

ترجمه متسون مارکسیستی - لنینیستی



درباره نقش تبلیغ و ترویج

از حزب کمونیست انقلابی آمریکا

یک تراکت خوب بیک تراکت بد

۳۵

دانشجویان و دانش‌آموزان هوادار "سازمان پیکار در راه آزادی طبقه کارگر"
ارشیو اسناد سازمان پیکار در راه آزادی طبقه کارگر

درباره نقش تبلیغ و ترویج (۱)

کمونیست‌ها غالباً "از اهمیت قطعی تبلیغ و ترویج انقلابی صحبت می‌کنند. و دلیل خوبی برای اثبات این حرف‌ها دارند.

تبلیغ به‌مراه ترویج اسلحه، نیرومند و ضروری زراد - خانه انقلابی حزب بشمار می‌روند. از چه راه دیگری غیر از تبلیغ جاندار و تهیج‌کننده، در کنار ترویج، می‌توان کینه و نفرتی را که زندگی روزمره زیر سلطه سرمایه داری دام می‌زند، با زهم بیشتر بر علیه بورژوازی برانگیخت و نسوختن تیغ آن را متوجه بورژوازی ساخت؟ از چه راه دیگری غیر از تبلیغ و ترویج می‌توان، شعارها، جرقه‌ها و درس‌های مبارزاتی را که اینجا و آنجا توسط بخش‌هایی از توده‌ها برپا می‌گردد در سرتاسر کشور نهاد؟ از چه راه دیگری می‌توان در - صحنه، نبرد تعیین‌کننده افکار عمومی، مبارزه طبقاتی را - علیه طبقه حاکم به پیش‌برد؟ - طبقه‌ای که ایده‌هایش نیز ایده‌های حاکم بر جامعه هستند، و سالانه میلیون‌ها دلار صرف‌براه انداختن سیل تبلیغ و ترویج خودشان جهت اشاعه، یاس، آشفته‌گی فکری، تفرقه، ناامیدی و افکار ارتجاعی در میان توده‌ها می‌کند.

آیا راه دیگری غیر از تبلیغ و ترویج کمونیستی برای مسلح نمودن توده، به علم انقلاب و خط مشی حزب وجود دارد، که با فراگرفتن مبارزه، آگاهانه‌ای را در راه انقلاب برپا

(۱) - ترجمه از انقلاب، REVOLUTION ارگان "حزب

کمونیست انقلابی" آمریکا (R.C.P) دسامبر، ۱۹۷۸،

سازند؟ از چه راه دیگری غیر از تبلیغ و ترویج در تمام اشکال آن ، گفتار و نوشتار و بویژه شکل روزنامه میتوان ، نفوذ حزب ، دیدگاه های آن و حضورش را با چنان وضوح ، وسعت و مداومتی در میان توده ها گسترش داد؟ همانطوریکه استالین گفته است : " یک نسل کامل از پرولتاریای انقلابی توسط پراودا تربیت یافت . " و یا بانگای به این کشور (آمریکا) در سالهای اخیر مگر ما میتوانیم نفوذ ده ها و هزارها نسخه از روزنامه " بلگ پنتر " (پلنگ سیاه) را ، که در زمانیکه " پنتر " در ذهن میلیونها نفر مظهر انقلاب قهرآمیز بود ، همه هفته در اکثر شهرهای بزرگ بفروش میرسید ، فراموش کنیم ؟

بدون تلفیقی از تبلیغ و ترویج که تمام فعالیتهای حزب را همسو کرده و به آنها هویت همه جانبه انقلابی ببخشد ، نمیتوان حتی تصویری هم از حزب و آن مهرانقلابی که می خواهد بر تمام فعالیتش بزند داشت .

با علم به این موضوع است که میشود فهمید ، چرا النیسن از " ترویج و تبلیغ همه جانبه و سیستماتیک و وفادار به اصول " بعنوان " وظیفه عمده و همیشگی " یاد می کند . (از چه باید شروع کرد " کلیات آثار ، جلد ۵)

و امروزه ما باید با علم به این مسئله گامهای بلندی به پیش برداریم . و تبلیغ و ترویج انقلابی خود را بر اساس سبک ما بسازیم . ما باید به تبلیغ که در کار جاری ما من حیث المجموع نقش مرکزی تری ایفا می کند بهای ویژه ای بدهیم . در حالیکه این مسئله در گرو استفاده کامل از نشریات و اعلامیه های حزب می باشد ، بمفهوم تبلیغ متهورانه و گسترده در گفتار نیز می باشد ، چرا که تبلیغ بویژه در کار شکل گفتار بکار می آید . اما تبلیغ چیست و دقیقاً چه نقشی را ایفا می کند ؟

تبلیغ چیست ؟

تبلیغ چه درگفتار و چه نوشتار عموماً " برحول یک رویداد و یک تفاد متمرکزی باید ، و در پی آنست که یک ایده ، واحدرات آنجا که ممکن است برای عده کثیری از مردم توضیح دهد . مثل چاقوی تیزی است که برای افشا کردن و عریان نمودن یک تفاد خیرکننده ، خط قرمزی به دور آن می کشد .

یک مبلغ که فرضا " بروی حمایت دولت آمریکا از شاه ایران - تحت لوای آوردن دموکراسی به کشور انگشت گذارده ، باید روی " دموکراسی " شاهانه که مردم را در خیابان ها به گلوله می بندد ، انگشت گذاشته و محتوی طبقاتی این دموکراسی امپریالیستی را فاش سازد . یا بنا به مثالی که لنین در رابطه با ازگرسنگی مردن خانواده کارگر آمریکا را ذکر می کند ، یک مبلغ در پی آن خواهد بود ، که مهمل بودن وجود تضاد بین ریسروریت و رشد فقر و فاقه را نشان دهد و میکوشد که حس ناخشنودی و تنفر از این بیدادگری دهشتناک را در توده برانگیزد . " چه باید کرد بخش ۳ ، بند ب)

لنین اشاره می کند که توضیح کامل این مسئله به مروج واگذاری گردد - که موظف است ایده های متعددی را همراه با روابط درونی آنها بنمایاند ، و لذا جمع کوچکتری از مردم ترویج را بطور همه جانبه درک خواهند کرد .

لاکن چرا تبلیغ اسلحه ای این چنین مهم و ویژه در دست حزب است ؟ آیا ، تنها باین خاطر است که میخواهیم بیش از آنچه که ترویج به ما امکانش را میدهد " توده ای تر " شویم ؟ - بیا آنکه ما مطمئننا " خواهان تاء شیرگذاردن بروی بیشترین تعداد از مردم هستیم ، ولی این امر نمیتواند هسته اصلی مسئله

بحساب آید.

اولاً "تبلیغ یک شکل لازم مبارزه" طبقاتی است که طی آن - برای جلب افکار عمومی با بورژوازی مقابله می شود. درسیس - دائمی حوادث بخصوص، بورژوازی مدام بینش خود را نسبت به رویدادها همراه با جهان بینی و آرزوهایش در بوق و کرنس می دمد. چنانچه ما این میدان نبرد را به بورژوازی واگذار - کنیم، از سرکوتاهی و قصور بازنده خواهیم بود.

تنها تبلیغ انقلابی بموقع میتواند تدریجاً ابهام را کنارزند و انگشت را به منشاء هر یک از این حوادث نشانه رود.

آنچه که ما ثور باره، پروسه، شناخت بیان میدارد با نقش تبلیغ در تکوین آگاهی طبقاتی مطابقت دارد:

"راجع به سیرتوالی حرکت شناخت، انسان باید گفت که حرکت شناخت انسان پیوسته از طریق معرفت بر اشیاء و پدیده های منفرد و خاص تدریجاً به معرفت بر اشیاء و پدیده های عام رشد می یابد. انسان تنها پس از آن که ماهیت ویژه اشیا و پدیده های متنوع فراوان را با شناخت، میتواند به تعمیم دادن بپردازد و ماهیت مشترک اشیا و پدیده ها را بشناسد. انسان زمانیکه برای این ماهیت مشترک معرفت یافت، در پرتو این معرفت گامی فراتر مینهد و بمطالعه اشیا و پدیده های متنوع که تاکنون مورد تحقیق قرار نگرفته اند و یا تحقیقات کافی درباره آنها بعمل نیا مده است، میپردازد و ماهیت ویژه آنها را پیدا مینماید، فقط در چنین صورتی است که انسان میتواند معرفت بر ماهیت مشترک اشیا و پدیده ها را کامل و غنی

سازد و آثار رشد و توسعه دهد و از پیژمردگی و انحطاد
این معرفت جلوگیری نماید. پس دو پیرو سه
معرفت عبارتند از: اول حرکت از خاص به عام
دوم - حرکت از عام به خاص. (در باره تضاد
آثار منتخب ، جلد اول)

ما ثودر اینجا ، و ذره یج یک از آثارش از مراحل پشتیبانی
نمی کند - که چنین استنباطی شود ، که اول تبلیغ است
بعداً " ترویج - و این پیرو سه کامل را از مبارزه در جهت تغییر
جهان جدا نمی کند. اما او قوانین پیرو سه رشد آگاهی را جمع بندی
کرده و آنچه که اومی گوید دال بر اهمیت تبلیغ انقلابی
بها و همه جانبه است که پدیده های گوناگون بسیاری را مد
نظر دارد .

نیز آنچه که او در اینجا می گوید محتوای تبلیغ است.
دقیقا " با انگشت گذاشتن روی " مضمون ویژه " پدیده های
مورد نظر است که تبلیغ سهم خود را در ترسیم تصویر عمومی
ستم و استثمار سرمایه داری ادا می کند. هما نظور که ما ثوم میگوید
دقیقا " از آنجا که این تصویر عمومی ، این تضاد اساسی طبقاتی
در درون شماری پایانی از شواهد ویژه جای دارد ، تبلیغ
میتواند نقش خود را در نمایان شدن " ماهیت مشترک " ایفا کند .
اینگونه تبلیغ کا ملا " متمرکز بر روی یک تضاد بخصوص ،
تبلیغ محدود و رویزیونیستی نیست . این کا ملا " عکس خط رویز -
یونیستی پائین آوردن عام تا سطح یک یا چند خاص ، جهت
" قابل لمس " کردن آن است .

این خط (رویزیونیستی) که ما در رابطه با آن تجربه ای غنی
و تازه با منشویک های درون صفوف حزب خویش داشته ایم ، در پی
آنست که تمام درک کا مل نظرات را تا سطح درکی محدود و مبشذل

تنزل دهد.

بعنوان مثال ، اگر قرار باشد که کسی به این ایسده
برسده که مثلا" امپریالیسم ، در افریقا نقش دشمن را ایفا می کند
- هرچه قدر وخیم و هرچه قدر انتزاعی ، رویزیونیستها ، رهنمود
خواهند داد که " بشتابید ، بادشمن مقابله کنیم " و چند بانگ
محلّی را هدف قرار دهیم - هر قدر محسوس تر و هضمش برای
توده ها آسانتر ، بهتر ! . و اگر کسی درک ناقصی از حضور
امپریالیسم در ورای مسئله بیکاری بیاید - رهنمود خواهند
داد که بشتابید ، این نورضعیف حقیقت را خاموش کنیم و تنها به
سوزنش سیاستهای رئیس جمهور بپردازیم .

این گونه برخورد مرده و ایستا ، در مقابل درک صحیح
این واقعیت قرار دارد که عام در خاص قرار دارد و در نتیجه حرکت
و دستیابی آن در جهت عکس می باشد .

تبلیغ واقعی ، با برخورد به خصوصیت تضاد می کوشد تا
تصویر گسترده تری را پیش رو قرار دهد . هدف آن ، رها کردن
پدیده ها در قلمرو خاصها نیست .

هما نظور که لنین متذکر میشود :

" ما باید فکرا شاخصی را که فقط از شرایط موجود
در دانشگاهها و یا فقط از زمستوها* و غیره ناراضی
هستند به پوچ و بی مصرف بودن تمام این نظم
سیاسی سوق دهیم " . (چه باید کرد ؟ بخش سوم ، بنند

(و

* - ارگانهای خود مختاری محلّی در روسیه قبل از انقلاب ، زمستو-
ها امور صرفا" محلّی مربوط به اهالی ده را اداره می کردند .
ملاکین لیبرال در اداره " امور زمستوها نقش بزرگی بازی میکردند .

این مطلب معذالک نفی اهمیت در نظر داشتن خاص بودن
تفادنیست ، بلکه در واقع این تاکید بر روی آن است . تنها
از طریق کنکاش مکرر در تعداد زیادی از خاص های گوناگون
است ، که تبلیغ نقش مهم خود را در نمایانند تصویر گسترده -
ترا یفایمی کند . بطور نمونه ، این در مورد روزنامه "ورکر"
(کارگر) از نشریات حزب ما - که اخبار محلی را با سرویس
اخبار مرکزی تلفیق می کند - صدق می کند . اگرچه آنها شامل
مقالات ترویجی مهمی هستند ، عمدتاً " مضمون تبلیغی
دارند . هر شماره بایستی تصویر تمام نمائی از جامعه ما
عرضه کند و ضرورت انقلاب پرولتری را ، جهت سرنگونی نظام
کنونی و بنای سوسیالیسم خاطر نشان سازد . اما این تصویر
بایستی از درون یک سری کامل از مقالات ، که قویاً " بر روی یک
مسئله مرکزی ، تمرکز دارند ، پدیدار شده و به مقصد نهائی
رهنمون گردد . در حقیقت این طریقه برای ارائه تصویر تمام
نمای جامعه به مراتب موثرتر از آنست که در هر مقاله
سعی شود مشتمل بر نکات زیادی باشد و بطور کلی ، نکات همه
جانبه ای درباره " سرمایه داری و لزوم سرنگونی آن بیان
شود . چنان روزنامه ای کلمات زیادی خواهد داشت ، ولی
حرف کمی خواهد زد .

نکته زبرد درباره عام و خاص نیز از اصلی صحبت می کند
که لنین آن را در قالب یک عبارت مهم درباره افشاگریها پی
که عمدتاً " شکل تبلیغی دارند ، بیان داشته است . در " چه
باید کرد؟ " لنین خاطر نشان می سازد که برای رشد آگاهی
طبقاتی ، کارگران باید " تصویر روشنی " از ماهیت سیستم
و طبقات مختلف جامعه بدست آورند ، و این را :
" ... از هیچ کتابی نمیشود بدست آورد : اینرا

فقط مناظره زنده و افشای بدون فوت وقت آن چیزهایی میتواند، بدست دهد که در لحظه کنونی در پیرامون ما روی میدهد و درباره آن همه و هر کس بنابه سلیقه خود صحبت و یا اینکه اقلاً "نجوامی کند و در فلان و فلان واقعه، فلان و فلان پیکره و فلان و فلان حکم دادگاه و غیره متظاهر گشته است."

این افشاگریهای همه جانبه سیاسی شرط ضروری و اصلی پرورش روح فعالیت انقلابی توده میباشد. (لنین در همین بخش همچنین می گوید) آگاهی سیاسی و فعالیت انقلابی توده ها را با هیچ چیز نمیتوان تربیت نمود، مگر بوسیله همین افشاگریها. (چه باید کرد؟ بخش ۳ بند ج)

این جملات بوضوح درباره اهمیت مرکزی تبلیغ بزرگ و بموقع سخن می گویند. این کافی نیست، که به توده ها توضیح دهیم که برآنان ستم روا شده، و یا اینکه منافع آنها با منافع سرمایه داران مابینت دارد. این مطلب را لنین چنین بیان می کند "امرتبلیغ باید با توجه به هر مشال مشخص این سمتگری به پیش برده شود." (چه باید کرد؟ بخش ۳ بند الف) در حالیکه ترویج نقش واقعا "مهمی ایفای کند، چنین کلی گوئی هایی، بخصوص وقتیکه به یک نوشته رفرمیستی ضمیمه شده، و بایک روش کلیشه ای بی ثمر، انجام پذیرفته باشد، تنها یک "نقش مهم" ایفای کنند و آن عقیم کردن تبلیغات ما و خسته کردن خوانندگان و یا شنوندگان است. اگر، ناته لیفات خود را درباره سرمایه داری، - سوسیالیسم و کمونیسم بدینگونه کتابی، پرآب و تساب

وسطی بنویسیم ، غالباً " در نظر مردم همچون کسانی جلوه خواهیم کرد که بیش از حد باره سیاست و راجی می کنند، یعنی که ما واقعاً " از فرمیسم نبریده ایم .

ولی اگر، آنچه که انجام می دهیم ، یک کار سیاسی همه جانبه و تبلیغ به مفهوم لنینی آن باشد، و ترویج عملی را با همین مفهوم به پیش بریم ، آنگاه مردم دیگر بیانش از اندازه به آنگونه از راجی های سیاسی بر نخواهند خورد.

مثلاً " اگر پیرامون مسئله تجا و زو جنگ امپریالیستی، ما خود را کلاً " به تکرار همان کلی گوئی هادرباره " امپریالیسم و جنگ و چپا و ل " و " ابر قدرتها با هم رقابت می کنند و برای جنگ تدارک می بینند " ، مقید سازیم ، از هدف دور خواهیم شد. ولی اگر ما به سستی و تنبلی خود غلبه کنیم و با یک هزار مورد خاص ، هسته مفهوم واقعی امپریالیسم را در رابطه با تمام مردم جهان بکاویم ، اگر ما شرایط واقعی ، احساسات و مبارزات - توده های تحت اسارت امپریالیستی را ، همراه با خصلت واقعی جنگهای برپا شده توسط امپریالیستها را واقعاً " فاش سازیم ، گامهای بلندی در امر مهم القاء کینه و تنفر در میان کارگران آمریکائی نسبت به پرچم آمریکا ، و همه آنچه که این پرچم مظهر آنست برداشته ایم .

تفادج و هرتبلیغ

این همه ، دال بر آنست که برای انقلابی ترک کردن تبلیغ خود، ضرورت دارد که آنرا بر آن ترک کنیم . و همانطوریکه قبلاً به چند طریق نشان داده ایم - کلید این مهم و جوهر تبلیغ،

درک مسئله تماد است. بعنوان مثال وقتی که ماصیبت از افشاگری می‌کنیم، اساساً "افشای چه چیزی را در نظر داریم؟ تضاد و مفهوم طبقاتی آن. افشاگری یعنی آشکار ساختن آنچه که پوشیده و مخفی است. بهر حال تا این، فراتر از علنی ساختن ریشه‌های کثافات و افتضاحات است، گرچه کثافات و افتضاحات بورژوازی در واقع بایستی حلقه‌ای از مواد اولیه لازم برای افشای منسجم سرشت طبقاتی جامعه بشوند.

