

ظرفیت رسانه‌های نوین ارتباطی برای برون رفت از خطر جریان‌های

تکفیری جهان اسلام و بشریت

داود فرید پور^۱

چکیده

فناوری‌های نوین ارتباطی، فضای ساختار ساده‌ی اجتماعات گذشته را بر هم زده و فرصتی را برای انسان‌ها فراهم آورده که دامنه‌ی ارتباطی و تعامل خود را با سایر هم‌نوعان خود افزایش دهند اما این بار نه به وسعت محله یا حتی سرزمین‌های خود بلکه این تعامل‌ها وسعتی جهان‌شمول یافته است. در بسیاری موارد، تعاملاتی خارج از اراده‌ی دولت‌ها بر له یا علیه آنها شکل گرفته است. فعالیت‌هایی شبیه شم‌شیر دوله که گاه فرصتی است برای رهایی از ظلم حاکمان مستبد؛ مانند اتفاقات بیداری اسلامی در سرزمین‌های مصر، لیبی، تونس یا حتی بیدار کردن افکار عمومی جهان برای واقعیت‌های مقاومت مردم مظلوم غزه، و گاهی نیز تهدیدی است برای امنیت بشریت، انسانیت و اسلام عزیز؛ مانند سوءاستفاده‌های گروه‌های تکفیری و تروریستی نظیر داعش و ... در سرزمین‌های عراق و سوریه. در این مقاله تلاش شده است تا فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های نوین ارتباطی را در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در چارچوب نظریه‌ی جهانی شدن ارتباطات مورد کنکاش قرار داده و در نهایت با ارائه‌ی راه‌کارهایی، زمینه‌های تبدیل تهدیدات به فرصت را برای برون رفت از خطر جریان‌های تکفیری و تروریستی فراهم نماید. در این مقاله سعی شده با استفاده از روش کتابخانه‌ای، کلیه اسناد و مدارک مرتبط با مسئله‌ی مورد پژوهش را به عنوان جامعه‌ی آماری جمع‌آوری و سپس با بهره‌مندی از تجزیه تحلیل‌های توصیفی و استنباطی مورد تحلیل و ارزیابی قرار دهد.

واژگان کلیدی: تروریسم سلفی- تکفیری، داعش، جهانی شدن، ظرفیت

رسانه‌های نوین، جهان اسلام، بشریت

¹ d.faridpoor@yahoo.com

مقدمه

انسان موجودی است که از بدو تولد نیاز به برقراری ارتباط دارد و بدون ارتباط نمی‌تواند به حیات خود ادامه دهد. همانند سایر حوزه‌های زندگی بشری، ارتباطات اجتماعی به کمک ابزارهای نوین ارتباطی همواره در حال تکامل است تا جایی که در قرن گذشته فاصله‌ی معنا داری بین زمان و مکان ایجاد گردید. ابزارهای ارتباطی به کمک انسان شتافتند تا دامنه‌ی روابط جامعه‌ی اجتماعی را از مرزهای محدود به مرزهای نامحدود و حتی خارج از کنترل دولت‌ها گسترش دهند و انسان توانست به راحتی به تعامل با انسان‌های دیگر در جوامع دور و نزدیک بپردازد. اتفاقی که بسیاری از دانشمندان جهان از آن تحت عنوان جهانی شدن یاد نموده‌اند. یکی از این اندیشمندان مک لوهان آمریکایی است که از این واقعه تحت عنوان دهکده‌ی جهانی نام می‌برد. البته او بیشتر معتقد بود که با این تحول، خرده فرهنگ‌های مختلف از بین خواهند رفت و یکسان سازی فرهنگی در سطح جهان به وجود خواهد آمد و در ابتدا نیز تغییرات فرهنگی ناشی از ظهور ماهواره‌ها و شبکه‌های تلویزیونی در سطح جهان، این تصور را تقویت و نزدیک به واقعیت جلوه می‌داد. اما به مرور با ظهور ابزارهای جدیدتری نظیر تقویت اینترنت در سطح جهان و گوشی‌های هوشمند تلفن همراه و ایجاد و گسترش شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی که امکان ارتباط تعاملی و دو سویه و تمام وقت را در بین کاربران افزایش داد دنیا شاهد تغییرات جدی در روند جهانی شدن شد (نهادن‌دیان، ۱۳۸۳: ۱۸).

ما هم اکنون در عصر اطلاعات و ارتباط زندگی می‌کنیم. در چنین دهکده‌ای که صداها و تصاویر از فواصل دور و از طریق رسانه‌های الکترونیکی و چاپی می‌توانند به عنوان ابزار قدرتمند جنگ روانی و تبلیغاتی عمل کنند، انسان‌ها نیز به گونه‌ای اجتناب ناپذیر به درک و فهم خاصی از مکان‌ها، افکار، رفتار، انتظارات و علایق مردمان دیگر دست می‌یابند (اسماعیلی، ۱۳۸۱: ۱۹۸). بدین ترتیب، انسان‌ها با کسب مهارت‌های خواندن و نوشتن، دسترسی به رایانه و شبکه جهانی اینترنت به عنوان

مشارکت کنندگان بلافصل، نه فقط مشاهده‌گر جامعه‌ی جهانی، بلکه می‌توانند با میلیون‌ها انسان در سراسر گیتی به مرادده بپردازند. با این اوصاف، می‌توان از جهانی شدن و ارتباطات جهانی سخن به میان آورد که مانند یک شبکه تمام انسان‌ها را به هم پیوند داده است. در این راستا رسانه‌های جمعی نیز نقش گسترده‌ای را در تبلیغات و آگاه‌سازی ایفا می‌کنند. فرض بر خنثی و بی‌طرف بودن رسانه‌های جمعی است و اینکه این رسانه‌ها بر بی‌طرف بودن ذاتی اطلاعات و اخبار بنا شده‌اند، در حالی که ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی در شکل دادن به اخبار و اطلاعات نقش بسیار مهمی بازی می‌کنند. بنابراین پیام‌ها در کوچک‌ترین سطح خود، اگر هم فاقد هدفی باشند، به علت همراهی با مبانی و اصول فرهنگی در سطح کلان، می‌توانند در شکل‌دهی به ساختار ذهنی مخاطبان هرچند اندک مؤثر باشند و به دنبال آن، زندگی در عصر جهانی شدن رسانه‌ها که گستره‌ای به وسعت زیست بوم انسان‌ها پیدا کرده است، رسانه‌ها را به اولین انتخاب در جهت رسیدن به اهداف تبدیل خواهد کرد (آخوندی، ۱۳۸۷: ۲۶).

