



مرکز مدیریت حوزه علمیه خراسان

مدرسه علمیه عالی نواب

پایان نامه سطح سه

رشته تخصصی تبلیغ

عنوان:

بررسی شیوه‌ها و قالب‌های جذب از سوی گروه‌های تکفیری و راه‌های مقابله

با آن

استاد راهنما:

حجت الاسلام و المسلمین علیرضا یعقوبی

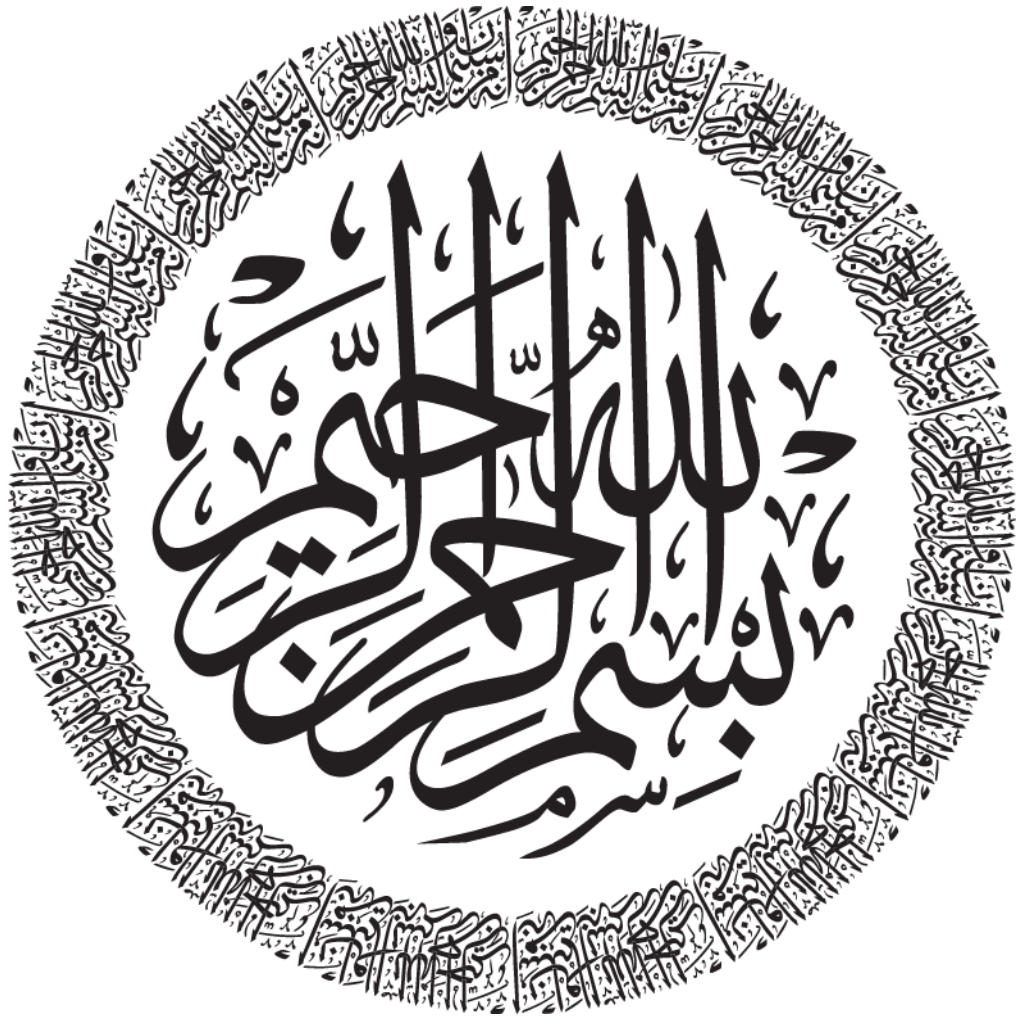
استاد مشاور:

حجت الاسلام والمسلمین جعفر مرادی

تدوین و نگارش:

محمد نژاد محمد

سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۳۹۸



تقدیم به:

این نوشتار را از اعماق وجودم تقدیم می‌کنم به ساحت مقدس سید الشهداء، مدافعان حرم و به ویژه سردار شهید حاج قاسم سلیمانی که عمرش را در راه مقاومت و مبارزه با جریان‌های تکفیری به خصوص داعش صرف کرد و سپس توسط اشقی الاشقیاء دوران آمریکای جنایتکار به شهادت رسید.

تشکر و قدردانی

بر خود لازم می‌دانم از مسئولین محترم مدرسه علمیه عالی نواب تشکر کنم که در این زمینه پیگیری - های لازم را دارند تا طلاب را با پژوهش آشنا سازند و همچنین از مرکز تخصصی مطالعات تطبیقی مذاهب اسلامی مشهد تشکری فراوان دارم که محیط بسیار مناسبی را برای محققین فراهم کرده است تا پژوهشگران به منابع مختلف دسترسی داشته باشند.

