

شیوه‌های جذب مردمی و بسیج اجتماعی داعش

موسی عسگری گندمانی *

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۷/۰۸

حسین ظفری **

تاریخ تأیید مقاله: ۱۳۹۸/۱۰/۳۰

چکیده

گروه تروریستی داعش با به‌کارگیری روشها و شیوه‌های گوناگون و گسترده‌ای توانست عده زیادی از مردم شامل مردان، زنان، نوجوانان و حتی کودکان را از شهرها و کشورهای مختلف به خود جذب کند و نیروی انسانی گسترده‌ای را از سراسر جهان به‌سوی خود گسیل دارد و با بسیج اجتماعی سریع و حجیم آنان، موجودیتی قلمرویی پیدا کند؛ از این‌رو با توجه به نبود پژوهشی در این زمینه به این مهم پرداخته شده که شیوه‌های جذب مردم و ایجاد بسیج اجتماعی در این مسیر چه بوده است. این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی به بررسی موضوع پرداخت و نشان داد که داعش با استفاده فراوان از اینترنت و تبلیغات دروغین و فریب مردم و دادن وعده‌های ناصادقی مانند حکومت آخرالزمانی و تأکید بر هویت اسلامی فراگیر با وحشت‌آفرینی و محبوبیت‌نمایی و حمایت کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای موجب آسانی انتقال نیرو و امکانات و باعث بسیج اجتماعی شد. یافته‌ها بیانگر آن است که داعش با بهره‌گیری از تبلیغات در فضای مجازی، توجه به زنان، تأکید بر هویت اسلامی و حکومت خلیفه‌گری، ادبیات آخرالزمانی و تبلیغات در مناطق اشغالی زمینه جذب عناصر مردمی را فراهم می‌کرد.

کلیدواژه‌ها: شیوه‌های جذب داعش، بسیج اجتماعی داعش، آرمان گروه‌های تکفیری، اختلافات منطقه‌ای و تنش.

مقدمه

دولت اسلامی عراق و شام (داعش) که ابتدا در عراق شکل گرفت، یکی از مهمترین گروه‌های تکفیری در سالهای اخیر بوده است. این گروه پس از خروج نیروهای امریکایی از عراق بسرعت گسترش یافت و توانست در عراق و سوریه دولتی تشکیل دهد. گسترش ناگهانی این گروه، توجه همگان را در سطح جهان به خود جلب کرد؛ زیرا یک گروه تروریستی در کمتر از یک سال، ضمن جذب افراد بسیار زیادی، بخشهای فراوانی از کشورهای عراق و سوریه را اشغال، و خلافت اسلامی را اعلام کرد. قدرت‌یابی این گروه در مدتی کوتاه با جذب نیروهای فراوان از سراسر دنیا با حالت بسیج اجتماعی در این زمینه همراه بوده است (ناوشکی و احمدیان، ۱۳۹۵).

داعش توانست با جذب مردم و بسیج اجتماعی در منطقه، کارهای بزرگی نظیر سیطره بر یک سوم خاک عراق و سوریه انجام دهد. داعش به تشکیل دولت در این مناطق اقدام کرد که حدود شش میلیون نفر در آنها زندگی می‌کنند. این توفیقات به‌طور مستقیم ناشی از شیوه‌های جذب و بسیج اجتماعی است. افرادی که از سراسر جهان به داعش می‌پیوندند به دلیل داشتن تخصصی ویژه همراه تخصص‌های عمومی مانند آشنایی با فناوریهای نوین ارتباطی، زبانهای خارجی و نظامات و تجربیات سیاسی، اداری، اقتصادی، امنیتی و نظامی کشورهایی که از آنجا به ارض خلافت سفر کرده‌اند، افراد کیفی به‌شمار می‌روند (زارعان، ۱۳۹۴).

در مورد اینکه چطور یک گروه شکل بگیرد و سپس با سرعت بتواند جذب خود را از بین مردم افزایش دهد و بتواند گروه‌های اجتماعی را با خود گسیل کند باید دو چیز را بررسی نمود: ۱. عوامل و ریشه‌های فکری داعش ۲. عوامل رشد و قدرت‌یابی آن.

درباره ریشه‌های فکری داعش، وقتی به اعلامیه‌ها و سخنرانیهای این گروه مراجعه شود، می‌بینیم تمام گفته‌ها و رفتار خود را به احکام و قوانین اسلامی مستند می‌کنند. اینها در بحثهای جهاد، برخورد با غیرمسلمانان و احکام جزیه، وجوب اجرای احکام و حدود اسلامی، وجوب تشکیل حکومت اسلامی، صدور حکم تکفیر و برخورد با شیعیان و... به آموزه‌های اسلامی و قرآنی استناد می‌کنند (ناوشکی و احمدیان، ۱۳۹۵) و علت اصلی

رشد تفکر داعش (داعشیسم) در «راهبردها، افکار و ایدئولوژی خاص بنیانگذار آن»، یعنی ابومصعب الزرقاوی و جانشینان آن بویژه ابوبکر البغدادی ریشه دارد.

در مورد عوامل رشد و قدرت‌یابی آنها می‌توان بیان کرد که قدرت جذب بسیار، مؤلفه بسیار مهمی در حفظ و بقای داعش بوده که می‌توان یکی از منابع مهم و تعیین‌کننده قدرت داعش را نیروی انسانی با انگیزه و جوان آن دانست که به این سازمان در مقایسه با دیگر سازمانها، توانایی چشمگیر و ویژه‌ای داده است. اصلی‌ترین ارکان قدرت راهبردی آن نیروی انسانی جوان و با انگیزه است. یکی از عوامل تقویت‌کننده و تداوم‌بخش قدرت راهبردی داعش در تأمین نیروی انسانی، گرایش درخور توجه جوانان به این سازمان است (زارعان، ۱۳۹۴) که می‌توان دلیل اصلی رشد و تقویت جذب داعش در جوانان و بسیج اجتماعی برای ملحق شدن به آنها را به عوامل گوناگون از جمله:

۱. عوامل سیاسی مانند نارضایتی اکثریت جامعه سنی سوریه و عراق از عملکرد دولتهای مرکزی

۲. عوامل اجتماعی - فرهنگی همانند بروز تنش و اختلاف شدید مذهبی و فرقه‌ای در جوامع این دو کشور میان سنی‌ها و شیعیان

۳. درنهایت، دخالت‌های کشورهای خارجی در امور داخلی عراق و سوریه مرتبط کرد (کریمی و گرشاسبی، ۱۳۹۵).

داعش از بسیج اجتماعی نیروهای مردمی استفاده کرد و از سطوح مختلف کشورها و مردم برای عضویت بهره جست که این گستردگی وجود نیروها و عوامل درگیر پدیده‌ای فراگیر و عام بوده است که برای جذب نیرو از سراسر جهان و از میان مسلمانان از واژه مقدس "هجرت" استفاده می‌کند و سفر آنان به قلمرو خود را هجرت می‌نامد؛ درواقع، جنبه دینی و مقدس به آن می‌دهد؛ زیرا این واژه یادآور سفر مسلمانان در صدر اسلام از مکه به مدینه برای رهایی از ظلم کفار و به دستور پیامبر(ص) است (لیگیرو، ۲۰۱۵: ۴).

همین‌طور داعش با تبلیغات گسترده، خود را نماد اسلام حقیقی و برادری اسلامی معرفی کرد و مدعی شد که هرکس به آن نپیوندد و در رفاه و آسایش بماند، زندگی نفاق‌گونه‌ای را برگزیده است و هجرت به سرزمین داعش باعث جدایی مسلمانان واقعی

از منافقان می‌شود. هم‌چنین خود را حکومت آخرالزمان و ملحمه‌الکبری (بزرگترین فتنه آخرالزمان) معرفی می‌کند؛ فتنه‌ای که به ظاهر جنگ و خونریزی است؛ اما با تثبیت دولت داعش پایان می‌یابد و همه مسلمانان (طبق تعریف داعش) با هم در سایه صلح و آرامش زندگی خواهند کرد (بصیری و سالدوگر، ۱۳۹۵). در دوران کنونی، که به‌نام عصر اینترنت از آن یاد می‌شود، روند افراط‌گرایی بسیار سریعتر، گسترده‌تر و مخفیانه‌تر پیش می‌رود و امکان شناسایی عاملان حمله‌های غافلگیرانه اعضای سازمانهای تروریستی و حامیان کم‌تر می‌شود (هاسکینز و اولافلین، ۱۳۹۲: ۲۹۷) و آنها راهبرد اصلی خود را رسانه‌ای کردن اقدامات تروریستی از طریق ایجاد ارباب و وحشت و از طریق پیشران شبکه‌های اجتماعی هدفگذاری کرده‌اند (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰: ۷۳).

اغلب این تصور رایج میان افراد هست که فرقه‌ها از طریق مغزشویی به جذب افراد اقدام می‌کنند؛ اما تحقیقات نشان می‌دهد در مورد فرقه‌هایی که بسرعت گسترش می‌یابند، این مورد تأثیر چندانی ندارد؛ بنابراین فهم چگونگی شیوه و روش جذب، مهم است. این نوشتار باهدف شناخت شیوه‌ها و روشهای جذب با روشی توصیفی - تحلیلی و گردآوری اسنادی - کتابخانه‌ای منابع به تقریر و بررسی این فرضیه می‌پردازد که درواقع با شناخت درست درصد پاسخگویی به این پرسش است که «شیوه‌های جذب مردمی و بسیج اجتماعی داعش چیست».

مبانی نظری

داعش هر گروه و شخصی را به‌گونه‌ای جذب می‌کند؛ غریبه‌ها را با یک شیوه، زنان را با شیوه‌ای دیگر و کودکان را به نوعی دیگر؛ جوانان و قبایل محلی ساکن عراق و سوریه را به شکلی متفاوت. داعش تلاش گسترده‌ای در جذب همه مردم کرد (بصیری و سالدوگر، ۱۳۹۵). در اصل، جذب اصلی‌ترین عامل تداوم و بقای هر جریان سیاسی یا مذهبی است؛ به‌همین دلیل این گروه‌ها یا جریانها تلاش می‌کنند با استفاده از ابزارها و روشهای تبلیغی - دعوتی و نیز بهره‌گیری از زمینه‌های افراد، آنان را به تشکیلات خود جذب کنند. از آنجا که فراوانی و تعداد اعضای وفادار به هر فرقه مانند داعش در گسترش

و همگانی شدن آن و درنهایت در افزایش قدرت آن نقش مهمی دارد، آنها تلاش می‌کنند محدودیت و موانع مسیر جذب افراد به تشکیلات خود را بردارند؛ از این رو اعضای آنها را افراد مختلفی از طبقات اجتماعی، اقوام، نژادها و ملیتهای مختلف اعم از زن و مرد، پیر و جوان با تحصیلات و زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی گوناگون تشکیل می‌دهد (زارعان، ۱۳۹۴).

مایکل دی لانگون سه الگوی کلی برای تبیین علل جذب افراد در فرقه‌ها و گروهکها ارائه کرده است:

۱. گروه‌های مذهبی چون به نیازهای روانی اعضای خود به‌گونه مناسبی پاسخ می‌گویند، مورد استقبال گسترده هواداران خود قرار می‌گیرند.
۲. مردم به دلیل ارزیابی شناختی خود درباره گروه‌ها و فرقه‌ها به آنها می‌پیوندند. در واقع افراد پس از اطمینان از صدق دعاوی رهبران گروه و هم‌چنین انطباق این دعاوی با نظام ارزشی خود برای جذب گروه شدن متقاعد می‌شوند و هرگاه در صدق دعاوی و انطباق نیافتن آن با معیارهای ارزشی خود تردید کنند از گروه جدا می‌شوند.
۳. اساس کار گروه‌ها و فرقه‌ها بر فریب استوار است. آنها برای جذب افراد به تشکیلات خود و برای حفظ و نگهداری اعضا در حد گسترده از روشهای مبتنی بر دروغ و فریب استفاده می‌کنند.

لانگون سپس با ترکیب این سه الگو، الگوی جامعی ارائه می‌کند: «میزان ارزیابی شناختی فرد هنگام عضویت در هر گروه، تابعی از نیازهای روانی فرد و فریب‌آمیز بودن محیط گروه است. هرگاه محیط گروه کمتر به فریب آلوده باشد و پاسخگویی آن به نیازهای روانی افراد ضعیفتر باشد، ارزیابی شناختی افراد دقیقتر و کاملتر خواهد بود و در نتیجه گرایش آنها برای عضویت در گروه کاهش خواهد یافت. در مقابل، استفاده گسترده از روشهای فریب در کنار پاسخگویی به نیازهای روانی افراد در گروه‌ها، گرایش به عضویت در آنها را بشدت افزایش خواهد داد» (امیدنژاد، ۱۳۹۰: ۲۴).

