

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۱/۰۵

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۷/۱۲/۲۶

وزارت تبلیغات آلمان و سازمان پرورش افکار

محمد سلماسی‌زاده^۱
عباس قدیمی قیداری^۲
رضا دهقانی^۳
بیژن پروان^۴

چکیده

در سالیان اخیر پژوهش‌هایی در باره الگوپذیری سازمان پرورش افکار از وزارت تبلیغات آلمان انجام شده است. با این همه در مورد تأثیر احتمالی ساختار و فعالیت‌های وزارت تبلیغات آلمان در زمان هیتلر بر شکل‌گیری و فعالیت‌های سازمان پرورش افکار ایران در دوره رضا شاه پهلوی، اثر مستقلاً به چاپ نرسیده است. مقاله حاضر بخشی از اسناد آلمانی و ایرانی موجود در زمینه روابط دو دولت را در این دوران (۱۳۰۴/۱۳۲۰-۱۹۲۵/۱۹۴۱) مورد بررسی قرار داده و این احتمال را مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

این مقاله در صدد است به این سؤال پاسخ دهد که احتمال اثرپذیری و الگوگیری سازمان پرورش افکار از وزارت تبلیغات آلمان به لحاظ ساختاری و رویکردهای فرهنگی به چه میزانی است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سازمان پرورش افکار بنا بر مقتضیات سیاسی، فرهنگی و تاریخی تا اندازه زیادی با الگوبرداری از برنامه‌های مشابه در وزارت تبلیغات آلمان شکل گرفته و از آن متأثر بوده است. این اثرات در دو مورد الگو برداری از سبک زندگی غربی و ترویج تمامیت‌خواهی سیاسی شاخص‌تر است.

کلیدواژه: وزارت تبلیغات آلمان، سازمان پرورش افکار، گوبلز، هیتلر، رضا شاه، فرهنگ.

۱- دانشیار گروه تاریخ دانشگاه تبریز، تبریز- ایران (نویسنده مسئول)
msalmasizadeh@tabrizu.ac.ir

۲- دانشیار گروه تاریخ دانشگاه تبریز، تبریز- ایران
ghadimi@tabrizu.ac.ir

۳- دانشیار گروه تاریخ دانشگاه تبریز و مأمور به خدمت در دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران، تبریز- ایران
rdehgani@ut.ac.ir

۴- دانشجوی دکتری تاریخ دانشگاه تبریز، تبریز- ایران
rdehgani@tabrizu.ac.ir

bparvan@yahoo.com

۴- دانشجوی دکتری تاریخ دانشگاه تبریز، تبریز- ایران

German Propaganda Ministry and Thought Development Organization

M. Salmasizadeh¹

A. Ghadimigheidari²

R. Dehgani³

B. Parvan⁴

Abstract

Although studies have been conducted in recent years on the modeling of Iran Thought Development Organization from the German Ministry of Propaganda, no study is specifically conducted on the likely impact of that ministry during Hitler's and Reza Shah Pahlavi's time. The present paper examines some of the existing German and Iranian documents on the relations between the two governments during this period (1320-1304 / 1941-1925) and evaluates this probability. Findings of the research show that the Thought Development Organization, according to political, cultural and historical requirements, has largely been influenced by similar programs in the German Ministry of Propaganda. These influences were in two areas. Among them, the modeling of Western lifestyle and the promotion of political totalitarianism are more prominent.

Keywords: German Propaganda Ministry, Thought Development Organization Culture, Goebbels, Hitler, Reza shah.

1 - Associate Professor, Department of History, Tabriz University of Tabriz, Iran
msalmasizadeh@tabrizu.ac.ir

2 - Associate Professor, Department of History, Tabriz University of Tabriz, Iran
ghadimi@tabrizu.ac.ir

3 - Associate Professor of the History Department at University of Tabriz and serve mission at the faculty of world studies, University of Tehran, Tabri- Iran
rdehgani@ut.ac.ir rdehgani@tabrizu.ac.ir

4 - PhD student at the University of Tabriz, Tabriz-Iran

bparvan@yahoo.com

مقدمه

تبلیغات در اوایل قرن بیستم به یک فن و مهارت اساسی در تسخیر افکار عمومی جامعه تبدیل شد. دولت‌هایی چون آلمان به دلیل نقش حساس و تعیین کننده‌ی تبلیغات در روابط داخلی و بین‌الملل و همراه‌سازی افکار عمومی با سیاست‌های کلی دولت، مبادرت به تشکیل وزارتخانه مستقل و مجزایی برای این حوزه نمودند.^۱

دیکتاتوری‌هایی چون آلمان و ایتالیا در فاصله دو جنگ بر ناسیونالیسم افراطی، تمرکز شدید اداری، سیاسی و اقتصادی، پرستش پیشوا، انضباط شدید و... مبتنی بودند. در آلمان مأموریت خطیر نجات این کشور از بی‌سروسامانی، توهین و تحقیر و بی‌اثر کردن تحمیلات معاهده ورسای که از پیامدهای جنگ اول جهانی بودند باید تحقق می‌یافت و روح ملی آزردگی آلمان‌ها و صدمات معنوی و زخم‌های عمیق آن مورد درمان قرار می‌گفت؛ اما چگونه؟ احیاء مجدد آلمان، قدرت گرفتن ژرمن‌ها و رشد و اعتلای علمی آنان از چه روش‌هایی امکان پذیر می‌شد؟ این‌ها پرسش‌هایی بود که خیلی زود به پاسخ رسید. اکنون با ظهور شخصیتی به نام هیتلر آلمان‌ها، آمال و آرزوهای خود را تحقق یافته می‌دانستند. نهاد قدرتمندی لازم بود تا با وسیع‌ترین اقدامات تبلیغی، ملت و دولت را به منظور تحقق این اهداف مهم و اساسی متحد و به‌منظور درک اقدامات مهم دولت، ذهن‌ها را آماده سازد. هیتلر نیز فردی و دستگاهی را برای توجیه اقداماتش نیاز داشت که به‌خوبی از عهده این وظیفه بس مهم برآید. دکتر پاول ژوزف گوبلز^۲ (۱۹۴۵/م/۱۳۲۴ش - ۱۸۹۷/م/۱۲۷۶ش) از رهبران حزب نازی و ۱۲ سال عهده دار وزارت حاکمیت آلمان برای آموزش مردم و تبلیغات^۳ بود. وی ارشاد و هدایت تمامی رسانه‌های دولتی و غیر دولتی، تولید فیلم، هنر نمایش، ترانه‌ها و چاپ کتاب را در اختیار داشت. او پس از مدتی به نشر مجله‌ای نیز مبادرت کرد.

نوشتار حاضر در صدد بیان مشابهت‌های دو نهاد فرهنگی مورد نظر؛ یعنی وزارت تبلیغات آلمان و سازمان پرورش افکار در ایران است و ضمن بررسی این احتمال به

1 - propaganda Ministry of public enlightenment and.

2 - Goebbels

3 - Reichministerium für Volksaufklärung und Propaganda RMVp

زمینه‌های تاریخی شکل‌گیری آنها می‌پردازد. آیا حضور روشنفکران ایرانی در برلن آلمان و چاپ نشریاتی چون کاوه، ایرانشهر، نامه فرنگستان و علم و هنر عقبه‌های تشکیل‌چنین سازمانی در دوره پهلوی اول نیست؟ این موضوع یکی از احتمالاتی است که ما ضمن مباحث به آن پرداخته‌ایم.

روش پژوهش کتابخانه‌ای و اسنادی است. کتاب مشاهدات و خاطرات ابوالمجد حجتی تحت عنوان عبور از عهد پهلوی در گپرو دار دو فرهنگ، سازمان پرورش افکار نوشته بابک دربیکی و فرهنگ ستیزی در دوره رضاشاه (اسناد منتشرنشده سازمان پرورش افکار) ۱۳۲۰-۱۳۱۷ هجری شمسی

نوشته محمود دلفانی بخشی از آثار مرتبط با موضوع حاضر هستند.

اوضاع ایران در آغاز دوره پهلوی نقاط اشتراکی با آلمان جنگ زده و آشفته در آستانه ظهور هیتلر داشت. تکنیک‌های مورد استفاده گوبلز در رویکردهای تبلیغاتی اش و به‌طور مشخص ابزار به کار رفته و اهداف آن به ما در شناخت وجوه مشترک این دو نهاد تبلیغاتی؛ یعنی وزارت تبلیغات آلمان و سازمان پرورش افکار در ایران کمک مؤثری خواهد نمود. با عمیق شدن در فعالیت‌های این وزارتخانه و شناخت از کمیسیون‌های سازمان پرورش افکار به‌وجود همسانی‌ها چه به‌لحاظ استراتژی و چه از جهت عمل در میان آن دو نهاد بر می‌خوریم.

تبلیغات و رویکردهای وزارت تبلیغات آلمان در دوره گوبلز

به عقیده‌ی گوبلز در قیاس میان تبلیغات و فعالیت سیاسی؛ این تبلیغات است که بر فعالیت سیاسی در برقراری رابطه میان حکومت و توده‌ها پیشی می‌گیرد (herma. 1943: 205). گوبلز اعتقاد داشت حکومتی که ادعای مردمی بودن دارد، هرگز نباید اجازه دهد واسطه‌ای میان خودش و مردم وجود داشته باشد. تبلیغات باید به گفتگویی برای اتصال دولت و ملت بدل شود. نباید میان هیتلر و مردم سوء ظنی به‌وجود آید. گوبلز به‌عنوان یک تبلیغات‌چی؛ که افکار عمومی را هدایت می‌کرد، در عالی‌ترین سطح و با بهره بردن از هر تکنیک جدیدی از مهارت‌ها، رفتارها و انتظارات عمومی مردم؛ مثلاً آمال و آرزوهای آنها را

جهت می‌داد. سومین وظیفه تبلیغات نشان دادن تصویر و خلق تصویری از هیتلر به‌عنوان واقف به همه چیز و قادر مطلق بود؛ به‌طور خلاصه معرفی او به‌عنوان رهبری نظامی؛ شخصی که مستقل و برتر از هرچیزی است (ibid: 211). ابزار هیتلر در به کار انداختن افکار و به فعالیت واداشتن اندیشه‌ها دو عامل بود: تشکیلات اداری ممتاز و تبلیغات رسمی یا بوروکراسی در آلمان. وزارت تعلیم عمومی [روشنفکری عمومی و تبلیغات آلمان] در ۱۳ مارس ۱۹۳۳ شکل گرفت (kres. 1942: 73). توجه به این امر مهم که عناصر تبلیغ و ابزار آن چیست و چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد، نیز مدنظر گوبلز بوده است و آنها را به بهترین شکل مورد استفاده قرار داده است؛ امری که سازمان پرورش افکار نیز از آن غافل نشد و در انتخاب ابزار، دقت و وسواس علمی زیادی به کار برد.

دوب^۱ در مقاله‌ی مبادی و اصول تبلیغات گوبلز می‌نویسد: مبلغ باید درک روشنی از ارتباط وقایع و نظریات اجتماعی و عمومی داشته باشد [شناخت افکار عمومی]. تبلیغات بایستی توسط یک قدرت یا منبع [تمرکز تبلیغات] طراحی و اجرا شود (-Doob. 1950:422). گوبلز به هیتلر گفت به اعتقاد من زمانی که وزارت تبلیغات شکل گیرد، همه موضوعات مؤثر تبلیغاتی، اخبار و فرهنگ در داخل حوزه‌ی رایش یا امپراطوری و مناطق تحت سلطه باید تابع آن باشد (ibid: 524). در مقاله او ۱۹ ویژگی تبلیغاتی گوبلز و شیوه‌ی اعمال آنها مورد بررسی قرار گرفته است. در زمینه سیاست نیز چنان که از ماشین تبلیغاتی پیشرفته «گوبلز» بر می‌آید، نازی‌ها پیش از توسل به روش‌های خشن، بر ترغیب و اغوای مردم تکیه می‌کردند. هماهنگی بین شیوه زندگی آلمانی‌ها با خواسته‌های حزب نازی، از مهمترین ویژگی‌های آن دوران به شمار می‌آید؛ زیرا این امر به ایجاد ساختارهای کنترل اجتماعی تازه‌ای انجامید (مک لی لاند واسکر، ۱۳۷۴: ۱۳). ساختار حکومت به کلی متحول گردید. هواداران امپراطوری به افراد مشخصی محدود شد که فقط مانند گروه کر موسیقی یک صدا دولت را تأیید می‌کردند. کودکان، مادران، کارگران، صاحبان حرف گوناگون، روشنفکران، دانشجویان، تجار و تقریباً همه مردم، تشویق یا مجاب می‌شدند تا به ارگان‌هایی بیبوندند که از جانب نازی‌ها برای هرگروه اختصاص داده شده بود. مذهب نازی‌ها برپایه جبر بیولوژیک و نژادپرستی استوار بود و در این مذهب به تکریم و ستایش ارزش‌های جسمانی، نظامی و

ساده؛ یعنی ورزش‌های گوناگون، مشق‌های نظامی و... می‌پرداختند (همان: ۱۴).

دوب^۱ در مقاله‌ی خود به نکات مهمی اشاره دارد. او این مقاله را از ۱۲ سال خاطرات چاپ شده و چاپ نشده گوبلز در زمان فعالیت در وزارت تبلیغات آلمان تهیه کرده است. گوبلز اندیشه‌های خود در زمینه تبلیغات را کم و بیش در قالب استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها پیاده کرد (Doob.2015.420). گوبلز سعی داشت در مشی تبلیغاتی خود رابطه دولت-ملت را از وضعیت صرفاً نظامی تغییر و نشان دهد ارتباط رو در رو با مردم نتایج بهتری دارد (ibid: 422)، بنابر این ماشین تبلیغاتی نازی باید تجدید سازمان می‌شد. این دستگاه باید موقعیتی فراتر از سایر دستگاه‌های فعال در زمینه تبلیغات پیدا می‌کرد. او در کار خود از دیدگاه روان شناسی هم بهره برد. به اعتقاد او تبلیغات به ابزار موجه و مناسب نیاز داشت؛ بنابر این گوبلز بایستی یک سری نشریات خبرسازی در اختیار می‌داشت. در ضمن این مقاله شرایط تبلیغات مؤثر از نظر گوبلز به تفصیل توضیح داده شده است. کرس^۲ در مقاله‌ای^۳ اشاره دارد که برای تمرکز سینماها، آنها - با فیلم‌های تبلیغاتی ژرمنی - در شهرهای عمده استقرار یافتند و در ضمن فیلم با ساندویچ هم از افراد پذیرایی می‌شد. مراکزی برای آثار غیر چاپی نظیر گرامافون و هماهنگی در کاربرد آنها ایجاد شد. برای چاپ آثار نوشتاری نیز چاپخانه‌هایی به وجود آمد؛ مخصوصاً برای چاپ ادبیات ناسیونال سوسیالیست برای ملت و فروش آنها به خوانندگان خارجی. تبلیغات بایستی ویژگی ژرمانوفیلی قوی می‌داشت. به این منظور رادیو هم مورد استفاده آلمان‌ها قرار می‌گرفت.

همان‌گونه که اشاره شد هرما^۴ در مقاله‌ای^۵، در خصوص وزارت تبلیغات آلمان و روش‌های تبلیغاتی گوبلز مطالبی ارائه داده است. گوبلز معتقد بود بدون تبلیغات یک جامعه‌ی مدرن بدون دفاع می‌ماند و در برابر نیروهای واژگون‌کننده و خرابکار خلع سلاح خواهد شد (herma.2015.202). به اعتقاد گوبلز تبلیغات به قدرت منجر خواهد شد. بنابراین تبلیغات به‌عنوان هنر سیاسی دولت باید توسعه یابد. یک ویژگی تبلیغات کمک به

1 - Doob

2 - Kres

۳- تحت عنوان مؤسسه تبلیغات آلمان در سال ۱۹۳۳

4 - Herma

۵- با عنوان تصورات گوبلز از تبلیغات

رهبران جامعه برای هدایت افکار عمومی و جهت‌دهی به آن افکار است؛ به‌ویژه تبلیغات متمرکز. در تبلیغات هیچ کس نمی‌تواند شما را متهم به خشونت، ابتذال و بی‌رحمی بکند (همان: ۲۱۲). ایجاد تغییرات سیستماتیک در افکار جامعه نیز از کارکردهای مهم تبلیغات است. به نظر لاسول^۱ از صاحب نظران این عرصه؛ تبلیغات بر سمبل‌ها تکیه می‌کند؛ تا به هدف خود که دستکاری افکار عمومی است، دست یابد (اردیزی، ۱۳۹۱: ۳). در شیوه تبلیغاتی گوبلز ضمن تمرکز تبلیغات، وزارت تبلیغات وظیفه نظارت بر تمام جنبه‌های فرهنگی آلمان و اندیشه مردم و نیز خبرگزاری‌ها، رادیو و هنرهای تجسمی و نمایشی را نیز بر عهده داشت (پروین، ۱۳۹۰: ۱۷۷). گوبلز به‌منظور اشراف کامل بر تمام امور فرهنگی، وزارت‌خانه تبلیغات را به بخش‌های گوناگونی مانند بخش خبرگزاری، رادیو، فیلم، تاتر، موزیک، ادبیات و چاپ تقسیم نمود. براساس سیاست‌های گوبلز کنترل هنری فقط شامل افراد نشد؛ بلکه نازی‌ها بزودی بسیاری از روزنامه‌ها، کتاب‌ها، بازی‌ها، فیلم‌ها، کنسرت‌ها و... را با مقیاسی که از نظر نازی‌ها هنر ملی نامیده می‌شد، مورد سنجش و تحت نظارت وزارت تبلیغات و تنویر افکار عمومی قرار دادند. گوبلز اظهار می‌داشت که هدف از هنر و تبلیغات، ایجاد زمینه برای بسیج معنوی مردم آلمان است (herma, 2015: 206). او همچنین اظهار می‌داشت که تبلیغات و هنر به ما کمک می‌کند تا وفاداری طبقه متوسط آلمان را به حزب نازی فراهم کنیم. علاوه بر این او تلاش کرد تا فرهنگ را به خانه عموم مردم ببرد و برای این منظور از تولید رادیوی ارزان قیمت در آلمان حمایت کرد. او کنسرت‌های مجانی را در کارخانه‌ها و هنرهای نمایشی (مانند سینما و تاتر که دارای صحنه نمایش هستند) راه انداخت و در شهرهای کوچک و روستاها نیز اقدام به راه انداختن سینمای متحرک نمود و بدین ترتیب غالب مردم آلمان می‌توانستند از این امکانات بهره ببرند. در صحنه پایانی نمایش فیلم و یا کنسرت‌ها، او یک پیام تبلیغاتی سیاسی مطابق با مرام نازی را پخش می‌کرد که غالب این پیام‌ها برای ایجاد دوستی بین طبقه کارگر و رژیم نازی استوار بود (kres. 2015: 55). نظم فوق‌العاده، سلحشوری و اعتقاد حقیقی به هیتلر از برنامه‌های اصلی وزارت تبلیغات بود. دولت تمام وسایل ممکن از قبیل روزنامه، سینماتوگراف، تئاتر، کنسرت، کلوب‌های ورزش مدارس را برای تأیید و تحریک این روح به

کار انداخته و از هیچگونه تلاش و اقدامی در این باب فروگذار نمی‌کرد. تعلیم تاریخ در تمام مدارس در حقیقت مبدل به یک نوع وسیله تبلیغ و تهییج روح انتقام‌جویی اطفال شده بود. استفاده از یونیفرم‌های حکومتی برای متحدالشکل کردن و تهییج اطفال و نوجوانان به کار می‌رفت (گزیده اسناد روابط ایران و آلمان، ج ۳، ۱۳۷۷: ۲). اتفاقی که در ایران عصر پهلوی اول و پس از تشکیل سازمان پرورش افکار روی می‌دهد؛ بر اساس خاطرات ابوالمجد حجتی تفاوتی با رویدادهای پیش آمده در آلمان ندارد. گوبلز در امور تبلیغاتی خود تعدادی همکار ایرانی هم داشت. در این زمینه حداقل سه تن از کارکنان ایرانی گوبلز شناسایی شده‌اند. سرشناس‌تر از آن سه تن بهرام شاهرخ است. وی علاوه بر گویندگی رادیو برلین فارسی، سردبیری مجله جهان نو را هم بر عهده داشت. او فرزند کیخسرو نماینده زرتشتیان در مجلس شورای ملی بود. نفر بعدی داود منشی زاده؛ متولد ۶ شهریور ۱۲۹۳ش/۱۳۶۸ق فرزند ابراهیم منشی‌زاده؛ از رهبران کمیته مجازات بود که تحصیلات خود را در تهران، مدرسه فرانسوی و برلین آلمان انجام داد و بعدها در دانشگاه‌های مونیخ و اسکندریه و اویسلاوی سوئیس تدریس کرد. نفر سوم اسماعیل کوشان متولد تهران ۱۳۶۲-۱۲۹۶ش بود که دکترای اقتصاد خود را در برلین گرفت. مجله‌ای که اینها به نام جهان نو در برلین چاپ می‌کردند بر روی جلد خود^۱ تصویر هیتلر و نظامیان سرشناس آلمانی را داشت. حضور این افراد در تشکیلات گوبلز نمی‌تواند در امور ایران بی‌تأثیر باشد. در محدوده زمانی تشکیل سازمان پرورش افکار و از سال ۱۳۱۷ش روابط همه جانبه ایران و آلمان به اوج خود رسید.

روابط ایران و آلمان در دوره رضاشاه و هیتلر

بایگانی اسناد دانشگاه بن در شهر بن در آلمان دارای صدها برگ سند از روابط ایران و آلمان در زمینه‌های سیاسی، تجاری، اقتصادی، فرهنگی و موضوعات مختلف دیگر است. وجود این اسناد و مکاتبات متقابل متعدد بیانگر وجود علائق مشترک طرفین به برقراری روابط دوستانه میان دو دولت است. بخشی از این اسناد عبارتند از عهدنامه مودت بین دولتین در سال ۱۳۰۷ش، قرارداد تجاری و بحریمایی، گشایش بازار کالاهای ایرانی در

۱- مثلاً در سال دوم، شماره ۱ به تاریخ اردی بهشت ۱۳۱۹ش به سردبیری ش.ک. شاهرخ.

هامبورگ^۱، تأسیس شرکت زیمنس در ایران^۲، و صدها سند دیگر.

بارون فن شراخ^۳ رئیس جوانان هیتلری در این ایام به ایران آمد و تعدادی از مأمورین گشتاپو در نقش مهندس و کارکنان فنی در موسسات راه آهن و بسیاری از مراکز صنعتی ایران مشغول به کار بودند. از مدتی قبل مأمورینی چون مایر^۴ و شولتسه^۵ هم در ایران حضور یافته بودند (میراحمدی، ۱۳۶۶: ۷۵). این مطالب بخش کوچکی از روابط رو به گسترش دو دولت ایران و آلمان در دوره رضاشاه بود. بنابر این تأثیرات عمیق مؤسسات فرهنگی و تبلیغی آلمان هیتلری در ایران در قالب رویکردهای فرهنگی سازمان پرورش افکار پدیده‌ای طبیعی و قابل انتظار است.

در سال ۱۹۳۹م/۱۸-۱۳۱۷ش کتابخانه‌ای با ۷۵۰۰ عنوان کتاب توسط دولت آلمان نازی در تهران تأسیس شد. آلفرد روزنبرگ^۶ یکی از پیشگامان عقاید نژادپرستانه حزب ناسیونال سوسیالیست آلمان برای اهدای این کتابخانه نگاشته بود: «... کشور ناسیونال سوسیالیست آلمان، آگاهانه در پی تقویت فرهنگ و تاریخ آریایی بوده و در تلاش‌های ایران، اهداف مشترکی را می‌بیند که باعث پر رنگ شدن خویشاوندی معنوی هر دو ملت به نحو مطلوبی بوده است» (Rafi, 2015: 1).

حمایت استراتژیک آلمان از استقلال ایران در برابر روسیه و انگلیس، همه برای جهت دادن ایدئولوژیکی ایرانی‌ها به سوی عقاید ناسیونال سوسیالیست در دهه سی میلادی [۱۳۰۰-۱۳۱۰ش] بود. پیش از این در فاصله سال‌های ۱۷-۱۹۱۵م/۹۶-۱۲۹۴ش از ۱۷ روزنامه ایرانی ۱۵ مورد آن تحت نفوذ آلمانی‌ها قرار داشتند. بسیاری از این روزنامه‌ها و مجلات در یک همکاری تنگاتنگ با روشنفکران ایرانی پرنفوذ و طرفدار آلمانی‌ها فعالیت می‌کردند. ایران باستان یکی از آنها بود^۷ (ibid: 3).

۱- همان: ۲۷۹، سند ۷۲، تاریخ ۱۳۱۴ش.

۲- همان: ۳۱۲، سند ۸۲، تاریخ ۱۳۱۶ش.

3 - Baron Von Scherakh

4 - Maier

5 - Schulze

6 - Rosenberg

۷- نشریه ایران باستان به مدیریت سیف آزاد سراپا مدح آلمان هیتلری بود و تلاش داشت باستانگرایی را با ناسیونالیسم افراطی پیوند

دهد. رک طبری، ۲۰۰۱: ۶۶

پس از بر سر کار آمدن هیتلر در سال ۱۳۱۲ش/۱۹۳۳م، بر فعالیت‌های سیاسی ایدئولوژیکی افزوده شد. تلاش‌های صد ساله آلمان در ایران به شکوفایی روحیه ملی‌گرایی و احساس غرور ایرانیان؛ بعد از تحقیرهای روسیه و انگلستان کمک بسیار نمود (7: ibid). در سال ۱۹۴۰م/۱۳۱۹ش، آلمان در حدود ۴۷/۱ درصد صادرات و ۴۲/۹ درصد واردات از ایران را در اختیار داشت. ایران موقعیتی استراتژیک برای آلمان داشت. یک جنبش هوادار آلمان در ایران؛ به وسیله تبلیغات متمرکز و مؤثر شکل گرفته بود که به تدریج در آن کشور توسعه می‌یافت. یک ایستگاه رادیو موج کوتاه آلمانی به نام zeesen برای مردم ایران برنامه پخش می‌کرد (Kuntzel, 2010: 4). این روابط گسترده رسمی و غیر رسمی علائق عمیقی از آلمان‌ها در میان روشنفکران ایرانی ایجاد کرد و در شکل‌گیری بخش‌های مؤثری از اقشار تحصیل کرده‌ی ایرانی مقیم و مشتاق آلمان در ایران مؤثر بود. در واقع پیش‌بینی آلمان‌ها در زمینه‌ی جذب محصلین ایرانی و تربیت آنان که در آینده مصدر امور اجرایی و سیاسی ایران خواهند شد اکنون عملاً تعبیر می‌شد و آثار عملی خود را نشان می‌داد. آلمان در نظر این گروه بوروکرات تجددخواه از ابعاد مختلف الگویی ایده آل بود و می‌توانست شریک بزرگ صنعتی، اقتصادی و همچنین متحدی فرهنگی باشد. از مدتی قبل ستایش از آلمان در ادبیات فارسی آن زمان جایگاهی شایسته یافته بود. ادیب پیشاوری منظومه حماسی قیصرنامه را که مشتمل بر چهارده هزار بیت بود سرود. وحید دستگردی مسمط معروف خود به نام نارنجک را انتشار داد (بهنام، ۱۳۷۹: ۸). در سال ۱۹۳۸م/۱۳۱۷ش شرکت هواپیمایی لوفت هانزا خط هوایی تهران- برلین را تأسیس نمود و در همان سال خط کشتیرانی مستقیم میان خرمشهر- هامبورگ افتتاح گردید. در این دوران اکثر نیازمندی‌های صنایع جدید ایران مانند کارخانجات پارچه بافی اصفهان، مهمات و اسلحه‌سازی و کارخانه هواپیما سازی شهپاز و راه‌اندازی تأسیسات راه آهن و ماشین آلات و استخراج ذغال سنگ از طریق کشور آلمان تأمین می‌شد (گزیده اسناد، ج ۲: ۳۵، مقدمه). در میان نخستین ارقام مهم مبادلاتی ارسال صد هواپیمای جنگی آلمانی برای نیروی هوایی ایران بود (هفته نامه تایم، ۱۹۳۸: شماره ۱۷). نگرانی انگلیسی‌ها از موفقیت تبلیغاتی آلمان‌ها در ایران سبب مشورت با مجتبی مینوی که کارمند بی بی سی در لندن بود شد و در نتیجه انگلیسی‌ها از مضامین شاهنامه و ترسیم مینیاتور برای نشان دادن هیتلر به‌عنوان ضحاک در سال ۱۳۱۹ش

استفاده کردند (چلکوفسکی، ۱۹۹۰: ۳۱۰).

برادفورد جی مارتین^۱ در کتاب روابط ایران و آلمان به گونه‌ای گسترده به تشریح روابط این دو کشور پرداخته و با استناد به منابع معتبر به اهداف پنهان و آشکار آلمان در منطقه خاورمیانه به‌ویژه ایران اشاره دارد و ابعاد مختلف روابط دو کشور را در چندین مقطع زمانی مورد بحث قرار می‌دهد. بهر حال این فعالیت‌های گسترده صنعتی و اقتصادی از سوی آلمان‌ها تأثیرات عمیق فرهنگی و سیاسی خود را در ملت و دولت ایران به‌جای گذاشت و مردم قلباً تمایلاتی به جانب آن دولت پیدا کردند.

سیدحسین تقی زاده در خاطرات خود می‌نویسد: «ما شوق زیادی به آلمان داشتیم. ایرانی‌ها آلمان را مثل پیغمبر، حضرت داود می‌دانستند که آمده آنها را نجات دهد. ما همه برای آلمان سینه می‌زدیم (افشار، ۱۳۷۲: ۱۸۱).

تقلید از آلمان در مقالات و نوشته‌های بسیاری از متفکران آن عصر به‌ویژه نشریات چهارگانه فارسی زبان چاپ شده^۲ در برلین وجود داشت. ابراهیم مهدوی در مقاله جنگ، طبیعت ترقیات تدریجی فلاحت در آلمان ضمن ستایش از آلمان به مقایسه ایران با آن کشور پرداخت (نامه فرنگستان، ش ۱، ۱۳۰۳: ۲۳). علی اردلان در مقاله چگونه به جلو باید رفت ترقی برای ایران بدون راه آهن محال است فضیلت کامل آلمان بر سایر ممالک اروپا را مورد تأکید قرار داد (نامه فرنگستان، ش ۷-۸، ۱۳۰۳: ۳۲۸). عبدالشکور نیز در مقاله روابط اقتصادی ایران و آلمان ضمن اشاره به لزوم تقلید ایرانیان از ملل متمدنه نوشت یکی از ممالکی که باید توجه متفکرین اقتصاد را در ایران به خود جلب کند مملکت آلمان است (همان: ۳۹۲).

محمدعلی جمال زاده در مقاله مقصود ما در تشریح علل انتشار مجله علم و هنر یا صنایع آلمان و شرق، بخشی از هدف خود را ارائه الگوی عملی توسعه صنعتی و اقتصادی برای ایران و ایرانیان می‌دانست (علم و هنر، ش ۱، مهر ۱۳۰۶: ۱۹۵). این اندیشه به یک جریان فکری مستمر و مؤثر در آن شرائط زمانی تبدیل شده بود.

1 - Martin.Brad Ford G

۲- کاوه، ایرانشهر، نامه فرنگستان و علم و هنر

اما گرایش رضاشاه به دولت آلمان هیتلری و فاصله گرفتن از سیاست‌های انگلستان؛ حتی به‌گونه‌ای مقطعی چه دلائلی می‌تواند داشته باشد. بر اساس بعضی از اسناد موجود رضاشاه پهلوی پس از شروع جنگ جهانی دوم به پیروزی هیتلر بسیار امیدوار بود و به‌طوری که عباسقلی خان گلشائیان طی نامه‌ای به سیدحسن امین نوشت تنها عکسی که روی میز شاه بود؛ عکسی بود که هیتلر شخصا امضاء کرده و برای او فرستاده بود^۱. نامه‌هایی نیز از رضاشاه به آدولف هیتلر موجود است^۲ (گزیده اسناد روابط ایران و آلمان، ج ۲، ۱۳۷۷: ۱۸۱).

سازمان پرورش افکار؛ ریشه‌های فکری (برلنی‌ها)

طی سده نوزدهم و آغاز سده بیستم در پی مهاجرت‌های روشنفکران ایرانی محفل‌ها، نشریه‌ها و کانون‌های فکری در تفلیس، باکو، استانبول، قاهره و کلکته به‌وجود آمده بود، اما اهمیت برلنی‌ها و اندیشه‌های بیان شده در نشریات آنان با هیچ یک از گروه‌های مهاجر قابل قیاس نیست. یکی از محققان معتقد است برلنی‌ها^۳ نظریه پردازان دوران تکوین دولت متمرکز و مدرن در ایران بودند و خود به کادرهای سیاسی و فرهنگی این دولت تبدیل شدند (انتخابی، ۱۳۸۱: ۷۰-۳۶۹). او همچنین عقیده دارد اصلاحات پیشنهادی برلنی‌ها را حکومت رضاشاه تحقق بخشید (همان: ۳۷۴). در مورد نقش متفکران برلنی در دیوانسالاری حکومت پهلوی اول نیز اشاره می‌کند که بخش بزرگی از آنان به‌جز کاظم‌زاده و جمال‌زاده که تا پایان عمر در اروپا ماندند، در نوسازی آمرانه رضاشاه در ایران نقش ایفاء کردند (همان: ۳۷۵).

برلنی‌ها و شاخص‌های توسعه

یکی از نشریات منتشرشده توسط تعدادی از روشنفکران تجدد خواه ایرانی مقیم برلین

۱- (ر.ک: نامه‌ی عباسقلی گلشائیان به سیدحسن امین، کلک، شماره ۱۰۴، فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۸: صص ۷۱-۶۵)

۲- سند شماره ۴۴ به تاریخ ۱۸ اکتبر ۱۹۲۵م/۱۳۱۴ش

۳- «برلنی‌ها» عنوان تاریخی است که محمدعلی جمال‌زاده به گروهی از روشنفکران و اندیشمندان ایرانی که بین سال‌های ۱۹۱۵م تا ۱۹۳۰م به برلین آمده بودند، داده بود. در فاصله این سال‌ها انتشار مجلاتی نوگرایانه و تجددخواه مانند کاوه (۱۹۲۲-۱۹۱۶م)، ایرانشهر (۱۹۲۲-۲۷م)، نامه فرنگستان (۱۹۲۴-۲۵م) و علم و هنر (۱۹۲۷-۲۸م)، از وجود جریان‌های قوی روشنفکری ایرانی در این شهر خبر می‌دهد. برلن نقش و جایگاه مهمی در شناخت اندیشه معاصر ایرانی به خود اختصاص داده است. می‌توان گفت برلنی‌ها عنوان عام‌تری است که انجمن ملیون ایرانی هم بخشی از آن را تشکیل می‌داد.

آلمان در اوایل سده اخیر و همزمان با آغاز کار پهلوی اول نشریه نامه فرنگستان است که شیوه‌ای نسبتاً تند در پیگیری و خواست تغییرات عمیق اجتماعی در ایران را دنبال می‌کرد.

اولین شماره نامه فرنگستان در اول ماه مه ۱۹۲۴م/ ۱۳۰۳ش چاپ شد. در شماره دوم این مجله در ذیل عنوان «اگر می‌خواهید» نوشته شده است: «اگر می‌خواهید نو شوید، راه زندگانی حقیقی را بیاموزید، اروپا را بشناسید، فرنگستان را بخوانید» (عباسی، ۱۳۸۷: ۱۳۶). در شماره ۴ این مجله، در ذیل عنوانی با نام هوشیار باشید آمده است: «این ۳ شماره نمونه‌ای [از عقاید و افکار ماست. اگر می‌خواهید به زنده شدن روح ملی، به انقلاب اخلاقی، به نهضت اجتماعی ایران کمک نمایید [نامه فرنگستان را بخوانید]». آشنایی با محتوای مقالات نامه فرنگستان و عناوینی نظیر لزوم ظهور دیکتاتور، نوشته مشفق کاظمی، راه نجات، نوشته پرویز کاظمی، مدارس قدیمه را باید بست، از ابراهیم مهدوی، موسیقی و تأثیر از مشفق کاظمی، رادیو چیست؟ نوشته احمد فرهاد، راه عملی عمومی کردن تعلیمات در ایران، نوشته غلامحسین فروهر، نسوان نوازی، نوشته حسن نفیسی، چگونه به جلو باید رفت (ترقی برای ایران بدون راه‌آهن محال است) به قلم علی اردلان، لزوم جدایی امور مذهبی از مسائل سیاسی، نوشته دکتر علامیر و... ما را مطمئن می‌سازد که یک جریان منسجم و روشنفکر، تحت تأثیر تحولات سیاسی و پیشرفت‌های علمی آلمان بدنبال ایجاد تغییرات اساسی در ایران است. ما بعدها با تشکیل سازمان پرورش افکار در میان سخنرانان این سازمان در پایتخت و سایر مناطق کشور به افرادی از جریان موسوم به «انجمن ایران جوان» از جمله علی اکبر سیاسی و اسماعیل مرات برمی‌خوریم (دریبکی، ۱۳۸۲: ۲۶۴) که آنها نیز با طیف موسوم به برلنی‌ها بی‌ارتباط نبودند.

افراد زیادی از گروه موسوم به برلنی‌ها با آن تفکرات خاص در دوره پهلوی اول در سمت‌های مختلف نقش ایفاء کردند و یا جزء فعالان سازمان پرورش افکار به‌عنوان نویسندگان کتاب‌های سفارشی آن در حوزه درسی، سخنران و کادرهای اجرایی شدند. ابراهیم پورداوود از نسل اول برلنی‌ها استاد دانشگاه تهران (بامداد، ۱۳۷۸، ج ۶: ۷)، اسمعیل امیرخیزی ریاست مدرسه دارالفنون (بامداد، ج ۵: ۲۸)، علیقلی اردلان سمت‌های مختلف در وزارت خارجه در واشنگتن، پاریس و... را به عهده گرفتند.

رضازاده شفق از نسل اول برلنی‌ها بعدها سناتور شد. احمد فرهاد از نسل دوم برلنی‌ها به ریاست دانشگاه تهران منصوب شد، مشفق کاظمی وارد وزارت خارجه گردید و به سفارت به سوریه و سوئد رفت (بهنام، ۱۳۷۹: ۱۳۲) و داور وزیر عدلیه شد. مسائلی چون روح ملی، حقوق زنان، پرورش فکر و جسم، تبلیغ شیوه‌های زندگی مدرن، تبلیغ ورزش، مبارزه با خرافه، نقد مذهب، لزوم انجام اصلاحات از بالا، ترویج هنر، ترویج شیوه آموزشی جدید، مبارزه با عقب‌ماندگی، تبلیغ کار، تبلیغ علم، گسترش مدارس، حضور زنان در اجتماع، آزادی نسوان، تبلیغ مد، ملی‌گرایی و مطالبی از این قبیل؛ از مهمترین مفاهیم و موضوعات موجود در نامه فرنگستان است.

نامه فرنگستان در سرمقاله اولین شماره خود می‌نویسد: «... ما می‌خواهیم ایران را اروپایی نماییم، ما می‌خواهیم سیل تمدن جدید را به طرف ایران جریان دهیم. ایران باید روحاً و جسماً، ظاهراً و باطناً فرنگی مآب شود» (نامه فرنگستان، ش ۱، اول مه ۱۹۲۴). موسولینی رئیس‌الوزرای فعلی ایتالیا دیکتاتور است، او ظاهراً به پارلمان عقیده دارد، ولی در مواقع لزوم با تهدید اکثریت، برای خود لوایح پیشنهادی دولت را می‌گذراند. یک چنین دیکتاتوری هم ایران لازم دارد... اگر می‌خواهید انقلاب کنید، اگر می‌خواهید سدهای راه ترقی معارف را از میان بردارید، اگر می‌خواهید روزی لذت آزادی را که امروز اروپایی در آغوش دارد، بچشید دیکتاتور عالم تولید کنید. دیکتاتور عالم، دیکتاتور ایده آل دار... تحت عنوان حکومت مطلقه «دیکتاتوری» قابل تحمل است» (همان).

به تدریج از سال ۱۳۱۶ش به بعد، اخبار متعددی از شکست طرح‌هایی چون کشف حجاب و... ارتجاع مردم به رضاشاه رسید (شعبانی، ۱۳۷۱: ۴۳ الی ۳۱۳). به همین خاطر حکومت ضمن استمرار روش‌های قبل دست به تأسیس یک سازمان دولتی برای «پرورش افکار» در دی ماه ۱۳۱۷ش زد. در واقع این اعتقاد به وجود آمد که بسط فرهنگ جدید بدون یک سازمان اداری کارآمد و صحیح ممکن نیست (سپانلو، ۱۳۸۱: ۲۱). متین دفتری نخست وزیر وقت انگیزه تأسیس این سازمان را در کنار تربیت اخلاقی و تقویت حس غرور ملی و میهن پرستی مردم، مقدمه‌ای برای تشکیل یک حزب سیاسی مانند حزب خلق ترکیه می‌داند (عاقلی، ۱۳۷۰: ۱۶۴). این سازمان فعالیت‌های بسیار گسترده را آغاز نمود و در تمام

شئون جامعه مداخله کرد. تشکیل این سازمان، نماینده بارز تغییر رویکرد فرهنگی رضاشاه بود. اجرای تهاجمی برنامه‌هایی متنوع و متعدد؛ بدون سنجش و ارزشیابی نتایج آن؛ در کنار شدت عمل نسبت به ملت در حوزه فرهنگی؛ پیش از تشکیل سازمان پرورش افکار در دی ماه ۱۳۱۷؛ نتایج معکوس به بار آورده بود. این اقدامات به لحاظ طولی و عرضی یکدیگر را پوشش نمی‌دادند و ارتباط منظم و تعریف شده‌ای با هم نداشتند. بازخورد اقدامات انجام شده مورد تحلیل قرار نمی‌گرفت و ضعف و قوت آن ارزیابی نمی‌شد و به منظور رفع نقایص برنامه‌ای وجود نداشت. گرایش به تمرکز فعالیت‌ها در حوزه‌ی فرهنگی و تغییر تاکتیک در این عرصه تغییر مهمی بود که به همت سیاستمداران و نخبگان تحصیل کرده و یا مقیم آلمان، فرصت اجرای آن در قالب سازمان منسجمی به نام سازمان پرورش افکار ایجاد شد.

بخشی از تحصیل کردگان ایرانی در فرنگ از جمله آلمان و تشکلهای ایجاد شده توسط آنان؛ از جمله «ایران جوان» از نخستین گروه‌هایی بودند که جرقه‌های ایجاد تغییرات در ایران و رویکردهای توسعه و ترقی را در رضاشاه به وجود آوردند. از جمله افراد مؤثر در تشکیل «انجمن ایران جوان» علیقلی خان (مهندس الدوله)، اسماعیل خان (مرات) [بعدها وزیر فرهنگ و اولین دبیر سازمان پرورش افکار]، جوادخان (عامری)، حسن خان (مشرف نفیسی) بودند (سیاسی، ۱۳۸۶: ۸۴). سیاسی می‌نویسد: «باری مرام ایران جوان در برج حمل - فروردین ماه - ۱۳۰۰ش با جلدی سبزرنگ که علامت امید سرشار ما به آینده بود طبع و نشر گردید و بر سر زبان‌ها افتاد. در تالارها و هتل‌های مختلف تهران نمایشنامه‌هایی با عناوین عشق و وطن، دختر قرن بیستم، تمدن جدید و چندین نمایش دیگر اجرا کردیم. چیزی از تأسیس «ایران جوان» نمی‌گذشت که سردار سپه نخست وزیر نمایندگان ایران جوان را به حضور فراخواند. اسماعیل مرات، مشرف نفیسی، محسن رئیس و من با اندکی بیم به اقامتگاه او رفتیم. پس از مدتی انتظار ما را به حضور پذیرفت و پرسید شما جوان‌های فرنگ رفته چه می‌گوئید؟ حرف حسابتان چیست؟ این انجمن ایران جوان چه معنی می‌دهد؟ من گفتم: این انجمن از عده‌ای جوانان وطن پرست تشکیل شده است. ما از عقب‌افتادگی ایران و از فاصله‌ی عجیبی که ما را از کشورهای اروپا دور ساخته است رنج می‌بریم و آرزوی از بین رفتن این فاصله و ترقی و تعالی ایران را داریم و مرام انجمن ما بر همین مبنا و اصول گذاشته شده است... گفت: کدام مرام؟ من مرامنامه چاپ شده انجمن را به او دادم.

آن را گرفت و آهسته و به دقت خواند؛ آن گاه نگاه نافذ و گیرنده‌ی خود را متوجه ما کرد و گفت: این‌ها که نوشته‌اید بسیار خوب است. ضرر ندارد که با ترویج مرام خودتان چشم و گوش‌ها را باز کنید و مردم را با این مطالب آشنا سازید. حرف از شما ولی عمل از من خواهد بود...» (سیاسی، ۱۳۸۶: ۸۶-۸۵).

اکنون زمان آن فرارسیده بود تا وجوه و عناصر ملیت و ملی‌گرایی تعریف، تبیین و بازسازی شده و در جامعه مطرح و نهادینه شود. به عقیده عده‌ای از پژوهشگران با تأسیس سلسله پهلوی سرآغاز دوران حکومت مطلقه‌ی مدرن ایرانی شکل گرفت. این دولت در شرائطی پدیدار گشت که خواست‌های انباشته شده‌ی گروه‌های اجتماعی گوناگون، ناکامی کابینه‌های پس از استقرار مشروطیت و مهم‌تر از آن چشم داشت‌های نیروهای اجتماعی حامی این دولت، آن را ناگزیر از انجام پروژه نوسازی می‌کرد (جعفری، ۱۳۸۵: ۷۰).

نوسازی شاخص‌ها و عناصر متنوعی داشت. از عناصر عمده تحقق نوسازی، ملت‌سازی بود و گروهی اعتقاد دارند ملت‌سازی از مهمترین ارکان نوسازی ایران در این عصر را تشکیل می‌داد (اکبری، ۱۳۸۳: ۲۲۳).

تحت تأثیر الگوی وزارت تبلیغات آلمان و تجربیات متفکران ایرانی مقیم برلین و نسل موسوم به برلنی‌ها تغییرات گسترده‌ای ترسیم و پیگیری شد. این اقدام فرآیندهای مختلفی را در بر می‌گرفت.

نخبگان ایرانی به‌منظور هویت بخشی و ایجاد انسجام و وحدت ملی، توجه خود را بر شناساندن گذشته باستانی قرار دادند. بدین ترتیب جهت غالب نوشته‌های این دوره، خط دهی به دولت به‌منظور ایجاد احساسات وطن پرستانه بود و یکی از مهم‌ترین دستگاه‌ها برای به‌وجود آوردن این حس، نظام آموزشی بوده است؛ به‌گونه‌ای که توسعه مدارس و نشر روزنامه در نوشتار محمود افشار (افشار، ۱۳۰۴: ۶) و تغییر در برنامه‌های مدارس و کتاب‌های درسی در نوشته‌های کاظم زاده ایرانشهر و راه‌های تحقق آن بیان شده است. کاظم‌زاده می‌نویسد: «باید روح ملی را زنده کرد، تا بتوان وارد «دایره تجدد» شد (ایرانشهر، ش ۱ و ۲، سال سوم: ۳۹) و چون این روح ملی بیش از همه در قلمرو سیاست، دین، زبان و اخلاق تظاهر کرده، لذا اصلاحات را نیز باید در همین زمینه انجام داد» (ایرانشهر، شماره ۴، سال

دوم، ۱۹۹). او معتقد بود برای پرورش دادن حس وطن خواهی در دل‌های جوانان ما، تعلیم تراجم احوال مشاهیر و بزرگان قوم ضروری است، این حقیقت یکی از اسرار ترقی و تمدن اروپاست (ایران‌شهر، ش ۵، س ۴: ۲۷۱).

سعید نفیسی از رجال فرهنگی عصر رضاشاه نیز از جمله متفکرانی بود که به‌وضوح وظیفه تاریخ را در جهت پرورش روح ملی و خصال مردانه و دوست‌داری میهن و سرزمین نیاکان و بالاتر از همه دوست‌داری فرهنگ و سنن و شئون ملی و نژادی معرفی می‌کرد (نفیسی، ۱۳۷۲: ۸).

برای تثبیت مشروعیت حکومت پهلوی لازم بود تا ناسیونالیسم و تاریخ‌نگاری ناسیونالیستی به‌طور فراگیر جانشین ارزش‌های سنتی و دینی شود و در این راستا ترویج ملی‌گرایی باستان‌گرایانه به اشکال مختلف و از جمله از طریق ترجمه و تألیف کتب گوناگون در باره تاریخ ایران باستان در دستور کار سازمان‌های سیاسی و فرهنگی حکومت رضاشاه قرار گرفت.

در مطالب پیشین تا حدودی از وزارت تبلیغات آلمان؛ تکنیک‌ها و تاکتیک‌های آن شناخت به‌دست آوردیم. اکنون به معرفی و تشریح گوشه‌ای از فعالیت‌های سازمان پرورش افکار می‌پردازیم. این اعتقاد وجود دارد که طراحی برنامه کمیسیون‌های مختلف؛ مشابه فعالیت‌های وزارت تبلیغات آلمان، توسط سازمان پرورش افکار؛ به‌عنوان نهادی که تحت حمایت نخست‌وزیر طرفدار آلمان^۱؛ یعنی احمد متین‌دفتری بود، دلالت‌کننده شباهت‌ها و اشتراکات این سازمان با مؤسسات تبلیغاتی فاشیستی شبیه وزارت امپراتوری آلمان برای روشنفکری و تبلیغات تحت ریاست گوبلز^۲ بود (Bianca, Werner, 1943: 284).

تأسیس سازمان پرورش افکار

سخنان متین‌دفتری در اولین جلسه سخنرانی سازمان پرورش افکار در ۱۳ بهمن ۱۳۱۷ش در مورد «پرورش افکار و نقش دولت» قابل‌تأمل است. به عقیده او وظیفه دولت‌ها در فرهنگ عمومی این است که سعی کنند قوای معنوی ملت، را تقویت کنند. از

1 - Pro German

2 - German Reichs Ministerium Fur Volksaufklarung Und Propaganda Under Joseph Goebbels

بررسی آئین نامه‌های سازمان پرورش افکار چنین برمی‌آید که نقش مهم سازمان مبارزه معنوی برای تقویت روح ملت است (مجموعه آئین نامه‌های سازمان پرورش افکار، ۱۳۱۸: ۳۳-۳۵). هیأت مرکزی سازمان و نخست وزیر تعیین کننده خطوط اصلی برنامه‌ها و اهداف این سازمان بوده و هرگونه اقدامی با تأیید و هماهنگی آنها صورت می‌گرفت.

الول ساتن^۱ هدف و ماموریت اصلی سازمان را تقویت روح ملیت از طریق بالا بردن سطح معلومات می‌داند (ساتن، بی‌تا: ۳۸۰). او همچنین انجام کارهای تبلیغی نظیر ترویج و اللقاء شاه دوستی ایرانیان و ضرورت آن و نیز تبلیغات در باب تاریخ باستانی ایران؛ از طریق برگزاری جلسات سخنرانی، تهیه برنامه‌های رادیویی، انتشار روزنامه و... را بخش دیگری از این وظایف می‌داند (ساتن، ۱۳۳۷: ۴۳۷). این سازمان چنان طراحی شده بود که در تمامی ارکان اجتماعی، سیاسی و فرهنگی رضاشاه، فعالیت آموزشی و پرورشی داشته باشد. از نظر وظایف و تشکیلات فراتر از وظایف و تشکیلات یک وزارتخانه بوده است. به واقع به نظر می‌آید این سازمان، دولتی کوچک در دولت رضاشاه؛ با امکانات وسیع بوده است (دریگی، ۱۳۸۲: ۱۸۳). یادداشتی مربوط به گزارش جشن دومین سالگرد تشکیل سازمان پرورش افکار وجود دارد که در آن آمده است: «سازمان پرورش افکار به اراده مبارک اعلیحضرت همایون شاهنشاهی در دو سال پیش برای روشن ساختن و راهنمایی افکار و آشنا کردن عموم به مقتضیات زندگانی نوین و برانگیختن افراد به انجام وظایف اجتماعی به وجود آمد» (اسنادی از موسیقی، ۱۳۷۹، ج ۱: ۲۴۳)^۲.

«نشریه ایران امروز» تبلیغ فعالیت‌های سازمان و کمیسیون‌های آن و همچنین توجیه اقدامات آن را بر عهده داشت. دستور شکل‌گیری این نشریه؛ فعالیت‌ها و الزام خرید آن توسط کارمندان را رضاشاه شخصا امضاء کرده بود.

از ۱۳ آبان ۱۳۱۸ تا ۵ تیر ۱۳۱۹ش، احمد متین دفتری نخست وزیر بود و وزارت معارف که اکنون به وزارت فرهنگ تغییر نام داده بود، بر عهده اسماعیل مرات؛ از اعضای «انجمن ایران جوان» بود. احمد متین دفتری در سال ۱۳۲۵ش، در تهران متولد شد. در مدرسه

1 - E.Saten

آلمانی که در تهران تأسیس شده بود زبان آلمانی تحصیل نمود و چند سال منشی سفارت آلمان در تهران بود و بعد وارد خدمت در وزارت امور خارجه شد. سپس برای ادامه تحصیلات به لوزان سوئیس رفت و درجه دکترا گرفت. در سال ۱۳۱۸ش؛ پس از سقوط کابینه جم، متین دفتری در سن ۴۳ سالگی نخست وزیر شد. مرات رئیس هیأت مرکزی سازمان پرورش افکار نیز متولد سال ۱۲۷۲ش بود. در ۱۲۹۰ش، جزء گروه ۳۰ نفری دانشجویان اعزامی از سوی دولت، به فرانسه برای تکمیل تحصیلات قرار داشت (بامداد، ۱۳۷۸: ۲۸). او به همراه تعدادی از تحصیل کردگان بازگشته از فرنگ در سال ۱۹۲۱م/۱۳۰۰ش، نخست انجمنی به نام «سروش دانش» و سپس «انجمن ایران جوان» را تأسیس کردند^۱ (بهنام، ۱۳۷۹: ۱۱۳). در سال ۱۳۱۶ش، پس از بازگشت به ایران مدتی استاندار کرمان بود و در سال ۱۳۱۸ش وزیر فرهنگ شد و تا سال ۱۳۲۱ در چند کابینه وزیر بود (بامداد، ۱۳۷۸: ۲۸). حضور این سیاستمداران متمایل به آلمان در گسترش مناسبات فرهنگی دو دولت تأثیر دارد. متین دفتری در خاطرات خود می‌نویسد: «ابتدا فکر تشکیل سازمان پرورش افکار را در دماغ شاه تولید نمودم. رادیو را که شاه ابتدا با آن مخالف بود^۲ تأسیس کردیم، وسایل فنی برای اصلاح مطبوعات فراهم و حتی یک مدرسه برای روزنامه نگاری دایر نمودیم. از تئاتر و نمایش که مکتب بزرگی برای تربیت یک ملت است، غفلت نداشتیم و یک مدرسه هم برای آموزش هنرپیشگان به وجود آوردیم و چون عقیده‌ام این است که تربیت اجتماعی در کشور ما، از فرهنگ باید سرچشمه بگیرد، معلمین و سایر فرهنگیان را به این منظور تجهیز کردیم» (عاقلی، ۱۳۷۱: ۱۶۴). مأموریت ویژه سازمان پرورش افکار نیز تبلیغ آرمانهای سیاسی رژیم پهلوی و در تعقیب آن شاهدوستی و جلب حمایت‌های همه جانبه توده‌ای از دولت بود (ذاکر اصفهانی، ۱۳۸۶: ۱۵۹). مأموریتی که در وزارت تبلیغات آلمان نیز مشاهده کردیم. به جهت نحوه فعالیت دلفانی به درستی اشاره می‌کند که سازمان پرورش افکار از جمله سازمان‌های فرهنگی متمرکز در دوره رضاشاه بود (دلفانی، ۱۳۷۵: ۷۰). حداقل چند ویژگی مهم و روان‌شناسانه در مباحث مربوط به وزارت

۱- محمود افشار، علی اکبرسیاسی، مشرف نفیسی، اسماعیل مرات و جواد عامری انجمن ایران جوان را تأسیس کردند (انتخابی، ۱۳۷۲: ۲۰۰). مرامنامه و فعالیت‌های این انجمن در صفحات ۱۱۵-۱۱۴ کتاب برلنی‌ها بیان شده است.

۲- اسنادی از موسیقی، تئاتر و سینما در ایران (۵۷-۱۳۰۰)، ج اول، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۹، ص ۴۷. سندشماره ۱۶/۱.

تبلیغات آلمان وجود داشت که غالب آنها مورد استفاده سازمان پرورش افکار قرار گرفت.

در کمیسیون خطابه‌های عمومی (سخنرانی) سازمان، موضوع تعیین شده بخشی از سخنرانی‌ها توسط سازمان پرورش افکار عبارت بود از: وظیفه و آرزوی ملی، ملیت و وحدت ملی، پیشرفت‌های ایران در عصر پهلوی، خدمات ایران به عالم تمدن، شرح بزرگترین آثار تاریخی ایران، مبارزه با خرافات و عقاید سخیف (ماده ۳ اساسنامه سازمان پرورش افکار). دقت در موضوع‌های تعیین شده برای سخنرانی‌ها تلاش سخنرانان را برای تبلیغ ناسیونالیسم ایرانی و توجیه حکومت پهلوی نشان می‌دهد. شرح ضرورت به قدرت رسیدن رضاشاه و نجات کشور از به اصطلاح سقوط حتمی و خدمات او به منظور احیاء گذشته باستانی و طلایی و ایجاد وحدت ملی و هویت غرورانگیز جدید؛ جزئی از اهداف اصلی این سخنرانی‌ها را تشکیل می‌داد. به اعتقاد گروهی از محققان روند برانگیختن ملی‌گرایی افراطی؛ با تشکیل «سازمان پرورش افکار» سرعت بیشتری یافت (میرعابدینی، ۱۳۸۳: ۴۹). افکار عمومی‌سازی؛ به معنای یافتن روش‌هایی جهت ایجاد انگیزه در مردم؛ برای حمایت از اقدامات بی‌چون و چرای دولت‌ها و برداشتن فاصله بین مردم و حکومت، از ویژگی‌های دوران متأخر نوسازی و مدرنیته بود.

کاریزماسازی برای پیشوا در کمیسیون دیگری تحت عنوان کتب کلاسیک مد نظر قرار گرفت. مؤلفین کتب درسی؛ در راستای ملت‌سازی، ایران را به یک خانواده تشبیه و رئیس بزرگ آن را شاه و او را چون پدری مهربان و ملت را فرزندان او معرفی کردند (وزارت معارف، کتاب دوم ابتدایی، ۱۳۱۹: ۱۱۷) در این کتاب‌ها تبلیغ می‌شد که پادشاه پدر ما ایرانیان است. ما فرزندان او هستیم و از جان و دل او را دوست داریم (وزارت معارف، کتاب اول ابتدایی، ۱۳۱۶: ۲۶) بدین ترتیب متعلمین می‌آموختند که اطاعت از فرمان شاه از واجبات است. اول خدا دوم شاه (شکورستاری و اکبری، ۱۳۹۳: ۷۳). یکی از مخاطبان مستقیم برنامه‌های سازمان پرورش افکار اشاره می‌کند، رضاشاه در ذهن شاگردان به تدریج تبدیل به نابغه‌ای عظیم‌الشان و پیشوایی بزرگ شده و برایش احترامی فوق‌العاده قائل بودند. طوری شده بود که هنگام نواختن سرود شاهنشاهی اگر کسی جلوی صف بود و تکانی می‌خورد حتی از طرف شاگردان دیگر با وضع زننده به او اخطار می‌شد (حجتی، ۱۳۷۷: ۲۵۲).

در فعالیت‌های تعدادی از کمیسیون‌های سازمان پرورش افکار به ارتش و جایگاه آن به‌طور خاص پرداخته و در خصوص آن تبلیغ می‌شد. تشویق نوجوانان و جوانان برای پیوستن به ارتش، برگزاری مراسم رژه، حضور نظامیان در محیط‌های آموزشی و انجام سخنرانی توسط آنان و برجسته‌سازی نقش آن در کمیسیون‌های رادیو و مطبوعات از نشانه‌های ترویج تفکر میلیتاریسم و ارتش سالاری بود. مدارس برای عده‌ای کم‌کم به صورت نیمه سربازخانه درآمده بود و مارش و موزیک برقرار بود. یک مخاطب نوجوان برنامه‌های سازمان پرورش افکار در آن مقطع زمانی اشاره می‌کند:

«گاهی افسران و سربازان هم به مدرسه می‌آمدند و نمایش نظامی می‌دادند و موجب تشویق و تهییج بیشتر شاگردان می‌شدند» (حجتی، ۱۳۷۷: ۲۵۴)

ارتش نهادی قدرتمند در دست شاه بود که به واسطه آن بر تمامی نهادهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی تسلط داشت (ذاکرافهانی، ۱۳۸۶: ۷۱) و از این جهت به آلمان هیتلری شباهت داشت. رضاشاه حتی از ارتش در اعمال رویکردهای فرهنگی و توسعه‌ی مدرنیزاسیون در ایران بهره‌گیری می‌کرد. تشکیل ارتش منظم و ملی یکی از خواسته‌های جریان‌های نوگرای ایرانی بود. معرفی سیستم نظام وظیفه اجباری و همگانی از آرزوهای دیرین تجددخواهان ایران بود که وجود آن را برای توسعه نوسازی و پیشرفت کشور کاملاً ضروری می‌دانستند (کرونین، ۱۳۷۷: ۲۳۱). نمادهایی که در دوره سربازی تبلیغ می‌شدند از جمله نمادهایی چون سرود ملی، پرچم و لباس‌های متحدالشکل و استفاده از درجات نظامی بر عناصر ملی‌گرایانه استوار بود.

سینما نیز از تکنیک‌های مورد استفاده پهلوی اول و در زیر مجموعه کمیسیون نمایش قرار داشت که کارکردهای مختلفی برای آن قائل بودند. هدایت در خصوص استقبال مردم از سینما تحت عنوان «سینماها با صفوف بانوان سینه چاک» یاد نموده است (هدایت، ۱۳۴۴: ۴۱۵). تعداد فیلم‌هایی که از اول مهر سال ۱۳۱۷ تا پایان اسفند ۱۳۱۷ بازدید شد ۱۳۷ فیلم و از فروردین ۱۳۱۸ تا آخر شهریور ۱۳۱۸، ۱۰۶ فیلم؛ جمعاً ۲۴۳ فیلم بوده است (اسنادی از موسیقی، تئاتر و سینما در ایران، ۱۳۷۹، ج اول: ۲۴۵). ۴۰ سینما در شهرهای اصلی احداث شد (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۱۶۶) که مجوز ۵ سینما برای شمال شهر تهران بود.

حضور رضاشاه در مجلس مؤسسان، رژه قشون لشکری، مراسم کلنگ زنی بنای نخستین راه‌آهن تهران، گشایش راه‌آهن شمال و تاجگذاری رضاشاه در کاخ گلستان، از جمله فیلم‌های تبلیغاتی است که قبل از نمایش فیلم اصلی در معرض تماشای مخاطبان سینما قرار می‌گرفت.

رادیو نیز ابزار دیگری بود که در حوزه تبلیغات؛ کمیسیونی در سازمان پرورش افکار به آن اختصاص یافت. رادیو تهران در ۴ اردی بهشت سال ۱۳۱۹ش/۲۴ آوریل ۱۹۴۰م، به وسیله شاهزاده محمدرضا شروع به کار کرد. آغاز این فعالیت با سخنرانی نخست وزیر احمد متین دفتری و پخش موزیک انجام شد. متین دفتری هدف از تعلیمات گوناگون رادیو را بسط دانش و آسان کردن راه زندگی به زبان ساده اعلام کرد؛ آموزشی که تمام طبقات اجتماع را در برمی‌گرفت (اسنادی از تاریخچه رادیو در ایران، ۱۳۷۹: ۲۰). رادیو وسیله‌ای برای تغییر تمامی شیوه‌ها و رویه‌های گذشته بود و برای تمامی طبقات سنی و جنسی با پایگاه‌های اجتماعی مختلف برنامه داشت (مختاری، ۱۳۸۸: ۱۲۸).

برنامه‌های اصلی رادیو تهران در خط سیاست نظم نوین رضاشاهی تهیه می‌گردید. همچنین سازمانی به نام اداره کل تبلیغات دایر گردید که زیر نظر وزارت فرهنگ به تبلیغات در باره اندیشه‌های نظم نوین رضاشاهی و وطن دوستی می‌پرداخت. ستایش و تمجید از شاه عنصر اصلی برنامه‌های این سازمان را تشکیل می‌داد (آوری، ۱۳۷۷، ج ۲: ۱۱۱). با تأسیس رادیو ایران، کمیسیون رادیو در سازمان پرورش افکار موظف گردید در اماکن عمومی، ادارات، خیابان‌ها و مدارس بلندگوهایی نصب کند، تا مردم بتوانند از برنامه‌های رادیو استفاده کنند. رادیو نقش مهمی در اجرای هدف‌های سازمان پرورش افکار به‌ویژه در شهرستان‌ها داشت. بتدریج بخش زیادی از تبلیغات مربوط به طبقات متوسط از طریق رادیو تأمین شد (Bianca.Werner, 1943: 269). برنامه‌های مربوط به نقش رضاشاه در سال ۱۹۴۰م/۱۳۱۹ش، تقریباً بیشتر وقت رادیو تهران را به خود اختصاص می‌داد. با مشخص شدن نقش کلیدی رادیو؛ در جهت‌دهی به افکار عمومی، سازمان پرورش افکار تصمیم گرفت، با عقد قراردادهایی با کشورهای تولیدکننده آن؛ در قالب مناقصه صدها هزار دستگاه رادیو خریداری و با قیمت مناسب در داخل کشور توزیع کند. این فرآیند رابطه مستقیم میان ابزار و

تکنولوژی‌های جدید و افکار عمومی‌سازی را نشان می‌دهد. شخص رضاشاه که قبلاً به دلیل آگاهی بخشی این وسیله، با آن مخالف بود (سند شماره ۲۶۰۰۰۸۰۲ سازمان اسناد و کتابخانه ملی)؛ اکنون به تشخیص سازمان پرورش افکار و اطلاع از نقش اساسی آن در هدایت برنامه‌های توسعه فرهنگی، دولت را متولی خرید و توزیع این ابزار تبلیغاتی مهم نمود. موضوع قابل توجه در این خصوص تعیین ریاست کمیسیون رادیو است که به تقلید از مجموعه‌ی بسیار مستحکم تبلیغاتی؛ تحت نظر گوبلز در آلمان؛ به پیشنهاد سازمان پرورش افکار یک تیمسار ارتش به‌عنوان رئیس رادیو انتخاب می‌شود. این مسأله گویای ابعاد نظری رژیم پهلوی اول؛ در خصوص استفاده ابزاری از تکنولوژی‌های جدید و جهت‌دهی فرهنگی آن در راستای تثبیت ملت‌سازی، دولت‌سازی، هویت ملی و باستان‌گرایی است.

تغییر نظر و رویکرد رضاشاه در مورد رادیو نیز مطلب قابل ملاحظه‌ای به نظر می‌رسد. مخالفت اولیه او با اساس رادیو به دلیل کارکرد تهدیدکننده و مخرب آن است. اما طراحان سازمان پرورش افکار و کمیسیون رادیو نظیر احمد متین‌دفتری رضاشاه را آگاه کردند که از ضروری‌ترین و مفیدترین ابزارها؛ برای تحقق اصلاحات فرهنگی و اهداف و برنامه‌های سازمان پرورش افکار و خنثی‌سازی تبلیغات دیگران، بهره‌وری از تکنولوژی جدید؛ یعنی رادیوست، بنابر این رضاشاه تغییری اساسی در خصوص اعتقادش در مورد رادیو ایجاد کرد.

جدول تطبیقی بخش‌های ساختاری وزارت تبلیغات آلمان و کمیسیون‌های سازمان پرورش افکار

سازمان پرورش افکار	اهداف و رویکردها	اهداف و رویکردها	وزارت تبلیغات آلمان
ارائه و اجرای سبک جدیدی از زندگی در جامعه ایران	آشنا کردن عموم به مقتضیات زندگانی نوین (اسنادی از موسیقی، ۱۳۷۹، ج ۱: ۲۴۳)	هم‌هنگی بین شیوه زندگی آلمانی‌ها با خواسته‌های حزب نازی (مک لی لاند واسکر، ۱۳۷۴: ۱۳)	ارائه و اجرای سبک جدیدی از زندگی در جامعه آلمان
ایجاد ساختارهای جدید چند لایه کنترلی	این سازمان، دولتی کوچک در دولت رضاشاه بود (دریگی، ۱۳۸۲: ۱۸۳)	ایجاد ساختارهای کنترل اجتماعی تازه (مک لی لاند واسکر، ۱۳۷۴: ۱۳)	ایجاد ساختارهای جدید چند لایه کنترلی
تلاش به‌منظور تسلط بر افکار عمومی	افکار عمومی‌سازی (Bianca.Werner.1943:269)	تسخیر افکار عمومی (Doob.2015.422)	تلاش به‌منظور تسلط بر افکار عمومی

هدایت خطی افکار عمومی	هدایت افکار عمومی و جهت‌دهی به آن افکار (herma, 2015: 212)	هدایت خطی افکار عمومی	راهنمایی افکار و برانگیختن افراد به انجام وظایف اجتماعی (اسنادی از موسیقی، ۱۳۷۹، ج ۱: ۲۴۳)
احیاء روح ملی	بسیج معنوی مردم آلمان (herma, 2015: 206)	احیاء روح ملی	قوای معنوی ملت، را تقویت کنیم (مجموعه آئین‌نامه‌های سازمان پرورش افکار، ۱۳۱۸: ۳۳-۳۵)
تقویت شوونیسم	تبلیغات به قدرت منجر خواهد شد (herma, 2015: 212)	تقویت شوونیسم	ملی‌گرایی افراطی (میرعابدینی، ۱۳۸۳: ۴۹)
تمرکز بر قداست پیشوا	نشان دادن تصویر و خلق تصویری از هیتلر به‌عنوان واقف به همه چیز و قادر مطلق بود (herma. 1943: 211)	تمرکز بر قداست پیشوا	کاریز‌سازی برای پیشوا رضاشاه در ذهن شاگردان به‌تدریج تبدیل به نابه‌ای عظیم‌الشان و پیشوایی بزرگ شده و برایش احترامی فوق‌العاده قائل بودند (حجتی، ۱۳۷۷: ۲۵۲)
تأکید بر نژاد آریایی	مذهب نازی‌ها بر پایه جبر بیولوژیک و نژادپرستی استوار بود (مک لی لاند و اسکر، ۱۳۷۴: ۱۴)	تأکید بر نژاد آریایی	احیاء گذشته باستانی و طلایی و ایجاد وحدت ملی و هویت غرور‌انگیز جدید (ساتن، ۱۳۳۷: ۴۳۷)
تمرکز بر تقویت ارتش	آلمان نه دولتی دارای ارتش؛ بلکه ارتشی دارای دولت است.	تمرکز بر تقویت ارتش	مدارس برای عده‌ای کم کم به‌صورت نیمه سربازخانه درآمد بود و مارش و موزیک برقرار بود (حجتی، ۱۳۷۷: ۲۵۴)
بخش نشریات	خبرسازی (پروین، ۱۳۹۰: ۱۷۷)	کمسیون مطبوعات (جراید)،	نشریه ایران امروز تبلیغ فعالیت‌های سازمان و گشایش مدرسه برای روزنامه نگاری (دلفانی، ۱۳۷۵: ۸۰)
بخش چاپ ادبیات ناسیونال سوسیالیست	با ویژگی‌های ژرمانوفیلی قوی تعلیم تاریخ در تمام مدارس در حقیقت مبدل به یک نوع وسیله تبلیغ و تهییج روح انتقام‌جویی اطفال شده بود (گزیده اسناد روابط ایران و آلمان، ج ۳، ۱۳۷۷: ۲)	کمسیون ادبیات کلاسیک [و کتب درسی	تبلیغات در باب تاریخ باستانی ایران و ترویج و القاء شاه دوستی ایرانیان و ضرورت آن (شکورستاری و اکبری، ۱۳۹۳: ۷۳)

بخش سخنرانی	هدایت افکار عمومی و جهت دهی به آن افکار (herma.2015.212)	جهت دهی به افکار عمومی (اسنادی از موسیقی...، ۱۳۷۹: ۲۴۳)	کمیسیون خطابه‌های عمومی (سخنرانی)
بخش هنرهای تجسمی و نمایشی	پیام تبلیغاتی سیاسی مطابق با مرام نازی در سینماها. آنها با فیلم‌های تبلیغاتی ژرمنی در شهرهای عمده استقرار یافتند (kres.1942:57)	از تئاتر و نمایش که مکتب بزرگی برای تربیت یک ملت است، غفلت نداشتیم و یک مدرسه هم برای آموزش هنرپیشگان به وجود آوردیم (عاقلی، ۱۳۷۱: ۱۶۴) حضور رضاشاه در مجلس مؤسسان، رژه قشون لشکری، مراسم کلنگ زنی بنای نخستین راه آهن تهران، گشایش راه آهن شمال و تاجگذاری رضاشاه در کاخ گلستان، از جمله فیلم‌های تبلیغاتی است که قبل از نمایش فیلم اصلی به نمایش در می‌آمد.	کمیسیون قصه و تئاتر (نمایش)،
بخش رادیو	تا فرهنگ را به خانه عموم مردم ببرد (kres.2015:55)	برای تحقق اصلاحات فرهنگی و اهداف و برنامه‌های سازمان پرورش افکار و خنثی‌سازی تبلیغات دیگران، (پورشالچی، ۱۳۸۴: ۸۶۸)	کمیسیون رادیو
بخش موسیقی	نظم فوق‌العاده، سلحشوری و اعتقاد حقیقی به هیتلر (گزیده اسناد روابط ایران و آلمان، ج ۳، ۱۳۷۷: ۲)	پخش موزیک‌های حماسی (اسنادی از تاریخچه رادیو در ایران، ۱۳۷۹: ۲۳).	کمیسیون موزیک

کمیسیون‌های مختلف سازمان پرورش افکار شامل کمیسیون سخنرانی، کتب کلاسیک، موسیقی، مطبوعات، نمایش و کمیسیون رادیو تحت تأثیر اقدامات وزارت تبلیغات آلمان طراحی و شرح وظایف آنها تعیین شد. این سازمان وظایفی را که از نظر گوبلز یک نهاد و تشکیلات تبلیغاتی بر عهده داشت، به عهده گرفت. تقدیس پیشوا، گسترش ملی‌گرایی، احیاء مجد و عظمت باستانی، تلاش به منظور حذف تضاد دولت و ملت، ملت‌سازی، هویت‌سازی، دولت‌سازی، پرداختن به ارتش ملی، سرود، پرچم و خلع سلاح همه‌جانبه مخالفان با استفاده از ابزار مدرن چون رادیو، مطبوعات، کتب درسی، موسیقی، نمایش و سخنرانی گوشه‌ای از

اقدامات سازمان پرورش افکار بود که گزارش کامل این فعالیت‌ها در قالب چند اثر^۱ به تفصیل بیان شده است. در جدول فوق دو نهاد فرهنگی در آلمان هیتلری و ایران رضاشاهی به لحاظ اهداف و رویکردها، مؤلفه‌ها، تکنیک‌ها و تاکتیک‌ها مورد قیاس قرار گرفته‌اند. غالب منابع مورد استفاده در زمینه رویکردهای وزارت تبلیغات آلمان کتب و مقالات جدید ترجمه نشده لاتین هستند. مقاله حاضر یک احتمال را در خصوص مشابهت‌های این دو مجموعه فرهنگی را مطرح و مستندات خود را ارائه داده است. این موضوع می‌تواند به عنوان یک گزینه‌ی جدی در پژوهش‌های آینده توسط محققان مدنظر قرار گیرد و از ابعاد مختلف بررسی شود. نویسنده به دنبال اثبات هیچ پیش فرضی نیست و نتیجه‌ای قطعی برای یافته‌های خود ارائه نخواهد کرد؛ اما بر اهمیت احتمال طرح شده خود و لزوم تحقیقات بیشتر در این زمینه و وجود قرائن مثبت به نفع احتمال طرح شده خود اصرار دارد.

نتیجه

از مقایسه اهداف و فعالیت‌های وزارت تبلیغات آلمان و سازمان پرورش افکار؛ با توجه به روابط گسترده دولت‌های ایران و آلمان در زمان رضاشاه- هیتلر و تمایلات شاه به سیاست‌های هیتلری و انتخاب وزیر ژرمانوفیل؛ یعنی احمد متین دفتری و نارضایتی دولت و ملت ایران از عملکرد دولت‌های روس و انگلیس، این احتمال تقویت می‌شود که دولت مردان متولی امر فرهنگ، در ایران عصر رضاشاهی؛ همچون متین دفتری و دیگران با اطلاعات و آگاهی‌هایی که از تغییر و تحولات آلمان داشتند و بعضاً به دلیل تحصیل و زندگی در آن کشور و تسلط به زبان آلمانی، تا حدودی تعلق خاطری به سیاست‌ها و پیشرفت‌های آن کشور پیدا کرده بودند، طراحی و اجرای الگوی فرهنگی تبلیغات آلمانی را در ایران در قالب سازمان پرورش افکار پیگیری کرده‌اند. از مطالب یاد شده در مقاله، همسانی‌های زیادی میان آن دو تشکل دیده می‌شود که این گزینه را تأیید می‌کند. هر دو نهاد به دنبال تسخیر افکار عمومی و دستیابی مردم به آگاهی هدایت شده بودند. هر دو تلاش داشتند رابطه دولت-ملت بر مدار خاصی قرار گیرد. هر دو به موضع بالاتر این نهادها نسبت به

۱- از جمله: دربیکی، بابک، سازمان پرورش افکار و دلفانی، محمود، فرهنگ ستیزی در دوره رضاشاه (اسناد منتشر نشده سازمان پرورش افکار).

دیگر نهادها در زمینه اقدامات ابلاغی اعتقاد داشتند. استفاده از ابزار موجه تبلیغاتی، کمک به ارتقاء جایگاه پیشوایان، بهره‌گیری از فیلم‌های تبلیغاتی، تأکید بر ادبیات ناسیونال سوسیالیست و فرهنگ ژرمانوفیلی در آلمان و باستان‌گرایی و ملی‌گرایی در ایران، هدایت افکار عمومی و کنترل بیشتر بر اوضاع، تمرکز تبلیغات و تقویت فرهنگ آریایی در هر دوی این نهادها به وضوح مشاهده می‌شود. با وجود تمامی این قرینه‌ها؛ مادامی که اسنادی قطعی در این زمینه ارائه نشود، این گزینه را همچنان ناتمام و قابل پیگیری و تحقیق؛ برای روشن ساختن ابعاد آن باقی خواهد گذاشت.



منابع

اسناد

- آرشیو اسناد و کتابخانه ملی ایران (ساکما)، سند شماره ۲۶۰۰۰۸۰۲.
- اساننامه سازمان پرورش افکار؛ مصوب هیئت وزیران، مورخ دوازدهم دی ماه ۱۳۱۷ ش.
- اسناد بایگانی دانشگاه بن - بخش ایران - در آلمان. شهر بن. بسته‌های ۳۷-۷، باندهای ۹-۱، تاریخ‌های ۴۱-۱۹۱۵. شماره پرونده‌های (A, B, C, D, VA, VB, VC, VD).
- اسنادی از تاریخچه رادیو در ایران (۱۳۴۵-۱۳۱۸ ه.ش)، به کوشش علیرضا اسماعیلی و دیگران (۱۳۷۹)، معاونت خدمات مدیریت و اطلاع رسانی دفتر رئیس جمهور، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- اسنادی از موسیقی، تئاتر و سینما در ایران (۵۷-۱۳۰۰ ه.ش)، به کوشش علی اکبر علی اکبری و ایرج محمدی (۱۳۷۹)، معاونت خدمات و مدیریت اطلاع رسانی دفتر رئیس جمهور، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، جلد اول.
- دلفانی، محمود (۱۳۷۵)، فرهنگ ستیزی در دوره رضاشاه؛ اسناد منتشر نشده سازمان پرورش افکار ۲۰-۱۳۱۷، تهران، سازمان اسناد ملی ایران.
- شعبانی، رضا (۱۳۷۱)، خشونت و فرهنگ؛ اسناد کشف حجاب در دوره رضاشاه، با مقدمه غلامحسین زرگری نژاد، تهران، سازمان اسناد ملی ایران.
- گزیده اسناد روابط ایران و آلمان، به کوشش مینا ظهیرنژاد ارشادی (۱۳۷۷)، جلد ۲، تهران، انتشارات اداره اسناد دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- گزیده اسناد روابط ایران و آلمان، به کوشش مینا ظهیرنژاد ارشادی (۱۳۷۷)، جلد ۳، تهران، انتشارات اداره اسناد دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- مجموعه آئین‌نامه‌های سازمان پرورش افکار و نخستین رشته سخنرانی‌های پرورش افکار، دبیرخانه سازمان پرورش افکار، ۱۳۱۸.
- مجموعه سخنرانی‌های آموزشگاه سازمان پرورش افکار، تهران، دبیرخانه سازمان پرورش افکار، ۱۳۱۸.

منابع فارسی

- آبراهامیان، یرواند (۱۳۷۹)، *ایران بین دو انقلاب*، ترجمه احمد گل محمدی و محمدابراهیم فتاحی ولیلایی، چاپ پنجم، تهران، نشرنی.
- آوری، پیتر (۱۳۷۷)، *تاریخ معاصر ایران*، ترجمه احمد رفیعی مهرآبادی، تهران (۳ جلد)، انتشارات عطایی.
- افشار، ایرج (۱۳۷۲)، *زندگی طوفانی؛ خاطرات سید حسن تقی زاده*، چاپ دوم، تهران، انتشارات علمی.
- اکبری، محمدعلی (۱۳۸۳)، *تبارشناسی هویت جدید ایرانی: عصر قاجار و پهلوی اول*، تهران، نشر علمی و فرهنگی.
- بامداد، مهدی (۱۳۷۸)، *شرح رجال ایران در قرن‌های ۱۲، ۱۳ و ۱۴ هجری*، چاپ پنجم، تهران، نشر زوار.
- بهنام، جمشید (۱۳۷۹)، *برلنی‌ها، اندیشمندان ایرانی در برلن*، تهران، چاپ اول، انتشارات فرزاد.
- بهنود، مسعود (۱۳۷۴)، *از سید ضیاء الدین تا بختیار*، تهران، چاپ ششم، انتشارات جاویدان.
- جعفری، داریوش (۱۳۸۵)، *دولت مدرن و یکپارچگی ملی در ایران ۱۳۳۰-۱۳۰۰*، تهران، تمدن ایرانی.
- چلکوفسکی، پیتر (۱۹۹۰)، *شاهنامه فردوسی و تبلیغات انگلیسی*، ایران شناسی، ج ۲.
- حجتی، ابوالمجد (۱۳۷۷)، *عبور از عهد پهلوی در گمبوی دار دو فرهنگ، مشاهدات و خاطرات پروفیسور ابوالمجد حجتی*، چاپ اول، تهران، نشر محسن.
- دریکی، بابک (۱۳۸۲)، *سازمان پرورش افکار*، چاپ اول، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- دلفانی، محمود (۱۳۷۵)، *فرهنگ ستیزی در دوره رضاشاه (اسناد منتشر نشده سازمان پرورش افکار) ۱۳۳۰-۱۳۱۷ هجری شمسی*، چاپ اول، تهران، انتشارات سازمان اسناد ملی ایران.
- ذاکر اصفهانی، علیرضا (۱۳۸۶)، *فرهنگ و سیاست ایران در عصر تجدید (۱۳۰۰-۱۳۳۰ ش)*، چاپ اول، تهران، مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران.

- ساتن، ال. ال. پی (۱۳۳۷)، *رضاشاه کبیر یا ایران نو*، ترجمه عبدالعظیم صبوری، تهران، بینا.
- سپانلو، محمدعلی (۱۳۸۱)، *نویسندگان پیشرو ایران، مروری بر قصه نویسی، رمان نویسی، نمایشنامه نویسی و نقد ادبی*، چاپ ششم، تهران، انتشارات نگاه.
- سیاسی، علی اکبر (۱۳۸۶)، *گزارش یک زندگی*، ج ۱، چاپ اول، تهران، انتشارات اختران.
- عاقلی، باقر (۱۳۷۰)، *خاطرات یک نخست وزیر (احمد متین دفتری)*، چاپ دوم، تهران، انتشارات علمی.
- *کتاب اول ابتدایی* (۱۳۱۶)، تهران، وزارت معارف.
- *کتاب دوم ابتدایی* (۱۳۱۹)، تهران، وزارت معارف.
- کرونین، استفانی (۱۳۷۷)، *ارتش و تشکیل حکومت پهلوی در ایران*، ترجمه غلامرضا علی بابایی، چاپ اول، تهران، انتشارات خجسته.
- مارتین، برادفورد جی (۱۳۶۸)، *تاریخ روابط ایران و آلمان*، ترجمه آزاد، پیمان و امید، علی، چاپ اول، تهران، مؤسسه پیک ترجمه و نشر.
- مختاری اصفهانی، رضا (۱۳۸۸)، *تاریخ اجتماعی رادیو در ایران*، تهران، انتشارات طرح آینده.
- مک لی لاند، چارلزئی و استیون پی، اسکر (۱۳۷۴)، *فرهنگ آلمان پس از جنگ*، ترجمه حسین گرشاسبی، چاپ اول، تهران، ناشر مرکز مطالعات تحقیقات فرهنگی بین المللی.
- میراحمدی، مریم (۱۳۶۶)، *پژوهشی در تاریخ معاصر ایران*، برخورد شرق و غرب در ایران (۱۹۵۰-۱۹۰۰)، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی.
- میرعابدینی، حسن (۱۳۸۳)، *صدسال داستان نویسی ایران*، چاپ سوم، تهران، نشر چشمه.
- هدایت (مخبرالسلطنه)، حاج مهدی قلی خان (۱۳۷۵)، *خاطرات و خطرات*، تهران، انتشارات زوار.

مقالات فارسی

- اردیزی، فرج الله (پائیز ۱۳۹۱)، «تبلیغات در جنگ اول و دوم جهانی و جنگ ویتنام»، *فصلنامه عملیات روانی*، سال نهم، شماره ۳۴.

- افشار، محمود (۱۳۰۴)، «مطلوب ما وحدت ملی ایران»، *مجله آینده*، سال نخستین، شماره اول، جلد اول.
- اکبری، محمدعلی (تابستان و پائیز ۱۳۹۱)، «پروژه ملت سازی؛ آموزش تاریخ در کتاب‌های درسی عصر پهلوی اول»، *تاریخ ایران*، شماره ۱۲.
- اکبری، محمدعلی و معصومه شکورستاری (بهار ۱۳۹۳)، «وجه کانونی ایرانیت در متون درسی عصر پهلوی (کتب تاریخ، جغرافیا و ادبیات فارسی)»، *پژوهش نامه انجمن ایرانی تاریخ*، سال پنجم، شماره نوزدهم.
- انتخابی، نادر (مرداد ۱۳۸۵)، *برلنی‌ها و مسئله تجدد در ایران*، بخارا، شماره ۲۵.
- پروین، ناصرالدین (مهر و آبان ۱۳۹۰)، «بزارهای تبلیغاتی فارسی زبان گوبلز؛ رادیو برلین و مجله جهان نو»، سال چهاردهم، شماره ۸۳.
- دلفانی، محمود (بهار و تابستان ۱۳۷۵)، «سازمان پرورش افکار؛ جستاری بر سازمان‌ها و سیاست‌های فرهنگی ایران در دوره رضاشاه»، *مجله گنجینه اسناد*، شماره‌های ۲۱ و ۲۲.
- عباسی، مسلم (بهار ۱۳۸۷)، «نامه فرنگستان و فکر تجدد آمرانه»، *مجله یاد*، شماره ۸۷.

نشریات

- ایرانشهر، سال سوم، ش ۲۰۱، ۱۲۹۳ ه.ق.
- ایرانشهر، سال دوم، شماره ۴، ۱۳۴۲ ه.ق.
- ایرانشهر، سال ۴، شماره ۵، مرداد ماه ۱۳۰۵ ش.
- تایم (هفته نامه)، شماره ۱۷، ۱۹۳۸ م.
- نامه فرنگستان، سال ۱، شماره ۱، اول ماه مه ۱۹۲۴ م.
- نامه فرنگستان، سال ۱، شماره ۸-۷، نوامبر و دسامبر ۱۹۲۴
- علم و هنر، سال ششم، شماره ۱، مهر ۱۳۰۶. اکتبر ۱۹۲۷

ENGLISH SOURSES

- Devos, Bianca, Werner, Christoph. (2014), *Culture and Cultural Politics Under Reza Shah: The Pahlavi State New Bourgeoisie and the Creation of a Modern Society in Iran*,
- Routledge: Taylor @ Francis Group, LONDON AND NEWYORK. First Published.
- Herma, Hans. (1943), *GOEBBLES CONCEPTION OF PROPAGANDA*
- Source: Social Research, Vol-10-No, 2.pp.200-218. Published by: The New School
- Rafi, Mohammad. (2015), *Die deutsche Kulturarbeit und ihr Einfluss auf den iranischen Nationalismus*.
- **English Articles:**
- Doob, Leonard.W.(Autumn,1950), *Goebbels Principles of propaganda*. Oxford Journals.
- Source: The Public Opinion Quarterly, vol.14,No.3.pp.419-442.
- Published by: Oxford University Press on the Amrican Association for public opinion Research.2015.
- Kres, Ernst. (2015), *German Propaganda Instruction of 1933*.
- Source: Social Research, vol.9, No.1 (February 1942), pp.46-81.
- Published by: The New School.
- Kuntzel, Matthias. (2010), Iranian Antisemitism Stepchild of German National Socialism, Stanford University Press, *Journal Of Foreign Affairs*, IV:1.