

## تبیین پدیدارشناختی ارتباط روحانیت شیعه و مردم ایران (مطالعه موردی شهر تهران)

کریم خان محمدی<sup>۱</sup> / علی اصغر اسلامی تنها<sup>۲</sup> / حبیب‌الله اسداللهی<sup>۳</sup>  
تاریخ وصول: ۱۴۰۴/۰۷/۰۳ / تاریخ تصویب نهایی: ۱۴۰۴/۰۸/۰۱  
(DOI): 10.22034/shistu.2025.2072614.2552

### چکیده

پس از انقلاب اسلامی، همزمان با ورود روحانیت شیعه به ساختار قدرت و گسترش تجدد (مدرنیته) در سبک زندگی، رابطه سنتی و نزدیک میان روحانیان و مردم دستخوش دگرگونی‌های بنیادین شد. با توجه به فقدان پژوهش‌هایی که تجربه زیسته مردم در مواجهه با روحانیت را بررسی کرده باشند، این تحقیق با رویکرد پدیدارشناسی، به واکاوی ابعاد و معانی این ارتباط از منظر مردم و روحانیان می‌پردازد. داده‌های پژوهش با بهره‌گیری از فن «مصاحبه عمیق» و از طریق نمونه‌گیری هدفمند از بیست تن از مردم و ده تن از روحانیان شهر تهران گردآوری شده است. یافته‌ها نشان می‌دهند رابطه سنتی اعتمادمحور و قدسی، تحت تأثیر سیاست، رسانه، تغییر سبک زندگی و شکاف نسلی، به تعاملی چندلایه و متغیر تبدیل شده است. برداشت مردم اکنون آمیزه‌ای از احترام سنتی، بی‌تفاوتی و بی‌اعتمادی فعال است. بی‌اعتمادی غالباً ناشی از ورود مستقیم روحانیان به عرصه سیاست، تجمل‌گرایی، فاصله اقتصادی و فرهنگی، ضعف ارتباطی، و غیبت آنان در میدان‌های روزمره و فضای دیجیتال است؛ عواملی که به فرسایش سرمایه اجتماعی و نمادین انجامیده‌اند. در مقابل، حضور فعال روحانیت در مناسک مذهبی و مشارکت در حل مشکلات واقعی مردم، همچنان ظرفیتی مهم برای بازسازی ارتباط فراهم می‌آورد. تحلیل کلی نشان می‌دهد که بازسازی این رابطه مستلزم تلفیق سرمایه اخلاقی با سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی، ایجاد شفافیت عملکرد، و سازگاری با قواعد ارتباط در میدان‌های سنتی و نوین است؛ اقدامی که می‌تواند هم اعتماد را احیا کند و هم جایگاه اجتماعی روحانیت را در شرایط معاصر تثبیت نماید.

کلیدواژه‌ها: پدیدارشناسی، ارتباط، روحانیت شیعه، مردم ایران، دیجیتال.

۱. استاد گروه مطالعات فرهنگی و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم (ع) / khanmohammadi49@yahoo.com
۲. استادیار گروه مطالعات فرهنگی و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم (ع) / islamitanha12@gmail.com
۳. دکتری مطالعات فرهنگی و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم (ع) / asad.h1434@gmail.com

## مقدمه

روحانیت شیعه از کهن‌ترین و مقتدرترین نهادهای فرهنگی و اجتماعی در ایران به‌شمار می‌رود که از دیرباز در کانون توجه و محل رجوع مردم و حاکمان قرار داشته است. این نهاد در طول حیات خود، رسالت تبیین و ترویج اعتقادات، اخلاق و شریعت اسلامی را برعهده داشته و با حضور پر نشاط در جامعه و تعامل سازنده با اقشار مختلف، از عوامل اصلی شکل‌گیری نهادها و ساختارهای اجتماعی و توسعه و تعمیق دین‌داری در جامعه بوده است.

انقلاب اسلامی ایران نقطه عطفی در مطالعات اجتماعی نهاد روحانیت به‌شمار می‌آید. شکل‌گیری نظام اسلامی و قرار گرفتن روحانیت در موقعیت حکمرانی، از مهم‌ترین تحولات تاریخی این نهاد است. با ورود روحانیت به عرصه زمامداری و پذیرش نقش‌های سیاسی، چهره‌ای متفاوت از آن در معرض ارزیابی عمومی قرار گرفت. عالمان دینی که پیش‌تر از منتقدان اصلی سیاست‌های نادرست و گاه ضد دینی حاکمان بودند، اینک با پرچم حکومت دینی بر مسند قدرت نشسته‌اند. «ادغام در قدرت» از جمله عوامل کلیدی در تغییر نوع ارتباط دوسویه روحانیت و مردم است؛ به‌گونه‌ای که هرگونه رفتار و تعامل روحانیان با مردم - حتی با کسانی که مخالف دخالت دین در سیاست‌اند - تحت تأثیر جایگاه حاکمیتی آنان قرار دارد.

در حافظه جمعی مردم، تصویر مطلوب عالمان دین، روحانیان وارسته‌ای است که دین را به‌درستی فهم کرده و در زندگی شخصی و اجتماعی خود آن را مجسم ساخته‌اند. اگرچه این نوع ارتباط و اعتماد مردمی تا سالیان متمادی برقرار بوده، اما با وجود افزایش کمی روحانیان، این رابطه به تدریج دستخوش تغییر شده و ارتباط نسل جدید با روحانیت، به‌ویژه در پرتو تحولات سریع سبک زندگی، به امری پیچیده و چندلایه تبدیل شده است.

اکنون با گذشت بیش از چهار دهه از انقلاب اسلامی، تحولات اجتماعی، فرهنگی، نسلی و فناوریانه، تجربه زیسته مردم و روحانیت را به‌طور بنیادین متحول کرده است. در این میان، رویکرد پدیدارشناسی، که هدف آن کشف و توصیف دقیق تجربه زیسته و معانی نهفته در آن است، ابزاری مناسب برای درک لایه‌های آشکار و پنهان این ارتباط فراهم می‌آورد. این رویکرد می‌کوشد تا فارغ از پیش‌داوری‌های نظری، از رهگذر مصاحبه‌ها، مشاهدات و تحلیل‌های تفسیری، به ماهیت این رابطه از منظر هر دو سوی ارتباط (مردم و روحانیت) دست یابد.

## سؤالات تحقیق

سؤال اصلی: مردم ایران پس از انقلاب اسلامی، در تجربه زیسته خود، ارتباط با روحانیت شیعه را چگونه فهم و تفسیر می‌کنند؟

## سؤالات فرعی:

- مردم ایران پس از انقلاب اسلامی، چه برداشت‌ها و تفسیرهایی از نهاد روحانیت دارند و چه عواملی در شکل‌گیری یا تحول این تصویر نقش داشته‌اند؟
- تعاملات و حضور اجتماعی روحانیت چگونه در زندگی روزمره مردم بازتاب یافته و چه موقعیت‌ها یا مناسبت‌هایی به تقویت یا تضعیف این تعاملات انجامیده‌اند؟
- تحولات ساختاری و دگرگونی در بسترهای ارتباطی، چه تغییراتی در شکل و کیفیت ارتباط روحانیت با مردم ایجاد کرده‌اند و این تحولات چه پیامدهایی داشته‌اند؟
- چالش‌ها و موانع اعتماد عمومی نسبت به روحانیت از دیدگاه مردم چیست و نقش خطاهای فردی و فضاسازی رسانه‌ای در این زمینه چگونه قابل تبیین است؟
- مسیرهای بازسازی نقش و ارتباط روحانیت با جامعه از منظر تجربیات مردم کدام‌اند و چگونه می‌توان به بازآفرینی جایگاه اجتماعی این نهاد در شرایط معاصر کمک کرد؟

## پیشینه

مطالعات درباره روحانیت در ایران را می‌توان در دو حوزه کلی دسته‌بندی کرد:

- نخست. بررسی کارکردها، مناسبات و اندیشه سیاسی روحانیت در تحولات تاریخی از صفویه تا قاجاریه و از انقلاب مشروطه تا انقلاب اسلامی؛ حوزه‌ای که همواره از مهم‌ترین و گاه دشوارترین موضوعات مورد توجه تاریخ‌پژوهان داخلی و ایران‌شناسان غربی بوده است.
- دوم. بررسی حوزه‌های علمیه و نهاد روحانیت به‌عنوان ساختاری خاص، شامل روند شکل‌گیری، هویت تاریخی و کنونی، چالش‌ها و انتقادات وارد شده، و تلاش‌های اصلاحی در ساختار آموزشی و تربیتی.

طی دهه‌های اخیر، مجموعه‌ای از پژوهش‌های حوزوی و دانشگاهی با رویکردهای متنوع به این مباحث پرداخته‌اند:

- در پژوهش سید عباس حسینی (۱۳۹۱) با عنوان «طراحی الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان با تأکید بر دیدگاه آیت‌الله جوادی آملی»، سه الگوی ارتباطی شامل «متدانی»، «متعارف» و «متعالی» معرفی شده است. در الگوی متعالی که مطلوب‌ترین شکل ارتباط به‌شمار می‌رود، عقل به‌عنوان قوه حاکم بر سایر قوای ادراکی و تحریکی حکومت می‌کند و نگرش به انسان نیز الهی و عقلانی است. انسان در این نگاه، خلیفه خداوند، فرشته‌خو و دارای کرامت انسانی است که باید در ارتباطات اجتماعی رعایت شود. این الگو چهار مؤلفه اصلی دارد: هویت گروهی، ساخت شخصیت، نگرش به مخاطب، و پیام - که هر یک در سطحی متعالی تعریف می‌شوند.

- محمد محمدی (۱۴۰۰) در پایان‌نامه «صورت‌بندی الگوی همگرایی روحانیت و مردم در جمهوری اسلامی»، با روش «داده‌بنیاد» و انجام پنج مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با نخبگان و برگزاری نشست‌های هم‌اندیشی، ابعاد تعامل مردم و روحانیت را در پنج محور بررسی کرده است: مقوله محوری، علل، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها. نتایج نشان می‌دهند پس از انقلاب، انسجام ارتباطی کاهش یافته و عواملی همچون رشد تک‌بعدی ناشی از رویکرد صرفاً آموزشی حوزه، سبک زندگی تجمل‌گرایانه برخی طلاب، عدم همراهی با تحولات اجتماعی، کاهش کنش اخلاقی - که پیش‌تر عامل جذب مردم بود - و فقدان خدمات اجتماعی گسترده - که در گذشته از سوی علما ارائه می‌شد - به این فاصله دامن زده‌اند.

- غلامرضا بدرخانی (۱۳۹۹) در تحقیق «ابزارهای نوین ارتباطی و روحانیت؛ چالش‌ها و فرصت‌ها»، به ضعف ورود حرفه‌ای و برنامه‌ریزی‌شده نهاد روحانیت به عرصه رسانه‌های دیجیتال پرداخته است. او چالش‌هایی همچون کاهش تعامل رودررو، افت اقبال عمومی به آموزه‌های دینی، ناهماهنگی فعالیت‌های مجازی، نبود آموزش‌های حرفه‌ای، و فقدان برنامه‌ریزی کلان از سوی نهادهای سیاست‌گذاری را برمی‌شمارد. در کنار این چالش‌ها، بدرخانی فرصت‌هایی همچون دسترسی گسترده به مخاطبان ناشناخته و امکان انتشار وسیع

پیام‌های دینی با حداقل هزینه و زمان را مطرح کرده و معتقد است: تغییر سبک زندگی، ضعف عملکرد برخی مبلغان، و بی‌توجهی به ابزارهای نوین، از عوامل مهم کاهش ارتباط روحانیت با مردم هستند.

- ابراهیم فتحی (۱۳۹۰) در پیمایش ملی «انتظارات اқشار مختلف از روحانیان» که توسط دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم انجام شده، نتایج کمی قابل توجهی ارائه می‌کند. بر اساس این پیمایش، مهم‌ترین انتظارات مردم از روحانیان عبارت‌اند از: رعایت احکام شرعی (۵۹/۷ درصد)، بیان صحیح احکام دینی (۵۹/۲ درصد)، تلاش برای جلب اعتماد مردم به دین (۵۵/۱ درصد)، پایبندی به اخلاق و آداب (۵۴/۵ درصد)، توجه به آراستگی ظاهر (۵۳/۴ درصد)، آگاه‌سازی نسبت به تهاجم فرهنگی (۵۰/۴ درصد)، برخورد مناسب با عموم (۴۹/۹ درصد)، به‌روز بودن معلومات دینی و اجتماعی (۴۵/۵ درصد)، حضور مؤثر در مسائل آموزشی (۴۳/۸ درصد)، برخورد عالمانه و عاقلانه با مسائل (۴۳/۷ درصد)، تلاش برای رفع اختلافات خانوادگی و محلی (۴۱ درصد)، ارتباط خوب با جوانان و نوجوانان (۴۰/۲ درصد)، و توان پاسخ‌گویی به سؤالات جوانان (۴۰ درصد). همچنین زمینه‌هایی که عملکرد روحانیان در آنها ضعیف ارزیابی شده شامل ساده‌زیستی (۲۵/۴ درصد)، شجاعت در انتقاد از مسئولان (۳۱/۹ درصد)، تلاش برای حفظ بیت‌المال (۳۳/۲ درصد)، و صداقت در گفتار و عمل (۳۳/۲ درصد) است.

برایند این پژوهش‌ها نشان می‌دهد کاهش ارتباط و اعتماد میان مردم و روحانیت، ناشی از مجموعه‌ای از عوامل تاریخی، فردی، ساختاری و فرهنگی است. تغییرات در سبک زندگی جامعه، افت کنش اخلاقی، رشد تک‌بعدی آموزشی، ضعف در بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی، و ناهماهنگی‌های نهادی از جمله عوامل کلیدی این روند هستند. در عین حال، توسعه بسترهای دیجیتال و امکان دستیابی به مخاطبان گسترده، فرصت‌هایی تازه برای بازتعریف نقش حوزه علمیه و احیای تعامل مؤثر با جامعه فراهم کرده است؛ امری که نیازمند اصلاحات جامع در شیوه‌های آموزشی، ارتباطی و مدیریتی نهاد روحانیت است.

در فضای علمی موجود، مطالعات متعددی به بررسی نسبت میان دین و جامعه و به‌طور خاص نقش روحانیت پرداخته‌اند. این مطالعات عمدتاً از منظر جامعه‌شناختی، سیاسی یا روان‌شناختی به تحلیل این رابطه پرداخته و غالباً بر سنجش رضایت، انتظارات یا طراحی الگوهای مفهومی متمرکز بوده‌اند. با این حال، خلأی آشکار در رویکردهای کیفی و عمیق‌نگر احساس می‌شود که بتواند تجربه زیسته کنشگران اصلی این رابطه (یعنی روحانیان و مردم) را از منظر خودشان واکاوی کند. درک معانی و تفاسیر ذهنی طرفین از این تعامل که در دل بستر زیست اجتماعی آنان شکل می‌گیرد، می‌تواند دریچه‌هایی تازه به سوی فهم ماهیت و پویایی‌های این ارتباط بگشاید.

### اهمیت و ضرورت تحقیق

با توجه به جایگاه تاریخی و اجتماعی نهاد روحانیت شیعه، به‌ویژه در دوران معاصر و پیوند یافتن نقش آن با ساختار حکومت دینی، مطالعات پیرامون روحانیت، از جمله ضرورت‌های انکارناپذیر در عرصه علوم اجتماعی و دینی به‌شمار می‌رود. این ضرورت زمانی دوچندان می‌شود که جریان‌های گسترده و سازمان‌یافته‌ای در فضای رسانه‌ای، به سیاه‌نمایی پایگاه اجتماعی روحانیت و تخریب این نهاد مؤثر پرداخته‌اند؛ جریان‌هایی که با بهره‌گیری از ابزارهای متنوع، در قالب افکار گروه‌های معاند یا روشنفکرانی که با روحانیت زاویه دارند، به تضعیف اعتماد عمومی نسبت به این نهاد می‌کوشند.

از منظری دیگر، نظام جمهوری اسلامی ایران به‌واسطه ماهیت دینی خود، نیازمند حضور فعال و مؤثر روحانیت و حوزه‌های علمیه در حل مسائل نوپدید و متناسب با اقتضانات حکمرانی دینی است؛ مسائلی که در بسیاری موارد، سابقه تاریخی مشخصی ندارند و نیازمند اجتهاد نو و ارتباطی پویا با جامعه‌اند. در این میان، شناسایی چالش‌ها و ظرفیت‌های ارتباطی میان روحانیت و مردم، با توجه به دگرگونی‌های گسترده در سبک زندگی، تحولات فکری و گرایش‌های نسل جوان، و ظهور رسانه‌های رقیب در فضای مجازی، امری ضروری است. چنین شناختی می‌تواند زمینه خودآگاهی نهادی، بازنگری در شیوه‌های ارتباطی، و دقت بیشتر در مسیر تحقق اهداف انقلاب اسلامی را فراهم آورد.

## تبیین مفاهیم بحث

### ۱. «پدیدارشناسی»

اصطلاح «پدیدارشناسی» (Phenomenology) واژه‌ای ترکیبی از دو جزء phenomenon (پدیدار) و logos (شرح، معنا) است. «فنونولوژی» به معنای ارائه شرحی (یک لوگوس) از پدیدارهای گوناگون است. به عبارت دیگر، پدیدارشناسی به شرح شیوه‌های مختلفی می‌پردازد که در آنها اشیا می‌توانند پدیدار شوند (سوکولوفسکی، ۱۳۸۹، ص ۵۶). تمرکز این رویکرد بر کاوش در این است که انسان‌ها چگونه به تجربه‌های خود معنا می‌بخشند و آنها را، هم به صورت فردی و هم جمعی، به آگاهی تبدیل می‌کنند (محمدپور، ۱۳۹۰، ص ۴۰۰).

از منظر پدیدارشناسی، پدیدارها شیوه‌هایی هستند که اشیا در آنها می‌توانند باشند؛ یعنی طریقی که اشیا پدیدار می‌شوند بخشی از هستی آنهاست (سوکولوفسکی، ۱۳۸۹، ص ۵۶). در اصل، «پدیدارشناسی» بر آن چیزی متمرکز است که فرانتس برنتانو، استاد هوسرل، «قصیدیت» می‌نامد؛ یعنی معطوف بودن تجربه به چیزی، یا «دربارگی» آن (کارمن، ۱۳۹۰، ص ۳۳).

### ۲. «ارتباط»

فراگرد ارتباط یک پدیده جامعه‌شناسانه محسوب می‌شود و به اعتقاد جامعه‌شناسان، پدیده‌ای کاملاً نظام‌گرا، منسجم و همراه با تعامل میان اجزا و عناصر است. به این ترتیب، این مفهوم عملکرد و اثرگذاری اعضا را نشان می‌دهد. به همین دلیل، این بحث را در مقوله مفاهیم جامعه‌شناسی ارتباطات مطرح می‌کنند. فرایند ارتباطات شامل شش عنصر فرستنده، پیام، کانال ارتباطی، گیرنده، بازخورد و محیط یا زمینه است (ساروخانی، ۱۳۹۱، ص ۵۲).

هر یک از عناصر فراگرد ارتباط نقشی اساسی و مشخص در موفقیت یا شکست ارتباط برعهده دارند. در حقیقت، ارتباط را نمی‌شود یک‌سویه و از طریق مبلغ ارزیابی کرد، بلکه ارتباط یک فراگرد است که در روند تعاملی بین مبلغان و مخاطبان شکل می‌گیرد. فراگرد، آغاز و پایان ندارد، بلکه اجزا و عناصر آن بر یکدیگر کنش‌های متقابل دارند و هریک ضمن اثرگذاری بر دیگری از آن تأثیر می‌پذیرد (محسنیان‌راد، ۱۳۸۲، ص ۷۵).

انسان‌ها از تولد تا پایان عمر، در چرخه‌های متنوع ارتباطی (درون‌فردی، میان‌فردی، سازمانی، گروهی، جمعی، درون‌فرهنگی و میان‌فرهنگی) حضور دارند و به‌صورت مستقیم یا باواسطه، یک‌سویه یا دوسویه، به تبادل پیام و معنا می‌پردازند.

محسنیان‌راد (۱۳۶۸، ص ۵۷) پس از بررسی ۲۷ تعریف از ارتباط، آن را چنین تعریف می‌کند: «ارتباط عبارت است از: فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام، مشابهت معنی با معنی مورد نظر فرستنده ایجاد شود» (محسنیان‌راد، ۱۳۶۸، ص ۵۷).

این تعریف مبتنی بر «الگوی منبع معنی» است که در آن، پیام به‌مثابه محرک، معانی مشابه را در ذهن مخاطب برمی‌انگیزد.

وی همچنین به نقل از استیوداک، سه الگوی ارتباطی را برمی‌شمارد:

- ارتباط به‌مثابه کنش (ساختار خطی)؛

- ارتباط به‌مثابه کنش متقابل (ساختار دَوْرانی)؛

- ارتباط به‌مثابه تراکنش (ساختار تبادل‌لی).

برداشت سوم که مبنای نظری این پژوهش نیز هست، ارتباط را عملی مشترک، متقابل و شبکه‌وار می‌داند که در آن، طرفین بدون نقش‌های ثابت فرستنده یا گیرنده، در خلق تجربه ارتباطی مشارکت دارند. در این ساختار، فرهنگ به‌عنوان بستر تجربه مشترک، نقشی بنیادین ایفا می‌کند.

### ۳. «روحانیت شیعه»

روحانیت شیعه یکی از ارکان اصلی هویت دینی، فرهنگی و اجتماعی در جهان تشیع است که ریشه در آموزه‌های قرآنی و سنت معصومان علیهم‌السلام دارد. در معنای اصطلاحی، «روحانیت» به مجموعه عالمان دینی اطلاق می‌شود که وظیفه اصلی آنان حفظ، تبیین و گسترش معارف اسلامی و دفاع از مکتب اهل‌بیت علیهم‌السلام است (مطهری، ۱۳۷۲، ص ۲۱). این عالمان از طریق تفسیر قرآن، شرح احادیث، استنباط احکام، و هدایت جامعه، رسالت خود را ایفا می‌کنند (الگار، ۱۳۷۹، ص ۵۵).

سه ویژگی متمایزکننده روحانیت شیعه عبارت‌اند از:

الف) نظام مرجعیت و اجتهاد آزاد: فقهای اعلم و جامع‌الشرائط به‌عنوان مراجع تقلید شناخته می‌شوند. این نظام، مبتنی بر اجتهاد آزاد و مستند به منابع شرعی است و از جمود فکری جلوگیری می‌کند.

ب) استقلال حوزه‌های علمیه از دولت: حوزه‌ها از نظر مالی و اداری، عمدتاً مستقل‌اند. این استقلال، امکان نقد و مقاومت در برابر فشارهای سیاسی را فراهم می‌سازد.

ج) ارتباط مستقیم با مردم: از طریق مساجد، منابر، هیئات و مجالس، روحانیت پیوندی مستمر با مردم دارد که پشتوانه اجتماعی آن را تقویت می‌کند (بخشایش، ۱۳۹۰، ص ۱۴۰).

در دوران معاصر، روحانیت با چالش‌هایی نوین مواجه است: گسترش رسانه‌های دیجیتال، تغییرات نسلی در نگرش‌ها و سبک زندگی، و تحولات فرهنگی شتابان که این نهاد را به بازنگری در نقش و شیوه‌های ارتباطی خود فرامی‌خواند.

#### ۴. نظریه بوردیو و کاربست آن در تحلیل رابطه روحانیت و مردم

انتخاب چارچوب نظری بوردیو در این پژوهش، به‌سبب توانایی آن در تحلیل همزمان ساختارهای عینی (نهادهای، میدان‌ها، قواعد) و ابعاد ذهنی (عادت‌واره‌ها، سرمایه‌ها) است. این نظریه امکان تبیینی چندلایه از رابطه متغیرهای اجتماعی و ارتباطی در میدان دین را فراهم می‌آورد. چون موضوع پژوهش با تغییرات ساختاری و ارتباطی در رابطه مردم و روحانیت پیوند دارد، نظریه بوردیو ابزاری تحلیلی برای شناسایی علل و پیامدهای این تحولات فراهم می‌سازد.

سه مفهوم کلیدی بوردیو در این زمینه عبارت‌اند از:

۱. بازار زبانی: هر میدان اجتماعی قواعد و ارزش‌های زبانی خاصی دارد که تعیین می‌کند چه نوع گفتاری معتبر، مطلوب و قدرتمند تلقی می‌شود. این قواعد «بازار زبانی» را تشکیل می‌دهند. برای مثال، زبان سنتی خطابه و مجالس مذهبی (مانند استفاده از عربی، ادبیات فقهی و قواعد بلاغی خاص) در میدان سنتی دین، مزیت محسوب می‌شود و به روحانی اعتبار می‌بخشد. اما در میدان رسانه دیجیتال و در میان نسل جوان، زبانی ساده،

غیررسمی، کوتاه و متناسب با فرهنگ شبکه‌های اجتماعی (مانند استفاده از زبان محاوره، اصطلاحات روز و نمادهای بصری) ارزش بیشتری دارد و می‌تواند جذابیت و نفوذ بیشتری ایجاد کند.

۲. سرمایه زبانی: این مفهوم به توانایی فرد در به‌کاربردن مؤثر زبان، متناسب با قواعد و ارزش‌های حاکم بر «بازار زبانی» میدان مورد نظر اطلاق می‌شود. سرمایه زبانی بخشی از سرمایه فرهنگی است، اما با تمرکز بر جنبه کاربردی و ارتباطی زبان. شکاف میان سرمایه زبانی روحانیت - که غالباً بر زبان رسمی، فقهی و تاریخی متمرکز است - و سرمایه زبانی مردم - که در فضاهای مجازی و روزمره، به سمت زبان محاوره‌ای، کوتاه‌نویسی در پیام‌رسان‌ها و استفاده از «استیکر»ها و «میم»های رایج گرایش یافته - می‌تواند به تضعیف ارتباط مؤثر و درک متقابل منجر شود. اگر روحانیت نتواند زبان خود را با مخاطبان خود در میدان‌های جدید همسو کند، توانایی‌اش در انتقال پیام و ایجاد ارتباط عمیق کاهش می‌یابد.

۳. قدرت نمادین: بوردیو قدرت نمادین را «توانایی تغییر ادراک و نگرش دیگران بدون توسل به اجبار فیزیکی، بلکه از طریق واپایش معانی و نمادها» تعریف می‌کند (Bourdieu, 1991). این قدرت از طریق پذیرش عامه مردم صورت می‌گیرد و بر اساس مشروعیت و اعتبار نمادین فرد یا نهاد استوار است. رسانه‌های نوین و تحولات ارتباطی این قدرت را جابه‌جا کرده‌اند (Bourdieu, 1991). در گذشته، این قدرت در انحصار نهادهایی همچون روحانیت بود؛ اما اکنون رسانه‌های نوین این انحصار را شکسته‌اند و بازیگران جدیدی در تولید معنا ظهور کرده‌اند.

### روش تحقیق

«پدیدارشناسی» یکی از روش‌های کیفی در پژوهش‌های علوم انسانی است که هرچند نقطه آغاز آن فلسفی است، اما به سرعت در رشته‌هایی همچون علوم اجتماعی، روان‌شناسی و مطالعات فرهنگی نیز جایگاه یافته است. این روش، رویکردی نظام‌مند و دقیق برای بازنمایی ادراکات انسانی از تجربه‌های زیسته در مواجهه با پدیده‌های گوناگون فراهم می‌آورد (امامی، ۱۳۹۱، ص ۶۴).

در مطالعات پدیدارشناختی، تحلیل داده‌ها معمولاً با الگویی چندمرحله‌ای انجام می‌شود که هدف آن تقلیل گزاره‌های معنادار به درون مضامین (تم‌ها) و سپس نگارش توصیفاتی متنی و ساختاری از ماهیت تجربه است. روش «کولایزی» (Colaizzi's Method) یکی از برجسته‌ترین شیوه‌ها در این حوزه است که به‌جای تحمیل چارچوبی از پیش تعیین‌شده، اجازه می‌دهد ساختار مفهومی از دل داده‌ها پدیدار شود.

در این رویکرد، داده اصلی نه آمار و ارقام خام، بلکه «صدای زنده مشارکت‌کنندگان» است؛ یعنی روایت‌هایی که از دل تجربه واقعی افراد برآمده‌اند. پژوهشگر با غوطه‌ور شدن در این روایت‌ها، شنیدن، بازخوانی و بازاندیشی مکرر، می‌کوشد به جوهر پدیده نزدیک شود. این فرایند تا زمانی ادامه می‌یابد که لایه‌های آشکار و پنهان معنای تجربه کشف، بازسازی و بازبانی روشن ثبت گردد.

روش «کولایزی» مسیر پژوهشگر را در هفت گام مشخص سازمان‌دهی می‌کند:

یک. خواندن مکرر کل داده‌ها: برای آشنایی با فضای کلی تجربه‌ها و شکل‌گیری درک اولیه از مضمون‌های نهفته؛

دو. شناسایی گزاره‌های معنادار: استخراج دقیق جملات و بخش‌هایی از روایت‌ها که جوهر تجربه را بازتاب می‌دهند؛

سه. فرمول‌بندی معانی: بازنگارش گزاره‌ها در قالب معانی فشرده و تحلیلی، بدون از دست دادن روح و زمینه متن؛

چهار. خوشه‌بندی و دسته‌بندی مضامین: گروه‌بندی معانی مشابه در خوشه‌های مفهومی برای آشکارسازی الگوهای معنایی؛

پنج. توصیف جامع و چندبُعدی: ساخت روایتی یکپارچه که ابعاد مختلف و ظرایف پدیده را پوشش دهد؛

شش. تقطیر ماهیت پدیده: استخراج هسته معنایی مشترک که بیانگر جوهر تجربه زیسته باشد؛

هفت. اعتبارسنجی با مشارکت‌کنندگان: بازگشت به افراد مورد مطالعه برای ارائه یافته‌ها و دریافت بازخورد نهایی.

این روش امکان دستیابی به فهمی چندلایه و تفسیری از تجربه ارتباطی میان مردم و روحانیت را فراهم می‌سازد؛ فهمی که از دل روایت‌های زیسته و بدون پیش‌فرض‌های نظری شکل می‌گیرد.

### جامعه هدف و نمونه‌گیری

در این پژوهش، جامعه هدف شامل دو گروه اصلی از کنشگران ارتباطی بود: مردم شهر تهران، و روحانیان فعال در این شهر. برای گردآوری داده‌ها، از روش «مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته» استفاده شد. در مجموع، با بیست تن از شهروندان تهرانی و ده تن از روحانیان مصاحبه صورت گرفت.

منطق نمونه‌گیری در بخش مردمی، هدفمند و مبتنی بر تنوع تجربی بود. معیارهای انتخاب شامل موارد ذیل می‌شد:

- تنوع سنی (جوان، میان‌سال، سالمند)؛
  - سطوح مختلف دینداری و گرایش مذهبی؛
  - پراکندگی جغرافیایی (مناطق شمالی و جنوبی شهر تهران)؛
  - نوع و سطح تعامل با نهاد روحانیت؛
  - تنوع جنسیتی (زن و مرد).
- در بخش روحانیان، نمونه‌گیری با هدف پوشش دادن طیف متنوعی از نقش‌ها و موقعیت‌های اجتماعی و ارتباطی انجام شد. مصاحبه‌ها با ده تن از روحانیان دارای ویژگی‌های ذیل صورت گرفت:
- روحانی مبلغ فعال در مدارس آموزش و پرورش؛
  - روحانی دارای حضور مؤثر در فضای مجازی؛
  - امام جماعت مسجدی فعال در محله‌ای پرجمعیت؛
  - استاد رسمی حوزه علمیه؛

- استاد دانشگاه با تخصص حوزوی؛
- منبری فعال در هیئات مذهبی؛
- روحانی دارای منصب سیاسی امامت جمعه؛
- روضه‌خوان جلسات خانگی؛
- نماینده ولی فقیه در یکی از دانشگاه‌ها؛
- روحانی فعال در مسجد جامع و مرکزی شهر.

این تنوع در نمونه‌گیری، امکان تحلیل چندلایه تجربه‌های زیسته و برداشت‌های متقابل از رابطه مردم و روحانیت را فراهم می‌سازد و به غنای داده‌های پدیدارشناختی کمک می‌کند.

#### یافته‌های تحقیق

##### گام نخست: ثبت و درون‌کاوی روایت‌ها

پس از انجام هر مصاحبه، تمام مطالب بیان‌شده از سوی مشارکت‌کنندگان به صورت کامل و دقیق در قالب پرونده متنی (Word) پیاده‌سازی شد. حالات چهره، لحن صدا و احساسات ضمنی نیز با استفاده از نمادهای بصری (ایموجی) در متن بازنمایی گردید تا لایه‌های غیرکلامی تجربه نیز حفظ شود. پرونده‌های صوتی ضبط‌شده چندین بار بازشنوی شدند و متون حاصل نیز به دفعات بازخوانی گردیدند.

در جریان این فرایند، پژوهشگر هرگونه فکر، احساس یا پیش‌فرضی را که بر پایه مطالعات پیشین شکل گرفته بود، در کمانک (پرانتر) قرار داد. این فن که در ادبیات پدیدارشناسی با عنوان «اپوخه» (تعلیق) یا «براکت‌گذاری» شناخته می‌شود، از مفاهیم بنیادین در روش‌شناسی هوسرل است. بر اساس این اصل، پژوهشگر باید تمام قضاوت‌ها و دانسته‌های پیشینی خود درباره واقعیت را به طور موقت کنار بگذارد تا بتواند تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان را با نگاهی خنثا و بدون پیش‌داوری درک کند.

### گام دوم: استخراج گزاره‌های معنادار

در این مرحله، جملات و عبارات معنادار مرتبط با چگونگی ارتباط مردم و روحانیت، از متن هر مصاحبه استخراج شد. این گزاره‌ها در پرونده (فایل) جداگانه‌ای ثبت و بر اساس شماره مصاحبه رمزگذاری شدند. هدف از این مرحله، شناسایی بخش‌هایی از روایت‌ها بود که جوهر تجربه ارتباطی را بازتاب می‌دادند.

در ادامه این بخش، جدول (۱) چند نمونه از گزاره‌های معنادار استخراج‌شده از مصاحبه‌های مردم و روحانیان را ارائه می‌کند. این گزاره‌ها مبنای تحلیل مضمون و خوشه‌بندی مفاهیم در مراحل بعدی قرار گرفته‌اند.

جدول (۱): نمونه‌ای از گزاره‌های معنادار مصاحبه‌های مردمی و روحانیان

شماره مصاحبه	گزاره‌های معنادار
اول مردمی	احساس آرامش و حس خوب هنگام تصور روحانی
دوم مردمی	مشاهده رفتار تند برخی روحانیان با بی‌حجاب‌ها
سوم مردمی	ناپسند دانستن ورود سیاسی غلط برخی روحانیان
چهارم مردمی	روحانی خوب باید در حوزه خودش بماند.
پنجم مردمی	بی‌علاقگی به گفت‌وگو با روحانیت
اول روحانیان	دریافت متلک در کوچه و بازار هنگام تردد با لباس روحانیت
دوم روحانیان	مردم روحانیت را مسئول وضع موجود می‌دانند.
سوم روحانیان	فاصله مردم با روحانیت به خاطر تجمل‌گرایی برخی روحانیان

### گام سوم: رمزگذاری معنای عبارت‌ها

همه عبارت‌ها و معانی آنها برای ایجاد اطمینان از صحیح بودن فرایند و سازگار بودن معانی بارها بررسی شدند. جدول (۲) نمونه‌هایی از چگونگی تبدیل عبارت‌های معنادار به معانی فرموله‌شده را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۲: نمونه‌ای از گزاره‌های معنادار و معنای فرموله شده

مصاحبه‌های مردمی و روحانیان

معنای فرموله شده	گزاره‌های معنادار
خاطرات شخصی مثبت با روحانیان، حتی در کودکی، سال‌ها ماندگار می‌ماند و تصویر ذهنی را می‌سازد.	احساس آرامش و حس خوب هنگام تصور روحانی
برخوردهای تند برخی روحانیان با بی‌حجاب‌ها در رسانه‌ها، تصویر منفی در ذهن مخاطب ایجاد می‌کند.	مشاهده رفتار تند برخی روحانیان با بی‌حجاب‌ها
ورود بی‌محابای روحانیان به سیاست به کاهش محبوبیت و اعتبار آنها منجر می‌شود.	ناپسند دانستن ورود سیاسی غلط برخی روحانیان
تجربه زیسته برخی افراد موجب شده «روحانیت» برایشان نماد ناامیدی و سردرگمی باشد.	شنیدن کلمه «روحانیت» تداعی ناامیدی و مرگ
جایگاه اجتماعی روحانیان نسبت به گذشته، به‌ویژه پس از حوادث سیاسی، تضعیف شده است.	عامل تغییر: وقایع سیاسی اخیر (زن، زندگی، آزادی)
ملبس شدن بر برداشت‌ها و انتظارات مخاطبان اثر می‌گذارد؛ حفظ رابطه نیازمند تلاش آگاهانه و رفتار اخلاقی است.	ملبس شدن باعث تغییر نگاه برخی دانش‌آموزان شد، اما تلاش برای حفظ رابطه ادامه یافت.
مناسبت‌های دینی فرصت‌های زمانمند افزایش پذیرش و تقویت پیوند اجتماعی‌اند؛ زمان‌های کلیدی برای مداخلات تبلیغی.	مناسبت‌های مذهبی (مانند محرم و رمضان) فرصت مناسبی برای ارتباط هستند.
خطاهای ساختاری یا رفتاری از سوی برخی نهادها یا افراد به تعمیم بدبینی نسبت به کل روحانیت منجر می‌شود و سرمایه اجتماعی را کاهش می‌دهد.	مردم با دین مشکل ندارند، بلکه با رفتار برخی مسئولان مشکل دارند.

### گام چهارم: خوشه‌بندی و دسته‌بندی مفهومی مضامین

در این مرحله، معانی استخراج‌شده از فرمول‌بندی گزاره‌ها، بر اساس شباهت‌های معنایی، پیوندهای مفهومی و همپوشانی‌های محتوایی، به یکدیگر نزدیک شدند و در قالب خوشه‌های مفهومی سازماندهی گردیدند. هدف از این فرایند، شناسایی ساختار کلی و شبکه‌ی ارتباطی میان مفاهیم تجربه‌شده توسط مشارکت‌کنندگان بود تا بتوان تصویری جامع و چندلایه از الگوهای تجربه‌ی زیسته‌ی آنان ترسیم کرد.

هر خوشه، به مثابه‌ی یک «مضمون» عمل می‌کند که مجموعه‌ای از معانی مرتبط را دربر دارد و نقشی بنیادین در فهم عمیق‌تر رابطه‌ی مردم با نهاد روحانیت ایفا می‌نماید. این دسته‌بندی مفهومی گامی کلیدی در گذار از سطح معانی پراکنده به چارچوبی منسجم، تفسیرپذیر و قابل تحلیل است؛ چارچوبی که امکان بازسازی تجربه‌ی ارتباطی در بسترهای اجتماعی و فرهنگی متنوع را فراهم می‌آورد.

در نهایت، مجموع مضامین استخراج‌شده در قالب هفت مضمون اصلی دسته‌بندی شدند. این مضامین همراه با نقل‌قول‌های کلیدی برگرفته از مصاحبه‌ها، در جدول (۳) ارائه شده‌اند. جدول مذکور نمایی فشرده از تنوع دیدگاه‌ها و عمق تجربه‌های زیسته‌ی مشارکت‌کنندگان را در مواجهه با روحانیت شیعه در شهر تهران بازتاب می‌دهد.

جدول (۳): مضامین اصلی و نقل‌قول‌های کلیدی مصاحبه‌های مردمی

رمز مصاحبه	نقل قول کلیدی	مضمون اصلی
مردم ۱	«یه روحانی خوبه که وقتی مردم می‌بینش حس آرامش پیدا کنن، نه اینکه دلخور و نگران بشن».	اعتماد و تصویر اجتماعی
روحانیت ۱	«روحانی باید مثل یه چشمه زلال باشه که مردم برای رفع نیازهای معنویش میان سمش».	اعتماد و تصویر اجتماعی
مردم ۸	«امام جماعت مسجد محله ما خیلی ساده و بی تکلف با بچه‌ها گل می‌زد. همین باعث می‌شد احترامش بیشتر بشه».	تعاملات و حضور روزمره
روحانیت ۱	«هم باید در میان مردم زندگی کنیم، هم برای مردم زندگی کنیم».	تعاملات و حضور روزمره

مردم ۱۱	«وقتی روحانیان از مشکلات سفره مردم دور باشن، حرفشون تأثیری نداره».	مسائل معیشتی و اقتصادی
روحانیت ۴	«وقتی مشکلات مادی مردم حل نشه، حرف از معنویت کمتر شنیده می‌شه».	
مردم ۱۴	«یک تصمیم اشتباه از طرف یک روحانی می‌تونه همه اعتماد سال‌ها رو خراب کنه»	چالش‌ها و موانع
روحانیت ۷	«اتصال روحانیت به مسئولان سیاسی باعث میشه خطای اونا پای ما نوشته بشه».	
مردم ۶	«بعضیا هنوز با زبان نسل جدید آشنا نیستن و همین باعث فاصله می‌شه».	مهارت ارتباطی و آموزش
روحانیت ۳	«ما باید زبان نسل جدید رو یاد بگیریم تا بتونیم باهاشون حرف بزنین».	
مردم ۵	«محرّم تنها موقعیه که می‌شه روحانیان رو نزدیک مردم دید».	مناسبت‌ها و مراسم مذهبی
روحانیت ۱	«محرّم و رمضان بهترین فرصت برای جذب دل‌هاست».	
مردم ۱۳	«روحانیانی که تو اینستاگرام فعالن و جواب سؤال می‌دن، بیشتر تو دل مردم جا می‌گیرن».	رسانه و فضای مجازی
روحانیت ۶	«فضای مجازی اگر بلد باشیم، بزرگ‌ترین منبر ماست».	

### گام پنجم: توصیف جامع پدیده

مرحله «توصیف جامع» نقطه جمع‌بندی و تلفیق تمامی معانی و مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌های مردم و روحانیان است. در این گام، خوشه‌های مفهومی سازمان‌یافته به روایتی منسجم و یکپارچه تبدیل می‌شوند که تجربه زیسته کنشگران ارتباطی - اعم از روحانیان و مردم - را در بستر فرهنگی و اجتماعی شهر تهران بازنمایی می‌کند.

این توصیف با پوشش همزمان ابعاد آشکار و لایه‌های پنهان تجربه، به روشن‌سازی روابط متقابل میان عناصر مختلف ارتباطی می‌پردازد و سازه‌های کلیدی تعامل را نمایان می‌سازد. روایت حاصل، نه تنها بازتاب‌دهنده تنوع دیدگاه‌ها و تفاوت‌های زمینه‌ای میان مشارکت‌کنندگان است، بلکه الگوهای مشترک و نقاط همپوشان تجربه را نیز برجسته می‌سازد.

در این مرحله، تحلیل از سطح داده‌های پراکنده و مضامین منفرد، به سطحی ساختاریافته و تفسیرپذیر ارتقا می‌یابد؛ سطحی که می‌تواند به‌عنوان پایه و مبنای تفسیر نهایی در پژوهش عمل کند و زمینه فهمی چندلایه از ماهیت ارتباط مردم با روحانیت شیعه در شرایط معاصر را فراهم آورد.

### الف) مصاحبه‌های مردمی

جدول (۴): مضامین اصلی و فرعی مصاحبه‌های مردمی

مضمون اصلی	زیر مضمون
تصویر ذهنی و برداشت عمومی از روحانیت	احترام سنتی و تداعی معنوی
	تصویر دوگانه (شخصیت عرفانی در برابر شخصیت سیاسی)
	برداشت منفی و حس بی‌اعتمادی
	خنثا بودن و بی‌تفاوتی
تعاملات و تجارب ارتباطی با روحانیت	تعاملات مثبت و خاطرات خوب
	تعاملات منفی یا پرتنش
	تعاملات خانوادگی
	تعاملات در بستر مسجد و هیأت
	تعاملات در فضای مجازی و رسانه
	تعاملات گذری در جامعه
جایگاه و نقش اجتماعی روحانیت	جایگاه مثبت تاریخی و میراث انقلابی
	نقش سیاسی پررنگ و تأثیر دوگانه
	افول سرمایه اجتماعی و کاهش اعتماد
	نقش آموزشی و فرهنگی
	امکان بازسازی جایگاه
پیام‌ها و توصیه‌های مردم به روحانیت	بازگشت به نقش سنتی و معنوی
	به‌روزرسانی علمی و مهارتی
	حضور واقعی در میان مردم
	پرهیز از رفتار نمایشی و قالبی
	ورود به مسائل واقعی جامعه

تحولات سیاسی و اجتماعی کلان	عوامل و تجربه‌های شکل‌دهنده به تغییر نگرش نسبت به روحانیت
تغییر رسانه و ابزار ارتباطی	
تجربه‌های شخصی مثبت و منفی	
تغییر سبک زندگی روحانیت	
فشارهای بیرونی و تخریب اعتباری	مسیرها و راهکارهای پیشنهادی مردم برای بازسازی اعتماد
حضور فعال و هوشمند در فضای مجازی	
پیوند خوردن به مسائل ملموس زندگی مردم	
تعدیل رویکردهای سخت‌گیرانه و تقابلی	
بازگشت به روحیه جهادی و حضور میدانی	ویژگی‌های یک روحانی موفق از نگاه مردم «مدل آرمانی»
آموزش مهارت‌های نوین و توسعه توانمندی‌های فردی	
بُعد شخصیتی و اخلاقی «انسانیت قبل از لباس»	
بُعد اجتماعی و ارتباطی «پل میان دین و زندگی»	
بُعد علمی کاربردی «دانش دینی در خدمت حل مسئله»	
بُعد الگو بودن «زندگی شفاف و الهام‌بخش»	

### یک. تحلیل میدان اجتماعی روحانیت بر اساس نظریه «میدان و سرمایه» بوردیو

میدان اجتماعی روحانیت در ایران، بر مبنای نظریه «میدان و سرمایه» پی‌یر بوردیو (Bourdieu, 1986 & 1991)، ساختاری چندپاره و پیچیده دارد که فهم آن مستلزم شناخت روابط قدرت و رقابت‌های نمادین، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است. در این میدان، سه قطب متمایز قابل شناسایی اند:

۱. سنت‌گرایان: این گروه بر سرمایه نمادین تاریخی خود تکیه دارد و ریشه‌های آن در قداست لباس روحانیت، حافظه جمعی، جایگاه تاریخی در نهضت‌ها، و سنت‌های آموزشی و مناسکی حوزه‌های علمیه قرار دارد. راهبرد بازتولید این سرمایه شامل حضور مستمر در مناسک دینی، استمرار آموزش‌های سنتی حوزوی و تقویت چهره قدسی از طریق رسانه‌های داخلی است.

۲. منتقدان: گروهی از روحانیان سرمایه سیاسی و رسانه‌ای را جایگزین سرمایه نمادین سنتی کرده‌اند. این انتخاب گرچه قدرت اثرگذاری سیاسی کوتاه‌مدت را افزایش می‌دهد، اما

در نگاه بخشی از مردم، به تضعیف مشروعیت فرهنگی و نمادین انجامیده است. رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی منتقد، کنش‌های این گروه را برجسته می‌کنند و آن را نشانه فاصله‌گیری از سرمایه سنتی معرفی می‌نمایند.

۳. بی‌اعتنایان: طیفی که از قواعد رقابت در میدان روحانیت خارج شده‌اند، ارتباط طبیعی خود با ساختارهای نمادین را کاهش داده و بر سرمایه‌های فرهنگی یا اقتصادی غیرحوزوی تکیه می‌کنند. این گروه، روحانیت را به‌عنوان یک خرده‌فرهنگ سنتی در حاشیه میدان می‌بیند و خود را خارج از قواعد بازی آن تعریف می‌کنند.

### دو. تعاملات مردم و روحانیت: میکروفیزیک قدرت نمادین

تعاملات میان روحانیت و مردم، بوردیویی‌ترین بخش میدان است؛ زیرا دقیقاً در زیرمجموعه «میکروفیزیک قدرت نمادین» قرار می‌گیرد. برخوردهای مثبت (مانند دسترس‌پذیری، خوش‌اخلاقی، و اشراف به نیازهای واقعی مردم) سرمایه نمادین را تقویت می‌کند و در نهایت، موجب ارتقای سرمایه اجتماعی می‌شوند. در مقابل، برخوردهای منفی (مانند فاصله‌گیری، رسمی‌بودن بیش از حد، یا گفتار غیرقابل لمس) به فرسایش سرمایه نمادین منجر می‌شوند.

فضای مجازی، به‌مثابه میدان فرعی، این فرایندها را با سرعت و شدت بیشتری بازتاب می‌دهد. در این فضا، سرمایه فرهنگی و رسانه‌ای اهمیت بالاتری می‌یابد و طنز، نقد و محتوای افشاگرانه می‌تواند به‌سرعت ارزش نمادین را تخریب کند. تجربه‌های حقیقی - چه مثبت و چه منفی - در قالب دیجیتال بازنشر می‌شوند و تأثیر آنها چندبرابر می‌گردد.

### سه. بازنگری در جایگاه اجتماعی روحانیت

جایگاه اجتماعی روحانیت تحت تأثیر شرایط نسلی و تحولات رسانه‌ای، نیازمند بازنگری اساسی است. نسل جوان امروز که در بستر جهانی‌شدن رسانه‌ها، تغییر سبک زندگی و فاصله گرفتن از تجربه‌های جنگ بزرگ شده است، دیگر صرفاً با سرمایه نمادین تاریخی قانع نمی‌شود. کنش سیاسی روحانیت، سرمایه‌ای دولبه است که بسته به همخوانی یا ناسازگاری با انتظارات جامعه، می‌تواند مشروعیت را تقویت یا تضعیف کند.

بازسازی اعتماد در این زمینه، مستلزم بازگشت به نقش‌های عملی و خدمت‌محور، اقدامات همدلانه، کنار گذاشتن اشکال ارتباطی و پذیرش قواعد جدید میدان است.

#### چهار. بازتاب بحران سرمایه در پیام‌های مردمی

توصیه‌های مردم به روحانیت، بازتابی از بحران سرمایه در میدان دین است. این توصیه‌ها عبارت‌اند از:

- دوری از محوریت سیاسی و تمرکز بر معنویت و خدمات اجتماعی؛
- به‌روزرسانی مداوم دانش دینی و اجتماعی و پیوند با گفتمان‌های معاصر؛
- حضور بی‌واسطه و تعامل روزمره برای تقویت روابط اعتماد؛
- کنار گذاشتن گفتار رسمی و اصلاح عادت‌واره ارتباطی؛
- مشارکت مستقیم در حل مسائل معیشتی و تربیتی به‌عنوان سازوکار خلق سرمایه نمادین جدید.

#### پنج. سطوح تغییر نگرش مردم نسبت به روحانیت

عوامل مؤثر در تغییر نگرش مردم در سه سطح عمل می‌کنند:

**سطح کلان:** بحران‌های سیاسی و اقتصادی، اعتراضات اجتماعی، و اتصال ساختاری روحانیت به حاکمیت که موجب انتقال سرمایه منفی می‌شود.

**سطح ارتباطی و رسانه‌ای:** ورود شبکه‌های اجتماعی و سرگرمی‌محور به میدان دین که با تغییر قواعد ارتباطی، شکاف عادت‌واره میان نسل‌ها را عمیق‌تر کرده است.

**سطح خرد:** تجربه‌های فردی - حتی تماس‌های کوچک یا کمک‌های عملی - که در بازنمایی مجازی، اثر نمادین بزرگ‌تری پیدا می‌کنند.

تغییر سبک کنشگری از «فعال اجتماعی در میدان» به «کارمند یا مدیر رسمی»، یکی از عوامل کاهش سرمایه اجتماعی است. رسانه‌های منتقد نیز با بزرگ‌نمایی خطاهای فردی، این کاهش را تسریع می‌کنند.

### شش. راهکارهای بازسازی اعتماد

راهکارهای پیشنهادی برای بازسازی اعتماد و مشروعیت روحانیت در میدان کنونی عبارت‌اند از:

- ارتباط دیجیتال پاسخگو و تعاملی؛
  - حضور فعال در حل مشکلات واقعی مردم؛
  - گفت‌وگوی محترمانه و پرهیز از رویکرد تقابلی؛
  - همراهی عملی با مردم در میدان؛
  - توانمندسازی پیوسته برای سازگاری با میدان‌های نو.
- اجرای همزمان این اقدامات، مستلزم ترکیب سرمایه اجتماعی و فرهنگی با سرمایه نمادین است تا مشروعیت نهاد روحانیت به صورت پایدار بازتولید شود.

### هفت. الگوی آرمانی روحانی از نگاه مردم

الگوی مطلوب روحانی از منظر مردم، بر چهار ستون اصلی استوار است:

- الف. شخصیت اخلاقی استوار: شامل صداقت، تواضع و پاکدامنی (سرمایه نمادین)؛
- ب. ارتباط اجتماعی فعال: با شبکه روابط گسترده و اعتماد متقابل (سرمایه اجتماعی)؛
- ج) دانش دینی کاربردی: همراه با توان بیان آن در زبان روز و ترجمه به مسائل معاصر (سرمایه فرهنگی)؛
- د) الگوی عملی بودن: وحدت این سرمایه‌ها را در قالب یک عادت‌واره منسجم مجسم می‌سازد.

حفظ و ترکیب این چهار ستون در میدان کنونی دشوار است؛ زیرا رقابت برای کسب سرمایه نمادین، به شدت به ترکیب موفق سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی وابسته است. با این حال، اجرای همزمان راهکارهای یادشده می‌تواند زمینه بازسازی پایدار اعتماد و مشروعیت را فراهم آورد.

## ب) مصاحبه‌های روحانیان

جدول (۵): موضوعات اصلی و فرعی مصاحبه‌های روحانیان

موضوع اصلی پدیدآمده	زیر موضوع
اخلاق و ویژگی‌های شخصی قابل‌اتکا (الگوی عالم خوب)	اخلاص و پرهیز از دنیاپرستی
	فروتنی در رفتار روزمره
	تسلط علمی و عقلانیت همراه با معنویت
	زندگی همسطح با مردم (لباس، محل سکونت، رفت‌وآمد)
زبان و روش ارتباطی مؤثر (ایجاد حس اعتماد)	شگردهای پایه (سلام، لبخند، دست دادن)
	تطبیق زبان با نسل جوان (مثال بازی، فیلم، طنز)
	انتخاب سبک پوشش و موقعیت برای کاهش فاصله (در مواقع لازم)
بسترها و زمان‌بندی تعامل (مناسبت‌ها، مسجد به‌عنوان مرکز خدمات)	استفاده از ایام مذهبی به‌عنوان پنجره تعامل
	گسترش فعالیت‌های مسجد به خدمات اجتماعی و حل اختلاف
	برنامه‌ریزی تربیتی - تبلیغی مبتنی بر تقویم محلی
شفافیت، نظم و مدیریت کمک‌های خیرخواهانه	ثبت و حسابرسی ساده کمک‌ها
	اطلاع‌رسانی به جامعه درباره نحوه توزیع
	آموزش مدیریت تشکل‌های مردمی و جهادی
میانجیگری، مشاوره و حل اختلاف (روحانی به‌عنوان کنشگر اجتماعی)	سازوکارهای ارجاع و ثبت پرونده‌های مشاوره‌ای
	مهارت‌های میانجی‌گری و حقوقی مقدماتی
	شبکه‌سازی با نهادهای خدماتی و مددکاری
دانش‌افزایی و مهارت‌آموزی (حوزه و آموزش‌های نوین)	آموزش رسانه و فضای مجازی
	تربیت در مهارت‌های بین‌فردی و مشاوره
	آموزش جامعه‌شناسی و روان‌شناسی کاربردی
تصویر اجتماعی و رسانه‌ای روحانیت (چالش‌ها و تحریف‌ها)	تصویر سنتی پناه و راهنما در برابر تصویر نوین و نهادی

اثر رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی بر برداشت‌ها	انتظارات مردم از عملکرد عملی (حل مسائل معیشتی و ملموس)
واکنش به خطاهای جمعی و عمومی شدن موارد تخلف	
تمرکز بر خدمات معیشتی با سازوکار شفاف	
پاسخ‌گویی عملی و مسئولیت‌پذیری در امور روزمره	
توانمندسازی محلات برای حل مسائل محلی	

### میدان دین معاصر و سرمایه‌های مشروعیت‌بخش روحانیت

در میدان دین معاصر، صفات اخلاقی و شخصیتی (همچون اخلاص، یقین، تواضع، محبت و زهد) به‌مثابه سرمایه نمادین بنیادین عمل می‌کنند. این سرمایه عنصر اصلی مشروعیت‌بخشی به کنشگران دینی است و بدون آن، سایر سرمایه‌ها - اعم از فرهنگی، اجتماعی یا سیاسی - فاقد کارکردی پایدار خواهند بود. زندگی همسطح و همسان با مردم، نه‌تنها دلالتی اخلاقی دارد، بلکه نشان‌دهنده عادت‌واره‌ای منطبق با میدان زیست مؤمنان است که به‌طور مستقیم در تقویت اعتماد اجتماعی نقش‌آفرینی می‌کند.

بازتولید موفق سرمایه نمادین زمانی تحقق می‌یابد که با سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی به‌طور همزمان تقویت شود و در قالب عادت‌واره کنشگر دینی تجسم یابد. فنون ساده ارتباطی (مانند سلام، مزاح، استفاده از مثال‌های روزمره، و تطبیق زبان با فرهنگ نسل جوان) نمونه‌های بارز سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته‌اند که در تعامل مستقیم، به سرمایه اجتماعی تبدیل می‌شوند. این همان «میکروفیزیک قدرت» به تعبیر بوردیو است؛ قدرتی که از طریق جزئیات ظریف ارتباطی و زبانی اعمال می‌شود و سلطه نمادین را در میدان دین تثبیت می‌کند (Bourdieu, 1991).

در میدان ارتباط، زبان و سبک رفتار بخشی از «قواعد بازی» محسوب می‌شوند. بی‌توجهی به این قواعد، به‌ویژه در مواجهه با نسل‌های جدید، می‌تواند سرمایه نمادین را تضعیف کند و مشروعیت کنشگر دینی را با چالش مواجه سازد.

استفاده هدفمند از ایام مذهبی (مانند رمضان، محرم و اعتکاف) و مکان‌هایی همچون مسجد، نمونه‌ای از راهبردهای میدان‌محور است. این رویدادها و مکان‌ها گره‌گاه سرمایه‌های اعتقادی و اجتماعی‌اند و کنشگر دینی با حضور فعال در آنها، هم سرمایه تاریخی را بازتولید می‌کند و هم سرمایه جدیدی می‌افزاید. فرصت‌های زمانی و مکانی در نقش «کناره‌های میدان» عمل می‌کنند و بازیگران ماهر با بهره‌گیری از آنها، دسترسی به منابع مشروعیت را افزایش می‌دهند.

آموزش مهارت‌های رسانه‌ای، مشاوره، جامعه‌شناختی و روان‌شناختی، سرمایه فرهنگی جدیدی تولید می‌کند که برای بقا در میدان‌های نو (مانند میدان دیجیتال و میدان خدمات اجتماعی) ضروری است. این گذار آموزشی نشان‌دهنده تغییر قواعد بازی و ضرورت بازآرایی عادت‌واره مدرسه‌ای حوزه است. بدون ارتقای سرمایه فرهنگی، کنشگر دینی در میدان ترکیبی دین - دیجیتال، در برابر بازیگران جدید دچار فرسایش سرمایه خواهد شد.

برداشت مردم از روحانیت، ترکیبی از تصویر سنتی «پیر و مرشد» و اثر رسانه‌های نوین است. رسانه‌ها با برجسته‌سازی خطاهای فردی، می‌توانند سرمایه نمادین را به سرعت تخریب کنند یا با حمایت، آن را تقویت نمایند. این بخش بیانگر تنش میان میدان رسانه و میدان دین است؛ تنشی که مشروعیت سنتی را در معرض بازتعریف قرار داده است.

مردم بیش از خطابه‌ها و گفتارهای کلی، به حل مشکلات معیشتی، خدمات اجتماعی و رفتارهای ملموس واکنش مثبت نشان می‌دهند. این گرایش نشان می‌دهد سرمایه نمادین بدون پشتوانه سرمایه اجتماعی عملی و محسوس، به سرعت دچار فرسایش می‌شود.

برایند مضامین تحلیلی نشان می‌دهد که روحانیت امروز برای حفظ یا بازسازی جایگاه خود در میدان دین معاصر، باید:

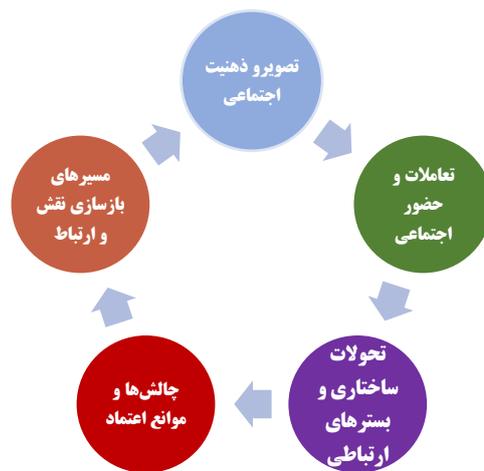
- سرمایه نمادین اخلاقی خود را به صورت مستمر بازتولید کند.

- مهارت‌های فرهنگی و ارتباطی نوین بیاموزد.

- راهبردهای میدانی هوشمندانه طراحی کند.

- شفافیت نهادی و پاسخ‌گویی را نهادینه سازد.
  - تعامل فعال و پیشدستانه میان میدان دین و میدان رسانه برقرار کند.
- مجموعه این اقدامات نقشه‌ای عملیاتی برای حفظ و ارتقای جایگاه روحانیت در میدان‌های ترکیبی و متحول معاصر فراهم می‌آورد.
- گام ششم: تقلیل توصیفات جامع برای دستیابی به ساختاری بنیادی**
- الگوی مفهومی نهایی پنج مضمون هسته‌ای را در قالب یک چرخه علی پیوسته ارائه می‌دهد:

انگاره (۱): الگوی مفهومی پدیدارشناسی ارتباط روحانیت و مردم



### لایه‌های تحلیلی مضامین

هر یک از مضامین استخراج‌شده از مصاحبه‌ها، در یکی از پنج لایه تحلیلی جای می‌گیرد که به‌منظور سازمان‌دهی مفهومی و ارتقای انسجام نظری پژوهش طراحی شده‌اند:

۱) لایه ادراکی (تصویر): شامل برداشت‌ها، تصورات ذهنی و بازنمایی‌های اجتماعی از روحانیت در ذهن مردم؛ مانند تصویر سنتی «پیر و مرشد» یا تأثیر رسانه‌ها در تخریب یا تقویت سرمایه نمادین؛

۲) لایه کنشی (تعاملات): شامل رفتارهای ملموس، سبک ارتباطی و حضور اجتماعی روحانیان؛ مانند استفاده از زبان روزمره، مزاح، سلام، و مشارکت در مناسک؛

۳) لایه ساختاری (تحولات): شامل تغییرات در میدان‌های ارتباطی، قواعد بازی و ضرورت بازآرایی عادت‌واره مدرسه‌ای حوزه؛ مانند ورود به میدان دیجیتال و نیاز به مهارت‌های نوین؛

۴) لایه بحرانی (چالش‌ها): شامل عوامل فرسایش سرمایه نمادین و اجتماعی؛ مانند رسمی‌بودن بیش از حد، فاصله‌گیری از مردم، فشار اقتصادی و برجسته‌سازی خطاها توسط رسانه‌ها؛

۵) لایه اصلاحی (مسیر بازسازی): شامل راهکارهای پیشنهادی برای احیای مشروعیت و اعتماد؛ مانند ارتباط دیجیتال پاسخگو، حضور در میدان‌های خدمات اجتماعی و نهادینه‌سازی شفافیت و پاسخ‌گویی.

این دسته‌بندی امکان تحلیل چندلایه تجربه زیسته را فراهم می‌آورد و زمینه تفسیر نهایی را بر اساس منطق میدان و سرمایه‌های بوردیوی تقویت می‌کند.

### گام هفتم: اعتبارسنجی یافته‌ها

در این مرحله، اعتبارسنجی یافته‌های پژوهش با هدف تضمین امانت‌داری علمی و ارتقای روایی نتایج صورت گرفت. در پژوهش‌های کیفی، به‌ویژه در رویکرد پدیدارشناسی، اعتبار و اصالت داده‌ها از اهمیت بنیادین برخوردار است.

پیش‌نویس نتایج و الگوی مفهومی پژوهش به شش تن از مشارکت‌کنندگان ارائه شد (سه تن از مردم و سه تن از روحانیان). از میان ایشان، پنج تن تأیید کردند که مضامین و توصیف‌های ارائه‌شده بازتاب‌دهنده تجربه واقعی آنان در ارتباط با روحانیت است.

بازخوردهای اصلاحی نیز دریافت شد:

- یک روحانی خواستار تأکید بیشتر بر نقش آموزش حوزه در ارتقای مهارت‌های ارتباطی روحانیان شد.

- دو تن از مردم پیشنهاد کردند تأثیر فشار اقتصادی بر کاهش اعتماد عمومی، با وضوح و برجستگی بیشتری بیان گردد.

این بازخوردها در نسخه نهایی تحلیل لحاظ شده و به تقویت اعتبار تفسیری و انسجام مفهومی پژوهش کمک کرده‌اند.

### جمع‌بندی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند تجربه زیسته مردم رابطه با روحانیت را از یک پیوند سنتی اعتمادمحور و معنوی، به تعاملی چندلایه و متأثر از سیاست، رسانه و تحولات اجتماعی تبدیل کرده است. این فهم اکنون در سه قالب اصلی قابل مشاهده است: تصویر مثبتِ قدسی، تصویر منفیِ سیاسی‌زده، و بی‌تفاوتی خنثا. برداشت کنونی مردم حاصل ترکیبی از عناصر تاریخی و رویدادهای معاصر است.

سرمایه نمادین اخلاقی (شامل صداقت، تواضع و ساده‌زیستی) همچنان عامل جذب و مشروعیت‌بخشی به روحانیت است؛ اما عواملی همچون ورود بی‌محابا به عرصه سیاست، تجمل‌گرایی برخی روحانیان، ضعف مهارت‌های ارتباطی، و بازنمایی منفی در رسانه‌ها، تصویر اجتماعی روحانیت را فرسوده و پاره‌پاره کرده‌اند.

حضور عملی روحانیان در مناسک مذهبی (مانند محرم، رمضان و اعتکاف) و بسترهای سنتی (همچون مسجد)، همچنان مهم‌ترین فرصت برای نزدیکی به مردم و بازسازی سرمایه اجتماعی است. در مقابل، فقدان حضور در میدان‌های روزمره زندگی، محدود شدن به جمع‌های خاص و نادیده‌گیری فضای مجازی، موجب کاهش تعامل مؤثر و تضعیف ارتباطات اجتماعی شده است.

تحولات رسانه‌ای، تغییر سبک زندگی نسل جوان و اتصال نهادی روحانیت به ساختار حاکمیت، قواعد ارتباطی را دگرگون کرده‌اند. نتیجه این فرایند، کاهش سرمایه اجتماعی و نمادین، تعمیق شکاف نسلی و جابه‌جایی مرکز قدرت نمادین از میدان سنتی دین به میدان دیجیتال است.

موانع اصلی اعتمادسازی عبارت‌اند از: برجسته‌سازی خطاهای فردی در رسانه‌ها، فقدان پاسخ‌گویی شفاف، فاصله اقتصادی و فرهنگی با مردم، و رویکردهای سخت‌گیرانه در ارتباط. مسیرهای بازسازی نیز شامل بازگشت به نقش‌های خدمت‌محور، شفافیت مالی و عملکردی، یادگیری زبان نسل جدید، حضور فعال در فضای دیجیتال، و به‌روزرسانی عادت‌واره‌های نهادی حوزه برای تقویت سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی است.

بنابراین، رابطه مردم و روحانیت در میدان معاصر، بیش از هر زمان دیگری نیازمند ترکیب هوشمندانه سرمایه نمادین اخلاقی با سرمایه‌های فرهنگی و اجتماعی است. اجرای راهکارهایی مبتنی بر حضور واقعی، گفت‌وگوی همدلانه، و سازگاری با قواعد جدید میدان، می‌تواند زمینه بازسازی مشروعیت و اعتماد پایدار را فراهم آورد.

### پیشنهاد‌های پژوهشی

پیشنهاد می‌شود تحقیقات آینده بر محورهای ذیل متمرکز شوند:

- طراحی و ارزیابی الگوهای عملی برای آموزش مهارت‌های ارتباطی و رسانه‌ای در حوزه‌های علمیه؛
- سنجش اثر این مهارت‌ها بر اعتماد عمومی و کیفیت ارتباط با نسل جدید؛
- مطالعه تطبیقی تجربه روحانیت در جوامع دیگر اسلامی و غیراسلامی؛
- ارائه راهکارهای قابل اجرا و مبتنی بر شواهد برای تقویت جایگاه اجتماعی و ارتباطی نهاد روحانیت در میدان‌های ترکیبی معاصر.

## منابع

۱. الگار، حامد (۱۳۷۹). دین و دولت در ایران. ترجمه فارسی. تهران: علم.
۲. امامی سیگارودی، عبدالحسین؛ دهقان نیری، ناهید؛ رهنورد، زهرا و نوری، سعیدعلی (۱۳۹۱). روش‌شناسی تحقیق کیفی: پدیدارشناسی. نشریه پرستاری و مامایی جامع‌نگر، ۲۲، (۶۸)۲، ۵۶-۶۳.
۳. بخشایش، محمد (۱۳۹۰). ساختار و کارکردهای روحانیت شیعه قم. قم: مرکز مطالعات اسلامی.
۴. بدرخانی، غلامرضا (۱۳۹۹). ابزارهای نوین ارتباطی و روحانیت؛ چالش‌ها و فرصت‌ها. ره‌آورد نور، ۷۲، ۳۲-۴۷.
۵. حسینی، سیدعباس (۱۳۹۱). طراحی الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان با تأکید بر دیدگاه آیت‌الله جوادی آملی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. قم: دانشگاه باقرالعلوم ع.
۶. ساروخانی، باقر (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی ارتباطات، با تجدید نظر و اضافات. تهران: اطلاعات.
۷. سوکولوفسکی، رابرت (۱۳۸۹). درآمدی بر پدیدارشناسی. ترجمه محمدرضا قربانی. تهران: گام‌نو.
۸. فتحی، ابراهیم (۱۳۹۰). انتظارات اقشار مختلف از روحانیان (پیمایش ملی). قم: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه.
۹. کارمن، تیلور (۱۳۹۰). مرلوپونتی. ترجمه مسعود علیا. تهران: ققنوس.
۱۰. محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۸). ارتباط‌شناسی. تهران: سروش.
۱۱. محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۲). ارتباط‌شناسی: ارتباطات انسانی (میان‌فردی، گروهی، جمعی). تهران: سروش.
۱۲. محمدپور، احمد (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی ضد روش. (جلد اول: منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی). تهران: جامعه‌شناسان.
۱۳. محمدی، محمد (۱۴۰۰). صورت‌بندی الگوی همگرایی روحانیت و مردم در جمهوری اسلامی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. قم: دانشگاه باقرالعلوم ع.
۱۴. مطهری، مرتضی (۱۳۷۲). پیرامون جمهوری اسلامی. تهران: صدرا.
15. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, pp. 241–258. Greenwood.
16. Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Polity Press.