

پدیده داعش و شگردهای رسانه‌ای

مجید نجات‌پور^۱

(نویسنده مسئول) جمیل میلانی^۲

سید علی نجات^۳

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۲۰

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۱/۲۰

چکیده

امروزه با گسترش فرایند جهانی شدن و توسعه بیش از پیش رسانه‌ها و ارتباطات روبه‌رویم. در فضای کنونی رسانه‌ها یکی از ابزارهای بسیار مهم در گستره سیاست است. در این میان امکانات رسانه‌ای جدید همچون اینترنت و فضای مجازی، تأثیرگذاری بر افکار عمومی را که تاکنون فقط در انحصار دولتها بوده است، برای افراد و گروه‌های دیگر نیز ممکن کرده است. اینترنت و رسانه‌های مجازی سرعت تأثیرگذاری بر افکار عمومی را دوچندان کرده‌اند؛ زیرا فضاهای مجازی مراجعه‌کنندگان و مخاطبان بسیار زیادی از تمامی قشرها دارد. رسانه می‌تواند هم‌زمان کارکردهای مثبت و منفی داشته باشد و افزون بر استفاده از آن برای بالا بردن سطح رفاه زندگی، هم‌زمان برای پیشبرد هدفها و خواسته‌های غیرانسانی هم استفاده می‌شود. گروه‌های تروریستی و تکفیری هم نتوانسته‌اند از جذابیت‌های آن چشم‌پوشند و برای پیشبرد کار خود از آن استفاده می‌کنند.

گروه‌هایی مانند داعش، از همان آغاز فعالیت‌های خود، رسانه‌های گوناگون را به منظور تأثیرگذاری بر افکار عمومی و جذب نیرو به خدمت گرفته‌اند. با وجود آنکه گروه‌های تروریستی پیش از داعش نیز برای دستیابی به هدفهای خود از شبکه‌های ارتباطی استفاده کرده‌اند، برخلاف گروه‌های پیشین، داعش به خوبی توانسته است از امکانات رسانه‌ای موجود، برای دستیابی به هدفهای خویش بهره برد. در مقاله حاضر تلاش شده است ضمن بررسی مباحث نظری کاربرد رسانه در عصر اطلاعات و پیوند آن با سیاست، پدیده داعش و بهره‌گیری آن را از شگردهای گوناگون رسانه‌ای برای پیشبرد هدفهای خود در منطقه خاورمیانه تبیین کند. این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی انجام شده است.

کلیدواژه‌ها: رسانه، سیاست، داعش، فضای مجازی، تروریسم

۱. دانشجوی دکتری رشته علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی.
۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم سیاسی.
۳. دانش‌آموخته رشته مطالعات منطقه‌ای دانشگاه علامه طباطبائی.

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 الکترونیک بازنمایی می‌کند؛ هرچند رسانه‌ها نیز اغلب، به دلیل وجود پیچیدگی‌های سیاسی، باید مانند سیاست، تغییر چهره دهند تا هماهنگی لازم میان این دو نهاد برقرار شود. فناوری اطلاعات به طور اعم و گسترش اینترنت به طور اخص، به طرز معناداری یکی از ویژگی‌های رایج جهانی شدن شده‌اند. این ویژگی رایج بر جوامع و کشورهای جهان تأثیر عمده‌ای گذاشته است؛ از همین رو، جهانی شدن امنیت با گسترش تهدیدها در دنیای سایبر و دغدغه مشترک کشورها درباره این تهدیدها معنا و مفهوم جدیدی یافته است.

برخلاف سلفی سنتی که در کشورهای خاورمیانه عربی، شبه‌قاره هند و جنوب آسیا فعال بود، سلفی جدید در عرصه جهانی فعال‌تر شده است. از اواخر دهه ۱۹۹۰م، سلفی‌گری در کشورهایی همچون چین، بوسنی، فرانسه، بلژیک و اسپانیا رواج یافت. گسترش انقلاب ارتباطات، پیدایش شبکه‌ها و جنبش‌های نوین اجتماعی موجب شده است نوسلفی‌گری در جهان گسترش بی‌سابقه‌ای یابد. به سخن دیگر، نوسلفیسم 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 زمینه‌های مختلف 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» (Twitter) و «فیس‌بوک» (Face Book) 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 پیشروی‌ها و عملیات‌های انتحاری داعش را منتشر می‌کنند (صابر، ۱۳۹۳). تهدید مجازی و سپس، تروریسم عینی از مصداق‌های بی‌نظمی نوین جهانی است که به دلیل بار ارزشی وام‌گرفته خود 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 بستر 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 هیچ کدام از آنها مانند داعش در فضای رسانه‌ای حضور نداشته است (همان).

این پژوهش می‌کوشد با روش توصیفی - تحلیلی و بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و اسنادی پدیده

داعش و استفاده روزافزون این گروه را از شگردهای رسانه‌ای در فضای مجازی تجزیه و تحلیل کند. به این منظور نخست رویکردهای نظری درباره رابطه رسانه و سیاست بررسی و سپس به پدیده داعش و استفاده آنها از ترندهای رسانه‌ای برای پیشبرد هدفهایشان اشاره شده است.

