

نقش، جایگاه و ابعاد دیپلماسی رسانه‌ای در سیاست خارجی از منظر فقه اسلامی

مریم پوربابایی^۱

فریبا پهلوانی^{۲*}

عباس سماواتی^۳

چکیده

از جمله شیوه‌ها و ابزارهای اساسی در نیل به اهداف دیپلماسی، برخورداری از ظرفیت «رسانه» در سیاست خارجی است و این مهم مبتنی بر آموزه‌های فقهی؛ به عنوان عنصر جدایی ناپذیر مبانی فکری در حاکمیت اسلامی، از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است. چرا که دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ها به عنوان مهم‌ترین ابزار اعمال قدرت نرم (فرهنگی) در سیاست جهانی، تأثیر شگرفی بر پیشبرد اهداف و منافع ملی کشورها دارد. از این رو در پژوهش حاضر به موضوع «نقش و جایگاه دیپلماسی رسانه در حاکمیت اسلامی» پرداخته شده است. در تحقیق حاضر که به روش توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع و متون کتابخانه‌ای و نظرات و اندیشه‌های مختلف فقهی و سیاسی و با هدف تبیین و تشریح دیپلماسی رسانه‌ای در حاکمیت اسلامی به انجام رسیده، به دنبال پاسخگویی به این سؤال اصلی بوده‌ایم که جایگاه، نقش، اهداف و ابعاد دیپلماسی رسانه‌ای از منظر فقه و حکومت اسلامی در سیاست خارجی چیست؟ بررسی‌های انجام شده گویای این است که این نتایج حاصل گردیده که دیپلماسی رسانه در حوزه فقه سیاسی قابل بررسی است و ابعاد آن متأثر از فقه امامیه در مناسبات مختلف و ابعاد فرهنگی، سیاسی و ... قابل ترسیم می‌باشد و روح کلی در مسیر فقهی تعامل، تعاون، گفت‌وگو، همزیستی مسالمت‌آمیز، دعوت پیشگی و ... است. از این رو باید اذعان نمود که الگوی جامع فقه حاکمیتی برای دیپلماسی رسانه اصول و اندیشه‌های کلی فقهی است.

واژگان کلیدی: رسانه، سیاست خارجی، فقه سیاسی، اهداف و منافع ملی، دیپلماسی ارتباطات

۱. دانشجوی دکتری فقه و حقوق، دانشکده علوم انسانی، گروه حقوق، دانشگاه یادگار امام (ره) شهر ری، شهر ری، ایران.

۲. استادیار حقوق خصوصی، دانشکده علوم انسانی، گروه حقوق، دانشگاه یادگار امام (ره) شهر ری، شهر ری، ایران. (نویسنده مسئول).
* faribapahlevani200@gmail.com

۳. استادیار فقه و حقوق، دانشکده علوم انسانی، گروه حقوق، دانشگاه یادگار امام (ره) شهر ری، شهر ری، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۶/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۲/۸

فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل، دوره سیزدهم، شماره پیاپی چهل و نه، صص ۳۲۳-۳۰۳

دیپلماسی رسانه با حداکثر تاثیرات و شگفتی‌هایی که دارد در جهان امروز در یک قاعده کلی به «کاربری و تأثیرگذاری رسانه‌ها از سوی حاکمان، دیپلمات‌ها و کارگزاران یک نظام و به عبارتی هیأت حاکمه یک نظام در عرصه دیپلماسی و سیاست خارجی» قلمداد می‌کنند. این تلقی در امتداد دیپلماسی و سیاست خارجی هر کشور با نظام حاکم بر حوزه رسانه و تعاملات و ارتباطات منبعث و دست آورد آن است؛ یعنی رویکرد، جهان‌بینی و بایدها و نبایدهای حاکم بر نظام بر فرایندها و جریان شکل‌گیری نظام رسانه‌ای تأثیرگذار و تعیین کننده می‌گردد. تردیدی نیست که امروزه دیپلماسی رسانه‌ای موفق در تفوق حاکمیت تفکر، رویکرد، راهبرد، اهداف و سیاست‌های عمومی و کلان در مناسبات ملی و فراملی، مذهبی و فرامذهبی یا حتی دون مذهب و بدون تقید، جریان‌ساز و هدایتگر است و در القاء و اقناع مخاطب به عنوان دو پیامد مؤثر در جریان‌سازی رسانه‌ای نقش اصلی را ایفا می‌نماید. از این رهگذر مضاف بر شکل‌دهی به افکار عمومی و هدایت جریان‌های مردمی و حتی جریان‌سازی مردمی در بستر رسانه، ایدئولوژی و جهان‌بینی حاکم بر یک نظام خود نقش بسزایی در تنظیم نظام رسانه‌ای خواهد داشت که غفلت از آن و بی‌توجهی بدان زمینه‌های تغییر، افول و حتی زوال و سقوط نظام حاکمه را رقم خواهد زد. جهان اسلام با نگاهی متأثر از آموزه‌های دینی و اسلامی که چارچوب رفتاری آن در حوزه ارتباطات و تعاملات تا حدود زیادی متفاوت مکاتب گوناگون الحادی و انحرافی و مدعی و زر و زورسالاری است، برای مناسبات و تعاملات از ریزترین مناسبات که فردی باشد تا بزرگترین آن‌ها جهانی و بین‌المللی باشد، دارای نظام و جهان‌بینی خاصی است. در این نگاه با خط بطلان کشیدن بر ارتباطات مبتنی بر رنگ و نژاد و فرقه و زبان و زر و زور، راز آفرینش قبایل و دسته‌بندی‌های قومی و زبانی و قبیله‌ای تنها وجه تمایز شناختی معرفی شده و ملاک برتری و تفوق، تقوایی‌نگی یاد شده است؛ طبیعی است. جهان‌بینی و ایدئولوژی حاکم بر یک نظام در نظم‌دهی و تنظیم نظام جامع رسانه سایه می‌اندازد و آن را شکل می‌دهد؛ اما هنر رسانه و لطافت‌ها و ظرافت‌های خاص رسانه‌ای که در جذب و گرایش مردم به دلیل ارتباط با

ذوات و علائق مخاطبان نقش ممتازتری دارد؛ در صورت تغایر و عدم همسویی با رویکرد کلی نظام چه پیامدهایی را خواهد داشت؟ آیا در چنین فضایی حاکمیت به تنهایی با سایر کارکردها و روش‌ها پاسخگوی نیاز مخاطبان خواهد بود؟ در فضایی که از آن به عصر انفجار اطلاعات یاد می‌شود در صورت وادادگی رسانه حاکمیت با چه مصائبی مواجه خواهد شد؟ همه این‌ها و نظایر آن سئوالاتی است که در این عرصه مطرح است. حال با این رویه در حکومت اسلامی وظیفه رسانه چیست؟ حکومت اسلامی که شالوده و پایه اصلی آن دین‌مداری و خدامحوری است؛ هر مسیری غیر از مسیر الهی و پیروی از ذات اقدس او و سیره ائمه و معصومین به تباهی می‌انجامد، برای نقش آفرینی رسانه در سیاست خارجی و دیپلماسی فرهنگی چه خط مشیی ترسیم کرده است؟ در این مقاله به دنبال این هستیم با تحلیل و درک درست از ماهیت و هویت نظام دینی و نظام رسانه‌ای حاکمیت بر آن به مسائل کلان و اساسی حوزه رسانه و حکومت اشاره کرده و راهکارهای حاکمیت دینی را در این عرصه بنمایانیم.

