



بررسی عملکرد رسانه‌های داعش

لیلا حبیبی فرد

www.ketab.ir

سرشناسه	:	طیبي فرد، ليلا، ۱۳۶۵ -
عنوان و نام پديدآور	:	بررسی عملکرد رسانه‌ای داعش/ليلا طیبي فرد.
مشخصات نشر	:	تهران : سخنوران، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهري	:	۱۱۰ ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۵-۲۴۳-۱
وضعيت فهرست‌نویسی	:	فيا
يادداشت	:	کتابنامه: ص. ۱۰۷.
موضوع	:	داعش -- در رسانه‌های گروهی
موضوع	:	IS (Organization) -- In mass media
موضوع	:	بنیادگرایی اسلامی -- تبلیغات
موضوع	:	Islamic fundamentalism -- Propaganda
رده‌بندی کنگره	:	HV ۶۴۳۲/۵/د۲ ۶۹ ۱۳۹۶
رده‌بندی دیویی	:	۳۰۱/۶۲۵
شماره کتابشناسی ملی	:	۴۶۴۸۸۶۱

کارگر شمالی، بعد از ادوارد براون، شماره ۱۰۷، طبقه اول

تلفن: ۶۶۴۷۶۳۰۶ - ۳۶۱۶۶۱۳

۰۹۱۲۰۶۱۷۲۸۳

سایت انتشارات: www.chapketab.com

عنوان کتاب	:	بررسی عملکرد رسانه‌های داعش
تأليف	:	ليلا طیبي فرد.
ناشر	:	سخنوران
سال و نوبت چاپ	:	۱۳۹۶ - اول
شمارگان:	:	۱۰۰۰ نسخه
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۵-۲۴۳-۱
مرکز پخش	:	۰۹۱۸۳۷۷۵۳۳۴-۰۹۱۹۳۶۱۶۶۱۳
قيمت	:	۱۲۰۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ است.

فهرست مطالب

۹	 مقدمه
۱۱	 رسانه
۱۱	 کارکرد رسانه‌ها در عصر اطلاعات
۱۳	 تکنیک‌های تبلیغاتی در جنگ روانی
۲۳	 تاکتیک‌های خبری
۲۴	 عوامل موثر در پوشش خبری و تحلیل آن
۲۵	 نوع رسانه
۲۵	 تکنولوژی
۲۶	 نیروی انسانی حرهای
۲۷	 مخاطبان
۲۷	 بخش مستقیم خبر
۲۹	 اختصاص‌سازی
۳۰	 میکروفون فعال
۳۱	 بمباران اطلاعات
۳۱	 شروع قبل از دیگران
۳۳	 موازی سازی
۳۳	 صدای مردم و کارشناسان
۳۴	 تقدم و تاخر
۳۶	 حساسیت‌زدایی
۳۶	 عادی نمایی
۳۶	 منبع خبر
۳۷	 مستند کردن خبر
۳۷	 اعتبار دادن
۳۸	 سلب مسئولیت
۳۹	 مانور حضور

۴۰	شایعه
۴۲	قدرت اطلاعات و اینترنت در جوامع توسعه یافته
۴۶	رسانه و تعامل با فناوری
۴۷	اینترنت و ساختشکنی
۵۱	شبکه‌های اجتماعی مجازی
۵۵	امنیت و عصر دیجیتال
۵۶	چگونگی شکل‌گیری پدیده داعش در منطقه خاورمیانه
۶۵	داعش - بهره‌گیری از شگردهای رسانه‌ای
۶۶	عوامل موفقیت در عملیات روانی و جنگ نرم داعش
۶۸	شبکه‌های اجتماعی در جنگ نرم
۷۰	جریان‌های رسانه‌ای داعش
۷۱	رویکردهای رسانه‌ای داعش
۷۲	پرچم
۷۶	مراکز خبری
۷۸	دابق، ارگان مرکزی
۸۰	توثیتر؛ مهمترین ابزار رسانه‌ای داعش
۸۲	استفاده داعش از رسانه‌ها
۸۲	مقدمه
۸۴	استفاده داعش از رسانه‌های مختلف
۸۴	ارعاب
۸۴	فیلم‌های طراحی شده
۸۵	اعدام دسته جمعی
۸۵	تالار گفتمان مدنی
۸۵	پیامهای امن
۸۵	هواپیماهای بدون سرنشین در میدان نبرد
۸۶	فیلمهای مستند
۸۶	بیانیه‌های مطبوعاتی

۸۶.....	اطلاع رسانی در مورد خلافت از طریق اینستاگرام.....
۸۷.....	مجلات آنلاین.....
۸۷.....	سربازگیری هدفمند.....
۸۸.....	بازاریابی ویروسی ۱۰۱ (ISIS).....
۹۱.....	سرشماری توئیتر از داعش: تعیین و توصیف جمعیت حامیان داعش در توئیتر.....
۹۳.....	ربودن هشتگ.....
۹۳.....	ویدئوهای داعش:.....
۹۴.....	پرچم و لباس مشکلی:.....
۹۶.....	ویژگیهای فیلمهای داعش:.....
۱۰۲.....	تحلیل مضمرن رسانه ها.....
۱۰۴.....	ابعاد متفاوت نشانه شناسی.....
۱۰۷.....	منابع و مآخذ.....

مقدمه

گسترش به شدت فزاینده رسانه‌های نوین سبب شده است اطلاعات و مسائل سیاسی، اساساً در نهاد و حوزه رسانه‌ها نمایان شوند، به گونه‌ای که گاه احساس می‌شود بیرون از دنیای رسانه‌ها فقط حاشیه‌هایی از سیاست را می‌توان یافت، اما نکته مهم این است که در چنین وضعیتی، تولیدات رسانه‌ها را خود آنها مشخص نمی‌کنند، بلکه یک فرآیند اجتماعی - سیاسی باز و غیرقطعی وجود دارد که منطق سیاست را در چهارچوب رسانه‌های اینترنت بازنمایی می‌کند؛ هرچند رسانه‌ها نیز اغلب، به دلیل وجود پیچیدگی‌های سیاسی، باید از سیاست، تغییر چهره دهند تا هماهنگی لازم میان این دو نهاد برقرار شود. فنر رسانه‌های اطلاعاتی، طور اعم و گسترش اینترنت به طور خاص، به طرز معناداری یکی از ویژگی‌های رایج جهانی شدن شده‌اند. این ویژگی رایج بر جوامع و کشورهای جهان تأثیر عمده‌ای گذاشته است؛ ازهمینرو، جهانی شدن امنیت با گسترش تهدیدها در دنیای سایبر و توسعه مشترک کشورها درباره این تهدیدها معنا و مفهوم جدیدی یافته است. برخلاف سلفی، حتی که در کشورهای خاورمیانه عربی، شبه قاره هند و جنوب آسیا فعال بود، سلفی جدید در عرصه جهانی فعالیت کرده است. از اواخر دهه ۱۹۹۰ م، سلفی‌گری در کشورهایی همچون چین، بوسنی، فرانسه، بلژیک و اسپانیا رواج یافت. گسترش انقلاب ارتباطات، پیدایش شبکه‌ها و جنبش‌های نوین اجتماعی موجب شده است نئوسلفی‌گری در جهان گسترش بی‌سابقه‌ای یابد. به سخن دیگر، نئوسلفیسم مجازی بی‌نیاز به یک مرکز سازماندهی، به صورت شبکه‌ای از «امارت‌های اسلامی مجازی» فعال شده است.

جریانهای نوسلفی، به‌ویژه داعش به صورت گسترده‌ای از عصر دیجیتال بهره می‌برد. این جریان، کارشناسهای بسیاری در زمینه هک کردن تارنماها دارد. این کارشناس‌ها می‌توانند به شبکه‌های امنیتی و اطلاعاتی کشورها رخنه کنند (ابراهیمی، ۱۳۹۲، ۲۷۰). داعش برخلاف القاعده و طالبان، در شبکه‌های اجتماعی همچون «توییتر»^۱ و «فیسبوک»^۲ فعال بوده است. بسیاری از اعضا و هوادارهای این گروهک، صدها حساب در شبکه توییتر دارند. آنها در این حساب‌ها به صورت شبانه‌روزی اخبار و تصویرهای پیش‌روی و ویدیوهای انتحاری داعش را منتشر می‌کنند (صابر، ۱۳۹۳). تهدید مجازی و سپس، ورود عمده‌تری از مصداق‌های بی‌نظمی نوین جهانی است که به دلیل بار ارزشی وام گرفته‌شده از جریان نوسلفی جهادی در خاورمیانه، امنیت این منطقه را به شدت جهانی کرده است. از آنجاکه رسانه‌ها در عصر ارتباطات بیشترین تأثیرگذاری را بر افکار عمومی دارند، مهمترین عامل برای پیشبرد هدفهای سیاسی، نظامی، اجتماعی و فرهنگی‌اند. فعالیت آزادانه و گسترده گروه‌ها در شبکه‌های اجتماعی دستیابی به هر هدفی را تسهیل می‌کند. در چند دهه گذشته، گروه‌های بنیادگرای فراوانی در منطقه ظهور و بروز کرده‌اند. بی‌شک هیچ‌کدام از آنها مانند داعش در فضای رسانه‌ای حضور نداشته است (همان).