Manor, 2018) در زمینه تئوپلماسی بیان می‌دارند که تویتر به ابزاری برای مدیریت بحران، روایت‌سازی سیاسی و ارتباط مستقیم رهبران با مخاطبان خارجی تبدیل شده است.

بیولا و مانور (Bjola & Manor, 2022) مفهوم «دیپلماسی ترکیبی»^۱ را مطرح کرده‌اند. از نظر آنان دیپلماسی معاصر ترکیبی از ابزارهای سنتی و دیجیتال است که به‌صورت هم‌زمان مورد استفاده قرار می‌گیرند.

بیولا و مانور (Bjola & Manor, 2024) با تمرکز بر هوش مصنوعی، داده‌های کلان و پلتفرم‌های اجتماعی، نشان داده‌اند که دیجیتالی شدن دیپلماسی نه تنها ابزارهای سیاست خارجی را تغییر داده، بلکه منطق کنش دیپلماتیک را نیز متحول ساخته است و به ابعاد گوناگون دیپلماسی دیجیتال از جمله تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر هنجارها و رویه‌های دیپلماتیک، استقرار سفارت‌خانه‌ها در مراکز فناوری و استفاده از ابزارهای دیجیتال برای اعمال نفوذ می‌پردازند.

ژائو الکساندر هوانگ (Huang, Z. A, 2025) با هدف نظریه‌پردازی در مورد بیان دیجیتالی شدن دیپلماسی عمومی یک فرایند ساخت ارتباطی، پلی بین بینش‌های فکری از روابط بین‌الملل و مطالعات ارتباطات می‌زند و بیان می‌دارند که دیجیتالی شدن دیپلماسی عمومی که در ابتدا تحت اصطلاحاتی مانند «دیپلماسی عمومی جدید» و «دیپلماسی دیجیتال» مطرح شد، همچنان در حال تکامل و چندوجهی است و بازیگران دولتی و غیردولتی و افراد را درگیر می‌کند.

طوفان (۱۳۹۵) ظرفیت های سفارتخانه های مجازی را در دیپلماسی نوین تحلیل کرده و نتیجه گرفته است که این ابزارها می توانند محدودیت های مکانی و زمانی دیپلماسی سنتی را کاهش دهند و نشان می دهد که دیپلماسی نوین روشی نو برای تأثیرگذاری بر هویت، گفتمان ها و کنش های بازیگران قلمرو عمومی جهانی ایفای نقش می کند و سفارتخانه های مجازی ابزاری متناسب با نیازهای جامعه دیجیتالی به خدمت دیپلماسی نوین می پردازند.

۲-۱. مطالعات تجربی درباره عملکرد دولت ها

متزگار (Metzgar, 2012) در بررسی سفارت مجازی آمریکا برای ایران نشان می دهد که این ابتکار تلاشی برای جبران فقدان حضور فیزیکی دیپلماتیک در ایران و ایجاد ارتباط مستقیم با جامعه ایرانی است.

پمنت (Pamment, 2013) درباره پروژه سفارت مجازی سوئد در محیط «زندگی دوم»^۱ نشان می دهد که هدف اصلی این ابتکار، ترویج فرهنگ سوئدی، تقویت برند ملی و ایجاد تعامل جهانی بوده است.

کیم چائو و یئو (Cha, Kim & Yeo, 2014) درباره سفارتخانه های خارجی در کره جنوبی نشان دادند که استفاده از ظرفیت های گفت و گویی رسانه های اجتماعی می تواند میزان مشارکت مخاطبان و اعتماد عمومی را افزایش دهد.

اسپرای (Spry, 2018) با بررسی عملکرد صفحات فیس بوک نمایندگی های دیپلماتیک به این نتیجه می رسد که بخش عمده فعالیت های دیپلماتیک در رسانه های اجتماعی هنوز ماهیتی اطلاع رسانی دارد و سطح تعامل واقعی میان دیپلمات ها و مخاطبان محدود است.

ایلان مانور (Manor, 2019) در پژوهشی جامع به چگونگی اثرگذاری فرایند دیجیتالی شدن بر نهادها، متخصصان و مخاطبان گوناگون دیپلماسی عمومی و روابط بین الملل می پردازد و استدلال می کند که اصطلاحاتی مانند دیپلماسی عمومی دیجیتالی تنها به معنای وزارتخانه های امور خارجه دیجیتالی نیستند؛ بلکه فرایندی طولانی مدت را مدنظر دارد که در طی آن، ارزش ها، هنجارها، رویه های کاری و اهداف دیپلماسی عمومی به چالش کشیده و بازتعریف می شوند.

ایلان مانور و پمنت (Manor & Pamment, 2019) نیز با بررسی تجارب کشورها استدلال می‌کنند که دیپلماسی دیجیتال نه به‌عنوان ابزار تبلیغات سیاسی، بلکه بخشی از راهبرد برندسازی ملی و اعتباربخشی بین‌المللی استفاده می‌شود.

فاضلی و افضلی (۱۳۹۴) سیاست دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال جمهوری اسلامی ایران در دوران اوباما را بررسی کرده و بر نقش ابزارهای رسانه‌ای و ارتباطی در پیشبرد اهداف سیاست خارجی آمریکا تأکید کرده‌اند.

زمانیان و همکاران (۱۴۰۱) نیز در مطالعه‌ای تطبیقی، دیپلماسی دیجیتال آمریکا، بریتانیا، چین و روسیه را مقایسه کرده و نشان داده‌اند که راهبردهای دیجیتال کشورها متناسب با اهداف سیاست خارجی و ساختار قدرت آن‌ها متفاوت است.

داداندیش (۱۴۰۲) نیز بر اهمیت دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران تأکید کرده و توسعه ابزارهای نوین ارتباطی را برای ارتقای قدرت نرم ایران ضروری دانسته است و به این نتیجه رسیده است که علی‌رغم توانایی‌های بالقوه ایران در جذب و تأثیرگذاری بر مخاطبان جهانی، هنوز برنامه مدون و منسجمی در قالب دیپلماسی عمومی تدوین نشده است و ضرورت دارد تا با در نظر گرفتن توانایی‌های ایران، راهبرد مدونی برای دیپلماسی عمومی ارائه شود و همچنین بر این نکته تأکید دارد که الزامات دیپلماسی عمومی ایجاب می‌کند تا نهادی در قالب دستگاه سیاست خارجی، عهده‌دار تدوین و اجرای دیپلماسی عمومی باشد و سایر نهادها نقش مکمل را ایفا کنند.

