



اهمیت و جایگاه تبلیغات در منازعات عصر صفویه

پدیدآورده (ها) : متولی، عبدالله

تاریخ :: تاریخ اسلام و ایران :: زمستان 1389 - شماره 8 (علمی-پژوهشی)
از 139 تا 168

آدرس ثابت : <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/853284>

دانلود شده توسط : کافی نت تخصصی نور

تاریخ دانلود : 21/05/1395

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه قوانین و مقررات استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



پایگاه مجلات تخصصی نور

www.noormags.ir

فصلنامه علمی - پژوهشی تاریخ اسلام و ایران دانشگاه الزهرا (س)

سال بیستم، دوره جدید، شماره ۸، پیاپی ۸۹، زمستان ۱۳۸۹

اهمیت و جایگاه تبلیغات در منازعات عصر صفویه

عبدالله متولی^۱

چکیده

صفویان از جنبه‌های مختلفی در روند عمومی تاریخ ایران تحول و دگرگونی ایجاد کردند. بازسازی سیاسی در چارچوب جغرافیای تاریخی ایران و به کارگیری مذهب شیعه که مذهب رسمی بود، دو اقدام سرنوشت‌ساز محسوب می‌شد. این اقدامات خطیر مشکلات داخلی و برون‌مرزی همراه بود. صفویان در مرزهای شمال شرق و تمامی مرزهای غربی برای تثبیت موقعیت سیاسی و مذهبی خود ناچار بودند دو رقیب جدی را متوقف نمایند؛ از یک‌ها در شمال شرق در پی تداوم راه پیشینیان خود در دشت‌های آسیای مرکزی بودند که هر از چندگاه خراسان و سپس تمامی ایران را در معرض تهاجم قرار می‌دادند. بنابراین صفویه می‌باید به این روند خاتمه دهند. در مرزهای غربی نیز عثمانی‌ها به دنبال بلعیدن تمام سرزمین‌های اسلامی بودند که به‌طور طبیعی ایران را نیز دربر می‌گرفت؛ به همین دلیل صفویان در این بخش نیز کار دشواری پیش رو داشتند. همین روند به بروز جنگ‌های دامنه‌داری در هر دو عرصه منجر

۱. استادیار گروه تاریخ دانشگاه اراک a-motevally@araku.ac.ir

تاریخ دریافت: ۸۹/۵/۵، تاریخ تصویب: ۸۹/۱۲/۱۴

گردید و صفویه با اتکا بر توانمندی نظامی و ایدئولوژی پر تحرک خود در مقابل آن‌ها ایستادند. در این میان دمیدن روح باورمندی و شجاعت در نظامیان به منظور متوقف کردن مهاجمان بسیار مهم بود. بی‌شک، صفویان برای رسیدن به مقاصد خود از توان تبلیغاتی بالایی بهره بردند تا علاوه بر تأثیرگذاری فزاینده بر سپاهیان خود، گام‌هایی را برای تخریب شرایط روحی- روانی نظامیان مقابل بردارند. پرسش‌های محوری این نوشتار این است که؛ صفویان در درگیری‌های برون‌مرزی خود از چه شیوه‌هایی بهره می‌جستند؟ تاکتیک‌ها و تکنیک‌های تبلیغاتی آن‌ها بر چه اصولی استوار بود؟ پژوهش حاضر در پی پاسخ و تبیین و تحلیل محورهای عمده تبلیغاتی صفویه در عرصه جنگ با عثمانی‌ها و ازبکان است.

واژه‌های کلیدی: صفویان، تبلیغات، تکنیک‌های تبلیغاتی، ازبک،

عثمانی، نظامیان

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

مقدمه

تبلیغات در عرصه عمومی مصادیق و حوزه‌های متعدد و متنوعی را شامل می‌شود و ممکن است در قالب یک تعریف واحد قرار نگیرد. اما می‌توان گفت، «تلاش عمدی که توسط افراد یا گروه‌ها با بهره‌گیری از وسایل ارتباطی برای کنترل، تغییر یا شکل دادن نگرش دیگر گروه‌ها با هدف کسب عکس‌العمل آن‌ها در یک موقعیت ویژه صورت می‌گیرد، قالب عمومی تبلیغات را شکل می‌دهد.» (هالستی، ۱۳۷۲: ۹۶). هر چند ممکن است در حوزه داخلی نیز حکومت‌ها در اشکال متنوع تکنیک‌های مختلف تبلیغاتی را به کار بگیرند، اما وجه غالب و عمومی تبلیغات تأثیرگذاری فزاینده بر عناصر غیر بومی است تا اهداف و برنامه‌های مورد نظر به تحقق نزدیک شوند. یکی از کاربردهای جدی تبلیغات به عرصه‌های جنگی باز می‌گردد؛ تبلیغات در این فضا، فرآیندی برای افشاندن، کاشتن، جوانه زدن و پرورش باورهاست (vaverka: 2006: 5). وقتی جنگی رخ می‌-

دهد، تبلیغات ثابت کرده که اسلحه‌ای کم اهمیت‌تر از شمشیر، تفنگ و یا سایر ادوات نظامی نیست. تفاوت بارز تبلیغات با سلاح‌های نظامی در این نکته نهفته است که تبلیغات در ذات خود نابود کننده ظاهری و عینی نیست، اما جایگزین مؤثری برای کشتن و نوعی غلبه ارتباطات بر خشونت می‌باشد. شکل تبلیغات همانند سایر وجوه زندگی انسانی در گذر ایام دچار تحول و پیشرفت شده است. در عرصه تاریخی اشکال مختلفی همچون اشعار حماسی، مکاتبات دو جانبه، نقاشی، جلوه‌های هنری، سکه‌ها، مبلغان و سفرا عهده‌دار انتقال جلوه‌های تبلیغی بودند و امروزه وسایل عمومی ارتباط جمعی این وظیفه را به‌خوبی بر عهده گرفته‌اند (Walton: 1997: 49).

تبلیغات در عرصه‌های نظامی، نوعی تحرک و پویایی در بین گروه خودی ایجاد نموده و شرایط روحی - روانی طرف مقابل را تخریب می‌کند. تمایلات تبلیغاتی در جنگ‌ها بیشتر تحت تأثیر شرایط موجود شکل خاص خود را پیدا می‌کنند و روح کلی خشونت بر آن‌ها غلبه دارد؛ چون در هر طرف منازعه، افراد و عناصری قرار گرفته‌اند که به داشته‌های مادی و معنوی خویش اعتقاد کامل دارند و طرف مقابل را ناحق پنداشته و از تمام ابزارهای لازم برای به زانو درآوردن او بهره می‌جویند. این دیدگاه ممکن است توجیه کننده تمامی رفتارهایی باشد که گاهی در شرایط عادی از حیطة اخلاق به دور است.

جنگ در بستر تاریخ و در نگرش به جوامع انسانی، واژه‌ای ناآشنا نبوده و بخش اصلی حیات مجموعه‌های سیاسی را که بعدها عنوان سرزمین، مملکت و کشور را به خود اختصاص دادند در بر می‌گرفت. منازعه بر سر قلمرو، آب، تجارت و... دل‌مشغولی بیشتر این جوامع بوده است. به لحاظ مقدس بودن جنگ نزد هر کدام از این جوامع بهره‌جویی از ابزارهای مختلف برای پیروزی بر حریف یک شیوه رایج بوده است. بی‌شک، در عرصه این درگیری به اشکال مختلف از تکنیک‌های تبلیغاتی بهره‌جویی می‌شد، اما بیشتر مواقع، واژه تبلیغات به صورت مستقیم کاربردی نداشت؛ در عین حال سازمان خاصی عهده‌دار مقاصد تبلیغاتی نبود. اما مطالعه دقیق فضای کلی پیش از آغاز جنگ‌ها و هنگامه درگیری‌ها و حتی پس از نبردها به‌خوبی تمامی وجوه رفتارهای تبلیغی را نشان می‌دهد.

نکته مهم در بیشتر این درگیری‌ها، جایگاه کانونی شخص شاه یا حاکم در عرصه تبلیغات است. همانند سایر بخش‌های سیاسی که شاخص و معیار اصلی در افکار، رفتار و تمایلات شخص اول بود و او نوع و شکل عمومی رفتارها را هدایت می‌کرد، در عرصه تبلیغات نظامی نیز خودآگاه و یا غیرمستقیم نقطه کانونی در وجود او تجسم می‌یافت. از این نکته نیز نباید غافل شد که باورها و تمایلات ایدئولوژیک نیز وجه بارز دیگری بود که در اشکال متعدد تکنیک‌های تبلیغی جایگاه خاصی داشتند. باورمندی‌های معنوی که نزد هر ملتی جزء ذاتی آن‌ها قرار می‌گرفت به گونه‌ای شکل‌دهنده هویت ملی آن‌ها بود که به هر شکل ممکن هم باید از آن دفاع کنند و هم برای اشاعه آن حتی در بین دشمن تلاش نمایند و البته حفظ و حراست از خاک و قلمرو و مرز و حدود و ثغور وجه دیگری از رفتارهای تبلیغی در عرصه‌های جنگ را شکل می‌داد. این قسمت بیشتر در جبهه خودی و به منظور تحریک سربازان بومی برای جنگیدن هدفمند صورت می‌گرفت. دوره نسبتاً طولانی حکومت صفویه در ایران فارغ از ویژگی‌های پیش‌گفته نبود. منازعات فراگیر در مرزهای غربی و شرقی بخش مهمی از دل‌مشغولی حاکمیت سیاسی ایران را شکل می‌بخشید. وجود دو نیروی مقتدر عثمانی‌ها در غرب و ازبک‌ها در شمال شرق ناخودآگاه صفویه را در یک موضع نظامی قرار می‌داد. تفاوت نگرش‌های مذهبی در کنار ادعاهای سیاسی و سرزمینی عوامل مؤثری بودند که این منازعات را به صورت دامنه‌داری تداوم بخشیدند. بی‌شک، رفتارها و کارکردهای صفویه برای رویارویی با دشمنان در این عرصه‌ها به دور از کنش‌های تبلیغاتی نبوده است. مطالعه این نبردها به خوبی نشان می‌دهد که صفویه نیز برای تأثیرگذاری بر دشمنان خود از تکنیک‌های مختلف تبلیغاتی به اشکال نهان و آشکار بهره جسته و گاهی در تأثیرگذاری بر اهداف خود از این رفتارها نتایج مطلوبی به دست آورده‌اند.

