الدلالات الرمزية للصورة الطباعية في تصاميم الملصق السينمائي

م. م. نجاة قادر محمد علي الكواز
جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة

1-مشكلة البحث والحاجة اليه:

يعد الملصق أحد أهم الوسائل الاتصالية بما يحتويه من مضامين فكرية وجمالية حيث يهدف من خلالها إلى نشر فكرة معينة ,وانطلاقا من منظومة التعبير عن الهدف والملامح الجمالية للملصق باعتباره من اصعب الفنون التي تقدم هدف فاعل من جراء تصميمه, ويعبر المصمم عن الدلالات والرموز داخل الملصق وتماسكها مع بعضها البعض مولدة استدلالات لتجسيد الافكار الاتصالية ,بما يخدم الملصق بشكل ايجابي وتحقيق الاتصال المباشر للمتلقي ,حيث تلعب الرموز دورا كبيراً في نقل التطورات التقنية الحديثة التي اجتاحت العالم في الوقت الحاضر خاصة وان الملصق هو احد وسائل الاتصال البصري وله تأثير في محاكاة البصر المتلقي بتلك الرموز والدلالات التي لها ثوابت معرفية كالعقائد الدينية والاجتماعية والفنية, حيث اضاف المصمم سمات ابداعية وابتكارية , ومن الملاحظ ان فن الملصق السينمائي قد تقدم خطوات كبيرة نحو الامام ولم يعد تقليدياً , فاصبح من الضروري مواكبة التطورات التي شهدتها الفنون كافة ومن الضروري على العاملين في مجال تصميم الملصق وان يبدعوا بابتكارات حديثة تساعد في اللحاق بركب التطور الحاصل في العالم والامر الذي دفع الباحثة بدراسة مستفيضة للجوانب الدلالية والرمزية للملصق السينمائي بشكل فاعل والخروج بتساؤولين:

1- هل للدلالات الرمزية للصورة الطباعية في الملصق السينمائي دور في عملية الاتصال البصري.

2-ما الدور الذي تؤدية الدلالات الرمزية للصورة الطباعية في أبراز القيم الجمالية والوظيفية.

2- أهمية البحث:

1-إفادته للمؤسسات الصحافية والفنية المعنية بالتصميم والاخراج الفني للملصقات السينمائية.

2-أفادته للمصممين العاملين في مجال تصميم الملصق السينمائي.

3-هدف البحث:

يكمن هدف البحث في تعرف على الدلالات الرمزية للصورة الطباعية في تصاميم الملصق السينمائي.

4-حدود البحث:

1-الحدود الزمانية: اعتماد تصاميم الملصقات السينمائية الحائزة على جائزة الاوسكار لعام (2011).

2- الحدود المكانية: الولايات المتحدة الامريكية, مدينة لوس انجلوس , كاليفورنيا.

3-الحدود الموضوعية: تصاميم الملصقات السينمائية الحائزة على جائزة الاوسكار والتي تحوي على الإيهام البصري ضمن التكوين التصميمي.

5-تحديد المصطلحات:

أ-الدلالة:

أ-الدلالة لغةً:

يعرفها ابن منظور(دل يدل ,ودل على الشيء دالاً ودلالة ,سدده اليه).[1]

الدلالة اصطلاحاً (دلالة Signification)

شيء أو معنى يفيد لفظاً أو رمزاً ما ومنه دلالة الكلمة أو الجملة يقول الجرجاني ((الدلالة هي كون الشيء بحالة يلزم من العلم به العلم بشيء آخر، والشيء الأول هو الدال، والشيء الثاني هو المدلول)).[2]

الدلالة في التصميم : " الدلالة " مفهوم" قصدي " intentional بامتياز ، تتحقق بالشكل الذي لابد أن يدل على شيء ويشير إلى شيء ويقول شيء. لأن الشكل الدال ، هو وحده يقوى على إحداث الانفعال الأستيطيقي وغيره لا يحدث ألا انفعالات الحياة.[3]

الرمز لغة:

تصويت خفي باللسان كالهمس ويكون بتحريك الشفتين بكلام غير مفهوم باللفظ من غير ابانة او بصوت هو اشارة او ايماءة بالعينين او الحاجبين او الشفتينوالرد في اللغة ايضا كما اشرت اليه مما يبان باي لفظ باي شيء اشرت اليه او بيد او بعين.[4]

الرمز اصطلاحاً:-

نوع من الاشارة تدل عليه بفضل عادة عرفية اعتباطية تؤدي وظيفة اشارية.[5]

ويعرف الرمز على انه(الشكل او العلاقة او الشيء المادي الذي له معنى اصطلاحي).[6]

الصورة الطباعية:

وتعرف الصورة الطباعية على انها(احد العناصر التيبوغرافية المهمة في التصميم الطباعي ككل والملصقات تحديدا لما لها من قوة تعبيرية تسهم في إيصال الفكرة وخلق لغة بصرية موضوعية لماهية الملصق او التصميم ككل).[7]

الملصق:

يعد الملصق بانه (من اهم الوسائل الاتصالية التي تؤدي هدفا ً فكرياً وعقائدياً وسياسياً فضلا عن الارشاد والتوجيه وغيرها يراد من ورائه فكرته التركيز على المعاني من خلال الدلالات الموجهة والمتجسدة من خلال عناصر الملصق وبنيته ,فهو رسالة فنية قد تكون جمالية احيانا ,بيد ان الجمالية نسبية او قد تكون وظيفة بحته).[8]

المبحث الثاني: مفهوم الدلالات الرمزية في تصاميم الملصق السينمائي

1-مفهوم الدلالة:

لقد أورد القران الكريم صيغة (دل)بمختلف مشتقاتها من أجل ابراز المفهوم لهذه الصيغة وتعني(الاشارة إلى شيء او الذات سواء اكان ذلك تجريد أم حسا ويترتب على ذلك وجود طرفين طرف دال وطرف مدلول يقول الله تعالى "فدلاهما بغرور"اي ارشدهما الشيطان إلى الاكل من تلك الشجرة ,فالشيطان دال والمفهوم الذي استقر في ذهن ادم هو المدلول او محتوى الاشارة)[9]وهنا تبرز العلاقة الرمزية بين الدال والمدلول ,فالرمز ومدلوله تمت العملية الابلاغية.

يعد علم الدلالة من أهم الحقول المعرفية التي تجاوزت تطبيقاتها اللغة الطبيعية, كونها علما يعنى بدراسة الظواهر الثقافية ,بوصفها أنظمة من العلامات ,أي بمعنى أن الثقافة في جوهرها عملية اتصال (Communication)[10], وكلمة (علم الدلالة)مشتقة من اللفظة اليونانية (Semaino) دل على او اشار الى,المتولدة هي الاخرى من الكلمة الاصل (Sema) وهي منسوبة إلى الجذر الاساسي المعنى[11] ,وينحصر مفهوم علم الدلالة (Semantics)هو (القضية التي يتم من خلالها ربط الشيء والكائن والمفهوم والحدث بعلامة لأن توحي بها فالغمامة علامة المطر ,وتقطيب الحاجب علامة الارتباك والغضب)[12],ومن هنا يمكن القول بان الانسان هو صانع الدلالة تبعا لحاجاته الانسانية فهو تمكن من صنع الدلالات منذ نزوله إلى الارض ومعايشته في الطبيعة واكتشافه للموجدات ووضع تسميات لأشياء موضحا دلالاتها من اجل توظيفيها لخدمته في حياته

اليومية واكتشافه قوانين طبيعة الاشياء من اجل اكتساب المعرفة الانسانية. ويشير فرديناند دي سوسير إلى الدلالة بانها (العلم الذي يدرس الرموز بصفة عامة ,ويعد علم اللغة احد فروعه)[13].

