

نقش «رسانه منبر» در شکل‌گیری و تداوم انقلاب اسلامی

دکتر رشید جعفرپور مدیر بخش ادبیات مرکز اسناد انقلاب اسلامی rjafarpoor@yahoo.com
ایمان حسین قزل‌ایاق کارشناس ارشد علوم سیاسی و پژوهشگر انقلاب اسلامی iman_ghe@yahoo.com

چکیده :

انتقال ارزش‌ها، هنجارها و باورهای یک نسل به نسل بعد و تلاش برای حفاظت از ارزش‌ها در برابر امواج فرهنگ غریبومی، از مهم‌ترین دغدغه‌ها و کارکردهای دستگاه‌های فرهنگی هر جامعه محسوب می‌شود. در واقع نهادهای فرهنگی تلاش می‌کنند ضمن صیانت از روش‌های آزموده شده درون‌فرهنگی، در جهت پویایی و به‌روز نمودن این روش‌ها نیز اقدام نمایند. در میان طیف وسیعی از این ابزارها و کارگزاری‌ها، اعم از خانواده، مدرسه، دانشگاه، رسانه‌ها و ... منبر و وعظ با سابقه تاریخی طولانی و صبغه مذهبی و دینی، می‌تواند نقش بسزایی را در این میان ایفا نماید. این رسانه در زمان مبارزات منجر به پیروزی انقلاب اسلامی به عنوان رابط میان توده مردم و روحانیت، عمل نمود و این کارویژه را در دوران جنگ تحمیلی نیز به انحصار مختلف ادامه داد. اما پس از پایان جنگ، فضای فرهنگی، جامعه تحت تأثیر امواج فرهنگی گسترده غرب قرار گرفت و نسل سوم انقلاب را در تیررس خود قرار داد. از این روی هم‌کنون در دهه چهارم رسانه منبر، به عنوان یکی از کارگزاری‌های فرایند جامعه‌پذیری، نقش و کارویژه‌هایی متفاوتی نسبت به قبل خواهد داشت.

کلید واژه: منبر، پیام، گیرنده و فرستنده پیام، انقلاب اسلامی، جنگ نرم، جامعه‌پذیری.

تاریخ تایید ۱۳۸۹/۵/۱۷

تاریخ دریافت ۱۳۸۹/۴/۹

مقدمه

بدون شک انقلاب اسلامی را می‌توان «پدیده مهم» قرن بیستم نام نهاد. انقلابی که نه بر اساس ایدئولوژی‌های غالب قرن بیستم (کاپیتالیسم و کمونیسم)، بلکه بر اساس ایدئولوژی اسلام ناب محمدی (ص) برضد حکومتی که از لحاظ ایدئولوژیکی وابسته به غرب، به خصوص آمریکا، بود و از لحاظ نظامی نیز لقب «ژاندارم منطقه» به خود گرفته بود، شکل گرفت. انقلاب اسلامی که بر اساس آموزه‌های اسلام صورت گرفت، ماهیتی کاملاً فرهنگی داشت.^۱ امام خمینی (ره) به عنوان معمار بزرگ انقلاب، از آغاز نهضت در سال ۱۳۴۲ تا پیروزی آن در سال ۱۳۵۷ همواره تلاش داشت خط سیر مشخصی برای نهضت تعیین کند و از انحراف آن به سمت ایدئولوژی‌های غالب جلوگیری نماید. اتخاذ سیاست «نه شرقی، نه غربی، جمهوری اسلامی» نشان‌دهنده دقت و تیزبینی انقلابیون، تحت تأثیر آموزه‌های امام در عدم فروغلتیدن انقلاب به دام ایدئولوژی‌های انحرافی است. آنچه که در این انقلاب از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بود، نحوه ارتباط و تعامل و پیام‌رسانی امام و انقلابیون با توده مردم در اقصی نقاط کشور و آگاه‌سازی آنها در قبال رسانه‌های نوین وابسته به دولت طاغوت و سردمداران آن بود.

در زمینه تاریخ‌نگاری این پدیده مهم مطالب فراوانی قابل توجه و اهمیت است، از آنجمله اینکه تداوم انقلاب اسلامی در نسل‌های جوان که شرایط قبل و آغاز انقلاب اسلامی را درک نکرده‌اند چگونه صورت گیرد و آیا رسانه و ابزارهای رسانه‌ای چون «منبر» توانایی پوشش اطلاعاتی، خبری و آگاهی‌بخشی را خواهد داشت؟ در عین حال تاریخ‌نگاری انقلاب اسلامی، باید ضمن رعایت اصول و منطق حاکم بر علم تاریخ، تلاش کند به سؤالات اساسی مطرح شده در این حوزه‌ها پاسخ دهد. در حوزه پیام‌رسانی در انقلاب «ارتباط» بین رهبر و توده مردم چگونه صورت می‌گرفت؟ این شبکه پیام‌رسانی چگونه تشکیل شد؟ چرا منبر به عنوان کانون پیام‌رسانی در نهضت انتخاب شد؟ چگونه از منبر در گسترش نهضت استفاده شد؟ راه کارهای استفاده از این رسانه در تداوم انقلاب و اهداف آن چگونه است؟

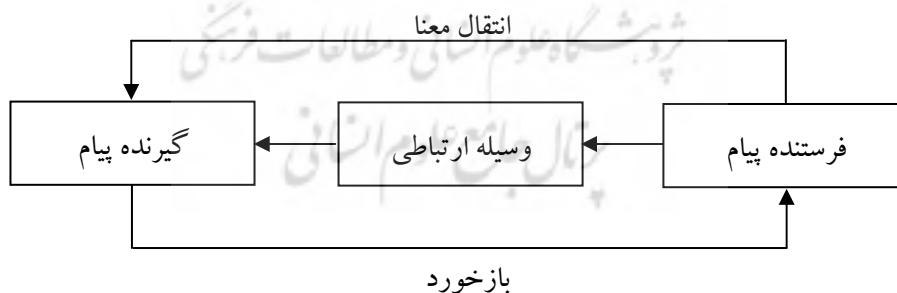
بحث نظری

مفهوم «ارتباط»^۲ به عنوان یکی از مفاهیم مهم جامعه‌شناختی در حوزه ارتباطات اجتماعی به شمار می‌آید. جامعه‌شناسان ارتباطات تعاریف متعددی از ارتباط ارائه داده‌اند.

از جمله محسنیان راد در کتاب «ارتباط‌شناسی» تعریف جامعی از ارتباط ارائه داده است. به نظر وی «ارتباط فرآیند انتقال معنا از فرستنده پیام به گیرنده پیام است به طوری که معنای مورد نظر فرستنده توسط گیرنده درک شود.»^۳ طبق تعریف، اگر در فرآیند ارتباط معنای مورد نظر فرستنده از طرف گیرنده درک نشود ارتباط صورت نگرفته است، گرچه ارتباط ظاهری صورت گرفته باشد. به عبارت دیگر زمانی ارتباط کامل برقرار می‌شود که معنای مورد نظر فرستنده به طور کامل از طرف گیرنده پیام درک شود. پس برای ارتباط چند عنصر لازم است فرستنده پیام^۴، گیرنده پیام^۵ و انتقال معنا^۶ (وسیله ارتباطی مناسب انتقال پیام).^۷

رسانه‌ها^۸ وسیله ارتباطی جدیدی هستند که می‌توانند از فاصله‌های دور ارتباط را برقرار سازند.^۹ هر چه به گذشته بازگردیم چون ارتباطات شفاهی بوده است، رسانه‌هایی هم که بر مبنای ارتباط شفاهی شکل گرفته بودند، مورد توجه بودند. اما با گذشت زمان، ارتباط از طریق رسانه‌های مکتوب و تصویری و در حال حاضر نیز از طریق الکترونیک، صورت می‌گیرد. رسانه‌ها به هر نقطه مکانی وارد شوند و یا در هر نقطه از مکان جغرافیایی رسانه‌ای رصد شود قطعاً پیام آن رسانه در آنجا منتشر می‌شود. به همین دلیل مارشال مک لوهان جمله‌ای دارد: «رسانه عین پیام است.»^{۱۰} بر اساس این دیدگاه رسانه‌ها حامل پیام هستند و با ورود در یک منطقه جغرافیایی حتماً پیام را به آنجا می‌رسانند.

فرآیند ارتباط بر اساس نظریه‌های ارتباطی، با توجه به عناصر ارتباط به صورت مدل زیر طراحی گردیده است:



در این راستا لازم است که به تعریف ارتباطات سنتی نیز اشاره کنیم. بر اساس تعریف ارتباطات سنتی به گونه‌ای از ارتباطات اطلاق می‌شود که بر پایه باورها، تاریخ، فرهنگ و عقاید عمومی جامعه شکل گرفته و در عین حال آنها را ترویج و تقویت می‌کند.

کند.^{۱۱} با توجه نمودار فوق می‌توان فرآیند ارتباط در انقلاب اسلامی ایران را با توجه عناصر آن تبیین کرد.

فرآیند پیام‌رسانی در انقلاب اسلامی

فرآیند پیام‌رسانی در انقلاب اسلامی بایستی به گونه‌ای صورت می‌گرفت که توان رقابت و مقابله با رسانه‌های رسمی حامی رژیم پهلوی را می‌داشت. چون رسانه‌های مدرن آن زمان از قبیل تلویزیون، رادیو، مطبوعات در اختیار دستگاه دولتی پهلوی قرار داشت و به همین دلیل انقلابیون فقط می‌توانستند از «رسانه‌های سنتی» بهره‌گیری کنند. البته استفاده از رسانه‌های سنتی باعث نشد که انقلابیون از رسانه‌های جدید استفاده نمایند. به گونه‌ای که در آغاز نهضت، ابتدا از «اعلامیه» بیشتر بهره گرفته شد و امام (ره) نیز در این سال‌ها اعلامیه‌های زیادی به مقامات دولتی از جمله شاه و نخست‌وزیر نوشتند و به آنها در زمینه اجرای احکام اسلام به خصوص در موضوع تصویب لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی مانند الغای طرح کاپیتولاسیون، تأکیدات فراوانی نمودند؛ اما چون مقامات دولتی سر باز می‌زدند اعلامیه‌ها معمولاً خطاب به ملت مسلمان ایران نوشته می‌شد. در این راستا، علمای بزرگ نیز همین رویه را دنبال می‌کردند.

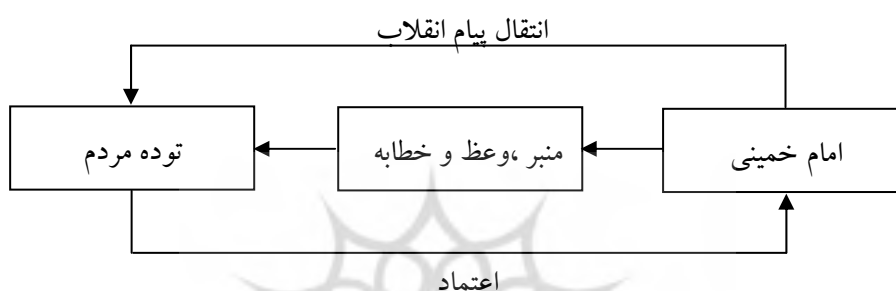
ویلیام هاگتن^{۱۲} با در نظر گرفتن تجربه ایران در زمینه به کارگیری ارتباطات سنتی در جریان انقلاب اسلامی می‌گوید: «آنچه در ایران روی داد بی سابقه بود، چون ارتباطات چهره به چهره، ارتباطات سنتی، راهپیمایی‌ها و خطبه‌های نمازجمعه در خدمت انقلاب قرار گرفت.»^{۱۳}

علاوه بر این، استفاده از «نوار کاست»، مصاحبه با رادیو، روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های بین‌المللی نیز در اواخر نهضت به تریج مرسوم شد. همچنین مرحوم آیت‌الله طالقانی و حجت‌الاسلام فلسفی، در زمینه استفاده از رسانه‌های جدید، به نوگرایی روی آوردند و حتی مرحوم طالقانی برنامه‌های اخلاقی و دینی در رادیو به طور مرتب اجرا می‌کردند. با این وجود به دلیل ماهیت مردمی - مذهبی رسانه‌های سنتی، در مجموع استفاده از آنها در نهضت غلبه بیشتری داشته است.

در انقلاب اسلامی، فرستنده اصلی پیام، حضرت امام (ره)، گیرنده اصلی پیام، توده مردم ایران بودند که در نقاط مختلف شهری و روستایی ایران ساکن بودند و از آنجایی که در انقلاب اسلامی توده مردم در تداوم نهضت نقش اساسی داشتند، لذا

رسانه‌ای می‌توانست این پیام را به سراسر کشور برساند که بیشترین پوشش جغرافیایی را داشته باشد. به نظر می‌رسد رسانه‌های سنتی این پوشش لازم را در سراسر ایران داشتند و مردم نیز به این گونه رسانه‌ها اعتماد بیشتری داشتند.

اما با این حال «منبر» را باید به عنوان مهم‌ترین رسانه‌ای که نهضت اسلامی مردم به رهبری امام (ره) نیز بر آن استوار بود، قلمداد نمود. در نتیجه فرآیند ارتباط و پیام‌رسانی در نهضت مردم ایران در سال ۵۷ به صورت زیر است:



با محوریت قرار گرفتن «منبر» به عنوان مهم‌ترین رسانه انقلاب، لازم بود که یک شبکه پیام‌رسانی بر مبنای منبر شکل گیرد. در رأس هرم ارتباطی این شبکه مرجعیت و وعاظ و روحانیون و توده مردم نیز در قاعده هرم ارتباطی حضور داشتند. وعاظ و روحانیون با استفاده از رسانه منبر نوعی از شبکه ارتباطی ایجاد کردند که هم از لحاظ جغرافیایی کل ایران را پوشش می‌داد و هم از لحاظ غیر دولتی بودن کاملاً قابل اتکا بود. این رسانه در مکان‌های مختلف شهری و روستایی اعم از مساجد، حوزه‌های علمیه، تکایا، حسینیه‌ها، هیئت‌ها، بازارها، مدارس اسلامی و... وجود داشت و مرکز و مأمن مهمی برای جذب و جلب توده مردم مسلمان خواهان نهضت به حساب می‌آمد و به عنوان مرکز و نکته اتکا و اتصالی بود که مکان‌های ماهیت کاملاً مذهبی، مردمی و غیر حکومتی داشت. هر چند دولت پهلوی تلاش می‌نمود در برخی از این مکان‌ها نیز نفوذ داشته باشد.

در طول نهضت، تلاش امام این بود که پیام نهضت که برگرفته از عمق جان و خواست ملت مسلمان ایران و سرشار از معارف غنی اسلامی بود، از طریق اعلامیه، نوار کاست، خبرگزاری‌ها، به هنگام در تبعید پانزده ساله در ترکیه، عراق و فرانسه، به روحانیون و انقلابیون صدر انقلاب برسد و آنان نیز این پیام را از طریق منبر و به صورت وعظ و خطابه به گوش مردم برسانند. هر چه قدر این ارتباط سریع‌تر و صریح‌تر به گوش مردم می‌رسید،

فرآیند انتقال معنا بهتر و متقن‌تر صورت می‌گرفت و از آنجایی که پیام انقلاب، مبتنی بر خواست و اراده ملت بود، به خوبی از طرف مردم درک و مورد پذیرش قرار می‌گرفت.

نگاهی اجمالی بر رسانه منبر

اندیشمندان ارتباطات رسانه‌ها را به دو دسته اصلی شامل رسانه‌های سنتی و رسانه‌های جدید تقسیم می‌کنند. صرف‌نظر دلیل و معیارهای اصلی آنها از این تقسیم‌بندی، مجموعاً که در رسانه‌های سنتی ارتباط به طور چهره به چهره و شفاهی است ولی در رسانه‌های جدید ارتباطات از طریق نوشتاری، سمعی، بصری و الکترونیکی و از راه دور است. به بیان دیگر در دیدگاه سنتی، ارتباطات بیشتر حالت شفاهی و گفتاری دارد و در دیدگاه جدید، ارتباطات دارای خصوصیت نوشتاری و کتبی است. از این نقطه نظر منبر به عنوان یک رسانه سنتی مورد توجه مسلمانان بوده و ابزار مناسب تبلیغ از صدر اسلام تاکنون مورد توجه و استفاده مسلمانان و مبلغان دین اسلام قرار گرفته است. به دلیل اهمیت این ابزار فرهنگی، رسانه‌ای و تبلیغی، این وسیله تبلیغی، حتی از قداست نیز برخوردار گردیده است. به گونه‌ای که در کلیه مکان‌های مقدسی چون مسجد، تکیه، حسینیه و... اهمیت این رسانه مورد توجه قرار می‌گیرد. امام جماعت، سخنران، مداح، واعظ و خطیب و... با قرار گرفتن روی این وسیله و ارائه مطالب لازم، با مردم پای منبر ارتباط برقرار می‌کند. در واقع منبر حلقه ارتباط واعظ با مردم است. از این رسانه می‌توان در همه زمان‌ها استفاده کرد اما روزها و شب‌های مختلفی که به تعبیری ایام‌الله، ایام سوگواری، اعیاد و جشن‌های میلاد و حوادث مهم... هستند مردم در پای این رسانه منتظر شنیدن سخنان واعظ و خطایب هستند. از طریق این رسانه علاوه بر مسائل مذهبی و فقهی، به مسائل روز و سیاسی، اجتماعی نیز پرداخته می‌شود.

کارکرد رسانه منبر در طول مبارزات بر ضد پهلوی

اگر حوادث انقلاب اسلامی را دنبال کنیم درمی‌یابیم بسیاری از شخصیت‌هایی که درگیر انقلاب اسلامی بودند و در هدایت و رهبری آن حرکت عظیم، نقش اساسی داشتند عمدتاً مذهبیون با مکان‌های مذهبی، نیروهای مذهبی ارتباط وثیقی داشتند. امام (ره) به عنوان رهبر انقلاب اسلامی، خود از روحانیون و مراجع بزرگ بودند که مسجد را به عنوان کانون مبارزه علیه رژیم قرار داده بودند. امام و انقلابیون با توجه به احترامی که

مردم ایران برای روحانیت و جایگاه منبر و وعظ قائل بودند و هستند، احساس کردند تنها رسانه‌ای که می‌توان از آن برای پیام‌رسانی استفاده کرد، منبر است. زیرا اولاً این رسانه تا حدود زیادی از نفوذ دستگاه حکومتی دور بود. ثانیاً این که جمع کردن توده مردم به خصوص متدینین در پای این رسانه آسان‌تر بود. ثالثاً این رسانه به دلیل جامعیت، گستردگی و پراکندگی جغرافیایی خود، از اهمیت زیادی به لحاظ تأثیرگذاری، برخوردار بود.

از این روی رژیم پهلوی برای این که انقلابیون را از مبارزه از طریق وعظ و منبر بازدارد و آنها را مورد تحدید قرار دهد، تصمیم به تبعید^{۱۴} آنها گرفت. تبعیدها به شهرهایی که به لحاظ سکونت و دسترسی بسیار مشکل داشتند صورت گرفت. در نتیجه این سیاست، انقلابیون به شهرهای مختلف تبعید شدند که در شرایط عادی نمی‌توانستند به آن شهرها سفر کرده و با مردم ارتباط برقرار کنند. خود تبعید انقلابیون به شهرهای مختلف باعث گسترده شدن حوزه مبارزه و شبکه پیام‌رسانی انقلاب اسلامی شد و پیام انقلاب از این طریق در شهرها و روستاهای مختلف پخش و انتشار یافت. افراد تبعید شده در اکثر شهرها با حضور در مساجد و تکایا به مناسبت‌های مختلف به سخنرانی می‌پرداختند و پیام امام که همان پیام انقلاب بود را برای مردم بازگو می‌کردند. در واقع سیاست تبعید انقلابیون که با هدف جلوگیری از گسترش انقلاب صورت گرفت، بالعکس در گسترش انقلاب به اقصی نقاط ایران بسیار مؤثر بود.

انقلابیون از طریق سخنرانی در منابر مساجد، تکایا، حسینیه‌ها و بازار شهرهای مختلف، مردم را به انقلاب و حمایت از امام خمینی فرا می‌خواندند و این پیام امام را که تا قبل از تبعید به توده مردم در شهرهای کوچک و روستاها نمی‌رسید، اکنون در تمام شهرهای ایران و حتی شهرهای صعب‌العبور منتشر می‌شد و جامعه ایران را علیه حکومت پهلوی می‌شوراند. این شبکه پیام‌رسانی باعث «عمومی‌سازی انقلاب» در سطح جامعه و در دل توده‌های ملت مسلمان ایران شد. اگر تا چند سال قبل، پیام امام فقط به نخبگان در شهرهای بزرگ می‌رسید و اثرش در حد نخبگان باقی می‌ماند اکنون با گسترش این شبکه پیام‌رسانی از طریق منبر در کوچه‌ها و معابر شهرهای کوچک و در افکار عمومی تمام ملت ایران اثر می‌گذاشت و آنان را برای انقلاب اسلامی آماده می‌ساخت.

دلایل اهمیت رسانه منبر در گسترش پیام انقلاب اسلامی

آنگونه که اشاره شد در شبکه پیام‌رسانی نهضت اسلامی، منبر به عنوان کانون و مرکز

اصلی ارتباط و انتقال معنا قرار گرفت که انتخاب آن به دلیل ویژگی‌هایی است که منبر از آن برخوردار است:

(۱) منبر جزو ملزومات اولیه هر مسجد تلقی می‌گردد و چون مسجد به عنوان کانون حضور و مشارکت عامه مسلمانان در کل تاریخ اسلام بوده و از نظر جغرافیایی نیز در هر شهر و روستایی به عنوان یک رسانه عمومی با پوشش جغرافیایی کلان مورد توجه و استفاده قرار می‌گرفت.

(۲) حضور مخاطب در پای منبر و گوش دادن به وعظ عملی انتخابی است. مردم با توجه به اعتمادی که به واعظ از نظر شرعی و دینی دارند، در پای منبر حاضر می‌شوند و به سخنان واعظ گوش می‌دهند در نتیجه تأثیر مناسبی در برقراری ارتباط و انتقال معنا دارد. (۳) منبر رسانه‌ای است که در آن سرعت ارتباط زیاد است، چراکه ارتباط در آن به صورت چهره به چهره است. در نتیجه در صورت رعایت برخی از اصول، ارتباط کامل صورت می‌گیرد و اگر واعظ نتواند فقط از طریق کلامی رابطه برقرار کند، می‌تواند از ایما و اشاره و یا از تمثیل و... در ارتباط برقرار کردن استفاده کند.

(۴) گوینده رسانه منبر، دارای زندگی مردمی است. به این معنی واعظ روی منبر، با مردم نماز می‌خواند، با آنان زندگی می‌کند، در کوچه و خیابان با مردم ملاقات می‌کند و مردم علاوه بر ارتباط با واعظ در مسجد، در مراسم دیگری چون عقد، ختم و... نیز با او ارتباط دارند. لذا به نظر می‌رسد به لحاظ اعتماد متقابل، رسانه منبر یکی از معتبرترین رسانه‌ها است.

(۵) گوینده منبر علاوه بر داشتن ویژگی‌هایی که به او قداست می‌دهد مثل روحانی بودن، خود منبر نیز به دلیل قرار گرفتن در مکانی مقدس و بیان شدن مباحث اعتقادی، دارای قداست است. مردم به کلامی که از طرف واعظ منبر شنیده می‌شود اعتماد و اعتقاد بیشتری دارند تا نسبت به رسانه‌های دیگر.

(۶) این رسانه به دلیل سابقه طولانی در تاریخ تحولات ایران و نیز در تاریخ طولانی اسلام، همیشه توانسته در مقابل رسانه‌های وابسته به حکومت‌های فاسد، به عنوان رقیبی جدی واقع شود.^{۱۵}

با توجه به ویژگی‌هایی که برای منبر و اهمیت آن در تحولات نهضت امام، اشاره شد به نظر می‌رسد رسانه‌های سنتی، از جمله منبر، در پیام‌رسانی آموزه‌های نهضت و در نتیجه گسترش حوزه‌های نفوذ و تأثیر گذاری انقلاب اسلامی، نقش بسزایی داشته است.

استراتژی رژیم پهلوی در برابر شبکه پیام‌رسانی نهضت

رژیم پهلوی در مقابله با شبکه پیام‌رسانی نهضت اسلامی، تلاش می‌نمود چنین استراتژی را در پیش گیرد. مهم‌ترین استراتژی آنها در این زمینه ایجاد «اختلال در فرآیند ارتباط» بود. به این معنی که در راه پیام‌رسانی از طرف امام و انقلابیون به مردم، ممانعت ایجاد کنند و در نتیجه در این راستا، سانسور، انحراف کاری، تکذیب و... جزو دستورالعمل‌های آنان بود. بر اساس این استراتژی لازم بود که منبع اصلی فرستنده پیام انقلاب، از دسترس دور شود، لذا سیاست «تبعید امام (ره)» در دستور کار قرار گرفت. تبعید ۱۵ ساله امام در واقع تلاش رژیم برای دور کردن امام (ره) از دید و دسترس مردم بود تا شاید این دوری بتواند باعث فراموشی امام شود.

بر اساس این استراتژی، رژیم پهلوی تا جایی که می‌توانست از طریق رسانه‌های مدرن مثل تلویزیون، رادیو و... به تبلیغ علیه انقلابیون می‌پرداخت و انقلابیون را متهم به ارتجاع سیاه و سرخ و وابستگی آنها به خارج می‌کرد. البته علاوه بر آن تلاش می‌کرد، در روند پیام‌رسانی از طریق منبر را نیز اختلال ایجاد کند. تا جایی که می‌توانست از طریق مأموران ساواک جلسات وعظ و خطابه را بر هم می‌زد و در نهایت نیز طی دستورالعملی که برای منابر تنظیم کرد، تا روحانیون در بالای منبر در مورد سه موضوع سخن نگویند: ۱) علیه شخص اول مملکت، ۲) علیه اسرائیل، ۳) مدام نگویند اسلام در خطر است.^{۱۶} تعیین این حدود و خطوط قرمز از طرف رژیم بیان‌کننده این است که رژیم نیز به اهمیت این شبکه پیام‌رسانی پی برده‌اند.

در زمینه خود پیام انقلاب نیز، علاوه بر تلاش‌های زیاد در انحراف و انگ زدن به انقلابیون سعی کردند که خود را متولی انقلاب بدانند. در نتیجه طرح اصلاحات ارضی و اصلاحات دیگر را با شعار «انقلاب سفید» یا «انقلاب شاه و ملت» می‌خواستند نشان دهند و در بین توده مردم این را القاء می‌کردند که شاه خود خواهان انقلاب در کشور است.

در زمینه برخورد با انقلابیون که پیام امام را به مردم می‌رسانند نیز چند راهکار در نظر گرفتند. اولین راهکار تهدید بود که سعی کردند با تهدیدات فراوانی که برای روحانیون و عاظ داشتند آنان را بترسانند. چون این تهدید در عزم آنان برای انقلاب خدشه‌ای وارد نکرد روند زندانی کردن و شکنجه را در پیش گرفتند تا جایی این شکنجه‌ها شدید بود که حتی نهادهای حامی حقوق بشر نیز انعکاس نشان دادند. مهمترین راهکاری که رژیم علیه انقلابیون در پیش گرفت «تبعید» انقلابیون به شهرها و روستاهای دورافتاده و صعب‌العبور

بود تا از این طریق در فرآیند ارتباط و پیام‌رسانی اختلال ایجاد شود. در زمینه مقابله با مردم به عنوان گیرنده پیام، نیز راهکار سانسور، تهدید، انحراف و... را در پیش گرفتند که علیرغم تمام این تمهیدات و راهکارها، شبکه پیام‌رسانی در جریان نهضت از سال ۴۲ تا ۵۷ در طی ۱۵ سال فعال خود توانست پیام انقلاب اسلامی را به خوبی در سراسر کشور منتشر نماید.

استراتژی انقلابیون؛ فعال‌سازی و گسترش شبکه پیام‌رسانی

علی‌رغم تمام تهدیدات، تبعیدها و جوسازی‌های رژیم علیه شبکه پیام‌رسانی و تلاش رژیم برای ایجاد اختلال در روند پیام‌رسانی انقلاب اسلامی اما امام (ره) و وعاظ و روحانیون تلاش کردند که از رسانه منبر در سراسر کشور به خوبی استفاده کنند و حتی برنامه‌ها و راهکارهای مقابله‌ای رژیم در تبعید و عاظ و روحانیون نه تنها تأثیری در توقف جریان پیام‌رسانی نداشت، بلکه بر عکس توانست تأثیر مثبتی بر روند پیام‌رسانی داشته باشد، اتخاذ استراتژی تبعید برای امام باعث شد که حوزه جغرافیایی و اطلاع‌رسانی انقلاب در ایران محدود نماند و جنبه و وجهه منطقه‌ای و بین‌المللی به خود بگیرد و نیز اتخاذ استراتژی تبعید برای روحانیون که در اسناد ساواک به خوبی قابل بررسی است^{۱۷} باعث شد که حوزه جغرافیایی و یارگیری انقلاب از شهرهای بزرگی چون تهران، قم، اصفهان و...، به تدریج به شهرها و روستاهای مختلف کشور کشیده شود و این امکان را برای روحانیون انقلابی فراهم آورد که در مناطق مختلف کشور حاضر شوند و پیام انقلاب را منتشر نمایند؛ روندی که در حالت غیر تبعیدی، امکان چنین منتشرسازی چندان میسر نبود. در واقع «تبعید روحانیون» با این دیدگاه و از منظر شبکه پیام‌رسانی نهضت، باعث «انتشار پیام انقلاب در سطح توده مردم سراسر کشور ایران» و نیز بین‌المللی‌سازی پیام انقلاب شد.

«این شبکه گسترده طی سال‌ها فعالیت، حوزه جغرافیایی خود را در اقصی نقاط کشور گستراند. به گونه‌ای که هر طلبه‌ای که پا به یک روستا می‌گذاشت، آموزه‌های نهضت را تبلیغ می‌کرد. همچنین تبعیدی‌ای که به یک شهر و یا بخش محروم تبعید می‌شد، وظیفه خود می‌دانست که از انقلاب برای اهالی آنجا سخن بگوید. فعالیت این مجموعه پیام‌رسانی چنان گسترده و فراگیر بود که به محض ایجاد فضای باز سیاسی در سال ۱۳۵۶ و تشدید مبارزه به یکباره، فضای کشور انقلابی شد و این یعنی پیروزی منبر»^{۱۸}

در طی نهضت، تلاش امام و انقلابیون این بود که از شبکه پیام‌رسانی به خوبی استفاده

شود و پیام انقلاب بدون تغییر و برداشت غلط، به طور صحیح و متقن به مردم برسد و این شبکه برای فعال‌سازی جریان پیام‌رسانی، از مناسبت‌های مذهبی که فرصت مطلوبی برای جذب توده مردم مسلمان بود، استفاده می‌کردند. لذا جریان پیام‌رسانی در طی ایام ماه‌های محرم، رمضان، صفر، مناسبت‌های سوم، هفتم، چهلم و سالگرد شهیدان انقلاب و مناسبت‌های شهادت و تولد معصومین (ع) و دیگر مناسبت‌های مذهبی - ملی، در مکان‌های مذهبی و مردمی با محوریت منبر قبل و بعد از نمازهای جماعت و جلسات دعا و قرآن‌خوانی، فعال‌تر بود. با این حال بهره‌گیری از این شبکه در پیروزی نهضت امام، کاملاً مشهود است و از ابتکارات امام خمینی در پیشبرد نهضت محسوب می‌شود و البته به نظر می‌رسد برای تداوم انقلاب و جمهوری اسلامی به عنوان ثمره انقلاب اسلامی، منبر همچنان می‌تواند رسانه بسیار مهمی محسوب شود.^{۱۹}

کارکرد و نقش رسانه منبر پس از انقلاب اسلامی

با پیروزی انقلاب اسلامی، موضوع منبر و خطابه نیز دستخوش تحولاتی گردید که این تحولات نیز تحت تأثیر نیازهای اجتماعی و سیاسی کشور بود. در واقع منبرها با پیروزی انقلاب باید به نیازهای جدیدی و موضوعات دیگری پاسخ می‌دادند. با توجه به فضای حاکم بر کشور در ۳۰ سال گذشته، جایگاه منبر و خطابه را می‌توان در قالب سه دوره تاریخی مورد تحلیل قرار داد.

دوره اول که آن را بیشتر باید تحت تأثیر «جنگ تحمیلی» دانست، نقش و جایگاه رسانه منبر با هدف فراهم‌سازی فضای فکری جامعه برای مقابله با دشمن دنیال می‌شد. در این برهه روحانیت و وعاظ تلاش می‌نمودند در دو عرصه جبهه‌ها و پشت جبهه‌ها روحیه جهاد و فداکاری را تقویت کنند.

در دوره دوم، پس از پایان جنگ تحمیلی، موضوعات منابر و وعاظ به سمت آگاهی‌بخشی و مقابله با تهاجم فرهنگی معطوف گردید. در این دوره که کشور از مسأله جنگ فارغ شده بود، سطح جدیدی از مبارزه فرهنگی با ارزش‌های انقلاب آغاز گردید، که لازم بود روحانیت نقش خود را در این برهه ایفا نماید.

اما دوره سوم که از سال‌های اخیر آغاز شده است، کارکرد اصلی منبر در جهت عمق‌بخشی بر آگاهی‌های سیاسی و دینی مردم و اصطلاحاً تعمیق بصیرت سیاسی در سطح جامعه بوده است. در این دوره که نوع مواجهه با انقلاب اسلامی از حرکات‌های

معطوف به سیاست سخت به سمت اقدامات معطوف به سیاست نرم تغییر جهت پیدا نمود، نقش و جایگاه رسانه نیز در این خصوص دارای ویژگی‌های جدیدی به منظور مقابله با این تغییر مسیر شد.

بررسی آسیب‌شناسانه نقش رسانه منبر در دهه چهارم جمهوری اسلامی

در انقلاب مشروطه و حوادث قبل و وقایع بعد از آن نقش خطابه چشمگیر بود. زیرا در آن زمان اغلب مردم از قدرت سواد خواندن و نوشتن بالایی برخوردار نبودند و از این روی مهم‌ترین وسیله‌ای که به واسطه آن می‌شد بر معلومات اعتقادی و سیاسی مردم افزود، رسانه منبر و خطابه بود. اما تغییر در سلیقه نسل‌ها، ضرورت تغییر در رویکر منبرها را نیز موجب گردیده است. چرا که نسل جدیدتر، مباحث و مطالب را با دید سختگیرانه‌تری می‌پذیرند و به همین دلیل شیوه خطابه نیز می‌بایست با چنین دیدگاهی دستخوش اندکی تغییرات تدریجی شود کما اینکه تا کنون نیز تلاش‌های مطلوبی در این راستا از سوی برخی از وعاظ و اصطلاحاً منبریون صورت گرفته است.^{۲۰}

از سوی دیگر با وجود تحولات گسترده در حوزه جهانی شدن منبر نیز دستخوش تحولاتی خواهد شد. با این حال باید گفت از آنجا که شیوه‌ها و روش‌های سنتی با توجه فناوری‌های جدید تبلیغاتی از جاذبه و تأثیر کم‌تری برخوردار است و برای نسل جدید کافی و قانع‌کننده نخواهد بود. از این روی باید در شیوه‌های معمول تبلیغ که تنها برای برهه‌ای از زمان کافی بوده است، همچنانکه اشاره شد، تغییراتی صورت داده شود.

همچنین از مهم‌ترین چالش‌هایی که رسانه منبر با آن روبرو است، رسانه‌های جدید و نوظهور هستند. در زمانی منبر تنها رسانه ارتباطی محسوب می‌شد، اما در حال حاضر تلویزیون‌های ماهواره‌ای، مطبوعات مختلف، نوارهای زیرزمینی ویدئویی و... به عنوان مهم‌ترین رسانه‌های تأثیرگذار بر افکار عمومی مطرح هستند. با این وجود در عصر ارتباطات نیز خطابه و منبر به دلیل ویژگی‌ها و خصائل خاص خود همچنان تأثیرگذاری خاص خود را حفظ نموده است. به گونه‌ای که با وجود چاپ و انتشار کتب متعدد، هنوز جنبه شفاهی ارتباطات اهمیت و ارزش خود را خصوصاً در جوامع اسلامی از دست نداده است. البته این نقش رسانه منبر همانطور که اشاره شد خصوصاً به هنگام تبلیغات ضددینی از سوی برخی از مطبوعات ضد دینی در سال‌های پس از انقلاب مشروطه و همچنین برخی از اقداماتی از این قبیل از جانب شاهان دوره پهلوی نقش خود را به خوبی ایفا نمود و به

عنوان یکی از مؤثرترین عوامل جلوه گر شد.

از دیگر آسیب‌های منبر، خصوصاً در سال‌های اخیر تغییر در آیین و شیوه‌های عزادارای در جامعه امروز است که بعضاً موجب پایین آمدن سطح کیفی برخی از مجالس مذهبی را شده است. البته متأسفانه گروهی از مداحان به رعایت اصول پایبند نبوده و سبب انحراف و فراموش کردن بسیاری از سنت‌های عزاداری شده‌اند. در این عرصه نیز باز نقش منبر دوچندان است. زیرا در واقع بر روی همین منبر می‌توان در مورد شیوه‌های صحیح عزاداری روشنگری نمود که تاکنون نیز نسبتاً همین‌طور بوده است و بالاخص در این اواخر با توجه به تأکیدات بیشتری که از جانب علما صورت می‌پذیرد، توجه به اصلاح این مسأله دوچندان شده است.

اما مهم‌ترین موضوعی که رسانه منبر می‌تواند در آن نقش بیشتری ایفا نماید، مورد تهدید واقع شدن فرهنگ و هویت اسلامی در نسل جوان کشور از طریق برنامه‌ریزی و تلاش‌هایی در قالب تهدید نرم علیه ارزش‌های دینی است. مهم‌ترین ابزار این تهدید نیز در واقع رسانه‌های جدیدی هستند که نسبتاً جامعه جوان ایران را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند. این رسانه‌های جدید اعم از گوشی تلفن همراه، «S.M.S» و «M.M.S» و یا بلوتوث، به صورت گسترده‌ای ذهن و افکار نسل جدید را به خود مشغول ساخته‌اند که رسانه منبر می‌تواند با بهره‌گیری از روش‌ها و الگوها و فنون جدید تبلیغی و با استفاده از مباحث جدیدتر، به عنوان یکی از ابزارهای مقابله با این تهدید عمل نماید. در تحلیلی جامعه‌شناختی رسانه منبر را می‌توان به عنوان یکی از کارگزاری‌های فرایند جامعه‌پذیری دانست. به گونه‌ای که رسانه خطابه و منبر، با رویکرد ادراکی و یا تلفیقی از رویکرد ادراکی و توجیهی می‌تواند نسل جدید را با ارزش‌های انقلاب آشنا نموده و آنها را برای ادامه راه امام (ره) و انقلاب اسلامی آماده‌تر نمایند.

برای نیل به موارد مطرح شده باید به مهم‌ترین ویژگی‌های منبر اشاره نمود. یکی از ویژگی‌های منبر این است که برخلاف دیگر رسانه‌ها کمتر پیش می‌آید که مخاطب بخواهد در نیمه راه، مجلس خطابه را ترک کند. علاوه بر این برخلاف دیگر رسانه‌های جدید عنصر پارازیت که در دیگر رسانه‌ها امکان ظهور دارد در رسانه منبر وجود ندارد.^{۲۱} از آنجا که یکی از شیوه‌های تبلیغ دین به منظور هدایت و ارشاد مردم و تأثیرگذاری بر باورها و رفتارهای مردم در زندگی فردی، اجتماعی و سیاسی است. یکی از گام‌های اساسی برای بهبود وضعیت تبلیغ شفاهی در کشور می‌تواند حرکت

تدریجی از راهبرد توجیهی، به سمت راهبرد ادراکی است. در رویکرد توجیهی، مبلغان می‌کوشند تا پیام خود را به صورت قابل فهم ارسال دارند و در آن دغدغه نوسازی و جاذبه‌آفرینی وجود ندارد. در این رویکرد مبلغان ضرورتی برای اقناع افکار عمومی از طریق عقلانی نمی‌یابند. هدف از ارسال پیام‌های دینی بیشتر برانگیختن احساسات و شورآفرینی است. اما در راهبرد دوم، اقناع افکار عمومی مهم‌ترین مسأله تلقی می‌شود و تحریک احساسات در جایگاه پایین‌تری قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

بررسی ابعاد مختلف انقلاب اسلامی ایران نمایانگر جلوه‌های بدیعی از انقلاب در عرصه سیاست، اجتماع و فرهنگ است که به زعم بسیاری از اندیشمندان بررسی آن بر اساس تئوری‌های موجود انقلاب را، کار بیهوده‌ای می‌سازد. یکی از عللی که موجب ظهور این جلوه‌ها در انقلاب شد، عجین شدن انقلاب ایران با دین اسلام بود. پیش از این انقلاب‌های صورت گرفته، ارتباط نزدیک بین دین و سیاست را تجربه نکرده بودند. به همین دلیل شاهد آنیم که انقلاب با تمامی ظرفیتهای خود در خدمت اسلام قرار گرفت و اسلام نیز به طور متقابل با تمامی امکانات خود به کمک انقلاب شتافت. منبر، مسجد و روحانیت از جمله ظرفیتهایی بودند که توانستند در شکل‌گیری انقلاب مانند عامل تسهیلگری عمل کنند و رسیدن به اهداف متعالی را در دسترس مردم ایران قرار دهند. انقلاب اسلامی به مدد شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی الهام گرفته از اسلام بود که توانست حکومت حمایت شده از سوی ابرقدرتهای بزرگ را به زمین بزند و وعده وراثت زمین به مستضعفین را محقق سازد. در راستای تداوم جریان انقلاب اسلامی و زنده نگه داشتن آرمانهای امام راحل و شهدا نیز لازم است که از این رسانه‌ها استفاده بهینه‌ای صورت گیرد.

پی نوشت:

۱. برای مطالعه بیشتر مراجعه کنید به کتاب: محمد شجاعیان، **انقلاب اسلامی و رهیافت فرهنگی**، ۱۳۸۲. همچنین نگاه کنید به: ایمان حسین قزل‌ایاق، **ورای سکولاریسم**، گفتگو با دکتر مصطفی ملکوتیان، همشهری، بهمن ۱۳۸۳
2. Communication
۳. مهدی محسنیان‌راد، **ارتباط‌شناسی**، ۱۳۶۹، ص ۳۱.
4. Addresser
5. Addressee
6. ransmitter
۷. جان فیسک، **درآمدی بر مطالعات ارتباطی**، مهدی غربایی، ۱۳۸۸، صص ۲۷۹-۲۸۱
8. Media
۹. استوارت هوور، **دین در عصر رسانه**، ترجمه علی عامری مهابادی، فتاح محمدی و اسماعیل اسفندیاری، ۱۳۸۸، ص ۱۶
10. The medium is the message ; in His Book : , Understanding Media: The Extensions of Man, published in 1964
۱۱. محمد مهدی فرقانی، **درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران**، ۱۳۸۷، ص ۷۴
۱۲. هاگتن استاد محافظه کار دانشگاه ویسکانسن آمریکا و متخصص ارتباطات جهان سوم، چند سال پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران کتابی در مورد ارتباطات بین الملل منتشر کرد مفهوم جدیدی تحت عنوان نظریه انقلابی به مفاهیم مربوط به نظامهای اداره و کنترل مطبوعات افزود.
۱۳. محمد مهدی فرقانی، **پیشین**، ص ۶۳
۱۴. از سیاست‌های رژیم شاه برای قطع ارتباط انقلابیون با مردم، «تبعید» انقلابیون بود. در این راستا «رهبر انقلاب» را به خارج از کشور تبعید کردند و انقلابیون را به شهرهای بدآب و هوایی چون زابل، سراوان، مسجد سلیمان، بافت، طبس، چابهار، خلخال، انارک، رودبار، ماهان، کنگان، بم، بندر گناوه، شوشتر، بندرلنگه، تویسرکان، مشکین شهر، کاشمر، بندر ترکمن، سیرجان، نائین، بانه، سنندج، سقز، خوی، اراک، تربت جام، ایذه، جیرفت، سردشت، نقده و شهرهای دیگر تبعید کردند. تبعید انقلابیون چهار موج را شامل می‌شد که در موج چهارم به افراد عادی هم سرایت کرده بود.
۱۵. رحیم روح‌بخش الله‌آباد، **شبکه پیام‌رسانی در نهضت امام خمینی (ره)**، ۱۳۸۷، ص ۱۹.
۱۶. روح‌الله حسینیان، **یک سال مبارزه برای براندازی رژیم پهلوی (۱۳۵۷-۱۳۵۶)**، ۱۳۸۵.
۱۷. **همان**.
۱۸. رحیم روح‌بخش الله‌آباد، **پیشین**، ص ۲۹.
۱۹. نگاه کنید به: فرهاد شیخ فرشی، **تحلیلی بر نقش عالمان شیعی در پیدایش انقلاب اسلامی**، ۱۳۸۰.
۲۰. در این خصوص نگاه کنید به: خطابه و منبر در عصر اطلاعات، گفتگو با دکتر محسنیان‌راد، **پگاه حوزه**، شماره ۲۹؛ احمد حسین‌زاده، نقش ارتباط و عوامل اجتماعی مؤثر بر تبلیغ چهره به چهره، **معرفت**، شماره ۷۲ و ۷۳؛ منبر و خطابه، گفتگو با حجت‌الاسلام ادیب یزدی، **سیاست روز**، ۸۴/۱۱/۱۲؛ مروری اجمالی بر نقش منبر و خطابه، قدس، ۷۹/۷/۱۹
۲۱. برای مطالعه بیشتر ر.ک. به: محمد مهدی فرقانی، **پیشین**، صص ۸۹-۸۵

منابع:

۱. حسین زاده ، احمد. نقش ارتباط و عوامل اجتماعی مؤثر بر تبلیغ چهره به چهره، **معرفت**، شماره ۷۲ و ۷۳؛ ۴۷۳
۲. حسینیان ، روح‌الله. **یک سال مبارزه برای براندازی رژیم پهلوی (۱۳۵۷-۱۳۵۶)**، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۵.
۳. خطابه و منبر در عصر اطلاعات، گفتگو با دکتر محسنیان-راد. **پگاه حوزه**، شماره ۲۹؛ ۴. روح‌بخش‌الله‌آباد ، رحیم . **شبکه پیام‌رسانی در نهضت امام خمینی (ره)**، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۷ .
۵. شجاعیان ، محمد. **انقلاب اسلامی و رهیافت فرهنگی**، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۲.
۶. شیخ فرشی ، فرهاد . **تحلیلی بر نقش عالمان شیعی در پیدایش انقلاب اسلامی**، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۰.
۷. فرقانی ، محمد مهدی. **درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران**، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، ۱۳۸۷.
۸. فیسک ، جان . **درآمدی بر مطالعات ارتباطی**، مهدی غبرایی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه، ۱۳۸۸.
۹. قزل‌ایاق، ایمان حسین. **ورای سکولاریسم**، گفتگو با دکتر مصطفی ملکوتیان، همشهری، بهمن ۱۳۸۳.
۱۰. محسنیان‌راد ، مهدی. **ارتباط‌شناسی**، انتشارات سروش، تهران، ۱۳۶۹.
۱۱. مروی اجمالی بر نقش منبر و خطابه، **روزنامه قدس**. ۷۹/۷/۱۹
۱۲. منبر و خطابه، گفتگو با حجت‌الاسلام ادیب یزدی. **سیاست روز**، ۸۴/۱۱/۱۲.
۱۳. هوور ، استوارت. **دین در عصر رسانه**، ترجمه علی عامری مهابادی، فتاح محمدی و اسماعیل اسفندیاری، ناشر: دفتر عقل، قم، ۱۳۸۸ .
14. The medium is the message ; in His Book : , Understanding Media: The Extensions of Man, published in 1964

پرتال جامع علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی