



LARBI TEBESSI – TEBESSAUNIVERSITY
UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علوم الاعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية
الشعبة: علوم الاعلام والاتصال
التخصص: سمعي بصري

العنوان:

القيم الاجتماعية في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل

دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من ملصقات أفلام ديزني

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د " "

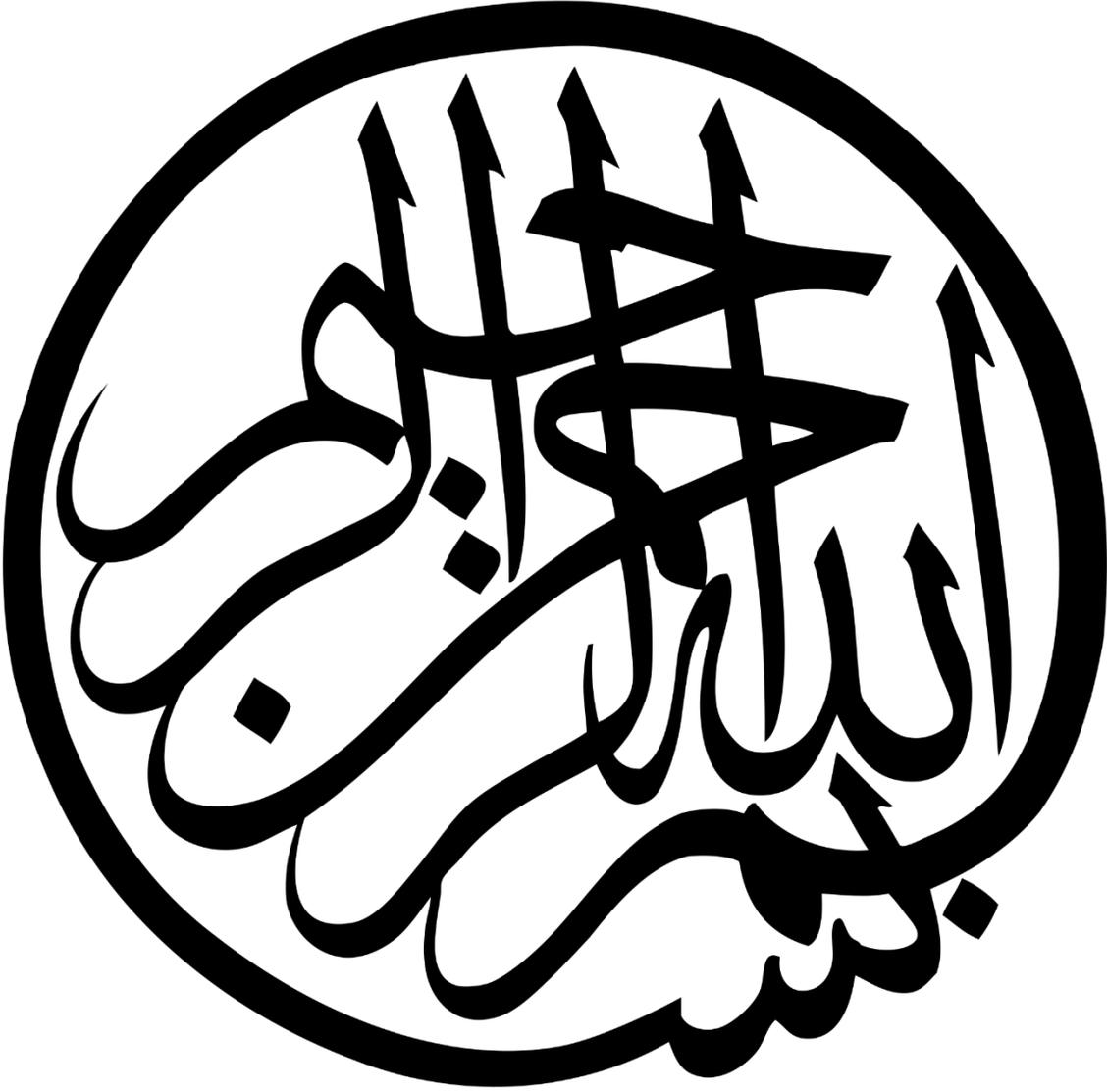
دفعة: 2020

إشراف الأستاذ(ة):
د. اكرم بوطورة

إعداد الطلبة:
• سامية مهلم
• ريان خلادي

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. هارون منصر	أستاذ محاضر - أ-	رئيسا
د. اكرم بوطورة	أستاذ محاضر - أ-	مشرفا ومقررا
د. عبد الغني بوزيان	أستاذ محاضر - أ-	عضوا ممتحنا



شكر وعرفان

الشكر لله عز ثناءه وتقديست اسماءه على فضله وكرمه
وتوفيقه لنا بإنجاز هذه المذكرة

بادئ ذي بدء نتقدم بجزيل الشكر والثناء لمن كان لنا خير
عون ولم يبخل علينا بالنصائح والتوجيهات خلال مسارنا
الجامعي، مشرفاً على هذا العمل الدكتور اكرم بوطورة.

كما لا يفوتنا ان نتقدم بالشكر لكل من ترك فينا بصمة علم
شكرا للذين لا يكفون عن العطاء، اساتذتنا ودكاترتنا كل
باسمه وصفته " الدكتور منصر هارون " " الدكتور سيف
الدين عبان " " الدكتور بوزيان عبد الغني "

شكرا لكل من كان سندا لنا كل من كان دعاؤه بالتوفيق لنا
أهلنا، احبتنا، أصدقائنا...

الى مرضعتي واخواتي الى عائلتي الكبيرة البعيدة في المسافة
القريبة من القلب.

الى الداعمين لي في العمل " طراد فاروق "

الى صديقة العمر زهرة، وابن قلبي حمزة

اختي ورفيقة دربي

سامية_ريان



الهداء

الى من تجرعت الكأس
فارغا لتسفيني فطره حب
حصدت الاشواك عن
دربي لتمهد لي طريق
العلم الى من منحني
الحياة.

فهرس

الموضوعات

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
/	شكر وعرقان
أ	مقدمة
الفصل الاول :الاطار المنهجي للدراسة	
04	تمهيد
04	اولا:موضوع الدراسة
06	1. الاشكالية
07	2. اسباب اختيار الموضوع
08	3. اهمية الدراسة
08	4. اهداف الدراسة
10	5. تحديد مصطلحات و مفاهيم الدراسة
17	6. الدراسات السابقة
17	ثانيا: الاجراءات المنهجية للدراسة
18	1. منهج الدراسة
18	2. مجتمع البحث وعينة الدراسة
19	3. ادوات جمع البيانات
الفصل الثاني: القيم والقيم الاجتماعية	
21	تمهيد
22	المبحث الاول: القيم الاجتماعية
22	مدخل عام الى القيم
22	1. مفهوم القيم

فهرس الموضوعات

24	-2 علاقة القيم بالمفاهيم المشابهة
27	-3 خصائص القيم
28	-4 مكونات القيم
29	-5 تصنيفات القيم
32	-6 وظائف القيم
33	عملية اكتساب القيم الاجتماعية
33	1. مفهوم القيم الاجتماعية
33	2. اهمية القيم الاجتماعية في الحياة
34	3. عوامل اكتساب القيم لدى الفرد
36	4. دور الاعلام في تغيير القيم الاجتماعية
37	5. نظريات ومستويات اكتساب القيم الاجتماعية
39	6. مصادر القيم الاجتماعية
40	المبحث الثاني: الطفل والطفولة
41	1. مفهوم الطفل
42	2. مفاهيم عن الطفل
43	3. التربية والطفل
44	4. ثقافه الطفل
46	5. وسائل الاعلام وسلوك الطفل
47	مراحل الطفولة
49	1. اهمية الطفولة مرحله اساسية
50	2. السينما والطفولة
51	3. تأثير السينما على الطفولة

فهرس الموضوعات

51	4. الطفولة والمجتمع
55	5. خلاصة
الفصل الثالث: السينما والملصق السينمائي	
57	تمهيد
58	المبحث الاول : السينما والفيلم
58	1-1 مفهوم السينما
59	1-2 نشأة السينما وتطورها
63	3.1. عصور السينما
64	4-1 مدارس السينما
67	5.1. السينما والاعلان
68	1-2 الفيلم
68	مفهوم الفيلم
69	2-2- انواع الفيلم السينمائي
70	2-3- مراحل تطور الفيلم السينمائي
72	1-4- الدور الاجتماعي والانساني للفيلم السينمائي
73	2-5 تأثير التكنولوجيا على صناعة الفيلم
74	المبحث الثاني: الصورة والملصق
75	1-1 مفهوم الصورة
76	1-2 مفاهيم مشابهة للصورة
77	1-3- أنواع الصورة
78	1-4 انواع الدلالات

فهرس الموضوعات

79	1-5- الدلالات والرمز والصورة في تصميم الملصق
81	1-6- العناصر البنائية لتكوين الصورة في تصميم الملصق
83	1-2 مفهوم الملصق السينمائي
83	2-2 نشأة وتطور الملصق السينمائي
85	2-3 فنون الاخراج الشكلي للملصق
87	2-4 وظائف سيمائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي
88	2-5 مميزات الملصق السينمائي عن المطبوعات الأخرى
89	2-6 الملصق وعلاقته بالفيلم
90	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الاطار التطبيقي	
92	تمهيد
93	بطاقة فنية لشركة والت ديزني
اولا التحليل السيميولوجي لمصقات الافلام الموجهة للطفل.	
94	الملصق رقم 01 THE LION KING .
100	الملصق رقم 02 MOANA
108	الملصق رقم 03 COCO
116	لملصق رقم 04 OLFA'S FROZEN ADVENTURE
121	الملصق رقم 05 UP
128	الملصق رقم 06 THE BEAUTY AND THE BEAST
ثانيا النتائج الخاصة بالدراسة	
135	1- النتائج الجزئية
135	2- نتائج التحليل السيميولوجي

فهرس الموضوعات

136	3- النتائج في ظل التساؤلات المطروحة
137	4- النتائج العامة
139	خاتمة
141	قائمة المصادر والمراجع

فهرس الاشكال

الصفحة	الشكل
25	1. علاقة السلوك والقيم والاهداف
27	2. خصائص القيم حسب صفاتها
50	3. النشاط الرمزي المرتبط بمشاهدة الافلام
78	4. أنواع الصورة

مقدمت

مقدمة:

تعد السينما احد اهم وسائل الاتصال الجماهيرية التي لها طبيعة خاصة باعتبار انها تدمج بين الوعاء الثقافي والفكري والأسلوب الفني التعبيري، حيث تستخدم الصورة في محاولة لنقل الواقع او صنع الخيال لتحقيق عملية اتصالية فعالة، قد تكون هذه الصورة متحركة كالمضامين التي تبتث في شكل أفلام او صور ثابتة كالمطبوعات، حيث يعد الملصق السينمائي البوابة الرئيسية للدخول الى الفلم والترويج له، اذا اصبح مجال تصميم الملصقات السينمائية يحظى باهتمام صناع السينما باعتبار الجانب الاقتصادي الذي يدره شباك التذاكر نتيجة العملية الترويجية، وكذلك ما يحمله الملصق السينمائي في بنيته السيميائية من رموز ودلالات تعكس ثقافات وقيم اجتماعية مختلفة.

وهذه الدراسة التي بين أيدينا تتناول القيم الاجتماعية في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل، ولعلنا أفلام شركة ديزني هي الأشهر على في هذا المجال، وذلك انها تنتج أفلاما تحمل سلوكيات ومعارف من شأنها ان تساهم في بناء القيم والاتجاهات لما تعرضه من مشاهد ومواقف خيالية تتسم بالجمالية وهذا ما ينعكس في تصميم ملصقاتها، التي تعتمد على عناصر الجذب والاثارة بدرجة أولى، ولأن فئة الأطفال وهي الأكثر تأثراً ببلاغة الصورة واللون، خصصت دراستنا لاستخلاص القيم الاجتماعية من خلال تصميم ملصقات الأفلام الموجهة للطفل، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من ملصقات أفلام ديزني.

حيث تم تقسيم الدراسة الى أربعة فصول:

الفصل الأول: الاطار المنهجي

الفصلين الثاني والثالث: الاطار النظري

الفصل الرابع: الاطار التطبيقي

بالإضافة الى مقدمة وخاتمة.

تناولنا في المقدمة الملصق السينمائي، ودوره في تشكيل القيم الاجتماعية، وفي الفصل الأول تطرقنا الى الخطوات المنهجية لإنجاز هذه الدراسة، انطلاقا من تحديد المشكلة التي تبحث عن الدلالات والرموز

التي وظفت في الملصقات السينمائية لإيصال القيم الاجتماعية، واندرجت ضمنها تساؤلات فرعية، التي تعتبر تفصيلا للتساؤل الرئيسي الى أسباب اختيار الموضوع واهمية الدراسة وأهدافها، ثم قمنا بتحديد المفاهيم الأساسية للموضوع والدراسات السابقة التي كانت مساعدة في انجاز المذكرة بالإضافة الى اعتمادنا المقاربة السيميولوجية، مقارنة مارتن جولي، وأدوات تحليل البيانات، اما الاطار النظري فقد قسمناه الى :

الفصل الثاني: والذي تناولنا فيه مبحثين أساسيين هما:

- المبحث الأول: مدخل عام للقيم و القيم الاجتماعية.
- المبحث الثاني: تناولنا فيه كل ما يهم الطفل والطفولة.

الفصل الثالث: الذي تناولنا فيه أيضا مبحثين هما:

- المبحث الأول: السينما والفلم من ماهية وخصائص والعناصر الأساسية التي تقوم عليها بشكل عام.
- المبحث الثاني: فقد تطرقنا فيه الى الصورة والملصق من اساسياتهما وصولا الى علاقتهما بالفيلم.

اما الإطار التطبيقي، فقد قمنا بتقديم بطاقة فنية عن الشركة المنتجة للملصقات، ليأتي بعدها تحليل الملصقات من خلال مستويي التحليل التعيني والتضميني، ثم قمنا بعرض نتائج الدراسة لنصل أخيرا الى وضع خاتمة لموضوع الدراسة.

الفصل الأول

الاطار المنهجي

أولاً: موضوع الدراسة

1. الإشكالية :

تعتبر القيم أهم ركيزة لبناء وتأسيس مجتمعات سوية فهي معايير ضابطة للسلوك وتتعكس في خصائص وصفات مرغوب فيها تتأتى من الثقافة المجتمعية القائمة وتعكس الطريقة التي يفكر بها المجتمع وما يتفق عليه من سلوكيات وأنماط وعادات و هي أنواع : كالقيم الاقتصادية الانسانية الدينية والاجتماعية التي تضفي على المجتمع خصوصية في بناءه .