در این نوشتار در پی آن هستیم تا سیاست کلی تبلیغاتی صفویان را در قالب منازعات عمومی آن‌ها با عثمانی‌ها و ازبکان جستجو نماییم تا ضمن آرایه تکنیک‌ها، علل و عوامل کاربرد این روش‌ها و اهداف و ایدئولوژی آشکار و پنهان صفویان که ریشه در سیاست دراز مدت آن‌ها داشت، بررسی و کنیم. بدیهی است الگوهای آرایه شده صفویان در این منازعات به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر از چارچوب کلی حکومت آن‌ها به دور نبوده و مبتنی بر قالب کلی

سیاست حکومتی و باورمندی مذهبی آن‌ها سازماندهی و تبیین شده است. بر این اساس، مسئله مهم این است که شاهان صفویه در درگیری‌های برون مرزی از چه شیوه‌های تبلیغاتی استفاده می‌کردند؟ و تکنیک‌ها و عوامل و عناصر عمده تبلیغاتی آن‌ها بر چه اساسی بنا شده بود؟ در عین حال میزان تأثیرگذاری بر جامعه هدف چگونه بود؟ فرض پیش‌رو بر این اساس استوار است که صفویان در پی ایجاد یک بنیاد سیاسی جدید در چارچوب جغرافیای تاریخ ایران و مبتنی بر یک ایدئولوژی خاص نیازمند این موضوع بودند که حریفان سرسخت خود را در پذیرش ماهیت وجودی خود و ساختار جدیدی که ایجاد کرده بودند متقاعد و تسلیم نمایند. ظاهراً محور عمده و اصلی برنامه‌ها نیز بر دو محور شاه و مذهب استوار بود؛ بنابراین در ادامه برای دست‌یابی به پاسخ سوالات مطرح شده ابتدا برخی ترفندهای تبلیغاتی را، که در قالب نامه‌های ارسالی طرح می‌شد بررسی کرده و در ادامه به معرفی سایر تکنیک‌های کاربردی می‌پردازیم.

ابزارها و شیوه‌های تبلیغ مبتنی بر الگوی ارتباطی

همان‌گونه که پیش از این اشاره شد، بخشی از رفتارهای تبلیغاتی در اشکال متون نوشتاری مانند نامه‌ها مجال بروز می‌یافت. این مکاتبات هم پیش از وقوع جنگ‌ها و هم در عرصه جنگ‌ها می‌توانست بر روحیه طرف مقابل تأثیر خاصی بگذارد. به لحاظ این اهمیت بنیادی و به دلیل این که بخشی از این فرایند تبلیغاتی در آستانه جنگ پدید می‌آمد، برخی از ویژگی‌ها و شیوه‌های تبلیغاتی به کار رفته در این نامه‌ها در دو مرحله پیش از جنگ و هم‌زمان با جنگ‌ها بررسی قرار خواهد شد.

۱. ویژگی مکاتبات در موقعیت صلح

بخش چشمگیری از برنامه‌های تبلیغاتی صفویان در رویارویی با دشمنان خارجی در نامه‌ها و مکاتبات ارسالی مجال خودنمایی می‌یافت. تعدد و تکرار این نامه‌ها به خودی خود اهمیت جایگاه مکاتبات را در عرصه تبلیغات نشان می‌دهد. در این نوشته‌ها که در مراحل قبل از جنگ،

هم‌زمان با جنگ و هم بعد از جنگ به سلاطین عثمانی و گاهی خوانین ازبک فرستاده می‌شد، اهداف و دیدگاه‌های معینی مورد توجه قرار می‌گرفت.

لحن نامه‌ها پیش از آغاز جنگ‌ها شکل و ماهیتی متفاوت با نوشته‌های ارسالی در هنگامه جنگ داشت. تلاش برای تأثیرگذاری مستقیم بر جبهه مقابل و توجیه ویژگی‌ها و توانمندی‌های خود، بخش اساسی این نامه‌ها بود. در عین حال، تلاش برای واداشتن رقیب به تصدیق و تأیید حقانیت سیاسی و مذهبی رکن دیگر این مرسولات بود. در نگرش کلی به برخی از این نوشته‌ها می‌توان رویکردهای اساسی صفویان را در جنبه‌های مختلف درک نمود. این رویکردها از تبیین تمایلات سیاسی و دلبستگی‌های مذهبی تا به رخ کشیدن تبار و ریشه خاناندانی و رعیت‌دوستی و صلح دوستی را شامل می‌شد.

در ادامه به برخی از مصادیق مهمی که صفویان قصد داشتند در نامه‌های ارسالی، به‌صورت مؤکد، آن را به رقبای خود القا نمایند، اشاره می‌شود تا در این عرصه به‌خوبی مشخص شود که ادبیات و شکل ظاهر کلمات و جملات در کنار ماهیت نوشته‌ها در پی تأمین خواسته‌های عمومی صفویان بود. اعلام موقعیت مطلوب سیاسی یکی از شاخصه‌های مهم در تمامی مکتوبات این دوره است. دولت نوپای صفویه، که در مرزهای غربی دشمن قوی پنجه و زورمندی به نام عثمانی‌ها را در پیش رو داشت، باید به اشکال مختلف آن‌ها را از ثبات و تداوم جایگاه سیاسی خود مطمئن نماید تا به واقعیت وجود سیاسی حکومتی به نام صفویه در مرزهای خود اذعان نمایند. صفویان بر این نکته واقف بودند که در وهله اول باید خود را به عنوان یک واحد مستقل جغرافیایی به رقبای غربی و شرقی تحمیل نمایند و آن‌ها را در معرض فشارهای متعدد نوشتاری تحت تأثیر قرار دهند. در نامه‌ای که شاه اسماعیل در آغاز حکومت خود برای بایزید دوم سلطان عثمانی فرستاد، ضمن رعایت شئون حکومتی و ادای احترام به جایگاه بایزید از او با؛ حضرت خلافت دستگاه، سلطنت قباب، . . سلطان سلاطین الاسلام، یاد می‌کند؛ پس از ذکر القاب متعدد برای بایزید موقعیت معنوی خاناندانی خود را یادآور شده و از سلطان می‌خواهد، که مریدان متعددی که از دیار روم برای اظهار ارادت عازم در گاه صفویه هستند، با هیچ مانعی روبرو نگردند (نوایی، شاه اسماعیل، ۱۳۴۷: ۵۶).

نامه دیگر شاه اسماعیل مدت کوتاهی پس از مکتوب اول به دربار بایزید ارسال می‌شود که به نظر می‌رسد این نامه به منظور توجیه اقدامات نظامی او علیه خاندان ذوالقدر فرستاده شده است. او به لحاظ عدم تحریک سلطان عثمانی نامه خود را با تأکید بر روابط محبت‌آمیز به پایان می‌برد (همان، ۶۲). علاوه بر این، به نظر می‌رسد چون شرایط به نقطه بحرانی و درگیری مستقیم نرسیده بود، شئون طرف مقابل در این نوشته‌ها رعایت می‌شد و القاب و عناوین لازم و مختص سلاطین برای آن‌ها به کار گرفته می‌شد. حتی در مواردی در کاربرد این القاب اغراق‌های جدی به کار می‌رفت. این افراط به گونه‌ای بود که در پاره‌ای از شرایط مقدمه نامه‌ها متن را تحت تأثیر قرار می‌داد تا ذهنیت طرف مقابل بر اثر پذیرش شرایط مطرح شده آمادگی لازم را پیدا نماید. بهره‌جویی از این شیوه نگارش در بیشتر مکاتبات دوره صفویه به خصوص زمانی که طرفین داعیه صلح‌طلبی داشتند یا شرایط مطلوبی برای ورود به جنگ برایشان میسر نبود، عملی رایج بود تا شاید از این طریق طرف مقابل را تحت تأثیر ادبیات ظاهری نوشتار خود قرار دهند. در پاسخ بایزید دوم به نامه شاه اسماعیل، چندین سطر آن در ذکر القاب و عناوین شاه اسماعیل گذشته است: «...شهریار اعظم و تاج‌دار اکرم ملک ممالک العجم و نوین بلاد الترك والدیلم، جمشید دوران و کیخسرو زمان، الموید من عندالله الملک الجلیل شاه اسماعیل.....» (همان، ۶۳).

در نامه‌هایی که سلطان محمد خدابنده برای سلطان مراد سوم فرستاد، این ادبیات به اوج خود رسید. ظاهراً جایگاه متزلزل شاه صفوی عامل اساسی در دل‌سپردن به این شیوه از نگارش بود تا شاید سلطان عثمانی را از تهاجم به ایران بازدارد؛ بنابراین تمام عناوین ممکن و مقدور را در مقدمه نامه‌اش به کار گرفت: «سلطان جهان‌دار کشور ستان، قآن با وقار دارا نشان، . اعظم اعظم سلاطین عالم، فرمان‌فرمای خواقین بنی‌آدم و...» (نوابی، شاه عباس. ج ۱: ۱۳۶۶: ۳۳). شاه عباس نیز، که در رویارویی با عثمانی‌ها در بیشتر مواقع موقعیت برتر و مطلوبی داشت، زمانی که مقدمات صلح و دوستی مطرح می‌شد، لحن نامه‌های او کاملاً شکل و شمایل دیگری به خود می‌گرفت و از اینکه سلاطین عثمانی را به انواع صفت‌ها توصیف نماید، دریغ نداشت: «...ممه‌د قواعد السلطنه بالعدل و الانصاف. سلطان البرین و خاقان البحرین، ثانی اسکندر ذوالقرنین و خادم الحرمین الشریفین و...» (همان، ج ۲: ۹۵).

در بیشتر این نامه‌ها، دین خواهی و شریعت جویی جلوه بارزی داشت. به لحاظ تناقض مذهبی، که صفویه با دشمنان غربی و شرقی خود داشتند، بخشی از رسالت اصلی آن‌ها در این نامه‌نگاری-ها متقاعد کردن حریف به پذیرش بنیان‌های مذهبی صفویه بود. وضوح تمایلات دینی و شریعت‌خواهی سلاطین صفوی به عنوان شیعیانی معتقد تقریباً دیاچه اصلی نامه‌ها را شکل می‌داد. در این زمینه، تأکید بر ولایت امام علی (ع) و نقل برخی روایات و احادیث در این عرصه به خوبی بینش مذهبی صفویه را برای طرف مقابل آشکار می‌ساخت. به همین لحاظ، کمتر نامه‌ای می‌توان یافت که سلاطین صفویه به صورت بارز در شأن امام علی و سایر ائمه روایات و گفتارهایی را بیان نکرده باشند؛ گویی بخشی از مسئولیت اشاعه باورهای شیعی سلاطین صفویه در فرآیند ارسال این نامه‌ها می‌باید به انجام برسد. اظهار ارادت شاه اسماعیل به ائمه در نامه‌ای که برای شییک‌خان ارسال نموده است، به خوبی مشهود است. شاه در توصیف جنگ با علاءالدوله ذوالقدر، که به منظور تأثیرگذاری بر شییک‌خان به تشریح آن می‌پردازد، چنین می‌نویسد: «...دوازده هزار مرد به عشق دوازده امام جدا کردیم و از دوازده جانب درآمدیم... در ادامه همین نامه برای اثبات ارادت بیشتر خود به امامان بیت کلیدی و مورد علاقه تمامی شاهان صفویه را ذکر می‌کند:

زمشرق تا به مغرب گر امام است / علی و آل او ما را تمام است.» (نوایی، شاه اسماعیل ۱۳۴۷:

۷۳).

