

کاربرد مدل ارتباطی ان ال پی در صنعت سینما

مسعود رفیع^{۱*}، عیسی زارعی^۲، علیرضا پویا^۳

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات، دانشگاه صدا و سیما

۲- مدیر پژوهش دانشکده صدا و سیما - قم

۳- عضو هیات علمی دانشگاه صدا و سیما

nmasoodn20@gmail.com

چکیده

ان ال پی^۱ یا برنامه ریزی عصبی کلامی مدل ارتباطی است که با تاثیر روی ذهن ناخودآگاه انسان باعث جهت گیری ذهن مخاطب می شود. سال ها است که فیلم سازان غربی با آشنایی از این متد توانسته اند ذهن مخاطب را به سمت اهداف خود هدایت کنند، اما متاسفانه فیلم سازان داخلی به دلیل عدم آشنایی با این متد از این امر غافل بوده اند. در این پژوهش تکنیک آنکور^۲ سازی که متدی در مدل ارتباطی ان ال پی برای جهت گیری ذهنی مخاطب است تشریح می شود. و در ادامه با روش تحلیل محتوای کیفی آنکورهایی که با تلفیق صدا و تصویر در فیلم های هالیوودی ایجاد شده را مورد بررسی قرار داده شده است.

واژگان کلیدی: ان ال پی، آنکور ذهنی، NLP، برنامه ریزی عصبی

۱-مقدمه

تردیدی نیست که تصویر متحرک، که مصداق بارز آن سینماست، یکی از تاثیر گذارترین ابزارهای ارتباطی در دنیای امروز است. به بیان نیل پستمن، جامعه شناس آمریکایی، جهان امروز جهان تصویر است. تلویزیون به منزله ی یک رسانه دیداری و شنیداری، زندگی انسان ها را تسخیر کرده است. وی سه دوره برای انتقال معلومات ذکر می کند: دوره ی اول، انتقال معلومات به وسیله ی زبان است. دوره ی دوم، کتابت و نوشتن است. در این دوره، کتاب حافظ و حامل معنا برای نسل بعدی است. سومین دوره، دوره ی تصویر است که تصویر سینمایی و تلویزیونی جای دو موج قبلی نشسته است. او این دوره را مربوط به عصر جدید می داند. از نگاه وی، یک ثانیه تصویر به اندازه هزار حرف تاثیر گذار است، یعنی میزان تاثیرگذاری یک ثانیه تصویر برابر با چهار برگه A_۴ است (پستمن، ۱۳۸۶، ۱۱۰). تصویر جایگاه ویژه ای در دستگاه ادراکی و روانی انسان دارد. اگر پنج حس خود را به مثابه پنج دروازه ورودی روحمان تلقی کنیم، خواهیم دید که در نتیجه ارتباط با محیط اطراف و پدیده های پیرامونی، در هر شبانه روز بیش از سه چهارم اطلاعات دریافتی از طریق حس بینایی، یعنی تصویر، به حوزه ی ادراکی ما وارد می شود. (دفلور و دنیس، ۱۳۸۳، ۵۷۹؛ مک کوایل، ۱۳۸۲، ۳۷۴)

۱- Neuro-linguistic programming

۲- Anchors

تغییرات دائمی و تاثیرگذار بر روی مخاطب در صنعت سینما از جمله اهدافی است که هر فیلم سازی در صنعت سینما در تلاش بدست آوردن آن است. راه رسیدن به این هدف تنها با شناخت ذهن و نحوه برخورد با آن صورت می گیرد. دکتر آندریاس استیوکه، *ان ال پی* را اینگونه تعریف می کند: یک الگو یا مدل قدرتمند و برانگیزاننده از تجارب ارتباطی انسان است. با استفاده از اصول *ان ال پی* انسان فرصت می یابد به شیوه ای مناسب، سریعاً و به آسانی تغییراتی بادوام و عمیق ایجاد کند (دیمیک، ۱۳۸۴، ۲۳). یکی از تکنیک هایی که در *ان ال پی* برای جهت گیری ذهنی استفاده می شود تکنیک آنکور سازی است در ادامه به تشریح این تکنیک و ارتباط آن با صنعت سینما می پردازیم.

۲- روش تحقیق

در این پژوهش به کمک روش تحقیق اسنادی به تعریف و تشریح گزاره ها و تکنیک آنکور سازی در *ان ال پی* پرداخته شده است. در ادامه پژوهش به کمک روش تحلیل محتوای کیفی، به تحلیل سکانس هایی فیلم هایی هالیوودی که در آن از آنکور های ذهنی استفاده شده تحلیل محتوا صورت گرفته است.

۳- تعریف مفاهیم

۳-۱: *ان ال پی* چیست؟

واژه NLP از سه عامل تشکیل شده است که عبارتند از عصب (N)^۱: این قسمت با مغز و سایر عملکردهای آن مرتبط است، که شامل استفاده از حواس و تعبیر و تفسیر چیزهایی که در اطراف شما قرار دارند و همچنین شامل فرآیند عصب شناسی که بر افکار، احساسات و رفتار شما تاثیر می گذارد زبانی - کلامی (L)^۲: این بخش به زبان و چگونگی استفاده از آن مرتبط است، که شامل چگونگی استفاده از زبان در حین برقراری ارتباط با دیگران و نحوه تاثیر گذاری بر آنها است و برنامه ریزی (P)^۳: که به الگوها و رفتاری که یاد می گیریم و تکرار می کنیم، مرتبط است. (برن، ۱۳۸۷، ۴).

به صورت کلی می توان گفت *ان ال پی* یا برنامه ریزی عصبی کلامی مدل ارتباطی است که از طریق آن می توان روی ذهن ناخودآگاه مخاطب تاثیر گذاشت و ذهن مخاطب را جهت داد. یکی از تکنیک های کاربردی و مهم *ان ال پی* که در صنعت سینمای غرب برای مدیریت ذهن از آن استفاده زیادی می شود، تکنیک آنکور سازی است که در ادامه به تشریح این تکنیک می پردازیم.

۳-۲: ذهن ناخودآگاه

دانشمندان در تحقیقات خود به این نتیجه رسیده اند که بیش از نود درصد اعمال و رفتار ما از ذهن ناخودآگاه تبعیت می کنند. شما می توانید آگاهانه تصمیم بگیرید که به هدفی که دوست دارید برسید، اما اگر ذهن ناخودآگاه تان شما را همراهی نکند و به دنبال هدف های خودش باشد، ممکن است هرگز به هدفی که آگاهانه انتخاب کردید، نرسید (ردی و برتون، ۱۳۹۳، ۳۶). فیلم سازان غربی با تکنیک هایی نفوذ به ناخودآگاه انسان ذهن مخاطب را در جهت اهداف خود جهت می دهند. *ان ال پی* با بررسی ساختار ذهن تکنیکی موسوم به آنکور را پیشنهاد می دهد تا به وسیله آن بتوان وارد ناخودآگاه شود و ذهن مخاطب را جهت دهد.

۳-۳: آنکور یا برانگیزاننده ها

آنکور هر گونه محرکی است که موجبات پیدایش تغییر یا تغییراتی در حالت شما را فراهم می آورد. این محرک می تواند شامل هر یک از برانگیزاننده های حسی مانند بینایی، شنوایی، بویایی و یا چشایی باشد. حالت شما تحت تاثیر تجربیات حسی شما

۱ . Neuro
۲ . Linguistic
۳ . programming

، روندهای فکری شما یا وضعیت فیزیولوژیک شما پدید می آید. بنابراین، اگر آنکوری طوری فعال یا برانگیخته شود که بتواند روی هر یک از این موضوع ها تاثیر بگذارد، حالت شما هم تغییر خواهد کرد. برانگیزاننده یا آنکور گاهی می تواند یک عمل خارجی باشد، مثلاً تصور کنید شما در حال رانندگی هستید و آهنگ یا ترانه ای از رادیوی اتومبیل شما پخش می شود، شنیدن این موسیقی شما را به یاد یک تابستان یا مهمانی می اندازد که در کنار برخی از افراد در موقعیتی شاد یا ناشاد این آهنگ را شنیده بودید، پس از مدتی کوتاهی درست همان احساس و روحیه ای که در آن زمان داشتید، دوباره در وجود شما پدید می آید آنکور ممکن است در ذهن ایجاد شود. مثلاً، یک تصویر سازی ذهنی احتمال دارد که فردی را به زمان های گذشته ببرد و احساس شادی بزرگ یا اندوه فراوان را در وی به وجود آورد. در حالی که این تجسم احتمالاً در افراد دیگر هیچ گونه احساسی را پدید نمی آورد. (درموت و جاگو، ۱۳۸۶، ۶۳)

در صنعت سینما با تلفیق تصاویر و موسیقی آنکور ذهنی را در ذهن مخاطب ایجاد می کنند، این آنکور شکل گرفته از فیلم در ذهن مخاطب می تواند در موقعیت های مختلف فعال شود و ذهن مخاطب را به آنکور مورد نظر سوق دهند.

۳-۱- ویژگی های آنکور:

متفاوت باشد- با حرکات، صداها و تصاویری که روزانه با آن روبرو می شوید تفاوت داشته باشند.

خاص باشد.

شدت داشته باشند.

در زمان مناسب به کار برده شوند.

نیرومند باشید. (همان، ۱۵۸)

۳-۲- روش فعال کردن آنکور ها (تداعی معنی):

آنکوره های ایجاد شده در ذهن به روش تداعی معنی فعال می شوند. تداعی، یعنی یادآوری، همخوانی و همبستگی که عبارت است از: زنده کردن و حاضر ساختن آموخته ها و رویدادهای گذشته در ذهن، که در درجه نخست با حواس ارتباط دارد. هم چنین، روش همخوانی اندیشه ها در ایجاد صورت های ذهنی و یادآوری دارای اثر فراوانی است (پارسا، ۱۳۷۲، ۱۹۳)

تداعی ها ممکن است آزادانه بوده یا القائی باشند. در نوع اول، شخص بدون محرک، تداعی های خود را گسترش می دهد. در نوع دوم، کلمات به آزمودنی داده می شود و او بلافاصله با اولین تداعی که به ذهنش خطور می کند پاسخ می دهد. (پور افکاری، ۱۳۷۳، ۱۲۰)

۴- آنکوره های ساخته شده در فیلم های سینمایی:

۴-۱: فیلم هایی که با نشان دادن شرق ضعیف و غرب قوی در ذهن آنکور منفی را ایجاد کرده اند عبارتند از:

الف- فیلم سینمایی ۲۰۱۲: در این فیلم شرق را کوهستان برفگیر، لباس های روستایی، زندگی به همراه دام (مرغ و خروس)، در این فیلم در چین کارگران در حال کار، در هند باران شدید و جاده ای که آب گرفته است. لباس های چرکین مردمان هند، وسیله های نقلیه خراب و اسقاطی نمایش داده می شود. اما غرب را با تصویری مثبت نشان می دهد، آمریکا را با برج های بلند، تبلیغات رنگارنگ شهری، تمدن، زندگی روزمره جاری، خانه های آباد، سوپر مارکت های بزرگ به نمایش در آورده است.

ب- فیلم سینمایی کتاب ایلا: در این فیلم برای ایجاد آنکور منفی در ذهن مخاطب شرق را بیابان، جنگلی با درختان لخت، ریخن دود هایی از آسمان، جاده هایی که در آن اثری از گیاهای سبز نیست و چوبهای خشک دیده می شود، خانه های

چوبی ویران، وجود چاه آب و نه شیر آب، ذرات غبار معلق و صدای باد نشان می دهد. اما در مقابل غرب (نیویورک) را با تصاویر برج های بزرگ، بندر، تمدن، تجهیزات مدرن نظامی، صنعت چاپ به نمایش در آورده است.

ج- فیلم سینمایی بابل پس از میلاد: در این فیلم برای ایجاد آنکوره منفی از شرق، روسیه را شهری جنگ زده، قحطی زده، خانه های ویران، نبود آب و بهداشت، تردد تانک ها در شهر ها و عبور از خرابه ها نشان می دهد و قزاقستان را معبدی در کنار دریاچه، جاده ای کوهستانی، فلاتی برفگیر بدون آثار حیات نشان می دهد. اما غرب (آمریکا) را با تصاویر برج های آسمان خراش، تجهیزات امنیتی و آسایش خانه ها، ماشین های مدرن، خانه ای با تجهیزات کامل (مبله، حمام، دیوارهای تاشو، صفحه نمایش بزرگ تلویزیون) نشان می دهد.

۲-۴: فیلم های که آنکوره منفی هنگام پخش اذان به کمک تصاویر و صدا های ناهنجار ایجاد می کنند عبارتند از:

الف- فیلم سینمایی شرایط: در این فیلم برای ایجاد آنکور منفی در ذهن هنگام پخش اذان تصاویری از همجنس بازی دو دختر مسلمان ایرانی با لباس های عربی در حال شنا کردن به همراه آهنگ دلهره آور را نشان می دهد.

ب- فیلم سینمایی بدون دخترم هرگز: برای ایجاد آنکور منفی در هنگام پخش اذان صدای عر خر به گوش می رسد.

ج- فیلم سینمایی ر بوده شده ۲: برای ایجاد آنکور منفی در ذهن هنگام پخش اذان یک شات از مسجد بزرگ استانبول و ورود تروریست های مسلمان به همراه آهنگ دلهره آور را نشان داده است.

د- فیلم سینمایی مجموعه دروغ ها: برای ایجاد آنکوره منفی در هنگام پخش اذان نمایی از یک زباله دان خارج از شهر به همراه جسد یک مسلمان سنی که به دستور یک روحانی شیعه کشته شده و چند سگ که بر روی جنازه هستند. به همراه آهنگ دلهره آور و پارس سگ را نشان می دهد.

ه- فیلم سینمای فصل کرگدن: برای ایجاد آنکور منفی در ذهن مخاطب در هنگام پخش اذان نمای از یک مسجد و لخت شدن پسر مرد شاعر و زنی که سایه اش بر پرده اتاق افتاده و خانه ای غیر از خانه خودشان به همراه همسر شاعر که در حال کشیدن پرده اتاق است و مرد شاعر که نظاره گر ماجراست. به همراه صدای نفس نفس زدن مرد شاعر به سختی را نشان می دهد.

و- فیلم سینمای زنان بدون مردان: برای ایجاد آنکور منفی در هنگام پخش اذان، فائزه و مونس در حال صحبت درباره بکارت دختران و خودکشی کردن مونس با صدای اذان به همراه صدای آنونس محیط و مکالمات و تظاهرات مردم در حمایت از مصدق را نشان می دهد.

۳-۴: فیلم هایی که در آن آنکوره منفی با استفاده از گفتن اذکار اسلامی توسط تروریست های درون فیلم ایجاد شده است عبارتند از:

ایجاد آنکور منفی در ذهن مخاطب در فیلم های سینمایی با به تصویر کشیدن اعمال تروریستی مثل اعمال انتحاری، بمب گذاری، قتل و... توسط تروریست های درون فیلم و گفتن اذکار اسلامی از جمله الله اکبر، بسم الله، سبحان الله، لا اله الا الله، محمد رسول الله و... در فیلم های سینمایی بادبادک باز، ۳۰ دقیقه پس از نیمه شب، یونایتد ۹۳، حکومت نظامی، اسم من خان، قلمرو پادشاهی، مجموعه همه دروغ ها، پنج مناره در نیویورک، از پاریس با عشق و... برای ایجاد آنکور منفی در ذهن مخاطب به چشم می خورد.

نتیجه گیری

امروزه در صنعت سینما، در زمینه مهندسی ذهن کشور هایی موفق تر عمل می کنند که با متد و روش های القای معانی به مخاطب آشنا باشند، این ال پی با تکنیک آنکور سازی در صنعت سینما توانسته با هدف قرار دادن ذهن مخاطب و با تاثیر گذاری بر

ناخودآگاه انسان باعث شده مخاطب نسبت به هدف فیلم ساز جهت گیری ذهنی پیدا کند. این تکنیک ها باید از طرف فیلم سازان داخلی مورد استفاده قرار گیرد، چون به واقع در فضای رقابتی ایجاد شده ما راهی نداریم به جزء اینکه از این تکنیک ها در جهت مثبت، برای مدیریت ذهن مخاطب خود استفاده کنیم تا در فضای اجتماعی و سیاسی به کمک صنعت سینما پیروز میدان باشیم.

منابع

- ۱- برن، گیلیان (۱۳۸۷). «برنامه ریزی عصبی کلامی»، ترجمه علی دنیا دیده، تهران، اندیشه آریا.
- ۲- پارسا، محمد (۱۳۷۲). «زمینه روان شناسی عمومی»، تهران، بعثت.
- ۳- پورافکاری، نصرت الله (۱۳۷۳). «واژه نامه روان پزشکی»، تهران، فرهنگ.
- ۴- دیمیک، سالی (۱۳۸۴). «ارتباط موفقیت آموز با NLP»، ترجمه علی اسماعیلی، تهران، شباهنگ.
- ۵- پستمین، نیل (۱۳۸۶). «زندگی در عیش، مردن در خوشی»، ترجمه صادق طباطبایی، چ پنجم، تهران، اطلاعات.
- ۶- درموت، یان مک، جاگو، وندی (۱۳۸۶). «روانشناسی موفقیت NLP»، ترجمه رضا جمالیان، تهران، نسل نو اندیش.
- ۷- دفلور، ملوین و اورت ای. دنیس (۱۳۸۳). «شناخت ارتباطات جمعی». ترجمه سیروس مرادی، تهران، دانشکده صدا و سیما.
- ۸- ردی، رومیلا، برتون، کیت (۱۳۹۳). «برنامه ریزی عصبی کلامی NLP»، ترجمه فرشید قهرمانی، تهران، انتشارات آوند دانش.
- ۹- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۲). «درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی»، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.