

بررسی مقایسه‌ای در راهبرد رسانه‌ای گروه‌های القاعده و داعش

* فائزه قاسمی

E-mail: f.ghasemi461@gmail.com

** مرتضی شجاع

E-mail: m.shoja@ut.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۵/۲۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۸/۱۹

چکیده

هدف از این پژوهش آن است که با روش توصیفی، مقایسه‌ای و تحلیلی، تحول در راهبردهای رسانه‌ای القاعده و داعش را بررسی کند. القاعده و داعش بیش از هر سازمان تروریستی دیگری در حوزه‌ی رسانه فعال بوده‌اند. به‌ویژه این مورد در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بیشتر بوده است. به‌رغم این‌که اقدامات دو سازمان، پراکنده و مقطعی به نظر می‌آید، اما یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که این دو در برنامه‌های رسانه‌ای خود از راهبردهای مشخصی پیروی می‌کنند. در این راهبرد، ابزارها و اهداف رسانه‌ای، جامعه‌ی مخاطبان - هواداران و دشمنان و در نهایت امر تاکتیک‌های برقراری ارتباط با آنها مشخص بوده و با در نظر گرفتن برخی مقتضیات، ویژگی‌های ابزار رسانه‌ای و جامعه‌ی هدف انتخاب شده‌اند. افزون بر آن، وجود برخی روش‌های متفاوت تمایزاتی را در حوزه‌ی راهبرد رسانه‌ای آن دو پدید آورده است. هم‌چنین دو سازمان در محیط راهبردی خاورمیانه بعضاً اهداف رقابتی را دنبال می‌کنند، به‌طوری‌که این رقابت‌ها به محیط رسانه نیز کشیده شده است.

کلید واژه‌ها: القاعده، داعش، راهبرد رسانه‌ای، جنگ نرم رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی.

* دکتری روابط بین‌الملل از دانشگاه تهران

** مدرس دانشگاه و دانشجوی رشته روابط بین‌الملل در دانشگاه تهران، نویسنده‌ی مسئول