

خلاصه

همچنان نتایج اولیه این پژوهش نشان می‌دهد که هرچند به علت محدودیت‌های ضد تروریسم در پلتفرم‌های آنلاین ساحه برد پیام‌های داعش کم است اما تاثیر آن بیشتر به نظر می‌رسد. شاخه خراسان داعش و گروه طالبان در سه «مفهوم» و نه «قالب رسانه‌ای» همدیگر را به نمایش می‌گذارند. مشروعیت‌زدایی دینی، مشروعیت‌زدایی جهادی و به چالش کشیدن بنیادهای ایدئولوژیک سه کلان مفهوم است که جنگ‌رسانه‌ای شاخه خراسان داعش و گروه طالبان بر محور آن صورت می‌گیرد.

این جنگ هرچند ابعاد فیزیکی نیز دارد اما نبرد آنلاین به مراتب با دامنه بیشتر و تلاش بیشتر صورت می‌گیرد و این نشان‌دهنده آن است که محیط‌های آنلاین در جهان بینی هر دو گروه اهمیت اساسی دارد. طالبان گروه داعش را بیشتر در قالب‌های «فتنه‌گر»، «خوارج» و «فریب‌خورده» به نمایش می‌گذارند؛ در حالی که داعش گروه طالبان را «کافر»، «مزدوران پاکستان» و «ممثلین درامه‌های کفری» می‌دانند که به سنت جهادی خیانت کرده و به عنوان ملیشه‌های قومی عمل می‌کنند. درواقع این جنگ را میتوان یک نبرد بزرگ، آرام، تاثیرگذار و تعیین‌کننده دانست که به گونه شناور در لایه‌های متفاوت جامعه دروان می‌کند.

دوئل جهادی‌ها در

فضای عمومی افغانستان؛

جنگ آنلاین «خلافت» و «امارت»

ابومسلم خراسانی

پژوهشگر مطالعات ارتباطات اجتماعی در

دانشگاه لایپزیک - آلمان



تماس با ما

@AISS_Afg @aiss_afg /AISSAfghanistan

contact@aissonline.org www.aissonline.org

فهرست مطالب

۱	چکیده.....
۲	مقدمه.....
۳	چارچوب نظری.....
۴	روش پژوهش.....
۵	جهاد و الگوهای رسانه‌ای.....
۷	مجله صدای خراسان (The voice of khorasan).....
۱۰	وبسایت المرصاد (Almirsad).....
۱۲	قاب‌بندی جهادی‌ها در جنگ آنلاین.....
۱۲	۱: مشروعیت‌زدایی دینی.....
۱۳	۲: مشروعیت‌زدایی جهادی.....
۱۴	۳: حمله به بنیادهای ایدئولوژیک.....
۱۶	نتیجه‌گیری.....
۱۸	محدودیت‌های پژوهش.....
۱۹	فهرست منابع.....
۲۰	منابع فارسی.....

چکیده

این رساله به منظور بررسی جنگ آنلاین میان «امارت» طالبان با «خلافت» داعش در فضای عمومی افغانستان صورت گرفته است که شامل دو بخش عمده می‌شود. در بخش نخست از روش نئوگرافی یا وب‌نگاری جهت بررسی وب‌سایت «المرصاد» طالبان و مجله «صدای خراسان» ارگان نشراتی شاخه خراسان گروه داعش استفاده شده که بیشتر بر مشاهدات تحلیلی نگارنده استوار است. بخش دوم با استفاده از نظریه قاب‌بندی به تحلیل و بررسی محتوای نشر شده در ماه‌های نوامبر و دسامبر سال ۲۰۲۳ وب‌سایت المرصاد و شماره‌های اول و سوم مجله‌ی صدای خراسان به این پرداخته است تا نشان دهد این دو گروه جهادی چطور هم‌دیگر را در محتوای نشر شده؛ قاب‌بندی یا «framing» می‌کنند. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که جنگ آنلاین میان گروه طالبان و شاخه خراسان داعش بخشی از حوزه عمومی آنلاین در افغانستان و به طبع آن در منطقه و جهان را به خود اختصاص داده است. هرچند میدان اصلی این جنگ در افغانستان و کشورهای پیرامون آن موقعیت دارد، اما براینکه این جنگ به گونه بالقوه تاثیر عمیق در سطح جهان دارد. تبلیغات رسانه‌ای و جنگ آنلاین این گروه‌ها در بستر اینترنت زمینه گسترش افراطیت مذهبی و بنیادگرایی اسلامی را مساعد کرده و تروریسم‌نو به مثابه شکل جهش‌یافته جریان تروریسم در جهان را تقویت کرده/ می‌کند.

هم‌چنان نتایج اولیه این پژوهش نشان می‌دهد که هرچند به علت محدودیت‌های ضد تروریسم در پلتفرم‌های آنلاین ساحه برد پیام‌های داعش کم است اما تاثیر آن بیشتر به نظر می‌رسد. شاخه خراسان داعش و گروه طالبان در سه «مفهوم» و نه «قاب رسانه‌ای» همدیگر را به نمایش می‌گذارند. مشروعیت‌زدایی دینی، مشروعیت‌زدایی جهادی و به چالش کشیدن بنیادهای ایدئولوژیک سه کلان مفهوم است که جنگ رسانه‌ای شاخه خراسان داعش و گروه طالبان بر محور آن صورت می‌گیرد. این جنگ هرچند ابعاد فیزیکی نیز دارد اما نبرد آنلاین به مراتب با دامنه بیشتر و تلاش بیشتر صورت می‌گیرد و این نشان‌دهنده آن است که محیط‌های آنلاین در جهان بینی هر دو گروه اهمیت اساسی دارد. طالبان گروه داعش را بیشتر در قاب‌های «فتنه‌گر»، «خوارج» و «فرب‌خورده» به نمایش می‌گذارند؛ در حالی که داعش گروه طالبان را «کافر»، «مزدوران پاکستان» و «ممثلین درامه‌های کفری» می‌دانند که به سنت جهادی خیانت کرده و به عنوان ملیشه‌های قومی عمل می‌کنند. درواقع این جنگ را میتوان یک نبرد بزرگ، آرام، تاثیرگذار و تعیین‌کننده دانست که به گونه شناور در لایه‌های متفاوت جامعه دروان می‌کند.

واژه‌های کلیدی: افغانستان، حوزه عمومی، بنیادگرایی اسلامی، شبکه‌های اجتماعی، جنگ آنلاین، تروریسم‌نو

تا پیش از فروپاشی نظام «جمهوری اسلامی افغانستان» در ۱۵ اگست ۲۰۲۱ رابطه گروه طالبان و شاخه خراسان گروه داعش در میانه همکاری‌های محلی و درگیری‌ها بر سر منابع، مشروعیت و جغرافیا در نوسان بود. در سطح رهبری طالبان؛ «شورای کویته» و «شورای مشهد» تاکید بر مبارزه نظامی داشتند در حال که شبکه‌های حقانی همکاری‌های استراتژیکی خود را با شاخه خراسان داعش حفظ کرده بود (Ibrahimi and Akbarzadeh, 2020). در سطح محلی اما این رابطه عمیق‌تر بود و فرماندهان میان‌رتبه طالبان با جنگجویان داعش در ارتباط مقطعی بودند، حمله مشترک جنگجویان طالبان به فرماندهی ملا نادر و داعش به فرماندهی شیرمحمد غضنفر به روستای هزاره‌نشین میرزاوولنگ نمونه این همکاری بود که منجر به کشته شدن ۵۲ غیرنظامی شیعه‌مذهب هزاره تبار شد (طلوع نیوز، ۲۰۱۷). درگیری‌ها و همکاری‌های داعش خراسان و گروه طالبان در میدان‌های نظامی و محیط‌های رسانه‌ای بعد از فروپاشی دولت پیشین افغانستان به دست طالبان وارد مرحله تازه‌ای از نبرد درون‌سازمانی میان گروه‌های جهادی شده است که هر یک خود را میراث‌دار سنت جهاد می‌دانند.

طالبان اکنون در قالب سازوکار یک رژیم فاقد مشروعیت ملی و بین‌المللی درآمده و شاخه خراسان گروه داعش تکتیک «تهاجم» و «تصرف» جغرافیا را به درگیری‌های شبکه‌ای، حملات انتحاری و از همه مهم‌تر جنگ آنلاین و فعالیت‌های تبلیغاتی تغییر داده است (احسانی، ۲۰۲۳) هرچند روایت «امارت طالبان» به روایت «جمهوریت» دولت پیشین افغانستان چیره‌گی یافت (Johnson, 2017) اما شاخه خراسان گروه داعش و گروه طالبان در یک جنگ رسانه‌ای در فضای عمومی آنلاین پیوسته در تلاش‌اند که از همدیگر به عنوان دو گروه جهادی رقیب مشروعیت‌زدایی کنند. برای این منظور شاخه خراسان داعش مجله‌ی صدای خراسان «Voice of Khorasan» را به نشر می‌سپارد و گروه طالبان وبسایت خبری-تحلیلی المرصاد را با شعار «مبارزه فکری علیه خوارچ» در هشت زبان منتشر می‌کند. هر دو این پایگاه‌های رسانه‌ای توسط پلتفرم‌های آنلاین به نشر می‌رسند. وبسایت المرصاد طالبان در شبکه‌های اجتماعی حساب‌های رسمی دارد اما مجله صدای شاخه خراسان داعش که توسط موسسه رسانه‌ای «العزائم» تولید و نشر می‌شود تنها از طریق پلتفرم تلگرام به نشر می‌رسد. نظر به محدودیت‌های ضد تروریسم شبکه‌های اجتماعی شاخه خراسان گروه داعش نمی‌تواند حساب‌های رسمی در شبکه‌های اجتماعی دیگر داشته باشد.

