

بازنمایی «نگرش مردم به روحانیت» در سینمای ایران (مورد مطالعه: سه فیلم زیر نور ماه، مارمولک و طلا و مس)

محمدساجد هاشمی*

میثم فرخی**

چکیده

هدف این پژوهش سنخ‌شناسی نگرش‌های ابرازشده مردم درباره روحانیت در سه فیلم زیر نور ماه، مارمولک، و طلا و مس است. تلاش بر آن بوده که با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، سه فیلم مد نظر، که با نمونه‌گیری هدف‌مند انتخاب شده‌اند، تجزیه و تحلیل شوند. نتایج این تحلیل نشان می‌دهد که نگرش مردم درباره روحانیت در فیلم‌های مذکور را می‌توان به سه گونه نگرش مثبت (نگرش مثبت آمیخته با تقدس، نگرش مثبت همراه با احترام، نگرش مثبت همراه با اعتماد، نگرش مثبت کورکورانه و مقلدانه، نگرش مثبت منفعت طلبانه و ابزاری) نگرش منفی (نگرش منفی به استفاده ابزاری از جای‌گاه روحانیت، نگرش منفی آمیخته با ترس، نگرش منفی همراه با تحقیر و تمسخر، تصورات قالبی منفی) و عناصر مرتبط با تغییر نگرش درباره روحانیت (اقناع، ناهماهنگی شناختی) تقسیم و طبقه‌بندی کرد. نگرش منفی به روحانیت در این سه فیلم، عمدتاً به شکل پیش‌داوری و تصورات قالبی منفی بازنمایی شده است. مضامین بازنمایی شده در این حوزه عبارت است از به قدرت و ثروت رسیدن روحانیان پس از انقلاب اسلامی، استفاده ابزاری روحانیان از لباس روحانیت، فاصله گرفتن روحانیت از متن جامعه و سنتی بودن همه روحانیان.

کلیدواژه‌ها: سینما، روحانیت، مردم، نگرش، بازنمایی.

* دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی، فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) (نویسنده مسئول)

ms.hashemi@isu.ac.ir

** دکترای فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) farokhi@isu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۳/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۶/۱۵

۱. مقدمه

نهاد روحانیت در ایران، به‌ویژه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به لحاظ اجتماعی، حاکمیتی و ولایی جای‌گاه ویژه‌ای یافته است. در تاریخ کشور ما روحانیت مرجع رسمی تبیین باورهای اعتقادی و ارزش‌های اخلاقی و نیز استنباط و الفتای احکام عملی به شمار آمده و همواره از پایگاه مردمی ویژه‌ای در جامعه برخوردار بوده است. ارتباط وثیق میان مردم و روحانیت در ایران را می‌توان در اموری مانند مرجعیت دینی و رهبری اجتماعی روحانیت مشاهده کرد. فتوای تحریم استعمال تنباکو به دست میرزای شیرازی و تأثیر شگرف اجتماعی آن، قیام مردمی پانزده خرداد سال ۱۳۴۲ در حمایت از مرجعیت و نیز انقلاب بزرگ اسلامی مردم ایران به رهبری امام خمینی (ره)، نمونه‌های بارزی از این ارتباط و هم‌بستگی است.

از طرف دیگر، سینما نیز به منزله هنر هفتم جای‌گاه ویژه و تأثیرگذاری در جوامع گوناگون یافته است. در ایران نیز تأثیرات اجتماعی سینما کمابیش به چشم می‌خورد. در حال حاضر، با توجه به جای‌گاه مهم و تأثیرگذار روحانیت و سینما در جامعه، فهم و تبیین نسبت میان این دو در ابعاد گوناگونش، اعم از تغذیه فکری و محتوایی محصولات سینمایی از طریق نهاد روحانیت، ایفای نقش روحانیان در امر فیلم‌سازی و هم‌چنین بازنمایی سینمایی کاراکتر روحانی اهمیت بسیاری دارد.

در این زمینه، از جمله پژوهش‌های انجام‌شده می‌توان به پژوهش سلیمانی (۱۳۸۹) اشاره کرد. وی در مقاله‌ای با عنوان «بررسی و تحلیل جای‌گاه اجتماعی روحانیت در سه دهه بعد از انقلاب اسلامی؛ تحلیل بازنمایی سنخ‌شناسی کاراکتر روحانی در سینمای ایران» با ذکر نمونه‌هایی مستند از سینمای ایران به بازنمایی تیپولوژی کاراکتر روحانی در سینمای ایران بعد از انقلاب اسلامی پرداخته است و از این رهگذر در بازشناسی وضعیت موجود و نیز ارائه راه‌کارهایی برای سیاست‌گذاری‌های آتی در دهه چهارم انقلاب اسلامی کوشیده است. او بازنمایی تیپ‌شناسی کاراکتر روحانی در سینمای ایران را در چهار دسته «بی‌تأثیر و کم‌مایه»، «منفعل و مقصر»، «منتقد و امید به آینده» و «فعال و اثرگذار» بررسی می‌کند و فیلم‌هایی که در هریک از این دسته‌بندی‌ها می‌گنجد نام می‌برد (سلیمانی، ۱۳۸۹: ۱۸۵-۲۲۴).

پژوهش حاضر نیز ضمن درک اهمیت موضوع، درصدد تحلیل و بررسی چگونگی بازنمایی نگرش مردم به روحانیت در سینمای ایران (مورد مطالعه: سه فیلم زیر نور ماه،

مارمولک و طلا و مس) برآمده است. به عبارت دیگر، در این پژوهش بر بازنمایی ارتباط میان مردم و روحانیت در سینما و نگارشی که مردم به روحانیت دارند تمرکز شده است. در نتیجه، این پژوهش در پی سنخ‌شناسی نگرش مردم به روحانیت است که در نمونه‌های بررسی شده بیان می‌شود.

۲. ادبیات نظری پژوهش

۱.۲ بازنمایی

یکی از مفاهیم مهم و برجسته مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای در عصر حاضر مفهوم بازنمایی (representation) است. استوارت هال (Stuart Hall) نیز شاخص‌ترین چهره مطالعات فرهنگی است که نوشته‌ها و آثارش درباره بازنمایی و اهمیتش در فرهنگ رسانه‌محور امروزی این مفهوم را به یکی از بنیادی‌ترین مسائل حوزه مطالعات فرهنگی تبدیل کرده است. هال بازنمایی را به معنای استفاده از زبان برای بیان نکته‌ای معنادار درباره جهان می‌داند، فرایندی که معنا از طریق آن تولید و میان اعضای یک فرهنگ مبادله و توزیع می‌شود. در نتیجه، معنا به واسطه نظام بازنمایی شکل می‌گیرد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۲). از نظر هال «بازنمایی، معنا و زبان را به فرهنگ ربط می‌دهد» (Hall, 1997: 15). به عبارت دیگر، بازنمایی بخشی اساسی از فرایندی است که به تولید معنا و مبادله آن میان اعضای فرهنگ می‌پردازد (Hall, 2007: 15). او برای بیان چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ، به طبقه‌بندی ابعاد مختلف بازنمایی می‌پردازد. بر این اساس، نظریه‌های بازنمایی به سه رویکرد نظری تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند از رویکردهای بازتابی (reflective approach)، التفاتی (تعمدی) (intentional approach) و برساختی (برساخت‌گرا) (constructive approach).

در رویکرد بازتابی این‌گونه تصور می‌شود که معنا در شیء، شخص، ایده یا رویداد موجود در جهان خارج نهفته است و کارکرد زبان همانند آینه‌ای است که معنای صحیح را به همان صورت که در جهان خارج وجود دارد بازتاب می‌دهد. بر این اساس، در متون رسانه‌ای دوربین در حال نشان دادن واقعیت است. در رویکرد التفاتی (تعمدی)، برخلاف رویکرد نخست، کلمات معنایی را که مؤلف قصد آن را دارد با خود حمل می‌کنند. بنابراین، در متون رسانه‌ای دوربین روایت‌گر اراده و نیت شخصی مؤلف متن است. هال تصریح می‌کند که این رویکرد زبان را به امری کاملاً خصوصی تبدیل می‌کند؛ در حالی که زبان

نظامی سراسر اجتماعی است. در رویکرد سوم تأکید بر ماهیت عمومی و اجتماعی زبان است. بر مبنای این رویکرد، چیزها و کاربران زبان قادر به ایجاد معانی پایدار در زبان نیستند. به عبارت دیگر، چیزها معنی نمی‌دهند، بلکه ما معانی را به واسطه نظامی از نشانه‌ها و مفاهیم می‌سازیم. آنچه معنا را با خود حمل می‌کند جهان مادی نیست، بلکه نظام زبانی یا نظامی که ما برای بیان مفاهیم از آن استفاده می‌کنیم حمل‌کننده معناست (Hall, 1997: 24-25). رویکرد برساخت‌گرا دو ره‌یافت نشانه‌شناختی و گفتمانی را شامل می‌شود. حال پس از بررسی آرای سوسور درباره نظام نشانه‌ای زبان و نیز توجه به عملکرد بازنمایی و زبان در تولید معنا، به نقش تأثیرگذار گفتمان و قدرت در زبان می‌پردازد و به آثار و پیامدهای بازنمایی و سیاست‌های آن توجه می‌کند. در این رویکرد بر زبان به شکل عام آن تأکید نمی‌شود، بلکه تمرکز اصلی بر زبان‌های خاص و نحوه به‌کارگیری آن‌ها در زمان‌ها و مکان‌های خاص است. بر این اساس، درباره بازنمایی واقعیت از طریق رسانه‌ها باید دقت کرد که رسانه‌ها هیچ‌گاه ابزاری خنثی و میانجی‌ای بی‌طرف در ارائه تصویر به شمار نمی‌روند. رسانه به زبان و معنا متکی است و زبان و معنا نیز در چهارچوب گفتمان همواره به قدرت متکی است. در نتیجه، بازنمایی رسانه‌ای همواره دارای سوگیری ایدئولوژیک است و در راستای تضعیف یا تثبیت قدرت و گفتمانی ویژه گام برمی‌دارد (Hall, 2007: 32).

۲.۲ نگرش

یکی از مفاهیم محوری روان‌شناسی اجتماعی مفهوم نگرش (attitude) است. تعاریف بسیاری برای این مفهوم وجود دارد. نگرش را می‌توان «ارزیابی هر جنبه‌ای از جهان اجتماعی» تعریف کرد (Tesser and Martin, 1996) به نقل از بارون و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۰۴). به عبارت دیگر، این مفهوم مبین نوعی احساس مطلوب یا نامطلوب درباره امور یا پدیده‌های گوناگون است (برکویتز، ۱۳۸۳: ۲۳۹). از جامع‌ترین تعاریفی که در این زمینه بیان شده تعریف لامبرت (Lambert, 1964) است: «نگرش عبارت است از یک روش نسبتاً ثابت در فکر، احساس و رفتار نسبت به افراد، گروه‌ها و موضوع‌های اجتماعی یا قدری وسیع‌تر، هر گونه حادثه‌ای در محیط فرد» (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲: ۱۳۶). بنابراین کلماتی مثل علاقه، نفرت، عشق، تنفر، خوب و بد معمولاً از نگرش انسان‌ها حکایت می‌کند (فرانزوی، ۱۳۸۱: ۱۳۰).

نگرش‌ها از دو حیث حائز اهمیت‌اند؛ نخست آن‌که شیوه‌اندیشیدن فرد و شیوه‌ای که اطلاعات اجتماعی را پردازش می‌کند تحت تأثیر قرار می‌دهد و به مثابه چهارچوب شناختی، ذخیره و سازمان‌دهی اطلاعات موجود درباره مفاهیم ویژه، موقعیت‌ها یا رویدادها را بر عهده دارد. دوم آن‌که نگرش‌ها اغلب در رفتار تأثیر می‌گذارند و به آن جهت می‌دهند (بارون و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۰۵).

نگرش شامل سه مؤلفه یا عنصر اساسی است؛ مؤلفه شناختی (افکار و عقاید)، مؤلفه عاطفی (احساسات و عواطف) و مؤلفه رفتاری (تمایل به عمل) (احمدی، ۱۳۸۲: ۷۲). هر یک از این عناصر شامل دو بعد نیرومندی یا شدت و درجه پیچیدگی است (کریمی، ۱۳۸۷: ۲۶۸). هم‌چنین، نگرش ویژگی‌های متعددی دارد؛ از جمله این‌که هر نگرشی شامل اشیا، اشخاص، رویدادها یا موقعیت‌هاست. دیگر آن‌که نگرش‌ها معمولاً ارزش‌یابانه و شامل جهت‌گیری مثبت و منفی‌اند (روش‌بلاو و نیون، ۱۳۷۴: ۱۲۴) و معمولاً ثبات و دوام شایان توجهی دارند (کریمی، ۱۳۸۷: ۲۶۳). ویژگی‌های دیگر نگرش بدین شرح است: اکتسابی است و به تدریج شکل می‌گیرد (نیکزاد، ۱۳۸۴: ۱۱۲). فردی یا گروهی است؛ زیرا در بسیاری از مواقع نگرش ما ناشی از موقعیت‌های گروهی است. نگرش‌ها هم‌چنین شامل ویژگی اصلی یا فرعی‌اند (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲: ۱۳۷).

نگرش افراد درباره موضوعات مستقیماً مشاهده‌شدنی نیست. بر این اساس، وجود نگرش‌ها در افراد از روی مشاهده رفتارهایی استنباط می‌شود که آن را تأیید می‌کنند. این رفتارها اعم از کلامی و غیرکلامی‌اند؛ در نتیجه، نگرش‌ها می‌توانند به شکل کلامی یا غیرکلامی ابراز شوند (بدار و دیگران، ۱۳۸۳: ۹۲).

یکی از موضوعات کلیدی، که ذیل بحث نگرش مطرح می‌شود، مسئله تغییر نگرش است. ما در زندگی روزمره‌مان در معرض پیام‌هایی قرار می‌گیریم که در پی تغییر نگرش و قانع کردن ما هستند (بارون و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۲۶). از طرف دیگر، ما نیز در روابط اجتماعی‌مان در پی تغییر نگرش دیگران و متقاعدسازی آن‌هایم (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲: ۱۶۴)؛ ضمن این‌که گاهی اوقات رفتاری از ما سر می‌زند که با نگرشمان در آن موضوع سازگار نیست. در نتیجه، ما را دچار نوعی سردرگمی و تشویش می‌کند و ممکن است به تغییر در نگرش خود منتهی شود (همان: ۲۳۷). تغییر در نگرش دیگران بر اثر فرایند «اقناع» (persuasion) و تغییر در نگرش‌های خود بر اثر پدیده‌ای به نام «ناهماهنگی شناختی» (cognitive dissonance) اتفاق می‌افتد (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲: ۱۶۴).

در زمینه اقناع (متقاعدسازی) دو رویکرد اصلی وجود دارد: رویکرد سستی و رویکرد شناختی. در رویکرد سستی، که نخستین بار کارل هاولند (C. Havland, 1953) و هم‌کارانش در دانشگاه ییل مطرح کردند، موفقیت پیام اقناعی در تغییر نگرش به سه عامل شخصیت پیام‌رسان، محتوای پیام و گیرندگان پیام بستگی دارد (نیکزاد، ۱۳۸۴: ۱۱۴). به عبارت دیگر، این رویکرد بر این پرسش متمرکز می‌شود که چه کسی، چه چیزی را به چه کسی و با چه سطحی از تأثیر می‌گوید؟ اما رویکرد شناختی به جای پرداختن به این مسئله بر فرایند شناختی‌ای متمرکز می‌شود که تعیین‌کننده کیفیت متقاعد شدن افراد است. به عبارت دیگر، این رویکرد پاسخ‌های شناختی فرد به هر پیام را تحلیل می‌کند (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲: ۱۶۴-۱۶۶).

نخستین بار فستینگر (Festinger, 1957) نظریه ناهماهنگی شناختی را مطرح کرد. از نظر او، تعارض میان دو عنصر شناختی در درون فرد، اساس تغییر نگرش وی را تشکیل می‌دهد (بدار و دیگران، ۱۳۸۳: ۱۰۹). به عبارت دیگر، ناهماهنگی شناختی به زمانی مربوط می‌شود که اشخاص دو شناخت هم‌زمان و متناقض با هم دارند. شناخت‌ها شامل افکار، نگرش‌ها، باورها و حتی رفتارهایی‌اند که شخص از آن‌ها آگاه است (کریمی، ۱۳۸۷: ۲۵۷). افراد در مواجهه با این پدیده، به منظور کاهش ناهماهنگی، نگرش‌ها یا رفتارشان را به گونه‌ای در راستای یک‌دیگر تغییر می‌دهند که به هم‌سازی بیش‌تری دست یابند (بارون و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۳۸).

یکی دیگر از مباحث بسیار مهم مرتبط با نگرش، که در اغلب کتاب‌های روان‌شناسی اجتماعی فصل جداگانه‌ای را به خود اختصاص داده است، پیش‌داوری (prejudice) و تصورات قالبی (stereotypes) است. این دو مفهوم رابطه‌ای تنگاتنگ با هم دارند. روان‌شناسان اجتماعی آن‌ها را به منزله دو ترکیب از یک فرایند می‌دانند که بر واقعیت اجتماعی، یعنی ویژگی‌های متمایز، تأکید دارند (ربانی و کجیاف، ۱۳۸۶: ۱۵۲).

پیش‌داوری حکم مقدم بر تجربه و واکنشی است که شخص درباره کسی یا چیزی پیش از هر گونه تجربه واقعی دارد (کلاین‌برگ، ۱۳۴۹: ۵۴۱). بارون (Baron, 1997) در تعریف پیش‌داوری می‌نویسد: «نگرشی است (معمولاً از نوع منفی آن) نسبت به افراد برخی از گروه‌های اجتماعی؛ آن هم تنها به صرف آن‌که آن فرد به آن گروه تعلق دارد» (بارون و دیگران، ۱۳۸۹: ۲۵۴). تصورات قالبی اصطلاحی است که نخست لیپمن (Lippmann, 1922) آن را مطرح کرد. از نظر وی، تصورات قالبی تصاویری ذهنی‌اند که ماهیت و کارکرد گروه‌های اجتماعی را نشان می‌دهند. بعد از وی تصور قالبی معنای فراتری

به خود گرفت و بدین صورت تعریف شد: «تصورات قالبی مجموعه‌ای از چهارچوب‌های شناختی است که مشتمل بر شناخت‌ها و باورهایی راجع به گروه‌های اجتماعی خاص است» (Baron and Byrne, 1997 به نقل از آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲: ۱۸۴).

۳. نمونه‌های بررسی شده

این تحقیق درصدد تحلیل و بررسی بازنمایی نگرش مردم به روحانیت در سه فیلم شاخص سینمای ایران است که شخصیت «روحانی» محور داستان آن‌هاست. این فیلم‌ها، که با نمونه‌گیری هدف‌مند غیرتصادفی انتخاب شده‌اند، عبارت‌اند از *زیر نور ماه*، *مارمولک و طلا و مس*. همان‌طور که ذکر شد، اولین نقطه مشترک این سه فیلم در محور بودن شخصیت روحانی در داستان فیلم است. دوم آن‌که تهیه‌کننده و ایده‌پرداز اولیه هر سه فیلم منوچهر محمدی است که تهیه‌کنندگی فیلم‌های دیگری مانند *بازمانده*، *ارتفاع پست*، *میم مثل مادر* و *بوسیدن روی ماه* را در کارنامه خود دارد. با توجه به نقش کلیدی محمدی در ساخت سه فیلم بررسی شده در این تحقیق، می‌توان آن‌ها را در طول هم و دارای جهت‌گیری یک‌سان در نظر گرفت. علاوه بر این نکات، باید از موفقیت‌ها و تأثیرات اجتماعی هر سه فیلم نیز یاد کرد. از جمله این موارد، استقبال گسترده مردم برای مشاهده آن‌ها یا بحث‌برانگیز بودن محتوای آن‌ها در محافل گوناگون اجتماعی در داخل یا حتی خارج از کشور است. برای آشنایی اجمالی با این سه فیلم، به بیان مختصر داستان فیلم و شخصیت‌های اصلی آن پرداخته شده است.

۱.۳ زیر نور ماه

زیر نور ماه را می‌توان نخستین اثر سینمایی تلقی کرد که داستانش حول محور روحانیت می‌چرخد. این فیلم، از یک سو درباره روحانیت رویکردی انتقادی اما سازنده دارد و از سوی دیگر، تیبی ایده‌آل از روحانی‌ای را به تصویر می‌کشد که در متن اجتماع حضور دارد و با محرومان جامعه هم‌دل است. سیدحسین، شخصیت اصلی داستان، طلبه جوانی است که در شرف ملبس شدن است و در حالی که هم‌دوره‌ای‌هایش در پی تهیه لباس‌اند، او درباره راهی که رفته و ادامه آن با خود دچار تناقض‌هایی می‌شود و خود را زمانی شایسته تلبس به لباس روحانیت می‌داند که بتواند به وظیفه و تعهدش عمل کند و هم‌چون پدر بزرگش روحانی‌ای صاحب‌نفس و تأثیرگذار باشد. پدرش از روستا نامه‌ای برایش می‌نویسد و از او

می‌خواهد با لباس روحانیت برگردد تا جای خالی پدربزرگش را پر کند و مردم را موعظه کند. در نهایت، او به احترام پدرش لباس را تهیه می‌کند، اما پسر بی‌چهار دست‌فروشی به نام قاسم (جوجه) لباس هایش را می‌دزدد و سیدحسن با رفتن به دنبال او با فقر و محرومیت انسان‌هایی که برای زندگی جایی جز زیر پل ندارند آشنا می‌شود و با ارتباط و هم‌دلی با ایشان روحش را صیقل می‌دهد. گویی خداوند توفیق عمل کردن به علومی که سیدحسن سال‌ها در حوزه علمیه آموخته بود به او عنایت می‌کند و سپس زمانی که او شایستگی تلبس به لباس مقدس روحانیت را می‌یابد این توفیق را نیز نصیب او می‌کند. نویسنده و کارگردان این فیلم رضا میرکریمی است که کارهای دیگری مانند *خیلی دور خیلی نزدیک* و *یه حبه قند* را نیز در کارنامه‌اش دارد. *زیر نور ماه* محصول ۱۳۷۹ است و در جشنواره نوزدهم فیلم فجر برگزیده جایزه ویژه هیئت داوران شده است.

۲.۳ مارمولک

رضا مثقالی معروف به رضا مارمولک دزد سابقه‌داری است که بارها دستگیر و زندانی شده است. اتهام او در آخرین دستگیری سرقت مسلحانه بوده است و گویا به حبس ابد محکوم می‌شود. رضا را به زندانی تحویل می‌دهند که رئیسش، آقای مجاور، مردی بسیار سخت‌گیر و انعطاف‌ناپذیر بوده و معتقد است زندانیان را به زور هم که شده باید وادار کرد به بهشت بروند. بنابراین رضا به فکر خودکشی می‌افتد، اما هم‌سلولیش ممانعت می‌کند و با او درگیر می‌شود و در نتیجه رضا مجروح و به بیمارستان منتقل می‌شود. او در بیمارستان با روحانی‌ای خوش‌مشرب به نام حاج رضا احمدی آشنا می‌شود. او در این فیلم در نقش تپیی ایده‌آل از روحانیت نمایانده می‌شود. حاج رضا فردی است خنده‌رو، دل‌سوز، خوش‌اخلاق، منعطف و انتقادپذیر که نان بازاری خویش را می‌خورد و تقید فراوانی به عبادت دارد. آشنایی رضا مارمولک با حاج رضا نقطه عطفی در زندگی اوست. حاج رضا که می‌بیند رضا مارمولک به ناامیدی رسیده و زندان کمکی به اصلاحش نمی‌کند، عمداً شرایطی را فراهم می‌کند که او با لباس روحانیت بگریزد و خود از خدا می‌خواهد که درهای فرجش را به روی او بگشاید و از این راه وی را هدایت کند. رضا مارمولک در نهایت دستگیر می‌شود، اما دیگر آن آدم سابق نیست و به واسطه آن لباس به اصطلاح اهلی شده است.

زمینه اصلی این داستان طنز است و موقعیت‌های خنده‌داری را خلق می‌کند. اما این فیلم از این رو حائز اهمیت است که تعامل روحانیت با اقشار گوناگون جامعه را بازنمایی

می‌کند. فیلم *مارمولک* به کارگردانی کمال تبریزی و نویسندگی پیمان قاسم‌خانی در سال ۱۳۸۳ به اکران درآمد و از افتخاراتش سیمرغ بلورین محبوب‌ترین فیلم و بهترین فیلم‌نامه از جشنواره بیست و دوم فیلم فجر و نیز جایزه بین‌المذاهب بخش بین‌الملل همان جشنواره است.

۳.۳ طلا و مس

طلا و مس پیش از آن‌که به بازنمایی روحانیت در جامعه بپردازد، سعی در نمایش فراز و فرودهای زندگی خانوادگی یک روحانی دارد. سیدرضا روحانی جوانی است که به تازگی با خانواده‌اش به تهران آمده تا در درس استاد اخلاقی که وصفش را بسیار شنیده است شرکت کند، اما متوجه بیماری صعب‌العلاج همسرش زهرا می‌شود که او را برای همیشه روی ویلچر می‌نشانند. گویا او برای پخته شدن نیاز به درس اخلاق نداشته، بلکه همان همسرداری و قالی‌بافی و همسایه‌داری برایش کافی بوده تا راز توحید افعالی را کشف کند و مس وجودش را به طلای ناب مبدل کند. کارگردانی این فیلم همایون اسعدیان و نویسنده آن حامد محمدی است. این فیلم در سال ۱۳۸۹ به اکران درآمد.

۴. روش پژوهش

۱.۴ تحلیل محتوای کیفی

تحلیل محتوای کیفی یکی از تکنیک‌های پرکاربرد کیفی تحقیق است. تحلیل محتوای کیفی در کنار روش‌هایی هم‌چون مردم‌نگاری (ethnography)، نظریه داده‌بنیاد (grounded theory)، پدیدارشناسی (phenomenology) و پژوهش تاریخی (historical research) از روش‌های تحلیل داده‌های متن است. از اواخر قرن بیستم، که مخالفت‌ها با تحلیل صوری بدون عنایت به محتوای پنهان و زمینه متن قوت گرفت، توجه به رویکردهای کیفی در تحلیل محتوا توسعه یافت (Mayring, 2000: 3).

تحلیل محتوای کیفی از دل ناخشنودی و انتقاد به روش تحلیل محتوای کمی و رویکردهای پوزیتیویستی سر برآورد. منتقدان بر این باورند که روش تحلیل محتوای کمی برای دست‌یابی به بینشی معنادار درباره پیام‌های رسانه‌ای کافی نیست؛ زیرا روش مذکور فقط به توصیف ظاهری و آشکار پیام می‌پردازد. تحلیل محتوای کیفی، که همانند دیگر روش‌های کیفی در علوم ارتباطات از رویکردی تفسیری و هرمنوتیکی برای تحلیل پیام‌های

ارتباطی استفاده می‌کند، تحت تأثیر آثار وبر، بلامر و لوی اشتراوس رشد می‌یابد. تمایز اساسی میان تحلیل محتوای کیفی و کمی در جای‌گاه معنا در متون رسانه‌ها یافته می‌شود. تحلیل محتوای کمی بر معنایی ثابت از متون رسانه‌ها تأکید دارد که خوانندگان گوناگون می‌توانند بارها با استفاده از چهارچوبی ثابت آن را شناسایی کنند. روش تحلیل محتوای کیفی بر توان متون در انتقال معانی چندگانه، که به گیرنده‌اش بستگی دارد، تأکید دارد (گونتتر، ۱۳۸۴: ۱۳۲).

تحلیل محتوای کیفی روش پژوهشی برای تفسیر فعالانه از داده‌های متن، از طریق فرایند طبقه‌بندی نظام‌مند، کدگذاری و تعیین موضوعات یا الگوهاست (Hsieh and Shannon, 2005: 1277). به روش کیفی تحلیل محتوا، که گاهی استنباط نتایج بر اساس بودن یا نبودن ویژگی‌هایی که در پیام تعریف شده است، اغلب برای اجرای بهتر مسائل در علوم اجتماعی - کاربردی توجه شده است.

۲.۴ مراحل تحلیل محتوای کیفی

در تحلیل محتوا تحلیل‌گر باید بر اساس روندی منظم و منطقی پیش برود تا از تحلیلش نتیجه مطلوبی بگیرد. صاحب‌نظران مراحل متفاوتی برای تحلیل محتوا نام برده‌اند (جعفری هرنندی و دیگران، ۱۳۸۷: ۳۴). مراحل زیر در تحلیل محتوای کیفی حائز اهمیت است:

۱. تعریف واحد تحلیل: بر اساس نظر کریپندروف (۲۰۰۴)، پژوهش‌گر باید واحدهای تحلیل را اعم از کلمه، جمله، پاراگراف، مقاله، خبر و ... تعیین کند؛
۲. کاهش داده‌ها: منظور از این مرحله، حذف متون همانند و کنار گذاشتن موارد تکراری است؛
۳. استفاده از نظام مقوله‌بندی: لازم است پژوهش‌گر با استفاده از دو روش استقرایی و قیاسی به توسعه نظام مقوله‌بندی‌اش بپردازد؛ چراکه هستی اصلی در تحلیل محتوای کیفی ایجاد مقولات و طبقات است. بر اساس نظر کریپندروف (۲۰۰۴) مقولات یا طبقات باید جامع، فراگیر و مانعة‌الجمع باشند. به این معنا که هیچ داده‌ای نباید به دلیل آن‌که در طبقه‌ای خاص جای نمی‌گیرد حذف شود و نیز هیچ داده‌ای نباید بین دو طبقه یا در بیش از یک طبقه قرار گیرد. مقولات یا طبقات شامل مجموعه‌ای زیرمقوله یا زیرطبقه با سطوح متفاوت به صورت انتزاعی اند (Krippendorff, 2004: 80-82)؛

۴. اصلاح نظام مقوله‌بندی بر اساس داده‌ها: پس از تعیین مقولات بر اساس داده‌های تحقیق، پژوهش‌گر باید نظام مقوله‌بندی را اصلاح و در صورت نیاز، برخی مقولات را حذف و تعدادی دیگر را اضافه کند؛

۵. ارائه گزارشی از داده‌های کیفی: در مرحله پایانی با توجه به داده‌های موجود باید گزارشی تهیه و ارائه شود. در این زمینه لازم است محتوای مقولات توصیف شوند. در صورت نیاز می‌توان از شمارش و فراوانی مقولات و نیز از دیگر مطالعات کیفی استفاده کرد (Rader, 2007: 45).

واحد تحلیل در این مقاله همه صحنه‌های مرتبط با نگرش مردم درباره روحانیت در سه فیلم مدنظر است و تلاش شده است با نگاه استقرایی داده‌های مرتبط با پرسش پژوهش استخراج شود. در گام بعدی داده‌های مستخرج از صحنه‌های فیلم‌های تحلیل شده مقوله‌بندی شده است. در ادامه، مقوله‌های فرعی به شکل منظم و ساخت‌مند در دسته‌بندی کلان و جامع با عنوان مقوله‌های اصلی (محوری) طبقه‌بندی شده‌اند و بر این اساس نگرش مردم درباره روحانیت در سه فیلم مارمولک، زیر نور ماه و طلا و مس بررسی شده است.

۵. یافته‌های پژوهش

۱.۵ کدگذاری و استخراج مفاهیم از صحنه‌های فیلم‌های بررسی شده

جدول ۱. نکات کلیدی و کدگذاری (استخراج مفاهیم) نمونه‌های بررسی شده

نام فیلم	مفاهیم مستخرج	نکات (گزاره‌های) کلیدی
زیر نور ماه	اشرافیت و تجمل‌گرایی برخی از روحانیان و ناخرسندی سیدحسین از این موضوع	سیدحسین در مینی‌بوس است که یک روحانی را آن طرف بزرگ‌راه کنار اتومبیل بنزش می‌بیند. سیدحسین با دیدن این صحنه تحت تأثیر قرار می‌گیرد و سرش را پایین می‌اندازد.
زیر نور ماه	بی‌علاقگی «اوستا» به روحانیان	اوستا (یکی از محرومان زیر پل) هنگامی که نعلینی را که «جوجه» (یکی دیگر از محرومان زیر پل) برایش آورده پا می‌کند، با ناراحتی خطاب به رفیقش می‌گوید: «این پسر هم رفته برای ما دمپایی گرفته». رفیقش با خنده می‌گوید: «آخوندیه اوستا». و او جواب می‌دهد: «نه خیلی از آخوندها خوشمون میاد».

<p>زیرنمونه ماه</p>	<p>احترام نگذاشتن مردم به روحانیان (رعایت نکردن شئون روحانیان در جامعه)</p> <p>اشرافیت و تجمل‌گرایی همه روحانیان از نظر فردی که سرش را از پنجره ماشین بیرون آورد به خاطر تبدیل شدن لباس روحانیت به ابزاری برای ترقی اجتماعی</p>	<p>سیدحسین در مترو حاج آقای منوچهری (معاون حوزه علمیه) را در حالی می‌بیند که ملبس به لباس روحانیت نیست و در کنار خانواده‌اش نشسته است. پس از پیاده شدن از مترو، منوچهری به سیدحسین دلیل ترک لباسش را توضیح می‌دهد که در یک روز بارانی با خانواده‌اش دو ساعت تمام کنار خیابان منتظر تاکسی ایستاده بودند، ولی کسی آن‌ها را سوار نمی‌کرد تا این‌که فردی که از کنار آن‌ها می‌گذشت سر از پنجره ماشینش بیرون آورد و گفت: «حاج آقا به شما بنز نرسید!»، منوچهری در نهایت به شکل نصیحت‌گونه‌ای به سیدحسین می‌گوید: «این لباس نه به درد اون‌هایی می‌خوره که بنخوانند باهاش به جایی برسند و نه به درد آدم‌های ضعیفی مثل من».</p>	<p>۳</p>
<p>مارمولک</p>	<p>بیم و حذر رضا مارمولک در بیان عقاید و آرای خود پیرامون روحانیت</p> <p>یک‌سان بودن همه روحانیان از منظر رضا مارمولک</p>	<p>حاج رضا (روحانی) در بیمارستان، در حال صحبت کردن با رضا مارمولک است. وقتی می‌خواهد از بهشت و جهنم سخن بگوید، رضا مارمولک حرفش را قطع می‌کند و می‌گوید: «خیلی بایست بخشیدا حرفتون رو قطع می‌کنم! این جهنم و بهشت و این حرفا همش کشکه! واسه خر کردن من و شماس. اینا رو تو گوش من و شما می‌خونن که ما رو خام کنن». حاج رضا می‌پرسه: «کیا؟» رضا مارمولک (سرش را جلو می‌آورد و با صدای آهسته و یواشکی) جواب می‌دهد: «همین آخوندها دیگه!» حاج رضا می‌گوید: «البته آخوندها هم خوب و بد دارند». رضا مارمولک می‌گوید: «بله! خوب‌هاش رو گرون خرید داشتن، گذاشتن به فصلش بدن بیرون!»</p>	<p>۴</p>
<p>مارمولک</p>	<p>ناراحتی دکتر از هم‌نشینی و مجاورت یک مجرم با یک روحانی</p> <p>ادای احترام دکتر به روحانی</p>	<p>حاج رضا و رضا مارمولک روی تخت بیمارستان خوابیده‌اند. دکتر در حالی که پشتش به رضا مارمولک است، با حاج رضا (با ادب و احترام) صحبت می‌کند و با صدای آهسته به او می‌گوید: «از بابت این آقا معذرت می‌خوام (با انگشت به رضا مارمولک اشاره می‌کند)، تحت خالی وجود نداشت» (یعنی از این بابت که به مجرم زندانی کنار روحانی تخت داده‌اند عذر می‌خواهد).</p>	<p>۵</p>

مارمولک	شغل نبودن روحانیت از نظر حاج رضا در مقام روحانی و عجیب بودن این دیدگاه از منظر رضا مارمولک	رضا مارمولک، که تازه فهمیده حاج رضا روحانی است، به او می‌گوید: «می‌دونی حاجی! باور کن آگه لباساتو ندیده بودم، صد سال دیگه هم نمی‌تونستم بفهمم شما آخوندی!» حاج رضا می‌گوید: «چطور؟» رضا مارمولک می‌گوید: «آخه اصلاً به دست‌هات نمی‌یاد آخوند باشی!» حاج رضا می‌گوید: «آخه آخوندی شغل من نیست. کار اصلی من گچ‌بری، گچ‌بری سستی ...» رضا مارمولک (با تعجب) می‌گوید: «آخه مگه این جور می‌شه؟!» حاج رضا پاسخ می‌دهد: «چرا نشه؟! تن آدمی شریف است به جان آدمیت؛ نه همین لباس زیباست نشان آدمیت.» و رضا مارمولک می‌گوید: «دم شما گرم! به جان آدمیت!»	۶
	ساده‌زیست و متواضع بودن حاج رضا در کسوت روحانیت	حاج رضا می‌خواهد به نماز بایستد که رضا مارمولک به او می‌گوید: «سلام ما رو هم برسون!»	۷
	پدید آمدن تغییر و تحول در نگاه رضا مارمولک به روحانیت بر اثر معاشرت با حاج رضا به خاطر سلوک رفتاری وی	رضا مارمولک، که کاملاً شیفته حاج رضا شده است (و این را از چهره‌اش می‌شد فهمید)، هنگام خداحافظی به او می‌گوید: «حاج آقا به ما که خیلی خوش گذشت. تا حالا با آخوند جماعت نپریده بودیم.»	۸
مارمولک	احترام نگذاشتن مردم به روحانیان (رعایت نکردن شئون روحانیان در جامعه)	رضا مارمولک با به تن کردن لباس روحانی از بیمارستان فرار می‌کند. در خیابان منتظر تاکسی است، اما کسی به او محل نمی‌گذارد و او را سوار نمی‌کند تا این‌که جوانی امروزی و مدرن او را سوار می‌کند. رضا مارمولک (روحانی) به او می‌گوید: «خیلی وقت بود ما آویزون بودیم!» جوان (با لبخند تمسخرآمیزی) می‌گوید: «بله حاج آقا دیدم، مردم خیلی بد شدن، دیگه احترام سرشون نمی‌شه!»	۹
مارمولک	استفاده ابزاری مرد جوان از شئون روحانیت	جوانی که رضا مارمولک (روحانی) را سوار کرده است (امروزی و مدرن) وارد خط ویژه می‌شود. رضا مارمولک (روحانی) به او تذکر می‌دهد: «عزیز برادر! داری ورود ممنوع می‌ری‌ها!» جوان (با لبخند تمسخرآمیزی) می‌گوید: «ورود ممنوع چیه حاج آقا! این‌جا خط ویژه است، خوب من هم مسافر ویژه دارم دیگه!» این‌جاست که دوست آن جوان، که با او قرار داشته، به او زنگ می‌زند که کجاست؟ آن جوان (درحالی که به روحانی نگاه می‌کند) می‌گوید: «دارم میان‌بر میام.»	۱۰

<p>مارمولک</p>	<p>استثنا قائل شدن مأمور پلیس درباره قانون شکنی روحانیان استفاده ابزاری مرد جوان از شئون روحانیت</p>	<p>۱۱ یک مأمور پلیس راهنمایی رانندگی جلوی ماشین جوان را، که در حال تردد در ورود ممنوع بود، می‌گیرد. پلیس کارت ماشین و گواهی‌نامه را از جوان می‌خواهد (تا او را جریمه کند). جوان می‌گوید: «مؤید باشید جناب سروان! حاج آقای ما یک کم عجله دارن، کار واجب بوده از این جا اومدیم». رضا مارمولک (روحانی) می‌گوید: «سلام علیکم، خدا قوت، خسته نباشید، ببخشید دیگه، به هر حال سعی می‌کنیم ایشالا دیگه تکرار نشه، خدا نگه‌دارتون باشه ایشالا». و پلیس از جریمه کردن منصرف می‌شود و می‌گوید: «بله! تکرار نشه، بفرمایید».</p>
<p>مارمولک</p>	<p>بیم و حذر جکسون در نقش خلاف کار از روحانیان</p>	<p>۱۲ رضا مارمولک (روحانی) وارد مغازه دوست خلاف کارش (جکسون) می‌شود و به او می‌گوید: «برادر جکسون شما هستی؟» جکسون، که نشسته بود، بلند می‌شود و می‌گوید: «فرمایش؟» رضا مارمولک (روحانی) می‌گوید: «شما به جرم مال خری و قاچاق بازداشتید.» جکسون (با ترس و دلهره) می‌گوید: «حاج آقا اشتباه می‌کنید».</p>
<p>مارمولک</p>	<p>ستی بودن همه روحانیان از نظر جکسون صاحب نظر بودن روحانیان در موضوعات و مسائل مختلف</p>	<p>۱۳ رضا مارمولک و جکسون کنار هم نشسته‌اند و به تلویزیون، که روحانی‌ای در حال صحبت کردن پیرامون اینترنت است، نگاه می‌کنند. رضا مارمولک کلمات آن روحانی (مثل اینترنت، چت، مولتی مدیا) را تکرار می‌کند. جکسون به او می‌گوید: «اینا چیه داری می‌گی؟! آخوندها که این جور حرف نمی‌زنن». رضا مارمولک به روحانی اشاره می‌کند و می‌گوید: «اینها، پس اینا چیه؟» جکسون جواب می‌دهد: «حالا این یکی این جور شده، باید عین آخوندهای معمولی حرف بزنی». و کانال را عوض می‌کند، اما در آن شبکه هم یک روحانی در حال نقد یک فیلم خارجی است. در این جا رضا مارمولک (با تعجب و اعتراض) می‌گوید: «بابا، جکسون! این آخوندها راجع به همه چی حرف می‌زنن!»</p>
<p>مارمولک</p>	<p>ادای احترام مردم به روحانیان به تمسخر گرفته شدن روحانی توسط سه جوان امروزی و مدرن</p>	<p>۱۴ رضا مارمولک (روحانی) قصد دارد سوار قطار شود. کسانی که از کنار او می‌گذرند (که غالباً سن بالا و سستی به نظر می‌آیند) به او ادای احترام و عرض سلام می‌کنند، اما جلوتر، سه جوان امروزی و مدرن، که سرشان را از پنجره قطار بیرون آورده‌اند، به رضا می‌گویند: «هی حاج آقا! عمامه‌ات</p>

		برعکسه!» رضا هم، که خیال می‌کند آن‌ها راست می‌گویند، عمامه‌اش را برمی‌دارد که نگاه کند. هر سه جوان، که او را سر کار گذاشته‌اند، می‌زنند زیر خنده.	
مارمولک	احترام ویژه مأمور قطار به روحانی تقدس روحانی از دیدگاه مأمور قطار	رضا مارمولک (روحانی) تازه وارد قطار شده است که مأمور قطار (که فردی سن بالا و سستی است) به او سلام می‌دهد و عرض ارادت می‌کند و یک کوبه مخصوص را در اختیارش قرار می‌دهد و به او می‌گوید: «انشاءالله در طول سفر از محضر حضرت عالی فیض خواهیم برد.»	۱۵
مارمولک	اعتماد مأمور قطار به روحانی در نقش امین ناموس مردم	مأمور قطار در بین سفر، از رضا مارمولک (روحانی) اجازه می‌خواهد موقتاً تا ایستگاه بعد، که یک کوبه خانوادگی خالی شود، یک خانم با دختر جوانش به کوبه او بیایند؛ چراکه «کجا بهتر از این جا، پیش حاج آقا که امین ناموس مردم هستند.»	۱۶
مارمولک	اعتماد ویژه آن زن به روحانیان در نقش محرم اسرار	مادر دختر (که زنی سن بالا و سستی است) در حال گفتن مسائل خصوصی و شرم‌آور به رضا مارمولک (روحانی) است. دختر جوان (با شرم‌ساری) به مادرش اعتراض می‌کند و می‌گوید: «ای وای ماما! این حرفا چیه می‌زنی؟» مادر پاسخ می‌دهد: «وا، مادر آخوند مثل دکترو، محرم آدمه!»	۱۷
مارمولک	تقدس و احترام به روحانی	مأمور قطار مادر و دختر را به کوبه خانوادگی، که خالی شده، راهنمایی می‌کند. مادر هنگام خداحافظی به رضا مارمولک (روحانی) می‌گوید: «ما بریم حاج آقا، شما به عبادتتون برسید.»	۱۸
مارمولک	نگاه منفعت‌طلبانه تاجر به روحانی	تاجر، مأمور پلیس و رضا مارمولک (روحانی) در کوبه در حال صحبت با هم‌اند که قطار برای نماز در ایستگاه متوقف می‌شود. فرد تاجر به رضا مارمولک (روحانی) می‌گوید: «از برکت وجود شما حاج آقا نماز رو به جماعت می‌خونیم، دوزار ثواب پیش‌تر ببریم.»	۱۹
مارمولک	نگاه منفعت‌طلبانه تاجر به روحانی استفاده ابزاری تاجر از شئون روحانیت	هنگام پیاده شدن از قطار، فرد تاجر نزد رضا مارمولک (روحانی) می‌رود و به او می‌گوید: «یه عرض خصوصی داشتم خدمتتون حاج آقا، ما که دائم می‌ریم اونور (اروپا) و برمی‌گردیم، مرتب از خانواده به‌دوریم، تحت فشاریم. حکم صیغه اهل کتاب واسه ما چیه؟ نمی‌دونم حاج آقا اونور چه بهشتیه!» وقتی رضا مارمولک (روحانی) پاسخ می‌دهد: «حرامه!» او (با ناراحتی و تعجب) می‌گوید: «یعنی هیچ راه دیگه‌ای نداره؟ تبصره‌ای، چیزی؟!»	۲۰

مارمولک	علاقه و احترام ویژه اهالی روستا و مسجد به روحانی	هنگام پیاده شدن از قطار، جمعیتی از اهالی روستا (افرادی مذهبی)، که گمان می‌کردند رضا مارمولک (روحانی) امام جماعت جدید مسجدشان است، با احترام و شوق فراوان به استقبالش آمدند.	۲۱
مارمولک	محور بودن روحانیت در رونق گرفتن مسجد از نظر اهالی روستا	آقای فضل‌ی (یکی از مسجدی‌های روستا) برنامه‌های مسجد را به رضا مارمولک (روحانی) توضیح می‌دهد. سپس می‌گوید: «البته تعداد مسجدی‌ها متأسفانه خیلی کم شده حاج آقا». اما فرد دیگر می‌گوید: «حالا که حاج آقا تشریف آوردند، ایشالا مسجد همون مسجد قدیم می‌شه».	۲۲
مارمولک	تقدس روحانی از منظر آقای فضل‌ی و اهالی مسجد	بعد از اتمام نماز جماعت، آقای فضل‌ی جلو می‌آید و به رضا مارمولک (روحانی) به منبر اشاره می‌کند و می‌گوید: «حاج آقا به فیض برسونید؛ اهالی خیلی وقته پای منبر نبودن، به فیض برسونید».	۲۳
مارمولک	روحانیت در مقام مرجعیت پاسخ به سؤالات از دیدگاه جوان کنج‌کاوی چون مجتبی	مجتبی (یکی از جوانان مذهبی و اهل مسجد روستا) در صحنه‌های متعدد فیلم، قلم و کاغذ به دست در حال پرسیدن سؤال‌های مختلف و عجیب و غریب از رضا مارمولک (روحانی) است و دائماً از سخنان او یادداشت برمی‌دارد.	۲۴
مارمولک	تبئیت محض، کورکورانه و ساده‌لوحانه اهالی مسجد از روحانی	با وجود آن‌که در موقعیت‌های مختلف از رضا مارمولک (روحانی) رفتارهایی سر می‌زند که خلاف شأن روحانیان است، اما به جز یک نفر، هیچ‌یک از اهالی مسجد و روستا به او شک نمی‌کند. در نتیجه، فقط آن یک نفر است که دیگر در نماز جماعت به رضا مارمولک (روحانی) اقتدا نمی‌کند و نمازهایش را فرادی می‌خواند.	۲۵
مارمولک	تبئیت محض، کورکورانه و ساده‌لوحانه اهالی مسجد از روحانی	وقتی رضا مارمولک (روحانی) به نماز می‌ایستد و دیگران به او اقتدا می‌کنند، حرکات نامأنوسی را از خود درمی‌آورد، اما کسی از مأمومین، سرش را بالا نمی‌آورد تا او را ببیند.	۲۶
مارمولک	ترس پسر و دختر جوان از روحانی	رضا مارمولک (روحانی) در حال عبور از یک پارک است که دختر و پسر جوانی (که با هم دوست‌اند) را می‌بیند که روی نیمکت پارک کنار هم نشسته‌اند و با هم حرف می‌زنند. آن دو تا چشمشان به روحانی می‌افتد، می‌ترسند و از جایشان برمی‌خیزند.	۲۷

<p>مارمولک</p>	<p>تقدس روحانی از منظر جناب سرهنگ ساده‌لوحی جناب سرهنگ در برخورد با روحانی</p>	<p>۲۸ رضا مارمولک در قهوه‌خانه مظفری است که پلیس به آن حمله می‌کند. او سریعاً به دستشویی قهوه‌خانه می‌رود و لباس روحانیت را می‌پوشد. جناب سرهنگ هم پشت در دستشویی می‌رود و به خیال این‌که در آن مجرمی پنهان شده، محکم در آن را می‌کوبد. وقتی رضا مارمولک (روحانی) از آن خارج می‌شود، جناب سرهنگ با حیرت فراوان می‌گوید: «عجب سعادت، حاج آقا! شما این‌جا چی کار می‌کنین؟!» سپس نه‌تنها به او شک نمی‌کند، بلکه شخصاً او را تا دم در مسجد با احترام مشایعت می‌کند.</p>
<p>مارمولک</p>	<p>بیان جوان‌پسند روحانی (رضا مارمولک) بدون لحاظ تقیدات دینی برخورد سلیقه‌ای و قشری روحانی (رضا مارمولک) با احکام دینی</p>	<p>۲۹ رضا مارمولک (روحانی) روی منبر در حال سخن گفتن پیرامون احکام ارتباط زن و مرد در فضا است و می‌گوید: «آدم‌ها در فضا چون روی زمین بند نیستند، اگر بدن زن و مرد فضاورد به هم برخورد کند، اشکال ندارد...» آقای فضلی (فردی سن بالا، مذهبی و سستی) اعتراض می‌کند و می‌گوید: «حاج آقا، بیخشیدها! این مسئله که می‌فرمایید در فضا که جاذبه نداره مصداق داره، اما در زمین که جاذبه وجود داره، ارتباط بین دختر و پسر مشکل داره». رضا مارمولک (روحانی) می‌گوید: «خیر، آقای فضلی، شما مثل این‌که دوزاریتون کجه! بیخشیدها، مثل این‌که شما در جوانی تمام و کمال حال و حول خود را کردید، حالا که نوبت به این جوان‌ها رسیده، شدید کاسه داغ‌تر از آتش. آقا جان، مگه ما جوان‌ها دل نداریم؟!» در این‌جا غلام‌علی (پسر جوان آقای فضلی)، که به‌شدت از سخنان روحانی به وجد آمده، بلند می‌گوید: «صلوات!»</p>
<p>مارمولک</p>	<p>تحقیر و توهین به روحانی از سوی دل‌انگیز</p>	<p>۳۰ رضا مارمولک (روحانی) از مسجد بیرون می‌آید و می‌بیند که دار و دسته دل‌انگیز (گردن‌کلفت‌های روستا) در حال اخاذی از پیرمرد بقال‌اند. در همین حال، دل‌انگیز (رئیس گردن‌کلفت‌ها)، که متوجه حضور روحانی شده است، سمت او می‌آید و با لحنی گستاخانه می‌گوید: «چطوری حاج آقا؟» رضا مارمولک (روحانی) به بقالی اشاره می‌کند و می‌گوید: «مخلص شما هستم، خبریه؟» دل‌انگیز با لحنی گستاخانه‌تر پاسخ می‌دهد: «مگه شما کلانتری؟» رضا مارمولک (روحانی) می‌گوید: «نخیر، همین‌طور کلی عرض کردم». دل‌انگیز می‌گوید: «پس بفرما آدم خوب سرش تو لاک خودش می‌شه!»</p>

مارمولک	تقدس روحانی از منظر آن دو جوان و اهالی روستا	<p>۳۱</p> <p>غلام‌علی و مجتبی با تعقیب رضا مارمولک در شهر گمان می‌کنند او شب‌ها با لباس شخصی به خانواده‌های محروم و مستحق شهر سر می‌زند و مشکلاتشان را حل می‌کند؛ در نتیجه اهالی مسجد و روستا را خبر می‌کنند و همگی در منزل رضا مارمولک (روحانی) جمع می‌شوند و با شور و اشتیاق فراوان اعلام می‌کنند که می‌خواهند با او به مستحقان شهر کمک کنند. یکی از آن مردم هم وجوهات شرعیه‌اش را به او می‌دهد تا در راه کمک به مستحقان استفاده کند.</p>
	محور بودن روحانیت در خدمت‌رسانی به محرومان روستا از نظر اهالی مسجد	
	اعتماد به روحانی در مقام امین وجوهات شرعیه	
مارمولک	تقدس روحانی در منظر غلام‌علی و اعتراف به گناهانش در حضور روحانی	<p>۳۲</p> <p>غلام‌علی (یکی از جوانان اهل مسجد که خانواده‌ی تعصبی سستی دارد) در گوشه‌ای از باغ در حال صحبت کردن با دوست دخترش است، که رضا مارمولک (روحانی) سر می‌رسد و آن‌ها را می‌بیند. غلام‌علی، که از این موضوع ناراحت شده است، نزد او می‌رود و می‌گوید: «حاج آقا، می‌خواستم بگم ما قصدمون از دواچه‌ها! البته ننه باباهامون نمی‌دونن، حق هم دارن، تعصبی‌اند...» بعد می‌گوید: «من به درد روحانیت نمی‌خورم حاج آقا، چون من دلم پاک نیست ... وقتی نماز می‌خونم، حواسم صد جا هست جز نماز. وقتی هم که قرآن می‌خونم انگار دارم کوه می‌کنم، عوضش - خاک بر سرم - وقتی کار حروم میاد وسط وسوسه می‌شم ... من ریش‌هام رو هم با تیغ می‌زنم، آخه طلبه که ریش‌هاش رو با تیغ نمی‌زنه ...».</p>
	اعتماد به روحانیت در مقام محرم اسرار	
طلا و مس	احترام ویژه‌ی مدیر مدرسه به روحانیت	<p>۳۳</p> <p>پس از این‌که سیدرضا (روحانی) و خانواده‌اش به تهران می‌آیند، زهراسادات (همسر سیدرضا) قصد ثبت نام دخترش در مدرسه را دارد (سه ماه بعد از شروع سال تحصیلی). مدیر آن مدرسه ابتدا از ثبت نام امتناع می‌کند، اما وقتی متوجه می‌شود که همسرش طلبه‌ی روحانی است، نه نمی‌گوید و دخترش را ثبت نام می‌کند.</p>
طلا و مس	کم‌رنگ شدن نقش و جای‌گاه روحانیت در جامعه	<p>۳۴</p> <p>حمید (دوست صمیمی سیدرضا)، که وانت دارد و با آن کار می‌کند، با سیدرضا در ماشین نشسته و قصد دارند به کلاس درس اخلاق بروند. در راه، حمید خطاب به سیدرضا (روحانی) می‌گوید: «شرمنده‌ی جدتم، اگه اون عمامه رو از سرت برداری، شاید یه مشتری به پست ما بخوره».</p>
	هم‌رنگی حمید در مقام روحانی با نگاه و منظر دیگران به طبقه‌ی روحانیت	

طلا و مس	خجالت عاطفه از این‌که دیگران بفهمند پدرش روحانی است	سیدرضا (با لباس روحانی) می‌خواهد دخترش (عاطفه) را تا دم در مدرسه برساند، اما حدود صد متر مانده به مدرسه، عاطفه به پدرش می‌گوید که من دیگر بزرگ شده‌ام و خودم می‌توانم به مدرسه بروم؛ سپس به‌سرعت از پدرش جدا شده و وارد مدرسه می‌شود. این در حالی است که در صحنه‌ای دیگر، وقتی سیدرضا بدون لباس روحانی قصد رساندن دخترش به مدرسه را دارد، وی از او جدا نمی‌شود و تا جلوی در مدرسه با پدرش می‌آید.	۳۵
طلا و مس	نگاه منفعت‌طلبانه و ایزاری به لباس روحانیت	پرستار بیمارستان رو به سیدرضا (با لباس روحانی) می‌گوید: «حاج آقا، این لباس خیلی بهتون می‌یاد؛ چرا همیشه نمی‌پوشید؟ بعضی وقت‌ها به درد می‌خوره».	۳۶

۲.۵ استخراج مقوله‌های فرعی و اصلی از صحنه‌های فیلم‌های بررسی شده

جدول ۲. مقوله‌های (اصلی - فرعی) مستخرج از فیلم‌های بررسی شده

مفاهیم مرتبط (شواهد)	مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی	
۳۲، ۳۱، ۲۸، ۲۳، ۱۸، ۱۵، ۷	نگرش مثبت آمیخته با تقدس	نگرش مثبت	۱
۳۳، ۲۱، ۱۸، ۱۵، ۱۴، ۵	نگرش مثبت همراه با احترام		
۳۲، ۳۱، ۲۴، ۲۲، ۱۷، ۱۶	نگرش مثبت همراه با اعتماد		
۲۹، ۲۸، ۲۶، ۲۵	نگرش مثبت کورکورانه و مقلدانه		
۳۶، ۲۰، ۱۹، ۱۱، ۱۰	نگرش مثبت منفعت‌طلبانه و ایزاری		
۶، ۳، ۱	نگرش منفی به استفاده ایزاری از جای‌گاه روحانیت	نگرش منفی	۲
۲۷، ۱۲، ۴	نگرش منفی آمیخته با ترس		
۳۰، ۱۴، ۹	نگرش منفی همراه با تحقیر و تمسخر		
۳۵، ۳۴، ۱۳، ۹، ۶، ۴، ۳، ۲	تصویرات قالبی منفی (پیش‌داوری‌ها)		
۸، ۶	اقناع	تغییر نگرش	۳
۳۲، ۱۱، ۳	ناهماهنگی شناختی		

۶. نتیجه‌گیری

بر این اساس و با توجه به مفاهیم و مقوله‌های استخراج‌شده از صحنه‌های مرتبط با موضوع پژوهش، به نتیجه‌گیری نهایی در باب سنخ‌شناسی و چگونگی بازنمایی‌های سینمایی نگرش

مردم به روحانیت در این سه فیلم دست می‌یابیم. همان‌گونه که مشاهده شد، به لحاظ جهت‌گیری ارزشی پنج نوع نگرش مثبت و چهار نوع نگرش منفی قابلیت تفکیک و دسته‌بندی دارند. ابراز نگرش‌های مثبت به روحانیت در این فیلم‌ها عمدتاً از طریق شخصیت‌ها و کاراکترهای جوان و مسن مذهبی، سستی و نیمه‌سستی و ابراز نگرش‌های منفی و نیز نگرش مثبت ابزاری و منفعت‌طلبانه به روحانیت، اغلب از طریق شخصیت‌ها و کاراکترهای جوان و مسن غیرمذهبی، مرفه، مدرن، امروزی و بزه‌کار جامعه بازنمایانده شده است. این نوع طبقه‌بندی از نگرش‌های مثبت و منفی به روحانیت، به صورت طیفی از نگرش‌های عمیق و سطحی تعریف می‌شود؛ چنان‌که برای نمونه، نگرش مثبت آمیخته با تقدس یا اعتماد در ردیف نگرش‌های عمیق و نگرش مثبت ابزاری و منفعت‌طلبانه یا نگرش مثبت کورکورانه و مقلدانه در ردیف نگرش‌های کم‌عمق و سطحی قرار می‌گیرند.

دیگر آن‌که اگرچه مؤلفه‌های شناختی، عاطفی و رفتاری نگرش به لحاظ موضوعی و تحقق خارجی (و نه به لحاظ مفهومی) از هم جدا نبوده و به صورت یک‌پارچه و درهم‌تنیده عمل می‌کنند، اما تا حدودی می‌توان تأثیر هر یک از این مؤلفه‌ها را در نگرش فرد جست‌وجو کرد. برای نمونه، مؤلفه‌های شناختی و عاطفی نگرش مثبت کاراکترهای مذهبی به روحانیت در این سه فیلم، از شدت، نیرومندی و پیچیدگی بیش‌تری در مقایسه با دیگران برخوردار است. هم‌چنین نگرش منفی به روحانیت در این سه فیلم، عمدتاً به شکل پیش‌داوری و تصورات قالبی منفی بازنمایی شده است. مضامین پیش‌داوری‌های بازنمایی‌شده عبارت‌اند از به قدرت و ثروت رسیدن روحانیان پس از انقلاب اسلامی، استفاده ابزاری روحانیان از لباس روحانیت، فاصله گرفتن روحانیت از جامعه و سستی بودن همه روحانیان.

از طرف دیگر، عنصر اقتناع (مقاعدسازی) به صورت تغییر نگرش منفی فرد به روحانیت و تبدیل شدن آن به نگرشی مثبت بر اثر هم‌نشینی و مجاورت با تپیی ایده‌آل از روحانی‌ای خوش‌رو، متواضع و با پشت‌کار بازنمایانده شده است. به عبارت دیگر، در این جا منبع پیام (روحانی ایده‌آل) در فرایند اقتناع نقشی محوری دارد. این مسئله با رویکرد سستی به اقتناع، که به ویژگی‌های شخصیت پیام‌رسان، محتوای پیام و گیرندگان آن می‌پرداخت، سازگاری دارد. هم‌چنین بازنمایی پدیده ناهماهنگی شناختی درباره روحانیت به سه شکل انجام شده است؛ در نخستین صحنه مرتبط، تعارض میان تلبس به لباس روحانیت با برخورداری از منزلت و پایگاه مطلوب اجتماعی دلیل به وجود آمدن این پدیده است که در نتیجه فرد برای رهایی از ناهماهنگی شناختی تصمیم می‌گیرد لباس روحانیت

را ترک کند. در دومین صحنه، قانون‌شکنی یک روحانی و تعارض شناختی میان نادرست بودن قانون‌شکنی و جای‌گاه ویژه روحانیت در جامعه، موجب به وجود آمدن این پدیده در مأمور نیروی انتظامی (در نقش مأمور حفظ قانون) می‌شود که در نتیجه، فرد از جریمه کردن آن روحانی متخلف منصرف می‌شود و فقط به گفتن جمله «دیگه تکرار نشه» اکتفا می‌کند. در سومین صحنه، ارتکاب به گناه در عین طلبه بودن و تعارض شناختی میان این دو، باعث بروز ناهماهنگی شناختی می‌شود که در نتیجه، فرد برای رهایی از فشار روانی ناشی از این پدیده اعلام می‌کند که شایستگی روحانی شدن را ندارد.

منابع

- احمدی، حبیب (۱۳۸۲). *روان‌شناسی اجتماعی*، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- آذربایجانی، مسعود و دیگران (۱۳۸۲). *روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بارون، رابرت ا.، دونا برن و بلرتی جانسون (۱۳۸۹). *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه علی تحصیلی، تهران: کتاب آمه.
- بدار، لوک و ژوزه دزیل و لوک لامارش (۱۳۸۳). *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه حمزه گنجی، تهران: نشر ساوالان.
- برکوویتز، لئونارد (۱۳۸۳). *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه محمدحسین فرجاد و عباس محمدی اصل، تهران: اساطیر.
- جعفری هرندی، رضا، احمدرضا نصر و سیدابراهیم میرشاه جعفری (۱۳۸۷). «تحلیل محتوا روشی پرکاربرد در مطالعات علوم اجتماعی، رفتاری و انسانی، با تأکید بر تحلیل محتوای کتاب‌های درسی»، *فصل‌نامه حوزه و دانشگاه*، ش ۵۵.
- ربانی، رسول و محمدباقر کجاف (۱۳۸۶). *روان‌شناسی اجتماعی؛ دیدگاه‌ها و نظریه‌ها*، اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان.
- روش بلاو، آن ماری و ادیل نیون (۱۳۷۴). *روان‌شناسی اجتماعی؛ مقدمه‌ای بر نظریه‌ها و آئین‌ها*، ترجمه محمد دادگران، تهران: مروارید.
- سلیمانی، مجید (۱۳۸۹). «تحلیل بازنمایی سنخ‌شناسی کاراکتر روحانی در سینمای ایران»، در کتاب *روحانیت و انقلاب اسلامی*، به کوشش عبدالوهاب فراتی، تهران: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- فرانزوی، استفن ال. (۱۳۸۱). *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه مهرداد فیروزبخت و منصور قنادان، تهران: خدمات فرهنگی رسا.
- کریچی، یوسف (۱۳۸۷). *روان‌شناسی اجتماعی*، تهران: ارسباران.
- کلاین‌برگ، اتو (۱۳۴۹). *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه علی محمد کاردان، ج ۲، تهران: اندیشه.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۷). *رسانه و بازنمایی*، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
نیکزاد، محمود (۱۳۸۴). *روانشناسی اجتماعی*، تهران: کیهان.

- Baron, R.A. and D. Byrne (1997). *Social Psychology*, Allyn and Bacon.
- Hall, S. (1997). "The Work of Representation", In *Cultural Representation and Signifying*, London: Sage.
- Hall, S. and S. Jhally (2007). "Representation and the Media", Northampton, MA: Media Education Foundation.
- Hsieh, Hsiu-Fang and Sarah E. Shannon (2005). "Three Approaches to Qualitative Content Analysis", *Qualitative Health Research*, Vol. 15, No. 9.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: an Introduction to its Methodology*, London: Sage.
- Mayring, Philipp (2000). "Qualitative Content Analysis", *Qualitative Social Research*, Vo. 1, No. 2.
- Tesser, A and L. Martin (1996). "The Psychology of Evaluation", in E. T. Higgins and A. W. Kruglanski (eds.), *Social Psychology: Handbook of basic principles*, New York: Guildford.

Archive of SID