

**التصميم الفني للملصق السينمائي
□ وعلاقاته الجدلية
بماهية الخطاب السينمائي**

م.د. غادة حسين محمد

جامعة بغداد - كلية الاعلام - قسم الصحافة

التصميم والاعراف الطباعي

م.د. ماجد عبون عون

كلية الفنون الجميلة - قسم الفنون السينمائية

والتلفزيونية

بات من الصحيح والبديهي الحديث عن التداخل والتشابك المعرفي فيما بين أنساق الحياة المعاصرة كونه أصبح واقعاً معاشاً ولا مفر منه، ولذا بات من الضرورة تناول هذا العلائقيات القائمة بين البنى المتجاورة مفاهيمياً، وهذا ما يحاول البحث الحالي التطرق اليه وتلمس مقترباته المنهجية والادائية عبر خوضه في العلاقات الناشئة بين فن المصق وتصميمه وبين موضوعه الخطاب السينمائي، حيث أشتمل البحث الحالي على أربع فصول حمل الأول منها عنوان الإطار المنهجي للبحث وأحتوى على مشكلة البحث التي تبلورت وفق التساؤل الآتي: ما الكيفيات التي يتم عبرها تصميم المصق السينمائي فنياً؟ وما مديات الإرتباط الجدلي للمصق بماهية ومضمون الخطاب المرئي (السينمائي/ التلفزيوني) المصمم لأجله؟ وكذلك أحتوى هذا الفصل على أهمية البحث والحاجة إليه واهداف البحث وحدوده فضلاً عن تحديد المصطلحات. أما الفصل الثاني فقد جاء بعنوان الإطار النظري والدراسات السابقة وأشتمل على مبحثين أساسيين، حمل أولهما عنوان (العناصر البنائية في تصميم المصق السينمائي) وتم فيه الإشارة إلى أبرز العناصر المهمة في تصميم المصق وتنفيذه مثل الصورة الطباعية والنصوص المكتوبة والرسوم والتخطيطات والألوان والكتل والحجوم والفضاءات فضلاً عن بعض التقنيات المستخدمة في تصميم المصق السينمائي. أما المبحث الثاني فقد حمل عنوان (ماهية العلاقة الجدلية بين تصميم المصق والفيلم السينمائي) وتناول هذا المبحث الكيفيات التي يرتبط بها طرفي المعادلة الفنية وآليات الأرتباط فلسفياً وموضوعياً وأجرائياً، فضلاً عن بانوراما تاريخية مبسطة لبدائيات نشوء فن المصق بشكله العام والمصق السينمائي على وجه التحديد فضلاً عن الإشارة إلى طبيعة كل من فني التصميم والسينما بوصفها كيانان قائمان بحد ذاتهما ويمتلكان نسبة مكتفية بذاتها علاوة على قدرة وقابلية كل منهما على الأرتباط والتجاور والتعايش والتجاور مع البنى المعرفية الأخرى التي تتشارك معهما في بعض المرتكزات الأساسية والمشاركات المفاهيمية العامة. ثم تطرق البحث إلى بعض اهم الدراسات والبحوث السابقة والقريبة من هذا التخصص والمقصود به فني التصميم والسينما، وأعقب ذلك أستخراج بعض المؤشرات النظرية كلامية لما أسفر عنه الإطار النظري للبحث والذي ستمم الأستعانة بها كمعيار أو أساس لعملية تحليل العينات المختارة لهذا البحث وبعد أستحصال موافقة لجنة الخبراء والمحكمين عليها. أما الفصل الثالث فقد جاء بعنوان (أجراءات البحث) وأشتمل على المنهج البحثي المستخدم في ثنايا البحث ومجتمع البحث وعيناته وإدارة التحليل ومبررات أختيار العينات فضلاً عن وحدة التحليل المستخدمة، وكذلك أشتمل هذا الفصل على عملية تحليل العينات البحثية المختارة وهي عينات عراقية، عربية وعالمية وكما يلي (مصق فيلم بحيرة البجع) وهو مصق لفيلم سينمائي عراقي أنتج لمشروع فعالية بغداد عاصمة الثقافة العربية عام ٢٠١٣ من بطولة النجم جلال كامل وسناء عبدالرحمن، و (مصق فيلم جواب أعقال) وهو فيلم مصري أنتج عام ٢٠١٧ من بطولة النجم محمد رمضان، و(مصق فيلم The Martian) وهو فيلم سينمائي أمريكي أنتج عام ٢٠١٥ من بطولة النجم مات ديمون. أما الفصل الرابع فقد حمل عنوان النتائج النهائية، وأشتمل على أبرز النتائج التي توصل إليها البحث، فضلاً عن الاستنتاجات الخاصة بالبحث والتي أفرزت عقب تحليل العينات البحثية وإستخراج نتائج البحث النهائية وكذلك أحتوى هذا الفصل على التوصيات التي يراها الباحثان ضرورية لأجل أستكمال غائية البحث وأهدافه علاوة على المقترحات الضرورية لدراسات مستقطبة ذات صلة بهذا البحث ومقترباته الموضوعائية والمنهجية والمعرفية. وكذلك أستشمل هذا البحث ايضاً على قائمة بالمصادر النهائية والمراجع العلمية التي تم الإعتماد والاقتياس منها لأجل دعم الجانب العلمي للبحث.

الفصل الأول/ الإطار المنهجي

مشكلة البحث: في خضم اتساع نسق الحياة المعاصرة وتعدد معطياتها البنوية أصبح من البديهي أن نشهد تداخلاً وتماهياً بين أنساقها ومخرجاتها سواء كانت اجتماعية أم ثقافية وبالأخص الفنية منها كما هو الحال في تمازج فنون التصميم والسينما والتلفزيون، نظراً لغائية كل منها فضلاً عن ماهيته، وعليه يمكننا رصد العلاقة الجدلية والترابط النسيجي بين فلسفة التصميم الفني للمصق السينمائي، وبين ماهية ومضمون الخطاب المرئي (السينمائي-التلفزيوني) كونهما يتحركان ضمن اتجاهية نسقية واحدة تتبلور نحو المتلقي وتتشده بقصد الوصول إليه والتأثير فيه. وتأسيساً على ذلك فإن البحث الحالي يلتمس السبيل نحو التأثير على ملامح تلك العلائقية والترابطية القائمة بين الاثنين (المصق/الفيلم) محاولاً إضائها وتبيان ماهية تلك العلاقة وحدودها، ومخرجاتها وإيضاح الميكانيزمات الدالة على نمط هذه العلائقية وبيان سمات كل من طرفي الموضوع كونهما يرتبطان بآليات متبادلة من التأثير والتأثير، ولكون أحدهما يُنتج ويُصمم بعد إنتاج وانتهاه الطرف الآخر ليكملة ويحقق غائيته مع احتفاظه بكيونته وبنويته وحضوره الفني الذاتي وما يُستلزم لذلك من اشتراطات وآليات وكيفيات لاسيما فيما يخص عمليات الإخراج الفني للمصق كونه يأخذ على عاتقه مهمة استيعاب أفكار الآخر ومن ثم محاولة تصديرها للمتلقي ومحاولة الإيصال الأمثل لفكرة ورسالة وهدف الفيلم السينمائي إلى جمهوره الواسع في شتى أرجاء المعمورة، خاصة مع تطور تكنولوجيا الإنترنت لاسيما منصات التواصل الاجتماعي وقدرتها

الفائقة في الوصول لمتابعيها ذوي الأرقام المليونية في لحظات قليلة. وبناءً على ما تقدم فإن مشكلة البحث ستتخلص على وفق التساؤل الآتي: ماهي الكيفيات التي يتم عبرها تصميم الملصق السينمائي فنياً؟ وما هي مديات الارتباط الجدلي للملصق بماهية ومضمون الخطاب المرئي (السينمائي - التلفزيوني) المصمم لأجله؟

أهمية البحث: تتأتى أهمية هذا البحث في كونه دراسة أكاديمية ذات طابع حداثوي تجمع بين نوعين من الفنون المعاصرة هي التصميم والسينما ، وما يمثله هذان النوعان من الفنيين من حضور وتأثير في أوساط البنية المجتمعية عالمياً ومحلياً، فضلاً عن المردود الاقتصادي والسياسي والثقافي لهما. كما تتجلى أهميته في الفائدة التي ستعود على العاملين والمهتمين والمتذوقين لهذين النوعين الفنيين، فضلاً عن الفائدة المتوخاة من هذا البحث لطلبة ومعاهد كليات الفنون الجميلة ، كما قد يشكل إضافة نوعية للمكتبة الثقافية والتخصصية كون أن الدراسات والبحوث التي تجمع بين صنفين في الفنون مازالت قليلة نسبياً.

أهداف البحث:

- ١- الكشف عن الترابط الجدلي بين تصميم الملصق السينمائي وبين مضمون الفيلم السينمائي.
- ٢- التعرف على الكيفيات التي يتم من خلالها عملية التصميم الفني للملصق السينمائي.

حدود البحث:

الحد المكاني : (العراق، مصر ، أميركا) . الحد الزمني : 2013-2018

الحد الموضوعي: دراسة جدل العلاقات والارتباطات النسيجية البنوية بين فلسفة التصميم الفني للملصق السينمائي وماهية الخطاب السينمائي. **تحديد المصطلحات:** يمكننا الزعم بأن جميع المصطلحات الواردة في عنوان البحث هي مصطلحات ومفردات أضحت تداولية وبديهية ومتعارف عليها عند الدارسين والمشتغلين في حقل التصميم والسينما، وعليه فلا حاجة قصوى لتحديد إجرائي لأي مصطلح وارد في العنوان ، فضلاً عن كون البحث الحالي لا يقدم أي رؤية جديدة أو مغايرة للاستخدام الشائع لتلك المصطلحات، كما ان البحث سيستعرض بعض تلك التعريفات والإيضاحات للمصطلحات أعلاه، في ثنايا مباحثه اللاحقة لغرض تعيينها أو الدلالة عليها.

الفصل الثاني : الإطار النظري

المبحث الأول : العناصر البنائية في تصميم الملصق السينمائي

لابد لكل فن من الفنون المعاصرة من عناصر ومفردات، تشكل كيانه العضوي منها وربما لا تختلف تلك العناصر كثيراً فيما بينها لاسيما في الفنون المتجاورة أو المتداخلة إلا بنسبة معينة، وفيما يخص الملصق كفن، فإنه يتكون من العناصر الآتية:

١- **الصورة الطباعية :** وهي مرتكز أساس في معظم، إن لم نقل جميع، تصاميم الملصقات، كونها تشكل إحدى المفردات التيبوغرافية الرئيسة في تصميم الشكل النهائي للملصق. وتعد أداة الجذب الأولى للمتلقي لأجل التواصل والتفاعل مع الملصق، ومن ثم التأثير فيه وجذبه، وخلق حالة الفضول لقراءته ذهنياً وفكرياً وسايكولوجياً، وربما التعاطف معه وتلبية رغبة الملصق الداعية إلى مشاهدة الفيلم الاصيل الذي يعلن عنه، لاسيما عندما تكون الصورة المستخدمة هي لنجوم وشخصيات سينمائية مشهورة ومعروفة ومحبوبة، سواء كانت شخصيات نسوية أم رجالية، حيث إن ((صور الشخصيات تجذب الانتباه أكثر ما تجذبه صور الأشياء الأخرى)).^١ إن شخصية المصمم سواء كانت شخصاً أم جهة إنتاجية لابد وأن يضع في حسبانها أن الصورة المطبوعة تمتلك أبعاداً سايكولوجية، وحتى فلسفية أحياناً في ذاتية المتلقي، وهي عادة ما تحتل مركز السيادة في بنية تصميم الملصق السينمائي، كونها تعد المحرك الأساس للأحداث في حبكة الفيلم السينمائي، وبالتالي فإنها قادرة على إقامة علاقات بنوية متعددة داخل فضاء الملصق مع غيرها من مفردات وعناصر ومستويات الفيلم، أو الملصق معاً، وربما الإشارة، أو الإيضاح، أو التلميح لماهية هذه العلاقات البنوية وتصديرها لجمهور المتلقين والمتعرضين للملصق السينمائي، وبالتالي المساهمة في خلق حالة من الرغبة والاستمالة الجماهيرية لمتابعة الفيلم المعلن عنه عبر ملصقه التعريفي أو الترويجي ، وتختلف الصورة الطباعية المستخدمة في تصميم الملصقات تبعاً لمبررات عديدة ووفقاً لأسلوبية الملصق وماهيته، فضلاً عن طبيعة الوظيفة والهدف المراد تحقيقه عبر الملصق بشكله العام، ومن هذه الأنواع المختلفة للصورة المستخدمة في الملصق هي: الصورة السياسية والعسكرية والصناعية والزراعية والعملية (يقصد بها صور المختبرات والأجهزة والمواد العلمية) والصورة الأدبية (يقصد بها الجوانب المعنوية بالشعر والأدب وربما تشمل أيضاً الصور الذهنية المتخيلة لعوالم الأدب) والصورة الفنية (هي موضوع دراسة هذا البحث) والصورة التربوية والتعليمية والصورة التاريخية والجغرافية فضلاً عن الصور الاجتماعية والاقتصادية والرياضية)^٢.

