

برگزیده‌ای از مقالات ارائه شده به دبیرخانه نخستین همایش علمی بررسی نقش تبلیغات در جنگ

۳۰

ممنوعیت تبلیغات جنگی در حقوق بین‌الملل معاصر

عباسعلی عظیمی شوشتری

بر خلاف نظر برخی از نویسندگان، تبلیغات فقط یک ابزار سیاسی نیست بلکه یک شکل از روابط انسانی است که با توجه به محتوای آن می‌تواند شکلی سازنده یا آثاری مخرب داشته باشد.

بنابراین می‌توان آن را یک فن به حساب آورد که در جامعه بین‌المللی هم می‌تواند در خدمت صلح و امنیت بین‌المللی قرارگیرد و هم برای ایجاد تشنجات و جنگهای خانمانسوز استفاده شود.

اگر مفهوم فوق را از تبلیغات پذیرفتیم «تبلیغات جنگی را نیز عبارت از هر گونه ارتباطات و فعالیتهای تبلیغاتی که سبب تحریک کشورها، دولتها یا ملتها برای تعارض و جنگ می‌شود» تلقی خواهیم کرد و اگر جنگ را آنگونه که در حقوق بین‌الملل تعریف کرده‌اند «که عبارت است از بکارگیری نیروهای مسلح و اعمال خشونت» بدانیم، تبلیغات برای مفاهیم سیاسی همچون جنگ سرد که یکی از جوانب آن جنگ تبلیغاتی است از محور بحث خارج می‌شود.

در عین حال مفهوم فوق، تبلیغاتی را که متخصصان در ضمن درگیری بر علیه

برگزیده‌ای از مقالات ارائه شده به دبیرخانه نخستین همایش علمی بررسی نقش تبلیغات در جنگ

یکدیگر و برای محق جلوه دادن خود و تضعیف روحیه سربازان طرف مقابل و ایجاد اختلاف در صفوف آنها و به اشتباه انداختن و فریب دشمن و یا برای شستشوی مغزی اسرا انجام می‌دهند. همگی از موضوع بحث ما خارج می‌شوند.

جنگهای خانمان سوز موجب ظهور این تفکر گردید که آیا برآستی نتیجه جنگ ارزش بهای آن را دارد؟ با این دیدگاه برای ممنوع ساختن آن در جامعه بین‌المللی تلاشهایی آغاز شد که منتج به ممنوعیت کامل جنگ تجاوزکارانه در منشور گردید. به دنبال آن هرگونه تبلیغات و تحریکات برای انجام این امر ممنوع، غیرقانونی اعلام شد.

از منشور ملل متحد که بر لزوم رفق و مدارا در زندگی بین‌المللی تأکید کرده، بطور غیر مستقیم ممنوعیت تبلیغات جنگی قابل استنباط است و قبل از آن، جامعه ملل در یک کنوانسیون که به تأیید سازمان ملل رسید صریحاً تبلیغات جنگی را ممنوع ساخت و این موضوع در اساسنامه دادگاه نورنبرگ نیز مورد

برگزیده‌ای از مقالات ارائه شده به دبیرخانه نخستین همایش علمی بررسی نقش تبلیغات در جنگ

توجه قرار گرفت و برخی از سران آلمان نازی، را بهمین دلیل به مرگ محکوم ساختند.

مجمع عمومی سازمان ملل در قطعنامه‌های متعددی بر ممنوعیت تبلیغات جنگی تصریح کرده و مفهوم و قلمرو آن را نیز گسترش داده است. به گونه‌ای که اقداماتی همچون قطع تماس مردم یک کشور با جهان و بدبین ساختن ملت نسبت به اقدامات سازمان و در جهل نگهداشتن آنها نیز از مصادیق تبلیغات جنگی دانسته شده است. علاوه بر این در ماده ۲۰ میثاق بین‌المللی حقوق مدنی سیاسی نیز صریحاً تبلیغات جنگی ممنوع اعلام شده است.

با توجه به مقررات بین‌المللی مورد اشاره تمامی ارکان کشورها برای انجام این تعهد مسئول هستند، تا هر اقدامی را که تبلیغ جنگی محسوب می‌شود منع نمایند و مقررات لازم را در کشور خود برای ممنوعیت این گونه اقدامات وضع نمایند، در غیر این صورت بواسطه اقدامات افراد و اتباع خود، در مقابل جامعه بین‌المللی مسئول خواهند بود.

با این وصف ناچاریم بپذیریم که ضمانت اجرای این ممنوعیت هنوز در پرده

برگزیده‌ای از مقالات ارائه شده به دبیرخانه نخستین همایش علمی بررسی نقش تبلیغات در جنگ

ابهام است. اما با وجودی که صرف تبلیغات جنگی را باید از نفس جنگ تجاوزکارانه متمایز بدانیم، شورای امنیت سازمان ملل، در صورتی که احراز نماید تبلیغات جنگ طلبانه یک کشور صلح و امنیت بین‌المللی را تهدید می‌کند، می‌تواند بر اساس فصل هفتم منشور اقدامات لازم را به عمل آورد. ضمن اینکه تبلیغات جنگی خود دلیل و اماره‌ای برای تعیین آغازگر جنگ نیز می‌تواند تلقی شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی