

تبیین تروریسم رسانه‌ای با تمرکز بر بهره‌گیری گروه داعش از شبکه‌های اجتماعی (تویتر و فیس‌بوک) با رویکرد فراترکیب

حسین اسمعیلی^۱، احتشام رشیدی^۲، ابوالفضل دانایی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۸

چکیده:

تروریسم رسانه‌ای، گونه‌ای نوظهور از تروریسم است که از طریق گفتمان‌سازی، عملیات روانی و جذب نیرو، نسبت به نفوذ، جلب حمایت و مشارکت گروه‌های مختلف اقدام کرده و با فعالیت در شبکه‌های اجتماعی خاصه تویتر و فیس‌بوک به استفاده جنون‌آمیز از فضای مجازی، ایجاد هراس جمعی و رعب و وحشت اقدام می‌کند. هدف پژوهش روی تبیین تروریسم رسانه‌ای گروه داعش در فضای شبکه‌های اجتماعی با رویکرد فراترکیب متمرکز است. ۱۳۵ پژوهش در پایگاه‌های علمی SID, Science Direct, Wiley, Emerald, Noormags به عنوان نمونه اولیه در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ واریسی شدند. پس از غربال‌گری، ۳۶ مطالعه به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و نتایج با استفاده از نرم‌افزار اطلس‌تی‌آی با هم ترکیب شدند. نتایج فراترکیب به شناسایی ۶ مقوله اصلی، ۲۵ مفهوم و ۱۲۹ شاخص منتهی شد که مداخلات خارجی و منطقه‌ای، تنش‌های قومی و حمایت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای، تبلیغات و بسیج اجتماعی، گمنامی، تأمین منابع مالی، ترندهای رسانه‌ای، فرهنگ‌سازی خشونت و مواجهه کشورهای جهان از عناصر محوری مدل بودند. مدیریت تحلیل محتوا، بازنگری در سیاست‌گذاری‌های حوزه شبکه‌های اجتماعی، واکاوی جوانب امنیتی ابعاد مختلف تروریسم در رسانه‌های اجتماعی و بازبینی سیاست دروازه‌بانی اطلاعات از توصیه‌های سیاستی مطالعه است.

واژگان اصلی: تروریسم رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، تویتر، فیس‌بوک، داعش، رویکرد فراترکیب.

۱. دانشجوی دکترای مدیریت رسانه، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

۲. استادیار گروه مدیریت رسانه، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران. (نویسنده مسئول)

e.rashidi@semnaniau.ac.ir

۳. دانشیار گروه مدیریت رسانه، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

مقدمه

تروریسم و بازنمایی رسانه‌ای که به عنوان یکی از دغدغه‌های اصلی ژئوپولیتیکی کشورهای مختلف جهان تلقی می‌شود (Freedman & Thussu, 2011: 1-2) به استفاده نظام‌مند از هراس اجباری دلالت دارد که معمولاً در خدمت اهداف سیاسی است (مگوایر و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۷۴۱-۲۷۴۲) و تروریسم رسانه‌ای به پوشش رسانه‌ای فعالیت‌ها و اقدامات تروریستی در شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد که با چرخش شبکه‌های اجتماعی و رویکرد مرززدایی و حاکمیت‌زدایی زمینه تمرکززدایی قدرت را از طریق دستیابی به هویت مجازی فراهم ساخته است (فرهنگی و عباسی، ۱۳۹۷: ۱۳۰). به گونه‌ای که، شورشیان جهادی^۱ در سوریه و عراق با استفاده از آپ‌های رسانه اجتماعی همچون فیس‌بوک، اینستاگرام، واتس‌آپ، پالتاک^۲، کیک^۳، وایبر، جاست‌پیست ایت^۴ و تامبلر^۵، اقدام به اشتراک‌گذاری فایل‌های خود می‌کردند (Klausen, 2014: 1-2). تروریست‌ها با بهره‌گیری از ابزار رسانه‌ای همواره تلاش کرده‌اند تا با گفتمان‌سازی، تسخیر مغزها، مکانیسم کنترل روانی-فکری در قالب عملیات روانی و جذب نیرو از این فضا استفاده کنند؛ فعالیتی که، گروه‌های تکفیری داعش در عراق و سوریه به صورت تروریسم رسانه‌ای رشد فاحشی داشتند (محسن‌زادگان و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۰۰-۴۰۱). تروریست‌ها با بهره‌گیری از رسانه و جذب آن به عنوان یکی از متحدین خود، اقدامات و باورهای خود را به واسطه رسانه و پوشش‌های خبری آن برجسته می‌کنند؛ در این رسانه‌ها، تولید وحشت و انتقال مفاهیم و باورهای مرتبط با دیدگاه‌های تروریست‌ها به افکار عمومی محقق می‌شود و از طرفی، تغذیه رسانه‌ای نیز انجام می‌گیرد (رهنورد، ۱۳۸۵: ۹۰۳ و ۹۳۰).

اهمیت پرداخت به تروریسم رسانه‌ای به اندازه‌ای است که داعش (ISIS^۶) موسوم به دولت اسلامی عراق و شام با ارسال پیام‌های متنی و تصویری تلاش داشت تا با توثیق پیشرفت‌های نظامی خود در عراق، به اشتراک‌گذاری اعدام‌ها و دیگر تحركات نظامی خود، بستری را برای اثرگذاری روی نیروهای نظامی عراقی و ایجاد تنش بین نیروهای امنیتی و نظامی کشور و نیز هراس در بین مردم مهیا کنند (محسن‌زادگان و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۲۰). تمرکز روی پدیده داعش برای تبیین مدل

¹ The jihadist insurgents

² PalTalk

³ Kik

⁴ JustPaste.it

⁵ Tumblr

⁶ The Islamic State of Iraq and Syria

تروریسم رسانه‌ای در مقایسه با دیگر گروه‌های تروریستی، در پیوند خوردگی عمیق آن با فضای سایبر، استفادهٔ جنون‌آمیز از فضای مجازی، و هویت‌سازی در شبکه‌های اجتماعی مرتبط است (عراقچی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴-۱۶). توسعهٔ دامنهٔ فعالیت داعش و ابعاد خشونت این گروه در بازهٔ زمانی ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷، و سطح تبلیغات آن‌ها به جریان‌سازی اجتماعی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی به واسطهٔ راه‌اندازی شبکهٔ تلویزیونی، ایستگاه رادیویی و انتشار پول، تالارهای گفت‌وگو و انجمن‌های وب، انتشار متون دیداری و شنیداری و ساخت بازی‌های رایانه‌ای و استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی باعث اهمیت توجه این گروه بوده است (عباس‌زاده فتح‌آبادی و رحیمی‌مقدم، ۱۴۰۰: ۱۹۰). از طرفی، تداوم ناامنی‌ها در عراق می‌تواند تداوم ناامنی در کشورهای همجوار آن خاصهٔ ایران بوده و پیامدهای امنیتی ناخوشایندی را برای نظام جمهوری اسلامی ایران به دنبال داشته باشد (عبدالرحمانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۲۷). از آنجایی‌که، منابع قدرت نرم ایران به صورت کلان در حوزهٔ سیاسی شامل ایدئولوژی، رهبری و بسیج اجتماعی، حوزهٔ فرهنگی شامل فرهنگ و تمدن اسلامی و زبان و ادبیات فارسی و در حوزهٔ اقتصادی تلخیص شده است و جایگاه ایران را در منطقه و جهان نمایان می‌سازد (نصیری، ۱۳۹۹: ۳۱۱-۳۱۶) قدرت نرم ایران را در نسبت با تروریسم رسانه‌ای با رویکرد نرم سیاست‌گذاری رسانه‌ای عقلانی خواهد کرد.

داعش با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی، برنامه‌های جهادی، دینی، مجازات، کسب بیعت را به منظور کسب مشروعیت الهی دنبال می‌کند و برای پیشبرد این اهداف، محتواهای متنوع متنی، تصویری، و دیگر محورها را تولید می‌کند (Bagci & Hilmi, 2015: 85).

مطالعات مختلف در خصوص تأثیرات امکانات رسانه‌ای به واسطهٔ ترویج صنعت خشم در سطح فراگیر به صورت عربان، انتشار اخبار و کنترل خبر، جذب و سازمان‌دهی نیروهای مسلح در توئیتر، مشروعیت‌بخشی به ارزش‌های داعش، بهره‌گیری از شبکه‌های مجازی، کنسول‌بازی و فعالیت‌های سرگرم‌کننده به صورت خونریزی مجازی، تمرکز روی دایق^۱ به عنوان راهبرد کلان داعش (آدمی و نکویی، ۱۳۹۷: ۳۱۳-۳۱۶) و فقدان نهادهای سازش‌آمیز فضای وب در بین آحاد جامعه و در سطح جهان و هم‌چنین ضعف آموزش (مرادی‌فر و امید، ۱۳۹۷: ۱۸۶) نشان از ابعاد مختلف تروریسم رسانه‌ای داعش دارد.

^۱دایق منطقه‌ای در شمال استان حلب در سوریه است که از نظر داعشی‌ها، جنگ آخرالزمان در این منطقه بین مسلمانان و رومی‌ها رخ خواهد داد و بعد از تصرف این منطقه، جهاد فراگیر و جهانی داعش آغاز خواهد شد.

