[حضور](http://www.hawzah.net/fa/magazine/numberlist/130) [بهار 1383، شماره 48](http://www.hawzah.net/fa/magazine/magart/130/5934/0)

**نگاهی به روابط بین الملل و تبلیغات**

**ابوالفضل مروی**

|  |
| --- |
| **مقدمه:**  روابط بین الملل که امروز به صورت یک رشته معتبر علمی در آمده و دارای تحقیقات و بررسیها و نظریات فراوان است، سابقه ای به قدمت تشکیل دولتها در روی کره زمین دارد. دولتها از قدیم الایام روابط گوناگونی با یکدیگر داشته اند که مهمترین آنها تجارت و درگیریهای نظامی بوده است. البته در دوران باستان و قرون قدیم ملتها به مفهوم امروزی وجود نداشته اند و تنظیم کننده روابط بین الملل در واقع شاهان و امرا و نجبای مناطق مختلف بوده اند که مردم آن مناطق خواه ناخواه پیرو تصمیمات آنها بودند. اما در روزگار ما، ملتها به صورت مهمترین واحدهای سیاسی جهان با یکدیگر روابط بیشمار و پیچیده ای دارند که عرصه تحقیقات روابط بین الملل است. باید توجه داشت که سازمانها و نهادهای جهانی مانند سازمان ملل متحد از عرصه های مهم روابط بین الملل محسوب می شوند که گاه به صورت واحدهای سیاسی مستقل نمایان می شوند.  در عصر حاضر که ملتهای عالم بر اثر عوامل گوناگون از قبیل نژاد، زبان، منطقه جغرافیایی، ایدئولوژی، سابقه تاریخی و غیره به صورت متمایز از یکدیگر در عرصه گیتی حضور دارند، دولتها ـ چه منتخب مردم باشند و چه نباشند ـ ناچارند حمایت مردمی را برای تصمیمات خارجی خود همراه داشته باشند، در غیر این صورت اساس قدرت آنان در عرصه جهانی متزلزل است. تمامی بحثها و نظریه های روابط بین الملل در حول وحوش مسئله «قدرت» مطرح می شود.  جنبه داخلی قدرت علاوه بر مؤلفه های متعدد مانند نیروی نظامی، منابع و امکانات، نیروی انسانی، قدرت اقتصادی و... مستلزم حمایت مردمی است. جنبه خارجی قدرت نیز مبتنی بر داشتن توان بکارگیری حداکثر امکانات موجود به منظور تاثیرگذاری بر سایر دولتها و ملتهای جهان است. در هر دو جنبه قدرت، تبلیغات یا به عبارت دقیقتر ارتباطات و اطلاعات نقش حیاتی دارد یعنی یکی از مؤلفه های محوری قدرت در روزگار ما، توان تولید و توزیع پیام در جهت اهداف از پیش تعیین شده در عرصه داخلی و خارجی است.  در این مقاله کوتاه نگاهی می اندازیم به نقش تبلیغات در روابط بین الملل از نظر اسلام با تاکید بر دیدگاههای بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران. زیرا دیدگاههای امام خمینی دقیقا با مبانی اسلام مطابقت دارد که با توجه به ویژگیها و شرایط زمان و مکان دنیای امروز بیان شده است. همچنین بدون شناخت از اوضاع و احوال و مقتضیات عصر اکنون، امکان شناخت و سیاستگذاری تبلیغاتی نیز وجود ندارد زیرا تبلیغات در خلا انجام نمی شود و بدون آشنایی با مسایل جهانی هیچ تبلیغی را نمی توان در عرصه جهانی سر و سامان داد.  **تعریف روابط بین الملل**  در باره روابط بین الملل تعاریف گوناگونی ارائه گردیده است. در کل می توان گفت روابط بین الملل عبارت است از مجموعه فراگردهای تعامل و داد و ستد در زمینه های گوناگون میان واحدهای سیاسی مستقل در عرصه جهانی1 بنا بر این روابط بین الملل مجموعه ای از فراگردهاست. فراگرد ویژگیهایی دارد که مهمترین آنها عبارتند از: پویایی، آغاز و پایان نداشتن و کنش متقابل و تاثیر پذیری اجزای آن از یکدیگر.2 این ویژگیها مربوط به ارتباط است. ارتباط یک فراگرد محسوب می شود. روابط بین الملل هم فراگردی است که در عرصه جهانی شکل می پذیرد و لذا عوامل متعدد و پیچیده ای در آن دخالت دارند. علاوه بر این زمینه های آن گوناگون است و از تجارت تا سیاست و از احوال شخصیه تا قوانین بین المللی را در بر می گیرد. از ازدواج دو نفر که تبعه دو کشور مختلف هستند، درخواست یک دانشجو برای تحصیل در دانـشگاه کشوری دیـگــر و دستور رئیس یـک قــدرت بزرگ بــرای تهـاجـم بــه کشور یا منطقه ای خاص، همه می تواند جزیی از روابط بین الملل به شمار می آید.  سیاست خارجی با روابط بین الملل تفاوت دارد  سیاست خارجی مربوط به تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیم گیریهایی است که از دید هر  مهمترین تفاوت تبلیغات اسلامی با تبلیغات آمریکایی، اول در اهداف و سپس ابزار و شیوه های آن است  اهداف سودجویانه و سلطه طلبانه و نیز فریبکارانه تبلیغات آمریکایی بر کسی پوشیده نیست  کشور جنبه برون مرزی دارد. یعنی در داخل هر واحد سیاسی فرموله می شود و وابسته به آرمانها و اهداف ملی همان کشورهاست. اما در روابط بین الملل در عرصه گیتی این اهداف و آرمانها با یکدیگر تلاقی پیدا می کند. از تلاقی و درگیری اهداف ملی، روابط بین الملل در عرصه گیتی بوجود می آید. این است که عرصه روابط بین الملل، عرصه ای سیال و متغیر است که شناخت صحیح آن و تصمیم گیری و عمل درست در آن وصول به امنیت و اهداف ملی کشورها را تسهیل می کند. 3  **شیوه های اعمال سیاست خارجی**  ابزارها یا روشهای اعمال سیاست خارجی را می توان به دو دسته عام و خاص تقسیم کرد. ابزارهای خاص عمدتا توسط هیئت حاکمه کشورها بکار گرفته می شود و طیف وسیعی از شیوه های تشویق و مجازات مانند تطمیع، تایید، حمایت یا محکوم کردن، تحریم و حمله نظامی و غیره را در برمی گیرد. یکی از مهمترین این ابزارها که در عین حال در برگیرنده بعضی انواع دیگر نیز هست «دیپلماسی» است. «دیپلماسی روشی است برای حل و فصل مسایل مربوط به روابط خارجی دولت به وسیله مذاکرات یا طریق مسالمت آمیز دیگر»4 البته این روش ممکن است با فشارهای مستقیم یا غیرمستقیم مانند تحریم اقتصادی و غیره همراه باشد.  اما شیوه های عام اعمال سیاست خارجی تماما در دل مفهوم «تبلیغات» یا تولید و توزیع پیام در راستای سیاست خارجی در فضای جهانی جای می گیرد. در اینجا دیگر هیئت حاکمه دولتها تنها بازیگران صحنه نیستند بلکه انواع نهادها و سازمانها و اشخاص حقیقی و حقوقی در عملیاتی گسترده و هماهنگ ـ و گاه بدون آگاهی از موقعیت و عملکرد سیاسی خود ـ سیاست واحدی را پیش می برند. از فلان ستاره مشهور سینما تا فلان مجله اقتصادی در این سمفونی مشارکت دارند. بخش اعظم این فضای عام در اختیار رسانه ها ـ اعم از سنتی و جدید ـ قرار دارد. به همین دلیل اصطلاح «دیپلماسی رسانه ای» از واژگان مشهور روابط بین الملل شده است. قرن بیستم، قرن توسعه رسانه هاست و تاثیر آنها در تحولات جهانی غیر قابل انکار است. مثلاً بعضی از محققان معتقدند همین پدیده دیپلماسی رسانه ای موجب امضای قرارداد کمپ دیوید از طرف انور سادات (رئیس جمهور مقتول مصر) شد. «در واقع این وسایل ارتباط جمعی آمریکا بود که زیر پای آن رهبر مستاصل» پوست خربزه «گذاشت».5  تبلیغات در فضای روابط بین الملل، زمینه را برای اعمال سیاستها و اقدامات خاص فراهم می آورد. اما آنچه امروز در فضای جهانی تبلیغ می شود به قدری پیچیده است که به راحتی قابل تشخیص نیست. این پیچیدگی و ابهام در تمامی عناصر پیام یا ارتباط (فرستنده، وسیله، پیام و مخاطب) ملاحظه می شود. وقتی ساموئل هانتیگتون مقاله «برخورد تمدنها» را می نویسد، ظاهراً یک استاد دانشگاه از طریق یک مقاله علمی که ابتدا در بعضی از جراید منتشر می شود یک نظریه علمی را در جهان دانش مطرح می سازد.  او در مقاله خود با زیرکی پویایی اسلام را عامل بر خورد تمدنها معرفی می کند. اما وقتی رئیس جمهور آمریکا بحث جنگهای صلیبی را پیش می کشد و بر مقوله «تروریسم» ـ که با همیاری گسترده رسانه های غربی بحث روز شده است ـ تاکید می کند، زمینه را برای تحقق چنان مقالات و چنان سخنانی فراهم می آورد و متعاقباً حمله مستقیم نظامی آمریکا به افغانستان و عراق که با نقض  اصطلاح استکبار و استضعاف و یا کشورهای مستکبر و مستضعف که بر اساس مبانی قرآنی توسط امام خمینی در عرصه روابط بین الملل مطرح و تبیین شد، جنبه های مهمی از واقعیت امروز روابط بین الملل را نشان می دهد  تمامی مقررات بین المللی و ارزشهای انسانی قرین است، صورت می گیرد. دقت در این سناریوی طولانی جایگاه تبلیغات و شیوه های اعمال آن را در جهان امروز بهتر به نمایش می گذارد. در واقع تبلیغات عظیم جهانی همه نیروهای مخالف را منفعل می سازد و همه صداهای معارض را به خاموشی می کشاند و حتی سازمان ملل متحد با تردید و به صورت نیم بند به اسم مبارزه با تروریسم و سلاحهای کشتار جمعی، تجاوز و کشتار انسانهای مستضعف را توسط قدرت اول نظامی و اقتصادی جهان تایید می کند. حال آنکه حقیقت را همه می دانند. همه می دانند که در طول دهها سال اکثر تجاوزات و جنگها و کشتارها را آمریکا به راه انداخته و در اکثر درگیریهای جهانی به صورت مستقیم یا غیر مستقیم دخالت داشته است. همه می دانند که اسرائیل تنها کشور نژاد پرستی است که با اهداف استعماری در منطقه خاور میانه بوجود آمده و کاری جز ترور و کشتار ندارد و به آن هم افتخار می کند و مورد حمایت همه جانبه آمریکاست. همه یا بسیاری از مردم جهان می دانند که گروه مجهول الهویه طالبان و شخصیت پردازی بن لادن با حمایتهای سازمان جاسوسی آمریکا شروع شده و با این همه بهانه ای که به دست آمریکا داده هنوز معلوم نیست در کجای این کره خاکی ماوی گرفته که تنور تروریسم را همچنان برای آمریکا گرم نگاه می دارد. در حالی که از مدتها قبل شیمون پرز (نخست وزیر وقت اسرائیل) در کتابی بحث تغییر نقشه خاورمیانه را مطرح ساخته بود.6 و این ایده و این سیاست تلخ و خونبار در لفاف مقبول و زیبای تبلیغات دموکراسی و حمایت از حقوق بشر، مبارزه با تروریسم و سلاحهای کشتار جمعی و چه و چه به خورد مردم جهان داده می شود. چنین تبلیغات عظیمی که عمدتا هم بر دوش خبرگزاریهای بزرگ و رسانه های جهانی است فضایی را ایجاد می کند که حتی مخالفین هم مجبورند با زبان و اصطلاحات این فضا اعتراض کنند و استدلال نمایند. مخالفین جهانی سازی و حکومت جهانی ایالات متحده نیز تروریسم و توسعه سلاحهای کشتار جمعی را محکوم می کنند و همه می دانند که ایالات متحده بزرگترین تروریست عالم است و هر روز هم سلاحهای کشتارجمعی خود را توسعه می دهد و مدرنتر می کند و اعتراض چندانی به او نمی شود. این است نتیجه تبلیغات در عرصه روابط بین الملل.  طبعاً شناخت چنین تبلیغاتی و راههای مقابله با آن ـ بخصوص از طرف مسلمانان ـ ضروری است. اما چون بحث ما تبلیغات در عرصه روابط بین الملل از دیدگاه اسلام است، این موضوعات فضایی را که تبلیغات اسلامی باید در آن تنفس نماید روشن می سازد و اهمیت و دشواری آن را بازمی نماید. باید توجه داشت که مهمترین تفاوت تبلیغات اسلامی با تبلیغات آمریکایی اول در اهداف و سپس ابزار و شیوه های آن است. اهداف سودجویانه و سلطه طلبانه و نیز فریبکارانه تبلیغات آمریکایی بر کسی پوشیده نیست. حال ببینیم تبلیغات اسلامی بر چه اهدافی متمرکز است و چگونه باید باشد.  در اینجا یادآوری این نکته ضروری است که اهداف کشورها برای تبلیغات و اقدام و عمل در عرصه روابط بین الملل، در قالب منافع ملی خودشان تعریف می شود. چنین اهدافی را پروفسور هالستی (از متفکران علوم سیاسی و علوم ارتباطات) به سه دسته تقسیم می کند:  هدفهای اولیه و حیاتی (صیانت و موجودیت و امنیت که ملتها حاضرند به خاطر آن نهایت فداکاری را بنمایند).  