سيميائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي

Semiology of the Photography Image in the Movie Poster

م.د/ محمد حسين محمد عيسي

مدرس الفوتوغرافيا والسينما والتليفزيون كلية الفنون التطبيقية بجامعة 6 أكتوبر

ملخص البحث:

السينما وسيلة إتصال لها تأثير هائل على الجمهور المتلقى لها، وينبع هذا التأثير من الطبيعة الخاصة للسينما بإعتبار أنها تجمع بين الوعاء الثقافى المعرفى والشكل الفنى التعبيرى. فهي نمط من أنماط الإبداع الثقافى الذى يعكس النظم والأوضاع والمعتقدات في المجتمع. والصورة تعني محاولة نقل الواقع بحيث تتحقق عملية الاتصال ولا يشترط في الصورة ان تكون مطبوعة فقد تكون الصورة صوتية أو حركية أو موسيقية، ولذا فمصطلح الصورة كلمة جامعة شاملة.

ويُعد الملصقات السينمائية المطبوعة أحد أدوات تشكيل وتنمية وإثراء الثقافة فى المجتمع، وتقوم البنية السيميائية للملصق السينمائي بمعالجة الرموز البصرية لإنتاج المعنى المناسب لكل مجتمع، حيث يعكس تصميم الملصق السينمائى القيم الثقافى والأيديولوجى في المجتمع.

الخلاصة:

يستخدم المصور العديد من الدلالات لتمثيل المعني في الصورة الفوتوغرافية المستخدمة في الملصق السينمائي من خلال كلاً من حجم اللقطة وزاويتها وشكل الإضاءة ومدلولها وعناصر تكوين الصورة وتأثير الألوان في سيميائية الصورة والذي يعد من أهم عناصر الصورة المكونة لها فالدرجات اللونية لها القدرة التعبيرية علي توصيل المعلومات للمشاهد لتحقيق عملية التواصل معه، مع مراعاة التفاعلية بين كل هذه العناصر المؤثرة في مدلول الصورة لإيجاد الوحدة البنائية للصورة وما هو المطلوب في التعبير عن الأحاسيس المرجوة داخل الصورة حسب ما يناقشه الفيلم (كوميدي – رومانسي – اكشن .....) وتوصيل التأثير الدرامي لها فإما ان يصور البيئة المحيطة بالأشخاص لأهميتها أو تصوير الشخص دون الخلفية أو جزء منه، وبشكل عام فان المعرفة بكل هذا يثري الصورة ويجعلها ممتازة في توصيلها لمضمون الفيلم للمتلقي بشكل مباشر.

Abstract

Photographers using a lot of concepts to improve the meaning of photo in poster film through size and angel of shot and its forming then angle of lighting and its concept also effect of colors in it which consider the most important element of photo.

The color grades have expressive ability to connect informations to viewer to examinate communication process with him , within considering that interactive between all these affecting elements on photo concept to find the structural unite of photo and what need in the expression of it in photo according to film discuss it (comedy – romantic –action …….and so on) connecting the dramatic effect to it is taking photo to surrounding environment with people because its importance or taking photo to small part of it.

Generally the knowledge of that rich photo and connect content of film to receiver directly.

مشكلة البحث:

هناك إشكالية تتعلق بتعارض قيود الصورة الفوتوغرافية من الناحية التقنية والجمالية ومتطلبات الاتصال الفعال بالملصق السينمائي في أداء وظيفة الصورة والتي بدورها تعتمد علي وجهه نظر المصور للتعبير عن محتوي الفيلم السينمائي.والتي تتبلور في مظاهر تأثير المتغيرات التي تطرأ علي الصورة الفوتوغرافية المستخدمة في الملصق السينمائي وكيفية تعامل المصور في انتاج تلك الصورة .

هدف البحث:

يهدف البحث إلى الاستفاده من المفاهيم السيميائية في الصورة الفوتوغرافية بالملصق السينمائي وتأثيرها في عملية الاتصال بين المصور والجمهور

الكلمات الدالة: Keywords

سيميائية الصورة الفوتوغرافية	Semiotics of image
الملصق السينمائي	Movie Poster
تحليل المضمون	content analysis
الصورة الفوتوغرافية	digital photography
الاتصال	communication

مقدمة :

علم السيميائية مثله كمثل الأنشطة النقدية المعاصرة، حيث يرتبط ببيئة الفكر المعاصر خلال توضيحه للعلامات والصيغ البصرية ومعالجتها شكلياً وفكرياً داخل المجتمعات عن طريق وضع المعاني ودلالاتها في سياق ثقافي يشمل على خبرات تاريخية وسياسية وإاقتصادية.

والثقافة هي نظاماً من العلامات وبمجرد أن يُخلق الرمز حتى يستخدم كعلامة، ويمكن تحديد معنى العلامة من خلال الظروف التي تستخدم فيها، أى أن الثقافة هى الإطار المحدد لفهم معاني وإستخدامات الرمز كعلامات.

ولكل مجتمع بشرى ثقافته الخاصة ورموزه وعلاقاته المميزة التي تختلف فى مجملها عن ثقافة أى مجتمع آخر فالخطاب الثقافي هو الذي يحول الأشكال والصيغ البصرية إلى بؤرة لإنتاج الدلالات وتحديد أنماط إستهلاكها.

والملصق السينمائى يحمل رسالة مرئية تحمل فكرة سيميولوجية ذات دلالة معرفية إتصالية يستقبلها المشاهد على شكل علامات أو أشارت رمزية لأنتاج المعنى المرجو توصيله .والفكرة أو الدلالة هى مضمون الرسالة البصرية التى يحملها الملصق السينمائي والذي يكون في تكوينة بصفة أساسية الصورة الفوتوغرافية التي تحمل معاني ودلالات تشرح فكرة الفيلم وتوصله للمشاهد المراد توصيل الفكرة له .

1-سيميائية الصورة فى الملصق السينمائى:

أدى ظهور الفوتوغرافيا إلي تغيير شكل التفاعل بين الإنسان والآخر، بل بين المجتمعات وبعضها البعض، فأثرت وتأثرت فى شتى بقاع العالم، ولا يمكن أن نرى الآن أي وسيط إعلامي،(1) لا يحتوى على صورة، سواء فوتوغرافية ثابتة، أو متحركة كالسينما أو التلفزيون، حتى أصبح العالم الآن لا يتعامل إلا من خلال الصور.

وبعد ظهور هذا الاختراع، ومع الصراع بين ماهية الصورة الثابتة، ومدى قدرتها على إحداث التواصل مع المتلقي، حيث أخذت تشق طريقها منذ ميلادها إلي الآن، اتجه التأكيد على معنى أو جوهر واحد فقط، وهو أن الصورة تتكون من تنظيم مركب من عدد من المعاني، لتكون أهم وسيلة للتفاهم ونقل الأفكار(2).

ولغة التفاهم بين البشر يمكن أن تتجلى فى شكلين بصري وصوتي، مثل الصورة فى الملصق السينمائي، فالصورة تمثل آلاف الكلمات والدلالات، ثم يأتى شكل تصميم الملصق السينمائي ليؤكد أو ينفى المعاني المدركة من خلال الصورة، وهو السؤال الذى طرح نفسه قبل ذلك فى الصورة المرسومة) الرسم الزيتى ، وتطور مع تطور وظهور تكنولوجيا الصورة الثابتة والمتحركة ليصبح للصورة لغتها. فتقول جولي M. JOLY عن الصورة أن الصورة وسيلة تعبيرية، واتصالية تربطنا بتقاليدنا(3).

بينما يري حميدة أن الصورة أداة تعبيرية اعتمدها الإنسان لتجسيد المعاني والأفكار والأحاسيس، ولقد ارتبطت وظيفتها سواء كانت إخبارية، رمزية، أو ترفيهية بكل أشكال الاتصال والتواصل.

والصورة هي واقع متحقق في حياتنا، ويسهل تعريفها بالإشارة إلى تجلياتها المختلفة، وهذا الاختلاف والتنوع هو سمة من سمات الصورة رغم وحدة كينونتها كنوع فني محدد . فالصورة بشكل عام هي بنية بصرية دالة وتشكيل تتنوع في داخله الأساليب والعلاقات والأمكنة والأزمنة فهي بنية حية تزخر بتشكيل ملتحم التحامًا عضويًا بمادتها ووظيفتها المؤثرة الفاعلة(4) ويرتبط هذين التعريفين جولي و حميدة بالمعنى الدلالي للصورة في كونها وسيلة تعبيرية اتصالية .
وحتى تستطيع أي صورة أن تؤدي وظيفتها الاتصالية فلا بد أن يكون لها نظام من العلامات المعدة للاستخدام وتعد لغة الصورة من أبسط وأعقد اللغات في نفس الوقت وبما أن العلامة هي البديل المادي للتعبير عن الأشياء والظواهر والمفاهيم التي يستخدمها مجتمع من المجتمعات في عملية تبادل المعلومات فإن الثمه الأساسية للعلامة هي قدرتها علي القيام بوظيفة البديل.

إن لغة الصورة ليست مجموعه من العلامات الفردية فمضمون اللغة وتعبيرها يشكلان نظاماً عضوياً من العلاقات البنائية فكما أن كلمة كرة قدم متعارف عليها لناطقي اللغة العربية أما بالانجليزية football ولكن الصورة جمعت بين كل هذه اللغات وأصبح من السهل تداول تلك الصورة كلغة مشتركة لهذه اللغات جميعاً.(5)

فالصورة هي نظام اتصالي تتكامل معانيه ومضامينه بإرتباطة باللغة اللفظية سواء كانت مكتوبة ضمناً مع الصورة أو لغة الصورة نفسها والمعاني التي تتضمنها فإن كل صورة تكون معبرة عن معني محدد حتى الصور الجمالية فهي تنقل المعاني والأحاسيس الجميلة التي رآها المصور في تلك اللقطات المصورة ونقلها بوجهه نظرة وتتعاظم أهمية هذه الخاصية في التعبير عن المعاني في صور الملصق السينمائي فهي نوع من الخطاب أو بشكل أخر هي رسالة موجهه لجمهور مستهدف، وبما أن أحد أهم قواعد الصورة بشكل عام وصورة الملصق السينمائي بشكل خاص أنها نظام غير خطي بمعني أن مدخلاتها لا تساوي مخرجاتها فيجب دائما الحذر عند نقل المعلومات خلالها ومراعاة مدي إدراك الجمهور المستهدف وذلك حتى تحقق الصورة الغرض المطلوب الذي يرغب المصور في توصيلة ولكي نستطيع فهم هذه الصورة فينبغي أن يدرك كلاً من المصور والمشاهد لغتها الخاصة والعامة(6)

1-1 مفهوم الصورة:

تعتبر الصورة شيئًا محسوسًا متعدد المعاني تستطيع تقديم شخص أو حيوان أو أشياء مختلفة . فمصطلح الصورة استخدم مع كل انواع الدلالات، فمثلا إذا نظرنا إلى التعبيرات المختلفة لكلمة الصورة لوجدناها ذات معانٍ متعددة ومختلفة

بحسب العهود. ففي الحياة اليومية نقول في هذه الصورة مثل أبيه، أي يشبه له كثير ونقول ايضاً صورة الماضي مازالت في ذاكرتي ، كما نقول هو هادئ مثل الصور، لدلالة على أنه هادئ جدًا (الصورة الذهنية، الصورة الشعبية، وغيرها.(7)

فتلعب الصورة العنصر الأساسي والقوي في تصميم هذا الملصق ولها الدور الهام والأكبر في جذب المتلقي ذهنياً ووجدانياً وحركياً والتآثير عليه فهي الأكثر درة علي التعبير الدلالي في أدائها لوظيفه الرسوخ وذلك عن طريق المعاني وقدرتها على ترسيخ المعني للمشاهد والتكميل بتجليها في مهامها التعبيرية. (8)

1-2 مستويات سيميائية الصورة الفوتوغرافية :

تقسم مستويات تقسيم الصورة علي النحو التالي:

- **السينتاتيك Syntatic**: ويهتم فيه بماهية العلامة وعلاقتها بغيرها بشكل مجرد من الدلالة والتاثير والاستخدام
- **السيمانتيك Semantic**: وهو تمثيل للعلاقة بين مضمون الصورة ووسيلتها للتعبير عن هذا الموضوع من خلال العناصر المكونة له.
- **البرجماتيك Pragmatic**: وهي العلاقة بين مضمون الصورة وعناصرها الأساسية مع متلقي الصورة.(9)

1-3 دلالة الصورة الفوتوغرافية كوسيط اتصالي:

تنحصر العلاقة بين الصورة والعلامة إلي الشكل والمادة ويعتبر الوسيط الاتصالي (الصورة) هي مادة العلامة والحامل لها وهو الذي يربط بين كل من وظيفة ونظام الرمز والرسائل التي يتم نقلها عبر صورة الملصق السينمائي فما هي إلا امتداد للحواس وامتداد لحاسة البصر كما انها امتداد لسيكولوجية مركبة لكل من المصور والمشاهد.

1-3-1 الرموز الاساسية للصورة:

الصورة تحمل دلالات مختلفة وتنقل لنا رسائل متعددة ذات رموز محددة يصعب فهمها، وتحليلها إلا إذا عرفنا فك رموزها.الأساسية, والتي يمكن تلخيصها على النحو التالي(10)

1-3-1-1 رمز النقل Transmission: وهو مختص بالتكوين الفيزيائي للصورة مثل الخطوط الالكترونية في الصورة التلفزيونية، حبيبات الفضة بالنسبة للصورة الضوئية.

1-3-1-2- الرموز التشكيلية: Morphologiques وهي التي تختص بالتكوين التشكيلي للصورة من حيث توزيع للكتل والخطوط والظلال.

1-3-1-4- الرمز اللونيChromatique : وهو المختص في معرفتنا للدلالات التي تفرزها الألوان والتي تحيلنا إلى علاقة الانسان بالطبيعة وما تفرزه من تأثيرات علينا .فالإنسان يتمثل الحقيقة في لون السماء، ويرى معنى التضحية والعنف في اللون الأحمر وغيرها.(11)

1-3-1-5- رمز التصوير الضوئي : وهو المتعلق بأحجام اللقطات وزواياها، فالتحول مثلا من زاوية لقطة إلى أخرى يؤدي إلى تغيير المعنى، فالزاوية من أسفل تختلف عن الزاوية من أعلى في معانيها، واختيار الأبيض والأسود أو الالوان إلى غير ذلك من معاني.

1-3-1-6- الرمز اللغوي Linguistique : وهو مختص باللغة والكلمات المستعملة في العمل المقدم.

1-3-1-7- الرمز الاجتماعي الثقافي Socio-culture : وهذا الرمز يسمح لنا بالتعرف على ثقافة ما، فصورة عامة تتوسطها المآذن والقباب تحيلنا إلى إطار مرجعي يوحي بنبض الثقافة العربية الاسلامية.

1-3-1-8- الرمز الهندسي Topologique: مواقع الأشياء الهندسة في المواقع المختلفة مثل قوس النصر في فرنسا، ونطيحات السحاب في نيويورك أو سور الصين العظيم وغيرها. فهذه المواقع الهندسية تشير بكل وضوح إلى أماكنها في العالم.

1-3-1-9- الرموز الدلالية: ، هناك العديد من الرموز الدلالية الخاصة مثل الورد يرمز لحسن الجمال، والابداع، الحمامة ترمز للسلام، بندقية الكلاشنكوف فترمز على تحرر الشعب، سنبلة الشعير ترمز إلى الغداء بينما ياتي قوس قزح يرمز للزواج والتحالف .وغيرها كثير .(12)

1-3-2 أنواع المعاني الدلالية:

تختلف المعاني الدلالية وتتغير وتتبدل لأسباب متعددة كتغير الحضارات والثقافات فلابد من بديل دلالي مستحدث تبعاً لإستحداث الموضوعات التي يحتاجها المصور لتوصيله للمشاهد من خلال الصورة الفوتوغرافية المستخدمة في الملصق السينمائي حيث يمكن تعددها إلي

1-3-2-1 المعنى الأساسي (الادراكي) : والذي يمتلك نوع من التنظيم المركب والذي يكون من خلالة نقل المعاني حسب مستوي التفاهم لنقل الأفكار.

1-3-2-2 المعنى الإضافي (التخمين) : والذي يكمل المعني الأساسي بالإضافة إلى التنوع والتغير بتغير الثقافة ونوعية المشاهد.

1-3-2-3 المعني الأسلوبي: وهو من خلاله يتم تقريب الظروف الاجتماعية والجغرافية للمشاهدين مع المصورين.

1-3-2-4 المعني النفسي : وهو الذي يرغب في توصيله مرسل العلامة وفي مجملة يكون ذاتي ولا يتميز بالعمومية ويعتمد علي الدلالة عند المشاهد.

المعني الإيجابي وهو القدرة علي عمل إيحاءات ممكنه لتؤكد أو تنفي معني مدرك من خلال علامات الصورة. (13)

1-4 دور الصورة في الملصق السينمائي:

يأتي دور الصورة في كونها جزءاً أساسياً وفعالاً في البنية التصميمية للملصق السينمائي مع ضرورة تأكيد وصول المعني من خلالها، ولإختيار الصور المشاركة في تصميم الملصق السينمائي ركائز يستند عليها المصور.

1-4-1 ركيزة التقنية: والتي تتضمن(وضوح التفاصيل – الدرجات اللونية والمتداخلة مع درجة الوضوح العالية – الاختيار الدقيق لمواقع التصوير والموضوعات – المعالجات الجرافيكية والتقنية التي تطرأ عليها)

1-4-2 ركيزة مضمونية: والتي تتضمن (مضمون الصورة التي تحملها لإظهار موضوع الفيلم – تمثيل ووضوح القيم الدلالية والتعبيرية للصورة المؤثرة في المتلقي – الاختيار الأمثل والمناسب للمشاهير والابطال في تمثيل الفكرة الاعلانية للملصق والتي من خلال تلك اللقطات تعبر عن المكنون الداخلي والدلالة التعبيرية في ابراز الخصائص المرجوة عل وجوههم أو حركاتهم أو ملابسهم.فالملصق يحتوي علي صور رئيسية وهى التى تعمل على جذب إنتباه المتلقى ، وقد تكون الصورة من داخل سياق الفيلم نفسه أو صورة لشخصية البطل وللشخصيات المحورية أو رمز.....وغيرها ، ولكن فى كل الحالات تحتوى الصورة على نوع من " الأيقونوجرافي " لكى تكون واضحة للكشف عن نوع وهوية الفيلم وتحمل أشكال تعبر عن السياق الفيلمى.(14)

فللصورة الفوتوغرافية الدور الكبير في قراءة الرموز التي تحملها من معان وأفكار وتجسيد للأبعاد والتي يريد توصيلها المصور فهي تؤكد علي تثبيت المعلومات في الذاكرة وخلق جواً من الواقعية، كما أنها تحتوي علي جانبين هامين يؤثران في إدراك رسالة الملصق السينمائي ومن ثم يؤثران علي أفكار واتجاهات المتلقي وهما الجانب الدلالي ،والجانب الجمالي.

فهناك صور تظهر بدلالات واضحه ومباشرة وصور أخري تحتاج إلي الغوص في أعماقها لفهم معانيها فهاً واقعياً وصور أخرى تتداخل فيها الدلالات مع المعاني والأشكال والمضامين.(15)

2- سيميائية إضاءة الصورة الفوتوغرافية فى الملصق السينمائى :

إن الضوء في التصوير هو مشارك مباشر في عملية إنشاء الرسالة التي يرسلها ، فهو يقوم بإرسال الصورة الشئ إلى الفيلم، كما يتفاعل مع الفيلم أو الوسيط الحساس في عملية تسجيل الصورة، ويحمل أيضاً الرسالة إلى وسائل إعادة الإرسال، ثم يدخل في عملية إرسال المنتج النهائى إلى المستقبل وبهذا المفهوم فإن الضوء يشارك في كل أوجه الاتصال، فالضوء هو المرسل والإشارة والقناة والرسالة . وبتطبيق التحليل السيموطيقى على طبيعة العلامة ومفاهيم الدلالة الأصلية والإضافية على الإضاءة ، يتشكل تنظيم أسلوبي ما، يؤكد وجود كلا من الدلالة الأصلية والإضافية في كل مراحل إنتاج الضوء، ليس فقط الإنتاج المُرض لصورة قابلة للتمييز والإدراك، لكن أيضا صورة تفي بالمتطلبات الدلالية الأصلية التي من الممكن أن تكون موجودة في نص الفيلم. وعليه يمكن فهم سيميوطيقا الإضاءة إما على أنها سيميوطيقا دلالة أصلية أو سيميوطيقا دلالة إضافية semiotic of denotation. semiotic of connotation **(16)**

2-1 مدلول الظل والنور في الصورة:

تعتمد إنتاج الصورة الفوتوغرافية على الإضاءة في توصيل الحالة المزاجية التي يريد توصيلها المصور للمشاهد فإذا ما تغيرت الإضاءة سواء في شدتها أو لونها أو زاوية سقوطها يتغير مستوى الإحساس أو المدلول للصورة فالظلال تنشأ من اعتراض أجسام معتمة ثلاثية الأبعاد لأشعة النور فتظهر شكل الظلال ولكنها تعد أقوي من النور حيث أنها لا يمكن محوها من النور فبين النور والظلال تباين وتعد الإضاءة هي الوجه الموجب بينما الظلال هي الوجه السالب فتؤثر العلاقات الظلية مع الإضاءة في التغير من مدلول وحالة الأحداث فعلي سبيل المثال عندما يكون نسبة التباين بين الظل والنور كبيرة فإن هذا يوحي بمدلول الخيال والغموض والموضوعات المركبة كما هو الحال فى الصورة فى أفلام الخيال العلمى، أما عندما تكون نسبة التباين منخفضة بين الظل والنور فهذا ذات مدلول يوحي بالنعومة والرومانسية والبساطه والذى يتضح كثيرا فى الصورة فى ملصقات الأفلام الرومانسية.(17)

فعلي المصور تأمل وتخيل الظلال التي تسقط على العناصر المكونة للصورة الفوتوغرافية والاستفادة منها في تحقيق الاثارة الديناميكية علي الخلفيات كذلك في الايحاء بمواقع وأوقات الأحداث وتتأثر حدة الظلال بكلا من:

أ- المساحة التي يبنعث منها الضوء فكلما زادت مساحه المصدر قلت حدة الضوء.

ب- بعد المصدر عن الموضوع المصور فكلما بعد المصدر عن الموضوع المصور كانت الظلال خفيفة.

ت- طبيعة مصدر الإضاءة ، فكلما كان مصدر الإضاءة ذو طبيعة مركزة كانت الظلال حادة بينما كلما كان المصدر ذو طبيعة منتشرة كانت الظلال ناعمة.(18)

2-2 مدلول زوايا الإضاءة:

تلعب الإضاءة دوراً هاماً في انتاج الصورة ومدلولها فيمكن ان تؤثر في تغير الأشكال والأجسام ومدلولها حسب زاوية صدورها كالتالي:

2-1- 1مصدر إضاءة من الأمام :

وفيها تقع الإضاءة علي لأجسام المصورة مباشرة من الأمام مما يجعلها مسطحة لعدم وجود مناطق ظلال التي تعمل علي تجسيم الأشياء ومدلول هذا من الإضاءة هو النعومة والرومانسية. (شكل 1)

2-2-2 مصدر إضاءة جانبي:

وهو وضع مصدر ٱلإضاءة جانب الموضوع المصور التي بدورها ترسم مناطق ظلية كثيفة في الجانب المعاكس لمصدر الإضاءة مما يعطي إحساس باندفاع وتقدم الأجزاء المضاءة نحو المتلقي وتراجع الأجزاء المظلمة وغوصها في العمق والتي بدورها تركز على إبراز الملامح من جانب وإعتام الجانب الأخر ليؤكد علي فكرة الغموض والازدواجية للمعاني الناتجة من الأحداث التي تدور في الفيلم. شكل (21)

2-2-3 مصدر إضاءة من الخلف:

وهو وضع مصدر الاضاءة خلف الشخص المصور تماما بحيث يبدو الجسم في حالة إعتام تامة غير واضح التفاصيل (سلويت) ماعدا الحواف فقط أي الحدود الخارجية للشخص والذي بدورها تعطي مدلول العنف كما هو الحال على سبيل المثال فى ملصقات أفلام الحركة وأفلام الرعب. شكل (3)(19)

شكل (1)

شكل (2)

شكل (3)

2-2-4 مصدر اضاءة من أعلي:

فعند استخدام هذة الزاوية من الاضاءة فانها تعطي إحساس بالانتشار أو تستخدم لتنوير المكان كله أو اذا استخدم في اضاءة مركزة لجسم ما فهو لاعطاء إحساس درامي قوي للصورة كما هو الحال فى ملصقات الأفلام الرومانسية والدراما الجادة وأفلام الخيال العلمى.....وغيرها. شكل (4)(20)

2-2-5 مصدر إضاءة من أسفل:

ومدلولها هو اعطاء الشخصية المصورة وكأنها شبح أو شخصية شريرة وهي وضع مصدر الاضاءة أسفل الشخص المصور كي يضفي عليها بعض التغيرات سواء في الهيئة أو الملامح لكي يعطي للاشكال تاثيراً مبهراً يجذب من خلاله المشاهد وكثيراً ما يكون فى ملصقات أفلام الرعب الخارق. شكل (5)(21)

شكل (4)

شكل (5)

3- سيميائية الصوره الفوتوغرافية وأنماط توظيفها فى الملصق السينمائي :

تستخدم الصوره الفوتوغرافية فى الملصقات السينمائية أو فى عروض الندوات واللقاءات أو من خلال توظيها فى المطويات والكتيبات والحملات والإعلانات الصحفية وكذلك يمكن استخدامها بنسخها على المواد الترويجية .....وغيرها

<u>وتتميز الصورة الفوتوغرافية كوسيط إتصالى فى الملصق السينمائي بعدة مميزات منها :</u>

نقل صورة واقعية وصادقة فى التعبير ،جذب الانتباه والتشويق وإثارة الاهتمام ،تدعيم الحقائق وإظهارها ، إستخدامها لمجموعات كبيرة العدد أو صغيرة العدد ، إستخدامها لإعطاء المقدمة ومراحل الاستخدام ، إمكانية إعداد نسخ كثيرة منها وسهولة تداولها ،لا تحتاج الى أجهزة عرض ، زهيدة الثمن من حيث الإنتاج والنسخ والتداول ،إمكانية عرضها فى أماكن متعددة وتكرارها على التوالى مما يعطى نتائج ايجابية فى مخاطبة الوجدان واثارة الدوافع، امكانية تعدد أنماطها وإستخداماتها فى ملصقات سينمائية متنوعة ، فمنها ما يستخدم كملصق أو فى تصميم المطويات والكتيبات أو من خلال عرضها فى المواد الترويجية وكذلك يمكن توظيفها فى الحملات والإعلانات الصحفية وكذلك الإعلانات الثابتة فى أماكن يتواجد فيها المهور المستهدف.(22)

ولصورة الملصق السينمائي بلاغة في التعبير ولها صيغ متنوعة منها التشبيه والذي يتم عرض فية الصورة التي تعرض سلعة ما وتشبة سلعة أخرى لها نفس لوظيفة للحصول على صفة مشتركة بين الصورتين والثانية هي الاستعارة والتي يؤخذ صفة ما من سلعة غير موجودة واستعارتها في السلعة الموجودة فهي ارتباط بين الصورة ومعناها ، والثالثة هي الكناية والتي يكون فيها تمثيل وتصوير الرمز للسلعة والتي يعمل المشاهد من خلالها علي التفكير في اكتشاف معاني الصورة ، بينما المجاز المرسل هو علاقة جزء بالكل كتمثيل عينة عشوائية للمجتمع مثلما يصور الحمام علي انه رمز السلام والأسد هو رمز الشجاعة بينما تأتى المفارقة على أنها توضيح المعني العكسي مثلما نقول لشخص (هذا الزى جميل عليك) فهذا يحمل معني السخرية أو المدح في نفس الوقت.(23)

3-1 وظائف سيميائية الصورة الفوتوغراقية فى الملصق السينمائى :

تتعدد وظائف سيميائية الصورة إلي وظائف كثيرة منها:

3-1-1 وظيفة مستقلة : حيث توظف الصورة كأيقونة فما هي إلا علامة مستقلة تشمل علي 3 عناصر هي:

- رمز محسوس ويكون داخل الإطار الذي يقوم المصور بتحديده.
- معنى الموضوع وهو حسب اتجاه وتوجية الموضوع (رومانسي – أكشن – سياسي – كوميدي أو غيره)

– العلاقة بين العلامة والشئ المشار إلية وهي تكون داخل حدود إطار الصورة وتظهر وفقاً لمدى قدرة المشاهد على فهمها واستيعابها.

3-1-2 وظيفة متصلة : حيث تمثل الصورة كعمل يحمل مكونات وعناصر الاتصال البصري كعلامة متصلة تنفرد بها كخاصية مثلها مثل الرسم والأدب والفنون والموسيقي فتوجد بين عناصرها من خط ولون وشكل وكتلة خلفية وأمامية ودرج الوضوح ومد قدرتها علي توصيل المعلومات والتواصل وتتبلور تلك القدرة حول قوه توصيل المعنى والذي يعتمد على إدراك المعاني ووجود محور لها كحدث أو شخص أو موضوع عاطفي أو غيرة.(24)

3-2 أحجام اللقطات ومدلولها في الملصق السينمائى :

تعتبر دلالة اللقطة في الملصق السينمائي وفهم مدلولها ذات أهمية كبيرة يمكن توظيفها لانتاج المعني المطلوب في الملصق السينمائي (25)، فتتحدد أحجام اللقطات في الملصق السينمائي حسب مضمون الفيلم والمعنى الدلالي لكل حجم من أحجام اللقطات(26)

اللقطة الطويلة Long Shot والتي يتفرع منها ثلاث لقطات.

* **اللقطة العامة Extrem Shot :** وهي التي تحتوي على أكبر عدد من المعلومات يمكن أن تصل إلى المشاهد حيث يظهر فيها المناظر الطبيعية أو المكان من مسافة بعيدة والتي تتكون فيها منظر وليس شخص ويكون مدلولها ضئالة الشخص بالنسبة للبيئة المحيطة به. شكل (6)

* **اللقطة العامة البعيدة Very Long Shot :** وفيها يتم تمييز شكل الجسم المصور دون السمات الشخصية له ومن خلالها يمكن التعرف علي ملابس الشخص وجنسه ومدلولها هو تمييز السمات الجغرافية والبيئية للمكان والشخص المصور.(27)

* **اللقطة الطويلة Long Shot :** وفيها يظهر الشخص أي كان بكاملة دون التركيز على جانب معين المنظر وتعطي فكرة عامة من المنظر بكاملة والتي يكون مدلولها الغموض للشخصية بطلة الفيلم(28)

اللقطة المتوسطة MediumShot والتي يتفرع منها 3 أحجام لهذه اللقطة

* اللقطة العامة المتوسطة Medium Long Shot: والتي يرمز لها باللقطة الأمريكية وتكون حجمها من أعلي رأس الشخص إلي أسفل الركبة والتي يكون المقصود منها دخول المشاهد في الأحداث بشكل أقرب والتي يكون مدلولها هي التعبير عن العواطف والمشاعر بشرط أن يكون التكوين لها جيد حيث يكون مساحة الرؤية البصرية لها كبير وبها المزيد من العناصر المرئية والتآثيرات الضوئية والتباين في الألوان وغيرها.(29)

* اللقطة المتوسطة MediumShot : وهي من أسفل الرأس إلى أعلي الرأس (30) ويكون فيها الكاميرا أكثر قرباً من الموضوع والتي تركز علي العنصر المصور دون فصله عن البيئة المحيطة به ،ومن خلالها يستطيع المشاهد رؤية الشعر وخامة الملابس. شكل (7)

– اللقطة المتوسطة القريبة Medium Close Up Shot: والتي يكون فيها حجم اللقطة من أعلى الصدر الى أعلى الرأس ويكون فيها تغيرات الوجه هنا طاغية حيث تقع العينين في الثلث الثاني من الكادر وكذلك يرى المشاهد جزء من الخلفية وتستخدم هذه اللقطة في تشويق المشاهد لأحداث الفيلم.(31)

3-2-3 اللقطة القريبة Close Up Shot: والتي يتفرع منها أيضاً ثلاث لقطات فرعية هي:

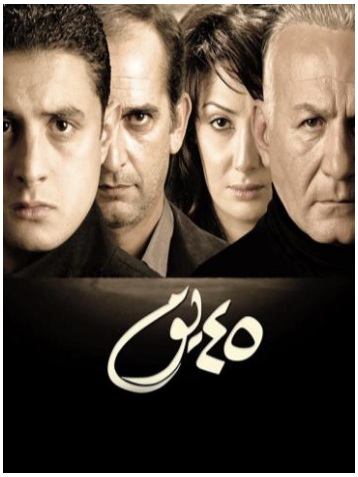
* اللقطة القريبة Close Up Shot: وهي اللقطة الضيقة التي تبرز من خلالها تفاصيل الشخص فهي تركز على شئ معين مثل تعابير الوجه وتستخدم لاعتبارات جمالية ودرامية ونفسية وفقاً للنص في اللقطة القريبة مثلاً التي يتحدد وصفها في اطار الوجه فقط ويكون مدلولها هي قوة العلاقة أو الصداقة الحميمة شكل (8).(32)

* اللقطة القريبة جداً Very Close Up Shot: والتي تصور جزءاً تفصيلياً من اللقطة القريبة والتي من خلالها يرى جلد البشرة بوضوح بما فيه من عيوب ويظهر شعر الحاجبين بارزاً وكذلك الجفون ، فهي أدق في إيضاح المشاعر نظراً لأنها أكثر قرباً من البطل وتضع المشاهد في لغز عن ما يراه البطل.

* اللقطة شديدة القرب Extrem Close Up Shot: وهي التي تصور جزء صغير جداً من الشئ المصور قد تصل إلي مجرد عين أو فم حيث يظهر جميع تفاصيلها وألوانها بوضوح حيث تجسد فيه الانفعالات وتبرز أهمية الشخصية.(33)

شكل (6)

شكل (7)



شكل (8)

2-3 زاوية التصوير ومدلولها فى الملصق السينمائى:

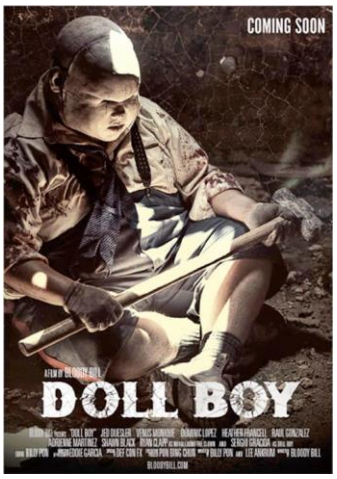
تلعب زاوية التصوير الدور الأكبر في سيميائية الصورة في الملصق السينمائي حيث تظهر دلالات رمزية للشخص حسب ما يريده المصور والتي تتلخص فيما يلي.

3-3-1 دلالة الزاوية في مستوى النظر للصورة: وهي اللقطة الطبيعية المتعارف عليها حيث تظهر فيها الخطوط الرأسية بشكل واضح دون أي انحرافات أو تشوهات. شكل (9)

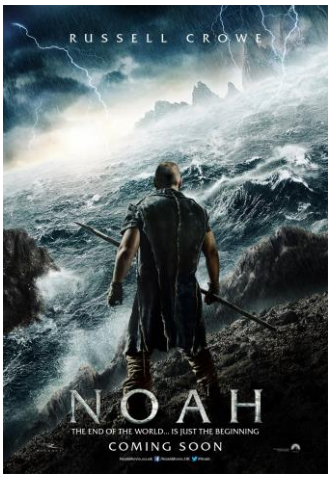
3-3-2 دلالة الزاوية المرتفعة في الصورة: وتكون فيها الكاميرا أعلى مستوي نظر الشخص المصور والتى تدل على تقليل الحجم للأشخاص وتصغيرها وكلما ارتفعت الزاوية عن الشخص المصور ظهر وكأنه ثنائي الأبعاد حيث تندمج حوافه الخارجية مع الأرض والخلفية. شكل (10)(34)

3-3-3 دلالة الزاوية من أعلى الكتف: والتي يكون مدلولها توضيح عمل يقوم به الشخص حيث تكون العدسة علي نفس محور عين الشخص الذي يتم تصويره ليرى المشاهد هذا العمل. شكل (11)

شكل (9)



شكل (10)



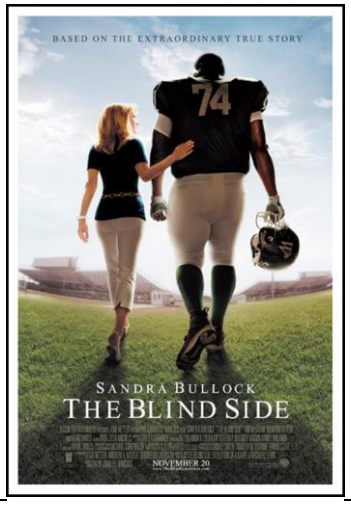
شكل (11)

3-3-4 دلالة الزاوية الرأسية للكاميرا: والتي تسمى بعين الصقر حيث تعطي التشويق للمشاهد ومحاولة تشغيل عقلة في اكتشاف مضمون الفيلم الذي يعطيه الإثارة والتشويق. شكل (12)

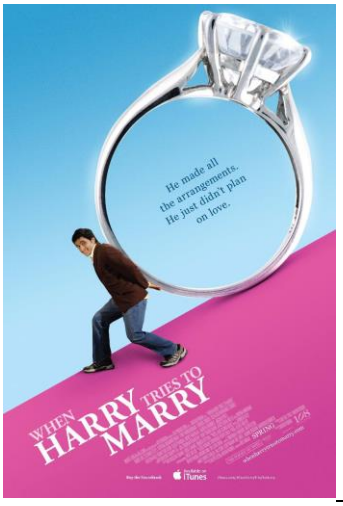
3-3-5 دلالة الزاوية المنخفضة: والتي تكون فيها الكاميرا في مستوى منخفض عن الجسم المصور والتي توحي دائماً هذه اللقطات بالشموخ والعلو والتفوق والفخامة حيث تعطي للشكل ضخامة مبالغ فيها فيظهر فيها رأس الشخص مرتبطة بالسماء. شكل (13)(35)

3-3-6 دلالة اللقطة المائلة: ويكون فيها الخطوط الرأسية مائلة مما يعطي الإحساس العنيف بالقوة والجهد البدني. شكل (14)(36)

شكل (12)



شكل (13)



شكل (14)

3-4 سيميائية تكوين الصورة في الملصق السينمائي :

تنبع اهمية الصورة في انها تجذب انتباه القارئ حيث أن حاسة البصر ذات أهمية كبرى بالنسبة لشعور الانسان ودرجة فهمه .وكثير ما تعجز الكلمات عن ايصال المضمون إلى القارئ عندما تفتقد لوجود صورة(37)

ويمكن القول أيضا بأن الصورة تقدم دعمًا لتزين النص، فهي تسهل الشرح وتوضحه من خلال اللون، والشكل، والخطوط وغيرها.وفي بعض الاوقات تكون الصورة ابلغ وأقوى في المعنى من الكلمة المكتوبة، فهي تنقل الحدث وتجسده كما هو، وغالبا ما تنجح الصورة في تأكيد معلومات عن حدث ما تعجز عنه الكلمات المكتوبة.(38)

الألوان تبدو وكانها وسائل تعويضية أو ترفيهية .ففي العصور الوسطى كان عشاق الألوان يعتبرون الخداع اللوني برهاناً على قدسية الخلق وإبداع الخالق، بينما كان الكارهون للألوان ينظرون إليها على انها نتاج لتلاعب الشيطان.(39)

فاللون هو أحد العناصر المرئية التي يستخدمها المصور في تكوين مجموعة من العلاقات تحمل مضامين تعبر عن أفكاره . الألوان بصفتها خبرة مرئية تظل ثابتة في عقولنا عن أي خبرات أكتسبناها عن طريق الحواس الأخرى ولذلك فأن اللون له خاصية التأثير النفسي المباشر وله دلالاته عند الإنسان، فمثلا اللون الأزرق يشير الى السماء بمعنى أنه مقدس. ومثله الأخضر يشير الى الطبيعة . أو الألوان التي تم الاتفاق عليها دون أتفاق مثل الأحمر وهو رمز الثورة والدم والحب . والأصفر لون الغيرة . والأبيض لون الطهارة والعفة. فان الدلالة النفسية للألوان ناشئة عن تناغمات سببية وليست مكنونة في الألوان بذاتها ونسبة الأحمر الى الغضب والأزرق الى الحنان والأصفر الى الخيانة آت من رمزية بدائية ان لم تكن طفيلية

فللون معنيين الأول يرتبط بنا سيكولوجيا يؤدي الى الارتياح أو العكس والثاني هو المعنى الذي ينطوي عليه عندما يتلبس الشيء ويؤدي الى انفعال جمالي نتيجة توظيفه التوظيف الصحيح في الملصق السينمائي(40)

الدراسة التحليلية:

يتضمن التحليل السيميائي لصورة الملصق السينمائي المختارة والتي جاء اختيارها تبعاً لما يخدم أهداف البحث ووفق المبررات الآتية:

- كونها تمثل أغلبية أنواع الأفلام المختلفة من الإنتاج السينمائي
- الصور الموجودة في الملصق السينمائي والتي تتفق مع أهداف البحث
- التنوع في الاستخدامات الأسلوبية للصورة الفوتوغرافية ومدلولها

وسوف أتناول بالشرح التحليل السيميائي لعينات من الصور الفوتوغرافية في الملصق السينمائي حيث اعتمدت علي ثلاث محاور أساسية هي(دلالة زاوية اللقطة ، دلالة حجم اللقطة ، دلالة إضاءة الصورة)

نموذج (1)

فيلم فارس الظلام The Dark Knight – خيال علمي – 2008/7/14

مدلول حجم الصورة: في الملصق هي لقطة متوسطة أمريكية والتي مدلولها هي خلق جو من الإثارة والتشويق من قبل مشاهدة الفيلم لجذب الجمهور المستهدف لأفلام الخيال العلمي.

مدلول زاوية اللقطة: من أسفل لأعلي ومدلولها هو الثبات والقوة التي يتمتع بها شخصية باتمان فجاءت الصورة لتؤكد علي قدرته في مواجهه الجريمة والشر.

مدلول إضاءة اللقطة: الإضاءة في هذه اللقطة من أعلي إلى أسفل والتي تعطي إحساس بالانتشار وكذلك إحساس درامي قوي يتفق مع شخصية باتمان داخل السياق الفيلمي.

نموذج (2)

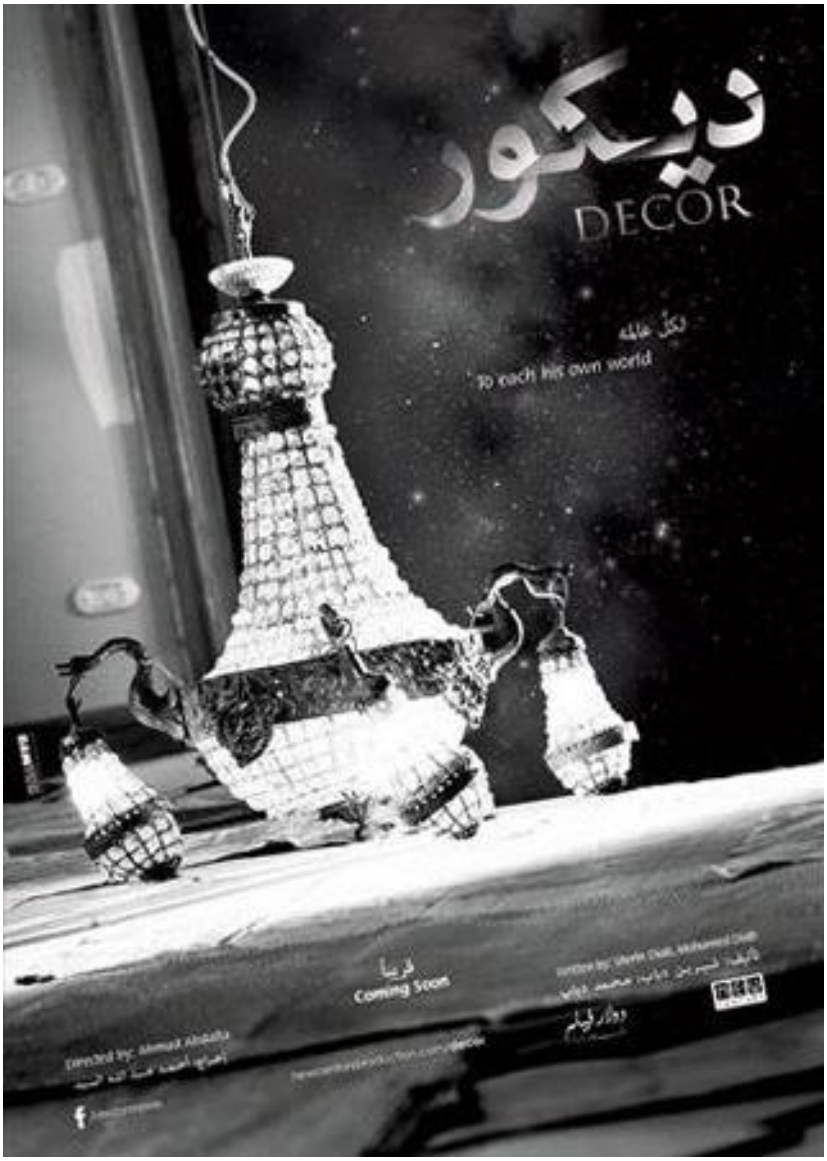
فيلم استراليا Australia 2008

مدلول حجم الصورة: وفيها لقطة قريبة Close Up Shot لوجه كلاً من البطل "هيو جاكمان Huch Jackman " والبطلة نيكول كيدمانNicole Kidman" ومدلولها هو الشغف والحب وقوة العلاقة الحميمة التي تجمع بينهما .وتأكد على ذلك من خلال تعابير الوجوه، وإغماض العينين والذي يدل على أن كل منهما مغمور في حب الأخر، لذا تجاهل النظر إلى المشاهدين .أما الصورة الأخرى فهي لقطة بعيدة Long Shot تشير إلى المشقة والمعاناة التي يتعرضان لها داخل السياق الفيلمي.

مدلول زاوية اللقطة: وهي اللقطة الطبيعية المتعارف عليها في مستوى النظر حيث تظهر فيها الخطوط الرأسية بشكل واضح دون أي انحرافات أو تشوهات والتي تعبر عن الرومانسية والوضوح في تعبيرات الوجهه.

مدلول إضاءة اللقطة: الإضاءة في هذه اللقطة من الأمام والتي يجعلها مسطحة لعدم وجود مناطق ظلال التي تعمل علي تجسيم الأشياء ومدلول هذا من الإضاءة هو النعومة والرومانسية.

نموذج (3)



فيلم ديكور 2014

مدلول حجم الصورة: وفيها لقطة اللقطة العامة Extrem Long Shot لحظة اصطدام نجفة كبيرة الخجم بالأرض ويتطاير منها أجزاءها والتي يكون مدلولها هو انهيار المنزل.

مدلول زاوية اللقطة: وهي الزاوية المائلة التي فيها الخطوط الرأسية مائلة مما يعطي الإحساس العنيف بالقوة والجهد وإثارة الانتباه والتأكيد علي الحدث الدرامي.

مدلول إضاءة اللقطة: وفيها إضاءة جانبية والتي بدورها ترسم مناطق ظلية كثيفة في الجانب المعاكس لمصدر الإضاءة مما يعطي إحساس باندفاع وتقدم الأجزاء المضاءة نحو المتلقي وتراجع الأجزاء المظلمة وغوصها في العمق ومدلولها التركيز على إبراز الملامح من جانب وإعتام الجانب الأخر ليؤكد علي فكرة الغموض والازدواجية للمعاني الناتجة من الأحداث التي تدور في الفيلم.

النتائج:

بعد الانتهاء من البحث توصلت مجموعة من النتائج الهامة وهي:

1- تؤثر الصورة الفوتوغرافية في جذب انتباة المشاهد للملصق السينمائي.

2- تساهم الصورة بشكل كبير في تحقيق التواصل بين المشاهد والملصق السينمائي.

3- تحقق الصورة الفوتوغرافية ابراز مضمون الفيلم عن طريق الدلالات التي تبعثها في عملية الاتصال.

4- لكل زاوية وحجم للقطة في الملصق السينمائي معاني ودلالات مستوحاه من مضمون لفيلم .

5- تؤثر زاوية التصوير في اظهار وابراز العناصر ذات الدلالة بالصورة.

6- مستوى الاضاءة وزاويتها أحد العناصر المثيرة ذات الدلالة بالصور الفوتوغرافية في الملصق السينمائي.

7- الألوان بالصور من أهم عناصر ابراز القيم الدلالية وتوليد المعاني.

التوصيات:

بعد الانتهاء من البحث فإني أوصي بالاتي:

1- دراسة مدلول الصورة من حيث حجم اللقطة وزاوية تصويرها.

2- علي المصور الفوتوغرافي دراسة سيكولوجية المشاهد لسهولة التواصل معه وتوصيل المعلومات المطلوبة له.

3- معرفة المصور لجميع زوايا الاضاءة المستخدمة في التصوير وكذلك البحث في مدلول كل زاوية لها.

4- دراسة وظيفة الصورة في الملصق السينمائي.

5- حتمية العمل الجماعي بين كلاً من المصور والمصمم للملصق السينمائي.

المراجع:

1- J. Ray-Debove Le Robert et Cle international, p512,

2- خالد فرجون، التصوير الضوئي)القاهرة:دار الحديث،(2002 ص6

3- M. Joly,l image et les signes, Paris, Armand colin,2011,p 26.

4- G.Graugnard et J. Hugo. L' audio-visuel pour tous,Lyon,Chronique Sociale,1983,p 9

5- سيزا قاسم ، نصر حامد أبو زيد (أنظمة العلامات في اللغة والأدب والثقافة ،مدخل إلى السيموطيقا) مقالات مترجمة ودراسات الياس العصرية – القاهرة – 1986 – ص226

6- أحمد جمال الدين بلال، أثر استخدام الصورة الصحفية الرقمية في إبراز القيم الدلالية بالوسائط الإخبارية المصرية دكتوراه 2008، جامعة حلوان كلية الفنون التطبيقية

7-.J. Ray-Debove , Le Robert et Cle international, p.512.

8- نصيف جاسم – العولمة وخطابها الإتصالى فى تصميم الأفيش السينمائى – بحث منشور من رسالة دكتوراه– المجلد الأكاديمي – جامعة بغداد – ٢٠٠٧ م – ص ٦٥

9-Liz Wells , Photography :A critical introduction, r routledge, ٣d edition, 2004

10-Yveline Baticle, clés et codes du cinéma, Paris, Magnard Université ,1973,p 37

11- أحمد جمال الدين بلال، أثر استخدام الصورة الصحفية الرقمية في إبراز القيم الدلالية بالوسائط الإخبارية المصرية دكتوراه 2008، جامعة حلوان كلية الفنون التطبيقية

12-عبدالباسط سند، فن التصوير ألتلفزيوني القاهرة: ب-ن، 2009 م(ص 132)

13- أحمد جمال الدين بلال، أثر استخدام الصورة الصحفية الرقمية في إبراز القيم الدلالية بالوسائط الإخبارية المصرية دكتوراه 2008، جامعة حلوان كلية الفنون التطبيقية ص(175-177)

14- عبد الجبار قنديل – الإعلان بين النظرية والتطبيق- مطبعة الإرشاد – بغداد – ١٩٨٣ م – ص 111-114

15- ميسون محمد قطب- البعد المعرفى للصور الفوتوغرافية ودورها فى تحقيق آفاءة العملية الإتصالية لإعلانات البريد المباشر -بحث منشور – مجلة علوم وفنون- المجلد ٢٠ – العدد الثانى – ٢٠٠٨ م – ص 108

16- سوسن محمد عزت إبراهيم عامر- دراسة سيميولوجية لتحليل مضمون الإضاءة في الأفلام المصرية المقتبسة عن روايات نجيب محفوظ مدرس بكلية الفنون التطبيقية – جامعة 6 أكتوبر، قسم الفوتوغرافيا والسينما والتليفزيون، جمهورية مصر العربية

17- ليوناردو دافنشي- نظرية التصوير- ترجمة عادل السيوي -الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة 1999، ص316

18- منار محمود محمد هيكل – سيموطيقا الملصق السينمائي المصري – رسالة ماجيستير – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان-2016 ص47-63

19- www.imbd.com-30-12-2017,18:30

20- www.bollywoodhungama.com-30-12-2017,19:00

21- www.imbd.com-30-12-2017,18:30

22- ايمان مصطفى عبدالحميد مدرس – قسم الفوتوغرافيا والسينما والتفزيون – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان توظيف الصوره فى الاتصال التنموى -بحث منشور بمجلة التصميم الاصدار الثاني

23- محمد علي عز العرب الشيخ – تأثير الديناميكية الثقافية علي سيميولوجية الأفيش السينمائي المصري – رسالة دكتوراه – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان- 2016 ص113-119

24- أحمد جمال الدين بلال، أثر استخدام الصورة الصحفية الرقمية في إبراز القيم الدلالية بالوسائط الإخبارية المصرية دكتوراه 2008، جامعة حلوان كلية الفنون التطبيقية

25- محمد علي عز العرب الشيخ – تأثير الديناميكية الثقافية علي سيميولوجية الأفيش السينمائي المصري – رسالة دكتوراه – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان- 2016 ص125

26- نيفين محمد أحمد الرفاعي -توظيف المؤشرات الدلالية في تصميم الاعلانات القومية التليفزيونية – رسالة دكتوراة – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان -2010 ص132

27- www.imbd.com-30-12-2017,20:00

28- محمد علي عز العرب الشيخ – تأثير الديناميكية الثقافية علي سيميولوجية الأفيش السينمائي المصري – رسالة دكتوراه – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان- 2016 ص125-126

29- www.imbd.com-30-12-2017,20:00

30- محمد علي عز العرب الشيخ – تأثير الديناميكية الثقافية علي سيميولوجية الأفيش السينمائي المصري – رسالة دكتوراه – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان- 2016 ص125-126

31- www.imbd.com-30-12-2017,20:00

32- محمد علي عز العرب الشيخ – تأثير الديناميكية الثقافية علي سيميولوجية الأفيش السينمائي المصري – رسالة دكتوراه – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان- 2016 ص126-127

33- www.imbd.com-30-12-2017,20:00

34- www.imbd.com-31-12-2017,06:00

35-منار محمود محمد هيكل – سيموطيقا الملصق السينمائي المصري – رسالة ماجيستير – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان-2016 ص222-224

36- نيفين محمد أحمد الرفاعي –توظيف المؤشرات الدلالية في تصميم الاعلانات القومية التليفزيونية – رسالة دكتوراة – كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان -2010 ص138

37- ساعد ساعد وعبيدة صبطي، الصورة الصحفية دراسة سيميولوجية ،) القاهرة : المكتب الجامعي الحديث، 2011 م (ص 38

38- حسنين شفيق، التصوير الصحفي،) القاهرة :دار فكر وفن، 2009 م (ص88

39- هيرمان بلاي – الوان شيطانية و مقدسة.. اللون و المعنى في العصور الوسطى و ما بعدها – ترجمة د.صديق محمد جوهر – مشروع الكلمة التابع لهيئة ابو ظبي للثقافة و التراث سنة .2012

40- سيميولوجية دلالة الأشياء على المتلقي ونظم الاتصال والدلالة في الدراما والأفلام الكردية عارف معروف الداوودي بحث منشور