

پیشرو مطالعات فرهنگی
روزنامه و ماسه انسانی



مصائب مسیح ساخته مل گیسبون، یکی از پربیننده‌ترین، بحث‌برانگیزترین و پرمفعت‌ترین فیلم‌های تاریخ سینما گردیده است. این فیلم که ۱۲ روز آخر عمر عیسی مسیح را به تصویر کشید، مؤخرترین فیلم در زمره فیلم‌های دراماتیکی است که به بررسی زندگی عیسی مسیح (ع) پرداخته‌اند. این فیلم‌ها صرفاً جهت سرگرمی مخاطبان ساخته نشده است، بلکه اغلب توسط ارگان‌های مختلف، وزارت‌خانه‌ها و گروه‌های مختلف به عنوان ابزاری برای آموزش و ترویج مسیحیت استفاده شده است. مصائب مسیح در درجه اول به خاطر حوزه دید خالص مخاطبان و موفقیت تجاری‌اش در این ژانر فیلم، منحصربه‌فرد است.

از زمان اکران و انتشار فیلم در سپتامبر سال ۲۰۰۴ این فیلم ۲۵ میلیون دلاری توانست ۶۰۰ میلیون دلار منفعت مالی کسب کند. در اولین هفته انتشار آن بر روی DVD و VHS نزدیک به ۹ میلیون نسخه از آن به فروش رفت که با این رقم بالاتر از فیلم‌های محبوبی چون *ارباب حلقه‌ها* قرار گرفت.

از دیگر علل منحصربه‌فرد بودن فیلم مصائب مسیح می‌توان به بودجه متعادل ساخت آن و ظرایف زیبایی‌شناختی و خصوصیات فنی فیلم اشاره کرد. همچنین استراتژی بازاریابی خلاقانه و همزمان آن، شهرت مل گیسبون و بحث‌های پیرامون فیلم - حتی پیش از انتشار آن - اشاره کرد. بسیاری از مباحث پیرامون فیلم شامل این موارد می‌شود: محتوای آشکار و خشن آن، صحت تاریخی و مطابقت آن با کتاب مقدس، نگرانی از بابت تهییج و تحریک احساسات ضدیهودی و ادعاهایی مبنی بر عدم بی‌طرفی رسانه‌ها در پوشش آن.

این فیلم هم‌چنین باعث به وجود آمدن این بحث شد که آیا فیلم‌های صنعت سینما به صورت دراماتیک بستر خوب و مناسبی برای داستان‌های مطلقاً مذهبی هستند؟ مناسب بودن راهبردهای

استفاده شده درباره ایمان به مسیحیت در امتداد فیلم و همکاری گیبسون با عناصر سنتی مذهب کاتولیک از دیگر بحث‌های ایجاد شده پیرامون فیلم به حساب می‌آیند.

ماهیت منحصر به فرد فیلم مصائب مسیح، مباحث مربوط به آن، موفقیت تجاری بی‌سابقه‌اش و تأثیر قدرتمند آن بر عقاید، باورها و رفتار بینندگان فیلم، بیانگر این است که این فیلم شایستگی پژوهش توسط محققان دانشگاهی در زمینه ارتباطات، دین و دیگر مباحث آکادمیک به ویژه مطالعه بر روی مخاطبین با استفاده از قالب‌های نظریه پردازانه را دارا است. مطالعات دانشگاهی و آکادمیک متمرکز بر واکنش مخاطبین به فیلم‌هایی که زندگی عیسی مسیح (ع) را به تصویر کشیده‌اند، نادر بوده است. در تحقیقی که این‌جا ارائه شده است، ارزیابی در سراسر کشور آمریکا از بیش از ۱۸۰۰ بیننده فیلم مصائب مسیح انجام شده که برداشت‌های مخاطبین از فیلم و تأثیر معنوی فیلم را بیان می‌کند. محققین رسانه در جهات مختلف به مطالعه پرداخته‌اند و ثابت کرده‌اند که محتوای رسانه تأثیر کوتاه‌مدت و بلندمدت بر روی عقاید، احساسات و رفتار شخصی و گروهی دارد. به هر حال، تحقیق تجربی انجام‌شده درباره تأثیرات محتوای رسانه مذهبی بر روی مخاطبین پراکنده بوده است. این مطلب به ویژه درباره فیلم‌های دراماتیک با گرایش مذهبی صدق می‌کند. در میان بسیاری از قالب‌های نظریه‌پردازانه که در آن‌ها مخاطبین مصائب مسیح مورد مطالعه قرار می‌گیرند، دورنمایی سرگرم‌کننده و آموزشی برای این مطالعه و تحقیق، شایسته به نظر می‌رسند.

قالب سرگرم‌کننده و آموزشی به عنوان جریانی هدفمند که به طراحی و اجرای یک پیام رسانه‌ای هم برای سرگرمی و هم آموزش مخاطبین در جهت ارتقای دانش مخاطبین درباره یک موضوع آموزشی، ایجاد نظرات مطلوب و تغییر رفتار آشکار آنان می‌پردازد، تعریف شده است.

گرچه مل گیبسون، مصائب مسیح را در زمینه مطالعات محققان در راستای قالب سرگرم‌کننده و آموزشی به عنوان یک راهبرد ارتباطی نساخته است، بسیاری از عناصر قالب سرگرم‌کننده و آموزشی در اهداف بیان‌شده او از ساخت مصائب مسیح، در محتوای آن و استراتژی بازاریابی آشکار است.

مصائب مسیح و فیلم‌های گذشته

بسیاری از محققان جریان و موجی را در کتاب‌ها، مقالات، برنامه‌های تلویزیونی، فیلم‌ها، پایگاه‌های اینترنتی و دیگر وسایل ارتباطی در سال‌های اخیر مورد توجه قرار دادند که به بحث عیسی مسیح، مسائل دینی و... پرداخته‌اند. با این حال وقایع سال ۲۰۰۴ به این نکته اشاره دارد که از اختراع فیلم‌های سینمایی در دهه ۱۸۹۰ تا کنون عیسی چهره رایج و محبوب فیلم‌ها و کانون توجه بسیاری از انواع رسانه و تجارت‌های مرتبط در قرن ۲۰ بوده است. در حالی که تلاش می‌شود مصائب مسیح در زمره ژانر فیلم‌های مسیح قرار داده شود، هارتشتاین (۲۰۰۴) به این

مطلب اشاره دارد که در سایت IMDB بیش از ۱۰۰ تفسیر معنی‌دار و قابل توجه از مسیح در فیلم‌ها موجود است. این فیلم‌ها شامل نمایش‌های خیابانی تا خیال‌پردازی‌های مدرن می‌شوند. این فیلم‌ها همچنین حاصل تلاش‌های کارگردانی است که امید به ساخت فیلمی مهم داشته‌اند. همچنین استودیوهایی را در برمی‌گیرند که دوست داشتند مخاطبانشان از مدیوم تلویزیون به پرده سینما جذب شوند.

در میان چهره‌های به تصویر کشیده قابل توجه و گاه‌ا بحث‌برانگیز از مسیح می‌توان به فیلم‌های از *آخور تا صلیب* به کارگردانی *سیننی آلکوت* در سال ۱۹۱۲، *پادشاه پادشاهان* ساخته *سیسل ب. نومیل* در سال ۱۹۲۷، *مسیح به روایت متی* ساخته *پیر پائولو پارولینی* در سال ۱۹۶۴، *انربستاره: عیسی مسیح ساخته نورمن جویسون* در سال ۱۹۷۳، *عیسی ناضری ساخته فرانکو زفیرلی* در سال ۱۹۷۷، *عیسی مسیح ساخته جان کریش و پیتر سایکس* در سال ۱۹۷۹، *آخرین وسوسه مسیح ساخته مارتین اسکورسزی* در سال ۱۹۸۸ و *گاسپار یحیی ساخته فیلیپ ساویل* در سال ۲۰۰۳ اشاره کرد.

اگر چه تعداد نهایی بینندگان مصائب مسیح ممکن است برای مدتی نامعین باقی بماند، فیلم مسیح ساخته‌شده بر اساس کتاب *گاسپل* مطابق با نقل *لوقی*، پربیننده‌ترین فیلم این ژانر به حساب می‌آید. این فیلم همچنین معرف موفق‌ترین تلاش توسط جامعه مسیحیت در استفاده از اهداف ترویج مسیحیت در فیلمی که شرح حال زندگی مسیح را به تصویر می‌کشد، است. این فیلم که توسط *سازمان ترویج مسیحیت* حمایت مالی و پشتیبانی می‌شود، همچنان در سطح جهانی توزیع و پخش شده و تا به حال به ۴۰۰ زبان دنیا ترجمه شده است. انتشار و پخش فیلم مسیح که پروژه فیلم مسیح هم خوانده می‌شود، توسط *پال اسلمن* مدیریت می‌شود. این فیلم بنابر گزارش‌ها ۱/۸ میلیارد بیننده داشته است.

این گونه تجسمات و نمایش‌های سینمایی از عیسی مسیح، همگی یا قسمتی از آن‌ها کانون توجه برخی صاحبان آثار و کتب بوده است. *استرن*، *دیونا* و *جفرد* (۱۹۹۹) نه فیلم درباره عیسی مسیح را در قالب یک اثر طراحی‌شده برای بحث و گفت‌وگوی کوچک گروهی، مورد مطالعه و بررسی قرار دادند. *تاتوم* (۱۹۹۸) *راهنما* و *آنالیز مفیدی* درباره چنین فیلم‌هایی ارائه داد. *والش* و *والش* (۲۰۰۳) در مطالعه و بررسی خود بر روی تعدادی از فیلم‌های ژانر مسیح مدعی شدند که این فیلم‌ها فرهنگ‌ها و ایدئولوژی‌های ایجادشده در یک برهه زمانی را مورد تأثیر قرار می‌دهند. *بو* (۱۹۹۷) *مارش و آرتیز* (۱۹۹۸)، *مایلز* (۱۹۹۷) *استون* (۲۰۰۰) و *لیندوال* (۲۰۰۷) از پژوهشگرانی هستند که به طور کلی به بررسی و کاوش رابطه بین کلام و فیلم‌های دراماتیک پرداخته‌اند. شاید شایسته‌ترین سخن درباره مصائب مسیح، تأثیرات آن و استفاده مخاطبین از آن، مربوط به *جانستون* (۲۰۰۰) باشد که فیلم‌های دراماتیک هر چه بیشتر جایگزین کلیسا می‌شوند؛ مکانی که

1. campus crusade for christ
2. Paul Eshteman



در آن مردم برای هرک بهتر از چستی و کیستی خدا، خود و پاسخ به دیگر پرسش‌های عمیق زندگی تردد می‌کنند.

بازاریابی / فروش / مباحث دامنه‌دار

مصائب مسیح ابتدائاً در بیش از ۳۰۰۰ سالن سینما اکران شد که آن را مبدل به موفق‌ترین فیلم مستقل تاریخ سینما کرد. اگر چه مشاهده فیلم‌های دراماتیک در یک سالن سینما یا جای دیگر، در شکل‌گیری عقاید، نظرات و رفتار مذهبی مردم به طور چشمگیری مؤثر است، واکنش مخاطبین به مصائب مسیح می‌تواند در زمینه راهبردهای منحصر به فرد و به خوبی اجرا شده بازاریابی مورد توجه قرار گیرد.

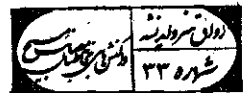
این بازاریابی توسط پال لاور^۳، مدیر بازاریابی شرکت مل گیسبون و تولیدات تندیس و تمثال‌های مسیح، رهبری و هدایت شد و در این موفقیت فعالیت بیش از ۱۲ گروه که متخصص در زمینه دستیابی به بازار مسیحیت بودند نیز دخیل بود. این گروه‌ها نقش چشمگیری در انتشار پخش فیلم ایفا کردند.

گرچه اکثریت قریب به اتفاق آمریکایی‌ها قرابت و پیوستگی با ایمان مسیحی دارند، این طور برآمد که مسیحیان بسیار معتقد، هم پروتستان‌ها و هم کاتولیک‌ها، به سمت فیلم‌های دراماتیک که مسیح را به تصویر می‌کشند، جذب می‌شوند. (گیسبون، ۲۰۰۴ و راس ۲۰۰۴) این در حالی است که مسیحیان به طور نسبی استقبال زیادی از محصولات رسانه‌ای که به طور اختصاصی برای آن‌ها تهیه می‌شد، نمی‌کردند. مدیران بازاریابی هم‌چنین از این حقیقت آگاه بودند که بسیاری از مسیحیان مجبور هستند ایمان خود را برای دیگری اظهار کنند به ویژه مفهوم عشق به خدا و قربانی شدن عیسی مسیح برای آن‌ها.

گیسبون و تیم بازاریابی او فیلم را در جریان صنعت رسانه مسیحیت به طور قابل ملاحظه‌ای ارتقا دادند؛ صنعتی که بر روی محصولات و خدماتی که هدف جامعه مسیحیت است، تمرکز می‌کند. او هم‌چنین رهبران اصلی مسیحیت هم‌چون پاپ، بیلی گراهام، پت رابرتسون، بیل برایت^۴، جیمز دایسون^۵ و دیگران را شناسایی و به طور خصوصی با آن‌ها ملاقات کرد. وی در جریان این ملاقات‌ها تعهد و التزام خود به مسیحیت را اظهار کرد، صحنه‌های خشن فیلم را به آن‌ها نشان داد و نظر آنان را درباره فیلم، توصیه آنان درباره بازاریابی و فروش و تایید و موافقت ایشان را کسب کرد. هم‌چنین فیلم مصائب مسیح در کنفرانس رهبران مسیحی با حضور هزاران نفر توسط گیسبون به نمایش درآمد. گیسبون نیز حضور داشت تا به پرسش‌ها پاسخ داده و واکنش‌های مخاطبان را دریافت کند.

هم‌چنین همکاری وسیع با *Mission America* ائتلاف بسیاری از مذاهب و ارگان‌ها که هنرشان مشترک‌سازی اعتقاد به مسیحیت است، منجر به بیش از ۲۰۰۰ جلسه بررسی مصائب

3. Paul Lauer
4. Bill Bright
5. James Dobson





مسیح شد که در آن‌ها فیلم برای صدها روحانی کلیسا و دیگر رهبران مسیحی در بازارهای رسانه‌ای سراسر آمریکا به نمایش درآمد.

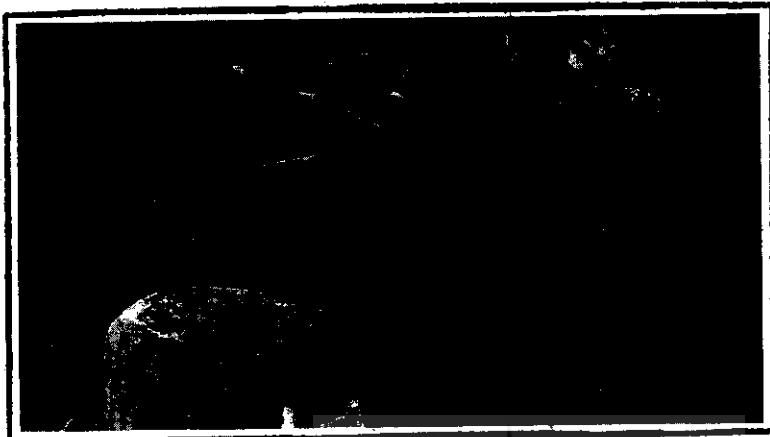
آتریج^۶ - شرکتی تجاری که در زمینه خدمات بازاریابی تخصص دارد - بسته‌های DVD ارائه داد که شامل سخنرانی‌های متنوع، آموزش و توصیه‌های مذهبی بود و تمامی منابع مرتبط با فیلم را با خود داشت. این بسته میان اکثریت کلیساها در سراسر کشور پخش و توزیع شد. (اسمیت، ۲۰۰۴)

بسیاری از کلیساهای محلی اعضا را تشویق کردند تا در قالب گروهی فیلم را تماشا کنند تا از آن به عنوان ابزاری برای ترویج مسیحیت استفاده شود. طبق گزارش، بیش از نیمی از سود عاید از نمایش ابتدایی فیلم در ایالات متحده از پیش‌فروش بلیط‌ها به دست آمد. شمار قابل توجهی از پایگاه‌های اینترنتی با هدف ارتقاء فیلم که بعضی از آن‌ها، و نه بسیاری از آن‌ها، با تولیدات تمثال مسیح و مریم در ارتباط بودند، باعث سود بیشتر و بحث‌هایی پیرامون مصائب مسیح شدند.

این گونه تلاش‌ها و دیگر تلاش‌های غیر معمول در بازارهای عظیم سینمایی، نه تنها مصائب مسیح را قادر به کسب توجه و حمایت ساخت، بلکه کمک کرد تا مخاطبی را که کمتر به دیدن فیلم‌های دراماتیک تمایل دارد - مثل افراد سالخورده - جذب کند. فعالیت‌های مشارکتی غیر معمول در بازاریابی فیلم هم‌چنین گیسبون را قادر ساخت تا بر مقاومت مخاطبین نسبت به درجه R فیلم - به خاطر محتوای آشکارا خشن - فائق آمده و توانست ناسازگاری سنتی مخاطبان فیلم را به سمت نمایش فوق‌العاده آشکار و دراماتیک از اعتقاد به مسیحیت متمایل سازد.

6. Outreach





سرگرمی در خدمت آموزه‌های مذهبی

گرچه تعجب‌برانگیز نیست که فیلم‌های سینمایی دراماتیک می‌توانند تأثیرات آموزشی شدیدی بر مخاطبین داشته باشند، چنین پیامدها و نتایج اغلب از پیش برنامه‌ریزی نشده‌اند. در چند دهه گذشته گرایش به استفاده راهبردی از سرگرمی برای ارتقای اهداف آموزشی برنامه‌ریزی شده آشکار شده است. برنامه‌های پیش پا افتاده، رادیو و تلویزیون، موزیک و ویدیوها، نمایش‌ها، موسیقی فولکلور و فیلم‌های دراماتیک در سطح گسترده‌ای از اروپا، آفریقا، خاورمیانه، آسیا و آمریکای لاتین و در سطح محدودتری در ایالات متحده برای کاهش سرایت ویروس ایدز، افزایش سواد، ارتقای سطح آموزش بزرگسالان، کاهش مصرف مواد مخدر و الکل، ارتقای وضعیت زنان و آموزش مردم برای زندگی سالم استفاده شده‌اند. پژوهشگران علم ارتباطات آثار آموزشی رسانه سرگرم‌کننده را در دهه گذشته به صورت مستند درآورده‌اند. جریان ترکیب سرگرمی و آموزش به منظور ایجاد تغییرات اجتماعی، مسئله‌ای نو به حساب نمی‌آید بلکه رد پای تاریخی آن به هنر قصه‌گویی و داستان‌سرایی می‌رسد. در کشورهای که سنت شفاهی حکم‌فرما است، داستان‌های عامه با پیام‌های اخلاقی، جزء لاینفک آموزش غیر رسمی مردم به حساب می‌آیند. یکی از تأثیرات مهم رسانه سرگرم‌کننده، ترویج آموزه‌های دینی و مذهبی هستند. به



عنوان مثال، هنر، طی قرن‌ها از سرگرمی به عنوان ابزاری برای آموزش‌های اخلاقی مردم استفاده کرده است.

با وجود گسترش سریع خدمات تلویزیونی و ویدیویی، فیلم‌های سینمایی همچنان قالب رایج و محبوب سرگرمی در کشورهای مختلف هستند. فیلم‌ها جدای از انگیزهای مالی و فروش فیلم‌های سینمایی تجاری، به ندرت درون‌مایه‌های آموزشی را به زوشی آگاهانه ارتقا می‌دهند. درون‌مایه‌های آموزشی معمولاً ساخته‌ی جاذبه‌ی سرگرم‌کننده فیلم هستند. از برخی مثال‌های قابل توجه می‌توان به فیلم‌های *فریاد آزادی*^۷ - درباره‌ی رژیم آپارتاید در آفریقای جنوبی - *گوریل‌ها* در غبار^۸ - درباره‌ی حفاظت محیط‌زیست - *می‌سی‌سی‌پی در آتش*^۹ - درباره‌ی جنبش شهروندی در جنوب - *فرزندان خدای کوچک‌تر*^{۱۰} - درباره‌ی ناتوانی‌های فیزیکی مردم - *فهرست سینلر* - درباره‌ی هولوکاست - *فیلادلفیا* - درباره‌ی ایدز - اشاره کرد. چندین فیلم‌ساز هوشیارانه استراتژی سرگرم‌کننده/آموزشی را در فیلم‌های خود به کار برده‌اند. در ایالات متحده، رندال فردریک تولیدکننده فیلم *در کس آنجلس* چندین فیلم سرگرم‌کننده را با موضوع‌های مصرف‌الکل و مصرف مواد مخدر تولید کرده است. در دهه‌ی اخیر، وزارت دفاع آمریکا بر روی فیلم‌هایی با مضمون جلوگیری از ایدز برای نظامیان آفریقای شرقی برنامه‌ریزی کرده است. این فیلم‌ها بیانگر

7. Cry Freedom,
8. Gorillas in the Mist
9. Mississippi Burning
10. Children of a Lesser God

داستان‌هایی دراماتیک دربارهٔ سربازان کنیایی و تانزانایی است که در یک محیط مخاطره‌انگیز سعی در دفاع از خود در برابر ایلز را دارند.

حرف‌های رسانه و پژوهشگران علوم ارتباطات بر روی محصولات سرگرم‌کننده/آموزشی کار کرده و نظرات متفاوتی بیان کرده‌اند. این نظریات شامل تئوری شناخت اجتماعی (باندورا، ۲۰۰۳) نظریهٔ تعامل فرا اجتماعی (هورتون و وول، ۱۹۵۶) تئوری هویت (کلمن، ۱۹۶۲) تئوری ناخودآگاه جمعی (یونگ، ۱۹۷۰)، تئوری منز تثلیث^{۱۱} (مکلین، ۱۹۷۳) تئوری کلیشه‌ها و صور نوعی (سابیدو، ۱۹۸۹) و تئوری رتبه‌بندی مدل تأثیرات (مک‌گوایر، ۲۰۰۱) می‌شود.

در مطالعهٔ مصائب مسیح ما از تئوری مدل ارتباطات متقاعدسازی مک‌گوایر به عنوان چهارچوب نظریه برای کاوش واکنش مخاطبین به فیلم استفاده می‌کنیم.

مک‌گوایر و مصائب مسیح

مک‌گوایر (۲۰۰۱) سیزده سطح و مرحله از تأثیرات یک پیام را تصور می‌کند. او با پایین‌ترین سطح تأثیر، یعنی در معرض پیام قرار گرفتن، این تقسیم‌بندی را آغاز و با بالاترین سطح تأثیر، یعنی تغییر دادن رفتار دیگران مطابق با رفتاری که پیام به دفاع از آن می‌پردازد، تقسیم‌بندی را به پایان می‌برد. این الگو پیش‌بینی می‌کند که هر چقدر تأثیرات پیام قوی‌تر باشند، تعداد افرادی که تحت تأثیر قرار می‌گیرند کاهش می‌یابد به علاوه افراد بسیار بیشتری در معرض پیام قرار می‌گیرند تا این که آن را درک کنند و افراد بسیار بیشتری پیام را به یاد خواهند آورد تا این که رفتار خود را در واکنش به پیام تغییر دهند. پیام‌های آموزشی و قانع‌کننده به طور معمول تأثیر عمیق‌تری بر آگاهی، تمایل و تغییر نگرش مخاطبان داشته و تأثیر جزئی‌تری بر تغییر رفتار آنان در بلندمدت دارد. در این مطالعه بر تأثیرات متوسط پیام فیلم مصائب مسیح به خصوص واکنش‌های شناختی و انفعالی مخاطبین متمرکز می‌شویم.

پرسش‌های تحقیق^{۱۲}

بر مبنای اهداف از پیش بیان‌شده و چهارچوب نظری مورد بحث در این تحقیق، ما چندین پرسش و فرضیهٔ تحقیقی را برای ارزیابی و واکنش مخاطبین فیلم مصائب مسیح مطرح می‌کنیم.

۱. دلایل اصلی مردم برای تماشای فیلم مصائب مسیح چیست؟

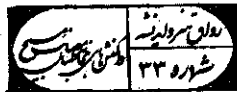
بر مبنای استراتژی سرگرم‌کننده/آموزشی، ما از بینندگان فیلم دربارهٔ ارزیابی آن‌ها از ارزش‌های سرگرم‌کننده یا آموزشی فیلم تحقیق به عمل آوردیم.

۲. بینندگان فیلم مصائب مسیح تا چه مقدار آن را هم سرگرم‌کننده و هم آموزشی یافتند؟

یکی از فرض‌های معمول دربارهٔ پیام‌هایی که یک سری عقاید خاص را ترویج می‌کنند این است که مردم طالب محتویات رسانه‌ای هستند که عقاید موجود را تحکیم و تقویت کند.

11. MacLean's (1973) Triune Brain theory

۱۲. تحلیل دیگری برای مطالعه واکنش مخاطبین به فیلم از طریق پرسش‌نامه و ارزیابی آن‌لین صورت گرفته این طرح تحقیق وسیله کار آمدی را فراهم ساخت که حجم وسیعی از اطلاعات را در مدتی کم گردآوری کرد. این ارزیابی در سایت کوجل در مدت ۸ هفته از اکتبر رسمی فیلم مصائب مسیح در سینماهای آمریکا در اواخر فوریه ۲۰۰۴ اجرا شد.



۳. آیا فیلم مصائب مسیح ایمان و عقیده آن‌هایی که خودشان را پیرو مسیح می‌دانند تحکیم و تقویت کرده است؟

همان‌طور که اشاره شد، تعداد قابل توجهی از پوشش رسانه صرف بحث‌های متفاوت درباره فیلم شد. این بحث‌ها شامل اتهاماتی مانند خشونت افراطی در فیلم، ضد یهود بودن آن و عدم به تصویر کشیدن چهره‌ای حقیقی از مسیح می‌شود.

۴. آیا بینندگان فیلم مصائب مسیح، آن را همان قدر که پوشش رسانه‌ای به تصویر کشیده بود جدال‌آمیز تلقی کردند؟

فرضیه‌های تحقیق

بر مبنای نتایج تحقیقات اولیه مبنی بر این که تعداد قابل توجهی از بینندگان دو بار فیلم را تماشا می‌کنند، تصمیم گرفتیم این پیش‌بینی خود را - که افزایش در معرض فیلم قرار گرفتن به افزایش تأثیرات آن منجر می‌شود - به آزمایش بگذاریم

فرضیه ۱: مشاهده بیشتر فیلم، مصائب مسیح، مولد درجه بیشتری از تأثیر معنوی بر روی بینندگان فیلم خواهد بود.

فرضیه ۲: مشاهده بیشتر فیلم مصائب مسیح، موجب افزایش چشمگیر فعالیت‌های معنوی از پیش هدفمند در واکنش به فیلم خواهد شد.

هم‌چنین انتظار داشتیم کسانی که خودشان را به عنوان مسیحیان معتقد و پیرو معرفی می‌کنند، واکنش‌های مثبت‌تری نسبت به آنان که عقاید مسیحیت را دنبال نمی‌کنند، نشان دهند. ۳ مقایسه مرتبط در میان این دو گروه انجام گرفت.

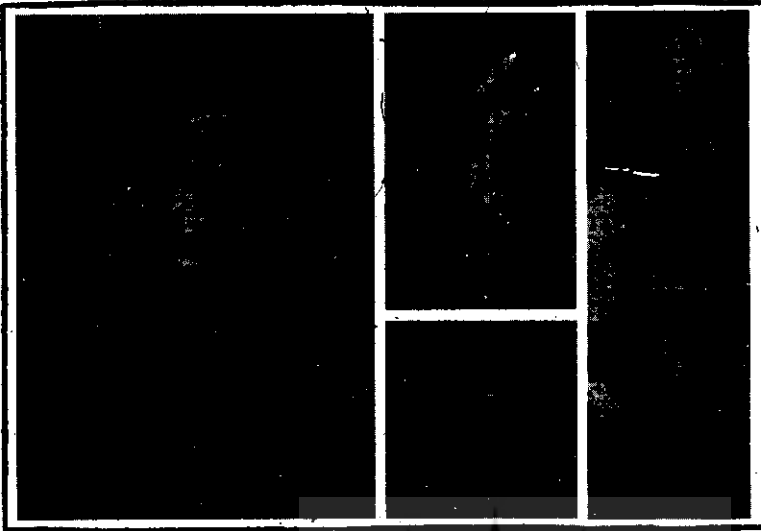
فرضیه ۳: بینندگان فیلم مصائب مسیح که خود را غیر مسیحی معرفی کردند، بیشتر منتقد فیلم خواهند بود تا مسیحیان پیرو و معتقد.

فرضیه ۴: بینندگان فیلم مصائب مسیح که خود را مسیحیان پیرو معرفی کردند، نسبت به آنان که خود را غیر مسیحی معرفی کردند، از تأثیر معنوی بیشتر فیلم بر زندگی خود صحبت می‌کنند.

فرضیه ۵: بینندگان فیلم مصائب مسیح که خود را مسیحیان پیرو معرفی کردند در مقایسه با آنان که خود را غیر مسیحی معرفی کردند، فیلم را دارای کیفیت بالاتری خواهند دانست.

فرآیند نمونه‌گیری و مشخصه‌های الگویی

جامعه آماری شامل ۱۸۳۲ پاسخ‌دهنده بود که در یک صفحه اینترنتی تبلیغی به میزبانی گوگل گزینش شده بودند. پاسخ‌دهندگان دعوت شده بودند تا در یک ارزیابی آزاد از فیلم مصائب مسیح شرکت کنند و به آن‌ها اطمینان داده شده بود تا هویتشان مخفی بماند. با یک بار کلیک پاسخ‌دهندگان بر روی نشانی سایت در تبلیغات، ارزیابی آن‌ها به صفحه ارزیابی که توسط دانشگاه ویرجینیا به عنوان خدمتی به محققان ایالات متحده ارائه شده متصل می‌شد. هیچ اسمی در

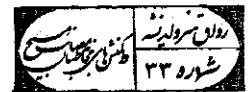


ارزیابی‌ها ذکر نمی‌شد. ارزیابی‌های تکمیل‌شده توسط تیم تجزیه و تحلیل آماری مورد تحلیل قرار می‌گرفتند.

۶۱/۷٪ جامعه آماری را زنان تشکیل می‌دادند. سن شرکت‌کنندگان متغیر بود که اکثر پاسخ‌دهندگان را دسته‌های سنی بالا تشکیل می‌دادند. ۳٪ کوچکتر از ۱۸ سال، ۱۲/۱٪ بین گروه سنی ۱۸ تا ۲۵ سال، ۳۲/۹٪ بین ۲۶ تا ۴۰ سال، ۴۴/۶٪ بین ۴۱ تا ۶۰ سال، ۷/۴٪ ۶۱ سال و بالاتر بودند. وضعیت تاهل نیز متغیر بود. ۹/۲۵٪ مجرد و ۶۱/۳٪ متأهل، ۱/۶٪ زندگی مشترک، ۱/۷٪ بیوه و ۹/۵٪ مطلقه بوده و از یکدیگر جدا شده بودند. ۴۴/۲٪ نیز فرزندان زیر ۱۸ سال داشتند. سوابق و زمینه‌های فرهنگی، سیاسی و تحصیلی جامعه آماری نیز کاملاً گوناگون بود. ۸۲/۱٪ سفیدپوست، ۵/۶٪ اسپانیایی - آمریکایی، ۵/۶٪ آفریقایی - آمریکایی (سیاه‌پوست)، ۲/۵٪ درصد آسیایی - آمریکایی و ۴/۲٪ از دیگر اقلیت‌های نژادی بودند. از نظر سطح تحصیلات، ۳/۱٪ دوره دبیرستان را تکمیل نکرده بودند. ۱۰/۳٪ دبیرستان را تکمیل کرده بودند. ۱۰/۹ درصد آن‌ها تعدادی واحدهای دانشگاهی را گذرانده، ۳۱/۳٪ لیسانسه، ۲۴/۴٪ هم بالاتر از لیسانس بودند. از لحاظ وابستگی سیاسی ۳۶/۶٪ خود را محافظه‌کار، ۲۸/۳٪ میانه‌رو و ۸/۱٪ لیبرال معرفی کرده بودند. درآمد خانوار شرکت‌کنندگان نیز متغیر بود که اکثر شرکت‌کنندگان در دسته درآمدی بالایی قرار داشتند.

در نهایت عقاید مذهبی نیز متغیر بودند. گرچه ۹۱/۸٪ جامعه آماری بر دین مسیحیت اتفاق داشتند، ۴/۱٪ هیچ دینی نداشته و ۴/۱٪ درصد به دین یهود، مورمونی، اسلام و دیگر عقاید گروه‌های کوچکتر دینی گرایش داشتند.

۱۲. منظور، شکلی از زندگی غیرشرعی است که در آن بدون جاری شدن خطیه عقد مسیحی دو تن با یکدیگر و زیر یک سقف زندگی می‌کنند. البته مراد نویسنده می‌تواند نوعی زندگی پس از متارکه هم باشد که در آن عملاً زن و شوهر دیگر با یکدیگر پیوندی ندارند ولی تا مدتی با هم و زیر یک سقف زندگی می‌کنند. شکل‌هایی از زندگی مدرن قرن بیستمی!! (م)





به طور خلاصه، نمونه بسیار متغییر بود ولی به طور کلی بیشتر شرکت کنندگان، تحصیل کرده و سطح درآمدشان از حدود متوسط یک آمریکایی بالاتر بوده و حدود سه پنجم مونت بوده‌اند. گرچه جمعیت کلی و جمعیت مردمی که از اینترنت استفاده می‌کنند، متفاوت است ولی این دو گروه روزبه‌روز در ایالات متحده یکسان‌تر می‌شوند و جمعیت کاربران اینترنت تحصیل کرده‌تر و ثروتمندتر از میانگین آمریکایی آن است.^{۱۴}

تجزیه و تحلیل آماری^{۱۵}

پرسش‌ها

درباره اولین پرسش تحقیق (دلایل اصلی مردم برای تماشای فیلم مصائب مسیح) دلیل ارائه شده توسط ۴۶٪ پاسخ‌دهندگان، معنویت شخصی بوده است. ۳۰٪ از پاسخ‌دهندگان علاقه به داستان فیلم را دلیل خود برای تماشا ذکر کرده‌اند. سومین دلیل متداول (فقط ۷٪) این بود که پاسخ‌دهندگان نسبت به فیلم کنجکاو بوده‌اند. ۳٪ فیلم را به توصیه دیگران تماشا کرده بودند و ۲٪ به خاطر علاقه به کارگردان آن. ۱۰٪ به علل مختلف دیگر به تماشای فیلم پرداختند.

درباره دومین پرسش تحقیق (بینندگان فیلم مصائب مسیح تا چه مقدار آن را هم سرگرم‌کننده و هم آموزشی یافتند)، اکثریت پاسخ‌دهندگان معتقد بودند که با دیدن فیلم بر دانش آن‌ها درباره مسیح افزوده شده است. البته درصد اندکی، فیلم را بسیار سرگرم‌کننده دانستند ولی عمده مخاطبان پاسخ دادند که فیلم کامل مرا جلب کرد.

در بررسی سومین پرسش تحقیق (آیا فیلم مصائب مسیح ایمان و عقیده آن‌هایی که خودشان را پیرو مسیح می‌دانند، تحکیم و تقویت کرده است؟) بینندگان فیلم اذعان کرده‌اند که فیلم باعث تحکیم عقاید مسیحی آنان شده است.

۱۴. با وجود این مطلب که مردان بیشتر از زنان از اینترنت استفاده می‌کنند این حقیقت که زنان در لوزیلهی مصائب مسیح بیشتر از مردان شرکت کرده‌اند، تمایزی جالب توجه است.

۱۵. همگی تحلیل‌های آماری به وسیله نرم‌افزار SAS نسخه ۹ انجام گرفته‌اند.

مجادلات و مباحث همراه فیلم، در پرسش چهارم تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نشان دادند که انتقادهای در سطح بسیار پایینی بوده است. همچنین اکثریت پاسخ‌دهندگان به شدت این احساس را داشتند که رسانه‌های خبری درباره جدال برانگیز بودن فیلم به شدت اغراق کرده‌اند و اقلیتی از نمونه عنوان کردند که پوشش رسانه خبری از فیلم کاملاً صحیح بوده است.

فرضیه‌ها

اولین فرضیه پیش‌بینی می‌کرد که مشاهده بیشتر فیلم موجب ایجاد درجه بیشتری از تاثیر معنوی ادراک‌شده از فیلم خواهد شد. نتایج تحلیل از این فرضیه حمایت می‌کند.

فرضیه دوم پیش‌بینی می‌کرد مشاهده بیشتر فیلم، باعث ایجاد درجه بیشتری از فعالیت‌های معنوی هدفمند در واکنش به فیلم خواهد شد. این فرضیه نیز در نهایت توسط تحقیق تایید شد.

این پیش‌بینی که غیر مسیحیان، بیشتر منتقد فیلم خواهند بود تا خود مسیحیان، توسط تحقیق ثابت شد. البته هیچ کدام از دو گروه فیلم را خیلی جدال برانگیز نخواندند.

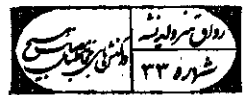
فرضیه چهارم پیش‌بینی می‌کرد که بینندگان فیلم که خود را مسیحیان پیرو می‌دانند در مقایسه با دیگر مسیحیان به این نکته که تاثیر معنوی بیشتری در زندگی آنان داشته اقرار خواهند کرد. نتایج این فرضیه را حمایت کردند. با این حال اکثریت پاسخ‌دهندگان از هر دو گروه، احساس کردند که فیلم از نظر معنوی بر آنها تاثیر داشته است.

آخرین نظریه پیش‌بینی کرد که بینندگان فیلم که خود را مسیحی معرفی کرده‌اند، فیلم را از کیفیت بالایی برخوردار می‌دانند. در نهایت هر دو گروه فیلم را از کیفیت بالایی برخوردار دانسته‌اند؛ البته با درجات متفاوت.

بحث نهایی

نتایج تحقیقات ثابت کرد که یک فیلم به تنهایی می‌تواند تاثیر قابل توجهی هم بر افراد هم بر جامعه داشته باشد. مصائب مسیح حجم عظیمی از توجه بسیاری رسانه‌ها را به خود جلب کرد که باعث بحث عمومی درباره فیلم شد. هم مسیحیان و هم غیر مسیحیان فیلم را آموزشی و جذاب ارزیابی کردند. هر دو گروه همچنین عنوان کردند که فیلم بر روی آنها تاثیر معنوی داشته است. گرچه آنها که پیرو دین مسیحیت بودند، بیشتر منتقد بودند و آن را هم چون مسیحیان از کیفیت بالایی برخوردار نمی‌دانستند. با این حال اکثریت پاسخ‌دهندگان بدون در نظر گرفتن عقیده و دین‌شان، فیلم را مثبت ارزیابی کردند. برای مسیحیان سخت بود تا بیان کنند فیلم سرگرم‌کننده بوده است که این مسئله به خاطر پایین بودن سطح تمایل جامعه به این مطلب بود.

با این که فیلم توجه مسیحیان را بسیار جلب کرد اغلب آنها شکنجه بی‌رحمانه و اعدام شدن وحشیانه مسیح را سرگرم‌کننده نخواندند. همچنین بسیاری از مسیحیان نسبت به اصطلاح سرگرم‌کننده نظر منفی دارند.



با وجود این شکنجه‌ها، فیلم گیسون نمونه کاملاً موفق از فیلم‌های سرگرم‌کننده آموزشی بود. فیلم هدفی به وضوح آموزشی داشت تا بیننده را قادر سازد درک کند مسیح در مدت ۱۲ ساعت آخر عمر خود چه چیزهایی را تحمل کرده و در برابر آن طاقت آورده است. مصاحبه‌هایی که با گیسون صورت گرفت این مطلب را که او هدفمندانه قصد داشته تا فیلم تاثیر آموزشی و متقاعدکننده بر روی مخاطبین داشته باشد، شفاف می‌سازد. موفقیت برجسته فیلم در گیشه می‌تواند تا حدودی با تاثیرات معنوی و احساس قوی آن روشن گردد.

تحقیق ما نشان می‌دهد که حتی در مدت دو هفته اول نمایش فیلم در سینماها، بسیاری از بینندگان، فیلم را بیش از یک بار تماشا کردند. برای آن‌هایی که فیلم را بیش از یک بار دیدند مشاهده بیشتر فیلم، تاثیرات عمیق‌تری را به همراه داشته است. گمان می‌کنیم بسیاری از مردم که فیلم را دو بار یا بیشتر دیدند، دیگران را با خود برای مشاهده فیلم به سینما می‌بردند. موفقیت کلی تجار مصائب مسیح و واکنش مخاطبین به فیلم آن‌طور که در این تحقیق منعکس شده است، ثابت می‌کند که در یک فضای فرهنگی معتدل، عرضه فیلم‌های دراماتیک به شکل وسیع می‌تواند به عنوان وسیله‌ای برای همراه کردن سرگرمی هنری و پیام‌های آموزشی پرمفz کاربرد داشته باشد.

مل گیسون در مصائب مسیح ثابت می‌کند که فیلم‌های سیشامی در عین ترسیم وقایع ادوار تاریخی، می‌توانند هم جنبه سرگرم‌کننده و هم آموزشی داشته باشند. مصائب مسیح و استراتژی بازاریابی آن با وجود مباحث و مجادلات پیرامون فیلم، مخاطبان زیادی را جذب و بر آن‌ها تاثیر گذاشت. همانطوری که در نتایج این تحقیقات از مخاطبان مهم نشان داده شده.

اثبات این مطلب که دین، سرگرمی و آموزش می‌توانند به طور موفق با هم ترکیب شوند و در قالب یکی از محبوب‌ترین و قدرتمندترین ابزار ارتباطی روز (فیلم سینمایی) بر مخاطبان تاثیر بگذارد، تحولی پر معنا برای سلازمان‌های مذهبی، صنایع سرگرمی‌ساز و... به همراه داشته است. تحقیقات آتی می‌بایست کاوش و بررسی تاثیرات آموزشی و متقاعدکننده فیلم‌ها، به خصوص آن‌ها که اهداف سرگرم‌کننده آموزشی در ذهن دارند، را ادامه دهد.

موفقیت مصائب مسیح بدون شک در آینده منجر به تولید آثار سینمایی بیشتری خواهد شد که محتوا و زمینه مذهبی را به نمایش درآورده و فرصت‌های جدیدی را برای محققین دینی و علوم ارتباطات فراهم می‌سازد.

این مقاله با نام (Audience Responses to The Passion of the Christ) از منبع زیر برداشت، تلخیص و ترجمه شده است:
JOURNAL OF MEDIA AND RELIGION, 6(2), 2007

• منابع در دفتر ماه نامه موجود است .

