

بازنمایی هویت خودی و دیگری در فیلم‌های تبلیغاتی گروه داعش در فضای مجازی

الهه شمس کوشکی^۱، مسعود دادبخش^۲

چکیده

داعش به‌عنوان گروهی مرتجع و پیشامدرن در حوزه‌های اعتقادی و اجتماعی تلاش دارد تا با استفاده از فضای مجازی و امکانات مدرن ارتباطی برای خود هویتی مستقل بسازد. از همین رو با ساخت فیلم‌های تبلیغاتی مختلف و انتشار آن در فضای مجازی به‌دنبال آن است که دیدگاه‌های جامعه جهانی را در مورد خود تغییر دهد و از قالب یک گروه تروریستی وابسته و مرتجع خارج شود و تبدیل به گروهی دارای هویت مستقل و اهدافی آرمان‌خواهانه گردد. هدف از پژوهش پیش‌رو بررسی نحوه بازنمایی ابعاد مختلف هویت خودی و دیگری توسط گروه داعش در فضای مجازی است. از همین رو، پژوهش حاضر با استفاده از نظریه بازنمایی و کلیشه‌سازی به‌دنبال پاسخ این سؤال است که بازنمایی هویت خودی و دیگری توسط گروه داعش در فیلم‌های تبلیغاتی منتشرشده در فضای مجازی چگونه است؟ در این پژوهش توصیف کیفی نشانه‌ها در کلیپ‌ها به‌صورت نظام‌دار انجام شده و تحلیل محتوای کیفی فیلم‌ها به‌صورت کدگذاری شده در سه مرحله صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر فیلم‌های تبلیغاتی در دسترس بوده است که با روش نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس اهداف پژوهشی، از میان نمونه‌های موجود انتخاب شده‌اند. در یافته‌های استخراج‌شده از کلیپ‌های منتخب نشانه‌ها و مفاهیم مختلفی وجود داشت که تقابل هویت خودی و دیگری را بر اساس کلیشه‌سازی نشان می‌داد و ساختار داعش را در کلیشه‌سازی هویت برحق و مطلوب به تصویر می‌کشید. همچنین برخورد با دشمن را در رویکرد سلبی و بر اساس تمایز از هویت خودی تعریف کرده بود تا کلیشه دشمن در قالبی قرار گیرد که هیچ مرز مشترکی با هویت خودی نداشته باشد.

واژگان کلیدی: بازنمایی، هویت خودی، هویت دیگری، داعش، فضای مجازی.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱۵

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات Shams.elaheh@gmail.com

۲. دانش‌آموخته دکتری رشته تاریخ ایران دوره اسلامی از دانشگاه خوارزمی، مدرس دانشگاه، پژوهشگر بنیاد ایران‌شناسی

Dadbakhsh.masoud@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

تروریسم سابقه‌ای طولانی در تاریخ ایران و جهان داشته و امروزه به یکی از معضلات بزرگ جامعه جهانی تبدیل شده است. گروه‌های مختلف تروریستی برای پیشبرد اهداف خود اقدام به حذف هوشمندانۀ فرد یا افرادی می‌کنند و یا برای ایجاد رعب و وحشت در جامعه دست به کشتارهای کور و بی‌هدف می‌زنند. بخشی از این گروه‌های تروریستی ادعای دینی و ایدئولوژیک بودن دارند که گروه داعش یکی از آنهاست. این گروه‌ها با برداشت‌ها و تفاسیر ارتجاعی و نادرست از دین، به فعالیت‌های تروریستی در جامعه دست می‌زنند و حیات خود را در ایجاد ترس و دلهره در میان قاطبۀ افراد جامعه‌ای می‌دانند که از دید آنان بی‌دین، ملحد و مهدورالدم هستند. این گروه‌ها با ایجاد فضای دوقطبی خودی یا دیگری در میان افراد جامعه (قوم، امت، ملت یا جهان) اقدام به یارگیری می‌کنند و اندیشه آنان مبتنی بر این اصل است که یک فرد می‌تواند یا طرفدار آنان باشد یا دشمن و معمولاً حالت سومی را برای افراد متصور نیست.

هلدر کامارا^۱ معتقد است که غالب پیروان این گروه‌های تندروی ایدئولوژیک اقلیتی خشن با ناهنجاری‌های روانی و احساسی هستند که از طرف اکثریت جامعه به حاشیه رانده شده‌اند. این افراد با تصور بی‌عدالتی و تحقیر تلاش دارند تا به‌زعم خود جهانی عادلانه و آرمانی را بسازند و غالباً برای پیشبرد این امر از برداشت‌های سلیقه‌ای از دین کمک می‌گیرند (کامارا، ۱۹۷۱: ۲۶، ۳۰-۳۱). نظریۀ کامارا سی سال پیش از وقوع حادثه ۱۱ سپتامبر و قدرت‌گیری گروه‌های اسلام‌گرای تندرو مطرح شده است. گروه‌های تروریستی

1. Helder Pessoa Camara

نویسنده و اسقف بزرگ برزیلی پایه‌گذار نظریۀ حلزونی یا مارپیچ خشونت و نامزد جایزه صلح نوبل در سال ۱۹۷۱م.

کوچک و بزرگی که وجه اشتراک آنان، تلاش برای ساخت هویتی دینی و اسلامی بر اساس تفاسیر متعصبانه از اسلام و مذهب تسنن و ترویج جهاد علیه کفار بود.^۱

اشغال عراق به رهبری آمریکا در سال ۲۰۰۳ م. باعث تسریع در روند قدرت‌گیری گروه‌های تروریستی شد، زیرا از طرفی باعث تضعیف قدرت مرکزی و از سوی دیگر موجب شعله‌ور شدن احساسات امت اسلامی و گرایش بخشی از آنان به سمت افراط‌گرایی شد (مهربان، ۱۳۸۶: ۴۴). گروه‌های بنیادگرای افراطی فضای عراق را برای فعالیت‌ها و تبلیغات خود مناسب دیدند و بخشی از آنان به تدریج و با ادغام با یکدیگر «مجلس شورای مجاهدین» و سپس «دولت اسلامی عراق» را تشکیل دادند. در سال ۲۰۱۰ م. و هم‌زمان با انتخاب ابوبکر بغدادی به ریاست دولت اسلامی عراق موج اعتراضات مردمی علیه حکومت سوریه آغاز شد و این گروه بنیادگرا با استفاده از فضای ایجادشده بخش‌هایی از سوریه را اشغال نمود (ابراهیم نژاد، ۱۳۹۴: ۵۴-۶۴) و نام دولت اسلامی عراق و شام (داعش) را بر خود نهاد. داعش با تصرف موصل عراق در سال ۲۰۱۴ م. به‌طور رسمی تشکیل خلافت اسلامی را اعلام کرد و با تفاسیر غلط از آیات قرآن^۲ و احادیث

۱- ریشه‌اندیشه‌های سلفی و بنیادگرا به دهه‌های ابتدایی شکل‌گیری حکومت اسلامی و تشکیل خوارج بازمی‌گردد. هرچند که جنبه‌های نظری آن در سده‌های بعدی توسط افرادی همچون ابن تیمیه (قرن ۷-۸ ه.ق) و محمدبن عبدالوهاب (قرن ۱۲) شکل گرفت. برای مطالعه بیشتر در این حوزه نگاه کنید به: پاکتچی، احمد و هوشنگی، حسین (۱۳۹۰)، *زمینه‌های تاریخی سلفیه، بنیادگرایی و سلفیه: بازشناسی طیفی از جریان‌های دینی*، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

۲- برداشت داعش از آیات قرآن سطحی و ظاهری است و آنان توجهی به شرایط زمانی نزول آیات و تفاسیر علمی و دقیق مفسران بزرگ دینی ندارند. داعش با برداشت‌های غلط از آیات ۳۹ سوره انفال، ۲۹ و ۱۱۳ سوره توبه، ۳۹ سوره انفال، ۴ سوره محمد و ... ادعای شرعی بودن فعالیت‌های خویش را دارد.

(آیه ۳۹ سوره انفال): با آنها بجنگید تا دیگر فتنه‌ای نماند و آیین همه دین خدا گردد.

(آیه ۲۹ سوره توبه): با هر که از اهل کتاب که ایمان به خدا و روز قیامت نیاورده و آنچه را خدا و رسولش حرام کرده است حرام نمی‌دانند و به دین حق نمی‌گروند قتال و کارزار کنید تا آنگاه که با دست خود با ذلت و تواضع جزیه دهند.

(سوره توبه آیه ۱۲۳): ای کسانی که ایمان آورده‌اید، کافرانی که نزد شمایند را بکشید! تا در شما درشتی و شدت را بیابند. و بدانید که خداوند با پرهیزکاران است. که البته داعش هم به آن استناد می‌کند.

مورد وثوق اهل تسنن، به ترویج بنیادگرایی اسلامی و مسائلی همچون جهاد علیه کفار، هجرت، خلافت اسلامی و ... پرداخت (کاظمی گودرزی، ۱۳۹۵: ۷۳-۳۵۳):

تفکر بنیادگرایی اسلامی رایج در خاورمیانه با تأکید بر بازسازی هویت اسلامی، در واقع واکنشی شدید به مفاهیمی چون نوگرایی، ناسیونالیسم و ملی‌گرایی بود (کاستلز، ۱۳۸۹: ۳۶) و با مفهوم اسلام سیاسی تفاوت‌هایی عمیق دارد. نکته جالب و حائز اهمیت آن که، بخش زیادی از اعضای اصلی این گروه‌های بنیادگرا را افراد متخصص و تحصیل‌کرده تشکیل می‌دهند که بخشی از آنان نیز تحصیلات خود را در غرب به اتمام رسانده‌اند (روآ، ۱۳۷۸: ۹).

داعش نیز مانند گروه‌های بنیادگرای پیش از خود، برای ساخت هویتی دینی و مستقل و ترویج عقاید و تفکرات سلفی اقدام به استفاده از ابزارهای نوین تبلیغاتی کرده است. هرچند که امروزه به دلیل توسعه فناوری‌های رسانه‌ای و افزایش کارکرد و نفوذ فضای مجازی در سطح جهان بستر مناسب‌تری برای شکل‌گیری شبکه‌های سازمان‌های افراط‌گرا و گروه‌های تروریستی فراهم شده است (هاسکینز و اولافین، ۱۳۹۲: ۳۱۶). با توجه به اینکه ساخت فضای دوقطبی خودی یا دیگری برای گروه تروریستی داعش بسیار مهم و حائز اهمیت است و آنان در تلاش هستند تا با ایجاد رعب و وحشت در دل دشمنان خود و تلطیف وجهه خود در میان افراد مستعد، اقدام به جذب نیروهای جدید کنند، مسئله اصلی تحقیق حاضر بررسی نقش فیلم‌های تبلیغاتی منتشرشده در فضای مجازی توسط

(سوره محمد آیه ۴): چون با کافران روبه‌رو شوید، باید گردنشان را بزنید. تا آنگاه که از خونریزی بسیار دشمن را از پا درآوردید. پس از آن، اسیران جنگ را محکم به بند کشید آنگاه یا به منت آزاد کنید یا به فدیه. تا آنگاه که جنگ به پایان آید. و این است حکم خدا. و اگر خدا می‌خواست از آنان انتقام می‌گرفت، ولی خواست تا شما را به یکدیگر بیازماید. و آنان که در راه خدا کشته شده‌اند اعمالشان را باطل نمی‌کند.

(سوره انفال آیه ۳۹): و (ای مؤمنان) با کافران نبرد کنید تا دیگر فتنه‌ای نباشد و دین همه دین خدا گردد پس اگر باز ایستادند، خدا کردارشان را می‌بیند. و...

گروه داعش است و محققان این تحقیق به دنبال آن هستند که با نگاهی جامعه‌شناسانه، نقش این فیلم‌ها در هویت‌سازی دوگانه خودی و غیرخودی توسط این گروه تروریستی را مورد واکاوی قرار دهند.

طبق دیدگاه متفکران حوزه جامعه‌شناسی هنر، آثار هنری یک جامعه در هر بازه زمانی نمایانگر تجربه‌های مشترک مردم آن جامعه و فیلتری برای شناخت بهتر آنان و تفکرات رایج در میان ایشان است (دوونینو، ۱۳۷۹: ۴۱). از همین رو هدف از نگاه جامعه‌شناسانه به یک اثر هنری، تحلیل معنایی و مفهومی آن و یافتن ارتباط این معانی و مفاهیم با ساختار جامعه معاصر اثر است، که منتج به شناخت بهتر دیدگاه‌ها و تفکرات رایج در آن جامعه می‌شود. به‌طور کلی در حوزه جامعه‌شناسی هنر دو نظریه یا رویکرد کلی وجود دارد که عبارت‌اند از: رویکرد بازتابی و رویکرد شکل‌دهی. رویکرد بازتابی معتقد به تأثیر تفکرات و ایدئولوژی‌های حاکم بر جامعه، بر روی آثار هنری است و هر اثر هنری را آینه‌ای برای شناخت بهتر جوامع می‌داند. نظریه یا رویکرد شکل‌دهی عکس این دیدگاه را مطرح می‌کند و بر این اندیشه استوار است که گاه آثار هنری در مرتبه‌ای بالاتر از جامعه قرار می‌گیرند و ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های یک جامعه را می‌سازند (راودراد، ۱۳۸۶: ۶۷-۶۹).

آن‌طور که مشخص است گروه تروریستی داعش نگاهی ابزاری به هنر دارد و با ساخت فیلم‌های تبلیغاتی گوناگون به تبیین دیدگاه‌های خود می‌پردازد. از همین رو و با توجه به نظریه یا رویکرد بازتابی در مبحث جامعه‌شناسی هنر، با بررسی و تجزیه و تحلیل فیلم‌های تبلیغاتی داعش می‌توان ایدئولوژی‌ها و تفکرات این گروه تروریستی را مورد بررسی و واکاوی قرار داد.

اهمیت مسئله

امروزه نگاه بخشی از جامعه جهانی به دین مبین اسلام و پیروان آن، با توجه به حوادث و رخداد‌های صورت گرفته در هزاره جدید تغییر کرده است و رسانه‌های ضداسلامی با تبلیغاتی گسترده، این دین را مروج خشونت و فعالیت‌های تروریستی معرفی می‌کنند. از سوی دیگر گروه تروریستی داعش که با حمایت‌های مادی و معنوی حکومت‌های ضداسلامی (و یا به ظاهر اسلامی) شکل گرفته است، بیش‌ازپیش آب به آسیاب دشمن می‌ریزد و با ساخت فیلم‌های تبلیغاتی گسترده از اعمال خشونت بار خود بر گسترش تفکرات ضداسلامی در جهان دامن می‌زند. داعش با برداشتی غلط و تک‌بعدی از مفهوم هنر در اسلام، آن را تا حد یک ابزار تبلیغاتی پایین آورده و جنبه قدسی و زیبایی‌شناختی آن را نادیده گرفته است.

به‌طورکلی هنر اسلامی از پارادایم‌هایی مانند هستی‌شناسی، انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی، دین‌شناسی و معرفت‌شناسی تشکیل شده است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۷) و در تعریف آن، دو رویکرد وجود دارد. رویکرد اول هنر اسلامی را به‌عنوان هنری دینی و معنوی معرفی می‌کند که هدف هنرمند در آن، تجلی مضامین دینی و الهی بر روی زمین است (مریدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۹-۸۰). وی برای آنکه اثری را بیافریند باید واجد حالتی از صدق و اخلاص باشد و هدف استعلایی هنر رسیدن به قرب الهی است (نصر، ۱۳۷۵: ۲۰). در این رویکرد هنرمند مصداقی دقیق برای این آیه شریفه است که می‌فرماید: «و مشرق و مغرب از آن خداست پس به هر طرف رو کنید به جانب خدا روی آورده‌اید...» (قرآن کریم، سوره ۲: آیه ۱۱۵). لیکن در رویکرد دوم فارغ از مباحث دینی، نگاهی فرهنگی، انسانی و اجتماعی به مقوله هنر وجود دارد و اصطلاح «اسلامی» نه تنها به مذهب، بلکه بیشتر به فرهنگ غنی سرزمین‌هایی که آیین اسلام در آنها رواج دارند اشاره

دارد (مریدی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۹-۸۰) و هدف هنرمند در این رویکرد خلق اثری هنری در چارچوب‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه اسلامی است. هرچند که از دیدگاه برخی متفکران این دو رویکرد از یکدیگر جداشدنی نیستند و در هنر اسلامی نوعی وحدت وجود دارد (بورکهارت، ۱۳۶۱: ۳).

آن‌طور که مشخص است دیدگاه داعش به مقوله هنر تفاوت‌های عمده‌ای با نگرش اصیل اسلامی دارد و همان‌گونه که بعد از انقلاب کمونیستی روسیه، ساختارگرایان (کانستراکتیویست‌ها) بر ضد شعار «هنر برای هنر» قد علم کردند و هنر را به مثابه ابزاری برای حرکت به سوی آینده می‌دانستند، داعش نیز تلاش دارد تا از هنر تنها به عنوان ابزاری برای پیشبرد اهداف خود استفاده کند. گوردن گراهام^۱ اهداف واقعی هنر را لذت‌بخشی، زیبایی، انگیزش احساس و بالا بردن فهم و معرفت می‌داند، هرچند که خود نیز اذعان دارد که این اهداف در دوران معاصر و با قدرت‌گیری نگرش‌های تندرو مانند مارکسیسم، ساختارگرایی و ... در زمره زوائد درآمده و بیشتر جنبه کاربردی به خود گرفته‌اند و دیدگاه‌های فلسفی درباره هنر رو به منسوخ شدن است (گراهام، ۱۳۸۷: ۸۹، ۳۳۳-۳۳۴).

بررسی مسئله حاضر از این‌رو حائز اهمیت است که تفاوت‌های بنیادین شعارهای تبلیغاتی به ظاهر دینی داعش را با مفاهیم اصیل اسلامی مشخص می‌سازد و نگرش ابزارانگاران این گروه تروریستی به مقوله هنر و رسانه را به چالش خواهد کشید.

رویکرد نظری تحقیق: نظریهٔ بازنمایی و کلیشه‌سازی

هال^۱، بازنمایی^۲ را به همراه تولید، مصرف، هویت و مقررات، بخشی از چرخهٔ فرهنگ می‌داند. او در ابتدا بازنمایی معنا و زبان را به فرهنگ ربط می‌دهد (هال، ۱۹۹۷: ۱۵) و سپس در ادامهٔ بحث خود، به بسط ابعاد مختلف ایدهٔ بازنمایی که مشتمل بر مفاهیم معنا، زبان و فرهنگ است می‌پردازد و نگاهی نو به مفهوم بازنمایی را شکل می‌دهد. هال برای توضیح چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا و زبان برداشت‌های متفاوتی از بازنمایی را طبقه‌بندی می‌کند. او بر این اساس سه «رهیافت بازتابی»، «رهیافت تعمدی» و «رهیافت برساخت‌گرا» را تبیین می‌کند (بشیر و تلوری، ۱۳۹۵: ۱۱۵).

در رویکرد بازتابی تصور بر این است که معنای مربوط به هر چیز، شخص، ایده یا رویداد در جهان واقعی قرار دارد و زبان مانند آینه‌ای عمل می‌کند که معنای کاملی را که از قبل در جهان وجود دارد بازتاب می‌دهد (رفعت‌جاه و هومن، ۱۳۹۶: ۴۲۳). بر اساس نظریهٔ بازتابی، هنرها واقعیات را به صورت نمادین و رمزگونه به نمایش می‌گذارند، در نتیجه شکل آنها متأثر از قواعد زیبایی‌شناختی است، اما محتوای آنها از ایدئولوژی‌های موجود در جامعه نشئت می‌گیرد (راوودراد، ۱۳۸۶: ۶۸-۶۹). رویکرد جامعه‌شناختی به ما کمک می‌کند تا بفهمیم هنر تا چه اندازه جامعه را بازتاب می‌دهد و چگونه می‌تواند به جامعه شکل دهد. این رویکرد پیچیدگی تولید هنر و سازوکارهای توزیع آن را نشان می‌دهد (الکساندر، ۱۳۹۳: ۴۵۷). از همین رو با نگاه جامعه‌شناسانه به فیلم‌ها یا کلیپ‌های تبلیغاتی ساخته‌شده توسط جوامع یا گروه‌های مختلف می‌توان به نوع نگرش و اهداف اصلی آنها پی برد.

1. Hall
2. Representation

در رویکرد تعمدی عقیده بر این است که مؤلف معنای واحد خود را از راه زبان در جهان بازنمایی می‌کند. واژگان همان معنایی را دارند که به باور مؤلف باید آن معنا را برسانند و در رویکرد برساخت‌گرا بر ماهیت عمومی و اجتماعی زبان تأکید می‌شود مبنی بر اینکه جهان مادی نیست که ناقل معناست، بلکه سیستم زبان که ما برای انتقال مفاهیم خودمان از آن استفاده می‌کنیم مسئول اصلی تولید معناست (رفعت جاه و هومن، ۱۳۹۶: ۴۲۳).

هال با طرح رهیافت برساخت‌گرایانه، این بحث را مطرح می‌کند که رسانه‌ها واقعیت را به رمز درمی‌آورند و آن را بازتاب نمی‌دهند (بشیر و تلوری، ۱۳۹۵: ۱۱۵). رهیافت برساخت‌گرا دو رویکرد را دربردارد: الف) رویکرد نشانه‌شناختی که به بازنمایی و زبان و تولید معنا توجه دارد و ب) رویکرد گفتمانی که به تأثیر و پیامدهای بازنمایی توجه دارد (همان).

از نظر هال، زبان در مفهوم عام آن مطرح است و طیف وسیعی مشتمل بر زبان نوشتاری، گفتاری، تصاویر بصری، زبان علائم حرکتی، زبان مد، لباس، غذا و ... را دربرمی‌گیرد. هال خود در این باره می‌گوید: «آنچه من به‌عنوان زبان مورد بحث قرار می‌دهم بر مبنای تمام نظریه‌های معناشناختی استوار است که بعد از چرخش زبانی در علوم اجتماعی و مسائل فرهنگی مورد توجه قرار گرفته است» (هال، ۱۹۹۷: ۱۹۳).

راهبرد دیگر بازنمایی، نظریه طبیعی‌سازی است. این نظریه بر آن است که آثار هنری با نمایش منظم از اشکال خاص زندگی اجتماعی، به آنها بُعدی طبیعی می‌بخشند. آثار هنری با این کار، کلیشه‌های رایج اجتماعی درباره گروه‌های اجتماعی موجود در جامعه را بازتولید می‌کنند، به آنها بُعدی فرازمانی و فرامکانی می‌بخشند و به همین دلیل تغییر آنها در آینده را دشوار می‌کنند. پس در سیاست بازنمایی از یک سو کلیشه‌ها ساخته می‌شوند و از

طرفی دیگر غیرتاریخی و طبیعی جلوه داده می‌شوند؛ به طوری که تغییر آنها غیرممکن به نظر برسد. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۲۴ - ۱۲۷).

کلیشه در ساده‌ترین حالت بر ویژگی‌هایی ثابت و تکراری دلالت می‌کند و کلیشه‌ها ایده‌ها و فرضیاتی در حال جریان درباره گروه‌های خاصی از افراد هستند. کلیشه‌ها مانند دو روی یک سکه عمل می‌کنند؛ آنها از یک سو به طبقه‌بندی گروه‌ها می‌پردازند و از سوی دیگر آنها را ارزیابی می‌کنند. بنابراین کلیشه‌ها دربرگیرنده سوپرای ارزیابی هستند که قضاوتی جهت‌دار را دربردارند. گرچه کلیشه‌ها به دو شکل مثبت و منفی دیده می‌شوند، اما اغلب آنها دارای بار منفی هستند و سعی می‌کنند از مجرای موضوعاتی سهل‌الوصول ادراکی از موقعیت یک گروه را فراهم آورند که به شکل قطعی و مشخصی، تفاوت‌های موجود در بین گروه‌ها را برجسته سازند. این امر در حالی از خلال فرایندهای کلیشه‌سازی تحقق می‌یابد که از طیف وسیعی از تفاوت‌ها در بین گروه‌های مدنظر چشم‌پوشی می‌شود و کلیشه‌ها از خلال فرایندهای ساده‌سازی سعی در یکدست‌سازی این تفاوت‌ها دارند. در حالت کلی کلیشه‌سازی فرایندی است که بر اساس آن جهان مادی و جهان ایده‌ها در راستای ایجاد معنا، طبقه‌بندی می‌شود تا مفهومی از جهان شکل گیرد که منطبق با باورهای ایدئولوژیکی باشد که در پشت کلیشه‌ها قرار گرفته‌اند (سروری زرگر، ۱۳۸۹: www.hamshahrtraining.ir/news-3211.aspx).

حال در بیان دیدگاه خود درباره کلیشه‌سازی به مقاله ریچارد دایر^۱ (۱۹۷۷) استناد می‌کند. دایر در این مقاله به تفاوت مهمی اشاره می‌کند که میان دو اصطلاح طبقه‌بندی و کلیشه‌سازی وجود دارد. از منظر دایر، بدون استفاده از طبقه‌بندی‌ها امکان معنادهی به جهان بسیار دشوار است (گرچه ناممکن نیست)، چراکه به کمک مفاهیم یا طبقه‌بندی‌های موجود

1. Richard Dyer.

در ذهن است که با انطباق آنها با مفاهیم عام، امکان درک و مواجهه با جهان ممکن می‌شود. مبنای نظری بحث دایر، مفهوم طبقه‌بندی آلفرد شوتز^۱ است (دایر، ۱۹۷۷ به نقل از هال، ۱۹۹۷: ۲۵)

به عقیده شوتز هیچ واقعیتی به شکل ناب و سرراست وجود ندارد. تمام واقعیت‌ها از حقایق بیرونی نشئت می‌گیرند و محصول انتخابی از بین یک بافت جهانشمول‌اند که این انتخاب و گزینش از طریق فعالیت‌های ذهن افراد صورت می‌گیرد (شولتز به نقل از فلیک^۲، ۲۰۰۵: ۳۱). هال کلیشه‌سازی را کنشی معناسازانه می‌داند و معتقد است که اساساً برای درک چگونگی عمل بازنمایی نیازمند بررسی عمیق کلیشه‌سازی‌ها هستیم (هال، ۱۹۹۷: ۲۵۷).

آن‌طور که به نظر می‌رسد، هر چیزی که در فرایند پردازش اطلاعات دخیل است می‌تواند ابزار کلیشه‌سازی باشد؛ از تأثیرات فناورانه گرفته تا ساختارهای روان‌شناختی افراد. به عبارت دیگر، رسانه‌ها به‌عنوان میانجی انتقال اطلاعات، از فرایند تولید کلیشه‌ها مستثنی نیستند. آنها کلیشه‌ها را می‌سازند، تقویت می‌کنند، بازتولید می‌کنند و حتی به اضمحلال می‌کشند. از همین رو، مقاله حاضر تلاش دارد تا با استفاده از نظریه بازنمایی و کلیشه‌سازی هال، فیلم‌های تبلیغاتی داعش را مورد بررسی و کندوکاو قرار دهد.

روش تحقیق

از آنجایی که موضوع مهم در کارکرد نشانه‌ها بحث تولید معنا و چگونگی معنادار شدن جهان توسط نظام نشانه‌هاست (چندلر، ۱۳۸۶: ۲۵)، در این پژوهش از روش نشانه‌شناسی استفاده شد و از آنجایی که قلمرو پژوهش حاضر را محتواهای متنی و تصویری موجود در

1. Alfred schutz
2. Flick

فیلم‌ها تشکیل می‌دهند - که مفاهیم موجود در آن از فیلمی به فیلم دیگر متفاوت است - از تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. در این پژوهش توصیف کیفی نشانه‌ها در کلیپ‌ها به صورت نظام‌دار انجام شد و تحلیل محتوای کیفی فیلم‌ها با توجه به کلیت تصاویر و متون موجود در فیلم به صورت کدگذاری شده در سه مرحله، یعنی کدگذاری اولیه، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام گرفت.

جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها

در این بخش ابتدا کلیپ‌ها به صورت مجزا تحلیل شدند و در نهایت در مقایسه با هم، بازنمایی داعش از هویت خودی و دیگری در فضای مجازی آورده شد.

تحلیل فیلم شماره ۱

مدت زمان	محور اصلی
۴ دقیقه و ۲۷ ثانیه	دعوت به عملیات تروریستی در فرانسه

بازپس‌گیری حقوق مسلمان در کشورهای اروپایی و دعوت به ایجاد آشوب، محتوای اصلی فیلم شماره ۱ است. این فیلم به عملیات تروریستی فرانسه اشاره دارد و قصاص مردم فرانسه توسط داعش را بازخورد اعمال گذشته آنان می‌داند و در دقیقه ۳ و ۲۵ ثانیه فیلم خطاب به مردم و دولت فرانسه می‌گوید:

"This is the result of your deeds"^۱

هویت گروهی داعش در اروپا به شدت نیازمند تعریف خودی و دیگران است. آنها با تعریف اعضای برون‌گروه به عنوان دشمن، هر فعالیت و رفتاری را برای بازپس‌گیری حقی که در صدد دستیابی به آن هستند، مجاز می‌شمرند. ظلم پیشین اروپا و امریکا موجب شده

۱. این پیامد اعمال شماست.

است که قصاص بر اساس توانمندی امروز را مجاز و خشونت اعمال شده امروز توسط داعش را، نتیجه رفتار و عملکرد استعمار دیروز اروپا و امریکا بدانند. هویت خودی و دشمن با استفاده از مفاهیم دینی-سیاسی صورت گرفته که در جدول زیر نشان داده شده است:

نشانه‌ها	
اسلام	هویت خودی
الله	
پیروزی	
شهادت	
انتقام از ظالمان	
دولتمردان فرانسه و امریکا	هویت دشمن
کافران فرانسوی	
کشتار کودکان و مسلمانان	

نظریه هویت اجتماعی بر این باور است که اگر رقابت گروه‌ها صرفاً بر سر منابع مادی باشد، تعارض با توزیع عادلانه منابع قابل حل و فصل است. ولی اگر رقابت بر سر افتخار، احترام و ارزشمندی و بهتر دیده شدن باشد، پیروزی بر همه چیز معنا می‌یابد و حل تعارض دشوار می‌شود. بر همین مبنا این گروه‌ها تولیدات سایر گروه‌ها را بی‌ارزش می‌دانند و در تخصیص منابع به آنها تبعیض قائل می‌شوند (اسمیت و مکی، ۱۳۹۲: ۵۸۶-۵۸۸).

بر این اساس، مقولات شناسایی شده در فیلم شماره ۱ به قرار زیر استخراج شد:

- بازنمایی خودی و دیگری
- تهدید به ایجاد رعب و وحشت در کشورهای استعمارگر
- انتقام از فرانسه
- پاداش خیر خداوند برای کشتن دیگری (دشمن)

بازنمایی خودی و دیگری

فیلم با انعکاس صدای آشوب و آشفتگی مردم فرانسه بعد از عملیات انتحاری شروع می‌شود. سپس مانوئل والس^۱ در مقابله با این رفتار داعش سخنرانی می‌کند. والس به نمایندگی از مردم فرانسه و غرب، نمادی از دشمن مسلمانان است. موضع والس به‌عنوان نخست‌وزیر فرانسه، به‌نوعی اعلان جنگ از سوی فرانسه علیه داعش تلقی شده است و با به تصویر کشیدن بخش‌هایی از سخنان وی، دلایل کافی برای برخورد خشن با مردم فرانسه را ارائه کرده‌اند. تأکید بر بخش‌هایی از سخنان والس که آمادگی دولت برای برخورد صریح با داعش را بیان می‌کند:

"We will respond to this aggression with high revolve I told to our people: yes, with the will of destruction we will prevail."^۲

تصویری که داعش از دشمن ارائه می‌کند، حاکی از وجود ترس عمیق و استیصال در مواجهه با حملات داعش است. داعش با نشان دادن ظلم به کودکان مسلمان و کشتن آنها

1. Manuel Valls

۲- ما به این تجاوز با تمرکز بالایی پاسخ خواهیم داد...من به مردم [کشور] خود گفتم که ما با اراده بر این تخریب غلبه خواهیم کرد.

در کشورهای اسلامی مانند سوریه، رفتار متقابل خشن و تروریستی را وظیفه‌ای برای مسلمانان فرانسه معرفی می‌کند.

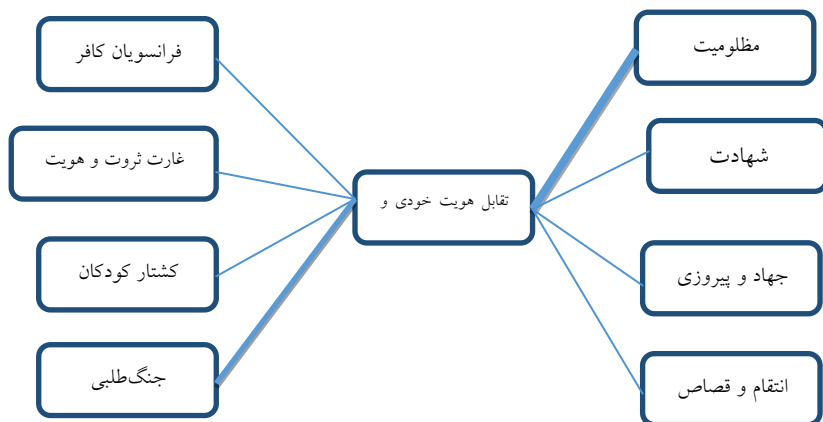
بازنمایی روشن از یک دشمن حقیقی و موضع او در برابر گروه داعش، مرزبندی حقیقی بین خودی و دیگری در یک نظام فکری و ایدئولوژیکی است. فرانسه به‌خاطر سرکوب مسلمانان ساکن در این کشور و حضور در جنگ‌های مختلف علیه مسلمانان، زمینه خوبی برای دشمن‌انگاری توسط داعش را داراست. دشمن در این کلیپ، ضعیف، آشفته و درمانده نشان داده شده است که کاری به‌جز قتل کودکان و غارت نفت و ذخائر کشورهای مسلمان ندارد. هویت خودی (گروه داعش) با استفاده از خود آرمانی و آرمان خود ترسیم شده بر پایه عزت نفس، حفظ سنت اسلامی، ایمان و شهادت و برابری است، درحالی‌که دشمن بر پایه تبعیض و نژادپرستی، بحران معنا، عدم قطعیت، آشوب و استیصال و برهم خوردن نظم ارزشی جامعه نشان داده شده است.

تعریف درون‌گروه و برون‌گروه در این کلیپ، باعث شده است تا فرانسه به‌عنوان دشمن در مراحل ضعف ساختاری و سیاسی خود جلوه کند و در این زمان، فرصت برای انتقال ظلم‌هایشان به مسلمانان ایجاد شده است:

" AND THE TIME HAS COME FOR REVENGE¹ "

وجود دشمن خارجی مشخص، به پیوند محکم‌تر اعضای درون‌گروه منجر می‌شود و خطر تفکیک درون‌گروهی و ایجاد اختلاف را کاهش می‌دهد. استفاده از دو زبان عربی (به عنوان زبان اسلام) و زبان فرانسه برای ارتباط‌گیری بیشتر با مسلمانان فرانسه است.

۱. زمان انتقام فرا رسیده است.



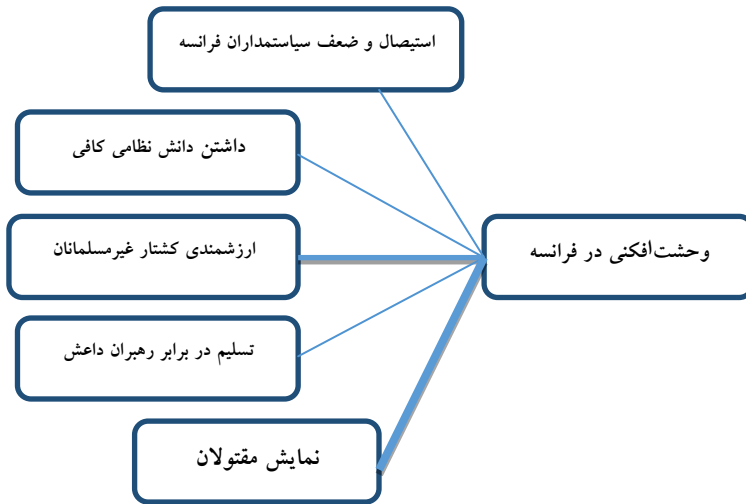
تهدید به ایجاد رعب و وحشت در فرانسه

برای تحقیر دشمن (دیگری) و همچنین افزایش روحیه در افراد درون‌گروهی (خودی)، بازنمایی تصاویری از دشمن در این فیلم آمده است که گویای ضعف و عجز دشمن است. نشان دادن افراد در هنگام اعدام یا سرهای بریده به همراه درماندگی پلیس و نیروهای امنیتی از آرام کردن مردم بعد از انفجارهای تروریستی در فرانسه، در همین راستا انجام شده است.

به این ترتیب آنان قصد دارند که از مسلمانان فرانسه در شرایطی که دشمن در ضعف به سر می‌برد، برای افزایش درگیری و انتقام سالیان ظلم و تجاوز به مسلمانان، برای مبارزه مسلحانه و خشن دعوت کنند. به دست آوردن قدرت و استفاده ماهرانه از ابزار و ادوات جنگی - به اعتقاد این فیلم- میدان جنگ را از کشورهای مسلمان به کشورهای غربی و به‌خصوص فرانسه و امریکا کشانده است:

"So we open the door of jihad in your lands and in your faces."^۱

رسیدن به موازنه قدرت با فرانسه برای بازپس‌گیری حق مسلمانان بر اساس روایات و آیاتی که در انتهای فیلم به‌عنوان پیام بیان می‌کنند، با کوچک شمردن دشمن بهتر میسر می‌شود.



در مقابل خشم و اضطراب مردم و دولتمردان فرانسه، نمایندگان داعش (چه رهبران و چه پیروان عادی) مصمم، خوشحال و با آرامش (حتی در هنگام اعدام و قتل دیگران) نمایش داده شده‌اند. در ادامه مفاهیم و نشانه‌هایی که گویای ضعف دیگری و قدرت خودی باشد، به این ترتیب استخراج شده است:

۱. ما درهای جهاد را بر شما و در سرزمین‌های شما باز می‌کنیم.

تصویر
نمایش قدرت نظامی
درماندگی و استیصال دولتمردان فرانسه
نمایش رفتار ایدئولوژیک پیروان
نمایش مقتولان
مثبت نشان دادن کشتار مردم غیرمسلمان

دلایل انتقام از فرانسویان

فرانسه در این فیلم به یکی از دشمنان اصلی داعش تبدیل شده است. دستور مستقیم به کشتار مردم فرانسه در شعر پس‌زمینه به‌کرات وجود دارد.

کشتار و ناامنی ایجادشده به‌مثابه موفقیت داعش در اروپا محسوب می‌شود. فرانسه آغازگر و هدف اصلی داعش است. پیام داعش برای برعهده گرفتن عملیات تروریستی در فرانسه را شاید بتوان در پیام یکی از رهبران داعش بین دقایق ۱:۲۸ تا ۱:۳۹ ثانیه ابتدایی فیلم دانست:

"By Allah you will pay a heavy price and a bitter end will follow after which Andalus will return"^۱

انفجارها و حملات انتحاری فرانسه تحت عنوان هدایایی برای سیاست‌مداران آورده شده است که عملکرد آنان در دهه‌های قبل، ظلم و تعدی بر مسلمانان است. انتقام یک کنش دینی و برای رسیدن به لقای پروردگار است. هویت‌بخشی به افراد در این بُعد از

۱. به خدا سوگند هزینه‌های سنگینی را پرداخت خواهید کرد و پایان تلخی پس از بازگشت از اندلس به سوی شما برخواهد گشت...

سوی زنجیره هم‌ارزی برای مقابله با ظلم کفار است. فرانسه و دولتمردانش کفاری (دیگری) هستند که باید به دست مسلمانان فرانسه (خودی) کشته شوند:

"Attack these KUFFAR however you can..."^۱

استفاده از مفاهیم و اصلاحاتی که بار ارزشی دینی دارند، برای دعوت مسلمانان فرانسه به انتقام و درگیری مسلحانه در داخل خاک فرانسه اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد. آنها با برجسته کردن حق سلب‌شده مسلمانان، دشمن‌شناسی و تحریک احساسات دینی، انتقام را عملی دینی و برای رسیدن به سعادت بشری و عدالت خواهی نشان می‌دهند:

"Now I direct my word to the Muslims in France"^۲

آنها با نام بردن از شهدایی مانند حضرت حمزه، جایگاه خودی‌های کشته‌شده را همانند شهدای اسلام می‌دانند و آنان را به انتقام سریع و خشن ترغیب می‌کنند:

"Destroy their souls. Make France Quake"^۳

حضور نیروهای فرانسوی به همراه ارتش امریکا در شمال سوریه برای مقابله با داعش، یکی دیگر از ریشه‌های این انتقام‌جویی از سوی داعش است. داعش با قائل بودن سرزمین شام و عراق برای خود، حضور دیگری برای سرکوب نیروهای تروریستی داعش را به‌منزله دخالت در جغرافیای سیاسی داعش و نیازمند مقابله و جنگ می‌داند.

۱- هرطور که می‌توانید به این کفار حمله کنید.

۲- اکنون حرف من مستقیماً با مسلمانان در فرانسه است.

۳- روح‌هایشان را نابود کنید... در فرانسه زلزله به پا کنید.

پاداش خیر خداوند برای کشتن دشمن (دیگری)

دشمنان همه کسانی هستند که خلافت داعش را قبول ندارند. در این فیلم تبلیغی-ترویجی، فرانسویان یکی از دشمنان مهم داعش عنوان شده‌اند. رسیدن به خداوند و مورد حمایت خدا قرار گرفتن، سعادتی است که در بهشت در انتظار این افراد است. غلبه امور معنوی بر لذت‌مادی، از شیوه‌های داعش در تبلیغ به کشتار محسوب می‌شود. این فیلم با استفاده از محرومیت نسبی مسلمانان و حقی که از سوی غرب برای داشتن زندگی بهتر سلب شده، جواز لازم برای کشتار مردم فرانسه را صادر کرده است. خداوند در این راه از دید مبلغان فیلم، همراه افراطیون داعشی نشان داده شده است:

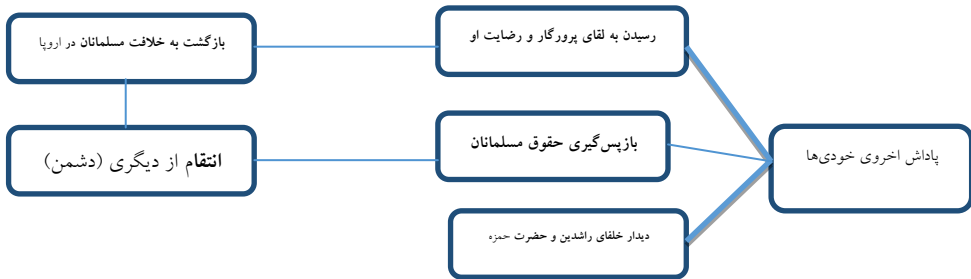
"Those whom Allah has blessed with the correct understanding of the texts and with care for..."^۱

دعوت به حمله نظامی در فرانسه به هر توان و وسیله، راهی برای رستگاری و رسیدن به خلفای راشدین، از دید مبلغان داعش است که در بهشت منتظر ورود شهدای داعش (خودی‌ها) هستند. آنان دیدار و هم‌نشینی با ابوبکر، عمر، عثمان و علی (ع) را به‌عنوان برکت و پاداش قبول دعوت و مبارزه مسلحانه در فرانسه نشان می‌دهند.

دشمن در هر گروه و رده‌ای مستحق کشته شدن است و رفتار جایگزینی برای آن برشمرده نشده است. برای ترغیب و اقناع مسلمانان فرانسه، تصاویر متعددی از اعدام و محاکمه رسانه‌ای افراد بی‌گناه و کشتار جمعی مردم در فضاهای عمومی آورده شده، درحالی‌که بعد از آن چهره خندان و راضی رهبران داعش آورده شده است. از بین بردن وحشت و ترس کشتن هم‌نوع و همچنین اضطراب و استرس ناشی از درگیری مسلحانه و کشتن افراد بیگناه با استفاده از نشانه‌های بصری، تأکیدات دینی، شعر و متن پس‌زمینه،

۱. کسانی که خداوند با درک درست به آنها برکت داده است و از آنها مراقبت می‌کند.

جلوه‌های نور و همچنین مواضع دشمنان داعش و رهبران داعش به تصویر کشیده شده است.



تحلیل فیلم شماره ۲

مدت زمان	محور اصلی
۵ دقیقه و ۳۰ ثانیه	پیوستن یا نپیوستن به داعش

فیلم برای سربازان داعش و کسانی که در ورطه خاکستری پیوستن یا نپیوستن به داعش قرار دارند، ساخته شده است. استفاده از نور و کلمات و لحنی که بیانگر پیروزی است، در طول فیلم به کرات وجود دارد. این فیلم کاملاً برای تقویت ایمان سربازان داعش در مبارزه ساخته شده است تا با پیوند خود به دعوت پیامبر و جهاد برای گسترش عدل، حوزه نفوذ و جمعیت پیروان خود را افزایش دهند. در این کلیپ مفاهیم زیر وجود داشتند:

تصویر
تخریب مظاهر زندگی دنیوی و پیشرفت علمی
اتحاد مسلمانان جهان
پاسخ به دعوت خدا و رسول خدا
پیروزی داعش
قصاص کفار

قدرت نظامی
افزایش پیروان
پرچم داعش

دسته‌بندی انجام شده از واحدهای معنایی و مقولات منتج از آن به قرار زیر است:

- اتحاد خودی‌ها در داعش
- جهاد برای عدالت
- مقابله با ظلم و تجملات
- پیروزی خودی‌ها

اتحاد خودی‌ها در داعش

در این فیلم، خودی‌ها در گروه‌ها و پوشش‌های مختلف نشان داده می‌شوند. پیوستن افراد و بزرگ‌تر شدن صف پیروان با سرودی که به زبان عربی خوانده می‌شود، همراه است:

"They are coming from everywhere!"^۱

زیرپا گذاشتن شناسنامه برای پیوستن به خلافت داعش، به معنای رد وابستگی‌های قومی و نژادی است. بریده‌های تصاویر از پیروان داعش بیانگر آن است که هم قدرت نظامی داعش افزایش یافته و هم توانسته است وسعت مرزهای فرهنگی خود را در جوامع مختلف گسترش دهد.

در این فیلم خلافت داعش به جامعه‌ای ایدئال برای مسلمانانی که به ظواهر دنیا دل نبسته‌اند و در تلاش هستند که از پیروان حقیقی رسول‌الله باشند، تبدیل شده است.

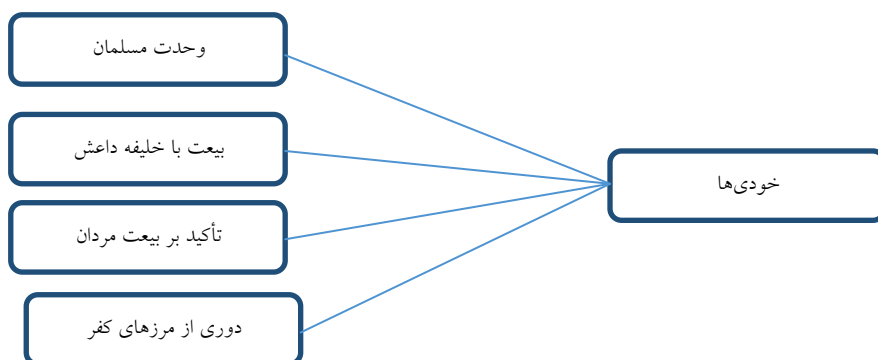
۱. آنها از هر جایی می‌آیند.

بخش‌هایی از کنش‌های مسلمانان در دنیای امروز نشان داده می‌شود که به مثابه خروج آنان از اسلام واقعی و درگیر شدن در مظاهر زندگی غرب است.

فیلم سلسله‌مراتب پیروی را نیز نشان داده است، پیروی خودی‌ها از رهبران داعش، پیروی زنان از مردان و به همین ترتیب سطوح مختلف پیروی در فیلم معنا یافته است. دعوت از خودی‌ها برای مقابله با ظلم و بیعت با خلیفه در کل فیلم بیان می‌شود:

"Brothers! Rise up!.... Let's go!"^۱

پیروان داعش (خودی‌ها)، همواره مردان جوان و جنگجو به تصویر کشیده شده‌اند که آمادگی لازم برای شهادت و کشتن افراد غیرمسلمان (دیگری‌ها) را داشته باشند. شجاعت در این نگاه با توان بیشتر برای غارت، تخریب و کشتار جمعی نمایان شده است. به عبارت دیگر، خودی‌ها افرادی صلح‌جو، اهل مذاکره و پیشرفت علمی نیستند و تنها نظر رهبران و شورای شریعت برای اجرای احکام را معتبر می‌دانند. آنها با اینکه از امکانات روز استفاده می‌کنند، اما در تلاش هستند سبک زندگی ساده‌زیستانه و مطابق با مسلمانان صدر اسلام را به نمایش درآورند.



۱. برادرها... بلند شوید... وقت رفتن است.

جهاد برای عدالت

شاید با اغراق بتوان تأکید بیش از اندازه بر جهاد در این فیلم را به‌مثابه مهم‌ترین ابزار هویت‌بخشی خودی‌ها برشمرد. جهاد به عنصری معنابخش برای اعضای داعش تبدیل شده است که بدون خونریزی و جنگ قادر به تثبیت خود و تحکیم خلافت داعش نیستند. در این فیلم عبارت‌هایی چون:

"Let's go Jihad! '.... We give our own Blood' Because the love to die'...."

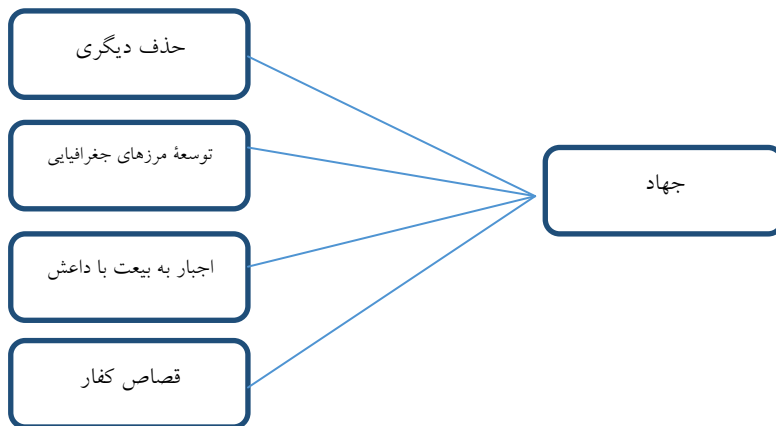
در ستایش جهاد و کشته شدن در راه خدا عنوان شده است.

