




3

Vol. 9
Autumn 2024

Mohammadreza Salehi Vasigh ^{*1} | Ali Akbarpour Alme joghi ^{2*}  | Mohammadbagher Mokaramipour ³

State Studies of Contemporary Iran

The formation of the narrative of the Islamic Revolution of Iran from the perspective of narrative construction theory, with emphasis on the role of media

Research Paper

Received:
06 April 2024
Revised:
24 June 2024
Accepted:
23 September 2024
Published:
21 November 2024
P.P: 133-154

ISSN: 2783-1914
E-ISSN: 2783-1450



Abstract

The role of media and narrative in shaping historical memory and collective identity in the explanatory theories of the Iranian Islamic Revolution has received little attention. Therefore, this study examines the process of narrative formation around the Islamic Revolution and utilizes a theoretical framework of narrative analysis to clarify the existing dynamics. The research question was: What has been the role of official media, unofficial media, political elites, events, and social-political contexts in constructing and disseminating the narrative of the Islamic Revolution? Through a descriptive-analytical methodology, which involved describing the historical context of the Islamic Revolution and analyzing its narrative components and implications, the results showed that despite the second Pahlavi dynasty being equipped with a wide range of official media (radio, television, newspapers, and books) for propaganda and the establishment of the Pahlavi narrative, it faced narrative failure due to ideological weakness and contradictions. In contrast, unofficial media (cassette tapes, leaflets, mosques, and pulpits) and political elites, led by Imam Khomeini (may he rest in peace), influenced public perceptions and attitudes as well as narrative construction, drawing from the cultural and religious fabric of Iranian society during and after the Islamic Revolution. In other words, the reciprocal influence of unofficial media and historical narratives has been crucial in shaping revolutionary events, demonstrating that narrative played a significant role in forming and promoting revolutionary discourse and providing identity during the Islamic Revolution.

Keywords: Islamic Revolution; Narrative Construction; Government; Media; Second Pahlavi.

1. Corresponding Author: Doctoral student of University of Tehran, Faculty of Law and Political Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. mo.rezasalehi@ut.ac.ir
2. Second author: Master of Political Science, Payam Noor University, Qochan City, Qochan, Iran.
3. PhD in Political Science-Political Studies of the Islamic Revolution- Shahid University of Tehran, Tehran, Iran

Cite this Paper: Vasigh, M.S & Akbarpour Alme joghi, A & Mokaramipour, M.B (2024). The formation of the narrative of the Islamic Revolution of Iran from the perspective of narrative construction theory, with emphasis on the role of media. *State Studies of Contemporary Iran*, 3(9), 133–154.

Publisher: Imam Hussein University

 **Authors**



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC BY 4.0).

چگونگی شکل گیری روایت انقلاب اسلامی ایران از منظر تئوری ساخت روایت با تأکید بر نقش رسانه

محمد رضا صالحی وثیق^۱ | علی اکبر پور آلمه جوقی^{۲*} | محمد باقر مکرمی پور^۳

۳

دوره نهم
پاییز ۱۴۰۳

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۴/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۰۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰

صص: ۱۳۳-۱۵۴

شاپا چاپی: ۲۷۸۳-۱۹۱۴

الکترونیکی: ۲۷۸۳-۱۴۵۰



چکیده

جایگاه رسانه و روایت در قالب بندی حافظه تاریخی و هویت جمعی در نظریه های تبیین کننده انقلاب اسلامی ایران کمتر مورد توجه بوده است. از همین رهگذر، پژوهش حاضر به بررسی روند شکل گیری روایت پیرامون انقلاب اسلامی پرداخت و از ملاحظه نظری ساخت روایت برای روشن کردن پویایی های موجود استفاده کرد. سؤال پژوهش این بود که نقش رسانه های رسمی، رسانه های غیررسمی، نخبگان سیاسی، رویدادها و زمینه های اجتماعی - سیاسی در ساخت و انتشار روایت انقلاب اسلامی چه بوده است. با روش شناسی توصیفی - تحلیلی، یعنی با توصیف بستر تاریخی انقلاب اسلامی و با تحلیل مؤلفه های روایی و دلالت های آن ها نتایج نشان داد که با وجود مجهز بودن پهلوی دوم به طیف وسیعی از رسانه های رسمی (راديو، تلویزیون، روزنامه و کتب) برای تبلیغات و تثبیت روایت پهلوی، به دلیل ضعف و تناقض ایدئولوژیکی، با روایت شکست روبه رو شد و رسانه های غیررسمی (نوار کاست، اعلامیه، مساجد و منابر) و نخبگان سیاسی با رهبری امام خمینی (ره) با ایدئولوژی برآمده از بافت فرهنگی و دینی جامعه ایران، بر برداشت ها و نگرش های عمومی و ساخت روایت، در طول و بعد از انقلاب اسلامی تأثیر گذاشتند. به عبارتی تأثیر متقابل رسانه های غیررسمی و روایت های تاریخی در شکل دادن به رویدادهای انقلابی مهم بوده و نشان می دهد که روایت در انقلاب اسلامی نقش مهمی در شکل گیری و ترویج گفتمان انقلابی و هویت بخشی به آن داشته است.

کلیدواژه ها: انقلاب اسلامی؛ ساخت روایت؛ دولت؛ رسانه؛ پهلوی دوم .

mo.rezasalehi@ut.ac.ir

۱. نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه پیام نور قوچان، قوچان، ایران.

۳. علوم سیاسی - مطالعات سیاسی انقلاب اسلامی - دانشگاه شاهد تهران، تهران، ایران.

استناد: صالحی وثیق، محمد رضا و اکبر پور آلمه جوقی، علی و مکرمی پور، محمد باقر (۱۴۰۳). چگونگی شکل گیری روایت انقلاب اسلامی ایران از منظر تئوری ساخت روایت با تأکید بر نقش رسانه، *دولت پژوهی ایران معاصر*، ۲(۹)، ۱۳۳-۱۵۴.

DOR: <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.27831914.1403.10.3.6.7>

ناشر: دانشگاه جامع امام حسین (ع) نویسنده گان



این مقاله تحت لیسانس آفرینندگی مردمی (Creative Commons License- CC BY) در دسترس شما قرار گرفته است.

مقدمه و بیان مسئله

انقلاب اسلامی به عنوان یک پدیده محوری در تاریخ معاصر، چشم انداز سیاسی و اجتماعی خاورمیانه را تغییر داد. ماهیت چندوجهی و پیچیده این انقلاب، تحقیقات علمی گسترده‌ای را در مورد عواملی که در پیدایش و تکامل آن نقش داشته‌اند، برانگیخته است. در بین عوامل بی‌شمار تحلیل کننده چرایی وقوع انقلاب اسلامی، پرداختن به چگونگی وقوع آن نیز حائز اهمیت است. در این بین، باید به نقش رسانه‌ها و تبلیغات به عنوان نیرویی پویا که نقش بسزایی در شکل‌گیری روایت پیرامون گفتمان انقلاب اسلامی داشتند، توجه کرد. رسانه‌ها و تبلیغات به عنوان ابزار قدرتمندی در تأثیرگذاری بر افکار عمومی و شکل‌دادن به آگاهی جمعی عمل می‌کنند. در متن انقلاب اسلامی، تأثیر متقابل رسانه‌ها و تبلیغات به موضوع تحلیلی جذاب تبدیل می‌شود و مکانیسم‌های پیچیده‌ای را آشکار می‌کند که از طریق آن روایت‌ها توسط نخبگان و توده‌ها ساخته، منتشر و درونی می‌شوند. این پژوهش درصدد است تا رابطه ظریف میان رسانه، تبلیغات و شکل‌گیری روایت پیرامون انقلاب اسلامی ایران را نشان دهد. درحالی که انحصار رسانه‌های رسمی (روزنامه، رادیو و تلویزیون) تحت کنترل رژیم پهلوی بود، اما این رسانه‌های کوچک و غیررسمی (مساجد، منابر، نوار کاست و اعلامیه‌ها) بودند که موفق شدند در پس‌زدن روایت پهلوی و شکل‌دادن به روایت انقلاب اسلامی بازیگری کنند.

اهمیت رسانه‌های غیررسمی نه تنها در توانایی آن برای دورزدن سانسورهای رژیم، بلکه در توانایی آن برای تحریک جنبش‌های مردمی و شکل‌دادن به تکامل روایت انقلابی بود. در شرایط نارضایتی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی؛ رسانه‌های غیررسمی به عنوان تبیین کننده ماهیت پویا و پیچیده قدرت، مقاومت و انتشار اطلاعات در چارچوب تحولات انقلابی بودند. این رسانه‌ها به عنوان کانال‌های ارتباط غیررسمی به مانند کاتالیزور برای شکل‌دهی آگاهی عمومی، به چالش کشیدن روایت‌های هژمونیک، و کمک به دگرگونی گسترده‌تر چشم‌انداز اجتماعی - سیاسی عمل کردند. برای درک همه‌جانبه نقش این رسانه‌ها، بررسی جایگاه نهادهای مذهبی و رهبران انقلاب ضروری است. استفاده آن‌ها از رسانه‌ها و راهبردهای تبلیغاتی نه تنها به بسیج توده‌ها، بلکه به ایجاد روایتی کمک کرد که اهداف و قهرمانان انقلاب را مشخص کند. تحلیل انقلاب اسلامی

ایران از دریچه ساخت روایی بر نقش داستان‌سرایی، گفتمان و هویت جمعی در شکل‌دهی رویدادهای تاریخی تأکید می‌کند. روایت انقلاب اسلامی که ریشه در گفتمان دینی، مقاومت در برابر استبداد و تلاش برای شکل‌گیری دولت اسلامی دارد، همچنان بر چشم‌انداز سیاسی ایران و تعاملات آن با جامعه جهانی تأثیر می‌گذارد، به همین منظور شناخت روایات منجر به انقلاب اسلامی در جامعه ایران، درک ما را از میراث چندوجهی انقلاب غنی می‌کند و بینش‌های ارزشمندی را برای محققان و سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد. علاوه بر این، مطالعه رسانه‌های غیررسمی در زمینه انقلاب اسلامی به‌ویژه در دوران معاصر مناسب است، چون گسترش رسانه‌های اجتماعی و زیرساخت‌های دیجیتال ۱ در سال‌های اخیر، موضوع رسانه‌های غیررسمی را در خط مقدم تحقیقات علمی قرار داده است.

مبانی مفهومی پژوهش (رسانه‌های رسمی و غیررسمی)

متفکرانی مانند مانوئل کاستلز^۲ و نیک کولدري^۳ ظهور رسانه‌های غیررسمی و نقش آن‌ها در شکل‌دهی گفتمان عمومی و به چالش کشیدن روایت‌های مسلط را بررسی کرده‌اند. کاستلز در کتاب «عصر اطلاعات، ظهور شبکه جامعه» از حضور پررنگ رسانه‌ها در محیط ذهنی افراد و تجارب عینی آن‌ها می‌نویسد. از نظر او رسانه‌های رسمی به‌صورت یک‌سویه هستند که پیام از یک طرف برای تعداد بسیاری ارسال می‌شود، این رسانه‌ها شامل کتب، روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون است (کاستلز، ۱۴۰۱: ۶۷). همچنین کاستلز به بررسی ظهور ارتباطات شبکه‌ای و تأثیر آن بر جامعه، از جمله نقش رسانه‌های غیررسمی در شکل‌دادن به اشکال جدید تعامل اجتماعی و گفتمان عمومی می‌پردازد. کاستلز بررسی می‌کند که چگونه رسانه‌های غیررسمی که توسط فناوری‌های دیجیتال تسهیل می‌شوند، چشم‌انداز رسانه‌ها و ارتباطات را تغییر داده‌اند و امکانات جدیدی برای مشارکت مردمی ارائه می‌دهند (کاستلز، ۱۳۹۳: ۷۴۳).

رسانه‌های غیررسمی منابع کاملاً غیرمتمرکز گفتگوی دوطرفه هستند، برخی از محققان در مقام معرفی این رسانه‌ها بیشتر بر ویژگی‌هایی مانند نوع محتوا و نقشی که به افراد اختصاص داده

1 Digital platforms

2 Manuel Castells

3 Nick Couldry

می شود تأکید می کنند (Bansal & Nayyar, 2019: 66). از همین رهگذر در پژوهش حاضر مقصود از رسانه های غیررسمی به هر شکلی از روایت یا محتوایی اطلاق می شود که در زمان پهلوی دوم توسط رسانه های حرفه ای و رسمی مانند روزنامه ها، تلویزیون یا رادیو تولید نمی شدند، بلکه شامل محتوای تولید شده توسط رسانه های سنتی یا کوچک مانند نوارهای کاست، مساجد، منبرها و اعلامیه ها و شب نامه ها بودند.

پیشینه پژوهش

در این بخش، به برخی از پژوهش های مرتبط به عنوان پیشینه و تعیین فضای این تحقیقات و زاویه دید متفاوت آن ها اشاره شده است:

کریمیان و عباسعلی (۱۳۹۳) در مقاله ای با «عنوان رسانه های جمعی، ثبات سیاسی و وقوع انقلاب اسلامی» بیان داشتند که رسانه ها در دوره شاه در راستای حفظ ثبات سیاسی کاذب حکومت محمدرضا پهلوی تا نیمه اول سال ۱۳۵۷ با عدم انعکاس نابرابری های اجتماعی و اقتصادی، تبلیغ توانایی بالای نیروهای امنیتی در سرکوب مخالفین، عدم انعکاس سلطه سیاسی اقتصادی آمریکا، ترویج فرهنگ غربی و کمک به روند سکولاریزاسیون و تحقیر فرهنگ مذهبی و باورهای سنتی و تلاش برای تقدیس شاه و خاندان پهلوی باعث شکل گیری بحران و وقوع انقلاب اسلامی شدند. این پژوهش به نقش منفی رسانه های رسمی به طور جامع پرداخته و کژکار کردی رسانه ها را عاملی مهم در شکل گیری انقلاب اسلامی دانسته است، در حالی که انقلاب اسلامی به پشتوانه یک روایت دینی متناسب با فرهنگ مردم و مطالبات مردم هم سو با این روایت با رهبری امام خمینی شکل گرفت، مشکلات اقتصادی، سیاسی شاه و نپرداختن رسانه ها به این مشکلات برای وقوع انقلاب اسلامی لازم بوده ولی در تبیین چرایی و چگونگی آن کافی نیست.

نظری مقدم و ایمانی (۱۳۹۳) در مقاله ای با عنوان «نقش و جایگاه ارتباطات سنتی در شکل گیری انقلاب اسلامی»؛ به نقش و تأثیر علما، مسجد، منبر، بازار، مراسم عزاداری، تجمعات و حرکت های جمعی سنتی مرسوم در جامعه مذهبی ایران و دیوارنوشته ها و دیگر ظرفیت های فرهنگی و ارتباطی پرداختند. با وجود توجه به اهمیت و ضرورت واکاوی و بازتعریف مفهوم ارتباطات سنتی به چگونگی نقش این رسانه ها توجه نشده است.

شیرخانی و سبزی (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان «تبیین چگونگی شکل‌گیری همگرایی‌ها و واگرایی‌ها در فرایند پیروزی و بقای انقلاب اسلامی»؛ نشان دادند گروه‌های موردبررسی لاجرم ضرورت پیوستن و همراه شدن با موج گسترده‌ی نیروهای اسلام‌گرا به رهبری امام خمینی (ره) را احساس کردند، این نیروها به تدریج از نخستین روزهای پس از پیروزی و در جریان نهادسازی انقلاب، یکی پس از دیگری با جریان کلی اسلام‌گرایان به تعارض و اختلاف رسیدند و نهایتاً از ائتلاف حذف شدند.

سهرابی و فرح‌بخش (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای با عنوان «بررسی نقش مساجد در پیروزی انقلاب اسلامی» بیان کردند که مساجد به‌عنوان یک نهاد مدنی بومی با ارائه کارکردهای مختلف در مقایسه با تشکلهای و نهادهای مدنی مدرن مانند کانون‌ها، احزاب سیاسی و تشکلهای کارگری نقش بسیار مهمی در بسیج همگان در پیروزی انقلاب اسلامی داشتند.

برخلاف پژوهش‌های نامبرده شده و تحقیقات فراوان در حوزه انقلاب اسلامی، تعامل پیچیده بین رسانه، سیاست و حافظه تاریخی در زمینه‌های انقلابی در این پژوهش موردتوجه است. به عبارتی توجه به بسترهای رسانه‌ای غیررسمی مانند مساجد، اعلامیه‌ها و نوار کاست در قالب عوامل منتشرکننده روایت انقلاب اسلامی نقشی محوری در انتشار اطلاعات، شکل‌دادن به افکار عمومی و تأثیرگذاری بر روند رویدادهای منتهی به انقلاب، حین و پس از انقلاب داشتند. انقلابیون از این رسانه‌ها و تبلیغات به‌عنوان ابزاری برای پیشبرد اهداف خود، انتشار ایدئولوژی‌ها و به چالش کشیدن روایت‌های رقیب استفاده کردند. با توجه به نقش چندوجهی رسانه‌ها و تبلیغات در متن انقلاب اسلامی، بررسی همه‌جانبه تأثیر آن‌ها برای درک پیچیدگی‌های این رویداد حساس تاریخی و پیامدهای ماندگار آن ضروری است. پژوهش حاضر با تأکید بر نقش رسانه‌های تحت کنترل دولت در شکل‌دهی و تقویت روایت رسمی، ارتباط روایت‌سازی با مسئله دولت و نظام-سازی را نشان می‌دهد. این پژوهش می‌تواند درک ما از رابطه بین ساخت روایت و قدرت دولت را بیشتر کند و راه‌هایی را که در آن انتشار اطلاعات می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای دست‌کاری و کنترل سیاسی استفاده شود، روشن کند.

چارچوب نظری: ساخت روایت ۱

یکی از چارچوب‌های ممکن برای درک نقش رسانه و تبلیغات در انقلاب اسلامی، تئوری ساخت روایت است. با درک مؤلفه‌های ساخت روایت، رسانه می‌تواند روایت‌هایی ایجاد کند که با مخاطبان هدف خود طنین‌اندازی کند، پاسخ‌های احساسی را برانگیزد و پیام موردنظر خود را به طور مؤثر منتقل کند. استفاده از شخصیت‌ها، طرح داستان و تکنیک‌های داستان‌گویی می‌تواند به ایجاد محتوای جذابی کمک کند که توجه مخاطب را به خود جلب کند و ارتباط عمیق‌تری با روایت ارائه‌شده ایجاد کند. علاوه بر این، نظریه ساخت روایت می‌تواند بر ادراکات اجتماعی تأثیر بگذارد و هنجارهای فرهنگی را با ارائه روایت‌های خاصی که منعکس‌کننده یا به چالش کشیدن ایدئولوژی‌های غالب است، شکل دهد. به این ترتیب، درک و استفاده از نظریه ساخت روایت برای برقراری ارتباط مؤثر پیام‌ها و دستیابی به نتایج مطلوب بسیار مهم است.

نظریه ساخت روایت از متفکران و رشته‌های مختلف نشئت می‌گیرد. به گفته والتر فیشر، انسان‌ها راوی طبیعی رویدادها هستند و روایت آن‌ها به اصول داستان‌گویی دامن می‌زند. از این منظر، بازگویی وقایع یکی از ویژگی‌های اصلی فطرت انسان است. به عبارت دیگر، مردم زندگی را به صورت مجموعه‌ای از روایت‌های مستمر مانند تضادها، ویژگی‌های خاص، آغاز، میانه و پایان تجربه می‌کنند (Fisher, 1985: 347). از نظر رولان بارت روایت همه‌جا را احاطه کرده و انسان تاریخی دائماً حامل روایت است (Barthes, 1977: 79). علاوه بر این، روایت‌شناسی مانند جرارد ژنت با بررسی تکنیک‌ها و ساختارهای مختلف روایی به نظریه ساخت روایت کمک نموده است. تحلیل ژنت از صدای روایی و زمان، به درک ما از چگونگی ساخت روایت‌ها کمک می‌کند (Genette, 1980: 35). با به کارگیری این چارچوب مشخص می‌گردد که رویدادهای تاریخی، مانند انقلاب‌ها، فقط رویدادهای عینی نیستند، بلکه از طریق داستان‌ها و روایت‌هایی که از آن‌ها بیرون می‌آیند، شکل گرفته و تفسیر می‌شوند. به عبارتی ساخت روایت چارچوبی است که به بررسی چگونگی خلق، تفسیر و استفاده افراد و جوامع از روایات برای درک وقایع می‌پردازد. روایت‌ها اساساً داستان‌ها یا گزارش‌هایی هستند که ساختاری برای درک رویدادها، تجربیات و روابط فراهم می‌کنند. در اینجا مؤلفه‌های ساخت روایت بحث شده است:

۱. **قصه‌گویی:** ساخت روایی در هسته خود شامل داستان‌سرایی است، و فرآیندی است که از طریق آن افراد و جوامع تجارب خود را سازمان‌دهی و انتقال می‌دهند. داستان‌ها به گفته فیشر شروع، میانه و پایان دارند و ساختار زمانی ایجاد می‌کنند که به منسجم و معنادار شدن رویدادها کمک می‌کند (Fisher, 1985: 18-22: Gadinger & et al, 2016: 43). ۲. **شخصیت‌ها:** روایات معمولاً شامل شخصیت‌هایی می‌شود که نقش‌های خاصی را بازی می‌کنند. این شخصیت‌ها عاملیت دارند، به این معنی که اقداماتی را انجام می‌دهند که بر وقایع اثر می‌گذارند و به توسعه کلی روایت کمک می‌کنند. ۳. **طرح و توالی:** طرح، چیدمان وقایع در یک روایت است. توالی‌بندی مهم است، چراکه ترتیب وقوع رویدادها را تعیین می‌کند. نحوه ساختار وقایع می‌تواند بر تفسیر و معنای حاصل از روایت تأثیر بگذارد. ۴. **مضامین و نمادها:** روایات اغلب مضامینی را منتقل می‌کنند که بیش‌تر نسبت به ارزش‌ها، باورها و زمینه‌های فرهنگی داستان‌نویسان ارائه می‌دهند. تحلیل این مضامین به کشف اهمیت نمادین و فرهنگی نهفته در روایت کمک می‌کند. ۵. **متن و تفسیر:** زمینه‌ای که یک روایت در آن ساخته می‌شود حیاتی است. زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی روایت را شکل می‌دهند و افراد بر اساس پیشینه‌ها و تجربیات فرهنگی خود، داستان‌ها را تفسیر می‌کنند (Genette, 1980: 84). مؤلفه‌های ساخت روایت خنثی نبوده و کارکردهایی دارند از جمله:

۱. **ساخت معنی:** انسان‌ها از روایات برای درک دنیای اطراف خود استفاده می‌کنند. داستان‌ها به افراد کمک می‌کنند تجارب خود را سازمان‌دهی و تفسیر کنند و چارچوبی برای درک روابط علت و معلولی فراهم کنند.
۲. **شکل‌گیری هویت:** هویت‌های شخصی و جمعی اغلب از طریق روایت‌ها ساخته و تقویت می‌شوند. افراد با شخصیت‌ها، مضامین یا رویدادهای داستان‌ها همذات‌پنداری می‌کنند و به احساس خود و هویت مشترک در یک جامعه کمک می‌کنند.
۳. **انسجام اجتماعی:** روایت‌ها با ارائه داستان‌های مشترک که جوامع را به هم پیوند می‌دهد، به انسجام اجتماعی کمک می‌کند. روایات مشترک باعث ایجاد حس تعلق و هدف مشترک در بین افراد می‌شود.

۴. **اقناع و نفوذ:** روایت‌ها ابزار قدرتمندی برای متقاعدسازی و تأثیرگذاری هستند. آن‌ها می‌توانند ادراکات، نگرش‌ها و رفتارها را با توسل به احساسات و ارزش‌ها شکل دهند، سخنرانی‌های سیاسی و تبلیغات اغلب از ساختار روایت استفاده می‌کنند.

۵. **پویایی قدرت:** ساخت روایات خنثی نیست، گروه‌های مسلط ممکن است روایت را کنترل کنند و بر نحوه نمایش و تفسیر رویدادها تأثیر بگذارند. این می‌تواند ساخت روایت را با مشکل روبه‌رو کند.

۶. **تنوع فرهنگی:** تفسیر روایات می‌تواند در فرهنگ‌ها متفاوت باشد. آنچه در یک فرهنگ به عنوان یک داستان متقاعدکننده یا معنادار تلقی می‌شود، ممکن است در فرهنگ دیگر به همان شکل طنین انداز نباشد.

۷. **سیالیت و تغییر:** روایات ثابت نیستند. آن‌ها در طول زمان تکامل می‌یابند. همان‌طور که جوامع تغییر می‌کنند، داستان‌ها نیز تغییر می‌کند. درک سیال بودن روایت‌ها به درک ماهیت پویای فرآیندهای معناسازی کمک می‌کند (Herman & et al, 2012: 39).

