



جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

قسم الوسائط المتعددة

تفاعلية البنى السيميائية للملصق الإعلاني للأفلام السينمائية

Interactive Semiotic Structures in Cinematic Advertising Posters

إعداد: هديل زياد صالح شلالدة

إشراف: أ. د. نجم عبد حيدر

(قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الوسائط

المتعددة) بكلية الدراسات العليا في جامعة بوليتكنك فلسطين - فلسطين

2024

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

قسم الوسائط المتعددة

تفاعلية البنى السيميائية للمُصق الإعلاني للأفلام السينمائية

**Interactive Semiotic Structures
in Cinematic Advertising Posters**

رسالة ماجستير في الوسائط المتعددة

إعداد: هديل زياد صالح شلالدة

(الخليل - 2024)

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

قسم الوسائط المتعددة

تفاعلية البنى السيميائية للمُصق الإعلاني للأفلام السينمائية

**Interactive Semiotic Structures
in Cinematic Advertising Posters**

رسالة ماجستير في الوسائط المتعددة

إعداد: هديل زياد صالح شلالدة

إشراف: أ. د. نجم عبد حيدر

(الخليل - 2024)

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

شهادة الموافقة على الأطروحة

دراسة أطروحة هديل زياد صالح شلالدة خريجة قسم الوسائط المتعددة، برقم الطالبة 217020، بعنوان: تفاعلية البنى السيميائية للملصق الإعلاني للأفلام السينمائية. تمت الموافقة عليها بالإجماع/ أغلبية الأصوات من قبل لجنة التحكيم، وتم قبول رسالة الماجستير في الوسائط المتعددة. واعتمادها من قبل كلية الدراسات العليا والبحث العلمي في جامعة بوليتكنك فلسطين_الخليل.

تاريخ الدفاع عن الأطروحة: 19/3/2024.

التوقيع

أعضاء لجنة التحكيم

1- أ. د. نجم عبد حيدر، مشرفاً.

2- د. إياد السامرائي، ممتحنًا خارجيًا.

3- د. عرفات النعيم، ممتحنًا خارجيًا.

4- د. نصر جوابرة، ممتحنًا داخليًا.

جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية الدراسات العليا

التوقيع

التاريخ

عميد الدراسات العليا والبحث العلمي

3/4/2024

د. نافذ ناصر الدين

التفويض

الاسم: هديل زياد صالح شلالدة.

عنوان الاطروحة: تفاعلية البنى السيميائية للملصق الإعلاني للأفلام السينمائية.

المشرف: أ. د. نجم عبد حيدر.

السنة: 2024 م.

أقر بموجب هذا أنه تم الحصول على جميع المعلومات الواردة في هذه الوثيقة وتقديمها وفقاً للقواعد الأكاديمية والسلوك الأخلاقي. أقر أيضاً أنه، وفقاً لما تقتضيه هذه القواعد والسلوك، فقد قمت بالإشارة بشكل كامل إلى جميع المواد والنتائج التي ليست أصلية في هذا العمل.

أقر بموجب هذا أنه يُسمح لجامعة بوليتكنك فلسطين وكلية الدراسات العليا والبحث العلمي بتخزين هذه الأطروحة وإتاحتها إلكترونياً.

التاريخ: 19/3/2024.

التوقيع:

Hadeel Taim

الشكر

من علمني حرفاً.. كنت له سنداً..

هذه الرسالة لم تكن.. لولا دعم مشرفي الفاضل، الذي أخذ بيدي وأنا أخطو خطواتي في هذا الطريق..

الأستاذ الدكتور: نجم عبد حيدر - حفظه الله-

لقد كان لحماسكم واهتمامكم وخبرتكم الواسعة في أدقّ التفاصيل دوراً كبيراً في إلهامي وإبقاء عملي على المسار الصحيح، وكان لإرشاداتكم القيّمة، وملاحظاتكم السديّة الأثر الكبير في إخراج هذه الرسالة إلى حيّز الوجود..

وسيبقى اسمكم فخراً لي طيلة حياتي

فكلم فائق الشكر والامتنان

الإهداء

ها قد وصلتُ رحلتي في دراسة الماجستير إلى نهايتها بعد تعبٍ ومشقةٍ وجهدٍ وعناءٍ..

وها أنا أختتم رسالتي بكلّ نشاطٍ..

وأمتنّ لكلّ من دعمني في مسيرتي التعليميّة

إلى كلّ الباحثين وروّاد العلم..

أهديكم ثمرة جهدي بكلّ حبّ وودّ..

الباحثة

الملخص

تُعَدُّ المُلصقات من أقدم وسائل الاتصال البصريّة، التي تسعى إلى الإعلان عن الأفكار، والمُنتجات، والخدمات، بشكلٍ تعبيريّ وجماليّ لافت للنظر. وهي تتنوع في أشكالها، منها ما هو ثقافيّ، أو سياحيّ، أو تجاريّ، أو خدماتيّ وغيرها، ولكل منها مواصفاته وخصائصه. ففي السياق الثقافيّ مثلاً، هناك مُلصقاتٌ أدبيّة، وفنيّة، وموسيقيّة، وسينمائيّة.

يقوم المُلصق على البناء الجماليّ المُحكّم للرسالة، باستخدام الرّموز والمفردات البصريّة واللغوية المناسبة، التي تمنحه حضوراً مميّزاً يلفت الانتباه، ويثير الفضول، ليتمّ فهمه من لمحة فورية، تُلقِي الضوء على الجوانب الرئيسيّة لتلك لرسالة، وتشجّع على اتخاذ إجراء فوريّ. ومع تقدم التكنولوجيا، تحولت المُلصقات من الطباعة التقليديّة إلى الرقمية، وأصبحت جزءاً من وسائل التّواصل الاجتماعيّ وإعلانات الإنترنت، مما أثر على وسائل انتشار المُلصق، الذي كان يُطبع ويُلصق على الجدران، وفي الطرقات، للوصول إلى عدد أكبر من المشاهدين.

تعتمد الدراسة على الأسلوب الكيفيّ في تحليل مُلصقات الأفلام، الذي يعتبر تقليداً خاصاً في العلوم الاجتماعيّة، يعتمد على مُراقبة الأشخاص في بيئتهم، والتفاعل معهم بلغتهم، حسب شروطهم. وتتبنى الدراسة المنهج السيميائيّ الذي يركز على نظام الإشارات، وكيفية بناء المعنى من خلال المُلصق. وتستخدم الدراسة مُلصقات خاصة بالأفلام المقدّمة لجائزة الأوسكار على أنّها بياناتٍ رئيسيّة، مع التّركيز على قراءة العناصر وتحليلها بمنهجية، وتأخذ في اعتبارها الموضوع، والهدف، والوسائل المستخدمة في التّفيز، وتحديد الرّموز التفاعليّة والدلالية المستخدمة في مُلصقات الأفلام، لفهم تأثيرها على عمليات استقبال الرّسالة.

يركز البحث على أهمية بناء مُلصقٍ تفاعليّ يُوجد حواراً مع المُتلقي، ويحقق نوعاً من الإشباع الجماليّ والمتعة وقابلية التّدكر، حيث إنّ البناء الجماليّ المُحكّم، والمحتوى اللغويّ الواضح، والعناصر البصريّة المناسبة، يمنح المُلصق حضوراً وهويّةً وتفاعلاً، ينعكس على مستوى التفاعل والاستقبال والتسويق. وللعناصر المستخدمة في المُلصق القدرة على الكشف عن موضوع الفيلم ونوعه. ولكيفية توظيف هذه العناصر ومعالجتها تأثير نفسيّ على المُتلقي.

الكلمات المفتاحيّة: المُلصق السينمائيّ، البنى السيميائيّة، الرّموز التفاعليّة، الاتصال البصريّ.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	الشكر.....
ب	الإهداء.....
ج	الملخص.....
د	قائمة المحتويات.....
ز	قائمة الجداول.....
ح	قائمة الأشكال والصور.....
1	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والدراسات السابقة.....
2	الإطار المفاهيمي: المقدمة.....
6	مشكلة البحث.....
6	الغرض من البحث.....
7	أهمية البحث.....
7	أسئلة البحث.....
8	فرضيات البحث.....
8	حدود البحث.....
9	تعريف المصطلحات.....
12	الدراسات السابقة: الدراسات العربية.....
15	الدراسات الأجنبية.....
18	مقدار الاتساق والاختلاف بين الدراسات السابقة والبحث.....
20	الفصل الثاني: الإطار النظري.....
21	المبحث الأول: المنهج السيميائي وأثره في بنى فن الصورة.....
21	1.1: مفهوم السيميائية ونشأتها.....

232.1: سيميائية الصورة.
263.1: التعيين والتضمين في الصورة.
284.1: سيميولوجيا رولان بارت.
305.1: سيمياء الدلالة.
34المبحث الثاني: فن تصميم الملصق الإعلاني.
341.2: فن الملصق، تاريخه، وتطوره.
362.2: أنواع الملصق، وأسس بناءه.
383.2: العناصر البنائية للملصق وسيميائياتها.
444.2: المصمم المبدع، وسيكولوجية الملصق.
465.2: الملصق السينمائي.
49مؤشرات الإطار النظري.
54الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات.
52تصميم البحث.
52طريقة أخذ العينات وجمع البيانات.
54طريقة تحليل البيانات.
57الفصل الرابع: دراسة الحالة.
58ملصق فيلم "JOKER".
60ملصق فيلم "STAR WARS: THE RISE OF SKYWALKER".
63ملصق فيلم "ONCE UPON A TIME...IN HOLLYWOOD".
67ملصق فيلم "KNIVES OUT".
70ملصق فيلم "JOJO RABBIT".
73ملصق فيلم "THE LION KING".
76ملصق فيلم "THE IRISHMAN".
78ملصق فيلم "AMERICAN FACTORY".

80"MALEFICENT: MISTRESS OF EVIL" ملصق فيلم
82"TOY STORY 4" ملصق فيلم
84"WALK RUN CHA-CHA" ملصق فيلم
86"MARRIAGE STORY" ملصق فيلم
88"BOMBSHELL" ملصق فيلم
90"SARIA" ملصق فيلم
92"HOW TO TRAIN YOUR DRAGON" ملصق فيلم
94"LITTLE WOMEN" ملصق فيلم
97"ST. LOUIS SUPERMAN" ملصق فيلم
99"FORD V FERRARI" ملصق فيلم
102"THE LIGHTHOUSE" ملصق فيلم
104"HAIR LOVE" ملصق فيلم
106"THE NEIGHBORS' WINDOW" ملصق فيلم
108"MISSING LINK" ملصق فيلم
110"1917" ملصق فيلم
112"AD ASTRA" ملصق فيلم
114الفصل الخامس: النتائج والمناقشة.
115نتائج التحليل السيميائي لعينة الدراسة.
121الاستنتاجات.
122التوصيات.
123المراجع.
124المراجع العربية.
131المراجع الأجنبية.
133الملخص باللغة الإنجليزية (Abstract)

قائمة الجداول

الصفحة	الجدول
30	الجدول 1.2: مقارنة رولان بارت في تحليل الصورة.....
53	الجدول 2.3: عينات البحث.....
55	الجدول 3.3: نموذج تحليل مارتن جولي.....
56	الجدول 4.3: نموذج تحليل البحث المطور.....

قائمة الأشكال والصور

الصفحة	الأشكال والصور
8	1.1: متغيرات البحث.....
22	2.2: مكونات العلامة عند بيرس.....
27	3.2: عناصر السيميائية لدى رولان بارت.....
28	4.2: نموذج رولان بارت المطور عن نموذج هيلمسليف.....
31	5.2: الدال والمدلول عند سيميائيي الدلالة.....
32	6.2: الشكل والماهية للدال والمدلول.....
37	7.2: أسس بناء الملصق في ملصق فيلم الكشبان الرملية "Dune".....
41	8.2: العناصر البنائية في ملصق فيلم بينوكيو "Pinocchio".....
44	9.2: مهارات المصمم المبدع.....
46	10.2: مراحل التأثير النفسي لرسالة الملصق على المتلقي.....
47	11.2: ملصق فيلم أخبار العالم "News of the World".....

الفصل الأول "الإطار المفاهيمي والدراسات السابقة"

المقدمة

المُصصقات ليست مجرد صورٍ بصريّة، بل هي لغة فنيّة تعبر عن مجموعةٍ من المعاني. وتتنوع استخداماتها في مختلف المجالات، حيث تعتبر وسيلةً فعّالةً للتّواصل، ونقل الرّسالة بشكلٍ جذاب. وتكمن أهميتها في القدرة على إلقاء الضوء على الجوانب الرئيسيّة للرّسالة، أو المنتج الذي يتم التّرويج له، كما أنها تعتبر وسيلةً فعّالةً للتّواصل مع الجمهور، حيث يمكن للمُصصق أن يلفت الانتباه، ويثير الفضول، ويشجّع على اتخاذ إجراءٍ فوريّ.

في عالمٍ يملؤه التّنويع البصريّ، تقف المُصصقات وسيلةً ترويجيّةً فعّالة، حيث تشكّل جزءاً أساسياً من استراتيجيات التّسويق، سواء للمنتجات التّجارية، أو للأحداث التّثقافيّة والفنيّة. وبفضل قوة الصّورة والتّصميم، تمتلك المُصصقات قدرةً على جذب الانتباه، وإيصال الفكرة بسرعة. وفي سياق صناعة السّينما، يعدّ المُصصق السّينمائيّ إحدى الأدوات الأكثر أهمية في ترويج الأفلام. فهو يتيح للجمهور لمحةً فوريّةً عن مضمون الفيلم، ويثير فضولهم نحوه. ويعتبر تصميمه تحدياً فنياً؛ لأنه يتطلب إتقاناً في اختيار الصّور والألوان، لنقل جوانب مختلفة من العمل السّينمائيّ.

تمتد جذور فنّ المُصصق إلى العديد من التّقافات والفترات التّاريخيّة، فقد شكّل وسيلة تعبيرٍ فنيّة مهمة على مرّ العصور، وعكس تطوّر الفنون التّشكيليّة والتّصميم عبر الزمن، مع تأثيراته البارزة على التّقافة الشعبيّة والتّرويج للأحداث والمنتجات. ففي القرن التّاسع عشر، ظهرت تقنياتٍ جديدةً في الطّباعة، سهلت إنتاج المُصصقات بكمياتٍ أكبر، وانتشر استخدامها في التّرويج للفعاليات التّثقافيّة والفنيّة، بما في ذلك مُصصقات (تولوز لوتريك)¹ وغيرهم من الفنّانين، خاصة في إعلانات السّيرك وأعمال الفنّانين المشهورين مثل (إدغار ديغا)². وخلال حركة الفنّ الفرنسيّة، شهدت المُصصقات تطوّرًا فنياً بارزاً، تبعاً لاستخدام الألوان الجريئة والأسلوب الفنّي

¹. تولوز لوتريك: (1864_1901) فنّان فرنسي، تأثر بأعمال الفنّان إدغار ديغا، وأبدع في التصوير، والنحت، وطباعة الليثوغراف. وقد استخدمت أعماله كإعلاناتٍ إعلانيةٍ توضع على الطرقات. المرجع: حموري، علي. وفرج، عبد الكريم. (2010). هنري تولوز لوتريك وأثره في صناعة المصصق. مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية (ص. 340).

². إدغار ديغا: (1834_1917) فنّان تشكيلي فرنسي، ونحات، ورسام، وأحد مؤسسي الانطباعية. أبدع في تصوير الحركة في أعماله، مثل: "سباق الخيل والعرة"، واهتم في رسم لوحات مليئة بالحركة لراقصات الباليه. المرجع: علي، محمود. (2022). إدجار ديغا... رسام التاريخ وعبقري الحركة الانطباعية في فرنسا. جامعة أسيوط (ص. 3).

الجديد. ومع تطوّر فنّ الحفر، ظهرت المُلصقات الفنيّة، والمُلصقات المسرحيّة، والمُلصقات السينمائيّة، وإعلانات السيّرك، والكتب المطبوعة.

في فترة ما بين الحربين العالميتين، أصبح المُلصق يستخدم بشكلٍ واسعٍ في الإعلانات التجاريّة وترويج الأفلام، حيث كانت هذه الفترة هي الذروة التاريخيّة لفنّ المُلصق. وبالتزامن مع حركات الفنّ الحديث، تأثر فنّ المُلصق بهذه الحركات الفنيّة، وتطورت تقنيّاته وأسلوبه ليشمل فنّ البوب، والفنّ الحضري، وفنّ الشارع، لتعكس المُلصقات بذلك تحولات العصر الحديث. وخلال التسعينيات، أصبح إنتاج المُلصقات يعتمد على الحاسوب، والتّصوير الفوتوغرافيّ، والطّابعات، ولم يعد توفير أدوات إنتاجها من أقلام، وريش، وألوانٍ أمرًا ضروريًا للمصمم. وظهرت إمكانيّة في إنتاج أكثر من خيارٍ للمُلصق الواحد في وقتٍ وجهدٍ أقل، والتّعديل على التّصميم بسهولة، والمحافظة على جودة العمل؛ بفعل التّطوّر التكنولوجيّ. ولهذا السبب أيضًا؛ اتسعت رقعة الأعمال السينمائيّة عالميًا، فكان تصميم مُلصقات الأفلام، إحدى طرق التّرويج والإشهار لتلك الأعمال، لقدرتها على جذب انتباه المتلقي وإقناعه بالعمل السينمائيّ. ومع تقدّم التكنولوجيا، تحولت المُلصقات من الطّباعة التّقليديّة إلى الطّباعة الرقمية، وأصبحت جزءًا من وسائل التّواصل الاجتماعيّ، وإعلانات الإنترنت. وبالرّغم من مواكبتها للتّحولات الاجتماعيّة والتكنولوجيّة، يظلّ فنّ المُلصق حاضرًا، وجزءًا حيويًا من تاريخ الفنّ.

ولأنّ مُلصقات الأفلام تمثّل خطابًا مرئيًا وثقافيًا تمّ إنشاؤه للتّرويج للأفلام وللتّواصل مع المتلقّي. تُظهر أهميّة دراستها بواسطة المنهج السيميائيّ، الذي يتيح إمكانيّة تحليل الصّورة وتفسيرها في إطارٍ منهجيّ، شكليّ، وضمنيّ محدد. ونظرًا لندرة الدّراسات العربيّة التي تستخدم هذا المنهج، وأهميّة تطوير نماذج بحثيّة تطبيقيّة في هذا المجال، تمّ البحث في "تفاعليّة البنى السيميائيّة للمُلصق الإعلانّي للأفلام السينمائيّة". وعلى الرّغم من أهمية هذا الموضوع، واجهت الباحثة تحدياتٍ شملت صعوبة الوصول إلى أسماء مصمّمي مُلصقات الأفلام، وصعوبة إيجاد مواقع إلكترونيّة موثوقة، تعرض أفضل المُلصقات السينمائيّة العالميّة.

تهتم السيميائيّة (علم الدّلالة) في المعنى وكيفية تمثيله في أوسع شكلٍ له، وتعمل على إيجاد المعاني ومعالجتها، لتظهرها بالشكل الذي يفهمه المتلقي. ويتم تحقيق تمثيل المعنى عن

طريق اللغة، والصّور، والأشكال، كما أنّ السّيميائية تقدم مداخل مفيدة في التّحليل الشّكلي، فهي تهتم بدراسة الرّموز بدلاً من النّظر إلى ماهيتها، وتفترض أنّ أيّ شيءٍ نراه في صورةٍ، أو فيديو، أو أيّ مادةٍ بصريةٍ أخرى، هو مجرد تمثيلٍ لمفهوم، وليس المفهوم بذاته. ووفقاً للكاتب الأمريكي وليام سارويان فإنّ "الصّورة بألف كلمة. نعم، ولكن فقط إذا نظرنا إليها وقلنا أو فكرنا بألف كلمة" (كيليش وساركارتال، 2016، ص: 2). ويمكن أن تُحلل الصّور إما باستخدام مبادئ (Molly Bang) البصريّة، أو باستخدام طريقة التّحليل السّيميائيّ الأكثر شيوعاً. حيث تتعلق مبادئ (Molly Bang) البصريّة في المقام الأول بالأشكال، والألوان، ومواضع الأشياء (Objects) داخل الإطار، وكيفية تأثيرها على المشاعر، إذ لا يمكن لهذه الأشكال، والألوان، والمكونات، أن تشرح تماماً المعنى الذي يربطه الناس في الصّور والأشياء (Objects). كما أنها لا تأخذ في اعتبارها _ المفاهيم، والنماذج النمطيّة، والأساطير، والرّموز، والأيدولوجيا، التي يمكننا العثور عليها في الصّور. في حين أنّ هذه الأشكال، والألوان، والأشياء (Objects)، هي جزء من علم الدّلالة بالتأكيد، الذي يتجاوز كل ذلك ويهتم في المعنى، والجوانب الأيدولوجيّة لها. كما أنّ علم الدّلالة يأخذ في الاعتبار أنّ المعنى الذي يرتبط بهذه الأشياء (Objects)، يتغير وفقاً للسياق النّقائيّ والتّاريخيّ للفرد، وهذا يعني أنّ الصّور المختلفة يمكن أن تعني شيئاً مختلفاً للأشخاص استناداً إلى خلفيتهم وسياقهم.

إنّ دراسة العلامات هي دراسة بناء الواقع وصيانته. حيث تأخذ العلامات شكل الكلمات، أو الصّور، أو الأفعال، أو الرّوائج، أو النّكّهات، أو الأصوات، من دون معناها الجوهريّ، وهي تصبح علامات فقط عندما يتم استثمارها في المعنى. وقيمة العلامات تحدد من خلال علاقتها مع العلامات الأخرى داخل النّظام ككل، لأن العلامات تُترجم إلى رموزٍ بطريقةٍ (باراديغمية) قائمة على كيفية تفكير المتلقي في الأشياء والأحداث، بالاعتماد على النظريات والمفاهيم التي تعطي وجهة نظر ما عن شيءٍ محدد، ليُحدد معنى العلامة -بشكلٍ رئيسيّ- من خلال علاقتها بالعلامات الأخرى المجاورة لها.

هذه الدّراسة تستخدم الأسلوب الكيفي (Qualitative Method) في تحليل مُلصقات الأفلام. ويتمثل البحث الكيفي في التقليد الخاص بالعلوم الاجتماعيّة، ويعتمد -بشكلٍ جوهريّ-

على مراقبة الأشخاص في بيئتهم الخاصة، والتفاعل معهم بلغتهم الخاصة، على أساس شروطهم الخاصة (كيرك وميلر، 1986). والنهج المستخدم في هذه الدراسة هو السيميائية (علم الدلالة) الذي يهتم بالنظام الذي يدرس كيفية بناء المعنى من خلال المُلصق. كما أنّ هذه الدراسة تستخدم المُلصقات الخاصة بالأفلام الفائزة بجائزة الأوسكار والأفلام المرشحة لها كبياناتٍ رئيسية، والسبب في اختيار هذه البيانات يُعزى إلى شهرتها وتصميمها، حيث سيتم شرح البيانات بشكلٍ وصفيّ في التحليل والنقاش.

تهدف مُلصقات الأفلام إلى نقل موضوع الفيلم، والشخصيات، والخلفية، ومعلومات أخرى عنه، حيث يحصل المُتلقي على انطباعٍ أوليٍّ عن الفيلم، وفهمٍ له، من خلال المُلصق الذي يعمل على الترويج لذلك الفيلم، وزيادة إيراداته بشكلٍ فعّال (ريفادولا، 2000)؛ لذا، يجب أن يتسم تصميمه بالوضوح، والبساطة، واختزال الرموز والكلمات وبروزها، لضمان قدرة المُتلقي على قراءة المُلصق وفهم رسالته. وبسبب سيطرة الصورة على المُتلقي بفعل التطورات التقنية والعالمية المستمرة، أصبح الواقع الصوريّ غنيًا بالرموز والعلامات. وأصبح من الضروريّ قراءة تلك الصور بطريقة علمية وفهم معالمها، للوصول إلى رسالتها. ويُمكن المنهج السيميائيّ من قراءة تلك الصور والمُلصقات وتفسير رموزها وعناصرها، وذلك للكشف عن دلالاتها والوصول إلى رسالتها، فهو يعمل على استنتاج ما لا ينطق، ويفسر الأيقونات، والعناصر، والرموز. وبهذا، فإنّ تصميم مُلصقات الأفلام ليس بالأمر السهل، إذ يتطلب تصميمها أفكارًا إبداعيةً، واختيار صورٍ ملائمة، تعمل على إيصال رسالةٍ تُنفع المُتلقي وتشجّعه على مشاهدة الفيلم.

يتكون هذا البحث من خمسة فصولٍ، حيث يتناول الفصل الأول الإطار المفاهيمي للدراسة، وأهميتها، وجملة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية، ومقدار الاتساق والاختلاف بينها وبين البحث. أمّا الفصل الثاني، فهو يدرس الإطار النظريّ الذي ضمّ مبحث في المنهج السيميائيّ وأثره في بنى فنّ الصورة، ومبحث في فنّ تصميم المُلصق الإعلانيّ، إضافةً إلى مؤشرات الإطار النظري. وقد عرض الفصل الثالث طرائق البحث، ومنهجيّته، وتصميمه، وأسلوب جمع البيانات، وطريقة تحليل العينات. وتمثّل الفصل الرابع في تحليل عينات الدراسة. أمّا الفصل الخامس، فشمل كلاً من المناقشة، واستنتاجات البحث وتوصياته.

مشكلة البحث

يركّز هذا البحث على: (دراسة وتحليل البنى السيميائية للملصقات الإعلانية للأفلام السينمائية، مع التركيز بشكل خاص على العناصر التفاعلية في هذه الملصقات). وتتنبق المشكلة من أنّ الملصق السينمائي وسيلة إعلانية ترويجية، وأسلوب خطاب، يحمل في طياته رسالة ذات دلالات اتصالية ومعرفية، يتلقاها المتلقي على شكل رموز وعلامات، وصور، وأشكال، ليستقبل من خلالها الرسالة المراد توصيلها عن الفيلم. وعلم السيميائية يمثل علم العلامة القائم على توضيح الصيغ البصرية شكلياً وفكرياً، عن طريق قراءة رموزها، وأشكالها، وإشاراتها، وتحليلها، للوصول إلى دلالاتها.

الغرض من البحث

يهدف هذا البحث - بشكل رئيسي - إلى فهم كيفية تأثير البنى السيميائية للملصقات السينمائية، وخاصة الرموز التفاعلية، على عمليات استقبال الرسالة والتفاعل مع المتلقي. ويهدف البحث أيضاً إلى تسليط الضوء على أهمية بناء ملصق تفاعلي يتفاعل مع الجمهور المستهدف. وذلك من خلال دراسة العلامات التفاعلية والرموز السيميائية، المستخدمة في الملصقات الخاصة بالأفلام الحائزة على جوائز الأوسكار، والأفلام التي رُشحت لها، ومعرفة أثرها على استقبال رسالة الملصق عند المتلقي. ويتفرّع هدف البحث الرئيسي إلى الآتي:

1- التعرف على البنى السيميائية في منظومات العلامات المُصدّرة من ملصقات الأفلام.

2- الكشف عن التفاعلية المُوظفة في ملصقات الأفلام.

وقد تمّ اختيار جائزة الأوسكار بوصفها بيانات رئيسية في هذا البحث لمكانتها وأهميتها؛ فهي تُقدّم إلى الفائزين سنويًا من قبل أكاديمية الفنون وعلوم الصورة المتحركة، لإثبات جدارتهم التقنية والفنية، ولتكون اعترافاً دولياً بامتيازهم في الإنجازات السينمائية المقدمة، وذلك حسب تقييم أعضاء التصويت المختصين من مختلف المجالات، لينال الفائز تمثالاً ذهبياً

مصممًا على طراز(الآرت ديكو)³. والفوز أو الترشح لهذه الجائزة، يمثل عاملاً نفسيًا يسعى العاملون في مجال السينما من أجل الوصول إليه.

أهمية البحث

تبرز أهمية البحث في فهم كيفية تأثير العناصر السيميائية الموجودة في مُلصقات الأفلام على استقبال المُتلقي وتفاعله. ويمكن للنتائج أن تسهم في تحسين مستوى تلك المُلصقات، وتزويد من قدرتها على جذب المُتلقي. ويمثل هذا البحث دراسةً أكاديميةً تُحقّق قراءاتٍ دقيقةً لسيميائيات مُلصقات الأفلام، التي يمكن أن يُستفاد منها في البحث العلميّ التخصّصي. ويعتبر هذا البحث الأول الذي يتناول تحليلًا دلاليًا لمُلصقات الأفلام السينمائية في الشرق الأوسط وباللغة العربية.

أسئلة البحث

تتمثل أسئلة البحث في الآتي:

1. كيف يؤثر استخدام الرّموز التفاعلية في المُلصقات السينمائية على استقبال المُتلقي؟
2. ما هي العناصر السيميائية المميزة التي تستخدم في بناء المُلصقات السينمائية التفاعلية؟
3. كيف يمكن قراءة البنية السيميائية للمُلصقات لفهم محتواها والتأثير المرجوّ منها؟
4. كيف يمكن استخدام البنى السيميائية بشكلٍ فعال لتحقيق الاستمتاع لدى المُتلقي؟
5. ما هو أثر استخدام الرّموز والعلامات السيميائية في المُلصقات السينمائية؟

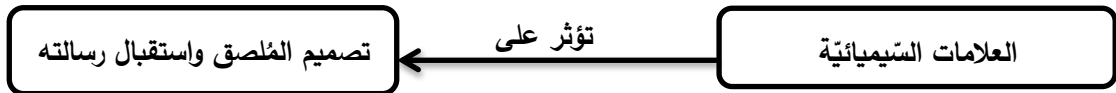
³. الآرت ديكو: طراز فني تميز بألوانه المشرقة والمتضاربة، توجه نحو التكعيبية، ثم انتقل إلى مبادئ المدرسة التجريدية. وقد دخل في مجال التصميم، والعمارة، والأثاث، والمجوهرات، والرسم. المرجع: محمود، سعاد. (2022). انعكاس السمة المصرية على تصميم وإنتاج وحدات أثاث ومكملات الأثاث المعاصر المتأثر بحركة الآرت ديكو. مجلة التراث والتصميم(ص. 146).

فرضيات البحث

يفترض هذا البحث أن:

1. تفاعل المُلصق السينمائي مع المُتلقي يعتمد بشكل كبير على استخدام الرّموز التفاعلية في بنيته السيميائية.
2. استخدام العناصر السيميائية بشكل محكم في بناء المُلصق يزيد من فاعليته في جذب المُتلقي واستمّاعه.
3. قراءة البنية السيميائية للملصقات تسهم في فهم محتواها والتأثير المنشود لدى المُتلقي.
4. الاتجاهات الثقافية والاجتماعية تؤثر على اختيار الرّموز التفاعلية في الملصقات السيميائية.
5. الرّموز والعلامات السيميائية تساهم في كشف مضمون الفيلم وخطابه.

وبناءً على فرضيات البحث، فإنّ متغيراته تظهر على شكل متغيرٍ مستقلٍ يتمثل في (العلامات السيميائية) ومتغيرٍ تابعٍ يتمثل في (تصميم المُلصق واستقبال رسالته).



الشكل 1.1: متغيرات البحث

حدود البحث

يتحدد البحث في الحدود والأبعاد الآتية:

- الحدّ المكاني: الولايات المتحدة/ الملصقات الخاصة بالأفلام المُقدّمة لجوائز الأوسكار.
- الحدّ الزمني: (2019م).
- الحدّ الموضوعي: النظريات السيميائية ونظريات التصميم الإعلاني.

تعريف المصطلحات

السيميائية: اللغة والمفهوم

- التعريف اللغوي:

السيمياء من السيمة، والسومة، والسيمياء، وتعني: العلامة. وسوم الفرس: أي جعل على الفرس سيمية. وسومة: العلامة الموضوعية على الشاة، وعلامة الحرب (ابن المنصور، 1119). والسومة: القيمة، والعلامة، والسمة. ويقال: إنه لغالي السومة. والسيمية: تعني السومة. والسيمياء: تعني العلامة. أما السيمياء والسيمياء: فهي السيمياء (أنيس ومنتصر والصواحي والأحمد، 2004). وسيمية: تعني سيمياء: أي الهيئة (البلعكي، 2004).

- التعريف الاصطلاحي:

السيمياء لفظ مشتق من كلمة (Semeion) ويعني العلامة، وهو علم يدرس الإشارات والعلامات غير اللغوية واللغوية، سواء كانت هذه العلامات مرئية، أو مكتوبة، أو بصرية (بعزيز وفراق، 2018). والسيميائية علم مختص في الأدلة وكيفية سيرها داخل الفكر، أو في المجتمع. أما في علم النفس، فهي القدرة على استخدام الرموز والأدلة (بن مالك، 2000). وعند دوسوسير تمثل السيميائية دراسة علامات الحياة الاجتماعية، وتحليلها، ومعرفة أبعادها الدلالية، لفهم الوجود الإنساني (دريدي ودرهم، 2020).

- التعريف الإجرائي:

السيميائية هي كل إشارة تمثل منظومة من العلامات الصورية، التي تحتل تأويلاً مقصوداً بمنظومة عقد بين التصميم والمتلقي، بينه ملصق الفيلم.

المُلصق: اللغة والمصطلح

- التعريف اللغوي:

المُلصق من: لَصِقَ، يَلصِقُ، لُصِقًا. والتَصَقَ بالشَّيء: أي ألصَقَ الشَّيء بالشَّيء (ابن المنظور، 1119). ولَصِقَ: لَزِقَ، ومَلَصَقَ، ولُصِقَ (البعليكي، 2004). ولَصِقَ الشَّيء بالشَّيء: لَزَقَه به. ولاصَقَه: لازَقَه. والالتصاق: الالتحام والترابط (أنيس وآخرون، 2004).

- التعريف الاصطلاحي:

المُلصق (Poster)، أو (المُعلقة) مطبوعة تحمل فكرةً محددة، مصممة بطريقة مبتكرة، ومختصرة، ولافتة للنظر، يتم إنشائها عبر الوسائط، ويفهمها المتلقي من النظرة السريعة، وتعلق على الجدران في الأماكن العامة (أحمد وفرج، 2019). كما أنه وسيلة اتصال بصرية، مُحملة بدلالاتٍ ومضامين تستمد قيمتها من القيم الإنسانية (الطائي، 2018).

- التعريف الإجرائي:

لأغراض الدّراسة تم اعتماد تعريف (أحمد وفرج، 2019): المُلصق (Poster)، أو (المُعلقة) مطبوعة تحمل فكرةً محددة، مصممة بطريقة مبتكرة، ومختصرة، ولافتة للنظر، يتم إنشائها عبر الوسائط، ويفهمها المتلقي من النظرة السريعة، وتعلق على الجدران في الأماكن العامة.

الأفلام: اللغة والمفهوم

- التعريف اللغوي:

الفيلم من فَلَمَ، ويشير إلى جميع أنواع الأفلام (البعليكي، 2004) والأفلام جمع، مفردا فيلم: وهو يعبر عن الشريط التسجيلي، أو التّصويري، الذي يتكون من خيط سليلوز فوقه قشرة جلاتين وبرومور فضة، يستخدم في التّصوير السينمائي، والتّصوير الشمسي (عمر، 2008).

- التعريف الاصطلاحي:

الفيلم عمل فنيّ يتكون من مجموعة من الصور الثابتة المتسلسلة، التي تمّ تصويرها باستخدام الكاميرا، وترتيبها وعرضها في قاعات السينما أمام المشاهدين، بهدف توصيل أفكارٍ معينة، واستثارة المشاهدين حسّيًا وعقليًا (عبد المولي وعبد العاطي والدقناوي، 2022).

- التعريف الإجرائي:

لأغراض الدراسة تم اعتماد تعريف (عبد المولي وعبد العاطي والدقناوي، 2022): الفيلم عمل فنيّ يتكون من مجموعة من الصور الثابتة المتسلسلة، التي تمّ تصويرها باستخدام الكاميرا، وترتيبها وعرضها في قاعات السينما أمام المشاهدين، بهدف توصيل أفكارٍ معينة، واستثارة المشاهدين حسّيًا وعقليًا.

التفاعلية: اللغة والمصطلح

- التعريف اللغوي:

التفاعلية: من فعل: وتعني أثر في، وعمل في. أما فعّال: فهي تعني مؤثر. وفاعلية: تعني تأثير (البلبكي، 2004).

- التعريف الاصطلاحي:

التفاعلية من الكلمة انجليزية "interactivity" تقسم إلى "inter" وتعني: (بين)، و "activity" وتعني: (فاعلية)، وجمع الكلمتين "الفاعلية بين"، يصبح معناها "التفاعل بين شيئين". والتفاعلية إحدى قوى وسائل الإعلام الجديد، وخاصة تميز الإنترنت عن الوسائل الأخرى، تربط المتلقي مع الرسالة (جفال وحداد ومسامح، 2019).

- التعريف الإجرائي:

التفاعلية هي الجهود التصميمية التي تُوجد تأثيرًا بين الملصق والمُتلقي، ويترتب عليه اختيار المُتلقي ما يناسبه من العروض المتاحة، حسب اهتماماته ورغباته.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

الدراسة الأولى:

البشري، نورة.(2022). سيميولوجيا الرسالة الإشهارية- ملصق التوعية الإلكتروني- مستشفى الملك عبدالله بن عبد العزيز الجامعيّ أنموذجًا. مجلة كلية دار العلوم - العدد 142.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة البنية الدلالية من ناحية سيميولوجية لمُلصق التوعية الإلكتروني، ومدى انسجامها مع النُسق الشكلية، ومعرفة دور العناصر التواصليّة، والعلامة اللغوية واللسانية في تشكيل خطاب المُلصق التوعويّ، ليكون مؤهلاً لعرض الخطاب المعرفي. وتمّ تطبيق المنهج السيميولوجي لملاءمته في التحليل.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة فاعلية المنهج السيميولوجي في الكشف عن الدلالات، والأسنيات في الرسائل الإشهارية. وأظهرت الدراسة أيضاً قدرات المُلصق على إيصال رسالته. ووجدت الدراسة أنه تمّ إنتاج خطاب مؤثّر في المُلصق، وذلك من خلال الاستعانة في المرسل، والمستقبل، والرسالة، والسياق، والسُنن، والقانون. وأوضحت الدراسة ظهور البعد التداولي في المُلصق التوعويّ، والبعد التركيبيّ، للوصول إلى أفضل كفاءة لغوية تواصلية. وبينت الدراسة دور الجوانب الشكلية في إيجاد الجانب الجماليّ في المُلصقات.

الدراسة الثانية:

بودريالة، عبد القادر. وتومي، فضيلة.(2021). الدلالات السيميولوجية للخطاب الإرشادي الإلكتروني أثناء جائحة كورونا. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية- العدد 03.

هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور المُلصق الإلكتروني الإرشاديّ، باعتباره وسيط اتّصالٍ خاصاً في منظّمة الصّحة العالميّة، والكشف عن معاني الرّموز، والدلالات، والأيقونات، والرسائل الألسنية فيه، وذلك من خلال المنهج السيميولوجيّ، كذلك معرفة الخلفية السوسيوثقافية

الموجودة في هذا الملصق، ومدى توافقها مع السياق العربي. وتمّ تطبيق منهجين في هذه الدراسة، المنهج السيميولوجي الذي يعدّ أحد أهمّ المناهج النقدية المعاصرة، والمنهج الوصفي لدراسة الظواهر الحاملة للبعد السيميولوجي، والبعد السوسيو اتصالي، لمنظمة الصحة العالمية.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنّ الخطاب الإرشاديّ من خلال الملصقات الإلكترونية والموجّه من قبل منظمة الصحة، فيه العديد من الدلالات والرموز التوجيهية للوقاية من الفيروس، وهو مرتبط بالأبعاد السوسيوثقافية للمجتمعات. وأظهرت الدراسة أيضاً دور التكنولوجيا في نشر الملصقات الإلكترونية الإرشادية، لتوعية الناس. ووجدت الدراسة أنّ العلامات، والرموز، والدلالات، والرسائل الأيقونية والألسنية الموظّفة في الملصقات، قد اكتسبت طابعاً جمالياً يتميز ببساطة شكله، ومحتواه، ورسالته الألسنية. وأوضحت الدراسة خصوصية الإخراج في الملصق الإلكترونيّ الإرشاديّ، وذلك في صفحة رسميّة منظمّة ذات فرع ثانويّ، وقد توفّق المصمّم في الألوان المستخدمة، الأمر الذي أفضى إلى مراعاة الاختلافات السوسيوثقافية للمجتمعات.

الدراسة الثالثة:

محمد، غادة. وعون، ماجد. (2020). التصميم الفنيّ للملصق السينمائيّ وعلاقته الجدلية بماهية الخطاب السينمائيّ. مجلة الجامعة العراقية - العدد 46.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الخطاب الجدليّ بين مضمون الملصق السينمائيّ وتصميمه، كذلك التعرف على كميّاته الفنية التصميميّة. وتمّ تطبيق المنهج الوصفيّ لملاءمته لأهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنّ الملصق له بنية تجعله مكتفياً ذاتياً، وقادراً على تشكيل كيانٍ فنيّ متميز مع ماهية الفيلم السينمائيّ. وأظهرت الدراسة أيضاً سيادة الصّور الدراميّة للشخصيات الفنية في الملصق السينمائيّ من أجل الترويج للفيلم. ووجدت الدراسة العلاقة القوية بين مرئيات الملصق، التي أدّت دوراً في تشكيل الدلالات التعبيرية شكلاً ومضموناً. وأوضحت

الدراسة دور الكتابات، والعناوين، والرّسوم التوضيحية، في إيجاد سماتٍ تصميميةٍ تؤثر على الترويج والإعلان للفيلم. وبينت الدراسة أنّ استخدام تقنيات الطباعة الرقمية والحديثة، يسهم في إيصال رسالة الملصق إلى المتلقي، وتؤثر فيه سيكولوجيًا، وفنيًا، ودراميًا، وجماليًا.

الدراسة الرابعة:

عيسى. محمد. (2018). سيميائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي. مجلة بحوث في التربية الفنية والفنون - العدد 2.

هدفت هذه الدراسة إلى الاستقادة من المفاهيم السيميائية الموجودة في الصورة الفوتوغرافية المرفقة في الملصق السينمائي، ومعرفة أثرها في الاتصال والتواصل بين الجمهور والمصور. وتمّ تطبيق المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لأهداف الدراسة.

وأظهرت هذه نتائج الدراسة أنّ الصورة الفوتوغرافية تلفت انتباه المتلقي إلى الملصق السينمائي بشكل كبير. وأظهرت الدراسة أيضًا أنّ الدلالات التي تحملها الصورة الفوتوغرافية تبين مضمون الفيلم السينمائي. ووجدت الدراسة أنّ زاوية التصوير، وحجم اللقطة، والإضاءة، والألوان، تقدّم دورًا كبيرًا في إبراز دلالات الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي، وبالتالي بيان مضمون الفيلم.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

Study 1: Guzel, S.(2023). Semiotic analysis of Fresh movie poster. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Arastirmalari Dergisi, NO: 32.*

التحليل السيميائي لمُلصق فيلم فريش

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مُلصق فيلم(فريش) تحليلاً سيميائياً؛ عن طريق تحليل المعنى الصريح والمعنى الضمني للإشارات. وتمَّ استخدام المنهج الكيفي في هذه الدراسة، وتم توظيف نظرية الإشارات لدوسوسير، ونظرية الألوان لفيوزبيكا، والجانب اللفظي والبصري لداير. وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنَّ الجوانب اللفظية وغير اللفظية تنقل المعنى، وتحقق المعنى الصريح والمعنى الضمني. وأوضحت الدراسة أن العلامات المستخدمة في المُلصق تعمل على إعلام المُتلقي بموضوع الفيلم.

Study 2: Hue, F. & Xiang, L.(2021). Application and Interpretation of Semiotics in Movie Poster- The Poster of Macbeth in 2015 as an Example. *Art and Performance Letters, No: 2.*

تطبيق وتفسير السيميائية في بوستر الفيلم - بوستر ماكبث 2015 نموذجاً

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مُلصق فيلم(ماكبث) الذي تمَّ إخراجَه من قبل المخرج جوستين كورزل، والصادر عام 2015 تحليلاً سيميائياً. وقد تم استخدام التحليل السيميائي الخاص بدو سوسير، ورولان بارت.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنَّه يمكن للمُتلقي الذي يعرف حبكة الفيلم وخطوطه العريضة، أن يفسر رموز المُلصق بصورة أفضل من المُتلقي الذي لا يعرف تلك الحبكة والخطوط، والذي سيراه مجرد شخصيات فقط.

Study 3: Isik, M. Bilici, E.(2020). Semiotic Analysis of Anna Karenina Movie Posters. *Anadolu University Journal of Social Sciences, No: 2.*

التحليل السيميائي لمُصصقات فيلم أنا كارينينا

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مُصصقات أفلام (أنا كارينينا) التي كتبها (ليف تولستوي) والتي تمّ تكييفها مع السينما عام (1967)، وعام (1997)، وعام (2012)، وذلك حسب الطريقة السينمائية، وبالرغم من أنّها نتاج السيناريو نفسه، إلا أنّ المُصصقات بها أوجه اختلاف نتجت عن أوجه اختلاف المُصممين. وتم استخدام المنهج السيميائي في تحليل المُصصقات عن طريق تحديد علاقة الدال مع المدلول.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنّ المُصصقات مصممة من مشاهد مهمة مأخوذة من أفلام (أنا كارينينا). وأوضحت الدراسة أنّ مُصصقات هذه الأفلام تأثرت بالتطور التكنولوجي، حيث ملصق عام (1967) مصمم باللون الأبيض والأسود وعناصره بسيطة، أمّا ملصق عام (2012) يوجد به معظم معلومات الفيلم، وعناصره أكثر. ووجدت الدراسة أنّه على الرغم من وجود الاختلافات الشكلية بين المُصصقات، إلا أنّ العنوان بقي كما هو، والرّسالة بقيت كما هي.

Study 4: Persada, S.(2020). Semiotic Analysis of Gundala Movie Poster. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, No: 391.*

التحليل السيميائي لمُصصق فيلم جوندالا

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل المعنى البصري لمُصصق (غوندالا) تحليلاً سيميائياً. وتمّ تطبيق المنهج الكيفي عن طريق فصل بصريات المُصصق، ودراسة معنى كلّ منها على حدة. وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنّ ملصق (غوندالا) ملصقٌ جيد، وذلك لأنّ جميع عناصره يمكن قراءتها، وقد شرحت الرّسالة المراد توصيلها عن الفيلم.

Study 5: Darliati, Masrizal, M.(2020). An Analysis of Semiotic Signs in Romance Movie Posters. *Research in English and Education (READ)*, No: 5.

تحليل العلامات السيميائية في ملصقات الأفلام الرومانسية

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد معاني الإشارات المصورة في الملصقات الرومانسية ووصفها، حسب نظرية النحو البصري التي وضعها كريس ليوين. وقد تمثلت أنواع المعنى في: المعنى التمثيلي، والمعنى التفاعلي، والمعنى التركيبي.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنه يمكن العثور على النحو البصري في الملصقات. وأظهرت الدراسة أيضًا أنه بعد تحليل (15) ملصقًا اتضح أن ملصقات الأفلام الرومانسية، بها عواطف عدة كالحزن، والفرح، والأمل حسب موضوع الفيلم. ووجدت الدراسة أن المشاعر تقدم من خلال الإضاءة، والألوان، وتعبيرات وجه الشخصيات.

Study 6: Nuryani, S.(2019). Semiotic Study on Poster Film The Pursuit of Happiness. *Journal of Literature, Languages and Linguistics*, No: 53.

دراسة سيميائية حول ملصق الفيلم البحث عن السعادة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على علامات ملصق فيلم (البحث عن السعادة)، للوصول إلى معانيها، كذلك الكشف عن كيفية استخدام الملصق في لفت الانتباه. وتم تطبيق المنهج الكيفي لملاءمته لأهداف الدراسة.

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أنه يوجد (9) علامات على الملصق، ولكل منها معناه الخاص. وأظهرت الدراسة أيضًا أن السلاسة في أسلوب المصور أدت إلى جذب المتلقي. ووجدت الدراسة أن طريقة توظيف الألوان، واسم الممثل، والشعار أدى إلى خلق حماس لدى المتلقي اتجاه الفيلم.

ثالثاً: مقدار الاتساق والاختلاف بين الدراسات السابقة والبحث

بعد عملية البحث والتقصي عن الدراسات السابقة، تمّ تناول أربع دراساتٍ عربيّة، وستّ دراساتٍ أجنبيّة قريبةٍ من موضوع البحث، وقد تطرقت كل واحدةٍ منها إلى دراسةٍ جانبٍ مختلف، لكنها ساعدت في تحديد المفاهيم، وضبط إشكالية البحث، والتّعرف على مجموعةٍ من النتائج، التي يمكن من خلالها الانطلاق لاكتشاف المزيد من الحقائق.

ففي الدراسات العربية، هدفت الدراسة الأولى إلى معرفة البنية الدلالية من ناحيةٍ سيميولوجيةٍ (ملصق التوعية الإلكتروني)، ومدى انسجامها مع النّسق الشّكلية، ومعرفة دور العناصر التّواصلية، والعلامة اللغوية واللسانية في تشكيل خطاب المُلصق التّوعوي، ليكون مؤهلاً لعرض الخطاب المعرفي. أما الدراسة الثّانية، فقد هدفت إلى بيان دور (المُلصق الإلكتروني الإرشادي)، باعتباره وسيط اتّصالٍ خاصاً في منظّمة الصّحة العالميّة، والكشف عن معاني الرّموز، والدلالات، والأيقونات، والرّسائل الألسنية فيه من خلال المنهج السيميولوجي، كذلك معرفة خلفيته السوسيوثقافية، ومدى توافقها مع السّياق العربي. في حين أنّ الدراسة الثّالثة هدفت إلى معرفة الخطاب الجدليّ بين مضمون (المُلصق السينمائيّ) وتصميمه، كذلك التّعرف على كفاءاته الفنية التصميميّة. وهدفت الدراسة الرّابعة إلى الاستفادة من المفاهيم السيميائيّة الموجودة في الصّورة الفوتوغرافية المرفقة في (المُلصق السينمائيّ)، ومعرفة أثرها في الاتّصال والتّواصل بين الجمهور والمصوّر.

أما الدراسات الأجنبيّة، فقد هدفت الدراسة الأولى إلى تحليل مُلصق فيلم (فريش) تحليلاً سيميائياً، وذلك عن طريق تحليل المعنى الصريح والمعنى الضمنيّ للإشارات. أمّا الدراسة الثّانية فقد هدفت إلى تحليل مُلصق فيلم (ماكبت) الذي تمّ إخراجها من قبل المخرج جوستين كورزل تحليلاً سيميائياً. وهدفت الدراسة الثّالثة إلى تحليل مُلصقات أفلام (أنا كارينينا) التي كتبها (ليف تولستوي) والتي تمّ تكييفها مع السّينما عام (1967)، وعام (1997)، وعام (2012)، وذلك حسب الطّريقة السّينمائيّة. في حين أنّ الدراسة الرّابعة هدفت إلى تحليل المعنى البصريّ لمُلصق (غوندالا) تحليلاً سيميائياً. وقد هدفت الدراسة الخامسة إلى تحديد معاني الإشارات

المصورة في (مُلصقات الأفلام الرّومانية) ووصفها، وذلك حسب نظرية النّحو البصريّ التي وضعها كريس ليوين. أما الدّراسة السّادسة فقد هدفت إلى التّعرف على العلامات الموجودة في مُلصق فيلم (البحث عن السّعادة)، من أجل الوصول إلى معانيها، والكشف عن كيفية استخدام المُلصق في لفت الانتباه.

في حين أنّ هذا البحث يهدف إلى فهم كيفية تأثير البنى السّيميائية للمُلصقات السّينمائية، وخاصة الرّموز التّفاعلية، على عمليات استقبال الرّسالة والتّفاعل مع المُتلقي. ويسلط الضّوء على أهمية بناء مُلصق تفاعليّ يتفاعل مع الجمهور المستهدف. ولغرض البحث، تمّ بناء نموذج تحليلي سيميائي مطور عن نماذج تحليلية سيميائية تم عرضها في فصول البحث، ومبني على مؤشرات الإطار النظري. وقد تم اعتماد المُلصقات الخاصة بالأفلام الحائزة على جوائز الأوسكار، والأفلام التي رُشّحت لهذه الجائزة على أنها نموذج، حيث تم تحليل كامل العينة المكونة من (24) مُلصق فيلم تحليلًا سيميائيًا. لذا؛ يعتبر هذا البحث الأول في تحليل ملصقات الأفلام سيميائيًا باللغة العربية.

الفصل الثاني "الإطار النظري"

المبحث الأول: المنهج السيميائي وأثره في فن الصورة

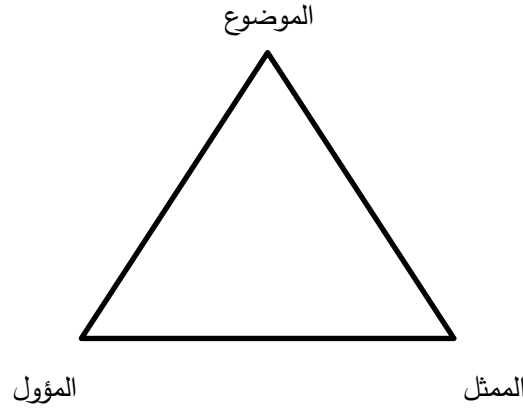
1.1: مفهوم السيميائية ونشأتها

يعود أصل السيميائية إلى اليونانية، وقد انتشرت في المجتمع الغربي على شكل مصطلحين، تمثل المصطلح الأول في اللغة الفرنسية (Semiologie)، أما المصطلح الثاني ففي اللغة الإنجليزية (Semiotique)، وكلا المصطلحين يشتركان في المقطع الأول هو (Semio) الذي يعني العلامة، أو الإشارة. أما المقطع الثاني في الكلمة الأولى فهو (logie) من أصل يوناني ومعناه الخطاب، وفي الكلمة الثانية فهو (tique) من أصل لاتيني ويعني علم (توسان، 2000، ص. 9). وجمع كلا المقطعين يصبح معنى السيميائية علم العلامات، أو علم الإشارات الذي اقترحه العالم (فرديناند دوسوسير)⁴، ليكون مشروعاً مستقبلياً للعلم العام للإشارات (ياكينا وتوتوا، 2014، ص. 5).

تعددت الآراء حول وضع تعريف محدد للسيميائية؛ بسبب ارتباطها بالعلامات، وظهور الأفكار السيميائية المتناثرة في التراث العربي والغربي (الأحمر، 2010، ص. 8). فقد حاول العالم دوسوسير والمبشر في السيميولوجيا وضع مفهوم لها، يقوم على دراسة علامات الحياة الاجتماعية، من أجل فهم الوجود الإنساني في الجانب الفردي، والاجتماعي، وذلك من خلال تحليل العلامات، وإيجاد أبعادها الدلالية (ريدي ودرهم، 2020، ص. 13). وربط دوسوسير السيميولوجيا واللغة معاً، بحيث اللغة تتشكل من نظام علاماتي يحمل دلالات وأفكار. واعتبر أنّ الدال والمدلول جانبيين أساسيين للعلامة التي هي أساس التواصل بين أفراد المجتمع، ومجموع العلامات لديه يشكل اللغة. ففي البداية أطلق دوسوسير مفهومي المتصور الذهني والصورة الأكوستيكية، ثم قام باستبدالهما بكلمة الدليل التي تشير للمجموع، وكلمة الدال بدلاً من الصورة الأكوستيكية، وكلمة المدلول بدلاً من المتصور الذهني (الأحمر، 2010، ص. 44).

⁴ فرديناند دوسوسير: وضع النظريات اللسانية التي كانت سبب شهرته دون أن يكتب شيء، وقام تلاميذه ومساعدوه بجمع تلك النظريات من خلال بعض المحاضرات والوثائق التي وجدوها بعد وفاته. ثم قاموا بتصنيف تلك المحاضرات في كتاب (محاضرات في علم اللسان العام) الذي ظهر سنة 1916م. المرجع: توسان، برنار. (2000). ما هي السيميولوجيا. إفريقيا الشرق. الدار البيضاء، المغرب. (ص. 39).

في حين أنّ شارل سندرس بيرس ربط السيميوطيقا بعلم المنطق، وبين أنّ المنطق يمثّل المفهوم الآخر للسيميوطيقا التي هي نظرية شكلية للعلامات (الأحمر، 2010، ص. 17). وقسم العلامات إلى الأيقونة التي تمثل موضوعها عن طريق التشابه بين الدال والشئ المشار إليه، مثل: الصورة الفوتوغرافية. والمؤشر الذي يرتبط بموضوعه ارتباطاً سببياً، مثل الأعراض المرضية التي تشير إلى مرض ما. والرّمز الذي يعد من أكثر العلامات تجرّيداً، ويشير إلى الشئ بسبب القانون، أو الأفكار العامة (قاسم وأبو زيد، 1986، ص. 34). والعلامة عند بيرس تتكون من الصورة التي تقابل الدال السوسري، والمفسر الذي يقابل المدلول السوسري، والموضوع وليس له مقابل عند دوسوسير (الوافي، 2016، ص. 12). ويعمل بيرس على مبدأ إحالة الماثول (Represntante) الذي يمثّل أداة تمثيل لشئ آخر، كتمثيل علامة لفكرة ما، الأمر الذي يجعله يحيل على الموضوع (Objet)، الذي هو مضمون العلامة، سواء كان خيالياً أو واقعياً، من خلال المؤول (Interpretant) الذي يسمح للماثول بالإحالة على الموضوع حسب شروط معينة (بعزيز وفراق، 2018، ص. 19).



الشكل 2.2: مكونات العلامة عند بيرس. المصدر: (شقيير، 2015، ص. 15)

عرّف الفيلسوف الفرنسي جوليان غريماس السيميائيات على أنها علم مستقلّ جديد، مرتبط في العالم دوسوسير والعالم بيرس، بحيث لا وجود للسيميائية قبلهما (الأحمر، 2010، ص. 17). والسيميائية عند الفيلسوف الإيطالي أمبرتو إيكو تمثل العلم الدارس للإشارات، سواء كانت إيماءات، أو أشياء، أو صوراً، أو كلمات، أو أصواتاً (بعزيز وفراق، 2018، ص. 12)، وهي

تدرس منتوجات الثقافة باعتبارها وسيلة للتواصل، وباعتبار الثقافة ظاهرة تواصلية تعتمد على الأنظمة الدالة (ياكينا وتوتوا، 2014، ص. 8). وكل أنواع العلامات بينها علاقة، وهي موجودة في الحياة الاجتماعية مثل: الموضة، والثقافات (سليمان، 2014، ص. 156).

ظهرت السيميائية في نهايات القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، كعلم دارس للأنساق الدلالية التي يستخدمها الإنسان، لتشمل بعدها جميع ميادين الحياة (بعزيز ورفاق، 2018، ص. 9)، وهي تبحث في أنظمة العلامات الحركية، والأيقونية، واللغوية، وغير اللغوية (حمداوي، 2011، ص. 7). وقد استمدت أصولها من حقول المعرفة مثل الفلسفة، والمنطق، والتحليل الاجتماعي، والنفسي، لتمثل أداة لقراءة مظاهر السلوك الإنسانية. وأسهمت بشكل كبير في تجديد الوعي النقدي وفهم المعنى، وبناء تحليل جمالي ومعرفي. واستخدمت في مجالات عدة كعلم الاجتماع، وعلم النفس، والفن، والأنثروبولوجيا، والأدب، والسينما، والمسرح، والتصوير وغيرها (سليمان، 2014، ص. 161).

2.1: سيميائية الصورة

ازدهرت الصورة في نهايات القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، فظهرت الصور السينمائية، والصورة الشمسية، والصورة التلفزيونية الملونة وغير الملونة، وفيما بعد انتشرت الصور الرقمية في المجالات الحياتية المختلفة (عباش وعجيل، 2022، ص. 7). وقد دخلت الصورة أيضًا إلى عالم الغناء، والموسيقى، والإشهار، وانتقلت من الثبات إلى الحركة، ومن الصمت إلى النطق، وبذلك تقلصت اللغة المنطوقة (حمداوي، 2011، ص. 367). فأصبحت الصورة أبلغ من الكلمات، واختزلت العديد من الدلالات والرموز، التي تحمل رسائل مختلفة (شقيير، 2015، ص. 37).

الصورة خطاب غير قابل للتجزئة، فهي تمثل الواقع بتقليص حجمه، وزاويته، وألوانه، دون تبديل فيه، وقد كشف رولان بارت عن سلطتها الحاكمة، باعتبارها تمتلك بعدًا إيحائيًا وتقريريًا، ويبين بارت أنّ الصورة الفوتوغرافية لها دلالات وعلامات، وتمثّلات أيديولوجية واجتماعية، ودعا إلى البحث عن المتحكم بعلاماتها، والذي سمّاه الأسطورة (الأحمر، 2010، ص. 120).

فالأسطورة ليست فكرة، أو موضوع، أو مفهوم، وإنما نسقٌ تواصلِي، ونمط دلالة (حجاج، 2020، ص. 665). أمّا الفوتوغرافية، فهي النسق السيميائي المتكون من دالّ ومدلول، حيث تتم قراءة العلامات وفق نسق أيديولوجي. والعلامة السيميائية تمثل نظامًا أيديولوجيًا واجتماعيًا، تحقق من خلالها المعنى الصادر إلى المتلقي (الأحمر، 2010، ص. 120).

تقوم الصورة على نقل العالم بطريقة فنية وجمالية، ويمكن أن تكون لها صلة بالواقع، أو مستحيلة، أو ممكنة. كما يمكن أن تكون صورة لغوية، مثل صور المجاز، والاستعارة، والكناية، أو الصور الحسية، أو الأيقونية البصرية، أو الصورة السيميائية غير اللفظية مثل المسرح، والسينما، والأزياء، والطعام (حمداوي، 2011، ص. 368). لتسيطر الصورة بذلك على حياة المتلقي، وتوجهه إلى التركيز على الشكل السطحي، والسرعة في تناول المعلومة وتلقيها، وحفظ المحتوى الذي يمكن استخدامه في المستقبل، أو الذي يساعد في تذكر الماضي. لذا، أصبح يتم إنتاج صور غنية بالرموز الثقافية التي ملأت العالم وأشبعت آفاقه (عيد، 2021، ص. 1241).

- المراحل التي قطعها الصورة البصرية في الثقافة الغربية

تتمثل المراحل التي قطعها الصورة البصرية في الثقافة الغربية في الآتي:

1- المرحلة التأسيسية: ارتبطت في العالم دوسوسير مؤسس السيميائية، وبيرس، وهيلمسليف⁵. حيث تدرّس سيميولوجيا دوسوسير كلّ ما هو رمزي، ومرئي، وبصريّ مثل: الصور، والأشكال، والرّسومات، والمخطّطات، والتكوينات، والصور السينمائية، واللوحات التشكيلية (حمداوي، 2011، ص. 369).

2- المرحلة التشكيلية أو الفنية: ظهرت مع نشأة مدرسة الباهاوس (Bauhaus) عام 1930م، واهتمت بتحليل لوحات الفنانين التجريبيين، أمثال الفنان التجريدي كاندسكي. واهتمّ

⁵. لوي هيلمسليف: دانماركي، لساني، ارتبط بالكلوسيماتيكية، وأشتهر بمؤلفاته (مبادئ النحو العام)، و(مقدمات نقدية حول نظرية اللغة). والسيميوطيقا لديه قائمة على دراسة شكلانية للتعبير والمضمون معاً، وذلك لتحقيق المعرفة الدقيقة للمعنى على المستوى السطحي، والمستوى العميق. والكلوسيماتيكية: هي نظرية لغوية، لسانية، بنيوية المرجع: حمداوي، جميل. (2011). *السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق*. الوراق للنشر والتوزيع. عمان، الأردن. (ص. 367).

السيميائيون في الدلالات الموجودة في الصورة المرئية والبصرية في الأعمال التشكيلية، ودراسة ألوانها، وأشكالها، وخطوطها، وبنيتها، ودلالاتها، وتركيبها. وتشير مراسلات الفنانين أمثال الرسام الهولندي فان كوخ إلى الدراسة المبكرة لسيميائية الصورة. في حين أن الناقد السينمائي الفرنسي أندريه بازان اهتم بخصوصية الصورة الفوتوغرافية في كتابه (أنطولوجيا الصورة الفوتوغرافية) وعلاقتها بالسينما والتشكيل. واهتم مؤرخي الفن أمثال رولان بارت بدراسة الصورة المرئية وتحليلها وتوثيقها (حمداوي، 2011، ص. 377).

3- المرحلة التصنيفية: تشكلت خلال الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي، وقامت على تصنيف دلالات الصورة المرئية حسب رؤية سيميائية ولسانية، بحيث عني كل من كريستيان ميتر، ورولان بارت، وأمبرتو إيكو، وغيرهم بدراسة الصورة المرئية ولاسيما السينمائية. فقد درس ميتر الصورة انطلاقاً من أعمال بارت التي قامت على التماثل الأيقوني وثنائية الصورة، وقد صرف إيكو الصورة من خلال الرسائل التواصلية غير اللفظية، وتمثلت الأنساق البصرية لديه في سيميوطيقا الحيوان المرتبطة بالسلوكيات الخاصة بالجماعات غير الثقافية، وعلاقات الشم كالعطور، والتواصل اللسني كالصفعة، وسنن الذوق كالطبخ، والسيميوطيقا الطبية المتعلقة بعلاقة الأعراض بالأمراض، والعلامات التي تصاحب كل ما هو لساني كالصوت المرتبط بالسنن، والصوتيات مثل الضحك، والسنن الموسيقية وغيرها (حمداوي، 2011، ص. 378).

4- المرحلة النصية: ظهرت في ثمانينيات القرن العشرين وحتى سنوات الألفية الثالثة، وذلك عبر مجموعة من الدارسين للنصوص البصرية السيميائية مثل: نصوص الكاليفرافي، والنصوص المصورة. ومنهم جاك فونتاني مؤلف كتاب (سيميوطيقا المرئي للعالم المضئية)، وغي غوتبي مؤلف كتاب (عشرون درساً حول الصورة والمعنى) (حمداوي، 2011، ص. 381).

- مستويات سيميائية الصورة

يتمثل المستوى الأول لسيميائية الصورة في السينتاتيك (Syntatic) القائم على الاهتمام بماهية العلامة، وعلاقتها مع غيرها من العلامات الأخرى، وذلك بشكل مجرد من الدلالة، والاستخدام، والتأثير. أما المستوى الثاني فهو السيمانتيك (Semantic) وهو يمثل علاقة

مضمون الصورة مع وسيلة هذه الصورة، من أجل التعبير عن الموضوع عن طريق العناصر المكونة لها. في حين أن المستوى الثالث يتمثل في البرجماتيك (Pragmatic) القائم على علاقة عناصر الصورة الأساسية ومضمونها مع المُتلقي (عيسى، 2018، ص. 541).

وبالتالي، فإنَّ التعامل مع الصورة المرئية سيميائياً يستلزم مراعاة مجموعة من العناصر المنهجية مثل البنية والتركيب، والتصنيف، والدلالة، والوظيفة والقراءة السياقية. إذ في مستوى البنية يتم تفكيك مكونات الصورة، ودراسة ألوانها وتركيبها وأشكالها وعناصرها وتأليفها، مثل: الصور الفوتوغرافية، واللوحات التشكيلية، ثم يأتي المستوى التصنيفي للتمييز بين مختلف الصور، مثل: الصورة البصرية، أو اللغوية، أو الملونة وغيرها؛ لإيجاد الفرق بين المختلف والمتشابه؛ لإنتاج دلالة توضح المعنى من خلال التّضاد والتّشابه، ثم المستوى التركيبي الذي يقوم على إيجاد العلاقات الاستبدالية، التي تستبدل الدوال الحسية بالاختلاف والترادف، كذلك التشديد على العلاقات التركيبية على مستوى التّأليف والتركيب. بعد ذلك يتم الإشارة إلى الدلالة مثل: الدلالة المطابقة، أو الدلالة المماثلة، أو الدلالة السيميائية، أو غير ذلك. ويتم إيضاح وظيفة الصورة حسب موقعها مثلاً: وظيفة توثيقية تهدف إلى توثيق موضوع ما، أو وظيفة أيديولوجية تعكس أيديولوجيات مجتمع ما، أو وظيفة إعلانية للإعلان عن منتج، أو خدمة، أو فكرة ما (حمداوي، 2011، ص. 383).

3.1: التّعيين والتّضمين في الصورة

إنَّ كلَّ صورة تحتوي على التّعيين (التّعبير)، والتّضمين (المحتوى)، ويعدّ الدنماركي هيلمسليف أول من نظر إلى هذه الثنائية عام 1940م. فقد هاجم نظريات براغ التي اهتمت بالجانب الشكلي للغة، ووضع لسانيات جديدة نقلها إلى السيميائية بمضمونها التّعيني والتّضميني. حيث التّعيين لدى هيلمسليف يمثل اللغة العادية التي يفهمها الجميع (الأحمر، 2010، ص. 199). أما التّضمين فهو إدراج جملة في أخرى، وفي السيميائية السردية هو إدراج قصة في أخرى (بن مالك، 2000، ص. 65).

بدأت هذه المصطلحات عند الإنجليز في كتاب (دلالة الدلالة)، فقد أشار أصحاب هذا الكتاب إلى أن كل علامة لها دلالة تعيينية تقوم على جرد مجموعة أشياء، وقد سماها دوسوسير بالمراجع الدالة على العلامات حسب السنن الاجتماعية، ودلالة تضمينية تقوم على التحديد والتصنيف الاجتماعي. ومفهوم التضمن عند فريج هو الطريقة الدالة على ما تدل، حيث تداعي الأفكار ناتج عن استعمال العلامة، ويترك للقارئ حرية التأويل للعلامة اللغوية بدلالاتها المختلفة (الأحمر، 2010، ص. 199).

وبالحديث عن بلومفيلد⁶، فقد وضع التضمن في ثلاثة أنماط، تمثلت بالمستوى الاجتماعي للمرسل، والوحدات اللسانية الموضوعية في غير مكانها، والأشكال التحببية، أو ما تسمى بالتصغير التأثيري، أو درجة القوة. وبهذا التقسيم اقترب بلومفيلد من مفهوم السيميائية الحديث المتعلق بالتضمن. وقد ظهر المفهوم الحقيقي للتعين والتضمن عند سيميائيات الدلالة على مستويين، تمثل المستوى الأول في المعاني المقبولة، أي معاني المعجم وهي التعيين، ومستوى المعاني الإضافية، أو معاني الإيحاء وهي التضمن. وفي كتاب رولان بارت (عناصر السيميولوجيا) وجدت فيه أهم عناصر السيميائية، منها التعيين والتضمن، وقدمها على شكل دالّ التعيين ومدلول التعيين، ودالّ التضمن ومدلول التضمن (توسان، 2000، ص. 43).

مدلول التعيين	دالّ التعيين
مدلول التضمن	دالّ التضمن

الشكل 3.2: عناصر السيميائية لدى رولان بارت. المصدر: (توسان، 2000، ص. 46)

لقد عدلت السيميائية عند عدة فلاسفة أمثال كريستيفا⁷ عن مفهومي التعيين والتضمن في نهاية الستينيات وبداية السبعينيات، واستبدلوها بالتعدد السنني، ثم عاود بارت في كتاب له

⁶. ليونارد بلومفيلد: (1 أبريل 1887) هو عالم أمريكي لغوي، وصاحب كتاب (اللغة)، ادعى أنه يمكن دراسة الظواهر اللغوية بالطريقة الصحيحة فقط عندما يتم عزلها عن بيئتها. أنظر إلى الرابط:

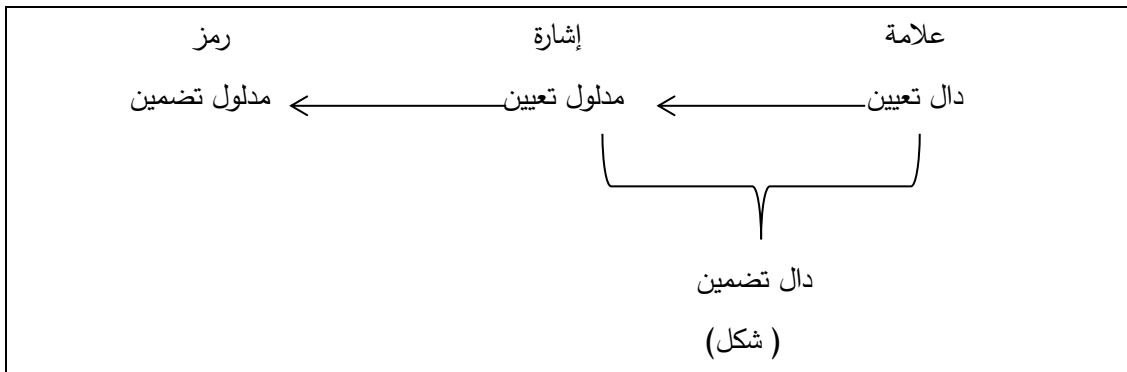
<https://kids.britannica.com/students/article/Leonard-Bloomfield/273258>

⁷. جوليا كريستيفا: (24 يونيو 1941) ناقدة أدبية بلغارية فرنسية، ومحللة نفسية، اشتهرت في كتاباتها في التحليل النفسي، والسيميائية، واللغويات البنوية، والنسوية. أنظر إلى الرابط: <https://www.britannica.com/biography/Julia-Kristeva>

ليوضح أنّ التّعيين والتّضمين مجموعتان سننيتان، ويّين ذلك في السينما، والصّورة الفوتوغرافية، والقصص المصوّرة وغيرها. فالذي يأتي قبل القياس يسمّى تعييناً، والذي يأتي بعد القياس يسمّى تضميناً (الأحمر، 2010، ص. 204).

4.1: سيميولوجيا رولان بارت

يعدّ رولان بارت كاتباً، وأحد أقطاب النّقد السيميولوجي، ولد سنة 1915م، واشتهر بكتابه (الأساطير)، الذي تميّز به عن شارل ساندرس بيرس، ولوي هيلمسليف، وفرديناند دوسوسير. وقد أخذ بارت مفهومي التّعبير والمحتوى عن هيلمسليف، واستبدالهما بمصطلحي: الدالّ والمدلول، وقد وضع مفاهيم لكلّ من (العلامة)، و(الإشارة)، و(الرّمز)، حسب مستويات الدلالة وأشكال التّعبير. ونشر كتاباً بيّن فيه أهميّة التّعيين والتّضمين كمجموعتين سننيتين (توسان، 2000، ص. 44).



الشكل 4.2: نموذج رولان بارت المطور عن نموذج هيلمسليف. المصدر: (الأحمر، 2010، ص. 202)

دعا بارت إلى دمج السيميولوجيا والألسنية العامة معاً عام 1964م، عن طريق تحليل صورٍ دعائيةٍ سيميولوجياً، للكشف عن معناها، من خلال تحليل الأشكال، والصّور، والتكوينات، فكانت العناصر الأولية المقدمة من هذا التحليل هي أساس هذا العلم، ثمّ كتب ميثز عن سيميوطيقا السّينما، وقدم تودوروف وبريمون أبحاثاً أصبحت -فيما بعد- تحليلاً بنيويّاً. وبسبب اختلاف المصادر المعرفية، تفرعت السيميولوجيا إلى فروع عند مجموعة من الباحثين، لأنّها حملت في بداياتها المعنى العام، حيث اعتبرها دوسوسير فرعاً، واللغة هي الأصل وربطهما معاً، أمّا بارت، فقد أنكر هذا الارتباط وكشف أخطاءه، وقلبه (السرغيني، 1987، ص. 8).

وشهدت سيميولوجيا التواصل في المدرسة التطبيقية للدراسات العليا تطوراً بدعم من بارت ومساعديه، وأصبحت الأشكال التعبيرية موجودة في السينما، والرسم التمثيلي، والقصص المصوّرة. وأضحى النصّ هو المادة الأساسية الموظّفة في دراسة السينما السيميائية اللسانية، والذي أوّلاه بارت اهتماماً خاصاً مع دخول ميدان الغناء والموسيقى، والصورة الفوتوغرافية (توسان، 2000، ص. 47). حيث رأى بارت أنّ السيميولوجيا فرع استمدّ مفاهيمه من اللسانيات التي هي الأصل الشامل لجميع الأبنية الاجتماعية (بعزيز وفراق، 2018، ص. 24). ورسم مسارين للنقد الأدبيّ، تمثّل المسار الأول بالدال الذي يعطي أقصى درجات التحليل، ويعطي القارئ أحقيّة في عملية تحديد المدلول، أمّا المسار الثاني، فقد تمثّل بتعليقات المعاني دون تجاوز الحدود والخلفيات الدلالية (الأحمر، 2010، ص. 63).

تقوم مقارنة رولان بارت على مرحلة الدّراسة الشّكلية أو الوصفية وهي التّعيين، وتتضمن الدّراسة المورفولوجية التي تشمل: الأشكال، والخطوط، والمحاور التّركيبية. والدّراسة الفوتوغرافية التي تتعلق في التّأطير، وزوايا النّظر، والمركز البصريّ، والظل والصّوء. والدّراسة التّبوغرافية التي يتم فيها تحليل الرّسالة اللسانية من حيث: الحجم، وقياس السّطر، وطرز الحرف، ومساحتها، وطريقة وضعها. ودراسة الألوان، وقوتها، ومدى استعمالها. ودراسة الشّخصيات، وملابسها، وجنسها، وعمرها. ثم مرحلة الدّراسة التّضمينية الأيقونية، التي تدرس الأبعاد السيكلوجية عبر تحليل التّأطير، وزوايا النّظر، والإضاءة، وتفسير الأبعاد التّيبوغرافية، وتحليل سيكلوجية الألوان، ودراسة التّضمينات الإجماعية والتّقافية في الصّورة، وذلك عن طريق تحليل عدة مدونات، وهي: المدونات التّعيينية، والإشارات، والحركات، الوضعيات. ومن ثمّ مرحلة الدّراسة الألسنية التي تدرس العلاقة بين الجانب الأيقوني والجانب الألسني، عبر وظيفة التّريخ القائمة على التّوجيه نحو المعنى المنتقى، ووظيفة المناوبة (الرّبط- التّدعيم) القائمة على إضافة النّص دلالاتٍ جديدة للصّورة (زياد وهابة، 2018، ص. 9).

الجدول 1.2: مقارنة رولان بارت في تحليل الصورة.

الدراسة المورفولوجية.	الدراسة الشكلية أو الوصفية/التعيين
الدراسة الفوتوغرافية.	
الدراسة التيبوغرافية.	
دراسة الألوان.	
دراسة الشخصيات.	
دراسة الأبعاد السيكلولوجية للصورة.	الدراسة التضمنية (الأيقونية)
دراسة التضمنيات الاجتماعية والثقافية للصورة.	
وظيفة الترسخ (الإرساء).	الدراسة الألسنية
وظيفة المناوبة (الزبط-التدعيم).	

المصدر: (زياد وهابة، 2018، ص. 9).

5.1: سيمياء الدلالة

هو اتجاه سيميائي رائده رولان بارت الذي بيّن أنّ المعنى يتغير حسب بيئته الاجتماعية؛ لذا تجب الإحاطة بكلّ ما يتعلّق بالمرسل والمُتلقي، لمعرفة دلالة الإشارة؛ لأنّ الدالّ يحمل مدلولاتٍ عدة حسب بيئته، ولكلّ طرف تحليله الخاصّ للعلامات (الأحمر، 2010، ص. 92).

- ثنائيات سيمياء الدلالة عند رولان بارت

تتشكل سيمياء الدلالة عند رولان بارت من أربع ثنائيات تتمثل في:

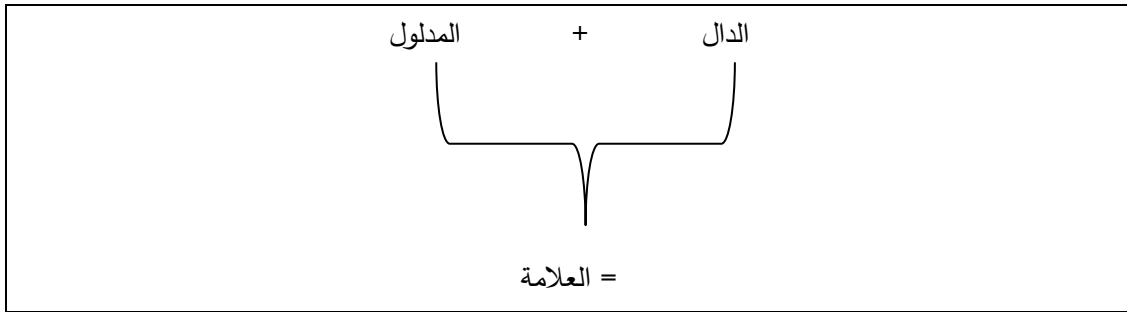
1- ثنائية اللغة والكلام:

يبين بارت فيها أنّه لا يمكن الفصل بين الكلام واللغة. ومثال ذلك ما قاله بارت عن اللباس: "لا وجود للكلام في اللباس المكتوب الذي تصفه صحيفة من صحف الأزياء بواسطة المتفصلة، ولا يتوافق هذا اللباس الموصوف مع أيّ تنفيذ أو تأدية فردية لقواعد الموضة، بل هو مجموعة منتظمة من الأدلة والقواعد" (ص93). وشرح القول أنّ اللباس الذي تمّ وصفه هو اللغة، وهو يحمل صفة الاتفاق والجماعية، وإذا جسد لفظاً وارتداء من قبل الأفراد، فيعدّ

كلاماً (الأحمر، 2010، ص. 93). وتتمثل مشكلات اللغة والكلام من منظورٍ سيميائيٍّ أنه لا يمكن تصوّر كلام ليس له مخزون في اللغة، أمّا العلامات فهي موضوعة بطريقة اعتبارية لتدلّ على ما تدلّ عليه، الأمر الذي دفع الإنسان من أجل إيجاد دوال لهذه الدلالات. والمشكلة الثانية أنّ اللغة والكلام من الحجم نفسه في الألسنية، بينما في اللغة توجد مسافة كبيرة بين الشّيء وإنجازه، كقول الثوب وإنجاز هذا الثوب، وقد تصل المسافة لتكون لغة دون كلام (السرغيني، 1987، ص. 22).

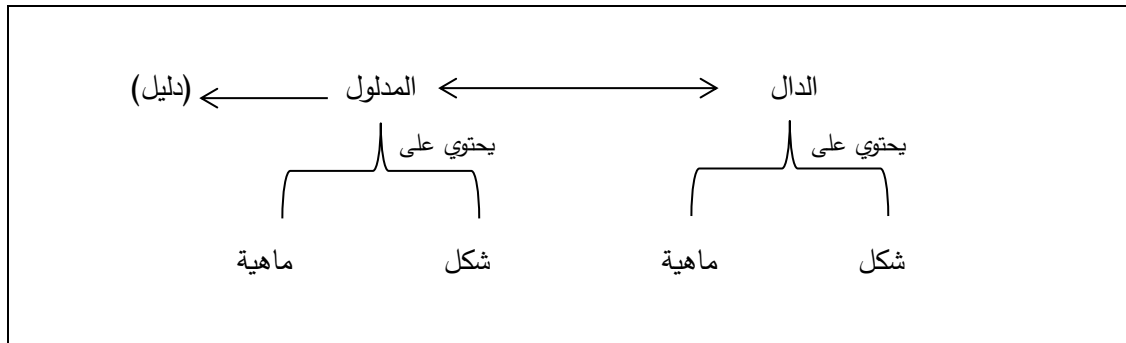
2- ثنائية الدال والمدلول:

الدال والمدلول هما الدليل الذي اصطلحه فرديناند دوسوسير، والموجود في معاجم اللاهوت والطب، والإنجيل والسيميوطيقا (بارت، 1987، ص. 61). وعند سيميائيّ الدلالة شكلت الدوالّ العبارة، أما المدلولات فقد شكّلت المحتوى، حيث لكلّ منهما شكل وماهية (الأحمر، 2010، ص. 94). كما أنّ العلامة تجمع بين الدال والمدلول، ولا يمكن فصلهما عن بعض، وتحقق الرّبط بينهما يحقق الدلالة، وما يميزهما أنّ المدلول يمكن تعويضه بمادة الكلمات، أمّا الدالّ فهو يميّز بين المادة والماهية، والماهية فيه تكون إمّا صورة، أو صوت، أو أشياء (بارت، 1987، ص. 67). والدالّ عند رولان بارت يحمل مدلولين، أو أكثر حسب فهم المُتلقي، وهو يبقى ثابتاً، وما يتغير هو المدلول، مثل: ألوان إشارات المرور، فكلّ لون يتعلّق بأحد أوامر المرور، فاللون دالّ، ومدلولات تشير إلى أمرٍ ما، أما قيمة العلامة فهي تنتج عن علاقتها مع العلامات المجاورة لها (الأحمر، 2010، ص. 94).



الشكل 5.2: الدال والمدلول عند سيميائيّ الدلالة. المصدر: إعداد الباحث

الإشارة، والقرينة، والرمز، والأيقونة⁸، مصطلحات متنافرة ومترادفة لمصطلح الدليل، ويمكن التمييز بينها من خلال مجموعة من السمات السلبية أو الإيجابية، التي تستلزم العلاقة لأحد الطرفين تمثلاً نفسياً أو لا، أو تشابه الطرفين أو لا بسبب العلاقة، أو أن يكون الرابط بين الطرفين مباشراً أو لا، أو تطابق الطرفين أو طغيان أحدهما على الآخر، أو إيجاد رابط وجودي من خلال العلاقة. وقد استبدل دوسوسير مصطلح الرمز الذي يشير إلى التحفيز بمصطلح الدليل الذي يشير إلى وحدة الدال مع المدلول، وكلاهما عند هيلمسليف لهما شكل وماهية، والشكل هو الشيء الذي يمكن وصفه من قبل اللسانيات ببساطة، وشمولية. أمّا الماهية، فهي الشيء اللساني الذي لا يمكن وصفه إلا عن طريق استخدام مقدمة غير لسانية (توسان، 2000، ص. 65). والرمز هو الوحدة السيميائية ذات الجانب الأحادي، ولها تفسير أو تفسيرات عدة (بن مالك، 2000، ص. 211).



الشكل 6.2: الشكل والماهية للدال والمدلول. المصدر: إعداد الباحث

أمّا العلامات فهي علامة ألسنية وعلامة سيميائية، ولا يمكن فهم طبيعتهما إلا بفهم طبيعة العلامة الأخرى. والذي يميّز العلامة السيميائية أنّ دلالتها وظيفية اجتماعية يشترط في

⁸ الإشارة: وحدة تخضع لقوانين، وتدخل في بناء الرسالة، كإشارات المرور التي توصل رسالة ما. والرمز: وحدة سيميائية لها تفسير أو تفسيرات عدة، تقوم على الإيحاء للمتلقى من أجل معرفة تكميل الصورة. وفي علم البيان: الرمز هو الكناية، أو الطريقة الخفية الرمزية. المرجع: بن مالك، رشيد (2000). قاموس مصطلحات التحليل السيميائي للنصوص - عربي إنجليزي فرنسي. دار الحكمة. الجزائر (ص. 211).

القرينة: وحدة يطلق عليها المؤشر التلقائي، وهي تعبر عن حدث ما بشكل فوري. والأيقونة: وحدة تمثل التشابه الذي يتحكم في العلاقات بين الدال والمشار إليه، وهي تضم صوراً شخصية، وفوتوغرافية وغير ذلك. المرجع: عيد، عريب (2021). سيمياء الصورة وتمثلاتها في الخطاب المرئي. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (ص. 1244).

استعمالها حلول الوقت وأوانه، اللذان يشيران إلى استعمال هذه العلامة. مثل ارتداء المعطف في فصل الشتاء للوقاية من البرد، إذ أنّ فصل الشتاء هو وقت وهو المدلول، وارتداء المعطف هو الدال، أمّا العلامة اللسانية، فهي قائمة على التوحيد بين الدالّ والمدلول. والمدلول في اللغة يعبر عنه بكلمة واحدة مفردة، فمثلاً: الثوب هو ما يلبسه الإنسان، أمّا المدلول سيميولوجياً فهو مجموعة من الأوصاف، كأن يكون ثوباً ناعماً (السرغيني، 1987، ص. 22).

3- المركب والنظام:

رأت السيميائية أنّ اللفظ يأخذ قيمته من سابقه ولاحقه. أمّا بارت، فقد وجد أنّ التحليل السيميائيّ يجب أن يقطع تقطيعاً مركّبياً، ليعطي وحدات يتمّ تصنيفها في جداول. وفي حال تمّ تطبيق هذا القول على مثال اللباس؛ فإنّ نظام اللباس هو: ثوب لا يمكن ارتداؤه في الوقت نفسه والموضع نفسه من الجسد. ويتمثل المركب في وصف عناصر مختلفة من اللباس الذي يتمّ ارتداؤه، مثل: سترة، أو بنطال (الأحمر، 2010، ص. 95).

4- التقرير والإيحاء:

اقترح سيميائيوا الدلالة لكلّ دليل مستوى تقريرياً، وآخر إيحاءياً. فالدليل يعد إشارة، والمعنى يرافق التبليغ، والمعنى التقريريّ يرافق الإيحاءيّ، وسيميائيات المعاني تدرس نظام الأدلة للوصول للمعنى الإيحاءيّ (الأحمر، 2010، ص. 92). والإيحاء هو ما يحيط الكلمة من معانٍ أخرى، أو معانٍ ثانويّة. والرابط بين الإيحاء الكلاميّ والإيحاء المفاهيميّ هو العلاقة بين المدلول التقريريّ والمدلول الإيحاءيّ (بن مالك، 2000، ص. 41).

المبحث الثاني: فنّ تصميم المُلصق الإعلانيّ

1.2: فنّ المُلصق، تاريخه، وتطوّره

كانت أولى المُلصقات تحمل رسالةً إعلاميةً اقتصاديةً منذ أواسط القرن الخامس عشر عند ظهور الطباعة. وبشكل تدريجيّ، انتشرت المُلصقات في إعلانات السّيرك، وصفحات الكتب المطبوعة، وظهرت مجموعة من الفنّانين والرّسامين الذين أنتجوا مُلصقاتٍ لأغراض تجارية، أمثال (تولوز لوتريك). وبحلول القرن السابع عشر، توسّع انتشار المُلصقات، وتعددت أحجامها وأشكالها، وفي نهايات القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، ومع تطور فنّ الحفر، تحوّلت المُلصقات من مُلصقات شوارع إلى مُلصقاتٍ فنيةٍ، فسميت تلك الفترة بفترة (فنّ المُلصق العظيم). ورُسمت في أوروبا بواسطة فنّانين أمثال (إدوارد مانيه)⁹ عن طريق ابتكار الأساليب الجديدة في الرسم، والاستلهام من الأسلوب الياباني (حافظ، 2021، ص. 4).

انتعش المُلصق الروائيّ في فرنسا، وانتشر المُلصق الرمزيّ في كلِّ من ألمانيا والنمسا. وساعدت تقنية الليثوغراف على طباعة المُلصقات الملونة بكفاءة وسهولة، وبخلفيات مزينة، وألوان متألّقة. وقد ظهر أول مُلصق بولنديّ من مطابع (ماكسيميليان فاينس) في وارسو، يحمل موضوع (البحار الصّغير) على ظهر زورق خشبيّ بسيط، يلوّح بيده لسفينةٍ بولنديةٍ تجاريةٍ، تطفو على نهر فيستولا، وفي الجانب الآخر تظهر مدينة قديمة (عناّب والوافي، 2016، ص. 52).

إن ظهور الحركات الفنية في ألمانيا وهولندا والنمسا، ساهمت في بروز العديد من أعمال الفنّانين، أمثال (وليام موريس)¹⁰ في مدرسة الباوهاوس، وأثّرت تصميم المُلصق بشكل كبير،

⁹ إدوارد مانيه: (1832-1883) رسّام فرنسي وأحد رواد الانطباعية. ومن أشهر أعماله (غداء على العشب)، و(أوليمبيا)، وأصبحت أعماله علامة تمثل بداية الفن الحديث. أنظر إلى الرابط:

<https://artsandculture.google.com/entity/%D8%A5%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF-%D9%85%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%87/m02mbk?hl=ar>

¹⁰ وليام موريس: ولد عام (1856). فنّان، ومصمّم أثاث، ومعماري، وكاتب إنجليزي. أسس شركة تصميم مع الفنّان إدوارد جونز والفنّان دانتي روزيستي، وكان لها تأثير على زينة البيوت والكنائس حتى بدايات القرن العشرين. ومن أشهر أعماله (الجنة الدنيوية)، و(البئر في نهاية العالم). أنظر إلى الرابط: <https://artsandculture.google.com/entity/m08304?hl=ar>

فظهرت مُلصقات تحمل الطابع الكلاسيكي، وأخرى يغلب عليها الطابع السريالي، وبعضها يحمل الطابع التعبيري، أو الواقعي، أو الرمزي، أو التكميلي، أو أحد فنون الحداثة (غزوان، 2007، ص. 87). هذا الأمر زاد من الذوق الفني، ورفع من مستوى الإحساس الجمالي للمُصق؛ ليصبح قادرًا على مخاطبة خيال المُتلقي. فقد أضاف الفنان الإسباني بيكاسو- مؤسس التكميلية- إلى فنّ المُلصقات قصاصات الجرائد وتذاكر المترو، ليضيف إلى المُصق بُعدًا رمزيًا، عبر توظيف عناصر بنائية داخله مأخوذة من الواقع (حافظ، 2021، ص. 2).

لقد أدت (نشأة السينما)¹¹ إلى ظهور المُلصقات المسرحية والسينمائية التي ركزت -بشكل كبير- على الصورة. وبعد الحرب العالمية الثانية، ظهر المُلصق بطابع تصويري، يحمل رسائل جمالية وفنية بعيدة عن طابع الحروب (غزوان، 2007، ص. 87). وبظهور الحاسوب والتّصوير الفوتوغرافي، أصبح الأخير يشكل عنصرًا أساسيًا ومهمًا في المُلصق، وسهّل الأول عملية التّصميم، ليتم إنتاج المُلصق بشكلٍ كاملٍ عبر الحاسوب (حافظ، 2021، ص. 1).

ومع التطور المستمرّ دخلت التّفاعلية على المُلصقات، لتترك أثرها داخل المُتلقي لأطول فترة ممكنة. فهي تتطلب أن يمتلك المصمّم أفكارًا ابتكارية، ومعرفةً في التقنيات الرقمية الحديثة، ووجود تفاعل بين التّصميم والمُتلقي، والاستجابة من قبل المُتلقي ليكون تفاعلًا ناجحًا. إذ كلّما كان المُلصق تفاعليًا كان ممتعًا أكثر، وسهل التذّكر (أبو الغيط، 2021، ص. 465). وبذلك، فإن فنّ المُلصق ذو الملامح المعرفية والجمالية، أحد أصعب أنواع الفنون القائمة على تقديم الجمال والمعرفة، في ظلّ وجود المنفعة الاتصالية والوظيفية. فهو فنّ ينطلق من الفكرة والنظرة

¹¹. نشأة السينما: تعود بداية السينما إلى ملاحظة دونهما الفنان الإيطالي (ليوناردو دافنشي)، وقد وردت في كتاب جيوفاني لابورتا (السحر الطبيعي) عام 1558م، فقد لاحظ دافنشي أنّ الإنسان إذا وُضِعَ في حجرة مظلمة بها ثقب صغير فإنه سيرى في الجهة المقابلة للثقب خيالات لما في الخارج، وذلك بسبب شعاع الضوء الداخل من ذلك الثقب الصغير. وقد اخترع الإخوان (أوغست لوميير) و(لويس لوميير) معدات فوتوغرافية في فرنسا بعد عدة تجارب على الصور المتحركة، كما أنهما سجلا في فرنسا عام 1890م اختراع أول جهاز يقوم بعرض الصور المتحركة على الشاشة، ويعد فيلم (ساعة الغذاء في مصنع لوميير) أول فيلم سينمائي قابل للعرض، والذي صور مغادرة العمال للمصنع في مدينة ليون في فرنسا. كما أن فيلم (وصول قطار إلى المحطة) أول عرض سينماتوغرافي تم عرضه في قبة الجرائد كافيه في باريس. وبهذا أصبحت السينما شيئاً يمكن لمسه في الواقع. المرجع: لحاج أحمد، كريمة. (2020). العلاقات العامة وتكوين الصورة الذهنية السينمائية لدى الجمهور المتلقي. مجلة آفاق السينمائية. (ص. 313).

واللغة والتعبير، في زمن يبحث عن وسيلة تعبيرية إعلانية وإعلامية، تتجاوز اللغة الكلامية إلى لغة تعبيرية تحمل طاقة خلاقة (عزوان، 2007، ص. 9).

2.2: أنواع المُلصق، وأسس بناءه

- أنواع المُلصق:

إنَّ التطور العالمي الهائل أدى إلى تنامي الاهتمام في المُلصقات ، فظهرت بمضامين وأشكال متعددة تبعاً للفئة المستهدفة، لتشمل المُلصقات الثقافية، والمُلصقات السياحية، والمُلصقات الإرشادية، والمُلصقات التجارية، والمُلصقات الخدمائية، والمُلصقات التعليمية، والمُلصقات السياسية (حافظ، 2021، ص. 5). فالمُلصقات الثقافية تظهر على شكل مُلصقات إعلانية لمنطقة محددة، أو مُلصقات إعلانية دولية حسب السمات الثقافية التي تحملها، مثل المُلصقات السينمائية، ومُلصقات الطرق. وتعمل المُلصقات السياحية على رفع رغبة المتلقي لزيارة بلد معين من خلال إبراز المقومات السياحية لهذا البلد. في حين أنَّ المُلصقات الإرشادية تقوم على تعريف المتلقي بكيفية حصوله على سلعة أو خدمة معروفة مسبقاً بالنسبة له، وكيف يمكن الوصول إليها. والمُلصقات الخدمائية تقدم منفعة أو خدمة للمجتمع، كالدعوة للوقاية من مرض ما. وتعمل المُلصقات التعليمية على إعلام المتلقي بسلعة أو فكرة لم يكن يعرفها من قبل (بوزراع، 2016، ص. 7). والمُلصقات التجارية توجه إلى البائعين الذين يشترون البضائع ثم يعاودون بيعها مجدداً، لتوفير المعلومات المناسبة لهم (الغالبى والعسكري، 2006، ص. 22). والمُلصقات السياسية تستخدم للأغراض السياسية، مثل مُلصقات الانتخابات، والحملة الانتخابية الخاصة بالشخص المرشح للانتخاب (الصيرفي، 2012، ص. 21).

- أسس بناء المُلصق:

وتتمثل الأسس الجمالية والتنظيمية المستخدمة في بناء المُلصق في التوازن الذي يعبر عن تعادل القوى بين عناصر المُلصق، ويعطي شعوراً بالاستقرار (الطائي، 2018، ص. 132). كذلك التباين الذي يعمل على إيضاح معالم المُلصق، وبتّ الحياة فيه، والألوان من أكثر الأمثلة

وضوحًا على التباين مثل: الأبيض والأسود(حافظ، 2021، ص. 8). أمًا التناسب، فيعني إيجاد علاقةٍ تصميميةٍ بين عناصر المُلصق، تعطي المتلقي إحساسًا بالمتعة عند مشاهدته(أحمد وفرج، 2019، ص. 13)، ويكون إمّا في المسافة بين العناصر، أو في حجمها، أو شكلها، أو لونها. والوحدة هي العلاقة المتكاملة بين عناصر المُلصق، وتبرز موضوعه، وجمالياته، وتتعكس على تقبل المتلقي(الطائي، 2018، ص. 133)، وتتحقّق من خلال علاقة الجزء بالجزء، وعلاقة الجزء بالكلّ. والصّراع هو محاولة سيطرة إحدى عناصر المُلصق التصميمية على العناصر الأخرى، والعنصر الذي يسيطر هو الذي يحقق السيادة في المُلصق؛ ليصبح مركز التركيز ومحور الاهتمام والجزء اللافت للنظر أولًا(حافظ، 2021، ص.7). والتماثل أو السيمترية القائمة على تماثل النصف العلوي للملصق مع النصف السفلي، أو تماثل الجانب الأيمن مع الجانب الأيسر، وبعض المصممين يجدون فيها قيمًا جمالية، وراحة للنظر، والبعض الآخر يرون فيها شيئاً مملأً(رياض، 2000، ص176).



الشكل 7.2: أسس بناء الملصق في ملصق فيلم الكثنان الرملية "Dune".

المصدر: تم الاسترجاع(يوم: الخميس، 14/3/2024، الساعة: 8:00 PM) من موقع

<https://www.kinoafisha.info/en/movies/8355204/posters>

3.2: العناصر البنائية للملصق وسمياتها

تعتمد عملية تصميم الملصق وبناءه على مجموعة من العناصر التي تتمثل في:

1- الصورة

تخلق الصورة لغةً تعبيريةً قادرةً على إيصال رسالة الملصق، ومخاطبة المُتلقي، والتأثير عليه سيكولوجيًا وفسيولوجيًا، مثل: الصور السياسية، والصورة العسكرية، والصورة الفنية وغيرها. وإذا احتوى الملصق على صورٍ عدة، سيؤدي إلى صعوبة قراءته وفهمه. لذلك، على الصورة أن تكون داعمةً لفكرة الملصق، وليست مشتتة له، وفي الغالب يفضل استخدام صورةٍ واحدةٍ (العربي، 2008، ص. 148)، ولأنَّ الصورة تمتلك قدرةً دلاليةً وتعبيريةً، فإنَّ لها وظيفتين تتمثلان في وظيفة الرِّسوخ التي تمنع التعدد الدلالي، أو عمل أكثر من ترجيح وتعيين. ووظيفة التكميل التي تبين مهمة الصورة التعبيرية وهدفها (بغزو وبوعامر، 2022، ص. 81). ولكل صورة زاوية تصويرية تحمل دلالاتٍ معينة، حيث الزاوية من مستوى النَّظر تمثل لقطةً طبيعيةً معروفةً، وزواياها مستقيمة دون انحرافات. والزاوية المرتفعة التي تكون الكاميرا فيها أعلى من مستوى نظر الشخص، وتدلّ على التقليل من حجمه. أمَّا الزاوية من أعلى الكتف، فتدلّ على ما يقوم به الشخص. والزاوية الرأسية تسمى عين الصقر، وتمنح المشاهد تشويقاً وإثارة. والزاوية المنخفضة التي تكون الكاميرا فيها أقلّ من مستوى نظر الشخص، توحى بشموخه وفخامته وتفوقه. والزاوية المائلة تعطي إحساسًا عنيفًا بالجهد البدني والقوة (عيسى، 2018، ص. 547).

للضوء والظل أهمية كبيرة في الصورة، فالإضاءة تحقّق السيادة عن طريق تركيزها على أحد عناصر الملصق، كما أنها تحقّق التوازن من خلال توزيع المساحة البيضاء، أو الرمادية، أو السوداء بأسلوب عادل مريح للنَّظر، وتعمل على إيجاد التأثير الدرامي من خلال التوزيع الدقيق للضوء والظل وصنع التناغم بينهما، لإظهار طابع الملصق وهو حزين أم مرح. فالإضاءة تشير إلى الحقيقة، والصراحة، والروحانية، والبراءة، والنقاء، والصدق. ويُبيّن استخدام الإضاءة الأمامية على الرومانسية والنعومة، وهي تعمل على تسطيح الأجسام. أمَّا الإضاءة الجانبية، فهي تجعل للصورة جانبًا مضيئًا يمنح إحساسًا بالاندفاع، وآخر مظلم يعطي إحساسًا

بالغموض. والإضاءة الخلفية تظهر الجسم معتمًا وتفاصيله غير واضحة عدا الحواف، وتعطي مدلولاً بالعنف. والإضاءة من أعلى، إذا كانت إضاءة المكان نفسه، فهي تعطي إحساسًا بالانتشار، وإذا ركزت الإضاءة على شخص؛ فهي تعطي إحساسًا دراميًا. والإضاءة من أسفل تدلّ على الشرّ في الشخصية وتغير ملامحه بشكل جاذب للنظر (عيسى، 2018، ص. 543).

ويرتبط الظلام في الشيطان، والكتمان، والخوف، والغموض، والقيادة للمجهول، فالظلال تعمل على تجسيم العناصر، وبالتالي الشعور بالعمق، وكلّما كان هناك تباين بين الظلّ والنور زاد الشعور بالعمق في العمل، وإذا تساوت شدة الظلال مع شدة الإضاءة، فهذا سيؤدي إلى تسطيح العمل الفني (عيد، 2014، ص. 159).

2- النص

وجود النصّ في الملصق أمر مهم جدًا؛ لأنه يؤكّد للمتلقّي فهم الرسالة كما المطلوب. ولأنّ الملصق أداة تواصلية إعلانية، فإنّ عملية اختيار كلماته، وآلية تصميمها وترتيبها ليس بالأمر السهل (غزوان، 2007، ص. 92). كذلك مقدار تلك الكلمات، حيث لا تكون كثيرة لا يستطيع المتلقّي قراءتها، ولا قليلة لا يستطيع فهمها (أحمد وفرج، 2019، ص. 8).

يظهر النصّ في الملصق على شكل عنوان رئيسي مميز عن النصوص الأخرى من ناحية الحجم، ويقوم بالدور التعريفي، وعنوان ثانويّ ودوره تفسيريّ، يشرح تفاصيل خاصّة بالملصق، ونصوص كتابية تظهر على شكل سطور يذكر فيها بعض التفاصيل الأخرى (بغزو وبوعامر، 2022، ص. 82). واختيار نمط خط النص وحجمه، أمر بالغ الأهمية، حيث تستخدم الأنماط الأكثر وضوحًا لكتابة النصوص ذات الحجم الصغير، ويجب عدم الإكثار من أنماط الخطوط في تصميم الملصق، واختيار الخط الغامق والمائل بحرص بما يتناسب مع باقي العناصر، وتنظيم الفراغ بين الكلمات والفقرات لتبدو واضحة وسهلة القراءة (الزعيبي، 2020، ص. 33).

3- الخطوط والأشكال

الخط هو مجموعة النقاط المنفصلة، أو المتصلة، وأحد عناصر التصميم المرنة، ودليل العين لمركز التركيز والانتباه، وأداة لتحديد الشكل البصري(عيد، 2014، ص134). وتتنوع الخطوط لتشمل الخطّ الأفقيّ الذي يدلّ على الاتزان والهدوء(ندا، 2016، ص.20)، ويوحى بالاستقرار، والثبات، والراحة، وهو مرتبط بالأرض. والخط المستقيم الذي يدلّ على القوة النامية، والشموخ، والوقار، والعظمة(رياض، 2000، ص. 125). أما الخطّ المائل، فيدلّ على القسوة، وعدم الاستقرار، والتصدّع، والحيرة(ندا، 2016، ص. 20)، ويدلّ الخطّ المتعرج والخطّ الحلزونيّ والخطّ المموجّ على الخداع البصريّ، والخيال، والرّشاقة، والوداعة، والرّقة، والأنوثة، والسّماحة، في حين كثرة التعرّجات أو الاستدارات، تدلّ على الضعف، والاسترخاء، والانحلال(رياض، 2000، ص.131).

أما الشكل فهو الخط المكتمل المغلق تماماً، ويضم الشكل المنتظم الهندسي مثل: المثلثات، والمربعات. والشكل الغير منتظم ويوجد الكثير منه في الطبيعة. ويطلق على الشكل مفهوم التكوين، كالتكوين الهرمي، أو الحلزوني، أو الدائري. ويعد التكوين الهرمي من أقوى التكوينات بسبب تمركز ثقله في الأسفل(العربي، 2008، ص68). كما ويمثل الشكل العنصر البنائي للهيكل التصميمي، الذي يستوعب جميع العناصر التشكيلية، ويمكن أن يكون بسيطاً، أو معقداً، أو هندسياً، أو تجريدياً(الطائي، 2018، ص131). ويدل المربع على الاستقرار، والتكامل، والصرامة، والجدية. أمّا المثلث فيدل على الإحساس بالعنف، والمشاكسة. والدائرة تدل على الروحانية، والإحساس بالاسترخاء، والحركة الدائمة واللابدائية واللانهاية(ندا، 2016، ص20). أما التكوين الهرمي فيدل على الصلابة والاستقرار والدوام. والمستطيل يدل على العظمة والشموخ والوقار، والتكوين البيضاوي يشير إلى النعومة والأنوثة. ويرمز التكوين الإشعاعي إلى المفاجأة والصدمة(رياض، 2000، ص35).

4- الفراغ

يتمثل الفراغ حيز وأرضية العمل الفني الذي تتوزع العناصر عليها، ويتم إيجاده من قبل العناصر التصميمية نفسها، حيث عند وضع نقطة سوداء داخل صفحة بيضاء فإنها ستلفت انتباه المتلقي لوجودها وحركتها، بالمقابل وجودها سيظهر وجود الفراغ داخل الإطار ويسمى المساحة السالبة، والمساحة الموجبة هي مساحة النقطة. والذي يظهر الفراغ هو إطار التصميم، حيث يمكن أن يظهر الفراغ أمامياً، أو جانبيًا، أو خلفيًا، وهو يقود إلى الإحساس بالحركة واتجاهها. ووجود الفراغ في الأمام يشير إلى المستقبل، والأمل، أما وجوده في الخلف فيشير إلى الفراق، والماضي (رياض، 2000، ص157). ويتناثر الفراغ على سطح المُلصق لتحقيق جذب بصريّ، وإعطاء التصميم نوعًا من التفاعلية، التي بدورها تشجع المتلقي على مشاهدة الفيلم، وتخلق في ذاته إثارة وتشويقًا اتجاهه (بغزو وبوعامر، 2022).



الشكل 8.2: العناصر البنائية في ملصق فيلم بينوكيو "Pinocchio".

المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الخميس، 14/3/2024، الساعة: 8:15 PM) من موقع

<https://www.kinoafisha.info/en/movies/8354319/posters>

5- اللون

تمثل الألوان الخاصية الظاهرية لكل الأشكال المحسوسة، وتؤكد فيزيائيتها، وتؤثر على إدراك المتلقي بفضل جاذبيتها البصرية، وتعطي انطباعاً سريعاً عن المُلصق (بوعزة وكريمة، 2019)، وعملية انتقاء الألوان المناسبة للتصميم أمراً مهماً للغاية، لما لها من دلالات نفسية تصل للوعي الإنساني وتتفاعل مع اللاشعور لديه إما فرحاً أو حزناً، أو غير ذلك. لذا يجب على المصمم التفكير جيداً عند توظيف الألوان في تصاميمه لما لها من دلالات ورمزيات تؤثر على المتلقي (عيد، 2014، ص 144).

اللون الأزرق يدل على الليل الطويل، والحزن، والسعة، والشوق، والبعد (قدوشي وعميش، 2019، ص 17). وهو يرمز إلى النظافة، والخفة، والهدوء (عبد الهادي والدرایسة، 2011، ص 20). والتفكير، والذهن، والعقل، والذكاء، والفاعلية، والتواصل، والمنطق، والمثابرة. أمّا سلباً فهو يدل على العزلة، والبرود، وقلة العاطفة، والخوف (عيد، 2014، ص 145). والأزرق الفاتح يدل على الاعتمادية، والقوة، والنظافة. أمّا الأزرق الغامق فهو يدل على الثقة، والسيطرة، والسلطة، والكرامة، والذكاء (قدوشي وعميش، 2019، ص 17).

أما اللون الأصفر فهو يدل على الابتهاج، والإشعاع، والسرور، والنور (قدوشي وعميش، 2019، ص 17). وهو يرمز إلى العاطفة، والتقاؤل، والاعتزاز بالنفس، والثقة، والإبداع، والانطلاق. أمّا سلباً فيدل على القلق، والمرض، والخوف، والضعف. والأصفر ساطعاً، يزيد الثقة بالنفس ورفع المعنويات، ويجذب الانتباه. أمّا الأصفر الشاحب فيؤدي إلى خفض المعنويات (عيد، 2014، ص 146). واللون الأحمر يدل على النار، والدمار، والدم (عبد الهادي والدرایسة، 2011، ص 44). والحرب، والنيران، والحركة (قدوشي وعميش، 2019، ص 17). والجسد، والشجاعة، والدفء، والقوة، والرجولة، وسلباً فيدل على العدوانية والعناد (عيد، 2014، ص 145). أما اللون الأبيض فهو يدل على الهدوء، والنقاء، والصفاء، والحلم الجميل، والعفو، والتسامح، والعظمة، والعفة (عبد الهادي والدرایسة، 2011، ص 46). والازدهار، والنماء،

والضوء، والتطور، والحياة، والطهارة، والسلام، والراحة(قدوشي وعميش، 2019، ص17).
والنظافة، والإيجابية، والفاعلية، والبرود، والتعفف، والبعد عن التكبر(عيد، 2014، ص148).

واللون البرتقالي يدل على الانجذاب، والدفء، والذوق، والشوق(قدوشي وعميش، 2019، ص17).
والاحتدام، والاشتعال، والتوهج(عبد الهادي والدرایسة، 2011، ص44). والجسد،
والأمان، والوفرة، والعاطفة، والمرح، والانطلاق. أمّا سلباً فهو يدل على الطيش، والحرمان،
والإحباط، واللامبالاة، وعدم النضج(عيد، 2014، ص146). أما اللون الأسود فهو يدل على
الكآبة، والظلام، والجهل، والموت واللامتغير(قدوشي وعميش، 2019، ص17). ويرمز إلى
الفاعلية، والأمان، هو لون فانتن، ومعقد، وحرفي. ويوحي إلى الشر، والقمامة، والبرود، ويعكس
وضوح الموقف، والحدية، وغموض النوايا، ويوحي بالتشاؤم(عيد، 2014، ص148). ويشير
إلى السمو، والرسميات، والعظمة، والوقار(عبد الهادي والدرایسة، 2011، ص46).

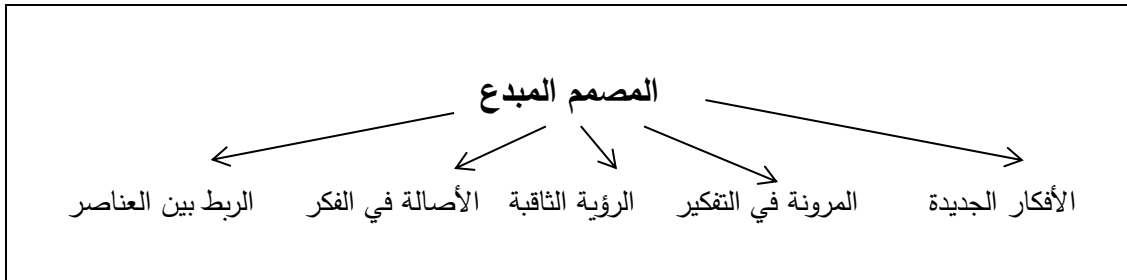
واللون الرمادي يدل على النفاق، والتداخل، والضبابية(قدوشي وعميش، 2019، ص17).
والحياد، أمّا سلباً فيدل على ضعف الثقة بالنفس، والركود، والكآبة، وقلة الحيلة، وقلة النشاط،
والانكماش، وعدم الرغبة، وعدم التمايز(عيد، 2014، ص146). أما اللون الأخضر فهو يدل
على التوازن، والتوافق، والطبيعة، والسلام، والراحة، والانسجام، وسلباً يدل على الروتين،
والركود(عيد، 2014، ص146). ويشير إلى السكينة، والصبر، والهدوء(عبد الهادي
والدرایسة، 2011، ص45). كذلك هو لون يوازن العاطفة والأحاسيس، وكثرة استخدامه يسبب
طاقة سلبية(قدوشي وعميش، 2019، ص19). واللون البنفسجي يدل على الروحانية، وغنى
الرؤية، والأصالة، والسمو، والثقة، ويعبر عن التفرد، والتميز، ويشجع على التأمل، والتفكير
العميق، والاستبطان(عيد، 2014، ص146). ويشير إلى القوة، والانفعال، والشدة(عبد الهادي
والدرایسة، 2011، ص45). أما اللون الفضي فهو يدل على المثابرة، والسلام. واللون الذهبي
لون المساعدة والقوة(قدوشي وعميش، 2019، ص21).

4.2: المصمّم المبدع، وسيكولوجيّة المُلصق

- المصمّم المبدع:

إنّ خطوات تصميم المُلصق تبدأ من تحديد الفكرة، ثم الفئة المستهدفة، واختيار المصمم الملم بالقدرات الرفيعة، لبناء تخطيطٍ تصميميّ حسب المعلومات المتوقّرة، ومن ثم بناء العمل النهائيّ للمُصق الذي يحمل الطابع المناسب، والشّكل الجذّاب، وتحديد حيزه، وتجهيزه لعملية النشر (الغالبى والعسكري، 2006، ص. 153).

لذلك، يتوجب اختيار المصمم الذي يمتلك القدرة الذهنية على الابتكار، التي تعمل على دفعه للبحث والتطوير (عبد السلام، 2020، ص. 38). وإدراك الروابط الخفية الموجودة بين الأشياء، والسهولة في ترتيب العناصر على شكل صيغ جديدة (العمرية، 2015، ص. 9). فالمصمم المبدع يتميز بقدرته على جمع العناصر في قالب معين، يحقق هذا الجمع فائدة معينة ترتبط في الموقف والبيئة والمجتمع وثقافته (عبد السلام، 2020، ص. 44). كذلك إنتاج الأفكار الجديدة، وتدققها في وقت معين لمجال معين، والمرونة في التفكير، والانتقال من فكرة إلى فكرة أخرى، والبعد عن الأفكار الجامدة، وامتلاك الرؤية الثاقبة للأشياء (العمرية، 2015، ص. 11). ويجب أن تتوفر في هذا المصمم_ الأصالة الفكرية والتميز والابتعاد عن التقليد، أو سرقة الأفكار الأخرى (عبد السلام، 2020، ص. 39)، حيث إن القدرة الإبداعية للمصمم تعني امتلاك الطاقة والقدرة لإنتاج أفكارٍ إبداعيةٍ بعيدةٍ عن التصلب العقلي، ونمطية التفكير، كذلك القدرة على رؤية المشكلات والوعي للأخطاء، والتركيز لفترة طويلة في العمل، وعدم التأثر في المشتتات (العمرية، 2015، ص. 13).



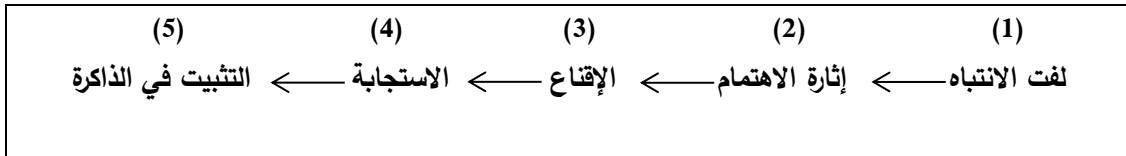
الشكل 9.2: مهارات المصمم المبدع. المصدر: إعداد الباحث

- سيكولوجية المُلصق:

إن الوظائف السيكولوجية هي مرحلة التأثير النفسي لرسالة المُلصق على المتلقي، وهي تتمثل في جذب الانتباه الذي يعتبر الوظيفة الأولى للمُصق، فالانتباه يعني تركيز العقل على موضوع ما، وتوجيه الحواس إليه، لذلك، فإنّ عملية الإبداع والابتكار في تصميم المُلصق، من أكثر الأساليب جذبًا للانتباه، والتأثير على العقل الباطن للمتلقى. والانتباه إما أن يكون إراديًا ينتبه فيه المتلقي إلى المُلصق بكامل إرادته ومن دون بذل جهد. أو لا إراديًا وهنا يبذل المتلقي جهدًا في الانتباه إلى المُلصق (مصيلحي وآخرون، 2019، ص.369)؛ لذا، فإن عملية لفت الانتباه، من أكثر العوائق التي تواجه المصمّم، وبسبب ازدياد عدد المعلنين والمنافسين، وارتفاع ظاهرة الزحف الإعلانيّ للشركات، فهذه المصمّم دائمًا هو توجيه تركيز المتلقيّ نحو الموضوع المطلوب (عيد، 2014، ص.43). ثم تأتي المرحلة الثانية وهي إثارة الاهتمام التي تُحدث التأثير على المتلقي، وتكون من خلال العنوان الرئيسي الذي يعبر عن الفكرة التي تخدم المتلقي بشكلٍ أو بآخر، وذلك من أجل استثارة الرغبة لديه وتمييزها للوصول إلى مستوى الإشباع المقبول نحو المُلصق (مصيلحي وآخرون، 2019، ص.370).

وتتمثل المرحلة الثالثة في عملية الإقناع، ونجاح هذه المرحلة لا يتم إلا بنجاح المراحل الأولى (أحمد وفرج، 2019، ص. 8)، حيث يتم إثارة وعي المتلقي نحو الرسالة التي أصبح يعي وجودها، ثم العمل على تقويم صورتها في ذهنه ليقتنع بها. وذلك من خلال البساطة والوضوح في عرض مُلصق، ومدى ترابط رسالته، واختيار الكلمات المختصرة لتحفيز المتلقي، والمصدقية والدقة في عرض المعلومات لزيادة ثقته بالرسالة (حمدي، 2015، ص. 32)؛ إذ الإقناع يتحقق إما بطريقة عقلية تتم عن طريق تفكير المتلقي في محتوى المُلصق من أجل اتخاذ القرار النهائي، أو بطريقة عاطفية يحوز فيها المتلقي وقتًا قليلًا من أجل اتخاذ قراره. وتتمثل المرحلة الرابعة في الاستجابة من قبل المتلقي، التي تدفعه إلى تقديم فعل ما، وتتأثر الاستجابة في مجموعة من العوامل كتنغير بعض المبررات العاطفية لمساعدة المتلقي في حسم خياره، وتقديم المغريات والتسهيلات له لتسريع استجابته. أما المرحلة الخامسة، فهي مرحلة التثبيت في الذاكرة، حيث إن الهدف من المُلصق هو تثبيت الرسالة في ذهن المتلقي، لذلك

على المصمم أن يأخذ بعين الاعتبار عندما يبني المُلصق أن المتلقي يمتلك ذاكرة عادية، وأن عملية التذكر يحكمها قوانين عدة، مثل قانون التكرار القائم على تكرار العرض بصورة مستمرة لتثبيته في ذهن المتلقي. وقانون الأسبقية الذي يضع المُلصق في المقدمة، فالمتلقي يتذكر الكلمة الأولى، والإعلان الأول بصورة أكبر عن غيره (مصيلحي وآخرون، 2019، ص.3).



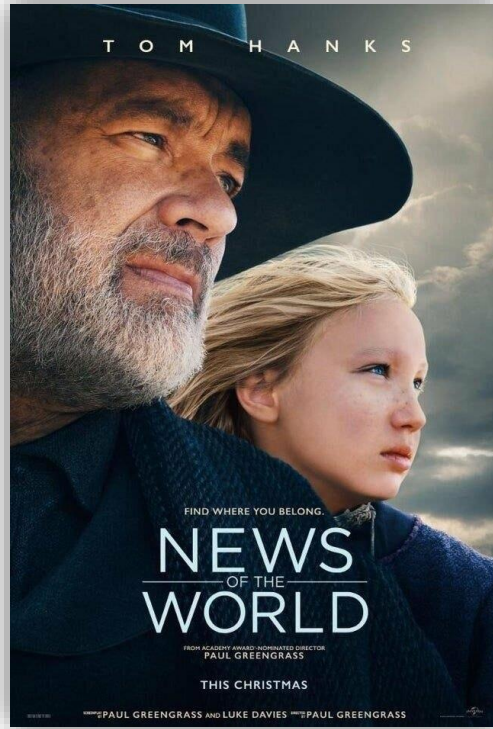
الشكل 10.2: مراحل التأثير النفسي لرسالة المُلصق على المتلقي. المصدر: إعداد الباحث

5.2: المُلصق السينمائي

أشار بعض المهتمين بتاريخ الفنّ إلى أنّ مارسيل أوزول أول من صنع مُلصقًا سينمائيًا خاصًا بفيلم (البستاني والولد العفريت الصغير) عام (1895م) للوي لوميير. وقد انتظمت مهنة إنتاج المُلصقات السينمائية في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة (1872م - 1912م). وشاع أسلوبان في تصميمها تمثل الأسلوب الأول في الاعتماد على الصورة الفوتوغرافية التي تُعبّر عن مضمون الفيلم، مع إضافة بعض اللمسات الفنية عليها، في حين أنّ الأسلوب الثاني تمثل في عملية رسم أبطال الفيلم بحجم كبير، كما في مُلصقات الأفلام السينمائية الأجنبية. وفي الآونة الأخيرة، أصبح تصميم المُلصقات السينمائية قائمًا على مبدأ الخروج عن المألوف، مثل رسم الممثل على شكل شخصية كاريكاتيرية. كما أن المُلصق السينمائي أصبح قطعةً فنيةً يبلغ سعرها آلاف الدولارات (توفيق، 2021).

أضحى فنّ المُلصق يحقّق حضورًا فنيًا، واقتصاديًا، واجتماعيًا واضحًا، في ظل التطور التكنولوجي. فالمُلصق السينمائي، تم اشتغاله بغرض الترويج لإعطاء المتلقي فكرةً عن الفيلم، وفي الوقت نفسه الغاية من تصميم هذا المُلصق هو المشاركة في المعارض الفنية والمهرجانات، وليس فقط الدعاية والإعلان، فهو يمثل كياناً مستقلاً وفناً قائماً بذاته له شروط بنائية خاصة. وثمة اشتغال فكريّ للمُلصق يتمثل في طرحه أسئلةً تثير وعي المتلقي، وتبني رؤيته الخاصة حسب المدلولات الوجدانية والعقلية. وفي بعض الأحيان تتنوّذ المُلصقات بشكل

أقوى من الفيلم السينمائي ذاته، أو أقلّ مستوى منه، هذا يعتمد على الرؤية التقنية والفكرية والفنية، كما أنّ وجود تقارب بين عناصر الملصق ومحتوى الفيلم، يرفع من مستوى ذلك الملصق، فالأفلام السريالية كمثال ربّما تكون صعبة الفهم والإدراك، وبالتالي تكون عملية تجسيد فكرة هذا الفيلم في تصميم الملصق ليس أمراً سهلاً، ويمكن أيضاً أن يقدم الملصق فكرة ما، يصعب على الفيلم تقديم هذه الفكرة بنفس الجمالية أو التأثير. كذلك يمكن إخفاء بعض الأشياء غير المحبّبة في الفيلم نفسه، كأن يظهر أبطال الفيلم بهيئةٍ جسميةٍ متفاوتةٍ تسبّب بعض الإزعاج للمتلقّي، فيخفي المصمّم هذا التفاوت في التصميم من أجل زيادة جاذبية الشخصيات. وتسمى هذه العملية بالإيقاع السيكولوجي الذي يمثّل مجموع اشتغال عناصر الملصق السينمائي وما يحتويه من مرثيات في فضائه (محمد وعون، 2020).



الشكل 11.2: ملصق فيلم أخبار العالم "News of the Word".

المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الخميس، 14/3/2024، الساعة: 9:15 PM) من موقع

<https://www.kinoafisha.info/en/movies/8356617/posters>

وتتعدد أهداف المُلصقات السّينمائيّة لتشمل الهدف الوظيفيّ التعريفيّ الذي يقوم على التّأثير، والتّعبير، وتقريب الجوّ العام للعمل، ولفت انتباه المتلقّي إلى مشاهدة الفيلم، بالاعتماد على عنوان الفيلم، وصورته، وأسماء أبطاله، وذلك في تصميمٍ فنّيّ يحتوي ألواناً، ورسوماً إيحائيّة تخاطب عين المتلقّي. والهدف الإشهاريّ التداوليّ الاتصاليّ، الذي يبين أنّ المُلصق وسيلة اتصال تنقل الأفكار والمعلومات إلى المتلقي الذي يفهم رسالته من نظرة سريعة. والهدف النفسيّ (السّيكولوجيّ)، الذي يعمل على رفع مستوى الإثارة عند المتلقي، وجذب انتباهه. فالملصق مصمّم بأسلوب جماليّ وفنّيّ، يعرض محتوياته بشكل واضح، وبطريقة موزّعة ومنظّمة، وبأسلوب تشويقيّ يثير المتلقّي (بوعزة وكريمة، 2019).

مؤشرات الإطار النظري

تمثلت مؤشرات الإطار النظري في الآتي:

- تمثل العلامة السيميائية نُظْمًا أيديولوجيةً واجتماعيةً في تحقيق التضمنين المصدر إلى المتلقّي من تصميم المُلصق، ويكون فاعلاً في التأثير بفعل هذه المرجعيّات الأيديولوجية والاجتماعية (انظر إلى الإطار النظري - المبحث "1").
- حين تجمع العلامة بين الدالّ والمدلول، تحقّق الربط بينهما، ومن ثمّ الدلالة، ممّا يبني قيمة لتلك العلامة، ناتجة عن علاقتها مع العلامات المجاورة لها (انظر إلى الإطار النظري - المبحث "1").
- معرفة معاني الصور، والأشكال والخطوط، والنصوص والفرغ، والألوان ودلالاتها، يمكن من الكشف عن سيميائية المُلصق (انظر إلى الإطار النظري - المبحث "2").
- الطّاقة التّصميّية القائمة على العناصر النصية، والأيقونات، والعناصر البصرية، لها إمكانية في نجاح المُلصق في ذات المتلقّي (انظر إلى الإطار النظري - المبحث "2").
- فيما لو حقّق المُلصق وسيلةً اتصاليةً بصريةً، وبُنِي معرفةً جماليةً، فإنّه يؤشّر نجاحه في لغته التعبيرية المحمّلة بنُظمٍ سيميائيةٍ تتخطّى اللغة التواصلية في الكلام، إلى مستوياتٍ عليا من الترميز والتأويل (انظر إلى الإطار النظري - المبحث "2").
- التّفاعلية بين ذات المتلقّي وبنية المُلصق السينمائيّ، تعتمد على مرجعيّات المتلقّي في القراءات السيميائية التي يبنيها المُلصق ذاته (انظر إلى الإطار النظري - المبحث "2").
- من أهداف التصميم السينمائيّ للمُصق: هدف وظيفيّ تعريفيّ، وهدف إشهاريّ تداوليّ اتّصاليّ، وهدف نفسيّ (سيكولوجيّ) (انظر إلى الإطار النظري - المبحث "2").
- تحقيق المُلصق السينمائيّ استثماراً عاليًا لأنظمة للبنى السيميائية المستخلصة من بناء الفيلم السينمائيّ، فإنّ تصميم هذا المُلصق يعدّ ناجحًا (انظر إلى الإطار النظري - المبحث "2").

- من ميزات نجاح تصميم المُلصق الإعلانيّ للفيلم السينمائيّ، عمل تأكيدٍ صوريّ شكليّ بنائيّ للبنى السّيميائيّة، في منظومة العلامات المصدّرة من الفيلم ذاته(انظر إلى الإطار النظري- المبحث "2").
- حين يتحقّق لدى المتلقّي قراءة مُستخلصة عن الفيلم من المُلصق السينمائيّ، فإنّ تصميم ذلك المُلصق قد حقق غاياته الفكرية والجمالية، عن طريق بناء الصّورة الدّلالية والتّعبيرية المطلوبة(انظر إلى الإطار النظري- المبحث "2").

الفصل الثالث "الطريقة والإجراءات"

منهجية البحث

أولاً: تصميم البحث

تتناول هذه الدراسة تأثير البنى السيميائية للملصقات السينمائية، وبشكل خاص الرموز التفاعلية، بهدف فهم كيفية تأثيرها على عمليات استقبال الرسالة والتفاعل مع المتلقي. كذلك تسليط الضوء على أهمية بناء ملصق تفاعلي يتفاعل مع الجمهور المستهدف؛ وذلك من خلال دراسة العلامات التفاعلية والرموز السيميائية المستخدمة في الملصقات الخاصة بالأفلام الحائزة على جوائز الأوسكار، والأفلام التي رُشحت لها، ومعرفة أثرها على استقبال رسالة الملصق عند المتلقي. وتستخدم الدراسة المنهج الكيفي لاختبار الفرضيات التي تتناول ظاهرة التفاعل من خلال تحليل ملصقات الأفلام بناءً على النقد السيميائي.

ثانياً: طريقة أخذ العينات وجمع البيانات

تم اختيار عينة من الأفلام التي تم إصدارها عام (2019م)، والحاصلة على جوائز الأوسكار لعام (2020)، والتي رُشحت لها؛ لتحليل ملصقاتها سيميائياً. رصدت العينة من خلال مراقبة حفل جوائز الأوسكار الـ 92 الذي أقيم في مسرح دولبي في هوليوود، ليكون مجتمع الدراسة (24) فيلماً، وحجم العينة (24) ملصقاً. وتم استخدام أسلوب المسح الشامل لضمان تحليل جميع عينات البحث، نظراً لصغر حجم مجتمع الدراسة، وتحقيقه الامتثال للشروط، وتوافقه مع غرض البحث، حيث جمعت بيانات العينات من مصادر متعددة وقواعد بيانات تشمل:

- (The digital magazine of the academy)¹²
- (Kinoafisha)¹³
- (IMDB)¹⁴

¹² The digital magazine of the academy. Retrieved from .

<https://www.oscars.org/oscars/ceremonies/2020>

¹³ Kinoafisha. Retrieved from <http://www.kinoafisha.info> .

الجدول 2.3: عينات البحث

الرقم	اسم الفيلم	بلد الإنتاج
1	Joker	الولايات المتحدة
2	STAR WARS: THE RISE OF SKYWALKER	الولايات المتحدة
3	ONCE UPON A TIME...IN HOLLYWOOD	الولايات المتحدة
4	KNIVES OUT	الولايات المتحدة
5	JOJO RABBIT	الولايات المتحدة
6	THE LION KING	الولايات المتحدة
7	THE IRISHMAN	الولايات المتحدة
8	AMERICAN FACTORY	الولايات المتحدة
9	MALEFICENT: MISTRESS OF EVIL	الولايات المتحدة
10	TOY STORY 4	الولايات المتحدة
11	WALK RUN CHA-CHA	الولايات المتحدة
12	MARRIAGE STORY	الولايات المتحدة
13	BOMBSHELL	الولايات المتحدة
14	SARIA	الولايات المتحدة
15	HOW TO TRAIN YOUR DRAGON: THE HIDDEN WORLD	الولايات المتحدة
16	LITTLE WOMEN	الولايات المتحدة
17	ST. LOUIS SUPERMAN	الولايات المتحدة
18	FORD V FERRARI	الولايات المتحدة
19	THE LIGHTHOUSE	الولايات المتحدة
20	HAIR LOVE	الولايات المتحدة
21	THE NEIGHBORS' WINDOW	الولايات المتحدة
22	MISSING LINK	الولايات المتحدة - كندا
23	1917	الولايات المتحدة - بريطانيا
24	AD ASTRA	الولايات المتحدة - البرازيل

إنَّ الاهتمام في مُلصقات هذه الأفلام وأخذها كعينة لإجراء البحث يُعزى إلى النقاط الآتية:

- حصلت هذه الأفلام جوائز سينمائية مرموقة، مثل: جوائز الأكاديمية اليابانية، جوائز معهد الفيلم الأمريكي، جوائز دائرة نقاد لندن السينمائية، جوائز البافتا وغيرها، لذلك أصبحت مُلصقاتها محط اهتمام الباحثة.
- تعكس مُلصقاتها قيمةً جماليةً فنيًا وتقنيًا، وقد صُنِف بعضها كأفضل مُلصقات سينمائية، على سبيل المثال: مُلصق فيلم "Joker".
- حققت هذه الأفلام الفوز في عدة مهرجانات سينمائية، مثل: مهرجان تورنتو السينمائي الدولي، مهرجان طوكيو السينمائي، مهرجان شيكاغو السينمائي الدولي، مهرجان هونغ كونغ السينمائي الدولي وغيرها، لذلك أصبحت مُلصقاتها محط اهتمام الباحثة.
- حصلت هذه الأفلام على جوائز الأوسكار المختلفة ورشحت لها.
- تحمل المُلصقات (صورًا فوتوغرافية، ورسومًا، وأشكالًا، وألوانًا، وكتابة، وأيقونات) يمكن ملاحظتها وقراءتها.

ثالثاً: طريقة تحليل البيانات

في سياق أهداف البحث ونظراً لغرضه في فهم تأثير البنى السيميائية لمُلصقات السينما، وخاصة الرموز التفاعلية، على استقبال المُتلقي وتفاعله، يُستخدم أسلوب التحليل السيميائي، الذي يعتمد على الوصف، والتحليل، والتصوير، والنظرية، وقد أثبت كفاءته في مجالات عدة كعلم النفس، والإعلام، والاتصال. لذلك، تمّ بناء نموذج تحليل سيميائي خاص في هذا البحث، مبني على مؤشرات الإطار النظري، ومطور عن نموذج الباحثة الفرنسية (مارتن جولي)¹⁵.

¹⁵. مارتن جولي: أستاذة من جامعة ميشيل دو مونتي بوردو في فرنسا، لها عدة مؤلفات منها (مدخل إلى تحليل الصورة). أنظر إلى

الرابط: <https://www.sana.sy/?p=142887>

- نموذج تحليل الباحثة مارتن جولي

إن نموذج مارتن جولي في التحليل السيميائي ما هو إلا نموذج مطور عن مقارنة (رولان بارت) التحليلية، وهي تعتمد في تحليلها - على الوصف العام للملصق القائم على تفكيك ما بداخله وملاحظته، وتحويل الرسالة البصرية إلى رسالة مكتوبة، ثم يتم الانتقال إلى المستوى التعييني (التقريي) الذي يصف كل ما تراه العين المجردة في الملصق، من أجل رصد جميع الرموز المكونة لبنية الملصق، من دون بيان معانيها ودلالاتها. هو يتضمن الرسالة التشكيلية للملصق، التي تتكون من الحامل الذي يعني كيان الملصق ووصف مكان نشره بدقة. والإطار الذي يقصد به قياس الملصق وشكله الهندسي. والتأطير، أي مركز التركيز في هذا الملصق. كذلك زاوية التقاط الصورة، والحركة البصرية التي يقصد بها مركز الثقل والاهتمام في الملصق على الترتيب، من الأهم إلى الأقل أهمية فالأقل. والأشكال الهندسية والخطوط والألوان وعددها، وأسمائها، والإضاءة وتوزيعها. ويضم المستوى التعييني أيضًا الرسالة الأيقونية التي يكون فيها الدال يشبه المدلول، حيث يمكن أن تكون رسومات، أو شكل إنسان، أو شجرة، أو حيوانًا، أو غير ذلك، وعند رؤيتها يستدل المتلقي على معناها الحقيقي. كذلك الرسالة الألسنية التي تمثل الرسالة اللغوية الموجودة في الصورة، ولونها، وحجم الخط الذي كتبت به، وخلفيتها. ثم يأتي المستوى التضميني (الإيحائي)، الذي يتم من خلاله تأويل الرسالة التشكيلية، والأيقونية، والألسنية، عن طريق ذكرها مع دلالاتها (بودريالة وتومي، 2021).

الجدول 3.3: نموذج تحليل مارتن جولي.

الوصف العام	تفكيك ما الصورة وملاحظته، وتحويل الرسالة البصرية إلى رسالة مكتوبة.
المستوى التعييني	الرسالة التشكيلية: الحامل، الإطار، التأطير، زاوية النظر، الحركة البصرية، الأشكال، الألوان، الإضاءة.
	الرسالة الأيقونية: الدال يشبه المدلول، مثل: الإنسان، الشجرة، السماء... إلخ.
	الرسالة الألسنية: الرسالة اللغوية الموجودة في الصورة.
المستوى التضميني	تحليل كل ما ذكر في المستوى التعييني.

المصدر: (بودريالة وتومي، 2021).

- نموذج تحليل البحث المطور عن نموذج جولي

نموذج التحليل السيميائي للبحث قائم على تحليل المستوى التعييني بالتزامن من المستوى التضميني، حيث يضم المستوى التعييني ثلاثة أقسام هي:

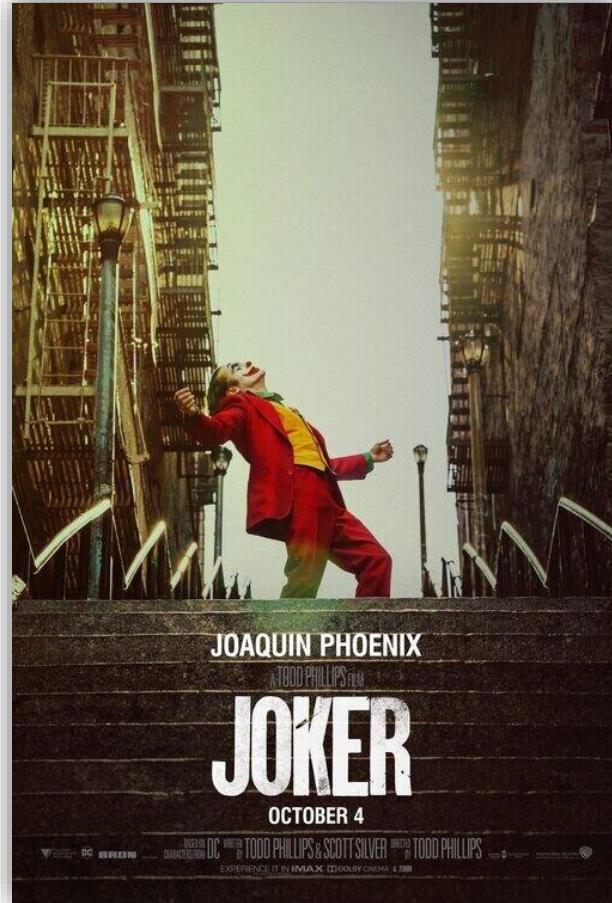
- العناصر البصرية: (زاوية النظر، والأشكال، والألوان، والإضاءة)، إذ بعد عملية إدراكها، يتم الكشف عن المستوى التضميني لها (كما تم توضيح مدلولاتها في الإطار النظري- المبحث الثاني).
 - الأيقونات: التي يكون فيها الدالّ يشبه المدلول، ثم يتم الكشف عن المستوى التضميني لها، الذي يبني حسب المستوى التضميني للعناصر البصرية.
 - العناصر النصية: (النص، لونه، حجمه)، ومن ثم الكشف عن معناها، وربطها بالمستوى التضميني لكل من الأيقونات والعناصر البصرية.
- ليتم بذلك التوصل إلى فئة الفيلم، وفكرته، ومعرفة معلومات عدة عنه.

الجدول 4.3: نموذج تحليل البحث المطور

المستوى التضميني	المستوى التعييني			
		زاوية النظر	العناصر البصرية	
	الأشكال			
	الألوان			
	الإضاءة			
	المدلول	الدالّ		
	حجمه	لونه	النص	العناصر النصية

الفصل الرابع "دراسة الحالة"

تحليل عينات البحث



الملصق الأول	
Joker	
الفئة	
دراما - جريمة	
المخرج	
Todd Phillips	
المصدر: تم الاسترجاع (يوم: السبت، 9/12/2023، الساعة: 8:00 AM) من موقع https://www.kinoafisha.info/movies/8354928/posters	
قصّة الفيلم	يطمح مهرج لأن يكون ممثلاً كوميدياً، ويحاول عدة مرات إثبات نفسه، لكنّه يفشل؛ بسبب اضطراباتٍ نفسيّةٍ داخله، نتجت عن معاملة الناس السيئة له، فيتحوّل إلى قاتلٍ شريرٍ.

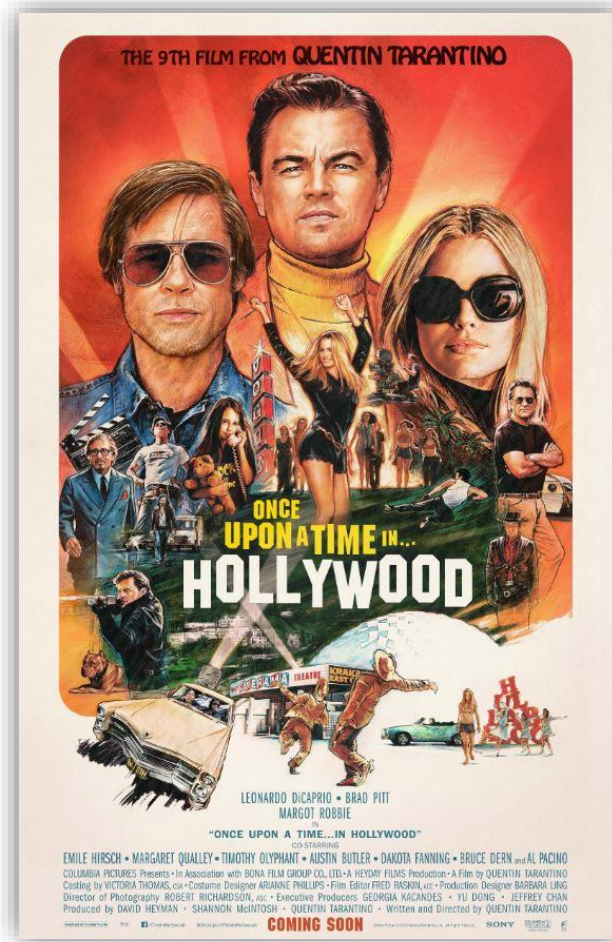
المستوى التضميني		المستوى التعيني		
تُشير إلى الشموخ، والفخامة، والتفوق.		أقل من مستوى النظر	زاوية النظر	العناصر
يُشير إلى عدم الاستقرار. وهو شكل مُبتسم، على عكس شكل فم الأيقونة، وهذا يُشير إلى التناقض بين ما هو ظاهر وما هو مخفي.		شكل الفم المنحني المرسوم على وجه الأيقونة	الأشكال	البصرية
يُشير إلى الشَّرِّ، والكآبة، والبرود، والتشاؤم، والموت.		الأسود	الألوان	
يُشير إلى الضبابية، وضعف الثقة بالنفس، والتداخل.		الرمادي		
يُشير إلى العدوانية، والدم.		الأحمر		
يُشير إلى البرود وهو أبيض شاحب.		الأبيض		
يُشير إلى الركود، والطاقة السلبية.		الأخضر		
يُشير إلى الانطلاق.		الأصفر		
يُشير إلى خفض المعنويات.		الأصفر الشاحب		
إضاءة المكان نفسه، تُعطي إحساسًا بالانتشار وتُشير الإضاءة إلى الحقيقة، ويُشير الظلام إلى الغموض، والقيادة للمجهول.		إضاءة علوية		
تمثلت الأيقونة في المهرج الذي يقف منحنيًا على الدرج بين المباني، مفتوح اليدين، ومغلق العينين، رافعًا رأسه إلى الأعلى، في محاولة لإثبات ذاته.		المدلول	الدال	
		مهرج	شخص ذو وجه أبيض وشعر أخضر	
اسم الفيلم "Joker" الذي يعني "المهرج" يُشير إلى وجود رجل في الفيلم، يظهر بين الحين والآخر متخفيًا لصنع تغيير ما، ولكن وجود الخدوش في حروف اسم الفيلم يُشير إلى أن الأيقونة مخدوشة من الواقع، لذلك ظهرت على شكل مهرج شرير، بدلًا من شكل المهرج الحقيقي.		حجمه	لونه	النص
		كبير	أبيض	Joker
اسم الممثل "جواكين فينيكس" الذي مثل دور المهرج.		متوسط	أبيض	JOAQUIN PHOENIX
مخرج الفيلم "تود فيليبس".		صغير	رمادي	TOOD PHILLIPS
كتاب الفيلم "تود فيليبس" و"سكوت سيلفر".		صغير	رمادي	TOOD PHILLIPS & SCOTT SILVER
تاريخ عرض الفيلم "4 أكتوبر".		صغير	أبيض	OCTOBER 4
				العناصر النصية



<p>الملصق الثاني</p> <p>STAR WARS: THE RISE OF SKYWALKER</p>	
<p>الفئة</p> <p>خيال علمي - أكشن</p>	
<p>المخرج</p> <p>J. J Abrams</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: السبت، 9/12/2023، الساعة: 5:15 PM) من موقع</p> <p>https://www.kinoafisha.info/movies/8319630/posters</p>	
<p>تسافر (ري) ورفاقها بين المجرات، ويكتشفوا أن (بالبتين) قد انبعث من الموت، وعليهم إيجاد طريقة من أجل القضاء عليه.</p>	<p>قصة الفيلم</p>

المستوى التضميني	المستوى التعيني		العناصر البصرية
لقطة طبيعية معروفة، وزواياها مستقيمة دون انحرافات.	من مستوى النَّظَر	زاوية النَّظَر	
يظهر التَّصميم خالٍ من الأشكال.	لا يوجد	الأشكال	
يُشير إلى القوة، و التَّعة، والسَّيطرة.	الأزرق	الألوان	
يُشير إلى النَّار، والدَّمار، والدَّم، والحرب.	الأحمر		
يُشير إلى الشَّر، والموت، والحديَّة، والظلام.	الأسود		
يُشير إلى العظمة، والسَّلام.	الأبيض		
يُشير إلى التَّداخل، والصَّبابية.	الرَّمادي		
يُشير إلى القوة.	الذهبي		
يُشير إلى التَّفرد، والتَّميِّز، القوة، والانفعال، والشَّدة.	البنفسجي		
يُشير إلى الإشعاع، والانطلاق.	الأصفر		
تُشير إلى الاندفاع في الجانب المضيء، وإلى الغموض في الجانب المظلم، والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والظلام يُشير إلى الغموض، والكتمان.	إضاءة جانبية	الإضاءة	
تُشير الأيقونات إلى وجود فريقٍ من المقاتلين الأخيار، يتقلون بين المجرات لخوض المغامرات، وللاستكشاف. ثمَّ تظهر قوَّة شريرة في مكانٍ ما، الأمر الذي يؤدي إلى خوض حرب في الفضاء بين الخير والشَّر، للقضاء على الشَّر.	المدلول	الدال	الأيقونات
	مقاتل	شخص مدرع لونه أسود	
	سفن فضائيَّة	مركبات فضائيَّة مختلفة الأشكال والأحجام	
	مقاتلة	فتاة تحمل سيف	
	سيف	سيف له شعاع أبيض	
	شعاع	شعاع أبيض ملتهب	
	مقاتلين	مجموعة من الأشخاص المسلحين	
	مسدسات نارية	مسدسات نارية متنوعة الأشكال	
	كائنات فضائيَّة	كائنات تحمل أسلحةً قتالية	
	أسلحة قتالية	أسلحةً قتالية في يد المقاتلين	
	روبوتات آليَّة	آليات مختلفة الأشكال والأحجام	
	جناح	جناح من سفينة فضائيَّة مهجورة	
	حبال	حبال على جناح السَّفينة الفضائيَّة المهجورة	
ضباب	ضباب رمادي منتشر بين الأيقونات		

	سماء	سماء سوداء بها نجوم بيضاء		
	نجوم	نجوم بيضاء صغيرة في السماء		
العناصر النصية	حجمه	لونه	النص	
	اسم الفيلم " STAR WARS " الذي يعني " حرب النجوم " يُشير إلى وجود حرب في الفضاء بين النجوم.	كبير	أبيض	
" جميع السكاي ووكر " تُشير إلى اشتراك جميع المقاتلين في الحرب.	صغير	أبيض	SKY WALKER TOUS	
" في دور السينما اعتبارًا من 19 ديسمبر ". يمثل تاريخ عرض الفيلم، ومكان العرض.	صغير	أزرق	KINODES 19. DETSEMBRIST	



المصق الثالث	
Once upon a Time...in Hollywood	
الفئة	
دراما- كوميديا	
المخرج	
Quentin Tarantion	
المصدر: تم الاسترجاع(يوم: الأحد، 10/12/2023، الساعة: 11:00 AM) من موقع	
https://www.imdb.com/title/tt7131622/mediaviewer/rm1947703297/?ref_=tt_ov_i	
قصة الفيلم	يحاول ممثل تلفزيوني -اختفت شهرته لسنوات عدة- أن يحقق شيئاً من الشهرة والنجاح في عالم السينما بمساعدة معاونه، وذلك تزامناً مع بدء نشاط القاتل(تشارلز مانسون) عام 1966م.

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	أقل من مستوى النظر	تُشير إلى الشموخ، والفخامة، والتفوق.	
		الأشكال	خطوط مائلة	تُشير الترقب، والتوتر.
			خطوط متعرجة	تُشير إلى الخيال، والرّشاقة، والوداعة، والرّقة، والأنوثة.
		الألوان	مستطيل	يُشير إلى العظمة، والشموخ، والوقار.
	الأحمر		يُشير إلى الحرب، والنيران، والحركة، والشجاعة، والقوة.	
	البرتقالي		يُشير إلى الذوق، والدّفء، والشّوق، الاحتدام، والطّيش.	
	الأصفر		يُشير إلى التّعاول، والثّقة، والإبداع، والانطلاق.	
	الأزرق		يُشير إلى الفاعلية، والتّواصل، والمثابرة.	
	(الكرمي) ¹⁶		يُشير إلى الهدوء، والنقاء، والأناقة.	
	الأسود		يُشير إلى الشّرّ، والبرود، والحديّة، والموت.	
	(البنّي) ¹⁷		يُشير إلى الطّبيعة، والكمال، والاعتمادية.	
	الإضاءة	إضاءة جانبية	الأبيض	يُشير إلى الحلم الجميل، والعظمة، والازدهار، والحياة.
الأخضر			يُشير إلى التّوافق، والطّبيعة، والرّاحة، والانسجام.	
الأصفر الشاحب			يُشير إلى خفض المعنويات.	
الإضاءة	إضاءة خلفية	تُشير إلى الاندفاع في الجانب المضيء، وإلى الغموض في الجانب المظلم.		
		تُشير إلى العنف.		
		تُشير إلى الرومانسيّة والتّعومة.		
الأيقونات	الدالّ	المدلول	تشير الأيقونات -بشكلٍ عام- إلى الأجواء الصّاخبة في هوليوود، وبالتّظر إلى توزيع تلك الأيقونات، يتضح أنّ	
		رَجُل	الشّخصيات الثلاث المتمثلة في المرأة، والرّجُل، والرّجُل	
		امرأة	صاحب النظارة الشمسية، يظهرون في أماكن مختلفة في الملصق، وذلك في وضعيات تعكس طبيعة حياتهم،	
		رَجُل		
		نظارات	نظارات ترتديها مجموعة من الأيقونات	

¹⁶ . اللون الكرمي: يشير إلى الهدوء، والنقاء، والأناقة. واللون البنّي: يشير إلى الطّبيعة، والكمال، والاعتمادية. أنظر إلى الرابط:

<https://shlooon.com/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%84%D9%88%D9%86-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B5%D9%85%D9%8A%D9%85>

ومغامراتهم. ووجود الأضواء الصفراء خلفهم، تشير إلى أن هذه الأيقونات تبحث عن أضواء الشهرة، إما عن طريق الرقص، أو التمثيل. وأيقونات الملصق تعكس أجواء الرقص، والاحتفالات وأماكنها، وأجواء التمثيل، والمطاردة، والجريمة، والرياضة، والشواطئ، والحياة البرية. وانتشار مجموعة من الأيقونات ذات الملابس السوداء، إضافة إلى هيئة الرجال أصحاب القبعات واللون البرتقالي، يشير إلى انتشار الجريمة، ونشاط المجرمين بالتزامن مع محاولة الأيقونات الرئيسية إثبات نفسها، ودخول عالم الشهرة في هوليوود.	امرأة ترتدي ثياباً سوداء وترقص	امرأة
	مجموعة من الفتيات خلف المرأة الراقصة	فتيات
	فتاة تمسك دمية الدب وهاتف	فتاة
	دمية الدب في يد الفتاة	دمية
	هاتف في يد الفتاة	هاتف
	رجل يرتدي سترة بيضاء اللون	رجل
	رجل يرتدي زياً رسمياً	رجل
	رجل شعره طويل	رجل
	رجل يحمل سلاحاً نارياً	رجل
	سلاح نارياً في يد الرجل	سلاح نارياً
	سيارة بيضاء خلف الرجل	سيارة بيضاء
	سيارة سوداء خلف الرجل	سيارة سوداء
	كلب بني اللون جالس على الأرض	كلب
	منطقة خضراء بها أبنية بيضاء اللون	منطقة خضراء
	أبنية في المنطقة الخضراء	أبنية
	رجل يجلس وكلتا يديه مرفوعة إلى الأعلى	رجل
	رجل يؤدي حركات رياضية	رجل
	رجل يرتدي سترة سوداء ونظارة شمسية	رجل
	رجل يرتدي قبعة سوداء	رجل
	مبنى أبيض اللون	مبنى
	رجلان لونهما برتقالي يرتدان قبعات	رجلان
	سيارة ذات لون بيج	سيارة
	سائق ورجل داخل السيارة	أشخاص
	سيارة ذات لون أخضر	سيارة
	امرأة ترتدي سترة برتقالية اللون	امرأة
فتيات يرتدين فساتين بيضاء ويرقصن	فتيات	
حروف مُبعثرة خلف الفتيات	حروف	
أداة "Cut" المستخدمة في تصوير الأفلام	أداة الأفلام	

	أضواء	أضواء التّصوير ذات اللون الرماديّ		
	أضواء	الأضواء الصّفراء خلف الشّخصيات		
	حروف	حروف داخل مكعبات حمراء اللون		
اسم الفيلم "Once upon a Time...in Hollywood" الذي يعني "ذات مرة في... هوليوود" يُشير إلى مغامرات حدثت في هوليوود.	حجمه	لونه	النّص	العناصر النّصيّة
	متوسط	أصفر	Once upon a Time...in	
	كبير	أبيض	Hollywood	
"الفيلم التاسع لكوينتين تارانتينو" وهو مخرج الفيلم.	متوسط	أسود	THE 9TH FILM FROM QUENTIN TARANTION	
"قريباً" عبارة تُشير إلى قرب عرض الفيلم.	متوسط	أحمر	COMING SOON	
أسماء أبطال الفيلم "ليوناردو دي كابريو" و"مارجوت روبي".	صغير	أزرق	LEONARDO DICAPRIO MARGOT ROBBIE	
أسماء المشاركين في الفيلم.	صغير	أزرق	مجموعة أسماء في نهاية المُصق	



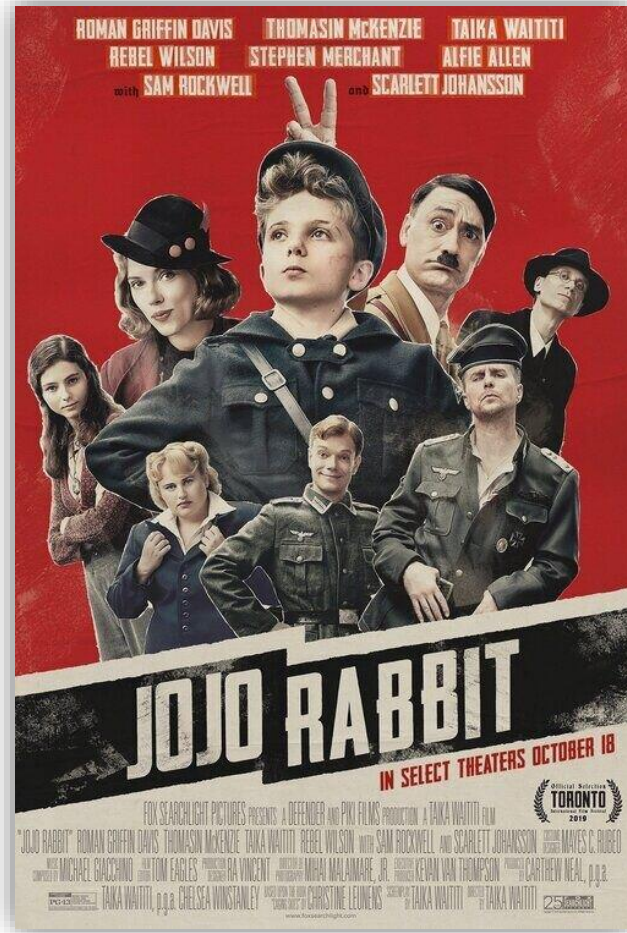
<p>الملصق الرابع</p> <p>KNIVES OUT</p>	
<p>الفئة</p> <p>دراما- كوميديا</p>	
<p>المخرج</p> <p>Rian Johnson</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع(يوم: الأحد، 10/12/2023، الساعة: 7:30 PM) من موقع</p> <p>https://vicsflickpicks.com/2019/12/10/knives-out</p>	
<p>بعد العثور على جثة الكاتب(هارلان ثرومبي) يتولى المحقق(بلانك) مهمة التّحقيق في الجريمة، فيجد نفسه متورطاً في العديد من الأحداث، وذلك في سبيل البحث عن الحقيقة.</p>	<p>قصة الفيلم</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني			
العناصر البصرية	زاوية النظر الأشكال الألوان	من مستوى النظر	لا يوجد		
		لقطعة طبيعية معروفة، وزواياها مستقيمة دون انحرافات.	يظهر التصميم خالٍ من الأشكال.		
		يُشير إلى الاعتزاز بالنفس، والثقة، والقلق، والخوف.	يُشير إلى المساعدة، والقوة.		
		يُشير إلى المثابرة، والسلام.	يُشير إلى الطبيعة، والكمال، والاعتمادية.		
		يُشير إلى التفاق، والتداخل، والصّابية.	يُشير إلى السمو، والثقة، والتفرد، والتميز.		
		يُشير إلى الدّم، والرّجولة، والعدوانية.	يُشير إلى الانجذاب، والدّفء، والدّوق.		
		يُشير إلى الرّقة، والأنوثة، والنعمومة.	يُشير إلى الاعتمادية، والقوة.		
		يُشير إلى الهدوء، والنقاء، والصّفاء، والحياة.	يُشير إلى التّوازن، والتّوافق، والسّلام، والانسجام.		
		يُشير إلى الغامق	يُشير إلى النّقا، والسّيطرة، والسّلطة، والكرامة، والدّكاء.		
		الأسود	يُشير إلى الموت، والسّموم، والرّسميّات، والعظمة.		
		الأصفر الشاحب	يُشير إلى خفض المعنويات.		
		إضاءة أمامية	تُشير إلى الرّومانسيّة والنعمومة، حيث الإضاءة تُشير إلى الحقيقة، أما الظّلام فهو يُشير إلى الغموض.		
		الأيقونات	الدالّ	المدلول	تُشير الأيقونات إلى أنّ لكلٍ منها شخصيتها الخاصة،
				عدسة	وأسلوب حياةٍ مختلفٍ، ويُشير وجود السكين بحجم كبير
				سكين	فوق الأيقونات إلى وقوع جريمة قتلٍ لأحدهم، وهو الرّجل
رّجل	الذي يجلس على الكرسيّ الأحمر. أما وجود الحلقة				

¹⁷. اللون الوردى: يشير إلى الرقة والأنوثة والنعمومة، والسعادة والفرح والمودة، والحب والرومانسية. أنظر إلى الرابط:

https://mawdoo3.com/%D8%B9%D9%84%D9%89_%D9%85%D8%A7%D8%B0%D8%A7_%D9%8A%D8%AF%D9%84_%D8%A7%D9%84%D9%84%D9%88%D9%86_%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B1%D8%AF%D9%8A

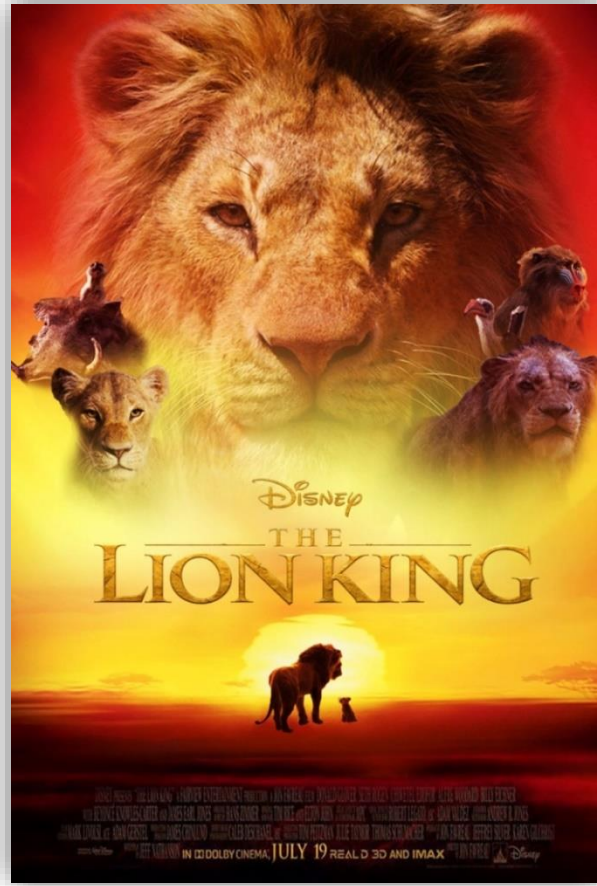
<p>الدَّهْبِيَّة في طرف السَّكِين، فهو يُشير إلى عدسة المُحقِّق الذي سوف يقوم بعملية التَّحقيق في هذه الجريمة. واجتماع هذه الأيقونات في نفس المكان، يُشير إلى وجود صلة قرابة، أو صداقة بينها وبين المجني عليه، وعند وقوع تلك الجريمة كانوا موجودين في ذلك المكان، ما جعلهم في قائمة المشتبه بهم، وما يُشير على ذلك، ووقوفهم جميعاً على السَّجادة الحمراء، التي يُشير لونها إلى الدَّم، والعناد، والعدوانية، الذي يعني وجود العديد من النقاشات، والجدالات مع تلك الأيقونات أثناء عملية التَّحقيق معها في مجريات الجريمة. في حين أنَّ الرِّجال الثلاثة الذين يقفون على التَّرتيب خلف المجني عليه، وطريقتهم في الوقوف، ونظراتهم، تُشير إلى أنهم رجال شرطة، ومحقق، ومخولين في كشف مجريات تلك الجريمة.</p>	مقعد	المقعد الأحمر الذي ينتصف مجموعة النَّاس		
	رَجُل	الرَّجُل صاحب الثَّياب الخضراء		
	رَجُل	الرَّجُل صاحب الثَّياب البرتقاليَّة		
	رَجُل	الرَّجُل صاحب الثَّياب الزَّرقاء		
	رَجُل	الرَّجُل صاحب الثَّياب البنفسجيَّة		
	رَجُل	الرَّجُل صاحب الثَّياب الحمراء		
	كأس	الكأس في يد الرَّجُل صاحب الثَّياب البنفسجيَّة		
	فتى	الفتى الذي يمسك الهاتف		
	هاتف محمول	هاتف محمول في يد الفتى		
	فتاة	الفتاة التي ترتدي فستاناً أسود		
	حاسوب	جهاز الحاسوب المحمول في يد الفتاة		
	امرأة	امرأة ترتدي ثياباً وردية ونظارة نظر		
	نظارة نظر	نظارة نظر سوداء ترتديها المرأة		
	امرأة	امرأة ترتدي فستاناً بنفسجيَّ اللون		
	فتاة	الفتاة صاحبة المعطف الزَّمادي		
سجادة	السَّجادة ذات اللون الأحمر			
جدار	الجدار ومحتوياته ذات التَّدرجات البنيَّة			
اسم الفيلم "KNIVES OUT" يعني "اخرجوا السَّكاكين" يُشير إلى وجود جريمة قتلٍ تمت عبر أداة السَّكين، وهنالك محقق يحقق في هذه الحادثة ومجرياتها.	حجمه	لونه	النَّص	العناصر
	كبير	أصفر	KNIVES OUT	النَّصيَّة
أسماء الممثلين: "دانيال كريغ"، "كريس إيفانز"، "آنا دي أرماس"، "جيمي لي كيرتس"، "مايكل شانون"، "دون جونسون"، "توني كوليت"، "لاكيث ستانفيلد"، "كاثرين لانجفورد"، "جايدن مارتيل" و"كريستوفر بلامر".	متوسط	أبيض، أصفر	Daniel Craig Chris Evans Ana De Armas Jamie Lee Curtis Michael Shannon Don Johnon Toni Collette Lakeith Stanfiled Kathrine Langford Jaeden Martell And Christopher Plummer	



<p>الملصق الخامس</p> <p>JOJO RABBIT</p>	
<p>الفئة</p> <p>كوميديا</p>	
<p>المخرج</p> <p>Taika Waititi</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الإثنين، 11/12/2023، الساعة: 9:15 AM) من موقع</p> <p>https://www.kinoafisha.info/movies/8354518/posters</p>	
<p>الفتى (جوجو) الذي يخدم في جيش هتلر في فترة الحرب العالمية الثانية، يكتشف أن أمه (روزي) تخفي فتاةً يهودية في منزلهم، ويسعى (جوجو) من أجل إخفاء أمرها عن الجميع.</p>	<p>قصة الفيلم</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني	
العناصر البصرية	زاوية النظر	أقل من مستوى النظر	تُشير إلى الشموخ، والفخامة، والتفوق.
	الأشكال	خطوط مستقيمة	تُشير إلى القوة النامية، والشموخ، والوقار، والعظمة.
		خطوط مائلة	تُشير إلى القسوة، والشعور بالترقب، والتوتر.
	الألوان	الأحمر	يُشير إلى الحرب، والحركة، والقوة، والرجولة.
		الوردي	يُشير إلى الرقة، والأنوثة، والنعومة.
		البنّي	يُشير إلى الطبيعة، والكمال، والاعتمادية.
		الأبيض	يُشير إلى العظمة، والفاعلية.
		الأزرق	يُشير إلى السيطرة، والسلطة.
		الأخضر	يُشير إلى الروتين، والتوازن، والتوافق.
		الأسود	يُشير إلى الظلام، والشّر، والسّموم، والزّسميات، والعظمة.
الكريمي		يُشير إلى الهدوء، والنقاء، والأناقة.	
الإضاءة		إضاءة جانبية	تُشير إلى الاندفاع في الجانب المضيء، وإلى الغموض في الجانب المظلم، والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، أما الظلام فهو يُشير إلى الخوف، والغموض.
الأيقونات	الدالّ	المدلول	تُشير الأيقونات إلى فترة حكم هتلر في ألمانيا، وصراعه ضد اليهود. حيث يُمثل الرّجل صاحب الشّارب الصّغير شخصية هتلر، أما العساكر، وصاحبة المعطف الأزرق، والفتى، فهم اتباع لدى هتلر، في حين أنّ المرأة صاحبة القبعة تمثل دور أم الفتى، والرّجل صاحب المعطف الأسود، والفتاة صاحبة الشعر الطويل من اليهود. ويظهر الجو العام وجود العديد من التّدرجات العسكرية لاتباع هتلر، في حين أنّ هتلر نفسه هو من يشرف على تدريب الفتى، وعلاقتها تمتد لما بعد التّدريب، كما أنّ وضعية أصابع هتلر خلف رأس الفتى تشير إلى تحركات الفتى التي تشبه تحركات الأرنب، وإلى السخرية أيضًا. أما وجود الأم والفتاة اليهودية، فهو يُشير إلى وجود علاقة ما تربطهما معًا. في حين أنّ الرّجل صاحب المعطف
		فتى صغير يرتدي قبعة وينظر إلى الأعلى	فتى
	قبعة سوداء اللون على رأس الفتى الصّغير	قبعة	
	رّجل يرفع أصابع يده خلف رأس الطفل	رّجل	
	أصابع يد الرّجل مرفوعة خلف رأس الطفل	أصابع	
	رّجل يرتدي معطفًا أسود وقبعة سوداء	رّجل	
	قبعة سوداء على رأس الرّجل	قبعة	
	نظارة يرتديها الرّجل صاحب القبعة السوداء	نظارة	
	امرأة ذات شعر قصير	امرأة	
	قبعة على رأس المرأة ذات الشعر القصير	قبعة	
	امرأة ذات شعر طويل	امرأة	
	امرأة ذات معطف أزرق اللون	امرأة	
	رّجل يرتدي زيًا عسكريًا وبيّسم	عسكري	

الأسود يُشير إلى انتمائه إلى جماعة من ذات الرِّداء تقوم بفعل ما.	عسكريّ	رَجُل يرتدي زِيًا عسكريًا وقبعة		
	قُبعة	قُبعة على رأس الرَجُل العسكريّ		
اسم الفيلم "JOJO RABBIT" الذي يعني "جوجو أرنب" يشير إلى أنّ الفتى جوجو مثل الأرنب ينتقل في المنطقة.	حجمه	لونه	النّص	العناصر النّصيّة
"في مسارح مختارة 18 أكتوبر" وهو تاريخ عرض الفيلم، ومكان العرض.	كبير	بيج	JOJO RABBIT	
	متوسط	أحمر	IN SELECT THEATERS OCTOBER 18	
يشير إلى: الممثلين: "رومان جريفين ديفيس" المتمردين: "ويلسون" مع "سام روتشويل"، "توماسيم ماكزوي"، "ستيفن ميرشانت"، "تيكا وايتيتي"، "ألفي ألين"، و"سكارليت جوهانسين".	متوسط	بيج، أسود	ROMAN GRIFFIN DAVIS REBEL WILSON WITH SAM ROCHWELL THOMASIM MCKENZIE STEPHEN MERCHANT TAIKA WAITITI ALFIE ALLEN AND SCARLETT JOHANSSPN	



<p>الملصق السادس</p> <p>The lion King</p>	
<p>الفئة</p> <p>دراما- مغامرة</p>	
<p>المخرج</p> <p>Jon Favreau</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع(يوم: الإثنين، 11/12/2023، الساعة: 6:00 PM) من موقع</p> <p>https://www.deviantart.com/thekingblader995/art/The-Lion-King-2019-Poster-801698154</p>	
<p>هروب الشبل "سيمبا" من المملكة التي عاش بها بعد مقتل والده "موفاسا" غدرًا على يد شقيقه "سكار"، ليتعلم المعنى الحقيقي للشجاعة والمسؤولية، ويغير الماضي الأليم.</p>	<p>قصة الفيلم</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر	لقطة طبيعية معروفة، وزواياها مستقيمة دون انحرافات.	
	الأشكال	خطوط أفقية	تُشير إلى الاتزان، والهدوء، والاستقرار، والثبات، والأرض.	
	الألوان	الأسود		يُشير إلى الشرّ، والتشاؤم، والموت، والعظمة، والوقار.
		الأخضر		يُشير إلى التوافق، والسلام، والانسجام.
		الأحمر		يُشير إلى العدوانية، والدّم، والحركة، والشّجاعة، والقوة.
		البرتقالي		يُشير إلى الاحتدام، والاشتعال، والشّوق.
		الأصفر		يُشير إلى الاعتزاز بالنفس، والثقة، والخوف، والضعف.
		البيّ		يُشير إلى الطبيعة، والكمال، والاعتمادية.
الإضاءة	إضاءة خلفية		تُشير إلى العنف، و أضفت التأثير الدرامي على المُصق، بالتناغم بين مناطق الظّل والنور. وتُشير الإضاءة إلى الحقيقة، أما الظلام فهو يُشير إلى الغموض.	
	إضاءة جانبية		تُشير إلى الاندفاع في الجانب المضيء، وإلى الغموض في الجانب المظلم، والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، أما الظلام فهو يُشير إلى الخوف، والغموض.	
الأيقونات	الدالّ	المدلول	تُشير وضعية الأيقونات إلى الغابة، فالأسد في حالة من الشمّوخ، والعظمة بصفته ملك الغابة، أما الشبل، فهو يأمل أن يكون مثل والده، وتصوير الأسد من الخلف والشبل من الأمام يشير إلى انتهاء عهد كغروب الشّمس، وبداية عهد جديد كشرورها. والشّمس تتخلّلها غيوم رمادية، دلالةً على وجود نفاقٍ وضبابيةٍ حول هذه الأيقونات من طرف آخر يسعى إلى الاستيلاء على الحكم.	
		أسد من جهة الخلف	أسد	
		شبل من جهة الأمام	شبل	
		قرص الشّمس الدائريّ	شمس	
		غيوم فترة الغروب	غيوم	
		السماء فترة الغروب	سما	
		وجه أسد كبير الحجم	أسد	
		قرد بجانب الأسد	قرد	
		طائر بجانب القرد	طائر	
		أسد بجانب القرد والطائر	أسد	
خنزير بجانب الأسد صاحب الوجه الكبير	خنزير			
حيوان الميركات فوق الخنزير	ميركات			
		أصدقاء الأسد الملك.		

	لبؤة	لبؤة بجانب الخنزير		
	أرض	أرض تظهر باللون الأسود والأحمر		
اسم الفيلم "The Lion King" الذي يعني "الأسد الملك" يشير إلى الأسد ملك الغابة.	حجمه	لونه	النص	العناصر النصية
	صغير	أصفر	The	
	كبير	أصفر	Lion King	
"في سينما دولبي 19 يوليو، حقيقي 3D وIMAX" وذلك يُشير إلى موعد عرض الفيلم ومكانه، وتقنية صنعه.	صغير	أصفر	IN DOLBY CINEMA JULY 19 REALD 3D AND IMAX	



<p>الملصق السابع</p> <p>THE IRISHMAN</p>	
<p>الفئة</p> <p>دراما - جريمة</p>	
<p>المخرج</p> <p>Martin Scorsese</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الثلاثاء، 12/12/2023، الساعة: 8:30 AM) من موقع</p> <p>https://www.kinoafisha.info/movies/8330286/posters</p>	
<p>عن القاتل المأجور (فرانك شيران) المعروف باسم (الاييرلندي)، وتورطه في مقتل واختفاء (جيمي هوف)، وتاريخه مع عائلة (بافلينو).</p>	<p>قصة الفيلم</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني			
العناصر البصرية	زاوية النظر	أقل من مستوى النظر			
	الأشكال	لا يوجد			
	الألوان	الأحمر	يُشير إلى العدوانية، والدّم.		
		الأزرق	يُشير إلى البرود، والخوف.		
		الأسود	يُشير إلى الشرّ، والموت، وغموض النوايا.		
		الأبيض	يُشير إلى الحياة، والبرود.		
		الرمادي	يُشير إلى الضبابية، والتداخل.		
	الذهبي	يُشير إلى القوة.			
الإضاءة	إضاءة جانبية				
الأيقونات	الدالّ	المدلول	تُشير الأيقونات إلى وجود شخص ما يرتكب العديد من الأفعال من أجل الوصول إلى غايته، أو هدفٍ ما، وملاحق التّساؤل، والحيرة، والبرود التي تظهر على الأيقونات تُشير إلى مواجهتهم صعوبة في القبض على ذلك الشخص.		
		رَجُل	رَجُل يرتدي زِيًا رسميًا ونظارة نظر		
		رَجُل	رَجُل يرتدي زِيًا رسميًا وخاتم ذهبيّ		
		رَجُل	رَجُل يرتدي زِيًا رسميًا وساعة يد		
العناصر النصّية	النصّ	لونه	حجمه	اسم الفيلم "THE IRISHMAN" الذي يعني "الآيرلندي"	
	THE	أحمر	صغير	يُشير إلى وجود رَجُلٍ يحمل هذا اللقب، وله أفعال ما، أدت إلى إطلاق اسم شهرةٍ عليه.	
	IRISHMAN	أحمر	كبير		
	A Maetin Scorese Picture	أبيض	صغير	صورة بواسطة "مارتين سكورسيزي" وهو المصوّر.	
	Robert De Niro Al Pacino Joe Pesci	أبيض	متوسط	الممثلين: "روبرت دي نيرو"، "آل باتشينو"، "جو بيسكل".	
	November 1 in Select Theaters	أبيض	صغير	"1 نوفمبر في المسارح" هو تاريخ عرض الفيلم، ومكانه.	
	November 27 Netflix	أبيض، أحمر	صغير	"27 نوفمبر على نتفلكس" تاريخ العرض على نتفلكس.	
	Steven Zailan Martin Scorese	أبيض	صغير	كُتَب الفيلم: "ستيفن زيلان" و"مارتن سكوريز".	



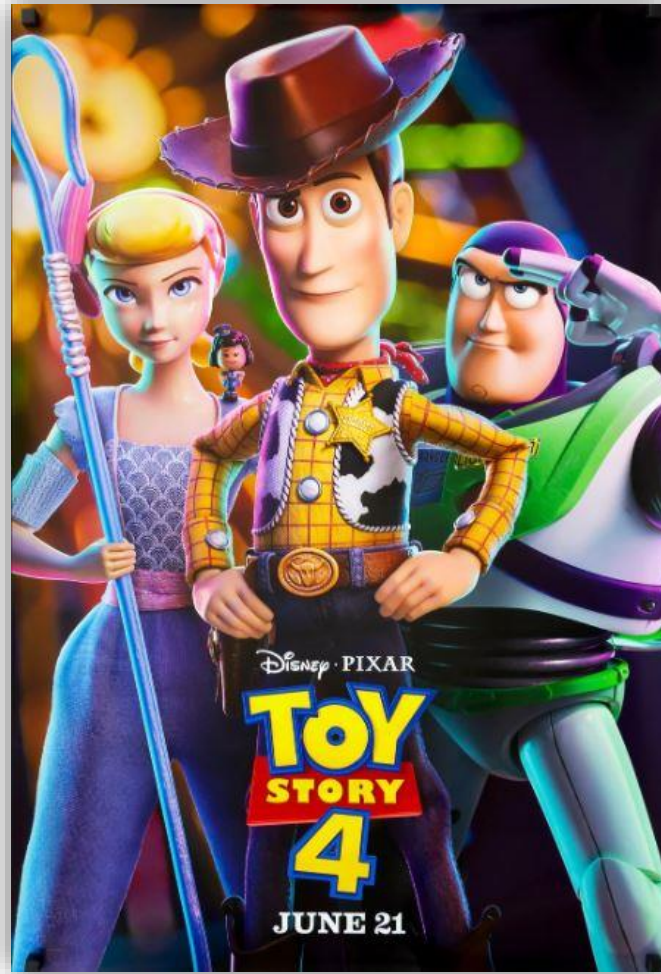
<p>الملصق الثامن</p> <p>AMERICAN FACTORY</p>	
<p>الفئة</p> <p>وثائقي</p>	
<p>المخرج</p> <p>Steven Bogner</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع(يوم: الثلاثاء، 12/12/2023، الساعة: 10:00 PM) من موقع</p> <p>https://english.eastday.com/Latest/u1ai8645615.html</p>	
<p>ملياردير ومستثمر صيني يفتح مصنعًا في ولاية أوهايو، ويوفر أكثر من 2000 فرصة عمل، فتدور فيه قصص بطولية، بسبب التقاء التكنولوجيا الصينية مع الطموح الأمريكي.</p>	<p>قصة الفيلم</p>

المستوى التعميمي		المستوى التعييني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	لا يوجد		
	الألوان	الأحمر		
		الأزرق		
		الأسود		
		الأبيض		
	الإضاءة	إضاءة علوية		
الأيقونات	الدال	المدلول		
	رَجُلٌ يرتدي ملابس ذات لون أزرق	رَجُل		
	رَجُلٌ صيني يرتدي ملابس ذات لون أزرق	رَجُل		
	امرأة ترتدي ملابس ذات لون أزرق	امرأة		
	عقد حول عنق المرأة	عقد		
	جدار مصنوع من المعدن	جدار		
العناصر النصية	النص	لونه	حجمه	
	AMERICAN	أحمر	كبير	
	FACTORY	أزرق	كبير	
	كلمة باللغة الصينية	أزرق	متوسط	
	A film by Steven Bogar and Reichert	أسود	صغير	
	Participant Media.. Film by Steven Bogner and Julia Reieher American Factory's Steven Bogner Aubrekeith Jeff Reichert Julia Reieher Frick Stoll Chad Cannonlawrence Eversonl Indsay Utztlme Eyigian Zhang Jeff Saoll Diane Weyermannjeff Reichert Julie Parker...	أبيض	صغير	
اسم الفيلم "AMERICAN FACTORY" ويعني "المصنع الأمريكي" يُشير إلى وجود مصنع تم إنشائه في أحد ولايات أمريكا.		اسم الفيلم وكتابه، وأسماء الممثلين.		
تعني "مصنع أمريكي".		"الإعلام المشارك.. فيلم لستيفن بوغنار وجوليا رايشرت		
"فيلم لستيفن بوغنار وجوليا رايشرت" كتاب الفيلم ومدراءه.		ستيفن بوجنر من المصنع الأمريكي		
أوبركيث جيف رايشرت جوليا ريهيرت فريك ستول تشاد كانونلايورنس إيفرسونل إنديساي أوتزلتلم إيجيان تشانغ جيف ساول ديان ويرمانجيف رايشرت جولي باركر...		أوبركيث جيف رايشرت جوليا ريهيرت فريك ستول تشاد كانونلايورنس إيفرسونل إنديساي أوتزلتلم إيجيان تشانغ جيف ساول ديان ويرمانجيف رايشرت جولي باركر...		



<p>الملصق التاسع</p> <p>MALEFICENT: MISTRESS OF EVIL</p>	
<p>الفئة</p> <p>خيالي - مغامرة</p>	
<p>المخرج</p> <p>Joachim Roenning</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الأربعاء، 13/12/2023، الساعة: 6:00 AM) من موقع</p> <p>https://www.aninews.in/news/entertainment/hollywood/maleficent-mistress-of-evils-character-posters-revealed20190904224447</p>	
<p>تكتشف (مالفيسنت) علاقتها مع (أورا) بعد سنواتٍ عدة، وتظهر قوّة شريرة في الوقت نفسه، فتستعد (مالفيسنت) من أجل التصدي لتلك القوّة.</p>	<p>قصة الفيلم</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	الانحناءات في حروف اسم الفيلم		
	الألوان	الأسود	يُشير إلى الشرّ، والبرود، والعظمة، والوقار.	
		الرماديّ	يُشير إلى الضبابية، والتداخل.	
		الأحمر	يُشير إلى العدوانية، والدّم، والقوة، والعناد.	
		الأبيض	يُشير إلى العظمة، اللحم الجميل، والبرود.	
	الأخضر	يُشير إلى التوافق، والتوازن.		
الإضاءة	إضاءة جانبية			
تُشير إلى الاندفاع في الجانب المضيء، وإلى الغموض في الجانب المظلم، وإلى حدّة المواقف التي تتعرض لها الجنيّة. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والنقاء، أما الظلام فهو يُشير إلى الكتمان، والشيطان.				
الأيقونات	الدالّ	المدلول	يشير لون أجنحة الأيقونة وقرونها السوداء إلى الشرّ والظلام والتشاؤم، وملامحها الباردة تُشير إلى ذلك أيضًا، أما أحمر الشّفاه، فهو يُشير إلى الأنوثة، ولونه يدلّ على القوّة والعدوانية. وهذا يدلّ على وجود جانب غامض وشرير في الأيقونة، وجانب آخر واضح ورقيق. أما طريقة امساکها للعصا السحرية، والحليّ في يديها فهو يُشير إلى القوّة والسيطرة والحكم.	
	امرأة جنيّة ذات قرونٍ وأجنحةٍ سوداء اللون	جنيّة		
	قرون سوداء اللون	قرون		
	أجنحة سوداء اللون	أجنحة		
	عصا ذات لون اسود وأخضر	عصا سحرية		
	حليّ لونه أبيض ترتديه الجنية في أصابعها	خواتم بيضاء		
	العناصر النصّية	النصّ	لونه	حجمه
	MALEFICENT	رماديّ	كبير	
	MISTRESS OF EVIL	رماديّ	متوسط	
	IN CINEMAS OCTOBER 18 IN ENGLISH AND HINDI	رماديّ	صغير	"في دور السينما 18 أكتوبر، باللغة الإنجليزية والهندية" وهو تاريخ عرض الفيلم، ومكانه، ولغاته.



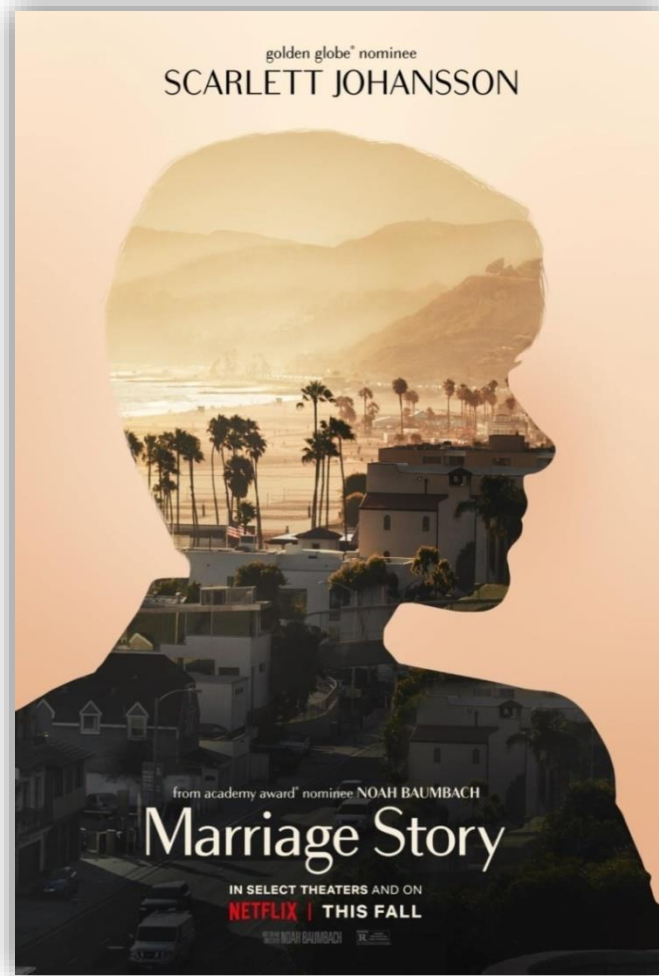
المصق العاشر	
TOY STORY 4	
الفئة	
خيالي - كوميديا	
المخرج	
Josh Codey	
المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الأربعاء، 13/12/2023، الساعة: 3:30 PM) من موقع https://www.originalfilmart.com/en-il/products/toy-story-4	
قصة الفيلم	(فوركى) إحدى ألعاب الطفلة (بوني) تهرب بسبب رفضها أن تكون لعبة، فيحاول الدمية (وودي) وباقي أصدقائه الدمي العثور على (فوركى) وإرجاعها.

المستوى التضميني		المستوى التعيني			
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر			
	الأشكال	مستطيل خلف اسم الفيلم			
	الألوان	الأصفر	يُشير إلى الابتهاج، والإشعاع، والسّرور، والانطلاق.		
		الأزرق	يُشير إلى الفاعلية، والتّواصل، والثّقة، والسّيطرة.		
		الأحمر	يُشير إلى الشّجاعة، والقوة، والرّجولة.		
		الأبيض	يُشير إلى الحلم الجميل، والحياة، والفاعلية.		
		البنّي	يُشير إلى الطبيعة، والكمال، والاعتمادية.		
		البنفسجيّ	يُشير إلى غنى الرّؤية، والسّموم، والثّقة، والتّقدّر، والتميّز.		
		الذهبيّ	يُشير إلى المُساعدة والقوة.		
		الأخضر	يُشير إلى التّوافق، والسّلام.		
		البرتقاليّ	يُشير إلى المرح، والطّيش، والانطلاق.		
		الأسود	يُشير إلى الفاعلية، والسّموم.		
	الورديّ	يُشير إلى الرّقة، والأنوثة، والنّعومة.			
الإضاءة	إضاءة خلفية	تُشير إلى العنف.			
	إضاءة جانبية	تُشير إلى الاندفاع والحقيقة في الجانب المضيء، وإلى الغموض والكتمان في الجانب المظلم.			
الأيقونات	الدالّ	المدلول	تُشير الأيقونات إلى حياة الدّمي في مدينة الألعاب ومغامراتهم، وبطولاتهم، التي تغمرها حالة من الفرح، والمرح، والطّيش، والانطلاق. وطريقة وقوف الدّمي تُشير إلى الاستعداد لخوض مغامرة جديدة.		
		دمية على شكل راعي بقر	راعي بقر		
		دمية على شكل رجل آلي	رجل آلي		
		دمية على شكل فتاة	فتاة		
		عصا في يد الدمية الفتاة	عصا		
		دمية صغيرة تقف على كتف الدمية الفتاة	دمية صغيرة		
		مكان مليء بالأضواء الملونة	مدينة ألعاب		
العناصر النّصّيّة	النّص	لونه	أصفر، أزرق	اسم الفيلم "TOY STORY 4" يعني "قصة لعبة 4"	
		حجمه	كبير، متوسط	وتُشير إلى مغامرات دمية مع أصدقائها الموسم الرّابع.	
		متوسط	أبيض	"21 يونيو" وهو موعد عرض الفيلم.	



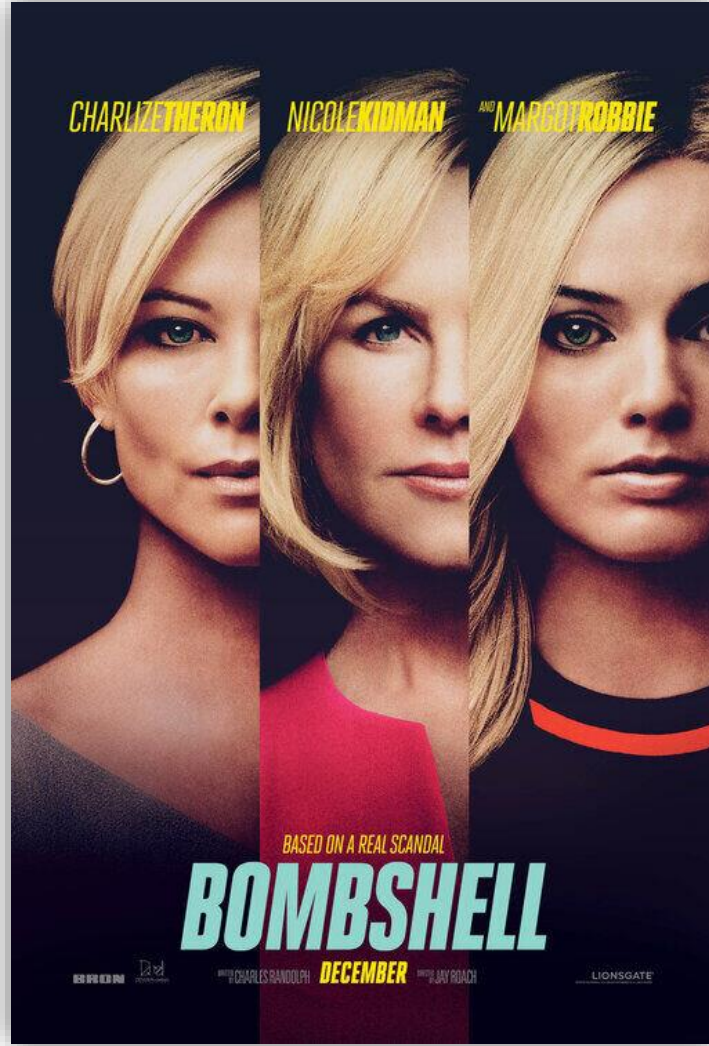
<p>الملصق الحادي عشر</p> <p>WALK RUN CHA-CHA</p>	
<p>الفئة</p> <p>وثائقي</p>	
<p>المخرج</p> <p>Laura Nix</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الخميس، 14/12/2023، الساعة: 7:15 AM) من موقع</p> <p>https://www.imdb.com/title/tt10182854/mediaviewer/rm3523970049?ref_=ttmi_mi_all_sf_1</p>	
<p>قصة الفيلم</p>	<p>يحاول رَجُل وامرأة بعد تخطيطهم ال(40) عام البحث عن ذاتهما، وذلك من خلال عالم الرقص، تبعًا لضياح شبابهما أعقاب حرب فيتنام.</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	مربع		
	الألوان	الأحمر		
		الأسود		
	الكريمي			
	الذهبي			
	الوردي			
	الأخضر			
	الرمادي			
الإضاءة	إضاءة جانبية			
المستوى التضميني		المستوى التعيني		
الأيقونات	المدلول	الدال		
	رَجُل	رَجُل يرتدي سترة سوداء اللون ونظارة نظر		
	نظارة	نظارة نظر يرتديها الرَّجُل		
	امرأة	امرأة تغمض عينيها وتدير وجهها جانبًا		
العناصر النصية	حجمه	لونه	النص	
	كبير	أحمر	WALK RUN CHA-CHA	
	صغير	أحمر	Directed by Laura Nix	
	صغير	رمادي	Concordia Studio, New York Times.. Films Poqucyion, Laura Karpman, Nshana Haganpaul, Alexander Juutilainen, no Jonn Turner, Laurene Powel,	
المستوى التضميني		المستوى التعيني		
لقطة طبيعية معروفة، وزواياها مستقيمة دون انحرافات.		يُشير إلى الاستقرار، والتكامل.		
يُشير إلى الدَّفء، والقوة.		يُشير إلى الفاعلية، والأمان.		
يُشير إلى الهدوء، والنقاء، والأناقة.		يُشير إلى المساعدة.		
يُشير إلى الرِّقة، والأنوثة، والتَّعومة.		يُشير إلى السَّلام، والرَّاحة، والهدوء.		
يُشير إلى الضبابية، والتدَّاخل.		تُشير إلى الاندفاع في الجانب المضيء، وإلى الغموض في الجانب المظلم. والإضاءة تُشير إلى النقاء، أما الظلام فهو يُشير إلى الكتمان.		
تظهر الأيقونات في وضعية مواساة ومساندة لبعضها البعض، وذلك لخلق شعور بالتعويض عن شيء ما سلب منها.		اسم الفيلم "WALK RUN CHA-CHA" الذي يعني "امشي بسرعة تشا- تشا" يُشير إلى وجود تدريب على المشي أو الرقص.		
مخرجة الفيلم "لورا نيكس".		مخرجة الفيلم "لورا نيكس".		
ستوديو كونكورديا، نيويورك تايمز.. أفلام بوكوسيون، لورا كاريمان، نشانا هاجانبول، ألكسندر جوتيلين، جون ترنر، لورين باول، جوبز ديفيس، غوغنهايم، نيكول ستوت، جوناثان سيلبيربيرج، شانون ديل، كاثلين لينوج، كوليت سانوستسيوت، لاورو نيكس. وهي أسماء القائمين على إنجاز الفيلم، والاستديو، ومكانه.		ستوديو كونكورديا، نيويورك تايمز.. أفلام بوكوسيون، لورا كاريمان، نشانا هاجانبول، ألكسندر جوتيلين، جون ترنر، لورين باول، جوبز ديفيس، غوغنهايم، نيكول ستوت، جوناثان سيلبيربيرج، شانون ديل، كاثلين لينوج، كوليت سانوستسيوت، لاورو نيكس. وهي أسماء القائمين على إنجاز الفيلم، والاستديو، ومكانه.		



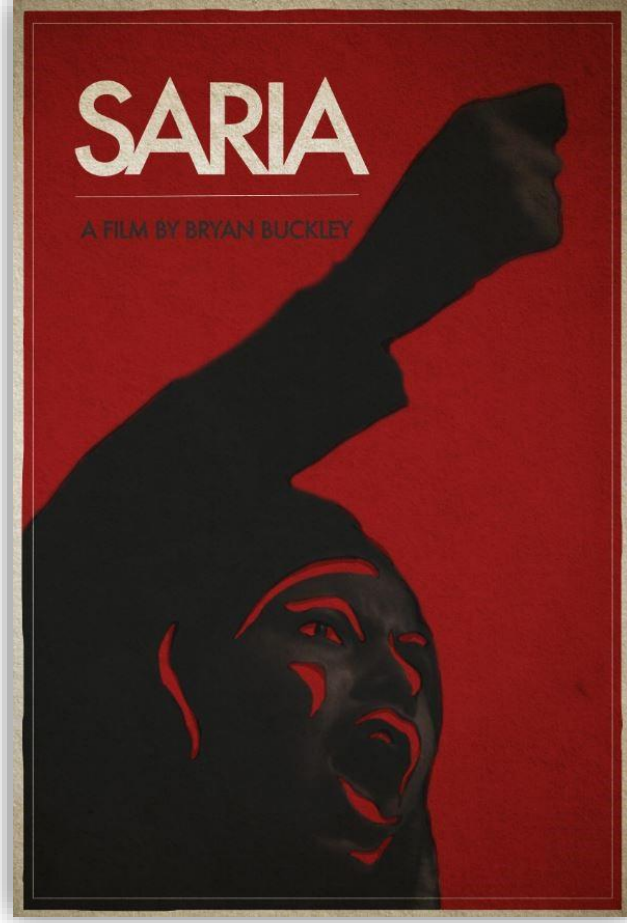
المصق الثاني عشر	
Marriage Story	
الفئة	
دراما - كوميديا	
المخرج	
Noah Baumbach	
المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الخميس، 14/12/2023، الساعة: 2:30 PM) من موقع https://www.kinoafisha.info/movies/8356411/posters	
قصة الفيلم	يكافح رجل وامرأة لسنواتٍ عدة على التكيّف مع حياتهما بعد الطلاق، فتتغير الأمور، ويحقق كلٌّ منهما أعلى مستويات الإبداع والنجاح.

المستوى التضميني		المستوى التعيني			
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر			
	الأشكال	شكل الفتاة المنحني الذي يوطر المدينة			
	الألوان	الأصفر	يُشير إلى الدَّفء، والإشعاع، والانطلاق.		
		الأسود	يُشير إلى الفاعلية، والأمان.		
		الأبيض	يُشير إلى الهدوء، والنقاء، والصفاء، والحياة.		
		الذهبي	يُشير إلى المساعدة.		
	البرتقالي	يُشير إلى الدَّفء، والانطلاق.			
الإضاءة	إضاءة خلفية				
الأيقونات	الدال	المدلول	تُشير المدينة إلى المنطقة السكنية الهادئة، في حين أنّ		
		مدينة	التفات المرأة للخلف وهي تسير للأمام بملامح هادئة،		
		شاطئ	يُشير إلى خروجها من علاقة، لكن بدون حدوث أي		
		بحر هادئ	مشاكل أو خلافات، وبقاء وجود الاتصال مع الطرف		
		أشجار تتوزع في المدينة وحول الشاطئ	الأخر. والهدوء الغالب على مشهد المدينة يوحي بالسلام،		
		مجموعة من البيوت ذات اللون الأبيض	والاستقرار.		
		هيئة امرأة تظهر المدينة من خلالها	بيوت		
العناصر النصية	النص	لونه	حجمه	اسم الفيلم "Marriage Story" الذي يعني "قصة زواج"	
	Marriage Story	أبيض	كبير	يُشير إلى زوج وزوجة وقصة زواجهما.	
	From academy award nominee NOAH BAUMACH	أبيض	صغير	"من جائزة الأكاديمية المرشح نوح بوماخ".	
	IN SELECT THEATERS AND ON NETFLIX THIS FALL	أبيض، أحمر	صغير	اسم الجائزة واسم المرشح وهو مخرج الفيلم.	
	golden globe nominee	أسود	صغير	"في مسارح مختارة وعلى نتفلكس هذا الخريف" وهو مكان عرض الفيلم، وموعده.	
	SCARLETT JOHANSSON	أسود	كبير	"المرشح لجائزة جولدن جلوب" وهي اسم لجائزة.	
			"سكارلت جوهانسون" وهو اسم المرشح لنيل جائزة جولدن جلوب.		



الملصق الثالث عشر BOMBSHELL	
الفئة دراما	
المخرج Jay Roach	
المصدر: تم الاسترجاع (يوم: السبت، 16/12/2023، الساعة: 6:00 AM) من موقع https://www.kinoafisha.info/movies/8356456/posters	
قصّة الفيلم	محاولة سيدات إزاحة (روجر آيلز) من طريقهنّ في شبكة (فوكس الإخبارية)، وذلك بسبب ثقافته الذكورية، وسياسته في إدارة الشبكة.

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	خطوط وهمية مستقيمة تفصل بين الصور		
	الألوان	الأزرق الفاتح		
		الوردي		
		الرمادي		
		الأسود		
	الإضاءة	الأحمر		
		الأخضر		
		الأصفر		
		إضاءة أمامية		
تُشير إلى الرومانسية والنعمومة، حيث الإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والظلام يُشير إلى الغموض.				
الأيقونات	الدال	المدلول	تظهر الأيقونات بصورة الملامح الباردة والنظرة الحادة، وتُشير رتابة شعرهن إلى أنهن يعملن في مكانٍ رسمي، في حين أنّ نظراتهن تُشير إلى تدبيرهن لخطّةٍ أو أمرٍ ما.	
	امرأة ذات شعرٍ طويل	امرأة		
	امرأة ذات شعر متوسط الطول	امرأة		
	امرأة ذات شعر قصير ترتدي قرطاً ذهبياً	امرأة		
	قرط ذهبي في أذن المرأة ذات الشعر القصير	قرط ذهبي		
العناصر النصّية	النص	لونه	حجمه	اسم الفيلم "BOMBSHELL" الذي يعني "قنبلة" تُشير إلى حدوث انفجارٍ ما، وهو أقرب إلى أن يكون انفجاراً داخلياً للأيقونات حول أمرٍ ما.
	BOMBSHELL	الأزرق الفاتح	كبير	
	CHARLIZE THERON NICOLE KIDMAN MARGOT ROBBIE	أصفر	متوسط	أسماء الممثلات: "تشارليز ثيرون"، "نيكول كيدمان"، "مارجوت روبي".
	BASED ON REAL SCANDAL	أصفر	صغير	"مبنية على فضيحة حقيقية" يُشير إلى أنّ قصة الفيلم مقتبسة من حدثٍ حقيقي.
	DECEMBER	أصفر	صغير	"ديسمبر" وهو الشهر الذي سيعرض فيه الفيلم.
	JAY ROACH	رمادي	صغير	مخرج الفيلم "جاي روتش".
	CHARLES RANDOLPH	رمادي	صغير	كاتب الفيلم "تشارلز راندولف".



الملصق الرابع عشر	
Saria	
الفئة	
دراما	
المخرج	
Bryan Buckley	
المصدر: تم الاسترجاع (يوم: السبت، 16/12/2023، الساعة: 4:20 PM) من موقع https://www.imdb.com/title/tt11421246/mediaviewer/rm2654831105?ref_=ttmi_mi_all_pos_8	
قصة الفيلم	شقيقتان يتيمتين "ساريا" 12 عامًا و"خيمينا" 14 عامًا يضعان خطة للهروب مع جميع الأيتام من المؤسسة التي تحتضنهم، وتعتدي عليهم جسدياً، وذلك للعثور على الحرية.

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	مستطيل		
		خط أفقي		
	الألوان	الأسود		
		الرمادي		
		الأحمر		
		الأبيض		
الإضاءة	إضاءة جانبية			
المستوى التضميني		المستوى التعيني		
الأيقونات	المدلول	الدال		
	فتاة	فتاة تهتف		
تظهر ملامح الأيقونة غاضبة ورافضة لما يحدث، حيث مركز وجودها في وسط الملصق إلى الجانب، وأمامها مساحة حمراء فارغة تشير إلى الرؤية المستقبلية لهذه الأيقونة، وأملها في الوصول إلى هدفها، بالرغم من العقبات التي تواجهها. ويد الأيقونة الظاهرة بشكل كامل في الصورة، والمرفوعة للأعلى بقبضة محكمة الإغلاق، واتجاه نظرها للأمام، يشير إلى إصرارها على مواجهة الصعاب لبلوغ الهدف، ووجود جهة أمامها، تقف عائقاً في طريقها، وتسبب لها الأذى.				
العناصر النصية	اسم الفيلم "Saria" يمثل اسم بطلة الفيلم والأيقونة التي توجد داخل الملصق.	حجمه	لونه	النص
		كبير	أبيض	Saria
	"فيلم من تأليف "بريان باكلي" وهو مخرج الفيلم وكتابه.	صغير	أسود	A FILM BY BRYAN BUCKLEY



<p>الملصق الخامس عشر</p> <p>HOW TO TRAIN YOUR DRAGON: THE HIDDEN WORLD</p>	
<p>الفئة</p> <p>مغامرة - كوميديا</p>	
<p>المخرج</p> <p>Dean De Blois</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الأحد، 17/12/2023، الساعة: 12:35 PM) من موقع</p> <p>https://www.kinoafisha.info/en/movies/8168520/posters</p>	
<p>عند تحقيق (هيكوب) حلمه في إنشاء عالم (بوتوبيا) للتنانين، يتسبب في إيجاد ليلة غاضبة، وخطر كبير، فيتعهد كلاً من الفارس (هيكوب) والتنانين، من أجل إنقاذ نوعهم.</p>	<p>قصة الفيلم</p>

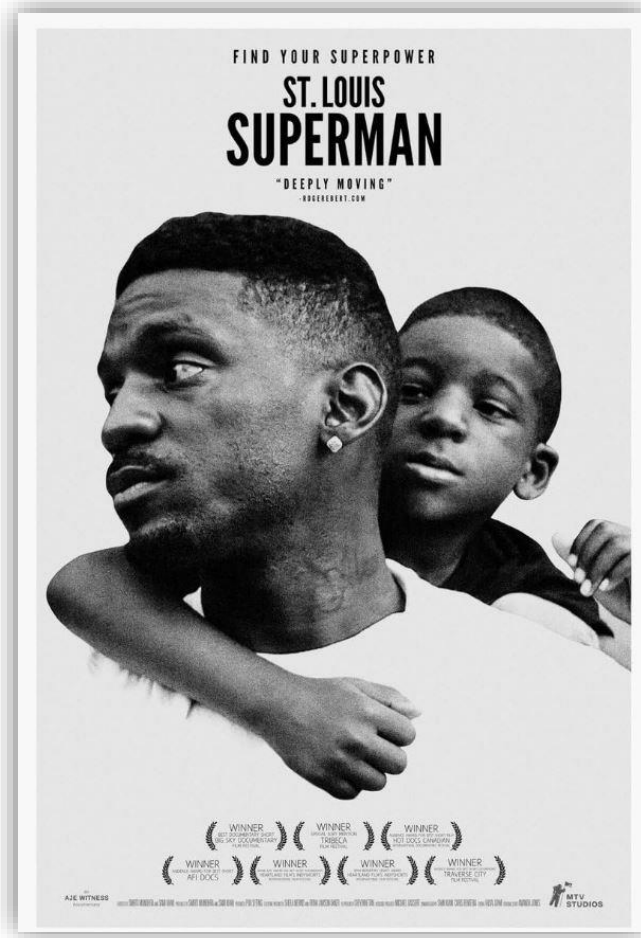
المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	أقل من مستوى النظر		
	الأشكال	لا يوجد		
	الألوان	الأسود	يُشير إلى الفاعلية، والشَّر، والحديّة.	
		الأحمر	يُشير إلى الشَّجاعة، والقوة، والرَّجولة.	
	الأخضر	يُشير إلى الطَّبيعة، والسَّلام، والانسجام.		
	الأبيض	يُشير إلى العظمة، والحياة، والصَّوء.		
	الأزرق	يُشير إلى العقل، والذكاء، والفاعلية، والتَّواصل، والمُثابرة.		
	البنفسجي	يُشير إلى الرُّوحانية، وغنى الرُّؤية، والثَّقة، والقوة، والشَّدة.		
	الأزرق الفاتح	يُشير إلى الاعتمادية، والقوّة.		
	الأزرق الغامق	يُشير إلى الثَّقة، والسَّيطرة، والسَّلطة.		
	بنّي	يُشير إلى الطَّبيعة، والكمال، والاعتمادية.		
	الفضي	يُشير إلى المَثابرة، والسَّلام.		
	الإضاءة	إضاءة علوية	وهي إضاءة المكان نفسه، تعطي إحساسًا بالانتشار. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والصِّدق، أما الظَّلام فهو يُشير إلى الغموض، والكتمان.	
الأيقونات	الدال	المدلول	تُشير وضعيّة جلوس الفارس فوق التّنين الأسود إلى أنه قائده، ويقوم بإرشاده إلى وجهه ما، والتّنين الأسود حول عنقه رباط يُشير إلى قيام الفارس بتدريبه، من أجل فعل أمرٍ ما، ويرافقهم في ذلك تنين لونه أبيض.	
		فارس يرتدي ثيابًا سوداء اللون	فارس	
		تنين أسود اللون	تنين	
		رباط حول عنق التّنين الأسود	رباط	
		تنين أبيض اللون	تنين	
العناصر النصّية	النص	لونه	حجمه	اسم الفيلم " HOW TO TRAIN YOUR DRAGON: THE HIDDEN WORLD " الذي يعني "كيف تدرّب تنينك: العالم المخفي" يُشير إلى تدريب فارسٍ لتنينه، والوصول إلى عالمٍ خفي وخوض المغامرات.
	HOW TO TRAIN YOUR DRAGON	أحمر	صغير	
	DRAGON	أحمر	كبير	
	THE HIDDEN WORLD	فضي	متوسط	



<p>الملصق السادس عشر</p> <p>LITTLE WOMEN</p>	
<p>الفئة</p> <p>دراما - رومانسي</p>	
<p>المخرج</p> <p>Greta Gerwing</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الأحد، 17/12/2023، الساعة: 10:30 PM) من موقع</p> <p>https://www.kinoafisha.info/movies/8355161/posters</p>	
<p>قصّة الفيلم</p>	<p>نضوج أربعة فتيات أخوات، وكلّ واحدةٍ منهنّ تصمم على عيش حياتها وفق شروطها.</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	مستطيلات		
	الألوان	الكرمي		
		الأزرق		
	الأبيض			
	البنفسجي			
	البنّي			
	الأسود			
	الأخضر			
	الأصفر			
	البرتقالي			
	الرمادي			
الإضاءة	إضاءة جانبية			
	تُشير إلى الاندفاع في الجانب المضيء، وإلى الغموض في الجانب المظلم. وتُشير الإضاءة إلى البراءة، والنقاء، والصدق، والحقيقة، أما الظلام فهو يُشير إلى الغموض، والكتمان، والقيادة للمجهول.			
الأيقونات	المدلول	تظهر كل أيقونة في جو خاص بها، حيث الفتاة ذات		
		الفرح تبدو عليها المرح والأمل، وهي تركز نحو وجهة		
		ما بكل لهفة، أما الفتاة التي تنظر إلى الجانب وتضحك،		
		يبدو عليها الفرح في جو أقرب لأن يكون المنزل، في حين		
		أنّ الفتى يعيش في جو الطبيعة الخارجي، أما الفتاة		
		صاحبة القرط تظهر في جو الحفلات، في حين أنّ الفتاة		
		صاحبة الشعر البرتقالي تظهر في وضعية أقرب لأنّ		
		تكون عازفة على آلة البيانو الموسيقية.		
العناصر النصية	النص	لونه	اسم الفيلم "LITTLE WOMEN" يعني "نساء صغيرات"	
		حجمه	يُشير إلى وجود فتيات صغيرات نضجن منذ فترةٍ وجيزة، وأصبحن يتصرفن مثل النساء الكبيرات.	

"من جريتا جيرفيج، كاتبة ومديرة فيلم Lady Bird". تُشير إلى مخرجة الفيلم وكاتبة.	صغير	أسود، أحمر	FROM GRETA GERWIG THE WRITER AND DIRECTOR OF LADY BIRD	
"أمتلك قصتك" أي أن لكل أيقونة قصة حياتها الخاصة.	صغير	أسود	OWN YOUR STORY	
أسماء الممثلين: "ساويرس رونان"، "إيما واتسون"، "فلورنسا بوع"، "إليزا سكانلين"، "لورا ديرن"، "تيموثي شلاميت"، و"ميريل ستريب".	متوسط	أسود	SAOIRSE RONAN EMMA WATSON FLORENCE PUGH ELIZA SCANLEN LAURA DERN TIMOTHEE CHALAMET AND MERYL STREEP	
"عيد الميلاد"، وهو موعد عرض الفيلم.	صغير	أحمر	CHRIDTMAS	



<p>الملصق السابع عشر</p> <p>ST. LOUIS SUPERMAN</p>	
<p>الفئة</p> <p>دراما- وثائقي</p>	
<p>المخرج</p> <p>Smriti Mundhra</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع(يوم: الإثنين، 18/12/2023، الساعة: 9:15 AM) من موقع</p> <p>https://www.imdb.com/title/tt10009148/mediaviewer/rm3691742209?ref_=ttmi_mi_all_sf_1</p>	
<p>قصة الفيلم</p>	<p>(بروس فرانكس) مغني راب، وناشط سياسي في منطقته، يُعرف بين الناس باسم(سوبرمان) لكنه يخفي بداخله أزماتٍ نفسيّة، وأحزان.</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	مستطيل		
		الشكل المنحني على رقبة الرجل "Olleo"		
		لقطة طبيعية معروفة، وزواياها مستقيمة دون انحرافات. يُشير إلى العظمة، والشموخ، والوقار. الشكل "Olleo" من اللغة الجاليسية، ومعناه في اللغة العربية "انظر إليه". ¹⁸ الانحناءات في الحروف تُشير إلى السلاسة والهدوء.		
الألوان	الأبيض	يُشير إلى الحياة، والتسامح، والبُعد عن التكبر، والإيجابية.		
	الأسود	يُشير إلى الجهل، والموت، والفاعلية.		
	الرمادي	يُشير إلى التداخل، والضبابية، والنفاق.		
الإضاءة	إضاءة أمامية	تُشير إلى الرومانسية والنعمومة، حيث الإضاءة تُشير إلى الصدق، والنقاء، والحقيقة، أما الظلام فهو يُشير إلى الغموض، والكتمان.		
الأيقونات	المدلول	ينظر الرَّجُل إلى الجانب نظرة هادئة يراقب حدثاً ما، والقرط يوحي إلى أنه راقص أو مغني. في حين وجود الطفل خلفه متكأ عليه يُشير إلى استناد هذا الطفل على ذلك الرَّجُل من أجل صنع تغييرٍ ما .		
	رَجُل	رَجُل ينظر إلى الجهة الجانبية		
	قرط	قرط أبيض في أذن الرَّجُل		
	طفل	طفل يمسك بالرَّجُل من الخلف		
العناصر النصية	النص	لونه	حجمه	اسم الفيلم "ST. LOUIS SUPERMAN" الذي يعني "شارع لويس سوبرمان" يُشير إلى الشَّارع الذي تسكن فيه الأيقونة "الرَّجُل".
	ST. LOUIS	أسود	متوسط	
	SUPERMAN	أسود	كبير	
	FIND YOUR SUPERPOWER	أسود	متوسط	"ابحث عن قوتك الخارقة" تُشير إلى حافز الأيقونة في الوصول إلى قوتها من أجل مواجهة أمرٍ ما.
	DEEPLY MOVING	أسود	صغير	"تتحرك بعمق" تُشير إلى أنَّ الأيقونة تجيد الحركات السلسة، والرقص.
	ROGEREBERT.COM	أسود	صغير جداً	هو اسم موقع خاص بالأفلام.

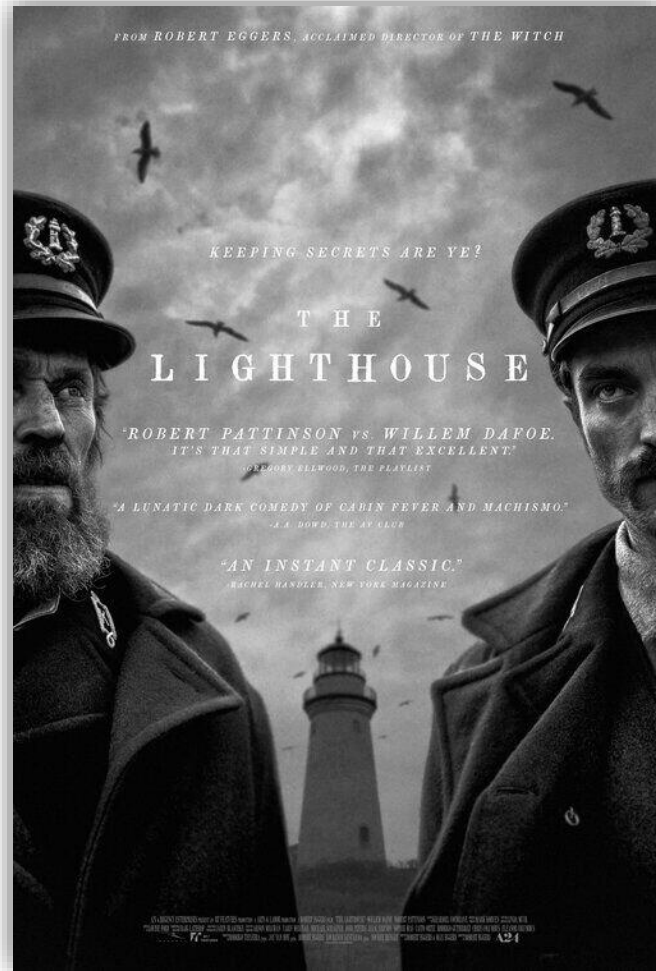
¹⁸ . الجاليسية: هي لغة آيبيرية غربية منتشرة في إسبانيا وأجزاء من البرتغال، وجزء من متحدثي هذه اللغة هاجروا إلى أمريكا الجنوبية، وأوروبا. أنظر إلى الرابط: <https://dawa.center/language/gl>



<p>الملصق الثامن عشر</p> <p>FORD V FERRARI</p>	
<p>الفئة</p> <p>دراما- رياضة</p>	
<p>المخرج</p> <p>James Mangold</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع(يوم: الإثنين، 18/12/2023، الساعة: 3:45 PM) من موقع</p> <p>https://www.kinoafisha.info/movies/8354457/posters</p>	
<p>قصّة الفيلم</p>	<p>مصمم السيّارات(كارول شيلبي)، والسائق(كين مايلز)، يحاربان في سبيل صناعة سيارة سباقٍ من نوع(فورد)، من أجل هزيمة سيارة(فيراري) في السّباق.</p>

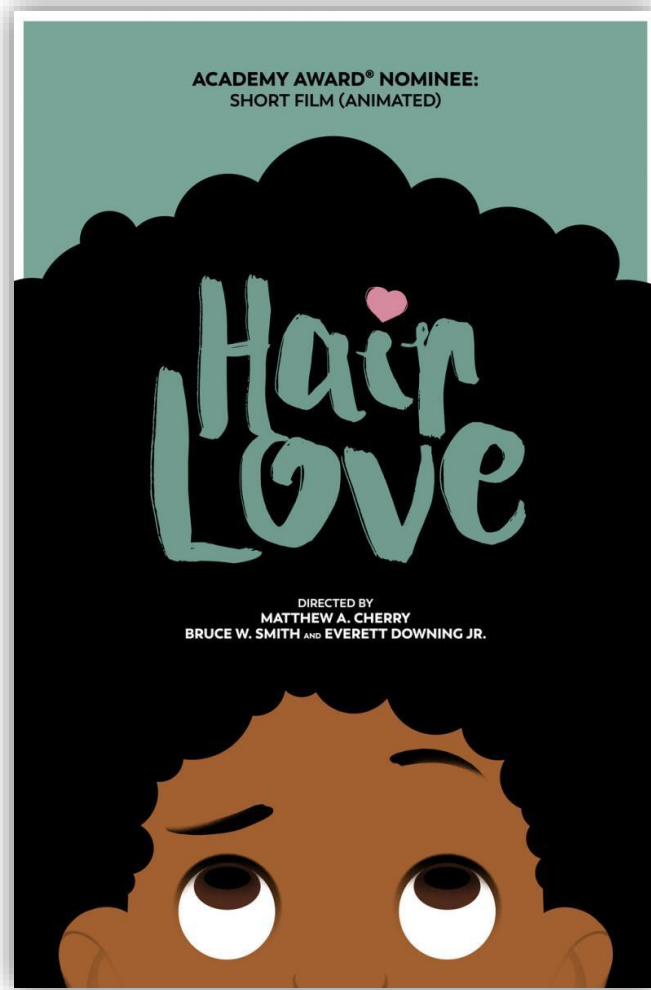
المستوى التضميني		المستوى التعيني	
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر	لقطة طبيعية معروفة، وزواياها مستقيمة دون انحرافات.
	الأشكال	لا يوجد	يظهر التصميم خالٍ من الأشكال.
	الألوان	الأزرق	يُشير إلى القوة، والذكاء، والفاعلية، والمثابرة.
		الأحمر	يُشير إلى الحركة، والشجاعة، والقوة، والرجولة.
		الأسود	يُشير إلى الفاعلية، والعظمة.
		الرمادي	يُشير إلى التداخل، والحياد.
	الأبيض	يُشير إلى الهدوء، والنقاء، والإيجابية، والبعد عن التكبر.	
	الأصفر	يُشير إلى التفاؤل، والاعتزاز بالنفس.	
	الإضاءة	إضاءة علوية	وهي إضاءة المكان نفسه، تعطي إحساسًا بالانتشار. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والصراحة، أما الظلام فهو يُشير إلى الخوف، والغموض.
الأيقونات	الدال	المدلول	تُشير الأيقونات إلى وجود حالة من الترقب والانتظار
	رَجُل يرتدي ثيابًا بيضاء اللون	رَجُل	لخوض سباق بين سيارة فورد وسيارة فيراري. حيث نهاية هذا السباق تحدد من هي السيارة الأفضل.
	نظارات شمسية ترتديها الأيقونات	نظارات شمسية	كما أن اسم فيراري يظهر باللون الأحمر المأخوذ من لون السيارة، واسم فورد كذلك.
	رَجُل يرتدي ثيابًا زرقاء اللون	رَجُل	
	سيارة سباق من نوع(فورد)	سيارة	
	سيارة سباق من نوع(فيراري)	سيارة	
	شارع تتسابق عليه السيارات	مضمار	
	جمهور جالس على المدرجات	جمهور	
	أعلام في أعلى المدرجات	أعلام	
	مدرجات يجلس عليها الجمهور	مدرجات	
	سماء فوق الجمهور، وسماء فوق السيارات	سماء	
العناصر النصية	النص	لونه	بترجمة الأسماء "مات ديمون"، "كريستيان بيل" وهي الأسماء الحقيقية لأبطال الفيلم.
	МЭТТ ДЭЙМОН КРИСТИАН БЭЙЛ	أسود	
	ОСНОВАНО НА РЕАЛЬНЫХ СОБЫТИЯХ	أسود، أحمر	تعني "استنادًا إلى الأحداث الفعلية لفورد ضد فيراري منذ 14 نوفمبر" وتُشير إلى أن أحداث الفيلم مرتبطة بأحداث

حصلت بين فورد وفيراري.		أزرق	FORD ПРОТИВ FERRARI С 14 НОЯБРЯ	
"كين مايلز" و"شيلبي أمريكي" أسماء الممثلين في الفيلم.	صغير	أزرق، أحمر	SHELBY AMERICAN KEN MILES	
تعني: فيلم لمشاهدين عمرهم (ستة عشر) فما فوق.	كبير	أبيض	16+	



<p>الملصق التاسع عشر</p> <p>THE LIGHTHOUSE</p>	
<p>الفئة</p> <p>خيالي - رعب</p>	
<p>المخرج</p> <p>Jay Roach</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الثلاثاء، 19/12/2023، الساعة: 7:00 AM) من موقع</p> <p>https://www.kinoafisha.info/movies/8355383/posters</p>	
<p>قصة الفيلم</p>	<p>محاولة اثنان من حراس المنارة الحفاظ على سلامتهما العقلية، أثناء تواجدهما في جزيرة نائية.</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	لا يوجد		
	الألوان	الأبيض		
		الأسود		
		الرمادي		
	الإضاءة	إضاءة علوية		
الأيقونات	الدال	المدلول		
	رَجُل على جهة اليمين يرتدي معطفًا وقبعة	حارس		
	رَجُل على جهة اليسار يرتدي معطفًا وقبعة	حارس		
	منارةٌ تظهر في مُنتصف الملتصق	منارة		
	سماء ملبدة بالغيوم الرمادية	سماء غائمة		
	طيور تطير في حركة مضطربة	طيور		
	أرض مقامة عليها المنارة	أرض		
	العناصر النصية	النص	لونه	حجمه
THE LIGHTHOUSE		أبيض	كبير	
From Robert Eggers, Acclaimed Director of The Witch		أبيض	صغير	
Keeping Secrets are ye?		أبيض	صغير	
Robert Pattinson vs Willem Dafoe Its that simple...		أبيض	صغير	
Lunatic Dark Comedy.. An Instant Classic		أبيض	صغير	
Rachel Handler, New vore magazine		أبيض	صغير	
اسم الفيلم "THE LIGHTHOUSE" يعني "المنارة" تُشير إلى وجود شاطئٍ بحرٍ به منارة لإرشاد السفن.				
تُشير إلى الحياة، والهدوء، والبرود.				
تُشير إلى الظلام، والجهل، ويعكس وضوح الموقف.				
تُشير إلى التداخل، والصابائية.				
إضاءة المكان نفسه، تعطي إحساسًا بالانتشار. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والظلام تُشير إلى القيادة للمجهول.				
تُشير ملامح الحارسان إلى وجود أمرٍ ما يسبب لهما الذعر، ما يجعلهما ينظران نظرات ترقبٍ وحذر. وحركة الطيور، والغيوم الرمادية، تُشير إلى حالة الطقس، ما يترتب عليهما أداء واجبهما في حراسة المنارة؛ لإرشاد السفن في هذا الطقس المتقلب، وحماية أنفسهما من الخطر المحذق بهما.				
اسم الفيلم "THE LIGHTHOUSE" يعني "المنارة" تُشير إلى وجود شاطئٍ بحرٍ به منارة لإرشاد السفن.				
"من روبرت إيجرز، مدير الساحرة الشهير" وهو مخرج الفيلم.				
"حفظ الأسرار هل أنتم؟" يُشير إلى وجود شيءٍ خفيّ.				
"روبرت باتينسون ضد ويليم دافو. الأمر بهذه البساطة و.." يُشير إلى وجود مواجهة ما ضد شخصين.				
الكوميديا السوداء المجنونة... "كلاسيكي فوري" يُشير إلى فئة الفيلم الكوميدية.				
"راشيل هاندلر، مجلة فور الجديدة" اسم ممثلة، والمجلة.				



الملصق العشرون HAIR LOVE	
الفئة كوميديا	
المخرج Matthew A. Cherry Everett Downing Jr. Bruce W. Smith	
المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الثلاثاء، 19/12/2023، الساعة: 6:00 PM) من موقع https://www.filmaffinity.com/us/filmimages.php?movie_id=704754	
قصة الفيلم	محاولة أب تصفيف شعر ابنته لأول مرة.

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	قلب باللون الوردِي		
	الألوان	الأسود		
		الأبيض		
		الوردِي		
		الأخضر		
		البنِي		
الإضاءة	إضاءة أمامية			
الأيقونات	المدلول	الدالّ		
	فتاة	فتاة صغيرة تنظر إلى شعرها		
	شعر	شعر أسود خشن		
العناصر النصّية	حجمه	لونه	النصّ	
	كبير	أخضر	HAIR LOVE	
	متوسط	أسود	ACADEMY AWARD NOMINESS SHORT FILM ANIMATED	
	صغير	أبيض	DIRECTED BY MATTHEW A. CHERRY BRUCE W. SMITH AND EVERETT DOWNING JR	
لقطه طبيعية معروفة، وزواياها مستقيمة دون انحرافات. يُشير إلى الحبّ. يُشير إلى الفاعلية، والأمان. يُشير إلى النظافة، والإيجابية، والحلم الجميل. يُشير إلى الرّقة، والأنوثة، والنّعومة. يُشير إلى السّلام، والرّاحة، والانسجام. يُشير إلى الطبيعة، والكمال، والاعتمادية. تُشير إلى الرّومانسية، والنّعومة، وقد عملت على تسطيح العناصر. حيث تُشير الإضاءة إلى البراءة، والنّقاء.	تُشير نظرات الأيقونة إلى الحيرة والتفكير في طريقة يمكن من خلالها أن تصف شعرها الخشن، أملاً في صنع تسريحة جميلة.	اسم الفيلم "HAIR LOVE" الذي يعني "حبّ الشّعر" ويُشير إلى حبّ الفتاة لشعرها الخشن والكثيف.	"المرشحون لجائزة الأوسكار لفيلم الرسوم المتحركة القصير". تُشير إلى ترشح الفيلم لنيل جائزة الأوسكار، ونوع الفيلم.	"إخراج ماثيو أ. شيري بروس دبليو سميث وإيفريت داونينج جونيور". وهي أسماء المخرجين.



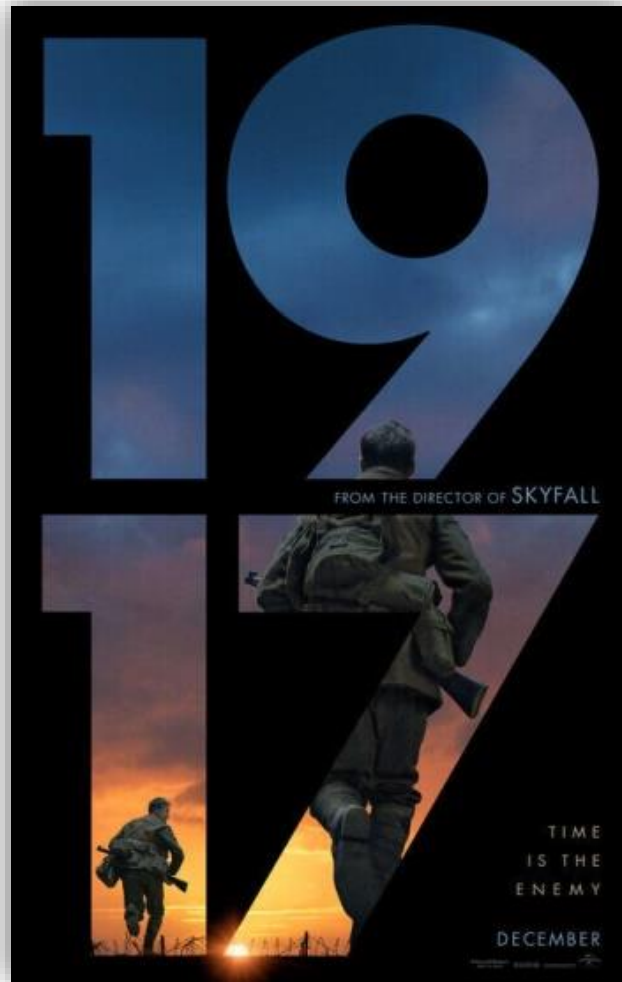
<p>الملصق الواحد والعشرون</p> <p>THE NEIGHBORS' WINDOW</p>	
<p>الفئة</p> <p>دراما</p>	
<p>المخرج</p> <p>Marshall Curry</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الأربعاء، 20/12/2023، الساعة: 10:00 AM) من موقع</p> <p>https://www.imdb.com/title/tt8163822/mediaviewer/rm2081195009?ref_=ttmi_mi_all_sf</p>	
<p><u>15</u></p>	
<p>قصة الفيلم</p>	<p>زوجان يعيشان مع أطفالهما في بيت واحد، ويقضيان وقتها في مراقبة الجيران عبر النافذة، فتتهز الزوجة لحدث ما شاهدته.</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني			
العناصر البصرية	زاوية النظر	أعلى من مستوى النظر			
	الأشكال	لا يوجد			
	الألوان	الأسود	يُشير إلى الموت، ويعكس وضوح المواقف، والنوايا.		
		الأبيض	يُشير إلى الهدوء، والنقاء، والحلم الجميل.		
		الرمادي	يُشير إلى النفاق، والتداخل، وضعف الثقة بالنفس.		
		الأصفر	يُشير إلى خفض المعنويات، وهو أصفر شاحب.		
		البرتقالي	يُشير إلى الدفء، والأمان.		
		البنّي	يُشير إلى الطبيعة، والكمال، والاعتمادية.		
		الأحمر	يُشير إلى الدفء، والرّجولة.		
		الأخضر	يُشير إلى السّكينة، والصّبر، والهدوء.		
		الأزرق	يُشير إلى الليل الطويل، والثّقة، والخوف.		
		الإضاءة	إضاءة خلفية للعمارة	تُشير إلى العنف.	
إضاءة علوية للمنزل	وهي إضاءة المكان نفسه، تُعطي إحساسًا بالانتشار. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والصّراحة، أما الظلام فهو يُشير إلى الخوف، والغموض.				
الأيقونات	الدال	المدلول	تمثلت الأيقونات في الرّجل والمرأة اللذان يعيشان في مدينة مضيئة في الليل		
		مدينة	عمارة سوداء اللون		
		عمارة	نوافذ مغلقة ومفتوحة		
		نوافذ	مشهد داخلي لمنزل عبر النافذة		
		منزل	امرأة ترتدي سترة زرقاء اللون		
		امرأة	رّجل يرتدي سترة خضراء اللون		
		رّجل			
العناصر النّصّيّة	النّص	لونه	"THE NEIGHBORS' WINDOW" - اسم الفيلم		
		حجمه	الذي يعني "نافذة الجيران" يُشير إلى وجود نافذة تُظهر حياة الجيران.		
		كبير	"A Film by Marshall Curry" التي تعني "فيلم لمارشال كاري" تُشير إلى مُخرج الفيلم.		
		أبيض	A Film by Marshall Curry		
		أبيض			



<p>الملصق الثاني والعشرون</p> <p>MISSING LINK</p>	
<p>الفئة</p> <p>كوميديا</p>	
<p>المخرج</p> <p>Chris Butler</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الأربعاء، 20/12/2023، الساعة: 4:20 PM) من موقع</p> <p>https://www.kinoafisha.info/en/movies/8354772/posters</p>	
<p>قصة الفيلم</p>	<p>تجنيد مستكشف من أجل المساعدة في العثور على مجموعة من المفقودين في وادي شانغريلا الأسطوري.</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني				
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر	لا يوجد	الأشكال		
		لقطعة طبيعية معروفة، وزواياها مستقيمة دون انحرافات.	لا يوجد	الأشكال		
	الألوان	البرتقالي	يُشير إلى الذوق، والمرح، والطيش، والدفع.	الوردي	يُشير إلى الرقة.	
		الأسود	يُشير إلى الفاعلية، والأمان.	الأحمر	يُشير إلى الحركة، والدفع.	
		الأبيض	يُشير إلى النظافة، والإيجابية.	الأخضر	يُشير إلى السلام، والانسجام.	
		الأصفر	يُشير إلى التفاؤل، والاعتزاز بالنفس، والثقة.	البنّي	يُشير إلى الطبيعة، والكمال، والاعتمادية.	
		الإضاءة	إضاءة خلفية	تُشير إلى العنف.	إضاءة علوية	وهي إضاءة المكان نفسه، تُعطي إحساسًا بالانتشار. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والصراحة، أما الظلام فهو يُشير إلى الخوف، والغموض.
			إضاءة علوية	تُشير إلى العنف.	إضاءة علوية	وهي إضاءة المكان نفسه، تُعطي إحساسًا بالانتشار. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، والصراحة، أما الظلام فهو يُشير إلى الخوف، والغموض.
		الأيقونات	الدال	المدلول	غوريلا	يُشير شكل الأيقونة إلى أنها شخصية مبتسمة، أنيقة، ذات مكانة مميزة، تستعد من أجل القيام بأمر هام.
				المدلول	غوريلا	يُشير شكل الأيقونة إلى أنها شخصية مبتسمة، أنيقة، ذات مكانة مميزة، تستعد من أجل القيام بأمر هام.
العناصر النصية	النص	لونه	أصفر	اسم الفيلم "MISSING LINK" الذي يعني "رابط مفقود" يُشير إلى وجود رابطٍ فُقد، وهذا الرابط يدل على شيء ما مفقود.		
		النص	MISSING LINK	اسم الفيلم "MISSING LINK" الذي يعني "رابط مفقود" يُشير إلى وجود رابطٍ فُقد، وهذا الرابط يدل على شيء ما مفقود.		
	النص	FROM LAIKA THE CREATORS OF KUBO	" من (LAIKA) مبدعي (KUBO) " يُشير إلى مقدم الفيلم.			
	النص	Spring 2019	موعد عرض الفيلم "ربيع 2019".			
	النص	IN REALD 3D AND DIGITAL 3D	يُشير إلى تقنية الفيلم التي تتمثل في 3D الحقيقي، و3D الرقمي.			
	النص	Meet Mr. Link	"تعرف على السيد لينك" وهو بطل الفيلم.			



الملصق الثالث والعشرون 1917	
الفئة حرب - دراما	
المخرج Sam Mendes	
المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الخميس، 21/12/2023، الساعة: 6:40 AM) من موقع https://www.kinoafisha.info/en/movies/8355993/posters	
قصة الفيلم 6 أبريل 1917، في الوقت الذي تجتمع فيه كتيبة من المشاة لشن الحرب على أرض العدو، يتم تكليف جنديان من أجل إيصال رسالة إلى الكتيبة قبل وقوعهم في فخ العدو.	

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	أقل من مستوى النظر		
	الأشكال	مستطيل		
	الألوان	البنفسجي		
		الأزرق		
		الأسود		
		البرتقالي		
	الأخضر			
	الأصفر			
	الإضاءة	إضاءة خلفية		
تُشير إلى الشموخ، والفخامة، والتفوق.		تُشير إلى الضمير، والجدية.		
تُشير إلى الثقة، والتفكير العميق.		تُشير إلى البعد، والذكاء، والفاعلية، والتواصل، والمثابرة.		
تُشير إلى الضمير، والأمان، والشّر، والموت.		تُشير إلى الاحتدام، والاشتعال.		
تُشير إلى السلام، والانسجام.		تُشير إلى التفاؤل، والاعتزاز بالنفس، والثقة.		
تُشير إلى العنف. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، أما الظلام فهو يُشير إلى الغموض، والقيادة للمجهول.				
الأيقونات	المدلول	الدال		
	شمس	الشمس وقت الغروب		
	سما	السما وقت الغروب		
	جنديان	جنديان يركضان باتجاه الغروب		
	سياج	السياج الشائك		
	أسلحة	الأسلحة في أيدي الجنود		
	حقائب	الحقائب على ظهر الجنود		
	تُشير الأيقونات إلى وجود جهة معلومة بالنسبة لهم، وعليهم الوصول إليها في الوقت المحدد، وقبل فوات الأوان، والأيقونات هم جنود، وهذا يُشير الحرب، والعدو الذي يترصد بهم، ويحيك الخطط والفخاخ لهم.			
العناصر النصية	النص	لونه	حجمه	
	1917	بنفسجي	كبير	
	FROM THE DIRECTOR OF SKYFALL	أزرق	صغير	
	TIME IS THE ENEMY	أصفر	صغير	
	DECEMBER	أزرق	صغير	
اسم الفيلم "1917" هو سنة وقوع حرب آراس خلال الحرب العالمية الأولى.		"من مدير SKYFALL"، تُشير إلى استديو سكاى فل.		
"الوقت هو العدو".		تُشير إلى أنّ أكبر عدو للأيقونات هو الوقت.		
تُشير إلى موعد عرض الفيلم "ديسمبر".				



<p>الملصق الرابع والعشرون</p> <p>AD ASTRA</p>	
<p>الفئة</p> <p>دراما - خيال علمي</p>	
<p>المخرج</p> <p>James Gray</p>	
<p>المصدر: تم الاسترجاع (يوم: الخميس، 21/12/2023، الساعة: 7:00 PM) من موقع</p> <p>https://www.kino.mikulov.cz/klient-382/kino-126/stranka-3260/film-351574</p>	
<p>قصة الفيلم</p>	<p>رائد فضاء يتولى مهمة خطيرة من أجل كشف حقيقة والده المفقود، ورحلته التي تهدد الكون بعد 30 عامًا.</p>

المستوى التضميني		المستوى التعيني		
العناصر البصرية	زاوية النظر	من مستوى النظر		
	الأشكال	لا يوجد		
	الألوان	الأبيض		
		الرمادي		
		الأسود		
	الفضي			يُشير إلى المثابرة، والسّلام.
الإضاءة	إضاءة جانبية			
تُشير إلى الاندفاع في الجانب المضيء، وإلى الغموض في الجانب المظلم. والإضاءة تُشير إلى الحقيقة، أما الظلام فهو يُشير إلى الغموض، القيادة للمجهول.				
الأيقونات	الدان	المدلول	تُشير هيئة الأيقونة إلى قيامها برحلة إلى مكان ما في الفضاء، للبحث عن شيء ما.	
	رَجُل يرتدي بذلة الفضاء	رائد فضاء		
العناصر النصّية	النص	لونه	حجمه	اسم الفيلم "AD ASTRA" مصطلح لاتيني يعني "إلى النجوم" ويُشير إلى رحلة عبر الفضاء.
	AD ASTRA	أبيض	كبير	
	BRAD PITT	أبيض	متوسط	اسم الممثل وبطل الفيلم "براد بيت".
	ODPOVEDI. KTERE HLEAME. MAME TEMER NA DOSAH	أبيض	صغير	"الإجابات. الذي نبحث عنه. نحن على وشك الوصول". تُشير إلى أن رائد الفضاء يبحث عن إجابات لمجموعة من الأسئلة، وهو يوشك على الوصول إليها.
	V KINECH OD 19 ZARI	أبيض	صغير	" في دور السينما اعتبارًا من 19 سبتمبر". وهو موعد عرض الفيلم، ومكانه.

الفصل الخامس "النتائج والمناقشة"

أولاً: نتائج التحليل السيميائي لعينة الدراسة

تم تحليل مُلصقات الأفلام بناءً على المنهج السيميائي، وتم التوصل إلى النتائج الآتية:

أولاً: كيف يؤثر استخدام الرموز التفاعلية في المُلصقات السينمائية على استقبال المُتلقي؟

- **الألوان:** تعدُّ الألوان من أهم العناصر التي تجذب عين المُتلقي، وتؤثر عليه نفسياً، وكلما كانت الألوان متناسقة ومترابطة، زادت سهولة استقبال المُلصق، وتقبله من قبل المُتلقي. وقد ارتبط عدد ألوان المُلصق في الصورة والعناصر البصرية والأيقونات الموظفة داخله، كما أن عدد الألوان المستخدمة في المُلصق تراوحت من (3) ألوان إلى (11) لوناً مع تدرجاتها. في المقابل، عملية اختيار الألوان ارتبطت في فئة الفيلم، فمثلاً: الأفلام من نوع (كوميديا) اشتركت مُلصقاتها بالألوان الآتية: (أحمر، برتقالي، أصفر، أخضر، أزرق، أبيض، أسود)، ويظهر ذلك في مُلصق فيلم "KNIVES ONCE UPON A TIME...IN " "JOJO RABBIT"، "OUT MARRIAGE"، "HAIR LOVE"، "TOY STORY 4"، "HOLLYWOOD MISSING"، "HOW TO TRAIN YOUR DRAGON WORLD"، "STORY" "LINK". والأفلام من نوع (خيال علمي) اشتركت مُلصقاتها بالألوان الآتية: (رمادي، أبيض، أسود)، ويظهر ذلك في مُلصق فيلم "AD ASTRA"، "STAR WARS: THE RISE OF SKYWALKER"، وينطبق ذلك على باقي الفئات.
- **الأشكال:** وجود الأشكال في المُلصقات يُعزز جاذبيتها، ويخلق تفاعلاً بصرياً مع المُتلقي. وقد ظهرت الأشكال في "15" مُلصقاً، مثل: مُلصق فيلم "THE LION KING"، "MALEFICENT: MISTRESS OF EVIL"، في حين أنها غابت عن "9" مُلصقات، مثل: مُلصق فيلم "THE NEIGHBORS' WINDOW"، "THE LIGHTHOUSE".
- **العناصر النصية:** تؤدي العناصر النصية دوراً مهماً في فهم المُلصق وتفسيره من قبل المُتلقي، واختلف أسلوب كتابة النصوص حسب تصميم المُلصق. وقد ظهرت بعض

المُصصقات بربطِ بين الأيقونة واسم الفيلم، كما هي الحال في مُلصق فيلم "Joker" وشخصية "الجوكر"، بينما ظهرت أخرى بتفاصيل فنية متباينة كما هو الحال في مُلصق فيلم "BOMBSHELL" الذي يعني "قنبلة" واحتواؤه على صور ثلاث سيدات.

- **الإضاءة:** تُسهم الإضاءة في الكشف عن معاني الرموز، واختلاف طابع الإضاءة يعكس طابعًا خاصًا بالفيلم لدى المتلقي. وقد استخدمت مُلصقات الأفلام أنواعًا متنوعة من الإضاءة، كالإضاءة الأمامية في مُلصق فيلم "HAIR LOVE"، والإضاءة الجانبية في مُلصق فيلم "WALK RUN CHA-CHA"، والإضاءة الخلفية في مُلصق فيلم "1917" والإضاءة العلوية في مُلصق فيلم "AMERICAN FACTORY" وغيرها. وتأثير الإضاءة يرتبط بشكلٍ كبيرٍ في جاذبية المُلصق، وجذب المتلقي.
- **الصّور:** تعتبر الصّورة المستخدمة في المُلصقات المفتاح الرئيسيّ لاستقبال المُتلقى، وقوة الصّورة ووضوحها تؤثر بشكلٍ كبيرٍ في جاذبية المُلصق وفهمه، وقد ظهرت الصورة في كافة عينات البحث، والاختلاف بينها تمثل في الألوان، وزاوية النظر، والإضاءة، وعدد أيقونات الصورة، فملصق فيلم "Joker" احتوى على أيقونة الجوكر ومكان وجوده، أما ملصق فيلم "ONCE UPON A TIME...IN HOLLYWOOD" فقد احتوى على الكثير من الأيقونات والعديد من الأماكن التي تم دمجها جميعًا في صورةٍ واحدةٍ.

ثانيًا: ما هي العناصر السيمائية المميزة التي تستخدم في بناء المُلصقات السينمائية التفاعلية؟

تتمثل العناصر السيمائية المميزة التي تُستخدم في بناء المُلصقات السينمائية التفاعلية، في

الآتي:

1-العناصر البصريّة:

- **الأشكال:** تُشير إلى استخدام الخطوط، والأشكال الهندسية مثل: المربعات، والمستطيلات، وكان لديها دلالة ترابطية مع عناصر المُلصق والفيلم، مثل مُلصق

فيلم "MARRIAGE STORY" الذي يظهر فيه الخطوط الخارجية لشكل المرأة، وداخل هذه الخطوط تظهر صورة توضح منطقة المعيشة، وعملية وضع صورة المكان داخل إطار شكل المرأة أخرجت المُلصق عن الطابع التصميمي المألوف، ليصبح أكثر جاذبية.

- **الألوان:** تباينت بين ألوانٍ حارة مثل ألوان مُلصق فيلم "THE LION KING" وهي مأخوذة من البيئة التي تعيش فيها الشخصيات، التي تتمثل في المناطق الجبلية داخل الغابة، وألوانٍ باردة مثل ألوان مُلصق فيلم "THE IRISHMAN" وهي مأخوذة من بيئة الشخصيات أيضًا، والتي تتمثل في مدينة العصابات والجريمة، وتم تصنيفها استنادًا إلى محتوى الفيلم، وفنته.
- **الإضاءة:** اشتملت المُلصقات على أنواعٍ متنوعة من الإضاءة، وكل نوعٍ يعكس طابعًا خاصًا بالفيلم. وللإضاءة تأثير في تحديد جاذبية المُلصق، ووضوحه كان ملحوظًا، مثل الإضاءة الجانبية في مُلصق فيلم "LITTLE WOMEN" التي توجي إلى الدراما والرومانسية.
- **الصورة:** تمثلت في استخدام صورةٍ مأخوذةٍ مباشرةً من الفيلم، وهي تؤثر في قرار المشاهدين، والتفاعل بين الصورة واسم الفيلم كان له تأثير في تقبل المُلصق، مثل مُلصق فيلم "FORD V FERRARI" الذي يظهر فيه سيارة فورد، وسيارة فيراري، والمتسابقون والجمهور في وضعية السباق، ما يثير الترقب في ذات المتلقي لمشاهدة الفيلم.

2-العناصر النصية:

- اسم الفيلم، وأسماء الفريق الإنتاجي، مثل (المخرج، والكاتب، والممثلين): شكلت هذه العناصر الأساسية لتعريف المشاهدين بمحتوى الفيلم وفريق العمل، وقد ظهرت في غالبية عينة البحث، ومثال ذلك مُلصق فيلم "Joker" الذي يظهر فيه اسم الممثل "جواكين فينيكس"، ومخرج الفيلم "تود فيليبس"، وكتّاب الفيلم "تود فيليبس" و"سكوت سيلفر".

- **تاريخ عرض الفيلم ومكانه:** تعتبر عناصر تحفيزية لتشجع المُتلقي على انتظار الفيلم ومتابعته، وظهر ذلك في جزء من العينة مثل مُلصق فيلم "THE IRISHMAN" في "1 نوفمبر في المسارح" و"27 نوفمبر على نتفلكس". ومُلصق فيلم "AD ASTRA" في "دور السينما اعتبارًا من 19 سبتمبر". ومُلصق فيلم "MALEFICENT: MISTRESS OF EVIL" في "دور السينما 18 أكتوبر، باللغة الإنجليزية والهندية".
- **الشعار الدعائي:** يؤدي دورًا هامًا في تحفيز المشاهدين، ورفع نسبة الإقبال على مشاهدة الفيلم. كما هي الحال في شعارات مُلصق فيلم "ST. LOUIS SUPERMAN" والتي تتمثل في: "ابحث عن قوتك الخارقة"، "تتحرك بعمق".

ثالثًا: كيف يمكن قراءة البنية السيميائية للمُلصقات لفهم محتواها والتأثير المرجو منها؟

عملية قراءة بنية المُلصقات السيميائية لفهم محتواها والتأثير المرجو منها، تتضمن الخطوات الآتية:

1- تحليل العناصر البصرية:

- تقسيم العناصر البصرية إلى فئات هي: الصورة، وزاوية النظر فيها، وإضاءتها، والأيقونات، الأشكال والخطوط، والألوان.
- تحليل كل فئة بشكلٍ فردي لتحديد دلالاتها، فمثلاً: تفسير دلالات الألوان، والأشكال والخطوط، وزاوية النظر، وتحليل الإضاءة المستخدمة، وكيف يؤثر ذلك في جوانب معينة من المُلصق. كذلك تحليل الصور والأيقونات، وكيفية تفاعل الصور مع باقي العناصر لتكوين رسالة متكاملة.

2- تحليل العناصر النصية:

قراءة النصوص المكتوبة داخل المُلصق وتحليلها، مثل: اسم الفيلم، وأسماء الممثلين، والمخرجين، والشعار الدعائي، وتاريخ العرض ومكانه وغير ذلك. لفهم الرسالة المدرجة، وكيف تؤدي دورًا في توجيه الاهتمام، ورفع الفضول لدى المشاهدين.

3- إعادة النظر والتّحقيق:

مراجعة جميع التّحليلات، والتأكد من توافق العناصر وتكاملها في تشكيل رسالة واضحة. والتحقق من أنّ البنية السّيميائية للملصق تسهم في نقل المعنى المراد، وتحقيق التأثير المرجو.

رابعًا: كيف يمكن استخدام البنى السّيميائية بشكلٍ فعالٍ لتحقيق الاستمتاع لدى المتلقي؟

1- اختيار الصورة ذات المحتوى الأيقوني البارز، واللقطة التشويقية المؤثّرة، والإضاءة الواضحة، وزاوية النظر الملائمة، لأنها المفتاح الأول الذي يلفت نظر المتلقي، مثل الصورة في ملصق فيلم "MALEFICENT: MISTRESS OF EVIL".

2- اختيار الألوان المناسبة والمتناسقة للنصوص والأشكال، التي تظهر بشكل بارز ومتناسب مع صورة الملصق، لتسهل على المتلقي ملاحظتها وقراءتها، مثل ألوان النصوص في ملصق فيلم "KNIVES OUT".

3- تجنب كتابة النصوص المكتظة، لأنها ستصعب عملية تلقيها وقراءتها من قبل المتلقي، مثل كتابة أسماء جميع الممثلين، كما هي الحال في ملصق فيلم "ONCE UPON A TIME...IN HOLLYWOOD"، أو كتابة النصوص بحجم صغير يصعب قراءته كما هي الحال في ملصق فيلم "THE LIGHTHOUSE".

4- الاكتفاء بكتابة اسم الفيلم، وأسماء الشخصيات الرئيسية فيه، واسم المخرج، والشعار الدعائي، ووقت عرض الفيلم ومكانه، إذ أن هذه المعلومات هي التي تهتم المتلقي بالدرجة الأولى. ومثال ذلك ملصق فيلم "Joker"، "THE IRISHMAN".

5- الابتعاد عن الدمج بين الكثير من الصور في الملصق لأنها سوف تسبب تشتتاً للمتلقي، كما هي الحال في ملصق فيلم "ONCE UPON A TIME...IN HOLLYWOOD".

خامسًا: ما هو أثر استخدام الرموز والعلامات السيميائية في الملصقات السينمائية؟

تخلق الرموز والعلامات السيميائية تفاعلًا في ذات المُتلقي، وتشجعه على قراءة الملصق، لمعرفة رسالته، وليكون الملصق بذلك ناجحًا، ومقبولًا، كما أنها تعمل على بناء ملصق سينمائي ذي بنية قوية، متماسكة، ومتراصة، تضمن قوته الإعلانية، وتعزز الاستمتاع لدى المتلقي، إضافة إلى أنها تسهم في بناء ملصق يحمل طابعًا ثقافيًا محددًا، عن طريق اختيار تلك الرموز بأسلوبٍ مدروس، مرتبط في ثقافة المُتلقي. كذلك إمكانية الجمع بين أكثر من ثقافة في الملصق الواحد، تبعًا الجمهور المستهدف.

ثانياً: الاستنتاجات

انطلاقاً من هذا البحث تمّ التّوصّل إلى الاستنتاجات الآتية:

- 1- المُلصقات ذات البنية التّفاعليّة، والعناصر الواضحة، تسهم في الكشف عن رسالة المُلصق، وترفع من سهولة استقباله لدى قبل المتلقي، مما يعزّز التّفاعل والمشاركة.
- 2- استخدام العناصر السّيميائيّة في المُلصق السينمائي، يسهم في الكشف عن سياق المُلصق التّقافويّ والفنّي، وتعزز تفاعل المُتلقي معه، وفهم المتلقي لهذه العناصر يعتمد على منوّجه التّقافويّ والفنّي.
- 3- قوة الصّورة، وانتقاء الألوان المناسبة، تعزّز تأثير المُلصق، وتلفت انتباه المشاهدين أكثر، فهي تعطي انطباعاً أولياً عن الفيلم، وتؤثّر سيكولوجياً على المتلقي.

ثالثاً: التوصيات

انطلاقاً من هذا البحث تمّ التّوصل إلى التّوصيات الآتية:

1- تشجيع طلبة الدراسات العليا على التعمق في دراسة مُلصقات الأفلام السينمائية سيميائياً، مثل: تحليل أفضل المُلصقات السينمائية عالمياً، أو تحليل مُلصقات الأفلام التي تتحدث عن الإسلام فورياً، أو تحليل مُلصقات الأفلام المحلية.

2- تشجيع الجهات المعنية على دعم الأبحاث المتخصصة في مجال التّحليل السّيميائيّ للمُلصقات السّينمائيّة باللغة العربية. وتعزيز الفهم العلمي لتأثير الرّموز والعناصر الفنيّة على تصميم المُلصقات السينمائية، كذلك تعزيز دراسة الصورة والإبداع البصري في المنطقة العربية.

المراجع

المراجع العربية

(الكتب)

- ابن المنظور، محمد.(1119). *لسان العرب*. الطبعة 1. دار المعارف. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- أنيس، ابراهيم. منتصر، عبد الحليم. الصوالحي، عطية. والأحمد، محمد.(2004). *المعجم الوسيط*. الطبعة 2. مكتبة الشروق الدولية. جمهورية مصر العربية.
- الأحمر، فيصل.(2010). *معجم السيميائيات*. الطبعة 1. الدار العربية للعلوم ناشرون. بيروت، لبنان.
- البعلبكي، روجي.(2004). *موارد قاموس عربي انجليزي*. دار العلم للملايين. بيروت، لبنان.
- الزعبي، لؤي.(2020). *الوسائط المتعددة*. الجامعة الافتراضية السورية. الجمهورية العربية السورية.
- السرغيني، محمد.(1987). *محاضرات في السيميولوجيا*. الطبعة 1. دار الثقافة للنشر والتوزيع. الدار البيضاء، المغرب.
- الصيرفي، محمد.(2012). *الإعلان أنواعه ومبادئه وطرق إعداده: مفهوم الإعلان وخصائصه وأنواعه*. الطبعة 1. دار المناهج للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
- العربي، رمزي.(2008). *التصميم الجرافيكي*. الطبعة 2. دار اليوسف للطباعة والنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
- العمري، صلاح الدين.(2015). *التفكير الإبداعي*. الطبعة 1. مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
- الغالبي، طاهر. والعسكري، أحمد.(2006). *الإعلان: نشأة وتطور الإعلان*. الطبعة 2. دار وائل للطباعة والنشر. عمان، الأردن.

- بارت، رولان.(1987). *مبادئ في علم الدلالة*. ترجمة: البكري، محمد. الطبعة 2. دار الحوار للنشر والتوزيع. اللاذقية، سوريا.
- بن مالك، رشيد.(2000). *قاموس مصطلحات التحليل السيميائي للنصوص - عربي إنجليزي فرنسي*. دار الحكمة. الجزائر.
- توسان، برنار.(2000). *ما هي السيميولوجيا*. ترجمة: نظيف، محمد. الطبعة 2. إفريقيا الشرق. الدار البيضاء، المغرب.
- حمداوي، جميل.(2011). *السيميولوجيا بين النظرية والتطبيق*. الطبعة 1. الوراق للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
- حمدي، عبير.(2015). *الاقناع والتأثير الأسرار والفنون والتقنيات الحديثة*. الطبعة 1. سما للنشر والتوزيع. القاهرة، مصر.
- رياض، عبد الفتاح.(2000). *التكوين في الفنون التشكيلية*. الطبعة 3. دار النهضة العربية للنشر والتوزيع. القاهرة، مصر.
- عبد السلام، محمد.(2020). *التفكير الإبداعي بين النظرية والتطبيق*. مكتبة نور.
- عبد الهادي، عدلي. والدراسة، محمد.(2011). *نظرية اللون*. مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع. عمان، الأردن.
- عمر، أحمد.(2008). *معجم اللغة العربية المعاصرة*. عالم الكتب. جمهورية مصر العربية.
- عيد، أحمد.(2014). *أسس التصميم الجرافيكي*. دار الكتب والوثائق القومية. القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- غزوان، معتز.(2007). *زمانية التصميم المعاصر: الملصق العالمي نشأته وتطوره*. دار دجلة. عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.
- قاسم، سيزا. وأبو زيد، نصر.(1986). *مدخل إلى السيميوطيقا*. دار إلياس العصرية. القاهرة، جمهورية مصر العربية.

(الدراسات)

- أبو الغيط، هايدي. (2021). آليات دمج التقنيات التفاعلية في تطبيقات الإعلان المطبوع وإمكانية تطبيقها في مصر. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. المجلد 6. تم الاسترجاع (6/3/2023).
https://mjaf.journals.ekb.eg/article_136920_0856c33d7d4728a586ce3854fd6099e5.pdf
- أحمد، أحمد. وفرج، محمود. (2019). المزوجة بين التصميم ثنائي الأبعاد وجماليات النحت البارز في إثراء الملصق الإعلاني لدى طلاب كلية التربية الفنية. مجلة الفنون التشكيلية والتربية الفنية. المجلد 3. العدد 1. تم الاسترجاع (8/3/2023).
https://jfea.journals.ekb.eg/article_113954_59d44a16e08ea48227af765f5e790f8a.pdf
- البشري، نورة. (2022). سيميولوجيا الرسالة الإشهارية ملصق التوعية الإلكتروني مستشفى الملك عبد الله بن عبد العزيز الجامعي أنموذجاً. مجلة كلية دار العلوم. العدد 142. تم الاسترجاع (5/3/2023).
https://mkda.journals.ekb.eg/article_283278_d971cd4980a226c08fcc4c95e1affe75.pdf
- الطائي، سلوى. (2018). الأسس الجمالية لتصميم شكل حمامة السلام في الملصق العالمي المعاصر. المجلة الأردنية للفنون. المجلد 11. العدد 2. تم الاسترجاع (9/3/2023).
<https://journals.yu.edu.jo/jja/JJAIssues/Vol11Nom22018/Nom3.pdf>
- بغزو، جلال. وبوعامر، أصالة. (2022). دور الإشهار السينمائي في التعريف بالمووروث الثقافي الجزائري اللامادي- الملصق الإشهاري السينمائي لفيلم البرغي أنموذجاً. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية. المجلد 10. تم الاسترجاع (5/3/2023).
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/190269>
- بودربالة، عبد القادر. وتومي، فضيلة. (2021). الدلالات السيميولوجية للخطاب الإرشادي الإلكتروني أثناء جائحة كورونا. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية. المجلد 5. العدد 3. تم الاسترجاع (4/3/2023).
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/167566>

- بوعزة، مختار. وكريمة، منصور. (2019). ملصقات الأفلام: عندما تمتزج السينما بفن الإشهار. مجلة آفاق سينمائية. المجلد 6. العدد 1. تم الاسترجاع (8/3/2023).
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/92472>
- توفيق، نسرین. (2021). الأساليب الفنية المعاصرة وأثرها على الملصق السينمائي. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية. المجلد 8. تم الاسترجاع (6/3/2023).
https://maj.s.journals.ekb.eg/article_210533_96ff719e631bb72e026629da028cd575.pdf
- جفال، سامية. حداد، ناريمان. ومسامح، وهيبة. (2019). التفاعلية في المواقع التعليمية الإلكترونية- دراسة تحليلية لموقع إدراك. المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل. العدد 6. تم الاسترجاع (8/3/2023).
http://search.shamaa.org/PDF/Articles/EGAjcic/AjcicNo6Y2019/ajcic_2019-n6_129-148.pdf
- حافظ، أحمد. (2021). أثر تقنية الحاسب الآلي وتوظيفها في تصميم الملصق المعاصر. مجلة الفنون والعلوم الإنسانية. العدد 7. تم الاسترجاع (6/3/2023).
https://maj.s.journals.ekb.eg/article_177024_899310036701ed4be1e73847ec52f6a0.pdf
- حجاج، محمد. (2020). الصورة الفوتوغرافية بين تصميم الملصق والتوعية لفيروس كورونا. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية. تم الاسترجاع (7/3/2023).
https://journals.ekb.eg/article_117415_c01506197249925f0a2dd1487fedbf68.pdf
- زياد، إسماعيل. وهابة، طارق. (2018). المقاربة السيميولوجية لرولان بارث في تحليل الصورة الإشهارية الإلكترونية. مجلة الإعلام والمجتمع. المجلد 2. تم الاسترجاع (9/3/2023).
<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/93145>
- سليمان، إبراهيم. (2014). مدخل إلى مفهوم سيميائية الصورة. المجلة الجامعية. المجلد 2. العدد 16. تم الاسترجاع (13/3/2023).
<https://www.academia.edu>
- عبد المولي، سارة. عبد العاطي، علاء. والدقناوي، شادية. (2022). تأثير الخدع البصرية في الأفلام السينمائية المصرية والأجنبية على المراهقين. المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات. المجلد 2. العدد 6. تم الاسترجاع (5/3/2023).
https://ijmcr.journals.ekb.eg/article_278573_42e39096d14a226b6d700c918d4d45c2.pdf

- عيد، عريب.(2021). سيمياء الصورة وتمثلاتها في الخطاب المرئي. مجلة جامعة النجاح للأبحاث. المجلد 35. تم الاسترجاع(6/3/2023).
https://journals.najah.edu/media/journals/full_texts/3_DCxYuMI.pdf
- عيسى، محمد.(2018). سيمائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي. مجلة العمارة والفنون. العدد 10. تم الاسترجاع(9/3/2023).
https://mjaf.journals.ekb.eg/article_20950_a1b3e475fec94fea4f99f489be8f152c.pdf
- محمد، غادة. وعون، ماجد.(2020). التصميم الفني للملصق السينمائي وعلاقته الجدلية بماهية الخطاب السينمائي. مجلة الجامعة العراقية. العدد 46. تم الاسترجاع(7/3/2023).
<https://www.iasj.net/iasj/download/f88fe9c879ca181d>
- مصيلحي، ابتسام. الجابري، عطيات. والسيد، رشا.(2019). الوظائف السيكلوجية للاتصال الإعلاني ومدى ارتباطها بالعقل الباطن في التأثير على الاستجابة الشرائية. جامعة حلوان. المجلد 9. تم الاسترجاع(15/12/2023).
https://idj.journals.ekb.eg/article_107596_05626024de10a23a383fa408602df302.pdf
- ندا، مي.(2016). الترميز في الزخارف الهندسية الإسلامية وأثره على تصميم الملصق الإعلاني المعاصر. مجلة العمارة والفنون. العدد 4. تم الاسترجاع(11/3/2023).
https://mjaf.journals.ekb.eg/article_20541_c09ef933c5674a8f35179637faf77c09.pdf

(الأطروحات)

- الوافي، أسماء. (2016). سيميائية الشخصية في رواية "سأهبك غزالة" ل: مالك حداد. رسالة ماجستير. جامعة محمد خيضر بسكرة. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية. تم الاسترجاع (11/3/2023).
<http://archives.univ-biskra.dz/bitstream/123456789/8333/1/h110.pdf>
- بعزيز، سهيلة. وفراق، مريم. (2018). سيميائية الأهواء في رواية "شوق الدرويش" لحمور زيادة. رسالة ماجستير. جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية. تم الاسترجاع (9/3/2023).
<https://theses-algerie.com/2380249906427587/memoire-de-master/universite-larbi-ben-m-hidi---om-el-bouaghi/%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D9%88%D8%A7%D8%A1>
- بوزراع، مسعودة. (2016). أثر الدعاية والإعلان على ولاء زبائن رياض الأطفال. رسالة ماجستير. جامعة قاصدي مرباح ورقلة. الجزائر. تم الاسترجاع (11/3/2023).
<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/11319/1/Boudraa-messaouda.pdf>
- دريدى، شهرزاد. ودرهم، كريمة. (2020). سيمياء العنوان في المجموعة القصصية "المشي خلف حارس المعبد" ل: محمد الكامل بن زيد. رسالة ماجستير. جامعة محمد خيضر بسكرة. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية. تم الاسترجاع (7/3/2023).
<http://archives.univ-biskra.dz/handle/123456789/16385>
- شقير، نادية. (2015). سيميوطيقا الصورة البصرية الثابتة دراسة في الاعلان السياحي. رسالة ماجستير. جامعة محمد خيضر بسكرة. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية. تم الاسترجاع (12/3/2023).
<http://archives.univ-biskra.dz/handle/123456789/6224>

- عباش، لعياشي. وعجيل، بدر الدين.(2022). سيميائية الصورة الإشهارية لدى الشركات العالمية لإنتاج السيارات. رسالة ماجستير. جامعة محمد بوضياف - المسيلة. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية. تم الاسترجاع(5/3/2023).

<http://dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/30600/%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%91%D9%88%D8%B1%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B4%D9%87%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9%20%D9%84%D8%AF%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A9%20%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%A7%D8%AC%20%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D8%AA.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

- عناب، أسماء. والوافي، فيروز.(2016). الأساليب الإقناعية في الملصقات الإعلانية. رسالة ماجستير. جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. تم الاسترجاع(11/3/2023).

<https://theses-algerie.com/4848194624603869/memoire-de-master/universite-larbi-ben-m-hidi---om-el-bouaghi/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B3%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%84%D8%B5%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%86%D9%8A%D8%A9>

- قدوشي، روفيدة. وعميش، نهاد.(2019). سيميائية الصورة الإشهارية في اللوحات التجارية. رسالة ماجستير. جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية. تم الاسترجاع(15/3/2023).

<https://theses-algerie.com/2950415339014074/memoire-de-master/universite-larbi-ben-m-hidi---om-el-bouaghi/%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B4%D9%87%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%84%D9%88%D8%AD%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%A9>

(BOOK)

- Kirk, J. & Miller, M. L.(1986). *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Sage Publications. London.

(STUDIES)

- Darliati. & Masrizal, M.(2020). An Analysis of Semiotic Signs in Romance Movie Posters. *Research in English and Education (READ)*, No: 5. <https://jim.usk.ac.id/READ/article/viewFile/16431/7567>

- Hue, F. & Xiang, L.(2021). Application and Interpretation of Semiotics in Movie Poster- The Poster of Macbeth in 2015 as an Example. *Art and Performance Letters*, No: 2.

https://www.clausiuspress.com/assets/default/article/2021/12/03/article_1638587785.pdf

- Isik, M. & Bilici, E.(2020). Semiotic Analysis of Anna Karenina Movie Posters. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, No: 20.

<https://dergipark.org.tr/en/pub/ausbd/issue/55241/758080>

- Guzel, S.(2023). Semiotic analysis of Fresh movie poster. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Arastirmalari Dergisi*, NO: 32.

<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2959765>

- Kilic, V. & Sarikartal, Z.(2016).What Do Images Mean in Visual Semiotics. *Journal of Fine Faculty*, No: 3.

<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/357993>

- Nuryani, S.(2019). Semiotic Study on Poster Film The Pursuit of Happiness. *Journal of Literature, Languages and Linguistics*, No: 54.

<https://core.ac.uk/download/pdf/234693687.pdf>

- Persada, S.(2020). Semiotic Analysis of Gundala Movie Poster. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, No: 391. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icobest-hss-19/125931939>

- Rivadulla, E.(2000).The Film Poster in Cuba (1940–1959).*Design Issues, 16(2), pp.36-44.*

<https://ftp.isdi.co.cu/Biblioteca/BIBLIOTECA%20UNIVERSITARIA%20DEL%20ISDI/COLECCION%20DIGITAL%20DE%20REVISTAS/01%20-%20Revistas%20suscritas%20por%20la%20Biblioteca/DesignIssues/2000/V16N02/P36-44.pdf>

- Yakin, H. & Totu, A. (2014). The Semiotic Perspectives of Peirce and Saussure: A Brief. *Social and Behavioral Sciences, NO: 155.*

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814057139>

(Abstract)

Posters are considered one of the oldest means of visual communication, which seek to advertise ideas, products, and services in an expressive, aesthetic, and eye-catching manner. They vary in their forms, including cultural, tourism, commercial, service, and others, and each has its own specifications and characteristics. In the cultural context, for example, there are literary, artistic, musical, and cinematic posters.

The poster is based on the precise aesthetic construction of the message, using appropriate visual and linguistic symbols and vocabulary, which give it a distinctive presence that attracts attention and arouses curiosity, to be understood from an immediate glance, that sheds light on the main aspects of that message and encourages immediate action. With the advancement of technology, posters moved from traditional printing to digital and became part of social media and Internet advertisements, which affected the means of dissemination of the poster, which was printed and pasted on walls and in the streets, to reach a larger number of viewers.

The study relies on the qualitative method of analyzing movie posters, which is considered a special tradition in the social sciences, relying on observing people in their environment and interacting with them in their language, according to their conditions. The study adopts the semiotic approach that focuses on the sign system and how meaning is constructed through the poster. The study uses posters for films submitted for the Academy Award as main data, focusing on reading and analyzing the elements systematically, taking into account the subject, goal, and means used in the implementation and identifying the interactive and semantic symbols used in movie posters, to understand their impact on the message reception processes.

The research focuses on the importance of building an interactive poster that creates a dialogue with the recipient and achieves a kind of aesthetic satisfaction, enjoyment, and memorability. The precise aesthetic construction, clear linguistic content, and appropriate visual elements give the poster presence, identity, and interaction, which is reflected at the level of interaction, reception, and marketing. The elements used in the poster have the ability to reveal the subject and genre of the film. How these elements are used and treated has a psychological impact on the recipient.

Keywords: Cinematic poster, Semiotic structures, Interactive symbols, Visual communication.