

یوزف گوبلز مبتکر تبلیغات سیاه



(قسمت سوم)

رادیو آلمان در دهه ۱۹۳۰

● پاتریس پولتزر
ترجمه شهرام جمالیان

از پاهایش بود و همین موضوع باعث شد تا در طول جنگ جهانی اول به خدمت پذیرفته نشود. علاوه بر آن، گوبلز قد کوتاهی داشت و در میان آلمانیهای بلوند، موهای مشکی داشت. تمام این موارد در مجموع باعث شده بود که وی تا پایان عمر، از احساس حقارت رنج برده و احساس تنفر از دیگران را در وجود خود پرورش دهد.

گوبلز که کاملاً به کاستیهای فیزیکی خود آگاه بود و از اینکه به خاطر تعلق به خانواده‌ای پست، مورد تحقیر واقع شود، وحشت داشت، سعی می‌کرد با افراطی‌گری و پابندی به اصول ایدئولوژیک خود، این نقایص را جبران کند. وی اگرچه از لحاظ ظاهری تاثیرگذار نبود و یک معلول به‌شمار می‌رفت، اما مردی باهوش و حاضر جواب بود و صدایی دلنشین داشت. دشمنی او با اندیشه و تفکر، برخورد تحقیرآمیز او با یهودیان و به‌طور کلی نژاد بشر و بدبینی او نسبت به همه کس و همه چیز، همگی از خواسته‌های سرکوب شده و عقده‌های حقارت او سرچشمه می‌گرفت. گوبلز به شکل حیرت‌آوری به تخریب هرچیز مقدسی تمایل داشت و سعی می‌کرد

رادیو در قرن بیستم همان اثری را خواهد داشت که مطبوعات در قرن نوزدهم داشتند. از سخنان یوزف گوبلز در یکی از نمایشگاههای رادیوی حزب نازی

یوزف گوبلز (Joseph Goebbels) در کنترل توده‌های مردم و راندن آنها به سوی اهداف موردنظر، استاد زمانه خود محسوب می‌شد. وی کسی بود که مدتها قبل از شهرت یافتن رادیو به‌عنوان یک وسیله ارتباط جمعی، به اهمیت بعد تبلیغاتی آن پی برده بود.

اولین خصیصه‌ای که در ذات گوبلز به چشم می‌خورد، احساس تنفر بود. این امر دو دلیل داشت: نخست آنکه وی در خانواده‌ای به دنیا آمده بود که از لحاظ اجتماعی در سطح پایینی قرار داشت و دیگر آنکه او از نقص عضو بدنی رنج می‌برد. گوبلز که در سال ۱۸۹۷ به دنیا آمده بود، در کودکی به فلج اطفال مبتلا شد که حاصل آن از کار افتادن یکی

همان احساسات خشم، ناامیدی و تنفر را در شنونده‌های خود ایجاد کند. حزب نازی این امکان را برای گویلز فراهم کرد تا وی بتواند در سایه هوش سرشار، تبحر در تاثیرگذاری بر دیگران، فرصت طلبی آشکار و افراطی گری ایدئولوژیک، خود را شکوفا کرده و آنها را در خدمت عطش سیری ناپذیر خود برای قدرت در آورد.

هیتلر در سال ۱۹۲۶، رهبری منطقه‌ای حزب نازی در برلین- براندنبورگ (Berlin-Brandenburg) را به گویلز سپرد؛ علت این امر، فعالیتهای تبلیغاتی گویلز برای حزب نازی بود. وی با طراحی پوسترها، ترتیب دادن رژه‌ها و ایجاد بلوا و آشوب در شهرهای آلمان، توجه هیتلر را به خود جلب کرده بود.

گوبلز و پله‌های ترقی

هیتلر از اینکه می‌دید گویلز گروه کوچک حزب نازی در برلین را به سازمانی پر قدرت در شمال آلمان تبدیل کرده است، به طور عمیقی تحت تاثیر قرار گرفت و در سال ۱۹۲۹، سمت او را به رهبر

علاوه بر سرویسهای اروپایی و فرافراهی، نازیها از ایستگاههای مخفی نیز برای انتشار برنامه‌های رادیویی خود بهره می‌گرفتند. این ایستگاهها به این منظور به وجود آمده بودند تا شنونده‌های خارجی متوجه نشوند این سیگنالها از کجا ارسال می‌شوند و اهداف آن چیست و چه کسانی در پشت آن قرار گرفته‌اند.

تبلیغاتی رایش در شمال کشور، ارتقا داد. پیشوای آلمان سالها بعد (۲۴ ژوئن ۱۹۴۲) در مورد فعالیتهای گویلز در برلین گفت:

«دکتر گویلز از دو ویژگی مهم برخوردار بود که بدون آنها هرگز اوضاع برلین تحت کنترل قرار نمی‌گرفت، یکی مهارت در فن کلام و دیگری قدرت اندیشه. هنگامی که وی کار خود را آغاز کرد، حزب نازی تشکیلات مهمی در برلین نداشت تا او بتواند با استفاده از آن اوضاع را سرو سامان دهد؛ این خصوصیات منحصر به فرد وی بود که توانست برلین را به معنای واقعی در اختیار ما قرار دهد.»

قدردانی هیتلر از رهبر تبلیغاتی خود بی‌دلیل نبود. گویلز خالق اصلی اسطوره پیشوا محسوب می‌شد و کسی بود که وجهه هیتلر را در نزد مردم آلمان تا حد مسیح مقدس ارتقا داده بود. گویلز با نفوذ در اذهان عامه مردم و نیز با به‌کارگیری ترفندهای اسطوره‌سازی و تبلیغاتی، کاری کرده بود که اکثر مردم آلمان در مقابل شخص پیشوا احساس اطاعت محض و تسلیم می‌کردند. با این حال، کمکهای گویلز به هیتلر از علاقه و ارادت او نسبت به پیشوا نشأت نمی‌گرفت.

وی نسبت به همه کس- حتی هیتلر- بدبین بود و اگر سعی می‌کرد وجهه او را نزد مردم بالا ببرد به این علت بود که فکر می‌کرد با محبوبیت هرچه بیشتر هیتلر و نشان دادن خود به عنوان مدافع سرسخت او، می‌تواند نقش ناجی آلمان از شر یهودیان، مارکسیستها و فرصت طلبان منفعت جو را بازی کرده و خود را به قله شهرت و محبوبیت برساند.

گوبلز آن چنان مهره مهمی در ورود هیتلر به صحنه سیاست محسوب می‌شد که پیشوای آلمان او را در سال ۱۹۳۳ به وزارت تبلیغات و ارشاد عمومی رایش (Enlightenment and Propaganda Reich Minister for Public) منصوب کرد. این اقدام باعث شد که وی کنترل کامل رسانه‌های جمعی کشور را به دست گیرد.

چهره شاخص وزارت تبلیغات

گوبلز که به‌خوبی با روشهای تبلیغاتی کمونیستی و فاشیستی آشنا بود، با سرعتی حیرت آور بر زندگی فرهنگی مردم آلمان تاثیر گذاشت و آن را در جهت خواست حزب نازی «همهانگ و یکسان سازی» کرد. وی با موقعیت‌سنجی خاص خود، تبلیغات، رشوه و تروریسم را با یکدیگر ترکیب کرد تا بتواند به بهانه «مصلحت مردم» هنر را «پاکسازی» کند. در این راستا، گویلز نویسنده‌ها و روزنامه‌نگاران را تحت کنترل کامل دولت در آورد و تمام منصبهای کلیدی را از وجود مخالفان سیاسی پاکسازی کرد و در دهم ماه مه ۱۹۳۳، وی دستور داد تا همه آثار مکتوب صادره شده از نویسنده- های یهود، مارکسیست و مخالفان دولت، در برلین و در ملاء عام سوزانده شود.

گوبلز برای برانگیختن توده‌های مردم و حرکت دادن آنها در جهت اهداف حزب نازی دائما احتیاج به خلق یک دشمن مشترک داشت. این دشمن مشترک پیش از جنگ مخالفان سیاسی، یهودیان و کمونیستها بودند که با آغاز جنگ، متفقین نیز به این فهرست افزوده شدند. وی با بهره‌گیری از رادیو، پیوسته به آتش این دشمنی دامن می‌زد و از آن در جهت ارضا احساسات آکنده از تنفر خود استفاده می‌کرد. گویلز سعی می‌کرد تا با به‌کارگیری رادیو- که در آن زمان وسیله ارتباط جمعی جدیدی به‌شمار می‌رفت- مردم را تحت اوامر و عقاید خود در آورد. در زمان جنگ جهانی دوم مهارت او در به- خدمت گرفتن فن کلام، به اوج خود رسید. گویلز موفق شده بود که به شنونده‌های آلمانی خود بقبولاند که هیچ راهی جز به‌دست آوردن پیروزی و یا نابود شدن کامل وجود ندارد. وی در سخنرانیهای خود احساسات هیجانی مردم را برمی‌انگیخت و آنان را برای پیوستن به جنگی تمام عیار آماده می‌کرد.

واپسین روزهای گوبلز

با نزدیک شدن جنگ به انتهای خود، گویلز به وفادارترین مرید پیشوا تبدیل شد. وی به همراه اعضای خانواده خود، آخرین روزها را در پناهگاهی در زیر ساختمان «صدارت اعظمی برلین» سپری کرد.

گوبلز هنگامی که مطمئن شد نازیها نیز راه برگشتی برای خود باقی نگذاشته‌اند و آنها به پایان کار خود رسیده‌اند، باقی مانده معاونان و محافظان خود را مرخص کرد و گفت: «بگذارید با مرگ ما زمین پلرزد!»

پس از خودکشی هیتلر، گوبلز به وصیت‌نامه سیاسی پیشوا که در آن وی را به صدارت اعظمی رایش برگزیده بود توجهی نکرد و تصمیم گرفت همانند رهبر خود دست به انتحار بزند. یکم ماه مه ۱۹۴۵، گوبلز به یک پزشک نازی دستور داد با تزریق مواد سمی، شش فرزندش را از پا درآورد. سپس از یک افسر نازی خواست تا با شلیک گلوله به زندگی او و همسرش خاتمه دهد. گوبلز با حالتی که تنها می‌توان آن را در تراژدیهای ادبی یافت، این عبارت اندوه‌بار را لحظاتی قبل از مرگ به زبان راند: «ما به قعر تاریخ فرو خواهیم رفت، یا به‌عنوان بزرگ‌ترین دولت مردان در طول همه اعصار و یا به‌عنوان بزرگ‌ترین جنایت‌کاران تاریخ.»

یوزف گوبلز در کنترل

توده‌های مردم و

راندن آنها به سوی

اهداف موردنظر، استاد

زمانه خود محسوب

می‌شد. وی کسی بود

که مدتها قبل از شهرت

یافتن رادیو به‌عنوان یک

وسیله ارتباط جمعی، به

اهمیت بعد تبلیغاتی آن

پی برده بود.

با کمک تبلیغات زیرکانه و پیوسته، می‌توان حتی بهشت را در نزد مردم جهنم نشان داد و کثیف‌ترین زندگی را فردوس برین.

آدولف هیتلر در کتاب نبرد من

تبلیغات سیاه

هیتلر - حتی قبل از ظهور خود به‌عنوان دیکتاتور آلمان - آشکارا نشان داده بود که تا چه حد به تاثیرگذاری تبلیغات واقف است. تبلیغات عبارت است از بهره‌گیری از روشهای روان‌شناسی برای به‌وجود آوردن تاثیرات روانی بر توده‌های شنونده به‌منظور

تحریک، تقویت یا جان‌نشین کردن حالات درونی آنان، به امید ایجاد برخی رفتارهای موردنظر در این افراد.

رادیو، سلاح اصلی هیتلر در جنگ روانی به‌شمار می‌رفت و او از این وسیله نه‌تنها برای فریب‌دادن شنونده‌های آلمانی، بلکه برای گمراه‌کردن شنونده‌های خارجی نیز استفاده می‌کرد. بررسی تبلیغات سیاه نشان می‌دهد که چگونه نازیها از آن برای فریب دادن همه مردم جهان بهره می‌گرفتند.

تبلیغات سیاه در برابر تبلیغات سفید

علاوه بر سرویسهای اروپایی و فرافاره‌ای، نازیها از سرویس پخش دیگری نیز برای انتشار برنامه‌های رادیویی خود بهره می‌گرفتند. این سرویس، ایستگاههای مخفی بودند که تحت عنوان Bureau Concordia

شناخته می‌شدند. این ایستگاههای مخفی که توسط آلمانیها اداره می‌شدند، از این جهت مخفی محسوب می‌شوند که ارسال امواج آنها، از مکانهایی که ادعا می‌شد، صورت نمی‌گرفت. این ایستگاهها به این منظور به‌وجود آمده بودند تا شنونده‌های خارجی متوجه نشوند این سیگنالها از کجا ارسال می‌شوند و اهداف آن چیست و چه کسانی در پشت آن قرار گرفته‌اند.

موفقیت تشکیل چنین ایستگاههای استتار شده‌ای منوط به چند عامل بود؛ اول آنکه به‌نظر می‌رسید این ایستگاهها، سازمانهایی غیررسمی هستند که پایگاه آنها در داخل خاک کشور شنونده‌ها است؛ دوم آنکه گرداننده‌ها و مجریان این ایستگاههای رادیویی به شنونده‌ها



القا می‌کردند که آنها معارضانی هستند که سرنگونی دولت را دنبال می‌کنند یا وطن پرستانی هستند که با هرگونه حضور نظامی خارجی مخالفند.

در تبلیغات سیاه، اطلاعات گوناگون با دروغ‌پردازی و اطلاعات ناصحیح درهم می‌آمیزد تا ایمان شنونده‌ها به باورهای خود سست شود. سیاست تبلیغاتی آلمان تا قبل از جنگ جهانی دوم بر تبلیغات سفید متمرکز بود. در آن دوران با پخش اخبار و سخنرانی‌های سعی می‌شد دیدگاه شنونده‌ها نسبت به تحولات سیاسی و دستاوردهای اقتصادی رایش در جهت موردنظر، گرایش پیدا کند. اما تبلیغات سیاه در طول جنگ سربرآورد و مبتکر آن نیز یوزف گوبلز بود.

ادامه دارد...