مقدمات نظری

۱. کارکرد رسانه‌ها در عصر اطلاعات

امروزه با کوچک و پیچیده‌تر شدن جهان در پی رشد روزافزون وسایل ارتباط جمعی مانند اینترنت، ماهواره و فراگیر شدن تلفنهای ثابت و همراه، معادلات گذشته و تنظیم روابط کشورها و نیز شکل‌گیری و بیان عقاید شهروندان تا حدود زیادی به هم خورده و جای خود را به معادلات جدید داده است. (منظور از رسانه‌ها در این پژوهش، تلویزیون، رادیو، روزنامه و شب‌نامه، مجله‌ها و نیز وبلاگهای اینترنتی با شبکه‌های اجتماعی گسترده در آن مانند فیس‌بوک، توئیتر، «یوتیوب» (youtube)، «فرندفید» (FriendFeed) (یک خبرخوان بی‌درنگ که به روز شدن‌ها را از شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی، و... و هر نوع وب‌گاهی که از آ.اس.اس (RSS) پشتیبانی می‌کند، یکسان‌سازی و در یک جا جمع می‌کند)، «پادکستها» (Podcast) (فایل‌های صوتی و تصویری منتشر شده در اینترنت)، تلفن ثابت و همراه و امکانات گسترده آنهاست.) پیچیده‌تر شدن فناوری ارتباطی و قدرت گسترش پوشش‌دهی آنها در سراسر جهان، تأثیرگذاری بر توده‌ها را افزایش داده است؛ هرچند می‌توان گفت رسانه‌ها از رهگذر نمادسازی، جامعه‌پذیری و الگوسازی رفتاری، توانایی تغییرات مهم رفتار افراد را دارند (ماه پیشانیان، ۱۳۸۹، ۸۱).

افزون بر تأثیرگذاری بر فرهنگ در الگوی مدرن امنیت، رسانه‌ها با متحول کردن باورها، ارزشها، اعتقادات، تصویرها، ادراکها و ذهنیتهای جامعه، زمینه را برای اقتناع و پذیرش فراهم می‌کنند. این وضعیت باعث شده است پیامها، نمادها، اخبار و اطلاعات اهمیت ویژه‌ای پیدا کنند. رسانه‌ها نه تنها واقعیت، بلکه مهم‌تر از آن ادراک مردم از واقعیت را تغییر می‌دهند. این قدرت رسانه‌ای به قدری است که برخی از متفکران معتقدند رسانه‌ها حاکمیت و قدرت تعیین سرنوشت انسانها را از آنان سلب کرده و در اختیار خود گرفته‌اند و بر اندیشه، ادراک و احساس افراد مسلط شده‌اند (دهشیری، ۱۳۸۰، ۳۷). همچنین رسانه‌ها در عصر اطلاعات مهم‌ترین سهم را در پوشش خبری رخدادها و تأثیرگذاری بر افکار عمومی دارند. انواع رسانه‌های مکتوب، صوتی و تصویری، اینترنتی و دیجیتال می‌توانند در شکل‌دهی افکار عمومی مؤثر باشند و سیر سیاسی و اجتماعی هر جامعه را به سمت و سوی خاصی هدایت کنند. درکل رسانه‌ها با ظرفیتهای خاص خود، می‌توانند به منبعی مهم برای تهدید امنیت ملی کشورها، به‌ویژه در عرصه جنگ نرم، تبدیل شوند.

با پیدایش فناوری‌های نوین رسانه‌ای، دولتمردان دیگر نمی‌توانند به طور کامل و همچون گذشته از

تماس رهبران و مردم با هم و نیز تبادل اندیشه‌ها میان آنان جلوگیری کنند. شاید بتوان گفت تبادل اندیشه‌ها در دنیای مجازی، میدان نبرد و مخالفت را به وسعت ذهن مخاطبان گسترش داده است. فناوری‌های نوین رسانه‌ای نه تنها بر صفحه‌های نمایش تلویزیون، رایانه، سینما، و نیز رادیو، تلفنهای ثابت و همراه نقش بسته، بلکه به واسطه آنها به اتاقهای نشیمن همه شهروندان راه یافته‌اند، به گونه‌ای که از قدرت بازدارندگی حاکمیت و حاکمان به گونه مؤثری کاسته‌اند و همچون پاتکی بر تاکتیکهای آنها عمل می‌کنند. همچنین رسانه‌ها در کنار انتقال پیام می‌توانند جنگ و حوادث جنگی (انقلابها) را به گونه‌ای به تصویر بکشند و به مخاطبان منتقل کنند که نقش مهمی در بسیج توده‌ها علیه نظام حاکم داشته باشند؛ به عبارتی با تأثیرگذاری قوی بر عقیده‌ها، اندیشه‌ها و احساسهای مردم، می‌توانند رفتار گروه‌های مورد نظر (مخاطبان) را برای اهداف و منافع تعیین‌شده (مورد نظر) بسیج کنند.

در عصر ارتباطات، رسانه‌های نوین جغرافیای جنگ را گسترش داده‌اند. به بیان روشن‌تر، صحنه جنگ دیگر محدود به میدانهای درگیری نیست، بلکه مردمی که تصویرهای زنده نبرد را در گیرنده‌های خود می‌بینند به نوعی خود را در همان فضا احساس می‌کنند. رسانه‌ها می‌توانند تصویرها، اخبار، گزارشها و مصاحبه‌هایی را گزینش و پخش کنند که افکار عمومی و بین‌المللی را به سمت و سوی دلخواه خود هدایت کند و حتی سهمی به مراتب بیش از آنچه تاکنون بیان شده است یابند (ماه‌پیشانیان، ۱۳۸۹، ۲۵۶).

