چهارشنبه ۱۹ دی ۱۴۰۳
شماره ۴۳۲۵
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE

رئیس جریان حاکم بر سوریه برای تولید مشروعیت با اینفلوئنسرهای سوری ارتباط گرفته است

آنجلینا جولانی

حانیه قاسمیان
خبرنگار گروه جهان‌شهر

دسامبر ۲۰۲۴. هنوز یک هفته از تسخیر دمشق نگذشته است که جمیل الحسن، خبرنگار و انسان‌رسانه مشهور ساکن ادلب، در یک قاب سلفی در کنار جولانی دیده می‌شود. با لحنی صمیمانه، انگار که با رفیقی قدیمی حرف می‌زند، جولانی را خطاب قرار می‌دهد و جولانی در قاب غیررسمی الحسن، به مردم وعده آینده‌ای روشن می‌دهد.

این اما همه ماجرا نیست، پس از جمیل الحسن، سیلی از رسانه‌های معارض سوری و غیر سوری، خودشان را به دمشق و کاخ ریاست‌جمهوری می‌رسانند؛ با حاکمان نورسیده دمشق سلفی می‌گیرند و از زیبایی‌های دمشق و سوریه حرف می‌زنند. آن‌ها حتی به بازار، مکان‌های تفریحی و تفرجگاه‌ها هم سر می‌زنند و مردمان دنیا و جهان عرب را مطمئن می‌کنند که همه چیز آرام است و سوریه در دست تحریرالشام در امن‌وامان.

چندی بعد استاندار دمشق، ماهر مروان که صوت حمایتش از عادی‌سازی با اسرائیل سروصدا به پا کرده بود، با اینفلوئنسرهای سوری جلسه می‌گذارد و مشارکت و حمایت آن‌ها را مطالبه می‌کند.

اگر به سابقه تحریرالشام در حکومت‌داری‌اش در ادلب نگاهی بیندازیم و کمی جریان اپوزیسیون سوریه را بررسی کنیم، اهمیت فضای مجازی برای معارضین سابق سوری به چشم می‌آید. آن‌ها محصول یک پروژه طولانی و بلندمدت با سرمایه‌گذاران فراوان و احتمالاً مشاوران حرفه‌ای هستند. آن‌ها آموخته بودند که دوربین را کجا بکارند که هر نیرویی در سوریه غیر از تحریرالشام و دار و دسته‌شان، اهریمنی نمایانده شوند.

برای نیرویی که در جهان واقعیت کارنامه‌اش سیاه است و چیزی در چنته ندارد، راه چاره این است که خود را در فضای مجازی بزک کند و یک فراواقعیت مجازی بسازد. این کاری است که تکفیری - سلفی‌های سوریه طی ۱۳ سال آموخته‌اند و تمرین کرده‌اند.

سکانس اول؛ سوریه اسد بی‌صدا و بی‌تصویر

اعتراضات سوریه در سال ۲۰۱۱ که بالا گرفت، دولت‌های صاحب‌رسانه در منطقه گفتند: «اسد باید برود.» بایکوت رسانه‌ای سوریه نیز آغاز شد. گرچه سیاست‌های قدیمی رسانه‌ای حکومت بعث سوریه در این داستان بی‌تأثیر نبودند؛ اما پروژه عظیم بایکوت سوریه امری فراتر از مشکلات حکمرانی رسانه‌ای در سوریه بود. در عرض چند سال، بسیاری از دفاتر تولید فیلم و سریال در جهان عرب که سوریه قطب آن بود به علت تحریم‌های شبکه‌های عربی از سوریه رفتند، کارگردانان و بازیگران و خواننده‌های سوری، در نبود دفاتر تولید و سرمایه‌گذار برای ادامه حیات هنری خود در فضای عرب‌زبان عمدتاً به امارات و دیگر کشورهای حاشیه خلیج‌فارس کوچانده شدند؛ شبکه‌های خبری پرمخاطب عربی دفاتر خود در دمشق را تعطیل کردند و ناگهان تمام تصاویر از سوریه بایکوت شد. وضعیت رسانه‌های اجتماعی در دوره جنگ داخلی سوریه و پس از آن تا روز سقوط اسد در دمشق مؤلفه‌هایی داشت که جمعیت داخل مرزهای رسمی سوریه را بی‌صدا و بی‌رسانه کرده بود.

الف. زیرساخت ارتباطی و مخابراتی پیر و خسته

معروف بود که اگر در داخل مرزهای سوریه می‌توانستی یک تماس تلفنی بدون دردسر داشته باشی باید صدقه می‌دادی؛ این وضعیت استعاره‌ای از کل وضعیت مخابراتی و ارتباطی حکومت بعث سوریه در سال‌های پس از جنگ داخلی بود. زیرساخت‌های قدیمی که عمدتاً متعلق به دوره شوروی بود که به علت کسری بودجه حاصل جنگ و خرابی‌های ناشی از جنگ داخلی، ناکارآمدتر، فرسوده‌تر و کندتر شده بودند.

