

# تصویر خواندن

قسمت  
دوم

سواد  
رسانه

مزیم سلیمی

آشنایی با سواد بصری، قوانین ادراکی، مبانی هنرهای تجسمی، نمادهای تصویری و رنگی و ... ضمن کمک به توان خوانش تصویرها و تفسیر آنها، ما را یاری می‌کند تا بفهمیم آثار تبلیغاتی با چه فن‌ها (تکنیک‌ها) و روش‌هایی و با پایبندی به چه مبانی و قوانینی تولید می‌شوند. با درک این نکات می‌توانیم متوجه شویم که چطور به مدد آثار بصری می‌کوشند بر ما به عنوان مخاطب تأثیر بگذارند.

در شماره پیش با تعریف سواد بصری و الزامات آن و نکاتی از مبانی هنرهای تجسمی آشنا شدیم. با آنچه پیش از این آموختیم، قطعاً می‌دانید که چرا در تصویر، بطری نوشابه در بالای کادر قرار گرفته است؛ چون بناست تبلیغ نوشابه، یک نوشابه سبک را القا کند.

## خط

دسته‌بندی‌های متفاوتی از خط وجود دارند. از جمله این دسته‌بندی‌ها می‌توان به خط‌های افقی، عمودی و مورب اشاره کرد. هر یک از این خط‌ها ویژگی‌های خاص خود را دارند. مثلاً خط افقی آرام و آرامش‌بخش است و حالت سکون و استراحت را القا می‌کند. اگر به شما گفته شود یک دریای آرام بکش بیشتر سعی خواهید کرد آن را با خط‌های افقی ترسیم کنید تا با خط‌های منحنی و موج.

خط‌های عمودی نمادی از سرسختی، غرور، شادی‌آفرین و تحرک هستند. حرکت خط عمودی از پایین به بالا، صعود به سوی آسمان و سبک‌شدن و پرواز است. با این توضیحات قطعاً می‌توانید بگویید که چرا در تصویر روبه‌رو، نوشابه به جای اینکه وارد لیوان شود، در جهت مخالف و رو به بالا حرکت کرده است؛ چون این نیز تبلیغ یک نوشابه سبک است.

خط‌های مورب معمولاً در جلب توجه مخاطب موفق عمل می‌کنند. این خط‌ها می‌توانند در تصویر حس حرکت و پویایی به وجود آورند. انرژی و پویایی موجود در خط مورب بسیار بیشتر از حس تحرک در خط عمودی است. همچنین این خط می‌تواند القاگر حس تزلزل باشد.

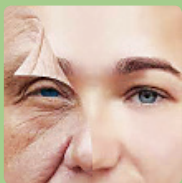


با این توضیحات، آیا می‌توانید حدس بزنید چرا برای نشان‌واره (لوگوی) «شبکه سه»، به جای سه خط عمودی، سه خط مورب در نظر گرفته شده است؟ با توجه به شعار و کارکرد این شبکه تلویزیونی (شبکه ورزش و جوانان) می‌توانید به این سؤال پاسخ دهید.



## بافت

سطح و رویه هر شی و شکلی دارای ظاهر خاصی است که به آن بافت گفته می‌شود. بافت را از طریق لمس کردن و احساس بصری می‌توان درک کرد. در هنرهای تجسمی، درک بافت‌های مختلف از نظر سختی، لطافت، زبری و صافی، و هموار یا ناهموار بودن، معمولاً با دیدن و به صورت بصری اتفاق



می‌افتد. در تبلیغی که در آن سعی می‌شود اثر یک کرم برطرف‌کننده چروک صورت نشان داده شود، بیشتر تمرکز تبلیغ بر بافت صورت است.

برای آشنایی با دیگر عناصر بصری، مانند سطح، حجم و ... می‌توانید به کتاب «مبانی هنرهای تجسمی»، قابل دریافت از پایگاه کتاب‌های درسی مراجعه کنید. در ادامه به کیفیت نیروهای بصری اشاره می‌کنیم.

### ضرب‌آهنگ (ریتم)



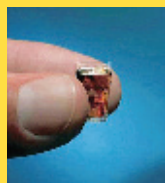
در هنرهای تجسمی سعی می‌شود با تکرار منظم و متوالی یک عنصر تصویری، ضرب‌آهنگ بصری ایجاد شود. ریتم انواع متفاوتی دارد: یکنواخت، متناوب، تکاملی، ضرب‌آهنگ و سکون، و موجی. یکی از این ریتم‌ها «ریتم تکاملی» است. روند تغییر شکل کره ماه در آسمان طی یک ماه، نمونه خوبی از ریتم تکاملی است. به یک نمونه از ریتم تکاملی در تبلیغی مربوط به یک شرکت خودروسازی توجه کنید. در این تبلیغ لوگوی شرکت مربوطه جایگزین ماه کامل شده است.

### تضاد (کنتراست)

در هنرهای تجسمی، کنتراست یا تضاد را می‌توان به صورت سایه‌روشن یا تیرگی و روشنی و ... شاهد بود. یکی از این تضادها «تضاد بافت» است. در این تبلیغ نمونه‌ای از تضاد بافت را مشاهده می‌کنیم.



یا در نمونه‌ای دیگر، یک شرکت خودروسازی توانسته است به کمک کنتراست تیرگی و روشنی، به تبلیغ خودروی خود بپردازد. به یاری نورپردازی روی آرم و جلوپنجره خودرو، تصویری از درخت کاج به عنوان نمادی از کریسمس، این تبلیغ ارائه شده است.



به این دو تصویر نگاه کنید. حدس می‌زنید در این دو اعلان (پوستر) که مربوط به تبلیغ نوشابه کوچک (مینی) یک شرکت تولید نوشابه است، بر کدام یک از کیفیت‌های بصری تأکید شده است؟ کمی در این خصوص فکر و بررسی کنید.