كما تحافظ على اطاره الحضاري و توجهات وأفكار أفراده و في ظل التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الاتصال ووسائله وعلى اعتبار أن السينما احدى أهم وسائل الاتصال الجماهيري لأنها تحظى بشعبية و جمهور عريض والتي انتشرت بفضل خاصيتين أساسيتين الأولى قوة الصورة وجماليتها ومزجها الصوت بالحركة مما أعطاها بعض الواقعية، والثانية معالجتها للمواضيع بصفة لا محدودة فالفيلم السينمائي هو وحدة موضوعية هادفة تأتي في أنواع عديدة منها أفلام الحركة الجريمة الرعب الخيال العلمي التي كانت بداياتها قصيرة بالأبيض والاسود لتصبح اليوم طويلة بتقنيات و تصوير حديث.

أفلام الرسوم المتحركة هي أيضا أحد أهم أنواع الأفلام السينمائية والتي تخاطب الطفل بصفة مباشرة قصد الامتاع و الترفيه أو احداث استجابة معينة و لهذا اعتمدت الأفلام عامة على الملصق الاعلاني للترويج لها فالملصق الاعلاني يعد شكلا من أشكال الاتصال و كذا البوابة التي يمر من خلالها المشاهد الى الفيلم حيث يحمل رسالة في معظمها بسيطة معبر عنها بكلمات أو رسوم أو صور ايحائية اعتمادا على فكرة الجذب والابهار وذلك للفت انتباه الجمهور ودفعه الى الاهتمام بالفيلم ومشاهدته.

هذا ما تعتمد عليه أفلام الرسوم المتحركة أيضا لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين لشباك التذاكر فتصمم ملصقات أفلام الرسوم المتحركة بناء على جمهورها الأولي وهو الطفل الذي يعتبر من أكثر الشرائح تأثراً بما يتلقاه ويشاهده خاصة و أنه في مرحلة بناء الشخصية واكتساب صفاتها الأولى التي تتعكس في سلوكياته ورصيده المعرفي في مراحل عمرية أخرى فما يقدم اليه ويخزنه يصبح قيماً وتصورات عن الأشياء الموجودة حوله، فمن الصعب ان يفصل الطفل بين ما هو حقيقي وما هو خيالي في المراحل الأولى

من طفولته ولعل الشركة التي تعتبر رائدة في أفلام الرسوم المتحركة هي شركة والت ديزني العالمية التي كانت سبابة في هذا النوع، وتحظى أفلامها بانتشار واسع والتي تعتمد سياسة الملصق الاعلاني للترويج لها . ولهذا جاءت دراستنا هذه للبحث في المعاني المتضمنة واستخراج القيم الاجتماعية الموجودة في عينتنا المتمثلة في مجموعة من ملصقات أفلام شركة والت ديزني وفي ضوء هذا الكلام نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما دلالات القيم الاجتماعية في ملصقات الافلام الموجهة للطفل؟.

حيث تندرج عن هذا التساؤل مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

- ما الدلالات التي تحملها الخطوط و الأشكال و الألوان في تصاميم ملصقات الأفلام الموجهة للطفل؟
- ماهي الأفكار و القيم الاجتماعية التي تتضمنها ملصقات الافلام الموجهة للطفل؟
- ماهي الايحاءات الصريحة والضمنية التي تبرز القيم الاجتماعية في ملصقات الافلام الموجهة للطفل؟ .

2. أسباب اختيار الموضوع :

تم اختيار موضوع الدراسة بناء على اهتمامنا بميدان السميولوجيا الصورة وتحديدًا سميولوجيا الصورة الثابتة من خلال ملصقات الأفلام الموجهة للطفل و يرجع ذلك الى عدة أسباب نذكر منها :

أ. أسباب ذاتية:

- الفضول العلمي للبحث في مجال التحليل السميولوجي
- الاطلاع الشخصي و المستمر على أفلام الرسوم المتحركة
- الميل للموضوع و اهتمامنا بملصقات الأفلام الموجهة للطفل

ب. أسباب موضوعية:

- ارتأينا القيام بدراسة حول القيم الاجتماعية التي يتم ترويجها لبناء شخصية الطفل عن طريق التحليل السميولوجي.
- أهمية الموضوع لكون الطفل شريحة حساسة في المجتمع.
- الرغبة في التقرب ومعرفة مداخل و مناهج علم السميولوجيا.
- الرغبة في التعرف على أهمية الملصق الاعلاني للفيلم الموجه للطفل.

3. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية دراستنا في أهمية الملصق السينمائي عامة والملصق الموجه للطفل بشكل خاص باعتباره فئة حساسة في المجتمع يتم مخاطبتها عبر تلك الملصقات.

وتظهر أهمية دراستنا أيضا من خلال فتحها لنا مجال للبحث و تشخيص القيم الاجتماعية التي تحملها ملصقات الأفلام الموجهة للطفل.

اعتبار مجال أفلام الرسوم المتحركة مجالا يجذب اليه الأطفال فتنوع الأفكار المعروضة والموجهة لهم عبر الملصقات الاعلانية لتلك الأفلام ومن خلال هذه الدراسة والعينة التي تم اختيارها يمكن لنا معرفة القيم الاجتماعية السلبية والايجابية الموجودة في تلك الملصقات وأساليب ابرازها وعرضها لاحداث استجابة معينة.

استخدامنا لمنهج التحليل السميولوجي في استخراج القيم الاجتماعية من خلال ملصقات الأفلام الموجهة للطفل .

4. أهداف الدراسة :

يسعى الباحث العلمي في كل دراسة الى تحقيق جملة من الأهداف و نذكر من أهداف دراستنا ما يلي :

ج. التعرف على اتجاهات و مناهج علم السميولوجيا

د. رصد المعاني الضمنية حول الخطوط والأشكال والألوان في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل

هـ. معرفة الأفكار والقيم التي تطرحها ملصقات الأفلام الموجهة للطفل

و. تشخيص القيم الاجتماعية من خلال ملصقات الأفلام الموجهة للطفل

5. مصطلحات ومفاهيم الدراسة

أ. القيم :

مفهوم القيم من المفاهيم التي اهتم بها كثير الباحثون في مجالات مختلفة كالفلسفة وعلم النفس وعلم الاجتماع و غير ذلك من المجالات وقد ترتب عن ذلك نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر وحتى داخل التخصص الواحد.

فالقيم عبارة عن تصورات ومبادئ معيارية توجه السلوك الانساني يكتسبها الافراد عن طريق عمليات التنشئة التي تقوم بها مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة ويتم التعرف عليها من خلال سلوكيات الافراد.

كما تعتبر القيم تنظيمات للأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الاشخاص والاشياء ومختلف النشاطات التي يقوم بها الفرد على وجه الرغبة والتفضيل او الرفض .

كما انها تعد بمثابة مقياس معنوي بين الافراد يتفقون عليها ومنه يتخذون منها ميزانا يزنون به اعمالهم ويحكمون بها على تصرفاتهم المادية والمعنوية اذ انها اطار مرجعي ينطلقون منها بهدف الوصول اليها وعدم تجاوزها حيث انها من اهم الركائز التي تبنى عليها المجتمعات و تقام عليها الامم و تتعلق بالاخلاق والمبادئ التي تضبط السلوك البشري الصحيح.

ب. القيم الاجتماعية: هي خصائص و صفات محببة مرغوب فيها تحددتها ثقافة المجتمع و الاطار التربوي فيه ومدى وعي افراد المجتمع بأهمية توجيه السلوك البشري اذ تعد القيم الاجتماعية رابط من روابط المجتمع يكتسبها الفرد منذ مرحلة الطفولة في مختلف مواقف حياته اما عن طريق ما يتعايش معه في المجتمع او ما يكتسبه من مؤسسات التنشئة الاجتماعية او حتى ما يتلقاه عن طريق الوسائط المختلفة كوسائل الاعلام المتنوعة .

ج. المصق السينمائي: صورة اعلانية تحمل رسالة مرئية ذات دلالات معرفية اتصالية تتكون من صور والوان واشكال و رموز تعبر عن مضمون الفيلم و تعرف به عبر نقل انطباعات و معاني متعددة ظاهرة وضمنية تهدف الى اثاره الانتباه و جذب اهتمام المتلقي لإقناعه بمضمون الفيلم، و يكون متاحا قبل صدور الفيلم ليعلن عن وقت عرضه و التعريف بإبطاله كسياسة اعلانية تجارية

د. شركة ديزني للأفلام: هو استوديو سينمائي امريكي تم تأسيسه سنة 1923م، من طرف الاخوة والت وروي ديزني لإنتاج الافلام السينمائية العادية و افلام الرسوم المتحركة تحت شعار الشركة الرئيسي ديزني وهي اكبر شركات وسائل الاعلام و الترفيه في العالم كما تحظى افلامها بنجاح وانتشار واسع حسب ايراداتها في جميع انحاء العالم

هـ. الطفل: هو ذلك الابن الذي يمتد عمره من ثلاثة سنوات الى خمسة عشرة سنة ويعيش في جو اسري مع الوالدين ووسط المؤسسات الاجتماعية، يلتحق بالمدرسة ويلعب مع اقرانه يندرج تحت مرحلة الطفولة وهي مرحلة نمو و تكوين الشخصية واكتساب الوعي والاندماج مع المجتمع

و. الافلام الموجهة للطفل: هي الافلام ذات المضامين والمحتويات التي تستهدف الاطفال عبر ماتقدمه من متعة بصرية و سمعية و عناصر جذب و ابهار تعرض في السينما وتنقسم لنوعين الاول يتم تصويره بشخصيات واقعية في قصص عادة ما تخاطب خيال الطفل والنوع الثاني يعتمد على تحريك نماذج مرسومة و تحويلها رسومات متحركة بتقنيات حديثة لمخاطبة حواس الطفل.

6. الدراسات السابقة:

الدراسات العربية :

الدراسة الاولى:

اسم الدراسة	عليان عبد الله الحولي
عنوان الدراسة	القيم المتضمنة في افلام الرسوم المتحركة بحث مقدم الى المؤتمر التربوي الاول للتربية في فلسطين - غزة - بكلية التربية في الجامعة الإسلامية.
السنة	2004-11-24/23
الاشكالية	رغبة الباحث في التعرف على القيم المتضمنة في افلام الرسوم المتحركة وكل من ايجابياتها وسلبياتها بالنسبة للأفراد عموما و الطفل خصوصا
التساؤلات	<ul style="list-style-type: none"> • ما ايجابيات وسلبيات الرسوم المتحركة من وجهة نظر عينة من الامهات؟ • ما بعض القيم المتضمنة في عينة من افلام الرسوم المتحركة؟ • ما اوجه الشبه والاختلاف بين نتائج راي الامهات و تحليل محتوى عينة من افلام الرسوم المتحركة؟
المنهج	اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وكذا المنهج تحليل المحتوى
مجتمع وعينة البحث	مجتمع البحث شمل كل افلام الرسوم المتحركة التي تبث مساء في الفضائيات التالية: Art / spacetoon / فلسطين / الشارقة التي عرضت خلال الفترة 10 جويلية 2004 و 10 اوت 2004 وعددها 200 حلقة.
النتائج	ان مجموع القيم الايجابية 17.7%، الصبر 11.7%، انماط سلوكية ايجابية

<p>9.9%، انماط سلوكية سلبية 12.7%، قيم العدوان 6.6% ، القيم السلبية 11.7% الطقوس المختلفة 8.8%.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • ضرورة انشاء قناة فضائية اسلامية متخصصة في برامج الاطفال عامة والرسوم المتحركة خاصة مع تأكيد ضرورة قيام الاسرة بدورها في الاستخدام السليم للتلفزيون . • ضرورة انشاء قناة فضائية اسلامية متخصصة في برامج الاطفال عامة والرسوم المتحركة خاصة مع تأكيد ضرورة قيام الاسرة بدورها في الاستخدام السليم للتلفزيون . 	<p>اهم توصيات الدراسة</p>
<p>ساعدتنا هذه الدراسة على تحديد القيم المراد دراستها و فهم اكثر للحاجة لدراسة هذا الموضوع كما اعطتنا فكرة اكثر حول النتائج المتوقعة من هذه الدراسة.</p>	<p>اوجه الاستفادة من هذه الدراسة.</p>

الدراسة الثانية :

<p>محمد حسين محمد عيسى</p>	<p>اسم الدراسة</p>
<p>- سيميائية الصورة الفتوغرافية في الملصق السينمائي - دراسة منشورة في مجلة العمارة و الفنون العدد 10 - كلية 6 اكتوبر - مصر</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>- 2018</p>	<p>السنة</p>
<p>- طرح اشكالية تتعلق بتعارض قيود الصورة الفتوغرافية من الناحية التقنية والجمالية ومتطلبات الاتصال الفعال بالملصق السينمائي في اداء وظيفة الصورة والتي بدورها تعتمد على وجهة نظر المصور في التعبير عن محتوى الفيلم السينمائي.</p>	<p>الاشكالية</p>

<p>- اعتمد الباحث على المنهج التحليل السيميولوجي</p>	<p>المنهج</p>
<p>- مجتمع البحث شمل 3 نماذج عن صور فوتوغرافية في ملصقات الافلام بناء على ثلاث محاور حسب تبريرات الباحث وهي: - دلالة زوايا اللقطة، دلالة حجم اللقطة، دلالة اضاءة الصورة</p>	<p>مجتمع وعينة البحث</p>
<p>كانت اهم النتائج المتوصل اليها :</p> <p>- تؤثر الصور الفوتوغرافية في جذب انتباه المشاهد الى الملصق السينمائي - تحقق الصورة الفوتوغرافية ابراز مضمون الفيلم عن طريق الدلالات التي تبعثها في عملية الاتصال - لكل زاوية و حجم لقطة في الملصق السينمائي دلالات و معاني مستوحاة من مضمون الفيلم - الالوان في الصور من اهم عناصر ابراز القيم الدلالية و توليد المعاني</p>	<p>النتائج</p>
<p>- افادتنا هذه الدراسة بعد اطلاعنا على المنهج المستخدم وهو منهج التحليل السيميولوجي و هو الذي اعتمدناه في دراستنا - نتائج هذه الدراسة اثرت رصيدنا المعرفي حول تاثير وتوظيف الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي و دلالاتها السيميولوجية</p>	<p>اوجه الاستفادة من هذه الدراسة</p>

الدراسة الثالثة :

اسم الدراسة	نجاه قادر محمد علي كواز
عنوان الدراسة	- الدلالات الرمزية للصورة الطباعية في تصاميم الملصق السينمائي -مجلة كلية التربية الاساسية المجلد 21 العدد 92 - جامعة بغداد
السنة	- 2015
الاشكالية	- تتمحور الإشكالية حول اهمية الملصق السينمائي اتصاليا بما يحتويه من جمالية و افكار بهدف لنقلها للمتلقي و هو هدف مصممي الملصق الذين يعتمدون على نظام الدلالات و الرموز لنقل الثوابت المعرفية و الدينية و الاجتماعية مما استدعى دراسة الجوانب الرمزية و الدلالية في الملصق السينمائي .
التساؤلات	- هل للدلالات الرمزية للصورة الطباعية في الملصق السينمائي دور في الاتصال البصري؟. - ما الدور الذي تؤديه الدلالات الرمزية للصورة الطباعية في ابراز القيم الجمالية والوظيفية؟
المنهج	- اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي و كذا منهج تحليل المضمون.
مجتمع و عينة البحث	- تم اختيار 25 % من الملصقات الافلام الحائزة على جائزة الأوسكار سنة 2011 و التي عددها الاصلي 20 ملصقا تم تحليل 5 ملصقات منها بناء على احتوائها كما اكبرا من الدلالات و الرموز.
النتائج	- ان طرح الفكرة التصميمية بصورة صريحة ومباشرة لا يؤدي الى تنشيط الوعي لدى المتلقي في حين ان الطرح الغير مباشر يؤدي الى تنشيط الوعي لدى المتلقي و يجعله يفكر في ماهية التصميم و معناه . - تؤدي زيادة العناصر التيبوغرافية الى ضعف واضح في بنية الملصق

<p>السينمائي و يصبح تأثيره سلبيا.</p> <p>- يحقق استخدام التدرجات اللونية والمضادات اللونية الكثير من الدلالات الرمزية المعبرة في اظهار نتائج ايجابية مؤثرة و فعالة لدى المتلقي.</p>	
<p>- استفدنا من هذه الدراسة كم معرفي حول تصاميم الملصقات السينمائية و المكونات الظاهرة في بنيته و التي لها دلالات يبحث فيها الباحث لمعرفة رسائلها الضمنية</p> <p>- كما ان طريقة اختيار العينة اعطانا فكرة اشمل حول كيفية اختيار مجتمع و عينة بحثنا</p>	<p>اوجه الاستفادة من هذه الدراسة</p>
<p>- عائشة سعيد علي الشهري</p>	<p>اسم الدراسة</p>
<p>- نماذج من القيم التي تعززها افلام الرسوم المتحركة من وجهة نظر التربية الاسلامية - بحث تكميلي لنيل شهادة الماجستير في التربية الاسلامية و المقارنة - قسم التربية الاسلامية و المقارنة - جامعة ام القرى - المملكة العربية السعودية</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>2010/06/22</p>	<p>السنة</p>
<p>- طرحت هذه الدراسة اشكالية تعرض الاطفال في عالمنا العربي لرسوم متحركة جليها من انتاج غربي مما يجعله يتلقى مفاهيم و افكار من غير مجتمعه الاصلي و قد طرحت تساؤل رئيسي و هو :</p> <p>- ما القيم التي تعززها الرسوم المتحركة المخصصة للاطفال من وجهة نظر التربية الاسلامية ؟</p>	<p>الاشكالية</p>
<p>- ما المقصود بالقيم بشكل عام واقسامها، واتجاهاتها ، وخصائصها ؟</p> <p>- ما معنى الطفولة وما اهميتها وخصائص مرحلة الطفولة، وكيف يدرك الطفل ما يشاهده ؟</p> <p>- ما ابرز ملامح و خصائص و انواع الرسوم المتحركة ؟</p>	<p>التساؤلات</p>

المنهج	استخدمت الباحثة منهجين وهما منهج التحليل الوصفي وتحليل المضمون
مجتمع و عينة البحث	<ul style="list-style-type: none"> - شملت عينة البحث برامج من الرسوم المتحركة التي عرضت على قناة mbc 3 - والتي عرضت بين الفترة 2008/09-01 و 2010/06/01 اما بشكل يومي وثابت او تمت اعادتها على شاشة القناة عدة مرات في هاته الفترة.
النتائج	<ul style="list-style-type: none"> - شكلت القيم السلبية نسبة 73% - وشكلت القيم الايجابية نسبة 26% - وبالتالي فان القيم السلبية المخالفة لقيم الاسلام تفوق القيم الايجابية بكثير في هذه القناة وهي ليست الا نموذجا لما يبث في القنوات العربية المخصصة لبرامج الأطفال.
اوجه الاستفادة من هذه الدراسة	<ul style="list-style-type: none"> - تحصيل معلومات اكثر عن الرسوم المتحركة الموجهة للطفل لان الملصقات السينمائية لهذه الافلام التي هي موضوع دراستنا هي انعكاس لمضمونها وما تقمه وهو ما اوضحته هذه الدراسة.

الدراسة الاجنبية :

<p>- Vamvakidou Ifigeneia/ anastasia christodoulou / Christos Zagkos</p> <p>- /Argyris Kyridis/ Christina Tziamtzi</p>	<p>اسم الدراسة</p>
<p>- الدلالات الاجتماعية في ملصقات افلام هوليوود المصنوعة للاطفال -دراسة منشورة في الجريدة العالمية لأبحاث العلوم الاجتماعية و الانسانية في المجلد 03 العدد 05</p>	<p>عنوان الدراسة</p>
<p>- نشرت في جانفي 2015</p>	<p>السنة</p>
<p>- تمحورت حول معرفة الدلالات الاجتماعية لملصقات افلام هوليوود المصنوعة للاطفال و دراستها على انها منتجات تم انشاؤها اجتماعيا لنقل ايدولوجيا معينة.</p>	<p>الاشكالية</p>
<p>- اعتمد في هذه الدراسة على منهج التحليل السيميولوجي بمقاربة ديسوسير</p>	<p>المنهج</p>
<p>- وتكون عينة البحث من 100 ملصق لأفلام الاطفال في هوليوود بناء على تصنيف شباك التذاكر الامريكي لأفضل 100 فيلم من افلام الاطفال و انتد هذا التصنيف زمنيا من 1930 الى 2012.</p>	<p>مجتمع وعينة البحث</p>
<p>- الاستخدام المتكرر للكائنات الرمزية بالموازاة مع الكائنات الاخرى (الانسان، الحيوان،النبات) و ارتباطها مع ابطال الفيلم و ذلك لتعزيز العنوان او القصة</p> <p>- اشتراك الملصقات كلها في خصائص شائعة كنية الابطال في ان يكونوا ودودين وتقديمهم في شكل جذاب لكسب التعاطف معهم.</p> <p>- استخدام اليات الثقافة الجماهيرية لأساليب مختلفة للتأثير مثل طريقة العنف الرمزي.</p>	<p>النتائج</p>

<p>- استفدنا من هذه الدراسة من حيث انها تعالج نفس موضوع دراستنا فالنتائج والعينة جعلت من موضوعنا اكثر وضوحا و عززت من اهمية دراستنا نظرا للنتائج التي توصلت اليها.</p>	<p>اوجه الاستفادة من هذه الدراسة</p>
--	--------------------------------------

1. الاجراءات المنهجية:

ثانياً: منهج الدراسة

يعتبر المنهج العلمي الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة قواعد واجراءات وخطوات توحّد سيرورة العمل البحثي وتحديد عملياته حتى يتحصل الباحث على نتيجة واضحة بشكل يجيب عن الاشكالية والتساؤلات المطروحة، وهذا يستدعي ان يكون الباحث على دراية بالجوانب المنهجية في اجراء بحثه، وهذا بالاعتماد على مجموعة من الخطوات المنتظمة والمحددة التي تمكن الباحث من الوصول الى نتائج صحيحة⁽¹⁾.

وتصنف الدراسة التي نحن بصدد انجازها ضمن الدراسات التي تعتمد على المنهج السيمسولوجي، والتي تهدف للوصول الى المعاني والدلالات الضمنية التي تحملها ملصقات الافلام الموجهة للطفل و القيم الاجتماعية المتضمنة فيها، ومنهج التحليل السيمسولوجي هو ذلك الاجراء الذي يبحث في علم العلامة او الاشارة او الدلائل اللغوية او الرمزية سواء كانت طبيعية او اصطناعية⁽²⁾.

وعند بحثنا وجدنا ان منهج التحليل السيمسولوجي يعتمد على عدة مقاربات حسب طبيعة المادة المحللة، وبما ان موضوعنا مرتكز حول تحليل ملصقات الافلام الموجهة للأطفال ارتأينا ان نعتد على مقارنة مارتن جولي التي تقوم على مستويين المستوي التعيين والمستوى التضميني و الذين يسبقهما الوصف حيث ترى مارتن

(1) - موريس انجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد مغري ، كمال بوشرق ، سعيد سبعون، دار القصبية للنشر، الجزائر ، ص 99.

(2) - رضوان بلخيري ، سيمسولوجيا الخطاب المرئي ، من النظري الى التطبيقي، دار جسر للنشر والتوزيع ، الجزائر، ط 1، 2016، ص129.

جولي ان تبني مقارنة سيميولوجية يعطي لنا مجالا لفهم الصورة و طرقها في انتاج المعنى التضميني والتدليل عليه من خلالها .

2. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

نقصد بمجتمع البحث هو المجتمع الاكبر او هو مجموع المفردات التي تستهدف الباحث لدراستها لتحقيق نتائج الدراسة ، ويمثل هذا المجتمع الكلي او المجتمع الاكبر الذي يهدف الباحث لدراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته الا انه يصعب الوصول اليه والاقتراب منه لجمع البيانات او الذي يعتبر عادة ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة واهدافها ونختار منه عينة البحث (1):

ومجتمع البحث في هذه الدراسة هو جميع ملصقات الاقلام الموجهة للطفل التي تنتجها شركة ديزني والتي تميزت بالتنوع فيما تحتويه من قيم خاصة القيم الاجتماعية .

وبما انه يصعب على الباحث حصر كل مفردات مجتمع البحث، كان الاجدر بنا اختيار عينة ممثلة لهذه الملصقات ، حيث تعرف العينة على انها مجموعة جزئية من الافراد او المشاهدات او الظواهر التي تشكل مجتمع الدراسة الاصيلي، فبدلا من اجراء البحث او الدراسة على كل مفردات المجتمع يتم اختيار جزء من تلك المفردات بطريقة معينة(2).

والهدف من اختيار العينة هو تعميم نتيجة ما تم الوصول اليه على المجتمع الكلي، وفي دراستنا وقع اختيارنا على العينة العمدية والتي تعتمد فيها على اختيار وحدات بعينها اعتقادا من الباحث انها تمثل مجتمع دراسته الاصيلي خير تمثيل حيث تحمل مميزات وخصائص تستطيع ان تعطيه نتائج يصل لها باحث اخر بمرح المجتمع كله .

(1)-محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص13.

(2)-محمد عبيدات واخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص83.

وقد وقع اختيارنا على ستة ملصقات من الافلام الموجهة للطفل المنتجة من طرف شركة والت ديزني، حيث انها عينة مبنية على الملصقات التي تعرض القيم الاجتماعية في تصميمها، ومنه تم استبعاد كل الملصقات التي تحتوي على صور فردية، او مجرد صور ثابتة عارضة لجزء من مضمون الفيلم .

3. ادوات جمع البيانات :

تعتبر مرحلة التأسيس لاي بحث علمي تنطلق من مرحلة جمع المعطيات والبيانات اللازمة ولتحقيق ذلك يستعين الباحث بمجموعة من الادوات العلمية في بحثه و يكون الاختيار بما يتماشى وطبيعة وموضوع دراسته و كذلك بما يخدم أهدافها.

و قد اعتمدنا في دراستنا على الادوات الاتية :

الملاحظة :

تعتبر الملاحظة من الادوات المهمة في عمليات دراسة حالات المبحوثين ، وتبين الملاحظة مدى سعة تفكير الباحث و ادراكه ووعيه لما يحدث معه ومن حوله، بما يمكنه من فهم سلوك الفرد او الجماعة وظروفهم المحيطة⁽¹⁾ .

والملاحظة العلمية تلك التي يقوم فيها العقل بدور كبير من خلال ملاحظة الظواهر وتفسيرها وايجاد ما بينها من علاقات، لهذا فهي وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات⁽²⁾ .

ولقد افادتنا الملاحظة في دراستنا هذه من خلال الاطلاع على العديد من ملصقات الافلام الموجهة للطفل ومحاولة تحديد الانسب لدراستنا من حيث الشكل والمضمون وضبطها كعينة لدراستنا.

(1)-عقيل حسن عقيل : خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة الى تفسير النتيجة ، دط،دار ابن كثير ، دت ، ص 224.

(2)-عوابدي عمار : مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية و الادارية ،ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية ، بن عكنون،الجزائر ط3 ، 1999 ، ص125.

الفصل الثاني

الفبم والفبم الا جتماعبم

تمهيد:

يتعلم الطفل تعلمًا غير مقصود عن طريق المحاكاة والايحاء والتقمص خصوصًا عند اشتراكه اشتراكًا فعالًا في نشاطات الأسرة، وليس معنى ذلك أن الأسرة لا تعلم الطفل بطريقة مقصودة بل هي أول مؤسسة تعلمه المعايير الاجتماعية والعادات والتقاليد والقيم على غرار أساليب وطرق أخرى يتعلم منها الطفل وتزرع فيه أسس وقيم لاشعوريًا، وتعد وسائل الاعلام من الوسائل التي تملك هذه القوة ويتنوعها تسعى دائما الى إضافة الجديد لإدراكها انه كلما تقدمنا في العمر، ازدادت أهمية القيم الخاصة بنا واشتد ثباتها حيث نقبل القيم التي تعزز قيمنا ونتجاهل تلك التي تتناقض معها، اذن القيم تمثل جوهر السلوك.

المبحث الاول: القيم والقيم الاجتماعية

1. مدخل عام الى القيم

1.1. مفهوم القيم

يعتبر لفظ القيم من المصطلحات ذات التعاريف غير المحددة والواضحة لأنها تختلف باختلاف الموضوع الذي ترتبط به والمجال الذي تدرس فيه ومن خلال انجاز هذه الدراسة سنحاول اعطاء تعريف مقرب لمصطلح القيم والذي يتناسب مع موضوع دراستنا.

القيم لغة :

تعريف القيم في قاموس المحيط : اعتدل، كاستقام، والقيم بالكسر واحدة القيم وحالة قيمة اذا لم يدل على شيء، ويقال قومت السلعة، واستقمته ثمنته، وقمومته، وعدلته، فهو مستقيم وقويم⁽¹⁾.

اما تعريف القيم في لسان العرب: القيم مصدر كالصغر والكبر، وان القيم مصدر بمعنى الاستقامة او في الحديث الشريف "ذلك الدين القيم" اي المستقيم الذي لا زيغة فيه ولا ميل عن الحق⁽²⁾.

اما معجم الوسيط فقد عرف القيم: قيم الشيء اي ان قدره والقيم السيد: مقصود به سائس الامر من تولى امر المحجور عليه وقيم القوم الذي يقوم بشانهم يسوس امرهم، امر قيم مستقيم⁽³⁾.

اصطلاحا:

يعتبر مصطلح القيم مهما جدا خاصة فيما يتعلق باعداد الفرد وجعله قادرا وواعيا بتصرفاته، وله قدرة التحكم بقراراته وسلوكه لما ينعكس ايجابا عليه وعلى المجتمع الذي يعيش فيه.

(1) - مجد الدين محمد بن يعقوب فيروز أبادي: قاموس المحيط، ط 8، مؤسسة الرسالة بيروت، لبنان 2005 ص 11.

(2) - أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن المنصور : لسان العرب ، المجلة 12، دار الصادرة للنشر والتوزيع ، بيروت، (د، س، ن) ص 502.

(3) - مجمع اللغة العربية الإدارة العامة للمجمعات و أحياء التراث: معجم الوسيط : ط 4، مثبت الشروق الدولية ، مصر ، ص 768.

وقد استخدم مفهوم القيم استخدامات متعددة وبمعاني متنوعة في العديد من المجالات، فهناك من يعرفها مرادف المفهوم نافع أو لائق وهناك من يعرفها من خلال مفهوم التوافق أو التلازم ومنهم من يعرفها بمعنى الثمن، ويعرفها آخرون بأنها الاهتمام بمعنى الأشياء التي يعطيها الناس اهتماما خاصا⁽¹⁾.

وتجد الإشارة الى ان هناك اختلاف بين بين العلماء في تعريفهم للقيم: حيث يرى خليفة ان القيم عبارة عن الاحكام التي يصدرها بالفرد بالتفضيل او عدم التفضيل للموضوعات او الاشياء، وذلك في ضوء تقييمه او تقديره لهذه الموضوعات او الاشياء، وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته وبين ممثلي الاطار الحضاري الذي يعيش فيه، ويكتسب من خلاله الخبرات.⁽²⁾

- ان القيم عند دوركايم * تصورات تتميز بالعمومية والالتزام وترتبط باجراءات جزائية لكي تضمن الامتثال لقواعد السلوك وهي من صنع المجتمع، اي ان المجتمع هو اساس القيم وبرغم قوتها الالزامية الا انها مرغوب فيها، وهكذا يتضح ان القيم عند "دوركايم" هي وليدة العقل الجمعي وترتب العملية ارتباطا شديدا، وليست بمعزل عن هذه الحياة لذلك انكر "دوركايم" امكانية تحرر الافراد من قيم المجتمع واتخاذ موقف صريح من هذه القيم سواء بالرفض او التمرد وامكانية خلق الافراد لقيم جديدة.⁽³⁾
- وفقا لكلوكهون * 1953م ان القيمة هي مفهوم صريح او ضمني مميز لفرد او صفة مجموعة، من المستحسن الذي يؤثر على الاختيار من بين الاساليب والوسائل ونهايات الاجراءات المتاحة⁽⁴⁾.

(1) - حسين عبد الحميد رشوان : علم النفس الاجتماعي : رقم 72 ، مركز الإسكندرية للكتاب ، مصر ، 2009 ، ص 218 .

(2) - نورهان منير حسن فهمي : القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، الإسكندرية ص 33.

* - إميل دور كايم : فيلسوف وعالم إجتماع فرنسي(1858-1917) هو أحد مؤسسي علم الإجتماع الحديث وقد وضع لهذا العلم منهجية تقوم على النظرية و التجريب من أبرز كتبه : في تقسيم العمل الاجتماعي "1893".

(3) - فارس راتب الأثقر: إزدواجية القيم لدى الطلبة ، دار زهوان للنشر و النشر و التوزيع ط 1 ، 2012 ، ص 134

* - كلايد كلوكهون : هو عالم إجتماع أمريكي له مجموعة من الكتاب المعروفة في علم الإجتماع و الأنتربولوجيا إهتم بدراسة القيم والثقافة أهم كتبه الكتاب الكلاسيكي "الإنسان في المرأة"1964.

(4) - DINH thilétràm ; étude exploration de l'utilisation de valeurs culturelles dans la création publicitaire dans un contexte de mondialisation ,mémoire de la maitrise en administration des affaires ,université du Québec à montréal , 2006 , p 21.

1-2. علاقة القيم بالمفاهيم المشابهة:

تتشابه بعض المفاهيم مع القيم في تعريفها فنجد هناك خلط بينهم ولتوضيح الفرق بين مفهوم القيم والمفاهيم سنذكرها كما يلي:

أ. القيم والاتجاهات:

تعتبر القيم والاتجاهات من المكتسبات لدى الفرد والتي نجد بينهما عناصر مشتركة لذا يتم الخلط بينهما الا ان كل منهما يختلف عن الاخر وابرز الفروق بين القيم والاتجاهات يمكن ذكرها فيما يلي: (1)

✓ ان الاتجاهات اكثر قابلية للتغيير من القيم، وذلك لدرجة الثبات النسبي للقيم المدعومة من قبل الثقافة والحضارة بصورة قوية.

✓ العلاقة بين القيم والاتجاهات ليست متسعة فقد تتضمن قيمة معينة اتجاهات، فقيمة الانجاز على سبيل المثال: قد تعني اعتقاد الفرد العمل من خلال التنافس او العمل من خلال التعاون مع الاخرين

✓ كما نرى ان "روكينش" صاغ اهم الفروق بين القيم والاتجاه على النحو التالي: (2)

✓ بينما تعبر القيم عن معتقد وحيد فان الاتجاهات تشير الى تنظيم لعدد من المعتقد تتركز جميعا حول موضوع معين او موقف ما.

✓ القيمة تتسامى على الموضوعات او المواقف في حين ان الاتجاه يرتبط بموقف محدد او موضوع معين.

ب. القيم والمعايير:

رغم التداخل بين القيم والمعايير الا ان الباحثين قد فرقوا بينهما في عدة جوانب منها :

✓ المعيار يمثل السلطة الخارجية للفرد اما القيمة فهي بمثابة السلطة الداخلية (3).

(1) - عبد الرحمان بن محمد الشعوان : القيم و طرق تدريسها في الدراسات الاجتماعية مجلة جامعة الملك سعود ، 1997 ، ص 157

(2) - نورهان منير حسن فهمي : مرجع سابق، ص 97 - 98

(3) - الجموعي مومن بكوش : القيم الاجتماعية مقارنة نفسية - إجتماعية ، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية ، العدد 8 ، جامعة

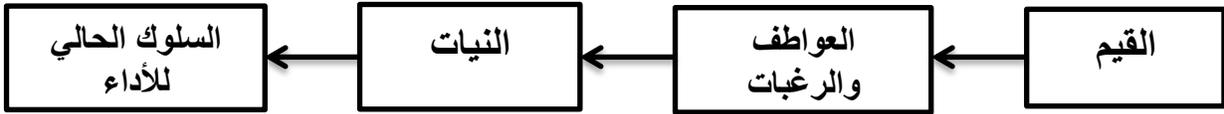
الوادي ، 2014، ص 78

- ✓ القيم تتضمن التفضيلات الانسانية فهي الاساليب المفضلة لتوعية الناس نحو فئات محددة للخبرة الانسانية بينما المعايير تتضمن تصورات انسانية من الواجبات والالتزامات (1).
- ✓ القيم تصورات عما هو مرغوب فيه على مستوى اكثر عمومية، وان المعايير هي تصورات حول نفس الشيء (2).

ج. القيم والسلوك:

نجد في علاقة القيم والسلوك الفوارق التالية:

- القيم مفهوم اكثر تجريدا من السلوك، فهي ليست مجرد سلوك انتقائي بل تشتمل على المعايير التي قام التفضيل على اساسها فالاتجاهات والسلوك محصلة لتوجيهات الفرد القيمية (3).
- يرى لوك* ان السلوك يتحدد بالقيم والاهداف كما هو مبين في الشكل (4).



علاقة السلوك والقيم والاهداف "الشكل رقم 01"

تعتبر القيم قواعد عامة تحدد وتصنف السلوك المناسب في المواقف المختلفة وتفرق بين السلوك المقبول وبين السلوك غير المقبول، نستخدم القيم كمحك للحكم وتقييم سلوك الانسان في المواقف المختلفة، وهي بذلك تحدد له انما السلوك المقبولة، وانماط السلوك غير المقبولة اجتماعيا ، فهي بمثابة معيار للاختيار والتفضيل بين انماط السلوك المختلفة (5)

(1) - نورهان منير حسن فهمي،الرجع السابق ، ص 95.

(2) - المرجع نفسه، ص 95.

(3) - سفيان بوعطيط: القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي و علاقتها بالتوافق المهني ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علم النفس العمال و التنظيم ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2011، 2012، ص 73.

* - جون لوك :هو فيلسوف تجريبي و مفكر سياسي إنكليزي (1632-1704) درس الطب و اللاهوت من أشهر مقالاته مقالة حول الفهم الإنساني و افكاره حول التربية و التسامح.

(4) - الجموعي مومن بكوش : مرجع سابق ص 78.

(5) - نورهان منير حسن محمد فهمي، مرجع سابق ص 96، 97.

د. القيم والحاجات:

اعتقد بعض الباحثين ان هناك تطابق بين القيم والحاجات وقد اشار ماسلو* ان مفهوم القيمة مكافئ ومرادف لمفهوم الحاجة (1)

الا اننا نجد فوارق في علاقة القيم بالحاجات وهي: (2)

- ان الحاجات مستقلة عن القيم فهي تتبع من الرغبات كتلك التي يتم تصورهما والشعور بها وتضمن البقاء في بيئة طبيعية او اجتماعية مثل (العمليات الفيزيولوجية)
- نجد ان القيم مخرجات ظاهرة للاحتياجات الداخلية مثل الحاجة للتماسك الاجتماعي فحسب روكيتش القيم هي تمثلات معرفية لاحتياجات الانسان
- القيم تولد احتياجات رغم الاحتياجات لا تكون دائما تنطوي على قيم .

على الرغم من وجود بعض العناصر المشتركة بين القيم والاتجاهات والمعايير والسلوكيات والحاجات الا ان كل مصطلح له معناه وخصوصيته خاصة انه بامكاننا القول ان القيم مفهوم يشمل كل هذه المصطلحات.

* - إبراهيم ماسلو: (1970-1908) عالم نفس أمريكي لأبوان مهاجران يهوديان من روسيا إشتهر بنظرية تدرج الحاجات تحصل على ماجستير في علم النفس 1931 و دكتوراه في الفلسفة 1934.

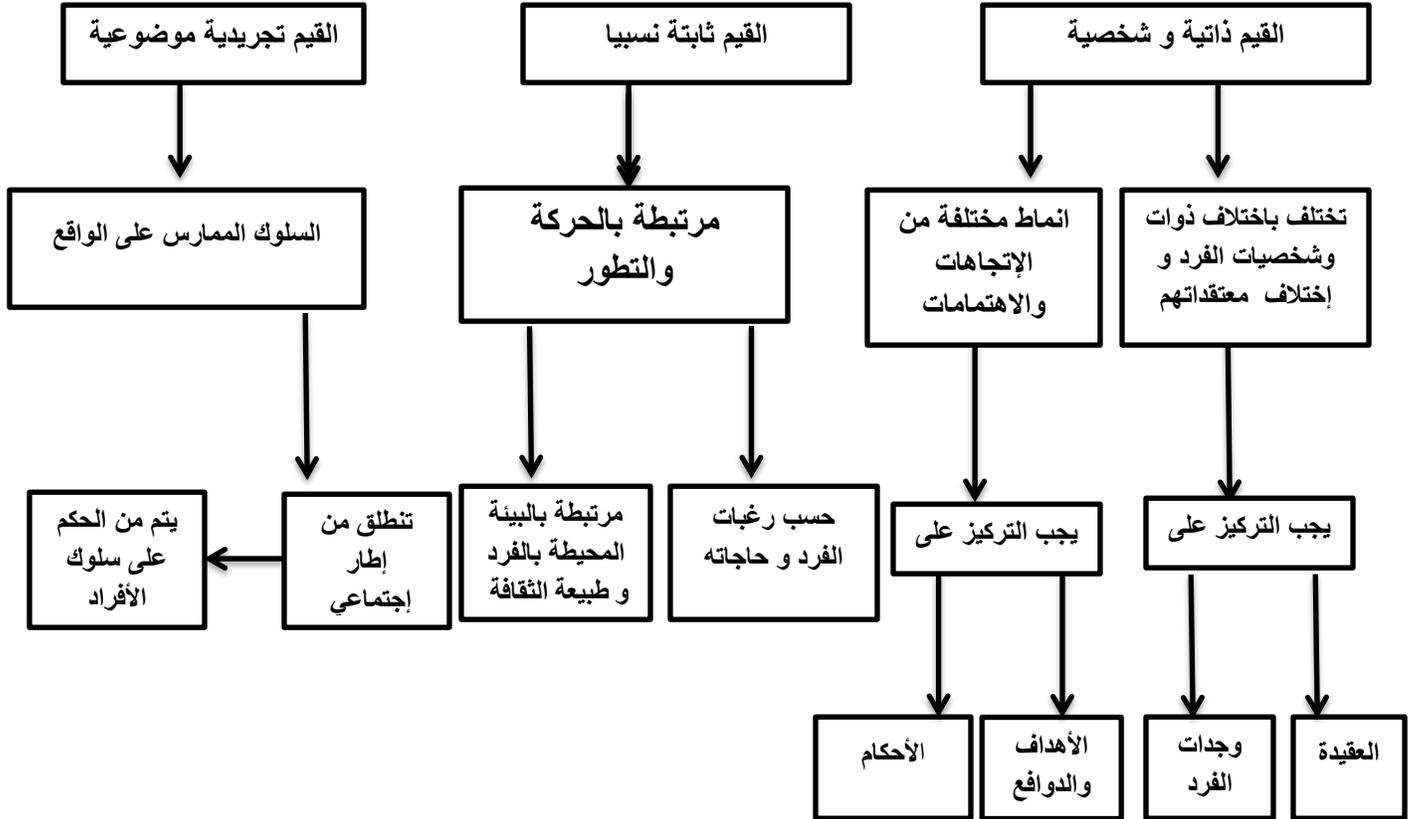
(1) - المرجع نفسه ص 99.

(2) - Helmut thome : valus sociology of :research gate : martine luther university-halle wittenberg germany -2015 p 49

1-3 خصائص القيم:

من اهم خصائص القيم انها انسانية، ذاتية، سنية، تترتب ترتيبا هرميا تتضمن نوعا من الراي او الحكم، كما تتضمن الوعي بمظاهره الادراكية والوجدانية والنزوعية. (1)

الا انه يمكن ان تكون للقيم العديد من الخصائص التي تتصف بها على النحوالتالي:



خصائص القيم حسب صفاته شكل رقم (02) (2)

وعليه فان القيم تستمد خصائصها من خلال سلوكيات الفرد وآراءه التي تصادفه يوميا في اطاره الاجتماعي.

(1) - إبراهيم السيد أحمد السيد : البناء القيمي و علاقته بالتنشئة الاجتماعية والواقعية والدافعية للإنجاز، رسالة مقدمة لنيل شهادة

الدكتوراه، جامعة الزقازيق جمهورية مصر العربية، 2005، ص 19 .

(2) - من إعداد الطالبات إستنادا إلى :

- عبد اللطيف محمد خليفة : إرتقاء القيم : عالم المعرفة، 1992، الكويت ، ص 57.

= إبراهيم السيد أحمد السيد : مرجع سابق ص 21.

1-4 مكونات القيم:

يرى الكثيرون بان مكونات القيم ثلاث هي مكون عقلي، انفعالي سلوكي وترتبط المكونات الثلاثة بعلاقات تفاعلية مستمرة ومتداخلة التأثير من المجتمع وثقافته.

- **المكون المعرفي:** العقلي والذي يتضمن ادراك موضوع القيمة وتميزه عن طريق العقل او التفكير ومن حيث الوعي بما هو جدير بالرغبة والتقدير ويمثل معتقدات الفرد واحكامه وافكاره ومعلوماته من القيمة او بمعنى اخر وضع احد موضوعات التفكير على بعد او اكثر من ابعاد الحكم⁽¹⁾.

- **المكون الوجداني:** معياره التقدير الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في اعلانها على الملا، ويعتبر تقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية الى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما الشعور بالسعادة لاختيار القيمة، ثم اعلان التمسك بالقيمة على الملا⁽²⁾.

- **المكون السلوكي:** ومعياره الممارسة والعمل او الفعل ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة او الممارسة على نحو ينسق مع القيمة المنتقاة على ان تتكرر الممارسة بصورة مستمرة او ضاع مختلفة كلما سمحت الفرصة لذلك، وتتكون الممارسة من خطوتين هما : ترجمة القيمة الى ممارسة، وبناء نمط قيمى⁽³⁾.

(1) - بوعطيط سفيان : مرجع سابق ص 77

(2) - جموعي مومن بكوش : مرجع سابق ص 79

(3) - المرجع نفسه ص 79

1 - 5 تصنيفات القيم

لم يتفق الباحثون على تصنيف معين للقيم فنجد التصنيفات تتعدد حسب الدراسات الاولى لبعض علماء علم الاجتماع ولعل اهم هذه التصنيفات نجد :

أ - تصنيف بعد المحتوى :

كانت الاعمال الاولى التي قام بها سبرنجر * موجهة نحو انشاء تصنيف يقدم ستة انواع رئيسية من الرجال حي تتوافق الانواع الستة الرئيسية للقيم مع مظهر نوع شخصية معينة ، هذه الانواع الستة من القيم ليست مستقلة عن بعضها البعض لكنها تحتفظ بعلاقات تقارب او تتعارض وفقا " لسبرنجر " ويتوافق كل نوع من القيم مع انسان مثالي وبالتالي لا وجود له في الواقع ويمكن العثور على كل من هذه القيم بدرجات متفاوتة في اي فرد (1).

فنجد انواع القيم حسب " سبرنجر " ستة انواع:

- أ. قيم نظرية : وتعبر عن اهتمام الفرد الزائد وميله لاكتشاف الحقائق والمعارف ويتميز الاشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة بنظرة موضوعية ، نقدية ، معرفية ، تنظيمية ويكونون عادة من الفلاسفة (2).
- ب. قيم اقتصادية : ونجدها عند نوع من الاشخاص الذي يسعى الى تراكم الثروة المادية والذي يهتم بشكل اساسي بالفائدة العملية للاشياء (3).
- ج. قيم سياسية : وتهتم بالسلطة والقوة والسيطرة والعمل السياسي (4).

* - يوليوس سبرنجر . هو ناشر ألماني و مؤسس دار سبرنجر للنشر ببرلين تميز بكتبه و منشوراته في تخصص الفلسفة و علم الاجتماع (1) - samuele meier M etude la validité councouroant des échelles de valeurs de echuiarte mesurées par l'I V P C vis d'échelles de personnalité (l'abel) et d'intérêts professionnels : mémoire de maitrise psychologies université de lausamme 2016 p04

(2) - سهام صوكو : واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع جامعة منتوري قسنطينة 2008 2009 ص 40.

(3) - صامويل ميير مرجع سابق ص 5.

(4) - سهام صوكو مرجع سابق ص 40.

د. قيم جمالية : نجدها عند من يبحثون عن الجمال والانسجام في الشكل واهتمامهم الرئيسي هو الاهتمام الفني . (1)

هـ. قيم دينية : تعبر عن اهتمام الفرد بحب الناس والتضحية من اجلهم، وببذل مجهود في سبيل اسعادهم ويتميز اصحابها بالعطف والحنان وخدمة الغير ويكونوا عادة من رجال الخدمة الاجتماعية (2).

و. قيم اجتماعية: وهي قيم حب الناس، الايثار، النزاهة ويهدف اصحاب هذه القيم الى المصلحة الاجتماعية (3)

-اما التصنيف الثاني كان لروكيثش وقد قسم القيم الى قسمين :

أ. القيم الوسائلية: وهي التي ينظر اليها الافراد والجماعات على انها وسائل لغايات ابعدهم كالقيم الاخلاقية والكفاءة (4)

ب. القيم الغائية والهدفية: وهي الاهداف التي تضعها الجماعات والافراد كالقيم الشخصية والاجتماعية (5).

كما نجد تصنيفات اخرى للقيم مثل :

قيم حسب بعد الوضوح: وفيها ثلاثة انواع (6).

أ. القيم الضمنية: التي يستدل عليها من خلال ملاحظة الاختيارات والاتجاهات التي تتكرر في سلوك الافراد بصفة منظمة لا بصفة عشوائية.

ب. القيم الصريحة : وهي القيم العلنة، فليست دائما قيما حقيقية ،بل كثير ما تكون لفئة ،فكثير ما ينطق الشخص او الجماعة بقيم معينة.

(1) - سهام صوكو : مرجع نفسه ، ص 40.

(2) - سهام صوكو : مرجع نفسه ، ص 40.

(3) - صامويل ميير ، مرجع سابق 05.

(4) - صليحة رحالي ، القيم الدينية و السلوك المنضبط مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص علم الاجتماع الديني ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2007 - 2008 ، ص 45.

(5) - المرجع نفسه ، ص 45.

(6) - كمال عايد :تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و تأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علم الاجتماع الإتصال جامعة أبي بكر بالفايد ، تلمسان ، 2016-2017 ، ص 136 - 137.

في بعد العمومية : تقسم القيم الى :

ا - قيم عامة :

التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر عن ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة (1).

ب - قيم خاصة :

وهي المتعلقة بمواقف او بمناسبات اجتماعية معينة بمناطق محدودة او بطبقة او جماعة خاصة (2).

(1) - رحالي صليحة ، مرجع سابق ، ص 45.

(2) - المرجع نفسه ص 45.

1-6- وظائف القيم:

تعتبر القيم محددا للسلوك الانساني سواء كان سلوكا فرديا او جماعيا لذلك فهي تؤدي مجموعة من الوظائف الاساسية ، وبالرغم من ان الباحثين اختلفوا في تحديد هذه الوظائف الا اننا سنحاول ان نذكر اهمها فيما يلي :

أ. تقوم القيمة بوظيفة اجتماعية حسب ما يذهب اليه "مالينوفسكي" * ، وان هذه الوظيفة تكون على مستوى المجتمع ايضا وهي التي تتولى تنظيم واشباع الحاجات البيولوجية الاساسية للفرد داخل المجتمع او تتولى تنظيم التفاعل في المجتمع حسب دوركاييم (1).

ب. يحدد نظام القيم اهداف ومثلا عليا ينبغي على الافراد والجماعات الوصول اليها من اعمالهم وفق منظور معين سواء تمثل بذلك اشباع الرغبات والغرائز او الوصول الى المثل العليا والغايات والسامية (2).

ج. تساعد القيم على وصف وتحديد نوع الثواب والعقاب للافراد والجماعات في اطار علاقاتهم الاجتماعية وسلوكهم وهي تتمتع بالقوة خاصة في هذا الصدد مما يحفظ الحقوق والواجبات في المجتمع وتجعله يلتزم بها (3).

د. تدفع الفرد لتحسين ادراكه ومعتقداته لتتضح الرؤية امامه، وبالتالي تساعده على فهم العالم حوله وتوسيع اطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته (4) .

هـ. تعمل على اصلاح الفرد نفسيا وتربويا وتوجيهه نحو الخير والاحسان والواجب (5).

اما على مستوى الجماعات والمجتمع فتكون وظائف القيم في:

* - برونسلاف مالينوفسكي:(1884- 1942) كان عالما بولنديا مختص في علم الإنسان و هو من رواد علم الإنسان التطبيقي من أهم إسهاماته في النظرية الوظيفية.

(1) - عايد كمال ، مرجع سابق ص 151.

(2) - المرجع نفسه، ص 151.

(3) - فاطمة نفيسة ، العلاقة بين النسق القيمي و الدور الاجتماعي لدى المرأة الطارقية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاجتماعي جامعة قاصدي مرياح ورقلة ، 2007 ص 37.

(4) - سهام صوكو: مرجع سابق ص 40.

(5) - المرجع نفسه، ص 40.

- القيم تضمن للجماعات روحها وتماسكها داخل اهدافها التي وضعتها لنفسها وهي تساعد المجتمع بافراده على التماسك بمبادئ ثابتة ومستقرة.(1)
- في النهاية لا بد ان ندرك ان هذه الوظائف تتداخل مع بعضها وتتكامل لتحقيق نمط حياتي سليم.

المبحث الثاني: عملية اكتساب القيم الاجتماعية:

2- مفهوم القيم الاجتماعية:

2-1-اصطلاحا :

ان المفهوم الاجتماعي للقيم يختلف عن المفهوم الفلسفي المثالي الذي ينظم للقيم كمقياس ميتافيزيقية للخير والشر.

- ويرى "عبد المعطي " في انها عبارة عن مستوى او معيار للانتقاء بين البدائل او الممتلكات الاجتماعية الموجودة امام الشخص الاجتماعية في الموقف الاجتماعي(2).
- المبادئ الجماعية التي يؤمن بها المجتمع ويعتز بها ويحرص عليها ولذلك فهي ذات صفة جماعية بعكس الاتجاهات التي لها صفة شخصية وهي توجه السلوك العام وتكسبه نوع من الثبات وتحدد الغايات(3).

2-2- اهمية القيم الاجتماعية في المجتمع :

تعد القيم عنصرا من عناصر الثقافة الاجتماعية وهي وسيلة للتعبير، بل هي وسيلة لاشباع ارقى حاجات الانسان المتثلة في الذوق والفن والوجدان فهي تنمية للنفوس والعقول ونحن نتفق مع الباحثين والمختصين في مجالات التربية وعلم الاجتماع والاعلام، في قولهم ان القيم تدور مع المتغيرات والتطورات الحادثة في بنية

(1) - المرجع نفسه: ص 40

(2) - نورهان منير محمد حسن فهمي : مرجع سابق ص 32

(3) - فارس راتب الأثشر : مرجع سابق ص 29

المجتمع ، حيث تدخل في تنظيماته وميكانيزماته ،اي انها تنطلق في مسار حركة الزمان الاجتماعي فتساهم في النمو الحضاري والرقى والثراء والتقدم في المجتمع⁽¹⁾.

-كما نجد ان القيم تساهم في المجتمع من حيث ⁽²⁾:

- تحافظ على تماسك المجتمع فتحدد له مثله العليا ومبادئه.

- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديد الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم ويحتفظ للمجتمع استقراره وكيانه في اطار موحد.

- تربط اجزاء ثقافة المجتمع ببعضها حتى تبدو متناسقة كما انها تعمل على اعطاء النظم الاجتماعية اساس عقلي ليصبح عقيدة في ذهن اعضاء المجتمع المنتمين لهذه الثقافة

* ويمكننا القول ان القيم الاجتماعية هي الخصائص او الصفات المرغوب فيها من الجماعة وتوجه سلوكهم والتي تحدها الثقافة القائمة مثل : التسامح والحق والامانة ...، وهي التي تخبرهم الفرق بين الحلال والحرام او الصحيح والخطأ وهي اداة اجتماعية للحفاظ على النظام الاجتماعي واستقرار المجتمع⁽³⁾.

2- 3 عوامل اكتساب القيم لدى الفرد:

هناك العديد من العوامل التي تتعلق بالفرد وتؤثر في عملية اكتساب القيم وهي حسب ثلاث عوامل⁽⁴⁾:

أ. العوامل الفردية :

- درجة ايجابية مفهوم المفرد حول ذاته
- الدور المتوقع في عملية التفاعل ومدى تأثر الفرد وتأثيره في الاخرين.

(1) - رباب كريم كيطان ، أهمية الإعلان التلفزيوني التسويقي في نشر القيم الاجتماعية العربية ، مجلة الباحث العدد 26 2018 ص 292.

(2) - عصام شريفي ، القيم الإسلامية ، موقع حب الإسلام ، 19:04 2020-02-17 www islam-love com

(3) - رباب كريم كيطان مرجع سبق ذكره ص 292.

(4) - زموري حميدة ، مدى فاعلية برنامج إرشادي تربوي في تنمية بعض القيم عند المعاقين سمعيا إعاقة شديدة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم النفس ، جامعة الحاج لخضر باتنة 2015-2016 ص 65-66.

ب. العوامل البيئية:

- دور التعزيز والمثيرات المناسبة لتكوين القيم .

ج. العوامل البيولوجية :

وتشمل الملامح والصفات الجسمية كالتطول والوزن والتغيرات في هذه الملامح وما يصحبها من تغيرات في نقص القيم (1).

اما عن محددات اكتساب القيم لدى الفرد فقد قسم موريس هذه المحددات الى ثلاث فئات اساسية هي : (2)

- الفئة الاولى : المحددات البيئية والاجتماعية حيث يرى "بنجستون" ان القيم ما هي الا نتاج ثلاث مستويات اجتماعية وهي :

المستوى الاول : وهي المستوى الذي تحدد فيه الثقافة المفاهيم الجديدة بالرغبة وهو مرتبط بدور الاطار الحضاري في اكتساب القيم.

المستوى الثاني : حيث توجد الاسرة وتوجهاتها نحو قيم وغايتها بعينها .

المستوى الثالث : ويتمثل في الجوانب الاجتماعية الفرعية كالمستوى الاجتماعي والاقتصادي والدين والجنس.

- الفئة الثانية: المحددات السيكولوجية، وتتضمن العديد من الجوانب كسمات الشخصية ودورها في تحديد التوجهات القيمية للأفراد(3).

- الفئة الثالثة: المحددات البيولوجية، وتشمل الملامح او الصفات الجسمية(4).

(1) - عبد اللطيف محمد خليفة مرجع سابق ص 86

(2) - نورهان منير حسين فهمي ، مرجع سابق ص 109- 110

(3) - عبد اللطيف محمد خليفة مرجع سابق ص 73.

(4) - المرجع نفسه ص 73.

2-4- دور وسائل الاعلام في تغيير القيم:

تعد وسائل الاعلام بأنواعها الرئيسية الثلاث احدى اهم المؤثرات في القيم الاجتماعية التي تخص العلاقات الاسرية.

حي ان التعرض لوسائل الاعلام وبشكل خاص المرئي منها يوجد حالة من التناقض وعدم الانسجام بين القيم الاجتماعية المحلية المعروفة وبين تلك الطارئة من خلال الفضائيات لان اغلب البرامج المقدمة تأخذ بنمط الانتاج العربي الذي لا يصح في الكثير من الاحيان للمجتمع⁽¹⁾

صحيح ان عالم الفرد اتسع مع وسائل الاعلام والاتصال، واصبح بمقدوره اصدار احكام وتكوين اراء واتجاهات نحو امور متعددة بعيدة عن تجربته الشخصية لكن الصحيح ايضا ان ذلك زاد من توتره واحساسه بالقلق لان قدراته لم تزد بمقدار تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتطورها وعندما تتولى فئة لها قبول في وسائل الاعلام تحت شعارات (تمكين المرأة ، حرية المرأة ،العنف ضد الاطفال)

تحاول استكشاف الواقع نجد الحلول تصب باتجاه المجتمع ، مع انه هناك قيم اكبر من قيم دائما ، حيث في كثير من الاحيان ما تقدمه وسائل الاعلام ترسم به صورة خيالية لواقع غير موجود يسعى الى نشر قيم في المجتمع غالبا ما تكون مصدرها وسائل الاعلام بعيد عن الواقع⁽²⁾.

(1) - حارث صاحب محسن: دور وسائل الإعلام في التغيير القيمي في مرحلة الشباب ، دراسة ميدانية في بعض معاهد التعليم التقنية كوفة (د، س، ن) ص 45.

(2) - محمد خليل الرفاعي ، دور الأعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية ، دراسة تحليلية مجلة جامعة دمشق المجلد 27 العدد 2+01 2011 ص 18.

2-5 نظريات ومستويات اكتساب القيم الاجتماعية:

يرى "ريشتر وروكيتش" * ان عملية اكتساب القيم تعني :

مسألة الوجود او عدم الوجود للقيم اما التغيير فهو يعني في الدرجة التي يتحدد بها هذا الوجود ويتضمن إعادة توزيع الفرد لقيمه سواء على المستوى الفردي او الجماعي.(1)

فنجد هناك خمس مستويات لاكتساب القيم هي كالتالي: (2)

أ. مستوى الاستقبال: يشير هذا المستوى الى مرحلة وعي المتعلم واحساسه بالمشيرات المحيطة به ورغبته في استقبالها وضبط انتباهه وتوجيهه نحو مشيرات معينة دون غيرها.

ب. مستوى الاستجابة: يتعدى المتعلم في هذا المستوى مجرد الانتباه الى الاندماج في الموضوع او في الظاهرة او النشاط مع الشعور بالارتياح لذلك.

ج. مستوى تنظيم القيمة: يرتب الفرد مختلف القيم التي اكتسبها حتى يشكل نسقا قيميا.

د. مستوى الوسم بالقيمة: وهو المستوى الذي يتضح باتفاق سلوك الفرد مع القيم التي يتبناها ذاتيا.

هـ. مستوى تفضيل القيمة: يرسخ القيمة التي اكتسبها حتى يشكل نسقا قيميا. (3)

اما عن نظريات اكتساب القيم سنذكر اهمها وهي :

* - روكيتش ميلتون : عالم النفس الاجتماعي من أصل روسي عرف بدراسته النفسية و دراسات حول القيم بصفة عامة كما ساهم في نظريات السلطة و الإعتماد على وسائل الإعلام.

(1) - فاطمة نفيسة مرجع سابق ص 42.

(2) - عايد كمال ، مرجع سابق ص 127.

(3) - حميدة زموري ، مرجع سابق ص 71.

2-5-1- نظرية التعلم :

يستخدم اصحاب هذا المنحى عدد من المصطلحات او المفاهيم في وصفهم لعملية اكتساب القيم ، كالتدعيم الايجابي والتدعيم السلبي ، يتعاملون مع القيم على انها اما ايجابية او سلبية ، كما يرى باندورا وولترز* اهمية التعلم من خلال النموذج الاجتماعي ومن خلال المحاكاة وعلى التعليم من خلال العبرة والذي يتم من خلال التدعيم الذاتي بدلا من التدعيم الخارجي ، كما يرى اتباع هال ان المعايير التي يدمجها الفرد هي مجرد امثلة للتدعيم الذاتي ، والتي تكتسب من خلال التدعيم بالمشاهدة. (1)

2-5-2- النظرية السلوكية :

يرى اصحاب النظرية السلوكية ان القيم سلوك كغيرها من السلوكات ، فكل السلوكات الفاعلة، نتيجة لتفاعل المتعلم مع المثيرات البيئية وتعزيز استجاباته لها فالسلوك والقيم المرغوبة متعلمة وكذلك الغير مرغوبة ، وذلك اعتمادا على مبادئ التعلم التي تقر بها المدرسة ز هي تدعيم الاستجابات وتعزيزها. (2)

2-5-3- نظرية الارتقاء المعرفي:

يرتبط هذا المنحى باسم " جان بياجيه * ومعاونه الذين يرون اكتساب القيم وارتقاؤها يقوم على اساس التغيير في الابنية المعرفية عبر المراحل العمرية المختلفة وان هذا التغيير يتضمن جانبين : (3)

ا . اعادة تنظيم العمليات المعرفية.

ب . الظهور المتتالي لبناءات وعمليات جديدة.

* - باندورا ألبرت (1925) هو عالم نفس بريطاني له عديد الإسهامات في علم النفس الاجتماعي منها [نظرية الإدراك الاجتماعي و علم النفس الشخصية

(1) - عبد اللطيف محمد خليفة ، مرجع سابق ص 88-89

(2) - بوعطيط سفيان مرجع سابق ص 92

* - جان بياجيه (1896-1980) كان عالم نفس و فيلسوف سويسري طور نظرية التطور المعرفي عند الأطفال 1965 و هو من وراء المدرسة البنائية في علم النفس

(3) - بسمة كريم شامخ و حليلة سلمان خلف الحمداني : إرتقاء القيم و علاقته بالسلوك التصريحي مجلة كلية التربية الإسلامية العدد 66 جامعة المستنصرية بغداد 2010 ص 413

وهنا يرى "بياجيه" ان التغيير في الابنية المعرفية يصاحبه تغير في تفكير الفرد من العيانية الى التجريد واو ضح ان ذلك يؤثر على الارتقاء الوجداني وعلى نسق القيم الذي يتبناها الفرد ، والذي يمكن ان يكون ايضل عيانيا او مجرد . (1)

7-2 مصادر القيم :

يرى "كانط" ان مصدر القيم كل من العلم اي الحق وكذلك الجمال والاخلاق هو العقل لانه هو الذي يعطي للخبرات الحسية شكلها الخاص الذي ندركه حيث ان التركيب الداخلي للعقل يحتوي على مفاهيم هي مقولات الفكر وهذه المفاهيم موجودة في العقل وجودا مستقلا عن الخبرة وسابقا لها (2)

تتعدد مصادر القيم الاجتماعية لكن اهمها والتي اتفق حولها جل الباحثين هي كما يلي :

الدين : يعتبر الدين من اهم مصادر القيم ، حيث يتجسد ذلك في نسق اجتماعي مبني على السلوكات المرغوبة والمحمودة من جهة ، والافعال المذمومة والمحرمة من جهة اخرى ، وهذا في سياق ثابت ومتوازن بين المثالية والواقع وهذا بالتأكيد على العلاقة بين الفرد والله وبذلك يكون مصدر للقيم الانسانية المتعلقة بالاسلوب الاجتماعي كالتعاون، التسامح، والتواضع وغيرها من القيم التي تحاول جعل المجتمع متوازنا. (3)

الثقافة: تعتبر القيم احدى المكونات الاساسية للثقافة التي عرفها الباحث "دوارد برنت تايلر * في كتابه الحضارة البدائية بانها ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والعقائد والفن والاخلاق والقانون والعادات وغيرها من القدرات والعادات التي يكتسبها الانسان بوصفه عضوا في المجتمع (4).

(1) - المرجع نفسه، ص 413

(2) - مليكة بن سعدية القيم الدينية الإسلامية المبلغة في البرامج التلفزيونية لقنوات الأطفال العربية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم 2015-2016 ص 36

(3) - كمال عايد مرجع سابق ص 129

* - ايمانويل كانت : فيلسوف ألماني (1724-1804) كان آخر الفلاسفة المؤثرين في الثقافة الأوروبية الحديثة و نظر في نظرية المعرفة الكلاسيكية إدوار برت يايلر : (1832-1917) إنترولوجي إنجليري و مؤسس علم الأنثروبولوجيا الثقافية من أهم كتبه الثقافة البدائية 1817 و الأنثروبولوجيا 1881

(4) - الجموعي بكوش مومن مرجع سابق ص 81

الاعراف والتقاليد والعادات : التي تعتبر مصدر للقيم ويتبناها المجتمع على انها تحتكم بماضي المجتمع وما اتفق عليه ابناء المجتمع من السلوك والتقييم المستحب ، الذي يعد اساس للعدل والمساواة. (1)

وسائل الاعلام :

تؤثر وسائل الاعلام المختلفة من اذاعة وتلفزيون وسينما وانترنت وصحف ومجلات وكتب واعلانات... الخ ، بما تنشره وتقدمه من معلومات وحقائق واخبار ووقائع وافكار لتحيط الناس بمضوعات معينة من السلوك ، وقد اثبتت العديد من الدراسات ان النمو العقلي والانفعالي والاجتماعي للأطفال والمراهقين يتأثر الى درجة كبيرة بما يتلقونه من مواد تقدمها وسائل الاعلام المختلفة حيث اصبح للتلفاز مثلا دورا اساسيا واصبح ينافس الاسرة في عملية تنشئة الاطفال وبالتالي اصبح له تأثير كبير على معتقدات الافراد وقيمهم واتجاهاتهم . (2)

(1) - عائشة سعيد علي الشهري نماذج من القيم التي تعززها أفلام الرسوم المتحركة المخصصة للأطفال من وجهة نظر التربية الإسلامية ، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في التربية الإسلامية و المقارنة جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية 2009-2010 ص36 .

(2) - الجموعي بكوش مومن ، مرجع سابق، ص 81

المبحث الثاني: الطفل و الطفولة

1.1 مفهوم الطفل :

أ. لغة:

جاء في لسان العرب، الطفل والطفلة، الصغيرين، والطفل هو الصغير من كل شيء (1).

وفي معجم اللغة العربية الوسيط، جاء المولود، دام نعما، والولد حتى البلوغ، جنثه والليل طفل اي في اوله (2)

وفي القاموس المحيط جاء هو المولود، وولد كل وحشية، ايضا طفل (3).

ب. اصطلاحا:

يعني مصطلح الطفل في اتفاقية حقوق الطفل لعام 1989 في المادة الاولى :

كل انسان لم يتجاوز سن 18، ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المنطبق عليه (4).

ويتجه الراي صوب الاتفاق العام في محيط القانون الدولي ، على تعريف الطفل بانه كل شخص دون سن

18 ومن ثم فان اي شخص دون هذا السن يستحق جوانب خاصة من الحماية.(5)

اما معجم العلوم الاجتماعية فان الطفل هو الوليد حتى البلوغ وتعتبر مراحل الطفولة خصوصا

المراحل المبكرة منها ، مراحل مهمة في التطور من الناحية الجسمية والمعرفية والاجتماعية، ويتعلم فيها

الطفل ويكتسب الخبرات الحياتية التي تساعد على التوافق مع مواقف الحياة اليومية في بيئته ومجتمعه. (1)

(1) - أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم إبن منظور ، مرجع سابق ج 11 ص 702.

(2) - معجم اللغة العربية المعجم الوسيط مرجع سابق ص 506.

(3) - الفيروز أبادي [مجد الدين محمد] مرجع سابق ج 4 ص 07.

(4) - المادة 1 من اتفاقية حقوق الطفل 1989.

(5) - - حمادية سارة الطفل الجزائري و شبكات التواصل الإجتماعي ، مذكرة مكملة لنيل الماجستير في علوم الأعلام و الإتصال أم

البواقي 2014-2015 ص 22.

2.1 مفاهيم عن الطفل:

أ. مفهوم الطفولة: هي المرحلة التي تعقب الولادة مباشرة وتستمر حتى مرحلة الوعي الكاملة والقدرة على اتخاذ القرار والقيام بالمسؤوليات وغالبا ما تكون بعد مرحلة البلوغ بسنوات قليلة كما يعرفها علم الاجتماع على انها المدة التي يعتمد فيها الطفل على والديه حتى النضج الفيزيولوجي او النضج الاقتصادي ، فواجب الاسرة او الدولة رعاية الطفل جسما ونفسيا واجتماعيا وخلقيا وروحيا. (2)

كما نجد ان الطفولة من الميلاد حتى البلوغ او من وقت انفصال الولد الى البلوغ ويقال: طفل ما ام يراهق الحلم. (3)

ب. مفهوم التنشئة الاجتماعية:

يعرفها معجم العلوم الاجتماعية اعداد الفرد ان منذ ولادته لان يكون كائنا اجتماعيا وعضوا في مجتمع معين. (4)

ويعرفها "بارسونز* على انها عملية تعلم تعتمد على التلقين والمحاكاة والتوحد مع الانماط العقلية والعاطفية والاخلاقية عند الطفل الراشد وهي عملية دمج عناصر الثقافة في نسق الشخصية وهي عملية مستمرة. (5)

(1) - طرابلسي أمينة إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال قسنطينة 2009-2010 ص 23.

(2) - سارة دريال ، وسائل الإعلام و دورها في التأثير على التنشئة الاجتماعية للطفل ، مجلة جيل العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، العدد 65 2019 ص 09.

(3) - محمد حسين أديب بناء ثقافة الطفل بين منهج الإسلام و الوسائل المعاصرة ، مجلة العلوم الإسلامية العدد 25 2007 ص 05

(4) - مراد الزعيمي ، مؤسسات التنشئة الاجتماعية منشورات جامعية باجي مختار عنابة ص 17.

* - تالكوت بارسونز (1902-1979م) هو عالم إجتماع أمريكي عمل في هيئة التدريس في جامعة هارفارد ووضع نظرية عامة لدراسة المجتمع تسمى بنظرية السلوك .

(5) - سارة دريال مرجع سابق ص 11.

كما يعرفها "حامد زهران" على انها عملية تعلم وتعليم وتربية وتقوم على التفاعل وتهدف الى الفرد سلوكا ومعايير واتجاهات مناسبة لادوار اجتماعية معينة تمكنه من مسايرة جماعية وتكسبه الطابع الاجتماعي وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية وهي عملية تشكيل السلوك الاجتماعي للفرد وهي عملية استدخال البشرية في النمط الاجتماعي للشخصية. (1)

ج. مفهوم التربية:

هي عملية تزويد الناشئ بالمعرفة والمهارة والقيم التي يثق المجتمع في ضرورتها والتربية عند جون ديوي* تعني الحياة نفسها وليست مجرد اعداد للحياة الى جانب امها عملية نمو وعملية تعلم وعملية بناء وتجديد مستمرة للخبرة وعملية اجتماعية كما نجد ان التربية في الاسلام هي تنمية فكر الانسان لتحقيق اهداف الاسلام في حياة الفرد والجماعة في كل مجالات الحياة. (2)

2-3- التربية والطفل:

تكتسب التربية اهمية كبيرة في حياة المجتمع والافراد على حد سواء وذلك لما تلعبه من دور بارز في حياتهم حيث تعتبر التربية العملية التي يتم اعداد وتشكيل افراد في مجتمع معين تتيح لهم اساليب للتكيف مع ما يحيط بهم وتكوينهم من كافة الجوانب في الحياة .

فنجد ان لتربية الطفل بشكل خاص هدفان رئيسيان هما : (3)

1 . توجيه قدرات الطفل العقلية وامكانيات ذكائه.

2 . هدف تعريف الفرد بنوع شخصيته ثم المطلوب منه مراعاته عندما تتصرف هذه الذات اجتماعيا.

(1) - إبراهيم السيد أحمد السيد ، مرجع سابق ص 07.

* - جون ديوي : (1859-1952) هو مرب و فيلسوف وعالم نفس أمريكي زعيم من زعماء البراغماتية و هو أول من خاطب الشعب بكلمتي "الشعب و الديمقراطية".

(2) - أحمد إدريس أحمد : دور التربية في خدمة عمل الشرطة في إطار تطور القوانين في السودان دراسات إفريقية 109 كلية التربية جامعة نقلا السودان ص 160 .

(3) - ألفت حقي ، سيكولوجيا الطفل ، مركز الإسكندرية للكتاب عدد 21 مجلد 6 2014 ، ص 08.

فعملية التربية الديناميكية مستمرة وليس من الضروري ان يقوم بها فرد او افراد اتجاه اخرين لكن المهم في هذه المادة هو ما يطبقه فرد متخصص على افراد اخرين لا دراية لهم بالموضوع ، ويقع العبء في اول سنين من عمر الطفل على اسرته ثم تنتقل الوظيفة الى المدرسة ولكن الاسرة تظل محتفظة بقسط من هذه الابعاء.(1)

وتكتمل عملية التربية في العمل على معالجة المشاكل والصعوبات التي تعترض حياة الطفل خلال مرحلة الطفولة ومن بين المشكلات التربوية نجد ما يلي: (2)

التاخر الدراسي: ويقصد به الانخفاض في مستوى التحصيل الدراسي عن المستوى المتوقع اما لاسباب عائلية او بدنية او عقلية.

- **التسرب المدرسي:** تتميز بانها ظاهرة عالمية رغم اختلاف المجتمعات وتكوم اما لاسباب خاصة او قاهرة واما بشكل مؤقت او نهائي. (3)
- **الهروب من المدرسة:** بسبب متاعب جمة سواء للتلاميذ او ذويهم او للمدرسة نفسها ويكون عامة اذا ما تم التحاق الطفل مبكرا بالمدرسة مما يسبب لديه بعض العوائق النفسية مثل الرهبة من المدرسة او كرهه لها او وجود مغريات اكثر خارج المدرسة . (4)

(1) - المرجع نفسه ص 153.

(2) - الحسين عزي : الأسرة و دورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة

الماجستير في علم النفس الاجتماعي ، جامعة تيزي وزو 2013-2014 ص 178-180.

(3) - المرجع نفسه ص 180.

(4) - المرجع نفسه ص 180.

4.1 ثقافة الطفل :

تتواجد داخل المجتمع نفسه مجموعة من الثقافات الفرعية التي تميز قطاعات رئيسية في المجتمع وهي جزء من الثقافة الكلية في المجتمع، ولكمها تختلف في بعض المظاهر والمستويات، وعلى هذا الاساس يمكن تحديد ثقافات فرعية في كل مجتمع وفقا لتصنيفات عديدة ، كالعمر او المستوى التعليمي او المهنة او غيرها. (1)

ثقافة الاطفال هي واحدة من هذه الثقافات الفرعية، فالاطفال لهم مفردات لغوية متميزة وعادات وقيم ومعايير ومواقف واتجاهات، ولهم اساليبهم الخاصة في التعبير عن انفسهم، وفي اشباع حاجاتهم ولهم كذلك انتاجات فنية ومادية وازياء وغيرها، اي لهم خصائص ثقافية ينفردون بها ولهم اسلوب حياة خاص بهم. (2)

وتعد ايضا ثقافة الطفل مركب يشمل مفردات لغوية خاصة ومتميزة، ولهم عادات وقيم ومعايير وطرق خاصة في اللعب والتعبير عن انفسهم، ولهم تصرفات ومواقف واتجاهات وانفعالات واسلوب خاص للحياة وكل هذا يسمى ثقافة الطفل. (3)

اتفق العلماء على ان ثقافة الطفل قائمة على الابداع ،لكون الابداع اعدل الاشياء قسمة بين البشر ، هذه الفكرة تستمد مقوماتها من تصورات فلسفية ومعرفية ونفسية وبيولوجيا ايضا. (4)

يؤكد ادلر* انه من العيب اقامة علم نفس يستند على الدوافع فقط، دون ان نأخذ في الاعتبار القوة المبدعة لدى الطفل والتي توجه دوافعه نحو غايات ممثلة بالمعنى، هنا اثار جدلا عن علاقة الابداع والثقافة، وكانت الاجابة عن هذه الاشكالية تشمل معنى الثقافة الذي يميز مجتمع عن اخر سواء في تبلور معتقداته وقيمه ومبادئه وحتى علاقته الاجتماعية وانماط سلوكه وتحيزاته الايديولوجية، فثقافة الطفل هنا" كيان

(1) - محمد إبراهيم عيد و آخرون : ثقافة الطفل مجلة الطفولة، والتنمية ع 21 2014 ص 146

(2) - المرجع نفسه ص 149.

(3) - أديب محمد حسن: بناء ثقافة الطفل بين منهج الإسلام لوسائل المعاصرة مجلة العلوم الإسلامية العدد، 25، 2007، ص 05.

(4) - محمد إبراهيم عيد: الإبداع و ثقافة الطفل مجلة الطفولة، العدد 21 سنة 2014، ص 144.

*- ألفرد ادلر: طبيب عقلي نمساوي مؤسس مدرسة علم النفس الفردي، قام بتطوير نظريات مهمة تتعلق بدوافع السلوك البشري (1870-1937)

في سيرورة" اي كيان في حالة نمو متواصلة وان وجوده منفتح غير مغلق، ولهذا فان الطفل الصغير يتصف بالتلقائية والرغبة في اقتحام المجهول، وهو يتعلم من البيئة المحيطة به واذا سمحت له الظروف فانه يستطيع ان يستثمر طاقته وابداعه خلال سن مبكرة. (1)

5.1. وسائل الاعلام وسلوك الطفل :

من خلال الدراسات التي تمت في مجال اجرام الاطفال من طرف علماء الاجرام تبين ان من بين العوامل التي تؤدي بالطفل نحو الانحراف هناك وسائل الاعلام بشتى انواعها وفي هذا الصدد نجد العديد من النظريات المفسرة لمدى تاثير الحدث بهذه الوسائل والدور الفعال الذي تلعبه في تكوين السلوك المنحرف لدى الاطفال حيث لا يخفى على احد ان وسائل الاعلام تتدخل بشكل او باخر في تكوين الاتجاهات والاحداث في المجتمع من خلال غياب التوجه السلوكي الصحيح، وعدم التكامل مع البرامج التعليمية ، ايضا من خلال سيطرة المواد الترفيهية وعرض بعض الشخصيات الخارقة التي تضعف معالم القدوة الحسنة. (2)

تعتبر التربية الاعلامية اتجاه عالمي جديد، تهدف الى اعداد افراد المجتمع لفهم الثقافة الاعلامية وتعلم كيفية التعامل معها، وتلعب هذه الوسائل دور هام في التنشئة الاجتماعية للطفل بما تحمله من مثيرات جذابة ومثيرات فاعلة، وتملا جانبا كبيرا من وقت فراغهم ،خاصة وانها تعكس الثقافة العامة للمجتمع، واطر ما يهدد تنشئة الطفل هو الغزو الثقافي الذي يتعرض له من خلال وسائل الاعلام ،حيث اصبح نصيب الاسرة عامة والاطفال على وجه الخصوص ، اكثر من ذلك التأثير، وتراجع دوره القيم في تأثيرها على الافراد لصالح الاعلام ووسائله . (3)

حيث تؤثر وسائل الاعلام من جانبيين او من خلال نمطين : (4)

(1) - أديب محمد حسن مرجع سابق، ص 148

(2) - عبد الرزاق محمد الدليمي : وسائل الإعلام و الطفل، ص 84.

(3) - دريال سارة : مرجع سابق ص 09.

(4) - مالك إبراهيم الأحمد : دور الإعلام في تربية الطفل ، أطفالنا آمال و تحديات ،(د، د، ن) (د، س، ن) ص 03.

ا. النمط الاول: هو تأثير مباشر في نفس الطفل ، ويكون هذا التأثير عندما تكون الرسالة جديدة عليه، او تحتوي كما كبير من التشويق والاثارة .

ب . النمط الثاني : التراكمي له اثر كبير في نفسية الطفل فهو الاشهر والاهم، فهو يتعرض لوسائل متقاربة في ازمنا مختلفة وبشكل مكرر مما يرسخ في نفسه تلك الافعال والاقوال التي ذكرت له خصوصا مع كثرة اثاره الرسالة وتناو لها بين الاطفال.

الطفولة:

1.2 مراحل الطفولة

ان الاطفال يختلفون فيما بينهم لان اعمارهم تختلف وقدراتهم استعداداتهم البدنية العقلية تنمو واحتياجاتهم تتغير وسلوكهم يتغير ايضا ونظرة الكبار للطفل تختلف من بيئته الثقافية والاجتماعية الى بيئة اخرى وهذا لان الطفولة ليست مرحلة واحدة بل هي مراحل عدة يمكن تحديدها فيما يلي⁽¹⁾:

أ- **مرحلة المهد: [من الولادة حتى نهاية العام الثاني]** المولود الحديث لديه انطباعات لكنه لا يفرق بين انطباعاته الداخلية والانطباعات الخارجية ومن عمر الشهرين، يبدأ بمنح اهمية للعالم المحيط، ويبدأ بالتعرف على الوجوه وبعدها في عمر في عمر 12 شهرا يبدأ بالشعور بالأمن والثقة، ويطور من ذكائه في حوالي الشهر الثامن، فيبدأ بالقيم بالإيماءات⁽²⁾.

ب- **مرحلة الطفولة المبكرة [وهي ثلاثة سنوات الى ستة سنوات]**

وهي المرحلة قبيل المدرسة وتسمى مرحلة الطفولة المبكرة ويكون نمو الشخصية في هذه المرحلة سريعا ولذلك فهناك الكثير على الطفل ان يتعلمه وتتميز هذه المرحلة بمجموعه من المميزات العامة منها⁽³⁾:

✓ استمرار النمو بسرعه

✓ الاتزان الفيزيولوجي

✓ التحكم في عمليه الاخراج

✓ زياده الميل الى الحركة ومحاولة التعرف على البيئة المحيطة

⁽¹⁾ سهير عبد الفتاح، الخصائص النفسية والسلوكية لمسرح الطفل العربي، مجله الطفولة والتنمية، عدد21، مج 6، 2014، ص 173.

⁽²⁾ الورين دانيال، مرجع سابق، ص 20.

⁽³⁾ حامد زهران، مرجع سابق، ص

✓ نمو في اللغة واكتساب مهارات جديدة وبداية التفرقة بين الصواب والخطأ ووضوح الفروق في الشخصية

ت- مرحلة الطفولة المتوسطة [من سن ستة حتى ال 11]

ومع دخول الطفل المدرسة ستبدأ لديه الالتزامات والواجبات وبعدها يعطي اهمية لتكوين صداقات ويهتم بنجاحه اجتماعيا، ويدخل مرحلة التفكير المنطقي بشكل مصغر، فتكثر عما عرفه من قبل ويحلله، كما يزداد فضوله بمعرفة جسمه ومحيطه، وفهم الامور التي لفتت له من قبل(1)

ث- مرحلة الطفولة المتأخرة [تبدأ من سن الثانية عشر الى الثامنة عشر]

وتعرف ايضا بمرحلة المراهقة والتي تعرف في علم النفس بانها مرحلة الانتقال من الطفولة الى مرحلة النضج وتبدأ تقريبا مع البلوغ الجنسي للطفل وتتخللها مظاهر كثيرة، وتتميز هذه المرحلة بما يلي(2):

- ✓ النمو الواضح المستمر نحو النضج في كافة مظاهر جوانب الشخصية.
- ✓ التقدم في النضج الجسمي.
- ✓ التقدم في النضج العقلي حيث يتم تحقق الفرد واقعا من قدراته، وذلك من خلال الخبرات والمواقف والفرص.
- ✓ التقدم في النضج الاجتماعي والتطبع الاجتماعي، واكتساب المعايير السلوكية والاجتماعية وتحمل بعض المسؤوليات .

(1)الورين دانيال، مرجع سابق صفحة 20.

