

مقدمه :

بعد زمانی تبلیغ را نمی توان از تاریخ انسان تفکیک کرد. تبلیغات با نقطه آغازین خلقت انسان وهبوط آدم بر زمین پیوند دارد. چرا که انسان از یک سو دارای فکر و اعتقاد است و از سوی دیگر مصالح حیاتی ویژه دارد.

تاریخ پر نشیب و فراز جوامع انسانی گواهی می دهد که تبلیغ و ارتباط فکری و اعتقادی در هیچ عصر و زمانی از هیچ جامعه ای جدا نبوده است. حتی جوامع ساده و ابتدائی نیز ناگزیر بوده اند پیام های خود را در رابطه با مسائل مشترک حیاتی به هر نوع ممکن از نقوش حجاری، دود، آتش، تصاویر، پرچم ها، اشارات، جارچی ها، کبوتران، سمبل ها و ابزار ها به همنوعان خود منتقل کنند. دایره المعارف (کالیز) در این باره می نویسد: تاریخ تبلیغات تاریخچه گسترش و عمومی عقائد است، علامات، سخنوری ها، سمبل ها، آرزوها، رنگ آمیزی، نقاشی ها و کنده کاری های ابتدائی و علامات ارتباطی به شیوه ابتدائی مسائل تبلیغاتی بود که پیش از اختراع خط به کار می رفت به هر حال قرن ها توانایی خواندن و نوشتن محدود به افراد اندکی بود و در تواریخ آمده که فراغه بر دیوار معابد و احرام، رموزی را نقش می کردند دال بر اخبار سیاسی و پیروزی های جنگی داشت و نیز رموزی که دال بر عبارات و معاملات بود دانشمندان باستان شناس در آثار باستانی عراق نشریه ای مربوط به ۱۸۰۰ سال قبل از میلاد یافتند که کشاورزان را به افشاندن بذر و بر داشت محصول و مبارزه با آفات نباتی، راه نمایی می کرده است. از قدیمی ترین ادوار تمدن فرهنگ انسان، فلاسفه، نویسندگان، هنرمندان، شعرا و خطبا از دانش و فن، هنر و فلسفه در تبلیغات یاری جسته، در این زمینه کتاب ها نوشته اند و نخستین جریده رسمی به منظور تبلیغات در سال ۹۱ قبل از میلاد در چین صادر شد.

## مطالعات تحقیق:

تبلیغ واژه ای است عربی و از ریشه بلاغ به معنای رساندن خبر و پیام به دیگری گرفته شده است. (المفردات، الراغب الاصفهانی، واژه البلوغ و البلاغ)

از این دید مبلّغ به معنی رساننده، ابلاغ کننده و تبلیغ کننده است که با تمام توان، کوشش می کند با ابزار تبلیغی مثل: بیان، قلم و عمل، اندیشه های خود را که ریشه در دین و مذهب دارد، در طبق اخلاص نهاده و به مخاطب تقدیم نماید.

تبلیغ به معنای رسانیدن است و مبلغ کسی است که به وسیله زبان، قلب، فیلم، تئاتر، سینما، کتاب، مطبوعات و سایر ابزارهای خبری، مطلب یا پیامی را به مخاطبین حاضر و یا غایب خود می رساند. « (۱)

البته معنای ظاهری و لغوی این واژه رسانیدن پیام است لکن برای دست یابی به معنای حقیقی آن باید با نگاهی بسیط به آن توجه نمود، که در این مقال نمی گذرد. معادل انگلیسی آن propaganda برگرفته از واژه لاتین proper به معنی بخش کردن، منتشر نمودن و چیزی را شناسانیدن است.

برای واژه تبلیغ تعاریف متعددی ذکر نموده اند، از جمله اینکه: تبلیغ انتشار و انتقال اطلاعات و عقاید و دیدگاه هایی است بین فرد یا افرادی به منظور نفوذ و ایجاد دگرگونی و تاثیر در روحيات، افکار و رفتارهای آنها. « (۲)

## بیان مسئله

ما در محیطی آکنده از پیام به سر می بریم. ال رایز و جک تروات، از متخصصان تبلیغات تجاری، جامعه ما را پیام زده خوانده اند. یک آمریکایی معمولی در طول زندگی خویش، بیش از هفت میلیون آگهی می بیند و یا می شنود. در مقابل، یک پاک اندیش (پیورترین) پرهیزکار متعارف که در

قرن هفدهم در نیواینگلند هفته ای یک بار در کلیسا حاضر می شد در طول زندگی اش حدود سه هزار خطبه می شنید و این محیط آکنده از پیام بار شاتی است بر دوش فرستنده و گیرنده پیام اقناعی ارتباط گر باید پیام را طوری طرح کند که نه تنها جذاب باشد، بلکه توجه ویژه ای در این محیط شلوغ به خود جلب نماید. از سوی دیگر گیرنده آن چنان غرق در پیام ها شده است که از تخصیص انرژی مغزی ضروری برای فهم بسیاری از مسائل مهم عاجز است.