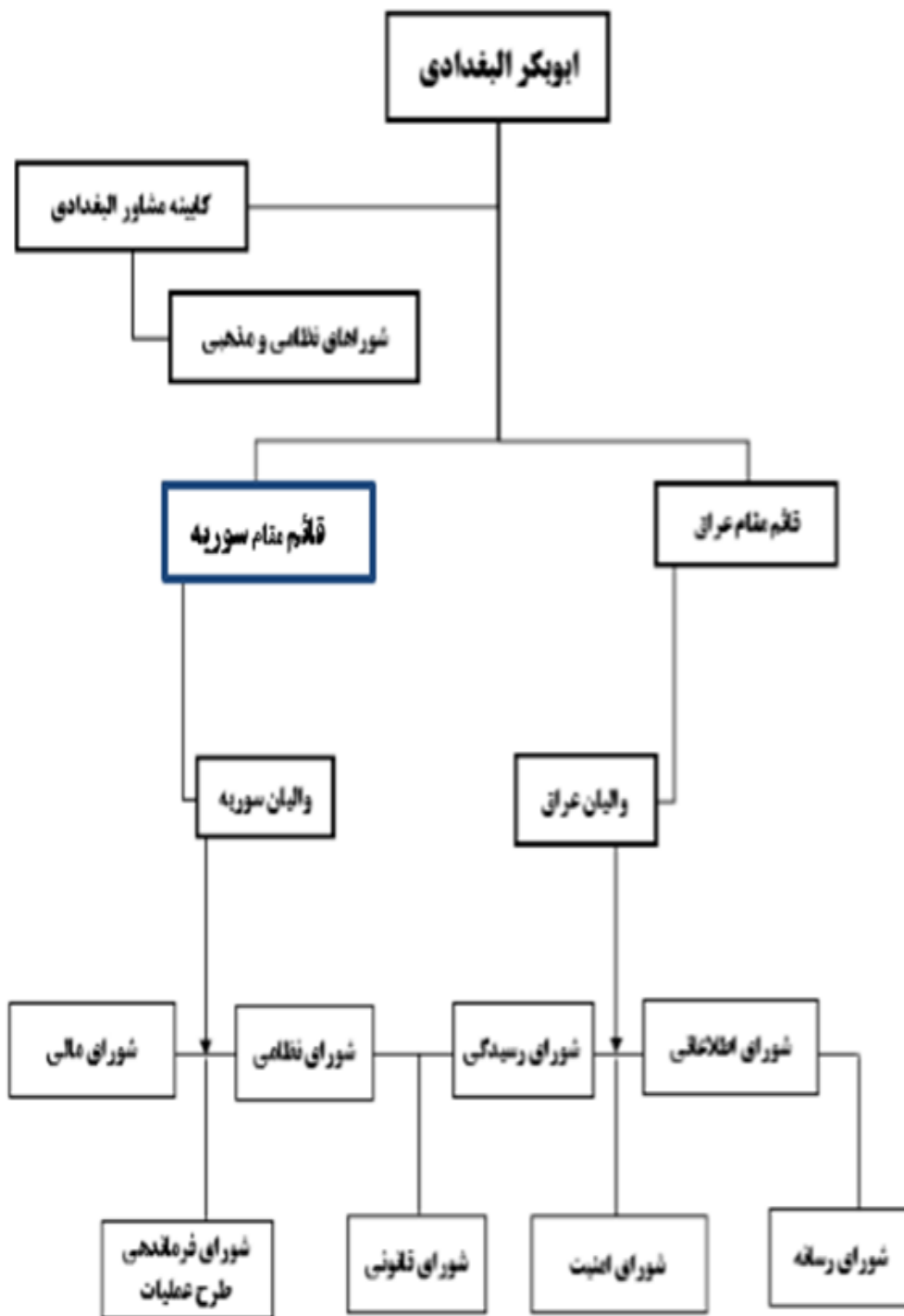


در قسمت قبل پس از ارایه انواع تعریف چیستی و ماهیتی داعش و به بررسی روندشکل گیری ، سازمان رزم و منابع نیروی انسانی و اقتصادی داعش پرداخته شد :

۴- ساختار تشکیلاتی داعش:

ساختار داعش همچون القاعده در کلان ساختار سلسله مراتبی توصیف شده است: رهبری مسلط در رأس با اختیارات نامحدود و گروه‌های اصلی‌ای که مستقیماً زیر نظر او اداره می‌شوند، شبکه‌های انسانی با انعطاف‌پذیری و تحرک فوق‌العاده که در پس ساختارهای رسمی عمل می‌کند. در این مدل هر شبکه از شماری گروه تشکیل می‌شود. اعضای هر گروه تنها با یکدیگر در ارتباط‌اند، بدون آن که با اعضای گروه‌های دیگر ارتباط داشته باشند یا آنها را بشناسند. از این دیدگاه تغییر یا حذف اعضای عادی گروه هیچ تأثیری بر ساختار شبکه نخواهد داشت. اما تغییر و حذف اعضای مرکزی یا عضو اتصال گروه، روابط کلیدی شبکه را دچار اختلال می‌کند. درباره ساختار تشکیلاتی داعش باید گفت که پس از مرگ زرقاوی ساختار تنظیم القاعده عراق عملاً میان ابوالمهاجر المصری (جانشین زرقاوی) از تمرکزگرایی صرف دوری جست. ابو عمر البغدادی در ادامه جذب گروه‌های محلی، عملاً شورای مشورتی یا مجلس شورای مجاهدین را از حالت اردوگاهی و کمپ خارج ساخت و در چارچوب یک سازمان متمرکز بر اراضی تبدیل کرد. روندی که پس از روی کار آمدن ابوبکر البغدادی در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ به شیوه‌های ترکیبی و پیچیده‌تری تداوم یافت. ساختار تلفیقی مرکب از سلسله مراتب سازمانی و شبکه‌های ارتباطی را با هدف انطباق با کارکردهای سازمانی، نیرو و محیط بومی و برنامه‌های عملیاتی به کار گرفت. ساختار تشکیلاتی داعش با توجه به ترکیب متفاوت نیروها و رویکردهای ایدئولوژیک تحول یافت.



۵- رسانه داعش:

داعش از یک سازمان رسانه‌ای گسترده، چند لایه و پیچیده برخوردار است و بخشی از اهداف خود را در حوزه افکار عمومی در عرصه رسانه دنبال می‌کند و از ظرفیت رسانه با تکنولوژی نو برای تولید محصولات متنوع، مناسب و جذاب برای طیف‌های مختلف مخاطبان، برای بسیج نیرو و ایجاد ترس و وحشت در محیط بهره‌گیری می‌کند. و به نظر می‌رسد که از یک عقبه طراح و برنامه‌ریز، خارج از سازمان نیز برخوردار است و هدفمند و حرفه‌ای از آن سود می‌برد.

الفرقان، الحیات، الاعتصام و بنیاد الاجناد، چهار حوزه رسانه‌ای داعش‌اند و هر ولایت (استان) دارای رسانه داخلی است و خود به تولید محتوا و توزیع آن مبادرت می‌ورزد.

محتوای رسانه‌ای داعش عمدتاً برنامه‌های ویدئویی، بیانیه‌ها، اطلاعیه‌ها، عکس و تصاویر و مطالب مذهبی است. همچنین داعش ایستگاه رادیویی البیان را در سال ۲۰۱۴ در موصل راه‌اندازی کرد و از ظرفیت رادیو و تلویزیون سرزمینی‌های تحت اشغال استفاده می‌کند و از شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر و یوتیوب برای فراخوان، جذب نیرو، ایجاد ترس و وحشت، تبلیغات و ارسال پیام‌ها بهره‌برداری می‌کند. ضمن این که بسیاری از سازمان‌ها، دولت‌ها و اشخاص باز نشر تولیدات داعش را در ماهواره‌ها، رسانه‌ها، نشریات و فضای مجازی برعهده دارند.

