

وقتی مردم از یک نامزد بدشان می آید

عاطفه فرمی کارشناس مقوق

روز و شبی بر ما نمی گذرد مگر این که باران شدید تبلیغات، دنیای پیچیده افکارمان را تحت نفوذ قرار داده و از رادیو و تلویزیون و مطبوعات گرفته تا تراکت‌ها و پوسترهای تبلیغاتی و آکپی‌های دیواری، به طور مستقیم و غیرمستقیم در تمام زوایای زندگی روزمره وارد می‌شود و ما را خواسته یا ناخواسته تحت تأثیر قرار داده، به واکنش وامی‌دارد. تبلیغات جمع تبلیغ و به معنای رساندن پیام است. این واژه بسیار کلی در عمل گاهی مقدس و مشروع تلقی می‌شود و آن در جایی است که در جهت آموزش و گسترش مطالب اخلاقی، مذهبی و علمی به کار گرفته شود؛ و در جایی زانما و اطلاع‌رسان شمرده می‌شود و این در هنگامی است که بازگوکننده عقاید گروه یا تشکیلات و یا توضیح‌دهنده پیشرفت‌ها و کارکردها باشد که از این راه موجبات ارتقاء سطح آگاهی‌های عمومی مردم را فراهم می‌کند.

اما گاهی واژه تبلیغات در اذهان عمومی با سوءظن همراه است و این در موردی است که مخاطبان، پیام را مشکوک، ناقص، دروغ و مغرضانه می‌پندارند و در برابر آن واکنشی چون بی‌اعتنایی و یا خشم و نفرت ابراز می‌کنند.

آری! پراکنجستن احساسات عمومی و تحریک افکار جمعی به شیوه‌ها و ترفندهایی نیاز دارد که گاه با هدف اصلاح جامعه و استفاده از پستوانه مردمی برای اهداف شرافتمندانه و گاهی نیز به قصد تخریب چهره‌های موجه و ترغیب مردم به رویگردانی از یک جریان، حزب یا نامزد صورت می‌گیرد.

با بررسی شیوه‌های آزموده شده و توجه به اهداف کسانی که با تمسک به ابزار قدرتمند تبلیغات در انتخابات گوناگون موفق به رویگردانی افکار عمومی از یک جریان یا نامزد خاص شده‌اند، می‌توان تا حدی از تحمیق افکار جامعه و گرفتار آمدن در دام افراط و تفریط‌های آن‌چنانی جلوگیری کرد.

►► آتش‌بازی‌های تبلیغی رسانه‌ای علیه شخصیت‌های اصلی و مؤثر انقلاب اسلامی و نظام، تجربه تلخی است که ثمره آن خشتودی دشمنان خارجی و فرصت‌طلبان داخلی است.

پاتک‌های تبلیغی رقبای گوناگون است و هر کس جهت اثبات صلاحیت خود، سعی در مخدوش جلوه دادن سیمای رقیب دارد، شهروندان بتوانند به درستی سره را از ناسره باز شناسند. آری! انتخاب صحیح در گرو اطلاع‌رسانی شایسته است؛ اطلاع‌رسانی دقیق، واقعی و منصفانه.

و صد البته که چگونگی برگزاری انتخابات و سلامت تبلیغات انتخاباتی به عوامل بسیاری بستگی دارد و برای اصلاح آن باید مجموعه‌ای از علل و عوامل را اصلاح کرد. نظام انتخاباتی، سیاسی و حزبی در مجموع سیستم را به وجود می‌آورند که اجزای آن کاملاً با یکدیگر در ارتباطند و اصلاح یک جزء تنها نمی‌تواند چندان مؤثر افتد. باید با هوشمندی، ارتباط میان اجزاء را دریافت و با درایت و تدبیر این سیستم را به سمت دلخواه هدایت کرد. توجه به یک جزء و بی‌توجهی به اجزای دیگر - و به طور کلی جزئی‌نگری - ممکن است آثار به ظاهر مطلوبی را در کوتاه‌مدت به جا گذارد؛ ولی در درازمدت بدون ثمر است. ناگفته پیداست که در یک فضای سیاسی تب‌آلود ممکن است چهره‌های موجه، منفی جلوه داده شوند، و چهره‌های ناشناخته و یا غیرموجه که تا دیروز اثری از خردورزی و توانمندی و کارایی در کارنامه اعمالشان به چشم نمی‌خورد، به صورت چهره‌هایی مثبت و کارآمد و مصنحت‌اندیش ظاهر شوند. و این جا است که رسالت سنگین مطبوعات بیش از پیش رخ می‌نماید. مطبوعات مستقل به عنوان حزب عمل می‌کنند؛ بنابراین، باید تا سر حد امکان در جهت فراهم آوردن امکانات مناسب تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی دقیق و منصفانه گام بردارند.

منابع

نقد ناتمام، حبیب‌الله حمیدی، انتشارات اساتید قلم، ۱۳۸۰.
اکثریت چگونه حکومت می‌کنند؟، دکتر حجت‌الله ایوبی، انتشارات سروش، ۱۳۷۹.
روابط عمومی و تبلیغات، کاظم مومنی، نشریه بهجت، ۱۳۷۲.