وضعیت کندی اینترنت که نه به‌دلیل فیلترینگ و عدم اختصاص پهنای باند، بلکه به‌دلیل فرسودگی زیرساخت‌ها امکان فعالیت مجازی را محدود و تقریباً غیرممکن می‌کرد و مجموعه مشکلات زیرساختی روی تصویر سوریه برفک انداخته بود. غیر از زیرساخت‌های فنی فرسوده سوریه اسد، نگاهی به وضعیت رسانه‌های رسمی دولتی نشان می‌داد که عقلانیت حکمرانی رسانه‌ای سوریه اسد نیز به‌اندازه وضعیت زیرساختی آن فرسوده و کهنه بود. سیاست‌های تک‌صدایی رسانه‌های رسمی سوریه که مأموریت داشتند خانواده اسد را در هاله قدسی قرار دهند و میانه‌ای با روایت‌های اجتماعی نو و نگاه‌های نوین به رسانه نداشتند، مرجعیت رسانه‌ای، بازنمایی سوریه و تصویر این کشور و مردمانش را با اختلال مواجه کرده بود و زمین را برای روایت‌های ضدملی معارضین و تروریست‌های مسلح خالی گذاشته بود.

ب. تحریم و بایکوت! دایاسپورا از جان ساکنان سوریه چه می‌خواهد؟

اوایل سال ۲۰۲۴ کریس جکروسن، جهانگرد آمریکایی سفری به سوریه داشت و از سفر و تجربه‌اش در دمشق و حمص، محتواهایی در فضای مجازی (عمدتاً اینستاگرام) بارگذاری کرد. محتواهایی که دمشق را شهری امن توصیف می‌کرد و زندگی عادی مردمان دمشق را در خلال تجربه سفرش بازنمایی می‌کرد، گرچه پس از قطع روابط دیپلماتیک بسیاری از کشورهای اروپایی با سوریه پس از بهار عربی، دریافت ویزا و ورود به سوریه برای عمده شهروندان اروپایی و آمریکایی تقریباً غیرممکن شده بود، اما در سال‌های اخیر چند بلاگر - توریست سفیدپوست توانستند از هفت‌خوان گرفتن ویزا و ورود به سوریه عبور کنند، وارد سوریه شوند و محتوا تولید کنند. محتواهایی که بلافاصله پس از بارگذاری از سوی بخشی از دایاسپورای سوری عمدتاً ساکن غرب، به عادی‌سازی، خون‌شویی و تلاش برای «نرمال نشان دادن» زندگی مردمان سوریه در داخل مرزهای رسمی سوریه متهم شدند. تقریباً هر صفحه مجازی و هر انسان رسانه‌ای که از زندگی عادی در سوریه و یا حتی جاذبه‌های توریستی و تاریخی سوریه محتوای غیرسیاسی که لگدی به دولت اسد نمی‌زد؛ تولید می‌کرد به خون‌شویی محکوم می‌شد. بسیاری از این صفحات از جمله صفحات توریست‌های خارجی از سوی اپوزیسیون دایاسپورای سوری مورد هجمه رپورت و بایکوت قرار گرفتند. کار به اینجا ختم نشد، طی سال‌های جنگ داخلی و پس از آن، اندک سریال‌های سوری که داخل سوریه تولید می‌شدند و یا هنرمندان و اینفلوئنسرها و صفحه‌هایی که تلاش داشتند صدایی جدید و ملی تولید کنند و لزوماً هم طرف‌دار و جان فدای اسد نبودند؛ طی این حملات سایبری رپورت و بایکوت شدند. بسیاری از وب‌سایت‌ها نه از سوی دولت سوریه، بلکه از سوی خود پلتفرم‌ها برای آی‌پی سوریه بسته شد و همه این عوامل، به بی‌تصویری و بی‌صدایی مردمان داخل سوریه دامن زد. به‌گونه‌ای که در این سال‌ها از این کشور متکثر و بزرگ تنها صفحه سیاهی بازنمایی شد و زندگی روزمره و امر عادی مردمان سوریه در دوره اسد، از سوی اپوزیسیون و با کمک حامیان مالی ناتویی‌شان انکار شد.

سکانس دوم؛ ادلب کلاس رسانه

درحالی‌که رسانه‌های جهان، نمایش «تصویر عادی» از سوریه را بایکوت کرده بودند و با دلارهای ناتویی (NATO) زندگی در دوره حکومت اسد را غیرعادی نمایش می‌دادند، یک استراتژی قوی رسانه‌ای در ادلب به رهبری تحریرالشام در جریان بود. استراتژی‌هایی که به‌تدریج چهره تحریرالشام را سفیدشویی می‌کرد و زندگی در ادلب تحت رهبری تحریرالشام را عادی و حتی رؤیایی و دلخواه نمایش می‌داد.

