

روزنامه صبح غرب کشور
 <i>روزنامه صبح غرب کشور</i>
صاحب امتیاز: مسعود جواندل سردبیر: زهره پوروهایی
چاپ: پیام رسانه نشانی تحریریه: همدان، خیابان پاستور، کوچه شهید عزیزبان، پلاک ۵۹

سپهرغرب، گروه فرهنگی – سمیرا گمار؛ یک کارشناس رسانه گفت: در دنیایی که چهره‌سازی‌های رسانه‌ای گاه بر واقعیت غلبه دارند، امام خمینی با صداقتی بی‌پریایه و حضوری فرارسانه‌ای، هویتی الهام‌بخش و کاریزماتیک پدید آورد؛ او نه خود را با رسانه تطبیق داد و نه چهره‌ای مهندسی‌شده به نمایش گذاشت.

در دنیایی که امروز با یک کلیک، پیام‌ها از یک قاره به قاره‌ای دیگر منتقل می‌شوند و شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم اصلی شکل‌دهی افکار عمومی محسوب می‌شوند، تصور ساخت‌گرایی یک انقلاب عظیم بدون رسانه‌های مدرن، تقریباً ناممکن به نظر می‌رسد. اما تجربه تاریخی انقلاب اسلامی ایران و نقش امام خمینی به‌عنوان رهبر فکری و میدانی آن، این تصور را به چالش می‌کشد.

امام خمینی (ره) در دهه‌های رهبری فکری مردم را برعهده گرفت که هیچ‌یک از ابزارهای رسانه‌ای امروزی (مانند اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، ماهواره یا حتی سگ‌های مانی با پوشش سراسری) در اختیارش نبودند. او نه تصویر ثابتی از خود در آذهان داشت، نه تریبون رسمی مداوم و نه حتی سازمان رسانه‌ای منسجم؛ بااین‌حال پیام‌هایش شنیده، باور و به نیرویی اجتماعی بدل شد که نه‌ایست ساختار سیاسی کشور را متحول کرد، چگونه چنین امری ممکن شده؟ پاسخ این سؤال را باید در نوعی «مهندسی ارتباطات سنتی» جست‌وجو کرد که در آن عناصر فرهنگی، مذهبی، شبکه‌های انسانی و زبان بیانی به‌گونه‌ای دقیق و مؤثر، کنار هم قرار گرفتند. امام خمینی توانست با تکیه بر سرمایه اجتماعی نهادهایی همچون حوزه‌های علمیه، مساجد، بازار و طلاب، یک «شبکه» رسانه‌ای غیر رسمی و غیر متمرکز(۱) را فعال کند. این مدل نوار کاست، منبر، اعلامیه و حتی شایعه هدفمند، ابزارهای ارتباطی محسوب می‌شدند.

از سوی دیگر، شخصیت امام خود به رسانه‌ای زنده بدل شد؛ شخصیتی که با کمترین حضور تصویری، اما با بیشترین نفوذ کلام، موفق به خلق یک چهره کاریزماتیک در ذهن میلیون‌ها مخاطب شد. او پیام‌هایی ساده، شفاف و کوتاه اما پرمحتوا ارائه می‌داد؛ پیامی که از سبست زبان مردم عبور می‌کرد و به دل‌ها می‌نشت.

این‌گفت‌وگو بامحمدلسانی،کارشناس وتحلیلگر رسانه، مروری است بر شیوه‌های منحصربه‌فرد امام در روایت‌سازی، ارتباط مردمی و مهندسی افکار عمومی در عصر سنت تا ببینیم چگونه می‌توان با ابزارهایی غیر مدرن، تأثیراتی مدرن و ماندگار گذاشت و چه آموزه‌هایی از آن دوران برای جهان ارتباطی امروز قابل استخراج است.

■ **رسانه‌های انقلاب؛ از زیرکاست تا نوار کاست**

این کارشناس و تحلیلگر رسانه در پاسخ به اینکه چگونه امام خمینی در غیاب رسانه‌های نوین توانست پیام خود را در سطح ملی و جهانی منتشر کند؟ به ساختار چندلایه ارتباطی انقلاب اشاره کرد و گفت: رسانه همداد بشر است؛ با این تفاوت که در دوره‌های مختلف، ابزارها و اشکال آن تغییر کرده‌اند. محمد اسانی از آن استفاده می‌کردند و چایخانه‌های زیرزمینی، مرکز اصلی این فعالیت‌ها بودند.

این کارشناس رسانه با اشاره به تکامل این

شیوه‌های ارتباطی در مسیر انقلاب، نوار کاست را نقطه عطفی در انتقال پیام‌های امام معرفی کرد و افزود: به‌مرور، رسانه‌های صوتی وارد میدان شدند. نوار کاست به رسانه اصلی تبدیل شد و صدای حضرت امام بدون واسطه، به افشار مختلف جامعه می‌رسید؛ جالب است که یکی از اندیشمندان ارتباطات در آمریکا در کتابی که همان سال‌ها منتشر کرد، از انقلاب اسلامی ایران با عنوان انقلاب نوار کاست یاد کرده و به نقش رسانه صوتی در گسترش پیام امام خمینی، تأکید کرده بود.

لسانی در ادامه به ساختار رسانه‌ای انقلاب از منظر فنی و لایه‌بندی اجتماعی پرداخت و آن را مبتنی بر ارتباطات چهره‌به‌چهره و شبکه‌های انسانی توصیف کرد: در آن زمان، مهم‌ترین ساختار ارتباطی، شبکه‌های چهره‌به‌چهره و ارتباطات گروهی بود. این ارتباطات معمولاً شکل هرمی داشتند؛ افراد از طریق چهره‌های شاخص مذهبی و سیاسی که در رأس این هرم بودند (مانند روحانیت و مطلعین دینی) اطلاعات و آگاهی دریافت می‌کردند.

وی در کنار این ساختار انسانی، از دو لایه

رسانه‌ای دیگر نیز یاد کرد: در لایه دوم، رسانه‌های

مکتوب قرار داشتند؛ بیانیه‌ها، خطبه‌ها و نوشته‌هایی که بر بستر کاغذ منتشر می‌شدند.

در لایه سوم، رسانه صوتی قرار می‌گرفت؛ همان نوارهای کاست که پیام‌ها را به گوش مردم در سراسر کشور می‌رسانند.

امام خمینی پیامش را از دل عرفان و ادبیات بیرون کشید، با زبان مردم گفت و با صدای کاست، به خانه‌ها فرستاد.

این پژوهشگر حوزه رسانه ساختار رسانه‌ای آن دوران را تلفیقی از سنت و مدرنیته خواند و اظهار کرد: این سه لایه، هم‌زمان با هم عمل می‌کردند؛ برای مثال تصور کنید که شهید مطهری را دکتر شریعتی جلسه‌ای برگزار می‌کردند؛ این جلسه لایه اول ارتباط بود. سپس محتوای آن جلسه مکتوب می‌شد و به‌عنوان بیانیه یا جزوه پخش می‌شد (لایه دوم) و هم‌زمان، صدای آن سخنرانی روی نوار کاست ضبط و توزیع می‌شد (لایه سوم).

لسانی در جمع‌بندی این بخش، مدل ارتباطی انقلاب اسلامی را یک نظام چندلایه توصیف کرد که به‌طور هماهنگ، از عناصر سنتی و مدرن بهره می‌برد و گفت: ما با نظامی مواجه بودیم که به شکل ترکیبی و تلفیقی، عمل می‌کرد؛ نوعی مهندسی ارتباطات سنتی که توانست پیام انقلاب را در غیاب رسانه‌های رسمی، به گوش مردم برساند.

■ **رسانه تصویری، کاریزمادابی یا کاریزماسازی؟**

وی در ادامه گفت‌وگو، به پدیده مهمی اشاره می‌کند که در تحلیل‌های رسانه‌ای کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد: نقش رسانه‌های مختلف در خلق یا تخریب چهره‌های کاریزماتیک. به باور

تلفن دفتر مرکزی: ۳۳۳۰ - ۰۸۱ | **امور مشترکین:** ۹۱۸۳۱۶۸۵۷۴

صاحب امتیاز روزنامه: ۰۹۱۸۸۳۱۵۴۱ | **آگهی‌ها:** ۲۸۵۴۰۴۰ - ۰۸۱

پيامک: ۳۰۰۱۸۸۲۰ | **ارتباط با تحریریه:** ۲۸۲۷۲۳۹۹ - ۰۸۱ | **دورنما:** ۲۸۲۸۱۸۴۹ - ۰۸۱

| گستره توزیع: استان‌های ایلام - کرمانشاه - کردستان - مرکزی - همدان |

امام علی علیه‌السلام فرمودند: دانش، میراثی است گرانبهای و آداب، زیورهایی نو به نو و اندیشه، آینه‌ای صافی است.

sepehrgharb.news

Email: sepehrgharb.news@gmail.com

www.sepehrgharb.ir

امام خمینی وبرندسازی بی‌تظاهر در عصر بدون رسانه

الگوی رهبری امام خمینی، نه در قالب‌های رسانه‌ای، بلکه در صداقت بی‌واسطه و قدرت شخصیتی او شکل گرفت/ ارتباط امام خمینی با جامعه بر پایه ارتباط اجتماعی بود

می‌بینیم؛ جایی که افراد بخشی از خود را ویتربین و بخش‌های دیگر را پنهان یا حذف می‌کنند. درواقع ذات برندسازی شخصی، معمولاً نوعی تظاهر، تجمل و حتی فریب در خود دارد.

این تحلیلگر رسانه ادامه داد: نوع کنش رسانه‌ای امام خمینی به‌گونه‌ای بود که هیچ تفاوتی میان چهره عمومی و شخصیت خصوصی ایشان احساس نمی‌شد. مردم همان فردی را می‌دیدند که واقعاً وجود داشت؛ نه نسخه‌ای ویرایش‌شده و صیقل‌خورده برای دوربین.

لسانی بر این نکته نیز تأکید کرد که برندسازی امام خمینی، (اگر بتوان آن را چنین نام نهاد) نه بر محور فرد، بلکه بر پایه یک نظام فکری و دینی شکل گرفته بود.

وی تصریح کرد: مدلی که در مورد امام می‌بینیم، به هیچ عنوان برندسازی فردی نیست؛ بلکه برندسازی بر پایه دین، اسلام سیاسی و نقش تاریخی آن در بیداری مردم است. در این الگو هدف، ساختن یک پرچم است؛ نه خودنمایی یک فرد. امام پرچمدار این گفتمان بود و نه صرفاً یک شخصیت کاریزماتیک منفرد.

■ **پیام‌هایی برآمده از زیست ادبی و بلوغ سیاسی**

این کارشناس رسانه با اشاره به تجربه‌های موفق رسانه‌ای از آثاری مانند سریال «امام علی (ع)» یا فیلم‌های دینی همچون «امجد رسول‌الله» و «یوسف پیامبر» یاد کرد و متذکر شد: فقط در مواردی که طراحی رسانه‌ای با دقت انجام شده باشد (ازجمله انتخاب بازیگر، نگارش فیلم‌نامه و کارگردانی)، می‌توان تأثیر منفی تصویر را کنترل کرد و روایت مؤثری ارائه داد.

لسانی در ادامه به پرسش درباره چگونگی شکل‌گیری چهره کاریزماتیک امام خمینی در ذهن مردم، بدون حضور تصویری مستقیم پاسخ داد: هویت و شخصیت امام خمینی از بیرون قاب رسانه شکل گرفت. نه از درون آن. مؤلفه‌هایی مانند سیادت ایشان، جایگاه روحانی، سن و سال باید و وقار شخصی، ظلم و تبعیضی که از سوی شاه متحمل شد و روحیه ضد آمریکایی و استقلال‌طلبی‌اش، همه در ساخت چهره‌ای تأثیرگذار نقش داشتند. این عناصر برای مردم آن زمان، فراتر از قاب رسانه معنا داشتند و اعتبار می‌آوردند.

وی تأکید کرد: در مورد امام خمینی رسانه

تصویری نه‌تنها باعث کاهش محبوبیت نشد، بلکه به‌دلیل هم‌زمانی با آن مؤلفه‌های بیرونی،

توانست در خدمت ترویج پیام امام قرار گیرد.

■ **برندسازی بی‌تظاهر، روایت صادقانه امام خمینی از خویشان**

این مدرس سواد رسانه سپس در پاسخ به این پرسش که آیا امام خمینی به‌صورت آگاهانه یا شهودی از عناصر روایت‌سازی و نمادپردازی برای تثبیت جایگاه رهبری خود بهره برده؟ به تفاوت بیندیشی میان «برندسازی شخصی» و «هویت‌سازی صادقانه» اشاره کرد.

لسانی تأکید کرد: مدل رفتاری و رسانه‌ای امام، برخلاف بسیاری از الگوهای امروزی برندسازی فردی، مبتنی بر صداقت، یکپارچگی و خودنمایی نکردن بوده است.

وی بیان کرد: حضرت امام هیچ‌گاه خودشان را روتوش نکردند؛ نه زبان، نه لحن، نه چهره‌شان. همان‌گونه که بودند، ظاهر می‌شدند و با همان صداقت با مردم سخن می‌گفتند. این برخلاف آن چیزی است که در برندسازی شخصی رایج

دوشنبه ۱۲ خردادماه ۱۴۰۴
سال هفدهم ■ شماره ۳۱۳۶
 <i>روزنامه صبح غرب کشور</i>
صاحب امتیاز: مسعود جواندل سردبیر: زهره پوروهایی
چاپ: پیام رسانه نشانی تحریریه: همدان، خیابان پاستور، کوچه شهید عزیزبان، پلاک ۵۹

نمایندگی‌های سپهرغرب در استان‌ها

محمدسعید کناریوند (ایلام): ۹۴۷۸ ۹۲۵ ۹۲۲۰۹۱۲

فرزاد منتی (کرمانشاه): ۲۷۲۹ ۱۳۰ ۰۹۱۸

شیرین مرادی (کردستان): ۶۹۸۴ ۸۷۷ ۰۹۱۸

مینا یاحقی (مرکزی): ۴۹۰۹ ۱۷۹ ۰۹۹۰

دوشنبه ۱۲ خردادماه ۱۴۰۴
سال هفدهم ■ شماره ۳۱۳۶
 <i>روزنامه صبح غرب کشور</i>
صاحب امتیاز: مسعود جواندل سردبیر: زهره پوروهایی
چاپ: پیام رسانه نشانی تحریریه: همدان، خیابان پاستور، کوچه شهید عزیزبان، پلاک ۵۹

و مقام) مطرح کرد: بلاتشبیه، اگر بخواهیم نمونه‌ای تاریخی ذکر کنیم، در دوره پیامبر اسلام (ص) هم چنین اقتداری را می‌دیدیم که پس از تشکیل حکومت اسلامی، حتی کفار هم در برابر آن سر فرود می‌آوردند. اینجا مسئله نه رسیان شخص، بلکه سنجش نوعی حکمرانی و تثبیت قدرت مشروع دینی است.

■ **رهبران فرارسانه‌ای: رسانه تابع پیام است، نه پیام تابع رسانه**

این مدرس سواد رسانه در پاسخ به پرسشی درباره فرض تفاوت در شیوه پیام‌رسانی امام خمینی درصورت حضور در عصر شبکه‌های اجتماعی، نگاه متفاوتی را مطرح کرد و اساس این پرسش را زیر سؤال برد.

لسانی تأکید کرد: بزرگان انقلاب، چه امام خمینی و چه رهبر معظم انقلاب آیت‌الله خامنه‌ای، هرگز کنش‌های خود را با اقتضائات رسانه‌ای تنظیم نکرده‌اند. به بیان دیگر، رسانه برای ایشان ابزار انتقال پیام است، نه سازنده یا شکل‌دهنده به محتوا.

وی با صراحت گفت: ما با مشی حضرت امام و همچنین رهبر فعلی انقلاب، مواجهیم با شخصیت‌هایی که کنش خود را بر پایه رسانه طراحی نمی‌کنند. برای آن‌ها رسانه نه خالق معنا، بلکه صرفاً حامل پیام است. این نقطه تمایز مهمی با کسانی بوده که شخصیت رسانه‌ای دارند؛ آن‌ها که خود را مطابق با اقتضائات رسانه، کوچک یا بزرگ می‌کنند.

این مدرس سواد رسانه ادامه داد: بسیاری از افراد سطحی‌رای دیده‌شدن در رسانه، در دوره سنتی یک گونه و در دوره دیجیتال گونه‌ای دیگر رفتار می‌کنند. اما امام و رهبر انقلاب در هر بستر رسانه‌ای، چهره‌ای ثابت، یک‌دست و واقعی از خود ارائه داده‌اند؛ رسانه‌ها باید خود را با این حقیقت سازگار کنند و نه برعکس.

لسانی در ادامه تأکید کرد: این بزرگان، الگوهایی «فرارسانه‌ای» هستند؛ نه در بیان، نه در لحن و نه در نحوه تعامل با مردم. تفاوتی به‌دلیل تغییر رسانه در ایشان نمی‌بینیم. این رهبران بزرگ، محتوا را فدای فرم نمی‌کنند؛ بلکه فرم (رسانه) است که در خدمت محتوا قرار می‌گیرد.

■ **از رسانه جمعی تا ارتباط اجتماعی؛ امام خمینی و الگویی نوین در پیوند با مردم**

وی در تحلیل الگوی ارتباطی امام خمینی، به تمایز مهمی میان «ارتباط جمعی» و «ارتباط اجتماعی» اشاره کرد و گفت: در میان رهبران سیاسی جهان، کمتر می‌توان الگویی همچون امام خمینی یافت که از همان آغاز، ارتباط مستقیم، چهره‌به‌چهره و صفتی با افشار مختلف جامعه برقرار کرده باشد.

به گفته این کارشناس رسانه، نوع تعامل امام با گروه‌هایی چون مصلحان، خانواده شهدا، نهادهای

در دیدار آیت‌الله رضانی و نماینده رئیس جمهور سنگال در امور دینی تأکید شد:

گسترش همکاری‌های علمی و فرهنگی بین ایران و سنگال

امام خمینی (ره) رویکرد حداکثری به دین را به ما یاد داد

حداکثری به دین را به ما یاد داد، بنابراین کارکرد و کارآمدی و تأثیرش حداکثری شد. به همین دلیل است که دین، در برابر نظام سلطه قرار گرفت. آفریقا یک قاره ثروتمند است و این ثروت باید در خود آفریقا و برای ملت آن هزینه شود. متأسفانه بسیاری از کشورهای آفریقایی مستعمره بوده‌اند. سابقه استعماری فرانسه در آفریقا و به‌خصوص در غرب این قاره زیاد است؛ امروزه باید در سنگالی مواجه هستیم که به استقلال رسیده و پیشرفت خودش را نشان می‌دهد.

آیت الله رضانی بر وحدت و انسجام اشاره کرد و گفت: آن چیزی که برای مسئولان کشورهای اسلامی و کشور سنگال اهمیت دارد، این است که وحدت و انسجام ما روزبه‌روز باید بیشتر شود. جمهوری اسلامی این نگاه را در رابطه با کل آفریقا دارد؛ ما می‌توانیم دانشجویان نخبه آفریقا را در همه رشته‌ها در ایران، آموزش دهیم.

■ **سنگال، پیشگام حمایت از فلسطین در آفریقا و جهان**

نماینده رئیس‌جمهور سنگال در امور دینی نیز در ادامه این دیدار گفت: از این دیدار خوشحالم و از صحبت‌هایی که بیان کردید، تشکر می‌کنم. جیم درامه به حمایت مردم و دولت سنگال از فلسطین اشاره کرد و افزود: کشور سنگال از کشورهای است که در آفریقا و در جهان به

فلسطین کمک می‌کند و همراهی با فلسطین را در هیچ‌جا جانی نمی‌کند. از روزی که در سال ۱۹۶۹ میلادی مسجد الاقصی را آتش زدند، سنگال از موضع همبستگی با ملت فلسطین و ضرورت خروج صهیونیست‌ها از فلسطین، عقب‌نشینی نکرده است. همچنین رئیس گروه دفاع از فلسطین در سازمان ملل از سال ۱۹۷۵ میلادی تاکنون، سنگال است.

نماینده رئیس‌جمهور سنگال در امور دینی اظهار کرد: برای دولت جدید ما استقلال بسیار مهم است. به همین دلیل دولت‌مردان و رهبر تصمیمی که می‌گیرند، به این نکته اشاره می‌شود که دولت باید در همه عرصه‌ها، مستقل باشد. وقتی دولت قبول کرد که فلسطین در خاک سنگال سفارت داشته باشد، بسیاری از کشورهای دنیا چنین رویکردی را نداشتند. این نشان می‌دهد که دولت سنگال حق را قبول می‌کند، هیچ‌وقت از بی‌عدالتی و ظلم حمایت نمی‌کند و از مظلومین دفاع می‌کند.

■ **آمادگی سنگال برای تبادل علمی و فرهنگی با ایران**

درامه درباره پیشنهاد دین در سنگال خاطرنشان کرد: دین در کشور سنگال سابقه زیادی دارد. براساس پژوهش‌ها، حداقل هزار سال پیش اسلام در سنگال حضور داشته است.

از شرق و از مسلمانان گرفته شده است. کتاب القانون ابن سینا در طب، در چهار رشته پزشکی است. او یکی از ریاضی‌دانان و فیلسوفان بزرگ ایرانی بوده؛ حتی در آلمان کلیکی‌هایی به‌نام ابن سینا تأسیس شده است و دانشمندان آلمانی بر قانون ابن دانشمند حاشیه زده‌اند؛ بنابراین اقتدار علمی مسلمانان سابقه بسیار طولانی دارد.

دیرکل مجمع جهانی اهل بیت (ع) درباره بنیان‌های پیشرفت یک کشور گفت: برای اینکه به سمت تمدن نوین اسلامی برویم، نخستین اصل، ایمان و گسترش باورهای انسانی است. در این امر بین جمهوری اسلامی ایران و سنگال مشترکات زیادی وجود دارد؛ اصل دیگر، پیشرفت علم است که اساس علم سلطنت و قدرت می‌آورد.

وی به پیشرفت‌های جمهوری اسلامی ایران در عرصه‌های مختلف اشاره و اظهار کرد: جمهوری اسلامی ایران ۴۷ سال پیش ازنظر علمی رتبه ۵۷ را در جهان داشت، اما اکنون میانگین رتبه ایران، ۱۵ است؛ در برخی از علوم مثل نانو، پنجمین کشور دنیا هستیم.

■ **تمدن نوین اسلامی در پرتو علم، اخلاق و عدالت**

آیت‌الله رضانی ادامه داد: رهبر جمهوری اسلامی ایران هفت توصیه برای آینده بشریت

سپهرغرب، گروه فرهنگی؛ در دیداری صمیمانه میان دبیرکل مجمع جهانی اهل بیت (ع) و نماینده رئیس‌جمهور سنگال در امور دینی، دو طرف بر گسترش همکاری‌های علمی، فرهنگی، دینی میان جمهوری اسلامی ایران و سنگال تأکید کردند.

آیت‌الله رضا رضانی که به دعوت شخصیت‌های دینی کشور سنگال به این کشور سفر کرده است، با دکتر «جیم درامه»، نماینده رئیس‌جمهور سنگال در امور دینی، دیدار کرد.

■ **ایران و سنگال؛ اشتراکات دیرینه در دین، فرهنگ و مقاومت**

دبیرکل مجمع جهانی اهل بیت (ع) در ابتدای این دیدار درباره ارتباطات و اشتراکات ایران و سنگال اظهار کرد: کشور سنگال، یکی از مهم‌ترین کشورهای در غرب آفریقا است. ایران و سنگال رابطه دیرینه‌ای دارند و حضور سنگال در عرصه دفاع از فلسطین، تأثیرگذار است. یکی از مهم‌ترین مشترکات دو کشور، در امور دینی بوده، چون سنگال و جمهوری اسلامی ایران دو کشور مسلمان هستند.

وی درباره جایگاه علم در اسلام عنوان کرد: زمانی مسلمانان مرکز نقل علوم و منشأ علوم پایه مثل فیزیک و شیمی بودند. اساساً بخشی از علومی که در غرب وجود دارد، حتی پزشکی،