

راه کارهای مقابله با تروریسم تکفیری در فضای سایبر

سید یحیی حسینی پنجکی^۱ محمد صادق شاهرخ^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۵

چکیده

سه فاکتور مهم - ساختار سازمانی گروه تروریستی، حمایت‌های مردمی از آن و دسترسی‌اش به منطقه تحت کنترل، - به فعالیت‌های ضداطلاعاتی سازمان‌های تروریستی شکل می‌دهند. گروه‌های تروریستی که روی حمایت‌های مردمی سرمایه‌گذاری می‌کنند در جهت رشد تبادل ویدئو و رسانه‌های کاربر محور در اینترنت حساسیت بیشتری دارند. رهبران گروه‌های تروریستی اغلب زمان زیادی را صرف ارتقای تصویر خود در میان مردم می‌کنند تا از رهگذر آن برای خود محبوبیت کسب کنند، روحیه گروه خود را بالا ببرند و حمایت مالی و انسانی جذب کنند. در این مقاله سعی خواهد شد به این پرسش اصلی پاسخ داده شود که " راهبرد گروهک تروریستی تکفیری در استفاده از فضای سایبری چیست؟ فعالیت آن‌ها در چه سطحی قابل ارزیابی می‌باشد؟ فرضیه ما بر آن است که این امر، (فعالیت در فضای سایبری) به‌عنوان راهبرد اصلی، آن‌ها را از یک چارچوب تشکیلاتی که دارای امکانات و توانایی‌های محدود بودند به جریانی گسترده و وسیع که روزبه‌روز بیشتر و توسعه یافته‌تر می‌شود تبدیل نموده است. به همین سبب فضای سایبری مهم‌ترین ابزار موردتوجه در حوزه‌هایی از جمله تبلیغ تفکر تکفیری- تروریستی، تأثیر آن در پیشبرد راهبرد النصر بالرعب، جذب، سازماندهی و اعزام نیرو می‌باشد که با روش پیمایشی و همچنین تحلیل محتوای متون دست‌اول مربوط به سازمان القاعده سؤال و فرضیه پژوهش را مورد واکاوی دقیق قرار خواهد داد و راهکارهای مقابله‌ای در ضد تروریسم و خنثی‌سازی اقدامات سایبر تروریسم را مطمع نظر قرار می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: تروریسم، ضد تروریسم، تروریسم رسانه‌ای، سایبر تروریسم.

^۱ دکترای علوم سیاسی دانشگاه آزاد واحد تبریز (نویسنده مسئول) syhsyh294@gmail.com

^۲ کارشناسی ارشد IT دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات

مقدمه

رشد سریع کاربرد اینترنت و ناامنی‌های اواخر قرن بیستم موجب گردیده تا اصطلاح جدید و نوظهوری به نام تروریسم سایبری مورد استفاده جامعه اطلاعاتی و پژوهشگران قرار گیرد. می‌توان گفت مباحث مربوط به ارجاع مناسب تروریسم سایبری غالباً باعث ایجاد تمایزی بین مفاهیم محدود و گسترده از این واژه می‌گردد. درحالی‌که در مورد اول (تعریف محدود از تروریسم سایبری) بر حملات تروریست‌ها از طریق تأسیسات اطلاعاتی و یا علیه آن‌ها تمرکز می‌نماید، یافته‌های گسترده‌تر (تعریف گسترده‌تر از تروریسم سایبری) مایل به در برگرفتن گستره‌ی بسیار وسیع‌تری از فعالیت‌های آنلاین مربوط به تروریسم تحت این عنوان هستند. (معاونت پژوهش و تولید علم، ۱۳۹۶، ۱۱۳)

بنابراین همان‌گونه که برانست^۱ بیان می‌دارد: دیدگاه محدودتر اغلب به صورتی نزدیک به تعاریف رایج از تروریسم موزد نظر است. ممکن است تنها حملاتی بانگیزه سیاسی بر علیه سامانه‌های اطلاعاتی و تنها حملات منجر به خشونت علیه اهداف غیر رزمی را شامل می‌شوند. رویکردهای گسترده‌تر اغلب شامل دیگرگونه‌های استفاده از اینترنت و فضای سایبری است و در نتیجه ممکن است تروریسم سایبری را به‌عنوان هر نوع استفاده از فن‌آوری اطلاعاتی توسط تروریست‌ها تعریف نماید (همان). لذا تالیهارم^۲ ضمن ارائه تمایزی مشابه تفاوت بین یافته‌های هدف محور (تعریف محدود) و ابزار محور (تعریف گسترده) را به این صورت ارائه می‌نماید که: دیدگاه محدود به‌گونه‌ای تعریف می‌شود که در آن تروریسم سایبری تمام حملات بانگیزه سیاسی یا اجتماعی بر ضد رایانه‌ها، شبکه‌ها و اطلاعات، چه از طریق دیگر رایانه‌ها و یا به صورتی فیزیکی در هنگام ایجاد جراحات، خون‌ریزی و یا خسارات جدی و ارعاب (تروریسم سایبری هدف محور) را شامل می‌گردد. دیدگاه گسترده شامل تمام اعمالی با استفاده از اینترنت یا رایانه‌ها برای سازماندهی و

^۱ Brunst

^۲ Tali harm

تکمیل اقدامات تروریستی به‌عنوان تروریسم سایبری (تروریسم سایبری ابزار محور) می‌شود. (همان)

لذا در این پژوهش تعریف ما از تروریسم سایبری همان تعریف گسترده یا ابزار محور بودن یا به‌عبارت‌دیگر فعالیت تروریسم در فضای سایبری مدنظر است، که به همین منظور ابتدا نگاهی به راهبردی و راهبرد القاعده به‌عنوان مادر جریان تروریستی - تکفیری و نحوه مواجه و استفاده از فضای سایبری در پیشبرد فعالیت‌ها و اهداف آن خواهیم داشت و بعد از آن تحرکات داعش در عرصه ابزار محوری و سایبر تروریسم مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این مقاله سعی خواهد شد به این پرسش اصلی پاسخ داده شود که " راهبرد گروهک تروریستی تکفیری در استفاده از فضای سایبری چیست؟ فعالیت آن‌ها در چه سطحی قابل ارزیابی است؟ به همین منظور فرضیه ما بر آن است که این امر، (فعالیت در فضای سایبری) به‌عنوان راهبرد اصلی، آن‌ها را از یک چارچوب تشکیلاتی که دارای امکانات و توانایی‌های محدود بودند به جریانی گسترده و وسیع که روزبه‌روز بیشتر و توسعه‌یافته‌تر می‌شود تبدیل نموده است. به همین سبب فضای سایبری مهم‌ترین ابزار مورد توجه در حوزه‌هایی از جمله تبلیغ تفکر تکفیری - تروریستی، تأثیر آن در پیشبرد راهبرد النصر بالرعب، جذب، سازماندهی و اعزام نیرو می‌باشد در همین راستا از روش ترکیبی برگرفته از روش کمی (پیمایشی) در حوزه میزان تأثیر فضای سایبری در جذب نیرو در ایران و همچنین روش تحلیل محتوای متون دست‌اول مربوط به سازمان القاعده نسبت به واکاوی دقیق سؤال و فرضیه پژوهش استفاده خواهد شد و جهت کاربردی شدن پژوهش راهکارهای مقابله‌ای در ضد تروریسم و خنثی‌سازی اقدامات سایبر تروریسم مطمع نظر قرار خواهد گرفت.