شبکه سلولی نیروی انسانی داعش، سازمانی چابک است که ساختار آن را نسل جوانان تشکیل داده‌اند و بیشتر، جوانان گرایش به داعش دارند. بدیهی است که از نسلهای

مختلف نیز در داعش وجود دارد.

شفرز از دید جامعه شناختی، نسل را مجموعه افراد هم‌سنی تعریف می‌کند که در یک حوزه فرهنگی مشخص زندگی می‌کنند و به دلیل زیستن در شرایط اجتماعی - تاریخی یکسان از تصورات، انگیزه‌ها، جهتگیریها و ارزشهای مشابهی برخوردارند (شفرز، ۱۳۹۳: ۴۰).

در واقع در گروه‌هایی مانند داعش در جذب افراد به صورت گسترده نوعی بسیج اجتماعی و همگانی به وجود می‌آید؛ یعنی براساس نظریه بسیج تیلی می‌توان توطئه‌های سیاسی امریکا و هم پیمانان منطقه‌ای او را در برابر تشکیل و تأسیس گروهک تروریستی تکفیری داعش ذیل کنش جمعی قرار داد و چالشها میان دولتهای عراق و سوریه (در قالب اعضای حکومت) و داعش (در قالب چالشگر حکومت) را در این راستا تبیین کرد (تاجیک و همکاران، ۱۳۹۳).

در دهه‌های اخیر بسیج اجتماعی، بیشتر با مفهوم مردم به کار برده شده است. این مفهوم در واقع بیان‌کننده واقعیت عینی خارجی است که حکایت از وجود حرکت جمعی براساس سازماندهی واحد می‌کند؛ یعنی بسیج به حرکتی اطلاق می‌شود که در آن الف. هدف و مقصدی معین مورد نظر باشد. ب. برای دستیابی به اهداف، سازماندهی وجود داشته باشد. ج. گردهمایی تخصصی و حرفه‌ای کمتری در آن نفوذ داشته باشد. د. شدت حرکت و سازماندهی آن به شرایط، نیازها و چگونگی بروز هدف بستگی داشته باشد که از جامعه مردم شروع شده است (آزاد ارملی، ۱۳۷۳).

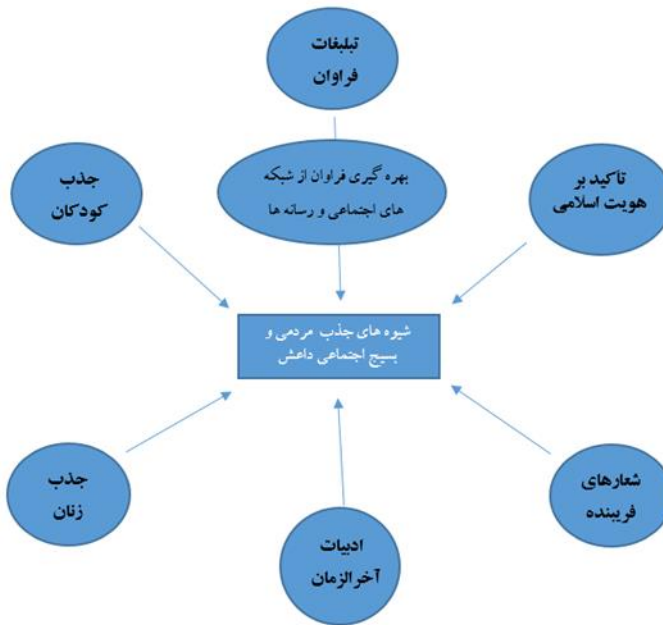
برخی از عوامل در جذب و رشد داعش نقش مهم و اساسی داشته است؛ مانند نقش عوامل اجتماعی و پراکندگی ملل و مذاهب در عراق، نقش قدرتهای منطقه‌ای و فرماندهی‌های در عراق، وعده‌ها و تبلیغات گسترده با رویکردهای نوین توسط داعش. در واقع سیر تحول وسایل ارتباطی و چرخش رسانه‌های نوین در جهت ادغام افقی نقشها و وظایف، موجب شده است که شبکه‌های اجتماعی نه تنها نقشهای رسانه‌ای ایفا کنند، بلکه قادر به ایفای نقشهای مدیریتی شوند. از طریق این شبکه‌ها می‌توان نقشهایی مانند سازماندهی، نظارت و کنترل، برنامه‌ریزی، رهبری و هدایت و جذب و آموزش نیرو را

سامان داد. یکی از ویژگیهای بارز جهانی‌شدن و بویژه فضای مجازی، مرززدایی و تمرکززدایی است (فاضلی و همکاران، ۱۳۹۶).

با توجه به این موارد برای بیان دلایل شیوه‌های جذب مردم و بسیج اجتماعی در داعش باید ابتدا ضمن شناختی از داعش، ریشه‌ها و بنیانهای فکری آنها را شناخت که در ذیل به شرح آنها پرداخته می‌شود.

الگوی مفهومی

چارچوب الگوی مفهومی پژوهش به‌منظور بهره‌گیری از نظریات مختلف، مبنای کار است که این پژوهش با استفاده و اتکا و استناد بر الگوی بسیج منابع تیلی، الگوی مفهومی خود را به شرح ذیل ارائه می‌کند. تیلی در الگوی بسیج به توصیف رفتار مدعی جداگانه می‌پردازد (تیلی، ۱۳۸۵: ۸۳). تیلی چهار ویژگی مهم و متغیر مدعیان را در دسته عوامل مؤثر داخلی تقسیم می‌کند که مؤلفه‌ها یا متغیرهای تشکیل‌دهنده این الگو عبارت است از: منافع، سازمان، بسیج، کنش جمعی و فرصت که متغیر فرصت شامل عناصر دیگری است. در این الگو نیز شیوه جذب مردمی و بسیج اجتماعی داعش مرکز کار قرار گرفت و متغیر یا عامل تبلیغات فراوان را شامل زیرمجموعه‌ای قرار داد و با توجه به مطالعات انجام شده روشهایی که بیشتر مورد استفاده داعش بود؛ مانند تأکید بر هویت اسلامی، جذب کودکان، جذب زنان، شعارهای فریبنده، استفاده از ادبیات آخرالزمانی به‌عنوان عوامل مؤثر بر جذب داعش ارائه کرده است.



الگوی مفهومی روشهای جذب و بسیج اجتماعی داعش (نگارندگان)

داعش

داعش را می‌توان آخرین نمونه از گروه‌های سلفی تروریستی دانست که دقیقاً براساس نقشه‌ها و ساختار سیاسی امریکا، رژیم اشغالگر قدس، عربستان و نیروهای بعثی بازمانده از رژیم بعث عراق در دوران زعامت صدام‌حسین در منطقه گام برمی‌دارد (تاجیک و همکاران، ۱۳۹۳).

ریشه‌های شکل‌گیری داعش به دوره پس از حمله امریکا به عراق و ورود اعضای القاعده به این کشور باز می‌گردد. پس از انتقال نیروهای القاعده از افغانستان به عراق، ابومصعب الزرقاوی، رهبری شاخه القاعده را در عراق به‌عهده گرفت و در سال ۲۰۰۳ گروه التوحید و الجهاد را ایجاد کرد. الزرقاوی، که گرایشهای ضد شیعی شدیدی داشت نه‌تنها امریکایی‌ها، بلکه شیعیان عراق را مورد هدف قرار می‌داد. در دوره وی صدها

عملیات تروریستی علیه مردم عراق بویژه در شهرهای مقدس این کشور انجام شد. گروه تروریستی التوحید و الجهاد، که دارای شعبه‌های همنام خود در دیگر کشورها از جمله مناطق غربی جمهوری اسلامی بود، رابطه خود را با القاعده حفظ کرد و دستورهای اسامه بن‌لادن و ایمن الظواهری را اجرا می‌کرد (سیفی و پورحسن، ۱۳۹۷).

در سال ۲۰۰۴ گروه تکفیری "القاعده در سرزمین بین‌النهرین" ایجاد شد که چندان دوام نداشت. با کشته شدن الزرقاوی در سال ۲۰۰۶، سازمان "دولت اسلامی عراق و شام (داعش)" جانشین التوحید و الجهاد و القاعده در سرزمین بین‌النهرین شد.

دو سازمان تکفیری دولت اسلامی عراق و جبهه النصره در ۱۰ آوریل ۲۰۱۲ در سوریه اعلام موجودیت کرد. این سازمان دارای دو رهبر جداگانه یعنی ابوبکر البغدادی به‌عنوان رئیس بخش دولت اسلامی عراق و محمد الجولانی رئیس جبهه النصره بود؛ با این وصف این سازمان علیه دولت سوریه اقدامات مشترک تروریستی بسیار زیادی انجام داد و رهبری جبهه مخالفان بشار اسد را داشت (تمیمی^۱، ۲۰۱۴).

این گروه به لحاظ اعتقادی به سلفیسم معتقد است. این دیدگاه جزء اعتقادات اهل تسنن به‌شمار می‌رود؛ اما در قالب هیچ‌یک از چهار فرقه سنی قرار نمی‌گیرد. با توجه به گفت‌وگوهای داعش و ایجاد "فقه‌التکفیر"، خشونت، هسته اصلی این حرکت را تشکیل می‌دهد به‌گونه‌ای که هر چیزی خارج از اعتقادات سلفی را کفر می‌دانند و با آن به مبارزه و نابودی برمی‌خیزند و بر این مبنا در صورت کشتن و از بین بردن یک نفر کافر به سعادت می‌رسند و کشتار کافران را مجاهدت فی سبیل‌الله می‌دانند. مبانی فکری سلفیان و داعش را می‌توان براساس چهار محور هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی، روش‌شناسی و معناشناسی مورد تحلیل قرار داد (فیرحی، ۱۳۸۷).

بازگشت به سلف، اولین بار در مصر طنین‌انداز شد؛ اما این شعار مورد سوء استفاده وهابیت قرار گرفت و آنها نیز خود را سلفی نامیدند و افکار ابن‌تیمیه را به‌عنوان افکار سلف ترویج کردند. این چنین عده‌ای از دردمندان مسلمان به دام افکار ابن‌تیمیه افتادند و خشونت و تکفیر برگرفته از افکار وی را تبلیغ کردند. این گروه‌ها برای احیای خلافت اسلامی یا دست کم تأسیس حکومت اسلامی به فتوای ابن‌تیمیه متمسک شدند و گاه با

1. Tamimi

حکم جهاد، تکفیر را در جهان اسلام نهادینه کردند (تاجیک و همکاران، ۱۳۹۳). در اولین روز از ماه مبارک رمضان (۲۸ ژوئن ۲۰۱۴) دولت اسلامی عراق و سوریه اعلام موجودیت کرد. بر این اساس، دولت و خلافت جدید اسلامی شکل گرفت؛ به این مناسبت، خلیفه ابوبکر البغدادی در مسجد الحویاء موصل خود را خلیفه ابراهیم معرفی کرد (رایان، ۲۰۱۴: ۴). در مجله دابق از ابوبکر البغدادی با نام امام ابوبکر البغدادی یاد شده است (گامبیر^۱، ۲۰۱۴: ۶).

در سال ۲۰۱۴ داعش با گسترش اقدام نظامی خویش توانست موصل (دومین شهر عراق) را تصرف کند و کنترل بخش زیادی از خاک عراق از جمله تکریت را نیز به دست گرفت. پیشروی داعش تا نزدیکیهای بغداد، یکی از شگفتیهای راهبردی به شمار می‌رود. داعش پس از بروز بحرانهای اجتماعی و امنیتی در سوریه و عراق توانست جایگاهی اجتماعی در منطقه به خود اختصاص دهد و با استفاده از ظرفیت ارتباطی ایجاد شده در منطقه و نارضایتیهای اجتماعی به گسترش دست زد که البته تضعیف دولتهای منطقه و تقویت قدرتهای بزرگ که به دنبال ایجاد بحران در غرب آسیا نیز بودند از جمله عوامل دیگر تأثیرگذار بر شکل‌گیری این گروه در غرب آسیا بود (سیفی و پورحسن، ۱۳۹۷).

