

## دور الصورة الفوتوغرافية فى التعبير البصري عن الأمثال الشعبية

### The Role of the Photographic Image in the Visual Expression of Folk Proverbs

أ.د. سامية حامد عبد القادر السيد

أستاذ بقسم الفوتوغرافيا والسينما والتلفزيون كلية الفنون التطبيقية – جامعة حلوان وجامعة ٦ أكتوبر

**Prof. Samia Hamed**

Professor at the Department of Photography, Film and Television, Faculty of Applied Arts - Helwan University and October 6 University

[Maryamhassan.art@o6u.edu.eg](mailto:Maryamhassan.art@o6u.edu.eg)

م. د. مريم محمد محمد حسن

مدرس بقسم الفوتوغرافيا والسينما والتلفزيون كلية الفنون التطبيقية – جامعة ٦ أكتوبر

**Dr. Mariam Mohamed**

Lecturer at the Department of Photography, Film and Television, Faculty of Applied Arts - October 6 University

[Maryamhassan.art@o6u.edu.eg](mailto:Maryamhassan.art@o6u.edu.eg)

#### الملخص:

تعتبر الأمثال الشعبية جزء من التراث الفولكلورى الذي تتوارثه الأجيال، فمنها ما يعبر عن القيم أو المفاهيم أو السخرية فى المواقف المختلفة للشعب المصرى، وعلى الرغم من أن الأمثال الشعبية موروث تراثى إلا أنه لا يوجد لها تمثيل بصري مدون، كما أن الكثير من الشباب لا يعرف أهمية هذه الأمثال الشعبية ومدى إرتباطها بالمواقف والأحداث. باستخدام المنهج الوصفي التحليلي والتجريبي، خلصت النتائج إلى تأكيد أهمية دور الصورة الفوتوغرافية فى توثيق الأمثال الشعبية بصريا، وذلك بترجمة المعنى بصريا بناء على دراسة مسبقة ودقيقة للمضمون، وتوصلت أن التوظيف التقنى والفنى للصورة الفوتوغرافية له أثر إيجابي ومعرفي فعال فى تمثيل منطوق المثل بصريا مما سمكن المتلقي من التعرف عليه بسهولة والاحتفاظ به فى الذاكرة لفترة أطول، كما هدفت الدراسة لغرس روح الإنتماء فى الشباب وربط الجيل الجديد بالهوية المصرية و مساعدته على إدراك أهمية البحث فى التراث المصري والتعبير عنه بصريا بتوظيف التكنولوجيا العصرية الجاذبة

المشكلة البحثية: الأمثال الشعبية جزء من التراث الفولكلورى المدون لفظيا، إلا أنه لا يوجد لها تمثيل بصري. من هنا برزت المشكلة، فى محاولة إيجاد نموذج إبداعى يحقق الترجمة البصرية للمضمون اللفظى للمثل الشعبى المسموع أو المقروء باستخدام تقنيات وفنيات التصوير الفوتوجرافي على أساس منهجية علمية واضحة

#### أهداف البحث

- ربط فن التصوير الفوتوغرافي التوثيقي بالتراث الفولكلورى وذلك بتحويل المثل الشعبى المدون إلى صورة فوتوغرافية معبرة وجاذبة ومشوقة
- غرس روح الإنتماء فى الشباب لحثهم على البحث والتدقيق فى تراثنا وموروثاتنا
- تشجيع القائمين بتوثيق التراث المدون على التعاون مع المتخصصين فى المجال الفوتوغرافي لإنتاج التوثيق البصري للأمثال الشعبية

منهجية البحث: المنهج الوصفي التحليلي التجريبي

**الكلمات المفتاحية:**

الأمثال الشعبية - توثيق التراث - الفولكلور - الوسيط البصرى

**Abstract:**

Folk proverbs are part of the folklore heritage and express different values of the Egyptians. Many young people are not aware of their importance to diverse situations.

By using the descriptive-analytical and experimental approaches, the results offered insights into the importance of the photographic image in documenting proverbs visually by translating the meaning based on an accurate content study; the effective positive and cognitive impact of the technical and artistic deployment of the photographic image on the visual expression of the proverb; and the necessity of linking the new generation to the Egyptian identity and helping them realize the importance of searching for heritage and expressing it visually by employing modern technology.

**Research question**

Folk proverbs are a heritage, yet they have no visual representation. This raises the question of emphasizing the role that the photographic image can play artistically and technically to reach a model that achieves visual translation of the verbal content of the folk proverb.

**Research aims:**

The objectives of this research are:

١- Linking the art of photography to the folklore heritage by transforming the written folk proverb into a documentary photograph

٢- Instilling the spirit of belongingness in the youths by researching and scrutinizing our heritage.

٣- Encouraging those in charge of documenting the written heritage to cooperate with specialists in the photographic field to produce photographic documentation of folk proverbs.

**Research Methodology :**

The descriptive-analytical and experimental approaches were used

**Key words :**

Folk proverbs - documentation of heritage - folklore - visual mediator.

**المقدمة :**

إن التطور التكنولوجى والفنى المستمر للتصوير الفوتوغرافى جعل للصورة الفوتوغرافية أهمية كبيرة ودورا هاما باستخدامها كبديل للملاحظة أو الوصف، فأصبح يستخدم التصوير الفوتوغرافى كعلم و كفن فى جميع مناحى الحياة، حيث يمكن للصور الفوتوغرافية أن تحل محل أو تكمل التدوين الكتابى الذى يهدف إلى وصف ما يتم تداوله وتوثيقه، لما تتميز به من مصداقية فى التعبير عن المعلومات والأحداث، و لما لها من خصائص الاحتفاظ بها فى الذاكرة و قدرتها على التشويق وجذب المتلقى .

تكمن أهمية التوثيق للدول التى تعتر بماضيها المتمثل فى الحضارة والتراث والتطلع للمستقبل المشرق، ليكون بمثابة منارة للأجيال القادمة على مر الزمان .

## المؤتمر الدولي الحادى عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

وتعتبر الأمثال الشعبية جزء من التراث الفولكلورى كإحدى الموروثات التى تتوارثها الأجيال، والتي تعبر عن القيم والمبادئ والفكاهة والمفاهيم والتعبير عن المواقف المختلفة للشعب المصرى، إلا أنه لم يتم التعبير عنها بصريا. وعليه كان هذا البحث كبداية للتعبير والمحاكاة لنماذج من الأمثلة الشعبية من خلال تحليل مضمون و عناصر المثل الشعبى؛ والتعبير عنه بصريا بالاستخدام التقنى الأمثل للكاميرا الفوتوغرافية، والعدسات، ومصادر الإضاءة؛ والاستخدام الفنى لعناصر تكوين الصورة، وزوايا الكاميرا، والعدسات ذات الأبعاد البؤرية المختلفة بدقة عالية للوصول إلى معنى ومضمون المثل الشعبى كى يتم التعبير عن التراث والحفاظ عليه بشكل بصري مميز ومبسط وإضافة بعد جديد إيجابى له بغرس روح الإنتماء ونشر الوعى الحضارى .

المشكلة البحثية :

تعتبر الأمثال الشعبية جزء من التراث الفولكلورى المدون لفظيا، إلا أنه لا يوجد لها تمثيل بصري. من هنا تبرز المشكلة في تأكيد أهمية الدور الذى يمكن أن تلعبه الصورة الفوتوغرافية فنيا وتقنيا لإيجاد نموذج إبداعى يحقق الترجمة البصرية للمضمون اللفظى للمثل الشعبى المسموع أو المقروء .

## أهداف البحث :

تتمثل أهداف البحث في الآتى:

- ١- ربط فن التصوير الفوتوغرافى بالتراث الفولكلورى وذلك بتحويل المثل الشعبى المدون إلى صورة فوتوغرافية وثائقية معبرة وجاذبة ومشوقة
- ٢- غرس روح الإنتماء لأبناء الوطن بالبحث والتدقيق فى تراثنا وموروثاتنا
- ٣- تشجيع القائمين بتوثيق التراث المدون على التعاون مع المتخصصين فى المجال الفوتوغرافى لإنتاج التوثيق الفوتوغرافى البصرى للأمثال الشعبية .

## منهجية البحث :

استخدم البحث كل من المنهج الوصفى التحليلى و المنهج التجريبي المنهج الوصفى التحليلى لوصف الموقف أو الحدث الذى تعبر عنه المفردات اللفظية للمثل الشعبى و تحليل المفردات اللفظية للمضمون ، لتحديد عناصر التكوين المناسبة وكيفية التعبير عنها والمنهج التجريبي لتنفيذ تجارب فوتوغرافية للأمثال الشعبية من خلال الترجمة البصرية للمدلول اللفظى لمضمون المثل الشعبى

فقد تم عرض فكرة توثيق الأمثال الشعبية فوتوغرافيا من خلال مقرر إعداد مشروع على طلاب المستوى الخامس ٢٠٢٢ بقسم الفوتوغرافيا والسينما والتليفزيون بكلية الفنون التطبيقية جامعة ٦ أكتوبر بإشراف الباحثين، وتم حث الطلاب على البحث والتدقيق عن الأمثال الشعبية، وتحليل مضمونها، واختيار عناصر التكوين المعبرة عن ألفاظ المثل الشعبى وذلك لغرس روح الإنتماء، ونشر الوعى البصرى بالتراث المصرى الأصيل .

تم التصوير بداخل استديو الفوتوغرافيا بالقسم العلمى بعد تحديد تقنيات الكاميرا وعناصر التصميم المناسبة لكل لقطة فوتوغرافية ، ثم تم اختيار عدد من اللقطات لعرضها كنماذج لتحقيق أهداف البحث .

التعبير البصرى للأمثال الشعبية

تم التعبير البصرى للأمثال الشعبية من خلال: الجانب النظري والجانب التطبيقي.

**١- الجانب النظري**

ويتمثل الجانب النظري في:

**١-1 زوايا الكاميرا**

لزوايا الكاميرا بعد نفسى لدى المتلقى للصورة الفوتوغرافية، فقد بدأت الدراسات التجريبية التي تبحث في الأبعاد النفسية لزوايا الكاميرا منذ نصف قرن، متخذة نهج علمي إجتماعي ( ٢٠، ص ١٤ )، وأجريت أول تجربة على الإطلاق بزوايا عمودية للكاميرا بواسطة ( D.H Shoemaker (1964) ) دارسا جانبيين أساسيين هما زاوية الكاميرا العمودية والاختلافات في الإضاءة ومنذ ذلك الحين ، اعتمدت معظم الدراسات على هذا التصميم التجريبي من أجل دراسة تأثير زوايا الكاميرا في مجموعة متنوعة من السياقات، والمتمثلة في أربعة دراسات رئيسية وهى : (١٢، ص 39)

**١-١-١ تأثير زوايا الكاميرا**

**١-1-١-١ الإعلان : تعد زوايا الكاميرا جانبًا هيكليًا شائعًا في التصوير الفوتوغرافي والفيديو ، وكلاهما من وسائط الاتصال**

الأساسية في مجال الإعلان والتسويق. بدءا من التسعينيات تناولت الدراسات تأثير زوايا الكاميرا في تقييم المنتج لأغراض الدعاية والتسويق (١٣، ص ١٦) ، وتركز هذه الدراسات بشكل عام على العناصر المادية للموضوع أكثر من العنصر البشرى ، وأحيانًا يتضمن تصميمها التجريبي في إطار الإعلان متغيرات أخرى ذات صلة بزوايا الكاميرا، مثل مستوى تحفيز المتلقى أو الاختلافات في الحجم والشكل. (١٦، ص ٤٥٤ )

**١-١-١-٢ البحث النفسي Psychological research :**

أهتم علماء النفس بمسألة زوايا الكاميرا ، ومعالجتها من جوانب مختلفة. ،ومنها دراسة Huan et al (٢٠٠٢) حيث اختبر ما إذا كانت زاوية الكاميرا العمودية ( VCA ) تؤدي إلى سلوكيات أكثر هيمنة وخضوعًا ، في حين جمعت Giessner et al (٢٠١١) بعض الدراسات الأرشيفية والدراسات التجريبية من أجل اختبار كيفية استخدام زوايا الكاميرا عند تصوير الأشخاص الأقوياء والضعفاء.

**١-١-١-٣ السرد الفوتوغرافي Photographic narratives :**

تناولت دراستان السرد الفوتوغرافي بدلاً من الفيديو أو الفيلم Kraft ، 1987 ؛ سيفينانتس وديديوال ، (٢٠٠٦). وتهدف الدراسات التي أجريت إلى المساهمة في تحليل زوايا الكاميرا في الصور الفوتوغرافية وعلاقتها بالسرد القصصى (١٢، ص 39)

**١-١-١-٤ تصور المواقف : في الآونة الأخيرة ، ركز بعض الباحثين على مدى تأثير زوايا الكاميرا في المواقف والعواطف**

للوجوه المصورة بغض النظر عن السياق، حيث ركزت هذه الدراسات على معالجة الوجه واستخدامها للمنبهات بتنسيقات متنوعة، سواء كانت تصوير فوتوغرافي أو فيديو، لخلق حدث مصور، حيث يحدد مسبقا إطارًا مرجعيًا معينًا للمشاهد مثل الإضاءة وزوايا الكاميرا والمنظور والخطوط ، والإطار ، والتوازن ، والترتيب العام ( Giannetti ، 1982 ، وبذلك يمكن

السيطرة على الطريقة التي يتم بها تقديم المعلومات للمشاهد. وبالتالي على فهم ما يراه وما يترتب على ذلك من تصور الحدث المصور. (٢١، ص ٢٩١)

### ١-٢-1 زوايا الكاميرا والقوة المتصورة :Camera angles and perceived power

هناك بعض الدلالات المنسوبة إلى زوايا الكاميرا - مثل المصداقية (credibility) و الجدارة بالثقة (trustworthiness) و الثقة بالنفس (self-confidence) - يمكن أن تكون في الواقع امتدادات مجازية (metaphorical extensions) للسمات الملموسة المرتبطة مباشرة بالقوة المادية ، مثل الإرتفاع والقوة والتفوق المكاني. بعبارة أخرى، هذه الدلالات ترتكز على خبرتنا الجسدية، حيث تحدد الزوايا المرتفعة والمنخفضة عدم تناسق مكاني بين المشاهد والموضوع المصور، فتضع الزوايا المرتفعة الجمهور في موقع متميز فيما يتعلق بما يتم تصويره بينما للزوايا المنخفضة لها تأثير معاكس، لوجود نمط متكرر لاتجاه معين في العلاقة الخطية بين القوة المحسوسة وزوايا الكاميرا ، فكلما انخفضت الكاميرا ، كلما ظهر الشخص أكثر قوة أو أكثر هيمنة (٢٢، ص ١٩٩) .

تناولت دراسة زوايا الكاميرا التي أجراها Shoemaker في عام ١٩٦٤ صوراً فوتوغرافية لذكور ، وتضمنت أنواعاً مختلفة من الإضاءة ، حيث افترض Shoemaker أن التغييرات في الزوايا ستكون مرتبطة بأحكام مختلفة على العوامل الثلاثة (الفاعلية والتفعيل والتقييم) (Potency, activation and evaluation) كما افترض أن تأثير الزوايا العالية أو المنخفضة سيكون فقط علي الفاعلية ، لأن الزوايا المنخفضة تعزز القوة المحسوسة عند مقارنتها بالزوايا العالية، إلا أنه حصل Shoemaker على نتائج مهمة لجميع العوامل الثلاثة التي تدعم فرضيته، وأن الزوايا المنخفضة جعلت الأشخاص يظهرون على أنهم أكثر نشاطاً وأكثر فاعلية وأفضل تقييماً مقارنة بزوايا مستوى العين والزوايا العالية. لم تحقق الدراسة نتائج مهمة لاختلافات الإضاءة (١٢، ص ٤٢)

أما دراسة جيسنر وآخرون. Giessner التي تناولت العلاقة بين الزوايا الرأسية في الصور وتمثيل القوة الشخصية حيث استخدموا مجموعة صور من مجلة Time تقدم أفراداً أقوياء ، ومجموعة صور من World Press Photo ، و Wikipedia ، و Facebook والتي تحتوي على أكثر من ١٠٠ مليون صورة، حيث أظهرت نتائج التجارب أن الأشخاص الأقوياء من المرجح أن يتم تصويرهم من الأسفل أكثر من تصويرهم من أعلى. ومن المثير للاهتمام ، أنهم عندما قارنوا صور نفس الأفراد في سياق يعبر عن القوة حيث عرضوا على المشاركين صور الأشخاص الأكثر تأثيراً والمنشورة في مجلة تايم "The World's Most Influential People" (لمجلة Time) أو في سياق أكثر حيادية مثل (Wikipedia) أو (Facebook) وجدوا أنه في ويكيبيديا ومجلة تايم ، يتم تصوير الأشخاص الأقوياء من الأسفل وذلك عكس Facebook. (٨، ص ٤٠)

وكانت آخر التصميمات التجريبية لهذا البحث عبارة عن اختيار المشاركين للصورة الأكثر ملاءمة للسياقات حيث لعبت القوة دوراً مهماً ، و أن المشاركين كانوا أكثر ميلاً لاختيار الصور ذات الزاوية السفلية لتصوير الأشخاص الأقوياء، وأن هناك تأثير كبير لزوايا الكاميرا العمودية (VCA) على القوة المتصورة ، وعليه كانت الزوايا المنخفضة لها تأثير تمكين وهيمنة ، وزوايا الكاميرا العالية لها تأثير معاكس.

أكدت نتائج الدراسات التي أجريت عن علاقة زوايا الكاميرا بالسرد في الأفلام حيث تميزت دراسة (Sevenants and D'Ydewalle, 2006) باستخدام الصور الفوتوغرافية . وكانت نتائج دراسة (Kraft, 1987) في إتجاه ادعاءات نظرية الفيلم السابقة والبحث التجريبي في زوايا الكاميرا، الزوايا المنخفضة جعلت الشخصيات تبدو أطول وأقوى وأقل خوفاً

## المؤتمر الدولي الحادى عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

وأكثر جرأة وأكثر عدوانية من الزوايا العالية. أجريت التجربة الثانية حول زوايا الكاميرا في الروايات في عام ٢٠٠٦ من قبل Sevenants و D'Ydewalle ، وقد اتبعت عن كثب تصميم تجربة Kraft مرة أخرى ، كانت المحفزات تتكون من قصص فوتوغرافية بدلاً من مواد سمعية وبصرية ، ثلاث قصص مكونة من خمس صور لكل منها ، مأخوذة من الزوايا المستخدمة كانت ٣٥ درجة من مستوى العين. والجديد فيما يتعلق بالتجربة من عام ١٩٨٧ هو إدراج الخطية كمتغير ثانٍ حيث رأى بعض المشاركين قصصاً لم يكن ترتيب الصور فيها يتبع ترتيب القصة بينما رآها آخرون بترتيب السرد المنطقي ، وعليه أبرزت النتائج أن لزوايا الكاميرا تأثير أقوى في تقييم الشخصية عندما تكون القصة خطية عن ما كانت عليه عند عرض الصور بشكل عشوائي (٢٢، ص ٢٠١)

في دراسة Mignault و Chaudhuri (2003) التي تبحث في العلاقة بين زاوية الرأس وإدراك الهيمنة. هذه الدراسة مدفوعة بفكرة أن الحيوانات والبشر يظهرون الهيمنة والاستسلام من خلال إمالة رؤوسهم لأعلى أو لأسفل ، وهي فكرة لها دعم في الاستعارات اللغوية التي يمكن العثور عليها في لغات مختلفة. تتكون محفزات هذه الدراسة من نماذج ثلاثية الأبعاد لرؤوس ذكور وإناث ، والتي كانت مائلة إما ٣٠ أو ٢٠ أو ١٠ أو ٠ درجة وجدوا أن الهيمنة المتصورة مرتبطة ارتباطاً مباشراً بزاوية الرأس ، لذلك كلما كان الرأس مرتفعاً ، كان يُنظر إليه على أنه مهيم. (١٢، ص ٤٣)

## ١-١-3 تأثير زوايا الكاميرا على الفهم والاحتفاظ بالأحداث المصورة

**The influence of camera angle on comprehension and retention of pictorial events**

أجري روبرت ن. كرافت تجربته والتي توصلت إلى إن زوايا الكاميرا يمكن أن تؤثر بشكل عميق على المعنى الذي يصل للمشاهد ، و أن زوايا الكاميرا يمكن أن يكون لها تأثيرات ملحوظة وتستخدم في التنبؤ والحكم على الجوانب المادية والشخصية ويرتبط مصدر تأثيرات زوايا الكاميرا في خبرتنا مع العالم المرئي الطبيعي. حيث تجبر الزوايا المنخفضة المشاهد على الاحساس عند النظر إلى الأشخاص بوضعهم في موقع السلطة المرئية والمسيطرة (٦، ص ٧٩) وكان المشاهد جالس على الأرض ، وينظر إلى تلك الشخصية، وكونك على الأرض و النظر إلى الشخصية ، يجعل الأمور تختلف لكون الشخصية فوق والنظر إليها من أسفل، بينما اللقطة ذات الزاوية على مستوى عين المشاهد تعطي احساساً وجهاً لوجه مع الشخصية ، مما ينتج عنه تكافؤ بصري. (٧، ص ٤٣) تتيح اللقطة ذات الزاوية العالية للمشاهد أن ينظر إلى أسفل على الأشخاص ، مما يوفر نقطة أفضلية أعلى للمشاهد ويضعه في موقع الهيمنة البصرية. قد تولد هذه العلاقات المادية بين الكاميرا والشخص معنى توضيحياً معيناً ، إما عن طريق نوع من العمليات المجازية أو عبر تصور حرفي مباشر أكثر لهذا المعنى الضمني. (٢، ص ٢٤)

## ١-٢ العدسات

يستخدم المصورون الفوتوغرافيون والمصورون السينمائيون تقنيات معينة لإنشاء تأثيرات تصويرية مذهلة. باستخدام عدسات ذات أبعاد بؤرية مختلفة ، فتبدوا اللقطة مضغوطة أو ذات العمق الواسع ، أو تجعل الشيء المألوف يبدو طبيعياً أو مشوهاً ، أو تجعل الشخص يبدو أكثر ذكاءً ، أو أكثر جاذبية ، أو أكثر عصبية. فإن العدسات ذات البعد البؤري الطويل تجعل الشخص يبدو أكثر ذكاءً وجاذبية ، بينما العدسات ذات البعد البؤري القصير لها تأثيرات معاكسة (بيرونا ، ٢٠٠٧). يمتلك المصورون قاعدة عامة تنص على أن العدسة القياسية ٥٠ مم تنتج صوراً ذات مظهر طبيعي يقارب ويتشابه للرؤية الطبيعية لعين الإنسان ؛ Anthes & Modrak.

## المؤتمر الدولي الحادى عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

تقدم نصوص التصوير الفوتوغرافي تفسيرات لفاعلية هذه القاعدة ، لكنها إما غامضة أو مجرد إعادة صياغة للظاهرة، يدعي مودراك وأنتيس أن استخدام العدسات ٥٠ مم "يقارب زاوية الرؤية وتضخيم الرؤية البشرية " (١٧، ص ١١٧) وأن " الطول البؤري الطبيعي لتنسيق معين يقارب بشكل كبير رؤية الإنسان ، ويعرض الصورة بأقل تشويه وضغط للمساحة من المقدمة إلى الخلفية" (١٤، ص ٣٠).

## ٣-١ الإضاءة

تلعب الإضاءة دورا كبيرا في التحكم في مظهر الشخصية ، وذلك بتحديد أسلوب إضاءة الشخصيات ، ونمط الإضاءة العام وشكل الصورة النهائي المتوافق مع الفكرة المقدمة ، يكون أسلوب الإضاءة إما طبيعيا أو غير واقعي . يتوقف هذا القرار علي العناصر الأخرى في صناعة الصورة حتي تتحقق باقي المتطلبات الأخرى الجمالية والموضوعية والفكرة المطروحة . فالصور ذات الإحساس العام بالواقعية تتميز بالإعدادات التي تحقق التقارب من الإضاءة الطبيعية. ومن ناحية أخرى، فإن الصور غير الواقعية تستلزم أسلوبًا للإضاءة أكثر إبداعا وإختلافا (١٠، ص ١٨) يتميز الضوء بقدرته على خلق مجموعات كثيرة ومختلفة من الحالات العاطفية و المزاجية لموضوع اللقطة (سواء كان شخصا أو مساحة ) والنتيجة عن تأثير الإضاءة لتحقيق بنية أو معنى أو مفتاح للفهم. من خلال توزيع الظلال والنور والسطوع والإظلام وعلاقات التباين بين الألوان و جودة الإضاءة ونوعها وقوتها وزواياها . (١٩، ص ٤) الإضاءة هي إحدى العناصر الأساسية التي يجب مراعاتها لفهم مضمون الرسالة . حيث أن تأثيرها وفقا للنظرية السينمائية فإن جمهور المتلقين الذين يشاهدون لقطة ذات طبقة إضاءة منخفضة سوف يفسرون الصور المظلمة والمتناقضة للغاية بمشاعر الخطر ، والتشويق ، والاكتئاب ، والغموض ، والشر ، وتفسر الشخصيات في هذا الوضع على أنها ذات نوايا شريرة ومتلاعبة وغير جديرة بالثقة ؛ ووفقا لذات النظرية يستخدم المصورون الإضاءة الساطعة ، والتباين الأقل لإثارة استجابات عاطفية من الفرح والصدق والسعادة ، و تفسر الشخصيات على أنها طيبة القلب ، ومضحكة ، ومحبوبة ، وبطولية ؛ وتهدف الإضاءة الواقعية إلى منح الجمهور الشعور بالواقع والحقيقة إذ يُعتقد أن الجمهور يتواصل مع هذه الشخصيات كما لو كانوا مقربين منهم . وفقا ل (Bettetini) "يمكن للمرء أن يقول إن القدرة التقنية والفعالية التعبيرية لعمل المصور تظهر قبل كل شيء في تأثير الإضاءة " حيث قدم بيتيتيني هذا الادعاء بأن الإضاءة لها تأثير هائل على التعبير ولكن لم يتم إجراء دراسات تجريبية لدعم أو نفي مثل هذا الأمر. (١٠، ص ٣)

