

## خطوط راهنمای کار برای کارکنان بخش تبلیغات (۲۶ آوریل ۱۹۳۰)

بند ۱- تمام کارکنان بخش تبلیغات باید يك سری از وسائل را در اختیار داشته باشند. از رنگ سفید (یا سیاه) برای نوشتن شعارهایی که توسط دفتر بخش تبلیغات تعیین شده است در هر زمان یا مکان مناسب روی دیوارهایی که بسادگی در معرض دید مردم در خیابانها و جاده ها است، استفاده کنند.

بند ۲- علاوه نوشتن روی دیوارها و هر يك از شعارهایی که توسط این دفتر در کتاب شعارها تعیین شده است، شعارهای طولانی تر باید روی کاغذ رنگی نوشته شده و در مکانهایی چسبانده شوند که بسادگی در معرض دید مردم در خیابانها و جاده ها باشد.

بند ۳- در مواقع ورود به شهر شعارهای عمده و تعیین شده توسط این دفتر روی پارچه های سرخ نوشته شود و در وسط خیابان آویزان شود.

بند ۴- گروههای تبلیغاتی باید مکرراً کارکنان ویژه ای را برای بردن تمام مواد تبلیغاتی و سطل چسب و چسباندن اوراق تبلیغاتی در مکانهایی که بسادگی در معرض دید مردم در خیابانها و جاده ها هستند، تعیین کنند.

بند ۵- همه کارکنان بخش تبلیغات، چه با واحد نظامی در حال حرکت چه با واحد نظامی مستقر در يك جا، باید اوراق تبلیغاتی را حمل کرده و هر زمانی که به توده ها برخورد کردند بطور منظم آنها را پخش کنند.

بند ۶- در مناطق سفیدی که تبلیغات ارتجاعی باعث فرار مردم از ترس شده است، تمام کارکنان بخش تبلیغات مؤظفد اوراق و پرچمهای تبلیغاتی را در نقاطی بزنند که مردم وقتیکه برگشتند آنها را ببینند. بطور مثال مواد تبلیغاتی را در خیابانها، جاده ها، مدارس، کارخانه ها، مغازه ها، و سربازخانه ها بزنند.

بند ۷- از میان گروه تبلیغات افرادی که سخنوران خوبی هستند را تعیین کنید تا تبلیغات شفاهی را به پیش ببرند. آنها باید در هر زمان و مکان مناسب پرچم تبلیغاتی را آویزان کرده و از ابزار مختلف برای جلب توجه توده ها استفاده کنند. توده ها را به جمع شدن فرا خوانند و تبلیغات را خطاب به آنان انجام دهند. همچنین در میان توده ها بدنبال آتانی باشند که تبلیغات را نسبتاً بیترعی بدینند و با آنها جداگانه صحبت کنند. برای مثال وقتی که جمع کوچک است با تک تک آنها صحبت کنید.

بند ۸- از میان گروه تبلیغات آتانی که هم سخنوران خوب و هم هنرمند هستند را تعیین کنید تا تبلیغات را با پوشیدن لباس ویژه ارائه دهند. وقتی يك روز یا بیشتر تعطیل است در جاهایی کار کنید که مردم بیشتری هستند و راهی پیدا کنید که جلسه عمومی بزرگی را فرا بخوانید.

بند ۹- وقتی که کار ( در يك منطقه مشخص ) شروع می‌شود هر تبلیغاتچی باید با دقت از آن منطقه ارزیابی اجتماعی نماید و نتیجه تحقیقات خود را روزانه به بخش آمار گزارش دهد تا آمار کلی از منطقه بدست آید.

بند ۱۰- همه کارکنان بخش تبلیغات در تمام اوقات باید با دقت و وضعیت زورگویان محلی و همه عناصر عرتجع را زیر نظر داشته و فوراً به دفتر دفاع گزارش دهند تا روشن گردد که چگونه حسابشان رسیده شود.

بند ۱۱- در مواقع زد و خورد با زورگویان محلی لازم است تبلیغاتچیان همراه بخش انتظامی اعزام شوند و به تبلیغات بردازند و همچنین به بخش انتظامی در کار خود کمک نمایند ( مثلاً در مورد تقسیم گندم معساره شده بین دهقانان فقیر )

بند ۱۲- وقتیکه جلسه ای بزرگ و عمومی قرار است تشکیل شود، تبلیغاتچیان باید مسئولیت برداختن به سر و وضع جلسه، فرا خواندن توده ها برای تجمع، و حفظ نظم جلسه را به عهده گیرند. آنها باید قبل و بعد از جلسه، بصورت فشرده ای در میان توده ها تبلیغ کنند.

بند ۱۳- وقتیکه نبرد به خوبی پیش نمی‌رود، یا بخاطر حمله دشمن ما در حال عقب نشینی استراژژیک هستیم، همه تبلیغاتچیان باید شعارهای بسیار زیادی که سربازان دشمن را خطاب قرار می‌دهد بنویسند، و تعداد بسیار زیادی اوراق تبلیغاتی که جذب سربازان دشمن را هدف قرار داده است بخش کنند.

بند ۱۴- در مواقع جنگ، همه تبلیغاتچیان باید برای حمل و نقل و رسیدگی به وضع سربازان زخمی کمک کرده و همچنین به استخدام توده های اطراف منطقه جنگی برای حمل زخمی ها به درمانگاههای کمکهای اولیه برای معالجه بردازند.

بند ۱۵- پس از پایان هر نبرد، همه تبلیغاتچیان باید روی عراقبت از سربازان دشمن تمرکز دهند، با آنها صحبت کنند و برای تک تکشان تبلیغ کنند.

بند ۱۶- پس از اتمام جنگ، شما باید با استخدام توده های ساکن اطراف منطقه نبرد برای دفن سربازان کشته شده کمک کنید.

بند ۱۷- همه تبلیغاتچیان باید در تمام اوقات و در تمام مناطق به حفظ روحیه سربازان توجه کنند.

بند ۱۸- همه تبلیغاتچیان باید در پایان هر روز، وضعیت کار در طول آبروز را به رهبر گروه گزارش دهند تا بصورت گزارش کتبی در آمده و به رهبر بخش برای بازرسی ارائه شود.

صادره از دایره سیاسی ارتش چهارم ارتش سرح

منبع:

- کتاب راه قدرت و رسیدن مائو تنظیم کننده: استوارت شرام

جلد ۳ ( جولای ۱۹۲۷- دسامبر ۱۹۳۰ )، صفحات ۲۹۵-۲۹۳، ناشر ام. ای. شارب، ۱۹۹۵.