۱. جایگاه رسانه در دیپلماسی بین‌المللی دولت‌ها

با گسترش حوزه ارتباطات، رسانه‌ها نقش مهم‌تری در تصمیم‌گیری یافته‌اند. جهانی شدن ارتباطات موجب شده تا دولت‌ها پیش از دریافت گزارش نمایندگان خود، نسبت به موضوعات مهم از طریق رسانه‌های بین‌المللی و سایت‌های اینترنتی آگاهی یابند. با توجه به اینکه نحوه انعکاس یک موضوع ارتباط مستقیمی با دیدگاه‌ها و منافع سیاسی انتقال دهنده دارد؛ لذا رسانه‌های عمومی نقش فزاینده‌ای در جهت‌دهی به دیدگاه‌های مسئولان تصمیم‌گیر داخلی و بین‌المللی ایفا می‌کنند. پژوهش‌های علمی و مطالعات فرهنگی

امروزه توانایی یک کشور در استفاده از رسانه‌هاست که تصویر برترین‌المللی را شکل می‌دهد؛ بنابراین جهت موفقیت یک سیاست خارجی، توانایی ایجاد و حفظ یک تصویر مطلوب بین‌المللی در جامعه جهانی ضروری است. در عصر جهانی شدن، کشورهایی که دارای فناوری‌های ارتباطی جدید و برتر باشند، بر جریان‌های جهانی اطلاعات کنترل داشته و همچنین اگر از رسانه‌های جهان گستر نیرومندی برخوردار باشند، می‌توانند تصویر برتر بین‌المللی خود را القا کنند. «بنابراین قدرت جهانی» یک کشور به توانایی دیپلماسی رسانه‌ای آن ارتباط می‌یابد و به همین دلیل،

سیاست خارجی باید جهت موفقیت در فرایند جهانی شدن همراه با نقش دیپلماسی رسانه‌ای از فناوری‌های جدید اطلاعاتی - ارتباطی نیز سود ببرد. (سوری، ۱۳۸۶: ۱۳)

با این حال آنچه باید در نظر داشت این است که اثرگذاری و سودمندی رسانه همگام با دیپلماسی در صورتی است که رسانه با اهداف و منافع یک کشور و حاکمیت همسو و منطبق رفتار نماید. از این رو در ادامه ضمن بیان اهداف و منافع متصوره بر ای یک حکومت اسلامی، نقش و جایگاه رسانه در پیشبرد اهداف و تأمین منافع حکومت اسلامی را مورد بررسی و تبیین و تشریح قرار خواهیم داد.

۲. جایگاه رسانه در فقه

فقه اسلامی و شیعی از بدو ظهورش همواره در صدد تبیین نگرش دین اسلام نسبت به هر موضوعی از هستی‌شناسی، خدا، جهان بینی، فرشتگان، رسالت و پیامبری، فلسفه آفرینش انسان، حساب و کتاب دنیوی و اخروی، معاد و رستاخیز و ... است (منصوری، ۱۳۹۶، ۶۸-۶۹).

چنانچه مروری بر دسته‌بندی فلسفه و اهداف دین در حوزه‌های انسانی اعم از فردی و اجتماعی و فرانسائی داشته باشیم، رسانه را به عنوان یکی از مسائل مهم دین می‌یابیم که به گونه‌ای اهدافش با اهداف دین گره خورده است و بر همین اساس رسانه به عنوان پیام، و اهداف پیام رسانی به عنوان بخشی از فقه مطرح می‌گردد (همان). پس از پذیرفتن این نکته که انسان تکویناً رسانه‌ای است، مصادیق رسانه و رسانه‌ای بودن انسان را در متون دینی علی‌الخصوص قرآن جستجو می‌نماییم (مبلغی، ۱۳۹۴: ۱۰-۹).

قرآن کتاب الهی به دلیل این که پیام خداوند را به بشر ابلاغ می‌کند، خود به عنوان بارزترین نمونه رسانه مکتبی و ارزشی محسوب می‌شود. لذا از دید قرآن و دین برای رسانه اصولی وجود دارد که به بیان برخی از آنها می‌پردازیم.

حق محوری و تقوا محوری: یکی از ابعاد آدمی که او را از سایر حیوانات متمایز می‌کند حس حقیقت‌جویی اوست و از سویی هر جوینده علمی همواره به دنبال کشف حقیقت می‌رود چرا که این کشف بالاترین لذات را به بار می‌آورد. دین اسلام و تمام آموزه‌های اخلاقی و اعتقادی و عملی‌اش در همین راستا جریان دارد. خداوند متعال همزمان با مدح حق‌گرایان، اسلام و ایمان به آن را همان حق و اقرار به آن می‌داند.

لذا از دید قرآن نظام آفرینش در جهت تثبیت حق و ریشه‌کن کردن باطل در جریان است: «بل تقذف بالحق علی الباطل فیه فاذا هو زاہق ولکم الویل مما تصفون»؛ (انبیاء/۱۸) بلکه ما حق را بر سر باطل می‌کوبیم تا آن را هلاک سازد؛ و این گونه، باطل محو و نابود می‌شود! اما وای بر شما از توصیفی که درباره خدا و هدف آفرینش می‌کنید». (پوریانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۸۷)

اولین اصل از اصول رسانه حق محور بودن آن است. در قرآن آیات فراوانی در رابطه با مفهوم حق و عدل موجود است (حج/۶؛ لقمان/۳۰؛ نساء/۲۵؛ انعام/۷۳؛ یونس/۳۵؛ توبه/۳۳؛ اسراء/۸۱). «لا یأتیه الباطل من بین یدیه ولا من خلفه تنزیل من حکیم حمید (فصلت/۶۲)؛ هیچ گونه باطلی، نه از پیش رو و نه از پشت سر، به سراغ آن نمی‌آید؛ چرا که از سوی خداوند حکیم و شایسته ستایش نازل شده است».

بر طبق این آیات خداوند حق است، به حق هدایت می‌کند و آیین حق فرستاده است. لذا آنچه از این آیات برداشت می‌شود این است که سعادت بشر در گرو پیروی از حق است و در صورتی که رفتاری مبتنی بر حق داشته باشد همسو با حقیقت حاکم بر هستی به جاودانگی می‌رسد. لذا خداوند متعال حق بودن قرآن را به عنوان مهم‌ترین ویژگی آن بیان کرده است و همانطور که در گذشته بیان داشتیم قرآن خود بزرگترین نمونه رسانه دینی است (غلامی ابرستان، ۱۳۹۷: ۳۱).

بدین ترتیب می‌توان حق محور بودن را جزو مهم‌ترین ویژگی‌های رسانه برشمرد. حال که رسانه در محتوا باید حق محور باشد، در شیوه و روش ابلاغ و خبررسانی نیز باید دارای اتقان و استحکام و استدلال باشد. چرا که خداوند متعال می‌فرماید: «ذلک الکتاب لا ریب فیه هدی للمتقین؛ (بقره/۲) آن کتاب با عظمتی است که شک در آن راه ندارد؛ و مایه هدایت پرهیزکاران است».