نورمن فرکلاف آدر اشاره به اهمیت نقش رسانه، نهادهای دانشگاهی، دولتی، رسانه و مردم عادی را در فرآیند جهانی شدن مؤثر می‌داند. وی تصریح می‌کند نهادهای دانشگاهی به علت آن که جهت‌گیری‌های نظری و تحلیلی دارند، در مقایسه با نهادهای دیگر گستره‌ی عملیاتی کمتری دارند. بی‌تردید وضعیت رسانه‌ها متفاوت است، چرا که رسانه از سوی اعمال راهبردهای دیگر نهادها را منعکس می‌کند و از سوی دیگر، خود نیز جهت‌گیری‌ها و راهبردهای ویژه‌ای دارد. به نظر می‌رسد رسانه‌ها به فرایند معنی‌یابی کمک می‌کنند (Fairclough, 2003:3). در واقع آنها تضمین می‌کنند به چه چیزی فکر می‌کنیم. رسانه‌ها هستند که کانون توجه افراد را مشخص می‌سازند. کلیه‌ی رسانه‌های همگانی به علت دارا بودن مخاطب انبوه و امکان بالقوه گسترش ارتباطی، می‌توانند جهانی شوند. از سوی دیگر، نفوذ در عرصه فرهنگ و فضای اجتماعی و فرهنگی، یکی از پیامدهای جهانی شدن است که از سوی رسانه‌ها محقق می‌شود (عظیمی فرد، ۱۳۹۲: ۴۰).

در حقیقت، واقعی‌ترین بخش جهانی شدن، تحولی بی‌سابقه است که در حوزه اطلاع‌رسانی و ارتباطات الکترونیک از طریق انقلاب در این بخش از صنعت صورت گرفته است. متعاقب این تحول، صدها نظام فرهنگی خرد و کلان نیز فرست یافتند خود را در معرض دید و داوری میلیون‌ها انسان قرار دهند، بدین ترتیب همان‌گونه که یک تلویزیون ماهواره‌ای ۱۵۰۰ کانال مختلف از مراسم مذهبی تا صحنه‌های مبتذل را در برابر بیننده قرار می‌دهد، مردمان و ملت‌ها و گروه‌های قومی و مذهبی هم فرست یافته‌اند نمادهای فرهنگی خود را در عرصه‌ای البته نابرابر به نمایش بگذارند. میشل ویویورکا معتقد است: «جهانی شدن به جزء جزء شدن فرهنگی منجر شده و ممکن است حالتی از خود فرورفتگی فرهنگی، دفاع، مقاومت یا ابداع را از سوی پاره‌ای فرهنگ‌های خرد به دنبال داشته باشد» (نقیب زاده، ۱۳۸۸: ۱۶۸).

همان‌گونه که گفته شد، جهانی شدن راه را برای ظهور خرده فرهنگ‌هایی در درون دولت‌های ملی که دیگر قادر به نفی این نوع خاص‌گرایی زیر سیطره‌ی فرهنگ ملی نیستند، می‌گشاید. این واقعیت در پرتو تحول در وسایل ارتباط جمعی و گسترش آگاهی صورت می‌گیرد و بر خلاف آنچه در آغاز تصور می‌شد، مجال برای ظهور و حضور خرده فرهنگ‌ها شده است. بدین ترتیب کسانی که در خانه نشسته‌اند و از طریق یک صفحه رایانه‌ای با تمام جهان در ارتباط هستند، زندگی دیگران را می‌بینند و خود را با دیگران مقایسه می‌کنند و از افکار و اندیشه‌های آنان آگاه می‌شوند. امروزه بر کسی پوشیده نیست که گروه‌های تندرو تروریستی از طریق وسایل نوین ارتباط جمعی در فضای مجازی و استفاده از ابزارهایی مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی آن، توانسته‌اند در خارج از کنترل قدرت‌های ملی عمل نمایند و سطح فعالیت‌های خود را به فراتر از مرزها گسترش دهند. این نوع فعالیت‌ها تنها به فعالیت جهت‌یاری و گسترش نفوذ نیست، بلکه آنها توانسته‌اند از این ابزارهای نوین ارتباطی و جهانی شدن برای برنده‌تر کردن سلاح خود در مقابل نیروهای دولت‌های مرکزی و مردم مورد هدف با پوشش جنگ روانی، ایجاد رعب و وحشت، تبلیغات غیر واقعی و بزرگ‌نمایی اقدامات خود بهره‌ی لازم را ببرند.

با توجه به آنچه در بالا آمد، هدف این تدوین ظرفیت رسانه‌های نوین ارتباطی برای برون رفت از خطر جریان‌های تکفیری جهان اسلام؛ بنابراین سؤال اصلی این پژوهش عبارت است از اینکه ظرفیت رسانه‌های نوین ارتباطی برای برون رفت از خطر گسترش جریان‌های تکفیری و تروریستی کدامند و چگونه می‌توان از این ظرفیت‌ها بهره گرفت؟ و چه راه‌کارهایی برای تبدیل تهدیدات به فرصت‌ها در این زمینه وجود دارد؟ در پاسخ فرضی به این پرسش فرض بر آن است که رسانه‌های نوین ارتباطی همچون شمشیر دولبه‌ای است که باید با دقت و ذکاوت و اقدام هوشمندانه بتوان لبه‌ی آسیب‌پذیری دولت مرکزی را کم و توان برندگی آن بر ضد تفکرات و اقدامات تندروهای تکفیری و تروریستی را افزایش داد. این پژوهش بر مبنای روش توصیفی-تحلیلی انجام گرفته است. به این شکل که ابتدا به توصیف فضای جدید ارتباطات اجتماعی بر گرفته از فناوری‌های نوین آن و تغییرات ساختاری که این قبیل وسایل در تعاملات بین جوامع و افراد به وجود آورده‌اند پرداخته شد سپس فرصت‌ها و تهدیدهای فضای جدید، از کارکردهای مثبت و منفی این رسانه استخراج گردید و در نهایت همراه با اقدامات عملی گروه‌های تکفیری در این فضا جمع‌بندی و مورد تحلیل قرار گرفت. جامعه آماری مورد استفاده شامل کلیه اسناد و مدارک مرتبط با موضوع که اهداف پژوهش را پوشش می‌داد قرار گرفته شد. جامعه نمونه برابر با جامعه آماری در نظر گرفته شده بدین معنا که از مطالب مرتبط که امکان دسترسی وجود داشت تا حد اشباع اطلاعاتی مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش کتابخانه‌ای است.

چارچوب نظری (جهانی شدن)

فرآیند جهانی شدن را معمولاً در چهار حوزه‌ی فنی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مطالعه می‌کنند. در حوزه فنی و فناوریانه که مبحث این مقاله را نیز تشکیل می‌دهد، از وقوع انقلاب صنعتی سوم سخن می‌رود. انقلاب صنعتی اول در قرن هجدهم تحولی در فن‌آوری تولید بود. انقلاب صنعتی دوم که در نیمه‌ی دوم قرن نوزدهم تحولی در فن‌آوری توزیع و ارتباط ایجاد کرد. اینک انقلاب صنعتی سوم در پایان قرن بیستم تحولاتی اساسی در حوزه‌ی ارتباط، مصرف و اطلاعات به همراه آورده است. فن‌آوری

اطلاعاتی شامل شبکه‌های اطلاعاتی رایانه‌ای، کمیت و کیفیت اطلاعات قابل دسترسی را به شیوه‌های انقلابی و بی‌سابقه دگرگون ساخته است. تحول مشابهی از لحاظ سرعت انجام مراودات و بازرگانی بین‌المللی رخ داده و فن‌آوری ماهواره‌ای موجب ظهور رسانه‌های الکترونیکی در سطح جهان شده است. در نتیجه این تحولات، فاصله مکانی و جغرافیایی معنای خود را از دست می‌دهد و حوزه عمومی مشترکی در سطح جهانی پدیدار می‌شود که همگان به نحو فزاینده‌ای به مسائل و موضوعات آن علاقه‌مند می‌گردند. این همان چیزی است که برخی از نویسندگان آن را «دهکده‌ی جهانی الکترونیکی» نامیده‌اند (بشریه، ۱۳۷۹: ۱۱). به طور خلاصه بسیاری از نویسندگان ویژگی‌های عصر جهانی شدن را در مفاهیمی چون ظهور دهکده‌ی الکترونیک جهانی، پیدایش قبیله‌ی جهانی، انقلاب اطلاعاتی، فشردگی زمان و فضا، پایان جغرافیا و عصر سایبرنتیک تلخیص کرده‌اند.

جهانی شدن عبارت است از فرآیند فشردگی فزاینده‌ی زمان و فضا که به واسطه‌ی آن مردم دنیا کم و بیش به صورتی نسبتاً آگاهانه در جامعه‌ی جهانی واحد ادغام می‌شوند؛ به عبارت دیگر، جهانی شدن معطوف به فرایندی است که در جهان فرد و جامعه در گستره‌ی جهانی با یکدیگر پیوند می‌خورند. به طور کلی می‌توان گفت جهانی شدن به معنای آن است که مردم نقاط مختلف دنیا به طور متفاوت تحت تأثیر تحول عظیم در ساختارهای اجتماعی و فرهنگی قرار می‌گیرند (Strenger, 2010: 12).

اولین بار در اشاره به جهانی شدن رسانه‌ها، واژه‌ی دهکده‌ی جهانی از نام یکی از کتاب‌های «هربرت مارشال مک‌لوهان» بنام «جنگ و صلح در دهکده‌ی جهانی» گرفته شده است. این کتاب دربردارنده‌ی یک نظریه‌ی اجتماعی تازه بود. واژه‌ی Village به دو معنای «دهکده، ده، روستا» و «روستائیان و اهل دهکده» آمده است؛ که در اینجا همان معنای دهکده مقصود است (نهاوندیان، ۱۳۸۳: ۱۷).

مک‌لوهان فیلسوف و جامعه‌شناس مشهور ژاپنی‌الاص، تبعه‌ی کانادا و از اساتید دانشگاه تورنتو بود. وی همواره به دهکده‌ی جهانی اشاره می‌کرد و می‌گفت: «اکنون دیگر کره‌ی زمین، به‌وسیله‌ی رسانه‌های جدید، آن قدر کوچک شده که ابعاد یک دهکده را یافته است» (گل محمدی، ۱۳۸۹: ۲۲). مک‌لوهان با مقایسه‌ی دهکده‌ی فرضی خود، با دهکده‌ی سنتی می‌گفت: «همان‌گونه که در این دهکده‌ی سنتی، روابط انسان‌ها بیش‌تر حالت بین فردی دارد، در دهکده‌ی جهانی نیز با وجود رسانه‌های جدید، روابط بین انسان‌ها در همه‌جا حالت رابطه‌ای بین فردی خواهد یافت و در حدّ روابط افراد یک دهکده کوچک خواهد بود» (رابرتسون، ۱۳۸۳: ۴۵). مک‌لوهان معتقد است که «جوامع»، بیش‌تر در اثر ماهیت وسایل ارتباطی شکل گرفته‌اند تا در نتیجه‌ی محتوای آن. به عقیده‌ی او، وسیله نه تنها از محتوای پیام جدا نیست، بلکه به‌مراتب، مهم‌تر از خود پیام نیز هست و بر آن تأثیری چشم‌گیر دارد (نهبان‌دیان، ۱۳۸۳: ۱۹).

به نظر مک‌لوهان، چنانچه خطوط اصلی تاریخ تمدن بشری را از آغاز تاکنون مورد بررسی قرار دهیم، خواهیم دید که تاریخ از سه مرحله‌ی متوالی می‌گذرد که عبارتند از:

۱. عصر ارتباط شفاهی و زندگی دودمانی و قبیله‌ای؛
۲. عصر ارتباط کتبی و چاپی و جامعه‌ی فردگرا؛
۳. عصر ارتباط الکترونیک و «دهکده جهانی». (گل محمدی، ۱۳۸۹: ۲۶)

مک‌لوهان دنیای امروز را دنیای الکترونیک می‌داند و معتقد است: «محیط الکترونیکی عصر حاضر، فضای قدیمی تصویری را که سال‌هاست به آن خو گرفته‌ایم، نامطبوع و بدون ارزش خواهد ساخت. در دنیای الکترونیک، حوادث، اشیاء و موجودات در یکدیگر فرو می‌روند، با یکدیگر رابطه پیدا می‌کنند، جدایی‌ها از بین می‌رود، تمایزات فراموش می‌گردد، شباهت‌ها خودنمایی می‌کند و بدین ترتیب، محیط جدید به وجود می‌آید؛ محیطی که می‌توان آن را یک «دهکده‌ی جهانی» نام‌گذاری کرد. یک دهکده‌ی بزرگ جهانی که خصوصیات قبیله‌ای را در مقیاس وسیع‌تر محفوظ می‌دارد (بیات، ۱۳۸۶: ۲۵۱).

مک‌لوهان معتقد بود که رسانه‌های جدید باعث به وجود آمدن پدیده‌ی جهش اطلاعات خواهند شد. او می‌گفت: اطلاعاتی که انسان‌ها نیاز خواهند داشت، از چهارگوشه‌ی جهان و با سرعت فراوان در اختیارشان قرار خواهد گرفت به این ترتیب، جهان بزرگ، روزبه‌روز کوچک‌تر می‌شود و انسان‌ها چه بخواهند و چه نخواهند، گویی در یک قبیله‌ی جهانی یا یک «دهکده‌ی جهانی» زندگی می‌کنند. چنین وضعیتی را امکانات الکترونیک فراهم خواهند کرد و ارتباطات انسانی روز به روز گسترده‌تر می‌شود (باقری زاده، ۱۳۸۳: ۱۸۵). در اینجا ما به تعریف ارتباطات و ویژگی‌های آنها خواهیم پرداخت.