پلتفرم شبکه‌های اجتماعی دارای بالاترین میزان مخاطب هستند که بستر مناسبی برای بهره‌برداری تروریست‌ها و هدف‌گذاری در آن محسوب می‌شود؛ توئیتر با میانگین ۳۵۰ هزار توییت در هر دقیقه، ۵۰۰ میلیون توییت در هر روز و ۲۰۰ بیلیون توییت در هر سال (Twitter, 2020) و هم‌چنین فیس‌بوک با بیش از ۵۵ میلیون نفر در حال به روزشدن و دو میلیارد و پانصد میلیون کاربر فعال (Awan, 2017; Twitter, 2020) اهمیت این دو رسانه شبکه اجتماعی را از نظر پلتفرم، میزان دسترس‌پذیری، ارزیابی نظرات و دیدگاه‌های مورد تبادل، لایک‌ها و میزان استفاده گروه‌های تروریستی در قیاس با دیگر رسانه‌های اجتماعی نمایان می‌سازند. فعالیت گسترده داعش در حوزه اینترنت و فضای شبکه‌های اجتماعی برای پیشینه‌سازی نشر اطلاعات و اخبار به اندازه‌ای بوده است که ابتدا در وبسایت جهادی ابوالعصیر عمره العبس^۱ به مدیریت الکترونیکی نشر اطلاعات و سازمان‌دهی وب‌ها پرداختند و بعدها پایگاه رسانه‌ای الفرقان و ال‌ایتیسم^۲، وبسایت پاستین^۳، دامپ^۴ و جاست‌پیست و در نهایت مرکز رسانه‌ای الحیات در سال ۲۰۱۴ مورد استفاده این گروه بودند تا در کنار فعالیت‌های اعتقادی، تبلیغاتی، حصول حمایت مالی، به ایجاد رابطه میان حامیان و هواداران و جذب نیروهای جوان در سطح جهان اقدام کنند و از هشتگ‌ها و نشانگان اینترنتی در توئیتر و فیس‌بوک برای اهداف تروریستی بهره ببرند (مرادی‌فر و امید، ۱۳۹۷: ۱۷۱-۱۷۲). دلیل پرداخت به این موضوع از منظر فراترکیب؛ فقدان و یا ضعف پژوهش‌های منظم و بینش‌های جامع‌نگر در خصوص مدل تروریسم رسانه‌ای نسبت به عملکرد داعش طی سال‌های گذشته بوده است. بنابراین سؤال محوری پژوهش به این صورت طراحی شده است که مدل تروریسم رسانه‌ای داعش در فضای توئیتر و فیس‌بوک از نظر زمینه‌ها و بسترها، مزایا و کارکردها، چالش‌ها، مداخله‌گرها، راهبردها و پیامدها چیست؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

واژه ترور برگرفته از ریشه لاتین (Terreur) است که در معنای نظام یا رژیم وحشت، به ایجاد هراس در توده مردم یا گروهی از مردم به منظور درهم شکستن مقاومت آن‌ها، برقراری نظام یا فرایند سیاسی بر پایه این ترس از طریق به کارگیری اقدامات حاد و خشونت‌بار دلالت دارد

¹ Abu al-Asir Amara al-Absa

² Al Itisam

³ pastebin.com

⁴ dump.to

(برجعلی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۴۷). شمید^۱ (۱۹۹۳) تروریسم را شیوه اقدامات تکراری می‌داند که به منظور ایجاد دلهره، رعب و وحشت است تا به دلایل سلیقه‌ورزی، جنایی و یا سیاسی از جانب گروه‌های مختلف استفاده می‌شود. معنای مفهومی "تروریسم" از نظر اجتماعی ساخته شده و به شدت مورد مناقشه است، و تمایل فزاینده‌ای برای برچسب‌زدن هر ائتلاف ناخواسته فعال به عنوان گروه‌های تروریستی وجود دارد (Smith, 2015: 397). تروریسم عملی هدفدار، نیت‌مند و عقلانی است و براساس محاسبه سودوزیان محقق می‌شود. فلمینگ و استول تروریسم را پدیده‌ای حساب‌شده و هدفمند عنوان کرده‌اند که قربانیان آن نیز هدفمند گزینش شده و دارای راهبردی خردمندانه است چراکه در برابر دولت‌ها بایستی اقدامات خشونت‌آمیز داشته باشند. تروریسم، ترکیبی از تهدید به ارتکاب خشونت و مجموعه‌ای از اقدامات خشونت‌آمیز هستند که رعب و وحشت را باعث می‌شوند و ایجاد هرج و مرج و آشفتگی از اهداف اصلی آن محسوب می‌شود و به طور خاصی با منافع سیاست خارجی مرتبط است (ظهیری، ۱۳۹۷: ۴۲۱-۴۲۳). در اقدامات تروریستی که هویت افراد قربانی چندان مهم نیست، یکی از سنخ‌های رفتارهای خشونت‌زا محسوب می‌شود (محسن‌زادگان و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۰۹). تروریسم با درک اهمیت فضای مجازی، از ماهیت سنتی خود فراتر رفته و گونه جدیدی از تروریسم را در قالب تروریسم پسامدرن (عراقچی و همکاران، ۱۳۹۷)، تروریسم رسانه‌ای (فرهنگی و عباسی، ۱۳۹۷)، سایبرتروریسم^۲ (Awan, 2017؛ بختیاری و همکاران، ۱۳۸۹)، تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی، تروریسم فیس‌بوکی و توئیتری (فاضلی و همکاران، ۱۳۹۶) و تروریسم برخط^۳ (Schimid, 2005) شکل داده است.

تروریسم رسانه‌ای که در سال ۱۹۸۵ در جریان دومین کنفرانس بین‌المللی علیه تروریسم طرح شد به عنوان یکی از ابعاد تروریسم است که بستر جدیدی را برای ظهور هویت‌های نوین در قالب تروریسم رسانه‌ای اجتماعی فراهم ساخته است. تروریسم رسانه‌ای به استفاده از رسانه‌های شبکه‌ای و اجتماعی در جهت بالابردن سطح اقدامات خشونت‌زا دلالت دارد و با علل مختلف اجتماعی، سیاسی و مذهبی و نیز با هدف‌گذاری ازدیاد آلام روانی و جسمی بر مخاطبان بلاواسطه است (فرهنگی و عباسی، ۱۳۹۷: ۱۳۴-۱۳۵).

¹ Schmid

² Cyber-terrorism

³ Online Terrorism

سخن مشخصی از تروریسم رسانه‌ای، به تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی دلالت دارد که فرآیند اثرگذاری و راهبری افکار عمومی را به واسطه خلق و اشاعه محتوای موردنظر در این شبکه‌ها دنبال می‌کند. در این فضا، امکان سازمان‌دهی، ایجاد ارتباطات و هماهنگی عملیات تروریستی در هر نقطه‌ای از جهان عملی می‌شود. یکی از وجوه تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی موسوم به تروریسم فیس‌بوکی است؛ استفاده گسترده داعش از فیس‌بوک برای انجام تبلیغات، آموزش، جذب نیرو و جنگ روانی زمینه‌ساز به اشتراک‌گذاری اطلاعات تاکتیکی و عملیاتی بین نیروهای تروریستی داعش بوده است. وجه دیگر تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی به تروریسم توییتری مربوط می‌شود که جایگاه مهمی در فرآیند اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های رسانه‌ای داعش داشته است به گونه‌ای که توییتر مهم‌ترین ابزار رسانه داعش از نظر نشر افکار این گروه محسوب می‌شود (فاضلی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸-۹).

استوارت هال معتقد است رسانه‌ها بخشی از سیاست معناسازی را عهده‌دار هستند؛ رسانه‌ها به رویدادهایی معنا می‌بخشند که در جهان در حال وقوع است. در واقع، در کنار تعریف واقعیت از جانب رسانه‌ها، خلق معنا برای آن واقعیت در رسانه‌ها نیز اتفاق می‌افتد. رسانه‌ها با تکیه بر قدرتی که دارند تصمیم می‌گیرند که به هر رویدادی چه معنایی ببخشند (نقل از عباس‌زاده فتح‌آبادی و رحیمی‌مقدم، ۱۴۰۰: ۱۹۴). این امر به موضوع القای قدرت به مخاطبین به واسطه نهادها و ابزارهای رسانه‌ای برمی‌گردد که داعش با بهره‌گیری از تکنیک‌های مبالغه و دستکاری آماری، سابقه‌نویسی، دشمن‌سازی، بزرگنمایی و استفاده از خبر برای تبلیغات تلاش داشت تا به صورت نرم، قدرت‌یابی کند (همان، ۲۱۱).

جوزف نای^۱ (۲۰۱۷) معتقد است دست‌یابی به نتایج دلخواه به واسطه جذابیت تحقق می‌یابد؛ افراد با ایده و جذابیتی که در خصوص موضوعات مختلف دارند دیگران را به گونه‌ای تحت‌تأثیر قرار می‌دهند، زمینه مشروعیت خود در نزد آن‌ها را مهیا می‌سازند. قدرت نرم با انتقال مفاهیم به واسطه سازوکارهای رسانه‌ای مدیریت شده و تصویرسازی مطلوب و مهندسی افکار عمومی در خصوص موضوعات مرتبط محقق می‌شود (نقل از کریمی‌فرد، ۱۳۹۹: ۸۴). قدرت نرم ناظر بر ابعاد فرهنگی، روانی و اطلاعاتی است که به جای تصرف و تسلط سرزمین‌ها و یا دولت‌ها، تصرف اذهان و قلب‌ها مورد توجه است و ابزار چنین امری در رسانه خلاصه می‌شود. قدرت نرم از طریق تولید و توزیع

^۱ Joseph Nye

آموزه‌ها و ارزش‌های خاص و جذاب، بنیان‌های ارزشی و حمایتی را در یک کشور مورد توجه قرار می‌دهد تا در راستای آن، وضعیت مطلوب خویش را تغییر دهد (قیصری و امان‌کاه، ۱۴۰۰: ۲۳۳).

