

الملصق السينمائي: من التصميم إلى التلقي.

Movie poster: From design to reception.

بنعمر عزوز²

عبد المالك علي¹

¹مخبر أرشفة المسرح الجزائري، جامعة وهران 1، الجزائر، abdelmalek.ali@edu.univ-oran1.dz

²مخبر أرشفة المسرح الجزائري، جامعة وهران 1، الجزائر، azzouzbenz@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2025/06/03

تاريخ القبول: 2025/05/26

تاريخ الاستلام: 2025/03/16

ملخص: إن الدور الأول والأساس لأي ملصق هو الترويج لمنتج ما بالتركيز على مزاياه وباستعمال الصور والأشكال والألوان الملائمة والجذابة بغرض دفع الزبون إلى اقتنائه. ويتميز الملصق السينمائي بتميز المنتج الفني الذي يروج له، إذ يرمي بالدرجة الأولى إلى إقناع الجمهور العريض بشراء التذكرة ومتابعة الفيلم. لذلك فهو لوحة تحتوي معلومات عن منتج الفيلم ومخرجه وأهم الممثلين النجوم الذين يؤدون أدوار البطولة فيه.

وعليه، تهتم هذه الدراسة بتسليط الضوء على أثر التصميم الغرافيكي في تلقي الملصق السينمائي، من خلال دراسة طرق استخدام الرموز والإشارات التي تشي بفحوى الرسالة التي يمررها الملصق، وأهم التقنيات التي يستعملها المهندس الغرافيكي في صياغة رسائله ومضامينه. وكيف يساهم التصميم الغرافيكي في إيصال جوهر الفيلم. ومن أجل دعم الدراسة تطبيقياً، سنأخذ من ملصق فيلم "الملكة الأخيرة" أنموذج، معتمدين التحليل السيميولوجي لجزئياته.

كلمات مفتاحية: الملصق السينمائي، التصميم الغرافيكي، التلقي، المنهج السيميولوجي، فيلم الملكة الأخيرة.

Summary: The first and main role of any poster is to promote a product by focusing on its advantages and using appropriate and attractive images, shapes and colors in order to push the customer to buy it. The movie poster is characterized by the uniqueness of the artistic product it promotes, as it aims primarily to convince a wide audience to buy a ticket and watch the movie. Therefore, it is a panel that contains information about the movie's producer, director, and the most important star actors who play the lead roles in the movie.

Therefore, this study is interested in shedding light on the impact of graphic design on the reception of the movie poster, by studying the methods of using symbols and signs that indicate the content of the message passed by the poster, and the most important techniques used by the graphic designer in formulating its messages and contents. And how graphic design contributes to communicating the essence of the movie. In order to support the study in practice, we will take the movie poster of "The Last Queen" as a model, using a semiotic analysis of its parts.

Keywords: Film poster, graphic design, reception, semiotic approach, The Last Queen.

الإيميل: abdelmalek.ali@edu.univ-oran1.dz

✱ المؤلف المرسل: علي عبد المالك

مقدمة:

التصميم الفني للملصق السينمائي عنصر أساسي من عناصر جذب الانتباه وإيصال رسالة الفيلم إلى الجمهور المستهدف. فهو وسيلة تسويقية فعالة للأفلام، يعكس الفكرة الرئيسية والأجواء التي يمكن أن يتوقعها المشاهدون. كما يقوم التصميم الفني بتحديد هوية الفيلم وجذب الاهتمام له، من خلال الاستخدام المبتكر للصور والألوان والخطوط. وبالتالي، يلعب دورا حيويا في نجاح الفيلم جماهيريا.

وبعد اطلاعنا على النجاح الباهر الذي حققه الفيلم الجزائري "الملكة الأخيرة"، وحصولنا على ملصقه المتميز، والمثير للعديد من الأسئلة والملاحظات، قررنا دراسته وتحليله من حيث دلالاته ومعانيه متوسلين بأدوات الدرس السيميولوجي، معتمدين في دراستنا على الأسئلة التالية:

- كيف يؤثر التصميم الغرافيكي على تلقي الملصق السينمائي، وكيف يساهم في فهم مضمون الفيلم وجوهره؟
- وهل يمكن للملصق أن يؤثر في تلقي الفيلم السينمائي؟

أهداف الدراسة:

- الكشف على تأثير التصميم الغرافيكي على تلقي الملصق السينمائي.
- تحديد دور التصميم الغرافيكي في الملصق السينمائي.
- ابراز دور التصميم الغرافيكي في فهم جوهر الفيلم.
- الكشف عن مستويات التلقي في الملصق السينمائي.

عينة الدراسة:

العينة هي نموذجٌ يشمل جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، وتكون ممثلةً له، بحيث تحمل صفاته المشتركة". (موريس ، 2004، صفحة 299) ومن هذا المنطلق، كان لزاما علينا اختيار عينة بحثية لهذا المجتمع، وبالنظر إلى عدة عوامل منها، مجال الدراسة وطبيعة الموضوع المدروس، فلن أفضل عينة يمكن تطبيقها هي العينة القصدية (العمدية).

والعينة القصدية هي أسلوب معاينة "يقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث، وهذا انطلاقاً من دراسته الكاملة والمفصلة لما يحتويه هذا المجتمع من مفردات، ولطبيعته هذه من حيث ما تتضمنه من معلومات وبيانات، وبالتالي تلك التي لها صلة بالبحث على الصعيد المذكور لتشكيل عينة البحث، دون الأخذ بعين الاعتبار عامل الانتظام أو الصدفة في ذلك، بل فقط عامل التأكد الشخصي من فائدة الاختبار المحقق للنتائج النهائية للبحث". (محمد، 2004، صفحة 109) ويطلق عليها عينة عمدية أيضاً لأن مفردات هذه العينة لا يتم اختيارها عشوائياً وإنما بشكل عمدي (قصدي) وموجه. (نبيل أحمد، 2006، صفحة 264).

وبما أن موضوع هذه الدراسة يتناول الملصقات السينمائية، والتي تشترك جميعها في تعريف الجمهور بالفيلم، حاولنا اختيار عينات قصدية جزائية، واستثنينا الملصقات السينمائية الأجنبية التي صادفتنا في الميدان، لذلك كان مجموع وحدات العينة المختارة بأسلوب انتقائي قصدي (ملصق فيلم الملكة الأخيرة).

منهج الدراسة:

يعد اختيار المنهج الصحيح للدراسة من أهم خطوات البحث العلمي فهو يساعد على الوصول إلى الأهداف المحددة لها، وقد عرف المنهج على أنه الطريق الذي يجب أن يسلكه الباحث للوصول إلى الحقيقة العلمية. (صالح، 2012، صفحة 122) ولغرض التحليل المستفيض لعملية (أو عمليات) تلقي الملصق السينمائي بشكل معمق يصبو إلى الدقة، يعتمد البحث أدوات التحليل السيميولوجي للصورة المرئية، ذلك أن هذا المجال من الدراسة سيتيح لنا أن نكشف فهم العلامات والأيقونات البصرية الموجودة في الملصقة بثمتي معانيها، انطلاقاً من سيميائيات رولان بارت بشكل خاص، وتوسعا إلى أهم ما جاء بعده من قراءات ونظريات خست دراسة الصورة بعدة مبادئ وفتحتها بعدة مفاتيح، ستمكننا لا محالة من دراسة و تحليل العناصر الغرافيكية للملصق السينمائي ودلالاتها.

1. مفاهيم الدراسة:

1.1. الملصق:

هـ و عبارة عن مطبوعة متفاوتة الأحجام، تكون على ورق عادي أو على ورق مقوى فيها رسوم وصور وكتابة يتم عرضها في الأماكن العمومية أو مداخل المباني ذات التردد البشري الكبير، للدعوة والإعلان عن

عمل فني أو لقاء فكري أو دعائي سياسي...و يعد الملصق من "أهم الوسائل الاتصالية التي تؤدي هدفا فكريا وعقائديا وسياسيا فضلا عن الإرشاد والتوجيه وغيرها ، يراد من فكرته التركيز على المعاني من خلال الدلالات الموجهة والمتجسدة من خلال عناصر الملصق وبنيته. فالملصق هو رسالة فنية قد تكون جمالية أحيانا ، بيد أن الجمالية نسبية أو قد تكون وظيفية بحتة"(معتز ، 2011، صفحة 85).

ويتميز الملصق عمومًا بقدرته هائلة ومتميزة على تبليغ المعلومات والمعطيات بطريقة بسيطة ولكنها فعالة وجذابة، لكونه من أكثر وسائل الاتصال البصري ذيوعا في شتى بقاع العالم. وتتعدد أشكال الملصقات وقياساتها كما تتنوع أساليب التعبير فيها بحسب المجالات التي تعرضها أو المنتجات التي تروّج لها.

ومع تطور العلوم والتكنولوجيات وظهور اختراعات عديدة في ميدان صناعة الصورة والتصميم الجرافيكي، ظهرت مهنة المصمم الجرافيكي المحترف الذي يستطيع التوليف بين الصور والرسوم والألوان والأشكال والشعارات والخطوط ليجعل من الملصق عملا فنيا جذابا ومعبرًا، يوصل الرسالة المنوطة به بطريقة سريعة وفعّالة.

2.1. الملصق السينمائي:

يمكن تعريف الملصق السينمائي على أنه وسيلة مرئية تستخدم للترويج للفيلم ، يتكون عادةً من رموز وألوان، وصورة رئيسية، وعنوان الفيلم، وأسماء الممثلين، ومعلومات أخرى ذات صلة، مثل تاريخ الإصدار واسم المؤلف والمخرج... (عيد أحمد ، 2014، صفحة 67)، فالملصق السينمائي هو التجسيد المرئي لمضمون الفيلم ونوعه وأسلوبه، يتخذ المنتج نقطة اتصال وتواصل بين الفيلم والجمهور قبل ظهوره.

ويستطيع الملصق السينمائي هذا السبق أن يُمكنَ المتلقي من تكوين الانطباعات الأولى حول الفيلم، فيؤثر بشكل إيجابي في اتخاذ قراره بمشاهدة الفيلم. ولذلك، يمكن اعتبار إصدار الملصق السينمائي فعلاً حيويًا وخطوة إيجابية نحو تحقيق النجاح التجاري للفيلم.

3.1. التصميم الجرافيكي:

إن مصطلح التصميم الجرافيكي (Graphique Design) مصطلح اشتق من كلمة جرافيك (Graphique) والتي تعني الرسوم البيانية، وهي عبارة عن تمثيل بصري لعلاقات عددية أو كمية أو إحصائية،

ويظهر الرسم البياني بفاعلية وبسرعة وبساطة جوهر البيانات والعلاقات الهامة التي تتضمنها. ويعتبر أصل هذه الكلمة لاتيني، اشتقت من كلمة (Graphus) التي تعني خط مكتوب أو مرسوم أو منسوخ. (أحمد زكي، 1991، صفحة 157)

والتصميم الغرافيكي شكل من أشكال التواصل البصري ، يستخدم لنقل رسالة أو معلومات معينة للجمهور، وهو تمثيل مرئي لفكرة ما تعتمد على إبداع واختيار وتنظيم العناصر البصرية . والتصميم الغرافيكي الجيد هو التصميم الذي يقدم رسالة أقوى في المعنى. فهو إذاً أحد الطرق التي يأخذ فيها الإبداع واقعة مرئية. ويمكن للحلول التي يقدمها التصميم الغرافيكي أن تحقق العديد من النتائج كإقناع المتلقي عن طريق تقديم معلومات واضحة، وتبيان الأشياء، وتمييز العلامات التجارية، وتحديد المواقع، كما يقوم التصميم الغرافيكي بحمل العديد من المعاني ونقلها. وبإمكان هذه الحلول التصميمية أن تكون فعالة لدرجة أنه يؤدي إلى تحقيق سلوكيات معينة، إذ بالإمكان أن تختار منتجاً ما لمجرد أنك تتجذب إلى تصميم علبته، أو يمكن أن تتبرع بالدم بعد مشاهدة إعلان خاص بالخدمات الموجهة للجمهور. (landa, 2011, p. 02).

4.1. مفهوم التلقي:

تدل كلمة التلقي على استقبال شيء ما، كما تدل أيضاً على العناصر التي تتحكم في قراءة جمهور معين للخطاب الفني والأدبي والإعلامي، وبعبارة أخرى ذلك الفعل الذي يمارسه الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والانفعالية والاجتماعية، لتفسير ما يقدم له هذا المعنى، حيث يتضمن الإحساس والذكاء والإدراك وبناء المعنى. (الشريف، 2021، صفحة 194).

والتلقي في العربية هو الاستقبال (مكرم، 1992، صفحة 254)، وكذلك شأن الكلمة الإنجليزية (reception) والفرنسية (réception) إذ تعنيان الاستقبال والتلقي. كما أن مصطلح التلقي في بعده الجمالي قد يعني ذلك الأثر الذي يولده الإبداع وطريقة استقباله من قبل المشاهد أو القارئ. فالمصطلح يشير إلى أثر العمل الإبداعي في شخص ما أو مجموعة أشخاص، وهذا الأثر يمكنه أن يحدث تغييراً سلوكياً أحياناً لدى الفرد أو الجماعة.

2. أسس تصميم الملصق السينمائي وعناصره:

لا تختلف الملصقات السينمائية في أسس وعناصر تصميمها عن باقي الوسائط الغرافيكية الأخرى مثل "الفلاير" و "البروشور" والنشرات وغيرها ...، ويستدعي التعامل مع التصميم إتقان أسسه ومبادئه وأبجدياته وعناصره التي تتمثل فيما يلي.

1.2. أسس التصميم:

- **الخط:** يعد الخط من أهم العناصر البنائية في الملصقات السينمائية فهو يساعد على تكوين التصميم ويعطينا الهدف الأسمى منه كما أنه يعبر عن الفكرة والمضمون في التصميم ويمكن من خلاله زيادة الإحساس بالعمق ومن أبرز ميزاته قدرته على الإيحاء بالكتل والأشكال المختلفة.

- **اللون:** يعد من أهم عناصر التصميم الأساسية حيث يدخل في بناء وتصميم الملصق السينمائي، فلا يظهر تجسيد لمكونات الملصق بدون الألوان ويمثل اللون دلالة أحيانا في الملصق ويفضل استعمال الألوان الملائمة للموضوع فحسب أحمد مختار عمران اللون الأخضر في عالم التصميم يرتبط بروح الدفاع والمحافظة على النفس. (أحمد مختار ، 1997 ، صفحة 154)، أما كلود عبيد فاللون الأزرق فانه يشجع على الابداع لأن الناس تربط هذا اللون بالمحيط والمساء والحرية والسلام. (كلود ، 2013 ، صفحة 24).

- **الشكل:** يعد الشكل من العناصر الهامة التي تدخل في تكوين وبناء الملصق، ويكون واضحة من خلال تناقضه مع الخلفية الموجودة للملصق، وتعد استجابة المتلقي وتفهمه للأشكال المكونة للملصق من أرقى مكونات نمو الإدراك الذوقي والمعرفي لدى البشر، ويساعد الشكل في تمثيل فكرة الملصق واعطاء الرسوم والصور أشكالا مثيرة تعمل على جذب انتباه المتلقي. (Anisha , 2022) .

- **الصورة:** الصورة هي أحد العناصر التكوينية الأساسية لملصقات الأفلام، وقد أصبحت إحدى مسلمات العصر الحديث. تمارس الصور قوتها في أشكال مختلفة من التواصل لما لها من أهمية جمالية ووظيفية كبيرة. بالإضافة إلى كونها مؤثرة وتجذب النظر من حيث الطاقة التعبيرية للصورة، فإن الصورة الموجودة في الملصق لها أيضًا أهمية خطابية مباشرة للمتلقي، حيث أن الرسالة المرئية لملصق الفيلم تسعى جاهدة إلى ترسيخها والإكمال التعبيري من جهة أخرى. (بوعزة و كريمة ، 2019 ، صفحة 12).

- **النسبة :** إن جميع الأشكال في الملصق لها قياسات مختلفة نسبياً فمنها أشكال كبيرة أو صغيرة يمكن قياسها، فالقياس عنصر مهم؛ لأنه يمكن أن نضمن من خلاله أن يكون العمل الفني منتظم وجذاب، كما يساعد على

إبراز العنصر الأكثر أهمية مما يعمل على جذب انتباه المشاهد أو المتلقي للعمل الفني، ويمكن من خلاله إحداث تباين عنصرين مما يساعد على زيادة درجة الاهتمام بالموضوع، بالإضافة إلى أنه يجعل رؤية العناصر بشكل أسهل كما يبرز العنصر الأكثر أهمية ويجعله أكبر ويعمل أيضا على تأسيس نظرة ثابتة في كافة أنحاء الملصق. (david, sheena , & anoki , 2010, p. 38).

- **الملمس:** يدل الملمس على الخصائص والأحاسيس التي يحملها السطح الخارجي للأجسام، حيث تتعدد ملامس السطوح بين النعومة والخشونة أو بين الغائر والبارز أو المستوي، ويمكن استخدامها في إظهار الانطباعات المثيرة في الصورة. (Anisha , 2022).

- **الفضاء:** يظهر الفضاء في الملصق من خلال المسافة أو المنطقة التي تكون حول عناصره وهو بذلك يفصل بين عناصر الملصق ويبرز الأشكال ويعطي العين راحة بصرية، وله استخداماته في الملصقات السينمائية وهي:

- إبراز العناصر التصميمية في الملصق.
- إيجاد علاقة بين العناصر والمفردات المكونة للملصق وربطها ببعضها.
- إعطاء العين راحة بصرية عند النظر للملصق (vickress, david, & sandra, 2017, p. 66).

2.2. مبادئ التصميم:

- **الوحدة:** توحى الوحدة بالتوافق الموجود بين عناصر التصميم وإلى وجود علاقة مدروسة بين العناصر. كما أن الوحدة عبارة عن تصور موجود ومحدد المعالم تشارك فيه جميع العناصر السالفة الذكر، ومن أقوى حالات الوحدة في التصميم التكرار (تكرار الأشكال بطريقة معينة) (vickress, david, & sandra, 2017, p. 82).

- **التوازن:** يقصد بالتوازن توزيع عناصر التصميم من نصوصٍ ومربعاتٍ حوارٍ ورسوماتٍ وغيرها بشكلٍ متناسقٍ ومتوازن على اللوحة، ويوجد عدة طرق لتحقيق هذا التوازن:

-**التناظر:** تكون عناصر اللوحة موزعة بشكلٍ متناظرٍ بالنسبة لمحور تناظرٍ شاقوليٍّ غالبًا.

• عدم التناظر: تكون عناصر اللوحة موزعة بشكلٍ متشابهٍ وغير متناظرٍ، يستخدم هذا الأسلوب في تصميم مواقع الويب.

• التناظر القطري: يتم توزيع عناصر التصميم بتخطيطٍ دائريٍّ يعطي انطباعًا بالديناميكية

والحركة. (aissa, 2022)

- الإيقاع: وهو أحد الأسس الهامة التي تعتمد على التكرار في عملية التصميم المرئي، فتكرار العناصر المتماثلة أو على الأقل متشابهة في تصميم معين، ويوحي بالإيقاع كما في الموسيقى. (رمزي، 2008، صفحة 84)
- نقطة الارتكاز (مركز السيادة): وهي "النقطة التي تكون بمثابة المفتاح للتصميم حيث تكون النقطة الأولى التي يسقط عليها نظر المشاهد، ويشترط أن تكون النقطة الأكثر جذبا للوهلة الأولى". (رمزي، 2008، صفحة 85)

3. البعد السيميولوجي للملصق في الأنواع السينمائية:

تتميز الملصقات السينمائية بخصوصية التمثيل البصري للأنواع السينمائية المختلفة من أجل جذب انتباه الجمهور المستهدف وإثارة اهتمامهم بالفيلم. ويحتوي كل نوع على ألوان ورموز غرافيكية خاصة به، والتي يستخدمها مصممو الملصقات بشكلٍ واعٍ لإيصال النغمة والمزاج والعناصر المميزة للفيلم.

- 1.3. الفيلم الرومانسي: يعتبر الفيلم الرومانسي من النوع المفضل لدى الكثير من المشاهدين لأنه يقدم تجربة عاطفية فريدة وغالبا ما يثير مشاعر الحلاوة والحب. عندما يتعلق الأمر بإنشاء ملصق لفيلم رومانسي، عادة ما يستخدم مصممو الجرافيك العناصر المرئية التي تعكس الجانب الرومانسي للقصة وتؤكد على المشاعر. يعد اختيار الألوان أمرا ضرورياً في هذه العملية، حيث يمكنها إنشاء صورة جو دافئ ودعوة المشاهدين للانغماس في العالم العاطفي للفيلم. غالبا ما يتم تفضيل ظلال الباستيل، مثل الوردي الفاتح أو الأزرق الفاتح، لقدرتها على إثارة النعومة والرومانسية (شاكر، 2001، صفحة 368). فيما يتعلق بالأيقونات، غالبا ما تتميز ملصقات الأفلام الرومانسية بأزواج معانقة، أو قبالات عاطفية، أو نظرات محبة، من أجل التقاط جوهر قصة الحب. ترمز هذه الصور إلى المشاعر القوية التي تشعر بها الشخصيات وتسعى إلى نقلها إلى المشاهدين. (شاكر، 2001، صفحة 365) بالإضافة إلى ذلك، يتم استخدام عناصر مثل الزهور أو القلوب أو رموز الحب بشكل متكرر لتعزيز الرسالة الرومانسية للملصق. تلعب الطباعة المستخدمة في ملصقات الأفلام الرومانسية أيضا دورا مهما في إيصال المشاعر. غالبا ما يختار المصممون الخطوط الدقيقة أو المخطوطة التي تثير النعومة والحساسية. يمكن كتابة عناوين الأفلام الرومانسية بأحرف مائلة أو مستديرة قليلا، مما يؤكد الجانب الرومانسي للفيلم. فيما يتعلق بالتكوين، غالبا ما تعرض ملصقات الأفلام الرومانسية الشخصيات الرئيسية، مع التركيز بشكل خاص على وجوههم أو تبادل نظراتهم. تسمح هذه الاختيارات التركيبية للمشاهدين بالتواصل عاطفيا مع الأبطال وإبراز أنفسهم في علاقتهم الرومانسية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تحتوي الملصقات أيضا على مناظر طبيعية رومانسية أو مواقع مميزة تعمل كخلفية لقصة الحب، وبالتالي تعزيز الجانب الرومانسي للملصق (أحمد مختار، 1997، صفحة 229).

باختصار، تسعى ملصقات الأفلام الرومانسية إلى نقل المشاعر الحلوة والتقاط جوهر قصة الحب المقدمة في الفيلم. يتم اختيار الخيارات الغرافيكية مثل الألوان والأيقونات والطباعة والتكوين بعناية لإنشاء ملصق يغري المشاهدين ويدعوهم للغوص في العالم العاطفي للفيلم الرومانسي. تساهم هذه الرموز الرسومية المحددة في الهوية المرئية لهذا النوع وتسمح للمشاهدين بالتعرف على الفور على العالم الرومانسي الذي يمكنهم توقعه عندما يرون ملصقا لهذا النوع.

2.3. فيلم الرعب: فيلم الرعب هو نوع من الأفلام تطور منذ الأيام الأولى للسينما. ويتميز بجماليته القاتمة والمخيفة التي تهدف إلى إثارة الخوف والقلق لدى المشاهد. في هذا الجزء، سوف نستكشف الرموز والأعراف الغرافيكية المستخدمة في ملصقات أفلام الرعب، لنفهم بشكل أفضل كيف تساهم في خلق جو شرير ومثير للقلق. عند النظر إلى ملصقات أفلام الرعب، غالباً ما نلاحظ استخدام الألوان الداكنة والمتناقضة. الأسود والأحمر والرمادي هي الألوان التي تستخدم عادة لترمز إلى الموت والعنف والخطر (أحمد مختار ، 1997، صفحة 191). على سبيل المثال، في ملصق الفيلم الشهير "Halloween" أنظر الملحق رقم (01)، تخلق الخلفية السوداء شعوراً بالظلام والغموض، بينما تبرز الطباعة ذات اللون الأحمر الدموي رعب العنوان. عندما يتعلق الأمر بالطباعة، غالباً ما تستخدم ملصقات أفلام الرعب محارفاً منمقة وغريبة. يمكن تشويه الحروف أو تمزيقها أو حتى تلطخها بالدماء من أجل تعزيز الجانب المروع للفيلم. على سبيل المثال، في ملصق "The Exorcist" أنظر الملحق رقم (02)، تخلق الطباعة بالأحرف القوطية جواً قاتماً وشيطانياً وهو ما يتناسب تماماً مع محتوى الفيلم. تلعب الأيقونات أيضاً دوراً مهماً في ملصقات أفلام الرعب. غالباً ما توجد رموز مرتبطة بالموت أو ما هو خارق للطبيعة أو غامض، مثل الهياكل العظمية أو العناكب أو حتى النجوم الخماسية. تساعد هذه العناصر المرئية في خلق جو مروع وغامض، وبالتالي جذب انتباه محبي هذا النوع من الأفلام. يعد تكوين الملصق جانباً آخر يجب أخذه بعين الاعتبار وتعتبر هذه الرموز المرئية ضرورية لجذب انتباه الجمهور إلى هذه الأفلام الباحثة عن الاثارة.

علي عبد المالك، بنعمر عزوز
الملصق السينمائي: من التصميم الى التلقي

تحليل الملصق الاشعاري السينمائي:
فيلم "المهكة الأخيرة" (laDernièreReine).



<https://mediterranee-mediterranee-audiovisuelle.com-الجزائر-الملكة-الأخيرة،-أول-فيلم-https://mediterranee-mediterranee-audiovisuelle.com>
lang=ar.25/09/2024. 19:17.

البطاقة التقنية للفيلم:

نوع الفيلم: دراما تاريخية.

المخرجان: داميان اونوري (Damienounouri) وعديلة بن ديمراد (AdilaBendimerad).

الممثلون: عديلة بن ديمراد، دالي بن صالح، محمد الطاهر زاوي، ايمان نويل.

المدة: 113 دقيقة.

تاريخ العرض: 19 أبريل 2023.

توزيع: جور دو فات (jour 2 fête).

1. المقاربة الوصفية:

المرسل: داميان أونوري (Damien Ounori) وعديلة بن ديمراد (Adila Bendimeard).

الرسالة: الملكة الأخيرة (la dernière reine).

التاريخ: 01 جوان 2023 على الموقع الإلكتروني للسمعي البصري في منطقة البحر الأبيض المتوسط.

نوع الرسالة: ملصق اشهاري سينمائي.

• محاور الرسالة:

• النسق اللغوي:

.DALI BENSSALAH-

.NADIA TERESKIEWICZ -

.YANIS AOUINE -

.ADILA BENDIMERED-

.MOHAMED TAHAR ZAOUÏ-

.IMEN NOËL-

.LA DERNIERE REINE -

- الأخيرة.

ALGER 1516 -

.Un film de DAMIEN OUNOURI & ADILA BENDIMERAD-

AU CINEMA LE 19 AVRIL-

• النسق الأيقوني:

- الصورة الأولى: شعار مهرجان البندقية السينمائي الدولي الدورة 79.

- الصورة الثانية: شعار أيام المؤلفين الإيطالي أو كما يلقب أيام فينيسيا.

- الصورة الثالثة: شعار مهرجان البحر الأحمر السينمائي الدولي.

- الصورة الرابعة: شعار قناة نوبا (nova) للإذاعة الفرنسية.

- الصورة الخامسة: شعار مجلة (L'Histoire) الفرنسية.

- الصورة السادسة: صورة امرأة مرتدية لتاج ملكي.

- الصورة السابعة: صورة مخففة ذات تدرج لوني للون الأخضر المزرق استخدمت كخلفية.

2. المقاربة النسقية:

-النسق من الأعلى: أسباب وضع الاشهار.

وضع هذا الملصق الاشهاري السينمائي في مختلف الأماكن العمومية ومواقع التواصل الاجتماعي قبل وبعد الفترة الممتدة للعرض الأول للفيلم.

-المرسل: داميارلونوري (Damien Ounori) وعديلة بن ديمراد (Adila Bendimeard).

-النسق من الأسفل:

موعد النشر: نشر هذا الملصق الإشهاري السينمائي يوم 01 جوان 2023 بعد موعد العرض الأول للفيلم كحملة ترويجية له، من طرف الموقع الإلكتروني للسمعي البصري في منطقة البحر المتوسط.

الفئة المستهدفة: هذه الرسالة موجهة إلى كافة مستخدمي الموقع الإلكتروني للسمعي البصري في منطقة البحر المتوسط ومتابعيهم، لتعريفهم بالفيلم وموعد العرض الأول.

3. المقاربة السيميائية:

1.3. المستوى التعيني:

1.1.3. الرسالة التشكيلية.

الحامل: (Le support) الخامة التي طبع عليها ورق ناعم خاص بالصور والاشهارات؛ (papierquadrachromie).

التأطير: (Le cadrage) تأطير الملصقة جاء بشكل قريب جدا من عين المشاهد وواضح.

المركز البصري وحركة عين المتلقي: وردت الصورة الفوتوغرافية والرسالة الألسنية المتمثلة في عنوان الفيلم في المركز البصري للملصق، حيث منح له المصمم مساحة كبيرة، وميزه عن باقي الرسائل الألسنية والأيقونية. أما فيما يخص حركة عين المتلقي تكون في هذه الصورة الإشهارية السينمائية، موجهة إلى مركز السيادة في أعلى الوسط أين توجد الصورة الفوتوغرافية ثم إلى الأسفل حيث تتجه عين المشاهد مباشرة إلى عنوان الملصق (LADERNIEREREINE الأخيرة)، والذي قام المصمم بتمييزه من حيث نوع الخط وحجمه الكبير، واللون المميز له، والذي ساهم بشكل كبير في جذب نظر المتلقي ولفت انتباهه.

وبعد ذلك ترجع عين المشاهد إلى أعلى المنتصف، أي أعلى الصورة الفوتوغرافية، وبالضبط إلى التاج ثم بعد ذلك تنتقل عين المشاهد إلى أسفل المنتصف أين توجد الرسالة الألسنية (AUCINEMALE19AVRIL) أي موعد عرض الفيلم، حيث خصّها المصمم بوضعها داخل إطار، وبحجم خط أقل من عنوان الملصقة الإشهارية، كي يوجه النظر إلى الرسالة الألسنية (ALGER1516).

وبعد الاطلاع على مضمون الملصق الإشعاري السينمائي، يجدر بنا معرفة الهيئة المرسلّة، فتنقل حركة عين المشاهد مباشرة إلى أسفل منتصف الملصق، أين نجد نسق لغوي يوضح مُخرَجِي الفيلم، لتتجه حركة العين بعد ذلك إلى أعلى اليمين، أين توجد رسالة ألسنية توضح أسماء أهم الممثلين، متبوعة بسلسلة من الشعارات لهيئات ومهرجانات شارك فيها الفيلم، وهي مرتبة من أعلى يمين الملصقة كالتالي: شعار مهرجان البندقية السينمائي الدولي الدرة 79، ثم شعار مهرجان يوم المؤلفين، ثم شعار مهرجان البحر الأحمر السينمائي.

بعد ذلك، تنتقل حركة العين مباشرة إلى أسفل اليمين أين يوجد شعار إذاعة نونو الفرنسية، ثم إلى أسفل يسار الملصقة أين نجد شعار مجلة (L'Histoire) الفرنسية، ثم تنتقل حركة العين مباشرة إلى أعلى اليسار أين نجد تكلمة الممثلين المشاركين في الفيلم.

2.1.3 الأشكال:

الخطوط: استخدم المصمم الخطوط المستقيمة والمنحنية لتشكيل الملصق والتي تعطي إحساسا بالترقب والتحليل، وهدفها إثارة عقل المتلقي لإبراز فكرة أو دلالات معينة كالقوة أو الضعف أو الحيوية أو غيرها من الدلالات التي تضيف على الملصق التناغم والتناسق مع باقي العناصر.

الخطوط المستقيمة: تُعبّر الخطوط عن دلالات نفسية متباينة بحسب نوع الخط، فهي تمثّل الصلابة والانضباط والقوة الكامنة إذا كانت مستقيمة ممتدة في كلا الاتجاهين بلا نهاية (خليف محمود، 2009). وفي الملصق توحى الخطوط المستقيمة بالرسوخ والثبات، حيث عملت كأرضية أو قاعدة لكل الأشكال والخطوط المرسومة فوقها.

الخطوط المنحنية: الخطوط المائلة والمنحنية تتصف بالانسيابية والمرونة، لا تثبت على شكل واحد بل هي متغيرة تستجيب لإيقاعات الانحناء والميلان، استُخدمت هنا في تشكيل الأيقونات التوضيحية للإيحاء بالمرقة والسماحة والإحساس بالنشاط أو الخمول. ولقد عمد المصمم إلى توظيف هذا النوع من الخطوط لإثارة المتلقي نحو هذه الفاعلية.

الشكل المستطيل: الشكل المستطيل شكل يصاحب الإنسان في حياته اليومية، وقد يكون الشكل الأكثر استعمالاً ومشاهدة، فالمنازل والغرف والأبواب والنوافذ والطاولات والأوراق والكتب... كلها أشكال مستطيلة، واستناداً إلى علم النفس فإنها تشير إلى الصلابة والسكينة والأمان والمساواة (خليف محمود ، 2009)، وقد أدرجه المصمم من خلال الشكل العام لعنوان الملصقة ليكسب ثقة المتلقي.

الشكل الدائري: يشير الشكل الدائري إلى الأبدية ، فالدائرة تحمي ، تحصر وتحمل. إنها تحبس ما بداخلها وتبقي الأشياء الأخرى خارجها . الدوائر توفر الأمان والتواصل ، وهي تشير إلى المجتمع، وقد عبر المصمم عن كل هذا باستخدامه الشكل الدائري خاصة، والملصق السينمائي في فيلم تاريخي يحاكي حقبة زمنية معينة.

الألوان والإضاءة:

الألوان: يمكن للون ان ينقل المحتويات بطرق مختلفة ومتعددة ،ويستطيع أن يزيد من الواقعية والرمزية، حيث تحمل الألوان دلالات متعددة على مر العصور ، اقترنت بمشاعر مختلفة، ومعتقدات وثقافات متنوعة ، حتى أصبحت بمثابة رموز دينية واجتماعية، وفي هذا الملصق تم توظيف الألوان التالية:

الأزرق: ويدل على الأمان والاستقرار الثقة النجاح الموثوقية الهدوء، مما دفع بالمصمم إلى استعماله في الخلفية بتدرجات مختلفة، ليثبت الاستقرار والأمان، وزرع الثقة في أوساط المواطنين بأن التراث في أمان.

الأخضر المزرقي: المعروف أيضاً بالأخضر الفاتح، يجمع بين دلالات اللون الأخضر الذي يرمز إلى الخصوبة والنماء ويدل على الأمل والخير، مع تأثير اللون الأزرق الذي يضيف لمسة من الهدوء والراحة. هذا اللون يُستخدم أيضاً في التعبير عن الطبيعة والسلام، ويُعتبر مريحاً للعين أين استخدم كخلفية للملصقة.

الأبيض: يرمز للنقاء والصفاء والبراءة والصحة والصداقة والنظافة، وظف في النسق اللغوي (عنوان الملصق ومختلف الشعارات)، للدلالة على الصدق وإعطاء إحساس بالراحة ، وإتاحة تشكيل تكامل لوني مع باقي الألوان الداكنة.

الأصفر: يدل على الفرح والابتهاج كما أنه لون جاذب للانتباه حيث تم استخدامه في الملصق لون التاج الذهبي وكمصدر إضاءة لجذب الانتباه نحو وجه الصورة الفوتوغرافية.

الإضاءة: ان للإضاءة تأثير سيكولوجي وفيزيولوجي على الإدراك البصري للمتلقي، واستخدم المصمم الإضاءة في منتصف الملصقة لجذب انتباه المتلقي مباشرة ومن أول وهلة إلى مضمون الرسالة.

3.1.3. الرسالة الأيقونة:

إن درجة التشابه بين الدال والمدلول في الرسالة كبير ، إذ أن هذه الرسالة الإشهارية السينمائية تسمح للمتلقي بالتعرف على الفعالية من أول وهلة والتي توضح أن موضوع الرسالة يخص السينما ، وذلك بعد توظيف المصمم لصورة فوتوغرافية ملتقطة من إحدى لقطات الفيلم. ويبث التصميم العام للملصق رسالة متعلقة بمضمون الفيلم، لذلك قلنا إن درجة التشابه بين الدال والمدلول كبيرة.

4.1.3. الرسالة الالسنية:

نرى في هذه الملصقة أن النص الإشهاري يتوافق تماما مع الصور الدلالية المرفقة ، وهذا ما يجعل هذه الملصقة تترسخ في ذهن المتلقي، فالعلامات اللغوية هي مكون متميز يكمل المكوّن الأيقوني، ومنه فهناك تسلسل بين الصورة والنص، فالرسالة الالسنية تشرح الرسالة الأيقونية وتكمل معناها ودلالاتها.

5.1.3. المجال الإبداعي الجمالي في الرسالة:

من خلال تأملنا لهذه الملصقة السينمائية ، التي قام المرسل بتصميمها حيث استخدم فيها التشكيل الهرمي لبناء الملصقة الإشهارية، معتمدا في ذلك صورة المرأة، حيث يمكننا تقسيمها إلى ثلاثة جوانب؛ جانب علوي متمثل في أسماء الممثلين المشاركين ، وشعارات لمختلف المهرجانات الدولية التي شارك فيها الفيلم. والجانب الأوسط المتمثل في عنوان الفيلم (LA DERNIERE REINE الملكة الأخيرة) وموضوع الرسالة. صورة استخدمت كصور إشهارية لإكمال المعنى في ذهن المتلقي. أما الجانب السفلي فيجمل موعد إطلاق الفيلم ومخرجيه.

كما استند المصمم إلى مجموعة من المعايير والأسس ، كزاوية النظر والتأطير ، ليساهم في تشكيل أسس جمالية تتجسد من خلال:

الإيقاع: فاستخدام الأشكال التي سبق ذكرها على مساحة التصميم، خلق تناغما بين العناصر المتضادة مما ساهم في خلق حركة منتظمة أضفت على التصميم حيوية وجمالية.

التوازن: تمثل في الترتيب الجيد لعناصر التصميم ليمنح بذلك المصمم للمشاهد الشعور بالاستقرار والاتزان بالإضافة إلى أنه قد حقق قبولا نفسيا لديه.

الوحدة: يتجلى ذلك في الربط بين الكتابة والصورة والأيقونات التي تجعل الصورة تعالج موضوعا واحدا (فيلم الملكة الأخيرة)، وتسعى بذلك لإرسال صورة واحدة.

التباين: هو من المبادئ المهمة والتميزة في عملية التصميم، إضافة إلى كونه يساعد على تحسين قراءة اللوحة أو الموضوع المصمّم وفهمه واستساغته. ويمكن تحقيق التباين من خلال الألوان والأحجام والأشكال... فما يُلفت الانتباه هو ذلك الاختلاف الملحوظ في الأحجام والألوان، وخاصة كل عنصر من عناصر التصميم، مما جعله لافتا للنظر.

السيادة: وتبرز بشكل واضح من خلال موضوع الرسالة الواحد المتمثل في النسق اللّساني والنسق الأيقوني والذي يمثل موضوع الملصق.

2.2. المستوى التضميني:

يوحي الملصق بأنه واقعي للوهلة الأولى ، ولكن بقليل من التمعن ، سيبدو أنه مركب بطريقة فنية بديعة، فلعتماده على الإنارة جعله أكثر بروزا، وضمّنه أثرا نفسيا قويا من أجل دعم الجانب الجمالي والوظيفي للملصق. كما جاءت التكوينات مترابطة مع بعضها البعض، من خلال علاقة الجزء بالكل. في حين تحققت السيادة للصورة الفوتوغرافية والعنوان ، في توجيه الانتباه والجذب البصري ، لتوصيل فكرة الملصق والتأكيد عليها.

في حين جاء التنظيم الخطي الأفقي للنص اللّغوي ليحقق نوع من الحركة في التصميم ، وليحدث استقرارا وثباتا في وحدة العمل الفني. ومن خلال تحليل لهذه الملصقة السينمائية ، يتضح أن المعنى الظاهري لها هو موضوع الفيلم ، إذ أن عنوان الرسالة يعكس مباشرة الصور الإشهارية المرفقة ، التي وُفّق المصمم في إيصال المعنى من خلالها، والتي أتت بالملكة مرتدية التاج الملكي، مطأطأة رأسها، وهذا من أجل الإيحاء بأن الملكة قامت بالتحالف مُجْبَرَة، للحفاظ على السلطة والبقاء في الحكم.

أما نوع الخط الذي كُتِب به عنوان الملصقة، والذي أخذ مركز السيادة في الملصقة، فقد أخذ بعدين؛ بُعداً لسانياً وبُعداً جمالياً، خاصة عندما استخدم الخط العربي لكتابة كلمة (الأخيرة) مما أعطاهما بعدا جمالياً وآخر سيميائياً، أي أن جوهر الفيلم يحاكي فترة تاريخية عربية. أما بخصوص غياب كلمة الملكة في عنوان الفيلم فقد

أنت علامة غير لغوية، واعتُمدَ في قراءتها على خبرات المتلقي الذاتية والجمعية، ذلك أنها مكون يكمل المعنى لكلمة "الأخيرة" أين استبدل المصمم العلامة اللغوية بعلامة أيقونية، متمثلة في صورة فوتوغرافية لتمام المعنى.

خاتمة:

إن بناء الرسالة المرئية في الملصق السينمائي يعتمد على اختيار العناصر البصريّة الاستراتيجية، وتنظيمها المكاني المتماسك مع الأخذ في الاعتبار نوع الفيلم والجمهور المستهدف وأهدافه، وتلعب الرسومات دوراً مركزياً في إنشاء ملصق جذاب ومؤثر. ومن خلال ما تطرقنا إليه في هذه الورقة البحثية، توصلنا إلى جملة من النتائج نلخصها فيما يلي:

- ركز التصميم على نظرية التلقي أين برزت جليا في عنوان الملصق.
- جاء الملصق في تصميم مَرَج بين أصالة المكان وأهمية المناسبة، وتم اختيار الألوان والصور فيه على أساس جذب الاهتمام، وارتباطها بدلالات لها رمزية، تؤثر في المتلقي وتجذب انتباهه.
- اعتمد الملصق على مبدأ البساطة، من خلال انسجام عناصر التصميم وترابطها، وحتى لا يشعر المتلقي بأن هناك عنصرا لا جدوى منه، وهذا ما يساعد في تأدية الوظيفة الإعلانية للملصق.
- أفضى التصميم العام للملصق بفهم جوهر الفيلم.
- تلعب الألوان دوراً أساسياً في خلق الجو العام للملصقة. على سبيل المثال، يمكن استخدام الألوان الدافئة والمشرقة لترمز إلى العاطفة أو العمل أو الطاقة، في حين أن الألوان الداكنة الباردة يمكن أن تثير الحزن أو الغموض أو التشويق.

قائمة المراجع:

1. anas aissa : مساق : (2022، 12 11). تم الاسترداد من مساق : <https://msaaq.com/%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%A6-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B5%D9%85%D9%8A%D9%85>
2. Anisha , S. (2022, 05 31). Retrieved from pixpa: <https://www.pixpa.com/fr/blog/principles-of-design>
3. david, d., sheena , c., & anoki , c. (2010). *design graphique cours et ateliers*. paris: eyrolles.
4. landa, r. (2011). *Graphic design solution*. USA: wadsworth.
5. vickress, david, d., & sandra, s. (2017). *graphic design school*. London: Wiley.

علي عبد المالك، بنعمر عزوز الملصق السينمائي: من التصميم الى التلقي

6. ابن منظور، جمال الدين محمد بن مكرم. (1992). لسان العرب. بيروت لبنان: مادة (لقي) دار صادر .
7. العربي رمزي. (2008). التصميم الجرافيكي. عمان: دار اليوسف للطباعة والنشر والتوزيع.
8. الهادي نبيل أحمد. (2006). منهجية البحث في العلوم الانسانية. الأردن: الأهلية.
9. آنجرس موريس . (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية. الجزائر : دار القصة للنشر.
10. بدوي أحمد زكي. (1991). معجم مصطلحات الدراسات الانسانية والفنون الجميلة والتشكيلية. القاهرة: دار الكتاب المصري.
11. بن نوار صالح. (2012). مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والانسانية. قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال.
12. جمال أحمد عيد أحمد . (2014). أسس التصميم الجرافيكي. القاهرة مصر : دار محسن للطباعة.
13. خليف الجبوري خليف محمود . (2009). الأهداف النفسية في تصاميم الملصق السياسي العالمي. مجلة نابو، 04.
14. عبد الحميد محمد . (2004). البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. مصر: عالم الكتب.
15. عبد الحميد شاكر. (2001). التفضيل الجمالي دراسة في سيكولوجية التذوق الفني. الكويت: عالم المعرفة.
16. عبید كلود . (2013). الألوان (دورها، تصنيفها، مصادرها، رمزيتها ودلالاتها). بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
17. عمر أحمد مختار . (1997). اللغة واللون . القاهرة : عالم الكتب للنشر و التوزيع .
18. عناد غزوان معتز. (2011). زمكانية التصميم المعاصر. عمان: دار دجلة.
19. مختار بوعزة ، و منصور كريمة . (01 06، 2019). ملصقات الأفلام: عندما تمتزج السينما بفن الإشهار. آفاق سينمائية، الصفحات 07-30.
20. مرزوق الشريف. (2021). نظرية التلقي وأطروحاته. مجلة النص، 07(01).

قائمة الملاحق:



الملحق رقم 01: ملصق فيلم Halloween الملحق رقم 02: ملصق فيلم The exorcist