البته باید نقش منابع مالی و تسلیحاتی داعش را در جذب و حفظ ارتباط عناصرش در نظر داشت که پیشروی سریع و انتقال و سازماندهی تروریست‌های داعش بین مرزهای سوریه و عراق و ترکیه و دستیابی این گروه به انواع سلاح و مهمات و تجهیزات پیشرفته، بدون در اختیار داشتن منابع مالی و تسلیحاتی و حمایتی منطقه‌ای و بین‌المللی امکان‌پذیر نیست. به عقیده کارشناسان، گروه تروریستی داعش در مقایسه با دیگر گروه‌های تروریستی از حمایتی بیشتری در این زمینه برخوردار است (العالم، ۱۳۹۳: شناسه‌مطلب ۱۶۰۵۳۹۹). قاچاق مواد مخدر، نفت و اشیای قیمتی از سوریه و انتقال آن به خاک ترکیه و فروش آنها در بازار سیاه، غارت اموال مردمی و دولتی از جمله دستبرد به بانکها، گرفتن مالیات از تاجران و مغازه‌داران محلی، اخاذی و آدم‌ربایی، جعل و تقلب در کنار حمایتیهای مالی شهروندان و دولتهای عربی از جمله عربستان، امارات و قطر، فروش برده‌داری و کنیز فروشی از مهمترین فعالیتهای این گروه تروریستی برای رفع نیازها و هزینه‌های مالی خود

1. Gambhir

بود (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰). به علاوه می‌توان گفت داعش در دو جبهه جنگ نرم و سخت می‌جنگد و به‌نظر می‌رسد که در جبهه جنگ نرم موفقتر عمل کرده است؛ زیرا اعضا و پیروان خود را از طریق جنگ نرم و تبلیغات به‌دست می‌آورد. بیشتر نیروهای داعش به‌دلیل تبلیغات و ادعاهایی از این دست جذب می‌شوند: پیام برنده، تضعیف مشروعیت گروه‌های جهادی رقیب، ادعای مشروعیت نداشتن اسلامگرایان سیاسی، تفرقه‌افکنی در صفوف دشمن، پخش اطلاعات غلط، تلاش برای برجسته و تشدید کردن اختلافات یا ایجاد شکاف میان گروه‌های رقیب، بهره‌برداری از تنشهای قومی و فرقه‌ای با این هدف که اهل سنت برای حفاظت از خود به حمایت از داعش مجبور هستند، ارائه تصویر مدینه فاضله از خلافت، ستایش جهاد به‌عنوان فرصتی برای برادری و هیجان، ایجاد شکاف میان مسلمانان ساکن در غرب با غریبها توسط واعظان، بهره‌گیری از آموزه‌های مذهبی برای ایجاد تعهد مذهبی مسلمانان به‌منظور پیوستن به خلافت (راس و دیگران، ۲۰۱۶: ۱۰).

به‌طور کلی جنگ نرم، بهره‌گیری دقیق و برنامه‌ریزی شده از قدرت نرم علیه نظامهای سیاسی مورد هدف به‌منظور تأثیرگذاری بر باورها و ارزشهای بنیادین و با هدف دگرگونی در هویت فرهنگی و الگوهای رفتاری مورد قبول است.

از دیدگاه نای، قدرت به دو بخش سخت و نرم تقسیم می‌شود. در قدرت سخت از تواناییهای اقتصادی و نظامی استفاده می‌شود. قدرت نرم، توانایی هر کشور در وادار کردن کشورهای دیگر به این است که همان چیزی را بخواهند که او می‌خواهد و عمدتاً از راه جاذبه‌های فرهنگی و ایدئولوژیک است؛ به‌عبارت دیگر، قدرت نرم با به‌کارگیری ابزارهایی چون فرهنگ، آرمان یا ارزشهای اخلاقی به‌صورت غیرمستقیم بر منافع یا رفتار دیگر کشورها اثر می‌گذارد. جنس قدرت در قدرت سخت، وادار کردن و در قدرت نرم، خرسند کردن و ایجاد رضایت است (بصیری و سالدوری، ۱۳۹۵).

براساس برآوردی در ابتدای سال ۲۰۱۵ مساحت تحت کنترل داعش در سوریه و عراق به ۲۰۰ هزار کیلومتر مربع و جمعیتی که در مناطق تحت کنترل این گروه زندگی می‌کردند به ده میلیون نفر می‌رسید. با عملیات گسترده ارتش عراق و حمایت مستشاری

جمهوری اسلامی بویژه نیروهای الحشد الشعبی، داعش در تابستان ۲۰۱۷ مناطق تحت کنترل خود را در عراق از دست داد و هم اکنون در خارج از موصل، و تنها مناطق معدودی در سوریه را در کنترل خود دارد (دوین، ۲۰۱۵).

ریشه‌ها و بسترهای ظهور و قدرت‌یابی داعش در عراق

ساختار اجتماعی عراق، نمایانگر موزاییک رنگارنگ و گوناگونی از اقوام، مذاهب و فرهنگهایی است که به اقتضای موقعیت و جایگاه سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، هیچ کدام نمی‌توانند بدون اعمال سطحی از خشونت، سلطه‌ای بلامنازع بر دیگر گروه‌ها و اقوام داشته باشند. کردها، اعراب سنی و شیعیان از مهمترین بازیگران بومی سیاست در عراق هستند که مطالبات و منافع بعضاً متفاوت و حتی متضادی دارند و مدیریت و تجمیع مسالمت‌آمیز منافع آنان، بسیار دشوار و نیازمند فرهنگی کثرتگرا و متساهل است. این شکاف اجتماعی در عراق از دیگر جوامع چند قومی بارزتر است؛ زیرا عراق کشوری است که از دل عثمانی شکست خورده در جنگ جهانی دوم و با ساختار ظاهری دولت - ملت پدید آمده و طرح ملت‌سازی در آن کامیاب نبوده است (آشوری، ۱۳۸۸: ۲۶۸).

شکافهای اجتماعی

شکافهای اجتماعی عراق را می‌توان به دو نوع «سنی‌محور و شیعه‌محور» و «قومی - زبانی» تقسیم کرد. با توجه به اینکه حدود ۸۵ درصد جمعیت عراق را شیعیان و کردها تشکیل می‌دهند در گذشته هیچ‌گاه حکومتی فراخور ساختار اجتماعی آن شکل نگرفت و پس از روی کار آمدن بعثی‌ها در سال ۱۹۶۸ عملاً وضعیت بمراتب سخت‌تر از گذشته شد. پس از فروپاشی رژیم بعثی صدام و روی کار آمدن دولت شیعی در عراق، برخی کشورها و گروه‌های سنی و بعثی برای بازیابی بخشی از قدرت پیشین خود و جلوگیری از تحکیم پایه‌های حکومت منتخب ملت عراق شروع به کارشکنی و اقدامات تروریستی و تخریبی کردند و بستر اصلی خیزش تروریسم را فراهم کردند (تقفی‌عامری، ۱۳۸۵: ۱۱۵).

شکاف سنی‌محور و شیعه‌محور

سنی‌ها در نظامهای پادشاهی و جمهوری، شیعیان را از قدرت محروم ساختند و بر

ارتش، سیاست و اقتصاد عراق، مسلط شدند. در دوره صدام، محتوای سنی و فرقه‌گرایانه ناسیونالیسم عربی، شیعه را به‌عنوان دشمن و عامل نفوذ پارسی‌ها از امتیازهای سیاسی - اقتصادی محروم و هویت و نمادهای شیعی را سرکوب کرد. ادامه این روند از دهه ۱۹۷۰، موجب فعال‌شدن شیعیان و توجه آنها به سیاست، قدرت و مبارزه با رژیم بعث شد. در مقابل، قانون اساسی جدید با رعایت حقوق شیعیان به‌جای هویت عربی - سنی بر هویت دینی (شیعی) عراق تأکید می‌کند. طبق ماده ۱۰، دولت باید از عتبات مقدسه به‌عنوان هویت دینی و فرهنگی کشور حمایت کند. ماده ۴۰ و بند اول ماده ۴۱ نیز با حمایت از آزادی عقیده به‌طور مشخص بر «تضمین اجرای مراسم حسینی» تأکید می‌کند (قانون اساسی عراق، ۱۳۸۴). با این تعابیر به‌نظر می‌رسد که شکاف مذهبی در این دوره نیز استمرار داشته است.

هم اکنون نیز اختلافات رهبران و گروه‌های سنی و دولت مرکزی عراق است که بویژه به جامعه سنی عراق نیز سرایت یافته و باعث نارضایتیها و انتقاد از عملکرد دولت شده است (اسدی، ۱۳۹۳: ۱۱۸).

شکاف قومی - زبانی

شکاف اجتماعی دیگر عراق از نوع قومی - زبانی است. دولتهای درگیر این تضاد، بیش از فعالیتهای توسعه انسانی، هزینه‌های خود را برای برقراری نظم داخلی و سرکوب شورشیان صرف می‌کنند. الگوی منازعه آنها نیز بیشتر جنگ داخلی است (موتقی، ۱۳۸۸: ۳۲۱). مفهوم قومیت، وجوهی مانند نام، سرزمین، فضاها، زیستی، رسوم و ارزشها و احساس مشترک را دربر می‌گیرد؛ یعنی حالت تضادی بین جمعیت بیشتر عراق که عرب‌زبان هستند با حداقلی مانند قوم کرد، ترکمن و ارمنی تنش می‌آفریند (مهری کارنامی، ۱۳۸۸).

مورد دیگر اینکه چند سال گذشته، بحرانهای جدید منطقه‌ای از جمله در سوریه، مصر، بحرین و دیگر کشورهای عربی به‌وجود آمد؛ این بحرانها باعث افزایش اختلافات و رقابت بین بازیگران منطقه‌ای مانند ایران با عربستان و امارات شد و تلاش برخی از بازیگران عربی برای بهره‌گیری از گروه‌هایی مانند داعش، برای پیشبرد اهداف و سیاستهای خود در منطقه را در پی داشت. عربستان و امارات علاوه بر اینکه از گروه‌های مخالف در

سوریه برای رسیدن به سیاست تغییر رژیم در این کشور استفاده می‌کنند، سعی می‌کنند با حمایت از داعش از این گروه برای تغییر شرایط در عراق نیز استفاده کنند. همچنین گزارشها و شواهد مختلف حاکی است که سعودیها و اماراتی‌ها به حمایت‌های مختلف مالی از داعش در سالهای اخیر مبادرت کرده و این حمایتها بویژه با توجه به ناکامی سیاست تغییر رژیم در سوریه ابعاد جدی‌تری به‌خود گرفته است. حتی فراتر از حمایت‌های مالی، برخی از گزارشها به حمایت دستگاه‌های اطلاعاتی این کشورها برای فراهم‌ساختن آموزشهای لازم برای نیروهای داعش اشاره می‌کنند (اسدی، ۱۳۹۳: ۷۷).

نقش قدرتهای خارجی بر قدرت‌یابی داعش

بیش از یک قرن از شکل‌گیری خاورمیانه با مرزبندیهای کنونی می‌گذرد؛ اما بحرانیهای متعدد همچنان این منطقه را دستخوش بی‌ثباتی می‌سازد. موقعیت راهبردی و نقش منطقه غرب آسیا در بازی قدرتهای بزرگ از جمله امریکا، برخورداری از ذخایر عظیم انرژی، همراه با شکافهای قومی - مذهبی، این حوزه را به عرصه تعارضات داخلی و نفوذ گسترده خارجی در ۱۰۰ سال اخیر تبدیل کرده است (آجیلی و مبینی‌کشه، ۱۳۹۴).

متغیر اولیه‌ای که امریکایی‌ها در نگاه به داعش دارند در نظر گرفتن آن به‌عنوان ابزار مشروعیت بخشیدن به حضور امریکا در منطقه بویژه حضور امریکا در عراق است (زارعان، ۱۳۹۴).

پس از حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و در پی آن حمله امریکا به عراق، بحران در غرب آسیا وارد عرصه جدیدی شد. در واقع، حمله امریکا و نیروهای ائتلاف به عراق به‌عنوان متغیر بین‌المللی، باعث تغییر شرایط و ساختار سیاسی عراق شده است. در این میان، ظهور پدیده دولت اسلامی عراق و شام در محدوده سرزمینی عراق همواره با مشی تروریستی عربان، زمینه شکل‌گیری پلکان ناامنی را در این کشور فراهم آورده است که بر همین مبنا می‌توان به توجیه راهبرد مدیریت بی‌ثباتی توسط امریکا رسید (دیپلماسی ایرانی، بررسی پدیده داعش؛ ۱۳۹۳).