مک‌کنا و بارگ^۱ (۱۹۹۸) معتقدند بین فضای مجازی و تروریسم ربط وثیقی وجود دارد؛ به زعم آن‌ها، روابط تنگاتنگی بین شبکه‌های اجتماعی و نحوه استمرار تروریسم وجود دارد چراکه تروریست‌ها با استفاده آسان از اینترنت نسبت به اهداف تروریستی خود اقدام می‌ورزند و به نوعی پناهگاه امن برای جریانات افراطی قلمداد می‌شود. به نظر تسفاتی و وایمن^۲ (۲۰۰۲) گروه‌های تروریستی با استفاده از اینترنت به توجیه خشونت و جنایات خود علیه غیرنظامیان می‌پردازند و گروه‌های تروریستی با داشتن دانش بالا در حوزه فناوری، زمان بیش‌تری را صرف بهره‌گیری از فضای مجازی می‌کنند. کلاوسن^۳ (۲۰۱۵) استدلال کرده است که فضای رسانه اجتماعی مورد داعش و دیگر گروه‌های تروریستی به مثابه یک تاکتیک جنگ سایبری جهانی در کشورهایی نظیر سوریه عمل می‌کند. در بررسی کلاوسن، توئیت‌های داعش ابزاری در جهت ایجاد توهم مبتنی بر قدرت‌گیری داعش در قیاس با قدرت مرکزی عمل می‌کرد (نقل از Awan, 2017: 140).

کاستلز با طرح مفهوم جامعه شبکه‌ای، شکل‌گیری رسانه‌های نوین را فرصتی برای خلق هویت‌های مقاومت از بنیادگرایی و افراط‌گرایی می‌داند. به زعم وی، رسانه‌های جدید بستری برای ایجاد شبکه سازمان‌یافته گروه‌های افراطی و تروریستی مهیا می‌کند و همین امر باعث شده است تا شناسایی و تفکیک انواع کنش‌گران با تفکرات افراطی و با رفتارهای خشونت‌زا با مشکل مواجه کند (نقل از هاسکینز و اولافین، ۱۳۹۲: ۳۱۶). کاستلز معتقد است فناوری اینترنت با هدف مقاومت در برابر کنترل‌های اعمالی توسط هرگونه مرکز فرمان طراحی شد تا گذاری از تعامل فردی و مشارکتی در اینترنت به سوی ساخت مستقل شبکه‌های اجتماعی صورت بگیرد. یکی از مهم‌ترین فعالیت در حوزه اینترنت به فضای شبکه‌های اجتماعی مرتبط است که فضای پویایی را پدیدار ساخته است تا انسان‌ها با ایجاد فرهنگ اشتراک‌گذاری، به تولید محتوا پرداخته و پیوندهای نوینی را خلق کنند. یکی از ابعاد این پیوندها، به جنبش‌های شبکه‌ای برمی‌گردد که به اشتراک‌گذاری خشم و منازعه منتهی می‌شود (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۹۵-۱۹۷). کاستلز با طرح موضوع هویت و ابعاد آن شامل هویت مشروعیت‌بخش (براساس این هویت، نهادهای غالب جامعه با شکل‌دادن به آن، درصدد عقلانی‌کردن سلطه خود بر کنش‌گران

¹ McKenna & Bargh

² Tsftati & Weimann

³ Klausen

اجتماعی هستند)، هویت مقاومت (مطابق آن، جماعت‌هایی شکل می‌گیرند که اشکالی از مقاومت و سنگرهایی را در برابر ظلم و ستم ایجاد می‌کنند)، هویت برنامه‌دار (کنش‌گران با استفاده از مواد و مصالح در دسترس، هویتی جدید می‌سازند و موقعیت خود را در راستای تغییر شکل تمامیت ساختار اجتماعی بازتعریف می‌کنند) به وابستگی بنیادی مسلمانان به امت یعنی اجتماعی مومنان دلالت دارد. در این سنخ از هویت، تمام افراد در خدا یکسان هستند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲-۳۲).

بودریار (۲۰۰۵) با طرح نظریه تروریسم به مثابه تئاتر یا نمایش معتقد است جهان شاهد نمایشی غیراخلاقی می‌باشد که در حال اجراء است و چنین مناسک نمایشی به واسطه رسانه انجام می‌شود. بودریار با گفتن این‌که «ما در خوف معنای بیش از حد و بی‌معنایی کامل زندگی می‌کنیم» نشان می‌دهد که فراواقعی‌سازی امر واقعی به واسطه رسانه‌ها، تشخیص واقعیت را نیز مشکل کرده است به همین دلیل، به زعم وی، تروریسم بدون رسانه هیچ کارآیی ندارد و برای دیده‌شدن نیازمند رسانه است (نقل از Artrip & Debrix, 2018:77).

جدول ۱. پیشینه پژوهش

محقق / محققان	موضوع	روش‌شناسی	سؤالات	یافته‌ها
حسین ^۱ (۲۰۱۸)	رسانه اجتماعی و تروریسم: تهدیدات و چالش‌های عصر مدرن	کیفی-تحلیلی	چگونه گروه‌های تروریستی از رسانه‌های اجتماعی در جنوب آسیا (بنگلادش، پاکستان، و هند) استفاده می‌کنند؟	استفاده گروه‌های تروریستی به صورت رمزگذاری، متنی، تصویری، صوتی، پیامکی، توییتری، عکس، و بازی رایانه‌ای
بویلر و موور ^۲ (۲۰۱۸)	چارچوب‌دادن به ترور: تحلیل محتوای چارچوب‌های رسانه‌ای مورد استفاده در پوشش داعش	کیفی-تحلیل محتوا و تحلیل گفتمان	نحوه پوشش رسانه‌ای داعش در اقدامات تروریستی بین‌نشریات تایمز، میل و الحیات چگونه بوده است؟	وجود تفاوت معنادار در نوشتارهای پوشش رسانه‌ای تایمز، میل و الحیات

¹ Hossain

² Boyle & Mower

<p>سمتی و زیونار^۱ (۲۰۱۸)</p>	<p>داعش و رای نمایش: رسانه‌های ارتباطی، شبکه‌ی علنی و تروریسم</p>	<p>کیفی و تحلیل گفتمان</p>	<p>ارتباط بین رسانه‌های اجتماعی و تروریسم داعش چگونه است؟</p>	<p>داعش با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تصویر واقعی خود را از نظر سیاسی، امنیتی، اجتماعی و فرهنگی نمایان کرده است که خصالت و حشویگری و خشن داعش است.</p>
<p>آوان^۲ (۲۰۱۷)</p>	<p>افراط‌گرایی سایبری: داعش و قدرت رسانه‌های اجتماعی</p>	<p>گراند تئوری</p>	<p>۱) داعش در فضای رسانه‌های اجتماعی چه تاثیری گذاشته است؟ ۲) از چه راهبردی بهره می‌گیرد؟ و ۳) چگونه در فیس‌بوک و توئیتر دیده می‌شود؟</p>	<p>سؤال اول: تشدید انزجار و تنفر برخط به واسطه انجام تبلیغات، انتشار پیام‌های ویدئویی و ارسال پیام‌های تهدیدآور سؤال دوم: راهبرد برخط‌بودن در فضای فیس‌بوک و توئیتر سؤال سوم: ترسناک دیده‌شدن داعش و ایجاد ترس و وحشت در بین نیروهای امنیتی و نظامی</p>
<p>مرادی فر و امیدی (۱۳۹۷)</p>	<p>تحلیل عملکرد داعش در به‌کارگیری سه نسل وب</p>	<p>مطالعه به شیوه تبیینی و تحلیلی</p>	<p>چگونه داعش از فناوری‌های ارتباطات برای اهداف سیاسی استفاده می‌کند؟</p>	<p>بهره‌گیری داعش از سه نسل وب؛ نسل اول اینترنت، نسل دوم شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، و وبلاگ، و نسل سوم</p>

¹ Semati & Szpunar

² Awan

<p>وب مستلزم تمرکز روی مدیریت و نهادینه‌سازی فضای وب و آموزش رسانه‌ای مخاطبان مختلف است</p>				
<p>چالش‌ها: فرهنگی (کاهش آزادی بیان، افراط‌گرایی، جنگ روانی، ارباب و وحشت، تضعیف فرهنگ گفتگو)، اجتماعی (اختلال در وحدت ملی، اختلافات مذهبی و قومی، مهندسی اجتماعی) و سیاسی (تهدید امنیت ملی، امنیتی شدن فضای جامعه، تزلزل دولت، ناپایداری سیاست‌های راهبردی، توسعه جنگ‌افروزی)</p> <p>مزایا: خودمختاری رسانه‌ای، جهانی شدن، دیجیتال شدن و شبکه‌ای شدن رسانه کارکردها: اطلاع‌رسانی، کارکردهای فرهنگی و اجتماعی، سیاسی و اداری</p> <p>راهبرد: تولید محتوا- سیاست‌گذاری- دروازه‌بانی اطلاعات</p>	<p>چالش‌های تروریسم رسانه‌ای داعش چیست، مزایا و کارکردها؟ راهبرد و راهکارها؟ مدل نظری؟</p>	<p>مطالعه کیفی - تاریخی و اسنادی مبتنی بر تحلیل ثانویه</p>	<p>طراحی مدل مقابله با چالش‌های تروریسم رسانه‌ای داعش در توئیتر و فیس‌بوک</p>	<p>فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)</p>