۶- علل کنشگری؛ جریان تکفیری

اگر بپذیریم که جریان داعش در جغرافیای سیاسی جهان اسلام در حال کنشگری ژئوپلیتیکی است، ناگزیر باید به تبیین و بیان علت این کنشگری و زمینه‌های اقدام و تصمیم‌های آن پرداخت. شناخت علل و عوامل زیر ضروری است:

- تقسیمات استعماری پس از فروپاشی عثمانی (توافق نامه سایکس - پیکو)؛
- اشغال افغانستان از سوی شوروی در سال ۱۳۵۸ و تجربه جنگ و مقاومت در برابر ارتش سرخ؛
- انقلاب اسلامی ایران و ارائه نسخه کارآمد از اسلام سیاسی و پیشگیری از صدور انقلاب در منطقه؛
- پیدایی جمهوری اسلامی ایران به عنوان ابرقدرت منطقه‌ای با تکیه بر گفتمان شیعی با رویکرد تقریبی؛
- فروپاشی نظام دو قطبی و نیاز مبرم ایالات متحده به بر ساخت دشمن؛
- ضعف گفتمانی در میان نظریه‌پردازان اسلام سلفی و نو سلفی و در نتیجه تقابل دو اندیشه وارائه رویکرد خشونت‌آمیز از اسلام؛
- اختلاف‌های ریشه‌دار تاریخی قومی و نژادی (عرب و غیر عرب)؛
- اختلاف‌های ریشه‌دار تاریخی مذهبی (شیعه و سنی)؛

- جعل مذهب انحرافی مانند وهابیت با تکیه بر اختلاف‌های بالا؛
- اقدام‌های مداخله‌جویانه و القائات واگرایانه بازیگران فرامنطقه‌ای پس از یازده سپتامبر؛
- سرکوب جنبش‌های اسلامی در منطقه،
- تسلط گروه طالبان در افغانستان و تشکیل امارت اسلامی؛
- پیامدهای اشغال افغانستان از سوی آمریکا در سال ۲۰۰۱م خاصه تهدید تلقی شدن جهادگران پیروز جنگ به عنوان جنگجویان متعصب؛
- پیامدهای جنگ خلیج فارس (اشغال کویت توسط صدام)
- خلاء قدرت و فروپاشی نظم منطقه‌ای در خاورمیانه بویژه در عراق و سوریه و شکنندگی دولت‌ها از تحولات بیداری اسلامی؛
- انتقام‌گیری ناشی از آسیب روان‌شناختی جامعه اهل سنت در اثر تجاوزگری، اشغال، استبداد و سرکوب قدرت‌های بزرگ در منطقه

۷- اهداف کنشگری؛ جریان تکفیری

- علل بالا به عنوان زمینه‌ساز رفتار و کنش ژئوپلیتیکی این جریان، در جغرافیای سیاسی جهان اسلام اهدافی را برای خود ترسیم کرده است که بخشی از آنها شامل عوامل جغرافیایی مانند سرزمین، منابع، جمعیت، مرز و... است که در محورهای زیر قابل بررسی است :
- احیای خلافت اسلامی و احیای احکام اسلام بر پایه شریعت (با قرائت سلفی - تکفیری از آن)؛
 - گسترش قلمرو دولت اسلامی (ادعایی) تا سرحدات نفوذ اسلام و احیای امت اسلامی؛
 - ارائه الگوی سیاسی بدیل از حکومت اسلامی در تقابل با اسلام انقلابی شیعی؛
 - از میان برداشتن گفتمان شیعی به عنوان فرقه انحرافی در دین اسلام (مورد ادعایی)؛
 - تبدیل شدن به قدرت هژمونیک منطقه‌ای؛
 - احیای امر جهاد: در چارچوب مفاهیم همبسته سه‌گانه هجرت، تکفیر و جهاد؛
 - پاک‌سازی سرزمین اسلامی از حاکمانی که شریعت را اجرا نمی‌کنند.
 - از میان بردن گونه‌های جمهوری در سرزمین‌های اسلامی (جریان تکفیری جمهوریت و اسلامیت را قابل جمع نمی‌داند)؛

از میان برداشتن نظام بین‌الملل که مرزها را تحمیل کرده و امت اسلامی را پراکنده ساخته است.

