



دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
دانشکده دین و رسانه

پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد رشته ادبیات نمایشی

راهکارهای تأثیر بر مخاطب در درام دینی بر اساس راهبرد پاتوس

نگارش

امیر حسین ریواز

استاد راهنما

دکتر مهدی داوودآبادی

بهمین 1398

این جانب **امیرحسین ریواز** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد رشته ادبیات نمایشی دانشکده دین و رسانه دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، پذیرنده آوری پایان‌نامه با عنوان **راهکارهای تأثیر بر مخاطب در درام دینی بر اساس راهبرد پاتوس** با راهنمایی مهدی داود آبادی گرامی و تمهید می‌کنم که بر پایه قوانین و مقررات، از جمله «دستورالعمل نحوه بررسی تخلفات پژوهشی» و همچنین «مصادیق تخلفات پژوهشی» مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (۲۵ اسفند ۱۳۹۳):

- این پایان‌نامه دستاورد پژوهش این جانب و محتوای آن از درستی و اصالت برخوردار است؛
- حقوق معنوی همه کسانی را که در به‌دست آمدن نتایج اصلی پایان‌نامه تأثیرگذار بوده‌اند، رعایت کرده‌ام و هنگام کاربرد دستاورد پژوهش‌های دیگران در آن، با دقت و به‌درستی به آن‌ها استناد کرده‌ام؛
- این پایان‌نامه و محتوای آن را تاکنون این جانب با کس دیگری برای دریافت هیچ گونه مدرک یا امتیازی در هیچ جا ارائه نکرده‌ام؛
- همه حقوق مادی این پایان‌نامه از آن دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است و آثار برگرفته از آن با وابستگی سازمانی دانشگاه صدا و سیما منتشر خواهد شد؛
- در همه آثار برگرفته از این پایان‌نامه، نام استاد(ان) راهنما و اگر استاد راهنمای نخست تشخیص دهد، نام استاد(ان) مشاور و نشانی رایانامه سازمانی آنان را می‌آورم؛
- در همه گام‌های انجام این پایان‌نامه، هرگاه به اطلاعات شخصی افراد یا اطلاعات سازمان‌ها دسترسی داشته یا آن‌ها را به کار برده‌ام، رازداری و اخلاق پژوهش را رعایت کرده‌ام.

تاریخ و امضاء دانشجو

۹۸/۱۱/۲

ریواز

حقوق: دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۸

این گزارش و همه حقوق مادی و محصولات آن (مقاله‌ها، کتاب‌ها، پروانه‌های اختراع، برنامه‌های رایانه‌ای، نرم افزارها، تجهیزات ساخته شده و مانند آن‌ها) برپایه «قانون حمایت حقوق مولفان و مصنفان و هنرمندان» مصوب سال ۱۳۴۸ و اصلاحیه‌های بعدی آن و همچنین آیین‌نامه‌های اجرایی این قانون از آن دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است و هرگونه استفاده از همه یا پاره‌ای از آن شامل نقل قول، تکثیر، انتشار، کاربرد نتایج، تکمیل و مانند آن‌ها به صورت چاپی، الکترونیکی یا وسایل دیگر، تنها با اجازه نوشتاری دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران شدنی است. نقل قول محدود در انتشارات علمی مانند کتاب و مقاله یا پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دیگر با نوشتن اطلاعات کامل کتابشناختی، نیازی به مجوز دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران ندارد.

برگ تأیید هیئت داوران / صورت جلسه دفاع (به زبان فارسی)

شماره فرم: ۳۳۱	بسمه تعالی	 دانشکده دین و رسانه
شماره بازنگری: ۱/۹۸۰۶	صورت جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد	
تعداد صفحات: ۲		

جلسه دفاع از پایان نامه آقای امیرحسین ریواز دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته ادبیات نمایشی به شماره دانشجویی ۹۶۱۱۳۳۰۱۰۷ در ساعت ۱۲:۳۰، روز یکشنبه، مورخ ۱۳۹۹/۰۲/۲۸ در محل اتاق جلسات دانشکده دین و رسانه، تحت عنوان: **راهکارهای تأثیر پر مخاطب در درام دینی بر اساس راهبرد پائولس**، تشکیل گردید.