بروس ریدل، کارشناس مؤسسه بروکینگز، تصمیم جرج بوش در حمله به عراق را در سال ۲۰۰۳ سرآغاز تنشهای این کشور می‌داند. «خوان کول»، استاد تاریخ دانشگاه میشیگان

امریکا، نیز حمله امریکا به عراق را عامل مهمی در تقویت حضور نیروهای افراط‌گرا و تندرو در این کشور ارزیابی کرد (هوشی‌سادات، ۱۳۹۲: ۱۳۷).

نظریه‌های توطئه زیادی مبنی بر اینکه داعش توسط امریکا برای تأثیر مداخله مداوم در امور عراق ایجاد شده است، وجود دارد. امریکا با حضور خود در واقع به‌جای مبارزه با داعش از آن حمایت می‌کند. اهداف بلند پروازانه امریکا در مورد امنیت و ثبات توسط عواملی محدود می‌شود. اول دولت ترامپ با توجه به پیچیدگی‌های ساختار دولت علاقه کمی به مشارکت و ایجاد صلح نشان می‌دهد. خود ترامپ می‌گوید: "دوران ملک‌سازی به پایان سریع و قاطعانه منتهی خواهد شد". نظر رئیس‌جمهور در راهبرد امریکا در افغانستان نشان می‌دهد که در موارد افراط‌گرایی خشونت‌آمیز، راه‌حلهای نظامی را ترجیح می‌دهد: "ما دوباره ملت‌سازی نمی‌کنیم. ما تروریست‌ها را کشتیم." ترامپ بارها و بارها اواما را برای "شتاب و اشتباه" خروج نیروهای نظامی از عراق در سال ۲۰۱۱ محکوم کرده؛ حتی اشاره او به‌عنوان مؤسس داعش است؛ با این حال، آیا نیروهای امریکایی در عراق همچنان به‌دلیل تعهدات کمتر بین‌المللی و شعار "اول امریکا" باقی خواهند ماند؟ جوابش چندان معلوم و واضح نیست (اریکسون^۱، ۲۰۱۹).

نوام چامسکی محقق و پژوهشگر سرشناس امریکایی معتقد است که اشغال دهساله خاک عراق از سوی نیروهای امریکایی و انگلیسی، منشأ اصلی پیدایش گروه تروریستی داعش در این کشور بوده است. حمله و اشغال عراق توسط نیروهای امریکایی و انگلیسی در سال ۲۰۰۳، که به ازهم‌پاشیدگی شالوده‌های اجتماعی در این کشور منجر شد در واقع اولین شعله‌های اختلافات فرقه‌ای را به‌وجود آورد. همین اختلافات فرقه‌ای بتدریج زمینه شکل‌گیری گرایشهای افراطی را در میان مسلمانان سنی عراق فراهم آورد و درنهایت به پیدایش گروه تروریستی داعش منتهی شد. به‌نظر می‌رسد با توجه به‌این مطالب، واشنگتن در مبارزه با تروریسم، سیاست یک‌بام و دوهوا را بر پایه منفعت محوری دنبال می‌کند به‌طوری که هر زمان که اقدامات نیروهای تندرو با برنامه‌های امریکا همخوانی نداشته باشد، این کشور به‌رویارویی با آنها برمی‌خیزد و در هر منطقه‌ای که تروریست‌ها منافع این کشور را درنظر داشته باشند از پشتیبانی امریکا برخوردار خواهند بود. در نتیجه امریکا

1. Eriksson

درباره داعش تعلل کرده، اما این یک واقعیت است که واشنگتن نه به داعش اجازه تشکیل دولت را در عراق داده و نه فعلاً اجازه حذف این گروه را می‌دهد (افراسیابی^۱، ۲۰۱۴: ۱۲۹).

در واقع آنها با ایجاد داعش در منطقه به دنبال ایجاد امنیت پایدار برای رژیم صهیونیستی هستند که تشکیل حکومت داعش، می‌تواند تشکیل دولت میلیتاریستی با محور ایدئولوژیک در کنار مرزهای ایران باشد و تشکیل داعش با سوگیریهای افراطی اهل تسنن و رویکرد مذهبی نظامی می‌تواند به نوعی جنگ نرم و نقطه تقابلی با ایران باشد. موارد اهمیت داعش برای امریکایی‌ها را می‌توان بدین شرح بیان کرد (تاجیک و همکاران، ۱۳۹۳):

۱. بازگرداندن حیثیت امریکا پس از خروج نیروهای نظامی از عراق؛ زیرا امریکایی‌ها قبل از توافق خروج از عراق همیشه به دنبال اقناع عراقی‌ها در ضرورت وجود یک پایگاه نظامی و تعدادی نیرو با مصونیت قانونی در آن بودند که مجلس بکلی مخالف آن بود و براساس توافق امضا شده، تمام نیروها از عراق خارج شدند. ریزش امنیت در عراق در واقع بازگرداندن حیثیتی برای امریکا یا دقیقتر جمهوریخواهان مخالف خروج از عراق با اوپاما بود.

۲. اداره تنش بین سه عنصر اجتماعی شیعی، سنی و کرد در عراق که در صورت وحدت ملی به احتمال بسیار زیاد داعش نه توان اشغال زمین و نه عراق به کمک امریکایی‌ها نیاز داشت.

۳. فشار بر شیعیان عراق و منطقه و بازگرداندن توازن بین شیعی و سنی در منطقه

۴. داعش دلیل خوبی برای بازگشت نظامی امریکایی‌ها با عنوان مبارزه با تروریسم در منطقه شد.

۵. از بین بردن نیروهای تندرو سنی و شیعه (البته از نظر امریکایی‌ها) از راه جنگهای فرسایشی و کم خرج و کنترل شده که این نظریه در سوریه و عراق از سوی امریکایی‌ها دنبال می‌شود.

۶. تضعیف کشورهای منطقه و مشغولیت‌زایی برای همه اطراف منازعه؛ زیرا رسیدن

1. Afrasiabi

داعش به مرزهای ایران، عربستان، ترکیه و اردن تمام این کشورها را نگران، و وارد چارچوبی مضطرب می‌کند.

بسیج اجتماعی

جنگ، انقلاب، بحرانهای اجتماعی، ستیز و... از موضوعات و مباحثات اساسی جامعه است. جامعه‌شناسی به لحاظ علاقه به مطالعه پدیده‌های اجتماعی خاص در جهت شناخت هر یک از این مباحث است. از این‌رو جامعه‌شناسی جنگ، جامعه‌شناسی صلح، جامعه‌شناسی انقلاب، سازمانهای انتظامی، جامعه‌شناسی مؤسسات و سازمانهای انتظامی، جامعه‌شناسی آشوبها و بحرانهای سیاسی اجتماعی، و همچنین جامعه‌شناسی ستیز مورد علاقه جامعه‌شناسان است. جامعه‌شناسی جنگ و نیروهای انتظامی اولین بار به‌طور وسیعی با نگاهی علمی و دقیق توسط گاستون بوتول^۱ (۱۹۷۸) در یک مجموعه تألیفات، مطرح شد. او جامعه‌شناسی جنگ را علم مطالعه جنگها از لحاظ تاریخی و ساختی تعریف کرده است؛ از این‌رو "بسیج" مقوله‌ای اجتماعی است که در گذشته با عناوین و نامهای مختلفی در فرهنگهای گوناگون با قبول وجود حرکتهای مردمی مطرح بوده است. حرکتهای توده‌ای و مردمی در کنار حرکتهای سازماندهی شده رسمی در اثر شرایط خاص شکل گرفته است. با طرح نقش و اثر حرکتهای مردمی به‌عنوان عنصر عمده در تغییرات و تحولات اجتماعی دنیای جدید، دیدگاه‌ها و طرز تلقی‌های متعددی در علوم انسانی برای بررسی دلایل پیدایش و توسعه و تأثیرات آنها مطرح شده است. مجموعه آرا و عقاید در این زمینه به پیدایش گرایشها و نظریات جدیدی منجر شد. بسیج در دهه‌های اخیر، بیشتر با مفهوم مردم و اجتماع به‌کار برده شده است. این دو مفهوم در واقع بیان‌کننده یک واقعیت عینی خارجی است که حکایت از وجود حرکت جمعی براساس سازماندهی واحد می‌کند؛ در این صورت بسیج را بسیج مردمی یا بسیج اجتماعی قلمداد کرده‌اند.

کمیت و کیفیت حرکت تحت تأثیر میزان وضوح یا عدم وضوح در اهداف است؛ زیرا هرچه دستیابی به اهداف ساده‌تر و آسانتر باشد از کمیت و کیفیت حرکت و مشارکت‌کنندگان در آن کاسته می‌شود و در مقابل به میزانی که سختی بیشتری در دستیابی

1. Gauston _ Bouthol

به اهداف باشد و اهداف از اهمیت بیشتری برخوردار باشند، حرکت دارای شدت بیشتری است و مشارکت جمعی بیشتری را طلب می‌کند (آزاد ارمکی، ۱۳۷۳)؛ مثلاً اگر هدف، مبارزه با دشمن واقعی باشد، حرکت، وسعت و دامنه بیشتری می‌یابد و جریان اجتماعی از قدرت بیشتری برخوردار خواهد بود. در صورتی که تأسیس یک سازمان اجتماعی مورد نظر باشد از شدت حضور حرکت جمعی توده‌ای کاسته خواهد شد و در مقابل گروه‌های حرفه‌ای و تخصصی حضور وسیع‌تری خواهند یافت.

کنش جمعی گروه‌ها به دست یازیدن و کنترل منابع، نیازمند است که چنین فرایندی به بسیج تعبیر می‌شود؛ این منابع دربردارنده طیفی وسیع از جمله نیروهای انسانی، کالا، تسلیحات و... است که در راستای منافع بسیجگران قرار می‌گیرد (تیلی^۱، ۱۳۸۵: ۱۹). درواقع، بسیج، معرف فرایندی است که براساس آن، یک گروه از حالت انزوا و انفعال و از حاشیه به متن زندگی عمومی انتقال می‌یابد و به کنشگری اثرگذار تبدیل می‌شود (تیلی، ۱۳۸۵: ۱۰۴). بسیج، جریانی است که هر واحد اجتماعی را قادر می‌سازد تا سرعت بر منابعی مسلط شود که پیش از آن از چپته گروه خارج بوده است و مفقود به نظر می‌رسید تا آنها را در ید اختیار خود بگیرد (بشیریه، ۱۳۸۷: ۷۹). این نظریه، ماهیت سیاسی جنبش‌های اجتماعی را برجسته، و آن را ستیز دستیابی به کالاها در کارزار سیاست و قدرت تعبیر می‌کند.

یکی از عوامل مؤثر در فرایند بسیج، ماهیت نهادهای سیاسی است؛ به این معنا که میان چگونگی آرایش فضایی جامعه و چگونگی جنبش‌های اجتماعی آن، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد؛ برای نمونه، هرچه عدم تمرکز فضایی و کارکردی نظام سیاسی بیشتر باشد، بیشتر احتمال دارد که جنبش‌های اجتماعی، «کارآمدتر، مستقل‌تر و مؤثرتر» باشند. طبق نظر مرتون در نظریه بسیج منابع، جنبش‌های اجتماعی، سازمانهای عقلایی هستند که اهدافی خاص را دنبال می‌کنند و راهبردها و تدابیری گوناگون برای کسب حمایت برمی‌گزینند. طبق این نظریه، شکل‌گیری جنبش‌ها فقط به وجود نارضایتی‌های گسترده، مشروط نیست بلکه به وجود سازمانهایی بستگی دارد که نارضایتی‌ها را به کنش متمرکز بسترسازی و هدایت کنند. از فرضیه‌های اساسی این نظریه، این است که موفقیت گروه از

1. Tilly

این طریق سنجش می‌شود که «آیا بازیگری شناخته شده است یا خیر یا اینکه منافع و دستاوردهای آن افزایش را نشان می‌دهد یا نه» (کریمی و گرشاسبی، ۱۳۹۵).

بسیج اجتماعی داعش

حوزه‌های جامعه‌شناسی جنگ، آشوبهای اجتماعی و بحرانهای فراگیر منطقه‌ای همانند پیدایش داعش در حوزه جامعه‌شناسی اجتماعی، توان بسیج اجتماعی در هر منطقه را دارد که البته از حیث معنا و مفهوم با بسیج ایران متفاوت است؛ اما به هر حال این نیز از دید تیلی نوعی بسیج اجتماعی به‌شمار می‌رود. اولسون و آبرشال، بسیج را مجموعه برنامه‌ها و اقدامهایی دربر می‌گیرد که برای پیگیری اهداف جنبش صورت می‌پذیرد. به میزانی که آن اهداف از نظر هواداران با ارزش باشد و امکان دستیابی بدانها با صرف هزینه‌هایی زیاد، همراه نباشد، حاملان جنبش، خواهند توانست عده بیشتری را به جنبش جذب کنند و امکان پیروزی بیشتر است. براساس این نظریه، هر جنبش اجتماعی یا کنش جمعی، زمانی می‌تواند به‌صورت جدی شکل بگیرد و به موفقیت برسد که از منابع مهم از جمله، تصویر مردمی مثبت، بهره‌مند باشد و بتواند ائتلاف‌سازی کند. در این نظریه بر این نکته تأکید می‌شود که عبور از موقعیت به کنش به «در دسترس بودن منابع و تغییرهایی در فرصتهای لازم برای کنش جمعی»، مشروط است. این نظریه با مفروض‌انگاشتن موضوعها، کنشگران و محدودیتها بر اینکه «چگونه کنشگران برای رسیدن به اهدافشان راهبردها را اتخاذ می‌کنند»، تکیه می‌کند؛ بنابراین بر عقلایی بودن بازیگر تأکید می‌کند (کریمی و گرشاسبی، ۱۳۹۵).

به عقیده چارلز تیلی، پدیده‌هایی مانند انقلابها، شورشها، جنبشهای اجتماعی، توطئه‌های سیاسی و حتی بسیاری از کودتاها، انواع مختلفی از کنشهای جمعی است که با هدف ایجاد تغییر یا جلوگیری از تغییری در جامعه اتفاق می‌افتد.

بدین منظور بررسی داعش به‌عنوان کنش اجتماعی برای رسیدن به شناخت این پدیده‌ها بسیار ضروری است. مجموعه نظریه‌های نظام یافته تیلی در زمینه کنش جمعی را می‌توان در کتاب مشهور وی از بسیج تا انقلاب جست‌وجو کرد. وی در این کتاب به ضرورت مطالعه جنبش‌های اجتماعی می‌پردازد و پس از آن مروری مفصل و نقادانه بر

نظریه‌های کلاسیک و متأخر ماقبل خود انجام می‌دهد (تیلی، ۱۳۸۵: ۱۲).

گاستون بوتول در سال ۱۳۷۱ جامعه‌شناسی جنگ را این‌گونه تعریف کرده است: «پولمولوژی^۱ علم جنگ است و به‌طور عام شکلها، علل، نتایج و عملکردهای جنگ را به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی مطالعه می‌کند.

جامعه‌شناسی نظامی از جمله شاخه‌های اصلی جامعه‌شناسی است و به‌رغم اینکه از عمر آن بیش از چهل سال نمی‌گذرد به‌طور گسترده مورد توجه پژوهشگران اجتماعی قرار گرفته است. در واقع در چند سال اخیر گروهی مثل داعش توانست با بهره‌گیری از امکانات و مشارکت و همیاری برخی از کشورها مانند ترکیه که باعث آسان‌شدن رفت‌وآمد نیروهای جذب شده به داعش می‌شد در ایجاد این بسیج اجتماعی نقش مؤثری داشته باشد (آزاد ارمکی، ۱۳۷۲).

راه‌های جذب مردمی و بسیج اجتماعی داعش

با توجه به این مباحث دربارهٔ جذب طیفها و گروه‌های مختلف مردم توسط داعش از کشورها و سلیقه‌های مختلف و ایجاد بسیج اجتماعی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

تبلیغات فراوان و مناسب داعش

تبلیغات با متحول‌کردن ارزشها، باورها، اعتقادات، تصویرها، ادراکها و ذهنیت‌های جامعه، بستری لازم را برای پذیرش و اقناع فراهم می‌آورد؛ این وضعیت به‌معنای اهمیت یافتن پیامها، نمادها، اخبار و اطلاعات است. قدرت تبلیغات، برخی از متفکران را برآن داشت تا بیان کنند که تبلیغات، حاکمیت و قدرت تعیین سرنوشت انسانها را از آنان سلب کرده و بر اندیشه و ادراک آنان تسلط یافته است (دهشیری، ۱۳۸۰: ۳۷).

تبلیغات، عنصر اصلی در گروه تروریستی داعش در جذب مخاطب است. داعش این شیوه‌ها را به‌کار می‌بندد: استفاده از خشونت برای متقاعد ساختن مخاطبان، ارائه اطلاعات غلط، اغراق دستاوردها و کم اهمیت نشان‌دادن آسیب‌پذیریها، تضعیف مشروعیت گروه‌های رقیب، نشان‌دادن داعش به‌عنوان تنها گروه مشروع جهادی و بیان انحراف دیگر گروه‌ها، ضعیف نشان‌دادن رقبا و قدرتمند نشان‌دادن خود، بهره‌برداری از تنشهای قومی و فرقه‌ای، معرفی خلافت به‌عنوان آرمانشهر اسلامی، ایجاد شکاف میان مسلمانان و غرب،

ادعای مقابله اردوگاه اسلام در برابر اردوگاه غرب، ضرورت پیوستن به خلافت به‌عنوان وظیفه مسلمانان، به‌کارگیری راهبردهای مختلف در کشورهای مختلف (راس و دیگران، ۲۰۱۶: ۲۴ - ۱۹). داعش نه تنها خود به تبلیغات مشغول است بلکه از پیروانش می‌خواهد که برای آن به‌عنوان نماد اسلام تبلیغ کنند. کالاها با نشان داعش در اندونزی تولید، و در فیس بوک عرضه شد و امروزه در ترکیه و اندونزی تولید می‌شود و از طریق توئیتر به فروش می‌رسد. این کالاها شامل کلاه بیس‌بال، تی‌شرت، پیراهن، پیراهن ورزشی با عبارات انگلیسی و عربی داعش، همراه با تصاویری از نقشه جهان و عبارتهای پرطنین مانند همه ما داعش هستیم، است (کوپلووایتز، ۲۰۱۵: ۳).

ابزارهای تبلیغاتی داعش به دو دسته تقسیم می‌شود: تبلیغ با رسانه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی و تبلیغ با رسانه‌های سنتی مانند رادیو و تلویزیون بهره‌گیری فراوان از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها

داعش به‌طور گسترده از رسانه‌های مجازی بویژه اینترنت، شبکه‌های مجازی و بتازگی از تلگرام استفاده می‌کند و به این طریق می‌تواند پیامش را به سراسر دنیا به آسانی و سادگی و بدون سانسور برساند و جوانان را در تمام دنیا به مرام و آیین خود جذب کند. سیر تحول وسایل ارتباطی و چرخش رسانه‌های نوین در جهت ادغام افقی نقشها و وظایف، موجب شده است که شبکه‌های اجتماعی نه‌تنها نقشهای رسانه‌ای ایفا کنند بلکه قادر به ایفای نقشهای مدیریتی باشند. از طریق این شبکه‌ها می‌توان نقشهایی مانند سازماندهی، نظارت و کنترل، برنامه‌ریزی، رهبری و هدایت و جذب و آموزش نیرو را سامان داد. یکی از ویژگیهای بارز جهانی‌شدن و بویژه فضای مجازی، مرززدایی و تمرکززدایی است (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰).

در سال ۲۰۰۵ ایمن الظواهری فرمانده سابق دولت اسلامی عراق نوشت: «ما در حال نبرد هستیم و بیش از نیمی از این نبرد در میدان رسانه‌ها در حال وقوع است» (کوته، ۲۰۱۵: ۲). مخاطبان داعش تنها شامل عربی‌زبانان نمی‌شوند، بلکه تمام مسلمانان و غیرمسلمانان از همه فرهنگها یا اساساً هر کسی می‌شود که به اینترنت دسترسی دارد (ایونگ، ۲۰۱۵: ۳). در ۲۵ آگوست ۲۰۱۱، ایمن الظواهری سربازان جهاد رسانه‌ای را

سربازان مخفی و اغلب ناشناخته‌ای معرفی کرد که اثر خود را در جهان به‌جای گذاشته‌اند (آرنابولد و ویدینو، ۲۰۱۵: ۱۲۶). جنگ ویتنام به‌عنوان "اولین جنگ تلویزیونی" معروف شد بحران داعش را شاید بتوان "اولین جنگ رسانه‌های اجتماعی" نام نهاد (سالتمن و اسمیت، ۲۰۱۶: ۱۷).

گروه‌های تروریستی به‌عنوان بازیگرانی با اهداف مجرمانه، احیای هویت خود را بر بنیان این شبکه‌ها استوار کرده‌اند. در این میان توییتر و فیس‌بوک برای گروه داعش اهداف، مزیتها و کارکردهای تأثیرگذاری دارند. اهداف گروه داعش در این شبکه‌ها شامل جلب توجه، کسب مشروعیت و مقبولیت، هویت‌سازی، اعلام موجودیت و کسب قدرت است. مزیتها شامل مخاطبان جهانی، دسترسی آسان، قدرت شبکه، سرعت زیاد، ارتباطات افقی، ارتباطات فراگیر، ارتباطات تعاملی، ارتباطات منعطف و ارتباطات ارزان است. این شبکه‌ها کارکردهای اطلاع‌رسانی، بسیج اجتماعی و همبستگی اجتماعی برای گروه تروریستی داعش و پیشبرد اهداف آن در صحنه بین‌المللی دارند.

بروز تعارضات در فضای اجتماعی و سیاسی دامن زده می‌شود و این مسئله مهمی است که باید به آن توجه شود. با زایل شدن دروازه‌بانی در شبکه‌های اجتماعی، ابزار سردبیری، تولید و انتشار اطلاعات و اخبار در اختیار بازیگران سیاسی و اجتماعی قرار گرفته و نقش دولتها بشدت تضعیف شده است. دسترسی بلاواسطه گروه تروریستی داعش و دسترسی مخاطبان به این شبکه‌های فراگیر، آوردگاه جدیدی را خلق کرده و مخاطرات پیچیده‌ای را فراروی تصمیم‌گیران جوامع قرار داده است. ارتکاب روزافزون گروه داعش به کشتن انسانها و جنایات گوناگون و تصویربرداری حرفه‌ای از آنها و نمایش در شبکه‌های اجتماعی برای ارعاب و وحشت شهروندان، چالش برانگیز است. «از دیدگاه فردیناند جذابیت‌های جریان آزاد اطلاعات و امکاناتی که فناوریهای نوین در اختیار طیف گسترده کنشگران قرار می‌دهد، بسیاری از مقاومت‌های اولیه را درهم می‌شکند و چالشهای بزرگی را در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی پیش‌روی دولتها قرار می‌دهد (خانیکو و بابایی، ۱۳۹۰: ۷۳).

1. Arnaboldi and Vidino
2. Saltman & smith

هم‌چنین داعش از رسانه‌های سنتی برای انتشار اطلاعات و اخبار از رسانه‌های جریان اصلی مانند خبرگزاریها، رادیو، تلویزیون و مطبوعات بهره می‌گرفت. این فرایند مستلزم عبور اطلاعات و اخبار آنان از دروازه‌های خبری رسانه‌های جمعی بود (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰: ۷۳) و از طریق تلویزیون و روزنامه‌ها، که در دسترس همگان است، می‌کوشد تا پیام خود را به مخاطبان بویژه مخاطبان محلی برساند. ایستگاه رادیویی "البیان" در موصل در اوت ۲۰۱۴ افتتاح شد. داعش در سه استان تحت نفوذ دفتر رسانه‌ای مرکزی دولت اسلامی دارد (القراوی^۱، ۲۰۱۵: ۱۴۸). در شبکه رادیویی البیان بولتن‌های خبری به زبانهای انگلیسی، عربی و روسی ارائه می‌شود (علی و دیگران، ۲۰۱۵: ۱۱). چاپ مجله آنلاین دابق را هم منتشر می‌کردند. لحن و محتوای دابق برای به هیجان درآوردن خانواده‌ها برای وفاداری به خلافت و پیوستن به ارتش و داعش در عراق و سوریه است (لیگنرو، ۲۰۱۵: ۳).

