



الگوی امام خمینے در کار بست رسانه‌ها برای پیشبرد نهضت اسلامی

عبداله جلالے^۱

چکیده

این پژوهش با استفاده از تحلیل کیفی متن بیانات، مصاحبه‌ها، گفت‌وگوها و کتاب‌ها، مقاله‌ها و اسناد تاریخی مربوط به امام خمینی (ره) به عنوان منابع داده‌ها، و با تکیه بر نظریه همگرایی رسانه‌ها توانسته است الگوی امام خمینی در کار بست رسانه‌ها برای پیش برد نهضت را در یک صد سال اخیر کشف و تبیین نماید. در حقیقت این مقاله، پاسخی تحقیقی است به این پرسش که امام خمینی از چه نوع الگویی برای پیشبرد نهضت از رسانه‌ها استفاده کرده است؟ بر اساس یافته‌های پژوهش، امام خمینی با تکیه بر مبانی اسلامی توحیدی و دستگاه اجتهادی، پایه‌های فکری همگرایی بین رسانه‌های سنتی و مدرن در بین نیروهای انسانی مردمی و نخبگانی را طرح‌ریزی نمود و با فعال کردن رسانه‌های سنتی و همگرایی بین کارکردهای رسانه‌های سنتی و مدرن بر اساس ارزش‌های اسلامی، الگوی جدیدی را در کار بست رسانه‌ها در پیش برد نهضت به نمایش گذارد. الگویی که سبب وحدت نیروهای انقلابی و رهایی یک ملت از استبداد شد.

واژه‌های کلیدی

امام خمینی، حوزه و روحانیت، رسانه، سده اخیر، الگوی نهضت اسلامی.

۱. پژوهشگر ارشد رسانه ملی، دارای دکترای تخصصی عرفان اسلامی.

jalaly1348@gmail.com

مقدمه

وقوع انقلاب اسلامی ایران، یکی از رویدادهای مهم تاریخی قرن بیستم است که در ایران، منطقه و جهان تحولات مهمی ایجاد کرد. در این میان، نقش بی‌بدیل و محوری شخصیت امام خمینی و رهبری مدبرانه او از آغاز نهضت اسلامی تا پیروزی انقلاب اسلامی و استقرار نظام جمهوری اسلامی در این سده، امری است که از منظر دانش ارتباطات و رسانه قابل تحلیل و بررسی است. این بررسی ناظر به نظریه‌هایی است که در نسبت دین و رسانه وجود دارد. معتقدان به تعامل و پیوند دین و رسانه و نیز طرفداران ناسازگاری رسانه‌ها با دین، هر کدام طبق مبانی فکری خود نظریه‌هایی ارائه داده‌اند. اما ماندگاری نظرها در این معرکه آرای علمی با همه بحث‌ها و گفت‌وگوها و نظریه‌پردازی‌ها، افزون‌بر استدلال قوی، به شیوه‌های اجرایی و عملی و تعامل آن دو با یکدیگر بستگی دارد. (باهر، ۱۳۸۷: ۸) نحوه به‌کارگیری رسانه‌های سنتی و مدرن در شکل‌گیری و پیش‌برد نهضت اسلامی در این سده می‌تواند به‌مثابه یک بستر مطالعاتی انتخاب شود تا با کندوکاو در آن، به‌عنوان تجربه و اندوخته‌ای عملی در مسیر منتهی به رابطه تعاملی دین و رسانه از منظر امام خمینی و کشف الگوی مطلوب استفاده از رسانه‌ها از آن بهره‌گرفت.

روش تحقیق در این مقاله، تحلیل محتوای کیفی است. در این مقاله تلاش شد تا با تحلیل متن بیانات، مصاحبه‌ها، گفت‌وگوها و کتاب‌ها، مقاله‌ها، بحث‌ها، سرفصل‌های روزنامه‌ها، رسانه‌ها، و اسناد تاریخی مربوط به امام خمینی (ره) به‌عنوان منابع داده‌های این تحقیق، الگوی ایشان در کاربست رسانه‌ها در ادوار مختلف کنشگری رسانه‌ای ایشان کشف گردد. علت ضرورت انجام این تحقیق آن‌جاست که انقلاب اسلامی یک جنبش انقلابی انسان‌گرا و معنوی است که توسط فقیهی نواندیش با کمک ارتباطات سنتی راهبری می‌شود و متکی بر نظام ارزشی و همگرایی در فرایند ارتباطات و ادغام نظام مدرن و سنتی با دیدگاه غیرخطی در نوگرایی محوریت می‌یابد؛ در فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی رسانه‌های سنتی با مدرن همگرایی مشاهده می‌شود، زیرا انقلاب اسلامی الگویی نموداری از سازمان‌دهی نیروهای فعال انقلابی و همگرایی با شیوه‌های جدید زندگی بود. چنان‌چه مولانا، انقلاب اسلامی را نمونه‌ای برجسته و مناسب برای توضیح و تطبیق ابعاد نظریه همگرا می‌داند که نشان می‌دهد چگونه تحرک اجتماعی در عصر نوگرایی از کانال‌های سنتی صورت گرفته است و انقلاب اسلامی ایران نشان بارز آن در عصر حاضر است؛ زیرا این انقلاب مرهون تحرک و ابتکار زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی و سنتی بوده و می‌باشد. (مولانا، ۱۳۷۹: ۸۵) و امام خمینی اسلام را به‌عنوان محور همه قوانین و نظام اجتماعی تعیین کرد و در قانون اساسی جمهوری اسلامی نیز ابزارهای قانونی الگوی جدید پیش‌بینی گردید و رادیو و تلویزیون به‌عنوان ابزارهای تبلیغ اسلامی و انتقال ارزش‌های فرهنگی دارای وظایف جدید شدند. در طول دهه گذشته بسیاری از رهبران انقلاب که در فرایند ارتباطات سنتی تعلیم و تخصص یافته بودند، با وسایل ارتباط جمعی همکاری‌های نزدیکی را آغاز کردند و آنها را در فرایندی هم‌گرا با کانال‌های ارتباطی سنتی همانند مساجد و نماز جمعه تقویت و تحکیم نمودند. (باهر، ۱۳۸۷: ۶۱) با توجه به همین الگوی جدید امام خمینی، لیهو کاتز، استاد علوم

ارتباطات در ایالت متحده امریکا در مقدمه کتاب بازنگری امپریالیسم رسانه‌ای می‌نویسد: «... مشاهدات ما در جریان انقلاب [امام] خمینی نشان داد که نیرومندترین سازمان رادیو-تلویزیونی جهان سوم و دومین سازمان رادیو-تلویزیونی آسیا، پس از ژاپن، یعنی سازمان رادیو-تلویزیون ملی ایران، با وجود تمام وفاداری به رژیم حاکم، در برابر یک شبکه ارتباطی میان‌فردی، مرکب از روحانیون، بازاریان و دانشجویان، با استفاده از اعلامیه‌ها و نوارهای صوتی کاست، فلج شد و از کار افتاد. پس از این، باید به همکاران پژوهشگر ارتباطات توصیه کرد که درباره این پدیده جدید، به مطالعه بپردازند.» (فرقانی، ۱۳۸۷: ۶۱)

بررسی‌ها نشان می‌دهد نسبت به نقش رسانه‌ها در انقلاب اسلامی به صورت عام و موضوع الگوی مطلوب در این زمینه به صورت خاص، آثاری مستقل و همه‌جانبه‌نگر به چاپ نرسیده است؛ هرچند که برخی از کتاب‌ها نگاهی گذرا و موردی به این مسئله داشته‌اند. در کتاب *درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران* نوشته محمدمهدی فرقانی، به موضوعاتی مثل: مسجد و منبر، وعظ و خطابه و شیوه‌های شکل‌گیری و عمل‌کرد آن‌ها پرداخته شده است. در کتاب *جریان‌های سیاسی و مذهبی اثر رسول جعفریان*، مطالبی در باب تشکلهای مذهبی، مطبوعات دینی و انجمن‌های اسلامی گفت‌وگو شده است. در کتاب *رسانه‌ها و دین* نوشته ناصر باهنر، به موضوع مسجد، مدارس، روضه‌خوانی و جایگاه و اهمیت آن پرداخته شده است و بالاخره کتاب *منبر یک رسانه عمومی اثر اصغر فتحی*، روند تعامل منبر با حکومت در اسلام تا عصر جدید را مورد بررسی قرار داده است. از طرف دیگر در باب نقش‌آفرینی نوار کاست به جز کتاب *رسانه‌های کوچک و انقلاب بزرگ* (آن هم به زبان اصلی)، کتاب مستقلی دیده نشد؛ همان‌طور که در مورد رادیو و تلویزیون این‌گونه است. در میان کتاب‌های ادبی، بایسته است از کتاب *لحظه‌های انقلاب اثر سید محمود گلابدره‌ای* یاد نمود. گرچه کتابی است حاوی خاطرات روزنوشت نگارنده از رویدادهای انقلاب، اما در سراسر کتاب می‌توان نقش‌آفرینی رسانه‌های سنتی و مدرن را ملاحظه نمود.