تأثير الإضاءة يتوقف على نوعية الإضاءة المستخدمة ، فمنها الإضاءة عالية الطبقة High Key Lighting ، وهو أسلوب يضيء الشخصيات بشكل ساطع ، يستخدم للتعبير عن الكوميديا والفرح والتي تسمح للمشاهد برؤية كل المساحة المرئية بوضوح وهي مضاءة بشكل مسطح بدون ظلال ، مما يعطى إحساساً بالأمان والإيجابية ، لعدم وجود ظلال تمكن من وجود أحد المتربصين بها فهي مشرقة و يتم وضعها بشكل عام في بيئات غنية ، ويكون كل شيء مشرقاً ومرتبياً ، حتى أثناء المشاهد الليلية" وبالتالي يفترض أن المشاركين الذين يشاهدون إضاءة عالية الطبقة سيشعرون بمستويات أعلى من المشاعر الإيجابية (٤ ، ص ١٣٥) .

ومنها الإضاءة ذات الطبقة المنخفضة Low Key Lighting ، فعلى الرغم من استخدامها سابقاً في المسرح وفي السينما (فيلم Film Noir) ، فهي ذات التباين العالي والظلال الداكنة ، والوجوه نصف المضاءة ، والتي نشأت في أمريكا ، وانبثقت من توليفة من الخيال والتعبيرية الألمانية (١٠ ، ص ١٧) .

## المؤتمر الدولي الحادى عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

تستخدم الإضاءة ذات الطيقة المنخفضة لنحت الشخصيات وذلك بتوظيف الظل الداكن والضوء الساطع والتي شاع استخدامها بين عامي ١٩٤١ و ١٩٥٨ - وما تزال تستخدم حتى اليوم ويرتبط هذا النوع من طبقة الإضاءة بالشوارع المبتلة الضبابية ، فالشخصيات تخرج من الظلام مع خطوط مائلة من الظل على وجوههم ، حتى أثناء النهار ، ويمثل الظلام بالشعور بالتشاؤم والعذاب " (٤ ، ص ١٤٠). وعلى ذلك يفترض أن المشاهدين الذين يشاهدون صور مضاءة بطبقة الإضاءة المنخفضة سيشعرون بالمشاعر الحزينة أكثر من المشاركين الذين شاهدوا صور مضاءة بطبقة الإضاءة العالية أو الإضاءة الطبيعية.

جانب آخر هام في الإضاءة هو متى يجب أن تستخدم الإضاءة ذات طبقة الإضاءة العالية ومتى تستخدم الإضاءة ذات طبقة الإضاءة المنخفضة . يوضح هربرت زيتل هذه المفاهيم ، وأن الإضاءة ذات طبقة الإضاءة العالية تتميز بوفرة في الإضاءة ، يمكن التمييز بين الإضاءة العالية والمسطحة ( flat lighting-high-key ) ، عندما تكون اللقطة ذات طبقة الإضاءة العالية تحتوي على قدر من التباين ، بينما الإضاءة المسطحة لا يوجد باللقطة أى تباين ، وأيضا التمييز بين اللقطة ذات طبقة الإضاءة المنخفضة والمسطحة - بأن اللقطة ذات طبقة الإضاءة المنخفضة تحتوي على قدر من التباين فى المناطق القليلة المضاءة بينما الإضاءة المسطحة لا يوجد بها تباين .

الطبقة المرتفعة والمنخفضة الإضاءة غامضة جدًا ، لأن هذه المصطلحات تخط بين المفاهيم التي يجب أن تبقى منفصلة ، وهي توزيع الضوء وتباين الضوء. ومن ثم سيبقى هذين المفهومين منفصلين بدلاً من الجمع بينهما تحت شروط الإضاءة الرئيسية المنخفضة والعالية. يبدو أن إضاءة chiaroscuro توفر نطاقاً أكبر مما يمكن أن تنقله عن شخصية ما ، في حين أن الإضاءة المسطحة تقتصر على احتماليين أساسيين: إظهار الشخصية على أنها تعيش بسعادة في عالمها المشرق والخالي من الظل (تستخدم بكثرة موضوعات الكوميديا الرومانسية) ؛ أو تقديم تخريب ساخر لهذه الفكرة من خلال مقارنة الإضاءة المسطحة بمحتوى يتعارض مع توقعات السعادة .

تقع معظم أساليب الإضاءة في منطقة ما في المنتصف بين الطبيعية والأسلوب الغير واقعي. إنها طبيعية إلى حد اعتبارها واقعية ، ولكنها في نفس الوقت تستخدم العناصر الأسلوبية لتضخيم فكرة محددة وتأكيد المطالب الجمالية للفكرة كى يتفاعل الجمهور مع الصور عندما يكونوا قادرين على تصديق الواقع البديل الذي تقدمه الصور بقدر ما يتعلق الأمر بالإضاءة . إذ أن جعل الإضاءة مشابهة لسلوك الضوء في الواقع، فيما يسمى بالإضاءة المحفزة ، فهذا يحقق إنغماس المشاهد في واقع الصور البديلة . يُنظر إلى الإضاءة على أنها محفزة عندما تتوافق مع السلوك الطبيعي للضوء ، من خلال إلقاءها من مصدر الضوء على شيء ذي اتجاه وجودة طبيعيين. نظرًا لأن معظم تجرب الحياة - وبالتالي معظم الوقت في القصص - تحدث خلال النهار ، فإن المصدر الأكثر شيوعًا للإضاءة المحفزة هو الشمس. الخلاصة أن الإضاءة المحفزة تشجع على دمج المشاهد في القصة المصورة كما أن الإضاءة الواقعية تقود الجمهور للتفاعل مع شخصية ما، فإذا كانت الشخصية مضاءة بطريقة تتوافق مع القوانين الطبيعية للضوء ، فمن المرجح أن يأخذ الجمهور هذه الشخصية على محمل الجد. ومع ذلك و من خلال الابتعاد أحيانًا عن الالتزام بالإضاءة المحفزة ، فإن المصور قادر على تضخيم معاني محددة في القصة، مثل تحويل الإضاءة من مجسمة إلي مسطحة ، بلا اتجاه أو منخفضة التباين عن الواقع هذا الابتعاد عن الإضاءة المحفزة ينبه الجمهور إلى أن الهدف هو الخروج عن الواقعية "النقية" ، حيث يقدم نظرة ثاقبة للذكريات الذاتية أو الأفكار الخيالية أو يشير لجانب غير سوي من الشخصية. ( ٢٣ ، ص ١٩٧ ) .

يشير Zettl إلى الوظائف المركزية الخمس للإضاءة chiaroscuro (والتي يسميها أيضًا إضاءة Rembrandt) على أنها: عضوي (Organic) (لجعل المشهد يبدو واقعيًا) ، اتجاهي (directional) (لتوجيه العين إلى مناطق محددة) ،



## المؤتمر الدولي الحادي عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

مكاني / تركيب (spatial/compositional) (لتحديد المساحة والمساهمة في تصوير تكوين متوازن) ، وموضوعي (للتأكيد على الموضوع أو القصة التي يتم سردها) ، وعاطفياً (thematic) (لخلق حالة مزاجية أو التأكيد عليها) . إن فكرة Zettl التي تستخدم الإضاءة لتحقيق التوازن المكاني / التركيبي ليست ذات صلة بشكل خاص بتصوير الشخصيات ما لم يتم استخدام هذا التوازن أو عدمه ، للتعبير عن شيء ما في الشخصيات. مثلاً عند تصوير شخصين في كادر مضاء نصفه ومظلم تماماً في النصف الآخر. ويمكن تفسير هذا الخلط التركيبي على أنه إشارة إلى عدم الاستقرار النفسي لكلا الشخصيتين ، والشعور بالغموض الأخلاقي (أو حتى العدمية) الذي يشعر به كلتا الشخصيتين. يوضح Blain Brown كيف يمكن للإضاءة أن تنقل بشكل فعال جانباً موضوعياً للشخصية ، فالشخصية غير الجديرة بالثقة أو الا أخلاقية يتعامل معها ومع بيئتها بإضاءة مظلمة منخفضة المستوى. يعتبر Zettl أن الوظيفة النهائية للإضاءة هي نقل المعنى العاطفي للمشاهد. يشير Van Sijl إلى مثالين حيث يتم استخدام الإضاءة بشكل فعال لنقل المشاعر الداخلية للشخصية. فعند استخدام إضاءة الشموع أو مصابيح الغاز في صورة تضم أفراد أكثر يجعل بعض مناطق الصورة أعمق من غيرها ، مما يشير إلى أن هناك أشياء يخفيها الأفراد. ويعتبر تجزئة الشخصية من خلال الإضاءة استخداماً متميزاً للوسيط. الإضاءة هي أداة قوية في نقل ما تشعر به الشخصية ، "يبدو أنها قادرة على تجاوز شاشات الإدراك الحسي المعتادة - قدرتنا العقلانية بحكمها النقدي - وتؤثر علينا بشكل مباشر وفوري" ( ٢٥ ، ص ص-٤٦-٣٥) .

تشير الجودة إلى اتجاهية وشدة الضوء. يمكن أن تكون جودة الضوء إما حادة أو ناعمة hard or soft ، أو (في معظم الحالات) في مكان ما بينهما. الإضاءة الحادة لها ظلال محددة بشكل حاد (ومن ثم السقوط السريع) ، والتباين العالي ، والظلال السوداء ، وتتبع من مصدر واحد صغير (مثل شمس الظهر) ؛ في حين أن الضوء الناعم له انخفاض تدريجي مع حواف غير واضحة ، وتباين منخفض ، وظلال أفتح ، وينبعث من مصادر كبيرة منتشرة (مثل السماء المليدة بالغيوم أو غروب الشمس). ( ٢٣ ، ص ٢٠٠) .

## ١-٤ اللون

يمكن تفسير الضوء من خلال درجات الألوان المكونة للقطعة ، ودائماً ما يكون التحدي الأكبر هو العثور على تناغم الألوان التي من شأنها استحضار الشعور بالجو العام والمناسب للمكان. ( ١٨ ، ص ١٤٥) .

يمكن تفسير الضوء من خلال درجات الألوان المكونة للقطعة. ودائماً ما يكون التحدي الأكبر هو العثور على تناغم الألوان التي من شأنها استحضار الشعور بالجو العام والمناسب للمكان. ( ١٨ ، ص ١٤٥) .

ويركز المصممون والفنانون على تحقيق نتيجة توافقية بين اللون والعاطفة للحصول على أفكار إبداعية لتوصل الرسالة للمتلقي. واللون هو سمة بصرية بارزة وذات صدى مرئياً لأغراض الاتصال المختلفة، مثل منح الهوية أو المعنى لفكرة ما. حيث أكد الباحثون أن اللون يلعب دوراً أساسياً في تحسين فعالية الرسالة ( ٥ ، ص ٣١٣)

تميل الطبيعة البشرية بشدة إلى ربط الألوان بالعواطف ، هذا سائد في عدد كبير من الناس في جميع مناحي الحياة ، في جميع أنحاء العالم. وغالباً ما يكون للألوان المحايدة مثل الأسود والأبيض أهمية مهمة في اللحظات الدينية وتستخدم كوسيلة للتعبير في الاحتفالات والحياة اليومية ، حيث يعد ارتداء ملابس باللون الأسود في الجنازات، تقليداً قديماً. و اللون الأبيض ترتديه العرائس في حفلات الزفاف ، فهو يحمل معنى مختلفاً و التعبير أيضاً مختلفاً.

ثمة العديد من الدراسات التي تناولت تأثير الألوان علي المشاهد وكذلك تأثيرها في إثارة مشاعر بعينها علي سبيل المثال ارتباط الألوان الأساسية وفق نظام Munsell (الأزرق والأحمر والأصفر) والألوان المحايدة (الأسود والأبيض والرمادي)

## المؤتمر الدولي الحادى عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

بمشاعر محددة مثل السعادة والخوف والغضب والحزن ، من المتوقع أن الألوان الثلاثة الأساسية سترتبط بمشاعر الطاقة العالية مثل الغضب والسعادة والألوان الثلاثة المحايدة سترتبط بمشاعر منخفضة الطاقة مثل الحزن والخوف ، وأظهرت بعض النتائج أن بعض الأشخاص تربط الألوان الأساسية بالسعادة والغضب ، واللون الأسود أيضا يرتبط إلى حد كبير بالسعادة ، بينما يتبط اللون الأحمر بالخوف ، والرمادي بالحزن ، والأبيض بالخوف ، اللون الأزرق كان مرتبطاً أكثر بالسعادة مثل اللون الأصفر في جميع الفئات العمرية. ( ١ ، ص ٥٥٣ ) .

تناولت مجموعة كبيرة من الأبحاث مثل دراسة ( Lindsay ) تأثير اللون الأحمر لأنه من أكثر الألوان التي تلفت الانتباه ، ويستخدم اللون الأحمر في التحذير كعلامة خطر - مثل إشارات التوقف وإنذارات الحريق \_ وغالباً ما يرتبط بالغضب ( ٢٤ ، ص ٢ ) . تأسست العلاقة بين الأحمر والغضب من قبل الارتباط التجريبي ، لأن الأشخاص الغاضبين يعانون من اندفاع الدم إلى الرأس و يتحول وجههم إلى اللون الأحمر. ثمة أبحاث تناولت شرح الارتباط بين اللون الأحمر والغضب أيضاً من منظور الاستعارة المفاهيمية .

توصلت دراسة ( Kövecses ) أن الاستعارات اللغوية الفعلية هي تعبيرات عن الاستعارات المفاهيمية ، ويستخدم اللون الأحمر للتعبير عن الغضب و وصف غاضبون ويستند إلى الاستعارة المفاهيمية "ANGER IS RED" ( ١١ ، ص ٢٧٦ ) وجدت دراسات أخرى ( Hill and Barton ) أن اللون الأحمر يضعف الأداء في المهام المعرفية الإنجازية. إذ وجدوا أن اللون الأحمر عزز الأداء في مجموعة متنوعة من سياقات المنافسة. قد تبدو هذه النتائج متناقضة على ما يبدو في أن اللون الأحمر في بعض الأحيان يعزز الأداء و في بعض الأحيان يضعف الأداء ، ولكن في الواقع ليست متناقضة. يُعلم اللون الأحمر الأفراد بوجود تهديد يحاولون التخلص منه ، أو الاستعداد للتهديد القادم عن طريق زيادة مستويات الإثارة. نتيجة لذلك فإنها تعزز الأنشطة البدنية البسيطة من ناحية أخرى ( ٩ ، ص ٢٩٤ ) .

في دراسة أخرى ، لوحظ أن الألوان المختلفة التي يتم ارتداؤها على شكل ملابس ، كان لها تأثير متنوع على الحالة العاطفية لأطفال المدارس الابتدائية الذين تتراوح أعمارهم بين ٧-١١ بالنسبة لطلاب الصف الثالث ، يقودهم اللون الأحمر إلى الشعور بالارتباك واللامبالاة فهو لون ديناميكي ، يحفز الإثارة. وله تأثير عاطفي إيجابي وسلبي.

في إحدى الدراسات التي أجريت على ٤٠ طالباً جامعياً ، ٢٠ منهم من الذكور و ٢٠ من الإناث ، لوحظ أن الألوان الزاهية لها استجابة عاطفية إيجابية، بينما ترتبط الألوان الداكنة بالارتباط العاطفي السلبي. كانت استجابة الإناث أكثر إيجابية للألوان الزاهية وأكثر سلبية تجاه الألوان الداكنة، وقد لوحظ أيضاً أن لونا واحداً يمكن أن يرتبط بالعواطف المتعددة، واستنتج أن الألوان لها تأثير قوي على عواطفنا ومشاعرنا، حيث يرتبط اللون الأحمر بالإثارة، والبرتقالي بالتعاسة والبنفسجي بالكرامة ( ١ ، ص ٢ ) .

ومن نتائج البحث و جد أن بعض الحيوانات الذكور في المواقف العاطفية تظهر هيمنتها من خلال إظهار اللون الأحمر على أجزاء من أجسامهم ، لذلك فإن التأثير المزدوج للون الأحمر يظهر و يؤثر على إدراكنا وسلوكنا بطريقة تعتمد على السياق ( ١٥ ، ص ٤٨ ) .

اللون الأخضر له تأثير مهدئ ومريح ، مع روابط للشعور بالتعب أيضاً ( Satio 1996 ؛ Davey 1998 ؛ Mahnke 1993 ) من خلال دراستين ، ثبت أن بعض المشاعر مرتبطة ارتباطاً وثيقاً ببعض الألوان بغض النظر عن العمر والجنس والثقافة والجنسية.

في دراسة أخرى لوحظ أن تفضيلات الألوان يمكن أن تكون قائمة على أساس ثقافي ، وقد تم إجراء الدراسة بواسطة Choungourian (١٩٦٨) ووجد أن اللونين الأحمر والأزرق كانا أكثر تفضيلاً بين الأمريكيين عن الثقافات الأخرى.

## المؤتمر الدولي الحادى عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

في بحث آخر أجراه Boyatzis و Varghese (١٩٩٤) ، لوحظ أن الألوان الفاتحة مرتبطة بالعواطف الإيجابية والألوان الداكنة تعبر عن المشاعر السلبية.

في الدراسة التي أجراها Hemphill (١٩٩٦) ، لوحظ أن الأشكال النقية الألوان مرتبطة بالاستجابات العاطفية الإيجابية و الداكنة مع السلبية. ولكن من خلال ساتيو (١٩٩٦) ، لوحظ أن الألوان الداكنة لها نكهات إيجابية أيضاً لدى اليابانيين.

( ١ ، ص ٢ )

يمكن وصف الألوان بأنها ألوان دافئة أو باردة ، ومن المعروف أن الألوان الدافئة ذات طاقة عالية وأنها تحفز الطاقة ، بينما الألوان الباردة تبعث على الاسترخاء و تجعل المكان يبدو متضخماً وواسعاً ، بينما الألوان الدافئة تجعله يشعر بأنه صغير وضيق ، وأفاد الناس أن لديهم مستوى أعلى من القلق عند تعرضهم لألوان أكثر دفئاً من الألوان الباردة مثل الأزرق والأخضر. ( ٣ ، ص ٢٤ )

## ٢- الجانب التطبيقي

ويتمثل الجانب التطبيقي في:

## ١-٢ تنفيذ تطبيقات فوتوغرافية من خلال الترجمة البصرية للمدلول اللفظي لمضمون المثل الشعبي

وفيما يلي يتم عرض بعض التجارب التطبيقية للصور الفوتوغرافية التي تمثل تعبيراً بصرياً للأمثال الشعبية التي قام بتنفيذها الطلاب تحت إشراف الباحثين.

## 1-1-2 اللي ما يشوفش من الغربال يبقي أعمى

وفقاً لقاموس الأمثال الشعبية المصرية لأحمد تيمور باشا "اللي ما يشوف من الغربال يبقي أعمى" و يعني من لا يرى من فتحات الغربال فهو أعمى لا يرى شيئاً ، لأنها لا تحجب النظر. و يُضرب للأمر الواضح والمستطاع رؤيته وينكره البعض.



للطالبة : ياسمين حسن السيد

العناصر الأساسية في تصوير المثل : عيون مغطاة بوشاح أسود - شخص - غربال

تحليل المثل :

- تعبر العناصر الأساسية المستخدمة في تصوير المثل بوضوح عن معني المثل ، مما أعطى الاحساس بالسكون والثبات

- استخدام الرمزية في غطاء العين ليعطى الاحساس بأن الشخص برغبته لا يرى الحقيقة

## المؤتمر الدولي الحادى عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

- زاوية التصوير أمامية لتعطى الاحساس بمسافة متساوية بين المتلقى والموضوع  
- استخدام بعد بؤري طويل في لقطة متوسطة - قريبة يعنى الاقتراب من التفاصيل  
- استخدام الألوان بين الألوان الباردة فى الملابس والخلفية مع اللون الساخن المتمثل فى اللون الأحمر لشريط إطار الغربال  
- مما يركز على أهميته والتركيز عليه ، كما أن للون الأحمر دور في جذب إنتباه المتلقى وتوجيهه والتحذير والحرص  
والتنبيه وفقا لنظرية CIC بأن معاني اللون وتأثيراته خاصة بالسياق ويمكن أن يكون اللون نفسه ينتج عنه معاني معاكسة  
في سياقات اخرى مختلفة، فإن اللون الأحمر له معاني إيجابية واخرى سلبية حيث يؤثر على إدراكنا وسلوكنا بطريقة تعتمد  
على السياق ، قد يكون هناك احتمال أن تكون الرابطة السلبية الحمراء أو الإيجابية الحمراء دائماً تعتمد على السياق  
والاستجابة التقييمية الافتراضية للأحمر ليست سلبية ولا إيجابية. من الحكمة التفكير في احتمال أن يكون الارتباط السلبي  
باللون الأحمر خاص بالإنجاز وهو ما يتحقق في هذا المثل .

## 2-1-2 طباخ السم بيدوقه

وفقا لقاموس الأمثال الشعبية المصرية لأحمد تيمور باشا " طَبَّاحِ السَّمِّ لَا بَدَّ يُدَوِّقُهُ" أي: طبّاح السم لا بد له من أن يذوق منه  
لشهوة أو غيرها، فكيف بمن يطبخ الهنيء المريع. يُضْرَبُ للخدم إذا طالت أيديهم لِمَا أُوْتِمِنُوا عليه أو تولوا عمله. وَيُضْرَبُ  
أيضًا لمن يسعى في الإضرار بالناس والتدبير عليهم، وأنه لا بد من أن يصيبه رَشَاشٌ من عمله. فهو كطباخ السَّمِّ لا بد له  
من أن يَسْهُوَّ فيذوق منه، ولو مما علق بطرف إصبعه من عمله.



للطالبة : حبيبة حسام سرحان

العناصر الأساسية في تصوير المثل: طباخ - إناء للطبخ - سم - موقد نار - ملعقة

## تحليل المثل :

- تناولت اللقطة عناصر المثل بطريقة مباشرة وواضحة  
- أمكن التعبير عن مضمون المثل بوجود زجاجة سم ضمن مكونات اللقطة ، اختير ديكور اللقطة ليحبر عن المعمل أو  
المختبر العلمي وليس المطبخ كما هو في منطوق المثل وفي ذلك استعارة للمعنى هنا الصانع لا يطبخ فقط بل يخلق السم  
من المصدر الأساسي للمواد الخام المكونة له ، ومع ذلك لا تنتهيه شهوت مطامعه عن تذوقه رغم أنه يعلم مكوناته .

## المؤتمر الدولي الحادى عشر - التحديات الحضارية في ظل الألفية الثالثة (تراث - تكنولوجيا - تصميم)

- الإضاءة ، يمكن للإضاءة أن تنقل بشكل فعال جانباً موضوعياً للشخصية ، فالشخصية غير جديرة بالثقة فهي شخصية لأخلاقية ، ويتم التعامل معها ومع بيئتها بإضاءة مظلمة منخفضة المستوى. في الصورة استخدم التباين العالي في الإضاءة ، الجزء الأكبر من وجه الطباخ في منطقة الظل مع إضاءة عالية في الجانب الأيسر من الكادر كما لو أن قليل من الإضاءة يتسلل لينير الظلام ، أجواء الصورة توحي بالغموض وبأن هناك ما تخفيه الشخصية

- زاوية التصوير أمامية منخفضة بنسبة قليلة لتضخيم العمل تذوق السم بنسبة صغيرة للتعبير عن الخطورة وفداحة العمل

- الألوان الدافئة تجعل المتلقي يشعر بأنه في مكان صغير وضيق تزيد الإحساس بالقلق في الصورة ، اللون الأخضر للخلفية يعبر عن لون العفن ويعطي الشعور بالتعب والمرض ، ثمة شيء فاسد يصنع في هذا المكان ، استخدمت زاوية كاميرا تميل للإنخفاض لمنح شعور الهيمنة والسيطرة .

## 3-1-2 دارى على شمعتك تقيد

وفقا لقاموس الأمثال الشعبية المصرية لأحمد تيمور باشا "داري على شمعتك تنور" وفي رواية: «تولع» ، وفي أخرى: «تقيد»، والمعنى واحد؛ أي: استر شمعتك ووارها من الريح تُنر، والمراد: أخط أمورك بعنايتك نَسْتَقِم.



للطالب : محمد صلاح

## العناصر الأساسية في تصوير المثل: الشمع- يد

## تحليل المثل :

- تناولت عناصر التصميم للمثل بطريقة مباشرة وواضحة ، فأصبحت اللقطة تعبر بوضوح معني المثل بطريقة مباشرة
- زاوية التصوير أعلي من مستوي النظر وهو ما يمنح المشاهد شعور بالهيمنة علي الأحداث كما لو ان المشاهد يعرف النتيجة مسبقا وكانه يسبق الشخصية المصورة بخطوة
- استخدام اللقطة المقربة يؤكد علي المعني الإيجابي وكأن المشاهد يشارك البطل حصاد نجاحه فاللقطة القريبة تمنح المتلقي الإحساس بالدخول لعالم الشخصية المصورة
- استخدام طبقة الإضاءة العالية تعطي الإحساس بالمعنى الإيجابي للحدث فالإضاءة العالية تثير مشاعر السعادة والراحة وهو ما يسعى المثل لترسيخه في ذهن المتلقي حيث أن النتيجة ستكون النجاح السديد كما لو أن الإهتمام والتركيز والرعاية التي سيوليها صاحب المشروع لهدفه ستؤتي ثمارها ، والتكوين يشير إلى الحيطة وتوخى الحذر بأن يجب أن تحافظ على تلك النجاحات بالإهتمام والرعاية وعدم المبالغة في إظهارها في نفس الوقت
- اللون الأبيض السائد من الألوان الحيادية يعطي الإحساس بالتفاؤل والبهجة مع الحيطة حتى يتحقق ما يصبوا إليه

وفقا لقاموس الأمثال الشعبية المصرية لأحمد تيمور باشا "مِرَايَةُ الْحُبِّ عَامِيَّةٌ" يعني أن مرآة الحب لا تعكس الحقيقة ، وأن العواطف هي المهيمنة والمسيطرة فلا ترى غير ما تريد أن تراه



للطالبة : كلارا ماجد

**العناصر الأساسية في تصوير المثل: مرآة - امرأة - شريط أسود**

**تحليل المثل :**

- اللقطة تناولت بوضوح معنى المثل مع استخدام الرمزية في استخدام الشريط الأسود فوق المرأة ليرمز بأن المرأة لا تعكس الحقيقة بل أنها عمياء ، بسبب العواطف الجياشة

- زاوية التصوير أمامية للتركيز على عناصر التصوير و لتعطى الاحساس بمسافة متساوية بين المتلقى والموضوع

- الوظيفة الأساسية للإضاءة هي نقل المعنى العاطفي للمشاهد من خلال طبقة الإضاءة المنخفضة التي تعبر عن مشاعر الخوف والإضطراب واستخدمت الإضاءة الجانبية الخلفية للدلالة أن الشخصية تدير ظهرها للضوء الذي يمثل الحقيقة هنا

- يعبر اللون الأزرق ( لون بارد) للخلفية عن التناقض بين العواطف والمشاعر العاطفية والأحاسيس الدافئة للحب المسيطرة على الشخصية وبين ما لا تعكسه المرأة من الحقيقة ، يرمز اللون الأحمر إلى الشعور بالعواطف الجياشة التي تسيطر على الشخصية ، فاللون الأحمر له تأثير إيجابي عاطفي فهو محفز للإثارة وله تأثير سلبي في إبعاد الشخصية لرؤية الأمور على حقيقتها . كما أن الألوان الزاهية لها استجابة عاطفية إيجابية والألوان الداكنة العكس هذه الاستجابة مرتبطة أكثر بالإناث لذا فإن استخدام اللون الأحمر له دلالة علي خطورة الحب المتهور الغير عاقل .

### 5-1-2 ياخبر النهاردة بفلوس بكرة يبقى ببلاش

وفقا لقاموس الأمثال الشعبية المصرية لأحمد تيمور باشا "يَا خَبْرُ بَجْدِيدٍ. قَالَ: بُكْرَهُ يَبْقَى بَبَلَّاشٌ"

معانى كلمات المثل : الجديد (بكسر أوله والأصح فتحه) هي نوع من النقود كانوا يتعاملون بها ، بُكره (بضم فسكون) تعنى غداً ، ببلاش (بفتح الأول) أى بلا شيء . والمعنى: خبراً النهاردة بفلوس بكرة سينتشر ونسمعه مجاناً ويقال في حالة لو هناك خبر غير معلن اليوم فإنه في القريب سينتشر ويعلن على الملأ .



للطالب : صلاح حسام الدين

العناصر الأساسية في تصوير المثل : الخبر متمثل في جريدة - نقود - توقيت زمنى متتالى للأيام

تحليل المثل :

- اللقطة تناولت مفردات عناصر المثل برؤية رمزية ، مما أثار الفضول لدى المتلقى فى البداية للتعرف على المثل إلا أنه عند التركيب مع مفردات عناصر التكوين تم التوصل بسهولة ويسر لمنطوق المثل ، حيث أن الجريدة ترمز للخبر ، وورقتين من النتيجة السنوية لأيام السنة ليومين متتاليين ترمزين لكلمتى النهاردة وبكرة ، وأن الخبر سيصبح بكرة ببلاش تم الرمز له بالميكرفون الذى سيذيع الخبر على الملأ

- زاوية التصوير علوية لتعبر عن النظرة الشمولية لكل عناصر الموضوع والسيطرة والهيمنة فى اتخاذ القرار والانتظار حتى يذاع على الملأ

- اللون الدافئ يعبر عن الحميمية والراحة لا شيء يدعو للقلق فكل ما هو خفي سيكشف بلا مجهود

٢-١-٦ أفرع ونزهي

وفقا لقاموس الأمثال الشعبية المصرية لأحمد تيمور باشا "أَفْرَعُ وَنُزْهِي" يريدون بالنزهي الذي يكثر التَّنَزُّهَ ويحب أماكن اللهو، ولا يأتي ذلك عادةً إلا الفتيانُ الحسنو الخلق المُتَرْفُونَ لا الذين بهم عاهات تشوهم. يُضْرَبُ لمن يضع نفسه في غير موضعها وَيَعْمَى عن عيوبه



للطالب : إيد طارق

### العناصر الأساسية في تصوير المثل: كرسي - شخص بملابس رثة - جريدة - لوحة معلقة تحليل المثل :

- عناصر المثل تعبر عن السخرية التي يتضمنها المثل ، يطلق المثل عندما تكون الحالة الاجتماعية لشخص ما متواضعة إلا أنه يتعامل ويتصرف بتعال

- طبقة الإضاءة عالية لنعطي احساس بالمشاعر الإيجابية ، علي الرغم من مضمون المثل السلبي إلا أن التوجه لإستخدام طبقة إضاءة عالية يمنح المشاهد معاني إيجابية وهو ما يحقق مضمون المثل الساخر فالشخصية تعيش حالة مزيفة ولا تدرك أنها تعيش حالة غير حقيقة لذا كان الحرص علي تجميع عناصر غير منطقية حيث ترتدي الشخصية بدلة علي جلابية وحذاء ممزق ،تجلس في وضعية تدل علي المكانة والهيمنة اختيرت

- زاوية كاميرا سفلية كما لو كان المشاهد يجلس علي الأرض تحت أقدام هذه الشخصية للدلالة علي المكانة والسيطرة والعظمة الغير حقيقية التي تعيشها الشخصية في واقع الأمر ، الفراغ في يمين الكادر يعطي الأمل والتفاؤل في المستقبل - استخدام لوحة في الخلفية ملفت رغم ما تحمله من رمزية واسقاط علي الوضع الإجتماعي الحالي فالصورة للملكة نفرتيتي كما لو أن الأحفاد يتفاخرون بما كان يملكه الأجداد دون أن ينجزوا شيء يذكر في الحاضر

### 7-1-2 أبو بلاش كتر منه

وفقا لقاموس الأمثال الشعبية المصرية لأحمد تيمور باشا بلاش: أي بلا شئ نحتوا منه اسماً وأدخلوا عليه أداة التعريف، أي ما كان مجاناً بلا ثمن أكثر منه فلا ضرر يعود عليك من ذلك بل هو غنم ليس به غرم.





للطالبة : دينا صالح

العناصر الأساسية في تصوير المثل: يوسفى - أيادى كثيرة

تحليل المثل :

- استخدم الاسلوب الرمزي للتعبير عن المثل وهو فى التكالب على الأشياء والاستحواذ عليها بدون مقابل  
- دلالة اللون البرتقالي تشير للتعاسة من هنا استخدم اللون البرتقالي متمثلا في فاكهة اليوسفي  
- الإضاءة المسطحة قد توحي بأن الشخصية تعيش بسعادة في عالمها الخالي ، إلا أنها تستخدم هنا لتقديم تخريب ساخر لهذه الفكرة من خلال مقارنة الإضاءة المسطحة ذات الطبقة العالية بمحتوى يتعارض مع توقعات السعادة والراحة ، فهو تمثيل واضح للاستخدام المتناقض للضوء و المتعمد لإستخدام إضاءة غير واقعية وعدم التركيز علي إتجاهية الضوء والتأكيد علي التسطیح مع تعمد واضح لجذب إنتباه المشاهد وتوجيه نظره عبر توزيع الكتل وإتجاهية الخطوط والزاوية المنخفضة لكن البطل هنا هو اللوحة المكتوب فيها (ببلاش) كما لو أن الجشع والطمع هو المهيمن والمسيطر

## 2-1-8 شايل طاجن سته

وفقا لقاموس الأمثال الشعبية لأحمد تيمور باشا " شايل طاجن سته " تشير إلى الجدات اللانى كان لا يعجبهن الشىء رغم ما بذل به من مجهود ،فكانت من عادات البيوت المصرية قديماً أن يطبخوا أشهى المأكولات فى الطواجن، وكما اعتاد أهل المحروسة أن تقف الفتاة أو السيدة طوال اليوم للانتهاء من إعداد طاجن شهى تحمله على رأسها وتذهب به إلى جدتها تقديراً لمكانتها فى العائلة. ولكن كعادة الجدات اللانى لا يعجبهن شىء ويمارسون النقد على كل ما يقوم به الأجيال الصغيرة كانت لا يعجبها ما تقدمه لها الفتاة فى الطاجن .فتعلق على الطاجن باستياء وعدم استحسان.  
حتى صار "طاجن الست" مصدر دائماً للنكد والحزن ،حيث كانت الفتاة تقف تطهى الطاجن طوال اليوم ويقابل مجهودها بالخزى وعدم الاستحسان، فانتشرت مقولة "شايلة طاجن ستك" منذ تلك القصة للتعبير عن الضيق والحزن.



للطالبة : أية عبد المقصود

العناصر الأساسية في المثل : طواجن - شخص -ديكور ريفى من اقفاص وطبليّة - فانوس للإضاءة ليلا  
تحليل المثل :

- عناصر التكوين واضحة لتوصيل المعنى بأسلوب مباشر ، فعندما تكثر المسؤوليات والهموم ينعكس على ملامح الشخص وهنا يقال له شاييل طاجن سته
- زاوية التصوير امامية للتركيز على عناصر التصوير و لتعطى الاحساس بمسافة متساوية بين المتلقى والموضوع
- الإضاءة تعطى الاحساس بأنها إضاءة طبيعية للشمس
- الألوان دافئة إلا ان الهوم أكثر من تحمله

### النتائج

- يمكن ترجمة المشاعر بصريا بناء على دراسة المضمون دراسة مسبقة ودقيقة
- تستطيع الصورة الفوتوغرافية التعبير عن الأمثلة الشعبية كموروث تراثي
- يحقق الإختيار الأمثل لتقنيات وعناصر التصميم الفوتوغرافى التعبير البصرى لتلك الأمثال ويجعل المتلقى يتعمق فى المضمون
- يساهم التعبير البصرى للأمثال الشعبية فى الإحتفاظ بالصورة الذهنية لفترة أطول
- يساعد التعبير البصرى للأمثال الشعبية على توثيق التراث المدون
- تعزز الصورة الفوتوغرافية الهوية و توثيق التراث
- ينمي هذا البحث إدراك الشباب بأهمية البحث عن التراث والتعبير عنه بصريا
- يشجع هذا البحث ربط الجيل الجديد بالهوية المصرية وتوظيف التكنولوجيا العصرية الجاذبة المتطورة
- تحقق كل من البساطة والتباين والتوازن وزوايا التصوير المختلفة وأحجام اللقطات والإضاءة فاعلية فى التعبير عن المثل الشعبى .
- يساعد التعبير البصرى للأمثال الشعبية على جذب المتلقى والتعرف على المضمون بسهولة
- ينعكس التوثيق للتراث الثقافى والحضارى والفنى الفريد لأى أمة إيجابيا على إثبات الحقائق التاريخية بمرور الزمن

**التوصيات**

وتتمثل توصيات الدراسة في ما يلي:

- مواكبة التطور الذي يطرأ على تكنولوجيا الفوتوغرافيا وتكثيف الإنتاج البصرى لتحسين مضمون الرسالة للمتلقى
- الإهتمام بالتوثيق البصرى بجانب التوثيق المدون للأمثال الشعبية كموروث فلكلورى مصرى
- تشجيع القائمين بتوثيق التراث المدون على التعاون مع المتخصصين فى المجال الفوتوغرافى لإنتاج التوثيق الفوتوغرافى البصرى للأمثال الشعبية
- السعي الجاد لتمكين الجهود المبذولة لتعليم التصوير الفوتوغرافى نظريا وتطبيقيا في كافة مجالات الإتصال المرئي لمواكبة التطورات الحديثة

**المراجع**

1. Achint Kaur, A Link Between Colors and Emotions; A Study of Undergraduate Females, International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT) <http://www.ijert.org> ISSN: 2278-0181 IJERTV9IS090319 (This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.) Published by : [www.ijert.org](http://www.ijert.org) Vol. 9 Issue 09, September-2020
2. ANDREW, J. D, The major film theories. New York: Oxford University Press. (1976).
3. Ballast D.K.: Interior design reference manual, Professional Pub. JjmInc. Belmont, C(2002)
4. Frost, J. B. Cinematography for Directors, Studio City, CA: Michael Wise Productions(2009).
5. Garber, L. L. & Hyatt, E. M. Color as tool for visual persuasion. In L. Scott & R. Batra (Eds.), Persuasive imagery: A consumer response perspective. (pp. 313-336). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates. (2003).
6. GIANNETTI, L. DUnderstanding movies. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. (1982).
7. GIBSON, J. J. The ecological approach to visual perception. Boston: Houghton Mifflin(1979).
8. Giessner, S. R., & Schubert, T. W. High in the hierarchy: How vertical location and judgments of leaders' power are interrelated. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 104(1), 30-44. (2007).
9. Hill, R. A., & Barton, R. A. Red enhances human performance in contests. Nature, 435(7040), 293. doi:10.1038/435293a(2005).
10. Jennifer Lee Poland. Lights, Camera, Emotion!: an Examination on Film Lighting and Its Impact on Audiences' Emotional Response, Cleveland State University. (2015).
11. Kövecses Metaphor in culture: Universality and variation. Cambridge, MA: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511614408(2005).
12. Lucía Cores Sarría ,The influence of camera angle in film narratives Thesis ,Indiana University Bloomington ,October 2015 DOI: 10.13140/RG.2.2.23950.69444 8 PUBLICATIONS

13. Maathuis, I. How camera angles influence people's opinions about objects. (Unpublished Bachelor's thesis, University of Twente, Twente, Netherlands). (2010) Retrieved from <http://purl.utwente.nl/essays/60065>
14. Martin S Banks, Elise Piazza ,Camera Focal Length and the Perception of Pictures Article in Ecological Psychology · May 2014 DOI: 10.1080/10407413.2014.877284 · Source: PubMed
15. Meier, B. P., D'Agostino, P. R., Elliot, A. J., Maier, M. A., & Wilkowski, B. M. Color in context: Psychological context moderates the influence of red on approach-and avoidance-motivated behavior. (2012). PLoS ONE, 7, e40333. doi:10.1371/journal.pone.0040333
16. Meyers-Levy, J., & Peracchio, L. A. Getting an angle in advertising: The effect of camera angle on product evaluations. Journal of Marketing Research, 29(4), 454–461. [https://doi.org/10.2307/3172711\(1992\)](https://doi.org/10.2307/3172711(1992)).
17. Modrak, R., & Anthes, B. Reframing photography. New York, NY: Routledge. (2011).
18. Peh, C. J. W. Strategies of colour and lighting design in the cinematography of Christopher Doyle. Master's thesis, Nanyang Technological University, Singapore. [https://hdl.handle.net/10356/86189\(2019\)](https://hdl.handle.net/10356/86189(2019)).
19. Pietro Piazzolla, Marco Gribaudo .Teaching the Aesthetic of Lighting in Cinema , Conference: Int. Conf. on Teaching and Learning 'May 2008 ,DOI: [10.13140/2.1.3710.1122](https://doi.org/10.13140/2.1.3710.1122)
20. Ralf Speek ,The influence of camera angle on evaluating low and high involvement products ,University of Twente Faculty of Behavioural Sciences Bachelor assignment Enschede, November 8, 2006
21. ROBERT N. KRAFT ,The influence of camera angle on comprehension and retention of pictorial events ,Grinnell College, Grinnell, Iowa ,Memory & Cognition 1987, 15(4), 291-307
22. Sevenants, A., & d'Ydewalle, G Does it Matter to be Pictured from Below? Psychologica belgica, 46(3), . (2006). 199-210.
23. William Francis Nicholson, Cinematography and character depiction, Global Media Journal, African Edition< 2010 Vol 4 (2),p197
24. Yasuto Okamura,The Influence of the Background Color “Red” on the Appraisal of Pictures ,International Journal of Psychology and Educational Studies, 2017, 4 (2), 1-9
25. Zettl, H. 1999. Sight sound motion: applied media aesthetics. Belmont: Wadsworth Publishing Company