

بررسی نقش «منبر» به عنوان رسانه طراز انقلاب اسلامی بر اساس مدل ارتباطی

رشید جعفرپور^۱
عباس جوادیان^۲

چکیده

انقلاب‌های قرن بیستم معمولاً به دو جریان اصلی نظری مرسوم یعنی لیبرالیسم و سوسیالیسم گرایش داشته و از مبانی نظری آن‌ها بهره بردند. انقلاب اسلامی به لحاظ نظری و عملی نه تنها تعلق به این دو مشرب فکری نداشته، بلکه به عنوان یک مسیر مستقل مبتنی بر اندیشه و مکتب اسلام شکل گرفت و شعار اصلی خود را پس از استقرار نظام اسلامی «نه شرقی و نه غربی» قرار داد. تفاوت این انقلاب با سایر انقلاب‌ها علاوه بر رهبری، شعارها، مکتب نظری و حامیان باید در انتخاب و بهره‌گیری از «نوع رسانه در پیام‌رسانی» جست‌وجو کرد. امام خمینی^(ع) به دلایل مختلف رسانه «منبر» با محوریت مساجد و تکایا را به عنوان رسانه انقلاب انتخاب کردند. مقاله حاضر تلاش دارد نشان دهد؛ چرا رسانه منبر به عنوان رسانه اصلی انقلاب اسلامی انتخاب شد؟ نتایج مقاله نشان می‌دهد عوامل مؤثر در انتخاب رسانه منبر برای انقلاب اسلامی عبارت از: ماهیت رهبری انقلاب، اهداف نیروهای انقلابی، ماهیت منابر، ممنوعیت استفاده از رسانه‌های مختلف توسط انقلابیون، ماهیت جامعه ایران در دوران انقلاب و کارکردهای منبر (تطبیق، دستیابی به هدف، یکپارچگی، انسجام و پایداری) در فرایند پیام‌رسانی انقلاب اسلامی است. روش پژوهش حاضر نیز تحلیلی-توصیفی با رویکرد کارکردگرایی ساختی و استعانت از الگوی ارتباطی است.

کلیدواژه‌ها: انقلاب اسلامی، رسانه، منبر، واعظین، مردم، مدل ارتباطی، کارکردگرایی ساختاری.

Email: rjafarpoor@yahoo.com

۱. دانش‌آموخته دکتری علوم سیاسی دانشگاه امام صادق(ع) و عضو انجمن علمی جامعه‌شناسی سیاسی ایران

Email: Abbas1370sadelajii@gmail.com

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل دانشگاه خوارزمی (نویسنده مسئول)

مقدمه

بدون شک رسانه‌ها سهم و نقش قابل توجهی در ایجاد تغییرات و دگرگونی‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و حتی اقتصادی جوامع دارند. تأثیر رسانه‌ها در این عرصه‌ها و در تحولاتی مانند انقلاب نیز موضوع مهمی است. در این راستا، می‌توان به نقش و تأثیر رسانه‌ها در روند شکل‌گیری و پیروزی انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ اشاره کرد. در این دوره ۱۵ ساله (۱۳۴۲-۵۷) با وجود رسانه‌های مهمی چون مطبوعات، رادیو و تلویزیون، انقلابیون با استفاده از رسانه‌های سنتی و به‌ظاهر کم اهمیت به اقدامات سیاسی مهمی دست زدند.

این رسانه‌ها، با تأثیر شگرف خود در فرایند انقلاب اسلامی، نقش واسط و ارتباطی میان مردم، روحانیون و رهبر انقلاب ایفا کردند. امام خمینی^(۵) به دلیل محدودیت‌هایی که رژیم پهلوی بر ایشان تحمیل کرده بود و برخی دلایل دیگر، از «رسانه منبر» به‌عنوان رسانه سنتی اسلامی که در اختیار جامعه ایران قرار داشت، در جهت پیام‌رسانی نهضت اسلامی استفاده کردند.

رسانه منبر به‌عنوان کانون تولید، نشر و گسترش اخبار، پیام‌ها و بیانیه‌ها در مساجد و جلسات مذهبی نیز رابط میان رهبر انقلاب و مردم بود و نقش مهمی در شکل‌دهی به مبارزه علیه رژیم و زمینه‌سازی برای گسترش جریان‌ها و تحولات انقلابی ایفا کرد.

در جریان شکل‌گیری انقلاب اسلامی می‌توان گفت اولین جرقه‌های انقلاب در سال ۱۳۴۱، با سخنرانی امام خمینی^(۵) از طریق پیام‌رسانی و اطلاع‌رسانی توسط منبر مسجد اعظم و مدرسه فیضیه قم، زده شد. امام^(۵) به اهمیت این مسئله به‌خوبی واقف بوده و به همین دلیل نیز پایه مبارزات خود را با سخنرانی بر منابر مساجد آغاز کرد، چراکه ایشان اعتقاد داشتند مسجد، کانون تبلیغ اسلام و انقلاب اسلامی است.

امام^(۵) و بسیاری از شخصیت‌های مبارز انقلابی از جمله روحانیون و وعاظ انقلابی با به‌کارگیری موفقیت‌آمیز رسانه منبر توانستند آن را به رسانه‌ای برای شکل‌گیری و جهت‌دهی مخالفت‌ها و اعتراضات مردمی علیه رژیم پهلوی تبدیل کنند. در واقع مسجد همواره مکانی پویا برای فعالیت‌های سیاسی بود؛ اما کارکرد مبارزاتی این مکان در ماه‌های مذهبی از جمله ماه‌های محرم و صفر شدت یافته و به مهم‌ترین مرکز افشاگری روحانیون انقلابی علیه رژیم و نیز محلی برای توزیع اعلامیه‌ها، بیانیه‌ها و نوارهای سیاسی تبدیل می‌شد. بسیاری از مردم نیز که به مناسبت مراسم خاص این روزها در پای منبر وعاظ مساجد حضور می‌یافتند، گذشته از آنکه اندیشه‌های مذهبی خود را تقویت می‌کردند، از اوضاع سیاسی و اجتماعی کشور نیز آگاه می‌شدند. مساجد، علاوه بر تربیت دینی نیروهای مردمی، مکانی مناسب برای آشنایی افراد با یکدیگر و تربیت نیروهای مبارز و انقلابی بود.

رژیم پهلوی نیز که به اهمیت نقش رسانه منبر در مساجد پی برده بود، با برگزاری بسیاری از مجالس مذهبی در مساجد مخالفت کرد؛ زیرا بسیاری از حرکتهای مردمی از همان مراکز شروع

می‌شد و به مکان‌های دیگر گسترش و تسری می‌یافت. از این رو طبیعی بود که رژیم پهلوی نظارت، کنترل و مراقبت خویش را بر این گونه مجالس در سراسر کشور افزایش دهد. با توجه به اهمیت رسانه منبر در نشر و تبلیغ پیام انقلاب اسلامی در شبکه گسترده مساجد کشور توسط وعاظ و انقلابیون، سؤال اصلی مقاله حاضر این است که؛ «چرا رسانه منبر به عنوان رسانه اصلی انقلاب اسلامی انتخاب شد؟» در پاسخ به این سؤال اصلی، مقاله سعی دارد دلایل استفاده از رسانه منبر را تبیین نماید. روش این مقاله تحلیلی-توصیفی است و با استفاده از کتاب-ها، مقاله‌ها، اسناد و منابع اینترنتی و کتابخانه‌ای به بررسی موضوع می‌پردازد.

۱- پیشینه پژوهش

در حوزه رسانه و انقلاب اسلامی کتاب‌ها و مقالات متعددی تولید شده است؛ اما نقش رسانه در تکوین انقلاب اسلامی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در این قسمت به برخی از پژوهش‌ها در این زمینه اشاره می‌کنیم.

محمدحسن خانی و روح‌الامین سعیدی در مقاله «رسانه و نقش آن در استحکام ساخت درونی انقلاب اسلامی: رویکردی گفتمانی» به نقش بی‌بدیل رسانه در قوام پدیده‌های سیاسی پرداخته‌اند. آن‌ها معتقدند که تأثیر رسانه بر استحکام ساخت درونی انقلاب اسلامی، چندان شفاف نیست. هدف این مقاله از حیث نظری بر شالوده نظریه گفتمان ارنستو لاکلا و شانتال موف و نظریه هژمونی آنتونیو گرامشی استوار است و همه مباحث، استدلال و استنتاج‌ها مبتنی بر همین چهارچوب نظری خواهد بود. روش کشف چستی نقش رسانه در امر استحکام بخشی به ساخت درونی انقلاب اسلامی را می‌توان یافته اصلی مقاله دانست.

محمد گلکار با همکاری جعفری‌نژاد و آذین در مقاله «نقش رسانه‌های اجتماعی در انقلاب ایران و مصر» به بررسی تطبیقی نقش رسانه‌های اجتماعی در انقلاب ایران و مصر می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در مقایسه دو انقلاب ایران و مصر، محتوای پیام‌ها در هر دو انقلاب در جهت قدرت‌زدایی از هیئت حاکمه با ابزارهای اشاعه و از طریق پیوندهای ضعیف بوده است؛ اما تفاوت نوع رسانه‌های اجتماعی باعث شد که نوع رهبری در دو انقلاب متمایز باشد. در حالی که انقلاب اسلامی ایران تحت تأثیر الزامات زمانی، نیازمند رهبری واحد و شنیدن پیام‌ها از یک مرجع مرکزی بود، انقلاب مصر با سیالیت و تغییر مداوم رهبری در عصر شبکه‌های اجتماعی روبه‌رو بود.

رضا واعظی در مقاله «نظریه فطرت؛ نظریه رسانه طراز انقلاب اسلامی» با توجه به نقش نظریه در علوم و ویژگی‌های انقلاب اسلامی ایران، ضمن بیان ضرورت‌های نظریه‌پردازی بومی برای رسانه‌ها در جمهوری اسلامی ایران، نظریه رسانه طراز انقلاب اسلامی را پیشنهاد می‌کند. در این پژوهش ابعاد نظریه فطرت برای رسانه طراز انقلاب اسلامی تبیین شده و با بهره‌گیری از دیدگاه امام خمینی^(ه) در مورد فطرت، به نظریه رسانه طراز انقلاب اسلامی و در سطحی عام‌تر

نظریه رسانه اسلامی می‌رسد؛ نظریه‌ای که پشتوانه فلسفی آن با توجه به اندیشه‌های امام خمینی^(ع) نیز حکمت متعالیه، پشتوانه فقهی آن اصول فقه و هدف نهایی آن قرب الهی است. رحیم روح‌بخش الله‌آباد در کتاب «شیکه پیام‌رسانی در نهضت امام خمینی^(ع)» بیان داشت که در انقلاب اسلامی ایران، کاربرد رسانه‌های سنتی برای انتقال پیام‌های جنبش از رهبران به گروه‌های مذهبی اهمیت ویژه‌ای یافت. نهاد روحانیت در جنبش‌های معاصر ایران، وارد عرصه مبارزه شده و از طریق مساجد، مدارس دینی و... به فراخوان عمومی به منظور اعتراض و مخالفت با استبداد اقدام کردند. استفاده از منبر، به‌عنوان یکی از رسانه‌های سنتی، از مهم‌ترین سازوکارهای این فراخوان بود. در این کتاب به نقش منبر در پیام‌رسانی و استفاده امام خمینی^(ع) از منابر در جریان تبلیغ و نشر نهضت اسلامی، رویکردهای مبارزاتی و عاظ و نقش تبعیدی‌ها در نهضت امام^(ع) پرداخته شده است.

۲- تعریف مفاهیم پژوهش

۲-۱. منبر

منبر جایگاهی است که خطبه یا خطابه از آن ایراد می‌شود. بسیاری از لغت‌دانان عرب، واژه منبر را از ریشه عربی «نَبَّرَ» به معنای عالی و بلند دانسته‌اند. ابن‌منظور می‌گوید: «محل ایراد خطبه توسط خطیب را به دلیل بلندی آن، منبر می‌گویند.» دهخدا در تعریف منبر می‌گوید: «منبر یعنی کرسی خطیب یا واعظ چنان‌که در کنیسه و مسجد وجود دارد و از بالای آن با جمع سخن گوید و آن را به جهت بلند بودن از اطراف خود «منبر» گویند.»

منبر یادگار پیامبر دین اسلام، محمد بن عبدالله و فراگیرترین رسانه جهت روشنگری و بصیرت‌افزایی از زمان وی تاکنون برای مسلمین بوده است. منبر در دوره اسلامی دو کارکرد اساسی، اطلاع‌رسانی و آموزش عمومی را به عهده داشته است و به‌عنوان رسانه‌ای با نفوذ، نقش بارزی ایفا می‌کرد. این رسانه به سبب اینکه فرستنده پیام دارای وجاهت دینی است، دارای «اعتبار» است.

۲-۲. انقلاب اسلامی

انقلاب اسلامی عبارت از دگرگونی بنیادی در ساختار کلی جامعه و نظام سیاسی آن بر اساس جهان‌بینی، ارزش‌های اسلامی و نظام امامت و متکی به آگاهی و ایمان مردم و حرکت پیشگام متقیان و صالحان و قیام عمومی مردم. انقلاب اسلامی با توجه به خصوصیات منحصر به فرد، از دیگر انقلاب‌های جهان نیز متمایز است. برخی از این خصوصیات عبارت‌اند از:

(۱) برخورداری از پشتوانه عظیم فلسفه، فقه و معارف اسلامی؛

(۲) انقلاب اجتماعی همه‌جانبه همراه با تحوّل بنیادین در زندگی انسان‌ها؛

- (۳) استواری بر پایه فرهنگ، اعتقاد و ایمان؛
- (۴) بهره‌مندی از رویکرد ارزشی و هدف‌گیری اصلاح مفاسد بشری؛
- (۵) حاکم‌سازی فرهنگ توحیدی به‌جای فرهنگ الحادی و استبدادی؛
- (۶) شکل‌گیری بر مبنای نظم و انضباط انقلابی. (قنبری، ۱۳۸۶: ۲۲۲)

۲-۳. واعظ

واعظ به معنی ناصح، پند دهنده، اندرزگو، اندرز دهنده، نصیحت‌گو، نصیحت‌کننده، مذکر، مسئله‌گو، مجلس‌گوی در لغت‌نامه دهخدا آمده است. پنددهنده، نصیحت‌کننده و مرشد، کسی است که به مردم اندرز می‌دهد و آن‌ها را به عواقب اعمال و اخلاق متذکر می‌سازد. کار واعظ از آنجا که متضمن یادآوری مسئولیت‌ها و توجه دادن به عوامل سعادت و شقاوت دنیوی و اخروی بود، با حکایت و داستان‌های آموزنده اخلاقی همراه است و از همین رو بود که وعظ را علم تذکیر و قصص می‌خواندند و واعظ را به این جهت مذکر یا قصه‌گو نیز می‌گفتند. برخی محققان وعظ و خطبه را تفکیک کرده‌اند؛ با این توضیح که وعظ بیشتر ناظر به پند و اندرز و آموزش احکام و مسائل اخلاقی است و خطبه بیشتر ناظر به مسائل سیاسی امت اسلامی بوده است. (ستایش، ۱۳۸۶ و فتحی، ۱۳۵۸)

۳- مبانی نظری

انتخاب نظریه‌ای که بتواند در عین تبیین کارکرد رسانه منبر در ساختار اجتماعی جامعه ایران در دوران شکل‌گیری انقلاب اسلامی گویا و رسا باشد و نیز توان ارائه مدل ارتباطی فضای حاکم را داشته باشد، کار آسانی نیست. با بررسی‌های صورت گرفته «نظریه کارکردگرایی ساختی» و نیز تبیین «فرایند ارتباط» به‌عنوان مدل مفهومی برای این منظور در مقاله انتخاب شد.

۳-۱. نظریه کارکردگرایی ساختی

نظریه کارکردگرایی ساختاری (ساختی)^۱ یکی از عمده‌ترین نظریه‌ها پس از شکل‌گیری جامعه‌شناسی است. کارکردگرایی ساختاری از رهیافتی بهره می‌برد که جامعه را نظامی از اجزاء مختلف به‌هم پیوسته می‌داند که ساختارهای گوناگون را شکل می‌دهند و هرکدام کارکردی خاص در کل نظام دارند. بسیاری بر این باورند که کارکردگرایی ساختاری بر نظریه جامعه‌شناسی مسلط بوده است. ریتزر می‌گوید: «این نظریه بی‌گمان تنها و مهم‌ترین نظریه در علوم اجتماعی بوده است.» (ریتزر، ۱۳۷۴: ۱۱۹)

هرگاه میان عناصر و اجزاء یک مجموعه روابط نسبتاً پایداری برقرار باشد، ساخت تشکیل می‌گردد، یعنی از ترکیب عناصر و اجزاء شکل گرفته است. این اجزاء در جامعه عبارت‌اند از:

۱. Structural Functionalism

نهادهای گروه‌ها، هنجارها، ارزش‌ها و باورهای فرهنگی. (ستوده و کمال، ۱۳۸۳: ۵۱-۵۲) تالکوت پارسونز کارکرد را مجموعه فعالیت‌هایی می‌داند که در جهت برآوردن یک نیاز یا نیازهای نظام انجام می‌گیرد؛ با توجه به این تعریف معتقد بود که هر نظام برای زنده ماندن باید چهار کارکرد را انجام دهد:

الف. تطبیق^۱

هر نظامی باید خودش را با موقعیتی که در آن قرار گرفته است، تطبیق دهد؛ یعنی خودش را با محیط اطراف تطبیق داده و محیط را نیز با نیازهای سازگار سازد.

ب. دستیابی به هدف^۲

یک نظام باید هدف‌های اصلی‌اش را تعیین کند و به آن‌ها دست یابد.

پ. یکپارچگی و انسجام^۳

هر نظامی باید روابط متقابل اجزای سازنده‌اش را تنظیم کند و به رابطه میان چهار کارکردش نیز سروسامان بدهد.

ت. پایداری^۴

هر نظامی باید انگیزش‌های افراد و الگوهای آفریننده و نگهدارنده این انگیزش‌ها را ایجاد، نگهداری و تجدید کند.

این چهار کارکرد به نظر پارسونز در کلی‌ترین سطح با چهار نظام کنش (نظام اجتماعی، نظام فرهنگی، نظام شخصیتی و ارگانیسم رفتاری) ارتباط دارد. (ریتزر، ۱۳۷۹: ۱۳۱) این چهار تکلیف با چهار نظام کنش؛ «سیستم زیستی» از طریق سازگاری و تغییر شکل جهان خارجی، «سیستم شخصیتی» از طریق تعیین هدف نظام و بسیج منافع برای دستیابی به آن‌ها، «سیستم اجتماعی» از طریق کارکرد یکپارچگی و «سیستم فرهنگی» که از طریق وضوح‌بخشی به اهداف و ارائه الگوهای فرهنگی پایداری را ایجاد می‌کنند، رابطه دارد.

نظریه کارکردگرایی ساختی به جامعه همانند یک ارگانیسم زنده نگاه می‌کند، یعنی مانند نظام‌های سامانندی از اجزای متفاوت که هر یک باید در نگهداشت کل جامعه نقش ایفا کنند. (تنهایی، ۱۳۷۱: ۱۸) درواقع هرگاه یکی از اجزای این ارگانیسم با مشکل روبه‌رو شود و کارکرد خود را درست انجام ندهد، نه تنها خودش به مشکل برمی‌خورد، بلکه کل ارگانیسم و ساختار را دچار مشکل می‌کند.

1. Adaptation

2. Goal Attainment

3. Integration

4. Latency

بر اساس نظریه کارکردگرایی ساختی، رسانه منبر به عنوان یک نظام ارتباطی در ساختار اجتماعی جامعه ایران دوران انقلاب، کارکرد پیام‌رسانی داشته و در بین ارکان پیام‌رسانی به دلیل گستردگی و عدم وابستگی به حاکمیت توسط انقلابیون انتخاب شده است و با توجه به کارکردهای مختلف توانسته به خوبی ایفای نقش کند.

۳-۲. فرایند ارتباط

اکثر اندیشمندان ارتباطات، «ارتباط»^۱ را فرایندی می‌دانند که حداقل شامل سه رکن فرستنده، گیرنده و وسیله ارتباطی است. هدف ارتباطات، دستیابی به اقدام هماهنگ بین پیام‌دهنده و گیرنده پیام است. این بدین معناست که مفهومی که از درون فردی برخاسته است به میان دیگران راه یافته و توسط دیگران برداشت می‌شود. به عبارت دیگر ارتباطات، برخی از مفاهیم، تفکرات، معانی و یا به عبارت بهتر پیام‌ها را به دیگران تفهیم می‌کند. بر این اساس، ارتباطات را انتقال مفاهیم و یا انتقال نشانه‌ها و نیز تبادل پیام‌ها می‌دانند. (فرهنگی، ۱۳۷۳: ۶) این نگاه در طی زمان کامل شده و شامل مجموعه‌ای از اجزاء و ارکانی شده که هرکدام کارکردی دارند. منظور از ایجاد ارتباطات می‌تواند انجام اقدام‌های هماهنگ، مشارکت در اطلاعات و بیان احساسات و عواطف باشد. (وردی‌نژاد، ۱۳۸۵: ۱)

جان کاتر^۲ از اندیشمندان حوزه مدیریت ارتباطات معتقد است در یک فرآیند ارتباط هفت بخش وجود دارد:

الف. فرستنده پیام یا منبع پیام^۳

فرستنده پیام کسی است که دارای اطلاعات است و قصد دارد آن را به یک یا چند نفر اطلاع دهد.

ب. به رمز درآوردن پیام^۴

زمانی انجام می‌شود که فرستنده پیام، اطلاعات را به صورت یک رشته علامت یا نماد درآورد.

پ. پیام^۵

اطلاعاتی است که فرستنده پیام آن را از نظر فیزیکی به صورت رمز درآورده است. پیام ممکن است به هر شکل و صورتی باشد و فرد دیگری آن را دریافت و درک کند.

1. Communication

2. John kotter

3. Sender

4. Encoding

5. Message

ت. کانال یا مجرای ارتباطی^۱

وسيله‌ای است برای ایجاد ارتباط بین فرستنده و گیرنده پیام. غالباً نمی‌توان کانال ارتباطی را از پیام جدا کرد.

ث. دریافت‌کننده یا گیرنده پیام^۲

شخصی است که اندام‌های حسی او احساس می‌کنند که پیام را دریافت کرده‌اند.

ج. از رمز خارج کردن پیام^۳

فرآیندی است که به وسیله آن گیرنده پیام، پیام را تفسیر می‌کند. گیرنده باید ابتدا پیام را دریافت کند، سپس آن را تفسیر کند.

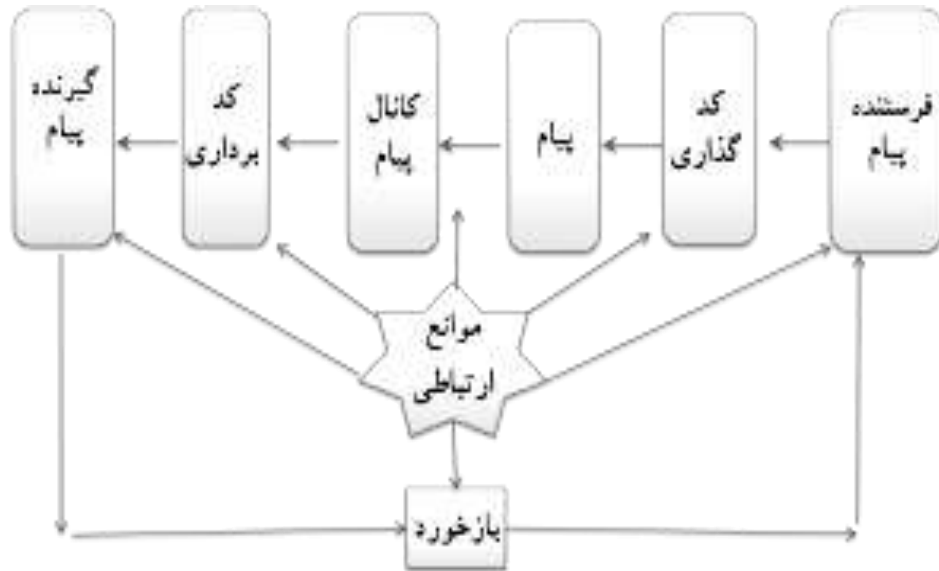
چ. بازخورد نمودن نتیجه^۴

مسیری دارد که در جهت عکس فرآیند ارتباط است و در آن واکنش گیرنده پیام به فرستنده پیام داده می‌شود. بازخورد ممکن است مستقیم و یا به صورت غیرمستقیم باشد.

ح. پارازیت

پارازیت را می‌توان عاملی تعریف کرد که پیام را تحریف می‌کند. (نک: محسنیان‌راد، ۱۳۶۹) ارتباط عبارت از: فرآیند انتقال پیام و برقراری تفاهم بین دو نفر یا بیشتر مشروط بر آنکه معنای موردنظر فرستنده پیام را گیرنده نیز دریافت کند. در فرآیند ارتباط همه رخدادهای و روابط بین آنها به صورت پویا و به طور مداوم در حال تغییر و اثرگذاری بر یکدیگر هستند. (صائمیان، ۱۳۷۶: ۱۵-۱۶) به طور کلی در ارتباطات فرآیند زیر شکل می‌گیرد:

1. Channel
2. Receiver
3. Decoding
4. Feedback



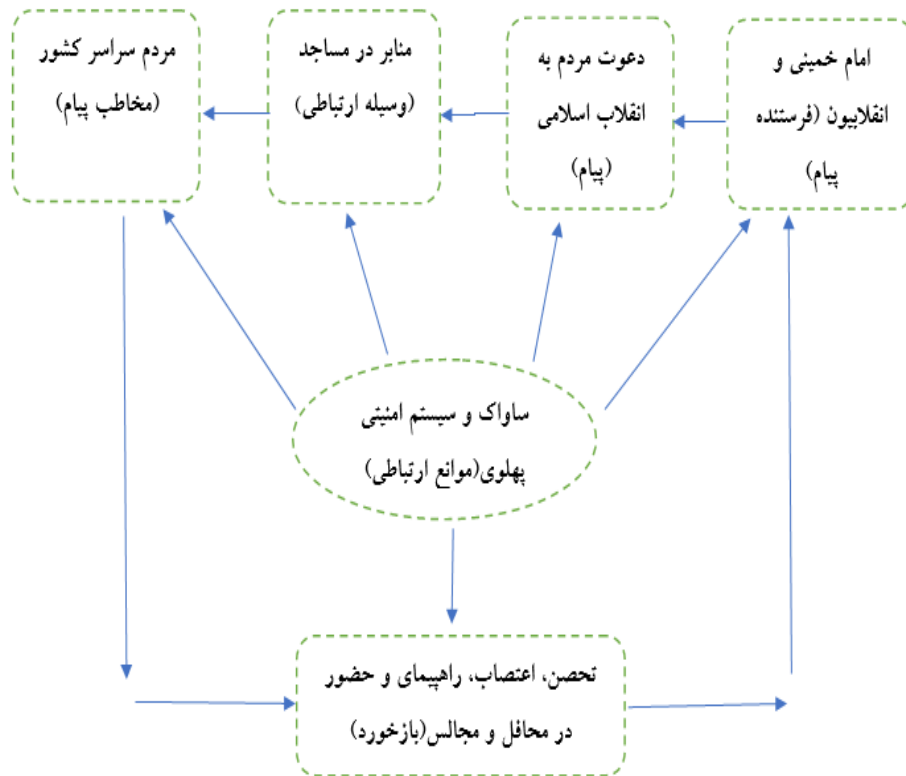
شکل شماره ۱. مدل ارتباطی جان کاتر

با نگاهی به فرایند پیام‌رسانی انقلاب اسلامی ایران می‌توان همهٔ ارکان ارتباطات تبیین‌شده در الگوی ارتباطی مذکور را مشاهده کرد. به عبارت دیگر، ارتباطات به‌عنوان یک فرایند، شامل اطلاعاتی است که از طریق علائم و نشانه‌ها ارسال و یا دریافت می‌شود. این اطلاعات شامل کلمات، حرکات غیرکلامی، نگرش‌ها و حالات است. به عبارت ساده‌تر، ارتباطات دربردارنده این است که کی چه می‌گوید؟ به چه طریقی می‌گوید؟ برای چه کسی و با چه درجه‌ای از تأثیر پیام می‌فرستد. (وردی‌نژاد، ۱۳۸۵: ۲)

۴- عناصر ارتباط در فرایند انقلاب اسلامی

در مدل ارتباطی انقلاب اسلامی فرستنده پیام (واعظ یا خطیب) پیام‌های انقلاب را که مبتنی بر ارزش‌های الهی و دینی مردم و برخاسته از متن زندگی مردم است، از طریق رسانه منبر (وسیله ارتباطی) که در گستره همه مساجد کشور از روستاهای دورافتاده تا مساجد شهرهای مهم انقلاب مثل مساجد اصلی شهرهای قم، تهران و مشهد برای مخاطب اصلی پیام (مردم) صادر می‌کند. (نک: شریف‌پور، ۱۳۸۰ و خیری‌اصل، ۱۳۹۲)

در این الگوی ارتباطی نیز همهٔ عناصر ارتباط شامل؛ امام خمینی^(ه) و انقلابیون (فرستنده پیام)، دعوت مردم به انقلاب اسلامی (پیام)، منابر در مساجد (وسیله ارتباطی)، مردم سراسر کشور (مخاطب پیام)، ساواک و سیستم امنیتی پهلوی (موانع ارتباطی)، تحصن، اعتصاب، راهپیمایی و حضور در محافل و مجالس (بازخورد) به‌طور کامل وجود دارد.



شکل شماره ۲. الگوی ارتباطی انقلاب اسلامی (یافته‌های نویسندگان)

فرایند کدگذاری پیام توسط واعظین و خطبا در مراسم مذهبی (اعیاد، به‌ویژه اعیاد مذهبی خاص و عزاداری‌ها مانند ماه محرم و صفر) و مراسم سوم، هفتم و چهلم شهدای انقلاب به‌طور مستمر صورت می‌گرفت. بازخوانی پیام‌ها متناسب با توان تحلیل و درک مخاطبان در منابر مساجد مختلف توسط وعاظ و خطبای منابر انجام می‌شد.

پیام‌ها به نحوی تحلیل و بازخوانی می‌شدند که عمده افراد حاضر در مساجد نیز محتوای پیام را درک می‌کردند و تفسیر درست آن را به اقدام می‌رسانند. در واقع نحوه «کدگذاری پیام» به صورتی انجام می‌گرفت که «کدبرداری پیام» هم به خوبی از سوی مخاطبان صورت می‌پذیرفت. بنابراین فرایند پیام‌رسانی در این سامانه و نظام پیام‌رسانی به‌گونه‌ای است که به‌راحتی پیام صادرشده از سوی امام خمینی^(۵) از نجف - در دوران تبعید- و نوفل لوشاتو طی اندک زمانی نیز در سراسر ایران منتشر می‌شد و با زبان مردم محلات و شهرهای مختلف بازتولید شده و اثرات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خود را به‌طور مناسبی بر جای می‌گذاشت.

بسیاری از پژوهشگران علوم انسانی، ارتباطات را نه تنها محور اصلی مبارزات سیاسی نوین، بلکه اساس معرفت‌شناسی آن می‌دانند و بر این عقیده هستند که بدون ارتباطات، مبارزه سیاسی آگاهانه‌ای صورت نمی‌گیرد. به عبارت دیگر، با محور قرار دادن ارتباطات است که می‌توان بسیاری از اصول مبارزات سیاسی معاصر، کارکردها و شیوه‌های مشخص ارتباطی، سبک‌ها، مجراهای وسایل ارتباط جمعی و آگاهی‌های تلویزیونی را کشف کرد. (میرعابدینی، ۱۳۷۶: ۴)

از تلفیق «نظریه کارکردگرایی ساختی» و «الگوی فرایند ارتباط» می‌توان برای تبیین فرایند پیام‌رسانی انقلاب اسلامی ایران استفاده کرد. از این رو، نظریه کارکردگرایی ساختی و الگوی فرایند ارتباط مبنای نظری این مقاله است. با توجه به نظریه کارکردگرایی ساختاری، به ویژه چهار کارکرد بیان شده (تطبیق، دستیابی به هدف، یکپارچگی و پایداری) و همچنین ارکان اصلی فرایند ارتباط، «رسانه منبر» به عنوان یک ابزار ارتباطی در نظام ارتباطی (شبکه پیام‌رسانی نهضت اسلامی) با توجه به کارکردهای متعددی که داشته و نیز ساختار اجتماعی و شرایط انقلابی حاکم بر فضای کشور در سال‌های ۴۲ الی ۵۷ و نیز فرستندگان پیام (امام خمینی^(۵) و انقلابیون) و گیرندگان پیام (مردم) و نوع محتوای پیام، به دلایلی که ذکر خواهد شد، بهترین رسانه بر اساس مبنای ارتباطی بوده است.

نگارندگان مقاله بر این باورند که بین ساخت‌ها و کارکردها از یک سو و نحوه ادراک و درک رسانه‌ای - محتوایی افراد و گروه‌ها از دیگر سو، پیوستگی و همبستگی اجتناب‌ناپذیری وجود دارد که در مجموع تعیین‌کننده شکل و الگوی تعامل‌های مختلف و متنوع اجتماعی - ارتباطی است. بر این اساس، آنچه در این فضای ارتباطی قابل بیان است، دخالت آگاهانه سیستم امنیتی رژیم پهلوی در روندهای ارتباطی و تمایل به انحراف کشیدن و قطع ارتباط بین انقلابیون از طریق تبعید و زندانی کردن می‌تواند معنی‌دار باشد.

۴-۱. شبکه‌سازی؛ استراتژی رهبر انقلاب اسلامی

امام خمینی^(۵) به دلیل شأن و جایگاه مرجعیتش و نیز شناختی که از جامعه ایران داشت، معتقد بود که مساجد می‌توانند بهترین پایگاه برای اطلاع‌رسانی و پیام‌رسانی به مردم و به تعبیری دقیق‌تر «شبکه پیام‌رسانی انقلاب اسلامی» باشند. در اندیشه امام^(۵) مساجد از صدر اسلام تاکنون توانسته‌اند برای آگاه‌سازی مردم در مقابل دشمنان مؤثر باشند. ایشان می‌فرمایند:

«...از مسجد تبلیغات اسلامی شروع می‌شده است، از مسجد حرکت قوای اسلامی برای سرکوبی کفار و وارد کردن آن‌ها در [زیر] بیرق اسلام بوده است. شما که از اهالی مسجد و علمای مساجد هستید، باید پیروی از پیغمبر اسلام (ص) و اصحاب آن سرور کنید و مساجد را برای تبلیغ اسلام و حرکت اسلامییت و قطع ایادی شرک و کفر و تأیید مستضعفین در مقابل مستکبرین قرار دهید.» (صحیفه امام، جلد ۱۳: ۶۵)

امام^(ع) به‌عنوان معمار انقلاب اسلامی معتقد بود که از طریق شبکه منابر در کشور می‌توان همگرایی ایجاد کرد. به تعبیر ایشان؛

«مسجد و منبر در صدر اسلام مرکز مناسبت‌های سیاسی بوده است. جنگ‌هایی که در صدر اسلام شده است بسیاری از آن‌ها از مسجد طرحش ریخته می‌شد. مسجد جایی بوده که از آنجا شروع می‌شده است، مناسبت‌های سیاسی، منبر هم جایی بوده است که محل خطبه‌ها بوده است، خطبه‌های سازنده و سیاسی.» (صحیفه امام، جلد ۸: ۱۸۴)

رهبر انقلاب اسلامی اعتقاد داشتند ابرقدرت‌ها از مساجد ضربه‌های فراوانی دریافت کرده‌اند و به‌همین دلیل تلاش می‌کنند که مردم را از منابر و مساجد دور سازند. تأکید ایشان بر این است که مساجد را باید محفوظ نگاه داشت و نگذاشت از مستمعین خالی شود:

«این یک توطئه است که می‌خواهند مسجدها را کم‌کم خالی کنند. شما باید هوشیار باشید که مسجدهایتان و محراب‌هایتان و منبرهایتان را حفظ کنید و بیشتر از سابق، شمایی که این معجزه را از مسجد دیدید که همه قدرت‌ها را به هم شکست، نه فقط ابرقدرت‌ها، قدرت‌های دیگر را هم به هم شکست، نباید در اسلام سستی کنید. مسجدها را محکم نگه دارید و پرجمعیت کنید.» (صحیفه امام، جلد ۱۳: ۱۹)

در بین اقشار مختلف جامعه، امام^(ع) بیش از همه به نقش علما و مبلغین به‌عنوان کسانی که فرستنده پیام انقلاب اسلامی هستند و رسانه منبر را در اختیار دارند، تأکید می‌کنند. ایشان در اوج اختناق رژیم ستم‌شاهی، یعنی سال ۱۳۵۲ می‌فرمایند:

«وظیفه علمای اعلام و مبلغین است که جرائم اسرائیل را در مساجد و محافل دینی به مردم گوشزد کنند.» (صحیفه امام، جلد ۱۳: ۷)

اگرچه امام^(ع) پیام‌های خود را به‌صورت اعلامیه، خطابه و یا بیانیه از طریق نوشته‌ها، نامه و نوار کاست ارسال می‌کردند ولی بهترین رسانه‌ای که می‌توانست آن متن را منتشر کند و به گوش مخاطب (مردم) برساند، رسانه منبر در مکان مقدس مسجد بود؛ زیرا مساجد به دلیل گستردگی در سراسر کشور و نیز ویژگی‌هایی که رسانه منبر داشت، می‌توانست به نحو احسن عمل کرده و منظور پیام انقلاب را به‌درستی و کامل به مخاطب منتقل نماید. شبکه‌سازی باعث شد منابر بتوانند با همه تهدیدهای ساواک به‌خوبی پیام انقلاب را منتشر کنند.

بی‌گمان پایگاهی که نهضت اسلامی ملت ایران را همچون سیلی خروشان به جلو هدایت می‌کرد و سدهای انحراف، کج‌روی، ظلم، بی‌عدالتی، بی‌دینی و بی‌عفتی را نابود ساخته و صدای انقلاب را در کوچه‌پس‌کوچه‌های شهر و روستا به فریاد رسا مبدل می‌ساخت و ادبیات انقلاب اسلامی را به نیکویی و بی‌غلط به پیروان راستین، تابعین و رهروان امام امت دیکته می‌کرد، همانا

مساجد به عنوان سنگرهای حافظ اصول و مبانی دین و مکتب حیات بخش اسلام بودند. مساجد به صورت بلندگویی برای رساندن مسائل انقلاب و پیام‌های امام امت و دیگر رهبران مذهبی، سیاسی و اجتماعی عمل می‌کردند. (شریف‌پور، ۱۳۸۰: ۱۶۲-۱۶۱)

۴-۲. ویژگی‌های رسانه منبر

منبر از جمله رسانه‌های سنتی است که از صدر اسلام تاکنون در جوامع اسلامی مرکز نشر و تبلیغ دین اسلام بوده است. هر جا که مسجد، تکیه و یا هیئت مذهبی برپا شده است، رسانه منبر نیز حضور دارد. منبر، رسانه‌ای است که در کانونی‌ترین نقطه مسجد که اشراف به همه مسجد دارد، مستقر می‌شود، به نحوی که خطیب و واعظ بتواند با مخاطبان پای منبر ارتباط کلامی برقرار نماید. منبر به عنوان یک رسانه سنتی که در انقلاب اسلامی به عنوان رسانه اصلی عمل می‌کرد، ویژگی‌ها و خصوصیات منحصر به فردی دارد که کارکرد آن از کارکرد رسانه‌های دیگر متمایز است. برخی از ویژگی‌های رسانه منبر عبارت‌اند از: (روح‌بخش الله‌آباد، ۱۳۷۸: ۲۰-۲۱)

الف. رسانه منبر مبتنی بر اعتماد مذهبی است؛ یعنی بین واعظ و مردم یک نوع اعتماد مذهبی همراه با پذیرش عمومی از سوی مردم حاکم است.

