

طراحی مدل مقابله با چالش‌های تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: مطالعه گروه داعش در شبکه‌های توئیتر و فیس‌بوک)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۶/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۳/۲۸

علی اکبر فرهنگی *

حجت‌اله عباسی **

چکیده

چرخش رسانه‌های جدید و سوگیری آن‌ها در اقتصادزادایی و حرکت بر مدار خودمختاری کاربران، آوردگاه نوینی را خلق کرده است. با زایل شدن فرآیند دروازه‌بانی اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی، مخاطره در کنشگری اجتماعی به شدت تقلیل یافته و عصر جدیدی برای ظهور گفتمان‌های با هویت مقاومت و جهت‌گیری تروریستی در این شبکه‌ها آغاز شده است.

گروه تروریستی داعش به‌عنوان نسل دوم تروریسم جهانی، از طریق پوشش رسانه‌ای خشونت سیاسی با انگاره‌های مرگ در شبکه‌های اجتماعی، استراتژی ایجاد رعب و وحشت در اذهان عمومی را عملیاتی کرده و گونه جدید «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» را نمایان کرده است. کنشگری با سوگیری ضد قدرت این گروه در شبکه‌های اجتماعی، طبیعت ظهور چالش‌هایی مانند ناامنی و بی‌ثباتی، اختلافات مذهبی و قومی، شکاف‌های اجتماعی و پیش‌بینی ناپذیری امور در جوامع شده است.

در این مقاله چالش‌های ناشی از «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» تبیین شده است و مدل «دروازه‌بانی خودگزین» به‌عنوان مدلی معطوف به مسائل خرد در شبکه‌های اجتماعی برای کنترل ژانر خشونت سیاسی و افراط‌گرایانه تروریستی ارائه شده است.

داده‌های این پژوهش با استفاده از مطالعات تاریخی و اسنادی مشتمل بر مقالات، پژوهش‌ها، کتاب‌ها و همچنین پایش اقدامات تروریستی مهم گروه داعش در سال ۱۳۹۴ در گروه توئیتر و فیس‌بوک گردآوری شده و از طریق تحلیل اسنادی و تحلیل ثانوی تجزیه و تحلیل شده است.

واژگان کلیدی: تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی، توئیتر، فیس‌بوک، داعش، مدل دروازه‌بانی خودگزین.

aafarhangi@ut.ac.ir

abbasi270@yahoo.com

* استاد دانشگاه تهران

** دانشجوی دکتری مدیریت رسانه پردیس البرز دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

۱- مقدمه و بیان مسئله

رسانه‌های دیجیتال و بویژه شبکه‌های اجتماعی به لحاظ ویژگی‌های منحصربفرد، آوردگاه جدیدی را برای کنشگران اجتماعی ساخته و پرداخته کرده‌اند. در کشاکش درخشش عصر جدید رسانه‌ای، دریچه نوینی برای احیای هویت گروه‌های مقاومت مفتوح شده است. «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، ص ۲۱). چرخش گروه‌های تروریستی به آوردگاه رسانه‌های جدید، معادلات سنتی قدرت و ضد قدرت را دگرگون کرده است. شواهد و امارات مؤید آن است که در دهه اخیر گروه تروریستی داعش نبض حیات گفتمان تروریستی را با آهنگ حرکت شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر تنظیم کرده است و سودای تشکیل نظام خلافت را در خیال دارد. پوشش رسانه‌ای فعالیت‌های تروریستی در شبکه‌های اجتماعی، گونه جدید «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» را به‌عنوان پدیده‌ای نو ظهور در آوردگاه رسانه نمایان کرده است. «امروزه حدود ۹۰ درصد فعالیت‌های تروریستی در اینترنت سازمان‌یافته است و از طریق رسانه‌های اجتماعی انجام می‌شود» (Wu, 2015, p.288). «سازمان‌های تروریستی فراملی، شورشیان و جهادی‌ها از اینترنت به‌عنوان یک ابزار برای برنامه‌ریزی حملات، افراطی کردن (فضا)، جذب نیرو و یک روش توزیع تبلیغات و وسیله ارتباطی برای اهداف مخرب بهره می‌گیرند .. (Theohary, 2011, p.2). کنشگری تروریستی در فضای سیال شبکه‌های اجتماعی در پیوند با تأثیر بی‌بدیل این شبکه‌ها در اذهان عمومی، چالش‌هایی مانند ازهم‌گسیختن نظم و یکپارچگی، تزلزل در همبستگی ملی، افراطی کردن فضا، تزلزل در دولت‌های ملی و چشم‌اندازی غیر قابل پیش‌بینی، در افق دید کشورها مجسم ساخته است. چرخش شبکه‌های اجتماعی با جهت‌گیری مرززدایی و حاکمیت‌زدایی سبب‌ساز «زایل شدن فرآیند دروازه‌بانی» و طلیعه خودمختاری کنشگران اجتماعی گردیده که چالش‌برانگیز است. «تمرکززدایی قدرت از طریق دستیابی به هویت مجازی، مانع سلطه صاحبان قدرت رسانه‌های سنتی در این فضا می‌شود» (تاجیک، قهرمان، ۱۳۹۱، ص ۸۹). در آوردگاه جدید، کاربران شبکه‌ها قادر شده‌اند به صورت بی‌واسطه و گمنام مبادرت

به تولید و انتشار هرگونه محتوی خارج از چارچوب‌های کنترل و نظارت رسمی کنند. «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، ص ۲۹۷). «جهان‌شمولی زبان دیجیتال و منطق کاملاً شبکه‌ای سیستم ارتباطی زمینه‌های تکنولوژیک ارتباط افقی و جهانی را فراهم کرد. علاوه بر این معماری تکنولوژی شبکه‌ای به‌گونه‌ای است که سانسور و کنترل آن بسیار دشوار است» (کاستلز، ۱۳۸۹، ج ۱، ص ۴۰۸). مسئله اصلی تحقیق این است که زایل شدن دروازه‌بانی در شبکه‌های اجتماعی، خودمختاری و خودگردانی بی‌سابقه‌ای را در دستان گروه‌های تروریستی قرار داده است که چالش‌برانگیز هستند. این پژوهش در صدد جستجوی پاسخ مناسب برای این مسئله است.

۲- روش‌شناسی تحقیق

چرخش شبکه‌های اجتماعی با سوگیری کاربر - محور و کنشگری گروه تروریستی داعش در این شبکه‌ها، پدیده نوظهور «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» را به سرفصل مطالعات نسبت تروریسم و رسانه نشانده است. موضوع این پژوهش طراحی مدل مقابله با چالش‌های تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی گروه داعش در شبکه‌های توییتر و فیس‌بوک) است. اهداف غایی این پژوهش کمک به سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در باب شناخت مسئله «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» از طریق شفاف کردن علل آن و تقلیل آسیب‌های ناشی از این پدیده است. گروه تروریستی داعش به‌عنوان بزرگ‌ترین تشکیلات تروریستی جهانی و شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر به‌عنوان سرآمد شبکه‌های اجتماعی مورد پژوهش قرار گرفته‌اند. پژوهش در صدد این است که به این پرسش‌ها پاسخ دهد: ۱. مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه داعش چه مواردی هستند؟ ۲. گروه تروریستی داعش از طریق شبکه‌های اجتماعی چه چالش‌هایی را ایجاد می‌کند؟ ۳. چه راهبردها و راهکارهایی برای مواجهه با چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؟ ۴. مدل نظری مقابله با

چالش‌های تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی چگونه است؟ داده‌های این پژوهش با استفاده از مطالعات تاریخی و اسنادی مشتمل بر مقالات، پژوهش‌ها، کتاب‌ها و همچنین پایش اقدامات تروریستی مهم گروه داعش در سال ۱۳۹۴ در گروه توئیتر و فیس‌بوک گردآوری شده و از طریق تحلیل اسنادی و تحلیل ثانوی 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 فرهنگی - اجتماعی و کارکرد سیاسی - اداری متناسب با موضوع تحقیق و پرسش‌های آن در نظر گرفته شده‌اند. «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» به پوشش رسانه‌ای کنش‌های خشونت‌آمیز گروه‌های تروریستی در این شبکه‌ها با هدف تأثیرگذاری در اذهان عمومی اطلاق می‌شود. هرگونه فعالیت رمزگذاری شده گروه تروریستی داعش در فضای اینترنت خارج از چارچوب مطالعه این پژوهش تلقی می‌شود.