رابطه رسانه و سیاست

سیاست با هر تعریفی در تعامل با اطلاعات و رسانه‌های ارتباطی خواهد بود. چیستی و چگونگی فرآیندها و ساختهای سیاسی تحت تأثیر ارتباطات و اطلاعات و فناوری‌های مربوط به آن است و نیز بر آنها تأثیر می‌گذارد. ایجاد حکومت‌های نوین و ظهور دولت - ملت را تا حدودی نتیجه گسترش صنعت چاپ و خلق جماعت‌های کتابخوان می‌دانند؛ درحالی‌که نظام ارتباط شفاهی و رودرو می‌توانست از نظر جغرافیایی و جمعیتی به پیدایش نظام سیاسی محدود انجامد. یک‌سویه یا دوسویگی فرآیند ارتباطات در هرم قدرت نیز به ترتیب با ایجاد و فعالیت حکومت آمرانه یا دموکراتیک تناسب تام دارد. حکومتها نیز با بهره‌گیری از فناوری‌های ارتباطی، پایه‌های حاکمیت خویش را استوار می‌کردند و مشروعیت حاکمان و سیاست‌هایشان را در افکار عمومی شهروندان محک می‌زدند. به طور خلاصه، سیاست و حکومت از نظر محدوده وجودی و نوع عملکرد خود وابسته به نظام ارتباطی و فناوری‌ها و سازمانهای رسانه‌ای موجود است (ابوالحسنی و بابایی، ۱۳۹۱، ۴).

رسانه‌ها به غایت گوناگون‌اند. روابط آنها با سیاست و ایدئولوژی، بسیار پیچیده و غیرمستقیم است. به نظر می‌رسد رابطه‌ای دوسویه بین مخاطبان و رسانه‌ها برقرار است تا تأثیری واقعی از پیامها بر مخاطبان برجای ماند. هرچند در برخی از موارد ممکن است این رابطه قدری از تعادل فاصله گیرد

و تبادلی نامتقارن میان رسانه و مخاطب پدید آید، در اصل باید تعادل در این بین رعایت شود. البته اغلب، مخاطبان پیامها را دستکاری و از شکل اصلی خود خارج می‌کنند. دستکاری کردن پیام یکی از آفتهای موجود در این رابطه دوسویه میان رسانه و مخاطب است که ممکن است به مسئله‌ای خطرناک تبدیل شود. البته وقوع چنین مسائلی در این عرصه عظیم و پریپیچ و خم، چندان دور از ذهن به نظر نمی‌رسد و باید در همه حال، سازوکارهایی برای آنها اندیشیده شود. اهمیت اندیشیدن به این موضوع زمانی آشکار می‌شود که دریابیم سردمداران رسانه به آن بسیار توجه می‌کنند.

درکل می‌توان این گونه بیان کرد که رسانه‌ها ریشه در جامعه دارند. تعامل آنها با فرآیند سیاسی، بسیار نامعین و نامعلوم است و دائم به پس‌زمینه‌ها، راهبردهای کنشگران سیاسی و تعامل میان ویژگی‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی وابسته است. در اینجا بیشتر در پی بیان این موضوع هستیم که رسانه‌های الکترونیک جایگاه حیاتی و بسیار مهمی در سیاست دوران معاصر دارند. گسترش به‌شدت فرآیندهای 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 منطبق سیاست را در چهارچوب رسانه‌های الکترونیک بازنمایی می‌کند؛ هرچند رسانه‌ها نیز اغلب، به دلیل وجود پیچیدگی‌های سیاسی، باید مانند سیاست، تغییر چهره دهند تا هماهنگی لازم میان این دو نهاد برقرار شود.

بنابراین مشخص است که رسانه‌ها اصولاً بر ماهیت نهادهای اجتماعی و سیاسی تأثیرگذارند و تشخیص مرز رابطه‌ای که میان سیاست، رسانه‌ها و مردم وجود دارند دشوار است. از اوایل دهه ۱۹۷۰م، فناوری‌های نوین اطلاعاتی، آسیب‌پذیری دولت‌ها را افزایش داده است. در گزارشی به نقل از مؤسسه «تنگلین» تأکید شده است که جامعه شبکه‌ای ممکن است حیات کشورها را تهدید کند؛ زیرا اینترنت، افراد و گروه‌ها را از نقاط گوناگون دنیا به هم وصل و اطلاعات را میان آنها رد و بدل می‌کند. این اطلاعات ممکن است حاکمیت و امنیت نظام سیاسی را تهدید کند؛ البته فقط اینترنت پدیده خطرناک برای دولت‌ها نبوده است. تجربه‌های پیشین نشان‌دهنده حساسیت کشورها و دولت‌ها نسبت به عملکرد رادیو و تلویزیون است. جامعه اطلاعات جهانی تا حد زیادی مفهوم امنیت را تغییر داده و این تغییر همانا پدیده آوردن نوعی فضای مجازی تهدید برای بیشتر کشورهاست (Eriksson and Gialomoll, ۲۰۰۷, ۳). ژان بودریا، با طرح مفهوم «ابر واقعی» بر آن است که در این شرایط، امر غیرواقع بیش از خود واقعیت، واقعی است؛ یعنی واقعیتی که به شکل مصنوعی تولید شده واقعی‌تر از واقعی است. در واقع بودریا نشان می‌دهد که چگونه نشانه‌ها و تصویرها همچون سازوکارهای نظارت بر فرهنگ معاصر عمل می‌کنند (مشیرزاده، ۱۳۸۵، ۵۶).