ب. در رسانه منبر ارتباط چهره‌به‌چهره با مخاطب وجود دارد؛ در این ارتباط بی‌واسطه که نوعی ارتباط همراه با انتقال احساس از سوی واعظ به مردم و مردم با واعظ است، سطح ارتباط را به کمال نزدیک می‌کند. لذا هرچه این ارتباط کامل‌تر باشد، مجلس‌گیری بیشتری خواهد داشت.

پ. گوینده در رسانه منبر سهل‌الوصول و در دسترس است؛ به این معنی که اگر شبهه و سؤالی در ذهن مخاطب مانده باشد، بعد از سخنرانی می‌تواند از خطیب سؤال نماید. بنابراین در مساجد کوچک نوعی ارتباط تنگاتنگ و همدلانه بین خطیب و مردم برقرار می‌شود.

ت. در رسانه منبر پس از بیان واعظ، مخاطب می‌تواند به بیان دیدگاه‌های خود بپردازد؛ از این نظر منبر رسانه‌ای یک‌طرفه نیست، بلکه در منابر کوچک و محلی معمولاً بین خطیب و مخاطب یک تعامل و گفت‌وگوی دوسویه و چندسویه در مسائل صورت می‌گیرد و عمده شبهات مطرح و پاسخ داده می‌شود.

ث. گوینده رسانه منبر، مردمی است؛ یعنی خطیب و واعظ با مردم محل خود زندگی می‌کند و با مسائل مردم آشناست، به نحوی که بسیاری از مسائل مردم نظیر عقد، ازدواج، فوت و حل و فصل دعاوی مختلف مردم توسط واعظ مسجد رفع و رجوع می‌گردد.

ج. گوینده رسانه منبر وابسته به قدرت و حکومت نیست؛ واعظ و خطیب منبر معمولاً توسط مردم انتخاب و هزینه‌های زندگی او نیز از سوی مردم محل تأمین می‌شود. بنابراین واعظ مسجد از سوی حکومت تعیین نمی‌شود و وابسته به حکومت نیست.

چ. مردم نسبت به نقش واعظ نیز اعتقاد فراوان دارند؛ به یک معنا، مردم به لباس و جایگاه خطیب و واعظ به عنوان جایگاه و لباس مقدس می‌نگرند. پیرو چنین نگرشی، معمولاً به نظرات و دیدگاه‌های واعظ با قداست و احترام نگریسته می‌شود.

ح. پیوند اجتماعی و عاطفی بین واعظ و مخاطب برقرار است؛ از آنجایی که واعظ با مردم محل به‌طور شبانه‌روز همراه و همگام است و عمده مسائل و مشکلات و شبهات آن‌ها را پاسخگو است، بنابراین بین آن‌ها یک نوع رابطه عاطفی عمیق ایجاد می‌شود.

خ. انتقال پیام در منبر معمولاً ارتباط کامل است؛ از آنجایی که نوع تعامل در منبر بین واعظ و مخاطب نوعی ارتباط همدلانه همراه با اعتقاد است، بنابراین معمولاً پیام‌های منتقل شده از سوی واعظ به دل مردم می‌نشیند.

از مجموع ویژگی‌های رسانه منبر که همه آن‌ها در فرایند انقلاب کارکرد خاص خودشان را داشتند، می‌توان به دو خصوصیت برجسته آن به‌عنوان کارکردی‌ترین ویژگی منبر برای انقلاب اسلامی متناسب با ساختار اجتماعی جامعه ایران آن روز اشاره کرد؛ یکی «اعتماد» و دیگری «گسترده‌گی». اعتمادی که مردم به پیام‌های ابلاغ شده از طریق منبر داشتند، در هیچ رسانه دیگری قابل مشاهده نیست. همچنین تنها رسانه‌ای که در آن مقطع زمانی (۱۳۴۲-۵۷) در سراسر کشور - در همه شهرها و روستاهای ایران - پایگاه مستحکم مردمی داشت، رسانه منبر بود.

۳-۴. ویژگی‌های رسانه‌های رقیب

رادیو، تلویزیون و مطبوعات نیز رسانه‌های دیگری بودند که قبل از انقلاب وجود داشتند اما انقلابیون از آن استفاده نکرده و یا امکان استفاده از آن را نداشتند. رسانه رادیو و تلویزیون در زمان رژیم پهلوی در اختیار حکومت بود. فعالیت‌های این رسانه‌ها مبتنی بر سیاست‌های حاکم بر فضای فرهنگی رژیم پهلوی بود. سیاست رژیم پهلوی دوم در حوزه فرهنگی بر دو پایه استوار بود:

الف. ناسیونالیسم باستان‌گرا،

ب. غرب‌گرایی.

گرایش پهلوی به ناسیونالیسم باستان‌گرا باعث شده بود که بسیاری از برنامه‌های رسانه‌های رسمی این ایدئولوژی را تبلیغ و تبیین کنند. رژیم پهلوی با برگزاری جشن‌های ۲۵۰۰ ساله و جشن‌های شاهنشاهی که با هدف ترویج سنت‌های باستانی و ایدئولوژی شاهنشاهی برپا می‌شد، سعی می‌کرد حکومت سلطنتی اقتدارگرای خودش را امتداد آن‌ها قلمداد کند. تمام برنامه‌ها نیز با هدف بزرگ کردن نمادهای ایرانییت و به‌ویژه شاه و تجلیل از او صورت می‌گرفت. جشن‌های ۲۵۰۰ ساله نشان داد، برای محمدرضا پهلوی جز شخص وی یعنی مقام سلطنت، اشخاص و گروه‌های دیگر، ارزشی نداشتند. (رجایی، ۱۳۸۲: ۲۲۷)

همچنین آبخور فکری عمده سیاست‌گذاران فرهنگی دوره پهلوی، غرب‌گرایی بود؛ به‌گونه‌ای که غرب‌گرایی افراطی و تجددطلبی سطحی در لایه‌های مختلف سیاست‌گذاری ایران نفوذ داشت. در ایدئولوژی دست‌پرورده شاه و دربار نیز نمادهای لیبرال-دموکراسی غرب، اسلام مثله شده مدرن و سوسیالیسم انقلابی مارکس به چشم می‌خورد. (آصف، ۱۳۸۴: ۲۶۰)

اجرای سیاست‌های فرهنگی پهلوی با بن‌مایه‌های باستان‌گرایی، لیبرالیستی و غرب‌گرایی باعث شده بود علی‌رغم اقبال مردم به اسلام و برنامه‌های مذهبی، رژیم پهلوی ضدیت و عناد خود را با برنامه‌های مذهبی آشکار کند. در چنین فضای رسانه‌ای که مبتنی بر سیاست‌های رادیو و تلویزیون حاکم بود، انقلابیون نه خود مایل بودند که از رادیو و تلویزیون استفاده کنند و نه رژیم چنین امکانی را برای قشر مذهبی به‌ویژه امام خمینی^(۵) که به‌عنوان معارض رژیم از مملکت تبعید شده بود، فراهم می‌کرد.

اگرچه خطبایی چون مرحوم حجت‌الاسلام والمسلمین فلسفی و آیت‌الله طالقانی از رسانه رادیو برای تبیین مسائل عمدتاً مذهبی، اخلاقی و مناسبتی استفاده می‌کردند، اما عمده انقلابیون هیچ ارتباطی با رادیو و تلویزیون نداشتند و رسانه منبر را برای تبلیغ و تبیین انقلاب اسلامی ترجیح می‌دادند. به‌عنوان مثال، مرحوم فلسفی^۱ در کتاب خاطرات خود می‌گوید:

«به فضل الهی منبرهای انتقادی من انعکاس گسترده‌ای داشت. در میان دولتی‌ها و میان مردم، منبرها رفته‌ام. هرگز در حق‌گویی و دفاع از مظلومین و انتقاد از اوضاع ناهنجار مملکت احساس ضعف نکردم، بلکه همواره مقاوم ایستادم و سخن حق را گفتم.» (دوانی، ۱۳۸۲: ۲۳۱)

آیت‌الله ابوالقاسم خزعلی ضمن اینکه خود از رسانه رادیو و تلویزیون استفاده نمی‌کرد، در مسجد آشتیانی‌ها در مورد عدم استفاده از تلویزیون و رادیو توسط مردم هشدار دادند: «رادیو و تلویزیون حرام است. سینماها محل فساد می‌باشند. این رادیو و تلویزیون و سینماها اخلاق و رفتار جوانان ما را خراب کرده‌اند.» (سند شماره ۶۵ از مجموعه اسناد کتاب خیری اصل، ۱۳۹۲)

رسانه‌هایی چون مطبوعات نیز ماهیتی شبیه به رادیو و تلویزیون داشتند. عمده مطبوعات پهلوی تحت نظر شدید رژیم بوده و سانسور در آن غالب بود. همچنین از این رسانه‌ها بیشتر علیه انقلابیون استفاده می‌شد. چاپ و انتشار مقاله توهین‌آمیز رشیدی مطلق علیه امام خمینی^(۵) در

۱. اصولاً ویژگی سبک و روش منبر حجت‌الاسلام فلسفی نسبت به روش منبر معاصران و قدمای خود، توجه به مسائل و حوادث سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی جامعه بود. این توجه و هوشیاری نسبت به مسائل یاد شده به‌صورت انتقادهای سیاسی و اجتماعی در همه منابر ایشان از آغاز دهه بیست بدین سو دیده می‌شود. مبارزه با غرب‌زدگی و ازخودباختگی فکری و فرهنگی، انحرافات اخلاقی، جریان الحادی در جامعه مانند کمونیسم، رشد و نفوذ بهاییان در دستگاه‌های حساس اداری، سیاسی، اقتصادی کشور، اجحاف و ستم مأموران دولتی و مقامات به مردم از جمله زمینه‌های انتقادی منبر ایشان از آغاز دهه چهل و به مدت بیست سال بود.