تعریف ارتباطات و ویژگی‌های آن

منظور از ارتباطات در این مقاله، ارتباطات جمعی و گروهی و تأثیراتی است که این نوع از ارتباطات بر ذهن افراد جامعه می‌گذارند. «چارلز کولی» ارتباطات را سازو کاری می‌داند که از خلال آن روابط انسان‌ها برقرار شده و بسط می‌یابد. «ادوین امری»^۱ نیز ارتباطات را در معنای عام آن چنین تعریف می‌کند: «ارتباطات عبارت است از فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر» (پیشگاهی فرد و دیگران، ۱۳۹۳: ۵۸). بنابراین ارتباط سازوکاری است که روابط انسانی بر اساس آن پدید می‌آید و تمامی مظاهر فکری و وسایل انتقال و حفظ آنها در مکان و زمان بر پایه این سازو کار توسعه می‌یابد. امروزه گسترش شبکه‌های ارتباطی جهان، نفوذ پذیری مرزها و قرار گرفتن مردمان کشورهای مختلف در معرض امواج گوناگون تبلیغات جهانی، مفاهیم بسیار پیچیده‌ای از ارتباطات درون مرزی و برون مرزی در چارچوب‌های مختلف پدید آورده است. سرعت خیره‌کننده‌ی انقلاب ارتباطات و فناوری‌های مربوط به آن، با ایجاد بزرگراه‌های ارتباطی، جهانی سراسر متغیر به ظهور رسانده است. انسان معاصر با برخورداری از فن‌آوری ارتباطات، دستیابی به آرمان‌هایی را که زمانی تنها در ذهن حقیقت جوی او جای داشت، حق

مسلم و طبیعی خود دانسته و عملاً در جهت گرایش‌هایی چون آزادی، عدالت و امنیت گام می‌نهد (یوسفی، ۱۳۷۹: ۱۶۵).

کارکردهای مثبت جهانی شدن ارتباطات و فن‌آوری‌های ارتباطات:

بدون شک، فن‌آوری بعضی از ویژگی‌های جهان طبیعی را به تسخیر ما در آورده است، هر چند در امتداد خطوط اجتناب‌ناپذیر، ولیکن عقلانی پیشرفت علمی، توسعه یافته است. تحولاتی نظیر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و تلویزیون دیجیتالی باعث ایجاد قدرت می‌شوند. این فن‌آوری‌ها امکاناتی تلقی می‌کنند که اطلاعات را بدون اینکه به وسیله رسانه‌ها، دولت‌ها یا سازمان‌های سلسله‌مراتبی پذیرش شده باشند، مستقیماً در اختیار استفاده‌کنندگان می‌گذارند. به علاوه، با استفاده از چنین اطلاعاتی مردم مستقیماً می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. بدین ترتیب این فن‌آوری‌ها به افراد امکان می‌دهد که بتوانند بیش از گذشته به طور آزادانه در گفتگوی انتقادی شرکت کنند و محدودیت‌های اطلاعاتی، زمانی یا فضایی کمتری در این راه پیش رو داشته باشند (Washbourne, 1999: 47). این فن‌آوری‌ها حتی این امکان را برای شهروندان فراهم می‌کنند که به گونه‌ای مستقیم در حکومت مشارکت کنند، چرا که رایانه‌های شخصی متصل به اینترنت، برگزاری رفراندوم‌ها را بسیار آسان‌تر از گذشته می‌سازند.

در این راستا، اصطلاح «بزرگراه اطلاعاتی» برای اولین بار در زمان ریاست جمهوری کلینتون به کار برده شد. این اصطلاح به یک زیر ساخت ارتباطات راه دور اشاره می‌کند که می‌تواند اطلاعات را منتقل و ارتباطات را ممکن سازد (نش، ۱۳۹۱: ۱۲۲)؛ اما اگرچه این ایده مشتاقانه به وسیله بسیاری از حکومت‌ها پذیرفته شده، اما در عمل می‌تواند دست گروه‌های تروریستی بیافند و دولت کنترل محدودی بر آن دارد. همان‌طور که ما در عراق در این زمینه شاهد هستیم. دولت عراق در ژوئن امسال، زمانی که گروه داعش بخش‌های گسترده‌ای از شمال و غرب کشور را به تصرف خود در آورد، رویه‌ی مشابهی را پیش گرفت و دسترسی به اینترنت را در چندین منطقه تحت تصرف داعش، از جمله موصل، قطع کرد؛ اما دولت عراق به

موفقیت کامل در این راستا نائل نشده است و گروهک داعش همچنان از این فن‌آوری‌ها برای یارگیری و اهداف دیگر خود بهره می‌برد.

برخی دیگر از کارکردهای مثبت رسانه‌های نوین عبارتند از:

۱) ذهن شهروندان را از مدارهای عمودی و حصارهای هرمی بیرون می‌برد.
۲) ذهن بشر بیش از هر دوران، واجد سرشتی ارتباطی می‌شود. موجودیت هر تکه از آگاهی که در این شبکه بر می‌جهد و از این شبکه پرتاب می‌شود، موجودیتی تعاملی است.

۳) قابلیت تحرک و جابه‌جایی در فوتون‌های آگاهی سیال جامعه افزایش می‌یابد.
۴) سرعت و سهولت انواع فعالیت‌های فکری و معنایی و کنش‌های گفتمانی و ارتباطی بیشتر می‌شود.

۵) قدرت تسهیم افراد در آگاهی اجتماعی، یعنی سهیم شدن در خرد ارتباطی فزونی می‌گیرد. فضا بنا به سرشت خویش، میل به شراکتی شدن دارد.

۶) شبکه‌های اجتماعی مجازی، گویا می‌خواهند پلورالیسم معرفتی را صورت‌بندی فنی و ارتباطی بکنند. تنوع و تکثر صورت و محتوا و انبوهگی آن روز به روز هرچه بیشتر افزایش می‌یابد.

۷) قابلیت‌های تولید و توزیع آگاهی خیلی بالاست و تجدید شونده و تکرار شونده هم هست (فراسخواه، ۱۳۹۳: ۱۲۴).

کارکردهای منفی و امنیت زدایی جهانی شدن ارتباطات:

همان‌گونه که در مقدمه ذکر گردید ارتباطات نوین و ابزارهای آن، کارکردی دوگانه دارند و علاوه بر اینکه می‌تواند ابزاری در دست دولت‌ها برای ارائه‌ی خدمات به جامعه یا حتی کنترل افراد باشد، در مقابل می‌تواند تبدیل به وسیله‌ای برای سرنگونی یا دست کم به زحمت افتادن آنها گردد. در زیر به برخی از کارکردهای منفی آن اشاره می‌شود:

۱- تحریف هنجارها و ارزش‌ها: رسانه‌ها سعی می‌کنند جوهره‌ی هنجارهای جامعه را دستخوش تغییر کنند و مفهومی مخالف و مغایر با اراده‌ی اولیه تبیین و تبلیغ

نمایند. این عملکرد رسانه‌ها از آن جهت که ماهیت نظام را متحول می‌سازد، عملکردی ضد امنیتی به شمار می‌رود.

۲- استفاده‌ی ابزاری از مردم: رسانه‌ها از آنجایی که یک دیدگاه سیاسی - اجتماعی خاصی دارند، به دنبال جلب نظر مثبت مردم به آرمان‌ها و اهداف خود هستند. در چنین وضعیتی، گردانندگان رسانه‌ها، نه به امتناع افکار عمومی و جلب پیرو، بلکه به استفاده از قدرت پنهان مردم در جهت تحقق اهداف خود نظر دارند.

۳- تشویق و تهییج افکار عمومی: برهم زدن ثبات فضای سیاسی به منظور ایجاد فرصت مناسب برای حضور پررنگ‌تر رسانه‌ها در جامعه و تحصیل منافع موقتی آنها، از جمله‌ی آفاتی است که به واسطه عملکرد رسانه‌ها رخ می‌دهد و نتیجه‌ای جزء ناامنی در بر ندارد.

۴- تصویرسازی منفی: رسانه‌ها با انعکاس نادرست اخبار و تحلیل‌ها می‌توانند افکار عمومی را در مسیر منحرفی هدایت کنند (پیشگاهی فرد و دیگران، ۱۳۹۳: ۶۹).

در نهایت می‌توان گفت که جهانی شدن ارتباطات باعث گم شدن انسان و جهت‌ش، ایجاد اضطراب‌های ذهنی، مشاهده فاصله‌های اجتماعی، توسعه احساس ناکامی و خستگی اجتماعی در رویارویی با اطلاعات ساخته و پرداخته و گاه ناخواسته که حتی حریم خصوصی بشر امروز را احاطه کرده‌اند، نوعی فشار و اضطراب معنایی را در فرد تقویت خواهد کرد و وی دچار بحران معنا و هویت خواهد شد. از جهتی می‌توان گفت تمرکز اصلی گروه‌های تکفیری و تروریستی روی چنین افرادی است که در زندگی خود هدفی ندارند و دچار سرگشتگی معنایی شده‌اند. این گروه‌ها بدون شک به افرادی که از لحاظ ذهنی بی‌ثبات هستند، علاقه دارند. کسانی که رفتارشان نمی‌تواند سیستماتیک یا نظام‌مند باشد؛ به عبارت دیگر کسانی که از لحاظ ذهنی در آشفتگی به سر می‌برند و بسیار متعصب یا دارای احساسات شدید مذهبی هستند، توسط رهبران گروه‌های تکفیری و تروریستی مورد استفاده قرار می‌گیرند (Rowley & Rathbone, 2002: 218).

برخی دیگر از کارکردهای منفی رسانه‌های نوین ارتباطی عبارتند از:

۱) در شبکه‌های مجازی اجتماعی، فضای آگاهی و فضای زبان T هر دو کمتر نخبه‌گرایانه و کمتر سلسله‌مراتبی هستند. زمینه‌ای موزاییکی از آگاهی سطح اجتماعی در حال شکل‌گیری است.

۲) جریان مبادله‌ی اطلاعات، پیام‌ها، متن‌ها، تصاویر، صداها و نشانه‌ها، همه و همه کم و بیش یا دیر یا زود از چارچوب‌های تعیین شده، بیرون می‌زند.

۳) این شبکه‌ها در همان حال که رهایی بخش‌اند، کژتابی‌ها، غلط‌اندازی‌ها، و سوسه‌انگیزی‌ها و فریبندگی‌های تازه‌ای با خود به همراه دارند. درجه‌ی آزادی و افق انتخاب‌ها بیشتر می‌شود، اما گم‌گشتگی در کمین است. تنها امر پایدار، ناپایداری است، تنها تعین «بی‌تعینی» است و بیشترین اطمینان به عدم اطمینان است (فراستخواه، ۱۳۹۳: ۱۲۴). مطمئناً ظرفیت‌های آزادی بخش که بر شمردیم در فضای اجتماعی مجازی است، اما دنیایی است که به تعبیر ژان بودریار^۸ وانمود می‌کند واقعی‌تر از دنیای طبیعی و واقعی ماست ولی حقیقتاً نیست و بر ما سیطره پیدا می‌کند (Baudrillard, 1994:33).

اگر به راهبردهای رسانه‌ای داعش در جذب نیرو توجه شود، می‌توان به نکات بالا پی برد. در ذیل به فرصت‌هایی اشاره خواهد شد که جهانی شدن و فن‌آوری‌های ارتباطی نوین در اختیار گروه‌های تکفیری و تروریستی قرار داده است:

تحلیلی بر ظرفیت فناوری‌های نوین ارتباطی له یا علیه گروهک‌های

تکفیری تروریستی

الف) ظرفیت برای تروریست‌ها

گروهک‌های تکفیری و تروریستی با روش‌های متنوع و مؤثر و با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای اینترنتی در حال تبلیغات وسیع و جهت‌دار برنامه‌های سیاسی خود هستند و آنها برای این کار با محدودیت‌های چندانی از سوی شرکت‌های بزرگ فن‌آوری در دنیا روبه‌رو نشده‌اند. در همین راستا تکفیری‌ها یک برنامه کامپیوتری طراحی و تولید کرده که به این گروه‌ها امکان ارسال مستقیم تبلیغات

خود به حساب‌های کاربری طرفداران خود را می‌دهد و آنها را در جریان اتفاقات قرار دهد. در پاسخ به این اقدامات، برخی کشورها دستور دادند تا شرکت‌های داخلی تأمین اینترنت، امکان ورود به حساب‌های کاربری این شبکه‌های اجتماعی را مسدود کنند، اما برنامه‌های تولید شده توسط این گروه‌ها به کاربران اجازه می‌دهد تا به راحتی این محدودیت‌ها را پشت سر گذاشته و پیام‌ها و کمک‌های مالی خود را برای این گروه ارسال کنند. سخنگوی گوگل در آخرین اظهار خود گفته است: «استفاده طراحان وب سایت‌های گروه‌های تکفیری از گوگل پلی را بررسی می‌کند و قول داده است تا هر برنامه‌ای را که باعث نقض قوانین شود حذف کند». فیس‌بوک نیز در اقدامی مشابه نگرانی‌های خود را درباره رفتار این گروه‌های جهادی و تروریستی در وبسایت رسمی خود ابراز کرده است. توییت نیز تا به حال چند حساب کاربری مرتبط با این گروه‌ها را مسدود کرده است (مقامی، ۱۳۹۳: ۹۶).

به طور کلی گروه‌های تکفیری- تروریستی مانند داعش و... تا به امروز بیشترین بهره را از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برده است. این گروهک تروریستی با در اختیار داشتن تجهیزات پیشرفته الکترونیکی و اینترنت پرسرعت که توسط کشورهای قطر، عربستان و ترکیه در اختیارش قرار گرفته، تمامی عملیات‌های خود را فیلم‌برداری می‌کند و اخبار مورد نظرش را در فیس‌بوک و توییت منتشر می‌نماید. پایگاه هافینگتون پست در یادداشتی به رویکرد اجتماعی این گروه تروریستی پرداخته و نوشته است: «گروه داعش نشان داده که یک راهبرد پیچیده در شبکه‌های اجتماعی در پیش گرفته که در این راستا از ویدئوهای با کیفیت در توییت بهره می‌برد».

تحلیل‌گران معتقدند استفاده گروهک داعش از ابزارهای اینترنتی به گسترش شهرت این گروه و جذب نیروی آن کمک شایانی کرده است. «جویدن پری»؟ تحلیل‌گر شرکت مپلکروفت می‌گوید: «استفاده داعش از تصاویر تکان دهنده شامل کشتار سربازان عراقی در تکریت در روزهای گذشته برای نمایش عملیاتش بسیار مؤثر بوده است. شهرت وحشت‌انگیز آنها که با چنین تصاویری گسترش یافته، یا فرار

نیروهای عراقی از شهرها و مناطق استراتژیک به جای رویارویی، به موفقیت داعش تعبیه شده است» (مقامی، ۱۳۹۳: ۹۶). داعش قبل از عملیات اشغال موصل با انتشار گسترده ویدئوهای قبلی خود در فلوجه و سوریه باعث شد مردم موصل وحشت کرده و شهر را به سرعت تخلیه کنند.

علاوه بر اینها داعش برای افزایش توانایی‌های نظامی خود از اینترنت و صفحات اجتماعی استفاده می‌کند و از طریق اینترنت نه تنها اقدام به جذب نیرو می‌کند، بلکه بسیاری از ادوات و مهمات نظامی مورد نیاز خود را تهیه می‌کند. «ری کافیتی»^۱ قائم مقام بخش خاورمیانه، ترکیه و آفریقایی شرک «Fire Eye» در گفتگو با خبرگزاری آسوشیتدپرس ابراز داشت: «داعشی‌ها قطعاً یک ارتش الکترونیک پشت خود دارند» (آسوشیتدپرس، ۱۳۹۳/۷/۲). طبق آماري که این خبرگزاری منتشر کرده تاکنون هزاران شبه نظامی خارجی جذب داعش شده‌اند. برخی از این شبه نظامیان نخستین بار از طریق فضای مجازی جذب این گروه شده‌اند (همان، ۱۳۹۳/۷/۲). بدین ترتیب اقدامات داعش در عراق جزء نخستین نبردهایی است که در آن اینترنت و صفحات اجتماعی جایگاه ویژه‌ای را در بسیج و ایجاد تشکیلات مبارزان به وجود آورده است. این در حالی است که اقدامات داعش در تضاد با ویدئوهای بی کیفیت اسامه بن لادن است که در سال‌های زندگی پنهانی وی به طور دوره‌ای در شبکه‌های تلویزیون منتشر می‌شد. لذا تحولی ساختاری در گفتمان رویکردهای جریان‌های تکفیری و تروریستی در راستای جذب عناصر افراطی ایجاد شده و این گروه‌ها بیشتر روی صنعت جذب از طریق فن‌آوری‌های نوین تکیه دارند. لذا باید خاطر نشان ساخت فرصت و تهدید دو روی سکه جهانی شدن هستند و اگرچه جهانی شدن ارتباطات فرصت‌های زیادی در اختیار این گروهک گذاشته است اما نمی‌توان از تهدیدات نو آوری علیه آنها نیز چشم پوشی کرد در زیر به برخی از این زمینه‌ها اشاره می‌گردد.

ب) ظرفیت علیه تروریست‌ها

جنايات داعش هرچند، در چارچوب پیش فرض «النصر بالرعب»، راه پیروزی آنان را در جبهه‌های نبرد با تکیه بر وحشت آفرینی هموار ساخت اما چهره‌ای هراسناک و

منفور از این گروهک تروریستی نزد جهانیان ترسیم کرد. داعش در ویدئوهای خود هم تصاویری از اعدام‌ها و سر بریدن‌ها را به هدف ارباب دشمنان این گروهک منتشر می‌کند و هم نمایی قهرمانانه از اعضای خود به عنوان الگوهای راستین شجاعت و پارسایی به نمایش می‌گذارد. برخی از کارشناسان معتقدند این گروه تروریستی در حال اجرای یک بازی قدیمی به شیوه جدید است. روش‌های داعش اگرچه پیچیده و پرهیاهو به نظر می‌رسد اما ممکن است تداوم آن عاملی برای افزایش تنفر از این گروه و به تضعیف آن بینجامد (جهان صنعت، ۱۳۹۳). استفاده گسترده داعش از شبکه‌های اجتماعی، برخی از کشورها را به این فکر انداخته تا از همین طریق با آنها مقابله کنند و تهدیدات داعش را به فرصت تبدیل کنند تا بتوانند از این طریق آن را مهار کنند و شر داعش را از سر جهان اسلام و بشریت دور کنند. به این منظور شبکه‌هایی در سایت‌ها طراحی شده‌اند که جنایات داعش را به سمع و نظر افکار عمومی جهان می‌رسانند. حتی دولت‌هایی که شبکه‌های اجتماعی را به راه انداخته‌اند، می‌توانند با کنترل و فیلترینگ و سانسور، اقدامات عملی در این راستا برای مقابله با آنها انجام دهند. «الیزابت لیندر»^۱ از مدیران فیس‌بوک در مصاحبه با آسوشیتدپرس تصریح کرده: «دولت‌های خاورمیانه هنوز در مراحل نخستین درک پتانسیل کامل رسانه‌های اجتماعی هستند. وی به دولت‌های خاورمیانه توصیه می‌کند که می‌توانند برای پیشبرد بهتر دیپلماسی خود از فیس‌بوک استفاده کنند». وی چندی پیش در حاشیه اجلاس رسانه‌های اجتماعی در دبی، به آسوشیتدپرس گفت: «مهم‌ترین نکته، حضور در رسانه‌های اجتماعی است و این، نکته‌ای است که من به دولت‌های خاورمیانه توصیه می‌کنم: به جای ترک این فضا، وارد آن شوید». (آسوشیتدپرس، ۱۳۹۳/۷/۲)

در واقع رعب و وحشت شمشیر دو دم است هم می‌تواند مضر باشد و هم مفید. لذا همین رعب و وحشت به شکل‌گیری یکی از کم سابقه‌ترین ائتلاف‌های جهانی منجر شد. ائتلافی که بر اساس اعلام کاخ سفید، دربرگیرنده ۴۰ کشور است که هریک، ایفای نقشی نظامی، پشتیبانی یا امدادی در جنگ ضد داعش را پذیرفته‌اند. علاوه بر این وزارت خارجه آمریکا به تازگی با استفاده از ویدیوهای عربی و انگلیسی

زبان، مشابه با ویدیوهای القاعده و داعش، کمپینی را با عنوان «دوباره فکر کنید، باز گردید» در یوتیوب، فیس‌بوک و توییتر به راه انداخته است. در یکی از این ویدیوها تصاویری از کودکانی که توسط شبه نظامیان داعش کشته شده‌اند، به نمایش گذاشته شده است تا تهدیدات آنها بر جهانیان بیشتر آشکار شود. در حقیقت همانطور که در مطالب فوق خاطر نشان شد جهانی شدن اگرچه فرصت‌های بی شماری در اختیار تروریست‌ها و به ویژه داعش گذاشته است، اما از سوی دیگر همین جهانی شدن تهدیدات بسیاری را متوجه آنها ساخته است. لذا دولت‌های منطقه می‌توانند با استفاده از این فن‌آوری‌ها به مقابله با آنان پردازند و عملیات روانی – رسانه‌ای گسترده‌ای علیه آنها به راه بیندازند تا از این طریق بتوانند جهان را نه تنها از شر داعشی‌ها بلکه کل تروریست‌ها نجات دهند.