فعلم الدلالة يهتم (بدراسة الكلمات والتغير الدلالي في المعنى ,والقيمة الدلالية لكلمة تكمن في معناها ,ويسعى المرء إلى تطبيق هذا التغير الدلالي على كل علامة)[14]

2-انواع الدلالات:

نجدان ثمة علاقة متبادلة بين الدال والمدلول ,حيث قال الشريف الجرجاني بأن (الدلالة هي كون الشيء بحالة يلزم من العلم به العلم بشيء أخر, والشيء الاول هو الدال والثاني هو المدلول)[15],وقد قسمت الدلالة إلى ثلاثة انواع هي:[16]

1-**الدلالة العقلية:** هي ان يجد العقل بين الدال والمدلول علاقة ذاتية تنقله من احدهما إلى الاخر, والقصد بالعلاقة الذاتية الزام تحقق الدال في امر ما تحقق المدلول في نفس الامر كدلالة الدخان على النار وكذلك بصمة الابهام ,وضوء الصباح اثر طلوع الشمس.

2-**الدلالة الطبيعية:** وتعني ان يجد العقل بين الدال والمدلول علاقة طبيعية تنقله من احدهما إلى الاخر,والمقصود بالعلاقة الطبيعية احداث طبيعية من الطبائع كدلالة احمرار الوجه على الخجل وحركة النبض على وجود الحياة ,والصور الفوتوغرافية.

3-الدلالة الوضعية:هي ان يكون بين الدال والمدلول علاقة الوضع اي انها دلالة اتفاقية متعارف عليها,بمعنى انه جعل الشيء ازاء شيء اخر إذا فهم الاول فهم الثاني ,مثل اشارات المرور ,ودلالة اللون الاخضر إلى الشجرة.

3-الدلالات في تصاميم الملصق السينمائي:

تكمن الفكرة الأساسية للتصميم في قدرة المصمم على الابتكار وخلق افكار تصميمية يستخدم فيها الدلالات ,من اجل بناء تصميمي تعبيري وايصال الغرض الجمالي والوظيفي إلى المتلقي,وترى الباحثة على ان للدلالة تاثير كبيراً على المتلقي وخاصة تاثير دلالات الصور في الملصق السينمائي التي تحمل داخل طياتها مدلولات مؤثرة ومعبرة,وتوظيفها تصميميا بما يخدم الغرض الوظيفي والجمالي,فمدلولات الصورة تكمن في جذب الانتباه واثارة الاهتمام وبالتالي تحقيق التأثير العاطفي والاستجابة من قبل المتلقي وتعبرعن مدى قدرة المصمم على استحضار الصور الذهنية,فنجدسوسير يشير إلى (العلاقة بين الواقع والصور الذهنية فهي حقيقة مادية محسوسة تثير في العقل صوراً ذهنية ولكن هذه الصور هي صور ذهنية لشيء موجود في الواقع)[17],ومن الملاحظ ان الدلالات في التصميم

تمكن في مدى امكانية المصمم في ايصال الفكرة المباشرة او غير المباشرة للمتلقي.ومن الملاحظ ان (الدلالات هي ليست مجرد دلالات او علامات ترمز إلى بعض المعاني او بعض الافكار وهي مجموعة من الاشكال التي تعبر عن مشاعر المصمم وانفعالاته ومعتقداته ,حيث يحقق الرمز مقصداً معينا بطريقة صحيحة)[18]

فالدلالات في الملصق من الامور المثيرة للاهتمام .فمنذ الرسوم المسمارية وحتى الاعمال الحديثة,دأب الانسان إلى تفسير لكل مايراه حوله من امور حسب تصوراته الذاتية والمعرفية ,حيث نجد اننا (لا نقوم بترجمة فورية للأشكال في مجالها الواقعي الذي يستمد إمكاناتها في الدلالة وبل تستدعي سلسلة من الدلالات التي ما تنفك تتعمق إلى الحد الذي تصل إلى تشكيل صورة مصغرة عن العالم كله)[19]

4-الرمز في تصميم الملصق السينمائي:

يحتل الرمز أهمية كبيرة في تاريخ الانسانية ,فمنذ اقدم العصور (اعتاد الانسان على أنشاء نماذج من الصور والكلمات لتمثيل ظواهر الحياة وعلاقتها بتصوير وتجسيد عالمه وسلوكه وافكاره بوسائل مختلفة تشمل على الاصوات والصور والرسوم والكلمات والرموز)[20]

حيث نجد ان للرموز أهمية كبيرة في عملية الادراك للصور الانسانية,لتمثيل الثقافات والحضارات الانسانية في مراحل نمو الانسان في رحلته مع الحياة ,حيث تؤثر الرموز بشكل كبير على الانسان لذلك يجب على المصمم ان يدرك هذه التأثيرات الرمزية على الحالة النفسية والاجتماعية للفرد,فالتصميم ما هو الامجموعة من الرموز الابداعية التي تجسد العمل الفني وتوظف الرموز بشكل بسيط ومعنى كرموز الصحة والاعلام والشعارات ..الخ .

وترى الباحثة ان الرمز هو دلالة لفكرة او مفهوم الغرض منه ايصال الموضوع بشكل معبر من اجل تحقيق الاهداف الحسية والادراكية للمتلقي ,وتعمل هذه الرموز على اثارة الافكار بوساطة الرموز الشكلية او اللونية والصورية المستخدمة في التصميم بامكانات ابداعية وذات مدلولات تعبيرية ,مثل استخدام الرموز التي تدل على السلام والتالف بين الافراد والرموز التي تدل على المناسبات الدينية مثل القباب .

ونجد في مجال تصميم الملصقات ان الرموز قد وظفت بشكل واسع ولكون الملصق السينمائي يعتمد في صياغته على توظيف الرموز من اجل التعبير عن مضمونه الفني ,فهذه المعاني والرموز متعارف عليها بين الافراد ,والملصقات تحتوي على الكثير من

الاشارات والرموز والصور وتؤلف فيما بينها دلالات للأشياء التي نراها في الحياة اليومية فالملصق (ماهو الا تجميع للاشارات والرموز المشتركة بين الناس في كل مكان حيث يكون نوع من اللغة المشتركة بين المتلقين)[21]

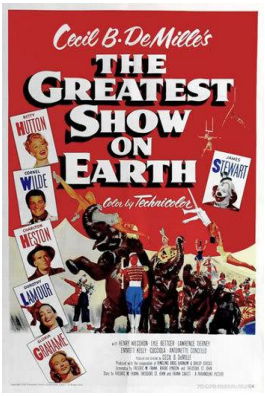
5-تأثير الرمز في تصميم الملصق السينمائي:

نظرا لكون العمل الفني رمزاً مفرداً وغير قابل للتجزئة ,فان لهذا الرمز معنى مرتبط به ارتباطاً وثيقاً,ولا يمكن ان ينفصل عن معناه ,فهو يدرك بطريقة مباشرة ,بحيث لا يحتاج إلى ترجمة ,انه يعرض لنا صورة الوجدان ,التي تقدم لنا تاملنا وادراكنا ,فهذه الصورة يمكن ادراكها مباشرة وبدون

واما تأثير الرمز في الصورة فيتجلى في عدة امور هي: [22]

1-إن الرمز يركز الصورة ويضبط استطالاتها ,ويوحد أبعادها ,ويدفعها نحو التكثيف والإيحاء.

2-إن الرمز يساعد على تعميق الوعي ضمن الصورة فالرمز-خارج التشكيل الجمالي – يحمل مخزوناً خاصاً حين يتحدد بها.ومثلما تجعل الصورة الرمز مشخصاً محسوساً,فان الرمز يمنحها البعد الدلالي الذي يختزنه.



3-الرمز يساهم في توسيع المساحتين الزمانية والمكانية للصورة,فالرمزالتاريخي,حين ينظم إلى الصورة فانه ينقل ذهن المتلقي وإحساسه إلى الفترة الزمنية التي أنشئ فيها والى المكان الذي نما وتطور فيه.

4-إن وجود الرمز يستحضر مفردات خاصة به ,تساعد على تعميق مجراه ,وهذه المفردات تخصب الصورة وتغني مناخاتها.

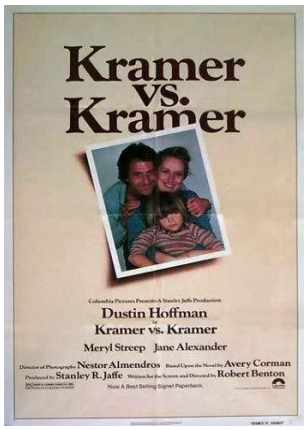
5-ومثلما يستحضر الرمز مفردات خاصة ,فانه أيضا يستدعي رموزاً من نمطه , تدعم الصورة ,وتمتن محتواها ,وتقوي فاعليتها.

العناصر البنائية المكونة في تصيميم للملصق (العناصر التيبوغرافيكية)

يعد الملصق (Poster)من اهم الوسائل الاتصالية التي تؤدي هدفاً فكريا ً وعقائدياً وسياسياً فضلا ً عن الارشاد والتوجيه وغيرها يراد من وراء فكرته التركيز على المعاني من خلال الدلالات الموجهة والمتجسدة من خلال عناصر الملصق وبنيته ,فالملصق هو رسالة فنية [23],ولا يعتبر الملصق مجموعة من الاشكال والرسوم والكتابات بل هو مجموعة من المعاني والافكار المراد ايصالها إلى المتلقي يطريقة اتصالية بصرية.

1-العنوانات:

تعد العناوين من العناصر التيبوغرافية الاساسية المهمة في تكوين الملصقات المتمثلة بالمادة الكتابية المهمة في تكوين الملصق(فهي من العناصر الرئيسية التي يقع عليها العبئ الاكبر من مهمة الاتصال)[24]فتعتبر العناوين من الوحدات المكونة لتصميم الملصق ,فالعنوان (هو المادة المكتوبة التي تحتل المكان الابرز والمهم بحيث يكون عامل جذب وشد للانتباه للتأثير في المتلقي أي انه سيمثل شكلا تتحدد دلالته الشكلية تبعا لموقعهفي الفضاء العام)[25]فأختيار العنوان له تأثير مباشر وإيجابي في نجاح الملصق حيث يتطلع المتلقي إلى العنوان كونه يمثل هيئة الملصق وشخصيته لذلك ينبغي ان يكون العنوان ذات صيغة بسيطة وسهلة التلقي من اجل ان يكون العنوان عنصر نجاح للملصق لذلك يجب (الابتعاد عن العناوين المبهمة , حتى لا يلجأ المتلقي إلى فك طلاسم الملصق)[26]



ومن الملاحظ أن العناوين من العناصر الاكثر تعقيداً في تصميم الملصق لما تحتويه من عناصر التشويق والاثارة فهي تعكس القيمة الكبيرة للملصق بواسطة اختيار الحجم المناسب واللون والموقع المناسب وتنسيقه بصورة ايجابيه وسليمة, وتحتوي الملصقات على مادة مكتوبة أي عناوين رئيسية وعناوين فرعية ,ونصوص متنوعة,لذلك تعد (المادة المكتوبة العنصر الأكثر تعقيداً من الصور والرسوم والارقام , نظرا لعدم قابلية الرموز الكلامية للفهم والتفسير في بعض الحالات بالنسبة لبعض الناس ذلك ان من السهل تفسير اي صورة او رقم,اما الكلمات فمن المحتمل ان لا تنقل الفكرة ونظرا لاختلاف مدلول بعض الكلمات وصعوبة قياس تأثير البعض الاخر)[27]

2-الصورة في الملصقات السينمائية: تعد الصورة من العناصر الكرافيكية المهمة في التكوينات الاساسية للملصق ,حيث اضحى من مسلمات العصر الحديث بتصدر الصورة وقوتها فيمختلف اشكال التواصل ,فالصورة من المرتكزات الاساسية لبناء الملصق نظرا لأهميتها من الناحية الجمالية والوظيفية, وما تحتويه من دلالات متعلقة بعنوان الملصق ,حيث يشير مصطلح الصورة إلى كونه (مصطلح معقد متعدد المستويات ,ولكن يمكن اختزاله مفهومياً إما شيء محاكي أو شيء متعالق أو نظام علامي)[29]

وتظهر أهمية الصورة بشكل واضح في الملصق لما يحتويه من دلالات تعبيرية تساهم في ايصال الافكار عن معاني الصور في الملصق حيث ان (ميل الانسان بطبيعته إلى مشاهدت الصور لا يرجع فقط إلى عصر اكتشاف التصوير الفوتوغرافي بل يرجع إلى اغوار التاريخ ,حيث يميل الانسان بطبيعته إلى التعبير بالصورة)[30],فالصورة من العناصر المكونة للملصق والتي لا يمكن الاستغناء عنها فهي من العناصر الانشائية الاساسية ,فاصبح للصورة أهمية (لا تقل عن أهمية وجود النص الكتابي .بل أنها احيانا ًتتعدى اهمية النص الكتابي في ايصال المعاني من التصميم ,فهي تنقل المعنى المباشر للفكرة التي يحاول المصمم ايصالها للجمهور)[31],حيث ان الاستخدام الجيد للصورة يؤثر بشكل مباشر وايجابي في الملصق مما يؤدي إلى زيادة الجذب في المتلقي.

3-الصورة المرسومة في الملصق السينمائي:

تعد الصور المرسومة من اقدم العناصر الطباعية, فهي الصور التي تحتوي على الخطوط والاشكال الهندسية كالمربعات والمستطيل والمجسمات والرسوم التخطيطية التي تعمل على تنمية الاحساس الفني فالصورة هي(المادة الاساسية للرسم وهذه المادة الأولية ما هي إلا حقيقية معقدة للغاية وهي تتأسس على معان مهمة تلزمنا بنقل العالم صوريا ,بمعنى أن قول الرسم هو قول بصري حيث تتحول وسائل الإدراك والتخيل والمعرفة مجتمعة إلى صورة تتحول هذه الصورة إلى حسية "أيقونيةتطابقية")[32].فالصورة المرسومة تحمل معان عديدة ذات ايحاءات رمزية ومعان عميقة مرتبطة بفكرة الملصق من اجل احداث عملية اتصال بصري لشد القارئ نحو الصورة ,ونجد ان الصورة المرسومة استخدمت نتيجة(لتاخر اختراع الات ومستلزمات الخاصة بالصورة الظلية وتستخدم هذه الرسوم عندما لا تستطيع الصورة المتوفرة التعبير عن المعاني المرادة)[33]ويجب اي ان تحقق الصورة الغرض الذي وظفت من اجله في الملصق وهي عملية تعتمد على قدرة المصمم في التحكم باستخدام مفرادات المكونة للملصق ومخاطبتها لكل المجتمعات الانسانية .

4-اللون في الملصق السينمائي:

يعد اللون من العناصر التيبوغرافيكية المهمة والفعالة في تصميم الملصق نظرا لما يحتويه من معان ودلالات ذات تأثير مباشر على المتلقي ,فضلا عن تاثيراته الفسيولوجية المؤثرة على على بصر المتلقي ولقد اثبتت التجارب والاختبارات السايكولوجية التي اجريت على اشخاص وأفراد يختلفون في ميولهم وثقافتهم (بان هناك دلالات عامة للألوان يكاد يشترك فيها الاغلبية العظمة من الناس ذوي الثقافة والبيئة والمناخ الواحد)[34]

قد يجسد المصمم بعض الحقائق التي ندركها باشكال مختلفة في الطبيعة لعملية توظيف التصاميم اللونية في الملصقات السينمائية,حيث اهمية توظيف اللون(كعنصر مؤثر على مدركات المتلقي بما يحتوية من خصائص مظهرية تحقق جاذبية بصرية لتصاميم الملصقات السينمائية)[35]

يعرف (هربرت ريد) اللون بانه:(خاصية ظاهرية لجميع الاشكال المحسوسة ,وهو الذي يساعد في التأكيد على الطبيعة الفيزياوية وعلى نسيج تلك الاشكال وثمة خصائص ثانوية معينة تنشأ عن الربط بين شكلين أو اكثر).[36]وان ما نسميه اللون هو (ذلك الاثر الذي تحدثه اطوال الموجات الضوئية أو الترددات الضوئية المختلفة على عيوننا,إن للون هو خاصية الضوء)[37].