رسانه در سایه بر حق بودن توانایی و قدرت این را میابد که رسانه‌های رقیب و منحرف را به مبارزه بطلبد. چرا که قرآن نیز به عنوان رسانه‌ای توانایی را به دلیل محق بودن دارد. آن جا که خداوند می‌فرماید: «الحمد لله الذی أنزل علی عبده الکتاب و لم یجعل له عوجاً قیماً لینذر بأساً شدیداً من لدنه و یبشر المؤمنین (کهف/۱-۲)؛ حمد مخصوص خدایی است که این کتاب آسمانی را بر بنده برگزیده‌اش نازل کرد، و هیچ گونه کژی در

آن قرار نداد در حالی که ثابت و مستقیم و نگاهبان کتاب‌های آسمانی دیگر است؛ تا (بدکاران را از عذاب شدید او بترساند؛ و مؤمنانی را که کارهای شایسته انجام می‌دهند، بشارت دهد). (عابدینی میانجی، ۱۳۸۸، ص ۶۵).

طاغوت ستیزی و افشاگری علیه ظالم: قرآن کریم یکی از وظایف پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله را به عنوان رسول، طاغوت ستیزی معرفی می‌کند، «و لقد بعثنا فی کل أمة رسولا أن عبدوا الله و اجتنبوا الطاغوت؛ (نحل/۳۶) ما در هر امتی رسولی برانگیختیم که: «خدای یکتا را بپرستید؛ و از طاغوت اجتناب کنید». لذا اگر مظلومی خواهان افشاگری است باید خواسته او محقق شود، چرا که خداوند اجازه افشاگری را به او داده است. رسانه نیز باید مطابق آیات قرآن در همین راستا تلاش کند و حقی در عدم جواز افشاگری و حق خواهی مظلوم برخلاف امر الهی ندارد. خداوند متعال می‌فرماید: «یا جب الله الجهر بالسوء من القول إلا من ظلم وکان الله سمیعا علیما؛ (نساء/۱۴۸) خداوند دوست ندارد کسی با سخنان خود، بدی‌ها را اظهار کند؛ مگر آن کس که مورد ستم واقع شده باشد. خداوند، شنوا و داناست).

دفاع علمی عقلی و مستدل از ارزش‌ها: از نگاه قرآن کریم تفکر، اندیشیدن و رفتار مبتنی بر خردورزی اهمیت فراوانی دارد. این تفکر و تعقل در دفاع از ارزش‌ها نیز باید جریان داشته باشد. رسانه دینی نیز به دلیل داشتن تعهدات دین محورانه ملزم به دفاع علمی تبلیغی از ارزش‌های دینی است و این دفاع را باید جزو اصول خود قرار دهد (غلامی ابرستان، ۱۳۹۷: ۴۱). در رابطه با ارزش‌های مورد دفاع نکته حائز اهمیت این است که منحصر به عبادات خاصی نمی‌باشد بلکه تمام ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را نیز شامل می‌شود. رسانه‌ها در مسیر دفاع از دین و ارزش‌های آن ممکن است مورد اتهام قرار بگیرند، لذا در مقابله با این اتهامات بسیار هوشمندانه، حرفه‌ای، مقاوم و پایدار عمل می‌کند و هرگز سنگر را خالی نمی‌کند (عابدینی میانجی، ۱۳۸۸: ۶۹).

اما زمانی که رسانه شیوه عدم دفاع را در پیش گیرد در واقع ترس از خداوند ندارد. به همین دلیل خداوند در قرآن می‌فرماید: «الذین یبلغون رسالات الله ویخشونه ولا یخشون أحدا إلا الله؛ پیامبران پیشین کسانی بودند که تبلیغ رسالت‌های الهی می‌کردند و تنها از او

می‌ترسیدند، و از هیچ کس جز خدا بیم نداشتند» (احزاب / ۳۹). لذا رسانه قرآنی رسانه‌ای احساسی و عاطفی نیست که فقط احساسات و عواطف را برانگیزد. بلکه همواره از برهان و دلیل استفاده می‌کند و مخاطب اصلی‌اش خرد انسانی است. بدین ترتیب به خردگرایی دعوت می‌نماید تا واقعیت‌ها در میزان خرد انسان سنجیده شوند (امینی، ۱۳۹۴: ۱۳۵).

واقعیت‌گرایی و صداقت: باتوجه به آیات قرآن کریم راست‌گویی یکی از ارزش‌های مؤکد اسلام است (شعراء / ۲۲؛ احزاب / ۳۵؛ مائده / ۱۱۹). با وجود این که سخن کذب از هیچ فرد و جامعه‌ای قابل پذیرش نیست و همه باید ملزم به راست‌گویی باشند؛ اما التزام به این ارزش از سوی رسانه اهمیت بسزایی دارد. زمانی که یک فرد دروغ می‌گوید مخاطب او به راحتی قبول نمی‌کند اما زمانی که رسانه مطلبی را به دروغ منتشر کند به دلیل این که یکی از مبادی عمومی و رسمی است پذیرش آن از سوی مردم احتمال بیشتری دارد. لذا رسانه به دلیل برخورداری مخاطب فراوان و تأثیرپذیری قابل توجه مسئولیت سنگینی در قبال اصل راست‌گویی دارد (غلامی ابرستان، ۱۳۹۷: ۱۰۳).

به همین دلیل قرآن کریم مستمراً به بیان حقایق و نیز تصفیه حق از باطل پرداخته است و همواره مخاطب را به سوی قبول آموزه‌هایش فرا می‌خواند: «آمنوا بما أنزلت مصدقا لما معکم ولا تکنوا أول کافر به (بقره / ۴۱)؛ و به آنچه نازل کرده‌ام [= قرآن] ایمان بیاورید! که نشانه‌های آن، با آنچه در کتاب‌های شماست، مطابقت دارد؛ و نخستین کافر به آن نباشید» (عابدینی میانجی، ۱۳۸۸: ۶۹).

مدیریت ارزشی رسانه و مسئولیت‌پذیری: از دیگر ویژگی‌های رسانه دینی این است که مدیریت آن بر عهده برترین افراد و شایسته‌ترین‌ها سپرده شود. نباید آزادی را به گونه‌ای تعریف کرد که منجر به روی کار آمدن هر فرد ناشایستی شود. اصحاب رسانه واقفاند که امروزه حکومت مدیریت فاسد بر رسانه‌ها فجایع بزرگی به بار آورده است (پیشین، ۱۳۸۶، ص ۷۲).

خداوند نیز در قرآن کریم برای رسانه دینی عباراتی چون گزینش، اجتناب و اصطفا را به کار برده است و پیامبران را برای ما انسان‌ها فرستاده است: «یا أیها الناس قد جاءکم

الرسول بالحق من ربکم؛ ای مردم پیامبر (ی که انتظارش را می‌کشیدید) حق را از جانب پروردگارتان آورد». (نساء / ۱۷۰)

اصولاً مدیریت رسانه‌ای سالم کار رسانه‌ای را وظیفه می‌داند و هیچ طمعی به حاصل کار خود ندارد؛ این در حالی است که امروزه در حوزه رسانه‌ها خصوصاً مطبوعات شاهد سهم خواهی گروهی از دولت و نظام هستیم، چرا که خود را در به حاکمیت رسیدن برخی افراد خاص مؤثر می‌دانند (محمد عابدینی میانجی، اصول محتوایی رسانه از نگاه قرآن، ص ۷۲).