توجه ویژه به جذب کودکان

داعش تنها یک سازمان تروریستی نیست. یکی از تفاوت‌های عمده داعش و دیگر سازمانهای تروریستی، داشتن هدف برای ایجاد دولت و سرمایه‌گذاری بلندمدت است؛ به‌همین دلیل برای پرورش نسل بعدی مبارزان و حامیان به کودکان توجه ویژه‌ای می‌کنند. در کنار دعوت بزرگترها به آیین داعش و پیروی از آن، کودکان را نیز به مرام و روش خود دعوت و تشویق می‌کنند تا آنها را به‌شبهه دلخواه خود تربیت و جذب کنند.

داعش بشدت از بسیج کودکان دفاع، و پیوسته از کودکان در تبلیغات خود استفاده می‌کند. روزی نیست که تصاویری از کودکان در صحنه‌های اعدام، اردوگاه‌های آموزش حفظ قرآن و کانونهای الدعوه (کانونهای دعوت: کانون‌های تبلیغاتی داعش) نباشد. این کار به‌دلیل نیاز قوی داعش به بازسازی، جایگزینی، استقرار شبه نظامیان و تجربه اندوختن کودکان در این زمینه است (بلوم و دیگران^۲، ۲۱۰۶).

داعش هم‌چنین دفتری برای مراقبت از کودکان یتیم و آموزش نظامی به‌عنوان سرباز کودک ایجاد کرده است. اگر مبارزی کشته شود، خانواده‌اش از سهم او از غنیمت جنگی

1. Al-Qaraweei
2. Bloom

ارث می‌برند (ریوکین^۱، ۲۰۱۵: ۳)؛ بدین ترتیب داعش باعث وفاداری خانواده و کودکان مبارزان می‌شود.

داعش در کنار به‌کارگیری افراد بالغ به آموزش و تعلیم کودکان از کشورهای مختلف اقدام کرده است. بیشتر این کودکان توسط خانواده‌های خود از طریق قاچاق به اردوگاه‌های داعش و القاعده انتقال داده شده‌اند. داعش از طریق راهبردی آموزشی در تلاش است تا از همان خردسالی به نیروسازی و گنجاندن خود در اذهان کودکان بپردازد. داعش پس از پایان این دوره‌های دینی و شستشوی مغزی کودکان، بسیاری از آنان را به اردوگاه‌های آموزش نظامی می‌برد تا در درگیرها و فعالیتهای تروریستی به‌کار بگیرد. این کودکان و نوجوانانی که از سالهای پایین عضو گروه داعش شده‌اند به این گروه وفادارتر هستند؛ چرا که آنها همه وجود خود را جزئی از گروه داعش می‌دانند و شاکله شخصیتیشان در کودکی توسط این گروه شکل گرفته و نهادینه می‌شود. لازم به یادآوری است که در این دولت خودخوانده تروریستی، کودکان نه‌تنها در اردوگاه‌های آموزشی بلکه در محلهای عمومی نیز ترغیب می‌شوند که در به‌کارگیری خشونت‌آمیز عمومی مشارکت کنند. در این ارتباط مشارکت دادن آنها در بریدن سر مخالفان داعش و استفاده از سر به‌عنوان توپ در بازی فوتبال، مثال بارز اما بسیار تلخ و دلخراشی است (بنیتی^۲، ۲۰۱۵: ۴۹).

توجه به جذب زنان

گروه‌های افراط‌گرای خشن مانند داعش از نیروی زن برای محدوده‌ای از اقدامها از قبیل تدارکات، استخدام، حفاظ سیاسی، مبارزه و بمبگذاری انتحاری بهره‌برداری می‌کنند (سالتمن و اسمیت، ۲۰۱۶: ۱۷). پس از تأسیس دولت داعش آنان از زنان با غرور و افتخار یاد کردند و خواهان پیوستن و مهاجرت زنان شدند. زنان در این گروه‌ها از نقش و اهمیتی بسزا بهره‌مندند. از آن زمان که رهبر گروه تروریستی - تکفیری داعش، خلافت خود را اعلام کرد، این گروه یک راهبرد (استراتژی) جهادگرایی منحصر به فرد را در دستور کار خود قرار داد که بر لزوم ورود زنان و استفاده از آنان در زمینه تبلیغاتی و استخدامی

1. Revkin
2. Binetti

تأکید می‌کرد (سالتمن و اسمیت، ۲۰۱۶: ۱۷). این گروه‌ها برای عملیاتی‌کردن چنین تفکری و دستیابی به عاملان انسانی مؤنث و جذب آنان به دو طریق عمل کرده‌اند: الف. «طرح تملیک»، یعنی به اسیری گرفتن زنان در میدانهای جنگ و مایملک و غنیمت جنگی دانستن آنان و برده‌داری. ب. «حربه تطمیع»؛ یعنی وعده‌های اغواکننده مانند بهره‌مندی از زندگی راحت و مرفه و حقوق عالی و رسیدن به مناصب ممتاز و دارا شدن شوهرانی نیک و شجاع بوده است (کریمی و گرشاسبی، ۱۳۹۵).

ایجاد دولت جدید فرصتی برای زنان مهاجر است که در راستای وظیفه وسیع دولت‌سازی اقدام کنند؛ از اقدام عملی به‌عنوان مادر، معلم، آشپز و پرستار تا اقدام ایدئولوژیک (پولی، ۲۰۱۵: ۶۱). پس از تشکیل خلافت در نشریات دابق پیامهایی خطاب به خواهران ارائه شده است. در تبلیغات داعش چنین بیان می‌شود که زنان با ارزش هستند؛ نه به‌عنوان کالای جنسی بلکه می‌توانند مادر نسل بعدی و حامیان ایدئولوژیک داعش باشند (سالتمن و اسمیت، ۲۰۱۶: ۱۷). زنان به‌دلیل جنسیت خود تهدید امنیتی پیش‌بینی نشده‌ای به‌شمار می‌روند. داعش از دیدگاه امنیتی درازمدت به زنان در پیوستن به خود می‌نگرد؛ چرا که آنان پس از بازگشت به غرب می‌توانند تهدید امنیتی قابل توجهی برای غرب در آینده باشند. بخشی از این زنان بعد از بازگشت به غرب براحتی می‌توانند در جامعه ادغام شوند؛ اما بخشی دیگر که آموزش نظامی دیده‌اند و قصد ادامه فعالیت‌های خود در قالب شبکه جهاد جهانی را دارند، می‌توانند تهدید بالقوه‌ای برای کشورهای خود باشند (پرسین^۱، ۲۰۱۵: ۴۳). در واقع زنانی که وارد داعش شده‌اند با تشویق زنان دیگر برای پیوستن به سازمان باعث بزرگ شدن گروه تروریستی زنان داعشی در غرب می‌شوند. زنان غربی به احتمال زیاد به بخش جدیدی در میان گروه‌های تروریستی بین‌المللی همچون داعش تبدیل شده‌اند؛ جایی که آنها می‌توانند به‌عنوان سلاح‌های تاکتیکی مفید خدمت کنند (حسن^۲، ۲۰۱۵: ۱ - ۲). در گفتمان داعشی علاوه بر اینکه به زنان به‌عنوان ابزاری در جهت پیشبرد اهداف جهادی می‌نگرد، توانمندسازی آنان برای اجرای انواع فعالیتها در زمان نبود مردان داعشی را مدنظر قرار داده است. از این‌رو تلاش

1. Perešin
 2. Hassan

کرده است زنان مستعد را جمع و سازماندهی کند و آموزش دهد (مایتز^۱، ۲۰۱۶: ۱۲). در سازمانهای افراطی اسلامگرا همچون القاعده مسئولیت زنان به صورت سنتی بود و زنان به‌عنوان پاسداران ارزشهای خانواده و اخلاق تلقی شده‌اند؛ اما در گروه‌های جدید تروریستی مانند داعش به زنان مأموریت‌های انتحاری و جنگ سپرده می‌شود و عملاً در خط مقدم مبارزات فعالیت می‌کنند (اسپنسر^۲، ۲۰۱۶: ۷۷). در واقع یکی از نوآوریهای گروه‌های تروریستی که بسرعت در حال گسترش هستند و در گفتمان جنسیتی داعش هم می‌توان آن را مشاهده کرد، استفاده از زنان به‌عنوان عوامل انتحاری بر ورای مرزهای جغرافیایی از جمله در غرب است. در واقع در این گروه از زنان به‌عنوان بمب‌افکن استفاده می‌کنند که در حال حاضر مزیت تاکتیکی برای این گروه‌ها به‌شمار می‌رود (حسن، ۲۰۱۵: ۱ - ۲). در این راستا بود که گروه‌های مبارز زن در قالب تیپ‌الخنسا در دوم فوریه ۲۰۱۴ در داعش تشکیل شد. این تیپ شامل زنان مجرد بین ۱۸ تا ۲۵ سال است که ملیت آنها بیشتر نامشخص باقی مانده است (اسپنسر، ۲۰۱۶: ۷۸).

شعارهای فریبنده

میزان ارزیابی شناختی فرد هنگام عضویت در هر گروه، تابعی از نیازهای روانی فرد و فریب‌آمیز بودن محیط گروه است. هرگاه محیط گروه کمتر به فریب آلوده باشد و پاسخگویی آن به نیازهای روانی افراد ضعیفتر باشد، ارزیابی شناختی افراد دقیقتر و کاملتر خواهد بود و در نتیجه، گرایش آنها برای عضویت در گروه کاهش خواهد یافت. در مقابل، استفاده گسترده از روشهای فریب در کنار پاسخگویی به نیازهای روانی افراد در گروه‌ها، گرایش به عضویت در آنها را بشدت افزایش خواهد داد (زارعان، ۱۳۹۴). شعار و تبلیغات به معنی رساندن پیام، شناساندن امری به دیگران یا امری را خوب یا بد جلوه دادن؛ حال این تبلیغات و شعارها هرچه جذابتر انتخاب شود، جامعه مخاطب راحت‌تر آنها را قبول می‌کند. داعش برای جذب نیرو و مبارز ادعاهایی دارد که شامل موارد زیر می‌شود:

برای تحقق اسلام ناب و خالص (اسلام زمان پیامبر(ص) و خلفای راشدین) ایستادگی

1. Mietz
2. Spencer

می‌کند؛ توقف آزار و اذیت علیه مسلمانان با مبارزه به‌دست می‌آید؛ اسلام واقعی را تنها می‌توان با شمشیر محقق کرد؛ درگیری داخلی و فتنه در اسلام باعث مشخص شدن مؤمنان واقعی (داعشی‌ها) از بدعتگذاران می‌شود؛ راه رسیدن به بهشت طریق جهاد است؛ مقاومت در سراسر جهان؛ وحدت اجباری مسلمانان با تعهد مذهبی تحت یک رهبری؛ بازگشت خلافت؛ خلافت سرزمین و نماد واقعی اسلام است؛ عضویت در داعش پاداش آسمانی وعده داده شده در قرآن و روایات را برای شما به‌ارمغان می‌آورد؛ وجود برادری فوق‌العاده میان پیروان داعش؛ هجرت واجب عینی است؛ داعش قادر به هدف قرار دادن منافع غرب در سراسر جهان با بهره‌مندی از وابستگان با انگیزه است (اسچمید، ۲۰۱۵: ۱۳ - ۳). در ادامه برخی از مهمترین ادعاهای داعش بررسی می‌شود.

بهره‌گیری از ادبیات آخرالزمانی

داعش می‌کوشید خود را حکومت اسلامی آخرالزمان معرفی کند. او مدعی است که افزایش قدرت مسلمانان به شکست قدرت شر جهان (صلیبیون و غرب) منجر می‌شود؛ روایتی که پیوسته در رسانه‌های داعش اعم از دابق و ویدئوهای آنان بیان می‌شود و از عباراتی مانند الملحمه الکبری (فتنه آخرالزمان) و ملاحیم (جنگهای آخرالزمان) استفاده می‌شود (ایونگ^۱، ۲۰۱۵: ۹). استفاده از گفتمان آخرالزمان یا نام دابق یادآور این نکته است که داعش در صدر یک طرح الهی و مبارزه‌ای است که مسلمانان یا باید در خط ایمان باشند یا در برابر آن. برخی حمله داعش به شهر کوبانی را تلاش داعش برای حفظ جاده دابق شمرده‌اند (القرای، ۲۰۱۵: ۱۶۳). داعش از این دو شعار آخرالزمانی بهره می‌برد: جنگ با همه کافران تا آخرالزمان و نبرد نهایی در دابق است (گمبهیر، ۲۰۱۴: ۲).