المبحث الثاني

مفهوم الصورة ودلالاتها في تصميم الملصق

1-الصورة في تصميم الملصق السينمائي:

تستقر دلالة الصورة عند المركب أي المكون من تعالق أجزاء قال تعالى (فيَ أَي صُورَةٍ مَا شَاءَ رَكَبَك)(الانفطار(10)) .ومايزال استعمال مصطلح الصورة سائداً بدلالته الوجودية ,أي كشيء في الزمان والمكان.[38],حيث تعد الصورة من أهم المكونات الكرافيكية في تصميم الملصقات السينمائية ,وذلك لما تحتوية من قوة تعبيرية لها القدرة على خلق لغة بصرية عند المتلقي لأيصال فكرة الملصق ,ويستعاض عن الكلام بالصورة فهي(اسهل السبل التي تؤدي للمعرفة وبصورة سريعة)[39],فهي لا تستلزم جهدا من الفرد لفهمها , ولأنها من الاركان الاساسية في بناء الملصقات,فالمصمم يستخدم الصورة في الملصق السينمائي من اجل ان يلفت نظر المتلقي إلى موضوع الملصق فالصورة لا يمكن الاستغناء عنها في تصميم الملصقات, فالصورة من الأمور المعقدة

وذات رموز غير أنها لا تمتلك الخصائص الدلالية للغة ,أي أنها طفولة العلامة ,و لا يخفى أن هذه الأصالة تمنحها قدرة على الإيصال لا مثيل لها ,فالصورة ذات فضل لأنها أداة ربط ,ولكن بدون مجموعة بشرية متماسكة ,تنتفي الحيوية الرمزية.[40],الصورة تمثل الكثير من الرموز داخل طياتها فغالبية الرموز توظف في الملصقات باستخدام الاستعارات الرمزية القريبة إلى ذهن المتلقي.

ويعتبر الدور الذي لعبته الصورة ,عبر التاريخ بشكل مؤثر فمثلا تطور الفن الذي نشأ أصلا بوصفه تعبيراً عن المذاهب الدينية ثم تطور عبر الزمن ,فأصبح موضوعاً ذا قيمة محصورة في طبقات الأثرياء فقط [41], حيث تظهر اهمية الصورة في إمكانيتها (في أضافة الكثير من المعاني للمادة المقدمة بما يكسبها مصداقية اكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات لأيجاد جو واقعي يقترب من الواقع)[42].

فالصورة تحتوي على الكثير من المعاني المنطوية تحت اسوارها فأضافة إلى القيم الجمالية فانها تحتوي جوانب تمنح الملصق البهجة والحيوية والحركة حيث تقضي إلى الرتابة والجمود , فكلمة(الصورة Image تعود بجذورها إلى الكلمة اليونانية القديمة أيقونة Icon والتي تشير إلى التشابه والمحاكاة ,ولقد لعبت هذه الكلمة ودلالاتها دوراً مهما في فلسفة أفلاطون ,وتأسيس الكثير من انظمة التمثيل والتمثل)[43], وقد لعبت الصورة الفوتوغرافية كثيراً من الادوار الاجتماعية المتنوعة المهمة,فالصورة تقدم المعلومات بشكل أفضل من المادة المكتوبة نتيجة لسهولة فهم الصورة بصورة اسرع من المادة المكتوبة التي (تستدعي التأثر بها اعمال العقل والذهن من تخيل ما تثيره من معان قد تعجز الكلمات والجمل عن تصويرها)[45]

2-الصورة وسيلة اتصالية في الملصق السينمائي:

يعد الاتصال من اهم العمليات التي يحصل بواسطتها الفرد على المعلومات والتداول مع الاخرين من اجل تحقيق التفاعل الاجتماعي,ويعرف الاتصال بانه (العلم الذي يعنى بتبادل المعاني بين الافراد عبر نظام مشترك من الرموز ,ويؤكد على امرين الاول يتعلق باستعمال نظام مشترك من الرموز المستعملة في الاتصال يتعارف الناس على قبول معانيها لتعني للجميع شيئا محدداً, أي ان تكون الرموز ذات دلالات متعارف عليها اجتماعيا ,والامر الثاني هو يتعلق بتبادل المعاني ,ويعني تبادل الافكار والمعلومات بين الناس)[46],فالصورة في الملصق تعتبر من اهم الوسائل الاتصالية في الملصق (تتخطى الصورة حدودها الاقليمية لمديات اوسع كما يقول المثل الصيني الصورة تساوي عشرة

الالاف كلمة ويفسر شيوع لغة الصورة عالميا لتشابه المكونات العقلية للانسان)[47], فالصورة تعد من العوامل الاتصالية المباشرة والمهمة لما لها من تأثير على المتلقي فهي تنقل المعاني العديدة المنطوية تحت طياتها وتعبر عن دلالات كثيرة يمتلكها الانسان داخل تصوراته الذهنية والصور التي الفها في رحلته مع الحياة من اجل تحقيق اهداف معينة بين المرسل والمستقبل تطرح من خلاله افكار ومضامين تؤدي معاني استعاض بالصورة عن الكلام فهي اسرع واسهل التوصيل إلى المتلقي ففي الصورة (يجب أن يؤلف مفردة ضرورية في المعنى التشبيهي ,والوظيفي ,والتعبيري والمجالي ,انه النسيج الذي يوحد العناصر المنتقاة الذي يعطي العمل دلالته ,ان في الفن صلة قوية بين التعالقات ورمزيتها)[48] .

3-عناصر الاتصال في الصورة:

ان استخدام الصورة في الملصقات هي رسالة المصمم إلى المتلقي التي تحتوي على معاني ورموز ذات دلالات محددة من اجل ابراز أهمية الموضوع الذي تعبر عنه الصورة ,عندما يريد المصمم اظهار موضوع مهم فانه يستخدم الصورة في الملصق من اجل يلفت نظر المتلقي ,ومن اجل ان يتحقق الاتصال في الصورة لابد ان تتوفر مجموعة من العناصر وهي كما يأتي:[49]

1-المرسل Sender:وهو القائم بعمليةالاتصال,الذي يعمل على أنتاج رسالة محملة بالمعاني يوجهها عبر وسيلة اتصال الية إلى الجمهور المتلقي.

2-الرسالة Message:وتتالف من مجموعة من رموز ,تتضمن الاراء والافكار تتعلق بموضوع معين يتم التعبير عنها رمزيا لصور مرئية ,فالمعنى ياتي من خبرة الانسان مع الرمز ومن تمثيل الرمز لشيء معين وواستخدامه لتحقيق أغراض وأهداف معينة.

2-الوسيط او الوسيلة Channe: [50] وتعرف بانها الاداة أو مجموعة الوسائل الاتصالية التي يتم من خلالها او بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل ,أي اكبر عدد من المتلقين وتشمل هذه اداة الصحف والاعلانات والملصقات ....الخ

4-المستقبل Receiver: انه المتلقي الذي يستقبل الرسالة فقد يكون شخصا أو مجموعة من الاشخاص (طرف مقابل للمرسل),فهو يستقبل الاراء والافكار ,اما في الملصق فانه المستقبل الذي يستقبل الصورة العبرة عن دلالات ورموز متعارف عليها في المجتمع.

ان النظر إلى الاتصال كعملية يعني ان الاتصال لا ينتهي بمجرد ان تصل الرسالة من المرسل إلى المستقبل ,ولكن توجد الكثير من وظائف الاتصال التي تتخذ جوانب عديدة اهمها:

1-وظائف معرفية:تتمثل في نقل المعلومات والخبرات والافكار إلى الاخرين بقصد ايقاضهم وتنوير عقلياتهم مستوياتهم الفكرية والعقائدية وتكييف مواقفهم ازاء الحوادث والوقائع الاجتماعية ,وتحقيق تجاوبهم مع الاتجاهات الجديدة واكسابهم المهارات المطلوبة.

2-وظائف اقناعية: وتتمثل هذه الوظائف حينما يكون القصد من الاتصال احداث تحويلات في وجهات نظر المجتمع حول حدث او مجموعة من الاحداث واو فكرة او مجموعة من الافكار.

3-وظائف ترويحية:وتتمثل في سعي وسائل الاتصال للترويح عن نفوس الناس وادخال البهجة إلى نفوسهم من خلال الوان فنية متعددة.

4-**ضمان المشاركة الثقافية:** هذه الوظيفة تتسع في معناها لتشمل وظائف الاتصال جميعها وتتمثل في الاساس في نقل التراث الثقافي من جيل إلى جيل ,ومن فرد إلى فرد ,ومن مجتمع إلى مجتمع ,وتهذيبه ,وتكيفه مع الاهداف الاجتماعية الجديدة ,وليكون اداة في التغير.

5-**تنمية القدرة على التقمص الوجداني:** ويعني التقمص الوجداني قدرة الافراد والمجتمعات على تصور انفسهم في موضع الاخرين,بحيث تهيأ لهم ان يغيروا في واقعهم الاجتماعي والثقافي على هدي تصوراتهم الايجابية الجديدة.

مؤشرات الاطار النظري:

1-يعد الملصق بأنه من أهم الوسائل الاتصالية ,ويحمل داخل طياته الكثير من الأفكار والأهداف.

2-تبرز الدلالة في مجال تصميم الملصقات السينمائية بشكل واضح ,فهي الدلالة المعرفية والدلالة الطبيعية والدلالة الوضعية.

3-تترجم الرموز في تصميم الملصقات إلى معاني وصور تكون اشكال أو الوان,وقد تكون رموز يستمدها المصمم من بيئته حتى تصل بواسطة الادراك إلى المتلقي.

4-لقد وظف المصمم الرموز بشكل واسع في الملصق السينمائي فهو يعتمد في صياغته على توظيف الرموز من اجل التعبير عن مضمون العمل الفني.

5-تعد العناوين من العناصر التيبوغرافية المهمة التي تساعد في عملية الاتصال البصري.

6-تعد الصورة من العناصر الكرافيكية المهمة في التكوينات الاساسية للملصق,والتي لا يمكن الاستغناء عنها فهي من العناصر الانشائية .

7-تظهر أهمية الصورة بشكل واضح في الملصق لما تحتويه من دلالات تعبيرية تساهم في ايصال الافكار والمعاني داخل الملصق ,وهي صور تعبيرية أو واقعية.

8-الصورة المرسومة تحمل معاني عديدة ذات إيحاءات رمزية عميقة مرتبطة بفكرة الملصق من اجل احداث عملية اتصال بصري.

9-يعد اللون من أهم العناصر التيبوغرافيكية المهمة والفعالة في تصميم الملصق نظراً لما يحويه من معان ودلالات ذات تأثير مباشر على المتلقي.

10-الصورة تحوي الكثير من الرموز داخل طياتها فغالبية الرموز توظف في الملصقات باستخدام الاستعارات الرمزية القريبة من ذهن المتلقي.

11-أن عملية توصيل الدلالات الصورية تتوقف على قدرة المصمم على توصيل تلك الدلالات والغرض منها من خلال المهارات المعرفية وفهم الرسالة الادراكية والحسية من قبل المتلقي.

12-للصورة ميزة تجسيد الافكار والمعاني وعلى وجه الخصوص في تصميم الملصقات السينمائية والتي تحتاج الكثير من التعبيرات لجذب الانتباه.

13-الصورة من العوامل الاتصالية المباشرة والمهمة في تصميم الملصقات السينمائية نتجة لما من تأثير على المتلقي.

الفصل الثالث

1-منهج البحث

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي طريقة تحليل المحتوى للملصق السينمائي من اجل الوصول إلى اهداف البحث فهو من انسب المناهج البحثية التي تلائم موضوع البحث بما يتيحه من إمكانية إجراء التحليل والاستدلال على القيم الفنية في تصاميم الملصقات السينمائية.

3-عينة البحث وطريقة اختيارها:

لقد تم اختيار بعض الملصقات الحائزة على جائزة الاوسكار لعام (2011),وذلك لاحتوائها على الكثير من الدلالات الرمزية والاشارية والصور والتي تحمل داخل طياتها الكثير من التعبير واللمسات الجمالية والتي لها تأثير كبير في المتلقي,وقد تم اختيار نسبه 25% من مجموع الملسقات السينمائية والبالغ عددها 20 ملسق.

4-مصادر وطرائق جمع المعلومات

لقد اعتمدت الباحثة مصادر عدة لجمع المعلومات تورد تسلسها على النحو الاتي:

1-المصادر والمراجع العربية المؤلفة من قبل اختصاصيين في المجال نفسه أو اختصاص موازي أو مكمل.

2-البحوث العلمية (ماجستير -دكتوراه).

3-المعلومات الموثوقة المنشورة على شبكة المعلومات الدولية (الانترنيت).

5-ادوات البحث

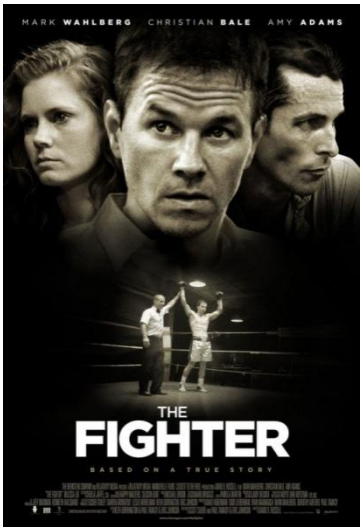
ونظرا لعدم توفر اداة جاهزة للتحليل تم اعداد استمارة خاصة لتحليل الملصقات بصورة دقيقة وبشكل موضوعي ,وذلك من خلال الاستناد مؤشرات الإطار النظري وخرجت الاستمارة بالمحاور الاتية لغرض التحليل وهي:

1-مفهوم الدلالات الرمزية في تصاميم الملصق السينمائي.

2-مفهوم الون ودلالاته في تصميم الملسق السينمائي.

3-مفهوم الصورة ودلالاتها في تصميم الملصق السينمائي.

تحليل العينات



العينة رقم (1)

الوصفالعام:

عنوان الفلم:FIGHTER THE(الملاكم)

التاريخ:2011

الابعاد: 7035xسم

الوصفوالتحليل

1-الدلالة:

اتبع المصمم في هذا الملصق منظومة العلاقة ذات الدلالة الاشارية حيث هدف من ذلك إلى تحديد المحتوى الرمزي

للفكرة وهذا الاشتغال أنما يراد من خلاله التعبير عن البعد الرمزي للملصق.

وهذا ما وجدناه في صورة الممثلين التي وضعت في الاعلى بحجم كبير وجعل بطل الفلم في المنتصف لاضفاء الاهمية له, والصورة الثانية التي وضعت في منتصف التصميم ولكن بحجم أصغر وهي عبارة عن البطل في حلبة الملاكمة واشارة إلى فوزه في لعبة الملاكمة.

2-العنوان:

وضع المصمم منظومة العنوان الرئيسي في اسفل المساحة وبلون ابيض لاحداث تضاد مع اللون الاسود, وهدف من ذلك إلى ابرازه ,كذلك وضعه متوازناً مع الاعلى وهو من نمط العنوانات كبيرة الحجم التي يستطيع المتلقي قراءتها بوضوح ,حيث يتصف هذا العنوان بالمقروئية المباشرة .

3-الصورة الطباعية ومفهومها:

يتصف هذا النمط من الصور إلى منظومة الصور التعبيرية المباشرة فليس فيها اي معوقات ابصارية وتوزعت إلى صنفين الاول جاء بحجم كبير ممتداً على فضاء الملصق والثاني اسفله مباشرة بحجم صغير مسلط عليه أضاءة مباشرة ,حيث اراد المصمم أن يعقد صلة ما بين الصورتين ,ويمكن ان نتلمس بعداً جمالياً للصورة ,كما يمكن أن نشير إلى هذا النمط من الصورة

مثير وجذاب ,وجاء أختيار الصورة مطابقاً مع العنوان (القاتل) ,والعنوان يشير بدلالته الرمزية إلى الصورة كذلك,وقد حققت الصورة في هذا الملصق وظيفتها الاتصالية من خلال توصيل الرسالة التعبيرية بصورة ايجابية للمتلقي.

4-اللون:

وظف المصمم اللون الاسود والأخضر الداكن وجاء هذا التوظيف مقصوداً ,حيث ان الموضوع يتطلب بيئة لونية داكنة يقصد اظهارها بشكل يوحي بالرعب والخوف وكما وظف اللون الأبيض في العنوان يقصد عمل تباين لوني مع مساحة الملصق أو فضاء الملصق لأبرازه كذلك.

العينة رقم(2):

الوصفالعام:

عنوانالفلم:KINGS SPEECH(خطابالملك)

التاريخ:2011

الابعاد: 7035xسم

الوصفوالتحليل

1-الدلالة:

جاءت المنظومة التصميمية في هذا الملصق ذات الدلالة الطبيعية ايحائية التي اقترن بالفكرة العامة للتصميم حيث يراد من خلاله التعبير عن البعد الرمزي للملصق.

حيث تمثلت في العلاقة التراكبية للصور الثلاث في الملصق حيث قرب المصمم الصورة الاولى في اشارة إلى اهمية الشخصية الاولى من حيث تقريبها إلى المتلقي ,ثم إلى الشخصية الثانية وهي شخصية السيدة في اشارة إلى توسطها العلاقة بين الصورتين ومن ثم إلى الشخصية الثالثة من حيث الاهمية.

2-العنوان:

وضع المصمم منظومة العنوان الرئيسي في أسفل المساحة وبلون أصفر فاتح وهدف من ذلك إلى ابرازه ,حيث كان عنوان الفيلم (خطاب الرئيس), وقد وضعه المصمم بشكل متوازن مع الصورة في الاعلى وهو من نمط العنوانات كبيرة الحجم التي يستطيع المتلقي قراءتها بوضوح ويتصف هذا العنوان بالمقروئية المباشرة,وجاء هذا التوظيف قصدي من اجل قراءة العنوان بسهولة, حيث كان لاشغالها في الاسفل من اجل ان يعطي حالة من الجاذبية الموقعية له.

3-الصورة الطباعية ومفهومها:

يتصف هذا النمط من الصور إلى منظومة الصور التعبيرية المباشرة حيث لا يوجد فيها أي معوقات ابصارية ,وهدف المصمم منها اعطاء اهمية للشخوص التي تمثل هذه الصورة من حيث التقديم والتاخير لكي تدعم مضمون الفلم وامتلاكه لمعاني دلالية جاذبة في الملصق ,وقد توزعت الصورة في فضاء الملصق بصورة متوازية بحجم كبير اراد المصمم من خلالها ان يسلط الضوء على مضمون الفلم من خلال الصورة ,فهذا النمط من الصور يحتوي على قيمة جمالية ويعتبر مثير وجذاب .

4-اللون:

وظف المصمم اللون الاسود مع اللون الاصفر حيث ان اللون الاصفر له تأثيرات بصرية كثيرة على نفسية المتلقي ,حيث كان النظام اللوني المستخدم الأثر الرئيسي في تاكيد القيمة اللونية للعنوان ,وجاءت الخلفية بلون اصفر فاتح متداخل مع اللون الاخضر الذي يثير في النفس الاحساس بالحياة والامل,وقد حققت القيمة اللونية الهدف الذي وظفت من اجله بغية استقطاب المتلقي .

العينة رقم(3):

الوصف العام:

عنوانالفلم:ALICE IN WONDERLAND(اليس في بلاد العجائب).

التاريخ:2011

الابعاد: 7035xسم

الوصفوالتحليل

1- الدلالة:

استخدم المصمم في هذا الملصق منظومة العلاقة ذات الدلالة الاشارية وهدف من ذلك إلى تحديد المحتوى الرمزي للفكرة وهذا الاشتغال انما يراد من خلاله التعبير عن البعد الرمزي للملصق ,حيث تمثل الصورة المرسومة في الوسط للتعبير عن بلاد العجائب من خلال شكل الشخص المتمركز في وسط الصورة فهو يدل على شخصية ساحر او محقق لرغبات الناس,وصورة الفتاة خلفه ودلالالت التعجب التي تظهر على شكلها,وكذلك شخصية الارنب التي توحي بانه ارنب سحري يستطيع التحدث ,بالاضافة إلى المفردات الاخرى غير الحقيقية كحجم نبات الفطر حيث اراد المصمم اظهار الاشياء من الحيوانات والنباتات على انها من العجائب في دلالة منه إلى بلاد العجائب.

2-العنوان:

لقد وظف المصمم العنوان بشكل يوحي بأنه خط مكتوب باليد وبشكل حر قريب من حركة الموج وجعلها في أعلى الملصق لزيادة جذب المتلقي نحوها وايلاءها اهمية خاصة بحيث تبدو بشكل هرمي مقلوب لأضفاء لمسة جمالية عليها ,فضلا عن استخدامه للون الازرق في كتابة العنوان حيث يلهم اللون الازرق النفس سكوناً واطمئناناً ويبرد

المزاج ويدعو إلى التطلع والفكر والتأمل *وقصد المصمم عمل تباين لوني مع مساحة الملصق أو فضاء الملصق لأبرازه.

3-الصورة الطباعية ومفهومها:

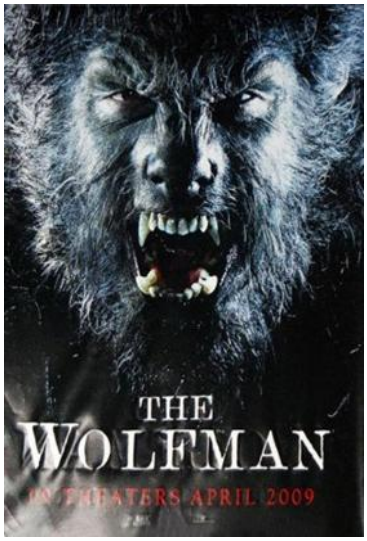
تتصف هذا النمط من الصور إلى منظومة الصور المرسومة (شخصيات كارتونية), وليس فيها أي معوقات بصرية وتوزعت إلى صور في الامام والصور الاخرى إلى الخلف,حيث نفذت الفكرة من خلال أشكال مرسومة باليد روعي فيها قيم لونية متنوعة ,جسدت على شكل مساحات لونية حيث جسدت كل مساحة منظومة أشكال الفكرة العامة,وحقق الاختلاف الشكلي بين صورة (الشخصية السحرية)وصورة (الفتاة) إيهاما بصرياً حيث منح (الشخصية السحرية)بواسطة الحجم ما انعكس على مستوى قرب وبعد الصورتين الرئيسيتين في التصميم حيث منح(الشخصية السحرية)حجما كبيراً ووضعت في المقدمة وصورة الفتاة في الخلف وكانت بشكل اصغر, وأراد المصمم ان يعقد صلة مابين الصورتين حيث اراد منها جذب واثارة للمتلقي من اجل اضفاء لمسة جمالية واتصالية للملصق.

4-اللون:

لقد وظف المصمم اللون بقيم لونية متنوعة بشكل مساحات لونية مختلفة ,وجاء هذا التوظيف مقصوداً لأن الموضوع يخص الصور المرسومة باليد, حيث وجد اللون لضرورات تعبيرية استخدمت الكثير من القيم اللونية وتدرجاتها واضفاء الحيوية والنشاط على الملصق بأعتباره يمثل مدينة سحرية أومدينة عجائب وحيث استخدم المصمم اللون الاخضر للارضية التي توحي بانها مزروعة ونضرة ,واشار إلى السماء بالون الازرق اشارة منه الىصفاء السماء وجمالها ,اما شكل الشخصية السحرية فقد استخدم لها الوان حارة لأثارة الحيوية وكعنصر جذب نحو الشخصية, واشار إلى ملابس الفتاتب اللون الازرق لأضفاء نوع من الراحة والهدوء على شخصيتها,اما الجو العام لتصميم الملصق فقد كان بالوان زاهية ومتنوعة تثير البهجة والسرور في نفس المتلقي وخاصة ان المتلقي هنا هم من الاطفال وهذه الالوان تثير داخل نفوسهم البهجة والسرور بهذه الالوان التي تتوافق مع موضوع الفلم وهو (الس في بلاد العجائب)

*عياض عبد الرحمن أمين. مفهوم اللون ودلالاته في الدراسات التاريخية. دار الشؤون الثقافية .سلسلة ثقافية شهرية تصدر عن دار الشؤون الثقافة العامة.2009م.ص(34).

العينة رقم (4):



الوصفالعام:

عنوانالفلم:WOLFMAN THE (المستذئب).

التاريخ:2011

الابعاد: 7035xسم

الوصفوالتحليل

1-الدلالة:

اتبع المصمم في هذا الملصق منظومة العلاقة ذات الدلالة الأشارية ,وهدف من ذلك إلى تحديد المحتوى الرمزي لفكرة الملصق حيث تطابق العنوان والصورة في الدلالة الرمزية حيث ان العنوان يشير إلى (الرجل الذئب) ,والصورة تدل إلى شكل رجل متذئب,وهذاالأشتغال انما يراد من لاله التعبير عن البعد الرمزي للملصق,وهذا ما وجدناه في صورة الرجل على شكل الذئب التي وضعت في الأعلى لابراز الهيمنة على تصميم الملصق.

2-العنوان:

وضع المصمم العنوان الرئيسي في أسفل المساحة وبلون ابيض وهدف من ذلك إلى ابرازه, وقد وضعه متوازناً مع الأعلى وهو من نمط العنوانات كبيرة الحجم التي يستطيع المتلقي قراءتها بوضوح ويتصف هذا العنوان بالمقرؤئية المباشرة ,وجاء العنوان الثانوي بلون أحمر هدف المصمم من خلال ذلك إلى تحقيق تضاد لوني الغرض منه ابراز اهميته

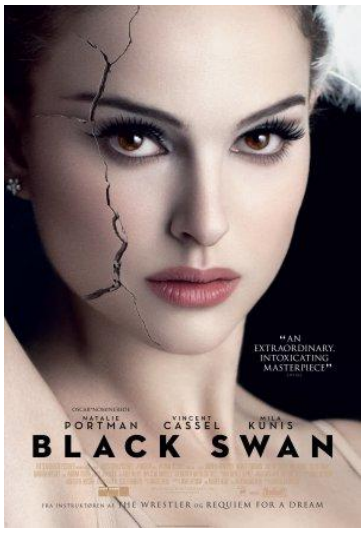
3-الصورة الطباعية ومفهومها:

لقد أستخدم المصمم في هذا الملصق الصور التي تنتمي إلى منظومة الصور التعبيرية المباشرة ,فليس فيها أي معوقات أبصارية ,حيث وضعها المصمم في أعلى التصميم أشارة منه إلى أهمية الشخصية المتمثلة في (الرجل الذئب),ممتد على المساحة العلوية للملصق اي في فضاء الملصق العلوي بحجم كبير مسلط علية أضاءة ,وقد جاء اختيار الصورة مطابقاً مع العنوان

(الرجل الذئب),حيث هدف المصمم من خلال ذلك إلى جعل الصورة ذات أثارة وجذب من قبل المتلقي وهي بذلك حققت وظيفتها الاتصالية التي تصل بسهولة من خلال احتوائها إلى الدلالات الرمزية المعبرة داخل الملصق.

4-اللون:

لقد وظف المصمم اللون الأسود والازرق الداكن وجاء هذا التوظيف مقصوداً لأن الموضوع يخص موضوع (الرجل الذئب),فهذا العنوان يتطلب بيئة لونية داكنة يقصد اظهارها بشكل يوحي بالرعب والخوف نتيجة لتحول الانسان إلى شكل ذئب مما يؤدي إلى اثارة الخوف داخل نفسية المتلقي,كما وظف اللون الابيض في العنوان بقصد احداث تباين لوني مع مساحة فضاء الملصق لغرض ابرازه كذلك.



العينة رقم(5):

الوصفالعام:

الوصفالعام:

عنوانالفلم:BLACK SWAN (البجعةالسوداء

التاريخ:2011

الابعاد: 7035xسم

1-الدلالة:

استخدم المصمم في هذا الملصق منظومة العلاقة ذات الدلالة الطبيعية الايحائية,وهدف من ذلك المصمم إلى تحديد المحتوى الرمزي للفكرة ,حيث جاء الكل العام يمثل دلالة ذاتية من خلال مضمون الصورة الفوتوغرافية التي جاءت كمحور اساس للفكرة العامة للملصق ,من خلال الاستخدام المنفرد للصورة الفوتوغرافية واحتلالها المساحة التصميمية للملصق فعمل على توحيد اتجاه النظر نحها فحققت سحباً بصرياً باتجاهها ,على الرغم من وجود كتلة نصية ومساحة لونية (خلفية الملصق) محيطة بالصورة .

2-العنوان:

لقد جاءت منظومة العنوان الرئيسي في اسفل المساحة وبلون اسود وهدف من ذلك هو ابراز العنوان واعطاءه أهمية وقد وضع متوازنا مع الصورة في الاعلى ,وهو من نمط العنوانات كبيرة الحجم التي يستطيع المتلقي قراءتها بوضوح ,حيث يتصف هذا العنوان بالمقروئية التامة ,حيث كانت الاحرف واضحة وحققا لوظيفته اذ جاء استخدام اللون الاسود متماشيا مع النظام اللوني المستخدم في تنفيذ الملصق محققا الوضوح التام من خلال اشغاله موقعاً مميزاً في اسفل صورة الفتاة ,حيث اصبح عنصراً هاماً في تحقيق الوظيفة الاتصالية للملصق.

3-الصورة الطباعية ومفهومها:

استخدم المصمم في هذا الملصق نوع من الصور التعبيرية المباشرة حيق لا يوجد فيها اي معوقات ابصارية ,واصبح الاستخدام المتفرد للصورة (الفتاة)واحتلالها الفضاء التصميمي عملت على توحيد اتجاه النظر نحوها و شكلت تكويناً مترابط مع العنوان (البجعة السوداء).وكانت صورة الفتاة تحمل لمسات جمالية وعبر عن جمال وتناسق شكل الفتاة ,الا ان وجود الشرخ الذي جاء في الناحية اليسرى من الملصق والذي امتد على طول شكل او وجه الفتاة حقق الهدف التعبيري له واراد المصمم ايصال رسالة إلى المتلقي بسوداوية دواخل الفتاة ,بحيث كانت اشارة إلى وجود مواطن سوداء او نزعات شريرة تحتفظ بها الفتاة في داخل نفسيتها من خلال وجود الشرخ الذي يعبر عن تصدع البنيان ويحدث تواصل مع عنوان الفلم (البجعة السوداء أو الشريرة) حيث تحمل صورة الفتاة داخلها شر مبطن,بالاضافة إلى عقد صلة بين الصورة والعنوان ونستطيع ان نتلمس بعداً جمالياً من خلال الترابط بين الصورة والعنوان ,كما يمكن ان نشير إلى هذا النمط من الصور بانه مثير وجذاب وذات بعد اتصالي يؤدي الغرض الذي صمم من اجله.

4-اللون:

على الرغم من قلة استخدام المصمم للالوان في هذا الملصق والمتمثلة باللون الاسود للخلفية والالوان التي تمثل البشرة واللون الوردي ,الا انها جاءت معبرة حيث ظهرت كدلالة رمزيو تعبيرية في ان واحد ,فاللون الاسود المستخدم للخلفية قد ابرز القيمة الجمالية للتدرجات اللونية المستخدمة في تجسيد الفتاة ووتم ذلك من خلال استخدام اللون القيمتين المتضادة الاسود مع المستخدمة في تجسيد الفتاة ووتم ذلك من خلال استخدام اللون القيمتين المتضادة الاسود مع تدرجات لون الفتاة وهو مزيج من اللون(الابيض,الاصفر,الاحمر),والتي كانت سبباً مباشراً حقق وضوحاً وتأثيراُ فاعلاً في ايصال فكرة الملصق.

الفصل الرابع

النتائج والاستنتاجات :

1-ان طرح الفكرة التصميمية بصورة صريحة ومباشرة لا تؤدي إلى تنشيط الوعي لدى المتلقي في حين ان الطرح غير المباشر يؤدي إلى تنشيط الوعي لدى المتلقي وجعله يفكر في ماهية التصميم ومعناه.

2-اعتمدت اغلب التصاميم على استخدام العناوين الواضحة والكبيرة والتي تتميز بسهولة قراءتها.

3-يؤدي زيادة العناصر التيبوغرافيكية إلى ضعف واضح في بنية تصميم الملصق السينمائي ,ويصبح تأثيره سلبياً.

4-حقق الانسجام بين المفردات المكونة للملصق والالوان وتدرجاتها توافقاً في البنية التصميمية للملصق ويظهر تاثيره واضحاً على المتلقي .

5-يحقق استخدام التدرجات اللونية والتضادات اللونية الكثير من الدلالات الرمزية والمعبرة في اظهار نتائج ايجابية مؤثرة وفعالة في المتلقي.

6-حقق استخدام الصورة في الملصق السينمائي دلالات رمزية واضحة للتعبير عن مضمون العمل التصميمي,كما نلاحظ على سبيل المثال في العينه (1) ان الصورة الملاكم تدل على عنوان الملسق.

قائمة المصادر

- **القران الكريم.**

1-ابن منظور,لسان العرب .

2- مجمع اللغة العربية، المعجم الفلسفي، القاهرة، الهيأة العامة لشؤون المطابع الأميرية، 1979، ص84.

3- عادل مصطفى ، دلالة الشكل ، دراسة في الاستطيقا الشكلية وقراءة في كتاب الفن ،دار النهضة العربية ،بيروت، 2001ص(61).

4- محمد مرتضى الحسني الزبيدي- تاج العروس من جواهر القاموس- بيروت، 1966، ص 343.

5- روبرت تيولز: السيمياءوالتاويل، ترجمة سعيد الغانمي ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت،1995، ص 247.

6-الجندي ,درويش .الرمزية في الادب العربي.ط1 .مكتبة النهضة .القاهرة .1958م.ص(70).

7-معتز عناد غزوان.زمكانية التصميم المعاصر.ط1.دار دجلة للنشر والتوزيع.2007م.ص(92).

8-معتز عناد غزوان.زمكانية التصميم المعاصر.ط1.دار دجلة للنشر والتوزيع.2007م.ص(92).

9-منقور عبد الجليل.علمالدلالة.اصوله ومباحثه في التراث العربي.منشورات اتحاد الكتاب العرب.دمشق.ص(23-24)

10-سيزا قاسم وابو يزيد ,نصر حامد .مدخل إلى السيموطيقيا,القاهرة ,دار الياس العصرية ,1965م,ص(351).
11-نسيم عون,الالسنية,محاضرات في علم الدلالة.دار الفارابي.ط1.بيروت.لبنان.2005م.ص(94).
12-بيارغيرو.علم الدلالة .ترجمة انطوان أبو يزيد.ط1.منشورات دار عويدات .بيروت.1986م.ص(15).
13-عمر,احمد مختار.الدلالات الاجتماعية والنفسية لالفاظ الالوان في اللغة العربية .اشغال الملتقي الدولي .مركز الدراسات والابحاث الاقتصادية والاجتماعية.ص(2).
14-بيارغيرو.علم الدلالة .ترجمة انطوان أبو يزيد.ط1.منشورات دار عويدات.مصدرسابق.ص(5-6).
15-بيارغيرو.علم الدلالة .ترجمة انطوان أبو يزيد.ط1.منشورات دار عويدات.مصدرسابق.ص(5-6).
16-عادل فاخوري.علم الدلالة عند العرب(دراسات مقارنة مع السيمياء الحديثة)ط1.دار الطليعة للطباعة والنشر.بيروت.1985م .ص(15-27).
17-بلاسم محمد.الفنالتشكيلي.قراءتسيميائية في انساق الرسم.ط1.دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.مصدر سابق..ص(59).
18-كولنجرد,روبين جورج.مبادئالفن.ترجمة احمد حمدي محمود.مطبعة المعرفة .الدار المصرية للتأليف والترجمة .د.ن.ص(248).
19-بلاسم محمد.الفنالتشكيلي.قراءتسيميائية في انساق الرسم .مصدر سابق.ص(153).
20-محسن عطية .الفنان والجمهور .دار الفكر العربي.ط1.القاهرة.2001م.ص(15).
21-عز الدين .شموط. لغة الفن التشكيلي,علم الاشارات البصرية.ط1.جامعة البنات الاردنية.الاردن.1993م.ص(11).
22-الحسيني,اياد حسين.فن التصميم. ط1.ج1.الشارقة.2008م.ص(197).
23-معتز عناد غزوان.زمكانية التصميم المعاصر.ط1.دار دجلة.2007م.ص(85).
24-العاملي,غادة حسين.المرتكزات الاساسية للتصميم والإخراج الفني.منشورات دار المدى.2008م.ص(135).
25=معتز عناد غزوان.زمكانية التصميم المعاصر.ط1.دار دجلة.2007م.ص(96).
26-فليب غايار,تقنية الصحافة .ط1.منشورات عويدان.بيروت. 1983م.ص(83).
27-خليل ابراهيم.المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق.رسالة ماجستير غير منشورة.كلية الفنون الجميلة .جامعة بغداد.1987م.ص(68).
28-بلاسم محمد.الفن التشكيلي .قراءة سيميائية في انساق الرسم.مصدر سابق. ص(65).
29-أبراهيم امام.فن الاخراج الصحفي.ط1 .مكتبة الانجلو المصرية.القاهرة .1957م.ص(33).
30-العربي رمزي.التصميمالجرافيكي ط1.منشورات دار اليوسف للطباعة والنشر والتوزيع .بيروت . 2005م.ص(141).
31-بلاسم محمد .الفن التشكيلي .قراءة سيميائية في انساق الرسم.مصدر سابق. ص(76).
32-النادي ,نور الدين,ومحمد عبدالله الدرايسة ,ومحمد صديق البهنسي,وعدلي محمد عبد الهادي,تكنولوجيا الطباعة في التصميم الجرافيكي.ط1. مكتبة المجتمع العربي. للنشر والتوزيع .عمان 2011م.ص(280).
33-الصقر,إياد.اساسيات التصميم ومناهجه .دار أسامة للنشر والتوزيع .ط1. عمان. 2009م.ص(69).
34-الغانمي,عبد الجبار منديل.الاعلان بين النظرية والتطبيق .دار اليازوري.ط1.عمان 1998م.ص(174).
35-هربرت ريد .تربية الذوق الفني.ترجمة يوسف ميخائيل اسعد.ط2.دار النهضة العربية مع دار الاتحاد العربي للطباعة.1975م.ص(46).

36-شاكر عبد الحميد.الفنون البصرية وعبقرية الادراك.دار العين للنشر.ط1.مصر.القاهرة.2008م,ص(129).
37-بلاسم محمد. الفن التشكيلي.قراءة سيميائية في انساق الرسم.مصدر سابق.ص(65).
39-عبد الحافظ سلامة .وسائل أتصال وتكنولوجيا التعليم ,دار الفكر للطباعة .ط3.الاردن.2001م.ص(15).
40-ريجيس دوبري.حياة الصورة وموتها.ترجمة فريد زاهي.ط1.دار المأمون للترجمة والنشر. 2007. ص(49).
41-شاكر عبد الحميد. عصر الصورة ,السلبيات والإيجابيات.سلسلة عالم المعرفة وسلسلة كتب ثقافية. 2005م . ص(89).
42-فهد بن عبد العزيز بدر العسكر.الاخراج الصحفي أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة.ط1.طبع في مكتبة العبيكان. 1998م.ص(39).
43-شاكر عبد الحميد.عصر الصورة. نفس المصدر.ص(92).
44-فهد بن عبد العزيز .الاخراج الصحفي. مصدر سابق.ص(46).
45-عصام سليمان موسى,المدخل في الاتصال الجماهيري.ط1.مطابع دار الشعب.1986م.ص(16-17).
46-العزاوي,حكمت رشيد فخري,الجذب في بنية تصاميم اغلفة المجلات ,اطروحة دكتورا غير منشورة, 2004م, ص(80).
47-بلاسم محمد .الفن التشكيلي.قراءة سيميائية في انساق الرسم. مصدر سابق.ص(106).
48-عصام سليمان موسى.المدخل في الاتصال الجماهيري.مصدر سابق.ص(65-66).
49-انتصار رسمي موسى والواسطي خليل ابراهيم .التصميم الرقمي وتقنية الاتصالات الحيثة.ط1.دار الفراهيدي للنشر والتوزيع.2011.ص(80-81-83).