در واقع، به موازات پیچیده‌تر شدن ساخت اجتماعی جوامع، رسانه‌ها از یک ابزار ساده به ابزار سیاسی قدرت تبدیل شده‌اند. آنها واژگان، نمادها و اصطلاحاتی را می‌آفرینند تا مردم و گروه‌های اجتماعی را به سمت الگوهای فکری خاص و مسیرهایی که برای آنها در نظر گرفته‌اند هدایت کنند (بورن، ۱۳۷۹، ۱۰۰). به سخن دیگر، رسانه‌ها با قرار گرفتن در میانه جامعه فکری و سازمان قدرت، فرصت و امکان تبادل نظر و تعامل فکر قدرت را فراهم می‌کنند. رسانه از نظر اعمال قدرت و نظارت بر رفتارها و مناسبات اجتماعی، مؤلفه جدید قدرت سیاسی جوامع تلقی می‌شود. این مؤلفه می‌تواند با تصویرسازی‌های متنوع خود، جریان قدرت را در جوامع تغییر دهد (تامپسون، ۱۳۸۰، ۸۹)؛ از این رو، رسانه‌ها از کنشگران اصلی عرصه هم‌اوردی در جهان سیاست هستند.

امنیت و عصر دیجیتال

فناوری اطلاعات به طور اعم و گسترش اینترنت به طور اخص، به طرز معناداری یکی از ویژگی‌های رایج جهانی شدن شده‌اند؛ از همین رو، جهانی شدن امنیت با گسترش تهدیدها در دنیای سایبر و دغدغه مشترک کشورها درباره این تهدیدها، معنا و مفهوم جدیدی یافته است. مگنوس رنستورپ (Magnus Ranstorp) درباره همین موضوع در مقاله‌ای با عنوان «حریم مجازی القاعده و تروریسم در عصر جهانی شدن» معتقد است گسترش جهانی شدن، همراه اینترنت، حریم مجازی مناسبی برای گروه‌های تروریستی، به ویژه القاعده، پدید آورده است. این مقاله برای نمونه به انتشار افکار و عقاید القاعده در تارناها و شبکه‌های آنلاین اشاره می‌کند و به عبارت دیگر، ابعاد معنایی و دینی القاعده را با تأکید بر فضای هنجاری و ساخت اجتماعی راهبردی نشان می‌دهد. شبکه‌های جهادی سلفی، به ویژه داعش، با نمادها و هنجارهای خود، مخاطبان بسیاری در جهان دارند. این عامل خود، فضای تهدید مجازی را برای غرب و دولت‌های ملی خاورمیانه پدید آورده است. این تارناها با تبلیغات، عضوگیری، جمع‌آوری منابع مادی، در اختیار گذاشتن شگرد ساخت بمب و حمله‌های اطلاعاتی و صدور فتوا، خطر مجازی نوظهوری در عصر دیجیتال به‌شمار می‌آیند (ابراهیمی، ۱۳۹۲، ۲۷۰).

درباره همین موضوع، یعنی ورود اسلام سیاسی به دنیای مجازی، گری بانت (Gary Bunt) در کتابی به نام «اسلام در عصر دیجیتال، جهاد، فتوای آنلاین و محیط اسلامی سایبر» معتقد است که به دلیل محدودیتهای دولتهای سکولار در خاورمیانه و غیریت‌سازی اروپایی و امریکایی از مسلمانان در جوامع خود، دنیای مجازی، به شکلی محل و بزنگاه تولید و بازتولید گفتمان اسلام سیاسی شده است. از این دیدگاه، جهاد و فتوایی که به صورت زنده پخش می‌شوند به سرعت و بدون نظارت دستگاه‌های رسمی در خاورمیانه و محیط سایبری اسلام، توجه جوانان مسلمانی را به خود جلب کرده است که اسلام را از طریق این محیط تعریف می‌کنند و در دنیای واقعی اشاعه می‌دهند (ابراهیمی، ۱۳۹۲، ۲۶۴).