با این وجود؛ پرسش اساسی این است که دوئل گروه‌های جهادی در محیط‌های آنلاین چگونه صورت می‌گیرد، جنگ آنلاین آن‌ها چگونه بخشی از حوزه عمومی در افغانستان را به خود اختصاص می‌دهد؟ این مقاله در پی تبیین چگونه‌گی جنگ آنلاین امارت طالبان با خلافت داعش به عنوان دو گروه جهادی در افغانستان است. طالبان با روایت «امارت اسلامی» و داعش با روایت «خلافت اسلامی» در دو سمت این جنگ آنلاین سنگر گرفته‌اند که تبیین آن می‌تواند بخشی از وضعیت‌اکنون و دورنمای فردا را هم برای افغانستان که بستر اصلی این نبرد است و هم برای کشورهای منطقه و جهان روشن کند. از آن‌جای که پدیده‌های اجتماعی در بسترهای آنلاین مرزهای زمان و مکان را درمی‌نوردند خطرات و آسیب‌های فعالیت دو گروه بنیادگرای اسلامی می‌تواند تهدید جدی و بالفعل به تمام جهان تلقی شود. بستر فعالیت گروه

داعش و خصوصا شاخه خراسان این گروه تنها افغانستان نیست و شامل کل جهان می‌شود و صد البته که این گروه با داعیه جهاد جهانی وارد کارزار نظامی و فعالیت‌های رسانه‌ای در جنگ آنلاین شده است.

چارچوب نظری

این مقاله بر پایه تلفیق دو مفهوم و یک نظریه؛ یعنی جنگ آنلاین^۱، بنیادگرایی اسلامی^۲ و نظریه قاب‌بندی^۳ استوار است. جنگ‌ها به نسبت توسعه ابزارهای نظامی، فرصت‌های تکنولوژیک و بسترهای اجتماعی دچار تغییرات اساسی در عرصه جهانی شده‌اند. تا جای‌که این تغییرات اهداف، زمینه‌ها و ساحه‌ء بُرد جنگ‌ها را دگرگون کرده/ می‌کند. ماهیت جنگ‌ها از عصر شمشیر و نیزه به دوره‌ء راکت‌های قاره‌پیما، جنگنده‌های نقطه‌زن، سلاح‌های هسته‌ای و اکنون به نبرد آنلاین رسیده است که در بسترهای شبکه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد. حالا اینترنت بستر تازه‌ء از جنگ‌ها را ایجاد کرده است که از آن به عنوان «میدان نبرد جهانی» یاد می‌شود (Singer and Brooking ۲۰۱۹). جنگ رسانه‌ای با تاکید بر رسانه‌های سنتی و جنگ آنلاین در زیر مجموعه آن با تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی نوعی از جنگ‌های هستند که برای بحران‌سازی، ایجاد تنش و برتری در تاثیرگذاری بر افکار عمومی از سوی طرف‌های جنگ اتخاذ می‌شوند. هرچند این مفاهیم هم‌پوشانی بسیار دارند اما مراد نگارنده از جنگ آنلاین در آن‌جا بیشتر به استفاده گروه‌های بنیادگرایی مذهبی از محیط‌های آنلاین بر می‌گردد. در ادبیات تروریسم‌شناسی این نوع جنگ‌ها به نام «جهاد الکترونیکی» نیز تعریف شده است (Aly et al. ۲۰۱۷).

در جنگ‌های آنلاین تمرکز اصلی بر اقناع‌سازی مخاطب، تاثیرگذاری در افکار عمومی و تولید مشروعیت و برتری در روایت‌ها و اطلاعات است. گروه‌های بنیادگرایی اسلامی با استفاده از فرصت‌های که اینترنت و بسترهای آنلاین در اختیارشان قرار داده است؛ پیوسته در این محیط‌ها حضور دارند تا به اهداف سیاسی- نظامی خود برسند. جنگ آنلاین توسط گروه‌های بنیادگرایی اسلامی در زیرمجموعه‌ء مفهوم تروریسم‌نو نیز قابل تبیین است، در واقع این؛ گونه‌ء نوظهور از تروریسم است که به واسطه عملیات‌های روانی، جذب جنگجو از طریق شبکه‌های اجتماعی و با استفاده‌ء حداکثری از بسترهای آنلاین به ایجاد حراس جمععی، وحشت سازمان‌یافته و تاثیرگذاری در حوزه عمومی می‌پردازد و در واقع از اینترنت به عنوان یک کمپ آموزشی مجازی استفاده می‌کنند (Couzigou ۲۰۲۲). بنیادگرایی اسلامی از طریق این کمپ‌های آنلاین بدون محدودیت زمان و مکان و به گونه خزیده و شناور به تمام جهان دسترسی داشته و ارتباطات سازمانی و عملیاتی خود را تنظیم می‌کنند. هرچند تنها بنیادگرایی اسلامی مراد نویسنده است اما ذکر این نکته مهم

^۱ Online war

^۲ Islamic fundamentalism

^۳ Framing theory

است که تمام گونه‌های بنیادگرایی در جهان حالا از اینترنت استفاده کرده و در محیط‌های آنلاین حضور دارند

نظریه قاب‌بندی (framing theory) بیشتر در عرصه ارتباطات سیاسی در رسانه‌های اجتماعی به کار رفته است (Richard ۲۰۰۶) و تبیین‌کننده شیوه‌های ارسال پیام و تفسیر آن توسط گیرنده‌گان پیام می‌باشد. این نظریه از آن‌جا اهمیت دارد که قاب‌ها بر افکار عمومی تاثیرگذارند و افراد و گروه‌ها می‌کوشند تا با قاب‌بندی پیام‌های شان نخست بر اهمیت پیام تاکید کرده و در قدم دوم به افکار عمومی تاثیر بگذارند (Sheldon ۲۰۱۵). دولو و همکارانش در سال ۲۰۱۲ با استفاده از نظریه قاب‌بندی واکنش جریان‌های چپ و راست پیرامون «اعتراض اشغال وال استریت» در رسانه‌ها اجتماعی را بررسی کردند، آن‌ها دریافتند که راست‌گرایان معترضان را «کثیف و خطرناک» قاب‌بندی و چپ‌گراها را «حمایت» آن‌ها تاکید می‌کردند (Sheldon ۲۰۱۵). نظریه قاب‌بندی در رسانه‌ها از آنجای می‌تواند مبنای خوبی برای این بررسی باشد که تصویر گروه‌های جهادی از هم‌دیگر را به نمایش می‌گذارد و توضیح می‌دهد که گروه طالبان و شاخه خراسان گروه داعش به عنوان دو گروه بنیادگرای اسلامی چطور همدیگر را در یک جنگ آنلاین قاب‌بندی کرده و در حوزه عمومی آنلاین به نمایش می‌گذارند.

روش پژوهش

این پژوهش دو بخش عمده دارد؛ در بخش نخست از روش نتنوگرافی^۴، مردم‌نگاری آنلاین یا وب‌نگاری جهت بررسی ساختارهای رسانه‌ای مجله «صدای خراسان» شاخه خراسان گروه داعش و وبسایت تحلیلی «المرصاد» طالبان استفاده شده است. این بخش بیشتر بر مشاهدات نگارنده از این دو وبسایت و شبکه‌های اجتماعی که محتوای سایت‌ها را بازنشر می‌کنند، استوار است. بخش دوم که به تحلیل محتوا تمرکز دارد، از روش تحلیل مضمون جهت بررسی محتوای ارسال شده توسط این دو گروه‌ها بهره برده است. برای این منظور محتوای نشر شده در ماه‌های نوامبر و دسامبر ۲۰۲۳ سایت المرصاد طالبان و شماره‌های اول، و سوم مجله صدای خراسان مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. انتخاب ماه‌های نوامبر و دسامبر ۲۰۲۳ سایت المرصاد طالبان و شماره‌های اول و سوم مجله صدای خراسان بر اساس نمونه‌گیری هدفمند^۵ یا قضاوتی صورت گرفته و دلیل آن این است که در روش‌های داده‌بنیاد و تحلیل مضمون و دیگر روش‌های کیفی از آن استفاده می‌شود. از سوی دیگر نشرات داعش و گروه طالبان هم‌پوشانی‌ها و شباهت‌های بسیار دارد و برای همین نمونه‌گیری هدفمند برای پژوهشگر کمک می‌کند تا داده‌ها را برای تحلیل، هدف‌مندانه انتخاب کند.

^۴ Netnographic

^۵ Purposive sampling

از سوی دیگر برای بررسی زبان‌ها و فرمت‌های به کار رفته در این رسانه‌ها همان‌طور که در بالا یادآوری شد از روش ننتوگرافی یا وب‌نگاری استفاده شده است که در آن نگارنده پانزده شماره از مجله «صدای خراسان» شاخه خراسان گروه داعش و هم‌چنان وب‌سایت المرصاد و هشت حساب «ایکس-تویتر» رسمی این سایت را به گونه کلی بررسی کرده است. بناء می‌توان گفت که این پژوهش در کل بر اساس روش کیفی و در زیر مجموعه آن از روش‌های ننتوگرافی و تحلیل مضمون بهره برده است که نتیجه نهایی با استفاده از نظریه قاب‌بندی ارایه شده است. در این‌جا روش پژوهش در خدمت نظریه تحقیق استفاده شده است. ارایه نتایج بر محور نظریه قاب‌بندی به این پژوهش کمک می‌کند که نتایج به دست آمده را سامان‌مند کرده و از پراکنده‌گی موضوعات بکاهد. ذکر یک نکته دیگر در این‌جا مهم است که نویسنده این پژوهش در موارد قواعد مقاله‌های دانشگاهی را شکسته است و ممکن است در موارد از نگاه ساختاری این نوشته قواعد حاکم بر مقاله‌های علمی در دانشگاه‌های را لحاظ نکرده باشد.