مفاهیم و تعاریف:

تروریسم:

تروریسم واژه‌ای است که از زبان فرانسوی به زبان فارسی راه‌یافته است. از ریشه لاتین ترور^۱ به معنی "احساس ترس" گرفته شده است. در لغت به معنای "ایجاد رعب و هراس در بین مردم" و یا "مرعوب ساختن دیگران" می‌باشد (جفری. ام والیوت و رابرت رجینالد، ترجمه میر حسین رئیس زاده، ۱۳۷۸، ۲۲)

در فرهنگ آکسفورد، تروریسم به وحشت فزاینده، با یک شخص یا چیزی که وحشت فزاینده‌ای تولید کند، تعریف شده است. این فرهنگ ذیل این تعریف اضافه می‌کند که "تروریسم؛ توسل به خشونت برای اهداف سیاسی یا اجبار حکومت به انجام فعل یا ترک فعلی، به این وسیله که در بین مردم تولید وحشت کند" (علی آقابخشی، ۱۳۸۴، ۲۴۸)

در لغت‌نامه دهخدا این واژه را چنین تعریف می‌کند "ترور مأخوذ از فرانسه و به معنی قتل سیاسی به وسیله اسلحه در فارسی متداول است. ترور کردن، قتل سیاسی با اسلحه و تروریست طرفدار خشونت عمل و ایجاد رعب و ترس است" (علی اکبر دهخدا، ۱۳۴۲، ۶۳۶)

چنان‌که مشاهده می‌شود، جانمایه تعریف تروریسم، "ایجاد وحشت در بین مردم برای تحت فشار گذاشتن حکومت می‌باشد" به همین دلیل جهت برگرداندن مناسبی در زبان فارسی می‌توان از اصطلاحات "وحشت افکنی" یا "دهشت افکنی" استفاده نمود. (کدخدایی، نادر ساعد، ۱۳۹۰، ۱۵)

در تعریف گسترده تروریسم، با در نظر گرفتن شاخص‌هایی از قبیل نیت و انگیزه‌های غیرانسانی اقدام‌کننده، عدم پذیرش هدف، نوع فعالیت، ایجاد رعب و وحشت و برهم زدن امنیت به شیوه‌های گوناگون، تروریسم به‌عنوان عملی در جهت تحقق بخشیدن به هدفی فاسد و غیرانسانی که با شیوه‌های گوناگون امنیت را مورد تهدید قرار داده و حقوق پذیرفته‌شده مذهبی و بشری را به دست فراموشی سپرده، نگریسته می‌شود. (کدخدایی، نادر ساعد، ۱۳۹۰، ۱۶)

^۱ Terror

ضد تروریسم:

مجموعه اقدامات و فعالیت‌هایی که از طرفی برای مبارزه با زمینه‌های پیدایش و تولید تروریسم (عوامل ذکر شده فوق -نارضایتی عمومی، روی‌گردانی و سلب وفاداری و...) به عمل می‌آید و از طرفی در پی جلوگیری از ایجاد و تداوم فعالیت‌های سازمان‌یافته یا پراکنده که برخلاف مصالح کشور و به‌منظور دگرگون کردن حکومت قانونی صورت می‌پذیرد و در نهایت مقابله با اقدامات و تحرکات عینی و فیزیکی، صورت می‌گیرد (همان، ۲۳).

تروریسم سایبری:

واژه سایبر تروریسم در دهه ۱۹۸۰ از سوی باری کالین ابداع شد (باری کالین^۱، ۱۹۹۷، ۱۵-۱۸). سایبر تروریسم، حاصل تلاقی تروریسم و فضای سایبر است سایبر تروریسم بیشتر به معنای حمله یا تهدید به حمله علیه رایانه‌ها، شبکه‌های رایانه‌ای و اطلاعات ذخیره‌شده در آن‌ها است. هنگامی که به‌منظور ترساندن یا مجبور کردن دولت یا اتباع آن برای پیشبرد اهداف سیاسی یا اجتماعی خاص اعمال می‌شود. حملات جدی علیه زیرساخت‌های حیاتی بسته به نوع شدت و تأثیر آن‌ها می‌تواند اقدامی سایبر تروریستی باشد. (رضا سمیر، ۱۳۸۰، ۷۰) تعریف پولیت^۲ از تروریسم سایبری عبارت است از "حمله‌ای با قصد قبلی و بانگیزه‌ای سیاسی علیه سامانه‌های اطلاعاتی و سیستم‌های رایانه‌ای، تروریسم سایبری برنامه‌ها و داده‌هایی است که منجر به وارد آمدن ضرر و تهدید علیه اهداف غیرنظامی توسط گروه‌های تحت فرمان کشورها و یا عوامل ناشناخته باشند" (معاونت پژوهش و تولید علم، ۱۳۹۶، ۱۱۶) در این دیدگاه برای معنی‌دار بودن تروریسم سایبری ما باید قادر به تمایز آن از دیگرگونه‌های سوءاستفاده از رایانه مانند جرائم رایانه‌ای، جاسوسی اقتصادی یا جنگ اطلاعاتی باشیم. از سوی دیگر مباحث مربوط به سودمندی درک گسترده‌تر از تروریسم

^۱ Barry Collin

^۲ Pollitt

سایبری شامل بررسی‌های گوردون^۱ و فورد^۲ در مورد نفوذ اینترنت در تمام جنبه‌های شبکه تروریستی می‌شود. از دیدگاه آن‌ها تمرکز غالب بر تروریسم سایبری خالص (فعالیت‌های تروریستی که تماماً یا عمدتاً در دنیای مجازی صورت می‌گیرد) فعالیتی بالقوه پرهزینه است که باعث مبهم ماندن دیگر فعالیت‌های آنلاین مربوط به اقدامات تروریستی می‌گردد. (همان) در اینجا فقط یک مشکل وجود دارد و آن این است که: چیزی به نام تروریسم سایبری وجود خارجی ندارد یعنی تاکنون هیچ‌کس با استفاده از یک یارانه توسط یک تروریست به قتل نرسیده است. حتی شواهد متقنی وجود ندارد که سازمان‌هایی مانند القاعده و یا گروه تروریستی دیگری دست به حملاتی ویرانگر با استفاده از رایانه زده باشد. اما باین وجود نمی‌توان گفت که تروریسم سایبری مسئله‌ای جدی نیست بلکه می‌توان گفت که این نوع از تروریسم تاکنون کمتر تروریستی را به خود جذب نموده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود مفسرینی که این رویکرد را اتخاذ نموده‌اند به‌سوی شناخت محدود از تروریسم سایبری گرایش دارند. اشکال این دیدگاه بر این است که تأکید بسیار بر ترور سایبری خصوصاً در صورتی که حاوی خطری جدی نباشد، می‌تواند توجه را از دیگر تلاش‌های ضد تروریستی در فضای مجازی منحرف نماید.

توماس جی. هولت بر این باور است که "درحالی‌که اتفاق نظر جامعی بر روی تعریف واژه تروریسم سایبری وجود ندارد، واضح است که این واژه بایستی گستره وسیع‌تری از رفتارها را در قیاس با ترور فیزیکی در برداشته باشد و این امر به دلیل ماهیت دو بخش تروریسم سایبری که به‌عنوان وسیله‌ای برای ارتباط و نیز واسطه‌ای برای حملات به کار گرفته می‌شود، رخ می‌نماید. به همین منظور تعاریف گسترده‌تر چارچوبی جامع‌تر را برای بررسی شیوه‌هایی که گروه‌های افراطی از فناوری برای پشتیبانی از برنامه‌های مختلف خود به عمل می‌آورند، فراهم می‌آورد (توماس جی، هولت، ۲۰۱۲، ۳۳۷، ۳۵۴) هولت بیان می‌دارد که این تفاوت‌ها این حقیقت را روشن می‌سازد که گروه‌های تندرو از اینترنت به شیوه‌هایی

^۱ Gordon

^۲ Ford

استفاده می‌کنند که بسیار شبیه به مشخصه‌های تروریسم سایبری از جمله انتشار اطلاعات باهدف ایجاد رعب و وحشت و آسیب است. (همان شماره ۲۵، ۳۴۱) همچنین تعریف قانونی از تروریسم سایبری بریتانیا تحت عنوان لایحه تروریسم سال ۲۰۰۰ حمله‌ای تروریستی شناخته می‌شود که الف) با نیت تأثیر بر دولت و یا سازمان‌های دولتی بین‌المللی، یا ارباب کل جامعه و یا بخشی از آن صورت پذیرد. ب) هدف حمله ایجاد یک رخنه سیاسی، مذهبی، نژادی و یا عقیدتی باشد. ج) حمله بر فعالیت‌هایی تمرکز دارد که زندگی افراد را در معرض خطر قرار دهد، باعث خسارات فیزیکی و یا خشونت جدی گردد و خطر جدی را برای سلامت و امنیت عمومی ایجاد نماید. (معاونت پژوهش و تولید علم، ۱۳۹۶، ۱۲۱)

تروریسم رسانه‌ای:

یکی از بانفوذترین نظریه‌پردازان تروریسم نوین، مارلوس ماریگلای برزیلی است. رسانه‌های جمعی نوین تنها با اعلام آنچه انقلابیون انجام می‌دهند، ابزارهای مهمی برای تبلیغات هستند. جنگ اعصاب یا جنگ روانی، یک روش مبارزه بر پایه کاربرد مستقیم یا غیرمستقیم رسانه‌های جمعی است. واژه "تروریسم رسانه‌ای" برای اشاره به روش‌های پیچیده بهره‌برداری تروریست‌ها از پوشش رسانه‌ای اعمال خود، به وجود آمده است. تروریست‌ها با اعلام نکردن هویت خود و طرح تقاضا یا هشدار، هرگز از عملیات خشونت‌آمیز خود سود نمی‌برند. (طیب، ۱۳۸۰، ۶۰)

چارچوب نظری پژوهش:

راهبردی بیست‌ساله القاعده که در سال ۲۰۱۰ بر اساس گسترش اقدامات جهادی از نظر کمی و کیفی -به صورتی فراگیر کل جهان را شامل می‌شود- را می‌توان به‌عنوان چارچوب نظری این گروه دانست. در این سند (سایت مشرق، ۱۳۹۲/۱۱/۹، کد خبر: ۲۸۱۰۳۶) القاعده راهبردی خود را در چند مرحله ترسیم نموده است که در آن القاعده، رهبران‌شان و شیوه‌های آن‌ها، به‌عنوان سه رکن و مثلث جدید که همه در انتظارش بودند در این صحنه مورد توجه قرار گرفته است. به‌طوری‌که این مرحله نیروی تازه‌ای به القاعده بخشید و آن را

از یک تشکیلات صرف، تبدیل کرد به جریانی که نابودی و از بین بردن آن راحت و سهل الوصول نیست.

نکته مهمی که در این مرحله محقق شد انتشار و استماع کلام القاعده در سراسر دنیا بود، که این امر آن‌ها را از یک چارچوب تشکیلاتی که دارای امکانات و توانایی‌های محدود بودند به جریانی گسترده و وسیع که همه‌جا حضور دارد و نیز دارای امکانات و توانایی‌هایی است که روزبه‌روز بیشتر و توسعه‌یافته‌تر می‌شود و تا اوج خود یعنی مرحله اعلام دولت اسلامی (از ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۶) تبدیل نمود.

القاعده، برنامه‌ریزی خود جهت ایجاد آمادگی برای ورود به مرحله جهاد الکترونیک از طریق شبکه اینترنت را از سال ۲۰۱۰ در دستور کار قرار داد، که امکانات الکترونیکی (سایبری) جریان القاعده از این مرحله به بعد تکمیل گردیده است.

آن‌ها معتقدند توانایی و امکانات دولت اسلامی در هنگام فراخوان و آماده‌باش چشمگیر و حیرت‌آور خواهد بود. به‌خصوص که مسلمانان در آن زمان بیش از یک میلیارد و پانصد میلیون نفر خواهند بود تا جایی که دشمنانشان را به وحشت می‌اندازند و باعث می‌شوند که آن‌ها سریع عقب‌نشینی کنند که هرگز قادر به ایستادگی نخواهد بود. این قدرت اسلامی فعال، رعب و وحشت را در قلب‌های دشمنان خواهد انداخت و در آن زمان است که دنیا مفهوم اصطلاح تروریست حقیقی را بنابر فهم اسلامی درک خواهد کرد، آن وحشتی که در قلب دشمنان تأثیر بازدارنده‌ای دارد، تا حدی که باعث می‌شود قبل از تجاوز به مستضعفان، مسلمانان و یا هرگونه تلاشی که به حقوق آن‌ها ضرر برساند به تفکر پردازند. (راهبردی بیست‌ساله القاعده، ۲۰۱۰، ۲)

در همین راستا "عبدالله بن محمد" یکی از رهبران و تئوریسین‌های القاعده در تبیین طرح راهبردی تشکیل خلافت و حکومت اسلامی که در سال ۱۳۹۰ هجری شمسی، مصادف با ۱۴۳۲ قمری و برابر با ۲۰۱۱ میلادی (تاریخ ترجمه ۱۳۹۳/۸/۲۴) منتشر نموده است چنین آورده است:

قبل از پرداختن به راهبردی پیشنهادی، می‌خواهم به یک نکته بسیار مهم اشاره کنم و آن موضوع بسیج افکار و احساسات است که باید قبل از مرحله اجرایی طرح، انجام شود. امت اسلامی سال‌هاست که از مفهوم خلافت و اهمیت در حفظ دین، جان، قدرت و اعتلای مسلمانان، دور شده است. از ۸۸ سال پیش که خلافت برچیده شده تاکنون عقل و قلب، ذهن مسلمانان فقط افکار وارداتی غربی مثل ملیت‌گرایی، قومیت‌گرایی، حزب‌گرایی را چشیده است و بر اساس آن تربیت شده و وضع به‌گونه‌ای شده که بین مسلمانان تمایز و شکاف ایجاد شده است. (بن محمد، عبدالله، ۱۳۹۰، ۱)

یک چیز خوبی که در مرحله آینده در اختیار ماست این است که ما از عرصه آزادی رسانه‌ای بیشتری برخوردار خواهیم بود که از انقلاب‌های عربی برجای مانده است و می‌توان از هم‌اکنون اقدام به طراحی راهبردی‌های بلندمدت کرد و انواع رسانه‌های دیداری، کتب، پژوهش و کنفرانس‌های مطبوعاتی و همایش‌های فکری را برای یک مدت ۳ تا ۵ ساله به کار گرفت تا زمینه پذیرش فکری خلافت اسلامی و یا حداقل به‌عنوان موضوعی که مطرود مانده و ما به دنبال تحقق آن هستیم فراهم شود. (همان، ۲)

