



صفحه ۲ را بخوانید

چرا پاسخ ایران به گروسی مهم بود؟

خروج مذاکرات هسته‌ای از سایه فشار پلیس بد

عضو کمیسیون امنیت ملی: مذاکرات به زودی شروع می‌شود

یک سوم شمال ویلا شد

۳۳ درصد مراتع و جنگل‌های استان‌های شمالی در ۲۵ سال اخیر تبدیل به مسکن و ویلا شده است



صفحه ۸ را بخوانید

چرا باید با وجود سرعت گرفتن واکسیناسیون منطقی رفتار کرد؟

پیک ششم با بازگشایی‌های عجولانه می‌آید

۱۶

جهادی‌های خدام‌الحسین^(ع) مشغول واکسیناسیون مردم علیه کرونا هستند

میزبان روزانه هزار خودرو در بوستان گفت‌وگو هستیم

۱۳

بهرنگ توفیقی، کارگردان سریال «افرا» در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

شبکه‌نمایش خانگی یا تلویزیون؟ اولویت‌م فیلمنامه است

۱۳، ۱۲



یادداشت

تغییر هویت یا تصویر برند طالبان

تحلیلی بر نحوه تعامل جمهوری اسلامی ایران با افغانستان جدید

بهربرداری از منافع مشترک با طالبان محسوب می‌شود.

۳- اعطای کمک‌های بشردوستانه و توسعه‌ای به افغانستان

برخی کشورها همچون امارات متحده عربی، پاکستان، چین و ترکیه به‌دنبال نفوذ در افغانستان از طریق اعطای کمک‌های توسعه‌ای و زیرساختی هستند و برای نمونه طالبان نقشه راهی برای سرمایه‌گذاری شرکت‌های چینی در افغانستان آماده کرده است. جمهوری اسلامی ایران نباید نسبت به نیازها و مشکلات مردم افغانستان به‌ویژه در حوزه‌های زیرساختی، غذایی، درمانی، آموزشی و... بی‌تفاوت باشد و باید با تعیین اهداف مشترک و کمتر حساس (به‌خصوص اقتصادی) با طالبان، پیوندهای اقتصادی و تجاری را گسترش دهد تا در رقابت‌های آتی پیرامون بازسازی و ایجاد ثبات در افغانستان، صحنه را به رقبایی چون ترکیه، امارات و پاکستان واگذار نکند.

نتیجه‌گیری

با توجه به نکات بیان‌شده، می‌توان گفت برند طالبان از نظر ایدئولوژی و مبانی (هویت) تفاوت چندانی با ۲۰ سال پیش نکرده و تغییرات فعلی؛ تاکتیکی و در حد تصویرسازی بوده در افغانستان نیم‌نگاهی نیز دارد. جمهوری اسلامی از همان اجلاس بُن در سال ۲۰۰۱ تاکنون، همواره تاکید داشته است که سایر قومیت‌های افغانستان باید نقشی برابر در آینده قدرت سیاسی این کشور ایفا کنند تا از این طریق، صلح و ثبات پایدار در افغانستان برقرار شود. براساس این، مشارکت طالبان به‌عنوان جزئی از بافت اجتماعی افغانستان در قدرت به‌نحوی که منجر به برقراری ثبات نسبی و کاهش حملات تروریستی و نظامی در افغانستان شود، می‌تواند ضریب امنیت در این کشور را به اندازه قابل‌توجهی افزایش دهد. هرچند ایران مخالف نقش انحصاری طالبان در حاکمیت افغانستان است و به هیچ‌وجه نمی‌خواهد و نباید اجازه دهد این گروه یک‌ه‌تاز صحنه حکمرانی همسایه شرقی شود.

