

تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دگرگونی ماهیت گروه‌های تروریستی

(با تأکید بر داعش و القاعده)

جلیل بیات^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۰۲

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۱۲/۱۴

فصلنامه آفاق امنیت / سال دوازدهم / شماره چهل و چهارم - پاییز ۱۳۹۸

چکیده

فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، کارکرد و ماهیت بسیاری از پدیده‌های سیاسی و اجتماعی معاصر را دستخوش دگرگونی کرده است. مطالعات و بررسی‌های انجام‌شده در زمینه شکل‌گیری و فعالیت گروه‌های تروریستی بیانگر این واقعیت است که پدیده تروریسم، هم از نظر ماهیت و هم از نظر کارکرد به صورت اساسی دگرگون شده است. امروزه، گروه‌های تروریستی چندملیتی بازیگرانی جدید در عرصه بین‌الملل محسوب می‌شوند و به خصوص بعد از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ نقش پررنگ‌تری در مناسبات بین‌المللی پیدا کرده‌اند. اینکه چه عواملی در این ارتباط نقش مؤثر داشته‌اند همواره از موضوعات مورد علاقه اندیشمندان مختلف بوده است. در این پژوهش به بررسی این موضوع با توجه به تأثیر شگرف فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی پرداخته خواهد شد. تأثیر رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل این دگرگونی از اهمیت بسیاری برخوردار است. در این پژوهش، ضمن تأکید بر گروه‌های افراط‌گرای داعش و القاعده این موضوع مورد مطالعه قرار می‌گیرد که چگونه رسانه‌های اجتماعی ماهیت گروه‌های تروریستی را در سه بُعد هویتی (از تک‌ملیتی به چندملیتی)، شکلی (از پنهان به آشکار) و ساختاری (از سلسه‌مراتبی به شبکه‌ای) تغییر داده‌اند. رویکرد این پژوهش توصیفی - تحلیلی و روش آن علی است و گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای صورت گرفته است.

واژگان کلیدی

تروریسم؛ گروه‌های تروریستی؛ ماهیت؛ رسانه‌های اجتماعی؛ داعش

«اگر در حال حاضر بن‌لادن انگشت روی ماشه دارد، نوه او ممکن است انگشت روی ماوس رایانه داشته باشد (فرانک کیلوفو، کنگره امریکا، ۲۰۰۱).

طی دهه‌های اخیر، تغییرات مهمی در پدیده تروریسم روی داده است. این تغییرات شامل گستره وسیعی از اهداف تروریست‌ها تا ابزار مورد استفاده آنها می‌شود. در بحث اهداف، تروریست‌ها دیگر به ترورهای محدود نمی‌اندیشند، بلکه اهداف بزرگ‌تری در مقیاس فلج کردن یک کشور (همچون حمله به برج‌های دوقلوی تجارت جهانی امریکا در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱) در سر می‌پروارند. ضمن آنکه مقصود اصلی آنها قربانیان این حملات نیست، بلکه تماشاگرانی است که این حملات را از طریق رسانه‌ها به‌نظاره نشستند. در بحث ابزار نیز تروریست‌ها همگام با پیشرفت فناوری از فناوری‌های روز اطلاعاتی و ارتباطاتی به‌عنوان ابزار خود بهره می‌برند؛ چنانکه امروزه برخی از گروه‌های تروریستی حضور گسترده‌ای در اینترنت و رسانه‌های اجتماعی دارند و ضمن تبلیغ و ترویج افکار خود و عضوگیری از طریق دنیای مجازی، بعضاً عملیات‌های عینی خود را نیز از این طریق اجرا می‌کنند.

جوزف نای معتقد است پیشرفت‌های فناورانه سبب شده است قابلیت‌های مخربی در اختیار گروه‌ها و افراد نابهنجار قرار گیرد؛ قابلیت‌هایی که زمانی اساساً در اختیار دولت‌ها و ارتش‌ها قرار داشت (نای، ۱۳۸۷: ۳۴۵ - ۳۴۳)، اما این تغییرات به اینجا ختم نمی‌شود، بلکه گروه‌های تروریستی به‌لحاظ ماهیت نیز دستخوش دگرگونی شده‌اند. در تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی عوامل مختلفی می‌تواند دخیل باشد. از زبان، فرهنگ و مذهب مشترک تا حمله شوروی به افغانستان که زمینه را برای حضور گروه‌های مرتجع اسلامی در این کشور فراهم کرد و اشغال عراق توسط امریکا که به مهاجرت تروریست‌ها به این کشور منجر شد. اما ما در این پژوهش صرفاً بر نقش رسانه‌های اجتماعی در تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی پرداخته‌ایم. لذا معتقدیم فارغ از این موضوع که فناوری اطلاعات و ارتباطات همچون اینترنت و رسانه‌های اجتماعی موجب توانمندساختن گروه‌های تروریستی شده است، (Ranstorp, 2007: 37 - 40)، ماهیت گروه‌های تروریستی نیز به‌واسطه استفاده از این فناوری‌ها تغییر کرده است.

پژوهش‌های مختلفی درباره ارتباط تروریسم و رسانه انجام گرفته که می‌توان آنها را در دو دسته طبقه‌بندی و بررسی نمود: دسته اول منابعی است که به نسبت رسانه و تروریسم می‌پردازند. در این دسته برخی آثار با نگاهی انتقادی به نقش رسانه در ترویج تروریسم نگاشته شده‌اند، چراکه رابطه‌ای دوسویه میان تروریسم و رسانه وجود دارد. از دیرباز درام،



شوک، فاجعه و اندوه، از عناصر ایدئال داستان‌های مورد علاقه بشر بوده است. لذا تروریست‌ها دقیقاً آنچه را لازم دارند، به دست می‌آورند: تبلیغات گسترده و فرصتی برای نشان دادن توانایی خود در تهاجم علیه حتی قوی‌ترین کشورها. رسانه‌ها نیز به این دلیل که از رقابت برای افزایش تعداد مخاطب و در نتیجه برای تبلیغات به کسب درآمد می‌پردازند، با پوشش اخبار مربوط به تروریست‌ها پاداش می‌گیرند. از این نظر، دو طرف از یک رابطه همزیستی برخوردار هستند و از یکدیگر تغذیه می‌کنند (Nacos, 2006: 1). در این زمینه کتاب «روایت‌های ترور: اخبار تلویزیون و ایجاد تهدید تروریستی» نیز به نقش غیرمستقیم و ناخواسته اخبار تلویزیون در خدمت به تروریسم می‌پردازد (Dobkin, 1992). برخی دیگر همچون کتاب «تروریسم جهانی و رسانه‌های جدید: نسل بعد از القاعده» به ارتباط رسانه‌های جدیدتر همچون اینترنت و تروریسم جهانی پرداخته‌اند (Seib and Janbek, 2011)، اما برخی دیگر از آثار این دسته به‌طور مشخص به یک گروه تروریستی و استفاده آن از رسانه‌های جدید می‌پردازد. به‌عنوان مثال، برچمن در مقاله «ترور با تکنولوژی برتر: استفاده القاعده از فناوری جدید» به استفاده القاعده از فناوری اینترنت در راستای اهداف خود می‌پردازد. (Brachman, 2006) همچنین کتاب «تویبتر و جهاد: استراتژی ارتباطات داعش» (Maggioni and Magri, 2015) عمدتاً به موضوع استفاده داعش از رسانه‌های اجتماعی همچون تویبتر در جهت تبلیغات می‌پردازد و چنین نتیجه می‌گیرد که جنگ تبلیغاتی مشخص خواهد کرد داعش و گروه‌های مشابه آن در آینده چه نقشی در روابط بین‌الملل خواهند داشت. منتهی پژوهش‌های صورت‌گرفته در این دسته به رسانه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر تروریسم به‌صورت کامل نمی‌پردازند و صرفاً بحث تبلیغات از طریق رسانه‌های اجتماعی و اهداف تروریست‌ها از این تبلیغات را توضیح می‌دهند و به چگونگی تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی به‌واسطه استفاده از رسانه‌های جدید اشاره نمی‌کنند.