و نیز لازم است از اساتید معظم خودم که در تدوین این نوشتار زحماتی را متقبل شده‌اند و اینجانب را یاری رسانده‌اند به ویژه حجت الاسلام والمسلمین علیرضا یعقوبی که راهنمایی این اثر را برعهده داشتند و حجت الاسلام والمسلمین جعفر مرادی که مشاور بنده بودند و نقش اساسی در انتخاب موضوع داشتند، تقدیر و تشکر نمایم و همچنین از همسرم که در این راه همگام و همقدم بنده بودند سپاسگزاری کنم و برای این عزیزان تندرستی و توفیق روز افزون خدمتگذاری به مکتب اهل بیت را طلب نمایم.

چکیده

هر فرقه و مکتبی در عرصه تبلیغ و جذب مخاطب از شیوه‌ها و قالب‌های مختلفی بهره می‌گیرد. نمونه‌های این مکاتب در تاریخ بسیار است یکی از این فرقه‌ها، گروه‌های تکفیری مانند: وهابیت، القاعده، طالبان، جبهه‌النصره و داعش هستند که بیشترین جریان سازی اجتماعی و تبلیغات را دارند. این پژوهش که به صورت کتابخانه‌ای در قالب توصیفی - تحلیلی به رشته تحریر در آمده به دنبال پاسخ به این سوال است که این گروه‌ها علی‌رغم سستی اعتقادات و عملکرد و رعب و وحشتی که در دل مردم جهان ایجاد کرده‌اند با چه شیوه‌ها و قالب‌هایی توانسته‌اند تبلیغات خود را فراگیر و عدّه زیادی را به سوی خود جذب نمایند؟ بر اساس تحقیق به عمل آمده این گروه‌ها با استفاده از صدها شیوه متفاوت مانند: جهاد نکاح، تحریک عواطف، تطمیع، وعده‌های پوچ و گمراه کننده، عوام فریبی، تظاهر، جنگ روانی و با پیشرفته‌ترین وسایل مدرن مانند رسانه‌های پر قدرت خبری و ابزارهای هنری توانسته‌اند افکار و عقاید خود را به مردم جهان القاء کرده و عدّه زیادی را از اقصی نقاط عالم به سوی خود جذب نمایند.

مهمترین روش‌های مقابله با فعالیت‌های آنان عبارتند از: تبیین اسلام واقعی، اتخاذ موضع فعال و تهاجمی، وحدت و تقریب مذاهب، گسترش کمی و کیفی فعالیت‌های رسانه‌ای، مبارزه با فقر و بیکاری، تقویت نیروهای متخصص در سطح بین الملل و تعریف دقیق از تروریسم و استفاده از حقوق بین الملل برای مبارزه با آنها، تقویت جبهه مقاومت، گسترش قدرت نرم شیعه در جهان، محدود کردن منابع مالی آنان و جلوگیری از نشر کتاب‌های ضد شیعی.

واژگان کلیدی: تکفیری، شیوه جذب گروه‌های تکفیری، رسانه داعش، جهاد نکاح، تطمیع، مقابله با گروه تکفیری.

فهرست مطالب

بخش اول: کلیات و مفاهیم

.....	۱-۱ فصل اول: کلیات
.....	۱-۱-۱ مقدمه:
.....	۱-۱-۲ تعریف و تبیین موضوع
.....	۱-۱-۳ پرسش اصلی
.....	۱-۱-۴ پرسش‌های فرعی
.....	۱-۱-۵ فرضیه‌ها
.....	۱-۱-۶ پیشینه و ضرورت انجام تحقیق
.....	۱-۱-۷ نوآوری
.....	۱-۱-۸ اهداف تحقیق
.....	۱-۱-۹ ساختار تحقیق
.....	۲-۱ فصل دوم: مفاهیم
.....	۱-۲-۱ بررسی
.....	۲-۲-۱ شیوه
.....	۳-۲-۱ قالب
.....	۴-۲-۱ جذب
.....	۵-۲-۱ تبلیغ
.....	۶-۲-۱ تکفیر
.....	۷-۲-۱ سلف
.....	۳-۱ فصل سوم: معرفی اجمالی گروه‌های تکفیری و برخی از عقائد آنان
.....	۱-۳-۱ اسلفیه

..... ۱-۳-۲ و هابیت

..... ۱-۳-۳ القاعده

..... ۱-۳-۴ طالبان

..... ۱-۳-۵ جبهه النصره

..... ۱-۳-۶ داعش (دولت اسلامی عراق و شام)

..... برخی از عقائد مشترک گروه‌های تکفیری

..... ۱-۴-۴ فصل چهارم: جریان شناسی گروه‌های تکفیری

..... ۱-۴-۱ نحوه شکل‌گیری و سیر تکفیری این گروه‌ها

..... ۱-۴-۲ علل شکل‌گیری گروه‌های تکفیری

بخش دوم: شیوه‌های تبلیغ و جذب از سوی گروه‌های تکفیری

..... ۱-۲ فصل اول: شیوه‌های علمی

..... ۱-۲-۱ مغالطه و استدلال‌های عوام‌فریبانه

..... ۱-۲-۲ برگزاری دوره‌های دینی و آموزشی

..... ۱-۲-۳ مناظره

..... ۱-۲-۴ تطبیق دادن روایات اهل سنت در خصوص آخرالزمان

..... ۱-۲-۵ القای شک و شبهه

..... ۱-۲-۶ بدعت ستیزی ساختگی

..... ۱-۲-۷ دعوت به مشترکات

..... ۲-۲ فصل دوم: شیوه‌های هیجانی و احساسی

..... ۱-۲-۲ تحریک احساسات و عواطف

..... ۲-۲-۲ موعظه

..... ۲-۲-۳ وعده‌های پوچ و بی‌اساس

..... ۲-۲-۴ تطمیع و تهدید افراد صاحب نفوذ

-۵-۲-۲ جنگ روانی.....
-۱-۵-۲-۲ شایعه پراکنی.....
-۱-۱-۵-۲-۲ ایجاد وحشت.....
-۲-۱-۵-۲-۲ ایجاد تفرقه و اختلاف.....
-۳-۱-۵-۲-۲ فریب افکار عمومی.....
-۲-۵-۲-۲ بزرگ نمایی و کوچک نمایی.....
-۳-۵-۲-۲ مظلوم نمایی.....
-۴-۵-۲-۲ حُسن تعبیر.....
-۵-۵-۲-۲ شست و شوی مغزی.....
-۳-۲ فصل سوم: شیوه‌های رفتاری و عملی.....
-۱-۳-۲ دعوت به جهاد.....
-۱-۱-۳-۲ تشویق و ترغیب زنان به جهاد نظامی توسط داعش.....
-۲-۱-۳-۲ تشویق زنان و دختران جوان به جهاد نکاح.....
-۲-۳-۲ تأکید بر تشکیل حکومت اسلامی و از بین بردن مرزها.....
-۳-۳-۲ شیوه تدریجی و گام به گام.....
-۴-۳-۲ شناسایی و تأمین نیازهای مادی و روانی اعضا.....
-۵-۳-۲ روانشناسی تبلیغ.....
-۶-۳-۲ تکرار و تداوم.....
-۷-۳-۲ معرفی الگوهای کاذب و ارتباط با افراد با نفوذ.....
-۸-۳-۲ تظاهر و نشان دادن چهره‌ای مثبت از خود.....
-۹-۳-۲ انتشار مطالب انحرافی به نام علمای شیعه.....

بخش سوم: تبیین قالب‌های تبلیغ و جذب از سوی گروه‌های تکفیری

- ۱-۳ فصل اول: قالب و ابزارهای سنتی و ساده.....
- ۱-۱-۳ سخن و خطابه.....
- ۲-۱-۳ استفاده از موسم حج.....
- ۳-۱-۳ اعزام مبلغ و جماعت تبلیغی.....
- ۱-۳-۱ اعزام مبلغ به صورت فردی.....
- ۲-۳-۱ اعزام مبلغ به صورت گروهی.....
- ۴-۱-۳ نگارش و تدوین کتاب.....
- ۱-۴-۱ نگارش و انتشار کتاب توسط وهابیت.....
- ۲-۴-۱ انتشار کتاب توسط گروه‌های تکفیری القاعده، جبهه‌النصره و داعش.....
- ۵-۱-۳ استفاده از ظرفیت مسجد.....
- ۶-۱-۳ تأسیس مراکز علمی، فرهنگی و پژوهشی.....
- ۱-۶-۱ دانشگاه‌ها.....
- ۲-۶-۱ حوزه‌ها و مدارس علمی.....
- ۳-۶-۱ مراکز تحقیقاتی.....
- ۴-۶-۱ نهادهای فرهنگی و اجتماعی.....
- ۵-۶-۱ کتابخانه‌ها.....
- ۲-۳ فصل دوم: قالب و ابزارهای پیشرفته و نوین.....
- ۱-۲-۳ شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای.....
- ۱-۱-۲ شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای وهابیت.....
- ۲-۱-۲ شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای داعش.....
- ۲-۲-۳ مؤسسات رسانه‌ای و پایگاه‌های خبری.....

-۳-۲-۱ الفرقان
-۳-۲-۲ الحياه
-۳-۲-۳ سايت و وبلاگ
-۳-۲-۱ سايت های وهايت
-۳-۲-۲ سايت های القاعده
-۳-۲-۳ سايت های داعش
-۳-۲-۴ شبکه های اجتماعي پیام رسان
-۳-۲-۱ تويتر
-۳-۲-۲ يوتيوب
-۳-۲-۳ فيسبوک
-۳-۲-۵ نشریه و مجله های الکترونيکی
-۳-۲-۱ نشریه دابق
-۳-۲-۲ نشریه روميه
-۳-۲-۶ کتابخانه مجازی
-۳-۲-۷ انتشار فيلم، کليپ و تصوير
-۳-۲-۱ کليپ های نظامی
-۳-۲-۲ کليپ های انگيزشی
-۳-۲-۳ کليپ های آموزشی
-۳-۲-۴ کليپ های خدمات اجتماعی
-۳-۲-۸ پیامک
-۳-۲-۹ ابزار هنری

