

رسانه و تروریسم: چگونه داعش از رسانه‌های بصری بهره می‌برد؟

گفت‌وگو با دکتر یاسر قزوینی حائری*

مصاحبه‌کننده: علیرضا عسگری**

دنیای امروز ما، دنیای رسانه‌هاست. رسانه‌هایی که به ذهنیت‌های ما شکل می‌بخشند و حتی آن‌ها را از ابتدا می‌سازند. ما درگیر رسانه‌ها هستیم، از دنبال کردن اخبار تا بهره‌وری از فضای مجازی و استفاده ابزارهایی چون یوتیوب، توییتر، تلگرام، فیس‌بوک و مهم‌تر از همه موتورهای جست‌وجو در اینترنت. هر کدام از این رسانه‌ها روایتی برساخته از ذهنیت خود را به ما ارائه می‌دهند و در نتیجه روزانه با ده‌ها یا صدها کلان روایت روبه‌رو می‌شویم. اما سؤال اینجاست، حقیقت نزد کدام روایت قرار دارد؟ آیا اساساً می‌توان حجاب از چهره این رسانه‌ها برداشت تا اگر حقیقتی وجود دارد آشکار شود یا خیر؟ ما نه با حقیقت که با حقایق سروکار داریم. امروزه اگر فردی بتواند از رسانه‌ها بهره‌وری وافی ببرد، می‌تواند در چشم به هم زدنی به شهرت، محبوبیت و ثروت برسد. پس قابل درک است که در این جامعه‌ی شبکه‌ای و در این دنیای درهم‌تنیده از رسانه‌ها و کلان روایت‌هایشان، گروه‌های سیاسی و اجتماعی بیشترین بهره‌وری را از رسانه ببرند. از جمله این گروه‌ها، تروریست‌ها هستند، افرادی که زمانی در خفا می‌زیستند تا ناگهان میان جمعیتی عملیات انتحاری انجام دهند.

*. استادیار تاریخ اسلام دانشگاه تهران

** . دانشجوی کارشناس ارشد تاریخ جهان دانشگاه بهشتی

رسانه و تروریسم: چگونه داعش از رسانه‌های بصری بهره می‌برد؟

امروزه مؤسسات تصویری و رسانه‌ای فراوان با بودجه‌های هنگفتی که در اختیار دارند پیام خود را از طریق آن‌ها به سراسر دنیا ارسال می‌کنند و دقیقاً به همین دلیل امروزه جنگ با تروریسم وارد فاز جنگ رسانه‌ای نیز شده است. گروه تروریستی و تکفیری داعش، بیشترین بهره را از رسانه‌های بصری را برای تبلیغ، ارباب و جذب مخاطب برده است. آن‌ها با الگوگیری مستقیم از بازی‌های رایانه‌ای مانند «ندای وظیفه» یا «میدان نبرد» و فیلم‌های اکشن سینمایی در قالب فورم و ریختن محتوای تاریخی در این ظرف، تولیداتی بیرون داده‌اند که سبب چالشی رسانه‌ای شده است. تاکنون تحلیل‌گران بسیاری در حوزه رسانه، روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی به مسئله رسانه و تروریسم پرداخته‌اند. گفت‌وگوی حاضر نیز با یکی از تاریخدانان برجسته‌ی دانشگاهی کشور، درباره‌ی رابطه داعش و رسانه انجام شده است. گفت‌وگویی که نشان می‌دهد چگونه داعش بهره‌وری از رسانه را چند پله بالاتر برده و الگوهای خطرناکی از کلان روایت‌سازی را در قالب رسانه ارائه داده است.

جناب آقای دکتر قزوینی، به نظر شما چه رابطه‌ای میان رسانه و تروریسم وجود دارد؟

مناسب است در ابتدای مسئله از نگاه جوزف نای به قضیه بنگریم. در مطالعات اخیر خود به نتیجه‌ای رسیدم که البته نمی‌دانم تا چه حد حول و حوش آن نظریه‌پردازی شده است؛ بر این اساس امروزه شکل دادن به ذهنیت، از خود عینیت نیز مهم‌تر شده است. برای مثال عربستان چندی قبل اعلام می‌کند که چهل و پنج نفر از جمله شیخ نمر یکی از رهبران شیعیان شرق عربستان را اعدام کرده است، این در حالی است که شما نه پیکر ایشان و نه فیلمی از اعدام آن‌ها را نمی‌بینید. در واقع عربستان

پیکر اعدامی‌ها را به خانواده‌ی ایشان نداد. بنابراین از زاویه عینیت، ما به جز خبری که از رسانه‌های رسمی و از سوی دستگاه امنیتی عربستان منتشر شد، مواجه نیستیم. به نظر من اساساً عربستان این اعدام‌ها را انجام داد تا خبرش را به دنیا مخابره کند. در واقع اگر دوگانه‌ی عینیت و ذهنیت را در نظر آوریم، خبر این اعدام‌ها برای ایجاد «ذهنیت» بیش از «عینیت» خود اعدام‌ها مورد نظر عربستان است. این امر یعنی ایجاد ذهنیت، اعلام وجود و در پی آن شکل دادن به هویت، دیگری سازی و در پی آن ایجاد همبستگی درونی از اهمیت وافری برخوردار است. خصوصاً برای گروه‌هایی که ظهور و بروز بیرونی چندانی ندارند. چند سال پیش یکی از دوستانم صحبت جالبی را داشت درباره‌ی اینکه چرا گروه‌های تروریستی بیش از دولت - ملت‌ها از رسانه استفاده می‌کنند. وی اظهار داشت که گروه‌های تروریستی به این دلیل بیش از دولت - ملت‌ها یا کشورها از رسانه‌های تصویری استفاده می‌کنند، زیرا در هر صورت دولت‌ها از نظر عینی بروز آشکارتری دارند و گروه‌های افراطی نیز از آن جهت که بیشتر فعالیت‌هایشان مخفیانه است، نیاز بیشتری به ظهور و بروز دارند که این بروز را از طریق رسانه تأمین می‌کنند. به نظر من این سخن با وجود سادگی تحلیل اولیه مناسبی است. البته با این پیش فرض که اساساً ما در ذهن زیست می‌کنیم، در قرن اخیر رسانه‌های تصویری توانسته‌اند بیش از هر عنصر دیگری ذهنیت ما را به کنترل خود درآورند، هرچند که در طول تاریخ نقش «پیام» و پیام‌رسانی و پروپاگاندا کم نبوده، اما امروزه این امر گستردگی بیشتری یافته است. از این رو، گروه‌های مبارز و یا گروه‌های تروریستی که بیشتر فعالیت‌هایشان به صورت مخفیانه انجام می‌شود و به‌ویژه آن دسته از گروه‌هایی که اهمیت رسانه و تأثیرش را در مناسبات دنیای جدید به خوبی درک می‌کنند، بخش بزرگی از فعالیت‌هایشان

رسانه و تروریسم: چگونه داعش از رسانه‌های بصری بهره می‌برد؟

را به آن اختصاص می‌دهند. در نظر آن‌ها رسانه‌ای کردن عملیات تروریستی، حتی مهم‌تر از خود عملیات است. در دنیای امروز اتفاقات زیادی رخ می‌دهد، اینکه کدام رخداد شانس بیشتری برای قرار گرفتن در صدر اخبار را داشته باشد و کنشگران آن خبر به معروفیت برسند، امری بسیار پیچیده است. چه بسا این موضوع به خود کنشگر نیز ارتباط پیدا می‌کند، یعنی اینکه کنشگران چقدر بخواهند فعالیت خود را رسانه‌ای کنند. در تاریخ‌نگاری نیز با فضایی این‌چنینی مواجه هستیم، در روند حوادث تاریخی یا آنچه در گذشته رخ داده است نیز حوادث و اتفاقات فراوانی رخ نموده‌اند، اما نه همه حوادث بلکه معدودی از آن‌ها شانس این را داشتند که به عنوان یک حادثه تاریخی با قلم مورخان به نگارش درآیند. البته این مسئله به تصمیم مورخ بازمی‌گردد که کدام حادثه را با چه رویکردی انتخاب کند. در رسانه نیز، هرکس که استفاده بهتر و حرفه‌ای‌تری داشته باشد، اذهان بیشتری را به خود جلب می‌کند و می‌تواند خود و آنچه را رقم می‌زند با اهمیت‌تر از دیگر حوادث جلوه دهد. اگر با نگاه جوزف نای به قضیه بنگریم، چنین قدرت نرمی می‌تواند زمینه‌ساز پیشروی قدرت سخت باشد که در ترکیب با یکدیگر قدرت هوشمندی را رقم می‌زنند.

