

نقش نورپردازی صحنه در اقناع مخاطبان در تئاتر

سید علیرضا برزگری^۱

دکتر سمیه تاجیک اسماعیلی^۲

چکیده

در زمینه اقناع و جذب مخاطب نور و نورپردازی صحنه نقش بسزایی دارند. هدف از تحقیق حاضر شناسایی نقش نورپردازی صحنه در اقناع مخاطبان در تئاتر است. در تحقیق کنونی، از روش کیفی برای گردآوری اطلاعات و از روش پیمایش وبا بهره‌گیری از شیوه پرسشنامه محقق ساخته انجام شده است. سوالات پرسشنامه دارای پنج گویه بوده که مطابق با طیف لیکرت از خیلی موافق تا خیلی مخالف نوشته و اعتبار آنها توسط آزمون آلفای کرونباخ ضرایب بالای پایایی راکسب نموده است. پرسشنامه‌ها به کمک روش گلوله برفی از بین ۳۰۰ نفر از کارشناسان حوزه نورپردازی و افراد صاحب‌نظر در عرصه نور و نورپردازی در تئاتر و سینما در سال ۱۳۹۶ توزیع گردید؛ برای تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها نیز از طریق روش‌های آماری جداول فراوانی، درصد فراوانی، درصد معتبر، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی و آزمون‌های آمار متغیرهای رتبه‌ای و ضرایب پیرسون و معادله رگرسیونی به کمک نرم‌افزار spss استفاده شده است. نتایج حاصل از بررسی مدل نشان داد نور و نورپردازی صحنه علاوه بر تکمیل‌کنندگی و هم‌پوشانی اثرات سایر عوامل در یک نمایش، حتی فراتر از این عوامل ظاهر و به انتقال پیام در مجرای نور بپردازد. همچنین مشخص شد که نورپردازی صحنه در نمایش‌های تئاتر می‌تواند موجب ایجاد اقناع در غالب برانگیختگی و چارچوب روانشناختی و درک مخاطب گردد. استفاده از مجرای نور در غالب نورپردازی صحنه‌ها 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.

واژگان کلیدی: تئاتر، نورپردازی صحنه، اقناع، مخاطب

۱ کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲ عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول و عهده دار مکاتبات)

مقدمه و بیان مسأله

اهمیت نور با کاربرد آن در زندگی عمومی و محیط داخلی ما عجین شده است. ما می‌توانیم با استفاده از نور حال و هوای محیط پیرامون خود را عوض کنیم. علاوه بر این، نور و رو شنایی به عنوان یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار در زیبایی یک محیط به شمار می‌آید. به همین ترتیب، نور در صحنه‌ی تئاتر اهمیت ویژه‌ای دارد. چراکه حقیقت تازه‌ای بر صحنه می‌آفریند. در واقع نور در تئاتر این امکان را به ما می‌دهد تا به دورن ابعادی وارد شویم که با آن چه ما هر روزه تجربه‌شان می‌کنیم تفاوت دارند.

رابرت ادmond جونز^۳ در این باره می‌گوید: زندگی که بر روی صحنه می‌بینیم، آن زندگی روزمره‌ای نیست که ما می‌شناسیم. کمی فشرده‌تر و پرمحتوی‌تر از آن است. دنیای تئاتر، نسبت به دنیایی که در آن زندگی می‌کنیم احساسات شدیدتر، آشکارتر و تندتری دارد. برای همین است که به تئاتر می‌رویم تا ساعتی را در این دنیای غیر عادی به سر ببریم و زندگی تازه‌ای را از طریق آن ترسیم کنیم. بازیگران که زندگی والاتری را در این تئاتر نمایش می‌دهند، باید در زیر نوری حرکت کنند که روی هم رفته غیر عادی باشد. کافی نیست که آنها را فقط زیبا و فریبنده و با شکوه جلوه دهیم. (جونز، ۲۰۰۴، ۳۶)

نور ما را قادر به دیدن اشیاء می‌کند، اما خودش دیده نمی‌شود. حسن کلهر در کتاب مهندسی رو شنایی، در مورد نور به این مسأله اشاره می‌کند که تعیین ماهیت نور از دیر زمان فکر بشر را به خود مشغول داشته است. یونانیان قدیم در ابتدا معتقد بودند که نور از ذرات خیلی کوچکی تشکیل شده است که از آن خارج می‌شوند و در اثر برخورد با ذات اشیاء سبب رؤیت آن‌ها می‌شوند. از سطو این نظریه را به این ترتیب اصلاح کرد که نور از ذرات خیلی کوچکی تشکیل شده است که از اجسام گداخته نورانی ساطع شده است و در ورود به چشم روی آن تأثیر گذاشته و منجر به بینایی می‌شود. (کلهر، ۱۳۸۵).

آدولف آپیا^۴ نظریه‌پرداز سوئسی که نظریات ارزشمندی درباره تئاتر و اپرا دارد، تأکید بسیاری بر نور داشت و معتقد بود می‌توان همه‌ی 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. او معتقد بود نور یک عنصر بصری است که نه فقط خودش دیده می‌شود، بلکه به کمک آن اشیای دیگر قابل رؤیت می‌گردند. از منظر وی نور عالی‌ترین نقاشی صحنه است. او در این باره می‌گوید "شاعر موسیقی دان تصویرش را با نور رنگ آمیزی می‌کند." (سیمونسن، لی، ۱۳۷۸ ص: ۱۵)

برایان آرنوت^۵ گر مقاله‌ی "صحنه پردازی با نور"، دو عنصر نور و حرکت را اجزای جدا نشدنی نمایش توصیف می‌کند. عنوان این مقاله مشخص می‌نماید که نور صرفاً عنصری نیست که بعدتر به نمایش اصاق شود، بلکه درحقیقت یک عنصر ضروری برای صحنه‌پردازی تئاتر است. در اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰ و در طول دهه ۱۹۹۰، طراحان نور به عنوان بخشی از گروه صحنه‌پردازی و هدایت‌کننده‌ی کنش در تئاتر تبدیل می‌شوند. این ارتباط به عنوان بخشی از گروه

3- Robert Edmond Jones

4- Adolphe Appia

5- Lee Simonson

6- Brian Arnott

صحنه‌پردازی و هدایت‌کننده‌ی کنش در تئاتر تبدیل می‌شوند. این ارتباط سیال و وابسته به هم نقش‌ها بین گروه صحنه‌پردازی و نورپردازی در صورتی که به خوبی محقق شده باشد باعث می‌شود که طراح نور به فردی تبدیل شود که برای تماشاگران سحر و جادو می‌کند و نگاه آن‌ها را به لحظه‌ی نمایش هدایت می‌کند در این حالت، طراح نور کسی است که به شیوه‌ای مشابه تدوینگر فیلم و تلویزیون، لحظه‌ای را به قاب می‌کشد. (بهجت، ۱۳۶۴).

به گواه تاریخ صحنه‌آرایی از گذشته تاکنون همواره به عنوان عنصری مهم در حوزه تئاتر تلقی می‌شده است و از این منظر نورپردازی تئاتری نه یک عامل تزئینی بلکه به عنوان یکی از عوامل درونی و پایه‌ای هنر نمایشی برای ارتباط‌گیری بهتر و بیشتر با مخاطب محسوب می‌شود. اما همین عنصر زیباشناخته اگر در اجرای نمایشی مورد بی‌مهری قرار گیرد باعث دلزدگی و بی‌توجهی مخاطب تئاتر می‌شود. قطب‌الدین صادقی، مدرس و کارگردان تئاتر بر این باور است که ابزار و وسایل صحنه یا (آکسسوار) به عنوان عناصر زیبایی‌شناسانه و ثابت دیداری نمایش از بعد روان‌شناختی و جامعه‌شناسانه، تأثیر بسیاری بر جذب مخاطب تئاتر دارد که متأسفانه در تولیدات نمایشی کم‌کم رو به فراموشی است. اگر صحنه‌های یک نمایش از بعد زیبایی‌شناسی مورد توجه مخابان قرار نگیرد چه بسا باعث دلزدگی مخاطب و افول می‌گردد. به گواه تاریخ تئاتر، توجه به جنبه‌های دیداری و زیبایی‌شناسانه نمایش در دوران‌های مختلف هنری باعث خلق سبک‌های گوناگونی در صحنه‌آرایی شده است. هنرمند در طراحی صحنه و دکور یک اثر نمایشی با شناخت عناصر بصری صحنه‌ای و نماد‌گرایانه، بخش‌های پنهان اثر نمایشی را برای مخاطب آشکار می‌سازد. ویلیام شکسپیر، نمایشنامه‌نویس بزرگ انگلیسی معتقد است، در اجرای یک اثر نمایشی آنچه که بیش از همه مخاطب را به خود جلب می‌کند منظر دیداری نمایش است. نگاه حاشیه‌ای و تزئینی به صحنه‌پردازی را از جمله عواملی می‌دانند که باعث شده است تا این هنر بصری در تولیدات نمایشی به فراموشی سپرده شود. توجه به طراحی صحنه و دکور و صحنه‌پردازی نمایشی باعث آشنایی اهل تئاتر با سبک‌ها و شیوه‌های جدید صحنه‌آرایی و توجه به ابعاد زیباشناخته باعث غنای نمایشی و حظ بصری برای مخاطب تئاتر است. (مجید امرایی، ۱۳۹۵)

پس با وجود اهمیت این حس عوامل تأثیرگذار بر این مهم نیز باید حائز اهمیت باشند. اما تاکنون جایگاه نور و زیرمجموعه‌های آن در این‌گونه رسانه‌ها کاملاً مبهم مانده و کمتر بررسی و پژوهش قرار گرفته است. طیف رنگ‌ها، شعاع نور، فاصله کانون، شدت و حدت نور همه و همه از مهم‌ترین مقوله‌های این مبحث می‌باشند. نور به عنوان یک کانال می‌تواند انتقال‌دهنده احساس، اهمیت و نقطه اثر متون و سایر اجزای ارتباطی همراه باشد. طیف رنگ‌ها می‌تواند یک متن یا یک پیام را در ذهن مخاطب بازسازی و زمینه‌پذیرش را القاء نماید. تأثیر قدرت اثر به حدی است که می‌تواند که نقش سایر اجزای ارتباطی را تحت الشعاع قرار داده و حتی آنها را نفی می‌کند. بارزترین بیان از این مطلب را این‌گونه می‌توان شرح داد که عدم وجود نور به صراحت تمام عملکرد تمامی اجزای ارتباطی همراه خود را متوقف و بی‌نتیجه خواهد نمود. تعریف و جایگاه نور در تبلیغات امروزه یا رسانه‌های نمایشی بسیار گسترده و فراگیر است. ولی با توجه به رویه جدید مخاطب پسنودی و روند رقابت رسانه‌ها در جلب مخاطبان، استفاده از این جزئیات می‌تواند راه تسلط بهتر و بیشتر در میدان رقابت رسانه‌ها باشد. روندی که متأسفانه به علت توجه به سیاست‌های کلی رسانه‌ها در توجه به جزئیات ارتباطی پیام از قلم افتاده است. شاید این روند مهر تأیید یا نقض نظریه مک‌لوهان مبنی بر اینکه رسانه خود پیام است باشد. بنابر تعریف مارشال مک‌لوهان از رسانه‌های سرد و گرم می‌توان تئاتر را یک رسانه سرد نامید زیرا مشارکت بیشتری را از جانب

مخاطب می‌طلبد. اجرای هر اثر نمایشی برای ارتباط نزدیک با مخاطب و ایجاد رابطه دو سویه و تنگاتنگ نیازمند صحنه‌آرایی و توجه به ابعاد زیبایی شناسانه صحنه است. خلاء موجود و عدم ارتباط تنگاتنگ میان مخاطب و هنرمند هنوز جایگاه هنر و به ویژه هنر تئاتر آن گونه که شایسته است در بین مردم و جامعه نهادینه نشده است. حل بحران مخاطب، در گرو رفع اختلال ارتباطی تئاتر با مخاطب است. تئاتر، وابسته‌ترین هنرها به مخاطب است. رخداد تئاتری بدون توانایی جذب مخاطب، به گفتمانی درون متنی محدود می‌شود و بسط و توسعه اجتماعی که ویژگی هنر تئاتر است نمی‌یابد. شناخت مخاطبان و آگاهی از سلیق و خواسته‌های آنان برای یک رسانه، سازندگان و دست اندرکاران یک اثر اهمیت بسیاری دارد. این شناخت و آگاهی از علایق مخاطبان ضروری است و می‌توان با توجه به آن اثری بهتر و پربیننده‌تر خلق کرد؛ در نتیجه رسانه‌ها نیز می‌توانند خدمات خود را به صورت کارآمدتری به مخاطبان ارائه کنند. نظریه پردازان، هم‌چنین به عواملی که افراد را بر می‌انگیزانند تا به مخاطبان بپیوندند و نیز به عوامل مؤثری که مخاطبان را حفظ می‌کنند، توجه دارند. (مک‌کوایل، ۱۳۸۵: ۹۷). در حقیقت، قلمرو نور امکان خلاقیت‌های زیادی را برای طراح به وجود می‌آورد. این گزینه‌های بی‌شمار، تأثیرگذار و ظاهراً بی‌پایان به هر متخصصی کمک می‌کنند تا افسون بیکران این رسانه را به چنگ آورد و با به کار بردن خیال، احساسات و فضا سازی، تماشاگر را در دنیای تئاتر غرق می‌کند. اما در کنار همه‌ی این جذابیت‌ها نباید این جمله‌ی ژان کوکتو^۱ را از یاد برد که می‌گوید: «مجموع تمام نورها هرگز نباید درخشان‌تر از نوری باشد که از قلب‌های بازیگران می‌درخشد.» (بهجت، ۱۳۹۳).

ترغیب هر مخاطب در هر رسانه شیوه‌ای متناسب با خود را طلب می‌کند. تمام غایت هر رسانه کسب اعتماد و جلب مخاطب خود است. پس کسب و شناسایی اطلاعات و شیوه‌های مؤثر بر شناخت مخاطب، نیاز آن و اراده شیوه‌ای در جهت ارضای فکری و مفهومی حاصل از پیام آن رسانه، ترغیب و اقناع مخاطب را رقم می‌زند. به عبارتی مهم‌ترین عامل را بیشتر از رسانه‌ای مانند تئاتر باید در شناخت مخاطب و شیوه‌های مؤثر در اقناع آن جستجو نمود. چون بقاء و حیات رسانه‌ای چون تئاتر را فقط در مخاطب و جلب رضایت تماشاگرانش می‌توان برشمرد.

اهداف پژوهش

هدف کلی

شناسایی نقش نورپردازی صحنه در اقناع مخاطبان در تئاتر

اهداف جزئی

۱. ارائه دیدگاهی جامع برای به کارگیری و اثربخشی بیشتر نورپردازی در تئاتر
۲. بررسی موانع و محدودیت‌ها در اثربخشی نورپردازی در اقناع مخاطبان

سؤال‌های پژوهش

۱. چه رابطه‌ای بین نور و اقناع مخاطبان وجود دارد؟
۲. چگونه نور می‌تواند نقش خود پیام را ایفا کند؟

فرضیه‌های پژوهش

۱. نور و نورپردازی تکمیل کننده سایر اجزا در کلیات رسانه‌ها هستند.

۲. نور و نورپردازی می‌تواند به عنوان یک کانال ارتباطی مجزا به ار سال پیام بپردازد.
۳. نور می‌تواند نقش خود پیام را ایفا کند.
۴. بین نور و اقناع مخاطبان رابطه‌ای مستقیم وجود دارد.
۵. نور و نورپردازی می‌تواند به صورت مستقل به عنوان وسیله‌ای برای اقناع مخاطبان به کار رود.

چارچوب نظری پژوهش

مارشال مک لوهان^۹

افکار مک‌لوهان که در کتاب «درک رسانه: امتداد انسان» منتشر شد تأثیر به‌سزایی در مطالعات رسانه‌ای داشت. او کتاب را با این بخش آغاز می‌کند رسانه پیام است!

وی از مشهورترین پیروان نظریات دیوید ریزمن بوده است. امروزه وی را به‌عنوانی چون فیلسوف و جامعه‌شناس رسانه، پیشگوی فرزانه و نیوتن عصر جدید می‌شناسند. مک‌لوهان عصر حاضر را عصر رسانه نامیده است البته در نگاه مک‌لوهان، رسانه به تلویزیون و سینما و رادیو و کتاب محدود نیست. او هر ابزاری را رسانه می‌داند و به‌همین سبک است که می‌گوید: وی معتقد است بشر ابزار را شکل می‌دهد و ابزار نیز در شکل‌دهی انسان مؤثر است. مک‌لوهان که رسانه‌های الکترونیک را امتداد حواس (دستگاه عصبی) انسان می‌دانست. مک‌لوهان می‌افزاید: وسیله همان پیام است یعنی صورت بر محتوای آن رجحان و برتری دارد و شیوه‌های نشر هر فرهنگ بر محتوای آن تأثیر دارد. نظریه رسانه‌های سرد و گرم از جمله پربحث‌ترین نظریه‌های ارتباطاتی معاصر در زمینه رسانه‌هاست که اولین بار مارشال مک‌لوهان فیلسوف کانادایی آن را مطرح و نامگذاری کرده است و تاکنون مورد توجه بسیاری از صاحب‌نظران علوم ارتباطات قرار گرفته است. مک‌لوهان در بخش دیگری از آراء خود رسانه‌ها را از نظر حرارت به دو گروه تقسیم می‌کند.

۱- رسانه‌های گرم: عکس، رادیو، سینما، کتاب، سخنرانی، الفبای صوتی، فیلم (تک حسی)

۲- رسانه‌های سرد: خط تصویری - تلفن - تلویزیون - سیمینار - گفتار (همه حسی)

او رسانه‌های همه حسی را سرد و رسانه تک حسی را گرم می‌داند.

وی رسانه‌های گرم را رسانه‌های تک حسی می‌نامید که شامل ابزارهایی است که قادرند مفهوم مورد نظر را به کمک ذهن و تخیل مخاطب کامل کنند و یک یا چند نفر اندیشه خود را به دیگران انتقال دهند بدون این‌که در صدد تبادل فکر باشند (رشید پور، ۱۳۵۴: ۱۱۵-۱۰۷). رسانه‌های سرد را رسانه‌های همه حسی نامید که نمی‌توانند امکانات رسانه‌های گرم را برای مخاطبان خود فراهم سازند و مشارکت انسان را بیشتر می‌کند. به بیان دیگر رسانه سرد، رسانه‌ای است که مشارکت زیادی را از ناحیه مخاطب طلب کرده و فهم پیام‌های آن احتیاج به قدرت تخیل مخاطب دارد، در صورتی که رسانه گرم آن است که مشارکت چندانی از مخاطب طلب نمی‌کند و به خاطر صراحت و وضوح، نیازی به تخیل ندارد. وسائل ارتباطی سرد و گرم در کتاب "شناخت وسایل ارتباطی" مارشال مک‌لوهان که در سال ۱۹۶۴م انتشار یافت، مطرح شد. مک‌لوهان در فصل دوم این کتاب، ضمن تجزیه و تحلیل دقیقی که از وسائل ارتباطی به عمل آورد، پاره‌ای از نظریات جالب و مشهور خود را که از جمله‌ی آنها، "رسانه سرد و گرم" بود، از جهات مختلف روشن کرد.

مک‌لوهان می‌گوید وقتی در ارتباطات، سخن از رسانه به میان می‌آید، دو معنا از آن به ذهن می‌رسد:

۱. به معنای روش یا ابزار فنی و مادی تغییر شکل پیام، به‌علاماتی که مناسب انتقال از یک مجرای معین هستند؛

۲. به معنای واسطه‌ی مادی انتقال علایم، به هوا، کاغذ یا کلام انسان، که واسطه‌ی مادی انتقال علائم هستند، رسانه اطلاق می‌شود و همه از انواع رسانه‌های مادی به شمار می‌روند.

مک‌لوهان با قاطعیت بسیار، معنای دوم را از نظر حرارتی به دو دسته «سرد و گرم» تقسیم می‌کند. منظور مک‌لوهان از رسانه سرد، رسانه‌ای است که مشارکت زیادی را از ناحیه‌ی مخاطب طلب کرده و مخاطب باید به کمک سائر حواس خود، به استقبال آن رسانه برود. از آنجا که یک رسانه سرد، کمتر به تشریح و توصیف می‌پردازد، ضرورتاً دخالت و همکاری بیشتری را از حواس مخاطب طلب می‌کند؛ تا به کمک آنها، آنچه را به او نداده‌اند و یا وسیله ارتباطی فاقد آنهاست، پر کند و در جای خود بگذارد. در رسانه‌های سرد، لازم است مخاطب با بهره‌گیری از قدرت تخیل خود، حلقه‌های مفقوده‌ای که در پیام‌ها وجود دارد را شناسایی کند و در واقع حجم زیادی از اطلاعات را بر اطلاعات ارائه شده از سوی رسانه، اضافه کند؛ تا فهم کامل پیام رسانه‌ای حاصل شود.

اما رسانه گرم در دیدگاه مک‌لوهان، رسانه‌ای است، که تنها یکی از حواس پنج‌گانه مخاطب را در نهایت تکامل و قدرت آن به کار می‌گیرد. رسانه گرم با حجم زیادی از داده‌ها همراه بوده و از نظر بیان مقصود، کامل است؛ آن‌چنان دارای وضوح و روشنی است که چیزی را باقی نمی‌گذارد؛ تا دخالت مخاطب را در پر کردن فراموش‌شده‌ها و خلا‌ها ایجاد کند و همکاری مخاطب را به حداقل رساند. به عکس، رسانه‌های سرد، نیازی به افزوده شدن مقدار متنابهی اطلاعات، توسط مخاطب بر اطلاعات ارائه‌شده از سوی رسانه نداشته و تشریح مساعی چندانی را از طرف مخاطب ایجاد نمی‌کند. این‌گونه از رسانه‌ها، همگی دارای پیام کامل بوده و امکان استنتاج و تفسیر شخص از موضوع را به حداقل می‌رسانند. مفهوم اصلی بحث مک‌لوهان (که بعدها به خوبی آن را در عبارت "رسانه پیام است" خلاصه کرد) این است که تکنولوژی‌ها (مانند الفبا - ماشین چاپ و حتی بیان شفاهی به خودی خود) تأثیری گران‌بسی بر ادراک، اعمال می‌کند، که به نوبه خود بر سازمان‌های اجتماعی نیز تأثیرگذار است. مثلاً تکنولوژی چاپ عادت‌های ادراکی ما را تغییر داد ("یکسان‌سازی بصری تجربه‌ها") که به نوبه خود بر فعل و انفعالات اجتماعی تأثیرگذار بود. مک‌لوهان با جمله قصار خود که «رسانه، پیام است» نیز اندیشه‌های بسیاری را به چالش طلبید. منظور وی از این جمله آن است که پیامی که از سوی هر شکل ارتباطات انتقال می‌یابد، اساساً تحت تأثیر رسانه‌ای است که از طریق آن فرستاده شده است. مهم‌ترین اثر رسانه، همان دگرگونی درک و تفکر انسان‌هاست. به اعتقاد وی، از گذشته تا کنون در روند دگرگونی و تکامل جوامع بشری، نظام‌های ارتباطی نقش کلیدی داشته‌اند. در این دگرگونی‌ها، نظام‌های ارتباطی و فرهنگ رابطه تنگاتنگی داشته‌اند و نظام‌های ارتباطی حتی نوع و کیفیت پیام را تعیین کرده‌اند. رسانه‌های ارتباطی نوع فکر و شیوه رفتار انسان‌ها را معین می‌کردند.

آدولف آپیا

نظریات آپیا در حوزه‌ی نور و طراحی صحنه نزدیکی بسیاری به عقاید نمادگرایان داشت. «او نظریه پردازی بود که عقایدش ریشه در اندیشه‌های مابعدالطبیعی داشت و تأثیر بسیاری از «نیچه»، «شوپنهاور»، و «واگنر» پذیرفته بود. آپیا با این فرض آغاز کرد که هدف اصلی نمایش رسیدن به وحدت هنری است (براکت، ۱۳۷۵، ج ۳، ۵۱). 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 نقش‌های خاص بیان نمود. آپیا بر آن بود که می‌توان همه‌ی عناصر بصری صحنه را به وسیله‌ی نور در یک کل وحدت یافته ذوب کرد. او معتقد بود که نور به همراه بازیگر، دکور عمودی و کف صحنه‌ی افقی، عناصر موجود بر روی صحنه‌ی تئاتر را، به بالاترین وحدت موجود یعنی «کمال

وحدت» می‌رساند. آدولف آپیا برای نور و نورپردازی دیدگاه ویژه‌ای دارند. او معتقد است نور عنصری دیداری است که نه فقط خود دیده می‌شود، بلکه به کمک آن، اشیاء دیگر نیز قابل رؤیت می‌گردد. از منظر وی «نور عالی‌ترین نقاش صحنه است». آپیا می‌گوید: «شاعر موسیقی‌دان تصویرش را با نور رنگ می‌زند» (سیمونسن، ۱۳۷۸، ۱۶). بر طبق نظریه‌ی آپیا، بازیگر، رویه‌های داستان، اشیاء صحنه، همگی باید به صورت هنر تجسمی یگانه‌ای جلوه کنند و نورپردازی مهم‌ترین عنصری است که به این هدف تحقق می‌بخشد، زیرا به کمک نور «یگانگی» بازیگری، صحنه و اشیاء صحنه تأمین می‌گردد. آپیا بر این اعتقاد بود که، نور جدا از اهمیت فرعی روشن کردن یک صحنه تاریک بیشترین نیروی تجسمی را داراست. چون هیچ قراردادی را نمی‌پذیرد، پس می‌تواند به نحوی زنده و در شکل بیانی، ابدیت لغزان ظاهر یک جهان پدیداری را نشان دهد (Parker, 2009; Pilbrow, 1979). او بر این 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 در بر می‌گیرد 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 می‌تواند با تکیه و تأکید بر اشکال، به آنها نیرو و معنای تازه ببخشد. «آپیا نور را هم‌تا و هم‌سنگ موسیقی به شمار می‌آورد که لحظه به لحظه با تغییر حالات و عواطف و حرکت نمایشی تغییر می‌کند. 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» (براکت، ۳۷۵، ۱، ج ۳، ۵۱).

آپیا نه فقط از نور با درجات و نحوه‌ی تاباندن آن بر صحنه سود می‌برد، بلکه از فقدان آن یعنی سایه و تاریکی نیز کاملاً استفاده می‌کرد. از دیدگاه آپیا همراهی نور، با سایه و تاریکی سبب رنگرزی و نقاشی صحنه‌ی تئاتر می‌گردد و علاوه بر این، قرارگیری این سه عنصر در کنار یکدیگر سبب سه بعدی سازی صحنه خواهد شد (Simonson, 1964) «نوری که در تئاتر اهمیت دارد، نوری است که سایه‌ها را شکل می‌دهد بنابراین این نور فقط تعریف می‌کند و نشان می‌دهد» (همان، ۱۲).

سایه روشن‌های شدید نور نیز می‌تواند شی‌ای را تغییر شکل داده، تمامی مندرجات عاطفی‌اش را چون لباسی بر او بیوشاند (صبوری کاشانی نژاد، ۱۳۵۰). وی کاردهای متفاوتی را برای سایه و ایجاد تاریکی برشمرد از قبیل:

- ۱- نشان دادن شکل اساسی و یا مهم
- ۲- خارج کردن فضا از حالت توخالی بودن
- ۳- در هم پیچیدن شکل
- ۴- برگرداندن عاطفه به حالات القایی فضا

وی معتقد بود تلفیق نور و سایه موشکافانه‌ترین و مفهومی‌ترین معانی موجود در تئاتر و بازیگران را در قالب صحنه بر ذهن مخاطب پیکره‌بندی می‌نماید.

روش پژوهش

در این تحقیق، جهت جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات و پیشینه تحقیق با ابزار کتابخانه‌ای (کتاب، مقالات، سایت‌های اینترنتی، پروژه‌های تحقیقاتی انجام شده محققین پیشین در زمینه‌های مشابه و ...) استفاده می‌شود. پژوهش حاضر از ابزار کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری تحقیقات پیشین مورد استفاده قرار گرفته است. شیوه مورد استفاده در این پژوهش روش پیمایشی است که برای بررسی توزیع ویژگی‌های یک جامعه آماری به کار می‌رود. پیمایش یکی از

روش‌های تحقیقات اجتماعی است که در آن اعضای جامعه آماری به پرسش‌هایی در مورد موضوع مورد مطالعه تحقیق پاسخ می‌دهند. این روش از سیره روش‌های کمی می‌باشد.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل ۳۰۰ نفر از کارشناسان حوزه نورپردازی و افراد صاحب‌نظر در عرصه نور و نورپردازی در تئاتر و سینما، در سال ۱۳۹۶ است

حجم نمونه

روش نمونه‌گیری مورد استفاده در پژوهش حاضر، روش نمونه‌گیری گلوله برفی است که با استفاده از جدول مورگان و جرسی ۳۰۰ نفر از مخاطبان که دارای تخصص در مورد موضوع مورد پژوهش بوده یا با حیطة فوق‌آشنایی داشته‌اند، به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند.

ابزار اندازه‌گیری

در این پژوهش برای رسیدن به روایی محتوایی مناسب اقداماتی در چند مرحله صورت گرفت که ابتدا به منظور طراحی پرسشنامه با تعدادی از صاحب‌نظران نورپردازی تئاتر مصاحبه عمیق انجام شد و پس از تحلیل محتوا و کدگذاری متن مصاحبه‌ها مفاهیم اولیه محتوای پرسشنامه انتخاب شد و سپس با یاری اساتید راهنما و مشاور نسبت به بررسی و اصلاح آن‌ها اقدام شد و در یک جمع‌بندی منطقی پرسشنامه‌ای که به نظر می‌رسید بیشترین نزدیکی مفهومی با موضوع قابل سنجش داشته است به عنوان پرسشنامه انتخاب شد. ابزار اصلی جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات پرسشنامه می‌باشد. در این پژوهش گویه‌هایی را در قالب یک پرسشنامه در اختیار پاسخ‌گویان قرار داده که همگی به پرسش‌های مشابهی پاسخ داده‌اند. سؤال‌های پرسشنامه دارای پنج گویه می‌باشد که مطابق با طیف لیکرت از خیلی موافق تا خیلی مخالف نوشته شده است.

روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری

در این پژوهش برای تعیین روایی، از روایی صوری استفاده شده است. به این ترتیب که پرسشنامه در اختیار استاد راهنما و چندین نفر از اساتید متخصص در این امر قرار گرفت و نظر آنها در مورد تهیه و اصلاح پرسشنامه انجام گرفت و به تأیید نهایی آنها رسید و نشان داد پرسشنامه از روایی بالایی برخوردار است.

برای پایایی پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق نیز مورد بررسی قرار گرفتند که تمامی آنها دارای ضریب بالای ۰/۹ بوده و مورد تأیید و پایایی بالایی می‌باشند. از ۲۵ سؤال مربوط به اقناع دارای ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱۳ است. از ۲۴ سؤال مربوط به نور و نورپردازی دارای ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۰۲ است. به عبارتی هر دو متغیرهای پرسشنامه دارای بالاترین ضریب پایایی ۰/۹ می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

مشخصات پاسخگویان شامل جنسیت، گروه سنی، سطح تحصیلات و میزان سابقه کار بوده و مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جدول شماره ۱: توزیع نمونه مورد مطالعه به تفکیک جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۱۷۷	۵۹
زن	۱۲۳	۴۱
جمع کل	۳۰۰	۱۰۰

از مجموع ۳۰۰ نفر پا سخگو، ۵۹ در صد را مردان با فراوانی ۱۷۷ نفر و ۴۱ در صد را زنان با فراوانی ۱۲۴ نفر از کل جامعه آماری شامل می‌شوند.

– ویژگی‌ها جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه

جدول شماره ۲: توزیع نمونه مورد مطالعه به تفکیک جنسیت بر حسب میزان تحصیلات

جمع	میزان تحصیلات						فرآوانی	جنسیت
	دکتر	فوق لیسانس	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	زیر دیپلم		
177	1	26	80	49	13	8	فرآوانی	مرد
100 %	0.6%	14.7%	45.2%	27.7%	7.3%	4.5%	درصد	
123	0	22	48	34	17	2	فرآوانی	زن
100 %	0.0%	17.9%	39.0%	27.6%	13.8%	1.6%	درصد	
300	1	48	128	83	30	10	فرآوانی	جمع
100%	0.3%	16.0%	42.7%	27.7%	10.0%	3.3%	درصد	

بر اساس جدول شماره ۲ از مجموع ۳۰۰ نفر جامعه آماری تحقیق فوق، ۱۷۷ نفر از پاسخگویان مرد و ۱۲۳ نفر از پاسخگویان را زنان تشکیل دادند. از مجموع فوق ۳/۳ درصد با فراوانی ۱۰ نفر (۸ مرد، ۲ زن) تحصیلات زیر دیپلم، ۱۰ درصد با فراوانی ۳۰ نفر (۱۳ مرد، ۱۷ زن) تحصیلات دیپلم، ۲۷/۷ درصد با فراوانی ۸۳ نفر (۴۹ مرد، ۳۴ زن) تحصیلات فوق دیپلم، ۴۲/۷ درصد با فراوانی ۱۲۸ نفر (۸۰ مرد، ۴۸ زن) تحصیلات لیسانس، ۱۶ درصد با فراوانی ۴۸ نفر (۲۶ مرد، ۲۲ زن) تحصیلات فوق لیسانس و ۰/۳ درصد با فراوانی یک نفر (یک مرد) تحصیلات دکتر، توزیع نمونه مورد مطالعه به تفکیک جنسیت بر حسب میزان تحصیلات را در این پژوهش شامل شدند.

جدول شماره ۳: وضعیت سن و سابقه کار به تفکیک جنسیت در نمونه مورد مطالعه

جنسیت	سن	سابقه کار
مرد	تعداد نمونه	177
	کمترین	1
	بیشترین	30
	میانگین	10.07
	انحراف معیار	6.359
	تعداد نمونه	123
زن	کمترین	1
	بیشترین	20
	میانگین	9.68
	انحراف معیار	4.884
	تعداد نمونه	123
جمع	کمترین	1
	بیشترین	30
	میانگین	9.91
	انحراف معیار	5.794
	تعداد نمونه	300

از مجموع ۱۷۷ نفر از مردان جامعه آماری، کمترین میزان سن با ۱۹ سال و بیشترین میزان سن ۶۲ سال بوده است که به طور میانگین سن مردان جامعه در این پژوهش معادل ۳۳ سال بوده است. بیشترین سابقه کاری با ۳۰ سال و کمترین سابقه کاری را یک سال تشکیل می‌دهد که به طور میانگین سابقه متوسط مردان جامعه آماری معادل ۱۰ سال می‌باشد.

از مجموع ۱۲۳ نفر از زنان جامعه آماری، کمترین میزان سن با ۱۹ سال و بیشترین میزان سن ۴۸ سال بوده است که به طور میانگین سن زنان جامعه در این پژوهش معادل ۳۳ سال بوده است. بیشترین سابقه کاری با ۳۰ سال و کمترین سابقه کاری را یک سال تشکیل می‌دهد که به طور میانگین سابقه متوسط مردان جامعه آماری معادل ۱۰ سال می‌باشد.

رابطه بین متغیرهای پژوهش

جدول شماره ۴- ضریب همبستگی رتبه ای اسپیرمن و آزمون معنی داری بین متغیرهای پژوهش

اقناع		نور	سابقه کار	میزان تحصیلات	سن	Nonparametric Correlations	
-0.124	-0.076	0.509**	0.092		Correlation Coefficient	سن	Spearman's rho
0.031	0.189	0.000	0.110		Sig. (2-tailed)		
300	300	300	300		N		
-0.022	-0.098	0.137*			Correlation Coefficient	میزان تحصیلات	
0.706	0.090	0.018			Sig. (2-tailed)		
300	300	300			N		
-0.037	-0.002				Correlation Coefficient	سابقه کار	
0.526	0.969				Sig. (2-tailed)		
300	300				N		
0.748**					Correlation Coefficient	نور	
0.000					Sig. (2-tailed)		
300					N		
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

با توجه به نتایج حاصل از جدول بین نور و نورپردازی با اقناع [تماشاگران تئاتر] رابطه قوی مثبت و معنی دار وجود دارد. (Sig<0.05).

-مقایسه نگاه زنان و مردان مورد مطالعه به نور و نورپردازی و اقناع در تئاتر

Independent Samples Test

t-test for Equality of Means						Levene's Test for Equality of Variances				
آزمون تی برای تساوی میانگینها						آزمون لیون برای تساوی واریانسها				
95% Confidence Interval of the Difference فاصله اطمینان ۹۵ درصد به تفاوت		Std. Error Difference استانوار تفاوت	Mean Difference تفاوت میانگینها	Sig. (2-tailed) سطح معنی داری	df درجه آزادی	t محاسبه شده	Sig. معنی داری	F محاسبه شده		
Upper حد بالا	Lower حد پایین									
0.01	-0.13	0.04	-0.06	0.086	298	-1.72	0.372	0.800	با فرض تساوی واریانسها	نور
0.01	-0.13	0.03	-0.06	0.075	290.65	-1.79			با فرض عدم تساوی واریانسها	
0.01	-0.12	0.03	-0.05	0.120	298	-1.56	0.067	3.378	با فرض تساوی واریانسها	افتتاح
0.01	-0.12	0.03	-0.05	0.102	296.27	-1.64			با فرض عدم تساوی واریانسها	

جداول شماره ۵- آزمون t مستقل به منظور مقایسه زنان و مردان از نور و نورپردازی واقناع در تئاتر

T-Test, Group Statistics					
خطای استاندارد میانگین	انحراف استاندارد	میانگین درمقیاس ۱ تا ۵	تعداد	جنسیت	
0.02	0.32	4.26	177	مرد	نور
0.02	0.26	4.32	123	زن	
0.02	0.32	4.28	177	مرد	اقناع
0.02	0.24	4.34	123	زن	

با توجه به نتایج حاصل از جدول فوق مشاهده می شود، در میزان اهمیت نور و نورپردازی، مردان نمونه با میانگین ۴,۲۶ (در مقیاس اندازه گیری ۱ تا ۵) و زنان با میانگین ۴,۳۲ تفاوتی نداشته (Sig.=0.086>0.05) و در اهمیت آن اتفاق نظر دارند. در میزان اقناع، نیز مردان نمونه با میانگین ۴,۲۸ و زنان با میانگین ۴,۳۴ تفاوتی نداشته (Sig.=0.120>0.05) و به یک میزان اقناع شده اند.

بررسی رگرسیونی در پیش بینی اقناع [تماشاگران تئاتر] بر اساس نور و نورپردازی در این قسمت با استفاده از رگرسیون خطی به بررسی میزان نور و نورپردازی در اقناع در [تماشاگران تئاتر] مبادرت می شود.

Regression:1

مجموعه جداول شماره ۶- تحلیل رگرسیون تأثیر میزان نور و نورپردازی در اقناع

Variables Entered/Removed(b)			
Method	Variables Removed	Variables Entered	Model
Enter	.	نور (۱)	1
a. All requested variables entered.			
b. Dependent Variable: اقناع			

Model Summary				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
0.17	0.651	0.652	0.807	1
a. Predictors: (Constant), نور				

ANOVA(b)						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares		Model
0.000	558.037	16.638	1	16.64	Regression	1
		0.030	298	8.88	Residual	
			299	25.52	Total	
a. Predictors: (Constant), نور						
b. Dependent Variable: اقناع						

Coefficients(a)					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
0.000	6.71		0.142	0.954	(Constant)
0.000	23.62	0.807	0.033	0.782	نور
a. Dependent Variable: اقناع					

با توجه به جداول ۷ و آزمون انالیز رگرسیون خطی نشان می‌دهد، اقناع [تماشاگران تئاتر] از نور و نورپردازی قابل پیش بینی بوده و ۶۵,۲ درصد اقناع را تبیین و پیش بینی می‌کند. بررسی رگرسیونی در پیش بینی اقناع [تماشاگران تئاتر] براساس نور و نورپردازی و سایر متغیرهای جمعیت شناختی نمونه در این قسمت با استفاده از رگرسیون چندگانه به تأثیر سن، سابقه و میزان تحصیلات و میزان نور و نورپردازی بر اقناع در [تماشاگران تئاتر] تئاتر مبادرت می‌شود.

Regression: 2

مجموعه جداول ۷ - تحلیل رگرسیونی تأثیر میزان نور و نورپردازی و سایر متغیرهای جمعیت شناختی بر اقلنا

Variables Entered/Removed(a)			
Method	Variables Removed	Variables Entered	Model
Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).	.	نور	1
a. Dependent Variable: اقلنا			

Model Summary				
Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
0.17267	0.651	0.652	0.807	1
a. Predictors: (Constant), نور				

ANOVA(b)						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares		Model
0.000	558.037	16.64	1	16.64	Regression	1
		0.03	298	8.88	Residual	
			299	25.52	Total	
a. Predictors: (Constant), نور						
b. Dependent Variable: اقلنا						

Coefficients(a)						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients			Model
		Beta	Std. Error	B		
0.000	6.71		0.142	0.954	(Constant)	1
0.000	23.62	0.807	0.033	0.782	نور	
Excluded Variables(b)						
Collinearity Statistics	Partial Correlation	Sig.	t	Beta In		Model
Tolerance						
0.984	-0.086	0.138	-1.49	-0.051	سن	1
0.986	0.094	0.104	1.63	0.056	میزان تحصیلات	
0.999	-0.043	0.456	-0.75	-0.026	سابقه کل	
a. Predictors in the Model: (Constant),						
b. Dependent Variable: افتناع						
Dependent Variable: افتناع						

با توجه به جداول فوق و آزمون آنالیز رگرسیون چندگانه با روش Stepwise forward (گام به گام به جلو) نشان می‌دهد، اثر متغیرهای سن، سابقه و میزان تحصیلات در افتناع [تماشاگران تئاتر] حذف شده و فقط اثر نور و نورپردازی باقی می‌ماند، موضوع بدین صورت قابل توجه است که نمونه مورد مطالعه در اهمیت‌گذاری نور و نورپردازی در افتناع [تماشاگران تئاتر] مستقل از ویژگی‌های سن، سابقه و میزان تحصیلات، اتفاق نظر دارند.

جمع بندی یافته‌های توصیفی

از مجموع ۳۰۰ نفر جامعه آماری، ۱۷۷ نفر از پاسخ‌گویان را مردان و ۱۲۳ نفر را زنان تشکیل داده‌اند. از مجموع ۱۷۷ نفر از مردان جامعه آماری، کم‌ترین میزان سن با ۱۹ سال و بیشترین میزان سن ۶۲ سال بوده است که به طور میانگین سن مردان جامعه در این پژوهش معادل ۳۳ سال بوده است. بیشترین سابقه کاری با ۳۰ سال و کم‌ترین سابقه کاری را یک سال تشکیل می‌دهد که به طور میانگین سابقه متوسط مردان جامعه آماری معادل ۱۰ سال می‌باشد. از مجموع ۱۲۳ نفر از زنان جامعه آماری، کم‌ترین میزان سن با ۱۹ سال و بیشترین میزان سن ۴۸ سال بوده است که به طور میانگین سن زنان جامعه در این پژوهش معادل ۳۳ سال بوده است. بیشترین سابقه کاری با ۳۰ سال و کم‌ترین سابقه کاری را یک سال تشکیل می‌دهد که به طور میانگین سابقه متوسط زنان جامعه آماری معادل ۱۰ سال می‌باشد.

از مجموع ۳۰۰ نفر جامعه آماری تحقیق فوق، ۱۷۷ نفر از پاسخ‌گویان مرد و ۱۲۳ نفر از پاسخ‌گویان را زنان تشکیل دادند. از مجموع فوق ۳/۳ درصد با فراوانی ۱۰ نفر (۸ مرد، ۲ زن) تحصیلات زیر دیپلم، ۱۰ درصد با فراوانی ۳۰ نفر (۱۳ مرد، ۱۷ زن) تحصیلات دیپلم، ۲۷/۷ درصد با فراوانی ۸۳ نفر (۴۹ مرد، ۳۴ زن) تحصیلات فوق دیپلم، ۴۲/۷ درصد با فراوانی ۱۲۸ نفر (۸۰ مرد، ۴۸ زن) تحصیلات لیسانس، ۱۶ درصد با فراوانی ۴۸ نفر (۲۶ مرد، ۲۲ زن) تحصیلات فوق لیسانس و ۰/۳ درصد با فراوانی یک نفر (یک مرد) تحصیلات دکترا، توزیع نمونه مورد مطالعه به تفکیک جنسیت برحسب میزان تحصیلات را در این پژوهش شامل شدند.

بر اساس نتایج حاصله از اثر آیتم رنگ و نورهای رنگی، پاسخگویان گزینه موافق را با ۵۷/۵ و گزینه کاملا و موافق با ۳۴/۷ درصد در پاسخ‌های خود انتخاب نموده‌اند. در نتیجه اثر آیتم رنگ و نورهای رنگی با میانگین ۴,۲۶ دارای موافقت و اثربخشی این آیتم از دیدگاه پاسخگویان در اثر بخشی نور و نورپردازی می‌باشد.

بر اساس نتایج حاصله از اثر نور در قالب پیام و کانال ارتباطی، پاسخگویان گزینه موافق را با ۵۵/۸ و گزینه کاملا و موافق با ۳۷/۱ درصد در پاسخ‌های خود انتخاب نموده‌اند. در نتیجه اثر نور در قالب پیام و کانال ارتباطی با میانگین ۴,۲۹ دارای موافقت و اثربخشی این آیتم از دیدگاه پاسخگویان در اثر بخشی نور و نورپردازی می‌باشد.

بر اساس نتایج حاصله از اثر چیدمان یا طراحی نور، پاسخگویان گزینه موافق را با ۵۵/۱ و گزینه کاملا و موافق با ۳۸/۵ درصد در پاسخ‌های خود انتخاب نموده‌اند. در نتیجه اثر چیدمان یا طراحی نور با میانگین ۴,۳۱ دارای موافقت و اثربخشی این آیتم از دیدگاه پاسخگویان در اثر بخشی نور و نورپردازی می‌باشد.

بر اساس نتایج حاصله از اثر ایجاد تمرکز و قابلیت دید انتخابی، پاسخگویان گزینه موافق را با ۵۵/۱ و گزینه کاملا و موافق با ۳۷ درصد در پاسخ‌های خود انتخاب نموده‌اند. در نتیجه اثر ایجاد تمرکز و قابلیت دید انتخابی با میانگین ۴,۲۸ دارای موافقت و اثربخشی این آیتم از دیدگاه پاسخگویان در اثر بخشی نور و نورپردازی می‌باشد.

بر اساس نتایج حاصله از اثر فضا سازی و باور سازی (ایجاد باور و ذهنیت)، پاسخگویان گزینه موافق را با ۵۶/۲ و گزینه کاملا و موافق با ۳۶/۸ درصد در پاسخ‌های خود انتخاب نموده‌اند. در نتیجه اثر فضا سازی و باور سازی (ایجاد باور و ذهنیت) با میانگین ۴,۲۹ دارای موافقت و اثربخشی این آیتم از دیدگاه پاسخگویان در اثر بخشی نور و نورپردازی می‌باشد. بر اساس نتایج حاصله از اثر نور و نورپردازی بر احساس و روانشناختی، پاسخگویان گزینه موافق را با ۵۳/۶ و گزینه کاملا و موافق با ۳۸/۷ درصد در پاسخ‌های خود انتخاب نموده‌اند. در نتیجه اثر نور و نورپردازی بر احساس و روانشناختی با میانگین ۴,۳۰ دارای موافقت و اثربخشی این آیتم از دیدگاه پاسخگویان در اثر بخشی نور و نورپردازی می‌باشد.

بر اساس نتایج حاصله از اثر نور و نورپردازی بر برجسته سازی، ایجاد تمرکز و توجه، پاسخگویان گزینه موافق را با ۵۳/۵ و گزینه کاملا و موافق با ۳۹/۷ درصد در پاسخ‌های خود انتخاب نموده‌اند. در نتیجه اثر نور و نورپردازی بر برجسته سازی، ایجاد تمرکز و توجه با میانگین ۴,۳۲ دارای موافقت و اثربخشی این آیتم از دیدگاه پاسخگویان در اثر بخشی نور و نورپردازی می‌باشد.

بر اساس نتایج حاصله از اثر نور و نورپردازی بر دریافت معانی و پاسخ به ابهامات، پاسخگویان گزینه موافق را با ۵۴/۸ و گزینه کاملا و موافق با ۳۶/۸ درصد در پاسخ‌های خود انتخاب نموده‌اند. در نتیجه اثر نور و نورپردازی بر دریافت معانی و پاسخ به ابهامات با میانگین ۴,۲۷ دارای موافقت و اثربخشی این آیتم از دیدگاه پاسخگویان در اثر بخشی نور و نورپردازی می‌باشد.

جمع بندی یافته‌های استنباطی

با توجه به جداول و رابطه بین متغیرها از پنج فرضیه مورد بحث در این پژوهش، تمامی پنج فرضیه تأیید شد. به عبارتی :

۱. نور و نورپردازی تکمیل کننده سایر اجزا در کلیات رسانه‌ها هستند .
۲. نور و نورپردازی می‌تواند به عنوان یک کانال ارتباطی مجزا به ار سال پیام بپردازد.
۳. نور می‌تواند نقش خود پیام را ایفا کند .
۴. بین نور و اقناع مخاطبان رابطه‌ای مستقیم وجود دارد.
۵. نور و نورپردازی می‌تواند به صورت مستقل به عنوان وسیله‌ای برای اقناع مخاطبان به کار رود.

بحث و تفسیر

تدوین رویکردی جدید بر کارکردهای نوین تئاتر الزامیست. مخاطب نگری و اصول جلب رضایت و ایجاد جذابیت در تمامی رسانه‌های مخاطب محور الزامیست. حال تئاتر به عنوان مبنای تمامی رسانه‌های تصویری در مبحث ارتباطات بار سنگینی در این وادی بر دوش خود خواهد کشید. تئاتر و مخاطب را می‌توان دو مقوله جداناپذیر از هم برشمرد که بقاء و تأثیر گذاری این دو منفک از دیگری ممکن نیست. ارتباط در جهان هنر و به ویژه در تئاتر از طریق قراردادهایی که بین مخاطب و هنرمند منعقد می‌شود صورت می‌گیرد. به عبارتی میزان توفیق یا عدم توفیق یک اثر نمایشی، تا حد بسیار بالایی متأثر از تعامل و رابطه تماشاگر با آن اثر خاص بوده است. در مجموع می‌توان گفت که تعالی کمی و کیفی تئاتر ممکن نیست مگر زمانی که مخاطب آن به عنوان جامعه هدف و برخی از ابزار مکمل بر این اثر مورد بررسی و شناختی همه جانبه قرار گیرد. شناسایی هر کدام از مجموعه عوامل مؤثر بر تعامل تئاتر و مخاطبان خود قدمی در تعامل بیشتر این دو مهم است. تئاتر نیازمند جلب رضایت مخاطب یا به عبارتی هنری بر پایه وجود تماشاگر است و این ملزم نیست مگر استفاده از عوامل مؤثر در تئاتر بر جلب توجه و جذابیت افزایی در تماشاگر. نظریه پردازان برای تئاتر ۵ ریشه ترسیم کرده‌اند: ۱. آموزش، انتقال تجربیات از نسلی به نسل دیگر؛ ۲. مقابله با نیروهای طبیعی و ماوراء طبیعی؛ ۳. خودنمایی و ابراز وجود؛ ۴. آیین و مراسم گروهی؛ ۵. کسب لذت و سرگرمی (هولتن، ۱۳۶۴: ۲۱). همه این مؤلفه‌ها در قالب رسانه تئاتر در یک عنصر مشترک هستند و آن ایجاد ارتباط است. عامل اصلی این مؤلفه‌ها جذب تماشاگر است و همه این تعاملات فقط بر یک مهم تأکید دارند و آن هم دیدن تماشاگر یا همان زبان بصری اوست. تئاتر رسانه ایست که اعم تأثیر خود را در دریافت پیام نمایش از گیرنده چشمان مخاطب خود داراست. زبان بصری تئاتر به ما کمک می‌کند تا جهان متن را درک کنیم به عبارتی زبان بصری، زبانی است که صاحب اثر به مدد طراحی نشانه‌ها از طریق آن با مخاطب خود سخن می‌گوید. در صحنه تئاتر کارگردان می‌تواند فرستنده باشد و تماشاگر گیرنده و نور را می‌توان مهم‌ترین مجرا یا کانال ارتباطی بین این دو منبع برشمرد. همان‌طور که پیتر بروک چشم تماشاگر را نخستین عامل یاریگر آن برشمرد. نور با تلفیق کارکردهای خود چه به صورت ناخودآگاه و خودآگاه مهم‌ترین بار معنایی را در ذهن تماشاگر می‌نشانند. نورپردازی صحنه تئاتر در گامی فراتر از سایر عوامل در تئاتر چون موسیقی و بازیگر در پرتو و حیطة داستان نمایش مفهومی‌ترین معانی را چه از لحاظ ظاهری و چه از لحاظ روان‌شناختی بر ذهن و چشمان مخاطب خود تزریق می‌نماید. به همین دلیل است که گفته می‌شود تئاتر زبان خاص خودش را دارد. به جرأت می‌توان گفت تئاتر و نمایش‌های آن، بازیگران، دکور، موسیقی و سایر عوامل و کانال‌های انتقال پیام داستان نمایش بدون نور و نورپردازی صحنه فاقد بار انتقال معنایی برای مخاطب و تماشاگر دانست. بر اساس نتایج این پژوهش مشخص شد که نورپردازی صحنه تئاتر علاوه بر نقش انکارناپذیر

در تکمیل اثر سایر عوامل نمایش، خود به عنوان مجرای اصلی انتقال مفهوم و ایجاد جذابیت در ذهن و باور تماشاگر و مخاطبان است. به عبارتی نورپردازی صحنه به عنوان اصلی‌ترین مجرا در ار سال و ایجاد انگیزه در ذهن مخاطب و تماشاگر تئاتر است. از نتایج حاصل از این پژوهش پیداست که بیشترین بار معنایی و روانشناختی داستان و هر نمایش به صورت ناخودآگاه از طریق چیدمان نور، چیدمان رنگ‌های نور صحنه، میزان و جهت تابش هر شعاع نور است که بر صحنه و بازیگران رخ‌نمایی می‌نماید. همان‌طور که از نظر آپیا نور و نورپردازی نه تنها آنچه را که در صحنه اتفاق می‌افتاد روشن می‌کرد، بلکه حالت‌های احساسی یک صحنه را نیز لحظه به لحظه به نمایش در ذهن مخاطب می‌نشانند. به عبارتی با تأکید بر روند نظر آپیا با ایجاد نقطه اثر در باور مخاطب، نورپردازی نقطه عطف و هماهنگی تمام عوامل مؤثر در یک نمایش تئاتر تا به اثر نشانند داستان در دیدگاه مخاطبان است. سوزان بنت تأکید می‌کند که بی‌تردید نحوه درگیر شدن تماشاگر در رویداد تئاتری موضوعی پیچیده است. نورپردازی صحنه تئاتر با تأکید بر مهم‌ترین عوامل اقتناع از قبیل جذابیت، تأثیر بر بار احساسی و روانشناختی، تمرکز گرایی و از همه مهم‌تر با زبانی از جنس ارتباط غیرکلامی به جلب مخاطب خود و انتقال پیام خود می‌پردازد. براساس نتایج حاصل از این پژوهش نور و نورپردازی صحنه علاوه بر نقش تکمیل‌کنندگی اثر سایر عوامل نمایش، خود به عنوان عاملی فراتر از حیطه سایر عوامل به ایفای نقش و انتقال پیام نمایش می‌پردازد. نورپردازی صحنه با تأکید بر حس بینایی و بصری، اصلی‌ترین بازخورد را از پیام داستان یا نمایش در ذهن مخاطب می‌نشانند. نورپردازی صحنه با تلفیق عواملی چون چیدمان نورها، مدت و زمان تابش هر شعاع نوری و بازی رنگ‌ها مجموعه از نشانه‌ها را در مجرای نور به ذهن و ناخودآگاه مخاطب تزریق و شمایل اولیه داستان و حس برانگیختگی و جذابیت را در ناخودآگاه تماشاگران شکل می‌دهد. به عبارتی نور و نورپردازی بازخورد اولیه پیام را قبل از سایر عوامل تئاتر در ذهن مخاطب تداعی می‌نماید.

بر اساس نتایج این پژوهش نور و نورپردازی صحنه می‌تواند با تأکید بر روند اولیه اثر خود بر ذهن مخاطب از طریق حس بصری فراتر از سایر عوامل نمایش عمل نموده و به انتقال پیام نمایش بپردازند. نور و نورپردازی با تأکید بر بحث بازخورد اولیه که ناشی از تطابق نور، ذهن و چشمان مخاطب است به ایجاد و تشکیل پیام نمایش در ذهن مخاطب می‌انجامد.

بر طبق تحقیقات انجام شده پیشین چون جنیفر لی پولند و مقایسه با آن می‌توان نتیجه گرفت که نور و نورپردازی می‌توانند حالات متفاوتی در ذهن مخاطب رقم زنند و به ایجاد ابعاد مختلف ناشی از داستان در ذهن مخاطب اقدام نمایند. به عبارتی می‌توان نور و نورپردازی را با میزان جذب و ترغیب مخاطب (اقتناع) در رابطه‌ای دو سویه وجود دید که در ارتباط مستقیم با یکدیگرند. این تأثیر مبتنی بر تقابل بین حس دیداری و نقطه اثر آن در ایجاد فضای ذهنی و ایجاد جذابیت و تفکر از پیام نمایش در غالب مجرای نور و متعلقات به آن می‌باشد. پس می‌توان به صراحت نور را فراتر سایر عوامل ارتباطی برداشت نمود که ناخواسته در بین سایر مجراهای ارتباطی به فراموشی نهاده شده است. بحث نور و نورپردازی تئاتر تنها گوشه‌ای کوچک از بازتاب این مجاری ارتباطی است. مجرای که به لطف قدرت تأثیرگذاری خود چه در این رسانه و سایر رسانه‌های دیگر ارتباطی به وادی فراموشی سپرده شده و به عمد یا سهواً توانایی ارتباطی آن در عصر ارتباطات به فراموشی سپرده شده است. با نگاهی ساده موشکافانه در رسانه‌های تصویری و و تئاتر به عنوان بنیان تمامی این رسانه، می‌توان رد پای نور را به عنوان محور اصلی تمامی این رسانه و تکنیک‌های ناشی از آن، برگ برنده جلب مخاطب و تأثیرپذیری اولیه عنوان نمود. لازمه توسعه تئاتر اهمیت دادن به مخاطب و شناخت نیازهای او است و این ممکن نیست جز تمرکز بر عوامل و مجراهایی که بازخورد اولیه را در باور مخاطب رقم می‌زنند. نور و نورپردازی و تأثیرات

بازخورد اولیه آن بر کسی پوشیده نیست، چه بسا نیازمند توجه و تحقیقاتی موکشفانه‌تر بر قدرت این عامل، بررسی و تأمل در نقاط اثر آن در ذهن و ایجاد جذابیت در مخاطب می‌باشد. نگاه ریزبینانه‌تر و استفاده از تکنیک‌ها و روندهای جدید این عامل می‌تواند نقطه عطف جدیدی در آشتی بیش از پیش تماشاگران با رسانه‌های تصویری و علی‌الخصوص تئاتر و هنرهای نمایشی باشد.

پیشنهادات:

۱. ارائه متون و مفهوم جدید بر پایه صحنه پردازی‌های نور و تأکید بر نقطه اثر این متغیر در ارتباط‌های غیرکلامی
۲. شناسایی عوامل مبنایی تأثیرگذار نور و نورپردازی در جهت تأکید بر نقطه اثر مخاطب و جلب تماشاگر
۳. شناسایی عوامل مؤثر بر اثر نورپردازی و برطرف نمودن موانع استفاده مؤثر از آن در نمایش‌ها
۴. شناسایی و استفاده علایق و فرهنگ‌های بومی هر جامعه و ابداع و طرح‌ریزی صحنه پردازی‌های متناسب با فرهنگ پذیرش مخاطبان و تماشاگران
۵. استفاده از نور و صحنه پردازی‌های نوری متناسب با سن و جنسیت در ارائه، انتقال پیام و بار مفهومی مورد نظر بر ذهن و جلب مخاطبان

فهرست منابع

- ۱- امرایی، مجید (۱۳۹۷). روزنامه ابرار، منظر دیداری تئاتر مهمترین عنصر جذب مخاطب، ۲۳ تیر ۱۳۹۷
- ۲- براکت، اسکار گروس. تاریخ تئاتر جهان. ترجمه: هوشنگ آذری ور (۱۳۸۵). تهران: انتشارات مروارید، چاپ سوم
- ۳- بنت، سوزان (۱۳۸۶). تماشاگران تئاتر. ترجمه مجید سر سنگی، تهران: نمایش
- ۴- بهجت، رضا (۱۳۹۳)؛ زیبا شناسی نور در تئاتر؛ چاپ اول؛ انتشارات افراز
- ۵- رشیدپور، ابراهیم (۱۳۵۴) آینه‌های جیبی آقای مک لوهان، دفتر انتشارات رادیو و تلویزیون ملی ایران، تهران، سروش.
- ۶- سیمونسن، لی (۱۳۷۸). اندیشه‌های آدولف آپیا، ترجمه: یدالله آقا عباسی، نشریه ی نمایش، شماره‌های ۲۰ و ۲۱، تهران
- ۷- صبوری کاشانی نژاد، پروین (۱۳۵۰)، ماکس راینهارت و آدولف آپیا، چاپ اول، انتشارات دانشگاه هنر، تهران .
- ۸- مک کوایل، د (۱۳۸۵). مخاطب شناسی. مترجم: م، منتظر قائم. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها. چاپ دوم.

- 1- Benntt, s. (۱۹۹۰). Theater Audiences, a Theory of Producrion and Reception. Routhlodge, London, New York
- 2- Appia, A (۱۹۱۹, ۵۴,۹۳). Actor, Space, Light, Painting .
- 3- Adolph Appia: Texts on Theatre, ed. R.C. Beacham. London: Rout ledge: .۱۱۴-۱۱۵
- 4- Pilbrow , Richard, stage lighting, London: cassell, ltd, ۱۹۷۹
- 5- Parker, W.Oren (۲۰۰۹), Scene Design and Stage Lighting, Ninth Edition, Cengage, Canada