

به آنها که وفادار و جانباز راه انقلاب شاه و مردمند  
به آنها که قدرت درك عمیق تعالیم و آموزش  
سردار موفق انقلاب را دارند

## دستگاه تبلیغات

در رژیم‌های دموکراتیک که فکر و عقیده به زنجیر اسارت و بندگی کشیده نشده و خداوندان کوچک با مغزهایی کوچکتر با توسل بروش ارباب و تزویر سر نوشت ملیون‌ها انسان را به بازیچه نمیگیرند دستگاه تبلیغات بمعنی وسیع خود اهمیت ممتاز کسب میکند .

در چنین رژیم‌هایی تبلیغات هم مبتکر است و هم راهنما .

مبتکر باین معنی که در قالب حفظ منافع مردم و با در نظر گرفتن افکار و عقاید توده‌ها آنچه را که اجتماع طلب میکند در قواره‌ای مشخص ارائه میدهد و راهنما باین مفهوم که جهت حرکت اجتماع را برای رسیدن بهدف ملی تعیین نموده و از نظر فکری و ایدئولوژیک آنرا تجهیز میکند از این جهت در آندسته از سیستم‌های حکومتی که حق تعیین سر نوشت مردم بمردم سپرده شده و حاکمیت ملی بصورتی بارز و بدون خدعه و نیرنگ متجلی گردیده تبلیغات بمنزله پیشاهنگی است که به حرکت جامعه سمت و شکل میدهد و البته فرق چنین تبلیغاتی با تبلیغات در رژیم‌های دیکتاتوری و توتالیتر در این است که در چارچوب دموکراسی تبلیغات مکمل آزادیهای فردی و اجتماعی است و حال آنکه در حکومت دیکتاتورها تبلیغات وسیله و ابزاری است برای کور کردن آخرین روزنه‌های امید به آزاد زیستن و انسان بودن .

ولی بهر حال تبلیغات نیروی محرك و تجهیز کننده است و این در مورد هر جامعه باهر رژیم و فورماسیون سیاسی و اجتماعی صادق است یعنی تبلیغات جزء مهمی از وجود هر دستگاه حکومتی است ، جزئی که چشم‌پوشی از آن

امکان ندارد، در این جا تکیه روی ماهیت تبلیغات نیست زیرا شکل و قالب حکومت آنرا مشخص میکند، در قالب حکومت ملی و دموکراتیک تبلیغات ماهیت ملی دارد و در قالب رژیم ضدملی و دیکتاتوری تبلیغات متضاد با تمایلات عمومی و خواست‌های مردم و متناقض با مصلحت اجتماع خواهد بود.

اما این دوگانگی ماهیت از اهمیت تبلیغات نمی‌کاهد و نقش آنرا در رسیدن به هدف با هر خصلتی که باشد تضعیف نمی‌کند، در کتاب تاریخ بشر با این حقیقت برخورد کرده‌ایم.

اگر شما هم تا بهمین حد فائل به اهمیت تبلیغات باشید این را قبول خواهید کرد که در دوران سازندگی کشور ما و در عصر انقلاب نو آور و نجات بخش شاه و مردم آنچه که بعنوان منبع انرژی باید ماشین اجتماع را برای رسیدن به آرمان بزرگ انقلاب تجهیز کند و همه نیروها را در هر وضع و حال به کوشش در طریق سازندگی انقلابی و صلح آمیز وا دارد دستگاه تبلیغات کشور است و البته متوجه این واقعیت تأسف آور هم خواهید شد که دستگاه تبلیغات در کادر وسیع خود کمتر با این رسالت تاریخی آشنائی داشته و لذا نه آنکه نقش پیش‌تاز و تجهیز کننده نداشته بلکه چندگامی هم از انقلاب عقب مانده، چرا... ۹۹.