این آماده‌سازی فکری و عاطفی مسئولیت مشترک همه متفکران مسلمان، مبلغان و نهاد-های رسانه‌ای است. اما مسئولیت شخصی ما این است که همانند موتور محرکه این تفکر عمل کنیم تا در اذهان مسلمین جا بیافتد. همان کاری که پس از دو غزوه (حمله) نیویورک و واشنگتن انجام دادیم. این مکر الهی بر علیه آنان بود که همه راه‌ها را به روی مجاهدان و دوستداران آنان برای عزیمت به میداین جهاد سد کردند و رفتن به سرزمین‌هایی که جهاد در آن لازم بود، تبدیل به یک آرزو و چیزی شبیه به محال شده بود مگر کسی که خداوند بر او راه را می‌گشود و بدانجا می‌رفت. بنابراین اکثر یاران جهادی به جهاد اینترنتی به‌عنوان جایگزین روی آورده و تمام توان و اهتمام خود و راه‌های مختلف تبلیغات را در آن به کار گرفتن و موفق شدند صدای مجاهدان و اندیشه جهاد را به همه دنیا برسانند. برای این موفقیت، بیان اعتراف دونالد رامسفلد وزیر دفاع آمریکا کفایت می‌کند که گفته بود: آمریکا در جنگ اینترنتی در برابر مجاهدین شکست‌خورده است! اما من علی‌رغم اهمیت این

موضوع، به یک قاعده روانی اشاره می‌کنم که می‌گوید: نمونه موفق، خود بهترین تبلیغ برای تفکری می‌باشد که آن موفقیت را رقم‌زده است. یعنی برای این‌که ما تأیید و اقبال مسلمانان برای حمایت از تفکر احیای خلافت را به دست آوریم باید یک نمونه کوچک را به‌عنوان الگو ذکر کنیم. نمونه‌ای که در صورت پیاده نمودن شریعت برخاسته از مبانی دین حنیف اسلام در جامعه، زندگی معنا پیدا می‌کند. (همان)

این مثال‌ها باید غیرمستقیم به مخاطبین القاء شود مثالی که از یک موفقیت در صورت ایجاد خلافت باشد و بدون دخل و تصرف باید گفته شود تا مخاطب را قانع نماید. در این صورت ایده تشکیل خلافت اسلامی از دایره تئوری، کتاب و پژوهش خارج شده و وارد عرصه واقعی محسوسات می‌گردد. انسان طبیعتاً تمایلی به سیر در تئوری‌ها و افکار محض ندارد و شاید تئوری‌ها تا به واقعیت تبدیل نشوند آن را نمی‌فهمد. پس از آن‌که در برابر یک مثال زنده تسلیم شد، سپس تصویر ذهنی را برای او نزدیک‌تر نماییم. این همان کاری است که باید برای کسب حمایت و اقبال مسلمین برای احیای مجدد خلافت انجام دهیم. باید روند تحریک فکری را در کنار یک مثال زنده که در قالب اندیشه‌ای که بدان دعوت می‌کنیم دنبال کنیم. این همان چیزی است که سبب خواهد شد متفکران، مبلغان و خطبا در سراسر جهان به مخاطبین خود بگویند: نگاه کنید به فلان کشور و نگاه کنید به برکت اجرای شریعت اسلامی، از نعمت امنیت (همان، ۳)

روش‌شناسی:

پژوهش صورت گرفته در این مقاله به روش ترکیبی بوده و از دو روش کمی و کیفی بهره برده است. توضیح این‌که برای انجام پژوهش، در وهله اول به‌منظور شناسایی راهبرد گروه‌های تکفیری در بهره‌برداری از فضای سایبری، تحلیل محتوای کیفی سند راهبردی گروه القاعده (منتشر شده در سال ۲۰۱۰) صورت گرفته است. و به دنبال آن برشی بر محورهای فعالیت گروهک تروریستی داعش در فضای مجازی خصوصاً در حوزه سازماندهی، جذب و اعزام نیرو در ایران از جمله بررسی عوامل مؤثر در جذب (تعیین

متغیرها) پس از مطالعه اخبار منتشرشده و استخراج اولیه متغیرها، میزان تأثیر هر یک از عوامل از روش پیمایش و استفاده از پرسشنامه بهره‌برداری شده است و با مراجعه به نظر خبرگان موضوع، گویه‌های مربوط به هر یک از متغیرها استخراج گردیده که برای هر عامل (متغیر) بین ۵ تا ۷ گویه استخراج شده است که در مجموع برای سنجش ۲ متغیر، تعداد ۱۰ گویه تنظیم گردید.

اعتبار گویه‌ها یا روایی آن از طریق اعتبار صوری (نظر خبرگان) بوده و برای سنجش پایایی آن از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. لذا در مرحله مطالعه اکتشافی (آزاد) با تهیه پرسشنامه اولیه و مراجعه به ۱۳ نفر از کارشناسان ارشد موضوع، آلفای کرونباخ تعیین گردید.

یافته‌های پژوهش:

جریان تکفیری برای تحقق رویکردهای خود که در راهبردی بیست‌ساله به آن پرداخته است، نمودار کمیته رسانه‌ای سازمان‌یافته‌ای را ترسیم و اجرایی نموده است:
نمودار شماره ۱ کمیته رسانه‌ای

بخش هدایت و تبلیغ: فرمانده بخش باید مسئول آموزش فرماندهان بخش‌ها و تیپ‌ها باشد	بخش اینترنت و تکنولوژی: باید مجاهد باتجربه در این بخش انتخاب گردد و باید کارمند تمام‌وقت باشد
تیپ اول تیپ دوم تیپ سوم	تیپ اول تیپ دوم تیپ سوم
بخش رسانه	بخش فیلم و مستندسازی
نماینده کمیته باید فرمانده این بخش باشد	جانشین نماینده کمیته به‌صورت تمام‌وقت یا پاره‌وقت باید فرمانده این بخش باشد
کمیته فیلم‌سازی در بخش	کمیته مستندسازی در بخش

(مرکز امور اطلاعاتی و ضد تروریسم آمریکا و اسرائیل، نوامبر ۲۰۱۴ ۲۶۴)

در همین راستا اولویت برنامه‌های دستگاه تبلیغی داعش عبارت‌اند از:

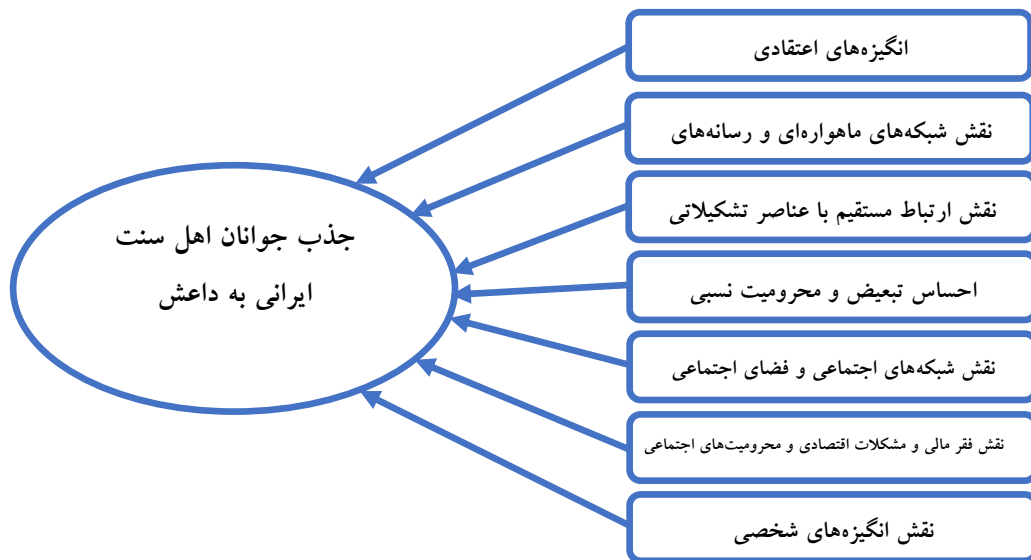
- راه‌اندازی رسانه‌های داعش به زبان‌های مختلف