در بررسی روند تاریخی و بیان اهمیت و تأثیرگذاری رسانه‌های سنتی نیز در شکل‌گیری انقلاب اسلامی، نویسنده کتاب *درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران*، با اشاره به شبکه ارتباطات سنتی در برخی از جنبش‌های اجتماعی ایران، از جمله انقلاب اسلامی، می‌نویسد: «از سال ۱۳۴۱ و فروردین ششم بهمن که نخستین نطفه‌های انقلاب اسلامی بسته شد تا ۲۲ بهمن ۱۳۵۷ که جشن تولد انقلاب اسلامی بود، شبکه ارتباطات سنتی، به‌ویژه بخش مذهبی آن، یعنی علما، روحانیون، مساجد و در کنار آن‌ها بازاریان، نقش مهمی را در تهییج و بسیج افکار عمومی بر ضد فساد، خفقان و دیکتاتوری رژیم شاه ایفا کردند و به جرأت می‌توان گفت که اگر عمل‌کرد پنهان و آشکار این شبکه نبود، هرگز انقلابی با این ویژگی‌ها و محتوا به‌وقوع نمی‌پیوست. وی معتقد است حتی زمانی که امام در ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ دستگیر و زندانی شدند و خبر آن در جراید انعکاس نیافت، در عمل ظرف چند ساعت، خبر به گوش مردم در شهرها و حتی روستاهای دور و نزدیک رسید و تظاهرات و قیام ۱۵ خرداد رقم خورد. شاه، دولت ایران و حامیان خارجی آن‌ها، قدرت این شبکه پرنفوذ

را نشناخته یا دست‌کم گرفته بودند و هرگز تصور نمی‌کردند که سخنرانی‌ها، اعلامیه‌ها و پیام‌های امام خمینی و سایر مراجع و روحانیون تا این اندازه نفوذ و بُرد داشته باشد.» (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۳۸)

سید حسین حسینی هرندی نیز اخیراً در کتاب *از پیام تا قیام بر آن است* تا به توضیح نقش‌آفرینی هرکدام از رسانه‌های سنتی و مدرن با ارائه نمونه‌ها و مصادیق متعدد و مستند، و بیان ویژگی‌ها، توانایی‌ها، ظرفیت‌ها، دامنه‌ها و گستره تأثیرگذاری آن‌ها پردازد. وی تلاش کرده در اثر خود از منظر رسانه‌ای به انقلاب بنگرد و کارکرد، تأثیرات، نقش‌آفرینی‌ها و تعامل و تقابل موجود بین دو مسئله رسانه و انقلاب اسلامی را بررسی کند؛ اما به صورت مستقل از «مدل امام خمینی در کاربست رسانه‌ها برای پیش‌برد نهضت» گفت‌وگویی نکرده و بیشتر می‌کوشد تا ضمن تکمیل اطلاعات، آن‌ها را با دیدگاه رسانه‌ای مورد توجه قرار دهد.

مفهوم‌شناسی

تحدید معنایی واژگان، پیش شرط ورود به مباحث نظری و اصلی تحقیق است؛ زیرا تبیین مبادی تصویری تحقیق و بهره‌گیری از مفهوم‌شناسی واژگان کلیدی مسأله به ما کمک می‌کند تا فهم درستی از عناصر محوری پژوهش پیدا نموده و در پرتو این فهم، درکی درست و صحیح از محتوای تحقیق حاصل شود.

الگو: واژه پترن (Pattern) به معانی الگو، نمونه، مدل، شابلون، قالب اصلی، طرح، نقشه و نگار (آریان‌پور کاشانی، ۱۳۴۳: ج ۴، ۳۲۴۵)، سرمشق، نقشه پیشنهادی (صدری افشار، ۱۳۸۲: ۱)، مقتدی، أسوه، قدوه، مثال، نمونه (دهخدا، ۱۳۳۶: ج ۳، ۳۲۴۸) در نظر گرفته شده است. در تعریفی ساده از الگو می‌توان گفت الگو یا مدل، نمایش نظری و ساده شده از جهان واقعی می‌باشد. (ورنر جوزف سورین، جیمز تانکار، ۱۳۹۳: مترجم: دهقان، ۶۵) مدل، طرح و نمونه‌ای است که از آن الهام گرفته و پیروی می‌شود و یا نسخه‌ای از آن برداشته می‌شود. (گی، روشه، مترجم: زنجانی‌زاده، ۱۳۷۰: ۴۴) در این مقاله مراد از الگو، الگوی تعاملی است و نشانگر نحوه ارتباط رسانه‌های سنتی و مدرن می‌باشد که نتایج حاصل از کنش و واکنش آنها در پیش‌برد نهضت امام خمینی تأثیرگذار بوده است.

رسانه: واژه رسانه به معنای وسیله رساندن (دهخدا، ۱۳۳۶: ج ۸، ۱۲۰)، واژه مدیا (Media) که امروز رساترین برگردانش رسانه‌هاست (آریان‌پور، ۱۳۴۳: ج ۴، ۳۲۴۵) بر وسایل ارتباط جمعی نیز اطلاق می‌شود. رسانه به معنای وسیله رساندن و در اصطلاح علوم ارتباطات، وسیله رساندن پیام از پیام‌دهنده به پیام‌گیرنده است. (دانایی، ۱۳۸۹: ۱۵) اما شاید بتوان جامع‌ترین تعریف را متعلق به معتمدنژاد دانست که تعریف مختار ماست و معتقد است: «رسانه در واقع تمام وسایلی را که به‌تازگی در راه غلبه انسان بر زمان و مکان ساخته شده، دربر می‌گیرد.» (معتمدنژاد، ۱۳۷۱: ۳۸) رسانه‌ها در یک تقسیم‌بندی به رسانه‌های سنتی و مدرن قابل تقسیم است و منظور از آن یعنی ابزارهایی که در گذشته برای اطلاع‌رسانی مورد استفاده قرار می‌گرفت؛ مانند شیپور و طبل و کبوتر نامه‌رسان و غیره. رسانه‌های مدرن رسانه‌هایی هستند که فرستنده و گیرنده پیام در یک ارتباط مستقیم و رو در رو شرکت ندارند. این رسانه‌ها اطلاعات را با وسایل

متعدد و متنوعی - که به اختصار، دیداری و شنیداری نامیده می‌شود- به گروهی غیرمحدود از مردم با سرعتی زیاد انتقال می‌دهد. در نوشتار حاضر، این رسانه‌ها به‌طور مشخص شامل نوار کاست، مطبوعات، رادیو و تلویزیون می‌شوند.

کاربست: کاربست به معنای کاربرد، استعمال، مصرف اعمال (دهخدا، ۱۳۳۶: ج ۸، ۴۳۰) است. کاربست عبارت از فرایند به‌کارگیری و استفاده صحیح اشیا است که رابطه بین همدیگر را بیان می‌کند. منظور از کاربست در این مقاله استفاده و به‌کارگیری امام خمینی از رسانه‌های سنتی و مدرن در پیش‌برد نهضت اسلامی است.

چارچوب نظری تحقیق

نظریه پشتیبان در این تحقیق، نظریه هم‌گرایی رسانه‌هاست. این نظریه برای مطالعه ارتباطات انسانی به شناخت و بررسی نظام‌های فرهنگی و اجتماعی توجه ویژه مبذول می‌دارد. نظریه هم‌گرایی در قلمرو الگوهای وحدت‌گرا - رهایی - بخش تبیین می‌شود و در چارچوب ارزش‌ها عمل می‌کند و ناظر به ارتباطات هم‌گرایانه سنتی و مدرن است که متکی بر نظام ارتباطات اسلامی است. این نظام بر مبنای جهان‌بینی توحیدی و متکی بر باورها، ارزش‌ها و اعمال فردی و اجتماعی است که اسلام آنها را مشخص می‌کند. در این نظام ارتباطی نمی‌توان از نظریه وحدت‌گرای اطلاعاتی و ارتباطاتی توحید نظریه مسئولیت و راهنمایی و عمل ارتباطی امر به معروف و نهی از منکر دیدگاه اخلاق ارتباطی تقوی و نگرش ارتباطات فراملیتی غافل ماند. (باهنر، ۱۳۷۸: ۲۰۴) از آن‌جا که حکومت در اسلام متعلق به خداست و حکام جامعه مکلف به رعایت قانون در خدمت‌گزاری به مردم هستند بر هم‌گرایی در روابط میان خدا فرد و جامعه و حکومت تأکید می‌شود. مولانا انقلاب اسلامی را نمونه‌ای برجسته و مناسب برای توضیح و تطبیق ابعاد نظریه هم‌گرا می‌داند. (مولانا، ۱۳۷۱: ۱۳۷) چراکه همان اصول توحیدی که در رسانه‌های سنتی حاکم است در رسانه‌های مدرن نیز باید حاکم باشد و تجربه انقلاب اسلامی نشان داد زمانی که هم‌گرایی بین رسانه‌های سنتی و مدرن ایجاد شد، باعث شکل‌گیری تاریخ جدید شد. نتیجه الگوی هم‌گرایی در رسانه‌های سنتی و مدرن که سبب پیشرفت نهضت شد سبب شد تا رسانه‌های غرب در تبیین شخصیت امام خمینی گاه از امام به‌عنوان کسی که جهان را تکان داد و گاه کسی که مسیر تاریخ را تغییر داد، نام می‌برند. انقلاب او را در کنار انقلاب‌های کبیر فرانسه و روسیه - سه جنبش مهم سیاسی عصر حاضر که روش‌های سیاسی را دگرگون ساخت و ویژگی‌های فرهنگی این دوران را رنگی دیگر بخشید - می‌دانند. (بزی، ۱۳۷۵: ۱۷۵)

الگوی امام خمینی در کاربست رسانه‌ها با تکیه بر «نظریه هم‌گرایی»

دوره نظری و هدایت‌گری مرجعیت شیعه (امام خمینی) در ایجاد هم‌گرایی ارتباطات انسانی

ارتباط انسان‌ها با یکدیگر از لوازم زندگی اجتماعی بشر است که بدون آن تداوم زندگی و پیشرفت‌های مادی و معنوی در جامعه انسانی مشکل بلکه غیرممکن است. در علم ارتباطات، کامل‌ترین و بهترین ارتباط انسانی، ارتباط چهره به چهره است که در آن ارتباط کلامی و ارتباط غیرکلامی، با هم در مخاطب برقرار می‌شود. (حسینی، ۱۳۹۹: ۶۷۰) از این رو تأثیر غنی ارتباطات انسانی در انتقال پیام در نهضت اسلامی امام خمینی در مقایسه با تأثیر ارتباطات جمعی قابل تحلیل و بررسی است.

بررسی نقش ارتباطات انسانی در نهضت امام نشان می‌دهد که توجه به هم‌گرایی تأثیری تعیین‌کننده بر نهضت انقلاب اسلامی داشته است. این امر حکایت از آن دارد که امام خمینی در الگوی رسانه‌ای، پایه‌های فکری تعامل دین و رسانه در بین مبارزان انقلابی را بنیان نهادند که با تأثیر شگرف خود بر فرایند انقلاب اسلامی، نوعی هم‌گرایی میان مردم، روحانیون و رهبری نهضت به وجود آوردند. چراکه در گام اول ایشان توانستند ارتباطات انسانی را به سمت هم‌گرایی هدایت کنند. نقش امام خمینی در نهضت ایجاد ارتباط، همدلی و هم‌فکری در میان مردم و نخبگان و شکل دادن و تفهیم منافع مشترک جمعی و در نهایت آگاه کردن توده مردم از خوب و بد آن‌چه در پیرامون آنها می‌گذرد، حتی تا امروز نیز جایگاه مهم خود را حفظ کرده است. برخی بر این باورند که پایگاه اصلی و وسیله اصلی او در مبارزه با نظام شاهنشاهی همان ارتباطات سنتی بود. (مروی، ۱۳۹۱: ۴۱) قدرت امام خمینی شبکه‌سازی نیروهای انقلابی با تکیه بر تفکر هم‌گرایی بود.

از طرف دیگر بهره‌گیری از شبکه پیام‌رسانی در پیروزی نهضت از ابتکارات دیگر امام خمینی در پیش‌برد نهضت محسوب می‌شود. مطالعه تاریخ پرفراز و نشیب انقلاب اسلامی، بازگوکننده این واقعیت است که امام خمینی توانست به کمک رسانه‌ها در شکل‌گیری، تداوم، بسیج، سازماندهی، اداره و نهادینه کردن انقلاب، نقشی اساسی داشته باشد. رهبری امام در طول دوره انقلاب، ویژگی منحصر به فردی داشت و آن هم تکیه بر تفکر هم‌گرایی و وحدت و هم‌آوایی بین مردم و نخبگان و نهضت اسلامی بود. تلاش امام این بود که از شبکه پیام‌رسانی به‌خوبی استفاده شود و برای فعال‌سازی جریان پیام‌رسانی، از مناسبت‌های مذهبی ایام ماه‌های محرم، رمضان، صفر، مناسبت‌های سوم، هفتم، چهلم و سالگرد شهیدان انقلاب و مناسبت‌های شهادت و تولد معصومین که فرصت مطلوبی برای جذب توده مردم مسلمان بود، استفاده کنند. (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۱۸-۱۱۹)

الیهيو کاتز، استاد علوم ارتباطات در ایالت متحده آمریکا در مقدمه کتاب بازنگری امپریالیسم رسانه‌ای می‌نویسد:

«... مشاهدات ما در جریان انقلاب [امام] خمینی نشان دادند که نیرومندترین سازمان رادیو - تلویزیونی جهان سوم و دومین سازمان رادیو-تلویزیونی آسیا، پس از ژاپن، یعنی «سازمان رادیو - تلویزیون ملی ایران» با وجود تمام وفاداری به رژیم حاکم، در برابر یک شبکه ارتباطی میان‌فردی، مرکب از روحانیون، بازاریان و دانشجویان، با استفاده از اعلامیه‌ها و نوارهای صوتی کاست، فلج شد و از کار افتاد. پس از این، باید به همکاران پژوهش‌گر ارتباطات، توصیه کرد که درباره این پدیده جدید، به مطالعه بپردازند.» (فرقانی، ۱۳۸۷: ۶۱)

آبراهامیان نیز، یکی از عوامل موفقیت امام خمینی را، ایجاد هم‌گرایی و بسیج توده‌ای می‌داند و می‌گوید: «این‌گونه شبکه‌های مذهبی واقع در مناطق فقیرنشین و پرجمعیت شهری، امکانات پخش سریع اخبار و اعلامیه‌ها و هم‌چنین سازمان‌دهی تظاهرات و توزیع مواد غذایی و حتی پوشاک را برای روحانیون مخالف فراهم ساخت.» (همان)

دوره کاربست رسانه‌های سنتی در پیش‌برد نهضت

استفاده از رسانه‌های سنتی، یکی دیگر از ابتکارات امام خمینی در موفقیت و پیش‌برد نهضت می‌باشد. در این بخش رسانه‌های سنتی را معرفی و به نحوه کاربست امام در نهضت اشاره می‌کنیم.

حوزه‌های علمیه

حوزه‌های علمیه از جمله رسانه‌های مهم سنتی و از کانونی‌ترین و محوری‌ترین وسایل ارتباطی در نهضت به شمار می‌آید که در پیروزی انقلاب اسلامی ایران نقش به‌سزایی ایفا نموده‌اند. امام خمینی سال‌ها قبل از پیروزی انقلاب اسلامی به ارزش و اهمیت مراکز و نهادهای ارتباطات مذهبی - سنتی واقف بود و برای احیا و پویایی این نهادها بسیار تلاش کرد. در خاطرات آقای مهدوی کنی آمده است:

«مدارس دینی پس از شهریور ۱۳۲۰، دوباره فعالیت‌هایشان را آغاز کردند. در تهران، مدرسه علمیه لرزاده، پرتلاش‌ترین و منظم‌ترین مدرسه‌ها بود. (مهدوی کنی، ۱۳۷۵: ش ۷۳ و ۷۴) در بررسی روند تاریخی و بیان اهمیت و تأثیرگذاری حوزه‌های علمیه به‌عنوان رسانه سنتی در شکل‌گیری انقلاب اسلامی، نویسنده کتاب «درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران» معتقد است: «نفوذ و قدرت شبکه ارتباطات سنتی کشور که از حوزه علمیه قم نشأت می‌گرفت، به سرعت و با شدت، پیام‌ها، اعتراض‌ها، مخالفت‌ها و افشاگری‌های علیه رژیم شاه را در سراسر کشور می‌پراکند و تأثیر و واکنش لازم را برمی‌انگیخت؛ و هرگز تصور نمی‌کردند که سخنرانی‌ها، اعلامیه‌ها و پیام‌های امام خمینی و سایر مراجع و روحانیون تا این اندازه نفوذ و بُرد داشته باشد.» (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۳۸) شاید بیشترین پیوند و ارتباط را بتوان بین مراکز ارتباطی مذهبی از قبیل حوزه‌های علمیه، مساجد، تکایا و مجالس وعظ و خطابه با بازار یافت که در طول ادوار مختلف به دلایل فرهنگی، اقتصادی و سیاسی نه تنها سست نشده، بلکه مستحکم‌تر نیز شده است. حتی از نظر جغرافیایی نیز معمولاً ترکیب بازار، مسجد، تکیه و حتی مدارس و حوزه‌های علمیه در یک مجموعه قرار داشته است و هنوز می‌توان در بسیاری

از شهرهای ایران و نیز دیگر کشورهای اسلامی نشانه‌های روشن این همزیستی را یافت، که هریک در گردآوری مردم، ایجاد ارتباط، همدلی و هم‌فکری در میان آن‌ها، شکل‌دادن و تفهیم منافع مشترک جمعی و در نهایت، آگاه کردن توده مردم از خوب و بد آن‌چه در پیرامون آن‌ها می‌گذرد، نقش‌آفرینی کرده‌اند. (حسینی، ۱۳۹۹: ۵۵)

یکی از موارد تاریخی کنش‌گری حوزویان خصوصاً مراجع، مسئله تصویب لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی در مهرماه ۱۳۴۱ بود که بهانه‌ای شد برای آغاز فصل جدیدی از مناقشه میان روحانیت و جریان مذهبی با رژیم. پس از اعلام خبر تصویب این لایحه، جمعی از علمای طراز اول حوزه قم از جمله آیات عظام خمینی، شریعتمداری، گلپایگانی، طباطبایی، آملی و حائری، با صدور تلگرافی جمعی، خطاب به شاه، نسبت به قانون مذکور اعتراض کردند. به تبع ایشان، بسیاری از روحانیون و علمای دیگر هم در نامه‌های جداگانه به اعتراض پرداختند. یکی از مدارس حوزوی فعال در نهضت، مدرسه فیضیه بود که سبب شد در جریان اعتراضات مردم و طلاب حوزه قم، سربازان رژیم به بازار و مدرسه فیضیه یورش برند و به ضرب و شتم و سرکوب بازاریان و طلاب پردازند. متعاقب این جریان، امام خمینی با صدور اعلامیه‌هایی، ضمن حمایت از اعتراضات مردم، نسبت به سرکوب مردم و طلاب علوم دینی و دستگیری تعدادی از وعاظ و روحانیون به شدت اعتراض کرد.

ونسا مارتین، استاد تاریخ خاورمیانه در دانشگاه لندن، با عنوان «سربازان خمینی؛ از حجره‌های حوزه تا غرفه‌های بازار» که توسط بهرنگ رجبی ترجمه شده و در سایت تاریخ ایرانی بازنشر یافته، درباره نقش رسانه‌های سنتی و ارتباطات در نهضت امام خمینی می‌نویسد: «آیت‌الله خمینی که به تبعید رفت، طلبه‌هایش رهبری نهضتش را در ایران به دست گرفتند. طلبه‌های آیت‌الله خمینی در نجف هم در حفظ ارتباط با نهضت در ایران فعال بودند و برایش در کشورهای دیگر تبلیغ می‌کردند.» (تاریخ ایرانی، ونسا مارتین، ۱۲ بهمن ۱۳۹۰/۱۱، شناسه خبر: ۷۴۳۵، کد ۷۴۳۵)

مساجد و تکایا

مساجد و تکایا نیز به مثابه رسانه نقش مهمی در طول تاریخ اسلام ایفا کرده‌اند. در جریان انقلاب اسلامی نیز امام خمینی از مساجد و تکایا همچون رسانه‌ای فعال برای پیشبرد نهضت استفاده کرد چراکه ایشان به اهمیت این مسئله به خوبی واقف بوده و به همین دلیل نیز پایه مبارزات خود را با سخنرانی در مساجد آغاز کردند. ایشان اعتقاد داشتند «مسجد مرکز تبلیغ است. در صدر اسلام از همین مسجدها جنبش‌ها، ارتش‌ها، راه می‌افتاده؛ مرکز تبلیغ احکام سیاسی اسلام بوده مسجد.» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۱۰، ۱۷) امام توانست اولین جرعه‌های انقلاب را در سال ۱۳۴۰ و ۱۳۴۱، با سخنرانی در مسجد اعظم و مدرسه فیضیه روشن کند. از این‌رو شبکه مساجد و جلسات مذهبی همانند حلقه واسط میان رهبران انقلاب و مردم انقلابی عمل می‌کردند. ایشان درباره اهمیت کارکرد مساجد سخنانی دارند که درباره سایر نهادهای مذهبی یا غیرمذهبی نگفته‌اند و معتقدند: «این مساجد است که این بساط را درست کرد. این مساجد است که

نهضت را درست کرد... ای ملت! مسجدهای خودتان را حفظ کنید. این مسجدها را حفظ کنید تا این نهضت به ثمر برسد، تا مملکت شما نجات پیدا کند. خداوند این شاءالله این مسجدها را برای ما حفظ کند.» (همان، ج ۸، ۶۰)

جایگاه نهادهای مذهبی، خصوصاً مساجد و منابر از دیدگاه امام خمینی، کلید پیروزی بر نظام طاغوتی پهلوی و رسانه‌های مؤثرش محسوب می‌شد. مساجد نه تنها پایگاهی برای بیدارسازی مردم علیه حکومت، بلکه محلی برای همگرایی و سازماندهی نیروهای انقلابی و مبارزه بودند. تبادل اطلاعات و جلسات مشاوره میان مبارزان در مساجد صورت می‌پذیرفت؛ زیرا پخش اعلامیه در اغلب مساجد سهل‌تر و سریع‌تر صورت می‌گرفت و اعتراض مردم و علما و امام از طریق پخش اعلامیه آنان در مجامع مذهبی به‌ویژه مساجد همه‌گیر می‌شد و بدین ترتیب اخبار جریان‌ها و حوادث به مردم انتقال می‌یافت. رژیم شاه نیز که به اهمیت نقش مساجد پی‌برده بود، سیاست مخالفت با برگزاری بسیاری از مجالس مذهبی در مساجد را در پیش گرفت.

باید اذعان نمود که یکی از مهم‌ترین عوامل پیروزی انقلاب اسلامی ایران، حرکت بسیار منسجم و تأثیرگذاری بود که به صورت پیوسته و سلسله وار در مساجد شهرهای مختلف مراسم بزرگداشت و ترحیم در قالب مراسم هفتم، چهلم و سالگردها برگزار می‌شد. برخی در این زمینه معتقدند: «... موضوعات چندان درهم پیچیده شده است که هر چهلم کوچکی، بالقوه ممکن است به بحران ملی تبدیل شود.» (میزبانی، ۱۳۸۳: ۴۵-۶۵)

احمد هوبر نویسنده و روزنامه‌نگار مسلمان سوئیسی نیز می‌نویسد: «در بدو شکل‌گیری انقلاب اسلامی، غرب اصلاً متوجه مساجد و نقش آن‌ها در هدایت انقلاب نبود. حقیقت نیز این است که آمریکا و رژیم شاه هنگامی متوجه نقش مهم مساجد در سازماندهی تظاهرات و هدایت مبارزات مردم ایران شدند که کاری از دست آنها بر نمی‌آمد.» (نهضت خمینی، ۱۳۸۹/۱۲/۱۱)

جان استمپل، از وابستگان سفارت امریکا در ایران هم‌چنین در کتاب «درون انقلاب ایران» می‌نویسد: «سریع‌ترین و مطمئن‌ترین راه برای رساندن پیام‌های انقلابی از شهری به شهری دیگر، از طریق شبکه مساجد انجام می‌گرفت.» (استمپل، ۱۳۷۷: ۷۰) دکتر حامد الگار، نیز نقش مسجد را در انقلاب ایران مورد بررسی قرار داده است. وی می‌گوید: «مسجد هسته اساسی تشکیلات انقلاب اسلامی بود. یکی از عناصر مهم در پیروزی انقلاب، احیای مجدد مسجد و استفاده از تمام ظرفیت‌های عملکردی آن بود.» (الگار، ۱۳۷۲: ۳۲۳)