۳-۱. نوآوری پژوهش حاضر

اغلب مطالعات پیشین بر توصیف ابزارهای دیجیتال تمرکز داشته‌اند و کم‌تر به تحلیل راهبردهای زیربنایی و منطق حاکم بر دیجیتالی‌سازی دیپلماسی عمومی پرداخته‌اند و تجربه کشورهای پیشگام در دیپلماسی دیجیتال و الزامات سیاست‌گذاری جمهوری اسلامی ایران کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است؛ اما در پژوهش زیر سعی شده این مسائل مورد توجه واقع شود و در ۴ مورد توجه ویژه صورت پذیرد.

۱. بهره‌گیری از چهارچوب نظری «دیپلماسی عمومی جدید»،

۲. استفاده از روش تحلیل مضمون برای استخراج راهبردهای دیجیتالی‌سازی دیپلماسی عمومی،

۳. ارائه مطالعه تطبیقی میان دو روش مکمل اما متفاوت سفارتخانه‌های مجازی و دیپلماسی توییتری ایالات متحده در قبال ایران،

۴. استخراج الزامات راهبردی و سیاستی برای توسعه دیپلماسی عمومی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران براساس تجارب ایالات متحده.

۲. روش پژوهش

این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از حیث ماهیت دارای رویکردی کیفی و براساس روش کتابخانه‌ای و «تحلیل مضمون»^۱ به مطالعه تطبیقی راهبردهای دیجیتالی سازی دیپلماسی عمومی در سفارتخانه‌های مجازی و توییت رهبران ایالات متحده آمریکا می‌پردازد. تحلیل مضمون یکی از روش‌های معتبر پژوهش کیفی است که امکان شناسایی، سازمان‌دهی و تفسیر الگوهای معنایی موجود در مجموعه‌ای از داده‌های متنی، دیداری و ارتباطی را فراهم می‌سازد (Braun & Clarke, 2022).

انتخاب تحلیل مضمون با توجه به ماهیت مسئله پژوهش صورت گرفته است؛ زیرا هدف اصلی پژوهش نه سنجش متغیرها، بلکه شناسایی و تبیین الگوهای راهبردی، شیوه‌های ارتباطی و منطق کنش دیپلماتیک در محیط دیجیتال است.

به‌منظور افزایش اعتبار و قابلیت اتکای یافته‌ها، از راهبرد «مثلت سازی داده‌ها»^۲ استفاده شده است. از همین‌رو، داده‌های پژوهش از سه منبع اصلی اسناد رسمی، داده‌های رسانه‌های اجتماعی و مصاحبه‌های رسمی مسئولین دولتی ایالات متحده آمریکا گردآوری شده‌اند. در ادامه فرایند تحلیل، شامل کدگذاری مفاهیم کلیدی و استخراج مضامین اصلی راهبردی در هر دو مورد مطالعه و سپس تطبیق آن‌ها برای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران انجام شده است.

۳. چهارچوب نظری

۳-۱. دیپلماسی عمومی جدید و دیجیتالی سازی ارتباطات بین‌المللی

اصطلاح دیپلماسی عمومی در قرن بیستم به معنی تبلیغات به‌کار می‌رفت و یک اقدام ارتباطی و ابلاغ سیاست‌های یک بازیگر بین‌المللی به جمعیت کشورهای خارجی تلقی می‌شد. به گفته گیفورد مالون هدف چنین ارتباطی، تأثیرگذاری بر رفتار دولت خارجی با تأثیرگذاری بر نگرش شهروندان آن بود (Spry, 2018: 62). دیپلماسی عمومی شامل فعالیت‌هایی بود که هدف آن‌ها ایجاد یک فضای مثبت در بین مردم خارجی برای تسهیل پذیرش سیاست خارجی یک کشور دیگر بود.

1. Thematic Analysis
2. Data Triangulation

تحول فناوری‌های ارتباطی در دو دهه اخیر، ماهیت دیپلماسی عمومی را به‌طور بنیادین متحول ساخته است. دیپلماسی عمومی سنتی عمدتاً بر انتقال یک‌سویه پیام از سوی دولت‌ها به افکار عمومی خارجی استوار بود؛ اما ظهور رسانه‌های اجتماعی الگوی جدیدی از ارتباطات بین‌المللی را شکل داده است که در آن تعامل و مشارکت جایگزین ارتباطات سلسله‌مراتبی گذشته شده است.

جان ملیسن با بیان مفهوم «دیپلماسی عمومی جدید»^۱، استدلال می‌کند که دولت‌ها دیگر نمی‌توانند صرفاً از طریق انتشار اطلاعات یا تبلیغات سیاسی بر افکار عمومی جهانی اثر بگذارند؛ بلکه ناچارند وارد فرایندهای جدیدی از گفت‌وگو شوند و مشروعیت و نفوذ بین‌المللی دیگر نه از طریق کنترل اطلاعات بلکه از طریق ایجاد روابط پایدار و تعامل مستمر حاصل خواهد شد (Melissen, 2005).

دیجیتالی شدن دیپلماسی عمومی صرفاً به معنای انتقال فعالیت‌های سنتی دیپلماتیک به فضای مجازی نیست بلکه بیانگر بازتعریف اهداف، ابزارها، مخاطبان و شیوه‌های اعمال قدرت نرم در نظام بین‌الملل است و فرایندی ساختاری است که طی آن شیوه‌های تعامل دستگاه‌های سیاست خارجی با افکار عمومی جهانی دچار دگرگونی می‌شوند (Manor, 2019). «جیمز پمنت»^۲ نیز بیان می‌کند که ارتباط دوطرفه، جوهره دیپلماسی عمومی جدید است و این ارتباط دوطرفه به‌صورت فراگیر خواهد بود زیرا هم بر نخبگان و هم بر شهروندان خارجی تمرکز دارد.

در الگوی سنتی دیپلماسی عمومی، انتقال پیام به شکل زیر است:

دولت ← پیام ← مخاطب

اما در الگوی دیپلماسی عمومی جدید، انتقال پیام به‌صورت دوطرفه انجام می‌شود و مخاطب نیز به یک کنشگر فعال در تولید پیام تبدیل می‌شود:

دولت ↔ شبکه‌های ارتباطی انتقال پیام ↔ مخاطب

1. New Public Diplomacy
2. James Pammet

۳-۲. توئیپلماسی؛ دیپلماسی در عصر رسانه های اجتماعی

با گسترش رسانه های اجتماعی، به ویژه «توییتر»^۱ (با نام جدید ایکس^۲)، گونه ای جدید از دیپلماسی دیجیتال شکل گرفت که در ادبیات علمی با ادغام واژه «توییتر» و «دیپلماسی» با مفهوم «توئیپلماسی»^۳ شناخته می شود. توئیپلماسی به استفاده از شبکه های اجتماعی توسط رهبران سیاسی وزرای امور خارجه و سفارتخانه ها برای تعامل مستقیم با افکار عمومی جهان اشاره دارد (Bjola & Manor, 2024). برخلاف دیپلماسی سنتی که ارتباطات از طریق کانال های رسمی انجام می شد، توئیپلماسی امکان ارتباط بی واسطه میان مقامات رسمی سیاسی و مخاطبان خارجی را فراهم می سازد. در این چهارچوب، دیپلمات ها می توانند روایت های سیاسی خود را در زمان واقعی منتشر کنند و بحران ها را مدیریت نمایند.

۳-۳. کاربرست چهارچوب نظری در این پژوهش

براساس ادبیات نظری دیپلماسی عمومی جدید و توئیپلماسی، این پژوهش پنج مؤلفه را برای مطالعه تطبیقی در نظر می گیرد که عبارت اند از:

۱. اهداف: برندسازی ملی و نفوذ سیاسی؛
۲. ابزار: وبسایت، توییتر و ...؛
۳. الگوی ارتباطی: یک سوویه، دوسویه، شبکه ای؛
۴. نوع مخاطب: عمومی، نخبگان و قسمتی از جوامع هدف؛
۵. پیامد مورد انتظار: اعتمادسازی و تغییر نگرش.

۴. تعریف مفاهیم

۴-۱. سفارت خانه های مجازی

سوئد اولین کشوری بود که در سال ۲۰۰۷ اعلام کرد قصد دارد سفارت خانه ای در فضای مجازی داشته باشد. البته دولت سوئد با فضای دیجیتال غریبه نبود به نحوی که در سال ۱۹۹۴، کارل بیلست نخست وزیر وقت سوئد یکی از اولین ایمیل های دیپلماتیک را برای رئیس جمهور ایالات متحده بیل کلینتون ارسال کرد و با افتتاح این سفارت خانه غلبه بر محدودیت های مکانی و زمانی دیپلماسی سنتی را رفع نماید (Manor, 2019).

1. Twitter

2. X

3. Twiplomacy

«انستیتو سوئد»^۱ نهادی تبلیغاتی همگام با وزارت خارجه بود و پروژه سفارت سوئد در «زندگی دوم» را اداره می‌کرد. زندگی دوم دنیایی مجازی بود که یک شرکت اینترنتی آمریکایی آن را خلق کرده بود. این سفارت مجازی نه فقط با هدف تقویت روابط دوجانبه با سایر کشورها یا ارائه خدمات کنسولی به بازدیدکنندگان بلکه با نام خانه دوم سوئد و به عنوان یک مؤسسه فرهنگی آغاز به کار کرد که با نمایش فرهنگ و هنر، برند ملی را تقویت می‌کرد (Pamment, 2013, p.10). بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۳، سفارت رویدادهای متعددی از جمله جشنواره‌های فیلم، نمایشگاه‌های هنری، درس‌های زبان سوئدی، جلسات مجازی با هنرمندان و رونمایی کتاب برگزار کرد و در نهایت سفارت‌خانه در ژانویه سال ۲۰۱۳ بسته شد (طوفان، ۱۳۹۵: ۱۳۰).

البته بسیاری از سفارت‌خانه‌ها به دلیل کمبود نیروی متخصص یا فرهنگ سازمانی سنتی یا محافظه کارانه هنوز تعامل دوسویه را به درستی پیاده نمی‌کنند و پیام‌های یک‌طرفه را ترجیح می‌دهند. به عقیده پژوهشگران حوزه روابط بین‌الملل، تعاملات آنلاین و مکالمات دوطرفه بین دیپلمات‌ها و مردم دیجیتال به ندرت رخ می‌دهد. البته در مواردی برخی استدلال کرده‌اند که منابع ممکن است مانع مهمی برای تعاملات دیجیتال باشد (Cha, Yeo & Kim, 2014, p.63).

۴-۲. دیپلماسی توییتری

دیپلماسی سنتی همواره در پشت درهای بسته انجام می‌شد و رسانه‌ها فقط به صورت گزینشی به پشت صحنه راه می‌یافتند. با ظهور شبکه‌های خبری مانند «سیان ان»^۲ در دهه ۱۹۹۰، دیپلمات‌ها به تدریج مجبور به افشای بخش‌هایی از مذاکرات شدند. با ظهور جامعه دیجیتال این روند شتاب گرفت. امروزه اخبار تولیدی سفارت‌خانه‌های مجازی و توییت‌های مستقیم دیپلمات‌ها از درون جلسات مهم مانند جلسات شورای امنیت، پشت‌صحنه را به افکار عمومی نشان می‌دهند. برای نمونه یک دیپلمات با انتشار توییت‌هایی از جلسات کنفرانس ژنو، به کاربران اجازه می‌دهد در زمان واقعی شاهد مذاکرات باشند.

1. Swedish Institute

2. CNN



War&Peace at #Geneva2: #Russia, #US, #UN, Syrian
gvmnt (represented by FM V. Muallem), Syrian opposition (A. Jarba)
and others
9:51 AM - Jan 22, 2014
4 See MFA Russia's other Tweets

تصویر ۱: توییت یک دیپلمات روس در جریان کنفرانس ژنو ۲

(Source: https://twitter.com/mfa_russia)

این افشاگری، هر چند همچنان محدود، نشان دهنده تغییر هنجارهای ارتباطی در دیپلماسی و فشار جامعه دیجیتال برای دسترسی به اطلاعات است. با این حال، بسیاری از سفارت خانه ها به دلیل کمبود منابع یا فرهنگ سازمانی محافظه کار، هنوز تعامل دوسویه واقعی با مخاطبان دیجیتال برقرار نمی کنند و ارسال پیام های خبری یک طرفه از طریق سایت ها یا صفحات مجازی رسمی خود را ترجیح می دهند.

دیجیتالی شدن دیپلماسی عمومی موجب افزایش حضور مجازی دیپلمات ها شده است. فناوری های دیجیتال توانایی دیپلمات ها را برای برقراری ارتباط با مخاطب خارجی افزایش داده است (Seo, 2013, p.157 ; Metzgar, 2012). لاتیئرز درخصوص به کارگیری رسانه های اجتماعی توسط دیپلمات ها معتقد است که از طریق رسانه های اجتماعی، سفارت خانه ها می توانند پیغام های سیاست خارجی را با هنجارها، ارزش ها، علایق و فرهنگ مخاطبان محلی تنظیم کنند.

برای مثال، سفارت فرانسه در واشینگتن می تواند سیاست های خارجی فرانسه را درحالی که هنجارها و ارزش های مردم دیجیتال آمریکایی و همچنین روابط تاریخی بین هر دو کشور و نحوه تلقی آمریکایی ها از فرانسه را در نظر می گیرد، تبلیغ کند. اکنون سفارت خانه ها وظیفه جمع آوری اطلاعات از پلتفرم های دیجیتال را دارند که ممکن است به فرایند تدوین سیاست در وزارت امور خارجه کمک کند. استفاده محدود از رسانه های اجتماعی در طول بیداری اسلامی بود که باعث شد دیپلمات ها پلتفرم های دیجیتال را منبع مهم اطلاعات بدانند (Lutyens, 2018).

علاوه بر این ویچوفسکی بازگشت قدرت به سفارت‌خانه‌ها و دیپلمات‌ها را با توانایی تازه کسب شده آن‌ها در جمع‌آوری اطلاعات ارزشمند آنلاین مرتبط می‌داند. همان‌طور که ویچوفسکی بیان می‌کند، اطلاعات نیرویی است که به تصمیم‌گیری قدرت می‌دهد. شناسایی تهدیدها، نقشه‌برداری از متحدان و دشمنان و هماهنگی سرمایه‌گذاری‌های مشترک را ممکن می‌سازد. بنابراین اطلاعات ارزشمندترین دارایی سیاست خارجی دولت محسوب می‌شود (Wichowski, 2015, p.59).

بنابراین دیپلمات‌ها در حال حاضر دروازه‌بانان دیجیتال در سیاست خارجی دولت‌ها خدمت می‌کنند. به همین دلیل وزارتخانه‌های امور خارجه اغلب آموزش‌های دیجیتالی ویژه‌ای را به دیپلمات‌های خود ارائه می‌دهند. برای مثال، در وزارت امور خارجه فنلاند، هر سفیر قبل از اعزام به خارج از کشور، آموزش‌های دیجیتالی می‌بیند. درحالی‌که در وزارت خارجه اسرائیل، سفیران به‌طور جمعی در طول هفته‌های منتهی به مأموریت خود آموزش می‌بینند. حتی وزارت خارجه لیتوانی، که هنوز برنامه آموزشی ساختاریافته‌ای ایجاد نکرده است، به سفرای منصوب در پایتخت‌های برجسته آموزش دیجیتال ارائه می‌دهد.

۵. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

۵-۱. تاریخچه دیپلماسی عمومی در روابط ایالات متحده در قبال ایران

پس از قطع روابط ایالات متحده آمریکا و ایران در ماجرای ۱۳ آبان ۱۳۵۸، آمریکا عملاً امکان دیپلماسی رسمی در ایران را از دست داد و دیپلماسی عمومی از طریق رادیوهای برون مرزی و تلویزیون‌های بین‌المللی پیگیری می‌شد و مهم‌ترین رسانه «صدای آمریکا»^۱ محسوب می‌شد که هدفش انتقال پیام، مقابله با روایت رسمی ایران و حفظ ارتباط با جامعه ایرانی بود.

پس از حوادث ۱۱ سپتامبر و گسترش اینترنت، دولت «بوش»^۲ به تدریج وارد فضای آنلاین شد و وبسایت‌های فارسی زبان مانند «رادیو فردا»^۳ که از سال ۲۰۰۲ فعالیت خود را آغاز کرده بودند توسعه یافتند.

با روی کار آمدن دولت «اوباما»^۴ سیاست خارجی آمریکا به سمت بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال حرکت کرد و در همین دوره وزارت خارجه آمریکا مفهومی را

1. Voice of America

2. George W. Bush

3. Radio Farda

4. Barack Obama

مطرح کرد که بعدها به نام «دیپلماسی عمومی ۲,۰» معروف شد که هدف آن گفت و گو به جای تبلیغات، تعامل به جای اطلاع رسانی یک سویه و ارتباط مستقیم با شهروندان بود و در همین دوره «سفارت مجازی ایالات متحده آمریکا در ایران»^۱ راه اندازی شد در جریان مذاکرات هسته ای و منتهی به توافق نامه برجام در سال ۲۰۱۵ دیپلماسی دیجیتال آمریکا وارد مرحله جدیدی شد و برای نخستین بار در جریان مذاکرات چند جانبه مقامات آمریکایی در توییتر فعال شدند و روایت های مربوط به برجام به صورت آنلاین منتشر می شد و هشتگ ها و کمپین های دیجیتال در توییتر مورد استفاده قرار گرفت مطالعات ایلان مانور نشان می دهد که فضای رسانه ای منتهی به توافق نامه برجام یکی از نخستین نمونه های مهم «دیپلماسی مذاکراتی دیجیتال» بود. البته استفاده از توییتر توسط رهبران آمریکا در دوره ترامپ افزایش چشمگیری پیدا نمود و موجب اثرگذاری بیشتر این ابزار شد.

۲-۵. بررسی سفارت مجازی ایالات متحده در ایران

در سال ۲۰۱۱ هیلاری کلinton در شبکه تلویزیونی «بی بی سی»^۲ فارسی حضور یافته و در مورد روابط ایران و آمریکا گفت و گو نمود و در خلال این مصاحبه ایده فعال سازی سفارت مجازی آمریکا در ایران را مطرح کرد و این یعنی بعد از ۳۰ سال قطع رابطه و نداشتن سفارت خانه در ایران، دولت اوباما برای اهداف دیپلماسی خود به ایجاد سفارت مجازی اقدام کرد و تلاش داشت تا از طریق این سایت بر مردم و سیاست های دولت ایران تأثیر بگذارد (فاضلی و افضلی، ۱۳۹۴: ۱۵۱). با وجود این که سفارت مجازی آمریکا یک هیئت رسمی دیپلماتیک و دارای ساختار رسمی سایت سفارت خانه های سنتی نداشت اما باید اذعان داشت که این سفارت خانه اهدافی مشخص و فراسنی در قاعده دیپلماسی عمومی را دنبال می کند (طوفان، ۱۳۹۵: ۱۲۳).

۲-۱. گذار از سفارت مجازی به اکوسیستم دیپلماسی عمومی دیجیتال

ایالات متحده از نخستین کشورهایی بود که دیپلماسی دیجیتال را در قالب راهبردی کلان وارد ساختار سیاست خارجی خود کرد. مفهوم «کشور داری قرن بیست و یکم» که در دوران وزارت خارجه هیلاری کلinton مطرح شد، نقطه عطفی در این مسیر به شمار

1. U.S. Virtual Embassy Iran

2. BBC

می‌رود. در این چهارچوب، فناوری‌های دیجیتال به‌عنوان مکمل ابزارهای سنتی سیاست خارجی و قدرت نرم تعریف شدند.

۵-۲-۲. راهبرد ارتباط تعاملی و بلندمدت دیجیتال

سفارت مجازی آمریکا در ایران در شرایط فقدان روابط رسمی دیپلماتیک میان دو کشور شکل گرفت. به همین دلیل، این پلتفرم علاوه بر کارکردهای اطلاع‌رسانی و وظیفه جایگزینی بخشی از کارکردهای سفارت فیزیکی را نیز بر عهده داشت. تحلیل محتوای منتشرشده نشان می‌دهد که مهم‌ترین اهداف آن عبارت‌اند از: تبیین سیاست‌های ایالات متحده آمریکا، ارائه خدمات کنسولی و آموزشی، ارتباط با جامعه ایرانی، مدیریت تصویر آمریکا در افکار عمومی ایران، مقابله با روایت‌های رسمی جمهوری اسلامی ایران. سفارت مجازی تهران را می‌توان نمونه‌ای از ارتباط تعاملی و بلندمدت دانست.

۵-۲-۳. راهبرد محتوای رسمی دیجیتال

بررسی محتوای سفارت مجازی تهران نشان می‌دهد که این نهاد عمدتاً جامعه ایرانی را هدف قرار داده است. بخش‌های مختلف این پلتفرم بر موضوعاتی نظیر آموزش، تبادلات علمی، فرصت‌های تحصیلی، حقوق بشر، خدمات کنسولی و معرفی سیاست‌های آمریکا متمرکز بوده‌اند (Metzgar, 2012).

۵-۲-۴. راهبرد دیپلماسی متمرکز بر جامعه ایرانی دیجیتال

سفارت مجازی بیشتر بر ارتباط مستقیم با جامعه ایرانی متمرکز است یافته‌ها نشان می‌دهد که ایالات متحده آمریکا از ظرفیت «تحلیل کلان‌داده»^۱ و پایش افکار عمومی جامعه دیجیتال ایران بهره برده است. استفاده از تحلیل روندهای شبکه‌های اجتماعی، سنجش احساسات کاربران و رصد موضوعات پرمخاطب، بخشی از سازوکار تصمیم‌گیری در دیپلماسی دیجیتال ایالات متحده آمریکا را تشکیل می‌دهد که در سفارت‌خانه مجازی تسری پیدا می‌کند.

۳-۵. بررسی دیپلماسی توییتری ایالات متحده در قبال ایران

اگرچه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سیاست خارجی آمریکا از دوره اوباما آغاز شد، اما در دوره ریاست جمهوری ترامپ به مرحله‌ای بی‌سابقه رسید. یافته‌های نشان می‌دهد که توییتر در این دوره صرفاً ابزار اطلاع‌رسانی نبود، بلکه به بستری برای امنیتی سازی ایران، مشروعیت بخشی به سیاست فشار حداکثری و شکل‌دهی به ادراکات عمومی درباره نقش ایران در نظام بین‌الملل تبدیل شد. در این چهارچوب، توییت‌های ترامپ علاوه بر مخاطبان داخلی آمریکا، جامعه ایرانی و افکار عمومی جهانی را نیز هدف قرار می‌دادند (Makki & Zappavigna, 2022).

ترامپ پس از آنکه پس از حمله ۶ ژانویه به ساختمان کنگره ایالات متحده آمریکا در سال ۲۰۲۱ از توییتر و فیس‌بوک منع شد، اعلام کرد که قصد دارد شبکه اجتماعی خود را با عنوان «تروث سوشال»^۱ ذیل گروه رسانه و فناوری ترامپ راه‌اندازی کند.

۳-۱. گذار از دیپلماسی توییتری به اکوسیستم دیپلماسی عمومی

دیجیتال

برخلاف بسیاری از کشورها که شبکه توییتر را صرفاً به عنوان ابزاری ارتباطی تلقی می‌کنند، رهبران آمریکا از دهه اول قرن ۲۱ به دنبال ایجاد یک اکوسیستم جامع دیپلماسی عمومی دیجیتال بوده‌اند، رهبران آمریکا به جای تمرکز بر فضای یک‌سویه وبسایت‌ها، مجموعه‌ای از حساب‌های رسمی در شبکه ایکس، یوتیوب، فیس‌بوک و اینستاگرام را در قالب یک راهبرد یکپارچه به کار گرفته‌اند که در سالیان اخیر جدی‌تر نیز شده است.

۳-۲. راهبرد ارتباط سریع، لحظه‌ای و واکنش محور دیجیتال

تئوپلماسی بر ارتباط سریع، لحظه‌ای و واکنش محور استوار است. توییتر امکان مداخله مستقیم در دستورکار خبری و شکل‌دهی فوری به افکار عمومی را فراهم می‌کند (Crilley et al., 2020). در قبال رویدادها و تحولات داخلی و خارجی ایران ایالات متحده تلاش کرده است تصویر بین‌المللی خود را نه از طریق تبلیغات رسمی دولت، بلکه از طریق روایت‌های اجتماعی بازنمایی کند. این ابتکار از منظر دیپلماسی عمومی

شبکه‌ای، انتقال بخشی از فرایند روایت سازی از دولت به جامعه مدنی را نشان می‌دهد و بیانگر گذار از مدل ارتباطات عمودی به مدل ارتباطات افقی است (Zaharna, 2023).

۵-۳-۳. راهبرد محتوای متنوع دیجیتال

یکی از مهم‌ترین مضامین استخراج‌شده در مطالعه موردی آمریکا «مدیریت روایت» است، بخش مهمی از فعالیت‌های توییتری دولتمردان ایالات‌متحده آمریکا در حوزه سیاست خارجی بر رقابت روایت‌ها متمرکز بوده است. نمونه‌هایی از این رویکرد عبارت‌اند از: مذاکرات هسته‌ای ایران، برجام، اعتراضات داخلی ایران، جنگ اوکراین و مسائل حقوق بشر مشاهده کرد. در این چهارچوب، رسانه‌های اجتماعی به بستری برای شکل‌دهی روایت‌های سیاسی تبدیل شده‌اند.

۵-۳-۴. راهبرد تأثیر بر مخاطب متنوع جامعه دیجیتال

دیپلماسی توییتری آمریکا مخاطبان متنوع‌تری را دنبال می‌کند. تحلیل توییت‌های دونالد ترامپ درباره ایران نشان می‌دهد که این پیام‌ها هم‌زمان سه سطح مخاطب را هدف قرار می‌دهند: افکار عمومی داخل آمریکا، افکار عمومی ایران و افکار عمومی بین‌المللی.

۵-۴. تحلیل تطبیقی مضامین استخراج‌شده

واشینگتن در چهار دهه گذشته همواره تلاش کرده است در شرایط فقدان روابط رسمی، کانال‌هایی برای ارتباط با جامعه ایرانی ایجاد کند؛ با این تفاوت که ماهیت، ابزارها و منطق این ارتباطات در طول زمان دستخوش تغییرات بنیادین شده است. راهبردهای دیجیتالی‌سازی دیپلماسی عمومی در سفارت‌خانه مجازی و توئیپلماسی ایالات‌متحده در قبال ایران را به‌صورت مطالعه تطبیقی براساس پنج مؤلفه اصلی منتج از چهارچوب نظری در قالب جدول (۱)، می‌توان مشاهده کرد.

جدول ۱: مقایسه مؤلفه‌های دیپلماسی دیجیتال سفارت‌خانه مجازی و دیپلماسی توییتری ایالات‌متحده آمریکا در قبال ایران

مؤلفه	سفارت‌خانه مجازی ایالات‌متحده	دیپلماسی توییتری ایالات‌متحده
اهداف	جایگزین دیپلماسی سنتی و مدیریت افکار عمومی	ارتباط لحظه‌ای، سریع و واکنش محور با مخاطب

مؤلفه	سفارت خانه مجازی ایالات متحده	دیپلماسی توییتری ایالات متحده
ابزار	وبسایت	توییتر (شبکه ایکس)، تروث سوشال
الگوی ارتباطی	عمدتاً یک طرفه (ارسال پیام و اطلاع رسانی)	گفت و گوی دوسویه و تعاملی (با تأکید بر ارتباطات افقی)
نوع مخاطب	جوامع هدف سیاست خارجی (ایرانیان داخل و خارج از کشور)	افکار عمومی جهانی (همه کاربران اینترنت)
پیامدهای مورد انتظار	جایگزینی نسبی سفارت فیزیکی و تغییر نگرش ایرانیان	امنیتی سازی ایران، مشروعیت بخشی به سیاست فشار حداکثری و شکل دهی به ادراکات عمومی درباره نقش ایران در نظام بین الملل

Source: <https://truthsocial.com>

بررسی تطبیقی نشان می دهد که این دو ابزار در واقع دو سطح متفاوت از دیپلماسی عمومی دیجیتالی آمریکا را نمایندگی می کنند.

سفارت مجازی تهران در سطح راهبردی عمل می کند:

ارتباط پایدار → تولید روایت → اعتماد سازی → افزایش جذابیت آمریکا

در مقابل، توئیپلماسی رهبران در سطح تاکتیکی فعالیت می کند:

رویداد سیاسی → تولید پیام فوری → دستور کار سازی → اثر گذاری بر افکار عمومی

در نتیجه، این دو ابزار در قبال دیپلماسی عمومی دیجیتالی نه رقیب یکدیگر، بلکه مکمل یکدیگر هستند.

نتیجه گیری و پیشنهاد

تحولات فناورانه دو دهه اخیر، به ویژه گسترش اینترنت، رسانه های اجتماعی، کلان داده ها و پلتفرم های ارتباطی جهانی، موجب بازتعریف مفهوم دیپلماسی عمومی شده است. در چنین شرایطی، دیپلماسی عمومی دیگر صرفاً فرایندی برای انتقال پیام های سیاسی از دولت ها به افکار عمومی خارجی نیست، بلکه به عرصه ای برای تعامل، شبکه سازی، رقابت روایت ها و شکل دهی به ادراکات بین المللی تبدیل شده است. ظهور سفارتخانه های مجازی، دیپلماسی رسانه های اجتماعی و توئیپلماسی را می توان از مهم ترین نمودهای این تحول دانست.