جهاد یک عمل عبادی، کنش دینی و ضرورت برای هویت به تصویر کشیده شده است که هرکس برای اثبات خود و بیعت با خلیفه ناگزیر به حضور در میدان‌های جنگ داعش علیه سایر قومیت‌ها، ملیت‌ها، مذاهب و ... است. جهاد داعش علیه رشد، توسعه، غیرمسلمانان، زنان، تمدن و مسلمانانی که جزو داعش نیستند، است و هیچ بخششی برای افراد بیرون از این گروه (دیگری) وجود ندارد.

۱. به جهاد برویم

۲. ما خون خود را می‌دهیم

۳. چون عاشق مرگ هستیم



در سرود متن فیلم، نابودی دشمنان و انتقام از آنها نیز دیده می‌شود:

"They are destroying the enemies..."^۱

آنها با تأکید بر ایمان به سخنان رهبران خود برای مسلمان واقعی شدن، باور به واقعیات مورد تأیید عقل سلیم را رد می‌کنند و به خشونت و توسعه ترس در جهان برای افزایش قدرت خود تکیه دارند.

مقابله با ظلم و تجملات

ظلم و تجملات مادی در این فیلم یکسان انگاشته شده است. در سیطره خلافت داعش، عواملی که یادآور تمدن بشر و توسعه و پیشرفت علمی باشد، جایی ندارد. تنها عوامل تخریب و کشتار در نظام فکری داعش سودمند است و حکم به تخریب مابقی مظاهر زندگی مدرن امروز داده شده است. از سوی دیگر، در هویت‌یابی داعش از خود، او مسلمانان را در دو گروه تقسیم می‌کند. مسلمانانی که تن به ظواهر و تجملات زندگی

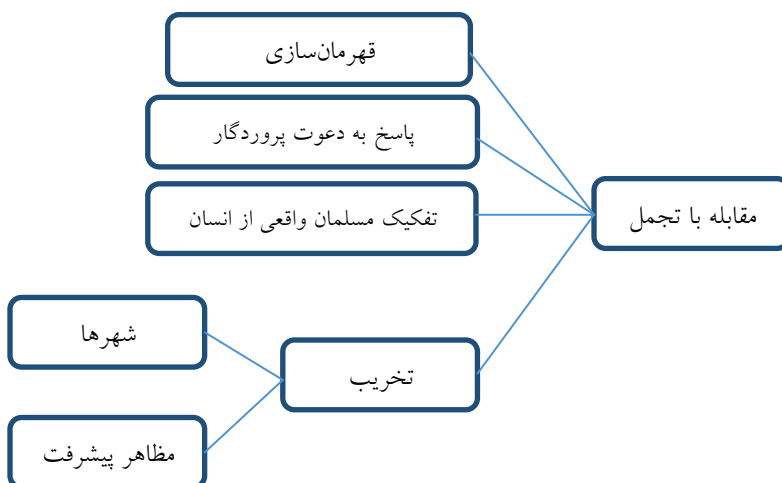
۱- آنها دشمنان را نابود می‌کنند

امروز داده‌اند و شبیه غیرمسلمانان رفتار می‌کنند و مسلمانان داعش که به سنت پیامبر و ساده‌زیستی باقی مانده‌اند، که دسته دوم را تابع اسلام حقیقی می‌داند.

آنان مسلمانان داعش را، ایثارگران و مبارزانی که علیه سرمایه‌داری می‌جنگند، معرفی می‌کنند و در مقابل، دیگری را علیه سرمایه‌داری و بازوی تقویتی آنان در خاورمیانه می‌دانند و به همین دلیل به همه مسلمانان هشدار می‌دهند:

"Make supplication in order that Allah accepts..."^۱

مرز خودی و دیگری در جامعه مسلمانان نیز با این تفاسیر مشخص می‌شود. از دیگر عناصری که برای داعش در این فیلم به‌مثابه دشمن (دیگری) آمده است، عناصر توسعه شهرها و امکانات رفاهی است. تخریب چندباره نیروگاه برق و خوشحالی خودی‌ها از انفجارهای پی‌درپی در آنجا، تخریب شهرها و ساختمان‌ها نیز حاکی از همین مسئله است که زندگی به دوران صدر اسلام و دوری از توسعه علمی بازگردد. در مجموع نمودار مقولات و کدهای انتخابی در این حوزه به قرار زیر است:



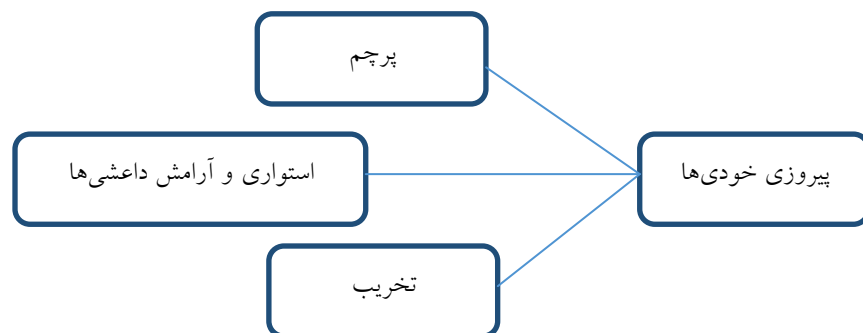
۱. درخواست خدا را بپذیرید.

پیروزی خودی‌ها

مهم‌ترین نماد پیروزی داعش فریاد الله‌اکبر و پرچم داعش است. وجود پرچم بیانگر آن است که داعش موفق به فتح آن سرزمین و پیروزی بر دشمنان شده و پرچم در احتزاز با همراهی پیروان داعش در حرکت است. تخریب و وسعت آن به همراه انفجارهای پیاپی نیز از دیگر مصادیق پیروزی داعش در سرزمین‌های تحت تصرف است. روز پیروزی برای خودی‌های داعشی، همان روز قضاوت دیگران است. آنان با محاکمه دیگران، پیروزی خود را به آنها نشان می‌دهند:

"The day of judgment"^۱

برخلاف تصاویر مربوط به مظاهر پیشرفت و تجملات، تصاویر مربوط به پیروزی و احتزاز پرچم با تصاویر ثابت و بدون پارازیت پخش می‌شود و صدای تکبیر نیز به وضوح شنیده می‌شود. خشنودی و پیاده‌روی داعشی‌ها در سرزمین‌های اشغال‌شده، مصداق سوم در ثبت پیروزی توسط خودی‌های داعش تلقی می‌شود. به‌طورکلی می‌توان نمودار مربوط به نحوه بازنمایی پیروزی خودی‌ها را در فیلم شماره ۲ به قرار زیر ترسیم کرد:



۱. روز جزا.

تحلیل فیلم شماره ۳

مدت زمان	محور اصلی
۳ دقیقه و ۲۳ ثانیه	پیروزی خودی بر دیگری

در این فیلم، نتیجه رفتار دشمنان داعش (دیگری) نمایش داده شده است. تأکید بر پیروزی حتمی داعش و غلبه بر دشمنان، محور اصلی این فیلم تلقی می‌شود. آنها با تصویرسازی خود را به‌مثابه یک گروه شجاع نشان می‌دهند که برای خدا و برای جامع عمل پوشاندن به احکام خدا، کفار و دشمنان خدا را می‌کشند. مهم‌ترین مفاهیم و مقولات در این فیلم به قرار زیر است:

تصویر
پیروزی داعش
شکست دشمن
اعدام فردی و جمعی
عملیات انتحاری
انتقام
مبارزه به‌مثابه کنش دینی
شهادت

این فیلم نیز به زبان فرانسه است و از مسلمانان مهاجر برای افراد داوطلب در عملیات انتحاری استفاده کرده است. آنچه در این مرحله به‌عنوان روش تبلیغی این گروه تأمل‌برانگیز است، نشان دادن فضاهای تصویری‌ای است که مخاطبان را در یک جمع

نامتقارن شرایط زیست داعشی قرار می‌دهد. به این معنا که سر بریدن در کنار جنایات فیزیکی در کنار میزان تسلط اعضای این گروه به فناوری و ابزارهای ارتباطات جمعی، در کنار، رفت‌وآمدها و گفت‌وشنودهای فلسفی در بین اعضا با مخالفان، به همراه توانمندی‌های نظامی، در نهایت تصویری از داعش را ارائه می‌دهد که مخاطبان را به نقطه پرتگاه مسطح به لحاظ برداشت از این گروه نزدیک می‌کند. در مجموع مقولات استخراج شده در این فیلم به قرار زیر است:

- انتقام از دیگری
- وحشت جذاب
- سبک زندگی خودی‌های داعش

انتقام از دیگری

انتقام یکی از رفتارهای داعش برای مورد توجه قرار گرفتن و ابراز خود است. با ترویج انتقام و قصاص دیگری به واسطه عدم رعایت احکام الهی یا ستم به خودی، مرزهای فرهنگی داعش گسترش می‌یابد. برنامه‌دار شدن شیوه انتقام با تاکتیک‌های منسجم و تکرارشونده در طول یک فیلم نشئت گرفته از نظام فکری هویت‌ساز است.

انتقام یک عنصر حیاتی در تعریف هویت داعش است که از هر فرصتی برای نمایش آن استفاده شده است. در فیلم مذکور دشمنان در مقابله با خودی‌های داعش، تحقیر می‌شوند و راه فراری ندارند:

"Where are your troops?"^۱

۱. نیروهایتان (سربازانتان) کجا هستند؟

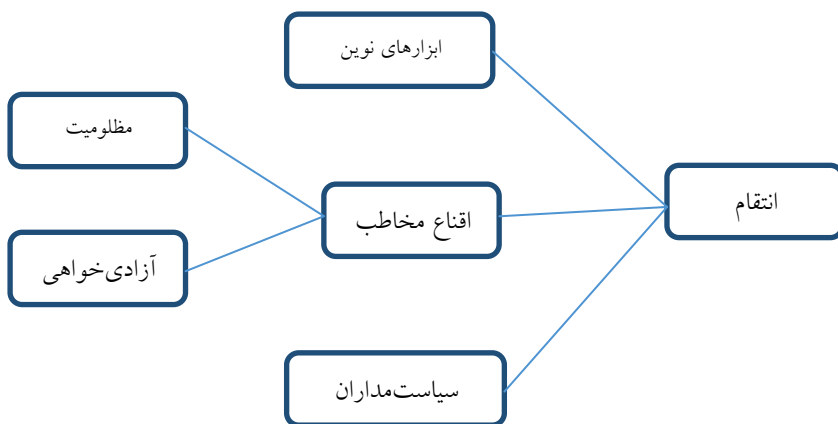
همچنین استفاده از تلفن همراه، اینترنت و لپ‌تاپ برای کسب اطلاع از نحوه کارکرد و چگونگی فعالیت اسلحه‌ها نشان‌گر آن است که داعش با استفاده از دانش و فناوری غرب، علیه غرب اقدامات منجمی را شکل داده است و از آنها انتقام می‌گیرد و این حملات و اعدام‌ها را شروع جنگ می‌داند:

"This is just the beginning"^۱

انتقام از مردم و سیاست‌مداران به صورت توأمان در نظر گرفته شده است. سیاست‌مدارانی مانند اوپاما از نظر آنان سگان جهنم هستند و مستحق قصاص:

"Listen! You, dogs of hell"^۲

انتقام با شیوه‌های مختلف در طول فیلم نمایش داده شده است: انتقام از سیاست‌مداران، اعدام فردی و گروهی، با اسلحه گرم، عملیات انتحاری، جنگ رودررو و



۱. این تازه شروع کار است.

۲. گوش دهید، شما سگ‌های جهنم هستید.

وحشت جذاب

ایجاد وحشت توسط گروه داعش بر اساس تضادها و جذابیت بخشیدن به ترس است. ترس مبتنی بر هیجان و میل به تجربه و یا تکرار آن حوادث به دلیل جذابیت‌های بصری و مشابه‌سازی با فیلم‌های اکشن در این کلیپ دیده می‌شوند. آرامش قاتلان و مقتول، استفاده از جلوه‌های بصری، متنوع بودن مکان اعدام، غیرمنتظره بودن شیوه اعدام و ... به مفهومی به نام وحشت جذاب در حوزه تبلیغات داعش ختم شده است. پیام‌های آنان در این حوزه کاملاً خشونت‌طلبانه و بدون گذشت است:

"The terror is now here! We want your blood!Bodies without legs..."^۱

پیام‌های منتقل شده به این سبک درصدد نشان دادن ضریب تسلط این گروه بر محیط عمل است که می‌تواند در ذهن مخاطب نوعی ترس مبتنی بر تصور از اقتدار توأم با نفرت از اسلام را ایجاد کند و در نهایت به مخاطب میزان خشونت‌طلبی و بی‌تفاوتی خودی‌های داعش از قتل عام را نشان دهد:

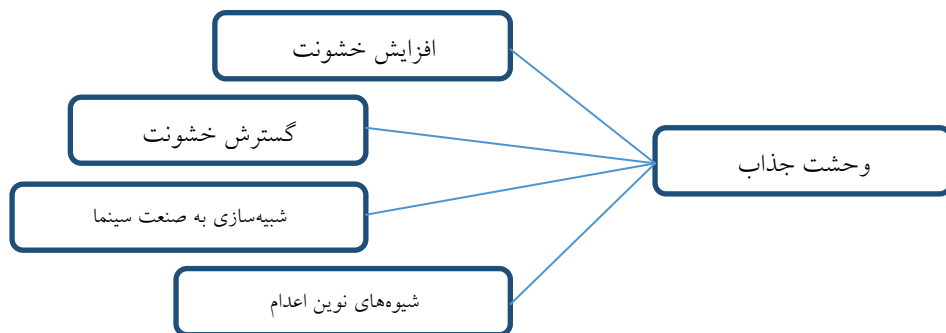
"A Creed sharp like knives"^۲

وحشت به شیوه‌های متنوع موجب می‌شود مخاطب همواره به دنبال شیوه‌های جدید خشونت باشد. کشتن آسان دیگری و عدم تغییر در چهره خودی (قاتلان)، این فیلم‌ها را به نوعی سرگرمی تبدیل کرده است که هم به توسعه خشونت و هم به تمایل به متنوع بودن آن منجر می‌شود. از بین رفتن قبح خشونت و همچنین افزایش تقاضا برای انواع خشونت

۱- ترور اکنون اینجاست... ما خون شما را می‌خواهیم... بدن‌های بدون پا.

۲- تیز و برنده همچون چاقو.

یکی از پیامدهای فیلم‌های رسانه‌ای داعش محسوب می‌شود. ارتباط مفاهیم در حوزه این مقوله به قرار زیر است:



سبک زندگی خودی‌های داعش

زندگی به سبک صدر اسلام و زندگی در بادیه و مکان‌های ساده در مقابل توان آنها در استفاده از فناوری روز اسلحه‌ها و وسایل نظامی به تضادی در زندگی و تفکر داعش تبدیل شده است. در سبک زندگی تصویرشده از داعش، زنان جایی ندارند، زیرا زن نمادی از احساسات نشان داده شده است. تنها در بخشی از فیلم که فرد پیامی به مادر خود ارسال می‌کند، غم و رنج مادر و خواهر فرد داوطلب بعد از شهادت او عنوان شده است. به عبارت دیگر، زنان در پس پرده و تحت حمایت مردان و رهبران هستند. حضور زنان با تلطیف فضا و ابراز دلتنگی فرد و گریستن همراه است:

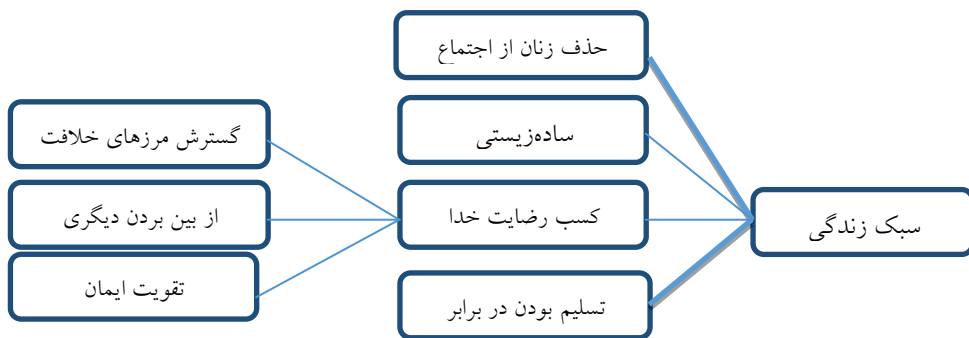
"Be sad your mother, your sons are Rushing to Allah"^۱

۱- مادر خود را داغدار کن... پسر ت برای رسیدن به خدا عجله دارد.

این تضاد در مقابله با رفتار فرد که درصدد کشتار افراد بی‌گناه است، مشاهده می‌شود. رفتار بر اساس الگوهای دینی و به‌دلیل کسب رضایت خداوند و از بین بردن دشمنان، این تقابل‌ها را در سبک زندگی داعش نشان می‌دهد. افرادی که در اروپا زندگی می‌کنند، از سطح رفاه برخوردارند و ساده‌زیستی تنها در خلافت اسلامی داعش امکان‌پذیر است. این ساده‌زیستی نصیب هر کسی نشده است و یک پاداش برای خلوص نیت و ایمان قوی خودی‌ها قلمداد می‌شود. برای رسیدن به بهشت موعود، داوطلبان پیوستن به داعش و یا داعشیان داوطلبان عملیات انتحاری، باید از دانش کافی و ایمان قوی برای ایثار و از خودگذشتگی برخوردار باشند؛ پاداش این افراد از سوی خداست:

"Allah who gave it to us"^۱

سبک زندگی داعش مبتنی بر تسلیم فرمان خداوند و خلیفه بودن، ساده‌زیستی، مبارزه مسلحانه برای هویت‌یابی، تعریف دشمن و عدم حضور زنان در عرصه عمومی جامعه است. رسالت آنان بازگشت به خلافت اسلامی و دوری از فناوری در زندگی روزمره است.



۱. خداوند کسی است که این (پاداش) را به ما عطا کرده است.

بحث و نتیجه‌گیری

ساختار داعش متشکل از تعریف هویت نظامی و خشن در برخورد با دیگران (دشمنان) و قدرت اسلام در بیان هویت خودی است. در این کلیپ‌ها نشانه‌ها و مفاهیم مختلفی وجود داشت که ساختار داعش را در کلیشه‌سازی هویت برحق و مطلوب داعش به تصویر می‌کشید.

دعوت به پیوستن به خلافت داعش نیز با دو رویکرد دوستانه و خصمانه است. کلاس و جمع‌های عقیدتی در مسجد برای تازه‌مسلمانان برگزار می‌شود تا رسمیت مسجد به‌عنوان مکان اعتقادی و جهادی در ذهن آنان نهادینه شود. در این بخش کلیشه‌سازی مدینه فاضله داعش به نمایش درآمده بود.

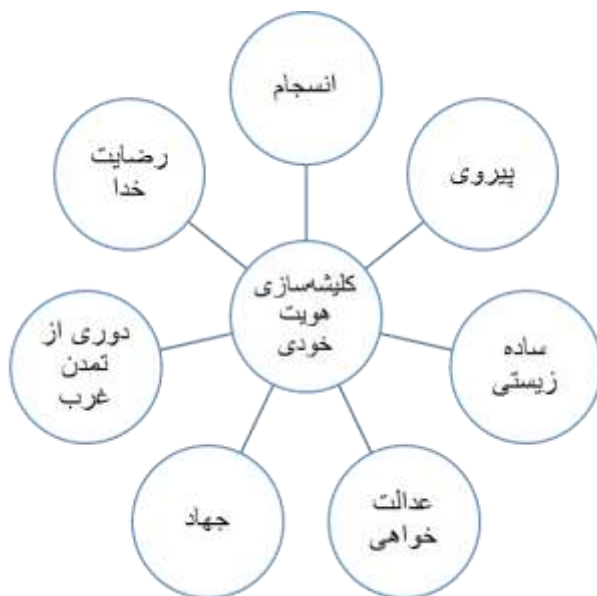
قدرت نظامی در بخش‌های مختلف این کلیپ‌ها عنصر مهمی در تعریف هویت خودی و ابزار نمایش اقتدار داعش در منطقه است. رویه مسلمانان داعش جبران شکست‌های مسلمانان منطقه در بیداری اسلامی و بازگشت به خلافت مسلمانان در صدر اسلام است. تشکیل حکومت داعش در این رویکرد نیازمند یک قدرت نظامی برای سرکوب دیگری و بازپس‌گیری حقوق مادی و معنوی خودی است تا بتوانند بر اساس آموزه‌های اسلامی و در سرزمین موعود داعش به تعالی و تزکیه نفس بپردازند.

باید اشاره کرد که تقابل هویت خودی و دیگری بر اساس کلیشه‌سازی صورت گرفته است. داعش درصدد است تا با نشان دادن چهره مطلوب و مطبوع از داعش و خلیفه و فرماندهان، چهره خشن داعش را اقدامی جهت بازپس‌گیری حقوق مسلمانان و قصاص غرب جلوه دهد.

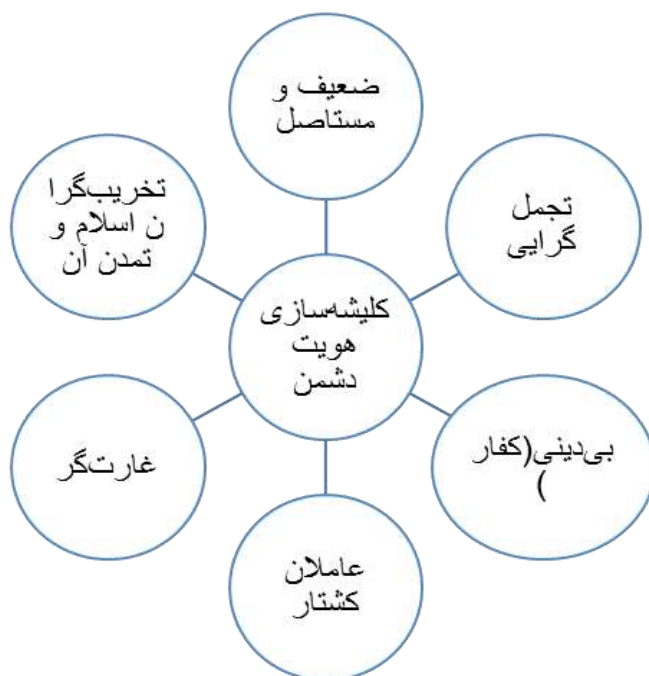
هویت خودی چهره آرام، مظلوم، مطیع، خندان، ساده‌زیست و تعالی‌گرا نشان داده شده است که از زندگی خود در سرزمین داعش رضایت دارد، درحالی‌که دیگری در شهرهای

ویران و در حالت اضطراب کشته شده است. ترس و دلهره به تصویر کشیده شده است تا در کنار نشان دادن زندگی ایدئال در خلافت داعش، عدم آرامش در دنیای متمدن غرب را نیز بیان کند؛ علت عدم آرامش دشمنان داعش و به‌طورکلی غرب، عواملی چون خشونت، کشتار و ظلم به مسلمانان عنوان شده است.

افراط در نوید آرامش و رسیدن به سعادت در صورت پیوستن به داعش موجب شده است تا مرز بین خودی و دیگری در این کلیشه‌سازی مثبت از زندگی داعشی، بسیار برجسته شود. استفاده از موسیقی در بیشتر شدن شدت تأثیر بر مخاطب در تمام کلیپ‌ها مشاهده می‌شود. به‌عبارت دیگر، زنجیره هم‌ارزی در هویت خودی با استفاده از ساده‌زیستی، عدالت‌طلبی، اتحاد، رضایت پروردگار، شهادت، عمل به دستورهای دینی، جهاد و مبارزه، سعادت اخروی، تفکیک جنسیتی جامعه، بازگشت به صدر اسلام، دوری از تمدن غرب، بازگشت به تعالی قدسی انسان و ... ترسیم شده است:



کلیشه‌دیگری (دشمن) نیز با محوریت غرب در این کلیپ‌های به نمایش درآمده است. غرب نمادی از قاتلان، انسان‌های دنیوی، تجمل‌گرا، ضعیف و ترسو به تصویر کشیده شده‌اند که جز غارت و استعمار مسلمانان، دستاورد دیگری در تمدن خود ندارند و به همین دلیل محکوم به نابودی هستند. برخورد با دشمن در این رویکرد سلبی است و بر اساس تمایز از هویت خودی تعریف شده است تا کلیشه‌دشمن در قالبی قرار گیرد که هیچ مرز مشترکی با هویت داعش نداشته باشد.



به این ترتیب کلیشه‌ای تمام‌مثبت و رحمانی از رهبران و فرماندهان و در سطح بعد از پیروان داعش ارائه می‌شود که در برخورد با خود رؤف و در برخورد با دیگری که وجه اشتراکی ندارد، بسیار خشن است. کلیشه‌سازی به آنان این امکان را می‌دهد تا فرصت برای

پوشاندن ضعف‌ها و نقاط تهدیدآمیز خود داشته باشند و با اغراق در تعریف هویت خودی، از ویژگی رعب و وحشت جذاب استفاده کنند تا نواقص خود را مخفی نمایند. به‌طورکلی داعش از مقوله هنر تنها به‌عنوان ابزاری برای پیشبرد اهداف تبلیغاتی خود استفاده می‌کند و با بهره‌گیری از امکانات و تجهیزات به‌روز، دست به ساخت فیلم‌های تبلیغاتی و انتشار آن در فضای مجازی می‌زند. آن‌طورکه مشخص شد هنر در تفکرات داعش محدود به ساخت فیلم‌های تبلیغاتی گوناگون و هدف آنها از این امر گسترش ایدئولوژی‌های خود در میان جوامع مختلف است، بنابراین دستگاه‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای داعش در فضای سایبری و محصولات ویدئویی و تصویری آن، نقش مؤثری در علاقه‌مند کردن جوانان مسلمان به این جریان و جذب آنها به جبهه‌های نبرد در عراق و سوریه داشته و با ایجاد فضای دوقطبی در جامعه به‌دنبال کسب هویتی مستقل و آرمان‌خواهانه و ایجاد رعب و وحشت در میان مخالفان بوده است.

منابع

- ابراهیم‌نژاد، محمد (۱۳۹۴)، *داعش، بررسی انتقادی تاریخ و افکار*. چاپ چهارم، قم: انتشارات دارالاسلام مدرسه اهل بیت (ع).
- اسمیت، الیور ار و مکی، دیان ام. (۱۳۹۲)، *روانشناسی اجتماعی*، ترجمه اردشیر اسدی و طاهره باغانی و دیگران، تهران: وانیبا.
- الکساندر، ویکتوریا (۱۳۹۳)، *جامعه‌شناسی هنرها: شرحی بر اشکال زیبا و مردم‌پسند*، ترجمه اعظم راوودراد، چاپ دوم، تهران: متن.
- بشیر، حسن و تلوری، علیرضا (۱۳۹۵)، *بازنمایی انگیزه حضور جوانان در دفاع مقدس: تحلیل گفتمان فیلم سینمایی اخراجی‌ها، مجله جهانی رسانه، نسخه فارسی*، پاییز و زمستان ۹۶. دوره ۱۱.

- پاکتچی، احمد و هوشنگی، حسین (۱۳۹۰)، *زمینه‌های تاریخی سلفیه، بنیادگرایی و سلفیه: بازشناسی طینی از جریان‌های دینی*، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- دووینو، ژان (۱۳۷۹)، *جامعه‌شناسی هنر*، ترجمه مهدی سبحانی، تهران: مرکز.
- راودراد، اعظم (۱۳۸۶)، *جامعه‌شناسی اثر هنری، پژوهشنامه فرهنگستان هنر*، شماره ۲، صص ۶۶-۹۱.
- رفعت‌جابه، مریم و هومن، نیلوفر (۱۳۹۴)، *تحلیل روایی و نشانه‌شناختی تصویر زن مطلقه در سینمای ایران، مجله زن در فرهنگ و هنر*، دوره ۷، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴.
- روآ، اولیور (۱۳۷۹)، *تجربه اسلام سیاسی*، ترجمه محسن مدیر شانه‌چی و حسن مطیعی، تهران: مرکز مطالعات فرهنگی بین‌المللی هدی.
- چندلر، دانیل (۱۳۸۶)، *مبانی نشانه‌شناسی*، ترجمه مهدی پارسا، تهران: سوره مهر.
- سروی زرگر، محمد (۱۳۸۹)، *نظریه بازنمایی در مطالعات فرهنگی*، مدرسه همشهری، بازنشانی شده در سه‌شنبه ۱۹ بهمن ۱۳۸۹ - ۱۸:۱۰:۰۵ به نشانی <http://www.hamshahrtraining.ir/news-۳۲۱۱.aspx>
- موسوی، ستاره؛ نیلی، محمدرضا؛ مسعود، محمد و نصر، احمدرضا (۱۳۹۵)، *رویکرد اسلامی به هنر و برنامه‌های درسی هنری در آموزش عالی. فصلنامه پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی*، سال بیست‌وچهارم، شماره ۳۱، صص ۹-۲۸.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹). *عصر اطلاعات / قدرت-هویت*، جلد دوم، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- کاظمی گودرزی، سیده‌زهرا (۱۳۹۵)، *بررسی مدیریت تبلیغات رسانه‌ای گروه‌های تکفیری برای جذب نیرو: مطالعه موردی مجله «دابق» متعلق به داعش*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه سور.
- گراهام، گوردن (۱۳۸۷)، *فلسفه هنرها، درآمدی بر زیبایی‌شناسی*، ترجمه مسعود علیا، چاپ سوم، تهران: ققنوس.
- مریدی، محمدرضا؛ تقی‌زادگان، معصومه و عبداللهی، هادی (۱۳۹۲). *تحلیل گفتمان‌های هنر در ژئوپولیتیک جهان اسلام، فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۵۴، صص ۷۳-۹۸.

- مهربان، احمد (۱۳۸۶)، جنگ علیه تروریسم و افزایش حملات انتحاری در عراق و افغانستان، *فصلنامه راهبرد*، سال ۱۶، شماره ۴۸، صص ۳۱-۵۶
- نصر، سیدحسین (۱۳۷۵)، *هنر و معنویت اسلامی*، ترجمه رحیم قاسمیان، تهران: سوره.
- هاسکینز، اندرو و اولافلین، بن (۱۳۹۲). *جنگ و رسانه: نبردهای تکثیرشونده*، ترجمه ملیحه مهدی‌زاده سراج، تهران: مؤسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور.

منابع لاتین

- Camara, H. (۱۹۷۱), *Spiral of Violence*, London: Sheed and Word Ltd.
- Dyer, R. (۲۰۰۵), *White, in Film Theory: Critical Concept in Media and Cultural Studies*, Vol. ۳, London, New York: Routledge
- Flick, U. (۲۰۰۵), *An Introduction to Qualitative Research*, Second Edition, London: Sage Publication
- Hall, S. (۱۹۹۷), *Representation: cultural representation and signifying practices*, California: SAGE.