در انقلاب اسلامی ایران، رسانه‌ها و تبلیغات نقش مهمی در ایجاد و انتشار روایت‌هایی داشتند که وقایع را به شیوه‌های خاصی به تصویر می‌کشیدند. در این دوره اگرچه رسانه‌های مهم، یعنی مطبوعات، رادیو و تلویزیون تحت کنترل و هدایت رژیم پهلوی بودند، اما مردم و روحانیون با برخی رسانه‌های سنتی و غیررسمی و به ظاهر کم‌اهمیت دست به ساخت روایت سیاسی مهمی زدند. این رسانه‌ها که بیشتر آن‌ها را رسانه‌های سنتی یا کوچک نیز می‌نامند شامل نوارهای کاست، مساجد، منبرها و اعلامیه‌ها می‌باشد که با تأثیر شگرفی که در جریان انقلاب داشتند، نقش واسطه و ارتباطی بین مردم، روحانیت و رهبری انقلاب ایفا کردند.

یافته‌های پژوهش

۱. رسانه‌های رسمی پهلوی دوم: روایت شکست

بررسی زمینه تاریخی انقلاب اسلامی و بسترهای رسانه‌ای مختلفی که در آن دوران وجود داشت، مانند روزنامه، رادیو و تلویزیون، برای شناخت ابزارهای رسمی رژیم پهلوی جهت تبلیغات سیاست‌ها و روایت پهلویسم اهمیت دارد. یکی از رسانه‌های مهم و تأثیرگذار با قدرت انتشار اخبار رادیو بود. اعتبار فرهنگ شفاهی در نزد ایرانیان باعث شد رادیو به‌عنوان یک رسانه شنیداری در عرصه سیاست و جامعه تأثیرگذار باشد (مختاری اصفهانی، ۱۳۸۸: ۲). با تأسیس اولین رادیو در اردیبهشت ۱۳۱۹، هم‌زمان با سالگرد تاج‌گذاری رضاشاه، از همان ابتدا با سیاست گره خورد. ترویج استفاده از آن توسط دولتمردان به‌عنوان یک ضرورت شناخته شد، به‌طوری که این رسانه پل ارتباطی حکومت و مردم بود و برای نفوذ و کنترل افکار عمومی مورداستفاده قرار گرفت، و به‌عنوان وسیله‌ای جهت القای افکار و اندیشه‌های خاص حکومت به اقصی نقاط کشور رسید (ازغندی، ۱۳۸۹: ۷۴). جالب اینجاست که به دلیل بی‌سوادی مردم، حوزه نفوذ آن بسیار فراتر از مطبوعات بود (شهرام نیا و صیفوری، ۱۳۹۵: ۱۳۹). در دهه ۵۰ پهلوی دوم جهت تبلیغ مادی‌گرایی و غربی شدن، رادیو دریا را به راه انداخت که بیشتر به موسیقی و فرهنگ غربی تأکید داشت (گیتی، ۱۳۷۸: ۷۴). شاه از این رسانه در جهت اهداف سیاسی و اجتماعی خود سود می‌برد و برای برخی اقدامات خود، چتر تبلیغاتی گسترده‌ای بر روی جامعه ایجاد کرده بود. همچنین برای تسهیل در انجام انقلاب سفید و اصلاحات ارضی؛ رادیو بستر مناسبی بود که شاه باهدف بالابردن معلومات فنی و اجتماعی کشاورزان به آن متوسل شد (مختاری اصفهانی، ۱۳۸۸: ۲۴).

برخلاف رادیو که از همان آغاز با تصدی دولت شروع به کار نمود، تلویزیون توسط بخش خصوصی راه‌اندازی شد و پس از آن دولت تصدی آن را در اختیار گرفت. برنامه‌های تلویزیون از برنامه‌های سرگرم‌کننده، به‌تدریج به سمت استفاده ابزاری از آن در جهت تبلیغ ایدئولوژی و روایت پهلوی به کار گرفته شد. اولین برنامه آزمایشی آن پخش مراسم چهارم آبان به مناسبت زادروز محمدرضا شاه پهلوی از ورزشگاه امجدیه بود. تلویزیون ملی ایران که وابسته به وزارت

اطلاعات بود، توسط دولت به سازمانی مستقل تبدیل شد. در ۱۱ خرداد ۱۳۴۶، لایحه تشکیل سازمان تلویزیون ملی ایران به تصویب مجلس شورای ملی رسید. افزایش توانایی مالی به واسطه نفت، شاه را به عنوان تنها بازیگر قدرتمند عرصه سیاست در دهه ۴۰ و ۵۰ بدل نمود. این موضوع سبب استقلال هر چه بیشتر دولت از جامعه مدنی و توانایی کنترل و هدایت رسانه‌ها شد. رژیم در راستای انحصار هر چه بیشتر رسانه‌ها و برای جلوگیری از هرگونه تضاد و تعارض بین دو رسانه مهم رادیو و تلویزیون تصمیم به ایجاد یک سازمان و مدیریت واحد گرفت و قانون تشکیل سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران در سال ۱۳۵۰ به تصویب مجلس شورای ملی رسید. این اقدام در جهت محتواسازی برای سیاست‌های رژیم و تبلیغات ایدئولوژی پهلوی صورت گرفت. زبان مورد استفاده، تصاویر و نمادها نیز در جهت این ایدئولوژی برای تحت تأثیر قرار دادن احساسات عمومی پخش می‌شد. یکی از اقدامات مهم شاه برای معرفی ایدئولوژی مدنظر خود، برپایی نمایشگاه‌های بزرگی با کاربرد رادیو، تلویزیون و مطبوعات بود. در این راستا، می‌توان به برگزاری جشن‌های ۲۵۰۰ ساله به منظور تقویت وجهه هژمونیک دولت پهلوی داشت. مصاحبه و بیان ادیباتی در چارچوب معرفی دستاوردها و پیشرفت کشور و الگویی برای منطقه، از دیگر اقداماتی بود که صورت می‌گرفت (بیل، ۱۳۷۱: ۳۱۱).

وضعیت برای روزنامه‌ها و مطبوعات نیز به همین صورت بود. مطبوعات تحت حمایت دولت به فعالیت خود ادامه می‌دادند و ایدئولوژی رسمی رژیم را تبلیغ می‌نمودند. به عنوان مثال، مجله «زن روز» در همان سال‌های پس از اصلاح قانون انتخابات و دقیقاً بر اساس این ایده محمدرضا پهلوی مبنی بر حضور بیشتر زنان در فعالیتهای اجتماعی و تغییر الگوی زنان از زن سنتی به زن مدرن فعال بنیان‌گذاری شد (کوثری و تفرشی، ۱۳۹۶: ۱۵۴). از اهداف این مجله، تبلیغ تصویر بی‌حجاب از زنان تحت تأثیر سیاست‌های رژیم بود. این سیاست با تبلیغات گسترده از طریق رسانه‌های رسمی گسترش می‌یافت (علویان و نیک‌روش، ۱۴۰۰: ۱۶۰). رژیم برای رسیدن به اهداف ایدئولوژیک خود و تثبیت روایتش دست به کنترل مطبوعات می‌زد. روزنامه‌های بانفوذ و پرمخاطبی همچون اطلاعات و کیهان جایگاه بالایی در ترویج و اشاعه ایدئولوژی پهلوی دوم در نتیجه هواخواهی و حمایت از استبداد پهلوی داشتند. نه تنها مطالب روزنامه‌ها و مجلات کنترل می‌شد، بلکه در برخی

از روزنامه‌ها و مجلات سردبیران دولتی همچون امیر طاهری سردبیر کیهان و علی شعبانی و پرویز لوشانی به خدمت گرفته می‌شدند (طلوعی، ۱۳۷۶: ۹۷-۷۹۵).

با وجود این اقدامات، این سؤال مطرح می‌شود که چرا علی‌رغم تبلیغات گسترده حکومت پهلوی این ایدئولوژی نتوانست در ساخت یک روایت پیروز برای حفظ و افزایش قدرت پهلوی نقش داشته باشد، بلکه بالعکس تبدیل به یک روایت شکست شد. در پاسخ باید گفت آنچه در این ایدئولوژی نمایان بود بی‌توجهی به متن جامعه و فرهنگ مردم است. یکی از مباحث هویتی مردم ایران اسلام‌گرایی و تعریف خود مبتنی بر مسلمان بودن بود. شاه بدون توجه به این مسئله سعی داشت با کم‌رنگ کردن نقش دین و تحمیل فرهنگ غربی و وارداتی برنامه‌های خود را پیش ببرد که باعث برخورد جامعه و دولت می‌شد. در واقع، دو هدف عمده آن که تجدد در حد غرب‌گرایی افراطی، و گرایش شوق آمیز به احیا گذشته باستانی بود، لاقلاً به آن صورت که در آن ایام با شور و حرارت مطرح می‌شد، با نظریه روحانیت و بارو حیه اکثریت مسلمین مغایر بود (زرین کوب، ۱۳۸۴: ۸۹۷). ایدئولوژی پهلوی سیستمی نامنسجم و متناقض بود که کارایی آن را به شدت کاهش می‌داد. عناصر ایدئولوژی، با تلفیقی ناهمبسته، نامتقارن، و اجباری از عناصر سنتی و مدرن، سکولار و مذهبی و دموکراتیک و استبدادی شکل گرفته بود که هر کدام در تناقض با دیگری قرار داشت (اکبری و بیگدلو، ۱۳۹۰: ۲۰). تناقض در ایدئولوژی حاکم و جدا بودن از بافت اجتماعی و فرهنگی مردم ایران تبلیغات رسانه‌های رسمی را خنثی می‌کرد و در نهایت از آن یک روایت شکست ساخت.

۲. رسانه‌های غیررسمی روایت‌ساز

یکی از بارزترین ابزارها در پیروزی انقلاب، رسانه‌های غیررسمی و کوچک بود که با روایت‌سازی و تبلیغات مؤثر، مردم را با اهمیت انقلاب آشنا کرد، به خصوص در دهه آخر حکومت شاه مخالفین مذهبی با رهبری امام با استفاده از رسانه‌های غیررسمی شامل نوارهای کاست، مساجد، منابر، شب‌نامه‌نویسی‌ها و اعلامیه‌ها توانستند ارتباط خود را با مخاطبانشان حفظ نمایند. اورت ام. راجرز (۱۹۸۶) در کتاب «فناوری ارتباطات: رسانه‌های جدید در جامعه» می‌گوید: «یکی از حقایقی که در انقلاب ایران ناشناخته ماند کشمکش بین رسانه‌های کوچک و بزرگ بود و این

1 Everett M. Rogers

رسانه‌های کوچک بودند که در مقابل رژیم شاه پیروز شدند. یک شبکه غیررسمی سازمان‌دهی شده با حدود ۲۰۰ هزار نفر رهبر مذهبی و ۹۰ هزار مسجد وجود داشت و درسی که کشورهای جهان سوم باید از انقلاب ایران بگیرند این است که اهمیت بیشتری به کانال‌های بین‌فردی و رسانه‌هایی این چنین کوچک بدهند.

از همان روزهای اولیه تبعید به عراق، امام خمینی از نوارها به‌عنوان ابزاری برای برقراری ارتباط با پیروان خود استفاده می‌کرد. از سال ۱۳۵۵ جریان جدید و قابل توجهی از نوارهای امام که از عراق با بازگشت حجاج شیعه به ایران می‌رسید، از طریق شبکه مسجد توزیع می‌شد. تبعید اجباری امام از نجف به پاریس، در ۱۳۵۶ ایشان را ناگهان در قلب توجه و پوشش رسانه‌های غربی قرار داد. جزوات تک‌برگ معروف به اعلامیه یکی دیگر از اشکال عمده رسانه‌های کوچک بود که توسط مخالفان استفاده می‌شد (Sreberny-Mohammadi, 1990: 357-359). نقش این رسانه‌ها به گونه‌ای بود که حامد الگار^۱ از آن‌ها به‌عنوان نماد فناوری انقلاب اسلامی یاد می‌کرد. الیهو کاتز^۲ استاد علوم ارتباطات در آمریکا در مقدمه کتاب «بازنگری امپریالیسم رسانه‌ای» معتقد است با وجود اینکه رژیم شاه رسانه‌های رسمی رادیو و تلویزیون در انحصار خود داشت و به‌عنوان نیرومندترین سازمان رادیو و تلویزیونی آسیا پس از ژاپن شناخته می‌شد، اما این رسانه‌های غیررسمی شامل نوار کاست و اعلامیه‌ها با بازیگری روحانیون، دانشجویان و بازاریان بود که نقش آفرینی کردند (فرقانی، ۱۳۸۷: ۶۱).

ویلیام هاگتن^۳ استاد محافظه‌کار دانشگاه ویسکانس آمریکا^۴ در کتاب «ارتباطات بین‌المللی»، مفهومی جدید را تحت عنوان «نظام انقلابی» به مفاهیم مربوط به نظام‌های اداره و کنترل مطبوعات افزود. هاگتن در کتاب «ارتباطات خبری جهانی، تغییر رسانه‌ها، برخورد ایدئولوژی‌ها» که در سال ۱۹۸۴ منتشر کرد، نوشت: «تأسیس نظام توسعه‌ای را بیشتر منوط به پیروزی انقلاب از طریق رسانه‌های کوچک می‌داند» (به نقل از محمودی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۰). از نظر او در ایران، انقلاب امام خمینی اولین «انقلاب نوار کاست» بود.

1 Hamed Algar
2 Elihu Katz
3 William Hachten
4 University of Wisconsin, USA

نوار کاست به عنوان یکی از رسانه‌های غیررسمی مهم به دلیل ارزان، در دسترس و قابل تکثیر بودن یکی از عوامل بسیار مهم در انتقال پیام و ارتباط امام خمینی (ره) با مردم بشمار می‌رفت. ایشان هنگامی که در نجف و پاریس تبعید شده بودند، پیام‌های خود را در نوار کاست ضبط کرده و به ایران می‌فرستادند و این نوارها تکثیر و در تمام کشور توزیع می‌شد و برخی از گفته‌های ایشان نیز توسط جوانان انقلابی روی کاغذ پیاده و بین مردم توزیع می‌گردید. اهمیت نوار کاست در انقلاب اسلامی به حدی بود که روزنامه‌نگار آمریکایی (آنتونی سامپسون^۱) با لحنی تمسخرآمیز گفته است روی قبر شاه بنویسید: «که او نوار کاست را فراموش کرد» (روزنامه جام جم، ۱۳۹۶/۱۱/۱۶).

مساجد به عنوان بستری سنتی و متفاوت از دیگر مواردی بودند که امام خمینی (ره) و بسیاری از مبارزان انقلاب از جمله روحانیون توانستند آن‌ها را به محلی برای تشکیل گروه مخالف مردمی علیه رژیم پهلوی تبدیل کنند. به گفته جان استمپل آسان‌ترین و مؤثرترین مسیر برای انتقال پیام مهم از شهری به شهر دیگر توسط مساجد با محوریت روحانیون رده‌بالا صورت می‌گرفت (استمپل، ۱۳۷۷: ۷۰). از این تریبون، امام و بسیاری از روحانیون توانستند به شکل‌گیری مخالفت‌های مردمی علیه رژیم پهلوی بپردازند و مبارزات خود را از مساجد آغاز کنند. دو تن از روحانیون آن زمان از جمله آیت‌الله طالقانی و حجت‌الاسلام فلسفی از متقدمین و سخنرانان برجسته بشمار می‌رفتند که در آگاهی‌رسانی به مردم قبل از تبعید امام (ره)، هم از طریق رسانه سنتی مانند سخنرانی در مساجد به برگزاری برنامه‌های تربیتی - اخلاقی پرداختند و همچنین بعد از زمان تبعید امام خمینی (ره) آیت‌الله سعیدی و حجت‌الاسلام هاشمی‌نژاد نیز فعالیت‌های علنی و مخفیانه خود را از طریق سخنرانی میان مردم ادامه دادند. در واقع مساجد به مکانی جهت فعالیت‌ها و تبلیغات سیاسی روحانیون علیه رژیم تبدیل شد که به تقویت اندیشه‌های مذهبی و تربیت نیروهای مبارز و انقلابی می‌پرداختند. یکی از مساجد معروف، مسجد قبا پایگاه اصلی آیت‌الله مفتاح بود که نقش پررنگی در تظاهرات داشت. مفتاح که از یاران و شاگردان امام خمینی (ره) بود، این مسجد را به مهم‌ترین مرکز حضور گسترده توده‌های انقلابی مبدل ساخت که در مناسبت‌های دینی هزاران نفر از مردم تهران را گرد هم می‌آورد و ضمن انجام فریضه‌های دینی، پیام امام خمینی و انقلاب را در بین مردم منتشر می‌ساخت (قره داغی، ۲۰۲۱: ۴۷). در واقع، مساجد در این دوره مکانی پویا برای

1 Anthony Sampson

فعالیت‌های سیاسی بودند. اما کارکرد تبلیغاتی این مکان در ایام مذهبی از جمله ماه‌های محرم و صفر شدت می‌گرفت. مساجد به مهم‌ترین مرکز افشاگری‌های روحانیون علیه نظام و همچنین محلی برای پخش اطلاعیه‌ها و نوارهای سیاسی تبدیل شده بودند.

اعلامیه‌ها و شب‌نامه‌ها از دیگر رسانه‌هایی بود که در اختیار نیروهای انقلاب بود و به‌خوبی از آن‌ها به‌عنوان رسانه‌ای آسان، مؤثر و کم‌هزینه استفاده کردند. اعلامیه‌های پخش شده اولین اخبار از مواضع امام خمینی، جامعه روحانیت، دانشگاه‌ها، حوزه‌ها، بازار و غیره را اعلام می‌کردند (قره داغی، ۲۰۲۱: ۴۷). در روایت انقلاب اسلامی، اعلامیه‌ها حاوی مطالب مختلف سیاسی از جمله پیام‌های امام (ره) یا شعارهای سیاسی برای دعوت مردم به مبارزه بود که توسط مردم و گروه‌های مختلف معترض چاپ و پخش و یا بر درودیوار چسبانده می‌شد. همچنین اعلامیه‌ها شامل مطالبی مربوط به دعوت به مبارزه، بر ملاکردن فساد شاه، و بیانات و پیام‌های امام خمینی (ره) و شعارهای سیاسی بودند که بسیار سریع توسط گروه‌های مختلف تکثیر و توزیع می‌گردید. شبکه غیررسمی شکل گرفته توسط امام و مخالفان کارایی و اثربخشی بیشتر نسبت به دستگاه رسانه‌ای رسمی رژیم داشت و در شکل دادن روایت انقلابی خود از مقبولیت فراگیرتری نیز برخوردار بود به همین سبب دامنه نفوذ و اثرگذاری و به‌تبع آن نتیجه را به نفع خود تغییر داد.

۳. بساخت روایت‌های انقلاب اسلامی ایران

رسانه‌ها و تبلیغات گروه‌های مخالف رژیم پهلوی با بهره گرفتن از فساد رژیم شاه و عدم توجه او به بافت فرهنگی و دینی ایران به ساخت روایتی دست زدند تا نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی را به دنبال خود بکشانند. ساختن چنین روایتی که از بافت فرهنگی و دینی جامعه ایران برآمد تأثیرات بلندمدتی داشت و بر حافظه جمعی انقلاب اثر گذاشت. انقلاب در زبان مردم تغییر ایجاد می‌کند؛ چون زبان مردم نه به معنی کلمات و واژگان، بلکه به معنی عرصه‌ای است که آن تفکر مطرح می‌شود. امام در مقطعی آمدند که همه از امپریالیسم، توده‌ها، پرولتاریا و خلق صحبت می‌کردند. امام روایتی جهانی از مفاهیم مستضعف، مستکبر و استکبار را ارائه دادند. ایشان به‌جای واژه‌هایی مثل جهان سوم، جهان اول، توسعه‌یافته، عقب‌مانده و امپریالیسم، واژه‌هایی مانند ملت‌های مستضعف و محروم، ملت‌های ستم‌کشیده، پابرنه‌های مغضوب دیکتاتورها را روایت کردند.

درواقع امام روایت خود را از ادبیات دینی وام گرفتند و با تحول در زبان و ساخت روایت جدید معنای جدیدی در جامعه ایجاد کردند. به چند مورد از این روایت‌ها اشاره می‌شود:

۱. **گفتمان شیعی و هویت:** انقلاب اسلامی با روایتی قدرتمند که حول محور گفتمان شیعی مشخص شد. این گفتمان با توجه به مفاهیم آن و به دلیل انطباق این مفاهیم با خواسته‌ها و آرزوهای دیرینه مردم مسلمان ایران نقش اصلی و مؤثری را در شکل‌گیری و پیروزی روایت انقلاب داشت (اقبال، ۱۳۹۹: ۱۴۵). این روایت بر لزوم تشکیل حکومت اسلامی و نفی نفوذ غرب تأکید داشت و مبارزه با فساد، استبداد و سکولاریزاسیون سلطنت پهلوی را به تصویر می‌کشید. به عبارتی وقوع انقلاب اسلامی مرهون روایت‌سازی و زمینه‌سازی فکری است که اسلام فقاهتی در قالب گفتمان در طی سال‌های قبل از انقلاب فراهم کرده و اسلام مبنا و اساس شکل‌گیری حکومت بوده و به دال مرکزی گفتمان انقلاب تبدیل شده است (اخوان مفرد، ۱۳۸۱: ۴۱). درواقع، گفتمان شیعی، گروه‌ها و طبقات ناراضی را که در شکاف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی شکل گرفته و در نقطه مقابل رژیم قرار داشتند، به روایت انقلابی ترغیب کرد. روایت اسلام انقلابی هم‌زمان با افول دیگر روایت‌ها و ایدئولوژی‌ها و به‌عنوان بدیل و رقیب آن‌ها، پدیدار شد، و اتحاد علما و روحانیان را به همراه داشت (معدل، ۱۳۸۲: ۲۲۵).

۲. **احساسات ضدغربی:** ساختار روایت همچنین شامل احساسات شدید ضدغربی بود و انقلاب اسلامی را به‌عنوان مبارزه با مداخله و نفوذ خارجی در نظر گرفت. مقاومت در برابر امپریالیسم به‌عنوان یک موضوع تکراری عمل کرد و انقلاب را به‌عنوان روایتی برای مبارزه با نیروهای خارجی نشان داد. به‌ویژه ایالات متحده به‌عنوان نماد ستم امپریالیستی به تصویر کشیده شد که این تصویر از آمریکا در بسیج حمایت از انقلاب کارساز بود. از این منظر، باید از یک روایت و نظام فکری یاد کرد که در ایران پدیده آمد و با روایت حاکم بر غرب، متفاوت بود. ازاین‌رو، «انقلاب اسلامی در چارچوب فکری و علمی غرب، «هضم‌ناپذیر» است» (نصری، ۱۳۹۰: ۴۵). چنان‌که فوکو، انقلاب اسلامی ایران را یک پدیده (تقریباً) منحصراً «اسلامی و معنوی» دانست. فوکو معتقد بود که: «دین اسلام به ایرانیان اجازه داد در برابر یک دستگاه نظامی و پلیس بسیار قدرتمند بایستند، که باعث می‌شود آن‌ها «خطر مرگ و شهادت را بر اطمینان از اطاعت ترجیح دهند» (فوکو، ۱۳۹۵: ۲۶۳)، دستگاهی که از طریق انقلاب، درصدد ایجاد تغییر و تحول در خویشتن بود.

این روایت همچنان بر سیاست خارجی و روابط دیپلماتیک ایران در دوران پس از انقلاب اسلامی تأثیر گذار است.

۳. **شخصیت کاریزمای امام:** امام (ره) به عنوان یک شخصیت مرکزی با عاملیت مهم در روایت انقلاب، نقشی محوری داشت. رهبری و مرجعیت دینی ایشان شخصیتی کاریزماتیک برای انقلاب فراهم کرد. این روایت، حضرت امام خمینی را به عنوان نماد مقاومت در برابر استبداد معرفی کرد و به مشروعیت انقلاب اسلامی و نظام برآمده از آن کمک کرد. نیکی کدی، معتقد است پیروزی قرائت مطلق گرایان امام خمینی (ره) از اسلام به این دلیل نبود که بیشتر مردم واقعاً این را به قرائت های لیبرال تر و یا مترقی تر متفکرین اسلامی روحانی و غیرروحانی دیگر ترجیح دادند؛ بلکه به این دلیل بود که در کنار مطلق گرایی نظری، کاریزمای وی و ویژگی های رهبری او مؤثر بودند (کدی، ۱۳۷۷: ۳۱۳). فرهنگ شیعی با اسطوره های ناب کاریزمایی خود هم چون امام علی (ع) و امام حسین (ع) که نمونه های عالی و ناب انسانیت هستند و تبلور ویژگی های آنها در امام خمینی (ره) که ویژگی های این اسطوره ها مانند عدالت، شجاعت، ساده زیستی انقلابی بودن و غیره را حمل می کرد، زمینه ساز ظهور و رهبری کاریزمایی ایشان در شرایط غیرعادی و بحرانی قبل از انقلاب بود (ملکوتیان، ۱۳۸۷: ۱۱۱). تأثیر گذاری امام بر حیات معنوی انسان معاصر عصر انقلاب آن چنان عمیق و گسترده بود که می توان گفت روایت امام خمینی (ره) حتی سیر تطوری انسان را تغییر داد (حاجتی، ۱۳۸۷: ۳۳).

۴. **نقش مردم در انقلاب اسلامی:** این روایت همچنین عاملیت مردم ایران را در مقاومت در برابر رژیم پهلوی برجسته می کند. داستان های اعتراضات توده ای، اعتصاب ها، و جنبش های مردمی جزء لاینفک ساخت روایت شدند و تلاشی جمعی برای بازپس گیری حاکمیت سیاسی و فرهنگی را به تصویر کشیدند. «زبانی که امام خمینی در سخنان خود به کار می گرفتند همواره مردم را خطاب قرار می دادند. به عنوان مثال عباراتی مانند «مردم آگاه، مبارز و شجاع»، «ایران مظلوم» و «مردم مسلمان ایران» نقش مردم را در شکل گیری روایت انقلابی پررنگ نشان می دهد» (فوران، ۱۳۸۳: ۵۷۴).

۵. رستگاری دینی: موضوع غالب در روایت انقلاب اسلامی، ایده رستگاری دینی و ایجاد حکومت اسلامی به عنوان ابزاری برای پرداختن به زوال اخلاقی و فساد ادراک شده بود. فرد هالیدی به «محتوای دینی» انقلاب اسلامی ایران، با پیامدهای ایدئولوژیک نگریسته است. وی بر سه پیامد ایدئولوژیک تأکید می‌کند: «اول این که این محتوا، هر ایده سامان و پیشرفت ماده‌گرایی را رد می‌کند. دوم احساسات ناسیونالیستی و ضدامپریالیستی قدرتمندی در تحولات ایران نقش آفرینی می‌کرد؛ سوم این که رهبری انقلاب پیشینیان را به عنوان چالشی برای مشروعیت انحصاری خود می‌دید» (Halliday, 1982: 437). ایرانیانی که به ندرت با روایت دولت پهلوی همذات‌پنداری می‌کردند از ایدئولوژی تشیع به مثابه منبعی برای نیل به قدرت و هویت ملی استقبال می‌کردند. آن‌هم درست در موقعیتی که روحانیت شیعه به لحاظ تشکیلاتی آماده بود و با شوق و ولع انتظار می‌کشید تا دولتی اسلامی را بنا کند (میرسپاسی، ۱۳۸۴: ۱۶۸). مضمون رستگاری دینی به شکل‌گیری سیاست‌های پس از انقلاب اسلامی و بازتعریف هنجارهای اجتماعی بر اساس مبانی اسلامی کمک کرد.

مسئله مهم دیگری که در ساخت روایت مهم است متن و تفسیر هست که نقش خود را در یک بافت فرهنگی و تاریخی نشان می‌دهد. یعنی ساخت روایی انقلاب اسلامی، خود را در بافت فرهنگی و تاریخی ایران درک کرد و روایتی متناسب با فرهنگ، دین و چهره مردم جامعه خود ارائه داد. سنت‌های مذهبی چندصدساله جامعه ایران، سابقه مداخله خارجی، استبداد سیاسی و نابرابری‌های اجتماعی - اقتصادی به طنین‌اندازی روایت انقلابی در میان اقشار مختلف مردم کمک کردند. البته باید به این نکته توجه شود که هم‌زمان با روایت انقلاب اسلامی روایت و تفاسیر متنوع نیز جریان داشت، یعنی درحالی که یک روایت غالب توسط رهبری امام خمینی ترویج می‌شد، تفاسیر و روایات گوناگون از چپ‌گرایان و ملی‌گرایان افراطی نیز در جامعه ایران جریان داشت. گروه‌ها و افراد مختلف اجتماعی به دنبال روایت‌های جایگزین بر اساس ایدئولوژی، دیدگاه‌ها، تجربیات و موقعیت‌های خود در جامعه ایران بودند که در مقابل روایت پیروز انقلاب اسلامی و امام خمینی همگی تبدیل به روایت شکست شدند.

مورد دیگری که در ساخت روایت مهم است و به آن در چارچوب نظری پرداختیم دینامیک ۱ (پویایی) قدرت ساخت روایت بود. در توضیح این ویژگی در روایت انقلاب اسلامی، باید شکل دادن به حافظه جمعی بررسی گردد از آن جهت که روند ساخت روایت انقلاب اسلامی خنثی نبود؛ بلکه پویایی قدرت را شامل می‌شد. روایت غالب که توسط رهبران مذهبی و نخبگان سیاسی و مردم شکل گرفته بود، نقش تعیین کننده‌ای در شکل‌گیری حافظه جمعی انقلاب داشت. این روایت بعد از پیروزی انقلاب اسلامی بر برنامه‌های درسی آموزشی، بزرگداشت‌های عمومی و گفتمان رسمی نیز تأثیر گذاشت. روایت‌های جایگزین، مانند روایت‌های گروه‌های سکولار، چپ‌ها و حتی چپ‌های اسلامی تحت‌الشعاع روایت مذهبی غالب قرار گرفتند. این ویژگی ساخت روایت با خود طرح و توالی روایت را نیز به همراه داشت، یعنی در جریان انقلاب اسلامی ایران ما شاهد یک گاه‌شماری مقاومت هستیم به گونه‌ای که ساختار روایت از یک توالی زمانی پیروی می‌کند و مراحل مقاومت در برابر سلطنت شاهی را مشخص می‌کند. این شامل قیام خونین سال ۴۲، اعتراضات اولیه، تبعید امام، تشدید تظاهرات، زدوخوردهای رژیم با معترضین و درنهایت سرنگونی رژیم پهلوی بود. به عبارتی توالی روایت انقلاب اسلامی به ایجاد روایتی منسجم و قانع کننده از یک خیزش مردمی کمک کرد. این ظرفیت روایت انقلاب اسلامی برآمده از بافت فرهنگی و تاریخی ایران، به دوران پس از انقلاب نیز راه یافت و ادامه‌دار بود / هست، به عبارتی ساختار روایتی انقلاب اسلامی فراتر از خود انقلاب گسترش یافت و تأسیس جمهوری اسلامی را در بر گرفت. این شامل روایت‌هایی در مورد تدوین قانون اساسی جدید، نقش شریعت اسلامی، حاکمیت ولایت فقیه و تثبیت قدرت تحت نظر مراجع دینی بود.

نتیجه گیری

نظریه ساخت روایت لنزی را ارائه می‌دهد که از طریق آن می‌توان چگونگی شکل دادن روایت‌ها به درک ما از جهان، تأثیر بر ادراکات ما و کمک به ساخت هویت‌های فردی و جمعی را از طریق آن تحلیل کرد. در تئوری ساخت روایت، توجه به چگونگی استفاده از عناصر مختلف

داستان‌سرایی، مانند شخصیت‌ها، سخنرانی، تصاویر و مضامین برای شکل‌دهی و انتقال رویدادهای تاریخی و روایت‌سازی حائز اهمیت است. در مقاله حاضر به چگونگی شکل‌گیری روایت انقلاب اسلامی ایران و نقش عوامل متعدد از جمله جایگاه رسانه‌های غیررسمی و عاملیت امام خمینی (ره) در شکل‌دهی به روایت انقلابی پرداختیم. در چارچوب انقلاب اسلامی تحلیل شد که رسانه‌های رسمی محمدرضا پهلوی در به‌تصویر کشیدن روایت و ایدئولوژی پهلوی شکست خوردند. روایت او که بدون توجه به بافت فرهنگی و اجتماعی ایران تبلیغ می‌شد تثبیت نشد. تنظیم روایت انقلابی که زمینه تاریخی، اجتماعی و فرهنگی را در برمی‌گیرد، توسط امام و مخالفان به‌واسطه رسانه‌های غیررسمی شامل نوار کاست، مساجد و اعلامیه‌ها به کار گرفته شد. روایت انقلاب اسلامی شرایط اجتماعی، پویایی دینی و زمینه ژئوپلیتیکی را که انقلاب در آن رخ داد متناسب با فرهنگ مردم ایران به تصویر کشید. رسانه‌های غیررسمی با فراهم کردن بستری برای صداها و دیدگاه‌های به حاشیه رانده‌شده، بازنمایی ظریف‌تر و متنوع‌تر از انقلاب را تسهیل کردند، روایت‌های متناقض پهلوی را به چالش کشیدند و دیدگاه‌های جایگزین ارائه کردند. گسترش رسانه‌های غیررسمی در طول انقلاب اسلامی نمونه‌ای از قدرت ارتباطات غیرمتمرکز در تأثیرگذاری بر گفتمان عمومی و تفسیر تاریخی بود. نقش حیاتی رسانه‌های غیررسمی به‌گونه‌ای بود امام و دیگر مخالفان رژیم پهلوی که با دسترسی محدود به کانال‌های رسانه‌ای رسمی مواجه بودند، از ابزارهایی مانند نوار کاست، مساجد و سخنرانی استفاده کردند که در موفقیت انقلاب اهمیت بسیاری دارد. اطلاعاتی که به صورت مخفیانه پخش می‌شد نه تنها به تأثیرگذاری بر افکار عمومی کمک کرد، بلکه توده‌ها را بسیج کرد و باعث تسهیل سرنگونی نظم مستقر شد. تعامل بین رسانه‌های رسمی و غیررسمی بر پیچیدگی پویایی‌های انقلابی و راه‌هایی تأکید می‌کند که صداها را می‌توانند حافظه جمعی و تفسیر تاریخی را شکل دهند.

فهرست منابع

- Akbari, MohammadAli; Bigdelo, Reza. (2011). Pahlavism: The Official Ideology of Mohammad Reza Pahlavi's Government in the 1960s and 1970s. Quarterly Journal of Document Treasure, 21 (4): 24-26.[In Persian]
- Akhavan Mofrad, Hamidreza. (2002). Ideology of the Iranian Revolution. Tehran: Imam Khomeini and Islamic Revolution Research Institute.[In Persian]
- Alavian, Morteza; Nikrosh, Maliheh. (2021). A Survey of National Identity during the Pahlavi II Era (1979-1941): Policies and Tools. Contemporary Political Essays, 3 (5): 183-150.[In Persian]
- Azghandi, Alireza. (2010). History of Political and Social Developments in Iran (1979-1941). Tehran: Samt Publishing.[In Persian]
- Bansal, M.; Vij, A. K. & Nayyar, R. (2019). Flexible Mental Models and Collective Wisdom Through Social Media: An Interpretive Structural Modeling Approach. Journal of Operations and Strategic Planning, 2 (1): 65-84.
- Beale, James. (1992). Lion and Eagle: The Troubled Relations Between Iran and America. Translated by Forouzan BarLiān. Tehran: Fakhetch Publishing.[In Persian]
- Castells, Manuel. (2014). The Power of Communications. Translated by Hossein Basiriyan Jahromi. Tehran: Research Institute for Culture, Art and Communication.[In Persian]
- Castells, Manuel. (2022). The Power of Communications. Translated by Mohammad Azari Najafabadi. Tehran: Media Studies and Planning Office.[In Persian]
- Farghani, MohammadMehdi. (2008). An Introduction to Traditional Communications. Tehran: Media Studies and Planning Center.[In Persian]
- Fisher, W.R. (1985). The narrative paradigm: An elaboration. Communication Monographs, 52 (4): 347-367.
- Foran, John. (2004). History of Social Developments in Iran from the Safavid Era to the Years after the Islamic Revolution. Translated by Ahmad Tadein. Tehran: Rasa Publishing.[In Persian]
- Foucault, Michel. (2016). What Dreams Do Iranians Have? Translated by Hossein Masoumi Hamadani, 8th edition. Tehran: Hermes Publishing.[In Persian]
- Gadinger, Frank et al. (Hg.) (2016). Political Storytelling: From Fact to Fiction. In: Global Dialogues. Online unter: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:464-20160825-1559176>.
- Genette, G. (1980). Narrative Discourse: An Essay in Method translated by jane e. lewin foreword by janathan culler, cornell university press, Ithaca: new york.
- Gharedaghi, Huriyeh. (2021). The Genocide of Iranians. Volume Two, Edited by Qasem Gharedaghi. Denmark: Avaye Bouf Publishing.[In Persian]

- Hachten, W. (1984). *The Press and Apartheid: Repression and Propaganda in South Africa*. Paperback.
- Hajati, Mir AhmadReza. (2008). *The Era of Imam Khomeini (RA)*. Second Edition. Qom: Islamic Propagation Office.[In Persian]
- Halliday, F. (1982). *The Iranian Revolution*. *Political Studies*, 30 (3):
- Herman, D & et al. (2012). *Narrative theory : core concepts and critical debates*. Copyright: by The Ohio State University.
- Iqbal, Ismail. (2019). Analytical investigation of discourses effective in the victory of the Islamic Revolution (with emphasis on the element of spirituality in the eyes of Martyr Motahari). *Bi-Quarterly Journal of Islamic Revolutionary Guard Education*, 9 (20): 164-145.
- Jam-e Jam Newspaper. (2017). *Nostalgia of 57*. February 5, No. 5038. Available at <https://www.magiran.com/article/3703283>. [In Persian]
- Kadi, Niki A. (1998). *Comparative Study of the Iranian Revolutions*. Translated by Fardin Ghorishi. *Matin Journal*, 1 (1).[In Persian]
- Kaveh, Giti. (2008). *An Overview of the History of Radio in Iran (1920-2008)*. *Social Sciences Monthly*, 8 (7): 77-64.[In Persian]
- Kerymian, Alireza; Rahbar, Abbasali. (2014). *Mass Media, Political Stability, and the Occurrence of the Islamic Revolution in Iran*. *Quarterly Journal of Islamic Revolution Approach*, 8 (26): 46-23.[In Persian]
- Kootari, Masoud; Tafreshi, Amir Ali. (2017). *Feminine Identity in the Discourse of the Second Pahlavi Era (Case Study: "Zan Rooz" Magazine and Mohammad Reza Shah's Speeches about Women)*. *Cultural Researches of Iran*, 10 (1): 175-145.[In Persian]
- Mahmoudi, Iraj; Habibzadeh, As'hab; Khaeniki, Hadi; Navabkhah, Mehrdad. (2020). *Identifying the Dimensions, Influential Factors, and Consequences of the Media Model of Iranian Citizens' Civil Rights*. *Social Development Studies in Iran*, 12 (3): 23-7.[In Persian]
- Malakoutian, Mostafa. (2008). *Reviewing the Causes of the Islamic Revolution in the Realm of Theorizations*. Tehran: Islamic Culture and Thought Research Institute. [In Persian]
- Mirsepasi Ashtiani, Ali. (2005). *A Reflection on Iranian Modernity*. Tehran: Tarh-e No.[In Persian]
- Moaddel, Mansoor. (2003). *Class, Politics, and Ideology in the Iranian Revolution*. Translated by Mohammad Salar Kasraie, Tehran: Center for Recognition of Islam and Iran.[In Persian]
- Mokhtari Esfahani, Reza. (2009). *History of Social Developments of Radio in Iran*. Tehran: Radio Research Office.[In Persian]
- Nasri, Mohsen. (2011). *Iran: Yesterday, Today, Tomorrow*. 7th Edition, Qom: Maaref Publishing.[In Persian]

- Nazari Moghaddam, Javad; Imani, Ali. (2014). The Role and Position of Traditional Communications in the Formation of the Islamic Revolution of Iran. Scientific Quarterly of Islamic Revolution Studies, 11 (36): 9-30.[In Persian]
- Rogers, E.M. (1986). Communication Technology the New Media in Society. New York: The Free Press.
- Rolan, B. (1977). Introduction To The Structura Analysis of Narrative. in Image – Music-Text. Iondon, Fontana.
- Shirkhani, Ali; Sabzi, Davood. (2015). Explaining the Formation of Convergences and Divergences in the Process of Victory and Survival of the Islamic Revolution. Quarterly Journal of Islamic Revolution Studies, 4 (13): 42-21.[In Persian]
- Sohrabi, Hamidreza; FarahBakhsh, MohammadJavad. (2019). Investigating the role of mosques in the victory of the Iranian Islamic Revolution. Contemporary Iran Zolot Research Quarterly, Volume 6, Number 3, 117-139.[In Persian]
- Sreberny-Mohammadi, A. (1990). Small Media for a Big Revolution: Iran. Politics. Culture and Society, 3 (3): 341-371.
- Stempel, John D. (1998). Inside the Islamic Revolution. Translated by Manoochehr Shojaei. Tehran: Rasa Publishing.[In Persian]
- Tolouei, Mahmoud. (1997). Actors of the Pahlavi Era from Foroughi to Ferdoust. Volume Two. Tehran: Elm Publishing.[In Persian]
- Zarrinkoub, Abdolhossein. (2005). The Epochs of Iranian History from the Beginning to the Fall of the Pahlavi Dynasty. Tehran: Sokhan Publishing.[In Persian]

