



فعالیت تبلیغاتی دشمنان اسلام در جهان

علی مرتضی زیدی

مقدمه

شد و پول، منبع قدرت به حساب آمد. تا قبل از این مرحله، مخالفان فرمانروای قدرتمند فوراً به قتل می‌رسیدند و مزاحمان از سر راه برداشته می‌شدند. این روش، تأثیری منفی بر افراد جامعه می‌گذاشت، ولی در مرحلهٔ مرکزیت پول، دیگر، مخالفین کشته نمی‌شدند و یا دست کم در مرحلهٔ اول، چنین کاری انجام نمی‌گرفت بلکه پول بود که این مشکل را حل می‌کرد. این شیوهٔ سرکوب مخالفین، نتایج خوبی را به بار آورد؛ زیرا اولاً دیگر کشته‌ای وجود نداشت تا برای دیگران اسطورهٔ مقاومت باشد و ثانیاً به کمک پول، گاهی مخالفین هم به کمک پول، به جمع تابعین خود قدرتمند می‌پیوستند، اما این احتمال هم وجود داشت که دریافت کنندهٔ پول تحت فشار وجدان خود، از راهی که در پیش گرفته است، باز گردد و مجدداً در صف مخالفین قرار گیرد. مرحلهٔ سوم، استفاده از قدرت اطلاعاتی است. در این مرحله، اطلاعات نقش اصلی را بازی می‌کند و مخالف را وادار می‌سازد تا دست از مخالفت بردارد. در این مرحله، علاوه بر این که کشته‌ای وجود ندارد، مخالفتی هم از سوی وجدان صورت نمی‌گیرد. از این رو، ابزار اطلاعات، بهترین و مؤثرترین ابزار کسب قدرت است؛ زیرا کمترین پی آمد منفی را داراست.

با در نظر گرفتن مراحلی که برای کسب قدرت ذکر شد،

دنیای ما دنیای اطلاعات و تبلیغات است. روزانه حدود سی و پنج میلیون کلمه به سراسر جهان مخابره می‌شود، دهها هزار ساعت، برنامهٔ تلویزیونی از مراکز مختلف جهان پخش می‌شود و صدها نوع مطبوعات، به صورت روزنامه، مجله، کتاب و غیره چاپ و در اختیار انسانها قرار می‌گیرد. اطلاعاتی که در یک دهه، با وضع موجود به دست انسانها می‌رسد، برابر است با اطلاعاتی که در طول صدها سال در قرون گذشته به دست آنها می‌رسیده است. تا پنجاه سال پیش، حدود چهل سال طول می‌کشید تا اطلاعات علمی انسان، دو برابر شود، اما اکنون برای این امر، تنها چهار سال، وقت لازم است. شاید به همین دلیل، دنیای امروز را دنیای اطلاعات نامیده‌اند. آنچه که امروز، اهمیت فراوان دارد، شناخت علت گستردگی بی سابقهٔ حجم اطلاعات است.

انسان، تشنهٔ قدرت است و از زمانهای کهن تا کنون، همواره انسانهایی وجود داشته و دارند که خواهان کسب قدرت مطلق بوده‌اند و همیشه، این سؤال مطرح بوده که مهمترین ابزار کسب قدرت، کدام است؟ تا قبل از قرن هفدهم میلادی، شیوهٔ رایج برای کسب قدرت، استفاده از "زور" بوده است. پادشاهان و پهلوانان، پر قدرت‌ترین افراد به حساب می‌آمدند؛ چرا که از زور و قدرت جسمانی بیشتری برخوردار بودند. اما با رشد سرمایه داری و مسلط شدن آن بر زیر بنای جامعه، نوع قدرت دگرگون

می‌توان فهمید که چرا در دنیای امروز، اطلاعات تا این حد، اهمیت دارد. اطلاعات منبع قدرت است و آن کسی قدرتمندتر است که پیشرفته‌ترین و گسترده‌ترین شبکه اطلاعاتی را در اختیار داشته باشد.^۱

نبرد اسلام و کفر، نبرد حق و باطل است. این نبرد در طول تاریخ ادامه داشته و در هر دو جبهه، رهبرانی بوده‌اند که به دعوت و تبلیغ مرام خود پردازند، «ائمه یهدون بالحق» و «ائمه یدعون الی النار» این رویارویی در همه ادوار تاریخ وجود داشته است، اما آنچه که تغییر کرده است، روش تبلیغ است. زمانی یک نفر در میدان مرکزی شهر می‌ایستاد و به سخنرانی می‌پرداخت که در بهترین شرایط، تعداد کسانی که از سخنان او استفاده می‌کردند، از چند هزار نفر تجاوز نمی‌کرد. پس از آن، با گسترش پدیده چاپ و مطبوعات، مبلغان با نوشتن کتاب، مطالب خود را به دیگران می‌رساندند و در نتیجه، سخن آنان به گوش افراد بیشتری می‌رسید، اما امروزه می‌توان در کمترین زمان ممکن چند میلیارد نفر را مخاطب قرار داد و این، مسأله‌ای عادی و پیش پا افتاده به حساب می‌آید.