اساساً آنچه که سرمایه‌داری بر آن سرپوش نهاده و مخفی می‌کند، توانین اصلی و ماهیت طبقاتی تضادهای جامعه است. در پشت چنین گرد و غبار چشمگیری چون "مبادله برابر" (کار در مقابل مزد)، "دموکراسی" و "منافع ملی"، "استثمار، دیکتاتوری سرمایه‌داری و ارتجاع جهانی نهفته است، که همه آنها نیاز به چاقوی تیز افشاگری بویژه تبلیغ دارند که آنها را سخت و عریان سازد.

امریعربان ساختن تضاد را باید آگاهانه دریافت برعکس چرندیات کلیشه‌ای فرمیستی و خسته‌کننده که در اینجا عامل سرگردانی میشوند و جای دیگر عامل حیرانی، کمونیستها باید روح و علم انقلابی را برای توسعه تبلیغ که درست به قلب تضادمی زند و بورژوازی و جامعه بورژوازی را از هم میدرد، به خدمت بگیرند.

یک تضاد عریان، علاقه و نیز روح مبارزه را در مردم بی‌بیدار می‌کند. اگر ما تضاد را دریابیم، آنگاه تبلیغ ما واقعاً به جان بورژوازی افتاده و آنرا تکه تکه خواهد کرد. اگر ما تضاد را دریابیم، آنگاه تبلیغ ما خواهد توانست، قدرتمندانه در سهای مبارزات مردم را فراگیرد و تعمیم دهد. و از آنجا که

مزاج ، حتی بنا بر تصدیق هر کم‌دین خوب بورژوا بر مبنای تضاد و تباین استوار گشته است ، از اینرو ما میتوانیم این اسلحه را نیز خوب بکار گیریم . ایراد آن در چیست ؟ کمونیستها ملزم نیستند که کسل و خالی از مزاج باشند . هیچ قانونی ، هیچ چیزی در مارکسیسم - لنینیسم چنین حکمی نمیدهد . برای درک تضاد و بکار گرفتن اسلحه تبلیغ انقلابی ، ابتدا باید آنچه را که ما " شیوه فرمالیستی طبقه بندی اشیاء و پدیده ها بر حسب علائم خارجی ، و نه بر اساس روابط درونی " (مبارزه علیه سبک‌الگوسازی در حزب ، منتخب آثار و جلد سوم) می نامد ، از خود دور کنیم . بر طبق این شیوه نا - درست ، جنگ آزادیبخش و جنگ تجا و زگرانه امپریالیستی با هم یکنی میشوند ، چرا که هر دوی آنها توأم با خونریزی است ، از اینرو ما شوهدار می‌دهد که :

" اگر کسی منحصرآ " با تکیه بر علائم خارجی و بیسه کمک انبوهی از مفاهیم که فاقد هرگونه پیوند درونی با یکدیگرند ، مقاله ای بنویسد ، یا گفتار و گزارشی تنظیم نماید ، کاری جز شعبده بازی با مفاهیم انجام نداده است . چنین کاری ممکن است افراد دیگر را نیز بدانجا سوق دهد که به همین شیوه متوسل شوند ، نتیجه این میشود که آنها مغز شان را برای تفکر بر روی مسائل و تعمق در ما - هیت اشیاء و پدیده ها بکار نگیرند و بشمارش پدید - ه ها بر ترتیب ، الف - ب - پ اکتفا نمایند . یک مسئله چیست ؟ مسئله یعنی تضاد ذاتی یک شیئی " . ولی آیا فقط طرح سطحی مسئله ، یا توضیح تضاد کافسی است ؟ در حالیکه ممکن است این کار در برخی موارد کفایت کند ،

بطور کلی ، ایفای نقش کامل تبلیغ مستلزم کار بیشتری است .
 باید برگردید تضاد و یک موضع صریح ، فاکت ها و تجزیه و تحلیلها
 - همگی در جهت قوت بخشیدن نقطه مرکزی و هدایت آن به مقصد
 نهایی - جمع آوری شده باشند . تبلیغ مانع از تجزیه و تحلیل
 نیست ، چون تجزیه و تحلیل یعنی فور ، بررسی و بنا بر این ،
 یعنی عریان نمودن تضاد . این کافی نیست که یک مقاله
 تبلیغی درباره * افزایش مالیات در سطح این عنوان که "مرد
 خرده پامچاله میشود" متوقف گردد . به اعتباری ، این
 ذره ای هم مرز بین کمونیستها ، و پوپلیست ها و مصلحین احتمالا -
 عی را روشن نمی کند . عدم توجه به این مسئله است که سیسل
 دائمی چنین مهملاتی خواننده را در حالتی کسل و تهی رها
 خواهد کرد . لازم است که تعمق بیشتری بشود ، از نیروهایی که
 در برهه انداختن چنین بیورشی شرکت دارند و از آن متنوع
 میشوند ، تجزیه و تحلیل بعمل آید ، و مناسبات اساسی طبقاتی
 و قوانین اجتماعی پشتیبان این نیروها نشان داده شوند
 و برجسته گردند . راه انقلابی حل این تضاد نیز ، بایستی
 نشان داده شود ، بدیهی است که تبلیغ نمیتواند این کار را -
 همانند ترویج بطور * جنبه انجام دهد . رابطه این مورد
 بخصوص را با امپریالیسم ، بحران ، شرح و آنرا تا سطح اجتماع
 ناپذیر بودن انقلاب سوسیالیستی بسط دهد .
 درباره این مسئله ، ما و بالجن کنایه آمیزی گفته

است :

" برخی از رفقا بنوشتن مقالات طولانی اما توخالی
 ، علاقه و آفری دارند ، که بیشتر به " نوار پیچ
 دراز و متعفن پا های زن تنبل " شباهت دارد . چرا
 آنها باید چنین مقالات طولانی و توخالی بنویسند ؟

این فقط میتواند یک توضیح داشته باشد: آنها
نمیخواهند که توده ها این مقالات را بخوانند ...
آیا اینکه مقالات طولانی و توخالی خوب نیستند،
بدان معنی است که مقالات کوتاه و توخالی بهتر
اند؟ نه اینهم خوب نیست. ما باید به سخن
پردازی بیهوده، به شکل که باشد، خاتمه
دهیم ... احتیاج ما قبل از همه به مقالات بسا
مضمون غنی تر است. " (منتخب آثار، جلد سوم،
" مبارزه علیه سبک الگویازی در حزب ")

هنگام افشای بورژوازی، تبلیغ انقلابی باید قبل
از هر چیز بصرح باشد. باید بیدادگری تبه کاروریاکاری منجر
کننده بورژوازی را بپرمانه فاش سازد. ضرورت سوسیالیستی
قهرآمیز سیستم پوسیده فعلی، بایستی در تمام شماره های
روزنامه "مارسوخ" نماید. باید با تمام تصورات بورژوازیستی
"احترام"، رفرمیسم یا تریونیونیسم مرزبندی روشنی بکند
و از صمیم قلب در جهت منافع پرولتاریا سخن بگوید. طبقه ای که
حقیقتاً "هیچ چیزی ندارد که از دست بدهد، مگر زنجیرها یی—
آیا به طریق دیگری میتوان این لایه های جان سخت و دیرپسا،
و از آن جمله ایدئولوژی بورژوازی را که حافظ جامعه بورژوازی
است و مطمئناً "به درون طبقه" کارگر رسوخ می کند، شکافت؟
"ما باید در دفاع از حقیقت استوار باشیم و حقیقت
ایجاب می کند که موضعی صریح اختیار کنیم. ما
کمونیستها پوشاندن نظریات خود را پیوسته شرم
آور شمرده ایم. روزنامه های تحت رهبری حزب
ما و مجموعه کار تبلیغاتی ما باید جاندار باشد، موضع

صریح داشته باشند، تیزو بر اجا شدند و هرگز نبایند در ابهام بمانند. برای ما برای پرولتاریای انقلابی، سبک پیکار جویانه مهم است. از آنجا که ما میخواهیم شناخت حقیقت را بخلق بیاوریم و او را به مبارزه بخاطر رها و خویش برانگیزیم به چنین سبک پیکار جویانه نیایم. چاقوی کندخون نمیریزد. (متخب آثار، جلد چهارم، گفتگوی هیئت تحریریه روزنامه "چین - سری ژیا شو")

اگر تبلیغ (واژه‌ی دیگر ترویج) از این موضوع صریح "حرکت نکنند، بی ارزش خواهند بود" وقتیکه مقالات - تبلیغی مفروض از یک نقطه، تا نقطه بعدی، انحراف موضع حاصل کند، خود را تعدیل نمایند و زبانی هوبهلوسخن بگویند، معمولاً "خطان نیز علاوه بر سبک نگارش شان ایراد دارد. و افزودن یک چندپا را اگر در باره سرمایه دار و سوسیالیسم به آخر یک مقاله اساساً تریدیزیونیستی (یا حاسی رفرمیستی) آنرا از غیر انقلابی بودن نجات نخواهد داد. در حقیقت این مسئله غالباً "اخطاری است در مورد اینکه، تبلیغ در درجه نخست، یک قطره خون هم جاری نساخته است، یعنی براه نبوده است. بدیهی است که اتخاذ یک موضع صریح مفهومی فراتر از ژست جنگ طلبانه یا دشنام گوئی در مقابل دشمن دارد. یک خوک را میتوان - و بایستی - بلحاظ ماهیتش حیوان خوانند. اما این بت عنوان حصول همه جانبه به مسئله تلقی نخواهد شد. ما شواین سبک نگارش را نیز محکوم کرده‌ام:

"ژست ارباب بخود میگیرد... تاکتیک ارباب در مبارزه با دشمن مطلقاً" بی ارزش است، و در -

رابطه با رفقای خودمان تنها میتواند زیان آور باشد. (آثار منتخب ، جلد سوم ، " برعلیه سبک‌الکوسازی در حزب ")

با تعمق در یک تضاد ، با اتخاذ یک موضع صریح ، تبلیغ در پی پیوند با ادراکات بنیادی طبقاتی توده ها و ارتقاء آنها به یک سطح بالاتر و جدید است . لنین در تعریف تبلیغ اظهار داشت که تبلیغ بایستی " نارضایتی ها را برانگیزد " او نگفت که تبلیغ باید تحت لوای ، نظاره خشک یک ، " برخوردار علمی " که به هیچوجه علم انقلابی مارکسیسم - لنینیسم نیست نارضا - یتی ها را درهم شکند . تبلیغ ما باید خشم اساسا " طبقاتی را از راه ارتقاء آن به سطح بالاتری از آگاهی طبقاتی ، برآ کرده و تشدید نماید .

ولی انجام اینکار مستلزم حسن انتخاب است . تبلیغ باید نه روی مفاصل جزئی ، بلکه روی مفاصل واقعا " برجسته و نمایان متمرکز گردد . تبلیغ ، بدرستی ، عمدتا " با وسعت دامنه ، و همه جا گیر بودنش مشخص می شود . (ما اینجا از تبلیغ بعنوان یک مقوله ، منطقی سخن میگوئیم نه هر نوعی از تبلیغ) همانطور که لنین می گوید :

" کمونیسم بطور یقین در همه محیط های فعالیت سیاسی ظاهرا همیشه ، و نورتبلیغ باید همه این محیط ها را فرا گیرد . حزب ما برای بکار بستن این این رهنمود ، خط مشی " مبارزات متمرکز و افشا - گریهای گسترده " را فرموله کرده است . البته به یک مفهوم ، تبلیغ نیز باید " متمرکز " باشد . وقایعی هستند که خیلی بیشتر از سایر موارد به عنوان ساختن بی امان تضاد سرما به داری کمک میکنند .

بعنوان مثال ، قتل سرباز سابق چیکانو^۳ جوتورس را - توسط پلیس بیادبیا ورید ، که درقبال آن تنها پرداخت یک دلار جریمه به این حوکها تحمیل شد. از آنجائیکه این واقعه ، تضادهای ستم ملی و ترور پلیسی را با حساسیت زیادی متمرکز نمود ، واکنش عمیقی در میان توده ها نسبت به تبلیغ پیرامون این واقعه وجود داشت . خیلی ها شعار عالی تبلیغی " جوتورس می میرد ، پلیس آزاد میشود ، ثروتمندان این را ، دمکراسی می نامند " را بعنوان شعار خود پذیرفتند . وقایع دیگری که از حساسیت کمتری برخوردارند ، نظیر ، ماجرای شخصی یک کارگر مهاجر - نیز ممکن است ، نمونه نیرومندی بشود و تضاد مهم و وسیع " ملموسی را برجسته کند . اما خیلی از وقایع هستند که نمیتوانند و نخواهند توانست تا به شیر مشابهی داشته باشند . درک این مسئله و رعایت آن در تماس موارد به مشی توده ای - نیاز دارد . نکته ای که ما ثودر باره شیوه رهبری بیان نموده ، در اینجا بکار میآید :

" عقاید توده ها را بگیرید (عقاید پراکنده و غیر منظم) و متمرکزشان سازید (از طریق بررسی آنها را به عقاید متمرکز و منظم تبدیل کنید) ، آنگاه به میان توده ها بروید و به نشرو توضیح این عقاید بپردازید ، تا زمانیکه توده ها ، آنها را بعنوان عقاید خود ، پذیرا شوند " .

تبلیغ ، برای تحقق بخشیدن به قدرت کامل خود ، باید دارای یک مضمون ملی باشد . برای آنکه تبلیغ بتواند نقش کامل خود را ایفا کند ، باید مواز دو واقعا " برآ و برجسته های انتخاب شوند و برخی باید در سطح تمام کشور نشر یابد . به همین دلیل و نیز برای تا به مین وحدت در خط مشی سیاسی ، روزنامه

۳ در آمریکا مهاجرین مکزیکی الاصل را چیکانو می نامند .

" ورگر " (کارگر) از طریق حزب که این روزنامه را تهیه می کند، در یک شبکه ارتباطی با افشاگری و ترویج در سطح ملی در پیوند دارد.

تبلیغ و عمل توده ای

تبلیغی که بورژوازی راقاطعانه افشامی کند و مبارزه مردم را به پیش میراند، در رابطه با وظیفه بسیج توده ها برای مبارزه علیه دشمن آشکارا، نیروی پرتوانی خواهد بود. ولی داشتن وضوح و دقت روی چگونگی ارتباط تبلیغ با این وظیفه اهمیت دارد. لنین در " چه باید کرد؟ " بوضوح متذکر میشود که تبلیغ یک دعوت به عمل نیست. این در مقابل مستقیم یا مشی محدودا کونومیستی بی بود که می کوشید و وظائف کمونیستها را تا سطح ترویج مبارزه برای نتایج ملموس و فوری تقلیل دهد. اودر گفتاری راجع به تبلیغ و ترویج انقلابی بلشویکها برحول قحطی و گرسنگی در روسیه، بالحن نیشداری می گوید:

" و امصیبتا ! تصورین را هم نمیتوانید بکنید، در هیچ یک از مقالات آنها حتی یک و مطمئنا " یک خواست مشخص " هم وجود نداشت که " وعده " نتایج محسوس بدهد ! " ای دگماتیک های بدبخت ! " (چه باید کرد؟ بخش سوم، بندالف)

اگر به تبلیغ اساسا " بعنوان دعوت به عمل نگریسته، شود، آنگاه کمونیستها، بدور از اینکه تریبون مردم باشند، جوجه های سربریده و مصلحین جزئی خواهند شد که بدنبال همه چیز می دهند، بدون آنکه هیچ کاری انجام دهند.

بدیهی است که لنین هنگام ۲ مقابله با این خط مشی
رویزیونیستی شدیداً " مخالف سوق دادن توده هایسوی عمل
بود. بلشویک ها این کار را دائماً " برگرد مسائل اصلی ، ازهر
قبیل که بود، انجام میدادند. لنین هم ازدیدن ارتبطات
تبلیغ وسوق دادن توده ها به عمل غافل نماند.

" اما درباب دعوت توده ها بفعالیت ، بایستی
گفت که هرآینه تبلیغات جدی سیاسی وافشاگریها
روشن وجاندار عملی شود، آنوقت این امر خودبسه
خودصورت خواهدگرفت. مچ یک نفر مجرم رادر حال
ارتکاب جرم گرفتن ورسواکردن وی در همانساعت
درملاء عام این به خودی خود ازهرگونه "دعوتی"
اثرش بهتر است "... (ودر همان حین لنین دعوت
به سازماندهی می نماید) افشای بحدکافی پسر-
دامنه ، روشن وسریع تمام این پلیدیها رافراهم
سازیم. اگر ما اینکار را بکنیم (وباید اینکار
را بکنیم ومیتوانیم بکنیم)- آنوقت خام ترین
کارگراها هم خواهند فهمید ویا احساس خواهند کرد که
دانشجویان وپيروان فرق مذهبی ، موزیک ها
ونویسندگان از طرف همان نیروی سیاسی در معرض
توهین وبیدادگری هستند که خود اورا در هر قدم
زندگانی اش اینقدر مورد ظلم وفشار قرار میدهد، و
پس از اینکه این مطلب را احساس کرد، بفکر این
میافتد وخواه وناخواه بفکر این می افتد، که
خود نیز برضد این جریان واکنشی بخرج دهد..."

(چه باید کرد؟ بخش سوم ، بندج)

البته این بدین مفهوم نیست که پیرامون هر چیزی که

موضوع تبلیغ باشد، مبارزه ای درخواهد گرفت و یا با بستنی درگیرد. بین تبلیغ و عمل یک چنین رابطه " تنگاتنگ و عینا" مساوی مرتبط با یکدیگر وجود ندارد. ولی تاء شیر تبلیغ در - مجموع نیروی هر قدرتی در جهت سوق دادن مردم به عمل خواهد بود، که غالباً " هنگام تبلیغ پیرامون یک مسئله یا بیداد - گری جدید که کاملاً" با موارد ویژه و افشاشده پیشین نامربوط است صورت میگیرد. بدیهی است که حزب باید در پی تمرکز - بر روی ترویج چنان مبارزات بزرگی باشد و تبلیغات حزب باید هم خود را صرف انتشار، تصمیم و سازماندهی آنها بکند. دعوت به عملیات جای خود را دارد، ولی چنان دعوت هایی را نباید با تبلیغ که در مجموع مکان پراهمیت تری نسبت به آنها - اشغال می نمایند، یکی دانست .

تبلیغ (در کنار ترویج) و مبارزه بطور دیالکتیکی در ارتباطند . در حقیقت ، مانند هر وحدت افدائی ، هر وضعیت می تواند به غیر خود مبدل شود .

تبلیغ می تواند به مبارزه تبدیل شود . این حالت در اکثر موارد که دامنه مبارزه در آغاز محدود بوده ، ولی با افشای - های مکرر موضوع ، به مبارزه گسترده ای بدل میشود ، صدق می کند . خود تبلیغ نیز میتواند شکلی از مبارزه باشد ، لنین بیان می دارد که چگونه افشای در کارخانه - اعلامیه های نوعی از جنگ * - میتواند بمقدار زیادی روحیه رزمجویانه

* - اشاره به این جمله لنین : " همانگونه که افشای های اقتصادی بمنزله " اعلان جنگ به ما حیان فابریک است ، همانگونه نیز افشای های سیاسی اعلان جنگ به حکومت است . " (چه باید کرد؟ - مترجم)

کارگران را برانگیزد، و حتی باعث آن شود که کارخانه داران
با ترس از عواقب بدتر، در مقابل برخی از خواسته ها تسلیم
شوند. لنین سپس می گوید که چگونه: "... افشاگریهای
سیاسی بخود خود، از وسایل توانای متلاشی ساختن نظامی است
که با آن مخالفیم..." (چه باید کرد؟ بخش ۳ بند و)

مبارزه نیز میتواند به تبلیغ بدل شود. نمونه صاف
کارگران اعتصابی را در نظر بگیرید. در اساس این یک شکل
از مبارزه است. ولی این شکل مبارزه - از جمله بخاطر پلا-
کاردهایی که حمل می کنند - مضمون تبلیغی هم دارد.
البته خود این پلاکاردها هم - وقتی از چوب آنها، در صورت
اقتضا برای کوبیدن برفرق اعتصاب شکن ها یا پلیس استفاده
میشود - به شکلی از مبارزه تبدیل میشوند. و این به نوبه
خود - برای "آنها" و همداستان اعتصاب شکن و بزدلشان
نوعی "درس آموزنده است."

مبارزه جاری بر علیه پلیس و ستم ملی در هوستون،
آخرین نمونه رابطه، بین تبلیغ و مبارزه است. چرا
مردم بصورت شورش نیرومند حول "سینکودی مایو" منفجر شدند؟
علت آن در درجه نخست، حمله پلیس و برجسته شدن تنفردرونی
نسبت به ستم روزانه ای بود که از جانب سیستم "چیکانوها"
اعمال میشود. درماندن از درک این موضوع، و اینکه چنین
شورشهایی باز هم، مستقل از هرگونه فعالیت آگاه گرانسه
کمونستی وقوع خواهد یافت معنی دور شدن از این درک ماتر-
یالیستی بنیادی است، که میگوید، ستم تولیدمقاومت می کند.
اما، از نقطه نظر تسریع و پیشبرد مبارزه، عدم درک رابطه
چنین مقاومتی با کار جاری کمونیستها، حتی اشتباه جدی
تری خواهد بود.

... سرد و استواری

مخفف توسط حزب و سایر سازمانهای توده ای، صورت گرفته بود، افساء جهت گیری مستقیم علیه سرمایه داران و پلیسها دخیل در قتل " جوتورس " و کنار زدن انواع برنامه های نهائیتا " بن بستى که بعنوان " راه حل " ترور پلیسها پیشنهاد میشود، از آن جمله بود. این کار تاء ثیری عمده بویژه در جهت دادن به خشم و غضب توده ها علیه دشمن طبقاتی داشت. بنابراین تمادفی نبود که وقتی مردم در شب " سینکودی مایو " شورش کردند، خیلی ها شعار، " جرتورس می - میرد، پلیس ها آزاد میشوند، ثروتمندان این رادموکراسی می نامند " را بعنوان فریاد نبرد علیه پلیسهای جنایتکار پذیرفتند.

پیوند با توده ها

برای آنکه تبلیغ، نقش خود را در متمرکز کردن احساسات عمیق توده ها و رشد آگاهی طبقاتیشان، بطور واقعی ایفا کند، باید انقلابی و پرتوان باشد. و توده ها باید احساس کنند که حقیقتا " از منافع آنان دفاع میکند. اینگونه تبلیغ بدون اتخاذ کاربرد مشی توده ای و بدون شناخت توده ها - تجربیات، احساسات و زبان آنها - غیر ممکن است. بطور خلاصه، برای آموزش توده ها لازم است که از آنها آموخته شود. بدون این پروسه دائمی، تبلیغ بی حاصل و کلیشه ای خواهد شد، و بجای آنکه، فشرده ای از زندگی باشد، اقتباسی از یک فرمول خواهد بود.

اما، از توده ها آموختن، توده ها را شناختن و آنطور که

ماژومی گوید، آنها را خوب شناختن، مسئله خودسازی فردی و "شانه بشانه ساییدن" با توده هان نیست. یادگیری هم، تبلیغ را در خود دارد. بطور نمونه، لنین در جریان یک دوره رکود، در نوشته ای پیرامون، نوع تحقیق و بررسی لازم جهت تعیین زمانیکه یک اعتلاء انقلابی جدید فرامیرسند، به این نکته اشاره می کند. اوضن اشاره به لزوم مطالعه و تجزیه و تحلیل جزء به جزء بحران اقتصادی روسیه، تاکید نموده:

"اگر زمینه عمومی موجود باشد، به ما امکان این نتیجه گیری رانده که بدانیم آیا، رکود مبارزه توده ای، کارگران را بطور کلی در مقطعی کند خواهد کرد؟ و آیا همین رکود، در مرحله معینی از رویدادها، توده های جدید و نیروهای تازه نفسی را بسوی مبارزه سیاسی خواهد راند؟ برای پاسخ به چنین سئوالی تنها یک راه وجود دارد: نبض کل زندگی سیاسی کشور و بویژه وضع جنبش و روحیه توده پرولتاریا، با دقت در دست داشتن."

لنین، در همان مقاله، تاکید می کند که کلید این مسئله "ده چندان کردن تبلیغاتمان در میان توده پرولتاریا" می باشد. او چنین نتیجه گیری می کند:

"تنها تبلیغ میتواند وضعیت حقیقی ذهنی توده ها را به میزان وسیع روشن سازد، تنها تبلیغ میتواند یک همکاری نزدیک بین حزب و کل طبقه کارگر بوجود آورد، تنها با بهره گیری، از هر اعتصاب، از هر اتفاق و یا عمل مهم در زندگی طبقه کارگر،

ارتمام درگسریهای موجود میان طبقات حاکم یا
 سر بخشی ار آن طبقات و حکومت مطلقه، از هر
 سحرانی یک سوسپال دمکرات دردوما، از هر تجلی
 جدید سیاست ضد انقلابی دولت، و غیره بمنظور
 تبلیغ سیاسی - تنها یک چنین کاری میتواند
 باردیگر صفوف پرواتاریای انقلابی رافشده سازد،
 و ابزار دقیقی برای، برآورد سرعت فرارسیدن
 شرایط لازم برای نبرد جدید و قاطعتر فراهم آورد. "
 (ارزیابی وضعیت کنونی " کلیات آثار، جلد ۱۵،
 صفحات ۲۷۹-۲۷۸)

نقش مرکز زی تبلیغ

این همه، بعد وسیعتری از اهمیت همه جانبه تبلیغ
 بدست می دهد و آنرا برجسته می کند. در حقیقت، برای کمونیستها،
 تبلیغ کلیدی است که بکار آنها " هویت سیاسی " انقلابی
 می بخشد. تبلیغ باید، چون " نخ تسبیحی " باشد که تمام کار
 سیاسی آنان را به هم مرتبط می کند. آیا این بدین مفهوم
 است که، حزب بایستی یک فرقه ترویج - یا یک " فرقه
 تبلیغ " - باشد ؟

نه ! حزب اصلا، نبایستی فرقه باشد، بلکه بقول لنین،
 بایستی، حزب در مجموع و رفقا بطور انفرادی، " تریبون مردم " -
 باشند و تبلیغ مرکز آن باشد.

این مطلب مارا، از زاویه ای متفاوت، به عبارتی
 که بیشتر در این مقاله از انین نقل شد، رجعت میدهد، که

" به هیچ طریقی مگر بوسیله همین افشاگریها نمی توان
توده ها را در زمینه آگاهی سیاسی و فعالیت انقلابی
تربیت نمود "

حتی با اینکه لنین در همین عبارت ، تئوری رویزیونیستی
مارتینف یعنی " ازدیاد فعالیت توده های زحمتکش " را درهم
میشکند ، در پی مجادله بر سر نقش اصولی و قاطع مبارزه نیست
این واقعیت های آموزشی که مردم در جریان مبارزه ، خصوصا
مبارزه گسترده و انقلابی ، بیشتر از آنچه که " به آنها گفته
شود " می آموزند . لیکن لنین ، علیه تصور محدود و از وظائیف
کمونیستها ، و مشی کرنش و دنباله روی از مبارزه خود بخودی
بحث می کند . مردم به تجربیات خودشان احتیاج دارند .
اما تجربه خودشان و حتی ، صحیحترین جمع بندی از تجربیات
خودشان ، هرگز بر آنها معلوم نخواهد ساخت که برای انقلاب
کردن به چه دانشی نیاز دارند . این نکات در مقاله " اسلحه
نشریات حزب را براتر کنید " (روزنامه رولوشن (انقلاب ، ژوئن
۱۹۲۸) بتفصیل مورد بررسی قرار گرفته ، لیکن ، لازم است
با ردیگر ذکر گردد اما مکان ندارد در وضعیت غیر انقلابی کنونی
بسادگی با برپا کردن مبارزاتی که امروزه جریان دارند
و یا صرفا " - حتی عمدتا " - با تبلیغ و ترویجی که مستقیما
با آن مبارزات در ارتباط باشد کار انقلابی انجام داد و در محدوده
شرایط عینی تقلا نمود . کار همه جانبه انقلابی ، بدون افزا
بیش نقش تبلیغ و ترویج انقلابی که به هرگونه حادثه در جامعه
در ارتباط باشد ، نشدنی است .

این همه ، روشنتر می شود و قویتر دریا بیم کار کمونیستی
در وضعیت کنونی کار مقدماتی - جهت ذخیره نیرو برای نبرد
انقلابی نهائی - می باشد . (در آتیه ، در یک وضعیت انقلابی

تبلع حتی نفس بزرگتری ایفا خواهد کرد. هنگامیکه وضعیت همراه چرخش ها و پیچ های شدید گسترده مگردد، تبلیغ نقش تعیین کننده ای در دستاسی به بخشهای وسیعتری از توده های در بالا بردن انرژی، شجاعت و جدیت آنها و متمرکز کردن کوششها آنان بر روی مبرمترین وظیفه آن لحظه، ایفا خواهد نمود. امروزه، کارمقدماتی مفهوم درازمدت تر و متفاوتی دارد. (لنین در طرد دید محدود، نسبت به چنین آماده کردنی، گفته است:

" ما از اکونومیستهای خود میپرسیم: " منظور

آنها از تجمع قوای کارگران برای مبارزه چیست؟

آیا بدیهی نیست که این باید عبارت باشد

از پرورش سیاسی کارگران، تا تمام جوانب حکومت

مطلقه منفور جامعه ما بر آنان معلوم گردد؟ (چه

باید کرد؟ بخش ۳، بند و)

اینگونه کار همه جانبه، بدون تبلیغ وسیع انقلابی

غیر ممکن است.

تروویج

در پرتودرک، دوره کنونی بمثابة دوره مقدماتی، نقش

و اهمیت تروویج نیز، در حال حاضر، روشن میشود. چه بشکل انجام

افشاگریها و تجزیه و تحلیل، رشد و توسعه مبارزات؟ مختلف،

در کل جامعه، و چه بشکل اشاعه مارکسیسم، تروویج در تمام

مواقع بخش تعیین کننده ای از مبارزه علیه بورژوازی و

تضییقاتش... برای توده هاست. مسائل بسیار و موضوعات

برجسته ای وجود دارند که نیازمند روشن سازی بسیار دقیقتری هستند که تنها ترویج از عهده آن برمی آید. امروزه بطور مثال مسائلی نظیر، مهاجرت " ورود و اقامت غیرقانونی به کشور " ، و تورم - که تنها معدودی از آن میثاثلند - ذهن بسیاری را اشغال نموده اند و موضوع دائمی ترویج ارتجاعی بورژوازی می باشد. در حالیکه هر یک از این مسائل و بسیاری مسائل دیگر سوژه تبلیغ باشند، بوضوح لازم است که به هنگام ترویج نیز بکار گرفته شوند.

به این ترتیب ، میتوان تئوریه‌ها و " توضیحات " ارتجاعی بورژوازی را موشکافی نموده و ریشه این مسائل را در جامعه سرمایه داری ردیابی کرده ، و پیوند آنها را با بحران کنونی امپریالیستی و ضرورت انقلاب سوسیالیستی ، بطور همه جانبه نشان داد.

اما امروزه ، دلیل کلی تری ، برای بذل توجه مخصوص به ترویج موجود است . گرچه تبلیغ ، بایستی نقش مرکزی تری در فعالیت های حزب ایفا کند . زیرا اکنون دوره - مقدماتی است ، دوره ای نیست که نیروهای عظیمی به درون - و به طرف حزب کشیده شود ، دوره ای است که در طی آن کوشش ویژه ای برای آموزش نیروهای پیشرومی توان و باید نمود - از جمله ، آموزش علم مارکسیسم - لنینیسم و خط مشی حزب این کار مستلزم جهشی در فهم و شعور است ، و در این جهش ، ترویج نقش کلیدی ای دارد . این بدان مفهوم نیست که گویا آموزش نیروهای پیشرو ، میتواند از مبارزه توده‌ای یا وظیفه افشا - گریه‌های همه جانبه نظام (که عمدتاً از طریق تبلیغ عملی می شود) و ارتقاء سطح عمومی آگاهی توده ها ، جدا گردد ، نمی -

تواند چنین شود. ولی دقیقا " چون ترویج (که مشتقا است براتاعه علم مارکسیسم - لنینیسم) با ایده‌های زیادی عین شده است ، وعمدتا " بسوی مسائل اساسی نظیر احتیاج ناپذیر بودن بحران وقوانین امپریالیسم سمتگیری می کند ، سهم بسزائی در بوجود آوردن امکان ودستیابی به درک روشنی از موقع ومقام ، دورنما ، وروش مارکسیسم برای مردم ایفای می کند.

این بدین مفهوم نیست که ترویج به عناصر پیشرو تعلق دارد وتبلیغ به توده های وسیع ، برای آنکه ، حتی گرچه ترویج ، همانطور که لنین می گوید: " بطورکاملی توسط اشخاص معدودی (بطورنسبی) درک خواهند شد " لیکن ، بخشا از طرف عده " کاملا" بیشتری درک می شود. مسائلی که ترویج کمونیستی با آنها سروکار دارد ، مسائلی آکادمیک واسرارآمیز نیستند ، بلکه مسائلی هستند که عمیقا " در زندگی توده های وسیعی تاء ثیر می گذارند. ترویج وتبلیغ نباید بنا درستی از هم جدا گردند ، بلکه باید ، بطورتنگاتنگی با هم مرتبط شوند. لنین بر علیه این نظریه به ستیز برخاست :

" ... که یک روزنامه کارگری باید صفحاتش را به موضوعاتی که بطور فوری ومستقیما " با جنبش خود بخودی طبقه کارگر ارتباط پیدا می کند ، اختصاص دهد ، و هر چیزی مربوط به تئوری سوسیا - لیسم ، علم ، میانی سیاسی ، مسائل تشکیلاتی حزب وغیره را به نشریه هوشمندان و روشنفکران واگذارد. به عکس ، لازم است که تمام فاکت ها ومشهودات بهم پیوسته جنبش طبقه کارگر را با مسائل مذکور تلفیق کرده ، وتئوری باید روشنی

بخش هرفاكت حداگانه بشود، ترویج مسائل سیاسی و تشکیلات حزب باید در میان توده های وسیع کارگر انجام پذیرد، و این مسائل در کار تبلیغ مد نظر قرار گیرند. (پیش نویس اعلامیه ای از هیئت تحریریه ایسکرا و زاریا، کلیات انتشار، جلد ۴)

بدیهی است که لنین به ادغام همه چیز در هم نپرداخت و با توجه به ضرورت های مبارزه و بخش های مختلف توده ها (هم از نظر ترکیب طبقاتی و هم از نظر شعور سیاسی) تمایزات قابل بود. "اعلامیه" ای که قسمتی از آن فوقا نقل شد در حقیقت به معرفی دوشریه می پردازد، که یکی از آنها بگفته "او" عمدتا "بایستی در خدمت ترویج باشد". و دیگری "عمدتا" در خدمت تبلیغ.

امروز حزب ما نیز انواع مختلفی از مطبوعات، مشتمل بر مجلات و گاه نامه های مختلف منتشر می نماید. رولوشن (انقلاب ارگان کمیته مرکزی حزب ما، بطور عمدتاً ترویجی است علاوه بر اعضاء حزب، مخاطبین اصلی آن عبارتند از کارگران پیشرو، طرفداران حزب و سایر دارندگان افکار انقلابی، و در پرتو آنست که پاسخگوی مسائلی باشد که برای مخاطبین و مبارزان ندهی فعالیت حزب از اهمیت تعیین کننده ای برخوردار است از طرف دیگر روزنامه ورکر (کارگر) مخاطبین بیشتری دارد، دکنار مقدار ترویج مهم، نقش در مجموع افشاگریهای سیاسی است. این مسئله ربطی به جدا کردن موضوعات عامه فهم بر موضوعات پیچیده و مخصوص روشنفکران ندارد. هدف آن پیشبر مبارزه و آگاهی است.

ما ثونیزمی گویید:

"کارها عناصر پیشرو توده ها هستند، و عموماً"

آموزش بیشتری یافته اند، برای آنها، ادبیات و هنری در سطح بالاتر کاملاً لازم است. نادیده گرفتن این احتیاج اشتباه است. (سخنرانی‌ها در محفل ادبی وهری بی‌ان، منتخب آثار جلد ۳) ترویج با مسلح کردن توده‌ها به درک اساس وقایع در جامعه (و فعالیت‌های حزب) و با مسلح کردن آنان به بینشی علمی، نقش مهمی ایفا می‌کند. حزب نمیتواند، نظریه‌ای را - که می‌گوید، انقلاب کار حزب "آگاهی" است، که توده‌های "بی بصیرت" را در جریان مبارزه‌ای بر علیه بیدادگریها رهبری خواهند نمود، بپذیرد. این همان خطی است که "قهرمانان راسازندگان تاریخ" میدانند. از طریق فعالیت حزب، در هر دو زمینه فراگیری و رهبری، و همراه با رشد شرایط عینی، بایستی بخشهای وسیع و وسیعتری از توده‌ها، بطور فزاینده‌ای - به آگاهی طبقاتی دست یابند و به علم انقلاب مسلح شوند. امروزه این مسئله، در ایالات متحده مطمئناً از اهمیت درخور تاکیدی برخوردار است.

دلیل محتای این امر، هم نفوذ بین المللی رویزیونیسم است و هم نیروی جاذبه "تاریخا" پر قدرت پراگماتیسم در ایالات متحده است. "بفکر دلایلیش نباش، اگر کار آیی دارد، بکارش - ببند. این بدانجا منجر میشود، که ترویج مارکسیستی تضعیف گردیده و به کار تئوریک که فراهم آورنده مواد برای ترویج و تبلیغ و سازنده زمینه آنهاست، بهای کمی داده شود. ممکن نیست حزبی انقلابی وجود داشته باشد که در تئوری و در عمل - مرزبندی ریشه‌ای وقاطعی با تمام این گرایش‌ها نداشته باشد. یکی از بازناتبهای این طرز تفکر، که مخصوصاً از طریق ایده آلیسم و اکونومیسم راست منشویکهای منشعب به درون -

صفوف خود ما راه یافته ، همان کم بهادادن اهمیت به امر ترویج در میان توده های وسیع بر علیه نفوذ خط مشی های اپورتونیستی است . این درست است که در این زمان هیچ گروه اپورتونیستی قادر نیست نفوذ گسترده ای در میان توده ها کسب کنند ، ولی در ضمن خنده دار و ابلهانه خواهد بود ، که تصور شود ما در یک خلا - که تنها شامل حزب ، توده ها و بورژوازی است - زندگی می کنیم - حتی ابلهانه ترین است که تصور کنیم در ذهن توده ها " حزب کمونیست انقلابی" اولین و تنها گروهی است که آنها شنیده اند که خود را انقلابی می خوانند .

این احتمال ، مخصوصاً " درباره " کارگرانی که وقوف بیشتری به زندگی سیاسی پیدا می کنند ، وجود دارد ، که از گروه های متعدد و مختلف ، از جمله اپورتونیست ها ، مطلع شده و حتی ممکن است تحت نفوذ آنها قرار گرفته باشند . ولی در صورت شناخت و عکس العمل صحیح ، این مسئله میتواند از یک آموذ بیه یک امر نیک بدل شود . مارکسیسم و درک از مارکسیسم ، در جریان مبارزه علیه ایدئولوژی بورژوازی رشد می یابد ، که ایمن خود مبارزه علیه مارکسیسم ساختگی و انواع دیگر اپورتونیسم نیز می باشد . و نقطه نظر و منافع پرولتاریا در مقابل به منافع سایر طبقات روشن تر می شود . وقتی ترویج گسه به مقابل با خطوط اپورتونیستی و پایه طبقاتی آنها بر می خیزد ، رشد یافته ، مبارزه بین مارکسیسم و اپورتونیسم به مقیاس وسیعی ، آگاهی طبقاتی کارگران پیشرو را ارتقاء می دهد ، و آنها را به حزب نزدیکتری سازد .

امروزه باید ، ترویج و تبلیغ بنحوی فشرده در ارتباط با هم بوده و وفق دید خود را گسترش دهند ، تا حزب بتواند از عهدۀ

مسئولیت‌هایش در مبارزه بخوبی برآید. مسئولیت‌هایی که عظیم
و در حال گسترشند، هم در جهت اتحاد با جنبش کنونی و توسعه آن،
و هم در جهت حراست آینده و حمایت از منافع انقلابی طبقه کارگر.
تبلیغ و ترویج انقلابی سلاح‌هایی ویژه هستند. تبلیغ
و ترویج سلاح درهم شکستن زنجیرهای پادشاهی، بدبینی و نظریات
رویزیونیستی است که لنین آنرا چنین توصیف می‌کند: "آن -
مبارزه ای مطلوب است که در حیطه امکان باشد و مبارزه ای هم
که در حیطه امکان باشد، همان است که در لحظه فعلی جریبان
دارد." (چه باید کرد؟ بخش دوم، بندج)

تبلیغ و ترویج به حزب امکان می‌دهند که رابطه نزدیکی
با وقایع کلیدی امروز جامعه و سطح کنونی مبارزه برقرار سازد
ند، بی آنکه به این سطح زنجیر شود و بی آنکه آنرا محور همه
چیز قرار دهد. ترویج و تبلیغ آن کلیدی است که حزب را قادر
میسازد به بیداری، تهیج و الهام بخشی استثماری و شونندگان
و ستمکشانی بپردازد، که خواستار راه نجاتی از این ورطه
عذاب سرمایه داری می‌باشند. ترویج و تبلیغ از ملزومات
حیاتی تغذیه بذرا آینده در لحظه کنونی هستند.

اقتباس از روزنامه رولوشن (انقلاب)

ارگان کمیته مرکزی حزب کمونیست

انقلابی آمریکا، دسامبر ۱۹۷۸

تراکت خوب - تراکت بد

=====

ویژگی تراکت چیست ؟

۱ - تراکت ، تبلیغی تیزین وموئ ثرترین نوع افشاگری سیاسی " کتبی است ". چراکه به خوبی می تواند این هدف اصلی تبلیغ که فقط " ایده " را به میان توده ها ببرد ، برآورده سازد. تراکت خوب ، تراکتی است که مفهوم تبلیغ را بخوبی بیان کند و به ساده ترین ، موجزترین و کوتاهترین شکلی تبلیغ را به پیش برد.

تراکت عالیترین شکل تبلیغ کتبی است که بایستی به بهترین وجهی ، منظور زیرراکه لنین تاکید می کند برآورده سازد :

" اما مبلغ ... تمام مساعی خود را متوجه آن می سازد که با استفاده از این واقعیتی که بر همه و بر هر کس معلوم است ، به توده ، بیسک ایده ... بدهد ... ولی توضیح کامل این را به مروج واگذار می کند ."

۲- تراکت حالت " تعرضی " ، " برانگیزاننده " ، " تهیجی "

دارد .

لنین می گوید ، تبلیغ بایستی " حس ناخشنودی و تنفر ... را در توده برانگیزد ". لنین درباره شب نامه (تراکت) چنین می گوید :

" حقیقتا " هم این شب نامه ها در اکثر موارد همان اعلان جنگ بود زیرا که این افشاگریها تا " شمر فوق العاده هیجان آوری می بخشید ."

و

" نیز ناگزیر بودند به اهمیت این اوراق چاپی

بمنزله ۶ اعلان جنگ اعتراف کنند. " (لنین)، (البته
لزوماً " همه ۶ تراکتهای تعرضی نیست، برخی تراکتهای
برای توضیح یک مساله نوشته می شوند که آن مقولیه
دیگری است.)

۳- تراکت، بایستی " برجسته ترین " و " اساسی ترین "
مساله یک پدیده یا ایده را تبلیغ کند.
بقول لنین :

" اما مبلغ وقتی در همان موضوع صحبت می کند،
برجسته ترین مثالی را می گیرد که همه شنوندگان
نش بخوبی از آن " مسبوق باشند " .

نحوه ۶ بیان این " برجسته ترین " بخش بسیار مهم است
بایستی این بیان بصورتی باشد که "ملا" برای همه قابل
فهم باشد. که قبلاً "شناخته و شکافته شده است متکی
باشد.

۴- تراکت بایستی " فعالانه " و " بطور سریع " امر -
تبلیغ را پیش ببرد و بایستی " مج یک نفر مجرم را در حال ارتکاب
جرم بگیرد "، (لنین)

۵- تراکت بایستی با تکرار مناسب و با شیوه ها و الفاظ
گوناگون " ایده " اصلی و " برجسته ترین " بخش آنرا مورد
تاکید قرار دهد تا "ملا" مشخص شود که تراکت نویس (مبلغ)
روی چه مساله ای با فشاری می کند و می خواهد آنرا توضیح
دهد .

انحرافات مختلف در برخورد با تراکت نویسی

۱ - بجای توضیح یک ایده ، به حاشیه پردازی و نیز
به برخورد با مسائل متنوع و گوناگون بپردازد و در اصل تبلیغی
کا روپرداختن به یک ایده را زیر پا بگذارد .
۲ - به کلی گویی پرداخته و از برخورد مشخص بـــــــــــــــــه

هک مسئله و بازگویی " برجسته ترین " بخش ایده ، سر با زدن
۳ - درک نکنند که بایستی مج یک مجرم را در موقع ارتکا
جرم بگیرد یعنی بعد از کهنه شدن قضیه بدون آنکه مساله
روز و مساله مناسب تبلیغی باشد بدان بپردازد .

۴- تراکت موضع تدافعی داشته باشد ، تعرض نکند ،
بطوریکه نتواند طرف مقابل و دشمن را در موضع دفاعی و عقب
نشینی قرار دهد . نوشتن تراکت از موضع دفاعی در حقیقت
بیانگر " ضعف " است ، یعنی انگیزان با تعرض ما را به عقب
نشینی واداشته اند .

۵- تراکت فوراً " از کینار " ایده " اصلی و بخش " برجسته "
آن بگذرد و آنرا مورد تاکید و تکرار قرار ندهد .

مسائل مهم دیگر در رابطه با تراکت

۱ - تیترو سر آغاز تراکت بسیار با اهمیت است . این تیترو
بایستی خواننده را به خواندن تراکت دعوت و ترغیب کند
و علاوه بر آن ، خود بیانگر و چکیده " یک ایده باشد . این سر آغاز
می تواند حالت امری مانند (خلقهای جهان متحد شوید
و امپریالیسم و سگان زنجیرش را درهم کوبید) ، می تواند
حالت سئوالی مانند (آیا سرکوب خلق کرد ، مبارزه با امپری-
الیالیسم است ؟) و یا اینکه حالت طنز آمیز و ... داشته باشد .
به خصوص بسیار جالب خواهد بود اگر سر تیترو شعرا و خرمشترکا " بتواند
یک مفهوم کامل را به ذهن متبادر کند .

۲ - شعار تراکت بایستی کاملاً " در ارتباط با متن
تراکت بوده و آنرا کامل کند .

۳ - تراکت بایستی زیبا و جلب کننده ، باشد و قطع آن و
... مناسب انتخاب شود .

۴ - نشر تراکت بایستی زیبا ، روشن و پراکنده

را برای تحقق ایرانی آزاد و دموکراتیک فراهم آورند (اگر چه چریک فبلا" می حواست پایه های ارتجاع را فروریخته و - انقلاب کند، این بار رفقای پیشگام می خواهند دانشجو - چنین کند، با پیوند خویش با توده ها، خورشید (؟) دانش به روی آنها بتا بانند و سپس ارتجاع را درهم کوبد (۱)

این تراکت انحراف شماره ۱ را دارد، یعنی، بهیچوجه به یک ایده نپرداخته، بلکه مسائل مختلفی (که اساساً خود این مسائل نیز با دیدی انحرافی، چریکی و غیر مارکسیستی دیده شده اند.) را در یک تراکت کوچک بیان کرده است.

۲ - "برجسته ترین" مساله و بخش آن "ایده" تبلیغی کجاست؟ می بینیم که بهیچوجه به بخش اساسی و برجسته ایده توجه نشده، بلکه به کلی گویی پرداخته شد و در نتیجه دارای انحراف شماره ۲ نیز هست.

۳ - این تراکت، افشاگرانه نیست، طبعاً نمی تواند تعرضی نیز باشد، در حقیقت چنین مفاهیمی هرگز نمی بایستی تراکت می شد، بلکه بایستی بوسیله یک مروج این مسائل کلی شکافته می شد. اختصاص دادن این مضامین به تراکت به معنای آنست که رفیق نویسنده معنای کار تبلیغی از یک سو و نوشتن تراکت از سوی دیگر را نمی داند، در حقیقت این تراکت هیچ هدف مشخصی را در دادن یک ایده یا افشاگری و تعرضی به دشمنان یا... بدنبال ندارد. بلکه اساساً "با یک دید خود محور بینانه، تحقیر توده ها و بخصوص "چریکی" نگاشته شده است. (یک تراکت می تواند تعرضی نباشد بشرط آنکه به شرح یک ایده خاص بطور توضیحی بپردازد. تراکت فوق حتی توضیحی هم نیست.)

۴ - بی هدفی و "چند ایده ای" بودن این تراکت در فرم آن نیز تاء شیرگذاشته و آنرا عاری از سرتیترونیز شعار

تراکت بالادارای ویژگیهای زیراست :

۱ - تراکت دارای یک " ایده " کاملاً مشخص است
و تمام تراکت فقط و فقط در خدمت این ایده بوده و هیچ
حاشیه پردازی و روده درازی در آن وجود ندارد. این سازمانها
در برخورد با مساله مجلس خبرگان خود را موظف به افشاجری در -
مورد این مجلس کرده و بدین منظور در این تراکت " ایده " وجود
واحدهای سرکوبگر خلق را که هیئت حاکمه بخاطر سرکوب توده ها
آنها را از گزند خلق محفوظ داشته و زخم های آنرا ترمیم کرده -
است را تبلیغ می کند.

۲ - به برجسته ترین " بخش مسئله یعنی اینکه این
واحدهای سرکوبگر در مجلس خبرگان نیز باقی خواهند ماند، و تنها
توده ها هستند که می توانند جلوی آنرا بگیرند، بخوبی اشاره
شده است. (اشاره ظریف و زیبا)

۳ - تراکت حالت تعرضی دارد. دشمن را وادار می کند که
موضع دفاعی بگیرد، عقب نشینی کرده، در مورد مجلس خبرگان
و واحدهای سرکوبگر توضیح بدهد یا آنرا تکذیب کند یا توجیه -
نماید، یا مسکوت گذارد، که بهر حال دشمن را در جلوی توده ها
عریان تر و افشای می نماید. (

۴ - تراکت به مهمترین مساله روز پاسخ می دهد -
مج مجرم را در حین ارتکاب جرم می گیرد و یک مساله بسیار
اساسی یعنی (واحدهای سرکوبگر) را در رابطه با فوریتترین
مساله (مجلس خبرگان) افشای می کند.

۵ - تکرار و تاکید روی " ایده " مورد تبلیغ بخوبی به
چشم می خورد و حفظ انواع و اقسام واحدهای سرکوبگر را در سیستم
جدید، می نمایند.

۶ - سرتیتر و شعار پایانی کاملاً با هم در ارتباط بوده
و انتخاب مناسبی در این رابطه انجام گرفته است.

نشر آن نیز ساده و روان است .
۷ - تراکت از نظر زیبایی نیز مناسب است .

* * *

توضیح : نقل قولهای فوق تماماً " از کتاب " چه
باید کرد ؟ " نقل شده است .

باشد، و پیچیده نویسی یا " ادبی " پردازی نا -
خوشایند است .

* * *

یک نمونه تراکت برآورد

تکیه گاه ارتجاع ناآگاهی توده هاست . با بازگشودن
دردان نگاه بروی توده ها ، با پیوند جنبش دانشجویی با
توده های خلق ، تابش خورشید آگاهی و دانش بروی توده ها ،
پایه های قدرت ارتجاع را فروریخته و شرایط را برای تحقق
ایرانی آزاد و دموکراتیک فراهم سازیم .

" سازمان دانشجویان پیشگام "

(تراکت بمناسبت آغاز سال)

(تحصیلی ۵۸)

ببینیم :

۱- ایده اصلی این تراکت چیست ؟

الف) اینکه بایستی دردان نگاه به روی توده ها باز

شود ؟

ب) جنبش دانشجویی بایستی با توده های خلق پیوند

یابد ؟

ج) بایستی دانشجویان خورشید آگاهی و دانش را بر -

روی توده ها تابانند ؟ (بگذریم که این خود دیدی خود

محور بینانه در ارتباط با توده هاست . دانشجویان خورشید

دانش بروی توده ها می تابانند ؟ چه نقش غیر عامل و غیر -

مارکسیستی برای دانشجویان ا دادن آگاهی به توده ها و رفتن

به میان توده ها از بدچریک های ما تابانند خورشید شده است ؟)

د) اینکه دانشجویان با پیوند با توده ها و دادن -

آگاهی بایستی پایه های قدرت ارتجاع را فروریخته و شرایط

پایانی کرده است. درحقیقت از آنجاکه هیچ ایده مشخصی دنبال نمی شود، هیچ سرتیتیریا شعارمناسبی نیز برای آن نمی توان یافت. نشر آن نیز هیچ ویژگی جلب کننده ای ندارد.

۵- یکی دیگر از خواص یک تراکت خوب تکرار بطور مناسب برای جافتادن ایده در ذهن خواننده است.

تراکت فوق بهیچوجه " برجسته ترین بخش " ایده " مورد تبلیغ را تکرار نکرده در نتیجه دارای انحراف شماره ۵ نیز می باشد.

نمونه یک تراکت خوب

مجلس خبرگان با اینها چه خواهد کرد:

ارتش که تحت رهبری فرماندهان سابق، برپایه اطاعت کورکورانه و با همان وظایف ضدخلقی سابق (سرکوب خلقها) بازسازی می شود. منیت

سازمان آ که برای مقابله با نیروهای مترقی و آزادیخواه و تفتیش عقاید بازسازی می شود.

ژاندارمری که به مسلح کردن خانها و فئودالها (در کردستان و بلوچستان و...) مشغول است.

نیروی ویژه که برای سرکوب مبارزات حق طلبانه کارگران - ایجاد شده است.

مراکز مخفی که به تعقیق، دستگیری، شکنجه و محاکمه مبارزین و آزادیخواهان مشغول هستند.

اجازه ندهیم ارتش، سازمان امنیت، ژاندارمری و... بار دیگر به ابزار سرکوب مردم تبدیل شوند.

رزمندگان آزادی طبقه کارگر / مبارزین آزادی خلق ایران / اتحاد مبارزه در راه آرمان طبقه کارگر / مبارزان راه طبقه کارگر / پیوند / سازمان پیکار...

لیست متون ترجمه شده :

- | | |
|------------------------------|--|
| استالین | ۱- درباره تشکیلات |
| از "آلبانی امروز" | ۲- خصلت سرمایه داری روابط
تولیدی در "اتحاد شوروی" |
| استالین | ۳- دانشگاه زحمتکشان شرق |
| از "آلبانی امروز" | ۴- سیستم خودمختاری (خودمختاری
کارگری) در یوگسلاوی |
| انتقاص از "زری -
پوپولیت" | ۵- لنین علیه سوسیال امپریالیسم |
| | ۶- انحطاط، فساد و از هم گسیختگی،
همجانبه در کشورهای و احزابی که
تحت حاکمیت رویزیونیستها هستند. |