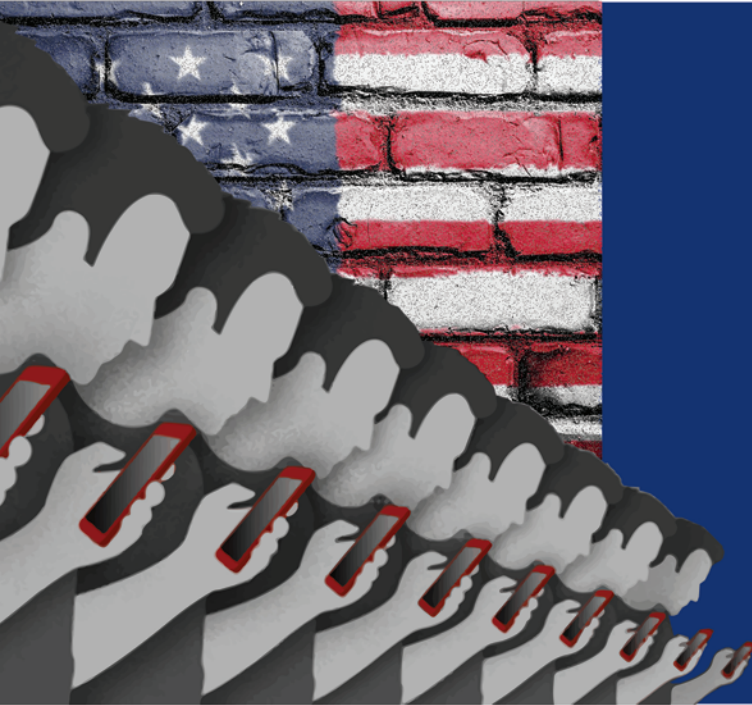




مرکز ملی فضای مجازی
پژوهشگاه فضای مجازی

عصر
فضای
مجازی
صد و نهم



استراتژی وزارت امور خارجه آمریکا در مبارزه با نشر اطلاعات نادرست

US Department of State's strategy in combating
the spread of misinformation

عصر
فضای
مجازی

عصر
فضای
مجازی

گزارش شماره ۱۰۹

شهریور ۱۴۰۱



مرکز ملی فضای مجازی
پژوهشگاه فضای مجازی

استراتژی وزارت امور خارجه آمریکا در مبارزه با نشر اطلاعات نادرست

محتوای انتشار یافته در این اثر
الزاماً بیانگر دیدگاه مرکز ملی فضای مجازی نیست

تهیه شده در پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی
(گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی)

نویسنده: دکتر سعیده مرادی فر
(دکترای روابط بین الملل دانشگاه اصفهان)

ناظر علمی: سید امیررضا برقی
(پژوهشگر هسته سپهر مرکز رشد دانشگاه
امام صادق علیه السلام)
امیررضا باقرپور شیرازی (مدیر گروه مطالعات
فرهنگی و اجتماعی)

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز ملی فضای
مجازی است و استفاده از آن با ذکر منبع مجاز می باشد.

نشانی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان بیهقی، نش
خیابان ۱۶ غربی، پلاک ۲۰
تلفن: ۰۲۱-۸۶۱۵۱۰۶۱
کد پستی: ۱۵۱۵۶۷۴۳۱۱

فهرست

سخن نخست ۴

چکیده ۶

مقدمه ۹

بخش اول

مراکز اولیه مبارزه با نشر اطلاعات نادرست ۱۳

۱-۱- مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم ۱۳

۱-۲- تیم ضد اطلاعات نادرست ۱۶

۲-۳- تیم برد دیجیتالی ۱۷

بخش دوم

مرکز تعامل جهانی برای مبارزه با نشر اطلاعات نادرست ۲۷

۱-۲- مرکز تعامل جهانی ۲۷

۲-۲- اهداف اولیه مرکز تعامل جهانی ۲۹

۳-۲- گسترش دستور کار مرکز تعامل جهانی ۲۹

۴-۲- رویکرد اصلی مرکز تعامل جهانی ۳۲

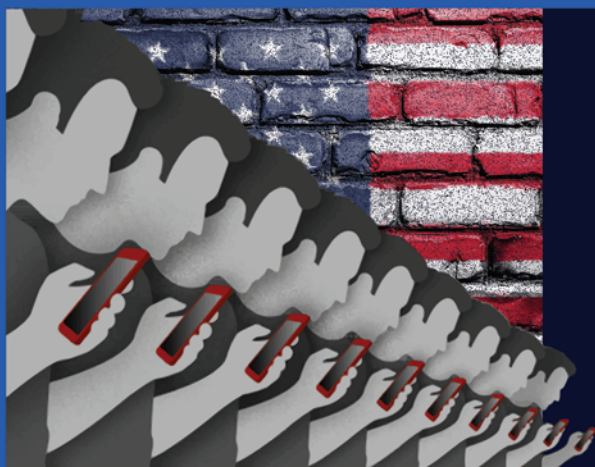
۵-۲- تیم‌های مرکز تعامل جهانی ۳۴

۶-۲- برنامه‌های مرکز تعامل جهانی ۵۳

جمع بندی ۵۴

منابع ۵۸

سخن نخست



فضای مجازی با شتاب شگرف و رو به تزایدی که در حال بسط و گسترش است تمام ساحات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی زندگی بشر را درنوردیده و هر روز بخش بزرگی از زندگی واقعی را در خود فرو برده و حیات متفاوت و جدیدی به آن می‌دهد. لذا به نظر می‌رسد دو نگاه کلان به فضای مجازی وجود دارد: نگاه اول که بالاخص در ابتدای رشد و تکوین فضای مجازی مسلط شده بود، آن را همچون ابزاری کنار سایر ابزارهای بشری تصویر می‌کرد که تنها طریقت داشت. اما نگاه دوم، در نتیجه رشد تحولات خیره کننده فضای مجازی و سایه گستری آن در حوزه‌ها و شئون بشر در یک دهه اخیر آن را چون سکویی می‌داند که بسیار فراتر از شأن ابزاری حیات انسان‌ها را سامان جدیدی داده و ادعای تمدن نوینی را دارد. رویکردی که از قضا از چشمان بصیر رهبر انقلاب نیز دور نمانده و انتظاری تمدنی از فضای مجازی در ایران را مطالبه داشته‌اند. در همین راستا گزارش‌های عصر فضای مجازی تلاش می‌کند تا فهم سازمان‌ها و دستگاه‌های مرتبط با حوزه‌ی فضای مجازی را ارتقاء بخشیده و آن‌ها را برای مواجهه فعال و خردمندانه با تحولات این عرصه مهیا سازد.

سید ابوالحسن فیروزآبادی

دبیر شورای عالی وزیران مرکز ملی فضای مجازی

چکیده



شبکه جهانی اینترنت، رویکردهای جدیدی برای دولت آمریکا در دیپلماسی عمومی و شیوه‌های تعاملی آن ایجاد کرده است. کارشناسان دیپلماسی عمومی و ارتباطات استراتژیک در وزارت امور خارجه ایالات متحده در تلاش برای تسخیر قلوب و اذهان خارج از کشور، از طریق فضای مجازی به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی هستند. تیم‌های دیجیتالی دولت‌های مختلف در آمریکا با توجه به پیشرفت فناوری‌ها همواره در تلاش بوده‌اند تا بخش دیجیتالی وزارت امور خارجه آمریکا را تجهیز کنند. تیم برد دیجیتالی و مرکز تعامل جهانی، دو بخشی هستند که در مبارزه با نشر اطلاعات نادرست فعال بوده‌اند. در بخش اول با عنوان «مراکز اولیه مبارزه با نشر اطلاعات نادرست» به معرفی سه مرکز تخصصی مبارزه با نشر اطلاعات نادرست در وزارت امور خارجه آمریکا پرداخته شده است. این سه مرکز شامل «ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم»، «تیم ضد اطلاعات نادرست» و «تیم برد دیجیتالی» می‌شود که با هدف مقابله با اطلاعات نادرست در مورد سیاست‌های دولت آمریکا و مبارزه با تبلیغات افراط‌گرایان راه‌اندازی شده بود.

در بخش دوم با عنوان «مرکز تعامل جهانی برای مبارزه با نشر اطلاعات نادرست» به معرفی ابزارها و انواع تیم‌های مرکز تعامل جهانی در وزارت امور خارجه آمریکا پرداخته شده است. این مرکز با هدف مبارزه با تروریسم در وزارت امور خارجه راه‌اندازی شد، اما پس از مدتی دستور کار آن گسترش یافت و در کنار مبارزه با نشر اطلاعات نادرست تروریست‌ها به مقابله با نشر اطلاعات نادرست و تبلیغات دولت‌های خارجی نیز پرداخت.

واژگان کلیدی: نشر اطلاعات، اطلاعات نادرست، اطلاعات دروغین، وزارت امور خارجه آمریکا، تیم برد دیجیتالی، مرکز تعامل جهانی

مقدمه



دولت آمریکا پس از واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ این موضوع را درک کرد که ادراکات خارجی می‌تواند به یک مسئله امنیتی تبدیل شود. وقتی ایالات متحده آمریکا جنگ علیه تروریسم را آغاز کرد، دیپلماسی عمومی تبدیل به ابزار اصلی در نبرد قلب‌ها و اذهان مخاطبان شد. دولت جورج دبلیو. بوش جنگ علیه تروریسم و نفوذ به قلب‌ها و اذهان مردم جهان اسلام را با برنامه‌های وزارت امور خارجه آمریکا آغاز کرد. بوش، به عنوان اولین مدیر ارشد دوره رسانه‌های جدید، از پیشگامان توسعه استراتژی‌های حاکمیت در ارتباطات دیجیتال آمریکا به‌شمار می‌رفت. تلاش‌های تیم دیجیتالی دولت بوش نمایانگر استفاده فزاینده نهادهای دولتی آمریکا از نسل اول وب و برنامه‌های اینترنتی بود (Owen and Dav, 2008: 659). توسعه وبسایت وزارت امور خارجه و بخش‌های مختلف اداری آن برای برقراری ارتباطات و اشتراک‌گذاری اطلاعات نشان از اهمیت اینترنت داشت. امروزه فضای مجازی در وزارت امور خارجه آمریکا به خط‌مقدم جنگ‌های نوین و فعالیت‌های دیپلماتیک تبدیل شده است. چراکه تعداد کاربران فعال در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی رو به

۱- لازم به ذکر است که صحت و سقم مندرجات این مطالعه درباره کشورها به‌ویژه ایران، به‌هیچ عنوان، مورد تأیید پژوهشگاه فضای مجازی نبوده و صرفاً به دلیل حفظ امانت علمی از منابع مرتبط نقل شده است.

افزایش است و وزارت امور خارجه روی ابزار جدید برای دسترسی به مخاطبان خارجی با پیام‌هایی به زبان‌های خاص خودشان سرمایه‌گذاری کرده است. این موضوع در حالی بود که با ورود اوپاما به کاخ سفید رویکرد دیجیتالی دولت آمریکا متحول شد. دولت اوپاما، پتانسیل ارتباطی رسانه‌های اجتماعی و پایگاه عظیم اطلاعات اینترنت را درک کرد و از این موضوع به نفع خود در سیاست بهره جست. به طوری که می‌توان شاهد اهمیت فزاینده دیپلماسی عمومی و دیپلماسی دیجیتال در سیاست خارجی ایالات متحده و تغییرات سازمانی وزارت امور خارجه آمریکا بود.

این تغییرات سازمانی در وزارت امور خارجه با هدف تعامل با افکار عمومی شهروندان خارجی و مقابله با دشمنان خارجی و افراط‌گرایان در فضای مجازی ایجاد شده است؛ از جمله این تغییرات می‌توان به راه‌اندازی تیم برد دیجیتالی و مرکز تعامل جهانی اشاره کرد. تیم برد دیجیتالی در ابتدا با هدف مبارزه با نشر اطلاعات نادرست و دروغین درباره آمریکا و سیاست خارجی این کشور ایجاد شده بود، اما بعدها دستور کار خود را تغییر داد و به مبارزه با گروه‌های تروریستی القاعده و داعش در فضای مجازی پرداخت. این در حالی بود که با پایان مأموریت تیم برد دیجیتالی، مرکز تعامل جهانی با هدف کاهش نفوذ و اثربخشی گروه‌های افراطی تروریستی و خشن ایجاد شده است. اما اکنون دامنه کار این مرکز، فراتر از تروریست‌ها و گروه‌های افراطی خشن رفته است و هدف آن مبارزه با نشر تبلیغات و اطلاعات غلط تحت حمایت دولت‌های خارجی مانند چین، روسیه و ایران شده است.

بخش اول



بخش اول

مراکز اولیه مبارزه با نشر اطلاعات نادرست

این بخش شامل سه مرکز «ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم»^۱، «تیم ضد اطلاعات نادرست»^۲ و «تیم برد دیجیتالی»^۳ می‌شود. این سه مرکز با هدف مبارزه با نشر اطلاعات نادرست در مورد سیاست‌های دولت آمریکا و تبلیغات تروویست‌ها در وزارت امور خارجه آمریکا راه‌اندازی شده بود.