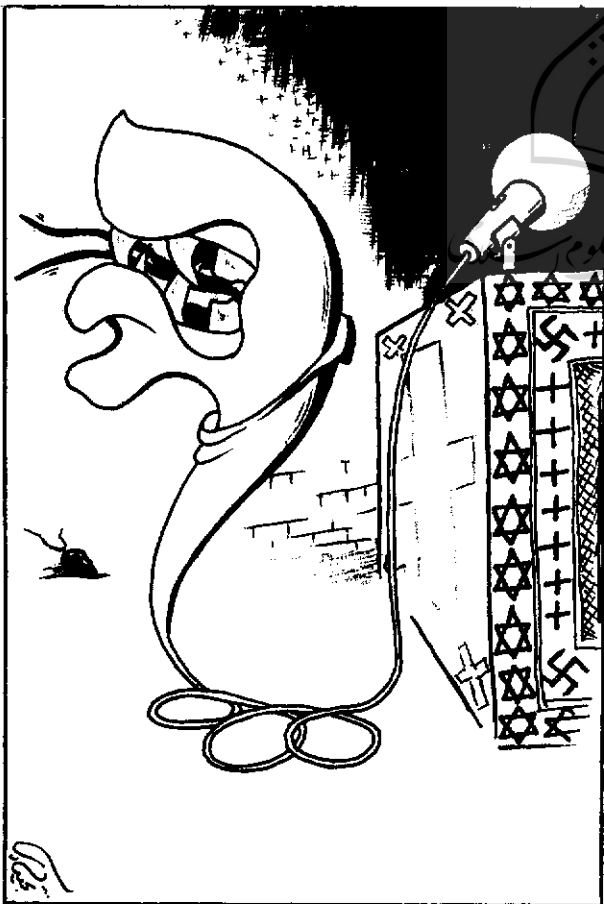
حاصل آنکه در دنیای ما که داشتن اطلاعات منبع قدرت به شمار می‌آید، حامیان کفر بهترین استفاده را از این منبع می‌برند و برای مبارزه با حق از بهترین روشهای تبلیغی استفاده می‌کنند، غافل از این که هنوز نیرویی در انسانها وجود دارد که نمی‌گذارد آنان زیر سلطه هیچ قدرتی قرار گیرند و با بودن آن نیرو انسان احساس آزادی می‌کند و آن چیزی نیست جز اراده انسان. انسان با اراده خود آزاد و مستقل می‌ماند و از تحت سلطه واقع شدن نجات می‌یابد. اگر انسان از اراده خود استفاده کند، هیچ حربه‌ای اعم از زور، پول و تبلیغ منفی نمی‌تواند او را شکست دهد. در این مقاله، سعی شده است که ابعاد مختلف "فعالیت تبلیغاتی دشمنان اسلام در جهان" به اختصار مورد بررسی قرار گیرد.

تبلیغات مذاهب ساختگی

در قرن هیجده و نوزده میلادی، زمانی که اروپاییان استعمارگر عملاً بر تمام کشورهای اسلامی سلطه یافته بودند، برای ادامه و استمرار سلطه خود، مذاهبی را در جهان اسلام ایجاد کردند تا بدین وسیله بتوانند یکپارچگی و همبستگی مسلمانان جهان را از بین برده، توان دفاعی آنها را سرکوب کنند و نگذارند که آنان با

استفاده از حقایق و معارف اصیل اسلام قدرت اتحاد خود را بشناسند و به مقابله با استعمارگران پردازند. برای دستیابی به این هدف، سه فرقه ضالّه، در سه منطقه اسلامی تأسیس شد: وهابیت در حجاز؛ بهائیت در ایران و قادیانیت در شبه قاره هند. گرچه انقلاب اسلامی در ایران توانست ریشه بهائیت را از ایران بکند^۲ و همچنین قادیانیت نیز نتوانست به اهداف خود در شبه قاره هند دست یابد، اما وهابیت در حجاز، با کمک انگلیس و به رهبری نظامی سرهنگ لارنس، بر این منطقه، سلطه پیدا کرد^۳ و هنوز هم زمام امور این کشور را در دست دارد.

با آغاز استخراج نفت در منطقه حجاز و سرازیر شدن سیل درآمدهای نفتی به عربستان، سردمداران وهابیت توانستند تبلیغات گسترده‌ای را در کشورهای اسلامی شروع و گروهی از مسلمانان را جذب این فرقه کنند. تأسیس مراکز به اصطلاح اسلامی، مدارس دینی و مساجد، بهترین تاکتیک به کار گرفته شده از سوی رهبران وهابیت است. غیر از کشورهای اسلامی،



در اروپا و آمریکا نیز از این روش استفاده می‌شود و بدین وسیله، مسلمانان ساکن این کشورها زیر چتر تبلیغاتی وهابیت قرار می‌گیرند. سازمانهایی مانند رابطة العالم الاسلامی در همین

راستا فعالیت می‌کنند. موارد زیر را می‌توان از اهداف تبلیغات و هابها به شمار آورد:

- ۱- تبلیغ تز جدایی دین از سیاست و در نتیجه، کمک به استعمارگران برای ادامه سلطه بر کشورهای اسلامی؛
- ۲- ایجاد تفرقه و نفاق میان مسلمانان با صدور فتوا مبنی بر شرک و ملحد بودن دیگر مسلمانان؛
- ۳- مبارزه با اسلام ناب و متزوی ساختن نیروهای اصیل اسلام؛
- ۴- توجیه سلطه خود بر مراکز معنوی اسلام، نظیر بیت الله الحرام و مسجد نبوی و همچنین تلاش برای از بین بردن روح حقیقی مراسم حج؛^۴

تبلیغات مسیحیت

در میان کسانی که در کشورهای اسلامی علیه اسلام تبلیغ می‌کنند و در این کار، از سابقه طولانی برخوردارند، مبلغان مسیحیت، مقام اول را دارند. اینان با آغاز دوره استعمارگری اروپا حملات خود را بر کشورهای اسلامی آغاز کردند و در زمان به قدرت رسیدن استعمارگران فعالیتهای خود را به اوج رساندند. اکنون نیز چندین میلیون نفر به این کار اشتغال دارند و تعداد میسیونرهای مسیحی، همواره رو به افزایش است. تنها در کشورهای جهان سوم تعداد سازمانهای فعال مسیحیت، از سه هزار و چهارصد سازمان در سال ۱۹۷۲ به هیجده هزار سازمان در سال ۱۹۹۲ رسیده است.^۵ فقط پروتستانها در بیش از صد کشور جهان حدود پنجاه هزار میسیونر دارند که برای تبلیغ دین مسیحیت (البته مسیحیت منحرف شده)، فعالیت می‌کنند و تنها آمریکا به این منظور، سالانه مبلغ هفتصد میلیون دلار در اختیار آنها قرار می‌دهد.^۶ در اثر این تبلیغات، تعداد مسیحیان در جنوب آسیا از یکصد و شش میلیون نفر در سال ۱۹۸۰ به یکصد و سی و چهار میلیون نفر در سال ۱۹۹۲ و در شرق آسیا از شانزده میلیون نفر در سال ۱۹۸۰ به هفتاد و پنج میلیون نفر در سال ۱۹۹۲ رسیده است.^۷ در نتیجه این فعالیتهای گسترده مسیحیت که تا اوایل قرن حاضر، دین آمریکایی و اروپایی به شمار می‌آمد و ۸۰٪ مسیحیان در مناطق مذکور زندگی می‌کردند، اکنون به عنوان دین جهانی از آن یاد می‌شود و حدود ۶۰٪ پیروان آن، خارج از آمریکای شمالی و اروپا زندگی می‌کنند. تعداد مسیحیان در آفریقا نیز که تا اوایل قرن حاضر از ده میلیون نفر تجاوز نمی‌کرد، اکنون به دویست و بیست و چهار

میلیون نفر رسیده است.^۸ در حال حاضر سازمانهای جهانی مسیحیت برای دویست و چهل میلیون نفر از ساکنین کره زمین که هنوز تبلیغات مسیحیت را دریافت نکرده‌اند، برنامه ریزی می‌کنند و در همین راستا پاپ ژان پل دوم، رهبر مسیحیان کاتولیک جهان، سال ۲۰۰۰ میلادی را سال مسیحی شدن تمام مردم آفریقا اعلام کرده است. مسأله قابل توجه، این است که هیچ یک از کشورهای اسلامی از تبلیغ دین مسیحیت در امان نیست. به عنوان مثال، تنها در پاکستان تعداد میسیونرهای آمریکای شمالی و کانادایی که هر کدام جداگانه برنامه‌های تبلیغاتی خود را به صورت فرستادن مبلغ و یا مطبوعات اجرا می‌کنند، به هشتاد می‌رسد و چهار میلیون مسیحی در این کشور زندگی می‌کنند.^۹ اکثر مبلغان مسیحیت با پشتوانه مالی خود، در زمینه بهداشت و آموزش و پرورش، مردم بی بضاعت را به سوی خود جذب می‌کنند. در آفریقا چه بسیار کشیشانی وجود دارند که دهها سال بدون بازگشت به کشور خود، در جنگلها و در میان قبایل وحشی بسر می‌برند تا آنان را به دین مسیحیت دعوت کنند و یا بعضی از مبلغان مسیحیت به مناطقی از هند می‌روند که حتی دولت محلی آن جا تاکنون قادر به نقشه برداری از آن مناطق نبوده است. این امر برای ما که عنوان مبلغ اسلام را داریم، بسیار آموزنده است.

غیر از مبلغان فعال، دست کم چهار ایستگاه رادیویی در زمینه تبلیغ مسیحیت، فعال می‌باشند که یکی از آنها به نام (Trans World) برنامه‌های خود را به هفتاد زبان و دیگری به نام (Vatican Radio) به پنجاه زبان، پخش می‌کند.^{۱۰} همچنین برای این منظور، راه اندازی کانال جهانی در دست اقدام است که بدین وسیله، مسیحیت خواهد توانست تمام جهان را زیر پوشش تلویزیونی قرار دهد.

با در نظر گرفتن مطالب فوق، این سؤال به ذهن می‌رسد که آیا چنین تبلیغات گسترده‌ای فقط برای ترویج دین مسیحیت انجام می‌گیرد و آیا هدفی غیر از این در کار نیست و آیا این امکان وجود ندارد که گروههای دیگری در پناه روحانیت مسیحی، اهداف خود را دنبال کنند؟ بررسی تاریخ، ما را به این مطلب می‌رساند که در طول تاریخ، مراکز مسیحیت برای جلب منافع تجار و استعمارگران، بیش از خود مسیحیت فعال بوده‌اند، از جنگ صلیبی گرفته - که به گفته مورخین یکی از علل آغاز آن توسط مسیحیان، در خطر افتادن منافع تجار اروپایی خصوصاً

تجّار "نیز" و "ژنو"، به علت تسلط مسلمانان بر بیت المقدس و مسدود شدن راه تجاری آنها از اروپا به شرق آسیا بوده است^{۱۱} - تا رفتن کشیشان به هند، آفریقا و آمریکای لاتین که به ظاهر برای تبلیغ مسیحیت به این سرزمینها می‌رفتند، اما همراه خود، استعمارگران را به این مناطق می‌بردند. با وجود این شواهد، به راحتی می‌توان ادعا کرد که در طول تاریخ، همواره مسیحیت و مبلغان آن، حامی و همدست استعمارگران بوده‌اند. همچنین این مسیحیت بود که مایه معنوی برای رشد سرمایه‌داری را فراهم کرده است. تقابل سیر تاریخی مسیحیت با روند تکاملی سرمایه‌داری نشان می‌دهد که نهضت اصلاح‌گرایی مسیحیت آنچه را که هر مرحله از سرمایه‌داری نیاز داشته است، به وسیله تبلیغات مذهبی خود فراهم کرده است^{۱۲}. و بدین ترتیب کلیسا جزئی از روند کلی سرمایه‌داری به حساب می‌آید.

در سیاست کنونی جهان نیز به خوبی مشاهده می‌شود که در مرحله خاصی از جنگ سرد برای مقابله با کمونیزم در بلوک شرق، رهبر کاتولیکهای جهان از کشور لهستان انتخاب می‌شود و تنها به کمک پاپ بود که لئو و لیس، رهبر جنبش کارگران لهستان توانست به پیروزی دست یابد^{۱۳}. با در نظر گرفتن مطالب فوق به نظر می‌رسد که مسیحیت در زمان حاضر نیز جزئی از روند کلی سرمایه‌داری و متحد آن است و در سیاست خود حتی آماده است تا با صهیونیستها همدست شده و به یاری آنها برخیزد^{۱۴}. مسیحیت در بهترین نوع خود - نظیر الهیات رهایی بخش آمریکای لاتین - چیزی جز یک عکس‌العمل مذهبی در مقابل تبعیضات طبقاتی، لادینی و نادیده گرفتن احساسات مذهبی در جوامع غربی نیست. بنابراین، دشمن حقیقی اسلام، در حال حاضر، نه مسیحیت بلکه سرمایه‌داری و به طور کلی، فرهنگ غرب تحت عنوان لیبرالیسم است. و هرگز این به معنای نادیده گرفتن و یا بی‌اهمیت جلوه دادن مسیحیت نیست.

تبلیغات سرمایه‌داری و لیبرالیسم

بر خلاف تبلیغات مسیحیت که از کانالهای مخصوص و با شیوه معمولاً آشنا صورت می‌گیرد، تبلیغات لیبرالیسم عمدتاً غیر مستقیم، با ابزارهایی نوین و بسیار پیشرفته می‌باشد و در حالی که دستگاه تبلیغاتی مسیحیت، در قرن حاضر، برای گسترش عقاید خود تنها به تبلیغات اکتفا می‌کند و کمتر به قوه قهریه متوسل می‌شود، لیبرالیسم و سرمایه‌داری حریفی برای خود

دستگاه تبلیغاتی مسیحیت، در قرن حاضر، برای گسترش عقاید خود تنها به تبلیغات اکتفا می‌کند و کمتر به قوه قهریه متوسل می‌شود، لیبرالیسم و سرمایه‌داری حریفی برای خود نمی‌شناسد و برای شکست دادن مخالفان خود از هیچ کوششی حتی تجاوز نظامی فروگذار نمی‌کنند. پس از پایان جنگ سرد و اضمحلال کمونیزم، لیبرالیسم، خود را تنها برنده جنگ ایدئولوژیک می‌داند و تمام توان خود را برای نابودی دشمن دیگر خود، یعنی اسلام، که در آن توانی بالقوه برای مبارزه‌ای سخت می‌بیند، بسیج کرده است و هر ابزاری برای از نابود کردن پدیده اسلام‌گرایی که پس از انقلاب اسلامی ایران، بُعد جهانی یافته است، استفاده می‌کند.

نمی‌شناسد و برای شکست دادن مخالفان خود از هیچ کوششی حتی تجاوز نظامی فروگذار نمی‌کنند. پس از پایان جنگ سرد و اضمحلال کمونیزم، لیبرالیسم، خود را تنها برنده جنگ ایدئولوژیک می‌داند و تمام توان خود را برای نابودی دشمن دیگر خود، یعنی اسلام، که در آن توانی بالقوه برای مبارزه‌ای سخت می‌بیند، بسیج کرده است و هر ابزاری برای از نابود کردن پدیده اسلام‌گرایی که پس از انقلاب اسلامی ایران، بُعد جهانی یافته است، استفاده می‌کند.

در این بخش گفتار، به وسایل و ابزارهای گوناگون تبلیغاتی لیبرالیسم و سرمایه‌داری اشاره خواهیم کرد و سعی می‌کنیم با بررسی این پدیده، خطوط اصلی و استراتژی تبلیغاتی غرب را مشخص نماییم. اما این که چرا فصل جداگانه‌ای به بحث درباره صهیونیسم اختصاص داده نشد، به این علت است که صهیونیسم همواره در سایه سرمایه‌داری، به فعالیتهای ضد اسلامی خود می‌پردازد که نفوذ صهیونیستها در دولت آمریکا و سیاست انفعالی آمریکا در منازعه میان اعراب و اسرائیل را می‌توان دلیلی بر این ادعا دانست^{۱۵}.

مطالب این بخش را تحت چهار عنوان طرح می‌کنیم:

۱- جریان خبری و خبرگزاریها

همان طور که گفته شد، دنیای امروز، دنیای تبادل اخبار و اطلاعات است و روزانه حدود سی و پنج میلیون کلمه خبر به سراسر جهان مخابره می‌شود. با مشاهده این گستردگی در تبادل اطلاعات، به نظر می‌رسد که به دلیل جریان کاملاً آزاد اطلاعات

برای درک بهتر ابعاد این مسأله، به این آمار توجه کنید:

الف - مجلات

طبق آمار موجود، حدود ۳۸۰۰۰ مجله، در سراسر جهان منتشر می‌شود و در ظاهر، این امر نشان دهنده تبادل فرهنگی در جهان است، اما حقیقت این است که تنها نشریه‌های آمریکایی، تیراژ جهانی و ماهیت فراملی دارند. تایمز و نیوزویک دو مجله معروف آمریکایی مجموعاً با تیراژ ده میلیون نسخه، در هفته، خوانندگان خود را با سیاست و فرهنگ آمریکایی آشنا می‌کنند و فرهنگ لیبرالی را گسترش می‌دهند^{۱۷}. مجله ریدرز دایجست با پخش ماهیانه سی میلیون نسخه، به هفده زبان دنیا پیر تیراژترین مجله جهان به حساب می‌آید^{۱۸}. غیر از این مجلات، دهها مجله دیگر با موضوعاتی گوناگون از قبیل ورزش، مد لباس، فیلم، تزیین خانه، سیاست، اقتصاد و... در کشورهای غربی منتشر می‌شود که به طور غیرمستقیم، به تبلیغ اهداف خود می‌پردازند. در مقابل این همه مجله و نشریه که به تخریب بنیادهای فرهنگی کشورهای اسلامی مشغولند، در تمام جهان اسلام حتی یک نشریه معتبر وجود ندارد که به نیمی از جهان اسلام دسترسی داشته باشد و بتواند افکار اسلام ناب را برای آنان تبیین کند.

ب - رادیو و تلویزیون

از اوایل دهه ۱۹۰۰ به این طرف، صنعت رادیو و تلویزیون رشد فزاینده‌ای داشته است و امروزه تقریباً تمامی کشورهای اسلامی از این ابزارهای فرهنگی استفاده می‌کنند، اما در حقیقت، تنها کشورهای غربی و سرمایه‌داران از این امکانات نفع می‌برند، زیرا در همه کشورهای اسلامی از برنامه‌های ساخت کشورهای غربی استفاده می‌شود و در بعضی از این کشورها درصد برنامه‌های ساخت داخل به کمتر از ۲۰٪ کل برنامه‌ها می‌رسد، رادیو صدای آمریکا مدعی است که هر هفته ۱۰۴ میلیون نفر شنونده بزرگسال دارد، در حالی که بنگاه سخن‌پراکنی انگلیس، این افراد را ۷۵ میلیون نفر برآورد می‌کند^{۱۹}. توجه به میانگین سالیانه ساعات برنامه‌های صادراتی تلویزیون این کشورها ما را در اثبات ادعای فوق کمک می‌کند.

کشور آمریکا با صد و پنجاه هزار ساعت برنامه صادراتی، در این زمینه، مقام اول را داراست. انگلیس و فرانسه هر یک با بیست هزار ساعت و آلمان با هشتاد هزار ساعت برنامه صادراتی مقامهای بعدی را در اختیار دارند^{۲۰}.

در دنیا، دیگر نمی‌توان عده‌ای را بی‌خبر نگه داشته و آنان را اغفال کرد، اما این ظاهر است، زیرا از سی و پنج میلیون کلمه مخابره شده، سی و دومیلیون آن، از طریق چهار خبرگزاری بزرگ جهان مخابره می‌شود؛ خبرگزاری آسوشیتدپرس هفده میلیون، یونایتدپرس یازده میلیون، فرانس پرس سه میلیون و پانصد هزار، و رویتر یک میلیون و پانصد هزار کلمه^{۱۶}. اگر ملاحظه کنیم که $\frac{3}{4}$ خبرهای غیر بومی پخش شده، در جهان سوم (که شامل کشورهای همسایه هم می‌شود) از سوی این چهار خبرگزاری جهان مخابره می‌شود، به تسلط کامل این خبرگزاریها بر جریان خبری جهان، پی خواهیم برد. از آنجا که وضعیت کشورهای اسلامی در اکثر موارد بدتر از کشورهای متوسط جهان سوم است، به آسانی می‌توان برآورد کرد که جریان اطلاعات در این کشورها به چه صورت می‌باشد. جهان سرمایه‌داری با در دست داشتن خبرگزاریهای بزرگ جهان، در حقیقت، کنترل جهان اسلام و بزرگترین منبع قدرت را در دست دارد و می‌تواند با تبلیغات خود، افکار عمومی را به هر سو که بخواهد، هدایت کند و از آن در راه رسیدن به اهداف خود استفاده نماید.

بعضی از اهدافی که جهان سرمایه‌داری به وسیله تبلیغات خبرگزاریها دنبال می‌کند، عبارتند از:

الف - ایجاد اختلاف، تضاد و ناهمگونی میان

کشورهای اسلامی و بزرگ جلوه دادن اختلافهای جزئی میان این کشورها و از بین بردن همبستگی ملی آنها.

ب - ایجاد هراس و ناامیدی میان مسلمانان و تلقین این

که کشورهای اسلامی قدرتی برای مقابله با کفر جهانی ندارند. در این تبلیغات و اخبار، چنین القاء می‌شود که همواره این کشورها در حال خشونت به سر می‌برند و در اختلافاتشان از هیچ منطقی برخوردار نیستند و در مراحل ابتدایی کشورداری به سر می‌برند. ج - کمک به امپریالیسم سیاسی و رساندن اطلاعات به سازمانهای اطلاعاتی خود.

۲- جریان فرهنگی (مطبوعات، رادیو تلویزیون و فیلم)

در زمینه‌های مختلف فرهنگی نیز جهان سرمایه‌داری، تسلطی کامل بر اوضاع جهانی دارد و تمام کشورها را تحت سیطره تبلیغات خود قرار داده است، صاحبان قدرت مالی جهان از امکانات جدید، مانند ویدیو و ماهواره برای ادامه سلطه خود استفاده می‌کنند و بر انحصارات خود می‌افزایند.

ج- فیلمهای سینمایی و ویدیویی

ساخت فیلم، یکی دیگر از صحنه‌های فعالیت تبلیغاتی غرب است. فیلمهای ساخت کشورهای غربی، خصوصاً آمریکا به وسیله سینما، ویدیو و ماهواره تا دور افتاده‌ترین نقاط کشورهای اسلامی رسوخ کرده و تأثیرهای زیانبار فرهنگی خود را بر این جوامع می‌گذارند و از سوی دیگر، موجب از بین رفتن سرمایه‌های هنگفتی از کشورهای اسلامی می‌شوند.^{۲۱}

قبل از بررسی اهداف تبلیغات فرهنگی غرب، ذکر این نکته لازم است که همان‌طور که گفته شد، تبلیغ در عصر تکنولوژی، هرگز شکل سابق را ندارد، زیرا تبلیغات امروزی بیشتر غیرمستقیم و چند بُعدی است. همچنین باید توجه داشت که دشمنان اسلام تا حد امکان از انواع پوششها برای سرپوش گذاشتن بر روی فعالیتهای تبلیغی خود استفاده می‌کنند و به همین علت بر ماست که هوشیار بوده و همواره درصدد شناخت اهداف دشمنان اسلام باشیم. موارد ذیل را می‌توان از اهداف تبلیغات فرهنگی غرب دانست:

الف - تهی کردن افکار جوانان مسلمان از هرگونه ایدئولوژی و تربیت آنان به صورت افرادی لایبالی و بی‌هدف. بر اثر این تبلیغات، افراد، سراسر عمر، در آرزوهای سطحی و مادی به سر می‌برند و دیگر اثری از اهداف متعالی خلقت در آنها دیده نمی‌شود.

ب - ایجاد احساس بیگانگی در افراد و قطع ارتباط آنان با هویت مذهبی و ملی خویش که در اثر این تبلیغات احساس محرومیت شدیدی در افراد ایجاد می‌شود و آماده پذیرفتن هرگونه انحراف فکری و عقیدتی می‌شوند.

ج - اگر توجه داشته باشیم که اکثر مطبوعات صاحب نام جهان و شرکتهای سازنده فیلم و نیز شبکه تلویزیونی، در دست یهودیان قرار دارند^{۲۲}، در این صورت، بُعد سیاسی قضیه، برای ما ملموستر خواهد بود و به خوبی در می‌یابیم که چرا فیلمهایی مانند «بدون دختر، هرگز» ساخته و پخش می‌شوند و سازندگان آنها جوایز بزرگی نیز دریافت می‌کنند.

د - گاه و بیگاه، همین رسانه‌های گروهی، مفاهیمی مانند حقوق بشر، جهان سوم، دموکراسی و... را برای پیشبرد اهداف خود مطرح کرده و با دادن رنگ ارزشهای کلی و مطلق، از آنها در راه نیل به مقاصد خود، استفاده می‌کنند.

۳- مؤسسه‌های تحقیقاتی و دانشگاهها

با پیچیده شدن زندگی اجتماعی و گستردگی اطلاعات، دانش فنی و متخصصین علوم اهمیت بیشتری یافته‌اند و اگر در قرن گذشته سیاستمداران، حاکم اصلی به شمار می‌رفتند، اکنون دنیا در دست تکنوکراتها قرار دارد و دانشگاهها و مؤسسه‌های تحقیقاتی، منبع قدرت و شاخص قدرت ملی به حساب می‌آیند. مراکز علمی غرب، به خاطر داشتن سابقه طولانی، اطلاعات بیشتر و گستردگی منابع مالی، بر مراکز مشابه، در کشورهای دیگر برتری کامل دارند و کشورهای جهان سوم، خصوصاً کشورهای اسلامی برای آموزش کادر مدیریتی و اجرایی خود، شدیداً به این نوع مراکز وابسته‌اند. برای مدیران دولتی، در بیشتر کشورهای اسلامی و حتی متأسفانه، در کشور جمهوری اسلامی ایران، ورود به دانشگاهها و مراکز علمی غرب، افتخاری بزرگ به حساب می‌آید. تحقیقات انجام شده درباره منابع مالی این دانشگاهها و مراکز علمی نشان می‌دهد که تقریباً تمام مراکز یاد شده از بنیادهایی مانند فورد، راکفلر و کارنگی یاداد تأمین می‌شوند.^{۲۳}

و در مواقع لزوم، سازمان اطلاعاتی آمریکا، سیا، به کمک این مراکز می‌شتابد.

با در نظر گرفتن این مطالب، به این نتیجه می‌رسیم که شایسته‌ترین افراد از کشورها اسلامی و جهان سوم به طور غیرمستقیم، ابزار دست کسانی می‌شوند که خود، دشمن اصلی اسلام و مستضعفین جهانند^{۲۴}. بدون شک، از سوی چنین مراکز و مؤسسه‌هایی که در زمینه علوم انسانی فعالیت دارند، ضربه‌هایی سنگین بر اسلام وارد شده است. در اینجا بخشی از نتایج فعالیت تبلیغاتی مؤسسه‌های مذکور بر ضداسلام را ارائه می‌کنیم:

الف - تحریف عقاید و افکار اسلامی

در بیشتر تبلیغات غرب علیه اسلام، عقاید و افکار اسلامی، برای افراد عادی به گونه‌ای بیان می‌شوند که در نظر آنها اسلام چیزی جز مجموعه‌ای از خرافات و افکار باطل جلوه نمی‌کند. در این زمینه، از مسائلی مانند تعدد ازواج، وجوب جهاد، اعتقاد به غیبت و رجعت استفاده می‌کنند. در تبلیغات بنیادی‌تر، اصول فلسفی و اعتقادی اسلام را زیر سؤال می‌برند و یا افرادی با عنوان مستشرق، مأمور دست بردن در تاریخ اسلام می‌شوند تا به این وسیله، سابقه علمی و فرهنگی اسلام را تحریف‌کنند.

ب - توجیه علمی برای مقابله با اسلام

یکی از اهداف مهم این مؤسسات، توجیه علمی سیاستهای استعماری کشورهای سلطه‌جو و استعمارگر است. هر گاه که رهبران سیاسی این کشورها تصمیم مهمی اتخاذ می‌کنند، این مراکز علمی به توجیه آن می‌پردازند و از این راه، اهداف و اعمال آنان را مشروع جلوه می‌دهند. به عنوان مثال، نظریه پردازی به نام «ساموئل هانتینگتون» نظریه «رویاریوی تمدنها» را ارائه می‌دهد و در آن، بنیادگرایی اسلامی را خطری جدی برای قرن آینده معرفی می‌کند^{۲۵}. این قبیل متفکران و نظریه‌پردازان، با استفاده از منابع مالی بینادهایی مانند راکفلر، فورد و کارنگی، طی سی سال گذشته، تحقیقات گسترده‌ای را درباره موضوع توسعه سیاسی و اقتصادی انجام داده‌اند که در نتیجه عمل به نظریه‌های هانتینگتون و دیگر همکاران او مانند لوسین پای، راستو و کولمن، کشورهای اسلامی و جهان سوم، در گرداب استقراض خارجی به گونه‌ای گرفتار شدند که در حال حاضر، مبلغ استقراض خارجی آنها به ۱/۳ تریلیون دلار بالغ می‌شود. در همین راستا نظریه پرداز دیگری به نام «فرانسس فوکوهاما» نظریه معروف «پایان تاریخ» را ارائه می‌دهد و در آن، لیبرالیسم را تنها فاتح جنگ ایدئولوژی قرارداده و پیروزی آن را جشن می‌گیرد.^{۲۶}

پی‌نوشتها

- ۱- آوین تافلر تغییر ماهیت قدرت، ترجمه شاهرخ بهار (تهران: مرکز ترجمه و نشر کتاب)، ص ۶۲-۶۵
- ۲- بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، بهائیت مرکز خود را به اسرائیل منتقل کرد و هم اکنون در اسرائیل متمرکز است. رجوع کنید به: INQUIRY, Isarel-Bahai links, London, september ۱۹۸۷, P.۵۹.
- ۳- ر.ک. به: حمید احمدی، ریشه‌های بحران در خاور میانه (تهران: انتشارات کیهان، ۱۳۶۹)؛ سید داود، سیاست و حکومت در عربستان سعودی (تهران: نشر کتاب سیاسی، ۱۳۶۰)؛ روبرت لاسی، سرزمین سلاطین، ترجمه فیروزه خلعت بری (تهران: ۱۳۶۳)؛ شامیه، جبران، آل سعود، (ریاض: رئیس مشارکة المحدودة، ۱۹۸۶).
- ۴- ر.ک. به: جعفر سبحانی، الوهابة فی المیزان (قم: مؤسسه النشر اسلامی).
- 5_ Ralph D. Winter, Perspective on the world christian movemert, (California, William Carey library, Pasadena, 1992), P.D_49.
- 6_ Ibid. P.B_191.
- 7_ Mission Hand Book, (Michigan, Regency Refrency Librare' 1989), P.13.
- 8_ The Guinness Encyclopedia, (Milan, Guinness Publishing Ltd.1990), P.476.
- 9_ Patrick Johnstone, Operation World, (Michigan, Zondewan Publishing house, 1993), P.120
- ۱۰- دکتر حمید مولانا، جریان بین‌المللی اطلاعات، ترجمه بونس شکر خواه، (تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۱)، ص ۱۰۱
- ۱۱- جواهر لعل نهرو، نگاهی به تاریخ جهان، ترجمه محمود تفضلی،

همچنین برای نیل به این اهداف شوم، با استفاده از محققین اسلامی، تحقیقاتی درباره اسلام انجام می‌شود و از این تحقیقات در راه مقابله با اسلام استفاده می‌شود، نظیر سمینار «بنیادگرایی»^{۲۷}.

آنچه گذشت، بخش کوچکی از تبلیغات گسترده دشمنان اسلام، در جهان بود که روز به روز بر ابعاد آن افزوده می‌شود، اما آنچه که واقعیت دارد، این است که گرچه غرب توانسته است به وسیله حاکمان نالایق کشورهای اسلامی بر این کشورها سلطه یابد، ولی هنوز نتوانسته است امت اسلامی و توده‌های مسلمان در کشورهای اسلامی را زیر نفوذ و سلطه خود درآورد و هنوز در میان مسلمانان جهان، عواملی وجود دارند که بتوانند بار دیگر از ملت‌های بیش از پنجاه کشور اسلامی، امت واحد بسازند و علی‌رغم تمام تبلیغات زهرآگین بر علیه اسلام، روز به روز اسلام در حال گسترش است. پیدایش نهضت‌های اسلامی، در الجزایر، مصر، سودان، تونس، عراق، لبنان، ترکیه، افغانستان، پاکستان و... دلیلی قاطع بر این ادعاست. همچنین تجاوز مکرر آمریکا به کشورهای اسلامی نشان دهنده افزایش اسلام‌گرایی، در میان مسلمانان جهان است و حتی در کشور آمریکا نیز، اسلام به تدریج نفوذ خود را گسترش می‌دهد^{۲۸}.