برای فهم استراتژی‌های رسانه‌ای اکنون تحریرالشام باید نگاهی به رفتار و سیاست‌های رسانه‌ای این گروهک تروریستی در دوره تسلطش بر ادلب نگاهی انداخت.

الف. ارتباط با رسانه‌های خارجی

تحریرالشام در سال‌های حکومت خود در ادلب تلاش کرده بود تصویر خود را در سطح جهانی از طریق دسترسی هدفمند به رسانه‌ها مدیریت کند. رهبری این گروه با مؤثرترین رسانه‌های بین‌المللی مانند PBS و Sky News همکاری کرده بود تا اطمینان حاصل کند که روایت آن‌ها به مخاطبان جهانی گوناگون می‌رسید و با آن‌ها هم‌صدا می‌شد. این تعاملات و نمایش‌های برنامه‌ریزی‌شده فراتر از یک استراتژی ساده باز بودن فضا بودند؛ آن‌ها نشان‌دهنده تلاش عمدی تحریرالشام برای شکل‌دادن به ادراکات و در نهایت جلب نظر مثبت افکار عمومی بودند که ممکن بود روزی به حذف آن از فهرست سازمان‌های تروریستی منجر شود (آرزویی که حالا در شرف تحقق است). با ارائه مصاحبه‌ها و دسترسی انحصاری به برخی خبرنگاران و کانال‌های منتخب، تحریرالشام تصویر مشخصی برای جمعیت‌های خاص ایجاد کرده بود و بر گفتمان بین‌المللی درباره بحران سوریه تأثیر گذاشته و خود را به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از مخالفان رژیم سوریه معرفی کرده بود. با بررسی نمونه‌های خاص، سازمان‌دهی دقیق تعاملات رسانه‌ای تحریرالشام برایمان ثابت می‌شود. از طریق افشاگری‌های استراتژیک، مصاحبه‌های به‌دقت چهارچوب‌بندی شده و دارای زمان‌بندی و تغییرات گفتمانی محاسبه‌شده، تحریرالشام در عرصه گفتمان‌سازی حرکت کرده بود تا اطمینان حاصل کند که روایت آن به مخاطبان گسترده می‌رسید، چه در سطح خارجی و چه داخلی.

فراتر از رسانه‌های سنتی، تحریرالشام از قدرت رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری قدرتمند در تبلیغات بهره برده بود. پلتفرم‌های آنلاین مانند X، فیس‌بوک و تلگرام به عرصه‌هایی تبدیل شده بودند که تحریرالشام محتوای دلخواه خود را در آن‌ها منتشر کرده بود. از طریق انتخاب استراتژیک تصاویر، درخواست‌های احساسی و پیام‌های دقیق طراحی‌شده این گروه توجه مخاطبان گسترده‌تری را جلب کرد. این تلاش‌ها نفوذ تحریرالشام را به حوزه دیجیتال گسترش داده بودند، جایی که محتوای ویروسی نظرات و ادراکات را شکل می‌داد.

ب. مصاحبه‌های اختصاصی - شکل‌دهی به روایت

تکنیک‌های دست‌کاری رسانه‌ای هیئت تحریرالشام شامل انجام مصاحبه‌های اختصاصی با روزنامه‌نگاران خارجی بود که به‌طور راهبردی طراحی شده بودند تا پیام‌های خاصی را به خارج منتقل کنند و روایت دقیقی درباره وضعیت مناطق تحت کنترل تحریرالشام و ماهیت در حال تحول آن شکل دهند. این مصاحبه‌ها نقش مهمی در شکل‌دهی به ادراکات بین‌المللی و تصمیمات سیاستی ایفا کردند. یکی از نمونه‌های برجسته، مصاحبه گسترده‌ای بود که روزنامه‌نگار تحقیقی، مارتین اسمیت از برنامه Frontline، در اوایل فوریه ۲۰۲۱ با ابومحمد جولانی انجام داد. این مصاحبه با هدف «روشن‌کردن واقعیت انقلاب سوریه» بررسی دیدگاه تحریرالشام نسبت به غرب و پرداختن به موضوع قرارگرفتن این سازمان در لیست گروه‌های تروریستی انجام شده بود.

