

Assistant Prof. Mahmoud Seif – DTAA21 ديسمبر ٢٠٢١

البعد المفاهيمي للعنصر التيبوجرافي في الملصق السينمائي
"تجاه إعلاء الثقافة البصرية للمتلقي"

THE CONCEPTUAL DIMENSION OF THE TYPOGRAPHIC ELEMENTS IN THE CINEMATIC POSTER TOWARDS RAISING "THE RECEIVER'S VISUAL CULTURE"

أ.م.د/ محمود حسنين كامل السيد سيف
قسم التصميمات المطبوعة – كلية الفنون الجميلة – جامعة الإسكندرية، مصر

Assistant Prof. \ Mahmoud Hassanein Kamel El-Sayed Seif
Graphic Department, Faculty of Fine Arts, Alexandria University, Egypt

mahmoud.hassaneen@alexu.edu.eg

الملخص

تعد السينما دلالة رمزية تابعة من الوعاء الثقافي المعرفي والفكري لأفراد مجتمعه، ولغة بصرية قوامها الطبيعة ووحدة بنائها نظام معقد للواقع في صورة لانهاية، والذي يماثل ذلك ذاكرة المتلقي بما تحمله من مخزون بصرى لتجارب سابقة ورؤى مستقبلية (الصور الذهنية)، ويعتبر الملصق السينمائي هو أحد أهم الأدوات في صياغة تلك اللغة وذلك الفكر الاتصالي، بما يحققه من علاقة تفاعلية بين الرسائل الموجهة والمتلقي. ومن هذا المنطلق جاء البحث في دراسة لكشف إمكانات النمط التيبوجرافي كعنصر من عناصر الملصق القادر على ترميز مضمون أعمال فنية تعرض داخل سيناريو كامل، من خلال إبداع المصمم في معالجة تلك الأنماط المختلفة، بصورة تساعد المتلقي في الإحتفاظ بالرسائل التي يمثلها المحتوى المعلوماتي داخل ذاكرته البصرية. ومن ثم جاء هدف البحث في دراسة لغياب أنظمة التصميم القادرة على المعالجات الجرافيكية للعنصر التيبوجرافي داخل الملصق السينمائي العربي، مقارنة بالملصق السينمائي في المجتمعات الأجنبية. وذلك من خلال منهج وصفي تحليلي لنماذج عربية وغربية خلال تاريخ السينما تعرض مدى التطور الفكري في ذلك الجانب الاتصالي في إحدى قنوات (مجال السيميولوجيا).

الكلمات المفتاحية

البنية التيبوجرافية؛ الأثر المعرفي؛ الذاكرة البصرية

ABSTRACT

Cinema is a symbolic sign stemming from the cognitive and intellectual cultural vessel of the members of its society, and a visual language based on nature and the unity of its construction, a complex system of reality in an infinite form, which is similar to the memory of the receiver with the visual store of previous experiences and future visions (mental images). The cinema poster is an important tool in the formulation of its language and its communication thought, with what it achieves in terms of the interactive relationship between the receiver and the messages addressed. From this standpoint, the research came in a study to explain the potential of the typographic pattern in the poster capable of achieving the encoding of the content of artistic works presented within a complete scenario, through the designer's creativity in treating these different patterns, which helps the receiver in preserving the messages represented by the informative content in the receiver's visual memory. Hence, the aim of the research came in a study of the absence of design systems capable of graphic treatments of the typographic element within the Arab film posters, compared to the film poster in foreign societies and that is through a descriptive, analytical approach of Arab and Western models during the history of cinema, showing the extent of intellectual development in that communication aspect in one of the channels (the field of semiology).

KEYWORDS

The Typographic Constructions; The Archaeological Cognitive; The Visual Memory.

١. مقدمة

منذ أن وطأ الإنسان الأرض وهو دائب البحث عن لغة للتواصل بينه وبين ما حوله، والتي جاء حينها بالخطاب على جدران الكهوف وكان مقبول للقراءة عند التعرف على رمزية عناصره من خلال الإرجاع التاريخي، ذلك من خلال المقارنة بين ما تحويه الذاكرة البصرية وما تراه الذاكرة الأينية، فيتم توليد المفهوم أثناء عمليات الاستدعاء للمعلومات. تلك الألية التي طورت من اللغة وجعلتها ممكنة من خلال التعرض للصور. وقد أكد ذلك التاريخ النظري لعلم اللغة من خلال أحد أهم أعلامه وهو عالم اللغة السويسري فرديناند دي سوسير (١٨٥٧-١٩٩٣)، ذلك ليست في علم اللغة وحسب وإنما أيضاً في حقل السيميولوجي الخاص بدراسة العلامات وكل ما يحتمل أن يكون مادة ناقلة للمعنى (عمار محمود، ٢٠١٨). استمر ذلك التنقيب عبر العصور والثقافات عن لغة التواصل تلك، مروراً بالحضارة المصرية القديمة وأيقوناتها التي كانت تمثل لغة ازدواجية لها مدلولات بنيانها الصور وقوامها الخطاب الرمزي، ثم عصر النهضة وظهر مراحل عدة للغة الإتصال منها المرسوم والمطبوع والمرئي، ووصولاً لميلاد السينما عام ١٨٩٥م ذلك العصر والكيان الذي دعا إلى ثورة جديدة بلغة خاصة لم تعد في التواصل فقط وإنما للتعبير، لغة رمزية نابغة من الوعاء الثقافي المعرفي والفكري لأفراد مجتمعه، ولغة بصرية قوامها الطبيعة ووحدة بنائها نظام معقد من العلاقات للمحيط الداخلي والخارجي للواقع في صورة لانهائية، والذي يماثل ذلك ذاكرة المتلقي بما تحمله من مخزون بصرى لتجارب سابقة وخيالات ورؤية مستقبلية (الصور الذهنية) (بشرى محسن، ٢٠١٨)، ويعتبر المصق السينمائي هو أحد أهم الأدوات في صياغة وتشكيل تلك اللغة وذلك الفكر الاتصالي، بما يحققه من علاقة تفاعلية بين الرسائل الموجهة - متمثلة في العنصر التيبوجرافي - والمتلقي.

٢. مشكلة البحث

جاء البحث في دراسة لغياب أنظمة التصميم القادرة على المعالجات الجرافيكية للعنصر التيبوجرافي داخل المصق السينمائي العربي، والتي تعمل على التأثير في سيكولوجية المتلقي وإدراكه تجاه التفاعل مع ثقافة مجتمعه، مقارنة بالمصق السينمائي في المجتمعات الأجنبية. بالرغم من أن الأساس في وضع جماليات ودلالات التعبير تكمن في لغتنا العربية وإنشائيات أبعدياتها.

٣. هدف البحث

جاء البحث في دراسة لإمكانات النمط التيبوجرافي كعنصر من عناصر التصميم في المصق السينمائي، ومادة قادرة على تحقيق معادلة التواصل، من خلال اختزال وترجمة رمزية لمضمون أعمال فنية تعرض داخل سيناريو كامل، ومن خلال إبداع المصمم في معالجة وتشكيل تلك الأنماط المختلفة على أسس واعتبارات ترتبط بفكر واستراتيجيات يضعها، وبصورة تعمل على تحفيز قوى عقل المتلقي، كذلك الاحتفاظ بالرسائل التي يمثلها المحتوى المعلوماتي داخل ذاكرته البصرية، وذلك من خلال ثلاث محاور ..
١,٣ عملية الربط بين الواقع والمتخيل للمتلقي تجاه الجوانب الفكرية في بناء النص البصري .
٢,٣ قدرة المصمم الابتكارية في صياغة الأنماط الطباعية ضمن التصنيفات المتعددة للمادة السينمائية، وبما يتناسب مع الدلالات والتأويلات المرتبطة بالجوانب الشعورية .
٣,٣ دراسة الأشكال التعبيرية الأيقونية، القادرة على تكثيف الجانب المعلوماتي داخل ذاكرة المتلقي .

٤. حدود البحث

- 1.4 الحد المكاني: مصر وأمريكا
- 2.4 الحد الزماني: تاريخ السينما ١٩٣٠-٢٠٢١
- 3.4 الحد الموضوعي/ المفاهيمي: يتمثل في دراسة العلاقات والارتباطات النسيجية البنيوية بين فلسفة التصميم للعنصر التيبوجرافي بالمصق السينمائي والبعد المفاهيمي تجاه إعلاء الثقافة البصرية للمتلقي.

٥. منهج البحث

منهج وصفي تحليلي مقارنة لنماذج عربية وغربية خلال تاريخ السينما، يعرض مدى التطور الفكري في ذلك الجانب الاتصالي في إحدى قنواته (مجال السيميولوجيا) .

٦. مصطلحات البحث

1.6 التيبوجرافيا TYPOGRAPHY

علم يختص بهيئة الحروف وأنماط الكتابة داخل التصميم الاتصالي باعتباره أحد عناصره الأساسية، وفق عمليات التنظيم والتنسيق لمحتوياته، سواء كانت تلك الهيئة مكتوبة، مرسومة باليد أو معاد إنشائها رقمياً - ضمن أساليب ومعالجات خاصة - تبعاً لمتطلبات التصميم وسياقاته، وبما يضمن الحفاظ على معايير المقرئية Readability والوضوح Legibility تجاه إرساء الرسالة البصرية .

2.6 سيميولوجيا السينما CINEMA SEMIOLOGY

مجال دراسة السينما كنظام من العلامات، هدفه جعل الفيلم لغة اتصالية يستطيع المجتمع قرائتها ومعرفته معانيها وفك شفرتها، فضلاً عن إزالة الغموض والضبابية الناتجة عن غياب ثقافة التعامل أثناء تلقي الرسائل البصرية بأنواعها المتعددة .

3.6 لغة السينما CINEMA LANGUAGE

خطاب معرفي مستقل يتضمن ثلاث صيغ : دلالي (العلامة فيه رباط وجودي بين الدال والمدلول)، رمزي (العلامة فيه اعتبارية مشفرة)، أيقوني (العلامة فيه تمثل مادتها بواسطة الشبه المادي الفيزيائي) .

4.6 الذاكرة البصرية VISUAL MEMORY

نوع من أنواع الذاكرة التي تصف العلاقة بين الإدراك البصري، والمخزون العقلي لمعلومات وأحداث يمر بها الفرد على المدى البعيد، والتي تؤدي إلى تكوين صورة ذهنية في العقل، يمكن استردادها ورؤيتها مجدداً ضمن نظم معرفية ترتبط بذاكرة الفرد، وتعتمد المدة الزمنية للحفاظ على مدى أهمية المعلومة والحاجة لتذكرها لاستخدامها في وقت لاحق .

5.6 الصورة الذهنية MENTAL IMAGE

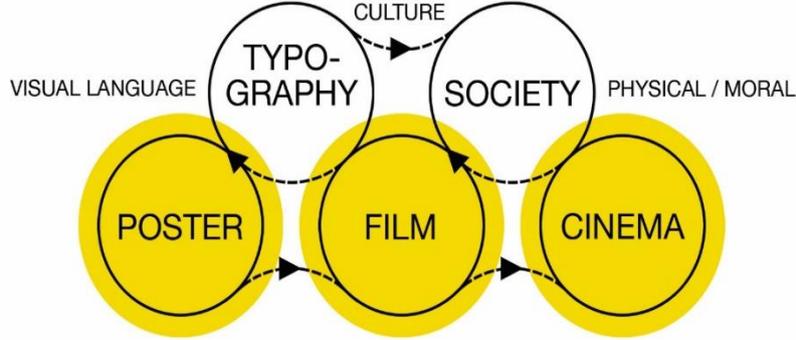
تجارب حسية مترسبة في وجدان الفرد تجاه أي كيان بواقعه منذ فترات طويلة من الزمن سواء كان سلبياً أم إيجابياً، تظهر كلما استدعاها مثير ما يرتبط بهذه التجارب، تلك الصورة قد تكون ذاتية أو مرغوبة أو مدركة .

6.6 الأثر المعرفي COGNITIVE IMPACT

فاعلية العمليات العقلية التي يقوم بها الفرد للوصول للفهم من إدراك وتعلم وتفكير، من خلال التفاعل المباشر داخل البيئة المحيطة به والخضوع للمعالجة والإثبات والتعميم لمواقفه . والمعرفة قد تكون صريحة أو ضمنية أو مجردة .

تعد السينما إعادة تعريف للعالم عبر لغة بصرية ودلالات معرفية وعلاقات أيديولوجية ترتبط بالواقع، ويعد الملصق السينمائي أحد أدواتها التي يتعامل معها المصمم وفق معايير ونظم فلسفية يستطيع من خلالها تقديم رسائل اتصالية للمتلقى ترتبط وترجم هوية مجتمعه في صورة رمزية قادرة على إعمال عقله وإعلاء تفكيره وتحفيز تخيله وترسيخ جانب الاحتفاظ بمخزون ثقافي داخل ذاكرته البصرية نحو هوية مجتمعه (Shehab and Nawar, 2020) .

وفي خضم اتساع نسق الاتصال البصري داخل المجتمعات وتعقيد معطياته البنوية التي تنتسم بالتداخل والتشابك المعرفي والفكري، جاءت الدراسة في إحدى أهم قنوات الاتصال الجرافيكوي وهو فلسفة تصميم الملصق السينمائي - ضمن العنصر التيبوجرافي - من خلال العلاقة والترابط النسيجي بين ماهيته ومضمون الخطاب المفاهيمي له، تجاه تعزيز فلسفة التأثير والتأثر بين المتلقي وواقعه والمجتمع وقضاياها (شكل ١) (غادة حسين، ماجد عون، ٢٠٢٠) وذلك من خلال ثلاثة محاور تعد بمثابة قوام لبناء ذلك الهدف، تلك المحاور خاضعة للصياغة والتوظيف بما يتناسب ورؤية المصمم في معالجة تجاربه المتنوعة والمختلفة التي بصدد توجيهها للمجتمع، حيث سيتم عرضها ضمن منهج مقارنة لثقافتين ومجتمعين - مصر وأمريكا - من خلال نماذج تظهر مدى فاعلية تلك المعايير في نجاح أو فشل الجانبين في عملية التأثير في المتلقي ..

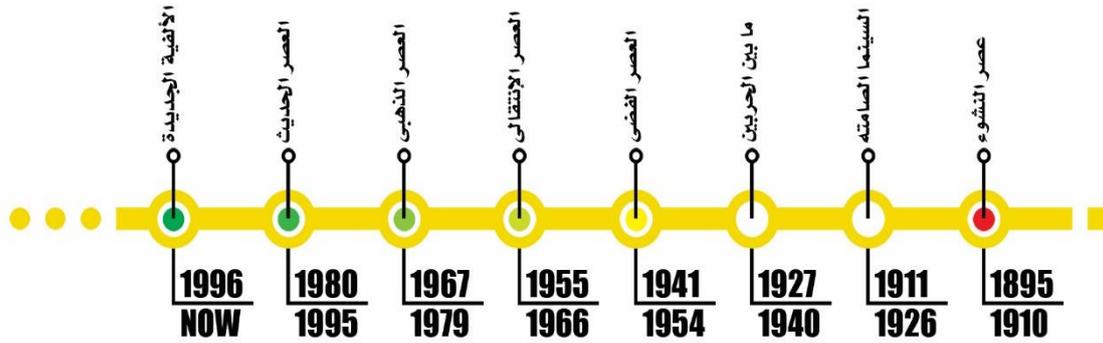


شكل ١، مسارية التفاعل لقناة الاتصال السينمائي داخل المجتمع ٢٠٢١

٧. المحور الأول : رمزية الخطاب البصري السينمائي

1.7 اللغة البصرية

مر تاريخ السينما منذ نشأته بالعديد من التحولات الجزرية والخاضعة لتوجهات فكرية مختلفة (تسجيلية – وثائقية – روائية) (شكل ٢) (Yu, 2008)، كل ذلك وفق مجال دراسة يخضع لنظم علامات خاص يسمى (سيمولوجيا)، هدفه إيجاد لغة يستطيع المتلقي من خلاله استيعاب وقراءة ما يقدم له من جانب معلوماتي أي كان دلالاته أو طريقة التعبير المطروحة به، تلك اللغة يمكن تسميتها (الشفرة) أو الرمزية، مبدأها ليس له علاقة طبيعية (عدم تطابق) بين الدال والمدلول، وإنما كل وسيلة تعبير مستخدمة في المجتمع هي مبنية على ثقافته أو سلوكه الاجتماعي أو عاداته المتبعة ومن ثم قوانينه الموضوعية من قبله (بيتر والين – السيمولوجيا والسينما في لغة الفيلم – ٢٠١٦)، حيث يتم اللجوء إلى سلسلة من المعاني: المتشابه، المتواصل، المحفز، السياق ... لوصف مثل هذه العلامات. ذلك الرمز لا يكون أبداً اعتباطياً على نحو كلي (ليس خاوياً)، وإنما رمز للعدالة وكفتى الميزان التي لا يمكن استبداله بأي رمز آخر .

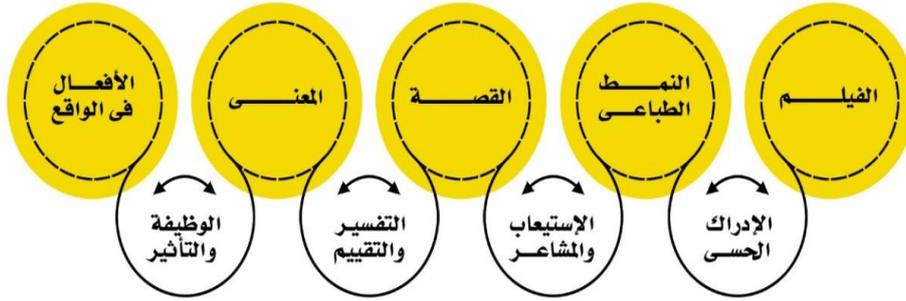


شكل ٢، خريطة زمنية توضح المراحل الانتقالية لتاريخ السينما ٢٠١٧

2.7 الخطاب الاتصالي

وسيط ورسالة ينظر إليه بوصفه وحدة دلالية ذات بعد أعلى وأعمق من الكلمات والجمل، ودال ينطوي على فضاء رحب ومعقد، إنتاجه في أي حقل اتصالي معرفي تحكمه منظومة من القواعد تتجاوز طبيعته الواقعية المباشرة، تتداخل فيها شبكة من العلاقات الاجتماعية والسياسية والثقافية محكومة في كل حقل من حقوله بما يكفل لمتلقيه السيطرة عليه ضمناً (شكل ٣). ومن ثم يعد منظومة متكاملة من صيغ التواصل الإعلامية الشكلية التي تحمل كماً كبيراً من الرؤى والدلالات المعبر عنها بواسطة أساليب التصميم المختلفة، حيث يعد الملصق السينمائي وسيلته الأساسية في عرض المحتوى الفيلمي تبعاً لفكر ذو مرجعية معلومة (نصيف جاسم، ٢٠٠٧).

Assistant Prof. Mahmoud Seif – DTAA21 ديسمبر ٢٠٢١



شكل ٣، النشاط الرمزي المرتبط ببيئة الاتصال الفعال بين المتلقي والسينما ٢٠١٥

3.7 الواقع والتمثيل

الواقع هو تمثيل لأحداث وعناصر شكلية صورية منقولة ومستمدة بشكل مباشر من المحيط العياني، من منظور عقلي يشير إلى مفهوم الوجود، والوجود هنا هو الثابت غير القابل للنفي في تقابل مع ما يظهر، وحقيقة الواقع في توظيفاته للتصميم لا تتجلى إلا من خلال المصمم ووعيه الذي يضيف المعاني والدلالات على الحياه بصورة قائمة على التمثيل والتشكيل الوجودي للصور، ومن ثم إسقاطها في بنية النص التصميمي في هيئة على نحو قد يشبه ذلك الواقع أو يخالفه (شكل ٤). والتمثيل هو إجراء عقلي يقوم على استحضار الخبرات والمواقف المكتسبة والصور الذهنية وإعادة صياغتها ومعالجتها بأنماط جديدة، يعمل المصمم فيه على تحويل محتوى الذاكرة الصوري إلى نظام بصري قائم على التحليل والتركيب المتفاعل بين المترامك القديم والمستدعى الجديد في وحدات بصرية تمثيلية (شكل ٥).

من خلال ذلك يقوم المصمم تجاه النص البصري للملصق السينمائي بتوظيف رؤيته الإبداعية في صياغة تلك المحورين بصورة تسعى لإيجاد عوالم من صنع مخيلته لكنها لا تتفصل عن الواقع (بشرى محسن، ٢٠١٨).



شكل ٤، ملصقات سينمائية تعرض معالجة بصورة قائمة على الواقع ٢٠١٢-٢٠٢٠



شكل ٥، ملصقات سينمائية تعرض معالجة بصورة قائمة على التخيل ٢٠١٢-٢٠١٥

٨. المحور الثاني : معايير البنية التيبوجرافية

1.8 الوحدة التأليفية

يتشكل أساس أية أبجدية عربية أو أجنبية من وحدة بنائية قوامها أبعاد (طول، عرض، سمك، فراغ داخلي، هيئة نوعية) تساعد في إيجاد هوية تميز تلك الأنماط، ورمزية شكلية تتبع حالات شعورية وتعبير بصرى (هندسي، حر، زخرفي)، يؤدي كلاهما دوره المحدد تبعاً للوظائف التطبيقية المتعددة داخل الوسيط الاتصالي، في نسق ذو طبيعة انسيابية مرسلة تتصل بعضها ببعض لتشكل معنى فلسفي للكلمة. ذلك الأمر ما يمثل دور المصمم تجاه العنصر التيبوجرافي داخل الملصق السينمائي في خلق أنماط إبداعية متفردة يتم إنشائها بصفة خاصة لتتناسب ودلالات الموضوعات المختلفة (شكل ٦)، ليتعدى نطاق الدور المعرفي في نقل المعلومات إلى الدور التعبيري والارتباطي، متجاوزاً بذلك قدرة المتلقي للوظيفة اللغوية والتركيز على الشكل الرمزي كعنصر بصرى تمثيلي يتم الاحتفاظ داخل ذاكرته البصرية بعيدة المدى، مثلما يتم الاحتفاظ بالأفلام داخل ذاكرة التاريخ الوثائقية (نسرين عزت، ٢٠٢٠).



شكل ٦، ملصقات سينمائية تعرض وحدات تأليفية تختلف تبعاً للجوانب الوظيفية ٢٠١٢ - ٢٠٢٠

2.8 البعد الفكري

ليس الإبداع في كيان العنصر التيبوجرافي داخل الملصق السينمائي وحدة هدف للرفع من قدرات الوسيط من الجانب الإصالي تجاه المتلقي، وإنما علاقة ذلك العنصر بباقي عناصر التصميم داخل حدود الملصق هو ما يمكن السعي له لتحقيق أعلى درجات الجذب والتواصل، وذلك تبعاً لوعي المصمم للبعد الفلسفي والجانب الفكري المرتبط بالموضوع الذي يضعه ضمن منهج واستراتيجيات تترجم تلك الأهداف (شكل ٧)، حيث يتم تحقيق ذلك من خلال خلق بنية ووحدة بصرية مترابطة تعمل على حث المتلقي على الاكتشاف والاستنتاج (طول فترة التعريض) لعناصر العمل التي تمثل أركان الرسالة الاتصالية (محمد الأمير، ٢٠١٨).

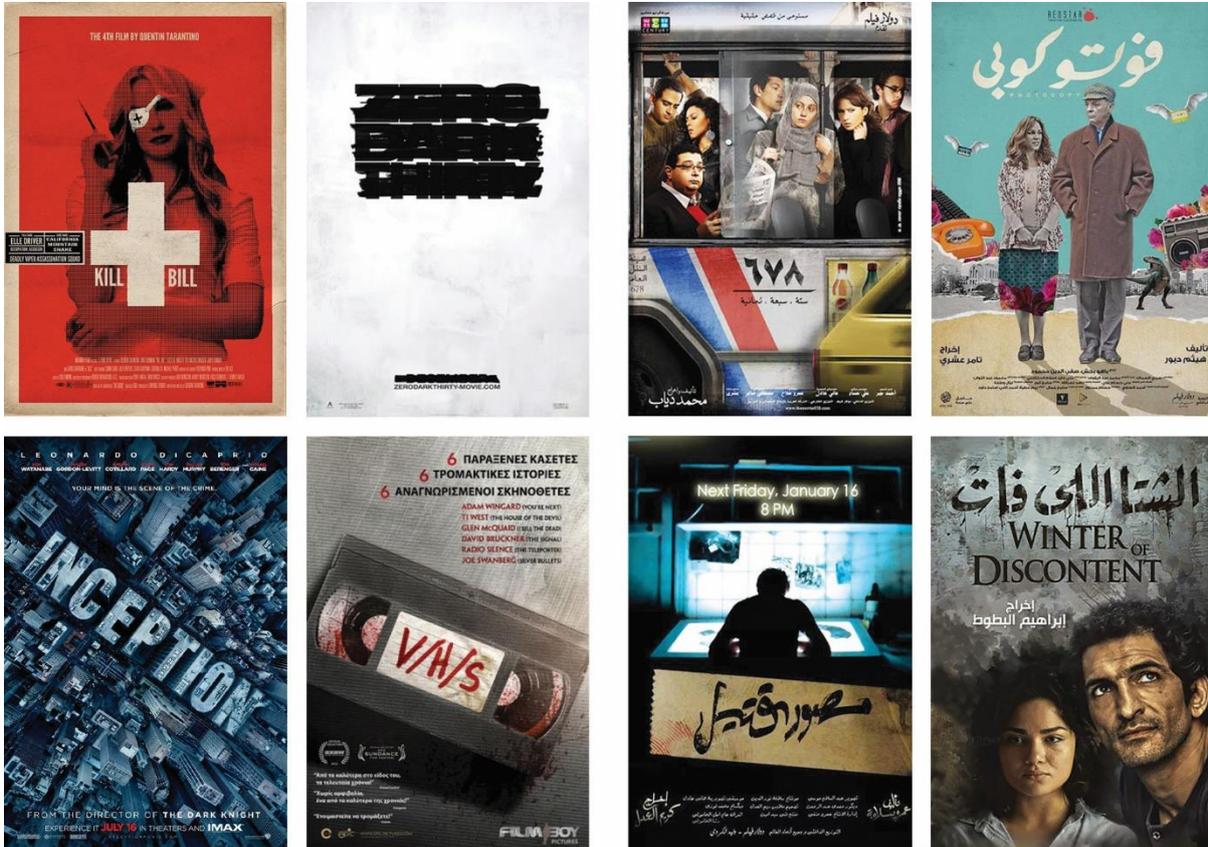
Assistant Prof. Mahmoud Seif – DTAA21 ديسمبر ٢٠٢١



شكل ٧، ملصقات سينمائية تظهر مدى تفاعل عناصر التصميم داخل إطار فكري ٢٠١٠ - ٢٠١٥

3.8 الارتباط الوظيفي

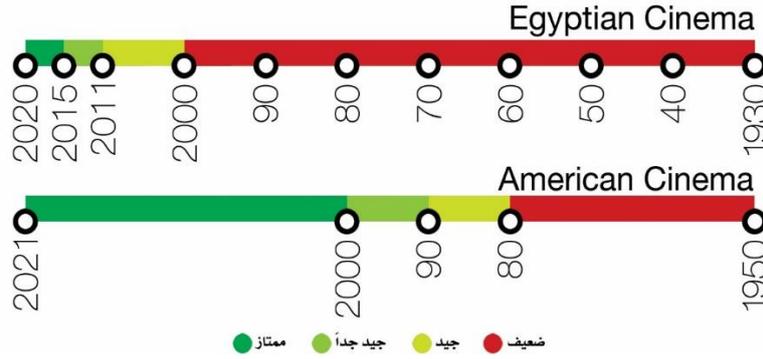
تأسست في بدايات القرن العشرين منظمات لدراسات السينما على الصعيد العالمي من خلال وضع مناهج لتشمل العديد من الأساليب للتعريف بتاريخ وثقافة المجتمعات والقيم الأيديولوجية الخاصة بها، كذلك انعكاس ذلك على الفن بصفة عامة وعلوم الاتصال بصفة خاصة، الأمر الذي دعي المصمم للوعي بتلك الدراسات كجانب أكاديمي يرتبط بالأبعاد التنقيضية والإجرائية قبل الخوض في تجاربه وأثناء مسارية التطبيق، فالفيلم أصبح بمثابة وعاء وقناة تعليمية وتوعوية للأفراد داخل مجتمعاتهم (شكل ٨)، فلا يمكن الخوض في تصنيفات اجتماعية أو سياسية أو أدبية أو علمية دون دراسة أبعادها الفكرية وجوانبها المعرفية حتى لا تفقد البعد الوظيفي الذي صممت من أجله (Grievesson and Wasson, 2008).



شكل ٨، ملصقات سينمائية تظهر وعى المصمم وثقافته بأيديولوجيات المتلقي ٢٠٠٠ - ٢٠١٥

٩. المحور الثالث : عناصر تصميم الهيئة التيبوجرافية

شغل الملصق السينمائي منذ بداية القرن العشرين موقع الريادة عالمياً بين مختلف وسائل الاتصال البصري، فضلاً عن القاعدة العريضة من المتلقين في مختلف دول العالم لتلك القناة الترفيهية والاجتماعية والثقافية (السينما). جاء ذلك التاريخ - كما ذكرنا سابقاً - ضمن عصور ومراحل انتقالية تناول من خلالها العنصر التيبوجرافي إمكانيات متعددة ومتنوعة من المعالجات نستطيع حصر ملامحها وتطور معالجاتها على المستويين المحلي والعالمي (شكل ٩)، في دراسة من خلال تحليل لنماذج توضح ذلك . في أربعة معايير ..



شكل ٩، خريطة زمنية توضح تطور البعد الفكري والمفاهيمي للملصق السينمائي المصري والأمريكي ٢٠٢١

1.9 أسلوب النمط التيبوجرافي TYPOGRAPHY STYLE

- اتخذت السينما العديد من التصنيفات لموادها الاتصالية (رومانسي، كوميدي، رعب، خيال علمي، تاريخي، حركة، جريمة ...)، يمثل النص البصري في ذلك - كعنصر من عناصر الملصق السينمائي - ترجمة وتفسير وتوجه للمصمم لاتخاذ أساليب معالجة للأنماط وطرز تتناسب وتلك الحالات الشعورية، والذي يعد ذلك أولى خطوات الجوانب الارتباطية بين الدال والمدلول. تلك الأساليب تتطلب تأليف لوحات بنائية قائمة على التفرد والمرونة كذلك والخروج عن المألوف، ما قد يعمل على تحريك الإدراك البصري للمتلقى من خلال تأثير الإستجابة العاطفية عنده (Turberville, 2021). وفي ذلك سيتم عرض لثلاثة نوعيات من النماذج توضح مدى الإلتزام والبعد عند ذلك المعيار هي ...
- الأولى .. نماذج مصرية بها قصور في تصميم النمط الطباعي، كذلك عدم وجود ارتباط بجانب التصنيف الدرامي (شكل ١٠).
 - الثانية .. نماذج مصرية بها نجاح في تصميم النمط الطباعي، ولكن بها قصور في جانب الارتباط والتوظيف ضمن سياق التصميم (شكل ١١).
 - الثالثة .. نماذج أمريكية بها نجاح وتآلف لكل من جانب الإبداع في تصميم النمط الطباعي والارتباط داخل سياق التصميم، في وحدة بصرية تفاعلية (شكل ١٢).



شكل ١٠، ملصقات سينمائية مصرية تظهر قصور لكل من العنصر التيبوجرافي والجانب الوظيفي ٢٠١٠ - ٢٠٢٠

Assistant Prof. Mahmoud Seif – DTAA21 ديسمبر ٢٠٢١



شكل ١١، ملصقات سينمائية مصرية تظهر نجاح العنصر التيويجرافي وضعف الجانب الوظيفي ٢٠١٠- ٢٠٢٠



شكل ١٢، ملصقات أمريكية تظهر مدى نجاح كل من العنصر التيويجرافي وعمليات التوظيف ٢٠٠٠- ٢٠١٥

2.9 المؤثرات البصرية VISUAL EFFECTS

يرتبط ذلك بالعديد من المعالجات التي يلجأ لها المصمم ضمن متطلبات التصميم كجانب ارتباطي، كذلك رفع جانب الإدراك الحسي لدى المتلقي من إثارة وتحفيز نفسي للمتصل مباشرة بعملية الإبصار، ذلك الإدراك له مرحلتان .. الأولى .. وفيها يتم انتقال صورة المثير للذهن بصورة مباشرة . الثانية.. مرحلة الخيال وهي تمثل فترة استقرار المثير داخل ذهن المتلقي (الذاكرة البصرية) وهو ما يهدف إليه المصمم (Film Shorgage, 2021) . ومما لا شك فيه أن التجارب في ذلك المعيار تنسب للغرب وبجدارة، لإبداعهم في تناول الكثير من الحالات التطبيقية، في مقابل غياب ذلك في مصر (شكل ١٣) .

ديسمبر ٢٠٢١ DTAA21 – Assistant Prof. Mahmoud Seif



شكل ١٣، ملصقات سينمائية تظهر فعاليات المؤثرات الإحصارية تجاه التحفيز البصري للمتلقى ٢٠٠٠-٢٠١٥

3.9 الرمز/ الأيقونة ICONIC

أحد أشكال العلامة، الذي يكون فيه الدال شبيهاً أو محاكياً للملول على نحو واضح أو مماثلاً له في بعض خصائصه، وهو يعد من أصعب الإجراءات في مجال التمثيل السينمائي على الإطلاق، وذلك للوصول إلى رمز يمثل كيانات شاملة متماسكة (سيناريو الفيلم) (نهلة عيسى، ٢٠٢٠). ذلك المحور هو الآخر ينسب للغرب في امتلاكهم وإبداعهم في معالجة الجانب الفلسفي الرمزي، مقابل القصور في مصر (شكل ١٤). وفي ذلك تعد العمليات الذهنية التلقائية عند الإنسان كما هو موجود في علم الاجتماع، هو إداركه العفوي وبحثه المستمر عن نظم ومناهج لها صفة الارتباط والبناء للشكل المرئي (البصري) يتحقق من خلالها فعل القراءة، ومن ثم تمر القراءة بأربعة مراحل (الإدراك – التعرف – الفهم – التفسير) (سيزا قاسم، ٢٠١٤).



شكل ١٤، ملصقات عالمية تظهر براعة المصمم في إيجاد رموز ترتبط ومحور السياق الدرامي ٢٠٠٠-٢٠٢٠

4.9 نظم الإعدادات والتكوين TYPESETTING

وهو ما يرتبط بقدرات المصمم الإبداعية في عرض رؤى متعددة للعنصر التيبوجرافي داخل الملصق السينمائي بحالات مختلفة ومتنوعة بصورة تأليفية وتوليدية، من خلال التعبير في الحجم والفراغات والعلاقات بين العناصر. كل ذلك بهدف تحفيز وإثارة الجانب التشويقي لمنتهي الرسالة الاتصالية، علاوة على الاحتفاظ في كل حالة بالأثر المستهدف على الأثر المعرف، وفي الغالب يتم تناول ذلك المحور من خلال أنماط طباعية تقليدية (Yu, 2008)، والجدير بالذكر أن ممارسات تلك التجربة تمت بصورة متسعة على الجانب العالمي، وذلك بناء على امتلاكها وعى وقدرات فكرية كبيرة جداً ناتجة عن الاتجاهات التشكيلية المتعددة في الآونة الأخيرة، مقابل ضعف وقصور التجارب المرتبطة بذلك المعيار في مصر (شكل ١٥).



شكل ١٥، ملصقات عالمية تظهر ديناميكية عناصر التصميم بالرغم من تقليدية العنصر التيبوجرافي ٢٠٠٥-٢٠٢٠

١.٠ النتائج

١. غياب دور المعالجات الجرافيكية الخاصة بالملصق السينمائي بصفة عامة والعنصر التيبوجرافي للملصق السينمائي (هدف البحث) بصفة خاصة بالمجتمع العربي - وبالأخص مصر - مقارنة بالمجتمع الغربي، تجاه فاعلية الجانب الاتصالي البصري المفاهيمي للمتلقي بقضايا وثقافة مجتمعه، والنتائج عن القصور في مدى الإلتزام بالمعايير الأكاديمية المحققة لذلك.
٢. أصبح للعنصر التيبوجرافي أنظمة وقوانين أحالت مفهوم التعامل به تجاه الجوانب المتصلة بالرؤية البصرية، وذلك نتيجة ما فرضته كل بيئة من فكر اجتماعي وثقافي متنامي أثر في بناء وعي أفراد المجتمع التابعة له.
٣. تتطلب عملية ترميز الرسائل الاتصالية ضمن الملصق السينمائي في إحدى محاوره (العنصر التيبوجرافي) مناهج تحليلية ودراسات وصفية خاصة بالمصمم تجاه أيديولوجيات كل من المتلقي والمجتمع.
٤. تمثل العمليات المعرفية واستراتيجية معالجة المعلومات لدى المصمم محوراً رئيسياً في تقبل المتلقي للرسالة الإعلامية التي تعتمد على توظيف العنصر التيبوجرافي بطرق غير مألوفة داخل تطبيقات الاتصال البصري.
٥. تمثل الثقافة البصرية إعادة تشكيل الجوانب الفكرية الخاصة بعمليات التصميم الاتصالي الموجه بصفة مستمرة، لمواكبة الجوانب الفكرية المرتبطة بالمتلقي وثقافته المتجددة.

١.١ التوصيات

١. اهتمام البحوث والدراسات بالإطار العلمي والتطبيقي للملصق السينمائي، لما له من قدرة على التأثير في فكر وسلوك المتلقي بل وفي إيجاد دلالات بينية وثقافية يمكن من خلالها تقييم اتجاهات المجتمع.
٢. إيجاد عنصر التخصص للقائمين على التصميم الجرافيكي داخل الأكاديميات الفنية بناء على عمليات الضعف الثقافي للمجتمع في مواجهة التحديات العالمية.

١٢. المراجع

- ألاء الفارس (٢٠٢١). المعرفة لغة واصطلاحاً. https://mawdoo3.com/%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%A8%D9%8A%D8%B1:%D8%A2%D9%84%D8%A7%D8%A1_%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%B1%D8%B3_3571
- بشرى محسن (٢٠١٨). الواقعى والمتخيل في تصميم الملصق السينمائي. مجلة الفنون والأدب وعلوم الأنساب والاجتماع، ١٩، ٣١٧ – ٣٣٧ <https://www.maspero.eg/wps/portal/home/egynews/files/variety-files/details/9aff4246-b133-4f05-8fee-5b9bb871a4e4/>
- جان الكسان (١٩٨٢). السينما في الوطن العربى. الكويت: عالم المعرفة.
- خضر الأغا (٢٠١٣). الخطاب السينمائي – لغة الصورة السينما يوصفها نصاً. https://www.facebook.com/permalink.php?id=144695358966334&story_fbid=325679917534543
- سكيب داين يونج (٢٠١٥). السينما وعلم النفس علاقة لا تنتهي. ترجمة: سامح سمير فرج. القاهرة: مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة.
- سيزا قاسم (٢٠١٤). القارئ والنص: العلامة والدلالة. مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
- عبد الرحمن عثمان (٢٠١٧). السينما .. فن وصناعة تجسيد الخيال والتعبير عن الواقع والروايات الأدبية إلى صورة مرئية.
- عمار محمود (٢٠١٨). لغة السينما، دراسات سينمائية، الجزء الأول، ورقة بحثية. غادة حسين، ماجد عيون عون (٢٠٢٠). التصميم الفني للملصق السينمائي وعلاقته الجدلية بماهية الخطاب السينمائي. مجلة الجامعة العراقية، ٤٦(٢)، ٤٣٠ – ٤٤٨
- مجد خضر (٢٠١٦). الذاكرة البصرية. https://mawdoo3.com/%D8%A7%D9%84%D8%B0%D8%A7%D9%83%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B5%D8%B1%D9%8A%D8%A9
- محمد الأمير (٢٠١٨). قوة الفكر وعمق المعنى في الفن التشكيلي المعاصر. مسقط، سلطنة عمان: مؤتمر المجموعة البحثية العمانية للفنون البصرية الثاني.
- نسرین عزت (٢٠٢٠). التيبو غرافيا التعبيرية من الكلمة إلى الصورة في التصميم المعاصر. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، ٥(٢٢)، ٤٠٢-٣٨٦.
- نصيف جاسم (٢٠٠٧). العولمة وخطابها الاتصالي في تصاميم الملصق السينمائي. العراق: جامعة بغداد كلية الفنون الجميلة.
- نفيسة نايلى، مساعدي سلمى (٢٠١٩). رمزية الخطاب السينمائي من خلال الصورة: قراءة في عينة من الأفلام السينمائية. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، ٥(١)، ٣٠-٤٨.
- نهلة عيسى (٢٠٢٠). أثر تكنولوجيا التعبير المرئي على محتويات الصورة التلفزيونية. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة.
- Film Shorgage. (2021). *Typography And Titles in Film*. from <https://filmshorage.com/typography-and-titles-in-film/>. [Accessed in: Dec, 2021]
- Grieverson, L., & Wasson, H. (2008). *Inventing Film Studies*. Duke University Press Book.
- May, J. (2010). *The art of film title design throughout cinema history*. *Smashing magazine*. from <https://www.smashingmagazine.com/2010/10/the-art-of-the-film-title-throughout-cinema-history/>. [Accessed in: Dec, 2021]
- Rivers, C. (2005). *Type Specific: Designing Custom Fonts For Function And Identity* Rotovision.
- Shehab, B., & Nawar, H. (2020). *A History of Arab Graphic Design*. The American University in Cairo Press.
- Stokmans, M. (2009). Effectiveness of promotional film posters. *International Journal of Information Technology and Management - IJITM*, 1, 1-10.
- Tschichold, J., McLean, R., Kinross, R., & Hendel, R. (2006). *The New Typography (Weimar and Now: German Cultural Criticism (Paperback))*. University of California Press.
- Turberville, C. (2021). *Working Titles: Typography in Film*. From <https://madebysidecar.com/journal/working-titles-typography-in-film#>. [Accessed in: Dec, 2021]
- Yu, L. (2008). *Typography in film title sequence design* [Master of Fine Arts Thesis]. Iowa State University.