۸- استراتژی و رفتار داعش:

داعش، استراتژی‌ها و تاکتیک‌های هوشمندانه‌ای دارد که یکی از رموز موفقیت آن است. برای مثال این گروه به اقتضای شرایط از استراتژی «خشونت و عطوفت» بهره می‌گیرد. دستگاه‌های رسانه‌ای متنوع و گسترده‌ای دارد و در تبلیغات و نمایش تصویر خود و بازنمایی انگاره دشمنان با توجه به مخاطبان خود موفق عمل می‌کند. داعش در عین کثرت و چندگانگی کنش‌گران و پراکندگی عملیاتی، دارای وحدت و یگانگی ساختاری، فکری و تصمیم‌گیری است که در آن شیعیان، برخی دولت‌های عرب و دولت‌های غربی و به تعبیر داعش صفوی‌ها، مردها و صلیبی‌ها، آماج مبارزاتی او هستند.

از دیدگاه دیگر، می‌توان استراتژی‌های داعش را برحسب مواضع و جایگاه‌های اثرگذاری زیر حوزه‌های سیاسی، امنیتی، اجتماعی، اقتصادی، نظامی، معرفی و رسانه‌ای، دسته‌بندی و شناسایی کرد. هم‌چنین استراتژی‌ها از نظر اثرگذاری در بازه‌های زمانی به دوره‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت تقسیم می‌شوند.

استراتژی‌های اتخاذ شده از سوی داعش بر پایه این که چه هدف‌های راهبردی را تعریف و دنبال می‌کند در دسته‌بندی زیرقرار می‌گیرد.

الف) مقابله با کافران: در صدر استراتژی‌های معرفی داعش مقابله با کافران تعریف شده است. این دقیقاً در رابطه با موضوع تکفیر قرار دارد. و به دشمن تجسم می‌بخشند و او را از زوایای متون تاریخی (واز پوشیدگی و نهفتگی بیرون می‌آورد) و در جایگاه مشخصی می‌نشانند.

ب) مشروعیت بخشی: گروه ناگزیر است احکام و دستورات و شیوه‌های خود را با آموزه‌های اسلامی منطبق سازد.

ج) کسب اقتدار: این استراتژی برپایه مجموعه‌ای از اقدامات خشونت‌طلبانه طراحی شده است. عملیات روانی چند لایه و هراس‌افکنی در مخاطبان به همراه استفاده از عنصر تطمیع و بهره‌گیری و حضور بسیار مؤثر در فضای مجازی در این راهبردی قرار می‌گیرد؛

د) تسخیر سرزمین: برخلاف گروه‌های افراطی مانند القاعده که در پی تسخیر شهرها نبوده، داعش عملیات نظامی خود را با هدف تصرف و تبدیل شهرهای اشغال شده به دژهای مقاومت و تجهیز خود برای جنگ‌های نامتقارن و فرسایشی از راه حفر تونل و حفر خندق، ایجاد کانال‌های زیر زمینی میان مقرها و مناطق استقرار جنگجویان طراحی کرده است؛

ه) تغییر و توسعه عرصه نبرد: برخی از استراتژی‌ها با هدف تغییر شرایط مبارزه طراحی شده اند. همه استراتژی‌هایی که به دنبال توسعه عرصه نبرد از مرزهای درگیری و انتقال بحران به سوی نواحی دیگرند، زیر این استراتژی دسته‌بندی می‌شوند. هم‌چنین شماری از استراتژی‌ها بر دگرگونی آرایش نیروهای درگیر در منطقه تمرکز دارند (رخنه هسته‌ای و ورود تدریجی نیروها و امکانات به صحنه عملیاتی به جای جابه جایی انبوه). این استراتژی‌ها تعریف‌های رایج از پیوستگی اعضای جامعه و ملت‌ها با

یکدیگر را دستکاری کرده و بر پایه مناسبات تازه‌ای رابطه بین افراد، گروه‌ها و ملت‌ها را تعریف می‌کنند. سرانجام دسته‌ای از استراتژی‌ها، برای تغییر نگاه افراد و گروه‌ها به درگیری و افزایش جنگندگی نیروهای عامل، یا کاهش مقاومت طرف مقابل و وادار کردن آنها به عقب‌نشینی و... طراحی شده‌اند

با آن که برای داعش دستیابی به هدف، استقرار و تثبیت اهمیت اساسی دارد، اما با در نظر گرفتن واقعیت‌های موجود از آرایش نیروها در منطقه و توانایی داعش، این گروه استراتژی بدیلی را برای مواقع عقب‌نشینی از مناطق اشغالی طراحی کرده که بر جابجایی سریع و تسری ناآرامی به مناطق دیگر مبتنی است.

و) تدارک منابع: طیفی از استراتژی‌ها را می‌توان زیر عنوان بسیج منابع دسته‌بندی کرد. این استراتژی‌ها با هدف جذب نیروها، تدارکات نظامی، گردآوری منابع مالی، تأمین منزلت و... طراحی شده‌اند و به طور کلی، همه روش‌هایی را دربر می‌گیرند که گروه از آنها برای رسیدن به هدف مشترک بهره می‌گیرد.

برخی رویکردهای عملیاتی نیروهای داعش مانند آدم ربایی، درخواست باج برای آزادی گروگان‌ها، حملات غافلگیرانه برای غارت اموال در چارچوب استراتژی تدارک مالی، راه‌های کسب درآمد برای گذران امور تدارکاتی گروه و اعضای آن پیش‌بینی شده است.

ز) تبلیغات: استراتژی و رویکردهای تبلیغی داعش در میان روش‌ها و رویکردهای گروه‌هایی مانند القاعده و طالبان از پیچیدگی بیشتری برخوردار است. به نظر می‌رسد تبلیغات خود را با هدف‌های زیر دنبال می‌کند:

- حضور در جنگ رسانه‌ای و کسب برتری بر گروه‌های رقیب و رسانه‌های وابسته به بازیگران سیاسی؛
- اقناع افکار عمومی مسلمانان، جذب نیرو و سازماندهی اعضای الحاقی در نقاط مختلف جهان؛
- تولید و انتشار اطلاعات در راستای اهداف گروه‌های افراطی و دولت اسلامی؛

درباره تاکتیک‌های داعش گفتنی است که چابکی و انعطاف سازمانی در داعش بسیار چشم‌گیر است. از آنجا که اعضای داعش به ویژه کارشناسان جنگی آن جنگجویانی هستند که معمولاً پیش از این در افغانستان، چین، سومالی و حتی مناطقی مانند بوسنی و هرزه‌گوین جنگیده‌اند، استفاده از سلاح‌های سبک و اشراف بر جغرافیای عراق و سوریه نیز عاملی مهم در موفقیت آنهاست.

۹- عرصه نبرد داعش:

داعش در خاورمیانه مواد لازم برای تحرک عملیاتی را با کمترین هزینه و سرمایه گذاری به دست آورده است. اشتباهات دولت مردان، اختلاف‌های فرقه‌ای و قومی و دخالت‌های خارجی بستر مناسبی برای عضوگیری گروه و اقبال شهروندان به سوی داعش است. که بسیاری از شهروندان سنی خاورمیانه برای رهایی از چرخه باطل استبداد، سرکوب و توسعه نیافتگی به آن روی کرده‌اند. تجربیات بعثی‌ها و نارضایتی‌های اعراب، سنی‌ها و سلفی‌ها در منطقه زمانی که با هم در آمیخته شوند، می‌توانند شهرهای بزرگی مانند موصل و نینوا را در اختیار داعش قرار دهند اختلاف میان سران حکومتی، گروه‌های قومی و مذهبی و جناح‌های سیاسی که منجر به ضعف دولت مرکزی و دشواری اتخاذ موضعی واحد می‌شود، مواجهه با داعش را دشوار می‌کند. امری که داعش

به خوبی در عراق، سوریه، لیبی از آن سود می‌برد. در غرب نیز داعش از برخی امکانات و خدماتی استفاده می‌کند که زیر ساخت‌هایی اولیه برای زندگی عادی در این کشورها به شمار می‌رود. آزادی‌های قانونی مانند حمل اسلحه، برخی مواد اولیه ساخت بمب که در صنایع شیمیایی کاربرد دارند و آزادی عبور و مرور در محدوده شنگن و استفاده از فناوری‌هایی مانند اینترنت، امکاناتی عادی است که کنترل آنها از بیم استفاده نامشروع بسیار دشوار است. اما استفاده از آنها برای اهداف نامشروع آسان است.

در نگاه کلان، عملیات داعش در سه گستره قابل بررسی است:

۱- سرزمین اصلی: در مناطقی از عراق و سوریه که علیه ارتش‌ها می‌جنگد.

۲- شعبه‌های منطقه‌ای و خارجی: گروه‌های تقریباً مستقلی هستند که با داعش بیعت و اعلام وفاداری کرده و از فرماندهی داعش فرمان‌پذیری دارند. از جمله این گروه‌ها شعبه «نجد» داعش است که اعلام شده در انفجار مسجد شیعیان کویت دست داشت یا عامل کشتار در سواحل تونس که اعلام شد عامل آن عضو شعبه تونس داعش بود. همچنین شعبه سینا که هواپیمای روسی را سرنگون کرد.

۳- افراد بدون واسطه سازمانی هستند که وابستگی عقیدتی دارند و به «گرگ‌های تنها» شناخته می‌شوند. آنها به تنهایی در کشور با داعش در ارتباط اند. این شیوه، مربوط به کشورهایی است که داعش در آنها بازوی اجرایی و عملیاتی یا شعبه ندارد. این افراد که پیشینه و شناسنامه امنیتی ندارند، کارهای تروریستی می‌کنند. از این‌رو مقابله با آنها دشوار است. در توسعه این الگوی عملیاتی که جهاد فردی نام دارد، رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های اینترنتی نقش کلیدی دارند. این شیوه خطرناک تر از الگوی سرزمین پایه راهبرد داعش است که گروه‌های جمعی در سرزمین مشخص اقدام می‌کنند و از همین‌رو، این شیوه امنیت را در عرصه جهانی بر هم می‌زنند. گرگ‌ها تنها از این ظرفیت برخوردارند که در صورت سازمان‌دهی و اعلام سازمان مرکزی با یکدیگر همکاری کنند؛ کاری که نتیجه آن در حوادث پاریس و بروکسل دیده شد.

پایش و رصد رسانه‌های داعش و دستگاه تبلیغی این گروه نشان می‌دهد که در ماه‌های اخیر بر خلاف گذشته که در صدد بود از طریق راهبرد ایجاد وحشت در میان شهروندان مناطق مختلف، قلمرو خود را گسترش دهد، رویکردی نرم‌تر را در پیش گرفته است که در آن به موازی تهدید دشمنان خود به ویژه غربی‌ها و روس‌ها تصویری آرام از زندگی در قلمرو خود ارائه می‌کند. داعش دریافته که کوشش برای افزایش قلمرو سبب شکل‌گیری ائتلافی جهانی علیه این گروه خواهد شد که بر خلاف ائتلاف کنونی که ماهیتی اسمی دارد، کارکرد موفقی خواهد داشت و آن را از میان خواهد برد. هم چنین پافشاری بر ادامه خشونت و سخت‌گیری بیش از اندازه بر شهروندان سبب خواهد شد در صورت وقوع حملات خارجی، شهروندان مناطق زیر تصرف داعش نیز به حمله‌کنندگان بپیوندند.