

راه ها و روش های تبلیغ و ترویج کمونیستی*

بخش اول: برای کی حرف می زنیم؟

هدف ما از تبلیغ و ترویج، دوگانه است. هم می خواهیم با يك كار درازمدت، بخش های مختلف مردم را با نظرات و اصول علمی و سیاست های انقلابی آشنا کنیم و در درجه اول، از میان آنان پیشروانی را به مبارزه متشکل انقلابی جذب کنیم. هم می خواهیم به طور عمومی، و در هر مقطع مشخص، فضای سیاسی مورد نظر خود را بیافرینیم. یعنی می خواهیم در مورد مسائل جاری سیاسی و اجتماعی و فرهنگی بر افکار عمومی تاثیر بگذاریم و جهت معینی به آن بدهیم. برای این که تبلیغ و ترویج را درست انجام دهیم باید بخشی یا بخشهایی از مردم که با آنان صحبت می کنیم یا عمدتاً مخاطب ما آنان هستند را بشناسیم. این هم در کار شفاهی مطرح است و هم کتبی. این شناخت در نوع اقدامات تبلیغی و ترویجی ما هم تاثیر می گذارد. از طرف دیگر، شناخت مخاطبان به معنی شناختن مردمی هم هست که به طور مستقیم و فوری مخاطب ما هستند. یعنی در کار تبلیغ و ترویج، ما هم مخاطب عام داریم و هم خاص. برای اینکه ارتباط متقابل میان ما و توده ها به خوبی برقرار شود باید تجارب خاصی که مخاطب مان از سر گذرانده اند، یا می گذرانند، را هم بشناسیم.

زمانی که کار تبلیغ و ترویج را به شکل شفاهی انجام می دهیم، مثلاً نظرات خود را در يك جمع کارگری، دانشجویی، یا در بین زنان، مطرح می کنیم باید در حد امکان از گرایش ها و حال و هوای مخاطبان مان با خبر باشیم. به علاوه در جریان بحث و سوال و جواب ها هم باید سعی کنیم این شناخت را بالا ببریم. یعنی باید آنان را زیر نظر داشته باشیم و از ذهنیت شان سر در بیاوریم!

البته شناخت از مخاطبان را می توان از طریق غیر مستقیم یعنی بررسی کردن تجارب کار تبلیغی و ترویجی رفقای خودمان یا سایر فعالان جنبش و دقیق شدن در مورد تاثیرات و نتایج مثبت و منفی هر تجربه هم به دست آورد. يك راه دیگر شناخت از حال و هوای مردم، توجه به آثار هنری و فرهنگی است، چه آن ها که از دل مردم برخاسته و مورد علاقه آنان است (مثلاً ترانه های زیرزمینی و اعتراضی این روزها یا رمان ها و داستان های کوتاه و فیلم های خوب)، چه آن هایی که عقاید و گرایش های نادرست سیاسی و اجتماعی و خرافی را بازتاب می دهد (مثلاً سریال های مبتذل و مسموم ایرانی و خارجی). اهمیت شناختن مخاطبان این است که تنها از این راه می توانیم شکل صحیح و موثر طرح مسائل مورد نظر خود را برای مردم و متصل با تجربه زندگی خودشان پیدا کنیم. تنها از این راه می توانیم مخاطبان خود را درگیر حرف های مان بکنیم و از ابتدا تا پایان آنان را با بحث خود همراه کنیم. بگذارید يك مثال عجیب و غریب بزنیم. همین دیکتاتور مرتجع دروغگوی خودمان یعنی احمدی نژاد را در نظر بگیرید. به سخنرانی های او در جمع توده های طرفدار و وابسته به رژیم اسلامی دقت کنید. او دقیقاً گرایش ها و افکار و حال و هوا (و البته نیازهای روحی و ایدئولوژیک) این جمع عقب مانده و خرافاتی و سنتی را می شناسد. او دقیقاً می داند که این جماعت در چه روزهایی نیاز به تقویت روحی دارد، و در چه روزهایی مستعد عربده کشی و خالی کردن خشم ارتجاعی است. ممکنست ما به حرف های بی ارزش و مسخره و دروغ احمدی نژاد بخندیم ولی آن حرف ها کاملاً با ذهنیت (و عمل) آن مخاطب جفت و جور می شود.

از اینجا می رسیم به يك نکته مهم دیگر: نمی توان انتظار داشت که فعالیت تبلیغی و ترویجی ما به روی همه افراد جامعه تاثیری فراگیر و یکسان داشته باشد. این درست است که در هر مقطع، سنوالات مهمی در برابر کل جامعه قرار می گیرد، ولی انعکاس این سوالات در ذهن بخش های مختلف مردم یکسان نیست. اولاً به این خاطر که آنان به گروه ها، طبقات و قشرهای اجتماعی متفاوتی تعلق دارند. ثانیاً به خاطر اینکه افراد هر جامعه (حتی اگر متعلق به يك قشر یا طبقه باشند) تجارب اجتماعی و سیاسی گوناگونی دارند.

اگر از اهمیت شناختن مخاطبان می گوئیم، پیش از هر چیز برای آن است که می خواهیم يك مضمون معین را با آنان در میان بگذاریم، به آنان منتقل کنیم، یا در موردش بحث و مجادله و مبارزه متقابلی را دامن بزنیم. اما شناخت از مخاطبان در اینکه چه سبکی برای تبلیغ و

ترویج انتخاب کنیم، کاملاً موثر است. سبک هر چند نسبت به مضمون، درجه دوم است اما نباید آن را دست کم گرفت. توجه به سبک، یعنی توجه به شکل‌هایی که در بین مخاطبان ما رواج دارد و محبوب است. مردم برخی چیزها که مربوط به سبک می‌شود را دوست دارند یا می‌طلبند. آنان دوست دارند که بحث‌ها، منظم ارائه شود بدون اینکه زیاده از حد منظم باشد. مردمی که پای صحبت یک طرفدار کمونیسم و یک مبارز انقلابی می‌نشینند، توقع دارند که او منسجم حرف بزند. البته نه آنقدر منسجم و منظم که هیچ جایی برای حرف‌های جدید یا متفاوت، یا ابراز مخالفت، باقی نگذارد. مردم احساس خفقان را دوست ندارند. دوست ندارند تصویر یک پدرسالار یا یک «برادر بزرگ» که همه چیز را کنترل می‌کند و با مخاطبانش به تبادل نظر واقعی نمی‌پردازد، در ذهنشان زنده شود. مردم از ماشینی که اتوماتیک به همه چیز پاسخ می‌دهد خوششان نمی‌آید. در عین حال که خواهان یک بحث سازمان یافته و منسجم هستند.

مردم به سبک تبلیغ و ترویج توجه می‌کنند. آنان دوست دارند که بحث‌ها، ظرافت داشته باشد. البته استفاده از لحن و کلمات عجیب و غریب و اداهای مصنوعی و بی محتوا هم خوششان نمی‌آید. اگر سبک با مضمون در تضاد قرار بگیرد هم چندان راضی نمی‌شوند. سبک مناسب نه فقط کمک می‌کند که مردم چیزها را بهتر بفهمند بلکه یک جنبه زیبایی شناسانه و فرهنگی هم دارد. هنگام صحبت در یک جلسه سیاسی یا حتی در یک مراسم عمومی مثل هشت مارس (روز جهانی زن) یا اول ماه مه (روز جهانی کارگر)، باید به این جنبه فرهنگی و زیبایی شناسانه توجه کنیم. درست است که درجه دوم است، اما بی اهمیت نیست. در تبلیغ و ترویج کتبی هم باید به یک سبک مناسب و گیرا برسیم، البته در اینجا هم سبک جای مضمون را نمی‌گیرد. ولی سبک باید با مضمون خوانایی داشته باشد و به آن خدمت کند.

اساسی ترین کار اینست که ما بدون اینکه از مردم دنباله روی کنیم، چگونگی نگاه کردن آنان به مسائل اساسی را در نظر بگیریم و بحث خود را بر این پایه ارائه دهیم. برای ارتباط برقرار کردن با مردم باید از سبک‌ها و شکل‌هایی استفاده کنیم که برای آنان بیگانه و غیر قابل فهم نباشد بلکه توجه شان را به خوبی جلب کند و ذهن شان را تحریک کند. البته همین جا این را اضافه کنیم که برخی اوقات، استفاده از شکل‌ها و سبک‌های جدید و غیر سنتی می‌تواند به تحریک افکار و برانگیختن بحث عمومی، کمک کند. حتی برخی اوقات، پرهیز از شکل‌های همیشگی ارائه بحث (مقدمه چینی - بدنه اصلی بحث - نتیجه گیری)، می‌تواند زمینه بهتری برای مباحثه و گفت و گوی حاضران در جلسه فراهم کند. نکته اینست که در تبلیغ و ترویج باید از جاهای مختلف آغاز کنیم و از زوایای مختلف وارد مسائل شویم، اما در هر صورت باید بتوانیم مخاطب را به یک نقطه اساسی، به محورهای اساسی بحث، بکشانیم.

در هر صورت، این یک راهکار موثر و امتحان شده است که: با مخاطبان مختلف باید به زبان‌های مختلف حرف زد. باید از زبان و سبکی استفاده کرد که برای مخاطبان قابل فهم باشد. چیزی را که به هنگام صحبت برای این یا آن مخاطب نباید تغییر بدهیم، مضمون و محتوای بحث است.

وقتی می‌گوییم که باید از سنوالات موجود در ذهن توده‌ها باخبر باشیم معنایش این نیست که تک تک آن سنوالات را باید بدانیم. منظور سوال‌ها و گره‌های اصلی ذهنی در هر مقطع، و در هر جمعی است که مخاطب ماست. البته این طور نیست که خود ما بدون دورنما، چارچوب یا دستور کاری که از قبل تعیین کرده ایم وارد جلسه شویم و تازه آنجا ارزیابی کنیم که گره‌های ذهنی مردم چیست. قبل از هر جلسه مشخص، نباید به دنبال این باشیم که شجره نامه حاضران در جلسه دستمان باشد یا بدانیم که کدام برنامه‌ها و سریال‌های تلویزیونی را تماشا می‌کنند یا چه ورزشی را دوست دارند. اما باید آنچه که به موضوعات و سنوالات اساسی مورد نظر خودمان مربوط می‌شود را تا حد امکان خوب و مستند بدانیم. یعنی نحوه طرح سنوالات گوناگون در ذهن بخش‌های مختلف توده‌ها را باید در ارتباط با اهداف خودمان بفهمیم. هم در ارتباط با اهداف کوتاه مدت و مهمتر از آن، در ارتباط با منافع اساسی و اهداف استراتژیک انقلاب کمونیستی.

بخش دوم: چه اندازه از موضوعی که در موردش صحبت می‌کنیم مطلعیم؟

ما باید به موضوع مورد بحث «مسلط» باشیم. یعنی به اندازه کافی در موردش بدانیم تا بتوانیم آن را برای مخاطب یا مخاطبان گوناگون «باز کنیم». البته هر وقت مساله تسلط بر موضوع مورد بحث جلو می‌آید بعضی از ما از آن برداشتی مطلق می‌کنیم. در نتیجه، دست و

دلمان می لرزد و فلج می شویم. یعنی احساس کنیم که به حد کافی در مورد این یا آن موضوع نمیدانیم پس زبان مان باز نمی شود و در جلسات ساکت و صامت می نشینیم و هیچ نمی گوئیم. حداکثر کاری که می کنیم سر تکان دادن به نشانه تایید یا تکذیب حرف بقیه است. واقعیت اینست که دامنه شناخت، بی پایان است. بنابراین ما هیچوقت «به حد کافی» نمیدانیم! اما این می تواند به يك منطق غلط تبدیل شود که «ما شناخت مان کافی نیست پس بهتر است هیچوقت حرف نزنیم.» نتیجه این منطق چیست؟ اینطور هیچوقت مسئله را بهتر نخواهیم فهمید، زیرا هیچوقت نظرمان را ابراز نمی کنیم و بنابراین از پروسه دیالکتیکی آموختن و به اجراء گذاشتن دور می افتیم. باید آموخت، اما باید به کار هم بست. باید روشن کنیم که در هر مقطع معین با توجه به نیاز اوضاع، چگونه می توانیم موضوعات را به خوبی ارائه دهیم و چگونه می توانیم با آموزش بیشتر در همین پروسه این کار را بهتر انجام دهیم.

«مسلط» شدن يك بار برای همیشه صورت نمی گیرد. اینطور نیست که ما همه دانش و شناخت را در «فایل» مغز خود ذخیره کرده باشیم و منتظر موقع مناسب شویم که ارائه اش دهیم. ما مرتب باید شناخت خود را از هر موضوع عمیقتر کنیم و راه «خرد کردن» آن را برای مخاطبان گوناگون بیابیم. یکی از توانایی هایی که باید به دست آوریم «همزمان صحبت کردن با مخاطبان مختلف» است. یعنی بتوانیم بحث ها را طوری ارائه دهیم که برای سطوح مختلف قابل درک باشد. این شامل افراد حاضر در يك جلسه یا خوانندگان يك مقاله می شود. آنان که شناخت بیشتری دارند باید از بحث شما نکاتی بیشتر از حد شناخت خود بگیرند و آنان که شناختشان کم است باید نکات اصلی را بگیرند یا سر درگم نشوند (یا حوصله شان سر نرود!) اما باید برایتان روشن باشد که مخاطب عمده کیست. باید مسائل را بر حسب سطح و نیاز این مخاطب عمده مطرح کنید.

مانو در یکی از سخنرانی هایش مثالی می زند. او می گوید اگر قرار است سطل آبی را با نردبان به طبقه بالا حمل کنید اولین کاری که باید بکنید اینست که خم شوید و دسته سطل را بگیرید و تا از روی زمین بلندش کنید. او این مثال را در مورد نحوه کار با توده های مردم و ترویج آگاهی در بین آنان مطرح می کند. اگر شما با جمع وسیعی صحبت می کنید که عمدتاً شامل توده های تحتانی و شماری روشنفکر است، باید مسائل را طوری طرح کنید که برای کسانی که سوادشان بیشتر است و شاید با مباحث و اصطلاحات آشنایی بیشتری دارند قابل استفاده باشد. اما همزمان شما باید طوری بحث کنید که توده های تحتانی حتماً **جوهر** مسئله را درک کنند. این برای شما اولویت دارد. یعنی توجه شما عمدتاً باید به مخاطبان عمده باشد. باید طوری بحث کنید که توده های تحتانی نکات اصلی را بگیرند. وقتی که در جمع مخاطب شما هم توده ها نشسته اند و هم روشنفکران، باید انتخاب کنید که مخاطب عمده شما کیست و در بیشتر موارد شما باید روی سخنانتان با توده های تحتانی باشد. در عین حال شما باید مطالب را در بحث خود چنان مطرح کنید که افراد باسوادتر یا روشنفکر هم بتوانند چیزی کسب کنند؛ و اگر اینکار را خوب انجام دهید آن وقت يك چالش ذهنی خوب هم برای توده های حاضر در جلسه به وجود می آید و ذهنشان را فعال می کند.

بخش سوم: تحريك ذهن و روشنائی انداختن بر حقایق

وقتی که صحبت از جلب توجه مخاطبان و تحريك ذهن آنان است باید به يك نکته مهم توجه کرد. باید این را تشخیص دهیم که سخنگویان (و نویسندگان) مختلف حزب ما، نحوه بیان و سبك مشخصه و خاص خود را دارند. این امر خوبی است که به قوت ما می افزاید و نباید فکر کرد که باعث ضعف است. در حالی که تك تك ما در پروسه واحد زندگی حزب سهیم هستیم، و همه ما خط واحدی را جلو می گذاریم و توده ها را در كل با خط حزب رهبری می کنیم، اما تك تك رفقا چه در سطح رهبری و چه در سطوح دیگر نقاط قوت و ضعف خاص خود را دارند. این خیلی مهم است که مبلغان و مروجان و نویسندگان حزب زاویه های برخورد و سبك های مختلف دارند. این چیز خیلی خوبی است. رفتار و سبك متفاوت به قدرت کلکتیو حزب می افزاید. تفاوت ها، نقاط قوت و ضعف افراد، ریشه در تجارب زندگی شخصی و تجارب سیاسی و اجتماعی عمومی تر آنان دارد. در چارچوب اصول تبلیغ و ترویج کمونیستی، افراد ما باید کیفیات خود را تقویت کنند تا از آن در خدمت به منافع پایه ای استراتژیک انقلاب استفاده کنیم. يك دیدگاه غلط وجود دارد که فقط يك مدل را برای فعالیت شفاهی یا کتبی مناسب می داند. باید در مقابل این نظریه مقاومت کرد و کنارش گذاشت.

ما باید بتوانیم تصویر را آنچنان نقاشی کنیم (یعنی تضادها و جوانب متضاد پدیده ها و وقایع را آنچنان آنالیز و سنتز کنیم) که حقیقت و حقیقی بودن به شکل قانع کننده ای نمایان شود. به عبارت دیگر، جذاب ترین خصلت تبلیغ و ترویج ما آن است که متکی بر واقعیت است و حقیقی است و حقیقت را به روشنایی روز می آورد. البته این سبک و لحن و ابزار تبلیغ و ترویج ما نیست که آن را جذاب می کند. هر چند این ها به جای خود مهم است. جوهر مساله در اینجا، حقیقت است. مساله فقط این نیست که حرف های ما "همه نکات" را در بر بگیرد، بلکه به «درون» این حقایق برویم و واقعیات را «بشکافیم». باید مخاطبان را در این جاده گام به گام هدایت کنیم و آنان را به يك سنتز صحیح برسانیم. بحث ما باید اقناع کننده باشد. یعنی چه؟ یعنی نه فقط از نظر عینی بلکه ذهنی، یعنی در تفکر و آگاهی مخاطبان، باید این آگاهی شکل بگیرد که نتیجه گیری های ما ناگزیر است. البته در مورد مسائل پیچیده، نو و ناشناخته ای که بسیاری از جوانب آن را تازه باید تحلیل و کشف کرد، صحبت های ما اساسا باید نگرش و روش صحیح ماتریالیستی و دیالکتیکی برای رسیدن به شناخت بالاتر و سنتز صحیح آن مسائل را ترویج کند. یعنی نباید از ناشناخته ها، نتیجه گیری های سردستی انجام دهیم و بدتر از آن، به دنبال آن باشیم که مخاطب ما این نتیجه گیری ها را ناگزیر بداند و به آن قانع شود!

مانو در مقاله «علیه سبک نگارش کلیشه ای در حزب» می گوید که کمونیست ها مدافع حقیقت هستند و حقیقت طالب علم است. یعنی ما باید حقیقت را از دل واقعیات جستجو کنیم. نه به يك مفهوم تنگ نظرانه و پراگماتیستی، بلکه با به کار بست همه جانبه موضع و دیدگاه و متدولوژی اساسی خودمان. هدف ما دستیابی به جوهر واقعیات در جریان حرکت و تکامل است. مانو در سخنرانی هایش در ینان می گوید: «در بحث از هر مسئله ای باید از واقعیات حرکت کنیم و نه از تعاریف.» این دیدگاه هم در عرصه مضمون مطرح است و هم سبک یا شکل. مانو در نقد کتاب آموزشی اقتصاد سیاسی شوروی دقیقا همین را می گوید. می گوید نویسندگان آن کتاب از دسته بندی ها شروع کرده اند و نه از واقعیات. و جدا از اینکه بحثشان درست است یا غلط، باعث شده که کتاب حوصله سر بر شود. از این نکته مانو می توان برای کار تبلیغ و ترویج و همینطور فعالیت فرهنگی، درس ها گرفت.

بگذارید این بخش بحث را با مثالی از دوران انترناسیونال سوم که تشکیلات بین المللی احزاب کمونیست تحت رهبری اتحاد شوروی در دوران لنین و استالین بود خاتمه بدهیم. گنورگی دیمیتریف از رهبران حزب کمونیست بلغارستان و نماینده کمیترین که البته يك خط نادرست و رفرمیستی در مورد "جبهه واحد ضد فاشیستی" داشت، خاطره ای را از يك جلسه عظیم توده ای در آلمان نقل می کند: در سالهای اولیه دهه ۱۹۳۰ در یکی از ورزشگاه های آلمان گردهم آیی بزرگی تشکیل شده بود. هنوز نازی ها قدرت را بدست نگرفته بودند. نیروهای مختلف بر سر کسب رهبری توده ها با هم رقابت داشتند. سخنگوی فاشیست ها بالا رفت و يك بحث عوام پسندانه ارائه داد. یعنی به تضادهایی که واقعا در ذهن توده ها وجود داشت پرداخت اما نتیجه ای که جلو گذاشت خلاف منافع توده ها بود. بعد از او سخنگوی کمونیست ها بالا رفت. همه واقعا برای شنیدن حرف های او بی تابی می کردند و تشنه آشنا شدن با راه حل کمونیست ها برای آن تضادها بودند. نطقی که او ارائه داد تقریبا چنین بود: «رفقا، خوشحالم از اینکه خبر برگزاری سومین پلنوم ششمین کنگره انترناسیونال کمونیستی را به اطلاعاتان می رسانم...» خلاصه حول این نکته حرفی کرد و حسابی حال مردم را گرفت. یعنی او يك فرصت مهم برای گرفتن رهبری از دست فاشیستها و رهنمون کردن توده ها به يك مسیر کاملا متفاوت (یا حداقل تاثیرگذاری قابل توجه بر آنان) را با ارائه این «فرمول های کتابی» و بی ارتباط با تضادهای مهم از دست داد. البته دیمیتریف به خاطر اشکال دیدگاهی خود، روی این نکته انگشت نگذاشت که فاشیست ها داشتند روی تعصبات و توهمات و ناآگاهی و خودروی مردم بازی می کردند. یعنی چون خود دیمیتریف خط دنباله روی از توده ها را داشت این را نمی دید که به هنگام تبلیغ و ترویج، برای جذب توده ها به نگرش و خط و سیاست انقلابی کمونیستی، باید با عقب ماندگی ها و جوانب منفی که بر ذهن بسیاری از توده ها سایه می افکند مستقیما مبارزه کرد. یعنی مسئله صرفا منعکس کردن اندیشه ها و احساسات توده ها نیست بلکه ترسیم يك سنتز بالاتر و بازگرداندن آن به توده هاست. اما در هر صورت، انتقادی که دیمیتریف به رفتار کلیشه ای با تبلیغ و ترویج می کند صحیح و آموزنده است.

ادامه دارد.....

جمعی از فعالین کارگری (جافک)

j-f.blogfa.com

f-kargari.blogfa.com

www.jafk.tk

kargaranfa@gmail.com

*این مطلب با اتکاء به یک سلسله مقاله از حزب کمونیست انقلابی آمریکا تهیه شده است. رهبری این حزب از دیر باز توجه زیادی به امر تبلیغ و ترویج کمونیسم انقلابی در سطوح مختلف جامعه داشته است. برای نمونه می توانیم به جزوه «درباره تبلیغ و ترویج» از انتشارات همین حزب اشاره کنیم که در سال ۱۳۵۸ توسط سازمان پیکار به فارسی ترجمه شد. نوشته ای که ما مبنای مقاله خود قرار داده ایم حدود ۷ سال پیش انتشار یافت. در آن نوشته از بعضی مثال ها استفاده شده بود که برای مخاطب آمریکایی ملموس، ولی برای مخاطبان ما کاملاً ناآشنا بود. ما آن ها را تغییر داده ایم و به اصطلاح «ایرانیزه» کرده ایم.

راه ها و روش های تبلیغ و ترویج کمونیستی (بخش دوم)

نکاتی که باید در تبلیغ و ترویج در نظر بگیریم

رنگ و لعاب بحث را می توان تغییر داد ولی محتوای بحث نباید رنگ عوض کند

چه خوب می شد اگر به هنگام تبلیغ و ترویج مستقیم و رو در رو و گسترده با مردم می توانستیم آشکارا همه دیدگاه ها و مواضع سیاسی و عقیدتی و پرچم تشکیلات خود را جلو بگذاریم. مناسبانه شرایط استبدادی حاکم و اصول پنهانکاری که برای تضمین ادامه کاری فعالیت کمونیستی باید از آن پیروی کرد، معمولا این اجازه را به ما نمی دهد. البته بسیاری از ما در مقاطع معین و با افراد یا در جمع های معین، تجربه این را داشته ایم که به نام کمونیسم و تشکل کمونیستی نظرات و برنامه خود را ارائه دهیم. در این حالت، دستاوردهای خوبی هم به دست آورده ایم و چه بسا چند مبارز پیشرو نیز با همین شیوه، خیلی سریع و سراسر جذب ایده ها و آرمان های ما شده اند. البته تبلیغ علم انقلاب در اعلام اینکه ما کمونیستیم خلاصه نمی شود. برخی اوقات اعلام آشکار این مساله می تواند کل فعالیت ما و امکاناتی که برای حرکت انقلابی مستمر در محیط های کار یا سکونت توده ها ایجاد شده را زیر ضربه ببرد. باید خاص بودن شرایط متفاوت را درک کرد. بعضی وقت ها لازم است که رنگ و لعاب بحث را عوض کنیم. البته این نکته فقط منحصر به موقعیت امنیتی ما تحت استبداد خشن حاکم نیست؛ برخی اوقات که درگیر یک فعالیت جبهه متحدی و همکاری مبارزاتی با تشکل ها و عناصر گوناگون هستیم نیز باید بدانیم که وقتی از زبان این اتحاد سخن می گوئیم، چارچوب و لحن معینی را باید رعایت کنیم که الزاما همه مواضع ما را در بر نمی گیرد، هر چند که با اصول و جهت گیری های اساسی ما هم نباید در تضاد قرار بگیرد.

این یک تضاد غیر قابل اجتناب است که حتی وقتی کارها را خوب انجام می دهیم باز هم بروز می کند. برخی رفقا در موقعیتی قرار دارند که از جانب یک جنبش توده ای صحبت می کنند اما برای گروهی از افراد روشن است که گرایش سیاسی و تشکیلاتی آنان چیست. چگونه می توانیم این تضاد را به شکلی صحیح حل کنیم که هم به تقویت تلاش های ما در ارتباط با اتحادها و همکاری های انقلابی بینجامد و هم خط و موقعیت تشکل کمونیستی ما را تقویت کند؟ این کار ساده ای نیست. توانایی صحبت کردن در سطوح مختلف، یعنی سطح اتحاد و همکاری و سطح خط مستقل کمونیستی، ساده نیست. باید بتوانیم در سطوح مختلف صحبت کنیم اما مثل این نباشد که داریم از دو طرف دهانمان حرف می زنیم. اینطوری حرف زدن یعنی مبهم و بریده بریده سخن گفتن. اینطوری هیچکس نمی فهمد که واقعا چه می گوئیم و چه می خواهیم. این کار نه به درد اتحاد و همکاری انقلابی می خورد و نه دورنما و اهداف تشکل کمونیستی را تقویت می کند. معمولا مبهم حرف زدن، سرآغاز و نشانه فرصت طلبی سیاسی است. یعنی حفظ اتحاد خود با نیروهای دیگر و یا حفظ بندهای خود با توده های مخاطب، بدون در نظر گرفتن محتوای بحث و اهداف و جهت گیری های نهایی، به خودی خود تبدیل می شود به هدف ما. در سطوح مختلف صحبت کردن کار سختی است اما ممکن است. باید در این کار تبحر پیدا کنیم. نباید بگذاریم که تضاد میان دو سطح کمونیستی و اتحاد دموکراتیک انقلابی، آنتاگونیستی شود.

مسلما حل این تضاد تا حد زیادی به فعالیت عمومی سیاسی ما در گسترش مبارزه و تشکل توده ای برمی گردد. با این کار است که «میدان» بیشتری برای ارائه خط و نقش مستقل حزب کمونیستی فراهم می شود. و نمی گذارد که تمایز میان حزب و تشکل های و جنبش های جبهه متحدی مخدوش شود. در مجموعه فعالیت های سیاسی، مسئله اینست که تضاد میان جنبه «جبهه متحد» با جنبه «تحت رهبری پرولتاریا» را چگونه حل می کنیم. این کار همیشه سخت است. هر چقدر هم جنبش های توده ای و تشکل های توده ای وسیع تر درست کنیم تا برای تبلیغ و ترویج خط و نقش مستقل کمونیستی «فضا» ایجاد شود، و در چنین فضایی مرز تمایز میان حزب و آن تشکل ها و جنبش توده ای مخدوش هم نشود، باز هم این خطر وجود دارد که این دو عرصه فعالیت ما در تضاد آنتاگونیستی با هم قرار بگیرند. برای تبحر یافتن در این کار باید مرتبا و بطور منظم خط و سیاست حزب کمونیستی را به کار بندیم و دیالکتیک میان پراتیک - تئوری - پراتیک را برقرار کنیم. باید به کلکتیو و ساختار حزبی اتکار کنیم، و نقش ها و ابتکار عمل های فردی خود را بر این پایه و در این چارچوب به صحنه بیاوریم.

مخاطب ما یکی دو نفر نیستند، ما با میلیون ها نفر طرفیم

نکته بعدی بحث اینست که ما نباید فقط برای «جماعت خود موعظه کنیم» بلکه باید برای توده های میلیونی حرف بزنیم. اما روشن باشد که «موعظه برای جماعت خود» کار مهمی است. ما تو در سخنرانی های ینان می گوید که کادرها نیازهای سیاسی و ایدئولوژیک و فرهنگی خاص خود را دارند که از نیازهای توده ها متفاوت است. زیرا کادرها از سطح شناخت و تکامل سیاسی و ایدئولوژیک بالاتری برخوردارند. ما تو در آن بحث، نکته فوق العاده مهمی را خاطر نشان می کند. او می گوید پاسخگویی به نیازهای کادرها نهایتاً به معنای پاسخگویی به نیازهای توده هاست. زیرا نقش کادرها اینست که خط را جلو بگذارند، توده ها را بسیج کنند، و سیاست را به تبلیغ و ترویجی مفهوم و ملموس برای توده ها تبدیل کنند تا خط حزب بتواند به سیاست توده ها تبدیل شود. بنابراین «موعظه برای جماعت خود» مهم است تا نیازهای کسانی که به آرمان کمونیستی پایبند هستند پاسخ بگیرد. تا سطح آنان بالاتر برود و قابلیت بیشتری برای انجام فعالیت انقلابی و پیشبرد پروسه پراتیک - تئوری - پراتیک بدست آورند. اما این کافی نیست و به طور کلی، عمده کار ما هم این نیست.

به علاوه، مخاطب ما نباید فقط پایه اجتماعی خودمان باشد. مثلاً این درک رایج در بین بخش هایی از فعالین جنبش کارگری کاملاً اشتباه است که انگار روی سخن کمونیست ها فقط و فقط باید با کارگران باشد. این درک هم اشتباه است که انگار کمونیست ها وظیفه دارند احساسات خود به خودی کارگران را منعکس کنند. بگذارید مساله را به شکلی تحریک آمیز و چالش برانگیز مطرح کنیم: کمونیست ها باید روی بخش های گسترده ای از جامعه تاثیر بگذارند، منجمله روی کسانی که به لحاظ استراتژیک جلب «بیطرفی دوستانه» آن ها مهم است. هر چند که این بخش از مردم در حال حاضر ممکنست خود را به سیاست ها و قطب های بورژوازی و لیبرالی و یا اپوزیسیون مرتجع مذهبی (سبز) نزدیک ببینند و از آن ها دنباله روی کنند.

مثالی بزنیم: فقر و بیعدالتی و تحقیر طبقاتی و ملی و مذهبی یک واقعیت آشکار در جامعه ماست که میلیون ها نفر از آن در رنجند. در توضیح علل این واقعیت، نیروهای مرتجع حاکم و یا اپوزیسیون بورژوازی انواع و اقسام تئوری ها و تفسیرهای غیر علمی و گمراه کننده را جلو می گذارند. الان بیش از ۲۰ سال است که هیئت حاکمه اسلامی علت همه بدبختی ها را «شرایط ویژه» ای معرفی می کند که نتیجه تحریم و فشار و توطئه دشمن خارجی است. یا بسیاری از اصلاح طلبان مغضوب در جمهوری اسلامی، همه بلاهایی که بر سر مردم می آید را به بی عرضگی یا نابلدی و بیسوادی جناح حاکم ربط می دهد. بخش بزرگی از اپوزیسیون رژیم، صرفاً روی دزدی ها و «اقدامات مافیایی و فراقانونی» گروه کوچکی از ملایان و سرداران سپاه انگشت می گذارد. در این نوع تحلیل، تنها چیزی که تغییر می کند نام شخصیت های دزد و مافیایی در راس جمهوری اسلامی است: یک روز ام الفساد می شود رفسنجانی و روز دیگر خامنه ای و مجتبی. قدرت های امپریالیستی و رسانه هایشان هم وقتی که می خواهند وضعیت ایران را تشریح کنند، مشکلات مردم را در ناهمخوانی سیاست گذاری های دولت ایران با معیارها و جهت گیری های مطلوب «جامعه جهانی» می دانند. واقعیت اینست که در همه این توضیح ها و تشریح ها و تفسیرها، گوشه هایی از واقعیت هر چند پراکنده و گاه تحریف شده به چشم می خورد. اما واقعیت بزرگتر و اساسی اینست که در پشت همه این اطلاعات راست و دروغ، افشاگری ها و داستان پردازی ها، رشته های ارتباط و پیوند درونی مشکلات و مصائب جامعه ایران با ماهیت و کارکرد بنیادین نظام سرمایه داری پنهان می ماند. آنچه نباید دست کم گرفته شود، تاثیر همین «پنهانکاری» بر ذهنیت عامه است. کم نیستند که کسانی که زیر بمباران تبلیغی و ترویجی دائمی نمایندگان و مدافعان رنگارنگ نظام طبقاتی، به تحلیل های سطحی از اوضاع و ریشه بدبختی و فلاکت حاکم عادت می کنند و در نتیجه ذهنشان آماده پذیرش تغییرهای سطحی و راه های ناقص و بی سرانجام برای حل مشکلات توده های مردم می شود.