بخش چهارم: بررسی عوامل مؤثر در فراز و فرود عملکرد هر یک از این گروه‌ها

- ۱-۴ اختلاف دیدگاه در مورد استفاده از ابزارهای تبلیغی.....
- ۲-۴ برخورداری از امکانات و فضای تبلیغ.....
- ۳-۴ تبلیغات درون مرزی و برون مرزی.....
- ۴-۴ نقش رهبران معنوی.....
- ۵-۴ وجود نیروهای جذاب و فعال فرهنگی.....
- ۶-۴ برخورد قومی و قبیله‌ای.....
- ۷-۴ اختلاف در اولویت‌ها.....
- ۸-۴ اختلاف دیدگاه در مورد زنان و حضور آنان در مشارکت‌های سیاسی و اجتماعی.....
- ۹-۴ نقش استکبار جهانی و دولت‌های غربی در پیشرفت یا زوال آنها.....
- ۱۰-۴ شرایط و موانع بین‌المللی و حکومتی.....
- ۱۱-۴ اختلاف در روش برای تشکیل حکومت.....

بخش پنجم: راه‌های مقابله با فعالیت‌های گروه‌های تکفیری

- مهمترین راه‌های مقابله.....
- ۱-۵ تبیین اسلام واقعی.....
- ۲-۵ مقابله قاطع علمی و اتخاذ موضع فعال و تهاجمی.....
- ۳-۵ اتحاد امت اسلام و تقریب مذاهب اسلامی.....
- ۴-۵ تبیین پیوند ناگسستنی بین وهابیت و جهان شرک با جریان‌های تکفیری.....
- ۵-۵ گسترش کمی و کیفی فعالیت‌های رسانه‌ای.....
- ۶-۵ مبارزه با فقر و بیکاری و حمایت از مستضعفان مسلمان.....
- ۷-۵ به کار نگرفتن شیوه‌های دشمنان.....
- ۸-۵ بهره‌گیری از شیوه‌های نوین و تبلیغ غیر مستقیم.....
- ۹-۵ محدود کردن منابع مالی آنان.....

.....۱۰-۵ تعریف دقیق از تروریسم و استفاده از حقوق بین الملل برای مبارزه با این گروه‌ها.....

.....۱۱-۵ گسترش قدرت نرم شیعه در جهان.....

.....۱۲-۵ تولید محتوای دینی و فرهنگی.....

.....۱۳-۵ تقویت جبهه مقاومت.....

.....۱۴-۵ بصیرت‌افزایی.....

.....۱۵-۵ استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی موجود در کشورهای اسلامی.....

.....**نتیجه‌گیری**.....

.....**کتابنامه**.....



بخش اول: کلیات و مفاهیم

۱-۱ فصل اول: کلیات

۱-۱-۱ مقدمه:

یکی از تندروترین فرقه‌هایی که در تاریخ معاصر اسلام یک بار دیگر تفکرات گروه افراطی خوارج را در اذهان مسلمانان زنده ساخت، گروه‌های سلفی تکفیری مانند: وهابیت، القاعده، طالبان، جبهه‌النصره و داعش هستند که امروزه نیز بیشترین جریان سازی اجتماعی و تبلیغات را دارند. این گروه‌ها از نظر کلامی برخواسته از سلفیه (ابن تیمیه حرّانی) و وهابیت (محمد بن عبدالوهاب) هستند و بیشتر در مواجهه و چالش با غرب به وجود آمدند و همگی تحت تأثیر قدرت‌های منطقه و فرا منطقه‌ای مانند آمریکا و عربستان سعودی می‌باشند.

آنها با اقدامات و فعالیت‌های تروریستی و نظامی چهره اسلام را مخدوش کرده و جوّ اسلام هراسی را به کمک برخی از دولت‌های غربی در جهان به وجود آورده‌اند. نکته حائز اهمیت آن است که با وجود چنین اقداماتی که مخالف طبیعت و روحیات انسانی است چگونه و با چه شیوه و ابزارهایی توانسته‌اند جمع زیادی را از نقاط مختلف جهان جذب افکار و عقائد خود نمایند؟

اهمیت و ضرورت این تحقیق در آن است که اطلاع نداشتن از شیوه‌ها و قالب‌های تبلیغی آنان سبب پیوستن افراد بی اطلاع به این گروه‌ها و همچنین باعث ابتر ماندن روش‌های مقابله ما با آنان می‌باشد. بنابراین برای بصیرت‌افزایی و واکنش‌پذیری جامعه انسانی باید ماهیت این جریان‌های افراطی را افشاء و شیوه و ابزار تبلیغی آنان را بشناسیم.

امروزه این گروه‌های تکفیری بیشترین تبلیغات و گسترده‌ترین فعالیت‌ها را برای تبلیغ عقائد و افکار خود به کار می‌گیرند. از نظر آنان مهم رسیدن به قدرت و نتیجه است حال با هر شیوه و ابزاری صورت گیرد. آنها با صدها شیوه مانند: موعظه، مناظره، تشویق و تهدید، جنگ روانی، جهاد و تشکیل دولت اسلامی، شناسایی و تأمین نیازهای مادی و روانی اعضا، تظاهر، تکرار و تداوم، معرفی الگوهای کاذب و ارتباط با آنان، تطمیع، بدعت ستیزی ساختگی، دعوت به مشترکات، برگزاری دوره‌های دینی و آموزشی، انتشار مطالب انحرافی از علمای شیعه، تطبیق دادن روایات اهل سنت در خصوص آخرالزمان و با پیشرفته‌ترین قالب‌های تبلیغی مانند: سخنرانی، استفاده از ظرفیت حج و عمره، اعزام مبلغ، کتاب، مسجد، دانشگاه، مدارس و مراکز فرهنگی، شبکه‌های ماهواره‌ای، سایت و وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی، پایگاه‌های خبری، کتابخانه مجازی، انتشار تصاویر و کلیپ و ابزار هنری به تبلیغ افکار و عقائد خود و جذب مردم جهان می‌پردازند. شناخت شیوه‌ها و قالب‌های جذب و همچنین مقایسه شیوه‌های

تبلیغی و عملکرد این گروه‌ها در این نوشتار، ابداعی است و این نوشتار می‌تواند مدخل و گامی برای تحقیقات بعدی باشد.

۱-۱-۲ تعریف و تبیین موضوع

یکی از آسیب‌هایی که جهان اسلام به آن مبتلا شده است، وجود گروه‌های افراطی تکفیری است که افراد زیادی را اعم از مسلمان و غیر مسلمان جذب خود کرده است و دشمنان هم با حمایت از این گروه‌ها و جریان‌های افراطی اولاً در صدد از بین بردن اصل اسلام و ثانیاً در پی ضربه زدن به انقلاب اسلامی که شاخص حکومت اسلامی در عصر کنونی است، می‌باشند.

در حال حاضر گروه‌های تکفیری زیادی در حال فعالیت هستند ولی ما از بین آنان به گروه‌هایی مانند: وهابیت، القاعده، طالبان، جبهه‌النصره و داعش می‌پردازیم که بیشترین جریان سازی اجتماعی و تبلیغات را دارند و گسترده‌ترین فعالیت‌ها را برای جذب مردم جهان و مبارزه با مخالفین خود از جمله شیعه، انجام می‌دهند. آنچه باعث تعجب شده آن است که، از چه شیوه‌ها و قالب‌هایی برای جذب مخاطب استفاده می‌کنند که حتی غیر مسلمانان مانند مسیحیان و افرادی که در اروپا و آمریکا زندگی می‌کنند و از رفاه نسبی برخوردارند، جذب آنان می‌شوند. چه اتفاقی می‌افتد که دختران و جوانان کم سن و سال از غرب می‌آیند و به این گروه‌ها ملحق می‌شوند؟ به راستی این گروه‌ها از چه روش‌ها و قالب‌هایی بهره می‌برند که افرادی، زندگی مرفهانه خود را رها کرده و به سوریه و عراق می‌آیند و در یک شرایط سخت قرار گرفته و حاضرند در این راه به زندگی خود خاتمه بدهند.

بی شک آنچه که تبلیغات آنان را خنثی و بی اثر می‌کند تلاش بی وقفه ماست از این رو برآن شدیم تا شیوه‌ها و قالب‌های جذب و تبلیغی آنان را شناسایی کرده تا در جهت مقابله با آنها گامی بهتر و محکم‌تر برداریم.

لازم به ذکر است که شیوه‌ها به آن سری از روش‌ها و سبک‌هایی گفته می‌شود که برای ترویج و تبلیغ عقائد و افکار خود به کار گرفته می‌شود مانند: وعده، تطمیع، جنگ روانی، تدریجی، پرسمان دینی، مناظره، تحریک عواطف، معرفی الگوها و... و قالب‌ها: ابزار و وسایلی هستند که در انتقال پیام به کار گرفته می‌شوند مانند: کتاب، مجله و نشریه، مبلغ، مسجد، استفاده از ظرفیت حج و عمره، شبکه‌های ماهواره‌ای، شبکه‌های اجتماعی، کلیپ، تصاویر و...

۱-۱-۳ پرسش اصلی

گروه‌های تکفیری از چه شیوه‌ها و قالب‌هایی برای جذب مردم جهان استفاده می‌کنند؟

۱-۱-۴ پرسش‌های فرعی

۱. گروه‌های تکفیری چه کسانی هستند؟ ۲. چه تفاوتی در عملکرد تبلیغی این گروه‌ها وجود دارد؟ ۳. راه‌های مقابله با گروه‌های تکفیری چیست؟

۱-۱-۵ فرضیه‌ها

۱. این گروه‌ها از شیوه‌هایی مانند: مناظره، تحریک عواطف، وعده و تطمیع، جنگ روانی، تحریک عواطف، جهاد، تطبیق دادن روایات اهل سنت در خصوص آخرالزمان و... استفاده می‌کنند.

و همچنین از قالب‌هایی مانند: کتاب، نشریه، مبلّغ و جماعت تبلیغی، استفاده از ظرفیت حج و عمره، تأسیس حوزه علمیه، مسجد، ماهواره، سایت و وبلاگ، شبکه‌های پیام رسان، اینترنت، پیامک و... برای جذب مخاطب بهره می‌گیرند.

۲. کسانی که برداشت صحیح از دین را منحصر در روش سلف و آن‌ها با نوع ظاهرگرایی ویژه و خاص خود می‌دانند و غیر خود را کافر می‌دانند.

۳. عواملی که در فراز و فرود عملکردی این گروه‌ها مؤثر است عبارتند از: اختلاف دیدگاه در مورد استفاده از ابزارهای تبلیغ، برخورداری از امکانات و فضای تبلیغ، اختلاف در روش، اختلاف در اولویت‌ها، شرایط بین‌المللی و حکومتی، نقش استکبار و تبلیغات درون و برون مرزی.

۴. تبیین اسلام واقعی، اتخاذ موضع فعال و تهاجمی، وحدت و تقریب مذاهب، گسترش کمی و کیفی فعالیت‌های رسانه‌ای، مبارزه با فقر و بیکاری، تقویت نیروهای متخصص در سطح بین‌الملل و تعریف دقیق از تروریسم و استفاده از حقوق بین‌الملل برای مبارزه با آنها، محدود کردن منابع مالی آنان و جلوگیری از نشر کتاب‌های ضد شیعی.

۱-۱-۶ پیشینه و ضرورت انجام تحقیق

بحث از گروه‌های تکفیری و فعالیت‌های تبلیغی آنان به خصوص وهابیت همواره مورد توجه اندیشمندان بوده است و تألیفاتی در این خصوص انجام گرفته است لکن تحقیقات انجام شده، بسیار محدود و ناقص است. برخی از منابعی که به طور اجمال به تبیین این امر پرداخته‌اند عبارتند از:

۱. یاری، شعیب، «**وهابیت اندیشه‌ها، کنش‌ها و پیامدها**»، مؤسسه فرهنگی هنری و انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۹۵. این کتاب به افکار و عقاید فرقه وهابیت پرداخته است و در بخشی از آن به شیوه‌های تبلیغی وهابیت به صورت اجمال اشاره شده است.
۲. جمعی از نویسندگان (مهدی فرمانیان و ...) «**تاریخ و عقائد وهابیت**»، معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه، ذکری، قم، ۱۳۹۷؛ این کتاب توسط جمعی از نویسندگان مانند: دکتر فرمانیان، برای برای متن درسی نقد وهابیت تدوین شده است. در این نوشتار ابتدا به فرق و مذاهب به خصوص تفکر اصحاب حدیث و مفاهیم جدید ابن تیمیه و در ادامه به تاریخ و عقائد وهابیت و نقد آن پرداخته است و در فصل نهم برخی از شیوه‌های تبلیغی وهابیت را تبیین کرده است که همان پایان نامه سرکار خانم شیرین جانی است که به آن خواهیم پرداخت. این اثر به جهت عدم تفکیک بین شیوه و قالب ناقص به نظر می‌رسد جدای از اینکه این موضوع باید به طور مستقل به آن پرداخته شود نه اینکه به صورت حاشیه‌ای و جانبی در برخی از منابع به آن اشاره شود.
۳. فرمانیان، مهدی، «**سلفیه از گذشته تا حال**»، انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب، چاپ اول، ۱۳۹۵؛ این کتاب یکی از بهترین کتاب‌هایی است که به صورت گروهی در مورد جریان‌های سلفی و تکفیری نوشته شده است و در ضمن معرفی هر گروه، برخی از قالب‌های تبلیغی آنها را نیز بیان کرده است.
۴. زارعان، احمد، آزاد، امیرحامد، «**معمای جذب داعش**»، مؤسسه مطالعات اندیشه سازان نور، تهران، ۱۳۹۵. شاید بتوان گفت این کتاب از بهترین تألیفات در مورد تبلیغات پر جاذبه داعش است ولی مباحث و ساختار آن منسجم نیست و به طور پراکنده به برخی از شیوه‌ها و قالب‌های جذب از سوی داعش پرداخته است.
۵. شیرین جانی، مریم، «**بررسی شیوه‌های تبلیغی وهابیت با تأکید بر فعالیت‌های عربستان**»، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ۱۳۹۰؛ این پایان نامه در ابتدا علل توسعه، رشد تفکر و برداشت‌های وهابیت از اسلام را تبیین کرده است و نظر به اینکه موضوع اصلی آن روش تبلیغ وهابیت است، به تبیین شیوه‌ها با دو نگاه سنتی و مدرن پرداخته است ولی بین شیوه و قالب تفکیکی قائل نشده و ابزارهای تبلیغی را به صورت اجمال بیان کرده از این رو این تحقیق کامل و جامع نیست.

۶. پسندیده، ابوالفضل، «**بررسی وهابیت و نفوذ آن در شبه قاره هند**»، دانشکده روابط بین الملل وزارت خارجه، تهران، ۱۳۷۴؛ کاستی این اثر آن است که بر فعالیت‌های دولت عربستان در شبه قاره هند پرداخته و منابع آن نامعتبر و همچنین نگاه آن به این موضوع، غیر تاریخی و صرفاً سیاسی است.

۷. آدمی، علی؛ نکویی، سید احمد، «**نقش و جایگاه رسانه در راهبردهای گروه‌های سلفی جهادی و تأثیر آن بر خاورمیانه**»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال چهارم، شماره ۱۳، بهار ۱۳۹۷. در این مقاله نیز به نقش رسانه‌ها در جذب افراد به گروه‌های جهادی به طور اجمال اشاره شده است.

همانطور که بیان شد این موضوع تا به حال به صورت کامل و مستقل مورد تحقیق واقع نشده بلکه در برخی از منابع به صورت جانبی به آن اشاره شده است به خصوص در مورد طالبان و جبهه‌النصره که کمتر به آن پرداخته شده است و منابعی هم که وجود دارد، بررسی‌ها و مشهودات فضای مجازی را منعکس کرده‌اند. از طرفی بیشتر این منابع فقط نگاه تبلیغی به مسأله داشته و کمتر به مسأله جذب پرداخته‌اند. بنابراین لازم بود در این امر تحقیق بیشتری صورت گیرد و مدخلی برای تحقیقات بعدی باشد.

اطلاع نداشتن از شیوه‌ها و قالب‌های جذب گروه‌های تکفیری با توجه به هجمه سراسری به ویژه در کشورهای اسلامی که سبب جذب شدن افراد بی‌اطلاع و ابتر ماندن شیوه‌های مقابله تبلیغی ما می‌باشد، ضرورت بیشتر این تحقیق را آشکار می‌سازد.

۱-۱-۷ نوآوری

۱. شناخت شیوه‌ها و قالب‌های جذب از سوی گروه‌های تکفیری ۲. کشف ارتباط منفوریت گروه‌های تکفیری با جذب حداکثری آنان از مسلمانان و غیر مسلمانان. ۳. شناخت عوامل مؤثر در فراز و فرود عملکرد هر یک از این گروه‌ها. ۴. راه‌های مقابله با فعالیت‌های گروه‌های تکفیری.

چه کاربردهایی از انجام این تحقیق متصور است؟

۱. شناخت بهتر قالب‌ها و شیوه‌های جذب از سوی گروه‌های تکفیری؛
۲. مقایسه عملکرد و شناخت عوامل مؤثر در فراز و فرود عملکرد هر یک از این گروه‌ها؛
۳. شناخت شیوه‌های مقابله مبلّغان دینی با آنان؛
۴. بصیرت افزایی عموم جامعه، واکسینه شدن نسبت به جذب گروه‌های افراطی.

استفاده‌کنندگان از نتیجه پایان نامه

۱. حوزه‌های علمی و دانشگاه‌ها ۲. سازمان و دفتر تبلیغات اسلامی ۳. سازمان حج و زیارت ۴. مؤسسه فرق و مذاهب اسلامی ۵. سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و تشکل‌های خارج از کشور.

۱-۱-۸ اهداف تحقیق

۱. معرفی گروه‌های تکفیری مانند: وهابیت، القاعده، طالبان، جبهه‌النصره و داعش؛
۲. شناخت شیوه‌ها و قالب‌های جذب از سوی آنان؛
۳. مقایسه عملکرد آنان با یکدیگر؛
۴. کشف ارتباط منفوریت جریان‌های افراطی با جذب غیرمسلمانان؛
۵. بدست آوردن شیوه‌های صحیح مقابله در قبال شیوه‌ها و قالب‌های جذب آنان.

۱-۱-۹ ساختار تحقیق

ما در این تحقیق، مباحث را در قالب پنج بخش ارائه داده‌ایم که بخش اول آن کلیاتی مانند: مفهوم شناسی، معرفی اجمالی و جریان شناسی گروه‌های تکفیری است، در بخش دوم و سوم به تبیین شیوه‌ها و قالب‌های جذب از سوی آنان پرداخته‌ایم، عوامل مؤثر در فراز و فرود عملکردی هر یک از این گروه‌ها را در بخش چهارم و راه‌های مقابله با آنان را در بخش پنجم مطرح نموده‌ایم.

۱-۲ فصل دوم: مفاهیم

در این فصل برای روشن شدن بحث، به تعریف و تبیین مفاهیمی می‌پردازیم که عبارتند از:

۱-۲-۱ بررسی

منظور ما از بررسی در این نوشتار عبارت است از معرفی و نقد برخی از شیوه‌ها و قالب‌های جذب از سوی گروه‌های تکفیری، شناخت عوامل مؤثر در فراز و فرود عملکردی هر یک از گروه‌ها و همچنین تبیین مهمترین اقدامات برای مقابله با فعالیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای گروه‌های تکفیری است که در عصر حاضر مهمترین رسالت مبلغان دینی محسوب می‌شود و مقابله با این گروه‌ها، جز از راه شناخت درست و صحیح از شیوه تبلیغی و عملکرد آنان حاصل نمی‌شود.

۱-۲-۲ شیوه

شیوه در لغت به معنای عمل، روش، قاعده، سبک، راه، گونه و... این واژه در زبان عربی با الفاظی مانند: منهج و أسلوب آمده است.^۱

و در اصطلاح «به آن سری از روش‌ها و سبک‌هایی گفته می‌شود که برای ترویج و تبلیغ عقائد و افکار خود به کار گرفته می‌شود مانند: برهان، جدل، مناظره و...».^۲

۱-۲-۳ قالب

قالب در لغت یعنی شکل و هیأت،^۳ این واژه به معنای ابزار و وسیله هم استعمال می‌شود.^۴

تعریف اصطلاحی: «هر آنچه در انتقال پیام به کار گرفته می‌شود، اعم از نیروی انسانی، عوامل طبیعی، ابزارهای مصنوعی، تکنیکی علمی و هنری و... عنوان ابزار را دارد».^۵

نیروی انسانی مانند مبلغ، سخنران و...

عوامل طبیعی یا ابزارهای مصنوعی مانند: پیامک، سایت، رادیو، کتاب و...

تکنیک علمی و هنری عبارت است از: شعر، صدا، نقاشی، طنز، کاریکاتور و...

به عبارت دیگر: قالب و ابزارهای تبلیغ و سالی هستند که پیام رسان، پیام خویش را بدان وسیله به پیام گیرنده منتقل می‌کند تا وی را به پذیرش محتوای پیام دعوت کند.^۶

فرق شیوه و قالب

با توجه به آنچه در مورد معنای شیوه و قالب گفته شد، فرق این دو آن است که: شیوه به آن سری از روش‌ها و سبک‌هایی گفته می‌شود که برای ترویج و تبلیغ عقائد و افکار خود به کار گرفته می‌شود مانند: مغالطه، جدل،

۱. بندرریگی، محمد، *المعجم الوسیط*، ج ۲، ص ۲۰۴۱ واژه نهج؛ و ج ۱، ص ۹۴۴ واژه سلب؛ دهخدا، علی اکبر، *لغت نامه*، ج ۹، ص ۱۲۹۷.

۲. گروه تبلیغ پژوهشی، *تبلیغ ترویج گوا*، ص ۴۰.

۳. بندرریگی، محمد، *المعجم الوسیط*، ج ۲، ص ۱۶۱۲ واژه قالب.

۴. دهخدا، علی اکبر، *لغت نامه*، ج ۱۰، ص ۱۵۳۱.

۵. رهبر، محمد تقی، *پژوهشی درباره تبلیغ*، ص ۳۱۷.

۶. همان، ص ۳۱۷.

تحریک عواطف، تشویق و تهدید، ایجاد شک و شبهه و... و قالب یعنی بسته‌ای که پیام تبلیغ در آن عرضه می‌شود و به وسیله آن پیام به مخاطب می‌رسد مانند: کتاب، نشریه، ماهواره، سایت و...

۱-۲-۴ جذب

جذب در لغت عبارت است از: به سوی خود کشیدن، ربودن و همچنین به معنای نفوذ هم استعمال می‌شود.^۷ جذب در اصطلاح فعالیتی است که توجه مخاطب را به پیام دهنده یا محتوای پیام جلب می‌کند و در نتیجه مخاطب به سوی او کشیده شده و تحت تأثیر او و پیامش قرار می‌گیرد.

۱-۲-۵ تبلیغ

تبلیغ از ریشه بَلَّغ، بلوغ و بلاغ به معنای رساندن کامل پیام، سخن، اندیشه و خبر به دیگری است.^۸ در قرآن کریم واژه تبلیغ و مشتقات آن بیست و هفت بار تکرار شده است، البته عناوین دیگری مانند: هدایت، امر به معروف و نهی از منکر، دعوت و... نیز با عنوان تبلیغ ارتباط نزدیکتری دارند اما هیچ کدام به اندازه واژه تبلیغ در انتقال پیام‌ها برخوردار نیستند.^۹

اما معنای اصطلاحی آن عبارتند از: «رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در پیش و رفتار او یا ترغیب و تشویق مخاطب به هدف خاص».^{۱۰} تبلیغ بر سه عنصر اصلی پیام دهنده، پیام گیرنده و محتوای پیام مبتنی است.

با توجه و تأمل در آیات قرآن به دست می‌آید که تبلیغ اسلامی عبارتند از: «رساندن پیام دینی یا اندیشه دینی به مردم به عنوان یک تکلیف اسلامی و محتوای پیام عبارت است از: رسالت و دستورهای آسمانی با هدف اتمام حجت و هدایت انسان‌ها به سوی کمال».^{۱۱}

^۷. ابن منظور، *لسان العرب*، واژه جذب، ج ۱، ص ۳۹۳؛ دکتر معین، *فرهنگ فارسی*، ص ۳۴۴.

^۸. ابن منظور، *لسان العرب*، ج ۱، ص ۲۴۶، واژه بلغ؛ دهخدا، علی اکبر، *لغت نامه*، ج ۴، ص ۵۵۹۸.

^۹. ری شهری، محمد، *تبلیغ بر پایه قرآن و سنت*، ص ۱۷.

^{۱۰}. رهبر، محمد تقی، *پژوهشی درباره تبلیغ*، ص ۸۴.

^{۱۱}. همان، ص ۱۰۲.