۱-۱- مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم

از سال ۲۰۰۶ چندین مرکز در وزارت امور خارجه آمریکا برای تدوین استراتژی، هدایت و هماهنگی مبارزه با تروریسم و مقابله با ارتباطات افراط‌گرایانه و خشونت‌آمیز ایجاد شده است. در سال ۲۰۰۶ «مرکز ارتباطات ضد تروریسم»^۴ در اداره برنامه‌های اطلاعات بین‌المللی^۵ و وظیفه هماهنگی پیام‌های بین‌سازمانی و ایجاد پیام‌های خاص وزارت امور خارجه و دفاع آمریکا را برعهده گرفت. اما در سال ۲۰۰۸

1. Center for Strategic Counterterrorism Communications (CSCC)
2. Counter-Misinformation Team (CMT)
3. Digital Outreach Team (DOT)
4. Counterterrorism Communication Center (CTCC)

۵- اداره برنامه‌های اطلاعات بین‌المللی (International Information Programs Bureau) تلاش وزارت امور خارجه آمریکا را برای برقراری ارتباط با مردم خارجی، افزایش درک آن‌ها از سیاست خارجی ایالات متحده و اطلاع‌رسانی و پشتیبانی از دیپلماسی عمومی خارجی را رهبری می‌کند. این اداره برای تحقق این مأموریت، اطلاعات و روایت‌های لازم را با استفاده از ابزار دیجیتالی جدید و برنامه‌های دیپلماسی سنتی به‌منظور اثرگذاری بر مخاطبان هدف و دستیابی به اهداف پیام‌رسانی، به اشتراک می‌گذارد (Loomis at al, 2018: 109).

«مرکز تعامل استراتژیک جهانی»^۱ جایگزین مرکز ارتباطات ضد تروریسم شد و فعالیت‌های مشابهی را با تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کمیته هماهنگی سیاست‌های^۲ شورای امنیت ملی برای پیشبرد اهداف دیپلماسی عمومی و ارتباطات استراتژیک بر عهده گرفت (Weed, 2017). در نهایت، دولت اوباما تصمیم گرفت «مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم» را در سال ۲۰۱۰ به عنوان یک ابتکار بین‌نهادی با دستورالعمل اجرایی ۱۳۵۸۴ (Aistrophe, 2016 A: 141) راه‌اندازی کند. این مرکز در وزارت امور خارجه آمریکا در سپتامبر ۲۰۱۱ فعال شد (Izadi, 2016: 15). مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم با تأمین بودجه اختصاصی، کمیته راهبری بین‌سازمانی و دفتر پشتیبانی عملیاتی و هماهنگ‌کننده که هدایت سازمان را بر عهده داشت، جایگزین مرکز تعامل استراتژیک جهانی شد (Weed, 2017). مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم بر مبنای استراتژی ملی مقابله با تروریسم تأسیس شد و تحت نظارت سیاست‌های کاخ سفید و رهبری وزارت امور خارجه آمریکا فعالیت می‌کرد (Al-Rawi, 2019). در ابتدا این مرکز تحت رهبری ریچارد لبارون^۳، سفیر اسبق دولت آمریکا، شروع به جذب و استخدام نیرو کرد، و با دریافت امکانات و بودجه از دفتر معاونت وزیر امور خارجه در امور عمومی و دیپلماسی عمومی^۴ آغاز به کار کرد (Fernandez, 2015: 489). در این مرکز از کارشناسان و متخصصان ارتباطات برای تهیه پیام‌های حساس از نظر فرهنگی به‌منظور برقراری ارتباط مؤثرتر استفاده می‌شد (Zahar-na, 2010: 66). همچنین مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم با همکاری سایر نهادهای دولتی و سفارتخانه‌های ایالات متحده، با

1. Global Strategic Engagement Center (GSEC)

2. Policy Coordination Committee (PCC)

3. Richard LeBaron

4. Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs

هدف توسعه پیام رسانی مؤثر با تمرکز بر روایت های مربوط به تروریسم (Mirahmadi et al, 2016: 198) و هماهنگی پیام رسانی ضد افراط گرایی از دیدگاه دولت آمریکا (Aistrope, 2016 A: 141) و دکترین جنگ ایده ها^۱ فعالیت خود را شروع کرد.

آنچه به عنوان دکترین جنگ ایده ها شناخته می شود به طور مستقیم با محیط امنیتی در حال تغییر مرتبط بوده است. دکترین جنگ ایده های دولت بوش، دیپلماسی عمومی را به بخش مهمی از استراتژی ضد تروریسم ایالات متحده تبدیل کرده بود. تلاش های دیپلماسی عمومی و ارتباطات استراتژیک وزارت امور خارجه آمریکا بر سه اصل اساسی استوار بود:

- ایجاد یک دید مثبت از امید

- پیشبرد حقوق بشر جهانی در عین منزوی کردن افراط گرایان خشن

- تقویت علایق و ارزش های مشترک

سه اصل مذکور با مشارکت گسترده مخاطبان خارجی برای توضیح و حمایت از سیاست های ایالات متحده پیگیری می شود. این دکترین روشن کرد که تبلیغات، اطلاعات غلط و سوءظن در مورد ارزش ها و سیاست خارجی ایالات متحده باید به طور مستقیم به چالش کشیده شود. بر همین اساس، تیم ضد اطلاعات نادرست و تیم برد دیجیتالی به عنوان بخشی از تلاش های گسترده وزارت امور خارجه در دیپلماسی دیجیتال ایجاد شد (Aistrope, 2016 B: 4-7).

۲-۱- تیم ضد اطلاعات نادرست

«تیم ضد اطلاعات نادرست» به همراه آژانس اطلاعات ایالات متحده آمریکا^۱ در طول جنگ سرد تأسیس شد. تمرکز اولیه این تیم در ابتدا، شناسایی، دفع و از بین بردن اطلاعات نادرستی بود که شوروی با هدف تضعیف اعتبار بین‌المللی ایالات متحده در سراسر جهان نشر می‌داد. بعد از جنگ سرد، تمرکز تیم ضد اطلاعات نادرست به منظور مقابله با تبلیغات عراق در طول جنگ اول خلیج فارس تغییر کرد که هدف آن، مقابله با اطلاعات نادرست درباره آمریکا مانند شایعاتی مبنی بر اینکه آمریکایی‌ها کودکان عراقی را برای برداشتن اعضا بدن آن‌ها می‌ربایند، بود (Aistrophe, 2016 B: 7). هدف اصلی این تیم توجه به خاورمیانه و جهان اسلام (Nelles, 2004: 75) و تکذیب اطلاعات غلط درباره ایالات متحده بود، چرا که تصور می‌شد این اطلاعات باعث نارضایتی اعراب و مسلمانان نسبت به ایالات متحده می‌شود. در حالی که فعالیت تیم ضد اطلاعات نادرست در اواخر سال ۲۰۰۹ و با پایان دولت بوش خاتمه یافت (Aistrophe, 2016 B: 7-11)، تیم برد دیجیتالی در نوامبر ۲۰۰۶ در دوره بوش برای مقابله با افراط‌گرایی آنلاین تأسیس شد که بعدها این تیم تحت حمایت اوباما و هیلاری کلینتون (وزیر وقت امور خارجه) همچنان به فعالیت خود ادامه داد (Al-Rawi, 2019). واقعیت این است که حضور کارمندان این تیم در وب برای مقابله با افراط‌گرایی و تسهیل جنگ ایده‌ها از طریق ترویج استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان راه‌حل فرونشاندن تعصبات به رسمیت شناخته شده است. این موضوع خود آغازی برای فعالیت تیم برد دیجیتالی بود.

1- United States Information Agency (USIA)

۱-۳- تیم برد دیجیتالی

مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم برای دستیابی به اهداف خود به سه نهاد تقسیم می‌شود:

- هوش و تجزیه و تحلیل^۱

- طرح‌ها و عملیات^۲

- تیم برد دیجیتالی (McFadden, 2017: 22).

تیم برد دیجیتالی وزارت امور خارجه آمریکا برای مقابله با ایدئولوژی‌های رادیکال و افراط‌گرایان آنلاین (Mirahmadi et al, 2016: 198)، به‌منظور پیشبرد جنگ ایده‌ها راه‌اندازی شد (Al-Rawi, 2019). این تیم مسئول تألیف، هماهنگی، انتشار و ارتباطات دیجیتالی از جمله ارتباطات نوشتاری و تصویری، به‌ویژه در وبسایت‌های رسانه‌های اجتماعی بود. این تیم در تجزیه و تحلیل اثربخشی تلاش‌های وزارت امور خارجه برای مقابله با افراط‌گرایان نقش محوری داشت که بر اساس سه اصل هدایت می‌شود:

- رقابت در فضا

- تغییر مسیر گفتگو

- سردرگم کردن دشمن (McFadden, 2017: 23).

۱-۳-۱- هدف تیم برد دیجیتالی

در ابتدا هدف دولت بوش از ایجاد تیم برد دیجیتالی، تغییر تصویر ایالات متحده به عنوان «هژمون دلسوز» و نه «قلدری جهانی» بود (Van Ham, 2003: 428). بر همین اساس از نوامبر ۲۰۰۶ تا نوامبر ۲۰۱۰، هدف تیم برد دیجیتالی «توضیح سیاست خارجی ایالات

متحده و مقابله با اطلاعات نادرست» به عنوان بخشی از رویکرد وزارت امور خارجه در سیاست خارجی بود (Fernandez, 2015: 490). وزارت امور خارجه آمریکا بر این باور بود که اطلاعات نادرست و دروغین زیادی در مورد آمریکا به ویژه سیاست خارجی اش وجود دارد و هیچ منبع و نهادی در فضای مجازی اعم از انجمن ها و وبلاگ ها وجود ندارد که این اطلاعات غلط را شناسایی و به طریقی آنها را تصحیح کند. از این رو قصد آنها از ایجاد تیم برد دیجیتال، اصلاح این سوء تفاهم ها بود (Bean, 2010). این تیم برای جلوگیری از نشر اطلاعات غلط و نادرست از تکنیک های ارتباطی دیجیتال و فضای مجازی استفاده می کرد (Aistrope, 2016 A: 139).

واقعیت آن است که تیم برد دیجیتالی بخشی از اقدام گسترده ضد اطلاعات نادرست دولت ایالات متحده به صورت آنلاین (Aistrope, 2016 A: 139) با هدف برقراری ارتباط مستقیم با شهروندان خاورمیانه، تولید و نشر محتوا و پیام هایی درباره سیاست خارجی آمریکا در فضای مجازی و انجمن های اینترنتی است. (Khatib et al, 2012: 453). این تیم، تصویری از دولت آمریکا را نشان می داد که در تلاش است تا با مخاطبان خارجی تعامل کند و به طور مستقیم به آنها گوش فرا دهد (Seib, 2012: 122).

۲-۳-۱. گسترش دستور کار تیم برد دیجیتالی (مبارزه با ترور بسم)

با گذشت زمان، مأموریت تیم برد دیجیتالی از نظر سبک و هدف در فضای دیجیتالی دگرگون شد و به دنبال فضاهایی رفت که دشمن سعی در انحصار سازی و رادیکال سازی گفتمان خود داشت. این تیم

تصمیم گرفت به جای انتشار اخبار مثبت درباره ایالات متحده و دفاع از سیاست خارجی این کشور، به طرفداران تروریست آنلاین و افراط‌گرایان حمله کند. این تیم با ورود به رسانه‌های اجتماعی در تلاش بود تا گفتگوها را از نقایص واقعی یا خیالی سیاست خارجی ایالات متحده به سمت معایب گروه‌های افراطی منحرف کند (Fernandez, 2015: 490). به این معنی که دستور کار تیم برد دیجیتال به جای ترویج گزارش‌های مثبت درباره سیاست خارجی، ارزش‌های آمریکایی و بهبود تصویر آمریکا در عرصه روابط بین‌الملل به بی‌اعتبار کردن افراط‌گرایان به اصطلاح دیجیتال و پیام‌های آن‌ها تغییر پیدا کند. این تغییر رویکرد در اواخر دولت بوش تحت سرپرستی جیمز گلاسمن^۱ آغاز شد.

وی اظهار داشت که نیازی نیست مردم عرب مسلمان از سیاست آمریکا خوششان بیاید، آن‌ها فقط باید از افراط‌گرایان خشن مانند القاعده بیزار باشند (Aistrophe, 2016 A: 141). هدف واشنگتن، رساندن پیام آمریکا به مخاطبانش در جهان عرب و به‌ویژه جهان اسلام بود (Zaharna, 2010: 1) تا به‌طور مستقیم با انتقادهای موجود پیرامون سیاست خارجی آمریکا در وبسایت‌ها و رسانه‌های اجتماعی افراط‌گرایان درگیر شود (Aistrophe, 2016 B: 2). حتی وزارت امور خارجه آمریکا از تمام سفارتخانه‌های خود در خاورمیانه خواسته بود تا اطلاعاتی را به آن‌ها برای ترسیم خطوط نبرد بین ایالات متحده و تروریست‌ها ارائه دهد (Zaharna, 2010: 1).

از سال ۲۰۱۰ مأموریت تیم برد دیجیتال به مبارزه با تروریسم با تمرکز بر (Izadi, 2016: 16) اطلاعات منفی درباره القاعده تغییر یافت.