چه گروه‌های تروریستی در جنوب غرب آسیا، سابقه بیشتری در استفاده از رسانه‌های بصری دارند؟ آیا طالبان و القاعده نیز به اندازه داعش تأثیرگذاری رسانه‌ای داشته‌اند؟

کارهای رسانه‌ای داعش یک‌باره خلق نشده‌اند. اگر به تاریخ شکل‌گیری سلفی جهادی در دوره‌ی اخیر بنگریم، متوجه خواهیم شد که پیش‌تر نیز این اندازه توجه به رسانه سابقه داشته است. همچنین در روزگار جهاد در افغانستان به تولید فیلم

اهمیت داده می‌شد. در این باره می‌توان از فردی معروف به «خطاب» یاد کرد؛ جوانی عربستانی که برای جهاد به افغانستان، تاجیکستان و سپس به داغستان می‌رود و در نهایت در چین کشته می‌شود. او در میان جهادی‌ها حکم یک سوپرستار را دارد و حتی به نظر علاقه‌مند بود که در ظاهر چه‌گواری سلفی‌ها باشد. پس از کشته شدن او فیلمی دو ساعته را از جریان زندگی‌اش ساختند که تمام مراحل جهادش را از بدو ورود به افغانستان تا مرگش در چین نشان می‌دهد. گویی از همان ابتدای ورودش به افغانستان همواره یک دوربین با او بوده است. در واقع وجود این قدر راز و فیلم خام، بسیار جای شگفتی دارد و نشان می‌دهد که این گروه‌ها تا چه اندازه برای قدرت رسانه جهت تبلیغ کار خود اهمیت قائل‌اند. این همان اهمیتی است که در پرسش نخست شما نیز بود، چرا چنین زمانی را صرف ساختن فیلمی از آن شخص می‌کنند؟ برای اینکه کار خود را تبلیغ کنند و اصطلاحاً به گونه‌ای از «مارکتینگ» دست بزنند و مشتری بیشتری را به ویژه در میان متمولان حاشیه‌ی جنوب خلیج فارس به دست آورند، مشتریانی که جهاد ایشان را علیه کفار حمایت کنند؛ بنابراین بهترین وسیله بهره‌وری از رسانه‌ی تصویری است. البته استفاده از رسانه‌ی تصویری محدود به افغانستان نبود، در بوسنی و چین نیز مؤسسات تصویری مختلفی وجود داشت تا اینکه برسیم به سال ۲۰۰۳ و جریان سقوط صدام و اشغال عراق توسط ایالات‌متحده که از قدرت رسانه‌ها استفاده شده است.

کشور عراق پس از سال ۲۰۰۳ شاهد صحنه‌ای است که بسیاری در آن ادعای مقاومت در برابر آمریکایی‌ها را دارند، ولی یک گروه نه چندان قوی در میان آن‌ها برجسته می‌شود، گروهی که به القاعده متصل و رهبر آن ابومصعب الزرقاوی، پدر معنوی داعش است. کاری که الزرقاوی می‌کند بریدن سر فردی آمریکایی به نام

نیکلاس برگ با همان لباس نارنجی معروف است، امری که تا امروز نیز به عنوان یک الگو تکرار می‌شود. توجه به این نکته بسیار حائز اهمیت است، زیرا جایی که گروه‌های مختلف در حال جنگیدن هستند و هزینه‌های گزافی را می‌پردازند، کار نسبتاً کوچک و کم هزینه زرقاوی قاب تصویری را به تمام صحنه تعمیم داد که گویی رهبر آنچه مقاومت در برابر آمریکا شمرده می‌شد تنها و تنها ابومصعب الزرقاوی است. چرا که او در صدر اخبار قرار گرفته و از نظر رسانه‌ای بر دیگر رقبا سیطره یافته بود. زمانی که جنگ فلوجه به بهانه یافتن زرقاوی شکل گرفت از یکی از فرماندهان گروه‌های مقاومت در فلوجه به نام «جنابی» پرسیده شد که آیا زرقاوی در فلوجه حضور داشت یا نه؟ اما او اظهار کرد که اصلاً زرقاوی را نمی‌شناسد. در واقع این امر نشان می‌دهد که فاصله‌ی عینیت و ذهنیتی که رسانه‌ها می‌سازند تا چه می‌تواند زیاد باشد. در حالی که مهم‌ترین بهانه‌ی آمریکا برای جنگ فلوجه یافتن کسی با نام زرقاوی بود. یکی از رهبران مبارز علیه آمریکا در فلوجه می‌گوید که من اساساً زرقاوی را نمی‌شناسم. مسئله مهم دیگری که در این رابطه وجود دارد، صحنه‌های خشنی است که در فیلم‌های قبلی در افغانستان، چین و یا بوسنی وجود نداشت. القاعده و طالبان هیچ‌گاه از این تصاویر استفاده نمی‌کردند. البته پس از ۲۰۰۳ گروه تحریک پاکستان نیز از زرقاوی تقلید کرده و این صحنه‌های خشن را در فیلم‌هایشان پیاده می‌کنند. به نظر بنده این صحنه‌های خشن به‌ویژه صحنه‌ی سر بریدن، میراث حزب بعث صدام است.

گروه الشباب یا بوکو حرام چگونه؟

الشباب فیلم‌های حرفه‌ای تولید می‌کند، اما صحنه‌ی سر بریدن را نشان نمی‌دهند. گروه بوکو حرام به رهبری ابوبکر شیکاوی با ابوبکر بغدادی بیعت کرد، البته درجه رادیکالیسم شیکاوی به حدی بود که داعش او را کنار گذاشت. بوکو حرام نیز تا حدی فیلم‌های سر بریدن را دارد، اما کیفیت فیلم‌های ولایات اصلی داعش در آن‌ها وجود ندارد. من از اصطلاح «کارگردانی خشونت» بهره می‌برم که نتوانستند مانند ولایات اصلی در آفریقا نیز موفق شوند. درباره‌ی گروه القاعده خصوصاً شاخه مغرب اسلامی نیز باید بگویم که در آنجا مؤسسه رسانه‌ای به نام اندلس دارند، ولی صحنه‌های سر بریدن را نشان نمی‌دهند و صحنه‌های اعدام نیز به صورت مات پخش می‌شود. ولی گروه الشباب با دست بازتری عمل می‌کند و تصاویری از اجساد مقتولان را نیز نشان می‌دهد. اجازه دهید این نکته را نیز عرض کنم که الگوی فیلم‌های داعش از نظام بعث گرفته شده است؛ اگر به یاد داشته باشد در همان سال ۲۰۰۳ فیلم‌هایی تحت عنوان «جنایات صدام» رواج پیدا کرد که عمدتاً از آرشیو مقرهای حزب بعث به دست آمده بود. در واقع نظام بعثی صدام برای ایجاد ارعاب از اعمال خشونت‌آمیز فیلم‌برداری می‌کرد. به نظرم از همین نقطه چنین الگویی وارد کارهای شاخه القاعده عراق شد و این سبک از خشونت را به وجود آورد.

نکته دیگر اینکه آنچه سبب شد تا بحث امروز دنیا اقدامات این گروه تروریستی باشد، بی‌پروایی آن‌ها در کارگردانی خشونت است و همین امر به فیلم‌هایشان قدرت تأثیرگذاری می‌دهد. ارائه چنین فیلم‌ها جدای از اینکه در بیرون از گروه رعب و در درون همبستگی ایجاد می‌کند، باعث می‌شود تا مخاطبان بیشتری به آن‌ها روی آورند. در واقع مخاطبی که تحت تأثیر کارگردانی خشونت چنین فیلم‌ها قرار گرفته،

رسانه و تروریسم: چگونه داعش از رسانه‌های بصری بهره می‌برد؟

منتظر نمایش وقایع جدید در فیلم‌های بعدی می‌ماند. هدف کارگردانی خشونت جذب مخاطب بیشتر برای انتقال پیام گروه است که به نظر می‌رسد گروه داعش در این زمینه توانسته بود به موفقیت‌هایی برسد.

طالبان پاکستان نیز مؤسسه‌ای به نام عمر مدیا دارد که فیلم‌های سر بردن یا تک تیراندازی را تولید می‌کرد، البته اکنون تولیداتش افول پیدا کرده است. طالبان افغانستان نیز مؤسسات تصویری مختلفی به نام مؤسسه «الاماره» به‌عنوان اصلی‌ترین نهاد آن‌ها و مؤسسه «المهاجر» دارد. این نهادها به زبان‌های پشتو، عربی، فارسی و انگلیسی فیلم تولید می‌کند. مؤسسه «منبع‌الجهاد» نیز از دیگر نهادهای رسانه‌ای طالبان است. حرفه‌ای‌ترین فیلم‌های طالبان، فیلم عملیات انفجاسی آن‌ها است. به این صورت که دوربین یا دوربین‌هایی به‌طور ثابت و مداوم همراه گروه ویژه‌ای قرار می‌گیرد و از لحظه‌لحظه زندگی و تمرین ایشان تا لحظه انجام عملیات فیلم‌برداری می‌کند. همچنین مؤسسات دیگر به دل مردم می‌روند و از جلسات خود با مردم فیلم تهیه می‌کنند. اصطلاح آن‌ها برای این کار «خیمه‌های دعوت و دعوت‌های سیار» است، به این صورت که به روستایی می‌روند و برنامه یا جنگ شادی برگزار می‌کنند و فیلم می‌گیرند که این کار جذاب‌ترین تولیدات بصری طالبان افغانستان است. یعنی طالبان فیلم‌هایی را تولید می‌کند که درجه خشونت بسیار کمی دارد و می‌خواهد این گروه را مردمی جلوه دهد؛ اما سؤال اینجاست که خشونت موجود در فیلم‌های داعش از چنان درجه‌ای برخوردار است که توجه تمام جهان را به خود جلب کند و متخصصان رسانه به بحث درباره این خشونت بپردازند؟ آیا جنس خشونت داعش از طالبان متفاوت است؟ می‌دانیم که در هر نبردی درجه‌ای از خشونت وجود دارد، اما آیا جنس متفاوت خشونت سبب تولید فیلم‌های متفاوتی

شده و یا اهدافشان از یکدیگر مجزا است؟ می‌دانیم که جنبه مردمی بودن در فیلم های داعش به چشم نمی‌خورد، بلکه همیشه رگه‌هایی از ارباب وجود دارد. علت اینکه داعش می‌خواهد خود را خشن نشان دهد، چیست؟

گروه طالبان در افغانستان نیروهای پشتو و برآمده از سنت‌های افغانستانی است. اگرچه به قول خود طالبان امارت آن‌ها اسلامی بوده، اما بحث اصلی‌شان هویت ملی و مرتبط با همین کشور و حکومت بر همین مردم است. در مقابل می‌توان داعش را دنباله‌رو نگاه «محمد بن عبدالوهاب» دانست، نگاه نخبگانی که همه را تخطئه و تنها خود را منجی تلقی می‌کند. در این نگاه یک کنشگر داعش، همان فرد غریب و ابر انسانی است که دیگران یارای رسیدن به او را ندارند؛ یعنی کسی که قرار است در تحول آخرالزمانی ایفای نقش کند. آسیب نگاه آخرالزمانی آن‌ها این است که در نهایت به جامعه‌سازی نمی‌رسد و حتی دیدگاهشان در تقابل با نگاه سعودی به جامعه است. امروزه داعش ملک عبدالعزیز را «عید انگلیز» دانسته و او را منحرف از نگاه عبدالوهاب تلقی می‌کند. داعش این نگاه نخبگانی را در قالب دوگانه کهن رعیت- خلیفه بازتولید کرده است. رعیتی که اگر مخالفت کند باید به واسطه زور راه هدایت را پیش گیرد. زمانی که نیروهای داعش موصل را از دست دادند، بی‌پروا از این امر خوشحالی مردم را پس از رفتن خود به نمایش گذاشتند. این نکته‌ی بسیار مهم است و نشان می‌دهد که داعش به نام افکار عمومی واقعی نمی‌نهد. حتی گاهی برای اینکه نشان دهد گروهی نخبه و در حد منجی و ابر انسان است، بی‌پروا مخالفت افکار عمومی موصل، شهری را که دو سال بر آن حاکم بودند، نشان می‌دهند تا این‌گونه مردم موصل را خیانتکار تلقی کنند.

رسانه و تروریسم: چگونه داعش از رسانه‌های بصری بهره می‌برد؟

یعنی برخلاف طالبان که نگاه اجتماعی دارد، نگاه داعش آخرالزمانی است؟ بله، نگاه داعش آخرالزمانی است. حتی اگر دنبال جامعه‌سازی نیز باشند در دنیای جدید نمی‌توانند چنین کاری انجام دهند؛ زیرا از نظر آن‌ها زمانی جهاد به پایان می‌رسد که خورشید از غرب طلوع کند! پس این جهاد و سلاح به‌دوشی هیچ‌گاه پایان ندارد، در نتیجه با این نگاه نمی‌توان جامعه‌سازی کرد. اگرچه داعش دیوان‌هایی برای استقرار امور برپا کرده، اما با نگاه نخبگانی و بدون در نظر گرفتن افکار عمومی جامعه سازی در دنیای امروز بسیار دشوار است.

به مسئله دیگری بپردازیم. این سخن صحیح است که داعش پدیده‌ای رسانه‌ای می‌باشد؟ اگر رسانه را از داعش بگیریم، هویت خود را از دست می‌دهد؟

در جنگ‌های متعارف و در صحنه و میدان نبرد شاهد گروه‌های رزمنده و جنگجویانی هستید که در کنارشان یک فیلم‌بردار است که گاهی صحنه‌هایی را ضبط می‌کند. بی‌شک در این جنگ‌ها اصل با جنگ است نه فیلم‌برداری، اما گاهی داعش می‌جنگد تا از آن فیلم بگیرد که این تقریباً خلاف نگاه متعارف است.

خب در اینجا سؤالی پیش می‌آید، اگر هدف تولید فیلم برای برجسته‌سازی پیام‌های گروه و جذب مخاطب است، آیا به امر دیگری نیز منتج می‌شود؟ برای مثال در فیلم‌های داعش خصوصاً آن‌هایی که با دوربین گوپرو ضبط شده‌اند، مشخص است که هدفی وجود ندارد، اما آن‌ها عملیاتی ترتیب داده و به ناکجاآباد شلیک می‌کنند. در واقع فضای فیلم‌برداری سبب می‌شود تا

گمان کنیم که حقیقتاً درگیر نبرد هستند. صرف کردن این حجم از مهمات،

هزینه و زمان جز برجسته‌سازی کارشان چه هدف دیگری دارد؟

این کار چندین نتیجه را در پی دارد، مهم‌ترین آن‌ها اینکه حضور گروه داعش در ذهن‌ها نهادینه می‌شود و در صدر اخبار قرار می‌گیرد. گروهی همانند «فیلق الشام» دست‌کم در سوریه از لحاظ تعداد نفر به داعش برتری دارد، اما نگاه رسانه‌اش همچون داعش نیست. به همین دلیل به جز کسانی که درگیر مسئله سوریه هستند احتمالاً کسی این گروه را نمی‌شناسند، اما همه می‌دانند داعش کیست و مردم بسیاری از آن‌ها در هراسند. این بخشی از نتیجه کار رسانه‌ای است. در واقع داعش با چنین رویکردهایی نمی‌تواند در دنیای کنونی و در جنگ با قدرت‌های بین‌المللی و منطقه‌ای عمر طولانی داشته باشد (چنانکه اینک عمرش به پایان رسیده است). داعش می‌داند که سرزمین‌هایش را روزه‌روز بیشتر از دست خواهد داد، پس زندگی‌اش را در قالب رسانه ادامه می‌دهد.

از دل این بحث سؤالی برایم پیش آمد، اینکه علت گرایش جوانان اروپایی به داعش چیست؟ جذابیت فیلم‌های داعش در کجای آن نهفته است؟ در صرف خشونت کارهایشان؟ با توجه به دیدگاه دیوید دی. پرلموتر در مقاله‌ی «قدرت اقناع بصری داعش و طرفداران وحشت» آیا می‌توان گفت جوانانی به داعش پیوسته‌اند که از جامعه خود طرد شده و داعش برایشان نظام معناداری ایجاد می‌کند؟

اینکه کدام عامل در پیوستن جوانان اروپایی به داعش تأثیر بیشتری دارد، معیاری نسبی است. داعش تمایل دارد تا نشان دهد از همه گروه‌ها و افراد به آن‌ها پیوسته

اند: از کودک و پیرمرد، پولدار و فقیر، زن‌ها و مردهایی از چهار گوشه‌ی جهان، از بی‌سواد تا تحصیلکرده؛ در حالی که بیشترین مردمی که به داعش پیوستند از مردم مناطق تحت نفوذ خود داعش هستند و این امر با ادعای جهانی داعش ناسازگار است. مسلماً صرف ابراز خشونت سبب جذب داوطلب‌ها به گروه داعش نیست، بلکه عامل مؤثر پیام‌های نهفته در هر فیلم هستند که در قالب سرودها و دیالوگ‌ها به مخاطب القا می‌شوند. به این صورت داعش برای جنگ خود مشروعیت ایجاد می‌کند. آن‌ها مدعی هستند که ما مدافع مظلوم و برحقیم و تمام جهان علیه ماست، پس جنگ ما مشروعیت دارد.

آن‌ها همچنین از بحران هویت مهاجران مسلمان اروپایی بهره می‌برند. چنانچه می‌دانید نسل دوم و سوم مهاجران مسلمان در فرانسه دچار بحران هویت بوده و داعش نیز بر این نقطه ضعف انگشت می‌گذارد و خلأ هویتی آن‌ها را پُر می‌کند. در واقع به جای هویت دولت-ملت اروپایی، برای این نسل بحران‌زده هویت امت و خلافت را می‌نشانند.

داعش به لحاظ فنی تحت تأثیر فیلم‌های سینمایی و بازی‌های رایانه‌ای هستند. فیلم‌های آن‌ها کاملاً سینمایی و کارگردانی شده است. این فیلم‌ها چندین دسته هستند: فیلم‌های عملیاتی با دوربین گوپرو مثل بازی‌های رایانه‌ای و فیلم‌هایی با دوربین عادی و هلی‌شات مانند فیلم‌های اکشن. با توجه به این موضوع، آیا آن‌ها تأثیرپذیری مستقیم و آگاهانه‌ای از بازی‌ها و فیلم‌ها دارند یا خودشان به این سبک رسیده‌اند؟ اگر ذهنیت کارگردان

چنین فیلم‌هایی را بسنجیم می‌توان گفت که این نوع عملکرد تصادفی است یا آگاهانه الگو گرفته‌اند؟

به طور قطعی بحث از پیش فکر شده است. فقط داعش چنین فیلم‌هایی را تولید نمی‌کند، «جبهه‌النصره» نیز وارد ساخت فیلم‌هایی از این دست شده و حتی در برخی موارد جبهه‌النصره پیشگام بوده است. امروزه جبهه‌النصره نیز همانند داعش در فیلم‌های خود هلی‌شات را به دوربین گوپرو کات می‌زند. به عنوان نمونه خودروبی در حال حرکت است و هلی‌شات موقعیت آن را نشان می‌دهد، سپس دوربین کات می‌خورد به دوربین گوپروبی که پیاده‌نظام در جاده بر کلاه نصب کرده است. بنابراین پاسخ مثبت است و آن‌ها آگاهانه از فیلم‌ها و بازی‌ها بهره می‌برند.

این کار دقیقاً همانند مدلی است که در بازی‌های رایانه‌ای خصوصاً در بازی ندای وظیفه اجرا می‌شود که محبوب‌ترین بازی اکشن دنیاست. آیا صرف دیدن چنین فیلم‌هایی و همزادپنداری با بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند عاملی برای پیوستن به داعش باشد؟

مسئله اینجاست که بسیاری از تماشاگران چنین فیلم‌هایی با آن‌ها احساس همزاد پنداری دارند و این همزادپنداری تازه مرحله اول کار است. در این مرحله نگاه مخاطب به داعش تغییر کرده و آرام‌آرام به داعش گرایش پیدا می‌کند. با این وجود پشت چنین همزادپنداری بصری، مفاهیم تاریخی و اندیشه‌ای نیز وجود دارد. در واقع مخاطب در ژانر تک‌تیرانداز فیلم‌های داعش، علاوه بر همزادپنداری با خود تک‌تیرانداز داعشی با نوعی فرایند هویت‌سازی نیز مواجه می‌شود که در آن فرد تک‌تیرانداز با شخصیت تاریخی سعدبن ابی‌وقاص پیوند می‌خورد.

رسانه و تروریسم: چگونه داعش از رسانه‌های بصری بهره می‌برد؟

مسئله مهم دیگر، نوع فرایند جذب و پیوستن به گروه داعش است که آن‌ها این نظام را نیز به هم ریخته‌اند. داعش که مخاطب خود را به خوبی می‌شناسد و بحران هویتی معاصر را درک کرده، در لحظه بر مخاطبش تأثیر می‌گذارد؛ به طوری که قدرت اندیشیدن را از او می‌گیرد. همواره فرایند معمول جذب سرباز این‌گونه بوده است که ابتدا فرد گروهی را شناسایی و نام‌نویسی می‌کند، سپس وارد دوره‌های عقیدتی و آموزشی و در آخر به عنوان سرباز وارد عملیات می‌شود، اما داعش توانسته هزینه‌های جذب و سربازگیری را کاهش دهد و این فرایند را به لحظه برساند. در واقع فیلم‌ها و رسانه‌های داعش مخاطب خود را بمباران اطلاعاتی می‌کند و در لحظه‌ای که مخاطب آماده و دیجیتالی شده با بحران روحی مواجه می‌شود به او راه‌حل ارائه می‌دهد: سوار اتومبیل شو، به خیابان شلوغ برو و تخته‌گاز میان جمعیت بران!

بنابراین هر فردی در دنیا می‌تواند به صورت بالقوه عملیات انغماسی انجام دهد؟

احسنت. داعش هزینه‌های جذب را به صفر رسانده است. برای آن‌ها مهم نیست که فلان مخاطبش چه کسی است و چه نام دارد، تنها کافی است که روش داعش را پیاده کنند و اگر بتوانند چند دقیقه یا چند ثانیه‌ای از بیعت با داعش فیلم بگیرند. علاوه بر این باید گفت که الگوی عملیات انتحاری با خودرو از انحصار داعش بیرون آمده و اکنون رادیکال‌های جهان برای عملیات‌های تروریستی خود از این شیوه بهره می‌برند. در واقع داعش در حال الگوسازی برای تروریسم است و این الگو حتی توسط دشمنانش نیز استفاده می‌شود. الگویی که توسط ابومحمد عدنانی به ویژه در پیام

لبالمرصاد پیشنهاد می‌شود. داعش به مخاطب خود این پیام را القا می‌کند که چنین دنیای پر از ظلم برای تو ارزش زندگانی ندارد، پس در راه خدا عملیات انجام بده و به شهادت برس. آن‌ها می‌گویند دردی که شهید هنگام مرگ حس می‌کند به اندازه‌ی یک نیشگون است، پس از چه در هراس هستی؟

بنابراین می‌توانیم به نقش مهم رسانه تأکید کنیم: اول اینکه آیا بیعت گرفتن برای خلیفه داعش نیاز به حضور نداشته و صرف فیلم گرفتن می‌تواند نشانه جذب باشد؟ دوم اینکه رسانه‌ها و فضاهای مجازی مانند تلگرام، یوتیوب و توئیتر چه نقش مهمی در جهانی‌سازی چنین گروه محصور در نقطه‌ای از دنیا بازی می‌کنند؟

بله، بسیاری از عوامل انتحاری داعش در جهان غرب این‌گونه صورت می‌گیرد و حتی شاید آن‌ها زبان عربی را به درستی ندانند و یا یک روز را هم در سوریه یا عراق سپری نکرده باشند. به عنوان نکته‌ی آخر این موضوع را عرض کنم که در هنگام بررسی تولیدات بصری تروریسم، باید به بحث‌های تاریخی، پیشینه و ریشه‌های آن‌ها دقت کنیم. روایت‌ها، سرودها و سناریوهای داعش همه برگرفته از تاریخ است. برای مثال آن‌ها میان تانک آبرامز آمریکایی و فیل سپاه ایران در جنگ‌های موسوم به فتوحات یعنی جنگ جسر و قادسیه همانندسازی‌هایی انجام داده‌اند. روایت‌های تاریخی از ظرفیت‌های دراماتیک بالایی برخوردارند. در نتیجه داعشی‌ها هم از جذابیت روایت بهره می‌برند و هم از آن برای خود مشروعیتی تاریخی و اندیشه‌ای می‌سازند.