۱- حمایت از حضور همه گروه‌های افغانستان در قدرت

یکی از راهبردهای ایران حمایت از مذاکرات بین‌افغانی در افغانستان است و از مذاکره با طالبان به تأثیرگذاری بر رویکرد این گروه در قبال شیعیان هزاره و سایر قومیت‌های غیرپشتون در افغانستان نیم‌نگاهی نیز دارد. جمهوری اسلامی از همان اجلاس بُن در سال ۲۰۰۱ تاکنون، همواره تاکید داشته است که سایر قومیت‌های افغانستان باید نقشی برابر در آینده قدرت سیاسی این کشور ایفا کنند تا از این طریق، صلح و ثبات پایدار در افغانستان برقرار شود. براساس این، مشارکت طالبان به‌عنوان جزئی از بافت اجتماعی افغانستان در قدرت به‌نحوی که منجر به برقراری ثبات نسبی و کاهش حملات تروریستی و نظامی در افغانستان شود، می‌تواند ضریب امنیت در این کشور را به اندازه قابل‌توجهی افزایش دهد. هرچند ایران مخالف نقش انحصاری طالبان در حاکمیت افغانستان است و به هیچ‌وجه نمی‌خواهد و نباید اجازه دهد این گروه یک‌ه‌تاز صحنه حکمرانی همسایه شرقی شود.

۲- اخراج ایالات متحده از افغانستان و منطقه

طالبان شرط مذاکره با آمریکا را خروج نیروهای این کشور از افغانستان به‌عنوان نیروهای اشغالگر اعلام کرده بود و این مسأله همسو با رویکرد رسمی ایران است و اگر به‌طور کامل عملیاتی نشود، نوعی پیروزی برای محور مقاومت به‌شمار می‌رود. طالبانی که در سال ۱۹۸۹ با قتل دیپلمات‌های ایرانی به اوج روابط تیره خود با ایران رسید اکنون تلاش دارد به ایران تضمین دهد که در شاکله و سیاست‌هایش دچار تغییر شده است و همین اشتراک هدف در اخراج آمریکا از منطقه یکی از زمینه‌های مهم

مخاطبان افغانستتانی و غیرافغانستتانی به‌حساب می‌آید. طالبان در راستای بهبود تصویر خود از ابزارهای مدرن مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بهره زیادی برده است. طالبانی که استفاده از اینترنت را در اولین دوران سلطه خود بر افغانستان ممنوع کرده بود اکنون رسانه‌های اجتماعی را به ابزاری قدرتمند برای رام کردن مخالفان و پخش پیام‌ها و باورهای خود تبدیل کرده است. امروز طالبان از هزاران حساب توییتر که برخی رسمی و بعضی ناشناس هستند برای تسکین شهروندان وحشت‌زده استفاده می‌کند. به‌ویژه آنکه کارشناسان تخمین می‌زنند ۷۰ درصد مردم افغانستان به تلفن همراه دسترسی دارند. در همین راستا، توماس جانسون، استاد دانشگاه عالی نیروی دریایی آمریکا در مونتری کالیفرنیا می‌گوید: «طالبان تشخیص داده که پیروزی در جنگ باید از طریق ارائه روایت و داستان‌های موردنظر خودشان در فضای مجازی انجام شود. رسانه‌های اجتماعی برای طالبان بسیار مفید است، اغلب مردم در شهرها تلفن همراه دارند و طالب‌ها می‌توانند از این فضا استفاده کنند تا به مردم بگویند باید چه کار کنند.»

علاوه‌بر این، رهبران طالب برای جلب حمایت خارجی‌ها در هفته‌های اخیر به انتشار پیام‌هایی به زبان انگلیسی و پخش رویداد‌های مطبوعاتی مستقیم روی آورده‌اند. العماره، وب‌سایت رسمی طالبان به زبان‌های انگلیسی، پشتو، دری، اردو و عربی مطلب منتشر می‌کند. درواقع، از اساسی‌ترین ابزارهایی که در بهبود تصویر طالبان اثر قابل‌توجهی داشته، نوع کنشگری فعال این گروه در عرصه دیپلماسی و سیاست خارجی است. طالبان تحت‌تأثیر شرایط داخلی و منطقه‌ای، درحال حاضر نسبت به فضای بین‌الملل واقع‌بین‌تر و فرصت‌طلب‌تر شده است. درعین حال که می‌خواهد یک حکومت اسلامی برمبنای احکام اسلام داشته باشد، به‌دنبال گسترش دیپلماسی و روابط سازنده با همسایگان و دیگر قدرت‌های جهانی است. طالبان می‌خواهد همزیستی مسالمت‌آمیز با همسایگان داشته باشد و حساسیت همسایه‌ها را به حداقل برساند تا بار دیگر ائتلافی علیه آنها ایجاد نشود. این مسائل تصویری معتدل‌تر از طالبان ارائه داده است؛ هرچند نمی‌توان با قطعیت گفت از نظر ایدئولوژی تغییرات جدی کرده‌اند.