1- James Glassman

این تیم در ابتدا رهبران القاعده را مورد هدف قرار داده بود و حتی پس از مرگ اسامه بن لادن (Al-Rawi, 2019) تلاش بسیاری کرد تا با تبلیغات القاعده در اینترنت و برقراری ارتباط آنلاین با آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی برای جذب کاربران مقابله کند (McCants, 2013). در همین راستا این تیم، پُست‌هایی درباره القاعده و هواداران آن‌ها نشر می‌داد. پُست‌هایی که دارای لحنی نفی‌کننده و در عین حال جذاب بود و حتی در این پُست‌ها تلاش می‌شد تا از بحث در مورد محتوای مذهبی ممانعت به‌عمل آید (Webster, 2015: 16).

از سال ۲۰۱۳ مأموریت تیم برد دیجیتال مجدداً در قالب مبارزه با تبلیغات تروریست‌ها و افراط‌گرایان با تمرکز بر داعش به‌صورت آنلاین ادامه پیدا کرد (Izadi, 2016: 16). این تیم به‌طور مستقیم به مقابله با داعش از طریق حساب‌های کاربری خود در رسانه‌های اجتماعی می‌پرداخت. این موضوع باعث شده بود تا تیم برد دیجیتالی به‌عنوان مرجع مهمی برای دولت‌های غربی در مبارزه آنلاین علیه داعش (Aistrophe, 2016 B: 11) و جلوگیری از ورود جریان مسلمانان رادیکال به جبهه‌های نبرد سوریه و عراق به حساب آید (Aistrophe, 2016 A: 141). این در حالی بود که با ظهور گروه النصره در سوریه، یک بار دیگر توجه تیم برد دیجیتالی به اهداف آن‌ها در فضای مجازی جلب شد (Al-Rawi, 2019).

۱-۳-۳- نحوه عملکرد تیم برد دیجیتال در فضای مجازی

در ابتدا تیم برد دیجیتال برای تعامل مستقیم با کاربران آنلاین در وبسایت‌های مشهور عربی، فارسی، چینی و اردو با گفتگوهای آنلاین

شروع بکار کرده بود. این تیم از طریق وبسایت‌های خود در مورد سیاست خارجی آمریکا در خاورمیانه و تروریست‌ها به بحث و تبادل نظر با کاربران می‌پرداخت (Khatib et al, 2012: 456).

واقعیت این است که تیم برد دیجیتال قصد داشت تا صدای دولت ایالات متحده را وارد گفتگوها در وبلاگ‌ها و انجمن‌های اینترنتی کند. این تیم اغلب مخاطبان شکاک خود را (Matel and May, 2009: 12) با استراتژی تعاملی مستقیم خویش که دارای برند، نشان و نام وزارت امور خارجه آمریکا بود، به خود جذب می‌کند. به بیان بهتر، وبلاگ‌نویسان یا سازندگان محتوا در تیم برد دیجیتالی، در فضای مجازی خود را به عنوان یکی از اعضای این تیم معرفی می‌کنند و از نشان و نام وزارت امور خارجه آمریکا در محتوای تولیدی خود استفاده می‌کنند (Webster, 2015: 15-16).

تیم برد دیجیتال به لحاظ کارکرد، متفاوت از سایر گروه‌های اینترنتی دولتی مخفیانه مانند روسیه و فرانسه عمل می‌کند. اعضای این تیم، به‌عنوان وبلاگ‌نویسان معمولی و سفیران اینترنتی دولت آمریکا برای نشر دیدگاه‌های دولتی و بی‌اعتبارسازی عقاید مخالف فعالیت می‌کنند. در واقع، اعضای این تیم نه تنها با نام واقعی خود به‌صورت آنلاین نظر می‌دهند بلکه همواره خود را به عنوان کارمندان وزارت امور خارجه معرفی می‌کنند. همچنین آن‌ها از مُهر وزارت امور خارجه هر زمانی که ممکن باشد به عنوان آواتار خویش استفاده می‌کنند. این تیم به‌طور کامل متشکل از کارمندان دولتی عرب‌زبان و فارسی‌زبان بوده که گویش‌های بومی عربی، فارسی و اردو دارند. اعضای تیم پیام‌های خود را در وبسایت‌ها، سیستم‌عامل‌ها،

وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی معروف به‌جای سایت‌های رسمی دولت آمریکا منتشر می‌کنند و تمایل دارند به‌صورت جداگانه به کاربران پاسخ دهند (Khatib et al, 2012: 456).

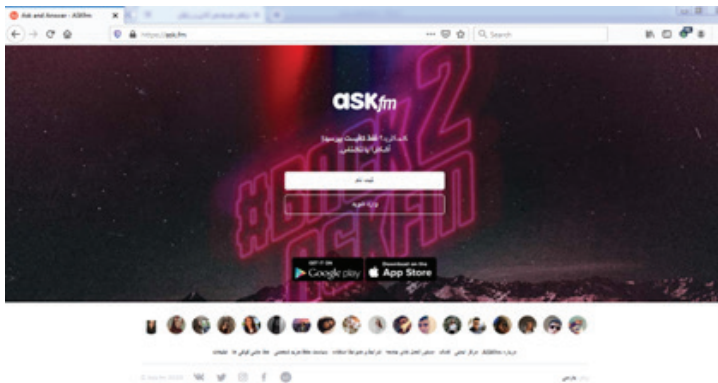
هنگامی که موضوعی مربوط به سیاست خارجی آمریکا یا منافع این کشور شناسایی می‌شود، فردی در تیم برد دیجیتال در زمان مناسب، نظر خود را برای روشن کردن موقعیت رسمی آمریکا منتشر می‌کند و سایر خوانندگان نیز به این نظر، اغلب پاسخ می‌دهند. این موضوع به‌نوبه خود منجر به ایجاد نظرات بیشتر توسط تیم برد دیجیتال، وبلاگ‌نویس‌ها و سایر خبرنگاران می‌شود. به این ترتیب، تیم برد دیجیتال در بخشی از گفتگوهای رسانه‌ای مشارکت می‌کند، اگرچه باید در نظر داشت که هر نظری قبل از ارسال از بالا مورد بررسی قرار می‌گیرد (Cunningham, 2010: 28-29). معمولاً اعضای این تیم در پیام‌رسانی هدفمند خود در تلاش بودند از مفاهیم غیررسمی در محتوای تولیدشده خویش استفاده کنند (Webster, 2015: 16).

۱-۳-۴- تاکتیک فضای مجازی تیم برد دیجیتال

همان‌طور که ذکر شد، تیم برد دیجیتال برای مقابله با تبلیغات افراطی و اطلاعات غلط از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کند. این تیم از رویکرد چندپلتفرمی بهره می‌برد که بر روی انواع پلتفرم‌های اصلی خبری، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های وبلاگ‌نویسی عمل می‌کرد. اعضای این تیم از طریق دسترسی به وبلاگ‌ها و وبسایت‌های افراطی برای به‌چالش کشیدن بیانه‌ها و ارسال فیلم‌های یوتیوب (Briggs and Feve, 2013: 30-31)، مشارکت در

انجمن های آنلاین، فیسبوک و تبلیغ در وبسایت های رسانه های متعدد در قالب متن، گرافیک و ویدئو (Webster, 2015: 15) به زبان های مختلف فعالیت می کند. این موضوع را می توان در کمپین رسانه های اجتماعی در سال ۲۰۱۱ برای مقابله با پیشرفت های القاعده در عربستان و یمن دید که شامل بیش از ۶۰۰ محتوای سمعی و بصری و تصاویر روش های مخرب القاعده بود. در سال ۲۰۱۲ تیم برد دیجیتال، کمپینی را برای اثرگذاری بر مخاطبان اردو زبان خود در پاکستان با هدف تبلیغ کمک های بنیادی ایالات متحده در منطقه راه اندازی کرد که بیش از ده ها فیلم و عکس از طریق فیسبوک و انجمن های اینترنتی به بیش از ۵۰/۰۰۰ نفر ارسال شد و بیشتر از ۴۰۰ نظر نیز ارسال گردید (Briggs and Feve, 2013: 31). کارمندان تیم برد دیجیتالی، دارای صفحه ای در وبسایت (<http://ask.fm>) هستند که در آن به سؤالات بسیاری در مورد موضوعات مختلف به ویژه سؤالات مربوط به افراط گرایی پاسخ داده می شود (Al-Rawi, 2019). تصویر زیر صفحه ورود به وبسایت تیم برد دیجیتالی است.

شکل ۱- وبسایت تیم برد دیجیتال وزارت امور خارجه آمریکا



هدف تیم برد دیجیتالی از ایجاد حساب های کاربری در توئیتر، فیسبوک، یوتیوب و سایر سیستم عامل های رسانه های اجتماعی این بوده که تروریسم، بد به نظر برسد (Aistrope, 2016 A: 141). به منظور درک بهتر عملکرد تیم برد دیجیتالی در رسانه های اجتماعی، سه بستر رسانه های اجتماعی آن ها مورد مطالعه قرار گرفت. این تیم دارای حساب کاربری توئیتری بوده که در فوریه ۲۰۰۹ آن را راه اندازی کرده بود. تیم برد دیجیتال در این حساب کاربری در تلاش بود تا بحث های سیاسی خود را به دو زبان عربی و فرانسه پیش ببرد. همچنین این تیم در فیسبوک نیز دارای حساب کاربری بوده که در مارس ۲۰۰۹ برای ایجاد پیوند بین دولت آمریکا و مردم عرب ایجاد شده بود. علاوه بر این دو حساب کاربری، این تیم دارای یک حساب کاربری در یوتیوب نیز بوده که در آگوست ۲۰۰۷ ایجاد شده بود. نکته حائز اهمیت این است که تمام فعالیت های این سه حساب کاربری تا پایان اکتبر ۲۰۱۹ بوده و با روی کار آمدن دونالد ترامپ، به حالت تعلیق در آمده است. در جدول زیر مشخصات سه حساب کاربری رسانه های اجتماعی تیم برد دیجیتال وزارت امور خارجه آمریکا آمده است:

جدول ۱- حساب های کاربری رسانه های اجتماعی تیم برد دیجیتال وزارت امور خارجه آمریکا

رسانه های اجتماعی	لینک حساب های کاربری	زمان الحاق به رسانه های اجتماعی
توییتر	https://twitter.com/DigitalOutreach	2009
فیسبوک	https://www.facebook.com/DigitalOutreachTeam	2009
یوتیوب	https://www.youtube.com/user/DigitalOutreachTeam	2007

۱-۴-۳-۱- کمپین «دوباره فکر کنید، دور شوید»^۱

کمپین «دوباره فکر کنید، دور شوید» در فیسبوک، تویتر و یوتیوب، تلاش تبلیغاتی تیم برد دیجیتالی برای مقابله با تروریست‌ها بود (Bouzis, 2015: 889). این کمپین در اواخر سال ۲۰۱۳ برای مقابله با تبلیغات داعش و اختلال در جذب نیرو و سربازگیری آن راه‌اندازی شد. هدف این کمپین، افشای حقایقی در مورد گروه‌های تروریستی مانند داعش و اشاره به عراق درباره تبلیغات تروریستی آن‌ها بود (McFadden, 2017: 23-24).

تیم برد دیجیتال از این کمپین به‌عنوان ابزاری برای اطلاع‌رسانی در مورد مقابله با داعش جهت ورود به جنگ ایده‌ها و جلب نظر افراط‌گرایان با استفاده از رسانه‌های اجتماعی با چندین زبان استفاده می‌کرده است. کمپین «دوباره فکر کنید، دور شوید» به زبان عربی، اردو، پنجابی، سومالیایی و انگلیسی با تبلیغات تروریست‌ها و اطلاعات غلط در مورد ایالات متحده مقابله می‌کرد. این کمپین از حساب‌های کاربری تویتری خود به دو روش متمایز استفاده می‌نمود:

- انتشار مطالبی علیه داعش و آدرس‌دهی مستقیم به حساب‌های محبوب جهادی آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی
- افشای حقایقی در مورد گروه تروریستی داعش و اشاره به تبلیغات داعش (McFadden, 2017: 23-24).

1- Think Again, Turn Away

بخش دوم



بخش دوم

مرکز تعامل جهانی برای مبارزه با نشر اطلاعات نادرست

«مرکز تعامل جهانی»^۱ آخرین تلاش وزارت امور خارجه آمریکا بود که با هدف مبارزه با نشر اطلاعات نادرست و تبلیغات تروریسم‌ها و دولت‌های خارجی راه‌اندازی شده است.

