

مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه‌های تروریستی

(مطالعه موردی: استفاده گروه داعش از تویتر و فیس‌بوک)

نعمت‌الله فاضلی* ، محمد سلطانی فر** ، حجت‌الله عباسی***

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۴/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۸/۱

چکیده

شبکه‌های اجتماعی علاوه بر تولید و انتشار اطلاعات بستر مناسبی برای مدیریت سازمانی محسوب می‌شوند. گروه دولت اسلامی (داعش) اهداف تروریستی را از طریق شبکه‌های اجتماعی بویژه فیس‌بوک و تویتر به‌پیش می‌برد. این گروه اقداماتی مانند جذب و سازمان‌دهی نیروها، برنامه‌ریزی و اجرای عملیات، نظارت و کنترل، هدایت و رهبری، ارتباطات و هماهنگی عملیات تروریستی را از طریق دورکاری در شبکه‌های اجتماعی به‌پیش می‌برد. شبکه‌های اجتماعی تویتر و فیس‌بوک برای گروه داعش اهداف، مزیت‌ها و کارکردهای تأثیرگذاری دارند. اهداف گروه داعش در این شبکه‌ها

nfazeli@hotmail.com

msoltanifar@yahoo.com

abbasi270@yahoo.com

* دانشیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

** دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی.

*** دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول).

مشمول بر جلب توجه، کسب مشروعیت و مقبولیت، هویت‌سازی، اعلام موجودیت و کسب قدرت هستند. مزیت‌ها شامل مخاطبان جهانی، دسترسی آسان، قدرت شبکه، سرعت زیاد، ارتباطات افقی، ارتباطات فراگیر، ارتباطات تعاملی، ارتباطات منعطف و ارتباطات ارزان هستند. این شبکه‌ها کارکردهای اطلاع‌رسانی، بسیج اجتماعی و همبستگی اجتماعی برای گروه تروریستی داعش و پیشبرد اهداف آن در صحنه بین‌المللی دارند. این پژوهش برای تبیین اهداف، مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی توییتر و فیس‌بوک برای گروه تروریستی دولت اسلامی باهدف شناخت، کنترل و مقابله با پدیده تروریسم رسانه‌ای و تقلیل آسیب‌های ناشی از آن انجام شده است. داده‌های این پژوهش از طریق روش گراندد تئوری و مطالعات اسنادی گردآوری و تجزیه و تحلیل شده است.

واژه‌های کلیدی: تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک،

توییتر، گروه داعش

مقدمه و بیان مسئله

سیر تحول وسایل ارتباطی و چرخش رسانه‌های نوین در جهت ادغام افقی نقش‌ها و وظایف، موجب شده است که شبکه‌های اجتماعی نه تنها نقش‌های رسانه‌ای ایفا کنند بلکه قادر به ایفای نقش‌های مدیریتی هستند. از طریق این شبکه‌ها می‌توان نقش‌هایی مانند سازمان‌دهی، نظارت و کنترل، برنامه‌ریزی، رهبری و هدایت و جذب و آموزش نیرو را سامان داد. یکی از ویژگی‌های بارز جهانی شدن و بویژه فضای مجازی، مرز زدایی و تمرکززدایی است. طراحی رسانه‌های جدید بر محوریت کاربران و حذف حلقه‌های واسطه موجب شده است تا فرآیند دروازه‌بانی اطلاعات در این شبکه‌ها رنگ بازو و عرصه جدیدی برای احیای هویت، فراروی بازیگران سیاسی و اجتماعی نمایان گردد. انتشار بدون محدودیت هرگونه اطلاعات و فارغ از دروازه‌بانی در این شبکه‌ها به

مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای ... ۳

بروز تعارضات در فضای اجتماعی و سیاسی دامن زده و این مسئله مهمی است که باید به آن توجه شود.

گروه‌های تروریستی به‌عنوان بازیگرانی با اهداف مجرمانه احیای هویت خود را بر بنیان این شبکه‌ها استوار کرده‌اند. در این میان گروه تروریستی داعش استراتژی اصلی خود را رسانه‌ای کردن اقدامات تروریستی از طریق ایجاد ارباب و وحشت و از طریق پیشران شبکه‌های اجتماعی هدف‌گذاری کرده است. پیش از ظهور شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های تروریستی برای انتشار اطلاعات و اخبار از رسانه‌های جریان اصلی مانند خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون و مطبوعات بهره می‌گرفتند. این فرآیند مستلزم عبور اطلاعات و اخبار آنان از دروازه‌های خبری رسانه‌های جمعی بود. با زایل شدن دروازه‌بانی در شبکه‌های اجتماعی، ابزار سردبیری، تولید و انتشار اطلاعات و اخبار در اختیار بازیگران سیاسی و اجتماعی قرار گرفته و نقش دولت‌ها به‌شدت تضعیف شده است. دسترسی بلا واسطه گروه تروریستی داعش و دسترسی مخاطبان به این شبکه‌های فراگیر، آوردگاه جدیدی را خلق کرده و مخاطرات پیچیده‌ای را فراروی تصمیم‌گیران جوامع قرار داده است. ارتکاب روزافزون گروه داعش به قتل انسان‌ها و جنایات گوناگون و تصویربرداری حرفه‌ای از آن‌ها و نمایش در شبکه‌های اجتماعی برای ارباب و وحشت شهروندان، چالش‌برانگیز است. «از دیدگاه فردیناند جذابیت‌های جریان آزاد اطلاعات و امکاناتی که فناوری‌های نوین در اختیار طیف گسترده‌کنش‌گران قرار می‌دهند، بسیاری از مقاومت‌های اولیه را در هم می‌شکنند و چالش‌های بزرگی را در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی پیش روی دولت‌ها قرار می‌دهد.» (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰: ۷۳). تبیین مزیت‌ها و کارکردهای این شبکه‌ها برای گروه تروریستی داعش و ارائه راهکارهایی برای مقابله با تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند افق جدیدی را در منظر مدیران و کاربران شبکه‌های اجتماعی قرار دهد.

روش‌شناسی تحقیق

موضوع این پژوهش تبیین اهداف، مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی توییتر و فیس‌بوک برای گروه تروریستی داعش است. در این پژوهش گروه تروریستی داعش به‌عنوان بزرگ‌ترین تشکیلات تروریستی جهانی و شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر به‌عنوان سرآمد شبکه‌های اجتماعی مورد توجه قرار گرفته‌اند. پژوهش درصدد این است که به‌این پرسش‌ها پاسخ دهد: ۱- گروه تروریستی داعش چه اهدافی را از طریق شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر پی می‌گیرد؟ ۲- مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای گروه داعش چه مواردی هستند؟ ۳- شبکه‌های اجتماعی چه کارکردهایی برای گروه داعش دارند؟ داده‌های این پژوهش از طریق روش گراندد تئوری و مصاحبه با ۱۶ نفر از اساتید و صاحب‌نظران برجسته شبکه‌های اجتماعی، امنیت سایبری، علوم ارتباطات، مدیریت رسانه، علوم سیاسی و روابط بین‌الملل و سیاست‌گذاری رسانه‌ای (جدول شماره ۱) و همچنین با استفاده از مطالعات تاریخی و اسنادی مشتمل بر مقالات، پژوهش‌ها، کتاب‌ها گردآوری و تجزیه و تحلیل شده است.

برای دستیابی به مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی با الهام از نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز چهار مقوله خودمختاری رسانه‌ای، دسترسی به رسانه جهانی، شبکه‌ای شدن و دیجیتالی شدن و درباره دستیابی به کارکردها با الهام از نظریه کارکردهای رسانه‌ها، سه مقوله اطلاع‌رسانی، کارکرد بسیج اجتماعی و کارکرد همبستگی اجتماعی متناسب با موضوع تحقیق و پرسش‌های آن در نظر گرفته شده‌اند.

مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای ... ۵

جدول ۱- مشخصات اساتید و صاحب‌نظران مصاحبه شده

ردیف	نشانگر	تخصص	سوابق علمی و اجرایی
۱	S	دکتری هوش مصنوعی و رباتیک/ شبکه اجتماعی	سرپرست پژوهشگاه فضای مجازی شورای عالی فضای مجازی/ استادیار دانشگاه تهران
۲	B	دکتری علوم ارتباطات	مدیر گروه روابط عمومی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
۳	E	دکتری علوم ارتباطات	مدرس دانشگاه و پژوهشگر شبکه‌های اجتماعی
۴	P	دکتری علوم ارتباطات	مدیر گروه ارتباطات پردیس تحصیلات تکمیلی علامه طباطبائی
۵	K	دکتری علوم ارتباطات	مدیر گروه مطالعات ارتباطی دانشگاه علامه طباطبائی
۶	D	دکتری علوم سیاسی	استادیار دانشگاه علامه طباطبائی
۷	F	دکتری علوم ارتباطات	رئیس دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
۸	A	دکتری علوم ارتباطات	مدیر گروه روزنامه‌نگاری دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
۹	H	دکتری روابط بین‌الملل	معاونت پژوهشی دانشکده حقوق و علوم سیاسی علامه طباطبائی
۱۰	M	دکتری مدیریت استراتژیک	ریاست مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۱۱	R	دکتری مدیریت رسانه	مدیر گروه دکتری ارتباطات دانشگاه آزاد شمال و مدیرکل پیشین نظارت و ارزیابی اخبار و برنامه‌های سیاسی صداوسیما.

مدیرکل روابط عمومی صداوسیما	دکتری علوم ارتباطات	N	۱۲
استادیار دانشگاه علامه طباطبائی	دکتری علوم ارتباطات	C	۱۳
مدیر مرکز آموزش موسسه همشهری	دکتری علوم ارتباطات	T	۱۴
رئیس مرکز تشخیص و پیش‌گیری از جرائم سایبری (پلیس فتا)	دکتری امنیت سایبری	G	۱۵
مدیرعامل پیشین خبرگزاری جمهوری اسلامی و استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	دکتری مدیریت	V	۱۶

مبانی نظری پژوهش

تروریسم رسانه‌ای به استفاده تروریست‌ها از نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های جمعی برای پیشبرد اهداف تروریستی اطلاق می‌شود. اصطلاح تروریسم رسانه‌ای نخستین بار در سال ۱۹۸۵ در جریان دومین کنفرانس بین‌المللی علیه تروریسم بیان شده است. جان اسکات (Scott, 2001:215) در این باره می‌گوید: «گزارش دومین کنفرانس بین‌المللی مبارزه با تروریسم حاکی است که جدیدترین شکل تروریسم که توسط سازمان آزادی‌بخش فلسطین در سال ۱۹۶۸ رخ داده را می‌توان تروریسم رسانه‌ای نامید که شامل حملات تصادفی به هرکسی است. هدف آن‌ها این است که اعلام عمومی و انتشار دادن انگیزه و نام گروه تروریستی بدون حضور رسانه‌ها اقدامی بی‌معنی است و حتی انگار عملیاتی رخ نداده است.» تروریسم گونه‌های متنوعی دارد، یکی از گونه‌های جدید، تروریسم رسانه‌ای اجتماعی^۱ است. «تروریسم رسانه‌ای اجتماعی استفاده از

1. socially mediated terrorism

مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای ... ۷

رسانه‌های شبکه‌ای و اجتماعی برای افزایش تأثیر اقدامات خشونت‌آمیز بکار گرفته شده به دلایل اجتماعی، سیاسی و یا مذهبی و باهدف گسترش درد و رنج روانی، عاطفی و جسمی بر مخاطبان بلا واسطه است.» (10: smith and others, 2015). نوع خاصی از تروریسم رسانه‌ای، تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی^۱ است که فرآیند جریان سازی، تأثیرگذاری و هدایت افکار عمومی از طریق تولید و انتشار محتوی افراط‌گرایانه و تروریستی در این شبکه‌هاست.

حذف مرزبانی در شبکه‌های اجتماعی و بسط حوزه جغرافیایی، توانمندی تروریست‌ها برای پیشبرد اهداف تروریستی را به میزان زیادی افزایش داده است. آنان فارغ از هرگونه کنترل رسمی قادر به سازمان‌دهی، ایجاد ارتباطات و هماهنگی عملیات تروریستی در هر نقطه‌ای از جهان شده‌اند. «تحت فشار سازمان‌های ضد تروریستی، جهادگرایی جهانی در دو دهه گذشته از سلسله مراتبی متمرکز به گروه‌های شبکه‌ای شده و سپس به سلول‌های مجرد و کوچک تبدیل شده است. شناسایی واحدهای جدا شده و در هم شکستن آن‌ها بویژه حملات گرگ‌های تنها بسیار دشوار است.» (Knoke, 2015: 7). «در عصر اینترنت روند افراط‌گرایی بسیار سریع‌تر، گسترده‌تر و مخفیانه‌تر پیش می‌رود و امکان شناسایی عاملان حمله‌های غافل‌گیرانه اعضای سازمان‌های تروریستی و حامیان‌شان کمتر می‌شود.» (هاسکینز و اولافلین، ۱۳۹۲: ۲۹۷). گمنامی و ناشناسی موجب می‌شود در بسیاری از موارد، تروریست‌ها با ایجاد خسارات سنگین ردپایی نیز از خود بجا نگذارند. «فضای سایبری، ابزاری تابع جنگ نامتقارن است، زیرا به‌صورت ناشناس بکار می‌رود لذا جلوگیری و جبران آن کاری دشوار است.» (کرامر و دیگران، ۱۳۹۴: ۲۷۶).

1. socially networked terrorism

تروریسم فیس‌بوکی

نفوذ قابل توجه فیس‌بوک در خاورمیانه و از جمله در کشورهای مورد منازعه تروریستی، موجب شده است که گروه دولت اسلامی و حامیان آن‌ها به‌طور گسترده از این شبکه‌ها برای کاربردهایی همچون تبلیغات، آموزش، جذب نیرو و جنگ روانی استفاده کنند. این کارکردها سبب شده است تا گابریل ویمن از اصطلاح تروریسم فیس‌بوکی^۱ برای این شبکه اجتماعی استفاده کند. فیس‌بوک به دلیل استفاده گروه داعش تحت فشار افراد و سیاستمداران جهانی قرار گرفت. در همین رهگذر در بهمن ۱۳۹۴ فیس‌بوک یگان مبارزه با تروریسم تشکیل داد. (سایت خبر آنلاین، ۱۳۹۴) «تروریست‌ها فیس‌بوک را به‌عنوان دروازه ورود به سایت‌های افراطی و دیگر محتوای رادیکال آنلاین استفاده می‌کنند. این شبکه به‌عنوان روزنه‌ای برای تبلیغات تروریستی و پیام‌های ایدئولوژیک افراط‌گرایانه عمل می‌کند و مکانیزمی برای اشتراک‌گذاری اطلاعات تاکتیکی و عملیاتی است.» (Wu, 2015: 289).

تروریسم توییتری

شبکه اجتماعی توییتر جایگاه برجسته‌ای در فرآیند اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های رسانه‌ای گروه تروریستی داعش دارد. «قابلیت در زمان واقعی بودن توییتر، ارتباطات فوری را برای تروریست‌ها میسر می‌سازد. ارتش آمریکا گزارش‌های نگران‌کننده‌ای دارد که توییتر ابزار هماهنگی مؤثر برای تروریست‌ها و راه‌اندازی حملات شبه‌نظامیان بوده است.» (Wu, 2015: 289). «صفحات منتسب به داعش روزانه قریب به ۱۰۰ هزار پست در جهت تقویت، حمایت و نشر و تبلیغ افکار و عقاید آن گروه توثیق می‌کنند.» (سایت میزان آنلاین، ۱۳۹۵). (سایت گرداب، ۱۳۹۴). «توییتر را می‌توان مهم‌ترین ابزار رسانه داعش دانست. جالب آنجا است که داعشی‌ها در توییتر ابتدا به زبان انگلیسی و

مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای ... ۹

در حجمی بسیار کمتر از آن به زبان عربی اقدام به ارسال توئیت‌های خود می‌کنند و البته هر حساب کاربری توئیتری که در خدمتشان است مدتی به ارسال اخبار ادامه داده و سپس به صورتی ناگهانی از کار می‌افتد». (نجات پور، ۱۳۹۳: ۹۸). یک کاربر داعشی در فروردین ۱۳۹۵ نوشت: «تویتر حساب کاربری مرا ۳۲۸ بار مسدود کرده است. اما باز هم برمی‌گردم!». (سایت میزان آنلاین، ۱۳۹۵).

در پاسخ به اقدامات مدیران این دو گروه اجتماعی برای حذف صفحات و حساب‌های کاربری گروه دولت اسلامی «داعش مدیران توئیتر و فیس‌بوک را تهدید کرد». (سایت فارس نیوز، ۱۳۹۴). «اگرچه داعش از یوتیوب و فیس‌بوک نیز به‌طور گسترده‌ای استفاده کرده اما میزان استفاده این گروه از توئیتر به مراتب بیشتر بوده و به همین علت توئیتر در رأس برنامه مبارزه آنلاین با داعش قرار داشته است». (سایت تبیان، ۱۳۹۵).

مطالعات و پژوهش‌های پیشین

چالش‌های ناشی از فعالیت گروه تروریستی داعش، موضوع «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» را به سرفصل مطالعات نسبت رسانه و تروریسم ارتقاء داده است. در دهه اخیر درباره نسبت تروریسم و شبکه‌های اجتماعی مطالعات و پژوهش‌هایی انجام شده است. کلاوسن (Klausen, 2014: 19-20) پژوهشی درباره شبکه اجتماعی توئیتر با عنوان «توئیت جهاد: رسانه‌های اجتماعی، شبکه جنگجویان خارجی غربی در سوریه و عراق» انجام داده است. این پژوهش با استفاده از اطلاعات حساب کاربری ۵۹ ستیزه جوی غربی شناخته شده در سوریه متعلق به گروه‌های داعش و جبهه النصره با زبان انگلیسی و عربی انجام شده است. بر اساس این تحقیق توئیتر در خدمت اهداف ضروری سازمان‌های تروریستی برای اقناع و جذب نیرو، ساختن گروه‌های چندملیتی از افراط‌گرایان خشونت‌طلب، ابزار جنگ روانی تهاجمی، پل ارتباطی با دیگر رسانه‌های

اجتماعی، انتشار تصاویر ترور و خشونت، اطلاع‌رسانی، ارعاب عمومی، تبلیغ اصول جهادی از طریق ارسال تصاویر نمادین، شیعه زدایی، آموزش، تاکتیک‌های فریب و اطلاعات دروغ، برپایی کمپین و توزیع پیام‌های ایدئولوژیک است».

درباره استفاده اطلاعاتی و امنیتی جریان تکفیر از شبکه‌های اجتماعی مجازی پژوهشی با عنوان «استفاده‌های اطلاعاتی - امنیتی جریان تکفیر از شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک و توییتر)» (۱۳۹۳) انجام شده است و نتیجه آن به‌طور خلاصه بیانگر آن است که «جریان تکفیر به سه روش مبادرت به گردآوری اطلاعات می‌کند. اول این که از طریق «منابع آشکار» مانند صفحات مخالفین و طرفداران، صفحات مربوط به افراد و جریان‌های حاضر در صحنه عملیات و همچنین سایر صفحاتی که داده‌هایی را در خصوص جریان تکفیر به نمایش می‌گذارند، مبادرت به گردآوری اطلاعات مختلفی در خصوص منطقه درگیری، نقل و انتقال نیروهای مخالف تکفیر و... می‌کند...» «جمع‌آوری پنهان» نیز از دیگر مأموریت‌های اطلاعاتی است. در این راستا بخش قابل‌توجهی از جمع‌آوری اطلاعات پنهان این گروه‌ها در صفحات شبکه‌های اجتماعی رقم می‌خورد و با بهره‌گیری از منابع آگاه، منابع ناآگاه، تخلیه اطلاعاتی افراد فعال در شبکه‌ها و همچنین بهره‌گیری از صفحات پوششی اقدام به جمع‌آوری اطلاعات مدنظر خود می‌کنند. از دیگر شیوه‌های جمع‌آوری اطلاعات پنهان توسط این جریان می‌توان به بهره‌گیری از احساسات کاربران و آماده کردن ایشان برای جاسوسی و مهندسی اجتماعی اشاره کرد». (یوسفی و روشنی، ۱۳۹۳: ۷۵)

ویمن (Weimann, 2015: b:9) نیز در پژوهشی با عنوان «از تئاتر تا فضای مجازی: تروریسم رسانه‌ای» چنین نتیجه گرفته است که «مدت مدیدی است که اینترنت ابزار مورد علاقه تروریست‌ها بوده است. تمرکززدایی و گمنامی تقریباً کامل موجب می‌شود که آنان نتوانند در معرض کنترل یا محدودیت قرار گیرند. اینترنت اجازه دسترسی به هر فرد مورد دلخواه را می‌دهد. گروه‌های تروریستی بزرگ و کوچک وبسایت‌های متعلق به خود را دارند. آن‌ها با استفاده از این رسانه‌ها مبادرت به

گسترش تبلیغات، جذب کمک، رادیکالیزه کردن، گمراه کردن، عضو یابی و آموزش آن‌ها، برقراری ارتباط، توطئه‌چینی، برنامه‌ریزی و راه‌اندازی حملات می‌کنند. علاوه بر هزاران وب‌سایت تروریستی، تکیه تروریست‌های جدید بر اتاق‌های گفتگو، گروه‌های الکترونیکی، انجمن‌ها، شبکه‌های اجتماعی و پلت فرم‌های آنلاین مانند یوتیوب، فیس‌بوک و توییتر است.»