راهبرد تعامل ایران با طالبان و افغانستان جدید

طالبان از لحاظ سیاسی تغییر کرده و می‌تواند با طوایف مختلف افغانستان گفت‌وگو کند. استراتژی طالبان در افغانستان برخلاف دهه نود، حکومت با اسلحه نیست؛ آنها می‌خواهند با تعامل یک دولت وحدت ملی ایجاد کنند.

از کنار گذاشتن ایدئولوژی افراطی طالب می‌زنند و برخی دیگر، این تغییرات را تاکتیک موقت برای تشکیل حکومت آنان می‌دانند. اما واقعا کدام درست است؟ آیا طالب تغییر ماهوی داده یا تصویر متفاوت نشان می‌دهد؟ در بازاربایی سیاسی بین‌الملل و مدیریت تصویر بین‌المللی، دو مقوله هویت و تصویر از اهمیت زیادی برخوردار است. طبق گفته آکر (۲۰۰۲) هویت عبارت است از اجزای داعی‌کننده و سازنده یک برند؛ درحالی‌که تصویر برند بیانگر ادراک و پذیرش آن از طرف مخاطبان و ذهنیت بیرونی آنان از یک برند است. بنابراین زمانی که صحبت از تغییر ماهوی می‌شود، تغییرات ذاتی و بنیادین در یک برند رخ می‌دهد و وقتی برند دچار تغییرات بنیادین و اصولی نشود ولی تصویرسازی متفاوت از هویت خود نشان دهد و مخاطب، ادراکی غیرتطبیقی با هویت داشته باشد، تغییرات در تصویر برند بوده است نه هویت و بنیان‌های فکری آن.

نشانه‌هایی وجود دارد که تفکر و ایدئولوژی طالبان آن‌چنان تغییر نکرده (هویت) اما از لحاظ سیاسی و کنش رسانه‌ای نسبت به قبل تغییر کرده است (تصویر). درواقع، آنها خودشان را مسلمان ناب و قوم برتر افغانستان می‌دانند. هرچند مواضع سیاسی طالبان تغییر کرده و گروه‌های قومی (مانند شیعیان) را پذیرفته است؛ البته ممکن است هیچ سهمی از حکومت را به شیعیان ندهد. برای مثال، طالبان جدید برخلاف دوره قبل به شیعیان تعرضی نداشته و در دهه اول محرم امسال به شیعیان اجازه برگزاری امن و آرام عزاداری امام حسین(ع) را داد. همچنین با غفوعومی اعلام کرده‌اند که کارمندان دولت به کار خود بازگردند. درمورد دیگر طالبان گفته با فعالیت و حضور زنان در جامعه و حتی نوع حجاب آنها کاری ندارد، اما به‌شرطی که این حجاب «مطابق با آموزه‌ها و شریعت اسلامی» باشد. هرچند در واقعیت، حضور زنان در برخی سازمان‌ها و مشاغل را ممنوع کرده است.

می‌توان چنین ادعا داشت که طالبان وعده‌هایی همچون احترام به حقوق بشر، آزادی رسانه‌ها و حقوق زنان را به‌عنوان شیوه‌ای برای نشان دادن چهره‌ای معتدل‌تر از خود به جهانیان به‌منظور جلب حمایت بین‌المللی و کسب مشروعیت ارائه می‌دهد و به‌صورت عمل‌گرایانه نه مبنایی در مواردی به آنها عمل می‌نماید. برای نمونه، روزنامه‌نگاران طرفدار طالبان در خیابان‌های شهرهای تازه تصرف‌شده با میکروفن‌هایی با روکش آبی راه می‌روند و فیلم‌هایی از آرامش مردم ارائه می‌دهند. فیلم‌هایی که نشان از احترام به زنان کارمند بخش بهداشت افغانستان، احترام به قوم سیک‌ها و برخورد با سرقت و دزدی خلاف کاران است. ایین اقدامات بیش از آنکه ناشی از تغییرات هویتی و ذاتی برند طالبان باشد، نوعی تصویرسازی و تغییر چهره در ادراک

امیر حسین عرب‌بور

پژوهشگر بین‌الملل هسته بازاربایی سیاسی مرکز رشد دانشگاه امام صادق(ع)

پس از تصرف کابل توسط طالبان و سقوط دولت اشرف‌غنی، جنجال و هیاهوی فراوانی پیرامون این گروه شبه‌نظامی بین دولت‌های مختلف مانند جمهوری اسلامی ایران شکل گرفت. برخی جریان‌ها معتقدند طالبان هیچ تفاوتی با گذشته خود نکرده و همان گروه افراطی ۲۰ سال پیش است و برخی دیگر بر این باورند که طالبان ۲۰۲۱ نسبت به طالبان ۲۰۰۱ تغییر پیدا کرده است. اصل بحث و اختلاف در نحوه تصمیم‌گیری جمهوری اسلامی در قبال این گروه ناشی از همین دو نگاه ارزیابی می‌شود. نگاهی که در ادبیات برندی‌نگ به دو مقوله هویت برند و تصویر برند اشاره دارد. براساس همین، این یادداشت به‌دنبال آن است که آیا طالبان تغییر کرده است و اگر تغییر کرده، به‌صورت ماهوی بوده یا صرفا هنر تصویرسازی، چهره این گروه را برای مخاطبان عرصه بین‌الملل متفاوت نمایش می‌دهد. در پایان نیز به چگونگی تعامل ایران با افغانستان جدید می‌پردازد.

تفکر و هویت طالبان

طالبان یک گروه مسلح سُلَفی است که پس از حمله شوروی به افغانستان و در میانه جنگ داخلی این کشور در سال ۱۹۹۴ با هدف تشکیل امارت اسلامی شکل گرفت. طالبان از نظر فقهی، اهل سنت حنفی و از نظر کلامی، ماتریدی- اشعری است. از نظر اخلاقی، رویکردهای صوفیانه در رفتار برخی آنان مشاهده می‌شود، زیرا اکثر رهبران طالبان در مدارس دیوبندی پاکستان درس خوانده و این تفکر را در افغانستان گسترش می‌دهند، ولی تحت‌تأثیر آرای ابن تیمیه موسس مکتب سلفیه نیز قرار دارند.

در کنار پذیرش مکتب فکری دیوبندی، این گروه به‌شدت قوم‌گراست و مبتنی بر مقررات سخت‌گیرانه قوم پشتون عمل می‌کند. پشتون‌ها از نظر قومی مخالف اقوام دیگر موجود (مانند هزاره‌ها، تاجیک‌ها، ازبک‌ها و...) در کشور خود هستند و مخالفت افراطی با مذاهب دیگر در افغانستان از خصایص قومیتی طالبان است. به‌طوری‌که در زمان حکومت این گروه بین سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۱ شیعیان افغانستان محدودیت، فشار و سرکوب شدیدی را تجربه کردند.

تغییر هویت یا تصویر جدید

حال، بعد از گذشت ۲۰ سال از حکومت طالبان و با افزایش فسادونا کارآمدی دولت مرکزی و شکست نظامی ایالات متحده آمریکا، دوباره این گروه توانسته بر کل افغانستان حاکم شود. اما متفاوت از گذشته منفی خود، به‌گونه‌ای که عده‌ای حرف