- راه‌اندازی مجلات و وبسایت‌های آنلاین داعش
 - ساخت بازی‌های رایانه‌ای
 - هدف‌گیری جوامع غرب و مسلمانان در غرب به‌عنوان مخاطبان داعش
 - ایجاد کمپین برای حمایت از دولت اسلامی
 - جنگ روانی با ربودن خبرنگاران غربی و بهره‌برداری تبلیغاتی از آن‌ها و عملیاتی کردن تهدیدات با گردن زدن آن‌ها (همان)
- همانطور که در راهبرد القاعده معلوم است، داعش (دولت اسلامی عراق و شام) دقیقاً برگرفته از همین راهبرد، اقدامات عملی خود را آغاز نموده و در حال اجرا می‌باشد. در این باره با نگاهی اجمالی به میزان فعالیت‌های داعش در فضای تبلیغی حقیقی و مجازی و به‌کارگیری از ابزارهای نوین ارتباطی این موضوع را روشن می‌سازد که امروزه موفقیت‌های گروه تروریستی داعش چه میزان برگرفته از روش‌ها و عملیات روانی حرفه‌ای است. سیاست و راهبرد نبرد میدانی داعش مبتنی بر النصر بالرعب نشان می‌دهد که از بدو شروع اعلام خلافت در موصل عراق، داعش توانست بدون هرگونه اقدام عملیاتی خاص و مهمی با ایجاد رعب و وحشت بین عموم جامعه و نیروهای مسلح عراق به‌راحتی در تصرف موصل و اعلام خلافت و ایجاد ارض خلافت موفقیت چشمگیری داشته باشد. فعالیت همه‌جانبه داعش در فضای سایبری و بهره‌گیری از ابزار نوین ارتباطی کاربست‌های زیر را برای آن‌ها به دنبال داشته است:
- استماع و انتشار کلام و اعتقادات تکفیری-تروریستی (به‌اصطلاح آن‌ها جهادی) در سطح وسیع و گسترده (ارائه حداکثر پیام در حداقل زمان)
 - تبلیغ، جذب و اعزام داوطلبین و نیروی خارجی از سرزمین‌های مختلف و جابجایی آن‌ها در منطقه شامات و عراق
 - ایجاد و هدایت هسته‌های مخفی تشکیلاتی در قالب‌های تبلیغی-اطلاعاتی و عملیاتی

- بزرگ‌نمایی و نمایش غیرواقعی قدرت تروریستی با ایجاد رعب و وحشت در بین افکار عمومی
- اسلام‌هراسی و مخدوش نمودن چهره رحمانی اسلام و همسویی با راهبرد نظام غرب
- ادعای ایجاد خلافت در جامعه اهل سنت و برقراری حکومت اسلامی به‌عنوان الگو
- تلاش جهت جا انداختن این موضوع که داعش تنها حامی واقعی سنی‌ها در منطقه است جهت اخذ حمایت‌های آن‌ها (خیری، علی، ۱۳۹۹)
- در این راستا برنامه‌ریزی برای تحقق محورهای ذیل در اولویت کاری داعش و حامیان غربی-عربی آن‌ها قرار گرفته که با روش‌ها و شیوه‌های عملیات روانی و اقدامات نرم، با استفاده حداکثری از ابزار فضای سایبری اجرایی و عملیاتی شده است:
- تحریک جامعه اهل سنت جهانی علیه شیعه
- رویکرد تفرقه افکنانه و تحریک‌کننده جریان افراطی شیعه در منطقه
- تغافل بخشی از اهل سنت نسبت به اهداف پشت پرده حامیان تروریسم تکفیری
- الگوسازی منفی از عقاید اسلامی (جهاد-شهادت-خلافت)
- دگرسازی درون دینی بجای دگرسازی نسبت به دشمنان اسلام
- فروپاشی انسجام بین کشورهای اسلامی در مقابل دشمنان اصلی
- تقویت رویکرد اسلام‌هراسی از طریق تصویرسازی منفی از اسلام
- هم‌افزایی بسترهای واگرایانه و تمایز آفرین مذهبی باهدف اختلاف و درگیری بین شیعه و سنی (اصغری، ۱۳۹۸، ۱۵۵)
- بر اساس اطلاعات بدست آمده از سوژه‌ها، متغیرهای زیر با عنوان عوامل مؤثر برجذب جوانان اهل سنت ایران به داعش بوده‌اند و رابطه آن‌ها در نمای زیر قابل‌ارائه است
- لکن در این پژوهش یافته‌های مربوط به دو متغیر از متغیرهای مؤثر (نقش شبکه‌های

ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری و نقش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی) که موضوع اصلی مقاله می‌باشد پرداخته خواهد شد، البته این متغیرها برای سایر کشورها هم وجود دارد لکن ترتیب اولویت محورها متفاوت می‌باشد.

شکل شماره ۱: عوامل مؤثر بر جذب جوانان اهل سنت ایران به داعش



معرفی متغیرها:

نقش شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری:

تعریف: رسانه تصویری: رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند. به عبارت دیگر، رسانه تصویری، وسیله حمل پیام از فرستنده به گیرنده است. فیلم، رادیو، تلویزیون، ماهواره و سینما و... نمونه-

هایی از رسانه هستند. (vahidrajabi.blogspot.com)

برای تعیین شاخص‌های "نقش شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری" جذب به

داعش موارد زیر بدست آمده است:

جدول شماره ۱ نقش شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری جذب به داعش

ردیف	عنوان شاخص (گویه)	شماره گویه
۱	دسترسی سریع و راحت به شبکه‌های ماهواره‌ای	۶
۲	پخش برنامه‌های تهیجی مثل تصاویر فتوحات و... داعش در عراق و سوریه	۷
۳	پخش برنامه‌های اختلافی بین شیعه و سنی	۸
۴	پخش برنامه‌های تفسیری با موضوعیت سلفیت و جهاد	۹
۵	پخش برنامه‌هایی با موضوع مظلومیت اهل سنت در ایران	۱۰

نقش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی:

تعریف: هر فضایی که باهدف شکل‌گیری و تسریع و تسهیل رشد شبکه‌های اجتماعی به وجود بیاید، یک سرویس شبکه اجتماعی یا SNS خواهد بود. (motamem.org)

برای تعیین شاخص‌های "نقش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی" جذب به داعش موارد زیر بدست آمده است:

جدول شماره ۲ نقش شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری جذب به داعش

ردیف	عنوان شاخص (گویه)	شماره گویه
۱	تبلیغات رسانه‌ای داعش در فضای مجازی	۱۱
۲	عضویت در گروه‌های وابسته به داعش در شبکه‌های اجتماعی (تلگرام، فیس بوک و...)	۱۲
۳	ارتباط‌گیری دوطرفه با هواداران داعش در شبکه‌های اجتماعی	۱۳
۴	تولید و انتشار محتوا به نفع داعش در شبکه‌های اجتماعی	۱۴
۵	دسترسی کاربران به پیوستگان به داعش در فضای مجازی	۱۵

شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری

نتیجه بدست آمده از آزمون سنجش آلفای کرونباخ مربوط به عامل " نقش شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری" نشان‌دهنده ۰.۷۵۲ می‌باشد لذا با توجه به اینکه آلفای بدست آمده بیش از ۰.۷ می‌باشد پایایی سؤالات این بخش قابل اتکا می‌باشد.

شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی

نتیجه بدست آمده از آزمون سنجش آلفای کرونباخ مربوط به عامل " نقش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی" نشان‌دهنده ۰.۹۳۱ می‌باشد لذا با توجه به اینکه آلفای بدست آمده بیش از ۰.۷ می‌باشد پایایی سؤالات این بخش قابل اتکا می‌باشد.

نظر پاسخگویان در رابطه با گویه های پرسشنامه

نقش شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری

دسترسی سریع و راحت به شبکه‌های ماهواره‌ای

جدول شماره ۳ میزان تأثیر دسترسی سریع و راحت به شبکه‌های ماهواره‌ای

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۰	۰
متوسط	۹	۲۷.۳
زیاد	۱۲	۳۶.۴
خیلی زیاد	۱۱	۳۳.۳

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، به نظر ۲۳ نفر از پاسخگویان ۶۹.۷ درصد از

آن‌ها را شامل می‌شود میزان تأثیر دسترسی سریع و راحت به شبکه‌های ماهواره‌ای را بالا می‌دانند، البته ۹ نفر از پاسخگویان که تنها ۲۷.۳ درصد را تشکیل می‌دهند این میزان را متوسط ارزیابی کرده‌اند این در حالی است که هیچ‌یک از پاسخگویان این گویه را کم یا بدون تأثیر در جذب به داعش ندانسته‌اند.

پخش برنامه‌های تهیجی مثل تصاویر فتوحات و... داعش در عراق و سوریه

جدول شماره ۴ میزان تأثیر پخش برنامه‌های تهیجی مثل تصاویر فتوحات و... داعش در عراق و

سوریه بر جذب به داعش

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۰	۰
متوسط	۱۰	۳۰.۳
زیاد	۱۲	۳۶.۴
خیلی زیاد	۱۱	۳۳.۳

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، تعداد ۲۳ نفر از پاسخگویان که ۶۹.۷ درصد ایشان را شامل می‌شود تأثیر پخش برنامه‌های تهیجی مثل تصاویر فتوحات و... داعش در عراق و سوریه را بالا و درحالی‌که تنها ۱۰ نفر از پاسخگویان که ۳۰.۳ درصد را تشکیل می‌دهند این میزان در حد متوسط ارزیابی کرده‌اند. هیچ‌یک از پاسخگویان این تأثیر را کم یا بی‌تأثیر تلقی نکرده‌اند.

پخش برنامه‌های اختلافی بین شیعه و سنی

جدول شماره ۵ میزان تأثیر پخش برنامه‌های اختلافی بین شیعه و سنی بر جذب به داعش

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۰	۰
متوسط	۳	۹.۱
زیاد	۱۸	۵۴.۵
خیلی زیاد	۱۱	۳۳.۳

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق تعداد ۲۹ نفر از پاسخگویان که ۸۷.۸ درصد ایشان را شامل می‌شوند تأثیر پخش برنامه‌های اختلافی بین شیعه و سنی را بالا و در حالی است که ۳ نفر از پاسخگویان که ۹.۱ درصد را تشکیل می‌دهند این میزان را متوسط ارزیابی کرده‌اند و هیچ‌یک از پاسخگویان این تأثیر را کم یا بی‌تأثیر ارزیابی نکرده‌اند.

پخش برنامه‌های تفسیری با موضوعیت سلفیت و جهاد

جدول شماره ۶ میزان تأثیر پخش برنامه‌های تفسیری با موضوعیت سلفیت و جهاد بر جذب به داعش

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۰	۰
متوسط	۸	۲۴.۲
زیاد	۱۶	۴۸.۵
خیلی زیاد	۹	۲۷.۳

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، تعداد ۲۵ نفر از پاسخگویان که ۷۵.۸ درصد را شامل می‌شوند تأثیر پخش برنامه‌های تفسیری با موضوعیت سلفیت و جهاد را بالا و درحالی‌که فقط ۸ نفر یعنی ۲۴.۲ درصد از پاسخگویان این میزان تأثیر این عامل را متوسط ارزیابی کرده و هیچ‌یک از پاسخگویان تأثیر این عامل را کم یا بی‌تأثیر تلقی نکرده‌اند.

پخش برنامه‌هایی با موضوعیت مظلومیت اهل سنت در ایران

جدول شماره ۷ میزان تأثیر پخش برنامه‌هایی با موضوعیت مظلومیت اهل سنت در ایران بر جذب به داعش

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۰	۰
متوسط	۴	۱۲.۱
زیاد	۱۵	۴۵.۵
خیلی زیاد	۱۴	۴۲.۴

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، تعداد ۲۹ نفر از پاسخگویان که ۸۷.۹ درصد را شامل می‌شوند میزان تأثیر این عامل را بالا ارزیابی و درحالی‌که تعداد ۴ نفر از پاسخگویان یعنی ۱۲.۱ درصد میزان تأثیر این عامل را متوسط ارزیابی کرده‌اند و هیچ‌یک از پاسخگویان این میزان را کم یا بی‌تأثیر ندانسته‌اند.

نقش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی

تبلیغات رسانه‌ای داعش در فضای مجازی

جدول شماره ۸ میزان تأثیر تبلیغات رسانه‌ای داعش در فضای مجازی بر جذب به داعش

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۰	۰
متوسط	۴	۱۲.۱
زیاد	۱۶	۴۸.۵
خیلی زیاد	۱۳	۳۹.۴

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، تعداد ۲۹ نفر از پاسخگویان که ۸۷.۹ درصد را شامل می‌شوند میزان تأثیرگذاری این عامل را بر جذب به داعش را بالا، درحالی‌که تعداد ۴ نفر از پاسخگویان که ۱۲.۱ درصد هستند این میزان را متوسط ارزیابی کرده‌اند. هیچ‌یک از پاسخگویان میزان تأثیرگذاری این عامل بر جذب را کم یا بی‌تأثیر ندانسته‌اند.

عضویت در گروه‌های وابسته به داعش در شبکه‌های اجتماعی (تلگرام، فیس‌بوک و...)

جدول شماره ۸ میزان تأثیر عضویت در گروه‌های وابسته به داعش در شبکه‌های اجتماعی

(تلگرام، فیس‌بوک و...) بر جذب به داعش

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۱	۳.۰
متوسط	۵	۱۵.۲

زیاد	۱۵	۴۵.۵
خیلی زیاد	۱۲	۳۶.۴

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، تعداد ۲۷ نفر از پاسخگویان که ۸۱.۹ درصد را شامل می‌شوند میزان تأثیرگذاری این عامل را برای جذب به داعش، بالا و درحالی‌که تعداد ۵ نفر از پاسخگویان که ۱۵.۲ درصد هستند این میزان را متوسط ارزیابی کرده‌اند. تنها یکی از پاسخگویان میزان تأثیرگذاری این عامل بر جذب را کم دانسته است.

ارتباط‌گیری دوطرفه با هواداران داعش در شبکه‌های اجتماعی

جدول شماره ۹ میزان تأثیر ارتباط‌گیری دوطرفه با هواداران داعش در شبکه‌های اجتماعی بر

جذب به داعش

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۲	۶.۱
متوسط	۵	۱۵.۲
زیاد	۱۷	۵۱.۵
خیلی زیاد	۹	۲۷.۳

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، تعداد ۲۶ نفر از پاسخگویان که ۷۸.۸ درصد را شامل می‌شوند میزان تأثیرگذاری این عامل را برای جذب به داعش، بالا ارزیابی کرده‌اند، درحالی‌که تعداد ۵ نفر از پاسخگویان که ۱۵.۲ درصد هستند این میزان را متوسط ارزیابی کرده‌اند و تنها ۲ نفر از پاسخگویان یعنی ۶.۱ درصد میزان تأثیرگذاری این عامل بر جذب را کم دانسته است و هیچ‌یک از پاسخگویان این عامل را بی‌تأثیر ندانسته‌اند.

تولید و انتشار محتوا به نفع داعش در شبکه‌های اجتماعی

جدول شماره ۱۰ میزان تأثیر تولید و انتشار محتوا به نفع داعش در شبکه‌های اجتماعی بر

جذب به داعش

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۳	۹.۱
متوسط	۵	۱۵.۲
زیاد	۱۷	۵۱.۵
خیلی زیاد	۸	۲۴.۲

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، تعداد ۲۵ نفر از پاسخگویان که ۷۵.۷ درصد را شامل می‌شوند میزان تأثیرگذاری این عامل را بر جذب به داعش را بالا و درحالی‌که تعداد ۵ نفر از پاسخگویان که ۱۵.۲ درصد هستند این میزان را متوسط ارزیابی کرده‌اند. تنها ۳ نفر از پاسخگویان یعنی ۹.۱ درصد میزان تأثیرگذاری این عامل بر جذب را کم دانسته است و هیچ‌یک از پاسخگویان این عامل را بی‌تأثیر ندانسته‌اند.

دسترسی کاربران به پیوستگان به داعش در فضای مجازی

جدول شماره ۱۱ میزان تأثیر دسترسی کاربران به پیوستگان به داعش در فضای مجازی بر جذب به

داعش.

گزینه‌ها	فراوانی	درصد
خیلی کم	۰	۰
کم	۲	۶.۱
متوسط	۱۰	۳۰.۳

زیاد	۱۳	۳۹.۴
خیلی زیاد	۸	۲۴.۲

بر اساس اطلاعات مندرج در جدول فوق، تعداد ۲۱ نفر از پاسخگویان که ۶۳.۶ درصد را شامل می‌شوند میزان تأثیرگذاری این عامل را بر جذب به داعش را بالا ارزیابی کرده‌اند، در حالی که تعداد ۱۰ نفر از پاسخگویان که ۳۰.۳ درصد هستند این میزان را متوسط ارزیابی کرده‌اند و تنها ۲ نفر از پاسخگویان یعنی ۶.۱ درصد میزان تأثیرگذاری این عامل بر جذب را کم دانسته است و هیچ‌یک از پاسخگویان این عامل را بی‌تأثیر ندانسته‌اند.

نتیجه‌گیری:

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت که جریان تکفیری موفقیت خود را مرهون دو محور اصلی است اول: انتشار و استماع کلام و اعتقادات فکری دوم: تلاش جهت جا انداختن نظر حمایتی بخشی از اهل سنت در منطقه به خود با این موضوع که داعش تنها حامی واقعی سنی‌ها در منطقه است که هر دو این محورها از طریق ابزارهای نوین ارتباطی (شبکه‌های اجتماعی در فضای سایبری و رسانه‌های تصویری) محقق گردیده است. در این راستا ابوالحسن المهاجر سخنگوی وقت داعش در بیانیه منتشرشده اعلام می‌دارد " داعش نتایج مبارک درگیری مستقیم با رافضی‌ها را در هر یک از مناطق عراق و شام مدنظر قرار داده که مهم‌ترین ثمره آن برداشتن نقاب دروغین از چهره مرتدینی بود که قرن‌ها در پشت آن پنهان بودند و حقیقت دشمنی‌شان با اهل سنت و جنایت‌هایی که در حق آن‌ها مرتکب شدند را ظاهر ساخت و به روشن شدن حقیقت آن‌ها برای مردم کمک نمود و به‌آسانی اهل سنت را به واجب بودن مبارزه با رافضی‌ها قانع کرد به طوری که تجمع اهل سنت در عراق پشت سر دولت اسلامی در جنگ با رافضی‌ها طی این سال‌ها دور از انتظار ما بود. همانا باز شدن جبهه‌های جدید با رافضی‌ها در هر جا که حضور دارند و گسترش دامنه درگیری‌هایی که از گذشته با آن‌ها وجود داشته است به این خاطر است که مسلمانان را به

اذن خدا به افزایش شرکت در جنگ با آن‌ها زیر پرچم دولت اسلامی مجبور نماید (المهاجر، ۲۰۱۸، ۱) که مشاهده می‌شود بخش قابل‌توجه این آگاهی بخشی از طریق رسانه‌های تصویری و شبکه‌های اجتماعی فضای سایبری انجام گرفته است.

بر اساس اطلاعات بدست آمده از یافته‌های پژوهش به‌خوبی نشان داده می‌شود که در بین عوامل تأثیرگذار بر جذب، سازماندهی و اعزام نفرات گروه داعش در داخل کشور بیشترین نقش تأثیرگذاری را رسانه‌های تصویری با میانگین ۲۰/۵۸۰۶، مشکلات اقتصادی با میانگین ۲۰/۴۲۴۲ و شبکه‌های اجتماعی و فضای سایبری با میانگین ۲۰/۱۵۱۵ را نشان می‌دهد. جدول میانگین وزنی متغیرهای تحقیق به شرح جدول شماره ۱۲ است:

جدول شماره ۱۲ میانگین وزنی عوامل مؤثر بر جذب جوانان اهل سنت ایرانی به داعش

میانگین	بیشینه	کمینه	
۱۸.۴۰۶۳	۲۵.۰۰	۱۰.۰۰	انگیزه‌های اعتقادی
۲۰.۵۸۰۶	۲۵.۰۰	۱۶.۰۰	نقش رسانه‌های تصویری
۲۰.۱۵۱۵	۲۵.۰۰	۱۲.۰۰	نقش شبکه‌های اجتماعی
۱۹.۰۹۰۹	۲۴.۰۰	۱۱.۰۰	نقش ارتباط مستقیم با عناصر
۲۰.۴۲۴۲	۳۰.۰۰	۹.۰۰	مشکلات اقتصادی
۱۴.۵۱۵۲	۲۰.۰۰	۹.۰۰	انگیزه‌های شخصی
۱۸.۶۸۷۵	۲۵.۰۰	۱۱.۰۰	احساس تبعیض

همچنین با توجه به جدول فوق که نشان‌دهنده میزان میانگین امتیاز هر یک از متغیرها می‌باشد، می‌توان ادعا نمود که هرچند کلیه متغیرها از اثرگذاری بالایی برخوردار و میزان اثرگذاری آن‌ها در دامنه زیاد و خیلی زیاد قابل‌تعریف است، لیکن ترتیب متغیرها به ترتیب زیر می‌باشد:

شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های تصویری < مشکلات اقتصادی > نقش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی < نقش ارتباط مستقیم با عناصر تشکیلاتی > احساس تبعیض < انگیزه‌های اعتقادی > انگیزه‌های شخصی

لذا بیشترین میانگین مربوط به متغیر رسانه و کمترین نیز مربوط به انگیزه‌های شخصی می‌باشد. لذا همان‌طور که مشاهده می‌شود، ترتیب اثرگذاری با ترتیب ادعا شده در فرضیه همخوانی داشته و از این رو اثر متغیر رسانه بیش از سایر متغیرها احصاء گردیده است.

همچنین در بین گویه‌های سنجیده شده، تبلیغات رسانه‌ای داعش در فضای مجازی و پخش برنامه‌هایی با موضوعیت مظلومیت اهل سنت در ایران و پخش برنامه‌های اختلافی بین شیعه و سنی بیشترین امتیاز را داشته‌اند که نشان‌دهنده اهمیت و تأثیر این گویه‌ها بوده است.

بر اساس نتیجه بدست آمده تأثیر جنبه‌های نرم و عملیات روانی که مبتنی بر فعالیت ماهواره‌ها و رسانه‌های تصویری می‌باشد، بیش از سایر متغیرها بر جذب جوانان اهل سنت مؤثر بوده است، از این رو لازم است برای مقابله با جریان رسانه‌ای برنامه‌ریزی جدی‌تری در دستور کار باشد.

در همین خصوص باید اشاره داشت که در حوزه رسانه‌ای محورهای نظیر:

۱) پخش برنامه‌هایی با موضوع مظلومیت اهل سنت در ایران ۸۷.۹ درصد (زیاد و

خیلی زیاد)

۲) پخش برنامه‌های اختلافی بین شیعه و سنی، ۸۷.۸ درصد (زیاد و خیلی زیاد)

۳) پخش برنامه‌های تفسیری با موضوعیت سلفیت و جهاد، ۷۵.۸ درصد (زیاد و

خیلی زیاد)

۴) دسترسی سریع و راحت به شبکه‌های ماهواره‌ای، ۶۹.۷ (زیاد و خیلی زیاد)

۵) پخش برنامه‌های تهیجی مثل تصاویر فتوحات و... داعش در عراق و سوریه، ۶۹.۷

(زیاد و خیلی زیاد)

موردسنجش بوده است که تأیید قوی تأثیر این محورها بر جذب به داعش نشان‌دهنده رویکرد رسانه‌های حامی جریانات تکفیری خصوصاً داعش می‌باشد. یعنی تمرکز این رسانه‌ها بر مظلومیت اهل سنت در ایران، مباحث اختلافی شیعه و سنی و موضوعات سلفیت جهادی می‌باشد. لذا در طراحی تقابل با این سیاست‌ها، باید به رویکردهای حریف و طراحی متناسب توجه لازم صورت پذیرد.

همان‌طور که در بخش‌های فوق ذکر گردید، به این نکته مهم می‌توان رسید که جریان تکفیری جهت پیشبرد اهداف خود در صدر برنامه‌ها نیازمند به طراحی هدفمند و اقدام عملیات روانی پیچیده قبل از تحقق هرگونه اقدام عملیاتی و تروریستی از طریق ابزارهای نوین ارتباطی و فعالیت شدید و تمام‌وقت در فضای سایبری می‌باشد و از این شیوه برای اجرایی کردن طرح‌های خود استفاده حداکثری نموده است و به عبارتی اولویت اقدامات روانی و بسترسازی زمینه پذیرش این تفکر به مراتب بیشتر از اقدامات وحشت‌آفرین و تروریستی است که در دستور کار تکفیری‌ها و به تبع آن در برنامه‌های مقابله‌ای با آن باید مدنظر قرار گیرد لذا استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی در عملیات روانی باهدف توجیه افکار عمومی و نخبگان، بی‌اعتبار سازی در جامعه اهل سنت، جلوگیری از جذب نیرو و افزایش ریزش نیرویی و جداسازی حامیان و هواداران، ایجاد انشعاب و پرداختن به تعارضات فکری بین گروه‌های تکفیری، مشغول سازی، اتلاف انرژی و نیرو و افزایش تلفات جانی در عرصه میدانی گروه‌های تکفیری علیه یکدیگر، افزایش تنفر عمومی نسبت به جنایات تروریستی و ... در فضای سایبری و مجازی و عینیت بخشی به آن در فضای حقیقی ازجمله تجارب بسیار مهمی است که در امر مقابله با جریان تکفیری با استفاده از کاربست عملیات روانی تاکنون در عرصه میدانی بیشترین تأثیر را در مقابله با این جریان داشته است و باید تا اضمحلال کامل این تفکر همچنان در دستور کار باشد.

منابع:

- المهاجر، ابوالحسن، (۲۰۱۸)، نشریه دابق.
- اصغری، (۱۳۹۸)، راهبردهای مقابله‌ای علیه داعش، رساله دکتری دانشگاه دفاع ملی.
- باری کالین، (۱۹۹۷)، آینده تروریسم سایبری در جنایت و عدالت بین‌المللی ۱۳، شماره ۲.
- پایگاه صفیر، (۱۳۹۵)، مواضع و تحلیل‌های مؤسسات ضد تروریسمی آمریکا در خصوص گروه‌های تکفیری، بولتن شماره یک رصد.
- توماس جی، هولت، (۲۰۱۲)، بررسی تداخلات فناوری، جنایت و ترور، **Terrorism and Political Violence** ۲۴، شماره ۲.
- جزوه راهبردی بیست‌ساله القاعده (۲۰۱۰)، سایت مشرق، ۱۳۹۲/۱۱/۹، کد خبر: ۲۸۱۰۳۶.
- جفری. ام والیوت و رابرت رجینالد، فرهنگ اصطلاحات سیاسی و راهبردی، ترجمه میرحسین رئیس زاده، تهران نشر معین، (۱۳۷۸).
- رضا سمیر، (۱۳۸۰)، تروریسم در روابط بین‌الملل، چالش‌ها و راهبردها، ش ۲۱.
- عبدالله بن محمد، (۱۴۳۲) ه ق (۱۳۹۰ ه ش - ۲۰۱۱ م) تاریخ ترجمه ۱۳۹۳/۸/۲۴ جزوه راهبردی داعش برای تشکیل حکومت.
- علی آقابخش، فرهنگ علوم سیاسی، (۱۳۸۴)، تهران، نشر تندر.
- علی اکبر دهخدا، (۱۳۴۲)، لغت‌نامه دهخدا، زیر نظر دکتر معین، تهران، انتشارات چاپخانه دانشگاه.
- علیرضا طیب، (۱۳۸۰)، تروریسم در فراز و فرود تاریخ، راهبرد، ش ۲۱.
- کار مشترک مرکز امور اطلاعاتی و ضد تروریسم آمریکا و اسرائیل، نوامبر ۲۰۱۴، داعش تصویری از یک سازمان تروریستی جهادی، در ۹ بخش.

- کدخدایی، نادر ساعد، (۱۳۹۰)، تروریسم و مقابله با آن، تهران.
- مرکز امور اطلاعاتی و ضد تروریسم آمریکا و اسرائیل، نوامبر (۲۰۱۴)، داعش
تصویری از یک سازمان تروریستی جهادی، بخش ۹.
- مصاحبه خیری، علی، (۱۳۹۹/۶/۱۵) کارشناس حوزه امنیت سایبری.
- مصاحبه ساموئل برگر، استفان هادلی، جمیز جفری، دنیس راس و رابرت
ساتلوف، (۲۰۱۴)، اندیشکده واشنگتن.
- معاونت پژوهش و تولید علم، (۱۳۹۶)، تحلیل تروریسم شبکه‌ای، دانشگاه
اطلاعات و امنیت.
- [www.http://motamem.org](http://motamem.org)