۳- چارچوب مفهومی مقاله

تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری، تغییرات بنیادینی در دنیای رسانه‌ها و سازوکارهای آن‌ها ایجاد کرد و فضای دوم (مجازی) را همنشین فضای اول (واقعی) کرد. رهاورد سوگیری فضای دوم، زایش نسل جدیدی از رسانه‌ها بود که به صورت ماهوی و شکلی متمایز از رسانه‌های جریان اصلی بودند. در ابتدای دهه ۱۹۹۰ سیستم وب جهانی ظهور کرد. این سیستم با سرعت قلمرو خود را به صورت فراگیر به تمام جنبه‌های کسب‌وکار تسری داد و سرآغاز عصر جدیدی در عرصه حیات رسانه‌ها شد. دگرذیسی رسانه‌ای، با زنجیره‌ای از ابداعات و خلاقیت‌های جدید از جمله شکل‌گیری نسل‌های سه‌گانه وب ۱ و وب ۲ و وب ۳ و ظهور رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی وارد مرحله جدیدی شد. ساختارها، فرآیندها و سازوکارهای رسانه‌ای به صورت بنیادین متحول شدند. به گفته میلان زلنی (Milan Zeleny) «به چنگ آوردن فن‌آوری پیشرفته به معنای دستیابی به سازمان‌های جدید، وظایف جدید، سبک‌های جدید (یا

مدیریت)، فرهنگ‌های جدید و در کل، شیوه‌های جدید انجام کسب‌وکار است» (به نقل از هچ، ۱۳۹۳، ۲۳۴). بر اساس نظریه جامعه شبکه‌ای مانوئل کاستلز، پارادایم رسانه‌ای جدید، فرصت بدیعی را برای برساختن هویت‌های مقاومت از بنیادگرایی و افراط‌گرایی تمهید کرد. «فناوری‌های رسانه‌ای زمینه را برای شکل‌گیری شبکه‌های سازمان‌های افراط‌گرا و گروه‌های تروریستی فراهم آورده‌اند. این نوع سازماندهی موانع بیشتری در مسیر شناسایی افرادی ایجاد کرده است که یا طرفدار تفکرات افراطی‌اند یا عامل رفتارهای خشونت‌آمیز» (هاسکینز و اولافلین، ۱۳۹۲، ص ۳۱۶). سوگیری شبکه‌های اجتماعی در قدرت‌زدایی موجب زایل شدن «فرآیند دروازه‌بانی اطلاعات»، سبب‌ساز خودمختاری در تولید و خودگردانی در انتشار برای همه کنش‌گران اجتماعی شد. «طبق نظریه دروازه‌بانی شبکه، مفهوم دروازه‌بانی سنتی که در سایر رسانه‌ها دیده می‌شود و مورد استفاده گروهی است که قدرت رسانه‌ای را در اختیار دارند، درون فضای مجازی از بین رفته است» (تاجیک، قهرمان، ۱۳۹۱، ص ۶۷). «این امر منجر به خودگردانی و خودمختاری بی‌سابقه‌ای برای سوژه‌های ارتباطی در برقراری ارتباط در مقیاس کلان می‌شود» (کاستلز، ۱۳۹۳، ص ۲۸۴).

گروه تروریستی داعش نیز، پیشبرد گفتمان تروریستی و دستیابی به هویتی تازه را به صورت هوشمندانه به استفاده از فضای مجازی و بویژه شبکه‌های اجتماعی برای تأثیرگذاری بر اذهان عمومی پیوند زد. «تمرکززدایی و گمنامی تقریباً کامل موجب می‌شود که آنان نتوانند در معرض کنترل یا محدودیت قرار گیرند» (Weimann, 2015a, p.9). «این سیستم بر اساس تکنولوژی ارتباطی انتقال بسته‌ای (packet switching) شبکه را از مراکز کنترل و فرماندهی بی‌نیاز کرد (کاستلز، ج ۱، ۱۳۸۰، ص ۴۰۲). توپولوژی جدید این شبکه و به حاشیه راندن ساختارهای سلسله‌مراتبی و تزلزل در قدرت فرماندهی آنان، قدرت زیادی به بازیگران سیاسی در شبکه‌ها اعطا کرد. «فضای سایبری ابزاری تابع جنگ نامتقارن است، زیرا به صورت ناشناس بکار می‌رود لذا جلوگیری و جبران آن کاری دشوار است» (کرامر و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۲۷۶). گروه تروریستی داعش، کنش‌گری اجتماعی را از طریق تولید و انتشار خشونت سیاسی با انگاره‌های مرگ و تبلیغ اندیشه تکفیری، بسط زنجیره ستیزه‌جویی و خشونت سیاسی را از طریق پوشش

رسانه‌ای، و با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی به بستر این شبکه‌ها انتقال داد. چنین پدیده‌ای را نگارندگان این مقاله بنام «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» نام‌گذاری کرده‌اند تا از گونه‌های دیگر تروریسم در فضای مجازی متمایز شود. کاربری شبکه‌های اجتماعی برای گفتمان تروریستی چالش‌برانگیز است و مسائل جدیدی را به سرفصل مسائل استراتژیک در حوزه حاکمیت ملی و بین‌المللی وارد می‌کند (نمودار ۱).

۴- تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی

«تروریسم رسانه‌ای» به استفاده از نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های جمعی برای پیشبرد گفتمان تروریستی اطلاق می‌شود. اصطلاح «تروریسم رسانه‌ای» نخستین بار در سال ۱۹۸۵ در جریان دومین کنفرانس بین‌المللی علیه تروریسم بیان شده است. جان اسکات (John Scott, 2001) در این باره می‌گوید: «گزارش دومین کنفرانس بین‌المللی مبارزه با تروریسم حاکیست که جدیدترین شکل تروریسم که توسط سازمان آزادی‌بخش فلسطین در سال ۱۹۶۸ رخ داده را می‌توان تروریسم رسانه‌ای نامید که شامل حملات تصادفی به هر کسی 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» (Scott, 2001 p. 215). رسانه‌های اجتماعی، بستر جدیدی را برای ظهور هویت‌های مقاومت و در شکل خاص آن هویت تروریستی ایجاد کرده‌اند که از جمله آن‌ها «تروریسم رسانه‌ای اجتماعی» است.



نمودار ۱- چارچوب مفهومی مقاله (طراحی از نگارندگان مقاله، ۱۳۹۵).

«تروریسم رسانه‌ای اجتماعی استفاده از رسانه‌های شبکه‌ای و اجتماعی برای افزایش تأثیر اقدامات خشونت‌آمیز بکارگرفته شده به دلایل اجتماعی، سیاسی و یا مذهبی و با هدف گسترش درد و رنج روانی، عاطفی و جسمی بر مخاطبان بلاواسطه است. (Smith and others, 2015, p.10). به گفته بریجیت ناکوس (Brigitte Nacos, 1994) «تروریست‌ها با اعمال خشونت در پی تحقق سه هدف اصلی توجه، برساختن و مشروعیت هستند» (Epkins, 2011, p.31). دال مرکزی گروه‌های تروریستی در شبکه‌های اجتماعی خشونت سیاسی است: «خشونت سیاسی شکلی از ارتباطات است که از طریق نمایش انگاره‌های مرگ و به منظور ایجاد وحشت و ارعاب، بر اذهان مردم تأثیر می‌گذارد» (کاستلز، ۱۳۹۳، ترجمه بصیربان، ۷۴۴). کنشگری گروه تروریستی داعش در شبکه‌های اجتماعی تویتر و فیس‌بوک، نوع متأخر تروریسم رسانه‌ای را برجسته می‌سازد. این‌گونه جدید را نگارندگان این مقاله برای متمایز ساختن از سایر

گونه‌های تروریسم رسانه‌ای «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» نام‌گذاری و به این شکل تعریف کرده‌اند. «پوشش رسانه‌ای خشونت سیاسی با انگاره‌های مرگ در شبکه‌های اجتماعی و از طریق ایجاد ارباب و وحشت در اذهان عمومی و با هدف تغییر نگرش و رفتار کاربران شبکه‌هاست». اشمید به نقل از یک ضرب‌المثل چینی می‌گوید: «کشتن یک نفر و ترساندن ده‌ها هزار نفر» (Klausen, 2014, p.2). هافمن نیز می‌گوید: «تنها از طریق خشونت پراکنی و هراس‌افکنی در میان طیف گسترده‌تری از افشار است که تروریسم ظرفیت حداکثری را برای تأثیرگذاری اساسی بر سیاست‌ها به دست می‌آورد» (طباطبایی نسب، ۱۳۹۰، ص ۸۹).

چالش‌های ناشی از فعالیت گروه تروریستی داعش، موضوع «تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی» را در کانون اصلی مطالعات نسبت رسانه و تروریسم قرار داده است. کلاوسن (Klausen, 2014, p.19-20) پژوهشی درباره شبکه اجتماعی توئیتر با عنوان «توثیت جهاد: رسانه‌های اجتماعی، شبکه جنگجویان خارجی غربی در سوریه و عراق» انجام داده است. این پژوهش با استفاده از اطلاعات حساب کاربری ۵۹ ستیزه‌جوی 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 چند ملیتی از افراط‌گرایان خشونت‌طلب، ابزار جنگ روانی تهاجمی، پل ارتباطی با دیگر رسانه‌های اجتماعی، انتشار تصاویر ترور و خشونت، اطلاع‌رسانی، ارباب عمومی، تبلیغ اصول جهادی از طریق ارسال تصاویر نمادین، شیعه‌زدایی، آموزش، تاکتیک‌های فریب و اطلاعات دروغ، برپایی کمپین و توزیع پیام‌های ایدئولوژیک است». ویمن (Weimann, 2015b) نیز در پژوهشی با عنوان «از تئاتر تا فضای مجازی: تروریسم رسانه‌ای» چنین نتیجه گرفته است که «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، عضوایی 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 پلت‌فرم‌های

آنلاین مانند یوتیوب، فیس‌بوک و توییتر است» (Weimann, 2015b, p.9). پژوهش دیگری که درباره نسبت گروه داعش و رسانه‌های اجتماعی انجام گرفته است پایان‌نامه کارشناسی ارشد مجتبی خاتونی (۱۳۹۴) 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 توانسته جایگاهی به مراتب بالاتر از سایر رسانه‌های اجتماعی، در امر رسانه‌ای گروه تروریستی داعش بیابد» (ص ۹۲). پژوهش دیگری که درباره استراتژی رسانه‌ای گروه داعش انجام شده است، پژوهش چانگ بین یئونگ 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 پلت‌فرم‌های 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. قوانین جامع برای واداشتن رسانه‌های غربی به همکاری با تلاش‌های ضد تروریستی ضروری است.

ایجاد کمپین رسانه‌ای هماهنگ با هدف آسیب رساندن به مشروعیت دینی و پایه‌های اعتقادی داعش ضروری است.

منابع انسانی و تلاش‌های هماهنگ بیشتری برای هدف‌گذاری استراتژی‌ها و پلت‌فرم‌های رسانه‌های اجتماعی و گفتمان روایت‌گرای استراتژیک ضد تروریستی سوق داده شوند (Chung Yin Yeung, 2015, pp. 17-19).

پوترا نیز در دانشکده علوم سیاسی و اجتماعی دانشگاه اندونزی پژوهشی با هدف کاهش استفاده تروریست‌ها از رسانه‌های اجتماعی انجام و سه پیشنهاد زیر را ارائه داده است:

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 تبدیل نشود، به تدریج تروریسم کوچک‌تر و در نهایت به خودی خود ناپدید می‌شود.

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.

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» (Putra, 2016, pp. 5-6).

گروه تروریستی داعش هرگونه عملیات جنایتکارانه را با هدف پوشش رسانه‌ای آن طراحی می‌کند و آن‌ها را به صورت نمادین در شبکه‌های اجتماعی بازتاب می‌دهند. بر اساس دیدگاه جنکینز (۱۹۷۵) «تروریسم در پی قربانیان واقعی نیست بلکه در پی تماشای مردم است. تروریسم یک تئاتر است» (Weimann, 2015b, p.1). اگر هدف اصلی تروریسم جلب توجه عمومی برای تولید هیجان و ترس جمعی است، پس پوشش رسانه‌ای دقیقاً آن چیزی است که تروریست‌ها بدنبال ترویج برنامه‌های خود هستند (Jetter, 2014, p.42). «اقدامات خشونت‌آمیز قادر به القای شوک و ترس در میان کسانی است که شاهد آن‌ها باشند. چرا که بسیاری از گروه‌های با اهداف رادیکال، خشونت را برای نفوذ در مخاطبان خاص به کار می‌برند» (Eugenie, 2013, p.6).

جامعه شبکه‌ای، قدرت تازه‌ای به افراط‌گرایی تزریق و دایره کوچک بنیادگرایی را توسعه داد. سازماندهی کانون‌های پراکنده و ویرانگر را در اقصی نقاط جهان تسهیل

کرد. «جهادگرایی جهانی در دو دهه گذشته از سلسله‌مراتبی 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, p.7). بسط حوزه جغرافیایی و زایل شدن فرآیند دروازه‌بانی در شبکه‌های اجتماعی، قدرت بی‌حد و حصری به تروریست‌ها اعطا کرده است. «از این پس عامل شروع جنگ‌ها را باید همین شبکه‌ها دانست و شاید حقیقت آن باشد که شبکه‌ها بسیار بیشتر از سازمان‌های سلسله‌مراتبی می‌توانند عامل بروز جنگ شوند» (هاسکینز و اولافلین، ۱۳۹۲، ص ۳۱۷). از دیدگاه سباستین کائمپف «جنگ معاصر یک خط مقدم جدید دارد. جایی که در آن دیگر جنگ به صورت فیزیکی انجام نمی‌شود، بلکه به صورت مجازی است؛ جایی که گردانندگان آن جای بمب و فشنگ را، به سلاح‌هایی از فرم بیت و پهنای باند داده‌اند» (کائمپف، ۱۳۹۰، ص ۲۹۳). «اینترنت مزیت‌های متعددی مانند پیوستگی گسترده و قدرت ایجاد شبکه با مردم را به مراتب بیش و سریع‌تر از قبل به جنبش‌های مخالف ارائه می‌دهد. علاوه بر این رمزنگاری موجب برقراری ارتباط مخفی و ناشناس ماندن هست. دسترسی ارزان موجب افزایش قابلیت استفاده می‌شود. حضور همه جایی اینترنت به گروه‌های کوچک اجازه می‌دهد حضور خود را جهانی کرده و در مقیاس‌های بزرگتری رقابت کنند» (Michael, 2013, p.41).

در یک سازمان رسانه‌ای «فرآیندهای مرکزی» مشتمل بر سه مرحله ۱. سوژه‌یابی و گردآوری اطلاعات، ۲. تنظیم و پردازش و ۳. انتشار اطلاعات است که در شبکه‌های اجتماعی این سه مرحله همگرا و در یکدیگر ادغام شده‌اند. «از منظر فناورانه، شبکه‌های ارتباطات دور، شبکه‌های رایانه‌ای و شبکه‌های پخش سراسری بر اساس شبکه‌بندی دیجیتال، انتقال داده‌های جدید و فناوری‌های ذخیره‌سازی به ویژه فیبر نوری، ارتباطات ماهواره‌ای و نرم‌افزارهای پیشرفته به تقارب و همگرایی رسیده‌اند» (کاستلز به نقل از کوهن، ترجمه بصیریان، ۱۳۹۳، ص ۱۵۰). در منظومه‌گفتمان رسانه‌ای دال مرکزی، دروازه‌بانی اطلاعات است که دیگر نشانه‌های داخل این گفتمان را جذب خود می‌کند. در سازمان رسانه، دروازه محل عبور و پالایش اطلاعات است. چرخش رسانه‌های جدید، با سوگیری تمرکززدایی، ایده هر کاربر یک رسانه را محقق

کرده و مراحل تولید، انتشار و بستر و تجهیزات فنی را در اختیار کاربران قرار داده است. «رسانه‌های اجتماعی از رسانه‌های سنتی یا رایج در بسیاری از جوانب مانند تعامل، دسترسی، تواتر، قابلیت استفاده، فوریت و پایداری (اطلاعات) متفاوت هستند» (Morgan, Janes and Hodges, 2012).

«مجموعه وسیع امتیازهای فنی و اجتماعی انتشار آنلاین روزنامه مانند سهولت و گستردگی جهانی دسترسی به مطالب، کم هزینه بودن انتشار، سرعت انتشار، سهولت آرشیو مطالب، سهولت خواندن مطالب، قابلیت دسترسی دائمی، سهولت به کارگیری رنگ‌ها و طراحی‌های رایانه‌ای در صفحه‌آرایی، انعطاف‌پذیری و قابلیت بسیار در طراحی، صفحه‌آرایی و تنوع بیشتر فونت‌ها و رنگ‌ها و قابلیت بیشتر ارتباط دو سویه با مخاطبان جملگی باعث شده است که روزنامه‌ها هر روز بیش از گذشته به سوی آن لاین شدن حرکت کنند» (فاضلی، ۱۳۸۷، ص ۲۶۴).

«اینترنت در بسیاری از موارد بستر مناسبی برای فعالیت‌های سازمان‌های تروریستی است که مهم‌ترین آن‌ها به این شرح هستند:

دسترسی آسان

فقدان یا اندک بودن مقررات‌گذاری، سانسور یا دیگر اشکال کنترل دولتی

مخاطبان بالقوه عظیم در سراسر جهان

ناشناس بودن ارتباطات

جریان سریع اطلاعات

ارزان بودن توسعه و نگهداری وب

محیط چندرسانه‌ای (توانایی ترکیب متن، گرافیک، صدا و ویدئو که به کاربران

اجازه دانلود فیلم، آهنگ، کتاب، پوستر و غیره را می‌دهد).

توانایی پوشش اشکال رسانه‌های جمعی سنتی که به‌طور فزاینده‌ای از اینترنت

به‌عنوان یک منبع گزارش‌های خود استفاده می‌کنند» (Weimann, 2004, p.3).

۵- مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای داعش

شبکه‌های اجتماعی به موتور پیشران گفتمان تروریستی و افراط‌گرایی تبدیل شده‌اند.

مزیت‌ها و ویژگی‌های ذاتی این شبکه‌ها و کارکردهای برجسته آنان، فرصت‌های بدیعی را برای گروه تروریستی داعش خلق کرده است. البته گروه داعش مدعی است که حساب کاربری رسمی در شبکه‌های اجتماعی ندارد و حساب‌هایی که در توئیتر و فیس‌بوک برای این گروه فعالیت می‌کنند مربوط به حامیان این گروه در کشورهای مختلف است. همچنان‌که پیش از این بیان شد، شبکه‌های اجتماعی مزیت‌ها و کارکردهای متنابهی برای این گروه تروریستی دارند. این گروه از شبکه توئیتر به‌عنوان رسانه‌ای تمام‌عیار برای اطلاع‌رسانی استفاده کرده است. زیرا شبکه توئیتر ظرفیت بالایی برای انتشار اخبار رویدادها در زمان وقوع آن‌ها دارد. در سال ۱۳۹۴ گروه تروریستی داعش عملیات‌های انتحاری ریز و درشتی در تعدادی از کشورهای جهان انجام داده است که مرگبارترین آن‌ها به این شرح هستند (جدول ۱).

جدول ۱: مرگبارترین عملیات‌های انتحاری داعش در سال ۱۳۹۴

ردیف	تاریخ عملیات	مکان عملیات	تلفات انسانی	شبکه اجتماعی
۱	۲۲ مه	قطیف/عربستان سعودی	۲۲ کشته و ۱۰۲ مجروح	توئیتر
۲	۵ تیر	سوسه / تونس	۳۸ کشته و ۲۶ مجروح	توئیتر
۳	۵ تیر	مسجد شیعیان / کویت	۲۷ کشته و ۲۲۷ مجروح	توئیتر
۴	۹ آبان	شرم الشيخ / مصر	کشته شدن ۲۲۴ مسافر هواپیما	توئیتر
۵	۲۱ آبان	بیروت / لبنان	۴۵ کشته و ۱۸۰ مجروح	توئیتر
۶	۲۲ آبان	پاریس / فرانسه	۱۳۰ کشته و ۳۶۸ مجروح	توئیتر

بر اساس مطالعات انجام شده و در پاسخ به پرسش اول پژوهش دایر بر اینکه شبکه‌های اجتماعی چه مزیت‌ها و کارکردهایی برای گروه تروریستی داعش دارند؟ اذعان می‌دارد که: مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای این گروه مشتمل بر دستیابی این گروه به «خودمختاری و خودگردانی رسانه‌ای» مشتمل بر سوژه‌یابی و گردآوری اطلاعات، دروازه‌بانی اطلاعات، مدیریت انتشار اطلاعات، گزارش رویدادهای زمان حال و انعطاف‌پذیری رسانه‌ای هستند. «جهانی‌شدن رسانه» مشتمل بر دسترسی به رسانه

جهانی، مخاطبان جهانی، دسترسی حامیان به رسانه جهانی و افزایش قدرت رسانه‌ای و «شبکه‌ای شدن فعالیت‌های تروریستی» مشتمل بر تشکیل اجتماعات شبکه‌ای، ناشناس بودن ارتباطات؛ فقدان کنترل و نظارت؛ ارزان بودن توسعه و نگهداری و «دیجیتالی شدن اطلاعات» دایر برهمگرایی رسانه‌ای؛ سرعت و فوریت؛ تواتر و پایایی اطلاعات؛ اشتراک‌گذاری و تعامل؛ و بازرسانه‌ای کردن اطلاعات هستند. همچنین شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر کارکردهای برجسته‌ای برای گروه داعش دارند. در دسته «کارکردهای اطلاع‌رسانی» مواردی مانند تولید و انتشار اطلاعات و اخبار؛ راه‌اندازی جنگ روانی؛ هدایت افکار عمومی و افراطی کردن فضا و جاسوسی و سرقت اطلاعات و در دسته «کارکردهای فرهنگی - اجتماعی» مواردی مانند برهم زدن امنیت و نظم؛ شعله‌ور کردن اختلافات قومی و مذهبی؛ ایجاد فضای رعب و وحشت؛ آموزش و تبلیغ افراط‌گرایی؛ کسب قدرت، شهرت و رسمیت، مورد توجه این گروه تروریستی بوده است. در دسته «کارکردهای سیاسی - اداری» مواردی مانند جذب و سازماندهی منابع؛ برنامه‌ریزی، هماهنگی و ارتباطات حملات تروریستی، هدایت و کنترل عملیات تروریستی و فعالیت‌های تجاری و مالی در کانون توجه این گروه تروریستی قرار گرفته است (جدول ۲).

جدول شماره ۲: مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه تروریستی داعش

مزیت‌ها	مستندات	کارکردها	مستندات
الف: خودمختاری رسانه‌ای (گردآوری اطلاعات، دروازه‌بانی اطلاعات، مدیریت انتشار اطلاعات، گزارش رویداد در حال وقوع، انعطاف‌پذیری رسانه)	(کاستلز، ۱۳۹۳)، (عباسی، ۱۳۸۸)، (توییتر، ۲۰۰۶) (فاضلی، ۱۳۸۷)	الف: اطلاع‌رسانی (خبررسانی، جنگ روانی، هدایت افکار عمومی، جاسوسی و سرقت اطلاعات، افراطی کردن فضا)	(کلاوسن، ۲۰۱۴) (تئوهاری، ۲۰۱۱) (یوسفی و روشنی، ۱۳۹۳)
ب: جهانی شدن رسانه (رسانه جهانی، مخاطبان جهانی، دسترسی هواداران به رسانه و افزایش قدرت رسانه‌ای)	(ویمن، ۲۰۱۵) (یئونگ، ۲۰۱۵) (کاستلز، ۱۳۹۳)	ب: کارکرد فرهنگی - اجتماعی (برهم زدن نظم و امنیت، ایجاد اختلافات قومی و مذهبی، رعب و وحشت، آموزش و تبلیغات، کسب قدرت و رسمیت)	(کلاوسن، ۲۰۱۴) (طباطبایی نسب به نقل از هافمن، ۱۳۹۰) (تروریسم و رسانه، ۲۰۰۸)

مزیت‌ها	مستندات	کارکردها	مستندات
پ: شبکه‌ای شدن رسانه (تشکیل اجتماعات شبکه‌ای، ارزان بودن توسعه و نگهداری شبکه، ارتباط مخفی، فقدان کنترل و نظارت، تمرکززدایی)	(میکائیل، ۲۰۱۳)، (کاستلز، ۱۳۸۰)، (فاضلی، ۱۳۸۷)، (ویمن، ۲۰۰۴)	پ: کارکرد سیاسی - اداری (جذب و سازماندهی، برنامه‌ریزی، هماهنگی و ارتباطات، هدایت و کنترل عملیات)	(تئوهاری، ۲۰۱۱)، (کلاوسن، ۲۰۱۴)، (یوسفی و روشنی، ۱۳۹۳)
ت: دیجیتالی شدن رسانه (همگرایی اشکال رسانه، همگرایی اطلاعات، سرعت و فوریت، تواتر و پایایی، تکثیر و اشتراک‌گذاری)	(ویمن، ۲۰۰۴)، (فاضلی، ۱۳۸۷)، (کاستلز، ۱۳۸۰)		

(طراحی از نگارندگان مقاله، ۱۳۹۵)