پژوهش دیگری که درباره نسبت گروه داعش و رسانه‌های اجتماعی انجام گرفته است پایان‌نامه کارشناسی ارشد (مجتبی خاتونی، ۱۳۹۴: ۹۲) در رشته جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران با عنوان «بررسی و تحلیل ژئوپلیتیکی عملکرد گروه‌های تروریستی در رسانه‌های اجتماعی» است. او در این پژوهش بر اهمیت شبکه توییتر در فرآیند فعالیت‌های رسانه‌ای گروه داعش تأکید و چنین نتیجه‌گیری کرده است که: «سرویس توییتر از این رو که ویژگی‌های مثبت شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ را دارا بوده و از ویژگی‌های منفی کمتری از جمله:

- مقیاس‌پذیری گسترده (برگرفته از شبکه‌های اجتماعی)
 - محیط متمرکز (برگرفته از رسانه‌های اجتماعی)
 - عدم وجود سرویس‌دهنده محلی و در نتیجه عدم کارایی حاکمیت‌های ملی
 - محدود نبودن به زبان خاص و ارائه سرویس به غالب زبان‌های دنیا
 - اختصار و سرعت در انتقال پیام
 - محدودیت‌های کمتر نسبت به شبکه‌های اجتماعی
 - دسترسی آسان‌تر به دلیل حجم پایین محتواها
- و.... برخوردارند، توانسته‌اند جایگاهی به‌مراتب والاتر از سایر رسانه‌های اجتماعی، در امر رسانه‌ای گروه تروریستی داعش بیابند.»

از جمله پژوهش دیگری که درباره استراتژی رسانه‌ای گروه داعش انجام شده است، پژوهش چانگ یین یئونگ (Chung Yin Yeung, 2015: 17-19) با عنوان

«تجزیه و تحلیل انتقادی استراتژی‌های رسانه‌ای داعش» است. این پژوهش بر اساس داده شبکه‌هایی همچون توییتر، فیس‌بوک، یوتیوب و اینستاگرام انجام شده است. پژوهش‌گر استنباط کرده است که استراتژی‌های گروه تروریستی داعش مشتمل بر درگیری کامل با پلت فرم‌های رسانه‌های اجتماعی بسیار منعطف، هدف‌گذاری مخاطبان جهانی، بسیج حامیان آنلاین و تکیه بر روایت دینی برای ایجاد مشروعیت هستند. او در پایان برای مقابله با این استراتژی‌ها چند توصیه کاربردی به این شرح دارد:

- سازمان‌های ضد تروریستی، اینترنت را فعالانه به چالش بکشند.
- برای تضعیف گفتمان داعش، تشکیل تیم‌های تخصصی رسانه‌های اجتماعی با هدف نظارت بر روند و انتشار راهبردها ضد روایت (جدی یا طنزآمیز) ضروری است. رسانه‌های اجتماعی اجازه می‌دهند سازمان‌های دولتی به سهولت توجه جمعیت آنلاین ضد داعش را برای دستیابی به همکاری جلب کنند.
- قوانین جامع برای واداشتن رسانه‌های غربی به همکاری با تلاش‌های ضد تروریستی ضروری است. این شامل ممانعت از گزارش کردن سفر نیروهای غربی به سوریه و پیوستن به داعش در صفحات شخصی بوده که الهام‌بخش دیگران برای ملحق شدن به این گروه است. درباره رویدادهای گردن زدن و اعدام قربانیان، رسانه‌ها تنها باید روی گزارش اعدام و نه دلایل آن تمرکز کنند.
- ایجاد کمپین رسانه‌ای هماهنگ باهدف آسیب رساندن به مشروعیت دینی و پایه‌های اعتقادی داعش ضروری است. به‌عنوان مثال، رسانه‌ها باید بارها و بارها کشتار و تعقیب مسلمانان را توسط داعش برجسته کنند و از قهرمان جلوه دادن آن‌ها برای مسلمانان جهان پرهیز کنند.
- منابع انسانی و تلاش‌های هماهنگ بیشتری برای هدف‌گذاری استراتژی‌ها و پلت فرم‌های رسانه‌های اجتماعی و گفتمان روایت گرای استراتژیک ضد تروریستی سوق داده شوند.»

کنترل تروریسم موضوعی چندوجهی و از لحاظ مفصل‌بندی به مجموعه‌ای از متغیرهای خرد و کلان مرتبط می‌شود که همکاری جامعه جهانی را می‌طلبد. از لحاظ نظری پژوهش‌های متعددی برای تبیین و کنترل این پدیده ضروری است. از جمله پژوهش‌هایی که در راستای کنترل تروریسم رسانه‌ای انجام شده است پژوهش پوترا (Putra, 2016: 5-6) در دانشکده علوم سیاسی و اجتماعی دانشگاه اندونزی با هدف کاهش استفاده تروریست‌ها از رسانه‌های اجتماعی و سه پیشنهاد زیر را ارائه داده است:

۱. حساسیت و سواد رسانه‌های اجتماعی: با وجود این واقعیت که آزادی بیان و گفتگوهای سیاسی، بخش عمده‌ای از مفهوم جامعه مردم‌سالار است؛ محدودیت آزادی مطبوعات و آزادی بیان در مبارزه با تروریسم ممکن است ضروری باشد. اگر پوشش خبری اقدامات تروریستی به بخش عمده‌ای از دل‌مشغولی رسانه‌های جمعی نشود، به تدریج تروریسم کوچک‌تر و در نهایت به خودی خود ناپدید می‌شود.

۲. خودداری داوطلبانه: رسانه‌های جمعی (با آگاهی از امکانات خود و کمک‌های دولتی) به تدوین و اجرای دستورالعمل‌هایی درباره نحوه عمل و کار در شرایط بحرانی ناشی از اعمال تروریستی و بدون هیچ‌گونه اجبار دولتی بپردازند.

۳. محسوب شدن رسانه‌ها به عنوان ارتباطات راهبردی در ساختار شورای امنیت ملی و یکی از عناصر و ابزار قدرت ملی: رسانه‌ها نه تنها نباید ترس و وحشت تولید کنند بلکه همچنین باید فعالیت‌هایی در پیش‌گیری و بهبود اطلاعات گسترده و سریع درباره ارتباطات تروریستی به شهروندان و دولت ارائه نمایند».

جمع‌بندی مطالعات پیشین نشان می‌دهد که گروه تروریستی داعش از شبکه‌های اجتماعی به خاطر مزیت‌هایی مانند تمرکز و درعین حال عدم تمرکز، گمنامی و ناشناس بودن، منعطف بودن، مخاطبان جهانی، مقیاس‌پذیری گسترده، زبان دیجیتال و جهانی، دسترسی آسان و سرعت زیاد انتقال پیام استفاده می‌کند. همچنین از طریق این شبکه‌ها فعالیت‌های همچون اقتناع، راه‌اندازی جنگ روانی، انتشار اخبار ترور، ارباب عمومی،

تبلیغ اصول جهادی، توزیع پیام‌های ایدئولوژیک، کسب مشروعیت، جاسوسی و سرقت اطلاعات و افراطی کردن فضا و همچنین وظایف مدیریتی مانند جذب و سازمان‌دهی نیرو، ساختن گروه چندملیتی، برنامه‌ریزی و هدایت حملات تروریستی استفاده می‌کند. هر یک از پژوهش‌های پیشین از زاویه خاصی به موضوع فعالیت‌های گروه تروریستی داعش در شبکه‌های اجتماعی نگریسته‌اند که در نوع خود ارزشمند هستند. برای مقابله با تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی و تقلیل خسارات ضرورت دارد با نگاه تحلیلی مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه تروریستی داعش مطالعه شود. نتایج این پژوهش برای شناخت، کنترل و مقابله با پدیده تروریسم رسانه‌ای و تقلیل آسیب‌های ناشی از آن مفید است.

یافته‌های تحقیق

الف: اهداف داعش در شبکه‌های اجتماعی

داده‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌های این پژوهش مبین آن است که گروه داعش در استفاده از رسانه‌های جدید برای بیان اهداف، عملکرد و پیشبرد اهداف تروریستی بسیار موفق بوده است. گروه داعش از طریق شبکه‌های اجتماعی درصدد آن است که رهبری افکار حاشیه‌نشینان و صدای‌های خاموش را از طریق شبکه‌های اجتماعی در دست گیرد. این گروه تکفیری با سوار شدن بر موج ناشی از شکاف‌های طبقاتی و دیگر شکاف‌های اجتماعی، در پی «جلب توجه» افکار عمومی به اقدامات و اهداف تروریستی است. داعش در فاصله زمانی کوتاه از طریق اقداماتشان در شبکه‌های اجتماعی جهان را متوجه دیدگاه‌های افراطی خود کردند. عملیات تروریستی دارای جاذبه پوشش رسانه‌ای بوده و طراحی هرگونه عملیات ترور برای جلب توجه افکار عمومی رخ می‌دهد. اگر امکان استفاده از این شبکه‌ها نبود چه‌بسا صحنه‌آرایی و

کارگردانی تصاویر رویدادهای تروریستی مانند گردن زدن، زنده سوزی و... به شکل جاری رخ نمی‌داد.

جامعه شبکه‌ای موجب برساختن هویت‌های خشن و مقاومت است. هویت مقاومت تحت تأثیر تکنولوژی‌های نوین برساخته می‌شود و این تکنولوژی را نیز به خدمت می‌گیرد. شبکه‌های اجتماعی به علت ویژگی شبکه‌ای بودن در مواردی مؤثرتر از رسانه‌های جریان اصلی هستند. این شبکه‌ها چون بر بال جریان‌های مقاومت و ناراضیان سوار می‌شوند، خوراک خوبی برای ایدئولوژی افراطی از جمله گروه داعش هستند. جهانی‌شدن فرهنگی موجب می‌شود، اقلیت‌هایی احساس کنند در حال نابودی هستند و دنبال احیای هویت بروند. داعش در زمره چنین گروه‌هایی است که با استفاده از شبکه‌های اجتماعی میزان آسیب‌پذیری خود را کاهش داده است. گروه داعش برای گسترش نفوذ خود و جا انداختن آن در اذهان عمومی نیاز به استفاده از رسانه‌های جدید دارد. اعمال خشونت برای این است که این گروه تروریستی راحت‌تر موردپذیرش قرار گرفته و موجه جلوه داده شود. آنان درصدد ایجاد امید در هواداران، تغییر در اذهان و افکار کاربران و تغییر رفتار کاربران هستند. فناوری اطلاعات بستر جدیدی برای تحرک کنش‌گران اجتماعی و سیاسی و اعلام موجودیت آن‌ها فراهم کرده است. قدرت و جذابیت شبکه‌های اجتماعی از رسانه‌های سنتی بیشتر است. قدرت‌نمایی گروه داعش از طریق نمایش تصویر فراواقعی از توانمندی‌هایش در این راستا رمزگشایی می‌شود.

طرفه‌این که گروه سلفی - تکفیری داعش اهداف متعددی را در شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک برنامه‌ریزی کرده است. مصاحبه‌شوندگان این اهداف را مشتمل بر جلب توجه، کسب مشروعیت و مقبولیت، هویت‌سازی، اعلام موجودیت و کسب قدرت سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی عنوان کرده‌اند. (نمودار شماره ۱).



نمودار ۱- اهداف گروه داعش در شبکه‌های اجتماعی

ب: مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای داعش

شبکه‌های اجتماعی مزیت‌های قابل توجهی برای گروه تروریستی داعش دارند. مزیت‌ها، منافع استراتژیکی هستند که داعش از طریق این شبکه‌ها به آن‌ها دست می‌یابد. با توجه به شیوه دمکراتیک شبکه‌های اجتماعی و دربرگیری زیاد آن‌ها، امکان بارگذاری اطلاعات برای بازیگران و کنش‌گران اجتماعی فراهم است. داده‌های حاصل از مصاحبه نشان می‌دهد که این شبکه‌ها سهولت دسترسی دارند و هر کاربر به راحتی می‌تواند در فیس‌بوک و تویتر برای خود صفحه‌ای را ایجاد و مبادرت به بارگذاری محتوا کند. به لحاظ زایل شدن دروازبانی و بی‌واسطگی فضای مجازی و همچنین تحول بنیادین در زیرساخت‌های فنی شبکه‌ها، گروه تروریستی دولت اسلامی محدودیتی برای توزیع سریع اطلاعات و اخبار ندارد. ویژگی دیگر این شبکه‌ها

درب‌گیری زیاد آن‌هاست. این شبکه‌ها مخاطبان جهانی دارند و می‌توان هرگونه محتوا را از طریق شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان توزیع کرد. گروه داعش از طریق این شبکه‌ها سطح جغرافیایی منازعه را گسترش داده و فرهنگ خشونت را پخش همگانی کرده است.

باز انتشار تصاویر تروریستی در شبکه‌های اجتماعی موجب افزایش مخاطب، فالوورها و لایک کردن بیشتر و موجب افزایش مقبولیت این گروه است. پیام‌های تویتری به علت حجم کم با سرعت زیاد گسترش پیدا می‌کنند. کاربران و حامیان این گروه با باز انتشار پست‌های خشونت‌آمیز، ماندگاری آن‌ها را به میزان زیادی افزایش می‌دهند. در شبکه‌های اجتماعی تنها یک نقطه شروع کوچک، به دلیل حساسیت موضوع به‌مانند ریختن بنزین روی آتش مشتعل می‌شود و به‌سرعت همه‌جا را می‌گیرد. نتایج حاصل از مصاحبه‌های این پژوهش بیانگر آن است که ساختار اجتماعی شبکه‌های اجتماعی، تفاوت‌های بنیادین با ساختار رسانه‌های جریان اصلی دارد. گروه داعش با علم از چنین تفاوت‌هایی، استراتژی‌های رسانه‌ای خود را از طریق این شبکه‌ها عملیاتی کرده است. شبکه‌های اجتماعی فاقد ساختار سلسله‌مراتبی و عمودی هستند. ساختار افقی و تخت این شبکه‌ها فرصت برابر به همه کنش‌گران اعطا کرده و سبب سهولت ارتباط در پهنه جهانی شده است. تعاملی بودن این شبکه‌ها، امکان به اشتراک‌گذاری اطلاعات برای همه کاربران تمهید کرده و هر فرد به یک کنش‌گر در عرصه بین‌المللی تبدیل شده است. شبکه‌های اجتماعی فراگیری زیادی دارند و با استفاده از ظرفیت‌های این شبکه‌ها، ارتباطات به خارج از حوزه جغرافیایی تروریست‌ها توسعه‌یافته است. بستر شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و تویتر امکان ایجاد ارتباطات بسیار مستحکم و منعطف بین هسته‌های پراکنده تروریستی در سراسر جهان را برقرار

کرده است. بر اساس تجزیه و تحلیل پیام‌های داعش، بازتوییت کردن پیام در توییت از نظر حجمی بالاترین رقم را داشته است. شبکه‌های اجتماعی انعطاف پذیر هستند و با حذف یک اکانت تروریستی، ارتباطات آن‌ها قطع نمی‌شود، زیرا آنان امکان ارتباطات چندگانه در شبکه‌های مختلف دارند.

ساختار اجتماعی شبکه‌های فیس‌بوک و توییت از منظر ارتباط این ویژگی‌ها با فعالیت‌های رسانه‌ای گروه داعش مورد توجه مصاحبه‌شوندگان قرار گرفته است. این ویژگی‌ها مشتمل بر ارتباطات افقی، ارتباطات فراگیر، ارتباطات تعاملی، ارتباطات منعطف و ارتباطات ارزان است. ارتباطات افقی زمینه‌ساز اتصال سلول‌های تروریستی از طریق شبکه‌ها به صورت فراگیر در سراسر جهان است. ارتباطات تعاملی امکان اشتراک‌گذاری و مشارکت در جریان اطلاعات را برای حامیان و اعضای این گروه فراهم می‌کند. انعطاف پذیر بودن جریان ارتباطات شبکه‌های اجتماعی موجب شده به محض غیرفعال شدن حساب‌های کاربری به دلایل مختلف، امکان باز کردن حساب‌های جدید در هر نقطه جهان با هزینه نه‌چندان زیاد میسر شود (نمودار شماره ۲).



نمودار ۲- مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای گروه تروریستی دولت اسلامی

ج: کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای داعش

تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها بیانگر آن است که گروه تروریستی داعش به خاطر وجود تبعیض در نظام اطلاع‌رسانی جهانی در شبکه‌های اجتماعی حضور پیدا کرده است و تلاش می‌کند از این طریق خشونت سیاسی را به رسانه‌های جریان اصلی مانند خبرگزاری‌های بین‌المللی و دیگر رسانه‌های جمعی ارسال کند. مصاحبه‌شوندگان اعتقاد دارند این گروه برای اطلاع‌رسانی از شبکه‌های توییتر و فیس‌بوک به صورت مستقیم و غیرمستقیم؛ و آشکار و پنهان بهره می‌گیرد. گروه داعش از این دو شبکه اجتماعی به عنوان دروازه ورودی سایت‌ها، و وبلاگ‌های با محتوی افراط‌گرایانه که به دلیل استفاده از انواع فیلترشکن و VPN غیرقابل ردیابی هستند بهره می‌گیرد. ویدئوها و مطالب تروریستی را داعش ابتدا در یک سایت بارگذاری و سپس

لینک آن را در شبکه‌های اجتماعی قرار می‌دهند و این نقض قواعد فیس‌بوک نیست. شبکه اطلاع‌رسان توییتر با ایجاد بستر توییت کردن و بازتوییت کردن پیام‌ها با سرعت بسیار زیاد نقش مهمی در انعکاس رویدادها در زمان وقوع آن‌ها برای گروه داعش داشته است. رسالت توییتر اطلاع‌رسانی است و پست‌های خشونت‌آمیز را حذف نمی‌کند. اگر چنین محتواهایی را حذف کند با خطر از دست دادن کاربران مواجه می‌شود. زیرا تأکید اخبار رسانه‌های بین‌المللی بر ارزش خبری تضاد بوده و جذابیت این قبیل خبرها برای مخاطبان زیاد است. میزان باز انتشار پیام‌ها در این دو شبکه‌ها موجب گردش اطلاعات در مقیاس گسترده می‌شود و تأثیرگذاری را بر اذهان عمومی افزایش می‌دهد.

گروه تروریستی داعش، افکار و اندیشه‌های خشونت‌آمیز خود را از طریق رسانه‌های جدید باهدف افزایش ترس و واهمه و به‌منظور تغییر در باورهای دینی کاربران منتشر می‌کند. جنگ روانی کاربست مجموعه‌ای از تاکتیک‌ها و تکنیک‌ها برای شکستن دشمن بدون درگیری فیزیکی از طریق رسانه‌هاست. داعش یا هر گروه تروریستی برای بزرگنمایی و افزایش مقیاس پیروزی‌ها و دستاوردهای خودش از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌برد. در فضای دوم (مجازی)، خشونت در قالب اخبار، فیلم و بازی‌ها تشدید می‌شود تا خودشان را از آنچه هستند بیشتر نشان دهند. با شیوه‌هایی مثل بزرگ‌نمایی و دادن آمار و ارقام نادرست و کتمان حقیقت و برجسته کردن درصدها آماده کردن افکار عمومی هستند. داعش برای حذف نشدن اکانت‌های خود، به‌صورت پوششی به‌ظاهر در قالب گروه‌های حامی حقوق بشر، پست‌های تروریستی را منتشر و مطالبی را درباره آن‌ها نشر می‌دهد. شاه‌بیت عملیات روانی داعش ایجاد ارباب و وحشت باهدف شکستن مقاومت و اراده مردم و تسلیم کردن آنان است. داعش دنبال آزردن و تهدید شهروندان و ایجاد رعب و وحشت از طریق شبکه‌های اجتماعی است. انتشار کلیپ‌های تصویری با انگاره‌هایی مانند زنده سوزی و

گردن زدن، با هدف ایجاد ترس و دلهره در مقیاس جغرافیایی گسترده برای دستیابی به اهداف بدون انجام عملیات فیزیکی است.

نکته دیگر این‌که این گروه تروریستی با استفاده از این شبکه‌ها صحنه‌های نبرد بویژه در کشورهای عراق و سوریه را مهندسی اجتماعی می‌کند. این گروه از طریق انتشار اطلاعات پیش از وقوع هر عملیات تروریستی، بازخورد کاربران را از طریق لایک کردن، نوشتن کامنت و نشان دادن بازخورد و تمایلات دریافت کرده و وضعیت افکار عمومی هر منطقه را مهندسی اجتماعی می‌کند. «مهندسی اجتماعی سوءاستفاده از اطمینان و یا فریب عوامل انسانی به جهت دسترسی به اطلاعات محرمانه و در مرحله بعد سوء استفاده از این اطلاعات است.» (سایت سامانه آنلاین، ۱۳۹۲).

شبکه‌های اجتماعی ابزاری برای جذب نیرو در کشورهای اروپایی و سایر جاها بوده است. جوانان اروپایی از طریق همین شبکه‌ها با تبلیغات دینی و عقیدتی این گروه تروریستی آشنا شده و به آن پیوسته‌اند. تکنولوژی جدید ظرفیت برانگیختن خشم و برانگیختن امید را دارد. استفاده گروه داعش از شبکه‌های اجتماعی موجب از دیده رفتن نزد کاربران و ایجاد امید در هواداران شده است. زیرساخت شبکه فیس‌بوک مانند کندوی عسل است. هر جزء آن یک نقطه کانونی دارد و بستگی به افرادی دارد که این‌ها جذب می‌کنند. در فیس‌بوک می‌توان خیلی از جریان‌ها را ایجاد کرد و به حرکت گروه‌ها جهت داد. این گروه از ابزارهای دمکراتیک شبکه‌ها برای نفوذ در جوانان و عضوگیری و سازمان‌دهی آنان استفاده می‌برد. گروه‌های تروریستی از طریق قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی درصدد همزادپنداری و همراه کردن اقشار خاکستری با افکار خود هستند. از این رو حامیان خود را به‌طور مستمر در شبکه‌های اجتماعی سازمان‌دهی کرده و البته اکانت‌های پشتیبانی نیز دارند که در صورت غیرفعال شدن حساب‌های کاربری، بازیگری را به شبکه یا حساب کاربری دیگری انتقال دهند.

گروه تروریستی داعش از شبکه‌های اجتماعی برای آموزش نیروها و حامیان نیز استفاده می‌کند. آموزش تبلیغات افراط‌گرایانه، اصول و فنون و روش‌های ترور و ساخت انواع بمب و وسایل انفجاری از جمله این آموزش‌هاست.

