

زیبایی‌شناسی نورپردازی و تصویربرداری برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل

از دیدگاه نظریه گشتالت^۱

شهراد طاهرزاده^۲؛ اصغر فهیمی‌فر^۳؛ فرانک کبیری^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۰۱/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۳

چکیده

هدف این پژوهش، شناخت مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی نور در تصاویر برنامه‌های مناسبتی غیرنمایشی مذهبی تلویزیونی ایران، مانند برنامه‌های مربوط به قرائت دعا و به‌خصوص دعای کمیل است. برنامه‌سازی مناسبتی غیرنمایشی مذهبی در تلویزیون ایران مانند تولید برنامه دعای کمیل یا سایر ادعیه، بایستی محملی برای انتقال مفاهیم معنوی باشد. این پژوهش از نظر هدف، توصیفی-تحلیلی و از نظر روش، از نوع مطالعه موردی و تحلیل مشاهده‌ای است. روش داده‌اندوزی پژوهش، اسنادی (کتابخانه‌ای) بر مبنای مشاهده بوده و برای داده‌کاوی، گونه‌شناسی ویدئوهای مربوط به برنامه‌های دعای کمیل مدنظر قرار گرفته، سپس چهار ویدئو با معیارهای مشخص و به‌صورت هدفمند انتخاب شده‌اند. بررسی ویدئوها نشان داد عواملی مانند بی‌توجهی در به‌کارگیری قوانین گشتالت در تولید این‌گونه از برنامه‌های تلویزیونی باعث شده با وجود تولید حداکثری، این برنامه‌ها اثرگذاری مناسبی نداشته و تکراری شوند که در نتیجه، به‌جای جذب، باعث ریزش مخاطب می‌شود. از این‌رو، به‌نظر می‌رسد سازمان صدا و سیما باید در این ۳ مورد: ۱- آموزش کامل فنی و محتوایی برنامه‌سازان حوزه دینی؛ ۲- فراهم‌آوری تجهیزات مدرن؛ و ۳- ایجاد انگیزه شغلی، اهتمام ورزد تا بتواند با هدف جذب و نگهداری مخاطب، در کیفیت برنامه‌های مناسبتی غیرنمایشی مذهبی خود، تحول ایجاد کند.

واژه‌های کلیدی

زیبایی‌شناسی تصویر، نظریه گشتالت، برنامه‌سازی تلویزیونی، دعای کمیل.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. کارشناسی ارشد تولید سیما، گروه هنرهای رسانه‌ای، دانشکده دین و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، قم، ایران (نویسنده مسئول).

shtaherzadeh@gmail.com

۳. دانشیار گروه پژوهش در تاریخ هنر، دانشکده هنر، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

fahimifar@modares.ac.ir

۴. استادیار گروه صنایع دستی، دانشکده هنر و علوم انسانی فارسان، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران.

kabiri.faranak@sku.ac.ir

مقدمه

افول یا ظهور یک برنامه مناسبی غیرنمایشی مذهبی تلویزیون، ارتباط مستقیم و تنگاتنگ با نور و تصویر دارد. در واقع، این فضا سازی نما و میزان زیبایی آن است که در عین انتقال مفاهیم و رخدادهای برنامه، موجب جذب و نگاهداشت مخاطب می‌شود. مخاطبی که در محیط برنامه حاضر نیست، می‌تواند به کمک کادربندی و نماهای زیبا، خود را در مکان برنامه تجسم نموده و خود را جزئی از آن محیط بداند. لازم به ذکر است قصد برنامه‌ساز، صرفاً ایجاد تجسم فضا و مکان اجرای برنامه جهت مخاطب یا بیننده نیست، بلکه تلاش می‌شود معنویت حاصل از آن مراسم مذهبی در ذهن مخاطب حاصل شود. یکی از موارد یاری‌رسان در این زمینه، افزایش سطح آگاهی و به‌کارگیری اصول علمی موجود با افزایش سطح ادراک بیننده با هدف دستیابی به سطح بالاتری از انتقال مفاهیم مذهبی و میزان مخاطب است. یکی از مکاتب مطرح در این زمینه مکتب روان‌شناسی گشتالت است که جایگاه خود را در مباحث هنری به‌خوبی یافته است. «مکتب گشتالت، بیش از سایر مکتب‌های روان‌شناسی، به جنبه هنری تجربه‌های ادراکی توجه نشان داد. نظریه‌پردازان این مکتب، نتایج ارزنده‌ای را از پژوهش‌های خود درباره ادراک بصری، معنای الگوهای بصری و چگونگی عمل ارگانسیم انسان در دیدن و سازمان دادن بصری ارائه کردند (پاکباز، ۱۴۰۰: ۱۴۵۴). از این رو، به‌لحاظ توجه این مکتب به مبحث ادراک بصری و کلیدی بودن این اصول در زمانی که اطلاعات بصری تصویر زیاد می‌شود، در این پژوهش، به قوانین آن استناد شده است. در پژوهش حاضر، چهار برنامه از برنامه‌های مناسبی غیرنمایشی مذهبی تولید صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (مراسم «دعای کمیل») با هدف شناسایی مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی نور و تصویر آن بررسی شده است که از بطن آن این سؤال مطرح می‌گردد که زیبایی‌شناسی نور و تصویر در تولیدات مناسبی غیرنمایشی مذهبی صدا و سیما (دعای کمیل) چه مختصات و جایگاهی دارد؟ با توجه به اینکه هدف اصلی از ساخت برنامه‌های مناسبی غیرنمایشی مذهبی تلویزیون مانند دعای کمیل، افزایش سطح کیفی ایمان و تقویت باورمندی مخاطب، از طریق پخش برنامه و با اتکا به درک بیننده

است، ابتدا مسئله ارتباط انسان با محیط بررسی می‌شود تا عوامل مؤثر در ادراک مخاطب شناسایی و مورد استفاده قرار گیرند. در بخش بعدی دقایقی از ویدئوهای انتخابی (بند اول دعا) بررسی می‌شود. سپس با توجه به محتوا و مضامین دعای کمیل، ویدئوهای انتخابی، مجدداً مورد بررسی کلی قرار گرفته و تحلیل می‌شوند. در پایان نیز نتایج حاصل از تحلیل‌ها به صورت توصیفی بیان خواهد شد.

پیشینه پژوهش

فهیمی‌فر (۱۳۹۵) در مقاله «ضرورت ابداع ژانرهای مذهبی جدید تلویزیون (ارائه دعای کمیل از تلویزیون)» به تجزیه و تحلیل دعای کمیل، با اتکا به ادبیاتی فلسفی و زیبایی‌شناختی در حوزه رسانه، پرداخته و به آسیب‌شناسی برخی از برنامه‌های ساخته شده از مراسم دعا، نیایش و مقایسه آن با نمونه‌های خارجی پرداخته است. در مقاله مذکور بیشتر به حوزه‌های فنی و بصری همچون صدا و تصویر توجه شده است.

در کتاب هنر سینما به بیان تعاریف جامعی از هنر سینما و مفاهیمی چون نورپردازی و زیبایی‌شناسی حرکت‌های دوربین و لنز پرداخته شده است (Thompson and Bordwell. 2009).

شهبها (۱۳۸۹) در مقاله «بررسی و آسیب‌شناسی ساختاری برنامه‌های ترکیبی و ارائه ساختارهای مطلوب سیما»، به ساختار برنامه‌های ترکیبی مانند آرم، مجری و تنوع به صورت تفصیلی پرداخته ولی در مورد برنامه‌های مناسبی غیرنمایشی مذهبی صحبتی به میان نیاورده است.

پاسدار (۱۳۸۷) در کتاب تهیه‌کنندگی برای تلویزیون با نگاه سیستمی، به مفاهیم تخصصی تلویزیون، چگونگی ساخت برنامه براساس یونیت‌بندی، انواع ژانرهای برنامه‌سازی تلویزیون و دیگر مفاهیم تخصصی پرداخته است.

حیاتی (۱۳۸۷) در مقاله «دین و رسانه» به بررسی چگونگی بازنمایی معنای دینی در رسانه و قابلیت‌های تلویزیون در بازنمایی مفاهیم دینی پرداخته ولی در مورد زیبایی‌شناسی کادر تصویر و نور و نحوه استفاده از آنها برای تاثیرگذاری هرچه بیشتر در تولیدات مذهبی و یا آسیب‌شناسی آنها مطلبی به میان نیاورده است.

فهیمی‌فر (۱۳۸۶) در مقاله «ماهیت زیبایی‌شناسی رسانه تلویزیون»، تلویزیون را از سه منظر زیبایی‌شناسی، مدیریت و فلسفه مورد بررسی قرار داده است و خاستگاه ایدئولوژیک و زیبایی‌شناختی و تکنیک‌های تلویزیون و ابداع ظرفیت‌های بیانی جدید آن را برآمده از بطن اقتضائات فرهنگی در گذر زمان و تأثیر فناوری می‌داند.

میلرسون (۱۳۹۸) در کتاب تولید و کارگردانی در تلویزیون، به شکل ساده و خلاصه، نگاهی اجمالی به بنیان‌های پایه‌ای تولید تلویزیون و ویدئو دارد و بیشتر به فنون عمومی تولید در تلویزیون پرداخته که این مطالب هم‌سو با تحقیق حاضر است.

همان‌گونه که مشاهده می‌شود در هیچ‌کدام از موارد ذکر شده، اختصاصاً به موضوع تولیدات مناسبی غیرنمایشی مذهبی تلویزیون با توجه به گستردگی حوزه تولید این‌گونه برنامه‌ها و به‌خصوص زیبایی‌شناسی نور و کادر آن، پرداخته نشده و صرفاً در موارد جزئی به بیان ایراد پرداخته شده که این مسئله مبین نوآوری در انتخاب موضوع و ضرورت انجام تحقیق حاضر است. به‌خصوص که این تحقیق، در نهایت به ارائه راهکار مناسب و صحیح در جهت رفع مشکلات و موانع ذکر شده، منجر شده است.

چهارچوب نظری

«به‌نظر می‌رسد ابن هیثم، به‌عنوان یکی از متفکرین مسلمان قرون وسطا مقدم بر اندیشمندان دوران مدرن، سوال در باب زیبایی‌شناسی را به نوعی جدا از حوزه الهیات مطرح و آن را در شرایط یک هستی‌شناسی صرفاً انسانی بررسی کرده است. به عبارت دیگر شاید از این منظر بتوان او را نخستین زیبایی‌شناس دانست» (Gonzales, 2001:8). ابن‌هیثم مراحل زیبایی به‌وجود آمده را از مراحل تدریجی بینایی که به‌واسطه خواصی از قبیل نور، رنگ، شکل، اندازه، زبری و صافی یا هر یک به‌تنهایی یا در پیوستگی و ترکیب با یکدیگر می‌تواند تولید شود می‌داند» (تسلیمی، ۱۳۸۹: ۲۶۴).

زیبایی‌شناسی فیلم یکی دیگر از مباحثی است که ژان میتری فرانسوی یکی از فیلم‌سازان و نظریه‌پردازان در کتابی با عنوان زیبایی‌شناسی و روان‌شناسی سینما، به‌صورت جدی به این مقوله پرداخته و می‌گوید: «اثر هنری با حس و احساس و نبوغ و الهام سر و کار دارد و متعلق به ادراک حسی است و آنچه مربوط به عالم محسوس است در نهایت نظم و زیبایی است» (میتری، ۱۳۹۴: ۸۷). از میان مکاتب گوناگون، می‌توان گفت فرمالیست‌ها به نوعی زیبایی‌شناسی خاص معتقد بودند و این موضوع علت پدیدآمدن نظریه‌های جدید و کامل‌تری درخصوص زیبایی‌شناسی فیلم شده است. بین سینما به‌عنوان هنر هفتم و هنرهای دیگر پیوند برقرار است، اما سینما ترکیبی از آن هنرها نیست (شارف، ۱۴۰۰: ۶). وی ویژگی منحصر به‌فرد عناصر زیبایی‌شناسی سینمایی را در ترکیباتی قابل تکرار و دارای عملکردهای روایتی و سبکی می‌داند. برای شناخت سینما در مدیوم هنری، ابتدا باید با ساختار و عناصر زیبایی‌شناسی آشنا بود. شارف ساختار و زیبایی‌شناسی اثر را این‌چنین بیان می‌کند: «ساختار، مفهومی است شامل شکل و محتوا، تا آنجا که هر دو در جهت اهداف زیبایی‌شناختی سازمان یافته باشند، در این‌صورت اثر هنری دستگاه کاملی از نشانه‌ها و ساختارهایی از نشانه‌ها قلمداد می‌شود که در خدمت هدف زیبایی‌شناختی ویژه‌ای باشند» (شارف، ۱۴۰۰: ۵). مورد مهم دیگر، استفاده از علوم جدید و به‌کارگیری آن در حداکثر بهره‌وری تجهیزات است. «در آرمان‌های یادگیری قرن بیست و یکم، سواد دیجیتال و رسانه‌های جدید، یک وظیفه دوگانه برای طنین‌اندازی و استفاده از شیوه‌های رسانه‌ای روزمره جوانان و همچنین پرورش تمایلات تفکر انتقادی است. (Anderson, 2010: 32) بهره‌گیری از این امکانات می‌تواند نقش مؤثری در به فعلیت رساندن ایده‌های برنامه‌سازان داشته باشد.

این پژوهش بیشتر بر نقش به‌کارگیری زیبایی در رسانه با تأکید بر مسئله ادراک با رویکرد روان‌شناسی گشتالت توجه دارد.

اساس نظریه گشتالت، بر این مبناست که: کل‌ها وجود دارند. رفتار، به‌عنوان کل، توسط عناصر منفرد و متشکل خود، تعیین نمی‌یابد؛ بلکه برعکس، بخش‌های

یک فرایند کلی، توسط طبیعت درونی همان گل معنا می‌شود. نظریه گشتالت امیدوار است که ماهیت چنین کل‌هایی را مشخص و معلوم کند (شاپوریان، ۱۴۰۱: ۷۳). گشتالت به معنی خصوصیات کل، در مجموع فراتر از جمع عددی اجزای تشکیل‌دهنده آن است. این ویژگی‌ها عبارتند از: کیفیت شکل یا کیفیتی فراتر از جمع داده‌های حسی. برای مثال، معنای هر پرده در یک ملودی در ارتباط با موقعیتی مشخص می‌شود که در کل ملودی دارد.

عناصر حسی به‌طور بنیادی تغییر می‌کند، اما ادراک ما چنین نیست. ادراک بیانگر یک ویژگی کلی، یک شکل یا گشتالت می‌باشد که در تلاش کاهش‌گرایانه از بین می‌رود. در واقع، مفهوم گشتالت، ممکن است فراتر از محدوده‌های تجربه حسی به‌کار رود. بنا به تعریف، گشتالت می‌تواند شامل تمام فرایندهای یادگیری، کشش، نگرش هیجانی، تفکر و مانند اینها باشد.

روش پژوهش

رویکرد مورد استفاده در این پژوهش رویکردی توصیفی-تحلیلی است که در ارتباط با تصاویر بصری استخراج شده از ویدئوهای موجود در آرشیو صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران اتخاذ می‌شود. چهارچوب گسترده‌ای که تصاویر را معنادار می‌کند، در هر پژوهشی اصل اساسی محسوب می‌گردد. «ترسیم تصویرکردن و دیدن ویژگی‌های مشترک، فرایندی است که از طریق آنها بیشتر انسان‌ها به جهان واقعی پی می‌برند» (گوردون فایف و جان لا، ۱۹۸۸: ۲). واضح است که ما همیشه به یک‌چیز نگاه نمی‌کنیم؛ بلکه به روابط بین چیزها و خودمان نظر می‌افکنیم (جان برگر ۱۹۷۲: ۷).

بسیاری از معانی از طریق تصاویر دیداری به دیگران منتقل می‌شوند. اطراف ما را فناوری‌های دیداری متعددی چون عکس، فیلم، ویدئو، طراحی دیجیتال، تلویزیون، آکرلیک و غیره احاطه کرده‌اند و همگی آنها تصاویری چون برنامه‌های تلویزیونی، آگهی‌ها، عکس‌های خانوادگی، مجسمه‌های عمومی، فیلم‌ها، تصاویر روزنامه‌ها و نقاشی‌ها را شامل می‌شوند. به عبارتی همه این فناوری‌ها و تصاویر، جهان را به‌صورت دیداری ارائه می‌دهند (Rose, 2022: 1).

رز برای توصیف دقیق تصاویر، شیوه تفسیر ترکیب محور را مطرح می‌کند که در این پژوهش در کنار اصول گشتالت، اساس تحلیل نگارندگان قرار گرفته است. «در این روش تفسیری بیشتر به تکنیک تولید تصویر به‌عنوان محتوا، رنگ، سامان فضایی، نور و محتوای عاطفی برای تصاویر ثابت و صحنه‌پردازی، مونتاژ صدا و ساختار روایی برای تصاویر متحرک توجه می‌شود» (Rose, 2022:38).

یافته‌های پژوهش

بخش مهمی از تولیدات صدا و سیما، برنامه‌های مناسبتی هستند. «برنامه‌های مناسبتی در میان انواع برنامه‌های صدا و سیما، بیش‌ک تعریف خاص خود را دارند. اما در یک بیان کلی، می‌توان به برنامه‌هایی اشاره کرد که به بهانه مناسبت‌ها و اعیاد مذهبی و سوگواری‌ها، در جهت ارتقای سطح فرهنگی جامعه، در خصوص مضامین مذهبی و دینی، تولید و پخش می‌شوند و مطمئناً در آن ایام، درصد بالایی از زمان پخش و بالطبع، بودجه را نیز به‌خود اختصاص می‌دهند» (حیاتی، ۱۳۸۵: ۱). می‌توان تولیدات مناسبتی تلویزیون را به یک جاذبه مذهبی برای مردم تبدیل کرد. بسیاری از مردم درباره نحوه گذراندن مناسبت‌هایی چون ماه رمضان یا ماه محرم، برای تولیدات تلویزیونی هم برنامه‌ریزی می‌کنند. این تولیدات شامل ۲۳ زیرگروه نمایشی و غیرنمایشی می‌باشند. به‌طور کلی برنامه‌های مناسبتی باید بتوانند مفاهیم و اطلاعات باارزشی درباره آن مناسبت در اختیار مخاطب قرار دهند و انتقال این مفاهیم در قالب برنامه‌های نمایشی مناسبتی بهتر صورت می‌گیرد، چرا که برنامه‌های نمایشی قادر هستند که ارتباط بهتری با مخاطب برقرار کنند و اغلب مخاطبان رغبت بیشتری به این‌گونه برنامه‌ها نشان می‌دهند.

نقطه مقابل برنامه‌های نمایشی که شامل داستان -واقعی یا غیرواقعی- و بازیگر است و با تمرین قبلی تولید می‌شود، برنامه‌های غیرنمایشی هستند که شامل برنامه‌های منطبق بر واقعیت یا رویداد واقعی مانند پخش زنده مراسم سخنرانی، عزاداری و ادعیه می‌باشند.

به‌عبارت دیگر؛ تولیدات غیرنمایشی، مستندسازی از رویداد و مناسبات واقعی، ضبط سخنان فرد یا افراد، براساس ذهنیات و تجربیات خود شخص و یا ضبط گفتگوها و مجادلات و مباحث دو یا چند نفره است.

حوزه برنامه‌سازی مناسبی در تلویزیون ایران را می‌توان با توجه به موضوع‌های دینی به دو دسته تقسیم کرد:







الف) برنامه‌هایی با موضوع‌های مستقیم دینی مانند: تولید و پخش مراسم ادعیه، روضه، منبر، میزگرد، نشان‌دادن مناسک مثل: نماز، مراسم سوگواری و...

ب) برنامه‌هایی که گرچه دارای موضوع‌های مستقیم دینی نیستند، ولی روح و اندیشه دینی در جان و درون‌مایه آنها حضور دارد (منتظر قائم، ۱۳۹۰: ۱۶۴-۱۶۵). بنابراین ایجاد ارتباط میان برنامه و بیننده و تشکیل سامانه ارتباطی اهمیت می‌یابد (Bizzocchi, 2004).

در ارتباط انسان با محیط، چهار عامل مؤثر است. اول ادراک: از طریق حواس انجام می‌شود که مهم‌ترین آنها حس دیداری و شنیداری است. برنامه‌های مناسبی غیرنمایشی مذهبی، به‌خصوص دعا، برنامه‌های صدامحور هستند، بنابراین درک شنیداری دعا بسیار مهم می‌باشد و صدای مداح یا خواننده دعا بایستی صدایی مناسب و موسیقایی باشد و همین‌طور بتواند فراز و فرودهای دعا را با ریتم مناسب اجرا کند. نمایش دعا در تلویزیون با توجه به بحث صدامحور بودن آن بسیار حساس و نیازمند توجه خاص برنامه‌سازان است. یعنی تصاویر دعا بایستی علاوه بر این‌که مابه‌ازای تصویری دعا است، جذاب نیز باشند و مخاطب را به دیدن و شنیدن ادامه آن تشویق کند و بتواند در جهت تقویت دینی بیننده گام بردارد. ادراک مناسب دارای سه ویژگی است: عقلانیت، موضوع مورد ادراک و فردی که آن را درک می‌کند. «ملاصدرا، فیلسوف ایرانی سده ۱۱ هجری، قاعده «اتحاد عقل و عاقل و معقول» را طرح کرده‌است. وی معتقد است در تکوین ادراک، قوه شناخت و شخص ادراک‌کننده (مدرک) و موضوع ادراک‌شونده (مدرک)، سه چیز مستقل از یکدیگر نیستند. در هر عمل شناخت، وجودی پدید می‌آید که در همان حال که نوعی وجود شیء ادراک‌شونده است در ظرف ادراک، نوعی وجود برای نفس ادراک‌کننده هم هست. نفس

جدول شماره ۱- اصول و قوانین گشتالت (Kohler, 2021)

	<p>در یک نگاه</p>
	<p>بستار (تکمیل / یکپاچگی) Closure</p> <p>ذهن انسان از لحاظ ادراکی، وقتی به شکل ناقص یا بریده نگاه می‌کند خودش شکاف را پر کرده و آن را به شکل کامل می‌بیند.</p>
	<p>تداوم (پیوستگی) Continuity</p> <p>چشم بین عناصری که در یک مسیر (یک خط، یک منحنی) هستند ارتباط برقرار می‌کند. این ارتباط تا زمانی تداوم می‌یابد که چیزی این منحنی ذهنی را برهم بزند.</p>
	<p>شباهت Similarity</p> <p>اشیائی که از لحاظ اندازه، شکل و رنگ، مشابه و همانند ادراک می‌شوند به صورت گروه‌های مشخص، سازمان می‌یابند.</p>
	<p>مجاورت Proximity</p> <p>با وجود این‌که ممکن است اشکال و عناصر به هم نامربوط باشند، ولی اگر در نزدیکی یکدیگر باشند، همگی آنها به‌عنوان یک گروه واحد درک می‌شوند</p>
	<p>سرنوشت مشترک (ادامه خوب) Common Fate</p> <p>سازمان ادراکی به نحوی تشکیل می‌شود که یک خط مستقیم به صورت مستقیم، یک پاره دایره به صورت دایره و غیره ادامه می‌یابد.</p>

	<p>در یک ساختار بصری، گشتالت‌های کوچک‌تر تحت‌الشعاع گشتالت‌های بزرگ‌تر قرار می‌گیرند.</p>	<p>فراپوشاندگی Exclusiveness</p>
	<p>فضای مثبت و منفی فضای مثبت به شی و فضای منفی به فضای دربرگیرنده شی اطلاق می‌شود. شکل-زمینه زمانی به صورت خلاقانه مورد استفاده قرار می‌گیرد که شکل و زمینه، هم‌زمان قابل تمیز باشند.</p>	<p>شکل و زمینه Figure-Ground</p>
	<p>ذهن انسان اشیا را متقارن فرض می‌کند و انتظار دارد از نقطه‌ای به مرکزیت تصویر، این تقارن وجود داشته باشد. زمانی که دو عنصر متقارن با یکدیگر ارتباط ندارند، ذهن، آنها را با یکدیگر مرتبط می‌سازد تا طرحی منسجم ایجاد کند.</p>	<p>تقارن Symmetry</p>
	<p>عناصری که زاویه نزدیک و مشابهی با هم دارند، به‌عنوان یک مجموعه شناخته می‌شوند.</p>	<p>موازات Parallelism</p>
	<p>عناصری که درون یک محدوده غالباً بسته گرد هم بیایند، به صورت جزئی از یک گروه درک می‌شوند.</p>	<p>منطقه مشترک Common Region</p>
	<p>ذهن انسان عناصری را که به هم اتصال داشته باشند به صورت یک کل در نظر می‌گیرد.</p>	<p>عنصر متصل Element connectedness</p>

ادراک‌کننده، این وجود را که فعل خویش است، به وسیله قوه فاعله ادراکی خویش آفریده است. این قوه ادراکی، در حقیقت، خود نفس در مرتبه فعل و تأثیر است» (اراکی، ۱۳۹۱).

همان‌گونه که ملاحظه شد، مبحث ادراک، از سوی اندیشمندان مسلمان ایرانی به‌خوبی بیان شده است.

«دیدگاه ژرف علمای اسلام درباره ادراک، همچنان معتبر است و پیشگامی ایشان در این زمینه را هویدا می‌سازد. اما در زمینه به‌کارگیری قوانینی جهت افزایش ادراک در هنرهای تجسمی، آرنه‌ایم از افراد تاثیرگذار بوده و روان‌شناسی گشتالت، مؤثرترین شاخه در این زمینه است» (کبیری، ۱۳۹۸). مکتب روان‌شناسی گشتالت «به‌دنبال توضیح جنبه‌های ادراکی فضاست و پاره‌ای روش‌ها را که به درک بهتر محیط پیرامون می‌انجامد، شرح می‌دهد» (بل، ۱۳۸۶: ۱۱۱). روان‌شناسان گشتالت عواملی که ادراک فرم را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند تدوین کرده‌اند. این موارد عبارتند از: «مجاورت^۱، تشابه^۲، بستگی^۳، تداوم مطلوب^۴، بسته‌بودن^۵، سطح^۶ و تقارن^۷» (Kohler, 2021: 126). «قوانین سازماندهی بصری گشتالت میانی تحلیل عناصر با ترکیب ساده یا پیچیده را فراهم می‌آورد. سازمان‌دهنده تمام این قوانین، قانون برجستگی^۸ است که براساس آن، «سازماندهی روان‌شناختی» یک ترکیب بصری، به اندازه‌ای «خوب» است که شرایط غالب اجازه می‌دهد. از این نظر، «خوب» واژه‌ای ارزشی نیست. «اشکال خوب^۹ دارای تقارن^{۱۰}، جامعیت^{۱۱}، وحدت^{۱۲}، هماهنگی^{۱۳}، نظم^{۱۴}، ایجاز^{۱۵} و نهایت سادگی^{۱۶} هستند» (لنگ، ۱۳۸۱: ۲۱۶). از آنجا که نظریه گشتالت

1. Proximity
2. Similarity
3. Closure
4. Good continuance
5. Closedness
6. Area
7. Symmetry
8. Low of pragnanz
9. «از نظر استادان نهضت جدید که اتکای زیادی به نظریه گشتالت داشتند، چه به‌صراحت و چه به‌طور ضمنی، "شکل‌های خوب" خوشایند هستند و "وحدت" و "سادگی" از معیارهای خوب بودن فرم و فضای معماری می‌باشند» (لنگ، ۱۳۸۱: ۲۲۳).
10. Symetry
11. Inclusiveness
12. Unity
13. Harmony
14. Regularity
15. Conciseness
16. Maximal simplicity

هم در روان‌شناسی و هم در هنرهای بصری اثرات مهمی دارد، قوانین و اصول آن، مورد توجه این پژوهش است که به‌طور خلاصه در جدول شماره ۱ توضیح داده شده است. عامل مؤثر بعدی در ارتباط انسان با محیط، شناخت است. شناخت به‌صورت معنای خاطرات و تداعی‌ها انجام می‌شود یعنی فرد ادراک‌کننده با توجه به سوابق ذهنی خود و شناختی که از معنا دارد و نیز اسطوره‌سازی‌های ذهنی که در طی سال‌های زندگی برایش به‌وجود آمده محیط را و هر آنچه را که در آن است درک می‌کند و با آن ارتباط برقرار می‌کند. بنابراین اهلیت (صفا-شان) فرد نیز که در صدا و تصویر او متجلی می‌شود، در شناخت بیننده تأثیر دارد. سادگی و صمیمیت صورت فرد و همین‌طور دل‌نشین بودن صدای او، می‌تواند منشاء گرفته از اهلیت وی باشد. به‌عنوان مثال: صدای مرحوم سیدجواد ذبیحی یا مرحوم سیدعباس صالحی به‌خاطر اهلیت آن‌مرحومان، از قدیم‌الایام مورد توجه ایرانیان بوده و است. همچنین مناسب نیست در خواندن دعا از فرد یا افرادی استفاده شود که ذهنیت نامطلوبی درمورد آنها در ذهن مخاطب باشد.

سومین عامل، ارزیابی است. در این مرحله، ذهن بیننده به ارزیابی آن‌چه که می‌بیند می‌نشیند و دقیقاً عمده موضوع مورد بحث ما نیز، ارزیابی است و به‌همین دلیل پس از مرحله آخر به‌صورت مبسوط به این مرحله پرداخته خواهد شد.

چهارمین و آخرین عامل مؤثر در ارتباط انسان با محیط، رفتار است که در زبان برنامه‌سازی، به جذاب یا غیرجذاب بودن برنامه، تعبیر می‌شود و در نتیجه آن، بیننده جذب برنامه و یا از دیدن ادامه آن منصرف می‌شود. در توضیح ارزیابی گفته شد که ذهن بیننده به ارزیابی آن‌چه که می‌بیند می‌نشیند، بنابراین نگارنده، بند اول دعای کمیل را تا (یا نور یا قدوس) در چهار ویدئوی متفاوت دعای کمیل، که از سوی اداره کل امور استان‌های صداوسیما برای تمام مراکز استانی ارسال شده است (و با همین عمل به صورت تلویحی مورد تأیید قرار گرفته است) بر مبنای روان‌شناسی گشتالت بررسی کرده که در ادامه ارائه می‌شوند.

انتظار می‌رود در سیمای جمهوری اسلامی ایران، کارگردان تلویزیونی بکوشد مفاهیم مندرج در دعا را درک کرده و از طریق نور و قاب‌بندی و سایر مؤلفه‌های مؤثر در ایجاد تصویر متناسب با موضوع، تا حد ممکن به بیننده منتقل کند. با دیدن فیلم‌ها و تصاویر مربوطه به‌نظر می‌رسد که کارگردانان محترم به‌طور عمیق، به معانی این دعا توجه نکرده‌اند.

در این بخش، نماهای بند اول برنامه دعای کمیل از منظر زیبایی‌شناسی با تاکید بر قوانین گشتالت در ۴ ویدئوی مختلف بررسی می‌شوند.

نما یا پلان یا شات از نظر فنی تصویر یا تصاویری است که در یک کارکرد پیوسته دوربین یعنی از شروع ضبط تا متوقف شدن آن روی نوار فیلم ثبت شود. نما به دو دسته کلی تقسیم می‌شود: نمای مادرا^۱ که فضای عمومی صحنه را در بر می‌گیرد، مثل فضای اتاق، فضای خیابان یا فضای سرسرای هتل و نمای خاص^۲ که نمای خاص بخش خاصی از اتاق، مثلاً در ورودی آن یا جلوی فروشگاه خاصی از خیابان خاصی را نشان می‌دهد.

قاب، نخستین عامل شکل‌گیری تصویر است و در عمل، تصویر را برای ما تعریف می‌کند. مغز ما آنچه را درون قاب است، در ارتباط با لبه‌های قاب و حتی اجسام خارج از آن ارزیابی و تفسیر می‌کند و در صورت عدم وجود کادر، مغز قادر به تعبیر و تفسیر تصویر و نشانه‌های بصری نیست.

«هدف از قاب‌بندی نما، نشان دادن هرچه روشن‌تر تصویر و ارائه آن به گونه‌ای با معناست. درواقع قاب‌بندی، رویداد را آشکار می‌سازد و به آن شدت می‌بخشد» (زتل، ۱۳۸۴: ۱۴۴). «نحوه قاب گرفتن سوژه‌ها و اشیاء در درون نما، خوانش خاصی را به بار می‌آورد. اندازه و حجم درون قاب به همان اندازه حرف برای گفتن دارد که گفتگوها. زوایای دوربین نیز به همین ترتیب» (هیوارد، ۱۳۹۷: ۲۶۷).

دلیل انتخاب بند اول دعای کمیل برای این ارزیابی، به خاطر اهمیت نماهای معرف و افتتاحیه در برنامه‌سازی تلویزیونی است.

1. Master Shot
2. Specific Shot

هر پدیده تصویری از دو منظر قابل تحلیل است: ۱- فرم؛ و ۲- محتوا که در این مبحث مطابق با اصول گشتالت، بیشتر به تحلیل فرم پرداخته شده است.

لازم به ذکر است که از ۴ ویدئوی مورد بررسی دو مورد اول در حرم حضرت معصومه (س)، سومی در مسجد ارگ تهران و چهارمی در مدینه مکرمه تولید شده‌اند که با وجود تصاویر زیاد و تحلیل‌های مبسوط، اما به دلیل پایبندی به مقررات نشریه بسیاری از تصاویر حذف و ضمناً ویدئوها با عناوین ویدئوی اول، دوم، سوم و چهارم نامگذاری شده‌اند.

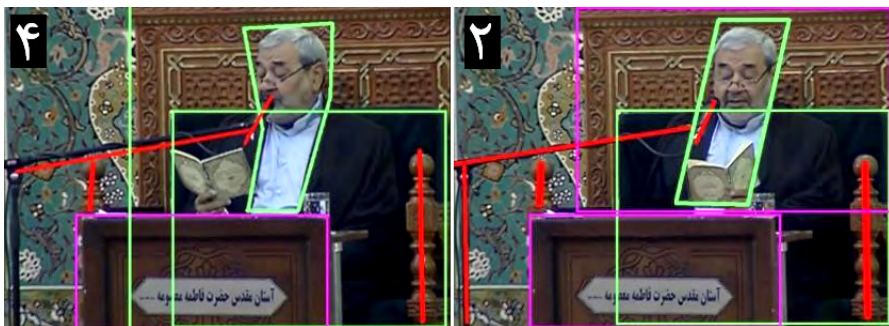
در بررسی نمای اول ویدئوی اول متأسفانه سرنوشت مشترک (شکل ۱) به هیچ وجه مشهود نیست و هرکسی کاری متفاوت انجام می‌دهد که ذهن بیننده را منحرف می‌کند (در عکس با دایره‌های زرد رنگ مشخص شده است). نما فاقد تداوم است و خطها اغلب بریده هستند. تشابه و مجاورت تا حدودی وجود دارد. در کل، تصویر فاقد گشتالت است و حتی گشتالت‌های مزاحم نیز (که با مستطیل رنگی نشان داده شده‌اند) در شکل مشاهده می‌شود.



شکل ۱- نمای اول، ویدئوی اول، منبع فیلم: آرشیو صدا و سیما، استخراج عکس‌ها: نگارندگان

زیبایی‌شناسی نور و تصویر برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل مبتنی بر قوانین

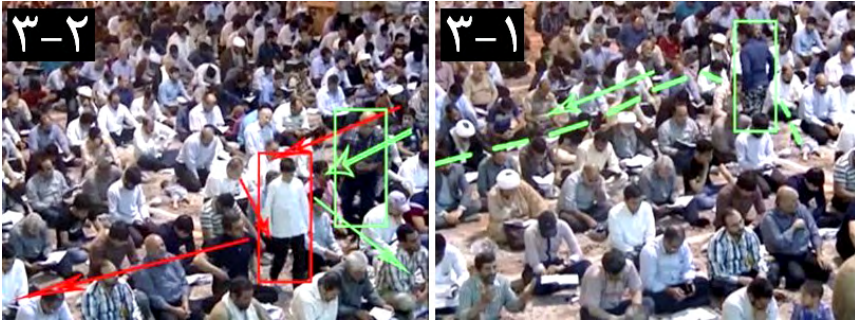
در نمای دوم و چهارم این ویدئو (که کاملاً مشابه هستند) از نظر فرم، رنگ مشکی عبا و صندلی با هم تلفیق شده و حالت مجاورت ایجاد شده که موجب می‌شود سطح، یکپارچه به نظر برسد، رنگ تیره، احساس تهی بودن یا سوراخ بودن تصویر را به بیننده القا می‌کند. گفتنی است این سطح، مربعی در دو سوم تصویر ایجاد کرده است (شکل ۲) (شماره‌های روی تصاویر شماره نمایی هستند که در مورد آن صحبت می‌شود) فرم سخنان که با متوازی‌الاضلاع سبز رنگ نشان داده شده مناسب است ولی در ادامه، مستطیل صورتی پایین بایستی بیشتر در سمت چپ تصویر می‌بود تا در ارتباط با مستطیل صورتی بالا تداوم یا ادامه خوب را القا کند. با توجه به طولانی بودن زمان نمای اول، (۲۶ ثانیه) بیننده بیشتر متوجه عوامل برهم‌زننده گشتالت از جمله جای پایه میکروفون و دستگیره‌های منبر می‌شود.



شکل ۲- نمای دوم و چهارم ویدئوی اول

البته با توجه به زمان کم‌تر نمای چهارم، ایرادهای خطوط قرمز تصویر، کم‌تر به چشم می‌آید که متأسفانه برای بیننده امروزی و حرفه‌ای، در کسری از ثانیه هم قابل دیدن است. در مجموع از یکسانی این نما که در کل ویدئو وجود دارد، این نتیجه حاصل می‌شود که دوربین ثابتی برای این نما، جای‌گذاری شده که در کل مدت دعا، هیچ تصویربرداری در پشت این دوربین نبوده و حتی کارگردان هم از نظر حسی، هیچ نیازی به تغییر نما احساس نکرده است که این دو موضوع، عدم

ارتباط روحی و حسی تصویربردار و کارگردان و حتی تهیه‌کننده را با موضوع برنامه (محتوا) به شدت القا می‌کند.



شکل ۳- نمای سوم ویدئوی اول و ادامه آن

در پلان سوم از این ویدئو، در ابتدای نما در نقطه طلایی سمت چپ پایین تصویر، گشتالت کوچک مناسبی مشاهده می‌شود که با حرکت دوربین از سمت چپ تصویر در حال خارج شدن است. اما قبل از خروج این گشتالت مناسب، همان‌طور که مشاهده می‌شود (شکل ۳) فردی با عبور از بین افراد، گشتالت سرنوشت مشترک را از بین می‌برد و باز بلافاصله، درست در نقطه طلایی تصویر، عوامل مزاحم نیرومند دیگری نیز درست در همان منطقه، به تصویر اضافه می‌شوند و حواس بیننده را از گشتالت نیرومند سرنوشت مشترکی که می‌توانست به صورت قطری در نیمه بالای تصویر به وجود بیاورد منحرف می‌کند.

در نمای پنجم (اشکال ۴ و ۵) با حرکت (پن) آرام دوربین به سمت راست، با عبور افرادی به سمت چپ تصویر، گشتالت تصویر کاملاً بهم می‌خورد (شکل ۴، سمت راست)، سپس درست در نقطه طلایی بالا سمت راست تصویر، فردی روحانی که با لباس خود، مشغول است حواس بیننده را از نقطه طلایی پایین که فردی کتاب در دست دارد و کاملاً مرتبط با موضوع در حال دعا خواندن است پرت می‌کند (شکل ۴، سمت چپ). در ادامه حرکت، درست زمانی که گشتالت مناسبی از سرنوشت مشترک، یکپارچگی، تشابه و مجاورت به وجود آمده و در نقطه طلایی پایین سمت راست تصویر نیز دو سوژه بسیار مناسب وجود دارند، فردی وارد کادر

زیبایی‌شناسی نور و تصویر برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل مبتنی بر قوانین

شده و درست در وسط تصویر می‌نشینند (شکل ۵) که باعث برهم خوردن گشتالت و حس تصویر می‌شود.



شکل ۴- ابتدا و ادامه نمای پنجم ویدئوی اول



شکل ۵- انتهای نمای پنجم ویدئوی اول

همان‌طور که در شکل ۵ می‌بینیم در میانه نما هم همین ماجرا تکرار می‌شود و حتی در انتهای نما، زمانی که می‌تواند گشتالت مؤثر و قوی در جهت انتقال حس دعا به بیننده ایجاد شود مجدداً از دو طرف، افرادی وارد تصویر شده و این گشتالت بالقوه را کاملاً از بین می‌برند که شایسته بود لاقبل در تدوین این قسمت ویدئو حذف شود (شکل ۵، سمت چپ).

ویدئوی دوم شامل چهار نما است که در نمای اول، هیچ گشتالتی اتفاق نمی‌افتد (شکل ۶) به بیان واضح‌تر، درست در زمانی که قوی‌ترین گشتالت این

ویدئو در حال اتفاق افتادن است، نما به حرکت پن دوربین بر روی جمعیت (اشکال ۷ و ۸)، بریده شده و مانع ایجاد این گشتالت می‌شود.



شکل ۶- نمای اول ویدئوی دوم

در نمای دوم ویدئوی دوم که ۲۶ ثانیه طول می‌کشد، دوربین به سمت چپ، بر روی جمعیت، پن می‌زند و می‌تواند نمایش زیبایی از اصول مشابهت، تداوم و سرنوشت مشترک به بیننده ارائه دهد، ولی چون فرایند ادراک، زمان‌بر است و ارائه این اصول (آن هم در حین حرکت) به زمان نیاز دارد، متأسفانه در کمتر از ۵ ثانیه اول، عامل مزاحمی مشاهده می‌شود که به سمت راست تصویر در حرکت است (شکل ۷) و به‌خاطر حرکت خلاف جهت دوربین، بسیار نیرومند بوده و موجب حواس‌پرتی بیننده می‌شود. سپس در ادامه حرکت دوربین، متأسفانه باز هم با عوامل مزاحم حرکتی و بصری دیگری از جمله یک مورد دور از آداب اجتماعی در نقطه طلایی تصویر مواجه می‌شویم که همه مانع ایجاد یک گشتالت مناسب برای درک محتوا می‌شوند و در موردی حتی باعث ایجاد مثلث قوی مزاحم (مجدداً در نقطه طلایی تصویر) می‌شود (شکل ۸) و در انتها، با ورود یک عامل مزاحم دیگر، فرصت درک مناسب تصویر را از بیننده سلب می‌کنند.



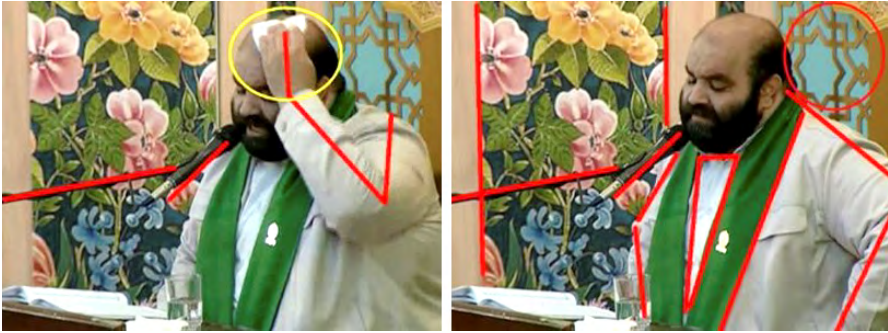
شکل ۷- نمای دوم ویدئوی دوم



شکل ۸- ادامه نمای دوم ویدئوی دوم

نمای سوم مداح را نشان می‌دهد که متأسفانه حالات ظاهری و درونی مداح تناسبی با محتوای ارائه شده ندارد. در کمال تعجب، این نما به مدت ۶۳ ثانیه!!! ادامه دارد و دارای حرکات اضافی مداح است (اشکال ۹ و ۱۰) و برخلاف محتوا، با ایجاد زاویه‌های تند و حرکاتی مانند پاک‌کردن سر و صورت، به‌جای خضوع و خشوع، حس تدافعی را در بیننده برمی‌انگیزد. در ابتدای این نما، ترکیب‌بندی بدن شخص، با خطوط تند و مزاحم تصویر، حسی از برتری، بالا بودن و قدرتمند بودن مداح را در بیننده القا می‌کند (شکل ۹) و وجود نقشمایه شمشه پس زمینه علیرغم مطلوب بودن کلی دکور، در این نما به تقویت حس مذکور کمک می‌کند (شکل ۹، سمت راست) که در حال تحمیل فشار زیادی به جلوی تصویر و بالطبع مردم روبه‌روی خود است. تمام حرکات‌ها بسته است و تنها گشتالت تقریباً مؤثر

و خوب در این نما، زمانی اتفاق می‌افتد که دست‌های مداح برای گفتن جمله «یا نور...» به حالت دعا بالا می‌آید (شکل ۹) در آخرین قسمت این نما هم حالت سرزنش‌گونه مداح با فرد کناری خود قابل مشاهده است. (شکل ۱۰، سمت چپ)



شکل ۹- نمای سوم ویدئوی دوم



شکل ۱۰- انتهای نمای سوم ویدئوی دوم

در نمای چهارم، مردم حاضر در مجلس، نشان داده می‌شوند که به تکرار دعا (جمله «یا نور...») مشغول هستند و متأسفانه باز هم در همان ابتدای نما مشاهده می‌شود که شکل و زمینه هم‌خوانی ندارند. درحالی که مردم نشسته و به دعا مشغول هستند، شخصی ایستاده و شروع به نماز خواندن می‌کند، (شکل ۱۱) آن هم دقیقاً جلوی دوربین، که باعث می‌شود او (نمازگزار) تبدیل به شکل، و مردم،

تبدیل به زمینه بشوند. این موضوع، مناسبت تصویر را از بین برده و آن را به تصویری نامرتب با محتوای برنامه تبدیل کرده که تداوم، شباهت، مجاورت و سرنوشت مشترک تصویر را خدشه‌دار می‌کند.



شکل ۱۱- نمای چهارم ویدئوی دوم

نکته دیگر این است که چهره مداح و دعاخوان غیر تلویزیونی است. البته انتظاری که از یک مداح یا دعاخوان می‌رود، داشتن صدایی خوش و دلنشین برای خواندن دعا است و ممکن است برخی از آنها چهره‌های غیر تلویزیونی و فاقد ظاهر فتوژنیک باشند که ایرادی هم ندارد. ولی از کارگردان برنامه‌های تلویزیونی انتظار می‌رود در صورت نیافتن افراد دارای استانداردهای مورد نیاز، چهره مداح را در پلان‌های نزدیک، متعدد و زمان‌های طولانی به تصویر نکشد.

از نکات عمومی ویدئوی سوم باید به اندازه تصویر اشاره کرد که ۴:۳ است ولی به دلایل احتمالی (حذف لوگو و تبلیغات یا هر دلیل دیگری)، شبیه ویدئوی ۱۶:۹ بالا و پایین تصویر رنگی شده (اصطلاحاً کاش‌گذاری شده) ولی بریده نشده است که باعث شده در تمام نماها (به‌جز اواخر نمای سوم) حواس بیننده از دعا پرت شود و مطلوب‌تر بود برای متن دعا و ترجمه فارسی آن که ایده جالب و جذابی است جای دیگری اندیشیده می‌شد یا لاقبل بر روی همین حاشیه درج می‌شد تا باعث حواس‌پرتی بیننده نشود (شکل ۱۲).

نکته مثبتی هم که در ابتدای ویدئو مشاهده می‌شود، معرفی برنامه و مکان و حتی ذکر نام مداح است که هم‌چون شناسنامه اثر است و جای آن در اکثر برنامه‌های مذهبی و به‌خصوص دعا‌های سیما خالی بوده و اخیراً رواج پیدا کرده است.

نمای اول و سوم این ویدئو مشابه و دارای زمان مناسب است (شکل ۱۲، سمت راست) ولی بهتر بود که ابتدا با نمای معرفی شروع می‌شد که البته این مسئله در نمای دوم (شکل ۱۲، سمت چپ) تقریباً حل شده است و گمان می‌رود معروفیت مداح، علت شروع برنامه با این نما باشد.



شکل ۱۲- نمای اول و دوم ویدئوی سوم و کادربندی تصویر

حالات ظاهری مداح، بیان‌کننده خضوع و خشوع و فروتنی مناسب محتوای دعا است که در جهت ازدیاد اثر این حالت بهتر بود منطقه آبی رنگ تصویر، ساده و بدون خطوط بسته باشد؛ و همین‌طور خطوط بسته و مربعی مبل پشت سر مداح هم، ذهن را درگیر می‌کند و در خود نگه می‌دارد و برهم‌زننده شکل خوب است. بهر حال، نما، گشتالت مناسب و بالا رونده‌ای در جهت ادراک مخاطب دارد و مداح و پوشش وی، متناسب با موضوع هستند.

نمای دوم مقداری تاریک است که البته به دیده نشدن (اندک) حرکات مزاحم کمک کرده و باعث شده گشتالت مناسبی از سرنوشت مشترک، ادامه خوب و مشابهت برقرار باشد. لازم به ذکر است که چون محتوا، از رحمت خداوند سخن می‌گوید، بهتر بود صحنه روشن‌تر باشد تا با محتوا همخوانی بیشتری داشته باشد.

زیبایی‌شناسی نور و تصویر برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل مبتنی بر قوانین

نمای چهارم این ویدئو، متناسب با محتوا و به‌خاطر ستون‌های اطراف محراب‌ها، تصویر دارای ایستادگی و ثبات بالا است و دوام و استواری را نشان می‌دهد (شکل ۱۳، سمت راست) و با زوم‌بک همه‌چیز در برابر عظمت او خاضع و خوار می‌شود که با محتوا متناسب است. (شکل ۱۳، سمت چپ) و در ادامه، حرکت رو به بالای تصویر که با وجود ورود پروژکتورها به تصویر، هیچ آزاری متوجه بیننده نمی‌شود و می‌توانست رو به بالا ادامه داشته باشد. رنگ طلایی موجود به عظمت صحنه کمک کرده است. این نما ۴۰ ثانیه است، ولی به خاطر رعایت اصول گشتالت و تناسب کامل آن با محتوا، طول زمان در آن حس نمی‌شود.



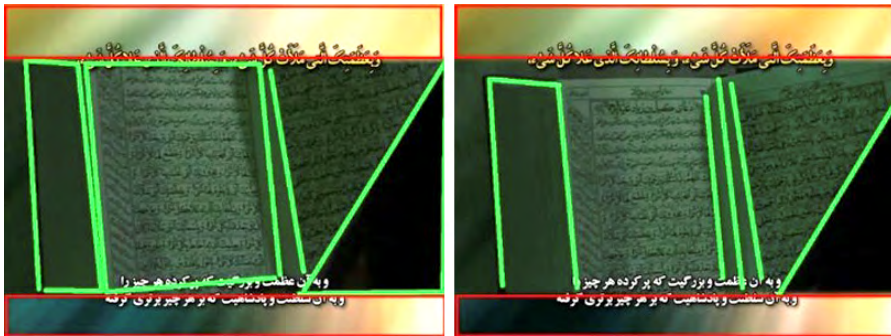
شکل ۱۳- نمای چهارم ویدئوی سوم

نمای پنجم مشابه نمای اول و سوم است که البته به‌خاطر تغییر جهت نگاه مداح، یک لحظه بیننده را از فضای دعا جدا می‌کند (شکل ۱۴)



شکل ۱۴- نمای پنجم ویدئوی سوم

در نمای ششم که کتاب دعا را نشان می‌دهد اگر از تاریکی تصویر، چشم‌پوشی شود، رنگ سبز باعث تشدید حس روحانیت شده که با محتوا سازگاری دارد، (شکل ۱۵) به‌هرحال به‌جز مثلث تیره سمت راست (که البته باز هم حرکت بالارونده دارد)، بقیه عوامل تصویر، مناسب است و از یکپارچگی، مجاورت، شکل خوب و قانون موازات به‌خوبی استفاده شده است.



شکل ۱۵- نمای ششم ویدئوی سوم

در دو نمای هفتم و هشتم (شکل ۱۶)، شکل و زمینه و در نمای هفتم (شکل ۱۶)، سمت راست)، سرنوشت مشترک گشتالت مناسبی ایجاد کرده ولی بهتر بود که در آیه‌های متناسب‌تر (مضمون‌های دوم به بعد) استفاده می‌شد.



شکل ۱۶- نمای هشتم ویدئوی سوم

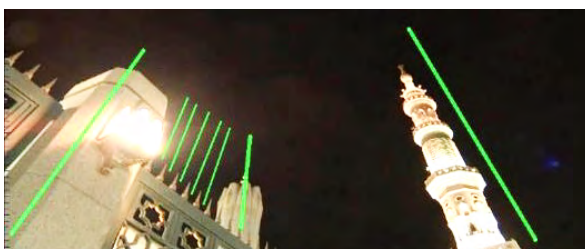
زیبایی‌شناسی نور و تصویر برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل مبتنی بر قوانین

نمای نهم تکرار نمای اول و سوم است که بسیار طولانی (۴۲ ثانیه) است و در ۳۰ ثانیه آخر، مناسبتی با محتوا ندارد و تبدیل به ضعف برنامه شده است.

ویدئوی چهارم با فرمت ۲۱:۸/۵ گرفته شده است. تصویر، اسکوپ و خیلی عریض و در برخی نماها تاریک است که قابل چشم‌پوشی است. نمای اول نمای معرفی حرکتی تندی است که اگر سرعت آن نادیده گرفته شود، سازماندهی بصری خوبی در تصویر مشاهده می‌شود. (شکل ۱۷) اصول مجاورت، موازی بودن، سرنوشت مشترک و شکل خوب در نما مشخص است.



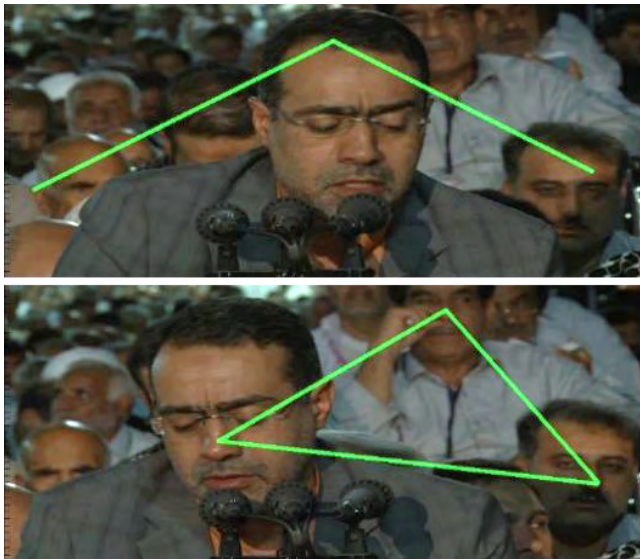
شکل ۱۷- نمای اول ویدئوی چهارم



شکل ۱۸- ابتدا و انتهای نمای دوم ویدئوی چهارم

نمای دوم این ویدئو دارای گشتالت مناسب و منطبق بر اصول مجاورت، مشابهت و ادامه خوب است و با محتوا نیز مناسبت دارد. (شکل ۱۸) نماها با دیزالو ملایمی به‌کدیگر برش می‌خورند.

نمای سوم، قاب خوبی از چهره مداح است. در این ویدئو مداح و جمع دعاکنندگان رو به یک‌سو نشسته‌اند و مداح رو به جمعیت نیست. نما، گشتالت مناسبی از مشابهت، مجاورت و تداوم دارد و مثلث قوی از سرها (درست در امتداد مثلث دیزالو دو نما) به‌وجود آمده است. وجود میکروفن‌ها باعث ایجاد گشتالت ضعیف تداومی شده که قابل چشم‌پوشی است. نمای مداح طولانی شده که می‌تواند موجب آزار مخاطب شود. ولی ایراد مهم‌تری که موجب برهم خوردن سامانه ارتباطی تصویر می‌شود، جابجایی سر مداح به سمت چپ تصویر است که باعث تغییر گشتالت تصویر شده و راس مثلث از سر مداح به سر فرد پشت سرش جابجا می‌شود که با توجه به حرکت فاقد آداب اجتماعی فرد مورد نظر، موجب به‌وجود آمدن اغتشاش بصری شده است. (شکل ۱۹)



شکل ۱۹- نمای سوم از ویدئوی چهارم

زیبایی‌شناسی نور و تصویر برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل مبتنی بر قوانین

نمای چهارم ویدئو نمایی از جمعیت است که دارای گشتالت قوی است و می‌توانست خیلی طولانی‌تر هم باشد (شکل ۲۰). تداوم، مشابهت، خطوط موازی، سرنوشت مشترک و یکپارچگی از اصولی هستند که در این تصویر دیده می‌شوند.



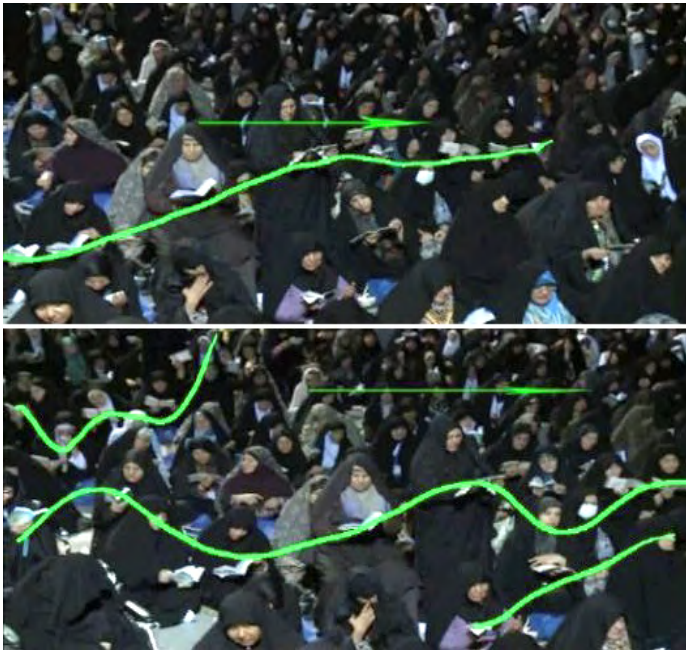
شکل ۲۰- نمای چهارم ویدئوی چهارم

در نمای پنجم ویدئوی چهارم، حرکت رو به پایین دوربین، ایجاد حرکتی بالا رونده با گشتالت مناسب کرده است که با محتوا هم‌خوانی دارد. (شکل ۲۱) این نما در انتها بخاطر ناشی بودن تصویربردار یا عدم پیش‌بینی مناسب، با حرکتی ناگهانی، حواس بیننده را پرت می‌کند که می‌توانست در تدوین، حذف شود.



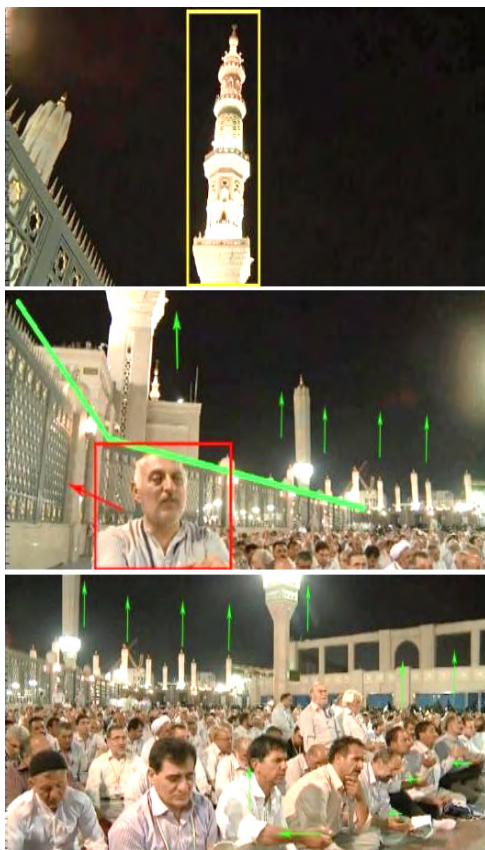
شکل ۲۱- نمای پنجم ویدئوی چهارم

در نمای ششم این ویدئو، حرکت پن دوربین به سمت چپ، تصویری زیبا به تصویر کشیده که گشتالتهای متغیر و مناسبی در طی این حرکت ارائه داده که بر ارتباط با حس و حال جمعیت حاضر نیست. (شکل ۲۲) اصول مجاورت، مشابهت، ادامه خوب، تصویر و زمینه و سرنوشت مشترک، از جمله گشتالتهای متغیر و منطبق بر این تصاویر می‌باشند.



شکل ۲۲- نمای ششم ویدئوی چهارم

نمای هفتم ویدئو، متناسب‌ترین نماهای تحلیل شده را دارا است (شکل ۲۳). گشتالت قوی، با عناصر متناسب که منطبق بر اصول تداوم، شکل و زمینه و سرنوشت مشترک شروع می‌شود. البته نما، اندکی دیر شروع می‌شود که با تکرار این مشکل در اکثر نماهای دعا، گمان می‌رود به‌خاطر اصلاحات انجام شده پس از تدوین باشد، که به‌هرحال می‌تواند باعث درهم ریختن حس بیننده شود.



شکل ۲۳- ابتدا، میانه و انتهای نمای هفتم ویدئوی چهارم

این نما که با حرکت ترکیبی دوربین شروع شده است، در امتداد حرکت خود، از روی مناره و عناصر دیگر معماری، عبور کرده و بر روی جمعیت فرود می‌آید و همچنان گشتالت قوی سرنوشت مشترک در تصویر وجود دارد که با گشتالت‌های ضعیف، ولی مثبت اطراف گشتالت اصلی، تقویت می‌شود. لازم به ذکر است که در میانه مسیر لحظه ورود جمعیت به تصویر، گشتالتی اتفاق می‌افتد که بنا به اصل تصویر و زمینه، می‌توان آن را مثبت تلقی کرد، اما چون گشتالت غالب تصویر، اصل سرنوشت مشترک و یکپارچگی است، این تصویر و زمینه در این‌جا مزاحم تلقی شده و اندکی باعث ایجاد گسست تصویری در بیننده خواهد شد.

جدول شماره ۲- جمع‌بندی یافته‌های ویدئوی اول

نقاط ضعف	
سوییچ نامناسب و بی‌موقع	مداحی قبل از دعا
عدم رعایت یونیت‌بندی در کل برنامه	مداحی در حین دعا (چندبار)
عدم نمایش خانمها (جز در چند نمای آخر)	نامرتب بودن اجتماع مردم دعاخوان
عدم استفاده درست از کتیبه‌ها و نقوش داخل حرم	نداشتن ریتم و سرعت هماهنگ و متناسب نماها
عدم هماهنگی فنی دوربین‌ها (دیافراگم، تنظیم سفیدی)	رفت و آمد زیاد مردم داخل قاب تصویر
نماهای معمولاً نامربوط با محتوا و حتی بعضاً متضاد با آن	نشان دادن نماهایی از برخاستن مردم و ترک کردن مجلس
نماهای تکراری و طولانی مدت فرد دعاخوان	دادن نماهای خلوت از صحن حرم
دمای نور متفاوت در هر قسمت	نور نامناسب و لکه لکه
نمایش مکرر سه‌پایه و دوربین در نما، بدون حضور تصویربردار (۳ دوربین در یک نما)	بی‌حوصلگی مردم و خمیازه‌های فراوان و استفاده مکرر از موبایل (نشانه خستگی)
نماهای مسلط بر جمعیت (های لول) از فاصله نزدیک که بی‌نظمی را به‌وضوح نمایان کرده است	حضور ۷ دوربین بدون هیچ کمکی به غنای برنامه
نقاط قوت	
ندارد	

جدول شماره ۳- جمع‌بندی یافته‌های ویدئوی دوم

نقاط ضعف	نقاط قوت
نماهای طولانی از مداح و عدم آرامش او	صدای خوب مداح
عدم استفاده از کتیبه‌ها و نقوش حرم	نماهای متعدد خوب از صحن حرم
نور و نورپردازی نامناسب و ضعیف	
جای نامناسب دوربین‌ها	نماهای متعدد خوب از جمعیت دعاخوان
تنظیم نبودن رنگ و نور دوربین‌ها	
رفت و آمد فراوان داخل قاب تصویر	
هیچ تصویری از بانوان وجود ندارد.	

زیبایی‌شناسی نور و تصویر برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل مبتنی بر قوانین

جدول شماره ۴- جمع‌بندی یافته‌های ویدئوی سوم

نقاط قوت	نقاط ضعف
صدای خوب مداح	صدابرداری نامناسب
	تلفظ نامفهوم و ناقص مداح از برخی کلمات
اقدام به کپشن‌گذاری جهت اطلاع‌رسانی	آرم‌گیری و دورگیری بسیار نامناسب
	اجرای نادرست کپشن‌گذاری
نماهای بسته مناسب از افراد	نماهای مکرر از مداح و سویچ اشتباه و چند باره مداح (جامپ کات)
	عدم حضور بانوان
	نماهای خیلی کم از افراد حاضر

جدول شماره ۵- جمع‌بندی یافته‌های ویدئوی چهارم

نقاط قوت	نقاط ضعف
نورپردازی و مکان مناسب	جای نامناسب دوربین و میکروفن مداح
	تنظیم نبودن نور و رنگ دوربین‌ها
نماها و تراولینگ مناسب	شروع نامناسب
تدوین یا سویچ تقریباً متناسب با محتوا	کوتاه بودن برخی نماها و اختلال در ریتم برنامه
مداح هم‌جهت با جمعیت است، نه مقابل آنها	تصویربرداری ناشیانه و حرکات زیاد و اضافی دوربین در برخی نماها
نماهای خوب از حضور بانوان	

با توجه به بررسی‌های انجام شده، چون دعای کمیل، دعایی غنی، پرفیض، و نسبتاً طولانی است، اگر در تولید تلویزیونی آن، دقت کافی به‌کار نرود به‌جای تقویت باورمندی به از دست رفتن توجه مخاطب می‌انجامد. به‌دیگر سخن، اگر برنامه‌ساز نتواند جذابیت بصری و هم‌چنین مابه‌ازای تصویری برای لحظه به لحظه دعا فراهم کند بهتر است بگذارد دعا به‌صورت رادیویی پخش شود، تا اینکه بخواهد با ایمان بیننده بازی کند. در مجموع، این ویدئوها، جز ویدئوی آخر، علی‌رغم فضا و صدای مناسب،

عدم مهارت در به‌کارگیری تجهیزات، نداشتن انگیزه و علاقه شغلی و عدم آشنایی با اصول اولیه برنامه‌سازی تلویزیونی، کاملاً مشهود است.

نتیجه‌گیری

شناخت نور و زیبایی‌شناسی تصویر یکی از مهم‌ترین اصول تولید هر برنامه تلویزیونی، به‌خصوص در برنامه‌های مناسبی غیرنمایشی مذهبی است که متأسفانه مورد غفلت واقع شده است. البته ذکر این نکته ضروری است که در برنامه‌هایی چون دعای کمیل که با شرکت جمعیتی زیادی برگزار می‌شود، امکان نورپردازی به‌ندرت مهیا است که با استفاده از تجهیزات مدرن‌تر می‌توان بر این مشکل غلبه کرد. نور، روشن‌کننده، نشان‌دهنده و راهنماست. با کمک نور و فیلترهای رنگی حتی می‌توان صحنه‌هایی را که کادر دوربین قادر به اصلاح نیست، تصحیح کرد و زشتی آن صحنه را پوشاند و یا زیبایی‌ها را برجسته کرد. می‌توان در ایجاد فضای متناسب محتوای دعا و انتقال هرچه بیشتر حس لحظه به لحظه فرازهای مختلف دعا به مخاطب، در هرچه بهتر انجام دادن رسالت اصلی رسانه و جذب بیشتر مخاطب و حظ روحی و بصری بیننده مؤثر بود. حتی از منظر معنا نیز با توجه به اینکه «نور» یکی از اسماء الهی است، می‌توان توجه ویژه‌ای به این مقوله داشت.

مسئلاً استفاده مناسب از نور کار دشواری است و معمولاً یک نورپردازی به‌ظاهر ساده متناسب با محتوا، حاصل تجربه نورپرداز است که متأسفانه در هیچ‌کدام از برنامه‌های مورد مطالعه و همچنین برنامه‌های دعای دیگری که پژوهشگر تاکنون دیده است- به اجبار یا اختیار- رعایت نشده و به همان نور محیط اکتفا شده است. تنها نمونه مشاهده شده مصدق این ادعا مربوط به ویدئوی چهارم است که در مدینه منوره برگزار شده بود.

موضوع دیگر، زیبایی‌شناسی کادر تصویر و قاب‌بندی است که ابتدایی‌ترین عامل جذب مخاطب در ضبط و پخش هر برنامه، به‌خصوص برنامه‌های مناسبی غیرنمایشی مذهبی مانند دعا است. تنوع در قاب‌بندی و به‌خصوص انواع قاب‌های بسته (که منتقل‌کننده احساس هستند) و نیز قاب‌های بسیار باز (که فراوانی و نظم جمعیت و محل برگزاری مراسم را نشان دهد) از جمله عوامل افزایش جذابیت

بصری برنامه هستند. البته ترتیب، تعداد و مدت‌زمان نشان‌دادن این قاب‌ها هم از جمله مهارت‌هایی است که کارگردان برنامه باید حائز آن باشد.

نتیجه حاصل از تحلیل ویدئوهای مورد مطالعه در این پژوهش، نشانگر این است که: اگرچه زاویه دوربین و قاب تصویر مناسب، در کنار نور صحیح می‌تواند در انتقال حس دعا به بیننده غایب، مؤثر باشد، متأسفانه در مورد دو ویدئوی اول این‌گونه نبود. اما در ویدئوی چهارم کادربندی‌ها حساب شده‌تر و بهتر بودند.

پس می‌توان سؤال اصلی پژوهش را که در پی یافتن مختصات و جایگاه زیبایی‌شناسی نور و تصویر در تولیدات مناسبتی غیرنمایشی مذهبی تلویزیون است، چنین پاسخ داد: نور و تصویر دو مولفه مهم در ساخت برنامه است که در صورت صحیح‌بودن، هر کدام به‌تنهایی می‌توانند عامل خوب‌بودن یک برنامه باشند. لازم به‌ذکر است که این‌دو از هم جدایی‌ناپذیرند و در تعامل با یکدیگر است که تصویری مناسب جهت بیان حس و حال و فضای برنامه به مخاطب به‌وجود می‌آورند. برای تولیدات مناسبتی غیرنمایشی مذهبی تلویزیون، نور یک عامل حیاتی است و نمی‌توان آن‌را نادیده گرفت. نورپردازی باید حتی‌الامکان متناسب با حس و حال برنامه باشد و اگر امکان نورپردازی نبود، حداقل باید نور محیط را تکمیل کرد تا نوری یک‌دست و مناسب برای ثبت فضای جمعیت فراهم شود. در صورتی که مداح، سخنران و یا مجری و کارشناس هم حضور داشته باشند، بایستی برای آنها، با در نظرگرفتن جنبه‌های تکنیکی و هنری، نورپردازی انجام شود.

نکته تکمیلی در مورد نورپردازی استفاده از نورپردازی پرکنتراست است که با کمک فیلترهای رنگی متناسب با حس و حال برنامه مناسبتی در حال ضبط، می‌تواند تکمیل شود. درباره زیبایی‌شناسی تصویر هم، اگرچه کادربندی مهم است و بایستی به‌گونه‌ای باشد که بتوان با آن حس برنامه را به بیننده منتقل کرد، ولی بایستی در تعامل با نور باشد و بتواند ایرادهای نورپردازی را نیز بیوشاند. برای برنامه‌های مناسبتی غیرنمایشی مذهبی تلویزیون، قاب‌های بسته از دعاکردن، دست به دعا برداشتن، تضرع، گریه و... می‌تواند در کنار قاب‌های باز مناسب که جمعیت را در حال دعا خواندن نشان می‌دهد به تکمیل این حس و حال کمک

کند. استفاده از نماهای حرکتی خیلی باز (اکستریم لانگ‌شات) و نیز استفاده از نمای چشم پرنده هم در اجتماعات زیاد توصیه می‌گردد.

از بررسی ویدئوهای مذکور این نتیجه حاصل شد که براساس میزان فراوانی به ترتیب اصول سرنوشت مشترک (۱۳مورد)، مشابهت (۵مورد)، مجاورت (۹مورد)، شکل و زمینه و همچنین تداوم (هرکدام ۶مورد)، یکپارچگی و شکل خوب (هرکدام ۴مورد) و موازات (۳مورد) بیشترین میزان استفاده در ویدئوها را داشتند. بدیهی‌است با مجهز کردن عوامل به سلاح علم و اندیشه، همراه با خلاقیت و سایر موارد که ذکر آن رفت، می‌توان گام‌های مثبتی در جهت تولید برنامه‌های موفق دینی برداشت. در نهایت باید گفت حتی در صورت وجود تجهیزات مناسب و پیشرفته، آموزش مناسب و تخصصی و نیز علاقه‌مندی و تعهد شغلی عوامل تولید برنامه (نورپردازی مناسب و تصویربرداری خوب) باز هم بایستی کارگردان برنامه، علاوه بر آشنایی با علوم جدید و میان‌رشته‌ای و استفاده از آن در کار تخصصی، با محتوای مذهبی برنامه در حال ضبط، آشنایی کامل داشته باشد، تا بتواند به‌درستی، با زمان‌بندی و نماهای مناسب به غنای محتوای برنامه کمک کند. چرا که در صورت عدم شناخت کارگردان از محتوای برنامه، همان‌طور که در ویدئوهای ضبط شده در حرم مطهر حضرت معصومه (۲ ویدئوی اول) مشاهده می‌گردد، با وجود قاب‌های زیبا ولی به‌خاطر سوئیچ نامناسب، برنامه دارای اثرگذاری مناسب نخواهد بود و بیشتر باعث برهم خوردن تمرکز حواس بیننده می‌گردد تا اینکه به رسالت رسانه دینی کمک کند؛ که به‌نظر می‌رسد بخشی از آن به‌دلیل ناآشنایی با علوم دیگر از جمله روان‌شناسی گشتالت و به‌کارگیری اصول آن در مبحث هنر است.

فهرست منابع

- اچ فیلیپس، ویلیام (۱۳۹۵). *پیش‌درآمدی بر فیلم*، (مترجم: فتاح محمدی)، تهران: بنیاد فارابی
- اراکي، محسن (۱۳۹۱). *حقیقت ادراک و مراحل آن در فلسفه ملاصدرا*، تهران: مؤسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران.
- باباخان، سلیمه؛ و کامرانی، بهنام (۱۳۹۹). «خوانش نگاره معراج پیامبر(ص) اثر سلطان محمد از منظر اصول ادراک دیداری گشتالت»، *فصلنامه علمی نگره*، شماره ۵۳، ۸۳-۹۷.

زیبایی‌شناسی نور و تصویر برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل مبتنی بر قوانین

باتلر، جرمی جی (۱۳۸۸). *تلویزیون، کاربرد و شیوه‌های نقد*، (مترجم: مهدی رحیمیان)، تهران: دانشگاه صدا و سیما.

بوردول، دیوید؛ و تامپسون، کریستین (۱۳۹۹). *هنر سینما*، (مترجم: فتاح محمدی)، تهران: مرکز.

پاسدار، محمدرضا (۱۳۸۹). *تهیه‌کنندگی برای تلویزیون با نگاه سیستمی*، تهران: انتشارات صدا و سیما.

پاکباز، روئین (۱۴۰۰). *دایره‌المعارف هنر*، تهران: فرهنگ معاصر.

تسلیمی، نصرالله (۱۳۸۹). *تفکر و زیبایی‌شناسی در ایران باستان و جهان اسلام*، قم: رادنگار.

جهانگرد، علی اکبر (۱۳۹۱). «تحلیل مفهوم زیبایی و سنت»، *ماهنامه علمی تخصصی اطلاعات حکمت و معرفت*، سال هفتم، شماره ۱۱، ۱۳-۱۷.

حیاتی، وحید (۱۳۸۷). «دین و هنر»، *رواق هنر و اندیشه*، شماره ۴۲، قم: مرکز پژوهش‌ها. ۱۱-۶.

زتل، هربرت (۱۳۸۴). *راهنمای تولید برنامه‌های تلویزیونی*، (مترجم: علی رجب‌زاده طهماسبی و مجیدالدین طباطبایی‌راد)، تهران: دانشگاه صدا و سیما شاپوریان، رضا (۱۴۰۱). *اصول کلی روان‌شناسی گشتالت*، تهران: رشد.

شارف، استفان (۱۴۰۰). *عناصر سینما: درباره نظریه تأثیر زیبایی‌شناسی سینمایی*، (مترجم: محمد شهبان و فریدون خامنه‌پور)، تهران: هرمس.

شهبان، محمد (۱۳۸۹). *بررسی و آسیب‌شناسی ساختاری برنامه‌های ترکیبی و ارائه ساختارهای مطلوب سیما*، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.

فهیمی‌فر، اصغر (۱۳۸۶). «ماهیت زیبایی‌شناسی رسانه تلویزیون»، *رواق هنر و اندیشه*، شماره ۱۴، ۳۰-۴۵.

فهیمی‌فر، اصغر (۱۳۹۵). «ضرورت ابداع ژانرهای مذهبی جدید تلویزیونی (ارائه دعای کمیل از تلویزیون)»، *دین و رسانه*، سال دوازدهم، شماره ۱۰-۱۱ (پیاپی ۱۰۶)، ۱۱۰-۷۹.

کبیری، فرانک (۱۳۹۸). تبیین تأثیر عناصر بصری دیوارنگاره‌ها بر مطلوبیت ادراکی- بصری ایستگاه‌های مترو (مطالعه موردی: ایستگاه متروی تئاتر شهر تهران)، رساله دکتری، استادان راهنما: دکتر بهادر زمانی، دکتر علیرضا خواجه احمد عطاری، دانشگاه هنر اصفهان.

منتظر قائم، مهدی (۱۳۹۰). «بررسی نظام تولید برنامه‌های دینی تلویزیون در سازمان صدا و سیما»، دین و ارتباطات، سال هجدهم بهار و تابستان ۱۳۹۰، شماره ۱، ۱۴۷-۱۸۶.

میتری، ژان (۱۳۹۴). روان‌شناسی و زیبایی‌شناسی سینما، (مترجم: شاپور عظیمی)، تهران: سوره مهر.

میلرسون، جرالند (۱۳۹۸). تولید و کارگردانی در تلویزیون، (مترجم: غلامرضا طباطبایی)، تهران: سمت.

هیوارد، سوزان (۱۳۹۷). مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی، (مترجم: فتاح محمدی)، نشر هزاره سوم.

Anderson, K.T., & Chua, P. H. (2010). Digital Storytelling as an interactive digital media context: Technology in transparent support of creative media production. *Educational Technology*, 50(5), 32-36.

Rose, Gilian. (2020) *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. 5th edition SAGE Publications.

Köhler, Wolfgang. (2021) *Gestalt Psychology, an Introduction to New Concepts in Modern Psychology*. Hassell Street Press.

Gonzalez, Valerie (2001). *Beauty and Islam Asthetics in islamic art and architecture* Tauris Publishers London. New York, in association with the institute of Islam ilia.

Bizzocchi, Jim. (2004). *Video as ambience: Reception and aesthetics of flat-screen video display*. Crossings Electronic Journal of Art and Technology, 4, 1649-0460.

Thompson, Kristin and David Bordwell. (2009) *Film History: An Introduction*, 3Rd New York: McGraw-Hill Inc.