۶- چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی

چالش یعنی «شرایط و وضعیت جدیدی که مسیر آینده جامعه را از بیرون مورد هجوم قرار داده، حفظ تعادل آن را دچار مشکل و مستلزم تلاشی سخت و سرنوشت‌ساز می‌سازد» (ذوعلم، ۱۳۸۴، ص ۳۷). گروه داعش از طریق شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان نسل پیشرفته رسانه‌های اجتماعی، چالش‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را در حوزه حاکمیت ملی و بین‌المللی ایجاد کرده است. «رسانه با افزایش آگاهی نسبت به خطرهای و تهدیدهای دور و نزدیک، پیوستگی، اتصال و ارتباط مداومی را ممکن می‌کند که به نظر، در پیچه تنظیم شدت و ضعف امنیت و ناامنی‌های کنونی است و در عین حال، با توجه به اینکه ناامنی‌ها را شامل می‌شود، در جذاب کردن بسته‌های خبری هم بسیار کارآمد می‌نماید. این اتصال و ارتباط همان سازوکاری است که رسانه را به قالب سلاح جنگی فرو می‌برد و آن را به جنگ‌افزار تبدیل می‌کند» (هاسکینز و اولافلین، ۱۳۹۲، ص ۲۵). «رسانه‌ای شدن افراط‌گرایی موجب حالتی می‌شود که در آن فناوری‌های دیجیتال، به دلیل توانایی در فراهم آوردن زمینه برای گسترش مطالب افراط‌گرایانه و

موارد تهدیدکننده دیگر، منشاء بروز ناامنی می‌شوند» (هاسکینز، اولافلین، ۱۳۹۲، ص ۳۰۲). «بر اساس نظر پالتز و وینسون (Paletz and Vinson, 1992) تضعیف روحیه دشمنان مانند دولت‌ها، قدرت‌نمایی، کسب همدردی و ایجاد ترس و هرج و مرج، منافع اصلی تروریست‌ها برای استفاده از رسانه‌ها هستند» (Terrorism and the Media, 2008, P.6). 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 توئیتر)» (۱۳۹۳) انجام شده است و نتیجه آن به‌طور خلاصه بیانگر آن است که «جریان تکفیر از طریق «منابع آشکار» و «جمع‌آوری پنهان» مبادرت به گردآوری اطلاعات و مهندسی اجتماعی صحنه نبرد می‌کند» (یوسفی و روشنی، ۱۳۹۳، ۷۵).

از این رو در پاسخ به پرسش دوم تحقیق که گروه تروریستی داعش از طریق شبکه‌های اجتماعی چه چالش‌هایی را برای جوامع ایجاد می‌کند؟ در زمینه فرهنگی چالش‌هایی مانند تحدید آزادی بیان، کاهش آزادی رسانه‌ها، دامن زدن به افراط‌گرایی، ترویج فرهنگ ترس و ارعاب، تضعیف فرهنگ گفتگو و آسیب‌پذیری امنیت روانی گریبانگیر جامعه می‌شوند. در زمینه اجتماعی می‌توان به چالش‌هایی از قبیل خدشه‌دار شدن وحدت ملی، رشد اختلافات قومی و مذهبی و مهندسی اجتماعی و کنترل حریم خصوصی کاربران اشاره کرد. در زمینه سیاسی و امنیتی می‌توان چالش‌هایی مانند تهدید امنیت ملی، تضعیف حاکمیت ملی و تزلزل در دولت، امنیتی شدن فضای جامعه، ناپایدار شدن سیاست‌ها راهبردی، افزایش جنگ‌افروزی و ستیزه‌جویی را نام برد. در صورت تداوم سایه بدشگون این چالش‌ها، هزینه‌های سنگینی روی دست کشورها آوار می‌شود و امنیت آن‌ها به خطر می‌افتد. تالی فاسد چنین گزاره‌هایی تحقق «جامعه در مخاطره» و پیش‌بینی ناپذیری امور جامعه است (نمودار ۲).

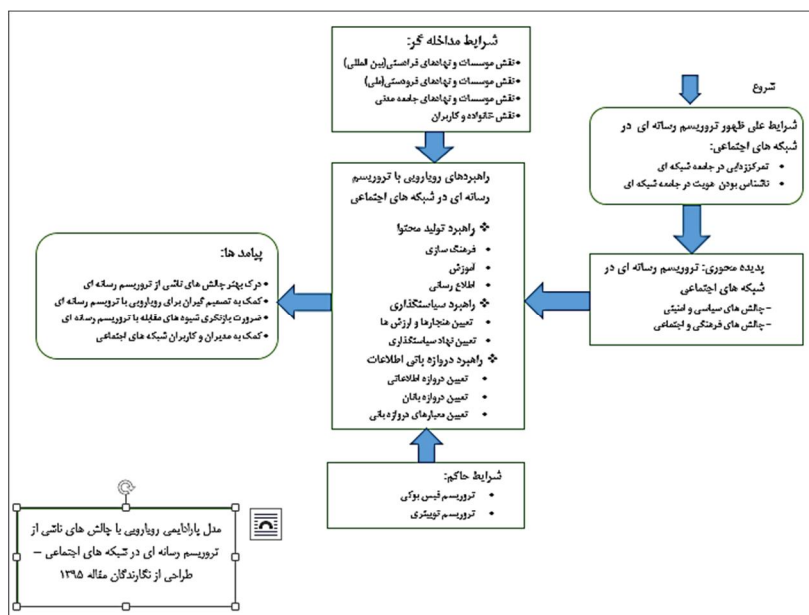


نمودار ۲ - چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی (طراحی از نگارندگان مقاله)

۷- مدل پارادایمی

«پارادایم یک موضع تحلیلی است که به گردآوری و نظم دادن به داده‌ها به ما کمک می‌کند به نحوی که ساختار و فرآیند با هم در پیوستگی بمانند» (استراوس و کربین، ۱۳۹۵، ۱۵۰). مدل پارادایمی و چشم‌انداز مسئله پژوهش به این صورت مفصل‌بندی می‌شود که تمرکززدایی و حاکمیت‌زدایی در شبکه‌های اجتماعی موجب بی‌واسطه شدن، قدرت‌زدایی و زایل شدن دروازه‌بانی اطلاعات شده است. این در حالی است که در رسانه‌های جریان اصلی فرآیند دروازه‌بانی، متضمن پالایش اطلاعات و شناسایی هویت منبع اطلاعاتی است. این بی‌واسطگی سبب‌ساز اعطای خودمختاری رسانه‌ای شده و گروه‌های تروریستی را قادر به انتشار هرگونه خشونت سیاسی با انگاره‌های مرگ در این شبکه‌ها کرده است. گروه تروریستی داعش از طریق چارچوب‌سازی و برجسته‌سازی اطلاعات تروریستی مبادرت به تخریب اذهان عمومی کرده و چالش‌های

ریز و درشتی را در کانون توجه برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران سیاست‌های کلان قرار داده است. شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توئیتر به‌عنوان بستری برای کنشگری اجتماعی گروه تروریستی داعش و انتشار خشونت سیاسی با انگاره‌های مرگ مبدل شده‌اند. شرایط مداخله‌گر در موضوع این پژوهش نقش نهادهای و مؤسسات فرادستی (بین‌المللی)، حاکمیتی (ملی) و فرودستی (نهادهای مدنی) و نقش خانواده‌ها و کاربران است. در سطح فرادستی سرویس‌دهندگان اصلی فیس‌بوک و توئیتر، مجامع جهانی و مؤسسات بالادستی شبکه‌های اجتماعی در کشور آمریکا تأثیرگذار هستند. در سطح حاکمیتی کلیه مؤسسات و نهادهای ملی بویژه نهادهای فرهنگی، آموزشی و رسانه‌های جریان اصلی می‌توانند در راستای کنترل خشونت سیاسی از طریق هشارسازی (فرهنگ‌سازی، آموزش و اطلاع‌رسانی) شهروندان، کنشگری خود را در سطح روابط اجتماعی ایفا کنند. در سطح نهادهای فرودست نیز مؤسسات و نهادهای جامعه‌مدنی می‌توانند در فرهنگ‌سازی و آموزش کاربران و همچنین هنجارسازی مبتنی بر منافع ملی، در کنترل خشونت سیاسی نقش ایفا کنند. کاربست چنین راهبردهایی پیامدهایی همچون درک بهتر چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای، کمک به تصمیم‌گیران برای رویارویی با تروریسم رسانه‌ای، ضرورت بازنگری شیوه‌های مقابله با تروریسم رسانه‌ای، کمک به مدیران و کاربران شبکه‌های اجتماعی را در بر دارد (نمودار ۳).



نمودار شماره ۳: مدل پارادایمی پدیده تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی (طراحی از نگارندگان مقاله)

۸- راهبردهای مقابله با چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی

تروریسم مدرن، از طریق شبکه‌های اجتماعی پوست اندازی کرده و از سطح یک ملیتی به چند ملیتی ارتقاء یافته است. خشونت سازمان یافته و افراط‌گرایی نیز از دایره محدود جغرافیای مشخص به حوزه جهانی گسترش یافته و تشدید شده است. «هر گونه اقدامی در راستای مبارزه با تروریسم جدید بین‌المللی یا تروریسم شبکه‌ای، بایستی مبتنی بر شناخت ماهیت و پتانسیل‌های فضای مجازی باشد» (طباطبایی نسب، ۱۳۹۰، ص ۱۴۳). چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی تنها از رهگذر این شبکه‌ها و فضای مجازی قابل حل و فصل نیست و در پیوند با حوزه‌های دیگری هست. به قول جوزف نای «در جنگ با تروریسم هم قدرت سخت و هم قدرت نرم اهمیت دارند» (پارمار و کاکس، ۱۳۹۰، ص ۲۰). همچنان‌که پیش از این بیان شد در جامعه شبکه‌ای به لحاظ تمرکززدایی و هویت گمنام، کنشگری این گروه تروریستی در شبکه‌های اجتماعی بدون هر گونه ریسک و هزینه است. برای رویارویی با چالش‌های

تروریسم رسانه‌ای ناشی از شبکه‌های اجتماعی در یک نگاه کلی دو دسته سیاست‌های سلبی و ایجابی می‌توان در نظر گرفت. «سیاست‌های سلبی را می‌توان شامل سیاست‌ها و برنامه‌های معطوف به حذف، کنترل و نظارت دانست و سیاست‌های ایجابی فرهنگی و اجتماعی جوامع را برنامه‌ها و سیاست‌هایی معطوف به تولید محتوا، مدیریت محتوا، برنامه‌های دیجیتال‌سازی اطلاعات و دسترس‌پذیر ساختن اطلاعات و محتوا در شبکه اینترنت دانست» (عاملی، ۱۳۹۰، ص ۳۶۲). برای کنترل این چالش‌ها سه دسته راهبرد شامل: ۱- تولید محتوا ۲- راهبرد سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری و ۳- راهبرد دروازه‌بانی اطلاعات وجود دارد.

۸-۱. راهبرد تولید محتوا

رسانه‌های جمعی و اجتماعی سه نقش کلی آموزشی - تبلیغی، سرگرمی - تفریحی و اطلاع‌رسانی - خبری دارند. تولید محتوا مشتمل بر راهبردهایی همچون فرهنگ‌سازی، آموزش و اطلاع‌رسانی است. برای محقق ساختن راهبردها، ضرورت ایجاد ساختارهایی در رسانه‌های جریان اصلی و مؤسسات و نهادهای آموزشی، تبلیغی و مدنی، ضروری به نظر می‌رسد. تشکیل تیم‌های تخصصی و کارگروه‌های آموزشی در شبکه‌های اجتماعی و راه‌اندازی کمپین تبلیغاتی درباره گفتمان ضد تروریستی از جمله راهکارهای ضروری است. چنین مناسبات و استلزاماتی می‌تواند زمینه فرهنگ‌سازی (جامعه‌پذیری، الگوسازی رفتاری)، آموزش هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، آموزش سواد دیجیتال (تولید و پردازش اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات و بکارگیری تفکر انتقادی)، مهارت‌آموزی (تکنیک‌ها و شیوه‌های فناورانه) و تأمین نیازهای کاربران شبکه‌های اجتماعی را فراهم کند. علاوه بر این‌ها تولیدات فاخر کاربران فعال نیز بسیار کارگشا است.

۸-۲. راهبرد سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری

راهبرد سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری مشتمل بر تعیین نهاد سیاست‌گذاری و معیارهای سیاست‌گذاری برای شبکه‌های اجتماعی است. بخشی از مسائل در حوزه فرادستی و پاره‌ای دیگر در حوزه فرودستی است. پاپیس (۲۰۰۸) می‌گوید: «خدمات

ارتباطی جدید به دلایل گوناگونی مانند حوزه قضایی از سوی یک بدنه حاکمیتی قابل مقررات‌گذاری و کنترل نیست. مبارزه با محتوی غیر قانونی و مضر نیاز به همکاری همه ذی‌نفعان دارد» (اسمعیلیان، ۱۳۹۴، ص ۴). «سیاست‌گذاری برای شبکه‌های اجتماعی بسیار دشوار و در برخی از موارد غیر قابل اجرا است» (روشندل، ۱۳۹۴، ص ۲۱۳). سیاست‌گذاری درباره شبکه‌های اجتماعی هر چند بسیار دشوار است ولی تشکیل «نهاد رسانه‌های دیجیتال» با ترکیب غالب کنشگران جامعه مدنی و البته با مشارکت کارگزاران حاکمیتی می‌تواند در تعیین هنجارها و ارزش‌های اجتماعی و به نهادینه کردن آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی کمک کند.

۳-۸. راهبرد دروازه‌بانی اطلاعات

«دروازه (gate) در وسایل ارتباط جمعی، محل عبور جریان اطلاعات و اخبار و دروازه‌بانی فراگرد کنترل جریان و گردش اطلاعات در سیستم‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است» (عباسی، ۱۳۸۸، ص ۱۲۳). دال مرکزی فرآیند دروازه‌بانی اطلاعات «دروازه‌سازی» و موضوع اقتصاد سیاسی رسانه‌ها است. قدرت‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی با هدف تأمین منافع، مبادرت به تأسیس دروازه در رسانه‌های جریان اصلی می‌کنند. در بحث شبکه‌های اجتماعی ایجاد دروازه در حوزه حاکمیت ملی بسیار پر هزینه و به سرمایه‌گذاری بسیار کلان نیاز دارد. ایجاد سیستم ذخیره و بازیابی اطلاعات در حوزه حاکمیت ملی، امکان کنترل بر ورودی و خروجی اطلاعات شبکه‌ها را تا حدی میسر می‌کند. این سیستم نیز قادر به ردیابی هر گونه فعالیت تروریستی در فضای مجازی نیست و ایجاد آن موافقان و مخالفانی دارد. در حال حاضر علاوه بر کشور آمریکا که مرکزیت داده‌های (data center) فیس‌بوک و توئیتر در آنجا قرار دارد، پاره‌ای از کشورها مانند چین و اخیراً انگلستان مبادرت به ایجاد دروازه اطلاعاتی در گلوگاه ترافیک اطلاعات در فضای مجازی کرده‌اند. مانوئل کاستلز در کتاب «قدرت ارتباطات» ارزیابی جالبی از توانمندی کشور چین در کنترل ترافیک اینترنت بیان کرده است که به‌طور خلاصه نشان می‌دهد: سرمایه‌گذاری سنگین چینی‌ها برای ایجاد ایستگاه ذخیره و بازیابی اطلاعات و کنترل ترافیک اینترنت، هرچند امکان

بستن غول‌های رسانه‌ای مانند گوگل در فضای مجازی را میسر کرده است، ولی شیوه‌های فناورانه پاسخ مناسبی برای این کار نبوده است زیرا مردم می‌توانند با به‌کارگیری ترندهایی روبات‌های ردیاب را دور بزنند. در این کشور قوه سرکوب توانسته با به‌کارگیری کنترل آبخارگونه (سلسله‌مراتبی)، شناسایی دقیق هویت کاربران، ممنوع کردن رمزنگاری و مقررات‌گذاری سخت، پیگرد و مجازات‌های سنگین کاربران، نقش بازدارندگی در مقابل هویت‌های مقاومت ایفا کند (کاستلز، ۱۳۹۳، صص ۵۰۶-۵۲۲). ایران هم از طریق ایجاد «شبکه ملی اطلاعات» در پی ایجاد دروازه اطلاعاتی برای کنترل و نظارت بر ترافیک اطلاعات است. بنابراین در پاسخ به پرسش سوم تحقیق که «چه راهبردها و راهکارهایی برای مواجهه با چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؟» راهبردهای تولید محتوا، سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری و دروازه‌بانی اطلاعات و مجموعه‌ای از راهکارها مشتمل بر تشکیل تیم‌های تخصصی، راه‌اندازی کمپین تبلیغاتی، آموزش سواد دیجیتال، آموزش هنجارهای اجتماعی و فرهنگی، مهارت‌آموزی، تشکیل کارگروه‌های آموزشی، اطلاع‌رسانی، تعیین نهاد سیاست‌گذاری، ایجاد مرکز ذخیره و بازیابی اطلاعات، دروازه‌بانی و کنترل و حذف اطلاعات خشونت‌آمیز تروریستی می‌تواند راهگشا باشند (جدول ۳).

جدول شماره ۳: مدل دروازه‌بانی خودگزین در شبکه‌های اجتماعی

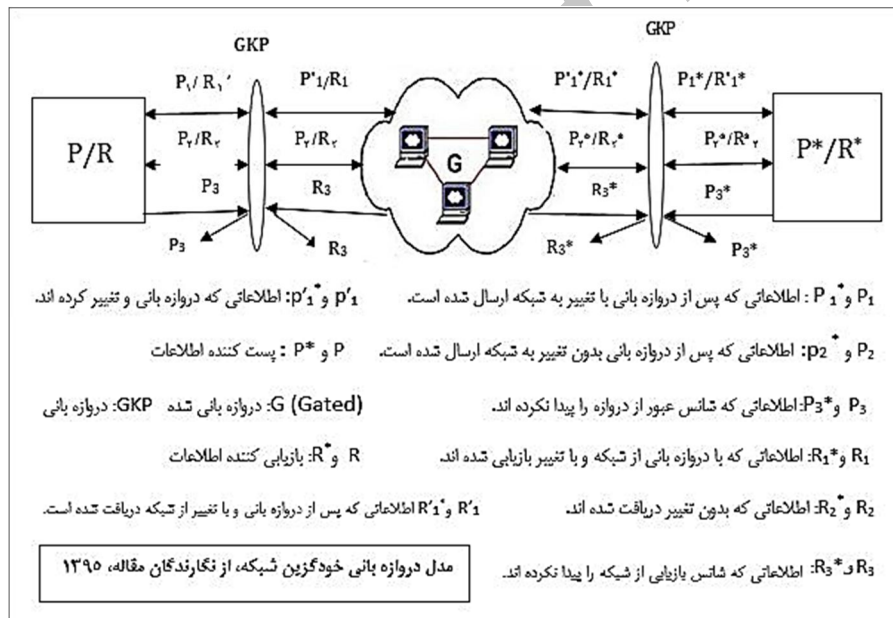
کارگزاران	راهکارهای اجرایی	راهبردهای فرعی	راهبردهای اصلی
رسانه‌های جریان اصلی و جدید، خانواده، نهادهای آموزشی، تبلیغی و مدنی، کاربران	تشکیل تیم‌های تخصصی شبکه‌های اجتماعی راه‌اندازی کمپین تبلیغاتی درباره گفتمان تروریستی	فرهنگ‌سازی (جامعه‌پذیری، الگوسازی رفتاری)	تولید محتوا
رسانه‌های جریان اصلی و جدید، خانواده، دوستان، نهادهای آموزشی و مدنی، کاربران	آموزش هنجارهای اجتماعی و فرهنگی آموزش سواد دیجیتال (تولید و پردازش اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات و به‌کارگیری تفکر انتقادی) مهارت‌آموزی (تکنیک‌ها و	آموزش (نظری و عملی)	

کارگزاران	راهکارهای اجرایی	راهبردهای فرعی	راهبردهای اصلی
	شیوه‌های فناورانه) تشکیل کارگروه‌های آموزشی		
	اطلاع‌رسانی دقیق، صحیح، سریع، متنوع و متکثر	اطلاع‌رسانی	
مؤسسات و نهادهای فرادستی (بین‌المللی و جهانی)، حاکمیتی (ملی) و فرودمستی (جامعه مدنی)	تعیین الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و بایدها و نبایدها تعیین نهاد سیاست‌گذار شبکه‌های اجتماعی	تعیین هنجارها و چارچوب‌های اصلی تعیین نهاد سیاست‌گذاری	سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری
نهادهای فرادست، حاکمیت ملی	ایجاد مرکز ذخیره اطلاعات سیستم بازیابی اطلاعات	ایجاد دروازه اطلاعاتی	دروازه‌بانی اطلاعات
حاکمیت ملی، نهادهای مدنی، خوددروازه‌بانی	تعیین عوامل پردازش اطلاعات	تعیین دروازه‌بانان	
مؤسسات فرادستی، حاکمیت ملی و نهادهای مدنی، خودتنظیمی	تعیین ارزش‌های اطلاعاتی و خبری	تعیین معیارهای دروازه‌بانی	
نهادهای فرادستی، حاکمیت ملی و نهادهای مدنی، کاربران	قدرت‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی	دروازه‌سازی	
نهادهای فرادست، حاکمیت ملی، خودنظارتی و خودکنترلی	حذف، کنترل و نظارت اطلاعات با مضامین خشونت سیاسی و افراط‌گرایانه	فعالیت‌های دروازه‌بانی	

۸- مدل دروازه‌بانی خودگزین شبکه

فرآیند دروازه‌بانی اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی باید بر محور خود تنظیمی (self-regulation)، خودکنترلی (self-control) و خود نظارتی (Self-monitoring) کاربران بنیان نهاده شود. این نوع دروازه‌بانی خودگزین، خلاق و پویا محسوب می‌شود. کاربران در شبکه‌های اجتماعی با کنشگری فعال خود، هشدارهای لازم در باره هر پست با مضامین خشونت سیاسی را به دروازه‌بانان شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر گوشزد و این شبکه‌ها بر اساس وظایف ذاتی خود باید، حساب‌های کاربری متضمن خشونت سیاسی گروه تروریستی داعش را از طریق مسدود کردن، فیلتر کردن، حذف و

منطقه‌بندی مدیریت کنند. در شکل زیر فرآیند دروازه‌بانی خودگزینه ارائه شده است. پیش از این مانوئل کاستلز در کتاب قدرت ارتباطات از ارتباطات خودگزینه (mass self-communication) نام برده است. مؤلفان این مقاله نیز نام این نظریه را «دروازه‌بانی خودگزینه شبکه» (network self-gatekeeping) نام‌گذاری کردند و این مدل مهر تأیید محکمی بر اهمیت نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز است. در این مدل مراحل دروازه‌سازی، دروازه‌بانی و به‌کارگیری معیارهای دروازه‌بانی بر عهده کنشگران شبکه‌های اجتماعی است که ضرورت دارد با مدنظر داشتن معیارهایی مانند توجه به منافع ملی، ارزش‌ها و هنجارهای بنیادین هر جامعه، مسئولیت فردی و اجتماعی و قضاوت‌های شخصی مبادرت به کنترل خشونت سیاسی با انگاره‌های مرگ در این شبکه‌ها کنند (نمودار شماره ۴).



نمودار شماره ۴: مدل دروازه‌بانی خودگزینه شبکه، طراحی از نگارندگان مقاله، ۱۳۹۵

کاربست نظریه دروازه‌بانی خودگزینه منوط به محقق شدن راهبردهای سه‌گانه تولید محتوا، سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری حمایتی و دروازه‌بانی اطلاعات با سوگیری خودنظارتی، خودکنترلی و خودتنظیمی کاربران در کنترل خشونت سیاسی با انگاره‌های

مرگ به این صورت است:

۱- پست‌کننده اطلاعات، اجازه عبور به پست اطلاعاتی خشونت سیاسی با انگاره‌های مرگ را پس از دروازه‌بانی می‌دهد. دروازه‌بانی در اینجا به کارگیری ابزار یا معیارهایی برای تغییر شکل اطلاعات است. مانند شطرنجی کردن عکس یا تصویر، همچنین نوشتن یادداشت‌های هشدارآمیز و یا حذف بخشی از اطلاعات و... (مانند P_1 و P_1^*).

۲. پست‌کننده اطلاعات، اجازه عبور بدون تغییر به پست‌های حاوی ضداطلاعات خشونت‌آمیز تروریستی را می‌دهد (P_2 و P_2^*).

۳. پست‌کننده اطلاعات، اجازه عبور به پست اطلاعاتی با محتوی خشونت‌آمیز را نمی‌دهد (مانند P_3 و P_3^*).

۴. بازیابی‌کننده اطلاعات، پست‌های با مضامین تروریستی را پس از بازیابی و دروازه‌بانی دریافت می‌کند. دروازه‌بانی در اینجا می‌تواند به نوشتن هشدار برای کاربران شبکه و یادداشت هشدارآمیز برای دروازه‌بانان شبکه با هدف تصمیم‌گیری برای سانسور (حذف اطلاعات، فیلتر کردن، بستن حساب کاربری، منطقه‌ای کردن) اطلاعات تروریستی است (R_1 و R_1^*).

۵. بازیابی‌کننده اطلاعات، پست‌های ضد خشونت تروریستی را، بدون دروازه‌بانی دریافت می‌کند (مانند R_2 و R_2^*).

۶. بازیابی‌کننده اطلاعات، پست‌های اطلاعاتی با مضامین خشونت تروریستی را بازیابی نمی‌کند (مانند R_3 و R_3^*).

در پاسخ به پرسش ۴ پژوهش که «مدل نظری مقابله با چالش‌های تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی چگونه است؟» مدل دروازه‌بانی خودگزینه شبکه به‌عنوان مدلی برای مقابله با این چالش‌ها ارائه می‌شود.

