

« بسم الله الرحمن الرحيم »

« معیار های تبلیغ کارآمد از دیدگاه مقام معظم رهبری »

عاطفه سادات رضائی^۱

چکیده

تبلیغ از ریشه بلغ به معنای رساندن ، دارای ریشه قرآنی بوده و از منظر روایات عمل مبلغ ارزشمند تر از عبادت عابد می باشد . با توجه به قرار گیری جامعه اسلام و مسلمین در جنگ نرم ، کارآمد شدن تبلیغ مبلغ به عنوان موثر ترین روش مقابله در جنگ نرم ، در دوره کنونی ضرورت و اهمیت بالایی پیدا کرده است . تحقیق حاضر به روش کتابخانه ای و با تحلیل بیانات امام خامنه ای تدوین شده است . تحقیقات صورت گرفته نشان می دهد یادگیری و به کارگیری آداب تبلیغ ، جامعیت علمی ، مطابقت گفتار با رفتار ، دشمن شناسی ، مخاطب شناسی ، زمان شناسی ، استفاده از فناوری نوین و توجه ویژه به رسانه ، آراستگی به فضایل اخلاقی و یادگیری مهارت های تبلیغ ، همه معیار های تاثیرگذاری تبلیغ و کارآمد شدن آن با توجه به دیدگاه قرآنی مقام معظم رهبری می باشد .

کلیدواژه ها : تبلیغ ، جنگ تبلیغاتی ، کارآمد ، مقام معظم رهبری

^۱ . طلبه سطح دو حوزه علمیه الزهرا (سلام الله علیها) ، تابستان ۱۴۰۴

مقدمه

دین اسلام آخرین و جامع ترین دین برای هدایت بشریت به سمت عبودیت و تکامل است . جهان شمول بودن دین مبین اسلام ، نشان دهنده ی ضرورت امر تبلیغ است . تبلیغ وظیفه اصلی انبیاء و ائمه معصومین (علیهم السلام) بوده ، و هر کدام از آنها با توجه به مقتضیات زمان خود به این مهم همت گماردند . هم اکنون که مسلمانان جهان در عصر غیبت به سر می برند ، این وظیفه مهم بر عهده فقها و بزرگان دین قرار دارد . تبلیغ هم اکنون محو اصلی اهداف حوزه های علمیه به شمار می رود . تحلیل تاریخی بحث تبلیغ نشان دهنده این است که تبلیغ دین ، در برخی موارد موثر بوده و موجب هدایت و بیداری مردم شده و همین امر سبب شده است تا نام مورخ همواره بر صفحه تاریخ بدرخشد . از سوی دیگر نشان میدهد که تبلیغات ناموثر تا چه حد امکان دارد مردم را به گمراهی کشانده و حتی آنان را از دین دلسرد کند . بنابراین مبلغ همواره باید در جهت کیفیت افزایی تبلیغ خود و تاثیر گذاری بیشتر تلاش نماید .

در این زمینه تحقیقات و تالیفات متعددی صورت گرفته که در ادامه به برخی از آنها اشاره

میشود:

الف) کتاب تبلیغ دینی توسط شورای عالی اطلاع رسانی منتشر شده است که در این کتاب تلاش شده تمام بیانات مقام معظم رهبری درباره تبلیغ جمع آوری شود . این کتاب ضمن معرفی تبلیغ به مباحث پیرامون آن می پردازد . نوشتار حاضر هر چند از جهت نگرش به امر تبلیغ آن هم از دیدگاه رهبری مشابه این کتاب است ، اما توجه خاص به امر تبلیغ موثر و ارائه راهکارهای تحلیلی و طبقه بندی شده ، وجه تمایز این نوشتار با کتاب تبلیغ دینی است .

ب) کتاب تبلیغ در قرآن به قلم علی اصغر الهامی نیا به رشته تحریر درآمده است . در این کتاب نویسنده در صدد این بوده تا تمام مباحث مربوط به تبلیغ را با محوریت آیات و روایات تفسیری گردآوری نماید . هر چند این کتاب به تمام جوانب امر تبلیغ پرداخته و حتی به آسیب شناسی تبلیغات ناموثر نیز اشاره نموده است ، به این دلیل که محوریت محتوای کتاب قرآن بوده با نوشتار حاضر به محوریت بیانات رهبری متفاوت است . از سوی دیگر مقاله پیش رو صرفاً درصدد ارائه راهکار جهت تاثیرگذاری هر چه بهتر و بیشتر تبلیغ مبلغ است .

