

سیجانی فر عضو حزب اعتدال و توسعه:

پزشکیان؛ مردم میدان «وفاق»



سرویس سیاسی – یک عضو حزب اعتدال و توسعه، تاکید کرد: یکی از مهم ترین دستاوردهای دولت چهاردهم در طول یک سال گذشته، وفاق و همدلی است که در جامعه بار ویکرد فراجنبشی شخص رئیس جمهور شکل گرفته است.

مسعود پزشکیان در مرحله دوم انتخابات ریاست‌جمهوری در روز ۱۵ تیر ۱۴۰۳، از مجموع آرای داخل و خارج ایران که ۳۰ میلیون و ۵۳۰ هزار و ۱۵۷ رأی بود، ۱۶ میلیون و ۳۸۴ هزار و ۴۰۳ رأی کسب کرد و به عنوان نهمین رئیس جمهور، سکندار دولت چهاردهم شد. رئیس‌جمهور در ایام رقابت‌های انتخاباتی، بر نامه‌های اصلی خود را اجرای برنامه هفتم توسعه و بسند چشم‌انداز توسعه، کنترل تورم، پایان دعوای‌های سیاسی و برقراری انسجام داخلی، شفافیت، حل مشکل FATF، حل ناترازی بانک‌ها، حقوق و دستمزدها و انرژی، جذب سرمایه داخلی و خارجی، مخالفت با گشت ارشاد و جریمه به خاطر بی‌حجابی، مخالفت با فیلترینگ، توجیه به محرومین و برقراری عدالت اجتماعی و اقتصادی و اصلاح نظام آموزشی به مردم معرفی کرد. اکنون با گذشت یک سال از مسیر پر پیچ و خم دولت چهاردهم، به سراغ یکی از نمایندگان ادوار مجلس شورای اسلامی و از اعضای حزب اعتدال و توسعه رفیقیم و به بررسی توفیق‌های دولت در طول عمر یک ساله خود پرداختیم.

رئیس جمهور از روز تحلیف با چالش مواجه شد

رفضانعلی سیجانی فر در گفت وگو با ایسنا، با اشاره به عملکرد دولت چهاردهم در یک سال گذشته، بیان کرد: آقای پزشکیان از ابتدای اینکه سکان دولت چهاردهم را به دست گرفت، با مشکلات عدیده‌ای روبه رو شد. عمده این مشکلات از سوی جامعه بین المللی پیش روی دولت چهاردهم قرار گرفت. در روز تحلیف رئیس‌جمهور، شاهد به شهادت رسیدن اسماعیل هنیه در تهران بودیم. این یک مقدمه‌ای برای ایجاد تنش‌های بیشتر و سنگ اندازی پیش پای دولت ایران بود.

تشدید جنایت‌های رژیم صهیونیستی بر حکمرانی دولت چهاردهم اثر بسزایی گذاشت

وی اظهار کرد: پی در پی مسائل بین المللی تشدید شد. جنایت‌های گسترده رژیم صهیونیستی در غزه و لبنان، در حکمرانی دولت چهاردهم در یک سال گذشته تأثیر بسزایی داشت. از سوی دیگر شاهد اجرای عملیات و غله صافق ۲۰۰ پویم که پیامی از سوی ایران به دنیا صادر کرد. جنگ دوازده روزه‌ای که رژیم صهیونیستی و آمریکا راه انداختند و تشدید تحریم‌ها علیه ایران با روی کار آمدن ترامپ؛ از جمله موانعی بود که بر سر راه دولت چهاردهم قرار گرفت.

نماینده ادوار مجلس شورای اسلامی، بیان کرد: از طرف دیگر چالش‌های اجتماعی به یک سال ایران پای دولت به وجود آمد. اما دولت چهاردهم با شعار وفاق ملی روی کار آمد و هذش این بود که همه افراد دلسوز نظام و ایران را در زیر یک چتر ملی قرار دهد.

دولت چهاردهم سعی کرد با وفاق و همدلی مشکلات را کنار بزند

وی تاکید کرد: دولت چهاردهم تلاش کرد با وفاق و همدلی اختلاف‌ها را کنار بزند و مشکلات را از میان بردارد. شعار وفاق ملی توانست تا حدودی به رفع مشکلات کمک کند. ما در جنگ دوازده روزه دیدیم همه کسانی که مبتنند و معترض بودند با کسانی که دلسوز نظام بودند همه در یک صف واحد قرار گرفتند. همه آمدند تا از کبان کشور دفاع کنند. این یک دستاورد بسیار بزرگی برای ایران بود. فکر می‌کنم این دستاورد می تواند تا سال‌های سال کشور را از هجمه و خیال‌های خام دشمنان بیمه کند.