عربان خودنمایی می‌کند. انتقاد سازنده، انتقادی است که بدون جهت‌گیری سیاسی و در زمان مناسب اظهار شود؛ چنان که اگر تکرار انتقاد از حد متعارف فراتر رود و به جای مطرح شدن در زمان مناسب، وقتی دیگر از آن بهره‌برداری سیاسی شود، حاصلی جز تخریب ندارد. امروزه از لحاظ روان‌شناسی ثابت شده است که یکی از عوامل تأثیر تبلیغات، تکرار آن است، به گونه‌ای که حتی بسیاری از ناهنجاری‌ها را با استمرار در تبلیغ می‌توان به هنجار تبدیل کرد. به نظر می‌رسد که انتقاد مستمر و مکرر از برخی نامزدها در زمان انتخابات، هدفی جز تبدیل کردن این انتقادات به ملکه ذهن عمومی نداشته باشد. در صورتی که اگر واقعاً هدف منتقدان امروز اصلاح و سعادت جامعه است، چرا دیروز و در زمان مناسب خود خاموش بوده و زبان به انتقاد نگشوده بودند و با سکوت و تأیید ضمنی خود، مهر تأیید بر اعمال انجام شده می‌زدند؟ آیا جز این است که اینان با استفاده از تکنیک تخریب به جای انتقاد سازنده سعی در تضعیف و در نتیجه حذف رقیب دارند؟!

متأسفانه این نوع اقدامات در آستانه انتخابات، صورت افسارگسیخته‌ای به خود می‌گیرد و مطبوعاتی از هر دو جناح به استفاده از این حربه کهنه، آلوده می‌شوند. آری! هیچ‌کس جز خدا و پیشوایان معصوم از اشتباه مصون نیست؛ با وجود این، اشتباهات و لغزش‌ها را در تیر و سوتیتر آوردن و خدمات و پیشرفت‌ها را در پاورقی گنجاندن، از انصاف و واقع‌نگری به دور است.

هر دادگاهی برای قضاوت صحیح و عادلانه به محیطی آرام و خالی از فشار و هیاهوی کاذب نیاز دارد؛ پس اگر ارزش افکار عمومی را در داور باورداریم، باید در فراهم کردن شرایط آن نیز بکوشیم. چگونه انتظار داریم در فضایی غرق در هیاهو و جنجال و افترا، حق از ناحق باز شناخته شود و اندیشه جمعی درست تصمیم‌گیری کند. چگونه می‌توان انتظار داشت در اوضاعی که جامعه هر روز شاهد تک و

ناگفته نماند که در هر جامعه‌ای شیوه‌های تبلیغات احزاب و نامزدها به عوامل گوناگونی از جمله نظام سیاسی حاکم، قوانین انتخاباتی، رسانه‌های گروهی و نظام حزبی بستگی دارد.

تبلیغات در کشورهایی که دارای نظام چندحزبی هستند، بسیار محتاطانه صورت می‌گیرد؛ زیرا رهبران احزاب می‌دانند که پس از پیروزی، برای تشکیل دولت چاره‌ای جز ائتلاف با احزاب دیگر ندارند یعنی رقیب امروز می‌تواند رفیق و همسراه فردا باشد در نتیجه احزاب مراقبتد که همه پل‌ها را در تبلیغات انتخاباتی خراب نکنند. کشور هلند نمونه‌ای از یک کشور چندحزبی است که در آن تبلیغات انتخاباتی در نهایت دقت و احترام به رقبای صورت می‌گیرد و کمتر اتهام و افترا به حریفان در دوران پرشور انتخابات ملاحظه می‌شود.

در کشورهایی که نظام حزبی آن نظام حزب مسلط است، حزب بزرگ که خود را بی‌نیاز از ائتلاف با احزاب دیگر می‌بیند، با خط‌مشی درهم شکستن دیگر احزاب پا به میدان نبرد انتخاباتی می‌گذارد؛ در حالی که احزاب کوچک فقط در سایه ائتلاف با احزاب دیگر می‌توانند به پیروزی امید داشته باشند. ایرلند نمونه‌ای از این کشورها است. حزب بزرگ این کشور غالباً در تبلیغات صریح و بی‌پرده است؛ در صورتی که احزاب کوچک بسیار محتاط هستند و از شیوه‌های مثبت در تبلیغات استفاده می‌کنند.

در کشوری چون ایران که احزاب سیاسی محور اصلی تبلیغات نیستند، نامزدمحوری در تبلیغات کاملاً طبیعی است و در انتخابات گوناگون، همه زوایای روشن و تاریک زندگی سیاسی، مبارزاتی و حتی شخصی نامزدها زیر ذره‌بین نگاه‌های نافذ رقیب قرار می‌گیرد و گاه کوچک‌ترین ایراد و مشکلی به کوه تبدیل و در بوق و کرنای تبلیغاتی فریاد می‌شود و گاهی نیز کوهی از خدمات و جانفشانی‌ها به صورتی کاملاً مغرضانه نادیده انگاشته می‌شود. آری! افراط و تفریط و گرفتار آمدن در این دام هولناک، بیماری تاریخی ما است که به ویژه در هنگامه انتخابات به صورتی