دیگر کارکرد این شبکه‌ها برای گروه تکفیری داعش، همبستگی نیروها و حامیان است. این گروه نه تنها تلاش می‌کند همبستگی نیروهای مخالف خود را در هم شکند بلکه درصدد آن است که بین نیروهای چندملیتی خود همبستگی و وحدت رویه ایجاد کند. جذب و سازمان‌دهی نیرو و حامی به صورت آشکار و پنهان و ایجاد ارتباطات و هماهنگی به‌طور مستمر بین آنان از طریق این شبکه‌ها به صورت مستقیم یا غیرمستقیم انجام می‌شود. به طوری که اگر فناوری‌های جدید نبودند داعش این‌قدر گسترش پیدا نمی‌کرد. داعش ارتباطات و هماهنگی را از طریق شبکه‌های اجتماعی، برای سازمان‌دهی حملات تروریستی در کشورهای اروپایی، آسیایی و خاورمیانه انجام می‌دهند. کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای داعش در نمودار شماره ۳ بیان شده است.



نمودار ۳- کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه تروریستی دولت اسلامی

بنابراین در پاسخ به پرسش اول تحقیق که گروه تروریستی داعش چه اهدافی را از طریق شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر پی می‌گیرد؟ اهداف داعش در شبکه‌های اجتماعی مشتمل بر جلب توجه، کسب مشروعیت و مقبولیت، هویت‌سازی، اعلام موجودیت و کسب قدرت سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی است.

در پاسخ به پرسش دوم تحقیق که مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای گروه داعش چه مواردی هستند؟ بر اساس نتایج حاصل از این تحقیق، مزیت‌ها مشتمل بر دسترسی آسان به رسانه، مخاطبان جهانی، سرعت زیاد اطلاعات و قدرت شبکه‌های اجتماعی و دستیابی به ارتباطات افقی، ارتباطات فراگیر، ارتباطات تعاملی، ارتباطات منعطف و ارتباطات ارزان است. همچنین در پاسخ به پرسش سوم تحقیق که شبکه‌های اجتماعی چه کارکردهایی برای گروه داعش دارند؟ این کارکردها نیز متضمن اطلاع‌رسانی، بسیج اجتماعی (تبلیغات، جنگ روانی، مهندسی اجتماعی) و همبستگی اجتماعی هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

تغییرات پارادایمی تحولات بنیادین در ساختار و روابط اجتماعی ایجاد می‌کند. در رهگذر پارادایم فناوری اطلاعات و ارتباطات، بخش غیردولتی و جامعه مدنی پیشران این پارادایم بود. «تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، امکان ظهور جامعه شبکه‌ای را فراهم آورده که افراد و جوامع را در درون قالب‌های تازه، هویت‌های تازه می‌بخشد.» (کاستلز، ج ۱، ۱۳۸۹: ۲۱). جامعه شبکه‌ای بستر جدیدی برای برساختن هویت‌های مقاومت بوده و بنیادگرایی دینی به‌عنوان مهم‌ترین منبع هویت‌ساز است. یکی از پیامدهای پارادایم فناوری اطلاعات، طلوع گفتمان جدیدی بود که تأکیدش بر شنیده شدن و دیده شدن صدای پاره فرهنگ‌ها، اقلیت‌ها و گروه‌های خاموش جامعه است. گروه تروریستی داعش در سپیده‌دم شبکه‌های اجتماعی، کنش‌گری سیاسی را در کالبد

این شبکه‌ها هویت تازه‌ای بخشید. نقش و نفوذ شبکه‌های اجتماعی در هدایت و رهبری افکار عمومی، موجب ظهور گونه تازه‌ای از تروریسم است که پوشش رسانه‌ای اقدامات و برنامه‌های تروریستی را به‌عنوان عمق راهبردی تلقی می‌کند. نسل نوپدید تروریسم از توانمندی رسانه‌ها و قابلیت شبکه‌های اجتماعی برای پیشبرد اهداف و آمال خود بهره می‌گیرد و به آن «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» اطلاق می‌شود. شواهد و قرائن مؤید آن است که در دهه اخیر گروه داعش برای دستیابی به اهداف نامشروع خود از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و توییتر به نحو گسترده‌ای برای جذب و سازمان‌دهی، هماهنگی و آموزش نیروها، بسیج اجتماعی، کنترل، عملیات روانی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی بهره می‌گیرد. «تمرکززدایی و گمنامی تقریباً کامل موجب می‌شود که آنان نتوانند در معرض کنترل یا محدودیت قرار گیرند.» (Weimann, 2015, a: 9).

رنگ باختن دروازیانی و امکان کنش‌گری به‌صورت گمنام در شبکه‌های اجتماعی، چالش‌هایی را در حوزه حاکمیت و اقتدار ملی، وحدت و یکپارچگی و همبستگی ملی و نظم و امنیت ایجاد کرده است. در پارادایم جدید هر فرد یک رسانه است. با زایل شدن دروازیانی در شبکه‌های اجتماعی سمت‌وسوی قدرت از ناحیه حاکمان به‌سوی شهروندان متمایل شده است. از این‌رو برای مقابله با این چالش‌ها ضرورت دارد هر فرد به‌عنوان یک دروازیان به‌ایفای نقش پردازد و فرآیند دروازیانی متناسب با این پارادایم متحول شود. تحلیل داده‌های برآمده از مصاحبه‌ها دو دسته راهبردهای (استراتژی‌های) ایجابی و سلبی برای مقابله با چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی را توصیه کرده است. در دسته راهبردهای ایجابی تولید محتوا مشتمل بر فرهنگ‌سازی (جامعه‌پذیری، الگوسازی رفتاری)، آموزش کاربران (نظری و عملی) و اطلاع‌رسانی به‌عنوان راهبردهای اصلی برای مقابله با چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی بیان شده است. برای محقق کردن این استراتژی‌ها، به‌کارگیری راهکارهایی مانند تشکیل تیم‌های تخصصی شبکه‌های

اجتماعی، راه‌اندازی کمپین تبلیغاتی درباره تضعیف گفتمان تروریستی، آموزش هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، مطبوعات، رادیو و تلویزیون، آموزش سواد رسانه‌ای و دیجیتال (تولید و پردازش اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات و به‌کارگیری تفکر انتقادی)، مهارت‌آموزی (تکنیک‌ها و شیوه‌های فناورانه)، تشکیل کارگروه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی دقیق، صحیح، سریع، متنوع و متکثر ضروری است. کارگزاران این راهکارها رسانه‌های جریان اصلی (مطبوعات، رادیو و تلویزیون) رسانه‌های جدید، خانواده‌ها، نهادهای آموزشی، تبلیغی و مدنی، و کاربران هستند.

در دسته راهبردهای سلبی، سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری و همچنین کاربری فرآیند دروازه‌بانی اطلاعات کاربران در شبکه‌ها توصیه شده است. (جدول شماره ۲). راهکارهای اجرایی این استراتژی‌ها مشتمل بر تعیین الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و بایدها و نبایدها؛ تعیین نهاد سیاست‌گذار شبکه‌های اجتماعی؛ ایجاد مرکز ذخیره اطلاعات؛ سیستم بازیابی اطلاعات؛ تعیین عوامل پردازش اطلاعات؛ تعیین ارزش‌های اطلاعاتی و خبری و قدرت‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی؛ حذف، کنترل و نظارت اطلاعات با مضامین خشونت سیاسی و افراط‌گرایانه توصیه شده است. کارگزاران این استراتژی‌ها مؤسسات و نهادهای فرادستی (بین‌المللی و جهانی)، حاکمیتی (ملی) و فرودستی (جامعه مدنی)؛ و همچنین خود نظارتی و خودکنترلی کاربران هستند.