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از چهارچوب نظری «دیپلماسی عمومی جدید» و «توئیلپلماسی» و با استفاده از روش تحلیل مضمون، راهبردهای دیجیتال سازی دیپلماسی عمومی را مورد بررسی قرار داد که نشان داد سفارت مجازی آمریکا در ایران و دیپلماسی توئیتری آمریکا را باید دو جزء مکمل یک اکوسیستم واحد دانست که به کمک همدیگر یک شبکه ترکیبی از دیپلماسی عمومی را شکل داده است.

در این الگو، توئیلپلماسی وظیفه دستور کار سازی، برجسته سازی و مدیریت لحظه‌ای افکار عمومی را بر عهده دارد، در حالی که سفارت مجازی مسئولیت تولید روایت‌های بلندمدت، حفظ ارتباط پایدار با جامعه هدف و تقویت قدرت نرم آمریکا را دنبال می‌کند. بنابراین، آنچه امروز در روابط آمریکا و ایران مشاهده می‌شود، نه صرفاً استفاده از فناوری‌های جدید، بلکه شکل‌گیری یک معماری نوین دیپلماسی عمومی دیجیتال است که رقابت میان دولت‌ها را از عرصه جغرافیایی به عرصه شناختی و ادراکی منتقل کرده است. یافته مهم دیگر پژوهش آن است که دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال ایران از سطح رقابت سیاسی فراتر رفته و وارد عرصه رقابت شناختی شده است. هدف اصلی این راهبرد نه صرفاً تغییر رفتار دولت ایران، بلکه تأثیرگذاری بر ادراکات، نگرش‌ها و روایت‌های مسلط در جامعه ایرانی است. این تحول با مفاهیم «قدرت نرم جوزف نای»، «دیپلماسی شبکه‌ای کاستلز» و «دیپلماسی هیبریدی مانور و بیولا» نیز هم‌خوانی دارد.

براساس یافته‌های پژوهش، تجربه ایالات متحده و ادبیات جدید دیپلماسی دیجیتال می‌تواند یک مدل پنج بُعدی برای توسعه دیپلماسی عمومی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران نیز ارائه کرد.

بُعد نخست: «حکمرانی و راهبرد ملی دیجیتال»

نخستین گام، تدوین «سند ملی دیپلماسی عمومی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران» است. در حال حاضر، بسیاری از فعالیت‌های دیجیتال نهادهای سیاست خارجی کشور به صورت پراکنده و فاقد چهارچوب راهبردی واحد انجام می‌شود. تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد که موفقیت در این حوزه نیازمند هماهنگی میان وزارت امور خارجه، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، رسانه‌های بین‌المللی، نهادهای فرهنگی و نمایندگی‌های سیاسی در خارج از کشور است.

بعد دوم: «توسعه سفارتخانه‌های مجازی ایران»

یکی از مهم‌ترین درس‌های تجربه سفارت‌خانه آمریکا، ضرورت توسعه سفارتخانه‌های مجازی است. سفارتخانه‌های مجازی می‌توانند مکمل نمایندگی‌های سنتی باشند و در کشورهایی که محدودیت‌های سیاسی، جغرافیایی یا اقتصادی برای گسترش حضور فیزیکی وجود دارد، نقش مؤثری در ارتباط با افکار عمومی ایفا کنند. سفارتخانه‌های مجازی ایران باید فراتر از ارائه خدمات کنسولی عمل کرده و به مراکز تولید محتوا، ارتباط با نخبگان، تعامل با ایرانیان خارج از کشور و معرفی ظرفیت‌های فرهنگی، علمی و اقتصادی کشور تبدیل شوند.

بعد سوم: «دیپلماسی فرهنگی دیجیتال»

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دیپلماسی عمومی، بیش از هر چیز بر ظرفیت‌های فرهنگی استوار بوده است. از این رو، جمهوری اسلامی ایران نیز می‌تواند با بهره‌گیری از میراث تمدنی، زبان فارسی، ادبیات، هنر، گردشگری، علوم انسانی و دستاوردهای علمی خود، روایت‌های فرهنگی جذابی را در فضای دیجیتال جهانی تولید و منتشر کند.

بعد چهارم: «دیپلماسی داده محور و تحلیل افکار عمومی»

یکی از تفاوت‌های اصلی میان دیپلماسی دیجیتال سنتی و دیپلماسی دیجیتال پیشرفته، استفاده از تحلیل داده‌ها در فرایند تصمیم‌گیری است. تجربه ایالات متحده نشان می‌دهد که تحلیل روندهای فضای مجازی، پایش افکار عمومی و ارزیابی بازخورد مخاطبان نقش مهمی در افزایش اثربخشی دیپلماسی عمومی دارد. از این رو، ایجاد «مرکز تحلیل افکار عمومی دیجیتال» در ساختار وزارت امور خارجه می‌تواند امکان رصد مستمر نگرش‌ها، روایت‌ها و روندهای ارتباطی مرتبط با جمهوری اسلامی ایران را فراهم سازد.

بعد پنجم: «تربیت دیپلمات‌های دیجیتال و استفاده مؤثر از توئیلماسی»

تحول محیط ارتباطی بین‌المللی مستلزم ظهور نسل جدیدی از دیپلمات‌هاست که علاوه بر مهارت‌های سنتی سیاست خارجی، توانایی فعالیت حرفه‌ای در محیط‌های دیجیتال را نیز داشته باشند. آموزش مدیریت رسانه‌های اجتماعی، ارتباطات بین‌فرهنگی دیجیتال، تحلیل داده، امنیت سایبری و مدیریت بحران‌های رسانه‌ای باید به بخشی از نظام آموزش دیپلماتیک کشور تبدیل شود.

در پایان، لازم به ذکر است دیپلماسی عمومی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران نباید صرفاً به حضور در رسانه‌های اجتماعی محدود شود، بلکه باید به بخشی از راهبرد کلان سیاست خارجی کشور تبدیل گردد؛ راهبردی که بتواند از ظرفیت فناوری‌های نوین برای ارتقای تصویر بین‌المللی ایران، افزایش تعاملات فرهنگی، تقویت قدرت نرم و توسعه ارتباطات فراملی بهره‌برداری کند.

