

# شناسایی ویژگی های معماری های زیبایی شناسانه طراحی صحنه تلویزیون

(نور، رنگ، محتوا، جاذبه)

علیرضا مهدوی<sup>۱</sup>، سید مهدی شریفی<sup>۲</sup>، سید علی رحمانزاده<sup>۳</sup>، داوود نعمتی انارکی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۰۲/۹/۱۳۰۲، تاریخ تایید: ۰۲/۱۱/۱۳۰۲

DOI: ۱۰.۲۲۰۳۴/JCSC.۲۰۲۴.۲۰۱۷۰۳۱,۲۷۱۶

## چکیده

طراحی صحنه یکی از مهم ترین عواملی است که در پیشبرد هدف اصلی داستان نقش دارد. لوازم صحنه، اسباب و ادوات، مکان صحنه، طراحی لباس و... از جمله عواملی هستند که در طراحی صحنه نقش دارند. البته ابزار اصلی طراح صحنه عناصر گرافیکی است. طراح صحنه باید این عناصر را به درستی بشناسد و بکار گیرد. هدف این مطالعه شناسایی ویژگی های معماری های زیبایی شناسانه طراحی صحنه تلویزیون (نور، رنگ، محتوا، جاذبه) بوده است. در این مطالعه از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. تحلیل محتوای کیفی درصدد حفظ مزیت های حاصل از تحلیل های محتوای کمی در مورد تفسیرهای متون کیفی هستند. به همین جهت ابتدا با طرح سوالات و سپس با انجام مطالعات کتابخانه ای، تعریف واحد تحلیل، کاهش داده ها، استفاده از نظام مقوله بندی، اصلاح نظام مقوله بندی بر اساس داده ها، ارائه گزارش از داده های کیفی (با استفاده از نرم افزار (MAXQDA) و نهایتاً، با ارائه تفاسیر به ارائه مطالبی تحلیلی درباره متون مورد پژوهش پرداخته شد. براساس کدهای اولیه و گزینشی مقوله های ی معیارهای زیبایی شناسانه ی طراحی صحنه\معیارهای زیبایی شناسانه صحنه ی تلویزیون\ آماده سازی صحنه، صحنه پردازی، تناسب دکور و محتوا، نورپردازی، روانشناسی رنگ را تشکیل دادند. بنابراین می توان گفت دکور رابطه ای مستقیم با سطح مباحثی دارد که در یک برنامه تلویزیونی رد و بدل می شود. دکور زبان غیرکلامی برنامه است، بنابراین باید مورد توجه قرار گیرد و برنامه سازان، سطحی با آن برخورد نکنند.

**کلیدواژه ها:** زیبایی شناسی، طراحی صحنه، برنامه های تلویزیونی، محتوا

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری، علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران: alireza\_mahdavi۵۷@yahoo.com

<sup>۲</sup> دانشیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) sharifee@ut.ac.ir

<sup>۳</sup> دانشیار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران salirahmanzadeh@yahoo.com

<sup>۴</sup> دانشیار، گروه روزنامه نگاری و خبر، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران nemati@iribu.ac.ir

## مقدمه و بیان مساله

همه آنچه در صحنه اتفاق می افتد از بازی بازیگر گرفته تا نور طراحی صحنه و لباس تصاویری را می آفریند که مقصود نویسنده یا کارگردان تئاتر را نشان می دهد بنابراین به جز دیالوگ یا عنصر کلام غالب عناصر صحنه تصویری هستند و این تصاویر با وحدت و هماهنگی و هارمونی ای که کارگردان در صحنه به وجود می آورد معانی و مفاهیم مورد نظر خویش را به تماشاگر منتقل می کند و از این رو نقش و اهمیت تصویر طراحی صحنه، لباس و نور در تئاتر مدرن بیش از پیش اهمیت پیدا می کند زیرا امروزه در اغلب نمایش های مدرن نقش کلام کمتر از عناصر دیگر صحنه مورد تاکید نمایش نامه نویسان و کارگردانان معاصر قرار می گیرد.

ما در عصری زندگی می کنیم که رسانه های گروهی جزو جدایی ناپذیر آن هستند. آنچه رسانه ها به ما انتقال می دهند به اشکال مختلف در نحوه ی زندگی، اندیشه، احساسات ما و فرزندان ما انعکاس می یابد. در این میان تلویزیون، به عنوان یکی از پرمخاطب ترین رسانه ها، از یک ابزار اطلاع رسانی و سرگرم کننده به ابزار و حربه ی تعیین کننده در مناسبات دنیای مدرن تبدیل شده است.

گستره ی این توانایی ها به حدی است که می توان گفت تلویزیون تنها رسانه ای است که بدون در نظر گرفتن سن، میزان سواد، فرهنگ و آداب و رسوم، با طبقات مختلف جوامع بشری ارتباط برقرار می کند. در نتیجه، با استفاده از قابلیت های خود، بخش عمده های از مردم جامعه را تحت تأثیر قرار می دهد. از آنجایی که تلویزیون نقشی تعیین کننده در فرهنگ سازی و آموزش جامعه دارد، در جوامع پیشرفته به ابزاری برای هدایت جامعه به سوی اهداف خاص سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی بدل شده است.

امروزه بسیاری از پیام هایی که ما از تلویزیون دریافت می کنیم به صورت زنده (یعنی ضبط و پخش صدا و تصویر همزمان با وقوع رویداد) به ما انتقال می یابد. این قابلیت که تنها مختص رسانه ی تلویزیون است به مدیران رسانه امکان می دهد که با هزینه های بسیار پایین ساعات زیادی از آنتن را به سرعت پر کنند و مخاطبان زیادی نیز داشته باشند، به شرط آنکه افزایش جذابیت برنامه های زنده همواره مورد توجه باشد.

درک و شناخت عناصر بصری و ترکیب آن عناصر در بستر اصول زیبایی شناسی خاص رسانه ی تلویزیون، از مهم ترین فاکتورهای جذابیت در این رسانه ی دیداری است. اهمیت اصول زیبایی شناسی در طراحی صحنه و دکور برنامه های زنده با توجه به سهم بسیار زیادی که در رسانه ی تلویزیون دارند و به نوعی هویت هر شبکه محسوب می شوند دوچندان می گردد، چرا که به نظر میرسد این شائبه متأسفانه همواره در برنامه های زنده وجود دارد که باید کیفیت را در محضر سرعت قربانی کرد.

با عنایت به تحقیقات صورت گرفته بر روی برنامه های زنده ی مورد بررسی در پژوهش حاضر و با توجه به این مطلب که بیش از ۴۰ درصد برنامه های تلویزیون در گروه های مختلف برنامه ساز را برنامه های زنده تشکیل می دهند، بدون در نظر داشتن برنامه های ویژه ی خبر که آن ها نیز به صورت زنده پخش می شوند، به نظر می رسد طراحی صحنه و دکور اکثر برنامه های زنده فاقد روح و حیات واقعی است و از آنها فقط به عنوان المان های تزئینی (دکوراتیو) استفاده می شود.

همچنین اشیا برای پر کردن جاهای خالی کادر به کار گرفته می شوند و بیشتر با تصور بصری کردن و زیبا کردن تصویر مورد استفاده قرار می گیرند. با توجه به مطالب ذکر شده هدف از پژوهش حاضر شناسایی ویژگی های معماری های زیبایی شناسانه طراحی صحنه تلویزیون (نور، رنگ، محتوا، جاذبه) می باشد.

## ارتباطات

ارتباطات به گونه ای وسیع و گسترده تسهیم تجارب تعریف شده است، در این معنی هر موجود زنده ای تجارب و آنچه در درون خود دارد با دیگران در میان می گذارد، آنچه ارتباطات انسانی را از دیگر موجودات زنده متمایز می سازد، توانایی بسیار زیاد انسان ها در خلق و استفاده از نمادها است. ویلبر اسکرم (۱۹۴۵) نیز نشان داد که ما باید بررسی کنیم که یک پیغام (خواسته یا ناخواسته) در هدف پیام تأثیر دارد (Schramm, ۱۹۴۵). میان طرفین، ارتباطات شامل اعمالی نظیر دانش تجربی مشورت، ارائه مشاوره و فرمان، پرسش سؤال می باشد و این اعمال ممکن است در یکی از راه های مختلف ارتباطات فرایندهای زیادی داشته باشد. این شکل بستگی به توانایی ارتباط گروه دارد. (شانون ۱۹۴۹)

باروس (۱۹۹۷) یک مدل معاملاتی از ارتباط را پیشنهاد کرد. فرضیه اصل مدل معاملاتی ارتباطات این است که ارسال و دریافت پیام را به صورت همزمان بکار می گیرند. یک فرستنده و یک گیرنده کمی پیچیده تر متقابلاً به یکدیگر وابسته هستند. این نگرش دوم از ارتباطات، اشاره می کند به عنوان مدل تشکیل دهنده یا دیدگاه کسی که قانون را به طرز ویژه ای تعبیر می کند، بر نحوه ارتباطات فرد به عنوان عامل تعیین کننده از راه پیامی که تفسیر خواهد شد تمرکز می کند

نظریه های هماهنگ سازی<sup>۵</sup> توصیف می کند ارتباطات را به عنوان یک فرایند خلاق و پویا و مداوم، به جای تبادل گسسته از اطلاعات است. رسانه های کانادایی محقق هارولد لنیس داشت نظریه ای که مردم استفاده می کنند انواع مختلف رسانه ها به ارتباط و که یکی از آن ها انتخاب خواهد شد به استفاده از امکانات مختلف برای شکل و دوام جامعه (تافلر، ۱۳۸۵) ارائه دهد. مثال معروف او این است که با استفاده از مصر باستان و نگاه در راه های آن ها که خودشان به واسطه رسانه ها با خواص خیلی مختلف سنگ و پاپیروس می ساختند. پاپیروس چیزی است که او «فضا صحافی» می نامد. آن ساخته شده ممکن است انتقال دهد دستورها نوشته شده د رضای امپراتوری و جنبش لشکر کشی های نظامی دور و دولت استعماری را قادر می سازد. سنگ دیگر «زمان اتصال» است، از طریق ساخت معبد و اهرام می تواند اقتدار نسل به نسل خود را حفظ کند، از طریق این رسانه ها می توانند آن ها شکل ارتباط را در جامعه خود تغییر دهند (حاج باقری ادیب و همکاران. ۱۳۸۶).

## نظریه دریافت یا نظریه پذیره استوارت هال:

بر اساس این نظریه، زندگی روزمره آدم ها به اندازه فرهنگ والا حاوی اطلاعات مفید و به اندازه ای ارزشمند است که بتواند موضوع مطالعه قرار گیرد. بر اساس مطالعه فرهنگی، برای فهم رفتار آدمیان نیاز داریم به سراغ زندگی روزمره برویم. زندگی روزمره واجد معانی ای است که با استفاده از آن می توانیم زندگی آدمیان را فهم کنیم. نظریه دریافت درباره مواجهه مخاطبان با رسانه ها یا فرایند رمزگذاری/رمزگشایی، نحوه تفسیر متن توسط مخاطب حرف می زند. هال معتقد است فرایند رمزگذاری و رمزگشایی دو فرایند مجزا هستند و الزاماً معنایی که رمزگذار ایجاد کرده با معنایی که مخاطب برداشت می کند یکی نیست.

سه حالت برای رمزگشایی یک متن داریم :

<sup>۵</sup> - coregulation

۱. رمز‌گشایی مسلط/هژمونیک، که در این رمز‌گشایی مخاطب با همان خوانش متن را رمز‌گشایی می‌کند. (چهارچوب مسلطی که توسط تولیدکننده به متن داده شده است توسط مخاطب پذیرفته می‌شود).

۲. رمز‌گشایی توافقی که در این نوع رمز‌گشایی مخاطب چهارچوب ارجاعی ارائه‌شده از سوی رسانه را می‌پذیرد، ولی با بخش‌هایی از روایت همسو نیست. بنابراین آن را با اطلاعاتی از زندگی روزمره، تجربه<sup>۲</sup> زیسته، رسانه‌ها و هر منبع دیگر جایگزین می‌کند.

۳. رمز‌گشایی تقابلی (تضاد)، که در این رمز‌گشایی چهارچوب ارائه شده را مخاطب نمی‌پذیرد و چهارچوب ارجاعی دیگر را جایگزین می‌کند. به عقیده<sup>۳</sup> هال، در رسانه، با فرایند رمزگذاری سروکار داریم و معناها به دودسته<sup>۴</sup> صریح و ضمنی تقسیم می‌شود، که در مسئله<sup>۵</sup> رمزگذاری سروکارمان با معنای ضمنی است. هال معتقد است که معنا، زمانی که محتوا تولید می‌شود، خلق نمی‌شود؛ معنا زمانی خلق می‌شود که مخاطب شروع به تفسیر متن می‌کند. پس هیچ متنی، قبل از اینکه خوانده شود، واجد معنا نیست و باید رمز‌گشایی شود - که در آن صورت متن واجد معنا می‌شود. هال معتقد است در تحلیل متن باید سراغ فرایند ارتباط برقرار کردن مخاطب با متن برویم. (سورین، ۱۳۹۲)

## ۲-۲۱- نظریه ی وانمایی بودریار

دو تن از اندیشمندان تأثیرگذار بر نظریه ی وانمایی بودریار، دانیل بورشتاین (۱) و گی ذبور (۲) هستند. بورشتاین با طرح مفهوم «شبه رویداد» (۳) (استدلال می‌کند که انتشار و گسترش تصاویر از طریق مجاری رسانه ای در اواخر قرن بیستم، نشانه ی یک انقلاب گرافیکی است که طی آن، تغییرات وسیع و گسترده ای در نحوه ی نگاه ما به واقعیت جهان صورت گرفته است. وی مدعی است رسانه های خبری رویدادهای واقعی را گزارش نمی‌کنند، بلکه چیزهای کاذب یعنی شبه رویدادها را ایجاد و منتشر می‌کنند. شبه رویداد، خودجوش یا خودانگیخته نیست، بلکه درباره چیزی است و هرکس با طرحی قبلی آن را خلق یا ایجاد می‌کند؛ مانند خلق یک مصاحبه (بورشتاین، ۱۹۹۲ به نقل از لافی، ۲۰۰۷: ۱۵۳).

بودریار در توضیح مفهوم شبه رویداد می‌نویسد: «منظور بورشتاین این است که جهان رویدادها، تاریخ، فرهنگ و عقاید از تجربه ی واقعی و متناقض و متغیر ایجاد نمی‌شود، بلکه به عنوان مصنوعات بشری از عناصر رمز و فریبکاری فنی رسانه ها ساخته می‌شود. این عناصر رمز و فریبکاری است (و نه هیچ چیز دیگر) که هرگونه دلالت را به منزله ی [امر] مصرف پذیر تعریف می‌کند. این عمومیت جایگزینی رمز به جای بُعد ارجاعی است که مصرف رسانه های جمعی را معین می‌کند.» او می‌افزاید: «رویداد در حکم مواد لازم برای مبادله نیست؛ رویداد خام، خود مبادله است. رویداد فقط وقتی «مصرف پذیر» می‌شود که کل یک زنجیره ی صنعتی تولید- رسانه های جمعی- آن را به محصولی کامل و به ماده ای از نشانه های مرکب و محدود همانند محصولات آماده ی تولید صنعتی، تصفیه، تجزیه و اصلاح سازد. این همان کاری است که آرایش با چهره می‌کند؛ این عمل برای خصوصیات واقعی اما مغایر، برای جایگزینی نظام مند شبکه ای از پیام های انتزاعی اما منسجم صورت می‌گیرد؛ پیام‌هایی که از عناصر فنی و از رمزی با دلالت های تحمیل شده (رمز زیبایی) تشکیل شده اند» (بودریار، ۱۳۸۰: ۸-۱۱۷).

بودریار معتقد است که باید از تفسیر عمل بسیار تهورآمیز تولید محصولات مصنوعی و لوازم آرایش، تولید شبه کالاها و شبه رویداد، که هستی روزمره ی ما را تصرف کرده است، به عنوان قلب ماهیت و تحریف محتوایی «اصیل» بر حذر باشیم... بودن معنا، سیاست زدایی از سیاست، فرهنگ زدایی از فرهنگ و جنس زدایی از بدن در مصرف رسانه های جمعی، در حوزه ای فراتر از تفسیر مجدد و صرفاً «غرض ورزانه ی» محتوا صورت می‌گیرد. در شکل (صورت) است که همه چیز تغییر می‌یابد و واقعیتی جدید همه جا جایگزین واقعیت می‌شود، این واقعیت جدید کاملاً از ترکیب عناصر رمز تولید می‌شود.

بورشتاین، عامل شکل‌گیری این وضعیت و خلق شبه رویدادها را روزنامه نگاران و روابط عمومی‌ها می‌داند. برای مثال، کنفرانس مطبوعاتی و خبری، یک شبه رویداد ساختگی است که به وسیله‌ی افراد و نهادهای دارای ارزش خبری به منظور خشنودی روزنامه نگاران دارای اشتباهی سیری ناپذیر برای اخبار تازه شکل می‌گیرد. شبه رویداد در ساختن تصاویر و چهره‌ها از شخصیت‌ها تقلیل یافته است. قهرمانان واقعی گذشته که عهده‌دار کارهای بزرگ بودند، به وسیله‌ی افراد مشهور در تصاویر و انگاره‌های رسانه‌ای، جایگزین شدند. این چهره‌های رسانه‌ای شده، حتی آدم‌های با استعدادی [نیز] نیستند (لافی، ۲۰۰۷: ۱۵۳). رمز موفقیت شبه رویدادها آن است که روزنامه نگاران به گزارش آن‌ها تمایل دارند. چنان‌که بورشتاین می‌گوید، چنین رویدادهای جذاب‌تر از رویدادهای واقعی هستند؛ زیرا بسیار دراماتیک (هیجانی)، ساده برای انتشار و صریح و قابل فهم هستند. پاؤل تیلور (۴) و جان هریس (۵)، ویژگی‌های شبه رویدادها از دیدگاه بورشتاین را چنین خلاصه می‌کنند: شبه رویدادها خیلی دراماتیک (هیجانی) هستند.

شبه رویدادها برای انتشار آسان‌تر هستند، زیرا برای تکثیر و تکرار تنظیم و طراحی می‌شوند  
شبه رویدادها نیازمند (مستلزم) پول هستند  
شبه رویدادها از وضوح و روشنی برخوردارند  
شبه رویدادها به لحاظ اجتماعی مناسب و مطلوبند  
اطلاع از شبه رویدادها، مؤلّد دانش و آگاهی است

شبه رویدادها دارای رشد تصاعدی هستند. به عبارتی، شبه رویدادها، شبه رویدادهای بیشتری را تکثیر می‌کنند (تیلور و هریس، ۲۰۰۸: ۱۱۸).

بورشتاین معتقد است که روزنامه نگاران اغلب از معنای واقعی اطلاعاتی که به دست آورده‌اند، مطمئن نیستند؛ [لذا] وظیفه‌شان یافتن شیوه‌ای است که با استفاده از آن سرنخ‌های به دست آمده را سرهم بندی و ترکیب کنند، به گونه‌ای که خوانندگان نتوانند آن گزارش‌ها را غیرواقعی تلقی کنند (بورشتاین، ۱۹۸۲ به نقل از کلارک، ۲۰۰۳: ۵۱).  
بورشتاین، توان ایجاد رویداد قابل گزارش را، توان ایجاد تجربه می‌داند.

گی دُبور نیز رویکرد بدبینانه‌ی مشابهی را با وضع مفهوم «نمایش» (۶) عرضه می‌کند و آن را نتیجه و هدف شیوه‌ی تولید مسلط می‌داند. مفهوم نمایش، جامعه‌ی رسانه‌ای و مصرفی را توصیف می‌کند که پیرامون تولید و مصرف تصاویر، کالاها و رخدادهای نمایشی سازمان یافته است.

دُبور، نمایش را عبارت از مجموعه‌ای از انگاره‌های بصری و تصاویری می‌داند که در جریانی فراگیر با هم ترکیب می‌شوند و از آمیزش آن‌ها، جهانی ساختگی پدید می‌آید که به کلی از مناسبات اجتماعی زندگی واقعی «جدا» است. او معتقد است نمایش به عنوان یکی از قالب‌های روند شیء‌واره شدن و ساختن انگاره‌ها به دست فناوری، ابزاری برای یکپارچه‌سازی است.

وی در کتاب جامعه‌ی نمایش (۷) می‌نویسد: «نمایش، ایدئولوژی تمام عیار است؛ زیرا ذات هر نوع نظام ایدئولوژیکی را در حد کمال نشان می‌دهد و نمایان می‌سازد: یعنی فقیر شدن، اجیر شدن و نفی شدن زندگی واقعی. نمایش به طور مادی «بیان جدایی و دوری انسان از انسان» است. «توان فریبکاری جدید»ی که از پایه‌ی خود در این تولید متمرکز

گشته، و با آن قلمروی جدید از موجوداتی بیگانه که انسان اجیرشان است... همراه با توده‌ی اشیاء رشد می‌کند» (دُبور، ۱۳۸۲: ۱۹۴).  
دُبور (۱۳۸۲) نمایش را فرمانروایی خودکامه‌ی اقتصاد کالایی دست یافته به مقام حاکمیت غیرمسئول، و نیز مجموعه‌ی جدید فنون حکومت‌گری می‌داند که این فرمانروایی را همراهی می‌کنند. به زعم او، نیت نخست سلطه‌گری نمایشی، امحای شناخت تاریخی در کل، و رد وهله‌ی اول، امحای تقریباً همه‌ی اطلاعات و تفاسیر معقول راجع به گذشته‌ی بسیار نزدیک است.

او با پیوند زدن مقوله ی نمایش به نیروهای پویایی آفرین توسعه ی سرمایه داری، شیوه ی روشنگری برای اندیشیدن به شرایط وقوع این رخداد پیش روی ما می نهد، او به درستی به این حقیقت پی می برد که نمایش معلول مناسبات مبادله در نظام سرمایه داری است، که در آن حیات اجتماعی و فرهنگی آکنده از تلاش هایی است که به منظور دستیابی به سود بیشتر، سعی در تبدیل زندگی اجتماعی و فرهنگی به ابزارهایی برای انباشت و کنترل سرمایه های اقتصادی دارند. بدین ترتیب، نمایش فرآورده ی شیء شده ی فعالیت بشری است و نه یک نظام عملکردی کاملاً مستقل و خودآیین با منطقی ویژه ی خود: «نمایش مجموعه ای از نگاره ها و تصاویر نیست، بلکه رابطه ای اجتماعی است که به میانجی انگاره ها و تصاویر میان آدمیان برقرار می شود» (دان، ۱۳۸۵: ۷-۲۴۶).

از نظر دُبور، نمایش به عنوان آرایه ی ضروری اشیای اینک تولید شده، به عنوان شرح عام عقلانیت نظام و به عنوان شاخه ی اقتصادی پیشرفته ای که انبوهی فزاینده از تصاویر اشیا را شکل می دهد، تولید اصلی جامعه ی فعلی است: آن جا که جهان واقعی تبدیل به تصاویر صرف شود، تصاویر صرف به موجودات واقعی و انگیزه های کارآمد در رفتاری هیپنوتیزی مبدل می شوند. وقتی، تصویر با استفاده از ابزارهای رسانه ای گوناگون، فرد را وادار به دیدن جهان می کند (دیگر نمی توان جهان را به صورت واقعی درک کرد)، طبیعی است که حس ممتاز انسان حس بینایی می شود؛ درست همان گونه که در گذشته، حس لامسه برتری داشت. بنابراین، بینایی انتزاعی ترین و رازآلودترین حس است و با انتزاعیات عمومی امروزی، تطابق و همخوانی دارد. اما نمایش را نمی توان با نگاه صرف، ولو در حالت ترکیبی با شنوایی، یکی دانست. نمایش چیزی است که از حیطة ی فعالیت انسان ها و بازنگری و تصحیح اعمال شان خارج است. نمایش ضد دیالوگ است. هر کجا باز نمودی مستقل هست، نمایش بازسازی می شود (دُبور، ۱۳۸۲: ۲-۶۱).

نظریه ی دُبور درباره ی نمایش، به تصاویر و انگاره های رسانه های جمعی محدود نمی شود، اما رسانه ها نقش کانونی مهمی در اقتصاد سرمایه داری مدرن دارند. رسانه ها با خلق نمایش، باعث انزوا و از خودبیگانگی مصرف کنندگان آن می شوند. نمایش «سرمایه» در قالب انباشت تصاویر، کارکرد از خودبیگانه سازی را انجام می دهد. بنابراین، «نمایش صرفاً مجموعه ای از تصاویر نیست، بلکه روابط اجتماعی است که به واسطه ی تصاویر، رسانه ای شده است» (دُبور، ۱۳۸۲: ۵۶). «نمایش، ابزار آرام سازی و سیاست زدایی است» (کلنر، ۱۳۸۵: ۱۸۴).

## روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحلیل محتوای کیفی می باشد. در پژوهش حاضر جهت تأیید پذیری تمامی یافته های پژوهش و چگونگی تفسیر و تحلیل آن ها مستند شده و در هر مرحله ثبت و گزارش شده است.

## یافته ها

با استفاده از نرم افزار MAXQDA به بررسی موضوع تحقیق پرداخته شد. با توجه به بررسی متون مرجع، مصاحبه ها، مقالات و کتب بر اساس روش تحلیل مفهوم، "معیارهای زیبایی شناسانه صحنه ی تلویزیون" کدگذاری شده و سپس با استفاده از نرم افزار MAXQDA به "مفاهیم" تبدیل و روابط میان آنها از طریق جداول "کدگذاری گزینشی" شده و به شرح زیر ارائه می گردند:

جدول ۱: مفهوم معیارهای زیبایی شناسانه صحنه ی تلویزیون/صحنه

کد	
----	--

صحنه	<p>صحنه آرایبی و ساخت و ساز عناصر داخل صحنه، سن، مشخص کردن مکان قرارگرفتن هر یک از عناصر صحنه، نورپردازی، لباس، آرایش و گریم بازیگران و رفتار و حرکت آنها و بعد از اینها، ترکیب تصویری هر صحنه، رابطه میان اشیاء و آدم ها در هر صحنه، رابطه نور و تاریکی، رنگ صحنه و انتخاب زاویه دید و نیز حرکت ها در هر صحنه تعیین کننده حس فضا هستند. به این ترتیب، درواقع کارگردان با کنترل میزانشن، رویدادی را برای مخاطب به روی صحنه می برد.</p>
------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

جدول ۲: مفهوم معیارهای زیبایی شناسانه صحنه ی تلویزیون / صحنه آماده سازی صحنه

کد	
آماده سازی صحنه	<p>به هر صورت، انتخاب مکان و نوع بهره برداری از آن اغلب با تصمیم کارگردان و تهیه کننده صورت می گیرد و سایر عوامل از جمله طراح صحنه و دکور، تصویربردار و نورپرداز و... باید خود را با این وضعیت وفق دهند. در بسیاری از برنامه های ترکیبی و استودیویی، یک یا دو دکور ثابت و متحرک وجود دارد و تمام اتفاقات در برابر همین دکورها روی می دهد، اما در فیلمهای داستانی، هر صحنه ممکن است دکور ویژه ای نیاز داشته باشد و یا با مقدار کم یا زیادی صحنه آرایبی همراه باشد.</p>
انتخاب لوکیشن	<p>انتخاب مکان یا مکان های تصویربرداری و همچنین ساخت دکور، یکی دیگر از اقدامات برجسته در مرحله پیش تولید محسوب می شود. در این مرحله، ابتدا دستیار کارگردان و یا مدیر تولید، فهرست کاملی از مکان های مورد نیاز را تهیه می کند و یک یا چند گروه از عوامل گروه صحنه یا تولید، برای یافتن مکان های مورد نیاز به جستجو می پردازند.</p> <p>آنها از این مکان ها عکس و فیلم تهیه می کنند و اطلاعات مورد نظر را در اختیار تهیه کننده و کارگردان قرار میدهند و در صورت تأیید اولیه، کارگردان به همراه تصویربردار، صدابردار و تهیه کننده به دیدن مکان های منتخب و ارزیابی فنی آنها می روند. در صورت تأیید نهایی فرایند عقد قرارداد کرایه آن مکان ها انجام می گردد.</p>
مشخصات مناسب	<p>- در انتخاب مکان های تصویربرداری باید به سروصدای مزاحم در حاشیة محل، توجه ویژه ای شود. گاهی استقرار یک کارخانۀ پر</p>

	<p>سروصدا در جنب مکان فیلمبرداری و یا تردد بیش از حد خودروها و صداهای مزاحم موجب می شود که صدابرداری برنامه به دفعات مختلف متوقف شود و همین موضوع اتلاف زمان و هزینه های زیادی را به دنبال خواهد داشت.</p> <p>- توجه به جزئیات دیگر نظیر دسترسی جادهای برای حمل و نقل امکانات و عوامل، دسترسی به مراکز خرید یا مراکز درمانی و... میتواند نقش بسزایی در افزایش راندمان تولید ایفا کند.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

جدول ۳: مفهوم فضا- صحنه

کد	
<p>فضا- صحنه</p>	<p>نمایش فضا در تئاتر از طریق طراحی صحنه و میزانشن، چینش اشیا در صحنه و مشخص کردن حرکات بازیگران رخ می دهد. در تئاتر آنچه که تاثیر بیشتری بر ماندگاری اثر در ذهن دارد توالی رویدادها نیست بلکه چینش اشیا و حرکت بازیگران است بدین معنی که طراحی صحنه، میزانشن که به نمایش فضا می انجامد، از زمان اهمیت بیشتری دارد.</p> <p>در تئاتر بعد از خواندن متن و مشخص شدن ایدهی طراح صحنه برای خلق موقعیت رخدادن حوادث داستان، فضای نمایشی شکل میگیرد. فضای نمایشی فضایی است مصنوع و انتزاعی که برای اجرای بازیگر و حرکت هایش ایجاد شده است. فضای نمایشی به گونه ای ست که بتواند القای حس مورد نظر نویسنده را از طریق حرکت های بازیگر بهتر منتقل کند و در خلق موقعیت های نمایشی موثر واقع شود.</p>
<p>فضا- صحنه</p>	<p>تئاتر با فنون گوناگون در طراحی صحنه، میزانشن، حرکت بازیگران، دیالوگ ها و حالت صورت، سعی در القای حسی خاص برای بینندگان دارد؛ در پی تجربه حسی رخ داده شده، ارزش هنر نمایان می شود. القای احساس در بینندگان فیلم ها فراتر از درگیر کردن حس بینایی است. همانطور که گفته شد از نظر دوفرن شکل گرفتن یک خاطره، خود نوعی تجربه زیبایی شناسانه است و از نظر پدیدارشناسی درگیر کردن حس ها می تواند سبب ایجاد خاطره شود پس می توان چنین برداشت کرد که زیبایی شناسی نوعی حس شناسی است.</p>



<p>فضا- صحنه</p>	<p>امروزه حضور معماری در طراحی صحنه تبدیل به یک اصل پذیرفتنی و غیر قابل انکار شده است. برخی طراح صحنه را معمار صحنه می نامند و عدم شناخت وی از این عرصه را در زمره ناکامی های یک طراح صحنه معرفی میکنند. عدم آشنایی طراح صحنه از معماری و هندسه طرح وی را مجدداً به سمت همان دنیای قدیمی میراند که کریگ به آن اذعان داشته است.</p> <p>حال آن که به زعم لوکوربوزیه موضوع طراحی به نمایش گذاردن یک مجموعه سه بعدی از عناصر عملکردی مرتبط با یکدیگر است؛ که در درون یک شبکه عمود بر هم سازه انتظام یافته اند.</p>
<p>فضا- صحنه</p>	<p>لوکوربوزیه از سازماندهی در قالب سیستم صحبت میکند. سیستمی که امکان رشد را فراهم کرده و عناصر گوناگون و به شدت متنوع یک طرح را به وحدت می رساند. توجه کنیم که وحدت در اجزا، جزء لاینفک ترکیب بندی یک اثر هنری خواه نقاشی، خواه معماری و خواه طراحی صحنه محسوب میشود.</p> <p>به این ترتیب پلان می تواند دستمایه ابتدایی یک طراح صحنه برای رسیدن تکنیکی به طرح صحنه اش باشد. اما روند حرکت طراحی در این شیوه که لوکوربوزیه نام سیستم را بر آن نهاده است چگونه باید باشد؟ آن چه مسلم است بسیاری از تئوری ها و راه کارهایی که در معماری پیشنهاد شده است ماهیت و قابلیت انطباق بسیاری با طراحی صحنه دارد و به روشنی میتوان از آنها برای طراحی صحنه تئاتر بهره برداری کرد.</p> <p>یکی از این راهکارها بررسی روند تحلیلی لوکوربوزیه از پلان معماری است که وی درباره بنای تاج محل در هند صورت داده است. روند هشت گانه این تحلیل که از بررسی فرم مرکزی آغاز و به تشکیل قطعات منجر میشود، دستورالعمل مناسبی برای فرآیند طراحی صحنه یک اثر است.</p>
<p>فضا- صحنه</p>	<p>لوکوربوزیه فرآیند طراحی تاج محل را براساس یک سری قواعد تشریح میکند. « وی در بحث فرم می کوشد تا این نظریه را ارائه دهد که قوانین هندسی هر فرم مشخص، پایه ای برای فعالیت های بعدی است». به عبارت دیگر وی در درون یک سیستم، معتقد به فرآیند یکپارچه و طراحی گام به گام است.</p> <p>فرآیند یکپارچه و دقیقی که لوکوربوزیه در تحلیل پلان تاج محل آن را به دقت ترین شکل ممکن تشریح می کند. در این میان لازم است قبل از انطباق این مراحل با فرآیند صحنه پردازی تئاتر، نگاهی گذرا به این مراحل در تحلیل</p>

	یکی از عظیم ترین بناهای بشری بیندازیم. در این تحلیل و بررسی لوکوربوزیه هشت مرحله را در طراحی پلان تاج محل برمی‌شمرد.
فضا- صحنه	لوکوربوزیه در بحث فرم به دو گونه فرم خاص و فرم عام معتقد است. به زعم وی این فرمها هستند که سیستم را به وجود می آورند. در این راستا لوکوربوزیه اولین قدم طراحی را رجعت به پلان و انتخاب فرم مرکزی میدانند. انتخاب یک فرم مرکزی برای طراحی صحنه یک نمایش میتواند نخستین گام برای رسیدن به طرح نهایی باشد. یک مربع، یک مستطیل، یک دوزنقه، یا حتی یک دایره میتواند اولین انتخاب باشد. یک فرم مرکزی که از محورهای مرکزی و فرعی تشکیل شده است.
فضا- صحنه	یکی از عناصر کلیدی هر طرح صحنه ای، توجه طراح به ورودی ها و خروجی های صحنه است. در این مرحله طراح صحنه با توجه به ویژگی های متن نمایشی و نیازهای آن، تعدد شخصیت ها، بافت و خصوصیات روانی آنها، لوکیشن مورد نظر و... نقاطی از صحنه را بر روی پلان مشخص کرده و با استفاده از محورهای اصلی پلان ورودی های صحنه و به تبع آن خروجی ها را به وجود می آورد. این نقاط می توانند تنها به صورت قرارداد تعریف شوند و فاقد هرگونه نشانه ظاهری و عینی باشند و میتوانند با استفاده از عناصر معماری نظیر در، دروازه، پرده و... به صورت کاملاً مشخص و سراسر است به تماشاگر وجود ورودی ها و خروجی ها را یادآور شوند.

جدول ۴: مفهوم تناسب دکور و محتوا

کد	
تناسب دکور و محتوا	تناسب داشتن دکور و لوازم صحنه با موضوع برنامه از ضرورت‌هایی است که تهیه‌کنندگان برنامه‌ها می‌باید به آن توجه کنند. به طور مثال دکور یک برنامه ورزشی باید هیجان و زندگی را به مخاطبان انتقال دهد. از دیگر سو، دکور و صحنه برنامه، باید به دور از ذوق زدگی تصویری باشد و بتواند در انتقال مفاهیم موفق عمل کند.
تناسب دکور و محتوا	در تلویزیون برنامه‌های مختلف با مضامین متنوع تهیه و پخش می‌شود؛ دکور و صحنه در هر یک از این برنامه‌ها باید متناسب با حال و هوای آنها باشد. وقتی

	<p>موضوع برنامه جدی و مثلاً سیاسی است، دکور نیز باید جدی باشد و زمانی که موضوع هنری است صحنه نیز باید هنری باشد.</p>
تناسب دکور و محتوا	<p>باید عناصر صحنه و دکور در خدمت محتوا باشند و به آن کمک کنند، نه اینکه آن قدر متفاوت باشند که توی ذوق بزنند و مخاطب با دیدن دکور این سؤال به ذهنش متبادر شود که این چه دکوری است که هیچ فایده و کاربردی برای برنامه ندارد.</p>
تناسب دکور و محتوا	<p>دکور رابطه‌ای مستقیم با سطح مباحثی دارد که در یک برنامه تلویزیونی رد و بدل می‌شود. دکور زبان غیرکلامی برنامه است بنابراین باید مورد توجه قرار گیرد و برنامه‌سازان، سطحی با آن برخورد نکنند. البته برنامه‌سازان در سال‌های اخیر توجه زیادی به دکور داشته‌اند و در این زمینه توانایی‌های قابل قبولی به چشم می‌خورد. گفتنی است که به‌روز شدن تکنولوژی هم به این موضوع کمک کرده است.</p>
تناسب دکور و محتوا	<p>شتابزدگی در تولید یکی از مهم‌ترین مسائل مبتلابه حوزه‌های مختلف تولید از جمله بخش طراحی و ساخت دکور است. معمولاً تهیه‌کنندگان فرصت کافی برای طراحی و ساخت دکور در اختیار دکوراتورها قرار نمی‌دهند، به همین دلیل باید در کوتاه‌ترین زمان ممکن، دکوراتور، صحنه‌ای را برای یک برنامه طراحی کند و بسازد؛ در صورتی که اگر زمان و فرصت کافی در اختیار او قرار گیرد، می‌تواند با استفاده از تکنیک‌های مختلف دکوری جذاب طراحی کند.</p>
تناسب دکور و محتوا	<p>بیشتر دکورها و صحنه‌های تلویزیون از مجموعه قطعات و مواد خام مخصوص صحنه‌آرایی ساخته می‌شوند. این واحدهای پیش-ساخته به منظور ایجاد فضاهای مناسب برای صحنه تلویزیون در اشکال گوناگون انتخاب، تزئین و تنظیم می‌شوند.</p>
تناسب دکور و محتوا	<p>طراحی صحنه مؤثر، سهم عمده‌ای در موفقیت هر برنامه تلویزیونی دارد، می‌افزاید: دکور جذاب و ایده‌آل بیننده را به درون محیط مورد نظر می‌برد و به برنامه قدرت می‌دهد. طراحی صحنه ممکن است به شکل‌ها و حالت‌های گوناگونی انجام شود. دکور صحنه باید به قدر کافی محکم و استوار و البته به‌آسانی قابل حمل و جابه‌جایی باشد.</p>
تناسب دکور و محتوا	<p>در رسانه‌ای مانند تلویزیون اصل باورپذیری و اتکای طراح به واقعیت و پایبندی صددرصد او به ایجاد فرم‌ها و فضاهای واقعی و خلق آنچه موجب القای واقعیت</p>

	<p>می‌شود، ضروری به نظر می‌رسد. ایجاد بستری مناسب توسط طراح، در جهت باورپذیری در آثار نمایشی و برنامه‌های مختلف تلویزیون از بنیادی‌ترین مسائل است. پذیرش و باور فضا از سوی مخاطب ضروری است و البته خلق چنین فضایی نیز کار بسیار دشواری است.</p>
<p>تناسب دکور و محتوا</p>	<p>در حال حاضر متأسفانه به دلایل فراوانی، از جمله تنوع مصالح و فرم‌ها و رنگ‌ها و... طراحی صحنه در تلویزیون ما رشد چندانی نداشته است.</p>
<p>تناسب دکور و محتوا</p>	<p>یکی دیگر از مشکلات دکور و صحنه در برنامه‌های تلویزیونی آن است که بعضی از تهیه‌کنندگان از لوکیشن‌های مناسب استفاده نمی‌کنند تا دکور در فضایی مناسب و قابل پذیرش برای مخاطبان ساخته شود و یا بودجه مناسبی برای طراحی و ساخت دکور در اختیار دکورسازان قرار نمی‌دهند.</p>
<p>تناسب دکور و محتوا</p>	<p>در سال‌های اخیر تغییرات و پیشرفت‌های زیادی در زمینه دکورهای تلویزیونی اتفاق افتاده و سطح کمی و کیفی دکورها به شکل محسوسی رشد کرده و نسبت به دهه‌های قبل متحول شده است که در نگاه اول جای امید دارد اما بخش عمده‌ای از این ارتقا مرهون پیدایش امکانات جدید و رشد فناوری‌های مختلف بوده و برای رسیدن به شرایط مطلوب نیاز به برنامه‌ریزی، ساماندهی نیروهای متخصص، نظارت مداوم و سیاستگذاری و بسترسازی مناسب به منظور پیشرفت هرچه بیشتر در این حوزه است.</p>
<p>تناسب دکور و محتوا</p>	<p>اگر تصویر و مجموعه رنگ و فرم و... به صورت هماهنگ و مطلوب نباشد، از یک رادیوی خوب تا کارآمدتر خواهد بود. ما باید برای چشم مخاطبان احترام بگذاریم و با ایجاد جذابیت بصری در مجموعه، آن را تزئین کنیم. یک برنامه مجموعه‌ای از دکور، نور، لباس، عوامل انسانی و... است که توسط کارگردان و عوامل تولید با مضامین و موضوعات آمیخته می‌شود تا به یک محصول تلویزیونی تبدیل و ارائه شود. بدون تردید هماهنگی و زیبایی تصویر که عمده آن دکور است ضمن جذب مخاطبان، باعث سهولت درک مضامین و مفاهیم می‌شود.</p>
<p>تناسب دکور و محتوا</p>	<p>یکی از عواملی که برخی اوقات موجب افت کیفیت آثار می‌شود شتابزدگی در کار است یعنی زمانی که برای طراحی یک دکور در اختیار دکوراتور قرار می‌گیرد بسیار کوتاه است که اگر برنامه ریزی‌های بهتری در این حوزه صورت بگیرد و دکوراتورهای ما زمان بیشتری برای طراحی و ساخت دکور داشته باشند به یقین شاهد افزایش کیفیت آثار خواهیم بود.</p>

جدول ۵- مفهوم معیارهای زیبایی شناسانه صحنه ی تلویزیون نور

کد	
نور	<p>۱- بدون وجود نور هیچ چیز قابل رؤیت نیست.</p> <p>۲- در نمایش اولین وظیفه نور اشکال و احجام روی صحنه است. اما این تنها یکی از کارکردهای نور در صحنه است.</p>
نقش نور و سایه در نمایش	<p>آپیا تأکید بسیاری بر نور داشت اما نوری که همراه با سایه و تاریکی باشد. آپیا برای اولین بار برای مقوله سایه دیدگاه خاصی قائل شد و کارکرد آن را در ایجاد فضای صحنه و حتی مفهوم سازی عمیق بازگر و نقشه ای خاص بیان نمود.</p>
نقش نور و سایه در نمایش	<p>او براین امر اصرار داشت که نیروی تجسمی نور همانقدر که برای صحنه پردازی اهمیت دارد، برای بازیگران نیز اهمیت دارد. نور فقط برای تقویت یا تضعیف حالت چهره به کار نخواهد رفت، بلکه به نحوی طبیعی، بسته به اینکه نقش بازیگر خاصی تمام صحنه را دربرمی گیرد یا فرع آن باشد، به یگانگی و یا پراکندگی آن از زمینه صحنه خدمت خواهد کرد. از دیدگاه او نور میتواند از نظر عاطفی تماشاگر را برانگیزاند، چون می تواند با تکیه و تأکید بر اشکال، به آنها نیرو و معنای تازه ببخشد.</p>
نقش نور و سایه در نمایش	<p>شاعر موسیقیدان تصویرش را با نور رنگ میزند. برطبق نظریه ی آپیا، بازیگر، روبه های داستان، اشیاء صحنه، همگی باید به صورت هنر تجسمی یگانه ای جلوه کنند و نورپردازی مهم ترین عنصری است که به این هدف تحقق میبخشد، زیرا به کمک نور "یگانگی" بازیگری، صحنه و اشیاء صحنه تأمین میگردد.</p>
نقش نور و سایه در نمایش	<p>آپیا نور را همتا و همسنگ موسیقی به شمار می آورد که لحظه به لحظه با تغییر حالات و عواطف و حرکت نمایشی تغییرمی کند. از این رو معتقد بود که نور را نیز باید به همان دقت یک موسیقی تنظیم کرد تا همواره هماهنگ و موزون باشد، البته این شیوه، نظارت دقیقی را بر پخش، شدت و رنگ نور میطلبد</p>
نقش نور و سایه در نمایش	
نورپردازی	<p>نور و نورپردازی صحنه علاوه بر تکمیل کنندگی و هم پوشانی اثرات سایر عوامل در یک نمایش، حتی فراتر از این عوامل ظاهر و به انتقال پیام در</p>

	<p>مجرای نور بپردازد. همچنین مشخص شد که نورپردازی صحنه در نمایش های تئاتر میتواند موجب ایجاد اقلان در غالب برانگیختگی و چارچوب روان شناختی و درک مخاطب گردد. استفاده از مجرای نور در غالب نورپردازی صحنه ها موجب افزایش میزان توجه، درک، بهبود و دریافت مفهوم پیام حاصل از نمایش تئاتر و در ذهن و باور تماشاگر و حتی افزایش میزان تماشاگر گردد.</p>
<p>اهمیت نورپردازی</p>	<p>نور و روشنایی به عنوان یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در زیبایی یک محیط به شمار می آید. به همین ترتیب، نور در صحنه ی تئاتر اهمیت ویژه ای دارد. چراکه حقیقت تازه ای بر صحنه می آفریند. در واقع نور در تئاتر این امکان را به ما می دهد تا به دورن ابعادی وارد شویم که با آن چه ما هر روزه تجربهشان میکنیم تفاوت دارند.</p>
<p>اهمیت نورپردازی</p>	<p>نور و نورپردازی صحنه علاوه بر تکمیل کنندگی و هم پوشانی اثرات سایر عوامل در یک نمایش، حتی فراتر از این عوامل ظاهر و به انتقال پیام درمجرای نور بپردازد. همچنین مشخص شد که نورپردازی صحنه در نمایش های تئاتر میتواند موجب ایجاد اقلان در غالب برانگیختگی و چارچوب روانشناختی و درک مخاطب گردد. استفاده از مجرای نور در غالب نورپردازی صحنه ها موجب افزایش میزان توجه، درک، بهبود و دریافت مفهوم پیام حاصل از نمایش تئاتر و در ذهن و باور تماشاگر و حتی افزایش میزان تماشاگر گردد.</p>
<p>اهمیت نورپردازی</p>	<p>آپیا نظریه پرداز سوئسی تأکید بسیاری بر نور داشت و معتقد بود میتوان همه ی عناصر بصری صحنه را تحت لوای نور به یک واحد یکپارچه و منسجم درآورد. او نور را هم سنگ موسیقی برآورد میکرد که لحظه به لحظه با تغییر حالات و عواطف و حرکت نمایشی تغییر میکند. از این رو آپیا بر آن بود تا نور را نیز همانند یک موسیقی بنویسد و آن را هماهنگ و موزون سازد.</p>
<p>اهمیت نورپردازی</p>	<p>صحنه آرایبی از گذشته تاکنون همواره به عنوان عنصری مهم در حوزه تئاتر تلقی می شده است و از این منظر نورپردازی تئاتر نه یک عامل تزئینی بلکه به عنوان یکی از عوامل درونی و پایه ای هنر نمایشی برای ارتباط گیری بهتر و بیشتر با مخاطب محسوب می شود. اما همین عنصر زیباشناسانه اگر دراجرای نمایشی مورد بی مهری قرار گیرد باعث دلزدگی و بی توجهی مخاطب تئاتر میشود.</p>

جدول ۶: مفهوم معیارهای زیبایی شناسانه صحنه ی تلویزیون \ رنگ

کد	
رنگ	<p>رنگ در طراحی صحنه یکی از عوامل مهم و اساسی است و میتواند در فرم و انتقال فضای نمایش و احساس مورد نظر کارگردان، طراح صحنه و یا نویسنده تغییرات و دگرگونی های بسیاری به وجود آورد. به طور کلی دو عامل در روی صحنه تئاتر، رنگ را پدید می آورند. اول مواد رنگینه یا همان رنگی که در رنگ آمیزی تابلوها و اشیاء از آنها استفاده می شود.</p> <p>دوم منابع نوری روی صحنه .مسأله مهمی که در طراحی صحنه در رابطه با رنگ مطرح میشود تأثیر نورهای مختلف بر رنگ های گوناگون است که بحث مفصلی را می طلبد و در این مختصر نمیگنجد، ولی باید توجه داشت رنگ استفاده شده روی صحنه زیر نورهای صحنه از جهات مختلف قابل توجه و مطالعه می باشد:</p> <p>۱- ته رنگ یا رنگ مایه یا فام</p> <p>۲- ارزش رنگ،</p> <p>۳- درخشندگی رنگ</p>
روان شناسی رنگ	<p>روانشناسی رنگ در تبلیغات و بررسی ادراک رنگ، زیبایی شناسی طراحی صحنه و دکور در برنامه های زنده تلویزیون و خودکارسازی ارائه گرافیکی طرح ها در اطلاعات ارتباطی.</p>

جدول ۷- مفهوم معیارهای زیبایی شناسانه صحنه ی تلویزیون \ ترکیب بندی

کد	
ترکیب بندی	<p>کمپوزیسیون (ترکیب بندی)</p> <p>کمپوزیسیون یک واژه فرانسوی است که در زبان فارسی آن را ترکیب بندی می نامیم .آفرینش کلیه آثار هنرهای تجسمی، نیازمند طراحی و سازماندهی دقیق عناصر بصری یا همان ترکیب بندی است. هنرمند درساماندهی و ترکیب بندی یک اثر هنری، عناصری چون خط، شکل، بافت، نور، سایه و رنگ را در قالب یک مجموعه ساختمانی منظم دوبعدی یا سه بعدی، ترکیب می کند و بدین وسیله، ایده ها و مفاهیم ذهنی خویش را بیان میکند و به دیگران انتقال میدهد. عناصر</p>

	<p>بصری، در جریان ترکیب با یکدیگر، در یک مجموعه تصویری، کیفیت های ویژه و با ارزشی را از لحاظ بصری به وجود می آورند، که در القای مفاهیم مورد نظر هنرمندان به دیگران، نقش بااهمیتی دارد و درحقیقت وسیله مؤثری در انتقال محتوای اثر به بینندگان می باشد. تعداد این کیفیت های بنیادی که یک کمپوزسیون خوب را می سازد فراوان اند.</p> <p>- اما مهم ترین آنها عبارت است از:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ریتم</li> <li>- تعادل</li> <li>- تناسب</li> <li>- شکل</li> <li>- زمینه</li> <li>- فضای مثبت و منفی</li> </ul>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### نتیجه گیری

این پژوهش با هدف شناسایی ویژگی های معماری های زیبایی شناسانه طراحی صحنه تلویزیون (نور، رنگ، محتوا، جاذبه) به انجام رسیده است. بر اساس کدهای اولیه و گزینشی نهایتاً ۴۱ مقوله به صورت کدگذاری اولیه طبقه بندی شده و ۲۲ مقوله ی فرعی را تشکیل دادند. این یافته با مطالعه ی نصراللهی و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان "زیبایی شناسی طراحی صحنه و دکور در تله فیلم با رویکرد آسیب شناسی تله فیلم ها یرتولید داخلی همخوانی دارد. یافته های آسیب شناسانه این پژوهش نشان می دهد که به علت استفاده بیشتر تلویزیون از قاب های متوسط و مهم تر از آن، بودجه محدود فیلم تلویزیونی نسبت به فیلم سینمایی، نیاز کمتری به ساخت وجود دارد که این خود، جزو ویژگی های ذاتی صحنه کامل و دکورهای پرخرج و حجیم در تلویزیون طراحی صحنه تلویزیونی در مقایسه با صحنه های پرشکوه سینمایی است.

در نیمه دوم قرن بیستم، با شکل گیری فناوری دیجیتال و سایبری، هنرمندان نیز از تاثیرات آن برکنار نماندند و تلاش کردند تا این فناوری نوظهور را به صورت واقعیت مجازی یا افزوده وارد هنرهای نمایشی سازند. در همین راستا تلاش های بسیاری صورت گرفته است؛ اما هیچ یک هنوز نتوانسته اند به عنوان شیوه و روشی جا افتاده و مرسوم پذیرفته شوند. این مسئله ممکن است به نقص و عدم تکامل این فناوری ها و یا واقعیت مجازی و افزوده معطوف بوده و یا اساساً با جوهره و ماهیت تئاتر در تضاد قرار داشته باشد. هنری که ماهیت آن را هم نفسی و همدلی میان مخاطبان و عوامل اجرایی شکل می دهد. واقعیت مجازی فاصله ای عمیق میان مخاطب و گروه اجرایی ایجاد می کند. در جایی که تماشاگران واقعیت مجازی را "کاربر" می نامد



نتایج این مطالعه با مطالعه ی زهرا مهدوی سیاهکلی متناسب است. وی در گزارش تحقیق خود آورده است: تلویزیون خود دارای یک شکل هنری مستقل و وجوه مشخص و متمایز از دیگر هنرهاست. مشخصه منحصر به فرد برای تلویزیون به مثابه ی یک شکل هنری که زتل به آن اشاره می کند، عبارت است از: سرشت قابل دگردیسی (مسخ گونه) تلویزیون که تصاویر از طریق این سرشت برای یک روایت سنتز می شوند. همجواری تصاویر تلویزیونی هنگامی که دگرگونی (مسخ، دگردیسی) دائمی را طی می کنند رخ می دهد.

اگرچه، برخی مطالعات نظیر نصراللهی و همکاران (۱۳۹۳) معتقد به اهمیت کمتر طراحی صحنه در تولیدات تلویزیونی هستند. به گونه ای که وی معتقد است یافته های آسیب شناسانه این پژوهش نشان می دهد که به علت استفاده بیشتر تلویزیون از قاب های متوسط و مهم تر از آن، بودجه محدود فیلم تلویزیونی نسبت به فیلم سینمایی، نیاز کمتری به ساخت وجود دارد که این خود، جزو ویژگی های ذاتی صحنه کامل و دکورهای پرخرج و حجیم در تلویزیون طراحی صحنه تلویزیونی در مقایسه با صحنه های پرشکوه سینمایی است.

نتیجه کلی آن که فرم و تکنیک های میزانشن و ترکیب بندی تلویزیونی، از میزانشن و ترکیب بندی سینمایی متفاوت است و چون طراحی صحنه، ارتباط مستقیم با این دو پارامتر دارد، می توان دریافت که طراح صحنه فیلم تلویزیون، تکنیک ها و قواعدی متفاوت از طراحی صحنه فیلم سینمایی خواهد داشت.

این مطالعه می توانست بطور خاص بر طراحی صحنه در برنامه های ویژه در موضوعات گوناگون مثلاً طراحی صحنه در ژانرهای "خانواده"، "ورزشی"، "علمی"، "اخبار"، "کودک" و غیره متمرکز شده و نتایج قابل ارائه ای را پیش روی برنامه سازان همان حوزه های قرار دهد.

## فهرست منابع

- تافلر، آلوین (۱۳۸۵)، جنگ و پادجنگ. ترجمه مهدی بشارت، تهران: اطلاعات
- حاج باقری ادیب، م؛ و همکاران. (۱۳۸۶). روش های تحقیق کیفی. انتشارات بشری.
- رضائی، ع؛ و دیگران. (۱۳۹۳). تحلیل محتوای کیفی نظریه ارتباط گرایی و ارائه الگوی مفهومی طراحی زیست بوم های یادگیری. مجله علمی پژوهشی یادگیری الکترونیکی (مدیا). دوره ۵، شماره ۱، صص ۳۳-۴۵.
- فروتن یکتا پیام، مولود رضوانی (۱۳۹۸)، نقش واقعیت مجازی و افزوده در طراحی صحنه تئاتر آیا فناوری دیجیتال باعث ارتقاء و رشد تئاتر و صحنه پردازی آن می شود؟، فصلنامه علمی - پژوهشی تئاتر، شماره ۷۸.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات، قدرت هویت، ترجمه حسن چاووشیان، طرح نو.
- کریپندورف، ک. (۱۳۷۸). تحلیل محتوا. ترجمه: ه، نایی. تهران: انتشارات روش.
- کریم وند فاطمه، حاجی محمد احمدی، (۱۳۹۲). بررسی عوامل تأثیرگذار بر جذب مخاطبان تئاتر در شهر تهران، «مطالعات جامعه شناسی، سال پنجم، شماره بیستم، صفحات ۱۴۶-۱۲۹».

نصراللهی، فرزانه شریفی، محمدرضا حقیقی (۱۳۹۳)، تأثیر فضای مجازی بر تحولات ارتباطات سیاسی، مطالعات رسانه ای. سال نهم / شماره بیست و ششم.

Schramm, W. (۱۹۴۵). How communication works. In W. Schramm (Ed.), the process and effects of communication (pp. ۳-۲۶). Urbana, Illinois: University of Illinois Press.

Barnlund, D. C. (۲۰۰۸). A transactional model of communication. In. C. D. Mortensen (Eds.), Communication theory (۲nd ed., pp۴۷-۵۷). New Brunswick, New Jersey: Transaction.

Berleson, B. (۱۹۵۲). Content Analysis in Communication Research. Glencoe, Illinois, The Free press.

Berlo, D. K. (۱۹۶۰). The process of communication. New York, New York: Holt, Rinehart, & Winston.

Barroso, J. (۱۹۹۷). "Social Support and Long- term survivors of Aids". Western Journal of Nursing Research. Vol. ۱۹, Oct. P.p. ۵۵۴-۵۸۲.

Jensen, K. B. & W. Jankowski. N. (۲۰۰۲). A Handbook of Qualitative Methodologies for mass communication research: Routledge.

Krippendorff, Klaus, H. (۲۰۰۴). Content Analysis: an Introduction to its methodology. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, Inc.

Mayring, Philipp. (۲۰۰۰). "Qualitative Content Analysis". Forum: qualitative social research. (۱-۲). Art ۲۰. P.p. ۱-۱۱.

Rader, s. (۲۰۰۷). Qualitative Methods of Data Analysis: Swiss- Federal Institute of Technology. Zurich.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (۱۹۴۹). The mathematical theory of communication. Urbana, Illinois: University of Illinois Press

Weber, R. P. (۱۹۹۱). Basic Content Analysis. Newbury Park, CA: Sage Publications.

## **Identifying the characteristics of the aesthetic architecture of TV scene design (light, color, content, attraction)**

Abstract Scene design is one of the most important factors that plays a role in advancing the main goal of the story. Stage props, furniture, stage location, costume design, etc. are among the factors that play a role in stage design. Of course, the main tool of the stage designer is graphic elements.

The stage designer must know and use these elements correctly. The purpose of this study was to identify the characteristics of the aesthetic architecture of TV scene design (light, color, content, attraction). Qualitative content analysis method is used in this study. Qualitative content analysis seeks to maintain the advantages of quantitative content analysis in the interpretation of qualitative texts. For this reason, first by posing questions and then by conducting library studies, defining the analysis unit, reducing data, using the categorization system, modifying the categorization system based on the data, presenting a report of qualitative data (using MAXQDA software). And finally, by presenting interpretations, analytical materials were presented about the researched texts. Based on the primary and selective codes, the categories of aesthetic criteria of stage design/aesthetic criteria of TV scene/stage preparation, staging, appropriateness of decor and content, lighting, color psychology were formed. Therefore, it can be said that decor has a direct relationship with the level of discussions that are exchanged in a TV show. Decor is the non-verbal language of the program, so it should be taken into consideration and the programmers should not deal with it superficially.

**Keywords:** aesthetics, stage design, television programs, content