

شرایط شکل‌گیری یا افول رهبری کاریزمایی؛ مطالعه موردی دوره خاتمی ۱۳۸۴-۱۳۷۶

* حمیدرضا جلالی‌پور

** مجید فولادیان

چکیده

تحقیق حاضر شرایط شکل‌گیری یا افول رهبری کاریزمایی و شرایط اجتماعی متناظر با آن را مورد توجه قرار می‌دهد. بدین‌منظور دو مفهوم «ویژگی‌های رهبر» و «بحران»، نقطه آغاز تحقیق را تشکیل می‌دهد. این دو مفهوم در یک رابطه متقابل مورد بررسی قرار می‌گیرند. در توضیح شکل‌گیری کاریزما، از یک‌سو، چهره‌ای بالقوه کاریزمایی با ویژگی‌های شخصیتی و گفتمان جدید و پاسخی برای بحران، وارد صحنه می‌شود و به تدریج ویژگی‌های فکری و منش رهبر از راه‌های گوناگون به پیروان ریزش می‌کند. از سوی دیگر، بحران به‌عنوان بستر تمهیدکننده در میان علاقه‌مندان شور و احساس برمی‌انگیزد و اثرگذار می‌شود. ابتدا احساس نیاز

* دکتر حمیدرضا جلالی‌پور دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران می‌باشد. (jalaeipour@ut.ac.ir).

** مجید فولادیان کارشناس ارشد جامعه‌شناسی گرایش روان‌شناسی اجتماعی از دانشگاه تهران می‌باشد. (m.fouladiyan@gmail.com).

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۸/۲/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۳۸۷/۷/۲۷

پژوهشنامه علوم سیاسی، سال سوم، شماره چهارم، پاییز ۱۳۸۷، صص ۳۸-۷.

به اندیشه‌ها و راه‌حل‌های نوآورانه، نیاز به رهبری جدید و متفاوت از رهبران موجود را ایجاد می‌کند؛ سپس شور و عواطف ناشی از مواجهه با بحران، علاقه‌مندان را آماده می‌کند تا تحت تأثیر فرایندهای گروه کارزمایی به رهبر اعتماد کنند و به او پاسخی از سر علاقه بدهند. این گروه، اگر با موفقیت‌های کارزما تقویت شود، احتمالاً اعتماد پیروان به رهبر، بیشتر شده و نیرو و موقعیت کارزمایی تداوم می‌یابد؛ اما اگر کارزما به موفقیتی دست نیابد، از مشارکت اعتمادآمیز پیروان برای تغییر کاسته می‌شود و جامعه برای مدتی از وضعیت کارزمایی خارج می‌شود. برابر با دیدگاه فوق، یک نمونه تجربی - شخصیت و دوره خاتمی - را در جامعه ایران مورد بررسی قرار داده‌ایم. در این مطالعه پتانسیل و ویژگی‌های کارزمایی خاتمی مشخص شده، سپس به تحلیل شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دوره وی پرداخته شده و بدین‌سان از یک موقعیت کارزمایی (که از آن به‌عنوان جنبش اصلاحات نیز نام برده شده است) سخن به میان آمده است. در جریان این موقعیت کارزمایی، انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری (۱۳۷۶) به‌عنوان تسهیل‌کننده (کاتالیزور) عمل کرده است. بدین‌معنا که برای جامعه فرصتی فراهم شده تا افکار و شعارهای خاتمی نه تنها به‌عنوان شعارهای یک شخص بلکه به‌منزله مطالبات عده زیادی از افراد که برای رفع مشکلات (و بحران‌ها) جامعه خود به حرکت درآمده‌اند، مورد توجه قرار گیرد. برای بررسی کارزما و میزان نفوذ خاتمی در میان مردم از نظرسنجی‌های پیمایشی در این دوره استفاده شده است. با تحلیل ثانوی داده‌های موجود در این نظرسنجی‌ها نشان داده شد که در سال‌های ۸۰ و ۸۱ خاتمی از نگاه مردم واجد ویژگی‌های کارزمایی بوده اما به‌تدریج به‌دلیل ضعف در تحقق شعارها و برنامه‌ها در عمل (یا وجود چنین احساسی در میان مردم) کارزمای وی تا سال ۸۴ نزول کرد؛ اگرچه پس از سال ۸۴ و در جریان تجربه‌هایی که جامعه ایران داشته، احتمال ظهور مجدد کارزما را نمی‌توان منتفی دانست.

واژه‌های کلیدی: کارزما، موقعیت کارزمایی، بحران اجتماعی، حلقه یاران.

۱. مقدمه

در رشته جامعه‌شناسی، مانند سایر رشته‌های آکادمیک، مفاهیم کلیدی وجود دارد که به دلیل مشخص نبودن ابعادشان، با مفاهیم دیگر تداخل پیدا می‌کنند و توانایی خود را در روشن کردن مسائل مورد نظر از دست می‌دهند. به قول ماکس وبر «امکان موفقیت جامعه‌شناسی مثل هر شاخه‌ای از علوم اجتماعی، به توان ما در استفاده از مفاهیمی مبتنی است که حیطه آنها به‌طور دقیق مشخص شده باشد و از لحاظ ارزشی [حتی‌الامکان] خنثی تعریف شده باشند».^(۱) مفهوم کاریزما یکی از مفاهیم جامعه‌شناسی سیاسی است که به این سرنوشت دچار شده است. از این رو اگر آن را در ذیل یک منظومه مفهومی روشن بیان کنیم، کار مفیدی انجام داده‌ایم و به‌صورت دقیق‌تری می‌توانیم بعضی از موقعیت‌های اجتماعی ایران را توضیح دهیم. ما در تدوین این بحث، از نظریات وبر، ویلنر، پالمر (و دیگران) کمک گرفته‌ایم.^(۲) پس از توضیحات مفهومی و نظری، کاریزمای خاتمی را ذیل این پرسش‌ها مورد بررسی قرار داده‌ایم: ۱) آیا خاتمی دارای پتانسیل کاریزمایی است؟ ۲) آیا پیش از ۱۳۷۶، شرایط برای ظهور رهبر کاریزمایی آماده بود؟ ۳) کدام عامل شرایط را برای حضور خاتمی در عرصه اجتماعی ایران فراهم کرد؟ ۴) آیا مردم برای خاتمی ویژگی کاریزمایی قائل بودند؟

۲. منظومه مفهومی و نظری

۲-۱. رهبری کاریزمایی

کاریزما لغتی یونانی و به معنای «موهبت الهی» است که از آن معنای توانایی انجام کاری خارق‌العاده یا انجام نوعی معجزه یا پیش‌بینی حوادث آینده اراده می‌شود.^(۳)

وبر، این اصطلاح را از رودلف سُم^۱ (مورخ و نظریه‌پرداز حقوقی آلمانی) به عاریت گرفت. از نظر وی، کاریزما پدیده‌ای مسیحی است. یعنی از فردی که نشانه‌هایی از «کاریزما» را که به‌طور مستقیم از سوی خداوند به او اعطا شده و بروز داده، برای برعهده گرفتن رهبری دعوت می‌شود.^(۴) وبر برای تقسیم‌بندی انواع اقتدار و وضعیت سیاسی و اینکه چرا افراد از حاکمان و رهبران تبعیت می‌کنند، از مفهوم کاریزما بهره گرفت و آن را در کنار دو نوع دیگر اقتدار، یعنی اقتدار سنتی و اقتدار قانونی قرار داد. بر اساس این تقسیم‌بندی، در اقتدار سنتی تبعیت و اطاعت افراد از رئیس و سرور خود مدیون التزام فرد به سنت‌ها (یا التزام به تکرار رویه‌ها و عادات گذشته) است؛ اقتدار قانونی یعنی اطاعت افراد از مقامات بالا، به دلیل التزام آنان به قانون و دستورات قانونی است؛ در اقتدار کاریزمایی، بنا به اعتماد به شخص رهبر، یا به دلیل وحی نازل‌شده بر او یا به قهرمانی و یا سرمشق بودن اطاعت می‌شود.^(۵) به‌سبب نوع اعتقادی که به اقتدار کاریزمایی وجود دارد، این اقتدار با آمیزه‌ای از حرمت، هیبت و وفاداری عاطفی همراه است.^(۶)

۲-۱. ویژگی‌های کاریزما

وبر مجموعه‌ای از ویژگی‌ها را برای رهبری کاریزمایی برمی‌شمارد که بخشی از آنها به ماهیت این نوع رهبری اختصاص دارد و بخشی دیگر به کارکردهای آن. نخست اینکه «کاریزما، برای خصوصیت ویژه شخصیت فردی به کار می‌رود که به دلیل این ویژگی، از افراد عادی، جدا انگاشته می‌شود و به‌عنوان کسی که صاحب توانایی‌ها یا خصوصیت‌های فوق‌طبیعی، فوق‌انسانی یا حداقل استثنایی باشد، شناخته می‌شود. ویژگی‌های مذکور برای افراد عادی قابل دسترسی نیست، بلکه منشأ آن نوعی نظرکردگی یا منحصربه‌فرد بودن است و بر این اساس، فرد مورد نظر، رهبر تلقی می‌شود».^(۷) در اینجا نکته ظریف این است که رهبر چگونه توسط پیروان و شاگردان ارزیابی می‌شود. دوم اینکه پذیرش مردم برای اعتبار کاریزما تعیین‌کننده است. اگرچه این پذیرش آزادانه صورت می‌گیرد اما آنچه تضمین‌کننده آن است «نشانه‌ها» است. این نشانه‌ها می‌توانند نوعی عمل

1. Suom

خارق‌العاده، قهرمانی، یا نیاز به اعتماد در میان مردم باشد.^(۸)

سومین ویژگی به ماهیت نوآوری کاریزما مربوط می‌شود؛ گویی الگوی سخن هر رهبر کاریزمایی این چنین است: «شنیده‌اید که گفته‌اند... اما من به شما می‌گویم که...» البته در قدیم این نوآوری‌ها از سوی هاتفان (و کسانی که به عالم بالا دسترسی داشتند) به کاریزما نسبت داده می‌شد و تأیید این نوآوری‌ها گویی یک وظیفه دینی مردم بود. جالب اینکه وقتی چنین ادعا و اقتداری با اقتدار رقیبی که او هم دعوی کاریزما داشت در تلاقی قرار می‌گرفت، راه برون‌رفت، نوعی زورآزمایی با ابزار جادویی بود. بدین ترتیب تنها یک کاریزما می‌تواند «حق» داشته باشد و طرف مقابل باید از گناه خود تقاضای بخشش کند.^(۹) آخرین ویژگی که جنبه کارکردی دارد، ویژگی دگرگون‌ساز کاریزماست. اقتدار سنتی و عقلانی به کنش‌های خسته‌کننده روزمره و جاری مردم مربوط می‌شود؛ درحالی‌که نوع اقتدار و موقعیت کاریزمایی لزوماً با قواعد روزمره همراه نیست و بیشتر کنشی احساسی است، گذشته را تکفیر می‌کند و به نیروی دگرگون‌ساز تبدیل می‌شود.^(۱۰)

۳-۲. فرایند شکل‌گیری کاریزما و عوامل مؤثر در آن

کاریزما چگونه به وجود می‌آید؟ رهبر باید واجد چه ویژگی‌هایی باشد تا قابلیت کاریزما پیدا کند؟ تحت چه شرایطی، توده مردم به دور یک رهبر گرد می‌آیند، به او خصلت‌های خارق‌العاده نسبت می‌دهند و علاقه‌مندانه از او هواداری می‌کنند؟ اغلب مطالعاتی که در مورد کاریزما انجام شده‌اند، دلمشغول سؤال‌های مزبور بوده‌اند. مجموعه رهیافت‌هایی را که در این مطالعات به کاررفته حداقل می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: رهیافت نخست بیشتر به صفات و ویژگی‌های فردی پرداخته و دلایل ظهور کاریزما را در فرد کاریزما می‌جوید. رهیافت دوم بیشتر به دریافت پیروان و گرایش‌های آنها به کاریزما و شرایط عینی و ذهنی شکل‌گیری آن پرداخته است. در این مقاله ما به هر دو جنبه توجه داشته‌ایم.

۳-۲-۱. کاریزما به‌عنوان صفات فردی

ماکس وبر از زمره نخستین کسانی بود که با این رهیافت (در کنار مطالعه با رهیافت دوم) به بررسی کاریزما پرداخت. از نظر او، کاریزما یک ویژگی اساسی دارد و آن

احساس داشتن مأموریت (یا رسالت) است. البته این نظر بیشتر تحت تأثیر محیط و ماهیت داده‌های مورد استفاده‌ی وی برای استقرار نظریه‌ی کاریزماست. این داده‌ها، اغلب مربوط به جنبش‌های مذهبی و شخصیت‌هایی همچون پیامبران است. چنانکه خود، پیامبر را فردی می‌داند که حامل کاریزمای ناب است و به تعبیر دیگر، «مَثَلِ اَعْلَی» شخصیت کاریزمایی محسوب می‌شود. چنین شخصیتی، دارای یک رسالت است و به خاطر همین رسالت، آیین مذهبی یا فرمان الهی را اعلام می‌کند.^(۱۱) محققان بعدی سعی کرده‌اند با توجه به نمونه‌های عادی‌تر کاریزما (یا غیرپیامبران)، مجموعه‌ای از صفات شخصیتی را که گاه با عنوان «شخصیت اعلای کاریزمایی» از آن یاد می‌شود، در این رهبران تشخیص دهند. فرض بر این است که این ویژگی‌ها، صرف‌نظر از ویژگی‌های محیط فرهنگی و خاص، همچون محرکی، پیروان را برمی‌انگیزند. مهم‌ترین این ویژگی‌ها عبارتند از: نفوذ، اعتبار، جذابیت جسمانی، سخنوری، نوع صدا، کیفیت نگاه، ابعاد پنهان، اعتماد به نفس، قدرت تحمل، اتکای به نفس، عزت نفس بالا، نیاز به نفوذ بر دیگران و فهم نیاز دیگران.^(۱۲)

۲-۳-۲. کاریزما به‌عنوان رابطه و فرایند شکل‌گیری

مطابق این رهیافت، صرف وجود برخی صفات در رهبر کافی نیست، بلکه این صفات باید از سوی پیروان نیز مورد پذیرش قرار گیرد. از این نظر، کانون مطالعه باید بر چگونگی و چرایی پذیرش توسط پیروان متمرکز شود. بنابراین به‌جای سؤال «چه کسی کاریزما می‌شود»، سؤال «چگونه و تحت چه شرایطی، پیروان، کاریزما را باور می‌کنند»، مطرح می‌شود. به بیان دیگر این پرسش محوریت می‌یابد که «چرا و چگونه پاسخ کاریزمایی در پیروان برانگیخته می‌شود»، چون باور کاریزما، همه‌قضیه نیست و پیرو، برای مشارکت در حرکت و ایجاد موقعیت کاریزمایی، به چیزی بیشتر از صرف باور نیاز دارد.^(۱۳) اینکه چرا گروهی از انسان‌ها، زندگی عادی و کنش روزمره را رها می‌کنند و با شور و احساس، حول یک رهبر گرد می‌آیند و با دلبستگی از فرامین او اطاعت می‌کنند، پیچیده‌تر از آن است که بتوان آن را تنها با عواملی نظیر پذیرش صفات رهبر، تبیین کرد. حداقل باید گفت این عامل پذیرش صفت رهبر توسط پیرو، به عوامل کمکی دیگری هم نیاز دارد تا انرژی انگیزشی

برخورد با بحران را ندارند، از سیستم سیاسی بیگانه می‌شوند و مستعد پذیرش و جاذبه سیاسی رهبر می‌شوند که ممکن است به‌عنوان نماد و وسیله‌های از تنش تلقی شود. در چنین اوضاعی اگر رهبری پیدا شود که ایده‌های او امید را در مردم برانگیزاند، آنگاه ممکن است به رهبر باجاذبه پاسخ دهند و یک وضعیت کاریزمایی را ایجاد کنند.^(۱۷) زیرا مردم در ایده‌ها و ایدئولوژی رهبر، مفری برای ابراز نارضایتی و وسیله‌ای برای بیان مشکلات خود می‌بینند. به تعبیر دیگر، ایدئولوژی رهبر، کارکرد بیانی برای پیروان ایفا می‌کند و نیاز بیانی آنها را برآورده می‌سازد.

۵-۱. شکل‌گیری باورهای کاریزمایی در پیروان

طی کدام فرایند ذهنی و عاطفی، پیروان به وجود صفات خارق‌العاده در شخص رهبر، اعتقاد و علاقه پیدا می‌کنند؟ در ضمن توضیح تأثیر بحران بر کاریزما تا حدودی به این سؤال، پاسخ داده شد. با این همه در پاسخ به این سؤال نظریه‌های دیگری هم ارائه شده است، مانند: جانشین‌سازی اسطوره‌ای،^(۱۸) معجزه،^(۱۹) مبالغه،^(۲۰) و سرایت اجتماعی.^۱^(۲۱) برخی محققان سعی کرده‌اند با الهام از منابع نظری موجود، مدلی کاربردی برای رهبری کاریزمایی ارائه دهند. از جمله آنها، *برایمن* است که با تدوین مدلی به نام «شکل‌دهی اجتماعی کاریزما»، توضیح ساده‌ای در نحوه دستیابی به رهبری کاریزمایی ارائه می‌دهد. از نظر او، این مدل، «مجموعه‌ای از تجویزات در مورد گونه‌های اموری است که رهبر کاریزمایی آینده، اگر می‌خواهد ادعای کاریزمایی اش موفق شود، باید آنها را انجام داده یا به نمایش گذارد».^(۲۲) برایمن تأکید می‌کند یکی از خطرناک‌ترین مراحل دستیابی به کاریزما توسط رهبران، وجود هسته اولیه‌ای از حامیان فعال است. «آنها احساس رسالت او را در میان مردم، تقویت می‌کنند و آماده انجام تبلیغات برای او هستند... اهمیت هسته حامیان اولیه رهبران کاریزمایی بالقوه، در این مرحله آن است که به‌عنوان پلی میان رهبر و توده‌های جنبش یا پیروان گسترده عمل می‌کنند. اگر آنها در گسترش رسالت یا جذب اعضای جدید، موفقیتی کسب

۱. از آنجایی که تئوری‌های مزبور در باب شخصیت خاتمی به دلیل محدودیت‌های تحقیق قابل‌سنجش نیستند توضیح جزئیات آنها در حوصله این مقاله نیست.

نکنند، در این صورت، رهبر کاریزمایی موفق نخواهد شد.»^(۲۳)

۲-۶. افول کاریزما

مبنای مقبولیت اقتدار و نفوذ کاریزمایی پذیرش شخص رهبر از جانب پیروان به دلیل قائل بودن به برخی صفات خارق‌العاده در آن شخص برای حل مشکلاتی است که پیروان با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند. به قول وبر «رهبری که مشروعیتش متکی بر کاریزمای شخصی است، به لطف کسانی که از او پیروی می‌کنند رهبر می‌شود.»^(۲۴) از نظر او «وجه مشخص اقتدار کاریزمایی که از ماهیت آن سرچشمه می‌گیرد، بی‌ثباتی است. بعید نیست که [شخص] فرهمند از فره خود چشم بپوشد. چه بسا احساس کند خدایش او را ترک کرده است، مثل احساسی که مسیح بر روی صلیب داشت؛ ممکن است به پیروانش ثابت کند فضیلت از وجود او رخت بر بسته است. در این صورت رسالت او منتفی می‌شود و آنچه می‌ماند امید و تلاش است برای یافتن فرّهی دیگر. پیروان رهبر کاریزمایی تنها به این دلیل از او روی بر می‌گردانند که مشروعیت او تنها از توان شخصی خودش سرچشمه می‌گیرد و مدام باید به اثبات برسد.»^(۲۵)

اقتدار رهبر کاریزمایی و تداوم موقعیت کاریزمایی در گروهی این است که رهبر توانایی خود را در اجرای دعاوی خود برای پیروان نشان می‌دهد. اگر او مدعی پیامبری است، باید معجزه داشته باشد، اگر می‌خواهد سردار جنگی باشد باید دست به کارهای قهرمانانه بزند، اگر وعده‌های رهایی‌بخش می‌دهد، باید در عمل نشان دهد. ظریف اینکه این وجهه خارق‌العاده رهبر باید در نظر کسانی به اثبات برسد که صادقانه خود را تسلیم او می‌کنند. رهبر باید از عهده تحقق این رسالت، دعاوی و شعارهای خود برآید؛ در غیر این صورت افراد مورد خطاب کاریزما، رسالتش را رد می‌کنند و اعتبار ادعایش ضعیف می‌شود. به‌طورکلی رهبری که کارهایش قرین موفقیت نباشد، به‌تدریج پیروان خود را از دست داده و کاریزمایش افول خواهد کرد.^(۲۶)

۳. الگوی بررسی

برای ساماندهی داده‌های مورد استفاده این مقاله، از منظومه مفهومی و نظری ارائه‌شده می‌توان یک الگوی بررسی تدوین کرد که بر اساس آن جایگاه هر بحث و

نحوه ارتباط آنها با یکدیگر روشن شود. از یکسو، کاریزمای بالقوه، با مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری و با ارائه گفتارهای جدید و پاسخی برای بحران، وارد صحنه می‌شود و به تدریج هسته‌ای از یاران اولیه شکل می‌گیرد. آنگاه، ویژگی‌های فکری و شخصیتی رهبر از طریق: عرضه ناخواسته توسط خود رهبر، با سخن گفتن (و نوشتن) و تبلیغ کردن، به وسیله حلقه نخست پیروان، پراکنده می‌شود. از سوی دیگر، بحران به عنوان بستر تعیین‌کننده‌ای که احساسات پیرو را برمی‌انگیزاند، وارد عمل می‌شود. ابتدا احساس نیاز به آموزه‌های نوآورانه و متفاوت از وضع موجود را در پیروان ایجاد می‌کند. سپس، شور و عواطف ناشی از مواجهه با بحران، در ترکیب با جاذبه افکار و شخصیت رهبر، پیرو را آماده می‌کند تا تحت تأثیر فرایند گروه کاریزمایی پاسخ دهد. این گروه، اگر به وسیله موفقیت‌های جنبش کاریزمایی و مشارکت پیرو در آن جنبش، تقویت شود، احتمالاً ایمان پیرو به رهبر، بیشتر می‌شود و تداوم می‌یابد. اما اگر جنبش به موفقیتی دست نیابد، ایمان پیروان کاسته می‌شود.

۴. روش مطالعه

در این مطالعه با توجه به شرایط و موضوع مورد بررسی از دو شیوه استفاده شده است. در تدوین نظری (که در فراز قبل ارائه شده) و تشریح فضای بحرانی پیش از روی کار آمدن خاتمی از روش «اسنادی» استفاده شده است. برای سنجش کاریزمای خاتمی از روش «تحلیل ثانویه داده‌های موجود» استفاده شده است. در این پژوهش از چهار دسته از پیمایش‌های^(۲۷) ذیل استفاده کرده‌ایم که توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) انجام شده است: پیمایش سال ۱۳۸۰ با عنوان «بررسی دیدگاه‌های شهروندان تهرانی در خصوص سیاست‌های اصلاحی رئیس‌جمهور»؛ پیمایش سال ۱۳۸۱ با عنوان «بررسی دیدگاه‌های شهروندان تهرانی در خصوص سیاست‌های اصلاحی رئیس‌جمهور»؛ پیمایش سال ۱۳۸۳ با عنوان «دیدگاه شهروندان تهرانی در خصوص عملکرد و میزان موفقیت رئیس‌جمهور» بخشی از یک پیمایش وسیع با عنوان «بررسی نظرات شهروندان تهرانی پیرامون مسائل روز جامعه»؛ پیمایش سال ۱۳۸۴ با عنوان «بررسی نظرات دانشجویان

دانشگاه‌های دولتی تهران پیرامون اعطای دکتری افتخاری به رئیس‌جمهور».

۵. موقعیت کاریزمایی در ایران

۵-۱. کاریزمای بالقوه خاتمی

در آغاز نفوذ و اعتبار سید محمد خاتمی از فعالیت‌های مستمر فکری - فرهنگی سرچشمه می‌گرفت. موضع‌گیری و سخنرانی درباره مسائل مختلف سیاسی و اجتماعی (مانند جامعه مدنی، توسعه سیاسی، آزادی و...) به‌عنوان فردی که دارای پشتوانه خانوادگی (فرزند یکی از آیات عظام در استان یزد و از یاران و معتمدین درجه اول امام خمینی) و با حُسن سابقه در فعالیت مثبت فرهنگی در وزارت ارشاد در دهه نخست انقلاب، پشتوانه تحصیلی^(۳۸) و علمی (تألیفات وی در زمینه‌های اجتماعی و سیاسی)^(۳۹) شغلی (تدریس در دانشگاه و دیگر مراکز علمی) و نزدیکی به دو مرکز حوزه و دانشگاه موجب بُرد و نفوذ سخنان خاتمی در میان نخبگان و آحاد جامعه می‌شد. جدا از پشتوانه فرهنگی و خانوادگی، صداقت خاتمی اهمیت دارد. به‌طور مثال محسن کدیور، روحانی نواندیش اصلاح‌طلب و یکی از منتقدین خاتمی می‌گوید: «خاتمی سیاست‌مداری صادق بود. به مردم دروغ نگفت، گرچه همه راست را هم نگفت، اما یقیناً اهل تزویر نبود و این رمز و راز محبوبیت خاتمی به‌رغم تمام ناکامی‌های اوست».^(۳۰) حتی خاتمی خود تصریح می‌کرد: «در دوران ریاست جمهوری با تمام سختی‌هایش به مردم دروغ نگفتم. آنچه توانستم انجام دادم... در کشاکش بحران‌های ۹ روزه... به شما گفتم تا نگویند که می‌دانست و نگفت و یا می‌توانست و نکرد».^(۳۱)

۵-۱-۱. جاذبه‌های جسمانی

در چهره خاتمی می‌شد شخصیتی خوش‌برخورد، صمیمی، مؤمن و جذاب را یافت. میلیون‌ها نفر از مردم ایران در جریان انتخابات از طریق سفرها و پوستره‌های انتخاباتی و خصوصاً از طریق مطبوعات و سپس صدا و سیما با چهره خندان او آشنا شدند.^(۳۲) پیش از انتخابات خبرنگار «کریستین ساینس مانیاتور» رقیب انتخاباتی خاتمی را چنین توصیف می‌کند: «هر از گاهی به‌زور لبخندی می‌زند».^(۳۳) الین شلینو می‌گوید: «خاتمی با گشاده‌رویی و لبخند به‌طور مستقیم به چهره مهمان خود که در

یک مبل کنار او نشسته بود، خیره شد.»^(۳۴) حتی منتقدان او چهره متبسم خاتمی را به‌عنوان یکی از عوامل مهم موفقیت وی در عرصه‌های مختلف می‌دانند.^(۳۵)

۵-۱-۲. سخنوری

بیشتر رهبران کاریزمایی، سخنوران قابل‌بوده‌اند، به‌گونه‌ای که با سخنرانی‌های جذاب و با نفوذ کلام در مخاطبان خود شور و هیجان ایجاد می‌کردند و با استدلال‌های متنوع، ذهن پیروانشان را مجاب می‌کردند؛ خاتمی نیز سخنانی جذاب و گفتاری منظم داشت.^(۳۶) مردم با علاقه به صحبت‌های او گوش می‌دادند.^(۳۷) یکی از روش‌های وی در سفرهای انتخاباتی قبل از ریاست جمهوری، اشاره به مصادیق تاریخی مخصوص و مربوط به هر شهر بود که برای مردم جذاب بود. به‌عنوان نمونه هنگام بازدید از شهر دلووار به رئیس‌علی دلواری و در بوشهر به مجتهدان بزرگ آن منطقه مانند سید عبدالله بلوری، علم‌الهدی و شیخ محمد برازجانی ادای احترام می‌کرد. در دشتستان یاد شهید گنجی مسئول خانه فرهنگ ایران در پاکستان را گرامی داشت.^(۳۸) در نماز جمعه بوشهر اشاره می‌کند که نام دلووار برای آنان که اسلام و ایران را دوست دارند، نام درخشانی است و رئیس‌علی دلواری فردی بود که جز در برابر خدا سر فرود نیاورد و جان خود را فدای سربلندی انسان‌ها کرد.^(۳۹)

در جمع ایرانیان مقیم نیویورک از فردوسی سخن می‌گفت و به ویژگی‌های ملی و ایرانی مخاطبین اشاره می‌کرد و از داستان رستم و اسفندیار نتیجه می‌گرفت که روح ایرانی روح ادب است، روح حرمت به دیگران است، روح پرهیز از جنگ و خون‌ریزی، روح عزت‌طلبی است، ننگ را نمی‌پذیرد و حتی در برخورد با دشمن از دایره ادب و عفاف خارج نمی‌شود.^(۴۰) خاتمی در سفر به مصر، در هنگام سخنرانی به عربی سخن می‌گفت.^(۴۱) در سخنرانی در کتابخانه اسکندریه به بررسی نقش اسکندریه در تاریخ و اندیشه و فرهنگ جهانی و ارتباط آن با گفتگوی تمدن‌ها پرداخت.^(۴۲) او در جمع مردم اصفهان تأکید داشت: «اصفهان آسمان گسترده‌ای است که سرشار از خورشید و ستاره‌های تابان دین، علم، ادب و هنر در سراسر تاریخ پرافتخار ماست. اصفهان عروس هنر بشریت در همه تاریخ است و نه تنها متن جان زیبا و زیباپرست اصفهانی، هنر ایرانی را از عهد هخامنشی تا

صفویان تا به امروز به اوج خود رسانده بلکه فلسفه والای اسلامی پس از هزار سال فرازونشیب در اندیشه بلند و بی‌همتای صدرالمآلهین به تمامیت و کمال خود رسیده است»^(۴۳) بدین ترتیب سخنان جذاب او، چه در تریبون‌هایی که مردم به‌طور مستقیم مورد خطاب قرار می‌گرفتند، چه وقتی آن سخنان از صدا و سیما پخش می‌شد، روی مردم اثر می‌گذاشت.

۵-۱-۳. کیفیت نگاه

معمولاً نگاه سخنرانان در جلب توجه شنوندگان نقش مؤثری دارد. وقتی یک سخنران به‌جای نگاه کردن به مستمعین، در و دیوار را نگاه می‌کند و یا نگاهش را به زیر می‌افکند، در واقع ارتباطش را با شنوندگان قطع می‌کند و ممکن است چنین احساس کنند که سخنران به موضوع و جلسه سخنرانی تسلط کافی ندارد. همچنین نگاه سخنران تنها به یک یا چند نفر و یا تنها به یک جهت نیز ارتباط چشمی مؤثر با شنوندگان را تخفیف می‌دهد. یکی از ویژگی‌های خاتمی در برخورد با مردم و هنگام سخنرانی، ارتباط چشمی خوب او با آنان بود. خبرنگار همراه سفرهای انتخاباتی خاتمی می‌گوید: «خاتمی»، «همه» را می‌بیند. از وقتی که از اتومبیل پیاده می‌شد تا وقتی که وارد مسجد یا دانشگاه محل سخنرانی می‌شد و پشت تریبون قرار می‌گرفت و حتی در حین سخنرانی، «همه» را می‌دید. او نشان می‌داد که تو را که گوشه‌ای از خیل مردم ایستاده‌ای و نگاهش می‌کنی، دیده است!^(۴۴)

۵-۱-۴. صبوری

بیشتر شخصیت‌های کاریزمایی در برخورد با مخالفین با شکیبایی برخورد می‌کنند و در سختی‌ها تحملی بیش از دیگران از خود نشان می‌دهند؛ همین عامل خود زمینه‌ساز رجوع دیگران به آنها می‌شود. خاتمی از این منظر فرد صبوری بود. خبرنگار سفرهای استانی و انتخاباتی او در صد روز با خاتمی می‌گوید:

«در نورآباد ممسنی، فرصت کوتاهی برای استراحت و نماز و ناهار داشتیم، تا پس از آن خاتمی برای مردم در مسجد امام سجاد (ع) سخنرانی کند. جمعی از معتمدین و مسئولان شهرستان گرداگرد اتاق نشیمن فرمانداری نشسته بودند و همه منتظر ناهار بودیم. در این میان یک سروان نیروی

انتظامی که مسئول منطقه انتظامی ممسنی بود، حضور داشت. جوانی متدینی به نظر می‌رسید. خاتمی به دلجویی و احوالپرسی از او پرداخت و جواب‌های کوتاه و مختصری شنید.

خاتمی پرسید: «در منطقه مشکلی ندارید و به لحاظ امنیتی مسئله‌ای ندارید؟» سروان خیلی به اختصار گفت: «نه!» خاتمی پرسید واحد انتظامی اینجا، منطقه است یا حوزه؟ سروان جوان گفت: «در همین مایه‌ها! هر چه هست خوب است!» خاتمی پرسید: «درجه شما ظاهراً سروانی است؟» سروان جوان گفت: «در همین مایه‌ها! هر چه هست کافی است!» خاتمی گفت: «ان شاء الله موفق هستید؟» سروان جوان گفت: «آن را باید فرماندهان تشخیص دهند!» خاتمی پرسید: «چند نفر پرسنل دارید؟» سروان جوان گفت: «هستند! به میزان کافی!» و بعد خیلی صریح گفت: «حاج آقا این اطلاعاتی که شما می‌خواهید بدانید محرمانه است و من مجاز نیستیم به شما پاسخ بدهم و آنها را فاش کنم!»

«آن سروان جوان چرا چنین پاسخ می‌داد؟ خاتمی چه واکنشی نسبت به طرز رفتار او نشان داد؟ اینها سؤالات ذهن ما بود در آن لحظات، لحظاتی که نمی‌دانم به جای چه کسی، اما در هر حال بسیار خجالت می‌کشیدیم. لحظاتی بعد که عازم محل سخنرانی بودیم، خاتمی مانند پدری بزرگوار که فرزند تندخویی را کریمانه می‌بخشد، در حال خداحافظی موقت از جمع مسئولان شهرستان، مقابل سروان جوان درنگ کرد و او را پدران در آغوش کشید. فرزند تندخو، از لطف پدر استقبال کرد و پیشانی خاتمی را بوسید، چندین بار! در حال خروج از شهرستان ممسنی، آخرین اتومبیلی که تا کیلومترها دور از شهر، بدرقه‌مان کرد و با چراغ گردانی که داشت، اتومبیل خاتمی را اسکورت می‌کرد، متعلق به سروان فرمانده منطقه انتظامی ممسنی بود. او در آخرین حد نهایی حوزه استحفاظی‌اش توقف کرد، پیاده شد و به احترام مرد بزرگواری که به سمت بوشهر می‌رفت، خبردار ایستاد.^(۴۵)

خاتمی در دوران ریاست جمهوری ویژگی صبوری را ادامه داد.^(۴۶) به‌عنوان نمونه در زمانی که مطبوعات متعلق به جریان سیاسی اصلاح‌طلبان (موسوم به دوم خرداد) ۲۰

با حملات شدیدی مواجه بودند و یک‌به‌یک تعطیل می‌شدند،^(۴۷) دو نشریه تندرو و مخالف خاتمی به نام «شلمچه» و «یالتارات» نیز در آستانه محاکمه قرار داشتند. این دو نشریه از مرزهای توهین به خاتمی عبور کرده بودند. رئیس دفتر خاتمی در آستانه برگزاری این دادگاه، نامه‌ای به رئیس شعبه ۱۴۱۰ دادگاه عمومی تهران بدین شرح نوشت: «شایسته است همه ما به‌خصوص مسئولان، مظهر شکیبایی اسلامی و سعه صدر ملت بزرگوار ایران باشیم و حتی بکوشیم تا ناروایی‌ها و بی‌وفایی‌ها را تحمل کنیم و این را حداقل تاوان و هزینه‌ای بدانیم که برای نهادینه شدن انتقاد و آزادی در چهارچوب قانون باید بپردازیم... نظر به نیاز جامعه به بالا بردن سطح تحمل و ظرفیت افراد و گروه‌های اجتماعی و پیشقدمی مسئولان در این راه، جناب خاتمی از شکایت شخصی خود نسبت به دو نشریه مذکور صرف‌نظر کردند».^(۴۸)

محسن دعاگو یکی از منتقدان سرسخت خاتمی در طول دوره او می‌گوید: «من معتقدم تحمل آقای خاتمی بدون شک بیشتر از آقای احمدی‌نژاد بود؛ یعنی به‌رغم آنکه خاتمی هم گاهی از دست منتقدان ناراحت می‌شد، اما اگر میزان تحمل دولت آقای خاتمی را با تحمل دولت آقای احمدی‌نژاد مقایسه کنیم، می‌بینیم سعه صدر دولت آقای خاتمی بیشتر بود. این مسئله تا جایی بود که حتی سخنان و انتقادهای من به اصلاحات و دولت آقای خاتمی تا مدت‌ها در رسانه‌های این طیف نفوذ و حضور داشت، اما این مسئله در این طرف کمتر ملاحظه می‌شود».^(۴۹)

۵-۲. حلقه یاران

در دوره دوم ریاست جمهوری هاشمی رفسنجانی، فضای فرهنگی جامعه برای اندیشه، هنر و قلم تنگ شده بود. خاتمی در واکنش به این وضع در اول خرداد ۱۳۷۱ از مسئولیت وزارت ارشاد استعفا داد. متن استعفا بیان‌کننده دیدگاه‌های متفاوت وی (دیدگاهی مبتنی بر اسلام رحمانی، آزادی‌خواهانه و روادارانه) نسبت به آرمان‌های انقلاب و مسائل جاری جامعه در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بود.^(۵۰) با اینکه او از عرصه مسئولیت رسمی کنار رفته بود، در پی تحقق اهداف، آرمان‌ها و برنامه‌های خود بود. نشست‌های منظمی که از سال ۱۳۷۴ شروع شد (و زمینه‌ساز توجه به بحث‌های توسعه سیاسی و جامعه مدنی، در

عرصه عمومی شد) ظرف عملی این دغدغه‌ها بود.

در این نشست‌ها که در آن، دوستان و همفکران^(۵۱) محدودی از جمله همکاران قبلی خاتمی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و برخی روشنفکران و فعالان سیاسی حضور داشتند، مباحثی در مورد موضوعات و مسائل معرفتی و سیاسی مطرح می‌شد. *هادی خانیکی* موضوع اصلی این نشست‌ها را پیدا کردن راه‌حلی در قبال مشکلات آن دوران با توجه به باورهای خاص اعتقادی آن جمع می‌داند: «بحث در گروه بر سر این بود که اندیشه‌ای که به آزادی و حقوق مردم معتقد است و از سوی دیگر می‌خواهد سختی هم بین دین و دموکراسی و بین قدرت‌یابی نهادهای مدنی و توانمندی نظام سیاسی برقرار کند، چه باید انجام دهد... این جلسات در واقع در جستجوی جواب «چه باید کرد؟» بود.^(۵۲) این یاران برای نشر دغدغه‌ها و یافتن پاسخ‌هایی درخور از میان روشنفکران دینی، به دنبال انتشار ماهنامه فکری «آیین» بودند. *سعید حجازیان* نیز مانند خانیکی همین حلقه را نخستین گروه حامیان خاتمی در پی کاندیدا شدن او می‌داند: «خاتمی هنگامی که وزیر بود مجوز یک مجله به نام آیین را گرفته بود تا بتواند در آینده از این طریق حرف‌هایش را بزند... در همین راستا ما نیز گرد حلقه آیین جمع شدیم و بحث‌های دوره‌ای می‌کردیم...»^(۵۳) این حلقه فکری را می‌توان یاران اولیه خاتمی نامید. ویژگی اعضای این حلقه این بود که پیوند فکری و ارتباطی خوبی با روشنفکران دینی داشتند که در آن زمان حول و حوش شخصیت‌هایی چون *عبدالکریم سروش* و نویسندگان مجله فکری - فرهنگی «کیان» شکل گرفته بود.^(۵۴) از آنجا که این روشنفکران دینی از دیدگاه‌های مداراجویانه و دگرخواهانه با دلایل عقلانی و دینی دفاع می‌کردند، نفوذ قابل توجهی در میان روشنفکران سکولار داشتند. بدین ترتیب حلقه یاران خاتمی می‌توانست نفوذ وسیعی در میان دو طرف طیف نخبگان و روشنفکران (از روشنفکران سکولار تا روشنفکران دینی) پیدا کند.^(۵۵)

در دی ماه ۱۳۷۵، خاتمی از سوی مجمع روحانیون مبارز رسماً به‌عنوان کاندیدای گروه‌های پیرو خط امام برای ریاست‌جمهوری معرفی شد.^(۵۶) در این مرحله، دوستان دیگر خاتمی در این حلقه قرار گرفتند که از جمله می‌توان به حاجی، باقریان، معین، خسرو تهرانی، سازگارنژاد، هدایت آقایی و... اشاره کرد.^(۵۷)

همین عده، به‌رغم مضیقه‌های شدید مالی، سفرها و سخنرانی‌های تبلیغاتی خاتمی را به‌صورت رودررو با مردم تنظیم کردند^(۵۸) و از این طریق دیدگاه‌های خاتمی در جامعه زمینه نشر پیدا کرد. به‌تدریج ایده‌هایی مانند توسعه سیاسی، جامعه مدنی، تأکید بر حقوق شهروندی، اخلاقی شدن سیاست، پاسخگو کردن دولت، آزادی مخالف، آزادی بیان، آزادی مطبوعات، صیانت فرهنگی به‌جای کنترل فرهنگی، گسترش حضور زنان در عرصه عمومی جامعه، جوانان و نیازهای آنها، مسئله اقلیت‌های مذهبی و قومی و پس از ریاست جمهوری نیز گفتگوی تمدن‌ها و لزوم اجرای کامل قانون اساسی، از جمله نظرهایی بودند که با توجه به فضای نیمه‌بسته آن دوران، با استقبال جدی گروه‌های مرجع و قشرهای مؤثر مردم مواجه شد.

۵-۳. ابعاد بحران

گفته شد اصلی‌ترین زمینه بررسی ظهور موقعیت کاریزمایی، بحران در جامعه است. «بحران» به دو صورت می‌تواند به ظهور کاریزما کمک کند. ابتدا اینکه فرصتی برای رهبران توانمند ایجاد می‌کند تا بتوانند نظر مردم را به‌سوی خود جذب کنند و از این طریق قدرت اجتماعی تأثیرگذاری به‌دست آورند و دوم اینکه تحولات روانی و عاطفی ناشی از بحران مردم را برای پذیرش اقتدار کاریزمایی آماده می‌سازد.

۵-۳-۱. بُعد سیاسی

اطاعت و تبعیت مردم از حکومت در جمهوری اسلامی از سه پایه مشروعیتی کاریزمایی، مذهبی و قانونی تغذیه می‌کرد. جمهوری اسلامی ایران در ابتدای تأسیس خود بیشترین بار مشروعیتی را از طریق شخصیت کاریزمایی و مذهبی امام خمینی کسب می‌کرد و شخصیت منحصربه‌فرد ایشان تأثیر اساسی در تداوم و استحکام جمهوری اسلامی و پشت سر گذاشتن معضلات پس از انقلاب داشت. یکی از آثار فوت امام خمینی، تغییرات در پایه‌های مشروعیتی نظام سیاسی بود. با انتخاب آیت‌الله خامنه‌ای، یکپارچگی رهبری جمهوری اسلامی به نحوی به رهبری سیاسی در میان مردم، و رهبری مذهبی (با حضور مراجع متعدد در حوزه علمیه قم)

تفکیک شد. در حالی که در زمان امام، هم رهبری سیاسی و هم رهبری مذهبی (زیرا او مرجع تقلید اعلم و بلامنازع بود) و هم رهبری کاریزمایی در وی خلاصه می‌شد؛ بنابراین نفوذ و میراث همه‌جانبه امام بر مردم و نخبگان کشور عیناً به جانشین وی انتقال نیافت.

در چنین فضایی به تدریج در چالش با واقعیت‌های اجتماعی و در عرصه عمومی ایران شاهد تغییراتی به شرح ذیل بودیم: غلبه گفتمان مردم‌سالاری به جای گفتمان انقلابی‌گری در عرصه سیاسی، رونق گرفتن نواندیشی دینی در اعتقادات سیاسی شیعه، پیدایش بحران مشروعیت، بحران مشارکت، بحران سلطه و بحران کارایی، ظهور نیروهای سیاسی جدید از درون طبقه متوسط جدید، تقویت نهادهای جامعه مدنی و احزاب سیاسی به شکل ابتدایی و اولیه خود، استمرار قدرت اولیگارش‌ی قدیم، رقیق‌سازی ویژگی‌های ایدئولوژیک دولت اقتدارگرا، توسعه محدود در دامنه رقابت و مشارکت احزاب و گروه‌های سیاسی هوادار جمهوری اسلامی و قانون اساسی، طرح نوسازی و اصلاحات سیاسی به‌عنوان برنامه‌گذار از وضع موجود، و نقصان در خصلت توده‌ای و بسیج‌گری در حیات رسمی عرصه سیاسی؛^(۵۹) به طوری که نارضایتی‌ها و بحران سیاسی تنها در رأی اعتراضی دوم خرداد ۱۳۷۶ مشهود نبود، بلکه نشانه‌های آن را از نتایج دو انتخابات قبل می‌توان به‌دست آورد. در انتخابات ریاست جمهوری که پس از خاتمه جنگ در سال ۱۳۶۸ برگزار شد، هاشمی رفسنجانی با ۱۵/۵۳۷/۳۹۴ رأی، عملاً ۹۴/۵ درصد کل آرای پنجمین انتخابات ریاست جمهوری را به‌دست آورد. اما این اجماع رأی چهار سال بعد به دلیل پیامدهای ناخواسته دوران بازسازی اقتصادی و رشد فزاینده انتظارات و عمیق‌تر شدن اختلاف‌نظرها در خصوص نحوه توسعه اجتماعی، اقتصادی اندکی دستخوش تغییر شد و تعداد رأی‌دهندگان کاهش چشمگیری را نشان می‌داد، به طوری که در انتخابات سال ۱۳۷۲ از مجموع ۱۶/۷۸۹/۶۶۶ رأی ریخته‌شده به صندوق‌ها، هاشمی رفسنجانی تنها ۱۰/۵۵۵/۹۱۲ رأی یعنی ۶۲/۷۸ درصد کل آرا را به‌دست آورد.^(۶۰) رفسنجانی با ایده‌ها، شعارها، برنامه‌های سازندگی و توسعه ایران وارد صحنه شد؛ به‌رغم اینکه چهره جامعه جنگ‌زده ایران را تغییر داد اما کاهش رأی او در دوره دوم نشان از نارضایتی سیاسی مردم می‌داد.^(۶۱)

با توجه به شرایط سخت دوره جنگ (۱۳۶۷-۱۳۵۹) مردم مطالبات خود را به تعویق انداختند. چشمان همه به فردای پس از جنگ دوخته شده بود. ارزیابی که در آن مقطع زمانی از وضع حاضر وجود داشت این بود که نگرانی جدی در مورد ارزش‌ها وجود ندارد و مسئله اصلی، معضل مشکلات اقتصادی است؛ لذا هدف سیاست‌های مطرح شده، دسترسی به توسعه اقتصادی بود که در قالب برنامه اول و دوم از سوی دولت رفسنجانی پیگیری می‌شد. سیاستی که دنبال می‌شد دوری از اقتصاد دولتی و نزدیکی به اقتصاد بازار بود. خصوصی‌سازی، کاهش سوبسیدهای غذایی، توسعه مبتنی بر صادرات و تشویق سرمایه‌گذاری خارجی، عناصر محوری در سیاست‌های اقتصادی دولت بود.^(۶۲) اهداف اقتصادی برنامه اول عبارت بودند از: بازسازی مناطق آسیب‌دیده در جنگ، رشد تولید ملی: ۸/۱ درصد، رشد سرمایه‌گذاری: ۱۱/۶ درصد، رشد مصرف خصوصی: ۵/۷ درصد (به‌طور متوسط در سال)، کاهش نرخ تورم از ۲۸/۹ در سال ۱۳۶۸ (۸۹-۱۹۸۸) به ۱۵/۷ درصد، رشد نقدینگی: ۹/۴ درصد در سال، و از میان بردن کسری بودجه.^(۶۳) سیاست‌های آزادسازی دولت هاشمی در آن زمان به سیاست تعدیل اقتصادی مشهور شد که بر راهکارهایی چون تزریق پول به اقتصاد به‌ویژه از طریق استقراض وسیع از بانک مرکزی، کاهش کنترل ارزی و محدودیت‌های بازرگانی خارجی، ایجاد مناطق آزاد تجاری، بازپرداخت عوارض گمرکی، برخی معافیت‌های مالیاتی، اعطای تسهیلات اعتباری، تأکید بر گسترش نقش بخش خصوصی و جلب سرمایه خارجی، تأکید داشت.^(۶۴)

پس از چهار سال به‌تدریج اجرای سیاست‌های تعدیل اقتصادی با مشکلاتی روبه‌رو شد. دسترسی محدود به منابع مالی درازمدت خارجی و کسری تراز بازرگانی خارجی، موجب کاهش ذخایر ارزی و حجم زیادی از قرضه‌های کوتاه‌مدت خارجی شد. فشار بدهی خارجی همراه با کاهش بیش از حد قیمت نفت در سال ۱۳۷۲، فشار شدید بر تراز پرداخت‌های خارجی و سررسید حجم قابل توجهی از تعهدات را موجب شد.^(۶۵) این برنامه به‌خصوص در زمینه توسعه صنعتی به اهداف خود نرسید. در این دوره، مصرف بخش عمومی و خصوصی

بسیار بیشتر از مقدار پیش‌بینی شده افزایش یافت. متوسط رشد اقتصادی در این برنامه به ۷/۳ درصد رسید، در حالی که برنامه ۸/۱ درصد را پیش‌بینی می‌کرد.^(۶۶) از سوی دیگر سرمایه‌گذاری‌های پُرهزینه پس از جنگ بر پایه درآمدهای حاصل از نفت، تأثیرات تورمی و گرانی شدید در جامعه ایجاد کرد و نارضایتی را دامن زد، زیرا ظرفیت‌های تولیدی لازم برای سرمایه‌گذاری در کشور وجود نداشت. هزینه‌های سنگین دولت برای سرمایه‌گذاری در زیربناها و کمبود امکانات لازم، همچنین رکود ناشی از اینکه سایر بخش‌های تولیدی نمی‌توانستند فعال باشند، معضل تورم را ایجاد کرد.

افزایش بدهی‌ها موجب شد بدهی خارجی از ۵/۹ میلیارد دلار یا ۵ درصد تولید ناخالص داخلی در سال ۱۳۶۹، به ۱۴/۶ میلیارد دلار یا ۱۴ درصد تولید ناخالص داخلی در ۱۳۷۱ برسد. در همین دوره تعهدات مربوط به پرداخت اصل و فرع بدهی‌ها، به ۴۷۵ میلیون دلار رسید که ۳ درصد کل ارزش صادرات بود. یکی از دلایل افزایش شدید بدهی، کاهش قیمت دلار بود که تقریباً تمامی صادرات ایران با آن حساب می‌شد.^(۶۷) یکی دیگر از اهداف برنامه اول، کاهش بار مالی هزینه‌های دولتی از طریق انتقال پاره‌ای وظایف موجود به بخش خصوصی بود. ولی عملکرد نه‌چندان قدرتمند توسعه اقتصادی، افت کارایی، پیدایش کمبودها و تنگناهای اقتصادی، بالا رفتن هزینه تولید، افزایش تورم، بحران بیکاری، سقوط ارزش ریال، بحران بدهی‌های خارجی و گسترش فساد اداری و رانت‌خواری در جامعه ایران از عمده‌ترین دلایل ناکامی سیاست تغییر ساختاری بود.^(۶۸) سال ۱۳۷۲ و اوایل ۱۳۷۳ تلاش‌های اصلاح ساختار اقتصادی شتاب خود را از دست داد. این اصلاحات آشکارا وفاداری حامیان سنتی دولت را پایین‌تر آورد.^(۶۹)

اجرای الگوی توسعه اقتصادی از بالا که به غیرسیاسی شدن جامعه و کاهش مشارکت سیاسی نیروهای اجتماعی حساس نبود، امکان درک مطالبات سیاسی - اجتماعی اقشار مردم از سوی متصدیان حکومتی را کاهش داد؛ به طوری که شکاف دولت و مردم افزایش یافت. در همین دوره شورش‌های حاشیه شهرها در اسلامشهر، مشهد، قزوین [و...] در سال‌های اجرای سیاست سازندگی، حکایت از حاد شدن شکاف مزبور و فقدان سازوکار مناسب برای طرح مسالمت‌آمیز خواسته‌ها

و مطالبات اجتماعی داشت.^(۳۰) بخشی از افرادی که به خاتمی رأی دادند به دنبال ایجاد و مهیا ساختن شرایط برابر برای آحاد مردم بودند. شعارهای انتخاباتی خاتمی نیز غلبه بر تبعیض‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بود.

۵-۳-۳. بُعد اجتماعی - فرهنگی

از دیگر تغییرات صورت گرفته در ارتباط با جمعیت، نرخ باسوادی بود. این عامل موجب تغییر ذائقه فرهنگی می‌شد، زیرا با افزایش سطح آگاهی، تقاضاهای مردم از دولت نیز دگرگون می‌شود. نگاهی به تغییرات در حوزه تحصیلات نشان می‌دهد در ایران این دگرگونی بسیار شدیدتر از گذشته بود. به‌عنوان نمونه درحالی‌که نرخ باسوادی بزرگسالان در سال ۱۳۵۹، ۴۱/۸ درصد بود، در سال ۱۳۷۵ به ۷۵/۸ درصد رسیده بود.^(۳۱) در مقطع تحصیلات عالی نیز شاهد تغییرات چشمگیری بودیم. تعداد دانشجویان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی در بعد از انقلاب به‌ویژه در مقطع زمانی مورد بحث (۱۳۶۷-۷۶) افزایش یافت. درحالی‌که در سال تحصیلی ۶۷-۱۳۶۶ تعداد دانشجویان ۲۰۴۰۸۶۲ نفر بود، این رقم در سال تحصیلی ۷۶-۱۳۷۵ به ۵۷۹۰۷۰ نفر رسید (رشد ۱۸۲/۶ درصدی). در این سال‌ها حتی تعداد زیادی از فرزندان روستاییان نیز با توسعه دانشگاه‌ها توانستند وارد دانشگاه شوند. این مسئله موجب شد سطح آگاهی‌ها در کشور به‌واسطه تعامل بخش‌های مختلف اجتماع، تغییر محسوس و قابل ملاحظه‌ای داشته باشد. وجود دو میلیون دانشجو در مرکز آموزش عالی که در سراسر کشور پراکنده‌اند، نشان‌دهنده گسترش اندازه قشر تأثیرگذار دانشجویان است. در دوم خرداد ۱۳۷۶، دانشجویان در شکل‌دهی به رأی مردم نقش اساسی و مهمی ایفا کردند. باید توجه کرد با مقایسه تعداد دانشجویان و فارغ‌التحصیلان با تعداد جمعیت کشور در مقطع دوم خرداد حتی در هر روستا دو نفر تحصیل‌کرده دانشگاهی وجود داشت.^(۳۲)

اگرچه در رفتارهای تک‌تک ایرانیان ارزش‌های مذهبی همواره از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار بوده است اما بررسی بین سال‌های ۱۳۶۷ تا ۱۳۷۶ نشان می‌دهد ارزش‌های امروزی و مدرن نیز در جامعه حضوری جدی پیدا کرده بودند. به‌طوری‌که در سالنامه آماری کشور در سال ۱۳۷۸ نشان داده شده است میزان چاپ

کتاب‌های مذهبی نسبت به چاپ کتاب‌های سایر حوزه‌های علمی، رشد کمتری داشته است. واحد سنجش صدا و سیما در سال ۱۳۷۶ در افکارسنجی تحت عنوان «ایدئال‌های جوانان درباره مسائل فرهنگی» نشان می‌دهد ارزش‌های مادی و اقتصادی و ارزش‌های اجتماعی در اولویت اول و دوم قرار دارند و پس از آنها ارزش‌های مذهبی در رتبه سوم قرار گرفته است. این تحقیق نشان می‌دهد تنها ۲۲ درصد، مخالف ارزش‌های امریکایی در جامعه وجود دارند و ۴۲ درصد موافق این ارزش‌ها هستند. در نتیجه، در این دوره دچار تغییر در ارزش‌گذاری‌ها در میان افشار مردم بودیم؛ ارزش‌گذاری‌هایی که از یک طرف مطابق سنت مألوف نبود و از طرف دیگر به ارزش‌گذاری‌های مدنی و جاافتاده تبدیل نشده بود. در میان این وضعیت، جامعه از آشفته‌گی اخلاقی رنج می‌برد و مستعد بحران بود.^(۷۳)

۴-۵. فرصت سیاسی

با توجه به اینکه تمام رسانه‌های فراگیر در جمهوری اسلامی غیرخصوصی و در اختیار حکومت است، تقریباً هیچ شخصیتی هرچند دارای تمام مشخصه‌های کاریزمایی باشد، نمی‌تواند در میان مردم مقبولیت عام کسب کند زیرا گستردگی کشور و پراکندگی جمعیت آن، به شخص و گروهی که امکانات مالی کافی و دسترسی به رسانه‌های عمومی نداشته باشد، این امکان را نمی‌دهد تا بتواند با توده مردم وارد تعامل شود و افکار و عقایدش را با آنها در میان گذارد. چه بسا افرادی که دارای ویژگی‌های منحصربه‌فرد کاریزمایی باشند و بستر اجتماعی نیز برایشان فراهم باشد، اما به دلیل نداشتن امکانات لازم ارتباطی، نتوانند در میان افراد جامعه ایران نفوذ کنند. نکته دیگر اینکه اکثریت مردم ایران، جمهوری اسلامی را کم‌ویش قبول دارند و از سیاست‌های خواهان براندازی نظام (در مقایسه با سیاست اصلاح نظام) استقبال نمی‌کنند.^(۷۴) بنابراین در جامعه‌ای با ویژگی‌های جامعه ایران رشد کاریزما می‌تواند از طریق موقعیت‌هایی که در چهارچوب نظام سیاسی به وجود می‌آید (مثل دوره‌های انتخاباتی) ایجاد شود. زیرا هم استفاده از رسانه‌های سراسری و ملی برای شخصیت‌های تأثیرگذار فراهم می‌شود، هم امکان ارتباط‌گیری مستقیم با مردم انتخابات ریاست جمهوری دوم خرداد ۱۳۷۶ چنین فرصتی را برای خاتمی ایجاد

کرد. وی هم دارای ویژگی‌های کاریزمایی بود و هم بخش‌های وسیعی از جامعه با آشفتنگی و بحران روبه‌رو بود و به دنبال راه برون‌رفتی می‌گشت و این راه برای مردم، رأی به خاتمی و امیدواری به او بود. در چنین شرایطی درحالی‌که مسئولان نظام انتظار پیروزی رقیب خاتمی را داشتند، خاتمی با رأی غیرمنتظره بیست میلیونی (در مقابل رأی هفت میلیونی رقیبش *ناطق نوری*) به پیروزی رسید و رئیس‌جمهور شد.

۶. رابطه موفقیت و محبوبیت کاریزما

پس از پیروزی غیرمنتظره خاتمی بخش زیادی از اقشار جامعه، شخصیت‌ها و نیروهای تأثیرگذار که در حاشیه سیاسی قرار داشتند، احساس پیروزی کردند و جامعه با یک گشایش سیاسی روبه‌رو شد. مطبوعات مستقل رونق گرفت، اقشار دانشجویی و سایر پویان‌های اجتماعی، مطالبات مردم‌سالارانه خود را به‌طور جدی در دستورکار قرار دادند؛ به‌طوری‌که می‌توان گفت در این دوره به‌خصوص در سال‌های ۷۹-۱۳۷۸ جامعه ایران با یک جنبش اجتماعی اصلاحی و سراسری روبه‌رو شد. با نیروی همین جنبش بود که اصلاح‌طلبان توانستند در انتخابات نخستین دوره شوراهای شهر و روستا (۱۳۷۸) و انتخابات مجلس ششم (۱۳۸۰) به پیروزی مطلق دست یافته و اکثریت کرسی‌ها را به‌دست آورند.^(۷۵) در برابر چنین وضعی بود که مخالفان خاتمی و مخالفان اکثریت اصلاح‌طلب مجلس ششم و جنبش اصلاحی، با اتکا به امکانات دولت پنهان، در برابر خواسته‌های جدید یا سازوکارهای مربوط به توسعه سیاسی و تقویت جامعه مدنی، ایستادند. هدف مخالفت‌ها این بود که به مردم نشان دهد هیچ‌چیز تغییر نکرده و خاتمی و یاران او نمی‌توانند کاری از پیش برند.^(۷۶)

اینک کوشش می‌شود بر اساس منابع موجود به سه سؤالی که در ابتدای مقاله مطرح شد، پاسخی ارائه شود. سؤال نخست اینکه: آیا به‌رغم این مخالفت‌ها در اجرای برنامه‌ها، مردم برای خاتمی ویژگی‌های کاریزمایی قائل بودند؟^(۷۷) طبق جدول شماره ۱، خاتمی در نگاه مردم در سال‌های ۸۰ و ۸۱ دارای ویژگی‌های کاریزمایی بوده است. مشاهده می‌شود که ۷۲/۵ درصد، خاتمی را کاملاً واجد

کاریزما می‌دانند و ۲۴/۹ درصد او را واجد کاریزما و ۲/۶ درصد او را تا حدودی واجد کاریزما می‌دانند. در میان ۲۰۱۲ نفر پاسخگو کسی او را فاقد وجه کاریزمایی یا حتی کمی کاریزما ارزیابی نکرده است. لذا به رغم مخالفت‌ها با برنامه‌های خاتمی در سال‌های ۸۱-۱۳۸۰، همچنان کاریزما بوده است.

جدول شماره ۱.

درصد	فراوانی	ویژگی‌های کاریزمایی
۷۲/۵	۱۴۵۸	کاملاً کاریزما
۲۴/۹	۵۰۱	کاریزما
۲/۶	۵۳	تا حدی کاریزما
۰	۰	کاریزمای کم
۰	۰	فاقد وجه کاریزمایی
۱۰۰	۲۰۱۲	جمع

سؤال دوم اینکه باید بررسی کرد آیا میان نگرش به موفقیت خاتمی^(۸۸) در اجرای برنامه‌هایش با نگرش مردم به کاریزمای او رابطه‌ای وجود دارد؟^(۸۹) همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود می‌توان گفت در این خصوص نیز رابطه وجود دارد. هرچه مردم خاتمی را در برنامه‌هایش موفق‌تر ارزیابی کرده باشند، به همان نسبت شخصیت او را دارای کاریزمای بالاتری می‌دانند و برعکس اگر مردم او را در انجام برنامه‌هایش ناکام ارزیابی کنند، کاریزمای او کاستی می‌گیرد.

جدول شماره ۲.

نگرش مردم به ویژگی‌های کاریزمایی شخصیت خاتمی	
۰/۴۳۹	نگرش مردم به موفقیت خاتمی در اجرای برنامه‌ها
۰/۰۰۰	Sig
۲۰۱۱	جمع کل پاسخگویان

سؤال سوم اینکه: آیا میان نگرش به موفقیت خاتمی در برنامه‌هایش با تداوم و یا افول کاریزمای او رابطه‌ای وجود دارد؟ طبق جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود نگرش مردم نسبت به موفقیت خاتمی از سال ۱۳۸۰ به بعد کاهش معناداری داشته است^(۹۰) و در سال‌های بعد نیز به‌طور معناداری تا سال ۱۳۸۴ ادامه داشته است.

جدول شماره ۳.

سال	میانگین میزان موفقیت در برنامه	میانگین محبوبیت خاتمی
۱۳۸۰	۲/۷۲	۲/۷
۱۳۸۱	۲/۴۲	۲/۶۳
۱۳۸۲	۲/۰۸	۱/۳۶
۱۳۸۳	۱/۸۸	۱/۳۱
۱۳۸۴	۱/۷۹	۱/۳۳

۷. نتیجه‌گیری

در گفتمان‌های رایج در عرصه عمومی ایران، مفاهیم علوم اجتماعی مبهم به‌کار می‌روند. این کاربرد ابهام‌آمیز، فضای گفت‌و شنودِ راهگشا درباره تجربه‌های جمعی و مسائل جامعه را عقیم می‌کند. برای پرهیز از این عارضه، مقاله حاضر کوشید مفهوم کاریزما را به‌عنوان یکی از مفاهیم علوم اجتماعی ابتدا روشن کند و سپس برای توضیح تجربه جمعی ایرانیان در سال‌های ۸۴-۱۳۷۶ (موسوم به دوره اصلاحات) از این مفهوم تحلیلی استفاده کند. ظریف اینکه در تاریخ معاصر ایران، مکرراً موقعیت‌های کاریزمایی به‌وجود آمده اما کمتر مورد بررسی تجربی قرار گرفته است. به‌عنوان مثال تاکنون تجربه کاریزمایی محمد خیابانی در آذربایجان و میرزا کوچک‌خان در گیلان پس از انقلاب مشروطه و قاضی محمد در کردستان پس از جنگ جهانی دوم و تجربه‌های دیگر، کمتر مورد بررسی دقیق قرار گرفته است.

در این مقاله نشان دادیم پیش از سال ۱۳۷۶ جامعه ایران با تراکم مطالبات تحقق‌نیافته (یا شرایط بحرانی) روبه‌رو بود و انتخابات ریاست جمهوری هشتم به‌عنوان عاملی تسهیل‌کننده، زمینه‌ساز شکل‌گیری کاریزمای خاتمی شد. در این دوره، بخش‌های قابل توجهی از جامعه، تحقق مطالبات تحقق‌نیافته خود را در حمایت از خاتمی دیدند و او در کانون توجه افکار عمومی در داخل و خارج ایران قرار گرفت. تا سال ۱۳۸۱ همچنان مردم به تحقق وعده‌های خاتمی امیدوار بودند اما با موانعی که در راه تحقق برنامه‌های وی ایجاد شد و یا ضعفی که دولت خاتمی در نهادینه کردن وعده‌ها از خود نشان داد، انتظارات مردم برآورده نشد و جاذبه

کاریزمایی او کم شد. با این همه، جامعه ایران همچنان با مطالبات متراکم روبه‌رو بوده و هست.

پس از پایان دوره ریاست جمهوری خاتمی، احمدی‌نژاد در نهمین دوره ریاست جمهوری به‌عنوان یک چهره جدید توانست با طرح راهکارهای زودبازده اقتصادی مثل آوردن پول نفت بر سر سفره‌های مردم و مبارزه با فساد مقامات دولتی، به بخشی از مطالبات اقتصادی مردم، به‌خصوص در میان اقشار محروم، پاسخ دهد و پیروز انتخابات شود. اینک که حدود چهار سال از پایان دوره خاتمی می‌گذرد، با توجه به مناقشه‌آمیز بودن نتایج دستاوردهای اقتصادی دولت نهم و استقبال قابل توجهی که مردم استان‌های فارس و استان‌های جنوبی از کاندیداتوری مجدد خاتمی در اسفندماه ۸۷ کردند، (اگرچه او بعداً به نفع کاندیداتوری میرحسین موسوی انصراف داد)، به نظر می‌رسد جامعه همچنان ظرفیت بروز شرایط کاریزمایی ایشان را در خود دارد.^(۸۱)

پی‌نوشت‌ها

۱. راینهارد بندیکس، *سیمای فکری ماکس وبر*، مترجم: محمود رامبد، (تهران: نشر هرمس، ۱۳۸۲)، ص ۳۲۸.
۲. در دوره مورد بررسی، نویسندگان گوناگونی در تجزیه و تحلیل‌های خود از موضوعات سیاسی - اجتماعی از کاریمای خاتمی سخن گفته‌اند، به‌عنوان مثال نگاه کنید به:
- جلالی‌پور، حمیدرضا (۱۳۸۰): «کاریمای همیشه ماندگار نیست پزمرده هم می‌شود»، *روزنامه ایران*، شماره ۱۹۵۹، سال هفتم، پنجشنبه ۱۷ آبان ۱۳۸۰.
- جلالی‌پور، حمیدرضا (۱۳۸۱): *جامعه‌شناسی جنبش‌های اجتماعی*، تهران: نشر طرح نو.
- قوچانی، محمد (۱۳۸۴): «ضرورت رأی به هاشمی رفسنجانی»، به نقل از سایت *سردبیر: خودم*، یکشنبه، ۲۹ خرداد.
- ابطحی، ۱۳۸۴ <http://www.webneveshteha.com>
- دلاویز، محسن (۱۳۸۵): *قدی بلندتر از دیوارهای شهر: زندگینامه، ویژگی‌های شخصیتی، مرور و ارزیابی سه هزار روز ریاست جمهوری سید محمد خاتمی*، تهران: متن گستران آریا.
- حنفی، محمدرضا (۱۳۷۹): «تا صبحدم: روانشناسی نفوذ اجتماعی خاتمی رئیس‌جمهور ایران»، تهران: *روزنامه سلام*.
3. Roy Willis, "Charisma", in: Adam Kuper & Jessica Kuper (eds), *The social Science Encyclopedia*, (London: 1985), p. 103.
4. Stephen Turner & Regis Factor, Max Weber, *The Lawyer As Social Thinrer*, (London: Routledge, 1994), p. 110.
۵. ماکس وبر، *اقتصاد و جامعه*، مترجم: عباس منوچهری، مهرداد ترابی‌نژاد، مصطفی عمادزاده، (تهران: انتشارات مولی، ۱۳۷۴)، ص ۳۷۴.
6. Alan Bryman, *Charisma and Leadership in Organization*, (London: Sage Publications, 1992), p. 41.
۷. ماکس وبر، *پیشین*، ص ۳۹۷.
۸. همان، ص ۳۹۸.
۹. همان، ص ۴۰۰.

۱۰. همان.

11. S. Eisenstadt, *Max Weber on Charisma and Institution Building*, (Chicago: The University of Chicago Press, 1968), p. 253.

۱۲. وجوهی از حقیقت در این رهیافت می‌توان یافت اما موارد نقض چندی در این باب وجود دارد. مثلاً گاندی فردی بوده که از نظر ظاهری دارای جذابیت زیادی نبوده است و نمونه‌های دیگر هم هرکدام وجوهی از این ویژگی‌ها را دارا بوده‌اند و نه تمام آنها را. با این حال دارا بودن این ویژگی‌ها در یک شخص به‌عنوان امتیازات بالقوه‌ای که در شرایط خاص و با درایت می‌تواند به بالفعل تبدیل شود، مهم قلمداد می‌شود.

۱۳. از نظر بندیکس، کاریزما اساساً در مفهوم وبری خود، اشاره به‌نوعی رابطه اقتداری دارد. کاریزما همه یک شخصیت نیست، بلکه فقط یک نظریه برای توضیح چگونگی و دلایل تبعیت پیرو از رهبر است. این پیروی به نوبه خود، ناشی از تصور استثنایی پیروان از رهبر است. چنین تصویری ممکن است کامل یا ناقص باشد و به عبارت دیگر، ممکن است پیرو به دلیل آگاهی و اعتقاد به بخشی از صفات رهبر، به او ایمان آورده باشد. دیگر آنکه، هر پیرو، ممکن است به دلیل صفتی به رهبر ایمان آورده باشد که با صفات مورد باور پیرو دیگر، متفاوت است (بندیکس، پیشین، ص ۳۳۸).

14. J. M. Burns, *Leadership*, (New York: Harper & Row, 1978).

15. Charies Andrian & David Apter, *Political Protest and Social Change*, (London: Macmillan Press, 1995), p. 98.

16. *Ibid.*

17. Ann Ruth Willner, *The Spellbinders: Charismatic Political Leadership*, (London: Yak University Press, 1984), p. 43.

18. Bryan Turner, *Weber and Islam: A Critical Study*, (London, Routledg & Kegan Paul, 1974); C. Geertz, "Centers, Kings, and Charisma: Reflections of the Symbolics of Power", in: G. Geertz, *Local Knowledge: Futher Essays In Interpretive Anthropolgy*, (New York: Basic Books, 1983).

19. Bryman, *Op.Cit.* Willner, *Op.Cit.*

20. Monte Palmer, *Dilemmas of Political Development*, (Itasca: Peacock Publishers, 1989); Willner, *Op.Cit.*

۲۱. گوستاو لوبون، *روان‌شناسی توده‌ها*، مترجم: کیومرث خواجوی‌ها، (تهران: انتشارات روشنگران، ۱۳۷۱).

22. Bryman, *Op.Cit.* p. 57.

23. *Ibid.*

۲۴. ماکس وبر، پیشین، ص ۴۲۴

۲۵. ماکس وبر، *دین، قدرت، جامعه*، مترجم: احمد تدین، (تهران: انتشارات هرمس، ۱۳۸۲)، ص ۲۸۲

۲۶. همان، صص ۲۸۳-۲۸۲.

۲۷. در پرسشنامه‌های پیمایش‌های مذکور، اکثر سؤالات طرح شده در قالب پرسش‌های بسته و چندگزینه‌ای و سطح سنجش آنها رتبه‌ای است؛ تعداد متغیرهای مورد بررسی در هر سال متفاوت است و در سال‌هایی مانند ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱ نزدیک به ۴۰ متغیر و در سال‌های ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ کمتر از ۱۰ متغیر وجود دارد. قبل از تحلیل داده‌ها به دلیل متفاوت بودن سؤالات، عدم همسو بودن آنها و یا تفاوت در سطح‌بندی برخی سؤالات، ابتدا تمامی سؤالات مزبور از لحاظ نمره‌گذاری یکسان و هم‌جهت شده‌اند، بنابراین از طریق دستور Recode نمرات گزینه‌ها اصلاح و یکنواخت شده است.
۲۸. خاتمی در علوم حوزوی اجتهاد دارد و در رشته‌های دانشگاهی دارای لیسانس فلسفه از دانشگاه اصفهان و فوق لیسانس علوم تربیتی از دانشگاه تهران است.
۲۹. به‌عنوان نمونه از تألیفات وی می‌توان از: بیم موج (مجموعه مقالات محمد خاتمی) (۱۳۷۲)؛ زمینه‌های خیزش مشروطه (۱۳۷۵)؛ دیدگاه‌های فرهنگی و هنری (مجموعه مصاحبه‌های جناب آقای خاتمی و معاونین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) (۱۳۷۰) و از دنیای «شهر» تا شهر «دنیا»، سیری در اندیشه سیاسی غرب (۱۳۷۳)، نام برد.
۳۰. کدیور، ۱۳۸۴، <http://www.kadivar.com>
۳۱. ابطحی، ۱۳۸۴، <http://www.webneveshteha.com>
۳۲. محمدرضا حنفی، «تا صبحدم: روانشناسی نفوذ اجتماعی خاتمی رئیس‌جمهور ایران»، *روزنامه سلام*، ۱۳۷۹.
۳۳. بابک داد، *صد روز با خاتمی*، (تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۷).
۳۴. *روزنامه نشاط*، تاریخ ۲ خرداد ۱۳۷۸.
۳۵. حداد عادل، «مراسم تنفیذ ریاست جمهوری احمدی‌نژاد»، *روزنامه همشهری*، چهارشنبه ۱۲ مرداد ۱۳۸۴، سال سیزدهم، شماره ۳۷۶۴؛ محمد تمیزکار، «پرتاب دو تبریک با انداختن یک تیر»، به نقل از: *سایت مهر خاتم*، شنبه ۲۱ مهر ۱۳۸۶.
۳۶. محمدرضا حنفی، *پیشین*، ص ۱۷۱.
۳۷. محمدرضا کمالی بانیانی، «جریان‌شناسی تطبیقی مشروطیت و دوم خرداد پروسه اصلاحات از سید جمال اسدآبادی تا سید محمد خاتمی»، *مجله حافظ*، نیمه اول مرداد ۱۳۸۵، شماره ۳۲، ص ۲۷.
۳۸. بابک داد، *پیشین*، ص ۵۱.
۳۹. *روزنامه سلام*، مورخ ۱۸ اسفند ۱۳۷۵.
۴۰. *روزنامه سلام*، تاریخ ۱۲ مهر ۱۳۷۷.
۴۱. این عمل خاتمی تأثیر قابل توجهی در برقراری ارتباط با مخاطبان داشت.
۴۲. هادی خانیکی، «مصاحبه پیرامون شکل‌گیری دوم خرداد»، *روزنامه شرق*، تاریخ ۲ خرداد ۱۳۸۶.
۴۳. *روزنامه عصر آزادگان*، تاریخ ۲۶ آبان ۱۳۷۸.
۴۴. بابک داد، *پیشین*، ص ۵۰.
۴۵. همان، ص ۴۹.
۴۶. حداد عادل، *پیشین*؛ تمیزکار، *پیشین*.

۴۷. حمیدرضا جلابی پور، جامعه‌شناسی جنبش‌های اجتماعی، (تهران: طرح نو، ۱۳۸۱)، ص ۲۱۹.
۴۸. علی اصغر سیدآبادی، مردی از باران: ناگفته‌هایی از زندگی سید محمد خاتمی، (تهران: ذکر، ۱۳۸۰)، ص ۸۲.
۴۹. محسن دعاگو، «تحمل خاتمی بی‌شک بیشتر از احمدی‌نژاد بود»، به نقل از: سایت خبری تحلیلی آذربایجان، سه‌شنبه، ۱۸ تیر ۱۳۸۷.
۵۰. هادی خانیکی، پیشین، ص ۱۲.
۵۱. اعضای این نشست منظم که از زمستان ۱۳۷۴ شروع شد محمدتقی فاضل میبدی، محسن کدیور، سعید حجاریان، هادی خانیکی، سید مصطفی تاج‌زاده، عبدالواحد موسوی لاری، محسن امین‌زاده، عباس عبدی، محمدعلی خلیلی اردکانی و محمد شریعتی بودند. بعدها محمدرضا خاتمی و محمدعلی ابطحی هم به آن جمع اضافه شدند (مصاحبه با خانیکی از نزدیکان خاتمی، ۲۵ آبان ۱۳۸۷).
۵۲. هادی خانیکی، پیشین.
۵۳. سعید حجاریان، اصلاحات در برابر اصلاحات، (تهران: طرح نو، ۱۳۸۴).
۵۴. حمیدرضا جلابی پور، پیشین، صص ۲۰۹-۱۹۵.
۵۵. پس از آنکه حضور سیاسی رسمی خود را از سال ۱۳۷۱ محدود به کتابخانه ملی کرد، علاوه بر حوزه‌های معرفتی و سیاسی در سطوح محدود به دانشگاه هم نگاه ویژه‌ای داشت. او در طول این مدت به تدریس فلسفه سیاسی و اندیشه سیاسی در دوره‌های کارشناسی ارشد دانشگاه‌های تربیت مدرس و علامه طباطبایی پرداخت که حاصل این کار بعدها در قالب دو کتاب «آیین و اندیشه در دام خودکامگی» و «از دنیای شهر تا شهر دنیا» انتشار یافت. این رویکردها خود به لحاظ نظری افق تازه‌ای را در حوزه سیاست مطرح می‌کرد.
۵۶. روزنامه کیهان، مورخ ۱ بهمن ۱۳۷۵
- www.kayhannews.ir
۵۷. هادی خانیکی، پیشین، ص ۱۲.
۵۸. این عده دفتر انتخابات خاتمی را (در خیابان افریقا) تأسیس کرد (بابک داد، پیشین، ص ۶۷).
۵۹. حسین بشیریه، دیباچه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی (جمهوری اسلامی)، (تهران: نگاه معاصر، ۱۳۸۱)، ص ۸۷.
۶۰. دفتر انتخابات وزارت کشور (۱۳۷۳).
61. Hashem Pesaran, *Economic Trends & Policies in Post Revolutionary Iran (In the Economy of Iran, Dilemma of an Islamic State)*, (London: I.B. Tauris Publishers, 2000), p. 130.
62. R. Houagome, *Personality and Charisma in the U.S. Presidency: a Psychological Theory of Leader etfectivencas*, UN Published Paper, Quoted in Bryman, 1993, p. 3.
۶۳. هفته‌نامه عصر ما، تاریخ ۲۳ تیر ۱۳۷۴.

۶۴. سازمان برنامه و بودجه (۱۳۶۹) گزارش سالانه.
۶۵. روزنامه سلام، تاریخ ۲۷ مرداد ۱۳۷۸.
۶۶. مسعود نیلی، دولت و رشد اقتصادی در ایران، (تهران: نشر نی، ۱۳۷۹)، ص ۲۱۴.
۶۷. هفته‌نامه عصر ما، تاریخ ۴ دی ۱۳۸۷.
68. Mohamad Zamani, "The Crisis of Religious Legitimacy in Iran", *The Middle East Journal*, Vol. 53, No. 2, 2004, p. 113.
۶۹. علی بهجت، انقلاب اسلامی کردستان و مواضع گروه‌ها و سازمان‌ها، (بی‌جا، ۱۳۷۹)، ص ۸.
۷۰. ابراهیم رزاقی، اقتصاد ایران، (تهران: نشر نی، ۱۳۷۹)، ص ۱۵۹.
۷۱. گزارش ملی توسعه انسانی کشور (۱۳۷۸).
۷۲. سرشماری مرکز آمار ایران (۱۳۷۵).
۷۳. چنگیز پهلوان، اندیشه‌های سیاسی، (تهران: نشر پایروس، ۱۳۷۷)، ص ۱۹۸.
۷۴. دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، یافته‌های پیمایش در ۲۸ مرکز استان کشور: ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، (تهران: نشر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱).
۷۵. حمیدرضا جلالی‌پور، «کاریزما همیشه ماندگار نیست، پژمرده هم می‌شود»، روزنامه ایران، شماره ۱۹۵۹، سال هفتم، پنجشنبه ۱۷ آبان ۱۳۸۰.
۷۶. حمیدرضا جلالی‌پور، جامعه‌شناسی جنبش‌های اجتماعی، پیشین، ص ۳۳۳.
۷۷. در تحلیل ثانویه منابع موجود از آنجایی که منابع و تحقیقات موجود در گذشته صورت گرفته و محقق نقشی در ساخت گویه‌ها و روند تحقیقات نداشته، با محدودیت‌هایی در ساخت مجدد مفاهیم وجود داشت. از همین رو در تحقیق حاضر مفهومی مرکب از گویه‌های مربوط به نگرش افراد به شخصیت خاتمی مانند: نگرش به تدین، تعهد ایشان به منافع ملی، توجه ایشان به خواسته‌های مردم، میزان پایبندی به شعارها، قابل اعتماد، قاطعیت و اراده خاتمی را به ازای ویژگی‌های شخصیتی کاریزمایی خاتمی مورد استفاده قرار گرفته است. مجموع این گویه‌ها یک شاخص برای سنجش کاریزمای خاتمی در سطح فاصله‌ای می‌سازد که در بالا ویژگی‌های کاریزمای خاتمی در این قسمت به پنج طبقه مساوی تقسیم شده است. برای تعیین فاصله طبقات از فرمول زیر استفاده شده است.

$$\approx 5 \frac{(6) \text{ کران پایین} - \text{کران بالا} (30)}{\text{فاصله طبقات} (5)}$$

۷۸. موفقیت خاتمی در برنامه‌های شاخصی است که از جمع گویه‌های موفقیت ایشان در تحقق عدالت، موفقیت در رفع بیکاری، موفقیت در برقراری امنیت، موفقیت در تقویت ارزش‌های دینی، موفقیت در اجرای قانون اساسی، موفقیت در آزادی مطبوعات، موفقیت در افزایش روابط با دیگر کشورها، موفقیت در افزایش آزادی‌های فردی و موفقیت کلی در برنامه‌ها، تشکیل شده است. لازم به ذکر است گویه‌های فوق تنها در دو سال ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱ به‌طور کامل موجود بوده‌اند. مجموع این گویه‌ها یک شاخص برای

سنجش موفقیت خاتمی در برنامه‌ایش در سطح فاصله‌ای می‌سازد.
۷۹. جدول شماره دو (آزمون پیرسون) (داده‌ها برای هر دو متغیر در سطح فاصله‌ای هستند).

۸۰. براساس آزمون شفه.

۸۱. براساس آخرین نظرسنجی‌ها (از نظرسنجی‌های ایسپا و نهادهای دولتی و نشریاتی چون چلچراغ و سایت‌های اصلاح‌طلب گرفته تا نظرسنجی مؤسسات و سایت‌های وابسته به اصولگرایان) و در زمستان ۸۷ خاتمی مهم‌ترین شخصیت سیاسی و فرهنگی ایرانی است و به‌طور جدی مورد توجه جامعه قرار گرفته است. رویدادهایی چون: سفرهای داخلی او در دوران پس از ریاست جمهوری بدون تبلیغات مورد استقبال گسترده مردم قرار گرفت؛ دیدار او از نمایشگاه کتاب سال ۸۷ به علت ازدحام جمعیت ناتمام ماند؛ حضور او در دانشگاه تهران در ۱۶ آذر ۸۶ مورد استقبال کم‌سابقه چند هزار دانشجوی «سابقاً ناراضی» و «هم‌اکنون حامی» قرار گرفت؛ در سال ۸۷ مخاطب نامه‌های صدها وبلاگ‌نویس «سابقاً منتقد» و «هم‌اکنون هواخواه» واقع شد؛ در مسابقه پیامکی سیما در سال ۸۶ برای انتخاب مرد سال ایران بالاترین رأی را می‌آورد؛ دیدار عمومی او در اسلام‌شهر چند روز پیش از انتخابات مجلس هشتم؛ استقبال چشمگیر از خاتمی در همایش‌ها و رسانه‌های بین‌المللی؛ استقبال از پویش (کمپین) دعوت و حمایت از خاتمی (موسوم به موج سوم)، همگی نشان‌دهنده بروز مجدد شرایط کارزمایی در جامعه بود.