در مقابل همه اینها، تبلیغ و ترویج کمونیستی ما باید به حد امکان عمیق و همه جانبه و به حد کافی گسترده و پر مخاطب باشد. کار به این سادگی ها نیست که به مردم بگوییم «نه، حرف های این ها غلط است، و حرف ما درست است.» بلکه ما باید بتوانیم به درستی همه واقعیات آشکار و پنهان جامعه، همه تضادها و جوانب و زوایای نظام را به طور علمی تشریح کنیم و «در قالب دیگری بزنیم». یعنی نشان بدهیم که این نتیجه عملی و منطقی کارکرد نظام سرمایه داری حاکم بر ایران در چارچوب یک دنیای سرمایه داری در مرحله امپریالیستی اش است. و بر این پایه، نگاه مردم را به سمت تنها راه حل واقعی که منطبق بر منافع توده های وسیع مردم یعنی انجام یک انقلاب آگاهانه کمونیستی با هدف برقراری سوسیالیسم و نهایتاً کمونیسم در سطح جهانی برگردانیم. برای این کار ما باید علیه

جریان خودروپی و دنباله روی، علیه تعصبات و کج اندیشی ها و توهماتی که در خدمت منافع طبقات استثمارگر و ادامه حیات نظام طبقاتی قرار دارد پیگیرانه مبارزه کنیم.

يك مثال ديگر: تفكر صدقه دادن و صدقه گرفتن را در نظر بگيريد. اين تفكری است که به ویژه در سال های اخیر از سوی رژیم اسلامی زیاد تبلیغ شده است. حتی می توان گفت که بعضی از تدابیر مالی و برنامه های اقتصادی دولت را در چنین قالب و رنگ و لعابی عرضه می کنند. احکام شرعی و عرف اسلامی از یک سو «انباشت ثروت از راه های حلال» را مجاز و مطلوب می شمرد و از سوی دیگر، «انواع و اقسام نذر و صدقه دادن» را به عنوان راه تعدیل فقر و ثروت در جامعه معرفی می کند. این تفکر عوامفریبانه و خودفریبانه است که ماهیت و کارکرد واقعی نظام حاکم را می پوشاند. بر بهره کشی انسان از انسان و تولید ارزش اضافه از طریق به کارگیری سرمایه دارانه نیروی کار انسانی به عنوان مرکز و محور نظام طبقاتی پرده می اندازد. با رواج یافتن همین تفکر صدقه ای است که در دید بسیاری از مردم طرح ویرانگرانه ای مثل «هدفمند کردن پارانه ها» توجیه می شود تا بی توجه به اهداف و نتایج فلاکت بار آن، چشم و دهان خود را به سمت دست دولت بگردانند و منتظر صدقه ماهانه «چند ده هزار تومانی» و وعده های سرخرمن «چند میلیون تومانی» بنشینند. با رواج یافتن همین تفکر است که خیلی ها از سر نیکوکاری، راه نجات تهیدستان و محرومان را در انداختن چند اسکناس در صندوق صدقه می بینند، وجدان خود را راحت می کنند و اندیشه تلاش برای ایجاد یک دگرگونی انقلابی که پدیده هایی مثل فقر و فلاکت و تبعیض را ریشه کن کند اصلا به ذهنشان راه نمی یابد. در مقابل، ما باید در تبلیغ و ترویج خود نشان دهیم که ثروت های موجود واقعا از کجا می آیند؟ چه کسی آن ها را می آفریند؟ چه کسانی به بهای فقر و فلاکت دیگران زندگی می کنند؟ ثروت جامعه و ثروتی که در سطح بین المللی در گردش است چگونه تولید شده است؟ ما باید نشان دهیم که تا نظام جهانی سرمایه داری هست همه این مصائب و مشکلات هم خواهد بود. و تفکر نذر و صدقه مثل چشم بندی است که نمی گذارد مردم این واقعیات را ببینند و در نتیجه نخواهند توانست راه حل را پیدا کنند. تفکر نذر و صدقه، روحیه نیاز به آقا بالا سر داشتن (دولت صدقه ده)، و آقا بالا سر بودن (ترحم و لطف نسبت به استثمار شدگان و ستمدیدگان) را مرتباً تولید و بازتولید می کند.

مطرح کردن آلترناتیو انقلابی بخشی جدایی ناپذیر از تبلیغ و ترویج است

در جامعه ما منجمله در میان کارگران و قشرهای تحتانی کم نیستند کسانی که فکر می کنند کشورهای پیشرفته سرمایه داری امپریالیستی بهشت برین هستند. رسانه های غربی در این زمینه خیلی آگاهانه عمل می کنند. آن ها در عرصه های مختلف مرتباً به مقایسه جوانب مختلف زندگی و کار و فرهنگ در جمهوری اسلامی با کشورهای غربی می پردازند و با استفاده از چهره تاریک و قرون وسطایی و فقر زده ایران ایده ال بودن وضعیت خود را اثبات می کنند. در مقابل، رسانه های دولتی ایران هم اطلاعات راست و دروغ در مورد تضادها و معضلات در غرب امپریالیستی را به هم می بافند تا چنین وانمود کنند که مردم ایران خیلی خوشبخت تر و شادتر از مردم غرب زندگی می کنند! هر دو طرف این تبلیغات، بر یک واقعیت اساسی پرده می افکنند: این که جامعه استبدادی و فقر زده ای مثل ایران و جوامع مرفهی مثل دموکراسی های غربی هر دو جزئی از یک نظام جهانی واحدند. موقعیت هر یک از آنها در ارتباط مستقیم با موقعیت و کارکرد طرف دیگر قرار دارد. این ها علیرغم تضادها و کشمکش های سیاسی و ایدئولوژیک واقعیشان، در یک تقسیم کار بزرگ و پیچیده جهانی، نقش ها و جایگاه های متفاوتی به عهده دارند. یک جنبه مهم دیگر این تبلیغات دو سویه اینست که می خواهد به توده های مردم این را القاء کند که در دنیا فقط همین دو آلترناتیو وجود دارند و طبقات محکوم خواه در جمهوری اسلامی و کشورهای استبدادی و عقب مانده دیگر، خواه در دموکراسی های امپریالیستی، مجبورند که حق را به یکی از این دو بدهند و با یکی از همین ها سمت گیری کنند. بنابراین، یک جزء اساسی و تفکیک ناپذیر از تبلیغ و ترویج کمونیستی ما باید معرفی مناسبات و نظام و جامعه آلترناتیو انقلابی در برابر این دو آلترناتیو منسوخ باشد. این یعنی تبلیغ و ترویج مفهوم، مطلوب بودن و امکان پذیر بودن سوسیالیسم و کمونیسم به صد زبان و هزار تدبیر. نه یک تبلیغ و ترویج محدود و خشک و کلیشه ای. نه معرفی سوسیالیسم به عنوان کندوی عظیمی که نقش آن ارانه امکانات اقتصادی و رفاهی به مورچگان کارگر است. نه معرفی کمونیسم به عنوان یک بهشت موعود و حسن ختامی بر سرزندگی و تلاش و مبارزه و تضاد.

علیرغم تبلیغات کر کننده بخش وسیعی از افشار میانی ورشکستگی این نظام و مناسبات و ایدئولوژی آن را حس می کنند. و بدنبال يك چیز دیگرند و بخاطر همین در ابتدا بسوی هر چیزی که "متفاوت" باشد می چرخند. ما باید بطور مستدل و قانع کننده نشان دهیم که مسابقه دیوانه کننده ای که اکنون توسط "انقلاب تکنولوژی بالا" در آمریکا و اقتصاد جهانی تشدید یافته است، کاملاً غیر ضروری است.

این نکته بسیار مهمی است: به مردم گفته می شود که "بخاطر اقتصادی جهانی و رقابت ما باید کمپانیها را کوچک کنیم، مشاغل را حذف کنیم". ما باید جلو برویم و بگوئیم این کاملا مزخرف است. اصلا چنین چیزی ضروری نیست. به ثروتی که توسط مردم جهان تولید شده است نگاه کنید. ببینید که اگر مردم و ابزار از دست مناسبات تولیدی و روینای اینها، از دست نظام اینها، رها شوید چقدر می تواند ثروت تولید کنند. برای تولید ثروت اصلا لازم نیست که مردم جهان گرسنگی بکشند، تحت شرایط سیعانه استثمار شوند، و افشار میانی این طور از کار اخراج شوند. اینها کاملا غیر ضروری است. برای تبلیغ و ترویج اینها ما باید راهای موثر و قدرتمند زیادی پیدا کنیم تا حقیقت اینها و گریز ناپذیر نتیجه گیری هایمان را بطور غیر قابل انکار نشان دهیم. و می توانیم.

پاسخ ما به مسائل باید سریع و به موقع باشد

نکته آخر به پاسخگویی به موقع مربوط می شود. شرایطی پیش می آید که ما مجبوریم در جا و بدون آمادگی قبلی پاسخ بدهیم. در چنین مواردی حتی اگر هنوز آماده ارائه يك تحلیل عمیق و همه جانبه نیستیم، باید سعی کنیم به جوهر مسئله برخورد کنیم تا بتوانیم تا ثور داغ است نان را بچسبانیم و به قول لنین، مچ دشمن را در حین دزدی بگیریم. اینطور می توانیم يك موضع پایه ای جلو بگذاریم تا طی یک پروسه محک و صیقل بخورد و عمیق تر بشود. ما نباید در مقابل وقایع سریع و ناگهانی فلج بشویم و بگوئیم حالا که به حد کافی در موردش نمی دانیم یا هنوز بچثمان منسجم نشده، پس حرفی نزنیم و موضع نگیریم. روشن است که ما نمی خواهیم موضع اشتباه بگیریم یا جهت گیری اشتباهی را تبلیغ کنیم. بنابراین باید درك کافی از اوضاع داشته باشیم و به قلب مسئله بزنیم. اما هیچ راهی وجود ندارد که به طور مطلق تضمین کند اشتباهی رخ نخواهد داد. هیچ راهی وجود ندارد که بحث ما کامل و بی نقص باشد. باید از اشتباهات پیاموزیم. اصل اینست که باید توان پاسخگویی سریع به مسائل را پیدا کنیم و مچ دشمن را به موقع بگیریم. بعد به مرور در مورد هر آن مسائل مطالعه کنیم و به تحلیلی کامل تر و همه جانبه تر برسیم.

در این زمینه هم خوبست به سخنرانی های مانو در بیان رجوع کنیم. او در مورد حیطة هنر و فرهنگ می گوید: توده ها به «ذغال در روز برفی» نیاز دارند و نه «نقش گل بر پارچه زربفت». مانو این حرف را در بحبوحه جنگ طولانی با همه مشکلاتی که برای توده ها به دنبال داشت می زند. بدون اینکه بخواهیم درکی محدود و فایده گرایانه از هنر و فرهنگ و نقش آثار هنری ارائه کنیم، باید بر واقعیت موجود در بحث مانو انگشت بگذاریم که در آن زمان نیازهای روحی و فرهنگی مردم در مناطق جنگی با آثار پرداخت شده و تجملی رفع نمی شد، بلکه آثاری را می طلبیدند که نیازهای پایه ای شان را در آن شرایط پر تلاطم و دشوار که فاصله زندگی و مرگ بسیار کوتاه بود پاسخ بدهد. البته عرصه هنر را نمی توان فقط به آثار گزینشی و فایده رسان به اوضاع روز و یا آثار «سفارشی» محدود کرد. به همین ترتیب، نمی توان و نباید راه خلاقیت و سر کشیدن ذهنیت هنری و فرهنگی به فضاهای غیر ملموسی که ربط مستقیم به شرایط و تضادهای سیاسی روز ندارند را بست. اما این هم واقعیتی است که در هوای توفانی و زمستانی خیلی بیشتر به ذغال نیاز داریم و لازم است که به مسائل سریع جواب بدهیم.

بسیار مهم است که مبلغان و مروجان کمونیست نه فقط با مسائل و موقعیت و روحیات کسانی که مخاطب عمده و مستقیم شان هستند آشنا باشند بلکه با شرایط بخش های گوناگون مردم آشنا باشند. نه تنها لازم است که به اوضاع ایران و وقایع و تحولات مهمش آگاه باشند بلکه تاریخ و مسائل بین المللی را هم بشناسند. نه فقط آثاری که مستقیما به موضوع کارشان مربوط است را مطالعه کنند بلکه مطالعات خود را به زمینه های مختلف تاریخی و فلسفی و علمی و فرهنگی و هنری بسط دهند. نه فقط آثار تنوریک مارکسیستی و خط و تحلیل های حزب کمونیستی را بپگیرانه بخوانند بلکه از خطوط و تحلیل های دیگران هم آگاه باشند. باید توانایی خود در سخن گفتن و نوشتن را مرتبا بالا ببریم. البته، همه ما باید برای تدوین و تکامل خط و سیاست بر جنبه کلکتیو در حزب و تشکل کمونیستی و مناسبات سانترالیستی دمکراتیک آن اتکاء کنیم. این شامل تحلیل از مسائل و وقایع مهم هم هست. از این نظر، نشریه حزبی یک نقش محوری ایفا می کند. به عبارت دیگر، مسئله این نیست که افراد صرفا قابلیت های فردی خود را بالا ببرند یا بدتر از آن، «خط خود» را تدوین کنند. در واقع، قابلیت پاسخگویی سریع و به موقع به مسائل دقیقا به معنی قابلیت به کارگیری علم کمونیسم و خط حزب در انجام این کار است. اما در این چارچوب، تک تک ما باید توانایی خود را در به کار بستن دیدگاه و خط و سیاست های کمونیستی در مورد مسائل و وظایف خاص بالا ببریم و بر پایه خط تشکل کمونیستی دست به ابتکار عمل بزنیم. مبنای این کار، اتکاء به بینش ماتریالیستی دیالکتیکی و متدولوژی علمی و انقلابی است.

خط کمونیستی را هم باید جسورانه جلو گذاشت و هم قانع کننده

ما باید خصوصیات مخاطبان متفاوت را بدانیم. مثلا در صحبت از ستم جنسیتی، ستم ملی و ستم مذهبی و چگونگی ارتباط این ستمگری ها با خصلت عمومی نظام و نیاز به انقلاب و چگونگی انقلاب، باید بدانیم چه چیزهایی هست که توده های ستم دیده نمی توانند به شکل خودبخودی درکش کنند. شاید قانع کردن کسانی که از ستم های روزمره در رنجند نسبت به این واقعیت چندان سخت نباشد که: «شما از وضع موجود راضی نیستید.» بنابراین چیزی که آنان احتیاج دارند رساندن سریع بحث به قوای محرکه درونی نظام حاکم و چرایی وضع کنونی است. این یعنی توضیح و ربط ستمی که می کشند با سایر ستمگری های موجود در جامعه و جهان و با تضادهای بنیادین کل نظام. این یعنی ارائه راه حل همه ستمگری ها که انقلاب کمونیستی است. البته نکات بالا را نباید با همین الفاظ و اصطلاحاتی که در چند این جمله فشرده به کار بردیم با مردم مطرح کرد! بلکه باید به شیوه ای تبلیغ و ترویج کنیم که این حرف ها برایشان معنی پیدا کند. نباید یک مثبت مقوله و مفهوم را بر سرشان خالی کنیم. باید این مفاهیم را به شکلی زنده و جزء به جزء جلو گذاشت. زبان ما به هنگام تبلیغ و ترویج باید با زبانی که مارکسیست ها بین خود به کار می برند فرق داشته باشد. ما در مواجهه با توده های مردم مناسبانه کمتر به افرادی بر می خوریم که مقولات کمونیستی را بدانند و با ما بر سر تعاریف و معیارها توافق داشته باشند. بنابراین در ارتباط با آنان، همان تشبیه مانو که در بخش قبلی بحث مطرح کردیم مطرح است: «بالا بردن یا بلند کردن سطل». یعنی باید از سطح آنان آغاز کنیم و ارتقاء شان بدهیم. پیش از هر کار، باید مخاطبان خود را بشناسیم. مقداری تحقیق و مطالعه کنیم. با افرادی که آنان را می شناسند صحبت کنیم. تا می شود بیاموزیم و سپس سعی کنیم که در تماس مستقیم، یعنی حتی در حین رو در رو نشستن با مردم، تلکسوپ بیندازیم و ذهن مخاطبان خود را «بخوانیم».

همه این کارها مهم است اما مهم ترین مساله اینست که بتوانیم واقعا به قلب تضادها بزنییم و آن ها را به شیوه ای زنده به مخاطبان ارائه کنیم. باید بتوانید اتصال و رابطه میان مسائل خاص را با ملاحظات و اهداف استراتژیک نشان بدهیم. در تبلیغ و ترویج نباید از تعاریف شروع کرد. باید از واقعیات شروع کنیم. به هیچ وجه نباید از شعارها و عبارات و کلماتی که برای مخاطبان ما بیگانه است شروع کنیم. علاوه بر تشریح تضادها باید بتوانیم مخاطب را در کشف واقعیت و عمق این تضادها گام به گام با خود همراه کنیم. بنابراین، نباید از روی نکات مهمی که در این دوره و در این موقعیت مشخص وجود دارد بپریم و حذفشان کنیم. البته بحث این نیست که باید از سیر تا پیاز را مطرح کرد. چون آن وقت مجبوریم تا ابد حرف بزنییم. مردم از بحث های طولانی خوششان نمی آید. وقتی می گوئیم مردم را در تشریح تضادها با خود همراه کنید منظورمان اینست که باید به شکل زنده جوهر درونی پدیده ها و ارتباط متقابل آن ها را نشان داد. مثلا نشان داد که کشتار زندانیان سیاسی در دهه ۱۳۶۰، یا سرکوب جنبش زنان، گسترش خرافه و مخالفت با علم و دانشگاه سکولار، دستگیری فعالان جنبش کارگری، قتل نداها و سهراب ها، و شکنجه و تجاوز در کهریزک ها و... چه جنبه هایی از خصائل ذاتی نظام حاکم را نشان می دهد و ربط هر يك از اینها با سایر جوانب ستم و استثمار چیست و چرا باید دست به یک انقلاب اجتماعی واقعی زد.

منظور ما از گام به گام همراه کردن مخاطب این است. باید بتوانیم هر چقدر که در هر فرصت معین امکانش هست این کار را انجام بدهیم. حتی اگر قرار است پنج دقیقه حرف بزنییم و «مختصرا» تبلیغ کنیم، باید تصمیم بگیریم که تضاد عمده چیست و از چه طریق می توان آن را برجسته کرد. باید بدانیم که رهنمود عمده ما برای مردم چیست و چگونه می توان آنان را متوجه این رهنمود کرد. اگر هم امکانی چند ساعته فراهم آمده، خیلی بیشتر می توانیم این کار را انجام بدهیم. خیلی بیشتر می توانیم رشتنه های پیوند میان مسائل مختلف را نشان بدهیم. پس در درجه اول باید برای ما روشن باشد که خصلت کاری که داریم انجام می دهیم چیست و چقدر فرصت داریم. آیا صرفا یا عمدتا می خواهیم تبلیغ کنیم، یا امکان ترویج هم هست؟

افشاگری های ما باید روشن و صریح و قاطع باشد

در میان مردمی که مرتبا توی سرشان زده اند به طور خودبخودی يك باور غلط رواج می یابد و به وسیله «دنیا دیده ها» تبلیغ می شود که: «آسه برو آسه بیا که گربه شاخت نزنه.» چنین درکی نه فقط در زندگی روزمره، بلکه به ویژه در شرایط بروز مبارزات توده ای، نقشی مخرب و فلج کننده بازی می کند. در جریان تبلیغ و ترویج کمونیستی خود از اهمیت این موضوع نباید غافل شویم که باید حق شورش و اعتراض را مرتبا به میان توده های مردم ببریم. ماهیت قوانین ظاهرا ثابت و غیر قابل تغییر حکومتی و

فقهی و شرعی که توجیه کننده انقیاد و سرکوب ستمدیدگان است را برملا کنیم. غیر ضروری بودن و مشکل آفرین بودن دولت طبقاتی و تک تک نهادهایش برای مدیریت جامعه را نشان دهیم. به خصوص پی ثمر بودن راه های سازشکارانه و بیراهه های مسالمت آمیز را در پراتیک روزمره جامعه به توده ها گوشزد کنیم. و با انگشت گذاشتن بر نقشی که حق انحصاری طبقه حاکمه در استفاده از نیروی قهر سلاح برای به بند کشیدن و سرکوب مردم بازی می کند، این حقیقت را به هزار زبان ترویج و تبلیغ کنیم که: «قدرت سیاسی از لوله تفنگ بیرون می آید.»

جنایت های نظام به صدها شکل هر روز خود را نشان میدهد و ما باید آن ها را برای توده ها افشا کنیم. این افشاگری ها باید به شکلی زنده انجام شوند. ما باید بتوانیم ارتباطات درونی پدیده ها را بطور زنده نشان دهیم. باید این کار را با توجه به ادعاهای طبقه حاکم بر ایران و بورژوازی امپریالیستی انجام دهیم که اولی می گوید نظامشان یک نظام الهی است و دروازه ای است که بر روی پیوند نوع بشر با «ظهور مهدی موعود» برای رسیدن به رستگاری ابدی باز خواهد شد؛ و دومی می گویند بهتر از نظام سرمایه داری نمی تواند به وجود بیاید و این نظام به خاطر انطباقش با «طبیعت بشری»، جاودانه خواهد بود. ما نه تنها باید این ادعاها را به مسخره بگیریم بلکه با نشان دادن جنایت ها و بحران های این نظام ها، پوچ بودن این رستگاری و جاودانگی را نشان دهیم.

وقتی که توده ها بفهمند هیچ ضرورت یا هیچ تقدیر الهی و از پیش تعیین شده ای وجود ندارد که حکم به کارکرد این چنینی جامعه بدهد، وقتی که بفهمند علت وجود این ستم ها سیستمی است که آن ها را مرتباً تولید و باز تولید می کند، وقتی که بفهمند یک رشته مناسبات اجتماعی و دستگاه سرکوب و ساختار حاکمیت است که این ستم ها را تقویت می کند، آنگاه خود را ملزم می بینند که دست به عمل بزنند. وقتی بینند که اگر این نظام نبود این ستم ها هم نبود آنگاه خود را ملزم می بینند که وضع را عوض کنند. خلاصه کنیم، هنگامی که داریم افشاگری می کنیم مخاطبین ما باید بفهمند که ما داریم چه چیزی را افشا می کنیم. آنان باید ربط یک ستمگری خاص را با مسائل عام تری مانند مناسبات اجتماعی و ماهیت نظام بینند.

بحث های ما به هر حال تحریک آمیز خواهد بود،

پس بهتر است این کار را آگاهانه انجام دهیم!

ما هر حرفی بزیم تحریک آمیز خواهد بود و خشم بخشی از مخاطب مان را بر خواهد انگیخت. علتش اینست که تجزیه و تحلیل کمونیستی و سیاست و راه حل کمونیستی، خلاف گرایش خودبخودی غالب در جامعه است. بنابراین اگر دیدید حرف هایی که در مورد ستمگری های موجود می زنید کسی را تحریک نمی کند بدانید که حتماً یک جای کار ایراد دارد! احتمالاً تحلیل ها و افشاگری هایمان آبیکی شده است. احتمالاً نظام حاکم را عمیق و دقیق افشا نکرده ایم. احتمالاً به قلب تضادها نفوذ نکرده ایم و آن را به شکل ملموس و آشکار در برابر چشم مخاطبان خود ترسیم نکرده ایم. پشت مردم را از دهشت ها و آلودگی های حاکم نلرزانده ایم. بگذارید مثالی بزیم: شاید نام مالکلم ایکس را شنیده باشید. او از رهبران انقلابی سیاهان آمریکا در دهه ۱۹۶۰ بود که سرانجام در جریان یک توطئه مشترک میان مرتجعان اسلامی جامعه سیاهان و اف بی آی به قتل رسید. وقتی که مالکولم ایکس با توده ها حرف می زد آنان را به لزره در می آورد. او می گفت: "دشمن شما را بازی می دهد. هر بار کلك می زند و شما گولش را می خورید. چون احمق هستید. انگار شعور ندارید. شما را هر بار به بیراهه می کشانند چون مغزتان کار نمی کند." و توده هایی که در سالن سخنرانی نشسته بودند یک زبان می گفتند: "حق با توست." توده ها او را تصدیق می کردند، چون دو چیز را تشخیص می دادند: یکم اینکه حرف هایش واقعیت دارد. دوم اینکه این حرف ها از دهان کسی خارج می شود که طرف آن هاست. او قصد سرکوفت زدن به مردم را ندارد بلکه می خواهد ستمدیدگان را به هر ترتیب که شده بیدار کند. پس این مساله مهمی است که خود ما کجا ایستاده ایم و زمانی که داریم پشت توده ها را می لرزانیم، ما را در صف خود و پیشاپیش خود می بیند یا نه. به علاوه، حرف های ما باید چنان مستدل باشد که مخالفان مان را ناراحت کند. یعنی باید آنقدر منطقی باشد که حتی کسانی که از بحث های ما خوششان نمی آید نتوانند فقط ابراز خشم کنند. بلکه باید بگویند: "اعتراف می کنیم در این حرف ها واقعیتی وجود دارد. من خشم نمی آید، اما مرا به فکر می اندازد و از فکرمش در نمی آیم."

ادامه دارد.....

جمعی از فعالین کارگری (جافک)

مرداد ماه ۸۹

j-f.blogfa.com

f-kargari.blogfa.com

kargaranfa@gmail.com

راه ها و روش های تبلیغ و ترویج کمونیستی (بخش پایانی)

سنگ بزرگ را جوری برداریم که علامت زدن باشد

این که چطور باید موضوعات کلان را در تبلیغ و ترویج مطرح کرد يك سوال همیشگی است. بارها پیش آمده که وسط حرف هایمان چیزی گفته ایم که علامت هواداری از کمونیسم است. فوری از ما سوال کرده اند که «حالا این کمونیسم که شما طرفدارش هستید چی هست؟ همان شورویه که سقوط کرد؟! یا همین چینه که داره پدر همه رو در میاره؟!» خب، به موضوعی به این بزرگی چطور می خواهیم بپردازیم؟ ضمنا باید حواسمان باشد که مختصر و مفید صحبت کردن را رعایت کنیم. بهتر است اول یک جواب خلاصه و روشن و صحیح به این سوال بدهیم. باید جوابی بدهیم که هم موجز باشد و هم برای کسانی که پای صحبتمان نشستند اند جذاب باشد. بعد با توجه به شرایط موجود، می شود جوانب مختلف بحث در مورد کمونیسم را بیشتر کرد. مثلا مسائل دیگری را پیش کشید که به **علل شکست** سوسیالیسم، **نقش رهبری** حزب پیشاهنگ، و یا مسئله «**سلسله مراتب**» در حزب و جامعه سوسیالیستی مربوط می شود. یا می توان این نظریه را به چالش گرفت که هیچ **نیازی** به رهبری انقلابی نیست و هدف ما باید درست کردن یک جنبش **بدون رهبری** و یک جامعه بدون رهبری باشد. خیلی از این ها می تواند برای خودمان هم جوانب ناروشنی داشته باشد (و حتما چنین است). اتفاقا مطرح کردن جوانب روشن و همزمان جلو گذاشتن نکات و سوالاتی که می تواند توجه همگان را به بررسی دقیق تر و عمیق تر این موضوع جلب کند، به خود ما هم کمک می کند که به جمع بندی ها و سنتزهای صحیح تر و کامل تر از مقوله سوسیالیسم و کمونیسم نزدیک شویم.

تا حالا برایتان پیش آمده که در حال تبلیغ و ترویج در مورد کمونیسم باشید و یک نفر پیدا شود و مقابلتان بایستد و بگوید: «این حرف ها همه اش کشک است! برای رسیدن به کمونیسم، نیازی به حزب پیشاهنگ نیست. الگوی ما باید کمون پاریس باشد که نمونه یک جنبش طبقه کارگر بدون رهبری حزب بود.» خب، به اظهار نظر تهاجمی باید در گام اول با یک نکته تیز و ملموس جواب داد. مثلا این که: «**درسته! کمون تحت رهبری حزب نبود و یکی از علل اصلی شکست سریع کمون همین بود.**» بعد می توان بر مبنای وقت و اهداف آن بحث و گفت و گو، به تضادهای دوران کمون پاریس و امکانات و الزامات مقابل پای طبقه کارگر، و مبارزه طبقاتی ای که در بطن کمون جریان داشت، پرداخت. اما در تبلیغ و ترویج ما، همان پاسخ کوتاه و فوری اولیه نقش **مهم و روشنگری** بازی می کند. یعنی درست به قلب مسئله می زند: فقدان رهبری حزب پیشاهنگ کمونیست را با شکست فوری و کامل اولین تجربه **حکومت کارگری** در دنیا نشان می دهد. با این جور پاسخ ها است که می توان ذهن مخاطبان را تسخیر کرد و آنان را با ادامه بحث و نکات و سوالات عمیق تر و گسترده تر همراه کرد.

وقتی که بحث کمونیسم پیش می آید بعضی از ما گرایش داریم که حاشیه برویم و تضادها و گره های ذهنی که در این مورد وجود دارد را دور بزنیم. منظورمان واقعیت شکست **دو تجربه** سوسیالیسم در شوروی و چین و احیای سرمایه داری در آن جوامع است. بگذارید مثالی بزنیم. از ما می پرسند: «چه **تضمینی** وجود دارد که اگر دوباره انقلاب سوسیالیستی شد و کمونیست ها قدرت را گرفتند، تاریخ شوروی و چین تکرار نشود و دوباره **شکست** نخوریم؟ چه تضمینی وجود دارد که سرمایه داری دوباره **احیاء** نشود؟» خب، انگار یک جواب حاضر و آماده گوشه ذهن ما هست که اتوماتیک آن را به زبان می آوریم: «**ضامن جلوگیری از احیای سرمایه داری اینست که توده ها آگاه باشند و در مدیریت جامعه نقش بازی کنند.**» اما اینجور تاکید کردن بر نقش آگاهانه توده ها در جامعه سوسیالیستی، یک **جانیه** است. حتی اگر ما در تبلیغ و ترویج مان، مقداری چاشنی «نقش حزب پیشاهنگ» به این فرمول بندی اضافه کنیم، باز هم پاسخی **عمیق** به آن سوال مهم نداده ایم. اگر به دنبال پاسخی عمیق هستیم باید سراغ **تضادهایی** برویم که به خصلت و موجودیت و نقش حزب کمونیست و مناسباتش با توده ها به ویژه در جامعه سوسیالیستی مربوطند. پاسخ ما هم باید در بر گیرنده نیاز به حزب پیشاهنگ و اینکه بدون حزب نمیتوان انقلاب کرد باشد و هم

محتوا و روش رهبری کردن توده ها و مشی توده ای حزب. پاسخ ما مشخصا باید به **تغییر عمیقی** که در موقعیت حزب بعد از کسب قدرت سیاسی به وجود می آید بپردازد. هم باید نشان دهیم که حزب کمونیست، ابزار اعمال رهبری توسط پرولتاریاست. و هم توضیح دهیم که چرا حزب جایگزین توده ها نیست. ما حتما باید به تضاد واقعی میان حزب و توده ها، میان نقش حزب و هدف نهائی ما (یعنی از میان بردن شرایطی که وجود حزب را ضروری کرده) بپردازیم.

اگر ما برای سوال شکست سوسیالیسم، پاسخ ماتریالیستی دیالکتیکی نداشته باشیم و ابزار و جهت گیری علمی برای روشن تر و عمیق تر شدن در مورد این مساله را در اختیار مردم قرار ندهیم، خب آن ها به جواب ها و حدسیاتی که «خود به خودی» به آن رسیده اند می چسبند. در واقع، همان پاسخ های نادرستی را می پذیرند که بورژوازی بین المللی صبح تا شب مغز جهانیان را با آن بمباران می کند. ما باید به صراحت بگوییم که: «بله، بین **حزب و توده ها** تضاد وجود دارد. به ویژه وقتی که حزب به قدرت می رسد، این تضاد برجسته تر و موثرتر خود را به نمایش می گذارد. همان شرایط و تضادهایی که وجود حزب پیشاهنگ کمونیستی را برای انقلاب کردن ضروری می کند، می تواند پس از کسب قدرت باعث تغییر ماهیت حزب بشود. یعنی حزب می تواند به قشر ممتاز حاکم بر توده ها تبدیل شود.» پس کافی نیست که به مردم بگوییم، ما برای جلوگیری از احیای سرمایه داری توده ها را فعال و آگاه می کنیم. خب در چین این کار را در مقیاس عظیم و بیسابقه ای انجام دادند و باز هم سوسیالیسم شکست خورد. بنابراین باید روشن و مستقیم به این سوال ها بپردازیم و حاشیه نرویم.

تا می توان باید خاص صحبت کرد اما عام فراموش نشود!

این مهم است که «**خاص**» صحبت کنیم. باید از مثال های برجسته و مناسب برای به تصویر کشیدن نکات عمومی و اساسی استفاده کنیم. باید خاص را به عام **پیوند** بزنیم و نشان دهیم که عام در خاص حضور دارد. البته باید این کار را به دور از محدودنگری و برخورد سطحی، به دور از چسبیدن به تجربه خاص یا چسباندن همه چیز به تجربه خاص انجام دهیم. یعنی سعی نکنیم کل عام را در خاص جای دهیم، یا در خاص به دنبال کل عام بگردیم. مثلا نباید به مردم بگوییم: «**علت اینکه ما خواهان انقلابیم این است که از شر لباس شخصی ها خلاص شویم. یا اینکه می خواهیم دستمزدمان اضافه شود. یا اینکه دیگر به نوع پوشش و آرایش مان گیر ندهند.**» خب، هرکدام از این خواسته ها يك مورد خاص است که به نکته بزرگ تر و عام تری اشاره دارد. یعنی این که چرا به انقلاب نیاز است و انقلاب چگونه این مشکلات را حل خواهد کرد. اما هیچ یک از این ها، و حتی مجموعه ای از این خواسته ها، کل مسئله نیست. نیاز به انقلاب را نمیتوان و نباید به این ها محدود کرد.

«خاص» بحث کردن اهمیت دارد. اما بعضی وقت ها هنگام تبلیغ و ترویج نمیتوانیم مثال هائی بزنیم که به حد کافی موضوع را روشن کند. برای این کار باید مجموعه ای از مثال های خوب را در «**انبار ذهن**» خود آماده داشته باشیم تا در پاسخ به سوالات مختلف از آن ها استفاده کنیم. یعنی از قبل باید در این مورد فکر کرده باشیم. همیشه ذهن ما باید دنبال پیدا کردن این مثال ها و ذخیره آن ها باشد. به **تمرین** هم احتیاج است. یعنی باید از هر فرصتی برای جلو گذاشتن این مثال ها استفاده کنیم. هر وقت مثالی به نظرمان رسید که به یک موضوع خاص می خورد، بهتر است آن را جایی یادداشت کنیم یا با رفقای خود مطرح کنیم تا در یک سطح اولیه آن را **محک** بزنیم. فکر کنیم که اگر این یا آن سوال مطرح شد، استفاده از کدام مثال ها، بحث ما را بیشتر روشن می کند. بخشی از کسب توانایی بیشتری در تبلیغ و ترویج کمونیستی، توان آموختن از نارسایی ها و شکست های مان در این کار است. باید بتوانیم اشکال هایی که در مضمون و روش تبلیغ و ترویج مان بروز کرده را در بیاوریم و دور بعد بهتر بحث کنیم.

يك نکته مهم دیگر، نحوه برخورد ما به سوال ها و اظهارات مقابله جویانه است. منظورمان عدم توافق ها و جدل هایی است که در برابر بحث ما ابراز می شود. مهم اینست که سریعا و در جا، «**قلب مسئله**» را تشخیص دهیم. یعنی بتوانیم نشان دهیم

که جهت و نکته مرکزی هر مخالفت و جدل چیست. باید بتوانیم سریعاً تضاد اساسی یا عمده در هر سوال، جدل یا اعلام اختلاف را تشخیص دهیم. و البته این را هم بفهمیم که هر سوال از چه زاویه ای مطرح می‌شود.

دیالکتیک یادگیری و تسلط

ما نه فقط باید توانایی خود در تبلیغ و ترویج را بالا ببریم بلکه به تربیت افراد جدید و جوان تر هم کمک کنیم. اولین مساله، تسلط کافی به موضوع های مختلف است تا بتوانیم آن ها را برای مخاطبان خود تشریح یا «جزء به جزء» کنیم. **فهمیدن** مطلب، یک سطح از کار است و **تشریح** آن برای دیگران یک سطح دیگر. این دو به هم ربط دیالکتیکی دارند. هر چقدر یک موضوع را بیشتر برای **بقیه** باز کنیم خودمان هم **بهنتر** آن می فهمیم. جهش در توضیح و تشریح نکات یک موضوع، در واقع پایه های شناخت را در ذهن ما **محکم** می کند و در شناخت ما جهشی رخ می دهد. دومین مساله، مدون کردن راه و روش تبلیغ و ترویج است. یعنی همین کاری که مقاله کنونی سعی در انجامش دارد. کسانی که در کار تبلیغ و ترویج با تجربه ترند، با رجوع به تجارب خود، باید تلاش کنند پاسخ های روشن، همه جانبه و کاربردی برای سوالات زیر فراهم کنند: چگونه بر سر هر موضوع مطالعه می کنیم؟ چگونه تبلیغ و ترویج می کنیم؟ چگونه مقاله می نویسیم؟ چگونه این کارها را یاد گرفته ایم و هنوز داریم یاد می گیریم؟ این یعنی شریک کردن بقیه در تجربه خود. در عین حال، این تلاش آگاهانه ای است برای «جزء به جزء کردن» به قصد بازسازی یا نوسازی آموخته ها. این کار برای آموزش سایرین و جانشین سازی، ضرورتی است.

چگونه می توان از روش های بورژوا بوروکراتیک برهیز کرد؟

جوهر رهبری کمونیستی، رهبری بر پایه **خط** است. این درست نقطه مقابل روش های بوروکراتیک، بورژوانی و از بالا است که جوهر رهبری کردن را صدور دستور و ارائه «ایده های مشعشع» از ذهن خود و سپس تحمیل آن به دیگران می داند و فکر می کند که رهبری کردن یعنی سماجت و پافشاری بر روش خود حتی زمانی که مشکل آفرین شده است. از دید ما، **رهبری کردن در خط فشرده می شود**. خط، فشرده رهبری کردن است. باید توده ها را از طریق خط رهبری کرد. باید آنان را از طریق بررسی تضادهایی که در مقابل مان قد علم می کنند، رهبری کرد. رهبری در جریان همراه کردن توده ها با خود برای حل این تضادها، و ارائه راه ها و ابزار این کار، تامین می شود. باید توده ها را در برقرار کردن رابطه صحیح میان مسائل خاص با چارچوب عام، وظایف خاص و تاکتیکی با وظایف عمومی و استراتژیک، رهبری کرد.

مائو می گفت که جوهر رهبری کردن، **تولید ایده و استفاده صحیح از کادرها** است. بدون شک منظور مائو این نبود که این کارها را بر اساس ذهنیات فردی خود و به اتکاء به دستورات انجام دهید. او از مشی توده ای صحبت می کرد. یعنی اینکه، ایده های توده ها را بگیرید و سپس این ایده ها را به روش علمی، با به کارگیری ماتریالیسم دیالکتیک مدون و سنتز کنید. آن چه را که صحیح است متمرکز کنید و تکامل بدهید و آن چه نادرست را تصحیح کنید و دست مایه جمع بندی های عمیق تر و موضوع مبارزه و چالش فکری قرار دهید. **اما «استفاده صحیح از کادرها» به چه معناست؟** این اصلاً به معنی «استفاده» بورژوایی از کادرها و آنان را به عنوان ابزار به کار گرفتن نیست. این در واقع به معنای برانگیختن کادرها و راه گشودن به بروز و تکامل ابتکار عمل آنان است.

کمونیسست های خلاق، ذهن باز و گوش شنوا دارند

ما مرتباً باید خود را «سوال پیچ» کنیم. به انتقادهایی که دیگران از ما می کنند گوش دهیم. تلاش کنیم که از ایده های دیگران و تحلیل های روشنگریشان یاد بگیریم. روش صحیح علمی و انقلابی یعنی همین. مارکس می گفت که **انقلابات پرولتری از طریق زمین خوردن و برخاستن و یادگرفتن از اشتباهات، پیشروی** می کنند. لنین هم در جایی این گفته گذشتگان را تکرار کرده که «**ارتش های شکست خورده خوب می آموزند.**» این ها جملات قصار نیستند، بلکه پایه های یک روش و رفتار صحیح را برای ما استوار می کنند. با توجه به تجارب انقلابی پرولتاریا شاید بتوان به حرف های مارکس و لنین جمله دیگری را اضافه کرد: «**ارتش های پیروزمند نیز باید بیاموزند.**» یعنی کافی نیست که آدم فقط وقتی اشتباه و خرابکاری کرد، به جمع بندی پردازد و یاد بگیرد. البته دوره های بعد از شکست، زمان خوبی برای آموختن است. اما باید زمانی که پیروزمندانه پیشروی می کنیم هم توانایی آموختن داشته باشیم. حتی در دوره های پیشروی و کسب موفقیت، نمی توان بطور خودبخودی و «**دنده اتوماتیک**» جلو رفت. حتی زمانی که کاری را با موفقیت جلو می بریم باید دنبال کمبودها بگردیم و آن ها را تصحیح کنیم. همیشه باید به حرف کسانی که فکر می کنند ما اشتباه می کنیم گوش دهیم. اگر با آن انتقادهای موافق نیستیم نباید اعلام **موافقت** کنیم. اگر ما را **قانع** نمی کنند نباید انتقادشان را **قبول** کنیم. اما نباید از گوش دادن به کسانی که فکر می کنند ما کارمان را خوب انجام نمی دهیم، حتی در دوره هایی که داریم کارمان را خوب انجام می دهیم، **غفلت** کنیم. این يك اصل بسیار مهم است: باید روی اصول بنیادین خود محکم بایستیم و آن ها را بکار بندیم اما باید این کار را خلافاً انجام دهیم و ذهن مان باز و پراتیک مان **منعطف** باشد. جهت گیری درست اینست که در هر دوره ای مشتاق یادگیری باشیم. در مقابل «سوال پیچ کردن های» بقیه گوش **شنوا** داشته باشیم و حتی خودمان را «سوال پیچ» کنیم!

هیچ يك از کیفیاتی که برای رهبر بودن یا بطور کلی کمونیست بودن لازم است، **ذاتی** نیست. چنین کیفیاتی، **ژنتیکی** نیست بلکه **اكتسابی** است. البته يك باره و یک شبه به دست نمی آید. کمونیست شدن و تکامل پیدا کردن به مثابه یک، مثل هر چیز دیگری، **يك پروسه** است که ماریچی یا موج وار جلو می رود. این پروسه ای است با نقاط عطف و جهش ها. چنین نقاط عطف و جهش هایی در مقاطع حساسی شکل می گیرند که با چالش های حاد مواجه می شویم و جهش و گسست ضرورت پیدا می کند. افراد مختلف دارای تجارب مختلف هستند. بخشی از این تجارب، شخصی اند و بخشی هم تجارب اجتماعی بزرگتری هستند که تجارب شخصی در چارچوب آن ها رخ داده اند. به همین خاطر، آدم های متفاوت نقاط قوت و ضعف متفاوتی دارند. جهت گیری ما چه در ارتباط با رهبران کمونیست، و چه در ارتباط با بدنه تشکل کمونیستی و توده های بیرون حزب، باید این باشد که تمام عوامل مثبت را ترکیب کنیم. به افراد کمک کنیم که بر نقاط قوتشان اتکاء کنند و بر ضعف های شان غلبه کنند. نقاط قوت و ضعف افراد یکسان نیست و نخواهد بود. راستش زیاد هم جالب نیست در دنیایی زندگی کنیم که همه آدم ها دارای نقاط قوت و ضعف یکسان باشند. البته چنین چیزی غیر ممکن است، ولی اگر هم ممکن بود حتماً دنیای وحشتناکی می شد!

