



جایگاه روش تحلیل محتوایی در سینما

غلامرضا آذری

مقدمه: تعریفهای روش تحلیل محتوا

از روش تحقیقی تحلیل محتوا تاکنون تعریفهای متعددی شده است؛ از اینرو جهت آشنایی بیشتر به اختصار مروری بر این تعریفها خواهیم داشت:

کارت رایت از محققان ارتباطات می‌گوید: «روش تحلیل محتوا و رمزگذاری آن به طور متبادل پذیری برای ارجاع توصیف عینی، منتظم و کمی رفتارهای نمادین مطرح می‌شود.»

موریس دوورژه می‌گوید: «تحلیل محتوا، شکل ویژه‌ای از معناشناختی کمی است؛ این شکلی ساده و موجز؛ و نتیجه‌هایی که از این روش بدست می‌آید سطحی از شیوه تحلیل درونی است، تحلیل محتوا کمتر به سبک متن و بیشتر به فکری که در آن (متن) بیان شده است، توجه دارد.»

چارلز رایت جامعه‌شناس امریکایی در کتابی با عنوان چشم‌انداز جامعه‌شناختی رسانه‌های گروهی می‌گوید: «روش تحلیل محتوا، شرح طبقه‌بندی و نظام یافته محتوای ارتباطات بر حسب تعیین مقوله‌هایی است که به

طور معمول از قبل تعیین شده و ممکن است که بررسی به شکل کیفی یا کمی باشد.» لوتان کوی معتقد است: «تحلیل محتوا، همان طور که از نام آن پیداست، در صدد روشن کردن محتوای واقعی یک پیام کلامی یا غیرکلامی، و نیز تا حدی عوامل تعیین کننده و آثار این پیام است.»

رابرت وبر در کتاب *تحلیل محتوای شالوده‌ای*، معتقد است: «تحلیل محتوا یک روش تحقیق است که از مجموعه‌ای از رویه‌ها برای ساختن نتایجی از متن (ارتباطی) استفاده می‌کند.» کلاس کرپیندرف در کتاب *تحلیل محتوا، با مقدمه‌ای بر روش‌شناسی* می‌گوید: «تحلیل محتوا یک روش تحقیق برای دوباره‌سازی، و دستیابی به نتایج معتبر از داده‌های زمینه و متون ارتباطی است.»

گایدو استمپل و همکارش در کتاب *روشهای پژوهش در ارتباط جمعی* معتقدند که «روش تحلیل محتوا یک روش تحقیقی است که به محتوای ارتباطات جمعی توجه دارد و بیشتر کیفی و توصیفی شناخته می‌شود تا کمی و مقداری.»

این نمونه‌های منتخب تعاریف قدیم و جدید روش تحلیل محتوا، نشان می‌دهند که در کنار توافقی مُصرانه درباره بعضی از ویژگیهایی چون کمیت، کیفیت، انتظام، جامع بودن، توصیف، تشخیص و... پیامهای ارتباطی در رسانه‌ها، میان صاحب‌نظران و اندیشمندان عرصه ارتباطات تمایل محسوس وجود دارد و همگی، این روش را ابزار پژوهش مفیدی برای شناخت هر چه بیشتر محتوای وسایل ارتباط جمعی، محسوب می‌کنند.

مفهوم تحلیل محتوا در سینما

«آیا ارتباط گران می‌توانند به خوبی در درون گیرنده پیام نفوذ کنند و بفهمند که چگونه باید هر پیامی را، دریافت کنند و یا بدان پاسخ دهند؟ آیا در شکل دادن و برجسته‌سازی و نحوه ارائه پیام، آن مهارت را دارند که پیام در شرایط مطلوب و بهینه به گیرنده برسد و به سرعت توسط وی رمزگشایی شود؟ بله، کارکرد تحلیل محتوا در سینما بدین معناست؛ یعنی همان طور که تحلیل دیگر وسایل ارتباطی ما را به هویت واقعی پیام آشنا می‌سازد، تحلیل محتوا در پیامهای ارتباطی فیلمهای سینمایی هم چنین عمل می‌کند؛ اما در چارچوب روش علمی. تجزیه و

تحلیل محتوا در سینما، بسیار سودمند، آسان و در عین حال پیچیده است. چراکه بستگی به شرایط بسیاری دارد. به عنوان مثال: چرا این فیلمساز (فرستنده پیام) بایستی بررسی شود؟ (رسیدن به یک چارچوب نظری مشخص). این کارگردان در ارائه پیام خود چه می‌گوید؟ (طرز فکر فرستنده پیام بر روی مخاطب بررسی و ارزیابی می‌شود). آیا او از وسیله ارتباطی خود که سینما باشد، به نحو مطلوب برای ارائه پیامش بهره گرفته است؟ (شناخت هر چه بیشتر سینما در قالب فکری این کارگردان به عنوان یک رسانه). این کارگردان یا فیلمساز با چه دسته از مخاطبان سر و کار دارد؟ (تماشاگران آثار او را جوانان تشکیل می‌دهند و یا طیف دیگری از مخاطبان).

آثار این کارگردان چه تأثیراتی به لحاظ اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و... بر روی تماشاگران دارد؟ وظیفه اصلی یک تحلیلگر محتوا آن است که جهت انجام تحلیل محتوا در سینما یا آثار سینمایی فیلمسازان به این سؤالات پاسخ گوید. بنابراین متوجه می‌شویم که تحلیل محتوا در سینما هم بدین راحتی نیست که خیلیها تصور می‌کنند؛ و در عین حال به عنوان یک روش تحقیقی، در نوع خود خیلی هم پیچیده عمل می‌کند. اصولاً برای یک تحلیلگر محتوا در سینما شناختن کارگردان (که تحلیلگر محتوا در صدد تحلیل آثارش است) اهمیت بسزایی دارد؛ زیرا در نظر او، کارگردان، در واقع یک نوع «گوینده» هم به نظر می‌آید، که باید در ارتباط با اشخاص مورد نظرش موفق شود.

گوینده باید توانایی ترکیب کردن و قالب‌بندی مقصود خود را داشته باشد و مطلب را چنان تنظیم کند که دریافت کننده بتواند آن را ضبط و درک و ارزیابی کند. گوینده باید از نوع و ساختمان پیام اطلاع داشته باشد و آن را در قالب تعریفها و اصطلاحات عرفی و قابل فهم شنونده بریزد تا اشخاصی که در این سطح درک هستند بتوانند گفته او را بفهمند.»

تحلیلگر محتوا در سینما به محتوای 'انتقال معنی' توجه شایانی دارد. او می‌داند که یک فیلمساز برای آنکه در ارتباط خود با مخاطب موفق شود؛ بایستی نحوه انتقال معانی پیام خود را طبقه‌بندی کند و آنها را در شرایط ویژه‌ای به کار گیرد تا اثر اصلی خود را گذارده باشد. بدین ترتیب در نحوه انتقال معنا هفت مرحله اساسی وجود دارد:

۱) فکر در سر گوینده (در سینما کارگردان یا فیلمساز)
۲) تبدیل فکر به تصور ذهنی از راه دستگاه تعیین ارزش گوینده (در سینما چارچوب داستان)
۳) تبدیل تصور ذهنی به نماد شنیداری یا دیداری (در سینما نشانه‌شناسی و زیباشناسی)
۴) دریافت پیام شنیداری یا دیداری (در سینما علائم و نشانه‌های دیداری)
۵) تبدیل مجدد پیام به نماد از صورت فیزیکی به صورت نمادی یا سمبلیک (در سینما ارتباطات تصویری)
۶) ایجاد تصویر ذهنی در شنونده یا مخاطبان (در سینما اثرگذاری تصاویر خاص)
۷) تبدیل تصور ذهنی شنونده به فکر و مرحله تعیین ارزش مجدد و دریافت مقصود گوینده (در سینما ارتباط با کارگردان) در هر صورت، تحلیل محتوا در جامعه‌شناسی و سایل ارتباط جمعی بسیار ضروری است؛ زیرا بررسی اثرات این وسایل باید از شناخت دستکم تقریبی پیامهایی که ارسال می‌دارند، آغاز شود. مطالعه اثرات سینما بر خشونت، مستلزم دانستن میزان خشونت موجود در برنامه‌ها و فیلمهاست. با این همه بسیاری از جامعه‌شناسان، برای تحلیل محتوا اهمیتی مفراط قائل شده‌اند. در این مورد مک لوهان بدرستی متذکر می‌شود که محتوای واحد در هر یک از وسایل ارتباط جمعی، اثری متمایز بر جای می‌گذارد. به عنوان مثال، یک فیلم زمانی که در سالن سینما به نمایش گذاشته می‌شود، اثراتی متمایز بر جای می‌گذارد.

ادگار مورن به عنوان یکی از پژوهشگران تحلیل محتوا در سینما نیز چنین می‌نویسد: «پژوهشگران از این پاسخها (جوابهایی که زندانیان از تأثیر فیلمها بر روی خودشان به مصاحبه‌گران داده بودند؛ به نظر آنان فیلمها حدود نود درصد از خیالپردازیهای روزانه‌شان را اشغال می‌کرد؛ فقط ده درصد معتقد بودند که سینما مستقیماً آنها را به بزهکاری رهنمون ساخته است.) چنین نتیجه گرفتند که سینما نقش بزرگی در زندگی بزهکاران ایفا می‌کند؛ و حتی راهنماییهایی فنی هم برای انجام کارهای ناشایست آنان فراهم می‌سازد؛ ولی بندرت تمایلی در آنها برای بزهکاری بوجود می‌آورد».

ادگار مورن از جنبه علم تحلیل محتوا در سینما، به عنوان

اساس شناخت شناسی فیلمها یاد می‌کند. او در این رابطه، برای مخاطبان و چارچوب محتوای آثار سینمایی نظام ستاره‌سازی را به میان می‌آورد. ادگار مورن، مراحل اساسی این پدیدار را در صنعت سینما چنین خلاصه می‌کند:

۱) بررسی چهره‌ها و نیمرخها به وسیله افراد متخصص (انتخاب، معاشرت، گرفتن عکس و ثبت مشخصات)
۲) آراستن، رعایت اصول زیبایی (دیدن دوره آموزش، تکرار)
۳) نقشهای کوچک نمایشی (به عنوان واحدهای تحلیل مشخص می‌شود)
۴) احتمالاً مدل عکاسی شدن برای روی جلد مجلات (تحلیل محتوای عکسها و تصاویر)
۵) چاپ خبر در مجلات درباره ستاره درجه دومی که کم‌کم نامش بر سر زبانها می‌افتد
۶) انعکاسهای غیرعادی، نامه‌های علاقمندان (تحلیل محتوای نامه‌ها)
۷) ایفای نخستین نقش بزرگ (تحلیل محتوای بازیگران معروف سینما)

در این مورد آخر، در صورت تأیید نهایی، ستاره تازه سینما پا به میدان می‌گذارد.

آرتور آسبرگر، استاد و محقق رشته علوم ارتباطات، در ارتباط با روش تحقیقی تحلیل محتوا می‌گوید: «تحلیل محتوا کوششی است برای آموختن چیزی درباره مردم از طریق بررسی موضوعی که می‌نویسند؛ یا به صورت برنامه تلویزیونی عرضه می‌کنند و یا درباره‌اش فیلم می‌سازند. تحلیلگران محتوا بر این عقیده‌اند که الگوهای رفتاری، ارزشها و نگرشهایی که ضمن این گونه فعالیتها معرفی می‌شوند، هم بر رفتار، ارزشها و نگرشهای کسانی که آنها را می‌آفرینند، تأثیر می‌گذارد و هم از آنها تأثیر می‌پذیرند. خود او در جایی دیگر می‌نویسد: «به طور کلی وقتی به تحلیل محتوا می‌پردازیم، سعی می‌کنیم مقدار معنابهی مواد را برای بررسی فراهم آوریم و این کار را همواره با دید تطبیقی انجام می‌دهیم و باید تصمیم مهمی در این باره بگیریم که چه مقوله‌هایی را بررسی کنیم. مثلاً مسئله خشونت در برنامه‌های تلویزیونی را در نظر بگیریم. اگر بر آنیم تا محتوای خشونت را بررسی کنیم، ابتدا باید تشریح کنیم که مقصودمان از خشونت

چيست. آیا اهانت خشونت است یا تصادفاتی که باعث آسیبهای جسمی می‌شوند؟ آرتور آسابرگر واحد قابل اندازه‌گیری را همچون موريس دوورژه و بسیاری از محققان ديگر تحليل محتوا، جهت آثار تصویری سینما و تلویزیون واحد قابل اندازه‌گیری را مهم می‌دانند و آن را برای تلویزیون 'زمان پخش برنامه' و برای سینما 'طول فیلم به متر' (یا زمان فیلم یا کل داستان)، معرفی می‌کند.

پس از گذری اجمالی بر اصول و قواعد تحلیل محتوا و ارتباط آن با سینما، مراحل زیر را می‌توان به صورت استاندارد، روش تحلیل محتوای علمی جهت پژوهش در آثار سینمایی فیلمسازان یا کارگردانان (فرستندگان پیامها) معرفی کرد:

۱) طرح مسئله: بیان موضوع، چارچوب نظری، طرح اهمیت و ضرورت پژوهش فیلمساز یا کارگردان، نوع بررسی ثابت یا تحلیل دو فیلم به صورت مقایسه‌ای و...

۲) طرح سؤالات تحقیق: بر اساس اهداف، پرسشهای آغازین و خلاصه‌ای از داستان فیلم نقل شوند.

۳) تهیه و تدوین فرضیه یا فرضیات: بر اساس پرسشها، تدوین فرضیه و متغیرسازی و تعاریف عملی صورت می‌پذیرد؛ عناصر پیام، شکل و محتوا هم می‌تواند به عنوان فرض در نظر گرفته شود.

۴) سازماندهی تحلیل فیلم مورد پژوهش: مشخص ساختن محتوای آشکار و پنهان فیلم.

۵) رمزگذاری داستان فیلم: شخصیتها، بازیگران، در چارچوب داستان به عنوان واحد ضبط و متن در نظر می‌آیند.

۶) قواعد شمارش و تحلیل کمی و کیفی پیامهای فیلم: در این بخش فراوانی پیامها بر اساس شمارش آنها و معیار اندازه‌گیری زمان فیلم در نظر می‌آید و برای تبدیل آنها به کمیت، از روشهای آماری در صدگیری و خی دو یا ماتریس و... استفاده می‌کنیم و جهت انتقال آنها به تحلیل کیفی برای اثبات یارد فرضیات از مواردی چون نقدشناسی، و شناخت‌شناسی فیلم بهره می‌بریم.

۷) مقوله‌بندی فیلم مورد نظر: در این قسمت کدها و رده‌ها تحلیل بر اساس مواردی چون ارزشهای فیلم، فرهنگ فیلم، کنش متقابل فیلم و... در پرسشنامه معکوس وارد می‌شوند.

۸) استنباط از فیلم مورد پژوهش: در این حالت بر اساس

قطبهای تحلیل فیلم مورد نظر به ارزیابی فیلمها از جنبه‌های شخصی و گروهی می‌پردازیم و جهت اصلی هر فیلم را در وضعیت استنباط معلوم می‌کنیم.

۹) تجزیه و تحلیل و تفسیر از فیلمساز: باید گفت حساسترین بخش تحلیل محتوا در یک فیلم سینمایی همین قسمت است؛ چراکه اندیشه و طرز تلقی یک کارگردان از سینما به عنوان یک رسانه مشخص می‌شود.

۱۰) نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها: نتایج تحلیل محتوای آثار یا اثر مورد نظر سینمایی و همچنین ارائه پیشنهادها به کارگردان یا فرستنده پیام، آخرین قسمت یک تحلیل محتوای سینمایی محسوب می‌شود که در واقع بایستی با توجه بسیار به این قسمت پرداخت.

تحلیل محتوای جایگاه اجتماعی زن در فیلم مستند مرثیه گمشده ساخته خسرو سینایی

تاریخچه تحلیل محتوا

در پیامهای ارتباطی فیلمهای سینمایی

این بخش تاریخچه تحلیل محتوا در سینما به دو قسمت (۱) سینمای ایران و (۲) سینمای خارج قابل تقسیم است که در ارتباط با هر کدام اشاره‌ای مختصر خواهیم داشت:

الف) پیشینه تحلیل محتوای فیلمهای سینمایی در ایران:

در این ارتباط بایستی گفت که کشور ایران هیچ سهمی را در زمینه و چارچوب فیلمهای سینمایی به خود اختصاص نداده است؛ و به زبان ساده‌تر باید عنوان کرد که هیچ گروه تحقیقی یا تیم پژوهشی نیز هرگز فیلم سینمایی خاصی را از جنبه تحلیل محتوا بررسی نکرده است. رجوعی به بانک اطلاعاتی یا شبکه اینترنت مربوط به بخش پژوهشهای فیلمهای سینمایی ایران، این مطلب و بحث نگارنده را به عنوان یک دانشجو که دو سال تمام از وقت خود را در این مسیر تحقیقی گذرانده، تایید

خواهد کرد. اما این نکته را بایستی متذکر شد که تحلیل محتوا در زمینه پاره‌های فیلمهای ایرانی توسط برخی از دانشجویان یا استادان به صورت محدود، در دانشکده‌های صدا و سیما، هنرهای زیبا، سینما و تئاتر، آزاد اسلامی (واحد مرکزی در تهران)، انجام شده است که فقط جهت آموزش و یا رفع تکلیف بوده و هرگز به صورت جدی مطرح نشده است. یا اگر بعضی از استادان و صاحب‌نظران هم در گوشه و کنار این کشور (ایران)، کاری در این زمینه انجام داده‌اند، فقط جنبه شخصی داشته و اصلاً در فهرست تحقیقات رسانه‌ای نیامده است. این نکته هم با رجوع به فهرستگان ارتباطات (توصیفی - موضوعی) که محسنیان راد، مهرداد نیکنام، سیدفرید قاسمی، در دو جلد چاپ کرده‌اند، بسادگی تأیید می‌شود. به عنوان مثال، نگارنده یک کار تحقیقی مفصل در زمینه آثار کیمیایی از جنبه تحلیل محتوا به سرپرستی و راهنمایی دکتر سیدمحمد دادگران، در دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران مرکزی - بخش کارشناسی ارشد) انجام داد که فقط در همان چارچوب دانشگاه، و به صورتی دیگر در روزنامه‌ی خبر جنوب چاپ شد. در ایران اساساً در زمینه رسانه‌ها به غیر از سینما به این روش توجه زیادی شده است؛ اما اینکه چرا به رسانه سینما در این باره اهمیتی کمتر داده‌اند، شاید یکی از دلایل آن، نبود یک الگوی پژوهشی کلاسیک و علمی باشد. به هر صورت انتظار می‌رود که در آینده‌ای نه چندان دور در ایران از روش تحلیل محتوا برای سینما و به خاطر اثرات متعددش، استفاده‌های بیشتری شود.

ب) پیشینه تحلیل محتوای فیلمهای سینمایی در خارج:

در این رابطه بایستی گفت چون تولد علم تحلیل محتوا به صورت جدی به امریکا باز می‌گردد، بایستی توقع آن را هم داشت که اولین تحلیل محتوا بر روی رسانه سینما، در این کشور انجام شده باشد. اولین تحلیل محتوا بر روی رسانه سینما و برخوردش با جوانان و مخاطبانی از این دست، به سال ۱۹۳۳ برمی‌گردد که در آن هدف تحلیل محتوا شناخت هر چه بیشتر نفوذ تصاویر سینمایی بر روی مخاطبان بود. همه می‌دانند که این تحلیل محتوا زمانی انجام می‌گرفت که جامعه امریکا با یکی از عمیقترین بحرانهای اخلاقی، اجتماعی،

اقتصادی خود مواجه بود. در آن زمان حقوق‌دانان، مریبان و شخصیت‌های مذهبی از گسترش بزهکاری جوانان نگران بودند و گمان می‌رفت که سینما به عنوان یک رسانه، بیش از هر چیز مسئول چنین رفتار زودرسی در جوانان است.

پس از این تحقیق که در واقع پایه‌ای‌ترین الگوی تحلیل محتوا در سینما محسوب می‌شود؛ چهار پژوهش دیگر جزو بهترین تحلیل محتوا در آثار سینمایی صورت گرفت که هر کدام از دیدگاهی خاص، تحلیل محتوا در سینما را انجام داده‌اند. در ذیل اشاره‌ای مختصر به آنها خواهیم داشت:

اولین تحلیل محتوا در این چهار پژوهش، مربوط به بررسی‌ای است که ادگار دیل یکی از محققان ارتباطات و سینما، در سال ۱۹۳۵ تحت عنوان «محتوای فیلمهای سینمایی»، انجام داد. این تحقیق بسیار عمیق، سینما را به طور اساسی از جنبه محتوا ارزیابی کرده است. دومین تحلیل محتوا مربوط به بررسی دیگری است از دورتی جونز که یکی دیگر از محققان ارتباطات و سینماست. او در سال ۱۹۴۲ کار خود را تحت عنوان «تحلیل محتوای کمی فیلم سینمایی» بر روی آثار سینمایی هالیوود انجام داد. این تحقیق از جنبه آماری و ریاضی به اندازه و مقدار در محتوای فیلمها بسیار پرداخته است؛ مواردی چون ثانیه، دقیقه، ساعت و طول فیلم مدنظر محقق بوده است. سومین تحلیل محتوا مربوط به همین محقق است که آن را تحت عنوان «تحلیل محتوای فیلمهای جنگی هالیوود در سالهای ۴۴-۱۹۴۲» می‌شناسند. وی پژوهش خود را در این مجموعه فیلمها به مواردی چون موضوعات فیلمها، طرحها و شخصیتها، پرداخت و آنها را از دو جنبه مقولات آشکار و پنهان بررسی کرد. چهارمین و آخرین تحلیل محتوای شاخص در زمینه سینما، مربوط به محققان امریکایی لیتز و ولفنشتاین است که آن را در سال ۱۹۵۰ تحت عنوان «تحلیلی بر طرحها و موضوعات در فیلمهای سینمایی» انجام دادند. این محققان در پژوهش خود، بازیگران زن فیلمهای هالیوود را از جنبه‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی و تا حدودی نشانه‌شناختی، مورد تجزیه و تحلیل محتوای کیفی قرار دادند.

البته در ارتباط با فیلم و جامعه کتاب معروف چارلز استینبرگ استاد و محقق ارتباطات جمعی، شایان توجه است. این کتاب

تحت عنوان هنرهای ارتباطی با مقدمه‌ای بر رسانه‌های همگانی شناخته می‌شود و مروری مفصل بر محتوای رسانه سینما دارد، این اثر اشاره‌ای هم به محدود پژوهشهای سینمایی و محتوایی دارد.

چارچوب عملی طرح تحقیق

بیان موضوع و اهمیت آن

در هر پژوهش علمی، رجوع به چارچوب نظری از موارد اساسی است. از آنجا که بیان موضوع و اهمیت آن در ساختار همین چارچوب نظری می‌گنجد، باید اذعان کرد که روش تحلیل محتوا هم از این قانون مستثنا نیست. به هر صورت موضوع این نوشتار، بر روی یکی از آثار کارگردان سینما آقای خسرو سینایی متمرکز شده است. نگارنده به علت ساختار محکم داستان فیلم مرثیه گمشده و زحمات طولانی کارگردان جهت ساخته و پرداخته شدن اثر، آن را برگزید. نکته دیگر آنکه روش تحلیل محتوا می‌بایستی با پشتوانه‌های ذهنی متعدد انجام پذیرد؛ خصوصاً در زمینه فیلمهای سینمایی که ابزار اندازه‌گیری در آنها به ثانیه‌ها، دقیقه‌ها و ساعتها و حتی طول زمان کل فیلم و تقسیم آن به بخشهای کوچکتر، منجر می‌شود. در کل باید گفت اهمیت این موضوع یعنی «تحلیل محتوای جایگاه اجتماعی زن در فیلم مستند مرثیه گمشده» بیشتر به پیام و محتوای فیلم محدود می‌شود که یک بار مثبت اساسی برای مخاطب خود بدنبال می‌آورد. البته این اهمیت تا حدودی نزدیک به یک باور قطعی در خود کارگردان و طرز تلقی او نسبت به ساخت این فیلم، هم پنهان و در مواردی آشکار می‌نماید؛ چراکه او (خسرو سینایی) حدود ۱۳ سال از بهترین سالهای عمر خود را به طور جدی صرف ساختن این فیلم (ماندگار) می‌کند. در مقاله‌ای از خود کارگردان تحت عنوان «مرثیه گمشده هنوز گمشده است» چنین آمده است:

«سال ۱۳۴۹ بود، می‌خواستم درباره مشکلات یک خانواده معتقد مسیحی در ایران فیلمی بسازم. پسر بزرگ خانواده از دوستان قدیمی من بود و می‌دانستم که به دلیل معتقدات مذهبی‌اش در زندگی روزمره اجتماعی با چه مشکلاتی روبروست. با راهنمایی او به قبرستان مسیحیان در دولاپ



تهران رفتیم و باردیفهای فراوان قبرهای یکسان و بی‌شمار آوارگان لهستانی جنگ جهانی دوم برخورد کردم و همان روز داستان مشکلات خانواده معتقد مسیحی - به فراموشی سپرده شد و من و مرثیه گمشده، زندگی مشترکمان را شروع کردیم. حال که بیان موضوع و اهمیت آن برای تحلیل محتوا، معین شد، نگارنده لازم می‌داند، شناسنامه‌ای از این فیلم و خلاصه‌ای از شرح داستان، ارائه دهد.

مرثیه گمشده

محصول سازمان تلویزیون ملی ایران (سیمای جمهوری اسلامی)؛ مدت ساخت از ۱۳۵۰ تا ۱۳۶۲. تهیه شده در مرکز خدمات صنایع فیلم ایران؛ کارگردان، محقق، نویسنده فیلمنامه: خسرو سینایی. فیلمبرداران: اسماعیل امامی، فریدون قوانلو، هوشنگ زند و واتوش وارطانیان. دستیاران:

مصطفی حضرتی و کاظم بیاتی؛ موسیقی متن: خسرو سینایی. صدا: علی اصغر وکیلی و ابوالفضل پروانی؛ تدوین: فریده عسکری، قطع فیلم: ۱۶ م.م رنگی. زمان فیلم: ۹۵ دقیقه (برای تحلیل محتوای این فیلم کل زمان و طول فیلم مدنظر بوده است.)

خلاصه داستان فیلم:

سیصد تا چهارصد هزار لهستانی مهاجر، در سالهای ۱۹۴۱-۴۲ میلادی، به هنگام جنگ جهانی دوم از سیبری و از طریق دریای خزر به بندر انزلی وارد شدند؛ چند سالی در شهرهای مختلف ایران در اردوگاهها زندگی کردند؛ سپس به نقاط مختلف دنیا مثل زلاندنو برده شدند و تعداد کمی از آنها نیز برای همیشه در ایران ماندند. فیلم حکایت ماجرای این آوارگان است. اما باید گفت که تحلیل محتوا بر روی جایگاه اجتماعی زنان به صورت سیر داستانی فیلم در نظر گرفته شده است و همواره سعی نگارنده بر مدت زمان و پیام ارائه شده در این فیلم از جنبه محتوای محض بوده است.

اهداف تحلیل و طرح پرسشها

چنانکه پیشتر گفتیم، تحلیل محتوای ارتباطی به روشی اطلاق می‌شود که تمامی مسیر یک جریان ارتباط واقعی را بررسی می‌کند. موضوع تحلیل در این روش به یک واحد متن تعیین شده منحصر نمی‌شود بلکه جنبه‌های فرایند ارتباط و همچنین پیدایش و به کارگیری علائم کلامی و غیرکلامی را نیز دربر می‌گیرد. برخلاف تحلیل محتوای استنتاجی که مبنای آن یک متن نوشتاری است، کاربرد تحلیل محتوای ارتباطی را می‌توان بسط داد و آن را در مورد سایر تصاویر سینمایی به کار گرفت. هدف تحلیل محتوای ارتباطی در سینما، دستیابی به نتایجی در مورد داستان فیلم مورد بررسی است که منظور فرستنده (کارگردان فیلم) تأثیر برگیرنده (مخاطبان) و وضعیت ارتباط بر اساس محتوای یک عامل خاص، بر آن مرتب است. به هر صورت این تحلیل محتوا در این فیلم بر 'هدف تحلیلی' استوار است. اصولاً در هدف تحلیلی، تحلیلگر محتوا از قبل بر اساس طرح پرسشهای خود نسبت به موضوع مورد نظر، فرضیه‌ها را تدوین و ارائه می‌کند و جهت آزمون، به بررسی محتوایی یک اثر می‌پردازد. در این زمینه

وی ممکن است به تمامی متن یک اثر پردازد و یا فقط بخشی از آن را در نظر گیرد. فرضیه‌هایی که در اینجا آزموده می‌شوند، بر وجود یا نبود، میزان یا شدت یک موضوع یا عامل یا طرز فکر و یا موارد مشابه و یا مجموعه‌هایی از آنها دلالت می‌کنند. در هدف تحلیلی، نه تنها داده‌ها، بلکه محتوای آشکار و محتوای پنهان متن یک اثر مورد توجه تحلیلگر محتوا قرار می‌گیرد.

حال بر این اساس به ذکر اهداف و طرح پرسشها در رابطه با تحلیل محتوای فیلم مستند مرثیه گمشده می‌پردازم:

الف) اهداف:

- ۱) آشنایی هر چه بیشتر با داستان فیلم از جنبه ارزشها و هنجارهای اجتماعی
- ۲) رسیدن به یک منطقی ارتباط تصویری از جنبه محتوای داستان فیلم
- ۳) شناسایی تأثیر انواع پیامهای ارتباطی بر مخاطبان و عملکرد آشکار و پنهان محتوای این پیامها
- ۴) آشکارسازی وضعیت کنش ارتباطی بازیگر زن فیلم با مخاطبان از جنبه تفسیر اجتماعی تصویر

ب) پرسشها:

- ۱) آیا فیلم مستند مرثیه گمشده در کل داستان ارائه شده خود، توانست 'جایگاه اجتماعی زن' را از جنبه ارزشها و هنجارها، متبلور سازد؟
 - ۲) آیا کارگردان فیلم از لحاظ محتوایی توانست در ارائه 'واقعیت اجتماعی' جایگاه زنان نسبت به مردان موفق شود؟
 - ۳) اگر این فیلم را در تأثیر پیامهای ارتباطی اش بر مخاطبان موفق بدانیم، آیا علت آن، پویایی در «عملکرد آشکار و پنهان» این پیامها از جنبه ارزشی است؟
- باید متذکر شد که این پرسشها، اساساً بر دیدن و تماشاهاى متعدد فیلم برای نگارنده حاصل شدند و ساختار کلی این مبحث بر اساس آنها فراهم شده است.

مشاهده آزاد و تخصصی فیلم

تعریف مشاهده را چنین آورده‌اند:

«مشاهده روزمره و مشاهده علمی، دریافت (و درک) هدفمند محیط از طریق اندامهای حسی (نه تنها چشمها) و ثبت این

دریافته‌ها در واحدهای اطلاعاتی است.»

مراد و مقصود از 'هدفمند' در این بحث آن است که محیط، به عنوان یک کل در نظر نیست؛ بلکه بسته به مورد و بنا به دلیل خاصی، بخشهایی از آن مورد توجه است. در تحلیل محتوای فیلمهای سینمایی، اصولاً مشاهده به عنوان عامل اساسی تلقی می‌شود؛ چراکه تحلیلگر محتوا فقط بر آن پایه است که می‌تواند تحلیل خود را از فیلم مورد پژوهش ارائه کند. مثلاً اگر کسی از ما تقاضا کند که وقایع یک فیلم سینمایی را بازگو کنیم؛ طبیعتاً از رسانه بیان لفظی بهره می‌بریم. ما خصوصیات بارز یک هنرپیشه را به وسیله تقلید اداها یا حالات چهره وی بازگو و منعکس می‌کنیم. زمانی که فقط پاسخ دهیم «فیلم بسیار عالی» بوده است، درباره اداها و حرکات و حالات چهره هنرپیشه اطلاعاتی را در اختیار مخاطب نگذاشته‌ایم. این پاسخ فقط اطلاعاتی را درباره احساس یا برداشت ما از فیلم بازگو می‌کند که طبعاً از طریق مشاهده برای ما محسوس شده است و در این مورد خاص حاصل خودنگری ماست.

در مشاهدات روزمره، ثبت موارد و مطالب مشاهده شده در قالب واحدهای اطلاعاتی، بر اساس برنامه آگاهانه‌ای انجام نمی‌شود. بنابراین آنچه که از مشاهدات بازگو و منعکس می‌کنیم و رسانه ارتباطی که برای این منظور به کار می‌بریم، عمدتاً بنا به دلیل ذکر شده، تصادفی و اتفاقی است و غالباً مشاهداتی از دیگر موضوعات و یا ساخته‌های صد در صد تخیلی ما نیز در آن دخالت دارند. بنابراین در مشاهدات روزمره، بازگویی یا انعکاس آنچه که مشاهده شده است، غالباً حاوی اطلاعات چندانی در مورد آنچه که واقعاً مشاهده شده، نیست؛ بلکه نهایتاً اطلاعاتی را درباره آن چیزی داراست که در مقطع زمانی بازگویی مایل بودیم، دیده باشیم. با توجه به موارد بالا باید گفت، مقصود از مشاهده آزاد در تحلیل محتوای فیلم مرثیه گمشده، فقط تماشای صرف برای رسیدن به اطلاعات اصلی و فرعی داستان است؛ چیزی که حجم اساسی تحلیل را در اختیار نگارنده گذاشت. منظور از مشاهده تخصصی، آن است که دیدن فیلم بر اصول و قوانین تجزیه و تحلیل محتوا، استوار است که همواره با تماشای مکرر فیلم رمزگذاری، سازماندهی و مقوله‌بندی پیام فیلم طبق ماهیت فرضیات عملی می‌شود. در این حالت تمامی ابعاد اعم از جمع‌آوری

اطلاعات تا نهایه سازی در نظر گرفته می‌شود.

تهیه و تدوین فرضیه‌های موضوع

اورت ام. راجرز و اف. فلویید شومیکر در ارتباط با وسایل ارتباط جمعی، تحقیقات بسیار مفصلی ارائه داده‌اند؛ آنان در رابطه با 'پژوهش میان برد' می‌نویسند: «نظریه را به پژوهش و پژوهش را به نظریه ارتباط دهیم.» (که همواره تحلیل محتوای فیلمهای سینمایی این مرحله را به طور خودکار طی می‌کند.) آنها در ارتباط با 'فرضیه‌سازی' این روش، می‌نویسند:

۱) تمام مفاهیم، بایستی به عنوان متغیرها بیان شوند. به طور آرمانی یک مفهوم بایستی تا حد ممکن چنان کلی و یا انتزاعی باشد که بتوان آن را برای تشریح رفتار، در انواع نظامهای اجتماعی مختلف به کار برد.

۲) رابطه مفروض بین دو مفهوم را فرضیه کلی یا نظری می‌نامند؛ که باز هم می‌تواند در مسیر و جریان رفتار اجتماعی ساخته شود.

۳) فرضیه نظری، به وسیله فرضیه تجربی (یا فرضیه‌های تجربی) که رابطه بین دو سنجش عملکردی مفاهیم‌اند، آزمون می‌شود. عملیات (در تحلیل محتوا مراحل نامیده می‌شود) نوعی مرجع تجربی یک مفهوم است، که ممکن است مقیاس (Scale)، شاخص (Index)، مشاهده (Observation) و یا پاسخ به سؤال مستقیمی باشد.

۴) فرضیه تجربی ممکن است بر مبنای آزمونهای معنی‌دار آماری و همچنین ویژگیهای دیگری مانند مشاهده دیداری داده‌ها (در تحلیل محتوا تکرار و فراوانی پیامهای فیلم) قبول و یارد شود.

۵) فرضیه نظری، بر مبنای آزمون فرضیه‌های تجربی مربوطه، حمایت و یارد می‌شود.

۶) روابط بین هر یک از دو مفهوم و دیگر مفاهیم را می‌توان 'واکاوی' کرد (که در تحلیل محتوا تشخیص نوع پیام ارائه شده و کنکاش در معنای آن را گویند.)

به هر صورت، نگارنده قوانین راجرز و شومیکر را در ارتباط با فرضیه‌سازی پذیرفت؛ چون در امر تحلیل محتوا در سینما با آن موافق بود؛ و آنچه پیام‌کار را به وجود آورد، تهیه و تدوین سه فرضیه در تحلیل محتوای فیلم مستند مرثیه گمشده بود که به

صورت ذیل در آمد:

۱) فیلم مستند مرثیه گمشده در کل 'داستان و نمایش' خود توانست با 'پیام موقش'، 'جایگاه اجتماعی زن' را از جنبه 'ارزشها و هنجارها' نمایان سازد. (فرضیه تجربی)

۲) کارگردان فیلم، خسرو سینایی، در ارائه داستانپردازی از جنبه محتوا و منطق ارتباط تصویری توانست در این فیلم واقعیات اجتماعی جایگاه زنان نسبت به مردان را طبیعی و به دور از توهم جلوه دهد. (فرضیه نظری)

۳) 'پویایی' عملکرد آشکار و نهان 'پیامهای ارتباطی از جنبه ارزشی' در فیلم مستند مرثیه گمشده تأثیر خاصی را بر روی مخاطبان خود خواهد گذارد. (فرضیه تجربی)

تبدیل عناصر و مفاهیم فرضیه به تمها

همان طور که قبلاً هم ذکر آن آمد، در این قسمت مفاهیم و عناصر فرضیه به صورت عملی قابل سنجش تعریف شده و بر تمها (موضوعات تحلیل) تبدیل می شوند.

مفاهیم و عناصر فرضیه اول:

۱) داستان و نمایش: آنچه در کل فیلم به عنوان هدف اصلی کارگردان در چارچوب این داستان ریخته شده را شامل می شود؛ مقصود از نمایش معنا دادن به قالب داستان در این فیلم است.

۲) پیام موفق: این فیلم (مرثیه گمشده) در کل نمایش خود از ویژگیهای روانی و احساسی سود می جوید و همین باعث ارائه پیام موفق آن می شود.

۳) جایگاه اجتماعی زن: در این فیلم عبارت از آن سطح و رتبه ای است که بازیگر زن فیلم در آن از سهم بالا و ارزشمندی برخوردار است.

۴) ارزشها و هنجارها: در این فیلم ارزشها و هنجارها عبارت است از هر آنچه اعضای مقابل هم، اعم از بازیگر اصلی و فرعی، گرامی بدارند؛ مثل مدلها، رسمها، آداب و...

● تمهای فرضیه اول: جایگاه اجتماعی زن، پیام موفق، ارزشها و هنجارها

مفاهیم و عناصر فرضیه دوم:

۱) داستانپردازی فیلم: آن چیزی را شامل می شود که از آغاز تا پایان در این فیلم دیده می شود که از سه نقطه شروع، اوج، فرود تشکیل شده است.

۲) محتوای ارائه شده در فیلم: بافت داستان نمایانگر آن است که از لایه های درونی این بافت در فیلم، محتوای داستان ارائه می شود.

۳) منطق ارتباط تصویری: در این فیلم، موضوع هر پلان، صحنه و... را شامل می شود؛ و از آنجا که به گونه ای نافذ طراحی شده در نهایت به یک منطق القای تصویری رسیده است.

۴) واقعیات اجتماعی و طبیعی داستان فیلم: آنچه در این فیلم در قالب داستان ارائه می شود، موضوع طبیعی آوارگان لهستانی جنگ دوم جهانی است که واقعیات اجتماعی را به دنبال خود می آورد.

● تمهای فرضیه دوم: داستان اجتماعی و طبیعی، منطق ارتباط تصویری، محتوای موفق

مفاهیم و عناصر فرضیه سوم:

۱) پویایی پیامهای ارتباطی از جنبه ارزشی در فیلم: هر کدام از پیامها (مثل فداکاری، صبر، تلاش، همدردی و...) در این فیلم را شامل می شود که از یک بار ارزشی برخوردارند و به نوعی با مخاطبان متعدد خود ارتباط برقرار می سازند.

۲) تأثیر خاص پیامها: هر کدام از پیامهای این فیلم در محتوای داستانی خود دارای اثری ویژه بر مخاطب است که این اثرات ویژه، واکنشهای مختلفی را برای مخاطبان به همراه دارد.

۳) مخاطبان فیلم: این فیلم در نمایش و ارائه داستان خود با مخاطبان گوناگون و از رده های سنی مختلف و طرز نگرشهای منحصر به فرد، می تواند ارتباط برقرار سازد.

● تمهای فرضیه سوم: جنبه ارزشی پیامهای فیلم، تأثیر خاص پیامها، قشر مخاطبان

بنابراین ذکر این نکته ضروری می نماید که تمامی این فرضیه ها با دقت کامل تدوین و ساخته شده اند و اکثریت تعاریف عملی از مفاهیم و عناصر بر اساس راهنماییها و مشاورات استادان این رساله صورت پذیرفته است. تعاریف از جنبه عملی فقط در ارتباط با داستان فیلم و محتوای پیام ارائه

شده آن، صورت گرفته است. چراکه هر کدام از این مفاهیم و عناصر در خارج از این کار تحقیقی، تعاریف و معانی متعددی از آن استنباط می‌شود. بنابراین ضروری بود که از قوانین عملی و علمی تحلیل محتوا در فیلمهای سینمایی، پیروی شود.

تمهید معرفیها و

رمزگذاری پیام در داستان فیلم

در این بخش از تحقیق، هدف آن است که تمهای مشخص در فرضیه‌های مربوط به فیلم مرثیه گمشده، به معرفیها (علایم و نشانه‌ها)یی تبدیل و رمزگذاری پیام در داستان فیلم مشخص شود؛ بنابراین موارد، این طریق به صورت ذیل پیش می‌رود:

معرفیها و رمزگذاری پیام در فرضیه اول:

جایگاه اجتماعی زن: محرومیت، محبت، تنهایی، صداقت. (۰۱)

علایم و نشانه‌های نهفته در بافت درونی داستان، در هر تصویری آشکارند.

پیام موفق: صبر، همدردی، تعصب ملی، واقعیت. (۰۲)
علایم و نشانه‌های آشکار در کل داستان، در هر صحنه مشهودند.

ارزشها و هنجارها: سختکوشی، انتظار، هدف، تداوم. (۰۳)
علایم و نشانه‌ها در روابط و کنش متقابل بازیگران فیلم آشکار و در بعضی شرایط پنهان‌اند.

معرفیها و رمزگذاری پیام در فرضیه دوم:

داستان اجتماعی و طبیعی فیلم: آوارگی، جنگ، بدبختی، مرگ. (۰۴)

علایم و نشانه‌ها بطور کاملاً واضح در داستان قابل رؤیت‌اند. فیلم حقیقت زندگی است.

منطق ارتباطی تصویر: طراحی صحنه، پلان و سکانس موفق، تعادل و توازن. (۰۵)

علایم و نشانه‌ها در کل تدوین فیلم و انضباط تصویر فیلم مشهودند.

محتوای موفق فیلم: شدت داستان، عدم ضعف، ساختار و

مضمون قوی. (۰۶)

علایم و نشانه‌ها در داستان، چه به صورت کل و چه به صورت خاص آشکارند.

معرفیها و رمزگذاری پیام در فرضیه سوم:

جنبه ارزشی پیامهای فیلم: احساس واقعی، ارتباط عاطفی، ارتباط احساس برانگیز. (۰۷)

علایم و نشانه‌ها در نحوه ارائه پیام فیلم مشخص‌اند. تأثیر خاص پیامها: ایجاد ارتباط، تغییر نگرش، تعویض شخصیت. (۰۸)

علایم و نشانه‌ها در اثر گذارهای کوتاه مدت و بلند مدت مشهودند.

مخاطبان و قشر آنها: مخاطب جوان، مخاطب میانسال، مخاطب کهنسال. (۰۹)

علایم و نشانه‌ها در بخش و نمایش متعدد فیلم میان گروههای مختلف مخاطبان آشکارند. باید گفت که نحوه رمزگذاری در تحلیل محتوای این فیلم بر اساس کدهای (۰۱ تا ۰۹) صورت پذیرفته است. در نحوه تعیین معرفیها و تبدیل آن به پیام، علایم و نشانه‌ها از مشاهده متعدد فیلم استفاده شده است. اما در ارتباط با معنای اصلی و فرعی معرفیها باید مطرح کرد که فقط در ارتباط با داستان فیلم و چارچوب پیامهای کلامی و غیرکلامی، این کار صورت گرفته است و به طور مثال مفهوم هر کلمه (شدت داستان، ساختار و مضمون قوی، ایجاد ارتباط، تعادل و توازن تصویر و...) با دیدن چندباره فیلم قابل درک خواهد بود و نمی‌شود آن را در قالب تعاریف تئوری خشک ارائه داد. □