۹. نتیجه‌گیری

این تحقیق در صدد تبیین چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی و ارائه مدلی برای مقابله با آنان است. گفتمان تروریستی با چارچوب‌بندی و دستور

کارسازی در شبکه‌های اجتماعی، چالش‌های ریز و درشتی را در حوزه‌های بین‌المللی و ملی ایجاد می‌کند. این چالش‌ها، حوزه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جامعه را تحت تأثیر و هزینه‌های سنگینی مقابل کشورها و شهروندان قرار می‌دهد. کنشگری داعش در شبکه‌های اجتماعی متعاقب ایجاد هویت مجازی (گمنامی) و زایل شدن فرآیند دروازه‌بانی در این شبکه‌ها میسر شده است. مخاطرات ترویج گفتمان تروریستی داعش با حاکمیت زدایی و قدرت زدایی رسمی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، حداقل شده است. فرآیند دروازه‌بانی مشتمل بر دروازه‌سازی، تعیین دروازه‌بانان، تعیین و اعمال معیارهای دروازه‌بانی (هنجاری، حرفه‌ای، استانداردها) است که با ایجاد محدودیت و پالایش جریان اطلاعات، کنشگری را در انتخاب، کنترل و نظارت اطلاعات، اعمال می‌کند. در شبکه‌های اجتماعی هر کنشگر یک رسانه است و دروازه‌ای رسمی برای پالایش اطلاعات وجود ندارد. این مسئله‌ای است که باید به آن توجه جدی شود.

گروه تروریستی داعش به‌عنوان کنشگری با گفتمان تروریستی، بازیگری اجتماعی را با همنشینی توأم فضای واقعی و فضای مجازی، فعالانه به پیش می‌برد. نمایش انگاره‌های مرگ این گروه تروریستی در شبکه‌های اجتماعی و ترویج خشونت سیاسی در فوج‌ترین حالات ممکن تأثیری زهرآگین در اذعان عمومی بجا می‌گذارد که چالش‌آفرین هستند.

این چالش‌ها روند امور را در هر کشور مختل و دستورکارهای ناخواسته‌ای را پیش روی تصمیم‌گیران قرار می‌دهند، برای هدایت این چالش‌ها به ساحل امن، دو شیوه سلبی و ایجابی وجود دارد. در شیوه ایجابی راهبردهایی مانند تولید محتوا مشتمل بر فرهنگ‌سازی، آموزش و اطلاع‌رسانی راهگشاست. برای اجرای این راهبردها می‌توان از طریق تشکیل تیم‌های تخصصی و کارگروه‌های حرفه‌ای مبادرت به افزایش سواد و مهارت دیجیتال، قدرت تفکر و تجزیه و تحلیل کاربران کرد. کارگزاران چنین راهبردهایی، رسانه‌های جریان اصلی، رسانه‌های جدید و مؤسسات و نهادهای آموزشی، تبلیغی و مدنی در هر جامعه و کاربران فعال هستند.

در شیوه سلبی نیز کشورها از طریق مقررات‌گذاری و سیاست‌گذاری، محدودیت‌های خاصی را چارچوب‌بندی می‌کنند. تشکیل «نهاد رسانه‌های دیجیتال» با

ترکیب غالب از کنشگران جامعه‌مدنی و البته با مشارکت کارگزاران حاکمیتی می‌تواند در تعیین هنجارها و ارزش‌های اجتماعی و نهادینه کردن آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مؤثر باشد.

احیای فرآیند دروازه‌بانی، نیز از جمله اقدامات سلبی است که حاکمیت ملی برای نظارت و کنترل اطلاعات ایجاد می‌کند. این کنش در واقع نوعی بازگشت به سنت دروازه‌بانی در رسانه‌های جریان اصلی است.

کتابنامه

- استراوس، آنسلم، کرین، جولیت (۱۳۹۵)، مبانی پژوهش کیفی؛ فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه: ابراهیم افشار، نشر نی.
- استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، ترجمه: ثریا پاک نظر، تهران: گام نو.
- اسمعیلیان، ملیحه (۱۳۹۴)، مخاطب پاسخگو، رویکردی آینده‌نگرانه به نظارت رسانه‌های نوین. ارائه شده در چهارمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.
- پارمار، ایندرجیت. کاکس، مایکل (۱۳۹۰)، قدرت نرم و سیاست خارجی ایالات متحده، مترجم: علیرضا طیب، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- تاجیک، محمدرضا و قهرمان، میثم (۱۳۹۱)، «نشانه‌شناسی فضای مجازی با بهره‌گیری از نظریه دروازه‌بانی شبکه بارزیلای نیهون». فصلنامه رهیافت‌های سیاسی بین‌المللی، صص ۶۷-۹۶.
- ذوعلم، علی (۱۳۸۴)، «تأملی در مفهوم چالش». ماهنامه اندیشه و تاریخ سیاسی ایران معاصر، سال ۴، شماره ۳۶ صص ۳۴-۳۷.
- روشندل، طاهر (۱۳۹۴)، سیاست‌گذاری رسانه‌ای. انتشارات دانشگاه تهران.
- خاتونی، مجتبی (۱۳۹۴)، بررسی و تحلیل ژئوپلیتیکی عملکرد گروه‌های تروریستی در رسانه‌های اجتماعی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیای سیاسی، دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران.
- طباطبایی نسب، عبدالحسین (۱۳۹۰)، رسانه‌های جدید و نسل دوم تروریسم بین‌الملل در قرن ۲۱ (مطالعه موردی القاعده)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
- عاملی، سید سعیدرضا (۱۳۹۰)، رویکرد دو فضای به آسیب‌ها، جرایم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی. انتشارات امیرکبیر.
- عباسی، حجت‌اله (۱۳۸۸)، خبر تلویزیونی. انتشارات دانشکده صداوسیما.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۷)، مدرن یا امروزی شدن فرهنگ ایران. پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم و تحقیقات فن‌آوری.
- کاتمپف، سباستین (۱۳۹۰)، «مطالعه موردی: جنگ مجازی» در اثر فرهنگ‌های دیجیتال؛ درک رسانه‌های جدید (مجموعه مقالات)، ویراستاران: کریبر، گلن و مارتین، رویستون. مترجم: مرضیه وحدانی. تهران: نشر ساقی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹)، عصر اطلاعات (جامعه شبکه‌ای)، جلد اول مترجمان: احد علیقلیان و افشین خاکباز.

- انتشارات طرح نو. تاریخ انتشار به زبان اصلی (۱۹۹۵). چاپ ۶.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳)، قدرت ارتباطات، مترجم: حسین بصیریان جهرمی، پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.
- کرامر، فرانکلین و دیگران (۱۳۹۴)، قدرت سایبری و امنیت ملی، مترجم: معاونت پژوهش و تولید علم، انتشارات دانشکده اطلاعات.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۳)، نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه انتقادی، انتشارات همشهری، چاپ چهارم.
- هاسکینز، اندرو و اولافلین؛ بن (۱۳۹۲)، جنگ و رسانه؛ نبردهای تکثیر شونده، مترجم: ملیحه مهدی‌زاده سراج، موسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور.
- هچ، ماری جو (۱۳۹۳)، نظریه سازمان؛ مدرن، نمادین - تفسیری و پست مدرن، مترجم: حسن دانایی‌فر. انتشارات کتاب مهربان. چاپ هفتم.
- یوسفی، جعفر و روشنی، مرتضی (۱۳۹۳)، «استفاده‌های اطلاعاتی - امنیتی جریان تکفیر از شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک و توئیتر)». فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی و امنیتی، دانشگاه امام حسین (علیه‌السلام). سال سوم، شماره ۱۱، صص ۶۳-۸۷.
- Epkins, H. D. (2011), Media Framing of terrorism: views of "front lines" national Security prestige press. Dissertation submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, College Park, in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.
- Eugenie, K. (2013), "Who Will Tell the Story? Terrorism's Relationship with the Global Media. University of Nevada, Las Vegas, March 14, 2013.
- Jetter, M. (2014), Terrorism and the Media. IZA Discussion Paper No. 8497.germany
- 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.
- Michael, G. (2013), The New Media and the Rise of Exhortatory Terrorism. Strategic Studies Quarterly. Spring 2013.
- 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. Leiu, 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.
- Theohary, C. John W. Rollins. (2011), Terrorist Use of the Internet: Information Operations in Cyberspace. March 8, 2011. www.crs.gov.
- Terrorism and the Media (2008), www. Transnationalterrorism.eu.
- Weimann, G. (2004), How Modern Terrorism Uses the Internet. www.terror.net.
- Weimann, G. (2015a), From Theaters to Cyberspace: Mass-Mediated Terrorism. Worldviews for the 21st Century. Winter 2015: Volume 13, Number 1.
- Weimann, G. (2015b), Terrorism. The International Encyclopedia of Political Communication, First Edition. John Wiley & Sons, Inc.
- 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>.