هیئت داوران پس از بررسی‌های لازم، ارزشیابی نهایی خود را براساس میانگین ارزیابی صاحبان رای (استادان راهنما و مشاور مجموعاً یک رای، استادان داور داخلی و خارجی هر کدام یک رای) به شرح ذیل، اعلام نمودند:

پایان نامه نامبرده با نمره (از ۱۹ نمره)، به عدد **۱۸.۷۵**... و به حروف **هجده و پنج و پنجاه و پنج** و با درجه علمی: عالی (۲۰-۱۹) □ خیلی خوب (۱۸-۱۸.۹۹) □ خوب (۱۷.۹۹-۱۴) □ متوسط (۱۴-۱۵.۹۹) □ کم‌تر از (۱۴) □ با انجام اصلاحات کلی □ با انجام اصلاحات جزئی □ بدون انجام اصلاحات، مورد تأیید قرار گرفت.

□ مردود شناخته شد.

اعضای هیئت داوری	نام و نام خانوادگی	امضاء
استاد راهنمای نظری	دکتر مهدی داودآبادی	
استاد راهنمای عملی	علی نقفی	
استاد داور نظری	دکتر محسن کریمی	
استاد داور عملی	دکتر محمدشکیبادل	
نماینده تحصیلات تکمیلی	دکتر عیسی زارعی	

تذکره مهم: با استناد به مصوبه جلسه ۹۸-۱ آموزش دانشگاه مورخ ۱۳۹۸/۰۱/۱۸، دانشجوی متقاضی کسب نمره‌ی دستاوردهای پژوهشی مستخرج از پایان نامه می‌تواند با تکمیل فرم مربوط، حداکثر تا ۲ ماه پس از تاریخ دفاع دستاوردهای پژوهشی مستخرج از پایان نامه را ارائه نماید. در صورت عدم ارائه مستندات مربوط در مهلت مقرر یا انصراف از ارائه دستاوردهای پژوهشی (با تکمیل فرم مربوط)، نمره نهایی پایان نامه، نمره تعیین شده توسط هیئت داوران در جلسه دفاع (از ۱۹ نمره) خواهد بود.

این قسمت توسط تحصیلات تکمیلی دانشگاه تکمیل می‌گردد:

- با عنایت به انصراف دانشجو از ارائه دستاوردهای پژوهشی مستخرج از پایان نامه (فرم پیوست)، نمره کسب شده در جلسه دفاع به عنوان نمره نهایی پایان نامه در نظر گرفته می‌شود.
- با عنایت به درخواست فرصت ۲ ماه ارائه دستاوردهای پژوهشی مستخرج از پایان نامه و عدم ارائه مدارک و مستندات در مهلت مقرر، نمره کسب شده در جلسه دفاع به عنوان نمره نهایی پایان نامه در نظر گرفته می‌شود.
- نمره حاصل از ارزشیابی دستاوردهای پژوهشی مستخرج از پایان نامه دانشجو براساس فرم پیوست برابر محاسبه و نمره نهایی دفاع از پایان نامه (مجموع نمره جلسه دفاع و دستاوردهای پژوهشی) با عدد و با حرف و با درجه تعیین گردید.

تاریخ و امضاء معاون آموزش و پژوهش دانشکده:

تاریخ و امضاء نماینده تحصیلات تکمیلی دانشکده:

چکیده

هدف: هدف این پژوهش بررسی ظرفیت راهبرد پاتوس در جهت تاثیر گذاری بر مخاطب و انتقال احساسات دینی و معنوی، در شکل گیری درام بر اساس ساختار ارسطویی می باشد. به همین منظور نسبت چهار عنصر اصلی درام که عبارتند از طرح، انگاره، شخصیت و دیالوگ، با راهبرد پاتوس مورد بحث قرار گرفته است.

روش شناسی پژوهش: در گام اول با به کارگیری روش تحقیق اسنادی و کتابخانه ای نسبت چهار عنصر اصلی درام و همچنین با استفاده از رویکرد توصیفی تحلیلی، عناصر مورد اشاره بر اساس بیان مفاهیم مقوله هایی همچون تزکیه، کهن الگو، نظریه دریافت، نظریه ضمیر ناخود آگاه و نظریه کنشی و... در باب عناصر اندامواره درام و بکارگیری در مویقت های مختلف از محوریت های مطرح شده این پژوهش می باشد

یافته ها: استفاده از ظرفیت های دراماتیک نظریه کنشی گریماس برای ایجاد انگاره های معنوی در جهت پیشبرد راهبرد پاتوس در حوزه شخصیت پردازی بسیار مؤثر است. و می توان شخصیت موجهی در درام خلق نمود. علاوه بر شخصیت پردازی در ایجاد کنش داستان نیز می توان از عنصر ستیز و کشمکش بهره جست چرا که هر کشمکش داستانی به طور طبیعی دارای دو قطب متضاد می باشد که در اغلب این موارد قطب مثبت در مقابل قطب منفی قرار می گیرد. کارایی پاتوس در این مورد مربوط به شکل گیری قطب مثبت داستان می باشد چرا که ظرفیت مثبت عناصر اخلاقی پاتوس می تواند موجب خلق شخصیت مثبت داستان دراماتیک گردد. ارائه راهکار برای تاثیر گذاری بر مخاطب در قالب پاتوس در اشکال مختلفی مانند دیالوگ و مونولوگ از بدیهی ترین این اشکال می باشند. علاوه بر دیالوگ و مونولوگ پاتوس می تواند در طرح و شخصیت پردازی تاثیر بسزایی داشته باشد. تبیین این مبنا که آیا بر اساس آئین های کلاسیک یونان قدیم می توان راهبرد پاتوس را پیش برد یا نیاز به مطالعه در باب روانشناختی انسان امروزی دارد. سوالی است که برای ارائه راهکار و برانگیختن احساسات مخاطب نیاز به آشنایی با متد روانشناسی مدرن می باشد. دوتن از بزرگ ترین روانکاوان سده اخیر فروید و یونگ متد روانشناسی امروزی را بر اساس نظریه ضمیر ناخود آگاه و ناخود آگاه مطرح می نمایند.

نتیجه گیری: با بررسی گفتار پیامبر گرامی اسلام، متوجه مطابقت علم روانشناسی امروز با کلام ایشان می شویم. بررسی سازوکار ناخود آگاه و تأثیر آن در جهت گیری های اعتقادی و تحوّل تدریجی رفتار باعث تکامل صحیح فرایند تشکیل هویت اعتقادی با ایجاد زمینه های مناسب تربیتی و ارائه الگوهای صحیح است. در نتیجه طبق گفته هایی که درباره ی مبحث خلسه ی رسانه ای مطرح می شود، خلسه ی رسانه ای را به عنوان یک حالت القایی در هشپاری فرد می دانیم که در آن حالت، فرد به تلقینات هیپنوتیزم که باعث ایجاد تغییرهایی در ادراک، تفکر و رفتار اوست خواهد رسید. برای خلق درام دینی و تأثیری حداکثری بر مخاطب با توجه به راهبرد پاتوس که محوریت این مفهوم بر اساس برانگیختن احساسات و فطرت پاک انسانی می باشد. می توانیم با شناخت بهتر از نظر یونگ که از ناخود آگاه جمعی نشئت می گیرد.

کلیدواژه ها: پاتوس، مخاطب، درام، درام دینی، نظریه دریافت

فهرست مندرجات

13	فصل یک- کلیات تحقیق
13	1-1. بیان مسأله:
14	1-2. ضرورت پژوهش:
14	1-3. اهداف پژوهش:
14	1-3-1. هدف اصلی:
15	1-3-2. اهداف فرعی:
15	1-4. سؤالات پژوهش:
15	1-4-1. سؤال اصلی:
15	1-4-2. سؤالات فرعی:
15	1-5. حوزه بهره وری:
16	1-6. فرضیات تحقیق:
16	1-7. تعریف مفاهیم:
16	1-7-1. پاتوس
17	1-7-2. مخاطب
17	1-7-3. درام
19	1-7-4. درام دینی

- 19 1-7-4-1. عناصر درام
- 25 2. مبانی نظری و پیشینه تحقیق
- 25 2-1. پیشینه پژوهش
- 28 2-2. دیدگاهها و چهار چوب نظری
- 28 2-2-1. چیستی پاتوس
- 30 2-2-2. دیدگاه ارسطو:
- 32 2-2-2-1. طرح:
- 34 2-2-2-2. شخصیت:
- 38 2-2-2-3. انگاره:
- 40 2-2-2-4. دیالوگ:
- 42 2-2-3. دیدگاه فیستر
- 43 2-2-4. همذات پنداری مخاطب
- 55 2-2-5. ایجاد کاتارسیس در مخاطب
- 58 2-2-6. اساس نظریه دریافت
- 67 2-2-7. نظریه ضمیر ناخودآگاه و شناخت احساسات مخاطب
- 68 2-2-7-1. ناخودآگاه فردی:
- 68 2-2-7-2. مفهوم ناهشیار:
- 70 2-2-7-3. فرضیه فروید
- 73 2-2-7-4. ناخودآگاه جمعی (collective unconscious)

- 1-4-7-2-2-2. رسانه های جمعی و تأثیر بر ناخودآگاه 80
3. فصل سوم: روش تحقیق 85
- 1-3. روش و ابزار گردآوری اطلاعات: 85
- 1-1-3. روش کتابخانه‌ای: 85
- 2-1-3. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات: 86
4. فصل چهارم: یافته های تحقیق 89
- 1-4. شیوه‌های درام پردازی پاتوس 89
- 1-1-4. نقش پیرنگ دراماتیک در تحقق پاتوس: 89
- 2-1-4. اهمیت کهن الگوها در شکل گیری پیرنگ 91
- 1-2-4-1. کهن الگو چیست؟ 92
- 2-2-4-1. پیدایش کهن الگو 92
- 3-2-4-1. ارتباط کهن الگو و ادیان 93
- 3-1-4. ظرفیت دراماتیک ستیز در پیرنگ، جهت برانگیختن احساسات مخاطب 100
- 2-4. دراماتیزه کردن شخصیت در درام بر اساس راهبرد پاتوس: 104
- 1-4-2. ستیز مبتنی بر کاراکتر: 104
- 2-2-4. چگونه میتوان از مقوله "کهن الگو" برای دراماتیزه کردن شخصیت در درام بر اساس راهبرد پاتوس استفاده نمود؟ 113
- 3-2-4. استفاده از مقوله تزکیه برای دراماتیزه کردن شخصیت در درام بر اساس راهبرد پاتوس 119
- 3-4. ظرفیت راهبرد پاتوس در دراماتیزه کردن انگاره و اندیشه ی معنوی: 124

- 124..... 4-3-1. تجلی انگاره در زبان
- 125..... 4-3-2. تعریف زبان در مفهوم وسیع و عام
- 125..... 4-3-3. تعریف زبان در مفهوم خاص انسانی
- 128..... 4-3-4. اصل صحت
- 129..... 4-3-5. ارتباط انگاره با کهن الگوها
- 132..... 4-3-6. تجلی انگاره در کنش و کاراکتر:
- 133..... 4-3-6-1. نظریه کنشی:
- 138..... 4-3-6-2. تحلیل داستانهای قرانی بر اساس الگوی کنشی:
- 142..... 4-4. کارکردهای دیالوگ بر اساس راهبرد پاتوس:
- 143..... 4-4-1. جایگاه دیالوگ در نظام ارتباطی متن
- 144..... 4-4-2. ویژگی های دیالوگ
- 145..... 4-4-3. کارکرد دیالوگ:
- 147..... 4-4-4. ضرب آهنگ ریتم و تیمپو
- 148..... 4-4-5. تفاوت دیالوگ با مونولوگ
- 149..... 4-4-6. نسبت دیالوگ با شرح صحنه:
- 149..... 4-4-7. چگونگی ایجاد تأثیرات سمبولیک از طریق دیالوگ:
- 155..... 5. فصل پنج: نتیجه گیری و پیشنهاد
- 155..... 5-1. مقدمه:
- 156..... 5-2. نتیجه گیری

فصل یک:

کلیات تحقیق

۱. فصل یک - کلیات تحقیق

1-1. بیان مسأله:

ارسطو در کتاب فن شعر برای تأثیر حداکثری بر مخاطب (بدون بزرگنمایی یا دروغ‌گویی)، با روش‌های نیکو راهکاری استوار بر سه روش «آتوس، پاتوس و لوگوس» ارائه نموده است. پاتوس^۱، جلب احساسات مخاطب یا همدلی با او است، البته نباید با احساسات مخاطب بازی نمود. این راهبرد می‌تواند به شکل‌گیری درام دینی بیانجامد و دارای تأثیر روانشناختی باشد و از این رهگذر علاوه بر برانگیختن بُعد عاطفی، به شناخت، نیز منجر گردد. اساس درام را موقعیت دراماتیک تشکیل می‌دهد که در آن تصادم نیروها، سبب تأثیر گذاری بر نفس مخاطب می‌شود و او را به مشارکت در امر دراماتیک دعوت می‌کند تا علاوه بر لذت بردن، نوعی آگاهی را نیز تجربه نماید.

ارسطو لذت بردن از درام را مساوی با آگاهی می‌داند. وی بر این باور است: "آثار هنری نظیر درام، شعر، نقاشی و پیکر تراشی که بر محاکات استوارند، از آن رو لذت بخشند که آگاهی آفرین هستند" (ایرانی، 1380: 55). بدین ترتیب از یک سو درام وجود دارد که ذاتاً تمایل دارد تا عاطفه‌ی برانگیخته را به تصویر بکشد و از سوی دیگر مخاطب است که مشتاق تجربه نمودن این برانگیختگی است. بنابراین تجربه‌ای که مخاطب از سر می‌گذراند، لذت توأم با آگاهی است. راهبرد پاتوس به درام نویس کمک می‌کند تا فارغ از اینکه به زبان «احساس محور» و «احساس برانگیز» متوسل شود، مخاطب را با موقعیتی دراماتیک مواجه کند و او را به مشارکت در این موقعیت تشویق نماید. برانگیختن مخاطب، و درگیری احساسات او با امر دراماتیک می-

¹ pathos

تواند به آگاهی وی ختم شود. در این میان اما بحث درباره اصل تأثیر یا عدم تأثیر متن دراماتیک نیست، بلکه بحث اصلی تحلیل چگونگی این برانگیختگی است.

در این تحقیق با استفاده از روش توصیفی تحلیلی به این پرسش پاسخ داده می‌شود که چگونه می‌توان از ظرفیت دراماتیک پاتوس جهت برانگیختن احساسات مخاطب استفاده نمود و او را از این رهگذر به نوعی تجربه معرفت بخش رهنمون شد؟ تحقق چنین امری منوط به تبیین دقیق راهبرد پاتوس از یک سو و تحلیل ظرفیت‌های درام و عناصر و اجزا آن از سوی دیگر است.

هدف بنیادین پژوهش حاضر به طور مشخص تبیین راهبرد «پاتوس» در جهت برانگیختن احساسات قوی مخاطب به قصد سوق دادن وی به موضع ایدئولوژیک درام نویس است. از این رو ضمن برجسته‌سازی ظرفیت‌های دراماتیک این راهبرد در جهت انتقال مضامین دینی و برانگیختن احساسات معنوی در مخاطب، به تحلیل چهار عنصر اصلی درام: «طرح، انگاره، شخصیت و دیالوگ» بر اساس ظرفیت‌های یاد شده در راهبرد «پاتوس» می‌پردازد.

2-1. ضرورت پژوهش:

هر چند راهبردهای مؤثری در انتقال مضامین و برانگیختن احساسات معنوی مخاطب، در بسیاری از درام‌ها به خصوص درام‌هایی با مضامین دینی مورد استفاده قرار می‌گیرد، اما نبود قواعد مشخص برای درام پذیر کردن اندیشه‌ها و مضامین احساس برانگیز موجب شده تا بعضاً نه تنها ساختار درام آسیب ببینند، بلکه پذیرش پاتوس مطرح شده هم از سوی مخاطب چالش برانگیز شود و نوعی تحمیل تجربه عاطفی قلمداد شود. از این رو پژوهش حاضر سعی دارد تا ظرفیت‌های درام را بر اساس نظریه «پاتوس» بدون محتوا زدگی، تحلیل نماید و قواعد تأثیرگذاری و متقاعد سازی مخاطب را مدون کند.

3-1. اهداف پژوهش:

1-3-1. هدف اصلی:

بررسی راهبرد پاتوس برای برانگیختن احساسات مخاطب بر اساس چهار عنصر اصلی درام: طرح، انگاره، شخصیت و دیالوگ.

2-3-1. اهداف فرعی:

- 1- تبیین ظرفیت راهبرد پاتوس در دراماتیزه کردن انگاره و اندیشه معنوی.
- 2- تحلیل ظرفیت پیرنگ دراماتیک جهت تحت تاثیر قرار دادن مخاطب از طریق پاتوس.
- 3- تبیین نحوه استفاده از ظرفیت پاتوس جهت خلق شخصیت دراماتیک.
- 4- تبیین استفاده از راهبرد پاتوس جهت نگارش دیالوگ دراماتیک.

4-1. سوالات پژوهش:

1-4-1. سؤال اصلی:

ظرفیت‌های راهبرد پاتوس جهت برانگیختن احساسات مخاطب بر اساس چهار عنصر اصلی درام «طرح، انگاره، شخصیت و دیالوگ» چیست؟

2-4-1. سوالات فرعی:

- 1- راهبرد پاتوس از چه ظرفیتی دراماتیک برخوردار است؟
- 2- الزامات کاربست راهبرد پاتوس در دراماتیزه کردن انگاره و اندیشه‌های معنوی چیست؟
- 3- چگونه می‌توان بر اساس راهبرد پاتوس شخصیت دراماتیک خلق نمود؟
- 4- با استفاده از راهبرد پاتوس چگونه می‌توان دیالوگ تاثیرگذار و دراماتیک خلق نمود؟

5-1. حوزه بهره‌وری:

این تحقیق در حوزه‌ی درام‌نویسی مورد استفاده قرار خواهد گرفت و درام‌نویسان می‌توانند برای متقاعد سازی و تاثیر بر مخاطب در درام با استفاده از راهکارهای تدوین شده در این پژوهش، موقعیت دراماتیک با تاثیرگذاری بر احساسات، ایجاد نمایند. حوزه بهره‌وری این تحقیق علاوه بر فیلم نامه‌نویسی، نمایشنامه و نمایشنامه رادیویی و تلویزیونی، می‌تواند در نقد آثار نمایشی نیز مفید باشد.

6-1. فرضیات تحقیق:

فرضیه اصلی این است که راهبرد «پاتوس» می‌تواند در برانگیختن احساسات مخاطب بر اساس چهار عنصر اصلی درام: طرح، انگاره، شخصیت و دیالوگ در نگارش متون نمایشی کارآمد باشد.

7-1. تعریف مفاهیم:**1-7-1. پاتوس**

در درام اگر ارجاع غالب موضوع کلام، شنونده باشد، درام نویس تمرکز اصلی خود را بر راهبرد «پاتوس» گذاشته است. در این معنا پاتوس یعنی تأثیر پذیری، بطوری که نشان دهنده چگونگی تأثیر پذیرفتن یک چیز از چیز دیگر است. هدف راهبرد پاتوس، برانگیختن احساسات قوی در مخاطب به قصد برگرداندن وی به سمت موضع درام نویس است. این امر مستلزم دانشی قبلی از منش روان شناختی و ایدئولوژیک مخاطب است، چرا که تنها در این صورت است که پاتوس می‌تواند احساسات مخاطب را برانگیزد و بر اندیشه او تأثیر بگذارد. (فیستر، 203:1387). پاتوس به احساسات متوسل می‌شود و در رسانه‌های گروهی موثرترین حالت است. پاتوس ذاتاً خوب یا بد نیست ولی ممکن هست غیر معقول و غیر قابل پیش بینی باشد، پاتوس می‌تواند به راحتی مخاطب را به سمت یک مضمون سوق دهد یا نسبت به انجام فعلی تهییج نماید. البته اگر مخاطب احساس کند دیگران در صدد تغییر عقاید او هستند، در مقابل این تلاش موضع گیری می‌کند. چرا که عقیده دیگری را از خود نمی‌داند اما اگر درام نویس روشی را برگزیند که مخاطب بین خودش و عاطفه برانگیخته شده، احساس دوگانگی نکند، تأثیرپذیری از آن به مراتب آسانتر خواهد بود. چون در این صورت نهاد اقناع کننده را متعلق به خود می‌داند و ضرورتی برای واکنش منفی نسبت به آن ندارد. (آرنسون، 1999: 75) مارتین اسلین در کتاب خود درام را کنشی تقلیدی که در زمان حال عرضه می‌شود و در برابر تماشاگر رویداد واقعی یا تخیلی گذشته را بازسازی می‌کند، معرفی می‌نماید (مارتین اسلین، 1382:28). ارسطو هنر را تقلید دانسته و درام را نیز از محاکات به شمار آورده است.

او در آغاز فن شعر اشعار حماسی، تراژدی، کمدی و ساقی نامه و حتی بخشی از موسیقی را تقلید قلمداد کرده است. او تقلید از کردار اشخاص را از وظایف شاعران می‌داند و به دلیل همین تقلید، بر این گونه اشعار، نام درام می‌گذارد (ارسطو، 1357: 114).

2-7-1. مخاطب

مخاطب در رسانه به طور کلی به خوانندگان، بینندگان و شنوندگان کانال‌های رسانه‌ای یا هر محتوا و نمایشی گفته می‌شود. از دیدگاه رسانه‌ای، مخاطب در عین حال که واژه‌ای ساده به نظر می‌آید، اما به صورت روز افزون در حال دگرگونی، پیچیده‌تر شدن و متنوع‌تر شدن است. اصطلاح مخاطب، همانند بسیاری از مفاهیم به ظاهر ساده علوم اجتماعی، مانند جامعه و افکار عمومی ماهیتی انتزاعی و قابل بحث دارد. شرایط و ویژگی‌هایی مانند گستردگی بازار، تخصصی شدن، تنوع و تراکم شدید محصولات رسانه‌ای، پیچیدگی زندگی امروز و نیاز به اطلاعات سریع و آسان، تنوع و تعدد در شیوه‌های زندگی و تقویت قومیت‌ها در جهان نوین ارتباطی در فهم ما از مفهوم مخاطب شناسی و ضرورت توجه به آن مؤثر می‌باشد. (مینایی، 1391: 9).

3-7-1. درام¹

در ایران، کلمه درام به معنای نمایشنامه‌ها یا فیلم‌های هیجان‌انگیز و پر حادثه یا پر زد و خوردی احیاناً رمانتیک به مفهوم دور از واقعیت کلمه میان مردم شیوع یافته است، کلمه دقیق اروپائیان برای این مفهوم، ملودرام است. غالب تئاترشناسان بر این عقیده‌اند که از لحاظ عامل اصلی، هر درامی، تعارض یا تضاد است، با این معنی که تا تعارض میان امیال، اراده، افکار یا عواطف شخصیت‌های نمایش وجود نداشته باشد، درامی وجود نمی‌آید. این نظر در مورد غالب درام‌ها صادق است؛ اما شامل همه آن‌ها نمی‌شود؛ زیرا نمایشنامه‌های بسیاری صرفاً برای توصیف شخصیتی فرد واقعی یا خیالی یا تشریح بعضی از گوشه‌های اجتماع نوشته شده یا مراد از آن‌ها (به خصوص در مورد بسیاری از نمایشنامه‌هایی تک پرده‌ای) بیان یک حال گذرنده بوده

¹ Dram

است، بی آن که تعارضی در آن‌ها به چشم بیاید (دهخدا، ذیل واژه درام).

درام از واژه یونانی Drama گرفته شده است، این واژه به معنی نمایش دادن، نمایش، کاری که نمود می‌یابد، عمل¹، تقلید انسان در حال انجام دادن کاری، هم‌چنین به معنی نمایشنامه‌های جدی (اعم از آن که پایان شاد یا غم‌انگیز داشته باشند) است. پیدایش درام به یونان پیش از دوره‌ی میلاد مسیح باز می‌گردد. ارسطو ضمن ارائه‌ی تعریف تقلید، سوفوکل² و آریستوفان³ را از شمار کسانی می‌داند که به نوعی تقلید می‌کردند و چون این دو اعمال و اطوار اشخاص را در حال عمل و حرکت نمایش می‌دادند، آثارشان را درام خوانده‌اند. او قوم دوریان⁴ را مبدع لفظ درام برمی‌شمارد، زیرا قوم دوریان لفظ حاکی از فعل و عمل را دران⁵ می‌گفتند و لفظ درام از آن‌جاست. ارسطو می‌نویسد: «هومر اولین کسی بود که راه و رسم کمدی را به شاعران بعد آموخت و هزل را به صورت درام درآورد.» (ارسطو، 1357: 28).

از قرن 19 میلادی اروپاییان لفظ درام را برای نمایشنامه‌هایی به کار بردند که به زندگی مردمان متوسط می‌پرداخت. امروزه عموماً واژه‌های درام و نمایش، همین‌طور دراماتیک و نمایشی را به یک معنا به کار می‌برند. با این حال باید به تفاوت‌های ظریف آن‌ها واقف بود. واژه‌ی دراماتیک به هر چیزی اطلاق می‌شود که به تئاتر مربوط باشد، یا برای تئاتر باشد، یا منشأش از تئاتر باشد؛ مثل اثر دراماتیک، سبک دراماتیک و...، اما واژه نمایش همه آن‌چه را که واژه دراماتیک القا می‌کند، شامل نمی‌شود.

مارتین اسلین در کتاب خود درام را کنشی تقلیدی که در زمان حال عرضه می‌شود و در برابر تماشاگر رویداد واقعی یا تخیلی گذشته را بازسازی می‌کند، معرفی می‌نماید (مارتین اسلین، 1382: 28).

¹ Action.

² Sophocles.

³ Aristophanes.

⁴ Dorians.

⁵ Dran.

4-7-1. درام دینی

هر چند تا کنون تعریف دقیقی از درام دینی ارائه نشده است، اما درام و اجرای دراماتیک نسبت مستقیمی با آیین‌های دینی یا مناسک معنوی داشته است. مهم‌ترین بحث جدی را ارسطو (حدود 350 ق.م) در بوطیقا مطرح می‌کند و معتقد است که درام ریشه در سرودهای دینی و حرکاتی دارد که در ستایش دیونیسوس خدای باروری، میگساری، شادی و عشرت اجرا می‌شده است. در این موضوع بیشتر پژوهشگران عقیده دارند که میان آیین‌های مذهبی و درام پیوندهای عمیقی وجود داشته است. این پیوند اختصاص به یونان و فرهنگ آن دیار ندارد، بلکه در آیین‌های باستانی دیگر مانند فرهنگ‌های سومری، بابلی، هیتی نیز عناصر نمایشی وجود داشته که مبتنی بر سرودها و حرکات نمایشی بوده است. حتی در آیین هندو می‌توان به متن سانسکریت ناتیاسترا (حدود 200 ق.م) اشاره کرد که هم‌متن مقدس و مذهبی هندو است و هم راهنمای عملی اجراهای نمایشی.

طبق نقل مورخان درام به تدریج از دل آیین‌ها و مراسم‌های معنوی سر برآورد و کم‌کم استقلال یافت و امروز به‌عنوان یک هنر شناخته شده، در اشکال و ساختارهای متنوع در سراسر جهان به اجرا در می‌آید. این هنر در طول تاریخ فراز و فرودهایی داشته است. در سنت مسیحی اغلب نمایش‌ها تا اواخر قرون وسطی بر گرفته از آموزه‌های انجیلی درباره زندگی و مصلوب شدن مسیح، تکریم قدیسان و نیایش‌های دینی بوده است.

1-4-7-1. عناصر درام

بر اساس نظریه ارسطو برای خلق درام بر پایه تقسیم چهارگانه طرح¹، شخصیت²، دیالوگ³، و انگاره⁴ می‌توان اشاره نمود. با توجه به خلق یک اثر تاثیر گذار بر اساس نظریه ارسطو به بررسی عناصر تشکیل دهنده درام می‌پردازیم که بدون تفکیک پذیری و زنجیره‌وار به هم متصل هستند و که در این پژوهش اجزا درام بر همین مبنا تشریح می‌شوند.

¹ Plot

² Character

³ Dialogue

⁴ Idea

الف: طرح

طرح برای اولین بار توسط ارسطو مطرح شده و سپس معانی گوناگونی به خود گرفته است و در زبان فارسی طرح به؛ «پیرنگ»، «افسانه»، «مضمون»، «داستان و توطئه» ترجمه شده است. واژه «پیرنگ» در داستان به معنای روایت حوادث داستان با تأکید بر رابطه علیت می‌باشد. طرح را نقشه داستان نیز تعریف کرده‌اند. ادوارد مورگان فورستر مثال می‌زند که «سلطان در گذشت و سپس ملکه مرد» داستان است، زیرا فقط ترتیب منطقی حوادث بر حسب توالی زمانی رعایت شده است. اما «سلطان در گذشت و پس از چندی ملکه از اندوه بسیار در گذشت» پیرنگ است زیرا در این بیان، بر علیت و چرایی مرگ ملکه نیز تأکید شده است.

تعریف پیرنگ در اصل، از فن شاعری ارسطو مایه می‌گیرد. ارسطو، پیرنگ را متشکل از سه بخش می‌داند: آغاز که حتماً نباید در پی حادثه دیگری آمده باشد، میانه که هم در پی حوادثی آمده و هم با حوادث دیگری دنبال می‌شود، و پایان که پیامد طبیعی و منطقی حوادث پیشین است.

از نظر ارسطو، پیرنگ ایده آل از چنان همبستگی و استحکامی برخوردار است که اگر حادثه‌ای از آن حذف یا جابه‌جا شود، وحدت آن به کلی درهم می‌ریزد.

تعبیر پیرنگ را به جای طرح (پلات¹)، در ایران برای اولین بار محمدرضا شفیعی کدکنی پیشنهاد کرد و جمال میرصادقی آن را به کار برد. پیرنگ در واقع همان بیرنگ است. بیرنگ طرحی است که نقاشان به روی کاغذ می‌کشند و بعد آن را کامل می‌کنند یا طرح ساختمانی که معماران می‌ریزند و از روی آن ساختمان را بنا می‌کنند. (قادری، 12:1380)

ب: شخصیت

در روانشناسی، شخصیت یعنی الگوهای رفتاری تقریباً ثابت که از فردی به فرد دیگر تغییر می‌کند و موجب تمایز یک فرد از دیگران می‌شود (گنجی، 1385: 167) شخصیت، یکی از

¹ plot