اما دسته دوم منابع، بیشتر بحث مبارزه با تروریسم جدید را که از رسانه‌های اجتماعی بهره می‌برند، مطرح می‌کنند. هنسی و همکارانش در کاری پژوهشی با عنوان «فناوری اطلاعات برای مبارزه با تروریسم: اقدامات فوری و امکانات آینده» به کاربرد فناوری اطلاعات در مبارزه علیه تروریسم می‌پردازند (Hennessy and et al. 2003). دان و همکاران وی در مؤسسه تحقیقاتی رند نیز در پژوهشی برای سیاست‌گذاران امریکایی ضمن بررسی نحوه استفاده گروه‌های تروریستی از فناوری اطلاعات و ارتباطات به ارائه شیوه‌های مقابله با آنها می‌پردازند (Don and et al. 2007). کتاب «مبارزه با تروریسم و امنیت فضای مجازی» نیز به ارائه توصیه‌های عملی به شرکت‌ها، دولت‌ها و افراد برای تأمین امنیت بهتر

جهان و محافظت از فضای مجازی می‌پردازد (Lee, 2013). اگرچه این دسته از منابع در فهم چگونگی استفاده تروریست‌ها از فناوری اطلاعات و ارتباطات همچون اینترنت و رسانه‌های اجتماعی مهم است، اما اشاره‌ای به هدف اصلی پژوهش حاضر درباره تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی نمی‌کنند.

برای فهم چیستی و چگونگی این تغییر، این سؤال را مطرح کرده‌ایم که ماهیت گروه‌های تروریستی تحت تأثیر کدام عامل تغییر یافته و این تغییر در چه ابعادی صورت گرفته است؟ در پاسخ به این سؤال و به‌عنوان فرضیه عنوان کرده‌ایم که رسانه‌های اجتماعی ماهیت گروه‌های تروریستی را در سه بُعد هویتی (از تک‌ملیتی به چندملیتی)، شکلی (از پنهان به آشکار) و ساختاری (از سلسه‌مراتبی به شبکه‌ای) تغییر داده‌اند. رویکرد این پژوهش توصیفی - تحلیلی و روش آن علی است و گردآوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه‌ای انجام گرفته است.

ساختار این پژوهش چنین است که ابتدا به تعریف تروریسم پرداخته و تحول آن در گذر تاریخ را شرح داده و آنگاه به تعریف رسانه‌های اجتماعی می‌پردازیم. سپس به تبیین ارتباط تروریسم و رسانه‌های اجتماعی پرداخته و تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی به‌واسطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی را توضیح می‌دهیم.

تروریسم و تحول آن در دهه‌های اخیر

در اصطلاح تروریسم، کلمه ترس (terror) نهفته است. ریشه لغوی ترور در زبان انگلیسی از کلمه لاتین *terrere* که به‌معنای "ترساندن" یا "لرزاندن" است، اخذ شده و هنگامی که با پسوند فرانسوی ISME (مرجع برای "تکرار") همراه است، به‌معنای "لرزاندن" و یا "ترساندن" می‌شود (Matusitz, 2013: 1).

اگرچه موضوع ترور از دیرباز در تاریخ بشر وجود داشته و دولت‌ها از آن استفاده می‌کردند، اما اصطلاح تروریسم برای اولین بار از سال ۱۷۹۲ و بعد از انقلاب فرانسه مطرح شد (Janbek, 2011: 9). تروریسم به‌عنوان یک مفهوم، دارای بار قضاوتی و ارزشی می‌باشد؛ به‌طوری که «عموماً برای مخالفت با گروه‌هایی که به خشونت سیاسی روی می‌آورند، آنها تروریست خوانده می‌شوند، اما کسانی که در برابر آنها بی‌طرف‌تر هستند، آنها را چریک می‌خوانند و پشتیبانان آنها، این گروه‌ها را جنبش‌های آزادی‌بخش ملی نام گذاشته‌اند» (ویلتز، ۱۳۸۳).

در تعریف تروریسم میان محققان و متخصصان این حوزه وحدت‌نظر وجود ندارد و تاکنون تعریف جامع و مانعی که روی آن توافق وجود داشته باشد، ارائه نشده است. جفری سیمون پس از جمع‌آوری تعاریف مختلف اعلام نمود حداقل ۲۱۲ تعریف مختلف از



تروریسم در جهان وجود دارد که ۹۰ مورد آن از سوی حکومت‌ها و دیگر نهادها به کار گرفته می‌شود (Simon, 1994). باین حال، مطالعات دو محقق هلندی نشان می‌دهد مفهوم «خشونت»^۱ در ۸۳/۵ درصد از تعاریف رسمی تروریسم وجود دارد. همچنین مفهوم «اهداف سیاسی»^۲ در ۶۵ درصد و مفهوم «ایجاد ترس و وحشت»^۳ در ۵۱ درصد از این تعاریف مشترک است (Schmid & Jongman, 1988, 5 - 6). همچنین مراری در تحقیقی نشان داد که در تعاریف رسمی از تروریسم در امریکا، انگلیس و آلمان سه مؤلفه مشترک وجود دارد که عبارتند از: ۱. استفاده از خشونت، ۲. اهداف سیاسی و ۳. ایجاد ترس در جامعه هدف (Merari, 1993: 215). لذا باتوجه به این سه مؤلفه می‌توان تعریف وزارت دفاع امریکا از تروریسم را معیار قرار داد که عنوان می‌کند: تروریسم عبارت است از: «کاربرد غیرقانونی یا تهدید به کاربرد زور و خشونت ضد افراد یا اموال برای مجبور یا مرعوب ساختن حکومت‌ها یا جوامع که اغلب به قصد دستیابی به اهداف سیاسی، مذهبی و ایدئولوژیک صورت می‌گیرد» (Laqueur, 1999).

پژوهشگران، تروریسم را به‌لحاظ تاریخی به انواع مختلفی تقسیم می‌کنند. فیرچی و ظهیری از پنج نوع تروریسم شامل تروریسم سنتی، تروریسم مدرن، تروریسم پسامدرن، تروریسم در عصر اتم و جنگ اجتماعی و تروریسم مجازی نام می‌برند. (فیرچی و ظهیری، ۱۳۸۷: ۱۵۰-۱۵۶). راپوپورت در مقاله خود با عنوان «چهار موج تروریسم نوین» نظریه‌ای درباره گونه‌شناسی تاریخی تروریسم بین‌المللی و چگونگی تحول آن ارائه می‌کند که براساس آن، تروریسم بین‌المللی در جهان پس‌اوستفالیایی تاکنون چهار مرحله را به خود دیده که شامل مرحله آنارشیستی در دهه ۱۸۸۰ تا ۱۹۲۰، مرحله ضداستعماری یا تروریسم قومی از ۱۹۲۰ تا ۱۹۶۰، مرحله مارکسیستی از ۱۹۶۰ تا ۱۹۹۰ و مرحله مذهبی که از سال ۱۹۹۷ آغاز شده است (Rapoport, 2004: 46 - 73). باین حال وقوع حوادثی نظیر بمبگذاری در مرکز تجارت جهانی در ۱۹۹۳، حمله به متروی توکیو با گاز سارین در ۱۹۹۵ و مهم‌تر از همه حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، نشان داد تغییرات مهمی در تروریسم ایجاد شده که از آن با عنوان تروریسم نوین یاد می‌شود (گوهری مقدم، ۱۳۹۰: ۱۷۹).

تروریسم نوین نه دولت‌ها، بلکه جوامع و افراد را هدف قرار می‌دهد و تهدیدی فراملی محسوب می‌شود (کراهمان، ۱۳۸۷: ۱۸ - ۱۶). برخی دانشمندان معتقدند تروریسم نوین نوعی نمایش است که درواقع قربانیان هدف آن نیست؛ بلکه مردمی که از طریق رسانه‌ها به تماشای آن می‌نشینند، هدف اصلی هستند (Tsfati & Weimann, 2002). بنابراین آنها

1. Violence
2. Political goals
3. Inflicting fear and terror

معتقدند رسانه‌ها بهترین دوست تروریست‌ها بوده و گرنه تروریسم به‌خودی‌خود چیزی نیست. لذا تروریسم نوین را می‌توان به‌عنوان تلاش برای برقراری ارتباط از طریق استفاده از خشونت دانست. همچنین دامنه خشونت در تروریسم نوین بیش از تروریسم قدیم است و لذا میزان تلفات در تروریسم نوین بیشتر است. اهداف تروریسم نوین محصور به جغرافیایی خاص نیست، بلکه برخلاف تروریسم قدیم، ابعادی فراملی دارد. تأمین مالی تروریسم نوین بیشتر و راحت‌تر از تروریسم قدیم صورت می‌گیرد؛ چراکه علاوه بر برخورداری از شیوه‌های جدید کسب درآمد مشروع، از راه‌های نامشروع نیز به کسب درآمد می‌پردازد.