شاید بتوان گفت، مفصل‌ترین نامه در توصیف ویژگی‌های مذهب شیعه و براهین حقانیت آن صفات ائمه مربوط به شاه تهماسب باشد که برای شاه سلیمان قانونی ارسال داشت. در این نامه شاه تهماسب اوج دل‌بستگی خود را به شیعه و خط امامت به نمایش می‌گذارد:

انگشت بر کف تو از آن پنج آفرید / یعنی که جز بر دامن آل عبا مزن

ویژگی این نوشتار در مقایسه با سایر نامه‌های ارسالی، مبانی استدلالی آن برای حقانیت مذهب شیعه است. در پایان نامه سلطان عثمانی را با تندی مورد خطاب قرار داده و به او توصیه می‌کند که باید: «...طریق اهل اسلام اختیار کنی و ترک تعصب نموده عناد را بگذاری تا از شفاعت ائمه معصومین بهره‌مند و کامیاب گردی.» (نوایی، شاه تهماسب، ۱۳۵۰: ۲۰۲-۲۳۷).

شاه عباس نیز در بیشتر نامه‌های خود بر این دل‌بستگی تأکید می‌نماید. وی در نامه‌ای که برای

سلطان احمد فرستاد، روایات و گفتارهای متعددی را در حقانیت ولایت امام علی (ع) یادآور شد. هادی خلیق علی عالی اعلی / دریای سخا کان عطا کوه تحمل (نوایی، شاه عباس ج ۲، ۱۳۶۶: ۸۳).

ویژگی‌های شاه در عرصه حکومت‌داری و سلطنت و توانمندی‌های سیاسی و معنوی او موضوع دیگری بود که در این نامه‌ها جلوه گر بود. شاه که نماد عظمت و اقتدار کشور و جلوه اصلی تداوم مذهب بود، در نامه‌ها حتماً می‌باید جایگاه بارز و ویژه‌ای را به خود اختصاص دهد. در عین حال، بیان شاخص‌های مطلوب در زمره اولویت نوشته‌ها محسوب می‌شد. او محور تمام خوبی‌ها، گذشت‌ها و توانمندی‌ها بود و دشمنان باید به صراحت بر این ویژگی شاه اطلاع یابند. از طرف دیگر، چون فضای عمومی هنوز متأثر از شرایط جنگی نبود، چهره‌ای که از شاه نشان می‌داد، باید شرایط صلح و گذشت و انسان‌دوستی را داشته باشد.

تأکید بر این که شاه از هرگونه درگیری خونین پرهیز می‌کند و تمام توان خود را برای حفظ صلح و دوستی بین طرفین به کار خواهد گرفت، چهره‌ای رعیت‌دوست از شاه نشان می‌داد که به دنبال حفظ حقوق مردم است و در این راه باید مانع از خونریزی شود. این گفتارها دلیل بر ضعف و ناتوانی شاه نبود، بلکه این رفتارها شاخصه‌های مثبتی بود که نشان می‌داد شاه تلاش می‌کرد شرایط مطلوبی برای مردمان غیر نظامی دو طرف ایجاد کند. این سبک از تبلیغات نیز در پیش‌نامه‌های ردوبدل شده دوره صفویه به چشم می‌خورد، به خصوص زمانی که دو طرف تمایلی به درگیری و تقابل نداشتند. شاه تهماسب با همه سخنان تندی که هنگام درگیری با عثمانی‌ها به کاربرد، در موقعیتی که در پی برقراری صلح بود ادبیات نوشتاری کاملاً متفاوتی دارد:

«...و همگی همت خیر نهمت برانتظام صلح و صلاح جانبین و استحکام قواعد محبت و مصافات مابین که بلاشک متضمن صلاح حال عباد و مستلزم معموری ولایات و بلاد است گماشته... التماس می‌رود که بنای این امر اتم را به نوعی مؤکد و مستحکم فرمایند که بعدالیوم عموم اهل اسلام از سپاهی و رعایا در مهاده امن و آسوده و خوشحال و مرفه و فارغ‌البال بوده باشند.» (نوایی، شاه تهماسب، ۱۳۵۰: ۲۸۲).

۲. ویژگی مکاتبات در فرایند منازعات

در این مرحله، بخشی از مطالب و مباحث مطرح شده شباهت زیادی به موضوعات نامه‌ها در مرحله قبلی دارد، اما چارچوب کلی و ماهیت آن‌ها شکل و سبکی متفاوت از فضای پیش آمده پیدا می‌کند. ادبیات کلی نامه‌ها تحت تأثیر شرایط نظامی کاملاً رنگ و بوی خشونت به خود می‌گیرد. آنچه در گام آغازین به فراموشی سپرده می‌شود، حذف یا کم‌رنگ شدن بیشتر عناوین و القاب از مقدمه نامه‌ها است. چون در این مرحله طرف مقابل دشمنی است که با تمامی امکانات موجود باید موقعیت او را تضعیف نمود و از لحاظ روحی و روانی او را تحت تأثیر خود قرار داد؛ بنابراین، آنچه مربوط به خود است باید محکم و استوار و راستین باشد و هر آن چه در خصوص دشمن به قلم می‌آید باید کوبنده و تحقیرکننده باشد. شاید مکاتبات دوره شاه اسماعیل را با خوانین ازبک و سلطان سلیم عثمانی بتوان در زمره تندترین نمونه‌های ادبیات خصمانه تلقی نمود. گو این که آغازگر چنین شیوه‌ای از نگارش نیز طرف مقابل صفویه بوده است. نامه شیبیک‌خان قبل از جنگ مرو و نامه‌های سلطان سلیم، قبل از جنگ چالدران، سخیف‌ترین الفاظ را متوجه شاه اسماعیل کردند که البته او نیز آن‌ها را بدون پاسخ نگذاشت. شیبیک‌خان در نامه خود شاه اسماعیل را با لقب اسماعیل داروغه خطاب قرار داد و سپس دلایل حقانیت خود را برای شاه اسماعیل برشمرد: «...سریر عدالت و مرحمت در بارگاه رفعت و عطوفت پناه جهان پناهی به خطبه سیاست ما قیام یافته و سکه شیرمردی در خراب‌خانه دلیری و فیروزی به القاب همایون ما موشح گشته.» (نوایی، شاه اسماعیل ۱۳۴۷: ۸۱).

هر چند متن کامل نامه شاه اسماعیل به شیبیک‌خان در منابع نیامده است، اشاراتی که در این زمینه شده است نشان می‌دهد پاسخ اسماعیل ملایم و در عین حال تهدیدآمیز بوده و شیبیک‌خان را از ریختن خون مسلمانان پرهیز داده است (عالم‌آرای شاه اسماعیل، ۱۳۸۴: ۳۳۶). اما نامه‌های سلطان سلیم نیز به شکل تحقیرآمیزی شاه اسماعیل را در معرض تهدید قرار داد و از او به **ضحاک روزگار** یاد نمود و وی را به ایجاد فتنه و فساد متهم نمود (نوایی، شاه اسماعیل، ۱۳۴۷: ۱۴۴). شاه اسماعیل نیز در پاسخ کوتاه نیامد و نوشت: «...هر کس با نواب همایون ما سرکشی کند، با ضحاک یکسان خواهد شد و حال که باد نخوت در دماغ شما راه یافته است، ان‌شاء الله سر نامبارک شما را

به زور و بازوی خبیر گشای حضرت امیرالمؤمنین برداشته به جهت پرتکال فرنگ خواهم فرستاد.» (عالم آرای شاه اسماعیل، ۱۳۸۴: ۵۱۲).

نشان دادن چهره‌ای مصمم، مقتدر، والا، زورمند و متکی به حمایت‌های خداوندی و پیامبر و ائمه اطهار از شاه در نامه‌های این مرحله باید برجسته‌سازی شود. هر نکته‌ای که بیان آن بتواند روح و روان حاکمیت سیاسی طرف مقابل را به هم ریزد، کاربرد آن الزامی بود. در کنار طرح این موضوعات، ایدئولوژی پویا و توان‌بخش نیز به یاری می‌آمد. آنچه در عرصه مذهبی مطرح می‌شد، برحق بودن دیدگاه‌های مذهبی و نگرش‌های دینی بود که طرف مقابل این شرایط آرمانی را در اختیار نداشت و چون حقانیت مذهبی نداشت، شکست وی قطعی و محتوم تلقی می‌شد. شاه عباس در یکی از نامه‌های خود به عبدالؤمن خان ازبک می‌نویسد: «...توفیق و پیروزی از طرف خدا و ائمه بوده است و به تعداد و اعداد نیست... و تاکنون بسیاری پادشاهان و حکام که به جهت حوادث روزگار از تخت سلطنت به خاک ندامت افتاده‌اند برین دودمان ولایت نشان ملتجی گشته‌اند.» (افوشته‌ای، ۱۳۷۳: ۴۳۲).

در موارد متعددی متن این نامه‌ها از نزاکت خارج شده و به ناسزاگویی کشیده می‌شد. این جنگ روانی برای متزلزل کردن روحیه دشمن طبیعی به نظر می‌رسید. جلوه‌های تهدیدآمیز در جاهای مختلف این نوشته‌ها مشهود بود. زبان تهدید و تخفیف کاربردی اساسی داشت. علاوه بر این فضای کلی نامه‌ها به گونه‌ای طراحی می‌شد که گناه شکل‌گیری جنگ بر عهده طرف مقابل قرار گیرد و نشان می‌داد که شاه از روی اجبار به عرصه جنگ کشیده شده است. قطعاً در این مرحله تلاش برای بی‌هویت و بی‌ریشه ساختن رقیب نیز تکنیک عمومی شناخته شده بود. هنگام اوج گرفتن درگیری‌های ایران و عثمانی، شاه تهماسب بی‌محابا به ریشه‌خاندانی عثمانی‌ها را حمله می‌کند: «...بر جمیع خواقین نامدار و سلاطین کامکار و بر همه عالمیان ظاهر است که آبا و اجداد تو به ناپاکی طینت و جهالت نسب منسوب‌اند و با غلام رومی و فرنگی سال‌های دراز جمع گشته‌اند» (نوایی شاه تهماسب، ۱۳۵۰: ۲۱۳).

در نامه‌های عثمانی‌ها و ازبکان به صفویه نیز این تلاش به خوبی خودنمایی می‌کند که گاهی صفویان نیز ناچار بودند واکنش نشان بدهند، اصالت خاندانی برای مشروعیت سیاسی بسیار اهمیت

داشت؛ به همین دلیل در بیشتر نامه‌هایی که در زمان روابط خصمانه رد و بدل شده است، یک پای ثابت آن‌ها هدف قرار دادن بنیان‌های خاندانی دو طرف بود.

اهداف و مقاصد

در بررسی نتایج و اهداف تبلیغاتی دو قسمت مطرح شده می‌توان به این نکته اشاره داشت که در قسمت آغازین هدف از سازمان‌دهی و نگارش چنین نامه‌هایی ایجاد فضای روانی برای بهره‌برداری سیاسی یا مذهبی بود. سلاطین صفویه از طریق همین مکاتبات می‌خواستند اهمیت و جایگاه سیاسی - مذهبی خود را به عثمانی‌ها نشان دهند تا موقعیت مستقل سیاسی - مذهبی خود را به آن‌ها بقبولانند و مانع از هضم بدنه جغرافیایی ایران در کلیت امپراتوری عثمانی شوند؛ امپراتوری عظیمی که در عرصه‌های سیاسی، نظامی و مذهبی به اوج اقتدار رسیده بود و در مرزهای شرقی خود نمی‌توانست یک حاکمیت سیاسی مستقل با ایدئولوژی متضاد را تحمل کند. اما وجه بارز این نامه‌ها تأکید بر پدید آمدن شرایط جدید سیاسی در منطقه بود که با ادبیات ترغیب و تهدید مانع گسترده‌گی فرایند جغرافیایی آن‌ها در جهت شرق شود. البته این راهبرد در مرزهای شمال شرقی نیز کاربرد جدی داشت.

ازبکان همانند پیشینیان خود یعنی مغولان و تیموریان در پی درنوردیدن ایران از مناطق شمال شرق برای چندمین نوبت بودند، اما در این مرحله، صفویه آن‌ها را آگاه کردند که شرایط و مقتضیات زمانی متفاوت شده است و امکان تکرار تاریخ برای آن‌ها میسر نیست. در کنار این بهره‌برداری کلی و عمومی، از منظر دیگری نیز این شیوه می‌توانست بخشی از اهداف جزئی صفویه را برآورده نماید: واداشتن رقبا به تأیید ضمنی حاکمیت صفویه، که در برخی نامه‌ها کاربرد القاب و عناوین حکومتی خود مؤید این روند بود؛ خلع سلاح احتمالی دشمن و تلاش برای جلوگیری از برخورد‌های نظامی و کاهش هزینه‌های منازعات و سنجش توانمندی و نگرش سیاسی - مذهبی دشمن در فرآیند این نامه‌نگاری‌ها می‌توانست برای صفویان مفید و مؤثر باشد.

در مرحله دوم دیدن در شیپور جنگ روانی از اولویت‌های اصلی نامه‌نگاری‌ها بود. این رفتارها می‌توانست دشمن را به حرکات ناسنجیده و غیرمعقول وادار نماید، در عین حال در

مواردی ایجاد تزلزل در ارکان سیاسی می‌توانست روحیه نابسامان و ناکارآمد را نیز به بدنه نظامی القا نماید. این شیوه تقریباً در بیشتر درگیری‌های غربی و شرقی صفویه تداوم داشت، هر چند در موارد زیادی مقرون به نتایج مطلوبی نبود، تکرار آن‌ها نشان می‌دهد سلاطین صفویه از آن بهره لازم را برده‌اند. گو این که طرف مقابل نیز با این شیوه بیگانه نبود و مکتوبات آن‌ها گاهی با برخاشگری و بی‌ادبی بیشتری همراه بود.

ابزار و فنون تبلیغات در عرصه جنگ‌های مستقیم

۱. تکنیک‌های گفتاری و غیر مستقیم در جبهه خودی

بی‌شک، در فرآیند جنگ‌های رویارویی از عوامل مؤثر در موفقیت کاربرد شیوه‌های مختلف برای تحریک پذیری، تقویت روحی و ایجاد هیجان در نظامیان است. این روند با اتکا بر شیوه‌ها و روش‌های متعددی در جنگ‌های دوره صفویه خود را نشان داده است. به نظر می‌رسد، در این منازعات تا حد ممکن تکنیک‌ها و ابزارهای متناسب با شرایط برای فعال‌سازی احساسات ضد دشمن در نظامیان به کار گرفته می‌شد. این تکنیک‌ها در دو قالب عمده امکان بررسی و ارزیابی دارد؛ گروه اول مجموعه روش‌هایی هستند که به فراخور ماهیت از آن‌ها به تکنیک‌های نرم در این نوشتار یاد می‌شود و گروه دوم شیوه‌ها و روش‌هایی هستند که بیشتر جنبه کاربردی، و گاهی، سخت‌افزاری داشته که در این نوشته با عنوان تکنیک‌های عملیاتی به آن‌ها توجه می‌شود.

نکته مهم این که هر دو بخش این تکنیک‌ها در مرحله اول در جبهه خودی کاربرد داشته و بیشتر با هدف تسلط بر کارکردهای روحی - روانی و سپس عملیاتی نظامیان خودی مورد توجه قرار می‌گیرد. به نظر می‌رسد در بیشتر نبردهای دوره صفویه تقریباً به صورت فراگیر از این شیوه‌ها برای تأثیرگذاری بیشتر بر روحیه نظامیان استفاده می‌شد و در موارد متعددی به نتایج مطلوبی نیز می‌رسید. بی‌شک، شخص شاه در بهره‌مندی از روش‌های نرم براساس ساختار کلی قدرت، جایگاه محوری داشت و بیشتر شیوه‌ها به گونه‌ای با اعمال، رفتار و گفتار او در پیوند بود. جنبه‌ها و سبک‌های دیگری نیز در مواقع لزوم به کار گرفته می‌شد، اما همه چیز در سایه اقتدار شاهانه رقم می‌خورد. آن چه بیش از سایر موارد خودنمایی می‌کرد و به نظامیان تلقین می‌شد، تمرکز در

کرامات و توانمندی‌های شخص شاه بود؛ او مظهر و نماد اقتدار ظاهری و دانش‌های ناپیدا و معنوی بود: «...چون به یمن توفیق الهی و تأیید نامتناهی زمام سلطنت ایران را به دست پادشاه جهان و شهنشاه دوران دادند، به هر جای روی توجه آورد فتح و نصرت در رکاب دوان بود.» (منشی قزوینی، ۱۲۶:۱۳۷۸).

نقل کراماتی که در عرصه‌های مختلف از شاه بروز و ظهور یافته بود، در میدان‌های نبرد با شدت بیشتری دنبال می‌شد گاهی، در مراحل آغازین جنگ یا هنگام نبرد، این کرامات از شاهان صفوی به ظهور رسیده بود که عامل مهمی برای پیروزی و کامیابی در آن جنگ تلقی می‌شد؛ با تأکید ویژه بر این نکته که شاه برگزیده خداوند است و کسی که چنین خصیصه‌ای دارد، بی‌شک، شکست‌ناپذیر است (سیوری، ۱۳۸۶: ۲۲ و ۲۳). این ویژگی تقریباً به بیشتر شاهان صفوی نسبت داده می‌شد و همواره بر بهره‌مندی شاه اسماعیل، شاه تهماسب و شاه عباس از حمایت‌های غیبی در جنگ‌های برون‌مرزی تأکید می‌شد (حسینی، ۱۳۷۹: ۴۹).

شاه اسماعیل خبر پیروزی خود را در جنگ مرو از عالم دیگر دریافت. بر اساس متن عالم‌آرای شاه اسماعیل، او پیش از عزیمت به جنگ نظر حمایتی امام رضا (ع) را کسب می‌کند (عالم‌آرای شاه اسماعیل، ۱۳۸۴: ۳۴۹). همین ویژگی به گونه‌ای دیگر برای شاه تهماسب در جنگ جام‌علیه ازبکان رخ داد.

پس از پراکندگی اولیه سپاه صفوی شاه تهماسب:

«...او بر بالای پشته‌ای رانده فرود آمد... جبین ضراعت و ابتهال بر خاک پاک نهاده با رقت قلب و زبان نیاز از کریم کارساز استیصال مخالفان و استقلال غازیان و موافقان، از حضرت شاه خراسان طلب نموده، بعد از زمانی دید که آثار اجابت و شفاعت به ظهور رسید، سر از زمین برداشته به حاضران گفت که نوعی کنید که سپاه پراکنده مجتمع گردند که حضرت امام رضا (ع) سلطنت به ما دادند.» (افوشته‌ای، ۱۳۳۳: ۱۳)

اسکندریک نیز شاه عباس را چنین توصیف می‌کند: «...رای عالم آرایش مهبط تجلیات انوار غیبی و ضمیر منیرش مکمن اثرار لاریبی است.» (۱۳۷۷: ۱۰۸۴). القای این ویژگی‌ها در اشکال مختلف و در موقعیت‌های متعدد می‌توانست تا مدت‌ها روح و روان نظامیان صفوی را تحت تأثیر

قرار دهد و باورمندی فزاینده‌ای را در آن‌ها پدید آورد. نبردهای شجاعانه و بی‌پروای نظامیان در برخی از جنگ‌ها حاکی از دمیدن همین نگرش بر آن‌ها است.

در جنگ مرو، شاه اسماعیل، دانه سلطان یکی از فرماندهان خود را به عنوان پیش قراول به مقابله با سپاه شیبک‌خان فرستاد. او قبل از آغاز نبرد فرزند خود را طلبید و وصیت کرد: «...باید جان خود را در خدمت مرشد کامل فدا نموده در هیچ کار خود را معاف ندارید که من می‌دانم که از این دودمان خلافت نشان چه کرامت‌ها و معجزه‌ها دیده‌ایم.» (عالم‌آرای شاه اسماعیل، ۱۳۸۴: ۳۵۳). در همین زمینه توجه به این نکته که شاهان از آینده خبر می‌دهند و می‌دانند که سرنوشت جنگ‌ها چه خواهد شد، جلوه دیگری از دمیدن روح مبارزه‌طلبی در نظامیان بود (خواندمیر، غیاث‌الدین، ۱۳۶۲: ۵۱۰).

خواب‌های مکرر شاهان صفوی و نقل این خواب‌ها در مورد زمان و نحوه آغاز جنگ‌ها نیز بعد روانی دیگری بود که از آن بسیار بهره جستند تا با اتکا بر آن‌ها اهداف نظامی خود را پی‌گیری کنند. مسئله خواب نه تنها در عرصه جنگ، بلکه در زمینه حکومت‌داری صفویان جایگاه ویژه‌ای داشت. شاید در هیچ دوره حکومتی به این اندازه خواب شاهان در خدمت مقاصد سیاسی نبوده باشد (منشی قزوینی، ۱۳۷۸: ۱۷۳)؛ بنابراین در میادین نظامی لزوم استفاده تبلیغاتی از خواب افزون می‌شد و در بیشتر موارد که نبرد با خواب دیدن شاه و مزده پیروزی همراه می‌شد، پیروزی از آن صفویه بود (شیرازی، ۱۳۶۹: ۷۶). دستاویز شدن شاهان به اماکن مقدس و یاری طلبیدن از آن‌ها بعد روانی دیگری بود که جنبه تبلیغاتی آن می‌توانست تا مدتی نظامیان را به حمایت‌های معنوی امیدوار نماید.