در این مصاحبه، جولانی از کشورهای غربی خواسته بود در مورد طبقه‌بندی تحریرالشام به‌عنوان یک سازمان تروریستی تجدیدنظر کنند. او تأکید کرده بود سازمانش از القاعده فاصله گرفته و از ایالات متحده و کشورهای اروپایی خواسته بود گروهک او را از لیست تروریستی خارج کند. جولانی خود را به‌عنوان یک شهروند معمولی سوری طبقه متوسط معرفی کرده بود که به‌دلیل شرایط سیاسی مهم مجبور به پیوستن به انقلاب مسلحانه، مقابله با دیکتاتوری و دفاع از مظلومان شده بود. او تلاش کرده بود تا خود را از میراث تروریستی جبهه النصره جدا کند و جدایی زودهنگام خود از حامی و تأمین‌کننده مالی پروژه اصلی‌اش، ابوبکر البغدادی را تأیید کرده بود.

بین ۲۹ آوریل تا ۲ می ۲۰۲۳، تحریرالشام از روزنامه‌نگار برجسته شبکه فرانس ۲۴، وسیم نصر، دعوت کرد. نصر توانست از برخی مناطق تحت کنترل تحریرالشام بازدید کند، عکس‌هایی بگیرد و با چندین مقام از جمله الجولانی و ابو ماریا القحطانی گفت‌وگو کند.

نصر با کوله‌باری از تعریف و تمجید از تحریرالشام از ادلب بازگشت و خود به رسانه‌ای در سفیدشویی تحریرالشام تبدیل شد. او به‌طور آشکار تحسین خود را از الجولانی بیان کرده بود و او را فردی باهوش و صریح توصیف کرده بود. او اشاره کرده بود که الجولانی لباسی غیررسمی شامل شلوار جین و پیراهنی از برند هوگوباس پوشیده بود. نصر همچنین از اولین ملاقات خود با ابو ماریا القحطانی هیجان‌زده بود و او را فردی بلندقد، تأثیرگذار و آگاه توصیف کرده بود. در طول بازدیدش، نصر به شهر یعقوبیه نیز رفته بود تا از وضعیت جمعیت مسیحی آنجا مطلع شود. او با دیدن کارگران مسلمان که مشغول بازسازی کلیسای شهر بودند، شگفت‌زده شده بود؛ اقدامی که به‌طور «اتفاقی» با بازدید او هم‌زمان شده بود!

ج. رسانه‌های اجتماعی: ماشین تبلیغاتی تحریرالشام

در عصر دیجیتال، تحریرالشام به‌طور راهبردی از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان میدان نبرد برای انتشار تبلیغات و کنترل دقیق گفتمان عمومی بهره می‌برد. استراتژی رسانه‌های اجتماعی تحریرالشام بر هنر انتخاب محتوای مناسب متمرکز بوده و است. هر ویدئو، تصویر و اینفوگرافیک بادقت انتخاب و طراحی می‌شوند تا واکنش‌های احساسی خاصی را برانگیزد. با تطبیق محتوا برای تحریک همدردی، خشم یا ترس، تحریرالشام توجه مخاطبان متنوعی را به خود جلب می‌کرد. این دست‌کاری احساسی حساب‌شده، بحث‌ها را هدایت کرده و نظرات و برداشت‌ها را به نفع خود تغییر می‌داد.

داستان‌سرایی بصری در قلب تبلیغات رسانه‌های اجتماعی تحریرالشام قرار داشت. ویدئوهای جذاب از انسان رسانه‌های کاریزماتیکی که تلاش‌های بشردوستانه، پیروزی‌های نظامی و ابتکارات اجتماعی را به تصویر می‌کشیدند، پلتفرم‌ها را فراگرفته و روایتی قدرتمند را ایجاد می‌کردند. این تصاویر کاملاً تنظیم‌شده احساسات قوی را برمی‌انگیختند، همبستگی را در میان حامیان تقویت می‌کردند و سعی در ایجاد ترس در میان مخالفان داشتند. استفاده ماهرانه تحریرالشام از تصاویر، داستانی متقاعدکننده می‌ساخت که با مخاطبانش همخوانی داشت و نفوذش را بیشتر می‌کرد.

