

سيمائية الصورة الرقمية في التصميم الإعلاني (بوسترات الأفلام السينمائية)

م. م. رشا سالم باقر

معهد الفنون الجميلة/ الرصافة 3

safeerasa368@gmail.com

مخلص البحث

بوسترات الأفلام السينمائية تلعب دوراً مهماً وفاعلاً في جذب انتباه المتلقي، كونها تحظى باهتمام الجمهور دور الصورة الرقمية التي تحولت إلى أداة موصلة ونافعة أكثر من غيرها في تحقيق الاندماج الإتصالي لدى المتلقي ولتكون صنواً أساسياً وفاعلاً في عالم التصميم، بل عنصر لا غنى عنه وأصبحت الصورة ثورة مع ظهور تقنيات الحاسوب ولتتحول إلى عمل ابداعي افتراضي يعمل بكافة الأشغال الرقمية وتصاميم الاعلانات الأفلام السينمائية، لم تعد الصور مجرد إعادة عمل لإنتاج واقع أو حادثة بل الصورة أصبحت تحاكي الحقيقة فقد حصلت على قيمتها عن طريق الخصائص وسهولة الوصول إليها وقد ساعدت اللغة الرقمية على زيادة فاعلية الصورة.

الكلمات المفتاحية: السيمياء، الصورة الرقمية.

Abstract:

Movie posters play an important and effective role in attracting the attention of the recipient, as they enjoy the public's interest. The role of the digital image has become a more useful and communicative tool than others in achieving communication integration for the recipient and to be a basic and effective counterpart in the world of design, but an indispensable element. The image has become a revolution with the emergence of computer technologies and to turn into a virtual creative work that works with all digital works and designs of movie advertisements. Images are no longer just a re-

work to produce a reality or an incident, but the image has become an imitation of reality. It has obtained its value through the characteristics and ease of access to it. The digital language has helped increase the effectiveness of the image.

Keywords: Digital image.

سيمائية الصورة الرقمية في التصميم الإعلان

بوسترات الأفلام السينمائية تلعب دوراً مهماً وفعالاً في جذب انتباه المتلقي، كونها تحظى باهتمام الجمهور، وبالأخص بعد عرض الإعلان، فإن للصورة الرقمية أهمية كما تسهم في خلق المتعة لدى المتلقي، وبدأت تباشر الصورة الرقمية في اعداد الفنون المتقدمة لا غنى عنها في عالم التصميم لأنها تمتاز بدلالات وأطر تعبيرية مهمه، وتعتمد الصورة على المعالجة أساساً فاعلاً في بنية التصميم ومن هنا وجدت الباحثة مكاناً لأثارة الأسئلة الآتية لتحديد المشكلة:

1- ماهي الدلالات التي تحملها الصورة الرقمية في مجال تصميم الإعلان؟.

2- ما مدى اشتغال الصورة الرقمية في التصميم؟.

قسمت الباحثة البحث إلى أربعة مباحث، ولكل مبحث مجموعة من المطالبة، واشتمل المبحث الأول على المشكلة، الأهمية، والاهداف، وبالتعرف على مصطلح السيمياء، الصورة الرقمية. أما المبحث الثاني أشتمل: مفهوم السيمياء، العلامة، الرمز، الدلالة، مفهوم الدلالة في الحقل التصميمي، سيمائية العلامات التصميمية، الرمزية والايقونة في الصورة، ووظائف الصورة. المبحث الثالث: يتناول اجراءات البحث باختيار المنهج الوصفي فضلاً عن آليات التحليل السينمائي.

أما المبحث الرابع: يتناول النتائج والاستنتاجات.

المبحث الأول: الاطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث:

في عالم يسوده عوالم الامس بمحددة الخيارات الفكرية أما عالم اليوم اختلفت وتتنوع الأفكار العملية والتقنية ليقدم نمطاً عقلياً مستفيداً من التراكم المعرفي والتقني مستعيناً بمفردات البيئة، وكذلك جلبت تحديات التقنية فتحول عالم التصميم من عالم يدوي ثم مكني، ثم رقمي إلى

أن وصل العالم إلى نظم معلوماتية وانترنت ومواقع التواصل عن طريق التواصل الرقمي الافتراضي وكان دور الصورة الرقمية التي تحولت إلى أداة موصلة ونافعة أكثر من غيرها في تحقيق الاندماج الإتصالي لدى المتلقي ولتكون صنواً أساسياً وفاعلاً في عالم التصميم، بل عنصر لا غنى عنه وأصبحت الصورة ثورة مع ظهور تقنيات الحاسوب ولتتحول إلى عمل ابداعي افتراضي يعمل بكافة الأشغال الرقمية وتصاميم الاعلانات الأفلام السينمائية، وبما أن تنوعت الأسباب التقنية التي وضعت أمام المصمم وقائع كثيرة تحيل الصورة إلى قراءات متعددة من هذا البعد ظهرت مشكلة البحث لعالم الصورة الرقمية:

1- ماهي الدلالات التي تحملها الصورة الرقمية في مجال تصميم الإعلان؟.

2- ما مدى اشتغال الصورة الرقمية في التصميم؟.

ثانياً: أهمية الدراسة:

1- اسهامه في اشتغالات الصورة الرقمية في تصميم الإعلان.

2- تنمية التلقي والتذوق باعتماده على الصورة الرقمية في تصاميم بوسترات الأفلام السينمائية.

ثالثاً: اهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى ما يلي:

1- التعرف على سيمياء الصورة في الإعلان.

2- تصميم خارطة التراكم المعرفي في الصورة الرقمية واشتغالها في التصميم.

3- معرفة الاشباع التي تحققها الصورة الرقمية في تصميم الإعلان.

رابعاً: حدود البحث

1- **الحدود الموضوعية:** دراسة سيمياء الصورة الرقمية في تصاميم الإعلان.

2- **الحدود المكانية:** بوسترات الأفلام السينمائية المنشورة للعام (2023) كونها تمثل أشهر الأفلام وأكثرها رواجاً.

3- **الحدود الزمانية:** يتحدد البحث بدراسة الصورة السينمائية في تصميم الإعلان ضمن العام (2023)

خامساً: تحديد المصطلحات:

1- السيمياء: تعد من أهم المفاهيم المتجذرة في الدراسات الغربية والعربية ورد المعنى في القرآن الكريم قوله تعالى: {وَوَدَّى أَصْحَابُ الْأَعْرَابِ رِجَالًا يَعْرِفُونَهُمْ بِسِيمَاهُمْ قَالُوا مَا أَغْنَىٰ عَنْكُمْ جَمْعُكُمْ وَمَا كُنْتُمْ تَسْتَكْبِرُونَ} [سورة الأعراف:48]. والسيمياء: كلمة يونانية بمعنى الدلالة أو الرمز أو الإيماء (نصار، 2013، 1/1057).

تعريف السيمياء في الاصطلاح: السيميا يطلق على غير الحقيقي من السحر وحاصله إحداث مثالات خيالية لا وجود لها وقد يطلق على إيجاد تلك المثالات وتصويرها في الحسن وتكوين صور في جوهر الهواء (الهمذاني، 1998، 2/52) وقد عرفه ابن عربي علم «السيمياء» هو أسم مشتق من «السمة» وهي العلامة. أي علم العلامات التي نصبت على ما تعطيه من الانفعالات (ابن عربي، 13/244).
فيرى بيرس: إن السيميوطيقا ماهي إلا مفهوم آخر للمنطق، إذ تمثل نظرية شكلية للعلامات (أريفيّة و آخرون، 2002، 33).

العرف الاجرائي: إن السيمياء هو علم التخيلات يدرّس الدلالة والإشارة وأنظمة العلامات بمدلولاتها، وأيضاً يمكن أن نقول إحالة الأجسام النوعية من صورة إلى أخرى إنما يكون من خلال التصميم والتراكم المعرفي لدى المتلقي.

2- **الصورة الرقمية:** هي ابداع ذهني لا يمكن تنبثق من الجمع بين الحقيقة والواقع وتتفاوت بالبعد وتعتمد الصورة أساسا على الخيال والعقل يدرك علاقاتهما فأن فاعلية الخيال تنفذ الصورة إلى مخيلة المتلقي فتطبع فيها شكل وهيئة معينة (وهبه، 1974، 66).

والصورة هي الناتج النهائي للعمل الذاتي الفردي او الجماعي بناءً على الخبرة المتراكمة لدى المصمم أو الشخص ولها تأثير على حياة الإنسان من خلال الاحتكاك بصورة مباشرة أو غير مباشرة (الغامدي، 2007، 98).

كما عرفت الصورة ايضاً: هي الصورة البصرية العقلية وبين الصورة المتخيلة ضمن مفهوم الوعي (تركساني، 2004، 145).

لم تعد الصور مجرد إعادة عمل لإنتاج واقع أو حادثة .

التعريف الاجرائي : الصورة أصبحت تحاكي الحقيقة فقد حصلت على قيمتها من خلال الخصائص وسهولة الوصول اليها وقد ساعدت اللغة الرقمية على زيادة فاعلية الصورة كسرت حدة الخوف وجفاف المادة المكتوبة بل تقدم شهادة اثبات وصدق على ما تقوله الكلمة بعد أن أصبحت مكوناً أساسياً للمعرفة وتقديم المعلومات في هذا العصر منجز بصري ذهني يتحقق عبر وسيلة تقنية تتم معالجتها ضمن برامج التصميم وفيها قيم فنية وجمالية وتقنية تفسر الدلالات ذهنياً.

المبحث الثاني: مفهوم السيمياء

السيمياء منهج بدأ يدخل في المجالات الأدبية والثقافية والفنية وكل العلوم منذ القرن العشرين، الأمر الذي يوسع حقل السيمياء إلى مديات أوسع من ارتباطها ببنية محددة بل تفتح على شفرات وبنى متنوعة حيث تقرأ العلامات بطرائق مختلفة.

إنّ علم السيمياء يعود إلى الأصل اليوناني ويعني خطاب (برنار، 2000، 9)، يخاطب الجمهور من خلال العلامات والإشارات أو الرمزية سواء كانت طبيعية أم اصطناعية، إذ الهدف هو (تصنيف علامات الفكر لتوجيهها في منطق فلسفي شامل، السيميوطيقا القديمة تنتمي إلى جرد مدلولات الفكر) (برنار، 2000، 37).

مفهوم الدلالة:

علم الدلالة مشتقة من اللفظة اليونانية (Semaino) المتولدة هي الأخرى من كلمة الأصل (Sema) إلى الجذر الأساسي (Senes) ويرجع بعض الدراسين إلى نشأة علم الدلالة إلى أواخر القرن التاسع عشر كما وضع الانكليزيين غدن وريتشاردز في كتابهما معنى المعنى الذي نجد فيه المثلث الأساسي تصور أو مدلول، مرجع الشيء دال حيث يوضح العلاقة بين الدال الصورة والمدلول الفكرة (عون، 2005، 94).

وهناك أنواع من الدلالة لفظية وغير اللفظية وتنقسم إلى ثلاثة أنواع (صليبا، 1994، 563). (11)

1- الدلالة العقلية: فإنّ هناك علاقة ذاتية بين الدال والمدلول تنقله من أحدهما إلى الآخر على تحقيق المدلول، ونفس الأمر كعلاقة ضوء الصباح أثر لطلوع الشمس.

2- الدلالة الطبيعية: فإنّ هناك علاقة طبيعية بين الدال والمدلول من خلال الأحداث الطبيعية كدلالة احمرار الوجه.

3- الدلالة الوضعية: إنّ يكون بين الدال والمدلول علاقة الوضع دلالة متعارف عليها دلالة اللون الأخضر إلى الأشجار.

أما أشكال الدلالة في مجال تصميم الإعلان في بوسترات الأفلام السينمائية فتبرر بثلاثة مستويات

1- الدلالة الأيقونية: ينتج المعنى في الصورة الإعلانية من خلال التمثيل الرمزي والأيقوني بمثابة تضمين بلاغي معبر عنه بأساليب رمزية وأيقونية.

2- الدلالة الرمزية: يعني إشارة اتصالية أو رمز تقوم على ركائز طبيعية مثل الدخان الذي يعني وجود نار (ابراقن، دت، 31).

3- الدلالة الاشارية: ترتبط الدلالة الإشارية بموضوعها علاقة سببية منطقية مثل الأعراض الموجودة لدى المريض التي تشير إلى عله مرضية لدية كما تتشكل الإشارة بأن هناك علاقة حقيقية مع الموضوع والذي بدوره يستطيع أن يحدد المعنى، فإن فائدة الدلالة الإرشادية في تصميم الإعلان تحفز المتلقي على أن يركز أنتباهه ويستخدم ملاحظاته في تأسيس وفهم العلاقة في الدلالة (جيرو، 1982، 11).

العلامة:

عرفت العلامة "الإشارة التي تدل على شيء آخر غيرها بالنسبة لمن يستعملها، أو يتلقاها على نحو تنطوي معه العلامة ذاتها على صلة تؤلف بين الدال والمدلول في علاقة تنتج دلالة.

وإذ كان الدال قرين البعد الحسي الذي يصفاح سمعنا عند تلفظ الكلمات أن المدلول هو البعد التصوري أو المفهوم الذي نعقله من هذا الدال وبقدر ما يفهم دي سوسير العلامة بوصفها الكل الذي يتركب منه الدال والمدلول وبوصفها تألف المفهوم والصورة الصوتية فإنه يؤكد طبيعتها الاعباطية أو الاختيارية في الوقت الذي يؤكد طابعها الخطي القائم على تعاقب النطق في الزمن" (كيزويل، 1985، 410).

العلامة تتكون من دال ومدلول أيه إشارة أو رمز يستخدمه المصمم ليميز عملة التصميمية تعد العلامة لغة بصرية تشكل مهارات المصمم.

وفي التصميم "تنظيم العناصر وفق علاقات ذات قوانين وأسس وأنظمة معينة خاضعة إلى التفكير والتركيب التي يقوم بها المتلقي، ومن ثم إعادة تركيب تلك العناصر التي فككها من أجل قراءة جديدة تقول العلامة وتعيدها إلى صورتها ودلالاتها ومرجعيتها" (الحسني، د ت، صفحة 186). (15)

الصورة كعلامة:

تمثل الصورة علامة ايقونية مبنية على علاقات متشابهة بين الدال والمدلول فالصورة معطى عام في التلفزيون والرسم والسينما والفنون من خلال الصورة الذهنية وكل مظهر شكلي (يخلف، 2012، 92).

فان الصورة تولد الأفكار والمعنى وتترجم الظاهرة وبما ان الصورة هي احدى العلامات التي تتوافر خاصية التحليل في العمق والتفكير حول الموضوع وتركز على إعادة صياغة الموضوع المدرك والعلامة هي: (كلمة أو أسم شعار أو أي تركيبة يستخدمها المصمم لتمييز عمله عن الأعمال الأخرى وتتشكل العلامة من العناصر التيبوغرافية وتعتمد على خبرة المصمم في تكوين العمل الفني) (النادي و اخرون، 2011، 33).

الرمز:

أداة التواصل بين الناس ولا يوجد مجتمع دون لغة أو رمز فإن استخدام الرموز اللفظية وغير اللفظية ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بالصورة وباللغة في مجال التصميم ونظراً للدور الذي يلعبه الرمز في الإعلان من حمل دلالات وابعاد ضمنية (وفي أيامنا تعد اللغة منظومة إشارات رمزية بالدرجة الأولى) (يخلف، 2012). (18) يتضمن التصميم أشكال ومضامين توظف في الرمز لتلبي ضرورات الفكرة كما يعد الرمز علامة مهمه يستند مع موضوعات التصميم، أي بإمكانه الاستلال الحروف والأرقام والأشكال من خلال أسلوب وترتيب وتنسيق الأفكار التصميمية.

مفهوم الدلالة في الحقل تصميم الإعلان:

الدلالة علم الرمز والإشارة ليصل إلى المتلقي سواء كانت عن طريق اللغة أو الرمز أو الإشارة فتعتبر الدلالة في مجال التصميم "بمثابة لغة أن لم تكن لغات عديدة فالمعاني المعبرة عنها

في التصميم يمكن ترجمتها إلى الفاظ، وتقوم بمحاكاة الواقع وعليه فالمصمم ينتقي بعضاً من عناصر الواقع ويقدمها على شكل عمل فني ليعطي من ورائها مقولات اجتماعية أو أيديولوجية وأخلاقية والمتلقي تلك العناصر وما ترسله من علامات فيردها في ذهنه إلى مرجعها الحقيقي" (محمد، 2003، صفحة 51).

الدلالة في التصميم تأتي من ثقافة وقيم المجتمع ويجب الحرص عند اختيارات الدلالات الرمزية فإن اللون الأسود يدل على الحداد والأبيض لون السعادة لذلك من الضروري فهم الكلمات والألوان والإشارات المستخدمة في تصميم الإعلان لأنه يهدف على اتصال اقناعي لتحقيق انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات، فإن تصميم الإعلان ينطوي على مجموعة من الكلمات والصور والرموز ذات اطار دلالي موحد بين المرسل والمتلقي.

سيميائية العلامات التصميمية:

يعد التصميم الركيزة الأساسية في بناء العمل الفني عن طريق الشكل وتأليف الأشكال لأنه وسيلة اقناع والوصول إلى غاية الإعلان، والبناء الشكلي للعناصر تعتمد على المصمم وخبراته ومن خلال توظيف العناصر داخل العمل:

1- **الألوان:** تلعب دور مهما في نجاح العمل الفني وفق الدلالات التصميمية حيث تضفي على المادة الإعلانية واقعية ومحاكاة للطبيعة كما تحقق الإعلانات الملونة جذب الانتباه اكثر، ولها أثر قوي أكثر من الإعلانات التي تكون باللون الأبيض والأسود (احمد، 2005، صفحة 104)، (20) ولألوان رموز وايحاءات متعددة فاللون الأحمر له دلالة للحب والرغبة والشوق، أما البرتقالي فيوحي إلى المجد والتباهي بينما اللون الأصفر لون دافئ يسر الناظرين.

2- **الاشكال والخطوط:** تكمن وظيفة الاشكال والخطوط في تصميم الإعلانات تظهر لنا الغرض لما يحتويه من أبعاد فنية، وإن الأشكال والخطوط تتفاوت من حيث انسجامها وتناغمها فمنها ما يسر ومنها، ما يرهب، لأن الطبيعة كالإنسان تقدم لنا أشكال جميلة أودع الله فيها سر الحياة فالإشكال والخطوط يعبر فيها المصمم عن كوامنه الداخلية من عواطف واحاسيس (أسمهان، 2000، 90)، فإن الإشكال والخطوط المتنوعة يكون مصدر

السيادة لعين المتلقي " من أبرز استخدامات الخطوط في تصميم العمل عندما يتحول إلى حدود فاصلة بين المساحات ليحدد قيمة كل مساحة (قدور، 2008، صفحة 107). (22)

رمزية الخطوط:

- 1- الخط العمودي: ويشير إلى تسامي الروح والحياة.
- 2- الخط الأفقي: يوحي إلى الثبات والاستقرار والهدوء.
- 3- الخط المائل: ويعطي إحاء بالحركة والمرونة والنشاط.

رمزية الأشكال:

- أ- المربع: يعكس تقابل الأرض مع السماء ويرتبط بالسكونية والثبات.
- ب- الدائرة: شكل مرن كما ترمز للكمال المطلق.
- ت- المثلث: يرتبط بكل منطقي ويشير للتركيز.
- 3- حروف الطباعة:

تقوم بدور مهم تمكننا من الوصول إلى المتلقي بسهولة من خلال المضمون فتعبر الصورة البصرية والأداة المهمة في العمل التصميمي "قالنص الكتابي عبارة عن تكوينات لغوية لها معان ودلالات يستلمها المتلقي بمراحل متعددة من خلال بنية الشعار وتوزيع العناصر بين وحدات التصميم" (الحسيني، 2008، صفحة 144) ⁽²³⁾ فإن أشكال الحروف لها تأثير إيجابي للمتلقي ويعتمد المصمم شكل الحروف بأحجام وأشكال مختلفة ويكون التصميم من عناوين وكتابات رئيسية وفرعية مهمة للمتلقي ويعمل النص بدقة وبلاغة.

4- الفضاء:

له دور في تشكيل وتفعيل الأشكال الرمزية ويعد الفضاء الوحدة الأساسية في تصميم الإعلان والذي يشكل للمصمم دائرة تصميمية ويتحدد بمفاهيم وقيم خاصة بكل مجتمع فهو يجمع العناصر التبيوغرافية ويكتسب عناصره الشكلية من خلال البنى الجزئية والكلية فهناك علاقة بين الشكل والفضاء حتى نصل إلى الدلالة والرمز والوظيفة من خلال الأشكال التصميمية (روبرت، 1986، صفحة 34). (24)

5- الصور والرسوم:

عملية تفاعلية تثير المتلقي وتعتبر عنصر مهم وجذاب من خلال المؤثرات الخيالية والجمالية في مجال التصميم وكلما زادت الصورة قوة سهل استهواء مخيلة المتلقي لأنها تعزز القدرة الإبداعية وتضيف عنصرين الأثارة والتشويق كما تفتح افاق جديدة ويكون اختيار الصورة والرسوم على أساس جاذبيات ذاتية متكاملة، كما تعد وسيلة اتصال مرئية لها القدرة على تفسير الرسالة التي تحملها فالصورة مكانة في تحقيق الهدف والغاية فإنها تعطي العمق في فضاء الأشياء وتتشأ علاقة مجسمة مع التصميم (روبرت، 1986، 204).

الرمزية والايقونة في الصورة:

من خلال التمازج والتداخل نحصل على المعنى في الصورة الإعلانية فأن الرمز " يعني به إشارة اتصالية تسجل علاقة قياس ثابتة داخل ثقافة معينة مع العنصر الذي تمثله" (ابراقرن، د ت، صفحة 31)، فستخدم الرمز في اثناء دلالة الصورة وتسهيل الإدراك للمتلقي من خلال ربط الرموز والدلالات وفتح الشفرات (باعتماده على التراكم المعرفي وبإمكان الصورة الإعلانية أن تقسر وتشرح بوسائلها الخاصة) (روبرت، 1986، صفحة 33). (26) لقد طرح "رولان بارث" فكرة الرمزية من خلال مستويات الدلالة البلاغية فان الرمز له ثلاثة مستويات (بنكراد، د ت، صفحة 205). (27)

أ- الرمزية المرجعية: (Symbolisme Référentiel)

ب- الرمزية الفيلمية: (Symolisme Diégétique)

ث- الرمزية الأنشيتينية: (Symblisme Eisesteinien)

د- الرمزية التاريخية: (Symbolisme Historique)

وبما أن الصورة تحمل معاني كثيرة فأن العمق في فك الشفرات من خلال الرموز المستخدمة لمختلف عناصرها.

الصورة الرقمية:

تختلف الصورة الرقمية عن الصورة الفوتوغرافية على أنها صور مولدة عن الحاسوب ويمكن تخزينها ومعالجتها وتحميلها ويمكن معالجة الصور عن طريق برنامج الفوتوشوب، وتتخذ

الصور الرقمية عدة أشكال منها الصور الإعلامية وصور الواقع في عالم الصور الرقمية، لم تعد الصور مجرد إعادة إنتاج لواقعة أو حادثة بل تخصص على قيمتها الثقافية من كونها صورة أصلية أو فريدة من خلال قابليتها على إعادة إنتاجها وتوزيعها بدرجة كبيرة في وسائل الإعلام والتصميم (كمال الدين، 2007، صفحة 202)، وتتكون الصورة الرقمية من شبكة دقيقة (Fine Grid) وكل بكسل يمثل لون معين ويمكن حفظ وحيث يتم تحويل البيانات إلى رقمية بعملية تعرف بالنقطيع أو أخذ العينات والصورة الرقمية (كمال الدين، 2007، صفحة 205). (28)

وظائف الصور

تقوم الصورة بدور مهم في توثيق ورصد الأحداث الكثير من الاحاسيس والخيالات ويمكن مساعدة الشخص في استدعاء الماضي فإن للصورة دور مهم في التأثير القوي وترجمة المشاعر والأفكار والاستحواذ على الانتباه كما تتفرد بمزايا وسهولة الاستيعاب (عبد الحميد، 2005، صفحة 7). (29)

أهم وظائف الصور:

- 1- الوظيفة الاتصالية للصورة: الوظيفة احدى الوظائف التي تقوم بها الصورة وظيفه اتصالية بصرية وظيفه اتصالية بصرية لتوصيل المعلومات ولجذب الانتباه المتلقي.
 - 2- الوظيفة البصرية للصورة: تتمتع الصور بدور فعال في جذب انتباه المتلقي والاستحواذ على أفكاره كما تعد العنصر الفعال واقوى في التصميم مما يكسب التصميم قوه كبيره كوسيلة بصرية.
 - 3- الوظيفة التعبيرية للصورة: تسهم الصورة بكفاءتها العالية في فكل استخدام وسائل الاقناع للمتلقي من خلال تغيير الصورة وايصال الفكرة (عبد الحميد، 2005، صفحة 24). (30)
- الصورة الرقمية وبرامج التصميم:

- 1- برنامج معالجة الصور: في العصر الحديث لم تعد البرنامج قاصرة على حفظ الصور فقط بل إعادة عرضها والقدرة على التعديل والتغيير والتلوين فضلا عن إضافة بعض المؤثرات كما ظهرت العديد من برامج التحرير وسهولة الاستخدام والدقة في أدائه.

- 2- **برامج الرسم والتلوين:** تقوم بتوجيه أو معالجة النقط المنفردة على شاشة الحاسوب ويمكن للمصمم إضافة تأثيرات متنوعة وتتراوح التطبيقات من معالجة الصورة والرسم بأداة الكترونية.
 - 3- **برامج الرسوم التوضيحية:** هي سلسلة من الأشكال الهندسية ويمكن معالجتها وتركيبها وتحريكها إلى مواضع مختلفة من الشاشة ويستخدم هذا البرنامج لإنتاج والاعلانات كما يتمتع بأدوات قوية لمعالجة النصوص.
 - 4- **برامج الخرائط:** يقوم بإنتاج الخرائط للمناطق الجغرافية كما يمكنه إعادة إنتاج خرائط متخصصة.
 - 5- **برامج توظيف الصفحات:** هناك أنواع متعددة من البرامج وتوظيف الصفحات لتجمع عناصر الكرافيكية وتم تصميم البرنامج على أساس الحصول على المدخلات بجهاز الحاسوب ويقول البرنامج على أساس استدعاء المقالات والصور والرسوم والاختبار ليقوم بتصميم الصفحات.
 - 6- **برامج الاتصال:** يمكن تبادل البيانات مع أجهزة الحاسوب مع هذا البرنامج ويتم التوصيل بجهاز مودم التحكم في مهام رئيسة لإتمام عملية الاتصال، ويمكن من خلال تبادل في إرسال المعلومات من خلال ربط جهاز الحاسوب أحدهما بالآخر، ويتم إرسال صفحات الجريدة إلى أكثر من موقع طباعي.
- فإن برامج التصميم لها دور مهم في تحقيق الغايات المتوخاة في تحقيق منجز التصميم كما لها القدرة على الحفظ والتغيير والتلوين والدمج كلها وسائل تساعد المصمم في إنجاز عمله، فضلاً عن إضافة المؤثرات الخاصة لكل برنامج والامكانيات وكفاءة الصوت والتحرير التي تعمل في معالجة الصور، ويمكن للبرامج إضافة العناصر التصميمية سواء عن طريق لوحة المفاتيح الملحقة بجهاز الحاسوب وتنظيم الصفحات ويقوم بالتوظيف بالتنقل الوقت والجهد المبذول في التصميم (الخوري، د ت، 67).

المعالجة التقنية للصورة في التصميم:

إن المعالجة تمثل الأبعاد الفنية في الصورة لأهميتها ولدورها التي تؤديه في مجال التصميم وللتطورات المتسارعة في عمليات إنتاجها، فإن للصورة الرقمية تأثيرات اجتماعية يمكن أن توظف التقنيات المختلفة المتوافرة في برامج الحاسوب ومن أبرز هذه المعالجات

1- المونتاج:

وهي من البرامج التي تغيير ملامح الصورة من خلال الحذف والدمج والإضافة والتركيب، وقد تكون حسنة النية وتهدف الى تكوين مشهد معبر أو تعدف إلى نية سيئة من تقديم عمل مجموعة من الصور والأشخاص لتكون انطباع شيء، فإن تركيب الصورة في المونتاج هو نفس التكنيك المونتاج السينمائي الذي يعطي لقطة أو بعد يعطي تأثيراً معيناً ويعتبر المونتاج تعبير للمعنى الحقيقي للصور فإن المصمم له دور في وضع الإشارات لإنتاج أعمال فنية تعطي للعمل قيمة من التوليف الفوتوغرافي أي تقنية جمع الصور.

2- اقتطاع أجزاء الصورة:

وهي عملية حذف أو تحرير جزء من الصورة لتغيير حجمها أو الفضاء كما أن التقطيع يعطي بعداً جمالياً ويؤدي وظيفة للصورة وتعتبر عملية أساسية لحذف بعض الأجزاء من الصورة للتركيز على جزء معين من التصميم وغالبا ما يتم التركيز عليه لكي يتناسب مع الفضاء والعمل التصميمي.

3- الإضاءة والتلوين:

ويعرف به التعقيم أو التفتيح الذي يعمل على تقسيم المناطق بالإضاءة من خلال الألوان ويعتبر من المعالجات الرقمية وغالباً ما يتم تعديل المساحة أو تعقيم الخلفية الأساسية للتصميم ومعاييرها لكي تتشابه مع واقع التصميم وذلك من خلال زيادة أو انقاص للتشبع اللوني وكذلك تحويل الصور الملونة إلى أبيض وأسود (Shar Q, 2007).

4- اصطناع الأحداث المصورة:

بعض وسائل الإعلام باصطناع أحداث مصورة، لا تتم للواقع بصلة، من تجميع بعض العناصر مع بعضها أو تحريك بعضها، وأحيانا ما تقوم باستخدام صور تم التقاطها في

أماكن مختلفة وتوقيات مختلفة وتقديمها على أنها تمثل وقائع حدثت في توقيت حديث فيعمل المصمم على ربط الاحداث من خلال التصميم ومخيلته يعتمد على التراكم المعرفي من صياغة التصميم والجمع بين الحقائق والتصورات التي تؤدي على نقل احداث تقترب من الواقع (الخوري، د ت، صفحة 101). (33)

مؤشرات الاطار النظري :

1-العلامة هي الوجه الآخر لأوليات الإدراك، لذا لا يمكن تصور سيميائيات مفصولة عن عملية إدراك الذات .

2-تكشف سلسلة من المدلولات التاويلية عبر رصد حركة الدوال في الحقل الذي تنشأ وتتحرك فيه وبالتالي فان المدلولات لا يمكن ارسالها بوساطة الدوال الحاملة لها.

3-توظف العلامة من اجل نقل معلومات، ومن اجل قول شيء ما، أو الاشارة الى شيء ما يعرفه شخص ما يريد ان يشاطره الآخر هذه المعرفة انها بذلك جزء من سيرورة تواصلية من نوع مصدر باث قناة، ارسالية، مرسل اليه

4-الصورة معطى عام يتجاوز الاستعمال الشائع للكلمة الذي يقصدها على الصورة البصرية عند حدود التلفزيون الرسم السينما الصورة الفوتوغرافية، الفنون الجميلة لأنها أي صورة الذات أو صورة العلامة او الصورة الذهنية.

5-تتسم الرموز في التصميم الاعلاني بالوضوح كالأيقونة والاشارة والتعبير وهذا يعني بانها اشارات تحدد العلاقة القائمة بين التشخيص والرؤية الطبيعية للأشياء من خلال

المبحث الثالث: منهجية البحث

تم اعتماد المنهج الوصفي لأغراض التحليل (اذ يعد تصورا دقيقا للعلاقات المتبادلة ويعطي البحث صورة للواقع الحياتي وعنصر أساس لغرض الحصول على إجابات الأسئلة) (محبوب، 1988، صفحة 219)، فإن الالية المتعبة قراءة السيميائية للصورة الرقمية في مجال تصميم الإعلانات بعد التطور الكبير الذي يشهده التصميم.

مجتمع البحث:

اطلعت الباحثة على الصور الرقمية المستخدمة في بوسترات الأفلام السينمائية الأجنبية أفضل أفلام لعام 2023م.

نماذج البحث:

تم اختيار البحث بطريقة قصدية (غير احتمالية) من المجتمع البالغ (10) بوسترات الأفلام الأجنبية واعتمدت (3).

مبررات الاختيار: تم اختيار نماذج البحث وفقاً للشروط

1- تمثيلها المجتمع البحث الأصلي.

2- تناسبها مع تساؤلات ومشكلة البحث وأهدافه.

3- اتفاق لجنة الخبراء.

تحليل النماذج أنموذج (1)

الصنف الفني: فلم تاريخي

سنة الإصدار: 2023

مدة العرض: 180

العرض: ابيض واسود

كتابة وإخراج: كريستوفر نولان الجوائز: الاوسكار، البافتا، غولدن غلوب.

OPPEN HELMER



الوصف البصري:

انبنى النص على قاعدة الترتيب الشكلي على نظام المركزية وينقسم إلى ثلاث مستويات القسم الأعلى كتابي والوسط الصورة والجزء الأسفل نص كتابي توسط التصميم صورة الممثل روبرت أو بينهايمر بزي الرسمي فان حجم الصورة يتناسب مع التكوين.

سيميائية الصورة:

ارتكز البناء التصميمي على معطيات بصرية اعتمد المصمم تكوين النص بدلالات شكلية المهيمنة على التصميم والاستدال الاستعاري بالصورة الرقمية فان صورة الممثل متوسط التصميم كونها دالة مهيمنة يبني عليها المشاهد أو الإعلان وزع المصمم وحدات (النص والصورة والقنبلة) وجاء تصنيف دلالات الرمزية المتمثلة بالصورة الفتوغرافية للفنان والزي الرسمي والدلالة العلامية من النص الكتابي باللون الأبيض والبرتقالي والدلالة أيقونة القنبلة على شكل نواة، إذ ركز المصمم في اعتماد الصورة التي تتشكل في تكوين نظام يتناسب مع طبيعة المعنى ليحاكي الجمهور عن طريق ترابط الموضوع والمعنى من خلال دلالات الصورة.

العلامة:

أكد المصمم على البعد الدلالي في تجسيد الفكرة عبر الشكل الذي هيمن في التصميم والإشارة لتأكيد المباشر في إيصال الدلالة فان شكل القنبلة كانت إشارة تاريخية بشكل غير مباشرة أما الصورة جاءت متمثلاً بشخصية البطل عبرت عن معاني دلالية وفق ابلاغ يقتضية فعل التصميم

وظائف الصورة:

جاءت الوظيفة الاتصالية الابلاغية للتعبير عن مضمون الفكرة التصميمية للصورة موضوع الغلاف كانت تذكر القنبلة النووية في اليابان وقد تحقق الشد البصري وشد الانتباه وتحقق الجانب التعبيري للصورة الذي حقق التناغم الشكلي ما بين الصورة وفنائها وبالتالي تفعيل الدلالة بهدف اقناع المتلقي من خلال مواجهة النص البصري وتأمل مكوناته الكامنة.

المعالجة التقنية الرقمية: أسهمت التقنيات الرقمية الحديثة في أضاء البعد الجمالي وباستخدام أداة (clarity) في برنامج (light room) والتي تستطيع ان تظهر تفاصيل الصورة والحفاظ عليها وعلى خصائصها الشكلية وبالتالي تعزيز العمل التصميمي.

عناصر التكوين

اللون عنصر أساسي في تكوين العمل التصميمي من خلال اللون الأصفر الناري الذي يجذب الانتباه، الفضاء القاعدة الأساسية الذي أستاذ علي المصمم في تحقيق العمق ولتحقيق الغرض الوظيفي الصورة الذي اعتبرها العنصر الأهم في التصميم وحقق فيه البروز وجذب المتلقي من خلال صورة بطل الفلم وحقق الغرض الوظيفي والجمالي للبوستر الإعلاني

المبحث الرابع

النتائج

- 1- اعتمد المصمم على اشتغالات السيميائية المتعددة والمتنوعة في الصورة.
- 2- ظهرت التقنيات الاظهارية من خلال انتاج الشكل والمضمون والاتجاه الواقعية في الاشتغالها البصري من خلال إعادة التحليل والتركيب.
- 3- حقق الاشتغالات ما بين الصورة الرقمية والنصوص مما يؤكد على أهمية الحقل البصري ومحمولاتها الرمزية.
- 4- حققت البعد الدلالي من خلال المعطيات وأسلوب العرض الجمالي للصورة
- 5- التنوع في توظيف عناصر التصميم التي تدعم الاخراج الجمالي للتصميم
- 6- توظيف طرائق المعالجة وأضافه المؤثرات الرقمية والمعالجة الصورية.
- 7- فاعلية الصورة الرقمية من منطلق سيميائي أدى إلى تحقيق التواصل البلاغي

الاستنتاجات

- 1- الصورة الرقمية متعددة القراءات بفعل التقنية الرقمية.
- 2- التمثيل الاستعاري في الصورة الرقمية يطرح بطريقة غير تقليدية كما متعارف عليها.
- 3- تنوع في الأنظمة البصرية وتؤثر على المتلقي من خلال التعزيز البلاغي والاشاري.
- 4- إضافة الصورة وظيفة آمنة الظروف وان التقنيات الرقمية أصبحت رسائل بصرية بلاغية مشبعة لدى المتلقي

التوصيات

- 1- التعمق في دراسة السيميائية وتوضيح دورها في معالجة الصورة الرقمية .

2- البحث عن أساليب جديدة للتعامل مع الصورة الرقمية المعدة للتصميم الإعلاني ويتم ذلك عن طريق التواصل المعلوماتي والتبادل المعرفي البصري .
المقترحات

انعكاس المرجعيات على الصورة الرقمية الاعلانية المعاصرة

1. المصادر:

2. احمد عبد الرحمن الغامدي. (2007). ثقافة الصورة الفنية, واثرها الاجتماعي والتربوي. الأردن: جامعة فلادلفيا.
3. اديث كيزويل. (1985). عصر البنيوية. (جابر عصفور، المحرر) بغداد: دار أفاق عربية للصحافة والنشر.
4. العاني هند محمد. (2003). القيم الجمالية في تصاميم اقمشة وازياء الأطفال وعلاقتها الجدلية. كلية الفنون الجميلة, جامعة بغداد.
5. النور دفع الله احمد. (2005). الإعلانات الأسس والمبادئ (المجلد الاولي). دارالكتاب الجامعي العين.
6. اياد حسين الحسيني. (2008). فن التصميم (الفلسفة - النظرية - التطبيق) (الإصدار 3، المجلد الاولي). الشارقة: دار الثقافة, دائرة الثقافة والاعلام.
7. أياد حسين عبدالله الحسني. (د ت). موسوعة فن التصميم, الفلسفة, النظرية التطبيق (الإصدار الأول). الشارقة: دائرة الثقافة والاعلام.
8. بيرو جيرو. (1982). علم الإشارة، السيميولوجيا. (منذر عياشي، المحرر) دمشق: دار الطلاس للدراسات والترجمة والنشر.
9. جميل صليبا. (1994). المعجم الفلسفي (الإصدار ج1). بيروت: دار الكتاب، الشركة العالمية للكتب.
10. سعيد بنكراد. (د ت). سيميائية الصورة الإشهارية (الإشهار والتمثيلات الثقافية) (المجلد د ط). المغرب: إفريقيا الشرق.

11. سكوت روبرت. (1986). أسس التصميم. (عبد الباقي محمد إبراهيم محمد محمود يوسف، المترجمون) القاهرة - الفجالة: دار النهضة، مصر للطبع والنشر.
12. شاكر عبد الحميد. (يناير، 2005). عصر الصورة والسلبيات والايجابيات. عالم المعرفة.
13. عبد العزيز تركساني. (2004). أجهزة العلاقات في تكوين الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية. للأعلام والاتصال، المنتدى السنوي الثاني للمملكة العربية السعودية.
14. عبدالله ثاني قدور. (2008). سيميائية الصورة (مغامرة سيميائية في أشهر الرسائل البصرية في العالم) (المجلد الاولي). الأردن: الوراق للنشر والتوزيع.
15. فايزة يخلف. (2012). سيميائيات الخطاب والصورة. لبنان: دار النهضة العربية.
16. مجدي وهبه. (1974). معجم المصطلحات - الآداب - . مكتبة لبنان.
17. محمد بن حسين بن عبد الصمد الحارثي العاملي، بهاء الدين (المتوفى: 1031هـ) الهمداني. (1998). الكشكول للشيخ البهائي (المجلد الأولى). (محمد عبد الكريم النمري، المحرر) بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية.
18. محمود ابراقن. (د ت). المدخل إلى السيميولوجيا (قاموس اللسانيات وسيميولوجيا الاتصال) (المجلد د ط). الجزائر: دار هوية للنشر والتوزيع.
19. مربيعي أسمهان. (2000). الاشهار في التلفزيون الجزائري دراسة سيميولوجية للرسالة الاشهارية. معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، أشرف: مخلوف بوكروج.
20. مروه محمد كمال الدين. (2007). مستقبل طباعة الصحف العربية رقميا. الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع.
21. ميشيل آريفيّة، و آخرون. (٢٠٠٢). السيميائية أصولها وقواعدها (المجلد د ط). (رشيد بن مالك، المحرر) الجزائر: منشورات الاختلاف.

22. نسيم عون. (2005). الالسنه محاضرات في علم الدلالة (المجلد الاولي). بيروت، لبنان: دار الفارابي.
23. نورالدين احمد النادي، و اخرون. (2011). الاعلام التقليدي والالكتروني. عمان: مكتبة المجتمع العربي.
24. هاني شحاده الخوري. (د ت). تكنولوجيا المعلومات على اعتاب القرن الحادي والعشرين، مدخل تعريفى لتكنولوجيا المعلومات. مركز الرضا للكمبيوتر.
25. وجيه محجوب. (1988). طرح البحث العلمى ومناهجها. دار الكتب للطباعة العلمىة والنشر.
26. وسان بزنانر. (2000). ماهى السيمولوجية (المجلد الثانية). (محمد نظيف، المحرر) المغرب: افريقيا الشرق.
27. المصادر الأجنبية
28. ابن عربى. (بلا تاريخ). الفتوحات المكية. (الوفاة: 638هـ)
29. Shar Q. (2007, March). *Ethical dilemmas regarding photo editing and manipulation in the print media. Retrieved from http://everything2.com/index.pl?node_id=1305374.*