بیشتر شاهان صفوی پیش از آغاز نبردهای مهم و سرنوشت‌ساز به زیارت مشهد یا به کمک‌خواهی و زیارت خانقاه اردبیل می‌رفتند. شاه عباس معمولاً در نبردهای طولانی مدت خود با عثمانی‌ها به زیارت اردبیل و یاری جستن از ارواح آن‌ها می‌رفت و البته این حرکت‌ها نه به صورت پنهانی و مخفیانه، بلکه با تمام مقدمات و ملزوماتی که انعکاس بیشتری در اطراف داشته باشد، صورت می‌گرفت. او بارها برای زیارت به مشهد رفت. در سال ۱۰۱۱ق به خراسان سفر کرد تا برای آزاد ساختن آذربایجان از دست عثمانی‌ها طلب یاری و کمک نماید (منجم، ۱۳۶۶: ۲۳۸).

شاه تهماسب نیز زمانی که در جنگ با عثمانی‌ها دچار مشکل شده بود و آن‌ها تبریز را اشغال کرده بودند، تحت تأثیر خواب یکی از همراهان بلافاصله به زیارت مقابر خانقاه اردبیل شتافت. در پی آن بدون آن که اتفاقی رخ دهد، سلطان سلیمان عثمانی تبریز را تخلیه نمود (شیرازی، ۱۳۶۹: ۸۱).

علاوه بر اقدامات شخص شاه که واکنش وسیعی در میان نظامیان داشت، سایر تکنیک‌های تبلیغاتی نیز در جای خود به کار می‌رفتند. حضور چهرهای مذهبی و مورد اعتماد مردم در عرصه جنگ‌ها و دعا و نیایش آن‌ها برای پیروزی نقطه امید دیگری برای یک مبارزه بود. در برخی از نبردها صاحب‌منصبان مذهبی مانند صدر و شیخ‌الاسلام خود در عرصه جنگ حضور داشتند و در کنار شاه می‌جنگیدند. در نبرد چالدران میرعبدالباقی، میرسیدشریف و سید محمد کمونه در عرصه جنگ حضور داشتند که البته هر سه نفر در این جنگ کشته شدند (همان، ۵۴). حسن بیگ روملو نیز با اشاره به تهاجمات ازبکان یادآور می‌شود که در جهت دشمن نیز از این شیوه استفاده می‌شد؛ زیرا عبیدخان ازبک چهل نفر از علمای مذهبی ماوراءالنهر را با خود به خراسان آورد که برای پیروزی او دعا کنند که همه آن‌ها کشته شدند (روملو، ۱۳۸۴: ج ۳، ۱۱۷۹).

علاوه بر عناصر مذهبی که در کنار شاه حرکت می‌کردند، می‌توان به حضور چشمگیر منجمان نیز اشاره کرد. تقریباً تمامی شاهان صفویه به پیش‌گویی‌های منجمان و دستوره‌های آن‌ها اعتقاد راسخی داشتند (رویمر، ۱۳۸۰: ۳۶۱). مشورت با منجمان به‌ویژه در زمان جنگ اهمیت زیادی داشت. پیش‌گویی در خصوص آینده جنگ یا تعیین زمان و ساعت مناسب برای آغاز جنگ از مهم‌ترین وظایف منجمان بود. در منابع متعددی نقل شده است که حضور منجمان در کنار شاه قوت قلبی برای نظامیان محسوب می‌شد. به همین دلیل گاهی شاهان به‌طور مستقیم آن‌ها را در معرض دید قرار می‌دادند تا همه آن‌ها را ملاحظه نمایند.

حضور دایمی ملاجلال منجم در کنار شاه عباس از اعتقاد راسخ او را به مشاوره‌های منجمان نشان می‌داد. در کوچک‌ترین مسایل حتی ورود شاه به شهر یا خروج او برای هر موضوعی بایستی منجمان ساعت سعد حرکت را تعیین می‌کردند. این دستورالعمل‌ها در زمان جنگ‌ها از اهمیت و ارزش بیشتری پیدا می‌کرد. برای آغاز رویارویی شاه عباس با عثمانی‌ها بهترین توصیف از نقش

منجمان را اسکندر بیک نقل می‌کند: «...جناب مولانا جلال‌الدین محمد منجم یزدی که همیشه در تعیین ساعات و ملاحظه دقایق و درجات زمان طالعش از سهم الحوادث فلکی مصون و اختیارات طبع وقادش به جانب تقدیر رهنمون بوده ساعتی سعد. اختیار نمود.» (منشی، ۱۳۷۷: ج ۲، ۲۹۲-۱۰۲۹). در جای دیگری نویسنده از حضور منجمانی چون مولانا مظفر جنابدی و مولانا محمد طاهر یزدی در کنار شاه عباس یاد می‌کند که در جنگ‌های بین‌النهرین در حالی که شاه «دغدغه‌ناک بودند» آن‌ها از «طالع مسئله استخراج نمودند که رومیه را در این یورش کاری از پیش نمی‌رود.» (همان، ج ۳، ۱۷۲۹). از دیگر مواردی که مورد توجه دربار صفویه بود و هنگام درگیری‌ها آن را اشاعه می‌دادند، تأکید بر حقانیت جبهه خودی بود. حق‌پنداری در عرصه سیاسی و مذهبی و دل‌بستگی سیاسی به شخص شاه به اشکال مختلف در بین نظامیان شیوع می‌یافت. در حقیقت، شاهان صفویه در ایدئولوژیک کردن جنگ‌ها اصرار داشتند و این باورمندی را در نظامیان رواج می‌دادند. نمونه‌های متعددی از این دعاوی در منابع دوره صفویه به چشم می‌خورد؛ هم در مکاتباتی که انجام می‌شد، این حقانیت بر ادله و براهین مختلف مبتنی بود و هم در حضور فرستادگان، مجالس مباحثه تشکیل می‌شد تا فرستادگان را در زمینه نگرش‌های مذهبی اقناع کنند. برای نمونه می‌توان به آمدن فرستاده سلطان سلیم به ایران قبل از جنگ چالدران و پرسش و پاسخ مفصلی اشاره کرد که شاه اسماعیل با حضور علما در خصوص انتقاد به مذهب اهل سنت و حقانیت شیعه تشکیل داد (عالم‌آرای شاه اسماعیل، ۱۳۸۴: ۵۱۶).

خواندن خطبه و رجز خوانی به سبک‌های مختلف و دادن شعارهای خاص تحریک‌آمیز در روحیه‌بخشی به نظامیان جایگاه ویژه‌ای داشت؛ از آن جمله سلطان حیدر در نبرد تبرسران هنگام جنگ: «...رو سوی آسمان کرده طلب صبر خود و طعن دشمن و استدعای ثبات قدم هنگام حمله مبارزان مرد افکن... اقدام نمود و رغبت صوفیان کثیرالخلاص را در مصاف به مواعید اجر و دخول دارالسرور ازدیاد داده در جنگ امر فرمودند.» (خواندمیر، ۱۳۷۰: ۷۰). در جنگ جام که شاه تهماسب خود شخصاً نظامیان را به جنگیدن فرا می‌خواند و به آن‌ها یادآور می‌شد که هزیمت ننگ و عار و به مردی کشته شدن نیکام روزگار است (منشی، ۱۳۷۷: ج ۱، ۹۲)، شاه عباس نیز از این ویژگی بهره‌مند بود. در جنگ با دین محمدخان ازبک وقتی دریافت که تعداد نیروهای او

کمتر از خان ازبک است و احتمال ترس و فرار وجود دارد، آن‌ها را مورد خطاب قرار داد که: «...چه ایستاده‌اید از عار فرار اندیشیده، مردانه قدم در معرکه کارزار نهید که به مردی کشته شدن بهتر از زندگانی و حیاتی است که بی‌ناموس شده باشیم.» (همان، ج ۲، ۹۱۸). گاهی، در نبردها شخص شاه یا فرماندهان برای نظامیان اشعار خاصی را قرائت می‌کردند. خود جنگجویان نیز به صورت جمعی اشعار را فریاد می‌زدند (فلسفی، ۱۳۷۵: ج ۵، ۱۷۳۴). شعار الله الله در بیشتر جنگ‌ها کاربرد عمومی داشت (منجم ۱۳۶۶: ۱۰۲ و افوشته‌ای ۱۳۷۳: ۱۴). در موارد بسیاری نیز نام شاه شعار مرسوم برای تحریک بیشتر به جنگیدن بود. در عین حال نکته مهم در بیشتر جنگ‌ها این بود که به همان میزان که ویژگی‌ها و صفات مثبت را به نظامیان خود نسبت می‌دادند، جلوه‌های منفی را مختص سپاهیان دشمن دانسته و آن‌ها را همچون باوری در میان نظامیان خودی می‌دیدند. باطل بودن طرف مقابل، نداشتن حمایت خداوندی و نابخردی آن‌ها از مصادیقی بود که برای دشمنان به کار گرفته می‌شد. با به کارگیری این تکنیک تلاش می‌شد جبهه مخالف تحقیر گردد و عظمت و ابهت آن‌ها ترس و وحشتی در میان نظامیان خودی ایجاد نکند.

یکی از نمونه‌های بارز تحقیر دشمن عملکرد خان محمد استاجلو، حاکم دیار بکر بود که علاوه بر نامه تندی که برای سلطان سلیم فرستاد، یک دست لباس زنانه نیز به همراه آن ارسال نمود (واله، ۱۳۷۲: ۲۳۳). در هر حال بهره‌گیری از تکنیک‌های یاد شده که گاهی پیش از شروع جنگ یا هنگام درگیری‌ها به کار می‌رفت، بیشتر با هدف ایجاد تمرکز در نظامیان و به وجود آوردن یک پشتوانه روحی - روانی به منظور دست‌یابی به خودباوری در میان آن‌ها انجام می‌شد.

۲. کاربرد تکنیک‌های مستقیم و عینی

در کنار تکنیک‌های نرم و گفتاری جنبه دیگری از رویکردهای تبلیغاتی نیز در عرصه‌های جنگی به کار می‌رفت که جنبه عملیاتی و کاربردی داشت و در برآورد نهایی برای تأثیرگذاری بیشتر بر روحیه نظامیان و در عین حال انتظام بیشتر رفتارهای آن‌ها کاربرد داشتند. در این عرصه نیز موقعیت و جایگاه شاه و اعمال و رفتار او همچنان به عنوان یک شاخص مورد توجه بود. تفهیم جایگاه والای شاه برای نظامیان و پس از درک این مکانیت حضور مستقیم او در میدان‌های جنگی

رفتاری حساب شده و بر نگرش های تبلیغاتی مبتنی بود.