٢- **النصوص المكتوبة** : تشكل النصوص الكتابية إضافة كبيرة في تصميم المصنقات بشكل عام، كونها تسهم في إعطاء المتلقي معلومات مفصلة عن موضوع المصنق وقد تشرح بعض جوانب القضية التي يطرحها المصنق خاصة إذا ما كان موضوع المصنق جديداً أو غير قابل للفهم البسيط أو السريع ، فتكون مهمة النص المكتوب هنا هي التفسير والإيضاح ، ولكن وفق اشتراطات وضوابط محددة كالتكثيف والإيجاز وسهولة الإفهام علوة على ارتباط المادة المكتوبة بفكرة المصنق وكذلك باقي العناصر التصميمية البنائية لهيكلة المصنق ذلك إن الاجزاء المتعددة التي تشكل كينونة المصنق يجب أن تتأزر مع بعضها البعض لتشكل الكل الموحد مع احتفاظها بخصوصيتها الذاتية وفرادتها وسماتها المتميزة عن غيرها من العناصر والمفردات والأجزاء حيث إن (مجموع الكلمات نفسها يمكن أن توضع بأشكال تجعلها تبدو مختلفة ، فبالإمكان تكبيرها أو تصغيرها كما أن خطوطها يمكن أن تكون خفيفة أو غامقة وقد تكون حروفها في بعض اللغات مستقيمة أو مائلة كما يمكن أن تبرز الحروف عن باقي الكلمات بدرجات متفاوتة، وكل هذه الأساليب للتعبير البصري عنها، تعد جزءاً من معاني الكلمة وهي تؤثر في قراءة وفهم الكلمات) ^٣.

٣- **الرسوم والتخطيطات**: من البديهي أن تختلف تصاميم المصنقات فيما بينها اختلافاً واضحاً سواء لطبيعة المصنق وموضوعه أو بسبب أسلوبه وبحثه عن الفريدة والتميز ، ولذا فإن مصمم المصنق ولاسيما السينمائي منه لا بد أن يحاول تضمين مصنقه شيئاً من الرسوم والتخطيطات وإن لم يكن ذلك شرطاً دائماً، بل وفق احتياجات معينة، أو لمعطيات وظروف واشتراطات خاصة بذلك المصنق، فالرسوم أحياناً وخاصة الكوميديّة منها تضيف نوعاً من البهجة والسعادة في نفسية المتلقي الذي يتعرض لمصنق سينمائي وتدفعه لاتخاذ قرار مشاهدة الفيلم المعلن عنه، وعادة ما يلجأ المصمم إلى استخدام رسوم كاريكاتيرية هزلية لشخصيات سينمائية معروفة بطرافتها وكوميديتها، مع إجراء بعض التحويرات والتعديلات على هيئتها العامة وخاصة منطقة الوجه البشري، وتوظيف ذلك الاختلاف والتميز الشكلي لإحداث نوع من الضحك والفرح لدى المتلقي نتيجة لما يراه من تغييرات شكلية ساخرة لشخصية ذلك النجم السينمائي وربما يكون العكس أحياناً. حيث يتم توظيف رسوم لشخصيات عابسة أو متجهمة وإضافة ملامح قاسية على شخصيتها لكي تعبر عن وجهة نظر معينة يبتغيها صانع أو مصمم المصنق السينمائي كونها تعبر عن وجهة نظر معينة.

تستخدم التخطيطات أحياناً في تصميم المصنق لإيضاح ثيمة معينة أو فكرة يعتقد المصمم بأنها ستسهم في دعم التصميم العام للمصنق السينمائي وجذب الجمهور لمشاهدة الفيلم الأصلي كأن تكون هذه التخطيطات لنظرية علمية في الرياضيات أو لاكتشاف علمي في الكون، هو جوهر ما يتناوله موضوع الفيلم الذي يتم تصميم المصنق له، لأغراض الدعاية له قبيل إطلاقه وعرضه في دور العرض السينمائي.

٤- **الألوان** : يمكن القول إن هذا العنصر التصميمي هو الأهم أو على الأغلب هو العنصر الأكثر حضوراً وانتشاراً في فضاء المصنق سواء كان مصنقاً سينمائياً أم غيره، فهو عنصر لا يمكن الاستغناء عنه سواء كان المصنق ملوناً أو مصمماً بالأبيض والأسود والأبيض وتدرجاتهما اللونية المتعددة ومثلما هناك صراع بين الموضوعات أو النصوص المكتوبة أو الأفكار الواردة في المصنق فهناك صراعات جدلية يثيرها اللون في ثنايا المصنق بغض النظر عن ما إذا كانت هذه الصراعات منظورة ومرئية أو ذهنية ومختيلة، يستوعبها ويشكلها ذهن ووعي المتلقي المتعرض لمشاهدة المصنق السينمائي فالألوان تتسيد فضاء المصنق وترتبط بكل جزئية وتفصيل متوافر في المصنق وتمنحه طابعاً خاصاً به. ويُعد استخدام الألوان في الإعلانات من العوامل الأساسية التي تعمل على جذب الانتباه سواء كان ذلك في الإعلانات الصحفية وإعلانات المصنقات أو الإعلانات التلفزيونية أو السينمائية، وتعكس الزيادة في استخدام الألوان حقيقة هامة وهي أن نسبة العائد الذي يحققه استخدام الاعلانات الملونة أعلى من نسبة الزيادة في تكلفة النشر بالإعلان الملون) إضافة لما للألوان من أهمية في تحقيق أهداف نفسية ووظيفية تؤدي لخلق انطباع قوي وسريع للإعلان، وإن الإعلان يصل أعلى حد من الرؤية بسبب تأثيره على العصب البصري، ويزداد جذب الانتباه بسبب مجموعة التأثيرات اللونية ، وإنه يُظهر الأشخاص والأشياء بألوانها الحقيقية، كما إنه يضيف ميزة الواقعية بجانب الدقة في العرض والتناول.

٥- **الكتل والحجوم والفضاءات**: في كل مصنق سينمائي مجموعة من الكتل والأحجام والفضاءات التي تنتشر وتتواجد على سطحه ثنائي الأبعاد والثلاثي الإدراك ، وهذه الموجودات المرئية تتأزر فيما بينها لتعطي شكله وأسلوبه النهائي ، وهذا التأزر والتشارك البنوي يتحدّد وفق نسب وقياسات هندسية وفنية تتحكم فيها اشتراطات المصنق السينمائي، وجهة تصميمه وغاياتها وأساليبها الدعائية والثقافية والفنية، وهذه الكتل والأحجام والفضاءات وما يحيط بها من عناصر ومرئيات وموجودات تصميمية تتراص وتتناسق وتتظم لتحقق غرضاً واضحاً وهو جذب المتلقي بصرياً وذهنياً كي يتواصل بفاعلية مع المصنق وموضوعه وغاياته الأساس، هي جعل ذلك المتلقي يتخذ قرار الذهاب لمشاهدة الفيلم

المعلن عنه عبر ملصقه السينمائي. وعليه، فإن هذه العناصر البنائية الأساس وغيرها من العناصر السائدة، تشترك جميعاً في تقديم ملصق سينمائي يمتلك حضوراً متميزاً على مستوى الشكل والمضمون، ومن ثم يحقق غايته الرئيسية وهي خدمة الفيلم السينمائي المعلن عنه، وزيادة نسبة الفضول والدافعية لدى الجمهور لحضور ومشاهدة ذلك الفيلم . بعد أن لفت انتباهنا ملصق الفيلم ربما لغرابته، أو لطرافته، أو لتمايزه عن باقي المرئيات الموجودة عيانياً في المعطى الواقعي للطبيعة المحيطة مكانياً بذلك الملصق والاحترافية الفنية في التكنيك والتكتيك المتبع من قبل صانع أو مصمم الملصق في تنظيمه للجزئيات والموجودات المكونة للملصق السينمائي وكيفيات انتظامها في وحدة عضوية إنشائية لتكوين كل جامع ومؤثر في ذاتية ووجدان المتلقي، وجذب انتباهه نحو الملصق السينمائي ككيان حاضر ومؤثر حيث (إن انتباهنا للشيء المرئي هو أحد وسائل إدراك جميع العناصر كأجزاء من كل واحد كما أن الوحدة المرئية تنشأ من وحدة إنشائية أكثر عمقاً وليس تلك الوحدة الإنشائية مجرد ظاهرة طبيعية تأتي نتيجة حتمية، وهذه الضرورة في الطبيعة عبارة عن الفعل المتداول بين قوى النمو وتأثيرات التشكيل بالبيئة المحيطة، وفي عملية التصميم يكون الهدف هو إيجاد تعبير شكلي بالمواد عن طريق التكنيك^٥ . وأحياناً ربما نلاحظ أن جهة صناعة الملصق السينمائي سواء كانت فرداً أو مؤسسة، تلجأ إلى تضمين تلك المرئيات أو العناصر المكونة لبنية الملصق شيئاً من المفردات أو التفاصيل ذات الإثارة العالية لدى جمهور المتلقين، ويمكن أن تكون إثارة حسية أو فكرية أو اجتماعية للفت انتباه الجمهور، فقد يضمن الملصق لقطة إغرائية لبطله الفيلم، أو نص كتابي يحتوي فكرة أيديولوجية ماركسية، أو برامجية، أو مثلاً، يتضمن صورة لرجل دين بزيه المعروف يرتشي أو يقوم بسلوك فاسد أخلاقياً أو غيرها من التفاصيل ، وهذه الإشارات أو العلامات التي يمكن قراءتها سيمولوجياً من قبل الجمهور لاسيما البسيط منه ، ربما من شأنها أن تثير حماسة الجمهور لحضور ومشاهدة الفيلم الأصلي المروج عنه بوساطة ملصقه لأجل الاطلاع على كيفيات تناول هذه الثيمات وآليات معالجتها إخراجياً ، وطرائق توظيفها من قبل صانع الفيلم ، لاسيما تطرقها للتأوهات الثلاثة المحرمة في العديد من الثقافات والمجتمعات لاسيما الشرقية منها ، وهناك بعض شركات الانتاج السينمائي العالمية تلجأ أحياناً إلى إعادة مونتاج بعض افلامها وتوظيفها لقطات ومشاهد جريئة أو حميمية جداً وإعادة تصديرها إلى بعض البلدان التي تعاني من كم كبير من المكبوتات والضغط وأحياناً قد تكتفي تلك الشركات الانتاجية السينمائية مما يتوفر من جرأة عالية وإغراء في بنية تصميم الملصق السينمائي الخاص بأفلامها ونتاجاتها، ومما تجدر الإشارة إليه أن الملصق السينمائي قد تجاوز في الوقت الراهن إلى حد كبير نسبياً تلك الطرائق الكلاسيكية القديمة التي كانت ترى فيه معبراً عن الفكرة أو المضمون هو الرسالة فحسب ، بل أصبح فضلاً عن ذلك يميل ويركز على تأكيد قيمته الأسلوبية وطابعه الخاص وبنيته وكونيته الفنية ذات المعنى الحدوثي أو ما بعد الحدوثي والمتسم بالجماليات التصميمية والفكرية والإخراجية التي تؤكد وجوديته الثقافية والسينمائية فضلاً عن جوانب حضوره التجاري والاقتصادي، وهو ما تؤكد عليه أغلب التيارات الحديثة التي تؤسس أو تضع أطراً نظرية لفنون ما بعد الحداثة وتحديداً لفن التصميم والملصق كما هو الحال في أطروحات الموجة الجديدة التي رفعت شعارها مدرسة بازل للتصميم والتي وصفت قواعد التصميم لرحلة الحداثة بالجمود والعقم ورفض شعار (الأقل هو الأكثر) واستبداله بشعار آخر (أكثر تعبيراً وأقل موضوعية) لمرحلة ما بعد الحداثة والتي ترى في الشعار الأول استمراراً لتقاليد ترجع إلى العصور الوسطى^٦ ويمكن رصد أهم التحولات التقنية في تصاميم ملصقات ما بعد الحداثة بما يلي:^٧

- ١- تقنية التقطير (Dripping) وهي تقنية رش الصبغ أو رشقه.
- ٢- تقنية الاستشفاف (Decalomania) وهي تقنية البصم والطبع، وقد كان لظهور أفكار ونظريات اللاوعي أثر في اقتفاء تلقائية المشاعر وتصوير عالم الأحلام بتقنيات لاتخرج عن أطوارها السايكولوجية، بمعنى أساليب عمل يستنبط من وراءها سيل العوالم الروحية التي من خلالها تنتامي الرؤية البصرية ، فالتلقائية في تقنية الإظهار تكشف عن مسار التجربة التي يمكن فيها الإيحاء بغض النظر عن الضوابط والأسس المعيارية الكلاسيكية.^٨
- ٣- طريقة جمع الكلاش الجاهزة الستينسل (Stencil) وهي وجه آخر لتقنية الطبع والبصم ، وتعتمد هذه التقنية على استنساخ النموذج الجاهز المعد للطباعة.^٩
- ٤- تقنية الكولاج والإصاق والتجميع والتركيب (المونتاج)^{١٠}
- ٥- إدخال الحاسب الإلكتروني (Computer) في إنتاج الأعمال الفنية مع توظيف برمجيات خاصة في معالجة الصور الفوتوغرافية مع مؤثرات بصرية تقدم العديد من الحلول المتغيرة للمشاهد الواحد مثيرة للحس البصري والجمالي.^{١١}

وربما يمكننا القول إن هذه التقنيات أو الأساليب أو المراحل قد تأتي متداخلة معاً في خليط فني وفق حسابات خاصة للفنان المصمم ووفق رؤيته الفنية وذائقته وحساسيته تجاه موضوع المصق وعلاقته بالمحتوى الفيلمي الذي يطرحه المخرج السينمائي ، كما أن للظروف الزمانية والمكانية، فضلاً عن طبيعة المؤثرات الثقافية والأيدولوجية، لها دورها الواضح في بنائية المصق السينمائي، لاسيما في عصرنا الراهن المتمسك بكل صنوف اللامألوف والدهشة واللامنطق فضلاً عن ازدياد ثقافة الاستهلاك والوعي الفردي وظهور أنماط التفكير الجديدة وطريقة نظرتها للحياة المعاصرة وتفاصيلها ومفرداتها اليومية، ومنها موضوع السينما والفيلم والمعطيات المرتبطة به سايكولوجياً ومادياً وثقافياً ، وما تعكسه كل تلك الإراصات في ماهية المصق السينمائي وبنائته وأسلوبه، وهو ما يمكن جمعه في ثالوث (المنفعة والتداول والاستهلاك) وما يفرزه ذلك من تحولات أسلوبية ووظيفية وتعبيرية في ملصقات العصر الراهن الذي يتصف بسمات ما بعد الحداثة، أو حتى بعد، ما بعد الحداثة. وكما يأتي:^{١٢}

١- الجانب النفعي: وهو ما يتحقق

أولاً: عبر التوظيف المناسب والمميز لمريثات المصق المقروءة وبما يحقق التأثيرات المعنوية العاطفية (السايكولوجية) لإشباع اللذة والرضا والإمتاع للذائقة الجمالية لمصم المصق، ومن ثم سريانها باتجاه المتلقي من خلال فعل الإبداع والابتكار المستند على عوامل الدهشة والإثارة والإبهار والشهوة بمعانيها المتعددة (الحسية والروحية وغيرها) ويتحقق الجانب النفعي.

ثانياً: عبر آليات معينة ومقصودة في توظيف عناصر المصق المرئية المقروءة كمحرض ومحفز يؤثر في وعي المتلقي وذائقته وأفكاره، كنوع من الاحتجاج والسخرية من الأنظمة والقواعد والقوالب التي تقيد حرية المصم في التعبير. لاسيما الإشارة إلى المحرمات الاجتماعية والحدود الفكرية والسياسية والتنظيرات الدينية.

أما المحور الثالث: فيتم عبره تحقيق الجوانب النفعية عن طريق توظيف عناصر المصق المرئية والمقروءة في بنية تصميمية بما يفسح المجال أمام المتلقي لتكوين وتفعيل قراءات متعددة ومفتوحة وغير محددة للنص البصري (المصق) الذي يحتوي ضمناً على العديد من العلامات القابلة للتفسير والتأويل وحسب مستوى وعي المتلقي، واتجاهاته الثقافية والفكرية العامة، وطبيعة قراءته للعلاقات القائمة بين المصق والفيلم.

٢- الجانب التداولي: ويعمل وفق توظيفات خاصة لمفردات وعناصر المصق المرئية لاستيعاب عناصر وموجودات العالم الواقعي المعاش وإدماجها أو عكسها في بنية لمصق ضمن معالجات لونية وتقنية مناسبة ولاسيما الصور الفوتوغرافية المنشورة في الصحف والمجلات، فضلاً عن الرموز والعلامات والمخلفات الصناعية ، وخاصة عندما يكون المصق معبراً مثلاً، عن ثيمة فيلمية تتحدث عن تأثيرات السموم والمخلفات والنفايات التي تنتجها يومياً شركات الإنتاج الكبرى ذات الطابع الاستهلاكي وغير المبالي بالحياة أو الطبيعة أو الصحة العامة ، وذلك لأجل تنبيه الرأي العام لخطورة هذه السلوكيات على طبيعة الحياة المعاصرة ، ولزيادة الأواصر فيما بين الفن والحياة والتعبير عن هموم الإنسان المعاصر والمحاصر من قبل الرأسماليين .

٣- الجانب الاستهلاكي: يمكن للمصم أو الجهات المصممة للمصق أن تتبنى أسلوباً مغايراً في التعبير عن رؤيتها للفن والحياة والإنسان عبر توظيف عناصر المصق البصرية ودمجها بكل ماهو بسيط ومهمل وزائل ومبتدل ورخيص من مواد ونفايات صناعية وتجارية ضمن جماليات جديدة ومعاصرة تخالف المألوف والقديم لتكوين رؤية شعبية جديدة تؤخذ بها إلى مستوى الإدراك والأهمية . كما يتحقق الجانب الاستهلاكي أيضاً من خلال توظيف عناصر ومستويات المصق المرئية والمقروءة والمحسوسة ذهنياً عبر وعي المتلقي وإدراكاته التي ربما تتفاوت في مستوياتها وطبقاتها للتوسع في ثقافة الاستسناخ (باعتبارها واقعاً معاشاً) كسلعة تسويقية مرئية لوسيط رقمي قادر على الاشتغال والتمظهر بأشكال وصيغ متعددة، ويصور المصق كصورة غرافيكية تقاعلية متعددة الرؤى والأفكار، ويتأكد من حضورها وتأثيرها عبر الوسائط المتعددة القابلة للاستسناخ والتداول والانتشار ومن ثم تحقيق الغائية المنشودة من وراء ذلك كله وهو التأثير في المتلقي سواء كان قصدياً أو عرضياً.

المبحث الثاني: ماهية العلاقة الجدلية بين تصميم المصق والفيلم السينمائي

مدخل تاريخي: من البديهي الإشارة إلى أن جميع الفنون والآداب المعاصرة والحداثوية وما بعد الحداثوية إنما استخدمت مرتكزاتها ومطلفاتها البنائية أو الجمالية من الأساليب والطروحات الكلاسيكية والتي أمتازت جمالياً وفق السمات الآتية والتي ضمناً لأبد وأن فن تصميم الملصقات أفاد منها أو تبني بعض خصائصها والتي تميزت بالآتي:

١- الانسجام الرياضياتي والتناسب في الأحجام والنسب والحيوية في الحركة وخاصة في الجسم الإنساني.

٢- النزعة الإنسانية وجعل الجسم مقياس للجمال (فينوس) مثلاً للمرأة و (أبولو) مثلاً للرجل.

٣- النبل والوقار والعظمة الأخلاقية.

ثم تبع ذلك ظهور النظريات والتيارات الفلسفية والعلمية والاجتماعية والفنية التي كان من أبرزها نظرية المحاكاة، والنظرية الشكلية، والواقعية والانفعالية. وغيرها.. والتي توجهت بأغلبها نحو الإنسان والطبيعة بوصفها الأكثر ثراءً وأهمية معرفياً وإنسانياً. وفي العصور الحديثة بدأت خصائص وسمات فن الملصق تظهر وتتبلور وتحقق حضوراً فنياً واجتماعياً واقتصادياً واضحاً وملموساً ومؤثراً، لاسيما مع عصر الثورة الصناعية وما بعدها، وتطور وسائل الإنتاج وانتشار المكننة وصولاً للتطورات التكنولوجية. ويمكن عدّ الفنان والمصمم الفرنسي (جول شيريه ١٨٣٦-١٩٣٢م) هو صاحب الفضل الكبير في المكانة التي حصل عليها فن الملصق في فرنسا تحديداً وأوروبا بشكل عام بسبب ما قدمه من أعمال تصميمية حوّلت باريس إلى ما يشبه المعرض في الهواء الطلق وذلك في ستينيات القرن التاسع عشر حتى قيل حينذاك ((إن باريس دون أعمال شيريه لا يمكن المرء من معرفة خصائصها... ومثلت أسلوبيته في الملصقات المسرحية تحديداً في الروحية التصميمية وهو ما يمثل ظاهرة... ومع صدور قرار يخص الأماكن العامة في العاصمة باريس عام ١٨٨١م ولدت صناعة الملصق وفرض على كل ملصق أن يختم مصحوباً بنسبة جزائية محددة. وفي عام ١٨٨٤م أقيم أول معرض للملصقات في باريس و بعد ذلك بعامين صدر أول كتاب عن الملصقات... وخُلد شيريه عام ١٨٩٠م كأول فنان يعلن معرضه من خلال ملصق))¹³

الملصق والفيلم: ظل فن الملصق ينمو ويتطور ويتعاقب جديلاً بالأحداث العالمية الكبرى وسيرورة الحياة اليومية للشعوب والمجتمعات لاسيما الغربية منها تائراً وتأثيراً على مختلف الصعد والمستويات وعند انبثاق الفن السابع وتبلور السينما كفن جماهيري جديد كان لابد من نشوء علاقة جدلية فيما بين الفنانين أو التخصصيين لاسيما وأن أحدهما شعر بالحاجة للآخر لتطوير ذاته والبحث عن مديات جديدة للتجريب والانتشار وتشكيل صيرورة وكيان مكتفٍ بذاته وبنفس الوقت منفتح على الآخر للتلاحق والتعاون والاشتغال، فكان ميلاد الملصق السينمائي حاضراً منذ بداية القرن العشرين لاسيما ((إن الصناعة السينمائية عموماً وفّرت الأجواء المناسبة لتقديم أعمال متميزة خاصة، وإن التنوع في الأفكار سمة تميز ذلك، ما يعني مرونة أكبر في التعامل مع المفردات التصميمية.))¹⁴ إن العلاقة ما بين الملصق كفن تصميمي وما بين الفيلم كماهية يراد التعبير عنها والدعاية لها هي علاقة جدلية بإمتياز فمع احتفاظ الاثنان بخواصها وكيانها الذاتي، إلا أن ذلك لا يمنع التجسير والتواشع علائقياً ونسجياً فيما بينها لإنتاج ملصق سينمائي ذي سمات احترافية وفنية، فالملصق هو صياغة وبلورة لكثير من المفاهيم والأفكار المضمنة في الفيلم وهو ليس كياناً تابعاً للفيلم السينمائي بالرغم من علاقته الجدلية الشكلية والمضمونية مع ماهية الفيلم وغايته ورغم أنه يصمم وينتج كي يدفع بجمهور المتلقين للذهاب لمشاهدة الفيلم الأصلي المعلن عنه من خلال عرضه وإعلانه عن بعض جزئيات الفيلم وتفاصيله، ولكن بذات الوقت ربما لا تكون الغاية الأساسية من تصميم الملصق هو فقط الدعاية والإعلان عن الفيلم السينمائي، بل إن الغاية هي المشاركة في معرض الملصقات أو مهرجان أو ما شابه ذلك كون أن الملصق هو كيان فني قائم بحد ذاته وله اشتراطاته التكوينية وبنأوه الفني الخاص وله شكله ونوعه المتفرد رغم الإقرار بهيمنة الصورة في العصر الحاضر وسطوتها على معظم الفنون فضلاً عن جاذبيتها الواضحة في الاستحواذ على عملية التلقي وهو ما حتمّ دخول التطورات التكنولوجية في فضاء هذا الصراع الفني، فضلاً عن الاستعانة بأخر التجارب والطروحات السايكولوجية والسوسيوولوجية ودخولها ضمن دائرة تصميم الملصق كونها ترتبط بالجمهور وذائقته الاعتيادية والفنية. إن الملصق السينمائي متعدد الاشتغالات منها ماهو وظيفي متجدد بالوظيفة الترويجية ذات الطابع التجاري كونه ينتج أحياناً فقط لهذه الغاية كونه(الملصق) فناً تعريفياً وتحفيزياً يهيئ المتلقي ويعدّه لمشاهدة الفيلم ومتابعته سواء في صالات العرض أو على مواقع التواصل الاجتماعي ويعطي للمتلقي ملامح عامة ومعلومات عن طبيعة الفيلم وماهيته ومواعيد عرضه وأماكنها وربما بعض المعلومات التفصيلية الأخرى، وكذلك يحاول الملصق السينمائي التعريف بالشخصيات المعروفة المشاركة في الفيلم لضمانه الجماهيرية الكبيرة للفيلم وذلك من خلال توظيف الصور الفوتوغرافية سواء أكانت أصلية أم على شكل تخطيطات ورسومات وفي أحيان كثيرة يتم استخدام أحد الصور المؤثرة سايكولوجياً وجمالياً لنجوم الفيلم ضمن البيئة التصميمية للملصق فضلاً عن تصميم الصورة بحيث تكون وجهة نظرهم تتجه نحو الكاميرا وبالتالي نحو عين المتلقي مباشرة وهي كأنما تدعو الجمهور للحضور والمشاركة و التفاعل والتواصل وقد يتم كتابة أسمائهم في مكان بارز في فضاء الملصق فضلاً عن اسم المخرج والمنتج والكاتب وبعض الاسماء المهمة الأخرى وحسب طبيعة المصمم وأسلوبيته وغاياته في الملصق وتتفاوت هذه التفاصيل من ملصق إلى آخر وحسب طبيعة جهة الإنتاج أو التصميم أو التنفيذ والرؤية العامة للجهة أو المؤسسة المعنية بكل من الفيلم السينمائي والملصق المصمم له. ومن الاشتغالات الأخرى للملصق ما يمكن أن يوصف بأنه اشتغال فكري كون أن الملصق أحياناً (لكونه أيضاً فناً قائماً ومكتفياً بذاته

بنويياً) يطرح الكثير من الأسئلة والاستفهامات كي يثير وعي وساردية المتلقي ودفعه لمشاهدة الفيلم وتكوين رؤيته الخاصة حول ما يطرحه ذلك الخطاب من مدلولات عقلية أو وجدانية، وهذا النمط من المصنقات يمكن أن نرصده بوضوح في ملصقات تيار ما بعد الحداثة، حيث إنها أجمعت لا تضع أو لا تعطي تفاصيل كثيرة عن الفيلم داخل فضاء تصميم الملصق بل قد تكتفي بصورة رمزية للبطل أو الحدث الرئيس للفيلم مع بعض النصوص أو التفاصيل المختصرة وربما تطرح أسئلة فكرية ورمزية؟ وهنا الملصق يحاول أن يقنع جمهور المتلقين بكيونته الذاتية والمكتفية بنويياً والتي تلقائياً ستحيل المتلقي إلى الكينونة الأكبر التي يمثلها الفيلم الأصلي، ومن ثم فإن الملصق يحاول أن يصدر نفسه ككيان قائم ومقبول جماهيرياً، وليس فقط كيان صغير تابع للكيان الأصلي للفيلم السينمائي رغم ارتباطاته النسيجية والجدلية معه كغائية ومضمون ورسالة. ومع ذلك فإن ارتباط الشكل بمضمونه في الملصق هو بالنتيجة والاحتمية ارتباط بشكل ومضمون الفيلم السينمائي رغم بحث الملصق عن هوية مميزة وخاصة به وهناك ملاحظة عامة ربما تنطبق أولاً تنطبق على جميع الأفلام السينمائية وملصقاتها المصممة خصيصاً لها وهي أن الملصق ربما يكون أحياناً أعلى مستوى كفكرة أو تصميم أو تنفيذ من الفيلم الأصلي أو أقل مرتبة منه. رغم إقرارنا بتباين الحكم الجمالي والفني فيما بين التخصصين. وهذا ربما يعود في بعض أسبابه إلى قابليات القائمين عليه وطبيعة رؤاهم الفنية والفكرية والتقنية، لأنه في بعض الأحيان تقوم شركات الإنتاج السينمائي بتنفيذه بجميع مراحلها وتفاصيله وفي أحيان أخرى يقوم المخرج بذلك مع بعض المساعدين التقنيين، وربما يتم الاستعانة بشخص متخصص في هذا المجال، كما يمكن أن تكون ماهية الفيلم السينمائي وأسلوبه الإخراجي وشكله العام وإطاره الفني هي السبب في ذلك التفاوت النسبي في تنفيذ الملصق السينمائي، فمثلاً الأفلام التجريبية أو السريالية أو الفنطازيا أو غيرها من الأنواع الفيلمية الضيقة النطاق أو النخبوية ربما تكون صعبة الفهم والإدراك ذهنياً وفكرياً، وبالتالي فإن عملية تجسيدها تصميمياً عبر ملصق سينمائي سيكون إجرائياً مسألة ليست بالهينة، وربما قد لا يعبر عن مضمون الفيلم وماهيته ورسالته واتجاهاته أسلوبياً وفكرياً وربما سينمائياً ويمكن للملصق (تقنياً) أن يطرح ويقدم أشياء وتفاصيل قد لا يستطيع الفيلم الأصلي تقديمها بنفس الطريقة أو الجمالية أو التأثير، وربما بسبب طريقة تصميمها وإخراجها فنياً في فضاء الملصق السينمائي أو لربما يكون الأمر عائداً (نظرياً على الأقل) لكون الملصق فناً مكانياً ثابتاً (رغم امتداده الزماني طبعاً) إذا ما قورن بالفيلم السينمائي بوصفه رأي الأخير من الفنون الزمانية والتي تعبر عن التدفق والسيلان الأفقي لمشاهد ولقطات الفيلم عبر الزمن، وهنا ربما يمكن أن تكون الصورة الواحدة للملصق تعادل ذهنياً على الأقل كلية الفيلم وشموليته ونظراً للطبيعة السردية لكل تخصص منها، حيث إن الطريقة السردية للتفاصيل والعناصر التيبوغرافية والمرئيات والموجودات ضمن بنائية الملصق قد تختلف في كثير أو قليل عن نظيرتها السردية الخاصة بفن الفيلم نظراً لاختلاف الوسيط التعبيري لكلا الفنين، ويضاف لذلك دور وحضور التقنيات الطباعية الحديثة التي ساهمت في تطوير فن الملصق والسينمائي منه على وجه التحديد كالألوان ونقاوتها والإحساس بالعمق عبر تقنية الأبعاد الثلاثية علاوة على الخامات المستخدمة والأجهزة والمعدات التي تصمم وتنفذ بواسطتها. كما أن هنالك ملاحظة أخرى جديرة بالاهتمام في هذا الخصوص وهي أن للملصق السينمائي القدرة على امتلاك خاصية التلاعب ببعض تفاصيل الفيلم السينمائي الأصلي وحقائقه الفيزيائية (داخل الملصق فقط طبعاً) لأجل تقديم صورة جميلة وجذابة للمتلقي لجذبه لمشاهدة الفيلم السينمائي بوصفه -أي الملصق- هو المدخل أو البوابة لمعرفة تفاصيل الفيلم المعلن عنه، فمثلاً قد نلاحظ أحياناً أن الطبيعة الجسمانية للبطلين الرئيسين في الفيلم مثلاً متفاوتة وبدرجة غير محببة من حيث الطول أو الحجم أو الوزن وعندها قد يقوم مصمم الملصق بعدم إظهار ذلك التباين في تصميمه وكذلك السمات والملامح الجمالية والشكلية لوجوه أبطال الفيلم تبدو في أحيان كثيرة أكثر جاذبية وجمالاً وتأثيراً في الملصق عنها في الفيلم الأصلي، وهذا الأمر ربما ينطبق أحياناً على كثير من تفاصيل الفيلم الأخرى كالمكان والأزياء والديكورات والاكسسوارات وغيرها من موجودات الصورة الفيلمية الأصلية، وهذا ما يمكن أن نطلق عليه بخلق الإيقاع السايكولوجي لبنية الملصق وتصديرها للمتلقي كون الإيقاع هو حصيلة نهائية لاشتغال منظومة العناصر والمرئيات والموجودات في فضاء الملصق السينمائي. وهناك أمر آخر لابد من التطرق إليه في وصف العلائقية الجدلية ما بين الملصق والفيلم السينمائي وهو أن الأول وفي كثير من حالاته لا يعبر بشكل مباشر أو صريح عن مضمون أو موضوع الفيلم الأصلي بل بشكل أيمائي أو مجازي ولا يحاول الكشف عن المحتوى القصصي للفيلم السينمائي كي لا يفسد متعة المشاهدة والتلقي، فمثلاً لا يحبز الملصق أن يكشف عن موت الشخصية الرئيسة أو البطلة لأنها قد تكشف عن طبيعة القصة والصراع القادم والنتيجة النهائية وخاتمة الفيلم، لأنها توصل المتلقي إلى معرفة خاتمة القصة أو مصير البطل الرئيس في وقت مبكر ربما يفسد مشاهدة الفيلم تماماً، فلو افترضنا أن الملصق السينمائي المصمم لفيلم (اللغم) مثلاً تضمن صورة العلبة المعدنية التي وضع البطل قدمه عليها وظنّها لغماً سينفجر عليه وتبقى قدمه ثابتة على ذلك اللغم (المفترض) طيلة مدة عرض الفيلم لما أحس المتلقي بكل ذلك التوتر والتفاعل والخوف والقلق على مصير الشخصية البطل في الفيلم. ولا بد

من الإشارة إلى أن هنالك بعض المصممين ممن شغفتهم السينما وأجواؤها وأفلامها فأنتجوا الكثير من المصنقات السينمائية المتميزة وفهم المصمم الإيراني ذو الشهرة العالمية (علي وزيريان) الذي صمم العشرات من مصنقات الأفلام الإيرانية ولمخرجين معروفين ووفق أسلوب احترافي يضاهاه الفن الأوروبي والعالمي ((ومن بين أجمل ما قدمه ملصقه عن الفيلم السينمائي (رنك خدا) الذي حاكى فيه الأسلوبية الأوروبية في النظم التصميمية... وكذلك ملصق فيلم (المطر) للمخرج محيد مجيدي الذي يذكرنا بالأسلوبية الآسيوية في تنظيم العلاقات التصميمية والتمثيل الواسع لفضاء الصورة المحملة بالبلاغة الإشارية... إن سلسلة ملصقاته السينمائية تستوقف نقاد الملصق))¹⁵. إن فن تصميم الملصق بشكل عام والملصق السينمائي بشكل خاص لا بد وأن يتأثر بالمعطيات المحيطة سواء ما كان ثقافياً منها أو اجتماعياً ولا بد للمصمم أن ينعكس ذلك في ذائقته وفكره وأسلوبه فضلاً عن التطورات التكنولوجية المتلاحقة التي أصبحت سمة كل شيء تقريباً في الحياة المعاصرة ((وهكذا تم إعادة صياغة الكثير من المفاهيم والتصورات ومنها صور الواقع العامة التغير والإرجاء والتكرار التي أصبحت ثقافة جماهيرية أخذت الكثير من منظومة الفنان التخيلية في ثقافته البصرية وذائقته الجمالية))¹⁶ وهو ما حثَّ على المصمم البحث عن خيارات وحلول وبدائل لجعل منجزه الفني يتسم بالفردية والتميز والإبداع والتماشي مع معطيات العصر ومتطلبات الاستهلاك الجماهيري وهذه المعادلة بين كل هذه التفاصيل والجزئيات ليست يسيرة لاسيما مع الفنانين المصممين من ذوي النزعة الذاتية والاحترافية بذات الوقت، وكل ذلك حصل بفعل ((ظغيان الفكر المادي على طبيعة الحياة ووضع قواعد جديدة للتفكير والسلوك والعمل والجودة من خلال وظيفة الفنون البصرية ومنها فن التصميم وفق المنهج البرغماتي والمناداة بالنظام الكلي المتناسق المتكامل الذي يوحد ويربط العلوم ويفسر العالم وفق المنهج البنوي والسميائي، إذ أصبحت وظيفة التصميم وسط هذه التحولات والمتغيرات الكبيرة هي ابتكار حلول للمستقبل وليس للحاضر، كما ارتبط فن التصميم بالعملية الصناعية والإنتاجية ورأس المال والجدوى الاقتصادية وموازن الربح والخسارة))¹⁷ ويمكن ملاحظة أن التحولات والتغيرات التي طرأت على العملية التصميمية للملصق قد أخذت بعدين أو مستويين أولهما اختص بالشكل وثانيهما بمضمون الملصق ذاته وأسلوبه وفكرته الرئيسة التي يريد أو يبحث للتعبير عنها ويمكننا رصد تلك التحولات الشكلية ولاسيما في ملصقات ما بعد الحداثة وكما يلي¹⁸:

- ١- توظيف الصور الفوتوغرافية في تصميم ملصقات ما بعد الحداثة وفق مفهوم (الإيهام والخداع) كتحويل شكلي يخفي الفروق التي تميز ما بين الأصل والصورة أو ما هو حقيقي أو ما هو مصنع، وهنا يفقد الوعي قدرته على التمييز بين الواقع والخيال، فالواقع الأول (الأصل) زائف وزائل والثاني (الصورة) جمالي وله أثر سايكولوجي في تخيل الانعكاسات كما في الواقعية المفرطة.
- ٢- توظيف الصور الفوتوغرافية في تصميم ملصقات ما بعد الحداثة وفق مفهوم (العودة إلى الماضي) ك محاكاة لتطوير الأصل كشكل مستعار الهدف منه التشكيك بجماليات الحداثة في تفسير حقائق ميتافيزيقية.
- ٣- توظيف العناصر التيبوغرافية في تصميم ملصقات ما بعد الحداثة لكتل النصوص والمساحات اللونية الملمسية وفق مفهوم (التعقيد والتناقض) لضرب النظام أو الزمن أو العقلانية أو المنطق من خلال الجمع بين المتضادات الشكلية واللونية لكل النصوص والأشكال والرموز وعدم إكمال عبارات العنوان أو النص وصولاً لتفتيتها لخلق الفوضى ضمن مستويات متعددة من الخلفيات.

مؤشرات الإطار النظري

- ١- الملصق كيان فني قائم بذاته، ولكنه يمتلك الكيفية والآلية للتعاقب والاشتغال بفاعلية مع غيره من الأجناس الفنية كالفيلم السينمائي.
- ٢- تمتلك الشخصية الدرامية حضوراً مهماً وتسيدها واضحاً في بنائية الملصق السينمائي.
- ٣- تساهم العلاقات التجاوزية والبنوية لعناصر ومرئيات وموجودات الملصق السينمائي مع دلالاتها التعبيرية، تساهم بنسبة ملموسة في تشكيل المعنى.
- ٤- تساهم العناوين والكتابة والرسوم التوضيحية في إضفاء أبعاد تصميمية فنية مؤثرة للملصق الترويجي المعبر عن ماهية الفيلم السينمائي.
- ٥- للتقنيات الطباعة الحديثة دور فاعل في تجسيد فكرة الملصق ورسالته القصدية والاعتباطية وبثها للمتلقي.

الفصل الثالث/ إجراءات البحث

المنهج البحثي: تم استلام المنهج الوصفي الذي يتضمن التحليل كونه يتلائم وطبيعة هذا البحث ويجب عن تساؤلاته وتحقيق أهدافه وصولاً إلى النتائج المستوفاة.

مجتمع البحث: يمتد مجتمع البحث ليتناول معظم المصنقات السينمائية لأفلام عراقية وعربية وعالمية المتوافرة في شبكة المعلومات العالمية (الأنترنت). والتي سيتم اختيار عينات منتخبة منها حسب الحدود الزمانية الموضوعية للبحث ومدى ملائمتها لطبيعة البحث وحدوده الجغرافية.

عينة البحث: أختار الباحثان عينة قصدية من ثلاث بيئات فنية مختلفة لتغطي الحدود المكانية للبحث في العراق، مصر وأمريكا لأجل الامام قدر الإمكان بحدود البحث المهنية والعينات هي ملصق الفيلم العراقي (بحيرة البجع)، ملصق الفيلم المصري (جواب أعتقال) وملصق الفيلم الأمريكي (The Martian) .

أداة البحث : تمت بالاستعانة بمؤشرات الإطار النظري كمعيار بحثي منهجي لأجل تحليل العينات البحثية المختارة.

وحدة التحليل: تم اعتبار الملصق السينمائي وحدة بنائية متكاملة لأجل إجراء عملية تحليل العينات الفنية وفضلاً عما تحتويه هذه الوحدة البنائية المتكاملة، اي (الملصق السينمائي) من عناصر ومفردات تصميمية متعددة.

الدراسات السابقة: بعد اطلاع الباحثين على الكثير من المصادر والمراجع والبحوث ذات العلاقة بموضوعه هذا البحث ، فضلاً عن البحث في شبكة المعلومات (الانترنت)، وجد الباحثان، أن أقرب الدراسات والبحوث هي كما يأتي:

١- دراسة الباحث (د.أحمد عبيد كاظم الغزالي) والموسومة (التحويلات التعبيرية في تصميم ملصقات مابعد الحداثة) وهي أطروحة دكتوراه مقدمة إلى جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٥، وتميزت هذه الدراسة بطروحاتها الحداثوية وشموليتها وتخصيها للتحويلات التي واكبت المسيرة التطورية لفن الملصق، فضلاً عن إضافتها للتحويلات الوظيفية والبنائية والأسلوبية علاوة على التحويلات التعبيرية للملصق ، كما إنها احتوت إشارات ونماذج تحليلية للملصق السينمائي كلاسيكياً كان أم حداثوياً.

٢- دراسة الباحث (د. معتز عناد غزوان) والموسومة (متغيرات الزمان والمكان في بنية الملصق المعاصر) وهي رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة ، ٢٠٠٤ ، وتناولت هذه الدراسة عنصري الزمان والمكان وتأثيراتهما الظاهرية والباطنية في بنائية الملصق المعاصر مستشهداً بنماذج كثيرة من الملصقات المحلية والإقليمية والدولية بعد تحليلها واستقصاء أبرز العلامات والإشارات الدالة على اشتغالية عنصري الزمان والمكان ، فضلاً عن التطرق إلى العلاقات السياقية والنصية المتضمنة في ثنايا الملصق فيما بين العناصر التيبوغرافية ودورها في تفعيل فكرة الملصق.

٣- دراسة الباحث (د. نصيف جاسم محمد) والمعونة (المبالغة الشكلية في الملصق السينمائي) وهو بحث أكاديمي منشور في مجلة دجلة، بغداد، العدد/١ سنة ٢٠٠٤ ، وتطرق فيه الباحث إلى جوانب المبالغة التصميمية للشكل العام للملصق ، ولاسيما السينمائي منه ومتطرقاً إلى بعض مسوغات ذلك الاشتغال التصميمي واحتياجاته الثقافية والفنية والوظيفية، فضلاً عن الاستشهاد بنماذج تحليلية لأبرز الملصقات المصممة لأفلام سينمائية معروفة حققت حضوراً جماهيرياً واسعاً علاوة على التميز في تصميم تلك الملصقات بوصفها فناً متميزاً عن فن الفيلم ولكنه بذات الوقت متعاقباً به ثقافياً ووظيفياً وشعبياً.

٤- دراسة الباحث (د. عبد الجليل مطشر النوري) والموسومة (التنوع الفني ودوره في إظهار القيم الجمالية التصميمية في الملصقات) وهي رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة إلى جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة ٢٠٠٢، وتناول فيها الباحث طبيعة العلاقة بين التقنية بتبويغاتها المتعددة ومابين المعايير التصميمية ذات القيم الجمالية وانعكاس تلك العلاقة على بنية الملصق ومايشكله هذا التجاور التقني /الجمالي من فاعلية ملموسة في تركيبية الملصق وبنائيته، كما تطرق الباحث إلى طبيعة العلاقات المتوافرة بين العناصر والمرئيات والموجودات داخل فضاء الملصق وماتضمنه من دلالات تعبيرية وجمالية ووظيفية واضحة وفعالة.

٥- دراسة الباحث (د. خليل إبراهيم الواسطي) والموسومة (المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق) وهي رسالة ماجستير غير منشورة، مقدمة إلى جامعة بغداد /كلية الفنون الجميلة، ١٩٨٧. وتناول فيها الباحث ، الدلالات الفكرية التي تثيرها المضامين الواردة في تصميم الملصقات العراقية إبان فترة السبعينيات والثمانينيات من القرن المنصرم، وعلاقتها بعناصر التصميم الفني وماحدثته تلك العلاقات التجاورية ضمناً من تأثيرات على التصميم العام للملصق فضلاً عن ايضاح مقاصده الفكرية ودلالاته ورسائله المتضمنة التي يرد إيصالها إلى جمهور المتلقين، لاسيما في تلك الحقبة التي تميزت بطابعها السياسي والعسكري الخاص والمتضمن أيديولوجية معينة ومحددة من قبل السلطة.

٦- دراسة الباحث (حسين علي الطائي) والمعونة (العلاقة الأدائية والتقنية في التريلر السينمائي) وهي رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة إلى جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٨، تناولت طبيعة المتغيرات من حيث التقنية والأداء في تصميم وتنفيذ التريلر الفيلمي (الفيلم الإعلاني القصير، عن الفيلم الأصلي) واستعرض فيه الباحث المراحل الزمنية للتحويلات التي حدثت في طبيعة الإعلان عن الفيلم السينمائي والدعاية له ، فضلاً عن الإشارة إلى أبرز التقنيات المستخدمة في صناعة التريلر الإعلاني لاسيما تقنية الديجتال وال(4K) والكرافيكس ،

وغيرها من المستحدثات التكنولوجية ، واستشهد البحث بمجموعة من أبرز الافلام السينمائية وكيفيات صناعة التريلر الخاص بها .وهنا يمكن أن يعد التريلر موازياً من حيث الوظيفة لطبيعة تصميم الملصق وعلاقته بالفيلم السينمائي ووظيفته الترويجية والجمالية معاً.

الفصل الثالث: تحليل العيّنات عينة رقم (١) ملصق فيلم بحيرة الوجد



المؤشر الأول: الملصق كيان فني قائم بذاته، ولكنه يمتلك الكيفية والآلية للتعلق والاشتغال بفاعلية مع غيره من الأجناس الفنية كالفيلم السينمائي.

نلاحظ من الوهلة الأولى إننا أمام نص صوري متكامل وكيان فني نوعي قائم بحد ذاته ويمكنه أن يمارس استقلالته الفنية كجنس فني معروف وهو فن الملصق على الأقل كشكل دون اللوج في محتوى الملصق الذي يعبر عن مضمون سينمائي وهذه الاستقلالية الفنية للملصق تتأتى من خلال تكاملية عناصره ومفرداته التصميمية واشتغالها العضوي مع بعضها البعض وتأزرها لإنتاج منجز فني إبداعي يحظى بالتميز والاكتمال الذاتي ويعبر عن أسلوبية مصممه ورؤيته الإخراجية في تصميم هذا الملصق وإخراجه إلى حيز الوجود كي يتواصل و يتفاعل مع جمهور المتلقين، وبذات الوقت فإن هذا الملصق كفن معروف يمتلك القابلية و الكيفية للتجاوز والتعلق مع الأجناس الفنية الأخرى كالفن السينمائي ومخرجاته من الأفلام حيث نشاهد الاشتغالات الفنية النسيجية فيما بين الملصق وما بين الفيلم الذي يراد التعريف عنه والإعلان عن ماهيته وطبيعته وبقية المعلومات التي ربما يريد المتلقي معرفتها لأجل دفع الأخير واستتارة سارديته الذهنية كي يقرر الذهاب إلى دار العرض السينمائي ومشاهدة هذا الفيلم.

المؤشر الثاني: الشخصية الدرامية تمتلك حضوراً مهماً وتسيداً واضحاً في بنائية الملصق السينمائي.

عادة ما يلجأ الفيلم السينمائي إلى استثمار نجومية بعض الفنانين أو الممثلين وزجهم في بطولة الفيلم لتحقيق قوة جذب عالية للجمهور نحو الفيلم وهذا الأمر ربما ينطبق في كثير من الأحيان على فكرة والرؤية التصميمية للملصق السينمائي المقرر استخدامه للفيلم. حيث نشاهد في هذا الملصق الحضور الواضح لشخصية الفنان (جلال كامل) وكذلك بدرجة أقل للفنانة (سناء عبد الرحمن) بوصفهما بطلي فيلم (بحيرة الوجد) حيث عمد مصمم الملصق إلى وضعهما في منتصف التصميم ومركز السيادة الصورية مع وجود نظره حادة في تعبير عيني ووجه كل منهما للإيحاء بقيمة واهمية الشيء الذي ينظرون له والذي ربما يتكهن المتلقي المتعرض لمشاهدة هذا الملصق بوجوده داخل ثنايا الفيلم السينمائي الأصلي، كما أن التقارب بين صورتي البطلين الفوتوغرافيتين والمأخوذة أصلاً من إحدى لقطات الفيلم الأصلي توحي بوجود علاقة ما بين الشخصيتين الدراميتين المهممتين على الفضاء التصميمي للملصق قياساً ببقية الشخصيات الدرامية التي وضعت في أسفل الملصق وبعيداً عن مركز السيادة الصورية و الهيمنة الدرامية لتصميم الملصق بحيث تبدو وكأنها منزاحة عن المركز نحو الهامش كونها تعبر عن معاني ثقافية وفنية ذات علاقة بالموسيقى وهو ربما يعد ترفاً فكرياً و حياتياً قياساً بما تشهده إرهابات الظرف العراقي التي عبر عنها الفيلم السينمائي.

المؤشر الثالث: العلاقات التجاورية والبنوية لعناصر ومرئيات وموجودات الملصق السينمائي ودلالاتها التعبيرية تساهم بنسبة ملموسة في تشكيل المعنى.

يمكننا رصد مجموعة كبيرة من العلاقات البنوية المتجاورة فيما بين العناصر التيبوغرافية المشكّلة للفضاء التصميمي في هذا الملصق السينمائي، وربما يكون الاشتغال اللوني هو أحد أبرز السمات الواضحة للقيمة اللونية للون الأسود في أغلب فضاء الملصق مع ملاحظة بعض الألوان البسيطة التي كشف عنها من خلال الإضاءة المسلطة على وجه الشخصيتين الرئيسيتين فضلاً عن الإضاءة الموجودة على الفرقة الموسيقية في أسفل التصميم وكذلك اللون الذي كتب به عنوان الفيلم. ونلاحظ الأسلوبية التصميمية في تحديد الكتل والمساحات والحجوم والاتجاهية النسقية للمرئيات وامتداداتها وطبيعة توظيف وجهاً النظر فيما بين كتل الملصق ولا سيما مع كتلة الشخصية الرئيسية (جلال كامل) في زاوية

نظرت من اليمين إلى اليسار وأيضاً في نظرتة العكسية (وهو يقود الأوركسترا) من اليسار إلى اليمين، وهذه العلاقات سواءً كانت ظاهرية ملموسة وواضحة للعيان أم علاقات تجاورية ذهنية يخلقها وعي المتلقي المشاهد لهذا الملصق تنتج دلالات تعبيرية يمكن قراءتها وإضاءة مكوناتها كونها تساهم وبدرجة كبيرة في تشكيل معنى الملصق ومن ثم التشكيل النهائي المتوقع ذهنياً لمعنى الفيلم السينمائي الأصلي المعلن عنه عن طريق هذا الملصق السينمائي لأجل تحقيق نوع من التأثير في جمهور المتلقين ودفعهم للذهاب لدور العرض السينمائي ومشاهدة فيلم (بحيرة الوجد).

المؤشر الرابع: تساهم العناوين والكتابة والرسوم التوضيحية في إضفاء أبعاد تصميمية فنية مؤثرة للملصق الترويجي المعبر عن ماهية الفيلم السينمائي.

حفل هذا الملصق السينمائي بالعديد من العناوين سواء كانت رئيسية أم ثانوية فضلاً عن الكتابات والتخطيطات التي تشير إلى جهات معينة ((الوكو)) وهو ما ساهم في خلق رؤية تصميمية يمكن وصفها بالمؤثرة لهذا الملصق الإعلاني عن الفيلم السينمائي (بحيرة الوجد) كون الملصق يحاول أن يعبر شكلياً عن ماهية ذلك الفيلم المضمونية. وابتداءً يثير العنوان الرئيس للملصق (بحيرة الوجد) وعي المتلقي لاسيما المثقفين منهم أو ممن لديهم اطلاعات ثقافية وأدبية كون هذا العنوان مقتبساً وبذكاء من سيمفونية مشهورة للموسيقار الروسي (تشايكوفسكي) بعنوان (بحيرة الوجد) وقد وظفها كاتب أو مخرج الفيلم السينمائي بفتنة وذكاء لتكون عنواناً للفيلم وهو ما يلقي بإسقاطاته وانعكاساته السايكولوجية على الوضع في العراق إبان فترة تنفيذ الفيلم حيث الوجد العراقي الساكن في كل تفاصيل الحياة، أما العناوين الفرعية فتمثلت بالجهة المعنية بإنتاج الفيلم وهي (وزارة الثقافة العراقية) وكذلك أشار أحد العناوين إلى الجهة الإنتاجية المنفذة بشكل مباشر لفيلم (بحيرة الوجد) وهي (دائرة السينما والمسرح العراقية) كذلك تضمنت العناوين والكتابات الموظفة في فضاء الملصق كتابات باللغة الإنكليزية فضلاً عن اللغة العربية الأم وكذلك تم ذكر أسماء أهم نجوم الفيلم وهم (سناء عبد الرحمن) و (مازن محمد مصطفى) و (سعد محسن) و (همسة ماجد) كما تضمن الملصق أسماء بقية الشخصيات الدرامية المشاركة في تجسيد أحداث الفيلم والتي وضعها مصمم الملصق في الجزء الأسفل من الملصق تبعاً لأهميتها الدرامية في الفيلم، كما تضمن الملصق أسماء بعض الفنانين المهمين كالموسيقار (راند جورج) مؤلف الموسيقى التصويرية للفيلم ومدير التصوير ومدير الإنتاج والمونتير وغيرهم كما نلاحظ في أعلى يسار الملصق السينمائي شعار مشروع (بغداد عاصمة الثقافة العربية) وكذلك شعار شركة (عين الغزال) وهي الجهة المنفذة للفيلم وكل هذه التفاصيل والمثاليات ساهمت في خلق وجهة تصميمية جذابة لهذا الملصق الترويجي للتعبير عن مكونات الفيلم وماهيته ومعطياته والعلاقات الفاعلة في بنائه العضوي.

المؤشر الخامس: للتقنيات الطباعية الحديثة دور فاعل في تجسيد فكرة الملصق السينمائي ورسائله القصصية والاعتباطية وبنائها للمتلقى. مما لا شك فيه أن لتقنيات الطبوع والإظهار لا سيما الرقمية منها دوراً بارزاً ومؤثراً في بلورة الفكرة العامة لأي ملصق ولاسيما السينمائي منه كون الأخير يتميز عادة باستخدام وتوظيف التقنيات المتطورة جداً في تنفيذه حيث نظام (HD) و(4K) وغيرها. ولذلك يحاول مصمم الملصق السينمائي مواكبة التقنيات المستخدمة فيلمياً ومحاكاتها بل ومحاولة الإتيان بكل ما هو جديد ومتطور كي يكون الملصق معادلاً أو متوازياً مع الفيلم كفكرة وتقنية في آن واحد، ونشاهد في هذا الملصق المعبر عن فيلم (بحيرة الوجد) اشتغالاً تقنياً واضحاً للمفردات الطباعية تصميمياً و تنفيذياً من حيث الخامة المستخدمة فضلاً عن كفاءات المعالجات التي أدخلت على العناصر التيبوغرافية لاسيما اللونية منها علاوة عن الأنماط الكتابية التي تنوعت في امتداداتها الأفقية والعمودية في فضاء الملصق التصميمي سواءً أكان في الجزء الأعلى من الملصق أو في أسفله لتكوين نواتج بصرية مؤثرة في المتلقي عبر قراءته لرسالة الملصق سواءً القصصية التي تريدها الجهة المصممة للملصق و المنتجة له وهي بالتأكيد رسالة تدعو إلى حضور المشاهدين لمتابعة الفيلم في صالات العرض وكذلك هنالك رسائل اعتباطية أو عرضية تصل أحياناً إلى المتلقين نتيجة للتفاعلات التي يقيمها الوعي الخاص بالمشاهدين مع طبيعة الملصق المعروف وهو ماتحاول التقنيات الطباعية الحديثة تعجيله من خلال الإفادة من القدرة البرمجية وتوظيفها باتجاه تصميم نواتج تفعل القدرة الاتصالية البصرية وتطوع الإيهام الذي يخلقه الذهن سواءً أكان واعياً أم غير واعٍ.



المؤشر الأول: الملصق كيان فني قائم بذاته ولكنه يمتلك الكيفية والآلية للتعامل والاشتغال بفاعلية مع غيره من الأجناس الفنية كالفيلم السينمائي.

في هذا الملصق السينمائي نلاحظ الاشتغال الفني المتكامل لفن الملصقات من حيث اعتباره منجزاً فنياً إبداعياً يمكن تأطيره وتشكيل كيان خاص به وربما يمكن للقائمين على تصميم وتنفيذ هذا الملصق المشاركة به في معرض فني أو مهرجان متخصص بالملصقات وهو ما يعطي لهذا التخصص فريدة وميزة بعيداً عن استخدامات الجانب النفعي أو التداولي المتمثل في توظيف هذا الملصق أو غيره للتعبير عن مضامين أخرى وكما هو الحال في توظيف هذا الملصق السينمائي في التعبير عن ماهية فيلم (جواب اعتقال) ومضمونه القصصي و الإعلان عنه و عن قرب إطلاقه للعرض في دور العرض السينمائي في مصر. إن هذا التوظيف والاشتغال الفني المشترك ما بين الملصق كفن تخصصي والفيلم السينمائي كموضوع أو ماهية معلن عنها إنما يؤشر على المرونة والديناميكية التي يتمتع بها الملصق كفن في قدرته على التطوع والتوظيف والاشتغال مع البنى الثقافية المجاورة له إبداعياً ومعرفياً و إنتاج منجز إبداعي يعود بالنفع الثقافي و الاقتصادي و الإنساني على كلا التخصصين (الملصق/ السينما) عبر ما يحققه من حضور وتواصل وتأثير في جمهور المتلقين ودفعهم للذهاب لدور العرض لمشاهدة الفيلم الأصلي المعلن عنه عبر الملصق السينمائي الخاص لفيلم (جواب اعتقال).

المؤشر الثاني: الشخصية الدرامية تمتلك حضوراً مهماً وتسيّداً واضحاً في بنائية الملصق السينمائي.

نلاحظ في هذا الملصق السينمائي الخاص بفيلم (جواب اعتقال) أن مصمم الملصق عمد بقصدية واضحة إلى استثمار نجومية وشعبية الفنان (محمد رمضان) والذي هو الشخصية الدرامية الرئيسية في الفيلم ووضعها في أعلى ووسط الفضاء التصميمي للملصق متسيّداً البؤرة المركزية للصورة ووزع أسفل شخصيته بقية الشخصيات الدرامية الرئيسية والمهمة في الفيلم، وهذا التكنيك الفني التصميمي يمكن عدّه ضرورة لا غنى عنها لأجل جذب جمهور المتلقين لمشاهدة الملصق أولاً ودفعه لمشاهدة الفيلم السينمائي المعلن عنه ثانياً، ونستطيع أن نرصد الإيماءات والإيحاءات الشكلية التي ظهرت على وجه الشخصية الدرامية الرئيسية ونظرتها المباشرة إلى الأمام كإشارة على التحدي والإقدام و الإصرار على المواجهة مع الأطراف الأخرى المتصارعة معه ضمن نسيج حكاية الفيلم. مع بعض الإشارات الأخرى الدالة على بعض مكونات الشخصية (محمد رمضان) ودواخلها التي تشير إلى اتجاهاته الدينية (من خلال ذقنه غير الحليقة) والإشارة الموضوعية في منتصف الجبهة (للدلالة على التظاهر الديني) كما أن توزيع الشخصيات الأخرى بهذه الكيفية في التصميم ربما تشير إلى الأهمية المتعادلة نسبياً لكل منهما مع أفضلية نسبية تقريباً لبعض الشخصيات وكما يظهر في فضاء صورة الملصق السينمائي التي احتل أكثر من نصفها الصورة الفوتوغرافية المعدلة كومبيوترياً للنجم الجماهيري وصاحب الحضور الطاغي في شباك التذاكر في السينما المصرية (محمد رمضان).

المؤشر الثالث: العلاقات التجاورية والبنوية لعناصر ومرئيات وموجودات الملصق السينمائي ودلالاتها التعبيرية تساهم بنسبة ملموسة في تشكيل المعنى.

إن العلاقات التجاورية الظاهرة في الملصق السينمائي الخاص بفيلم (جواب اعتقال) تؤشر وبوضوح لتوظيف العناصر التيبوغرافية في فضاء المشهد التصميمي لهذا الملصق حيث تتجاور الكتل الحجمية للشخصيات الدرامية بشكل متراصف ومتوازن تقريباً مشكلة نسقاً بنيوياً ظاهراً تتحكم به العلاقات المتواشجة فيما بين عناصره ومستوياته الدالة، وكذلك نلاحظ الاشتغالات البارزة للقيم اللونية المتألّفة نوعاً ما وغير المتباينة

كثيراً وإن طغى اللون الأحمر الفاتح تصميماً على بقية الألوان كروية إخراجية وتصميمية من صانع العمل لإبراز شخصية النجم الجماهيري (محمد رمضان) و الملاحظ أن العلاقات اللونية وتدرجاتها تبدأ بالخفوت والاضمحلال كلما تحوّلت النسقية الاتجاهية نحو الجزء الأسفل من الملتصق، كما حاول مصمم الملتصق أن يجد علاقات وأواصر نسيجية ما بين مقدمة صورة الملتصق وخلفيته من خلال وضع بعض التفاصيل والمرئيات و الموجودات كمناظر المساجد وواجهات بعض العمارات السكنية والشقق وبعض التفاصيل المرئية الأخرى للإيحاء بأجواء الفيلم و طقوسه وزمانه ومكانه في محاولة من المصمم لتشكيل بعض الإشارات الدالة على معنى الفيلم وتقديمها كمعطى أولي للمتلقي لتكوين فكرة معينة عن الفيلم عن طريق ترجمة الدلالات التعبيرية لما معروض من مرئيات وتفاصيل وموجودات وإيجاد التفسير الموضوعي لها في ذاكرة ووعي المتلقي وذاقته الاجتماعية والجمالية وتفعيلها من أجل استنطاق المعنى المنبثق من صورة الملتصق السينمائي و القبض على بعض جزئيات المعنى أو إعادة تشكيله ذهنياً في وعيه.

المؤشر الرابع: تساهم العناوين والكتابة والرسوم التوضيحية في إضفاء أبعاد تصميمية فنية مؤثرة للملتصق الترويجي المعبر عن ماهية الفيلم السينمائي.

يكاد هذا الملتصق يحوي عنواناً رئيساً واحداً وهو عنوان الفيلم والذي جاء باللغة العربية وبخط يكاد يشبه الخط الفارسي وتم وضع هذا العنوان وفق الرؤية الإخراجية والتصميمية لصانع العمل أو مصممه فوق الصور الشخصية الفوتوغرافية لأبطال الفيلم عدا الشخصية الرئيسية طبعاً (محمد رمضان) ربما في إشارة إلى وضع الجميع تحت وطأة الضغط والقلق والخوف من مفردة (اعتقال) الواردة في عنوان الملتصق وكذلك في عنوان الفيلم، كما احتوى الفيلم على مجموعة من الكتابات التي لم تشر لا إلى اسم بطل الفيلم ولا إلى اسم أحد من الشخصيات الرئيسية أو المهمة في الفيلم، وربما كان ذلك الفعل للدلالة على نجومية أبطال الفيلم جماهيرياً وعدم الحاجة للتعريف بهم كتابياً في ملتصق الفيلم وربما أيضاً لعدم اكتظاظ الفضاء التصميمي بالكثير من الكتابات والتفاصيل والأسماء التي ربما تشوش عملية قراءة واستيعاب ثيمة الملتصق السينمائي وطبيعة ما يعلن عنه، وقام المصمم بمعالجة لونية للخلفيات وإظهار دلالات النار للإشارة إلى بعض ما يحتويه الفيلم من صراعات وتبدو الألوان وكأنها منفذة بألوان مائية ولا سيما في الفضاء العلوي من تصميم الملتصق مع الأسلوبية الإخراجية الواضحة الدلالة في الإقلال من الأنماط الكتابية أو الرسوم التوضيحية لجعل الفضاء التصميمي ذي أبعاد رشيقة وبسيطة وغير مليئة بالتفاصيل المرئية التي ربما يضجر منها المتلقي لاسيما العصري منه الذي يبدو أنه يبحث عن الاختزال و التكتيف الشديدين والبلاغة في التعبير عن التفاصيل والمضامين والمكونات الداخلية للأشياء.

المؤشر الخامس: للتقنيات الطباعية الحديثة دور فاعل في تجسيد فكرة الملتصق السينمائي ورسائله القصصية والاعتباطية وبنائها للمتلقي. ربما يمكننا أن نقول إن أسلوبية هذا الملتصق السينمائي لفيلم (جواب اعتقال) ينتمي إلى تيار المدرسة الواقعية وبالتالي فإن الاشتغالات التقنية الطباعية الحديثة لا تبدو فاعلة كثيراً في تفاصيله وثناياه كون أن التكنولوجيا الرقمية مثلاً تحبذ وتتألف في الاشتغال مع الملتصقات ذات الاتجاه ما بعد الحدائوي ولا سيما المذاهب الانطباعية وتنويعاتها ، ومع ذلك نلاحظ أن التقنية الطباعية للعناصر التيبوغرافية المتوافرة في فضاء هذا الملتصق التصميمي، عملت على إبراز الملامح المظهرية ومزجها بالقيم اللونية المتعددة ولكونها متألفة بذات الوقت وغير متفاوتة الشدة اللونية أو الدرجة اللونية مع إحداهن نوع من المزج اللوني في بعض المواضع التصميمية لأجل خلق نوع من العلاقات البنوية فيما بين الكتل والحجوم و الألوان، فضلاً عما يمكن أن نلمسه من معالجات كومبيوترية واضحة في خلفية الصورة على مستوى اللون والأشكال والمسافات فضلاً عن الامتدادات الاتجاهية مع المحافظة من قبل المصمم على قيم البساطة والمرونة والحركة وتوظيف الخطوط الذي أنتج اشتغالاً في القيم الشكلية و الوظيفية والجمالية عبر البحث من قبل صانع الملتصق السينمائي عن آلية ذات طابع ديناميكي للتظلم الشكلي الفضائي.



المؤشر الأول: الملصق كيان فني قائم بذاته، ولكنه يمتلك الكيفية والآلية للتعالق والاشتغال بفاعلية مع غيره من الأجناس الفنية كالفيلم السينمائي.

يمتلك هذا الملصق السينمائي المسحة الاحترافية الواضحة التي تجعل منه نصاً إبداعياً ذا جنس فني متعين ومعلوم الخصائص والسمات نظراً لما يمكن أن نشاهده من مرتكزات بنائية على مستوى الشكل والمضمون فضلاً عن طاقة الاشتغال العالية التي تتمظهر من خلاله والتي تصل إلى المتلقي بتدفق وانسيابية وتأثيراً أيضاً على المستوى السايكولوجي والذوقي والدرامي أيضاً نظراً لما يمتلكه من عناصر ومفردات تصميمية متناسقة ومتآزرة مع بعضها البعض مما يشكل كياناً فنياً مكتفياً بذاته مضمونياً وإبداعياً، وربما يستطيع أن يحظى بقبول جماهيري كبير فيما لو عرض بمفرده ضمن معرض فني أو مهرجان بعيداً عن القيمة الوظيفية أو الجانب النفعي في استخداماته وتوظيفاته و المتمثلة في الإعلان عن جنس فني آخر يتمثل بالفيلم السينمائي والدعاية له وتهيئة جمهور المتابعين والمتلقين لمشاهدة الفيلم الأصلي، ولكننا هنا نستطيع القول ربما بأنه من الرائع حقاً أن نلاحظ هذا التفاعل والتجانس والتعاون فيما بين هذين الجنسين الإبداعيين (الملصق والفيلم) لتشكيل منظومة علامائية وتعبيرية متميزة على صعيد الاشتغال شكلياً ومضمونياً للتعبير عن كيانين فنيين متقارفين شكلياً و متجانسين على صعيد الممارسة الإجرائية المتمثلة في تصميم ملصق سينمائي يتسم بالاحترافية وأيضاً لأبد من الإشارة البسيطة لما يتميز به ملصق العيّنة هذا عن الملصقين الذين تمت الاستعانة بهما في العيّنات (١) و (٢) كنماذج تحليلية على وفق مستويات متفاوتة من حيث الرؤية الإخراجية و التصميمية و التنفيذية والدرامية.

المؤشر الثاني: الشخصية الدرامية تمتلك حضوراً مهماً وتسيدياً واضحاً في بنائية الملصق السينمائي.

رغم أن الممثل (Matt daman) لا يعد من نجوم المستوى الأول وفق تصنيفات نجوم هوليوود و السينما العالمية، إلا أن حضوره الصوري والدرامي والحجمي الطاعني في الفضاء التصميمي للملصق السينمائي لفيلم (Martian) جعله يبدو مكتسحاً للصورة ومتسيداً عليها وربما يكون جانب التشابه الخلفي بينه وبين النجم السوبر ستار (ليوناردو دي كابريو) يعطي ميزة إضافية لهذا الملصق في الانتشار و التأثير نتيجة لما يمتلكه هذا النجم من كاريزما طاغية وتأثير كبير في الجمهور، كما ساهمت الدلالة البصرية الحاضرة في وجهة نظر (Matt daman) والبريق المنعكس منها في إضفاء هالة من الإشعاع و البريق والتأثير في الصورة الفوتوغرافية الموظفة بصرياً في الملصق، كما أن الهيمنة الواضحة لحجم الوجه للشخصية الدرامية الرئيسية في الفيلم على الفضاء التصميمي خلق انطباعات عن قوة هذه الشخصية وما يمكن تخيله من أحداث سوف تشاهد أثناء المتابعة الكاملة للفيلم الأصلي في قاعات العرض السينمائي، ونلاحظ خلو الملصق بنائياً من أي صور أخرى لشخصيات من الفيلم عدا صورة فوتوغرافية وحيدة وصغيرة على المستوى الحجمي لشخصية تظهر وهي تتحرك بعيداً عن المتلقي باتجاه مؤخرة فضاء الملصق دون أن نستطيع أن نتبين ملامحها وتفصيلها بدقة مما يعطي شخصية (Daman) تقرأ وسطوة واضحة في الهيمنة البصرية التي أرادها مصمم الملصق ومما زاد أو عمق من الهيمنة البصرية للشخصية الرئيسية في الفيلم هو حجم الخوذة التي يرتديها في رأسه والتي تعطيه شيئاً من الغرابة و الفانتازيا المرئية كونها ليست من الإكسسوارات التي يمكن أن يرتديها البشر العاديون، بل فقط رواد الفضاء أو الرجال الذين يقومون بمهام خاصة و خطيرة في الغالب مما يزيد من مساحة التشويق و الإثارة لدى المتلقي والتي ربما تدفعه لمشاهدة الفيلم الأصلي.

المؤشر الثالث: العلاقات التجاوزية والبنوية لعناصر ومرئيات وموجودات الملصق السينمائي ودلالاتها التعبيرية تساهم بنسبة ملموسة في تشكيل المعنى.

عادة ما يتشكل معنى الأشياء و التفاصيل من حصيلة مجموع العناصر و المرئيات الداخلة في تركيب تلك الأشياء، وهذا ما يمكن أن ندرکه بوضوح في مجموعة العناصر التيبوغرافية المكونة لملصق فيلم (Martian) حيث تتجاور الكتل والألوان والموجودات مع بعضها البعض وفق انساق تنتظم بإحترافية ولا سيما على مستوى العلاقات اللونية وكذلك الانساق الاتجاهية التي وظفها مصمم الملصق وفق طرائق متعددة منها ما هو عمودي وأخرى أفقية الطابع فضلاً عن تفعيله للفضاءات والحجوم بنسقية واضحة تعتمد التقابل أحياناً والتباعد في أحيان أخرى مما يساهم في خلق دلالات تعبيرية من خلال تلك التفاصيل و الموجودات تارة ومن خلال هذا التقابل والتباعد أو التباين ما بين المستويات تارة أخرى. فمثلاً هنالك تجاور وتباين في ذات الوقت ما بين كتل المرتفعات التي تتجاور مكانياً ولكنها تتباين لونياً لتعميق الإحساس بالعمق من جهة ومن جهة أخرى لخلق تأثيرات سايكولوجية عن المجهول الذي ينتظر الشخصية الدرامية البطلة ، لاسيما وإنها تتحرك اتجاهياً نحوه في مؤخرة الفضاء التصميمي للملصق، كما أن طغيان اللون الأصفر الذهبي مع وجود قيم لونية تميل إلى اللون الأحمر وتدرجاته يؤشر حالة من التفاعل و الانفعال كونته هذه المجموعة من القيم اللونية تنتمي لما يسمى الألوان الحارة وبالتالي قد تفعل مؤشر الخطر والقلق عند المتلقي وتدفعه لخلق معانٍ وموحيات ذهنية ترتبط بمرجعياته الفكرية والاجتماعية وذاكرته الموروثة و المختزلة لكل صور النار والحرب والخطر والمجهول وغيرها من المعاني التي قد توحى بها الرؤية التصميمية لهذا الملصق السينمائي والتي يمكن استنباطها عبر الدلالات التعبيرية التي تمنحها تجاورية العلاقات المتوافرة في الفضاء التصميمي للملصق.

المؤشر الرابع: تساهم العناوين والكتابة والرسوم التوضيحية في إضفاء أبعاد تصميمية فنية مؤثرة للملصق الترويجي المعبر عن ماهية الفيلم السينمائي.

نلاحظ في هذا الملصق السينمائي التسديد الواضح لعنوان الفيلم (Martian) في الفضاء السفلي للملصق مع كتابة اسم بطل الفيلم (matt daman) بنمط كتابي أقل من اسم الفيلم ربما لعدم الحاجة للإيضاح أكثر كون أن صورة بطل الفيلم قد طغت على فضاء التصميم الشكلي للملصق، كما احتوى الملصق على عنوان رئيس ولكن بخط رفيع في الفضاء العلوي للملصق كتبت فيه عبارة عميقة الدلالة:

(Help is only 140 million miles away) فضلاً عن مجموعة من الأنماط الكتابية الناعمة جداً لأسماء بعض الفنانين والفنيين المشتركين في إنتاج هذا الفيلم ، وقد تميز صانع العمل في توزيع الكتل والاحجام والتفاصيل الأخرى للموجودات المتوافرة في فضاء الملصق بحيث تتوزع في أغلب أرجاء الملصق مع الإشارة إلى تأريخ بدء تأريخ العرض في دور السينما والإشارة المهمة إلى أن الفيلم أنتج وسيعرض بتقنية (3D) المفضلة والمحبة لدى الكثير من عشاق السينما وروادها ، وهذا هو الجانب النفعي في تصميم الملصق السينمائي عبر الإعلان والترويج لما هو مميز أو مختلف في هذا الفيلم عن غيره من الأفلام السينمائية، هذا فضلاً عن أن هذه التفاصيل من أنماط كتابية وعناوين رئيسة أو فرعية فضلاً عن الرسوم أو التخطيطات إن وجدت تساهم في تكوين وتشكيل أبعاد تصميمية يفيد منها مصمم الملصق في التعبير عن رؤيته الفنية التصميمية وخلق فضاء تصميمي متميز ومؤثر في جمهور المشاهدين للملصق أولاً و للفيلم السينمائي الأصلي ثانياً، ومما يمكن أن يقال عن هذا الملصق السينمائي إنه يعطي تصوراً عن ماهية الفيلم الذي يعلن عنه ويروج له من خلال توظيفه للمكان السينمائي و الزمان و الاكسسوارات و الأزياء و الألوان وغيرها مما حفل به الفيلم السينمائي الأصلي وكشف عن جوانب من المحتوى التصميمي للفيلم وبيان جزء من مضمونه أو موضوعته التي يتناولها و تتعلق بالفضاء الخارجي ومحاولة فك أسراره وألغازه وحيواته.

المؤشر الخامس: للتقنيات الطباعية الحديثة دور فاعل في تجسيد فكرة الملصق السينمائي ورسالته القصدية والاعتباطية وبثها للمتلقي. لا بد لهذا الملصق السينمائي من توظيف التقنيات الرقمية الحديثة لإظهاره بهذا الشكل الفني الجذاب لاسيما على مستوى الألوان وبريقها وتدرجاتها فضلاً عن جماليات التصميم للفضاءات والكتل والمرئيات والتي تحتاج إلى تقنيات طباعية متطورة لإظهارها بهذا التميز والاحترافية، فرغم الاختزال الواضح لفكرة الفيلم عبر هذا الملصق السينمائي ، إلا أننا نلاحظ التأكيد على استمرارية الترابط العلائقي ما بين الشكل ومضمونه مستنداً على مرجعيات تصميمية ذات مسحة شبه واقعية بعيدة عن الترميز والانطباعية والذاتية لأجل المحافظة على الفكرة الأساسية للفيلم السينمائي المعلن عنه (Martian) وتجسيدها بشكل مكثف ومختصر عبر ملصقه الإعلاني فضلاً عن المحافظة على جوهر الرسالة القصدية التي يبتغيها الفيلم السينمائي ومن خلفه جهة إنتاجه ومن ثم مصمم ملصقه السينمائي والتي يراد لها الوصول إلى المتلقي والتأثير فيه كون أن الفيلم السينمائي وعلى خلاف بعض التخصصات الفنية الأخرى لا بد له من أن يصل إلى جمهوره وبأوسع طريقة ممكنة لأجل النجاح الجماهيري ومن ثم استعادة المبالغ المصروفة على إنتاجه، فالفيلم السينمائي لا بد له من توظيف التقنيات الحديثة في إنتاجه الفني أولاً وفي تصميم ملصقه

السينمائي ثانياً كي يضمن حصول التأثير المطلوب والتعرض الواسع لأكبر عدد ممكن من الجمهور لضمان فاعلية شبك التذاكر واستمرارية التواصل بين الفيلم وجمهوره عبر وسيطه الصوري الملصق السينمائي.

الفصل الرابع: النتائج

- 1- تبين من خلال تحليل العينات المختارة أن الملصق يمتلك بنية مكتبية بذاتها في التصميم والاشتغال والحضور الفني، فضلاً عن قدرته على التمثل والتعلق مع ماهية الفيلم السينمائي لتشكيل كيان فني جديد ومميز.
- 2- رصد البحث الحضور الواضح والسيادة والهيمنة الصورية والدرامية للشخصيات الفنية في بنية الملصق السينمائي لإضفاء التأثير المنشود لغائية الملصق وهدفه في الترويج للفيلم السينمائي.
- 3- أمتلكت العلاقات التجاورية والبنية لمربيات الملصق السينمائي طاقة عالية ساهمت في بناء المعنى المعنى وتشكيله وفقاً للدلالات التعبيرية التي أنتجتها تلك العلاقات النسيجية شكلياً ومضمونياً.
- 4- ساهمت العناوين والكتابات والرسوم التوضيحية الموجودة في بعض العينات المختارة في تكوين أبعاد وسمات تصميمية ذات قيمة تأثيرية واضحة للملصق الترويجي للتعبير عن ماهية الفيلم السينمائي والدعاية له.
- 5- وضح من خلال التحليل الاستخدام المميز للتقنيات الطباعية الرقمية الحديثة لتجسيد فكرة الملصق السينمائي وإيصال رسالته وهدفه إلى جمهور المتلقين والتأثير فيهم جمالياً وسايكولوجياً فضلاً عن القيمة الدرامية والفنية.

الاستنتاجات

- 1- تمتلك الفنون عموماً القدرة على التجاور والاشتغال مع بعضها البعض مع احتفاظها بكيونتها الذاتية ومعالمها الفنية الخاصة وهو ما توضح في تجاور اشتغال فني الملصق والسينما.
- 2- مهما تميز فن من الفنون بقدرته الذاتية على التمثل والحضور الفني، إلا أنه يبقى دائماً بحاجة إلى الحضور القوي والمميز للشخصيات الدرامية لإيصال رسالته إلى الجمهور والتأثير فيه وهو ما بدا واضحاً في بنائية الملصق السينمائي.
- 3- عادة ما يقال أن المهم ليس الأشياء وإنما العلاقات فيما بين عناصرها وذلك لكونها تقوم ببناء المعنى وتشكيله بناءً على المعطيات والدلالات المنتجة وفق تلك العلاقات التي تتكون فيما بين مربيات الملصق السينمائي كالكتل والحجوم والألوان والفراغات والفضاء وغيرها من الموجودات.
- 4- رغم أن الأساليب الحداثوية وما بعد الحداثوية في تصميم الملصقات عموماً والملصق السينمائي على وجه التحديد تتجه إلى التكتيف والاختزال والتمرير، إلا أن الملصق السينمائي أحياناً يحتاج إلى بعض العناوين والكتابات والرسوم التخطيطية أو التوضيحية لأجل الإعلان عن بعض التفاصيل المهمة كموعدهم العرض الأول أو مكان العرض أو غيرها.
- 5- أصبح من الشائع أو بالأحرى من الواجب استخدام التقنيات الطباعية الرقمية الحديثة في تصميم الملصق السينمائي وتوظيفها لخدمة هدف الملصق والتأثير في وجدان ووعي المتلقي بصورة جمالية وإيحاء سايكولوجي.

التوصيات

يوصي البحث بما يلي:

- 1- الاهتمام بترجمة بعض الكتب والمصادر الحديثة المعنية بموضوع هذا البحث لاسيما وأن الملصق السينمائي أخذ حيزاً كبيراً في الاشتغال الفني إقتصادياً وأكاديمياً.
- 2- إدخال موضوع الملصق السينمائي ضمن المقررات الدراسية لطلبة الدراسات الأولية في قسم التصميم كونه يبحث في العلاقة التجاورية فيما بين فني الملصق والسينما.

المقترحات

استكمالاً للبحث الحالي نقترح القيام بالدراسات الآتية:

- 1- دراسة التقنيات الطباعية الرقمية ودورها في تصميم الملصق السينمائي.
- 2- دراسة التمثلات الفلسفية المعاصرة في بنية الملصق السينمائي.

- ١- أمهز محمود، الفن التشكيلي المعاصر، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ١٩٩٦، ط١، بيروت.
- ٢- خالد محمد البغدادي، اتجاهات النقد في فنون ما بعد الحداثة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٨م.
- ٣- عبد الجبار محمود، التصوير الطباعي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، ١٩٨٠.
- ٤- فريد زمر، الصورة في عملية الاتصال، تر، خليل حماش، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، بغداد، ١٩٨٠.
- ٥- علي شناوة ال وادي، وآخرون، الأبعاد الأسلوبية والتقنية في الرسوم التعبيرية التجريدية، دار الصفاء للنشر، عمان.
- ٦- أ.د.منى سعيد الحديدي، أ.د.سلوى أمام علي، الإعلان أسسه وسائله وفنونه، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، القاهرة، ط٢، (٢٠٠٨).
- ٧- مصطفى عبده، مدخل إلى فلسفة الجمال، ط٢، مكتبة مدبولي، القاهرة، ١٩٩٩.
- ٨- مكي عمران راجي، التقنيات المستخدمة في اللوحات العراقية المعاصرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٩.
- ٩- مؤيد قاسم الخفاف، استخدام الصورة في الصحف العراقية، وزارة الثقافة والإعلام، بغداد، ب.ت.
- ١٠- نصيف جاسم، فلسفة التصميم بين النظرية والتطبيق، بغداد، ٢٠٠٢.

المصادر المترجمة

- ١- الان باونيس، الفن الأوربي الحديث، تر، فخري خليل، دار المأمون بغداد، ١٩٩٠
- ١- ناثان نوبلر، التعبير في الفن التشكيلي، تر، فخري خليل، مجلة آفاق عربية، العدد ١١، بغداد، ١٩٨٤.
- ٢- البحوث والأطاريح
- ٣- (أحمد عبيد كاظم الغزالي)، (التحولات التعبيرية في تصميم ملصقات ما بعد الحداثة) أطروحة دكتوراه مقدمة إلى جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٥.
- ٤- (معتز عناد غزوان)، (متغيرات الزمان والمكان في بنية الملصق المعاصر) رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة، ٢٠٠٤.
- ٥- (نصيف جاسم محمد)، (المبالغة الشكلية في الملصق السينمائي)، بحث أكاديمي منشور في مجلة دجلة، العدد ١/ سنة ٢٠٠٤، بغداد.
- ٦- (عبد الجليل مطشر النوري) والموسومة (التنوع الفني ودوره في إظهار القيم الجمالية التصميمية في الملصقات) رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة إلى جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة ٢٠٠٢.
- ٧- (حسين علي الطائي) والمعنونة (العلاقة الادائية والتقنية في التريلر السينمائي) وهي رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة إلى جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٨.

Sources

- 1- Amhaz Mahmoud, Contemporary Plastic Art, Publications for Distribution and Publishing, 1996, t. Beirut.
- 2- Khaled Muhammad Al-Baghdadi, Trends of Criticism in Postmodern Arts, The Egyptian General Book Authority, Cairo, 2008 CE.
- 3- Abdul-Jabbar Mahmoud, Printmaking, Ministry of Higher Education and Scientific Research, Baghdad, 1980.
- 4- Farid Zumar, The photo in the communication process, Ter, Khalil Hamash, Arab Organization for Education, Culture and Science, Baghdad, 1980.
- 5- Ali Shenawa Al-Wadi, and others, stylistic and technical dimensions in abstract expressive graphics, Al-Safa Publishing House, Amman.
- 6- Prof. Mona Saeed Al-Hadidi, Prof. Salwa Emam Ali, The Declaration, Founded by His Means and Art, Egyptian Lebanese House, Media Library, Cairo, 2nd edition. (2008).
- ٧- Mustafa Abdo, Introduction to the Philosophy of Beauty, 2nd edition, Madbouly Library, Cairo, 1999.
- ٨- Makki Imran Raji, Techniques Used in Contemporary Iraqi Painting, Unpublished Master Thesis, University of Baghdad, College of Fine Arts, 1999.

٩- Muayyad Qasim Al-Khuffaf, 'using the image in the Iraqi press', Ministry of Culture and Information, Baghdad.

١٠- Nassif Jasim, 'Design Philosophy between Theory and Practice', Baghdad, 2002.

Researchs and dissertations

1- (Ahmad Obaid Kazem Al-Ghazali), (Expressive Transformations in Designing Postmodern Posters) PhD thesis submitted to the University of Baghdad / College of Fine Arts, 2015.

2- (Moataz Anad Ghazwan), (Variables of Time and Place in the Structure of Contemporary Poster) Master Thesis submitted to the University of Baghdad / College of Fine Arts, 2004.

(Nassif Jassem Muhammad), (The Exaggerated Exaggeration in the Film Poster), academic research published in the Tigris Magazine, Issue / 1 of the year 2004, Baghdad.

4- Abdul Jalil Mutasher Al-Nouri) and tagged (artistic diversity and its role in displaying aesthetic design values in posters), unpublished master's thesis submitted to Baghdad University / College of Fine Arts 2002.

5- (Hussein Ali Al-Taie) entitled (The Performance and Technical Relationship in the Film Trailer), which is an unpublished Master Thesis submitted to the University of Baghdad / College of Fine Arts, 2018.

□الهوامش

١ عبد الجبار محمود، التصوير الطباعي، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، ١٩٨٠ ص ٢٨.

٢ - مؤيد قاسم الخفاف، استخدام الصورة في الصحف العراقية، وزارة الثقافة والإعلام، بغداد. ب.ت. ص ١١-١٣.

٣ - فريد زمر، الصورة في عملية الاتصال، تر، خليل حماس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، بغداد، ١٩٨٠، ص ٩١.

٤ - أ.د. منى سعيد الحديدي، أ.د. سلوى إمام علي، الإعلان أسسه وسائله وفنونه، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية، القاهرة، ط ٢ (٢٠٠٨)، ص ٢٩.

٥ - نصيف جاسم، فلسفة التصميم بين النظرية والتطبيق، بغداد، ٢٠٠٢، ص ٢٧.

٦ - أحمد عبيد كاظم الغزالي، التحولات التعبيرية في تصميم ملصقات ما بعد الحداثة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد - كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٥، ص ١٨٤.

٧ - أمهر محمود، الفن التشكيلي المعاصر، ص ٢٣٢.

٨ - ناثان نوبل، التعبير في الفن التشكيلي، تر، فخري خليل، مجلة آفاق عربية، العدد ١١، بغداد، ١٩٨٤، ص ٨٩.

٩ - مكي عمران راجي، التقنيات المستخدمة في اللوحات العراقية المعاصرة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ١٩٩٩، ص ١٨٨.

١٠ - آلان باونيس، الفن الأوربي الحديث، تر، فخري خليل، دار المأمون بغداد، ١٩٩٠، ص ٢٨٥.

١١ - علي شناوة ال وادي، وآخرون، الأبعاد الأسلوبية والتقنية في الرسوم التعبيرية التجريدية، دار الصفاء للنشر، عمان، ٢٠١١، ص ١٦٤.

١٢ - أحمد عبيد كاظم الغزالي، مصدر سابق، ص ٥٦-٥٧.

١٣ - مصطفى عبده، مدخل إلى فلسفة الجمال، ط ٢، مكتبة مدبولي، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٤٧.

١٤ - مصطفى عبده، مصدر السابق، ص ٥٥.

١٥ - نصيف جاسم محمد، مصدر سابق، ص ١٤٥.

١٦ - خالد محمد البغدادي، اتجاهات النقد في فنون ما بعد الحداثة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ١٠١.

١٧ - أحمد عبيد كاظم الغزالي، التحولات التعبيرية في تصميم ملصقات ما بعد الحداثة، أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، ٢٠١٥، ص ٤٤.