چگونگی شکل‌گیری پدیده داعش در منطقه خاورمیانه

به دنبال تشکیل گروه «توحید و جهاد» به رهبری ابومصعب زرقاوی در سال ۲۰۰۴م و بیعت وی با بن لادن، رهبر پیشین القاعده، این گروه شاخه سازمان القاعده در عراق شد و با گسترش عملیات خود، به یکی از گروه‌های تروریستی بسیار قدرتمند در عراق تبدیل شد. در سال ۲۰۰۶م، فیلمی ضبط شده از زرقاوی منتشر شد که در آن، وی از تشکیل «شورای مجاهدین» به رهبری عبدالله رشید البغدادی خبر می‌داد. پس از هلاکت زرقاوی در همان سال، ابوحزمه مهاجر به رهبری این گروه تعیین شد. در اکتبر آن سال نیز گروه «دولت اسلامی عراق» به رهبری ابوعمر البغدادی تشکیل شد. وی در سال ۲۰۱۰م، همراه ابوحزمه المهاجر، یکی دیگر از رهبران بلندپایه سازمان، در حمله مشترک نیروهای عراقی و امریکایی جان باخت (عبدالباری، ۱۳۹۱، ۲۱۷). پس از کشته شدن ابوعمر البغدادی، ابراهیم البدری معروف به ابوبکر بغدادی به این سمت رسید. با روی کار آمدن ابوبکر البغدادی، دامنه عملیات و حمله‌های آن گروه شدت گرفت و هم‌زمان با آغاز بحران سوریه، اعضای این گروه در سوریه فعال شدند. البغدادی با گسترش فعالیت‌های خود در سوریه، نام سازمان خود را به «دولت اسلامی عراق و شام» تغییر داد. به کار بردن نام «شام» (به جای سوریه)، که منطقه‌ای به گستردگی سوریه، اردن، لبنان، مناطق اشغال شده به دست رژیم صهیونیستی، فلسطین، بخشهایی از غرب عراق و صحرای سینا را در برمی‌گیرد، ریشه‌های فکری این سازمان را نمایان می‌سازد. به عبارت دیگر رهبران داعش با انتخاب این نام، آرمان بازگشت به دوران اقتدار خلافت اموی را در سر می‌پروراند.

ابوبکر البغدادی امیر دولت اسلامی در عراق در آوریل ۲۰۱۳م، در پیامی صوتی ادغام گروه خود با جبهه النصره را با عنوان «الدولة الإسلامية في العراق والشام» (داعش) اعلام کرد، اما الجولانی، رهبر جبهه النصره، و ایمن الظواهری، رهبر سازمان بین‌المللی القاعده، بلافاصله این موضوع را رد کردند (بکر، ۲۰۱۴م). الظواهری بر جدایی این دو گروه تأکید کرد و دولت اسلامی عراق و جبهه النصره در شام را دو گروه مجزا و مستقل، اولی به رهبری ابوبکر البغدادی در عراق و دومی به رهبری الجولانی در سوریه دانست (سیف، ۲۰۱۴م). الظواهری همچنین ابو خالد سوری را به نمایندگی خود برای حل اختلاف دو طرف منصوب کرد (الجزیره، ۲۰۱۳م). گروه نئوسلفی داعش از نظر خط مشی و دیدگاه فکری، به سازمان جهانی القاعده وابسته است. سازمان جهانی القاعده ساختاری دارد که پا را از مرزهای جغرافیایی خاص فراتر می‌نهد و به همین دلیل به حد و مرزی منحصر نیست (رامیریت، ۲۰۱۴م). در واقع هدف داعش تشکیل دولت اسلامی در سراسر مناطق جهان است.

در نظر داعش، پیروزی انقلاب یا سرنوشتی نظام مهم نیست، بلکه تمام تلاش این گروه بر سیطره یافتن بر یک منطقه جغرافیایی معین و به سیطره خود در آوردن آن متمرکز است. داعش گروهی اسلامی، افراطی و تکفیری است و قتل هر کسی را که وابسته به این گروه نباشد حلال و جایز می‌داند. این گروه همچنین به سوریه و عراق با یک دید نگاه می‌کند و حل این دو را با هم می‌خواهد. در واقع

رهبران آن خواهان تشکیل دولت اسلامی در عراق و شام هستند. گروه دولت اسلامی عراق و شام اکنون نظارت بر بعضی از شهرهای سوریه و عراق را دست گرفته و در صدد است به هدف خود، یعنی تشکیل خلافت اسلامی فراگیر، دست یابد.

داعشی‌ها همچنین مهارت و تجربه بسیار در مبارزه دارند. دلیل بالا بودن این مهارت حضور آنها در عراق و مبارزه‌های چندین‌ساله در این کشور است. پیشرفتهای نیروهای داعش در میدان نبرد با ارتش سوریه و عراق به دلیل بهره‌مندی از فرماندهانی با تجربه نظامی بالاست. بیشتر اعضای داعش سابقه حضور در جنگهای افغانستان، عراق و چچن را دارند. اعضا و جنگجویان این جبهه از قومیتها و نژادهای متفاوت‌اند. به غیر از نیروهای عرب داعشی می‌توان به جنگجویان ازبک، ترک، چچن و اروپایی اشاره کرد (صافی‌ناز، ۲۰۱۳م).

داعش و بهره‌گیری از شگردهای رسانه‌ای

رسانه در تاریخ خود همواره برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی به‌کار رفته است. در این میان امکانات رسانه‌ای جدید همچون اینترنت و فضای مجازی، امکان تأثیرگذاری بر افکار عمومی را که تاکنون فقط در انحصار دولتها بوده است، برای افراد و گروه‌های دیگر نیز ممکن کرده است. اینترنت و رسانه‌های مجازی سرعت تأثیرگذاری بر افکار عمومی را دوچندان کرده‌اند؛ زیرا فضاهای مجازی مراجعه‌کنندگان و مخاطبان بسیار زیادی از تمامی قشرها دارند.

گروهک تروریستی داعش، از همان آغاز فعالیتهای خود، رسانه‌های گوناگون را برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و جذب نیرو به‌خدمت گرفته است. با وجود آنکه گروه‌های تروریستی پیش از داعش نیز برای دستیابی به هدفهای خود از شبکه‌های ارتباطی استفاده کرده‌اند، آمارها حاکی است که برخلاف گروه‌های پیشین، داعش به خوبی توانسته است از امکانات رسانه‌ای موجود، برای پیشبرد هدفهای خویش بهره برد. استفاده گسترده گروهک داعش از رسانه‌های مجازی و اینترنت، سبب شده است برخی تحلیلگران اینترنت را «زمین بازی اصلی داعش» بنامند.