روزنامه اطلاعات^۱ نمونه کوچکی از فعالیت رسانه‌ای رژیم از طریق مطبوعات مکتوب علیه انقلابیون بود. با این حال، در قم و مشهد به دلیل تکثر انتشار مجلات مختلف از سوی شخصیت‌های مختلف علمی، مذهبی و دانشگاهی، برخی مجلات با رویکرد مذهبی به تبیین مسائلی در مورد حکومت اسلامی می‌پرداختند.

برای مثال ماهنامه «درس‌هایی از مکتب اسلام» که بعدها به نام «مکتب اسلام» معروف شد، از سوی جمعی از فضایی حوزه علمیه قم و با پشتیبانی مادی و معنوی مرجعیت شیعه، در شهرستان قم منتشر می‌شد؛ البته گاهی هم به زمینه‌های انقلاب اسلامی اشاره می‌کرد. اما با این حال رویکرد غالب انقلابیون در استفاده از رسانه‌های سنتی و مدرن برای رساندن پیام انقلاب اسلامی با توجه به ویژگی‌های رسانه منبر و نیز محدودیت‌ها و ویژگی‌های رسانه‌های دیگر، رسانه منبر بود.

۵- استراتژی رژیم پهلوی برای مقابله با پیام‌رسانی انقلاب

طبق مباحث مطرح شده در بخش‌های قبل، مبلغین و وعاظ نیز پیام انقلاب را از طریق منابر در شهرهای مختلف به گوش مردم می‌رساندند و حلقه پیام‌رسانی از فرستنده اصلی پیام (امام خمینی^(ع)) تا گیرنده اصلی پیام (مردم) را کامل می‌کردند. رژیم پهلوی برای اینکه این شبکه پیام‌رسانی را مختل کند و در فرایند اطلاع‌رسانی پارازیت ایجاد کند، چند استراتژی را در پیش گرفت:

۱-۵. جلوگیری از سخنرانی در زمینه محورهای راهبردی نیروهای انقلاب

در خصوص استراتژی ممانعت از سخنرانی پیرامون چند محور اصلی مورد توجه انقلابیون باید اشاره شود که رژیم پهلوی ضمن ممنوع‌المنبر کردن تعداد زیادی از وعاظ، از مبلغان و واعظان تعهد گرفت که حداقل در منابر از سه چیز سخن نگویند:

اول) علیه شخص اول مملکت سخنی نگویند؛

دوم) علیه اسرائیل سخنی به میان نیاورند؛

سوم) پیوسته به گوش مردم نخوانند «اسلام در خطر است.» (مدنی، ۱۳۶۱: ۴۳۲)

درواقع، «پادشاه»، «اسرائیل» و «در خطر بودن اسلام» سه موضوع محوری بود که رژیم تلاش می‌کرد در پیام‌ها، خطبه‌ها و سخنرانی‌های وعاظ نباشد. بنابراین در پای منابر و سخنرانی‌های همه کسانی که به شبکه بزرگ نهضت متصل بودند، ساواک مأمورانی را تدارک

۱. مختصات این مقاله به قرار زیر است: روزنامه اطلاعات، ۱۷ دی ماه ۲۵۳۶ شاهنشاهی (۱۳۵۶ ش)، شماره ۱۵۵۰۶، صفحه ۷.

می‌دید که اخبار را به مرکز مخابره کنند و در گزارش‌های آن‌ها، مسائل مطرح شده توسط انقلابیون بیان شده بود.

گزارش‌های متعدد مخبرین و مأموران ساواک از مساجد و جلسات مختلف از ترس عجیب دستگاه رژیم پهلوی از نحوه و حجم زیاد پیام‌رسانی انقلاب اسلامی در گستره بزرگ کشور ایران حکایت دارد.

۵-۲. زندانی کردن پیام‌رسان‌های انقلاب

استراتژی دیگر رژیم پهلوی برای اختلال در فرایند پیام‌رسانی انقلاب اسلامی، از دسترس خارج کردن انقلابیون از طریق زندانی کردن آن‌ها بود. ساواک کسانی را که در نهضت اسلامی به‌عنوان مبلغ و واعظ مؤثر بودند، به بهانه‌های مختلف دستگیر و زندانی می‌کرد. در سابقه اکثر انقلابیون حکم زندانی به دفعات دیده می‌شود. حضور شخصیت‌های برجسته انقلابی در زندان‌های رژیم پهلوی باعث شده بود که زندان تبدیل به یک شبکه آموزش انقلابی‌گری شود. خاطرات شخصیت‌های بزرگ انقلابی مملو از نکات ارزنده‌ای از نحوه عضوگیری، آموزش و تربیت نیروهایی است که برای آینده انقلاب مؤثر بودند.

۵-۳. استراتژی تبعید

علاوه بر زندانی و شکنجه کردن زندانیان سیاسی و دور نگه‌داشتن آن‌ها از مردم، رژیم پهلوی سیاست تبعید را در پیش گرفت. با آغاز مبارزات امام خمینی^(ع)، ساواک (ارگان امنیتی رژیم پهلوی) سعی کرد با اتخاذ روش‌های مختلف به مقابله با ایشان و نیروهای مذهبی وفادار به آرمان‌های وی بپردازد. این مقابله نه‌تنها در مقطع پیش از تبعید بلکه در دوران تبعید در عراق نیز با شدت بیشتری ادامه یافت، چراکه امام خمینی^(ع) مهم‌ترین مخالف اصل و اساس سلطنت پهلوی محسوب می‌شد و طرفدارانش در ایران و خارج از ایران روزبه‌روز افزایش می‌یافتند.

شاه تلاش می‌کرد با تبعید امام^(ع) و انقلابیون به خارج از کشور یا شهرهای دیگر ارتباط آن‌ها را با بدنه نهضت قطع کند. تبعید امام خمینی^(ع) در زمان ریاست پاکروان صورت گرفت که در آن برهه، حضور ایشان در کشور را مخاطره‌آمیز می‌دانست. به دنبال تبعید امام^(ع)، ساواک طی اطلاعیه کوتاهی اعلام کرد: «طبق اطلاع موثق و شواهد و دلایل کافی چون رویه آقای خمینی و تحریکات مشارالیه علیه منافع ملت و امنیت و استقلال و تمامیت ارضی کشور تشخیص داده شده، لذا در تاریخ سیزدهم آبان ۱۳۴۳ از ایران تبعید گردید.» (مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی^(ع)، ۱۳۸۶، جلد ۴: ۱۱۹ و مدنی، ۱۳۷۵، جلد ۲: ۹۳)

انتخاب نجف به‌عنوان تبعیدگاه دوم امام با مقاصد زیرکانه‌ای همراه بود که از سوی تعداد زیادی از افراد مطلع بیان شده است؛ یکی از این موارد شکستن شخصیت علمی و موقعیت امام خمینی^(ع) بود، با این تصور اشتباه که ایشان در مقایسه با علمای نجف توانایی علمی کمتری دارد

و در نتیجه پایگاه اجتماعی خود را به تدریج از دست خواهد داد. (مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی^(ع)، ۱۳۸۶، ج ۵: ۲۸۱)

به عبارت دیگر، رژیم بر این باور بود که با حضور قابل توجه علما، روحانیون و طلاب شیعه در عتبات عالیات و اختلافاتی که بعضاً در روابط بین آنان وجود داشت، در آینده‌ای نه‌چندان دور با استفاده از امکانات سفارت و کنسولگری‌های ایران و توانایی‌های ساواک خواهد توانست رابطه امام خمینی^(ع) را با مراجع عراق برهم زده و موجبات انزوا و فراموشی تدریجی ایشان را فراهم آورد. (خلخالی، ۱۳۸۰: ۱۴۰-۱۳۸)

انگیزه‌های رژیم پهلوی از انتقال امام به عراق را می‌توان به دو دسته سلبی و ایجابی تقسیم کرد:

اول) انگیزه‌های سلبی، مشتمل است بر فشارهایی که برای ادامه تبعید امام^(ع) بر رژیم پهلوی وارد می‌شد. عواملی مانند نارضایتی دولت ترکیه از ادامه تبعید امام در این کشور، فشار افکار عمومی ایران که با تعطیلی بازارها و تظاهرات خیابانی رژیم را تحت فشار قرار داده بودند و... . دوم) انگیزه‌های ایجابی که محاسبات اشتباه رژیم را شامل می‌شود عبارت‌اند از:

- (۱) از بین بردن شور و هیجان انقلابی مردم،
 - (۲) تحت نظر قرار گرفتن شخصیت امام^(ع) با وجود علمای بزرگ دیگر،
 - (۳) امید به اینکه جو غیرسیاسی نجف محیط مناسبی برای فعالیت‌های امام نباشد،
 - (۴) ادامه تبعید امام^(ع) در ترکیه نارضایتی زیادی را در میان مردم ایجاد کرده بود.
- رژیم شاه امیدوار بود که با انتقال امام^(ع) به عراق، هم اهداف فوق‌الذکر را محقق کند و هم با رواج این تصور که امام^(ع) همانند دیگر مراجع، در نجف به دور از مزاحمت مأموران ساواک اقامت دارد، از نارضایتی و شور انقلابی مردم بکاهد. برخی از یاران امام^(ع) هم به این امر واقف بودند؛ آیت‌الله ربانی شیرازی طی نامه‌ای سرگشاده به هویدا آورده بود که: «شما خیال نکنید با انتقال حضرت آیت‌الله‌العظمی آقای خمینی از ترکیه به عراق می‌شود احساسات افروخته این ملت را خاموش کرد. ادامه تبعید حضرت آیت‌الله خمینی در هر جا و به هر صورتی که باشد، مایه ناراحتی و خشم عموم است.» با وجود موانع زیاد و خفقان شدید و در شرایطی که ساواک تمام توان خود را برای جلوگیری از چاپ و توزیع کتاب‌ها و اعلامیه‌های آیت‌الله خمینی به کار می‌برد، چاپ و توزیع آن‌ها به سرعت انجام می‌گرفت؛ این امر برای ساواک تعجب‌آور بود. (مرکز بررسی اسناد تاریخی، ۱۳۷۶: ۳۸۷) سخنان، استفتانات، اعلامیه‌ها و دیدگاه‌های امام^(ع)، توسط پیروان و علاقه‌مندان ایشان به صورت جزوات مجزایی چاپ و مخفیانه در اختیار علاقه‌مندان انقلابی قرار می‌گرفت. (مرکز بررسی اسناد تاریخی، ۱۳۷۶: ۳۲۹-۳۲۸)

به‌رغم تمام محدودیت‌های رژیم شاه و ساواک برای امام خمینی^(ع) در دوران تبعید، ایشان از همان آغاز حضور در ترکیه و سپس عراق، اعتراضات خود را آشکارا ضد حکومت ادامه داد. ایشان

در سخنرانی‌ها، اعلامیه‌ها و موضع‌گیری‌های سیاسی خود در دوران تبعید، مخالفت‌های صریحی با حکومت و اقدامات ساواک داشت. (صحیفه امام، ۱۳۷۸، جلد ۱: ۱۳۱-۱۳۰) از جمله در نامه سرگشاده‌ای که در بیست‌وهفتم فروردین ۱۳۴۶ خطاب به امیرعباس هویدا نوشت، انتقادات و جملات سختی را متوجه سفاکی‌ها و اقدامات غیرانسانی ساواک کرد. (صحیفه امام، جلد ۲: ۱۲۷-۱۲۳)

عمده شخصیت‌های مؤثر در نهضت پیام‌رسانی انقلاب اسلامی توسط رژیم تبعید شدند. برخی از نویسندگان از چهار موج تبعید در دوره ۱۵ ساله نهضت نام برده‌اند. این امواج چهارگانه از سال ۱۳۴۲ تا سال ۱۳۵۶ ادامه داشت. کشورهای ترکیه و عراق و شهرهای مختلف داخل کشور نظیر سمنان، دامغان، فردوس، گنبد کاووس، همدان، نجف‌آباد، زابل، مسجد سلیمان، بافت، زنجان، سراوان، سقز، بندر لنگه، چابهار، خلخال، بیجار، میناب، شوشتر، تویسرکان، خوی، انارک، رفسنجان، لار، بانه، کاشمر، فیروزآباد، سردشت، جیرفت، ایرانشهر، سنندج، شاه‌آباد غرب، سیرجان، شاهپور، ایذه، میناب، میاندوآب، مشکین‌شهر، تربت جام، پیرانشهر، اهر، نقده، اقلید، مریوان، مهاباد، مریوان، رودسر، شهر بابک، دره گز، یاسوج، کرج، پاوه، دیواندره، سمیرم، بندر شاه (بندر ترکمن)، تربت حیدریه، بندر شاهپور سابق (بندر امام خمینی)، نورآباد ممسنی، بندر کنگان، برازجان، داران، خمین، رامهرمز و ... در لیست شهرهایی بودند که انقلابیون به آنجا تبعید شدند. (روح‌بخش الله-آباد، ۱۳۸۷)

به‌عنوان نمونه اسناد ساواک حاکی است که در پی تشدید مبارزات بعد از رحلت حاج‌آقا مصطفی خمینی و برپایی جلسات کمیسیون امنیت اجتماعی به دستور ثابتی، ریاست اداره کل سوم ساواک، سه روحانی برای سه سال به شهرهای بد آب‌وهوا تبعید شدند. کمیسیون مذکور در تاریخ ۱۳۵۶/۹/۲۰ تشکیل شد و با بررسی سوابق روحانیان خراسان تصمیمات ذیل را اتخاذ کرد: (۱) شیخ علی مرادخانی ارنگه‌ای معروف به شیخ علی تهرانی (۲) شیخ حسین عمادی (۳) سید علی خامنه‌ای. هر یک به ترتیب به سه سال تبعید به شهرهای سیرجان، چابهار و ایرانشهر محکوم شدند. (آرشیو مرکز اسناد انقلاب اسلامی، شماره بازبایی پرونده ۶۸۷: ۸۰-۸۱)

اعمال کنترل بر مساجد و منابر از سوی رژیم با روش‌های متعددی انجام می‌شد که به چند مورد اشاره می‌شود:

- (۱) تعطیلی مسجد،
- (۲) دستگیری مبارزان،
- (۳) گماردن مأموران محسوس و نامحسوس در مساجد،
- (۴) برکناری متولیان مساجد و انتصاب متولیان رژیم،
- (۵) ممنوع‌المنبر کردن و عاظ. (خیری اصل، ۱۳۹۲: ۵۳)

با بررسی تاریخ انقلاب می‌توان دریافت که عمده وعاظ انقلابی توسط ساواک ممنوع‌المنبر شده بودند. در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که علی‌رغم تصمیم و اقدام ساواک بر اساس

استراتژی تبعید، برای دور کردن انقلابیون از مرکز، این عمل باعث گسترش شبکه پیام‌رسانی در کل کشور شد. به تعبیری دیگر، اگر در شرایط عادی امکان پیام‌رسانی به شهرهای دورافتاده و حتی برخی کشورها برای انقلابیون میسر نبود، این تصمیم و اقدام ساواک باعث شد که شبکه پیام‌رسانی با گستردگی زیادی در همه منابر و مساجدی که در این شهرها وجود داشت، ایجاد شود.

۶- تبیین کارکردهای رسانه منبر برای انقلاب اسلامی

چنانکه در بحث نظری عنوان شد، هر نظام برای تداوم فعالیت و اثرگذاری باید چهار کارکرد داشته باشد؛ این چهار کارکرد عبارت‌اند از: تطبیق، دستیابی به هدف، یکپارچگی و انسجام، پایداری.

این چهار کارکرد در کلی‌ترین سطح با چهار نظام کنش، از طریق سازگاری و تغییر شکل جهان خارجی، تعیین هدف نظام و بسیج منافع برای دستیابی به آن‌ها، کارکرد یکپارچگی و از طریق وضوح بخشی به اهداف و ارائه الگوهای فرهنگی ارتباط دارد. بر اساس این نظریه، رسانه منبر به‌عنوان یک نظام ارتباطی در ساختار اجتماعی جامعه ایران دوران انقلاب، کارکرد پیام‌رسانی داشته و به دلیل گستردگی و عدم وابستگی به حاکمیت، توسط انقلابیون انتخاب شده و با توجه به کارکردهای مختلف توانسته به خوبی ایفای نقش کند.

با توجه به نوع رهبران انقلاب که عمده آنان از شخصیت‌های دینی بودند، به‌ویژه رهبر انقلاب اسلامی که یک مرجع تقلید بوده، پایگاه اصلی انقلاب را مساجد انتخاب کرده بودند و عمده ارتباط خودشان را در مناسبت‌های دینی و مذهبی و نیز چهلم شهدای انقلاب و مراسم‌های ختم و جشن‌های مذهبی برقرار می‌کردند، لذا از این نظر، رسانه منبر کارکرد تطبیق کامل با عملکرد و خواست رهبران انقلاب و مردم داشته است.

از سویی دیگر، هدف از کاربرد رسانه در انقلاب‌ها نیز انتقال صحیح و گسترده پیام انقلاب از سوی رهبران به‌عنوان تولیدکننده پیام و مردم به‌عنوان دریافت‌کننده پیام است. برای دستیابی به این هدف معمولاً انقلابیون سراغ رسانه‌هایی می‌روند که اول، استقلال نسبی داشته باشند. دوم، از گستردگی بالایی برخوردار باشند. با بررسی ویژگی‌های رسانه منبر به خوبی می‌توان دریافت که کارکرد دستیابی به هدف (همان انتقال صحیح و گسترده پیام در فرایند انقلاب اسلامی) به خوبی توسط منبر انجام شده است.

نکته دیگر اینکه، برای آنکه پیام انقلاب بتواند در گستره وسیع منتشر شود، بایستی از هرگونه پراکندگی، تحریف و به‌هم‌ریختگی در محتوای پیام جلوگیری شود. از آنجایی که شبکه پیام‌رسانی نهضت اسلامی در سراسر کشور گسترده بود و منبر، وثاقت لازم را در بین مردم داشت، علی‌رغم پرازیت‌هایی که شبکه امنیتی رژیم پهلوی در فرایند پیام‌رسانی ایجاد می‌کرد، اما رسانه منبر با

یکپارچگی و انسجام، پیام انقلاب را منتقل کرد. علاوه بر این، برای اینکه پیام انقلاب به خوبی منتقل شود باید در روند پیام‌رسانی تداوم، ثبات و پایداری وجود داشته باشد.

رسانه منبر به‌عنوان رابط بین مردم و انقلابیون از سال ۱۳۴۲ (سال شروع نهضت) تا سال ۵۷ (سال پیروزی انقلاب) توانست به‌عنوان تنها رسانه ارتباطی مؤثر عمل کند و هرگونه شکنجه، تبعید، زندانی کردن، تطمیع انقلابیون، تحریف خبر و ... نتوانست این کارکرد پایداری در نظام ارتباطی را از رسانه منبر بگیرد.

نتیجه‌گیری

انقلاب زمانی در یک جامعه صورت می‌گیرد که مردم از وضع جامعه ناراضی باشند و بخواهند نسبت به وضع موجود اعلام اعتراض کرده و کم‌کم زمینه براندازی و تغییر حکومت را فراهم کنند. این حرکت علاوه بر رهبری، ایدئولوژی و حرکت مردم به ساماندهی، هدایت و راهبری نیاز دارد. رهبر انقلاب تلاش می‌کند برای هدایت و راهبری انقلاب با مردم ارتباط برقرار کرده و پیام‌های متناسب برای تغییر رژیم را به مردم منتقل کند و مردم نیز معنای پیام رهبر را درک کرده و متناسب با آن حرکت‌ها و اقدامات متناسب را انجام می‌دهند. رسانه‌ای که بتواند در این فرایند مؤثر باشد با توجه به رهبر انقلاب، سیاست‌های رژیم حاکم، نوع رسانه انتخاب شده و وضعیت سیاسی - اجتماعی جامعه مورد نظر، می‌تواند متفاوت باشد.

انقلاب اسلامی ایران در شرایطی به پیروزی رسید که دو رسانه اصلی رادیو و تلویزیون و مطبوعات تحت مدیریت و کنترل شدید رژیم پهلوی بود و سیاست‌های حاکم بر آن‌ها به‌گونه‌ای تدوین و اعمال می‌گردید که نه تنها انقلابیون و مردم نمی‌توانستند از آن‌ها استفاده کنند، بلکه از این رسانه‌ها به‌شدت علیه انقلابیون استفاده می‌شد. در چنین فضایی امام خمینی^(ع) به‌عنوان رهبر انقلاب اسلامی بر اساس سنت‌های دینی و مذهبی حاکم بر جامعه ایران، مسجد را پایگاه اصلی انقلاب اسلامی معرفی کرده و «رسانه منبر» را به‌عنوان رسانه اصلی انقلاب اسلامی انتخاب کرد. این رسانه به دلیل داشتن ویژگی‌های متعدد از جمله «اعتماد» و «گسترده‌گی» توانست در سراسر کشور ایران به‌درستی پیام انقلاب را منتشر کند.

ارتباط و پیوند عمیق مردم ایران با مساجد و منابر در طول تاریخ، به‌ویژه در ایام و مناسبت‌های مذهبی توانست به عمق‌بخشی این نهضت پیام‌رسانی کمک شایانی کند. رژیم برای مقابله با این فرایند پیام‌رسانی از ابزارها و شیوه‌های مختلف مانند ممنوع‌المنبر نمودن واعظ، زندانی و تبعید کردن انقلابیون، محدود کردن جلسات سخنرانی، مخبر گذاشتن در جلسات و نیز تهدید مردم، استفاده می‌کرد و سعی داشت از این طریق در فرایند پیام‌رسانی اختلال ایجاد کند. علی‌رغم همه این کارها، فرایند پیام‌رسانی در انقلاب اسلامی نه‌تنها مختل نشد، بلکه برخی از این سیاست‌های محدودکننده ساواک باعث نشر و گسترش بیشتر پیام انقلاب اسلامی در بسیاری از شهرها و روستاهای دور از دسترس هم گردید.

رسانه منبر به‌عنوان یک نظام ارتباطی متناسب با ساختار اجتماعی جامعه ایران دوران انقلاب و به دلیل گستردگی و عدم وابستگی به حاکمیت و با توجه به کارکردهای مختلف توانست به خوبی ایفای نقش کند. این رسانه به دلیل پایگاه مذهبی رهبران انقلاب و نیز پایگاه اصلی انقلاب (مساجد) تطبیق با عملکرد و خواست رهبران انقلاب و مردم داشته است.

از سویی دیگر رسانه منبر به دلیل استقلال از حاکمیت و گستردگی بالا در سطح کشور، به هدف انتقال صحیح و گسترده پیام دست یافته است. برای پرهیز از هرگونه پراکندگی، تحریف و به‌هم‌ریختگی در محتوای پیام، منبر وثاقت لازم جهت یکپارچگی و انسجام در انتقال پیام انقلاب را داشته و توانسته روند مداوم و پایدار ارتباط بین مردم و انقلابیون را در طی پانزده سال نهضت، علی‌رغم همه پارازیت‌ها و اختلال‌ها در فرایند اطلاع‌رسانی حفظ کند. بازخورد و واکنش مناسبی که مردم شهرها و روستاهای کشور ایران از فرایند پیام‌رسانی انقلاب نشان دادند، تبیین‌کننده کارکرد مؤثر این رسانه در فرایند انقلاب اسلامی بوده است.

References

- Archives of the Islamic Revolution Documentation Center (IRDC) (2020): file retrieval numbers 687: 80 and 81. (In Persian)
- Asif, Mohammad Hassan (2005): Ideological foundations of government in the Pahlavi era, Tehran: Islamic Revolution Documentation Center (IRDC). (In Persian)
- Azad Armaki, Taqi (2002): Sociological Theories, Second Edition, Tehran: Soroush Publications. (In Persian)
- Center for Historical Documents survey (1997): Ayatollah Seyyed Mohammad Reza Saedi According to SAVAK Documents, Tehran: The Center for Historical Documents Survey Publications. (In Persian)
- Davani, Ali (2003): Memoirs and Struggles of Hojjatoleslam Mohammad Taghi Filsafi, Tehran: Islamic Revolution Documentation Center (IRDC). (In Persian)
- Dekhoda, Ali Akbar (1931): Dekhoda Dictionary, at: <https://dekhoda.ut.ac.ir/fa/dictionary>. (In Persian)
- Farhangi, Ali Akbar (1994): Fundamentals of Human Communication, Tehran: Tehran Times Institute. (In Persian)
- Fathi, Asghar (1979): Pulpit of a public media in Islam, Tehran: Research Institute of Communication Sciences and Development of Iran. (In Persian)
- Ghanbari, Ayat (2007): Political Thought of the Supreme Leader, First Edition, Tehran: Zamzam Hedayat. (In Persian)

- Giddens, Anthony (1997): *Sociology*, translated by Manouchehr Sabouri, Tehran: Nei Publishing. (In Persian)
- Golkar, Mohammad, Masoud Jafari Nejad and Masoud Azin (2017): "The role of the social media in revolution of Iran and Egypt", Spring, Volume 11, Issue 38. (In Persian)
- Ibn-Manzūr, Muḥammad Ibn-Mukarram (1997): *Arabic Language*, Beirut, Darsar, vol.5. (In Persian)
- Khalkhali, Sadegh (2001): *Memoirs of Ayatollah Sadegh Khalkhali: the first religious judge of the revolutionary courts*, Tehran: saye Publishing. (In Persian)
- Khani, Mohammad Hassan and Rooholamin Saeidi (2014): "Media and its Role in Strengthening the Internal Structure of the Islamic Revolution: A Discursive Approach", *Islamic Policy Research*, Fall and Winter, Volume 2, Number 6. (In Persian)
- Kheiri Asl, Kheirullah (2013): *The role of the mosque in the victory of the Islamic Revolution*, Tehran: Islamic Revolution Documentation Center (IRDC). (In Persian)
- Madani, Jalaluddin (1982): *Contemporary Political History of Iran*, Vol. 1, Qom: Islamic Publications. (In Persian)
- Madani, Jalaluddin (1996): *Contemporary Political History of Iran*, Vol. 2, Qom: Islamic Publications. (In Persian)
- Mattelart, Armand and Michele Mattelart (1998): *Theories of Communication: A Short Introduction*, London: Sage Publications.
- MirAbedini, Ahmad (1997): "International Communication: Communication and Politics", Tehran: Media, Spring, No. 29. (In Persian)
- Mousavi Khomeini, (Imam) Ruhollah (1999): *Sahifa Imam*, Volume 1, Tehran: Publications The Institute for compilation and publication of Imam Khomeini's works. (In Persian)
- Mousavi Khomeini, (Imam) Ruhollah (2010): *Sahifa Imam*, Tehran: Publications The Institute for compilation and publication of Imam Khomeini's works. (In Persian)
- Rajaei, farhang (2003): *The Problemarique of the Contemporary Iranian Identity*, Tehran: Nei Publishing. (In Persian)
- Razavizadeh, Seyed Nouredin (2000): "Communication: Communication and Development (with a look at the role of communication in rural development)", *Media*, Summer, No. 42. (In Persian)
- Ritzer, George (1995): *Foundations of Sociology*, translated by Taghi AzadArmaki, first edition, Tehran: Simorgh Publishing. (In Persian)

- Ritzer, George (2000): *Sociological Theory in Contemporary Times*, Translated by Mohsen Thalasi, Fourth Edition, Tehran: Scientific. (In Persian)
- Rouhbakhsh Allahabad, Rahim (2008): *Messaging Network in Imam Khomeini Movement*, Tehran: Islamic Revolution Documentation Center (IRDC). (In Persian)
- Saemian, Sedigheh (1997): "Human Communication", Tehran: Asia Magazine, Winter, No. 5. (In Persian)
- Setayesh, Hassan (2007): " Investigating the concept of the sermon, the pulpit and the historical course of its origin", In the Proceedings of the Conference in Honor of Master falsafi, Tehran: Islamic Revolutionary Documentation Center Publications (IRDC). (In Persian)
- Sharifpour, Reza (2001): *Mosque and the Islamic Revolution*, Tehran: Islamic Revolution Documentation Center (IRDC). (In Persian)
- Sotoudeh, Hedayatullah and Iraj Kamali (2004): *Sociology: Emphasizing the views of functionalism, conflict and social interaction*, Tehran: Nedaye Ariana Publications. (In Persian)
- Tanhai, Hussein (1992): *An Introduction to Sociological Schools and Theories*, Tehran: Marandiz Publishing. (In Persian)
- The Institute for compilation and publication of Imam Khomeini's works (2007): *The course of Imam Khomeini's struggles (Rh)*, Volume 5, Tehran: Publications The Institute for compilation and publication of Imam Khomeini's works. (In Persian)
- The Institute for compilation and publication of Imam Khomeini's works (2007): *The course of Imam Khomeini's struggles (Rh)*, Volume 4, Tehran: Publications The Institute for compilation and publication of Imam Khomeini's works(Rh). (In Persian)
- Turner, Jonathan (1993): *Construction of sociological theory*, Translated by LahsayiZadeh, first edition, Shiraz: Navid Shiraz Publications. (In Persian)
- Vaezi, Reza (2016): "Theory of Human Innate Nature The Theory of Islamic Revolution", Tehran: Journal of Communication Research, Spring, Volume 23, Issue 85. (In Persian)
- Verdinejad, Fereydoun (2006): "Communicative Patterns within Organizations", Tehran: Global Media Journal-Persian Edition, Summer and Autumn, Volume 1, Issue 2. (In Persian)