تحریرالشام به‌طور راهبردی از پلتفرم‌های مختلف برای افزایش پیام‌ها و حداکثرسازی تأثیر آن‌ها استفاده کرد. ایکس امکان انتشار سریع اخبار کوتاه را فراهم می‌کرد، درحالی‌که فیس‌بوک و اینستاگرام فضایی برای بحث‌های عمیق‌تر و جذابیت‌های احساسی ارائه می‌داد. تلگرام، با کانال‌های رمزگذاری‌شده خود، به‌عنوان پلتفرمی مطلوب باقی مانده بود که تحریرالشام از آن برای انتشار محتوای انحصاری به مخاطبان منتخب استفاده و حس اعتماد و انحصار ایجاد می‌کرد. درعمل، تحریرالشام دسترسی خود را از طریق کانال‌های غیررسمی گسترش داده بود، از جمله پلتفرم «سوری‌های خلاق» که در فیس‌بوک، توییتر و دیگر رسانه‌های اجتماعی فعال بود. شرکت رسانه‌ای عمجد یکی از کانال‌های برجسته آن بود که محتوای ویدئویی باکیفیت نسبتاً بالا تولید می‌کرد. از سوی دیگر، «خبرگزاری اباء» تحریرالشام تا اوایل سال ۲۰۲۲ به انتشار یک بولتن هفتگی چاپی ادامه داده بود. با این حال به نظر می‌رسید استراتژی جدید رسانه‌ای سازمان به استفاده از شرکت Creative Inception معطوف شده بود که در آن زمان تأمین بودجه را در انحصار داشت، رسانه‌گران محلی را آموزش می‌داد و تلاش‌های تبلیغاتی را هدایت می‌کرد، از جمله تعیین استانداردها و شکل‌دهی به محتوای رسانه‌ای. در کنار تحریرالشام مؤسسات «بشردوستانه» با سرمایه و حمایت مالی از اتحادیه اروپا و کشورهای غربی به صحنه آمدند و از کمک‌های بشردوستانه و کارهای خیریه در ادلب و مناطق تحت تسلط تحریرالشام تولید محتوا انجام دادند. محتواهایی که در خلال نمایش «زندگی عادی» مردم در ادلب و مناطق تحت تسلط تحریرالشام، تلاش داشتند مدیریت شهری خوب این گروه را نمایش دهند. علاوه‌بر آن باید به حضور انسان رسانه‌ها اشاره کرد که مستقیماً با تحریرالشام همکاری داشتند و به‌طور روزمره زندگی مردم در ادلب و عملیات تحریرالشام را بازنمایی می‌کردند. معروف‌ترین این انسان رسانه‌ها، جمیل الحسن، هادی عبدالله و محمد ظاهر بودند که در ادلب سکونت داشتند. علاوه‌بر آن معاویه اطرش نیز از فعالان رسانه‌ای بود که به‌عنوان عکاس با رسانه‌های غربی همکاری می‌کرد و روایت تصویری از مناطق تحت تصرف سلفی‌ها نمایش می‌داد. در کنار این انسان رسانه‌ها کالکتیوها و صفحات مجازی مانند «عدسه شاب دمشقی»، «الملتهم» و صفحه رسمی جمعیت دفاع مدنی معروف به کلاه‌سفیدها نیز این بازنمایی‌های روایی و رسانه‌ای را تقویت کردند.

به‌تدریج، تصویر سوریه در ذهن جهان عرب و دنیا، از مناطقی که تحت تسلط دولت رسمی سوریه بود با مناطق تحت تسلط تحریرالشام جایگزین شد. در غیاب تصویر و روایت از سوریه اسد، تصاویر و روایت ادلب تحریرالشام چشم جهان را پر کرد.

د. بیزینسی به نام کمک‌های بشردوستانه

از دیگر استراتژی‌های رسانه‌ای - اجتماعی تحریرالشام مشارکت در برنامه‌های تعامل اجتماعی بود، از جمله ابتکارات آموزشی و خدمات بهداشتی که برای ایجاد حس اعتماد و وابستگی در میان مردم محلی طراحی شده بودند. با ارائه خدمات ضروری از طریق نهادهای وابسته به «دولت نجات»، این سازمان خود را به‌عنوان تأمین‌کننده پایداری و حمایت معرفی کرده و این تصور را ایجاد می‌کرد که حضورش برای رفاه و بقای جامعه محلی ضروری است. این رویکرد نه‌تنها اعتماد محلی را جلب می‌کرد، بلکه پایه‌ای برای نفوذ فراتر از مناطق تحت کنترل مستقیم تحریرالشام فراهم کرده بود.

یکی از تاکتیک‌های کلیدی تحریرالشام، استفاده ابزاری از توزیع کمک‌های بشردوستانه بود. با کنترل منابع حیاتی مانند غذا، آب و تجهیزات پزشکی، این سازمان توانسته بود احساسات محلی را به نفع خود هدایت کند. روستاها و شهرهایی که به این کمک‌ها وابسته بودند، تحریرالشام را به‌عنوان نجات‌دهنده خود می‌دیدند و این وابستگی - به‌ویژه پس از زلزله ویرانگر ۶ فوریه ۲۰۲۳ در جنوب ترکیه و شمال سوریه - آشکار شد؛ زمانی که جمعیت دفاع مدنی (معروف به کلاه‌سفیدها) که با تحریرالشام همکاری می‌کردند، بودجه‌های کلانی برای کمک‌رسانی از اتحادیه اروپا و USaid دریافت کردند؛ اما مناطق آسیب‌دیده تحت حکومت اسد از کمک‌های بشردوستانه محروم ماند. این وابستگی ابزاری قدرتمند برای اعمال نفوذ بود و به تحریرالشام اجازه می‌داد صدای مخالفان و جناح‌های رقیب را در میان جامعه‌ای که به کمک‌های آن متکی بود، خاموش کند. از زمان تأسیس، تحریرالشام به‌طور مداوم رویکردهای استراتژیک خود را تغییر داده و به مسائل محلی عمیق‌تر ورود کرده است. این سازمان با بهره‌گیری از خطابه‌ها و نمادهای اعتراضات سوریه توانسته بود به‌طور مؤثری روایت خود را بازتعریف کند. در این فرایند، الجولانی مجبور شده بود از پیروانی که دارای سلفی‌گری و ایدئولوژی‌های تکفیری بودند، فاصله‌گذاری کند. این تغییر استراتژی که به «سوریزه‌شدن» تحریرالشام معروف شده بود، به‌واسطه علمای برجسته نزدیک به الجولانی، از جمله مظهر الویس، عبدالرحیم عطون و میسر الجبوری (ابوماریا القحطانی) از طریق گفتمان دینی توجیه می‌شد.

استراتژی تحریرالشام برای تطبیق تبلیغات خود با فرهنگ محلی، ترکیبی از زبان براندازی ضد اسد و گفتمان دینی بود. این سازمان تلاش می‌کرد اصطلاحات، نمادها و دغدغه‌هایی را که با محیط و تجربیات زیسته مخاطبان محلی هم‌خوانی داشت، به کار گیرد. این تغییر خطابه‌ای که با مفاهیم انقلاب سوریه درهم‌آمیخته شده بود، هم منطقی و هم استراتژیک به نظر می‌رسید، زیرا تحریرالشام را قادر می‌ساخت ظاهر اسلامی خود را حفظ کند، به نگرانی‌های محلی بپردازد و درعین‌حال پیشینه سلفی - تکفیری خود را بازسازی و سفیدشویی کند.

در مجموع، دست‌کاری احساسات محلی توسط تحریرالشام دو هدف اصلی داشت؛ اطاعت و وفاداری بلندمدت. این سازمان با مدیریت درک عمومی و ارائه خدمات ضروری، پایه‌ای برای حمایت پایدار از خود ایجاد کرده بود. این حمایت مردمی که بادقت پرورش داده شده بود، بخش کلیدی از استراتژی بقا و سلطه تحریرالشام بر مناطق تحت کنترلش به شمار می‌رفت.

ه. تضعیف و کمپین‌های بی‌آبروسازی مخالف

تحریرالشام از کمپین‌های پیچیده تبلیغاتی برای بی‌اعتبار کردن گروه‌های رقیب استفاده کرد. این گروه از طریق استفاده از نقاط ضعف، اختلافات داخلی و وابستگی‌های خارجی گروه‌های مخالف را برجسته می‌کرد تا اعتبار آن‌ها را در نظر عمومی تضعیف کند. با بزرگ‌نمایی نقص‌های گروه‌های رقیب، تحریرالشام خود را به‌عنوان گزینه‌ای برتر و پایدارتر معرفی کرده و به طور مؤثری هرگونه رقابت برای جلب وفاداری محلی را تضعیف کرده بود.

این گروه از نظارت و تهدید برای منصرف‌کردن و بی‌اثر کردن صداهای مخالف در قلمرو خود استفاده کرد. برای مثال، سرکوب تحریرالشام علیه اعضای برجسته حزب اسلامی محبوب حزب التحریر شامل یک کمپین رسانه‌ای گسترده بود که بر افشای افراط‌گرایی و عدم توانایی استراتژیک این حزب تمرکز داشت، زیرا این حزب به‌طور علنی مخالف همکاری با ترکیه بود. در چنین کمپین‌هایی، تحریرالشام از یک شبکه گسترده از خبرچین‌ها - عمدتاً اعضای دستگاه امنیتی عمومی قدرتمند خود - و کنترل شدید بر گفتمان عمومی استفاده کرده بود تا هرگونه مخالفت را به‌سرعت شناسایی و سرکوب کند. مخالفان، روزنامه‌نگاران و فعالان جامعه مدنی با تهدید به عواقب شدید مواجه شده بودند، جوی از ترس ایجاد شده بود و مخالفان را سرکوب کرده و سلطه روایت تحریرالشام را تضمین کرده بود. تحریرالشام به این ترتیب از یک رویکرد چندجانبه برای مقابله با انتقاد و روایت‌های مخالف استفاده کرده بود که از تبلیغات، نمایش ثبات و تهدید برای تضمین موقعیت خود به‌عنوان قدرت بی‌چالش در ادلب و اطراف آن بهره برده بود.