ایده، تئوری و پراتیک

در اینجا می خواهیم به جنبه پروراندن ایده پردازیم. پروراندن ایده ها یا کار در عرصه ایده ها، «قوانین» یا دینامیسم خودش را دارد. اما، منبع نهائی و نقطه تعیین کننده (به عبارت دیگر نقطه اثبات درستی ایده ها)، پراتیک است. این تبلوری از رابطه میان **تئوری و پراتیک** است. برای رهبری کردن يك جنبش انقلابی باید توانایی کار در عرصه ایده ها را داشته باشیم. یعنی کار کمونیست ها این نیست که صرفاً به آن دسته مسائل فکری پردازند که مربوط به پراتیک جنبش است. هر چند این کار به نوبه خودش بسیار مهم است. ما باید بتوانیم به طیفی گسترده از موضوعات متنوع پردازیم و در مورد مسائل گوناگون فکر کنیم. در عین حال که باید عمیقاً جنبش پراتیکی را درک کنیم و مرتباً دیالکتیک پراتیک – تئوری – پراتیک را پیش ببریم اما مسائل مربوط به عرصه ایده ها و تئوری اهمیت دارند. حتی اگر رابطه مستقیمی با وظایف سیاسی و پراتیکی فوری ما نداشته باشند. تئوری فقط آن تئوری ای نیست که مستقیماً به پراتیک و مسائل مربوط به پراتیک مربوط باشد. تئوری و کار تئوریک را نباید صرفاً به این چارچوب محدود کرد.

مائو می گفت ماکمونیست ها باید روحیه شاعرانه داشته باشیم. این حرف مهم است منجمله وقتی که از کار با ایده ها می گوئیم. خیلی مهم است که **نویسن** فکر را در دشت بیکران شناخت و دانش بتازانیم. می بینید، حتی کلام هم ناگهان به وجد می آید و شاعرانه می شود! بگذارید اضافه کنیم که روحیه شاعری، قریحه طنز و رفتار علمی و مستند باید همزمان در مجموعه فعالیت های انقلابی ما منجمله در تبلیغ و ترویج حضور داشته باشد. این بازتاب پویایی و سرزندگی ایده ها و اهداف و راه و روش ماست.

جامعه سرمایه داری و هزاران سال جامعه طبقاتی، با تقسیم کار ستمگرانه اش، توده های مردم را تقریباً به طور کامل از پروسه کار با ایده ها به بیرون رانده است. پر کردن این شکاف، اساساً پس از کسب قدرت دولتی توسط پرولتاریا و تغییر انقلابی جامعه تحت رهبری پرولتاریا، امکان پذیر خواهد شد. اما از هم اکنون باید به این تقسیم کار دیرینه ضربه بزیم و چارچوبش را بشکنیم. نباید منتظر نشست. باید در صفوف کمونیست ها و به طور کلی در بین توده ها، به ویژه کسانی که به بیداری سیاسی دست می یابند، توانایی کار با ایده ها را بوجود آورد. این بخشی از آماده کردن پرولتاریا و توده ها برای حاکم شدن و انقلابی کردن جامعه است. در این زمینه، جلو گذاشتن مباحث علمی و ضد خرافاتی و به نقد کشیدن و تشریح باورها و ارزش های دینی اهمیت بیش از پیش یافته است. مردم نیاز دارند که به یک روش علمی دست بیابند و یاد بگیرند که چگونه می توان ماتریالیسم دیالکتیک را به طور زنده در بررسی عرصه های گوناگون به کار گرفت. این کار فقط در خدمت پیشبرد مبارزه امروز نیست بلکه جنبه مهمی از آماده شدن برای مدیریت و دگرگون ساختن جامعه و دنیای آینده نیز هست. باید چگونگی دست و پنجه نرم کردن با ایده ها را آموخت.

دفاع از علم و به نقد کشیدن خرافه

وقتی که وارد مباحث علمی و مجادله میان علم با خرافه و باورهای دینی می شویم خیلی **مهم** است که چارچوب تبلیغ و ترویج را به مسائل سیاسی ایدئولوژیک روز و یا مختص این یا آن جامعه و منطقه محدود نکنیم. اینگونه مباحث در درجه اول باید بازتاب متدولوژی ماتریالیستی دیالکتیکی باشد و آن را تقویت کند و رواج دهد. ما در این عرصه، به تولید گفته ها و نوشته هایی هم نیاز داریم که به اصطلاح «سیاسی» نباشد. یعنی از آن گفته ها یا نوشته های «ابزاری» نباشد که در آن ها سیاست است که محتوای علمی را رقم می زند و جهت می دهد. نقطه عزیمت تولیدات ما در این عرصه، **واقعیت** است. ما باید از متد علمی برای تجزیه و تحلیل جوانب مختلف واقعیت استفاده کنیم و صحت تئوری های علمی را نشان دهیم. منظور ما از چنین تولیداتی، زور چنان کردن این نیست که «**بینید! فقط مارکسیسم می تواند موضوعات علمی را بفهمد و بررسی کند.**» ما می خواهیم با به کار گیری بینش و روش مارکسیستی، حقیقت را کشف کنیم یا بهتر بشناسیم و بشناسانیم. در این پروسه، به کار گیری بینش و روش مارکسیستی را هم بهتر یاد می گیریم. این بخشی از الزامات رهبری کردن است. این بخشی از توانایی کار با ایده ها است. در تفکر باید به **انعطاف پذیری** دست یافت. انعطاف پذیری در تفکر لازمه خلاقانه فکر کردن در مورد همه چیز (منجمله در مسائل سیاسی) است. اما در اینجا يك تضاد عمیق وجود است: عرصه کار با ایده ها. این عرصه ای است که توده های مردم عمدتاً از ورود به آن منع شده اند. تقسیم کار ستمگرانه، کارکرد جامعه سرمایه داری و نقش توده ها در آن به گونه ایست که آنان را از این عرصه بیرون نگاه می دارد. نه تنها توده ها تشویق نمی شوند که در مورد مسائل مهم سیاسی و اجتماعی و فرهنگی و علمی فکر کنند، بلکه می خواهند کاری کنند که حتی به ضرورت فکر کردن هم فکر نکنند. ولی ما می خواهیم در این مورد فکر کنیم. نظام سرمایه داری از طریق کارکرد معمول خود و سیاست آگاهانه طبقات حاکمه، مانع از آن می شود که فکر خلاق و نقاد در میان توده های مردم پا بگیرد. چنین افکاری را سرکوب می کنند. در مقابل، شاهد مقاومت و بیداری مردم در این زمینه هستیم. آنان در سطوح مختلف و از راه های گوناگون سدها را می شکنند و سرشان را بالا می گیرند. شرایط مبارزه، با امکانات و الزاماتی که به همراه دارد، توده ها را به فکر کردن و نظر دادن در مورد انواع موضوعات بزرگ و عمیق می کشاند. نه صرفاً مسائل سیاسی، بلکه همچنین مسائلی مربوط به فلسفه، فرهنگ، علوم و غیره. وقتی که ما چنین موضوعاتی را به شکل چالشی در برابر توده ها می گذاریم، و بینش و روش علمی برای پاسخگویی به مسائل را هم ارائه می دهیم، می بینیم که بسیاری مشتاقانه درگیرش می شوند.

کم نیستند مبارزانی که فکر می کنند اگر با مردم بر سر جدال **علم و خرافه** درگیر شوند، راه به جایی نخواهند برد و خود را منفرد و انگشت نما خواهند کرد. کم نبوده مواردی که خود ما در گفت و گو با کسانی که باورهای مذهبی دارند با این عکس العمل روبرو شده ایم که: «**شما آدم های خوب و صادقی هستید ولی با من وارد این بحث ها نشوید. من اگر به این تئوری های علمی شما اعتقاد پیدا کنم زیر پایم سست می شود و هدف و مقصود زندگیم را از دست می دهم.**»
خب، **چه باید کرد؟** آیا باید برای «منفرد نشدن خود» یا «بی هدف نکردن زندگی مخاطب خود»، مساله را مسکوت بگذاریم؟ اینجوری دنیا عوض نخواهد شد. مناسبات میان آدم ها عوض نخواهد شد. افکار و رفتارها عوض نخواهد شد. البته اگر کسی با دنیای موجود مساله ای ندارد و از وضع موجود خرسند است و لذت می برد، کاری نخواهد کرد که به عوض کردن این شرایط کمک کند. اما کسانی که نمی خواهند به این وضع گردن بگذارند و فعالانه به دنبال سازماندهی یک **انقلاب اجتماعی** هستند، نمی توانند «فعلا» یا «به طور تاکتیکی» به یکی از ستون های ایدئولوژیک و فکری آن دست نزنند و نقش آن را در به بند کشیدن توده های مردم کمرنگ جلوه دهند. ما در تبلیغ و ترویج خود باید این فکر را به چالش و نقد بگیریم که معنی زندگی انتظار و ایثار و عبودیت برای رسیدن به پاداش الهی در آن است. باید به مردم بگوییم که آری، زندگی دارای **هدفی** است. اما این هدف را **انسان ها تعیین** می کنند. به همین علت است که زندگی های متفاوت دارای اهداف متفاوت و گاه متضادند. هیچ گونه هدف متافیزیکی و خدائی وجود ندارد. میان انسان ها بر سر این که هدف زندگی چیست و چه باید باشد، افکار گوناگون و کشمکش وجود دارد. همه این افکار و کشمکش ها در نهایت بازتاب منافع و نقطه نظرات متفاوت طبقات و گروه های مختلف درون جامعه اند.

بیا باید همه جانبه بیاموزیم و فکر کنیم!

کار با ایده ها، يك جنبه اساسی از ضرورت وجودی ما کمونیست ها است. يك جنبه اساسی از اینکه چگونه باید مردم را رهبری کنیم. چگونه تعداد هر چه بیشتری از مردم را قادر کنیم که تبدیل به فعالین و **رهبران انقلابی آگاه و رهبران** شوند. بخش مهمی از این کار، همه جانبه یاد گرفتن و فکر کردن است. جهت گیری ما باید این باشد که حتی در شرایطی که عمیقا درگیرمبارزات روز هستیم و باید به مسائل جنبش عملی پاسخ بدهیم، زمانی را به مطالعه و شناخت موضوعات گوناگون اختصاص بدهیم. حتی زمانی که شدیداً درگیر کار توده ای و مبارزات عملی هستیم باید به موضوعات **استراتژیک** بزرگ هم توجه کنیم. هر چقدر هم که کارهای روزمره **مهم** باشند یا توجه لازم داشته باشند، باید وقتش را پیدا کنیم که **يك گام** از این کار فاصله بگیریم تا در آن ها غرق نشویم. اگر چنین نکنیم مسائل استراتژیک گم می شوند. حلقه اتصال میان آنچه امروز در حال انجامش هستیم با مسائل و منافع استراتژیک بزرگ تر قطع می شود. به علاوه، ما نباید فقط به موضوعات سیاسی بزرگ بپردازیم. بلکه باید به موضوعات بزرگ دیگر مانند نقش **هنر** در جامعه، یا طبیعت **کائنات** و غیره نیز بپردازیم. البته احتمالش زیاد است که وقتی آدم به این چیزها می پردازد، بدجوری «خیال پرداز» شود. یعنی کاملاً از شالوده های ماتریالیستی فاصله بگیرد. اما لازم نیست که آدم حتماً یک «خیال پرداز» ایده ایست شود. می شود ماتریالیست بود و مرغ اندیشه را هم تا آسمان هفتم به «پرواز» در آورد.

شهریور ماه ۸۹

جمعی از فعالین کارگری (جافک)

kargaranfa@gmail.com

j-f.blogfa.com

f-kargari.blogfa.com