شاید پاسخ باین چرا چندان آسان نباشد بدو علت یکی آنکه ممکن است مسئولان امور تبلیغاتی کشور که بین ایشان افراد وطن پرست و معتقد بسیارند از صراحت و صداقت بیان ما آزرده خاطر گردند که البته مراضی به چنین وضعی نیستیم و دیگر آنکه يك قسمت عمده از عیوب دستگاه تبلیغاتی نتیجه وجود اشکالات و ناهماهنگی‌های عدیده تشکیلاتی و غیر تشکیلاتی در سایر دستگاه‌های اجرائی مملکت است یعنی در حقیقت ریشه فساد دستگاه تبلیغات را باید در فساد کلی جامعه من حیث المجموع جستجو کرد، که این خود مستلزم يك رشته بررسی‌های دقیق‌تر و جامع‌تری است که این مختصر نه گنجایش آنرا دارد و نه امکانش را اما بهر حال این کافی و قانع کننده برای خفه کردن انتقاد نسبت به دستگاه تبلیغاتی مملکت نیست بخصوص در دورانی که احتیاج جامعه ما باین دستگاه پیش از هر زمان دیگر احساس میشود.

اگر فعالیت‌ها و وظایف دستگاه تبلیغات را بطور کلی بدو زمینه داخلی و خارجی محدود کنیم و اگر به ارزیابی کار این دستگاه در محدوده مزبور بپردازیم در حله اول متوجه این نکات خواهیم شد.

### تبلیغات ذهنی

تبلیغات ما بیشتر جنبه ذهنی و باصطلاح سو بژکتیو دارد و این موجب شده است که در امر تبلیغات کمتر از حقایق عینی و واقعیات موجود استفاده شود یعنی فرمول تبلیغاتی ما بر اساس آنچه که داریم نیست بلکه بر اساس آنچه که خواهیم داشت میباشد البته این تاحدی پسندیده و قابل قبول است اما بصورتی که ما از آن استفاده میکنیم نه آنکه مطلوب نیست بلکه عملاً روح بی اعتمادی و بی اعتباری در افکار عمومی ایجاد میکند.

مردم تبلیغاتی را بعنوان تبلیغات اصیل قبول دارند که اصالت ابرکتیو یعنی حقیقت عینی و قابل رویت داشته باشد.

مسئولان امور تبلیغات باین واقعیت باید توجه پیدا کنند که اگر فشار تبلیغاتی روی اقدامات انجام گرفته و به پایان رسیده باشد خود بخود افکار عمومی مساعد برای قبول حقانیت برنامه های تبلیغاتی درباره آینده ای که در دست ساختمان است بوجود خواهد آمد و تنها در آن صورت است که مردم عنوان سازمان دروغ پردازی به دستگاه تبلیغات نخواهند داد.

این را نه ما و نه شما بلکه طراحان برنامه های تبلیغاتی کشور نیز قبول دارند که آن اعتماد لازم به سیستم تبلیغاتی مملکت وجود ندارد صادقانه باید اقرار کرد که اشتباهات عدیده و ندانم کاریهای متعدد و همچنین عوام فریبی های گذشته باعث این بدبینی و بی اعتمادی که فی الواقع همان بی اعتباری دستگاه تبلیغات باشد گردیده و این مشکل و نقیصه بر طرف نخواهد شد مگر با کوششی بس بزرگ.

در این جا ذکر این حقیقت نیز ضروری است که دستگاه تبلیغات زمانی میتواند گره از کار دولت بگشاید که خود ایجاد کننده گره های جدیدی در کار دولت نباشد والا عدمش از وجودش به صواب نزدیکتر است.

اشتباه نشود وقتی صحبت از تبلیغات میکنیم مقصود فقط دستگاه رادیو و یا تله ویزون نیست تبلیغات سازمان وسیعتر و مفهوم کاملاً کلی تری دارد هر امور دولت در هر پست و مقامی که باشد يك عامل تبلیغاتی است و طبیعی است كه يك عامل فاسد جز تبلیغ فساد و اشاعه روح بی ایمانی هنر دیگری نخواهد داشت همانطور که يك عضو شرافتمند و خوشنام يك عنصر پاك طینت و انسان دوست که از هر گونه آلودگی بدور است نه آنکه آبرو و حیثیت دولت را بالامیبرد

بلکه التیام دهنده محیط است ، هم درد را تشخیص میدهد و هم بدرمان آن میپردازد .

