



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم الإعلام والاتصال

مذكرة بعنوان

توظيف الإشهار الضمني في السينما العربية

(دراسة تحليلية سمبولوجية لفيلم أبو شنب ولف ودوران)

مذكرة مكتملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

إعداد الطلبة :

د: هابة طارق

مزوار إيمان

مناعي تركية

لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
دليلة صالحى	أستاذة محاضر ب	رئيسا
هابة طارق	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا
زياد إسماعيل	أستاذ محاضر أ	مناقشا

السنة الجامعية : 2024 / 2023

وَيَرَى الَّذِينَ أُوتُوا
الْعِلْمَ الَّذِي أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ
مَنْ رَبِّكَ هُوَ الْحَقُّ
وَيَهْدِي إِلَى صِرَاطٍ
الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ

٦ سبأ



إهداء

إلهي..... لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برويتك .

الله عز وجل

ما أصعب أن أجمع أحبائي في سطور وما أكثرها صعوبة أن أذكر واحد وأهمل واحد وأن أنسى التعب ،قد تغفل ذاكرتي لكن لن أنسى فضلهم ما حييت .

إلى التي حملتني في أحشائها تسعة أشهر والذي جعل الله الجنة تحت أقدامها إلى نبع الحنان والصدر الصافي ، إلى التي أدين لها بكل النجاح، إلى التي سهرت الليالي لأجلي وفرحت لفرحتي حزنت لألمي..... إلى *أمي وحببتي الغالية* حفظها الله ورعاها

إلى عمود البيت وركيزته، إلى سندنا في الحياة إلى الحنون الطيب الوقار إلى من علمنا العطاء دون انتظار والصمود أمام أمواج البحار، إلى الذي أكن له كل التقدير والاحترام *أبي الغالي* أطال الله في عمره .

إلى سندي ومسندي وضلعي الثابت الذي لا يميل زوجي *العربي بن عمر* الزوج هو الحياة والسند الذي أنعمني الله به في هذه الحياة الذي كان عوناً لي ونوراً يضيء ظلمتي . حفظه الله لي .

إلى رقيقة دربي إلى من تقاسمت معها الحياة بحلاوتها ومرارتها أختي الغالية *عبير* حفظها الله لنا

إلى من بهم أكبر وعليهم أعتمد ومن وجودهم أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها، إلى من عرفت معهم معنى الحياة إخوتي * أحمد ياسين ، محمد أمين ، عبد الكامل* و أولاد أختي *ميرال، غيث* حفظهم الله ورعاهم .

إلى من تحلت بالإخاء وتميزت بالوفاء والعطاء رفيقتي في المشوار الدراسي ، صديقتي *تركية مناعي* أدام الله صداقتنا ومحبتنا .

إلى كل من علمنا حرفاً وقدم لنا عوناً نهديه هذا العمل .

إيمان مزوار

إهداء

من قال أنا لها " نالها " .

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون ،

لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان مخفوفاً بالتسهيلات ،

لكنني فعلتها ونلتها .

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا ،الذي بفضلله أنا اليوم أنظر إلى حلم طال انتظاره وقد أصبح واقعا أفخر به .

إلى ملاكي الطاهر ،وقوتي بعد الله ،داعمتي الأولى والأبدية " أمي "

أهديك هذا الإنجاز الذي لولا تضحيتك لما كان له وجود ،ممتنة لأن الله قد اصطفاك لي من البشر أما يا خير سند

وعوض .

إلى من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل

" أبي "

إلى من قيل فيهم :

(سَنَشُدُّ عَضُدَكَ بِأَخِيكَ)

"إخوتي" أدامكم الله ضلعا ثابتا لي .

إلى العقد المتين من أمن بقدراتي و أمان أيامي "أخوتي"

إلى من كانتني ونحن نشق الطريق إلى من كانت مظلة في أصعب الأوقات صديقتي " إيمان مزوار " .

إلى رفاق العمر المبهجون جعل الله صحبتنا ممتدة حتى الظلال والجنَّة .

وكل من أحببتهم في الله وصحبة المختار .

تركية مناعي

شكر وعرفان

جزيل الشكر وكثير الحمد وعظيم الثناء لله العلي القدير، الهادي البصير ومثبت الفؤاد ومسدد الخطى والموفق للمراد، الذي أنار لنا درب الحياة ونعمة العلم ووفقنا لإتمام هذا العمل ، والصلاة والسلام على سيد المرسلين وإمام الحامدين وخير الساجدين سيدنا مُحَمَّد ﷺ وعلى آله وأصحابه المجاهدين الصابرين ومن سار على هديه من الأمة أجمعين وأما بعد:

نتقدم بالشكر الجزيل إلى :

الأستاذ الدكتور *هابة طارق* أتقدم بعبارات الشكر والتقدير للدكتور لقبوله الإشراف على هذه المذكرة، الذي رافقنا طيلة إنجاز هذه الدراسة وعلى الجهود المبذولة التي قدمها لنا والذي لم ييخل علينا بمعارفه وتوجيهاته وتوصياته القيمة، وتشجيعه المتواصل الذي ساهم كثيرا في إنجاز هذه العمل. نقول له بشراك قول رسول الله صلى الله عليه وسلم *إن الحوت البحر والطير في السماء ليصلون على معلم الناس الخير*

وكذلك أشكر كل من ساعدنا وقدم لنا العون ومد لنا يد المساعدة من قريب أو من بعيد.

ملخص الدراسة :

هدفت هذه الدراسة للتعرف على كيفية توظيف الإشهار الضمني في السينما العربية ، حيث تعد السينما وسيلة جد فعالة من ناحية تأثيرها الثقافي ، وبذلك تسعى الشركات والعلامات التجارية أن تستخدم الأفلام لترويج السلع والخدمات . هذه الممارسة الإشهارية في الأفلام العربية التي تكون بطريقة غير مباشرة في عرضها بحيث تؤثر على الجمهور وتكون لهم أنماط استهلاكية .

و ترتبط القيم ، الإيديولوجية ، المعتقدات والتقاليد ارتباطا وثيقا بالإشهار في الأفلام ،المنتجات والخدمات الموظفة ليست مجرد أشياء اعتباطية وإنما تبنى على أسس سيمولوجية (أي رسائل ضمنية) .

وعليه تناولنا في هذه الدراسة السيمولوجية الإشهار الضمني للسينما العربية والذي يتعلق أساسا بتحديد الجوانب الرمزية لتوظيف المنتجات والعلامات في الأفلام العربية .

فالهدف من هذه الدراسة السيمولوجية هو استنطاق الدلالات الكامنة في الأفلام ، بالاعتماد على المنهج السيمولوجي في اختيار العينة القصدية ووصفها وتحليلها ودراستها ، وللإجابة على إشكالية الدراسة ، تم الاعتماد على مجموعة من أدوات جمع البيانات المتمثلة في : الملاحظة ، أدوات المنهج السيمولوجي .

من خلال تحليل سيمولوجي لعينة من مشاهد من فليمي أبو شنب ولف ودوران بالاعتماد على مقارنة السيمولوجي الفرنسي رولان بارث كأداة بحثية ،ولقد توصلنا إلى جملة من نتائج أهمها :

أن معظم الدلالات الموظفة في صورة الإشهارية المقدمة في فليمين أبو شنب ولف ودوران كان لهما دور كبير في توجيه الأذهان نحو تقليد الأعمى بحيث تضمننا دلالات تحيل الى بعض الجوانب السلبية، مثل خروج الرجل من دائرة الأقارب وأصبح يكون علاقات صداقة خارج إطار العائلة ،وتحرر المرأة في طريقة لبسها .

تعمل الرسالة الإشهارية في أفلام العربية على نشر وغرس الثقافة الاستهلاكية ،تبين ذلك من خلال تحليلنا حسب عينة الدراسة إنتاج نموذج حياة فريدة وموحدة تستهلك فيها نفس الخدمات والمنتجات في كل مكان بالتالي خلق ثقافة استهلاكية موحدة.

ركزت بنية الرسائل الإشهارية في أفلام العربية على ربط العلامات والمنتجات بالموضوعات الإنسانية (الرفاهية والراحة) كما وجدنا أن مضامين الرسالة الإشهارية يستند على حوافز النفسية لتمرير الدلالات .

تفوقت السينما العربية بفضل التكنولوجيا وإبداعاتها في إنتاج الأفلام وذلك من خلال طرحها للأفكار ورسائل الأيديولوجية عبر رسائل إشهارية داعمة بذلك تحرر المرأة ودخولها عالم العمل ومنافسة الرجل في المهنة الشاقة وإتباع الرجل للنمط الغربي

كلمات مفتاحية:

الإشهار ، الرسالة الاشهارية، الإشهار الضمني، السينما، السينما العربية ، الفيلم السينمائي .

The Abstract :

This study aimed to identify how to employ implicit advertising in the Arabic cinema, where cinema is a Very effective means in terms of their cultural impact, so companies and brands seek to use films to promote Goods and services, this advertising practice

in the Arabic films is presented indirectly in their presentation. So that they affect the public and have consumption patterns. Values, ideology, beliefs and traditions are closely linked to publicity in films. The products and services employees are not just arbitrary objects, but are built on semiological foundations (i.e. implicit messages).

Accordingly, in this semiological study, we dealt with the implicit publicity of the Arabic cinema, which is mainly related to the identification of Symbolic aspects of employing products and marks in Arabic films.

The aim of this semiological study is to interrogate the connotations inherent in films, depending on the methodology of Semiology in the selection, description, analysis and study of the sample, and to answer the problem of the study, a set of data collection tools were relied on: observation, semiological approach tools.

Through a semiological analysis of a sample of scenes from Abu Shanab's film Wolf and Turn, relying on the approach of the French semiologist Roland Barthes as a research tool, we have reached a number of results, the most important of which are:

Most of the connotations used in the form of advertising presented in Film Abu Shanab and Wolf and Duran played a major role in directing minds towards imitating the blind, as they included connotations that referred to some negative aspects, such as the man leaving the circle of relatives and starting to form friendship relationships outside the framework of the family, and the emancipation of women. In the way she dresses.

The advertising message in Arabic films works to spread and instill consumer culture. This was shown through our analysis, according to the study sample, to produce a unique and unified model of life in which the same services and products are consumed everywhere, thus creating a unified consumer culture.

The structure of advertising messages in Arabic films focused on linking brands and products to human themes (luxury and comfort). We also found that the contents of the advertising message are based on psychological incentives to convey connotations.

Arab cinema excelled thanks to technology and its creativity in film production, by presenting ideas and ideological messages through advertising messages, thus supporting the liberation of women and their entry into the world of work, competing with men in difficult professions, and making men follow the Western style.

Key Words : Implicit publicity, Arabic cinema, Arabic film.
advertising message, Advertising. Cinema.



الفهارس

الصفحة	فهرس المحتويات
	آية قرآنية
	الإهداء
	الشكر والعرفان
	ملخص الدراسة باللغة العربية
	ملخص الدراسة الإنجليزية
	فهرس المحتويات
مقدمة عامة	
	المقدمة
	1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
	2- أسباب اختيار موضوع
	3- أهمية الدراسة
	4- أهداف الدراسة
	5- مفاهيم ومصطلحات الدراسة
	6- منهج الدراسة
	7- مرجعية الدراسة
	8- حدود الدراسة
الفصل الأول: الأدبيات البحثية النظرية والتطبيقية للدراسة	
	تمهيد
	المبحث الأول : الأدبيات النظرية للدراسة
20.....14	المطلب الأول : الإشهار في فيلم
23....20	المطلب الثاني : السينما العربية
28....23	المطلب الثالث :الفيلم السينمائي العربي
32....29	المطلب الرابع : دور الإشهار في نجاح العمل السينمائي
	المبحث الثاني : أدبيات التطبيقية للدراسة
34....33	المطلب الأول: دراسة حول الإشهار الضمني في السينما الأمريكية المعاصرة
36...35	المطلب الثاني :دراسة حول دلالة الزمان والمكان في السينما العربية
37...36	المطلب الثالث :دراسة حول أفلمة ومسرحة النص الروائي العربي

39....38	المطلب الرابع :دراسة حول الفيلم السينمائي الروائي بين الدرامي والسردي فيلم المحاكاة لأورنس ويلز أنموذجا
	الفصل الثاني :تحليل سيميولوجي للإشهارات الضمنية في السينما العربية لفيلمين -لف ودوران وأبو شنب -
	تمهيد
	المبحث الأول :طريقة وأدوات الدراسة
43	مطلب الأول :مجتمع الدراسة وعينته
45...43	مطلب الثاني :أدوات الدراسة
	مبحث الثاني : تحليل ومناقشة نتائج الدراسة
55...45	مطلب الأول :تحليل سيميولوجي لفيلم أبو شنب
67...55	المطلب الثاني : تحليلي السيميولوجي لفيلم لف ودوران
68...67	المطلب الثالث : مناقشة نتائج الدراسة
	خلاصة الفصل
70	الخاتمة العامة
74..71	قائمة المراجع
79...76	ملاحق

فهرس الجداول :

الصفحة	عنوان الجداول	الرقم
46	بطاقة فنية لفيلم أبو شنب	1
47	جدول أ: يمثل إشهار لطرشي في فيلم أبو شنب	2
48	جدول ب: يمثل إشهار iPhone في فيلم أبو شنب	3
48	جدول ت: يمثل إشهار adidas في فيلم أبو شنب	4
49	جدول ث: يمثل إشهار wolkswagen في فيلم أبو شنب	5
50	جدول ج: يمثل إشهار Chevrolet في فيلم أبو شنب	6
56	بطاقة فنية لفيلم لف ودوران	7
58	جدول 1: إشهار الأهرامات في فيلم لف ودوران	8
58	جدول 2: إشهار Apple في فيلم لف ودوران	9
59	جدول 3: إشهار iPhone في فيلم لف ودوران	10
59	جدول 4: إشهار Mitsubishi في فيلم لف ودوران	11
60	جدول 5: إشهار عن موقع ست لما في فيلم لف ودوران	12

فهرس الملاحق:

صفحة	عنوان ملاحق	رقم
76	صورة 1: الطرشي	1
76	صورة 2 : سيارة wolkswagen	2
77	صورة 3: بدلة رياضية adidas	3
77	صورة 4: هاتف iPhone	4
78	صورة 5 : شاحنة Chevrolet	5
78	صورة 6: جهاز محمول Apple	6
79	صورة 7 : سيارة Mitsubishi	7
79	صورة 8: هاتف iPhone	8
79	صورة 9 : الأهرامات	9

قائمة المختصرات :

الاختصار	الكلمة
هـ	هجري
ج	جامعة
ج	جزء
ط	طبعة
د ن	دار النشر
ع	عدد
تر	ترجمة
ص	صفحة
م	منشورات

مقدمة عامة

عرفت الإنسانية ظهور العديد من الوسائل الاتصالية ، الشيء الذي زاد من تطورها وتنوعها آخذة مبدأ

متطلبات الفرد كمنطلق رئيسي لتقدمها مراعية في ذلك واقعه المعاش ، ولعل من بين لأهم هذه الوسائل ما يصطلح عليه بالفن السابع أو السينما والتي تعد من بين أهم الوسائل التعبيرية البصرية القادرة على مخاطبة العقول والأنفس والتأثير فيهما وذلك من خلال استخدام أنماط جديدة من التعبير الثقافي والجمالي والفني.

لقد أخذت السينما مكانا مرموقا في المجتمع لما تقدمه من إنتاجان سينمائية ضخمة جذب إليها أغلب العلامات التجارية ، إذ أصبحت السينما العربية واحدة من أكبر الرسائل الإشهارية الفعالة في استمالة الجماهير والتأثير عليهم واستعملت في هذه التقنية المؤثرات الحديثة لجر العقول إلى تصديق ما يعرض أمامهم من مشاهد سينمائية وتطويعها لتبين الأفكار الترويجية المعروضة ، لقد زاد الإقبال المعلنين على إدماج علاماتهم التجارية في الأفلام تزامنا من زيادة الإدراك لمستجدات هذه التقنية الاتصالية وفوائدها.

تظهر أهمية الدراسة الرسالة الاشهارية في الفيلم العربي في أنها صورة إشهارية لا يقف دورها عند حدود نقل المعلومة لكنها تعمل كمثير للدلالات والمعاني المرتبطة بالثقافة العربية ، فمن خلال هذا تسويق للسلع والخدمات والقيم ، فهذا الإشهار يوظف الصوت والصورة والعناصر الأخرى للغة السينمائية لتمرير رسائل مشفرة ، ولقد تبين لنا أن هناك حاجة حقيقية لإدخالها وهو تناول هذه الممارسة الإشهارية وفقا لمقاربة سميولوجية على اعتبارها أنها رسالة مشحونة بالمعاني والدلالات التي يريد المعلن إيصالها للمتلقي وهي غاية هذه الدراسة التي تبحث في استنطاق الدلالات الكامنة في ثنائية التعيين والتضمين ، وتعني هذا أن هناك رسالة مدركة سطحية ورسالة مبطنة تحمل أبعاد ثقافية وأيديولوجية تعكس فكرة بعيدة البعد النفعي للمنتوج وهو يستند الى إطار مرجعي معين مرتبط بالصورة المرغوبة ونقله للجماهير والتي تسعى كبريات الشركات إلى تكريسها عبر هذه الأفلام.

ولتناول هذا الموضوع قسمنا الدراسة إلى ثلاث أقسام رئيسة تغطي جانب منهجي، النظري والجانب التطبيقي ، وهي على النحو التالي :

مقدمة عامة للدراسة وحددنا فيه الإشكالية وسياقها ، وتفرع عن التساؤل الرئيسي لذات الإشكالية أربع تساؤلات رئيسية ، ثم عرضنا أسباب اختيار الموضوع ، وأهمية الدراسة وأهدافها ، ومنه ارتأينا الى ضبط المفاهيم

ومصطلحات الدراسة منهج المتبع بالإضافة الى مرجعية الدراسة ، والتطرق كذلك إلى الحدود الزمانية وموضوعية للدراسة.

تناولنا في الإطار الثاني المخصص للأدبيات البحثية والتطبيقية للدراسة، المقتربات النظرية المتعلقة بإشكالية الدراسة في محور رئيسي تندرج منه عدة مطالب وهي كالتالي: الإشهار في فيلم ونحاول من خلاله تقديم نظرة حول نشأة الإشهار في الفيلم ، مميزاته ، أهميته ، من جهة ثانية الأصول التاريخية للسينما العربية في عدة دول مع إبراز خصائصها وأهميتها، من ثمة فكرة توظيف الإشهار في فيلم سينمائي عربي التي تضمنت الخصائص الفنية والجمالية وأهم اتجاهات الفيلم السينمائي العربي. وأخيرا دور الإشهار في إنجاح العمل السينمائي، تناولنا أربعة دراسات سابقة مشابهة لموضوع دراستنا وقمنا بتحديد أوجه الاختلاف والتشابه ونقد الدراسة.

في إطار الثاني المخصص للتحليل السيميولوجي للإشهارات الضمنية في فلمي أبو شنب ولف ودوران، بحيث تناولنا في مبحث الأول مجتمع الدراسة وعينته والمتمثل في تحديد عدة مشاهد بالاعتماد على العينة الغير الاحتمالية القصدية ، وأدوات الدراسة المتمثلة في، الملاحظة، مقارنة رولان بارث، وفي المبحث الثاني تحليل ومناقشة نتائج الدراسة، التعريف بفلمين ل ف ودوران وأبو شنب ، بالاستخدام بطاقة فنية عن المخرج والفيلم، لقد قمنا بالتقطع التقني للمشاهد المختارة من الفيلم و استعمال المستويين التضميني و التعييني ومناقشة النتائج.

1- بناء الإشكالية:

إن التطورات التكنولوجية التي شهدتها العالم في مختلف المجالات أضافت نقلة نوعية في حياة البشرية ، وفي ظل هذه التطورات عرف الإنسان الفن منذ القدم فانطلق من عالم الصورة لتجسيد تاريخه نظرا للفاعلية التي تؤديها وهو ما فرض تطور الإبداع الاشهاري ، حيث يرتبط الإشهار مباشرة بالمجال التجاري خصوصا بالجانب الترويجي ، إلا أن الوقت الراهن أصبح يشكل إنتاجا فنيا وأديبا مما أعطى للإشهار مكانة هامة في المجتمعات وأصبح الخطاب الإشهاري مكونا أساسيا من مكونات المجتمعات المعاصرة لترويج المنتوجات وتشجيع الثقافات الاستهلاكية ، ولا شك أن الإشهار يحاول استهداف أكبر قدر ممكن من الجماهير ، لذلك فإن القائمين بالإشهار يبحثون عن أفضل الوسائل التي تمتلك القدرة على الوصول إلى أعداد هائلة وغفيرة من الجماهير . إذ تعتبر وسائل الإعلام والاتصال أفضل الوسائل لتمير الرسائل الإشهارية نظرا لامتلاكها هذه الخاصية وهي القدرة على اختراق وانتشار وكسر الحواجز الزمانية والمكانية ، وفي مقدمة هذه الوسائل الجماهيرية السينما .

وجد الإنسان نفسه محاصرا بالرسائل الإشهارية والتي تحيط به من كل جانب وفي أي مكان يظهر فيه وفي أي وقت ، حيث يفرض الإشهار حضوره على المتلقي بشكل متكرر في الزمان و في المكان و نظرا لتطور الصناعة السينمائية والجماهيرية الواسعة في العالم العربي ، وبناء على هذا الأساس تم استغلالها من قبل المعلنين والقائمين بالإشهار لتوظيف الإشهار ضمنيا في السينما كممارسة إشهارية لديها أسسها وقواعدها الخاصة بها من أجل الترويج لمختلف العلامات التجارية الخاصة بالسلع والمنتوجات ليصبح الإشهار الضمني متضمنا في الخطاب السينمائي وجزء لا يتجزأ منه .

لقد واجهت السينما العربية عدة تحديات من خلال توظيفها للأساليب التسويقية والعلامات التجارية بشكل غير مباشر من خلال عرضها أيضا لدلالات ومضامين الرسالة التي تمررها عبر الإشهار السينمائي ، وعليه نطرح تساؤل اشكاليتنا كالاتي:

كيف تم توظيف الإشهار الضمني في السينما العربية من خلال فيلمي أبو شنب ولف ودوران السينمائيين؟

وللإجابة على هذا التساؤل المحوري ، طرحنا بعض التساؤلات الفرعية وهي:

1- ما هي الدلالات التي تميز الرسالة الإشهارية الضمنية حسب عينة الدراسة؟

2- ما هي بنية الرسالة الإشهارية الضمنية في الفيلم السينمائي العربي حسب عينة الدراسة ؟

3- هل تعكس الرسالة الإشهارية الضمنية في الفيلم العربي الأنماط الاستهلاكية لدى المتلقي حسب عينة الدراسة ؟

4- ما هي الأيديولوجية التي تعبر عنها الرسالة الإشهارية الضمنية في السينما العربية حسب عينة الدراسة ؟

2-أسباب اختيار الموضوع:

من المعروف أن وراء كل بحث أو دراسة أسباب موضوعية أو ذاتية تدفع الباحث لإثراء المشكلة والسعي لإيجاد حلول لها.

ولمعرفة الأسباب والدوافع قمنا بتلخيص الفكرة في الجدول التالي:

أسباب ذاتية	أسباب موضوعية
1-شغفنا بحب السينما.	1-تعتبر السينما من أبرز الوسائط التي تعتمد عليها
2-محاولة إثراء المكتبة الجامعية.	الدول العربية لعرض أفكارها وجعلت منها صناعة
3-محاولة تقييم مدى فاعلية الإشهار الضمني على المتلقي.	قائمة بذاتها لإيصال أيديولوجيتها وذلك بفعل ضخامة إنتاجها السينمائي.
4-اكتساب معارف ومعلومات جديدة حول الإشهار الضمني في سينما.	2-يعتبر الموضوع بمثابة دراسة مثيرة بحيث يتم التسليط الضوء على الإشهار الضمني في السينما العربية.
	3-نقص البحث في مجال الإشهار الضمني خاصة في الجزائر والوطن العربي.
	4-محاولة التوصل الى معطيات جديدة حول الإشهار في الفيلم العربي.

3-أهمية الدراسة:

تسوق السينما العربية لمجموعة من الأفكار الترويجية التي تمارس تأثيرا مباشرا وغير مباشر، وليس على العرب فقط ، بل على شعوب المجتمعات الأخرى ، ويجمع أغلب العرب والباحثين على أن الصورة اللاظاهرة لها تأثير أقوى على اللاوعي الإنسان ومن شأنها تحديد سلوك الإنسان وخياراته حيث تنطبع على ذاكرة الإنسان أكثر من

الصورة الواعية أي الصورة المدركة، وهو ما ينطبق على الصورة الإشهارية في الفيلم لما لها من تأثير سيكولوجي على المتلقي ، وهذا بشكل عام يبين أهمية تحليل بنية هذه الصورة الإشهارية في الفيلم العربي ، حيث نكون بذلك قد ساهمنا في لفت انتباه المهتمين بحقل الإشهار والسينما وإلى أهمية الترويج لمنتجاتهم عبر الأفلام.

اكتسب الإشهار في الفيلم العربي نضجا كبيرا على مستوى الممارسة وأصبح يحتوي على ترميزات متعددة تجعل من الرسالة الإشهارية الفيلمية مصدر إنتاج للدلالات والمعلومات والتي يفترض استخلاصها من طرف المتلقي ، لذا تكتسي دراستنا أهمية كبيرة من حيث أنها تكشف الغطاء على التحولات العميقة التي طرأت على البنية الدلالية للرسالة الإشهارية ، مقوماتها ومقاصدها الثقافية.

4-أهداف الدراسة:

- الكشف عن طرق توظيف الإشهار الضمني في الفيلم العربي.
- معرفة البنية الإشهارية الضمنية في الفيلم السينمائي العربي الكشف على ما تعكسه الرسالة الإشهارية الضمنية في الفيلم العربي والأنماط استهلاكية لدى المتلقي.
- معرفة الأيديولوجية التي تعبر عنها الرسالة الإشهارية الضمنية في الفيلم العربي.
- معرفة البنية الإشهارية الضمنية في الفيلم السينمائي العربي.

5-تحديد المصطلحات والمفاهيم:

الإشهار:

لغة: الإشهار لغة مصدر أشهر ، يشهر إشهار ، وهو فعل مزيد مجرده شهر من الشهرة ، والشهرة ووضوح الأمر. اصطلاحا: يعرف الإشهار بأنه وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والسلع والخدمات وترويجها بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع. ومن هذا التعريف يتبين لنا أن الإشهار عبارة عن وسيلة اتصال غير مباشر بين صاحب الإشهار والجمهور وهذا ما يميز الإشهار عن البيع الشخصي كما يبين الهدف من الإشهار والمتمثل في الترويج للسلع والخدمات مقابل دفع أجر محدد.¹

¹ بن كاملة نجاه ،الإشهار والإعلان التسويقي بين المسرح والسينما، م 7،ع2،مجلة آفاق السينمائية ،ج أحمد بن بلة ، الجزائر 2020 ت ن 2020/12/15 ص50

التعريف الإجرائي للإشهار:

هو نشاط ترويجي مدفوع يستخدم لنشر المعلومات حول منتج أو خدمة أو علامة تجارية أو فكرة معينة بهدف تأثير على سلوك الجمهور المستهدف وتحقيق ربح مادي.

تعريف السينما:

لغة: وتعرف السينما بأنها اختصار لكلمة السينما توغرافيا ، وهي فن إنتاج الأفلام وإخراجها ، وهي تعني تقنية التصوير وعرض الصورة المتحركة وصناعة وتوزيع الأفلام.

اصطلاحا : يعرفها الفرنسي اندريه بازان بأنها خط مقارب للواقع يتحرك دائما لنقرب منه ونعتمد عليه دائما. وتعتبر السينما مجمل الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمع المنتج لها وتشكل في إطار متفائل معه في علاقة تشمل التأثير والتأثر.

ويرى البعض أنها فن من الفنون وأداة للتعبير ، ووسيلة إعلام لها مكانتها في المجتمع.

التعريف الإجرائي للسينما : تعتبر السينما وسيلة اتصال سمعية بصرية جماهيرية تستخدم لأغراض تثقيفية وترفيهية ودعائية ، وتعتبر علم وصناعة ووسيلة في آن واحد¹.

السينما العربية:

اصطلاحا: هي فن إبداعي متميز يعبر عن ثقافة وحضارة العالم العربي ، يؤثر على توجيهات المجتمع العربي وهي أداة ثقافية فعالة وتستخدم في نشر الوعي والثقافة والمعرفة بين أفراد المجتمع العربي وتكون ناطقة باللغة العربية.²

التعريف الإجرائي للسينما العربية:

تعد السينما العربية من أهم وسائل الترفيه والتواصل في العالم العربي و تساهم في نشر الثقافة العربية وتعزيز الحوار بين الثقافات من خلال الإشهارات الضمنية.

¹ ألقى خالد،السينما والجذور، ك المجلة العربية 206،المملكة العربية السعودية ،1435هـ،ص11
² سمير فريد، السينما العربية قراءة في تاريخها وأفلامها،ط1،د ن شروق القاهرة 2010، ص16

تعريف الفيلم السينمائي:

لغة: تعني غشاء بلورة التصوير الضوئي ثم الشريط المثقب المغطى بطبقة حساسة للضوء تسمح بتسجيل الصورة وحفظها اصطلاحاً : عبارة عن سلسلة من الصور المتتالية الثابتة عن موضوع أو مشكلة أو ظاهرة معينة مطبوعة على شريط ملفوف تتراوح مدة عرضه عشرة دقائق إلى ساعتين حسب موضوعه ، أي أن الفيلم السينمائي يتعدد حسب الأغراض والمجالات التي يترجمها.¹

التعريف الإجرائي للفيلم السينمائي:

الأفلام السينمائية هي أولى الفنون التي عرفت الوسائل التسويقية كالترويق والإشهار باعتبارها إدارة إنتاج بمختلف الطرق.

تعريف الرسالة الإشهارية :

تتشكل الرسالة الإشهارية من مجموعة من العناصر التعبيرية كالصورة والصوت والأداء و معاني مقصودة وفق ما يقتضيه الهدف من الرسالة الإشهارية ، وبهذا فإننا نقصد بالرسالة الإشهارية في دراستنا اللقطات والمشاهد الإشهارية في الأفلام العربية والتي تروج للشركات والعلامات التجارية العربية ، غير أن الرسالة المصورة السيميولوجية المستترة تعتمد على الخطاب التضميني والإيحاء وتتجاوز التعيين أي أن الرسالة في هذه الحالة هدفها ترويحي بالإخفاء ، عكس الإشهار المباشر الذي يدعو صراحة إلى استهلاك المنتج ولذا يتجاوز تصورنا للرسالة الإشهارية حالتها الوصفية التقريرية إلى الحالات الثقافية الضمنية والتي تركز هيمنة الثقافة العربية ، حيث تعتبر الرسالة الإشهارية في الفيلم رسالة مؤسسة تحمل في طياتها رموز وقيم ثقافية.²

التعريف الإجرائي للرسالة الاشهارية:

هي برنامج إشهاري محدد يشرح الفكرة الرئيسية للإشهار ويهدف إلى تشجيع وإقناع المستهدف ليتعرف على الصورة المطلوبة التي يريد المعلن أن يظهر من خلالها السلعة حتى تحقق الرسالة الاشهارية هدفها بشكل جيد وتعتمد على عدة أساليب مختلفة.

¹ سفیان مختار: الحلول الإخراجية والإداعية للفيلم السينمائي، مجلة النص ع 02، 7، ج جيلاني اليابس سيدي بلعباس، ص249
² سطوح سميرة، الإشهار والطفل، دراسة تحليلية لأنماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الإشهارية وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي للطفل، رسالة دكتوراه، ق ع الإعلام والاتصال، باجي مختارة عنابة، 2010/2009، ص356

تعريف الإشهار الضمني:

لقد تناولت البحوث التسويقية الجوانب الاقتصادية للأفلام بما في ذلك دورها في الترويج للسلع والخدمات وتأسيس العهد الجديد للإشهار بداية من سنوات 1980 وظهر ما اصطلح عليه بالإشهار الضمني في الفيلم كممارسة إشهارية لديها أسسها وقواعدها الخاصة بما حيث يتحدد مفهوم الإشهار في الفيلم بأنه تقنية إشهارية يتم من خلالها إدراج منتج معين أو علامة تجارية ، أما الصورة أو الأيقونة أو النطق بتسمية المنتج في فيلم ظهور علامة أو منتج عادة لا يكون اعتباريا بل يخطط له ويكون مدروسا ، وهذا معناه أن الاستخدام السمعي البصري للعلامة في الفيلم أو الاثنان معا أي استخدام سمعي بصري يتم وفق شروط متفق عليها بين المعلن والمخرج و وهذا يقترب إلى حد بعيد إلى مفهوم القصدية والترويج وتكون بذلك موافقة المخرج على إدراج المنتج في فيلم مدفوع الأجر من طرف المعلنين المهتمين ، وعلى صعيد آخر فان مفهوم الإشهار في علاقته بالفيلم يأخذ موقفا يستمد أسسه من سيناريو الفيلم وهنا قد يتدخل المعلن في تحرير السيناريو لوضع منتج في ديناميكية وذلك لإعطاء العلامة دورا ايجابيا في تحريك الأحداث وتشارك من خلاله العلامة في سيرورة الفيلم¹.

التعريف الإجرائي للإشهار الضمني:

هو أسلوب تسويقي يتميز بدمج المنتجات والعلامات التجارية أو الخدمات بشكل غير مباشر في محتوى الفيلم ، حيث لا يتم عرض الإعلان الصريح للمنتج بل يتم دمج اسمه أو صورته أو خصائصه باستخدامها بشكل طبيعي في سياق الفيلم .

6-المقاربة التحليلية للدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج التحليل السيميولوجي لأنه المناسب من بين المناهج الأخرى و لأنه يفى بالغرض ، كما تعلم أن الفيلم هو من أكثر الصور الذي يحمل رمز و دلائل ، تسجل على مستوى التتابع ، ويتطلب فهمها للحصول على السلسلة المشكلة لهذا الفيلم كما أن هذا الأخير عبارة عن مجموعة مركبة من عناصر تعبيرية للغة السينمائية ، حيث تتكون من عنصرين أساسيين هما : شريط الصوت وشريط الصورة .

شريط الصورة (الصورة المتحركة) : تتكون من سلم اللقطات ، زوايا التصوير ، حركات الكاميرا

أما شريط الصوت : تتمثل في الصوت ، الموسيقى المؤثرات الصوتية الأخرى .

¹عبد الحق جودي، الإشهار الضمني في السينما الأمريكية المعاصرة ، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال ، ق الاتصال ج الجزائر 2020-2019 ، ص 16 .

أ- المنهج التحليل السيميولوجي:

كما عرفه الباحث * لويس يامسلاف * أنه عبارة عن مجموعة من التقنيات والخطوات المستهدفة لوصف وتحليل شيء باعتباره دلالة في حد ذاته، من جهة أخرى وهو أيضا ذلك الإجراء أو الإستراتيجية البحثية التي تهدف لاكتشاف الوحدات البنائية للنسق الاتصالي.

ونجد أن منهج التحليل السيميولوجي يعتمد على عدة مقاربات ، واقتضت طبيعة دراستنا الاعتماد على مقارنة رولان بارث وكريستيان ماتز .

ب- مقارنة التحليل:

اعتمدنا في هذه الدراسة على مقاربتين الأنسب لموضوع دراستنا :

* مقارنة رولان بارث : والتي تقوم على مستويين أساسيين وهما : المستوى التعييني الذي يعني المعنى الفوري البديهي ، والمستوى التضميني والذي يعني المعنى الحقيقي السطحي للصور ، والذي يعني المعنى الأصح للرسالة أو الصورة ، وهو عميق وغير ظاهر.

يمثل مستويات قراءة الصورة عند رولان بارث. الشكل 1:

المستوى الإدراكي =

المستوى التعييني:

المستوى التضميني:

	المدلول	الدال
المدلول		الدال

الشكل: 1

رولان بارث أول من قام بتحليل ودراسة الصورة الاشهارية وقد طور بارث النظرية الخاصة بسيميولوجيا الصورة، عند قيامه بتحليل صورة إشهارية لمنتوجات عجائن بنزاني سنة 1964م، حيث أشار أن الصورة تحتوي على ثلاثة رسائل، وبالتالي يتم تحليلها من خلال كل رسالة من الرسائل الثلاث وهي:

-رسالة ألسنية

-رسالة ايقونية غير مدونة

-رسالة ايقونية مدونة

وحسب كريستيان ماتز فإن كل هذه المركبات [الصورة المتحركة، الأثر، الصوت اللفظي للكلام، الموسيقى، المؤثرات الصوتية] عبارة عن خمس لغات سيميائية متميزة عن بعضها البعض. وهي أيضا العلم الذي يدرس العلامات وحياة الدلائل داخل الحياة الإجتماعية.

7- مرجعية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على جملة من مراجع التي أفادت كثيرا في معالجة دراسة توظيف الإشهار الضمني في السينما العربية سوى في إطارها المنهجي أو أدبيات البحثية، ومن بين هذه المراجع نذكر ما يلي، عبد الحق جودي، الإشهار الضمني في السينما الأمريكية المعاصرة، بالإضافة جان الكسان السينما العربية في الوطن العربي، وكذا جيل ليوفيسكي جان سيرو، شاشة العالم ثقافة من أجل التعريف بتطور الإشهار في الفيلم، والسينما ورهانات والحدثة ل عبد الرؤوف الباسطي، أما كتاب السينما العربية قراءة في تاريخها وأفلامها لسمير فريد من أجل التعريف بالسينما العربية وجماليتها، لإثراء الرصيد المعرفي والنظري لهذه الدراسة.

8- حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: لقد تناولنا في موضوع دراستنا الإشهار الضمني في السينما العربية، بالاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي لتحديد عينة الغير الاحتمالية القصدية من المشاهد لفلمين أبو شنب ولف ودوران، بتباع مقارنة السيميولوجي رولان بارث، بالاعتماد على أداة الملاحظة والتي تعتبر من ركائز الأساسية لاختيار المشاهد الضمنية، التي هدفها التأثير في المتلقي من خلال الترويج للخدمات وعلامات التجارية بطريقة غير مباشرة لامتلاكه أنماط استهلاكية.

الحدود الزمانية: بداية من نصف شهر ديسمبر الإطار المنهجي والنظري.

من أول فيفري الى يومنا هذا الجانب التطبيقي.

الفصل الأول: الأدبيات البحثية والتطبيقية
للدراسة

تمهيد

يختلف الإشهار شكلا ومضمونا باختلاف وسائل عرض الرسائل الترويجية، ويمكن إدراج الإشهار في الفيلم ضمن الأساليب الإشهارية السمعية البصرية، التي يتم من خلالها الترويج للعلامات التجارية والمنتجات ضمن مضامين الأفلام، هذا ما أكسبه أهمية بالغة تكمن في قدرته على التأثير والإقناع باستهدافه مكامن اللاشعور لدى المستهلك، حيث يذكر هذه التقنية شهدت تطورا من حيث الشكل والمضمون، فالأفلام الحديثة تعتمد على متخصصين في توظيف المنتجات والعلامات وخدمات التجارية لإيصال رسائل يتقبلها العقل الباطن للمستهلك وفيما يلي سيتم التطرق للإشهار في الفيلم بتفاصيله العامة من تعريف ونشأة كما سنتناول أهمية هذا النمط الاشهاري وإبراز مميزاته، كما سنعالج السينما والفيلم العربي من عدة جوانبه، الملصق الاشهاري وهذا ما يستدعي منا الوقوف على عدة دراسات سابقة التي ساعدت في طرح الأدبيات النظرية.

المبحث الأول : الأدبيات النظرية للدراسة

نتناول في هذا المبحث كيفية توظيف الإشهار في السينما العربية ،من خلال تحديد الجوانب الرمزية لتوظيف المنتجات والعلامات في الأفلام العربية ،ومن جهة أخرى سنرى كيف تنقل هذه الأفلام معاني ودلالات ثقافية حول العلامات .

المطلب الأول :الإشهار في الفيلم

إدراج الإشهار في الفيلم ضمن الأساليب الإشهارية السمعية البصرية ،التي يتم من خلالها الترويج للعلامات والمنتجات ضمن مضامين الأفلام .

1- مفهوم الإشهار في الفيلم :

تعددت المفاهيم التي صيغت حول مصطلح الإشهار في الفيلم ويعود ذلك إلى تعدد المقاربات التي تناولت الموضوع ،المقاربة التسويقية ،القانونية ،الاتصالية

المدلول الاصطلاحي للإشهار في الفيلم :

استعمل مصطلح الإشهار في الفيلم في الدراسات التسويقية حيث أطلق

عليه تسمى *Placement de produit* باللغة الفرنسية والتي تعني إدراج

أو توظيف الإشهار في الفيلم ،ولقد أشارت بعض الدراسات إلى إشكالية هذا المفهوم ،حيث برزت عدة مفاهيم مرتبطة بالاستخدام الإشهاري للفيلم ، وان كان مصطلح إدماج العلامة وإدماج المنتج أشيعهما استعمالاً ، إلا أن أغلبية الباحثين يميلون إلى استعمال مصطلح إدماج العلامة ،وحجتهم في ذلك أن هدف المعلنين التشهير للعلامة وليس للمنتج في حد ذاته ،ويؤكد *Jean –Marc Lehu* في بحوثه ومقالاته المنجزة في سياق الموضوع أن المفهوم يعكسان نفس المعنى في غالبية الأحيان ،إلا إن مصطلح توظيف العلامة هي التسمية الأكثر شيوعاً والأكثر استعمالاً من طرف الباحثين ، إذ إن التركيز على إظهار خصوصية العلامة وتميزها أولوية المعلن.¹

¹Chantal Lai ,Isabelle Aimé :la marque ,Ed N°3, édition Dunod , paris, 2016 ,p10 .

. وأقرب المصطلحات {توظيف العلامة} لأنها تكتسب شرعية أكثر من {توظيف المنتج} ذلك أن العلامة تحتل نقاط الاختلاف وتميز منتوجات المؤسسة وخدماتها عن غيرها من المؤسسات، وعليه فإن الغاية الأساسية للإشهار في الفيلم تكمن في عرض المنافع أو الخدمات التي تقدمها مؤسسة معينة¹، ويستعمل مصطلح الإشهار في الفيلم لدلالة على الممارسة الاقتصادية التي تخدم المؤسسات بإدماج علاماتها، منتجاتها أو أسمائها في مختلف وسائل الترفيه الجماهيرية كالأفلام، الكتب، الفيديو، ألعاب

. ولقد طور الباحثون اقتراحات حول الأشكال التي تتخذها هذه الممارسة، حيث اختلفت وجهات نظرهم تجاه نماذج عرض العلامات في الفيلم، ولعل التصنيف الأكثر شيوعاً هو تصنيف لسنة 1993، وحسبه إدماج المنتج يتخذ أربع أشكال: تقديم المنتج، استعمال المنتج، النطق بالمنتج، النطق واستعمال المنتج .

المدلول التسويقي للإشهار في الفيلم :

تناولت الدراسة التسويقية تعاريف الإشهار في الفيلم ومختلف الأدبيات التي حاولت عرض دلالاته التسويقية . وعليه يعرف الإشهار في الفيلم بأنه تقنية تسويقية يتم خلالها إدماج علامة أو منتج ضمن مشهد أو عدة مشاهد من الفيلم، يخضع في ذلك لترتيب محدد وفق وضعية من الوضعيات، يمكن أن تستعمل عدة وسائل اتصالية، يتم الاتفاق على درجة بروز العلامة أو المنتج والمدة الزمنية المخصصة لذلك في إطار العقد الذي يبرم بين المعلن والمنتج السينمائي والذي يحدد فيه شروط التوظيف الشهاري

المدلول الاتصالي للإشهار في الفيلم:

يعبر الإشهار في الفيلم من الناحية الاتصالية عن مجموع الرسائل الإشهارية التي تدرج في مشهد سينمائي وما تحمله من خصائص ومؤثرات مشهديه تعرض خصائص المنتج أو العلامة ، ذلك بما تقدمه من معلومات تعزز صورة المعلن عن طريق التأثير في لاشعور المشاهد .

ويقصد بتوظيف المنتج من الناحية الاتصالية "طريقة وضع المنتج في مضمون سمعي بصري ، قد يكون فيلماً أو برنامجاً تلفزيونياً"²

¹ Stéphane Debenedetti et Isabelle Fontaine :La cinémarpue :Septièmes Art ,publiquement des marques , revue Le Temps des médias, 1 n° 2,2004 ,p88.

² Benoit Londosy :placement de marques et cinéma, les liaisons dangereuses ?Institut de recherche d ,études en droit de l information et de la communication , chronique cinéma ,5novembre , 2005,p3 .

مدلول القانوني للإشهار في الفيلم :

على الرغم من مسألة وضع التعريفات ليست من اختصاص المشرع، إلا أن المشرع وضع العديد من التعريفات من أجل تفادي التضارب الفقهي والقضائي الذي قد يلف مصطلح الإشهار في الفيلم.

يركز المفهوم التشريعي للإشهار في الفيلم على فكرة العقد وأشكاله، حيث يقصد بالإشهار في الفيلم وفق النظرة القانونية ظهور علامة تجارية أو منتج معين في فيلم سينمائي، وذلك يجلب المعلن للالتزام بشروط العقد الذي يتخذ ثلاثة أشكال: التكفل بعتاد تصوير الفيلم من طرف المعلن، المقايضة بالسلع والظهور المدفوع الأجر، ويتم الاتفاق على شروط العقد قبل إنتاج الفيلم من أجل تحديد المدة الزمنية ومواقع ظهور العلامة وأشكال ظهورها. لقد قمنا بعرض مختلف التعريفات المرتبطة بإدماج العلامات والمنتجات والتي تسمح بتحديد أبعاد وحدود هذه الممارسة الإشهارية.

2- نشأة وتطور الإشهار في الفيلم :

يعود توظيف العلامات والمنتجات تاريخياً إلى الفنون والأعمال الأدبية، حيث برزت علامات بعض المؤسسات الكبرى في الكتب والعروض المسرحية. كما تم استعمال بعض السلع والخدمات في مضامينها، غير إن هذه الممارسة بعد ذلك توسعت لتأخذ مكانتها في ميادين الفنون الأخرى كالسينما، ألعاب الفيديو، الموسيقى، وحاليا تشكلت بعض العلامات مرجعا لبعض الممثلين والفنانين.

إذ ظهرت المنتجات في القرن التاسع عشر في المؤلفات الأدبية ويرى البعض الآخر إن الخطوات الأولى لتوظيف المنتجات تعود إلي العروض المسرحية، حيث تزامن ذلك مع ظهور علامة المشروبات الكحولية على لوحة أثناء أداء مسرحي، والتي كانت إشارة ترويجية للماركة.

أما البدايات الأولى لتوظيف الإشهار في الأفلام السينمائية بحيث وظف مخرجو الأفلام منذ أكثر من قرن منتجات وعلامات تجارية في أفلامهم، حيث أعقب ظهور السينما في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين إدراج العلامات التجارية والمنتجات في الأعمال السينمائية، فالعلاقة بين السينما والإشهار ليست بالجديدة، إذ إن الإشهار المتحرك في واقع الأمر ظهر مع اختراع السينما نفسها،¹

¹Benoit Londsosy :placement de marques et cinéma, op.cit.11

حيث قاما الأخوان لومبيير أولى فقرات الاشهارية لصابون صن لايت ومنشآت مويينو ساندون، وأنتج ساندون عدة إشهارات لمشروب بيكون فاتح الشهية، وشيكولاتة بولان موييه .

ويربط البعض الآخر بداية الممارسة الاشهارية في السينما 1910 أين ظهرت سيارات من طراز فورد "بجانب الممثلين في جينريك الفيلم للمخرج وفي هذه المرحلة ظهر منتج في صيغته التمثيلية الأولى وترجع مجلة التجارة الأمريكية الأسبوعية أول توظيف منتج حقيقي يمكن التعرف عليه من قبل الجمهور سنة 1920 ، وبعدها بسنوات تحصل فيلم على جائزة الأوسكار لأفضل فيلم سنة 1927، حيث ظهرت ملصقات لعلامة شكولاتة في عدة مقاطع من هذه السينما الأمريكية

وبحلول الأربعينيات ازدهرت الممارسة الإشهارية في السينما وأصبحت متكررة واكتست شرعية حضورها في العديد من الإنتاجات السينمائية.

3- أهمية الإشهار في الفيلم ومميزاته :

أجمع أغلبية الباحثين على أن توظيف العلامات التجارية والمنتجات في الأفلام وسيلة مناسبة للتأثير في المشاهد ،حيث تعتبر تقنية اتصالية خارقة للعادة كونها تتضمن تحقيق الأهداف الإعلانية وتعزز الروابط مع الجمهور ،وفيما يلي سنستعرض الأهمية الاتصالية التي يكتسبها الإشهار في الفيلم واهم مميزاته :

أ- الأهمية :

إضفاء الواقعية و المصدقية على الرسالة الاشهارية : يسعى المعلنون في ظل التدفق الاشهاري عبر مختلف الوسائل في البحث عن المبررات والحجج التي تضي المصدقية اللازمة على رسائلهم الاشهارية ، يوفر الفيلم اغلب العناصر التي تجعل الخدمة أو السلعة المعلن عنها أقرب إلى واقع المستهلك وهذا أن سيناريو الفيلم يبدو أكثر مصداقية في عيون المشاهدين إذ ما تم دمج العلامات والمنتجات ضمن أحداثه بدقة¹.

الاعتماد على نجومها لسينما : جعل الجمهور لا ينخدع بما يقدمه له الإشهار ، وهو ما تجسده الرسالة الاشهارية في الفيلم ،حيث تضع الشاشة السينمائية العلامة في سياق الحياة الواقعية لتستفيد من سمعة الممثلين².

¹ جيل لبيوفيسكى جان سيرو، شاشة العالم ثقافة - وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، تر.صادق راوية ،ط1 ، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، 2012 ، ص241.
² عبد الحق جودي:الإشهار الضمني...،مرجع سابق ، ص 39 .

استغلال الوسائط المتعددة: على الرغم من أن بعض عقود الإشهار في الأفلام جد مكلفة إلا أن استغلال فرص العرض المتعددة للفيلم كأشرطة الفيديو، القنوات التلفزيونية التي تعرض الفيلم... يضمن الانتشار الواسع للأفكار المعلن الاشهارية، ويضاعف من إمكانية تعرض الإشهاري لمختلف المنتجات من خلال مختلف الوسائط التي تنقل الأفلام.

الاستقبال التلقائي: يستفيد استعمال العلامات من خصوصية العرض السينمائي ذلك أن مشاهدة الفيلم تجذب انتباه وتركيز المشاهد لمتابعة الأحداث، إذ أن مشاهدة الأفلام تحركها رغبة ذاتية، بمعنى أن المشاهد ليس مرغم أو مجبر على مشاهدة الفيلم إنما يقوم بذلك لغرض التسلية والترفيه.

التغلب على الحرص الغريزي لدى المستهلك: يعزز المحكي الفيلمي القيم الإنسانية والرمزية للمنتوج، حينما يتم ربط العلامة التجارية بقصة الفيلم، ما يساهم بطرح أشكال فريدة يراد بها التعبير بطريقة مختلفة عن مضمون صورة إيجابية للمنتوج في ذهن المتلقي.

الإقناع السردي: الإشهار في الفيلم لا يدعو دعوة صريحة إلى تغيير السلوكيات وتبني قيم معينة، إنما يكتفي باقتراحات لاكتشاف القيم الكامنة في المنتوج بطريقة تبدو طبيعية، فالإشهار هنا لا يعلن عن نفسه بوصفه إشهار لمنتوج عن سبق إصرار وترصد، انه يكتفي بانتهاز الفرصة الملائمة التي تقدم على إنها أشبه بالصدفة وبجاذب عارض غير عمد.

أنظمة سمعة المؤسسة وشهرتها: يراد من استخدام الإشهار في الفيلم إعادة إحياء سمعة المؤسسة في حالة وقوع سمعتها في أزمة، حيث تساهم الممارسة الاشهارية في الفيلم أكثر من أي وسيلة أخرى في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها، إذ وظفت العلامة بطريقة مدروسة وفق الظروف الملائمة لجذب انتباه المشاهد.

القدرة على التأثير: يستمد الإشهار في الفيلم فعاليته التأثيرية على نحو غير مباشر من غياب أي استعداد قبلي لتلقي المضمون الإشهاري من طرف مستقبل الرسالة، هذا الأخير الذي يكون في غفلة عن يقظته الفكرية، أي أن الرسالة الإشهارية في هذه الحالة تتجنب استشارة الفعل الواعي للمتلقي، وتشمل قدرته على التحليل المنطقي ومن ثمة تمرير دلالات مضمنة تفرض على المستهلك.¹

¹ عبد الحق جودي، الإشهار الضمني...، مرجع سابق، ص ص 42، 43.

الاستجابة الفورية : تستمد الممارسة الاشهارية في الفيلم قوتها من قدرة رسالتها في دفع الجمهور نحو اتخاذ قرار الشراء ، بما يتيح ترجمة التأثير بالإقدام على الشراء بطريقة فورية

ب- مميزات:

عبر المعلن عن البعد الجمالي للرسالة في السينما بسهولة أكثر من أي وسيلة أخرى ، وهذا من خلال عملية تحميل الأشكال ، حيوية الكدران ، تأثيرات الإضاءة ، اللعب بالألوان ، وفي ما يلي سنقوم بعرض أهم مميزات الإشهار في الفيلم .

الإيقاع السريع: تتميز اللقطات الاشهارية الفيلمية بالإيقاع السريع للغاية ، يساهم بذلك العرض السينمائي في إطالة المنتج على الشاشة بعد تتابع سلسلة من اللقطات السريعة ، واستعمال المؤثرات البصرية وهذا ما يقدم خدمة جليلة للمقطع إشهاري .

الإشهار للمواد المحظورة : تستفيد أغلب المؤسسات المنتجة لسجائر ، الخمر ، الأدوية ، الأسلحة من الخدمات الإشهارية للأفلام على خلاف الإشهار التلفزيوني

تتسع مساحة الحرية المتعلقة بالعرض الإشهاري المسموح به في السينما ، بمعنى إن بعض الموارد المذكورة سابقا تندرج ضمن ما هو محظور في الإشهار التلفزيوني ومسموح به في السينما .

الخروج عن المؤلف: يسمح المحكي الفيلمي بإضفاء قيم إنسانية ورمزية على المنتج ، ويربط العلامة التجارية بالتاريخ والماضي ، وي طرح أشكال فريدة يراد بها التعبير بطريقة مختلفة عن مضمون الرسالة الإشهارية مما يرسخ صورة المنتج في ذهن المتلقي ، وعلاوة على ذلك فالمقطع لإشهاري في الفيلم منطقة الإغراء بكل أساليبه .

إثارة لفيلم : يشهد المتتبعون أن السينما تثير إعجاب وشغف الجمهور من خلال إدراج العلامات في الفيلم مما يجعل الحكاية أكثر قابلية للتصديق ، ويعطي الانطباع بحقيقة إضافية تشد انتباه المشاهد .

سهولة الفهم : يمزج الفيلم بين الصورة المتحركة والصوت والمؤثرات الخاصة ، مما يساهم في شرح السلع المعلن عنها وإبراز مزاياها .¹

¹ عبد الحق جودي :الإشهار الضمني ..مرجع سابق .ص ص 44,45 .

كما تملك السينما تقنيات عالية الجودة ، وهو ما يعكس درجة وضوح الصورة السينمائية بإبراز أدق التفاصيل التي تجعل الفرد يشعر بعمق المشاهدة.¹

المطلب الثاني: السينما العربية :

. تعتبر السينما العربية إحدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري وهذا ما يجعلها تلقى اهتماما كبيرا وسط الجماهير من خلال التأثير عليهم .

1-نشأة وتطور السينما العربية :

شهدت السينما بدايات مختلفة في عدة دول عربية . في مصر : حينما نقول السينما العربية فإن لمصر النصيب الأكبر وكان أول عرض سينمائي في نوفمبر عام 1896 أي بعد أقل من عام من العرض السينمائي الأول في العالم عام 1895 وفي أعقاب ثورة 1919 وفي إطار الحركة الوطنية وهو مُجدد بيومي أحد أبناء هذه الثورة عام 1919 سافر إلي برلين لدراسة السينما بالفرع الصناعي ، بعد أن عمل كممثل بشركة جلوريا اتجه للعمل وراء كاميرا كمساعد مصور ، قام مُجدد بيومي بشراء المعدات اللازمة لتأسيس أستوديو صغير في مصر ... وبعد حصوله على عضوية اتحاد السينمائيين المحترفين في السينما ، عاد عام 1923 ليؤسس أول أستوديو سينمائي باسم أمون فيلم يحي شيرا في القاهرة² ، لتعرف السينما في مصر انتعاشا كبيرا بعد تأسيس بنك مصر لطلعت حرب والذي عمل على تمويل معظم الأفلام المصرية المهمة في فترة الثلاثينيات ، ويعتبر طلعت حرب الحلقة المشرفة في تاريخ السينما المصرية³.

في لبنان : البدايات الأولى لسينما في لبنان قام بها مهاجر إيطالي من ترستي ، الذي قام بأول تصوير سينمائي وثاقي ما بين 1914/1915 وقدم أول أفلامه الروائية ، ثم ظهر رشيد شعباني الملقب بأب عبد الجرس نسبة الى قيامه بقرع الجرس في ساحة الشهداء مناديا لشراء بطاقات دخول السينما ، واتفق الاثنان على تحقيق فيلم مشترك ولقيا نجاحا كبيرا عند عرضه تلاه بعد ذلك علي العربي في انجاز أول فيلم لبناني خالص بعنوان "بائعة الورد"⁴.

¹ عبد الحق جودي: الإشهار الضمني مرجع سابق ص،45

² جان الكسان: السينما في الوطن ، أحمد المشاري ،د عالم المعرفة ، الكويت 1982 ص 19 ، 20 .

³ ابراهيم العريس: السينما والمجتمع في الوطن العربي ، ط 1 القاموس النقدي للأفلام ، ط ن ،م الدراسات الوحدة العربية ،ش البصرة 2015 ، ص 19 .

⁴ رضوان بلخيري :مدخل الى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها ، ط 1 ،جسور للنشر والتوزيع الجزائر ، 2014 ،ص 113 .

في سوريا : كان أيوب البدرى أول من أنجز فيلم روائي سوري عام 1928 ثم تلاه إسماعيل أنزول و بينما كان المصور السوري نور الدين رمضان يقوم بتصوير أهم الأحداث الوطنية في ظل الاحتلال الفرنسي منذ عام 1922 إلى غاية عام 1949، وكانت المواد التي يصورها تخضع للرقابة الفرنسية عند طبعها في بيروت¹.

في العراق : بان الإنتاج السينمائي عام 1945 بتعاون عراقي مصري فأنتج أول فيلم "ابن الشرق" ثم فيلم "القاهرة .بغداد" عام 1946 ، أما أول إنتاج سينمائي عراقي خالص كان فيلم "فتنة وحسن" عام 1955 .

في الجزائر : ارتبط الإنتاج السينمائي بالنضال الوطني ، في عام 1958 وبالقرب من الحدود التونسية في معسكرات جبهة التحرير الوطني أقيمت أول مدرسة للسينما أشرف عليها المناضل السينمائي الفرنسي "رنيه فوتيه" ساعده في التدريس السينمائيون اليوغسلاف وكان أول انجاز سينمائي هو الفيلم التسجيلي "الجزائر تلهب" .

في المغرب : يعتبر المؤرخ والناقد السينمائي مصطفى الميسناوي أول فيلم مغربي هو تسجيل تربوي عام 1956 ، وذلك بعد ثمانية وسبعون فيلما روائيا طويلا تم إنجازها في المغرب ما بين 1919/ 1956 على يد فرنسيين وأمريكيين وألمان وإيطاليين وإسبان وإنجلترا

في تونس : أول بلد شهد محاولة صنع سينما وطنية على الصعيدين الغربي والإفريقي وقام به المخرج شمامة شكلي في فيلمه الروائي القصير "الزهراء" عام²1921.

في الكويت : ابتداء الاهتمام بالسينما بشكل مبكر فاستحدث قسم للسينما في وزارة الإعلام عام 1950 وقد تم إنتاج أول فيلم روائي طويل عن طريق إحدى الشركات الخاصة وهو فيلم "بسيا بحر" الذي أنتجه وأخرجه خالد الصديق ، والذي يعبر عن الحياة في الكويت قبل اكتشاف النفط³

أما في السودان فقد كانت البيئة السودانية الثرية مسرحا للعديد من الأفلام السينمائية الأجنبية إلا أن الإنتاج الوطني السوداني ظهر في فيلم "الطفولة المشردة" عام 1951 ، وقام بإخراجه كمال محمد إبراهيم⁴.

¹ عتيق بن قدور: أفلمة ومسرحة النص الروائي العربي، أطروحة دكتوراه، ت نقد سينماتوغرافي سمعي بصري، ق الفنون، ج الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس 2020-2021، ص 43,44 .

² أحمد بقالية: اتجاهات السينما المغاربية المعاصرة قراءة في بعض النماذج، أطروحة دكتوراه كلية الآداب والفنون، ق الفنون الدرامية، ج احمد بن بلة وهران 01، 2017, 2018، ص 62 .

³ إبراهيم لعريس، السينما والمجتمع ...، مرجع سابق، ص 16,17 .

⁴ عبد الرؤوف الباسطي: الحياة الثقافية، السينما ورهانات الحداثة، م شهرية، ع 198، تونس، 2008، ص 48

وبالتالي نستخلص أن تاريخ الدول العربية حافل بالأحداث التاريخية والسياسية من خلال الظروف التي عاشتها شعوب تحت وطأة الاستعمار ، فهذه الأخيرة فجرت انطلاقة قوية للسينما ، وساعدت هذه البدايات على فتح آفاق مستقبلية للإبداع في مجال الفن السابع في الوطن العربية.

2- خصائص السينما العربية :

تعدد خصائص السينما العربية كغيرها من الأنواع السينمائية في العالم وتكمن الخصائص التي تنفرد بها السينما العربية دون غيرها بما يلي :

. هي أداة من أدوات التغيير الاجتماعي استعملها المخرجون والمنتجون بطرح ومعالجة القضايا العربية وتسلط الضوء على المشاكل التي يعاني منها المجتمع العربي .

. ترتبط السينما العربية بالتلفزيون العربي بعلاقات تكاملية وثيقة في عمليات الإنتاج ولاشك أن ملكية أي دولة للقطاعين ووفرة إمكانيات التخطيط المشترك لهما معا .

. معظم المواد السينمائية التي تتم متابعتها عربيا تتصف بكونها مواد ترفيهية مقدمة في شكل مواد تمثيلية تؤكد على وجود العنصر العربي الفعال .¹

. تقدم السينما العربية للمشاهد مضامين تحاول من خلالها عدم المساس بالعبقيرة الإسلامية وبخصوصية المسلم وفكره وسلوكه يفرضها عليه دينه .

. السينما العربية تحاول دائما رصد الحركات السياسية والاجتماعية وتحويلها إلى بؤرة اهتمام وأصبحت تلازم كل تطور أو تغير من أجل التعبير عن أي حركة بل وتقدمها بشكل أفضل وأكثر فاعلية .

تحاول السينما العربية دائما إظهار الحقائق وذلك بإبراز عناصر رئيسية من الواقع واستعداد العناصر الأقل أهمية والتي تشتت ذهن المشاهد من جهة ، ومن جهة أخرى يغلب عليها الطابع الترفيهي لأنها تحاول التنفيس على الجمهور وإخراجه من الأجواء السياسية والاجتماعية²

¹ إبراهيم لعريس : السينما والمجتمع... مرجع سابق ...،ص 19 .

² جان الكسان:السينما ..مرجع سابق ،ص 33 .

3 - أهمية السينما العربية :

. تكمن أهمية السينما العربية كونها تملك الدور الكبير في تحديد أهم الملامح العامة للشخصية القومية والعربية في مختلف عصورها .

. تعتبر سببا في الانفتاح الثقافي والفكري وتدعيم التراث والعادات والتقاليد وإظهارها ، فأصبحت للسينما العربية لغة خاصة تجعلها ذات أهمية لما تقدمه من طرق في الأداء والإخراج وغيره ، فهي لا تصب في إطار تطوير الفيلم كمنتج إبداعي بل نقل الفن بصورة واقعية .

. تكمن أهميتها في كونها قدمت العديد من الأفلام والإبداعات التي تلامس الجوانب المختلفة للمجتمع العربي كالدين والسياسة والمرأة والحروب والطفل والقضايا الوطنية والاجتماعية الأخرى ، ومن حيث ما واجهته من مشكلات وتحديات¹ .

. أيضا تعتبر أداة لتشكيل العقل البشري العربي ما يزيدها أهمية ودعم الثقافة الإنسانية والوحدة الوطنية وجهود التنمية الواعدة بما يساعد على الارتقاء بالمجتمع العربي وإعلاء شأن القيم العربية والإسلامية السامية .

. اكتساب خبرة كبيرة في تقنيات السينما وإنجازات كثيرة جعلت من الحركة السينمائية تمولج بشقى الاتجاهات والتيارات مخرجون ومنتجون ومصورون على مستوى كبير يضارع أفضل المستويات العالمية ، وقطع أشواط كبيرة في مجال والإبداع وتراث الأفلام التي تبدأ فيها شتى الأفكار وتنوع الأساليب² .

المطلب الثالث: الفيلم السينمائي العربي:

تكمن جماليات الفيلم العربي في منحه الإمتاع البصري للمتلقى .

1- مفهوم الفيلم السينمائي العربي:

يعد الفيلم السينمائي الوثيقة الاجتماعية المرئية حيث تكمن أهميتها في أنها متاحة في الحياة المعاصرة ، وكلمة فيلم في الإنجليزية تعني غشاء بلورة أي التصوير الضوئي ثم الشريط المثقب المغطى بطبقة حساسة للضوء تسمح بتسجيل الصورة وحفظها ومن الباب التوسع أصبحت تعني العمل السينمائي³ ومجموع الأعمال المنظور إليها في

¹ جان الكسان:السينما...،مرجع سابق،ص 32 .

² عبد القادر تلمساني: فنون السينما، م اقرأ الثقافي، القاهرة 1001 ، ص ص 25 ، 27 .

³ سمهان بن لعلام،مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، ط 1، د ن كوكب العلوم، الجزائر 2022 ص 87 .

الحديث عن الأفلام ، يقدم هذا التعريف اللغوي وسيلة تركيب ويعرف أيضا على أنه عبارة عن سلسلة من الصور المتتالية الثابتة عن موضوع أو مشكلة أو ظاهرة معينة مطبوعة على شريط ملفوف تتراوح مدة عرضه عشرة دقائق إلى ساعتين حسب موضوعه أي أن الفيلم السينمائي يتعدد حسب الأغراض والمجالات التي يترجمها ، كما أن الطاقم الأساسي للفيلم السينمائي يتمثل في مكوناته ولكن يختلف في عدد العاملين فيه وفقا لميزانية الفيلم وحجم الإنتاج¹ ويضم الفيلم السينمائي ما يلي :

. طاقم الإخراج : ويتكون من المخرج وكذلك المخرج المنفذ ومساعد المخرج .

. طاقم آلة التصوير : ويضم إليه مدير التصوير والمصور والمختص بالتركيز البؤري والمسؤول عن دفع العربة ومساعد التصوير .

. طاقم الصوت : وفيه المختص بمزج الأصوات والمختص بذراع الميكروفون ورجال الكابلات .

. طاقم الإضاءة : وفيه كبير العمال والمساعدون والمسؤول عن مولد الكهرباء .

قسم المكملات "الإكسسوار" : ويتكون من رئيس قسم المساعدين وقسم الملابس وقسم الماكياج والسائقين والمصورون الفوتوغرافيون وغيرهم.²

2- الخصائص الفنية والجمالية للفيلم العربي :

فمن جماليات الفيلم السينمائي هناك ارتباط بينه وبين طبيعة الفكرة أو الموضوع الذي يعالجه السيناريو ، فيما يتعلق بتقنيات السينما ومدى مساهمتها للعصر بكل ظروف مجتمعه ومعطياته ، باعتباره هو المحرك الأساسي لكل المواضيع ، ومن خلال هذا سنحاول الإشارة في هذا العنصر إلى أهم الخصائص الفنية والجمالية للفيلم العربي بوجه خصوص.³

¹ عواد أحمد علاء عبد الرزاق ، أثر الأفلام السينمائية على الشباب الأردني مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى ، رسالة ماجستير في الإعلام ، ج الشرق الأوسط 2016 ، ص 17

² زغداني مروى : جماليات الخطاب السردي في الفيلم السينمائي ، أطروحة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام م1 والاتصال ، ق العلوم الإنسانية ، ج محمد خيضر بسكرة ، 2022,2023 ، ص 137 .

³ محمد يوسف هبة هبية ، دلالة الزمان والمكان في السينما العربية ، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في سمعي بصري ، مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب ، ج ع الحميد بن باديس مستغانم 2022 ، 2023 ، ص 25 .

الفنون :

الفن والفيلم خط رفيع فالثاني لا يمكن أن يحمل الخصوصية الفنية إلا بارتباطه بالأول " الفن " وبالتالي الفن هو ذلك الإبداع الجمالي الذي يلون كل المصطلحات الفنية الأخرى " موسيقي ، مسرح ، غناء ، رقص " بما فيها الفيلم السينمائي .

العدسة :

" يقول رينه كليز أن الفيلم الناجح يعتمد على المغزى والعواطف والانفعال والحركة والإيقاع والمفهوم الجمالي هنا يعتمد على الفيلم والعدسة من خلال العلاقة بينهم التي أساسها التتابع الحركي أو الصوري ، فجمالية السينما تكمن في اهتمامها بالوصول إلى الحقيقة من خلال اعتمادها على موضوعية آلة التصوير "1.

العوامل الخارجية :

هناك عوامل كثيرة تتحكم في طبيعة الفيلم من أولى مراحل تكونه حتى نهاية تصويره وعرضه على شاشة السينما ومما لا شك فيه أن تلك النهاية لم تكن بالأمر الهين أمام ما يمر به الفن من تعقيدات وصعوبات الإنجاز ، فكل خطوة وكل مرحلة لها خصوصيتها ولعل هذه الخصوصيات هي التي تضيف على الصورة الفيلمية ميزة الجمالية " فتطور الحضارة الإنسانية وظهور الاتجاهات الفنية المختلفة وتنوع المذاهب والميول والأساليب وصولاً إلى الثورة الإلكترونية في حقل الاتصال وسع أداء ووظيفة الصورة ولون استخدامها وعدد أغراضها للحد الذي يسمح لنا بالقول بأنها على مضاف إلى قائمة العلوم الأخرى حتى أننا نستطيع أن نسمي عصرنا بفعل الصدمات الحضارية المتتالية التي ولدتها الصورة بأنه عصر الصوت والصورة .

التراث :

التزمت السينما العربية بمرجعياتها ولم تتعد عن المجتمع الذي طالما أمدّها بزخمه الحضاري والتاريخي وقد اعتبره مصدرها والعامل الأساسي لإستمراريتها ، وهو ما تعود جمهور الفن السابع عليه أي الصورة التي تمتلئ وتطرح له

لحلل²

¹ محمد يوسف هبة هبية: دلالة الزمان...، مرجع سابق، ص 25 .

² محمد عبد الغني ثابت نوار : العرب في دراسات هوليود بعد الحادي عشر من أيلول 2001 ، استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في الدراسات الدولية من كلية الدراسات العليا ، ج بيرزيت فلسطين 2010 ، ص 29 .²

دائماً وهذا سيكون بدافع للسينما إلى إحداث التوازن الفني والجمالي بين الشكل والمضمون حتى يتحدد للجمهور كل جزئياته وكل ما يتعلق به

المخرج السينمائي :

انتعش الفيلم العربي من أصوله التاريخية والثقافية وجاء دور المخرج الذي صمم تلك المشاهد بطريقة أقرب بكثير إلى الواقع فقد استغل ظروف الزمان والمكان والإمكانيات التقنية وعليه " فالفيلم الذي يمتلك القدرة على تجسيد الواقع بكل أنواعه بكل ألوانه وتفصيله فإنه يمتلك ذات القدرة لبلوغ مرام بعيدة " ولعل أهم هدف يسعى إليه المخرج السينمائي من وراء بلوغ تلك المرام البعيدة هو جمهور متعطش متذوق للفن ومؤمن بثقافته وتاريخه وتراثه ، حيث يفضل المخرج أن يعبر بواسطة الكاميرا عن الواقعة الوجودية والنفسية ضمن وجود محدد مع إضفاء مسحة جمالية تعبيرية .¹

الموسيقى والأغاني :

تعتبر الأغنية في السينما أحد أشكال العرض بحيث تكون مصاحبة لإحداث الفيلم أو مضمنة في سياقه إضافة إلى الاستعراضات الغنائية الراقصة مع حضور المغني ، أو السهرات والحفلات المباشرة أو الشكل الذي ظهر أخيراً وهو الفيديو كليب

تصنّف الموسيقى كعنصر تقني جمالي يعزز من فنية الصورة السينمائية يتلون بخصائص جمالية فنية سواء من ناحية الشكل أو من ناحية المضمون كشكل إبداعي ابتكاري ساهم في نهوض هذا الفن وتقدمه ، فالفيلم السينمائي شكل تعبيرى يمثل الوسائط الفنية الأخرى .

هذه الخصائص الجمالية والإبداعية ساهمت في بناء الفيلم من حيث القدرة على التخييل تلونت بها السينما العربية.²

اتجاهات الفيلم السينمائي العرب

الانتشار الواسع للسينما العربية جعلها بؤرة اهتمام . باعتبارها إحدى وسائل اهتمام ، باعتبارها إحدى وسائل

¹محمد يوسف هبة هبية : دلالة الزمان ...، مرجع سابق ص 23 .

² سفيان مختار : بنية الفيلم الروائي بين الدرامي والسردى فيلم المحاكاة لأرس سن ويلز ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في فنون العرض ، ج سيدي بلعباس ، 2022/ 2023 ، ص 127 .

التعبير الإيديولوجي والفكري الذي يمكن تجسيده عن طريق صورة فيلميه بكل قوة وفاعلية الظهور فمن هذا سنتطرق إلى أبرز اتجاهات الفيلم السينمائي العربي

السينما العربية والدين :

القدرة على الانتشار الجماهيري كانت سببا في محاولة كل من المعسكرين الاشتراكي و الرأسمالي في توجيه هذا الفن الوافد في بداية القرن العشرين، " اعتبر تروتسكي أن السينما يمكن أن تنافس الكنيسة في السيطرة على جموع الشعب قائلا : " إن السينما تنافس الخمارة و بل وتنافس الكنيسة عن الدولة بقران الدولة الاشتراكية والسينما المعسكر الرأسمالي ،يختلف الأمر كثيرا ، إلا أن الاعتراف بسيطرة الدولة أو حتى توجيهها كان منفيًا رغم وجوده على أرض الواقع¹ .

وفي إطار هذا التصور الفكري فإن أول من انتبه إلى تأثير السينما في كل ذلك هم رجال الدين المسيحيون والمبشرون منهم على وجه الخصوص وبدأ بإنتاج سلسلة أفلام التوراة ، مثل بعض الأفلام الدينية التي تناولت حياة سيدنا المسيح عليه إبان دعوته وما لاقاه من عناء وتعسف من الدولة الرومانية فقد واجهت السينما بصورة عامة في العالم الإسلامي ومنذ نشأتها الكثير من الأسئلة عن مدى جدواها ... ورغم هذا الجدل القائم حول ماهية التحريم سواء بالنسبة لتناول الدين نفسه في السينما العربية كموضوع رئيسي أو فرعي ، أو بالنسبة لتجسيد الرموز الدينية فقد اقتحم الفيلم الديني هذه المجالات رغم ذلك² .

اليهود في السينما العربية :

لعب اليهود دورا ملموسا في مسيرة السينما العربية في مصر منذ بدايتها حتى عام 1948م تقريبا وكان لهم دورا في تحديد صورة اليهودي في السينما العربية ، وقد نشأ الاهتمام بالسينما لليهود من خلال المؤتمر الصهيوني الذي عقد في بازل 1879م ...استشعر اليهود منذ البداية كما يؤكد أحمد بهجت مدى احتكار السينما باعتبارها الشكل الجديد والأمثل من وسائل الترفيه القادرة على تحقيق أهدافهم المادية وأفكارهم الأيديولوجية³ .

¹ محمد يوسف هبة هبية : دلالة الزمان ...، مرجع سابق ، ص 23 .

² جمال بالعربي :من سيمولوجيا السينما الى سميانيات الخطاب الفيلمي ،مركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية ،الجزائر ص 154 .

³ جان كوكتو :فن السينما ،جمع وتحرير أندريه برنارد وآخرون، نر تماضر فاتح ، ط 1 ،دمشق المؤسسة العامة للسينما 2012 ،ص 24 .

السينما والسلطة السياسية :

العلاقة بين السينما والسياسة علاقة وطيدة ، وإذا كان من المؤكد القول بأنه ليست كل سياسة سينما ، فمن الصحيح تماما القول بأن كل السينما سياسة ، بما في ذلك أنواع الفيلم السينمائي التي يعتقد البعض أنها قد لا يكون لها صلة بالسياسة وممارستها أو القيم الاجتماعية أو الأخلاقية ، ومن هذا المنظور تتحدد طبيعة علاقة السينما بالسياسة أو بالسلطة السياسية القائمة ، وتتحدد أدوارها في غرس الوعي أو تزييفه

السينما التسجيلية :

هو اتجاه الحرب والمعركة ، والتحليل السياسي ، الذي انصرف إليه مخرجون وحتى صحفيون ، وحقق حتى الآن أكثر من الأعمال التي حققت بين وقت وآخر سمعة عالمية ، فقد كان مجيء الاتجاه التسجيلي في السينما اللبنانية انطلاقا من الفراغ في بلد لا تقاليد فيه للسينما التسجيلية ، وليس فيه مؤسسات أو بنى تحتية صالحة ، ولا سيما على الصعيد الفني¹

المطلب الرابع : دور الإشهار في الفيلم السينمائي :

يعتبر الملصق السينمائي الوسيلة المثلى لإثارة المتلقي لما يتيح من تعريف بالإنتاج السينمائي والدلالات السميولوجية لكل ملصق .

1- الخطاب الإشهاري في الملصق السينمائي :

لقد بلغ الفن السينمائي مستويات قياسية في التطور ، تمكن فيها الإنتاج السينمائي بالزخم الذي أحدثه من قبيل الكم والنوع للتحويل إلى صناعة ثقافية بامتياز ، الأمر الذي بات يستدعي الترويج لهذه المنتوجات الفنية الثقافية والإشهار لها من أجل زيادة نسبة إقبال الجمهور عليها ، فكان الملصق السينمائي بجانبه الدلالي والجمالي ، لغة إشهارية تهدف للتأثير في المتلقي خاصة وأنه يعتمد على الرسائل البصرية بامتياز لتمير خطابه الإشهاري للأفلام² ، فالملصق يحتوي على صورة رئيسية وهي التي تعمل على جذب انتباه المتلقي ، وقد تكون الصورة من داخل سياق الفيلم نفسه أو صورة لشخصية البطل وللشخصيات المحورية أو رمز ... وغيرها . ولكن في كل الحالات

¹ يونس محمد الحسين : التحولات السياسية في مصر كما يعكسها الفيلم السينمائي التاريخي ، باحث بمرحلة الدكتوراه ، مجلة كلية الآداب والعلوم ، ج 1 ، قسم علم الاجتماع ، ج قناة السويس ، ص 319 .

² مجلة علمية محكمة ، عدد مزدوج بأعمال الملتقى الدولي حول البحث السيميائي المعاصر ، الواقع والأفاق ، مركز البحث العلمي والتقني بالجزائر ، ع 8 و 7 و 2010,2011 ص 148 .

ينبغي أن يكون الملصق السينمائي ماركة مميزة تلخص دلالات الفيلم وتصنف محتواه وتعرف بأبرز نجومه ، بل عليه أن يتناسب وطبيعة المنطقة المعروض فيها الفيلم .¹

وبذلك يكون الملصق السينمائي هو البوابة التي يمر من خلالها المشاهد إلى عالم الأفلام ، ويكون إما سببا في نجاح مذهل لعمل ما أو عنصرا رئيسيا في إخفاق آخر . فكثير من الملصقات يكمن مصدر قوتها في أسلوب إخراجها أي استخدام التقنيات التصميمية كالتنوع في فضاء التصميم وما تحدثه من علاقة بين الأشكال والألوان والملامس البنية التصميمية للملصق الإشهاري السينمائي :-وايهامات بالعمق الفضائي والاتجاه والحركة .²

من المعروف أن الملصق أيا كان نوعه يتألف من مجموعة من الوحدات التشكيلية التي تمثل بنيته الإنشائية وتتمثل في :

. الصورة الإشهارية :

الصورة تلعب دورا رئيسا في البنية التكوينية للملصق من خلال مخاطبة المتلقي بصريا . وهذا ما يجعلها سريعة الانتشار والتذكر .

ويستند المصمم أثناء عملية تصميمه للملصق على ركيزتين أساسيتين في مرحلة اختياره للصورة وهما :

ركيزة تقنية : بحيث يجب أن تتصف الصورة بالوضوح ، الدرجات اللونية المتعددة والمتداخلة ، الاختيار الدقيق لمواقع التصوير والموضوعات ، التصاميم والمعالجات التقنية التي تطرأ عليها . الجودة والدقة .

ركيزة مضمونية : وتشمل كل ما يتعلق بمضمون وموضوع الصورة من المضامين الاثرية التي تحملها الصورة الاشهارية ومنها : المبالغة في إظهار المنتج ، الاختيار الأمثل للمشاهير في تمثيل الفكرة الاشهارية ، الاستعانة بأفضل الصيغ الاشهارية لتمثيل الفكرة .³

. العناوين والنصوص الكتابية :

وهي الوحدة الشكلية الثانية بعد الصورة الاشهارية ، وتنقسم عادة إلى :

¹ جمال شعبان شاوش :بينة خطاب الصورة الاشهارية في التلفزيون الجزائري ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال .قسم الاتصال ، ج الجزائر 3 ، 2016، 2015، ص 318 .
² مختار بوعزة وآخرون : مجلة أفاق سينمائية ملصقات الأفلام عندما تمتاز السينما بفن الإشهار، ع 1 ، م 6 ، ج عبد الحميد بن باديس مستغانم ، ت ن 01,06,2019 ، ص 15 .
³ بغزو جلال وآخرون :مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية ،دور الإشهار السينمائي في التعريف بالمرورث الثقافي الجزائري اللامادي ، الملصق الإشهاري السينمائي لفيلم البوغي أنموذجا ، ع 2 ، م 10 ، مخبر علم اجتماع ، ج قسنطينة 2022 ، ص 81 .

العنوان الرئيسي : ويكون في أغلب الحالات عنوان الفيلم المشهر عنه ، بحيث يكتب بالبنط العريض وبحجم كبير ، بحيث يتميز عن حجم أحرف العناوين والنصوص الأخرى ، ويشكل غالبا مركز السيادة في التكوين العام للملصق الإشهاري السينمائي

عناوين ثانوية : حيث يأتي هذا النوع غالبا ليقوم بالدور التفسيري ، ويشرح بعض التفاصيل التابعة لعملية الإشهار عن الفيلم ، بحيث تتخذ حجما أقل من حجم العنوان الرئيسي

نصوص كتابية : وتتمثل في كل ما يكتب بخلاف العنوان الرئيسي والعناوين الفرعية ، وتكون هذه النصوص في شكل أسطر كتابية ، تذكر بعض من تفاصيل الفيلم ¹.

. الرسوم والتخطيطات :

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

. الألوان :

تسيد الألوان فضاء الملصق وترتبط بكل جزئياته وتفصيل متوافر في الملصق وتمنحه طابعا خاصا به ، ويعد استخدام الألوان في الإعلانات من العوامل الأساسية التي تعمل على جذب الانتباه سواء كان ذلك في الإعلانات الصحفية وإعلانات الملصقات أو الإعلانات التلفزيونية أو السينمائية ، إضافة لما للألوان من أهمية في تحقيق أهداف نفسية ووظيفية تؤدي لخلق انطباع قوي وسريع للإعلان كما إنه يضيف ميزة الواقعية بجانب الدقة في العرض والتناول ².

. الكتل والحجوم والفضاءات :

في كل ملصق سينمائي مجموعة من الكتل والأحجام والفضاءات التي تتناثر وتتواجد على سطحه ثنائي الأبعاد والثلاثي الإدراك ، وهذه الموجودات المرئية تتأزر فيما بينها لتعطيه شكله وأسلوبه النهائي وهذا التأزر والتشارك

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون : تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، دن الإصدار العلمي ، 2016 ، ص 139 .
² فنوز بسمة : الرسالة الإشهارية في ظل العولمة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة ، ق ع الإعلام والاتصال ، ج قسنطينة ، 2007 ، 2008 ص 95 .

البنوي يتحدد وفق نسب وقياسات هندسية وفنية تتحكم فيها اشتراطات الملصق السينمائي

وجهة تصميمه وغاياتها وأساليبها الدعائية والثقافية والفنية ، وهذه الكتل والأحجام والفضاءات وما يحيط بها من عناصر ومرئيات وموجودات تصميمية تتراصف وتتناسق وتنظم لتحقيق غرضا واضحا وهو جذب المتلقي بصريا وذهنيا كي يتواصل بفاعلية مع الملصق وموضوعه وغايته الأساس ، هي جعل ذلك المتلقي يتخذ قرار الذهاب لمشاهدة الفيلم المعلن عنه عبر ملصقه السينمائي¹.

3- سيمولوجية الملصقات السينمائية :

لقد باتت الصناعة السينمائية تشهد تطورات متتالية ، أسهمت هي الأخرى في التطور الكبير الحاصل في مجال تصميم الملصقات السينمائية ، حتى أنه وصل الأمر بها لتخصيص مهرجانات دولية مستقلة تهتم بالملصقات السينمائية وفتيات إنجازها ، خاصة في ظل استعانة المصممين ببرمجيات التصميم الرقمي ومؤثرات ومعالجات تقنية تزيد من جاذبية الملصق وتؤثر في المتلقي ، لكن وبالرغم من كون هذه الملصقات السينمائية هي رسالة فنية تمثل أداة تعريف موجزة لمضامين الفيلم ، تهدف للإشهار والترويج للإنتاج السينمائي ، إلا أنه ومن خلال العناصر البنائية لهذه الملصقات وفي مقدمتها الصور نجدها تشكل مجموعة من الحكايات المتداخلة ، مما يجعلها قابلة لتعدد القراءات والتأويل انطلاقا من نوعية المتلقي ، وحمولته الفكرية والثقافية . فهناك ملصقات لا تظهر بدلالات واضحة ومباشرة في حين أن البعض منها تحتاج إلى الغوص في أعماقها لفهم معانيها فهما واقعا بينما نجد ملصقات لأفلام تتداخل فيها الدلالات مع المعاني والأشكال والمضامين².

¹ ماهر عودة شمالية، تكنولوجيا الإعلام ...، مرجع سابق ص 139 .

² مختار بوعزة ،ملصقات الأفلام ...، مرجع سابق ،ص 16 .

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لدراسة

تعتبر الدراسات السابقة منطلق رئيسيا يعتمد عليه الباحث في إنجاز بحثه من خلال عدد من خطوات خاصة المنهجية، حيث استفاد موضوع البحث من الدراسات السابقة في التعرف على النظرية التي ساعدتنا في إنجاز مضمون البحث وتطابق فرضياته مع المجال الدراسي والذي ساهم في التعرف على الأهداف والإشكالية وتساؤلات الدراسة للوصول الى أفكار ونتائج قيمة للبحث .

المطلب الأول: دراسة حول الإشهار الضمني في السينما الأمريكية المعاصرة .

1. تعريف الدراسة :

دراسة الباحث عبد الحق جودي عنونت هذه الدراسة: الإشهار الضمني في السينما الأمريكية المعاصرة تحليل سمبولوجي لبنية الرسالة الإشهارية في عينة من الأفلام العلامات التجارية الأمريكية، قدمت هذه الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام واتصال، قسم الاتصال، جامعة الجزائر3، 2020/2019 .

تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة كالاتي :

ما هي البنية الدلالية والثقافية التي تميز الرسالة الاشهارية الضمنية في الفيلم السينمائي الأمريكي في ظل المعطيات والتحويلات الراهنة التي يعرفها العالم ؟ الإجابة على هذا تساؤل المحوري، طرح بعض التساؤلات الفرعية وهي :

- ما هي المرجعية الثقافية والدلالية للرسالة الاشهارية الضمنية في الفيلم السينمائي الأمريكي المعاصر ؟

- ما هي الحمولة الأيديولوجية التي تعبر عنها الرسالة الاشهارية الضمنية في الفيلم السينمائي الأمريكي في الفترة الراهنة ؟

- هل تعكس الرسالة الاشهارية الضمنية في الفيلم الأمريكي المعاصر الأنماط استهلاكية تروج لعولمة النموذج

الأمريكي بإذابة الهوية الحضرية للشعوب الأخرى وتيسير الاندماج في ثقافة المجتمع الأمريكي ؟

ما هو دور النجم السينمائي في الفيلم الأمريكي في ترسيخ الدلالات المتعلقة بالعلامات التجارية المعروضة ضمن المسرود الفيلمي؟

2. نتائج الدراسة :

توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نذكر منها :

. عملت الرسالة الإشهارية في الأفلام الأمريكية على تبيان الثقافة الإبداعية في تسير كبريات الشركات ضمن إطار الرؤية الأمريكية التي تركز على الأساليب العقلانية .

. تعمل الرسالة الإشهارية في الأفلام الأمريكية على نشر وغرس ثقافة الاستهلاكية مجسدة مواصفات العولمة .

. استخدمت الأفلام بشكل كبير نجوم الأفلام كنماذج لترسيخ قيم النجاح والتفوق التي تم إسقاطها على الشركات الأمريكية .

. تروج الرسالة الإشهارية في الأفلام الأمريكية إلى فكرة أمركة العالم .

3. نقد الدراسة :

. تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من ناحية متغير الإشهار الضمني واختلفت في دراسة متغير السينما ،بحيث

اعتمد على التحليل السميولوجي للأفلام الأمريكية أين استفدنا كثيرا من الدراسة خاصة في طريقة المعالجة والتحليل وإجادة استخدام مقارنة السميولوجي رولان بارث .

اختلفنا :إن هذي دراسة أنها عالجت السينما الأمريكية إما دراستنا عالجت السينما العربية

. تميزت دراستنا كونها تعالج السينما العربية وما تحمله من مضامين لمختلف المنتجات والعلامات .

المطلب الثاني: دراسة حول دلالة الزمان والمكان في السينما العربية

1. تعريف الدراسة :

دراسة الباحث مُجّد يوسف هبة هبية عنونت هذه الدراسة : دلالة الزمان والمكان في السينما العربية دراسة سمبولوجية في جماليات فيلم الرسالة لمصطفى العقاد، قدمت هذه الدراسة لنيل درجة دكتوراه في سمعي بصري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية الشعبة علوم الإعلام والاتصال، مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم 2023/2022 .

وإشكالية كبرى للدراسة تتمثل في :

- كيف تناول الخطاب السينمائي المقدس الديني عبر فيلم الرسالة؟

لتتفرع لعدة تساؤلات تحصرها في :

- كيف يقدم الفيلم الديني صورة ذات واقعية عالية عبر آلة التصوير (الكاميرا) بكادراتها المختلفة ؟

- كيف تتأزر العناصر المكونة للفيلم التاريخي لتقديم العالم العياني بكل عذريته عبر واقع سينمائي يتمتع بواقعية عالية ؟

- كيف يقدم الفيلم الديني المظاهر الثقافية من خلال كونه منظومة بصرية متكاملة من العناصر والموجودات التركيبية ؟

- ما هو الدور الذي تضطلع به الكاميرا في نقل المرئيات والتفاصيل الخاصة بالمظاهر العقائدية بطريقة تتمايز عن النقل الشفائي أو مطبوع القرائي مما يجعل من الفيلم الديني وسيط مميز في التعبير ؟

2. نتائج الدراسة :

تحصل الباحث على مجموعة من النتائج نذكر منها :

. تقوم السينما بعملية تحويل المادة النظرية الخام إلى مادة مرئية تجمع ما بين العلم والفن عبر توظيف عناصر اللغة السينمائية لتحقيق أثر إيجابي في ذهن المتلقي .

. لوحظ من خلال تحليل العينة الفيلمية المختارة "الرسالة" أن للكاميرا وعبر أحجام اللقطات وزوايا التصوير دور كبير في نقل المرئيات .

. أسهم فيلم الرسالة بدور مهم في عملية التغيير الثقافي في المجتمعات .

. يحتوي فيلم الرسالة على مجموعة من العلامات والشفرات والرموز التي يعمل المتلقي على حلها .

3 . نقد الدراسة :

. تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من ناحية متغير السينما العربية

. اختلفتا في دراسة متغير دلالة الزمان والمكان للباحث ودراستنا للإشهار الضمني ، بحيث استوجب على الباحث

استخدام منهج التحليل السيميولوجي لتمكن من الوقوف على الدلالات الخفية للرسائل البصرية باعتماد على

العينة القصصية للكشف عن جماليات المشاهد المتوافقة مع دلالة الزمان والمكان في فيلم الرسالة .

اختلفتا في :

-معالجة الفيلم السينمائي الديني العربي، ودراستنا مختلف الأفلام السينمائية العربية .

. تميزت دراستنا كونها تعالج مختلف المشاهد التي تتضمنها أفلام السينما العربية ولم تخصص لدراسة نوع فيلمي

محدد.

المطلب الثالث :دراسة حول أفلمة ومسرحة النص الروائي العربي

1 . تعريف الدراسة :

دراسة الباحث عتيق بن قدور عنوان : أفلمة ومسرحة النص الروائي العربي دراسة تطبيقية لمسرحية امرأة من ورق

وفيلم في بيتنا رجل ، قدمت هذه الدراسة لنيل درجة دكتوراه ،نقد سينماتوغرافي سمعي بصري ، كلية الآداب

واللغات والفنون ، قسم الفنون ، جامعة الجيلالي اليابس سيدي بلعباس ، 2021/2020 . وقد تجلت إشكالية

الرئيسية لهذه الدراسة كالآتي .

هل النص الروائي يعتبر مادة طيّعة لتحويل الى فيلم أو مسرحية ؟

وقد تولدت عن هذه الأخيرة التساؤلات جزئية تدعمها ولعل وأهمها:

- 1- هل استطاع المسرح العربي احتواء النص الروائي وتطويره لخدمة أهدافه وغاياته؟
- 2- هل هناك إمكانية لتوافق بين الصورة الروائية والصورة السينمائية والمسرحية؟
- 3- ألا يعد الاقتباس الجيد آلية مهارتية لإنجاح تأقلم النص الروائي أو إخفاقه؟
- 4- ما هي الآليات والمعايير التي تحكمت في إنجاح التجانس بين النص الروائي والمسرحية والفيلم محل دراسة؟

2. نتائج الدراسة :

تحصل الباحث على مجموعة من النتائج نذكر منها :

- . التزامنية التاريخية لظهور الرواية والسينما والمسرح في البلاد العربية خلال القرن العشرين جعل اللجوء عند السينمائيين والمسرحيين إلى الرواية أمرا حتميا .
- . الدور الإيجابي والفعال للسينما الجزائرية التاريخية خاصة في التعريف بالقضية الجزائرية وتمجيد التاريخ النضالي للشعب الجزائري .
- . هناك تشاركيه فاعلة فيما بين الفنون الثلاثة "الرواية، السينما، المسرح" تتجلى في العناصر الفنية المكونة لها .
- . الصورة في السينما والمسرح تمتلك قوة تأثيرية بالغة الخطر لدى المتلقي شرط تحقق أنساقها المختلفة .

3. نقد الدراسة :

- . تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من ناحية متغير السينما العربية .
- . اختلفتا في دراسة متغير النص الروائي للباحث ودراستنا للإشهار الضمني .
- . اعتمد الباحث في دراسته على المنهج التاريخي التحليلي من خلال القراءة والمتابعة للأعمال المسرحية والسينمائية العربية والجزائرية على حد سواء لتحديد المفارقات بينهما من خلال دراسة تطبيقية لمسرحية إمرة من ورق، وفيلم في بيتنا رجل . اختلفت هذه الدراسة كونها عاجلت النص الروائي والمسرحي والسينمائي عكس دراستنا التي عاجلت السينما العربية وأفلام السينمائية وإشهار الضمني واستخدمت المنهج التحليل السيميولوجي .

. تميزت دراستنا كونها عانقت موضوع واحد والذي يعتبر من أخصب الميادين الرئيسية لاتساع القاعدة الجماهيرية لما تقدمه من أعمال .

المطلب الرابع : بنية الفيلم السينمائي الروائي بين الدرامي والسردى

1 . تعريف الدراسة :

دراسة الباحث سفيان مختار بعنوان : بنية الفيلم السينمائي الروائي بين الدرامي والسردى فيلم المحاكمة لأور سن ويلز أنموذجا ، قدمت هذه الأطروحة لنيل درجة الدكتوراه في فنون العرض مشروع الكتابة والتأليف في فنون العرض ، كلية الآداب واللغات والفنون ، قسم الفنون ، جامعة جيلالي ليا بس سيدي بلعباس 2023/2022 .

حددت إشكالية رئيسية التي تندرج تحت عنوان الموضوع ككل، وجاءت على الصياغة التالية :

كيفية بناء فيلم عن طريق التناوب الذي يحدث بين السرد ودراما ؟

واستنادا على ما سبق تتبادر الى أذهان عدة تساؤلات وهي كالاتي :

-هل النص ضروري في الفيلم لوصف الصورة ؟

-ما هي أساليب كتابة النص ؟

-هل يحتكم الى قواعد درامية كغيره من النصوص الدرامية ؟ وان كان كذلك فما هي طبيعة هذه الكتابة الدرامية ؟

2 . نتائج الدراسة :

تحصل الباحث على مجموعة من النتائج نذكر منها :

. يبدو كل من السرد والدراما في الفيلم السينمائي واضحا جليا إلا أنه مستتر وضمني في أحيان أخرى كثيرة .

. يتميز الفيلم السينمائي بخاصية المرونة في توظيف التقنيات السردية من خلال اعتمادها في الفيلم على مستويين سرديين وهما مستوى الكلامي "شريط الصوت" و المستوى الصوري "شريط الصورة" .

. يقوم الفيلم السينمائي في بناءه على تداخل البعدين " المرئي ، اللفظي " وهذا ما يظهر في عرض المحكى الفيلمي .

. تتجسد علاقة البناء السردى للفيلم السينمائي بالمنظور الروائي، من خلال علاقة ضمنية عبر مجموعة من المتجاورات والاتجاهات المتبادلة بين فن الرواية وفن الفيلم .

3 . نقد الدراسة :

- . تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا من ناحية متغير الفيلم السينمائي .
- . واختلفتا في دراسة متغير البنية السردية للفيلم السينمائي ودراستنا الإشهار في الفيلم .
- . اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي لتحديد أدوار من الفيلم السينمائي ووظائفه من خلال دراسة تطبيقية للفيلم وركز على الاستقراء وتحليل المعلومة حسب ما تقتضيه طبيعة الموضوع .
- . تميزت دراستنا كونها عاجلت ما يتضمنه من مضامين بينما دراسة الباحث عاجلت بنية الفيلم "صناعة" .

الخلاصة

لقد تناولنا في الإطار النظري للإشهار الضمني في الفيلم السينمائي العربي أبرز ما وصلت إليه هذه الدراسة في الفصل الأول من خلال تعريف كل من الإشهار الضمني وأهم ما ورد عنه والسينما العربية التي ساهمت بشكل كبير عن طريق الملصق السينمائي التي كانت له أهمية رائجة من خلال ترويجه لأفلام العربية ،وعليه توصلنا إلى أن توظيف المنتوجات هو عبارة عن شكل من أشكال الاتصال الاشهاري الضمني الذي يقوم على إدراج العلامات والمنتوجات في مضامين الأفلام والبرامج السمعية البصرية، ويمكن أن يساهم الإشهار السينمائي للتعريف بالموثوث الثقافي العربي وذلك من خلال أحد أهم الدعائم الاشهارية المتمثلة في الإشهار الضمني في السينما المصمم والمبني وفق أسس وقيم فنية ،تحمل في طياتها حمولات ثقافية مخفية تؤثر في لاوعي المتلقي . بالاعتماد على عدة دراسات سابقة ذات علاقة بالموضوع البحث للوصول إلى أفكار شكلت لدراسة إثراء من خلال القيمة العلمية .

الفصل الثاني: التحليل السيميولوجي
للإشهارات الضمنية في السينما العربية

تمهيد

سنخصص الإطار التطبيقي لتحليل عناصر الرسالة الإشهارية الضمنية تحليلاً تعينياً وتضمينياً بهدف استخراج الدلالات الرمزية والقيم والأبعاد الثقافية في الصور والمشاهد الإشهارية المروجة لعدة عناصر منها سلع وخدمات ومهنة المرأة وغيرها، وهنا سنقوم بالتقطيع التقني للأفلام ثم نمر إلى القراءة الوصفية أي (التعينية) لنصل إلى مستوى عميق أي (التضميني) للرسالة الذي يعتمد أساساً على تأويل المعاني الناتجة عن العلاقة التفاعلية بين عناصر المشاهد الإشهارية والعناصر الأخرى المسرودة للأفلام وذلك باستخدام طرق وأدوات دراسة معينة من خلال الملاحظة والمقاربة التحليلية لرولان بارث التي تمكننا من استخراج النتائج وتحليلها .

المبحث الأول :طريقة وأدوات الدراسة .

في أي موضوع علمي أكاديمي يتطلب الاختيار على مجتمع، عينته، وأدوات الدراسة التي تساهم في شكل كبير في خدمة موضع الدراسة، ومن خلال الإشهار الضمني لسينما العربية اعتمدنا على العينة غير احتمالية القصدية التي سهلت علينا اختيار الأفلام، وبالاستعمال أدوات الملاحظة ومقاربة التحليلية لرولان بارث التي تساهم في تحليل الأفلام العربية .

المطلب الأول : مجتمع الدراسة وعينته.

مجتمع الدراسة وعينته

لقد اخترنا في هذه الدراسة على عينة تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا وتخدم موضوعنا، هو فيلمي* أبو شنب ، لف ودوران* كونهما احد الأفلام التي تناولت هذا موضوع ، ولاستقصائها اخترنا مجموعة من اللقطات التي تشكل عينة الدراسة ، ويعتبر اختيار العينة من الخطوات الهامة في إجراء الدراسة الميدانية التطبيقية وبذلك تكون العينة قد خضعت لأسلوب المعاينة لأنه يمكننا من اختيار العينة بصورة تحكيمية غير احتمالية قصدية ، وتم اختيارها كذلك لأنها تحمل دلالات تحقق أهداف دراستنا.

ولقد كان سبب اختيارنا لفيلمين أبو شنب ولف ودوران راجع لتضمينهم عدة إشهارات ضمنية والتي تحمل عدة دلالات منها الأيديولوجية وأنماط استهلاكية وقيم ثقافية وتشجيع الموروث الثقافي وغيرها الذي ساهم في ترويج لعدة أفكار بطريقة اعتباطية، حيث تأثر على متلقي بطريقة غير مباشرة ويصبح يتبنى الفكرة أو العلامة التجارية أو الخدمة... الخ.

المطلب الثاني : أدوات الدراسة

1- أدوات جمع البيانات :

إن أدوات جمع البيانات هي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الفرد بغرض الحصول على معلومات حول الدراسة أو بيانات معينة .

أ- الملاحظة العلمية : تعد الملاحظة انتباه مقصود ومنظم لظواهر والحوادث بغية اكتشاف أسبابها وقوانينها .

ولقد استعملنا أداة الملاحظة كونها وسيلة لجمع المعلومات والحقائق من خلال مشاهدتنا المتكرر للفيلمي أبو شنب ولف ودوران ودراسة المشاهد وتحليلها سيميولوجيا .

ب- أدوات التحليل السيميولوجي : تتمثل في قراءة الرسالة الألسنية ومستويين التعيين والتضمين.

إن في تحليلنا السيميولوجي لفيلمي " أبو شنب ، لوف ودوران " سنقوم بمشاهدة الفيلمين مرارا وتكرارا لرصد بعض الأفكار الرئيسية والتي تركز حول موضوع الدراسة، وكذلك معرفة أهم التفاصيل والأحداث، ثم نقوم بتحديد أهم بعض المقاطع والمشاهد محل للدراسة باستخدام تقنية التصوير البطيء والوقوف عند الصور بغرض فحص ومعرفة عناصر الصورة بدقة والتحكم بقراءة الصور قراءة خاصة، وتحويل العناصر ودلائل التي تحتويها الى بيانات وعناصر مكتوبة، وهذه مرحلة تسمى بالمرحلة الأولى في تحليل، أي قمنا بتحديد المستوى التعييني "كيف" وتأتي بعدها المرحلة الثانية في التحليل وهي تحديد المستوى التضميني بطرح السؤال "لماذا" وان الصورة السينمائية تحتوي على معنى تعييني للرسالة وعلى معنى تضميني (مضمونها داخل الرسالة وهي تعكس السياق المرتبط بالبيئة الاجتماعية والثقافية التي أخذت منه يعتبر رولان بارث أول من وظف التحليل السيميولوجي للصورة وأشار الى أن المعاني توجد في نظامين الأول تمثل المستوى التعييني للدليل وهو القراءة السطحية الحرفية التي لا تتعدى الدلالة البديهية أما الثاني المستوى التضميني وهو المدلول أو المفهوم الذي يحيل إليه الأول، فهو غير ظاهر وبهذا يعتبر أول مؤسسين لمنهج التحليل السيميولوجي .

النظام الأول مستوى التعييني

	مدلول	دال
النظام الثاني مستوى التضميني	مدلول	دال

الشكل رقم 2: يوضح لنا مستويات التحليل السيميولوجي

كما إن التعبير عن هذه المستويات يتم من خلال القيام بعملية تحليلية نصية للفيلم بإتباع أدوات التحليل الفيلمي ثم تحليل الصورة، ففي المستوى التعييني نقوم بتحديد ووصف شريط الصورة، اللقطات ، شريط الصوت أما في

المستوى التضميني سوف نتطرق الى تحليل الشيفرات البصرية كحركات الكاميرا، زوايا التصوير وسلم اللقطات ودلالات الصورة، وتعمق في معاني الصورة والقيم رمزية و الايقونية.

وعلى غرار ذلك سنقوم بالتركيز على كل الأبعاد الدلالية والمعاني الغير مباشرة وكذا المكان وطريقة المعاملة وأسلوب اللباس لنص الفيلم.

المبحث الثاني: تحليل ومناقشة نتائج الدراسة .

تحليل الأفلام حسب مقارنة رولان بارث :

تتطلب مقارنة رولان بارث تقسيم القراءة إلى مستويين، الأول تعيني (وصف الصورة) والثاني تضميني (كيف كانت الصورة من قبل ومضمون الصورة) لفيلمين أبو شنب ولف ودوران، حسب تحليل رولان بارث استخرجنا عدت مناقشات ونتائج من خلال الأفلام أبو شنب ولف ودوران .

المطلب الأول : تحليل سيميولوجي لفيلم أبو شنب

1- بطاقة فنية عن المخرج :

سامح عبد العزيز مخرج مصري ولد في مدينة القاهرة عام 1976، و حصل على البكالوريوس من قسم المونتاج بالمعهد العالي للسينما في عام 1996، بدأ العمل كمخرج برامج في التلفزيون المصري ومنه الى قناة دريم، حيث خلال فترة رئاسة الإعلامية هالة سرحان للقناة ثم انتقل معها للعمل في "أخرج برامج "جانا الهوا والهوا هوانا الشبكة التلفزيونية روتانا. أخرج سامح عبد العزيز العديد من الأغاني المصورة في تلك الفترة، وهو ما أهله للإخراج السينمائي، حيث كان أول فيلم من إخراجة هو "درس خصوصي" في عام 2005 مع نجم برنامج ستار أكاديمي مُجد عطية، وتلاه بعد ذلك بالعديد من الأفلام، منها "أسد وأربع قطط، كباريه، الفرحة، حلاوة الروح، أبو شنب"



2- بطاقة فنية عن فيلم أبو شنب :

عنوان الفيلم	نوع الفيلم	البلد	اللغة المستخدمة	مدة الفيلم	إخراج	تأليف	إنتاج	مونتاج	التوزيع	الصوت	تصوير	موسيقى	ديكور	الإضاءة	تمثيل وشخصيات
أبو شنب	مغامرات، كوميديا	مصر	اللغة العربية (اللهجة المصرية)	ساعة وخمسون دقيقة	سامح عبد العزيز	خالد جلال	أحمد السبكى	عمر و عاصم	الكويت والخليج وشركة السينما الكويتية الوطنية	أحمد سمير، محمد سمير	ايهاب نجيد، علي، مهاب أبو الناس، أسامة أليشي	عادل حقي	كمال مجدي، عماد صحي	خالد ماهر	-ياسمين عبد العزيز؛ ملازم أول عصمت -ظافر عابدين؛ الرائد حسن -بيومي فؤاد؛ عميد حسين -ليلي عز العرب؛ إكرام مندوبه حقوق المرأة

3- التصوير:

تم تصوير أغلب أحداث الفيلم بين مركز الشرطة ومنزل عصمت وعدة أماكن مختلفة منها شوارع وأسواق وبحر وغيرها، تنوعت أماكن التصوير بتنوع أحداث ومجريات الفيلم.

4- ملخص الفيلم:

تدور أحداث فيلم أبو شنب حول ضابطة الشرطة الملازم أول عصمت أبو شنب والتي تلعب دورها الممثلة المصرية التي تعاني من اضطهادها داخل مكاتب الشرطة الإدارية التي تعمل فيها من قبل كل من "ياسمين عبد العزيز" العميد "حسين المناويشي" الذي يلعب دوره الممثل "بيومي فؤاد"، واللواء "نعمان إبراهيم" الذي يلعب دوره الممثل "لطفى لبيب"، حيث كانت لديهم نظرة قاصرة للمرأة بأنها محصورة فقط في الأعمال المنزلية، تحاول "عصمت" أن تثبت قدرتها على تنفيذ المهام الصعبة، حيث إنها تحلم دائماً بأن يتاح لها الفرصة لذلك، وهذا ما حصل بعد زيارة "ليلي عز العرب" مندوبه حقوق المرأة إذ توعد بنقلها من مكان عملها الحالي، لتُنقل بعدها إلى

مكتب آخر للعمل تحت قيادة الرائد "حسن أبو دقن" الذي يعاملها بقسوة في البداية، ويسند إليها العديد من المهام وتفشل في تنفيذها، لكنه سرعان ما يقع في غرامها، وبعد ذلك تجد نفسها في مهمة جديدة مع الرائد "حسن أبو دقن" لتنفيذ مهمة القبض على عصابة متخصصة بخطف الأطفال.



5- القراءة التقنية:

المشهد الأول:

شريط الصوت			شريط الصورة					
مؤثرات صوتية	الحوار	الموسيقى	بيانات كتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	سلم القطة	مدة اللقطة	رقم القطة
صوت ضربة الطاولة	حوار عصمت وعائلتها حول الطرشي	صامت	صراع عصمت حول الطرشي (مخللات)	بانوراما أفقية يمين يسار	عادية	لقطة عامة	من 1:44 إلى 1:47 4ثواني	1
لا يوجد	حوار عميد مناوئش مع ضابط عصمت حول إحضار الطرشي	إيقاع حماسي	العميد مناوئش يطلب من الضابطة عصمت الطرشي (مخللات)	حركة بانوراما أفقية	عادية	مقربة حتى الصدر	من 5:47 إلى 5:50 4ثواني	2
صوت طرطقة الحذاء وضربة يد عصمت على مساعدتها	حوار بين عصمت ومساعدتها ومندوبة حقوق المرأة حول الطرشي	صامت	الضابطة عصمت تطلب من مساعدتها إحضار طرشي (مخللات)	حركة ثابتة	مائلة	مقربة جدا	من 8:00 إلى 8:15 15 ثانية	3

جدول أ: يمثل إشهار للطرشي في فيلم أبو شنب

المشهد الثاني :

شريط الصوت			شريط الصورة					
مؤثرات صوتية	الحوار	الموسيقى	بيانات كتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
لا يوجد	لا يوجد	هادئة	ظهور عصمت وفي يدها هاتف iPhone وهي تصور فيديو لصديقتها	بانوراما أفقية	علوية	مقربة جدا	من 15:48 إلى 15:55 8ثواني	1
لا يوجد	حوار عصمت مع صديقتها حول تعديل نفسها لالتقاط الصور	هادئة	حوار عصمت وصديقتها والهاتف iPhone أمامها وظهور علامته	تنقل الكاميرا	مائلة	مقربة جدا	من 15:55 إلى 16:06 6ثواني	2
طققة أصابع عصمت	حوار جماعي بين شوشو ووالد شوشو وصديقتها من أجل طريقة أخذ الفيديو	هادئة	حوار عصمت وصديقتها ووالديها وهي تصور مع إبراز علامة الهاتف iPhone	تنقل الكاميرا من اليمين الى اليسار	مائلة	مقربة جدا	من 16:01 إلى 16:29 30ثانية	3
صوت الكأس وضحكة جماعية	حوار جماعي مع عصمت وأمها وصديقتها ووالدها	صامت	عصمت تصور صديقتها من الأسفل إلى الأعلى وتغير ملامحها	حركة بانوراما عمودية	زاوية منخفضة	لقطة عامة	من 16:29 إلى 17:00 31ثانية	4

جدول ب : يمثل إظهار هاتف iPhone في فيلم أبو شنب

المشهد الثالث :

شريط الصوت			شريط الصورة					
مؤثرات صوتية	الحوار	الموسيقى	بيانات الكتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صوت الأقدام تسير	حوار بين ضابطات الشرطة والرائد أبو حسن حول لياقة بدنية	صامت	لقطة توضح ضباط الشرطة ببدله adidas رياضية عليها علامة	بانوراما أفقية	عادية	قريبة	من 45:36 إلى 45:39 4ثواني	1
صوت حركات اليد وأقدام تسير ورنه الهاتف iPhone	حوار بين ضباط شرطة	إيقاع هادئ	لقطة توضح ضابطات يقمن بعدة حركات قتالية ببدله رياضية adidas	حركة بانوراما أفقية	عادية	قريبة	من 46:56 إلى 47:15 19 ثانية	2

جدول ت : يمثل إظهار بدلة رياضية adidas في فيلم أبو شنب

المشهد الرابع :

شريط الصوت			شريط الصورة					رقم اللقطة
مؤثرات صوتية	الحوار	موسيقى	البيانات الكتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	
صوت محرك وغلق باب السيارة وصوت الفرامل	لا يوجد	صامت	لقطة توضح صعود عصمت مع الرائد أبو حسن إلى سيارة مع ظهور علامة شركة Volkswagen	حركة متنتقلة	عادية	عامة	من 39:37 إلى 39:45 8 ثواني	1
صوت رصاص واحتكاك عجلات السيارة	حوار بين عصمت والرائد حسن حول وجود عصابة مع قيادة عصمت للسيارة	حماسية	عصمت تقود السيارة بسرعة فائقة وتتجاوز بقية السيارات مع التركيز على عجلات سيارة Volkswagen الخلفية وهي تفحص وتنظر في مرآة جانبية (retroiseur)	حركة متنتقلة من يمين إلى اليسار	عادية	قريبة جدا	من 40:42 إلى 41:08 16 ثانية	2
صوت ضجيج السيارات ومزمار السيارة	الرائد حسن يحذر عصمت من الطريق	صاخبة	لقطة توضح عصمت تضغط على accelerateur وترفع فرامل secours وتدور عجلة سيارة wolkswagen لتقفز السيارة إلى الأعلى وظهور سيارة من الخلف تلاحقهم ومع ظهور اسمها PASSAT	حركة بانوراما عمودية	عادية	قريبة ثم عامة	من 41:08 إلى 41:50 42 ثانية	3
لا يوجد	لا يوجد	موسيقى حماسية	توضح سباقه متهورة لعصمت رغم المطبات إلا أنها تعيش مشهد ودي لإثبات قدرتها على التحكم فيها مع مختلف المواقف وقوتها	حركة بانوراما أفقية	مرتفعة	قريبة	من 42:50 إلى 43:08 18 ثانية	4

جدول ث : يمثل إشهار لسيارة Volkswagen في فيلم أبو شنب

المشهد الخامس:

شريط الصوت			شريط الصورة					
مؤثرات صوتية	الحوار	موسيقى	بيانات كتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صوت الشاحنة	لا يوجد	حماسية	لقطة توضح رجال الشرطة في عملية إمساك لعصابة وتظهر شاحنة من نوعية Chevrolet	ثابتة	مائلة	قريبة	53:34 إلى 53:37 03 ثواني	1
لا يوجد	حوار بين سائق الشاحنة ورجال العصابة حول قدومه إلى هذا المكان	حماسية	لقطة توضح شاحنة تعود لشركة النصر الحكومية وتحمل سلع (معادن وحديد)	بانوراما أفقية	عادية	قريبة	53:37 إلى 53:49 12 ثانية	2
صوت الرصاص ومزمار سيارة الشرطة	لا يوجد	حماسية	تعرضت شاحنة من نوعية Chevrolet لهجوم من طرف رجال الشرطة إلا إنها تبقى سليمة	حركة متنقلة	عادية	عامة	54:44 إلى 55:10 26 ثانية	3

جدول ج : يمثل إشهار لشاحنة Chevrolet في فيلم أبو شنب

6- جينريك الفيلم :

يعرض الجينريك مباشرة حيث تظهر اللقطة الأولى بمشهد أسود لمدة ثلاثون ثانية ، وهي لقطة متوسطة وثابتة تظهر عليها اسم الشركة المنتجة للفيلم ، وبعد ذلك عنوان الفيلم الذي يبرز بشكل كبير على الشاشة بلون ابيض ، ثم أبطال الفيلم ثم الأفراد التقنيون وذلك بمصاحبة مشاهد من الفيلم بموسيقى إيقاعية من بداية الفيلم إلى نهايتها.

7- قراءة تعيينية :

المشهد الأول :

يبدأ المشهد الأول وهو مأخوذ من بداية الفيلم بلقطة عامة ، تظهر فيها عائلة عصمت أمام طاولة الغذاء ، استعمل المخرج في هذا المشهد زاوية تصوير عادية بحركة كاميرا بانوراما أفقية تظهر فيها ملامح عصمت وهي تصرخ "أين وتقوم بضرب الطاولة .! أين الطرشي ! الطرشي

في نفس السياق مع اختلاف في سلم اللقطة والتي كانت قريبة جدا ومدتها أربعة ثواني غلبت عليها موسيقى حماسية بينما كانت زاوية التصوير عادية وحركة كاميرا بانوراما أفقية نحو اليمين واليسار بين العميد مناويش والضابطة عصمت حول إحضار الطرشي (مخللات)، وبعد ثمانية ثواني استعمل المخرج لقطة مقربة جدا وزاوية

مائلة بحركة كاميرا ثابتة في حوار يدور بين الضابطة عصمت ومساعدتها حول إحضار الطرشي (مخللات) ومشاركة مندوبة حقوق المرأة حول رأيها في الطرشي .

المشهد الثاني:

يبدأ هذا المشهد من خلال فتح بوابة كبيرة تسمح بانتقال الصورة من النهار إلى الليل من خلال لقطة مقربة جدا بحركة بانوراما أفقية تظهر فيها عصمت وهي تلتقط صور لصديقتها بهاتف iPhone نقال عليه علامة iPhone بزاوية مرتفعة .

نشاهد حوار عصمت وعائلتها مع استمرارها في التقاط صور بهاتف iPhone بحركة كاميرا متنقلة من اليمين إلى اليسار ويتخللها لقطة عامة لعصمت وهي تصور فيديو لصديقتها من الأسفل إلى الأعلى بحركة كاميرا بانوراما عمودية مصاحبة بطرقة أصابع يد عصمت وضحكة جماعية لأفراد العائلة .

المشهد الثالث:

ينتقل المخرج في هذا المشهد إلى تصوير الرائد أبو حسن يقوم بتدريب ضابطات الشرطة وهن يرتدين لباس رياضي عليه علامة adidas، المشهد عرض بلقطة قريبة وحركة كاميرا بانوراما أفقية وكان المشهد مصحوب بإيقاع هادئ واستمر طيلة مدة التدريب مع قيامه بعدة حركات قتالية مع إبراز علامة adidas طيلة فترة التصوير .

المشهد الرابع

تدور أحداث هذا المشهد حول سباق سيارات بين سيارة رجال الشرطة وعصابة في إطار تنافسي، حيث صور المخرج سيارة PASSAT بزاوية عادية باستعمال لقطة عامة مصاحبة بحركة كاميرا متنقلة لنشاهد سيارة سوداء قريبة من نوعية Peugeot، ثم يلتقط المخرج بلقطة مقربة جدا صورة لقائدها التي تبدو قلقة ومضطربة، وتستمر الكاميرا في تصوير السيارة على مسار بحركة متنقلة من اليمين إلى اليسار ومن الأسفل إلى الأعلى لنشاهد سيارة تنطلق بسرعة جنونية مصحوبة بموسيقى صاخبة وصوت الرصاص واحتكاك العجلات للفرار من سيارة العصابة ذات نوعية Peugeot، عصمت التي تشجع الرائد حسن وهو يصرخ بلقطة مقربة جدا .

نشاهد عصمت تضغط على accélérateur وترفع فرامل secours، ثم يستعمل المخرج لقطة قريبة ثم عامة لنشاهد السيارة تقفز إلى الأعلى ويتم التحكم في كبح السيارة بشكل كبير باستعمال حركة بانوراما عمودية

مصحوبة بصوت ضجيج السيارات ، تنتقل الكاميرا لنشاهد السيارة تنطلق كالسهم وسائقها تعيش مشهد وردي بلقطة قريبة وهي معجبة بسيارة وبقوتها .

المشهد الخامس :

صورت جل لقطات هذا المشهد لرجال الشرطة في عملية مطاردة لعصابة ، حيث صور المخرج لقطة قريبة جدا لرجال الشرطة وهم يقومون بمراقبة شاحنة من نوع Chevrolet بزواية مائلة وحركة كاميرا ثابتة مصحوبة بموسيقى حماسية ، وباستعمال لقطة قريبة جدا توضح شاحنة Chevrolet تعود لشركة النصر الحكومية ، حيث قام المخرج بإظهار بحركة كاميرا بانوراما أفقية من اليمين إلى اليسار باستعمال زاوية عادية .

نشاهد شاحنة Chevrolet تتعرض لإطلاق النار من قبل رجال الشرطة بحركة كاميرا متنقلة بين رجال الشرطة والشاحنة مع إظهار مستمر لنوعية شاحنة Chevrolet، باستعمال زاوية عادية مصحوبة بموسيقى حماسية واستخدام لقطة عامة للشاحنة وهي تتعرض لإطلاق النار مع بقائها سليمة ، وهذا يعود لجودة ومتانة معدن شاحنة الشركة الحكومية (النصر).

8- قراءة تضمينية:

المشهد الأول :

يدور المشهد الأول في الفضاء العائلي، حيث صور المخرج بلقطة عامة ، أظهر فيها عصمت وعائلتها جالسون على طاولة الغداء ودلالة على ترابط و الانسجام العائلي وتبادل أطراف الحديث وعدم استعمال أي موسيقى يعطي إحساس بالمباشرة والحركة المتصلة بين أفراد العائلة ، استمرار باستعمال لقطة مقربة تظهر فيها عصمت وهي " هو أكلة شعبية مصرية عبارة عن مخللات وهي مكونة من خضروات ! ، أين الطرشي ! تصرخ "أين الطرشي (لفت و جزر ، خيار ، فلفل ، توابل مشكلة) وتعتبر أحد أهم الأطباق الأساسية المرتبطة بموائد الطعام خاصة في شهر رمضان الكريم ، باستعمال حركة كاميرا أفقية يمين يسار بين الضابطة عصمت والعميد مناويش ، صور المخرج مجريات الحوار داخل مكتب مناويش لطلب من ضابطة عصمت إحضار الطرشي ، جسد المخرج هذا المشهد لإظهار تأثير أكلة الطرشي و مدى شعبيتها عند المصريين وسهولة أكلها في أي مكان وبلقطة مقربة جدا نشاهد الضابطة عصمت تطلب من مساعدتها إحضار الطرشي (مخللات) ، أكدت الرسالة الألسنية مدى أهمية أكلة

الطرشي من خلال تكرار الطلب عليه ، وتسليط الضوء على هذه المشاهد لإبراز شعبيتها وتأكيدها حضورها في كل طاولة وحبها من طرف الكبار والصغار وتوفرها في الأسواق وسهولة إحضارها إلى المنزل .

المشهد الثاني :

سلط المخرج في هذا المشهد على الهاتف النقال من نوعية أيفون iPhone بلقطة قريبة جدا تظهر فيها الضابطة عصمت وهي تحمل هاتف iPhone وتقوم بفتح الكاميرا لالتقاط عدة صور لصديقتها شوشو ، ودلالة على الجودة العالية للكاميرا الهاتف وامتلاكها عدسات أساسية تسمح للمستخدمين للتبديل بين ثلاثة أطوال بؤرية شائعة بالإضافة إلى التقاط صور بدقة أكبر ، تمتاز كاميرا هاتف iPhone بأكثر واقعية لألوان البشرة ، بلقطة مقربة جدا صور المخرج مجريات الحوار بين عصمت وشوشو التي كانت تقدم لها نصائح حول كيفية وضع المكياج واللباس واستمرت عصمت في حمل هاتف iPhone وإبراز علامة هاتف iPhone دلالة على خفة وزن الهاتف وشكله الجميل ولونه beige الذي يعطي الشعور بالاسترخاء والهدوء، وبتنقل حركة الكاميرا من اليمين إلى اليسار بين شوشو وعصمت وعائلتها يتبادلون أطراف الحديث، مع بقاء عصمت وهي تحمل هاتف iPhone وتقوم بتسجيل فيديو لصديقتها شوشو التي كانت تقوم بعدة حركات لإيضاح الفكرة لعصمت ، دلالة على أن الهاتف يمتلك مساحة تخزين كبيرة تسمح بحفظ العديد من الصور والفيديوهات ، وامتلاكه مستوى أمان عالي ، أي توفير حماية كاملة لمستخدمي iPhone ضد أي انتهاك لهواتفهم الخاصة ، مصاحبه بموسيقى صامتة الذي يعطي الإحساس بالمباشرة والحركة المتصلة والاستقرار .

المشهد الثالث :

سلط المخرج الضوء في هذا المشهد بفضل التغيرات والتطورات التي شاهدها المجتمعات ، وخروج المرأة إلى العمل أصبحت أخت الرجل في الكثير من مجالات ، حيث ألفنا وجه المرأة المقاتلة والشجاعة ودخولها مهنة الشرطة المعروفة بأنها من المهن الصعبة و لتأكيد المرأة جدارتها وإثبات صورتها في المجتمع ، صور المخرج لقطة قريبة لضابطات الشرطة بلباس رياضي يحمل عليه شعار adidas في قاعة اللياقة البدنية ومعهن ضباط الشرطة للقيام بعدة حركات قتالية ، تحتل adidas المرتبة الأولى في صناعة الملابس الرياضية في أوروبا ، حيث يرمز شعار adidas إلى ثلاثة خطوط وكل خط يدل على شيء (الارتداد ، المتانة ، التخصص) أما الوردية في شعار adidas هو شعار لمجموعة نسائية والتي ترمز إلى الأنوثة والحسية والجمال ، باستعمال المخرج حركة كاميرا بانوراما أفقية من اليسار إلى اليمين ، صور المخرج قيام ضابطة الشرطة بعدة حركات قتالية مع الرائد أبو حسن ،

دلالة على الراحة بالبدلة adidas ، التي تساعد للقيام بعدة حركات مع الجودة الجيدة للقماش والذي سهل عليها القيام بعدة حركات دون أن يتمزق .

المشهد الرابع :

يتم هذا المشهد في مطاردة سيارة العصابة لسيارة الشرطة عناصر الشرطة بقيادة الضابطة عصمت والتي تحاول الفرار من العصابة في إطار تنافسي، يستعمل المخرج موسيقى حماسية ليزيد التشويق وحماس للمشاهد ، وتنقل الكاميرا أماميا على السيارة Peugeot لإفراد العصابة ، كدلالة على عدم ثبات السيارة في السرعات العالية وسوء الخانات الداخلية لها مع استمرار فرار سيارة الشرطة يصور المخرج بحركة متنقلة بيمين ويسار انطلاق سيارة Passat بسرعة جنونية لترمز إلى قدرة التحكم ودلائل على تأقلم السيارة مع الوضعيات الخطيرة، باستعمال لقطة مقربة جدا تصور فرحة الضابطة عصمت بقيادتها السيارة وصراخ الرائد حسن "احذري ، احذري " مصاحبة بصوت الرصاص .

استمرار ملاحقة سيارة Peugeot العصابة لعناصر الشرطة لكنها لم تستطع الالتحاق بسيارة الشرطة من نوعية Passat ، مصاحبة بحركة كاميرا متنقلة من اليمين إلى اليسار ومن الأسفل إلى الأعلى تظهر الضابطة عصمت وهي تضغط على (accélérateur) وترفع فرامل (secours) وتقوم بتدوير عجلات السيارة لتقفز إلى الأعلى، يصور المخرج السيارة في وضعية طيران تتجاوز مجموعة السيارات ، حيث يصاحب اللقطة صوت متغير الإيقاع يعطي الإحساس بالإصرار والحركة الصادقة والمثابرة ، تنتقل كاميرا البانوراما عموديا لتصوير مشهد سقوط السيارة Passat على الأرضية ثم تواصل السير ، يحمل العرض الإشهاري لهذا المشهد دلالات رفعة من شأن السيارة إلى حد تشبيه السيارة بالطائرة التي تخلق في السماء . يعكس هذا المشهد معاني الثقة في إمكانيات وقدرات السيارة رغم المطبات والسرعة القصوى التي كانت تقود بها عصمت إلا أنها بقيت بحالة جيدة، ورغم المغامرات التي مرت بها مع ملاحقة سيارة العصابة من نوعية Peugeot ما زالت مستمرة بتنقل المخرج في هذا المشهد إلى إضفاء معاني الرومانسية بالتركيز على المشاعر والجانب العاطفي المقرون بين الضابطة عصمت والرائد أبو حسن أثناء الفرار من سيارة العصابة من نوعية Peugeot، جسد المخرج هذه المعاني باستعمال لقطة عادية مصاحبة بموسيقى رومانسية من التخييلات الوردية لعصمت تعكس بذلك الدلالات العاطفية للمرأة و رغم المواقف الصعبة إلا أن نظرة المحبة لم تتخلى عنها . باستعمال لقطة قريبة يركز المخرج على سباق الضابطة عصمت

لسيارة Passat بطريقة احترافية رغم ملاحقة العصابة ،هذا يعود على قوة المرأة ودخولها مجال المهن الشاقة ومنافسة الرجل في العمل .

المشهد الخامس :

تدور أحداث هذا المشهد حول مطاردة عناصر الشرطة للعصابة ، يصور المخرج بلقطة قريبة جدا عناصر الشرطة أثناء مراقبة أفراد العصابة ،تظهر شاحنة من نوعية Chevrolet تعود هذه الشاحنة لشركة النصر وهي شركة حكومية مختصة في صيانة وخدمات السيارات الكهربائية وإنتاج عدة طرازات من السيارات والشاحنات إلا أنها في بداية التسعينات تدهورت أوضاع الشركة وصدر قرار بتصفيتها في نوفمبر 2009 ثم أعيد العمل عليها سنة 2013 ، باستعمال موسيقى متغيرة الإيقاع تعطي الإحساس بالإصرار والحركة الصادقة والمثابرة وبحركة كاميرا بانوراما أفقية من اليمين الى اليسار،استمرار عناصر الشرطة في مراقبة العصابة مع التفكير في خطة لمداومة العصابة ، بلقطة مقربة جدا صور المخرج مجريات المحادثة بين سائق شاحنة Chevrolet وأحد أفراد العصابة حول ما يحمله داخل الشاحنة فيخبره السائق أنه يحمل سلع لشركة النصر الحكومية ، تدل هذه الرسالة الألسنية على أن شركة النصر تقوم بإنتاج القطع المعدنية وحديد السيارات وتقوم بالاستيراد والتصدير في مختلف الأماكن، باستعمال حركة كاميرا متنقلة تغادر شاحنة Chevrolet المكان ، يصور المخرج بلقطة أخرى ظهور شاحنة أخرى من نوعية Chevrolet تعود لأفراد العصابة ورغم تعرضها لإطلاق النار من قبل عناصر الشرطة إلا أن شاحنة Chevrolet تبقى سليمة وهذا يدل على جودة ومتانة حديد الشاحنة، نوعية المعادن وصلابة الحديد الذي تنتجه شركة النصر الحكومية للسيارات .

مطلب الثاني : تحليل سيميولوجي لفيلم لف ودوران

1- بطاقة فنية عن المخرج :

خالد مرعي، مخرج ومونتير(منتج) مصري ولد في مدينة القاهرة في عام 1970، وعمل على مدار عشر سنوات كمونتير في العديد من الأعمال، منها: "جنة الشياطين، أيام السادات، سهر الليالي، تيتو، بحب السينما"، ثم اتجه إلى الإخراج منذ عام 2007 من خلال فيلم (تيمور وشقيقه)، واصل منذ وقت مسيرته في الإخراج، حيث آسف عن الإزعاج، عسل أسود، بلبل حيران" كما قدم للدراما التلفزيونية "قدم العديد من الأعمال منها : شارببات لوز، نيران صديقة،السبع وصايا". "مسلسلات منها :



2- بطاقة فنية عن فيلم لف ودوران :

عنوان الفيلم	نوع الفيلم	البلد	اللغة المستخدمة	مدة الفيلم	إخراج	تأليف	إنتاج	مولتاج	التوزيع	الصوت	التصوير	الموسيقى	الديكور	الإضاءة	الشخصيات و التمثيل
لف ودوران	كوميدي	مصر	اللغة العربية (اللهجة المصرية)	ساعة واثنتان وأربعون دقيقة	خالد مرعي	منة فوزي	حاتم سعيد غانم - وليد صبري	خالد سليم	الإخوة المتحدين للسينما	علمي عبد الستار	احمد يوسف	عمرو إسماعيل	ياسل حسام	احمد منصور	أحمد حلمي؛ نوز قباني - دنيا سمير غانم؛ ليلى البعطوطي - صبرين؛ ناهد - بيومي فؤاد؛ حمادة نجم - جميلة العوض؛ جوماننا - ميمي جمال؛ عايدة - إزعام سالوسة؛ سننيس - ياسر الطبعجي؛ هاني - بياتريس؛ بيرلا

3- التصوير :

صور الفنان أحمد حلمي فلمه الجديد «لف ودوران» في خمس مناطق مختلفة في مدينة شرم الشيخ، مما أحدث رواجاً في مدينة السلام.

الفيلم تم تصويره في فندق «ريكسوس سي جيت الجديد» بمنطقة الغرقانة، ومحمية نبق، ورأس مُجَّد، ومدخل مدينة شرم، ومطار المدينة والفيلة موجودة في شرم الشيخ وفي أماكن سياحية وبحر وغيرها من الأماكن .

4- ملخص فيلم لف ودوران :

تدور أحداث الفيلم حول الشاب "نور" (أحمد حلمي) الذي يعمل في مجال السياحة، ويقطن بمفرده، ولكن بعد وفاة جده ينتقل للعيش مع جدته (إنعام سالوسة) ووالدته (ميمي جمال) وخالته العزباء (صابرين) وشقيقته (جميلة عوض).

وتبدأ القصة حين يتلقى "نور" اتصالاً من والده (المقيم في إيطاليا) يخبره فيها بأن قريبة زوجته (الإيطالية) تود زيارة مصر في عمل، ويتطوع "نور" لمساعدتها، لكن عائلته التي تستمع لما يدور بينه وبين أبيه، تظن خطأ أنه يسعى للزواج من أجنبية.

فيقرر "نور" بعد قدوم الفتاة الإيطالية استغلال رحلة مجانية إلى شرم الشيخ، كان من المفترض أن تكون لصديقه "هاني" كهدية لزوجاه من "أماني" التي تعرف عليها من خلال موقع للزواج، وتعاهد الموقع مع الفندق على حجز مجاني للعروسين، لكن "هاني" يلغي زواجه في اللحظة الأخيرة ما يوقع "ليلي" (دنيا سمير غانم) صاحبة موقع الزواج في مأزق مع الفندق، فتقرر بدورها انتحال شخصية العروس "أماني" والتوجه إلى شرم الشيخ في محاولة لإنقاذ الوضع.

وفي سياق الأحداث، تضطر "ليلي" للمكوث مع "نور" وعائلته في غرفة الفندق في شرم الشيخ، لتتلاحق أحداث الفيلم وتنتهي نهاية مفتوحة أقرب إلى علاقة حب نشأت بين "نور" و"ليلي" في نهاية المطاف.



5- القراءة التقنية للفيلم :

المشهد الأول :

شريط الصوت			شريط الصورة					
مؤثرات صوتية	التعليق	موسيقى	بيانات كتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
لا يوجد	نور :شغل السياحة بدأ يقل	هادئة	لقطة توضح نور مع سياح يلتقطون صور أمام الأهرامات	ثابتة	عادية	لقطة عامة	من4:56 إلى 4:57 1ثانية	1
لا يوجد	نور يستمر في قول العمل بدأ يقل يقل...ززالخ	هادئة	لقطة توضح رغم نقص سياح إلا أن نور لا يزال يتصور أمام الأهرامات ليروح للسياحة مصرية	ثابتة	عادية	لقطة عامة	من 4:57 إلى 4:58 1ثانية	2
لا يوجد	نور : حتى انتهت وبقيت في المنزل وعليه أقساط كثيرة وبدأت أدور على شغل	هادئة	وتركيز تام على الأهرامات ،نشاهد في صورة بقاء نور وحده أمام الأهرامات ثم اتجه إليها يتم تركيز الكامل على الأهرامات	ثابتة	عادية	عامة	من 4:58 إلى 5:01 3ثواني	3

جدول 1: يمثل إشهار لأهرامات في فيلم لف ودوران

المشهد الثاني :

شريط الصوت			شريط الصورة					
مؤثرات صوتية	الحوار	موسيقى	بيانات كتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صوت تمزيق أوراق	حوار بين نور وهاني على فركشة زواج هاني	هادئة	لقطة توضح نور وهو يخرج جهاز محمول من محفظته ويضعه على المكتب عليه علامة apple	ثابتة	عادية	لقطة جزء كبير	من6:51 إلى 6:52 1ثانية	1
لا يوجد	استمرار الحوار بين نور وهاني على فركشة الزواج	هادئة	لقطة توضح نور يفتح جهاز محمول وعليه علامة apple	ثابتة	عادية	لقطة جزء كبير	6:52 إلى 6:54 2ثواني	2
لا يوجد	حوار نور ووالده	لا يوجد	لقطة توضح نور يضع سماعات ويتحدث مكالمة فيديو مع والده	تنقل أمامي للكاميرا	عادية	مقربة	10:20 إلى 10: 25 5ثواني	3

4	35 :10 الى 11 :10 35 ثانية	مقربة	عادية	تنقل أمامي	لقطة توضح مكالمة نور متواصلة مع والديه وتركيز على علامة جهاز apple	هادئة	استمرار حوار نور ووالده	صوت غلق جهاز
---	----------------------------------	-------	-------	---------------	--	-------	----------------------------	-----------------

جدول 2 : يمثل إشهار لجهاز محمول apple من فيلم لف ودوران

المشهد الثالث :

شريط الصوت		شريط الصورة						
مؤثرات صوتية	الحوار	موسيقى	بيانات كتابية (مضمون صورة)	حركة الكاميرا	زاويا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صوت التقاط صورة	حوار بين ليلي وصديقته في العمل	هادئة	لقطة توضح ليلي وهي تضع مكياج على وجهها وتحمل هاتف نقال عليه علامة iPhone للانتقاط الصور	حركة متنقلة	عادية	مقربة	9:20 الى 9:28 8 ثواني	1
صوت إرسال الرسائل	ليلي : كارما حبيبي عملتك test المكياج الى انت طلبتيه	هادئة	لقطة توضح ليلي وهي تأخذ هاتف iPhone لتسجيل صوت لإرساله لكارما	حركة متنقلة	عادية	مقربة حتى صدر	9:28 الى 9:38 10 ثواني	2
صوت التقاط صور وإرسال رسائل	ليلي تقوم بتسجيل صوتي لفتحته تتحدث فيه حول المكياج	هادئة	نشاهد ليلي وهي تأخذ صور مرة أخرى بهاتف iPhone وتسجيل رسالة صوتية لإرسالها لفتحته	حركة متنقلة	عادية	مقربة حتى صدر	9:38 الى 9:55 17 ثانية	3

جدول 3 : يمثل إشهار لهاتف iPhone في فيلم لف ودوران

المشهد الرابع :

شريط الصوت		شريط الصورة						
مؤثرات صوتية	الحوار	موسيقى	بيانات كتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زاويا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صوت محرك السيارة	حوار نور مع عائلته داخل السيارة	بعده إيقاعات	نشاهد سيارة وهي قادمة بسرعة من بعيد رغم الأثقال التي تحملها	حركة متنقلة	زاوية منخفضة	مقربة جدا	18:48 الى 18:52 4 ثواني	1
صوت الرياح	حوار نور مع عائلته خارج السيارة	بعده إيقاعات	لقطة توضح صورة كاملة لسيارة مع إبراز علامة Mitsubishi	حركة متنقلة	زاوية عادية	جزء كبير	19:40 الى 20:12 32 ثانية	2

جدول 4 : يمثل إشهار لسيارة Mitsubishi في فيلم لف ودوران

المشهد الخامس :

شريط الصوت			شريط الصورة					
مؤثرات صوتية	الحوار	موسيقى	بيانات الكتابية (مضمون الصورة)	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	سلم اللقطة	مدة اللقطة	رقم اللقطة
صوت بكاء صوت الضحك صوت الهواء	حوار هاني ونور حول زواجه من موقع تزويج (ست لما)	صامت	لقطة توضح نور يتحدث مع هاني على موقع ست لما (موقع زواج)	بانوراما أفقية من اليمين إلى اليسار	عادية	مقربة جدا	من 07:16 إلى 7:21 05 ثواني	1
طبل وعزف مزمارة	حوار نور وليلى على موقع ست لما وأنها هي المسؤولة عنه	هادئ	لقطة توضح ليلى تتكلم مع نور على موقع ست لما وخدماته	حركة ثابتة	عادية	مقربة جدا	من إلى 23:38 23:47 09 ثواني	2
صوت الهواء والعصافير	حوار جمادى نجمي وليلى حول أخذ الصور ووضعها في موقع ست لما	صامت	نشاهد في الصورة حديث مدير العلاقات حمادي نجمي مع ليلى حول موقع ست لما	حركة بانوراما أفقية	عادية	مقربة	من إلى 25:33 25:38 05 ثواني	3
تصفيق باليد	حوار ليلى ونور حول ست لما	عدة إيقاعات كوميديّة	لقطة توضح نور يخبر ليلى على موقع ست لما	حركة ثابتة	عادية	مقربة	من إلى 25:58 26:02 04 ثواني	4

جدول 5 : يمثل إشهار لموقع ست لما في فيلم لف ودوران

6- الجينريك الفيلم:

بعد بداية الجينريك مباشرة تظهر اللقطة الأولى بمشهد أخضر لعلامة الشركة المنتجة لفيلم لف ودوران ويليه مباشرة اسم الشركة ، تظهر بلقطة ثابتة لمدة خمسة وعشرون ثانية ،وبعد ذلك يفتح باب أزرق ليبرز عنوان الفيلم بشكل كبير على الشاشة بالون الأبيض ثم أبطال الفيلم وذلك بمصاحبة مشاهد الصور على الحائط وبالاستعمال موسيقى بعدة إيقاعات.

7- القراءة التعيينية :

المشهد الأول :

قسمنا المشهد الأول إلى ثلاث لقطات بعدد من الثواني مدتها خمسة دقائق وثانية حيث تبدأ اللقطة الأولى المأخوذة من بداية الفيلم صور فيها المخرج المشهد بزواوية عادية وبلقطة عامة توضح فيها نور مع سياح يلتقطون الصور أمام الأهرامات في مصر و بحركة كاميرا ثابتة مصاحبة بموسيقى هادئة ، استمرار نور في استقطاب السياح للأهرامات والتصوير أمامها للترويج للسياحة المصرية ، في لقطة موالية بقاء حركة الكاميرا ثابتة بزواوية عادية تظهر فيها الأهرامات مع نقص عدد السياح وبقاء نور وحده مصحوبة بموسيقى هادئة .

المشهد الثاني :

بدأ المشهد بعدة لقطات توضح نور يفتح جهاز محمول عليه علامة apple، استعمل فيها المخرج لقطة جزء كبير وحركة كاميرا لمدة ثانية وفي الدقيقة السادسة والاثنتان وخمسون ثانية استعمل المخرج موسيقى هادئة يتخللها مشهد نور يضع سماعات للجهاز المحول أبل apple لإجراء مكالمة فيديو مع والده في إيطاليا باستعمال حركة كاميرا أمامية بلقطة مقربة جدا مع تركيز المخرج على جهاز المحول من نوعية أبل apple .

المشهد الثالث :

دعم المخرج هذا المشهد بموسيقى هادئة بحركة متنقلة تبين ليلى وهي تضع المكياج على وجهها وتأخذ الصور بجهاز محمول مع إبراز نوعية الهاتف أيفون iPhone ، بعد عدة ثواني بنفس الزاوية عادية وبحركة كاميرا متنقلة أخذت ليلى الهاتف النقال من نوعية iPhone لالتقاط الصور مجددا مع تسجيل رسائل صوتية بهاتف iPhone وإرسالها لصديقتها لتوضيح كيفية وضع المكياج وجودته عن طريق أخذ الصورة بالهاتف iPhone مع استمرارية الموسيقى الهادئة .

المشهد الرابع :

صور المخرج نور وجميع أفراد عائلته داخل السيارة مع حمل عدة حقائب فوق سطح السيارة على مسار السرعة نحو المطار الدولي ، بلقطة مقربة جدا وبحركة كاميرا متنقلة أظهرت فيها جودة عجلات سيارة وهي مسرعة رغم

الأثقال التي تحملها مع عدة إيقاعات مختلفة ، صور المخرج حوار نور وعائلته جانب السيارة بحركة كاميرا متنقلة بإظهار السيارة كاملة وبلقطة جزء كبير إبراز اسم السيارة Mitsubishi مصحوبة بصوت الرياح .

المشهد الخامس :

تدور أحداث هذا المشهد حول موقع الست لما لترويج الشباب في الست ثواني الأولى كان يدور حوار بين نور وهاني حول فسخ هاني زواجه الذي تم عبر موقع ست لما بلقطة قريبة جدا بحركة بانوراما أفقية يمين يسار بين نور وهاني الذي أخبره بمصوله على رحلة مجانية إلى شرم شيخ من قبل موقع الست لما للعسان ، صور المخرج بحركة كاميرا ثابتة ليلي بعطوطي تخبر نور بأنها صاحبة الموقع الست لما ومسؤولة على برامج العسان وصاحبة الفيلة المقدمة مجاناً للعسان في شرم الشيخ .

نشاهد نجمي حمادة مدير علاقات العامة بفندق شرم الشيخ ومسؤول على برامج الرحلة ، بحركة كاميرا بانوراما من اليمين إلى اليسار بين ليلي ونجمي يتحاوران على التقاط الصور ووضعها في موقع الست لما مع عدم استخدام أي موسيقى .

8- القراءة التضمينية:

المشهد الأول :

يجمع أغلب محلي الأفلام على ضرورة بداية الفيلم بالمعاني ودلالات فهي التي تحدد البناء العام للقصة وتضع المشاهد في الإطار الذي يحيط بأحداث الفيلم ، فلقد وظف المخرج هذا المشهد لإعطاء فكرة حول ترويج السياحة للأهرامات في مصر ، فرغم مرور آلاف السنين لا تزال أهرامات الجيزة الثلاثة الأولى الأكثر شهرة على أرض مصر فهي وجهة المسافرين وقبلة السائحين (مغناطيس) المشاهير حول العالم ، الذي يشمل خططهم دائما أن يكونوا أبطال لصورة تذكارية في خلفيتهم الهرم¹ ، يستعمل المخرج حركة ثابتة للتركيز على جمال الأهرامات واستقطاب السياح حولها ، صاحب شريط الصور صور نور و هو يتحدث على عمله كمرشد سياحي داخل مصر و يصف من خلاله استمرار في نقص عدد السياح الأجانب داخل مصر وهذا ما أكدته صحيفة العين الإخبارية² من خلال مقال لها في ديسمبر كانون الأول الماضي قال وزير التخطيط المصري أشرف العربي أن

¹ الشرق الأوسط: صحيفة العرب الأولى، بعنوان الأهرامات ..ختم المشاهير لزيارة مصر 22مارس 2017

² صحيفة العين الإخبارية :تقرير: انخفاض العملة وضعف السياحة في مصر يندران بتباطؤ النمو في 2016،الخميس 14/1/2016، 10:05 بتوقيت ابو ظبي

الحكومة تستهدف نمو الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 5,5% من السنة المالية 2015/2016 والتي تنتهي في 30 يونيو مقارنة مع 4,2% من 2014/2015 في مصر ، يصف من خلاله استمرار في نقص عدد السياح الأجانب في مصر وهذا ما أكدته صحيفة العين الإخبارية من خلال مقال لها نقلا عن capital economics أن قطاع السياحة في مصر سيظل راكدا على الأرجح في 2016 متوقعا أن تنخفض إيرادات السياحة بواقع 3,5مليار دولار ما يعادل 1,3 من الناتج المحلي الإجمالي لهذا العام ، تتوقع وزارة السياحة المصرية هبوط إيرادات البلاد من السياحة بنسبة 10% في 2015 نحو 6مليارات دولار من 7,5مليار دولار عام 2014 وذلك بعد حادثة سقوط الطائرة الروسية التي كان على متنها 240 سائح في 31 أكتوبر تشرين الأول 2015.

صور المخرج بلقطة عامة نور والسياح بلباس صيفي دلالة على موسم الاضطياف واستقطاب السياح والذي يكون أكثر في فصل الصيف للاستمتاع بجمال الأهرامات تحت أشعة الشمس حيث تتداخل معها موسيقى صوتية هادئة ، وظف فيها المخرج هذه اللقطات بغرض التعبير على الحزن والقلق والمشاعر المختلطة التي يعيشها نور من نقص عدد السياح في مصر أي أنه توقف على العمل و أصبح يفكر بالأقساط التي عليه وهذا أكدته جريدة العربية نيوز في مقال لها بعنوان أسو تراجع سياحي بالعالم في عام 2016¹.

المشهد الثاني :

سلط المخرج الضوء خلال هذا المشهد على مزايا الجهاز المحمول من نوعية apple وأبعاده الرمزية ، حيث صور بلقطة جزء كبير نور وهو قادم وفي يده محفظة ثم يضعها ويخرج منها جهاز محمول عليه علامة (apple)، دلالة على خفة وزن الجهاز المحمول وسهولة نقله من مكان إلى آخر ، ينتقل المخرج من اليمين إلى اليسار ويصور بلقطة جزء مقربة نور و هو يفتح الجهاز المحمول عليه علامة apple ويصله بسماعات ليتصل عبر مكالمة فيديو مع والده المقيم في إيطاليا ومن هذا المنطلق يجسد المخرج فكرة الكمبيوتر يحاكي الإنسان في كلامه وحواسه الخمسة ، مع وجود موسيقى هادئة تعبر عن الراحة النفسية والطمأنينة التي يعيشها نور جراء مكالمته لوالده ، تنتقل أمامي للكاميرا صور المخرج حوار نور ووالده حول الطبيعة في إيطاليا وجمال المكان وأخبره أن إيطاليا تناديه، تحمل هذه الرسالة اللسانية دلالة جمالية لترويج السياحة الإيطالية ، استمرت محادثة نور ووالده عبر مكالمة الفيديو باستعمال جهاز كمبيوتر apple، جعل نور يشعر بالسعادة من خلال جهاز apple الذي مكنه من رؤية والده المغترب

¹: عربية نيوز: بعنوان أسو تراجع سياحي بالعالم في 2016 ، 22مارس 2017 . 13:10 بتوقيت أبو ظبي

، ترسخ هذه القيمة الإنسانية بالإضافة إلى التواصل الذي تم بين نور ووالده عبر الجهاز إشارة إلى ألفة الكمبيوتر وشهرته فهو معروف لدى الجميع من خلال الخدمات المتعددة التي يقدمها لنا .

اللقطه الموالية توضح بقاء نور أمام شاشة الكمبيوتر apple وكلامه مع والده عن قريه والده التي ستأتي إلى مصر للقيام بعمل لها ، ظهور برلا قريه والده على شاشة جهاز الكمبيوتر أثناء مكالمه الفيديو ، دلالة على أن شاشة الجهاز تظهر أكثر من شخص في فترة واحدة، رغم طول مكالمه الفيديو إلا أن بقاء جهاز الكمبيوتر مشحون وهذا يعود إلى جودة شاحن الجهاز ومثانته وصنعه بصورة جيدة.

المشهد الثالث :

سلط المخرج الضوء على شخصية ليلي بلقطه مقربة ، حيث نشاهد ليلي تضع المكياج على وجهها وتقوم بحمل هاتف نقال عليه علامة apple وتقوم بالتقاط صور المكياج وإرسالها لصديقتها كارما ، يعود ذلك أن iPhone هو أحد أكبر منصة للهواتف الذكية في العالم مما يشكل جزء كبير من سوق المنتجات الفاخرة لجمال شكله الخارجي والخدمات التي يوفرها من خلال جودة التقاط الصور ووضوحها بدقة عالية ، تمتاز كاميرا iPhone بأكثر واقعية لألوان البشرة ، بلقطه مقربة يصور المخرج ليلي تقوم بتسجيل رسالة صوتية لصديقتها عن طريق هاتف المحمول iPhone وتوضح فيها كيفية وضع المكياج ، دلالة على ميزة هاتف iPhone الاستثنائية سواء أثناء المكالمات أو تشغيل الموسيقى والملفات الصوتية وتقنية الصوت ثلاثي الأبعاد مما يخلق تأثير غامر أثناء استماع المستخدمين إلى المحتوى الصوتي ، حيث يحتوي iPhone على ميكروفونات بتقنية عالية تسمح بجودة الصوت الممتازة خلال المكالمات والتسجيلات الصوتية وتوفره على تقنية إلغاء الضوضاء مما يقلل من التشويش الخارجي ويحسن من تجربة الاستماع .

المشهد الرابع :

يتم الكشف في هذا المشهد عن دلالات متعلقة بسيارة Mitsubishi من خط قدمها بسرعة فائقة ، حيث يستعمل المخرج زاوية منخفضة ليرفع من حجم السيارة القادمة بسرعة ذات اللون الرمادي الذي يرمز إلى القوة والجمال، صاحب اللقطه صوت محرك مرتفع يحمل معاني متعلقة بقوة المحرك الذي يعتبر أهم جزء في السيارة باعتباره مولد الطاقة والحركة ، ثم يستعمل المخرج لقطه مقربة جدا لنشاهد حوار نور وجدته داخل السيارة وتناول عائلته الطعام دلالة على اتساع حجم السيارة وراحة المقاعد التي إتسعتهم وحملها لعدة أعراض فوق سطح السيارة

باستعمال لقطة جزء كبير تستمر الكاميرا بتصوير السيارة تعبر كالسهم متجهة للمطار الدولي لاستقبال صديقة للعائلة قادمة من إيطاليا للقيام بعمل لها ومشاركة العائلة في رحلة إلى شرم الشيخ ، دلالة على أنه تم تجسيد هذا المشهد للترويج للسياحة داخل مصر و إلى منتجج شرم الشيخ واستقطاب السياح من مختلف الأماكن سواء داخل مصر أو خارجها ، حيث أن في فترة التي صور فيها الفيلم شهدت السياحة في مصر على سلسلة من الانتكاسات بالسنوات الأخيرة والتي كانت السياحة مصدر رئيسي للعملة الصعبة ، حيث الضربة القاصمة ظلت آثارها ممتدة بعد سقوط الطائرة الروسية في سيناء نهاية أكتوبر تشرين الأول¹ .

استعمل المخرج حركة كاميرا متنقلة من اليسار إلى اليمين لوقوف سيارة Mitsubishi أمام صالون المطار الدولي وخروج نور والصديقة برلا من المطار قائلة "يا سلام الجو جميل" بلقطة جزء كبير يصور المخرج مجريات المحادثة بين أفراد العائلة وصديقة العائلة برلا ، بعد ذلك صعود العائلة داخل السيارة دعم المخرج هذا المشهد بموسيقى صوت متغير الإيقاع ليعبر على الحركة الصادقة ويعطي الإحساس بالإصرار على التوجه إلى شرم الشيخ .

المشهد الخامس :

تطورت الأحداث وبدأت قصة الفيلم تتضح معالمها من خلال حوار نور وصديقه هاني على موقع الست لما لتزويج العرسان انتقل المخرج بحركة كاميرا بانوراما من اليمين إلى اليسار إلى تصوير مجريات المحادثة الدائرة بين نور وزميله هاني حول فكرة الزواج من موقع الست لما ، حيث نشاهد من البداية بلقطة مقربة جدا حتى صدر هاني يتحدث بحماس مع نور الذي يستفسر عن سر زواجه من الموقع ، فيجيبه هاني بقوله دخلت عدة مواقع (استروني ولا تفضحوني ، لأن الحلال أفضل ، سأنتظر) فوجدت موقع الست لما لتزويج العزاب (الشباب) وهناك هدية مجانية للعرسان الذين تم تزويجهم من الموقع وهي رحلة إلى شرم الشيخ ، وهذا يدل على تطور التكنولوجيا وانفتاحها حيث أصبح بإمكان الشباب الزواج عبر المواقع والقضاء على العنوسة ، تتوافق هذه الخدمات مع رغبات وتطلعات الشباب .

صور المخرج بلقطة قريبة جدا نور وليلي بعطوطي صاحبة موقع ست لما والمسؤولة عن الخدمات التي يقدمها الموقع ، بحركة كاميرا بانوراما أفقية من اليمين إلى اليسار ينتقل المخرج إلى تصوير مجريات حوار ليلي ونور وهي تخبره بالخدمات التي يقدمها موقع ست لما وأنه موقع رائع يوجد فيه كل شيء ، الجمع بين المتحابين ، تزويج الشباب ،

¹ الجزيرة:مقال بعنوان اقتصاد اللاعودة في مصر 2016 ، لعبد المنعم هيكال ،

تقديم رحلات مجانية وغيرها ، تحيل هذه الرسالة الألسنية إلى جوانب الرفاهية للدلالة على الامتيازات والخدمات التي يقدمها الموقع للشباب ، وهنا تقف هذه الدلالات التي تتعلق بالبيئة الانفتاحية في مصر والتشجيع على الاقتداء والإتباع الأعمى (إتباع الغرب) من خلال تتبع قيم غير القيم والعادات والتقاليد التي تسود الدول الإسلامية .

تنتقل الكاميرا بلقطة مقربة صورة نجمي حمادة مدير العلاقات العامة لفندق شرم الشيخ يخبر ليلى بالخدمات والنشاطات التي يقدمها فندق شرم شيخ لرحلة العرسان وبأنه سيكون المرشد السياحي والمسؤول على برنامج رحلة العرسان طيلة فترة إقامتهم مع توثيق كل شيء ودلالة ذلك على تأكيد مصداقية ست لما من خلال نشر صور العرسان خلال فترة إقامتهم في شرم الشيخ .

بالرغم من الترويج للمواقع في السينما إلا أنه يعاب إعطاء مواقع غير صحيحة. وذلك من خلال زيارتنا لهذا الموقع وجدنا أن الموقع يروج للمستحضرات التجميل وان عدد المتابعون 59 عدد قليل عكس ما تحدث عنه هاني في الفيلم انه لديه عدد كبير من متابعين وانه من أفضل المواقع وغيرها .¹

المطلب الثالث : مناقشة نتائج الدراسة

نتائج الدراسة :

من خلال تحليلنا لفيلمي أبو شنب ولف ودوران نستخلص العديد من النتائج نذكرها على النحو التالي :

1- لقد تم توظيف المنتوجات والعلامات التجارية في الأفلام العربية بشكل متباين ، حيث لمسنا من خلال تحليلنا للفلمين اهتمام المخرجين بأحجام ومواقع مختلف المنتوجات والعلامات الموظفة لما يلعبه ذلك من تأثير سيكولوجي على المتلقي ، معتمدين على زوايا تصوير ولقطات مختلفة مركزين على اللقطات المقربة قصد تحرير عواطف المتلقي والعمل على ترسيخ صور مثالية ، كان دور الموسيقى والمؤثرات الخاصة ضرورية لتوصيل الرسالة بشكل ممتاز .

2- لقد ساهم الحضور البصري للعلامات في الأفلام في أداء دور الإشهار التعريفي بمد المشاهد بالمعلومات اللازمة وإبراز العناصر المشكلة للهوية البصرية وذلك بتبيان رموزها ، أشكالها وتركيباتها اللونية ... الخ أما

¹ الست لما <https://m.facebook.com>

الاستعمال الصوتي المنطوق فأدى وظيفة تدعيميه بإضافة مدلولات جديدة للصورة الإشهارية عبر النص اللغوي للفيلم (الحوار ، التعليقات).

3- إن مجمل الدلالات الموظفة في الصورة الإشهارية المقدمة في الفيدي في محل الدراسة ، كان لها دور كبير في توجيه الأذهان نحو التقليد الأعمى ، لقد تضمن الفيديين الذين قمنا بتحليلهما دلالات تحيل إلى بعض الجوانب السلبية مثل التعارف بين رجل و امرأة عبر المواقع ، خروج رجل من دائرة الأقراب وتكوين علاقات خارج إطار العائلة (صداقة) .

4- عمل المخرج في فيلم لف ودوران على ترويج وتشجيع السياحة المصرية من خلال التركيز على المناطق السياحية الأكثر استقطابا للسياح في مصر (أهرامات ، غردقة ، شرم الشيخ) سواء السياح المحليين أو الأجانب .

5- تعمل الرسالة الإشهارية في الأفلام العربية على نشر وغرس الثقافة الاستهلاكية المجسدة لمواصفات العولمة في بعدها الاقتصادي ، تبين ذلك من خلال تحليلنا للفيديين ، إنتاج نموذج حياة فريدة وموحدة نستهلك فيها نفس الخدمات والمنتجات في كل مكان ، بالتالي خلق ثقافة استهلاكية موحدة (Apple ، سيارات من مختلف العلامات).

6- ركزت بنية الرسائل الإشهارية في الأفلام العربية على ربط العلامات والمنتجات بالموضوعات الإنسانية (الرفاهية ، الراحة) ، كما وجدنا مضامين رسائل إشهارية تستند على الحوافز النفسية لتمرير الدلالات .

7- نستخلص القول من خلال تحليلنا لفيدي أبو شنب ولف ودوران أن السينما تفوقت بفضل التكنولوجيا وإبداعاتها في إنتاجها للأفلام وذلك من خلال طرحها لأفكار ورسائل إيديولوجية عبر رسائل إشهارية داعمة بذلك تحرير المرأة ودخولها عالم العمل ومنافسة الرجل في المهنة الشاقة ، وإتباع الرجل النمط الغربي.

خلاصة

من خلال قيامنا بالتحليل السيميولوجي لفيلم دوران وأبو شنب بتطبيق مقارنة رولان بارت على عينة غير احتمالية قصدية، توصلنا من خلال دراستنا أن الفيلم ركز على الموروث الثقافي والاستهلاكي لتحقيق قدر كبير من تأثير على الجمهور عن طريق دلالات ومعاني التي تروج لها أفلام لتشهير بالعلامات وخدمات التجارية، على اعتبار أن هذا النمط الاشهاري يولد مجموعة من المعاني المتعلقة بقيم الثقافية والعملة وتغيير لأنماط المعيشية .

خاتمة عامة

لقد ساهم تزايد دور الإشهار في السينما العربية في جعل شاشتها ونجومها مسخرين في خدمة العلامات والمنتجات التجارية وازداد هذا التوظيف انتشارا مع استخدام التقنية التي مثلت منعرجا حاسما في تاريخ السينما ، واستقطابها لعدد كبير من الجمهور الذي تزامن بالموازاة مع ذلك في استقطاب مساهمات العديد من المعلنين ، بل أصبح هؤلاء مساهمين في صناعة وإنتاج الأفلام السينمائية الضخمة ، وعلى هذا النحو بدأت الدول العربية ظاهرة تقديم أفلام ذات مضامين إشهارية مؤثرة على الجماهير ، تستمد قوتها من قدرتها على التأثير عبر صور إشهارية غير واعية ، والتي تعتمد الإقناع السري كآلية لترغيب المتلقي في المنتجات المعروضة من خلال خطابات إيديولوجية .

ومن خلال تحليلنا لأفلام السينما العربية يتضح لنا أن نماذج الحياة الفريدة الموحدة تستخدم فيها نفس الخدمات والمنتجات في كل مكان وبالتالي خلق ثقافة استهلاكية موحدة لتحقيق قدر كبير من الإثارة و الإعجاب .

وما يجذب النظر في الأفلام والعلامات التجارية العربية هو التركيز على الموروث الثقافي خصيصا في السينما المصرية وذلك باستحضار بعض الأساطير المتجذرة في تاريخ مصر الحديث (أهرامات، شرم شيخ .. وغيرها) واستعمالها كأساليب إقناعية رمزية تتجاوز التمثيل المباشرة للمنتجات في الأفلام إلى ربطها بنمط الحياة الذي يمزج بين الأصالة والمعاصرة .

ومن منطلق التزامنا بالتحليل السيميولوجي كضرورة علمية فرضتها طبيعة دراستنا التي اهتمت بتحليل الدلالات والمعاني الضمنية للأفلام السينمائية ، التي تروج لمختلف العلامات والمنتجات والخدمات عبر رسائل إشهارية ضمنية بهدف استنطاق الدلالات الكامنة في الأفلام العربية ، من خلال فيلم أبو شنب ولف ودوران الذي قمنا بتحليله واستخرجنا مجموعة من الإشهارات الضمنية التي كانت تروج إليها عن طريق الأفلام ، وهذا م أكدته مدرسة نقدية أن الحقل الفني أصبح مجرد أداة للتأثير الإيديولوجي على الناس والترويج للقيم الاستهلاكية والتجارية ، مما أفقد الفن أصالته ، ليصبح مجرد شيء ووسيلة لخلق الفرحة وتحقيق المتعة والتسلية ولقضاء على الفراغ .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع:

1- المراجع :

أ. الكتب :

1. جيل ليوفيسكى جان سيرو، شاشة العالم ثقافة . وسائل إعلام وسينما في عصر الحداثة الفائقة، تر. صادق راوية ، ط1 ، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، 2012 .
2. رضوان بلخيري :مدخل لوسائل الإعلام والاتصال نشأته أو تطورها ، ط 1 ، جسور للنشر والتوزيع الجزائر، 2014 .
3. جان الكسان :السينما العربية في الوطن العربي ،إ أحمد المشاري ،د عالم المعرفة ،الكويت 1982 .
4. عبد الرؤوف الباسطي :الحياة الثقافية ،السينما ورهانات الحداثة ،م شهرية ، ع 198 ،تونس ، 2008، .
5. عبد القادر تلمساني :فنونا لسينما، م اقرأ الثقافي ،القاهرة 1001 .
6. د سمهان بن لعلام ،مدخلا لوسائل الإعلام والاتصال ، ط 1 ،د ن كوكب العلوم ،الجزائر 2022 .
7. جمال بالعربي : من سميولوجيا السينما إلى سميات الخطاب الفيلمي ،مركز البحث العلمي والتقني لتطوير اللغة العربية ، الجزائر .
8. جان كوكتو :فن السينما ،جمع وتحرير أندريه برنارد وآخرون، تر تناصر فاتح ، ط 1 ،دمشق المؤسسة العامة للسينما 2012 .
9. ماهر عودة الشمايلة وآخرون : تكنولوجيا الإعلام والاتصال ،د ن الإعصار العلمي ،2016 .
10. خالد أقليمي :السينما والجذور ، ك المجلة العربية 206 ،المملكة العربية السعودية ،1435 هـ
11. سمير فريد : السينما العربية قراءة في تاريخها وأفلامها ، ط 1 ،د ن شروق القاهرة 2010 .
12. بيرنار كاتولا :الإشهار والمجتمع ،ت سعيد بنكراد ، ط 1 ،د ن الحوار،سوريا 2012 .

ب - الرسائل الجامعية :

1. جودي عبد الحق ،الإشهار الضمني في السينما الأمريكية المعاصرة ،أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال ،ق الاتصال ج الجزائر 2019-2020 .
2. بن قدور عتيق :أفلمة و مسرحة النص الروائي العربي ،أطروحة دكتوراه ،ت نقد سينماتوغرافي سمعي بصري ،ق الفنون ،ج الجيلالي اليابس ، سيدي بلعباس، 2020، 2021 .

3. . أحمد بقالية :اتجاهات السينما المغربية المعاصرة قراءة في بعض النماذج ،أطروحة دكتوراه كلية الآداب والفنون ،ق الفنون الدرامية ،ج احمد بن بلة وهران 01 ،2018،2017 .
4. سطو طاح سميرة :الإشهار و الطفل ،دراسة تحليلية للأتماط الاتصالية داخل الأسرة من خلال الومضة الاشهارية وتأثيرها على السلوك الاستهلاكي للطفل ،رسالة دكتوراه ،ق ع الإعلام والاتصال ،ج باجي مختار عنابة ،2009/2010 .
5. زغداني مروى : جماليات الخطاب السردي في الفيلم السينمائي ،أطروحة لنيل درجة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام م1 والاتصال ،ق العلوم الإنسانية ،ج مُجّد خيضر بسكرة ،2022،2023 .
6. يوسف مُجّد هبة هبية :دلالة الزمان والمكان في السينما العربية ،أطروحة لنيل درجة دكتوراه في سمعي بصري ، مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب ، ج ع الحميد بن باديس مستغانم 2022 ،2023 .
7. نوار عبد الغني مُجّد ثابت ، العرب في دراسات هولود بعد الحادي عشرمنأيلول2001 ،استكمالا لمتطلبات درجة الماجستير في الدراسات الدولية من كلية العليا ، ج بيرزيت فلسطين ،2010 .
8. سفيان مختار :بنية الفيلم الروائي بين الدرامي والسردي، فيلم المحاكة لأور سن ويلز ،أطروحة لنيل درجة دكتوراه في فنون العرض،قسم الفنون ، ج سيدي بلعباس ،2022، 2023 .
9. جمال شعبان شاوش :بنية خطاب الصورة الاشهارية في التلفزيون الجزائري ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال .قسم الاتصال ، ج الجزائر 3 ،2016، 2015 .
10. فنوز بسمة : الرسالة الإشهارية في ظل العولمة ،مذكرة مكملة لنيل شهادة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة ، ق ع الإعلام والاتصال ،ج قسنطينة ،2007، 2008 .
11. علاء أحمد عواد عبد الرزاق ، أثر الأفلام السينمائية على الشباب الأردني مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى ، رسالة ماجستير في الإعلام ، ج الشرق الأوسط 2016 .

ج- المجالات :

1. . بغزو جلال وآخرون :مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية ،دور الإشهار السينمائي في التعريف بالمووروث الثقافي الجزائري اللامادي ، الملصق الإشهاري السينمائي لفيلم البوغي أتمودجا ، ع 2 ،م 10 ، مخبر علم اجتماع ، ج قسنطينة 2022 .
2. مجلة علمية محكمة ،عدد مزدوج بأعمال الملتقى الدولي حول البحث السيميائي المعاصر ، الواقع والأفاق ،مركز البحث العلمي والتقني بالجزائر ، ع 8 و 7 ،2011،2010 .

3. مختار بوعزة وآخرون : مجلة آفاق سينمائية ملصقات الأفلام عندما تمنتج السينما بفن الإشهار، ع 1 ، م 6 ، ج عبد الحميد بن باديس مستغانم ، ت ن 01,06,2019 .
4. يونس مُجدّ الحسين : التحولات السياسية في مصر كما يعكسها الفيلم السينمائي التاريخي ، باحث بمرحلة الدكتوراه ،مجلة كلية الآداب والعلوم ، ج 1 ، قسم علم الاجتماع ، ج قناة السويس .5
5. بن كاملة نجاة ،الإشهار والإعلان التسويقي بين المسرح والسينما،م7،ع2،مجلة آفاق السينمائية ،ج أحمد بن بلة ، الجزائر 2020 ت ن 2020/12/15
6. سفيان مختار:الحلول الإخراجية والإذاعية للفيلم السينمائي،مجلة النص ع 02،م7، ج جيلاني اليابس سيدي بلعباس

د الصحف :

1. الشرق الأوسط : صحيفة العرب الأولى ،بعنوان الأهرامات ...ختم المشاهير لزيارة مصر 22مارس2017.
2. عربية نيوز: بعنوان أسو تراجع سياحي بالعالم في 2016 ،22مارس2017 .10:13بتوقيت أبو ظبي.
3. الجزيرة:مقال بعنوان اقتصاد اللاعودة في مصر2016 ، لعبد المنعم هيكل، 04 /12/2016
4. العين الإخبارية : تقرير :انخفاض العملة وضعف السياحة في مصر يندران بتباطؤ النمو في2016 ،الخميس 2016/1/14 ،10:05 بتوقيت أبو ظبي .

د- المعاجم :

1. إبراهيم العريس ،السينما و المجتمع في الوطن العربي ،ط 1 ، القاموس النقدي للأفلام ،ط ن ، م دراسات الوحدة العربية ،ش البصرة ،بيروت ،2015 .

ذ-المراجع الأجنبية :

- 1 -Chantal Lai ,**Isabelle Aimé :Lamarque** ,Ed N°3, édition Dunod , paris, 2016 .
- 2 - Stéphane Debenedetti et Isabelle Fontaine :**Lacinémarpue :Septième**s Art ,publiquement des marques , revue Le Temps des médias, 1 n° 2,2004 .

3 -Benoit Londosy :**placementdeetmarquesetcinéma**, les liaisons dangereuses ?Institut de recherche d ,études en droit de I information de la communication , chronique cinéma ,5novembre , 2005.

الست لما <https://m.facebook.com> موقع

الملاحق



صورة 1: الطرشي



صورة 2 : سيارة wolkswagen



صورة 3: بدلة رياضية adidas



صورة 4: هاتف iPhone



صورة 5 : شاشة Chevrolet



صورة 6 : جهاز محمول Apple



صورة 7 : سيارة Mitsubishi



صورة 8: هاتف iPhone



صورة 9 : الأهرامات