فهرست منابع

- داداندیش، پروین (۱۴۰۲). *جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*. فصلنامه روابط خارجی، ۱۵(۴).
- زمانیان، معصومه؛ شریفی، سیدمهدی؛ شیخ الاسلامی، محمدحسن؛ نرگسیان، عباس (۱۴۰۱). *مطالعه تطبیقی دیپلماسی دیجیتال آمریکا، بریتانیا، چین و روسیه*. پژوهش نامه رساله بین الملل، ۷(۱).
- طوفان، مسعود (۱۳۹۵). *جایگاه و ظرفیت سفارت خانه های مجازی در دیپلماسی نوین*. فصلنامه علمی رسانه، ۲۷(۲).
- فاضلی، حبیب الله؛ افضلی، توحید (۱۳۹۴). *دیپلماسی عمومی ایالات متحده در قبال جمهوری اسلامی ایران در دولت اوباما*. فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، ۱۲(۱۲).

References

- Bjola, C., & Manor, I. (2018). Revisiting Putnam's two-level game theory in the digital age: domestic digital diplomacy and the Iran nuclear deal. *Cambridge Review of International Affairs*, 31(1), 3-32. <https://doi.org/10.1080/09557571.2018.1476836>
- Bjola, C., & Manor, I. (2022). The rise of hybrid diplomacy: from digital adaptation to digital adoption. *International Affairs*, 98(2), 471-491. <https://doi.org/10.1093/ia/iia005>
- Bjola, C., & Manor, I. (2024). *The Oxford Handbook of Digital Diplomacy*. Oxford University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). Thematic Analysis: A Practical Guide. Sage, 22(2), 132-135 <https://doi.org/10.1177/1035719X211058251>
- Cha, H., Yeo, S., & Kim, B. (2014). Social media's dialogic communication of foreign embassies in Korea and public diplomacy: Based on dialogic communication theory. *Advanced Science and Technology Letters*, 63, 175-178. <https://doi.org/10.14257/astl.2014.63.38>
- Copeland, D. (2013). Taking diplomacy public: Science, technology and foreign ministries in a heteropolar world. In R. S. Zaharna, A. Arsenault, & A. Fisher (Eds.), *Relational, networked and collaborative approaches to public diplomacy* (pp. 56-69). New York, NY: Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203082430>
- Crilley, R., Manor, I., & Bjola, C. (2020). Visual narratives of global politics in the digital age: an introduction. *Cambridge Review of International Affairs*, 33(5), 628-637. <https://doi.org/10.1080/09557571.2020.1813465>.
- Cull, N. J. (2019). *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age*. Polity.
- Dadandish, P. (2023). The place of public diplomacy in the foreign policy of the Islamic Republic of Iran. *Quarterly Journal of Foreign Relations*, 15(4), 1-28. [In Persian]
- Fazeli, H., & Afzali, T. (2015). US Public Diplomacy towards the Islamic Republic of Iran in the Obama Administration. *Journal of Soft Power Studies*, (12), 139-159. <https://doi.org/20.1001.1.23225580.1394.5.12.7.5>. [In Persian]
- Huang, Z. A. (2025). *Theorizing the Digitalization of Public Diplomacy from Social and Communicative Constructivist Perspectives*. New Trends in Studying Public Diplomacy, 75th Conference of International Communication Association, Denver, United States.
- Joseph, Nye. (2011). The future of power. Public Affairs.
- Kreuter, J. (2021). Ideas and Objects, Meaning and Causation—Frame Analysis from a Modernist Social Constructivism Perspective. In: *Climate Engineering as an Instance of Politicization*. Springer Climate. https://doi.org/10.1007/978-3-030-60340-3_3
- Lutyens, A. (2018). Investigating New Zealand's model of democratized public diplomacy

- Makki, M., & Zappavigna, M. (2022). Out-grouping and ambient affiliation in Donald Trump's tweets about Iran. *Pragmatics*, 32(1), 104-130. <https://doi.org/https://doi.org/10.1075/prag.20048.mak>
- Manor, I. (2019). The Digitalization of Public Diplomacy. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-04405-3>
- Manor, I., & Huang, Z. (2022). Digitalization of public diplomacy: Concepts, trends, and challenges. *Communication and the Public*, 7, 167-175. <https://doi.org/10.1177/20570473221138401>
- Manor, I., & Pamment, J. (2019). Towards prestige mobility? Diplomatic prestige and digital diplomacy. *Cambridge Review of International Affairs*.
- Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan UK.
- Metzgar, E. T. (2012). Is it the medium or the message? Social media, American public diplomacy & Iran. *Global Media Journal*, 12(21), 1.
- Pamment, J. (2013). *New public diplomacy in the 21st century: A comparative study of policy and practice*. Abingdon: Routledge.
- Seo, H. (2013). The "Virtual Last Three Feet": Understanding relationship perspectives in network-based public diplomacy. In R. S. Zaharna, A. Arsenault, & A. Fisher (Eds.), *Relational, networked and collaborative approaches to public diplomacy* (pp. 157–169). New York, NY: Taylor & Francis.
- Spry, D. (2018). Facebook diplomacy: A data-driven, user-focused approach to Facebook use by diplomatic missions. *Media International Australia*, 168(1), 62–80. <https://doi.org/10.1177/1329878X18783029>
- Toofan, M. (2016). The Status and Capacity of Virtual Embassies in Modern Diplomacy. *Media Quarterly*, 27(2), 123-138. <https://doi.org/20.1001.1.10227180.1395.27.2.7.5>. [In Persian]
- Wichowski, A. (2015). Secrecy is for losers: Why diplomats should embrace openness to protect national security. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy theory and practice* (pp. 52–70). <https://doi.org/10.4324/9781315730844>
- Zaharna, R. S. (2023). *Communication Logics of Global Public Diplomacy*. Oxford University Press.
- Zamanian, M., Sharifi, S. M., Sheikholeslami, M. H., & Nargesian, A. (2022). A Comparative Study of Digital Diplomacy of the United States, United Kingdom, China, and Russia. *International Relations Research*, 7(1), 11-44. [In Persian]
- <https://ir.usembassy.gov>
 - <https://truthsocial.com/@realDonaldTrump>
 - <https://x.com/BarackObama>
 - <https://x.com/JoeBiden>
 - https://x.com/mfa_russia