

**"الملصقات السينمائية فى القرن العشرين"****( دراسة تحليلية لأساليب التصميم وعوامل التأثير البصرى للملصق السينمائى فى مصر )****"Movie Posters in the Twentieth Century"****An Analytical Study of Design Methods and Visual Impact Factors for the (Movie Poster in Egypt)**

أ.م.د/ دعاء فاروق بدوي الدسوقي

الأستاذ المساعد ورئيس قسم الاتصالات التسويقية المتكاملة كلية الإعلام – الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات

**Assist.Prof.Dr. Doaa Farouk Badawy Eldesouky****Associate Professor- Head of IMC Department Faculty of Mas communication – MTI University**[doaaeldesouky@hotmail.com](mailto:doaaeldesouky@hotmail.com)**المخلص**

يعتبر الملصق السينمائى من أهم أنواع الملصقات الإعلانية ، والذى يشكل فناً خاصاً قائماً بذاته ينبنى على الإبداع فى التصميم والتأثير البصرى والوجدانى لدى الجمهور . وما يعزز التأثير الوجدانى للملصق السينمائى هو التأثير البصرى للمفردات التصميمية داخل الملصق والتي تشكل سياقه التصميمى الذى يعبر عن مضمون الفيلم المعروض ويعطى إنطباعاً عما يحويه من أحداث. ونظراً لأهمية الملصق السينمائى كأحد فنون الملصق الإعلانى ونظراً لإنتشاره الكبير فى القرن العشرين كونه أحد أهم وسائل الإعلان بصفة عامة و الأفلام السينمائية بصفة خاصة ، لذا تم إختيار موضوع البحث الحالى من قبل الباحثة وهو دراسة أهم أساليب تصميم الملصق السينمائى فى القرن العشرين فى مصر وعوامل تأثيره البصرى على الجمهور والتي تعمل على إثارة إهتمام جمهور المتلقين وتحفيزهم نحو مشاهدة الفيلم. وقد تم عرض مشكلة البحث من خلال مجموعة من التساؤلات المطروحة. ويهدف البحث إلى التعرف على الأساليب التصميمية التى يتميز بها الملصق السينمائى المصرى فى القرن العشرين وكذا العوامل التصميمية التى تؤدى إلى تحقيق التأثير البصرى المرغوب للملصق ، كما يتبع البحث المنهج الوصفى التحليلى من خلال وصف وتحليل مجموعة من نماذج للملصقات السينمائية فى مصر فى الفترة من أوائل القرن العشرين وحتى نهاية السبعينات من القرن مستفيداً من دراسات ونظريات ذات صلة بموضوع البحث. وقد تم التوصل لمجموعة من النتائج التى تجيب عن تساؤلات البحث وتحقق فروضه ، وكذلك تم عرض أهم التوصيات من قبل الباحثة.

**الكلمات المفتاحية**

الملصق السينمائى ، القرن العشرون ، أساليب التصميم ، التأثير البصرى ، الملصق الإعلانى.

**Abstract**

The movie poster is one of the most important types of advertising posters, which constitute a special art on its own based on creativity in design and visual and emotional impact on the audience. Given the importance of the movie poster as one of the advertising arts , and due to its wide spread in the twentieth century, as one of the most important means of advertising in general and films in particular, here comes the topic of the current research, to study the most important design methods of movie posters in the twentieth century in Egypt and the factors of its visual impact on the audience, which work to arouse the interest of the audience and motivate them to seek & watch the desired film. The research problem was presented through a set of

questions as the research aims to identify the design methods that characterize the Egyptian movie poster in the twentieth century, as well as the design factors that lead to achieving the desired visual effect of the poster. The research also follows the descriptive analytical approach by describing and analyzing a number of samples for movie posters in Egypt in the period from the early twentieth century until the end of the seventies of the century, benefiting from studies and theories related to the subject of the research. A set of results have been reached throughout the research that answer the research questions and verify its hypothesis, as well as a presenting the most important recommendations.

### Keywords

Movie poster, Twentieth century, Design methods, Visual effect, Advertising poster.

### المقدمة

يعتبر الملصق السينمائي من أهم أنواع الملصقات الإعلانية الدعائية ، والذي يعتبر فناً خاصاً قائماً بذاته ينبني على الإبداع في التصميم و التأثير العاطفي والوجداني لدى الجمهور . ولعل ما يعزز هذا التأثير الوجداني هو التأثير البصري للمفردات التصميمية داخل الملصق وسياقه التصميمي الذي يعبر عن مضمون الفيلم المعروض ويعطى إنطباعاً عما يحويه من أحداث. ونظراً لأهمية الملصق السينمائي كأحد فنون الملصق الإعلاني و إنتشاره الكبير المرتبط بعرض الأفلام السينمائية بدور العرض ، والذي يعتبر أحد أهم وسائل الإعلان عنها ، بل أهمها على الإطلاق ، لذا تم إختيار موضوع البحث الحالي لدراسة أهم أساليب تصميم الملصق السينمائي في القرن العشرين وعوامل تأثيره البصري على الجمهور والتي تعمل على إثارة إهتمام جمهور المتلقين وتحفيزهم نحو مشاهدة الفيلم المعروض.

### وتتلخص مشكلة البحث في الإجابة التساولين التاليين:

- ١- ما هي أهم الأساليب التصميمية المستخدمة في تصميم الملصق السينمائي المصري في القرن العشرين؟
- ٢- ما هي أهم العوامل والأسس التصميمية التي تؤثر في نجاح الملصق السينمائي وتعمل على تحقيق التأثير البصري والوجداني المرغوب لدى الجمهور؟

### هدف البحث

يهدف البحث إلى التعرف على الأساليب التصميمية التي يتميز بها الملصق السينمائي المصري في القرن العشرين وكذا العوامل التصميمية التي تؤدي إلى تحقيق التأثير البصري المرغوب للملصق.

### فروض البحث:

يضع البحث فرضين أساسيين هما :

- ١- أن هناك علاقة فرضية بين إستخدام أساليب تصميمية محددة في تصميم الملصقات السينمائية المصرية في القرن العشرين وبين تحديد شخصية الملصقات السينمائية وأعطائها سمات مميزة
- ٢- أن هناك علاقة فرضية بين مراعاة العوامل والمقومات البصرية في تصميم الملصق السينمائي وبين نجاح الملصق وتحقيق التأثير البصري المرغوب من خلاله.

## منهج البحث

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي في وصف وتحليل مجموعة من النماذج لمصقات سينمائية مصرية في القرن العشرين تطرح مشكلة البحث ، وذلك من خلال دراسات وأطر نظرية ذات صلة.

## حدود البحث

يتناول هذا البحث بالدراسة المصقات السينمائية في مصر في القرن العشرين في الفترة من أوائل القرن وحتى نهاية السبعينات.

## خطوات البحث

تشمل الدراسة النظرية للبحث أربعة محاور رئيسية وهي كالتالي:

- **المحور الأول:** نبذة تاريخية عن الملصق السينمائي في مصر وتطوره .
- **المحور الثاني:** الخصائص البصرية للملصق السينمائي في مصر وأهم الأسس الفنية التي يقوم عليها تصميم الملصقات السينمائية.
- **المحور الثالث:** أهم المدارس والأساليب الفنية التي أثرت على تصميم الملصقات السينمائية في مصر في القرن العشرين.
- **المحور الرابع:** عرض لنماذج من الملصقات السينمائية في مصر في القرن العشرين وتحليلها من حيث الأساليب الفنية المستخدمة في تصميمها.

## الدراسات السابقة

- ١- إيفان أديب كامل ، الأسس التصميمية و الفنية للملصق السينمائي (الأفيش) في مصر كمدخل لتدريس الإعلان ، بحث منشور في مجلة بحوث في التربية الفنية والفنون ، المجلد ١٩ ، العدد (١) ، يناير ٢٠١٩ .
- ٢- دينا محمد عناد ، السمات الفكرية والجمالية للتكوينات الفنية في التصميم الطباعي المعاصر ، بحث منشور في المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الفنون والتصميم ، جامعة الزرقاء ، الأردن ٢٠١٦ .
- ٣- الإبداع الرقمي لإحياء فن بورتريه الأفيش السينمائي الجرافيكي كعنصر ترويجي فعال لدراما الروايات السينمائية المصرية ، بحث منشور في مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد الخامس - العدد الحادي والعشرون ، مايو ٢٠٢٢ .

## الملصق السينمائي في مصر- نبذة تاريخية

في أوائل ومنتصف القرن العشرين ومع بداية ظهور السينما كانت الملصقات السينمائية والتي أطلق عليها "الأفيشات" ترسم بالأيدي على واجهات دور العرض السينمائي في مصر لاسيما دور عرض الدرجة الثالثة ، والتي كان يطلق عليها "الترسو" كسينما «الكورسال»، وسينما «على بابا» بحي بولاق أبو العلاء . وقد بقيت دور عرض "الترسو" بأفيشاتها ذات الألوان المبهرة والرسوم الصريحة منتشرة خاصة في الأحياء الشعبية حتى نهاية التسعينيات . ومع بداية ظهور الملصقات السينمائية كانت توضع الأفيشات خارج دور العرض السينمائي ، وكان المورد لها هو في الأغلب موزع الفيلم ، وكان الموزع يسترد الملصقات الدعائية لكل فيلم مع إنتهاء دورة عرضه في دار العرض حتى يتمكن من إعادة استخدامها في دور عرض الفيلم التالية.

كانت صناعة الأفيش في البداية نوعاً من الإجتهد الشخصي والرؤية الفنية الذاتية لأشهر الرسامين في وقتها، وغالبا ما كانوا من الإيطاليين والأرمن والعرب الشوام مثل حسن جسور مصمم أفيشات أفلام الثلاثية لنجيب محفوظ «السكرية/ قصر الشوق/ بين القصرين» ، ثم توالى بعدها ظهور أجيال ومدارس من الرسامين ومصممي الأفيش، وظهرت العديد من الورش في هذا المجال مثل ورشة إعلان «الثغر» وصاحبها خميس الثغر ، وورشة «المصرى» لوحيد شعير ، و«مطابع السينما العربية» للفنان جسور ، والتي تعتبر من أهم المؤسسات الأهلية التي عملت لسنوات طويلة في تنفيذ ملصقات الأفلام. وتبلغ أهمية "الأفيش" بالنسبة لصناع العمل السينمائي حد رفض بعض الممثلين الإتفاق على التعاقد دون معرفة موضع اسمه على الملصق ، ويعد ترتيب أسماء الممثلين على الأفيش من أكثر المشاكل التي تواجه منتج العمل ؛ فالمنتج هو الذي يتحكم في طريقة وضع أسماء وصور وحجم بنط أسماء أبطال الفيلم ، وقد يلجا مصمم الملصق إلى التغيير في أسماء الممثلين عبر تعليقاتها أو تغيير الخط ، وأحيانا يلجأ إلى وضع صورهم فقط من دون وضع أسماء. ومنذ نشأة الملصق السينمائي وحتى اليوم تعد الأفيشات أو ملصقات الأفلام أهم جزء في تقديم الفيلم للجمهور، ويتوقف عليها جذب وتشويق المشاهد للإقبال على الفيلم المعروف ، فمع نهاية تصوير كل فيلم يستعين المنتج بمصممي الجرافيك من أجل إخراج ملصق جذاب ومبهر قدر الإمكان ، حيث يجب أن يتضمن الملصق رسالة الفيلم ، وكل ما يمكن أن يلفت إنتباه المشاهد. (مؤمن، ٢٠١٩)

### الخصائص البصرية للملصق السينمائي في القرن العشرين

تميز الملصق السينمائي في القرن العشرين ، مع بداية ظهور فن السينما وحتى سبعينات القرن ، بإستخدام الصور والرسوم وبخاصة الرسوم اليدوية ، حيث كان الملصق السينمائي يقوم على تجسيد صور أبطال الفيلم أو أجزاء من المشاهد السينمائية بإستخدام الرسم اليدوي على أفرخ ورقية ، كذلك معتمداً على مهارة الخطاطين ، وذلك قبل أن تحتل المطابع الحديثة هذا الدور وتقدم من منظور تقني إعلانات مختلفة مضيئة ، ومتحركة ، وتعتمد على فوتوغرافيا اللقطة وتجسيم الوجوه والأجساد. وكان أهم ما يميز الملصق السينمائي في القرن العشرين إستخدام الألوان البراقة عالية الشدة والأشكال والرسوم الكبيرة التي تقوم على الإبهار والإثارة في بعض الأحيان ، وذلك لجذب إنتباه الجمهور وإثارة إهتمامه لتحفيزه لمشاهدة الفيلم. ومن أبرز ما كان يميز هذه الرسوم العناية بدقة التشابه بين الرسم وبين صور أبطال الفيلم أكثر من الإهتمام بجمالية التعبير. وقد جرت محاولات للخروج عن النمط المألوف في تصميم هذه الملصقات، وذلك باللجوء إلى أسلوب الرسوم الكاريكاتيرية ، والتي تركزت أكثر في الأفلام الكوميديية في دلالة على أنها ضاحكة وفكاهية وخفيفة ، كذلك تميزت بعض الملصقات السينمائية اللاحقة بإستخدام مجموعة من الصور الفوتوغرافية من الفيلم يجرى تقطيعها وتوزيعها في مساحة الملصق ، أو تحديد صورة واحدة أو إثنين تعبران عن مضمون العمل ، مع إستخدام لمسات فنية لإبرازها. (عسل، ٢٠١١)

### أهم الأسس الفنية التي يقوم عليها تصميم الملصقات السينمائية

من الأهمية هنا التطرق إلى الأسس الفنية التي إنبنى عليها تصميم الملصقات السينمائية في القرن العشرين والتي كما ذكرنا كانت لها سمات محددة وواضحة في هذه الفترة الزمنية ، والتي أثرت بشكل كبير على شخصية الملصق السينمائي وأعطته ملامحه المميزة. ويمكن فيما يلي عرض أهم الأسس الفنية التصميمية التي قام عليها تصميم الملصقات السينمائية في القرن العشرين كما يلي:

**صياغة الشكل: Formation**

إعتمد التصميم الجرافيكي للملصق السينمائي على الصياغة الفنية للأشكال والعناصر التي يحتويها الملصق ، والتي تتمثل في الصور ، والرسوم ، والخطوط ، والملامس ، والكلمات ، والألوان ، وغيرها من العناصر الفنية المكونة للملصق السينمائي ، وتنظيمها بحيث تبدو ذات سمة جمالية وتساعد الناس على فهم الملصق ورسالة العمل الفني المقدم من خلاله . ولا يقتصر الفهم هنا على ما يراه الناس من أشكال أو صور فقط ، ولكن ماذا تعنى رؤية هذه الأشكال بالنسبة لهم ، أى إدراكها الجيد وربطها بموضوع الفيلم أو مضمونه ؛ فالمصمم كان يصنع من خلال هذه الصياغة حالة درامية وعاطفية تؤثر فى الجمهور المتلقى وتدفعه نحو الذهاب لمشاهدة الفيلم بعد جذب إنتباهه وإثارة إهتمامه من خلال تصميم الملصق.

ولهذا كان إهتمام المصمم بإختيار العناصر التي تعبر عن هدف ورسالة التصميم بدقة من الأمور شديدة الأهمية ، لأن كل عنصر من عناصر الملصق هو عبارة عن أداة تؤدي وظيفة معينة ؛ فعلى سبيل المثال إذا تم وضع دائرة فى التصميم فإن العقل البشرى يتواصل معها ويربطها بأشياء يمكن أن يتذكرها مثل الشمس ، أو القمر ، أو كوكب الأرض ، أو الكرة ، أو العملة المعدنية وغيرها . وعندما نرى تصميماً لملصق سينمائي ونصفه بأنه "جميل" فإنه يمكننا أن نستبدل مصطلح "جميل" هنا بمصطلح "حل صحيح" ، مما يعني أن أجزاء التصميم وعناصره مرتبطة ببعضها البعض ولا يبدو أن أى جزء منها غير مدروس أو غريب عن أى جزء آخر ، الأمر الذى يجعل التصميم قادراً على أن يعطى شعوراً بالثقة والمصادقية ويوصل الرسالة والهدف المرغوب منه بقوة وسهولة.

**الفضاء أو الفراغ Space**

وهنا نصف التصميم على أنه شكلاً ثلاثى الأبعاد أو أن له صفة التجسيم ، ولكنه فى الحقيقة عبارة عن تصميم ثنائى الأبعاد ، وهذا المفهوم ينطبق على أى تصميم بصري نراه مثل الصور الفوتوغرافية ، أو لافتات الإعلانات أو صفحات الإنترنت إلخ. ويعتبر تصميم الفراغ فى الملصق السينمائي من أهم الأسس الفنية التى قام عليها تصميم الملصق ، حيث إستخدمه المصمم بدقة بحيث يعمل هذا الفراغ على إعطاء مساحة مريحة بصرياً حول الصور والأشكال والرسوم المستخدمة فى الملصق ، إلى جانب توفير مساحة لوضع الكتابات والعناصر المكملة للتصميم ، مثل العلامة التجارية أو ما يخص أماكن ومواعيد العرض.

**مستوى الصورة Picture Plan**

إن الحيز الذى يشغله نموذج التصميم أو المساحة التى يتم تصميم العمل الفني بها يطلق عليه علمياً مصطلح "مستوى الصورة" أو "picture plan" . وقديماً كان الرسامون يتخيلون مستوى الصورة كأنه نافذة بين العالم المادى والعمق الوهمى أو التخيلى للتصميم . وينطبق هذا الإحساس بالعمق على مستوى الصورة ليعطى للمصمم الفرصة لإعطاء التصميم صفات مثل التعبيرية والتجريدية. (سمارة ، ٢٠٢٠)

**تنسيق التصميم Design Format**

وهى القدرة على التنسيق بين الشكل والفراغ ومساحة التصميم. ونلاحظ أنه عند تصميم نموذج ما فى مساحة معينة لا بد من حساب مسألة النسبة والتناسب بين شكل النموذج والمساحة الكلية للتصميم ، لأن هذه النسبة تؤثر بشدة على وضوح رؤية العناصر المكونة للتصميم ، وبالتالي على هدف ورسالة التصميم.

ومن أهم ما يميز تصميم الملصق السينمائي في هذه الحقبة هو استخدام أشكال ورسوم وكتابات كبيرة الحجم نسبياً لتعمل على جذب إنتباه الجمهور ، ولكن دون الإخلال بالتنسيق الجيد لهذه العناصر داخل التصميم.

### أهم المدارس والأساليب الفنية التي أثرت على التصميم البصرى فى القرن العشرين:

ارتبطت أساليب التصميم الفنى فى القرن العشرين بأهم المدارس الفنية التى ظهرت مع أوائل القرن والتي كان من أشهرها المدرسة الإنطباعية ، والتعبيرية ، والتجريدية ، والوحشية ، والتكعيبية والسريالية. وارتبطت بهذه المدارس مجموعة من المعانى والمفردات الأدبية مثل الرمزية ، والمثالية ، والكلاسيكية ، و الواقعية ، والرومانتيكية . ولقد أثرت هذه الإتجاهات فى التكوين الفنى للتصميمات البصرية ، ومنها تصميم الملصقات السينمائية ، فأصبغت عليها سماتها فى التشكيل ؛ فظهرت الواقعية فى تصميم الملصق السينمائي لتعبر عما تراه العين فى الموضوعات الحياتية مجسدة لهذا الواقع ومعبرة عنه.

فى حين طغت روحية الفكرة أحياناً لتعطى المبالغة فى تصوير المشاهد التراجيدية أو الدرامية فى الملصق السينمائي لتبرز الجانب العاطفى أو الرومانسى للأحداث ، فعبرت عن المشاهد الأكثر شاعرية أو عنف ، وإظهار الأبطال أعظم بطولة ، والنساء أروع فتنة وجمالاً. أما الإتجاه التجريدى فكان له أسلوبه التعبيري الخاص فى مغادرة الواقع ، والإنصراف عن محاكاة الطبيعة المرئية والحقائق المادية ، والميل إلى تلخيص العناصر والمساحات والألوان ، فظهر الجانب الإبتكارى فى تصميم الملصق السينمائي وما يحمله من عناصر تشكيلية مميزة. ولقد شكلت التكوينات الواقعية رافداً سرعان ما تحول إلى توظيف الرسوم بدلاً من الصور، وإتسمت التكوينات بالواقعية لترجمة الأفكار بما تحمله من قيم جمالية لتنتقل الرسالة الإتصالية من خلال محاكاة الواقع فى التصميم ، وذلك لتحقيق الجانب الوظيفى المرغوب. وما زالت الواقعية حاضرة على نحو كبير فى عدد لا بأس به من الملصقات السينمائية والتي تعبر بشكل متطابق عن الواقع الذى لا ينفصل عن الطبيعة أو الإنسان. (عناد ٢٠١٦ ، ٧٤)

### أساليب تصميم الملصق السينمائي فى القرن العشرين

على الرغم من وجود سمة سائدة فى تصميم الملصقات السينمائية مع بداية ظهور السينما وحتى ما بعد منتصف القرن العشرين ، إلا أننا يمكن أن نرصد مجموعة من الإختلافات فى أساليب التصميم للملصقات السينمائية وطريقة صياغة العناصر التصميمية داخل الملصق ، وذلك حسب مضمون الأفلام والإختلاف الزمنى لعرض كل فيلم . كذلك فئة الجمهور المشاهد والذى يجذب لنوع معين من الأفلام حسب الفئة العمرية أو الطبقة الإجتماعية التى تفضل موضوعات بعينها أو أبطال محددين. وفيما يلي يمكن رصد مجموعة من الأساليب التصميمية التى تميزت بها الملصقات السينمائية المصرية فى القرن العشرين ، وذلك من خلال عرض وتحليل مجموعة من النماذج للملصقات السينمائية كالتالى:

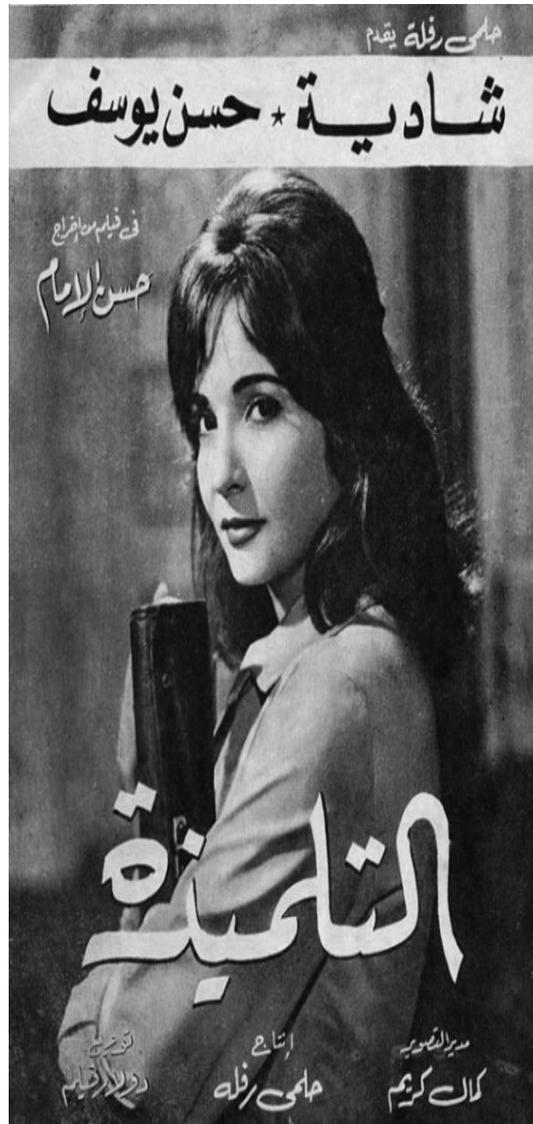
### الأسلوب الواقعى Realistic Style

حيث يستخدم المصمم صوراً أو رسوماً واقعية مطابقة لأبطال الفيلم أو المشاهد السينمائية المعروضة خلاله ، و حيث يطابق المصمم أو الرسام بدقة بين المشهد الأصيل فى الفيلم وبين العناصر الداخلة فى تصميم الملصق.

ويتميز هذا الأسلوب بتفاصيل دقيقة لمحاكاة الصورة الأصلية قدر الإمكان ، وعادة ما يتحقق ذلك عن طريق استخدام الصور الفوتوغرافية أو الرسم باستخدام أقلام الحبر أو أقلام الرصاص. (كويلى ٢٠٢٠ ، ٢٧)

ويعتبر ملصق فيلم التلميذة (نموذج رقم ١) ، الذى أنتج عام ١٩٦١ من بطولة الفنانة شادية والفنان حسن يوسف ، إنتاج حلمى رفلة ، وإخراج حسن الإمام ، مثلاً واضحاً على استخدام الأسلوب الواقعى فى تصميم الملصق السينمائي ، حيث

إستعان المصمم بصورة واقعية لبطلة الفيلم بالأبيض والأسود ، كمكان أساسي لتصميم الملصق مع إضافة الكتابات التي توضح أسماء باقى أبطال الفيلم وفريق العمل.



نموذج رقم (١)  
ملصق فيلم "التعبئة"

### الأسلوب الرمزي Symbolic Style

الرمزية فى الفن تشير إلى التعبير عن الأفكار والمشاعر عن طريق إستخدام مفردات بصرية تصويرية ، لا يشترط إرتباطها بشكل مباشر بتلك المعانى أو الأفكار ، ولكن ترتبط بها بدلالات بصرية و سيموطيقية تعبر عنها. ومن الممكن للرموز أن تأخذ أشكالاً قد لا توصف بشكل واقعى ، كالأحلام والرؤى مما يؤدي إلى إعطائها أشكالاً جديدة. (The Art Story, 2022) وقد تم إستخدام الأسلوب الرمزي فى الملصقات السينمائية بشكل عام ، ولاسيما الملصقات السينمائية المصرية ، بأسلوب يمزج بين المحاكاه الواقعية والتعبيرية ، ويعتمد بشكل أساسى على إستخدام الرموز وتبسيط العناصر البصرية المستخدمة . وأهم ما يميز هذا الأسلوب هو الغرابة ، والغموض الذى يدعو المتلقى إلى أعمال العقل فى محاولة لفهمه وتفسيره. ويعتبر ملصق فيلم "زهور برية" (نموذج رقم ٢) من إنتاج الوكالة العربية للسينما عام ١٩٧٢ ، ومن بطولة الفنانة نادية لطفى والفنان حسين فهمى وإخراج يوسف فرانسيس ، من أهم الملصقات السينمائية التى قامت على إستخدام

يوليو ٢٠٢٤

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع - السادس والاربعون

الرمز فى التصميم ، حيث إستخدم المصمم رموزاً مثل العين ورسوم الوشم الملونة للتعبير عن مضمون الفيلم ، والذى يجذب الإنتباه ويثير الإهتمام ، مما يدفع المشاهد لإعمال العقل فى محاولة لفهم هذه الرموز وإرتباطها بموضوع الفيلم.



نموذج رقم (٢)

ملصق فيلم " زهور برية"

### الأسلوب الهزلى Comic Style

وهو أسلوب يعبر عن المرح والكوميديا ويمنح إنطباعاً بالضحك والبهجة ، وعادة ما يتم تنفيذ هذا الأسلوب بإستخدام الرسوم الكاريكاتيرية والمتحركة . ويمكن إعتبار هذا الأسلوب أسلوب فنى غير واقعى أو شبه واقعى. كذلك يتميز هذا الأسلوب بإستخدام الخطوط والرسوم البسيطة ، والثراء فى إستخدام الألوان المشبعة والصريحة ، كذلك قد يحتوى على

عناصر ومفردات من وحي الخيال. (كويل ٢٠٢٠، ١٥)



نموذج رقم (٣)

ملصق فيلم "مراتي مدير عام"

ويمثل ملصق فيلم "مراتي مدير عام"، (نموذج رقم ٣)، والذي أنتج عام ١٩٦٦، من بطولة الفنانة شادية والفنان صلاح ذو الفقار وإخراج فطين عبد الوهاب، نموذجاً واضحاً لتصميم الملصق القائم على الأسلوب الهزلي في التصميم، والقائم على استخدام الرسوم الكاريكاتيرية للتعبير عن الجانب الكوميدي للفيلم، وحيث استخدم المصمم رسم الكاريكاتير لشخصيات أبطال الفيلم، مع إضافة عنصر الكتابة بشكل يعبر عن المرح للتعبير عن مضمون الفيلم.

### الأسلوب التعبيري Expressive Style

إن التعبير كصفه من صفات الفن التشكيلي يعنى عملية التبليغ التي تحدث من خلال الأشكال والعناصر الفنية، وغالباً ما يكون التعبير عن المشاعر أو العواطف أو الحالات الذهنية التي تثيرها الأشياء أو الأحداث في نفس الفنان. ويقوم الأسلوب

التعبيري على رفض مبدأ المحاكاة ، حيث يتم حذف صور العالم الحقيقي بحيث تتلاءم مع هذه المشاعر والعواطف والحالات ، وذلك من طريق تكثيف الألوان، وتشويه الأشكال ، وإصطناع الخطوط القوية والمتضادات المثيرة. (مصلحة ١٩٩٧، ٦٣-٦٤)



#### نموذج رقم (٤)

#### ملصق فيلم "النداهة"

ويستخدم ملصق فيلم "النداهة" (نموذج رقم ٣) ، إنتاج عام ١٩٧٥ ، وبطولة الفنانة ماجدة والفنان إيهاب نافع والفنان شكري سرحان ، وإخراج حسين كمال ، الأسلوب التعبيري في صياغة العناصر التصميمية والتمثيل البصري لموضوع الفيلم ، حيث استخدم المصمم ثلاثة رسوم لبطلة الفيلم بشكل متكرر وبألوان متدرجة للتعبير عن الحالة الذهنية التي تمر بها البطلة في أحداث الفيلم ، والتي نكتشفها عند مشاهدة الفيلم . كما عبر هذا التكرار عن حالة الخروج النفسى الذى مرت به بطلة الفيلم متأثراً بالعوامل الخارجية التى أحاطت بها والتي عبر عنها ببراعة إسم الفيلم .

#### الأسلوب التجريدى Abstract Style

وهو أسلوب يبتعد عن التمثيل الواقعى أو المحاكاة الواقعية للأشكال والرسوم ، ويعتمد إلى حد كبير على التلخيص والإختزال لعناصر التصميم ، وإعتماد المصمم على رؤيته الخاصة فى التعبير.

وأهم ما يميز هذا الأسلوب البساطة والإختزال وكذا الغموض الذى يدفع المتلقى إلى محاولة الكشف عن معانى المفردات البصرية المستخدمة فى التصميم.



نموذج رقم (٥)

ملصق فيلم "الحرام"

ويعتبر ملصق فيلم " الحرام" ، (نموذج رقم ٥) ، إنتاج عام ١٩٦٥ ، من بطولة سيدة الشاشة العربية الفنانة فاتن حمامة ، والفنان زكى رستم والفنان عبد الله غيث ، وإخراج هنرى بركات مثلاً جيداً لإستخدام التجريد فى تصميم الملصق السينمائى . ويميل تصميم هذا الملصق للتجريدية الهندسية ، حيث قام المصمم باستخدام مستطيل أفقى من لون واحد وهو اللون البنفسجى ليضع فيه رسم تلخيصى لوجوه أبطال الفيلم ، وإستخدم بالتقاطع مع هذا المستطيل الكتابات التى تعبر عن إسم الفيلم ، وطاقم عمل الفيلم بشكل طولى ، وكأنها داخل مستطيل رأسى آخر يتقاطع مع المستطيل الأول. كما ظهرت كل هذه العناصر على خلفية من اللون الأسود التى هى مساحة التصميم الكلية للملصق.

### الأسلوب التشويقي Thrill Style

وهو أحد الأساليب التعبيرية فى صياغة العناصر المكونة لتصميم الملصق ، ولكن يركز هذا الأسلوب على الملامح التعبيرية ، وعلى العناصر البصرية التى تعبر عن الإثارة والتشويق بشكل أساسى.

يوليو ٢٠٢٤

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع - السادس والاربعون

وقد ظهر هذا الأسلوب بشكل كبير في تصميم الملصقات السينمائية المصرية التي تتناول الموضوعات الجاذبة للجمهور مثل جرائم القتل والرعب والإثارة.

ومن أهم الملصقات السينمائية التي استخدمت الأسلوب التشويقي في التصميم هو ملصق فيلم "باب الحديد" (نموذج رقم ٦) ، إنتاج عام ١٩٥٨ ، وبطولة يوسف شاهين وهند رستم وفريد شوقي ومن إخراج يوسف شاهين .



نموذج رقم (٦)

ملصق فيلم "باب الحديد"

### أسلوب الكولاج Collage Style

ويتميز هذا الأسلوب الفني باستخدام مجموعة من الصور أو الرسوم كقصاصات ، وتنظيمها أو ترتيبها بشكل معين وفق رغبة المصمم ، وبما يحقق الهدف من التصميم .

يوليو ٢٠٢٤

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع - السادس والاربعون

ومن الملصقات السينمائية التي إستخدمت أسلوب الكولاج ملصق فيلم " قنديل أم هاشم" ، (نموذج رقم ٧) ، إنتاج عام ١٩٦٨ ، بطولة سميرة أحمد وشكري سرحان وإخراج كمال عطية. وقد إستخدم المصمم مجموعة من المربعات والأشكال الهندسية التي تحوى صوراً لأبطال الفيلم وتم توزيعها داخل الملصق مع الكتابات ليعبر عن مجموعة من المشاهد داخل الفيلم.



(7) نموذج رقم

ملصق فيلم " قنديل أم هاشم"

### أسلوب المونوكروم Monochrome Style

وهو أسلوب فى التصميم البصرى قائم على إستخدام لون واحد فقط ودرجاته مع الأبيض والأسود والرمادى. ويتميز هذا الأسلوب بالمغايرة والتجديد والخروج عن المألوف حيث أن السائد إما إستخدام التصميمات الملونة أو الأبيض والأسود ، أما تصميم المونوكروم والقائم على إستخدام لون واحد فقط ودرجاته ، فهو يمثل مزجاً بين أسلوبين ، الأمر الذى يضيف عليه تميزاً وجدة. ويظهر هذا الأسلوب فى عدد من الملصقات السينمائية فى القرن العشرين من أهمها ملصق فيلم " حياة أو موت" ، (نموذج رقم ٨) ، إنتاج عام ١٩٥٨ ، وبطولة الطفلة ضحى أمير ، والفنان عماد حمدي والفنانة مديحة يسرى

يوليو ٢٠٢٤

مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - المجلد التاسع - السادس والاربعون

، ومن إخراج كمال الشيخ. يظهر في هذا الملصق استخدام المصمم لصورة الطفلة بظلة الفيلم بالأبيض والأسود ، وتم معالجتها بصرياً بإضافة اللون الأحمر مع درجاته في أجزاء من ملابس الطفلة ، وتم استخدام اللون الأحمر مرة أخرى في الكتابات التي تعبر عن إسم الفيلم وعن الجملة الدعائية للفيلم.



نموذج رقم (٨)

ملصق فيلم "حياة أو موت"

ومما سبق يتضح أن الملصقات السينمائية في القرن العشرين قد تميزت باستخدام مجموعة من الأساليب التصميمية المختلفة في تصميم الملصقات وأعطتها سماتها الفنية الخاصة كتصميمات فنية متفردة.

وبالإضافة للأساليب الفنية التي تميز بها تصميم الملصقات السينمائية في القرن العشرين ، فلقد وجد أن هناك مجموعة من العوامل و المقومات البصرية التي تساعد على نجاح الملصق السينمائي من خلال تحقيق التأثير البصري المرغوب للملصق.

ويمكن عرض هذه العوامل و المقومات فيما يلي:

## العوامل والمقومات البصرية المؤثرة في نجاح الملصق السينمائي

## الإنتباه Attention

يعتبر جذب الإنتباه أولى خطوات نجاح التصميمات الفنية البصرية بشكل عام ، والملصقات السينمائية بشكل خاص ، حيث يعمل جذب الإنتباه كإثارة إهتمام الجمهور بالملصق والبدء في تحقيق الأثر البصرى والوجدانى المرغوب من خلاله وهناك صيغة بسيطة للأداء لابد من العرف عليها لتحقيق الأثر البصرى والوجدانى المرغوب من خلال الملصق السينمائي ، ويمكن التعبير عنها بالإختصار AIDA . وهذا الإختصار يمثل الحروف الأولى لأربع كلمات بالإنجليزية هي Attention الإنتباه ، و Interest الإهتمام ، و Desire الرغبة ، و Action الفعل.

إن الخطوة الأولى ، والأكثر أهمية بالنسبة للمصممين ، هي الإنتباه ، أى جذب إنتباه الجمهور أو المارة وتشجيعهم على مشاهدة الملصقات ، وذلك لتتابع بعد ذلك خطوات الإتصال الثلاثة التالية بين الملصق وبين الجمهور. ، وهي الإهتمام ، والالرغبة ثم الفعل أو الإستجابة. ولا يتحقق ذلك بالضرورة من خلال الصور الإستفزازية أو الرسومات التى تتسم بالمبالغة ، على الرغم من أنها تتمتع بميزة جذب الإنتباه ، ولكن يمكن تحقيق ذلك باستخدام صور لشخصيات الفيلم أو نقطة حبكة رئيسية فى الأحداث ، أو أسلوب تصميمى مختلف يبعد عن المباشرة والتقليدية ، وكذا باستخدام الألوان القوية والجاذبة يمكن للمصممين تحقيق مستوى معين من جذب إنتباه أى شخص يشاهد الملصق.

## الأيقونية Iconography

لقد وجد أن أكثر الملصقات السينمائية فاعلية هي الأيقونية ، حيث تقدم الموضوعات فى الفيلم دون اللجوء إلى التصريح المباشر بما يدور بداخله ، وذلك من خلال إستخدام الصور سواء كانت لقطة قريبة لشخصية أو عنصر ما يمثل نقطة حبكة رئيسية بالفيلم ، أو رسماً بسيطاً غير مألوف. هذا التعبير الأيقونى يمكن أن يكون وسيلة فعالة بشكل كبير لجذب الانتباه وخلق الإهتمام في وقت واحد.

## إثارة الإهتمام (خلق الحافز للمشاهدة) Interest

ويمكن تحقيق ذلك باستخدام صورة توفر للمشاهدين فكرة عن القصة ، حيث تستخدم العديد من أفضل ملصقات الأفلام الحديثة صوراً تضع المشاهد فى منتصف مشهد من الفيلم ، مما يخلق توتراً وحافزاً كبيراً للمشاهدة. وهنا ينشأ الحافز لدى المتلقى من أجل حل الموقف ، حيث يحتاج الشخص الذى ينظر إلى الملصق إلى مشاهدة الفيلم ومعرفة ما يحدث.

## النمط أو الأسلوب Style

سواء كان الفيلم إبداعياً أو تجارياً ذائع الصيت ، فإن الأسلوب الذى يميز الملصق السينمائي يلعب دوراً شديداً الأهمية . فبقد إستخدمت بعض الملصقات السينمائية التى لا تنسى أنماطاً فنية جريئة وفريدة من نوعها وجاء ذلك بنتائج عالية لصالحها. وما يميز هذه الملصقات عن منافسيها هو إتساقها مع موضوع الفيلم ، ومع الأسلوب المستخدم فى كل المواد الترويجية للفيلم ، وطوال الفيلم نفسه.

## الجاذبية طويلة المدى Lasting Appeal

في نهاية عروض الأفلام ، بعد الإصدار ونهاية العروض السينمائية ، سيتم تقليص حجم الملصقات السينمائية إلى جزء صغير من حجمها الأصلي لإصدار الإسطوانة المدمجة الخاصة بالفيلم DVD. فى حين أن عددًا متزايدًا من الأفلام يستخدم

تصميمات مختلفة لأغلفة إسطوانات DVD الخاصة بهم ، والتي تختلف عن الملصقات الترويجية الموجودة في دور العرض ، فإن معظم الأفلام الكلاسيكية والأفلام عالية الميزانية لا تزال تستخدم الملصق نفسه لكليهما. هذا يعني أن الصور والعناوين ونقاط الجذب الرئيسية في تصميم الملصق السينمائي يجب أن تكون مرئية بشكل جيد على غلاف إسطوانة الـ DVD الصغيرة كما هي على ملصق الفيلم الضخم ، هذا يعني أنه لكي يحقق الملصق السينمائي جاذبية وفاعلية طويلة المدى لابد وأن يتمتع بقابلية تصميمية للتطوير واضحة ودائمة.

### القابلية للتمييز Recognisability

وتظهر القابلية للتمييز بشكل كبير في الأفلام التي تحتوي على عدة أجزاء ، ففي حالة تصميم ملصق سينمائي لفيلم متعدد الأجزاء فإنه يجب مراعاة الإتساق بين تصميم الملصق لكل جزء من الفيلم حتى يتم التعرف عليه بسهولة . يؤدي ذلك إلى خلق شخصية خاصة وسمة مميزة للفيلم من خلال تصميم الملصق السينمائي الخاص به ،والذي يعمل على النجاح الترويجي للفيلم وجذب مشاهديه بشكل أسرع. ( Collins , 2015 )

### نتائج البحث:

تم التوصل من خلال هذا البحث لمجموعة من النتائج أهمها :

- ١- أن الملصق السينمائي المصري في القرن العشرين إتنم بمجموعة من الأساليب الفنية في تصميمه ، والتي من أهمها الواقعية والرمزية والتعبيرية والتجريدية ، والتي إعطت للملصق شخصية خاصة وسمة مميزة كعمل فني وليس فقط كملصق دعائي.
- ٢- أن الملصقات السينمائية في القرن العشرين تأثرت بشكل كبير بالمدارس والإتجاهات الفنية السائدة في هذه الحقبة ، والتي إنعكست بشكل كبير على التصميمات البصرية بشكل عام ، وعلى التصميم الفني للملصقات السينمائية بشكل خاص.
- ٣- أنه بالدراسة تبين أن هناك مجموعة من العوامل والمقومات البصرية التي تساعد على نجاح الملصقات السينمائية ، وتحقيق التأثير البصري والوجداني المرغوب من خلالها ، تمثلت في جذب الإنتباه ، وإثارة الإهتمام ، والأيقونية ، والأسلوب الفني ، والجاذبية طويلة المدى والقابلية للتمييز.

### التوصيات:

- ١- ترى الباحثة أنه بالرغم من أهمية الملصق السينمائي كإحدى أنواع الملصقات الإعلانية ، وأحد أهم فنونه ، إلا أن الدراسات العربية المتخصصة في مجال تصميم الملصق السينمائي تنسجم بالقلّة الشديدة ، حيث أنه لا تتوافر الكتب والمراجع العربية التي تتناول الملصق السينمائي بالدراسة والتحليل بشكل كافي.
- لذا توصي الباحثة بضرورة إهتمام الباحثين والمتخصصين في مجال التصميم البصري والإعلان بعمل المزيد من الدراسات العربية المتخصصة في مجال تصميم الملصق السينمائي كواحد من أهم وسائل الإعلان المرئية وأوسعها أثراً.

### المراجع العربية

١. سمارة ، تيموثي ، ٢٠٢٠ . الفن والثقافة ، أنماط التصميم الجرافيكي ( مقال ) ،
٢. Samara, Timothy, 2020. Alfan wa Althaqafa, Anmad Altasmeem Algraphiky,
٣. <https://www.alwanforart.com/2020/04/Categories-of-Graphic-design.html>

4. صليحة ، نهاد ، ١٩٩٧ . التيارات المسرحية المعاصرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة.
5. Seleiha, Nehad, 1997. "Altayarat Almasra7eyah Almo3aserah, Alhayaah Almesteyah al3ammah lelketab, Alqaherah.
6. عسل ، أسامة ، 2011 . الملصق السينمائي بوابة العبور إلى عالم الأفلام ( مقال ) ،
7. 3asal, Osama, 2011. Almolsaq Alcinemaey Bawbat Al3oboor ela 3alam Alaflam
8. <https://www.albayan.ae/five-senses/files/2011-01-16-1.997028>
9. عناد ، دينا محمد ، ٢٠١٦ . السمات الفكرية والجمالية للتكوينات الفنية في التصميم الطباعي المعاصر ، بحث منشور في المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الفنون والتصميم ، جامعة الزرقاء ، الأردن .
10. 3enad, Dina Mohamed, 2016, Alsemat Alfekreyah wa Algamaleyah lletakwinat
- Alfanneyah fe Altasmeem Alteba3y Almo3aser, Ba7th manshoor fe Almo2tamar
- Aldawly Alawal lekolleyat Alfonoon Algameelah wa Altasmeem, Game3at Alzarqaa, Al Ordon.
11. كويل التعليمية ، ٢٠٢٠ . أساليب التصميم البصري ، مجموعة بيكسل.
12. Quill Alta3leemeyah, 2020. Asaleeb Altasmeem Albasary, Magmoo3et Pixel.
13. مؤمن ، بلال ، ٢٠١٩ . فن «الأفيش» السينمائي تاريخ من الإبداع والجدل (مقال) ، موقع أصوات أونلاين.
14. Mo'mem, Belal, 2019. Fan "Al2afish" Alcinema2y Tarikh me Alebda3 wa Algaladal, Mawqe3 Aswat Online.
15. [www.aswatonline.com](http://www.aswatonline.com)

### المراجع الأجنبية:

- Collins, Alana, 2015. "7 Elements of a Great Movie Poster Design", Movie Press Packs, <https://moviepresspacks.wordpress.com/2015/10/27/7-elements-of-a-great-movie-poster-design/>
- The Art Story, 2022. <https://www.theartstory.org/movement/symbolism/>