حضور شاه در اشکال مختلف همراه نظامیان و جنگجویان هنگام درگیری پیامدهای مختلفی را برای سپاهیان داشت. در مواردی او بدون آنکه به صورت مستقیم وارد جنگ شود، فرماندهی را بر عهده گرفته و از فراز بلندی نظاره گر میدان نبرد بود؛ در حالی که سعی می کرد خود را در معرض دید سپاهیان قرار دهد. حضور مستقیم او یعنی تداوم جنگ تا دست یابی به موفقیت بود. در جنگ چالدران شاه اسماعیل پیش از شروع جنگ بر بلندی رفته و تماشای سپاه عثمانی نمود (عالم آرای شاه اسماعیل، ۱۳۸۴: ۵۲۱).

شاه عباس نیز در جنگ با چغال اغلی فرمانده سپاه عثمانی بر فراز بلندی رفت تا هم میدان جنگ را از نزدیک نظاره کند و هم سپاهیان را کنترل و هدایت نماید (منشی، ۱۳۷۷: ج ۲، ۱۱۳۵). در موارد متعددی شاه برای حمایت جدی از نظامیان به صورت ملموس وارد عرصه جنگ می شد. او همانند یک جنگجوی تمام عیار در کنار سایر نظامیان می جنگید (رویمر، دوره صفویه، ۱۳۸۰: ۴۴). چنین رفتاری بی شک، بدون هر گونه واسطه ای نفوذ خود را بر اعمال و رفتار سپاهیان نشان می داد که باعث می شد تا با شجاعت بیشتری مبارزه کنند (پارسادوست، شاه اسماعیل، ۱۳۸۱: ۳۲۲). از این مهمتر زمانی بود که شاه شخصاً به نبردهای خاص و تن به تن رضایت می داد. نمونه های چندی در دوره صفویه به چشم می خورد که شاه به تنهایی با پهلوانی نام آور از جبهه دشمن مواجه می شد و او را به قتل می رساند.

مشاهده و نقل مکرر این شجاعت از شاه ابزار تبلیغاتی مناسبی بود. حضور مستقیم شاه اسماعیل در جنگ مرو و جنگیدن او، همچنین نبرد حماسی او در جنگ چالدران گرچه با پیروزی همراه نشد، اما تا آخرین لحظه در میدان جنگ شمشیر زد و حتی توانست خود را به محدوده توپخانه دشمن برساند؛ چون دریافته بود شلیک پیاپی توپخانه دشمن شیرازه سپاهش را برهم خواهد ریخت. در همین معرکه بود که در یک نبرد تن به تن شرکت کرد و مالفوج اوغلی پهلوان سپاه عثمانی را، که در رزمگاه رجزخوانی می نمود، با شمشیر به دو نیم کرد (منشی قزوینی، ۱۳۷۸: ۱۳۵). نمونه دیگری از اقتدار و توانمندی شاه در جنگ با عثمانی ها نقل شده است. زمانی که یکی از اسرای قوی هیکل در حضور جمع به شاه حمله کرد، شاه شخصاً: «...به زور بازوی مردانگی و

نیروی اقبال خنجر از دست او بیرون آورد.» (منشی، ۱۳۷۷: ج ۲، ۱۱۴۴). حتی اشاعه خبر حضور شاه در میدان جنگ نیز تأثیر تعیین کننده‌ای در تقویت روحیه نظامیان و تخریب موقعیت سپاهیان دشمن داشت. در آخرین مرحله‌ای که عبیدخان ازبک به خراسان بورش برد زمانی که محقق شد شاه به نساء و ابیورد رسیده است، تلاش عبیدخان برای ایجاد ساختار دفاعی (همان، ج ۱، ۱۰۷). تلاش مکرر شاه عباس برای رویارویی مستقیم با عبدالؤمن خان ازبک و گریز او از معرکه زمانی که اخبار عزیمت شاه به خراسان منتشر می‌شد نمونه دیگری از اهمیت حضور شاه در میدان نبرد بود (منجم، ۱۳۶۶: ۱۱۷). حتی به نظر می‌رسد شکارهای شاهانه در انتظار سپاهیان نیز نشانگر وجهی از تبلیغات نظامی بود. شاهی که قادر است با اتکا بر توانمندی‌های شخصی حیوانات درنده‌ای مانند شیر و پلنگ؛ یا خرس را از پای درآورد؛ یا به تنهایی صدها راس شکار را بر زمین بریزد. فردی عادی و معمولی محسوب نمی‌شد و البته این رفتارها بیشتر به منظور خودنمایی انجام می‌شد تا همه بر این توانایی‌های خارق العاده اطلاع یافته و ناقل آن باشند.

رفتارهای شاه اسماعیل و شاه عباس در شکارگاه‌ها خودنمایی مطلق بود. حضور تعداد زیادی از نظامیان و جمعیت کثیری از مردم برای دیدن شکار شاهانه به یک رسم معمول مبدل شده بود. واله اصفهانی گزارش می‌دهد که شاه اسماعیل در حضور بزرگان و سران سپاه و سربازان: «گاهی به تیر دلدوز در اثنای مرکب تاختن و زمانی به شمشیر شعله افروز به گاه دست و بازو افروختن شکارها را بر خاک هلاک انداخت.» (۱۳۷۲: ۱۵۲). شاه عباس نیز سفیر عثمانی را به گاه شکار همراه خود به شکارگاه برد:

«...در محله چاله سیاه جمعیت روی داده با ایلچی مذکور خود به نفس نفیس متوجه شکار گشت و گویند در آن روز قریب شصت هزار و هفتصد شکار کشته شده بود. حسب فرمان استادان چابک دست به ساختن مناره عالی در بیرون شهر امر فرمودند که در صفحه روزگار باقی بماند.» (حسینی استرآبادی، ۱۳۶۴: ۴۰).

نسبت دادن برخی رفتارهای پر خطر به بعضی از شاهان صفویه را بر همین اساس می‌توان تفسیر کرد. کشتن شیری که که هیچ کس توان مقابله با آن را نداشت و نقل آن در بیشتر منابع

صفوی نمونه‌هایی از این دست است. خواندمیر از جدال شاه اسماعیل با خرسی صحبت می‌کند که تا آن زمان کسی را یارای برخورد با این خرس نبود (خواندمیر، غیاث‌الدین، ۱۳۶۲: ۹۶).

در احسن‌التواریخ نیز به این ویژگی انحصاری شاه اسماعیل اشاره می‌کند که نزدیک بغداد شیر بیشه‌ای لانه کرده بود و شجاعان از غلبه بر او ناتوان بودند: «آن حضرت... خود به نفس نفیس نزدیک آن سبع رفته به یک چوب تیر آن شیر دلیر را بر خاک هلاک انداخت.» (۱۳۸۴: ج ۲، ۱۰۳۲). در کنار این شیوه، تبیین و انتقال ویژگی‌ها و شمایل شخصی و لوازم نظامی شاه می‌توانست ابزار مناسب تبلیغاتی دیگری باشد.

سرعت عمل در کنار قدرتمندی همراه با مهارت در کاربرد لوازم جنگی در کنار همدیگر خوراک تبلیغاتی مناسبی برای خبرپراکنی در میان سپاهیان بود و این چیزی بود که از چشم مورخان عصر صفوی به‌دور نبوده است و در عرصه درگیری‌ها به این اقدامات مهم شاهان صفوی به‌طور مکرر اشاره داشته‌اند. توصیف شمایل و مختصات ظاهری شاه و ابهت و هیبت او در کنار نوع لباس و زره‌ای که برتن می‌کرد، می‌توانست بر سپاهیان تأثیر مستقیم داشته باشد (روملو ۱۳۸۴: ج ۲، ۱۱۷۳). واله اصفهانی در توصیف مهارت جنگی شاه اسماعیل می‌نویسد: «...در اثنای داروگیر گاهی به سفر تیر و زمانی به زبان‌آوری شمشیر پیغام اجل به گوش هوش ازبکان دیو سیرت عفریت سریرت می‌رسانید و به هر طرف که می‌تاخت از کشته پشته می‌ساخت.» (۱۳۷۲: ۱۹۵).

نمادهای خاص سلطنتی در میدان جنگ نیز یکی از تکنیک‌های مؤثری بود که در تحریک و جنگاوری سپاهیان به کار می‌رفت. نشان مخصوص شاه که در منابع از آن به **ماهچه سلطنتی** یاد شده است، سپاهیان را به شور و هیجان و امیدواری می‌رسانید و در پیروزی سپاهیان اهمیت بسزایی داشت. سایر علائم و نمادهای سلطنتی مانند علم و بیرق نیز در این منازعات کاربرد خاصی داشته است: «در آن ائنا علم اژدها پیکر «نصر من الله و فتح قریب» حضرت ظل‌اللهی نمایان گردیده چون سپاه ازبک مشاهده نمودند، فرار کرده به جانب قلعه روان گردیدند.» (عالم‌آرای شاه اسماعیل، ۱۳۸۴: ۳۳۵).

استفاده از طبل و شیپور نیز برای تحریک سپاهیان بسیار مهم بود و کاربرد فراوان داشت: «فرمان جهان مطاع صادر شد که جنود عالمگیر مکمل و آراسته روان شوند، غازیان صف بسته،

نقاره فرو کوفتند و صورن انداختند.» (روملو ۱۳۸۴: ج ۳، ۱۳۶۱). نظارت مستقیم شاه بر سپاهیان، تأکید بر نظم و انضباط آن‌ها و سان دیدن‌های مکرر، جنبه دیگری از ابعاد تبلیغاتی در زمان جنگ بود. بیشتر شاهان صفوی به تکرار از سپاهیان سان می‌دیدند تا حضور و نظارت جدی خود را بر آن‌ها به نمایش بگذارند، شاید بیش از سایرین شاه عباس در این زمینه کوشا بود که تحت هر شرایطی؛ چه پیش از جنگ و چه پس از جنگ از سپاهیان سان می‌دید (منشی، ۱۳۷۷: ج ۲، ۱۳۵۳، ۱۵۲۰). در عین حال، بررسی و شمارش سپاهیان و تبلیغ تعداد آن‌ها، به نمایش گذاشتن تجهیزات نظامی و تعریف و تمجید از این تجهیزات و تدارکات مطلوب برای پشتیبانی سپاهیان و تبلیغ این داشته‌ها در میان نظامیان، در سخت‌کوشی آن‌ها بسیار اهمیت داشت؛ «وعساکر نصرت شعار به عدد اوراق اشجار و قطرات امطار مانند جداول و انهار که به دریای ذخار پیوندد در النگ سلطانیه به موکب ظفر شعار پیوستند.» (واله، ۱۳۷۲: ۱۸۶).

دادن پادشاهی مؤثر و فوری، و مجازات خائنین و فراریان جنگی جلوه دیگری از رفتارهای شاهانه بود که می‌توانست تأثیر مستقیمی بر عملکرد سایرین داشته باشد. دادن پاداش در بیشتر جنگ‌ها امر مرسوم بود که پیش از شروع جنگ یا در پایان آن برای نظامیان منظور می‌شد. پیش از شروع جنگ مرو: «...حضرت پادشاه نیز دست به عطا و بخشش برآورده از اسبان تازی با زرین زرین و لجام مرصع و کمر و شمشیرها و خنجرهای... و نقود نامعدود چنان به ایشان داد که پیش از آن هرگز در خزانه خیال آن طایفه نگنجیده بود (حسینی، ۱۳۷۹: ۴۷). تنبیه و مجازات نیز همانند پاداش‌ها قطعی و آشکار بود. پس از جنگ چالدران تعدادی از عناصر نظامی به کم‌کاری و کوتاهی در جنگ متهم شدند. از آن جمله؛ خلیل خان ذوالقدر بود که با دستور مستقیم شاه اسماعیل در شیراز به قتل رسید (عالم‌آرای شاه اسماعیل، ۱۳۸۴: ۵۳۲). در دوره تهماسب نیز افرادی که به نوعی در جنگ از خود سستی نشان داده بودند، به مجازات‌های سختی گرفتار آمدند (شیرازی، ۱۳۶۹: ۸۰). شاه عباس نیز در این زمینه سیاست‌های سخت‌گیرانه‌ای را دنبال می‌کرد (منشی قزوینی، ۱۳۷۸: ۱۷۴). البته پس از پایان پیروزمندانۀ جنگ‌ها شاهان صفوی برای بهره‌مندی کامل تبلیغاتی به راحتی از این پیروزی‌ها نمی‌گذشتند. در بیشتر مواقع، فتح‌نامه‌های مفصل و متعدد به مناطق داخلی، و گاه برون‌مرزی ارسال می‌شد. این کار برای زهر چشم گرفتن از

مخالفان و دشمنان و ابراز عظمت و توانمندی برای دوستان و هم‌پیمانان اهمیت داشت (منشی، ۱۳۷۷: ج ۱ صص ۹۴۵ و ۱۰۳۸ و ۱۷۴۹؛ و روملو ۱۳۸۴: ج ۳، ۱۳۷۸؛ افوخته‌ای، ۱۳۷۳: ۶۰۱).

پس از پیروزی جام: «پیر روشن ضمیر اخبار فتح و نصرت و آثار ظفر و فر دولت که حضرت آفریدگار میسر گردانیده بود، به حسن عبارات و لطف استعارات در سلک تحریر و عقد تحریر انتظام داد و مبشران همایون در اطراف ربع مسکون دایر و سایر شدند.» (روملو، ۱۳۸۴: ۱۱۸۰). در مواردی نیز جارچیان و نقالان اخبار پیروزی‌ها و جنگ‌های شاهانه را به نقاط مختلف انتقال می‌دادند. ضرب سکه و خواندن خطبه به مناسبت پیروزی‌ها نیز یک رسم رایج برای اعلام پیروزی و توانمندی شاه بود. پس از جنگ مرو در خراسان سکه و خطبه به نام نامی همایون آرایش یافت. (منشی، ۱۳۷۷: ج ۱، ۶۵).

انواع تکنیک‌های تبلیغاتی علیه دشمن

بخش مهمی از تکنیک‌های تبلیغاتی در عرصه نظامی برای تأثیرگذاری مستقیم یا غیرمستقیم بر دشمن به کار گرفته می‌شد. به تسخیر در آوردن فضای روانی دشمن نقش مهمی در فرآیند پیروزی داشت. به کارگیری شیوه‌های نرم و خشن برای ایجاد چنین موقعیتی در هنگام جنگ بخشی از کارکردهای عملیاتی منازعات عصر صفویه بود. در بررسی جنگ‌های این دوره هر دو شکل رفتاری مشهود و دست‌یافتنی است و در بیشتر نبردها از این تکنیک‌ها استفاده شده است و رایج‌ترین رفتار در عملکردهای نرم و ملایم ارسال نامه‌های متعدد برای سپاهیان دشمن بود. این شیوه بیشتر در زمانی که دشمنان در موقعیت دفاعی قرار داشتند جنبه کاربردی پیدا می‌کرد. معمولاً زمان و هزینه زیادی صرف می‌شد تا نیروهای نظامی در پشت دیوارهای دژها و قلعه‌هایی که بر فراز کوه‌ها بودند یا ساختار دفاعی مستحکمی داشتند، وارد آن‌ها شوند که در بیشتر موارد با تلفات انسانی زیادی همراه می‌شد.

بهترین شیوه در این زمینه، فرستادن نامه و توصیف قدرت و عظمت شاه و سپاهیان او و دادن وعده بود که البته در مواردی به نتایج مطلوبی نیز منجر می‌شد و بدون تلفات جدی این قلعه‌ها سقوط می‌کردند. هنگام محاصره قلعه قارص در زمان شاه عباس، وی فرستاده‌ای نزد ساکنان قلعه

فرستاد: «...روز نهم ماه کس پیش اهل قلعه فرستاد که شما را خبر کردیم سحر یورش می‌کنیم، خون مردم ما و شما بر گردن شما. گفتیم و امشب مهلت دادیم، عصر این روز امان طلبیدند.» (منجم، ۱۳۶۶: ۳۲۵). در تصرف قلعه تبریز به سال ۱۰۱۲ق نیز شاه عباس با دادن امان‌نامه با مهر و امضای خود سبب شد تا محافظان قلعه تبریز دست از مقاومت برداشته و تسلیم شوند (فلسفی، ۱۳۷۵: ج ۵، ۱۷۱۱). در کنار نامه‌نگاری در این گونه مواقع فرستادن جارچی نیز مرسوم بود. آن‌ها باید افرادی خوش صدا و بلند آواز باشند که با فریادهای خود هم دل دشمن را به لرزه در آورند و هم با دادن وعده آن‌ها را به تسلیم بی‌قید و شرط متمایل نمایند.

جارچی‌ها حوالی قلعه و شهرشماخی جار می‌زدند که؛ اهل قلعه و شهر! بدانید که در این سه روز یورش می‌فرمایم، بیاید که هر که نیاید کشته می‌شود و مال و ناموشش بر باد می‌رود (منجم ۱۳۶۶: ۳۲۲). در بسیاری از جنگ‌ها شاه برای تبلیغ نام خود و نفوذ در دل دشمن به آزادسازی اسرا روی می‌آورد. این رفتار در مواقعی که لازم بود بخشی از بدنه دشمن یا پیوستگان به سپاه دشمن را مجذوب خود نماید و از همراهی با دشمنان باز دارد، انجام می‌شد. آزادسازی مکرر اسرا می‌توانست نشانگر بخشش و عطف شاهانه باشد (فلسفی، ۱۳۷۵: ج ۲، ۴۵۸). به افراد و گروه‌هایی که تن به تسلیم می‌سپردند، هدایای چشمگیری می‌دادند و معمولاً در این رفتارها در حضور مردم تکرار می‌شد تا دایره نفوذ آن در سطح گسترده‌تری امتداد داشته باشد. هنگامی که شاه تهماسب در جنگ با عثمانی‌ها قلعه اخلاط را تصرف کرد، چنین رفتاری از خود بروز داد:

«شفقت و مرحمت شاهی شامل حال قلعه شد. قورچیان عظام را امر فرمودند که برادر قلعه ایستاده نگذارند که هیچ آفریده از عساکر نصرت مآثر مزاحم هیچ کس از اهل قلعه شود تا ایشان با زن و بچه و مال و دواب و غله و اسباب و اجناس خود بیرون روند مثل این مرحمتی در هیچ زمان از هیچ کس مسموع و شاهد نگشته.» (شیرازی، ۱۳۶۹: ۱۰۵)

یکی از اتفاقات مهم در آزادسازی اسرا به اواخر دوره طولانی جنگ‌های ایران و عثمانی مربوط بود که شاه تهماسب پس از اسارت سنان‌بیک فرمانده سپاه دشمن با آزاد کردن او زمینه ذهنی صلح با عثمانی را فراهم نمود (روملو، ۱۳۸۴: ج ۳، ۱۳۷۴). صدور استمالت‌نامه و دل‌جویی از

کسانی که به دلیل دل‌خوری یا فریب خوردن در صف دشمنان قرار گرفته بودند، در دستور کار شاه قرار داشت. این رفتار می‌توانست در بدنه سپاه دشمن ریزش ایجاد کرده و از تعداد آن‌ها بکاهد (منشی، ۱۳۷۷: ج ۲، ۹۰۷). ایجاد تفرقه در صفوف دشمنان از کارهایی بود که به شدت دنبال می‌شد. برای وصول به این مقصود روش‌های متنوعی به کار گرفته می‌شد.

ترساندن دشمن، تهدید، دستگیری جاسوسان و ایجاد صحنه‌های ساختگی در مقابل چشمان آن‌ها و سپس آزاد ساختن آن‌ها برای انتقال اخبار و اطلاعات و ایجاد تردید و دودلی در صفوف دشمنان از دیگر مواردی بود که جنبه کاربردی داشت (منجم، ۱۳۶۶: ۱۱۶). البته در کنار تکنیک‌هایی که معمولاً رنگ و بوی خشونت نداشت، هم‌زمان از شیوه‌های مستقیم و خشن نیز استفاده می‌شد. شاه در عین این که می‌توانست فردی باگذشت، صبور، مهربان و بخشنده باشد در روی دیگر سکه می‌توانست مظهر اقتدار، تحمل ناپذیر، انتقام‌جو و بی‌گذشت تلقی شود. در طرف مقابل، مردم باید به این سبک رفتاری شاه آگاهی داشته باشند. در مواردی عظمت و اقتدار شاه با کشتارهای وسیع و خونین نمود پیدا می‌کرد.

قتل عام‌های بی‌رحمانه کسانی که تن به تسلیم نسپرده بودند، می‌توانست درس عبرت فراگیری برای سایرین باشد (پارسادوست، شاه تهماسب ۱۳۸۱: ۱۹۰). بریدن سر سربازان کشته شده دشمن و بر نیزه کردن آن‌ها یک رسم معمول بود. اصولاً در تمامی میدان‌های جنگ پس از اتمام نبرد می‌بایست سر کشته‌شدگان شمارش می‌شد و بر فراز نیزه و در مقابل شاه و عموم به نمایش درمی‌آمد (منشی، ۱۳۷۷: ج ۲، ۱۱۴۲). این شیوه گاهی در مقابل اسرایی که بعداً آزاد می‌شدند، صورت می‌گرفت تا هوای جنگ مجدد در سر آن‌ها پیدا نشود. مواردی نیز به چشم می‌خورد که بعضی از اسرا که اتهامات سنگینی داشتند به شکل فجیعی به قتل می‌رسیدند (واله، ۱۳۷۲: ۱۹۵). در مواردی نیز برای تأثیرگذاری بیشتر بر دشمنان سر آن‌ها برای مدتی به نمایش گذاشته می‌شد. در نبردهای شاه تهماسب در مقابل عثمانی‌ها، پس از آنکه سه ماه قلعه ارجیش در محاصره قرار داشت و ساکنان مقاومت می‌کردند، اسماعیل میرزا سر تعدادی اسرا را از تن جدا کرده در مقابل در قلعه آویخت. پس از این اقدام، ساکنان قلعه از وحشت تن به تسلیم سپردند. تعدادی از کردها نیز که با دشمن هم‌دست شده بودند دستگیر شده و پوست سر آن‌ها کنده شد

(روملو ۱۳۸۴: ج ۳، ۹۶۰). علاوه بر این از تکنیک‌های دیگری برای نفوذ روحی و روانی در قلب سپاه دشمن استفاده می‌شد؛ به کار بردن نیرنگ در عرصه جنگ، انجام حرکات نمایشی، در موقعیتی که سپاه دشمن در حال نظاره بود؛ یا به کارگیری رفتارهای خاص درحالی که می‌دانستند جاسوسان دشمن حضور دارند و مشاهدات خود را منتقل می‌کنند، از دیگر مواردی بود که به وفور در موقعیت‌های جنگی رخ می‌داد (حسینی استرآبادی ۱۳۶۴: ۱۶۳).

نتیجه‌گیری

از تحقیق حاضر چنین بر می‌آید که تبلیغات در دوره صفویه به گونه‌ای شاه‌محور بود؛ شاه در حقیقت نقش اصلی و مرجع را در تبلیغات ایفا می‌کرد. سایر ارکان قدرت باید در این عرصه توانمندی خود را در خدمت افکار و ایدئولوژی سلطنتی قرار دهند. هر چند سازمانی به نام تبلیغات در عرصه درگیری و منازعات وجود نداشت، اما باید اذعان نمود که شاه سازمان تبلیغاتی را رهبری می‌کرد و سایر ارکان قدرت آن را اداره و اجرا می‌کردند. وظیفه و رسالتی که بر عهده ساختار تبلیغاتی صفویه قرار داشت این بود که با بهره‌مندی از تکنیک‌های مختلف، در وهله اول بزرگی و اقتدار شاهانه و ساختار سلطنتی و در عین حال اهمیت و حقانیت ایدئولوژی حکومتی را به دیگران بقبولانند. بخش مهمی از انتقال این عظمت و شکوه در میان نیروهای نظامی داخلی و بخش دیگری می‌باید با تکنیک‌های مختلف در میان دشمنان گسترش یابد. در این روند خودی‌ها باید دریابند که شاه نمونه‌اعلای اقتدار، توانمندی و بهره‌مند از نیروهای ماورایی و متصل به عالم معنا است؛ به گونه‌ای که با غیب‌دانی و اطلاع از اسرار می‌تواند آینده را پیشگویی کرده و سرنوشت جنگ را رقم زند. او همچنین نمونه بارز توانمندی‌های شخصی بود. تمامی مهارت‌های نظامی در وجود او خلاصه می‌شد. در کاربرد تیر و کمان و شمشیر و سایر ادوات جنگی در میان همه برترین بود. در صحنه‌های پر خطر و هول‌انگیز بی‌محابا پا به عرصه خطر می‌گذاشت؛ به همین دلیل او از همه شجاع‌تر و بی‌باک‌تر بود. در جایی که همه از رویارویی با یک خطر عاجز می‌شدند، شاه یکه و تنها به دل خطر وارد می‌شد و مشکل را حل می‌کرد. ابراز وجود شاهانه در شکارها تنها مختص او بود تا همگان شایستگی وی را در زدن شکارهای درنده و همچنین در

تعداد زیاد شکارها مشاهده کنند. در عین حال، شاه و جبهه او نماد حقانیت و درستی بودند که در برابر ضلالت و گمراهی قرار می گرفتند. از این روست که حق همیشه پیروز و سربلند خواهد بود. انتقال این ویژگی‌ها که مختص شاه بود از طرق مختلف یعنی نوشتاری و گفتاری می‌باید هم در سپاه خودی و هم در میان دشمن شیوع یابد و تکرار آن به گونه‌ای باشد که افکار و اذهان را مملو نموده آن‌ها را به باورمندی برساند. هم‌زمان با تبلیغ ویژگی‌های شاهانه، تکنیک‌های تشویق و ترغیب یا مجازات و تنبیه نیز برقرار بود. حمایت از نظامیان در جنبه‌های مادی و معنوی، تقویت روحی آن‌ها در عرصه جنگ با رجزخوانی، دادن وعده‌های شاهانه و حتی بخشش‌های آنی در آغاز جنگ یا بلافاصله پس از پایان جنگ عنصر مهم تبلیغاتی بود که در این دوره کاربرد وسیعی داشت. نگاه تنبیهی نیز جایگاه خود را داشت. مجازات سخت خاطیان و فراریان و به‌ویژه کسانی که با دشمن همراهی و خبررسانی کرده بودند چیزی نبود که اغماض شاهانه را در پی داشته باشد. کشتن در ملاء عام و دار زدن و کندن پوست سر امری رایج برای خاطیان در عرصه جنگ بود. بهره‌مندی از ابزارها و نمادهای سلطنتی نیز از دیگر تکنیک‌های تأثیرگذار تبلیغاتی بود. نمایش علم سلطنتی در هنگام جنگ، نمایش عمومی سایر پرچم‌های سلطنتی برای جرئت بخشیدن به نظامیان، زدن طبل و شیپورهای خاص برای تحریک نظامیان، ضرب سکه و خواندن خطبه در مناطق متصرفی از دیگر شیوه‌های رایج در این دوره بود. در جبهه دشمن نیز علاوه بر استفاده وسیع از تکنیک‌های مکاتباتی که با هدف تأثیرگذاری روانی در جبهه دشمن انجام می‌شد، در دو شکل تشویقی و تنبیهی نیز تکنیک‌هایی به صورت مستقیم در عرصه جنگ اعمال می‌شد. ارسال دعوت به صلح، استمالت‌نامه، بخشش‌های شاهانه، آزادی اسرا از مواردی بود که فضای لازم و مناسب را در اختیار دشمنان قرار می‌داد تا تن به تسلیم زود هنگام بسپارند. اسارت افراد، قتل برخی از اسرا، بریدن سر و نمایش عمومی آن، ارسال سر برخی از کشته‌شدگان برای ترساندن دشمن از تکنیک‌هایی بود که برای وادار کردن زود هنگام دشمن به کار گرفته می‌شد. در نهایت باید یادآور شد، هرچند در عرصه منازعات فراگیر دوره صفویه نهاد خاصی وظیفه تنظیم و اشاعه تبلیغات جنگی را برعهده نداشت، اما کارکرد ساختار عمومی قدرت که در خدمت سلطنت بود به گونه‌ای غیرمستقیم یا مستقیم اشاعه دهنده تبلیغات شاهانه و ایدئولوژی سلطنتی بود و بخش

عمده‌ای از کامیابی‌های نظامی صفویان در میدان‌های جنگی مرهون کاربرد چنین تکنیک‌های تبلیغاتی بود.

منابع

- افروشته‌ای نظری، محمود بن هدایت‌الله. (۱۳۷۳). *تقاوه‌الآثار فی ذکرالآخیار*. ج ۲. به اهتمام احسان اشراقی. تهران: علمی و فرهنگی.
- پارسادوست، منوچهر. (۱۳۸۱). *شاه اسماعیل اول* ج ۳. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- _____ (۱۳۸۱). *شاه تهماسب اول*. ج ۲. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- حسینی استرآبادی، سیدحسن. (۱۳۶۴). *از شیخ صفی تا شاه صفی، به اهتمام احسان اشراقی*. تهران: علمی و فرهنگی.
- حسینی، خورشاه ابن قباد. (۱۳۷۹). *تاریخ ایلیچی نظام شاه*. تصحیح محمد رضا نصیری. تهران: انجمن آثار و مفاخر فرهنگی.
- خواندمیر، امیر محمود. (۱۳۷۰). *ایران در روزگار شاه اسماعیل و شاه تهماسب صفوی*. به کوشش غلام‌رضا مجد طباطبایی. تهران: بنیاد موقوفات افشار.
- خواندمیر، غیاث‌الدین حسین. (۱۳۶۲). *حبیب‌السیرو*. ج ۳. به کوشش محمد دبیر سیاقی. تهران: خیام.
- روملو، حسن بیگ. (۱۳۸۴). *احسن‌التواریخ*. تصحیح عبدالحسین نوایی. تهران: اساطیر.
- رویمر، هانس روبرت. (۱۳۸۰). ایران در راه عصر جدید. ترجمه آذر آهنچی. تهران: دانشگاه تهران.
- _____ (۱۳۸۰). *دوره صفویه*. تاریخ ایران دوره صفویه مجموعه کمبریج. ترجمه یعقوب آژند. تهران: جامی.
- سیوری، راجر. (۱۳۸۷). *ایران عصر صفوی*. ج ۱۶. ترجمه کامبیز عزیزی. تهران: نشر مرکز.
- شیرازی، عبدی بیگ. (۱۳۶۹). *تکمله‌الآخبار*. تصحیح عبدالحسین نوایی. تهران: نشر نی.
- عالم‌آرای شاه اسماعیل. (۱۳۸۴). *به تصحیح اصغر منتظر صاحب*. تهران: علمی و فرهنگی.

- فلسفی، نصرالله. (۱۳۷۵). *زندگانی شاه عباس اول*. ج ۵. ج ۶. تهران: انتشارات علمی.
- منجم، ملا جلال‌الدین. (۱۳۶۶). *تاریخ عباسی (روزنامه ملاجلال)*. به کوشش سیف‌الله وحید نیا. تهران: وحید.
- منشی، اسکندریبیک. (۱۳۷۷). *تاریخ عالم آرای عباسی*. ج ۳. تصحیح محمد اسماعیل رضوانی. تهران: دنیای کتاب.
- منشی قزوینی، بوداق. (۱۳۷۸). *جواهر الاخبار*. تصحیح محسن بهرام نژاد. تهران: میراث مکتوب.
- نویسی، عبدالحسین. (۱۳۴۷). *شاه اسماعیل صفوی (اسناد و مکاتبات تاریخی)*. تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
- _____ (۱۳۵۰). *شاه طهماسب صفوی (مجموعه اسناد و مکاتبات تاریخی)*. تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
- _____ (۱۳۶۹). *شاه عباس (اسناد و مکاتبات تاریخی)*. ج ۲. تهران زرین.
- واله اصفهانی، محمد یوسف. (۱۳۷۲). *خلد برین*. به کوشش میرهاشم محدث. تهران: بنیاد موقوفات افشار.
- هالستی، کی جی. (۱۳۷۲). *تبلیغات و نقش آن در سیاست خارجی، تبلیغات و جنگ روانی*. ترجمه حسین حسینی. تهران: پژوهشکده علوم دفاعی.
- Vaverka, martin (2009). Propaganda, (the power of the mass media).
- Walton, Doglas (1997), what is propaganda and what exactly is wrong with it? Public affairs quarterly, volume11, number4 .



مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی