

سیر تحول دسترسی مرجعیت به رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباط با جامعه در ایران در نیم سده‌ی اخیر

کمال رضوی^۱

چکیده:

مرجعیت شیعه در سده‌های اخیر در قامت یک نیروی اجتماعی - سیاسی موثر در جوامع شیعی حضور داشته و در شمار مهمی از تحولات و نقاط عطف دوره‌ی معاصر مشارکت فعال داشته است. از مهم‌ترین عوامل ظهور مرجعیت در قالب یک نیروی اجتماعی موثر، در اختیار داشتن مجموعه‌ای کارآمد از ابزارها و مکانیزم‌های ارتباطی با جامعه است که مشتمل بر ابزارهای سنتی و متداول نظیر شبکه‌ی مساجد و منابر و واعظان و مبلغان، و رسانه‌های ارتباطی نوین نظیر مطبوعات، اینترنت و ماهواره می‌باشد. در مقاله‌ی پیش رو به بررسی سیر تحولی میزان دسترسی مراجع تقلید به ابزارهای رسانه‌ها در نیم‌سده‌ی اخیر و در ایران پرداخته‌ایم. بر این اساس، دوره‌های چهارگانه‌ای برای مرجعیت مشخص گردیده و دسترسی به اشکال گوناگون رسانه‌ای در هر یک از دوره‌ها مورد بررسی قرار گرفته است.

در این بررسی از روش‌های «مصاحبه با مطلعان و متخصصان» و «مطالعه‌ی اسنادی و کتابخانه‌ای» استفاده شده است. بر مبنای این بررسی، مکانیزم‌های ارتباطی مرجعیت با جامعه در طی دوره‌های مختلف بسته به نوع رسانه، متفاوت بوده و سیر واحدی را طی نکرده است.

کلمات کلیدی:

مرجعیت شیعه، رسانه‌های ارتباطی، شبکه‌ی مساجد، منابر، مطبوعات حوزوی، پایگاه‌های اینترنتی مراجع.

۱. مقدمه

مرجعیت شیعه به مثابه‌ی یک نیروی اجتماعی - سیاسی موثر، محصول مجموعه‌ای از تحولات است که به طور معین از زمان شکل‌گیری دولت صفوی در ایران آغاز شد و در برهه‌های بعدی (ظهور و افول دولت افشاریه و شکل‌گیری حکومت قاجار) نیز تداوم یافت، تا اینکه در میانه‌ی حکومت قاجار در قالب مرجعیت عامه‌ی میرزای شیرازی به کمال خود رسید. پیش از دوران مذکور، مرجعیت نه تنها با این نام شناخته نمی‌شد که به عنوان یک نیروی اجتماعی - سیاسی موثر و بانفوذ نیز قابل تشخیص نبود؛ در این ادوار متقدم (از آستانه‌ی عصر غیبت تا ظهور دولت صفوی)، اقتدار مرجعیت در بین مجموعه‌ای از مجتهدان محلی و کانون‌های حوزوی شیعی در مناطق مختلف ایران و جهان اسلام پراکنده بود.

سه تحول اساسی در دوره‌ی زمانی مذکور (از دولت صفوی تا دولت قاجار) زمینه‌ی درونی لازم برای ظهور مرجعیت متمرکز را فراهم آورد: (۱) مهاجرت علما به عتبات پس از فروپاشی صفویه و محدودیت‌های عصر نادری که آنها را خارج از حوزه‌ی تسلط قدرت سیاسی حاکم قرار داد؛ (۲) غلبه‌ی مکتب اصولی‌گری بر مکتب اخباری و تسری دو آموزه‌ی مهم این مکتب مبنی بر نصب عام فقها از سوی امام زمان به عنوان نایب و لزوم پرداخت خمس و سهم امام به فقهای جامع‌الشرایط در عصر غیبت؛ (۳) پذیرش عام یافتن ایده‌ی «اعلمیت» شیخ مرتضی انصاری و تاکید بر وجوب تقلید از مجتهد اعلم جامع‌الشرایط و ظهور جایگاه با عنوان «مرجعیت عامه» و «ریاست کل دینی».

در کنار سه تحول مذکور، زمینه‌های بیرونی نیز برای شکل‌گیری مرجعیت متمرکز فراهم آمد: (۱) گسترش راه‌ها و جاده‌های حمل و نقل و وسایل ارتباط جمعی و تاسیس پست و تلگراف که به شکل‌گیری شبکه‌ی گسترده‌ای از علما و روحانیان یاری رساند؛ (۲) ورود صنعت چاپ و نشر و افزایش تدریجی سطح سواد به شکل‌گیری سنت رساله‌ی عملیه‌نویسی مکتوب برای

^۱ دانش‌آموخته‌ی کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی از دانشگاه تهران

مقلدان انجامید و احکام فقهی را از سطح تخصصی یا بیان شفاهی خارج ساخت؛^۱ (۳) رویارویی ایران با غرب و گرایش قاجاریه به نوسازی، که نوعی واکنش شیعی - ایرانی برای پاسداری از سنت‌ها و فرهنگ‌ها و اقتصاد ملی در میان علما پدید آورد و انگیزه‌ی لازم برای ورود فعال به عرصه‌ی اجتماعی - سیاسی را در مراجع ایجاد کرد (بشیریه، حسین، ۱۳۸۲، صص. ۲۴۳-۲۴۲).

با تحولات مذکور، علاوه بر آنکه تعابیر «مرجعیت عامه»، «ریاست کل دینی» و «زعامت» متولد شده و به شکل گسترده مورد استفاده قرار گرفتند، مرجعیت شیعه، ساختار، نقش و کارکردی مشابه با جایگاه فعلی‌اش یافت: یک نیروی اجتماعی صاحب نفوذ مستقل از نظام سیاسی و دارای شبکه‌ای از روابط دینی و اجتماعی با روحانیان سطوح پایین‌تر و مقلدان و هواداران و منابع مالی لازم که امکان ایفای نقش فعال در عرصه‌ی اجتماعی - سیاسی وای مرزهای محلی و محدود را برایش فراهم می‌آورد. بدین ترتیب عصر جدید مرجعیت شیعه که از نقش دینی و رابطه‌ی تقلید شرعی فراتر رفته و نقش و پایگاه اجتماعی ویژه‌ای می‌یابد، آغاز می‌گردد که تا اکنون نیز ادامه یافته است.

با وصف فوق توجه به نقش رسانه‌های ارتباطی در ظهور مرجعیت به شکل کنونی ضرورت می‌یابد. ظهور فناوری ارتباط جمعی نظیر تلگراف، زمینه‌ی ارتباط مراجع برجسته با مجموعه‌ای از مجتهدان محلی را در نقاط عطف فراهم آورد. نگاهی به چگونگی به کارگیری این ابزارها از سوی مراجع برای انتقال پیام خود به مجتهدان شهرها و علمای بلاد و مقلدان در نقاط دور و نزدیک جهان اسلام در برهه‌هایی نظیر قیام تنباکو، انقلاب مشروطه و جنبش سال‌های ۱۳۴۳-۱۳۴۱ اهمیت این وسایل ارتباطی را در زمینه‌سازی برای اعمال نفوذ مراجع و کنش جمعی و هماهنگ آنها روشن می‌سازد. این ابزارهای ارتباطی به فعال شدن بیشتر رسانه‌های سنتی مجتهدان برای ارتباط با مردم - که چیزی جز منابر و مساجد نیست - هم انجامید. تلگراف ارسال شده از سوی یک مرجع برجسته در برهه‌های خاص، به فاصله‌ی اندکی از طریق قرائت بر روی منابر مساجد به اطلاع توده‌ی دینداران می‌رسید، مواضع مراجع را برای آنها روشن می‌ساخت و تکلیف شرعی آنها را برای کنش‌گری تعیین می‌نمود. بنابراین، شبکه‌ی ارتباطی مرجعیت، محصول کنار هم قرار گرفتن مجموعه‌ای از ابزارهای ارتباطی بود که تا پیش از ظهور فناوری‌های جدید، امکان پیوند آنها به یکدیگر و استفاده از تمام ظرفیت‌هایشان یا ممکن نبود و یا بسیار دشوار بود. شکل‌گیری این شبکه‌ی ارتباطی به مثابه‌ی یک رسانه‌ی موثر همان اندازه به تلگراف و حمل و نقل آسان به عنوان بستر شکل‌گیری نیازمند بود که به رسانه‌ی سنتی مراجع - منابر و مساجد - وابسته بود. فناوری‌های جدید بودند که پیوند مساجد و منابر را تسهیل کرده و به آنها خصلت «شبکه‌ای» بخشیدند. با توضیحات فوق روشن می‌گردد که رسانه‌ی ارتباطی، نقشی انکارناپذیر در ظهور مرجعیت به مثابه‌ی نیروی اجتماعی - سیاسی تاثیرگذار داشته است.

نکته‌ی مقدماتی دیگر که باید بدان پرداخته شود اینکه رسانه‌ی مراجع برای ارتباط با مردم، به همان رسانه‌های سنتی - منابر، وعظ و تبلیغ - محدود نمانده است. مراجع تقلید برای ارتباط با مردم و مقلدان در برهه‌های مختلف زمانی، بنا بر امکانات موجود و اقتضائات و شرایط، از ابزارهای گوناگون بهره جسته‌اند. استفاده از منابر و وعظ و تبلیغ و سیستم نمایندگی و وکالت، با سابقه‌ترین و رایج‌ترین شکل ارتباط با مقلدان در اقصی‌نقاط مناطق شیعی بوده است. با گسترش صنعت ارتباطات و امکانات چاپ و نشر، استفاده از ابزارهای ارتباطی نظیر رسانه‌های مکتوب و نشریات حوزوی و همچنین صدور اعلامیه و اطلاعیه‌ی مکتوب از سوی مراجع مورد توجه قرار گرفته و به عنوان ابزار ارتباطی دیگری به کار گرفته شد. از حدود دو دهه‌ی پیش نیز با رواج استفاده از اینترنت در جوامع اسلامی، پایگاه‌های اینترنتی و دیگر امکانات فضای مجازی، مورد استفاده‌ی مراجع برای ارتباط با جامعه و مقلدان قرار گرفته است. بنابراین در دوران کنونی، رسانه‌های مرجعیت برای ارتباط با مخاطبان در پنج گونه قابل تشخیص است:

(۱) منابر و مساجد

(۲) مطبوعات و نشریات

(۳) رسانه‌های انحصاری (رادیو، تلویزیون)

۱. به رغم شکل‌گیری سنت رساله‌ی عملیه‌نویسی در طی دوره‌ی مورد بحث، رساله‌ها عمدتاً مشتمل بر تعداد زیادی از تعابیر و واژگان غامض فقهی بودند که استفاده از آنها توسط عموم مردم را با دشواری‌های مواجه می‌ساخت. این مشکل نیز با انتشار نخستین توضیح‌المسائل به سبک فعلی در زمان حیات آیت‌الله بروجردی رفع شد. این توضیح‌المسائل، توسط یکی از فضلاء حوزه به نام حاج شیخ علی اصغر علامه کرباسچیان (مؤسس مدارس علوی در تهران)، بر مبنای آرای فقهی آیت‌الله بروجردی تدوین شد و پس از تأیید توسط ایشان بارها چاپ شد و بدین ترتیب به شکل رسمی متداول در بین مراجع درآمد (یزدانی، عباس، ۱۳۷۷؛ منتظری، حسینعلی، ۱۳۷۹، صص. ۱۷۵).

(۴) اطلاعیه‌ها و اعلامیه‌های مناسبی یا موردی با هدف تبیین دیدگاه‌ها و مواضع نزد افکار عمومی
(۵) رسانه‌های ارتباطی جدید (اینترنت، ماهواره، سامانه‌های پیام کوتاه).

مقاله‌ی جاری در پی آن است که سیر تحولی دسترسی مراجع تقلید به رسانه‌های پنج‌گانه‌ی مذکور را در حدود نیم سده‌ی اخیر مورد بررسی قرار دهد و روشن سازد که در هر یک از دوره‌های زمانی مختلف نیم‌سده‌ی اخیر، مراجع تقلید به کدام رسانه‌ها بیشتر و به کدام یک کمتر دسترسی داشته‌اند. از آنجا که در اختیار داشتن رسانه‌های ارتباطی موثر و کارآمد، شاخصی ضروری برای اثرگذاری و اعمال نفوذ اجتماعی از سوی مرجعیت است، از خلال بررسی سیر تحولی مذکور می‌توان میزان نفوذ اجتماعی مرجعیت به واسطه‌ی دسترسی به رسانه‌های مذکور را نیز مورد سنجش و داوری قرار داد.

۲. دوره‌های چهارگانه‌ی حیات مرجعیت در نیم‌سده‌ی اخیر

این مقاله دایره‌ی بررسی‌های تاریخی و جامعه‌شناختی خود را به لحاظ زمانی، به پنجاه سال اخیر و به لحاظ مکانی، به ایران محصور نموده است. مرجعیت شیعه در چنین دامنه‌ای، نقاط عطف چندی را پشت سر نهاده است:

- درگذشت آیت‌الله بروجردی (آخرین حلقه از زنجیره‌ی مراجع تامه)
- قیام پانزده خرداد و اندکی بعد، تبعید آیت‌الله خمینی به نجف
- انقلاب بهمن‌ماه ۱۳۵۷ و تغییر در نظم سیاسی حاکم
- درگذشت آیت‌الله خمینی و پایان یافتن دوران تلازم ولایت فقیه و مرجعیت
- درگذشت مراجع طبقه‌ی سابق (آیات گلپایگانی و اراکی) و آغاز دور جدیدی از تعدد مراجع و فعل و انفعال مرجعیت با حکومت

هر یک از این نقاط عطف، بخش‌های وسیعی از جامعه‌ی ایران به طور کلی، و به طور ویژه، مرجعیت را از جهات گوناگون (وضعیت اجتماعی، سازمان درونی و موقعیت سیاسی) با دگرگونی‌هایی مواجه ساخته است. بر مبنای این نقاط عطف، حیات مرجعیت شیعه در نیم سده‌ی اخیر را به چهار دوره‌ی اصلی تقسیم کرده‌ایم:

۱. دوران مرجعیت واحد آیت‌الله بروجردی (۱۳۴۰-۱۳۲۵)
۲. دوران تعدد مرجعیت از درگذشت آیت‌الله بروجردی تا پیش از انقلاب ۱۳۵۷
۳. مرجعیت در دوره‌ی نخست جمهوری اسلامی؛ ملازمت ولایت فقیه و مرجعیت (از انقلاب ۱۳۵۷ تا درگذشت آیت‌الله خمینی)
۴. تداوم دوران تعدد مرجعیت پس از انقلاب: دوران تفکیک ولایت فقیه و حاکمیت سیاسی از مرجعیت (از درگذشت آیت‌الله خمینی تا زمان حاضر)

ناگفته پیداست که هر یک از دوره‌های چهارگانه در دل خود، تلاطمات سیاسی - اجتماعی زیادی را دیده‌اند؛ از جمله نهضت ملی شدن صنعت نفت و اندکی بعد کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ در دوره‌ی نخست، قیام پانزده خرداد ۱۳۴۲ و اوج گرفتن کشمکش‌های سیاسی در دوره‌ی دوم، جنگ هشت‌ساله‌ی ایران و عراق در دوره‌ی سوم و اندکی بعد جنبش دوم خرداد ۱۳۷۶ و تحولات سال ۱۳۸۸ در دوره‌ی چهارم. هر یک از این رویدادها نمایانگر رخداد‌های مهم اجتماعی و سیاسی در زمان خود بوده و بی‌شک تاثیر و تاثراتی با نهاد دین و مرجعیت نیز داشته‌اند؛ اما دلیل آنکه مبنای دوره‌بندی قرار نگرفته‌اند، عدم بروز دگرگونی بنیادین در سازمان درونی مرجعیت بر اثر این تحولات است. چهار دوره‌ی مذکور، به توسط هر یک از نقاط عطف ذکر شده، دوران متمایزی در حیات مرجعیت شیعه در ایران محسوب می‌شوند و هر یک از بزنگاه‌های سه‌گانه، به چرخشی قابل توجه در سازمان درونی و جایگاه اجتماعی - سیاسی مرجعیت انجامیده است که از این حیث، آنها را از دیگر رویدادهای نیم‌سده‌ی اخیر جامعه‌ی ایرانی متمایز می‌سازد.

۳. روش پژوهش

روش مورد استفاده‌ی این پژوهش حول دو روش «مصاحبه با متخصصان» و «مطالعه‌ی اسنادی و کتابخانه‌ای» می‌گردد. انتخاب این روش‌ها، هم متأثر از نوع مساله و هدف پژوهش است (که مشتمل بر مسائلی نظیر فقدان پژوهش‌های جامعه‌شناختی پیشین و تاکید بر استخراج «سیر تحول» که نوعی مطالعه‌ی طولی و تاریخی است، می‌باشد) و هم ناشی از محدودیت‌های تحقیق؛ این محدودیت‌ها نیز عمدتاً زاینده‌ی همان فقدان مطالعات پیشین است. برای نمونه، چنانچه از دهه‌های سی و چهل مطالعه‌های

آماري مشخص در خصوص رسانه‌هاي ارتباطي مراجع در دسترس بود، و چنين مطالعاتي به طور منظم در طي دهه‌هاي اخير نيز صورت گرفته بود، کار ما بسيار ساده‌تر مي‌شد؛ کافي بود به مقايسه‌ي تطبيقي نتايج اين مطالعات پرداخته و سير تحول مورد نظر را استخراج نماييم. اما چنين مطالعات آماري منظمي در اختيار پژوهشگر نيست. اين محدوديت‌ها سبب مي‌گردد سنجش سير تحول نه فقط در مساله‌ي مرجعيت، که اصولاً در هر موضوع جامعه‌شناختي ديگري، با دشواري‌هاي دوچندان مواجه گردد. بنا بر اين ناگزير يا بايد قيد مطالعات طولی که تبين کننده‌ي سير تحولي هستند را زد و به تعريف پژوهش‌هاي مقطعي بسنده نمود، يا به گونه‌اي درصدد استفاده از امکانات موجود براي بررسي سير برآمد. ما در اين پژوهش گزينه‌ي دوم را انتخاب کرده‌ايم و روش جاگزين ما براي انجام مطالعه‌ي موصوف، بر دو پايه‌ي مصاحبه با متخصصان و همچنين مطالعه‌ي اسنادي و کتابخانه‌اي بنا شده است. روشن است که استفاده از روش‌هاي پيمايشي در اين موضوع امکان‌پذير نيست. از سوي ديگر روش‌هاي ميداني و مشاهده‌اي نيز نمي‌توانند براي ترسيم خط سير يک مساله‌ي مورد بررسي، به کار گرفته شوند. در نتيجه کاملاً منطقي است که مطالعه‌ي خود را بر مبنای اسناد و گزارش‌هاي تاريخي و از سوي ديگر، داده‌هاي مستخرج از نظريات مطلعان و متخصصان بحث مرجعيت بنا نماييم.

در ادامه توصيفي کوتاه از مهمترين مبادي روش‌شناختي «مصاحبه با متخصصان» و «مطالعه‌ي اسنادي - کتابخانه‌اي» ارائه مي‌گردد.

۱.۳. مصاحبه با متخصصان

بخشي از داده‌هاي پژوهش ما از خلال گفتگو با متخصصان در حوزه‌ي مرجعيت بدست مي‌آيد. روش مصاحبه با متخصصان به گفته‌ي موزر و ناگل، نوعي مصاحبه‌ي نيمه‌استاندارد است که در آن، بر خلاف مصاحبه‌هاي زندگي‌نامه‌نگارانه به مصاحبه‌شونده، نه به عنوان يک کل يا شخص، بلکه به سبب قابليت‌اش به عنوان متخصص در يک حوزه‌ي خاص توجه مي‌شود. متخصصان نه به عنوان يک مورد منفرد، بلکه به منزله‌ي نمايندگان يک گروه در نمونه گنجانده مي‌شوند. چالش اصلي در اين روش، محدود کردن مصاحبه‌شونده به موضوع مورد بررسي - در اينجا دسترسي مرجعيت به رسانه‌هاي ارتباطي - است. متخصصاني که ما در اين پژوهش براي مصاحبه مدنظر داريم، مشتمل بر سه گروه مي‌باشند:

- نخست علما و روحانياني که در حال فعاليت در حوزه‌ي علميه (و حتي الامکان فعاليت مستقيم در دفاتر و بيوت مراجع عظام تقليد) مي‌باشند. بخشي از اين صاحب‌نظران را روحانيان منتسب به بيوت مراجع تقليد تشکيل مي‌دهند. در اين راستا تلاش شده که از تمامي گرايش‌هاي موجود درون مرجعيت، ديدگاه‌هاي نماينده‌اي از اين دست متخصصان در جريان پژوهش انعکاس يابد. بخش ديگري از اين صاحب‌نظران، علمايي هستند که براي ساليان مديد در امور مربوط به مرجعيت و حوزه‌هاي علميه فعال بوده و اکنون، خود در مسير مرجعيت قرار دارند. ويژگي اصلي اين دسته از صاحب‌نظران ديدگاه دروني‌تر و ذهني‌تر آنان نسبت به مساله‌ي پايگاه اجتماعي مرجعيت است.
- دوم، روحانيوني که از مناسبات دروني مرجعيت و حوزه‌هاي علميه به طور نسبي مطلعند، ولي به تدريج از متن حوزه و نهادهاي رسمي ديني فاصله گرفته و در عرصه‌هاي ديگري نظير فعاليت‌هاي دانشگاهي، اجتماعي و سياسي اشتغال دارند. ويژگي اين دسته از صاحب‌نظران، ديدگاه بيروني و عيني‌تر آنها درباره‌ي مرجعيت و سير تحول آن، نسبت به متخصصان دسته‌ي نخست است.
- و در نهايت، سومين دسته‌ي متخصصان، پژوهشگراني هستند که پيش از اين در خصوص مساله‌ي مرجعيت به مطالعه پرداخته و دستاوردي در قالب مقاله، کتاب و ... ارائه کرده‌اند.

بدین ترتیب مصاحبه‌هاي اين پژوهش با طيفي از متخصصان است که در يک سر آن علما و روحانيان با ديدگاه دروني و ذهني قرار دارند و در سر ديگر آن، پژوهشگران (عمدتاً دانشگاهي) با نگرش بيروني و عيني. مهم‌ترين مشکل اين مصاحبه، مشکل هدايت است؛ چرا که فرد مصاحبه‌شونده پيش‌تر به منزله‌ي صاحب توانايي و قابليت‌هاي خاصي مورد توجه است تا به منزله‌ي يک شخص. چنانکه روش‌شناسان گفته‌اند، در مصاحبه با متخصصان، هدف عمدتاً تحليل و مقايسه‌ي محتويات دانش متخصصان است. (فليک، اووه، ۱۳۸۷).

در اين پژوهش، در مجموع از ديدگاه ۱۵ متخصص و مطلع در حوزه‌ي مرجعيت بهره جسته‌ايم که از اين تعداد ۷ متخصص در زمره گروه نخست، ۳ متخصص از گروه دوم و ۵ متخصص نيز از گروه سوم مي‌باشند. از بين اين متخصصان، ۹ نفر داراي

تحصیلات حوزوی خارج، ۳ نفر دارای سطح تحصیلات حوزوی سطح و ۴ نفر نیز دارای تحصیلات دانشگاهی می‌باشند (دو تن از متخصصان به طور مشترک هم در حوزه و هم در دانشگاه تحصیل کرده‌اند).

۲.۳. مصاحبه‌ی ساخت‌یافته (پرسشنامه)

ما در این پژوهش برای آگاهی از دیدگاه متخصصان، از مصاحبه‌ی ساخت‌یافته استفاده کرده‌ایم. استفاده از این مصاحبه، با توجه به نیاز پژوهش به مقایسه و تطبیق دقیق دوره‌های چهارگانه‌ی پژوهش به لحاظ معیارها و شاخص‌های مربوط به دسترسی مرجعیت به رسانه‌های ارتباطی، ضرورت داشته است. این پرسشنامه مشتمل بر یک شاخص «رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباط با جامعه (تعداد و گستره‌ی تاثیرگذاری رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی با جامعه: نشریات، اعلامیه‌ها، منابر و مساجد، پایگاه‌های اینترنتی، ماهواره و ...)» است که طی آن از متخصصان مورد مصاحبه درخواست شده در هر یک از دوره‌های چهارگانه‌ی پژوهش، ارزیابی خود را از شدت شاخص مذکور بر طبق درجه‌بندی شش‌گانه‌ای از خیلی‌زیاد تا هیچ بیان کنند. نمونه‌ای از این پرسشنامه در تصویر شماره ۱ آمده است. استفاده از این پرسشنامه‌ای در این موضوع سبب می‌شود که هنگام استخراج نتایج و مقایسه‌ی وضعیت دوره‌ها، دامنه‌ی تفسیرپذیری داده‌ها توسط پژوهشگر محدودتر شده و نتایج از دقت بیشتری برخوردار شوند.

دوره‌های چهارگانه				
دوره‌ی نخست	دوره‌ی دوم	دوره‌ی سوم	دوره‌ی چهارم	شاخص
<input type="checkbox"/> هیچ <input type="checkbox"/> خیلی کم <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> هیچ <input type="checkbox"/> خیلی کم <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> هیچ <input type="checkbox"/> خیلی کم <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> خیلی زیاد	<input type="checkbox"/> هیچ <input type="checkbox"/> خیلی کم <input type="checkbox"/> کم <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> زیاد <input type="checkbox"/> خیلی زیاد	رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباط با جامعه (تعداد و گستره‌ی تاثیرگذاری رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی با جامعه: نشریات، اعلامیه‌ها، منابر و مساجد، پایگاه‌های اینترنتی، ماهواره و ...)

تصویر ۱: نمونه‌ای از پرسشنامه ارائه‌شده به متخصصان

۳.۳. مطالعه‌ی اسنادی – کتابخانه‌ای

پژوهش اسنادی، پژوهش مبتنی بر شواهد برگرفته از مطالعه اسناد، مانند آرشیوها یا آمار رسمی است. بسیاری از اوقات، اصطلاح تحقیق کتابخانه‌ای را مرادف با پژوهش اسنادی به‌کار می‌برند. میان این دو نوع روش تحقیق، تمایزهایی وجود دارد. منظور از مطالعات کتابخانه‌ای، مطالعاتی است که موضوعات مورد مطالعه در اختیار و دسترس محقق قرار نداشته و غالباً مربوط به گذشته‌ای دور یا نزدیک می‌گردد و محقق از اسناد و مدارک زمان‌های پیشین که در کتابخانه‌ها موجود می‌باشند، استفاده می‌کند. به‌عنوان مثال، تحقیق در زمینه طبقات اجتماعی عصر صفویه یا تحقیق درباره سهم اقشار مختلف اجتماعی در انقلاب مشروطیت ایران.

پژوهش اسنادی فراگیرتر از تحقیق کتابخانه‌ای است. اسناد، تنوع وسیعی از داده‌ها در قالب نامه‌ها، روزنامه‌ها، مجلات، اعلامیه‌ها، پوسترها، دستورالعمل‌ها و بخش‌نامه‌ها، گزارش‌های اداری، نقشه‌های مختلف، نتایج سرشماری و آمارها، اسناد مربوط به تولد، ازدواج، طلاق، خدمت سربازی، ورقه‌های امتحان، زندگینامه‌ها، یادداشت‌های شخصی، وصیت‌نامه‌ها، حساب‌های بانکی، اسناد مالکیت، دفترچه تلفن، شهادت‌نامه‌ها، قراردادهای تصاویر، نقاشی‌ها، فیلم و عکس، و انواع داده‌های شفاهی نظیر گفتارهای ثبت‌شده روی نوارهای کاست، فیلم یا دیسک نوری را شامل می‌گردد. بنابراین، در پژوهش اسنادی، قالب‌های موجود برای داده‌ها بسیار متنوع می‌باشد و به همین نسبت نیز روش پژوهش اسنادی کاربردی گسترده‌تر از به‌کارگیری صرف در تحقیقات تاریخی دارد.

ما در پژوهش خود، به سبب اینکه درصدد بررسی چهار دوره‌ی ذکرشده‌ی مرجعیت هستیم که سه دوره‌ی آن به دوره‌های پیشین بازمی‌گردد، طبعاً به سبب فاصله‌ی زمانی بایستی از روش تحقیق کتابخانه‌ای و اسنادی به طور نسبی بهره‌جوییم. مجموعه‌های تدوین‌شده از روی اسناد ساواک توسط دفتر بررسی‌های تاریخی وزارت اطلاعات و مرکز اسناد انقلاب اسلامی (نظیر آیت‌الله میلانی به روایت اسناد، آیت‌الله خوانساری به روایت اسناد ساواک، زندگی‌نامه‌ی آیت‌الله گلپایگانی به روایت اسناد، تاریخ شفاهی انقلاب، انقلاب اسلامی به روایت اسناد و ...)، زندگی‌نامه‌ها و مجموعه‌های مشتمل بر تاریخ شفاهی، بخشی از منابع اسنادی ما برای دوره‌های اول و دوم مرجعیت را تشکیل می‌دهند.

۴. یافته‌های حاصل از مطالعه‌ی اسنادی – کتابخانه‌ای

- چنانکه در مقدمه اشاره شد، رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباط با جامعه مشتمل بر شاخص‌های پنج‌گانه‌ی زیر می‌باشد:
- (۱) صدور اطلاعیه‌ها و اعلامیه‌های مناسبی یا موردی با هدف تبیین دیدگاه‌ها و مواضع نزد افکار عمومی
 - (۲) دسترسی به حوزه‌ی مطبوعات
 - (۳) دسترسی به رسانه‌های انحصاری (رادیو، تلویزیون)
 - (۴) دسترسی به منابر و مساجد
 - (۵) دسترسی به رسانه‌های ارتباطی جدید (اینترنت، ماهواره، سامانه‌های پیام کوتاه).
- در ادامه هر یک از شاخص‌های مذکور را به طور جداگانه مورد بررسی قرار داده و جمع‌بندی کوتاهی ارائه می‌کنیم.

۴.۱. صدور اطلاعیه‌ها و اعلامیه‌های مناسبی یا موردی

یکی از رایج‌ترین اشکال ارتباط مراجع با مردم صدور اطلاعیه و اعلامیه می‌باشد. این اعلامیه‌ها عمدتاً مشتمل بر یک فتوای فقهی، موضع سیاسی یا فراخوان بوده و طی آن از مردم خواسته می‌شود بر این مبنا، کنش خاصی صورت دهند. چنانکه در مقدمه‌ی مقاله ذکرش رفت، از زمان صورت‌بندی مرجعیت در شکل متاخر خود (حدود دو قرن پیش) اختراع تلگراف این امکان را به مراجع داد که اعلامیه‌هایی از جنس فوق را از طریق تلگراف به علمای بلاد و شهرهای مختلف برسانند؛ این اعلامیه‌ها به سرعت در ادبیات شفاهی مردم راه می‌یافت و توسط افراد برای یکدیگر نقل می‌گردید. اندکی بعد با منضم شدن صنعت چاپ به امکان مذکور (تلگراف) و افزایش تدریجی شهرنشینی و جمعیت باسواد جامعه، امکان انتشار اعلامیه‌ها و پخش آن در میان مردم نیز فراهم شد. در دوره‌ی نخست پژوهش، شاهد استفاده‌های موردی و محدود از این شیوه‌ی ارتباطی هستیم. به عنوان مثال، فتوای آیت‌الله بروجردی مبنی بر تحریم کالاهای یهودی، به سرعت در قالب مکتوب منتشر و به وسیله‌ی روزنامه‌فروش‌ها در سطح شهرها پخش می‌گردد (سند ۳۵ از: منظورالاجداد، محمدحسین، ۱۳۷۹، صص. ۴۵۷-۴۵۶). با این حال به سبب آنکه آیت‌الله بروجردی گرایش چندانی برای نفوذ در متن جامعه با هدف سازماندهی مردم در جهت اهداف خاص را ندارد، جز در مواردی نظیر آنچه ذکرش رفت، اقدام به صدور اطلاعیه‌هایی از این جنس ننموده و معدود موارد موجود نیز از سوی دیگر علما و اطرافیان ایشان تنظیم و منتشر شده‌اند. به طور کلی، آیت‌الله بروجردی، رأساً گرایشی به استفاده از مکانیزم مذکور نداشته‌اند. اما وضعیت در دوره‌ی دوم پژوهش به کلی متفاوت است. با جهت‌گیری تقابلی‌ای که این دوره میان مرجعیت با حاکمان وقت شکل می‌گیرد، شاهد استفاده‌ی پررنگ و مکرر از مکانیزم ارتباطی فوق هستیم. در طی این دوره، ده‌ها اعلامیه از سوی مراجع تقلید صادر و منتشر شده است (بخشی از این اطلاعیه‌ها و پیام‌ها در مجلدات اول و پنجم مجموعه‌ی اسناد انقلاب اسلامی منتشر شده‌اند). قابلیت به‌کارگیری مخفیانه‌ی این مکانیزم ارتباطی سبب تشدید استفاده از آن در فضای امنیتی دهه‌ی چهل و پنجاه می‌گردد. در مقابل، حکومت وقت نیز با تشدید تدابیر امنیتی، تلگراف‌ها و مرسولات پستی مراجع را به شدت مورد کنترل قرار داده و به طرق گوناگون تلاش می‌نماید از انتشار و توزیع اعلامیه‌های مراجع تقلید جلوگیری نماید. پلمب کردن چاپخانه‌هایی که اقدام به انتشار اعلامیه‌های مراجع منتقد نظیر آیت‌الله خمینی و آیت‌الله گلپایگانی می‌کنند، مسدود کردن تلگراف‌ها، تحریف و چاپ اعلامیه‌های مراجع با اهداف سیاسی خاص، نمونه‌هایی از اقدامات ساواک با هدف بلااثر کردن مکانیزم قدرتمند مذکور است (سند ۸ پیوست ۱: امامی، محمد مهدی، صص. ۱۶۶؛ سند ۴ پیوست ۴: همان، صص. ۲۰۳؛ سند ۱۱ پیوست ۴: همان، صص. ۲۱۲؛ سند ۲ پیوست ۱۵: همان، صص. ۵۲۹؛ سند ۱۶ پیوست ۱: همان، صص. ۱۷۶؛ سند ۱۲ پیوست ۴: همان، صص. ۲۱۴-۲۱۵). به‌رغم این اقدامات کنترلی، این مکانیزم تا واپسین روزهای انقلاب به شکل گسترده‌ای توسط هواداران مراجع منتقد، به ویژه آیت‌الله خمینی، با رعایت ملاحظات مخفیانه به کار گرفته می‌شد. در طی دوره‌های سوم و چهارم پژوهش، استفاده از مکانیزم مذکور وضعیت دوگانه‌ای یافته است: اعلامیه‌های مراجع هم‌نوا با سیاست‌های جاری بدون محدودیت خاصی منتشر و توزیع می‌شوند و در مطبوعات حکومتی نیز انعکاس می‌یابد؛ در مقابل، اعلامیه‌های مراجع منتقد سیاست‌های وقت با سانسور و رویه‌های کنترلی، دچار انسداد شده و امکان چندانی برای انعکاس نمی‌یابند. با این حال، اعلامیه‌های مراجع منتقد یا اخبار مربوط به این مراجع در طی دوره‌های سوم و چهارم پژوهش نیز در مقاطعی به روش‌های مخفیانه و پنهان انتشار یافته است و این مکانیزم ارتباطی به عنوان یک امکان بالقوه مطرح بوده است. تا اینکه در دوران متاخر (از اوایل دهه‌ی هشتاد شمسی) با افزایش استفاده از اینترنت در ایران و راه‌اندازی رسانه‌های مجازی، اعلامیه‌هایی نظیر موارد فوق از طریق فضای

مجازی امکان انتشار یافته‌اند که قابلیت کنترل‌پذیری این روش نیز پایین می‌باشد. با این حال، در دوره‌ی چهارم پژوهش، شمار زیادی از مراجع وجود دارند که همانند آیت‌الله بروجردی تمایلی به صدور اعلامیه‌هایی از جنس فوق ندارند. به عنوان مثال، آیات بهجت، وحید خراسانی و شبیری زنجانی که از مراجع برجسته‌ی دوران متاخر به شمار می‌روند، رأساً اقدام به صدور اعلامیه یا بیانیه ننموده‌اند. بدین ترتیب، در دوره‌ی چهارم پژوهش، آمیزه‌ای از رویکردهای مختلف در استفاده از این مکانیزم ارتباطی مشاهده می‌شود: عدم کاربست؛ استفاده به سبک مخفیانه؛ استفاده‌ی علنی و با همراهی نهادهای حکومتی.

۲.۴. دسترسی به حوزه‌ی مطبوعات

انتشار مطبوعات با تایید و نظارت مراجع تقلید به دوران مرجعیت آیت‌الله بروجردی باز می‌گردد. در این دوره برای نخستین بار ماهنامه‌های «درس‌هایی از مکتب اسلام» و «مکتب تشیع» توسط جمعی از فضلالی حوزه‌ی علمیه منتشر می‌شوند. در حالی که نشریه‌ی نخست، غالباً محل اجتماع شاگردان آیت‌الله صدر و آیت‌الله شریعتمداری بود، طلاب و فضلالی نزدیک به آیت‌الله خمینی نشریه‌ی دوم را اداره می‌کردند. اما هر دو نشریه برای تداوم انتشار خود نیازمند تایید و همراهی آیت‌الله بروجردی بودند (مجله‌ی حوزه ۴۴-۴۳: مصاحبه با آیت‌الله سلطانی طباطبایی). این دو مجله با دوره‌ی انتشار ماهنامه و گاهنامه منتشر می‌شدند و رویکرد آنها انتشار مقالات طولانی در حوزه‌ی مسائل مختلف دینی بود. به همین جهت کارکرد اطلاع‌رسانی مهمی نداشتند - به ویژه آنکه فواصل میان دوره‌ی انتشار آنها نیز زیاد بود؛ اما به لحاظ انعکاس مواضع اعتقادی و سیاسی کلی مراجع واجد اهمیت بود.^۱ افزون بر این، نخستین بار بود که گروهی از طلاب و فضلالی حوزه به فعالیت حرفه‌ای و مستقل مطبوعاتی می‌پرداختند. ضرورت این مساله، این تلقی در حوزه بود که مطبوعات و رسانه‌های موجود به مسموم کردن اذهان مردم در مسائل دینی و به ویژه تخریب روحانیت مشغول هستند و باید به طریقی با آن مقابله کرد. انتشار این نشریات در دوره‌ی دوم پژوهش نیز ادامه می‌یابد. به طور دقیق، نشریه‌ی مکتب اسلام در تمام دوره‌ی دوم پژوهش (و حتی تاکنون) به فعالیت خود ادامه داد، اما به نظر می‌رسد نشریه‌ی مکتب تشیع با تبعید آیت‌الله خمینی و برخورد با شاگردان ایشان، با انتشار آخرین شماره‌ی خود در خردادماه ۱۳۴۳ به کار خود پایان داد و جای خود را به نشریات زیرزمینی نظیر بعثت و فریاد داد. به رغم انتشار نشریات مذکور توسط طلاب و فضلا و با حمایت مراجع تقلید وقت در دوره‌ی دوم، روزنامه‌های کثیرالانتشار کشور، نه تنها در دسترس مراجع تقلید نبودند، بلکه ابزاری برای پخش گزینشی و گاه تحریف‌شده و تخریب‌گرانه علیه مراجع به شمار می‌رفتند. در میان اسناد ساواک مواردی به چشم می‌خورد که ساواک دستور داده با تقطیع و گزینش در اعلامیه‌های مراجعی نظیر آیت‌الله گلپایگانی، اقدامات آنها در اذهان مردم، هماهنگ با دربار و شخص شاه جلوه داده شود (سند ۱۲ پیوست ۴: امامی، محمدمهدی، ۱۳۸۲، صص. ۲۱۵-۲۱۴). بدین ترتیب، مطبوعاتی که دارای اهمیت اطلاع‌رسانی هستند از دسترس مراجع تقلید خارج هستند؛ مگر در مواردی که ساواک، موضع‌گیری مراجع را به نفع سیاست‌های حاکم تشخیص داده است (نظیر اعتراض مراجع به راندن شیعیان از عراق توسط دولت این کشور که با دولت ایران در تنش و درگیری به سر می‌برد). اوایل دوره‌ی سوم پژوهش که مقارن با سال‌های اولیه‌ی انقلاب است و آزادی بالایی در انتشار مطبوعات هستیم و طبیعی است که طی این دوره، مراجع نیز امکان طرح آزادانه‌ی دیدگاه‌های خود را یافتند. اما این دوره‌ی کوتاه به سرعت رنگ باخت و اظهارات منتقدانه‌ی آیت‌الله شریعتمداری در خصوص گنجاندن ولایت فقیه در قانون اساسی، در غالب مطبوعات وقت سانسور شد (راستگو، عبدالرحمان، ۱۳۸۳). از این پس، با تثبیت نظام سیاسی جدید و شرایط ویژه‌ی کشور، اخبار و مواضع مراجع منتقد نظیر آیات شریعتمداری، صادق روحانی و طباطبایی قمی، در طی این دوره، امکانی برای طرح در مطبوعات نمی‌یابد. همین روند در دوره‌ی چهارم پژوهش نیز ادامه می‌یابد. نمونه‌ای از سانسور اخبار مربوط به مراجع تقلید در این دوره، سانسور اعتراض‌های آیت‌الله منتظری نسبت به مداخلات حکومتی در امر مرجعیت پس از درگذشت آیت‌الله اراکی است. تنها نشریه‌ای که به انعکاس محدود این رویداد می‌پردازد (راه مجاهد) نیز توسط دادگاه ویژه‌ی روحانیت توقیف می‌گردد. تنها استثنایی که در دوره‌ی چهارم پژوهش می‌توان از آن یاد کرد،

^۱ هاشمی رفسنجانی در خصوص تیراژ گسترده‌ی نشریه‌ی مکتب تشیع می‌گوید: «ما ۵ یا ۶ سال قبل از آن [قیام پانزده خرداد] در حوزه برای اینکه طلبه‌ها مطلع شوند، مجله‌ای را راه انداختیم که سالنامه مکتب تشیع و فصلنامه مکتب تشیع بود. ۷-۸ سال هم منتشر شد و خیلی هم موفق بود. با نویسندگان بزرگ کار می‌کردیم. آن نشریه واقعاً حوزه را بیدار کرد، چون مقالات بسیار سنگین از شخصیت‌های بزرگ کشور می‌گرفتیم. آن موقع تیراژ کتاب‌ها ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ و در همین حد بود. اولین نشریه ما ۱۰ هزار نسخه تیراژ داشت و فوری چاپ دوم خورد و ۵ هزار نسخه دیگر چاپ کردیم. حوزه و محافل مذهبی با آن کار -چون به سراسر کشور ارسال کردیم- هوشیار شد و حوزه‌ها وارد سیاست شدند. این مربوط به قبل از مبارزات، یعنی سال ۳۶ - ۳۵ بود که این کار را کردیم» (مصاحبه‌ی آیت‌الله هاشمی رفسنجانی با خبرگزاری ایلنا، ۲۹ خردادماه ۱۳۸۹).

دوره‌ی کوتاهی در فواصل سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۷۹ است که طی آن هفته‌نامه‌ی «آوا» که توسط جمعی از هواداران آیت‌الله منتظری پس از حصر ایشان در منزل‌شان در پس سخنرانی ۱۳ رجب ۱۳۷۶، منتشر می‌شد، به انعکاس محدود اخبار این مرجع تقلید منتقد می‌پردازد. گرچه تبلیغات این هفته‌نامه به نفع آیت‌الله منتظری در مقایسه با مجموعه‌ی نشریات دولتی که با مصونیت کامل به تبلیغ علیه ایشان می‌پردازند، ناچیز به نظر می‌رسد. اما این هفته‌نامه نیز مانند روزنامه‌ی خرداد که در برخی شماره‌های خود به انعکاس اخبار مربوط به آیت‌الله منتظری می‌پرداخت، با حکم دادگاه ویژه‌ی روحانیت از انتشار بازماند. پس از تحولات سال ۱۳۸۸، فهرست مراجعی که امکان انعکاس آرای آنها در مطبوعات به سادگی وجود ندارد، فراتر رفته و چهره‌های دیگری را نیز شامل گردید. کوتاه سخن آنکه انعکاس اخبار مربوط به مراجع منتقد سیاست‌های حکومتی در طی دوره‌ی چهارم پژوهش با موانع و دشواری‌های زیادی همراه بوده و جز به صورت مقطعی میسر نگردیده است. گرچه در دوره‌های سوم و چهارم پژوهش، مراجع هم‌نوا با سیاست‌های حکومتی دسترسی نسبی به مطبوعات کثیرالانتشار داشته‌اند و برخی از آنها نشریاتی را نیز در حوزه‌ی مسائل فرهنگی و دینی منتشر می‌کنند.

۳.۴. دسترسی به رسانه‌های انحصاری دولتی (رادیو، تلویزیون)

زمان چندان زیادی از ورود رادیو و تلویزیون به جامعه‌ی ایران نمی‌گذرد. ورود این رسانه‌های جمعی تقریباً مقارن با دوره‌ی نخست این پژوهش است. در طی دوره‌های اول و دوم پژوهش، پخش موسیقی و فیلم‌هایی که از منظر فقها و مراجع غیرشرعی و حرام تلقی می‌گردد، در این دو رسانه، سبب شده بود که غالب مراجع فتوای حرمت استفاده از آنها را صادر نموده و طبعاً خود نیز از مشارکت در آنها دوری جویند. تنها استثنای این رویه، اجازه‌ی آیت‌الله بروجردی به حجت‌الاسلام فلسفی برای مشارکت در یک دوره برنامه‌ی سخنرانی تبلیغی علیه بهائیت در رادیو در اواسط دهه‌ی سی و در بحبوحه‌ی مبارزه‌ی آیت‌الله بروجردی با بهائیت است. گرچه همین سلسله سخنرانی نیز در نهایت با دستور شاه قطع می‌گردد (منتظری، حسینعلی، ۱۳۷۹، صص ۱۸۰-۱۷۹). در دوره‌ی دوم پژوهش شاهد آن هستیم که آیت‌الله خوانساری، حجت‌الاسلام فلسفی را از مشارکت در برنامه‌های تلویزیون به سبب «حضور رقاچه‌ها» در آن منع می‌کند (سند شماره ۷۲ از: متولی، عبدالله، ۱۳۸۳، ص ۱۵۴). بدین ترتیب، در این دو دوره، علاوه بر موانع سیاسی از جانب حکومت که اجازه‌ی استفاده‌ی مطلوب و دلخواه از رادیو - تلویزیون را به مراجع تقلید نمی‌دهد، موانع فقهی و درونی نیز در خصوص استفاده از این رسانه‌ها وجود دارد و مراجع فی‌نفسه تمایلی به استفاده از این رسانه‌ها ندارند. در دوره‌ی سوم پژوهش، چنانچه سال‌های اولیه و گذار انقلاب را کنار بگذاریم، به عنوان رویه‌ی معمول، گرچه برخی مراجع تقلید تمایل به استفاده از رادیو تلویزیون برای دفاع و ترویج خود را دارند، اما انحصار این رسانه‌ها در دست حکومت مانع از تحقق چنین مطالبه‌ای می‌شود؛ در واقع نه تنها مراجع منتقد نظیر آیت‌الله شریعتمداری امکان طرح دیدگاه‌های خود در این رسانه‌ها را نمی‌یابند، بلکه به گفته‌ی این مراجع، مطالب خلاف واقعی نیز از رادیو - تلویزیون به آنها نسبت داده می‌شود که امکان پاسخ به آنها را ندارند (راستگو، عبدالرحمان، ۱۳۸۳). رویه‌ی جاری در دوره‌ی سوم، در دوران متاخر نیز ادامه یافته است. در این دوره گرچه برخی مراجع هم‌نوا با سیاست‌های حکومتی امکان استفاده‌ی محدود از این رسانه‌ها در مناسبت‌های خاص (نظیر ماه رمضان) را دارند، اما در مجموع، اخبار مربوط به مراجع تقلید (حتی مراجع تقلید هم‌نوا) جایی در اخبار این رسانه‌ها ندارد. یکی از صاحب‌نظران این رویه را ناشی از این تصور در مسئولان رسانه‌های مذکور می‌داند که اخبار مراجع تقلید ممکن است موجب تضعیف رهبری گردد:

«در سیما هم «اصل» بر غیبت مرجعیت است، مگر در موارد استثنائی زیر: خبر در گذشت و مراسم تشییع؛ خبر بستری شدن در بیمارستان و ملاقات برخی از شخصیت‌ها از ایشان؛ خبر دعوت به حضور در انتخابات؛ و بر این موارد افزوده می‌شود، موارد نادری که گاه در حادثه مهمی - از نظر رادیو تلویزیون - بتوان موضع آقایان را منعکس کرد، و گر نه در شرایط عادی، و نسبت به مسائل جاری فرهنگی و اجتماعی، خبری از مراجع در این رسانه نیست. مثلاً در موارد زیر سیما، فعالیت خاصی ندارد: الف) ملاقات مسئولین کشور با مراجع و دیدگاه‌های حضرات؛ ب) مواضع مراجع در مسائل فرهنگی کشور و وضع دینی جامعه؛ ج) آراء فقهی مراجع در زمینه مسائل مهم جامعه و حکومت؛ د) فعالیت‌های علمی و فرهنگی مراجع؛ و بر این اساس نه در اخبار سراسری، نه در اخبار ویژه فرهنگی و علمی، نه در گزارش‌ها و میزگردها، نه در فیلم‌ها (بجز فیلم شیخ مفید) و نه در هیچ جای دیگر از برنامه‌های عمومی و فراگیر، مرجعیت جایگاهی ندارد (مگر دروس مراجع برای طلاب در رادیو معارف). البته این مسأله که این از سر «غفلت» است یا از روی «سیاست» موضوعی قابل تأمل است، ولی در هر صورت نتیجه این رویه چیست؟ آیا شأن مرجعیت

در رسانه‌های جمهوری اسلامی، مراعات می‌شود؟ و آیا پاسخی برای این سؤال وجود دارد که چرا در رسانه عمومی کشور که از بیت‌المال مسلمین اداره می‌شود، هر چیز جایگاه مخصوص به خود را دارد، و در هر صنف چهره‌های برجسته و شاخص مطرح می‌شوند، و گاه از افراد متوسط، شخصیت بزرگ ساخته می‌شود، و یا به موضوعات کم‌اهمیت، بیشترین اهمیت داده می‌شود، ولی درباره مرجعیت وضع به گونه دیگری است؟! و آیا اگر مسأله را از زاویه منافع نظام بررسی کنیم می‌توانیم چنین برخوردی را به سود نظام بدانیم؟ به نظر می‌رسد که در رسانه‌های گروهی، و بویژه رسانه‌های منسوب به حکومت و مخصوصاً سیمای جمهوری اسلامی، شأن مرجعیت، مورد اهتمام کافی قرار ندارد» (وبسایت آیت‌الله فاضل لنکرانی، بخش زندگی‌نامه، به نقل از: ضمیمه روزنامه جمهوری اسلامی ۱۳۸۲/۲/۱۵ صحیفه حوزه: شاخه‌ای از شجره طوبی: زندگی‌نامه‌ی آیت‌الله فاضل لنکرانی).

مختصر آنکه اگر در دوره‌های اول و دوم پژوهش، عدم تمایل مراجع تقلید به حضور در رسانه‌ی انحصاری رادیو - تلویزیون به سبب آنکه چنین حضوری را دون شأن مرجعیت تلقی می‌کردند، عامل اولیه‌ی عدم حضور در این رسانه‌ها بود، در دوره‌های سوم و چهارم پژوهش، شاهد آن هستیم که به رغم رفع موانع فقهی دوره‌های پیشین، سیاست‌های خاص حکومتی مانع از دسترسی موثر مراجع تقلید به رسانه‌های مذکور است.

۴.۴. دسترسی به منابر، مساجد و ملزومات و عظ و تبلیغ

با توجه به تفاوت‌های موجود در سیر دسترسی مراجع تقلید به شبکه‌ی منابر و مساجد و همچنین ملزومات و عظ و تبلیغ دینی، این دو مورد را جداگانه مورد بررسی قرار می‌دهیم:

(۱) **شبکه‌ی مساجد و امامان جماعت:** بسیاری از مساجد موثر و فعال در دوره‌های اول تا سوم پژوهش تحت مدیریت مراجع تقلید بودند. تعیین امام جماعت برای مساجد اصلی (نظیر مساجد بازار) از وظایف و اختیارات مراجع تقلید به شمار می‌رفت. نمونه‌های زیادی از درخواست مردم از مراجع برای تعیین امام جماعت جهت مساجد می‌توان یافت (عقیقی بخشایشی، ۱۳۷۶، ص. ۵۱۰؛ پایگاه اطلاع‌رسانی مسجد جامع غدیر خم: www.masjedeghadir.ir). از سوی دیگر، مساجد در ایران تشکیل‌دهنده‌ی بزرگ‌ترین شبکه‌ی اجتماعی سنتی و مردمی بوده‌اند. انتصاب امام جماعت مساجد توسط مراجع تقلید سبب می‌شد که مراجع در شهرهای مختلف نمایندگانی ثابت برای ارتباط با مردم داشته باشند. اخبار و اطلاعات مربوط به مراجع و فتاوی‌ی روز ایشان از طریق همین نمایندگان، در اختیار مردم قرار می‌گرفت. بدین ترتیب، شبکه‌ی مساجد هم به عنوان یک ابزار اطلاع‌رسانی مهم مطرح بوده‌اند و هم در نقاط عطف به عنوان بستری برای بسیج و سازماندهی مقلدان مراجع تقلید. دوره‌ی نخست پژوهش، از این حیث نوعی دوران شبکه‌سازی به شمار می‌رود. ارسال نماینده به شهرهای مختلف توسط آیت‌الله بروجردی در این دوره با جدیت پیگیری شد. با ورود به دوره‌ی دوم، مساجد و شبکه‌ی امامان جماعت به مرحله‌ی ثبات و استقرار رسیده و بستر اصلی کنش‌های مراجع تقلید در نقاط مختلف کشور شدند. در طی این دوره، حکومت از مساجد مراقبت شدیدی به عمل می‌آورد و حتی در برپایی نمازهای یومیه و برنامه‌های مذهبی، فرهنگی و هنری (کلاس قرآن، احکام، نمایشنامه، سرود، قصه و نیز مدیریت کتابخانه‌های مساجد و...) و جلسات و مباحث دینی، سخنرانی‌ها، عظ و خطابه‌هایی که در آن انجام می‌گرفت حساسیت زیادی نشان می‌داد. مؤید این امر، تعداد زیادی از اسناد و مدارکی است که از پرونده‌های ساواک به جای مانده است. ساواک برای وسعت دادن به نظارت خود، تمامی شئونات مسجد و انتخاب و عاظ و روحانیون را نیز در حیطه کنترل خود می‌دانست و از صاحبان مراسم عزاداری می‌خواست که قبلاً در زمینه اسامی روحانیون و مجالس عزاداری با آنها هماهنگی کنند. در همین ارتباط در سندی به این نکته اشاره می‌کند که «کلیه‌ی مسئولان مساجد و تکایا را احضار کنند، و بر نحوه‌ی برگزاری مجلس عزاداری و اینکه حتماً قبل از دعوت و عاظ باید با ساواک هماهنگی لازم صورت گیرد، تاکید داشته باشند». اقدامات کنترلی، گاه از این حد فراتر می‌رفت و در مقاطعی، ساواک درب‌های برخی از مساجد را می‌بست. علی‌رغم تمام سخت‌گیری‌هایی که توسط حکومت در خصوص مسجد صورت گرفت هیچ یک از این اقدامات باعث نشد که نقش و کارکرد اجتماعی مسجد از بین برود (میزبانی، مهناز و منیژه صدری، ۱۳۸۳، صص ۴۷-۴۱). مدیریت مساجد در دوره‌ی سوم پژوهش، به همان سبک و سیاق سنتی پیشین باقی می‌ماند، تا اینکه در دوره‌ی چهارم پژوهش شاهد شکل‌گیری نهادی حکومتی با عنوان «مرکز رسیدگی به امور مساجد» که انجام سیاست‌گذاری‌ها و تعیین امامان جماعت و به طور کلی تمام امور و فعالیت‌های

مساجد را تحت نظارت خود دارد. بدین ترتیب، شبکه‌ی مساجد و امامان جماعت در دوره‌ی متاخر، ارتباط چندانی با مرجعیت ندارد و از شبکه‌ای تحت نظارت و مدیریت مراجع به مجموعه‌ای حکومتی بدل شده است.

(۲) وعاظ و مبلغان: امامان جماعت مساجد شبکه‌ی اجتماعی پایداری را تشکیل می‌دهند که حد واسطه رابطه‌ی مراجع با مردم است. این شبکه‌ی اجتماعی، تامین‌کننده‌ی وجه ایستای رابطه‌ی مرجعیت با مقلدان است. وجه پویای این رابطه به کمک وعاظ و مبلغان حرفه‌ای تنظیم می‌گردد. مبلغان و واعظان برجسته که تحت حمایت مالی و معنوی مراجع هستند، نقش مهمی در تهییج مردم و بسیج و سازماندهی آنها در نقاط عطف داشته‌اند. برش کلام این واعظان در میان توده‌ی مردم، اهمیت ویژه‌ای به آنها می‌بخشد و نقش آنها را از نقش باثبات و پیوسته‌ی امامان جماعت مساجد متمایز می‌سازد. این واعظان، همچنین به سبب تاثیر کلامی که بر بازاریان دارند، در نقش واسطه بازار و مراجع نیز ایفای نقش کرده‌اند. در اینجا تفکیک میان وعاظ و مبلغان حرفه‌ای با مبلغان موسمی ضروری است. وعاظ و مبلغان حرفه‌ای، فضلا و روحانیان خوش‌بیان و بلیغی هستند که پس از گذراندن سطوح اولیه‌ی تحصیلات حوزوی، با کسب مهارت‌های لازم و با اتکا به توانایی‌های شخصی، به جای باقی ماندن در حوزه و اشتغال به سطوح عالی فقه و اصول، تکنیک‌های ارتباط موثر با توده‌ی مردم و وجوه عامیانه دین را فرامی‌گیرند و به امر وعظ و خطابه در میان مردم اشتغال می‌ورزند. نزدیک بودن ادبیات و گفتار این واعظان سبب استحکام بیشتر پیوند آنها با دینداران می‌شود. چه بسا شهرت و منزلت اجتماعی یک واعظ برجسته از بسیاری از علمای برجسته که به امور علمی اشتغال می‌ورزند، بیشتر و فراگیرتر باشد. مهمترین وجه نقش واعظان در اتحادشان با مراجع، علاوه بر تقویت ارتباط مردم با مراجع و ترویج آنها، و همچنین نقش واسطه بازار، توان تهییج و بسیج‌کنندگی واعظان است. از این حیث بایستی واعظان و مبلغان را در شمار متحدان کلیدی مرجعیت قلمداد کرد. پرورش مبلغان توانمند از چنان اهمیتی برخوردار است که یکی از اهداف آیت‌الله شریعتمداری از تاسیس دارالتبلیغ، پرورش مبلغان برجسته و آگاه بود. همین نقش موثر بود که حکومت پهلوی را بر آن داشت که با تاسیس نهاد مشابهی با عنوان «دارالترویج» تلاش نماید که گروهی از مبلغان و واعظان حامی حکومت خود را پرورش و تثبیت نماید که البته توفیق چندانی در این امر نیافت. دسته‌ی دوم مبلغان، مبلغان موسمی‌اند که عمدتاً مشتمل بر طلابی هستند که طی مناسبت‌های ویژه‌ی مذهبی (ماه محرم، صفر و رمضان) توسط مراجع تقلید سازماندهی شده و برای امر تبلیغ به شهرها، روستاها و مراکز مختلف اعزام می‌شدند. این مبلغان نیز به سبب گستره‌ی کمی و پراکندگی جغرافیایی در یک دوره‌ی زمانی خاص، در ترویج و تبلیغ مراجع تقلید نقش مهمی داشته‌اند. استفاده از نفوذ و نقش مبلغان و واعظان برای پیش‌برد اهداف مرجعیت، در دوره‌ی نخست پژوهش کاملاً مشهود است. آیت‌الله خمینی، طی نامه‌ای که به حجت‌الاسلام فلسفی می‌نگارد، از وی می‌خواهد که با تشکیل مجمعی از تجار تهران، نیازهای مالی آیت‌الله بروجردی برای اداره‌ی حوزه‌ها را فراهم کند، چرا که به عقیده‌ی آیت‌الله خمینی، شبکه‌ی نمایندگان و علمای بلاد در این امر با جدیت و کارآمدی لازم فعالیت نمی‌کنند (صحیفه امام، ج ۱، صص ۲۶-۲۵). آیت‌الله بروجردی برای بسیج و سازماندهی مردم در مبارزه با بهائیت، بر توان وعظ و خطابه‌ی مبلغانی نظیر حجت‌الاسلام فلسفی تکیه می‌کند؛ با همکاری دربار و دولت وقت، آقای فلسفی از سوی آیت‌الله بروجردی مامور می‌شود که برای مدتی از رادیو به تبلیغ علیه بهائیت پردازد (منتظری، حسینعلی، ۱۳۷۹، صص ۱۸۰-۱۷۹). پس از درگذشت آیت‌الله بروجردی، حجت‌الاسلام فلسفی بیش از دیگر علما و مراجع تقلید، با آیت‌الله خمینی رابطه دارد و خط مشی ایشان را ترویج می‌کند. در میان نامه‌های محدود نگاشته‌شده توسط آیت‌الله خمینی به افراد مورد وثوق خود در طی سال‌های ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۷، حداقل ده نامه خطاب به آقای فلسفی نگاشته شده و مضمون غالب آنها نیز تذکر مسائل حیاتی و ضروری برای تبلیغ و بیان از طریق منابر است. حجت‌الاسلام فلسفی و شمار زیادی از مبلغان انقلابی، بارها توسط ساواک دستگیر یا ممنوع‌المنبر شده‌اند. با این حال، ممنوعیت منابر این مبلغان، با وساطت مراجعی نظیر آیت‌الله خوانساری که دربار از وی حرف‌شنوی نسبی داشت، و با دادن تعهد مبنی بر محدود کردن

مباحث منبر به امور دینی و احتراز از ورود به مسائل سیاسی، معمولاً رفع می‌شد.^۱ نقش تبلیغی واعظان و توان تهییج آنها، گاه کژکارکردهایی نیز به همراه داشته و موجب شوراندن عواطف دینی مردم علیه دیگر علما نیز شده است. در غائلهی «شهید جاوید»، یکی از مبلغان برجسته‌ی نزدیک به آیت‌الله گلپایگانی به نام حجت‌الاسلام آل‌طه، نقش موثری در افزایش تنش‌ها دارد. مهم و حیاتی بودن نقش این مبلغان برای مراجعی نظیر آیت‌الله گلپایگانی به حدی است که در جریان غائلهی «شهید جاوید» که گروه ضربت تهدید به برخورد فیزیکی با آل‌طه می‌کند، فرزند آیت‌الله گلپایگانی (سیدمهدی) اظهار می‌دارد در صورت تعرض به آل‌طه، منازل تقریظ‌نویسان (آیات مشکینی و منتظری) بر سر آنها خراب خواهد شد (سند ۲ پیوست ۱۰: امامی، محمدمهدی، ۱۳۸۲، صص. ۴۰۴-۴۰۵). در طی دوره‌های اول و دوم پژوهش، وعاظ و مبلغان، اعم از مبلغان حرفه‌ای و موسمی، در ارتباط کامل با مراجع تقلید به فعالیت می‌پردازند. کمک‌های مالی مراجع به وعاظ و مبلغان و ترویج و تبلیغ مراجع توسط این واعظان، بخشی از رابطه‌ی متقابل بین مراجع و وعاظ است (اسناد شماره‌ی ۲۶، ۳۲، ۳۴، ۳۷، ۱۱۲، ۱۱۷ از: متولی، عبدالله، ۱۳۸۳، صص. ۲۰۰-۱۰۲؛ متولی، عبدالله، ۱۳۸۳، ص. ۴۲؛ سند ۲۸ پیوست ۶: امامی، محمدمهدی، ۱۳۸۲، ص. ۳۱۱). در دوره‌ی دوم پژوهش شاهد تلاش‌های حکومت وقت برای ساختن گروهی از واعظان و مبلغان حکومتی هستیم. این تلاش‌ها با تحریم و مقاومت‌های مراجع تقلیدی نظیر آیت‌الله گلپایگانی و همچنین به سبب فضای نامطلوب اجتماعی علیه روحانیانی که به حکومت همکاری می‌کردند، با شکست مواجه می‌شود. مطابق یکی از اسناد، آیت‌الله گلپایگانی «به وعاظ مرتبط با خود دستور می‌دهد هر جا روضه‌خوان‌های اوقافی منبر می‌روند، وعاظ از رفتن به آنجا خودداری و پول منبرشان را خودش خواهد داد» (سند شماره‌ی ۱۱۲ از: متولی، عبدالله، ۱۳۸۳، ص. ۱۹۵). واکنش منفی مردم به این مبلغان نیز به گونه‌ایست که برخی، این روحانیان را «نجس» تلقی کرده و نماز خواندن پشت سر آنها را جایز نمی‌دانند (مصاحبه‌ی پژوهشگر با آیت‌الله موسوی تبریزی مندرج در: رضوی، کمال، ۱۳۸۹، صص. ۲۳۵-۲۲۵ بخش پیوست). بدین ترتیب طرح حکومتی کردن تبلیغ دینی با شکست مواجه شد. در دوره‌های سوم و چهارم پژوهش، وضعیت به کلی تغییر می‌کند. در بدو انقلاب، با تاسیس دفتر تبلیغات اسلامی به دستور آیت‌الله خمینی، بخش مهمی از امر تبلیغ در اختیار نهادهای حکومتی قرار می‌گیرد؛ گرچه در این دوران آیت‌الله خمینی با پرداخت دستمزد حکومتی به مبلغان و قطع رابطه‌ی مالی مردم با آنها مخالفت می‌کند (مصاحبه‌ی پژوهشگر با آیت‌الله موسوی تبریزی، همان) اما این اقدام سنگ بنای حکومتی شدن کامل امر تبلیغ می‌گردد. هم‌اکنون سازماندهی مبلغان موسمی به طور کامل در حوزه‌ی اختیارات دفتر تبلیغات اسلامی قم و سازمان تبلیغات اسلامی قرار گرفته است که از بودجه‌ی دولتی بهره‌مند است و بدون نظارت مستقیم مراجع تقلید فعالیت می‌کند. حداکثر رابطه‌ی مرجعیت با این مبلغان به این صورت است که از برخی مراجع تقلید هم‌نوا با سیاست‌های حاکم دعوت می‌شود در همایش‌هایی که پیش از اعزام مبلغان موسمی برگزار می‌گردد، رهنمودهایی را به این مبلغان داشته باشند و احياناً فهرستی از مبلغان مورد تایید این مراجع به دفاتر تبلیغاتی معرفی می‌گردد (وب‌سایت آیت‌الله سبحانی، بخش اخبار، ۲۰ خردادماه ۱۳۸۷؛ وب‌سایت آیت‌الله مکارم شیرازی، بخش اخبار، ۵ دی‌ماه ۱۳۸۷). همچنین در تشکیلات مدیریت حوزه‌ی علمیه‌ی قم، معاونت ویژه‌ای برای تربیت مبلغان تاسیس شده است.^۲ اداره‌ی مساجد توسط حکومت نیز سبب می‌گردد منابر و تبلیغات درون مساجد در هماهنگی کامل و تحت نظارت نهادهای حکومتی نظیر مرکز رسیدگی به امور مساجد و سازمان تبلیغات اسلامی باشد. علاوه بر این دو رویداد که نقش وعاظ و مبلغان را به مثابه‌ی «متحدان کلیدی» مرجعیت در دوره‌های سوم و چهارم پژوهش

۱. گرچه پس از ممنوعیت‌های مکرر حجت‌الاسلام فلسفی و تداوم خط آیت‌الله خمینی توسط ایشان پس از هر بار رفع ممنوعیت، در یکی از آخرین ممنوعیت‌های وی، آیت‌الله خوانساری از واسطه‌گری برای رفع مشکل وی خودداری می‌کند؛ بنگرید به: سند شماره‌ی ۷۹ از: متولی، عبدالله، ۱۳۸۳، ص. ۱۶۲.

۲. «در سال ۱۳۷۰ در دیدای که اعضای شورای مدیریت حوزه‌ی علمیه‌ی قم با مقام رهبری داشتند، ایشان در این زمینه تاکید نمودند: «واقعاً تبلیغ، نیاز دارد به این‌که افرادی برای این رشته تربیت شوند و در زمینه‌ی تبلیغ آموزش ببینند». پیرو توصیه‌های ایشان، با نظر شورای مدیریت حوزه‌ی علمیه‌ی قم، کمیته‌ی برنامه‌ریزی برای ایجاد مرکز و تشکیلات تبلیغی به وجود آمد ... این کمیته در نهایت به این نتیجه رسید که مرکزی با عنوان «مرکز آموزش‌های تخصصی تبلیغ» آغاز به کار نماید و به امور تربیت مبلغ بپردازد تا مبلغان، کادری بهینه و مطلوب داشته باشند» (شیرخانی، علی، عباس زارع، ۱۳۸۴، صص. ۷۴-۷۱).

کمرنگ کرده است،^۱ رویداد دیگری، به طور کلی به کاهش نقش و اهمیت مبلغان روحانی انجامیده است. این رویداد به ظهور گروه سازمان‌یافته‌ی مداحان مکلا بازمی‌گردد که به تدریج در بسیاری از شعائر دینی، جایگزین مبلغان روحانی شده‌اند. روی‌گردانی نسبی از واعظان روحانی و اقبال اجتماعی به مداحان در سطح اجتماعی، بی‌ارتباط با افول منزلت روحانیت و شکاف بین مردم و حاکمیت - که حاکمیتی روحانی تلقی می‌گردد - نیست. در بسیاری از مراسم‌های مذهبی که پیش از این واعظان حضوری اصلی و مقدم داشتند، نظیر مجالس ختم درگذشتگان، مراسم‌های جشن و سرور دینی، مراسم‌های عزاداری امامان، بخش وسیعی از جامعه‌ی شهری ایران، به استفاده‌ی انحصاری از مداحان مکلا روی آورده‌اند. همین امر شاخصی از کاهش نفوذ و تاثیرگذاری واعظان است. استفاده‌ی مداحان مذکور از سبک‌های موسیقی غربی و بدیع، بر جذابیت‌های این گروه برای نسل جوان با سبک زندگی دینداری عامیانه افزوده و مزید بر علت است. در نهایت، کارکردهای سیاسی مداحان در دوران متاخر نیز به تقویت نقش و حمایت‌های مالی دولتی آنها افزوده و سبب شده که حتی در میان دولتمردان متاخر نیز مداحان جایگاه و منزلت رفیع‌تری نسبت به روحانیان و واعظان بیابند.^۲ مجموعه‌ی این عوامل (انتساب واعظان و مبلغان به حکومت، ظهور و توسعه‌ی نقش گروه جدیدی از مداحان مکلا) سبب گردیده که وعظ و تبلیغ اهمیت و اثرگذاری پیشین خود را از دست بدهد. بدین ترتیب، بایستی اذعان کرد که از یک سو در دوره‌های سوم و چهارم پژوهش امر تبلیغ از رابطه‌ی انحصاری خود با مرجعیت خارج شده است و از سوی دیگر، مداحان جایگاه مهمی در مقایسه با واعظان یافته‌اند و در مواردی نیز جانشین آنان شده‌اند.^۳

۴.۵. دسترسی به رسانه‌های ارتباطی جدید (اینترنت، ماهواره، سامانه‌های پیام کوتاه)

آخرین دسته از رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباطی اصلی مراجع تقلید برای تعامل با جامعه و مردم، رسانه‌های ارتباطی جدید هستند. به سبب نوظهور بودن تکنولوژی مربوط به این رسانه‌ها، دوره‌های اول تا سوم پژوهش، فاقد امکان استفاده از این رسانه‌ها بوده‌اند. اما در دوره‌ی چهارم پژوهش و به ویژه در دهه‌ی هشتاد شمسی، رسانه‌هایی نظیر اینترنت و پیام کوتاه با سرعت قابل توجهی توسعه یافته و به عنوان جایگزینی کارآمد برای رسانه‌های محذوف مطرح شدند. ویژگی خاص این رسانه‌ها نظیر کنترل‌ناپذیری نسبی، دسترسی ارزان و آسان و غیرانحصاری بودن سبب شده که نظارت‌ها و مداخلات به‌کار بسته‌شده در خصوص رسانه‌های دیگر، در اینجا کارآمدی چندانی نداشته باشد. حداکثر محدودیت قابل اعمال بر این رسانه‌ها از سوی نهادهای حکومتی، فیلترینگ سایت‌های اینترنتی است که این مساله نیز به ویژه در سال‌های اخیر به سبب گسترش استفاده از ابزارهای فیلترشکن توسط کاربران اینترنت در ایران، اثرگذاری خود را از دست داده است. تقریباً تمامی مراجع تقلید در دوران متاخر دارای وب‌سایت اینترنتی و امکان ارسال و دریافت پیام از طریق پست الکترونیکی می‌باشند. تنها استثنا در این زمینه، دفتر آیت‌الله شبیری زنجانی است که از راه‌اندازی وب‌سایت خودداری کرده است. وب‌سایت‌های مراجع علاوه بر آنکه اخبار، مواضع، آثار فقهی، استفتائات و دیگر امور مربوط به آنها را بازتاب می‌دهند، امکان ارسال پرسش‌های فقهی و دریافت جواب را نیز فراهم آورده‌اند. این مساله موجب تسهیل دسترسی مقلدان کاربر اینترنت، به آرای مراجع‌شان شده است. افزون بر این برخی مراجع تقلید امکان پرداخت الکترونیکی وجوهات شرعی را نیز در وب‌سایت‌های خود فراهم آورده‌اند. همچنین وب‌سایت غالب مراجع به زبان‌های چندگانه‌ای نظیر عربی، انگلیسی، اردو، ترکی و ... نیز مجهز است. مطابق آمار ارائه‌شده از سوی وب‌سایت یکی از مراجع تقلید (مرحوم آیت‌الله فاضل لنکرانی)، «به صورت متوسط همه ماهه حدود ۵۰۰۰۰ نفر از وب‌سایت بازدید نموده و از این تعداد همه ماهه به صورت متوسط حدود ۱۵۰۰ نفر از رساله ایشان استفاده

۱. این نکته شایان ذکر است که دفاتر بسیاری از مراجع تقلید همچنان فعالیت‌های تبلیغی دارند و سخن فوق به منزله‌ی انحلال کلیه‌ی فعالیت‌های تبلیغی مراجع نیست. در اینجا از «متحدان کلیدی» سخن می‌گوییم که به مثابه‌ی نیروهای موثر هماهنگ با مراجع برای پیشبرد اهداف آنها عمل می‌کنند. در دوره‌ی متاخر، فعالیت تبلیغی مرجعیت در مقایسه با انبوه فعالیت‌های تبلیغی نهادهای حکومتی، بسیار ناچیز است و دایره‌ی تاثیر محدودی نیز دارد.

۲. در دولت اخیر، مداحان از همراهان رئیس‌جمهور در سفرهای استانی بوده‌اند؛ پیشنهاد یکی از همین مداحان برای برگزاری مجالس دعا و روضه در سفرهای استانی، مورد موافقت رئیس‌جمهور قرار گرفته و عملی شد؛ به گونه‌ای که پنجشنبه شب‌ها مراسم قرائت دعای کمیل در این سفرها برگزار می‌شود. بنگرید به گزارش روزنامه‌ی اعتماد در این خصوص در شماره‌ی ۱۸۲۵، مورخ ۳۰ آبان ۱۳۸۷ ذیل عنوان «اقامه «نماز جماعت» در سفرهای استانی» در صفحه‌ی نخست.

۳. افول اثرگذاری نقش واعظان و مبلغان از سوی آیت‌الله سبحانی نیز مورد تاکید قرار گرفته است. بنگرید به وب‌سایت آیت‌الله سبحانی، بخش اخبار، مقاله‌ی «حوزه و مدیریت تحول»، ۸ خردادماه ۱۳۸۷.

نموده‌اند. همچنین روزانه تعداد ۵۰ نامه به عنوان سؤال یا استفتاء از طریق اینترنت به دفتر ایشان واصل شده است که پس از تقریر پاسخ توسط ایشان، برای افراد ارسال گردیده است» (وبسایت آیت‌الله فاضل لنکرانی، بخش زندگی‌نامه، به نقل از: زندگی‌نامه آیت‌الله فاضل لنکرانی به نقل از مرکز فقهی ائمه‌ی اطهار). آمار ارائه‌شده در وبسایت مرحوم آیت‌الله بهجت نیز حاکی از آن است که از تاریخ ۱۴ دی‌ماه ۱۳۸۶ تا شهریورماه ۱۳۸۹ قریب به ۵ میلیون و ۹۰۰ هزار بازدید از وبسایت ایشان صورت گرفته است. میانگین بازدید روزانه از این وبسایت در هفته‌ی نخست شهریورماه ۱۳۸۹ حدود ۴۰۰ بازدید می‌باشد. آمار بازدید از وبسایت دیگر مراجع برجسته نیز در همین مقیاس است. این نمونه‌ها حاکی از گستردگی نفوذ وبسایت مراجع تقلید به عنوان رسانه‌ی ارتباطی با مقلدان و مردم می‌باشد. در جدول ۱ آمارهایی از وبسایت مراجع عظام تقلید در دوران متاخر ارائه می‌دهد را گرد آورده‌ایم که مرور آن خالی از فایده نیست. مهمترین مساله در خصوص اینترنت به مثابه‌ی رسانه‌ی ارتباطی، محدوده‌ی سنی خاص کاربران آن است. بخش وسیعی از مقلدان مراجع تقلید را دینداران سنتی تشکیل می‌دهند که علاقه یا مهارت استفاده از اینترنت را ندارند. بدین ترتیب نباید از نظر دور داشت که وبسایت مراجع و دیگر مکانیزم‌های دنیای مجازی، تنها برای بخش خاصی از مقلدان و افراد جامعه که هم دارای مهارت‌های فنی لازم و هم دارای دسترسی به اینترنت هستند قابل کاربرد است نه تمامی افراد. همین مساله مهمترین ضعف رسانه‌های مجازی است. علاوه بر اینترنت، بایستی از ماهواره به عنوان یکی دیگر از رسانه‌های ارتباطی نوین یاد کرد. گرچه به جز یکی از مراجع تقلید دوران متاخر که امکان راه‌اندازی شبکه‌ی ماهواره‌ای را یافته است (آیت‌الله مکارم شیرازی)، دیگر مراجع به سبب هزینه‌های هنگفت و دیگر موانع امکان داشتن شبکه‌ی ماهواره‌ای اختصاصی را ندارند، اما برخی شبکه‌های ماهواره‌ای خبری به مثابه‌ی رسانه‌های بازتاب‌دهنده‌ی اخبار مربوط به مراجع گاه فعالیت‌هایی دارند. در خصوص ماهواره نیز مشکل مشابه اینترنت مطرح است. بسیاری از خانواده‌های مقلد مراجع تقلید به سبب فتاوی فقهی غالب مراجع تقلید دایر بر احتیاط در استفاده از ماهواره، مایل به استفاده از چنین رسانه‌ای نیستند. بنابراین شبکه‌ی ماهواره‌ای اختصاصی عمده‌تاً برای مقلدان خارج از ایران قابل استفاده می‌باشد. در نهایت باید به سامانه‌ی پیام‌های کوتاه به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی جدید اشاره کرد. این ابزار نیز بسیار جدید بوده و به سبب هزینه‌های مالی و همچنین لزوم مجوزهای رسمی و اداری، عمومیت چندانی در میان مراجع تقلید ندارد. کوتاه سخن آنکه رسانه‌های ارتباطی جدید نقش مهمی در گسترش ارتباط مراجع تقلید با افراد جامعه داشته‌اند. این رسانه‌ها تا حدی می‌توانند خلاء حاصل از محدودیت در عرصه‌ی رسانه‌های مکتوب را پر کنند؛ گرچه همچنان نباید فراموش کرد که رسانه‌های مجازی قادر به پر کردن خلاء مکانیزم‌های ارتباطی ریشه‌داری نظیر منابر و مساجد نیستند و در ارزیابی توان تاثیرگذاری این رسانه‌ها نباید بزرگ‌نمایی کرد.

توضیحات جدول ۱

- آمار استخراج‌شده ماخوذ از وبسایت آکسا می‌باشد. الکسا (Alexa) یک وبسایت معتبر بین‌المللی می‌باشد که با در نظر گرفتن پارامترهای مختلف و همچنین وبسایت‌ها اقدام به رتبه‌بندی آنها می‌نماید. خلاصه و چکیده این رتبه‌بندی عددی بین ۱ تا چند میلیون می‌باشد که هرچه این عدد به یک نزدیک‌تر باشد رتبه‌ی وبسایت بالاتر می‌باشد. اساس رتبه‌بندی الکسا، میزان ترافیک هر وبسایت است که این ترافیک بر اساس تعداد کاربران یا بازدیدکنندگان وبسایت که نوار ابزار الکسا را نصب کرده‌اند، شمارش می‌شود. بدین ترتیب رتبه‌ی یک سایت مستقیماً تحت تاثیر تعداد بازدیدکنندگان سایت و تعداد صفحات که در اینترنت توسط کاربران دیده شده است می‌باشد.
- رتبه‌ی ترافیک جهانی و رتبه‌ی ترافیک در ایران بر حسب بازدید سه ماه گذشته محاسبه می‌گردد؛ آمارهای زیر مربوط به سه ماه خرداد، تیر و مردادماه ۱۳۸۹ می‌باشند.
- تشخیص موقعیت مکانی بازدیدکنندگان از طریق آدرس آی‌پی بازدیدکنندگان صورت می‌گیرد. در نتیجه برخی از بازدیدکنندگانی که از فیلترشکن استفاده می‌کنند در شمار بازدیدکنندگان ایرانی محاسبه نمی‌شوند؛ چرا که برخی فیلترشکن‌ها از تغییر آی‌پی استفاده می‌کنند.
- راهکارهای ابتکاری‌ای برای افزایش رتبه‌بندی یک وبسایت در رتبه‌ی الکسا از مدت‌های پیش مطرح شده که بسیاری از مدیران وبسایت‌های اینترنتی برای ارتقای میزان بازدیدکنندگان خود از این راهکارها و ابتکارها استفاده می‌کنند. بنابراین رتبه‌بندی‌های ذیل، ممکن است تاحدی متأثر از بکارگیری این ابتکارات نیز باشد.

وضعیت مراجعات وبسایت و تقلید

عنوان وبسایت	آدرس اینترنتی	رتبه ترافیک جهانی	رتبه ترافیک در ایران	تعداد سایت‌های لینک‌دهنده	درصد مراجعه‌کنندگان ایرانی	مراجعات از طریق موتور جستجو	میانگین تعداد صفحات مورد بازدید ^۱	آغاز به کار	مراجعات تک‌صفحه‌ای
آیت‌الله سیستانی	sistani.org	۶۵,۴۵۹	۲,۱۵۹	۷۰۱	٪۳۸ ^۲	٪۲۶	۵/۳	17-Jan-2002	نامشخص
آیت‌الله منتظری	amontazeri.com	۳۵۸,۷۵۵	۱۵,۴۸۹	۲۰۰	٪۸۷/۶	نامشخص	۲/۲	14-Jun-2005	نامشخص
آیت‌الله فاضل لنکرانی	lankarani.org	۶۴۴,۱۵۵	۱۴,۱۵۳	۱۹۱	٪۹۷	نامشخص	نامشخص	28-Jun-2000	٪۴۰
آیت‌الله بهجت	mtb.ir	۳۵۰,۱۳۰	۸,۰۱۵	۱۵۴	٪۹۸/۵	نامشخص	۱/۲	---	٪۷۴
آیت‌الله جواد تبریزی	tabrizi.org	۵۱۱,۶۱۰	۱۴,۴۹۵	۲۳۶	٪۸۵	نامشخص	۳/۳	07-Aug-2001	٪۳۷
آیت‌الله موسوی اردبیلی	ardebili.org	۱,۸۵۷,۶۳۳	نامشخص	۱۱۲	نامشخص	٪۱۷	نامشخص	09-Jun-2002	٪۲۵
آیت‌الله وحید خراسانی	vahid-khorasani.ir	۱۵۶,۳۷۵	۲,۵۹۰	۱۷۲	٪۸۷/۳ ^۳	٪۱۶	۵/۱	---	نامشخص
فاقد وبسایت									آیت‌الله شبیری زنجانی
آیت‌الله صافی گلپایگانی	saafi.org	۴۱۷,۲۸۵	۷,۰۳۶	۱۴۹	٪۹۴/۳	نامشخص	نامشخص	08-Sep-2002	٪۴۹
آیت‌الله صانعی	saanei.org	۱۱۲,۱۱۱	۳,۲۷۴	۳۲۱	٪۹۴/۴	٪۱۹	۲/۴	30-Jan-2000	٪۳۲
آیت‌الله مکارم شیرازی	makaremshirazi.org	۷۸,۱۷۵	۱,۲۸۱	۴۵۷	٪۹۳/۸	٪۲۷	۲/۶	06-Dec-1999	
آیت‌الله نوری همدانی	noorihamedani.com	۷۸۸,۷۲۸	نامشخص	۱۹۷	نامشخص	٪۲۱	نامشخص	28-Jan-2002	٪۳۰
آیت‌الله سبحانی	tohid.ir	۶۴۴,۱۳۳	۱۲,۳۷۷	۲۶	٪۸۶/۷	٪۲۶	نامشخص	---	٪۴۹
آیت‌الله بیات زنجانی	bayatzanjani.net	۷۶۴,۳۴۹	۲۲,۳۵۸	۵۱	٪۹۰/۷	نامشخص	۱/۵	---	٪۷۷
آیت‌الله گرامی	ayat-gerami.ir ^۴	۱۱,۶۶۵,۶۸۰	نامشخص	۱۹	نامشخص	نامشخص	نامشخص	14-Aug-2003	نامشخص

جدول ۱: ارزیابی مختصری پیرامون رسانه‌های اینترنتی مراجع تقلید در دوره‌ی متاخر

۱. در هر بازدید منحصربه‌فرد
۲. شایان ذکر است که آیت‌الله سیستانی در محدوده‌ی این پژوهش نبوده‌اند و آوردن مشخصات وبسایت ایشان، تنها به عنوان ملاکی برای مقایسه می‌باشد. بیشترین درصد بازدیدکنندگان وبسایت این مرجع تقلید، پس از ایران در عراق می‌باشد؛ البته با منظور کردن نسبت بازدیدکنندگان به نسبت جمعیت و نیز دسترسی به اینترنت در دو کشور ایران و عراق، می‌توان به سادگی ملاحظه کرد که درصد کاربران عراقی وبسایت آیت‌الله سیستانی به نسبت جمعیت کل دو کشور، به میزان قابل توجهی بیش از ایران می‌باشد. همچنین کاربران کشور عربستان سعودی، سومین رتبه در میان بازدیدکنندگان این سایت را دارند. نکته‌ی دیگر شایان ذکر این است که تنوع جغرافیایی بازدیدکنندگان وبسایت این مرجع تقلید بیش از دیگر مراجع تقلید است.
۳. نزدیک به ۷ درصد بازدیدکنندگان وبسایت این مرجع تقلید را کاربران کشور لیبی تشکیل می‌دهند.
۴. وبسایت پیشین آیت‌الله گرامی در آدرس www.gerami.org قابل دسترسی بوده است. ظاهراً به سبب تغییر آدرس سایت، اطلاعات وبسایت Alexa پیرامون سایت جدید کامل نیست.

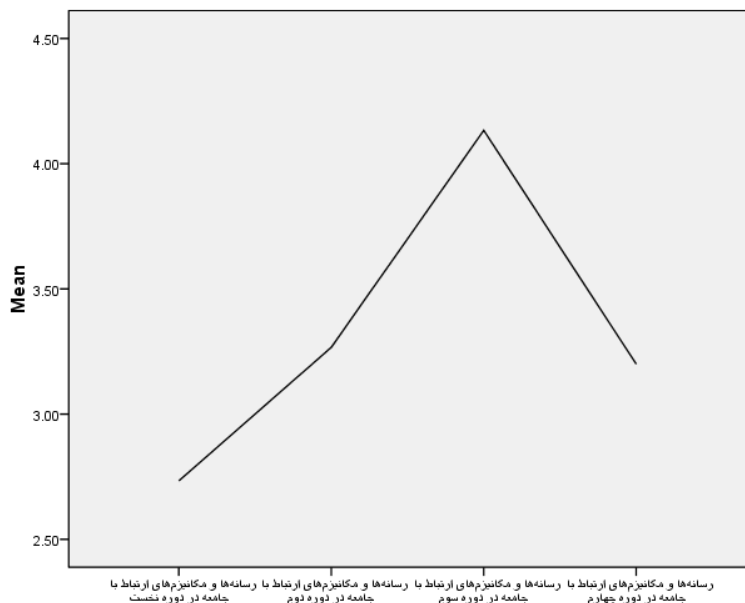
۵. یافته‌های حاصل از مصاحبه با متخصصان (پرسشنامه)

پرسشنامه‌ی این پژوهش همچنان که گفته شد به ۱۵ متخصص و مطلع در امور مرجعیت ارائه گردید که نتیجه‌ی ارزیابی این متخصصان از شاخص «رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباط با جامعه (تعداد و گستره‌ی تاثیرگذاری رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی با جامعه: نشریات، اعلامیه‌ها، منابر و مساجد، پایگاه‌های اینترنتی، ماهواره و ...)» در قالب جداول و نمودار زیر نمایان است.

دوره‌ی نخست		دوره‌ی دوم		دوره‌ی سوم		دوره‌ی چهارم		دوره‌ها / طبقات
درصد ترکیبی	درصد	درصد ترکیبی	درصد	درصد ترکیبی	درصد	درصد ترکیبی	درصد	
۰.۰	۰.۰	۰.۰	۰.۰	۰.۰	۰.۰	۰.۰	۰.۰	هیچ
۴۰.۰	۶.۷	۲۰.۰	۰.۰	۰.۰	۱۳.۳	۴۰.۰	۲۰.۰	خیلی کم
	۱۳.۳		۰.۰		۰.۰		۲۰.۰	کم
۶.۷	۳۳.۳	۲۰.۰	۲۰.۰	۳۳.۳	۲۶.۷	۲۰.۰	۲۶.۷	متوسط
۵۳.۳	۴۰.۰	۴۶.۷	۸۰.۰	۴۶.۷	۳۳.۳	۳۳.۳	۳۳.۳	زیاد
	۶.۷		۳۳.۳		۲۰.۰		۰.۰	خیلی زیاد
۱۰۰.۰		۱۰۰.۰		۱۰۰.۰		۱۰۰.۰		جمع
۱۵		۱۵		۱۵		۱۵		تعداد کل
۰		۰		۰		۰		بی پاسخ

میانگین	طبقه‌ی معادل تقریبی
۲.۷۳۳۳	متوسط
۳.۲۶۶۷	متوسط
۴.۱۳۳۳	زیاد
۳.۲۰۰۰	متوسط

جدول ۲: نتایج حاصل از ارزیابی متخصصان در خصوص دسترسی مراجع تقلید به رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباطی با جامعه



تصویر ۲: نمودار تقریبی ارزیابی متخصصان از دسترسی مراجع تقلید به رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباطی با جامعه در نیم سده‌ی اخیر

۶. موخره

مکانیزم‌های ارتباطی مرجعیت با جامعه در طی دوره‌های مختلف پژوهش بسته به نوع رسانه، متفاوت بوده و سیر واحدی را طی نکرده است. آنچه روشن است اینکه در هیچ‌یک از دوره‌های پژوهش، مراجع تقلید رسانه‌ی فراگیر و موثری جز منابر و مساجد نداشته‌اند. استفاده از رسانه‌هایی نظیر مطبوعات سراسری و رادیو - تلویزیون همواره با موانع بیرونی و درونی، محدودیت‌ها و کنترل‌های سخت همراه بوده است. در دوره‌ی دوم پژوهش، این رسانه‌ها نه تنها در خدمت ارتباط مرجعیت با جامعه نبوده‌اند، که غالباً نقش تخریبی علیه مرجعیت داشته‌اند. در دوره‌های سوم و چهارم پژوهش نیز جز در دوره‌های کوتاه و موارد استثنایی، این رسانه‌ها به دلایل و مصالح گوناگون از انعکاس اخبار و مواضع مراجع دوری جستند. طی این دو دوره، یکی از مهمترین مکانیزم‌های ارتباطی مرجعیت با جامعه - منابر و مساجد - نیز به شرحی که در بخش‌های پیشین رفت، از دسترس آنها خارج شده و تحت مدیریت نهادهای تخصصی وابسته به حکومت قرار گرفته‌اند. در دوره‌ی چهارم پژوهش، رسانه‌های مجازی و نوظهور، تا اندازه‌ای امکان ارتباط مراجع با مقلدان و افراد جامعه را فراهم نموده است؛ اما دایره‌ی مخاطبان و کاربران این رسانه‌ها محدود و خاص است و افزون بر این نمی‌تواند جایگزینی برای مکانیزم ارتباطی نیرومند و موثری نظیر منابر باشند. جدول زیر طرح اجمالی و تقریبی رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباطی مرجعیت در دوره‌های چهارگانه‌ی پژوهش را نمایش می‌دهد. استفاده از علامت‌های (+) و (-) به منزله‌ی استفاده از منطق صفر و یک مطلق در انتساب وجود یا عدم وجود یک عامل در یک دوره‌ی خاص نیست؛ بلکه بیانگر کم‌رنگ یا کم‌اثر بودن عامل مربوطه (در خصوص علامت -) و پررنگ و اثرگذار بودن عامل مربوطه (در خصوص علامت +) می‌باشد.

چهارم		سوم		دوم	اول	دوره‌های چهارگانه‌ی پژوهش
(۲)	(۱)	(۲)	(۱)			
+۱	+	-	+	+	+	امکان انعکاس سراسری اطلاعیه‌ها و اعلامیه‌های مناسبی یا موردی
-	+	-	+	+	+	دسترسی به حوزه‌ی مطبوعات
- ^۳	+	-	+	-	-	
-	+ ^۴	-	-	-	-	دسترسی به رسانه‌های انحصاری (رادیو، تلویزیون)
-	-	-	+	+	+	دسترسی به منابر و مساجد
+	+	فقدان تکنولوژی‌های لازم			دسترسی به رسانه‌های ارتباطی جدید	
-	+				اینترنت	
-	+				شبکه‌ی اختصاصی ماهواره‌ای	
-	+			سامانه‌ی پیام کوتاه		

جدول ۲: دسترسی مراجع به رسانه‌ها و مکانیزم‌های ارتباطی در دوره‌های چهارگانه‌ی نیم‌سده‌اخیر

توضیح گروه‌های (۱) و (۲) در دوره‌های سوم و چهارم پژوهش:

(۱) مراجع هم‌نوا با سیاست‌های حاکم. (۲) مراجع کناره‌گیر یا منتقد سیاست‌های حاکم.^۵

^۱ این امکان برای مراجع منتقد در دوره‌ی چهارم، پس از گسترش استفاده از اینترنت در دهه‌ی هشتاد میسر گردیده است.
^۲ منظور فراهم بودن امکان انعکاس موثر و سازنده‌ی اخبار مربوط به مراجع در روزنامه‌های سراسری است.
^۳ این امکان در یک دوره‌ی زمانی کوتاه (بین سال‌های ۱۳۷۷ تا ۱۳۷۹) فراهم بود، اما به سبب کوتاه بودن این دوره، نمی‌توان آن را به تمام دوره‌ی چهارم تعمیم داد.

^۴ دسترسی مراجع مذکور به رسانه‌های انحصاری در این دوره به صورت محدود و مقطعی (ماه رمضان و ساعات خاصی از روز) می‌باشد.
^۵ این نکته شایان ذکر است که عدم دسترسی مرجعیت کناره‌گیر و مرجعیت منتقد سیاست‌های حاکم به ابزارهای رسانه‌ای، از دو نقطه عزیمت و خاستگاه متفاوت سرچشمه می‌گیرد: منشاء یکی عدم تمایل درونی به استفاده از این ابزارهاست؛ منشاء دیگری تحمیل و انسداد بیرونی در مقابل دسترسی به ابزارهاست. اما آنچه اهمیت دارد، واقعیت بیرونی و پیامد هر دو رویکرد مذکور است که به استفاده یا عدم استفاده از ابزارهای رسانه‌ای می‌انجامد؛ بر مبنای همین پیامد عملی است که این دو دسته از مراجع را در کنار هم تحلیل کرده‌ایم.

منابع و ماخذ

الف. کتاب‌ها و پایان‌نامه‌ها

- امامی، محمد مهدی (۱۳۸۲)، *زندگی‌نامه‌ی آیت‌الله‌العظمی گلپایگانی به روایت اسناد*، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، تهران، چاپ اول.
- [امام] خمینی، روح‌الله (۱۳۸۶)، *صحیفه امام (بیانات، پیام‌ها، مصاحبه‌ها، احکام، اجازات، شرعی، نامه‌ها)*، مجموعه‌ی ۲۱ جلدی، موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، تهران، چاپ چهارم.
- بشیریه، حسین (۱۳۸۲)، *جامعه‌شناسی سیاسی*، نشر نی، تهران، چاپ نهم.
- رضوی، کمال (۱۳۸۹)، *سیر تحول پایگاه اجتماعی مرجعیت شیعه در ایران در نیم‌سده‌ی اخیر*، پایان‌نامه در مقطع کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران: دانشکده‌ی علوم اجتماعی، استاد راهنما: دکتر سارا شریعتی.
- روح‌بخش‌الله‌آبادی، رحیم (۱۳۸۹)، *آیت‌الله‌العظمی سیدمحمد‌هادی میلانی به روایت اسناد*، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، تهران، چاپ اول.
- شیرخانی، علی، عباس زارع (۱۳۸۴)، *تحولات حوزه‌ی علمی قم پس از پیروزی انقلاب اسلامی*، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، تهران، چاپ اول.
- عقیقی بخشایشی، عبدالرحیم (۱۳۷۶)، *فقه‌های نامدار شیعه*، انتشارات نشر نوید اسلام، قم، چاپ سوم (با اصلاحات و اضافات).
- فلیک، اووه (۱۳۸۷)، *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه‌ی عادی جلیلی، تهران، نشر نی، چاپ اول.
- متولی، عبدالله (۱۳۸۳)، *آیت‌الله خوانساری به روایت اسناد*، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، تهران، چاپ اول.
- منتظری، حسینعلی (۱۳۷۹)، *بخشی از خاطرات فقیه و مرجع عالیقدر حضرت آیت‌الله‌العظمی منتظری*، بی‌جا، بی‌نا، ج ۲ (۱۶۰۰ ص).
- منظورالاجداد، سیدمحمدحسین (۱۳۷۹)، *مرجعیت در عرصه‌ی اجتماع و سیاست: اسناد و گزارش‌هایی از آیات عظام نائینی، اصفهانی، قمی، حائری و بروجردی*، تهران، انتشارات شیرازه، چاپ اول.
- میزبانی، مهناز، منیژه صدری (۱۳۸۳)، *نقش مساجد و دانشگاه‌ها در پیروزی انقلاب اسلامی*، انتشارات مرکز اسناد انقلاب اسلامی، تهران، چاپ اول.
- --- (۱۳۸۵)، *حضرت آیت‌الله‌العظمی حاج سیدمحمدرضا گلپایگانی به روایت اسناد ساواک (مجموعه سه جلدی)*، تهران، انتشارات مرکز بررسی اسناد تاریخی وزارت اطلاعات، چاپ اول.
- --- (۱۳۸۰)، *آیت‌الله‌العظمی سید محمد هادی میلانی به روایت اسناد ساواک (مجموعه سه جلدی)*، تهران، انتشارات مرکز بررسی اسناد تاریخی وزارت اطلاعات، چاپ اول.
- مجموعه مقالات مجله‌ی «حوزه»، فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۰، شماره ۴۳ و ۴۴.

ب. نشریات و منابع اینترنتی:

- پایگاه اطلاع‌رسانی مسجد جامع غدیر خم: www.masjedghadir.ir
- وب‌سایت آیت‌الله سبحانی، بخش اخبار، ۲۰ خردادماه ۱۳۸۷.
- وب‌سایت آیت‌الله مکارم شیرازی، بخش اخبار، ۵ دی‌ماه ۱۳۸۷.
- وب‌سایت آیت‌الله فاضل لنکرانی، بخش زندگی‌نامه.
- مصاحبه‌ی آیت‌الله هاشمی رفسنجانی با خبرگزاری ایلنا، ۲۹ خردادماه ۱۳۸۹
- راستگو، عبدالرحمان (۱۳۸۳)، «آیت‌الله شریعتمداری و آن چه بر او گذشت»، پایگاه اینترنتی گویانبوز.
- ضمیمه روزنامه جمهوری اسلامی ۱۳۸۲/۲/۱۵: صحیفه حوزه: شاخه‌ای از شجره طوبی: زندگی‌نامه‌ی آیت‌الله فاضل لنکرانی.