



# یغما

شماره مسلسل ۲۴۷

سال بیست و دوم

فروردین ماه ۱۳۴۸

شماره اول

دکتر غلامحسین یوسفی

## افسون تبلیغات

در کتب ادب عربی در باب حسن تأثیر و سرعت انتشار شعرا عشی شاعر دوره جاهلی در میان قبایل عرب، حکایتی خواندنی آورده اند. مختصر آنکه مردی معروف به «محلّق» چند دختر داشت که در خانه بی شوی مانده بودند و چون بی چیز هم بودند مردان به خواستگاریشان نمی آمدند. وقتی اعشی به مکه آمد، همسر محلّق - که زنی خردمند بود - بدو گفت: اینک اعشی آمده است و او شاعری سخن پرداز و توانا است. بعلاوه هر کسی اعشی او را ستوده بلند نام شده و هر که راهجا گفته تنزل بخشیده است. تو مردی گمنامی و فقیر و دختر دار؛ بهتر آن است اعشی را مهمان کنی و ناقه شیر دهی را که داریم و وسیله معیشت ماست برای او بکشی و در پذیرایش بکوشی. امید آنکه عاقبت این کار نیکو باشد.

محلّق چنین کرد. چون اعشی به ضیافت آمد و مهمان نوازی محلّق را دید از حال و عیالش پرسید و از سختی معیشت و کثرت دخترانش آگاهی یافت. روز دیگر اعشی در بازار عکاظ در قصیده ای محلّق و کسانش را به شعر ستود. هنوز قصیده به پایان

نرسیده بود که مردم به تهنیت نزد محلق آمدند و بزرگان هر قبیله درخواستگاری دختران او بر یکدیگر سبقت می گرفتند. دیری نگذشت که یکی از دختران در خانه پدر نماند و نصیب هر یک از آنان شوهری از بزرگان شد، هزار بار بلند مرتبه تر از پدرش<sup>۱</sup>.

این روایت نموداری است ساده از مواردی که بشر در روزگاران قدیم با رمز «تبلیغات» آشنا شده و آن را بکار برده است. بدیهی است نتیجه تبلیغ ممکن است سودمند یا زیان بخش باشد. مثلاً اگر مردم را ارشاد نمایند و با مسائل بهداشتی آشنا کنند و به پیش گیری از بیماریها برانگیزند تبلیغ در این راه ممکن است مصدر خدمات بزرگ ملی شود ولی اگر همین نیرو در خدمت به فروش رساندن دارویی مضر بکار رود خسارات اجتماعی فراوان ببار خواهد آورد. البته همه مبلغان می گویند آنچه ما به مردم می شناسانیم برای جامعه مفیدست و برخوردار می از آن به خیر و صلاح همگان است اما گاهی حقیقت غیر ازین می نماید.

گمان نمی رود در تمام طول حیات انسان هیچگاه تبلیغات با اندازه امروز اهمیت داشته و همه زندگانی جهانیان را چنین تحت تأثیر قرار داده باشد. در عصر ما می توان هر سخنی را - که از دهان کسی بیرون می آید - بوسیله رادیو در لحظه ای چند در همه عالم حتی تا دورترین کرانه های جهان پراکند! و نیز تصویر و رفتار و حرکات زنده گوینده را بر صفحه تلویزیون جلو چشم مردم دنیا آورد. بعلاوه در فرصتی بسیار کوتاه میلیونها نسخه از هر گفتاری بطبع می رسانند و در همه جای دنیا منتشر می کنند. هرگز بشر تا این اندازه وسیله تبلیغ و انتشار در اختیار نداشته است!

چند سال پیش در لندن فیلمی دیدم در معرفی سازمان برخی از مؤسسات تبلیغاتی بزرگ. انسان دچار شگفتی می شد که چگونه فقط در شهر لندن چند هزار نفر از نویسندگان، نقاش، طراح، خوشنویس، شاعر، گوینده، هنرپیشه، و دیگر کسان در امور تبلیغی کار می کنند و همه هدفشان عرضه کردن متاعی و چیزی از این گونه است

۱ - العمدة فی محاسن الشعر و آدابہ و نقدہ ۴۸۱ - ۴۹ ، تألیف ابن رشیق قیروانی،

تصحیح محمد محیی الدین عبدالحمید، مصر ۱۳۷۴ هـ .؛ الوسیط فی الادب العربی و تاریخہ.

۸۲ ، تألیف شیخ احمد اسکندری و شیخ مصطفی عنانی بك ، مصر ۱۳۳۵ هـ؛

و معتقد کردن مردم بدان ، و تشویق به مصرف هر چه بیشتر ، به سود تولید کنندگان کالاها و مصنوعات گوناگون.

کسانی که به اروپا و امریکا رفته‌اند به یاد دارند که راهروهای ترنهای زیرزمینی سرتاسر پوشیده از اعلانات رنگارنگ تبلیغی است و صفحات روزنامه‌ها و مجلات نیز با دیوارهای این معابر هم آهنگی تمام دارد . رادیو و تلویزیون هم تحت استیلای تبلیغات است . چه بسیار برنامه‌های ارزنده هنری برای آن تنظیم شده است که بارها در ضمن عمل متوقف و بریده شود تا در خلال آن به مردم تلقین گردد که مثلاً فلان سیگار را بخرید . همه این برنامه‌ها و صداها نوع دیگر آن حاصل ابتکار و اندیشه همان مؤسسات تبلیغاتی است که هر لحظه به رنگی بت عیار در آید .

ماشین عظیم تبلیغات کم کم چنان قدرتی کسب کرده است که اکثر جهانیان در حقیقت بسیاری از کارهای خود را مطابق سلیقه و نقشه طراحان تبلیغات انجام می‌دهند ، از خریدن لوازم و اثاث خانه گرفته تا دیگر چیزها . حتی می‌توان گفت چنان که آنان می‌خواهند لباس می‌پوشیم ، هر غذائی تجویز می‌کنند می‌خوریم ، فرزندان خود را چنانکه آنان می‌پسندند تربیت می‌کنیم و به هر مدرسه بگویند می‌فرستیم ، هر کتاب را انتخاب و سفارش کنند می‌خوانیم ، و هر نوع تعلیم می‌دهند رفتار می‌کنیم . اگر گفته شود مبلغان حرفه‌ای تباستر ما نیز راه یافته‌اند و در آنجا هم از نفوذشان مصون نمانده‌ایم سخنی گزاف نیست .

بی‌سبب نیست که مورخ فیلسوف روزگار ما ، آرنولد توین بی<sup>۱</sup> ، وقتی از تمدن غرب انتقاد می‌کند ، می‌نویسد : « چیز دیگری که در غرب ناخوش آیند می‌بینم موضوع تبلیغ کالا و بازاریابی است . تبلیغات تجاری با استفاده از بلاهت بشری بصورت هنری مستظرفه در آمده است . در حالی که دو سوم جمعیت دنیای کنونی محتاج ابتدائی‌ترین حوائج زندگی هستند ، به ضرب تبلیغات کالاهای غیر لازم را به خورد مردم می‌دهند . این یکی از وجوه زشت جامعه متمکن است ؛ و اگر به من بگویند تبلیغات قیمتی است که باید در ازای مال و مکنث پرداخته شود ، بی‌تردید خواهم گفت که این مال و منال به قیمت بسیار گزافی خریده شده است . قیمت دیگر مال و مکنث امروز «استاندارد» کردن کالاها و خدمات انبوه تولید شده است . این

موضوع فی نفسه از ارزش انداختن جنبه ملی فرهنگ بشری است که بسیار مایه تأسف است و در ضمن موجب استاندارد کردن معنوی می شود که بمراتب بدتر از فقره اول است.»<sup>۱</sup>

گذشته از گروه کثیری از هنرمندان رشته های گوناگون - که هر یک به نحوی در خدمت مؤسسات تبلیغاتی در می آیند - چه بسا که منتقدان حسرفه ای در فکر و ذوق و سلیقه هنری مردم نیز تصرف می کنند. مثلاً در امریکا و اروپا برخی از سازمانهای بزرگ نشر کتاب چندین مجله و روزنامه معروف و یا لاقلاً ستونهای مخصوص و نویسندگان آنها را در اختیار دارند. وقتی کتابی بتوسط یکی از این سازمانها منتشر می شود بی درنگ منتقدان خاص در محاسن آن داد سخن میدهند. در روزنامه ها و مجلات و رادیو و تلویزیون نیز بر طبق برنامه ای معین به معرفی کتاب و مصاحبه با نویسنده و ناشر و موضوعاتی از این قبیل می پردازند و خلاصه هر یک به نوعی مردم را به خواندن آن برمی انگیزند. اگر لازم باشد وسائلی فراهم می آورند و جایزه های هم نصیب کتاب می شود. دیری نمی گذرد که بازار فروش آن کتاب رونق می گیرد و هر روز تعداد نسخه های فروخته شده بیشتر می شود. در حقیقت باز این مبلغان هستند که کتابهای پر فروش<sup>۲</sup> را بوجود می آورند نه نویسندگان. مبلغان حرفه ای با دیگر پدیده های هنری از قبیل تئاتر، نقاشی، فیلم و امثال آن نیز نظیر همین معامله را می کنند و قادرند از کاهی کوهی بسازند و هر چیز را چنانکه می خواهند به مردم جهان بقبولانند.

تبلیغات درهمه جا رخنه کرده است و مرزی نمی شناسد. مکرر دیده ایم که در انتخابات برخی از کشورهای جهان مبلغان مبتکر چه تأثیر عمده ای دارند. برای رسیدن به مقصود نه تنها از رادیوها، تلویزیونها، روزنامه ها، سینماها، تصویرها به صور گوناگون استفاده می کنند بلکه پشت و روی جامه دختران زیبا و دل فریب حتی ساق و سینه و سرین آنها مانند لوحه اعلان بکار گرفته می شود تا فرد مطلوب پیروز گردد. همه این تلاشها در جلب آراء مردم کمال تأثیر را دارد. بدیهی است گرداندن این بساط پرتماشاگر مستلزم مخارج بسیار است و با تأسف باین نتیجه می رسیم که گاه بجای اظهار نظر صریح و آزاد و مستقل در انتخابات، هر که پول بیشتری صرف تبلیغ کند احتمال موفقیت بیشتری تواند داشت. به عبارت دیگر پول و تبلیغ میلیونها مردم را

۱ - مجله سخن ۱۷/۲۲ : چرا تمدن غرب را نمی پسندم؟ ترجمه احمد کریمی.

به راهی که بخواهد می کشد و همراه آنان سرنوشت کشوری را . افکار و آراء عمومی نیز باز یچه دیگری می شود در دست تبلیغات که با حرکات چرخ تبلیغ هماهنگ و همقدم شده است .

تبلیغات در عرصه مسائل جهانی نیز تأثیر بسیار عمده ای دارد . هر روز دولتهای قدرتمند شوق خود را به آزادی و صلح و صفا اظهار میدارند . بر احوال مردم نیازمند گیتی دل می سوزانند و می گویند خواهان بهروزی آنان هستند . اما با اینهمه ، مشکلات جنگ و ستیزها ، فقر و گرسنگی ، جهل و ستم باقی است و کمتر گشایشی حاصل می شود زیرا درین سخنان هر قدر تبلیغات افزون می شود از حقیقت کاسته می گردد .

در دنیای تبلیغات انسان در برخورد با هر چیز خود را بالعابی فریبنده روبرو می بیند . خیلی چیزها به چشم او مصنوعی و بی روح و قراردادی است . هر کار را دیگران قبلا برای او اندیشیده و معین کرده اند و او ملزم به قبول و اجرای آن است . بدین ترتیب کم کم آدمیزاد به ناباوری شدیدی گرفتار می شود و خویشتن را مانند ابزار ماشینی می بیند بی حس و بی جان که به خواست نیرویی قوی دائم در تلاش و سرگردان است مانند دیگر مهرها . اندک اندک همین احساس تلخ هم - که هنوز نمودار رمعی از زندگی و آرزوی هستی و احراز شخصیت است - در او می میرد . تسلیم است و نیستی و در نتیجه انسان نیز به قطعه سنگ و آهنی بدل شده است !

### فریدون توللی

#### تخت دیوانگی

زدم تکیه بر تخت دیوانگی !  
 ز آموزگاران فرزوانگی !  
 زبان کندم از کام پرچانگی !  
 که تنگی نبیند ز بیدانگی !  
 بر آساید از رنج بیخانگی !  
 که زیباتر اتم ز بی شانگی !  
 نگاری گزیدم به جانانگی  
 پر افشانم از شور پروانگی  
 غم آموز جان شد ز بیگانگی !

دو روزی ، به فیروزه ایوان عشق  
 بسی جوی خون راندم از هر کنار  
 نصیحتگران را ، ز اندرز تلخ  
 فشاندم بسی دانه ، بر مور و مار  
 بسی کاخ زیننده کردم ، که خلق  
 به سر پنجه ، آراستم چین زلف  
 پس آنکه ز مهر آفرینان شهر  
 فروزنده شمعی ، که بر شعله اش  
 دریغا ! که آن آشنا سوز عشق