جهاد و الگوهای رسانه‌ای

اسامه بن‌لادن بنیان‌گذار گروه القاعده پیش از همه به اهمیت رسانه‌ها در به کارگیری جهاد جهانی واقف بود. او در سال ۲۰۰۲ در نامه‌ای به ملا عمر رهبر گروه طالبان نوشت که جنگ رسانه‌ای قوی‌ترین روش در قرن حاضر است. بعدها اسناد به دست آمده از اقامت‌گاه او در ابیت‌آباد پاکستان نشان می‌داد که رسانه‌های آنلاین در جهانی بینی بن‌لادن اهمیت اساسی داشته‌اند و او در نامه دیگر تاکید کرده است که رسانه‌ها بخش بزرگی از نبرد امروز را به خود اختصاص می‌دهند (Klausen ۲۰۱۵). با این وجود استفاده بی‌پیشینه گروه دولت اسلامی «ISIS» از پلتفرم‌های رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی برای تاثیرگذاری در حوزه عمومی آنلاین؛ ماهیت، تعریف و شناخت گروه‌های بنیادگرای اسلامی از رسانه‌ها را دچار دگردیسی عمیق و تغییرات بنیادین کرده است، به گونه‌ای که اکنون یک نسل بعد از بن‌لادن، گروه‌های بنیادگرای اسلامی بسیار حساب شده و با دقت بیشتر از رسانه‌ها و خصوصاً شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌جویند.

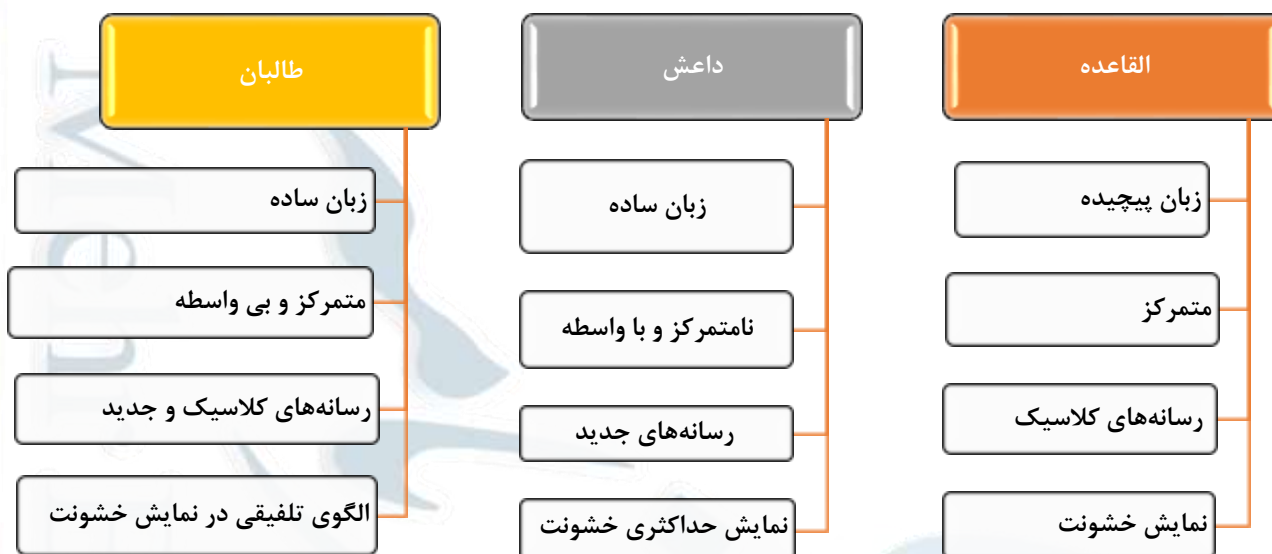
تا پیش از سال ۲۰۰۵ حتی استفاده از رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون در جهان بینی طالبان حرام مطلق بود. ملاهای مذهبی رسانه‌ها را نماد گسترش فحشاء و پدیده برای تخریب دین می‌انگاشتند؛ مولانا عمرسربازی روحانی سنی مذهب ایرانی در کتاب «شمشیر برهنه حیدر برگردن شیطان هر دری» که نزد طالبان و ملاهای مذهبی اعتبار زیاد دارد، ساخت، تولید، فروش و استفاده تلویزیون را حرام و حتی استفاده آن در پزشکی را جایز نمی‌دانست (سربازی، ۲۰۰۵). گروه داعش اما از بدو تولد در ماه جون ۲۰۱۴ اهمیت استفاده از رسانه‌های آنلاین را می‌دانست؛ فرماندهان میان‌رتبه و رهبران این گروه سال‌ها تجربه نبرد، جنگ‌های چریکی و عملیات‌های روانی را در کارنامه خود داشتند و برای همین خلافت داعش به خلافت دیجیتال نیز شهرت دارد (Atwan ۲۰۱۵). در حال که طالبان رسانه‌ها را حرام و تا پیش از سال ۲۰۰۵

تجربه زیاد در رسانه‌ستیزی و شکستن تلویزیون‌ها داشتند. حتی رهبران طالبان با انتشار روزنامه‌ها موافق نبوه و آن را ضایع وقت می‌دانستند. ملا حسن آخوند رییس‌الوزرای فعلی رژیم طالبان باری در دوره حاکمیت قبلی این گروه که وزیر خارجه بود روزنامه‌خوانی و انتشار رسانه‌های چاپی را کار بیهوده می‌دانست به وحید مزده گفته بود که از ملا عمر می‌خواهد تا دستور ممنوعیت انتشار این رسانه‌ها را بدهد (مزده، ۲۰۱۴).

در نخست طالبان با الگوبرداری از گروه القاعده رسانه‌ها را در خدمت اهداف خود گرفتند، این الگو بیشتر فردمحور و با استفاده از رسانه‌های کلاسیک مانند نشر ویدیوهای عملیات نظامی- انتحاری، ترانه‌های جهادی و سخنرانی‌های وابسته به این گروه بود که در قالب بسته‌های DVD به روش دستی در میان مردم توزیع می‌شد و هم‌چنان این محتوای رسانه‌ای به موبایل‌های هوشمند نیز قابل انتقال بود (خراسانی، ۲۰۲۳). میدان‌های جنگ نظامی تمرکز اصلی گروه طالبان را در بر می‌گرفت و کم‌تر به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و محیط‌های آنلاین فکر می‌کردند؛ برای همین طالبان بیشتر بر روش سنتی و با استفاده از مدارس دینی به جذب نیروی نظامی می‌پرداختند، آن‌ها خود را میانه‌روتر دانسته و بیشتر رفتار رسانه‌ای متمرکز داشتند که با الگوی القاعده توسط رهبران شان کنترل می‌شد. این بدان معناست که دو گروه صف‌کشیده در دو سمت این جنگ پیشینه متفاوت در مواجهه با رسانه‌ها داشتند. ذکر این نکته مهم است که طالبان در فهم رسانه و استفاده از آن بیشتر تابع گروه القاعده بودند. هرچند طالبان در پیام‌های تبلیغاتی شان خشونت را به پیمان‌ه وسیع به نمایش گذاشتند اما به نظر می‌رسد در نسبت به داعش عملکرد رسانه‌ای آن‌ها در نمایش خشونت متفاوت بوده است. از این‌رو می‌توان الگوی طالبان را یک الگوی تلفیقی از القاعده و داعش دانست.

وقتی در سال ۲۰۱۴ داعش با غوغای رسانه‌ای و تاثیرگذاری حداکثری اعلام حضور کرد طالبان نیز از آن تاثیر پذیرفتند و بعد از این تاریخ است که این گروه تغییر الگو داده و در کاربست شبکه‌های اجتماعی از گروه داعش الگوبرداری کردند. به عنوان نمونه تمام انفلوئنسرهای رسانه‌ای طالبان بعد از سال ۲۰۱۵ در محیط‌های آنلاین حضور پیدا کردند. ذبیح الله مجاهد (۲۰۱۷)، وب‌سایت الامارت (۲۰۱۷)، قاری یوسف (۲۰۱۹)، چتک‌نیوز (۲۰۱۷)، سهیل شاهین (۲۰۱۹) و محمد نعیم وردک (۲۰۲۰) به ایکس-تویتر پیوسته‌اند. حضور جنگجویان و اعضای طالبان در تویتر و محیط‌های آنلاین بخش از فضای عمومی آنلاین افغانستان را به خود اختصاص داده و در اواخر حکومت ساقط شده «جمهوری اسلامی افغانستان» این حضور به قدری گسترده و همه‌گیر بود که شبکه‌های اجتماعی در تسلط دوباره طالبان به قدرت سیاسی نقش عمده داشته است (افغانستان انترنشنل، ۲۰۲۳). به صورت کلی طالبان در استفاده از رسانه‌های سنتی تابع الگوی رفتاری القاعده بوده‌اند اما در کاربست شبکه‌های اجتماعی و محیط‌های آنلاین الگوی داعش را برگزیده‌اند. بناء می‌توان گفت که الگوی طالبان در استفاده از رسانه‌ها یک الگوی تلفیقی است. الگوهای مورد استفاده شده توسط گروه‌های القاعده، داعش و طالبان را می‌توان به شکل زیر نشان داد.

جهاد و الگوهای رسانه‌ای



گراف شماره: ۱

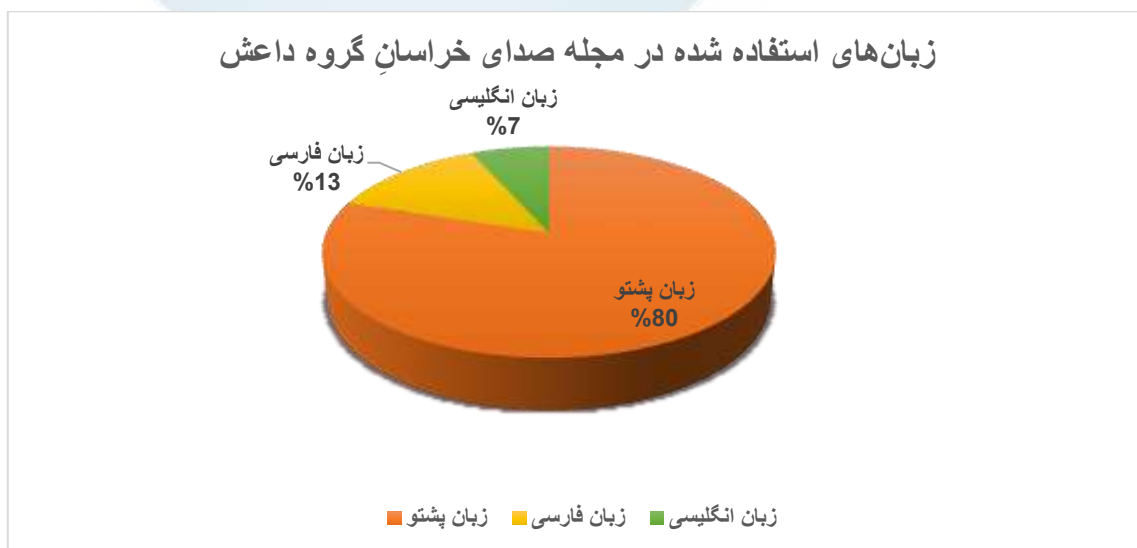
الگوبرداری تلفیقی طالبان از رفتار رسانه‌ای «القاعده» و «داعش» به این گروه کمک کرده است که آن‌ها از مزایای هر دو الگو استفاده ببرند. الگوی طالبان در جذب نیروی جنگی و تهیج افکار عمومی در روستاها معمولاً به شیوه‌های سنتی، رسانه‌های کلاسیک و مسجد استوار است اما در محیط‌های شهری و تاثیرگذاری به افکار عمومی کشورهای همسایه و جهان از الگوی رفتاری داعش استفاده می‌برند. جنگ آنلاین «امارت طالبان» با «خلافت داعش» نیز از الگوی رسانه‌ای داعش و با تاکید بر اینترنت صورت می‌گیرد و نشان‌دهنده آن است که گروه طالبان و شاخه خراسان داعش در جنگ آنلاین با الگو و منطق هم‌سان به مصاف هم رفته‌اند. ذکر این نکته مهم است که طالبان هم در محیط آنلاین نظر به حساب‌های رسمی که در شبکه‌های اجتماعی دارند و هم در محیط‌های آفلاین نظر به جغرافیایی که در اختیار دارند، فرصت بیشتر و میدان زیادتر برای نبرد تبلیغاتی دارند. گروه‌های بنیادگرایی اسلامی با وجود تفاوت‌های شان هم‌پوشانی‌ها و شباهت‌های بسیاری نیز دارند و این یکی از چالش‌های پژوهش در باره آن‌هاست. چرا که عمل‌کرد آن‌ها بسیار هم‌پوشانی دارد و از سوی هم به صورت نسبی پیش‌بینی ناپذیر است.

مجله صدای خراسان (The voice of khorasan)

شماره نخست مجله «صدای خراسان» در ۱۲ ماه می ۲۰۲۲ با زیر عنوان (مجله تاریخی، سیاسی، ادبی و خبری) در ۴۳ صفحه به فورمت PDF به نشر رسیده است. یعنی ۱۰ ماه بعد از قدرت‌گیری طالبان در کابل، شاخه خراسان داعش نخستین شماره مجله منصوب به خود را منتشر کرده است. به علت محدودیت‌های

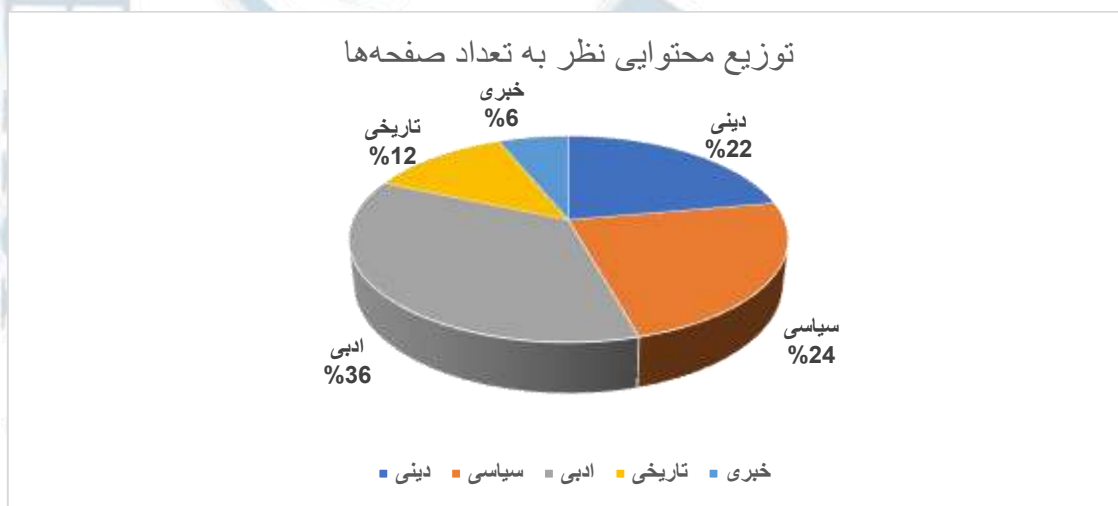
ضد تروریسم شبکه‌های اجتماعی؛ گروه داعش این مجله را توسط کانال‌های تلگرامی به حوزه عمومی انتقال می‌دهد، این گروه صدها کانال تلگرامی با ده‌ها عضو دارند که اعضایش غالباً توسط مدیران رسانه‌های داعش برگزیده شده و در آن انفلوئنسرهای رسانه‌ای داعش، روزنامه‌نگاران و پژوهش‌گران حوزه داعش حضور دارند. به عبارت دیگر داعش با واسطه و به تبعیت از الگوی نامتمرکز؛ پیام‌های تبلیغاتی‌اش را به فضای عمومی ارسال می‌کند. تا زمان نشر این مقاله یعنی مارچ ۲۰۲۴، ۳۱ شماره از این مجله به نشر رسیده است. کانال‌های تلگرامی داعش مقطعی است و به نظر می‌رسد که پیوسته بروزرسانی می‌شود. ثنوالله غفاری مشهور به المهاجر رهبر فعلی داعش خراسان بعد از فرار از زندان پلچرخی کابل در ایجاد و تقویت تبلیغاتی رسانه‌ای و تقویت و گسترش مجله «صدای خراسان» نقش اساسی داشته و تلاش کرده است که این مجله به زبان‌های بیشتر محتوا تولید کند (Jadoon and Mines ۲۰۲۳).

مجله «صدای خراسان» که توسط «موسسه نشراتی العزائم» به نشر می‌رسد، به زبان‌های پشتو، فارسی و انگلیسی انتشار می‌یابد. اما ارسال محتوا به زبان پشتو بیشتر از فارسی و انگلیسی صورت می‌گیرد و از سوی هم «مجله مادر» به زبان پشتو نشر می‌رسد. از میان ۱۵ شماره مرور شده مجله «صدای خراسان» در این مقاله؛ شماره‌های سوم و چهارم به زبان فارسی، شماره نخست به زبان انگلیسی و ۱۲ شماره دیگر به زبان پشتو به نشر رسیده است. بر اساس یافته‌های اولیه؛ توزیع زبانی در این مجله نشان می‌دهد که شاخه خراسان گروه داعش بر مناطق قبایلی پشتوزبان افغانستان و پاکستان تمرکز بیشتر دارد. آمار پانزده شماره نشر شده از این مجله نشان می‌دهد که این گروه ۸۰ درصد محتوای خود را به زبان پشتو و به ترتیب ۱۳ فیصد به زبان فارسی و ۷ فیصد به زبان انگلیسی به نشر رسانده‌اند. داعش به عنوان یک گروه فرامنطقه‌ای با داعیه جهاد جهانی به زبان‌های دیگر مجله‌های مستقل دارد و بناء در مجله صدای خراسان بیشتر به زبان‌های محلی جامعه هدف تمرکز شده و نشان می‌دهد که داعش خراسان انعطاف‌پذیری بیشتر در برابر جوامع بومی دارد. استفاده داعش از زبان‌های مختلف را به شکل زیر می‌توان نشان داد.



گراف شماره: ۲

از بُعد محتوایی؛ مجله صدای خراسان به بخش‌های دینی، سیاسی، ادبی، تاریخی و خبری تقسیم می‌شود. مرور دو شماره این مجله برای تبیین قالب‌های استفاده شده نشان می‌دهد که تمرکز این گروه به بخش‌های ادبی و سیاسی بیشتر از بخش‌های دینی، تاریخی و خبری است. ۳۶ فیصد صفحه‌های این مجله محتوای ادبی دارد، ۲۴ درصد محتوای سیاسی، ۲۲ درصد موضوعات دینی، ۱۲ درصد محتوای تاریخی و ۶ فیصد را خبر و گزارش‌ها شامل می‌شود. تقسیم‌بندی محتوایی بر اساس این پنج بخش را خود مجله انجام داده است. به نظر می‌رسد که شاخه خراسان داعش تلاش می‌کند تا با استفاده از انگاره‌های فرهنگی جوامع بومی و کدهای اجتماعی- سیاسی محلی در حوزه عمومی جامعه هدف نفوذ کند. توجه ویژه این گروه به بخش‌های ادبی، سیاسی و دینی تبیین‌کننده این امر است که شاخه خراسان داعش در قالب مولفه‌های فرهنگی، ادبی و سیاسی جوامع بومی پیام‌های ایدئولوژیک خود را به حوزه عمومی آنلاین ارسال می‌کند. توزیع محتوایی مجله داعش را به شکل زیر می‌توان نشان داد.



گراف شماره: ۳

بر اساس یافته‌های اولیه؛ فرمت‌های مورد استفاده در مجله صدای خراسان شامل عکس، متن و گرافیک می‌شود. از آن‌جای که مجله‌های چاپی در فرمت PDF، صدا و ویدیو را پشتیبانی نمی‌کنند؛ این گروه محتوای ویدیویی و صوتی خود را از راه‌های دیگر به حوزه عمومی انتقال می‌دهند. در این میان استفاده از عکس در مجله صدای خراسان فراگیر است. دو شماره مرور شده برای این مقاله؛ یعنی شماره‌های اول و سوم که به زبان فارسی و پشتون به نشر رسیده است، ۱۲۸ عکس، ۱۲ تصویر گرافیکی و ۲۴ مقاله منتشر شده؛ این مجله به طور میانگین به نسبت هر مقاله ۵ عکس و به نسبت هر دو مقاله یک تصویر گرافیکی دارد. دیزاین این مجله از یک الگوی همیشه‌گی پیروی نمی‌کند و نظر به موضوع و محتوای در هر شماره تفاوت‌های اندک دارد. مثلاً شماره اول این مجله به زبان انگلیسی در ۴ جنوری ۲۰۲۲ به نشر رسیده و به گونه اختصاصی به کیستی و چیستی گروه طالبان پرداخته است؛ از آن‌جای که این شماره به گونه ویژه به نشر رسیده، فرمت‌های قبلی و دیزاین معمول در آن رعایت نشده است.

وبسایت المرصاد (Almirsad)

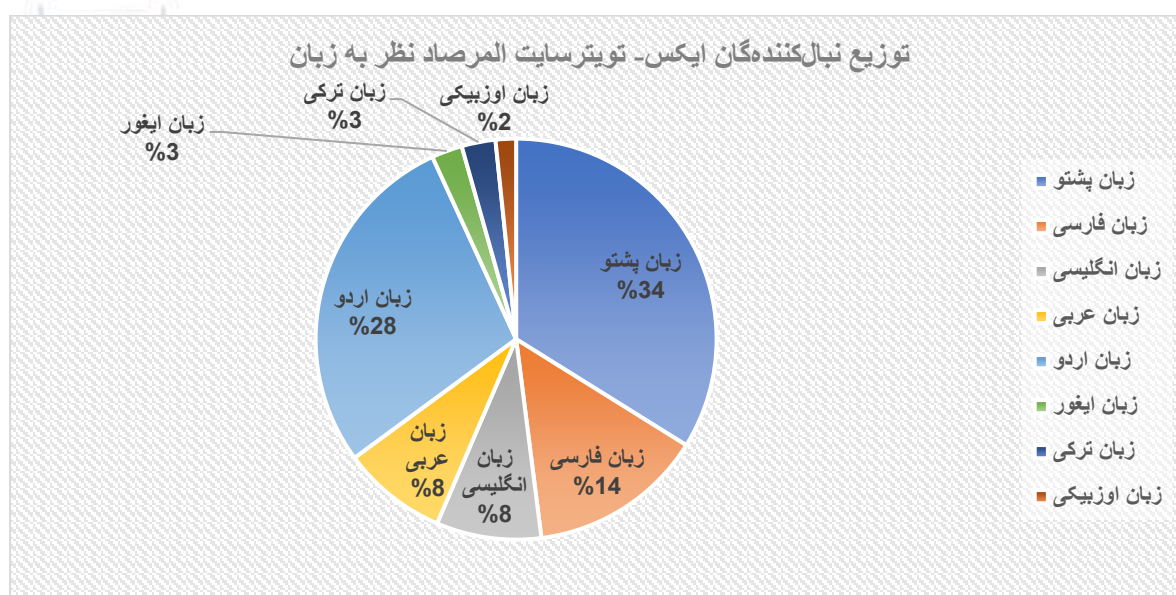
وبسایت تحلیلی- خبری «المرصاد»^۱ با شعار «سنگر محکم علیه خوارج» در اواخر سال ۲۰۲۲ توسط اداره استخبارات طالبان به منظور جنگ تبلیغاتی- رسانه‌ای علیه داعش ایجاد شده است. هرچند المرصاد در وبسایت اصلی‌اش سه صفحه جداگانه به زبان‌های فارسی، پشتو و اردو دارد اما نشرات آن در رسانه‌های اجتماعی به هشت زبان؛ یعنی به زبان‌های فارسی، پشتو، انگلیسی، عربی، اردو، ترکی، ایغوری و اوزبیک به نشر می‌رسد. محتوای اصلی این سایت به یک زبان نوشته و بعداً به زبان‌های دیگر ترجمه می‌شوند. هرچند گروه داعش به صورت عموم و شاخه خراسان گروه داعش به صورت خاص در محراق توجه قرار دارد. اما طالبان توسط این وبسایت علیه مخالفان خود از جمله «جبهه مقاومت ملی» به رهبری احمد مسعود و گروه‌های مذهبی مانند «شیعه‌ها» و کشورهای مانند «جمهوری اسلامی» ایران نیز تبلیغاتی رسانه‌ای می‌کنند. (المرصاد، ۲۰۲۳).

طالبان به منظور انتقال این پیام‌ها به حوزه عمومی از شبکه‌های اجتماعی مانند ایکس-تویتر، فیسبوک، واتسپ و تلگرام استفاده می‌کنند. اما تأکید بیشتر بر ایکس-تویتر دارند و برای بررسی شبکه‌های تبلیغاتی طالبان در این مقاله تنها صفحه‌های ایکس-تویتر این گروه بررسی شده است. در نخست وبسایت المرصاد یک حساب عمومی در ایکس-تویتر با ۲۹ هزار دنبال‌کننده دارد که محتوای رسانه‌ای به گونه عموم و از تمام زبان‌ها در آن به نشر می‌رسند اما در زیر مجموعه آن هشت حساب رسمی ایکس-تویتر دیگر این محتوا را به زبان‌های متخلف به نشر می‌رسانند. زبان پشتو با ۱۲ هزار دنبال‌کننده در صدر جدول و به ترتیب زبان اردو با ۱۱ هزار دنبال‌کننده، زبان فارسی با ۵ هزار دنبال‌کننده، زبان عربی با ۳ هزار دنبال‌کننده، زبان انگلیسی با ۳ هزار دنبال‌کننده، زبان ترکی با ۹۶۷ دنبال‌کننده، زبان ایغوری با ۸۷۹ دنبال‌کننده و زبان اوزبیک با ۵۸۳ دنبال‌کننده در آخر قرار دارند.

تا زمان نوشتن این مقاله در جنوری ۲۰۲۴؛ رسانه‌های المرصاد به صورت عموم ۶۵ هزار دنبال‌کننده در ۸ زبان مختلف در ایکس-تویتر دارد. تعداد دنبال‌کننده‌ها نظر به زبان نشان می‌دهد که زبان پشتو با ۳۴ فیصد و زبان اردو با ۲۸ فیصد بیشترین مخاطبان محتوای تبلیغاتی طالبان در جنگ آنلاین علیه داعش را تشکیل می‌دهند. زبان فارسی با ۱۴ درصد و زبان‌های عربی و انگلیسی هر کدام ۸ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. هرچند صفحه‌های وبسایت المرصاد بیشترین مخاطب را در بخش‌های پشتو و اردو دارد اما بیشترین تویت‌های ارسال شده به زبان اوزبیک و به ترتیب زبان اردو و زبان فارسی است. براساس یافته‌های این مقاله ساختار رسانه‌ای هر دو این گروه نشان می‌دهد که داعش در صدد نفوذ به جوامع عموماً پشتوزبان جهت سربازگیری و مشروعیت‌زدایی از طالبان و طالبان عموماً جوامع اوزبیک زبان و

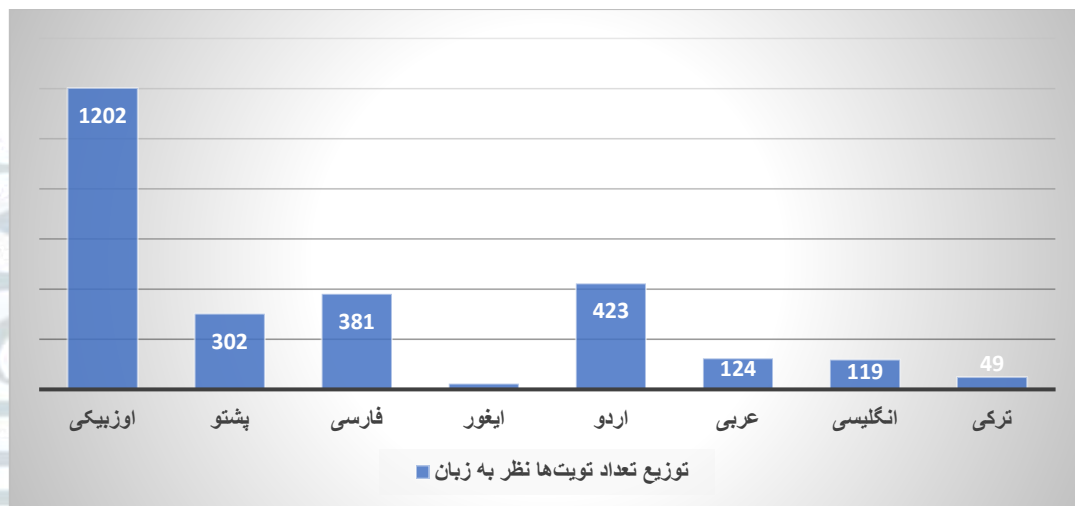
^۱ <https://almirsaddari.com>

فارسی زبان و ایغور زبان را هدف گرفته‌اند که به زعم این گروه هستهء جنگجویان داعش را مورد هدف قرار بدهند. دنبال‌کننده‌گان حساب ایکس-تویتر وبسایت المرصاد طالبان را می‌توان به شکل زیر نشان داد.



گراف شماره: ۴

تا زمان نگارش این مقاله در جنوری ۲۰۲۴ وبسایت المرصاد طالبان ۲۶۱۲ توییت به هشت زبان ارسال کرده است. زبان اوزبیک با ۱۲۰۲ توییت در رتبه نخست و زبان ایغور با ۲۳ توییت در رتبه آخر قرار دارند. نکته مهم این‌که طالبان تمرکز بیشتری به مخاطبان اوزبیک زبان، اردو زبان و فارسی زبان کرده‌اند. آمار محتوای ارسال شده نظر به زبان می‌تواند نشان‌گر این باشد که طالبان می‌پندارند که اوزبیک‌ها، تاجیک‌ها، ایغورها و هم‌چنان بخش مناطق قبایلی از مراکز عمدهء سربازگیری شاخه خراسان داعش است (المرصاد) (۲۰۲۴). برای همین نشرات خود را بر مبنای این منطق عیار کرده‌اند. در حال که بیشتر نشرات شاخه خراسان داعش یعنی ۸۰ درصد به زبان پشتو است؛ نشرات طالبان بیشتر به زبان‌های اوزبیک، اردو، فارسی و پشتو صورت می‌گیرد. جنگ آنلاین طالبان بر مبنای پیش‌فرض‌هایست که هر دوی این گروه نسبت به خاستگاه‌های اجتماعی هم‌دیگر دارند اما همان‌طور که در بالا تذکر رفت ساحه عملیات روانی و امکانات تبلیغاتی برای طالبان بیشتر از شاخه خراسان گروه داعش است. محتوای ارسال شده توسط طالبان نظر به زبان‌های استفاده شده را می‌توان در شکل زیر نشان داد.



گراف شماره: ۵

قاب‌بندی جهادی‌ها در جنگ آنلاین

همان‌طور که در بالا گفته شد؛ نظریه قاب‌بندی توضیح می‌دهد که چطور گروه‌های مختلف اجتماعی-سیاسی همدیگر را در قاب‌های دلخواه خود در رسانه‌ها به نمایش می‌گذارند. در این مقاله نیز جنگ آنلاین «امارت اسلامی» و «خلافت اسلامی» داعش بر مبنای نظریه قاب‌بندی توضیح داده شده است. مرور دو نسخه از مجله صدای خراسان داعش و نشرات ماه‌های «نوامبر» و «دسامبر» ۲۰۲۳ وب‌سایت المرصاد طالبان نشان می‌دهد که این دو گروه بر مبنای سه مفهوم اساسی همدیگر را قاب‌بندی می‌کنند. مشروعیت‌زدایی دینی، مشروعیت‌زدایی جهادی و به چالش کشیدن بنیادهای ایدئولوژیک سه کلان مفهوم است که این دو گروه بر مبنای آن همدیگر را قاب‌بندی کرده و در فضای عمومی آنلاین به نمایش می‌گذارند. از آن‌جای که هر دوی این گروه‌ها در زیر مجموعه شبکه‌ء بزرگ جهاد جهانی تعریف شده و ایدئولوژی مذهبی-اسلامی دارند؛ از همه بیشتر به مشروعیت‌زدایی دینی، مشروعیت‌زدایی جهادی و در آخر به چالش کشیدن بنیادهای ایدئولوژیک همدیگر تمرکز می‌کنند.

۱: مشروعیت‌زدایی دینی

یکی از محورهای اساسی جنگ آنلاین گروه طالبان و شاخه خراسان داعش بر مشروعیت‌زدایی دینی تمرکز دارد. از آن‌جای که دین اساس تفکر این گروه‌ها را شکل می‌دهد؛ هر دو تلاش می‌کنند که این مشروعیت را از همدیگر بگیرند. مشروعیت‌زدایی بر مبنای قاب‌های «تکفیر»، «تفسیق» و «خروج» عملیاتی می‌شوند. داعش گروه طالبان را از منظر عقیده اسلامی که زیربنایی‌ترین شاخص گروه‌های بنیادگرایی اسلامی است تکفیر می‌کند و آن‌ها را مسلمان نمی‌داند. داعش در پیام‌های رسانه‌ای خود گروه طالبان و رهبران آن را

«مرتد»، «شراب‌خور» و «فاسق» دانسته و پیوسته تاکید می‌کنند که اعضای این گروه هیچ فرقی با کفار ندارند (صدای خراسان، ۲۰۲۲). تکفیر گروه طالبان در تمام محتوای ارسال شده داعش تکرار شده است و این روی سربازگیری داعش از میان گروه‌های جهادی فعال در افغانستان تاثیر دارد.

در مقابل طالبان بیشتر از قاب رسانه‌ای «خروج» یا «خوارج» برای مشروعیت‌زدایی دینی از داعش در پیام‌های رسانه‌ای خود استفاده می‌کنند. خوارج یکی از فرقه‌های اسلامی در جنگ‌های میان‌گروهی مسلمان‌ها در صدر اسلام است که بیشتر به عنوان یک گروه سخت‌گیر، نادان و پراز لجاجت دانسته می‌شود (رستاک و کیانی‌نژاد، ۲۰۱۸). از منظر طالبان داعش ادامه نادانی، سخت‌گیری و لجاجت خوارج است که اکنون در میان مسلمان‌ها به خلق «وحشت»، «جهالت» و «گمراهی» دامن می‌زند. طالبان داعش را در پیام‌های رسانه‌ای خود تکفیر نمی‌کنند و آن را فقط خوارج می‌دانند که از نگاه دینی مشروعیت ندارند. طالبان شاخه خراسان داعش را «تروریست» و «کافر» نمی‌دانند و بیشتر تلاش می‌کند این گروه را در قاب‌های «فسق» و «خروج» به نمایش بگذارند؛ ذاکر جلالی مشاور وزارت خارجه طالبان نیز گفته است که طالبان شاخه خراسان داعش را تکفیر نمی‌کند (افغانستان انترنشنل، ۲۰۲۳).

۲: مشروعیت‌زدایی جهادی

مفهوم دیگری که به عنوان یک کلیدواژه در نشرات این دو گروه برجسته‌گی دارد؛ مشروعیت‌زدایی جهادی است که در قاب‌های «وابسته‌گی»، «فتنه‌گری» و «انحراف» نمایش داده می‌شود. داعش و طالبان اعضای یک چترکلانی جهادی در جهان هستند که هر کدام خود را نماینده اصلی این چتر می‌دانند. برای گروه‌های جهادی کوچک‌تر و جنگجویان جهادی مهم است بدانند که کدام گروه مشروعیت بیشتر جهادی دارند تا عضویت آن را بگیرند. داعش طالبان را وابسته‌ی «افسران ISI پاکستان» و «مزدوران آمریکا» می‌دانند که از راه جهاد انحراف کرده و به غلامی رو آورده‌اند. هرچند داعش در نشرات خود ملاعمر را «مجاهد بزرگ» لقب می‌دهد (صدای خراسان، ۲۰۲۲). اما طالبان امروز را «منحرف»، «غلام پاکستان و آمریکا» و «ممثلین درامه‌های کفری» قاب‌بندی می‌کنند. این قاب‌ها در تمام ژانرهای استفاده شده توسط مجله صدای خراسان به نمایش گذاشته می‌شوند.

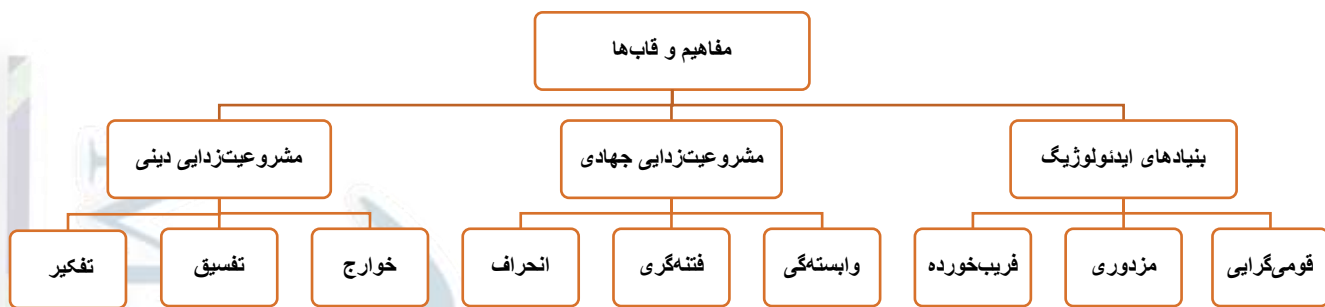
به طور مثال در اکثر عکس‌های که مجله صدای خراسان از طالبان به نشر رسانده این گروه را در حال ملاقات با رهبران سیاسی پاکستان، چین، آمریکا و ایران یا هم در حال مرگ به نمایش گذاشته است (صدای خراسان، ۲۰۲۲). از سوی دیگر طالبان داعش را ساخته «آمریکا» و «اسرائیل» می‌داند که در صدد بدنامی اسلام و مسلمانان در جهان هستند و می‌خواهند امنیت «نظام سچہ اسلامی» امارت طالبان را به چالش بکشند. طالبان در این جنگ آنلاین تبلیغاتی از یک سو خود را از وابستگی به پاکستان و آمریکا تبرئه کرده و از سوی دیگر استدلال می‌کنند که داعش ساخته استخبارات جهانی برای بدنامی اسلام و جهاد است.

مشروعیت‌زدایی جهادی نکته مهم در میان گروه‌های جهادی‌ست تا بتوانند از یک‌سو تولید مشروعیت کرده و از سوی دیگر جنگجویان جدید جذب کنند. به نظر یکی از دلایل که عده‌ء از جنگجویان طالبان به داعش پیوسته و شماری از رهبران داعش به طالبان پیوسته است نتیجه مشروعیت‌زدایی جهادی طالبان و داعش از همدیگر باشد که هر دو طرف به آن متوسل می‌شوند.

۳: حمله به بنیادهای ایدئولوژیک

مفهوم به چالش کشیدن بنیادهای ایدئولوژیک گروه‌های جهادی نیز مهم است. طالبان و گروه داعش در یک جنگ آنلاین بنیادهای ایدئولوژیک همدیگر را در قاب‌های «قوم‌گرایی»، «فریب خورده‌گی» و «مزدوری» قاب‌بندی می‌کنند. داعش طالبان را یک گروه قوم‌گرا و فاقد اندیشه جهادی-اسلامی که ضد ناسیونالیسم است به نمایش می‌گذارند، اولین رهبر شاخه خراسان داعش نیز در مصاحبه با مجله «دابق» ارگان نشرات داعش مرکزی، طالبان را یک گروه محلی، متمایل به ارزش‌های قومی تعریف کرده بود. افزون بر این؛ مزدوری به پاکستان نیز در پیام‌های داعش خراسان تکرار شده است. در مقابل، طالبان داعش را در قاب مزدوری برای آمریکا و اسرائیل و فریب‌خورده‌گی جنگجویان این گروه به نمایش می‌گذارند. طالبان مستندی از جنگجویان تسلیم شده داعش ساخته‌اند که آن‌ها به فریب‌خورده‌گی اعتراف می‌کنند، این جنگ‌جویان که عمدتاً جوان هستند می‌گویند: نخستین بار از طریق شبکه اجتماعی تلگرام به شاخه خراسان داعش پیوسته و فریب تبلیغات این گروه را خورده‌اند (المرصاد، ۲۰۲۳). این جنگجویان اکنون در زندان‌های طالبان نگهداری می‌شوند.

بنیاد ایدئولوژی طالبان را «افغانیت و اسلامی» به عنوان یک پکیج سیاسی-مذهبی تشکیل می‌دهد (کمانگر، ۲۰۲۳) که شاخه خراسان داعش هر دو این مولفه‌ها را در جنگ تبلیغاتی خود به چالش می‌کشد. قاب‌های قوم‌گرایی و مزدوری از همه بیشتر در ادبیات رسانه‌یی داعش کاربرد دارد. در اکثر مقاله‌های که این گروه در باره طالبان به نشر رسانیده تاکیده کرده است که گروه طالبان مزدوران پاکستان و سرویس استخباراتی این کشور هستند. به نظر که این پیام‌ها در هر دو طرف این جنگ تاثیر گذاشته است. در سال‌های آخر بخشی از جنگجویان طالبان به داعش پیوسته‌اند و گزارش شورای امنیت سازمان ملل نشان می‌دهد که داعش خراسان در میان طالبان نفوذ قابل توجه دارد (اطلاعات روز، ۲۰۲۴). در مقابل شماری از جنگجویان و رهبران داعش نیز به طالبان پیوسته است. طالبان در سلسله مصاحبه‌های با رهبران تسلیم شده داعش اعترافات آن‌ها را به نشر رسانیده‌اند که بیشتر شامل نمایش «مزدوری»، «وابسته‌گی» و «جهالت» داعش می‌شود (المرصاد، ۲۰۲۳). این قاب‌بندی در تمام محتوایی رسانه‌ای هر دو گروه به نمایش گذاشته می‌شود. مفاهیم و قاب‌ها طالبان و داعش از همدیگر را می‌توان به شکل زیر نشان داد.



گراف شماره: ۶

مهر Brief

نتیجه‌گیری

در یک جمع‌بندی کلی نتایج این بررسی نشان می‌دهد که جنگ آنلاین میان گروه طالبان و شاخه خراسان داعش بخشی از حوزه عمومی آنلاین در افغانستان و به طبع آن در منطقه و جهان را به خود اختصاص داده است. هرچند میدان اصلی این جنگ در افغانستان و کشورهای پیرامون موقعیت دارد اما نتایج آن به گونه بالقوه تاثیر عمیق در سطح جهان دارد. تبلیغات رسانه‌ای و جنگ آنلاین این گروه‌ها در بستر اینترنت زمینه گسترش افراطیت مذهبی و بنیادگرایی اسلامی را مساعد کرده و تروریسم نو به مثابه شکل جهش یافته از جریان تروریسم را تقویت می‌کند. مزید بر این از آن جای که این جنگ در بسترهای آنلاین صورت می‌گیرد جوامع هدف تنها افغانستان نیست و تمام جهان را شامل می‌شود. اینترنت زمان و مکان را درنوردیده است و گروه‌های بنیادگرایی اسلامی توجه ویژه به آن می‌کنند.

تنوع استفاده از زبان‌های متفاوت در جنگ آنلاین طالبان و گروه داعش تبیین‌کننده این مهم است که این گروه‌ها در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی برنامه‌های جهت جذب جنگ جو، خلق رضایت، تولید مشروعیت دینی-جهادی و گسترش ایدئولوژی‌های افراطی خود دارند. نشرات داعش به سه زبان و نشرات طالبان به هشت زبان ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی یک هشدار جدی به مراکز ضد تروریسم و بنیادگرایی اسلامی در جهان است، خصوصاً کشورهای که جریان مهاجرت در آن بیشتر است و جوانان به آسانی شکار این تبلیغات می‌شوند، کما این که جنگجویان تسلیم شده داعش به طالبان اعتراف می‌کنند که از طریق پلتفرم شبکه‌های اجتماعی و خصوصاً تلگرام به این گروه پیوسته‌اند و این نشان دهنده اهمیت و تاثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی نزد گروه‌های بنیادگرایی اسلامی هم چون طالبان و گروه داعش است.

قاب‌بندی گروه‌های بنیادگرایی اسلامی از همدیگر در محیط‌های آنلاین سبب تکرار کلیدواژه‌های ایدئولوژیک و افراطی‌گستر مانند «تکفیر»، «تفسیق» و «فتنه‌گری» در جامعه شده و بخشی از افکار عمومی را به خود اختصاص می‌دهد. تاثیر گردش این پیام‌های رسانه‌ای در افکار عمومی افغانستان که فعالیت قشرهای اجتماعی دیگر در حوزه عمومی آن اندک است عواقب بالفعل و ویران‌گری به همراه دارد اما خطرات آن در نسبت به کشورهای منطقه و جهان به گونه بلقوه پابرجاست و این افکار در سطح جهانی به گردش خود ادامه می‌دهد. در حال که پیام‌های داعش به نسبت محدودیت‌ها ساحه برد کم‌تری دارد اما تاثیرات آن نظر به علت گسترش فعالیت این گروه در افغانستان و منطقه بیشتر به نظر می‌رسد. تکرار یک روش مناسب رسانه‌ای برای ترویج افراطیت دینی است و به نظر که داعش و طالبان از آن استفاده هدف‌مند می‌کنند.

افزون بر این شاخه خراسان داعش و گروه طالبان در یک جنگ آنلاین همدیگر را در سه بعد بزرگ و نه قاب‌رسانه‌ای به نمایش می‌گذارند. مشروعیت‌زدایی دینی، مشروعیت‌زدایی جهادی و به چالش کشیدن بنیادهای ایدئولوژیک سه کلان مفهوم است که جنگ رسانه‌ای شاخه خراسان داعش و گروه طالبان بر محور

آن صورت می‌گیرد. این جنگ هرچند ابعاد فیزیکی نیز دارد اما نبرد آنلاین به مراتب با دامنه بیشتر و تلاش بیشتر صورت می‌گیرد و این نشان‌دهنده آن است که محیط‌های آنلاین در جهان بینی هر دو گروه اهمیت اساسی دارد و به نظر که توصیه اسامه بن لادن مبنی بر مهم بودن رسانه‌ها در جهان بینی بنیادگرایی اسلامی در محراق توجه هر دو طرف این جنگ قرار گرفته است. درواقع این جنگ آنلاین را می‌توان یک نبرد بزرگ، آرام، تاثیرگذار و تعیین کننده دانست که سرنوشت میدان‌های جنگ را رقم می‌زند و تاثیر عمیق بر آینده تروریسم دارد.

Mehar Brief

محدویت‌های پژوهش

پژوهش در عرصه بنیادگرایی اسلامی محدودیت‌های دست و پا گیر دارد، به علت محدودیت‌های ضد تروریسم شبکه‌های اجتماعی پیدا کردن محتوای ارسال شده توسط گروه‌های مثل داعش از منابع قابل اطمینان کاری زمان بر و دشوار است. یکی از محدودیت‌های این پژوهش دشواری در پیدا کردن منابع دسته اول از گروه‌های بنیادگرایی اسلامی مانند شاخه خراسان داعش است. هرچند همان‌گونه که نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد محتوای تولیدی گروه‌های مثل شاخه خراسان داعش به سرعت در فضای عمومی بازنشر می‌شود اما برای یک پژوهش این مهم است که چقدر این محتوا تحلیل شده؛ از منابع دست اول گرفته و قابل اطمینان است. مجله‌های تحلیل شده شاخه خراسان داعش در این پژوهش توسط علی حسینی خبرنگار بی‌بی‌سی فارسی آرشیو شده است و نگارنده بابت همکاری آقای حسینی در تهیه این منابع تشکری می‌کند. محدودیت دیگر قلت منابع مکتوب بومی در افغانستان است. هرچند پژوهش‌های بی‌شمار در باره عملکرد رسانه‌های گروه‌های بنیادگرایی اسلامی وجود دارد اما تحقیقات بومی در بستر اجتماعی افغانستان بسیار اندک است و این یکی از محدودیت‌های اساسی برای پژوهشگرانی است که در باره گروه‌های بنیادگرا در افغانستان تحقیق می‌کنند.

English Resources

۱. Aly, Anne, Stuart Macdonald, Lee Jarvis, and Thomas M. Chen, eds. ۲۰۱۷. *Violent Extremism Online: New Perspectives on Terrorism and the Internet*. First issued in paperback. London New York: Routledge.
۲. Atwan, Abdel Bari. ۲۰۱۵. *Islamic State: The Digital Caliphate*. Paperback edition, updated with a new chapter. London: Saqi.
۳. Bichard, Shannon L. ۲۰۰۶. "Building Blogs: A Multi-Dimensional Analysis of the Distribution of Frames on the ۲۰۰۴ Presidential Candidate Web Sites." *Journalism & Mass Communication Quarterly* ۸۳(۲):۳۲۹-۴۵. doi: ۱۰.۱۱۷۷/۱۰۷۷۶۹۹۰۰۶۰۸۳۰۰۲۰۷.
۴. Couzigou, Irene. ۲۰۲۲. "The Criminalization of Online Terrorism Preparatory Acts Under International Law." *Studies in Conflict & Terrorism* ۴۵(۵-۶):۵۳۵-۵۴. doi: ۱۰.۱۰۸۰/۱۰۵۷۶۱۰۸.۲۰۱۹,۱۶۷۸۸۸۲.
۵. Ibrahimi, Niamatullah, and Shahram Akbarzadeh. ۲۰۲۰. "Intra- Jihadist Conflict and Cooperation: Islamic State-Khorasan Province and the Taliban in Afghanistan." *Studies in Conflict & Terrorism* ۴۳(۱۲):۱۰۸۶-۱۱۰۷. doi: ۱۰.۱۰۸۰/۱۰۵۷۶۱۰۸.۲۰۱۸,۱۵۲۹۳۶۷.
۶. Jadoon, Amira, and Andrew Mines. ۲۰۲۳. *The Islamic State in Afghanistan and Pakistan: Strategic Alliances and Rivalries*. Boulder London: Lynne Rienner Publishers.
۷. Johnson, Thomas H. ۲۰۱۷. *Taliban Narratives: The Use and Power of Stories in the Afghanistan Conflict*. London: Hurst & Co. Publ. Ltd.
۸. Klausen, Jytte. ۲۰۱۵. "Tweeting the Jihad : Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq." *Studies in Conflict & Terrorism* ۳۸(۱):۱-۲۲. doi: ۱۰.۱۰۸۰/۱۰۵۷۶۱۰۸.۲۰۱۴,۹۷۴۹۴۸.
۹. Sheldon, Pavica. ۲۰۱۵. *Social Media: Principles and Applications*. Lanham: Lexington Books.
۱۰. Singer, Peter Warren, and Emerson T. Brooking. ۲۰۱۹. *Likewar: The Weaponization of Social Media*. Boston (Mass.): Houghton Mifflin Harcourt.

منابع فارسی

۱۱. افغانستان انترنشنل، ۲۰۲۳، نتیجه تحقیق ۴ دانشگاه معتبر؛ طالبان برای تصرف افغانستان از تویتر هم چون سلاح استفاده کردند، برگرفته شده از <https://www.afintl.com/۲۰۲۲۰۷۰۳۵۳۶۴>
۱۲. احسانی، ح، ۲۰۲۲، کشته شدن قریشی و راه طولانی مبارزه با بنیادگرایی اسلامی، بی بی سی فارسی، گرفته شده از <https://www.bbc.com/persian/blog-viewpoints-۶۰۲۷۲۳۳۶>
۱۳. المرصاد، ۲۰۲۳، مصاحبه ویژه با مولوی حبیب الرحمان سرکرده داعش خراسان، گرفته شده از [/https://fb.watch/qlQoexyklY](https://fb.watch/qlQoexyklY)
۱۴. المرصاد، ۲۰۲۳، حقایق پشت پرده داعش، اعترافات جنگجویان داعش توسط طالبان، گرفته شده از https://youtu.be/۴okqFx_cSjc?list=TLGG۲IFdQAdaUDoyMTAyMjAyNA
۱۵. اطلاعات روز، ۲۰۲۴، شورای امنیت سازمان ملل، داعش به طور قابل توجه در میان طالبان نفوذ کرده است، گرفته شده از <https://www.etilaatroz.com/۱۹۰۷۶۱/شورای-امنیت-داعش/>.
۱۶. خراسانی، ا، ۲۰۲۳، مlahای آنلاین؛ تروریسم رسانه‌ای و فضای عمومی در افغانستان، هشت صبح، گرفته شده از <https://am.media/fa/online-mullahs-media-terrorism-and-public-space>
۱۷. رستاک، ز و کیانی نژاد، ز، ۲۰۱۸، علل شکل‌گیری جریان خوارج، مجله دو فصل نامه تاریخ ایران اسلامی، دانشگاه آزادی اسلامی، تهران، ایران.
۱۸. سربازی، ع، ۲۰۱۶، شمشیر برهنه حیدری برگردن شیطان هر دری، نشر متفرقه، تهران، ایران.
۱۹. سعید، س، مثلث، ۲۰۲۴، «اسرائیل، داعش و جبهه بغاوت» شیطانی، سایت المرصاد، کابل، افغانستان، گرفته شده از <https://almirsaddari.com/مثلث-داعش-اسرائیل-و-جبهه-بغاوت-شیطا/>
۲۰. صدای خراسان، ۲۰۲۲، عکس‌های نشر شده در شماره‌های سوم و چهارم، موسسه العزائم
۲۱. صدای خراسان، ۲۰۲۲، مثلین درامه‌های کفری، شماره سوم، ص ۱۴، موسسه العزائم.
۲۲. طارق، م، ۲۰۲۴، قدامت وابستگی تاجیک‌تباران به داعش، سایت المرصاد، کابل، افغانستان، گرفته شده از <https://almirsaddari.com/قدامت-وابستگی-تاجیکتباران-به-داعش/>
۲۳. طلوع نیوز، ۲۰۱۷، کمیسیون حقوق بشر؛ ۴۷۱ فامیل در میرزا اولنگ بی جا شده‌اند، گرفته شده از [https://tolonews.com/fa/afghanistan/بشر-۴۷۱-فامیل-از-میرزا-اولنگ-بی-۸۰٪-۸۲٪-های-نخستین-کمیسیون-حقوق-بشر-۴۷۱-فامیل-از-میرزا-اولنگ-بی-۸۰٪-۸۲٪-جا](https://tolonews.com/fa/afghanistan/بشر-۴۷۱-فامیل-از-میرزا-اولنگ-بی-جا-۸۰٪-۸۲٪-های-نخستین-کمیسیون-حقوق-بشر-۴۷۱-فامیل-از-میرزا-اولنگ-بی-۸۰٪-۸۲٪-جا)
۲۴. کمانگر، ر، ۲۰۲۷، سنت و ارزش، افغانیت و اسلامیت و برخورد ما، روزنامه اطلاعات روز، گرفته شده از <https://www.etalatroz.com/۱۵۹۸۳۲/افغانیت-و-اسلامیت/>
۲۵. مزده، و، ۲۰۱۴، افغانستان و پنج سال سلطه طالبان، چاپ سوم، نشر نی، تهران.

نوسنده:

ابومسلم خراسانی پژوهشگر مطالعات ارتباطات اجتماعی در دانشگاه لایپزیگ آلمان است. او قبلاً به عنوان تحلیل‌گر ارشد در روزنامه هشت صبح و چند رسانه دیگر در افغانستان کار کرده. خراسانی تا قبل از فروپاشی افغانستان به دست طالبان به عنوان استاد مطالعات ارتباطات در دانشگاه رنا مشغول تدریس بوده است. حوزه مطالعات او بر روحانیت سیاسی، بنیادگرایی اسلامی و تروریسم تمرکز دارد و تا حال ده‌ها مقاله از وی به نشر رسیده است.

برنامه «سیستم رسانه‌ها و فضای عمومی در افغانستان» یک برنامه پژوهشی درازمدت پیرامون سیستم رسانه‌ها و فضای عمومی در افغانستان است که توسط دانشگاه لایپزیگ آلمان رانندازی شده و سرپرستی آن را دکتر کفایت حمیدی استاد این دانشگاه برعهده دارد. این برنامه زمینه پژوهشی را برای شش پژوهشگر افغانستانی مساعد کرده است تا تحقیقات خود را در آلمان ادامه بدهند. گسترش تحقیقات بومی و تولید دانش تحول‌آفرین از اهداف عمده این برنامه است. این برنامه علمی در برگیرنده طیف از پژوهش‌ها، کنفرانس‌ها و سمینارهای علمی-تحلیلی است که وضعیت رسانه‌ها در بیست سال گذشته را پوشش می‌دهد.