<p>اهداف: جلب توجه، کسب مشروعیت، مقبولیت، هویت‌سازی، اعلام موجودیت و کسب قدرت</p> <p>مزیت: داشتن مخاطبان جهانی، دسترسی آسان، قدرت شبکه، سرعت زیاد، ارتباطات افقی و فراگیر، تعاملی، منعطف و ارزان</p> <p>کارکرد: اطلاع‌رسانی، بسیج اجتماعی، همبستگی اجتماعی برای گروه داعش</p>	<p>اهداف داعش در شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک کدام‌ها بودند؟ مزایای این شبکه‌ها؟ کارکرد؟</p>	<p>روش کیفی - گراند تئوری و مطالعات اسنادی</p>	<p>مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه‌های تروریستی (مطالعه موردی استفاده گروه‌های داعش از توئیتر و فیس‌بوک)</p>	<p>فاضلی، سلطانی‌فر و عباسی (۱۳۹۶)</p>
<p>تأثیرگذاری بر مخاطبان با هدف آموزش بمب‌گذاری، ترور و جمع‌آوری اخبار؛ ارتباط‌گیری با جاسوسان و هماهنگی بین نیروها؛ اهداف سیاسی و فرهنگی همچون شیعه‌هراسی، تبلیغ و گسترش فتواها، فعالیت علیه نظام حاکم و گسترش عقاید خود بوده است.</p>	<p>آیا جریان تکفیری در شبکه‌های اجتماعی فعالیت اطلاعاتی-امنیتی دارد؟ کدام فعالیت‌ها را دارد؟</p>	<p>روش کیفی - تحلیل محتوای کیفی</p>	<p>استفاده‌های اطلاعاتی-امنیتی جریان تکفیر از شبکه‌های اجتماعی مجازی فیس‌بوک و توئیتر</p>	<p>یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)</p>

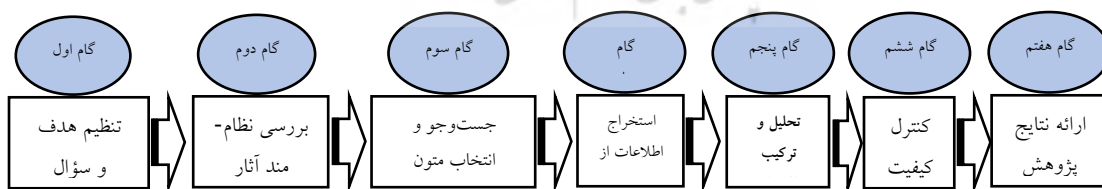
پس از مطالعه برخی از پیشینه تجربی مشخص شد هرکدام از مطالعات بحث تروریسم رسانه‌ای را از زوایای مختلف واکاوی کرده و اقدامات تروریستی داعش در فضای شبکه‌های اجتماعی و خاصه توئیتر و فیس‌بوک را با رویکردی متفاوت بررسی کرده‌اند در حالی که تبیینی جامع از تروریسم رسانه‌ای داعش ارائه نشده است لذا ارائه مدل تبیینی جامع، هدف اصلی این پژوهش است و به دلیل تعدد پژوهش‌ها در این زمینه، نمونه‌هایی از تحقیقات به عنوان پیشینه پژوهش (جدول ۱) آمده است. با این توضیحات، پژوهش حاضر درصدد است به پرسش اساسی تحقیق پاسخ دهد؛ مدل تروریسم رسانه‌ای داعش در فضای توئیتر و فیس‌بوک از نظر زمینه‌ها و بسترها، مزایا و کارکردها، چالش‌ها، مداخله‌گرها، راهبردها و پیامدها چیست؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش کیفی و با رویکرد فراترکیب^۱ انجام شده است. رویکرد فراترکیب از روش‌های نوظهور در مطالعات کیفی است که برای یکپارچه‌کردن مطالعات مختلف در زمینه موضوع مورد مطالعه با هدف ایجاد یافته‌های جامع و تفسیری انجام می‌گیرد. ترکیب تفسیر، و ایجاد نگرش نظام‌مند به واسطه ترکیب پژوهش‌های کیفی خصلت اصلی این روش است (Cooper, 2015; Cooper et al., 2019). نمونه‌های مطالعه برای فراترکیب شامل آن‌دسته از مطالعات کیفی منتخبی است که با سؤال پژوهش مناسبت دارد تا مطابق با آن، یافته‌های پژوهش‌های منتخب مورد واکاوی قرار گرفته و سپس تحلیل و ترکیب شود.

یافته‌ها

برای پاسخ‌گویی به سؤال پژوهش، در ادامه براساس چارچوب الگوی هفت مرحله‌ای "سندلوسکی^۲ و همکاران" (۲۰۰۷)، هریک از مراحل اجرایی پژوهش انجام گرفت.



شکل ۱. فرآیند مطالعه فراترکیب براساس الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و همکاران (۲۰۰۷)

¹ Meta-Synthesis

² Sandelowski

مرحله اول: تنظیم سؤال پژوهش

در پژوهش حاضر، هدف اصلی تبیین تروریسم رسانه‌ای با تمرکز بر بهره‌گیری گروه داعش از شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک می‌باشد برای این منظور، شاخص‌های مورد اشاره در ادبیات تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند.

جدول ۲. پرسش‌های پژوهش

پارامترهای تعیین کننده	پرسش
What (چه چیزی)	مدل تروریسم رسانه‌ای داعش در فضای توئیتر و فیس‌بوک از نظر زمینه‌ها و بسترها، مزایا و کارکردها، چالش‌ها، مداخله‌گرها، راهبردها و پیامدها چیست؟
Who (جامعه مورد مطالعه)	جامعه مورد مطالعه برای تبیین تروریسم رسانه‌ای چیست؟
When (محدودیت زمانی)	محدوده زمانی پژوهش کدام است؟
How (چگونگی روش)	داده‌های پژوهش چگونه جمع‌آوری شده‌اند؟

مرحله دوم: بررسی نظام‌مند متون

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مطالعات، مقالات مروری، پایان‌نامه و کتاب می‌باشد که از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ در پایگاه‌های علمی امرالد^۱، وایلی^۲، ساینس دایرکت^۳، مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی^۴، سیج^۵، گوگل اسکولار^۶، اسپرینگر^۷، تیلور و فرانسیس گروپ^۸، مگیران^۹، مرکز اسناد و مدارک علمی ایران^{۱۰} و پایگاه مجلات تخصصی نور^{۱۱} در حوزه تروریسم رسانه‌ای، رسانه‌های نوین ارتباطی، و داعش در شبکه‌های اجتماعی جستجو شده است. واژگان کلیدی متنوعی در فارسی همچون «تروریسم رسانه‌ای»، «شبکه‌های اجتماعی و تروریسم»، «مدل‌های تروریسم رسانه‌ای»، «تروریسم رسانه‌ای داعش»، «تأثیرات تروریسم رسانه‌ای»، «تروریسم رسانه‌ای اجتماعی» و

¹ Emerald

² Wiley

³ Science Direct

⁴ SID

⁵ Sage

⁶ Google Scholar

⁷ Springer

⁸ Taylor & Francis Group

⁹ Magiran

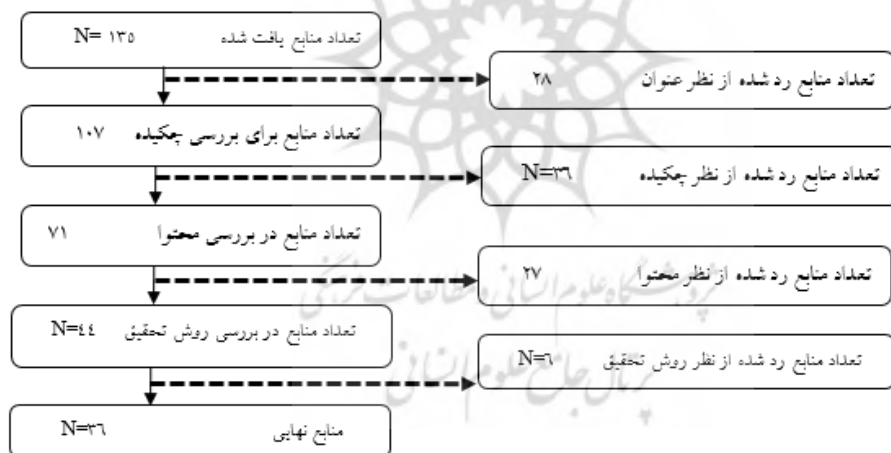
¹⁰ Iran.doc

¹¹ Noomags

«داعش در شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک»، و در انگلیسی نیز «Media Terrorism»، «Social networks and terrorism»، «Models of media terrorism»، «ISIS socially»، «The effects of media terrorism»، «media terrorism mediated terrorism» و «Facebook» در جستجوی منابع استفاده شدند. در نتیجه واری، کاوش و بررسی پایگاه داده‌ها، مجلات، و موتور جستجوگر سایت‌های مختلف و با بهره‌مندی از واژگان کلیدی مذکور، تعداد ۳۶ پژوهش‌هایی مرتبط برای فراترکیب انتخاب شدند.

مرحله سوم: جستجو و انتخاب پژوهش‌های مناسب

در این مرحله، منابع شامل کلیه پژوهش‌ها، مقالات و کتاب منتخب را براساس کلید واژه‌ها چندین بار مورد بررسی قرار گرفت و در هر بازبینی، تعدادی از منابع غیرمرتبط با هدف و سؤالات پژوهش حذف شدند.