بر مبنای آیات متعددی از قرآن (بقره/۱۲۰؛ بقره/ ۱۴۵؛ رعد/ ۳۷)، به دلیل آگاهی خاص پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم مسئولیت مهمی متوجه ایشان شده است. بنابراین از منظر قرآن دانستن منجر به ایجاد مسئولیت می‌شود و متناسب با آگاهی هر فرد مسئولیتی به عهده او می‌آید. رسانه نیز به دلیل ارتباطات وسیعی که با اقشار و طیف‌های مختلف جامعه دارد بیشتر از هر سازمان و نهاد آماج انبوه اطلاعات قرار می‌گیرد و از بسیاری از وقایع آشکار و نهان مطلع می‌گردد. به این ترتیب لازم است که نسبت به اطلاعاتی که دارد احساس مسئولیت کند (غلامی ابرستان، ۱۳۸۸، ص ۱۵۱).

بدین سان تا به این جا دریافتیم که رسانه به تمام معنا در عمق دین و قرآن نفوذ دارد و جدای از آن نمی‌باشد. لذا ظرفیت و گنجایش این را دارد که قبل از ورود به بحث خسارات آن و احکامش مورد بررسی فقهی قرار بگیرد.

در خصوص بررسی رسانه‌های نوین در دیدگاه روایات نیز در متون اسلامی، از یک جامعه جهانی خبر داده شده است که در آن ارتباطات به اوج می‌رسد. شاید تصور چنین جامعه‌ای که در احادیث اسلامی به تصویر کشیده شده، چند دهه پیش خیال‌پردازانه به نظر می‌رسید. اما امروزه با توجه به رشد تکنولوژی، تحقق عینی آن وعده‌ها، نویدبخش به نظر می‌رسد. ابوریع شامی می‌گوید: از امام صادق (ع) شنیدم که فرمود، «زمانی که قائم (عج) ما ظهور نماید، خداوند گوش‌ها و چشمان شیعیان ما را به گونه‌ای تقویت می‌کند که میان آنان و قائم (عج) نیاز به پیک نیست، آن حضرت با آنان سخن می‌گوید و آنان سخن او را می‌شنوند، در حالی که وی در جایگاه خویش قرار دارد او را می‌بینند (شیخ کلینی، اصول کافی، ج ۱، ص ۲۴۰).

در جامعه جهانی نوید داده شده از سوی متون دینی، شرق و غرب عالم به هم وصل می‌شود. به تعبیر امام صادق (ع) «در زمان قائم (عج) مؤمن که در شرق است برادر خود را که در غرب وجود دارد خواهد دید، و نیز مؤمنی که در مغرب است برادر خویش را در شرق می‌بیند.» (مجلسی، ۱۳۸۴، ص ۲۵ / ۳۹۱)

همزمان با رشد و فناوری و دانش، دین نیز به کمال خود می‌رسد، دین حقیقی که حتی ائمه هدی (ع) موفق به تحقق کامل اهداف آن در جامعه نشدند به منصف ظهور می‌رسد. امام حسین (ع) تشکیل دولت کریمه و کمال آن را به زمان ظهور موعول نموده و می‌فرماید: «برای هر مردمی دولتی است که به انتظارش می‌نشیند و دولت ما در آخر الزمان ظهور پیدا می‌کند (مجلسی، ۱۳۸۶: ۱۴۱).

۳۱۱



نقش، جایگاه و ابعاد
دیپلماسی رسانه‌ای
در سیاست خارجی
از منظر فقه اسلامی

۳. حکم (تکلیفی) تأسیس رسانه

برای ورود به مباحث پژوهش لازم است در ابتدا به این سؤال پاسخ داده شود که مقوله رسانه تحت کدام عنوان فقهی قرار گرفته؟ همه مصادیقی که برشمردیم غیر از کتاب، امور مستحدثه و جدیداند. یعنی هیچ کدام در زمان ائمه تا هنگام غیبت موجود نبودند. در نتیجه برای به دست آوردن احکام آنها باید ببینیم که تحت کدام عنوان فقهی قرار می‌گیرند.

ممکن است عده‌ای بگویند منبر در زمان پیامبر و ائمه معصوم همان عنوان رسانه عمومی را دارد، در جواب این‌گونه پاسخ می‌دهیم که رسانه آن‌گونه که از عرف برمی‌آید الزاماً دارای ابزار در درون خودش است، آن هم ابزاری که اگر نباشد انتقال اخبار ممکن نمی‌شود. در واقع رسانه انتقال پیام با ابزار است بدون این‌که چهره به چهره باشد. منبر برای انتقال سخن به مخاطب به عنوان ابزار رسانه‌ای نیست چون منبر فی نفسه در انتقال مطلب مؤثر نیست. همین‌طور خطبه نماز جمعه، البته چنانچه از طریق ابزاری مثل تلویزیون، رادیو یا سایت اینترنتی عنوان شود حکم رسانه را دارا می‌شود.

رسانه؛ در شریعت مقدس اسلام مصداق ذاتی هیچ‌عنوانی که در زمان پیامبر باشد یافت نمی‌شود، رسانه از جمله رادیو و تلویزیون نه وسیله قتل است و نه وسیله تولید غنا تا بگوییم از باب ابزار غنا و یا قتل حرام است. به طور مثال در زمان حرمت موسیقی و غنا

از دف و دایره و نی استفاده می‌شد؛ اما اکنون با ابزارهای دیجیتالی موسیقی تولید می‌شود. اگر در روایت آمده که نگهداری دف حرام است، نگهداری دستگاهی که همانند صدا را ایجاد می‌کند و برای همان منظور است، آن حکم بر این مصداق هم صدق می‌کند و تحت همان عنوان ذاتی می‌رود و اما در مورد رسانه‌ها احکام ذاتیه‌ای که به عنوان دلیل باشد، نداریم، بنابراین رسانه‌ها عنوان ثانوی پیدا می‌کنند. در نتیجه این موارد (رسانه‌ها) اولاً وبالذات از مباحات هستند، چون هیچ عنوان محرم و یا محل اولیه‌ای در شرع مقدس ندارند.

پس اصل اولیه «کلُّ شیءٍ هولک حلال حتی تعلم انه حرام بعینه فتدعه» (شیخ کلینی، ۱۳۸۴، ص ۳۱۳/۵)؛ همه چیز بر شما حلال است مگر اینکه بفهمید حرام است، جاری خواهد شد.

۴. دلایل وجوب تأسیس رسانه

در خصوص دلایل وجوب تأسیس رسانه به مواردی مهم و مخالفی می‌توان اشاره نمود یکی از این موارد لزوم دفاع از اسلام است. امروزه رسانه به ابزار تهاجم ضد اسلام تبدیل و با همه تنوعش در غرب پایه‌گذاری شده است. دشمن هیچ گاه عملیات نظامی را صورت نمی‌دهد مگر زمانی که در عملیات روانی‌اش موفق شده باشد و تا زمانی که در عملیات روانی موفق نشود، عملیات فیزیکی را شروع نمی‌کند.

عملیات روانی ابزاری جز رسانه ندارد، اکنون غرب برای حمله نظامی به جهان اسلام تنها ابزارش برای عملیات روانی، بهره‌گیری از رسانه‌هاست. در عصر پیامبر اکرم (ص) هم زمانی که طرف مقابل قصد تهاجم و حمله داشت، از قبل عملیات روانی انجام می‌داد؛ البته چنانچه ابوسفیان قصد جنگ روانی را داشت نمی‌توانست از مکه این کار را انجام دهد بلکه ابزارش برای جنگ روانی، منافقین حاضر در مدینه بودند و چنانچه در قرآن آمده: «لئن لم یته المنافقون الذین فی قلوبهم مرض و المرجفون فی المدینه (احزاب/۶۵) و در عصر حاضر کفار توسط رسانه میان مسلمین جنگ روانی ایجاد می‌کنند.

دفاع از عناوین جهاد است و آیات زیادی بر وجوب جهاد دلالت دارند. از جمله «ان الذین آمنوا و الذین هاجروا و جاهدوا فی سبیل الله» (بقره/۲۱۸)

علمای شیعه از جمله شیخ طوسی در باب جهاد در کتاب‌های مبسوط و نهاییه از آیات قرآن بهره گرفته‌اند و جهاد را به «جنگیدن برای خدا» تعریف کرده‌اند و شرایطی را نیز بر آن بیان کرده‌اند از جمله آن که جهاد باید به فرماندهی و اذن امام یا منصوب از جانب امام باشد. بر این شرط اساسی یک استثناء زده‌اند مبنی بر اینکه اگر این جهاد دفاع باشد نیاز به اذن و حضور امام نیست. لذا اطلاق جهاد، دفاع را در برمی‌گیرد. و دفاع به عنوان قسمتی از جهاد واجب است؛ البته واجب کفایی. یعنی اگر عده‌ای به دفاع پرداختند از بقیه ساقط است.

۳۱۳

و جوب برتری و علو اسلام موضوع دیگری است که از جمله دلایل وجوب تأسیس رسانه است.

قال رسول الله (ص): «الاسلام يعلو ولا يعلى عليه» (بجنوردی، ۱۳۹۶)

از لحاظ سندی این روایت مرسله است که موثق الصدور می‌باشد (ابن بابویه، ۱۳۸۵، ص ۳۳۴/۴) و بسیاری از فقها و علما از جمله شیخ صدوق (همان) این روایت را بیان داشته‌اند.

«لزوم اعداد و آماده‌سازی ابزار در برابر دشمن» دلیل دیگری است که در این زمینه خداوند متعال می‌فرماید «و اعدو الهم ما استطعتم من قوه» (انفال/۶۰)، آماده‌سازی تا آنجا که می‌توانید امروزه توان رسانه در بحث مقابله با دشمن را هیچ کس منکر نیست. در این عصر، رسانه متمم جعل همه ابزارها است. حتی ابزارهای نظامی و اقتصادی بدون انضمام رسانه اصلاً کارایی ندارد.

«اعدوالهم» اشاره به لزوم اعداد و آماده‌سازی ابزار در برابر دشمن را دارد، بنابراین تأسیس رسانه که از بهترین ابزار مقابله با دشمن است وجوب پیدا می‌کند در عصر حاضر). لذا از این آیه قران می‌توان وجوب تأسیس رسانه را به اثبات رساند.

در عصر حاضر این ابزار رسانه آن دایره وجوب را از باب استطاعت امروز توسعه داده است. رسانه موضوعی است که در توسعه حکم دخالت کرده است. با گسترش رسانه، امکان تعلم و فراگیری دین برای همگان وجود دارد. هم چنین در مورد امکان تعلیم و انذار هم با وجود رسانه دایره آن وسعت پیدا کرده است. اکنون با وجود رسانه می‌توان به تبلیغ و نشر دین در همه دنیا پرداخت.



۵. اهداف حکومت اسلامی در دیپلماسی

تردیدی نیست که نظام سیاسی اسلام در حوزه سیاست خارجی و به کارگیری دیپلماسی پیشگیرانه، دنبال یک سلسله اهدافی است و نیل به این اهداف منوط به این است که یک فرایندی پیموده شود که این فرایند از لازمه تحقق آن اهداف است؛ چنانچه برخی تحلیل‌گران اعتقاد دارند:

"اگر دیپلماسی را در گسترده‌ترین معنای آن که شامل همه ابعاد سیاست خارجی است، در نظر بگیریم، چهار وظیفه دارد:

۱. دیپلماسی باید اهداف خود را با توجه به قدرتی که به‌طور بالفعل و بالقوه

برای تعقیب این اهداف در اختیار دارد تعیین کند.

۲. دیپلماسی باید اهداف سایر دولت‌ها و قدرت بالفعل و بالقوه آن‌ها برای تعقیب

این اهداف را برآورد کند.

۳. دیپلماسی باید تعیین نماید که این اهداف مختلف تا چه حد با یکدیگر ساز

گار هستند.

۴. دیپلماسی باید ابزار مناسبی را برای تعقیب این اهداف به کار گیرد

(مورگنتا، ۱۳۸۴: ۱۴۶).

دیپلماسی پیشگیرانه اسلامی معطوف و مبتنی بر اهداف متنوعی است که باید آن را دسته‌بندی کرده و به تجزیه و تحلیل آن پرداخت. در یک تقسیم‌بندی اهداف دیپلماسی پیشگیرانه اسلامی را می‌توان به سه بخش؛ اهداف کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت تقسیم کرد که هر کدام از آن‌ها کاربرد و ویژگی‌های خاص خود را دارد. این اهداف سه‌گانه در سیاست خارجی اسلام جدایی از همدیگر لحاظ نمی‌گردند؛ بلکه کاملاً مرتبط به همدیگر بوده و بسان حلقه‌های زنجیر به هم‌دیگر پیوند دارند و همگی معطوف به تحقق اهداف بلندمدت و در راستای تحقق آن می‌باشند.

۶. اهداف کوتاه مدت

اهداف کوتاه‌مدت؛ اهدافی‌اند که همواره حیاتی محسوب می‌شوند این نوع اهداف در دیپلماسی‌های مرسوم در جهان امروز بیشتر متمرکز به استراتژی‌هایی است که منافع ملی کشورها که معمولاً حیاتی است در سایه تحقق این اهداف تأمین می‌گردد. "منافع و

ارزش‌های «حیاتی»، غالباً با حفظ موجودیت یک واحد سیاسی بیشترین ارتباط را دارند. این منافع و ارزش‌ها هدف‌های کوتاه‌مدت به شمار می‌روند؛ زیرا آشکار است که واحدهای سیاسی بدون حفظ موجودیت خود نمی‌توانند به دیگر هدف‌ها دست یابند. تعیین دقیق ارزش یا منافع «حیاتی» در کشوری خاص، بستگی به ایستارهای سیاستگذاران آن کشور دارد. (هالستی، ۱۳۸۵: ۲۲۱). از آنجا که اصولاً اهداف کوتاه مدت در قالب منافع قابل بحث است این مهم در قسمت بعد مورد توجه قرار خواهد گرفت.

۷. اهداف میان مدت

"اهداف میان‌برد دولت‌ها ممکن است از یک سو با هدف‌های کوتاه‌مدت آن‌ها و از طرف دیگر با اهداف بلندمدت و استراتژیک مرتبط شوند (قوام، ۱۳۹۰: ۱۱۶)."

"در واقع اهداف میان‌مدت، نه کوتاه‌مدت و فوری است و نه عام و جهان شمول. بلکه گام‌هایی است که ارتباط بین آن دو هدف دیگر را ایجاد می‌کند و در حین گذر از اهداف کوتاه‌مدت و فوری، راهی برای تأمین اهداف کلی، جهان شمول و بلندمدت است (جمشیدی، ۱۳۹۹: ۸۸)."

