

## دنيای کنونی بر محور تبليغات ميگردد

- ✧ حکومت احساسات
- ✧ علل تاثير تبليغات در فکرا انسان
- ✧ تبليغات در اجتماعات کنونی
- ✧ بهترين راه تبليغ .
- ✧ تبليغات دينی .



افراد عادی بیش از آنچه پيرو منطق و استدلالات عقلی هستند تحت تاثير غرائز و احساسات ميباشند و باصطلاح گوی ارادهم آنها همواره در خم چوگان اميال و غرائز است .

بهمين دليل عواملی که غرائز را در آنها تحريك ميکند آثار شگفت آوری از خود بيادگار ميگذارد که از استدلالات عقلی ساخته نيست و باز بهمين دليل است که تخلفات افراد عادی از حکومت عقل فراوان است؛ اين تخلفات در حقيقت برای اشباع همين غرائز و بر اثر ترجيح «حکومت غریزه» بر «حکومت عقل» است .

برای توضيح اين مطلب ناگزير از ذکر يك مثال ساده هستيم : هر کس کم و بیش دارای روح انتقام است و ميل دارد هنگام پيروزی بردشمن تا آنجا که ميتواند اورا تحت فشار و شکنجه قرار داده و در مقابل صدماتی که از او ديده صدمات سنگين تری باو برساند . بالينکه غالباً از اين عمل کوچکترين نتيجه ای عالم دشمن او نميشود ؛ بلکه بسيار ميشود زحمات و مخارجی هم برای او در بردارد .

بنابراين از نظر عقل «انتقام» کار احمقانه ای بنظر ميرسد در عين حال غالب افراد بايك تصميم و عزم را سخ آنرا انجام ميدهند و ابداً بندهای عقل هم اعتنائی نميکنند ؛ همينقدر

دلشان خوش است که قلب خود را خنک کرده و انتقام خود را از دشمن گرفته اند و چه بسا باین عمل افتخار و مباهات هم میکنند. در حقیقت با این عمل آبی بروی آتش غریزه «انتقام جویی» که در دل زبانه میکشد ریخته و آن را خاموش کرده و بمبارت دیگر : اشباع و ارضاء نموده اند.

این يك نمونه ساده از حکومت غرائز بر وجود انسان و غلبه آن بر حکومت عقل است و نظائر آن در وجود بشر فراوان است



### استفاده های خوب و بد از احساسات

از این طرز ساختمان رذعی انسان (مانند همه چیز عالم) هم میتوان حسن استفاده کرد و هم سوء استفاده؛ باین معنی که افرادی که دست باغوا و گمراه ساختن مردم میزنند و آنها را براههای شیطانی دعوت میکنند غالباً بوسیله تحریک همین غرائز است.

در مقابل برای مریبان اخلاق و راهنمایان بشر هیچ راهی نزدیکتر از راه غرائز و عواطف و احساسات نیست و چه بسا کارهای مهمی که از طریق استدلالات عقلی بصورت میگرد با استمداد از عواطف و تحریک غریزه ترحم، نوع دوستی، محبت بآب و خاک، محبتات و.... باسانی صورت میپذیرد.



### چرا تبلیغات در انسان مؤثر است ؟

از این مقدمه کوتاه تا حدودی منظور اصلی ما در اینجا روشن میشود و بدست میآید که سر تأثیر تبلیغات در وجود انسان از چه نظر است و مملول چه عللی میباشد و چرا انسان بسیاری از اوقات بر اثر تبلیغات خاصی دست بکارهایی میزند که بهیچوجه باموازین عقلی سازگار نیست.

روشنتر بگوئیم : بسیار میشود که ماهیچگونه الزام عقلی مثلا برای خرید جنسی در خود احساس نمیکنیم اما بایک سلسله تبلیغات قوی و نیرومند بسا اوقات چنان میل و علاقه شدیدی نسبت بآن پیدا میکنیم که خود را ناگزیر از خرید آن جنس می بینیم . شگفت آورتر اینست که بسیار میشود که حتی باتوجه بدروغ بودن آن تبلیغات باز تحت تأثیر واقع میشویم و برای انجام کاری که هیچ دلیل عقلی بر آن نیافته ایم مهادرت میورزیم !