شکل ۲. خلاصه نتایج جستجو و انتخاب منابع نهایی

مرحله چهارم و پنجم: استخراج اطلاعات و تحلیل مقوله‌ها

در پژوهش حاضر، اطلاعات پژوهش‌های منتخب براساس روش تحلیل محتوای کیفی و استخراج مضامین مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت و طی مراحل آماده‌سازی (تعمق در داده‌ها و درک کلیات متون)، سازمان‌دهی (کدگذاری و صورت‌بندی مقوله‌ها)، و گزارش‌دهی انجام گرفت. اطلس

تی‌آی، نرم افزاری برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی است و قادر است تمام داده‌های جمع‌آوری شده در زمینه تحقیقات اجتماعی تجربی را تجزیه و تحلیل کند. در این مرحله، محقق گدهای شناسایی شده در مرحله قبل را به دقت مطالعه کرده و با در نظر گرفتن مفاهیم هر یک از گدها، آن‌ها را در یک مفهوم مشترک دسته‌بندی می‌کند سپس با تحلیل مفاهیم براساس وجه اشتراک آن‌ها، مفاهیم یافت شده را در یک مقوله قرار می‌دهد. با کمک تحلیل روی ۳۶ مقاله نهایی، در مجموع ۶ مقوله، ۲۵ مفهوم و ۱۲۹ شاخص به عنوان پارامترهای مدل تروریسم رسانه‌ای داعش در این پژوهش، کشف و شناسایی شدند. در جدول ۳ گدهای نهایی استخراج شده قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۳. طبقه‌بندی گدها به مفاهیم و مقوله

مقوله اصلی	مفاهیم	کد	منابع استخراج گدها
زمینه‌ها و بسترها	فناوری و تکنولوژی	توسعه شبکه‌های اجتماعی، هزینه پایین فناوری، بهره‌برداری از شبکه‌های جهانی، راحتی دسترسی، به کارگیری متخصصان علوم کامپیوتری، جریان سریع اطلاعات، فقدان سانسور، اندک بودن مقررات سایبری، محیط چندرسانه‌ای، عملکرد بالای توئیتر و فیس‌بوک در مقایسه با دیگر ابزارهای رسانه اجتماعی، نامحدود بودن دسترسی به افراد و اطلاعات آزاد	گرامی و روشنفکر (۱۳۹۶)، خاتونی (۱۳۹۴)، فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، یوسفی و روشنی Al-Rawi (۱۳۹۳) (2018), Weimann (2015), Freedman & Thussu (2011), Shaban (2020), Fahmi (2020), Borau & Wamba (2019)
	ظهور تروریسم نوین	تروریسم فیس‌بوکی و توئیتری، اشاعه خشونت سایبری، برنامه‌های رسانه‌ای خشونت‌آمیز، بازی‌های رایانه‌ای خشونت‌زا	
	تنش‌های قومی	اختلافات دینی، هویتی، و قومی، سیاست‌های واگرایانه قومیتی	

<p>گرامی و روشنفکر (۱۳۹۶)، فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، خاتونی (۱۳۹۴)، یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، فاضلی و همکاران (۱۳۹۶)، Sardarnia, & Safizadeh (2019), Winkler et al. (2019), Al-Rawi (2018), Kalçık & Bayraktar (2017), Klausen (2014), Weimann (2015)</p>	<p>اشاعه افکار و ایده‌ها، انگاره‌های مرگ و اندیشه تکفیری، کمپین تبلیغاتی، برنامه‌های اقناعی، تبلیغ اصول جهادی به واسطه تصاویر نمادین، ایجاد مقبولیت اجتماعی، جنگ روانی، ایجاد ارباب و وحشت، مهندسی جنگ</p>	<p>تبلیغات و بسیج اجتماعی</p>	<p>کارکردها و مزایا</p>
	<p>رمزگذاری تماس‌ها و گفتگوها، برقراری ارتباطات پیچیده و محرمانه، ضریب بالای امنیت فضای مجازی، مدیریت انتشار اطلاعات، تاکتیک فریب و اطلاعات دروغ</p>	<p>گمنامی و ناشناختگی</p>	
	<p>گردآوری پول، انتقال منابع مالی به دیگر کشورها</p>	<p>تأمین منابع مالی</p>	
	<p>طراحی بازی‌ها، تنظیم داستان‌های مصور در جذب کودکان، انعطاف‌پذیری رسانه‌ای، شبکه‌ای کردن فعالیت‌های تروریستی، دیجیتالی شدن اطلاعات، جنگ روانی، پویایی عملکرد رسانه‌ای، قدرت شبکه</p>	<p>ترفندهای رسانه‌ای</p>	
	<p>اعلام برنامه‌های استخدامی، جذب و سازماندهی، برقراری ارتباط بین نیروها</p>	<p>جذب نیرو</p>	
	<p>انتشار فیلم‌های خشونت و ترور، رعب و وحشت بین مردم و کشورهای جهان، برجسته‌سازی قدرت تروریستی، پیشران توسعه افراطی‌گری، ابزار جنگ روانی تهاجمی</p>	<p>مشروعیت خشونت سیاسی</p>	

	<p>گفتمان‌سازی</p> <p>هویت‌سازی، دروازه‌بانی اطلاعات، خودمختاری و خودگردانی رسانه‌های</p>	
	<p>اطلاع‌رسانی</p> <p>تولید و انتشار محتوا، راه‌اندازی جنگ روانی، هدایت افکار عمومی، سرعت زیاد انتشار، خبررسانی</p>	
	<p>ارتباطات تعاملی</p> <p>برقراری ارتباطات ارزان، ارتباطات افقی، مخاطبان جهانی</p>	
<p>گرامی و روشنفکر (۱۳۹۶)، فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، Sardarnia, & Safizadeh (2019), Seijbel (2017), Kalçık & Bayraktar (2017), Klausen (2014), Borau & Wamba (2019), Cottee & Cunliffe (2020)</p>	<p>چالش‌های اجتماعی</p> <p>اختلال در نظم خانواده، جذب نوجوانان، برهم‌زدن امنیت اجتماعی و عمومی، رسانه‌ای‌شدن خشونت، تشدید افراط‌گرایی و اشاعه متون رادیکال، تقویت انواع جرائم و بی‌نظمی</p>	<p>چالش‌های فرهنگی</p> <p>چالش‌های فرهنگی</p>
	<p>چالش‌های فرهنگی</p> <p>باورها و اعتقادات، افکار دینی، سبک زندگی، قوانین و اجرای احکام قضایی، تشدید اختلافات قومی و مذهبی، آموزش افراطی‌گری، ترویج فرهنگ ترس و ارعاب، اشاعه جریان تکفیری، تضعیف فرهنگ گفتگو، تعصب‌گرایی، اشاعه ایدئولوژی داعشی یا داعشیسم، رشد سلفی‌گری، شیعه‌زدایی، توزیع پیام‌های ایدئولوژیک</p>	
	<p>چالش‌های سیاسی</p> <p>اختلالات امنیتی، ناامن کردن مرزهای کشورهای منطقه، تهدید امنیت ملی، تضعیف حاکمیت ملی، تزلزل دولت، افزایش جنگ افروزی، تهدید امنیت منطقه‌ای، جذب مبارزان خارجی در</p>	

	مقیاس جهانی، ساختن گروه‌های چندملیتی از افراطی‌های خشونت‌طلب		
	نوسانات قیمت نفت، تعاملات اقتصادی با کشورهای، اختلال در واردات و صادرات بین کشورها	چالش‌های اقتصادی	
گرامی و روشنفکر (۱۳۹۶)، فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، Al-Rawi (2018), Weimann (2015), Bagci & Hilmi (2015), Ceron et al., (2019)	نقش مؤسسات بین‌المللی، کشورهای منطقه و غربی، نقش گروهک‌ها همچون القاعده و غیره	مداخله نیروهای خارجی (بیگانه) و گروه‌های افراطی	مداخله‌گرها
	حمله آمریکا به عراق، وجود پایگاه‌های خارجی، حمایت‌های مالی کشورهای خارجی و منطقه	حمایت و حضور نیروهای خارجی	
یزدان‌پناه و جعفری (۱۳۹۷)، گرامی و روشنفکر (۱۳۹۶)، فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، Sardarnia, & Safizadeh (2019)	آموزش نوع مواجهه با تهدیدات امنیتی، برنامه‌های پیشگیری، تولید محتوا، فرهنگ‌سازی، آموزش سواد دیجیتال، مهارت‌آموزی در زمینه فناوری	برنامه‌های آموزشی	راهبردها
	روش‌های مقابله با اختلال در امنیت روانی و اجتماعی، نحوه مواجهه با خشونت سیاسی	اطلاع‌رسانی	
	تعیین مسئولیت نهادهای سیاست‌گذاری، نهادسازی در حوزه رسانه‌های دیجیتال، ایجاد شبکه ملی اطلاعات و ارتباطات، تشکیل تیم‌های تخصصی شبکه‌های اجتماعی	سیاست‌گذاری با هدف دروازه‌بانی اطلاعات	

	<p>درک بهتر تروریسم در فضای رسانه‌های اجتماعی، مدیریت رسانه‌ای، سیاست‌های رسانه‌ای، اتاق‌های فکر تروریسم و رسانه</p>	<p>تبیین تروریسم رسانه‌ای</p>	
<p>فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، Mansour (2018), Sardarnia, & Safizadeh (2019),</p>	<p>کاربرد تروریستی شبکه‌های اجتماعی، توییت‌های خشن و تهدیدآور، پرورش نیروهای متعصب و رادیکال، بهره‌مندی تروریست‌های جدید از اتاق‌های گفتگو، و دیگر مزایای شبکه‌های اجتماعی، اعلام موجودیت، جلب توجه</p>	<p>رابطه تنگاتنگ رسانه اجتماعی و تروریسم</p>	<p>پیامدها</p>
<p>Klausen (2014), Weimann (2015), Bagci & Hilmi (2015)</p>	<p>نحوه مقابله با خشونت، نهادینه‌سازی خشونت، هنجارمندی رفتارهای خشن و پرخاشگرانه، تخطی از قوانین حاکم در کشورها</p>	<p>فرهنگ‌سازی خشونت</p>	
	<p>احساس انزجار و تنفر از داعش، همگرایی یا واگرایی کشورها، سیاست‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای، همکاری‌های بین کشورها در زمینه امنیتی و اطلاعاتی</p>	<p>مواجهه کشورهای جهان</p>	

مرحله ششم: کنترل کیفیت

در این مرحله، نتایج حاصل از فراترکیب برای تبیین مدل تروریسم رسانه‌ای داعش در شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک به صورت مدلی متشکل از ۶ مقوله اصلی شامل زمینه‌ها و بسترها، چالش‌ها، کارکردها و مزایا، مداخله‌گرها، راهبردها، و پیامدها و ۲۵ مفهوم و ۱۲۹ شاخص احصاء شد که پس از تکمیل مراحل روش فراترکیب، برای تضمین کیفیت یافته‌های پژوهش، از نظر خبرگان استفاده شد؛ برای تعیین ضریب توافقی روی این معیارها طی جلسات گروه کانونی با برخی از خبرگان

و مدیران دارای تخصص یا سابقه علمی و پژوهشی حوزه رسانه، تروریسم و رسانه، شبکه‌های اجتماعی، مدیریت رسانه و نیز جامعه‌شناسی ارتباطات اجتماعی در سطح اساتید هیئت علمی دانشگاه، مدرسان دانشگاهی دارای مدرک دکتری و مدیران ارشد رسانه تماس برقرار شد و بعد از کنترل و مقایسه کدگذاری‌ها در این جلسات، توافق روی مقولات استخراجی صورت پذیرفت.

جهت ارزیابی کیفیت و سنجش پایایی مفاهیم، نتایج به وسیله شاخص کاپا^۱ مورد تحلیل قرار گرفت؛ شاخص کاپای کوهن توافق را بین دو ارزیاب که هر کدام N مورد را در C طبقه متقابلاً انحصاری مرتب کرده‌اند، اندازه‌گیری می‌کند. میزان این ضریب بین -۱ و +۱ است و هراندازه میزان کاپا به عدد یک نزدیک‌تر، بیان‌گر وجود توافق متناسب و مستقیم است ولی نزدیکی به عدد صفر، نشانه توافق کم‌تر بین آن‌ها است (Viera & Garrett, 2005: 361-362). در پژوهش حاضر، محقق ۶ زیرمقوله و خبره دیگر ۸ زیرمقوله ایجاد کرده‌اند که از این تعداد ۶ مفهوم مشترک هستند مقدار شاخص کاپا، ۰/۷۸ محاسبه شد که نشان دهنده توافق معتبر بین ارزیابان است.

جدول ۴. پایایی پژوهش

		نظر محقق		
		بله	خیر	مجموع
نظر خبره	بله	A: ۶	B: ۲	۸
	خیر	C: ۰	D: ۱	۱
	مجموع	۶	۳	N: ۹

$$\text{توافق مشاهده شده} = \frac{A+D}{N} = \frac{6+1}{9} = 0.78$$

مرحله هفتم: ارائه یافته‌ها

نتایج یافته‌های پژوهش نشان از شناسایی ۱۲۹ کد اولیه مطابق با متون مورد بررسی دارد که این کدها در برساخت مفهومی انتزاعی‌تر، به صورت ۲۵ زیرمقوله یا مفهوم صورت‌بندی شدند که ترکیبی از همین کدها یا شاخص‌های مورد اشاره در مطالعات منتخب بودند. در نهایت این ۲۵ مفهوم، در ۶ مقوله اصلی به تبیین تروریسم رسانه‌ای داعش می‌پردازند. در راستای پاسخ‌گویی به سؤال پژوهش، یافته‌های زیر ماحصل فراترکیب مطالعات پیشین است که به شرح ذیل آمده است؛

^۱ Kappa

۱) زمینه‌ها و بسترها: زمینه‌های بهره‌برداری داعش از شبکه‌های اجتماعی و خاصه توئیتر و فیس‌بوک به پیشرفت‌های محقق‌شده در عرصه فناوری و تکنولوژی مرتبط با رسانه‌های اجتماعی، مداخلات خارجی و منطقه‌ای، شکل‌گیری تروریسم جدید یا مدرن، وجود پتانسیل‌های مرتبط با تنش‌های قومی و دینی و حمایت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای مربوط می‌شود.

۲) کارکردها و مزایا: مزایای استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط داعش و کارکرد آن در تسریع امر تبلیغات و امکان بسیج اجتماعی، گمنامی، تأمین منابع مالی، استفاده از ترفندهای رسانه‌ای، جذب نیرو، مشروعیت و مقبولیت خشونت سیاسی، انجام اطلاع‌رسانی و راحتی انجام ارتباطات خلاصه شده است.

۳) چالش‌ها: چالش‌های تروریسم رسانه‌ای داعش با نمودهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی ارزیابی شده است.

۴) شرایط مداخله‌گر: شرایط مداخله‌گر دخالت‌های خارجی و منطقه‌ای، حمایت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای و شرایط نظم جهانی و منطقه‌ای ارزیابی شده است.

۵) راهبردها: رویارویی با تروریسم رسانه‌ای داعش در پژوهش‌های منتخب با راهبردهای مبتنی بر اقدامات آموزشی و برنامه‌های مرتبط با آن، سبک اطلاع‌رسانی، و سیاست‌گذاری با هدف دروازه‌بانی اطلاعات مشخص شده است.

۶) پیامدها: روابط تنگاتنگ رسانه‌های اجتماعی و تروریسم، فرهنگ‌سازی خشونت و مواجهه کشورهای جهان با این پدیده از پیامدهای استفاده داعش از شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک است.

نتیجه‌گیری

تروریسم رسانه‌ای داعش که با بهره‌گیری از تمام امکانات شبکه‌های اجتماعی، کشورهای سوریه و عراق را به طور خاص با مشکلات عدیده امنیتی، ژئوپولیتیکی، بین‌المللی، سیاسی و اقتصادی مواجه ساخته بود یکی از موضوعات محوری کشورهای جهان و منطقه خاورمیانه تلقی می‌شد که نحوه رویارویی و تبیین ابعاد مختلف آن مستلزم واکاوی موضوع از زاویای متفاوت است.

- زمینه‌ها و بسترها در این فراترکیب ماحصل منابع پیشینه‌ای و بدنه دانش همچون گرامی و روشنفکر (۱۳۹۶)، خاتونی (۱۳۹۴)، فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، Al-Rawi (2018), Weimann (2015) بود که ترکیبی از فناوری و تکنولوژی، ظهور تروریسم

نوین و تنش‌های قومی بود.

- چالش‌ها نیز در این فراترکیب ماحصل منابع پیشینه‌ای و بدنه دانش همچون یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، Kalçık & Seijbel (2017), Sardarnia, & Safizadeh (2019), Klausen (2014) و Bayraktar (2017)، بودند که ترکیبی از چالش‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی می‌باشد.

- کارکردها و مزایا نیز در نتیجه ترکیب مؤلفه‌های تبلیغات و بسیج اجتماعی، گمنامی، تأمین منابع مالی، ترفندهای رسانه‌ای، جذب نیرو، مشروعیت و خشونت سیاسی، اطلاع‌رسانی و ارتباطات تعاملی در پژوهش‌هایی نظیر خاتونی (۱۳۹۴)، یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، فاضلی و همکاران (۱۳۹۶)، Al- (2019), Winkler et al. (2019), Sardarnia, & Safizadeh (2019), Rawi (2018), Kalçık & Bayraktar (2017), Klausen (2014), Weimann (2015) بوده است.

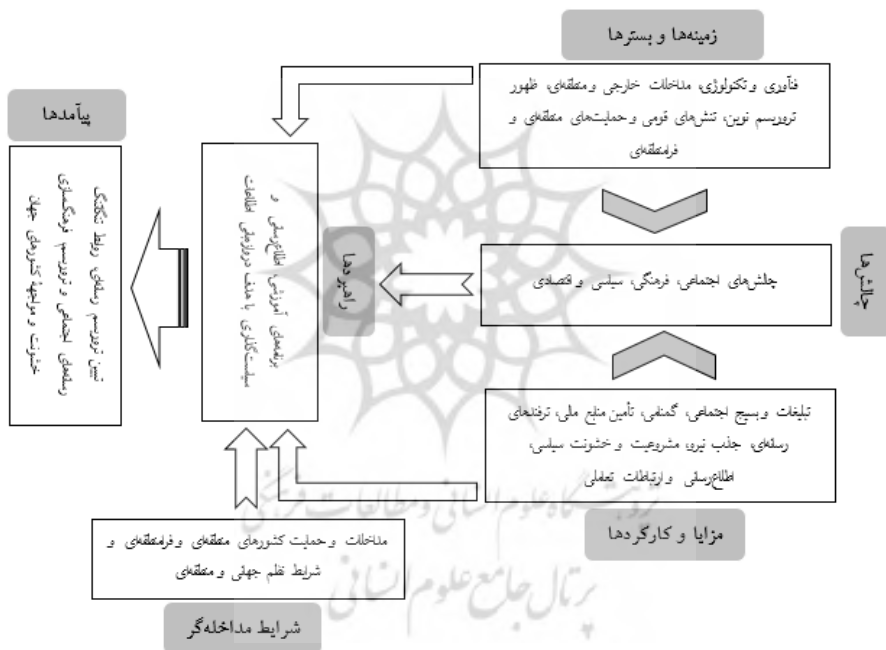
- شرایط مداخله‌گر ماحصل ترکیب مداخلات خارجی و منطقه‌ای، حمایت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای و شرایط نظم جهانی و منطقه‌ای در مطالعات مختلف فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، Al-Rawi (2018), Weimann (2015) بوده است.

- راهبردها در مطالعاتی همچون فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، یوسفی و روشنی (۱۳۹۳)، Sardarnia, & Safizadeh (2019) ترکیبی از برنامه‌های آموزشی، اطلاع‌رسانی و سیاست‌گذاری با هدف دروازه‌بانی اطلاعات بوده است.

- پیامدها در این فراترکیب شامل مؤلفه‌های تبیین تروریسم رسانه‌ای، روابط تنگاتنگ رسانه‌های اجتماعی و تروریسم، فرهنگ‌سازی خشونت و مواجهه کشورهای جهان بوده است که ماحصل ترکیب یافته‌های پژوهش‌هایی نظیر فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، Mansour (2018), Sardarnia, & Safizadeh (2019), Klausen (2014), Weimann (2015) بوده است.

مدل ارائه شده در تبیین تروریسم رسانه‌ای داعش نشان داد توسعه نرم‌افزاری و سخت‌افزاری شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان، هزینه پایین دسترسی به آن و راحتی دسترسی، جریان سریع اطلاعات و دیگر موضوعات پیرامون آن، همراه با رشد تروریسم فیس‌بوکی و توئیتری، اشاعه خشونت سایبری، برنامه‌های رسانه‌ای خشونت‌آمیز، بازی‌های رایانه‌ای خشونت‌زاه و دامن‌زدن اختلافات دینی، هویتی و قومی، سیاست‌های واگرایانه قومیتی زمینه و شرایط مناسب ظهور چنین بُعدی از تروریسم شده است. این شرایط و زمینه‌ها همراه با کارکردها و مزایای تبلیغاتی و توان بسیج

اجتماعی، وجود ناشناختگی در فضای مجازی، بهره‌گیری از انواع ترندهای رسانهای، جذب راحت و سریع نیرو برای اقدامات تروریستی، مشروعیت‌بخشی به خشونت سیاسی، چگونگی اطلاع‌رسانی و ارتباطات تعاملی باعث ایجاد چالش‌های مختلف اجتماعی (بی‌نظمی در خانواده، برهم‌زدن امنیت اجتماعی و عمومی، تشدید افراط‌گرایی و تقویت انواع جرائم و بی‌نظمی)، فرهنگی (اشاعه باورها و اعتقادات داعشی، دستکاری قوانین و اجرای احکام قضایی، تشدید اختلافات قومی و مذهبی، آموزش افراطی‌گری، ترویج فرهنگ ترس و ارباب و اشاعه جریان تکفیری و غیره)، سیاسی (اختلالات امنیتی، ناامن کردن مرزهای کشورهای منطقه، تهدید امنیت و حاکمیت ملی و غیره) و اقتصادی (اختلال در فرایند تجارت و تعاملات اقتصادی بین کشورها و داخل کشور) می‌شود.



شکل ۳. مدل تروریسم رسانهای داعش در شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک (منبع: یافته‌های محققان)

ماحصل شرایط و زمینه‌ها، کارکردها و مزایای رسانهای اجتماعی در خدمت داعش، چالش‌هایی را به همراه داشته است که شرایط مداخله‌گر حمله آمریکا به عراق، وجود پایگاه‌های خارجی، حمایت‌های مالی کشورهای خارجی و منطقه، نقش مؤسسات بین‌المللی، کشورهای منطقه و غربی، نقش گروه‌ها همچون القاعده و غیره در تقویت تروریسم رسانهای داعش اثرگذار بوده‌اند. راهبردهای ناشی از چنین وضعیتی به صورت برنامه‌های آموزشی نظیر آموزش نوع مواجهه

با تهدیدات امنیتی، برنامه‌های پیشگیری، تولید محتوا، فرهنگ‌سازی، آموزش سواد دیجیتال، مهارت‌آموزی در زمینه فناوری، کیفیت اطلاع‌رسانی همچون روش‌های مقابله با اخلال در امنیت روانی و اجتماعی، نحوه مواجهه با خشونت سیاسی و سیاست‌گذاری با هدف دروازه‌بانی اطلاعات با تعیین مسئولیت نهادهای سیاست‌گذاری، نهادسازی در حوزه رسانه‌های دیجیتال، ایجاد شبکه ملی اطلاعات و ارتباطات، تشکیل تیم‌های تخصصی شبکه‌های اجتماعی طراحی شده است. پیامدهای تروریسم با تبیین تروریسم رسانه‌ای در جهت درک بهتر آن، ارزیابی و بازنگری در خصوص سیاست‌های مرتبط با روابط رسانه‌های اجتماعی و تروریسم، فرهنگ‌سازی خشونت و مواجهه کشورهای جهان می‌باشد.

تمایز یافته‌های پژوهش حاضر در مقایسه با مطالعات پیشین در تبیین مدل منظم و جامع تروریسم رسانه‌ای داعش با ترسیم بسترها، کارکردها، چالش‌ها، مداخله‌گرها، راهبردها و پیامدها بود که ماحصل ترکیب یافته‌های مطالعات پیشین است در حالی که بدنه دانش و پیشینه مرتبط با موضوع (حسین ۲۰۱۸)، بویله و موور (۲۰۱۸)، سمتی و زبونار (۲۰۱۸)، آوان (۲۰۱۷)، مرادی‌فر و امیدی (۱۳۹۷)، فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، فاضلی، سلطانی‌فر و عباسی (۱۳۹۶)، و یوسفی و روشنی (۱۳۹۳) و دیگر منابع مرتبط) مدلی برای تبیین تروریسم رسانه‌ای داعش در فضای توئیت و فیس‌بوک ارائه نداده‌اند لذا پژوهش حاضر، الگویی جامع و مناسب در این زمینه طراحی و تدوین کرده است.

پیشنهاد‌های پژوهش

مطابق با نتایج فراترکیب مطالعات منتخب، پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه شده است:

- واکاوی شرایط و بسترهای ظهور و بروز جریان‌های تروریستی خاصه در فضای شبکه‌های اجتماعی مستلزم تمرکز روی مدیریت هدفمند و برخط شبکه‌های اجتماعی و رصد فعالیت‌ها و اقدامات خرابکارانه با محوریت قاعده‌مندسازی رفتارهای کاربران در سطوح ملی، منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای می‌باشد تا چالاک‌ی لازم در خصوص برنامه‌ریزی در قبال تروریسم فیس‌بوکی و توئیت و دیگر ابعاد مرتبط با شبکه‌های اجتماعی مهیا گردد. یکی از بسترهای شکل‌گیری داعش وجود پتانسیل‌های مبتنی بر تنش‌های قومی و مذهبی در منطقه بود که لازمه بازنگری سیاست‌های کلان و منطقه‌ای و به طور خاص در حوزه رسانه‌های جمعی و مجازی را می‌طلبد.

- با رصد و پایش کارکردهای مرتبط با رسانه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توئیت از نظر دسترسی

راحت و آسان، هزینه پایین، وجود زمینه‌های گمنامی و دیگر محورهای پیرامون آن، بایستی سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی در این خصوص بازنگری شود تا متناسب با شرایط فعلی منطقه‌ای، دسترس‌پذیری آزادانه جهت انجام اقدامات تروریستی را به حداقل برساند.

- وجود مداخلات کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در زایش داعش و حمایت‌های مالی و لجستیکی آن‌ها یکی از مهم‌ترین موضوعات محوری در نحوه ظهور داعش و شکل‌گیری تروریسم رسانه‌ای و چالش‌های آن بوده است کشورهای منطقه باید در این خصوص همکاری‌های منطقه‌ای را به صورت دوستانه پیش ببرند تا شرایط مداخله‌گری این کشورها را به حداقل برسانند.

- انسجام و اتحاد بین کشورهای اسلامی و منطقه می‌تواند نحوه مواجهه با این پدیده را تسریع و تسهیل کند؛ یکی از پیش‌زمینه‌های چنین امری تحقق دروازه‌بانی اطلاعات و مدیریت برخط رسانه‌های اجتماعی در مدیریت تروریسم رسانه‌ای می‌باشد.

- در حوزه تقنین توصیه می‌شود به منظور تأمین سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی و مدیریت شبکه‌های اجتماعی، رویه مبتنی بر شرایط ژئوپولیتیکی جغرافیای سرزمینی در خصوص فعالیت‌های تروریستی مورد توجه باشد.

- تشکیل تیم‌های تخصصی شبکه‌های اجتماعی با تمرکز روی نحوه مدیریت گفتمان‌سازی، جریان‌سازی و نهادسازی گروهک‌های تروریستی و تولید محتوای رسانه‌ای برای مقابله با این موضوع.

- سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری مبتنی بر آموزش جامعه هدف و ارتقای سواد رسانه‌ای پیرامون آن به واسطه ایجاد اتاق برخط مواجهه با جریان‌ات تروریستی در فضای رسانه‌ای.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

منابع

- آدمی، علی و نکویی، سیداحمد (۱۳۹۷). «نقش و جایگاه رسانه در راهبردهای گروه‌های سلفی جهادی و تأثیر آن بر خاورمیانه»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، دوره ۴، شماره ۱۳.
- بختیاری، ارشد، فراتی، محمدرضا، الماسی، مصطفی و جلائیان‌مهری، فاطمه (۱۳۸۹). «سایبر تروریسم در جامعه شبکه‌ای»، مطالعات بین‌المللی پلیس، دوره ۴.
- برجعلی‌زاده، محمد، جعفری، علی و کردی، ناهید (۱۳۹۸). «بررسی نقش رسانه‌های نوین در گسترش تروریسم در عرصه بین‌الملل»، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال نهم، شماره اول (پیاپی ۲۰).
- رهنورد، حمید (۱۳۸۵). «تروریسم، رسانه، و افکار عمومی در آمریکا»، فصلنامه مطالعات راهبردی، دوره ۹، شماره ۳۴.
- ظهیری، صمد (۱۳۹۷). «جامعه شبکه‌ای و تروریسم مجازی»، فصلنامه سیاست، دوره ۴۸، شماره ۲.
- عباس‌زاده فتح‌آبادی، مهدی و رحیمی‌مقدم، فائزه (۱۴۰۰). «تحلیل تماتیک تکنیک‌های رسانه‌ای داعش در القای قدرت: مطالعه موردی دابق و رومیه»، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، دوره ۱۱، شماره ۴.
- عبدالرحمانی، رضا، کیانی، جواد و رفیعی‌دولت‌آبادی، محمدرضا (۱۴۰۰). «بازخوانی تأثیر قدرت نرم (تکنیک شایعه‌سازی) گروه تکفیری داعش در کاهش احساس امنیت شهروندان در استان ایلام»، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال یازدهم، شماره سوم (پیاپی ۲۶).
- عراقچی، سیدعباس، دهشیری، محمدرضا و جوزانی‌کهن، شاهین (۱۳۹۷). تروریسم و فضای مجازی در خاورمیانه: بررسی موردی داعش، تهران: انتشارات پایتخت، شانی.
- فاضلی، نعمت‌الله، سلطانی‌فر، محمد و عباسی، حجت‌اله (۱۳۹۶). «مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه‌های تروریستی (مطالعه موردی: استفاده گروه داعش از توئیتر و فیس‌بوک)»، مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱۲.
- فرهنگی، علی‌اکبر و عباسی، حجت‌اله (۱۳۹۷). «طراحی مدل مقابله با چالش‌های تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: مطالعه گروه داعش در شبکه‌های توئیتر و فیس‌بوک)»، دوفصلنامه دین و ارتباطات، دوره ۲۵، شماره ۱.

- قیصری، نوراله و امان‌کاه، سعید (۱۴۰۰). «فناوری‌های اطلاعاتی و بسط ظرفیت‌های حکمرانی دولت‌های مدرن مبتنی بر اقتناع و قدرت نرم»، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال یازدهم، شماره دوم (پیاپی ۲۵).
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد و جامعه و فرهنگ؛ قدرت هویت، ترجمه حسن چاووشیان، جلد ۲، تهران: طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). شبکه‌های خشم و امید (جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت)، ترجمه مجتبی قلی‌پور، تهران: نشر مرکز.
- کریمی‌فرد، حسین (۱۳۹۹). «پاندومی کرونا: قدرت نرم؛ نقش و کارکرد رسانه و افکار عمومی (با تأکید بر ایران و آمریکا)»، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال دهم، شماره اول (پیاپی ۲۲).
- گرامی، محسن و روشنفکر، امیر (۱۳۹۶). «تروریسم در فضای مجازی، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات نوین در علوم کامپیوتر و فناوری اطلاعات»، مشهد ۵ اسفندماه.
- محسن‌زادگان، امیر، مسعودنیا، حسین، شهرام‌نیا، امیرمسعود و امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد (۱۳۹۵). «ژئوگفتمان جریان تکفیری IS و بازنمایی رسانه‌ای آن با تمرکز بر رسانه‌های دیجیتال»، فصلنامه انجمن جغرافیای ایران، دوره ۱۴، شماره ۵۱.
- مرادی‌فر، سعیده و امیدی، علی (۱۳۹۷). «تحلیل عملکرد داعش در به‌کارگیری سه نسل وب»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۲۵، شماره ۴.
- مگوایر، مایک، مورگان، راد و رینر، رابرت (۱۳۹۷). دانشنامه جرم‌شناسی آکسفورد، ترجمه حمیدرضا ملک‌محمدی، جلد پنجم، تهران: نشر میزان.
- نصیری، سوناز (۱۳۹۹). «بررسی مؤلفه‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در منطقه خاورمیانه (مطالعه موردی لبنان)»، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال دهم، شماره دوم (پیاپی ۲۳).
- هاسکینز، اندرو و اولافلین، بن (۱۳۹۲). جنگ و رسانه؛ نبردهای تکثیرشونده، مترجم ملیحه مهدی‌زاده‌سراج، تهران: موسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور.
- یزدان‌پناه، کیومرث و جعفری، مهتاب (۱۳۹۷). «تحلیل ژئوپولیتیک اثرگذاری اینترنت در افزایش فعالیت تروریسم: با تأکید بر داعش»، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، دوره ۷، شماره ۲۶.

- یوسفی، جعفر و روشنی، مرتضی (۱۳۸۲). «استفاده‌های اطلاعاتی-امنیتی جریان تکفیر از شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک و توئیتر)»، پژوهش‌های حفاظتی و امنیتی، شماره ۱۱.
- Al-Rawi, A. (2018). Video games, terrorism, and ISIS's Jihad 3.0. *Terrorism and Political Violence*, 30(4), 740-760.
- Artrip, R. E., & Debrix, F. (2018). The viral mediation of terror: ISIS, image, implosion. *Critical Studies in Media Communication*, 35(1), 74-88.
- Awan, I. (2017). Cyber-extremism: Isis and the power of social media. *Society*, 54(2), 138-149.
- Bagci, H., & Hilmi, G. (2015), A Comparison between Ethnic-Driven and Religious-Driven Terrorism: A Study of PKK and IS in Turkey and their Future Prospects, in: *From the Desert to World Cities the New Terrorism*, Konrad Adenauer-Stiftung.
- Baudrillard, J. (2005). *The intelligence of evil or the lucidity pact*. New York: Berg.
- Borau, S., & Wamba, S. F. (2019, April). Social Media, Evolutionary Psychology, and ISIS: A Literature Review and Future Research Directions. In *World Conference on Information Systems and Technologies* (pp. 143-154). Springer, Cham.
- Boyle, K., & Mower, J. (2018). Framing terror: A content analysis of media frames used in covering ISIS. *Newspaper Research Journal*, 39(2), 205-219.
- Ceron, A., Curini, L., & Iacus, S. M. (2019). ISIS at its apogee: the Arabic discourse on Twitter and what we can learn from that about ISIS support and Foreign Fighters. *Sage open*, 9(1), 1-14.
- Cooper, H. (2015). *Research synthesis and meta-analysis: A step-by-step approach* (Vol. 2). Sage publications.
- Cooper, H., Hedges, L. V., & Valentine, J. C. (Eds.). (2019). *The handbook of research synthesis and meta-analysis*. Russell Sage Foundation.
- Cottee, S., & Cunliffe, J. (2020). Watching ISIS: How young adults engage with official English-language ISIS videos. *Studies in Conflict & Terrorism*, 43(3), 183-207.
- Fahmy, S. S. (2020). The age of terrorism media: The visual narratives of the Islamic State Group's Dabiq magazine. *International Communication Gazette*, 82(3), 260-288.
- Freedman, D., & Thussu, D. K. (2011). *Media and terrorism: global perspectives*. Sage Publication.
- Hassan, K. (2018). Social Media, Media Freedom and Pakistan's War on Terror. *The Round Table*, 107(2), 189-202.
- Heath, R. L., & Waymer, D. (2014). Terrorism: Social capital, social construction, and constructive society?. *Public Relations Inquiry*, 3(2), 227-244.
- Hossain, M. S. (2018). Social media and terrorism: Threats and challenges to the modern era. *South Asian Survey*, 22(2), 136-155.

- Kalçık, T., & Bayraktar, Ü. A. (2017). Terror Propaganda on social media: Daesh Terrorist Organisation. *International Journal of Business and Social Science*, 8(9), 128-137.
- Klausen, J. (2014). Tweeting the Jihad: Social media networks of Western foreign fighters in Syria and Iraq. *Studies in Conflict & Terrorism*, 38(1), 1-22.
- Mansour, S. (2018). Social Media Analysis of User's Responses to Terrorism Using Sentiment Analysis and Text Mining. *Procedia Computer Science*, 140, 95-103.
- McKenna, K.Y.A. & Bargh, J.A. (1998). Coming out in the age of the Internet: Identity "demarginalization" through virtual group participation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(3), 681-694.
- Sandelowski, M., Barroso, J., & Voils, C. I. (2007). Using qualitative meta-summary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings. *Research in nursing & health*, 30(1), 99-111.
- Sardarnia, K., & Safizadeh, R. (2019). The internet and its potentials for networking and identity seeking: A study on ISIS. *Terrorism and Political Violence*, 31(6), 1266-1283.
- Schmid, A. (2005). Terrorism as psychological warfare. *Democracy and Security*, 1(2), 137-146.
- Seijbel, J. (2017). The War for Supremacy of the Jihadist Movement (Intra-movement rivalry in jihadist media, 2011-2016). Master Thesis. Erasmus University Rotterdam.
- Semati, M., & Szpunar, P. M. (2018). ISIS beyond the spectacle: communication media, networked publics, terrorism. *Critical Studies in Media Communication*, 35(1), 1-8.
- Shaban, S. (2020). Teenagers, Terrorism, and Technopanic: How British Newspapers Framed Female ISIS Recruits as Victims of Social Media. *International Journal of Communication*, 14, 21.
- Smith, P. J. (2015). Terrorism and Violence in Southeast Asia: Transnational Challenges to States and Regional Stability: Transnational Challenges to States and Regional Stability. Routledge.
- Tsfati, Y., & Weimann, G. (2002). www. terrorism. com: Terror on the Internet. *Studies in Conflict and Terrorism*, 25(5), 317-332.
- Twitter (2020). Usage Statistics. Available at: <http://www.internetlivestats.com/twitter-statistics/> or <https://www.internetlivestats.com/>.
- Viera, A. J., & Garrett, J. M. (2005). Understanding interobserver agreement: the kappa statistic. *Fam med*, 37(5), 360-363.
- Weimann, G. (2015). *Terrorism in cyberspace: The next generation*. Columbia University Press.

- Winkler, C., Dewick, L., Luu, Y., & Kaczowski, W. (2019). Dynamic/static image use in ISIS's media campaign: An audience involvement strategy for achieving goals. *Terrorism and Political Violence*, 1-19.
- Yayla, A. S., & Speckhard, A. (2017). Telegram: The mighty application that ISIS loves. International Center for the Study of Violent Extremism. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/316789344>