جریانهای رسانه‌ای داعش

داعش با استفاده از رسانه، سه جریان عمده را دنبال می‌کند؛ از سویی با نمایش و انتشار جنایتها و اقدامات وحشیانه خود در فضای رسانه‌ای و به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های مجازی، به دنبال ترس و دلهره انداختن در دل مردم است و از سوی دیگر با انتشار و پخش پیشرویها و فتوحات خود در فضای وب، مردم را از عمده فعالیتهای خود باخبر می‌کند. سومین جریان رسانه‌ای داعش، انتشار و نمایش برخی صحنه‌های انسان‌دوستانه است که در تعارض کامل با جریان اول قرار می‌گیرد. داعش

می‌کوشد با این رفتار دوگانه و پر از تناقض، از سویی قدرت‌نمایی کند و از سوی دیگر، در میان مردم جهان به محبوبیت نسبی دست یابد! برای مثال داعش هم‌زمان که تصویر جنایتها، سرهای بریده‌شده و اجساد قتل‌عام‌شده را در فضای مجازی پخش می‌کند، تصویرهایی از خودشان در حال شیر دادن به بچه‌گره‌ها یا بازی کردن با کودکان و پخش کردن بستنی و پشمک در میان آنها نیز انتشار می‌دهد! این کار نشان می‌دهد که داعشی‌ها می‌خواهند مردم در عین ترس از این گروه، آنها را دوست داشته باشند! داعش برای رسیدن به این هدف پر از تناقض، رسانه را برگزیده است.

داعش همچنین برای جذب نیروی بیشتر، یک بازی ویدیویی ساخته که در آن هدف بازیگر، نابودی نیروهای عراقی و امریکایی است. این بازی ویدیویی که به سبک بازی‌های معروف (GTA) طراحی شده، تمامی تاکتیکها و روشهای جنایت‌کارانه‌ای را دربرمی‌گیرد که داعش علیه مخالفانش به کار گرفته است. در این بازی، صدای اعضای داعش شنیده می‌شود که تکیه کلامشان فریاد «الله‌اکبر» است و در عین حال، مخالفان خود را سلاخی می‌کنند و سر می‌برند! همچنین مفاهیم به‌اصطلاح جهاد و ایثار در سراسر بازی، حاکم است. داعشی‌ها به تازگی یک نرم‌افزار موبایل با نام «فجر البشائر» تولید کردند. این برنامه به زبان عربی است و قابلیت نصب بر گوشی‌های هوشمند و سیستم‌عامل اندروید را دارد. این نرم‌افزار به صورت خودکار کاربر را از آخرین اخبار مربوط به داعش آگاه می‌کند. همچنین افراد با استفاده از آن می‌توانند سیستم «آنتی اسپم تویتر» را دور بزنند و انبوه اطلاعات را برای کاربران دیگر بفرستند.

داعشی‌ها با وجود جمود فکری خود، علاقه بسیاری به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های به‌روز نشان داده‌اند. اگر فعالیت‌های گروهک داعش را با فعالیت گروه‌های تروریستی دیگر مقایسه کنیم، خواهیم دید که داعش بسیار بیشتر از گروه‌های مشابه پیشین، به رسانه و امکانات آن وابسته است؛ برای مثال فعالیت‌های گروه القاعده فقط به انتشار نوارهای سخنرانی در سایتهای اینترنتی یا مصاحبه با شبکه‌های تلویزیونی خاص محدود می‌شد، اما داعش از رسانه‌های گوناگون به صورت گسترده بهره می‌برد و نیز از تکنیکها، جلوه‌های تصویری، تصویر با کیفیت بالا و تدوین حرفه‌ای برای تأثیرگذاری بیشتر بر افکار عمومی و جذب نیرو استفاده می‌کند.

رویکردهای رسانه‌ای داعش

از ابتدای شکل‌گیری و حضور داعش در سوریه، هدفهای این گروه با استفاده از رسانه پایه‌گذاری شده است. در واقع این گروهک سه جریان عمده را دنبال می‌کند.

۱- از سویی با نمایش و انتشار جنایات و اقدامات وحشیانه خود در فضای رسانه‌ای و به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های مجازی، در تلاش برای ترس و دلهره انداختن در دل مردم بوده است؛

۲- از سوی دیگر با انتشار و پخش پیشروی‌ها و فتوحات خود در فضای وب، مردم را از عمده فعالیت‌های خود باخبر می‌کند؛

۳- انتشار و نمایش برخی صحنه‌های انسان‌دوستانه که در تعارض کامل با جریان اول قرار می‌گیرد، از رویکردهای دیگر تروریست‌های داعشی است (استراتژی رسانه‌ای داعش، تبیان). به هر صورت داعش می‌کوشد از عملیات‌های نظامی‌اش به صورت کامل فیلم بردارد تا این فیلم‌ها را با تدوین حرفه‌ای در اینترنت منتشر کند. انتشار فیلم‌های عملیات‌های بزرگ و موفق داعش در عراق و سوریه، که با سرودهای جهادی همراه است، جذابیت دارد (صابر، ۱۳۹۳).

توییتر؛ مهم‌ترین ابزار رسانه‌ای داعش

توییتر را می‌توان مهم‌ترین ابزار رسانه داعش دانست. جالب آنجاست که داعشی‌ها در توییتر نخست به زبان انگلیسی و در حجمی بسیار کمتر از آن به زبان عربی، توییت‌های خود را می‌فرستادند؛ البته هر حساب کاربری توییتر که در خدمتشان است مدتی به ارسال اخبار ادامه می‌دهد و سپس ناگهانی از کار می‌افتد؛ درحالی‌که با پایان یافتن عمر یک حساب کاربری داعشی در توییتر، حساب دیگر فعال می‌شود. تحقیق‌ها نشان داده‌اند که کاربران فعال گروه داعش، بیشتر با چندین نام کاربری تقریباً مشابه وارد توییتر می‌شوند و در صورت بسته شدن یکی از حساب‌های کاربری، بی‌درنگ حساب کاربری دیگری را فعال می‌کنند.

در توییتر انتشار اخبار با سرعت بسیار زیاد ممکن است؛ همچنین این شبکه به تمامی رسانه‌های خارجی دسترسی دارد. افزون بر این دو ویژگی، از آنجاکه مخاطبان داعش بیشتر امریکایی‌ها و انگلیسی‌ها هستند و امریکایی‌ها و انگلیسی‌ها در توییتر بیش از شبکه‌های اجتماعی دیگر فعالیت می‌کنند، این شبکه گزینه مناسب‌تری برای داعش است. جی‌ام برگر، کارشناسی که فعالیت‌های داعشی‌ها را در شبکه‌های اجتماعی رصد می‌کند، گفته است: داعشی‌ها از هزاران حساب کاربری در توییتر برای انتشار عقاید خود استفاده می‌کنند. برخی خود را شبه‌نظامی جا می‌زنند و برخی دیگر مدعی می‌شوند حامی آنها هستند و ارتباطی با داعش ندارند تا به این ترتیب، جلوی بسته شدن حساب کاربریشان را بگیرند. امواج گوناگون فعالیت‌های رسانه‌ای داعش، در حالی است که بر پایه اندیشه آنها، استفاده از فناوری محدود است! برای مثال، بر پایه فتوای علمای آنها دیدن فیلم‌های سینمایی و سینما رفتن حرام است! در عین حال، آنها استفاده از رسانه را برای رسیدن به هدف‌های خود واجب می‌دانند.

نتیجه:

حضور پررنگ و گسترده داعش در رسانه‌ها نکته‌ای است که باید به آن توجه کرد. این موضوع از توجه رهبران این گروه به فضای مجازی و تلاش برای بهره‌گیری آنها از همه امکانات و ظرفیتهای موجود فضای مجازی به منظور تأمین اهداف خود حکایت می‌کند. به تعبیری داعش رسانه‌های جمعی را تریبون خود قرار داده است. این گروه تروریستی از صفحات خود در رسانه‌های جمعی پرمخاطب به طور هدفمند استفاده می‌کند و در آنها دیدگاه‌های افراطی خود را بازتاب می‌دهد؛ برای نمونه آنها در صفحات خویش در توئیتر، فیس‌بوک و اینستاگرام (Instagram) فیلمها و عکسهایی از جنایتهای شنیع و زشت خود پخش می‌کنند. جالب اینجاست که آنها حتی نرم‌افزار هم تولید کرده‌اند. این نرم‌افزار بر گوشی‌های همراه نصب می‌شود و اطلاع سریع اعضای آن گروه و اندک حامیان آن را از آخرین اخبار و جنایتهای گروه تروریستی داعش ممکن می‌کند.

فیلمها و تصویرهایی که آنها از جنایتهای خود نمایش می‌دهند به صورت حرفه‌ای تهیه می‌شوند و همچنین با کیفیتهای عالی در دسترس قرار می‌گیرند. داعش معمولاً شرح عملیاتی‌هایی را که در سوریه و عراق انجام می‌دهد با جزئیات آن، در ویدئوهایش نشان می‌دهد. این گروه تصویر قتل‌عام‌های دسته‌جمعی تا سر بردن قربانی‌ها و به صلیب کشاندن آنها و اعدامها و جنایتهای دیگر خود را با بهترین کیفیت صدا و تصویر و استفاده از امکانات تصویربرداری و تدوین حرفه‌ای در فضای مجازی پخش می‌کند. این فیلمها نشان می‌دهد که داعش از امکانات سخت‌افزاری مناسب و حرفه‌ای استفاده می‌کند. افرادی می‌توانند این امکانات را به خدمت بگیرند که به خوبی با آنها آشنا باشند و طبقه استفاده از آنها را بدانند؛ بنابراین این گروه را عده‌ای که در زمینه فیلم‌برداری و تدوین و تبلیغات رسانه‌ای کارآمدند همراهی می‌کنند. همچنین به این نکته نیز باید توجه کرد که آنها فیلمها و ویدئوهای خود را به زبان انگلیسی یا با زیرنویس زبانهای دیگر منتشر می‌کنند تا پیامهای ارسالی‌شان مخاطبان بیشتری داشته باشد. در همان حال که آنها با پخش جنایتهای وحشیانه خود می‌کوشند در دل مردم ترس و وحشت اندازند، هدف دیگری را نیز توأمان دنبال می‌کنند و آن فریب افکار عمومی از طریق ارائه تصویری مثبت از چهره خود است. در این زمینه تصویرهایی از غذا دادن اعضای داعش به حیوانات منتشر می‌شود یا فیلمهایی پخش می‌گردد که آنها را در حال خوردن شکلات و امثال آن نشان می‌دهد. داعش با این کار می‌کوشد تصویری مطلوب از خود نشان دهد تا هم‌زمان مخاطب هم از آنها به دلیل جنایتهایشان بترسد و هم آنها را دوست داشته باشد. در واقع داعش خواهان آن است که با نشان دادن خود غیرحقیقی‌اش در فضای مجازی، با استفاده از شگردهای رسانه‌ای و روانی، در نظر عده‌ای جذاب به‌شمار آید و بدین وسیله نیرو جذب کند. گروه‌های اجتماعی سرکوب‌شده یا ارضانگشته در فضای کنونی، به فضای آرمان‌شهری گرایش می‌یابند که تصور می‌کنند گروه‌های تروریستی همچون داعش ساخته‌اند. آنها برای همکاری با این گروه به راحتی با اعضای داعش

ارتباط برقرار می‌کنند و از قلب اروپا به مناطق زیر سیطره آنان می‌روند.

در پایان باید گفت که حضور داعش در عراق و سوریه در درازمدت ممکن است دغدغه‌ای اساسی برای امنیت ملی ایران به‌شمار آید. در همین زمینه، شناخت و پیگیری ماهیت جریان تکفیری داعش از نظر منافع حیاتی و امنیت ملی برای ایران اهمیت بسیار دارد. ایران باید به دقت تحولات گروه‌های جهادی در عراق و شام را رصد کند. این تحولات به دلیل اتحاد تاریخی اخوان‌المسلمین با سلفی‌ها توانسته است پوششی اساسی در میان جنبشهای منطقه خلق کند. افزون بر آن، جریانهای سلفی سوریه نیز نشان داده‌اند که برای رسیدن به قدرت و غلبه بر «دگر» خود، یعنی شیعه، و سرکوب و طرد آن حاضرند با «دگر» اصلی خود، یعنی غرب، یا به تعبیری «صلیبیون» به شکلی گسترده همکاری کنند. در پایان گفتنی است که گفتمان نئوسلفی با جولان در عرصه فضای مجازی و با گسترش و بسط نفوذ خود در میان جوانان اروپایی و ایجاد پایگاه‌های آموزشی در سوریه، عراق، یمن، سومالی، پاکستان و...، تهدیدی اساسی علیه امنیت منطقه و نیز امنیت بین‌المللی به‌شمار می‌آید.



منابع

۱. منابع فارسی

ابراهیمی، نبی‌الله (۱۳۹۲). نوسلفی‌گری و جهانی شدن امنیت خاورمیانه، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی. ابوالحسنی، رحیم و محمد بابایی (۱۳۹۱). «ویکردی نظری به رابطه رسانه و سیاست»، فصلنامه سیاست، دوره ۴۲، ش ۲، تابستان.

بورن، اد (۱۳۷۹). بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه، ترجمه مهرسیما فلسفی، چاپ اول، انتشارات سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای.

تامپسون، جان (۱۳۸۰). رسانه‌ها و مدرنیته، ترجمه مسعود اوحدی، انتشارات سروش.

دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۰). نقش رسانه‌ها در عرصه سیاست خارجی در عصر جهانی شدن، جهانی شدن، رسانه‌ها، تهران، مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.

صایر، محسن (۱۳۹۳). «داعش چگونه روی موج‌سازی رسانه‌ای پیش روی کرد؟ وقتی رسانه بستر ترور و خشونت می‌شود»، روزنامه خراسان، ۱۳۹۳/۱۰/۲۷، کد: ۴۱۸۹۸.

عبدالباری، عطوان (۱۳۹۱). سازمان سری القاعده، فرزاد شهیدی، تهران، مؤسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور.

ماه‌پیشانیان، مهسا (۱۳۸۹). جنگ نرم در فضای رسانه و سایبر، انتشارات علیاء.

مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۵). تحول در نظریه‌های روابط بین‌الملل، تهران، سمت.

۲. منابع عربی

بکر، علی (۲۰۱۴). «المواجهة الصعبة: تداعيات الصراع بين "داعش" والتيارات الجهادية في سوريا»، القاهرة، المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، مصر.

رامبریت، دیات (۲۰۱۴). «مستقبل السلفية المقاتلة بسوريا»، الدوحة، مركز الجزيرة للدراسات، قطر.

سیف علام، رابحة (۲۰۱۴). «المسلحون في سوريا: من قتال الاسد الى القتال البيني»، القاهرة، مركز الاهرام للدراسات الاستراتيجية، مصر.

صافیناز، محمدأحمد (۲۰۱۳). «جبهة النصرة و تنظيم القاعدة سوريا على خطى العراق»، القاهرة، مركز الاهرام للدراسات الاستراتيجية، مصر.

الجزیره (۲۰۱۳). الظواهری یحل «دولة العراق و الشام الإسلامية»، قابل دسترسی در سایت:

<http://www.aljazeera.net/news/pages/ed۸۹۳a۰c-fa۱۵-۴۹۹b-۹۱۵۵->

۳. منابع لاتین

Eriksson, johan and Giampicero Gialomoll (۲۰۰۷). *International Relation and Society in the Digital Ages*, New York.