پ) مقاله « بایسته های تبلیغ و مبلغ با تاکید بر بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی » توسط نفیسه قنبری در پژوهشنامه تبلیغ اسلامی منتشر شده است . این مقاله به باید هایی اشاره دارد که مبلغ موظف است آنان را رعایت کند . تفاوت مقاله فوق با نوشتار روبه رو در این است که ، نوشتار حاضر صرفاً بر معیار های تبلیغ تاثیر گذار تاکید دارد آن هم با دامنه ای وسیع تر از مقاله مذکور ، که به صورت طبقه بندی شده ذکر میشود.

ت) اندیشکده مطالعات راهبردی حوزه و روحانیت مقاله ای تحت عنوان « تحلیل فرمایشات اخیر مقام معظم رهبری درباره تبلیغ » منتشر نموده است. این مقاله صرفاً به تحلیل سخنرانی مقام رهبری در سال ۱۴۰۲ پرداخته و آن را با بیانات قبلی ایشان تطبیق داده است.

بحث تبلیغ و تاثیرگذاری آن زمانی اهمیت خود را نشان می دهد که توجه شود تبلیغات ناموثر چه نتایجی به دنبال دارد. یکی از چندین علل گسترش سکولاریسم در بین جوانان و نوجوانان، یکسری تبلیغات نادرست دین و عملکرد ضعیف برخی از مبلغان می باشد. گذشته از این بحث، ایران و جامعه مسلمین در این برهه از تاریخ در صحنه ی یک جنگ بزرگ تبلیغاتی از سوی دشمنان قرار دارد. دشمن با کارآمدترین ابزار و با به کارگیری نیروهای متخصص به پیکره هویت اسلام و ایران حمله می کند. بنابراین بایستی در جبهه حق مبلغان با توانایی و تخصص در این زمینه حضور یابند تا از کیان اسلام و ایران حفاظت نمایند. همین امر ضرورت طرح این موضوع و پردازش آن را نشان می دهد.

هدف از تحقیق حاضر این است که با ارائه معیار های مناسب، برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری، گامی در جهت کیفیت افزایی و تاثیرگذاری هرچه بهتر و عمیق تر تبلیغات اسلامی برداشته شود. پرسشی که هم اکنون در صدد پاسخ به آن هستیم این است که معیار های تبلیغ موثر از دیدگاه مقام معظم رهبری چیست؟

