

پیام‌رسانی فضای منفی در پوستر*

مطهره سراج**، زهرا رهبرنیا^۱

^۱ کارشناس ارشد ارتباط تصویری، دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران.

^۲ دانشیار دانشکده هنر، دانشگاه الزهرا، تهران، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۳/۱۴، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۶/۳/۲۷)



چکیده

نقش اصلی پوستر، انتقال پیام به مخاطب است که غالباً توسط فضای مثبت انجام شود؛ حال آنکه فضای منفی که عمدتاً نقش پس‌زمینه در پوستر را ایفا می‌کند نیز می‌تواند در انتقال پیام به مخاطب، نقش آفرینی کند. بر این اساس، هدف مقاله حاضر، شناسایی روش‌های انتقال پیام به مخاطبان پوستر از طریق فضای منفی است. روش این تحقیق کاربردی و توصیفی-تحلیلی بوده و گردآوری اطلاعات با استفاده از منابع کتابخانه‌ای انجام شده است. نتایج حاصل، حاکی از آن است که فضای منفی توانایی آن را دارد که از طریق «گسترده‌گی» و یا «محدودیت» آن در پوستر، «رنگ»، «فرم نهفته» و «خطای بصری»، مفهومی را به مخاطب منتقل کند. بدین گونه، توجه مخاطب به فضای منفی پوستر معطوف و سبب تاثیر بیشتر پیام در ذهن وی می‌شود. همچنین شیوه‌ی خطای بصری در فضای منفی، به علت ابهامی که در پیش‌زمینه و پس‌زمینه بودن عناصر به وجود می‌آورد، بیشترین غافلگیری را برای مخاطب به همراه دارد. هر یک از روش‌های بیان شده به همراه نمونه پوسترهایی از سراسر جهان توضیح داده شده است. بنابراین روش‌های ذکر شده، نقش موثری در انتقال پیام به مخاطب از طریق فضای منفی را دارند.

واژه‌های کلیدی

فضای منفی، پیام‌رسانی، پوستر، یکپارچگی، خطای بصری.

* مقاله حاضر برگرفته از پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد نگارنده اول با عنوان: «فضای منفی در اعلان‌های دهمین دوسالانه جهانی پوستر تهران» به راهنمایی نگارنده دوم است.

** نویسنده مسئول: تلفن: ۰۰۹۱۶۳۲۲۹۳۶۷، نامبر: ۰۲۱-۴۴۱۱۳۷۴۶، E-mail: motyseraj@yahoo.com

مقدمه

و فضای منفی از اهمیت و توجه کمتری برخوردار است، پی بردن به پتانسیل‌های این فضا و ویژگی‌های نهفته در آن، ضروری می‌نماید. پرسش‌های اصلی پژوهش حاضر این است که در طراحی پوستر، از چه روش‌هایی می‌توان پیامی را از طریق فضای منفی، به مخاطبان منتقل کرد؟ و کدام روش، غافلگیری بیشتری را برای مخاطب به همراه دارد؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها، باید ابتدا روش‌هایی که فضای منفی می‌تواند به یاری آنها حاوی پیامی باشد، بررسی شود و سپس مشاهده شود کدام روش، غافلگیری بیشتری را به همراه خواهد داشت؟ در این راستا، نُه نمونه پوستر از مجموعه‌ی دهمین دوسالانه جهانی پوستر تهران که دارای ویژگی پیام‌رسانی از طریق فضای منفی می‌باشد، بررسی خواهد شد. پوسترهای این مجموعه، شامل موضوعات فرهنگی و اجتماعی است.

هر اثر گرافیکی معمولاً از فضای مثبت و منفی تشکیل شده است. بطور کلی فضای خالی و نیز پس‌زمینه‌ای که اشکال مثبت بر آن قرار گرفته‌اند را، فضای منفی می‌نامند. این فضا به عنوان یک عنصر مهم در آثار گرافیکی به ویژه در پوستر، نقش آفرینی می‌کند. برخی طراحان پوستر، از فضای منفی، تنها به عنوان پس‌زمینه، فضایی برای استراحت چشم و تأکیدی بر فضای مثبت بهره می‌برند. در حالی که برخی دیگر، هوشمندانه از قدرت پیام‌رسانی این فضا در جهت معنا و مضمون پوستر سود می‌جویند که به سبب هماهنگی فضای منفی با مضمون، تأثیرگذاری اثر بر بیننده بیشتر می‌شود. بنابراین در این مقاله، به مطالعه‌ی فضای منفی و شناسایی شیوه‌های انتقال پیام به مخاطبان پوستر از طریق این فضا پرداخته می‌شود. از آنجا که در طراحی پوستر، غالباً توجه اصلی معطوف به فضای مثبت است

پیشینه پژوهش

که فضای منفی به عنوان یک عنصر بصری ماهرانه به کار گرفته شود، موجب جلب توجه بیشتر سوژه اصلی می‌شود. این فضا، با تعریف شیء و با ایجاد تعادل در منظره بصری، به عنوان یک عنصر کلیدی در ترکیب‌بندی استفاده می‌شود.

فضای منفی اسامی دیگری نیز دارد که عبارتند از: «فضای سفید^۱»، «فضای داخل حروف^۲»، «فضای باقیمانده^۳»، «فضای به دام افتاده^۴» که اشاره به فضای احاطه شده توسط عناصر دیگر دارد. اصطلاح «سفید خوانی» در طراحی گرافیک نیز که به معنی حضور سطح سفید غیر از حاشیه در طرح می‌باشد، اشاره به فضای منفی دارد. این مهم آن است که نباید صفحات از تصویر و نوشته کاملاً پر شوند و سفیدی نداشته باشند. همچنین تقسیم این سفیدی‌ها در صفحات باید به درک مفهوم و سهولت خواننده شدن اثر نیز، یاری رساند (افشار مهاجر، ۱۳۸۱، ۸۶).

به طور کلی فضای منفی در پوستر می‌تواند به عنوان پس‌زمینه، حاشیه، فضایی برای استراحت چشم، عاملی جهت توقف یا پایان ارتباط، تأکید و جلب توجه و یا حتی بیان‌کننده‌ی معنا و مضمونی به کار گرفته شود. گایل دیبلر فینک نیز معتقد است که فضای منفی می‌تواند به عنوان ارائه دهنده‌ی مفهوم با نشان دادن حالات و همچنین انتقال معانی سمبلیک استفاده شود (Finke, 2001, 13).

باید توجه داشت که فضای منفی را نباید فقط یک پس‌زمینه ساده انگاشت. بدین معنی که وقتی فضای منفی زیرکانه استفاده شود، می‌تواند خود را به پیش‌زمینه کشانده و دیگر حکم پس‌زمینه را نداشته باشد. اگر زمینه با آگاهی و دانش ساخته شده باشد، کل طراحی به سرعت و به گونه‌ای موفق دارای وضوح خواهد شد و گویی فضای منفی به مثبت تبدیل می‌شود. «فضای منفی، یک محیط تغییرپذیر است که طراح با دانش بصری خود می‌تواند آن را

بررسی پیشینه‌ی موضوع تحقیق حاضر، حاکی از آن است که مطالعات اندکی در خصوص فضای منفی از منظر ارتباط تصویری انجام گرفته است و هنوز کمبود پژوهش‌های عملی و نظری در ارتباط با این موضوع، کاملاً مشهود است. در این حوزه، تحقیقی از کامران افشار مهاجر با عنوان «فضای منفی در گرافیک» در پژوهشنامه هنرهای دیداری به چاپ رسیده که به اصول ادراک دیداری گشتالت، اصول طراحی ویلیامز و ارتباط آنها با فضای منفی پرداخته شده است (افشار مهاجر، ۱۳۹۰). پژوهش دانگ هیون لی^۱ نیز با عنوان: «استفاده موثر از فضای منفی در گرافیک»، به شناسایی روش‌های موثر در به کارگیری فضای منفی در جهت بهبود خوانایی متن و نیز کنترل سلسله مراتب بصری پرداخته شده است (Lee, 2007). همچنین در پژوهشی، فضای منفی در ساختار ترکیب‌بندی پوستر مورد توجه قرار گرفته (ضرابی، ۱۳۸۹) و حسینی نیز به بررسی فضای منفی پوسترهای فرهنگی ایران با توجه به تئوری گشتالت پرداخته است (حسینی، ۱۳۹۱).

در بررسی پیشینه‌ی پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، پژوهشی در زمینه‌ی توانایی پیام‌رسانی فضای منفی در پوستر مشاهده نشده است. همین نکته، ضرورت پژوهش در این زمینه را دوچندان می‌کند.

فضای منفی در پوستر

فضای منفی، عنصری است که طراح پوستر، چه بخواهد و چه نخواهد آن را در کار خود خلق می‌کند و توسط بینندگان مشاهده می‌شود؛ بنابراین، برای یک طراح حیاتی است که بیاموزد، هر عنصری را، به عنوان یک فرم و همچنین یک دال معنا ببیند. زمانی

وسعت، فراوانی / آزادی، رهایی / باز بودن، فاصله، تنهایی، انفعال / آرامش بی‌نهایت، متانت / روز، آسمان، زمین، سطح زیرکشت / دریا، رودخانه، برف، یخ / کیفیت، ثروت، لوکس، اسراف، انحصاری / از دست رفته، گمشده، به سرقت رفته، نابود شده (White, 2011, 51). به عنوان مثال در پوستر لکس دروینسکی^۶ از کشور آلمان با عنوان موزیکال تایتانیک، فضای منفی در راستای پیام و مضمون پوستر به کار گرفته شده که وسعت و مکان قرارگیری آن در کادر، تداعی‌کننده‌ی دریا است (تصویر).

غلبه فضای مثبت از نظر وسعت، بیانگر این ویژگی است که فضای منفی نسبت به عناصر مثبت بصری، سطح کمتری از پوستر را به خود اختصاص داده است. در این حالت، عناصر مثبت بصری، فضای بیشتری را اشغال کرده و فضای آزاد و تنفس کمتری در کادر باقی می‌ماند. اگر این نکته آگاهانه و در جهت موضوع و مضمون پوستر به کار گرفته شود، به بیان معنایی آن یاری رسانده و سبب تاثیرگذاری بیشتر پیام بر مخاطب می‌شود (White, 2011, 51).

در تحلیل می‌توان بیان نمود که به کار رفتن فضای تهی محدود در پوستر، مفاهیمی همانند ازدحام، فشار، خفقان، شلوغی، آلودگی و... را در ذهن مخاطب تداعی می‌کند. تصویر ۲، پوستر فیلم «دل خون» اثر حیدر رضایی است که در آن، غلبه فضای مثبت بر فضای منفی در راستای مفهوم پوستر به کار گرفته شده است و اینگونه استنباط می‌شود که محدودیت فضای منفی پوستر، فشار روحی حاکم بر شخصیت اصلی فیلم را نشان می‌دهد. بر این اساس، می‌توان اظهار داشت که غلبه فضای منفی و با غلبه فضای مثبت که سبب محدودیت فضای تنفس و تهی پوستر می‌شود، اگر در راستای مضمون باشد، توانایی پیام‌رسانی دارد.

توازن فضای مثبت و منفی زمانی به وجود می‌آید که فضای منفی، هم‌اندازه یا هم‌وزن با دیگر عناصر بصری درون کادر، ظاهر می‌شود. در واقع فواصل و فضای منفی در کنار فرم‌های مثبت، سبب ایجاد تعادل و گردش چشم در صفحه شده که به توازن بین فضای مثبت و منفی منجر می‌شود. در این حالت، غالباً فضای

تحت کنترل خویش درآورد» (افشار مهاجر، ۱۳۹۰، ۲۵).

تعریفی از فضای مثبت و منفی که بیشتر مورد توجه این پژوهش است، از منظر ویسیوس ونگ می‌باشد. وی بر این باور است که فضای خالی است (فضای منفی) یا اشغال شده (فضای مثبت) و هر یک از دو فضا، فرمی را در پوستر ایجاد می‌کنند (ونگ، ۱۳۹۲، ۴۵). فضای منفی پوستر می‌تواند با کمک گرفتن از روش‌ها و عواملی در انتقال پیام به مخاطب یاری رساند که در زیر به آنها اشاره شده است.

وسعت فضای مثبت و منفی در پوستر

در طی پژوهش حاضر، اطلاعاتی که از طریق مشاهده مستقیم فضای مثبت و منفی در پوسترها به دست می‌آید، حاکی از آن است که رابطه این دو فضا، به سه شکل می‌تواند مشاهده شود. ۱- غلبه فضای منفی، ۲- غلبه فضای مثبت و ۳- توازن بین فضای مثبت و منفی، که هر یک نقش و تاثیری متفاوت دارند.

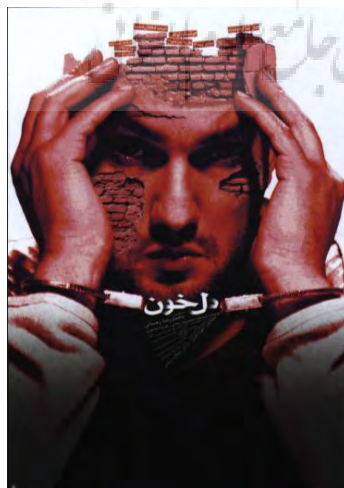
عوامل فراوانی نظیر میزان وسعت، مکان قرارگیری و رنگ فضای مثبت و منفی و نیز سوژه‌ی تصویر، تاثیر آن بر مخاطب و میزان تحریک شبکیه چشم این دو فضا، می‌تواند بر غلبه فضای منفی و بالعکس و نیز توازن این دو فضا تاثیرگذار باشد.

غلبه‌ی فضای منفی از نظر وسعت به این مفهوم است که عناصر مثبت بصری اعم از نوشتار و تصویر، سطح کمتری را نسبت به فضای منفی (زمینه) به خود اختصاص می‌دهد. حاکمیت سطح وسیع زمینه در این گونه پوسترها، یا به سبب تاکید و جلب توجه بیشتر مخاطب به سوژه‌ی اصلی و یا به سبب یاری رساندن به مفهوم و معنای پوستر است.

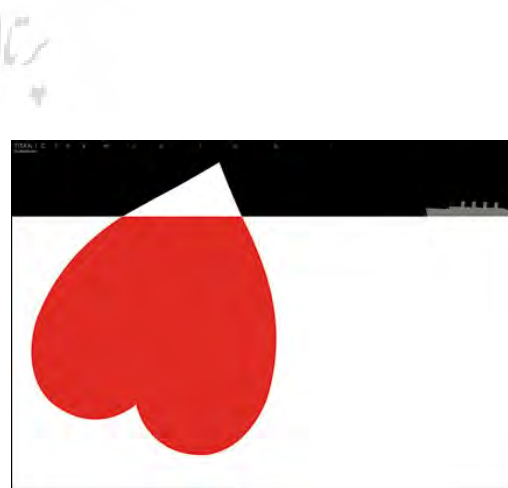
در تفسیر می‌توان گفت که فضای منفی وسیع، می‌تواند به مفاهیمی دلالت کند که برخی طراحان با در نظر گرفتن این مفاهیم، از فضای منفی گسترده در راستای پیام پوستر سود می‌جویند. این مفاهیم عبارتند از: خلوص، پاکی، مخلوط نشده، باکره، ساخته نشده، دست نخورده، شسته شده / بهشت، آمرزش، تقدس /



تصویر ۳- حرف و کلمه، طراح: بارتوش لوکاشونک^۷.
ماخذ: (موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۱۳۸۸، ۴۸)



تصویر ۲- دل خون، طراح: حیدر رضایی.
ماخذ: (موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۱۳۸۸، ۸۳)

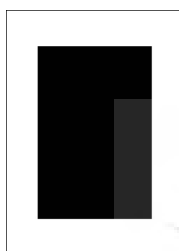


تصویر ۱- موزیکال تایتانیک، طراح: لکس دروینسکی.
ماخذ: (موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۱۳۸۸، ۶۰)

مثبت، به طور قابل توجهی فضای منفی را تحت الشعاع قرار می‌دهد. با قراردادن عناصر مثبت ترکیب بندی به سمت یکی از کناره‌های کادر، فضای پس زمینه به صورت بهینه استفاده می‌شود و ترکیب بندی، از لحاظ بصری بزرگ‌تر و گسترده‌تر به نظر می‌رسد، به خصوص اگر قسمت بزرگی تهی بماند (Lee, 2007, 6).

فرم در فضای منفی پوستر

امیل وایس^۱ می‌گوید: «یک پوستر باید دو چیز را به خوبی انجام دهد؛ اول توجه بیننده را جلب نماید و دوم اینکه به اندازه کافی توجه را بر روی خود نگه داشته و طولانی کند تا مخاطب به خوبی پیام را دریافت نماید» (White, 2011, 63). یکی از عوامل مهمی که سبب طولانی تر شدن ارتباط مخاطب با اثر می‌شود،



تصویر ۴ - خطای تناسب.
(Lee, 2007, 5)

منفی نقش تاکیدی داشته و تعادلی که در کل ایجاد می‌کند، مورد اهمیت واقع می‌شود (تصویر ۳).

جدول ۱، میزان وسعت فضای منفی و مکان قرارگیری این فضا در پوسترهای ۲۰۱ و ۳ به همراه تفکیک فضای مثبت و منفی آنها (رنگ سیاه نشان از فضای مثبت و رنگ سفید نشان از فضای منفی) بر مبنای تجسمی، توصیف کرده است.

گاهی مخاطبان در قضاوت مساحت فضای مثبت و منفی در کادر دچار خطای تناسب می‌شوند؛ چراکه مکان قرارگیری این فضاها در کادر، همانند وسعت آنها می‌تواند در غلبه یک فضا بر دیگری تاثیرگذار باشد. طبق پژوهش خطای تناسب میلز تنکر^۲، استاد دانشکده روان شناسی دانشگاه مینسوتا در آمریکا، مخاطبان تصویر ۴، گمان می‌کنند ۷۵ درصد از کادر توسط سطح سیاه پوشیده شده است؛ در صورتی که هر دو سطح سفید و سیاه ۵۰ درصد از مساحت کادر را اشغال کرده‌اند (Lee, 2007, 5). این خطای تناسب، بدون شک در قضاوت بیننده درباره‌ی مساحت اشغال شده در برگه، اثر می‌گذارد. این نمونه‌ی تصویری نشان می‌دهد که سطح مرکزی در ارتباط با کل سطح کادر، بیشتر برآورد می‌شود و تفاوتی میان سیاه یا سفید بودن منطقه مرکزی کادر ندارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که تنها مساحت در تعیین تسلط یک عامل بر دیگری تعیین کننده نیست، بلکه مکان قرارگیری آن نیز اهمیت دارد. همچنین باید خاطر نشان کرد که موقعیت محوری شکل

جدول ۱- توصیف میزان وسعت فضای منفی پوسترهای ۲۰۱ و ۳ بر مبنای تجسمی.

عنوان پوستر/ کشور	تفکیک فضای مثبت و منفی در پوستر	وسعت فضای مثبت و منفی	مکان قرارگیری فضای منفی	پیام‌رسانی از طریق فضای مثبت و منفی
تصویر ۱- موزیکال تایپانیک/ آلمان		غلبه فضای منفی	لب به لب پایین کادر	گسترده‌ی فضای منفی، تداعی دریا
تصویر ۲- دل خون/ ایران		غلبه فضای مثبت	لب به لب بالای کادر	محدودیت فضای منفی، انتقال حس فشار روحی
تصویر ۳- حرف و کلمه/ لهستان		توازن دو فضا	پراکنده در تمام کادر	عدم پیام‌رسانی از نظر میزان وسعت

به شکل یک فرم بسته شده و کامل که توسط فضای مثبت محاط شده است مشاهده می‌شود. دو حرف «S, I» نیز به شکل فرم بسته نشده‌ای هستند که به فضای نامحدود زمینه راه دارند (تصویر ۵). روش دیگر نمایش فرمی نهفته در فضای منفی، فرم بصری ناتمام با خط‌کناره نمای تکمیل نشده است که در آن از «عامل یکپارچگی» بهره گرفته شده است. یکپارچگی، رفتار خود به خودی انسان است که در آن مغز، شکل ناتمام را کامل می‌کند و به طور غریزی یک خط فرضی محیطی، حول تصویر ناتمام رسم می‌نماید. در این حالت، فرم منفی ناتمام، بخشی از فضای نامحدود زمینه است. به عنوان مثال، تصویر ۶، یک پوستر تئاتر با عنوان «زندگی یک رویاست» از کشور کرواسی می‌باشد که سر و گردن مردی که بر صندلی نشسته و تاجی بر سر دارد، فرمی نهفته در فضای منفی است. این فرم یک شکل بسته نشده است که امتداد آن به فضای وسیع پس‌زمینه می‌رسد.

همچنین باید خاطر نشان کرد، فارغ از وجود خط‌کناره نمای کامل یا ناتمام حول فرم‌های نهفته در فضای منفی، این فرم‌ها، یا یک شکل مستقل است (تصویر ۵) و یا به عنوان بخشی از فرم مثبت مشاهده می‌شود و تکمیل‌کننده آن هستند (ادغام فرم منفی با فرم مثبت)؛ که در این صورت، دو فضای مثبت و منفی در تکمیل فرم مورد نظر نقش دارند (تصویر ۶). فرم نهفته در فضای منفی، استقلال آن و عامل یکپارچگی به همراه تفکیک فضای مثبت و منفی پوسترهای ۵ و ۶ در جدول ۲، نشان داده شده است. با توجه به روش‌های نمایش فرمی نهفته در فضای منفی، می‌توان این‌گونه تحلیل نمود که اشکال ناتمام نسبت به اشکال کامل، بیننده را بیشتر درگیر خود می‌کنند؛ زیرا می‌توانند کامل دیده شوند و تمایل طبیعی بیننده نیز، سعی در تکمیل فرم ناتمام دارد. این عامل، سبب پویا شدن فضای منفی و مشارکت بیننده در جهت تکمیل تصویر و در نتیجه دریافت پیام شده، که خود موجب جذابیت بیشتر اثر می‌شود.



تصویر ۶- زندگی یک رویاست، طراح: وان کوکولچ.
ماخذ: (موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۱۳۸۸، ۵۰)

وجود فرمی آشنا در فضای منفی است. زیرا توجه مخاطب، علاوه بر فضای مثبت، به فضای منفی پس‌زمینه نیز معطوف می‌شود. «فرم» معمولاً فضایی را اشغال می‌کند. اگر فرم، اشغال‌کننده فضا در نظر گرفته شود، آن را «فرم مثبت» و اگر فرم فضای تهی باشد که فضایی اشغال شده آن را احاطه کرده باشد، آن را «فرم منفی» می‌نامند (ونگ، ۱۳۹۲، ۴۵-۴۹). همان‌گونه که می‌دانیم تصویر و فرم توانایی آن را دارد که اطلاعات و پیام‌هایی را به مخاطب منتقل کند. حال اگر این فرم در فضای منفی قرار گرفته باشد نیز، باز توانایی انتقال پیام را دارد. فرم می‌تواند به دو شیوه «فرم نهفته» و یا «خطای بصری» در فضای منفی پوستر به کار گرفته شود.

الف. فرم نهفته در فضای منفی پوسترهای ۵ و ۶: در این حالت، بخشی از فضای منفی پوستر در قالب یک تصویر یا نوشته بروز کرده و به شکل یک فرم در فضای منفی خودنمایی می‌کند. عناصر مثبت در صفحه به‌گونه‌ای در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند که این تلقی در ذهن بیننده ایجاد می‌شود که در فضای منفی، فرمی نهفته وجود دارد؛ اما تعویضی بین فضای مثبت و منفی صورت نمی‌گیرد و طرح «فاقد ابهام» می‌باشد. تقابل بین فرم و فضای منفی، سبب تلقی فرم از فضا می‌شود. در واقع در این‌گونه آثار، تمام تلاش در جهت ارائه‌ی یک فرم از فضا است. این نکته سبب پویا شدن فضای منفی و انتقال پیام از طریق این فضا به مخاطب می‌شود. فرم نهفته در فضای منفی، می‌تواند به شیوه‌های گوناگونی در پوستر مشاهده شود. یکی به شیوه‌ی فرم بصری کامل با خط‌کناره نمای مشخص و دیگری فرم بصری ناتمام با خط‌کناره نمای تکمیل نشده است. فرم بصری کامل در فضای منفی، شکلی کامل و یکپارچه می‌باشد که دور آن را شکل یا اشکال مثبت به‌گونه‌ای دربر گرفته‌اند که فضای منفی درون آن یا بین آنها، خود یک فرم بصری معناداری را تشکیل می‌دهد. به عنوان مثال در پوستر نمایشگاه «خطاطی چینی» در آلمان، حروف کرم رنگ «S, I, R, A»، فرم‌های نهفته در فضای منفی هستند که دو حرف «R, A»



تصویر ۵- خطاطی چینی، طراح: هونگ ژانگ.
ماخذ: (موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۱۳۸۸، ۵۰)

اولین و از جمله بنیادی‌ترین کتاب‌ها را در خصوص پدیده‌ی شکل-زمینه، به نگارش درآورده است. در این تصویر، فرم مثبت و منفی در هم تداخل داشته و تحریک شبکیه چشم در هر دو فضا به وجود می‌آید (تصویر ۷). در نمایش این گونه طرح‌ها، به دلیل جا به جایی دو فضا و گیج شدن بیننده در پیش‌زمینه و پس‌زمینه بودن عناصر، که یک تکنیک بصری تحریک‌کننده است، سبب غافلگیری و جلب توجه بیشتر بیننده به طرح می‌شود.

عامل یکپارچگی نیز در خطای بصری در فضای منفی پوستر، سبب جذابیت طرح می‌شود. همچنین این خطای بصری از طریق حضور «یک فرم»، «تکرار یک فرم» یا «چند فرم متفاوت» در فضای منفی می‌تواند به وجود آید. به عنوان مثال تصویر ۸، پوستر با عنوان «محیط زیست» از کشور تایوان است که در فضای منفی آن، تنها یک فرم که سر پرنده‌ای است، مشاهده می‌شود. خط‌کناره نمای این پرنده، با تصویر دست انسانی که در فضای مثبت پوستر قرار گرفته، مشترک است که سبب جا به جایی دو فضا با یکدیگر می‌شود. بنابراین در این پوستر، «یک فرم» در فضای منفی، سبب خطای بصری شده است. تصویر ۹، پوستر نمایشگاه مردودین

ب. خطای بصری در فضای منفی پوسترهای ۸، ۹ و ۱۰

گاهی فرم موجود در فضای منفی به گونه‌ای است که سبب خطای بصری در فضای منفی پوستر می‌شود. این خطای بصری، از طریق تداخل فضای مثبت و منفی در یکدیگر و نیز حضور قدرتمند خط‌کناره نمای مشترک یا به عبارتی دیگر مرز مشترک میان فرم‌های مثبت و منفی به وجود می‌آید. این مرز مشترک، بیننده را در تشخیص این که کدام فرم بر دیگری غالب است، دچار سردرگمی می‌کند. چشم و مغز در تشخیص این که مرز مشترک به کدام یک از فرم‌ها تعلق دارد، دچار دوگانگی و ابهام شده، بدین ترتیب خطای بصری ایجاد خواهد شد (Wallschaeger, 1992, 349). در چنین حالتی، برای مشاهده فرم منفی، باید فرم مثبت را به پس زمینه کشاند و بالعکس. در واقع هر دو فضای مثبت و منفی به صورت همزمان، هم نقش شکل و هم نقش زمینه را بازی می‌کنند و با یکدیگر تعویض می‌شوند؛ بنابراین تعیین شکل و زمینه در آنها دشوار است و تقریباً هر دو از نظر بصری به یک اندازه پویا هستند. نمونه بسیار عالی و معروف در این زمینه، تصویر دو پهلوی گلدان و دو نیم رخ ادگار روبین^{۱۲}، روان‌شناس دانمارکی است که



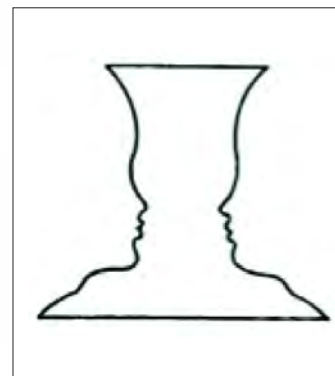
تصویر ۱۰- محیط زیست، طراح: سامس لانی^{۱۴}.
ماخذ: (موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۱۳۸۸، ۱۱۶)



تصویر ۹- نمایشگاه مردودین هفتمین دوسالانه نقاشی معاصر، طراح: نقیسه مفیدی.
ماخذ: (موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۱۳۸۸، ۱۷۰)





تصویر ۸- محیط زیست، طراح: جفرسون کو^{۱۳}.
ماخذ: (موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۱۳۸۸، ۱۰۹)



تصویر ۷- گلدان و دو نیم رخ، اثر: ادگار روبین.
ماخذ: (داندیس، ۱۳۸۸، ۶۶)

جدول ۲- توصیف فرم نهفته در فضای منفی پوسترهای ۵ و ۶ بر مبنای تجسمی.

عنوان پوستر/ کشور	تفکیک فضای مثبت و منفی در پوستر	فرم نهفته در فضای منفی	عامل یکپارچگی	استقلال فرم در فضای منفی
تصویر ۵- خطاطی چینی / آلمان.		فرم نوشتاری (حروف S, I, R, A)	حروف S, I	حروف S, I, R, A مستقل از فرم مثبت
تصویر ۶- زندگی یک رویاست / کرواسی.		فرم تصویری (سرو گردن مرد نشسته)	سرو گردن مرد نشسته	سرو گردن بخشی از پیکره مرد نشسته (تکمیل‌کننده فرم مثبت)

جدول ۳- توصیف خطای بصری در فضای منفی پوسترهای ۹، ۸ و ۱۰ بر مبنای تجسمی.

عنوان پوستر/ کشور	تفکیک فضای مثبت و منفی در پوستر	خطای بصری در فضای منفی	عامل یکپارچگی	تعداد فرم خطای بصری در فضای منفی
تصویر ۸- محیط زیست / تایوان		خطای بصری تصویری (سر پرنده)	پرنده	یک فرم
تصویر ۹- نمایشگاه مردودین هفتمین دوسالانه نقاشی معاصر/ ایران		خطای بصری تصویری (سرانسان و پرنده ای در حال پرواز)	سرانسان	تکرار یک فرم
تصویر ۱۰- محیط زیست / آمریکا		خطای بصری تصویری (پرنده‌گان، حشرات و حیوانات گوناگون)	-	چند فرم متفاوت

در جدول ۳، خطای بصری در فضای منفی و نحوه ارائه آن در پوسترهای ۸، ۹ و ۱۰ بررسی و توصیف شده است. اطلاعات به دست آمده حاکی از آن است که این روش، توانایی نشان دادن فرمی در فضای منفی که به واسطه آن پیامی منتقل شود را دارد. این روش به سبب ابهامی که در فضای مثبت و منفی ایجاد می‌کند، غافلگیری بیشتری را برای مخاطبان به همراه دارد.

رنگ

رنگ یک عنصر بصری مهم در طراحی پوستر است که می‌تواند معانی را در ذهن بیننده تداعی کند. گاهی فضای منفی در پوستر، از طریق رنگی که طراح به آن اختصاص می‌دهد، بیان‌کننده مفهومی است و در انتقال پیام اصلی پوستر به مخاطب یاری می‌رساند. به عنوان نمونه تصویر ۱۱، پوستر با موضوع پیشگیری از بیماری ایدز، با شعار «عشق پاک، خون پاک» از کشور اوکراین است. مطابق با مضمون پوستر، رنگ فضای منفی، سفید انتخاب شده است. رنگ سفید در اینجا به مفهوم پاکی است که به عشق پاک اشاره دارد که در نتیجه آن، خون از آلوده شدن به بیماری ایدز در امان و پاک باقی می‌ماند. بنابراین رنگ سفید در این پوستر، در انتقال پیام به مخاطب یاری رسانده است.



(ب)

(الف)

تصویر ۱۱- (الف): عشق پاک، خون پاک. طراح: اولنا استرانچوک^{۱۵}؛ ماخذ: موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر، ۷۱، ۱۳۸۸، (ب): تفکیک فضای مثبت و منفی شکل الف.

هفتمین دوسالانه نقاشی معاصر از کشور ایران است که خطای بصری در فضای منفی آن از طریق «تکرار یک فرم» (نیم رخ سر انسان و پرنده‌ی در حال پرواز) به وجود آمده است. تصویر ۱۰ نیز، پوستر با عنوان «محیط زیست» از کشور آمریکا است که «چند فرم متفاوت» (پرنده‌گان، حشرات و حیوانات گوناگون) در فضای منفی آن مشاهده می‌شود که سبب خطای بصری شده‌اند.

نتیجه

از این فضا، به پیام پوستر خدشه‌ای وارد نشود. علاوه بر این، وجود فرمی نهفته در فضای منفی اعم از نوشته و تصویر و یا خطای بصری در این فضا، می‌تواند با ویژگی‌های متفاوتی، نگاه مخاطب را به خود جلب کرده و پیامی را به وی منتقل کند. فرم نهفته و خطای بصری در فضای منفی می‌تواند به شیوه‌ی یک فرم بصری کامل نمایان شود و یا یک فرم بصری ناتمام که با بهره‌گیری از عامل یکپارچگی، سبب مشارکت بیننده در راستای دریافت پیام می‌شود. همچنین این فرم می‌تواند بخشی از فرم مثبت بصری باشد؛ که در این حالت دو فضای مثبت و منفی در تکمیل فرم مورد نظر نقش دارند همچنین خطای بصری توانایی آن را دارد که از طریق «یک فرم»، «تکرار یک فرم» و یا «چند فرم متفاوت» در فضای منفی به وجود آید. بهره‌گیری از عامل یکپارچگی در این شیوه نیز بر جذابیت بیشتر فرم‌ها، تأثیرگذار است. در میان روش‌های بیان شده، وجود فرمی در فضای منفی به ویژه به شیوه‌ی خطای بصری که سبب ابهام در پس‌زمینه و پیش‌زمینه تصاویر می‌شود، جلب توجه و شوک بصری بیشتری را برای مخاطب به همراه دارد. زیرا مخاطبان غالباً انتظار مشاهده فرمی در پس‌زمینه را نداشته و جا به جایی دو فضا، سبب گیج شدن و جلب توجه بیشتر آنها می‌شود. بنابراین با توجه به نتایج حاصل، سوالات مقاله مبنی بر روش‌های پیام‌رسانی از طریق فضای منفی و اینکه بیشترین غافلگیری در کدام روش است؛ پاسخ داده شده است. با بهره‌گیری آگاهانه از این روش‌ها در راستای پیام اصلی پوستر، توجه مخاطبان به فضای پس‌زمینه جلب و ارتباط آنان با این فضا بیشتر می‌شود، زیرا مضامینی را از طریق آن دریافت می‌کنند که سبب ماندگاری پیام در ذهن آنها می‌شود.

ارتباط بصری، متکی بر ایجاد ارتباط با مخاطبان است. بنابراین باید توجه داشت که تمام عناصر درون پوستر، به ویژه فضای منفی، به شیوه‌ای به کار گرفته شود که علاوه بر جلب توجه مخاطب، مدت زمان ارتباط وی با پوستر را بیشتر کند تا پیام در ذهن ماندگارتر شود. در طراحی پوستر، غالباً پیام در فضای مثبت قرار گرفته و به بیننده منتقل می‌شود. بنابراین دریافت پیام از طریق این فضا برای مخاطبان به عادت تبدیل شده و به راحتی از کنار آن می‌گذرند. در نتیجه یک روش موثر در جلب توجه بیشتر مخاطبان، پیام‌رسانی از طریق فضای منفی است. با توجه به بررسی‌های پژوهش حاضر، روش‌های بهره‌گیری از قدرت پیام‌رسانی فضای منفی در نه پوستر انتخابی از مجموعه‌ی «دهمین دوسالانه جهانی پوستر تهران»، که از هفت کشور مختلف جهان است، در جدول‌های ۲، ۱ و ۳ بر مبنای اصول تجسمی، توصیف و تحلیل شده است. نتایج حاصل از جدول‌ها نشان می‌دهد که فضای منفی با استفاده از روش‌هایی می‌تواند فراتر از پس‌زمینه و یا تأکید بر سوژه اصلی در پوستر عمل کند. این فضا توانایی آن را دارد که از طریق «گسترده‌گی» و یا «محدودیت» آن در پوستر، «رنگ»، «فرم نهفته» و «خطای بصری» که در راستای موضوع و مضمون پوستر انتخاب شده باشد، به عنوان یک عنصر بصری قدرتمند در انتقال پیام به مخاطب نقش آفرینی کند. با تحلیل فضای منفی می‌توان گفت که این فضا، معانی را درون خود دارد که با وسعت و یا محدودیت آن و نیز مکان قرارگیری و نحوه ترکیب بندی آن در راستای مضمون پوستر، معانی مورد نظر در ذهن بیننده تداعی می‌شود. همچنین انتخاب رنگ مناسب برای این فضا نیز، توانایی انتقال مفاهیم متفاوتی را دارد. بنابراین آگاهی از این معانی برای طراح پوستر ضروری می‌نماید تا با استفاده نا به جا

پی‌نوشت‌ها

افشار مهاجر، کامران (۱۳۸۱)، گرافیک مطبوعاتی، نشر سمت، تهران.
حسینی، غزال (۱۳۹۱)، فضای مثبت، فضای منفی، نقش فضای منفی در پوسترهای فرهنگی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر تهران.
داندیس، دونیس (۱۳۸۸)، مبانی سواد بصری، مسعود سپهر، چاپ بیستم، نشر سروش، تهران.
ضرابی اصفهانی، آسیه (۱۳۸۹)، مطالعه اهمیت فضای منفی در ساختار ترکیب‌بندی اعلان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شاهد.
موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر (۱۳۸۸)، دهمین دوسالانه جهانی پوستر تهران، تهران.
ونگ، وسیوس (۱۳۹۲)، اصول فرم و طراحی، آزاده بیداریخت، نشرین لواسانی، نشر نی، تهران.

Finke, Gail Deibler (2001), *White graphics: The power of white in graphic design*, Rockport, UK.

Lee, Dong Hyun (2007), *Effective use of negative space in graphic*, <http://www.e-reading.club/bookreader.php>.

Wallschaeger, Charles (1992), *Basic visual concepts and principles for artists, architects and designers*, Mc Graw, New York.

White, Alexander W (2011), *The elements of graphic design*, All-worth Press, New York.

- 1 Dong Hyun Lee.
- 2 White Space.
- 3 Counterform.
- 4 Leftover Space.
- 5 Trapped Space.
- 6 lex drewinski (1951).
- 7 Bartosz Lukaszonek (1978).
- 8 Miles Tinker (1893-1977).
- 9 Emil Weiss (1896-1965).
- 10 Hong Zhang.
- 11 Vanja Cuculic.
- 12 Edgar Rubin.
- 13 Jeferson ku.
- 14 Sommese Lanny.
- 15 Olena Staranchuk.

فهرست منابع

افشار مهاجر، کامران (۱۳۹۰)، فضای منفی در گرافیک، پژوهشنامه هنرهای دیداری، شماره اول، صص ۲۳-۳۰.