استراتژی بی‌آبروسازی مخالفان تحریرالشام، غیر از سیاست رسمی این گروهک، شگرد رسانه‌ای عمده انسان‌رسانه‌های حامی جولانی نیز بود. کمپین‌های مجازی برای رپورت کردن، بی‌آبرو کردن و بایکوت رسانه‌ای افراد مخالف عمدتاً از سوی صفحات حامی گروه‌های سلفی-تکفیری و انسان‌رسانه‌هایی نظیر هادی عبدالله و سلین قاسم و... دعوت می‌شد. برای این‌ها تفاوتی نمی‌کرد که این فرد منتقد یا مخالف سوری است یا غیر سوری، این کمپین‌ها به حیات مجازی هیچ کنشگری رحم نمی‌کرد. یکی از آخرین کمپین بی‌آبروسازی و بایکوت این انسان‌رسانه‌ها پیش از تسخیر دمشق متوجه تمیم البرغوثی، شاعر مشهور فلسطینی شد؛ صفحات همسو با تکفیری-سلفی‌ها، این شاعر را به دلیل انتقاد از رفتار سلفی‌های سوری پس از شهادت سید حسن نصرالله، بایکوت و رپورت کردند.

سکانس سوم، تحریرالشام در دمشق

هم‌زمان با ورود تحریرالشام به دمشق، انسان‌رسانه‌های حامی تحریرالشام نیز وارد دمشق شدند. در یک ماه گذشته، جهان شاهد انفجاری از تصویر، روایت و بازنمایی از سوریه بود، گویی که پیش از تسخیر سوریه به دست تحریرالشام، هیچ سوریه‌ای وجود نداشت و این سرزمین به دست محمد جولانی از تاریکی بیرون آمده است و از اعماق فراموش‌خانه تاریخ به امروز رسیده! سوریه‌ای که تا دیروز مورد انواع بایکوت‌ها بود و حتی محتواهای توریستی یک گردشگر خارجی نیز در آن تحمل نمی‌شد، حالا تصاویری از آن شبانه‌روز به جهان مخابره می‌شود. تقریباً اکثر رسانه‌های مهم دنیا با جولانی و حتی معاونان و وزرایش دیدار کرده‌اند، علاوه‌بر آن تصاویر از مساجد تاریخی و جاذبه‌های گردشگری سوریه مرتباً تولید، پرداخته و مخابره می‌شود، زندگی عادی مردم حالا بدون هیچ اتهام و بایکوتی نمایش داده‌شده و کسی در این میان نمی‌پرسد که این کافه‌ها و رستوران‌ها و این شمایل از زندگی روزمره مردم سوری که تا دیروز وجود داشت، پس چرا بایکوت بود؟

الف. اینفلوئنسرهای جهان متحد شوید

حضور اینفلوئنسرها و انسان‌رسانه‌ها در دمشق پسا اسد محدود به رسانه‌های ساکن ادلب نبود؛ بلافاصله پس از سقوط اسد، سیلی از انسان‌رسانه‌ها و اینفلوئنسرها و اکانت‌های پردنبال‌کننده و مشهور عمدتاً سوری-عربی خودشان را به دمشق رساندند؛ با مسجد جامع اموی دمشق عکس گرفتند؛ سال نوی میلادی در سوریه را نمایش دادند و «زندگی عادی و امن‌وامان» مردم سوریه پسا اسد را برای مخاطبانشان مخابره کردند. از جمله این اینفلوئنسرهای اثرگذار وفاء مصطفی و سلین قاسم هستند که به واسطه حامیان مالی قدرتمندشان، اتحادیه اروپا و نهاد حقوق بشری USAID تریبون‌هایی در پارلمان اروپا و اکثر فروم‌ها و کنفرانس‌های حقوق بشری داشتند و یکی از صداهای بلند تحریم‌خواهی و بایکوت مردم سوریه در سال‌های قبل بودند.

دیگر انسان‌رسانه‌ها حتی تولید محتوا از امر روزمره و جاذبه‌های توریستی را گناه و جنایت نمی‌دانند. حاکمان سوریه که اتفاقاً به لطف همین اکانت‌ها سفیدشویی وری‌برند شدند، اهمیت حضورشان را خوب درک می‌کنند و می‌دانند باید تا جایی که می‌شود با این اینفلوئنسرها خوب برخورد کنند.

اینفلوئنسرها حالا بسته به سلیقه‌شان دو انتخاب دارند، اگر گرایششان اسلامی است و قدری صفحه‌شان پرمخاطب است می‌توانند روی یک دیدار کوتاه با احمد الشرع (محمد جولانی) در کاخ ریاست‌جمهوری حساب کنند؛ و یا اگر گرایش‌های اسلام‌گرایانه ندارند و صرفاً ضد اسد هستند می‌توانند بیایند و از زندگی معمولی مردم سوریه و امنیت و آرامشی که تحریرالشام برای مردم آورده محتوا تهیه کنند.

ب. یارگیری از اینفلوئنسرها

چندی پیش در یک اقدام قابل‌توجه، ماهر مروان، استاندار دمشق، جلسه‌ای با اینفلوئنسرهای برجسته سوری برگزار کرد. در آن نشست، یکی از اینفلوئنسرها به‌سرعت پایین اینترنت در کشور اعتراض کرد. این اعتراض به‌ظاهر ساده، به‌سرعت به یک نقطه بحث‌برانگیز تبدیل شد که چالش‌های گسترده‌تر جامعه‌ای در حال بازسازی را در دل بحران‌های سیاسی و اقتصادی نمایان ساخت. این جلسه واکنش‌های مختلفی به دنبال داشت. حامیان آن، این حرکت را گامی ضروری برای به‌رسمیت‌شناختن تأثیر روزافزون رسانه‌های اجتماعی بر رسانه‌های سنتی دانستند. اما منتقدان پرسیدند که چرا اینفلوئنسرها به‌عنوان اصلی‌ترین واسطه‌ها انتخاب شده‌اند. آیا این یک تلاش صادقانه برای ارتباط با نسل جوان بود یا اقدامی حساب‌شده برای دست‌کاری در ادراک عمومی؟

حالا با دانستن پیشینه رسانه‌ای تحریرالشام می‌شود حدس زد که این جلسه با چه هدفی تنظیم شده است. تحریرالشام به‌خوبی اهمیت تصاویری که این اینفلوئنسرها و میکرو رسانه‌ها بازنمایی می‌کنند درک کرده است. از در باغ سبز به یوتیوبرها و تیک‌تاکرها گرفته تا دیدار جولانی با اینفلوئنسرها و جلسه با این فعالان مجازی، نشان از درک اهمیت خرده رسانه‌ها از نگاه حکومت جولانی دارد. دسترسی‌پذیری رسانه‌های اجتماعی در سوریه انکارناپذیر است. طبق آمارهای اخیر، ۶۰ درصد از جمعیت سوریه زیر ۳۰ سال سن دارند و ۸۰ درصد از این گروه سنی روزانه از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب و تیک‌تاک به ابزارهای قدرتمند ابراز وجود تبدیل شده‌اند و اینفلوئنسرها به‌عنوان دروازه‌بانان دیجیتال به مخاطبانی وسیع دسترسی دارند. این اینفلوئنسرها قدرت زیادی دارند و قادر به شکل‌دهی روایت‌ها و تأثیرگذاری بر افکار عمومی هستند، این نکته‌ای است که حاکمان جدید سوریه به‌خوبی درک کرده‌اند. بازسازی زیرساخت‌ها و رفع مشکلات ارتباطی نیز اگر به نفع این تصویر و این بازنمایی شود، احتمالاً به مدد حمایت‌های مالی کشورهای حامی تحریرالشام، انجام خواهد شد. سؤال اما اینجاست که تحریرالشام در آینده قرار است با صداهای مخالف چگونه برخورد کند؟

ج. استراتژی با پنبه سر بریدن؟

با نگاهی به کارنامه حکمرانی رسانه‌ای تحریرالشام احتمالاً بتوانیم رفتار حکومت جولانی با صداهای مخالف را حدس بزنیم. معاون زنان جولانی در تلویزیون ترکی تی‌آرتی صراحتاً از بستن صدای مخالفان حرف می‌زند، سیاست رعب و بایکوت علیه علویان و مخالفان الجولانی از سوی انسان‌رسانه‌هایی چون جمیل الحسن و هادی عبدالله هنوز ادامه دارد. صفحات سوری منتقد تحریرالشام مانند صفحه ونبقی و یا یوتیوبرهای منتقد چون خبرنگار ارمنی سوری، کورک آلماسیان از دریافت پیام‌ها از شهروندان سوری می‌گویند که هر روز جان خود را در خطر می‌بینند؛ اما امکان ابراز ندارند. از سوی دیگر، کمپین‌های رپورت و بایکوت از سوی رسانه‌های حامی تحریرالشام علیه این صفحات منتقد هنوز ادامه دارد. عمده تصاویر منتشرشده از تظاهرات اعتراضی علویان و مسیحیان، با صفحات فیک و بی‌نام منتشر شده و داخل مرزهای سوریه صدایی مخالف تحریرالشام در فضای مجازی شنیده نمی‌شود.

با همه این شواهد می‌توان برخورد جولانی با رسانه‌های اجتماعی و اینفلوئنسرها را حدس زد؛ این اینفلوئنسرها تا وقتی بتوانند چهره تحریرالشام را بزک کنند، آزادند!