نتیجه‌گیری:

یکی از بحث‌های مهم در خصوص شکل‌گیری و گسترش جریان‌های تکفیری تروریستی نقش و ظرفیت فن‌آوری‌های نوین ارتباطی است. تأثیر این فن‌آوری‌های ارتباطی به ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در موفقیت‌های گروه‌های تروریستی انکارناپذیر است. امروز این رسانه‌ها علاوه بر دولت‌ها، این فرصت را در اختیار گروه‌های غیر دولتی نیز قرار داده تا به راحتی اطلاعات مورد نظر خود را در سرار دنیا پخش نمایند؛ گروه‌های غیر دولتی با بهره‌مندی از زمینه‌های موجود در جوامع مختلف، به کمک علم ارتباطات و ابزارهای آن، بی توجه به مرزهای فیزیکی بین کشورها، در وسعتی جهان شمول فرآیند همراه ساختن افراد با اهداف و مقاصد خود را تسهیل و تسریع ساخته‌اند.

جهت‌دهی به افکار عمومی به وسیله فن‌آوری‌های نوین به ویژه در شبکه‌های اجتماعی در دو مرحله صورت می‌گیرد. در مرحله نخست، شبکه‌سازی در فضای مجازی و در مرحله دوم شبکه‌سازی و مشارکت در فضای واقعی. از این رو در فضای جدید که محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنتی است بی‌توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ تعامل و تبادل اطلاعات صورت گرفته و گاهی نیز این شبکه‌ها دامنه کارهای خود را به فضای واقعی جامعه نیز می‌کشند. که تبلیغ، جذب، آموزش، سازماندهی، انجام عملیات روانی توسط گروه‌ها و جریان‌های تکفیری در این راستا قابل تأمل است.

بر خلاف تصورات اولیه که فرض می‌شد جهانی شدن ارتباطات (جهانی سازی) می‌تواند همه فرهنگ‌ها را در یک فرهنگ کلی ادغام کرده و جهانی یک دست به وجود آورد؛ این فرآیند فرصت را در اختیار خرده‌فرهنگ‌ها و گروه‌های فرو ملی که حتی با فرآیند جهانی شدن نیز مخالف بودند قرار داد تا بتوانند در جهت منافع گروهی، قومی و تفکری خود خارج از چابوب‌ها و مرز بندی‌های بین‌المللی علیه دولت‌های حاکم خود به پا برخاسته شوند. این کارکرد در جهت مثبت خود منجر به انقلاب‌های مردمی در برخی کشورها و در جهت منفی منجر به فعال شدن گروهک‌های تکفیری تروریستی گردیده است.

در واقع فرایند جهانی شدن و بسط و گسترش تمدن غربی به نوعی باعث تحول در جوامع اسلامی و شکل‌گیری گروه‌های رادیکال و بنیادگرا شده‌اند که ما امروزه در افغانستان، لیبی، تونس، سوریه، عراق و... شاهد شکل‌گیری این گروه‌ها هستیم. این گروه‌ها با اینکه جهانی شدن را قبول ندارند ولی جالب اینکه از ابزارهایی که جهانی شدن در اختیار آنها گذاشته است استفاده می‌برند.

در بررسی ظرفیت فن آوری‌های نوین ارتباطی در جهت برون رفت از خطر جریان‌های تکفیری تروریستی؛ با الهام گرفتن از کارکردهای دوگانه این ابزارها (شمشیر دو لبه بودن) و همچنین مدل‌های برقراری ارتباطات فردی و میان فردی که از فرآیند تقریباً یکسانی بهره می‌گیرند؛ استفاده نمود و تهدیدهای آنها را تبدیل به فرصت نمود. بی شک همانگونه که این ابزارها فرصت‌هایی را در اختیار آنها قرار داده است می‌توان شناخت بیشتر تکنیک‌های برقراری ارتباط آنها و اهداف و نقاط قوتشان در این زمینه، اقدام به شناسایی نقاط ضعف خودی و ظرفیت پوشش آنها پرداخت تا با پوشش نقاط ضعف خود علاوه بر ناکارآمد نمودن نقاط قوت آنها از طریق نقاط ضعفشان بتوان نسبت به آگاه سازی جوامع درگیر اقدام نمود. در این زمینه اولویت اقدام پس از شناسایی نقاط ضعف و قوت خود و دشمن، می‌بایست ابتدا مانع ترویج تفکرات غلط این گروه از طریق فضای ارتباطات نوین شد تا افراد بیشتری جذب نگردند سپس هدف تزلزل در بین جامعه دشمن و افراد آنها باشد تا از گمراهی رهایی یابند تا در نهایت بتوان با ضربه نهایی را بر پیکره این گروه‌های منحرف زد. در نهایت در بخش بعدی این مقاله، راه کارهای بهره‌گیری از ظرفیت فناوری‌های ارتباطی در جهت خطر برون رفت از جریان‌های تکفیری تروریستی بیان کرده است.

راهکارهای بهره‌مندی از ظرفیت فناوری‌های نوین ارتباطی در برون رفت از خطر جریان‌های تکفیری تروریستی

۱. درک این مطلب که فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی خود می‌تواند ابزار تبلیغی بسیار مؤثری برای اثرگذاری بر ذهن افراد جامعه باشد.
۲. درک این مطلب برای مقابله با چنین ابزارهایی تنها باید از ویژگی خود این ابزارها استفاده نمود یعنی نگاهی نرم به ابزارهای نرم داشت.

۳. پذیرفتن این مطلب که فضای مجازی گاهی اوقات نقش صحنه نبرد با دشمن را عمل می‌کند بنابراین باید با طرح و نقشه دقیق جنگی (از نوع جنگ نرم) به آن نگریست.

۴. تشکیل گروه‌های عملیاتی ویژه متشکل از افرادی تحصیل کرده و متخصص در زمینه‌های رایانه، شبکه‌های اینترنتی، تبلیغات، علوم اجتماعی و ارتباطات، روانشناسی، علوم دینی و ...

۵. رصد کامل و دقیق فعالیت‌های گروه‌های خطرناک تکفیری و تروریستی توسط متخصصین رایانه و اینترنت و ارسال اطلاعات به دست آمده برای سامانه فرماندهی.

۶. تجزیه و تحلیل اطلاعات رصد شده در قرارگاه تولید محتوای برنامه‌های ضدتبلیغی گروه‌های تروریستی به این معنا که پس تحلیل توسط متخصصین تبلیغاتی، روانشناسی، علوم اجتماعی و ارتباطی و صاحب‌نظران حوزه دینی زوایای مختلف پیام تروریست‌ها کشف و سپس پیام‌های در جهت خنثی سازی اثر پیام اولیه تولید و در اختیار گروه عملیاتی رایانه‌ای گذاشته شود تا در سطح وسیع به گسترش آن در فضای مجازی بپردازند.