"بسیاری از نظریه‌پردازان روابط بین‌الملل از منظر اسلام بر این باورند که محیط روابط بین‌الملل صحنه رویارویی و تقابل دائمی امت‌ها و قومیت‌های مختلف است. بر این اساس، باید توجه داشت که منظور از درگیری‌ها و اختلافات دائمی میان جماعات و گروه‌های بشری که از ویژگی‌های تاریخ بشری از اعصار بسیار قدیم محسوب می‌گردد؛ عبارت است از درگیری میان «حق و باطل» و «خیر و شر». این در حالی است که منازعه بر سر منافع ملی و طبقات اقتصادی تنها بخش کوچکی از منازعات بین‌المللی را به خود اختصاص داده و از آنجا که تاریخ بشری غالباً تاریخ ادیان آسمانی به شمار می‌رود، بنابراین می‌توان ادعا کرد که تاریخ جهان در واقع میدان مبارزه حق و باطل، هدایت و گمراهی است. بطور قاطع می‌توان ادعا کرد که هیچ یک از دوران تاریخ بشری خالی از اختلافات و درگیری‌های فوق نبوده است؛ بگونه‌ای که همواره آدم در مقابل شیطان، قابیل در مقابل هابیل، ابراهیم در مقابل نمرود، موسی در مقابل فرعون و عیسی در مقابل یهود قرار داشته است. بر این اساس همواره خیر به مقابله با شر پرداخته و قدری از غلبه و سلطه آن را بر بشر کاسته است (امانی، ۱۳۹۰: ۱۵۳)."

۸. اهداف بلندمدت

اهداف بلندمدت اهداف آرمانگرایانه است؛ اهدافی است که دستیابی به آن یک آرزو است این اهداف، از نظام سیاسی تا به نظام سیاسی دیگری متفاوت است؛ زیرا آمال و آرزوها متفاوت است ممکن است چنین اهدافی گاهی جنبه پندارگونه داشته باشد و هرگز زمینه تحقق نداشته باشد؛ بر خلاف نظام‌های سیاسی دیگر که در آن قدرت ذاتاً اصالت دارد و مستقلاً خود هدف است، در اسلام قدرت و گسترش آن در ذات خود هدف نبوده و نیست و نگاه اسلام به قدرت نگاه ابزاری است؛ یعنی قدرت ابزاری است برای رسیدن به اهداف متعالی؛ چنانچه که امیرالمؤمنین علی (ع) خطاب به ابن عباس می‌فرماید:

«امام علی (ع) لابن عباس: ما قیمة هذا النعل؟ فقلت: لا قیمة لها فقال (ع): والله لاهی أحب الی من امرتکم الا ان اقیم حقاً و ادفع باطلاً.» (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ۲۶).

«امام علی (ع) خطاب به ابن عباس: ارزش این لنگه کفش چند است؟ گفتیم: ارزشی ندارد؛ فرمود: به خدا قسم این را از حکومت بر شما دوست دارم مگر آن‌که حقی را برپا دارم و یا باطلی را براندازم.»

آنگونه که در مباحث گذشته مطرح گردید؛ اهداف سه‌گانه مرتبط با هم‌اند لذا اهداف بلندمدت در نظام سیاسی اسلام، بی‌ارتباط با اهداف کوتاه‌مدت و میان‌مدت نیست بلکه مرتبط با آن است؛ هرچند تعریفی که از اهداف بلندمدت وجود دارد به گونه‌ای است که بیشتر حالت رؤیایی و پنداری دارد؛ اما در اسلام، این اهداف تصورات خیالی نیست بلکه واقعیاتی است که امکان تحقق دارد و جهان، روزی شاهد تحقق آن خواهد بود.

"هدف‌های بلندمدت عبارتند از: طرح‌ها، رؤیاهای پندارهای مربوط به سازمان سیاسی یا ایدئولوژیک غایی نظام بین‌المللی، قواعد حاکم بر روابط درون نظام مزبور و نقش دولت‌های خاص در این نظام (هالستی، ۱۳۸۶: ۲۳۱).".

برخلاف اهداف کوتاه‌مدت و میان‌مدت که در محدوده‌ها و دامنه‌های محدودتری دنبال می‌شود؛ اهداف بلندمدت در دامنه‌های وسیع و فراگیری قابل تعقیب است. سیاست خارجی و دیپلماسی دولت اسلامی در یک طرح و برنامه ریزی کلان اهداف بلند مدت را در نظر دارد برای تحقق آن تلاش می‌کند.

"تفاوت میان هدف‌های میان‌مدت و بلندمدت، تنها به تفاوت در عامل زمان که ذاتی آن‌ها است، مربوط نمی‌شود؛ بلکه همچنین میان آن‌ها تفاوت مهمی از لحاظ دامنه وجود دارد. دولت‌ها به هنگام پافشاری بر هدف‌های میان‌مدت، درخواست‌هایی خاص از دولت‌هایی خاص دارند؛ اما در تعقیب هدف‌های بلندمدت، درخواست‌های دولت‌ها معمولاً جهانی است؛ زیرا هدف‌های آن‌ها کمتر از بازسازی کل نظام بین‌المللی طبق طرح پایبندی دارای کاربرد جهانی نیست. (هالستی، ۱۳۸۶: ۲۳۱)"

اهداف بلندمدت در دیپلماسی پیشگیرانه اسلامی اهدافی هستند که برای تحقق آن تمایلات درونی در همه انسان‌ها وجود دارد و با در نظرداشتن این تمایلات، شکل گرفته‌اند اهداف بلند مدت دیپلماسی پیشگیرانه از دیدگاه اهدافی‌اند که تحقق آن‌ها حوادث تلخ، منازعات را در نظام بین‌الملل مهار می‌سازد و به کج‌روی‌ها پایان می‌دهد؛ اهدافی که نظام سیاسی اسلام برای تحقق آن همواره تلاش می‌کند و سرانجام باید به آن دست‌یابد و اهم این نوع اهداف را می‌توان این‌گونه برشمرد:

استقرار نظام سیاسی الهی در سرتاسر جهان:

- پیاده‌سازی قانون الهی در سرتاسر جهان:
- برقراری امنیت و صلح جهانی:
- نهادینه‌سازی اخلاق انسانی در جهان:
- زمینه‌سازی برای کمال و سعادت همه بشر

۹. منافع ملی حکومت اسلامی در دیپلماسی

نقش‌های حکومت اسلامی اهمیت، ارجحیت و اولویت هر یک از منافع و ارزش‌های تشکیل دهنده منافع ملی آن را نیز تعیین و مشخص می‌کنند. به عنوان نمونه کلیه منافع و ارزش‌هایی که جمهوری اسلامی در سیاست خارجی پیگیری و تعقیب می‌کند، از اهمیت و ارجحیت یکسانی برخوردار نیستند؛ بعضی از آنها ضرورت و اولویت بیشتری دارند و برخی دیگر دارای ارزش و اهمیت کمتری هستند. در نتیجه میزان هزینه (اعم از مادی و معنوی و منابعی که کشور آماده است برای تأمین آنها پردازد و اختصاص بدهد نیز متفاوت است.

درجه اهمیت منافع ملی ایران بر حسب ارزشی که سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان آن (البته به عنوان نمایندگان ملت و بازتاب‌دهنده ارزش‌های مشترک جامعه برای آن قائل هستند و همچنین هزینه‌ای (اعم از مادی و معنوی) که حاضرند برای تأمین و حفظ آن بپردازند تعریف و تعیین می‌شود (دهقانی، ۱۳۸۶: ۱۴۳). بنابراین درجه اهمیت و ارزشی که جمهوری اسلامی برای منافع مختلف خود قائل است، بر اساس تعریف هویت و نقش ملی معین می‌شود که به نوبه خود اولویت و ارجحیت آنها را نیز مشخص و معین می‌کند. با توجه به درجه اهمیت منافع وجودی، حیاتی، اساسی و حاشیه‌ای، منافع ملی جمهوری اسلامی ایران را می‌توان به صورت سلسله مراتب زیر اولویت بندی کرد:

۱. حفظ بقا و موجودیت کشور

الف) تمامیت ارضی (ب) حاکمیت ملی (ج) نظام جمهوری اسلامی

د) امنیت و وحدت ملی

۲. حفظ انقلاب اسلامی و مبانی آن

الف) ارزش‌های اسلامی، شیعی و انقلابی (ب) موجودیت اسلام و تشیع

ج) استمرار و تقویت شیوه و مشی انقلابی

۳. استقرار نظم سیاسی - اقتصادی بین‌المللی مطلوب

الف) نفی نظام تک قطبی (ب) نفی هژمونی بین‌المللی آمریکا و منطقه‌ای اسرائیل (ج)

وحدت جهان اسلام (د) جامعه عدل اسلامی جهانی

ه) حمایت از مسلمانان، مستضعفین و جنبش‌های آزادی‌بخش

۴. سعادت و وضعیت مطلوب اقتصادی

الف) رشد و توسعه اقتصادی (ب) رفاه و عدالت اجتماعی (ج) معیشت ضروری مردم (د)

دسترسی آزادانه به سرمایه و بازار بین‌المللی (ه) خودکفایی اقتصادی (دهقانی، ۱۳۸۶: ۱۴۶).

۱۰. جایگاه رسانه در تحقق اهداف دیپلماسی

رسانه‌ها که شامل رسانه‌های دیداری، شنیداری، و نوشتاری هستند؛ دارای کاربردهای مختلفی می‌باشند و از جمله کاربرد آنها این است که دولت‌ها همواره از آنها به عنوان

ابزار در جهت پیشبرد اهداف و دستیابی به مقاصدشان استفاده می‌کنند در این میان رسانه‌هایی مانند تلویزیون، موبایل، اینترنت، رادیو، امواج ماهواره‌ای و سایر رسانه‌های جمعی، آنچنان خود را بر بشر تحمیل کرده‌اند که تمام محیط زندگی بشر اعم از فردی و اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده‌اند و فاصله‌های زمانی و مکانی را به حداقل رسانده‌اند و دیوارهای بلند جدایی را فرو ریخته‌اند و می‌توان ادعا کرد که وسایل ارتباط جمعی کاربرد فراتر از سلاح‌های مخرب نظامی دارند؛ زیرا با رسانه‌های می‌توان تا قلب انسان‌ها پیش‌رفتو در اعماق وجود و روح و روان آن‌ها رخنه کرد و تا زمانی که امکان دستیابی به خواست‌ها از این راه‌ها وجود داشته باشد نوبت به اقدامات خشونت‌آمیز نمی‌رسد و دیپلمات‌ها می‌توانند برای پیشگیری از جنگ، منازعه و مسائل ناخواسته از این ابزارها بهره‌گیرند.

مسلم است که در صدر اسلام وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها به این گستردگی امروز نبوده است؛ اما اسلام از امکانات، وسایل و ظرفیت‌های موجود مانند نامه‌نگاری، شعر، رجزخوانی و سایر ابزارهایی که جنبه تبلیغاتی داشته است؛ مانند روشن‌سازی آتش، برافراشتن پرچم و ... نهایت بهره را برده است؛ چنانچه که در جریان فتح مکه، پیامبر خدا و مسلمانان به منظور شکستن روحیه مقاومت کفار مکه، در منطقه «مرآلظهران» در دل شب آنچنان آتش افروختند که بیابان در بیابان را فراگرفته بود.

"سپاه مقتدر اسلام شب هنگام در «مرآلظهران» در فاصله چهار فرسخی مکه. رسول خدا (ص) فرمان داد که هر یک از مسلمانان آتشی بیفروزد تا قریش بدون آگاهی از ماهیت سپاه، بزرگی آن را دریابد و روحیه‌اش تحت تأثیر قرار گیرد و بدون جنگ تسلیم مسلمانان گردد. این نمایش نظامی به پیامبر خدا (ص) فرصت می‌داد که بدون خونریزی به اهداف خویش برسد. ده هزار آتش به وسیله مسلمانان افروخته شد و قریش شعله‌های آتش را که چشم انداز وسیعی را فراگرفته بود مشاهده کرد. (خطاب، ۱۳۷۸: ۲۷۸)"

مشاهده می‌کنیم که در مورد مذکور با اینکه شرایط جنگی حاکم بوده است و رویارویی جریان داشته است و احتمال جنگ و درگیری هر لحظه وجود داشته است؛ اما پیامبر عزیز اسلام از هیچ اقدامی که قضیه را از طریق مسالمت‌آمیز و از راه دیپلماسی به پایان

رساند دریغ نکرده است و با استفاده از ابزارهای موجود، تلاش کرده است طرف مقابل را مغلوب اقدامات پیشگیرانه خویش سازد و نگذارد کار به جنگ و خونریزی منجر گردد و واقعه را قبل از وقوع علاج سازد.

۱۱. جایگاه رسانه در تحقق منافع ملی حکومت اسلامی

طی دهه‌های اخیر، تحت تأثیر دگرگونی وسیع فناوری‌های ارتباطی و ایجاد شرایط جدید معروف به «انقلاب اطلاعات»، روابط ملت‌ها و دولت‌ها در سراسر جهان گسترش یافته‌اند و رسانه‌ها به مهم‌ترین منابع مبادله اخبار، افکار و عقاید سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و نیز به نیرومندترین اثرگذاران در روابط بین‌المللی، تبدیل شده‌اند. به همین سبب فعالیت‌ها و تصمیم‌های سیاسی خارجی که در گذشته معمولاً در پشت صحنه و به شکل مذاکرات محرمانه انجام می‌گرفتند، اکنون در «عصر اطلاعات» به شکل فعالیتها و عملکردهای عمومی و علنی صورت می‌گیرد (سلطانی فر و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱۰).

نقش مؤلفه‌های نرم افزاری در امنیت ملی کشورها به گونه فزاینده‌ای در حال افزایش است. این روند طی سال‌های بعد از جنگ دوم جهانی تا کنون شرایط و مطلوبیت خود را تثبیت کرده است. به هر میزان که زمان می‌گذرد و تحولات فناورانه گسترش می‌یابد، تأمین منافع ملی کشورها با محدودیت‌ها و مشکلات بیشتری روبه رو می‌شود. این امر بیانگر آن است که روندهای رسانه‌ای و انقلاب اطلاعات به عنوان موج جدید امنیت ملی محسوب می‌شود. در این شرایط، رسانه‌ها قادر می‌شوند تا جهت‌گیری منافع ملی را تحت تأثیر قرار دهند. (متقی، ۱۳۸۶: ۱۸۷)

البته پیشبرد منافع ملی با به کارگیری ابزار فرهنگی ممکن است نتواند جایگزین سایر ابزارها همانند ابزارهای سیاسی، اقتصادی، نظامی و... شود، اما می‌تواند مکمل آنها باشد. امروزه حتی قوی‌ترین کشورها نیز ترجیح می‌دهند تا آنجایی که ممکن است از شیوه‌های فرهنگی برای تأمین منافع خود استفاده کنند تا سایر اهرم‌ها. به همین دلیل استفاده از ابزارهای فرهنگی در پیشبرد منافع ملی امری عادی و جا افتاده محسوب می‌شود. یک کشور از طریق جذب افکار عمومی جهانیان و برقراری ارتباط احساسی و عاطفی با مردم کشورهای خارجی، بهتر می‌تواند به منافع ملی خود دست یابد (سلطانی فر، ۱۳۸۹، ص ۱۹۷). در مجموع می‌توان گفت: کشوری که ابزار رسانه‌ای قوی‌تری

برای متقاعدسازی دارد، به منافع ملی بیشتری نائل می‌شود و رسانه‌های بین‌المللی در چارچوب ساختار جهانی چنین نقشی ایفا می‌کنند (متمی، ۱۳۸۶: ۱۹۲).

نتیجه‌گیری

در پی تحولات گوناگون علمی و فناورانه، روابط دیپلماتیک بین کشورها نسبت به گذشته کاملاً تغییر کرده است. دنیای نوین امتیاز ویژه‌ای برای اقناع، آشکارسازی و گشودگی به واسطه رسانه‌ها به ارمغان آورده است. نقش بسزایی که رسانه‌ها در تحولات سال‌های اخیر نظام بین‌الملل داشته‌اند در پروسه تاریخی خود کم‌نظیر بوده است. دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان ساختار قدرت جهانی در سیاست خارجی یکی از کم‌خطرناک‌ترین راه‌ها برای متعهد کردن مخاطبان خارجی است. ساخت روابط قوی و پیمان‌های طولانی مدت و پایدار، با بهره‌برداری از تاکتیک‌های خبری و رسانه‌ای، از ویژگی‌های دیپلماسی رسانه‌ای است. فقه دیپلماسی رسانه را در حاکمیت دینی متأثر از اصول و احکام کلی دینی مبتنی بر نوع دوستی، دعوت پیشگی و صلح دوستی و تعاون دانسته و حاکمیت آن را مغایر با دیپلماسی و خلاف ادب دیپلماتیک نمی‌داند و تعرض به حریم افراد مغایر با دین را سالب ادب و آزادی یاد می‌کند. دیپلماسی رسانه در حوزه فقه سیاسی قابل بررسی است و ابعاد آن متأثر از فقه امامیه در مناسبات مختلف و ابعاد فرهنگی، سیاسی و ... قابل ترسیم می‌باشد. در این راستا باید توجه داشت که فقه سیاسی، به‌عنوان شاخه‌ای از دانش اسلامی، عهده‌دار تنظیم وظایف و حقوق مردم در رابطه با یکدیگر، مردم و حکومت و نیز حکومت‌ها با یکدیگر است. قه سیاسی اگر طرح مسائل و مشکلات سیاسی انسان معاصر و جامعه معاصر را در دستور کار خود قرار دهد، دانشی به‌روز، اسلامی، بومی و از حافظان استقلال ایران و جهان اسلام خواهد شد. با توجه به آنچه که درباره اهداف بلند مدت، کوتاه مدت و میان مدت حاکمیت اسلامی و منافع ملی حکومت اسلامی در حوزه سیاست خارجی مورد تبیین و تشریح قرار گرفت، رسانه جایگاه ویژه و تعیین‌کننده‌ای در این ارتباط ایفاء می‌نماید.

منابع

- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۸۵)، «من لایحضره الفقیه» تهران، دارالکتب الاسلامیه
- امانی صالح، عبدالخیر عطا محروس (۱۳۹۰)، روابط بین‌الملل «رویکرد دینی و تمدنی» مترجم وحید مرادی، تهران، دانشگاه امام صادق (ع).
- امینی، جهاندار (۱۳۹۴)، «قرآن رسانه‌ای اخلاق مدار، مطالعات رسانه و امت»، شماره ۱۳.
- بجنوردی، حسن (۱۳۸۵)، «القواعد الفقیهیه»، تهران: نشر دلیل ما.
- پوریانی، جابر (۱۳۹۸): «چشمه نور»، مرتضی؛ نصیری، معصومه، «فضای مجازی و سواد رسانه‌ای»، تهران: پشتیبان
- جمشیدی، محمدحسین (۱۳۹۹)، «دیپلماسی پیامبر (ص)»، تهران، شرکت چاپ و نشر بین‌الملل
- خرازی آذر، زهرا و نرگس احسانی (۱۳۸۸)، «جریان‌شناسی جهانی رسانه‌های بزرگ»، انتشارات معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی
- خطاب، محمود شیت (۱۳۸۷)، «شیوه فرماندهی پیامبر»، ترجمه عبدالحسین بینش، تهران، مرکز تحقیقات سپاه
- ری‌شهری، محمد مهدی (۱۳۸۳)، «منتخب میزان الحکمه» (برگزیده ترجمه فارسی) قم، دارالحديث
- سبحانی، جعفر (۱۳۹۶)، «فروع ابدیت»، قم، بوستان کتاب
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۹)، «دیپلماسی عمومی نوین و روابط عمومی الکترونیک»، تهران، انتشارات سیمای شرق
- سلطانی فر، محمد؛ هاشمی، شهناز؛ خانزاده، لیلا (۱۳۹۱)، «نقش دیپلماسی رسانه‌ای در حفظ منافع ملی کشور»، فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی، سال اول، شماره ۴.
- عابدی میانجی، محمد (۱۳۸۸)، «اصول محتوایی رسانه از نگاه قرآن»، فرهنگ کوثر، شماره، ۷۶.
- غلامی ابرستان، غلامرضا (۱۳۹۷)، «اخلاق حرفه‌ای در رسانه از منظر قرآن کریم»، تهران، نشر نظری.
- قوام، عبدالعلی (۱۳۹۰)، «اصول سیاست خارجی و سیاست بین‌الملل»، تهران، نشر سمت.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۴)، «اصول کافی»، ناشر، «موسسه تحقیقات و نشر معارف اهل‌البيت (ع).
- مبلغی، احمد (۱۳۹۴)، «نظریه کلامی رسانه/مطالعات رسانه و امت»، دوره ۱، شماره ۲.
- متقی، ابراهیم (۱۳۸۶)، «نقش رسانه در فرایند شکل‌گیری منافع ملی، منافع جمهوری اسلامی ایران (مجموعه مقالات)»، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی (۱۳۸۴)، «بحارالانوار»، ناشر اسلامیه.
- منصوری، خلیل (۱۳۹۶)، «فقه رسانه در اسلام»، تهران، مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفی (ص)
- مورگنتا، هانس جواکیم (۱۳۸۴)، «سیاست میان‌ملت‌ها، تلاش در راه قدرت و صلح»، تهران، انتشارات وزارت خارجه.

هالستی، کی جی (۱۳۸۵)، «مبانی تحلیل سیاست بین‌الملل»، ترجمه بهرام مستقیم‌ی - مسعود طارم‌سری، تهران، انتشارات وزارت امور خارجه

۳۲۳

پژوهش‌های بین‌المللی
روابط بین‌الملل

نقش، جایگاه و ابعاد
دیپلماسی رسانه‌ای
در سیاست خارجی
از منظر فقه اسلامی