هدفهای ثانویه یعنی هدفهای درجه دوم و متوسط (رفاه اجتماعی، توسعه اقتصادی، افزایش پرستیژ، نفوذ و غیره که معمولاً از طریق عقد قراردادهای مختلف صورت می گیرد).  قدرتهای بزرگ علیرغم سخن گفتن از نظم نوین جهانی، قانون، آزادی، دموکراسی و ضدیت با تروریسم، هیچ ابایی از نابود کردن حرث و نسل انسانها و کشتار و شکنجه های فجیع ندارند  3ـ هدفهای جهانی و دراز مدت (آرمانها و رویاهای دور زمامداران برای ایجاد یک نظم جهانی، نظم نوین اقتصادی و سیاسی و غیره).7  البته معمولاً گروه حاکم، منافع ملی کشور را در قالب منافع مادی حاکمان ملاحظه می کنند و سعی در تطبیق منافع ملی با منافع خود یا طبقه و گروه خود دارند. در هر صورت تعریف منافع ملی اساس ورود هر کشور به عرصه روابط بین الملل است. از طرف دیگر شناخت روابط بین الملل ـ همان طور که اشاره شد ـ اهمیت اساسی دارد. برای شناخت و تبیین این روابط نظریات بسیاری مطرح شده است که به بعضی از آنها اشاره می شود:  **نظریات روابط بین الملل**  در باره روابط بین الملل چند دسته نظریه بیان شده است و هر روز نیز نظریات تازه تری در این رشته عنوان می گردد. سه دسته از معروفترین این نظریات عبارتند از:  نظریه های جهان گرا (نظریه امپریالیسم، نظریه وابستگی و...)  نظریه های سنت گرا (نظریه موازنه قدرت، نظریه بازدارندگی و...)  3ـ نظریه های رفتارگرا (نظریه همگرایی منطقه ای، وابستگی متقابل و...)  طبعاً بررسی تمامی این نظریه ها یا حتی شرح مختصر هریک از آنها در یک مقاله نمی گنجد اما اشاره به دو نظریه معروف جهانگرا ـ بخصوص با گسترش روز افزون بحثهای جهانی شدن و جهانی سازی ـ یعنی نظریه امپریالیسم و نظریه وابستگی ضروری به نظر می رسد. محور هر دو نظریه مزبور سلطه جویی است که از ابتدای تاریخ مطرح بوده و ریشه در فطرت ظلوما جهولای بشر دارد. هر قدرت بشری ذاتا در مرحله اول برای بقا تلاش می کند و در مرحله بعد به توسعه و گسترش خویش می پردازد. نظریات جهانگرا همگی چنین اصلی را تأیید می کنند.  **نظریه امپریالیسم**  این نظریه دارای چهار دسته تحلیل است:  1ـ امپریالیسم ناشی از قدرت ـ خلاصه آن اینکه جوامع سیاسی به لحاظ طبیعت ناامنی که دارند سعی می کنند با افزایش قدرت نظامی از آسیب پذیری خود بکاهند. در اینجا قدرت طلبی ناشی از تلاش برای رفع ترس از ناامنی است. بعضی معتقدند که پیروزی یا شکست در جنگ و ضعف دیگران نیز ترغیب کننده سیاست امپریالیستی است. مورگنتا (یکی از نظریه پردازان روابط بین الملل) فعالیت امپریالیستی را پیوستاری می داند که از تفوق محلی آغاز و به سطح قاره و نهایتاً امپراتوری جهانی ختم می شود.  2ـ تبیین اقتصادی ـ این مقوله به مارکسیسم بر می گردد. چنین تحلیلی اقتصاد را زیر بنا اعلام می کند. در واقع ساختار زیر بنایی اقتصاد سرمایه داری زمینه ساز پیدایش امپریالیسم است که لنین آن را مرحله عالی سرمایه داری می دانست.  3ـ تبیین زیست شناختی اجتماعی ـ در این دیدگاه امپریالیسم به تاریخ گذشته و خوی نیاکان و اشرافیگری سابق نسبت داده می شود. یکی از اندیشه مندان این نوع تحلیل (وبلن) احساس وطن پرستی و مالکیت را به عنوان فضیلتی برای خیر عامه میراث دوران اشرافیگری و زمینداری می داند که به سرمایه داری منتقل شده است.  4ـ تبیین ایدئولژیک ـ براساس این نظر هر ایدئولژی نوعی عدم تساهل و انعطاف ناپذیری دارد. شیفتگی نسبت به اصالت ایدئولژی اسباب اعتقاد احساسی و ارزشی شده که در یک مرز باقی نمی ماند لذا ایدئولژی نیز مبنای سیاستهای امپریالیستی قرار می گیرد.  در مجموع می توان همه این دیدگاهها و همه این عوامل را در تقویت و توسعه امپریالیسم موثر دانست.  **نظریه وابستگی**  این نظریه که از کشورهای آمریکای لاتین سرچشمه گرفته است ابتدا در سال 1967 توسط آندره گوندر فرانک مطرح شد و خلاصه آن اینکه: پیشرفت نظام سرمایه داری در شمال و عقب ماندگی کشورهای جنوب نوعی رابطه اقتصادی و وابستگی بین آنها ایــجاد می کــند که به مقتضای آن سیر فزاینده عقب افتادگــی یـکــی به افزایش و شکوفایی دیگری منـجــر می شود. این دیدگاه به نوعی با مارکسیسم ارتباط دارد. تنظیم روابط اقتصادی بین المللــــی از ســوی  کشورهای مرکزی موجب مشروط شدن اقتصاد کشورهای حاشیه می گردد. لذا تحول کشورهای مرکز در حاشیه تکرار نمی شود. وابستگی ناشی از تحولات کشورهای مرکز است که به استثمار و بهره کشی از کشورهای حاشیه می انجامد.8 در این روند نقش غولهای اقتصادی و شرکتهای چند ملیتی و بویژه نقش رسانه های استکباری قابل توجه است.  البته این نظریه شقوق مختلفی دارد و در طول زمان دستخوش تحولاتی شده و از کاردوسو تا سمیر امین در این زمینه مباحثی دارند.  **روابط کشورهای صنعتی پیشرفته با کشورهای مستضعف**  اصطلاح استکبار و استضعاف و یا کشورهای مستکبر و مستضعف که بر اساس مبانی قرآنی توسط امام خمینی در عرصه روابط بین الملل مطرح و تبیین شد، جنبه های مهمی از واقعیت امروز روابط بین الملل را نشان می دهد. کشورهای صنعتی پیشرفته هر چه قویتر می شوند به استکبار نزدیکتر می گردند. از طرف دیگر کشورهای جهان سوم یا مستضعف تابعان اقتصادی دنیای سرمایه داری هستند و واقعا در زمینه های حقوقی، سیاسی و اقتصادی اعمال حاکمیت مستقل برایشان دشوار است. تا می خواهند قانونی را که برای کشورشان مفید است تصویب کنند بلافاصله با فشارهای خارجی از قبیل محاصره اقتصادی، قوانین گمرکی، قوانین مالیاتی، فشار رسانه ای و غیره روبرو می شوند.  