داعش می‌کوشد با روایت آخرالزمانی احساس فوریت را برای پیوستن به این گروه ایجاد کند. بهره‌گیری از تصاویر فتوشاپ طوفان قرمز بالای سر داعش روی جلد مجله دابق باعث هدایت خوانندگان به آماده شدن برای نبرد می‌شود. در فیلم اگرچه کافران آن را دوست ندارند، ادعا می‌شود که حرکت به سوی سوریه تحقق پیشگویی چند پیامبر است. داعش برای متقاعد کردن پیروان به منظور پذیرفتن این نکته می‌کوشد که داعش

1. Yeung

برای تحقق پیشگویی بلندمدت اسلامی زمینه را ایجاد، و حتی از احادیث کتابهای صحیحین نیز استفاده می‌کند (ایونگ، ۲۰۱۵: ۱۲ - ۱۳).

علت جذب نیروها و جوانان به داعش، تبلیغات و عملیات روانی این گروه است. در واقع، داعش در جنگ نرم نسبت به جنگ سخت موفقتر عمل کرده است. قدرت نرمی که داعش از آن در جنگ علیه اسلام اصیل بهره می‌برد بر سنتهای مسلمانان مانند استفاده از واژه‌های اصیل اسلامی چون هجرت و جهاد مبتنی است. هم‌چنین این قدرت روزآمد است؛ با فناوریها و رسانه‌های نوین هماهنگ شده و پویاست. با توجه به نظریه قدرت نرم جوزف نای، قدرت نرم در زمانی موفق است که همراه با قدرت سخت به‌کار برده شود؛ این نکته بخوبی در داعش لحاظ شده است و آنها این دو قدرت را همزمان به‌کار می‌برند؛ به‌همین دلیل به‌رغم ائتلاف قوی جنگ سخت و نرم مخالفان داعش، همچنان داعش به حیات و مقاومت خود ادامه می‌دهد که ناشی از موفقیت قدرت و جنگ نرم آن است.

تأکید بر هویت اسلامی فراگیر

داعش برخی مشکلات و معضلات جهان اسلام را وجود عقاید مذهبی، سیاسی، اجتماعی و حتی اقتصادی کفرآمیز و مغایر سنت اسلامی دانسته و بشدت با آن مخالفت و برای از بین بردن آنها اقدام کرده است. تخریب مقبره‌های اصحاب حضرت رسول(ص) در سوریه و عراق، به آتش کشیدن کتابخانه‌های قدیمی، اقتصاد کاملاً دولتی و نفی خصوصی‌سازی و مانند آن را می‌توان از این جمله بیان کرد (برون استین^۱، ۲۰۱۴: ۱۴).

داعش با تأکید بر هویت اسلامی است که نیروهای خود را از قومیتها، فرهنگها و نگرشهای مختلف اسلامی (و در برخی مواقع غیر اسلامی) جمع‌آوری می‌کند (ابوطاهر^۲، ۲۰۱۴: ۷).

داعش با ارائه درک نوینی از دین بر پایه هویت‌های بازسازی شده خلافت، الگوهای تازه‌ای از معنا را به‌وجود آورد؛ مفاهیمی همچون نکاح، جهاد، شهادت و غیره، نمادهای فرهنگی جدیدی است که از درون مواد و مصالح سنتی ساخته شد (سعدغریب، ۱۳۸۵: ۶۴).

1. Bronstein
2. Abul Taher

در گفتمان داعش، هویت اسلامی در کانون اصلی عمل و پویشهای سیاسی قرار گرفته و بشدت سیاسی شده است. در واقع داعش از بین گروه‌های اسلامگرای تکفیری - سلفی سر برآورد که با اتکای به هویت مقاومتی متکی به اسلام شکل گرفته و در مبارزات سیاسی با روشهای خشونت‌آمیز مشارکت کرده است. در استمرار تجربیات مبارزات سیاسی در چند دهه اخیر بر محوریت هویت مقاومت بود که داعش «هویت برنامه‌دار» بر محوریت تشکیل دولت یا خلافت اسلامی را مطرح و علنی کرد و برای تحقق آن از همه ابزارها و خشن‌ترین روشها و نیز نیروهای وفادار استفاده کرد که در این میان، زنان نیز جایگاه بسیار قابل توجهی در گفتمان داعش دارند. در چارچوب نظریه گفتمان، باید گفت که «اسلام سیاسی» و فکر تشکیل «حکومت و خلافت اسلامی» به مثابه مهمترین اسطوره سیاسی و دال اصلی است که گفتمان داعش را تشکیل می‌دهد. از حیث گفتمانی و ایدئولوژی، می‌توان گفت که اصول فکری - عقیدتی داعش بر ظواهر قرآن و سنت، مخالفت شدید با آموزه‌های شیعی، ادعای انحصاری اسلامگرایی و تکفیر دیگر گروه‌های اسلامی و استفاده از شیوه‌های خشونت و ارعاب در راستای دستیابی به اهداف خود مبتنی است (طباطبایی و افراخته، ۱۳۹۰). جهانشمولی: داعش مرزهای کشورهای اسلامی را که حاصل تجزیه خلافت عثمانی براساس قرارداد سایکس - پیکو سال ۱۹۱۶ بین وزیران امور خارجه انگلیس و فرانسه است، نمی‌پذیرد و به دنبال احیای خلافت اسلامی است و براساس عقاید خود، نقشه‌ای از جهان را ترسیم کرده است. نخستین آرمان شهر مدنظر داعش، گسترش حوزه‌های تحت سیطره این گروهک تروریستی در تمام جهان است؛ به عبارت دیگر، نخستین ایده‌آلیسم مدنظر داعش انترناسیونالیسم این گروهک است (تاجیک و همکاران، ۱۳۹۳).

وحشت‌آفرینی و محبوبیت‌نمایی

کار داعش اساساً به ایجاد وحشت متکی است. تصاویر سر بریدن، آتش زدن و ترور تنها بخشی از پیامی است که داعش پیوسته به دنبال فرستادن آن است. بغدادی آزادی کاملی برای هرگونه عمل زشت، انفجار و خشونت نهفته در افراد این سازمان قائل است. در واقع، بین این جنگجویان افرادی هستند که اساساً به دنبال همین اقدامات نادرست

هستند.

داعش بدون توجه به انتقادات شدید موجود علیه خود به مرحله آزادی عمل در میدان رسیده است. داعش در رفتاری متضاد از یک سو تصاویری وحشتناک از جنایات سربازان و پیاده‌نظام خود همچون سرهای بریده شده و مردان به صلیب کشیده شده نشان می‌دهد که بیرحمانه قتل عام شده‌اند و از سوی دیگر در سوریه و عراق تصاویری از شکلاتهای نیم‌خورده اسنیکرز، مرغ سوخاری و شیردادن به گربه‌ها را در توئیتر منتشر می‌کند. در واقع براساس روش محبوبیت و وحشت‌آفرینی، انتشار این تصاویر دوگانه تعمدی است و در روحيات روانی این گروه ریشه دارد. هدف آنان از این شیوه این است که در حالی که مردم از آنان می‌ترسند، آنها را دوست هم داشته باشند. در این راستا، آنان اعلام می‌کنند به‌دنبال برنامه‌هایی گسترده برای خدمات‌رسانی اجتماعی هستند تا به مردم اطمینان خاطر دهند که قصد دارند به شیوه اسلامی از آنان مراقبت کنند. آنچه داعش در نشریه "دابق" مردم را به آن دعوت می‌کند، زندگی در رفاه و آرامش است و از سوی دیگر در رفتار خشونت‌آمیز خود تردید نمی‌کند (کریمی و گرشاسبی، ۱۳۹۵).

آسان‌سازی انتقال نیرو و امکانات

در بسیج اجتماعی مورد بسیار مؤثر آسان‌سازی انتقال نیرو و تجهیزات است که ترکیه عناصر داعش را از طریق این کشور به عراق و سوریه هدایت کرد و دولت این کشور در حال خرید نفتهای دزدی شده توسط داعش است. حکومت اردوغان از جبهه النصره حمایت، و سلاح و مهمات آنها را تأمین می‌کرد.

هم‌چنین ترکیه در این زمینه افراد مسلحی را که از اروپا و روسیه و کشورهای آسیایی و چین و دیگر کشورها به سوریه و عراق می‌روند از طریق این کشور وارد عراق و سوریه می‌کند. هزار ترکیه‌ای مأموریت دارند به این افراد مسلح کمک کنند تا به سوریه و عراق بروند و به جمع گروه‌های تروریستی بپیوندند. در واقع از سه سال پیش تاکنون عناصر مسلح از طریق ترکیه به سوریه اعزام می‌شوند و در فرودگاه‌های شهرهای مختلف این موضوع بروشنی دیده می‌شود (کاپلان^۱، ۲۰۱۴: ۵ - ۱۴).

1. Kaplan

همکاریهای وسیع و گسترده بعضی‌های بازمانده از دوران صدام با داعش به همراه تحولات داخلی عراق و شکنندگی ساختارهای نظامی و سیاسی در این کشور، مشکلات ناشی از انتقال قدرت به دولت جدید حیدرالعبادی و بروز بحران نفوذ و اقتدار، نبود نگرش راهبردی و بروز حرکت‌های جدایی‌طلب در کردستان عراق، ناکارآمدی نیروهای نظامی در برخورد با حرکت‌های چریکی و جنگ‌های نامنظم، هراس عمومی و آشفتگی عمیق مدنی و مهمتر از همه، دستیابی داعش به منابع مالی جدید موجب آسان‌سازی بسیج اجتماعی مناسب برای این گروه را فراهم کرد (نظری و السیمری، ۱۳۹۳: ۷).

نتیجه‌گیری

داعش سازمانی منسجم، دارای قدرت مانور زیاد و بهره‌مند از منابع مالی گسترده بود. عربستان و قطر با اعطای منابع مالی گسترده به داعش، امکان جذب و سازماندهی نیروهای آموزش‌دیده از سراسر جهان را برای این گروه فراهم کردند و زمینه‌ساز گسترش آن شدند. علاوه بر این، تجربه مجاهدان عرب افغان، که در واقع نسل اول سلفی - جهادی‌ها بشمار می‌روند، در کنار سابقه عملیات‌های نظامی اعضای این گروه علیه دولت عراق و نظامیان امریکایی از سال ۲۰۰۳ میلادی به بعد و هم‌چنین شرکت در جنگ داخلی سوریه، توان و تجربه نظامی، عملیاتی و چریکی داعش را تا حد زیادی افزایش داد. بنابراین می‌توان داعش را گروهی سلفی - تکفیری دانست که در مقایسه با گروه‌های مشابه خود، دچار نوعی جهش شده است و با خروج از سایه سازمان القاعده توانست به پدیده‌ای قدرتمند در منطقه غرب آسیا تبدیل شود. از آنجا که یکی از منابع قدرت راهبردی داعش را باید نیروی انسانی کیفی و بانگیزه‌ای دانست که از سراسر جهان به این سازمان پیوستند، شناخت این شیوه‌ها در جلوگیری و کنترل سازمان‌های هم‌راستا بسیار ضروری است. از این لحاظ و براساس الگوی مفهومی ارائه شده می‌توان گفت:

۱. داعش با تبلیغات بسیار زیاد بویژه براساس شیوه‌های امروزی، که همان تبلیغ در فضای مجازی بود، باعث گسیل تعداد زیادی از مردم دنیا به سمت خود شد که در این میان کودکان و نوجوانان به سبب استفاده بیشتر از این فضا بیشتر تحت تأثیر و نفوذ داعش قرار گرفتند.

۲. زنان به سبب احساس و روحیه زنانه و با حمایت‌های معنوی طرفداران داعش، مبنی بر شرکت در جنگ و بیان جهاد نکاح مورد سوء استفاده ابزاری این گروه قرار گرفتند که خود نیز باعث کمک به جذب برخی از افراد دیگر به این گروه شدند.

۳. داعش با تأکید بر هویت اسلامی و اعلام حکومت خلیفه‌گری و حرکت براساس اسلاف خود باعث فریب مسلمانان در کشورهای مختلف می‌شد و حتی مواردی از حضور اعضای یک خانواده در دو جبهه متفاوت می‌شد که این نشان بر تأثیرگذاری بر افکار و عقاید خانواده، و خود مسبب ایجاد برادر کشی می‌شد.