مفهوم شناسی

تبلیغ از ریشه بلغ به معنای رساندن^۱ می باشد^۲. تبلیغ در اصطلاح عبارت است از: «رساندن مجموعه ای از اطلاعات به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات او به سود یا بر ضد یک موضوع»^۳. این تعریف نشان دهنده ی معنای عام تبلیغ است، یعنی تبلیغ در هر حوزه ای؛ اما معنای اصطلاحی تبلیغ در حوزه ی علوم اسلامی «آشنا نمودن مردم با احکام اسلامی، معارف الهی، بشارت دادن به مومنان، انداز و هشدار مخالفان^۴ و گناهکاران» می باشد. امام خامنه ای نیز تبلیغ را به معنای رساندن می داند و شرح می دهند که صرف رساندن به ذهن مخاطب کافی نیست و باید رساندن پیام و محتوای مقاله به گونه ای باشد که تبدیل به هویت و شخصیت مخاطب گردد: «تبلیغ یعنی چه؟ تبلیغ یعنی رساندن. به کجا؟ به گوش؟ نه؛ به دل. بعضی از تبلیغ های ما حتی به گوش هم درست نمیرسد! گوش هم حتی آن را تحمل و منتقل نمیکند! گوش که گرفت میدهد به مغز؛ قضیه اینجا نباید تمام بشود بلکه باید بیاید در دل نفوذ و رسوخ کند و به هویت ما، هویت مستمع، تبدیل شود. تبلیغ برای این است. ما تبلیغ نمیکنیم برای اینکه چیزی گفته باشیم؛ ما تبلیغ میکنیم برای اینکه آنچه را که موضوع تبلیغ است، در دل مخاطب وارد شود و نفوذ کند. ... ما میخواهیم منطق دین، ارزش های دینی، اخلاق دینی و همه چیزهایی را که در بنای یک شخصیت انسانی بر مبنای دین تاثیر دارد، تبلیغ کنیم؛ برای اینکه مخاطب ما به همین شخصیت دینی تبدیل شود»^۵. «آنچه را که باید بدان توجه نمود این است که تبلیغ اسلامی از نظر اصول، مبنا، روش و هدف، متفاوت از تبلیغات صورت گرفته توسط غرب است: «در حکومت های مادی – عمدتاً غرب – هم تبلیغ هست، [به اصطلاح] پروپاگاندا، که این [تبلیغ اسلامی] با آن [پروپاگاندا] به طور مبنایی و اصولی متفاوت است. پروپاگاندا، برای کنترل افکار عمومی مردم است، در جهت دست یافتن به قدرت، به منفعت، به پول است. غربی ها انصافاً در این زمینه ورودشان هم خوب است. خیلی بلدند. ... اما تبلیغ اسلامی مسئله اش این نیست؛ تبلیغ اسلامی عبارت است از تفاهم با مردم؛ بحث کنترل نیست، بحث تفاهم است. ذهن ها را به سمت یک هدف عالی و والایی متوجه کردن و ذهن ها را به هم نزدیک کردن. ... در آن پروپاگاندا ی غربی، فریب افکار عمومی اشکالی ندارد، بازیگری اشکالی ندارد، رفتار های هنرپیشه وار اشکال ندارد، هر چه انسان

۱. دهخدا، لغت نامه، ج ۴، ص ۶۳۹۵؛ آذرنوش، فرهنگ معاصر عربی – فارسی، ص ۴۸

۲. بیانات رهبری در دیدار مسئولان سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۰/۱۲/۰۵، Khamenei.ir

۳. بنیاد دایرة المعارف اسلامی، دانشنامه جهان اسلام، ج ۶، ص ۴۴۸

۴. قرائتی، قرآن و تبلیغ، ص ۲۵

۵. بیانات رهبری در دیدار دوحانیان و مبلغان در آستانه ماه محرم، ۱۳۸۴/۱۱/۰۵، Khamenei.ir

را به آن نتیجه‌ی مادی برساند، در پروپاگاندای غربی جایز است؛ اما در تبلیغ اسلامی، ابداً. در تبلیغ اسلامی، صداقت، امانتداری، احساس مسئولیت و مانند اینها لازم است.^۱

جایگاه تبلیغ در قرآن و روایات

خود واژه تبلیغ در قرآن به کار نرفته است، اما کلمات هم خانواده با آن نظیر واژگانی چون «بَلَّغْ» «بَلَّغْتَ»^۲ «أُبَلِّغُكُمْ»^۳ «يُبَلِّغُونَ»^۴ و «يَلْبِغُونَ»^۵ در بین آیات قرآن به چشم می‌خورند. آیه ۶۷ سوره مائده به آیه تبلیغ شهرت یافته است.^۶ با تدبر در آیات قرآن روشن می‌شود که برخی از کلمات نشان دهنده‌ی معنای تبلیغ هستند؛ مانند انداز و تبشیر، هدایت و ارشاد، دعوت، امر به معروف و نهی از منکر.^۷ در بین این واژگان «دعوت»^۸ از نظر معنایی بیشتر به واژه تبلیغ نزدیک است.^۹ مقام معظم رهبری با بیانی بسیار دقیق به بررسی آیات مربوط به تبلیغ می‌پردازد: «کلمه بلاغ یا بلاغ مبین در قرآن در حدود دوازده – سیزده جا آمده. بلاغ مبین یعنی آن رساندنی که جای شبهه‌ای باقی نگذارد: «وَمَا عَلَيْنَا إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ»^{۱۰} باید جای شبهه‌ای باقی نگذارد. بلاغ، یعنی رساندن، رساندن پیام به گوش‌ها و دل‌ها، این در قرآن بارها تکرار شده. ... از قول پیغمبران تکرار شده. ... از قول خداوند متعال خطاب به پیامبر تکرار شده: «فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ»^{۱۱} ... از همین ماده‌ی بلاغ «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا»^{۱۲}

۱. بیانات رهبری در دیدار با اعضای شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی، ۱۳۹۶/۱۰/۰۶، Khamenei.ir

۲. مائده: ۶۷

۳. احقاف: ۲۳

۴. احزاب: ۳۹

۵. اسرا: ۲۳

۶. مرکز فرهنگ و معارف قرآن، دایرة المعارف قرآن کریم، ج ۶، ص ۴۲۱

۷. قرائتی، قرآن و تبلیغ، ص ۲۵

۸. آل عمران: ۱۰۴ – نور: ۴۸

۹. الهامی نیا، تبلیغ در قرآن، ص ۱۹

۱۰. یس: ۱۷، «بر ما وظیفه‌ای جز رساندن آشکار پیام نیست.»

۱۱. آل عمران: ۲۰، «... فقط رساندن پیام بر عهده‌ی توست ...»

۱۲. احزاب: ۳۹، «همان کسانی که پیام‌های خدا را ابلاغ میکنند و از خدا می‌ترسند و از هیچ کس جز خدا بیم

ندارند و برای حساب رسی خدا کافیت.»

تبلیغ یک مهارت است ، مانند مهارت‌های دیگر نیاز به یادگیری دارد . همانطور که یک پزشک بدون تحصیلات پزشک حاذقی نمی‌شود ، مبلغ نیز بدون تعلیم و تربیت مبلغ کارآمدی نخواهد بود . یادگیری مهارت تبلیغ واجب است ، زیرا کارهایی که به حکم دین واجب هستند یادگیری مهارت آن کارها نیز واجب است و فریضه علم از هر جهت تابع میزان احتیاج جامعه است ^۱ . « تبلیغ یک فن است و به تعلیم و فراگیری احتیاج دارد . همچنین نیاز دارد که نو به نو و روز به روز ضرورت‌ها و لوازم آن به مبلغین ارائه شود . باید فن تبلیغ را آموخت ، باید کسانی این فن را یاد بگیرند و تعلیم دهند و تکمیل کنند ^۲ .»

نتیجه گیری

مطالعات انجام گرفته نشان داد که برای کیفیت افزایی تبلیغ در دوره حساس کنونی ، مبلغ بایستی به خودسازی بپردازد: خود را از جهت علمی به سطح بالایی ارتقا دهد ، علم خود را در قالب عمل نشان دهد ، تحلیل مناسبی از جهان اطراف خود حول سه محور دشمن شناسی و مخاطب شناسی و زمان شناسی داشته باشد ، در میدان جنگ رسانه با سلاح سواد رسانه حضور یابد ، فضایل اخلاقی را در وجود خود نهادینه نماید و مهارت ها و آداب تبلیغ را بیاموزد و به کار گیرد .

^۱ . مطهری ، ده گفتار ، ص ۱۶۸

^۲ . بیانات رهبری در دیدار جمعی از روحانیون ، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷ ، Khamenei.ir

فهرست منابع و مآخذ

- (۱) قرآن
- (۲) نهج البلاغه
- (۳) صحیفه سجادیه

منابع فارسی

- (۱) آذرنوش ، آذرتاش ، فرهنگ معاصر عربی - فارسی ، تهران - ایران ، نشر نی ، چاپ هشتم ، ۱۳۸۶ ه . ش
- (۲) اسلامی فر ، جعفر ، سخن و سخنوری ، تهران - ایران ، مشعر ، ۱۳۸۸ ه . ش
- (۳) الهامی نیا ، علی اصغر ، تبلیغ در قرآن ، قم - ایران ، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی ، نمایندگی ولی فقه ، پژوهشکده تحقیقات اسلامی ، بی تا
- (۴) انصاریان ، حسین ، تفسیر حکیم ، ویراستار : علی غضنفری ، قم - ایران ، دار العرفان ، چاپ سوم ، ۱۳۸۹ ه . ش
- (۵) بنیاد دایرة المعارف اسلامی ، دانشنامه جهان اسلام ، ناظر : غلامعلی حداد عادل و مصطفی میر سلیم ، تهران - ایران ، بنیاد دایرة المعارف اسلامی ، چاپ دوم ، ۱۳۷۵ ه . ش
- (۶) خمینی ، روح الله ، صحیفه امام (ره) ، تهران - ایران ، موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی ، چاپ اول ، ۱۳۷۸ ه . ش
- (۷) دهخدا ، علی اکبر ، لغت نامه ، موسسه لغت نامه دهخدا ، تهران - ایران ، دانشگاه تهران ، موسسه انتشارات و چاپ ، چاپ دوم ، ۱۳۷۷ ه . ش
- (۸) رضایی اصفهانی ، محمد علی ، تفسیر قرآن مهر ، سایر : جمعی از پژوهشگران قرآنی ، قم - ایران ، پژوهش های تفسیر و علوم قرآن ، چاپ اول ، ۱۳۸۷ ه . ش
- (۹) طباطبایی ، محمد حسین ، تفسیر المیزان ، مترجم : سید محمد باقر موسوی ، قم - ایران ، جامعه مدرسین حوزه علمیه قم ، دفتر انتشارات اسلامی ، چاپ یازدهم ، ۱۳۷۸ ه . ش
- (۱۰) طبرسی ، فضل بن حسن ، ترجمه تفسیر مجمع البیان ، مترجم : حسین نوری و محمد مفتاح ، تهران - ایران ، فراهانی ، بی تا
- (۱۱) طیب ، عبدالحسین ، أطيّب البیان فی تفسیر القرآن ، تهران - ایران ، اسلام ، چاپ اول ، ۱۳۷۸ ه . ش

- ۱۲) فتال نیشابوری ، محمد بن احمد ، ترجمه **روضه الواعظین** ، مترجم : محمود مهدوی دامغانی ، تهران - ایران ، نشر نی ، چاپ اول ، ۱۳۶۶ ه . ش
- ۱۳) قرائتی ، محسن ، **قرآن و تبلیغ** ، تهران - ایران ، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن ، چاپ اول ، ۱۳۸۵ ه . ش
- ۱۴) ----- ، **تفسیر نور** ، تهران - ایران ، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن ، چاپ اول ، ۱۳۸۸ ه . ش
- ۱۵) ----- ، **گناه شناسی** ، محمد محمدی اشتهااردی ، تهران - ایران ، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن ، چاپ اول ، ۱۳۸۶ ه . ش
- ۱۶) کلینی ، محمد بن یعقوب ، **اصول کافی** ، مترجم : سید جواد مصطفوی ، تهران - ایران ، کتاب فروشی علمیه اسلامیة ، چاپ اول ، ۱۳۶۹ ه . ش
- ۱۷) ----- ، **گزیده کافی** ، مترجم : محمد باقر بهبودی ، تهران - ایران ، مرکز انتشارات علمی و فرهنگی ، چاپ اول ، ۱۳۶۳ ه . ش
- ۱۸) محمدی ری شهری ، محمد ، **تبلیغ بر پایه قرآن حدیث و تاریخ** ، قم - ایران ، موسسه علمی فرهنگی دارالحدیث سازمان چاپ و نشر ، چاپ اول ، ۱۳۸۷ ه . ش
- ۱۹) مرکز فرهنگ و معارف قرآن ، **دائرة المعارف قرآن کریم** ، سایر نویسندگان : پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی ، قم - ایران ، موسسه بوستان کتاب مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم ، چاپ دوم ، ۱۳۸۲ ه . ش
- ۲۰) مطهری مرتضی ، **آزادی معنوی** ، تهران - ایران ، صدرا ، چاپ هشتاد و هشتم ، ۱۴۴۵ ه . ق
- ۲۱) ----- ، **سیری در سیره نبوی** ، تهران - ایران ، صدرا ، چاپ هشتاد و هشتم ، ۱۴۴۵ ه . ق
- ۲۲) ----- ، **ده گفتار** ، تهران - ایران ، صدرا ، چاپ هفدهم ، ۱۴۲۲ ه . ق
- ۲۳) مغنیه ، محمد جواد ، **تفسیر کاشف** ، قم - ایران ، موسسه بوستان کتاب مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم ، چاپ دوم ، ۱۳۸۶ ه . ش
- ۲۴) مکارم شیرازی ، ناصر ، **تفسیر نمونه** ، تهران - ایران ، دارالکتاب اسلامیة ، چاپ سی و دوم ، ۱۳۷۴ ه . ش
- ۲۵) ----- ، **پیام امام امیرالمومنین (علیه السلام)** ، سایر نویسندگان : جمعی از فضلا ، تهران - ایران ، دارالکتاب اسلامیة ، ۱۳۷۵ ه . ش

منابع عربی

- ۱) آقا جمال خوانساری ، محمد بن حسن ، شرح غرر الحکم ، مصحح : جلال الدین محدث ، تهران - ایران ، دانشگاه تهران موسسه انتشارات و چاپ ، چاپ چهارم ، ۱۳۶۶ ه. ش
- ۲) ابن شعبه حرانی ، حسن بن علی ، تحف العقول ، مصحح : علی اکبر غفاری ، قم - ایران ، جامعه مدرسین ، چاپ دوم ، ۱۳۶۳ ه. ش
- ۳) تمیمی آمدی ، عبد الواحد بن محمد ، تصنیف غرر الحکم و درر الکلم ، محقق / مصحح : مصطفی درایتی ، قم - ایران ، دفتر تبلیغات ، چاپ اول ، ۱۳۶۶ ه. ش
- ۴) حکیمی ، محمد رضا ، حکیمی ، محمد ، حکیمی ، علی ، الحیة ، مترجم : احمد آرام ، تهران - ایران ، دفتر نشر فرهنگ اسلامی ، چاپ اول ، ۱۳۸۰ ه. ش
- ۵) طریحی ، فخر الدین ابن محمد ، مجمع البحرین ، محقق / مصحح : احمد حسینی اشکوری ، تهران - ایران ، مرتضوی ، چاپ سوم ، ۱۳۷۵ ه. ش
- ۶) کلینی ، محمد بن یعقوب ، الکافی ، محقق : علی اکبر غفاری و محمد آخوندی ، تهران - ایران ، دار الکتاب اسلامی ، چاپ چهارم ، ۱۴۰۷ ه. ق
- ۷) لیثی واسطی ، علی بن محمد ، عیون الحکم و المواعظ ، محقق / مصحح : حسین حسینی بیرجندی ، قم - ایران ، دار الحدیث ، چاپ اول ، ۱۳۷۶ ه. ش
- ۸) مجلسی ، محمد تقی بن مقصود علی ، روضة المتقین فی شرح من لا یحضره الفقیه ، محقق / مصحح : حسین موسوی کرمانی ، قم - ایران ، موسسه فرهنگی اسلامی کوشانبور ، چاپ دوم ، ۱۴۰۶ ه. ق
- ۹) مجلسی ، محمد باقر بن محمد تقی ، مرآة العقول فی شرح اخبار آل رسول ، مصحح : سید هاشم رسولی محلاتی ، تهران - ایران ، دار الکتاب اسلامی ، چاپ دوم ، ۱۴۰۴ ه. ق
- ۱۰) ----- ، بحار الانوار ، بیروت ، التراث العربی ، چاپ دوم ، ۱۴۰۳ ه. ق

مقالات

- ۱) مجله حوزه ، « اخلاق مبلغ » ، مجله حوزه ، شماره ۳۹ ، دوره هفتم ، مرداد و شهریور ۱۳۶۹

۲) مرتضوی امامی زواره ، سید علی ، اجمالی ، سارا ، « جایگاه جنگ روانی در جنگ نرم غرب
بر علیه امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران ، چالش ها و راهکار ها » ، فصلنامه حقوق ملل ،
شماره ۱۸ ، تابستان ۱۳۹۴