شما اغلب مشاهده کرده اید که هر وقت فرد خوشنام، خوش فکر واقع بین و آزاده ای در رأس کاری قرار گرفته است در اندک زمان موفق به خدمات بزرگی گردیده و یکباره نظر مردم را در جهت تأیید دستگاه تحت مدیریت خود عوض نموده و در نتیجه مبلغ شایسته ای برای بالا بردن حیثیت و اعتبار دولت در بین توده های مردم بوده است ، و البته عکس قضیه نیز کاملاً صادق است ، مقصود اینست که دستگاه تبلیغات محدود به وزارت اطلاعات آنهم رادیو و یا تله ویزون نمیشود و درست بهمین مناسبت است که از تبلیغات بعنوان اساسی ترین فعالیت دولت و مهمترین ارگان آن میتوان نام برد و تصدیق میفرمائید که چنین امر مهمی در خور توجهی بی نهایت عظیم و دقیق است ، که توجهی بر واقعیات مبتنی باشد و از هر گونه روش های جنجالی و رنگ و روغن خورده بدور .

### تبلیغات نارس

شاید خواننده عزیز با این اصطلاح زیاد مأنوس نباشد منظور از تبلیغات نارس بی عمقی آنست باین معنی که وقتی شما يك تفسیر سیاسی و یا اجتماعی و یا اقتصادی را گوش میکنید در آخر کار هیچ مطلب اصولی و آموزنده دستگیرتان نمیشود .

تبلیغاتی که هدف نداشته باشد ، تبلیغاتی که هدفش متناسب با تقاضای جماعتی که برایش تبلیغ میشود نباشد تبلیغاتی که نتواند پاسخگوی مسائل مطروحه حتی مسائلی که در دورترین زوایای قلب مردم سوسومیزند باشد و بالاخره تبلیغاتی که نه قانع کننده باشد و نه ارشاد کننده نارس است .

بهیچوجه نظر این نویسنده که تأکید شود تبلیغات ما سراپا این چنین است اما صمیمانه میتوان عنوان کرد که از این جهت که بود هائی داریم بین خودمان بماند تبلیغات ما تا حدی ابتدائی و باصلاح بازاری است و حال آنکه مردم وطن ما با نچنان آرمان بزرگی مسلحند که میتوانند غذای کافی برای يك تبلیغات عمیق ، آموزنده و تجهیز کننده باشد حال چرا در سیستم تبلیغاتی خود باین واقعیت توجه نمیکنیم و این نوع تبلیغ را که اصولاً با روح ایرانی سازگار نیست به زمینه های تجارتي و بازرگانی هم کشیده ایم مطلب دیگری است

که بحث در باره آن از حوصله این مقال خارج است بهر حال آنچه که ناگزیر از اشاره بدان هستیم این است که تبلیغ در دوران سازندگی انقلابی، باید عمق، اصالت و کیفیت شایسته خصوصیات زمان خود را داشته باشد.

### تبلیغات غیر مجهز

در هر دستگاه تبلیغاتی آمادگی تدافعی بمنظور جلوگیری بموقع از هر گونه نفوذ و زور سوخ تبلیغات مخرب و اشاعه شایعات عوام فریبانه و پروکاسیون های سیاسی از وظایف اصلی است زیرا اغلب مشاهده میگردد که نفوذ تبلیغات مضره و گسترش شایعه پراکنی ایجاد آنچنان توهماتی در توده های مردم میکند و بنحوی افکار عمومی را مشوب مینماید که پیش گیری از آن مستلزم صرف وقت و هزینه بسیار است و چه بسا اثرات ناشی از آن سالها در ذهن اجتماع باقی مانده و موجب بروز ناهماهنگی های فکری و تضاد های ایدئولوژیک که بدون تردید در امر رهبری و مدیریت جامعه انعکاس نامطلوب خواهد داشت میگردد.

یکی از مشکلات دستگاه تبلیغاتی کشور که مآلاً بنیان ثبات فکری جامعه را متزلزل میکند عدم آمادگی کافی در برخورد فوری با تبلیغات مخرب و جلوگیری مؤثر از بسط و اشاعه آن میباشد.

و باید قبول کرد که دستگاه تبلیغاتی ما مخصوصاً در خارج از کشور بیشتر دچار این ضعف و سستی است، بنحویکه چندین هزار ایرانی مقیم خارج از کشور که اغلب جوان و دانشجو هستند و درست بهمین جهت احتیاج بیک رهبری سیاسی و تبلیغاتی منطقی منصفانه ملی و اصیل دارند، بهیچوجه تحت چنین ارشاد و آموزش قرار نگرفته و عملاً در معرض هجوم ایدئولوژیک دشمنان سوگند خورده وطن و مردم ما واقع هستند، اگر توجه پیدا کنیم که بهر حال همین جوانان دیر یازود بکشور بازگشته و مصدر فعالیت های اجتماعی، اقتصادی سیاسی و فرهنگی میگردند اهمیت قضیه بیش از پیش آشکار میشود.

حقیقت این است که تبلیغات غیر مجهز نه فقط در زمینه تدافعی ضعیف

است بلکه بعلت همین ضعف ، خصوصیت ابتکاری و کیفیت رهبری کننده خود را نیز از دست میدهد و بصورت دستگاهی دنباله رو، مقلد و زنگ زده در می آید ، دستگاهی که از هر جهت سر بار جامعه و ترمز کننده آن خواهد بود .

### تبلیغات یکنواخت .

تبلیغات یکنواخت مانند ضربه هولناکی میماند که بر اعصاب مردم فرود آید ، چنین تبلیغاتی هرگز نمیتواند شور زندگی و نیروی سازندگی در توده ها ایجاد کند ، تبلیغات یکنواخت در آغاز کسل کننده ورنج آور است ولی در مراحل بعدی منشاء بروز یک سری واکنش های شدید اجتماعی و سیاسی میگردد و واکنش هایی که میتوانند مبدع فجایع گوناگون و ناموزونی های شدید و ویران کننده در یک اجتماع باشند .

تبلیغات یکنواخت از نظر روانی نیز موجب پیدایش عقده هایی میشود که هر یک در جای خود زخم مسری و مهلکی است که علاجش اگر غیر ممکن نباشد حتماً با مصائب و مشکلات فراوان روبروست .

باین جهت باید حداکثر کوشش را معمول داشت تا از تبلیغات تکراری و یکنواخت پرهیز کرد ، هرگز نباید اعصاب مردم را تحت فشار شکنجه قرار داد زیرا باید توجه داشت که تبلیغات تا با آرمان مردم هماهنگ نباشد مورد قبول و پذیرش آنها واقع نخواهد شد و در بطن جامعه برای خود جایی باز نخواهد کرد این مسأله حتی در باره تبلیغات تجارتي هم کاملاً صادق است کیست که در شهر ما اعصابش از ضربات سنگین فریادهای خشن تبلیغات تجارتي فرسوده های محلی در امان باشد ، کیست که این نوع تبلیغات شمري ، کاملاً تکراری و واقعاً خسته کننده را پذیرفته و یا بر تهیه کنندگان آن لعنت نفرستد ، همه مردم این شهر میدانند که این نوع تبلیغات تجارتي جز يك مشت دروغ بی سروته چیز دیگری نیست . در این صورت وقتی يك آگهی اصیل تجارتي هم پخش و منتشر گردد خود بخود در لجن زار تبلیغاتی موجود گم میشود و کسی بآن التفاتی نمیکند این نیست مگر آنکه مردم بجان آمده اند ، بجان آمده اند از آنچه که بعنوان تبلیغات تجارتي سالهاست که بخورد آنها میدهند آیا این وظیفه دستگاه تبلیغاتی کشور نیست که يك بار و برای همیشه باین شعبده بازی که صحنه گردانان اصیلش سوداگران اعصاب و اعتماد مردم هستند خاتمه دهد .