۲-۱- مرکز تعامل جهانی

مرکز تعامل جهانی برای هماهنگی ارتباطات بین‌سازمانی به‌منظور مقابله با پیام‌رسانی و نفوذ سازمان‌های تروریستی و دیگر گروه‌ها و دولت‌هایی است که منافع و امنیت ایالات متحده را تهدید می‌کنند (Weed, 2017). این مرکز یک نهاد بین‌سازمانی مستقر در وزارت امور خارجه است، که مسئولیت هماهنگی پیام‌رسانی ضد تروریسم آمریکا برای مخاطبان خارجی را برعهده دارد. در ۱۴ مارس ۲۰۱۶ اوپاما، فرمان اجرایی ۱۳۷۲۱ (US Department of State) را صادر کرد. در پی این فرمان اجرایی، مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم منحل شد و مرکز تعامل جهانی جایگزین آن و تأسیس گردید. مشابه با ساختار و هدف مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم، این مرکز مأموریت دارد تا بسترهای بین‌سازمانی را برای مبارزه با تروریسم

1. Global Engagement Center (GEC).

تحت حمایت دولت ایالات متحده فراهم کند. نهادهای اجرایی با این فرمان موظف شدند تا نیروی انسانی، منابع و اطلاعات مورد نیاز مرکز تعامل جهانی را برای انجام مأموریت در اختیار آن قرار دهند. همچنین سایر سازمان‌ها هم می‌توانند از پشتیبانی و مشاوره این مرکز برخوردار باشند (Weed, 2017). در ابتدا وظیفه مرکز تعامل جهانی، هدایت تلاش‌های بین‌سازمانی برای مقابله با تبلیغات و اطلاعات غلط سازمان‌های تروریستی بین‌المللی بوده است (Senate, 2020: 8). این مرکز به عنوان سازمانی مبتکر از فناوری‌های مدرن و پیشرفته استفاده می‌کند و از بهترین ابزارها در بخش خصوصی و دولتی بهره می‌برد. این مرکز وظیفه هماهنگی و یکپارچه سازی فعالیت‌های ارتباطی در سطح دولتی را برای مخاطبان خارجی در خارج از کشور به‌منظور مقابله با پیام‌رسانی و نفوذ سازمان‌های تروریستی بین‌المللی مانند داعش، برعهده داشته است (US Department of State A). مرکز تعامل جهانی نقش مهمی در پیشبرد استراتژی دولت اوباما برای مقابله با پیام‌های داعش ایفا می‌کرد. این مرکز روی گردآوری و ایجاد یک شبکه جهانی برای مقابله با پیام‌های رادیکال داعش که به‌صورت روزانه برای تحریک افراد به خشونت ارسال می‌شد، متمرکز شده بود. همچنین این مرکز در جهت کاهش جذابیت داعش و جلوگیری از جذب افراط‌گرایان جدید (US Department of State A) با ادغام فناوری‌های پیشرفته، تجزیه و تحلیل و استفاده از بخش خصوصی و ارتباطات خارجی فعالیت می‌کند (Weed, 2017). در مجموع استراتژی این مرکز اثرگذاری فزاینده بر فضای اطلاعاتی و نفی پیام‌های

گروه‌های تروریستی در رسانه‌های اجتماعی بوده است.

۲-۲- اهداف اولیه مرکز تعامل جهانی

هدف مرکز تعامل جهانی، افشای ماهیت واقعی داعش و سایر سازمان‌های افراط‌گرای خشن به‌وسیله کاهش نفوذ و جذابیت این گروه‌ها در نظر طرفداران و حامیان بالقوه آن‌ها است. علاوه بر این، مرکز تلاش می‌کند تا:

- ظرفیت‌ها و پیام‌رسانی‌های مثبت دولت، سازمان‌های غیردولتی یا سایر نهادها را تقویت نماید.

- یک شبکه جهانی از صداهای معتبر ایجاد نماید تا به‌طور مؤثری با پیام‌های افراط‌گرایانه خشن مقابله کند.

- از فناوری‌های پیشرفته و سیستم‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات برای درک بهتر موفقیت‌های داعش در جذب نیرو به‌صورت آنلاین استفاده کرده و به‌دنبال از بین بردن عوامل بالقوه مؤثر بر استخدام در داعش و جلوگیری از رادیکال‌شدن نیروها باشد.

- اهرم کامل دولت ایالات متحده برای مقابله با داعش و دیگر افراط‌گرایان در فضای اطلاعاتی و ایجاد هماهنگی علیه آن‌ها باشد (US Department of State A).

۲-۳- گسترش دستور کار مرکز تعامل جهانی

در دسامبر ۲۰۱۶، کنگره بخش ۱۲۸۷ قانون اختیارات دفاع ملی^۱ را تصویب کرد. به موجب این قانون، از وزیر امور خارجه خواسته شده تا مرکز تعامل جهانی را با هدف، ساختار و اختیاراتی متفاوت از قبل،

مجدداً تأسیس کند. با توجه به مواردی که در فرمان اجرایی ۱۳۷۲۱ ارائه شده است. در حالی که هدف اصلی مرکز تعامل جهانی تمرکز بر روی مقابله با نفوذ گروه‌های تروریستی و افراط‌گرای خشن در فضای دیجیتال بوده است، بخش ۱۲۸۷ بیان می‌کند که هدف این مرکز، مقابله با تلاش‌های تبلیغاتی و اطلاعات نادرست دولتی خارجی و غیردولتی است که ایالات متحده را تهدید می‌کند (Weed, 2017). به این معنی که امروزه این مرکز به عنوان یک مرکز اختصاصی در وزارت امور خارجه در کنار مقابله با گروه‌های تروریستی، با تبلیغات خارجی و نشر اطلاعات غلط دولت‌های خارجی و سایر بازیگران مبارزه می‌کند. همچنین این مرکز با شرکای بین‌سازمانی و جهانی برای مقابله با این چالش همکاری می‌کند و نقش مهمی را در هماهنگی تلاش‌ها و کمک به پاسخگویی جهانی ایفا می‌نماید (US Department of State C).

قانون اختیارات دفاع ملی، مأموریت مرکز تعامل جهانی را در جهت «هدایت، همگام‌سازی و هماهنگی برای درک و مقابله با تبلیغات و اطلاعات غلط دولت‌های خارجی و غیردولتی» گسترش داده است. در حال حاضر، این مرکز مسئول ایجاد پیام‌های متقابل و مبارزه با نشر اطلاعات غلط وبلاگ‌نویسان فعال در سراسر جهان (به‌ویژه روسیه، چین و ایران) و همچنین تبلیغات افراط‌گرایان است. این مرکز مأموریت دارد تا اطلاعات مربوط به فعالیت‌های دیجیتالی و اطلاعاتی روسیه، چین، ایران و افراط‌گرایان را جمع‌آوری کند (Tsvetkova, 2019: 445). اصلی‌ترین تهدید برای مرکز تعامل جهانی، روسیه است (US Department of State C). در مرکز تعامل جهانی، تقریباً ۹۰ پرسنل فعالیت دارند که پروژه‌های دیجیتالی دولت‌های خارجی به‌ویژه روسیه،

چین و ایران را ردیابی کرده و به آن‌ها پاسخ می‌دهند (Tsvetkova, 2019: 445).
مأموریت مرکز تعامل جهانی طبق بخش ۱۲۸۷ قانون اختیارات دفاع
ملی در دسامبر ۲۰۲۴ خاتمه می‌یابد (Weed, 2017). در جدول زیر
اهداف و چارچوب کلی استراتژیک این مرکز نمایش داده شده است:

جدول ۲- چارچوب استراتژیک مرکز تعامل جهانی

چارچوب استراتژیک مرکز تعامل جهانی	
هدف ۱	کاهش توانایی سازمان‌های تروریستی خارجی برای جذب نیروهای احتمالی و مقابله با ایدئولوژی‌های خشونت‌آمیزی که امنیت ملی ایالات متحده را تهدید می‌کند.
	موضوع ۱-۱ تلاش‌های دولت ایالات متحده در سراسر دولت فدرال برای پیشگیری و مقابله با تاکتیک‌های نشر اطلاعات نادرست و استخدام تروریست‌ها با رهبری و هماهنگی فعالیت‌های پیام‌رسانی که ارزش‌های آمریکا را حمایت می‌کند و از منافع دولت ایالات متحده در خارج از کشور محافظت می‌نماید.
	موضوع ۲-۱ افزایش توانایی شرکای خارجی در مقابله با تبلیغات و اطلاعات نادرست تروریستی.
هدف ۲	موضوع ۳-۱ تقویت ارتباط بین دفاتر منطقه‌ای دولتی، سایر بخش‌ها و دفاتر بین‌سازمانی برای فعالیت‌های ارتباطی ضدتروریسم.
	مقابله و جلوگیری از تلاش‌های تبلیغاتی و نشر اطلاعات غلط تحت حمایت دولت خارجی که امنیت ملی ایالات متحده را تضعیف می‌کند.
	موضوع ۱-۲ تقویت توانایی دولت ایالات متحده در رسیدگی به تلاش‌های تبلیغاتی و اطلاعات نادرست دولت‌های خارجی با رهبری و هماهنگی فعالیت‌ها در سراسر دولت فدرال.
	موضوع ۲-۲ ظرفیت و درک متحدان خود را از اقدامات تبلیغاتی و اطلاعات غلط کنونی و نوظهور تحت حمایت دولت‌های خارجی تقویت کند.
موضوع ۳-۲ تبلیغات و اطلاعات غلط را برای مخاطبان خارجی که منافع دولت ایالات متحده در خارج را تضعیف می‌کنند، افشا کند.	

هماهنگی تلاش‌های دولت ایالات متحده برای کاهش آسیب‌پذیری در برابر اطلاعات غلط در کشورهای کلیدی با تقویت جامعه مدنی، رسانه‌ها و صداهاى مستقل، بهبود حکمرانى و شفافیت در این کشورها.	موضوع ۲-۴	
نهادینه کردن شیوه‌هایی که نوآوری و چابکی را تقویت می‌کند و از پیشرفت در جهت دستیابی به مأموریت مرکز تعامل جهانی حمایت می‌نماید.		هدف ۳
مقامات مرکز تعامل جهانی، بهترین استعدادهاى موجود را از داخل کشور و از سایر شرکای بین‌المللی خود در بخش‌های خصوصی، دانشگاه‌ها و سازمان‌های مردم نهاد استخدام کنند.	موضوع ۳-۱	
مأموریت کارمندان مرکز تعامل جهانی در مأموریت‌های دولتی و غیردولتی اولویت‌بندی و رفع تعارض می‌شود.	موضوع ۳-۲	
تقویت فرصت‌های مرکز تعامل جهانی و قابلیت‌های پیام‌رسانی شرکای داخلی و خارجی با شکل‌دهی به کمک‌های مؤثر و به اشتراک‌گذاری نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل و ارزیابی داده‌ها.	موضوع ۳-۳	
ایجاد محیطی همکاری‌جویانه و نوآورانه در مرکز تعامل جهانی با شکل‌گیری فضای جدید و افزایش ظرفیت‌های موجود برای پیشبرد همکاری کارمندان مرکز تعامل جهانی.	موضوع ۳-۲	

۲-۴- رویکرد اصلی مرکز تعامل جهانی

مرکز تعامل جهانی به‌دنبال رهبری بین‌سازمانی در آزمایش و اجرای فناوری‌ها از طریق برنامه‌های فناورانه خویش است (Walker et al, 2020: 77). این مرکز به‌دنبال برجسته‌سازی فناوری‌های غیرآمریکایی برای مقابله با تبلیغات و اطلاعات غلط و چالش‌های ایجادشده توسط این فناوری‌ها در سراسر جهان است. مرکز تعامل جهانی و شرکای خارجی آن از نیروهای فنی خارجی دعوت می‌کنند تا در مقابل چالش‌های ایجادشده توسط این فناوری‌ها، توانایی‌های خود را نشان دهند و برای پیاده‌سازی ابزارى در سطح محلی برای رسیدگی به چالش‌های اطلاعات غلط، نادرست (US Department of State D) و دروغین، مشارکت کنند.

۲-۴-۱- مشارکت‌ها

مرکز تعامل جهانی در حال تقویت و ایجاد ظرفیت شبکه جهانی پیام‌رسان‌های مثبت در برابر افراط‌گرایی خشونت‌آمیز است. هر کدام از شرکای بین‌المللی این مرکز که در سطح محلی فعالیت دارد، از صداهای معتبر برای ارسال پیام‌هایی استفاده می‌کنند که با جمعیت در معرض خطر طنین‌انداز است. شرکای مرکز تعامل جهانی شامل سازمان‌های غیردولتی، مدارس، جوانان، رهبران جامعه مدنی و مذهبی، دولت‌ها و غیره است. این مرکز به شیوه‌های مختلف از جمله بودجه، کمک‌های فنی، ظرفیت‌سازی، طراحی و اجرای پروژه‌های مشترک از شرکای خود حمایت می‌کند (US Department of State C)

۲-۴-۲- تجزیه و تحلیل داده‌ها

مرکز تعامل جهانی در حال تبدیل شدن به یک سازمان مبتنی بر تجزیه و تحلیل داده است. این مرکز از سیستم‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش‌های دولتی و خصوصی هم برای درک بهتر پویایی افراط‌گرایی آنلاین و هم برای راهنمایی و اطلاع‌رسانی در مورد پیام‌رسانی و اثربخشی پیام‌های خود استفاده می‌کند (US Department of State C).

۲-۴-۳- محتوا

مرکز تعامل جهانی، کمپین‌های موضوعی مشترک را با هماهنگی کشورهای ائتلافی ضد داعش و دیگر شرکای جهانی دنبال می‌کند. همچنین این مرکز، محتواهای بدون آدرسی را تولید و نشر می‌دهد و آن را در اختیار شبکه جهانی شرکای خود قرار می‌دهد (US Department of State C).

۲-۴-۴ - مشارکت بین‌سازمانی

مرکز تعامل جهانی، به صورت روزانه با سازمان‌های بین‌المللی همکاری می‌کند و عملیات‌های روزانه و تلاش‌های کمپین بین سازمان‌های امنیت ملی ایالات متحده در فضای اطلاعاتی را هماهنگ می‌کند (US Department of State C).

۲-۵-۵ - تیم‌های مرکز تعامل جهانی

در مرکز تعامل جهانی، تیم‌های مختلفی برای اثرگذاری و کارآمدی بیشتر فعالیت دارند که در ادامه به آن‌ها اشاره خواهد شد.

۲-۵-۱ - تیم تجزیه و تحلیل و تحقیقات^۱

«تیم تجزیه و تحلیل و تحقیقات» از تجزیه و تحلیل کمی برای رسیدگی به تبلیغات و اطلاعات غلط و شکل‌دهی به تلاش‌های خود در ارتباطات استراتژیک استفاده می‌کند. این تیم یک تیم چندرشته‌ای است که شامل محققان علم داده، آمارشناسان، تحلیلگران اطلاعات، متخصصان ارتباطات استراتژیک و کارشناسان ژئوپلیتیک می‌شود. این ترکیب از متخصصان، طیف وسیعی از مهارت‌ها را برای مقابله مؤثر با نفوذ بدخیم بازیگران و دولت‌ها فراهم می‌کند (Walker et al, 2020: 75).

۲-۵-۲ - تیم منابع^۲

تیم منابع مرکز تعامل جهانی، کلیه عملکردهای مدیریت داخلی این مرکز را برعهده دارد. این مرکز با همه دولت‌ها و شرکای خارجی ارتباط برقرار کرده و دسترسی به اطلاعات را مدیریت می‌کند. این کار

برای اطمینان از همسویی و یکپارچه‌سازی منابع به‌منظور فعال‌سازی سایر فعالیت‌های مرکز تعامل جهانی و پیشبرد مأموریت کلی انجام می‌شود (Walker et al, 2020: 75).

۲-۵-۳- تیم تعامل فناوری^۱

مرکز تعامل جهانی دارای تیم تعامل فناوری است. این تیم استفاده از طیف گسترده‌ای از فناوری‌ها و تکنیک‌ها را برای مرکز تسهیل می‌کند. تیم تعامل فناوری این کار را با تقویت تخصص، اشتراک‌گذاری اطلاعات بین ادارات و آژانس‌های فدرال و استفاده از منابع خارجی برای عملکرد بهتر اقدامات خود انجام می‌دهد (Senate, 2020: 14). این تیم در برابر اطلاعات و تبلیغات خارجی با کاربرد فناوری از سیاست‌ها و عملیات‌های هوشمند دولت دفاع نموده و از کارشناسان فناوری و مقامات بخش‌های دولتی و خصوصی برای هدایت نوآوری دولت ایالات متحده دعوت می‌کند. تیم تعامل فناوری حاصل تلاش دولت ایالات متحده برای شناسایی، ارزیابی، آزمایش و پیاده‌سازی فناوری‌ها در برابر تبلیغات و اطلاعات غلط خارجی بوده که با همکاری شرکای خارجی، بخش خصوصی و دانشگاهی ایجاد شده است (US Department of State F).

۲-۵-۳-۱- فعالیت‌های تیم تعامل فناوری برای مقابله با چالش فناوری‌ها، تبلیغات و اطلاعات نادرست

تیم تعامل فناوری، فناوری‌هایی را با کاربرد بالقوه برای مقابله با تبلیغات و اطلاعات نادرست شناسایی می‌کند. این تیم در تلاش برای به‌چالش کشیدن تبلیغات و اطلاعات نادرست است و برای انجام این کار،

ابزارها یا فناوری‌های خاصی را آزمایش می‌کند (US Department of State I).
برخی موارد قابل توجه در این زمینه عبارتند از:

۲-۵-۳-۱-۱- فناوری تست‌پد^۱

از مه ۲۰۱۸، مرکز تعامل جهانی میزبان ۲۹ «دموی فناوری»^۲ از بیش از ۶۲ فناوری بوده است که با هدف رسیدگی به مشکلات ناشی از اطلاعات نادرست و تبلیغات دولت‌های خارجی و آزمایش بیش از ۱۲۴ فناوری برگزار می‌شود. مرکز تعامل جهانی یک فناوری تست‌پد را اجرا کرده است که امکان تشخیص سریع و آزمایش ابزارهای خاص را برای شناسایی و مقابله با کمپین‌های اطلاعاتی غلط و تبلیغاتی فراهم کرده است. تست‌پد، آزمایش‌های کوتاه‌مدت ساختار یافته‌ای را برای درک کاربردهای بالقوه فناوری‌ها در برابر چالش‌های خاص به‌صورت عملی انجام می‌دهد. مطابق با مأموریت مرکز تعامل جهانی برای هماهنگی تلاش‌های دولت فدرال در این زمینه، این مرکز آزمایش‌هایی را برای حمایت از وزارت امور خارجه، سازمان رسانه‌های جهانی ایالات متحده^۳ و سایر سازمان‌های دولتی آمریکا انجام می‌دهد (Senate, 2020: 14).

۲-۵-۳-۱-۲- ابر ضداطلاعاتی^۴

تیم تعامل فناوری برای حمایت از نظارت و ردیابی پیشرفت و همچنین ارتباط شرکای بین‌سازمانی و خارجی یک سکوی آنلاین به‌نام ابر «ضداطلاعاتی» ایجاد کرده است (US Department of State I). ابر ضداطلاعاتی یک سکوی طبقه‌بندی نشده است که توسط دولت آمریکا، شرکای

1- Tech Testbed

۲- دموی فناوری «Tech demo» نسخه نمایش فناوری است که یک نمونه اولیه، نمونه تقریبی یا یک نسخه ناقص از یک محصول قابل تصور یا سیستم آینده است که برای اثبات یک مفهوم با هدف اصلی نمایش برنامه‌های کاربردی، کنار هم قرار می‌گیرد

3- U.S. Agency for Global Media (USAGM)

4- Disinfo Cloud

خارجی آن و ارائه‌دهندگان فناوری برای شناسایی و آشنایی با فناوری‌های مقابله با تبلیغات خصمانه و اطلاعات غلط استفاده می‌شود. این سکو، دروازه‌ای برای آزمایش تیم تعامل فناوری بوده که برای شناسایی سریع، ارزیابی، آزمایش و پیاده‌سازی این فناوری‌ها ایجاد شده است. تیم تعامل فناوری از همه ذی‌نفعان در دولت ایالات متحده، شرکای خارجی و سازمان‌های بین‌المللی دعوت می‌کند تا در وبسایت ابر سداطلاعاتی ثبت‌نام کنند (US Department of State E).

مرکز تعامل جهانی، یک مخزن آنلاین برای دولت آمریکا در مورد فناوری‌های به‌کاررفته به‌منظور مقابله با اطلاعات غلط و تبلیغات دولت‌های خارجی در «www.disinfocloud.com» ایجاد کرده است. این موضوع به‌نوبه‌خود باعث شده تا بیش از ۳۳۵ کاربر دولتی از مرکز تعامل جهانی، شرکای بین‌سازمانی، شرکای فناوری، بخش خصوصی و سایر افراد از سراسر جهان گردهم آیند. در دسامبر ۲۰۱۹ مرکز تعامل جهانی یک مرکز تمام‌وقت را در سیلیکون ولی مستقر کرد. تمرکز استراتژیک مرکز تعامل جهانی بر مشارکت در دره سیلیکون و تسریع اجرای مأموریت کلی خودش است. هدف مرکز تعامل جهانی شناسایی فناوری‌ها و رویکردهای جدید، و هماهنگی نزدیک با دیگر روابط دولت آمریکا در سیلیکون ولی است. این تلاش به‌دنبال استفاده از ظرفیت‌های فنی و جریان‌های اطلاعاتی به‌منظور تسریع حرکت برای حل مشکلات پیرامون مقابله با تبلیغات بد و اطلاعات غلط است (Senate, 2020: 15).

۲-۵-۳-۱-۳- سری دمو فناوری^۱

تیم تعامل فناوری هر دو هفته میزبان سری نسخه‌های نمایشی فناوری است. این تیم در تلاش بوده تا مجموعه‌ای برای بحث در مورد فناوری‌ها فراهم آورد. این مجموعه درصدد است تا فناوری‌های منحصر به فردی را برای مقابله با تبلیغات و اطلاعات غلط به‌منظور استفاده دولت آمریکا و شرکای خارجی معرفی کند. همچنین این مجموعه، فرصت‌هایی را برای شناسایی و ارائه چالش‌های تبلیغاتی و اطلاعات نادرست، فراهم کرده و ایده‌هایی را در مورد چگونگی نحوه استفاده از این فناوری‌ها و ابزارها به‌صورت آزمایشی برای مقابله با این چالش‌ها ارائه می‌کند (US Department of State I).

۲-۵-۳-۱-۴- چالش‌های فناوری^۲

مرکز تعامل جهانی، کارگاه‌های فشرده‌ای را با شرکای بین‌المللی خود تشکیل می‌دهد تا درک و ارزیابی خود را برای پیاده‌سازی راه‌حل‌های مؤثر فناورانه به‌منظور مقابله با تبلیغات و اطلاعات غلط خارجی ارائه دهد. این چالش‌های تکنیکی یک یا دو روزه در درجه اول بر حمایت از فناوران خارجی متمرکز شده است. مرکز تعامل جهانی و شرکای خارجی آن از نیروهای فنی خارجی دعوت می‌کنند تا در طول چالش فناوری، توانایی‌های خود را نشان دهند (US Department of State I).

۳-۵-۳-۱-۵- دسترسی^۳

در دسامبر ۲۰۱۹ تیم تعامل فناوری، دفتری در سیلیکون ولی ایجاد کرد.

این دفتر وظیفه تسهیل هماهنگی عمومی و خصوصی و تعاملات سازنده میان دولت ایالات متحده با بخش‌های فناوری، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی را برعهده دارد. هدف از این موضوع، افزایش همکاری است که منجر به شناسایی، افشاگری و دفاع در برابر تبلیغات خصمانه خارجی و اطلاعات غلط می‌شود (US Department of State I).

۲-۵-۳-۱-۶- ابزارهای گوش دادن اجتماعی

ابزارهای گوش دادن اجتماعی با استخراج، گروه‌بندی یا محاسبه اطلاعات از کانال‌های رسانه‌های اجتماعی به کاربران کمک می‌کند تا محیط اطلاعاتی آنلاین را درک کنند. مزایای خاص این ابزارها شامل انتشار اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی، شناسایی ربات‌ها و ترول‌ها یا تجزیه و تحلیل کارآمدی کمپین‌های رسانه‌ای است.

۲-۵-۳-۱-۷- ابزارهای فناوری تبلیغاتی

ابزارهای فناوری تبلیغاتی، تجزیه و تحلیل بازار را انجام می‌دهند تا کاربران به‌واسطه آن بتوانند محتوا و پیام‌ها را به سمت مخاطبان اصلی هدف هدایت کنند.

۲-۵-۳-۱-۸- ابزارهای ارزیابی اطلاعات دستکاری شده

ابزارهای ارزیابی اطلاعات دستکاری شده، برای هشدار به کاربران در هنگام استفاده از رسانه‌ها (متنی، تصویری یا صوتی) است. چراکه این احتمال وجود دارد که اطلاعات دستکاری شده یا بخشی از یک کمپین اطلاعاتی نادرست باشند.

۲-۵-۳-۱-۹- ابزارهای نظارت بر وب تاریک^۱

ابزارهای نظارت بر وب تاریک، کاربران را از فعالیت‌های کمپین اطلاعاتی در بازارهای وب تاریک آگاه می‌کند. این ابزارها ممکن است در شناسایی فعالیت‌های تبلیغاتی و اطلاعات نادرست که بعداً در سطح وب ظاهر می‌شوند، مفید باشند.

۲-۵-۳-۱-۱۰- ابزارهای احراز هویت مبتنی بر بلاک‌چین^۲

فناوری احراز هویت رسانه‌ای مبتنی بر بلاک‌چین، یک رکورد غیرمتمرکز و دیجیتالی از محتوای بارگذاری‌شده را ثبت کرده و یک «اثر انگشت» ایجاد می‌کند که به واسطه آن نمی‌توان سوابق را تغییر داد. این موضوع به اعتبار محتوای اصلی کمک کرده و سدی در برابر ادعاهای سایر رسانه‌ها ایجاد می‌کند.

۲-۵-۳-۱-۱۱- ابزارهای بررسی واقعیت^۳

ابزارهای بررسی واقعیت با استفاده از معیارهای مختلف، کیفیت منابع اطلاعاتی را تجزیه و تحلیل و رتبه‌بندی می‌کنند. این ابزارها می‌توانند به کاربران در تعیین و سنجش اعتبار منبع کمک کنند (US Department of State H).

۲-۵-۳-۱-۱۲- ابزارهای آموزشی بازی‌سازی^۴

بازی‌ها و سایر ابزارهای مبتنی بر وب می‌توانند با افزایش آگاهی و تفکر انتقادی، مقاومت در برابر اطلاعات غلط را افزایش دهند. این ابزارها، یادگیری دیجیتالی و رسانه‌ای را تسهیل می‌کنند، عملکرد

1- Dark Web Monitoring Tools
2- Blockchain-Based Media Authentication Tools
3- Fact-Checking Tools
4- Gamified Education Tools

شناختی را تا حدودی بهبود می‌بخشند و کاربران را با تاکتیک‌های رایج اطلاعات غلط آشنا می‌کنند (US Department of State H). یکی از این ابزارها در مرکز تعامل جهانی که با همکاری وزارت امنیت داخلی ساخته و نشر یافته، بازی «میدان هارمونی»^۱ است. این بازی آنلاین، بازیکنان را در مراحل توسعه یک کمپین اطلاعات نادرست برای ایجاد تفرقه و برهم زدن آرامش در یک میدان خیالی شهر پیش می‌برد. این بازی عمده‌اً بازیکنان را در استفاده از تکنیک‌های اطلاعات غلط با هدف ایجاد دفاع ذهنی در برابر همان تکنیک‌ها هنگامی که در اینترنت با آن‌ها روبرو می‌شوند، درگیر می‌کند. میدان هارمونی تنها یکی از ابزارهای تخصصی ضد اطلاعات است که توسط مرکز تعامل جهانی بررسی، آزمایش و اجرا می‌شود. این بازی به‌نوبه‌خود می‌تواند نمایانگر تلاش‌های دولت آمریکا برای رهبری، مدیریت و هماهنگی برای مقابله با تبلیغات و اطلاعات غلط خارجی باشد. این مرکز در سری نسخه‌های فناورانه، طی دو هفته، در تلاش بوده تا چالش‌های فناوری‌ها در خارج از کشور و فناوری‌های آزمایشی را نشان دهد. این موضوع منجر به افزایش توانایی دولت آمریکا و شرکای خارجی آن می‌شود تا فناوری‌های نوظهور را با هدف اجرای این فناوری‌ها در مقیاس وسیع آزمایش کنند (Statemag.state, 2021).

۲-۵-۳-۱-۱۳- ابزارهای آزادی اینترنت^۲

برخی فناوری‌ها می‌توانند از کاربران اینترنت در برابر سانسور اینترنتی ناشی از دولت محافظت کنند. آن‌ها می‌توانند به جریان مستمر اطلاعات کمک کنند، آزادی بیان را ارتقاء دهند و به‌طور

1- Harmony Square
2- Internet Freedom Tools

بالقوه امنیت دیجیتال را برای کاربران در معرض خطر افزایش دهند.

۲-۵-۱-۱۴- ابزارهای ارزیابی محتوا با جمع‌سپاری و ابزارهای حاشیه‌نویسی وب^۱

با استفاده از تخصص گروهی برای ارزیابی موضوعات و ترکیب لایه‌های ارزیابی در مراحل مختلف، ارزیابی محتوا به‌وسیله جمع‌سپاری می‌تواند کیفیت اخبار را ارزیابی کند. به‌طور مشابه، ابزارهای حاشیه‌نویسی وب می‌توانند گفتگوی مستقل و دیدگاه‌های جایگزین را به‌طور مستقیم از طریق محتوای آنلاین برای تسهیل بحث و مناظره فعال کنند (US Department of State H).

۲-۵-۴- تیم‌های تهدید

مقابله با اطلاعات نادرست و تبلیغات دولت‌های روسیه، حزب کمونیست چین، ایران و تبلیغات سازمان‌های تروریستی یکی از فعالیت‌های اصلی مرکز تعامل جهانی است. این مرکز به دنبال این موضوع بوده که برای مقابله با هر کدام از این موارد چه باید کند؟ به همین دلیل، چهار تیم مجزا برای مقابله با نشر اطلاعات نادرست و دروغین و تبلیغات ایجاد کرده است که در ادامه به آن‌ها اشاره شده است.

۲-۵-۴-۱- تیم «سی.تی» مرکز تعامل جهانی^۱

تیم «سی.تی» هدایت و مسئولیت برنامه‌ریزی، هماهنگی و اجرای کمپین‌های مشترک آمریکا با شرکای بین‌المللی‌اش را با هدف مقابله با تبلیغات و اطلاعات غلط و اختلال در ایدئولوژی سازمان‌های

افراط‌گرای خشونت‌آمیز برعهده دارد. همچنین تیم «سی.تی» با گردآوری و تقویت شبکه‌های دولت آمریکا، شرکای خارجی و متحدان، کشورهای شریک و بخش خصوصی درصدد بوده تا ائتلافی جهانی برای شکست سازمان‌های افراط‌گرا ایجاد کند تا از این طریق هم تبلیغات و اطلاعات غلط سازمان‌های افراط‌گرای خشونت‌آمیز شناخته شود و هم با افشا و نشر اطلاعات و تبلیغات آن‌ها مقابله نماید. تیم «سی.تی» درصدد بوده تا از طریق تعامل و برنامه‌ریزی با شرکا و شبکه‌های عمومی، خصوصی و محلی، ملی و منطقه‌ای در برابر تبلیغات افراطی، اطلاعات غلط و ایدئولوژی‌ها مقابله کند (Walker et al, 2020: 75).

۲-۵-۴-۲- تیم ایران مرکز تعامل جهانی^۱

«تیم ایران» در مرکز تعامل جهانی، تلاش‌های بین‌سازمانی دولت آمریکا را برای مقابله با اطلاعات نادرست و تبلیغات در داخل و خارج از ایران هماهنگ می‌کند و به شرکای خود برای افشای ماهیت رژیم ایران و تجزیه و تحلیل‌ها اطلاعات کمک می‌کند (Walker et al, 2020: 75). همچنین پروژه‌های تحت عنوان «اطلاعات نادرست ایران» برای مقابله با تبلیغات، افراط‌گرایی و اطلاعات نادرست و دروغین ایران راه‌اندازی شده بود. تیم مرکز تعامل جهانی ایران در تلاش برای اطلاع‌رسانی به مخاطبان خویش در خاورمیانه درباره نحوه استفاده ایران از اطلاعات غلط و نادرست برای ایجاد سردرگمی و منحرف ساختن اذهان مردم از اهداف بدخواهانه و منطقه‌ای ایران است. این در حالی است که این مرکز، حساب کاربری توئیتری «ایران دیسینفو» را با مجموعه‌ای از توئیتهای با هدف افشای اطلاعات نادرست ایران برای مردم

خاورمیانه راه‌اندازی کرد. ابتکاری توسط وزارت امور خارجه آمریکا برای اثبات این ادعا که «جمهوری اسلامی ایران در صدد است تا از طریق لفاظی‌های رسمی، رسانه‌های تبلیغاتی دولتی، دستکاری رسانه‌های اجتماعی و سایر موارد، اطلاعات نادرست و دروغین خود را نشر دهد». مخاطبان این توییت‌ها، تحلیلگران اتاق فکر، فعالان حقوق بشر و روزنامه‌نگاران بودند (Rezaia, 2019).

در نهایت در ژوئن ۲۰۱۹ وزارت امور خارجه آمریکا پروژه ضد اطلاعات ایران را که با حساب کاربری توییتی «ایران دیسینفو» شناخته می‌شد، به حالت تعلیق درآورد. این پروژه چند روز پس از شکایت ایران متوقف شد (Mortazavi and Hussain, 2019).

۲-۵-۴-۳- تیم روسیه مرکز تعامل جهانی^۱

مرکز تعامل جهانی هدایت و هماهنگی تلاش‌های دولت آمریکا را برای شناسایی، درک، افشا و مقابله با تبلیغات و اطلاعات نادرست روسیه در محیط‌های رسانه‌ای برعهده دارد. این مرکز بر این باور است که سونامی دروغ روسیه، محیط رسانه‌ای را پُر کرده است. کرملین در خارج از روسیه با دستکاری محیط اطلاعاتی به شیوه‌های نامطلوب، ایجاد گفتگوهای سیاسی قطبی‌شده و تلاش برای از بین بردن اعتماد مردم به حکمرانی خوب و رسانه‌های مستقل و اصول دموکراتیک به دنبال تضعیف دشمنان خود است (Senate, 2020: 9). مرکز تعامل جهانی، همچنان به افشای اطلاعات نادرست روسیه و دیگر دولت‌های خارجی ادامه می‌دهد تا مخاطبان بین‌المللی و

جامعه ضد اطلاعات نادرست درک روشنی از چگونگی انتشار اطلاعات نادرست و نحوه همکاری جمعی برای مقابله با آن‌ها را داشته باشند. بر همین اساس، مرکز تعامل جهانی گزارش ویژه‌ای را منتشر کرده که نمای کلی اکوسیستم اطلاعات نادرست و تبلیغاتی روسیه را ارائه می‌دهد. این گزارش شامل هفت اکوسیستم اطلاعات نادرست و تبلیغاتی روسیه و نحوه همکاری این ستون‌ها برای ایجاد اثر رسانه‌ای است. هدف مرکز تعامل جهانی در تفصیل ماهیت این رسانه‌ها بر مبنای دو موضوع است:

- ترویج درک کامل از نحوه عملکرد این رسانه‌ها به عنوان یک شبکه غیررسمی

- نشان دادن اینکه چگونه محتوای تولیدشده و تقویت‌شده توسط این سایت‌ها باعث گسترش اطلاعات و تبلیغات در سایر اکوسیستم‌ها می‌شود (US Department of State B).

در این بخش به برخی از رسانه‌ها و مؤسسات نیابتی روسیه اشاره شده که اطلاعات نادرست و تبلیغات روسیه را نشر و تکثیر می‌کنند. نکته حائز اهمیت این است که این رسانه‌ها و مؤسسات با کرملین مرتبط هستند و از این ارتباط سود زیادی می‌برند (US Department of State B). در ادامه به برخی از این رسانه‌ها و مؤسسات به‌عنوان «اکوسیستم روسی» پرداخته شده است.

۲-۵-۴-۳-۱- بنیاد فرهنگی استراتژیک^۱

«بنیاد فرهنگی استراتژیک»، یک مجله آنلاین ثبت‌شده در روسیه است که توسط «سرویس اطلاعات خارجی روسیه»^۲ اداره می‌شود و

ارتباط نزدیکی با وزارت امور خارجه روسیه دارد. یکی از تاکتیک‌های اصلی این بنیاد، نشر دیدگاه‌ها و ایده‌های اندیشمندان غربی و نظریه‌پردازان توطئه است تا زمینه گسترده‌تری را در اختیار این افراد قرار دهد. این در حالی است که «بنیاد فرهنگی استراتژیک» سعی می‌کند منشأ روسی مجله را مخفی کند. این تاکتیک به وبسایت کمک می‌کند تا به یک صدای اصیل و گویا در بین مخاطبان غربی خود تبدیل شود.

۲-۵-۴-۳-۲- پژوهش جهانی^۱

«پژوهش جهانی» یک وبسایت کانادایی است که به‌طور مستقیم در اکوسیستم اطلاعات غلط و تبلیغاتی گسترده روسیه درگیر شده است. در این وبسایت فهرست گسترده‌ای از نویسندگان طرفدار و نظریه‌پردازان توطئه وجود دارد که به عنوان یک مجموعه از توانمندی‌ها در وبسایت‌های روسی و چینی فعالیت می‌کنند. همچنین، این وبسایت با انتشار اطلاعات خود در صدد ارائه یک صدای غربی هم نیز می‌باشد که سایر عناصر اکوسیستم می‌توانند از این موضوع به نفع خود استفاده کنند.

۲-۵-۴-۳-۲- چشم‌انداز شرقی جدید^۲

«چشم‌انداز شرقی جدید»، یک نشریه شبه آکادمیک از مؤسسه مطالعات شرقی آکادمی علوم روسیه است که روی اطلاعات غلط و تبلیغات عمدتاً درباره خاورمیانه، آسیا و آفریقا متمرکز است. این نشریه در تلاش بوده تا دیدگاه‌های دانشگاهیان روسی طرفدار

کرم‌لین و ضد آمریکا را ترکیب کند. این موضوع در حالی است که پیوندهای این نشریه با بودجه دولتی مبهم است.

۲-۵-۴-۳-۴- جبهه خبری^۱

«جبهه خبری» یک رسانه اطلاعاتی و تبلیغاتی مستقر در کرم‌لین است که هدف خود را ارائه «منبع اطلاعاتی جایگزین» برای مخاطبان غربی اعلام کرده است. این مرکز با توجه به ارتباطاتش با سرویس‌های امنیتی روسیه و بودجه کرم‌لین، بر روی نیروهای مورد حمایت روسیه در اوکراین متمرکز شده است. تاکتیک‌های دستکاری اطلاعات «جبهه خبری» برای افزایش دسترسی، منجر به عدم حضور آن در رسانه‌های اجتماعی در اوایل سال ۲۰۲۰ شد.

۲-۵-۴-۳-۵- جبهه جنوبی^۲

«جبهه جنوبی» یک وبسایت چندزبانه است که در روسیه ثبت شده و بر روی مسائل نظامی و امنیتی تمرکز دارد. «جبهه جنوبی»، اطلاعات نادرست آن‌لاین با اینفوگرافی‌ها، نقشه‌ها و فیلم‌ها را به همراه نقاط گفتگوی کرم‌لین به واسطه دانش دقیق سیستم‌های نظامی فعلی ترکیب می‌کند. این وبسایت تلاش می‌کند تا توجه علاقمندان را به ارتش، کهنه سربازان و نظریه‌پردازان توطئه جلب کند. این در حالی است که «جبهه جنوبی» تلاش زیادی می‌کند تا ارتباطات خود را با روسیه پنهان نماید.

۲-۵-۴-۳-۶- کاتِهون^۱

«کاتِهون» یک شبه اندیشکده مستقر در مسکو است که از طریق وبسایت خود، به پنج زبان فعال بوده و تکثیرکننده اطلاعات غلط و تبلیغات ضد غربی است. رهبری این اندیشکده توسط فردی انجام می‌شود که پیوندهای روشنی با دولت روسیه و سرویس‌های اطلاعاتی روسیه دارد. کاتِهون در اکوسیستم اطلاعات غلط و تبلیغاتی وسیع روسیه و ارائه مطالب، نقش مستقل و تحلیلی دارد. این اندیشکده عمدتاً مخاطبان اروپایی را با محتوایی که ادعا می‌شود به «یجاد و دفاع از یک سیستم بین‌المللی امن، دموکراتیک و عادلانه» اختصاص داده شده است، مورد هدف قرار می‌دهد.

۲-۵-۴-۳-۷- ژئوپلتیک. آر یو^۲

«ژئوپلتیک. آر یو» به عنوان یک بستر فراملی‌گرای روسی با هدف انتشار اطلاعات و تبلیغات نادرست برای مخاطبان غربی و دیگر کاربران عمل می‌کند. «ژئوپلتیک. آر یو» با الهام از ایدئولوژی اوراسیایی الکساندر دوگین^۳، خود را درگیر جنگ اطلاعاتی دائمی علیه آرمان‌های دموکراسی و لیبرالیسم غربی می‌کند. همکاری این وبسایت با سایر رسانه‌ها در اکوسیستم اطلاعات نادرست و تبلیغاتی روسیه، دامنه نشر پیام‌های «ژئوپلتیک. آر یو» را با هدف بی‌ثبات‌سازی و تضعیف نهادهای غربی افزایش می‌دهد (US Department of State B). فعالیت مؤسسات و رسانه‌های روسی در حالی است که دولت روسیه از بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ هم برای روایت‌ها و اطلاعات نادرست خود در مورد آمریکا، ناتو و اتحادیه اروپا استفاده کرده است.

1- Katehon
2- Geopolitica.ru
3- Aleksandr Dugin

روسیه، اطلاعات نادرستی را با هدف تضعیف اعتماد عمومی به واکسن‌های کووید-۱۹ نشر داد. مرکز تعامل جهانی وزارت امور خارجه آمریکا در گزارشی نشان می‌دهد که روسیه اطلاعات غلطی درباره اثربخشی واکسن، روند توسعه و تأیید آن را در همه جا نشر داده است. برخی از کارشناسان معتقدند که روسیه می‌تواند از کمپین‌های اطلاعات نادرست خود برای ترویج واکسن «سپوتنیک‌وی»^۱ در برابر واکسن‌های تولیدشده توسط فایزر^۲ و مدرنا^۳ و دیگر شرکت‌های غربی استفاده کند (Segal, 2021). همچنین روسیه با استفاده از تبلیغاتش در تلاش بوده است تا نشان دهد که اتحادیه اروپا و آمریکا نمی‌توانند از شهروندان خود در برابر کووید-۱۹ محافظت کنند و متحدان ناتو در برابر این بحران به سرعت مصونیت خود را از دست داده‌اند (Ackerman, 2020). در مجموع می‌توان گفت که رویکرد مرکز تعامل جهانی برای مقابله با عملیات نفوذ و نشر اطلاعات نادرست روسیه عبارتند از:

- آمریکا به دنبال راه‌اندازی یک پروژه دوساله برای ایجاد مقاومت در برابر اطلاعات نادرست روسیه در آسیب‌پذیرترین جوامع اروپایی با افزایش تعاملات مستقیم به صورت فردی بوده است.
- آمریکا به دنبال ایجاد تعامل استراتژیک با دولت‌های خارجی برای اشتراک‌گذاری اطلاعات و هماهنگی واکنش‌ها برای پیشی گرفتن از عملیات‌های اطلاعاتی روسیه است.

- تیم روسیه در مرکز تعامل جهانی از مأموریت‌های آمریکا در خارج از کشور به همراه شرکای بین‌المللی‌اش برای مقابله با اطلاعات نادرست روسیه پشتیبانی می‌کند. این مأموریت‌ها شامل حمایت از گروه‌های جامعه مدنی در اروپای مرکزی و شرقی است که در جوامع

1- Sputnik V
2- Pfizer
3- Moderna

محلی مقاومت ایجاد می‌کند. همچنین این تیم با راه‌اندازی کمپین‌های ارتباطی مشترک با متحدان آمریکا به دنبال مقابله با تجدیدنظرطلبی تاریخی روسیه و توانمندسازی در آمریکای لاتین برای جلوگیری از نشر اطلاعات نادرست روسیه در آن منطقه است.

- تیم روسیه این امکان را می‌دهد تا عناصری از اکوسیستم عملیات اطلاعاتی روسیه را در معرض دید قرار دهد و به مخاطبان در برابر این تهدیدها کمک کند (Senate, 2020: 13).

۲-۵-۴- تیم چین مرکز تعامل جهانی^۱

تیم چین یک استراتژی جهانی برای مقابله با تلاش‌های اطلاعاتی و تبلیغاتی حزب کمونیست چین طراحی کرده است. هدف این تیم، افزایش درک تبلیغات و اطلاعات غلط حزب کمونیست چین برای ارتقای تصمیم‌گیری آگاهانه و مقابله با تبلیغات و اطلاعات غلط این کشور است (Walker et al, 2020: 75). «تیم چین» بر این باور است که حزب کمونیست چین همواره بر مبنای تبلیغ سنتی خود پیش می‌رود و آن پیشبرد وسیع اطلاعات نادرست در مورد نقش خود در جهان است (Vincent, 2021). پکن برای پیشبرد منافع خود و تضعیف نقش آمریکا از اطلاعات نادرست استفاده می‌کند. تلاش‌های دستگاه تبلیغاتی حزب کمونیست چین برای استفاده از سانسور، ارباب، اجبار، مشوق‌های اقتصادی و تبلیغات برای کنترل فضای اطلاعاتی، بخش مهمی از تلاش‌های حزب کمونیست چین برای گسترش نفوذ خود در سراسر جهان است. برنامه‌های مرکز تعامل جهانی هم در راستای جلوگیری از نفوذ اطلاعات نادرست چین متمرکز شده است. تلاش‌های آمریکا

برای مقابله با تبلیغات حزب کمونیست چین شامل افزایش آگاهی از جنبه‌های مشکل‌ساز «طرح یک کمر بند و یک راه» و نقض حقوق بشر در سینکیانگ و بی‌جینگ و سایر شهرهای چین است. مرکز تعامل جهانی به‌منظور محدودسازی فضای تبلیغاتی حزب کمونیست چین در خارج از کشور تلاش می‌کند تا اطلاعات دقیقی در مورد سیاست‌های ایالات متحده ارائه دهد (Senate, 2020:11-10).

مرکز تعامل جهانی با اطلاعات غلط چین در مورد گسترش کووید-۱۹ مقابله می‌کند. چین تلاش بسیاری کرده است تا دیپلماسی واکسن آمریکا را بی‌اعتبار کند (Ackerman, 2020). چین با نشر اطلاعات غلط و دروغین به‌دنبال سرزنش ایالات متحده به عنوان منشأ ویروس کرونا و برتری حزب کمونیست چین در مدیریت بحران سلامت جهان بوده است. تیم چین در مرکز تعامل جهانی، پُست‌های رسانه‌های اجتماعی از ده‌ها حساب رسمی دولت چین در آفریقا را جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل کرد. چین تلاش کرده تا در رسانه‌های اجتماعی خود در آفریقا بر روی چهار روایت درباره کووید-۱۹ متمرکز شود که عبارتند از:

- مهار موفقیت‌آمیز ویروس کووید-۱۹ توسط چین
- درخواست همکاری بین‌المللی چین از سایر دولت‌ها برای مقابله با ویروس کووید-۱۹
- تمجید سازمان بهداشت جهانی از چین در مقابله با کووید-۱۹ و کمک چین به سایر دولت‌ها
- انعطاف‌پذیری در اقتصادی چین و کمک به سایر دولت‌ها در پاندمی کووید-۱۹ (U.S. Embassy in Georgia, 2021).

تیم چین در تلاش برای مقابله با پیام‌های حزب کمونیست چین به مخاطبان جهانی در رسانه‌های اجتماعی است؛ چرا که چین می‌خواهد مخاطبان و افکار عمومی جهانی را متقاعد سازد که در بحران کووید-۱۹ مسئولانه عمل کرده و کمک بسیاری برای مقابله با این پاندمی کرده است. با توجه به این مباحث، رویکرد مرکز تعامل جهانی برای مقابله با عملیات نفوذ و تلاش‌های اطلاعاتی و تبلیغاتی حزب کمونیست چین عبارتند از:

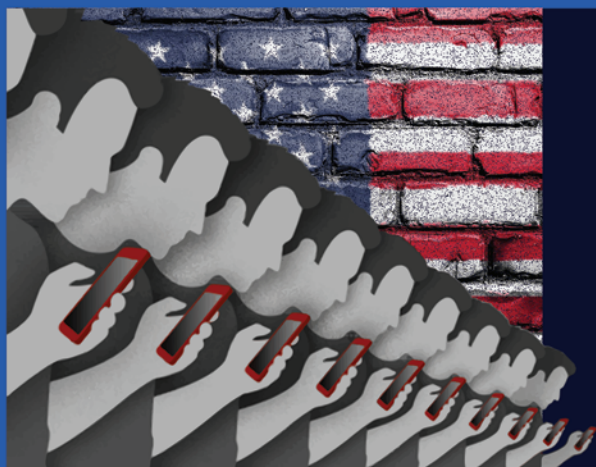
- استقرار ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها برای ارائه هشدارهای اولیه در مورد اطلاعات غلط چین به متحدان، شرکا و ذینفعان داخلی در آمریکا.
- تجزیه و تحلیل تلاش‌های چین برای مورد هدف قراردادن مخاطبان مستعد خارجی و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات با آن‌ها.
- ایجاد مهارت‌های فنی سازمان‌های جامعه مدنی، سازمان‌های غیردولتی، روزنامه‌نگاران و دیگر بازیگران محلی که بهترین موقعیت را برای روشن کردن و مقابله با گسترش اطلاعات نادرست چین دارند (Senate, 2020: 11).

- افزایش درک تبلیغات حزب کمونیست چین و اطلاعات غلط برای ارتقای تصمیم‌گیری آگاهانه.
- افزایش برنامه‌هایی که توانایی جامعه مدنی و رسانه‌ها را بیشتر می‌کند و در برابر اطلاعات غلط و تبلیغات مقاومت ایجاد می‌نماید.
- پشتیبانی از توسعه محتوا و تقویت پیام‌های مثبت درباره دولت آمریکا (Walker et al, 2020: 75).

۲-۶- برنامه‌های مرکز تعامل جهانی

- در مجموع مرکز تعامل جهانی دارای شش برنامه برای پیشبرد دیپلماسی عمومی خود است که در زیر به آن‌ها اشاره شده است:
۱. استفاده از ابزارهای علم داده برای نقشه‌برداری و افشای اطلاعات و تبلیغات افراط‌گرایانه و خشونت‌آمیز.
 ۲. مقابله با تبلیغات و اطلاعات نادرست و دروغین تحت حمایت دولت‌ها و هماهنگی نزدیک با دفاتر منطقه‌ای مربوطه، جامعه بین‌سازمانی، دولت‌های خارجی و جامعه مدنی.
 ۳. افزایش همکاری با پیام‌رسان‌های مردمی و رسانه‌های خارجی که تخصص منحصربه‌فردی در زمینه سرپازگیری و اقدامات ضد اطلاعاتی دارند.
 ۴. تأمین بودجه برای اجرای فناوری‌های تخصصی شرکای خارجی در برابر تبلیغات و اطلاعات غلط خارجی.
 ۵. برگزاری کنفرانس‌ها و آموزش‌های فناورانه در خارج از کشور، مانند مقابله با چالش‌های فناوری‌ها در خارج از کشور و استفاده از فناوری‌ها علیه تبلیغات خارجی و اطلاعات نادرست و دروغین.
 ۶. همکاری شرکای خارجی آمریکا از طریق دسترسی به اطلاعات و حضور در مأموریت‌های آمریکا برای مبارزه با اطلاعات نادرست، دروغین و تبلیغات خارجی (Walker et al, 2020: 76).

جمع بندی



رؤسای جمهور کاخ سفید همواره به دنبال ایجاد تبلیغات مثبت برای برنامه‌ها و خط‌مشی سیاسی خود بوده‌اند. فضای مجازی و ظهور رسانه‌های جدید به رؤسای جمهور آمریکا فرصتی برای نشر اطلاعات و پیام‌های آن‌ها داده است. آن‌ها از فضای مجازی برای به‌روزرسانی کارکرد دیپلماسی عمومی خود استفاده کرده‌اند. دولت آمریکا، نخستین مبارزه تبلیغاتی بین‌المللی خود را به‌منظور برندسازی و فروش نام آمریکا به دنیای اسلام با هدف ترمیم تصویر آمریکا در خاورمیانه، جهان اسلام و جلب اعتماد در جهان آغاز کرده است. این موضوع تبدیل به محور اصلی دیپلماسی عمومی آمریکا در جهان شده است. به همین علت، دولت آمریکا سعی می‌کند تا از طریق تیم برد دیجیتالی و مرکز تعامل جهانی در وزارت امور خارجه و با به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعاتی به اهداف خویش جامه عمل بپوشاند. تیم برد دیجیتالی در مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم، برای مبارزه با نشر اطلاعات نادرست و تبلیغات تروریست‌ها در فضای مجازی راه‌اندازی شد. در ابتدا تیم برد دیجیتالی برای آگاهی و اطلاع‌رسانی در مورد سیاست‌ها و ارزش‌های آمریکا راه‌اندازی شده بود؛ اما بعدها

این تیم تصمیم گرفت که دستورکار خود را گسترش دهد و به مبارزه با نشر اطلاعات نادرست، دروغین و تبلیغات تروریسم‌ها نظیر القاعده و داعش پردازد.

با انحلال مرکز ارتباطات استراتژیک ضد تروریسم، مرکز تعامل جهانی جایگزین آن شد. مرکز تعامل جهانی در ابتدا با تبلیغات و نشر اطلاعات تروریست‌ها در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی مقابله کرد. دامنه فعالیت مرکز تعامل جهانی فراتر از گروه‌های افراط‌گرای تروریستی و خشونت‌آمیز بوده است؛ به همین دلیل، این مرکز دستورکار خود را گسترش داده و مبارزه با اطلاعات نادرست و دروغین دولت‌های خارجی در فضای مجازی را در اولویت قرار داد. این مرکز به‌طور فعال با متحدان و شرکای خود در اروپا برای شناسایی و افشای اطلاعات نادرست و دروغین روسیه، چین و حتی ایران همکاری می‌کند. واقعیت این است که هدف این مرکز «مقابله با تلاش‌های تبلیغاتی و اطلاعاتی نادرست غیردولتی و دولت‌های خارجی» برای حفظ منافع امنیت ملی آمریکا و همچنین منافع ملی متحدان و شرکای آمریکا بوده است.

در مجموع، با مطالعه این بخش از وزارت امور خارجه آمریکا می‌توان پیشنهادها را زیر را برای بهبود و پیشرفت دیپلماسی عمومی و دیپلماسی دیجیتال وزارت امور خارجه ایران ارائه داد:

۱. وزارت امور خارجه ایران برای مقابله با نشر اطلاعات نادرست، دروغین و تبلیغات علیه ایران باید بخش‌ها و دفاتر مختلفی «همانند مرکز تعامل جهانی» را راه‌اندازی کند. این دفاتر باید از تیم‌های مختلفی تشکیل شود، تا هم با اطلاعات نادرست و تبلیغات علیه

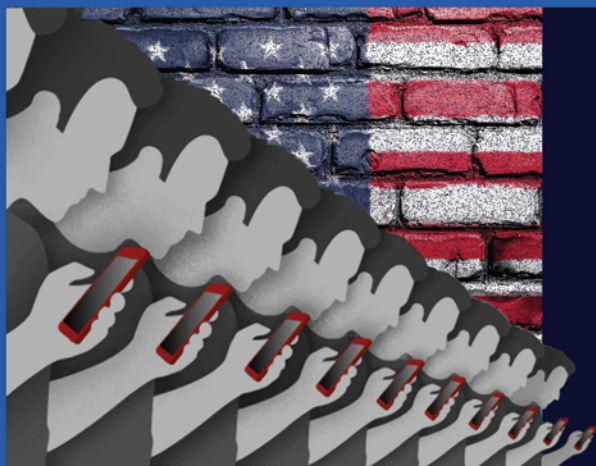
ایران مقابله کنند و هم با افراط‌گرایی خشونت‌آمیز در منطقه و جهان به مقابله بپردازند.

۲. تیمی به نام «تیم آمریکا» راه‌اندازی شود. این تیم باید تسلط کامل بر روی منابع اطلاعاتی دولتی آمریکا اعم از وبسایت‌های دولتی، حساب‌های کاربری رسانه‌های اجتماعی رؤسای جمهور آمریکا و سایر نهادها مانند وزارت امور خارجه آمریکا، کاخ سفید و داشته باشد.

۳. در کنار تیم آمریکا، تیم‌های دیگری برای مطالعه دولتی یا منطقه‌ای تشکیل شود تا قدرت مانور بخش مرکزی این تیم برای مقابله با نشر اطلاعات نادرست علیه ایران بالا برود.

۴. تیمی به نام «تیم ایران» راه‌اندازی شود تا اطلاعات لازم در مورد ارزش‌ها و فرهنگ ایران اسلامی را در همه جا نشر دهند. لازمه این کار ورود به رسانه‌های اجتماعی و وجود وبسایت‌ها و وبلاگ‌های مختلف برای نشر اطلاعات است. حتی «تیم ایران» در وزارت امور خارجه می‌تواند به زبان‌های مختلف عربی، پشتو، انگلیسی، فرانسه، چینی، روسی و سایر زبان‌ها با کاربران آنلاین در فضای مجازی ارتباط برقرار کند. این ارتباط می‌تواند با نام وزارت امور خارجه ایران انجام شود تا کاربران از صحت اطلاعات اطمینان حاصل کنند.

منابع



- [1] Ackerman, R. A. (2020, Sep). Russia Weaponizes Increasingly Sophisticated Disinformation. Retrieved from; <https://www.afcea.org/content/russia-weaponizes-increasingly-sophisticated-disinformation>
- [2] Aistrophe, T. (2016 A). "Conspiracy, misinformation and public diplomacy". In Conspiracy theory and American foreign policy. Manchester University Press.
- [3] Aistrophe, T. (2016 B). "Social media and counterterrorism strategy". Australian Journal of International Affairs. 70(2), 121-138.
- [4] Al-Rawi, A. (2019). "US public diplomacy in the Middle East and the Digital Outreach Team". Place Branding and Public Diplomacy. Retrieved from; <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00122-w>
- [5] Bean, C. (2010, Nov). "State's Digital Outreach Team May Do More Harm than Good". Retrieved from; <https://csc.asu.edu/2010/11/11/states-digital-outreach-team-may-do-more-harm-than-good/>
- [6] Bouziss, K. (2015). "Countering the Islamic State: US counterterrorism measures". Studies in Conflict & Terrorism. 38(10), 885-897.
- [7] Briggs, R., & Feve, S. (2013). Review of programs to counter narratives of violent extremism. institute for Strategic Dialogue.
- [8] Cunningham, T. C. (2010). "Marching Toward the Metaverse; Strategic Communication through the New Media". School of Advanced Military Studies United States Army Command and General Staff College Fort Leavenworth, Kansas.
- [9] Fernandez, A. (2015). "Contesting the Space: Adversarial Online Engagement as a Tool for Combating Violent Extremism". Soundings: An Interdisciplinary Journal. 98(4), 488-500.

- [10] Izadi, F. (2016) "US Public Diplomacy: A Theoretical Treatise". The Journal of Arts Management, Law, and Society. 46:1, 13-21.
- [11] Khatib, L., Dutton, B., & Thelwall, M. (2012). "Public diplomacy 2.0: An exploratory case study of the US Digital Outreach Team". Middle East Journal. 66(3), 453-472.
- [12] Loomis, A., Powers, Sh. and Rahimi, J. (2018). 2018 Comprehensive Annual Report on Public Diplomacy and International Broadcasting, Focus on Fiscal Year 2017 Budget Data, United States Advisory Commission on Public Diplomacy.
- [13] Matel. J and May, W. (2009. Nov.). "Digital DiplomacyIIP engages new audiences with social media". State Magazine. 539.
- [14] McCants, W. (2013, July). "Cyber Jihadists, State Department Now in Full-Blown Twitter War". Retrieved from; <https://foreignpolicy.com/2013/07/30/cyber-jihadists-state-department-now-in-full-blown-twitter-war/>
- [15] McFadden, C. L. (2017). Strategic communications: The state department versus the Islamic state. Naval Postgraduate School Monterey United States.
- [16] Mirahmadi, H., Ziad, W., Farooq, M., & Lamb, R. (2016). "Empowering Pakistan's civil society to counter violent extremism". Contemporary Readings in Law and Social Justice. 8(1), 188-214.
- [17] Mirahmadi, H., Ziad, W., Farooq, M., & Lamb, R. (2016). "Empowering Pakistan's civil society to counter violent extremism". Contemporary Readings in Law and Social Justice. 8(1), 188-214.
- [18] Mortazavi, N., Hussain, M. (2019, Sep). State Department Cut Funding

for Controversial “Iran Disinfo” Project — But Kept Working With Its Creators. Retrieved from; <https://theintercept.com/2020/09/22/iran-disinfo-trump-state-department/>

[19] Nelles, W. (2004). “American public diplomacy as pseudo-education: A problematic national security and counter-terrorism instrument”. *International Politics*. 41(1), 65-93.

[20] Owen, D., & Davis, R. (2008). “Presidential communication in the Internet era”. *Presidential Studies Quarterly*. 38(4), 658-673.

[21] Rezaia, J. (2019, June). Opinion: The State Department has been funding trolls. I’m one of their targets. Retrieved from; <https://www.washingtonpost.com/opinions/2019/06/04/state-department-has-been-funding-trolls-im-one-their-targets/>

[22] Segal, A. (2021, March). Russian Disinformation Campaign Seeks to Undermine Confidence in COVID-19 Vaccines, Retrieved from; <https://www.cfr.org/blog/cyber-week-review-march-12-2021>

[23] Seib, P. (2012). *Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era*. New York: Palgrave Macmillan.

[24] Senate. (2020, March). *The Global Engagement Center: Leading the United States Government’s Fight Against Global Disinformation Threat*. Retrieved from; [https://www.foreign.senate.gov/imo/media/doc/03%2005%](https://www.foreign.senate.gov/imo/media/doc/03%2005%20)

[25] Statemag.state. (2021, Feb). *Global Engagement Center game counters foreign disinformation*, Retrieved from; <https://statemag.state.gov/2021/02/0221itn05/>

[26] Tsvetkova, N. A. (2019). “Dealing with a resurgent Russia: Engagement

and deterrence in US international broadcasting 2013–2019”. 435-449.

[27] U.S. Embassy in Georgia (2021, March). Briefing with Special Envoy Lea Gabrielle, Global Engagement Center on Disinformation and Propaganda Related to COVID-19. Retrieved from; <https://ge.usembassy.gov/briefing-with-special-envoy-lea-gabrielle-global-engagement-center-on-disinformation-and-propaganda-related-to-covid-19-march-27/>

[28] US Department of State, (N.d, H). Technology Solutions. Retrieved from; <https://www.state.gov/technology-solutions-technology-engagement-team/>

[29] US Department of State, (N.d, I), Programs – Technology Engagement Team. Retrieved from; <https://www.state.gov/programs-technology-engagement-team/>

[30] US Department of State. (N.d, A). “Global Engagement Center”. Retrieved from; <https://2009-2017.state.gov/r/gec//index.htm>

[31] US Department of State. (N.d, E). Disinfo Cloud, Retrieved from; <https://www.state.gov/disinfo-cloud-launch/>

[32] US Department of State. (N.D, F). Technology Engagement Team, Retrieved from; <https://www.state.gov/bureaus-offices/under-secretary-for-public-diplomacy-and-public-affairs/global-engagement-center/technology-engagement-team>

[33] US Department of State. (N.d, G). Global Engagement Center, Functional Bureau Strategy. Retrieved from; https://www.state.gov/wp-content/uploads/2019/01/FBS_GEC_UNCLASS-508.pdf

[34] US Department of State. (N.d, B). GEC Special Report: Russia’s Pillars of Disinformation and Propaganda, Retrieved from; <https://www.state.gov/russia-pillars-of-disinformation-and-propaganda-report>

[35] US Department of State.)Nd, C). Global Engagement Center. Retrieved from; <https://2009-2017.state.gov/r/gec/index.htm>

[36] US Department of State.)Nd, D). Events – Technology Engagement Team/ Retrieved from; <https://www.state.gov/upcoming-events-technology-engagement-team>

[37] Van Ham, P. (2003). “War, lies, and videotape: Public diplomacy and the USA’s war on terrorism”. Security Dialogue. 34(4), 427-444

[38] Vincent, B. (2021, Apr). How State’s Disinformation-Fighting Arm Uses Artificial Intelligence. Retrieved from; <https://www.nextgov.com/emerging-tech/2021/04/how-states-disinformation-fighting-arm-uses-artificial-intelligence/173401/>

[39] Walker, V. S., Baxter, S., Zmary, K. (2020). 2020 Comprehensive Annual Report Annual Report on Public Diplomacy & International Broadcasting. Retrieved from; https://www.state.gov/wp-content/uploads/2021/02/ACPD_2020Report_FINAL_DIGITAL_508.pdf

[40] Webster, A. J. K. (2015). “The New Diplomacy: Analysis of State Public Diplomacy Strategy in the Age of Social Media”. Canadian Forces College. 1-30

[41] Weed, M. (2017, August). Global Engagement Center: Background and Issues. Retrieved from; <https://fas.org/sgp/crs/row/IN10744.pdf>

[42] Zaharna, R.S. (2010). Battles to Bridges: U.S. Strategic Communication and Public Diplomacy after 9/11. UK: Palgrave Macmillan



مرکز ملی فضای مجازی
پروژه سنگاه فضای مجازی

csri.majazi.ir

حوزه فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد. این فضا مثل یک رودخانه پر از آب و خروشان است که می آید و دائماً هم بر آب آن افزوده و خروشان تر می شود. اگر ما بر این رودخانه تدبیر کنیم و برنامه داشته باشیم، زهکشی کنیم و هدایت کنیم این رودخانه را تا به سد بریزد، می شود فرصت. اگر رهاش کنیم و برنامه ای برای آن نداشته باشیم می شود یک تهدید.



csri.majazi.ir