جدول ۲- راهبردهای مقابله با تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی

کارگزاران	راهکارهای اجرایی	راهبردهای فرعی	راهبردهای اصلی
رسانه‌های جریان اصلی و جدید، خانواده، نهادهای آموزشی، تبلیغی و مدنی، کاربران	<ul style="list-style-type: none"> • تشکیل تیم‌های تخصصی شبکه‌های اجتماعی • راه‌اندازی کمپین تبلیغاتی درباره تضعیف گفتمان تروریستی 	فرهنگ‌سازی (جامعه‌پذیری، الگوسازی رفتاری)	تولید محتوا

آموزش (نظری و عملی)	<ul style="list-style-type: none"> • آموزش هنجارهای اجتماعی و فرهنگی • آموزش سواد رسانه‌ای و دیجیتال (تولید و پردازش اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات و به‌کارگیری تفکر انتقادی) • مهارت‌آموزی (تکنیک‌ها و شیوه‌های فناورانه) • تشکیل کارگروه‌های آموزشی 	رسانه‌های جریان اصلی و جدید، خانواده، دوستان، نهادهای آموزشی و مدنی، کاربران
اطلاع‌رسانی	اطلاع‌رسانی دقیق، صحیح، سریع، متنوع و متکثر	مطبوعات، رادیو و تلویزیون و رسانه‌های جدید
سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری	<p>تعیین هنجارها و چارچوب‌های اصلی</p> <p>تعیین نهاد سیاست‌گذاری</p>	<p>تعیین الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و بایدها و نبایدها</p> <p>تعیین نهاد سیاست‌گذار شبکه‌های اجتماعی</p>
دروازه‌بانی اطلاعات	ایجاد دروازه اطلاعاتی	ایجاد مرکز ذخیره اطلاعات سیستم بازیابی اطلاعات
	تعیین دروازه بانان	تعیین عوامل پردازش اطلاعات
	تعیین معیارهای دروازه‌بانی	تعیین ارزش‌های اطلاعاتی و خبری
	دروازه‌سازی	قدرت‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی
فعالیت‌های دروازه‌بانی	حذف، کنترل و نظارت اطلاعات با مضامین خشونت سیاسی و افراط‌گرایانه	نهاد‌های فرادست، حاکمیت ملی، خود نظارتی و خودکنترلی

منابع

- خاتونی، مجتبی. (۱۳۹۴)، «بررسی و تحلیل ژئوپلیتیکی عملکرد گروه‌های تروریستی در رسانه‌های اجتماعی»، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، استاد راهنما: دکتر کیومرث یزدان پناه، دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران.
- خانیکی، هادی؛ بابایی، محمود. (۱۳۹۰)، «فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی (مفهوم و کارکرد)»، *فصلنامه علمی و پژوهشی جامعه اطلاعاتی*، شماره اول.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۹)، *عصر اطلاعات (جامعه شبکه‌ای)*، جلد اول، چاپ ۶، مترجمان: احد علیقلیان و افشین خاکباز، انتشارات طرح نو، تاریخ انتشار به زبان اصلی (۱۹۹۵).
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳)، *قدرت ارتباطات*، مترجم: حسین بصیریان جهرمی، پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات، تاریخ انتشار بزبان اصلی (۲۰۰۹).
- کرامر، فرانکلین و دیگران. (۱۳۹۴)، *قدرت سایبری و امنیت ملی*، مترجم: معاونت پژوهش و تولید علم، انتشارات دانشکده اطلاعات.
- نجات پور، مجید؛ میلانی، جمیل؛ نجات، علی. (۱۳۹۳)، «پدیده داعش و شگردهای رسانه‌ای»، *دو فصلنامه رسانه و امت*، دوره ۱، شماره ۱.
- هاسکینز، اندرو؛ اولاً فلین؛ بن. (۱۳۹۲)، *جنگ و رسانه؛ نبردهای تکثیر شونده*، مترجم: ملیحه مهدی زاده سراج، موسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور، تاریخ انتشار به زبان اصلی (۲۰۰۴).
- یوسفی، جعفر؛ روشنی، مرتضی. (۱۳۹۳)، «استفاده‌های اطلاعاتی - امنیتی جریان تکفیر از شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک و تویتر)»، *فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی و امنیتی دانشگاه امام حسین (ع)*، سال سوم، شماره ۱۱.

- سایت تبیان. (۱۳۹۵)، «افت ترافیک توئیتر داعش». (تاریخ مراجعه ۱۰ آبان ۱۳۹۵)،

قابل دسترسی به نشانی: <http://www.tebyan.net>

- سایت خبر آنلاین. (۱۳۹۴)، «مبارزه فیس‌بوک با داعش». (تاریخ مراجعه ۱۵ مهر

۱۳۹۵)، قابل دسترسی به نشانی: <http://www.khabaronline.ir>

- سایت سامانه پشتیبانی آنلاین. (۱۳۹۲)، «مهندسی اجتماعی چیست». (تاریخ

مراجعه ۱۵ آبان ۱۳۹۵)، قابل دسترسی به نشانی: <http://support.day.ir>

- سایت فارس نیوز. (۱۳۹۴)، «داعش مدیران توئیتر و فیس‌بوک را به مرگ تهدید

کرد». (تاریخ مراجعه ۱۰ مهر ۱۳۹۵)، قابل دسترسی به نشانی:

<http://www.farsnews.com>

- سایت گرداب. (۱۳۹۴)، «تکنیک‌های داعش در تبلیغات مجازی / از سایت و توئیتر

تا کانال‌های فیلتر شده تلگرام». (تاریخ مراجعه ۱۹ مهر ۱۳۹۵) قابل دسترسی به

نشانی: <http://gerdab.ir>

- سایت میزان آنلاین. (۱۳۹۵)، «توئیتر حساب کاربری عناصر داعش را مسدود کرد

+ عکس». (تاریخ مراجعه ۲۲ مهر ۱۳۹۵)، قابل دسترسی به نشانی:

<http://www.mizanonline.ir>

- Klausen, J. (2014). *"Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq, Studies in Conflict & Terrorism"*. Publisher: Routledge.
- KNOKE, D. (2015). *"Emerging Trends in Social Network Analysis of Terrorism and Counterterrorism."* John Wiley & Sons.
- Putra, M. D. L. (2016). *"New Media and Terrorism: Role of the Social Media to Countering Cyber Terrorism and Cyber Extremism for Effective Response"*. Communications Studies - Faculty of Social and Political Science University Indonesia.

- Smith, C. Burke, H. Leiuen, C. and Jackson, G. (2015). "The Islamic State's symbolic war: Da'esh's socially mediated terrorism as a threat to cultural heritage". *Journal of Social Archaeology*. 0(0) p. 1-26. jsa.sagepub.com.
- Scott, J. L. (2001). "*Media congestion limits media terrorism*". *Defence and Peace Economics*, Vol. 12, pp. 215-227. Published online: 19 Oct 2007.
- Weimann, G. (2015a). "*Terrorism in Cyberspace*". Woodrow Wilson center press. Washington. D. c.
- Weimann, G. (2015 b). "*From Theaters to Cyberspace: Mass-Mediated Terrorism. Worldviews for the 21st Century*". Winter 2015: Volume 13, Number 1.
- Wu, P. (2015). "*Impossible to Regulate: Social Media, Terrorists, and the Role for the U.N.*". *Chicago Journal of International Law*: Vol. 16: No. 1, Article 11.
- Yeung, C.Y. (2015). "*A Critical Analysis on ISIS Media Strategies*". <http://www.academia.edu>.