شکست دشمن در جنگ دوازده روزه بزرگ ترین دستاورد یکساله دولت است

وی افزود: دشمنان سعی کردند از طریق فشار های بین المللی و با کمک مخالفین نظام به دولت چهاردهم و نظام صدمه وارد کنند. از نگاه بنده ایستادگی و شکست دشمن در جنگ دوازده روزه بزرگ ترین دستاورد دولت چهاردهم در یک سال گذشته بود. که از نگاه بنده بخشی از این پیروزی محصول تکیه به شعار وفاق ملی بود. دولت در طول یک سال گذشته به دنبال همدلی بود. دولت چهاردهم سعی کرد همدلی و همبستگی بین گروه‌ها، جناح‌ها و اقشار مختلف را تقویت کند. خوشبختانه در جنگ دوازده روزه نتیجه این تلاش را دیدیم.

شخصیت فراجنبشی رئیس جمهور کلیل حل مشکلات است

سیجانی فر بیان کرد: خیلی از جناح‌ها و گروه‌های همسو با دولت که در انتخابات سهم زیادی در پیروزی آقای پزشکیان داشتند، رئیس‌جمهور را تحت فشار گذاشتند. تا در پست‌ها و سمت‌های مختلف قرار گزوه و طیف خاصی استفاده کند، اما با شناختن که بنده از شخص رئیس جمهور دارم، ایشان یک شخصیت فراجنبشی دارد. آقای پزشکیان در قالب یک گروه و تشکیلات گنجانده نمی‌شود. رئیس‌جمهور مسئولیت‌ها را محصور به یک گروه نکرد. این انسجام و وحدتی که امروز در جامعه شاهد هستیم، از رویکرد در رئیس‌جمهور بر خواسته است. این دستاورد مهمی برای دولت چهاردهم در یک سال گذشته به شمار می رود و شخصیت فراجنبشی پزشکیان کلید حل مشکلات است.

دکتر نعمتی انارکی؛

چرا جنگ روایت‌ها مهم‌تر از جنگ گلوله‌ها است؟

سرویس سیاسی – اگر در میدان رسانه مرجعیت نداشت‌ه باشیم، نمی‌توانیم فضای جامعه را از روایت‌های تحریف‌شده و ساختگی پاک کنیم. بنابر این باید قدرت واکنش سریع رسانه‌ای پیدا کنیم و روایت‌ها باید بر اساس شناخت مخاطب باشد تا بر دل و ذهن او بنشیند.

در روزهای که منطقه خاورمیانه درگیر یکی از حساس‌ترین تقابل‌های نظامی میان اسرائیل با ایران بود، جنگ روایت‌ها نیز به موازات درگیری‌های نظامی، به میدان آمد. آنچه که در آن ۱۲ روز و اکنون در رسانه‌های مختلف در دنیا و شبکه‌های اجتماعی بازتاب یافت و می‌یابد، صر فایز تاب و افعیت‌های میدانی نیست، بلکه حاصل رقابتی شدید برای تعیین تفسیر غالب از اقعیت است. در این نبرد بی‌صدا اما سرنوشته‌ساز، هر طرف تلاش می‌کند با تولید روایت اول، استفاده از تکنیک‌های روان‌شناختی و بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای، ذهن افکار عمومی را به تسخیر درآورد. بدین ترتیب عرصه رسانه به یک جبهه تمام‌عیار در جنگ‌نوین تبدیل شده‌است، جایی که پیروزی، نه با گلوله، بلکه با قناعت مخاطب رقم می‌خورد. پس باید این جنگ را شناخت و به ماهیت آن پی برد تا بتوان بهتر عمل کرد.

گفت‌وگو با دکتر داود نعمتی انارکی عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما و تحلیلگر مسائل رسانه‌ای را در ادامه می‌خوانید:
در این روزها که شاهد حمله اسرائیل به ایران بودیم، اصطلاح جنگ روایت‌ها سراسر زبان‌ها افتاده، این مفهوم به چه معنی است؟

جنگ روایت‌ها (Narrative Warfare) اصطلاحی است که عمدتاً در حوزه فعالیت‌های رسانه‌ها تعریف می‌شود. آنچه که به عنوان جنگ روایت‌ها به عنوان نوعی نبرد راهبردی مطرح است در واقع از سه ضلع تشکیل می‌شود: ضلع رسانه، اطلاعات و ضلع افکار عمومی. یعنی شما در جنگ روایت‌ها باید این سه ضلع را داشته باشید. در جنگ روایت‌ها هر طرف تلاش می‌کند روایت (Narrative) خاصی از یک رویداد یا درگیری را ارائه دهد تا در ذهن مخاطب تصویر مطلوب خود را تثبیت کند.

با این اوصاف هدف اصلی از جنگ روایت‌ها، تصویرسازی رسانه نسبت به یک موضوع است؟

به‌نظم باید فراتر از این دید، در واقع هدف اصلی جنگ روایت‌ها نیز می‌تواند سه ضلع داشته باشد، ضلع شکل دادن به درک مردم از یک واقعیت، ضلع مشر و بسازی پیام و رفتار خود و ضلع بی‌اعتبار کردن روایت طرف مقابل است.

مهمترین ابزارها و تکنیک‌های جنگ روایت‌ها چه می‌تواند باشند؟

مهمترین ابزار جنگ روایت‌ها، رسانه‌ها هستند. چه رسانه‌های جریان اصلی و چه رسانه‌های جدید، در واقع از طریق رسانه‌ها این روایت‌ها شکل می‌گیرد و به افکار عمومی ارائه می‌شود. اما رسانه‌ها با بهره‌گیری از تکنیک‌های مختلف به روایت‌سازی پرداخته‌و آن را امتشر می‌کنند، برخی از این‌ها را می‌توان چنین نام زد: داستان‌روایتی از طریق Storytelling، یاداستان‌سرای برای اساس واقعیت‌ها و البته به‌طور هدفمند، بهره‌گیری از تصاویری که به این داستان‌سرای کمک کند، نمادسازی و بهره‌گیری از نمادها یا هدف تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب هدف، شایع‌سازی با این هدف که دروغی نسبت داده شود، بسط دادن اخبار جعلی و انتشار آن‌ها با هدف دور کردن ذهن مخاطبان از واقعیت‌ها، استفاده از سلبریتی‌ها یا اینفلوئنسر‌ها که می‌توانند روایت از موضوع را با بیانی جذاب به مخاطب ارائه کنند. البته تکنیک‌های دیگری هم وجود دارد که بسته به هدف، رسانه می‌تواند از آن‌ها بهره‌مند شود.

در کنار واژه جنگ روایت‌ها، عمدتاً واژه جنگ روانی نیز قرار می‌گیرد، این واژه به چه مفهوم است؟

این واژه را می‌توان به نوعی عملیات هدفمند بدون درگیری بسط داد. روایتی که به هدف تأثیرگذاری بر روحیه، احساسات، نگرش‌ها و رفتار مردم باینرو انجام می‌شود. وقتی که عملیات روانی انجام می‌شود، نوعی ترس، ناامیدی یا حس شکست را در مخاطب پدید می‌آورد که بی‌شک اثر تخریب‌کننده زیادی بر روحیه خواهد داشت.

برای رسانه در موضوع جنگ روایت‌ها چه راهبردهایی برای ساختن روایت‌های قوی و معتبر وجود دارد که بتواند تصویر واقعی وقایع را به مخاطبان منتقل کند و تأثیرگذاری جنگ روانی طرف مقابل را کاهش دهد؟

راهبردهای مختلفی را می‌توان نام برد، من این راهبردها را با تکنیک‌ها در نیک به هم می‌بینم، بخشی از آن‌ها را در یکی از سولات قبلی بیان کردم، در ادامه به برخی دیگر اشاره می‌کنم.

سیاسی

دکتر نعمتی انارکی؛

چرا جنگ روایت‌ها مهم‌تر از جنگ گلوله‌ها است؟

یکی از راهبردها، استفاده از مستندات معتبر در روایت‌سازی درست است که در روایت‌سازی از تکنیک داستان‌سرای استفاده می‌شود، اما به این معنی نیست که روایت از واقعیت جودی رویداد فاصله بگیرد. همچنین استفاده از گزارش‌های میدانی و منابع مستقل برای اعتباربخشی به موضوع هم به عنوان راهبرد مطرح است.

از دیگر راهبردهای می‌توان به اصل شفافیت و صداقت خبری اشاره کرد که جایگاه مهمی در روایت‌سازی دارد. روایت اگر شفاف و مبتنی بر صداقت باشد بهترین تأثیر را خواهد داشت. در روایت درست یک رویداد مهم حتماً باید از بزرگنمایی و یا کوچک‌نمایی پرهیز کرد، چون به اعتماد مخاطب نسبت به کارکرد خبری و جریان‌سازی رسانه به شدت لطمه می‌زند؛ سرعت همراه با دقت نیز می‌تواند به عنوان یک راهبرد مطرح باشد.

وقتی رسانه‌ای با سرعت در انتشار و دقت به لحاظ صحت اطلاعات عمل می‌کند، آن رسانه در جذب مخاطب موفق خواهد بود، در واقع رسانه‌ای که به این اصل توجه داشته باشد روایت اول را شکل داده و هر رسانه‌ای که روایت اول را داشته باشد مخاطب بیشتری را جذب خواهد کرد. یک نکته دیگر را هم اشاره کنم که در موضوعات مهم که جنبه جهانی پیدا می‌کنند، باید به اصل توجه به مخاطب جهانی نیز توجه نشان داد، روایت باید به گونه‌ای باشد که مخاطب جهانی نیز به روایت رسانه توجه نشان دهد و با آن ارتباط برقرار کند. در واقع روایت باید قابل فهم و همدلانه برای افکار عمومی خارج از مرزها باشد.

بنظر شما اگر روایت اول را از دست بدهیم چه می‌شود؟
فقدان رقابت‌روایت اول را امتشر می‌کنند و شمارد موقعیت‌پخش اخبار کم‌تر و نهایتاً موضع‌دهند آن خبر را قوامی می‌گیرند، در این حالت، دیگر نمی‌توان افکار عمومی را به‌سادگی با خود همراه کرد. به عنوان مثال در همین جنگ اسرائیل بر علیه ایران در اولین روز حمله، صداوسیما اخبار حمله را سریع منتشر کرد، یعنی روایت اول در اختیار رسانه داخلی بود، اگر در انتشار اخبار دچار مکث می‌شد و رسانه‌های دیگر خبر را سریع‌تر منتشر می‌کردند، روایت اول دست آن‌ها می‌افتاد.

نقش رسانه‌های داخلی در مقابله با رسانه‌های طرف‌دار اسرائیل که به توجیه حملات اسرائیل به مناطق غیرنظامی ایران از طریق روایت‌های نادرست می‌پردازند، چیست؟

رسانه‌های داخلی می‌توانند در مقابله با روایت‌های نادرست نقش آفرینی کنند، مثلاً از طریق بر ملا کردن تناقض‌هایی که می‌تواند در اخبار و گزارش‌های آن‌ها وجود داشته باشد و نیز با بررسی تطبیقی روایت‌های رسانه‌های مختلف می‌توان تناقضات را بر ملا کرد. همچنین در مورد جلب توجه و اعتماد مخاطب جهانی رسانه می‌تواند با برجسته‌کردن آسیب‌های انسانی، نقض حقوق بین‌الملل، نشان دادن اثرات مخرب حمله به زیرساخت‌های غیرنظامی در گزارش‌ها و روایت‌های رسانه‌ای که رویکردی بر انسان محوری دارد در جلب توجه مخاطب جهانی اثر گذار باشد. مثلاً پخش صحنه حمله اسرائیلی‌ها به میدان قدس نجربیش که تعدادی شهید و مجروح و خسارت زیادی را به همراه داشت، بهترین روایت تصویری است که می‌تواند به عنوان روایت اول، بالاترین تأثیر را به لحاظ بی‌طرفان بردن مخاطب به حمله اسرائیل به غیرنظامیان به همراه داشته باشد. ضمه‌نادعوت و همکاری با رسانه‌های بین‌المللی برای تهیه گزارش از موضوعی خاص در جلب توجه مخاطب جهانی تأثیر دارد. مثلاً کاری که صداوسیما در دعوت از خبرنگاران خارجی برای بازدید از ساختمان‌شیشه‌ای صداوسیما که توسط اسرائیل مورد حمله نظامی قرار گرفت انجام داد، باعث شد آن‌ها آثار این حمله به یک مرکز رسانه‌ای را از زبان خبرنگاران خارجی و از زاویه دوربین رسانه آن‌ها به جهانیان‌مخابره کنند، روایتی که مستند به مشاهدات مستقیم خبرنگاران است و لذا میزان توجه مخاطب جهانی را بالا می‌برد. از دیگر نکات برای جلب اعتماد جهانی می‌توان استناد به منابع بی‌طرف و موثق را اشاره کرد، منابعی که در سطح افکار عمومی مورد تأیید عمومی هستند مانند برخی سازمان‌های بین‌المللی و برخی از اشخاصی که مقبولیت جهانی دارند مانند روزشکاران، هنرمندان و اندیشمندان. همچنین پرهیز از اغراق و شعارزدگی هم در ایجاد اعتماد جهانی تأثیر گذار است.

در برابر نشر اطلاعات نادرست توسط دشمن، چه ابزارها و روش‌هایی برای شناسایی و مقابله وجود دارد؟ در واقع چگونه می‌توان اطلاعات نادرست را از اطلاعات درست تفکیک کرد؟

اسماعیل گرامی مقدم، چهره سیاسی اصلاح‌طلب:

آزادی زندانیان سیاسی اولویتی فوری و ملی است

نیز شده‌است، و به‌نظم من، مهم‌ترین اقدامی است که باید در اولویت قرار گیرد.
وی درباره مسائل و کارهای گزینش و انتصاب مدیران دولتی نیز گفت: در موضوع ارزیابی و صلاحیت‌سنجی برای پست‌های اجرایی، سخت‌گیری‌های غیرمنطقی و گزینش‌های غیرمرتبط باید متوقف شود. انتصاب افراد باید صرفاً بر اساس شایستگی و تخصص صورت گیرد، نه بر اساس ملاحظات امنیتی یا جناحی. این مسئولیت بر عهده دولت است که اجازه ندهد وقت دستگاه‌های امنیتی صرف بررسی‌های زائد شود.

او افزود: در حال حاضر، نزدیک به ۶۰۰ هزار نفر از مدیران و کارمندان دولت در فرآیندهای تأیید یا رد صلاحیت قرار می‌گیرند که این روند وقت زیادی از دستگاه‌های امنیتی می‌گیرد. این امر باید به حراست‌های داخلی سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها واگذار شود تا دولت بتواند رابطه خود را با ملت بر پایه اعتماد و کارآمدی بازسازی کند. نگاه دولت نسبت به این رابطه باید دچار یک چرخش اساسی شود.

در ادامه، گرامی مقدم درباره جایگاه دیپلماسی در قدرت ملی و ارزیابی خود را رویکرد دولت پزشکیان نیز اظهار داشت: یکی از

شنبه ۲۱ تیر ۱۴۰۴، ۱۶ محرم ۱۴۴۷، ۱۲ جولای ۲۰۲۵، شماره ۴۷۴۳، صفحه ۵



رسانه‌ها به چه راه‌حل‌هایی باید توجه کنند؟

رسانه‌ها نباید در دام روایت‌های قالبی بیفتند، برای این کار باید به چند چیز توجه شود: اول اینکه روایت را بر اساس واقعیت‌های متنوع و انسانی بسازند، دوم اینکه از تحلیل داده، گزارش میدانی، گفتگو با کارشناسان و تحلیل گران خبره، مدیران و مسئولان مرتبط استفاده کنند، چرا که استفاده از داده‌ها و تحلیل آن‌ها و بهره‌گیری از نظرات مختلف دو بال روایت‌سازی حرفه‌ای است.

دیگر اینکه داستان‌گویی واقعی و حرفه‌ای را جایگزین شعار کنند. به فضای گفت‌وگو و روایت چندصدایی توجه نشان دهند که من از آن به عنوان اختلاف مشروع یاد می‌کنم تا روایت رسمی دچار ابزوله شدن نشود و مهم‌تر اینکه مخاطب را یابسانند و ارزیابی دقیق‌از او داشته باشند و روایت را با زبان و دغدغه او تنظیم کنند. بگذارید صریح عرض کنم که در شرایط خاص مثلاً شرایط جنگی هر حمله نظامی یا درگیری امروزه نه تنها در میدان جنگ بلکه به شکل هم‌زمان در میدان روایت و میدان ذهن مخاطب اتفاق می‌افتد، پس باید مخاطب‌شناسی اولویت‌رسانه باشد.

در همین جنگ ۱۲ روزه اسرائیل علیه ایران، یکی از روایت‌های اسرائیل و برخی رسانه‌ها با استناد به منابع آگاه با مقامات نظامی اسرائیل، این بود که حملات اسرائیل حملات کاملاً موفقیت‌آمیزی بوده‌است و پیامی برای بازدارندگی ایران داشته است، به نظر شما هدف چنین روایت‌هایی چه می‌تواند باشد؟

علیرغم پیچیدگی‌هایی که این روایت‌ها دارند، اما هدف چنین روایت‌هایی کاملاً شفاف و بی‌پرده است: القای توانمندی نظامی و بازدارندگی اسرائیل و اینکه قدرت بالایی دارد و همچنین به مخاطب جهانی این مطلب را بقبولاند که این قدرت توانسته ضربات سختی به ایران بزند. در واقع تلاش می‌کند بر دراشت مخاطب از موضوع مسلط شود. این دقیقاً همان چیزی است که در ادبیات جنگ اطلاعاتی به آن مجاب‌کردن غیر واقعی گفته می‌شود.

این جنگ ۱۲ روزه نشان داد که یکی از راه‌های عملیات روانی و روایت‌سازی رسانه‌ای، استفاده از رسانه‌های اجتماعی است، بنظر شما هدف از بهره‌گیری از فضای مجازی چیست؟

باشما موقوم، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نقش موثری در شکل دهی به افکار عمومی پیدا کرده‌اند، چون نسبت به رسانه‌های جریان اصلی اخبار و مطالب مختلف به سرعت در آن انتشار می‌یابد، بی‌شک کشوری که حمله را شروع می‌کند از قبل تمام رسانه‌های قدیم و جدید وابسته و ط‌رف‌دار خود را رانیز به خط می‌کند که پس از عملیات نظامی، عملیات روانی را آغاز کند و ما شاهدیم که پس از حمله اسرائیل در روز اول و نیز حملات بعدی، لشکر رسانه‌ای آن‌ها و به‌خصوص در فضای مجازی خبرهای مثبتی برانهدام مراکز حساس نظامی ایران، آغاز جنگ تمام‌عیار، اختلال در سامانه‌های دفاعی ایران و... را منتشر کردند و هدف ایجاد هراس عمومی، اختلال در اعتماد به سیستم دفاعی و افزایش فشار بر افکار عمومی بود. این نوع اقدامات در چارچوب عملیات روانی قرار می‌گیرند که تلاش می‌کنند با تولید محتوا در فضای مجازی، رفتار و روحیه جمعی مردم را هدف قرار دهند.

و کلام آخر شما؟

در دنیای کنونی و شرایطی که در آن هستیم، آنچه سرنوشت افکار عمومی داخلی و جهانی را رقم می‌زند، نه صرفاً فاسیلیات و عملیات میدانی، بلکه قدرت جریان‌سازی و روایت‌سازی توسط رسانه‌است. اگر در میدان رسانه مرجعیت نداشته باشیم، نمی‌توانیم فضای جامعه را از روایت‌های تحریف‌شده و ساختگی پاک کنیم. بنابر این باید قدرت واکنش سریع رسانه‌ای پیدا کنیم و روایت‌ها باید بر اساس شناخت مخاطب باشد تا بر دل و ذهن او بنشیند.

در واقع خروج از روایت‌های قالبی و کلیشه‌ای؛ تولید روایت‌هایی با زبان، دغدغه و نیازهای مخاطب داخلی و بین‌المللی، خصوصاً فصل جوان، رسانه را با موفقیت در میدان جنگ روایت‌ها و روبرو می‌سازد. همچنین رصد و مقابله فعال با اطلاعات جعلی و عملیات سایبری اهمیت دارد.



ما باید تلاش می‌کردیم فضای مذاکرات سساده و شفاف شود تا امکان توافق فراهم گردد.

وی درباره نقش اجلاس سر ۷ نیز گفت: اجلاس گروه هفت یا همان G۷، تأثیر مستقیمی بر ایران ندارد. این کشور همان مواضعی را تکرار می‌کند که اروپا در مذاکرات با ایران دنبال می‌کنند. بنابراین، تأثیر قابل توجهی بر انعطاف یا تغییر مواضع ایران نخواهد داشت.

پرتیراژترین و با سابقه ترین نشریه جزیره کیش

گسترده ترین شبکه اطلاع رسانی داخلی منطقه آزاد کیش