## تبلیغات گسیخته

مقصود از تبلیغات گسیخته تبلیغاتی است که نه فقط دارای هدف واحد نیست بلکه روی هدف‌های پراکنده نیز نقش رهبری کننده و یا باصلاح‌دیرکتیو دهنده ندارد و بهمین مناسبت دچار یکنوع عدم هماهنگی و گسیختگی میگردد. در رژیم‌های دموکراتیک گرچه دستگاه تبلیغات اعمال نفوذ فکری نمیکند و فی الواقع تریبون تبلیغات را برای ابراز هر گونه عقیده و مسلک باز میگذارد اما از آنجا که دفاع از دموکراسی و آزادی فرد احتیاج به پاسداری و حمایت دارد لذا دستگاه تبلیغات ناگزیر از اتخاذ روشی است که نه فقط هماهنگی فکری ایجاد کند بلکه نقش راهنما برای رسیدن باین وحدت فکری را ایفاء نماید یعنی بتواند دیرکتیو دهنده باشد.

در یک جامعه دموکرات هماهنگی بهیچوجه بمعنی خفتان سیاسی و تحدید آزادیهای فکری و جلوگیری از برخورد عقاید و آراء مطرح نمیشود گرچه در پاره‌ای از سیستم‌های حکومتی در ظاهر دموکرات و در باطن استبدادی و توتالیتر هماهنگی و وحدت دموکراتیک بمفهوم نوع معینی از سیستم جا برانه اقلیتی صاحب قدرت به اکثریت‌های ملیونی تحمیل میشود و اسم آنرا هم دفاع از آزادی، مساوات و برابری میگذارند ولی باید عمیقاً متوجه بود که وحدت دموکراتیک اجتماع بمنظور ایجاد یکپارچگی ایدئولوژیک و همبستگی ملی در کادر رژیم دموکراسی در هیچ صورت خود با خشونت‌های ملیتارستی و آزارهای ناشی از تعصبات و دگم‌های مسلکی همراه نیست آنها که توازن اجتماع را با ایمان جبر و زور و بصورت یکنوع یوغ معنوی فراهم میکنند مسلح به رجحان بینی فلسفی که باشند بدون تردید در جهت متضاد آرمانهای انسانی، اصول دموکراسی و روش‌های دموکراتیک حرکت میکنند؛ و چنین وحدتی نه آنکه مبین آزادی نیست بلکه دشمن مستقیم آنست.

در هر سازمان دموکراتیک بشرطیکه در آن خدشه و نیرنگی نباشد شکل و محتوی هماهنگ و موزون است و این توازن و وحدت نتیجه منطقی و خود بخودی آن میباشد در مرزی که هیچ انسانی بحقوق انسان دیگر تجاوز نکند هیچ فردی دیگر را با استثمار نکشد و هیچ قدرتی مافوق قدرت دیگر نباشد

چگونه امکان دارد هماهنگی، یکپارچگی و وحدت وجود نداشته باشد، آرمان دموکراسی احترام بحقوق همه انسانهاست و در چنین رژیم کلیه مسائل اجتماع بر همین محور اصلی حل و فصل میگردند همچنین مسأله تبلیغات که یکی از مسائل حساس و عمده هر جامعه دموکرات است و الزاماً بهمین خاطر است که در چارچوب وحدت جامعه هماهنگی دستگاه تبلیغات و نقش فرماندهی آن حتماً منصبی والا کسب میکند اینرا شما هم میپذیرید که دستگاه تبلیغات ما از این جهت کمبودهایی دارد که باید مورد توجه قرار گیرد، دستگاه وسیع تبلیغات کشور ما باید از همه جهات همراه انقلاب مترقیانه شاه و مردم حرکت کند، باید شعارهای انقلاب را عمیقاً درک کند، وظیفه ای که تبلیغات در برابر انقلاب در برابر مردم و در پیشگاه رهبر شجاع انقلاب دارد بسیار مهم و حساس است زیرا این دستگاه تبلیغات است که باید مردم وطن ما را صمیمانه و صادقانه بخدمت انقلاب گمارد بنظر ما هر چه در این باب گفته و نوشته شود کم است و آنها که با ایمان راسخ و علاقه مفرط وفادار و جانناز راه انقلاب پیروز شاه و مردمند آنها که قدرت درک عمیق تعالیم و آموزش سردار موفق انقلاب را دارند بخاطر پاسداری شرافتمندانه از مکتب تابناک و امید بخشش این را وظیفه خود میدانند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی