

## الگویی برای بررسی کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان در ایران؛ نقد مقاله دکتر شجاعی‌زند

دکتر کاظم سام‌دلیری / استادیار دانشگاه دفاع ملی / kazemsd\_49@yahoo.com  
تاریخ وصول: ۱۳۹۴/۰۳/۱۰ / تاریخ تصویب نهایی: ۱۳۹۴/۰۶/۲۲

### چکیده

روحانیان در ایران، همواره در میان جامعه، از نفوذ اجتماعی برخوردار بوده‌اند؛ اما میزان نفوذ این گروه تأثیرگذار، بر اثر تحولات گوناگون، دستخوش تغییرات می‌شود. تغییرات در میزان نفوذ اجتماعی آنان، محرک برخی برای شناخت عوامل مؤثر بر کاهش آن است. مقاله دکتر شجاعی‌زند با عنوان «کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در ایران؛ الگویی برای بررسی»، از جمله معدود کارهایی است که وظیفه خود را شناخت عوامل مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان در ایران دانسته است. با وجود تلاش مفید، کار وی به دلایل متعدد ناتوان از حصول به اهداف تعریف شده است؛ لذا مقاله حاضر، می‌کوشد با نقد محتوایی نوشته فوق، در دو بعد بیرونی و درونی، ابهامات، نقایص و اشکالات آن را نشان دهد و اثبات کند مقاله نویسنده، نه الگویی مناسب برای تبیین علل کاهش نفوذ اجتماعی این قشر است و نه توانسته این مسأله را تبیین کند. در ادامه بحث، الگوی مختار این قلم به عنوان بدیل الگوی مورد نقد ارائه می‌شود.

**کلیدواژه‌ها:** نفوذ اجتماعی، روحانیت، تبیین نظری، تبیین تجربی، کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان.

## بیان مسأله

روحانیان که در نظام نهادی دین، به تبلیغ، تعلیم، تفسیر و تفقه اشتغال دارند، از جمله گروه‌های اثرگذار و شاید تأثیرگذارترین گروه اجتماعی ایران به حساب می‌آیند. تاریخ چند صد ساله ایران با افکار، اعمال و اعتقادات این گروه عجین است و هیچ واقعه مهمی را نمی‌توان یافت که نقشی از حضور روحانیان در آن نباشد. همین اهمیت روحانیان در تاریخ ایران و اثرگذاری آن، مخالفان و موافقان زیادی را به خود جلب کرده و موضوعات مرتبط با آن را به سطح ایدئولوژیک کشانده است. البته وظیفه و نقش روحانیان در نظام نهادی دین، بر شدت گرایش‌های ارزشی نسبت به آنان می‌افزاید و مطالعه درباره این گروه اجتماعی را دشوارتر از هر موضوع اجتماعی دیگر می‌کند.

اثرگذاری روحانیان در جامعه مذهبی ایران، به آن میزان است که اخلاقیات، ارزش‌ها، هنجارها، اعتقادات و رفتارهای اجتماعی‌شان، برگرفته از آموزه‌های تبلیغ و عمل‌شده توسط آنان است. این اثرگذاری و توان منجر به آن، نه ناشی از ترس و اغوا یا تطمیع و تهدید که متأثر از رغبت پیروان به تبعیت از این گروه و همانندسازی با آنان (نفوذ اجتماعی) است. موضوع روحانیت، به دلیل اهمیت دین در نزد جامعه ایران، به خودی خود، تحریک‌کننده و جذاب است، اما اثرگذاری روحانیان و توان آنان در جذب، ترغیب و تحریک جامعه، بر جذابیت این موضوع می‌افزاید؛ از این رو، بسیاری از تحقیقات اجتماعی به این گروه اختصاص یافته است. هرچند روحانیان همواره از اثرگذارترین گروه‌های اجتماعی ایران بوده‌اند، میزان نفوذ آن‌ها در ادوار مختلف تفاوت داشته و نوسان‌هایی را نشان می‌دهد. این نوسان در میزان نفوذ، برخی از نویسندگان را بر آن داشته تا موضوع چرایی تغییر در میزان نفوذ اجتماعی روحانیان را در ایران محور تحقیقات خود نمایند و عوامل مؤثر بر آن

را کشف کنند. مقاله دکتر شجاعی زند با عنوان «کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در ایران؛ الگوی برای بررسی»<sup>۱</sup> از این دست تحقیقات است که می‌کوشد عوامل مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی این گروه را به دست آورد. این مقاله با وجود تلاش مفید در جهت کشف عوامل مؤثر بر این کاهش، به دلیل داشتن ابهامات، تناقضات و اشکالات، از پس حصول به هدف تعیین شده بر نمی‌آید و همین امر، ما را مجاب کرده به نقد آن اقدام کنیم. نقد مقاله مورد نظر، به شکل محتوایی و در دو بعد درونی و بیرونی انجام می‌گیرد. در نقد درونی، تلاش می‌شود تناقضات و ابهامات مقاله نمایان گردد و در نقد بیرونی، محتوای مقاله با نظریات دیگر، مقایسه و مقابله می‌شود.

مقاله مورد اشاره به چهار بخش: «بیان مسأله»، «واکاوی مفهومی»، «نفوذ اجتماعی روحانیت» و «عوامل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در ایران» تقسیم می‌گردد. نقد مقاله هم به ترتیب و با نقد هر بخش انجام خواهد شد. در ادامه نیز الگوی مختار این قلم، برای بررسی عوامل مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی این گروه ارائه می‌شود. در بخش نتیجه، نشان داده خواهد شد که ایرادات مقاله چه مشکلاتی برای بررسی نفوذ اجتماعی روحانیان به بار می‌آورد و چرا به تبیین نظری آن نمی‌توان اعتماد کرد.

### مروری بر مقاله و الگوی دکتر شجاعی زند

نویسنده در این مقاله، سعی دارد در مطالعه‌ای نظری - تحلیلی علل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را در دوره‌ای که از قدرت عمل به مراتب بیشتری از پیش برخوردار هستند بررسی نماید. لذا این سؤال را مطرح می‌کند:

«آیا می‌توان این کاهش را به نحو قاطع و مشخص به حساب برپایی حکومت دینی و نایل شدن روحانیت به قدرت سیاسی گذارد؟».

۱. چاپ شده در شماره ۳۸ فصل نامه شیعه‌شناسی.

برای پاسخ‌گویی به سؤال تحقیق، مقاله به سه بخش «واکاوی مفهومی»، «نفوذ اجتماعی» و «عوامل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در ایران» تقسیم می‌شود. در بخش واکاوی مفهومی، چهار مفهوم زور، قدرت، اقتدار و نفوذ، با ویژگی‌های متضاد و در یک جدول فازی با هم مقایسه می‌شوند. در این جدول، دو مفهوم زور و نفوذ در دو سر طیف و قدرت و اقتدار در میانه آن قرار دارند. نویسنده معتقد است:

هر چه از زور عریان به سوی نفوذ اجتماعی عبور شود، از صورت اجبار، مستقیم، قصدشده، منفعت‌محور، ضمانت‌شده، نامتقارن و متکی بر نقش و صورت رسمی آن، به سمت انواع ترغیبی و غیرمستقیم و نامقصود و غیرمنفعتی و غیرتضمینی و متقارن و متکی به شخص و غیررسمی میل پیدا می‌کند.

به عقیده نویسنده، این مفاهیم از لحاظ منشأ نیز با هم متفاوتند. در حالی که تهدید منشأ زور است، قدرت متکی به تهدید و تطمیع است و اقتدار بر توافق و کارآمدی و نفوذ بر اقناع و جذبۀ اتکا دارد. نویسنده در تعریف نفوذ می‌آورد:

نفوذ توان تأثیرگذاری خواسته یا ناخواسته‌ای است که به دلیل ابتدای کامل بر اقناع و جذبۀ و اتکا بر تبادله ارزش‌های حقیقت‌شناسانه، نیکویی‌شناسانه و زیبایی‌شناسانه، عمدتاً در ساحت‌های اجتماعی و فرهنگی موضوعیت می‌یابد.

نویسنده بخش «نفوذ اجتماعی روحانیت» را با این بحث آغاز می‌کند که: «بخشی از عوامل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در ایران را باید در کاهش و فتور همان عوامل پدیدآورنده آن جست‌وجو کرد»؛ لذا در ابتدا، سعی دارد «عوامل مؤثر بر شکل‌گیری نفوذ اجتماعی روحانیت» را شناسایی و در قالب یک الگو ارائه کند. وی معتقد است:

«اقتناع» و «جذبه» به مثابه منابع نفوذ، از هم‌سویی فکری و ارزشی و

پیامدهای عاطفی آن در افراد تحت نفوذ حاصل می‌شود.

بر این اساس، عوامل موجهه اقتناع و جذبه را در چهار دسته خلاصه می‌کند:

۱. عقاید و ارزش‌های مشترک؛

۲. ویژگی‌های شخصیتی مثبت؛

۳. موقعیت و نقش‌های مثبت؛

۴. عملکرد مبتنی بر مشخصات مزبور.

با اتکا بر این موارد، عواملی که برای روحانیان نفوذ ایجاد می‌کنند، عبارتند از:

۱. انتساب آنان به دین؛

۲. امتثال این گروه به اعتقادات و ارزش‌های مقبول مردم؛

۳. ویژگی‌های شخصیتی روحانیان؛

۴. امکانات موقعیتی و نقشی؛

۵. عملکرد و پیشینه تاریخی آنان.

به باور نویسنده، روحانیان به صرف انتساب به دین، واجد میزانی از محبوبیت و نفوذ اجتماعی هستند؛ اما تمثیل آنان به دین و تبلور آیین در منش و کنش آنان نیز بر نفوذ اجتماعی‌شان مؤثر است. آنان به تبع پیروی و تمثیل به آیین، ویژگی‌هایی کسب می‌کنند که در زیست و سلوک آنان تجلی می‌یابد. این عامل که با عنوان «ویژگی‌های شخصیتی» آمده، یکی دیگر از عوامل ایجاد نفوذ برای روحانیان است. موقعیت‌هایی که روحانیان اشغال کرده‌اند و نقش‌هایی که آنان ایفا می‌کنند، از طریق کارکردهای نقش و روابط جاری در هر موقعیت، موجب نفوذ اجتماعی برای آنان است. از آنجایی که موقعیت و نقش‌هایی که روحانیان در نسبت به دین پذیرا هستند، پاسخ‌گوی مراجعات دینی و برآورنده نیازهای خاص مردم است و روابط گسترده با

مردم را موجب می‌گردد، باعث نفوذ اجتماعی برای آنان می‌شود. البته عملکرد تاریخی روحانیان که متأثر از انتساب آنان به دین است، برای این گروه نفوذ ایجاد می‌کند.

نویسنده در بخش «عوامل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در ایران»، این عوامل را به تحولات رخ داده در سه سطح: مردم، ساختار جامعه و روحانیان نسبت داده، بر اساس آن ده عامل مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را برمی‌شمرد. وی در تحولات مربوط به مردم، به «عرفی شدن ایران»، «تغییر نوع دین‌داری»، «نمودار نارضایتی از دولت منتسب به روحانیت» و «فضاسازی مخالفان» اشاره می‌کند. نویسنده معتقد است:

با عرفی شدن و کاهش نقش و اهمیت دین نزد فرد، روحانیت نیز به عنوان مبلغ، کارشناس و الگوی پیروی دینی، هم‌چون سابق، محل رجوع و تبعیت مردم قرار نمی‌گیرد.

با تغییر نوع دین‌داری و پیروی از سبک خاصی از دین‌داری که قائل به نوعی «همه‌کشیشی» است و با کاسته شدن از اهمیت ابعاد الاهیاتی، مناسکی و شریعتی دین که عرصه‌های اصلی حضور روحانیان است، نیاز و مراجعات به روحانیان کاهش می‌یابد که این موجب کاهش نفوذ اجتماعی آنان است. هم‌چنین بالا رفتن سطح انتظارات مردم و ارزیابی نامطلوب از سیاست و عملکرد دولت، می‌تواند به نارضایتی از دولت منتسب به روحانیان و کاهش نفوذ اجتماعی آنان بینجامد. فضاسازی مخالفان و تأثیرپذیری مردم از این فضاسازی نیز عاملی برای کاهش نفوذ اجتماعی این گروه است.

در بستر جامعه و تحولات مربوط به این سطح، سه عامل «افزایش تمایز یافتگی

نهادی در ساخت اجتماعی هم‌سو»، «ظهور گروه‌های مرجع جدید» و «برپایی حکومت دینی»، موجب کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان است. افزایش تمایز یافتگی نهادی در ساخت اجتماعی هم‌سو موجب واگذاری برخی از کارکردها و ترک برخی از نقش‌های اجتماعی روحانیان می‌شود و به میزان کاسته شدن از نقش‌ها و کارکردهای این گروه، میزان روابط آنان با مردم و به تبع نفوذ اجتماعی حاصل از این مسیر نیز کم می‌شود. ظهور و تقویت گروه‌های مرجع جدید موجب توزیع نفوذ اجتماعی میان گروه‌های رقیب و کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان می‌گردد و برپایی حکومت دینی و برآمدن روحانیان بر مسند قدرت سیاسی، موجب کاسته شدن از میزان محبوبیت و نفوذ اجتماعی آنان می‌شود.

در طرف روحانیان و تحولات آنان، «ترک موقعیت‌ها و نقش‌های اجتماعی»، «دچار شدن به آسیب‌های قدرت» و «فقدان تجربه لازم در موقعیت قدرت»، موجب کاهش نفوذ اجتماعی این دسته است. با برپایی حکومت دینی و ترک موقعیت‌ها و نقش‌های اجتماعی توسط روحانیان، در «ارتباطات» و «کارکردها»ی این گروه تغییراتی ایجاد می‌شود که کاهش نفوذ اجتماعی آنان را نتیجه می‌دهد. برآمدن روحانیان بر مسند قدرت، موجب «دچار شدن برخی از آنان به آسیب‌های قدرت» می‌شود که این خود نقصان در عملکرد مورد انتظار و تغییر در ویژگی‌های شخصیتی مورد انتظار است که نتیجه آن نیز کاهش نفوذ اجتماعی این قشر است. فقدان تجربه لازم در موقعیت قدرت و عمل کردن در نقش و موقعیت دیگران و رعایت اقتضائات نقشی آن موقعیت، «ویژگی اعتباربخشی آنان را به تدریج زایل خواهد ساخت و با محو تمایزات نقشی و شأنی، جایی برای نفوذ اجتماعی ویژه ایشان باقی نخواهد گذارد».

## نقد مقاله

### الف) ابهامات در بیان مسأله

نقد مقاله را می‌توان از همان آغاز و با کاوش و غور در بیان مسأله آغاز کرد. نوعی ابهام و سردرگمی در بیان مسأله وجود دارد؛ به گونه‌ای که مخاطب ناتوان از فهم این است که تحقیق به موضوعی «مُحَقَّق» (مسجل) می‌پردازد یا بر امری «مُحتمل» تمرکز دارد. این ابهام و سردرگمی از ارجاعات متضاد نویسنده ناشی می‌شود که بین این دو موضع متفاوت در نوسان است. نویسنده با استناد به چند تحقیق و با طرح این موضوع که «چنین ادعا شده» و «با نظر به برخی تحقیقات محدود و شواهد عینی»، نتیجه می‌گیرد که نفوذ اجتماعی روحانیان در یکی دو دهه اخیر، «به میزان قابل‌توجهی کاسته شده است». اما در چند سطر بعد، به دلیل نبودن هیچ تحقیق جامع و معتبر ادعای کاهش نفوذ را به عنوان یک واقعیت مسلم نمی‌پذیرد. با وجود این، مقاله کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را پیش فرض برخی تأملات تبیینی خود می‌کند. وی با اشاره به این که هیچ تحقیق جامع و معتبری تاکنون در این باره انجام نگرفته تا مدعای کاهش نفوذ اجتماعی این قشر را به عنوان یک واقعیت مسلم اثبات نماید، همین میزان مؤیدات را برای این که کاهش نفوذ روحانیان را پیش فرض برخی تأملات تبیینی کند، کافی می‌داند و در ادامه، این پرسش‌ها را مطرح می‌کند:

۱. «علل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در شرایطی که از قدرت عمل به مراتب بیش‌تری از پیش برخوردار گردیده، چیست؟»
۲. «آیا می‌توان این کاهش را به نحو قاطع و مشخص، به حساب برپایی حکومت دینی و نایل شدن روحانیت به قدرت سیاسی گذارد؟»

همان‌گونه که پیداست، وی به نحو قاطع، نه کاهش نفوذ روحانیان را می‌پذیرد و نه آن را رد می‌کند، اما از آنجایی که با تردید نمی‌توان تحقیقی را آغاز نمود، کاهش



نفوذ را مسلم گرفته و سؤالات طرح می‌شوند. تردید در مسأله، تحقیق را متزلزل می‌سازد و مفروض گرفتن آن هم اقتضائات خود را دارد که اثبات، یکی از آنهاست. اما محقق خود را به اثبات این ادعا ملزم نمی‌داند. با آن‌که تحقیق یک تأمل مصداقی درباره کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان در ایران امروز است، اما تأکید می‌کند که به اثبات تجربی پیش‌فرض، یعنی کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان نیاز ندارد. علت را هم این می‌داند که مطالعه نظری- تحلیلی وی «متکی به یافته‌های میدانی نیست». در پاسخ باید گفت، اگر مقاله تنها وظیفه ارائه «الگو» برای بررسی علل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را داشت - ادعایی که عنوان مقاله مطرح می‌کند- می‌شد این نظر را پذیرفت؛ زیرا در این صورت، بحث کاملاً نظری و انتزاعی است و از مفاهیم کلی بی‌توجه به مصداق استفاده خواهد برد. محقق در دادن الگو، از مفاهیم لازم‌الزمان و لامکان سود می‌برد که می‌توانند مصداق متعدد داشته باشند و تحقیق، متوقف در سطح انتزاع است. اما سؤال تحقیق نشان از آن دارد که وی در صدد تبیین امری مسجل و مُحَقَّق است (کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان پس از به قدرت رسیدن) و تلاش وی صرفاً نظری- تحلیلی نیست. اگر مسأله تحقیق امر مسلم و موضوعی مُحَقَّق است، اولاً نیاز به اثبات دارد و ثانیاً برای تبیین باید به شواهد تجربی مراجعه کرد که محقق هیچ یک از این اقدامات را انجام نداده است. این یک روش پذیرفته و اصل بدیهی در هر پژوهش است که محقق مسأله خود را اثبات کند؛ یعنی اگر ادعای وقوع واقعه‌ای را دارد، آن را با اتکا به شواهد، مدارک، آمار یا اقوال دیگران مستند نماید. اگر معلول اساساً در عالم واقع وجود ندارد، چه ضرورتی برای تبیین علت (علل) آن است؛ مگر آن‌که ادعا شود درباره واقعه‌ای که احتمال رخ دادن آن وجود دارد، قرار است تبیین انجام شود. برای انجام دادن چنین تحقیقاتی نیز باید آینده‌پژوهی کرد و با بررسی زمینه‌های تاریخی و فرایند شکل‌گیری و وقوع واقعه یا پدیده، علل آن را

تعیین نمود که تحقیق مورد نظر از این ویژگی برخوردار نیست. ضمن آن‌که سؤال تحقیق، نشان‌دهنده نگاه محقق به یک امر «مُحَقَّق» است. پاسخ نویسنده در بخش نتیجه‌گیری به سؤالات یادشده نیز این نظر را تأیید می‌کند؛ آن‌جا که می‌نویسد:

از حیث کمی، بیش‌ترین عوامل تأثیرگذار بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت، از برآمدن ایشان بر مسند قدرت سرچشمه گرفته است، اما اثر دیگر عوامل، هم‌چون ... را نیز نباید از نظر دور داشت. بر این اساس نمی‌توان بر تأثیر قدرت سیاسی روحانیت بر کاهش نفوذ اجتماعی ایشان که مسأله این تحقیق بود، به نحو قاطع و محرز تأکید کرد.

با اشاره به آنچه گذشت و آن‌گونه که پیداست، تحقیق بین دادن الگو برای تحقیق‌های تبیینی مشابه درباره علل این کاهش نفوذ، تبیین نظری تأثیر ورود روحانیان به حکومت بر نفوذ اجتماعی آنان، تبیین تجربی این مسأله<sup>۱</sup> و آینده‌پژوهی کاهش نفوذ اجتماعی این گروه، سرگردان است و پژوهش‌گر در ابتدای تحقیق و در بیان مسأله، به نحو قاطع و مشخص، تکلیف خود و خواننده را با هر یک از این انواع تحقیق مشخص نمی‌کند و این سرگردانی تا انتها با نویسنده و خواننده همراه است.

#### (ب) نقص و اشتباه در مفهوم‌سازی نفوذ اجتماعی (متغیر وابسته)

در بخش «وآکاوای مفهومی»، مفاهیم زور، قدرت، اقتدار و نفوذ آمده بدون آن‌که تعریفی برای آن‌ها آورده شود و با هم مقایسه شده‌اند؛ لذا هر چند برخی ویژگی‌های

۱. در تبیین نظری یک مصداق مشخص، بر خلاف دادن الگو، مفاهیم به مصادیق (واقعیات) اشاره دارند (میان مفاهیم انتزاعی با متغیرها پیوند برقرار است) و تحقیق از سطح انتزاع، به سطح انضمام و تجربه حرکت می‌کند. در دادن «الگو» بحث، نظری صرف است که بر اساس آن می‌توان انواع تحقیق با مصادیق متفاوت انجام داد و مفاهیم آن کلی است که مصادیق متعدد دارد (تحقیق در سطح انتزاع متوقف است).

این مفاهیم در جدول آمده، به دلیل نبود تعریف، نمی‌توان ماهیت آن‌ها را به درستی شناخت. ضمناً برخی ویژگی‌هایی که برای این مفاهیم آمده‌اند، اشتباه هستند. برای مثال، ویژگی‌های «ترغیبی»، «غیرمستقیم»، «قصده‌نشده» و «متکی به شخص» بودن نفوذ، در برابر ویژگی‌های «اجباری»، «مستقیم»، «قصده‌شده» و «مبتنی بر نقش» بودن زور و قدرت آمده است؛ اما این ویژگی‌ها را نه برای نفوذ و نه برای زور و قدرت نمی‌توان پذیرفت. نفوذ اجتماعی، تنها به شخص و ویژگی‌های وی متکی نیست؛ بلکه می‌تواند هم ناشی از «موقعیتی» باشد که وی اشغال کرده و هم «نقشی» که ایفا می‌کند. نفوذ اجتماعی «مرجع دینی» که ناشی از اشغال جایگاه مرجعیت و ایفای این نقش است یا نفوذی که ولی فقیه دارد، از این نوعند.

یکی از ویژگی‌هایی که نویسنده برای نفوذ قائل شده، «ترغیبی» بودن آن است. ترغیب در تعریف به معنای ایجاد میل و رغبت در مخاطب آمده<sup>۱</sup> می‌تواند مبتنی بر وجود قصد و اراده برای تغییر در مخاطب و متکی به استدلال یا جذب هیجانی باشد<sup>۲</sup>. پس نفوذ بر دیگران می‌تواند قصدشده و مستقیم هم باشد. در این صورت نمی‌توان هم‌زمان نفوذ را مبتنی بر ترغیب و در عین حال غیرمستقیم و قصدنشده (ادعایی که نویسنده دارد) دانست؛ البته نفوذ اجتماعی هم قصدشده و مستقیم است و هم قصدنشده و غیرمستقیم؛ برای مثال، نفوذ هنرمندان و یا ورزشکاران بر طرف‌داران خود، قصدنشده و غیرمستقیم است و بخش مهمی از نفوذ روحانیان بر مخاطبان قصدشده و مستقیم. زور و قدرت نیز تنها مستقیم و قصدشده نیستند؛ بلکه می‌توانند غیرمستقیم و قصدنشده باشند. تغییر رفتار افراد در یک جمع، تنها به

۱. ریردون (۱۹۹۱) ترغیب را هدایت دیگران به سوی رفتار، اعتقاد یا نگرشی خاص از طریق استدلال یا جذب هیجانی می‌داند.

۲. برای مطالعه بیشتر نک: سام دلیری (۱۳۸۹: ۶۶) و سام دلیری (۱۳۸۸).

واسطه حضور یک فرد قدرت‌مند، نشانه این است که زور و قدرت در کنار مستقیم و نیت‌مند بودن، غیرمستقیم و قصدنشده نیز هستند. هم‌چنین، آن‌گونه که نویسنده می‌گوید، زور یا قدرت تنها متکی و مبتنی بر نقش نیستند و توانایی‌های که از آن به عنوان زور یا قدرت نام برده می‌شود، می‌توانند ناشی از دارایی، توان‌مندی‌های جسمانی، تخصص، ابزار سرکوب و ... باشند.

در همین بخش، نویسنده در جدولی دیگر، به مقایسه منشأ و منابع هریک از مفاهیم زور، قدرت، اقتدار و نفوذ پرداخته، آن‌ها را به شکل زیر خلاصه می‌کند:

منشأ	تهدید	تهدید و تطمیع	قدرت	اقتدار	نفوذ
				توافق و کارآمدی	اقتناع و جذب

محتوای این جدول نیز خالی از اشکال نیست؛ زیرا اقتناع و جذب منابع نفوذ نیستند؛ بلکه این دو، مکانیسم و فرایند شکل‌گیری نفوذ (چگونگی تبدیل منابع به نفوذ) و نتیجه برخورداری از منابع هستند. همان‌گونه که پیداست، نویسنده میان منابع، ابزار اعمال، فرایند شکل‌گیری و حوزه اعمال نفوذ، تفاوت قائل نمی‌شود. منابع نفوذ (که برای شخص نفوذ ایجاد می‌کنند) عبارتند از: ویژگی‌های شخصی و شخصیتی مطلوب، عملکرد و کارکرد مطلوب و مفید و اشغال موقعیت بانفوذ (در این‌باره در بخش‌های بعد توضیحات بیشتری داده می‌شود). چنان‌چه فرد از این منابع برخوردار باشد و آن‌ها از طرف مخاطب به عنوان منابع نفوذ درک شوند، فرد دارای جاذبه، محبوبیت، اعتبار و قابلیت اعتماد می‌شود. حال این شخص از این توان برخوردار است تا دیگران را به شکل منطقی یا هیجانی درباره عقاید، ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای مشخص اقتناع کرده، تعهد آنان را در مسیر مشخص فعال نماید (نفوذ اجتماعی).

هر چند نویسنده در این جدول، اقناع و جذب را منابع نفوذ می‌داند، در صفحه بعد و هنگام تعریف و توضیح نفوذ، عوامل «اتکا بر تبادل ارزش‌ها»، «انتساب و استظهار به ذوات مقدس» و «داشتن صلاحیت‌های عمومی نظیر هوش، اطلاعات و تخصص» را هم به آن‌ها می‌افزاید. بدین صورت، معلوم نیست از نظر نویسنده، منابع نفوذ تنها دو موردی هستند که در جدول (به عنوان تلخیص بحث) به آن‌ها اشاره شد یا شامل مواردی نیز می‌شود که در توضیحات آمده‌اند. ارائه این چنینی منابع یا عوامل نفوذ، نشانه نوعی ابهام در بحث و ازهم‌گسیختگی آن است و تصور عدم شفافیت موضوع برای نویسنده را تقویت می‌کند.

نویسنده در تعریف نفوذ می‌آورد:

نفوذ توان تأثیرگذاری خواسته یا ناخواسته‌ای<sup>۱</sup> است که به دلیل ابتدای کامل بر اقناع و جذب و اتکا بر تبادل ارزش‌های ... عمدتاً در ساحت‌های اجتماعی و فرهنگی موضوعیت می‌یابد ...

همان‌گونه که پیداست، نویسنده نفوذ را توان تأثیرگذاری «قصدشده» یا «قصدنشده» می‌داند؛ اما این با ویژگی‌هایی که وی قبلاً و در بخش مقایسه میان مفاهیم زور، قدرت، اقتدار و نفوذ آورده، در تضاد است. پیش‌تر اشاره شد که نویسنده، نفوذ را در برابر زور و قدرت (که از نظر او قصدشده هستند)، «قصدنشده» می‌داند؛ اما در تعریف بالا، نفوذ «خواسته یا ناخواسته» دانسته می‌شود. هم‌چنین علی‌رغم تأکید نویسنده بر خواسته یا ناخواسته بودن نفوذ، در چند سطر بعد می‌نویسد: شکل‌گیری نفوذ، مستلزم قصد و اراده قبلی در صاحب نفوذ نیست و وجود چنین قصدی در او، ممکن است حتی به تضعیف آن نیز بینجامد. این چنین توضیحی برای نفوذ، با تعریف نفوذ در تضاد است.

---

۱. تأکید از اینجانب است.

### ج) نقد عوامل کاهش نفوذ روحانیان (متغیر وابسته)

نویسنده با این تصور که بخشی از کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را در ایران باید در کاهش عوامل پدیدآورنده آن جست‌وجو کرد<sup>۱</sup> در ابتدا تلاش دارد عوامل ایجاد نفوذ اجتماعی این گروه را دریابد. وی منابع نفوذ را اقناع و جذب می‌داند و معتقد است، عوامل ایجاد این دو را به چهار دسته می‌توان تقسیم کرد:

۱. عقاید و ارزش‌های مشترک؛

۲. ویژگی‌های شخصیتی مثبت؛

۳. موقعیت و نقش‌های مؤثر؛

۴. عملکرد مبتنی بر مشخصات مزبور.

وی در ادامه و با اتکا بر این چهار عامل ایجاد اقناع و جذب، پنج عامل ایجاد نفوذ برای روحانیان را در ایران تشخیص می‌دهد:

۱. انتساب روحانیان به دین؛

۲. امتثال آنان به اعتقادات و ارزش‌های مقبول مردم؛

۳. ویژگی‌های شخصیتی روحانیان؛

۴. امکانات موقعیتی و نقشی آنان؛

۵. عملکرد و پیشینه تاریخی آنان.

مطالب نویسنده در این بخش نیز خالی از تضاد، ابهام و اشکال نیست. اولاً، منابع اقناع و جذب مورد نظر وی هم‌سان و هم‌وزن نیستند؛ و «ویژگی‌های شخصیتی مثبت»، «موقعیت و نقش‌های مؤثر» و «عملکرد مبتنی بر مشخصات مزبور» (سه عامل آخر شکل‌دهنده اقناع و جذب)، در بستر «عقاید و ارزش‌های مشترک» (عامل اول) عمل

---

۱. البته وی بخشی از عوامل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را در کاهش عوامل پدیدآورنده آن می‌داند و درباره بخش دیگر توضیح نمی‌دهد.

می‌کنند. پس عقاید و ارزش‌های مشترک، یک عامل در کنار عوامل دیگر برای شکل‌گیری اقلان و جذب نیستند؛ بلکه این عوامل سه‌گانه، در صورت وجود عامل یاد شده اثر خواهند داشت.

در ضمن، موارد اشاره‌شده به عنوان عوامل نفوذ اجتماعی روحانیان، یا مبهم و بی‌معنا هستند و یا با عوامل ایجاد نفوذ اجتماعی یادشده توسط نویسنده تطابق ندارند. برای نمونه «امتثال» به معنای فرمان‌برداری (ثغت‌نامه دهخدا) و اطاعت (ثغت‌نامه عمید) آمده و به کارگیری آن در جمله «امتثال روحانیت به اعتقادات و ارزش‌های مقبول مردم»، بی‌معنا می‌نماید؛ ضمن این‌که مکانیسم شکل‌گیری نفوذ در دو عامل اول «انتساب به دین و امتثال به اعتقادات و ارزش‌ها» مشخص نیست (این مشکل برای دیگر عوامل نیز است). هم‌چنین عامل دوم (تمثل به دین) و سوم (ویژگی‌های شخصیتی روحانیان) را می‌توان در هم ادغام کرد؛ زیرا تعریفی که برای هرکدام از این عوامل آمده و عامل واسطه‌تأثیرگذار در هر دو، یکسان هستند. در تعریف عامل دوم (امتثال به دین) آمده:

نفوذ و محبوبیت روحانی در این مسیر، برخاسته از میزان تمثل او به دین و تبلور آیین<sup>۱</sup> در منش و کنش اوست.

در عامل سوم (ویژگی شخصیتی) می‌خوانیم:

ویژگی‌های شخصیتی، یعنی خصالی که یک روحانی به تبع پیروی و تمثلش به آیین کسب کرده و در زیست و سلوک او تجلی یافته.

در عامل چهارم ایجاد نفوذ اجتماعی (تأثیر غیرمستقیم موقعیت و نقش روحانیت)، نویسنده بر «کارکردها» و «پیامدهای» موقعیت روحانی بر نفوذ اجتماعی تأکید دارد. وی در این عامل، نفوذ اجتماعی روحانی را ناشی از «پاسخ‌گویی به مراجعات دینی و

۱. تأکید از اینجانب است.

برآوردن نیازهای خاص» و «گستره روابط» با مردم می‌داند؛ در حالی که موقعیت می‌تواند بالاستقلال و بدون هیچ عامل اضافه واجد نفوذ اجتماعی باشد.

نویسنده عوامل کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را در سه سطح بررسی می‌کند:

۱. تحولاتی که در سطح مردم پدید آمده؛

۲. تحولات ساختاری؛

۳. تحولاتی که در سطح روحانیت به وقوع پیوسته است.

تحولات پدیدآمده در سطح مردم عبارتند از:

۱. عرفی شدن ایران؛

۲. تغییر نوع دین‌داری؛

۳. نارضایتی از دولت؛

۴. فضاسازی مخالفان.

تحولات در بستر جامعه به سه دسته تقسیم می‌شوند:

۱. افزایش تمایز یافتگی نهادی در یک ساخت اجتماعی هم‌سو؛

۲. ظهور گروه‌های مرجع جدید؛

۳. برپایی حکومت دینی.

تحولات در طرف روحانیان نیز سه نوع هستند:

۱. ترک موقعیت‌ها و نقش‌های اجتماعی؛

۲. دچار شدن به آسیب‌های قدرت؛

۳. فقدان تجربه لازم در موقعیت قدرت.

هرچند تقسیم عوامل کلان کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان به سه سطح مردم،

ساختار و روحانیت، خالی از اشکال است، عواملی که نویسنده در ذیل این عوامل

کلان برای کاهش نفوذ اجتماعی این قشر برمی‌شمرد، سه مشکل اساسی دارد:

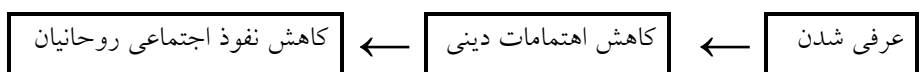


۱. مکانیسم‌های تأثیر عوامل مورد نظر بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان اشتباه یا ناقص هستند.

۲. برخی عوامل اشاره‌شده به عنوان عوامل این کاهش، در مدل‌های ایجاد نفوذ اجتماعی و نفوذ اجتماعی روحانیان جایگاهی ندارند.<sup>۱</sup>

۳. بسیاری از این عوامل را می‌توان در یک عامل اصلی ادغام نمود؛ زیرا این عوامل به‌مثابه متغیر واسطه، برای آن عامل اصلی عمل می‌کنند و خود به شکل مستقل اعتباری ندارند.

در توضیح چگونگی تأثیر عرفی شدن بر این کاهش نفوذ، عدم رجوع و تبعیت مردم از روحانیان، به واسطه عرفی شدن، عامل این کاهش دانسته می‌شود؛ زیرا از نظر نویسنده، «نفوذ اجتماعی ... برآیند اعتماد و مراجعات فردی به یک گروه یا قشر است».



در توضیح باید گفت: اولاً، مراجعه فردی به یک گروه یا قشر اجتماعی، موجب ایجاد نفوذ اجتماعی برای آنان نیست؛ ثانیاً این عامل، با مدل نفوذ اجتماعی روحانیان، که نویسنده نشان داده، انطباق ندارد (در این مدل، اشاره‌ای به اعتماد و مراجعه به روحانیان به عنوان عامل ایجاد نفوذ برای آنان نشده است). مراجعه به فرد، گروه یا قشر اجتماعی، عامل ایجاد نفوذ اجتماعی نیست؛ بلکه مکانیسم اثر و کاتالیزور عوامل برای شکل‌گیری نفوذ اجتماعی است؛ ضمن این‌که عرفی شدن جامعه از طریق کاهش اهتمامات دینی دین‌داران و کاهش نیاز و مراجعه به روحانیان، تصور عدم‌فایده «کارکردی» روحانیان را موجب می‌شود که خود عامل کاهش نفوذ اجتماعی است.

۱. فراموش نشود نویسنده، کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را در کاهش عوامل پدیدآورنده آن جست‌وجو می‌کند.

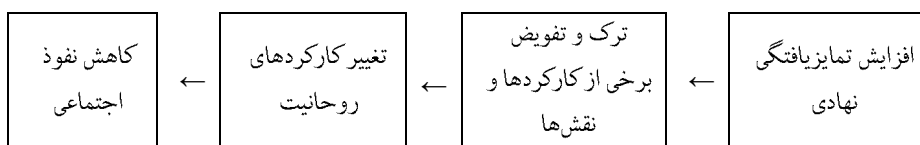
هم‌چنین توضیحات داده شده برای این عامل، با مدلی که نویسنده برای توضیحات آورده، هم‌خوانی ندارد. در توضیحات این عامل، هیچ اشاره‌ای به کاهش اهتمامات دینی مردم نشده است.

عامل دوم مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان (تغییر نوع دین‌داری) نیز مشکلی همانند عامل اول دارد. نویسنده بر این باور است که تغییر نوع دین‌داری از طریق کاهش نیاز و مراجعات به روحانیان، موجب کاهش نفوذ اجتماعی آنان می‌شود. اما تغییر نوع دین‌داری، از طریق شکل‌گیری اعتقاد به حذف روحانیان - به دلیل غیرضرور دانستن این گروه (انکار ضرورت کارکردی) - عمل می‌کند. همان‌گونه که پیداست، چگونگی تأثیرگذاری عامل تغییر نوع دین‌داری بر کاهش نفوذ اجتماعی این گروه است.

«فضاسازی مخالفان» یکی از عواملی به شمار می‌آید که در طرف مردم وجود دارد و موجب کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان است. نویسنده در توضیح این عامل، تأثیرپذیری مردم از فضاسازی مخالفان را موجب کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان می‌داند؛ اما مشخص نمی‌کند چگونه تأثیرپذیری مردم از فضاسازی، موجب این کاهش است؛ ضمن این‌که فضاسازی مخالفان نمی‌تواند باعث این کاهش شود؛ زیرا اثر تبلیغات، زمانی کارگر است که رسانه‌ها به صورت انحصاری و یک‌سویه، در برابر یک موضوع، موضع می‌گیرند. (کازنو، ۱۳۷۳، ص ۳۳؛ احمدرشتی، ۱۳۸۳، ص ۵۵-۵۹) زمانی که تنوع رسانه‌ها به اندازه‌ای است که امکان خنثی‌سازی تبلیغات طرفین وجود دارد، دیگر نمی‌توان به آسانی از تأثیر محض رسانه بر نگرش‌ها سخن راند. انتخاب رسانه در این وضعیت، تابعی است از نگرش‌های موجود؛ یعنی افراد بر اساس نگرش‌های خود، رسانه‌های مقبول را انتخاب می‌کنند. در این حال، رسانه نه شکل‌دهنده نگرش که تقویت‌کننده آن خواهد بود. کارکرد رسانه در این وضع، تقویت نگرش از پیش موجود است. (کازنو، ۱۳۴۳، ص ۳۳) در ایران پس از انقلاب هم تنوع

رسانه‌ها یک حقیقت است. هرچند رسانه‌های مخالف حکومت و روحانیت، به فضا سازی خود علیه روحانیان همت دارند، در مقابل، بسیاری از رسانه‌های داخلی (حکومتی و غیر آن) به نفع روحانیان در تلاشند؛ پس تنوع و تضاد رسانه‌ها، له یا علیه روحانیت، موجب خنثی‌سازی یکدیگرند. در این وضع، انتخاب رسانه‌های مخالف و یا تأثیر آن‌ها بر افراد، تابع موضع و نگرش موجود درباره روحانیان است، نه علت آن‌ها؛ یعنی، چنانچه رسانه‌های مخالف تأثیراتی هم بر افراد داشته باشند، تأثیر بر کسانی است که نسبت به روحانیان نگرش منفی دارند. حال این نگرش منفی به وجود آمده، خود موضوعی برای بررسی است.

نویسنده در ذیل، به عوامل مربوط به بستر جامعه که موجب کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان است، ابتدا به افزایش تمایز یافتگی نهادی اشاره می‌کند:



به باور وی، «به همان میزان که از نقش‌ها و کارکردهای روحانیت به تبع تمایزیابی نهادی در یک ساخت همراه کاسته شد، میزان روابط آنان با مردم و به تبع، نفوذ اجتماعی حاصل از این مسیر نیز کم شده است». چنان‌که از توضیحات برمی‌آید، نویسنده باور دارد که افزایش تمایز یافتگی نهادی از طریق کاهش کارکردها، موجب کاهش ارتباط روحانیان با مردم و کاهش نفوذ اجتماعی آنان شده است. چند نکته در نقد این عامل شایان ذکر است:

۱. در مدل یاد شده (جدول)، به کاهش ارتباط روحانیان با مردم، به عنوان پیامد تمایز یافتگی نهادی و ترک برخی کارکردها، اشاره نشده است، ضمن این که تأثیر ارتباط با مردم بر نفوذ اجتماعی به عنوان یک عامل، در مدل شکل‌گیری نفوذ اجتماعی و نفوذ اجتماعی روحانیت وجود ندارد.

۲. پس از انقلاب اسلامی، به دلیل ورود بسیاری از روحانیان به دستگاه‌های حکومتی، روابط آنان با مردم گسترده‌تر شده؛ یعنی از حیث میزان، روابط برخی روحانیان گسترده‌تر از گذشته است؛ اما تغییراتی در نوع و کیفیت آن مشاهده می‌شود. روابط این دسته از روحانیان با مردم همانند گذشته دیگر غیررسمی، رودرو و صمیمی نیست؛ بلکه به روابط رسمی، از بالا به پایین و غیرصمیمی تغییر شکل داده است.

دومین عامل در این دسته، ظهور گروه‌های مرجع جدید است که از طریق توزیع نفوذ اجتماعی، موجب کاهش نفوذ اجتماعی آنان می‌شود. اما ظهور گروه‌های مرجع جدید، نمی‌تواند عامل این کاهش باشد، بلکه خود معلول آن است؛ یعنی با این کاهش نفوذ، گروه‌هایی دیگر، مرجعیت فکری، ارزشی و عملی جامعه را به دست گرفته‌اند؛ زیرا نفوذ اجتماعی روحانیان در دوره‌ای، به حد اعلای خود ارتقا یافت (در آستانه انقلاب) که گروه‌های رقیبی هم‌چون روشن‌فکرها، در جامعه فعال بودند. اساساً یکی از علل رجوع مردم به روحانیان و افزایش نفوذ آنان، قطع امید از همین گروه‌ها بود. در ضمن، نویسنده توضیح دقیقی درباره چگونگی تأثیرگذاری این عامل بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان نمی‌آورد که با مدل شکل‌گیری نفوذ اجتماعی و نفوذ اجتماعی روحانیت هم‌خوانی داشته باشد (این عامل و توضیحات آن منطبق با مدل شکل‌گیری نفوذ اجتماعی روحانیان نیست).

سومین عامل در این دسته، برپایی حکومت دینی و برآمدن روحانیان بر مسند قدرت (کسب اقتدار رسمی و سیاسی) و کاهش نفوذ اجتماعی آنان است؛ اما توضیحات نویسنده درباره چگونگی تأثیرگذاری این عامل نیز با مدل شکل‌گیری نفوذ اجتماعی و نفوذ اجتماعی روحانیت انطباق ندارد.

نویسنده درباره عوامل مربوط به این گروه، بر سه عامل «ترک موقعیت‌ها و نقش‌های اجتماعی»، «دچار شدن به آسیب‌های قدرت» و «فقدان تجربه لازم در

موقعیت قدرت»، تأکید دارد. نویسنده معتقد است، برپایی حکومت دینی از طریق ترک موقعیت‌ها و نقش‌های اجتماعی و تغییر در کارکردها و روابط روحانیان، موجب کاهش نفوذ اجتماعی آنان می‌شود.

مفروض نویسنده از ترک موقعیت‌ها و نقش‌های اجتماعی، ورود به موقعیت‌های حکومتی است. توضیحات نویسنده این نظر را تقویت می‌کند، آن‌جا که می‌نویسد: موقعیت‌ها و نقش‌های جدید، به دلیل ماهیت رسمی و حکومتی‌شان ... اما تغییر موقعیت و نقش، بیش از آن‌که از طریق تغییر «کارکرد» موجب کاهش نفوذ اجتماعی آنان شود، از طریق تغییر «عملکرد»، این کاهش را در پی دارد. تغییر روابط هم خود شاخصی برای تغییر عملکرد مثبت است. نویسنده اعتقاد دارد:

موقعیت‌ها و نقش‌های جدید، به دلیل ماهیت رسمی و حکومتی‌شان، نمی‌توانند حامل نفوذ - به معنای اجتماعی آن - باشند؛ زیرا نفوذ در موقعیت جدید و به تبع سازوکارهای رایج در مناسبات حاکمیتی، در بهترین حالت، به «اقتدار» تغییر ماهیت می‌دهد.

همان‌گونه که از معنای جمله برمی‌آید تأکید نویسنده در این بخش، تغییر موقعیت و پذیرش موقعیت و نقش جدید در حکومت است. در این صورت، دو عامل مستقل دیگری که در ذیل عوامل مؤثر بر این کاهش نفوذ به آن‌ها اشاره می‌کند «دچار شدن به آسیب‌های قدرت» و «فقدان تجربه لازم در موقعیت قدرت»، دیگر نمی‌توانند به شکل مستقل عامل این کاهش باشند؛ بلکه آن‌ها متغیرهای واسطه و پیامدهای حضور در موقعیت جدید (حکومت‌داری) هستند. دچار شدن به آسیب‌های قدرت، یکی دیگر از مصادیق تغییر عملکرد روحانیان به واسطه حضور در حکومت است. البته این مصادیق، به واسطه حضور در قدرت و عوامل واسطی که از طریق آن‌ها حضور

در حکومت بر این کاهش نفوذ تأثیر می‌گذارند، بسیار بیش‌تر از این چند موردی هستند که نویسنده به آن‌ها اشاره دارد.

عامل سوم، یعنی فقدان تجربه لازم در موقعیت دیگران، از طریق عمل کردن در نقش و موقعیت دیگران، موجب این کاهش نفوذ می‌شود؛ اما معلوم نیست چرا و چگونه عمل کردن در نقش و موقعیت دیگران موجب این کاهش است؟ توضیحات نویسنده گویا و کافی نیست؛ و این عامل در مدل وی برای شکل‌گیری نفوذ اجتماعی و نفوذ اجتماعی روحانیت جایگاهی ندارد.

#### د) الگوی بررسی کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان؛ الگوی مختار

اگر اجمالاً و در تعریفی ابتدایی، نفوذ اجتماعی را توانایی فرد برای تغییر ذهن و رفتار دیگری بدانیم، شکل‌گیری نفوذ اجتماعی و تقویت آن - و هم‌چنین زوال یا کاهش - نتیجه تأثیر عواملی چند است. نفوذ اجتماعی بر خلاف قدرت که مبتنی بر موقعیت سیاسی یا سازمانی، دارای، ابزار سرکوب و غیره است، از منابعی سرچشمه می‌گیرد که از روابط اجتماعی نتیجه می‌شود. صاحب‌نفوذ باید دارای ویژگی‌هایی باشد تا مورد پذیرش طرف رابطه قرار گیرد. این ویژگی‌ها عبارتند از:

#### ویژگی‌های شخصی<sup>۱</sup>

ویژگی‌های شخصی، به ویژگی‌های روانی و فیزیکی افراد اشاره دارد؛ مانند زیبایی چهره، اندام و صدا، هوش و استعداد و ... اگر فرد دارای یک یا برخی از این ویژگی‌ها در حد بالا باشد، توان جذب دیگران را به سوی خود پیدا کرده (رحمتی، ۱۳۷۱، ص ۱۴۸؛ چکین، ۱۹۸۶، به نقل از: هارجی و دیگران، ۱۳۷۷)، در نهایت از طریق رابطه‌ای عاطفی که میان او و دیگران برقرار می‌شود، نفوذ اجتماعی کسب می‌کند.

## ویژگی‌های شخصیتی<sup>۱</sup>

شخصیت «خصالی است در وجود فرد که عامل و معرف رفتار اوست و از طریق تشکیل هویت او را از دیگران متمایز می‌کند».<sup>۲</sup> ویژگی‌های شخصیتی به ویژگی‌های جامعه‌شناختی شکل گرفته از طریق حلول ارزش‌ها، اخلاقیات و باورهای اجتماعی در فرد اشاره دارد. این ویژگی‌ها، فرد مشخص را از دیگری متمایز می‌کند. شخصیت شکل گرفته از طریق ارزش‌ها، باورها و اخلاقیات، رفتارهایی منطبق با این ویژگی‌ها خواهد داشت. راست‌گویی، رعایت تقوا و درست‌کاری، متانت، حسن خلق و در مجموع، اعتقاد و التزام به ارزش‌ها، هنجارها و اخلاقیات، از جمله شاخص‌های ویژگی‌های شخصیتی مطلوب است. البته صاحب‌نفوذ برای جذب دیگران، ابتدا باید اعتقادات خود را به اصول ارزشی، هنجاری و اخلاقی ابراز کرده، سپس بر اساس این اصول رفتار کند؛ یعنی باید دارای انسجام اخلاقی باشد. اما برای برقراری رابطه نفوذ، باید افراد در اصول مورد اشاره دارای همانندی باشند. این اشتراک در اصول، همراه با محبت و علاقه‌ای که میان افراد برقرار می‌گردد، موجب ایجاد پیوند میان آنان است. (پائولسن، ۱۹۹۳)

ویژگی‌های شخصی و شخصیتی مطلوب، می‌تواند عاملی برای ایجاد اعتبار برای افراد باشد؛ یعنی افراد دارای ویژگی‌های یادشده و دارای انسجام اخلاقی، در نظر و ذهنیت افراد جامعه، منزلت و احترام بالا دارند. نتیجه اعتبار می‌تواند قابلیت اعتماد و نفوذ اجتماعی باشد.

---

1 -personality traits

۲. این تعریف، با الهام از تعاریف شوتز (۱۳۸۱، ص ۱۱)، اتکینسون‌ها و هیلگارد (۱۳۷۹)، استوتزل (۱۳۷۱) و کوهن (۱۳۷۲) آورده شده است.

## عملکرد<sup>۱</sup>

عملکرد، رفتار کنونی و «اعمال واقعی» افراد است که در حال به نتایجی ختم می‌گردد. (زتومکا، ۱۳۸۴، ص ۸۹) لذا عملکرد در برابر اعتبار قرار دارد. در حالی که اعتبار بر رفتار فرد در گذشته تأکید می‌کند (نتیجه اعمال قابل قبول فرد در گذشته است)، در عملکرد، گذشته کنار گذاشته شده، بر آنچه «بالتوجه سودمند» است، تمرکز می‌شود. عملکرد افراد، ناشی از انتظارات دیگران یا پاسخی به آن انتظارات است. چنانچه رفتارها مطابق و منطبق با انتظارات دیگران باشد، پیامدهایی برای عامل به همراه خواهد داشت که نفوذ یکی از آنهاست.

عملکردهای مفید و مطلوب افراد (آنهایی که منطبق با ارزش‌های گروه و در جهت رفع نیازهای آن است)، می‌تواند واجد پیامدهایی برای عامل باشد. عملکردها، از سویی برای افراد محبوبیت، اعتبار و قابلیت اعتماد کسب می‌کنند (بودون و بوریکو، ۱۳۶۹، ص ۸۸؛ گروویچ، ۱۳۷۶، ص ۲۳۶) و از سوی دیگر، این نظر را تقویت می‌نمایند که آنان دارای «شایستگی»هایی هستند. (هولندر و جولیان، ۱۹۷۰، ص ۳۹۰).<sup>۲</sup>

## کارکرد<sup>۳</sup>

کارکرد مجموعه عملکردهایی است که بر اساس وظایف، تکالیف و مسئولیت‌ها انجام می‌گیرد. عملکرد افراد می‌باید نیازی از گروه یا مجموعه‌ای که جزو آن است برطرف کند تا واجد کارکرد دانسته شود.<sup>۴</sup> لذا به عملکردهایی توجه گردد که آثار

### 1-performance

۲. کلمن (۱۳۷۷) معتقد است: اگر الف کاری برای ب انجام دهد و به ب اعتماد داشته باشد که در آینده جبران خواهد کرد، این امر، اعتبار زیاد و توان بالا به الف برای به حرکت در آوردن تعهد ب اهدا می‌کند.

### 3-function

۴. برای مطالعه بیشتر درباره کارکردهای مثبت و منفی نک: مرتن، ۱۹۸۶، ص ۱۰۵).



مثبت برای گروه یا مجموعه دارند. با این توضیح، کارکرد یک نوع خاص از عملکرد است. در قیاس با کارکرد، عملکرد مفهومی عام به شمار می‌آید و هرگونه رفتار - چه در جهت وظایف و مسئولیت‌ها و چه خارج از آن - را دربرمی‌گیرد. اگرچه ممکن است عملکرد افراد نیز دارای نتایج مثبت برای گروه باشد، رفتاری که به این نتیجه انجامیده، جزو وظایف، شغل یا مسئولیت‌های فرد عامل نیست.

کارکردها، واجد آثاری مثبت برای گروه یا جامعه هستند و با برآوردن نیازها، تعادل و استمرار حیات آن‌ها را ممکن می‌کنند، لذا برای دارنده، محبوبیت در پی دارند. هرچه کارکردها انحصاری‌تر و تلاش برای انجام دادن آن‌ها بیش‌تر و هرچه کارکردها برای گروه اساسی‌تر و مطلوب‌تر، «عامل»، از محبوبیت بیش‌تر و مآلاً اعتبار، قابلیت اعتماد و نفوذ اجتماعی بیش‌تری، برخوردار خواهد شد.

### موقعیت<sup>۱</sup>

برخی موقعیت‌ها در نظام اجتماعی، فارغ از آن‌که چه افرادی آن‌ها را اشغال کنند، دارای نفوذ اجتماعی هستند. به این ترتیب، باید میان نفوذ یک موقعیت، با نفوذ دارنده آن موقعیت، تفاوت قائل شد. اگر رفتارهای مورد انتظار، از دارنده یک موقعیت به شکل مستمر و طولانی سرزند، اعتبار فرد و اعتماد به وی، به موقعیت او نیز تسری می‌یابد و آن موقعیت نیز دارای اعتبار و قابلیت اعتماد و مآلاً نفوذ می‌شود. در درازمدت، اعتبار، قابلیت اعتماد و نفوذ موقعیت، از اعتبار و اعتماد دارنده آن تفکیک شده، مستقل می‌گردد. موقعیت‌هایی را می‌توان یافت که فارغ از آن‌که چه کسی آن‌ها را اشغال کرده، دارای نفوذ اجتماعی هستند. موقعیت مرجع تقلید، از جمله این موقعیت‌ها است.

### مکانیسم شکل‌گیری نفوذ اجتماعی

در نتیجه دارا بودن این پنج متغیر (یکی، تمام یا ترکیبی از آنها)، فرد، صاحب جاذبه، محبوبیت و نهایتاً نفوذ می‌گردد. این‌که فرد کدام یک از متغیرها را و به چه میزان دارا باشد، بی‌شک بر میزان نفوذ او مؤثر است. این‌گونه، نفوذ، طیفی را شامل می‌شود که از کم تا خیلی زیاد مدرج است.

افراد جذب کسانی می‌شوند که دارای ویژگی‌های اشاره‌شده باشند. دارندگان این‌گونه ویژگی‌ها، نه‌تنها توانایی جذب دیگران به خود را به دست می‌آورند، بلکه در نزد دیگران محبوبیت هم کسب می‌کنند. افراد با این ویژگی‌های مردم‌پسند و دارای محبوبیت در نزد جامعه، از شهرت نیک نیز برخوردار می‌شوند. شهرت نیک، بر جاذبه فرد می‌افزاید و موجب جذب بیش از پیش به افراد دارای ویژگی‌های بالا می‌گردد. شهرت بالاستقلال یا از طریق جاذبه، موجب ایجاد اعتبار برای این افراد است. اعتبار، مبتنی بر شناخت گذشته فرد است که به آینده هم تسری می‌یابد. این انتظار وجود دارد که فرد، رفتار گذشته را در آینده هم انجام دهد. (زتومکا، ۱۳۸۴، ص ۸۲)<sup>۱</sup> در نتیجه کسب اعتبار، افراد از احترام در نزد جامعه برخوردار می‌گردند. (گیدنز، ۱۳۸۳، ص ۸۰۷؛ مک‌آیور، ۱۳۴۹، ص ۱۳۸) افراد برای کسانی که دارای اعتبار هستند، احترام و عزت قائلند و خود را به آنان مدیون و متعهد می‌دانند. (چلبی، ۱۳۸۶، ص ۱۸۸) در نتیجه، در رفتار خود این احترام و تعهد را با عرض سلام و تعارف، کمک کردن، خدمت‌نمودن و حتی ایثار کردن، متجلی می‌نمایند. نتیجه اعتبار، باورکردنی بودن گفتارها و رفتارهای فرد است که این وضع قابلیت اعتماد را برای وی به همراه دارد. اعتماد، عبارت است از: مطمئن بودن درباره کنش‌های

۱. اعتبار، وزن و جایگاهی است که فرد در نظر دیگران دارد.

احتمالی دیگران در آینده. (زومکا، ۱۳۸۴، ص ۳۱)<sup>۱</sup>

افراد قابل اعتماد، از این توانایی برخوردارند که دیگران را به سمت یک هدف مشخص تهییج کنند و دیگران نیز آماده پذیرش این دست‌کاری‌اند؛ البته افراد قابل اعتماد، هدف همانندسازی دیگران هم قرار می‌گیرند؛ یعنی دیگران تمایل دارند خود را مشابه این‌گونه افراد کرده، هویتی همانند هویت آن‌ها اخذ کنند. همین توانایی ترغیب دیگران یا همانندسازی آنان با خود، معنای نفوذ اجتماعی را شکل می‌دهد.

همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، نفوذ نتیجه رابطه‌ای است فعال میان دو کنش‌گر: «صاحب‌نفوذ» و «مخاطب نفوذ». برای شکل‌گیری نفوذ، مخاطب نفوذ می‌باید وارد یک رابطه فعال با صاحب‌نفوذ شود و منابع نفوذ را شناسایی کند (وجه ادراکی<sup>۲</sup> یا شناختی نفوذ). این‌چنین، تشخیص مطلوبیت و فایده‌مندی ویژگی‌ها، عملکردها و کارکردها و هم‌چنین با نفوذ دانستن موقعیت‌ها، با مخاطب نفوذ است. وقتی گفته می‌شود نفوذ در ارتباط شکل می‌گیرد، به همین فرایند اشاره دارد.

مطلوب، مفید، مورد نیاز و بانفوذ دانستن منابع و جایگاه‌ها، از یک سو منوط به وجود زمینه‌های ارزشی، اخلاقی، اعتقادی و هنجاری مشترک است و از سوی دیگر، به عدم تغییرات ساختاری وابسته است؛ یعنی نخست، باید ملاک مطلوبیت و مفید بودن یک ویژگی یا رفتار میان صاحب‌نفوذ و مخاطب آن مشترک باشد و دوم،

۱. افراد به صاحب اعتبار، اعتماد می‌کنند؛ لذا نه تنها مسئولیت‌های خود را به وی تفویض می‌نمایند (لاپیر، ۱۳۷۵، ص ۳۱)، بلکه در برابر گفته‌های وی نیز تسلیم می‌شوند؛ زیرا افکار افراد قابل اعتماد، در گفته‌های‌شان تجلی می‌یابد و اعمال مبتنی بر این افکار، خلاف صداقت و سابقه‌ای که از آنان در دست است، نخواهد بود. افراد قابل اعتماد، از این توانایی برخوردارند که با توسل به اعتبار ناشی از جاذبه و محبوبیت و ترکیب آن با تخصص، دیگران را برای پی‌گیری یک هدف، تغییر نگرش، هنجار، ارزش، عنصر اخلاقی یا رفتار و یا تعدیل یا تثبیت آن‌ها، به شکل منطقی یا هیجانی، اقناع نمایند. افراد، استدلال‌های اشخاص با اعتبار و جاذب را به آسانی می‌پذیرند و در برابر خواسته‌های آنان به راحتی تن در می‌دهند.



## عوامل مؤثر بر نفوذ اجتماعی روحانیان

بر اساس اشارات یادشده، منابع نفوذ اجتماعی روحانیان را در چهار عامل می‌توان خلاصه کرد:

### ۱. حضور در «جایگاه» روحانیت

صرف حضور در جایگاه روحانیت، نفوذ اجتماعی برای روحانیان به همراه دارد؛ زیرا این موقعیت به لحاظ تاریخی، از نفوذ اجتماعی برخوردار است. بخشی از مردم ایران، جایگاه روحانیت را منتسب به دین دانسته<sup>۱</sup>، علما را جانشینان امام غایب می‌دانند. به همین علت، به لزوم پیروی از علما (حسینیان، ۱۳۸۲؛ مکی، ۱۳۸۳؛ رجبی، ۱۳۸۳) و حق صدور فتوا برای ایشان (لمبتون، ۱۳۷۵؛ الگار، ۱۳۵۶؛ عسگری، بی‌تا) باور دارند. ارزش و اهمیت تاریخی «جایگاه روحانیت» در نزد برخی از مردم - به واسطه ارزش دین نزد آنان، دینی بودن فضای جامعه و انتساب این موقعیت به دین - میزانی از نفوذ برای روحانیان به بار می‌آورد.

### ۲. «عملکرد» مطلوب و مفید

عملکرد تاریخی روحانیان در دو سطح فردی و اجتماعی، برای آنان نفوذ به همراه داشته است. در حوزه فردی، زیست و سلوک بسیاری از روحانیان، مطابق خواسته‌های دین و عامه مردم و دوری از انحرافات و تجملات بوده و در حوزه اجتماعی، دفاع از مردم و مظلومان - عموماً در برابر حکومت‌ها - مانند دوری از دولت و عدم هم‌کاری با آن، مقابله با ظلم حکومت و حمایت از مردم در برابر آن، عدم آلودگی به فساد و تجملات قدرت سیاسی، توجه به خواسته‌های مردم در برابر

۱. به همین علت، بسیاری بر این باورند که لباس روحانیان لباس پیامبر ﷺ است.

خواست حکومت‌ها (دولت‌آبادی، ۱۳۷۱؛ الگار، ۱۳۵۶؛ لمبتون، ۱۳۷۵؛ حائری، ۱۳۸۱؛ عسگری، بی‌تا؛ محقق‌داماد، ۱۳۸۱)، تصور عملکرد مطلوب روحانیان را در ذهنیت بخش مهمی از جامعه ایجاد کرده است. نویسنده‌هایی که بر این دسته از عوامل تأکید دارند (رجبی، ۱۳۸۳؛ کدیور، بی‌تا؛ محقق‌داماد، ۱۳۸۱؛ اسماعیلی، ۱۳۷۴؛ عسگری، بی‌تا؛ مکی، ۱۳۸۳؛ حسینیان، ۱۳۸۲؛ حائری، ۱۳۸۱؛ لمبتون، ۱۳۷۵؛ الگار، ۱۳۵۶؛ دولت‌آبادی، ۱۳۷۱)، معتقدند: دیانت و اخلاق‌گرایی روحانیان که جلوه‌های آن در دوری از فساد و تجمل و حيله و فریب نمود پیدا می‌کند، دفاع از مردم و حقوق آن‌ها، در کنار روابط صمیمانه و رودررو با مردم و زندگی در کنار آنان، عوامل مؤثر برای ایجاد نفوذ اجتماعی برای روحانیان است.

عملکرد منطبق روحانیان با باورها و ارزش‌های مقبول جامعه و پاسخ به انتظارات جامعه، موجب ایجاد نفوذ اجتماعی برای آنان می‌شود. این ویژگی، از تاریخ حضور آنان در ایران ناشی می‌گردد و تصویر ذهنی بخش مهمی از جامعه را شکل می‌دهد. به همین سبب و به دلیل انتساب روحانیان به دین، انتظارات جامعه از آنان افزون شده تا جایی که هیچ عملکردی خلاف آن را بر نمی‌تابند و در برابر کوچک‌ترین خطا از این گروه واکنش نشان می‌دهند.

### ۳. ویژگی‌های شخصیتی مطلوب

ظهور عملکرد مطلوب روحانیان، این فرض را در مخاطبان آنان (مردم) تقویت می‌کند که روحانیان از شخصیتی مطلوب و منطبق با دین برخوردارند. نتیجه این اعتقاد، شکل‌گیری نفوذ اجتماعی برای روحانیان است. تأثیر این متغیر، مشروط به مطلوبیت آن ویژگی‌ها نزد مردم است. اثر این عامل بر نفوذ اجتماعی، آنگاه نمایان می‌گردد که مورد شناسایی و اذعان مردم قرار گیرد؛ یعنی شخص روحانی به داشتن آن شهره گردد.

#### ۴. کارکردهای دینی - اجتماعی

موقعیت و نقش‌های مختلفی که فرد روحانی در نسبتش با دین پذیرا می‌شود، از آن‌رو که پاسخگوی مراجعات دینی و برآورنده نیازهای خاصی در مردم است، فزاینده محبوبیت و نفوذ اجتماعی اوست. روحانیان با قرار گرفتن در جایگاه روحانیت، وظایف و مسئولیت‌هایی بر عهده می‌گیرند و اجرا می‌نمایند که برای حفظ تعادل و حیات جامعه مفید و ضروری است. کارکردهایی مانند پاسداری از اعتقادات دینی، ارزش‌ها و اخلاقیات، برگزاری مناسک مذهبی و عبادات و غیره. کارکردهای روحانیان، به‌واسطه اشغال جایگاه روحانیت و انجام دادن کارویژه‌های مورد نیاز، موجب نفوذ اجتماعی برای آنان است. تأثیر این متغیر، مشروط به مورد نیاز بودن کارویژه‌ها و انحصار در انجام دادن آن است.

#### عوامل مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان

نفوذ اجتماعی، محصول رابطه‌ای فعال میان دو کنش‌گر اجتماعی دانسته شد که در نتیجه آن، ابتدا منابع نفوذ به ادراک مخاطب درمی‌آید و سپس محبت وی معطوف صاحب نفوذ می‌شود؛ یعنی برای شکل‌گیری نفوذ اجتماعی، باید از یک سو صاحب نفوذ دارای منابعی باشد و از سوی دیگر، این منابع از طرف مخاطب نفوذ به عنوان منبع تشخیص داده شود و محبتش به وی جلب گردد؛ لذا کاهش نفوذ اجتماعی، نتیجه کاهش یا تغییر عاطفه و احساس مثبت مخاطب نسبت به صاحب نفوذ است. تغییر یا کاهش عواطف نیز در نتیجه تغییر ادراک مخاطب، نسبت به منابع نفوذ است. اما چه زمانی ادراک مخاطب نفوذ نسبت به منابع نفوذ تغییر می‌یابد؟

عوامل مؤثر بر تغییر ادراک مخاطب نفوذ که کاهش نفوذ اجتماعی را نتیجه می‌دهد، عبارتند از:

۱. زوال یا تغییر منابع نفوذ؛ در نتیجه تغییرات در صاحب‌نفوذ یا تغییرات ساختاری؛
۲. تغییر در ملاک‌های درک مطلوبیت یا فایده‌مندی منابع در مخاطب نفوذ؛ در نتیجه تغییر در ارزش‌ها و یا نیازهای وی؛
۳. جایگزینی بدیل‌هایی برای صاحب‌نفوذ و یا روی‌گردانی مخاطب در نتیجه القائات. این‌چنین، سه دسته تحول می‌تواند در تغییر ادراک و عاطفه مخاطب نفوذ نسبت به صاحب‌نفوذ و مآلاً کاهش نفوذ اجتماعی وی نقش بازی کند: تحول در صاحب‌نفوذ، تحولات ساختاری و تحول در مخاطب نفوذ. در تحولی که ناشی از تغییر در صاحب‌نفوذ است، کاهش یا زوال نفوذ اجتماعی به سبب زوال یا تغییر ویژگی‌های شخصی یا شخصیتی، عملکرد و یا کارکرد صاحب‌نفوذ است؛ لذا منابع نفوذ به سبب تحولات در صاحب‌نفوذ از بین می‌رود. تحولات ساختاری به سه شکل در تغییر منابع نفوذ اجتماعی نقش دارد: ابتدا، این تحولات می‌تواند موجب حذف یک موقعیت بانفوذ گردد. دوم، موجب شکل‌گیری موقعیت‌هایی شود که انحصار کارکردی موقعیت‌های بانفوذ پیشین را از بین برد. بدین‌نحو، موقعیت‌های جدید، با انجام دادن کارکردهایی که برای موقعیت‌های پیشین نفوذ ایجاد می‌کرد - به دلیل تأمین انحصاری نیازهای گروه - موجب خروج انحصار کارکردی از دست این موقعیت‌ها می‌گردد. البته تحولات ساختاری نیز می‌تواند موجب تحول در کارکردهای موقعیت‌ها و نهادهای موجود گردد و از این طریق بر کاهش نفوذ اجتماعی مؤثر افتد. سوم، تحولات ساختاری می‌تواند موجب جابه‌جایی افراد در موقعیت‌های با اعتبار و قابلیت‌اعتماد و مآلاً نفوذ اجتماعی متفاوت گردد.



هم‌چنین کاهش یا زوال نفوذ اجتماعی، می‌تواند نتیجه تغییر اخلاقیات، ارزش‌ها، هنجارها و یا نیازهای مخاطبان نفوذ باشد؛ به‌گونه‌ای که آنان دیگر یک ویژگی، کارکرد و عملکرد را مطلوب یا مفید ندانند و یا یک موقعیت بانفوذ در نظرشان نفوذ خود را از دست دهد. به این ترتیب، سه عامل تغییرات ساختاری، تغییر در صاحب‌نفوذ و تغییر در مخاطب نفوذ، می‌تواند از عوامل کاهش نفوذ اجتماعی باشد.

این‌چنین، عوامل مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان را در سه دسته تحولات کلان می‌توان خلاصه کرد:

۱. تحولاتی که در سطح «مردم»، به عنوان مخاطبان نفوذ پدید آمده است؛
۲. تحولاتی که در سطح «ساختاری جامعه»، به عنوان بستر شکل‌گیری نفوذ رخ داده است؛
۳. تحولاتی که در سطح «روحانیان»، به عنوان صاحبان نفوذ به وقوع پیوسته است.

این سه دسته تحول، موجب می‌شود ویژگی‌های شخصیتی، عملکردی، کارکردی و یا جایگاه روحانیت (منابع نفوذش) تغییر یابد و یا تصور مطلوبیت و فایده‌مندی خود را نزد مردم از دست دهد.

### نتیجه

انتقادات بر مقاله دکتر شجاعی‌زند را به سه بخش کلی می‌توان تقسیم کرد: نقد بر بیان مسأله، نقد بر مفهوم‌سازی نفوذ اجتماعی (متغیر وابسته) و نقد بر عوامل مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان (متغیر مستقل). بیان مسأله - که می‌باید با طرح مشکلاتی که پژوهش‌گر را به تحقیق واداشته، جهت تحقیق را روشن سازد - ابهام

دارد و بین دادن الگو - ادعایی که عنوان مقاله طرح می‌کند - تبیین موضوع کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان و آینده‌پژوهی آن، سرگردان است. از آنجایی که مقاله بر مفاهیم و مدعیات، بدون توجه به مصادیق خاص و مشخص و لازمان و لامکان متمرکز نیست، نمی‌توان دیدگاه‌های آن را الگویی برای تحقیقات مشابه دانست. تحقیق یادشده، ویژگی یک کار آینده‌پژوهانه را هم ندارد؛ زیرا فرایند شکل‌گیری و تغییر و احتمالات آینده نفوذ اجتماعی روحانیان، با بررسی زمینه‌های اجتماعی و استدلال‌های نظری بررسی نمی‌شود. تحقیق مورد نظر، تبیین تجربی کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان هم نیست؛ زیرا از داده‌های تجربی برای تأیید یا رد ادعاهای خود سود نمی‌برد؛ لذا تنها آن را می‌توان یک تبیین نظری دانست که ادعاهای آن در حد فرضیه باقی می‌مانند؛ البته تحقیق از پس مفهوم‌سازی و عملیاتی کردن متغیرها و هم‌چنین احراز مکانیسم تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته برمی‌آید؛ که نشان داده شد این‌گونه نیست؛ یعنی باید در تبیین نظری چرایی کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان، از طریق مدعیات مقاله، تشکیک کرد.

همان‌گونه که اشاره شد، ماهیت، ویژگی‌ها، منابع و چگونگی شکل‌گیری نفوذ اجتماعی، به عنوان متغیر وابسته تحقیق، آن‌هایی نیستند که نویسنده آورده و با اتکا به مفهوم‌سازی وی نمی‌توان نفوذ اجتماعی را در واقعیت به دست آورد. ماهیت نفوذ توان تأثیرگذاری است که از طریق رابطه عاطفی میان دو کنش‌گر حاصل می‌شود. صاحب‌نفوذ از این طریق می‌تواند تعهد مخاطب را به شکل هیجانی یا منطقی برای یک رفتار یا کردار فعال کند؛ البته برای ایجاد نفوذ، باید منابعی در طرف صاحب‌نفوذ وجود داشته باشد. چنانچه این منابع را مخاطب به عنوان منبع درک کند (وجه ادراکی نفوذ) و محبت وی به صاحب‌نفوذ برانگیخته شود (وجه عاطفی نفوذ)، نفوذ

اجتماعی پس از طی فرایندی شکل می‌گیرد. در صورت تشکل و جوه ادراکی و عاطفی، مخاطب جذب صاحب‌نفوذ شده، به وی محبت پیدا می‌کند. فرد برخوردار از منابع نفوذ، در چشم مخاطب، اعتبار و قابلیت اعتماد کسب می‌کند؛ در این صورت صاحب‌نفوذ، توان آن را می‌یابد که تعهد مخاطب را به سمت مشخص فعال نماید.

نویسنده با این فرض که کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان به سبب کاهش و زوال عوامل پدیدآورنده آن است، ابتدا عوامل مؤثر بر ایجاد نفوذ اجتماعی آنان را برمی‌شمرد. وی این عوامل را انتساب روحانیان به دین، امتثال آنان به اعتقادات و ارزش‌های مقبول مردم، ویژگی‌های شخصیتی روحانیان، امکانات موقعیتی و نقشی آنان و عملکرد و پیشینه تاریخی این قشر می‌داند. وی با تأکید بر این‌که بخشی از کاهش نفوذ اجتماعی روحانیان در ایران، ناشی از کاهش عوامل پدیدآورنده آن است، عوامل این کاهش را عرفی شدن ایران، تغییر نوع دین‌داری، نارضایتی از دولت، فضاسازی مخالفان، افزایش تمایز یافتگی نهادی، ظهور گروه‌های مرجع جدید، برپایی حکومت دینی، ترک موقعیت‌ها و نقش‌های اجتماعی، دچار شدن به آسیب‌های قدرت و فقدان تجربه لازم در موقعیت قدرت، نام می‌برد. اما این عوامل، یا اساساً تأثیری بر نفوذ اجتماعی روحانیان ندارند، یا چگونگی تأثیر آنها بر نفوذ این گروه معلوم نیست و یا برخی از آنها متغیر مستقل به شمار نمی‌آیند، بلکه متغیری واسط برای برخی دیگر هستند.

عوامل فضاسازی مخالفان و ظهور گروه‌های مرجع جدید نمی‌توانند عوامل مؤثر بر این کاهش نفوذ باشند. «ترک موقعیت‌ها و نقش‌های اجتماعی»، «دچار شدن به آسیب‌های قدرت» و «فقدان تجربه لازم در موقعیت قدرت»، عوامل مستقل برای این کاهش نیستند و خود به عنوان متغیر واسط، به عامل «برپایی حکومت دینی و

برآمدن روحانیان بر مسند قدرت سیاسی» وابسته‌اند. ضمن این که چگونگی تأثیرگذاری عوامل دیگر بر این کاهش مشخص نیست؛ یعنی نویسنده مکانیسم اثرگذاری این عوامل بر متغیر وابسته را که بخشی ضروری از تبیین است، روشن نمی‌کند.

## فهرست منابع

۱. اتکینسون، دیتال، ریچارد اتکینسون و ارنست هیلگارد، *زمینه روان‌شناسی*، ترجمه محمدتقی براهنی و دیگران، جلد ۲، تهران: رشد، ۱۳۷۹.
۲. احمدرشتی، جیهان، *تبلیغات در رسانه‌های ارتباط جمعی*، عبدالجلیل شری‌زاده، جلد اول و دوم، قم: ندای دوست، ۱۳۸۳.
۳. استونزل، ژان، *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه علی‌محمد کاردان، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۷۱.
۴. اسماعیلی، اسماعیل، «اخلاق روحانیان خدمتگزار»، فصل‌نامه حوزه، ش ۶۸ و ۶۹، ۱۳۷۴.
۵. الگار، حامد، *دین و دولت در ایران؛ نقش علما در دوره قاجاریه*، ترجمه ابوالقاسم سری، تهران: انتشارات توس، ۱۳۵۶.
۶. بودون، ریمون و فرانسوا بوریگو، *فرهنگ جامعه‌شناسی انتقادی*، عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: فرهنگ معاصر، ۱۳۶۹.
۷. چلبی، مسعود، *جامعه‌شناسی نظم و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، تهران: نشر نی، ۱۳۸۶.
۸. حائری، عبدالهادی، *تشیع و مشروطیت در ایران و نقش ایرانیان مقیم عراق*، تهران: امیر کبیر، ۱۳۸۱.
۹. حسینیان، روح‌الله، *چهارده قرن تلاش شیعه برای ماندن و توسعه*، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۲.
۱۰. دولت‌آبادی، یحیی، *حیات یحیی*، جلد اول، چاپ ششم، تهران: فردوس، ۱۳۷۱.
۱۱. رجبی، فاطمه، *روحانیت‌ستیزی در تاریخ معاصر ایران*، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر، ۱۳۸۳.
۱۲. رحمتی، محمدصادق، *روان‌شناسی اجتماعی معاصر*، قم: سینا، ۱۳۷۱.
۱۳. زتومکا، پیوتر، *اعتماد؛ یک نظریه جامعه‌شناسی*، فاطمه گلابی، تبریز: مترجم، ۱۳۸۶.
۱۴. سام دلیری، کاظم، *نفوذ اجتماعی*، تهران: جامعه‌شناسان، ۱۳۸۸.
۱۵. \_\_\_\_\_، *بررسی عوامل مؤثر بر کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در ایران؛ مطالعه مورد شهر آمل*، رساله دکتری دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۹.
۱۶. شجاعی‌زند، «کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت در ایران؛ الگوی برای بررسی»، *شیعه‌شناسی*، ش ۳۸، ۱۳۹۱.
۱۷. شولتز، دوان، *نظریه‌های شخصیت*، یوسف کریمی و دیگران، تهران: نشر ارسباران، ۱۳۸۱.

۱۸. عسگری، مهدی، *قدرت رهبران شیعه*، بی‌جا، بی‌نا، بی‌تا.
۱۹. کازنو، ژان، *جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی*، باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: اطلاعات، ۱۳۷۳.
۲۰. \_\_\_\_\_، *جامعه‌شناسی رادیو تلویزیون*، جمشید ارجمند، تهران: دفتر رادیو تلویزیون ملی ایران، ۱۳۴۳.
۲۱. کدیور، محسن ۱۳۸۵، «دادوستد اسلام و مدرنیته»، [www.kadivar.com](http://www.kadivar.com).
۲۲. \_\_\_\_\_، بی‌تا، «روحانیت و قدرت»، [www.kadivar.com/index.asp](http://www.kadivar.com/index.asp).
۲۳. کلمن، جیمز، *بنیادهای نظریه اجتماعی*، منوچهر صبوری، تهران: نشر نی، ۱۳۷۷.
۲۴. کوهن، بروس، *مبانی جامعه‌شناسی*، مترجم غلامعباس توسلی، رضا فاضل، تهران: سمت، ۱۳۷۲.
۲۵. گوروپچ، ژرژ، *مسائل روان‌شناسی جمعی و روان‌شناسی اجتماعی*، علی محمد کاردان، چاپ سوم، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۷۶.
۲۶. گیدنز، آنتونی، *جامعه‌شناسی*، منوچهر صبوری، تهران: نشر نی، ۱۳۸۳.
۲۷. لاپییر، ژان، ویلیام، *قدرت سیاسی*، بزرگ نادرزاد، تهران: فروزان، ۱۳۷۵.
۲۸. لمبتون، آ.ک.س، *ایران عصر قاجار*، سیمین فصیحی، تهران: گوتنبرگ، ۱۳۵۷.
۲۹. محقق‌داماد، مصطفی، *مصاحبه با روزنامه ایران ۱۳ و ۱۴ مرداد*، ۱۳۸۱.
۳۰. مک‌آیور. ر. م، *جامعه و حکومت*، ابراهیم علی‌کنی، بی‌جا: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۴۹.
۳۱. مکی، ساندر، «ایرانی‌ها، فارس‌ها؛ اسلام و روح یک ملت»، در: *مجموعه متون و اسناد روحانیت؛ هویت جامعه روحانیت، شأن و منزلت، مؤسسه فرهنگی دین‌پژوهی بشری*، ۱۳۸۳.
۳۲. هارجی، اون، کریستین ساندرز و دیوید دیکسون، *مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان‌فردی*، خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، تهران: رشد، ۱۳۷۷.
33. Hollander, E. P., & Julian, J. W. (1970). *Studies in leader legitimacy, influence, and innovation*. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Volume 5, New York: Academic Press, pp. 33-69.
34. Merton, r. k (1986), *Social Theory and Social Structure*. The Macmillan Company, New York, Free Press.
35. Paulsen, Ronn. Elle (1993) "Specifying the Relationship Between Social Ties and Activism, Doug Mcadam", *The American Journal of Sociology*, vol 99, No. 3.