



يا صاحب القبة البيضاء

يا احب القبة البيضاء في النجف
من زار قبرك واستشفى لديك شفي
زوروا أبا الحسن الهادي لعلكم
تُحظون بالأجر والإقبال والزلف
زوروا لمن تُسمع التجوى لديه فمن
يزره بالقبر ملهوفاً لديه كفي
إذا وصل فاحرم قبل تدخله
ملياً واسع سعياً حوله وطف
حتى إذا طفت سبعا حول قبته
تأمل الباب تلقى وجهه فقِف
وقل سلام من الله السلام على
أهل السلام وأهل العلم والشرف





فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م العدد (١٠)

No.:
Date



ديوان الوقف الشيعي/ دائرة البحوث والدراسات

م/ مجلة القبة البيضاء

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته...

اشارة الى كتابكم المرقم ١٣٧٥ بتاريخ ٢٠٢٥/٧/٩، والحاقاً بكتابنا المرقم ب ت ع / ٤ / ٣٠٠٨ في ٢٠٢٤/٣/١٩، والمتضمن استحداث مجلتكم التي تصدر عن دائرتكم المذكوره اعلاه، وبعد الحصول على الرقم المعياري الدولي المطبوع وانشاء موقع الكتروني للمجلة تعتبر الموافقة الواردة في كتابنا اعلاه موافقة نهائية على استحداث المجلة.

...مع وافر التقدير

حسباً

أ.د. لبنى خميس مهدي
المدير العام لدائرة البحث والتطوير
٢٠٢٥/٧ / ٢٠

نسخة منه الى:

- قسم الشؤون العلمية/ شعبة التأليف والترجمة و النشر.... مع الاولييات
- الصادرة

إشارة إلى كتاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير المرقم ٥٠٤٩ في ٢٠٢٢/٨/١٤ المعطوف على إمامهم المرقم ١٨٨٧ في ٢٠١٧/٣/٦
تُعَدُّ مجلة القبة البيضاء مجلة علمية رصينة ومعتمدة للترقيات العلمية.

مهند ابراهيم
١٥/ تموز



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - دائرة البحث والتطوير - القصر الأبيض - المجمع التربوي - الطابق السادس

✉ gd@rdd.edu.iq

🌐 Rdd.edu.iq

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م العدد (١٠)
تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

المشرف العام

عمار موسى طاهر الموسوي
مدير عام دائرة البحوث والدراسات



التدقيق اللغوي

أ. م. د. علي عبد الوهاب عباس
التخصص / اللغة والنحو
الجامعة المستنصرية / كلية التربية الأساسية
الترجمة

أ. م. د. رافد سامي مجيد
التخصص / لغة إنكليزية
جامعة الإمام الصادق (عليه السلام) كلية الآداب

رئيس التحرير

أ. د. سامي حمود الحاج جاسم
التخصص / تاريخ إسلامي
الجامعة المستنصرية / كلية التربية

مدير التحرير

حسين علي محمد حسن
التخصص / لغة عربية وآدابها
دائرة البحوث والدراسات / ديوان الوقف الشيعي

هيئة التحرير

أ. د. علي عبد كنو
التخصص / علوم قرآن / تفسير
جامعة ديالى / كلية العلوم الإسلامية
أ. د. علي عطية شرقي
التخصص / تاريخ إسلامي
جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد
أ. م. د. عقيل عباس الريكان
التخصص / علوم قرآن تفسير
الجامعة المستنصرية / كلية التربية الأساسية
أ. م. د. أحمد عبد خضير
التخصص / فلسفة
الجامعة المستنصرية / كلية الآداب
م. د. نوزاد صفر بخش
التخصص / أصول الدين
جامعة بغداد / كلية العلوم الإسلامية
أ. م. د. طارق عودة مري
التخصص / تاريخ إسلامي
جامعة بغداد / كلية العلوم الإسلامية

هيئة التحرير من خارج العراق

أ. د. مها خير بك ناصر
الجامعة اللبنانية / لبنان / لغة عربية.. لغة
أ. د. محمد خاقاني
جامعة اصفهان / إيران / لغة عربية.. لغة
أ. د. خولة خمري
جامعة محمد الشريف / الجزائر / حضارة وآديان.. أديان
أ. د. نور الدين أبو لحية
جامعة باتنة / كلية العلوم الإسلامية / الجزائر
علوم قرآن / تفسير

فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م العدد (١٠)
تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

العنوان الموقعي

مجلة القبة البيضاء
جمهورية العراق
بغداد / باب المعظم
مقابل وزارة الصحة
دائرة البحوث والدراسات

الاتصالات

مدير التحرير

٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١

صندوق البريد / ٣٣٠٠١

الرقم المعياري الدولي
ISSN3005_5830

رقم الإيداع

في دار الكتب والوثائق (١١٢٧)

لسنة ٢٠٢٣

البريد الإلكتروني

إيميل

off_research@sed.gov.iq

IRAQI
Academic Scientific Journals

الرقم المعياري الدولي
(3005-5830)

دليل المؤلف.....

- ١- إن يتسم البحث بالأصالة والجددة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.
- ٢- إن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:
 - أ. عنوان البحث باللغة العربية .
 - ب. اسم الباحث باللغة العربية . ودرجته العلمية وشهادته.
 - ت. بريد الباحث الإلكتروني.
 - ث. ملخصان أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الإنكليزية.
 - ج. تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.
- ٣- أن يكون مطبوعاً على الحاسوب بنظام (office Word) ٢٠٠٧ أو ٢٠١٠ وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجزأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُرَوِّد هيئة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وُجدت، في مكانها من البحث، على أن تكون صالحة من الناحية الفنية للطباعة.
- ٤- أن لا يزيد عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4) .
 ٥. يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصيغة APA
 - ٦- أن يلتزم الباحث بدفع أجور النشر المحددة البالغة (٧٥,٠٠٠) خمسة وسبعين الف دينار عراقي، أو ما يعادلها بالعملات الأجنبية.
 - ٧- أن يكون البحث خالياً من الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية.
 - ٨- أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامها على النحو الآتي:
 - أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.
 - ب. اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) عناوين البحث (١٦). والملخصات (١٢). أما فقرات البحث الأخرى؛ فيحجم (١٤) .
 - ٩- أن تكون هوامش البحث بالنظام التلقائي (تعليقات ختامية) في نهاية البحث. بحجم ١٢ .
 - ١٠- تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم والمسافة بين الأسطر (١) .
 - ١١- في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضل النسخ من المصحف الإلكتروني المتوافر على شبكة الانترنت.
 - ١٢- يبلغ الباحث بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدّة لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصوله إلى هيئة التحرير.
 - ١٣- يلتزم الباحث بإجراء تعديلات المحكمين على بحثه وفق التقارير المرسله إليه وموافاة المجلة بنسخة معدّلة في مدّة لا تتجاوز (١٥) خمسة عشر يوماً.
 - ١٤- لا يحق للباحث المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر.
 - ١٥- لا تعاد البحوث الى أصحابها سواء قبلت أم لم تقبل.
 - ١٦- دمج مصادر البحث وهوامشه في عنوان واحد يكون في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.
 - ١٧- يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء لبيان صلاحيته للنشر.
 - ١٨- يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الاستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.
 - ١٩- يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، وإذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) الف دينار.
 - ٢٠- تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.
 - ٢١- ترسل البحوث على العنوان الآتي: (بغداد - شارع فلسطين المركز الوطني لعلوم القرآن)
 - أو البريد الإلكتروني: (off_research@sed.gov.iq) بعد دفع الأجر في الحساب المصرفي العائد إلى الدائرة.
 - ٢٢- لا تلتزم المجلة بنشر البحوث التي تُخلُّ بشرط من هذه الشروط .



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
١	أثر استخدام تقنية القصص الرقمية التفاعلية في تنمية الخيال الفني لدى طلبة المرحلة الجامعية	أ.م. مروج منذر محمد	١٠
٢	السخرية الجرجسية قراءة نقدية في كتاب السخرية والسواد	م. د. زينب ميثم علي	٢٤
٣	القواعد المقاصدية في السياسة الشرعية رؤية اصولية معاصرة	م. د. ساجدة علاوي داود	٢٨
٤	الاستهلاك في ضوء المصادر التشريعية للإقتصاد الإسلامي» مقال مراجعة»	م. د. هديل صاحب منصور	٤٢
٥	السلوك الايثاري وعلاقته بالأمن النفسي لدى طلبة المرحلة الاعداية	م. د. دعاء عيدان عبد الله	٤٨
٦	فاعلية إستراتيجية مقترحة قائمة على نظرية الإطار العلائقي في فهم المقروء لدى طلاب الصف الثاني المتوسط وتفكيرهم المتزامن	م. د. علي ثابت حسان جبر	٦٨
٧	فلسفة الانتظار وجذورها التاريخية النبي محمد (صلى الله عليه وآله) أمودجاً	م. د. فاطمة جبار كريم	٩٠
٨	النقد البلاغي للذكاء الاصطناعي - قراءة في تمثيل اللغة من الخطاب إلى البيانات	م. د. صفاء جاسم عبد الصاحب	١١٢
٩	التحليل المكاني للظواهر اللغوية في منطقة شبه الجزيرة العربية «إقليم الحجاز مثلاً»	م. م. رسل مسلم رزاق م. م. حسن هادي محمد	١٢٦
١٠	اللغة العربية والتعريب في العصر الحديث «مقال مراجعة»	م. م. سكنة جبر حسين	١٤٦
١١	التداولية في علم اللغة، قصص أنبياء أولي العزم أمودجاً» دراسة تحليلية	م. م. بشير حسين جلود	١٥٢
١٢	الديناميات النفسية-التربوية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي: "دراسة تحليلية"	م. م. مروة محمود شلال	١٧٠
١٣	أثر إستراتيجية تحدي الفرق في التحصيل لدى طلاب الصف الثاني متوسط في مادة القرآن التربوية الاسلامية وتنمية قيمهم الأخلاقية	م. م. موسى حسن عبد	١٨٤
١٤	فاعلية استراتيجية التعلم المتسرع في تحصيل مقرر مناهج البحث التربوي عند طلبة كلية التربية الأساسية	م. م. انفال رحيم حسن	٢٠٢
١٥	أثر الصوت في التشكيل الدلالي (نونية أبي الفرج البغاء أمودجاً)	م. م. دعاء فياض خشن	٢١٨
١٦	قراءة في بنائية الصرف العربي دراسة للبنية الصرفية في شعر كاظم الحجاج	م. م. دنيا عباس محمد سامي	٢٣٠
١٧	أسرة بسيل الأندلسية ودورها الإداري والعسكري في الاندلس خلال العصر الأموي "١٣٨ - ٣٦٦ هـ / ٧٥٥-٩٧٦ م"	م. م. رغداء حسين محمد	٢٤٤
١٨	انعكاسات النظرية النسبية على الفن الاوروبي	م. م. زيد اسماعيل يوسف أ. م. د. بان محمد علي	٢٥٨
١٩	تقويم طرائق تدريس المواد المنهجية التخصصية في إعدادية الفنون التطبيقية	م. م. سالي عصام مصطفى	٢٦٦
٢٠	أهمية عامل النقل في تطور صناعة الزجاج والسيراميك في محافظة الانبار	م. م. صدام حسين صالح م. م. ماجد صبار عطوي الجابري	٢٧٨
٢١	المصطلح الصرفي عند القرطبي في كتابه التوابع في الصرف	م. م. عقيل عودة حسان	٢٩٢
٢٢	الدراسات التفسيرية في القرآن الكريم	م. م. علي عبد محمود	٣١٤
٢٣	أثر الشريعة الإسلامية على التشريعات القانونية الحديثة -الحضارة أمودجاً-	م. م. غفران ياسين محمد الهاشمي	٣٢٦
٢٤	أثر استراتيجية افكاري دليل عقلي في تحصيل مادة الرياضيات عند طلاب الصف الرابع العلمي	م. م. احمد داود جليل	٣٣٨
٢٥	البناء الفني في شعر صعاليك الجاهلية (تأبط شراً أمودجاً)	م. م. حيدر جواد كاظم	٣٥٤
٢٦	الاتفاق والاختلاف في قضاء الجنون للصوص دراسة أصولية مقارنة-	م. م. خالد جمال عبد الله	٣٧٠
٢٧	السياسة الخارجية للعراق بين الفاعلية الداخلية وهيمنة النفوذ الاقليمي	م. م. دعاء قحطان طولقاني	٣٨٠
٢٨	Error Analysis in Second Language Learning	Zainab Mohammed Lafta	٣٩٠
٢٩	أثر استراتيجية التفكير البصري في تحصيل طالبات الصف الثاني المتوسط في مادة النصوص وكفائتهن الذاتية	م. م. زينة حسن علي	٤٠٢
٣٠	البنية الحجاجية في خطاب د. مهدي المخزومي النقدي في كتابه «النحو العربي نقد وتوجيه»	م. م. ميثم صدام شاطي	٤٢٢



مجلة أنسابية اجتماعية فصلية تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي
محتوى العدد (١٠) شعبان ١٤٤٧ هـ شباط ٢٠٢٦ م المجلد الثالث

ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
٣١	دور المعلم في تطوير مهارات الطالبات للمرحلة المتوسطة	م. م. نداء هادي صالح	٤٣٢
٣٢	المشورة السياسية وأثرها في صناعة القرار السلطاني في عهد الأمير أبي يحيى بن عبد الحق المريني	م. م. صابرين جواد كاظم	٤٤٦
٣٣	التلوث البيئي وأثره على البيئة المائية في بحيرة حميرين	م. م. قحطان عناد اسماعيل	٤٥٦
٣٤	تدرج الخلق والتكوين في القرآن الكريم	م. م. نورس جمال عبد الزهرة	٤٧٦
٣٥	دور الولايات المتحدة الأمريكية في النظام الدولي وأثره في النظام السياسي	م. م. محمد عبد السادة علي	٤٨٨
٣٦	اللغة الاعلامية في البرامج المرئية "برنامج القرار لكم أمودجا"	م. م. هناء يوسف راضي	٥٠٢
٣٧	التشكيل الجمالي للإضاءة في الاعلانات التلفزيونية	لباحثة: ايات اسعد مجيد المالكي	٥٢٠
٣٨	تأثير شبكات البريد العثماني على تداول الاخبار في المشرق العربي (١٩١٤_١٨٥٠)	الباحث: حيدر امير حسين	٥٤٢
٣٩	مجلس الاعمار ودوره في التخطيط لبناء الجسور	الباحثة: روز عاجل سعيد أ. م. د. رشا جميل علوان	٥٥٤
٤٠	ظاهرة الترادف في شعر الحضري	الباحثة: نور محسن اجريدي أ. م. د. عماد علوان حسين	٥٦٨
٤١	ظاهرة الترادف في شعر دور استخدام طرائق التدريس المتنوعة على تطوير العملية التعليمية ورفع جودة التعليم	الباحثة: همسة جاسم أحمد	٥٨٢
٤٢	دلالة الفعل (جاء) في التعبير القراني	الباحث: عرفات نعمة حسين أ. م. د. خالد خضير عباس	٥٩٨
٤٣	سمات البنية التصويرية للحدث الرئيسي في افلام الجريمة	م. د. احسان دعدوش حسن	٥١٠



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



التشكيل الجمالي للإضاءة في الاعلانات التلفزيونية

الباحثة: آيات اسعد مجيد المالكي

وزارة التربية/ المديرية العامة للتربية في محافظة بغداد الرصافة الثانية



المستخلص:

نظراً لكون الإضاءة من الأمور المهمة الداخلة في التكوين الفلم الاعلاني التلفزيوني لما تسببه من تأثيرات مؤثره وفاعله في عملية الادراك التي تؤدي الى الاختلافات في الوظائف التعبيرية لتبدو الاعلانات وبدرجه عالية من الجمالية وتكون ملفته للنظر المتلقي . اذ ينصب البحث الحالي الى معرفة الجماليات والتقنيات الفنية والاساليب التي تلعبها الاضاءة في المنجز التلفزيوني الاعلاني والتي تحمل الكثير من المضامين الفكرية والجمالية والوظيفية تبعاً لغرضها من الاعلان فهي تحقق ابعاءات متنوعه , وتحدث مشكلة البحث في طرح التساؤل التالي: الى اي مدى تسهم الاضاءة في اضافة الدلالات الجمالية والتعبيرية تعمق من مساحة المعنى المنبثق من الصورة المرئية في الاعلانات التلفزيونية؟ فيما تحدد هدف البحث (في التعرف على التشكيل الجمالي للإضاءة في الاعلانات التلفزيونية) ومن اجل تحقيق هدف البحث حددت محاور تضمنها الفصل الثاني المبحث الاول (الاساليب التقنية لتشكيل الاضاءة في الاعلانات التلفزيونية) اما المبحث الثاني (جماليات الاضاءة في الاعلانات التلفزيونية) وتم استخراج مجموعه من المؤشرات على وفق ما تم دراسته في الفصل الثاني , اما الفصل الثالث فق تضمن منهجية البحث اذ اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي ولغرض تحليل العينات اعده استمارة خاصه والتي صادق عليها الخبراء , اثمر الفصل الرابع مجموعه من النتائج منها (أن التنوع في كثافة الاضاءة جعل الصورة توحى بأكثر من مستوى تعبيري وجمالي في الاعلان التلفزيوني, تنوع الإضاءة ما بين النور والاعتماد في القطه المكونة للإعلان التلفزيونية منح الاعلان لمسه جمالية ووظيفيه) وضمن ايضاً مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات .

الكلمات المفتاحية: التشكيل، الجمالي، الإضاءة.

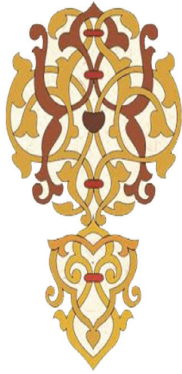
Abstract:

Given that lighting is a crucial element in the composition of television commercials due to its profound and effective impact on the perception process—leading to variations in expressive functions that make advertisements appear highly aesthetic and eye-catching to the recipient—the current research focuses on identifying the aesthetics, technical techniques, and styles that lighting plays in television advertising. These elements carry significant intellectual, aesthetic, and functional implications depending on the advertisements purpose, as they evoke diverse suggestions. The research problem is centered on the following question: To what extent does lighting contribute to imparting aesthetic and expressive connotations that deepen the meaning emerging from the visual image in television commercials?

The research objective is to identify the aesthetic formation of lighting in television commercials. To achieve this, the second chapter included two main sections: Technical methods for forming lighting in television commercials. The aesthetics of lighting in television commercials.

A set of indicators was extracted based on the theoretical framework. As for the third chapter, it covered the research methodology, where the researcher followed the descriptive-analytical approach. A specialized analysis form was developed and validated by experts to analyze the samples. The fourth chapter yielded several results, including:

The diversity in lighting intensity allowed the image to suggest multiple





expressive and aesthetic levels within the television commercial. The variation of lighting between light and shadow (Chiaroscuro) within the commercial shots added both aesthetic and functional touches. The research also concluded with a set of conclusions and recommendations.

Keywords: Formation, Aesthetic, Lighting .

الفصل الاول (منهجية البحث)

١-١: مشكلة البحث: تؤدي الاضاءة دورا كبيرا وواضحا في مجال الاعمال الفنية لاسيما الاعمال التي تحتوي على جزء بسيط من الدراما منها (الاعلانات التلفزيونية). فقد يتم استثمار الإضاءة منفردة بطاقته تعبيرية وجمالية عالية والتي توضح المعالم الجمالية للصورة من خلال الضلالت التي تبرزها وتحقيق التركيز الاساسي للشيء المطلوب الاعلان عنه بالإضافة أيضا الى إظهارها بصورة أكثر جاذبية وواقعية. وهذا ما يسعى اليه المخرج ووفق اسلوب المميز في تجسيد الصورة الإعلانية. فهي اتباع رغبة المشاهد الذي يبحث عن صوره متحركة أكثر اثاره وحيوية مجسده بطريقه ابداعيه ووفق رؤيه فنيه محققه هدفها بصوره جمالية مستخدمه الضوء لتكوينها او بمشاركة العناصر الصورية والصوتية التي تتم تجسيد الكلي للفكرة الدرامية او الإعلانية. مثل الازياء. الديكور. الإكسسوار. المؤثرات الصوتية وغيرها من العناصر. لنتنتج بذلك صوره بصريه جميله ذات تعبير دلالي. وبعد التطور الهائل الذي شهدته البشرية خاصة في مجال الفضائيات التي عملت على ايصال البث الى العالم اجمعه وكثرة البرامج التلفزيونية التي ساعدة على جذب عدد كبير من المشاهدين بحكم التنوع الذي شهده العرض التلفزيوني هذا بدوره ادى الى جذب عدد كبير الى الاعلان في هذه الوسيلة وبعد ان كانت الإضاءة مجرد عنصر يوضح الصورة امام الكاميرا اصبحت الان لها الدور الكبير والفاعل في المنجز الفني في التشكيل الجمالي لهذه البرامج ومن هنا برزت مشكلة البحث ويحددها الباحث في التساؤل الاتي: الى اي مدى تسهم الإضاءة في اضافة الدلالات الجمالية والتعبيرية تعمق من مساحة المعنى المبتثق من الصورة المرئية في الاعلانات التلفزيونية؟

٢-١: أهمية البحث: تتجلى أهمية البحث بوصفه يدرس موضوعه من الموضوعات المهمة في تشكيل الجمالي للصورة التلفزيونية وهو الضوء. وما يحملها من جوانب فنيه وجمالية وما يتركه من انطباعات ومدلولات لدى المشاهد وكونه يسهم في (تربية الدوق لدى العاملين في مجال اخراج الاعلانات التلفزيونية من خلال تسليط الضوء على التشكيلات الجمالية للإضاءة والتي لها دور فعال في جذب انتباه المتلقي للإعلانات التلفزيونية، تكوين قاعده معرفيه حول التشكيل الجمالي للإضاءة في مجال الاعلانات، وللدارسين في هذا المجال يوضع كمصدر علمي يوضح الإضاءة وتشكيلاتها الجمالية المستخدمة في الاعلانات)

٣-١: اهداف البحث: يهدف البحث الحالي الى تعرف على التشكيل الجمالي للإضاءة في الاعلانات التلفزيونية.

٤-١: حدود البحث:..

١. الموضوعية: اعلانات البرامج التلفزيونية التي تتضمن الإضاءة والذي جذب الانتباه اليها.

٢. المكانية: الاعلانات التلفزيونية المعروضة على قناة MBCعراق.

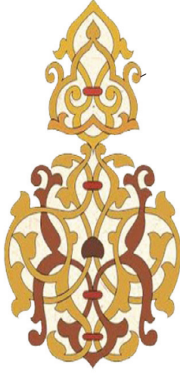
٣. الزمانية: اعتماد الاعلانات الترويجية للبرامج التلفزيونية المعروضة في شهر رمضان لسنة ٢٠٢٥.

٥-١: تحديد مصطلحات: . التشكيل: تطلق لفظة (الشكل) في معاجم اللغة العربية " الشكل: المثل، نقول هذا على شكل هذا أي على مثاله، وشكل الشيء: صورته المحسوسة والمتوهمة وتشكل الشيء: تصور وشكله: صورة" (١). ابن منظور. ص ٩٤٩). ويقول: محمد الدين بن يعقوب الفيروزآبادي، في "الشكل والتشكيل، الشَّبْءُ، والمِثْلُ، ويُكْسَرُ، وما يوقفك ويصلحُ لك، تقول: هذا من هواي ومن شكلي، وواحد الأشكال: للأمور المختلفة المُشكَلَة، وصورَةُ الشيء، المحسوسة والمتوهمة، ح: أشْكالٌ وشُكولٌ، و= نبات متلون أصْفَرٌ وأحْمَرٌ، والشَاكِلَةُ: الشُّكْلُ، والنَّاحِيَةُ،

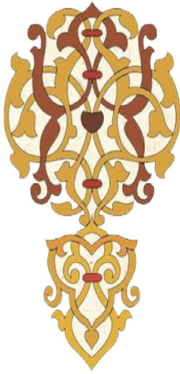


فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



والنيّة، والطريقة، والمدّهُب، وشكله تشكيلاً: صوره، والأشكال: ما فيه حُمْرَةٌ وبياضٌ مُختلَطٌ، أو ما فيه بياضٌ يَضْرِبُ الى الحُمْرَةِ والكُدْرَةِ» (٣١). الفيروزبادي (ص. ١٠١٩). وفي حديث للأمام علي (عليه السلام): «وَأَنْ لَا يَبِيعَ مِنْ أَوْلَادِ نَحْلٍ هَذِهِ الْقُرَى وَدِيَةٌ حَتَّى تُشَكَلَ أَرْضُهَا غِرَاسًا، وَالْمَرَادُ بِهِ أَنَّ الْأَرْضَ يَكْتُمُ فِيهَا غِرَاسُ النَّحْلِ حَتَّى يَرَاهَا النَّاطِرُ عَلَى تِلْكَ الصِّفَةِ الَّتِي عَرَفَهَا بِمَا فَيْشَكِلُ عَلَيْهِ أَمْرُهَا وَيَحْسِبُهَا غَيْرَهَا» (٣٨، محمد عبده، ص. ٢٢-٢٣). التشكيل اصطلاحاً: يقول تليمة: بأن سمة التشكيل بمفهومها الخاص والدقيق تطلق على فن الرسم، نظراً لأن الرسام يفيد من مرونة وطواعية مادته اللونية، التي (غفل في اصلها) ليس لها أي معنى، فيصنع منها شكلاً معيناً ذا معنى خاص به ينبع من طريقة تشكيله، فالرسام بهذا المعنى حين يرسم لوحة فإنه يصنع شيئاً، وهو يصنعه صنعا حفيفياً، أي ينشئه انشاءً او هو يبدعه (ص. ٢٦، عبد المنعم، ص. ٥٠). التعريف الاجرائي:.. وهو الترابط والتمازج بين العناصر الفنية المكونة للعمل الفني مع بعضها البعض وفق رؤيه فنيه تقنيه محققه العمل الفني وبصورته النهائية. الجمالي: (الجمال) في اللغة «وردت كلمات الجمال في كشف اصطلاحات الفنون (لتهانوي) بمعنى لا احسن وحسن الصورة والسيرة» (٧، التهاني محمد علي الفاروق، ص. ٣٤٦) اي لا يعني حسن المظهر فحسب وانما حسن المظهر والجوهر الذي يحتويه بداخله. وورد ايضا ان الجمال صفه تلحظ في الاشياء وتبعث في النفس السرور والرضا» (١٢، الجوهري، ص. ٢٠٩) فنحن متى ما رأينا الجمال وقفنا متأملين له وهذا بدوره يبحث الراحة والسرور لا نفسنا كما في رؤيتنا للطبيعة التي خلقها الله لنا لتكون بأرقى حلتها لتنعاش معها او ان الجمال هو « ما يتعلق بالرضى واللطف» (٩، الجرجاني ابو الحسن علي بن محمد، ص. ٧٣) اما اصطلاحاً: «لدى الغزالي الجمال ثلاثا. الجمال الحسي والوجداني والعقلي» (١٧، رياض عوض، ص. ٢٠٤) الجمال الحسي هو «جمال الاشياء المحيطة بنا والتي نستطيع الاحساس بها اما الجمال الوجداني ما يتعلق بالخير والشر في عواطفنا ومشاعرنا التي تدفعنا نحو عمل ما اما الجمال العقلي هو جمال متعلق بإدراكاتنا العقلية او تصوراتنا الذهنية للأشياء. كما ذكر الجمال في دائرة العلوم البريطانية نشرة وليم بينيتون انه الدراسة النظرية لأنماط الفنون وهي تعني نعيم الجمال وتقصي اثاره في الفن والطبيعة» (٤٥، وليم بنتون، ص. ٥) التعريف الاجرائي للجمال: . وهو جمال الاشياء التي تتجسد و تتركب مع عناصرها بترتيب وتناسق وتطرح أمامنا لرؤيتها والتأثر بها عقليا وحسبيا محققه من خلالها السعادة لنفسنا.

الاعلانات التلفزيونية: . الإعلان في اللغة له عدة معان «يقال علق الامر علونا. علق علنا وعلانيه. ظهر وأعلنته أظهرته» (١٢، الجوهري، ص. ٢١٦٦) وفي معجم مقاييس اللغة جاء « العين واللام والنون أصل صحيح يدل على أظهر الشيء والإشارة اليه وظهوره» (٣، ابو حسين احمد، ١١١) اما التلفزيون. «معناه التشابه والمحاكاة» (٢٠، شاعر عبد الحميد، ص. ٩) ووفق أسلوب الصانع او هو « تمثيل وقياس لما نعلمه بعقولنا على الذي نراه بأبصارنا» (٩، الجرجاني، ص. ١٩٦) اصطلاحاً: الاعلان «هو الذي يستخدم لغرض الاقناع وأثارة اهتمام الموزعين ودفعهم للتعامل التجاري وتمويل متاجرهم بالسلع المعلن عنها» (٢٣، العلاق، ص. ١٠٦) او هو « عملية اتصال تهدف للتأثير من البائع الى المشتري على أساس غير شخصي حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة» (٣٧، محمد حسن، ص. ٢٠٤) اما التلفزيون «هو شكل من اشكال الفنون البصرية وهي تجمع بين فن الصوت والتصميم والتكوين والانشاء والتشكيل التي تضم في بنيتها عناصر اللون والإضاءة والديكور والاكسسوارات فضلا عن عنصر الحركة الذي يعد من اهم سمات الصورة التلفزيونية» (٣٣، لؤي عبد علي، ص. ٩) التعريف الاجرائي: . (الاعلان التلفزيوني): . هو عملية الاستثمار التقنية والفنية والجمالية للعناصر المنجز الاعلاني وفق رؤيه إخراجيه بصوره إبداعيه خياليه مبتكره لغرض إنتاج أعلانا متكامل ومتلأم مع الهدف المطلوب ايصاله الى المتلقي.

الفصل الثاني (الاطار النظري والدراسات السابقة)

المبحث الأول:

١-٢: الاساليب التقنية لتشكيل الإضاءة في الاعلانات التلفزيونية

١-١-٢: الاعلان التلفزيونياً



لكي ارسل رساله ما الى المتلقي والفت انتباهه اليها لا بد من استخدام افضل الأساليب لذلك الاعلان احدى أهم الاساليب الذي قد تستخدم لإيصال رساله ما لكن علينا معرفة ما هو الاعلان فهو بأبسط صورته « يشكل صورته الحضارية لكل مرحله من مراحل التطور البشري مند العصور السالفة حتى اليوم يشكل ركيزة أساسيه لتطور المجتمع ونموه. لذلك تباينت الآراء والافكار حول مفهوم الاعلان والنظر اليه» (١٣, حسام فتحي ابو طعمه, الاعلان وسلوك المستهلك (بين النظرية والتطبيق), ص١٧). ونظرا لكون الاعلان تداخل في كافة اتجاهات الحياة الإنسانية بتوجهات مختلفة الاجتماعية الاقتصادية والسياسية ونظرا لتعدد الافكار والآراء حوله فقد عرف عدة تعريفات منها تعريف دائرة المعارف الفرنسية «مجموع الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجاريه او صناعيه. واقناعه بامتياز منتجاها. والايغاز اليه بطريقه ما بحاجته اليها» (٤٠, مني الحديدى, الاعلان, ص١٦) وهذه الاهمية التي يتمتع بها الاعلان بسبب الخصائص التي يمتلكها منها» اتساع نطاق الاعلان فهو موجه للجمهور ككل. وتعدد الاساليب التي يمكن اللجوء اليها والاختيار فيما بينها في صياغة واخراج الاعلان» (٤٠, مني الحديدى, مصدر سابق, ص ١٧) ويجسد التلفزيونية (الصورة المرئية المتحركة) ويعتبر احدى اهم الوسائل في العصر الحديث لنقل الاعلان من المرسل الى المتلقي ليتأثر به ويتفاعل معه وبما ان الإعلان فن يتطور تطوراً ذاتياً بالتطور التقني الذي نصل اليه, فمع التطور الكبير الذي أحدثته التقنية الضوئية في الاخراج التلفزيوني, والجمالية التي اضافتها الإضاءة. انعكس بدوره على عالم الدعاية والإعلان اذ كان تصميم الاعلانات وإخراجها على درجه عالية من الابداع والحداثة والابتكار في كل يوم نتوجه به نحو المستقبل وساهم التلفزيون بشكل ايجابي لنشر الاعلانات بصوره واسعه وذلك «لكون الإعلان التلفزيوني دورا حيويا و متميزا بما توفره له هذه الوسيلة الاتصالية من تقنيات وميزات عديدة, تكون كفيلة بتوفير عناصر الابتكار والإبداع والتأثير والانتشار للقائم على الإعلان. ويتم ذلك كله عن طريق استغلال مزايا الصورة والحركة والحبكة واللون والصوت فضلا عن حيوية التلفزيون بوصفه وسيلة ذات أنتشار واسع وشعبية كبيرة» (٢١, الشطري, الاعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية, ص٧٧) فهو يعتبر التقنيات المهمة المكتشفة من قبل الانسان والذي تثبت اهميتها كوسيله الاولى مهما زادت التطورات وذلك تبعا للميزات الذي يتمتع به». كما أن التطور الواسع الذي حصل في وسائل الاتصال باعتماد التقنية الحديثة في الأرسال عبر المحطات الفضائية التي أصبح بالإمكان إيصال الرسائل الإعلامية الى اية نقطة من نقاط العالم وفي لحظة البث نفسها الأمر الذي أتاح عملية بث الرسائل الإعلامية بطريقة مباشرة الى أنحاء العالم جميعه ليتسلمها المواطن داخل بيته» (٢١, الشطري, مصدر سابق, ص٧٧) ساهم إيصال الاعلان الى كافة فئات المجتمع لكي يتفاعلون ويكون لديهم سلوكا ما اتجاهه سوى كان تجاري سياسي او غيرها». وللإعلان أهمية حيوية في عملية التسليح, فهو لا يكتفي بأن يعلم عن الخروج من السلع او الخدمات ولكنه يبحث على الطلب ويشجع عليه ومن ثم يوسع الاسواق بثقافة تعتمد على الصورة ليؤدي الإعلان الدور الرئيس في بيع الرموز الثقافية» (٤٢, نور الدين احمد النادي واخرون, تصميم الاعلان (الدعاية والاعلان في السينما والتلفزيون), ص١١) وبذلك ان الاعلان في التلفزيوني يعد من الطرق التي تترك تأثيرا على المتلقي وتبعا للخصائص التي يتمتع بها منها:.

١.: « ينقل الرسالة الى العائلة كوحده واحده بحيث تشاهد الأسرة مجتمعه الرسالة الإعلانية

٢.: تحقيق ميزة انتقاء المشاهدين

٣.: عندما يتم العرض لسعه ما فأثما تظهر لوحدها دون منافسه من قبل الشركات الاخرى للإعلانات

٤.: يجد المعلن فرصه للعمل الخلاق من الناحية الفنية من حيث استخدام الافراد والحركة واللون وعرض السلعة والصوت

٥.: يقدم الفرصة للوصول الى أكبر عدد من المشاهدين من خلال رساله اعلانيه واحده. فنظر للتطور الاقتصادي وارتفاع مستوى المعيشة فان نسبه كبيره من الافراد اصبحوا يملكون اجهزة تلفاز ومن ثمة يزداد عدد المشاهدين للرسالة الإعلانية. خاصة اوقات المساء لتجمعات العائلية



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م

٦.: ان التلفزيون يتميز بالتغطية الكبيرة من حيث عدد الجمهور الذي تشاهده فان تكلفة الفرد الواحد تقل او تنخفض نسبيًا بالرغم من ارتفاع المبلغ الاجمالي المطلوب للإعلان التلفزيوني من حيث الزمن وتكاليف الاخراج نفسها» (٤٣، نور الدين احمد واخرون، الاعلان التقليدي والالكتروني، ص ١٨٩)

وبهذا يعد التلفزيون من الوسائل ملائمة لنشر الاعلان على نطاق واسع خاصة بعد التقدم التقني والرقمي الحاصل. فظلا عن الجانب الجمالي الذي يتميز به الاعلان في هذه الوسيلة باستخدام المرشحات اللونية للضوء وزوايا التصوير والتفنن بالديكور وهم عنصر الذي يجمع ذلك هو فكرة المنجز الاعلاني.

٢-١-٢.: الاضاءه.

من نعم الحياة التي تمكننا من رؤية كافة التفاصيل في الواقع. و نستطيع ادراك الاشكال والاشياء الموجودة في الحياة .. (أن الضوء هو عبارة عن موجات كهرومغناطيسية لها طاقة تظهر على شكل صورة إشعاعية وتتحول هذه الطاقة الإشعاعية إلى الأنواع الأخرى المعروفة من الطاقة تحقيماً لمبدأ حفظ الطاقة) (٣٠، فرنسيس جنكينز وهاري هوابت ، اساسيات البصريات، ص ٣٩-٤٠) فالضوء الساق على الاشكال يعيها صفتها التعبيرية وتجسيدها وتعكس هذه الإضاءة لكي ترى «اذ يذكر الضوء على انه صفة للمادة، وذلك لان المواد المرئية التي ندركها لا تصدر اشعه ضوئية لكنها ترى لان الضوء الساقط عليها ينعكس ويسقط على اعيننا» (٢٩، غ، ا، برسلاف، بيسيكولوجيا اللون، ص ١٣) وهذه خاصية لعوامل فيزيائية تخضع لها المنظومة داخل عين الانسان لترسلها من العدسة الى الاعصاب التي تنقلها الدماغ لترجمتها ورؤيتها الشئ المعروض امامه. ونفسية متعلقة بوظيفته في الاستخدام

ونستطيع رؤية كل ما يجري حولنا من جماليات الطبيعة التي خلقها الله لنا. فوجود مصدر الضوء له اهمية كبيرة لنا وبمرور الوقت دخل الضوء مع صناعة الفلم فنقل الصورة الحيه (الواقعية) بكافة تفاصيله اذ كان مبدئ رؤية الشكل امام الكاميرا نفس مبدا سقوطه على عدسة العين وفق الانعكاسات في الضوء و ظهرة الإبداعية في تجسيد الضوء في المشاهد الاعلانية وفق تقنيات ساعدة على ذلك .« كما تكمن اهمية الإضاءة في تحقيق التوازن الواقعي للدرجات اللونية لتبدو الصورة في الكاميرا أشبه ما تكون بالرؤية الطبيعية للأشياء كما يراها الانسان بالعين المجردة» (٥٠، برنامج التصوير التلفزيوني، ص ٢) كما أن الضوء يتكون من ثلاث اضواء رئيسه هي التي تحدد هبته الشكل امام الكاميرا. هي «الاحمر. الاخضر. الازرق» (٤٦، يحيى حموده، نظريات اللون، ص ٧) هذه الالوان لدى دمجها مع بعضها البعض تؤدي الى انتاج اللون الابيض «وعن طريق الانكسار والانعكاس تبرز الوان وتختفي الوان حسب الاطوال الموجية لكل لون».

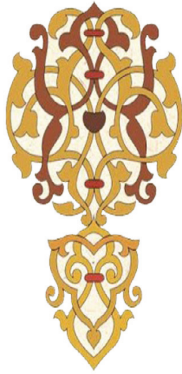
(٣٠، فرنسيس جنكينز وهاري هوابت، مصدر سبق ذكره، ص ٤٠)

٢-١-٣.: مصادر الضوء:

٢-١-٣-١.: المصادر الطبيعية: من البديهي ان تكون الشمس هي اول المصادر الضوئية الطبيعية، فهي مصدر الاضاءة الرئيس في التصوير الخارجي، وتلعب زاوية سقوط الضوء من الشمس دوراً بارزاً في عملية الافادة منها لأجل اتمام عملية التصوير، فعندما تكون زاوية سقوط اشعة الشمس عمودية (وقت الظهيرة) ينتج عن هذه الاضاءة، تبايناً حاداً بين الضوء والظل، وتظهر ظلالاً حادة تحت العينين واسفل الذقن، اما عندما تكون زاوية سقوط الضوء من الشمس مائلة بزواوية منحرفة معينة، فينتج ظلالاً طبيعية، ولا يظهر ان تبايناً حاداً بين مناطق الضوء والظل، مما يسمح بتصوير الشخصيات دون حدوث اي ظلال حادة تغطي تفاصيل الوجه، و«(١٩، شارلس ج كلارك، التصوير السينمائي للمحترفين، ص ١٧٦) فدراسة قوة اوقت التي تمر فيها الشمس مهم لأجل تحقيق وظيفة موضوع الفلم الجمالي والتعبيري وإنتاج صورة مرئية ذات ظلال طبيعية غير حادة.

٢-١-٣-٢.: مصادر الإضاءة الصناعية. «وهي الإضاءة التي تقوم بعملها لتوحي للمشاهد بالزمان والوقت المراد التصوير فيه أذ ان الإضاءة الصناعية لها خاصية مرنة أكثر من الطبيعة للإضاءة بالزمان» (برنامج التصوير التلفزيوني، مصدر سبق ذكره، ص ٤)

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م





فاستخدامها في الفلم الاعلاني يحقق جانب وظيفي مهم لموضوعة الاعلان. «تعد الاضاءة الاصطناعية من اهم المكونات عند مدير التصوير التي يستخدمها في التصوير الداخلي، والتي تقوم بالإيحاء بالجو النفسي والدرامي للحدث، حيث تتوفر انواع مختلفة من الكشافات الضوئية البسيطة والمعقدة، والتي تتراوح ما بين مصباح التصوير الاعتيادي، حتى اعقد الكشافات ذات العدسات والمرايا الداخلية، والمفاتيح الكفيلة بتغير تركيز حزماتها الضوئية، ونقصد بها الاضاءة الاعتيادية المستخدمة في الشوارع والبيوت، وكل ما يظهر من تأثيرات ضوئية.» (٤٨، بسام نوري محمد، الوظيفة النفسية للتشكيل الادرامي للإضاءة في افلام الربيع، ص ٣٢)

٢-١-٥: أساليب تشكيل الإضاءة.

نستمد الهامنا الفني من ما يحيطنا من ثقافات وعادات ومجتمعات مختلفة الافكار والاتجاهات. ومنها تعت طرق الفنية لعرض الإضاءة واستخدامها. بشكل واقعي والطبيعي وبعتماد مؤثرات لتوحي بالطابع الخيالي التعبيري الذي يستخدمها صناع الافلام لتؤكد فكرة الاعلان بشكل ابداعي تتلاءم مع موضوع الاعلان والمجتمع الموجه له فكرة الاعلان ووفق أساليب معينه. فالأسلوب هو طريقة عمل وسيله تعبر عن الفكرة بواسطة الكلمات والتركيبات» (٣٤، لويس معلوف، المنجد في اللغة والاعلام، ص ٨٤٧) او يعرف على انه «هو ما يتسم به الشخص في التعبير عن افكاره وتصوير خياله وتخبر الفاظه وتكوين جملة ولكن بأسلوبه الخاص» (١٨، سجي رسول نقل. تنوع اشعارات الخرف العراقي المعاصر، ص ٣٢) اذن الاسلوب هو الطريقة التي نعرض فيها الموضوع الاعلاني التلفزيوني او الدرامي وكل اسلوب له خصائصه التي تميزه عن الاخر بفعل عملية التفنن بالإضاءة منها ما يتعلق في الايقاع السريع للفلم. ففي المشاهد السريعة لا يتم استخدام اناره ضوئية عالية لإبراز التفاصيل بحكم سرعة المشهد. اما المشاهد البطيئة تحتاج الى اناره عالية لأجل ابرز التفاصيل المطلوبة. كما ان نوع الموضوع هو الذي يحدد أسلوبه.

١- أسلوب أضواء الافلام الهزلية والموسيقية مثلا تكون أضواء ذات (مفتاح عال) نورها متوهج وموزون المساحة والظلال الشديدة تكون قليلة» (٨، جان دي لوجي، فهم السينما، ص ٤١). وهذا ما نلاحظه في كثير من الاعلانات ذات الطابع الفكاهي تجاربه بسبب ان هدف الاعلان الربح المالي. فجدد نظر المتلقي للإعلان من خلال الاضاءة التي توضح تفاصيل الصورة المتحركة لحركة بصره في كل الاتجاهات كادر الفلم من الإضاءة رئيسية الجانبية وانارتها محيط الموضوع الى اخره من التفاصيل

٢- «أسلوب اضاءة افلام الميلودراما. تكون عادات ذات تباين شديد وفيها قطع بارزه من الضوء ويقع دراميه في الظلام. ٣- أسلوب أضواء أفلام الأثارة والغموض. ذات مفتاح واطى عموما فيها ظلال غير حاده ومتساقط ضوء فيها حد ٤- «اسلوب أضواء الافلام ذات التصوير الداخلي. والذي تكون أكثر تمسرحا من الافلام التي تصور في موقعها اد تميل دائما الى استخدام النور المتوفر واحداث تباينات بين الظل والنور لتحقيق لمسه جمالية ولأهداف سيكولوجيه» (٨، جان ي لوجي، مصر سابق، ص ٤١)

فاستخدام الإضاءة بشكل موافق لموضوعة الاعلان يحقق مصداقية في الاعلان ويكون مؤثر أكثر فيما لو استخدم اضاءة لا تناسب رسالته فإعلانات الفقر والبطالة تختلف عن اعلانات التجارية.

المبحث الثاني

٢-٢-٢: جمالية الضوء في الاعلان التلفزيوني.

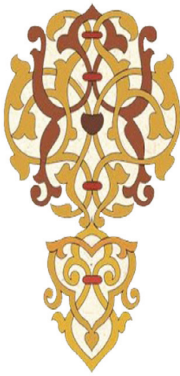
نشير بالجمال الى كل ما يشعرونا بالسعادة لرؤيته والاحساس به والتفاعل معه فهو كلمه تشير لنظرنا للأشياء التي تبعث فينا مشاعر واحاسيس مختلفة. فهو في كل شيء موجود في الطبيعة او في المجتمع الذي نعيش فيه فنحن دائما نبحث عنه في الحقيقة لا يوجد شيء نشير اليه انه هو الجمال لكن عملية التناسق بين مكونات الاشياء التي نشعرونا بحاله نفسيه مستقرة تنطبق عليها كلمه الجمال. فلدى خروجنا نجعل الوان ملابسنا متناسقة لكي نشعر بجمالها حتى في الرسم والكتابة وفي الكلام دائما نحاول ان نجمل كل افعالنا نعتبر سعي الانسان لكي يستطيع ان يتعايش مع واقعه بشكل مثالي



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



٥٢٧

يتناسب معه. وان عملية تجسيد الجمال في الاعلان التلفزيوني تحتاج الى خيال واسع لكي يصل الى الابداع الذي يجسد الفكرة الاعلانية وهذا ما قاله يونغ في ذلك» ان التخيل بالنسبة لي جزء من الطبيعة، لا تحمل اية نية للخداع، لكنها تعبر عن الشيء بأفضل ما تستطيع وهذه الاشكال من الحياة أيضاً لا تريد خداع ابصارنا، لكننا قد نخدع انفسنا» (٥١، د. جليل ابو الحب مجلة المورد: تعبير الرؤيا في كتاب الحيوان الكبرى للدميميري، ص ٧١) وبذلك نستطيع الحصول على فكره اعلانيه متميزة بالحدائثة ومحققه الجمالية لدى تجسيد عناصره المكونة لها. فالخيال يمثل التصورات الذهنية التي يسعى صانع الفلم لتجسيدها في الاعلان بعملية تمازج ما بين هو واقع وخيال نظريا بفعال عناصر المنجز الاعلاني المكونة لها وبحكم التطورات المستمرة الذي يتعرض لها المجتمع الذي يمثل الواقع فكل يوم تظهر مجموعه من الافكار بصوره ملفته تسبق الذي قبلها وبذلك فان التخيلات خاضعه للتطورات الذي تتحقق في المجتمع خاصة فيما يتعلق بالجانب التقني الذي يجسد الفكرة الاعلانية.

كما ان تجسيد الاعلان باعتماد الصورة ومجموعه من المكونات التي تمثل وحدات تحقق الاعلان والتي توظف بشكل ضلالات او خيالات وهنا سيرز دور الإضاءة على نحو ملفت للنظر. بالإضافة الى المرشحات اللونية التي تنتج اضاءه فنيه جمالية فاد ما احسنا توظف الإضاءة في الاعلان ستحقق تأثير كبير في نفسية المتلقي «فهي سوف تؤثر على احساساتنا الواردة بأقنية الحواس (الشم للمس الدوق وغيرها) وهذه بدورها تؤثر على ادراك اللون. فالاقتران بين الصوت العالي واللون او الرائحة اللاذعة يعطي اللون وضوح اكبر» (٢٩، برسلاف، مصدر سبق ذكره، ص ٣٩)

ففي الاصوات العالية تصبح المنعكسات البصرية اقوى حتى لو كانت الالوان الهادئة تعطينا احساس برؤيتها فاقعه كما في اعلانات العطور الغسيل يستخدم صوت عالي مع لون فاقع ذو شدة عالية ليعت احساس بقوة العطر وان عملية تمازج الضوء بصوره جمالية الشخصيات التي تمثل الدور في الاعلان يعطي للمنجز الاعلاني التلفزيوني قوه تعبيريه عالية جدا. فللموسيقى دور كبير في اثاره احساس المشاهد شأنها شأن اللون والاضاءات اللونية. ففي اعلانات الاجتماعية تستخدم الالوان الحياضية التي تعبر عن الحزن والاسى كما ان الإضاءة تكون واضحه ليسهل التعبير عن واقعية المجتمع مثل (الفقر. البطالة. اليتام) اما في اعلانات تجاريه يسعى المخرج الى استخدام خياله لكي يبدع في الاعلان «فاستخدام لون ذو اشعاع عالي مثل البرتقالي مع موسيقى هادئة ومنخفضه نراه افتح. اما مع الموسيقى العالية يزعجنا» (٢٩، برسلاف، مصدر سابق، ص ١٥) تبعاً لإدراكية المشاهد وتأثره بما يعرض امامه فاستثمار الضوء مع اللون يحقق الغرض الاعلاني الجمالي والتعبيري لكن اد احسن اختياره ووقف اسلوب معبر عنه كما «ان الهدف من الإضاءة هو تحقيق صوره حركيه تتوفر فيها الاجواء المناسبة للبيئة ومحجى الاحداث. اي عندما يضع مدير التصوير اضاءته يجب ان يعمل على وفق مكونات المكان الذي يحوي الحدث على وفق الحدث للحدث نفسه وهذا ما يقع على عاتق المخرج ووفق رؤيته الخاصة» (٦، بيتر سبرزسي، جماليات التصوير والاضاءة في السينما والتلفزيون، ص ٣٣) فالابداع لدى المخرج هو الذي يحفزه ويساعده على اخراج فلم اعلافي بأنواعه المختلفة بصوره مبدعه ملفت للنظر ومستحدثه تتلأم مع العصر الذي يطلق فيه الاعلان لذلك ان الإضاءة احدى اهم تقنيات العصر الحديث. لما لها من جمالية تؤثر في الاعمال الفنية ومؤثره في المشاهد هذه الاعمال ايضا «الإضاءة على درجه كبيره من الأهمية في توصيل الحاجه النفسية للفلم ولكنها يمكن ان تكشف فقط عن عملية محدودة من المعلومات القصصية المباشرة» (٤٧، يوجين فال، فن كتابة السيناريو، ص ٢٩) اذا تأثير الإضاءة يمتد ابعده من كشف عن المعطيات الشكلية في المنظور وتأكيد اهمية جزء على اخر (شكل. مكان. شخص) يمتد الى ابعاد حسيه ونفسيه ادرجت في الاعلان لغرض تحقيقها ومن اهم العناصر الذي دخلت على الإضاءة لكي يشكل اعلى درجه من الجمالية الذي يجسدها في الاعلانات هو اللون. اذ اعطاه قدره جديده لإنتاج جو العام لأن اللون له خاصيه التأثير النفسي المباشر وله مدلولاته عند الانسان فضلا كونه احد العناصر التي تستخدم لتكوين مجموعة مضامين تعبر عن الفكرة وذلك لان لكل لون تأثيراته وخصائصه الذي يتميز بما عن الاخر وان توظيفها مع الفكرة الاعلانية يؤدي الى نجاحها اذا احسن استخدامها من قبل مسؤول تصوير



وحسب رؤية المخرج الخاصة.

« فالإضاءة تعد اهم عنصر في التصوير التلفزيوني فهي التي تشكل كل ما تراه عدسة التصوير لتكسبه العمق او التسطيح. الأثارة او الملل. الواقعية او الانفعال» (الحضري احمد, فن التصوير السينمائي, ص٥٧) فعلى سبيل المثال ادما نجزنا اعلان تجاري لاحد الأطعمة واعلان اخر يتعلق في واقعية المجتمع. سنرى الاول دو ايقاعه ضوئية عالية وبمرشحات لونه زاهيه وذلك لكي تؤثر على المتلقي وتحدث عنصر الجذب الى الأطعمة وبذلك حققت الإضاءة الجمالية للإعلان. اما الاعلان الذي يتعلق بواقعية المجتمع مثلا الفقر نجد دائما وان كانت إيقاعية سريعة بحكم وقت الاعلان الا ان تجسيد الإضاءة ليس لغرض الجمالية وانما لغرض نفسي أي اثاره العواطف والمشاعر اتجاه الاعلان الفرق بين الاعلانيين الاثنان استخدموا الإضاءة لكن الاول جمالي لكي يواكب تقنيات وتطورات العصرية والسعي للغرض الربحي من خلال تجسيد الإضاءة بصوره تتلاءم مع عناصرها المكونة لها اما الثاني جسد واقعية مجتمع من جهة واحده كموضوع الفقر لكي يحث المشاهد على التأثر بما يعرض امامه استغل الجانب النفسي فيه كتابين الاسود والابيض الذي يوحي بالحياة الجامدة من الانعدام اذا جسد مع هذه المواضيع

فالإضاءة تتطور مع التقدم التكنولوجي والتقني في التلفزيون فقد شهدت بالتقنية الرقمية التي قادها الحاسوب بشكل ابداعي في الى انتاج الفيلم التلفزيوني وذلك بفعل ما يتمتع به من امكانيات معالجته توفر سبل الجمالية للصورة المتحركة «فبحكم البرامج الحاسوبية المتنوعة التي اسهمت بشكل كبير في العمل الفلمي منها من اسهمت بإضافة الرسومات ومنها من يقوم بتصميم المناظر او الازياء او الإنازة او الشخصيات» (٢٥, عبد الباسط سلمان, ديجيتال الاعلام مفهوم الصحافة والسينما والتلفزيون, ص١٢) كما انه لا ننسى اهم تقنيه التي ساعدة كثيرا على سرعة الانجاز الاعلاني هو المونتاج باعتماد تقنية الحاسوب والذي اضاف ابعاد جديدة للأبداع والخيال والتشكيل الفني وبذلك اصبحت المرئيات هي لغة الشكل الجديد للعصر الحديث. «ففي واقع الامر فأن ما يسمى بالثورة الإلكترونية الرقمية وانجازاتها التي شملت معظم حقول الحياة. والتلفزيون من بين هذه الحقول. بدأت تتعامل مع التلفزيون كفن يتحمل مسؤوليته فنان مبدع». (٢٧, عدنان مدانات, عدسات الخيال, ص٨٤) كما ان التقنية الحديثة للإضاءة التلفزيونية اضافة ما يسعى اليه المخرج في منجزه الاعلاني هو الانطلاق في فضاءه التخيلي لكي يستمد منه فكرته الإبداعية ويطبقها محقق الجمالية التي سعى اليها في كل عنصر من عناصر المنجز الاعلاني بفعل توافق الإضاءة. كما ان التقنية الحديثة دخلت الى حيز تنظيم الإضاءة منها ما يتعلق بالكاميرا اذ « ان التحكم بالإضاءة في التقنية الحديثة تعتمد على الكاميرا بشكل اكثر مما كان عليه في الكاميرا التقليدية وابطسط صورته لذلك هو موازنة البياض وهي ميزه تتوفر بأغلب الكاميرات الرقمية وخصوصا كاميرات الفيديو حيث تقوم بموازنة الالوان للحصول على الإضاءة والالوان الطبيعية والواقعية» (٢٥, عبد الباسط سلمان, التصوير الصحفي التلفزيون فوتوغراف سينما بورتريت المعالجة ديجيتال وفلميه الاعلان, ص١٤٦) فلكي يتم تجسيد الواقع لا بد ان نستعين بأدواته التي حققت جماليته وتعد الإضاءة اهم اداة تستخدم في تجسيد الواقع ففي اعلانات الحزن والخوف والحروب والفقر والبطالة وغيرها من اعلان تخص المجتمع دائما تميل الإضاءة ان تكون خافته على عكس اعلانات الدعائية والتعليمية والإرشادية والتجاري التي تكون اضاءةها عالية لكي تستطيع ان تجسد لواقع وتعبر عنه وبما ان « الجمال قيمة إيجابية نابعة من طبيعة الشيء» (١٠, جورج سانتيانا, الاحساس بالجمال, ص٧٤) فالإعلانات ذات المرشحات اللونية الضوئية المريحة لنفس المتلقي والتي تشبع رغبته في الهدوء اتجاه ما هو معروض لمتابعتة قد حققت الجمالية. وعلى العكس الاعلانات الاخرى ذات الإضاءة الخافتة التي تحاول ايصال رساله عميقه في نفس وعقل المتفرج لكي يتأثر فيه بمساعده مع الصوت ليجسد هذه الرسالة ويوصلها الى المتلقي مثلا مساعدة ايتام او فقراء... الخ

وهناك ثلاث نقاط تعدل من طبيعة الموضوع. (شدة النصوص : اي انها تتحكم بشدة نصوص الموضوع. ولتحديد سوية السوداء تبعا لنوع الموضوع, التحكم بإشباع الالوان او جعلها بالأبيض والاسود) (٣٩, المردي محمد ايهاب, المونتاج



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



اللاخطي الرقمي, ص ٣٣) وبذلك نستطيع تجسيد موضوعنا بما تتيح خيارات الإضاءة كما ان المخرج يحاول ان يجعلنا ان نركز على جوانب معينة اذ (يمكن للمخرج ان يقود عين المشاهد بواسطة استخدام المصاييح المركزة ذات الشده والوضوح المعينين الى اية بقعه من اطار المصور) (٨, جان دي لوجي, فهم السينما, ص ٤٠) وبذلك ان اسلوب المخرج ايضا يعمل على تشكيل الجمالي للإضاءة في المنجز الاعلاني ووفق ذائقته الحسيه وخبرته الفنية.

٢-٢-٢: خصائص الضوء في الاعلان التلفزيوني.

أن الإضاءة سواء اكانت طبيعية ام صناعية لها خصائصها التي تتمتع بها والتي بدورها تؤثر بشده على صوره سواء اكان استخدمها من ناحية تقنيه ام فيه و ستسهم وبشده في الاخراج النهائي للإعلان المرئي التلفزيوني ومنها ما يلي:

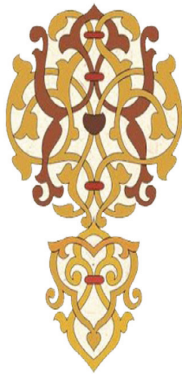
٢-١-٤-١: الكثافة: وهي الكمية الإشعاعية المنتشرة للضوء في مكان التصوير تعرف على انها « كمية التألف الضوئي وقياسها المصورون وتستخدم لتحديد النسبة الضوئية للمنظر اي الفرق بين أكثر المناطق ضياء واقلها. ففي الايام المشمسمة تكون الإضاءة ساطعه في قمتها وبذلك تكون احتمال ارتفاع النسبة الضوئية واردا. اما في الجو الغائم او في التصوير الداخلي ترجح ان تكون النسبة الضوئية منخفضة» (٢٢, صلاح الدين عياش, معجم مصطلحات فنون, ص ٤٠١) ويستثمرها المخرج في لتجسيد الصورة الذهنية للإعلان ووفق متطلبات الصورة الاعلانية

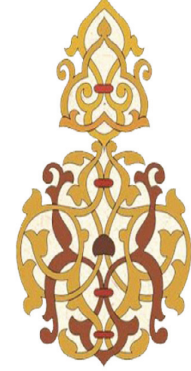
٢-١-٤-٢: اللون: الالوان تظهر عن طريق سقوط الضوء عليها فتمتص جزء وتعكس جزء وبذلك يظهر لون الشكل «فاللون هو ذلك التأثير الفسيولوجي الناتج من انكسار الضوء على شبكية العين. فهو مرتبط بأعيننا التي تسمح بحسه وادراكه لكن على شرط وجود الضوء. كما انه من السهل تصور أن اي لون أدماسلط عليه ضوء قوي فإنه يكون أكثر نضوع واذما سيط عليه ضوء خافت فإنه يعكس ضياء اقل» (٦٤, يحي حمودة, مصدر سبق ذكره, ص ٣٣) اذ يشكل المعيار الجمالي الاول في الاعلان التلفزيوني اذ ما نسق بطريق فيه ملفته للنظر لها تأثيرها, (الكثافة) « ان كل ضوء او لون له نسيجه المتميز, وخواصه المؤثرة, فيمكن قيادة المتفرج نحو اي جزء في الكادر داخل اطار الصورة السينمائية, بوساطة البقع الضوئية التي يمكن التحكم بها, وجذب عين المتفرج نحوها, فضلاً عن التأثير النفسي للإضاءة التي تدرك عقلياً وحسيّاً, هذا ما يميزها عن الكلمة المكتوبة, لاسيما وان لغة الكلمة يدركها العقل الواعي, اما لغة الضوء فهي لغة محسوسة, تأثيرها نفسي على الانسان, يدركها بإحساسه» (٩٤, الشاطي رعد عبد الجبار, المستويات الدالة للمرئي والمحسوس في النص الضوئي, ص ١١) وهذا ما يتيح للمشاهد رؤية الاشياء على الشاشة بوضوح عالي جدا نتيجة لتمزج الازواء وسيادتها تبرز الاشكال. (أما كيفية تكوين الجو (مرتبط بحالات النفسية) في الاعلانات فإن الموضوعات الاعلانية الدرامية التي يكون محورها الانفعال ومناقشة الجوانب السيكولوجية من خلال تلك الموضوعات (الثقافية الاجتماعية الاقتصادية السياسية) التي يطرحها العمل الفني فإن محور معالجة هذه الموضوعات نابغ من دور اللون ودلالاته الفلسفية وكيفية استخدامها للتعبير عن الموضوع الذي يشكل محور الحدث الفني في الاعلان) (٣٦, محمد حامد, الإضاءة المسرحية, ص ٦٧ (بتصرف)

فعملية اختيار اللون تشكل احد الجوانب الرئيسية المعبرة عن الموضوع بمصداقيه خاصه في الاعلانات الاجتماعية والتعليمية وهنالك مجموعه من الاساليب المتبعة في الاعلانات التلفزيونية. «منها التناقض بين الالوان التماثل. هيمنة لون على اخر. التباين. أسلوب البيئة الملونة. الالوان الإلزامية. الوان الانتقالات.» (٤٤, هيثم الياس, الرؤية الفنية والرؤية الفلمية, ص ٨٨) وكما يلي.

١. أسلوب التناقض اللوني. ان تحقيق الجاذبية بدرجة عالية من خلال التفتن بتناقض اللون الضوئي
٢. أسلوب التماثل اللوني. هنا يكون الطرفان متوازنان من حيث كثافة الالوان
٣. أسلوب اللون المستبد. اي هيمنة لون على لون
٤. أسلوب التباين المستبد. اي التباين بين الالوان
٥. أسلوب الانتقالات اللونية. ان استخدام أكثر من لون يؤدي الى تتبع المشاهد حركة الاعلان الى نهايته

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م





٦. أسلوب الديكور أو البيئة الملون. أي ما يحيط بالكادر للمشهد الاعلاني من ديكور واكسسوار وغيرها
٧. أسلوب الإلزامية اللونية. أي الالتزام بلون محدد مطلوب في الاعلان او و الذي يحقق هدف الاعلان
«اد تصفي الاشعة الضوئية على الصورة صبغات لونية مختلفة طبقا لنوعية المصدر الضوئي. وهذه الصبغات لا تظهر
للعين البشرية أثناء التصوير فمثلا تصبغ المصابيح المنزلية الصورة بلون ضارب الى الحمرة بينما تصبغ اليها اشعة
الفلورنست مسحه زرقاء مخضره» (٢٢, صلاح الين عياش, مصدر سبق ذكره, ج٢, ص٤٠١)
٢-١-٤-٣: الاتجاه: يشير الى جهة سقوط الضوء على الموضوع فقد يسقط الضوء من الامام او من الخلف او
الجانب او من الاعلى وهو على عدة انواع نذكر منها:.

١: الاضاءة الامامية: «هو الضوء الذي يكون موجهاً للشخصية، ويكون مع اتجاه آلة التصوير، وغالباً ما يوضع
المصدر الضوئي خلف أو فوق آلة التصوير أي موازيا لمحور العدسة، وبذلك فإن الاضاءة تكون مواجهة للجسم ومن
اتجاه آلة التصوير فلا نكاد نجد ظلالاً، وهذا يؤدي الى تسطیح الابعاد» (٣٥, ماهر راضي, فن الضوء, ص٦٣) ان
استخدام التصوير الخارجي افضل له كونه يعمل على انتشار الضوء باعتماده على الضوء الطبيعي. اما داخل الاستوديو
يفترض وجود فلاتر ومرشحات تخفف حدة الإضاءة الساقطة من المصدر الصناعي «كما أن هذا الضوء يمنح
الاحساس بالراحة والامان، بسبب اختفاء الظلال، وفي حالة التصوير بالأبيض والاسود تنتج صورة مسطحة خالية من
التنوع، وتبدو الشخصية اقل اهمية» (٢٨, علي ابو شادي, لغة السينما, ص٩٩)

الاضاءة الخلفية: وهي الإضاءة التي تصدر من خلف الشخص المراد تصويره فيكون المنجز الاعلاني متضمننا الواقع
بصوره خياليه ابداعيه قد يوهم في الضوء او يوحي لشيء ما «حيث يوضع مصدر الضوء الرئيسي بزاوية ٤٥ درجة
خلف الشخص او موضوع التصوير مع وضع اضاءة الملاء في الامام وهو ما ينتج الكثير من الضلال اتجاه الكاميرا
لذلك تتطلب عنايه خاصه» (١٦, رستم ابو رستم, جمالية التصوير التلفزيوني, ص١٣٢) في الغالب نحصل على تباين
مميز في هذا النوع من التصوير وروح الدراما في هذه الأعمال التي تستخدم هذا النوع من الإضاءة

٣: الاضاءة الجانبية: حين تأتي الإضاءة من جانب الممثل يؤدي ذلك الى خلق تأثير غريب نوعا ما على الوجه يتم تقسيم
الوجه الى نصفين بفعل الخط الفاصل في المنتصف بين الظل والنور» (١٦, رستم ابو رستم, مصر سابق, ص١٣١) كما
تعتبر من أفضل أنواع الإضاءة وأكثرها استخداما وهي تعطي نتائج من الظلال قد تكون كثيرة و لكن مع قليل من
السيطرة عليها تصبح بالحجم المعقول والمرغوب في العمل، «كما اننا يمكننا التخلص من الحد الفاصل لها بتغير قليل
في زاوية الموضوع تعطي. بحيث لا يكون الخط الفاصل على منتصف الوجه» (١٣, حسام عواد, فن الإضاءة, ص٩٠)
٤: الاضاءة العلوية: هي موجودة في الطبيعة و يمكن الحصول عليه مثلا» في منتصف النهار في وقت تعامد الشمس
وتكون ناعمة بتواجد الغيوم في السماء، وفي الحالات العادية أو لنقول الداخلية من الممكن رؤية هذا النوع من
الإضاءة مثلا في المسارح وفي مصابيح الشوارع، ودائما ما تفضل الإضاءة الناعمة لهذا النوع من التوجيه» (١٦, رستم
ابو رستم, مصدر سابق, ص١٣١) مؤشرات الاطار النظري:.

١: تحقق الإضاءة الجانب الجمالي للإعلان وتجذب الانتباه لخطواته.

٢: تتشكل الإضاءة على وفق أسلوب المخرج وتبعاً لنوع الاعلان.

٣: استخدام اللون في الإضاءة يعطي قيمه تعبيريه تنعكس على الجو العام للإعلان.

٤: تسهم شدة الإضاءة وخفوتها بإبراز الشيء المعلن عنه.

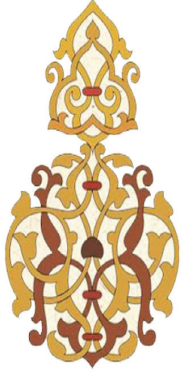
الدراسات السابقة:

وجد الباحث من خلال اطلاعه على البحوث والدراسات. أن موضوع التشكيل الجمالي للإضاءة في الاعلانات
التلفزيونية لم يحظ بدراسة متعمقة، وانما وجدت اشارات تناول موضوعين: الاول-يخص الإضاءة كوظيفه نفسيه في
افلام الرعب وهي دراسة طالب الماجستير بسم نورى محمد» الموسومة(الوظيفة النفسية للتشكيل الدرامي للإضاءة في



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



أفلام الرعب) لسنة ٢٠٠٨ والثاني- دراسة مستويات الدلالة الضوئية لطالب الدكتوراه «رعد عبد الجبار ثامر الشاطي «الموسومة (المستويات الدالة للمرئي والمحسوس في النص الضوئي) لسنة ١٩٩٦ والذي يعدها سابقه في موضوع بحثه

اجراءات البحث

١-٣: منهج البحث:

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي كطريقة لتحليل عينة البحث حيث تحليل المحتوى للعمل الاعلاني في ضوء ما قدم من مؤشرات للساده الخبراء والتي بموجبها تم تحديد اداة التحليل عينة البحث.

٢-٣: مجتمع البحث:

تضمن مجتمع البحث الحالي الاعلانات لبرامج التلفزيونية لقناة MBC عراق في مدينة بغداد لعام (٢٠٢٥) لشهر رمضان المبارك) وعددها (٣٠) اعلان تلفزيوني حصلت عليه الباحثة من اطلاعها على الاعلانات القناة التلفزيونية وقد تم اختيار الاعلانات الترويجية للبرامج الرمضانية والتي تجسده بما الإضاءة و لما تملكه من اساليب تحت المشاهد للانتباه اليها.

٣-٣: عينة البحث:



لقد تم اختيار بعض اعلانات البرامج التلفزيونية لقناة MBC عراق لسنة ٢٠٢٥ شهر مارس) وكانت عينة البحث بالواقع (٣) إعلانات مختاره بشكل قصدي كون البحث وصفي وأن مجتمع البحث كانت نسبته ٣٪ فكانه الاختيار (٣) اعلان.

٤-٣: أداة البحث:

تم تحديد أداة البحث استنادا الى مؤشرات التي تم عرضها على الخبراء والتي جاءت نسبة الصدق فيها ١٠٠٪ وأنها حققت ثبات كون المعطيات المرئية تخضع الى باقي العينة لان مجتمع البحث مجتمع قياسي

٥-٣: تحليل العينات:

عينه رقم (١).

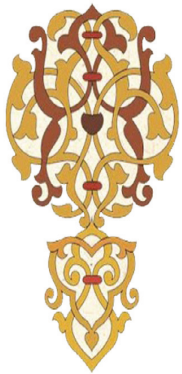
أسم الاعلان او البرنامج: اعلان مسلسل رمضاني عراقي.

المدة العرض: (١:٠٠) دقيقة.

القناة التي تعرض الاعلان: mbcعراق.

مضمون الاعلان: تتلخص فكرة الإعلان المروج عن مسلسل يعرض في رمضان قدم مجموعه من اللقطات التي تحمل في طياتها مجموعه من الاحداث التي سوف تعرض في المسلسل اذ عرض مجموعه من المشاهد الدرامية الممتزجة بالإضاءة وفق اسلوب تقني واقعي محقق جماليات ودلالات موضوعية يعرض الاحداث التي تحدث بشكل مشوق متماشي مع طبيعة المسلسل اذ ظهرت في اللقطات مجموعه من الفنانين الذين يشكلون محور المسلسل وعرضت مجموعه من اللقطات العامة لاماكن الطبيعية التي تم تصوير المسلسل فيها بالإضافة الى الاحداث الاساسية التي يستند عليها المسلسل من

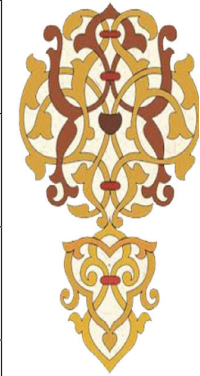
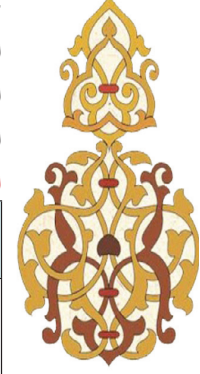
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



جرائم قتل ومشاكل وغيرها من توقعات تشويقية كما تم المزج بين مجموع من زوايا التصوير اذ تم الانتقال ما بين اللقطات المختارة للإعلان الترويجي بشكل مشوق ابتداء من اللقطات العامة للمواقع التي تحدث بها الاحداث الى اللقطات القريبة والمتوسطة والبعيدة التي تتعلق بعرض الشخصيات بشكل درامي فعال مع حوارات تشويقيه ايجائية لموضوعة المسلسل وختم الاعلان بإشارة قناة العرض mbc عراق كما ان المسلسل مناسب للمشاهدة العائلية.

التحليل الصوري للإعلان:

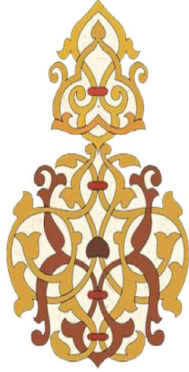
ت	حجم الكادر	الحركة في الإضاءة	اللون في الإضاءة	كثافة الإضاءة
١. ل: (٢+١)	لقطه عامه	أضائه ليلية	أسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافته متوسطة
٢. ل: (٢٧+٣)	لقطه متوسطة	أضائه علويه+ جانبية	أسلوب الديكور او البيئنة الملونة	أضائه ذات كثافته قليلة
٣. ل: (٩+٤)	لقطه متوسطة قريبة	جانبية+ اضائه علويه	أسلوب تماثل اللوني	أضائه ذات كثافته متوسطة
٤. ل: (٦+٥)	لقطه متوسطة امامية	أضائه امامية+ اضائه ليلية	اسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافته قليلة
٥. ل: (٧)	لقطه متوسطة	أضائه اماميه+ ليلية	اسلوب اللون المستبد	أضائه ذات كثافته متوسطة
٦. ل: (٣٨+٨)	لقطه متوسطة قريبة	أضائه علويه جانبية+ ضوء النهار	اسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافته عالية
٧. ل: (١٩+١٠)	لقطه متوسطة امامية	أضائه امامية	أسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافته متوسطة
٨. ل: (١٧+١١)	لقطه متوسطة قريبه	أضائه جانبية علويه	أسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافته متوسطة
٩. ل: (١٢)	لقطه قريبه متوسطة	أضائه جانبية تصوير ليلي	أسلوب اللون التماثل	اضائه ذات كثافة قليلة
١٠. ل: (١٦+١٣)	لقطة متوسطة	اضائه نهائية	التباين اللوني	اضائه ذات كثافة جدا



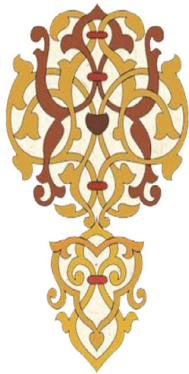


فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

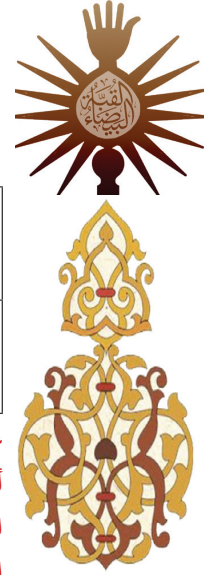
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



أضائه ذات كثافته عالية جدا	أسلوب اللون المتباين	اضائه نهائية	لقطه قريبه	١١: ل(٤٢+٤١+١٤)
أضائه ذات كثافته قليلة	أسلوب اللون المستبد	أضائه علوية مباشره	لقطه قريبة جدا	١٢: ل(١٥)
اضائه ذات كثافته متوسطه	اسلوب الديكور والبيئة الملونه	اضائه خلفيه+ اضائه جانبية	لقطه متوسطه	١٣: ل(١٨)
أضائه ذات كثافته متوسطه	أسلوب التماثل اللوني	أضائه أماميه+ وعلويه مشتتة	لقطه متوسطه	١٤: ل(٢٢+٢٣+٢١)
أضائه ذات كثافته متوسطه	أسلوب اللون المتسيد	أضائه أماميه +علويه	لقطه عامة	١٥: ل(٢٣)
أضائه ذات كثافته قليله جدا	التماثل اللوني	أضائه جانبية+ خلفيه	لقطه متوسطه قريبة	١٦: ل(٢٨+٢٥+٣٣)
أضائه ذات كثافته متوسطه	أسلوب التماثل اللوني	اضائه اماميه+ خلفيه	لقطه عامة	١٧: ل(٢٤+٢٦)
أضائه ذات كثافته متوسطه	أسلوب التماثل اللوني	اضائه اماميه+ جانبية	لقطه متوسطه	١٨: ل(٣٠+٢٩)
أضائه ذات كثافته متوسطه	أسلوب التماثل اللوني	أضائه علويه+ جانبية خلفيه	لقطه قريبه	١٩: ل(٣١)
اضائه ذات كثافته متوسطه	اسلوب الديكور والبيئة الملونه	اضائه علوية+ اضائه امامية	لقطه متوسطه عامة	٢٠: ل(٣٢)
اضائه ذات كثافته عالية	أسلوب التماثل اللوني	اضائه نهائية+ اضائه امامية	لقطه متوسطه عامة	٢١: ل(٣٤)
اضائه ذات كثافته عالية جدا	أسلوب التماثل اللوني	اضائه نهائية	لقطه عامة	٢٢: ل(٣٩+٣٥)



اضاءة ذات كثافة عالية جدا	أسلوب التماثل اللوني	اضاءة نهائية	لقطة عامة جدا	٢٣:ل(٣٦+٣٧)
اضاءة ذات كثافة قليلة جدا	أسلوب اللون المتسيد	أضائه امامية جانبية+ خلفية	لقطه قريبه	٢٤:ل(٤٠)

عينه رقم (٢).

أسم الاعلان او البرنامج: اعلان مسلسل رمضاني عراقي(الباشا).

المدة العرض:(١:٠٠) دقيقة.

القناة التي تعرض الاعلان: mbcعراق.

مضمون الاعلان: . اعلان ترويجي عن مسلسل رمضاني عراقي يعرض على قناة ام بي سي عراق قدم

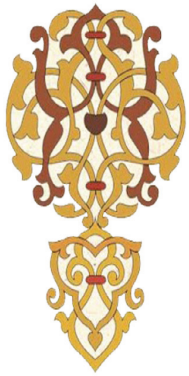
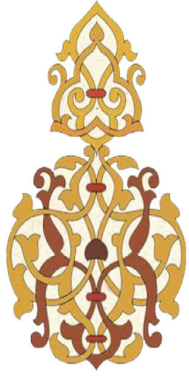


مجموعه من اللقطات المستقطعة من المشاهد التي تتضمن مجموعه الاحداث الذي تحدث في قصة المسلسل اذ عرض مجموعه من المشاهد المشوقة للتصوير والاماكن والشخصيات للقصة الدرامية والتي استخدم فيها الإضاءة وفق اسلوب تقني واقعي يعرض الاحداث التي تشاهد بشكل مشوق تارك الاثارة في نفس المشاهد لرؤية المسلسل بشكل متسلسل ظهرة في اعلان المسلسل مجموعه من اللقطات بين التصوير الليلي والنهاري وبإضاءة مختلفة وحجوم لقطات متنوعة حسب اللقطة وعرض مجموعه من الفنانين العراقيين الشباب والممثلين القديرين الذين يشكلون محور المسلسل بالإضافة الى الاحداث الاساسية في المسلسل من مكائد وخطط و قتل ومشاكل وغيرها من توقعات تشويقية كما تم المزج بين مجموع من زوايا التصوير اذ تم الانتقال ما بين اللقطات المختارة للإعلان الترويجي بشكل مشوق ابتداء من اللقطات العامة للمواقع التي تحدث بها الاحداث الى اللقطات القريبة والمتوسطة والبعيدة التي تتعلق بعرض الشخصيات بشكل درامي فعال مع حوارات واصوات مشوقة لقصة المسلسل وختم الاعلان بإشارة قناة العرض mbcعراق. كما ان المسلسل مناسب للمشاهدة العائلية

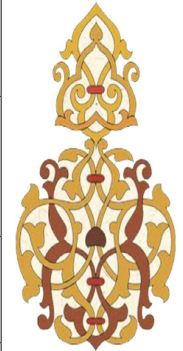
التحليل الصوري للإعلان:

ت	حجم الكادر	الحركة في الإضاءة	اللون في الإضاءة	كثافة الإضاءة
١:ل(٢٠+٩+١)	لقطه عامه	أضائه ليلية	أسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافه قليلة جدا
٢:ل(٢)	لقطه عامة متوسطة	أضائه علويه+ خلفية+ امامية	أسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافه قليله





أضائه ذات كثافته متوسطة	أسلوب اللون المستبد	جانبيهه اماميه + اضائه علويهه جانبيهه خلفيه	لقطهه متوسطه قريبه	٣: ل. (٣)
أضائه ذات كثافته قليله	اسلوب التماثل اللوني	أضائه جانبيهه + اضائه ليليه	لقطهه متوسطه جانبيهه	٤: ل. (١٨+٤)
أضائه ذات كثافته متوسطة	اسلوب الديكور	أضائه خلفيهه + جانبيهه	لقطهه عامه جدا	٥: ل. (٥)
-----	-----	-----	-----	٦: ل. (٢٧+٦)
أضائه ذات كثافته عاليه جدا	أسلوب التماثل اللوني	أضائه النهار	لقطهه متوسطه	٧: ل. (٢٢+٧)
أضائه ذات كثافته متوسطة	أسلوب التماثل اللوني	أضائه جانبيهه علويهه	لقطهه متوسطه قريبهه	٨: ل. (١٠+٨)
أضائه ذات كثافته عاليه	أسلوب اللون المستبد	أضائه جانبيهه علويهه واماميه	لقطهه متوسطه عامه	٩: ل. (١١)
أضائه ذات كثافته متوسطة	التماثل اللوني	أضائه خلفيهه + علويهه	لقطهه متوسطه قريبهه	١٠: ل. (١٢)
أضائه ذات كثافته عاليه جدا	أسلوب التماثل اللوني	أضائه نهاريه	لقطهه عامه	١١: ل. (٢٤+١٣)
أضائه ذات كثافته عاليه	أسلوب اللون المستبد	أضائه علويهه مباشرهه + اضائه النهاريه	لقطهه قريبهه	١٢: ل. (٢١+١٩+١٦+١٤)
أضائه ذات كثافته عاليه جدا	البيئه الملونه	نهاريه	لقطهه عامه جدا	١٣: ل. (٣٤+٣٠+٢٩+١٥)



أضاءه ذات كثافه عالية جدا	أسلوب التماثل اللوني	نهائية	لقطه عامة	١٤:ل(٢٣+١٧+٢٦)
أضاءه ذات كثافه متوسطه	أسلوب التماثل اللوني	أضاءه خلفية+ جانبية علويه	لقطه متوسطه جانبية	١٥:ل(٢٥)
أضاءه ذات كثافه عالية جدا	البيئة الملونة	أضاءه النهار	لقطه متوسطه قريبه	١٦:ل(٣٣+٢٨)
أضاءه ذات كثافه عالية جدا	أسلوب البيئة الملونة	اضاءه النهار	لقطه متوسطه	١٧:ل(٣٥+٣١)
أضاءه ذات كثافه متوسطه	أسلوب اللون المستبد	اضاءه امامية+ جانبية+ اضاءه خلفية	لقطه متوسطه	١٨:ل(٣٦)
أضاءه ذات كثافه عالية جدا	أسلوب التماثل اللوني	أضاءه نهائية	لقطه قريبه جدا	١٩:ل(٣٢)
اضاءه ذات كثافه متوسطه	التماثل اللوني	اضاءه علوية جانبية	لقطه متوسطه قريبه	٢٠:ل(٣٩+٣٧)
اضاءه ذات كثافه عالية	أسلوب التماثل اللوني	امامية+ اضاءه جانبية علوية	لقطه قريبه	٢١:ل(٣٨)

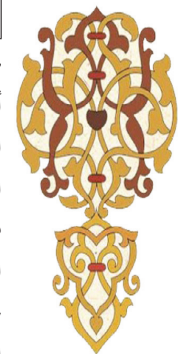
عينه رقم (٣).

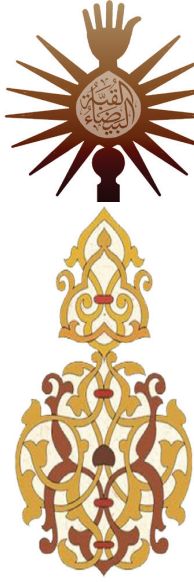
أسم الاعلان او البرنامج: اعلان برنامج رمضان عراقي (بين اهلنا).

المدة العرض:(٥٥ : ٠) ثانية.

القناة التي تعرض الاعلان:mbcعراق.

مضمون الاعلان: . تتلخص فكرة الإعلان عن برنامج يعرض في رمضان يستهدف العوائل العراقية قدم مجموعه من اللقطات التي تم تصويرها في المحافظات العراقية التي تحمل في طياتها مجموعه من العواطف الاستفزازية للأفراد اذ عرض مجموعه من المشاهد الحيوية لحرف العمل التي يقوم بها الافراد والتي كانت متنوعه فظهر استعراض حيوي للتراث العراقي الاصيل مع المهارات المختلفة وللرجال والنساء على حد سواء كما عرض مجموع اللقطات التي تشعر المشاهد بخين وذكريات القديمة من لمة الاهل واللعب مع الاصدقاء والحرف اليدوية التي يتم تزاؤها من قبل الافراد وانتقل من حرفين فنانيين طبخين ولمختلف الاعراق العراقية كما عرض مجموع من الاماكن المهمة في بغداد والمحافظات والتي تمثل نقطة





فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

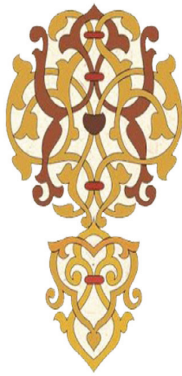
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م

مركز مهمة تدل المشاهد عن الاماكن الذي يصور فيه البرنامج تميزه اللقطات المختارة بالإضاءة الابداعية وفق اسلوب تقني واقعي محقق جماليات ودلالات موضوعية يعرض الاماكن التي تصور والفنانين الذي يقدمون البرنامج بشكل مشوق متماشي مع طبيعة البرنامج كما تم مجموعة من زوايا التصوير المختلفة اذ تم الانتقال ما بين اللقطات المختارة للإعلان الترويجي بشكل مشوق ابتداء من اللقطات العامة للمواقع السياحية والاثريّة الى اللقطات القريبة والمتوسطة والبعيدة التي تتعلق بعرض افراد الذي يقدمون البرنامج بشكل بسيط فعال وواقعي مع حوارات تشويقيه إيجائية لموضوعة البرنامج وختم الاعلان بإشارة قناة العرض mbc .

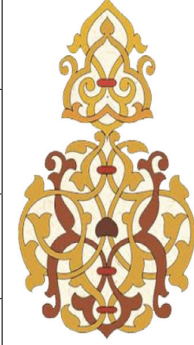
التحليل الصوري للإعلان



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



ت	حجم الكادر	الحركة في الإضاءة	اللون في الإضاءة	كثافة الإضاءة
١. ل: (٣٠+٢+١)	لقطه عامه جدا	إضاءة نهارية طبيعية	أسلوب البيئة الملونة	أضائه ذات كثافه عالية جدا
٢. ل: (٢١+٤)	لقطه عامه جدا	إضاءة ليلية	أسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافه متوسطه
٣. ل: (١٣+٢٢+٥)	لقطه متوسطه قريية	إضاءة نهارية طبيعية	أسلوب البيئة الملونة	أضائه ذات كثافه عالية جدا
٤. ل: (٦+٩)	لقطه متوسطه جانبية	أضائه جانبية +إضاءة علوية	اسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافه متوسطه
٥. ل: (٧)	لقطة عامه	أضائه امامية +تصوير نهارى	اسلوب الديكور	أضائه ذات كثافه عالية
٦. ل: (٨+١٥)	لقطة متوسطه	إضاءة طبيعية نهار	اسلوب الديكور	إضائه كثافة عالية جدا
٧. ل: (١٨+١٠)	لقطه عامه جدا	أضائه النهار	أسلوب التماثل اللوني	أضائه ذات كثافه عالية جدا



أضائه ذات كثافته عالية	أسلوب الهيمنة اللونية	أضائه امامية علويه تصوير ليلي	لقطه عامة متوسطة	٨:ل(١١)
اضائه ذات كثافته عالية	أسلوب الديكور والبيئنة الملونة	أضائه علوية وامامية تصوير ليلي	لقطه عامة	٩:ل(١٢)
أضائه ذات كثافته عالية جدا	أسلوب التماثل اللوني	اضائه نهائية	لقطه عامة	١٠:ل(١٣)
أضائه ذات كثافته متوسطة	أسلوب اللون المستبد	أضائه امامية+ تصوير ليلي	لقطه قريبة	١١:ل(١٤)
اضائه ذات كثافته متوسطة	اسلوب التماثل اللوني	اضائه علوية امامية	لقطة متوسطة	١٢:ل(١٦)
أضائه ذات كثافته متوسطة	أسلوب البيئنة الملونة	تصوير ليلي اضائه امامية علوية	لقطه متوسطة	١٣:ل(١٧+١٩)
أضائه ذات كثافته عالية جدا	أسلوب البيئنة الملونة	أضائه نهائية طبيعية	لقطه عامة متوسطة	١٤:ل(٢٠)
أضائه ذات كثافته عالية	البيئنة الملونة	أضائه النهار	لقطه عامة	١٥:ل(٢٣)
أضائه ذات كثافته متوسطة	أسلوب الديكور والبيئنة الملونة	اضائه علوية امامية+ تصوير ليلي	لقطه عامة	١٦:ل(٢٤)
-----	-----	-----	-----	١٧:ل(٢٥)

الفصل الرابع

٤-١-١: النتائج ومناقشتها:

في ضوء تحليل العينات واستناداً الى المؤشرات التي خرج بها الباحث من الاطار النظري والتي جرى بموجبها تحليل الاعلانات التلفزيونية توصلت الباحثة الى النتائج الآتية:

- ١: أن التنوع في كثافة الاضائه جعل الصورة توحى بأكثر من مستوى تعبيرى وجمالى في اعلانات البرامج التلفزيونية.
- ٢: تنوع الإضاءة ما بين التصوير الليلي والنهاري في اللقطات المختارة في ترويج البرامج التلفزيونية منح الاعلان لمسه جمالية ووظيفيه واقعية مرتبطة بأحداث البرامج نفسها.
- ٣: توافق حجوم اللقطات وبعده زوايا تصويريه في المشهد أرتبط بالإضاءة لإضفاء قيم جمالية ابداعية.
- ٤: اعتماد اساليب متنوعة في تصوير المشاهد ودمج وتوظيف بعضها في ترويج للبرامج بشكل متجانس مع الإضاءة أعطى للصورة الإعلانية دلالات جمالية وتعبيريه مشوقه للمشاهد.





فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



١. : كلما كانت الإضاءة بدرجه عالية الكثافة أو واطئة الكثافة كلما أعطت قيم تعبيريه وجمالية من خلال توظيف الضوء والظلال.

٢. : أصبح استخدام اللون في الاعلان ضرورة وظيفيه وارتبط مع الصورة بعلاقه جدليه.

٣. : عند تنوع زوايا التصوير وحجوم اللقطات سيؤدي ذلك الى ايجاد مؤشرات جديده في توزيع وتصميم الإضاءة للقطه الاعلانية .

٤-١-٣. : المقترحات.:

١. : يقترح الباحث دراسة تخصص بعمل المؤثرات الضوئية الرقمية الحديثة في بنية الاعلان التلفزيوني وتأثيرها على الناتج الصوري.

٢. : الاهتمام بدراسة الاساليب التعبيرية التقنية الحديثة التي ستخدم في الاعلان التلفزيوني

٤-١-٤. : التوصيات.:

١. : اجراء دراسة معمقه حول الاساليب اللونية التي ينتجها الذكاء الصناعي بشكل غير مألوف ودورها في الاعلانات الحديثة لما له من جانب وظيفي وجمالي وتعبيري.

المراجع والمصادر:

١- ابن منظور، لسان العرب، ج٢، دار لسان العرب، بيروت: ١٩٦٥

٢- ابو الحسن علي بن محمد الجرجاني. التعريفات. ط١. مكتبة لبنان. بيروت. ١٩٩٦.

٣- ابو حسين احمد بن فارس بن زكريا. معجم مقاييس اللغة، ط٢٠، مطبعة مصطفى البابي الحلبي، مصر، ١٩٧٧.

٤- احمد الحضري. فن التصوير السينمائي. المركز العربي للثقافة والعلوم. بيروت لبنان.

٥- اسماعيل بن حماد الجوهري، الصحاح تاج اللغة، دار العلم الملاين. بيروت. ١٩٧٩. ج٦.

٦- بيتر سيرزسي، جماليات التصوير والإضاءة في السينما والتلفزيون، ترجمة: فيصل الياسري، مركز الحضارة العربية. ١٩٩٦.

٧- محمد علي الفاروقي النهاني، كشف اصطلاحات الفنون. ج١. المؤسسة المصرية العامة للتأليف و الترجمة والطباعة والنشر(مطبعة السعادة). مصر. ١٩٦٣.

٨- جان دي لوجي، فهم السينما، ترجمة: جعفر علي، ١٩٨١.

٩- عبد القادر الجرجاني، دلائل الاعجاز، القاهرة، دار النهضة العربية، ١٩٦٣.

١٠- جورج سانتانا: الاحساس بالجمال، تخطيط لنظرية في علم الجمال، ترجمة محمد مصطفى بدوي، مراجعة وتصدير زكي نجيب محمود مكتبة الانجلو المصرية .

١١- جون دوي، الفن خبره، ترجمة: زكريا ابراهيم. القاهرة. دار النهضة. ١٩٦٣.

١٢- الجوهري، الصحاح في اللغة والعلوم. تقديم العلامة الشيخ عبد الله العلي، دار الحضارة العربية. بيروت. ١٩٤٧.

١٣- حسام عواد، فن الاضاءة. محاضرات. جامعة فلسطين(قسم الاعلام والاتصال). ٢٠١٥.

١٤- حسام فتحي ابو طعمه، الاعلان وسلوك المستهلك(بين النظرية والتطبيق). ط١. دار فاروق للنشر والتوزيع. عمان. ٢٠٠٨ م.

١٥- الربيعي، موفق احمد، اصول البحث العلمي، جامعة بغداد. ١٩٩٩ م.

١٦- رستم ابو رستم، جمالية التصوير التلفزيوني. ط١. المعترف للنشر والتوزيع. ٢٠١٠.

١٧- رياض عوض، مقدمات في فلسفة الفن، جروس برسي. ط١. طرابلس لبنان. ١٩٩٤.

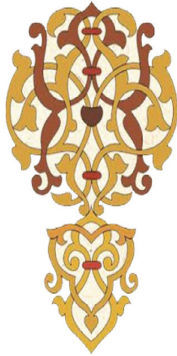
١٨- سجي رسول نفل، تنوع اشعارات الخزف العراقي المعاصر. بحث منشور، مجلة الاكاديمي. العدد ٦٣، بغداد. ٢٠١٢.

١٩- شارلس ج. كلارك، التصوير السينمائي للمحترفين، ترجمة سعد عبد الرحمن قلعج، (دولة الامارات العربية المتحدة: وزارة الثقافة والاعلام. ١٩٦٨)

٢٠- شاكر عبد الحميد، عصر الصورة السلبية والايجابيات، الكويت، مجلس الوطني للثقافة والفنون والادب، عالم المعرفة. ١٩٩٠.

٢١- حامد مجيد الشطري، الاعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٦.

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



- ٢٢- صلاح الدين عياش, معجم مصطلحات فنون. ج١. دار اسامه للنشر والتوزيع. ٢٠١٥.
- ٢٣- عباس بشير العلاق ومحمد علي, الترويج والاعلان التجاري(أسس ونظريات وتطبيق)اليازوردي, عمان. الاردن, ٢٠٠٢.
- ٢٤- عبد الباسط سلمان, التصوير الصحفي تلفزيون فوتوغراف سينما بورتريت المعالجة ديجيتال وفلميه الاعلان, الدار الثقافة للنشر. القاهرة. ٢٠١٠.
- ٢٥- عبد الباسط سلمان, ديجيتال الاعلام مفهوم الصحافة والسينما والتلفزيون والمتميديا رقمية. الدار الثقافة للنشر. القاهرة. ٢٠٠٨.
- ٢٦- عبد المنعم تليمة, مدخل علم الجمال الابي, القاهرة. دار الثقافة, ١٩٨٧.
- ٢٧- عدنان مدانات. عدسات الخيال. منشورات وزارة الثقافة. المؤسسة العامة للسينما. دمشق. ٢٠٠٧.
- ٢٨- علي ابو شادي, لغة السينما, دمشق: منشورات وزارة الثقافة, المؤسسة العامة للسينما, ٢٠٠٦.
- ٢٩- غ. ا. برسلاف. بيسيكلوجيا اللون(العلاج باللون للجميع). ترجمة: د. عبدو البطل. دار الطليعة الجديدة. ط٢. سنة ١٩٥٥.
- ٣٠- فرنسيس جنكيز وهاري هويت, اساسيات البصريات. ترجمة: عبد الفتاح احمد وسعيد بسويي الجزيري, دار ماكروهيكل للنشر. ط٤. سنة ١٩٨١.
- ٣١- مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي, القاموس المحيط, اشراف: محمد نعيم العرقوسي, دمشق: مؤسسة الرسالة للنشر, ط٣, ٢٠٠٩.
- ٣٢- قصي حسين, كتابه البحوث العلمية والاكاديمية المنهجية الحديثة. دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر. ٢٠١٠.
- ٣٣- لؤي عبد علي, جمالية الصورة التلفزيونية في الدراما العربية العربية, رسالة ماجستير, غ.م. جامعة بغداد قسم السينما والتلفزيون, فرع التلفزيون, ٢٠٠٩.
- ٣٤- لويس معلوف, المنجد في اللغة والاعلام. ط١. دار المشرق. بيروت. ١٩٩٧.
- ٣٥- ماهر راضي, فن الضوء, دمشق: منشورات وزارة الثقافة والاعلام. ٢٠٠٥.
- ٣٦- محمد حامد, الاضاءة المسرحية. بغداد. دار الكتب للطباعة والنشر. ١٩٧٥.
- ٣٧- محمد حسن خير الدين. التسويق. مكتبة الجيل للطباعة. ١٩٩٧.
- ٣٨- محمد عبده, فحج البلاغة, ج٣, بيروت: لبنان, دار المعرفة للطباعة والنشر, بلا.
- ٣٩- محمد ايهاب المرذاني, المونتاج اللاخطي الرقمي. اتحاد اذاعات الدول العربية. سوريا. ٢٠٠٣.
- ٤٠- منى الحديدية, الاعلان, الدار المصرية اللبنانية. ٢٠٠٩.
- ٤١- نجم عبد حيدر, علم الجمال افاقه وتطوره. (جامعة بغداد. كلية الفنون الجميلة). ط٢. سنة ٢٠٠١.
- ٤٢- نور الدين احمد النادي واخرون, تصميم الاعلان(الدعاية والاعلان في السينما والتلفزيون), مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع, ٢٠١٠, عمان.
- ٤٣- نور الدين احمد النادي ورفقائه. الاعلان التقليدي والالكتروني. مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. ط١. سنة ٢٠١١.
- ٤٤- هيثم الياس, الرؤية الفنية والرؤية الفلمية, رسالة ماجستير. غ.م. كلية الفنون الجميلة. ١٩٩٦.
- ٤٥- وليم بنتون, الجمالية. ترجمة: تامر مهدي, دار الشؤون الثقافية العامة. بغداد. ٢٠٠٠.
- ٤٦- يحي حمودة, نظريات اللون.
- ٤٧- يوجين فال, فن كتابة السيناريو. ترجمة: مصطفى محرم. القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب. ١٩٩٧.
- ٤٨- بسام نوري محمد, الوظيفة النفسية للتشكيل الدرامي للإضاءة في افلام الرعب. رسالة ماجستير\غير منشوره. كلية الفنون الجميلة. ٢٠٠٩.
- ٤٩- رعد عبد الجبار الشاطي, المستويات الدالة للمرئي والحسوس في النص الضوئي, اطروحة دكتوراه, غير منشورة, (جامعة: بغداد: كلية الفنون الجميلة, ١٩٩٦).
- ٥٠- برنامج التصوير التلفزيوني(الاضاءة). معهد التدريب المهني. المملكة العربية السعودية. ١٤٢٨ هـ.
- ٥١- مجلة المورد: تعبير الرؤيا في كتاب الحيوان الكبرى للدميري, د. جليل ابو الحب, المجلد العشرون- العدد الثاني ١٤١٣ هـ- ١٩٩٢ م, اصدار وزارة الثقافة والاعلام, اذار, الشؤون الثقافية العامة, جمهورية العراق,

<http://www.mbc.net/ar/corporate/about-us.html>



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م

الملاحق:

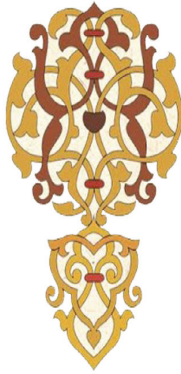
استمارة تحليل الصوري للقطات العينة

ت	حجم الكادر	الحركة في الإضاءة	اللون في الإضاءة	كثافة الإضاءة

استمارة التحليل الذي عرضت على الخبراء للبحث الموسوم التشكيل الجمالي للإضاءة في الاعلانات التلفزيونية

اداة التحليل	يتحقق	لا يتحقق	يتحقق نوعا ما
١: تحقق الإضاءة الجانب الجمالي للإعلان وتجذب الانتباه لمحتواه. ٢: تتشكل الإضاءة على وفق أسلوب المخرج وتبعاً لنوع الاعلان. ٣: استخدام اللون في الإضاءة يعطي قيمة تعبيرية تنعكس على الجو العام للإعلان. ٤: تسهم شدة الإضاءة وخفوتها بابرار الشيء المعن عنه.			
اسم الخبير:	مكان العمل:	اللقب العلمي:	التاريخ:

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



Website address

White Dome Magazine

Republic of Iraq

Baghdad / Bab Al-Muadham

Opposite the Ministry of Health

Department of Research and Studies

Communications

managing editor

07739183761

P.O. Box: 33001

International standard number

ISSN3005_5830

Deposit number

In the House of Books and Documents (1127)

For the year 2023

e-mail

Email

off reserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com



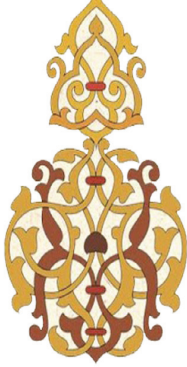
السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



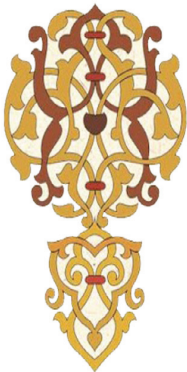


فصلية تُعنى بالبحوث والدراسات الإنسانية والاجتماعية العدد (١٠) المجلد الأول

السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



السنة الثالثة شعبان ١٤٤٦ هـ شباط ٢٠٢٦ م



General supervision the professor

Alaa Abdul Hussein Al-Qassam

Director General of the

Research and Studies Department editor

a . Dr . Sami Hammoud Haj Jassim

managing editor

Hussein Ali Muhammad Hassan Al-Hassani

Editorial staff

Mr. Dr. Ali Attia Sharqi Al-Kaabi

Mr. Dr. Ali Abdul Kanno

Mother. Dr . Muslim Hussein Attia

Mother. Dr . Amer Dahi Salman

a . M . Dr. Arkan Rahim Jabr

a . M . Dr . Ahmed Abdel Khudair

a . M . Dr . Aqeel Abbas Al-Raikan

M . Dr . Aqeel Rahim Al-Saadi

M. Dr.. Nawzad Safarbakhsh

M. Dr . Tariq Odeh Mary

Editorial staff from outside Iraq

a . Dr . Maha, good for you Nasser

Lebanese University / Lebanon

a . Dr . Muhammad Khaqani

Isfahan University / Iran

a . Dr . Khawla Khamri

Mohamed Al Sharif University / Algeria

a . Dr . Nour al-Din Abu Lihia

Batna University / Faculty of Islamic Sciences / Algeria

Proofreading

a . M . Dr. Ali Abdel Wahab Abbas

Translation

Ali Kazem Chehayeb