۴. ادبیات آخرالزمانی نه تنها بین مسلمانان بلکه برای دیگر ادیان نیز جایگاه و قداست ویژه‌ای دارد. داعش با بهره‌گیری و بیان مناسب این رویداد ضمن توجیه کارهای خود باعث جذب نیروها می‌شد.

۵. تبلیغات، عنصر و مؤلفه اصلی امروز در رسوخ بین مردم است و چه بسا جای درست و نادرست را باهم جدا می‌کند. داعش با تبلیغات فراوان در شهرها و مراکز تحت تسلط و حتی دیگر سرزمینها باعث آسانی جذب و ایجاد بسیج مردمی در جذبش می‌شد.

پیشنهادها

- برای مقابله با پیوستن افراد و اعضای بیشتر به داعش باید از ابزار رسانه بویژه اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و موبایلی و تلگرام استفاده کرد و با تهیه فیلم به زبانهای عربی، انگلیسی، فرانسوی، آلمانی، اردو و دیگر زبانهای زنده دنیا خلاف ادعاهای داعش را اثبات کرد. برای مقابله با داعش باید همزمان از ابزار جنگ نرم و سخت بهره برد.

- باید با ارائه گزارش مستقیم از سوریه و عراق بویژه شهرهای رقه و موصل، مراکز حکومت داعش، بطلان ادعای مدینه فاضله بودن آنها را به نمایش کشید.

- با بهره‌گیری از احادیث و اسناد صحیح بویژه منابع اهل سنت این نکته را اثبات کرد که حکومت داعش حکومت آرمانی اسلامی و حکومت آخرالزمان اسلام نیست.

- باید از موارد ایجادکننده بسیج اجتماعی مانند همکاری کشورهایی مانند ترکیه که موجب آسان شدن رفت‌وآمد به مناطق تحت سلطه داعش، و منابع مالی که باعث تقویت قدرت مالی آن می‌شود، جلوگیری ورزید.

منابع

۱. اسدی، علی‌اکبر (۱۳۹۳)، خیزش داعش و بحران امنیتی در عراق، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۲. آجیلی، هادی؛ مبینی‌کشه، زهرا (۱۳۹۴)، نقش داعش در شکل‌گیری معادلات جدید در خاورمیانه، *مجله جبل‌المتین*، ش ۹: ۱۱۹ - ۱۴۰.
۳. آزاد ارمکی، تقی (۱۳۷۳)، جایگاه بسیج‌شناسی اجتماعی در جامعه‌شناسی، *مجله مطالعات راهبردی بسیج*، ش ۲: ۱۹ - ۳۰.
۴. آشوری، داریوش (۱۳۸۸)، *هویت ملی و پروژه ملت‌سازی در پرسه‌ها و پرسه‌ها*، تهران: آگه.
۵. بشیریه، حسین (۱۳۸۷)، *انقلاب و بسیج سیاسی*، چ ۶، تهران: دانشگاه تهران.
۶. بصیری، محمدعلی؛ سالدوگر، الهه (۱۳۹۵)، بررسی روش‌های داعش در جذب نیرو با بهره‌گیری از ابزار رسانه، *مطالعات عملیات روانی*: ۷۳ - ۱۰۲.
۷. بوتول، گاستون (۱۳۷۱)، *جامعه‌شناسی صلح*، ترجمه هوشنگ فرخجسته، تهران: نشر شیفته.
۸. تاجیک، هادی؛ عالی‌شاهی، عبدالرضا؛ مجیدی‌نژاد، سید علی (۱۳۹۳)، *گفت‌وگو با حاکم بر شکل‌گیری و فعالیت‌های داعش براساس نظریات اسپرینگز - تیلی، فصلنامه آفاق امنیت*: ۲۵۷ - ۲۸۵.
۹. تیلی، چارلز (۱۳۸۵)، *از بسیج تا انقلاب*، ترجمه علی مرشدی‌زاد، چ ۱، تهران: پژوهش‌کده امام خمینی (ره) و انقلاب اسلامی.
۱۰. ثقفی‌عامری، ناصر (۱۳۸۵)، *عراق جدید: تغییرات ژئوپلیتیک، فصلنامه راهبرد*، ش ۳۹.
۱۱. خانیکی، هادی؛ بابایی، محمود (۱۳۹۰)، *فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی، مفهوم و کارکرد، جامعه اطلاعاتی*، ش اول، دوره ۱۱، ش ۴۱.
۱۲. دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۰)، *نقش رسانه‌ها در عرصه سیاست خارجی در عصر جهانی‌شدن، جهانی‌شدن رسانه‌ها*، تهران: انتشارات وزارت امور خارجه.
۱۳. زارغان، احمد (۱۳۹۳)، *زمینه‌های ظهور و گسترش داعش در محیط امنیتی غرب آسیا، فصلنامه آفاق امنیت*، ش ۲۳: ۶۷ - ۹۷.
۱۴. زارغان، احمد (۱۳۹۴)، *بررسی عوامل گرایش جوانان کشورهای اسلامی به داعش، مطالعات عملیات روانی*، ش ۴۵: ۷۳ - ۱۰۲.

۱۵. سعدغریب، امل (۱۳۸۵)، **دین و سیاست در حزب الله**، ترجمه غلامرضا تهامی، تهران: اندیشه‌سازان نور.
۱۶. سیفی، عبدالمجید، پورحسن، ناصر (۱۳۹۷)، **داعش و پدیداری موازنه تهدید در روابط ایران و عراق**.
۱۷. شفرز، برنهارد (۱۳۹۳)، **مبانی جامعه‌شناسی جوانان**، ترجمه کرامت‌الله راسخ، چ ۹، تهران: نشر نی.
۱۸. طباطبایی، سیدمحمدرضا؛ افراخته، عبدالحمید (۱۳۹۰)، **بازشناسی بنیادگرایی و سلفیه در دوران معاصر با تأکید بر طالبان و القاعده**، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
۱۹. عالم، عبدالرحمن (۱۳۸۶)، **بنیادهای علم سیاست**، چ ۷، تهران: نشر نی.
۲۰. فاضلی، نعمت‌الله؛ سلطانی‌فر، محمد؛ عباسی‌فر، حجت‌الله (۱۳۹۶)، **مزیتها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه‌های تروریستی داعش**، **مطالعات رسانه‌های نوین**، ش ۱۲.
۲۱. فیرحی، داوود (۱۳۸۷)، **تروریسم**، تعریف، تاریخچه و رهیافت‌های موجود در تحلیل پدیده تروریسم، **فصلنامه سیاست**، ش سوم، دوره سی‌وهشتم.
۲۲. کریمی، علی؛ گرشاسبی، رضا (۱۳۹۵)، **شیوه‌های بسیج سیاسی گروه‌های تکفیری**، مطالعه موردی سوریه، **جامعه‌شناسی جهان اسلام**، دوره ۴، ش ۹: ۷۷ - ۱۰۸.
۲۳. موثقی، سیداحمد (۱۳۸۸)، **جنگ و توسعه‌نیافتگی در جهان سوم**، **فصلنامه سیاست**، دوره ۳۹، ش ۲: ۳۱۷ - ۳۳۷.
۲۴. مهری‌کارنامی، محمد (۱۳۸۸)، **آسیب‌شناسی تأثیر قومیت‌گرایی بر امنیت ملی**، **مجله حصون**، ش ۱۹.
۲۵. ناوشکی، حسین؛ احمدیان، قدرت (۱۳۹۵)، **عوامل قدرت‌یابی داعش در عراق**، **مجله علوم سیاسی**، دوره ۱۸، ش ۷۲.
۲۶. هاسکینز، اندرو؛ اولاً فلین؛ بن (۱۳۹۲)، **جنگ و رسانه**، **نبردهای تکثیرشونده**، ترجمه ملیحه مهدی‌زاده سراج، تهران: مؤسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور، تاریخ انتشار به زبان اصلی (۲۰۰۴).
۲۷. هوشی‌سادات، سیدمحمد (۱۳۹۲)، **دومینوی سقوط در خلیج فارس**، **بیداری چهارم در خاورمیانه**، تهران: ترجمه انتشارات مؤسسه بین‌المللی ابرار معاصر.

28. AbuTaher (2014), "Our Faith Condone Rape Underage Slaves: ISIS Publishes Shocking Guidebook Telling Fighters How to Buy, Sell and Abuse Captured Women", Daily Mail, 13 December
29. Afrasiabi, K. (2014), The New Iraq Crisis: Iran's Options, Iran Review. 23
30. Arnaboldi Marco and Lorenzo Vidino (2015), The Caliphate, Social Media and Swarms in
31. Europe: The Appeal of the IS Propaganda to 'Would Be' European Jihadists, in, Twitter and
32. Jihad: the Communication Strategy of ISIS, Edited by Monica Maggioni and Paolo Magri
33. Al-Qaraweei Hasan Harith (2015), The Discourse of ISIS: Messages, Propaganda and Indocination in Twitter and Jihad: the Communication Strategy of ISIS, Edited by Monica Maggioni and Paolo Magri, from: www.ispionline.it.
34. Binetti, Ashley, (2015), A New Frontier: Human Trafficking and ISIS's Recruitment of Women from the West, A Publication of the Georgetown Institute for Women, Peace & Security.com/isis.
35. Bloom Mia, John Horgan, Charlie Winter (February 2016, 18), Depictions of Children and
36. Youth in the Islamic State's Martyrdom Propaganda, 2016-2015, from: <https://www.ctc.usma.edu>.
37. usma.edu.
38. Crisis."International Business Times, June 23. Accessed June 2015, 4. <http://www.ibtimes.com>.
39. Devine James. (2015). "Iran versus ISIL". Insight Turkey. Vol. 17(2).
40. Eriksson. Jacob. (2019). International and Regional Dimensions of Iraq's Post-ISIS Recovery. CHAPTER 8. https://doi.org/10.1007/978-3-030-00955-7_8
41. Gambhir. K. Harleen, (August 2014, 15), backgrounder | Dabiq: The Strategic Messaging of the Islamic State, from: www.Understandingwar.org.
42. Hassan, Duenya, (2015), Women of Mass Destruction Combating Radicalization on the Web, The Project on International Peace (PIPS) and Security Institute for the Theory and Practice of International Relations the College of William and Mary.
43. Kaplan, Hilal (2014), "Charging Turkey for ISIS", Daily Sabah, 28 September
44. Koplowitz, H. (2015). "ISIS Clothing for Sale as Indonesian Retailers Cash in on Iraq
45. Leggiero Katherine (January 2015, 3), Countering ISIS Recruitment in Western Nations, Journal of Political Risk, Vol. 3, No. 1, from: <http://www.jpolarisk.com>.
47. Mietz, Eric, (2016), What about the Woman? Understanding and Addressing the Problem of ISIS Female Recruitment in the Western Balkans, Belgrade, Belgrade Centre for Security Policy networks, from: www.Brooking.edu.

48. Perešin, Anita, (2015), “Fatal Attraction: Western Muslimas and ISIS”, Perspective on Terrorism, Volume 9, Issue 3.
49. Revkin Mara and William Mc Cants (May 2015 ,13) Experts weigh in (part 5): How does ISIS
50. approach Islamic scripture? From: Brookings.edu.
51. Ross Gartenstein-: Daveed, Nathaniel Barr, Bridget Moreng, (March 2016), The Islamic Phenomenon, From: Institute for Strategic Dialogue. www.soapbox.co.uk,ICRS.
52. Saltman Erin Marie, melanie smith (2016), Till Martyrdom Do Us Part’ Gender and the SIS
53. Spencer, Amanda N, (2016), “The Hidden Face of Terrorism: An Analysis of the Women in Islamic State”, Journal of Strategic Security, V. 9, No. 3, Special Issue Fall.
54. State’s Global Propaganda Strategy, ICCT Research Paper ,from: , <http://www.icct.nl>.
55. Tamimi, Aymenn (2014), “The Islamic State of Iraq and Al-sham”, Middle East Review of International Affairs, Vol. 17 (3).
56. the Is lamic State, from: www.Understandingwar.org.
57. Tilly, Charles (1981), “As Sociology Meets History”, New York, Academic Press. Fernandez M Alberto(October 2015), Here to stay and growing: Combating ISIS propaganda
58. Yeung, C.Y. (2015). "A Critical Analysis on ISIS Media Strategies". <http://www.academia.edu>.
59. قانون اساسی عراق؛ نوشته‌شده در سایت حقوق به نشانی: www.hoghoogh.online.fr/article...