این موضوع بضعوبی بما میفهماند که تأثیر تبلیغات در انسان نه از این نظر است که

معلوماتی بر معلومات ما میافزاید و حقایقی را که نمیدانسته ایم به ما یاد میدهد، بلکه از این نظر است که رگهای مخصوصی را از عواطف و احساسات در وجود ما بجنبش درمیآورد؛ رگهایی که ریشه های آن در اعماق روح ما نفوذ دارد و با تحریک آن روح ما باهتزاز درمیآید.

یکی از نویسندگان سیاسی در یکی از مقاله های خود در اجماع بکشورهای عربی نوشته بود که «تبلیغات در میان آنها همان کاری را میکند که آتش با باروت» ولی اگر درست دقت کنیم این موضوع اختصاصی بر بهانه ندارد؛ بلکه هر نوع تبلیغی که ماهرانه و توأم با نکات روانی و ملاحظه شرائط و اوضاع محیط باشد همین اثر را دارد اگر چه حساسیت افراد در مقابل این تبلیغات نیز کم و بیش تفاوت دارد؛ بنابراین رمز تاثیر تبلیغات همان استفاده از اغراض و قوای مزبور روحی انسان است.



### تبلیغات در اجتماعات کنونی

جای تردید نیست که مسأله تبلیغات در اجتماعات کنونی؛ بسبب پیشرفت وسائل تبلیغی؛ توسعه و پیشرفت فراوان پیدا کرده و موفقیت مهم و قابل ملاحظه ای را اخراز کرده است؛ اگر سابقاً تبلیغات مختلف بعنوان یک موضوع ساده و تا اندازه ای در حاشیه اجتماع؛ تلقی میشد امروز در قلب اجتماع قرار دارد و از مهمترین موضوعات است.

برای درک اهمیت تبلیغات در دنیای کنونی کافی است بودجه های هنگفتی را که ملل مختلف جهان صرف انواع دستگاههای تبلیغاتی اعم از تبلیغات سیاسی؛ تجارتي؛ فرهنگی اقتصادی و... میکنند در نظر بگیریم که اگر بزرگترین رقم بودجه ها نباشد لااقل در ردیف مهمترین آنهاست.

گفته میشود بعضی از مؤسسات تجارتي بیش از نصف در آمد سالانه خود را صرف تبلیغات میکنند و این موضوع بسیار قابل ملاحظه است.

سخنرانیها، کتابها، روزنامهها، مجلهها، رادیوها، تلویزیونها، سینماها و امثال آنها؛ وسائل تبلیغاتی دامنه دار امروزند و امواج نیرومند آنها افکار اجتماعات بشری را بهر سو میکشاند. حال فکر کنید اکنون که این وسائل ی شمار تبلیغی در مجاری انحرافی کار میکنند چه وضع و خشتناکی بوجود میآورد؟

برای اینکه میزان تاثیر تبلیغات را در دنیای امروز درک کنیم کافی است بدانیم

بسیاری از جنگها ، انقلابها ؛ صلحها ، دوستیها و دشمنیها در میان ملل بزرگ جهان از همین تبلیغات گوناگون سرچشمه میگیرند و شاید این موضوع بر هر کس که بوضع دنیای کنونی آشنا است باندازه ای روشن است که محتاج بهیچگونه توضیح نبوده و نیست .



### تبلیغات خطر ناک !

امروز که همه چیز دنیا بازیچه دست سیاستمداران شده ، موضوع تبلیغات و وسائل تبلیغی نیز بمنوان یکی از برنده ترین حربه هادردست آنان قرار دارد ؛ و هر يك برای پیشرفت مقاصد خود - هر چه باشد - بآن متوسل میشوند و موافقت و مخالفت در يك موضوع جزئی ؛ میان دو نفر از آنها کافی است که موج نیرومند و دامنه داری از تبلیغات له یا علیه طرف مقابل بکار افتد .

مؤسسات اقتصادی و تجارتي برای آب کردن اجناس خود بانواع وسائل تبلیغی متشبه میشوند و همه آنها سعی دارند اجناس خود را بهترین و عالیترین و مرغوبترین اجناس قلمداد کنند و از بکار بردن هر گونه کلمات اغراق آمیز و عبارات دروغ ابدآپروائی ندارند و باندازه ای در این راه افراط کرده اند که يك سلسله دروغهای شاخدار را جزء پیش پا افتاده ترین مطالب ساخته اند ؛

کسانی که با وضع تبلیغات و آگهیهای مربوط به آن در روزنامه های پرتیراژ یا وسیله رادیو و مانند آن آشنا هستند ، میدانند چه سرمایه های هنگفتی که در این راه بهر میرود و بدبختانه تماماً از کیسه «مصرف کننده» است نه «تولید کننده» زیرا آنها همیشه مقداری از قیمت کالاهای خود را برای ادامه تبلیغات تخصیص میدهند

باین ترتیب ؛ ماها در شبانه روز مقدار زیادی پول برای يك مشت تبلیغات بوج و دروغهای بی سروته میدهیم بدون آنکه خودمان توجه داشته باشیم ، واگر اینهمه سرمایه را در راههای مفید و سودمند بکار میانداختند مسلماً قسمتی از مشکلات ماحل میشد .

البته تصدیق میکنید تبلیغ برای يك جنس در صورتی سبب زیادی مصرف آن و ازدیاد فروش آن میشود که سایر تولید کنندگان آن جنس دست به تبلیغ مشابهی نزنند اما در صورتی که همه از آن استفاده کنند و تاثیر یکدیگر را خنثی نمایند کمتر اثری بر آن مترتب میشود ؛ بنابراین ، این سرمایه های سرشار که صرف اینگونه تبلیغات میشود غالباً باد هواست !

ضمناً باید دانست تبلیغات دروغین و بی بندوباری وضع تبلیغ دردنیای امروز کار را

بجای رسانیده که تشخیص حقایق را مشکل ساخته و این خود یکی از خطرات بزرگی است که بر اثر این وضع نامطلوب پیش آمده و باید مستقلاً در باره مضار آن گفتگو شود .



### تبلیغات در اسلام

نکته‌ای که در اینجا قابل توجه است اینست که با آنهمه اهمیتی که در دنیای امروز بمسأله تبلیغات (اعم از صحیح و باطل) داده میشود باز ملاحظه میشود که این موضوع در هر دستگاه و مؤسسه‌ای یکی از بخش‌های آنرا تشکیل میدهد، در حالی که در آئین مقدس ما تبلیغات صحیح بمنزله پایه اصلی است و چنان با همه قسمتهای دینی مزوج و آمیخته شده که جدا کردن آنها از یکدیگر بسیار دشوار است .

متنهاد در اسلام مسأله تبلیغ مانند همه چیز ، شرائط و حدود و مقرراتی دارد و مانند دنیای امروز استفاده از هر وسیله تبلیفی بدون هیچ قید و شرطی ؛ برای رسیدن بمقاصد عالی دینی مشروع نیست ، اسلام هر گز اجازه نمیدهد از راه دروغ ؛ تهمت ؛ اغراقهای بی اساس تضییع حقوق دیگران و دهها نظائر این عنوانین ، که امروز دستاویز مراکز تبلیفی دنیای مادی است ، مقاصد مشروع دینی را پیش ببرند .

اینکه گفتیم غالب دستورات اسلامی با یک جنبه تبلیغاتی صحیح آمیخته و مجهز است از این نظر است که گذشته از مسأله «امر بمعروف و نهی از منکر» یا عبارت دیگر : «دعوت بحق و مبارزه با فساد» که وظیفه فرد فرد مسلمانان است ، عبادات اسلامی مخصوصاً آنهایی که جنبه اجتماعی دارد (مانند نماز جماعت نماز جمعه ؛ حج) و بیشتر دستورات اجتماعی و معاشرتی اسلام طوری تعیین شده که دارای خاصیت تبلیفی مؤثر و نافذی است .

مسأله تبلیغات باندازه‌ای در اسلام ریشه دار و عمیق است که حتی اطفال شیرخوار و مردگان نیز از نظر دور نداشته و دستوراتی درباره گفتن اذان و اقامه در گوش راست و چپ اطفال نوزاد و «تلقین اموات» داده است ؛ راستی در هیچ آئینی اینقدر توسعه در امور تبلیفی دیده نمیشود ؛ **لَا آئِبَاكَ بَلِیْغُ یَا فَرْدُ و نِجَاتِ اَوْ اَزْ گَمِّ رَاهِی بَمَنْزِلَه زَلَدَه** کردن اجتماعی شمرده شده است .



**بی اعتنائی ما مسلمانان نسبت باین مسأله حیاتی !**

اما با کمال تأسف باید اعتراف کرد که با آنهمه دستورات عالی درباره استفاده

صحیح از تبلیغات ؛ جز يك مشت غلواهر بی روح و قالبهای بی جان برای ماباقی نمانده ؛ نمازهایی روح ، جماعتها کم اثر ، خواندن قرآن غالباً خالی از دقت و تأمل ، امر بسرف و نهی از منکر هم که تقریباً متروک مانده و مجالس تبلیغی هم کم کم جنبه تشریفات بخود گرفته و از آثار معنوی آنها کاسته شده و خاصیت تبلیغی را بقدر قابل توجهی ازدست داده است .

بجرات میتوان گفت که امکاناتی که مامسلمانان برای توسعه تبلیغات صحیح در داخل ممالک اسلامی و خارج از آن داریم کم نظیر است و بخوبی میتوانیم<sup>۱۱</sup> از اینهمه وسائلی که در اختیار داریم برای اصلاح جوامع مسلمانان ؛ و معرفی اسلام به بیگانگان ؛ استفاده های شایان کنیم ولی بدبختانه در برابر این وظیفه مقدس فوق العاده بی اعتنا و خون سردیم و میدان را بدست يك مشت افراد بی بند و بار داده ایم که برای اجراء مقاصد سوء خود از انواع وسائل تبلیغی حداکثر استفاده را میکنند .

**دنیای فلهلی دنیای تبلیغات است** ، حتی مؤسسه های کوچک و بی ارزش دارای دستگاهاهی تبلیغاتی مجهزند ؛ در چنین دنیایی گوشه گیری و انزوا ی ما و بی اعتنائی بوسائل مختلف تبلیغی روز ، جز شکست و عقب نشینی اثری نخواهد داشت .

ما باید امروز از تمام وسائل تبلیغاتی استفاده صحیح و کامل کنیم و دارای يك مرکز نیرومند و مجهز تبلیغاتی باشیم که تمام فعالیتهای تبلیغی مادر آن متمرکز گردد و تبلیغات پراکنده امروز که مانند يك مشت چریکهای نامنظم است و بهمین دلیل کم اثر میباشد بصورت يك قشون مجهز و منظم و هماهنگ درآید تا تأثیر آن چندین برابر گردد .

این کمال اشتباه است که ما وسائل تبلیغاتی مختلف را از قبیل مجله ها و روزنامه ها و ... بدست دیگران سپرده و خودمان تنها با وسائل گذشته و با همان طرز و ترتیب سابق قناعت کنیم .

این موضوع درست مثل اینست که ما بخواهیم در يك جنگ اتمی از مشیر و نیزه استفاده کنیم . البته استفاده از هر وسیله در جای خود صحیح است اما درست داشتن يك وسیله نباید سبب شود که از وسائل مؤثر تر چشم پوشی کنیم . . . .

( باز هم در این باره صحبت خواهیم کرد )