حسین هیگل نیز در این باره می‌نویسد: «در کشورهای اسلامی نهادی به چشم می‌خورد که قدرت، قادر به دسترسی بدان نمی‌باشد و آن نهاد مسجد است.» (هیگل، ۱۳۶۳: ۲۳۶) پروفیسور حمید مولانا، کارشناس برجسته ارتباطات در این زمینه می‌گوید: «انقلاب اسلامی ایران توسط مسجد سازماندهی شد و سرانجام نیز با نیروی مسجد به پیروزی رسید. در همه

انقلاب‌های قرن بیستم، رسانه‌ها نقش بزرگی ایفا کردند؛ اما در انقلاب اسلامی ایران به دلیل حضور نداشتن رسانه‌ها، این نقش برعهده مسجد بود.» (مولانا، ۱۳۸۴: ۷۲)

مجالس وعظ و خطابه

یکی دیگر از ابتکارات امام خمینی استفاده از مجالس وعظ و خطابه برای پیش‌برد نهضت بود. امام خمینی در پیام‌ها و سخنانی که در مقاطع زمانی و مکانی گوناگونی بیان کرده است، از اشخاصی نام می‌برد که آنان در واقع، ارتباط‌گران مساجد و منابر و سایر مراکز اسلامی هستند و در کنار انجام وظایف عبادی و وظایف مربوط به حل و عقد امور، وظیفه اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی نیز به‌عهده آنان است. این اشخاص در کلام امام با عناوین علما، وعاظ، خطبا، ائمه جماعت، روحانیون، مبلغان، گویندگان، منبری و مانند اینها نام برده شده است که در کنار و با کمک مردم، کارهای مسجد را به انجام می‌رسانند. این افراد همگی نماینده اسلام و نماینده مذهبی‌اند و رهبری و هدایت امور مسجد با آنهاست.

امام خمینی در آستانه دهه فاطمیه و به تاریخ هفت آبان ۱۳۴۱، نامه‌ای به شیخ محمدتقی فلسفی نگاشت. در این نامه که در آن از مخاطب نامه به «خطیب شهیر اسلامی» و «زبان گویای اسلام» تعبیر شده، چنین آمده است: «امید است جناب عالی و سایر وعاظ محترم که زبان قرآن و ملت هستند، در این قضیه دینی، دین خود را به وجه احسن ادا فرمایند.» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۱، ۸۴) در جریان این اعتراضات نیز هم‌چنین مجالس مذهبی و وعظ و خطابه نقش به‌سزایی ایفا کردند. جرقه اعتراضات در دوم بهمن ۱۳۴۱ و در تجمع خودجوش مردم در منزل آیت‌الله خوانساری و پس از آن راه‌پیمایی به سمت منزل آیت‌الله بهبهانی زده شد. در آن‌جا مرحوم فلسفی به منبر رفت و در سخنانی پرشور و با ادبیات عاشورایی به فراندوم حمله برد.

یکی از مطالبات مهم امام خمینی فعال شدن مجالس وعظ و خطابه و راه‌اندازی مراکز تبلیغی بود. چنان‌چه در بیاناتی به روحانیت توصیه می‌کنند که مجامع تبلیغی را راه‌اندازی کنند: «من به شما آقایان توصیه می‌کنم مجامع دینی درست کنید؛ در جمعه‌ها که آن‌ها می‌خواهند شما را به مراکز فساد بکشند، مجامع تبلیغاتی درست کنید؛ مردم را دعوت به دین بکنید؛ مصالح روز را به مردم بگویید؛ مفاسد روز را به مردم بگویید. برای جوان‌ها یک مراکز درست کنید که در آنجا تبلیغ بشوند آنها؛ گفته بشود مطالب؛ مفاسدی که در این مملکت واقع می‌شود گفته بشود.» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۱: ۳۹۴)

مناسبت‌های مذهبی و محافل عزاداری نیز از جمله ظرفیت‌هایی است که مورد توجه امام خمینی برای آشنایی مردم با اهداف نهضت و توجه به سنت‌های مذهبی را یادآور می‌شوند. از این‌رو در یکی سخنرانی‌های خود فرمودند: «محرّم و

صفر است که اسلام را [زنده] نگه داشته است؛ فداکاری سیدالشهدا است که اسلام را برای ما زنده نگه داشته است؛ زنده نگه داشتن عاشورا با همان وضع سنتی خودش از طرف روحانیون، از طرف خطبا، با همان وضع سابق و از طرف توده‌های مردم با همان ترتیب سابق که دسته‌جات معظم و منظم، دسته‌جات عزاداری به عنوان عزاداری راه می‌افتاد. باید بدانید که اگر بخواهید نهضت شما محفوظ بماند، باید این سنت‌ها را حفظ کنید.» (همان، ج ۱۵، ۳۳۰)

امام خمینی در پیام‌ها و سخنانی که در مقاطع زمانی و مکانی گوناگونی بیان کرده است، از اشخاصی نام می‌برد که آنان در واقع، ارتباط‌گران مساجد و منابر و سایر مراکز اسلامی هستند و در کنار انجام وظایف عبادی، وظیفه اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی نیز به عهده آنان است. این اشخاص در کلام امام با عناوین علما، وعاظ، خطبا، ائمه جماعت، روحانیون، مبلغان، گویندگان، منبری و نظایر این‌ها نام برده شده‌اند. این افراد همگی نماینده اسلام و نماینده مذهبند و رهبری و هدایت امور مسجد با آنهاست. (حسینی، ۱۳۹۹: ۶۰۷)

دوره استفاده از رسانه‌های مدرن

اعلامیه

از اولین رسانه‌های مدرن که امام خمینی در مسیر نهضت خود استفاده کرد اعلامیه است. اعلامیه ابزاری برای ارتباط و وسیله‌ای جهت گفتارهای روشن‌گرانه و عدالت‌خواهانه امام خمینی بود که در دسترس مردم حق‌طلب و حقیقت‌خواه در شهرهای مختلف ایران بود. نقش اعلامیه را - که در راه پخش آن افراد زیادی جان خود را به عنوان بارزش‌ترین دارایی در طبق اخلاص گذاشتند تا پیام‌هایی که بعدها زمینه‌ساز بزرگ‌ترین انقلاب قرن بود، به دست جامعه عدالت‌خواه برسانند - در نهضت امام خمینی بیشتر نمایان ساخت.

سید محمدنقی بیان‌زاده یکی از بازاریان مبارز نیز در خاطرات خود در این رابطه می‌گوید: «یادم می‌آید که موسم حج، اعلامیه‌ها را برای حجاج می‌دادیم تا به آنجا ببرند و اگر هم توانستند با دولت‌های اسلامی تماس بگیرند؛ در آن اعلامیه‌ها، دل‌سوزی امام نسبت به مظلومیت شهدای فیضیه، از این جهت که بچه‌های شهرستانی و فقیر بودند، کاملاً آشکار بود.» (باقری، ۱۳۷۸: ج ۳، ۳۲)

در نهضت انقلاب اسلامی، اعلامیه‌ها شامل مطالب گوناگون سیاسی مانند پیام‌های امام یا شعارهای سیاسی برای دعوت مردم به مبارزه بوده که مردم و گروه‌های مختلف معترض، آنها را چاپ و توزیع می‌کردند یا بر در و دیوار خانه‌ها و مساجد می‌چسباندند. شاه، دولت ایران و حامیان خارجی آن‌ها، قدرت این شبکه پرنفوذ را نشناخته یا دست‌کم گرفته بودند و هرگز تصور نمی‌کردند که سخنرانی‌ها، اعلامیه‌ها و پیام‌های امام خمینی و سایر مراجع و روحانیون تا این اندازه نفوذ و بُرد داشته باشد. (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۳۸) وقتی که امام از نجف به پاریس تبعید شدند در آن موقع اعلامیه‌های

ایشان به ایران می‌آمد و تکثیر می‌شد و سخنرانی‌هایشان در نوار کاست ضبط می‌شد و در دست همه می‌چرخید. همین امر سبب شد تا اعلامیه‌هایی که توسط امام خمینی راهبری شده بود در اختیار مردم قرار گیرد که در نهایت تاثیر به‌سزایی در پیروزی انقلاب ایفا کردند.

نوار کاست

نوار کاست از جمله رسانه‌هایی بود که در اواخر نهضت به تدریج مرسوم شد. (جعفرپور، ۱۳۸۹: ۱۱۲) بارها شنیده شده که منبرها هر محفلی را به پایگاهی برای انقلاب و هر دستگاه پخش صوتی را به صورت بالقوه به رسانه انقلاب تبدیل کرد. اعلامیه‌ها، دیوارنویسی‌ها و نوارهای کاست همگی ادامه‌دهنده منبرهای علما و سخنرانی‌های انقلابی شدند. (الوندی، ۱۳۸۹: ۶۷) امام خمینی در زمانی که آزادی بیان و دسترسی‌شان به «رسانه‌های جمعی» محدود شده بود، برای رساندن پیامشان به مردم و پرهیز از محدودیت‌های تحمیل شده از سوی رژیم، از «رسانه‌های کوچک» سود جستند. از تبعیدگاه خود در نجف و سپس در پاریس، پیام‌ها را با نوار ضبط صوت و تلفن به ایران می‌فرستادند. این نوارها بعدها، در شمار هزارها تکثیر و در تمام کشور توزیع می‌شد. در بسیاری از موارد، سخنرانی‌های ایشان روی کاغذ پیاده و برای توزیع انبوه تکثیر می‌گردید. با توجه به همین نقش حیاتی و مرکزی بود که روزنامه‌نگاران اروپایی، نهضت امام خمینی را انقلاب کاست نامیدند. (فراشی، ۱۳۸۲: ۹۹) نوارهایی که او به واسطه‌شان خطابه‌های گزنده و آتشینش را علیه شاه در سرتاسر کشور منتشر می‌کرد؛ این انتشار، کار مساجد و اماکن مذهبی بود. به شهادت همه کسانی که امکان شنیدن این نوار و نوارهای مشابه را یافته‌اند، فریادهایی که از این نوار به گوش می‌رسید، گواه بارزی بر قساوت رژیم شاه و شیوه‌های سرکوبگرانه او بود. (الگار، ۱۳۶۰: ۱۳۴)

حامد الگار از نویسندگان فارسی‌زبان دانشگاه کالیفرنیا نیز در وصف اهمیت این رسانه، آن را سمبل تکنولوژیک انقلاب ایران معرفی می‌کند. (همان، ۱۳۷۲: ۱۳۵)

در این رابطه، هملویت معتقد است: «چشمگیرترین و بدیع‌ترین استفاده از رسانه‌های الکترونیکی برای پیام و ارتباط سیاسی تا به امروز، استفاده امام خمینی از نوار ضبط صوت در طراحی انقلاب ۱۹۷۹ ایران است.» (هملویت، ۱۳۷۶: ۱۸)

الوین تافلر نیز در جایی از نقش و تأثیر ترکیب رسانه‌های سنتی و مدرن در انقلاب، یعنی تلفیق موعظه‌های شفاهی و چهره به چهره با نوارهای صوتی و دستگاه‌های تکثیر و ابتکار امام خمینی در این رابطه سخن گفته است. (تافلر، ۱۳۷۰: ترجمه: خوارزمی، ۵۴۳) وی معتقد است که: «امام خمینی رسانه موج اول یعنی موعظه‌های شفاهی و چهره‌به‌چهره روحانیون را با تکنولوژی موج سوم یعنی نوارهای صوتی و دستگاه‌های ساده تکثیر تلفیق کرد.» (همان) آنتونی سامپسون،

روزنامه‌نگار امریکایی نیز در اهمیت نوار کاست در پیش‌برد نهضت نوشت: «روی قبر شاه بنویسید: «او نوار کاست را فراموش کرد.» (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۲/۱۱/۲۱)

مطبوعات

مطبوعات نیز ابزار نوینی است که هم‌چون رادیو، تلویزیون، ماهواره و... نوظهور و متعلق به دوره جدید و از جمله رسانه‌های مدرن محسوب می‌گردد. روزنامه‌نگاری از جمله حرفه‌هایی بود که با زبان و ادبیات جدید به گفتگو با توده مردم و نخبگان پرداخت و بستری برای تعاملات جدید اجتماعی فراهم آورد. با آمدن مطبوعات، روحانیت از این ابزار برای تعیین رفتار عمومی بهره گرفت. البته این ابزار کوچکی نبود، چراکه در بسیاری از شئون و ابعاد اجتماعی، سبب انقلاب شد؛ به طوری که برخی انقلاب مشروطیت را مرهون این ابزار دانسته‌اند. (حسینی، ۱۳۹۹: ۱۵۶)

امام خمینی به نقش مطبوعات در ساخت افکار عمومی واقف بودند. تفکر هم‌گرایی در اندیشه امام سبب شد که مطبوعات نیز در نهضت امام تأثیرگذار باشد. شاهد بر این ادعا دیدگاه امام راجع به مطبوعات است که بارها بر نقش مطبوعات در تحولات کشور و ترویج آرمان‌های ملت و نهضت تأکید داشت. امام در یکی از سخنرانی‌ها به کارکرد تربیتی و ارشادی مطبوعات اشاره می‌کند و معتقد است: «نقش مطبوعات در کشورها، منعکس کردن آرمان‌های ملت است؛ مطبوعات باید مثل معلمینی باشند که مملکت را و جوانان را تربیت می‌کنند و آرمان ملت را منعکس می‌کنند.» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۷، ۳۲۳)

گرچه مطبوعات نسل اولیه کشور به‌شدت تحت نفوذ حکومت‌های استبدادی وقت بودند و جز نقش جارچی و زبان یک‌طرفه حکومت، نقش دیگری را ایفا نمی‌کردند، اما از زمان آغاز تحركات اجتماعی و سیاسی تا پیروزی انقلاب اسلامی، شخصیت امام خمینی مورد توجه مطبوعات قرار گرفت. در ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ تیتر اصلی مطبوعات به حواصت این روز، به‌ویژه بازداشت آیت‌الله خمینی اختصاص داشت. تیتر برخی از نشریات در ۱۵ خرداد ۱۳۴۲ چنین بود: «آیت‌الله خمینی و آیت‌الله قمی دستگیر شدند.» (اطلاعات، ۱۳۴۲/۳/۱۵)

هماهنگی حرکت مطبوعات در هفته‌های پایانی عمر رژیم پهلوی با مردم، از همین زمان، موجب شد تا روزنامه‌های اطلاعات و کیهان به روزشمار انقلاب، تبدیل شوند و تمام تلاش‌های روزنامه‌نگاران به انعکاس دقیق لحظه‌های انقلاب متمرکز شد.

امام خمینی در آستانه پیروزی انقلاب اسلامی تلاش کرد مدیریت مطبوعات این رسانه مدرن و مهم را نیز در اختیار خود قرار دهد. از این‌رو امام در متن نامه تاریخی به روزنامه‌نگاران چنین درخواست کردند: «از متصدیان مطبوعات محترم که زیر بار سانسور دیکتاتوری نرفتند، تشکر می‌کنم و اکنون که دولت غیرقانونی جدید مدعی برداشت سانسور است، آقایان

به کار خود ادامه دهند و از اعتصاب بیرون آیند تا تکلیف ملت با دولت غیرقانونی معلوم شود.» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۵، ۳۵۰) اعتصاب روزنامه‌نگاران البته اعتصابی طولانی‌مدت نبود و با صدور فتوای امام خمینی مبنی بر پایان اعتصاب، عمر اعتصاب به پایان رسید.

مینو بدیعی از روزنامه کیهان می‌گوید: «بعد از اعتصاب و انتشار دوباره ما [در کیهان]، با اتفاق خوبی روبه‌رو شدیم و آن تعیین شورای سردبیری انتخابی توسط اعضای روزنامه بود و ... شورای سردبیری را انتخاب کردیم. روز ۲۶ دی ۱۳۵۷، هوشنگ اسدی (عضو شورای سردبیری) بدو بدو آمد و گفت: برای اولین بار، تیتراژ ۸۴ سیاه زدیم؛ کف دستش را نشان داد و گفت تیتراژ کف دست من است؛ این همان تیتراژ «شاه رفت» بود که رحمان هاتفی انتخاب کرده بود.» (تاریخ ایرانی، ۱۳۹۱/۴/۳۱، کد ۷۵۳۰) عنوان «امام» هم از همان زمان توسط روزنامه‌نگاران درباره آیت‌الله خمینی به کار رفت. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی انتظار امام خمینی از مطبوعات خدمت به آرمان‌های مقدس حکومت اسلامی بود. از این‌رو در این زمینه فرمودند: «مطبوعات حامل پیام ملت و حامل پیام اسلام باید باشد و مبلغ احکام اسلام و مجری احکام اسلام و مهذب جامعه باید باشد و اخلاق را در جامعه باید پخش بدهد، اخلاق الهی را.» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۱۳، ۱۵۶)

«باید دستگاه تلویزیون یا مطبوعات ما جبران بکنند آن کارهایی را که سابق شده است و کرده‌اند، و باید دستگاه‌های آموزشی باشند واقعاً به تمام معنا.» (همان، ج ۱۲، ۴۸۴)

امام خمینی در جای دیگر در اهمیت مطبوعات در تربیت نیروی انسانی برای پیشبرد نهضت فرمودند: «آن‌که از همه خدمت‌ها بالاتر است، این است که نیروی انسانی ما را رشد بدهد و این به‌عهده مطبوعات است؛ مجله‌هاست، رادیو و تلویزیون است، سینماهاست، تئاترهاست. این‌ها می‌توانند نیروی انسانی ما را تقویت کنند و تربیت صحیح بکنند و خدمتشان ارزشمند باشد.» (همان)

رادیو

رادیو رسانه‌ای بود که با توجه به گستره کشور، نبود امکانات، سطح سواد عمومی، جمعیت کثیر مخاطب، توانست نقش مهم و تأثیرگذار داشته باشد. گرچه رادیو به عنوان یک ابزار مدرن که اموری چون موسیقی را به فرهنگ عمومی وارد کرد، نمی‌توانست مورد تأیید علمای دینی باشد و امام خمینی قبل از پیروزی نهضت به دلیل عدم دسترسی به آن از رادیو استفاده نکرد، اما رویکرد امام براساس دیدگاه هم‌گرایی رسانه‌ها هرگز مخالفت با رادیو نبود و مبنای فقهی امام خمینی نسبت به به‌کارگیری رسانه‌های جمعی از جمله رادیو در راستای اهداف مقدس سبب شد رادیو نیز در سرعت بخشیدن به نهضت کمک شایانی نماید. از این‌رو در یکی از بیانات، بر به‌کارگیری رادیو و تأثیرگذاری آن تأکید کرده و

می‌فرماید: «... تبلیغ باید با ما باشد، ما باید در رادیوها جا داشته باشیم برای تبلیغ ...» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۱، ۳۹۲) ایشان در جای دیگر فرمودند: «... [رادیو را] یک، دوسه ساعتش را هم دست ما بدهید؛ اما آزادمان بگذارید نه این که برنامه‌اش هم خودتان بنویسید که این جوری برو بگو؛ ما را آزاد بگذارید یک دوسه ساعت از برنامه رادیو دست ما بدهید، ما برایش تعیین می‌کنیم برنامه را.» (همان، ۳۹۱)

با اوج‌گیری روند نهضت و فراگیر شدن آن، کارمندان دولت نیز گام‌به‌گام با انقلاب و شعارهای آن همراه شدند. روزنامه اطلاعات نیز همگامی رادیو با مردم را در پیش‌برد نهضت روایت کرد و نوشت: «در میدان ارک، هنگام تظاهرات مردم، کارکنان رادیو تهران، با کار گذاشتن بلندگویی، نوار مذهبی پخش کردند. این اقدام برای همدردی با فاجعه دیروز دانشگاه تهران بود.» (روزنامه اطلاعات، ش ۱۵۷۵۱، ۴)

یکی از مقاطع حساس که رادیو بر روند انقلاب تأثیر نمایی داشت، پخش سخنرانی شاه بود. بخشی از سخنرانی معروف رادیو تلویزیونی محمدرضا پهلوی در چهاردهم آبان ۱۳۵۷ که به «صدای انقلاب شما را شنیدم» معروف شد، بدین شرح است:

«ملت عزیز ایران! در فضای باز سیاسی که از دو سال پیش به تدریج ایجاد می‌شد، شما ملت ایران علیه ظلم و فساد به پا خاستید. انقلاب ملت ایران نمی‌تواند مورد تأیید من به عنوان پادشاه ایران و به عنوان یک فرد ایرانی نباشد. (عصر ایران، ۱۴ آبان ۱۳۹۴: شناسه خبر ۴۲۹۲۱۰، کد خبر ۴۲۹۲۱۰)

سرانجام با سست شدن پایه‌های سلطنت و ورود امام خمینی به ایران، مقدمات تبدیل «صدای شاهنشاهی» به «صدای جمهوری اسلامی» فراهم گردید. پس از آن، در درگیری کوچکی که میان افراد مسلح حامی مردم و سربازان صورت گرفت، مردم پیروز شده و با فریاد «این صدا و سیمای راستین انقلاب است» به محوطه بیرونی سازمان وارد شده، و آن را به تصرف خود درآوردند. پس از آن، طنین سرود «ای ایران، ای مرز پرگهر ...» به همراه بوق اتومبیل‌ها، فضای خیابان را فرا گرفت. صدای انقلاب اسلامی مردم از رسانه ملی به گوش تمام دنیا رسید.

تلویزیون

گرچه نوع کنش امام خمینی با رسانه‌های جمعی و مدرن نشان می‌دهد میزان توجه ایشان به تلویزیون برای پیش‌برد نهضت نسبت به سایر رسانه‌های مدرن هم‌چون رادیو کمتر بوده است، اما طبق نظریه هم‌گرایی رسانه‌ها، دیدگاه امام خمینی راجع به تلویزیون نفی آن نیز نبوده است. سخنرانی‌های امام خمینی درباره تلویزیون این موضوع را تأیید می‌کند. چنان‌چه امام نهضت در یکی از سخنرانی‌هایش می‌فرماید: «اسلام از این [رادیو و تلویزیون] می‌خواهد که بهره‌برداری زیاد در راه اسلام بشود، تبلیغات زیاد در راه اسلام بشود.» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۱۸، ۳۶۳) «تلویزیون

باید ارشاد بکند.» (همان، ج ۱۲، ۴۸۴) «این رادیو تلویزیون باید اصلاح بشود؛ یعنی باید متحول بشود به یک بنگاه تعلیمی، آن هم تعلیمات اسلامی.» (همان، ۳۲۴) «یکی از وظایف تلویزیون و رادیو این است که مسائل را آن طوری که هست به مردم بفهمانند، مسائل چی هست، اصلاً از کی صدا دارد بلند می‌شود.» (همان، ج ۱۱، ۲۰۱) و ایشان در جای دیگر فرمودند: «باید کاملاً توجه داشت که به هیچ وجه، ما نباید مقلد شرق و غرب باشیم؛ زیرا تقلید از شرق و غرب با رادیو و تلویزیون اسلامی نمی‌سازد.» (همان، ج ۲، ۲۹۱)

در ابتدای شکل‌گیری انقلاب اسلامی، تلویزیون نیز همانند رادیو در خدمت اهداف و آرمان‌های نهضت به کار گرفته شد و به‌عنوان رسانه انقلابی، مسئولیتی بس خطیر را در قبال انقلاب اسلامی برعهده گرفت. رسالت اصلی تلویزیون بیان مواضع، دستاوردها و به‌نحوی صدور انقلاب اسلامی تعیین گردید و برنامه‌های مختلف در قالب‌های گوناگون در راستای این هدف سامان یافتند. از اولین اقدامات اعضای رادیو تلویزیون ملی، می‌توان به عمل شجاعانه یکی از روزنامه‌نگاران و فیلم‌سازان در پخش فیلم چهار دقیقه‌ای از عکس‌های امام خمینی اشاره کرد که در نیمه‌های شهریور، شب هنگام در برنامه «تیتراول»، به روی آنتن رفت و متن گوینده با این جمله آغاز شد: «به نام آزادی که بدون آن نمی‌توان نفس کشید؛ قبل از هر کاری تصویر کسی را نگاه کنیم که در دل مردم ایران نشسته است.» (تاریخ ایرانی، ۲۶ بهمن ۱۳۸۹، شناسه خبر ۷۰۹۳، کد خبر ۷۰۹۳) می‌توان این برنامه را آغازگر فعالیت‌های انقلابی کارمندان رادیو تلویزیون دانست.

امام خمینی با شناختی که از نقش رسانه‌های غرب در تحریف واقعیات و سانسور حقایق سراغ داشتند، از رسانه‌های داخلی مدرن هم‌چون رادیو و تلویزیون مطالبه می‌کنند تا پیام انقلاب اسلامی و نهضت دینی را به سراسر جهان صادر کنند و به گوش جهانیان برسانند. از این رو امام می‌فرمایند: «ما باید تبلیغات مان زیاد باشد و پوشش رادیومان، تلویزیون مان زیاد بشود تا بتوانیم مطالب خودمان را به عالم برسانیم.» (امام خمینی، ۱۳۷۴: ج ۱۶، ۸۵) در این‌جا لازم است به حضور فعال امام خمینی در مصاحبه‌های رادیو و تلویزیونی خارجی نیز برای بیان اهداف انقلاب اسلامی و پیش‌برد نهایی نهضت اشاره نماییم:

یکی از شیوه‌های تبلیغی امام خمینی، بهره‌برداری از روش مصاحبه با رسانه‌های خارجی مانند تلویزیون و رادیوهای خارجی بود. بنابه تحقیقی که ابوالفضل مروی در مورد انتقال پیام امام توسط رسانه‌های خارجی انجام داده است، تلویزیون تنها ۱۶/۸۸٪ مصاحبه‌های امام را انتقال داده است (فقط ۲۲ مصاحبه از ۱۳۱ مصاحبه). وی بر این اساس نتیجه می‌گیرد که تلویزیون‌های خارجی، شانس کمتری نسبت به سایر رسانه‌ها برای انتقال پیام امام داشته‌اند. (مروی، ۱۳۸۵: ۱۵۵) از ۲۲ مصاحبه تلویزیونی نیز تنها یک مصاحبه با امام توسط تلویزیون‌های داخلی صورت گرفته و آن هم مربوط به بعد از انقلاب است؛ پس تعداد مصاحبه‌های تلویزیونی امام در داخل کشور و با تلویزیون ملی، برابر صفر مصاحبه بوده است. (همان، ۱۶۶)

نتیجه‌گیری

بررسی بیانات و رفتار امام خمینی در طول نهضت اسلامی نشان داد که نه تنها دین و وسایل ارتباط جمعی با یکدیگر ناسازگاری ندارند بلکه تأثیر آموزه‌های توحیدی در استفاده از رسانه‌های سنتی و مدرن، پشتیبان مطالعات نظری علوم ارتباطی شد. به گونه‌ای که الیهو کاتز، استاد علوم ارتباطات در ایالت متحده آمریکا را واداشت تا به همه همکاران پژوهشگر ارتباطاتش، توصیه کند که درباره انقلاب اسلامی به عنوان پدیده جدید، به مطالعه بپردازند. (فرقانی، ۱۳۸۷: ۶۱)

در الگوی امام خمینی ضمن توجه به ظرفیت‌های ارتباطات انسانی، مهم‌ترین تحول ایجاد شده انتقال برخی کارکردهای دینی رسانه‌های سنتی به رسانه‌های مدرن بود. تفکر هم‌گرایی متکی بر مبانی توحیدی در نهضت امام خمینی سبب شد نقش رسانه‌های سنتی و مدرن در پیش‌برد نهضت به اثبات برسد و برتری نظام ارزشی و فرهنگی و هم‌گرایی در فرایند ارتباطات و ادغام نظام مدرن و سنتی در تحول و پیشرفت برجسته گردد و جمهوری اسلامی به عنوان الگوی موفق و مؤثر مورد توجه قرار گیرد. این گونه بود که رهبری اسلامی راه خود را از رهبری سکولار جدا کرد. (باهنر، ۱۳۷۸: ۵۳)

هنر امام خمینی این بود که نهضت او هم‌گرایی نظری در ارتباطات انسانی و رسانه‌های سنتی و مدرن را تجربه کرد و به نهضتش شتاب بیشتری داد؛ زیرا رسانه‌های جمعی جدید با مشروعیت ویژه‌ای که از پایگاه دین و مرجعیت کسب کردند تأثیر به‌سزایی در نهضت و تحرک بیش‌تری پس از انقلاب اسلامی پیدا کردند. و رسانه‌های مدرن -هم‌چون رادیو و تلویزیون- همدیگر را تکمیل کنند.

منابع

۱. أبراهامیان، یرواند (۱۳۸۹)، *تاریخ ایران مدرن*، ترجمه: محمدابراهیم فتاحی، چ دوم، تهران: نی.
۲. آریان پور کاشانی، عباس (۱۳۴۳)، *فرهنگ کامل انگلیسی - فارسی*، چ هفتم، تهران: امیرکبیر.
۳. استمپل، جان. دی (۱۳۷۷)، *درون انقلاب اسلامی*، ترجمه: منوچهر شجاعی، تهران: رسا.
۴. الگار، حامد (۱۳۶۰)، *انقلاب اسلامی در ایران*، ترجمه: مرتضی اسدی و حسن چیدری، تهران: قلم.
۵. الوندی، پدram (۱۳۸۹)، «مسجد و منبر: نمود نظام ارتباطات سنتی ایران»، سال چهارم، ش ۳۸.
۶. باقری، علی (۱۳۷۸)، *خاطرات ۱۵ خرداد*، تهران: سوره مهر.
۷. باهنر، ناصر (۱۳۷۸)، *دین و رسانه*، از رسانه‌های سنتی تا تلویزیون، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
۸. بزی، عماد (۱۳۷۵)، *امام خمینی در پژوهش‌های غربی*، ترجمه: مهدی اسدی.
۹. تافلر، الوین (۱۳۷۰)، *جابه‌جایی در قدرت*، ترجمه: شهین دخت خوارزمی، تهران: نی.
۱۰. حاجتی، احمدرضا (۱۳۸۱)، *عصر امام خمینی*، قم: بوستان.
۱۱. حسینی هرندی، سید محمدحسین (۱۳۹۳)، «نقش وعظ و خطابه در دوره قاجاریه»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، قم: دانشگاه پیام نور.
۱۲. حسینی هرندی، سید محمدحسین (۱۳۹۹)، *از پیام تا قیام*، نقش رسانه‌های سنتی در شکل‌گیری و پیروزی انقلاب اسلامی، قم: اداره کل پژوهش‌های اسلامی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی.
۱۳. خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۲/۱۱/۲۱.
۱۴. خمینی، سید روح‌الله (۱۳۷۴)، *صحیفه امام*، مجموعه آثار امام خمینی، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۱۵. دانائی فرد، حسن، و اسلامی، آذر (۱۳۸۹)، *کاربرد اسر تراژوی پژوهشی نظریه داده بنیاد در عمل ساخت نظریه تفاوتی سازمانی*، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۱۶. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۳۶)، *فرهنگ لغات*، ج ۳، تهران: دانشگاه تهران.
۱۷. روزنامه اطلاعات، ۱۳۴۲/۳/۱۵.
۱۸. روزنامه اطلاعات، ش ۱۵۷۵۱، ص ۴.
۱۹. روشه، گی (۱۳۷۰)، *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی عمومی*، کنش اجتماعی، ترجمه: هما زنجانی‌زاده، مشهد: دانشگاه فردوسی.

۲۰. سورین، ورنر جوزف و تانکارد، جیمز (۱۳۹۳)، نظریه‌های ارتباطات، مترجم: علی‌رضا دهقان، تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
۲۱. صدری افشار، غلام‌حسین. (۱۳۸۲)، فرهنگ معاصر فارسی، چ سوم، تهران: مؤسسه فرهنگ معاصر.
۲۲. فراتی، عبدالوهاب (۱۳۸۴)، تاریخ شفاهی انقلاب اسلامی (امام خمینی در تبعید)، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
۲۳. فرقانی، محمدمهدی (۱۳۸۲)، درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۴. مارتین، ونسا، ۲۲ بهمن ۱۳۹۰، تاریخ ایرانی، شناسه خبر ۷۴۳۵، کد ۷۴۳۵.
۲۵. متقی، سمیه، ۲۶ بهمن ۱۳۸۹، تاریخ ایرانی، شناسه خبر ۷۰۹۳، کد ۷۰۹۳.
۲۶. مروی، ابوالفضل (۱۳۹۱)، نقش و اهمیت پایگاه‌ها و رسانه‌های سنتی در دیدگاه امام خمینی (ره)، همایش، بررسی اندیشه‌های ارتباطی حضرت امام خمینی، تهران: عروج (وابسته به مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی).
۲۷. مروی، ابوالفضل (۱۳۸۵)، شیوه‌های تبلیغی امام خمینی، تهران: چاپ و نشر عروج.
۲۸. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱)، «مطالعات انتقادی در وسایل ارتباط جمعی»، ش ۹.
۲۹. مولانا، حمید (۱۳۷۱)، گذر از نوگرایی، ترجمه: یونس شکرخواه، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
۳۰. مولانا، حمید (۱۳۸۴)، ارتباطات جهانی در حال گذار «پایان چندگونگی»، تهران: سروش.
۳۱. مهدوی کنی، محمدرضا (۱۳۷۵)، مصاحبه با حضرت آیت‌الله مهدوی کنی، مجله حوزه، ش ۷۳ و ۷۴، سایت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی (<http://jh.isca.ac.ir>).
۳۲. هیکل، حسنین (۱۳۶۳)، ایران: روایتی که ناگفته ماند، ترجمه: حمید احمدی، تهران: الهام.