

افغانستان آزاد – آزاد افغانستان

AA-AA

چو کشور نپاشد تن من مباد بدین بوم و بر زنده یک تن مباد
همه سر به سر تن به کشتن دهیم از آن به که کشور به دشمن دهیم

www.afgazad.com

afgazad@gmail.com

Political

سیاسی

۰۸ جنوری ۲۰۱۲



ترویج بیشتر و تبلیغ بیشتر

ترجمه از اسناد کمینترن به قلم: ای. میشت

بازتایپ و تکثیر: کتابخانه زابل

۲

زبان جدید

«باید به زبان جدیدی حرف بزنیم!» در بسیاری از مصوبات این امر بیان شده است، اما خیلی به کندی به اجراء در می آید. این زبان جدید زبانی که میلیونها نفر را به مبارزه بر می انگیزد تنها مسأله سبک نیست، بلکه یک نحوه نگرش است. یکی از احزاب انترناسیونال کمونیستی، در این رابطه نمونه ای به وجود آورده است. حزب کمونیست فرانسه حزبی است که به زبانی کاملاً نو، نیرومند و غنی صحبت می کند.

این زبان چیست؟ رفقای فرانسوی ما به راستی به زبان مردم خود، به زبان مردم فرانسه، به زبان گذشته پر بار خود، زبان ولتر یا دیده رو و انقلاب، به زبان واقعیت و زبان حال سخن می گویند و ما چگونه می توانیم این زبان توده ها، این زبان مردم را فراگیریم؟ نمی توانیم آن را در پشت درها و پنجره های بسته یاد بگیریم. تنها با باز کردن درها و پنجره ها و اجازه دادن به وزش نسیم هوای تازه ای که توده های مردم تنفس می کنند می توانیم آن را فرا گیریم. آن را زمانی فرا می گیریم که مسؤولیت خود را در قبال سرنوشت و آینده میهن و خلق مان احساس کنیم. تبلیغ رفقای فرانسوی ما در حال حاضر برای وحدت خلق علیه ۲۰۰ خانواده چیزی بیش از یک هجای سبک دار درخشان است. این تبلیغ تجلی احساس بزرگ و اصیلی است «ما فرانسه هستیم، خلق و میهن فرانسه، ما کمونیست ها پیگیرترین و پرشور ترین مدافعان خلق، زندگی میهن، فرهنگ آن و غنای پایان ناپذیر آن هستیم که به دست چند صد خانواده که تجسم استثمار سرمایه داری اند، غارت می شود» زبان جدید از یک روش جدید تاکتیکی نشأت می گیرد. ما یک گروه منزوی نیستیم و در پشت درهای بسته به بحث ننشسته ایم، ما قلب مردم و مغز توده هائیم، حزبی که روزی فرانسه خواهد بود.

همه ما بسیاری چیزها داریم که از رفقای فرانسوی می آموزیم، ترانه های خلق فرانسه و ساخته های استادانه ادبیات فرانسه، آفتاب درخشان میهن آنها و پرتو درخشان تاریخ انقلابی آنها به زبان آنها راه می یابد. و هنگامی که تورز سخنرانی خود را در کنگره نه با تحلیل خشک، بلکه با توصیفی تکان دهنده از غنا و زیبایی فرانسه آغاز می کند، مشخص کننده موضع و زبان حزب کمونیست فرانسه است.

رفقای ما در دیگر احزاب کمونیستی کوشیده اند به اصطلاح به شکلی تصنعی زبان جدیدی خلق کنند، کوشیده اند بیانیه ها و مقالات خود را با واژه ها و عباراتی که فاشیست ها به کار می برند بیارایند، کوشیده اند خود را با زبان دشمن منطق سازند به جای آنکه آنچه را که نیاز دارند از سرچشمه پر بار زبان مردم بگیرند. این درک نادرست و خطرناک است. در المان چیزی نمی تواند نادرست تر از این باشد که عناصری از عبارت پردازی های زبان موهن هیتلر و گوبلز به عاریت گرفته شود، بلکه به عکس ما باید زبان جنگ های دهقانی و سرودهای مردمی را بیاموزیم، زبان شلسینگ و گوته، هومر و دارিতে، زبان آزاد و غنی مردم المان را فراگیریم. نباید از این هراس داشته باشیم، البته بدون اشتباه کردن نخواهیم آموخت. شاید گهگاه لحن نادرستی را اتخاذ کنیم، اما اگر به زبان خشک و خسته کننده قطعنامه ها سخن نگوئیم، بلکه به زبان زیبا و زنده خود مردم حرف بزنیم، مردم ما را درک خواهند کرد.

به هر چیزی واکنش نشان بدهید و به سرعت واکنش نشان دهید.

ما باید به هر چیزی که برانگیزنده احساس در میان توده هاست و مورد علاقه آنهاست واکنش نشان دهیم و آن هم واکنشی سریع. در این رابطه می توانیم از رفقای فرانسوی، از نمونه کنگره آنها، از بیانیه های آنها و از ارگان های مرکزی شان «اومانیته» بیاموزیم. هیچ مسأله ای در زندگی اجتماعی نیست که آنها نسبت به آن بی تفاوت باشند، چه چیزی می تواند از این نادرست تر باشد که یک کمونیست بگوید «این به من مربوط نمی شود». نه همه چیز به ما مربوط است، خواه به مسایل اقتصادی ربط پیدا کند، خواه به مدرسه و به سیاست خارجی مربوط شود، یا خانواده، موازنه پرداخت های خارجی یا زوال فرهنگی، ترویج و یا تبلیغ ما باید متنوع تر و همه جانبه تر شود و حیطه وسیعتری را در برگیرد و نه فقط خواسته های اقتصادی مردم، بلکه همچنین هر نیاز دیگر آنها را به حساب آورد. ما کمونیست ها بر آنیم که جهان را از نو بسازیم. ما در باره هر آنچه که در جهان سرمایه داری اتفاق می افتد، نظر و عقیده خود را پیدا می کنیم. لحظاتی هست که برخی مسایل ظاهراً فرعی می نمایند؛ یک محاکمه سراپا رسوا، مسأله پرچم، نمایش یک فلم، ممکن است هیجان مستقیم و بیشتری در میان توده ها ایجاد کند تا یک مالیات با عوارض جدید، وقایعی که مستقیماً بر توده ها اثر می گذارند باید برای تبلیغ به کار گرفته شوند. تبلیغ ما باید از واقعیت های موجود زندگی و نه از اصول کلی برخیزد.

این به ویژه در مورد تبلیغ محلی ما صادق است. در یک شهرستان در کشوری که حزب ما در آن غیر قانونی است دو کودک از گرسنگی تلف شدند اما روزنامه محلی حزب ما سرمقاله ای در باره ژاپن منتشر کرد، نمونه دیگری را از یک کشور فاشیستی در نظر بگیرید. در یک کارخانه بزرگ، کارگران دست به اعتصاب اعتراضی زدند، اما کمیته محلی گزارش این امر را در صفحه آخر به چاپ رساند و تمام صفحات دیگر را به مسایل کلی سیاسی تخصیص داد. اینها شیوه های بد تبلیغ می باشند. ما باید بلافاصله در باره مسایلی که تهییج کننده اند، مسایلی که در لحظه های معین برای توده ها نگران کننده و ناراحت کننده اند سخن بگوئیم و حتی این خطر را بپذیریم که موضع ما ممکن است صد در صد درست نباشد، در حالی که به سرعت به تمام مسایل روز واکنش نشان می دهیم باید به

کلام مکتوب بیش از حد بها داده و تبلیغ شفاهی را کم بها ندهیم. بعضی از رفقای ما تصور می کنند که تهیه سریع یک اعلامیه نقطه اوج با شکوه تبلیغ است یا فکر می کنند که اگر مرکب سیاه به روی کاغذ سفید آمد حزب به وظیفه خود عمل کرده است، این به معنی کم بها دادن به تبلیغ مستقیم و زنده از دهان به دهان، از شخص به شخص و در صورتی که می توانیم به شیوه دیگری به مردم نزدیک شویم، می باشد. اعلامیه چیزی است ضروری و اگر لازم است که توده های وسیع مردم از امری به سرعت مطلع شوند و نقطه نظر حزب را در آن مورد بدانند، اعلامیه کاملاً ضروری است، اما اعلامیه نمی توند جایگزین تبلیغ شفاهی یا روزنامه یا جزوه شود.

باید با دقت ویژه شعارهای خود را انتخاب کنیم، اولین اصل آن است که شعارهای زیاد بیرون ندهیم، نباید توده ها را با لست طولانی از شعار روبرو کنیم. این کار تنها مسأله را مغشوش می کند و نیروی ضربتی هر شعار جداگانه را تضعیف می کند. تبلیغ ما نباید لحنی یکنواخت و خسته کننده داشته باشد. باید وجوه مختلف زندگی اجتماعی، منافع و نیازهای زحمتکشان را دربر گیرد و با پیگیری به گونه ای خستگی ناپذیر، گوئی با چکش به درون آگاهی مردم رانده شود، به طوری که هیچ کس نتواند از تأثیر آن مصون بماند، برای کسب این توانائی شعارهای ما باید مستقیماً برای توده ها قابل فهم باشد. باید به عمیق ترین امیدهای آنان مربوط باشند. شعارهای پیچیده و یا دو پهلوی نباید داده شوند. باید از تجربه تلخ توسط دشمنان خود بیاموزیم. اما تحت هیچ شرایطی نباید عنصر ابهامی را که غالباً به وسیله فاشیسم به کار برده می شود به عاریت گرفت، شعار بلشویک ها بعد از انقلاب فوریه در روسیه «نان، صلح، آزادی» الگویی است برای بخش های کمینترن و نیز شعار رفقای فرانسوی ما «ثروتمندان را وادار کنید بپردازند» همین خصوصیت را دارد. شعارهای ما نه فقط باید روشن و ساده و برای ذهن هر کسی قابل فهم باشند، حتی اگر این فرد از نظر سیاسی مجرب نباشد، بلکه این شعارها باید واقعاً قابل اجراء باشند و برای توده ها عملی به نظر برسند، قابل اجراء در آینده ای که کاملاً در ورای افق نیست. شعارهایی که با وجود رابطه بلاتردید شان با برنامه های ما در نظر توده های مورد خطاب یا غیر قابل فهم و یا غیر عملی باشند شعارهای بدی هستند. گروه گرایانه خواهد بود اگر این شعارها را بدهیم و خود را با این فکر تسکین دهیم که اگر توده ها نمی فهمند بدا به حال شان، این ما هستیم که حقانیت تاریخی داریم و نه آنها که به ما گوش نمی دهند.

زیرا هدف ترویج و تبلیغ ما متقاعد ساختن توده هاست، البته عالی می بود اگر توده ها هم اکنون آماده بودند تا به مبارزه مستقیم برای دیکتاتوری پرولتاریا اقدام کنند، اما از آنجائی که برای این عمل آماده نیستند ما ابتداء باید شعارهایی را بدهیم که توده ها را به مبارزه رهنمون شود. اگر شعارهایی را طرح کنیم که در خود درست اما تجریدی باشند و به آینده دور دست مربوط شوند و رابطه ای با نیازهای مستقیم توده ها نداشته باشند، این تبلیغ بد است. تبلیغ خوب آن است که بتوانیم آرزوهای توده ها و اراده حزب را در چند کلام کوتاه، ساده و پر معنی بیان کنیم.

نادرستی استدلال های دشمن را ثابت کنید!

تبلیغ ما تا کنون از تکالیف و امکاناتی که حزب ما با آن روبروست بسیار عقب مانده است. توده های عظیم مردم به حرکت درآمده اند، آنها ناپایداری شدید و عدم قابلیت اعتماد جهان سرمایه داری کهنه را دریافته اند، آنها در جست و جوی راهی برای خروج از بحران و خطر جنگ اند. قلب های شان، دهن های شان بیش از هر زمان دیگر تشنه وضع جدیدی است. آنها به اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی و به کمونیزم بیش از هر زمان دیگر علاقه منداند. آنها صدها سؤال طرح می کنند و می خواهند که ما به صدها سؤال پاسخ دهیم. اما آنها تنها به ما گوش نمی کنند،

آنها همچنین به «روح دزدان فاشیست» گوش می دهند. توده ها چیز جدیدی می خواهند، چیزی نیرومند که قادر باشد بر آینده آنها تأثیر بگذارد، در چنین شرایطی بیش از هر زمان دیگری اهمیت دارد که با پرتوان ترین تبلیغات به همه سؤالات پاسخ دهیم و نادرستی استدلال دشمن را ثابت کنیم. افق های وسیعی را برای آنهایی که تشنه کمک اند، بگشاییم. گاه خلاص کردن خود از این احساس که ما به درستی نقش خود را و عظمت تکالیف مان را در لحظه معین تاریخی درک نمی کنیم، غیر ممکن است. میلیونها مردم به ما گوش سپرده اند اما بسیار کم چیزی به آنها می گوئیم. ما باید مشارکت همه آنهایی را که عقاید ما را دارند و هوادار این عقاید هستند، تأمین کنیم، مشارکت همه آنهایی را که توانائی نوشتن دارند و قادرند آن چیزهایی را که ما برایشان می جنگیم خلاصانه بیان کنند، تأمین کنیم. و بدین وسیله ارتش کاملی از کتابها، جزوه ها و روزنامه ها تشکیل دهیم و به کمک آنها با تبلیغات وحشتناک دشمن مقابله کنیم. باید در باره اتحاد جماهیر شوروی تبلیغ کنیم، اما تبلیغ نو و زنده، به جهانیان بگوئید که چگونه ملل اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی زنده و بیدار می شوند و مردم جوان در آنجا چگونه زندگی می کنند، دموکراسی پرولتری چگونه توسعه می یابد. انسان نوین چگونه متولد می شود، چگونه انسان نوین از سنخ به بلوغ می رسد و همه اینها را نه به زبان خسته کننده قطعنامه ها و گزارش های رسمی، بلکه به زبان تجربیات زنده، زبانی که پر بار است، بیان کنید و باید علیه جنگ کتابها بنویسیم، در باره جبهه خلق، در باره دموکراسی، در باره مرام انترناسیونال کمونیستی و بیش از همه در باره اصول مان، در باره قدرت شوراهای، در باره جهان بینی کمونیستی، به اعماق تاریخ نظر بیفکنیم و با قلم موی درشت و رنگهای درخشان راه بشر را به سوی کمونیسم، مبارزه بشر را برای قلمرو شادی و آزادی، کار خلاق و برادری ترسیم کنیم، در حالی که در آستانه جهان نوی ایستاده ایم، جسورانه از شکوه و غنای این جهان نو سخن برانیم، باید قبل از همه و بیش از هر چیز مردم جوان را که فاشیسم می کوشد سوی ایدئولوژی خود بکشاند جلب کنیم. ایدئولوژی فاشیسم را سایه های زوال و تباهی پوشانده و رگه های فساد در آن پر تلاؤلوء اند، جوانان را تا حدی به سوی خود جلب کرده و باید مبارزه ای جدی و بی رحمانه را علیه آن ادامه داد.

توسل به ذهن و حواس

نباید این تبلیغات را به عامی گری تبدیل کنیم. در کار تبلیغی، در میتینگ های توده ئی می توانیم با یک داستان مضحک مخالفی را در هم کوئیم. اما در تبلیغ باید به همه استدلال ها در وهله اول به آن استدلال هایی که میرم ترین و بیشترین تأثیر را بر جای می گذارد، پاسخ دهیم. بعضی مبلغان خود مخالفی اختراع می کنند، نقل قولهایی را از متن بیرون می کشند، آنها را از هم می درند و فکر می کنند که کار دشمن ساخته شده است. آنها اغلب نتیجه معکوس می گیرند.

سرانجام، اشتباه بزرگی خواهد بود اگر فرض کنیم که بسیاری از مسایل از قبل شناخته شده اند و بدیهی تلقی می شوند. بسیاری اوقات ما چیزهایی را «بدیهی» می گیریم که بیش از همه برای خوانندگان مان معضل فکری به وجود می آورند. چیزهایی که اولین وظیفه ما توضیح آنهاست، در نشر هر کتاب و جزوه باید در مدنظر داشته باشیم که برای بسیاری از خوانندگان شاید این اولین کتاب یا اولین جزوه ای است که عقاید ما را به آنها منتقل می کند. پس از خواندن اولین جزوه یا کتاب آنها ممکن است بخواهند چیز بیشتری در باره ما بدانند و با سرخودری خواهند گرفت: «یک نوع زبان مرموز که من نمی فهمم.» هر محصول تبلیغات ما باید روی پای خود بایستد، باید سرزندگی و جامعیت داشته باشد و به خودی خود قابل فهم باشد، همواره باید در نظر داشته باشیم که در حال حاضر تبلیغات ما

خطاب به بسیاری از غیرمارکسیست ها است که درک مبهمی از حلقه های عقاید ما دارند. آنها ممکن است هر عبارت تبعی را زیر ذره بین بگذارند، اما به وضوح احساس می کنند که آنچه ما به آنها می گوئیم نیرومند، زنده و اصیل است و یا صرفاً یک مهر لاستیکی است، یک بازتاب کم رمق از ایده های جسورانه و بزرگ کمونیستی است که در کار دگرگون ساختن جهانند. ما باید به فکر این مردم جدیدی که به ما گوش فرا می دهند باشیم و باید به زبانی نو سخن بگوئیم که نه فقط قابل فهم است، بلکه مهیج نیز می باشد.

تکالیف عظیم و نیز امکانات عظیمی در پیش رو داریم، برای اجرای این تکالیف و به کارگیری کامل آن امکانات باید تبلیغاتمان را به نهایت درجه ارتقاء دهیم و تقویت کنیم. باید که آوای بلند و روشن صداهای ما به درماندگان کمک کند، متزلزل ها را ثبات بخشد و مبارزان را سرشار از قاطعیتی عظیم سازد. تبلیغ مناسب دیوار دروغ سرمایه داری را درهم خواهد کوبید، بنابر این رفقا!

ترویج بیشتر، تبلیغ بیشتر