در هر حال توجه به روابط استعماری گذشته و استعمار نو بسیار لازم است زیرا هرچند جنگهای جهانی اول و دوم و نیز نهضتهای بیداری مستعمرات، زمینه آزادی کشورهای مستعمره را فراهم ساخت اما استعمارگران در مقابل بیداری ملتها و مقاومت آنان سعی کردند در چارچوب اعطای استقلال، منافع خود را حفظ کنند و استمرار بخشند.  از تمهیدات قدرتهای بزرگ برای تضعیف کشورهای دیگر تحمیل جنگ بر آنان است که نقش وسایل ارتباطی آنان در ایجاد خصومتها باید مورد مطالعه جدی قرار گیرد. بعد از جنگ  نظریه پردازان واقعگرای آمریکایی مانند کیسینجر و برژینسکی معتقدند آمریکا از یک دنیای بحرانی و متشنج بهتر می تواند بهره مند شود  حقوق ناظر بر روابط بین الملل ریشه در سلطه جویی و استعمار دارد  جهانی دوم قدرتهای بزرگ هرگز در برابر هم قرار نگرفتند ولی در بسیاری از رویدادهای خصمانه جهان سوم دست آنها به صورت آشکار و پنهان دیده می شود.  آمار جنگها در طول دهه های بعد از 1950 حاکی از آن است که در اکثر آنها قدرتهای بزرگ به نحوی دخالت داشته اند و اکثر آنها نیز در منطقه خاور میانه رخ داده و فقط در صد محدودی در کشورها دست دوم و سوم غربی مانند قبرس و یونان به وقوع پیوسته است.  خود محوری و خود برترخواهی کشورهای قدرتمند را در عرصه حقوق بین الملل هم شاهدیم. از دیدگاه نظام حقوق بین الملل غربی، کشورهای دیگر در آسیا، آفریقا،آمریکای جنوبی و غیره همگی «غیر متمدن» محسوب می شدند. سالیان متمادی طول کشید تا بعضی از ملتهای کهن مثل مصر و ایران و چین توانستند به طور محدود از مزایای حقوق بین الملل استفاده کنند. هنوز هم صفت «ملل متمدن» را در ماده 38 اساسنامه دیوان بین المللی دادگستری مشاهده می کنیم. یعنی دول غربی تنها زمانی به دیگر ملتها اجازه برخورداری از مزایای حقوق بین الملل را می دهند که آنان با دلایل و امارات ثابت کنند که متمدن هستند. یعنی نهاد حقوق بین الملل در واقع مانند یک باشگاه خصوصی است. این دیدگاههای نژاد پرستانه و سلطه جویانه همچنان در عرصه جهانی خود نمایی می کند.9  قدرتهای بزرگ علیرغم سخن گفتن از نظم نوین جهانی، قانون، آزادی، دموکراسی و ضدیت با تروریسم، هیچ ابایی از نابود کردن حرث و نسل انسانها و کشتار و شکنجه های فجیع ندارند کما اینکه براحتی در افغانستان با سلاحهای مخوف هزاران نفر را قتل عام کردند و گاه دهکده ای را با تمام انسانها و احشام و درختان و مزارع در ظرف چند دقیقه سوزاندند و نابود کردند و همه اینها را نیز به عنوان قانون و صلح و حقوق بشر مطرح ساختند. در عراق نیز وضع بدین منوال است. طبعا کشورهای مستضعف نسبت به ادعاهای دولتهای بزرگ غربی در تبلیغ صلح دوستی و حمایت از حقوق بشر و غیره به دیده تردید می نگرند. حتی نظریه پردازان واقعگرای آمریکایی مانند کیسینجر و برژینسکی معتقدند آمریکا از یک دنیای بحرانی و متشنج بهتر می تواند بهره مند شود. آیا سرمایه داری جهانی و کشورهای قدرتمند حاضرند شکاف اقتصادی و اطلاعاتی میان شمال و جنوب را پر کنند تا به دنیایی عادلانه برسیم؟  گمان نمی رود در جهان سوم و در همه دنیا هیچ عاقلی چنین تصوری داشته باشد. کشورهای مستضعف می دانند که حقوق ناظر بر روابط بین الملل ریشه در سلطه جویی و استعمار دارد.  کشورهای جنوب با در اختیار داشتن 68 درصد مساحت کره زمین (یعنی 135 کشور در آسیا، آفریقا و آمریکای لاتین) و 76 درصد جمعیت این کره خاکی (حدود 2/4 ملیارد نفر) فقط حدود 15 درصد ثروت جهان و کشورهای شمال با 24 درصد جمعیت دنیا، حدود 85 درصد ثروت گیتی را در اختیار دارند. 10  همان طور که مانوئل کاستلز در کتاب خود (عصر اطلاعات) و در مصاحبه های خود تاکید می کند درد اصلی جهان امروز فقر اکثر مردم است. دنیا با مسئله رویارویی گرسنه ها و سیرها روبروست. این مسئله در تقسیم بندی امام خمینی از وضعیت فعلی جهان، به عنوان مستکبران و مستضعفان برای اولین بار مطرح شد و اینک جنگ فقر و غنا یکی از مباحث کلیدی متفکران و رسانه های معتبر تحلیلی ـ تفسیری دنیا مانند «لوموند دیپلماتیک» است که می نویسد «گرسنگان جهان بی صبرانه به سفره ثروتمندان چشم دوخته اند.» 11  نباید از نقش تعیین کننده وسایل ارتباط جمعی غرب در جهت تخفیف و تشدید بحرانهای جهانی و نیز انتقال ارزشها و فرهنگ سلطه جوی غربی و انگاره سازیهایی که به نفع مستکبران عالم دارد غافل شد  آمارها نشان می دهد که «سهم یک پنجم از فقیرترین جمعیت جهان در اقتصاد جهانی از 3/2 در صد به 4/1 در صد در طی ده سال گذشته سقوط کرده است. از طرفی دیگر سهمی که به یک پنجم ثروتمندترین جمعیت جهانی تعلق می گیرد از 70 در صد به 85 درصد افزایش یافته است».12 کدام نظم عادلانه جهانی مورد نظر آمریکاست؟ در نظم نوین جهانی مورد نظر آمریکا، حربه های اقتصادی، نظامی و اطلاعاتی در خدمت منافع قدرتمندان است. قدرتمندانی که می خواهند علاوه بر چپاول ضعفا، ارزشها و باورها و قوانین خود را بر آنان تحمیل کنند و در واقع نوعی نظام برده داری جدید با شکل و الفاظ زیبا و با نتایجی به مراتب وخیمتر از آن بوجود آورند. چنین دنیایی که مستکبران به عنوان پلیس کشورهای دیگر را تحت نظارت و سلطه داشته باشند بیشتر به گورستان شبیه است که در آن سکوت و وحشت حاکم خواهد بود و چنین امری به استناد شرع و عقل و تاریخ پایدار نخواهد ماند.  **بحران ارتباطات و اطلاعات در سطح جهان**  ارتباطات در مفهوم گسترده آن به تمامی روابط بین واحدهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی اطلاق می شود اما در مفهوم خاص آن یعنی (communication) عمدتا مربوط به اطلاع رسانی موسسات و رسانه های خبری و تبلیغاتی است که از طریق شبکه های عظیم ارتباطی در شکل دهی باورها و عقاید و نهایتا فرهنگ و رفتار مردم جهان نقش مهم و غیر قابل انکاری دارند.  امروزه بعضی از نظریه پردازان اعتقاد دارند جنگ میان بازیگران روابط بین الملل از میدانها ی نظامی به عرصه های افکار عمومی منتقل شده است. با توسعه ارتباطات بویژه ارتباطات ماهواره ای و کامپیوتری دیگر حریم امن برای هیچ کشوری وجود ندارد. کشورهای قدرتمند بخصوص آمریکا به سهولت می توانند پیامهای خود را به هر یک از عرصه های افکار عمومی برسانند. طبعاً کشورهای جهان سوم خصوصاً کشورهای مستضعف بیش از همه در معرض این تهاجم فرهنگی و الکترونیکی قرار دارند. البته از زمان تشکیل نهضت عدم تعهد که بعد از بیداری و استقلال طلبی کشورهای مستضعف گام بلندی در اتحاد و آگاهی چنین کشورهایی بود، اقدامات واقعگرایانه ای برای مقابله با این عدم تعادل ارتباطات و اطلاعات بعمل آمده است که بخصوص در دهه 1970 تحولات چشمگیر و آثار امیدوارکننده ای در سازمان یونسکو و در کشورهای جهان سوم داشت و برای اولین بار در سال 1976 طرح نظم نوین اطلاعاتی بین المللی در سازمان یونسکو و در واقع در سطح جهان در دستور کار جدی قرار گرفت.  گو اینکه در پی وکنشهای پیگیر و گسترده کشورهای آمریکا، انگلیس و ژاپن نهایتا این تلاشها از دستور کار جهانی حذف شد با این وجود آثار آن باقی و قابل پیگیری و تداوم است.  در حال حاضر کشورهای جهان سوم یا مستضعف از ظرفیتهای ارتباطی و اطلاعاتی خود بخوبی استفاده نمی کنند و بسیاری از توان موجود، صرف اخبار تشریفاتی و برنامه سازیهای تقلیدی می شود و آن جذابیت و تازگی انتشار اخبار و قدرت تولید پیام و تصویرگری آژانسهای غربی را ندارد با این وجود تلاشهای زیادی برای هماهنگی کشورهای مستضعف از طرف آنان بعمل می آید و همکاریهای فراوانی به منظور مبادله اخبار و برنامه ها و تعمیق و توسعه روابط فرهنگی میان این کشورها جریان دارد که انعکاس آن در مجامع جهانی نیز قابل ملاحظه است از جمله اقدامات و هماهنگیهایی که در جریان برگزاری دومین سمینار میان منطقه ای کشورهای آسیای مرکزی ـ غربی در روزهای یازدهم و دوازدهم شهریور ماه سالجاری (1382) در تهران صورت گرفت و مقدمه مناسبی شد برای اجلاس آتی یونسکو در مهرماه و اجلاس جهانی سران کشورهای دنیا در باره جامعه اطلاعاتی در آذرماه همین سال.  در هر صورت نبایستی از نقش تعیین کننده وسایل ارتباط جمعی غرب در جهت تخفیف و تشدید بحرانهای جهانی و نیز انتقال ارزشها و فرهنگ سلطه جوی غربی و انگاره سازیهایی که به نفع مستکبران عالم دارد غافل شد. جریان یکسویه اطلاعات و اخبار همچنان ادامه دارد. برای یک تماس تلفنی یا کامپیوتری با یک کشور اسلامی یا مستضعف باید از طریق مرکزی در اروپا یا آمریکا اقدام کرد. کشورهای جهان سوم بخصوص کشورهای اسلامی در معرض تهاجم اطلاعاتی آمریکا و غرب هستند و باید کاملا هوشیار باشند کما اینکه دستور دینی مسلمانان نیز همین است.  فن و هنر تبلیغات که در اسلام به نام دعوت، تبلیغ، ارشاد و... مطرح است بسیار مهم است و جای کار بسیار دارد و البته در جریان تبلیغ علاوه بر تخصص، ذوق و قریحه مناسب نیز لازم است و از این جهت پرورش استعدادها و استفاده از ظرفیتها و امکانات برای کشورهای جهان سوم خصوصا مسلمانان حیاتی است. امام خمینی به ارزش تبلیغات در دنیای امروز کاملا واقف بود و می گفت: «امروز جهان روی تبلیغات می چرخد».13  یکی از معروفترین تبلیغات چی های امپراتوری بریتانیا یعنی «شاپور ری پورتر» که متخصص جنگ روانی بود و در کشور ایران و کشورهای همجوار فعالیت داشت به علت تلاشهایی که در کار خود نمود به درجه «شوالیه امپراتوری بریتانیا» رسید و لقب «سر» گرفت.14 خلاصه در عصر ما جنگ ارتباطی و اطلاعاتی در همه جای جهان جریان دارد، یک طرف مستکبران به سردستگی آمریکا و طرف دیگر محرومان و مستضعفان همه دنیا.  **دیدگاههای امام خمینی**  امام خمینی چیز جدیدی از پیش خود نیاورده و در سخنان خود به این امر تاکید نموده است. او حتی یک جمله به عنوان بدعت در دین بیان نکرده و آنچه مطرح ساخته همان حکم خداوند و کلام الهی است که با توجه به شرایط و مقتضیات زمان و مکان و به زبان امروز بیان شده است. لاکن نوشته و بیانات ایشان در تمامی زمینه ها به صورت جامع تدوین نگردیده و روابط بین الملل در آثار و گفتار ایشان ـ مانند بسیاری از زمینه های دیگر ـ نیاز به بررسی و کار فراوان دارد.  دکتر سید علی قادری (محقق و سر پرست وقت دفتر مطالعات وزارت خارجه) به استناد یک تحقیق مفصل15 معتقد است سیاست خارجی از دیدگاه اسلام و به تبع آن در آثار و گفتار امام خمینی مبتنی بر سه اصل محوری است:  دعوت  نفی سبیل  حفظ دار الاسلام  حفظ دار الاسلام ـ این اصل یعنی حفظ مصالح و منافع جامعه اسلامی. در عرف روابط بین الملل با توجه به اینکه واحدهای شرکت کننده در عرصه جهانی، کشورها و وابستگان آنها هستند، اصل مبنایی «حفظ منافع ملی» است که محدود به مرزها و حق حاکمیت ملی و غیره است، در حالی که در اسلام، جامعه اسلامی بدون انحصار به کشوری خاص مطرح است. امام خمینی حفظ اسلام را از اهم واجبات می داند: «هیچ فریضه ای در اسلام بالاتر از حفظ خود اسلام نیست»16 یا «اسلام چیزی است که همه ما باید فدای او بشویم»17 طبعاً برای تحقق اهداف اسلامی چاره ای جز تشکیل حکومت نیست که حضرت امام بارها بر آن تاکید کرده است. ایشان می گوید: «حفظ این جمهوری اسلامی از اعظم فرایض است».18  نفی سبیل ـ نفی سبیل یک اصل قرآنی است: «ولن یجعل الله للکافرین علی المؤمنین سبیلا»19  نفی سبیل یعنی نفی سلطه پذیری، یعنی نفی استعمار و استکبار. البته نفی سبیل خود متضمن نفی سلطه گری نیز هست. امام خمینی می گوید: «ملت اسلام پیرو مکتبی است که برنامه آن مکتب خلاصه می شود در دو کلمه: لا تظلمون و لا تظلمون».(20)  دعوت ـ این اصل چارچوب روابط بین الملل را برای مسلمانان از لحاظ تبلیغات روشن می سازد.  امام خمینی: «حفظ این جمهوری اسلامی از اعظم فرایض است»  «ملت اسلام پیرو مکتبی است که برنامه آن مکتب خلاصه می شود در دو کلمه :لاتَظْلمون ولاتُظلمون»  دعوت از وظایف مسلمانان است و در قرآن کریم بارها بر آن تاکید شده است. «ولتکن منکم امه یدعون الی الخیر و ینهون عن المنکر».21 دکتر قادری نیز معتقد است که اصول سیاست خارجی اسلام منوط به دعوت است و در پرتو دعوت شکل می گیرد.  غیر از اصول مزبور، اصول دیگری هم در اسلام مورد تاکید است از جمله «وحدت»، «عدم اتکا به قدرتهای خارجی»، «حمایت از مستضعفین» و...  اصل یکصدو پنجاه و دوم قانون اساسی جمهوری اسلامی می گوید: «سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران بر اساس نفی هرگونه سلطه جویی و سلطه پذیری، حفظ استقلال همه جانبه و تمامیت ارضی کشور، دفاع از حقوق همه مسلمانان و عدم تعهد در برابر قدرتهای سلطه گر و روابط صلح آمیز متقابل با دول غیر محارب استوار است».  می بینیم در این اصل قانون اساسی علاوه بر مبانی نفی سبیل و حفظ دارالاسلام، بر وحدت، عدم اتکا به قدرتهای خارجی و روابط صلح آمیز با دول غیر محارب اشاره شده است. در این اصل به «دعوت» اشاره نشده ولی در سایر اصول قانون اساسی از جمله در باره تبلیغات بدان تاکید گردیده است.  وحدت ـ وحدت مسلمین دستور الهی است. «واعتصموا بحبل الله جمیعا و لا تفرقوا».22 امام خمینی این اصل قرآنی را بسیار تبلیغ می کرد. یکی از صدها جمله ایشان در باره وحدت چنین است:  «برنامه ما، برنامه اسلام است، وحدت کلیه مسلمین است، اتحاد ممالک اسلامی است، برادری با جمیع فرق مسلمین است در تمام نقاط عالم، همپیمانی با تمام دول اسلامی است در سراسر جهان».23  عدم اتکا به قدرتهای خارجی ـ این اصل همان شعار معروف «نه شرقی و نه غربی» انقلاب اسلامی است که برگرفته از قرآن کریم است. توکل به خداوند و نه غیر از او از ویژگیهای مومنین می باشد که در قرآن مجید فراوان مورد تاکید است. حضرت امام می گوید: «آن کس که اتکا به خدا دارد منصور است».24 یکی از نتایج توجه به خداوند، اعتماد به نفس است. امام می گوید: «من اطمینان دارم که تا این ملت توجه به خدا دارد هیچ قدرتی نمی تواند به این آسیب برساند».25 کسی که به خداوند اتکا دارد از چیزی نمی ترسد. «با اتکا به خدا از هیچ چیز ترسی نداریم».26 امام خمینی اعتماد به نفس را منشا خیرات می داند و تاکید می کند که یکی از ترفندهای استعمار تبلیغ ناتوانی در اذهان و روحیه مردم کشورهای مستعمره بود. ایشان می گوید: «غربیان ـ در سابق انگلستان و بعد از او آمریکا و سایر کشورهای قدرتمند ـ دنبال این بودند که با تبلیغات دامنه دار خودشان به ممالک ضعیف باور بیاورند که ناتوانند».27  حمایت از مستضعفین و محرومین ـ اراده الهی پیروزی نهایی مستضعفین بر مستکبرین است. این وعده خداوند به صراحت در قرآن کریم آمده است. «ونرید ان نمن علی الذین استضعفوا فی الارض و نجعلهم ائمه و نجعلهم الوارثین».28 امام خمینی نیز اعلام می کند: «ما به پیروی از اسلام بزرگ از جمیع مستضعفین حمایت می کنیم».29 یا «اسلام برای مستضعفین آمده و اول نظرش به آنهاست».30 حمایت از مستضعفین و محرومین مستلزم مقابله با مستکبران و ستمگران عالم است. «سلامت و صلح جهان بسته به انقراض مستکبرین است و تا این سلطه طلبان بی فرهنگ در زمین هستند، مستضعفین به ارث خود که خدای تعالی به آنها عنایت فرموده است نمی رسند».31  **تبلیغات در عرصه روابط بین الملل**  وقتی فضای روابط بین الملل ترسیم شد، تبلیغ در این فضا سیاستها و روشهای اصلی خود را پیدا می کند. در فضای روابط بین الملل تبلیغ و مبلغ شرایطی دارد. همچنین تشخیص دوست و دشمن و شگردها و تحرکات و تبلیغات او واجد اهمیت محوری است. این است که امام خمینی همواره این مسایل را در نظر می گرفت و ضمن تاکید بر معرفی اسلام به عنوان بهترین نوع دعوت، دائما در تلاش پرده برگرفتن از چهره دشمنان اسلام بود و ترسی از برملا ساختن دشمنیهای آنان نداشت. ایشان می گوید:  «دشمن اصلی اسلام و قرآن کریم و پیامبر عظیم الشان، صلی الله علیه و آله، ابر قدرتها، خصوصا آمریکا و ولیده فاسده اش اسرائیل است».32  در عین حال ایشان روحیه دادن به مسلمانان را وجه همت خویش قرار داده بود و در این زمینه نیز بسیـار تبلیــغ و تلاش می کــرد. قــرآن کریــم می فرمایـــد: «ولا تهنوا و لا تحزنوا و انتم  الاعلون».33 امام خمینی در پیگیری چنین اصولی از قرآن مجید است که می گوید: «ما اعــتقادمــان این است که بـایــد مسلمین باهــم متحــد بشوند و تو دهــنی بزنــند به آمریــکا، و بدانند کــه می توانند».34  معرفی اسلام نه فقط به عهده حکومت اسلامی که وظیفه همه مردم خصوصا علمای اسلام است.  «ما موظفیم که اسلام را در همه جای دنیا معرفی کنیم».35 امام بارها بر این وظیفه تبلیغی مسلمانان و علمای اسلام تاکید کرده است. «مسلمانان، مخصوصا علمای اسلام موظفند اسلام و احکام آن را گسترش بدهند و به مردم دنیا معرفی کنند».36 البته معرفی اسلام و تبلیغ اسلام به صورت صرف تبلیغ فایده ای نخواهد داشت و بلکه باید در عمل هم بدان متعهد بود. این موضوع از موارد بسیار مهم تفاوت تبلیغ اسلامی و تبلیغ غربی است. عدم تعهد عملی به اسلام نه تنها تبلیغ را بی اثر می کند که خود اسلام را در معرض تهدید قرار می دهد. «اگر چنانچه از یکی از ماها، بر خلاف مقررات اسلامی، بر خلاف احکام اسلام یک مطلبی از او صادر بشود، اسلام رو به شکست می رود».37 قرآن کریم می فرماید: «لم تقولون ما لا تفعلون».38 در واقع کسی که اهل عمل به اسلام نیست حق تبلیغ اسلام را نیز احتمالا نخواهد داشت. قرآن کریم در جای دیگری می فرماید: «یقولون بافواههم ما لیس فی قلوبهم».39 در نتیجه، التزام لفظی و عملی و قلبی، همگی از شرایط مبلغ محسوب می شود که شخص امام خمینی نمونه اعلای آن در دوران ما بود. ایشان حتی هنری را صحیح می دانست که در خدمت عدالت و حق و محرومان و در واقع در خدمت اسلام باشد. «هنر در عرفان اسلامی ترسیم روشن عدالت و شرافت و انصاف و تجسیم تلخکامی گرسنگان مغضوب قدرت و پول است».40  امام خمینی بخصوص برای تبلیغات خارجی اهمیت قایل بود و در واقع تبلیغ در عرصه روابط بین الملل را در اولویت قرار می داد. «تقویت و توسعه تبلیغات خصوصا در خارج از کشور، از اهم امور است».41 تبلیغات صحیح که به پاره ای از شرایط آن اشاره شد همواره مد نظر امام بود.  «غربیان ـ در سابق انگلستان و بعد از او آمریکا و سایر کشورهای قدرتمند ـ دنبال این بودند که با تبلیغات دامنه دار خودشان به ممالک ضعیف باور بیاورند که ناتوانند»  «توجه داشته باشید که بالاترین چیزی که می تواند این انقلاب را در اینجا به ثمر برساند و در خارج صادر کند تبلیغات است، تبلیغات صحیح».42  امام خمینی از اینکه مسلمانان قدر اسلام را نمی دانند و نمی توانند آن را بخوبی عرضه کنند بسیار متاسف بود و بارها بر این نکته به انحا گوناگون تاکید کرد. «چه مصیبت بار و غم انگیز است که مسلمانان متاعی دارند که از صدر عالم تا نهایت آن نظیر ندارد، نتوانسته اند این گوهر گرانبها را، که هر انسانی به فطرت آزاد خود طالب آن است، عرضه کنند بلکه خود نیز از آن غافل و به آن جاهلند و گاهی از آن فراریند».43  بررسی سخنان امام و عملکرد و نوع تبلیغ ایشان و موفقیت بی نظیری که در برابر دستگاههای تبلیغاتی عظیم غربی بدست آورد و به اعتراف دوست و دشمن آنان را به انفعال کشاند و توانست بزرگترین قدرتهای استکباری را تحقیر کند ما را به نتایج زیادی می رساند که شاید مهمترین آنها این باشد که امام خمینی واقعا اعتقاد داشت: «چهره نورانی اسلام را برای جهانیان روشن نمایند که اگر این چهره با آن جمال جمیل که قرآن و سنت در همه ابعاد به آن دعوت کرده اند از زیر نقاب مخالفان اسلام و کج فهمی های دوستان خود نمایی نماید، اسلام جهانگیر خواهد شد».44  **جمعبندی**  روابط بین الملل، تاریخی به قدمت تشکیل واحدهای سیاسی دارد و به قرنها قبل باز می گردد. این روابط هر قدر به زمان حاضر نزدیکتر می شویم، گسترده تر و پیچیده تر می شود. اندیشه حکومت جهانی یا سلطه یک قدرت بر سراسر گیتی از قرنها قبل مطرح بوده و وصول به آن مبتنی بر قدرت است. اساساً حفظ حیات و منافع ملی در عرصه روابط بین الملل نیازمند قدرت است. مؤلفه های زیادی در ترکیب قدرت شرکت دارند که مهمترین آنها نیروی انسانی و قدرت مردمی است. این است که حکومتها سعی در حفظ افکار عمومی ـ که قدرتی جدید محسوب می شود ـ با خود و برنامه های خود دارند زیرا در عصر حاضر بدون همراهی مردم و تایید مردم حکومت امکانپذیر نیست. برای داشتن همدلی مردم و حفظ افکار عمومی در جهت اهداف منظور، تبلیغات مهمترین وسیله است. تبلیغات، ابزار جهت دادن یا دستکاری افکار عمومی و کسب قدرت است.  کشورهای قدرتمند خصوصا آمریکا برای سلطه بر جهان خیلی بیشتر از نیروی نظامی و اقتصادی از قدرت تبلیغاتی عظیم خود استفاده می کنند. امروزه عرصه روابط بین الملل، عرصه درگیری تبلیغاتی است که در یک طرف آن کشورهای مستضعف و در طرف دیگر کشورهای قدرتمند یا مستکبر قرار دارند.  از نظر امام خمینی در عرصه روابط بین الملل، تبلیغات صحیح مهمترین وسیله پیشبرد اسلام است. ایشان بر اساس مبانی قرآنی در دیدگاهی منسجم وضعیت فعلی جهان را به صورتی مشخص ترسیم می نماید که در آن دنیا به دو قطب مستضعف ـ که اکثریت مردم جهان در آن قرار می گیرند ـ و مستکبر ـ که اقلیتی سلطه جو هستند ـ تقسیم می شود. از نظر حضرت امام حتی بسیاری از مردم کشورهای قدرتمند تحت ظلم و ستم ثروتمندان و مستکبران کشورهای خود قرار دارند. راه رهایی مردم جهان از شر مستکبران، رو آوردن به اسلام است. بنا بر این تمامی مسلمانا ن و بویژه علمای اسلام موظف به تبلیغ اسلامند. اما این تبلیغ بدون اعتقاد و التزام عملی بدان، مفید  «توجه داشته باشید که بالاترین چیزی که می تواند این انقلاب را در اینجا به ثمر برساند و در خارج صادر کند تبلیغات است، تبلیغات صحیح»  فایده نخواهد بود. در اسلام تبلیغ از خود انسان شروع می شود و تا تمامی اقطار عالم گسترش می یابد.  در دیدگاه امام خمینی، منافع ملی در دل حفظ اسلام، حفظ می شود و هرگز با منافع انسانهای دیگر منافاتی ندارد زیرا زندگی اسلامی مبتنی بر عدالت برای همه مردم است. ایشان اعتقاد دارد رو آوردن به اسلام، زندگی دنیوی و اخروی نوع بشر را با سعادت و رفاه و ترقی و تعالی قرین خواهد ساخت. نجات خود و همه انسانها برای مومنان و مسلمانان خصوصاً دانشمندان و روشنفکران، وظیفه ای الهی است و راه آن نیز خودسازی و تبلیغ است. در این راه مانع اصلی مستکبران و قدرتمندان عالمند که بایستی جایگاه و عملکرد آنان را برای مردم دنیا خصوصاً مستضعفان و مسلمانان بر ملا ساخت.  بسیاری از محورهای تحلیل امام خمینی از وضع امروز دنیا در آثار و اندیشه های متفکران معاصر ملاحظه می شود و در واقع در میان اندیشه مندان و خیرخواهان جهان نوعی اجماع در این زمینه وجود دارد که در خاتمه بحث به پاره ای از آنها اشاره می شود:  ـ دنیا اکنون وضعیتی دو قطبی دارد. اقلیتی ثروتمند و سلطه جو در برابر اکثریتی فقیر قرار گرفته اند و این تفاوت و فاصله که رو به افزایش است عادلانه نیست.  ـ بسیاری از مردم کشورهای قدرتمند نیز تحت سلطه و ستم ثروتمندان و قدرتمندان داخلی هستند و با مستضعفان دنیا همدردی می کنند.  ـ معنویت در خطر جدی قرار گرفته و دنیاطلبی و زیاده خواهی و سلطه جویی در کنار فقر و فساد و تباهی فراگیر در هم تنیده اند.  ـ رسانه های غربی سلطه ناعادلانه ای بر جهان دارند و عموماً در جهت اهداف ثروتمندان و قدرتمندان دنیا به ترویج فساد، انگاره سازیهای منفی و خشونت و سلطه جویی می پردازند.  و...  آنچه از مجموع پیامها و سخنان امام خمینی حاصل می شود و دارای اهمیت در خور ملاحظه ای است اینکه تبلیغ و دعوت آن گونه که ایشان بیان کرده اند علاوه بر شرایط خاص تبلیغ و مبلغ و تعهد و التزام عملی او به مورد تبلیغ و اینکه این امر یک وظیفه الهی است، نیازمند فضای صلح آمیز گفتگوی متقابل است. اساسا تبلیغ طرف مقابل در شرایط جنگ و مخاصمه و درگیری ویژگیهای خاصی پیدا می کند که نیازمند بررسی جداگانه ای است. پیامبران الهی همواره ـ حتی در برابر خشن ترین مستکبران جهان ـ به دستور پروردگار عالم از گفتار ملایم و دعوت صلح آمیز استفاده کرده اند و جهاد آنان در برابر قدرتهای زورگو همواره جنبه تدافعی داشته است. در واقع فقط مستکبران و زورگویان دنیا از فضای آشفته و خصومت آمیز سود می برند. شیوه امام خمینی نیز به همین نحو بود. ایشان، هم در برابر شاه و هم در برابر قدرتهای جهانی با نصیحت و تحذیر و ارشاد سخن گفت و زبان کوبنده او در برابر مستکبران از جمله شاه و آمریکا و دیگر قدرتها، زمانی بکار آمد که آنان کمر به نابودی اسلام بستند.  اسلام راستین خواهان صلح و گفتگو و ترقی بشر و آبادانی دنیا و آخرت اوست. حال آنکه حتی به اعتراف امثال برژینسکی و کیسینجر، منافع آمریکاـ یا در واقع همه مستکبران عالم ـ منوط به دنیایی متشنج و بحرانی است، هرچند تبلیغات آنان سعی در قبولاندن خلاف آن دارند و با تمهیدات و تبلیغات وسیع ـ که امام خطر آن را بدتر از جنگ می داند ـ می خواهند تمامی تشنجات و بحرانها و کشارهایی که خود می کنند به اسلام و مسلمانان نسبت دهند و آنان را مقصر قلمداد کنند. نظریات امثال هانتیگتون و جنجالهایی که بر سر آن و بر سر مقوله تروریسم و سلاحهای کشتار جمعی و غیره هر روز به صورتی رسانه های استکباری را فرا گرفته است، همه در راستای چنین تبلیغاتی است که ماهیتاً بر ضد تبلیغات اسلامی و تبلیغات از دیدگاه امام خمینی است که بدان اشاره شد.  **پی نوشتها:**  1ـ کاظمی، دکتر سید علی اصغر، روابط بین الملل در تئوری و عمل، تهران: نشر قومس،  1378 (چاپ سوم)، ص 43ـ41 / آقای دکتر سیدعلی قادری (رئیس وقت دفتر مطالعات وزارت امور خارجه) که این مقاله را قبل از چاپ ملاحظه کرده اند طی یادداشتی برای نگارنده نوشته اند: «تعریف روابط بین الملل در حال حاضر از نظر اینجانب عبارت است از: تعامل بین کشورها، سازمانهای بین المللی، شرکتهای چند ملیتی و نخبگان فراملی»  2ـ محسنیان راد، دکتر مهدی، ارتباط شناسی، تهران: سروش، 1374 (چاپ دوم)، ص 75  3ـ کاظمی، دکتر سید علی اصغر، روابط بین الملل در تئوری و عمل، ص 43ـ42  4ـ همان، ص 238  5ـ همان، ص 564  6ـ زواوی، صلاح الدین، «آروزی دیرینه امام»، (مصاحبه)، داود رضایی چراتی، فصلنامه حضور، شماره 45، تابستان 1382، ص42  7ـ کاظمی، دکتر سید علی اصغر، روابط بین الملل در تئوری و عمل، ص 112  8ـ سیف زاده، دکتر سید حسین، نظریه پردازی در روابط بین الملل (مبانی و قالبهای فکری)، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، چاپ دوم، 1379  9ـ کاظمی، دکتر سید علی اصغر، روابط بین الملل در تئوری و عمل  10 و11 ـ همان، ص523  12ـ گیدنز، آنتونی، «جامعه جهان ـ وطنی»، ترجمه فرهاد نصرتی نژاد روزنامه همشهری، شماره 2967، چهارشنبه، 9/11/81، ص 6  13ـ خمینی، امام، کلمات قصار، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، بهار1372 (چاپ اول)  ص177  14ـ فردوست، حسین، ظهور و سقوط سلطنت پهلوی، تهران: موسسه اطلاعات، پاییز 1370 (چاپ سوم)، جلد اول، ص 293 و جلد دوم، ص606  15ـ قادری، سید علی، «طرح تحقیق مبانی سیاست خارجی اسلام، مجله سیاست خارجی، سال اول، فروردین ـ خرداد 1366، شماره 2، ص 217  16ـ خمینی، امام، کلمات قصار، ص 32  17ـ همان، همان  18ـ همان، ص 124  19ـ قرآن کریم، سوره  20ـ قرآن کریم، سوره بقره، آیه 279  21ـ قرآن کریم، سوره آل عمران، آیه 100  22ـ قرآن کریم، سوره آل عمران، آیه 98  23ـ خمینی، امام، روابط بین الملل و سیاست خارجی، تبیان (دفتر بیست و هشتم)، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، بهار 1381 (چاپ اول)، ص 38  24ـ خمینی، امام، صحیفه امام، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، پاییز 1378، جلد شانزدهم، ص18  25ـ همان، جلد پانزدهم، ص21  26ـ همان، ص73  27ـ همان، ص 177  28ـ قرآن کریم، سوره قصص، آیه 4  29ـ خمینی، امام، کلمات قصار، ص 219  30ـ همان، ص 220  31ـ همان، ص 151  32ـ همان، ص 154  33ـ قرآن کریم، سوره آل عمران، آیه 133  34ـ خمینی، امام، کلمات قصار، ص 155  35 و 36 و 37ـ همان، ص 34  38ـ قرآن کریم، سوره صف، آیه 2  39ـ قرآن کریم و سوره آل عمران، آیه 161  40ـ خمینی، امام، کلمات قصار، ص 181  41و42ـ همان، ص 171  43ـ همان، ص 34  44ـ همان، ص 33 |