۷. گروه تولید محتوا علاوه بر اقدامات پدافندی تولید برنامه به منظور خنثی سازی اقدامات و پیام‌های منتشره تروریست‌ها، می‌بایست یک نگاه آفندی به موضوع نیز داشته باشد یعنی نقاط ضعف جامعه و گروه‌های خاکستری شناسایی و با ارسال پیام‌های غنی به رشد آگاهی آنها بپردازند.

۸. نکته بسیار مهم در این نوع عملیات‌های نوین جنگی، اقدام به شکل غیرملموس است به گونه‌ای که هرگز نباید آشکار به بیان اقدامات پرداخت و صحبت از طراحی و سازمان‌دهی ارتش جنگ نرم به میان آورد زیرا تجربه نشان داده در چنین حالتی یک مقاومت ناخودآگاهی در مقابل پیام‌های تشکیلاتی به وجود می‌آید؛ بنابراین اصلاً لزومی برای آشکار کردن این ارتش و اقدامات آن نیست.

۹. تولید محتوا برای اثرگذاری باید در حد متعارف باشد نه آنقدر کم که بی‌اثر باشد نه آنقدر زیاد که مخاطب از تکرار بیش از حد آن به ستوه آمده و بدون مطالعه اقدام به حذف آن نماید.

۱۰. در کنار اقدامات مهم بالا می‌توان تلاش کرد از اقدامات محدودسازی و فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی که در اختیار گروه‌های تروریستی استفاده نمود هرچند این اقدام بسیار کم اثر و سخت‌تر از اقدامات بالاست.

منابع و مأخذ

فارسی

- ۱- آخوندی، مریم (۱۳۸۷)، «جهانی شدن رسانه‌ها؛ فرصت‌ها و چالش‌های فرارو»، رواق هنر و اندیشه، شماره ۲۵.
- ۲- اسماعیلی، محمدمهدی (۱۳۸۱)، «تأثیر جهانی شدن بر تحولات فرهنگی در کشورهای منطقه خلیج فارس»، پژوهش و سنجش، شماره ۳۲.
- ۳- باقری زاده، سید محمد (۱۳۸۳)، «مفهوم جامعه جهانی و تحلیل فرآیند جهانی شدن»، تدبیر، شماره ۱۹۳.
- ۴- بشریه، حسین (۱۳۷۹)، مقدمه در کتاب جامعه‌شناسی سیاسی معاصر از کیت نش، تهران: انتشارات کویر.
- ۵- بیات، ناصر (۱۳۸۶)، «جهانی شدن، منطقه‌ای شدن و توسعه جهان سوم»، راهبرد، شماره ۱۵.
- ۶- پیشگاهی فرد، زهرا. خالدی، حسین. غلامی، بهادر. ابراهیمی، یاسر (۱۳۹۳)، «جهانی شدن ارتباطات و امنیت ملی ج.ا.ایران با تأکید بر مرزهای غربی، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری-منطقه‌ای، شماره ۱۰.
- ۷- جهان صنعت (۱۳۹۳)، «شبکه‌های اجتماعی؛ حیاط‌خلوت تروریست‌های داعش»، جهان صنعت، سال یازدهم، شماره ۲۸۶۹.
- ۸- خبرگذاری آسوشیتدپرس (۱۳۹۳)، «ضعف کشورهای عربی در جنگ رسانه‌ای علیه داعش»، چهارشنبه، ۲ مهر ۹۳.
- ۹- خسرو شاهین، هادی (۱۳۹۳)، «اهل جمود؛ داعش و بنیادگرایی رادیکال بخشی از تاریخ خاورمیانه»، مهر نامه، شماره ۳۶.
- ۱۰- رابرتسون، رولند (۱۳۸۳)، «جهانی - محلی شدن: زمان - مکان و همگونی - ناهمگونی» ترجمه مراد فرهاد پور، فصلنامه ارغنون، شماره ۲۴.
- ۱۱- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۳)، «تأثیر شبکه‌های مجازی بر روی آگاهی»، مهر نامه، شماره ۳۶.

- ۱۲- قوچانی، محمد (۱۳۹۳)، «اسلام‌گرایی علیه اسلام؛ چگونه خلافت علیه شریعت می‌شورد؟»، مهر نامه، شماره ۳۷.
- ۱۳- عظیمی فرد، فاطمه (۱۳۹۲)، «گفتمان، سبک زندگی، رسانه و جهانی شدن»، فصلنامه مطالعات سبک زندگی، سال دوم، شماره ۳.
- ۱۴- عنایت، حمید (۱۳۷۲)، اندیشه سیاسی در اسلام معاصر، ترجمه بهاء الدین خرمشاهی، تهران: انتشارات خوارزمی.
- ۱۵- گل محمدی، احمد (۱۳۸۹)، جهانی شدن، فرهنگ و هویت، تهران: نشر نی.
- ۱۶- مقامی، علی (۱۳۹۳)، «اسب تروای غرب»، مهرنامه، شماره ۳۶.
- ۱۷- نقیب زاده، احمد (۱۳۸۸)، «دین در عصر جهانی شدن؛ فرصت‌ها و چالش‌ها»، فصلنامه علمی- پژوهشی علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، شماره ۶.
- ۱۸- نش، کیت (۱۳۹۱)، جامعه‌شناسی سیاسی معاصر؛ جهانی شدن، سیاست و قدرت، ترجمه محمدتقی دل‌فروز، تهران: انتشارات کویر.
- ۱۹- نهبان‌دیان، محمد آقا (۱۳۸۳)، «جهانی شدن و چالش‌های پیش رو»، مرکز ملی مطالعات جهانی، شماره ۱۲.
- ۲۰- وطن امروز (۱۳۹۳)، «راهبرد و بهره‌برداری داعش از شبکه‌های اجتماعی»، وطن امروز، شماره ۱۴۱۲.
- ۲۱- یوسفی، ماریا (۱۳۷۹)، «ارتباطات، مخاطب و امنیت»، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۷.
- منابع لاتین

22- Baudrillard, Juan (1994), Simularca And Simulation, Ann Arbor: Michigan press.

23- Fairclough, Norman (2003), Analysing Discourse: Textual Analysis For Social Research, London: Routledge.

24- Rathbone, Anne. Rowley, Charlesk K. (2002), Terrorisim, Kluwer Academic Publishers.

25- Stenger, B. Manfred (2010), Globalization, New York: Sterling Publishing

ظرفیت رسانه‌های نوین ارتباطی برای برون رفت از خطر جریان‌های تکفیری... // ۳۵

26-Washbourne, N (1999), Beyond Iron Laws: Information
Tecnology And Social Transformation In The Global Enviromental
Movment, New York: University Of Surrey Press.