جدول ۱. ویژگی‌های تروریسم قدیم و نوین

شاخص تروریسم	هویت	ساختار	شکل سازمانی	دامنه خشونت	قربانیان
قدیم	تک‌ملیتی	سلسله‌مراتبی	پنهان	محدود	گزینشی / سیاسی
نوین	چندملیتی	شبکه‌ای	آشکار	گسترده	فله‌ای / تماشاگران

در این میان، یکی از شاخصه‌های مهم تروریسم جدید استفاده تروریست‌ها از فضای مجازی و اینترنت است. اینترنت و رسانه‌های اجتماعی تحولی بنیادین در ماهیت گروه‌های تروریستی ایجاد کرده است. برای بررسی این موضوع ابتدا به چیستی رسانه‌های اجتماعی و درآمد بر نسبت اینترنت (به‌عنوان پایه و اساس رسانه‌های اجتماعی) و تروریسم اشاره خواهیم داشت.

رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های مدرن یکی از ملزومات انقلاب ارتباطات محسوب می‌شوند؛ چنانکه وقتی صحبت از انفجار اطلاعات می‌شود، رسانه‌ها محور اصلی بحث محسوب می‌شوند. امروزه «رسانه‌های اجتماعی»^۱ همچون وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، فروم‌ها، شبکه‌های اجتماعی و... برتری «رسانه‌های جمعی»^۲ همچون تلویزیون، رادیو، مطبوعات و... را به‌چالش طلبیده است؛^۳ به‌طوری‌که رشد جذب مخاطب در این رسانه‌ها نسبت به رسانه‌های جمعی بیشتر است (GWI Insight Report, 2015). اگر پیدایش اینترنت را در پایان هزاره دوم، مهم‌ترین

1. Social media

2. Mass media

۳. برای اطلاعات بیشتر درباره تفاوت رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی رجوع کنید به: (Machuco Rosa, 2012 و افتاده، ۱۳۹۴)



اتفاق تاریخ فناوری بنامیم، می‌توان ظهور رسانه‌های اجتماعی را یکی از بزرگ‌ترین تأثیرات این پدیده در آغاز هزاره سوم دانست. رسانه‌های اجتماعی، فناوری‌های مبتنی بر وب^۲ هستند که خدمات برخط (آنلاین)، پلت‌فرم‌ها، یا سایت‌هایی را شامل می‌شوند که افراد، نظرات و علاقه‌مندی‌های خود را در آنها بیان کرده و با دیگران به اشتراک می‌گذارند (ضیایی‌پرور، ۱۳۹۲: ۳۳). به عبارتی مبنای رسانه‌های اجتماعی برخلاف نسل قدیمی تر وب بر تعامل و دیالوگ به جای مونولوگ بنا شده است.^۱ در اغلب تعاریف از رسانه‌های اجتماعی بر دو عنصر «اشتراک‌گذاری» و «تعامل» تأکید می‌شود (عبداللهی و دیگران، ۱۳۹۱: ۱۴۸). رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در دسته‌های بسیاری تقسیم‌بندی کرد. هفت دسته از مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱. شبکه‌های اجتماعی^۲ (همچون فیسبوک) که به اعضایشان اجازه ساخت صفحات شخصی و برقراری ارتباط و شبکه‌سازی با دوستان برخط (آنلاین) را می‌دهند.^۳
۲. وبلاگ‌ها^۴ که شناخته‌شده‌ترین نوع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند و ژورنال‌های برخط (آنلاینی) هستند که با محتواهای جدید کاربران به‌روز می‌شوند.
۳. ویکی‌ها^۵ (همچون ویکی‌پدیا و ویکی‌لیکس) که سایت‌هایی هستند که به کاربران اجازه اضافه‌کردن و ویرایش محتوا را می‌دهند و محتوای تولیدشان حاصل مشارکت اعضاست.
۴. پادکست‌ها^۶ که فایل‌های صوتی و تصویری هستند که قابلیت مشترک‌شدن در اینترنت را دارند.

۱. سایت‌های اینترنتی تاکنون در ۳ نسل طبقه‌بندی شده‌اند. اولین نسل از وب‌سایت‌های اینترنتی، وب ۱ هستند که معمولاً یک طرفه بوده و اطلاعات سایت توسط تعداد محدودی مدیر تأمین و توسط بازدیدکنندگان مشاهده می‌شوند. اما نسل دوم یا وب ۲ که به وب مشارکتی هم مشهور است اطلاع‌رسانی را از یک روند یک طرفه به یک حرکت مشارکتی تبدیل نمود. این بدان معناست که محتوای سایت توسط کلیه کاربران و بازدیدکنندگان تأمین شده و خود کاربران سایت نیز سهم موثری در تولید و ساماندهی محتوای سایت خواهند داشت. وب ۳ یا وب معنایی به وب‌سایت‌های هوشمندی گفته می‌شود که محتوا و مخاطبین خود را شناخته و بر اساس هوش مصنوعی و مکانیزم‌های داده‌کاوی بکار رفته در نرم‌افزار، تصمیم‌گیری کرده و محتوای خود را متناسب با سلیقه و نیاز مخاطب نمایش می‌دهد. به عبارتی وب معنایی بر خلاف وب کنونی که فقط توسط انسان‌ها قابل فهم است، توسط ماشین‌ها نیز قابل درک و پردازش است. برای اطلاعات بیشتر رجوع کنید به: (آدرخش و آدرخش، ۱۳۹۲)

2. Social Networks

۳. شبکه‌های اجتماعی بخشی از رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند و نباید این دو را یکی پنداشت. برای یک بحث خوب در این باره رجوع کنید به: (Schauer, 2015)

4. Blogs

5. Wikis

6. Podcasts

۵. فرومها^۱ (انجمن‌های مباحثه) که از دوران پیش از تولد مفهوم رسانه‌های اجتماعی فعالیت می‌کردند و فضایی برای طرح بحث و گفتگو در موضوعات مختلف محسوب می‌شوند.

۶. کامیونتهای محتوایی^۲ (همچون یوتیوب و اینستاگرام) که امکان مدیریت و به‌اشتراک‌گذاری نوع خاصی از محتوا مانند عکس، فایل‌های ویدئویی، متن یا لینک را فراهم می‌کنند.

۷. میکروبلگ‌ها^۳ (همچون توییتر) که تلفیقی از شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌های کوچک هستند و با محتواهای کوتاه کاربران به‌روز می‌شوند (ساعی و افتاده، ۱۳۹۲: ۱۰۹ - ۱۱۰).

همان‌طور که پیش‌از این عنوان شد، رشد استفاده از رسانه‌های اجتماعی چشمگیر است. به‌طور مثال، زمان صرف‌شده در رسانه‌های اجتماعی در امریکا از هشتاد و هشت میلیارد دقیقه در ماه جولای ۲۰۱۱ به ۱۲۱ میلیارد دقیقه در ماه جولای سال ۲۰۱۲ افزایش یافته است؛ یعنی این رقم در طول یک سال ۳۷/۵ درصد رشد داشته است. همچنین در سال ۲۰۱۳، تحقیقات شرکت eMarketer نشان داد که به‌طور متوسط هر کاربر امریکایی بیست و سه ساعت در هفته صرف ارسال ایمیل و پیام کوتاه با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و دیگر اشکال ارتباطات برخط می‌کند (Weimann, 2014: 2). در سال ۲۰۱۷ مردم جهان به‌طور متوسط ۱۳۵ دقیقه از بیست و چهار ساعت خود را در شبکه‌های اجتماعی گذراندند که این رقم نسبت به سال ۲۰۱۲ پنجاه درصد رشد داشته است (statista, 2017).

رسانه‌های اجتماعی به‌لحاظ گستردگی نیز بخش وسیعی از مردم جهان را درگیر خود ساخته است. همسان‌سازی بسیاری از رسانه‌های اجتماعی با نسخه‌های کاربردی روی گوشی موبایل این امکان را برای کاربران فراهم ساخته که هر لحظه در معرض رسانه‌های اجتماعی باشند. همچنین سرعت پیشرفت فناوری در رسانه‌های اجتماعی و گوشی‌های هوشمند نسبت به رسانه‌های جمعی قابل مقایسه نیست. لذا می‌توان گفت آینده ارتباطات را باید در رسانه‌های اجتماعی و به‌خصوص گوشی‌های هوشمند جستجو کرد (GSMA, 2015).

رابطه تروریسم و رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی وابسته به اینترنت هستند؛ از این رو لازم است ابتدا به توضیح

1. Forums
2. Content Communities
3. Microblogging



اینترنت و رابطه تروریست‌ها با آن اشاره شود. اینترنت حیات خود را به‌عنوان یک طرح دولتی آغاز کرد. در اواخر دهه ۱۹۶۰ وزارت دفاع آمریکا بانی تشکیل «کارگزاری طرح‌های پژوهشی پیشرفته دفاعی» شد که مسئول تشکیل و توسعه تسهیلات ارتباطی انعطاف‌پذیری بود که بتواند پس از یک حمله هسته‌ای نیز به کار خود ادامه دهد (کانوی، ۱۳۹۰: ۱۳۴). در دهه ۱۹۸۰ افراد بیشتری از تسهیلات این شبکه که آرام‌آرام اینترنت نام گرفته بود استفاده می‌کردند و بالاخره در ابتدای دهه ۱۹۹۰ اینترنت چهره‌ای همگانی یافت. امروزه به‌خصوص در کشورهای توسعه‌یافته تقریباً تمامی ساختارهای اقتصادی، خدمات‌رسانی، اجتماعی، نظامی و... وابسته به فناوری اطلاعات و ارتباطات و در رأس آن اینترنت است. اینترنت اگرچه مزایای بی‌شماری در جهت آسان‌تر کردن امور فراهم نموده، اما وابستگی شدید به اینترنت، دولت‌ها را در معرض تهدیدات و آسیب‌های جدیدی نیز قرار داده است.

به‌طور کلی گفته می‌شود فعالیت بازیگران غیردولتی در اینترنت به سه روش وجود دارد: «اکتیویسم»^۱، «هکتیویسم»^۲ و «سایبرتروریسم»^۳. «اکتیویسم» اشاره به استفاده معمولی و غیرمخرب از اینترنت دارد. منظور از «هکتیویسم» فعالیت هکرهای ناشناس در اینترنت است که با استفاده از فنون هک با هدف برهم‌زدن عملیات عادی یک سایت اینترنتی انجام می‌گیرد، اما باعث آسیب‌های جدی نمی‌شود. ویروس‌های رایانه‌ای و کرم‌ها نمونه‌هایی از هکتیویسم هستند. اما «سایبرتروریسم» اشاره به همگرایی فضای مجازی و فعالیت‌های تروریستی دارد که ممکن است در صورت موفقیت، خسارات بسیار بزرگ پدید آورد. لذا می‌توان گفت عملیات هک با انگیزه‌های سیاسی و هدف ایجاد آسیب‌های شدید ذیل سایبرتروریسم تعریف می‌شود (Denning, 2001: 239-288).

اگرچه فعالیت هکرها بعضاً دردسرساز می‌شود، اما آنچه امروز بیش‌ازهمه در رابطه با تهدیدات ناشی از اینترنت مطرح است، فعالیت تروریست‌ها در فضای مجازی است. در در بیان معتقد است در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ اینترنت بلوغ یافت، زیرا در این روز بود که «دوران دیجیتال» و «دوران ترور» به هم گره خوردند (Der Derian, 2003). از این تاریخ است که توجه به استفاده تروریست‌ها از اینترنت ذیل مفهوم سایبرتروریسم اهمیت می‌یابد. گمانه‌زنی درباره چگونگی حملات سایبری توسط تروریست‌ها و میزان خسارات احتمالی حتی به احیای مفاهیمی چون «پرل‌هاربر سایبری» که از سال ۱۹۹۵ مطرح شده بود، انجامید (Vatis, 2002 Panetta, 2012).

1. Activism
2. Hacktivism
3. Cyberterrorism

با این حال، تنها زمانی که فیلم‌های الزرقاوی که در حال قطع کردن سرگروگان‌های خود بود در اینترنت منتشر شد، همگان را متوجه این اشتباه کرد که مهم‌ترین جنبه رابطه تروریسم و اینترنت، سایبرتروریسم که آن همه درباره‌اش جنجال می‌شود، نیست، بلکه استفاده‌های پیش‌یافتاده و روزمره‌ای همچون عرضه اطلاعات یا جذب نیرو است که توسط تروریست‌ها صورت می‌گیرد (کانوی، ۱۳۹۰: ۱۳۶). لذا باید میان استفاده تروریست‌ها از رایانه و اینترنت به‌عنوان تسهیل‌کننده فعالیت‌های آنها و استفاده از آن به‌عنوان یک سلاح تفاوت قائل شد (Conway, 2002, Conway, 2014).

ارتباط تروریسم و اینترنت در اواخر قرن بیست و آغاز هزاره سوم رقم خورد. پیش‌از آن، در ابتدای دهه هشتاد میلادی و با شروع سفر جوانان کشورهای اسلامی به افغانستان برای مبارزه با نیروهای شوروی، فعالیت‌های رسانه‌ای برای تشویق به جهاد آغاز شد. در آن زمان مجلاتی با مضمون تشویق به جهاد در افغانستان در سطح کشورهای اسلامی منتشر می‌شد. با خروج شوروی از افغانستان و آغاز جنگ‌های داخلی میان گروه‌های مسلح در این کشور، فعالیت رسانه‌ای در این زمینه کم شد و با ظهور طالبان و موضع مخالف این گروه با رسانه، حجم این فعالیت‌ها تقلیل یافت. با این حال، با گسترش اینترنت در سطح جهان، القاعده تاحدودی از این فناوری استفاده کرد تا محاصره رسانه‌ای پیرامون خود را بشکند.

در سال ۲۰۰۳ و با عملیات اشغال عراق، تالارهای گفتگویی برای افراد علاقه‌مند به پیوستن به گروه‌های تکفیری در سطح اینترنت ایجاد شد. پس از آن بود که گروه‌های مسلحی که در عراق فعالیت می‌کردند، به‌سرعت و با کمیت زیاد، فیلم عملیات‌های خودشان را در سطح اینترنت پخش کردند. القاعده عراق مؤسسه‌ای با نام الفرقان تأسیس کرد که سخنان رهبران این گروه را در جهان منتشر می‌کرد که این مؤسسه بعدها یکی از بازوهای رسانه‌ای داعش شد. الزرقاوی که رهبر گروه القاعده عراق به‌شمار می‌رفت، استفاده از اینترنت توسط تروریست‌ها را رواج داد (Conway, 2007: 247 - 248). پیش‌از آن، جریان اصلی القاعده در افغانستان استفاده محدودی از اینترنت داشت و عمدتاً پیام‌های خود را از طریق نوار ویدئویی در چند تلویزیون و رادیوی محلی، روزنامه‌های عرب‌زبانی چون القدس العربی یا الشرق الاوسط و شبکه تلویزیونی الجزیره پخش می‌کرد؛ درحالی‌که داعش نه‌تنها از رسانه‌های سنتی بهره می‌برد، بلکه استفاده از فضای مجازی و رسانه‌های جدید جزئی از راهبرد رسانه‌ای این گروه به‌شمار می‌رود. یک دلیل عمده برای این موضوع آن بود که هنوز در دهه ۱۹۹۰ اینترنت به‌خصوص در برخی کشورها همچون افغانستان رواج نیافته بود. همچنین یکی دیگر از تفاوت‌های القاعده با داعش در زمینه راهبرد رسانه‌ای این بود که القاعده از رسانه عمدتاً برای انتقال پیام رهبران خود همچون بن‌لادن استفاده



می‌کرد، اما داعش از رسانه برای انتقال ایدئولوژی، عضوگیری و نمایش زندگی و اقدامات اعضای خود بهره می‌برد. لذا اگرچه نسل اول القاعده در افغانستان با اینترنت بیگانه نبوده و فعالیت‌هایی در فضای مجازی داشتند، اما این نسل دوم القاعده (شاخه عراق) بود که استفاده از اینترنت در جهت مقاصد مختلف همچون تبلیغات و عضوگیری، آموزش، ارتباطات، انتشار بیانیه و... را در دستور کار اصلی خود قرار داد (Burke, 2016). لذا برخی نویسندگان، گروه تروریستی القاعده را به‌عنوان اولین "جنبش چریکی" در تاریخ می‌دانند که از فضای فیزیکی به فضای سایبر مهاجرت کرده است (Coll and Glasser, 2005).

اما نسل سوم القاعده که تحت عنوان دولت اسلامی عراق و شام (داعش)^۱ شناخته می‌شود، استفاده از اینترنت و به‌خصوص رسانه‌های اجتماعی را به بالاترین سطح رسانده است. داعش هفت بازوی رسانه‌ای دارد که با استفاده از آنها خشونت و ترور را در جهان ترویج می‌کند که عبارتند از: شبکه‌های اجناد، الفرقان، الاعتصام، الحیات، مکاتب الولايات، رادیو البیان و پایگاه اینترنتی دابق. هریک از این رسانه‌ها مأموریت مشخصی دارند، اما در یک هدف سیاسی مشترک هستند که همانا بازاریابی اندیشه‌های داعش در جهان و جذب نیروهای انسانی بیشتر است. استودیو «اجناد» اصلی‌ترین بازوی رسانه‌ای داعش است که در آن سرودهای حماسی اعم از دینی و جهادی تهیه می‌شود. «الفرقان» از سال ۲۰۰۶ توسط القاعده راه‌اندازی شد و ارگان رسمی تبلیغاتی آن به‌شمار می‌رفت که پس از اعلام موجودیت داعش، تحت مالکیت این گروه درآمد. مأموریت اصلی شبکه الاعتصام تهیه اخبار صوتی و تصویری از درگیری‌های میدانی نیروهای داعش است. شبکه الحیات به گفتگوهای تلویزیونی با سران داعش اختصاص دارد و مرکز اصلی مونتاژ ویدیوهایی است که از جنایات داعش تهیه می‌شود. «مکاتب الولايات» هم مجموعه برنامه‌هایی را منتشر می‌کند که مخاطب آنها ولایات تحت امر داعش است، اما رادیوی «البیان» به پخش قرآن و سرودهای حماسی - جهادی می‌پردازد و مأموریت اصلی آن روحیه‌دادن به ستیزه‌جویان داعش در میادین نبرد عراق و شام است و بالاخره، پایگاه اینترنتی «دابق» یک هفته‌نامه اینترنتی است که به چهار زبان منتشر می‌شود و مخاطب اصلی متون صوتی، تصویری و نوشتاری آن جهان غرب است (قاسمی، ۱۳۹۳). علاوه بر اینها اعضای داعش ده‌ها هزار صفحه در رسانه‌های اجتماعی همچون توئیتر دارند که در راستای راهبرد رسانه‌ای این گروه

۱. داعش در واقع از درون القاعده عراق به‌وجود آمد. در ژانویه ۲۰۰۶ القاعده عراق گروه‌های تروریستی کوچک‌تر را تحت حمایت خود درآورد و «شورای مجاهدین» را ایجاد کرد. بعد از مرگ الزرقاوی رهبری گروه به دست ابومریم البغدادی افتاد که با جذب چهار گروه دیگر از گروه‌های جهادی سنی مذهب، «دولت اسلامی» را تأسیس کرد. در سال ۲۰۱۳ جانشین وی ابوبکر البغدادی «دولت اسلامی عراق و شام» (داعش) را به‌وجود آورد. اگرچه این موضوع باعث جدایی و برائت القاعده عراق از داعش شد (Zelin, 2014: 1 - 7).

تروریستی عمل می‌کنند. فارغ از تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد گروه‌های تروریستی، ماهیت این گروه‌ها نیز به‌واسطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی تغییر یافته که در ادامه به این موضوع اشاره می‌شود.

رسانه‌های اجتماعی و تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی

همان‌طور که پیشتر آمد، رسانه‌های اجتماعی در تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی نقش داشته‌اند. البته منظور از تغییر ماهیت در اینجا تغییر وجودی نیست. همچنین همان‌طور که عنوان شد در تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی عوامل مختلفی می‌تواند نقش داشته باشد که ما در این پژوهش صرفاً نقش رسانه‌های اجتماعی را بررسی نموده‌ایم. به‌طورمثال، درباره چرایی پیوستن جهادگرایان خارجی به گروه تروریستی داعش، برخی نویسندگان با الهام از نظریه داغ ننگ اروینگ گافمن و توتالیتریسم هانا آرننت، عنوان می‌کنند که این جنگجویان به‌دلیل سرخوردگی و داغ ننگ و بحران هویت ناشی از پدیده اسلام‌هراسی در غرب، جهت معنابخشی به خویشتن و رهایی از وضع اسفبار هویتی و حفظ و نمایش ارزش‌های خود به داعش می‌پیوندند (گرشاسی و کریمی مله، ۱۳۹۴: ۱۵۵). با این حال، می‌توان این سؤال را مطرح کرد که چرا چند دهه قبل چنین سرخوردگی و بحران هویتی، باعث تجمع تروریست‌ها از ملت‌های مختلف نشده بود؟ لذا جای تردید نیست که رسانه‌های اجتماعی در زمانه کنونی در تحقق این امر نقش مهمی ایفا می‌کنند. با این توضیح، باید گفت تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی به‌واسطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در سه بُعد دسته‌بندی کرد.

تغییر هویتی: از گروه‌های تک‌ملیتی به گروه‌های چندملیتی

در بُعد اول، رسانه‌های اجتماعی باعث دگرگونی «هویتی» گروه‌های تروریستی، از گروه‌های تک‌ملیتی به گروه‌های چندملیتی شده است. تا چند دهه قبل، گروه‌های تروریستی معمولاً از یک کشور یا ملیت بودند که می‌توان از سازمان مجاهدین خلق ایران (منافقین)، بیرهای تامیل، خمرهای سرخ و... به‌عنوان نمونه‌هایی از این گروه‌های تروریستی نام برد. این دسته از تروریست‌ها معمولاً دارای عقاید و اهداف ملی بودند و گاهی برای ایجاد یک دولت مستقل و گاهی برای فروپاشی یک نظام سیاسی و جایگزینی آن با دیگری فعالیت می‌کردند. در تروریسم سنتی حوادث، عاملین، قربانیان و مخاطبان همه مربوط به یک کشور بودند. لذا گروه‌های تروریستی سنتی تمایل به تمرکز بر جغرافیایی خاص و اهداف محدود داشتند (Mohammad Nia, 2010)، اما اکنون به‌لحاظ هویتی تغییری مهم در گروه‌های تروریستی روی داده و آن حضور و تجمع تروریست‌ها از



کشورهای مختلف در یک گروه تروریستی همچون داعش یا القاعده است. *Archive of SID*

امروزه اعضای گروه‌های تروریستی همچون داعش یا القاعده صرفاً از یک کشور نیستند. آنها شهروندان کشورهای مختلفی هستند که یا در راستای اهداف گروه در داخل کشور خود اقدام به عملیات می‌کنند یا با سفر به سرزمین‌های تحت اشغال گروه (همچون سوریه و عراق) به دیگر هم‌زمان خود می‌پیوندند. اگرچه نباید نقش زبان، فرهنگ و عقاید دینی مشترک را در این تغییر هویت نادیده گرفت؛ اما به نظر می‌رسد رسانه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین عوامل در بروز چنین تغییری محسوب می‌شود. امکان ارتباط امن، آسان، ارزان و سریع از طریق رسانه‌های اجتماعی از جمله شبکه‌های اجتماعی، در عضوگیری گروه‌های تروریستی از اقصی نقاط جهان تأثیر غیرقابل‌انکاری دارد (Ishengoma, 2013, Gates and Podder, 2015).

لذا تبلیغات و عضوگیری از طریق شبکه‌های اجتماعی امکان تغییر هویتی گروه‌های تروریستی از تک‌ملیتی به چندملیتی را باعث شده است. چنانکه گفته می‌شود اعضای گروه تروریستی داعش از بیش از ۱۰۰ کشور دنیا هستند (Schmitt and Sengupta, 2015). خورخه فرناندز دیاز وزیر کشور اسپانیا اعلام کرده بود از بین اسپانیایی‌هایی که جذب گروه‌های تروریستی به‌ویژه داعش شده‌اند، ۸۰ درصد از طریق شبکه‌های اجتماعی به دام تروریسم افتاده‌اند (خبرگزاری ایرنا، ۱۳۹۴). همچنین «جیمز کامی» رئیس پلیس فدرال آمریکا (FBI) اعلام کرده بود، استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط داعش بسیار گسترده است و همین ابزار، باعث شده است ده‌ها تن از شهروندان آمریکا به این گروهک تروریستی بپیوندند (Walker, 2015).

همچنین اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، دسترسی و ارتباط آسان و مطمئن تروریست‌ها را با یکدیگر در اقصی نقاط دنیا ممکن کرده و انتقال سریع، آسان و ارزان اطلاعات و نیز امکان فرماندهی و پشتیبانی از طریق فضای وب را فراهم می‌کند (Kurth, 2006: 38). این موضوع امتیاز ویژه‌ای برای تروریست‌ها محسوب می‌شود؛ چراکه دیگر مجبور نیستند برای اجرای عملیات در کشور ثالث به داخل آن کشور نفوذ کنند؛ بلکه عملیات موردنظر را از طریق اعضای خود در داخل آن کشور که در واقع شهروندان آن کشور محسوب می‌شوند، راهبری و اجرا می‌کنند. به‌طورمثال، حملات پاریس و بروکسل که مسئولیت آن را داعش برعهده گرفت، به‌وسیله اعضای این گروه که در واقع شهروندان این دو کشور و نسل چندم از مهاجرین محسوب می‌شدند، انجام گرفت. لذا می‌توان گفت پدیده گروه‌های تروریستی چندملیتی تا حدود زیادی ناشی از کارکرد رسانه‌های اجتماعی است. این موضوع باعث تفاوت دیگری میان تروریسم جدید و قدیم شده است. درحالی‌که



در گذشته دولت‌ها برای مبارزه با تروریسم (که موضوعی داخلی محسوب می‌شد) صرفاً متکی بر منابع داخلی خود بودند، امروزه مبارزه با تروریسم جدید از آنجاکه موضوعی بین‌المللی محسوب می‌شود و هم‌زمان چندین کشور را درگیر خود کرده است، ابعادی بین‌المللی پیدا کرده و سازمان‌های اطلاعاتی کشورهای مختلف با یکدیگر همکاری کرده و درباره آن حتی در سازمان ملل تصمیم‌گیری می‌شود.

تغییر شکلی: از گروه‌های پنهان به گروه‌های آشکار

اما در بُعد دوم، رسانه‌های اجتماعی باعث تغییر ماهیت «شکلی» گروه‌های تروریستی از «گروه‌های پنهان» به «گروه‌های آشکار» شده است. تا پیش‌ازین، شاید مهم‌ترین شاخصه گروه‌های تروریستی، «پنهان‌بودن» و «ناشناس ماندن» اعضا و به‌خصوص رهبران آنها بود. به‌عبارت‌دیگر، در دهه‌های گذشته تمام تلاش گروه‌های تروریستی آن بود که هویت رهبران، اعضا، ساختار و هرآنچه را که مربوط به گروه بود، از دید عموم پنهان داشته و به‌صورت مخفی و زیرزمینی فعالیت کنند. اما اکنون با ۱۸۰ درجه اختلاف اساساً هر تروریستی که فالوورهای بیشتری در شبکه‌های اجتماعی داشته باشد، موفق‌تر تعبیر می‌شود.

امروز اعضای گروه‌های تروریستی همچون داعش نه تنها به انتشار عکس‌ها و فیلم‌های خود و بعضاً خانواده خود در رسانه‌های اجتماعی اقدام می‌کنند، بلکه در فروم‌ها و شبکه‌های مختلف اجتماعی حاضر شده و اقدام به گفتگو با مخاطبان می‌نمایند. اعضای داعش حضور گسترده‌ای در برخی رسانه‌های اجتماعی همچون توئیتر، تلگرام و فیس‌بوک دارند (Telegraph Reporters, 2014). آنها حتی سعی داشتند فیس‌بوک مخصوص به خود را با عنوان «خلافه بوک» راه‌اندازی نمایند که البته به‌دلیل مسائل امنیتی و احتمال لورفتن اعضا توسط شبکه‌های امنیتی غربی از این کار منصرف شدند (Griffin, 2015).

گروه تروریستی داعش همچنین تصاویری را در دنیای مجازی منتشر می‌کند که در آن نشان داده می‌شود اعضای این گروه چگونه اوقاتی را که به جنگ نمی‌پردازند، سپری می‌کنند. در این تصاویر نشان داده می‌شود که اعضای این گروه بدون آنکه هراسی از رؤیت تصویر خود داشته باشند، به ماهیگیری می‌پردازند و سپس اقدام به سرخ‌کردن ماهی می‌کنند و تعدادی از آنها نیز اقدام به ساخت قایق‌های چوبی کرده و تعدادی نیز به غواصی در رود فرات می‌پردازند (Charlton, 2015).

این گروه تروریستی با تولید ویدیوهای تبلیغاتی حرفه‌ای سعی دارد مردم را به حمایت از "مبارزه یک میلیاردی" داعش ترغیب کند. در این مبارزه از مسلمانان دعوت می‌شود پیام‌ها و ویدیوهای خود را که در طرفداری از داعش است، در توئیتر، یوتیوب و اینستاگرام



قرار دهند. بسیاری از ویدیوها دارای زیرنویس یا ترجمه انگلیسی هستند. همچنین اعضای داعش برای جلب حمایت از عملیات‌های خود در عراق و سوریه یک پویش (کمپین) جهانی را در اینترنت راه انداخته و از هواداران خود خواسته‌اند در حال تکان دادن پرچم داعش در انظار عمومی، از خود فیلم گرفته و کلیپ آن را در شبکه‌های اجتماعی قرار دهند (Irshaid, 2014).

انتشار تصاویر و فیلم‌های فرماندهان داعش در اینترنت و رسانه‌های اجتماعی نیز به‌دفعات صورت می‌گیرد. چنانکه عکس عبدالحمید اباعود طراح حملات پاریس قبل از انجام عملیات در رسانه‌های مختلف منتشر شد و بعد از عملیات نیز مصاحبه وی با نشریه دابق (نشریه الکترونیکی و انگلیسی زبان داعش) چاپ می‌شود (Labbe, 2015). بنابراین، باید گفت امروز اساساً حضور در اینترنت و رسانه‌های اجتماعی برای برخی گروه‌های تروریستی چندملیتی همچون داعش یک راهبرد محسوب می‌شود.

تغییر ساختاری: از گروه‌های سلسله‌مراتبی به گروه‌های شبکه‌ای

اما در بُعد سوم، رسانه‌های اجتماعی موجب تغییر ماهیت گروه‌های تروریستی به‌لحاظ «ساختاری» شده است. از این منظر، گروه‌های تروریستی دیگر همچون دهه‌های گذشته مجموعه‌ای سلسله‌مراتبی^۱ و بسته نبوده، بلکه دارای ساختاری شبکه‌ای^۲ و فاقد رأس یا هرم قدرت هستند (Canadian Centre for Intelligence and Security Studies, 2006: 8). برخلاف سازمان‌های سلسله‌مراتبی، سازمان‌های شبکه‌ای و انعطاف‌پذیر در تمام فرایندهای خود به‌صورت خودجوش اقدام می‌کنند و اقدامات از پایین به بالا و نه از یک مرکز رهبری مشخص، انجام می‌شود. لذا امروزه اگرچه در رأس گروه‌های تروریستی همچون داعش همچنان یک رهبر قرار دارد، اما تصمیم‌گیری برای انجام عملیات لزوماً فرایندی سلسله‌مراتبی را طی نمی‌کند و اعضا در کشورهای مختلف، خود اقدام به تصمیم‌گیری و انجام عملیات می‌کنند. لذا ساختار شبکه‌ای باعث شده خودمختاری در اقدامات افزایش یابد.

از سوی دیگر ماهیت شبکه‌ای و غیرسلسله‌مراتبی تروریسم جدید باعث شده نفوذ سرویس‌های امنیتی کشورها به داخل سازمان تروریست‌ها به‌سختی صورت بگیرد و چنانچه یک شبکه از گروه گرفتار نیروهای امنیتی شود، از آنجاکه پیوندی با دیگر شبکه‌ها ندارد، عملاً موجب لورفتن سایر اعضا نخواهد شد (Gunaratna, 2002: 76). گزارش جورج تنت، رئیس سازمان سیا به کنگره آمریکا نشان می‌دهد که شکل‌گیری هسته گروه

تروریستی حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ کاملاً ماهیت خودجوش داشته و طبق یک فرماندهی مرکزی و سلسله‌مراتبی طراحی نشده بود (قربانی، ۱۳۹۰). امروز نیز عملیات‌هایی که توسط اعضای داعش در چهار قاره جهان انجام می‌گیرد، به‌صورت سلسله‌مراتبی برنامه‌ریزی نمی‌شود؛ بلکه از ساختاری شبکه‌ای و بعضاً خودجوش برخوردار است؛ چنانکه حادثه تیراندازی سن برناردینو ایالت کالیفرنیا در دوم دسامبر ۲۰۱۵ که به کشته‌شدن ۱۴ نفر و زخمی شدن ۱۸ نفر منجر شد توسط دو طرفدار گروه تروریستی داعش و به‌صورت خودجوش صورت گرفت (Gass, 2015).

اگرچه برخی تحلیلگران، شبکه‌ای‌شدن گروه‌های تروریستی همچون القاعده را با حمله آمریکا به افغانستان و عراق مرتبط می‌دانند که باعث گستردگی و عزیمت تروریست‌ها به کشورهای مختلف شد، اما قطعاً استفاده از رسانه‌های اجتماعی در این تحول و دگرگونی نقش ویژه و اساسی داشته است، چنانکه شرایط کنونی داعش و نحوه انجام عملیات‌ها توسط این گروه تروریستی مؤید این ادعاست.

نتیجه‌گیری

فناوری اطلاعات و ارتباطات، زندگی بشر را تغییر داده است و در این میان، گروه‌های تروریستی نیز از این تغییر بی‌نصیب نمانده‌اند. همگام با پیشرفت فناوری و تغییر ماهیت جهان و ارتباطات انسانی، ماهیت گروه‌های تروریستی نیز تغییر کرده است. گروه‌های تروریستی امروز، هیچ شباهتی به اسلاف خود در چند دهه پیش ندارند. این تغییر تنها مربوط به کارکرد گروه‌های تروریستی نمی‌شود. یعنی علاوه بر افزایش میزان خسارت و تلفات و نشانه گرفتن دولت‌ها به جای اشخاص و مهم‌دانستن تماشاگران به‌جای قربانیان، ماهیت گروه‌های تروریستی نیز تغییر کرده است. به‌همین‌منظور در این پژوهش به این سؤال پرداختیم که ماهیت گروه‌های تروریستی تحت تأثیر کدام عامل تغییر یافته و این تغییر در چه ابعادی صورت گرفته است؟ اگرچه ما نقش دیگر عوامل (همچون مذهب، زبان، ایدئولوژی و ژئوپلیتیک) را در دگرگونی ماهیت گروه‌های تروریستی انکار نمی‌کنیم، اما در این پژوهش به‌طور خاص به نقش رسانه‌های اجتماعی در این باره پرداختیم. بدین‌منظور، ابتدا به تعریف پدیده تروریسم اقدام کرده و تحولاتی را که به‌خصوص در دو دهه اخیر به خود دیده و از آن به‌عنوان تروریسم جدید یاد می‌شود، بررسی کردیم. سپس منظور خود را از رسانه‌های اجتماعی روشن کرده و جایگاه این فناوری جدید را در جهان امروز نشان دادیم. همچنین باتأکید بر گروه‌های افراط‌گرای داعش و القاعده به بررسی رابطه تروریسم و اینترنت (به‌عنوان پایه و اساس رسانه‌های اجتماعی) پرداخته و آنگاه تأثیر



رسانه‌های اجتماعی بر ماهیت گروه‌های تروریستی را بررسی و نشان دادیم که رسانه‌های اجتماعی موجب تغییر ماهوی گروه‌های تروریستی در سه بُعد شده‌اند: در بُعد هویتی، رسانه‌های اجتماعی باعث تغییر گروه‌های تروریستی از گروه‌های تک‌ملیتی به چندملیتی شده‌اند. در حالی که تا چند دهه قبل گروه‌های تروریستی معمولاً از یک کشور یا ملیت بودند و حوادث، عاملین، قربانیان و مخاطبان آنها هم همه مربوط به یک کشور بود، اما اکنون اعضای گروه‌های تروریستی همچون داعش یا القاعده صرفاً از یک کشور نیستند. آنها شهروندان کشورهای مختلفی هستند که یا در راستای اهداف گروه در داخل کشور خود اقدام به عملیات می‌کنند یا با سفر به سرزمین‌های تحت اشغال گروه (همچون سوریه و عراق) به دیگر هم‌زمان خود می‌پیوندند. در بُعد شکلی گروه‌های تروریستی به واسطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی از گروه‌های پنهان به گروه‌های آشکار تبدیل شده‌اند. تا پیش از این شاید مهم‌ترین شاخصه گروه‌های تروریستی، «پنهان بودن» و «ناشناس ماندن» اعضا و به‌خصوص رهبران آن بود. اما اکنون با ۱۸۰ درجه اختلاف، اساساً هر تروریستی که فالوورهای بیشتری در شبکه‌های اجتماعی داشته باشد، موفق‌تر تعبیر می‌شود. امروز اعضای گروه‌های تروریستی همچون داعش نه تنها به انتشار عکس‌ها و فیلم‌های خود و بعضاً خانواده خود در رسانه‌های اجتماعی اقدام می‌کنند، بلکه در فروم‌ها و شبکه‌های مختلف اجتماعی حاضر شده و به گفتگو با مخاطبان می‌پردازند. در بُعد ساختاری، گروه‌های تروریستی به واسطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی از گروه‌های سلسله‌مراتبی، متصل و بسته به گروه‌های شبکه‌ای تغییر یافته‌اند. در این ساختار جدید اکثر اقدامات گروه‌های تروریستی به صورت خودجوش و از پایین به بالا و نه از یک مرکز رهبری مشخص، انجام می‌شود. شبکه‌ای شدن ساختار گروه‌های تروریستی همچنین مقابله با آنها را مشکل‌تر کرده است. لذا می‌توان گفت رسانه‌های اجتماعی در کنار توانمندساختن گروه‌های تروریستی، عملاً ماهیت آنها را در سه بُعد هویتی، شکلی و ساختاری نیز تغییر داده است. فهم این تغییر می‌تواند در سیاست‌گذاری‌های مربوط به پدیده تروریسم و مبارزه با آن مؤثر باشد.

منابع

- آذرخش، سمیه و آذرخش، سپیده (۱۳۹۲)، شبکه‌های اجتماعی در محیط وب ۲، تهران: انتشارات آتی‌نگر، چاپ اول.
- افتاده، جواد (۱۳۹۴)، رسانه‌های اجتماعی، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، چاپ اول.

- خبرگزاری ایرنا (۱۳۹۴)، وزیر کشور اسپانیا: افراد افراطی از طریق اینترنت جذب گروه‌های تروریستی می‌شوند، خبرگزاری ایرنا، کد خبر: ۸۱۵۹۲۷۵۱ (۴۶۳۱۶۹۳)، ۱۳۹۴/۰۲/۱۳.
- ساعی، منصور و افتاده، جواد (۱۳۹۲)، رسانه‌های اجتماعی و مشارکت اجتماعی، در: حسین، بهرامیان جهرمی، **رسانه‌های اجتماعی ابعاد و ظرفیت‌ها**، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، چاپ اول.
- ضیایی پرور، حمید (۱۳۹۲)، پیشینه، پیدایش و چشم‌انداز رسانه‌های اجتماعی، در: حسین، بهرامیان جهرمی، **رسانه‌های اجتماعی ابعاد و ظرفیت‌ها**، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، چاپ اول.
- عبداللهی، رضا؛ شورگشتی، حسن و اخوت‌پور، بابک (۱۳۹۱)، نقش رسانه‌های نوین در جنبش‌های اجتماعی (مطالعه موردی جنبش تسخیر وال استریت)، **مطالعات فرهنگ و ارتباطات**، سال ۱۳، ش ۱۸: ۱۴۵ - ۱۷۲.
- فیرحی، داوود و ظهیری، صمد (۱۳۸۷)، تروریسم؛ تعریف، تاریخچه و رهیافت‌های موجود در تحلیل پدیده تروریسم، **فصلنامه سیاست**، دوره ۳۸، ش ۳: ۱۴۵ - ۱۶۵.
- قاسمی، صبرا (۱۳۹۳)، **با رسانه‌های داعش آشنا شوید**، خبرگزاری خبرآنلاین، کد خبر ۴۰۴۰۸۱، ۲۰ اسفند ۱۳۹۳.
- قربانی، فهیمه (۱۳۹۰)، القاعده پس از مرگ اسامه بن‌لادن، **پژوهشکده مطالعات استراتژیک خاورمیانه**، ۱۳۹۰/۰۴/۱۴.
- کانوی، مائورا (۱۳۹۰)، بهره‌برداری تروریست‌ها از اینترنت و چالش‌های مدیریت فضای اطلاعات، در: جیمز، روزنا و دیگران، **انقلاب اطلاعات، امنیت و فناوری‌های جدید**، ترجمه علی‌رضا طیب، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، چاپ اول.
- کراهمان، الکه (۱۳۸۷)، **تهدیدات و بازیگران جدید در امنیت بین‌الملل**، ترجمه گروهی از مترجمین، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، چاپ اول.
- گرشاسبی، رضا و کریمی مله، علی (۱۳۹۴)، بررسی چرایی پیوستن جنگجویان خارجی به داعش، **فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام**، دوره ۵، ش ۱: ۱۵۵ - ۱۷۹.
- گوهری مقدم، ابودر (۱۳۹۰)، جهانی‌شدن و تروریسم جدید: ارائه مدلی مفهومی، **دانش سیاسی**، سال هفتم، شماره اول- ۲۰۶ - ۱۷۷.
- نای، جوزف اس. (۱۳۸۷)، **قدرت در عصر اطلاعات؛ از واقع‌گرایی تا جهانی‌شدن**، ترجمه سعید میرترابی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، چاپ اول.
- ویلتز، پیتر (۱۳۸۳)، بازیگران فراملی و سازمان‌های بین‌المللی در سیاست جهانی، در: جان، بلیس و استیو، اسمیت، **جهانی‌شدن سیاست: روابط بین‌الملل در عصر نوین (زمینه تاریخی)**



نظریه‌ها، ساختارها و فرایندها)، ترجمه ابوالقاسم راه‌چمنی و دیگران، تهران: انتشارات آبرار معاصر، جلد اول، چاپ اول.

– Brachman. Jarret M. (2006) “High-Tech Terror: Al-Qaeda’s Use of New Technology,” The Fletcher Forum of World Affairs, Vol. 30, No. 2.

– Burke. Jason (2016) “How the changing media is changing terrorism”, The Guardian, 25 February 2016.

– Canadian Centre for Intelligence and Security Studies (2006) “A Framework for Understanding Terrorist Use of the Internet,” ITAC Presents, Volume. 2.

– Charlton. Corey (2015) “Just another day in paradise: ISIS release bizarre series of pictures showing how they spend their down time diving, building boats and Fishing”, Dailymail, 10 December 2015.

– Coll. Steve and Glasser. Susan B. (2005) “Terrorists Turn to the Web as Base of Operations”, Washington Post, August 7, 2005.

– Conway. Maura (2002) “Reality bytes: cyberterrorism and terrorist ‘use’ of the Internet”, First Monday, Volume 7, Number 11, 4 November.

– Conway. Maura (2007) “Terrorism and the Making of the “New Middle East”: New Media Strategies of Hezbollah and al Qaeda,” in: Philip Seib (ed) New Media and the New Middle East, New York, Palgrave Macmillan.

– Conway. Maura (2014) “Reality check: assessing the (un)likelihood of cyberterrorism”, In: Chen. Thomas M. and et al (eds), Cyberterrorism: understanding, assessment, and response, Springer.

– Denning. Dorothy E (2001) “Activism, Hactivism, and Cyberterrorism: The Internet as a Tool for Influencing Foreign Policy”, in: John. Arquilla and David. Ronfeldt, Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy, RAND.

– Der Derian. James (2003) “The Question of Information Technology in International Relations”, Millennium: Journal of International Studies, Vol.32, No.3, pp. 441-456.

– Dobkin. Bethami A. (1992) Tales of terror : television news and the construction of the terrorist threat, New York: Praeger Publishers.

– Don. Bruce W., David R. Frelinger, Scott Gerwehr, Eric Landree and Brian A. Jackson (2007) Network Technologies for Networked Terrorists, RAND Corporation.

– Gass. Nick (2015) “FBI investigates shooting as act of terrorism”, politico, Dec 4, 2015.

– Gates. Scott and Podder. Sukanya (2015) “Social Media, Recruitment, Allegiance and the Islamic State”, Perspectives on Terrorism, Vol. 9, No. 4 .

– Griffin. Andrew (2015) “Khelafabook: Isis supporters create own social network but site quickly buckles”, Independent, 9 March 2015.

– GSMA (2015) “The Mobile Economy 2015”, GSM Association.

تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دگرگونی ماهیت گروه‌های تروریستی (با تأکید بر داعش و القاعده)



– Gunaratna. Rohan (2002) Inside Al Qaeda: global network of terror, New York: Columbia University Press.

– GWI Insight Report (2015) “Digital vs Traditional media consumption, Q3”, London: Global web index.

– Hennessy, John L., Patterson, David A. & Lin. Herbert S. (Eds.). (2003) Information Technology for Counterterrorism: Immediate Actions and Future Possibilities. National Academies Press.

– Irshaid. Faisal (2014) “How Isis is spreading its message online,” BBC Monitoring, 19 June 2014.

– Ishengoma, Fredrick Romanus (2013) "Online Social Networks and Terrorism 2.0 in Developing Countries", International journal of computer science & network solutions, Vol. 1, No. 4.

– Janbek. Dana M (2011) “Terrorism in the Age of the Internet: The Case of Muslim Arab Foreign Terrorist Organizations”, Journal of Religious & Theological Information, Vol. 10, Issue. 1-2, pp. 5-15.

– Kurth. Cronin. Audrey (2006) “How al-Qaida Ends, The Decline and Demise of Terrorist Groups”, International Security, Vol. 31, No. 1, pp. 7–48.

– Labbé. Chine (2015) “Belgian is prime suspect as commander of Paris attacks: French source,” Reuters, Nov 16, 2015.

– Laqueur. Walter (1999) The New Terrorism Fanaticism and the Arms of Mass Destruction, Oxford University Press.

– Lee. Newton (2013) Counterterrorism and Cybersecurity: Total Information Awareness, Springer.

– Machuco Rosa. Antonio (2012) “From mass communication to new media: a network perspective”, Observatorio (OBS*) Journal, Vol.6, No.3, PP. 145-176.

– Maggioni. Monica and Magri Paolo (2015) Twitter and Jihad: the Communication Strategy of ISIS, ISPI.

– Matusitz, Jonathan (2013) Terrorism and Communication A Critical Introduction, SAGE Publications.

– Merari. Ariel (1993) “Terrorism as a Strategy of Insurgency”, Terrorism and Political Violence, 5(4), 213–251.

– Mohammad Nia. Mahdi (2010) “From Old to New Terrorism: The Changing Nature of International Security”, Globality Studies Journal, Issue 18, 1 June 2010.

– Nacos, B. L. (2006). Terrorism/counterterrorism and media in the age of global communication. In United Nations University Global Seminar Second Shimame-Yamaguchi Session, Terrorism-A Global Challenge (Vol. 5).

– Panetta. Leon (2012) “Leon Panetta warns of 'cyber Pearl Harbour',” BBC NEWS, 12 October 2012.



Rånstorp. Magnus (2007) "The virtual sanctuary of al-Qaeda and terrorism in an age of globalization", in: Johan. Eriksson and Giampiero. Giacomello, (eds), International Relations and Security in the Digital Age, Routledge.

-Rapoport. David C. (2004) "The four wares of modern terrorism", In: Kurth Cornin. Audrey & Ludes. James M. (eds.), Attacking terrorism, elements of a grand strategy, Washington D.C, Georgetown University Press.

-Schauer. Pete (June 28, 2015) "5 Biggest Differences between Social Media and Social Networking", social media today, available in: <http://www.socialmediatoday.com/social-business/peteschauer/2015-06-28/5-biggest-differences-between-social-media-and-social>

-Schmid. Alex & Jongman. Albert (1988) Political Terrorism: A New Guide to Actors, Authors, Concepts, Data Bases, Theories, and Literature, Amsterdam: North Holland, Transaction Books.

-Schmitt. Eric and Sengupta. Somini (2015) "Thousands Enter Syria to Join ISIS Despite Global Efforts," The New York Times, Sept. 26, 2015.

-Seib .Philip and Janbek. Dana M. (2011) Global Terrorism and New Media: The post-Al Qaeda generation, Routledge.

-Simon. Jeffrey D. (1994) The Terrorist Trap, Bloomington: Indiana University Press.

-Statista (2015) Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2017 (in minutes), The Statistics Portal.

-Telegraph Reporters (2014) "How terrorists are using social media", The Telegraph, 04 Nov 2014.

-Tsfati. Yariv & Weimann. Gabriel (2002) "www.terrorism.com: Terror on the Internet", Studies in Conflict & Terrorism, Vol.25, No.5, pp. 317-332.

-Vatis. Michael (2002) "Cyber Attacks: Protecting America's Security Against Digital Threats," ESDP Discussion Paper, 2002-04, June 2002.

-Walker. Lauren (2015) "FBI Director Comey: ISIS Now Bigger Threat Than Al-Qaeda", Newsweek, Jul 23, 2015.

-Weimann. Gabriel (2014) "New Terrorism and New Media", Washington, DC: Commons Lab of the Woodrow Wilson International Center for Scholars.

-Zelin. Aaron Y. (2014) "The War between ISIS and al-Qaeda for Supremacy of the Global Jihadist Movement", The Washington Institute for Near East Policy, Number 20 — June 2014.