(2)حامد زهران، مرجع سابق، ص

2.2. اهمية الطفولة مرحلة اساسية:

الطفولة مرحلة اساسية ومهمة في حياة الانسان، ففيها تتحدد معالم شخصية ويكتسب انماط قيمة وسلوكيات ويتعلم مختلف عاداته واتجاهاته ، فهي مرحلة نمو للفرد ، تكمن اهمية مرحلة الطفولة المبكرة باعتبارها السنوات التكوينية وهي الاله في حياة الانسان، حيث تتبلور معظم الصفات الشخصية وعناصر نموه خلال هذه الفترة من بداية الحياة ، وتتضمن تنمية الطفولة المبكرة عددا من المفاهيم والقضايا المتأصلة في التعليم والثقافة والصحة والتغذية والسلوك الاجتماعي والنفسي ، الامر الذي يحتم علينا التوجه الشامل والمتماسك للوقوف على حاجات الطفولة. (1)

تعتبر هذه المرحلة- مرحلة الطفولة - من اكثر المراحل تأثيرا في حياة الطفل اذ ان العلاقات الانفعالية الاجتماعية التي تربط بين الطفل واسرته لها دلالة هامة في تحديد معالم سلوك الطفل الاجتماعي وفي تشكيل شخصيته وحياته النفسية من حيث يكتسب الطفل اساليب سلوكية منضبطة اجتماعيا من خلال عادات ومعايير وقيم واتجاهات تتفق مع الثقافة السائدة والمقبولة في المجتمع حيث يؤكد العلماء على ان الطفل في هذه المرحلة يقر في لعبه وخياله قواعد وقيم من هم اكبر منه فقد يسلك كما لو كان قد اتخذ مبادئهم الاجتماعية مبادئ له وقد تتعكس على لعبه وكلامه وإحساساته بالتعاون المتبادل والمسؤولية الاجتماعية (2).

(1) - عبدالرزاق محمد دليمي : مرجع سابق، ص 38

(2) - سطوح سميحة : الإشهار و الطفل رسالة مقدمة لنيا شهادة الدكتوراه تخصص الإتصال في التنظيمات جامعة باجي مختار عنابة

2009 - 268، ص 2010.

2-3 السينما والطفولة :

يعتبر ادب الاطفال من اهم العناصر تأثيرا على شخصية الطفل خصوصا اذا كان هذا الادب يقدم الاطفال في صورة جذابة عبر فيلم سينمائي او مسرحية او مسلسل تلفزيوني ، وكانت السينما احد اهم تلك المجالات التي اثرت على تفكير الطفل كما انها قدمت له ذلك التأثير في قالب ممتع خصوصا عندما قدمت بعض الافلام للأطفال او الموجهة لكافة افراد الاسرة (1)

حيث وحسب دراسة الدكتور مالك ابراهيم الاحمد * فان وسائل الاعلام تآثر في الطفل بابعاد عوامل وهي: (2)

1-نوعية الوسيلة: وقوتها ومدى انجذاب الطفل اليها وهي مرتبة حسب نسبة تأثيرها الى :

• السمعية البصرية (التلفاز، السينما، الفيديو) وتمثل ثقلا متوسطا (20-30)

• السمعية (الاذاعة ، الكاسيت) ثقلا متوسطا (10-20)

• التفاعلية (العاب الكمبيوتر) تمثل ثقلا متوسطا (20-30)

أ. عمر الطفل : خلفيته الثقافية وبيئته الاجتماعية.

ب. نوعية الرسالة :للطفل من خلال المادة الاعلامية المقدمة.

ج. الوقت الذي يقضيه الطفل مع وسائل الاعلام:

وقصد فهم عملية تأثير الافلام على سيكولوجيا الفرد بصفة عامة وحسب علم النفس نجد المخطط الاتي: (3)



شكل رقم 03: النشاط الرمزي المرتبط بمشاهد الافلام

(1) - عادل المشعل ، أثر السينما على الأطفال متاح على الموقع AHAIMEDIA .COM ، 17:54 ، 27/02/2020

* - مالك الإبراهيم الأحمد : هو دكتور في الهندسة من جامعة بريطانيا 1987 و عضو هيئة التدريس بجامعة الملك سعود حاليا

(2) - سارة دربال مرجع سابق ، ص 14

(3) - يونج سكيب داين ، السينما و علم النفس ترجمة سامح سمير فرج مؤسسة هنداوي للتعليم و الثقافة ط 1 القاهرة مصر 2012 ص

2-4 تأثير السينما على الطفولة :

ان تشكيل الملامح الاساسية لشخصية الفرد تبدأ من السنوات الاو لى من حياة الطفل فقد اثبتت بعض الدراسات النفسية على سبيل المثال ان 50% من المكتسبات الذهنية للمراهق في السابعة عشرة من عمره تحصل في السنوات الاربع الاو لى وان 30% منها تظهر فيما بين الرابعة والثامنة كما اكدت الابحاث ان التأثيرات البيئية تبدو اكثر وضوحا في المراحل المبكرة التي تزداد فيها سرعة النمو العقلي ، ومن خصائص السنوات الاو لى لحياة الطفل سرعة نمو الذكاء والعاطفة واللغة والعلاقات الاجتماعية خلالها (1) حيث تعتبر السينما احدى الوسائل الاعلامية الاقدم في عرضها للصور اذ ان تأثيرها الاعلامي كان كبيرا وقامت باستقطاب جمهورها الخاص بها ومنها فئة الاطفال الذين تستهدفهم بافلام الكارتون خاصة وتعرض على ان تعرض هذه الافلام في السينما او لا قبل التلفزيون لضمان الربح المطلوب وبذلك يكون الطفل قد تلقاه من الشاشة الكبيرة او لا واثر عليه وربما لن يستطيع نسيان احداث الفيلم خصوصا ان افلام المغامرات التي تتطوي على الكثير من الحركة ولا سيما ان الطفل قد تم شحنه من قبل المروجين فهذه الافلام تكون الرعاية كبيرة لها في كل من التلفزيون والصحافة المكتوبة مما يدفع بالطفل الى اجبار والديه لاخته الى دور العرض السينمائي. (2)

2-5 الطفولة والمجتمع :

الطفل كيان في حالة من النمو المتواصل، يتصف بالتلقائية والرغبة في اكتشاف ومعرفة ما يحيط به وهو يتعلم من بيئته واذا سمحت له الظروف فانه يستطيع ان يستثمر طاقته في سن مبكرة (3).

ف نجد الطفل يتأثر بمحيطه وبالتالي فمكونات المجتمع تساهم في تكوين افكار وشخصية الطفل ومنها :

1- **الطفل والثقافة:** حيث تمثل الثقافة مجموع المورثات الاجتماعية التي تمثل انجازات جماعية ما من افكار وعادات وقيم وانتاج فكري او يدوي او اساليب نقل هذه المعلومات والخبرات من جيا لآخر، والطفل يولد

(1) - إدريس الكتاني ، الأثار السلبية لمشاهدة العنف والإجرام في التلفزيون والسينما على الطفل، المجلة العربية للدراسات الأمنية جامعة محمد الخامس الرباط العدد 66.

(2) - عبد الرزاق محمد الدليمي : مرجع سابق ص 82-83.

(3) - محمد إبراهيم عيد :ثقافة الطفل ، مجلة الطفولة و التنمية عدد 21 مجلد 6 2014 ص8.

مفلس المعلومات الخاصة ببيئته الخارجية خصب الاستعداد لاستقبال وخرن المعلومات الخاصة بكل خبرة يتعرض لها ويتكيف معها في الثوابت الوراثية تلعب دورا هاما في تثقيف الطفل وتنتقل هذه الموروثات الثقافية عبر تفاعل الطفل مع محيطه، ان الطفل اجتماعي من صنع بيئته ولكن تكويني من خلال وراثته. (1)

للاطفال مفردات لغوية خاصة ومتميزة ، ولهم عادات وقيم ومعايير وطرق خاصة في اللعب والتعبير عن انفسهم ، ولهم تصرفات ومواقف واتجاهات وانفعالات واسلوب خاص للحياة وكل هذا يسمى ثقافة الطفل. (2)

ب- الطفل ووسائل الاعلام:

جاءت في اتفاقية حقوق الطفل العالمية مادتين نصتا حول حق الطفل في الاعلام وهي : (3)

المادة 17: والتي اشارت فيها الى ضرورة اعتراف الدول الاطراف بالوظيفة الهامة التي تؤديها وسائل الاعلام ،وتضمن حصول الطفل على المعلومات والمواد من شتى المصادر الوطنية والدولية وخاصة تلك التي تستهدف تعزيز رفاهية الاجتماعية والمعنوية وصحته الجسدية والعقلية.

المادة 29: على الدول الموافقة ان يكون تعليم الاطفال موجها نحو تنمية شخصيته ومواهبه وقدراته العقلية والبدنية الى اقصى امكانياتها وتنمية احترام حقوق الانسان.

تلعب وسائل الاعلام دورا مهما وفعالا في عملية التنشئة الاجتماعية لانها تشبع الحاجات النفسية للافراد كالحاجة للحصول على المعرفة والمعلومات الثقافية فتعمل وسائل الاعلام اساسا جملة من الابعاد التربوية منها : (4)

- التعلم من خلال تجديد المعارف والمعلومات

- التثقيف من خلال نشر الثقافة بين الناس

(1) - ألفت حقي ، مرجع سابق ص 113.

(2) - أديب محمد حسن مرجع سابق ص 05.

(3) - إتفاقية حقوق الطفل الصادرة عن الأمم المتحدة 1989.

(4) - حيرش بغداد ليلي أمال : الطفل ة التلفاز ، رسالة تخرج لنيل الدكتوراه في علم الإجتماع جامعة وهران 2 ، 2014 - 2015 ص

- التنشئة الاجتماعية لان المجتمع يستعمل الاعلام كوسيلة لنقل التراث الاجتماعي من جيل لآخر فوسائل الاعلام تساعد المؤسسات الاخرى للقيام بعملية التنشئة الاجتماعية.

- ان التقنيات الحديثة نهضت بثقافة الطفل ودفعه مسيرته الى الامام ثقافيا وفكريا وعلميا ومهاريا وغير ذلك لكنها من جهة اخرى سلبتة الكثير ويعود ذلك الى اسلوب استخدام هذه التقنيات والاندفاع ورائها بشكل غير مدروس. (1)

ومن هنا نقول ان اهم تاثيرات وسائل الاعلام هي كالتالي: (2)

- نشر المعلومات المختلفة في مختلف المجالات حيث تتناسب مع فئات الاعمار المختلفة .
- تسهيل التاثر بالسلوكات الاجتماعية في الثقافات الانسانية الاخرى من خلال ما تقدمه من افلام .
- التسلية والترفيه.
- تعزيز القيم والمعتقدات او تعديلها.

د - الطفل والاسرة :

ان تاثير الوالدين في حياة الطفل يبدأ منذ المراحل الاولى في حياته حيث تعد البيئة الاسرية من اهم حاضنات الطفل من شخص وغيره.

يحتاج الطفل الى اسرة يسودها الود والوئام وتكون متقبلة للطفل محبة له وتشعره بذلك وتمنحه الاحساس بالامان والاستقرار النفسي ، كما يجب ان تكون الاسرة واعية لاحتياجات اطفالها ان توفر لهم الحد الادنى من الظروف المعيشية مثل الخدمات الصحية والتعليمية والاجتماعية ومن الناحية العاطفية ، فان الطفل يحتاج الى بيئة تشعره بالقبول والحب وتعزز من مفهوم ه الايجابي عن ذاته وبيئة توفر له الفرصة للتفاعل الاجتماعي السوي مع الاقران ، اما من الناحية الثقافية فالاسرة توفر بيئة مناسبة لينشا الطفل في ظل قيم

(1) - محمد أبراهيم عيد مرجع سابق، ص 28.

(2) - حيرش بغداد ليلي أمل : مربع سبق ذكره ص 84-85.

المجتمع ومبادئه ، ويعتز بلغته وتراثه ، حريصا على تاريخه وحضارته مؤهلا للدفاع في التيارات الثقافية الوافدة عبر وسائل الاعلام الهائلة التطور. (1)

وتستعمل الاسرة عدة اساليب في التنشئة الاجتماعية وهي (2):

- ا - الاستقلال والتقيد :يعني ان يترك الوالدين للطفل حرية ممارسة نشاطه او العكس في ان يتم الاحاطة به.
- ب - الحماية الزائدة والاهمال : ويعرف بالقلق الشديد على الطفل مما يؤثر في شخصيته وفي المقابل نجد الاهمال الزائد يؤثر على نمو الطفل الاجتماعي ويعيقه وينعكس سلبيا عليه.
- ج - الاندماج التباعد والاعتزال: في عملية التنشئة ينبغي ان يشعر الطفل دائما بان هناك قوة دافعة متمثلة في والديه ، هذه القوة تحبه وتشبع حاجاته المختلفة كما انها تثبت في نفسه الاطمئنان في الوقت ذاته تصحح اخطائه وتعديل سلوكه وتساعد على التكيف الاجتماعي.

(1) - هدى محمود الناشف : الأسرة و تربية الطفل دراسة المسيرة للنشر والتوزيع عمان 2006 ص 227-228

(2) - حيرش بغداد ليلي أمال : مرجع سبق ذكره، ص 82.

خلاصة:

الطفل هو نقطة الانطلاق لبناء جيل جديد ومن هذا المبدأ تتأكد ضرورة توفير كافة الإمكانيات التي تفجر قدرات الأطفال وطاقاتهم وتنمي استعداداتهم وتوجههم وميولاتهم لاكتساب قيم مجتمعاتهم. ولا شك ان عملية التنشئة الاجتماعية مسألة هامة وملحة في جميع مراحل نمو الانسان كما انها لا تقتصر فقط على الاسرة بل ان وسائل الاعلام بتنوعها أيضا واحدة من اهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تساعد على زرع القيم وترسيخ العادات والتقاليد لدى الأطفال

الفصل الثالث:

السببنا والملصق السببنائي

تمهيد:

تعد السينما الفن السابع وهي مجال ابداعي، يتم صنع الرسائل المراد ايصالها في قوالب فنية وأساليب مختلفة كل هذا عبر المحتوى الذي تصنعه وهو الفيلم الذي يكون عادة عاكسا لتصورات الجهة الصادرة عنها او نابعا من بنى اقتصادية، اجتماعية، سياسية، وثقافية بصورة واقعية او تصور خيالي يحاكي الجمهور المستهدف.

بما ان السينما اعتمدت منذ الأول على الأرباح المادية التي تدرها نجاحات افلامها فقد طورت سياستها التسويقية عبر ما يعرف بالملصق الذي يتم تصميم بنيته السيميائية، قصدا لانتاج المعنى واثراء الثقافة وحدث الأثر، لذلك سنحاول في هذا الفصل التطرق الى كل ما يتعلق بالسينما، وكذا ماهية الصورة والفلم وصولا الى التفصيل في الملصق من حيث مميزاته وعلاقته بالفيلم وفنون إخراجة.

المبحث الاول : السينما والفيلم

1-1 مفهوم السينما:

لغة: جاء في المنجد الابددي ان السينما هي الدار التي تعرض فيها المشاهدة السينمائية، كما نجد ان Encyclopédie Microsoft Encarta الموسوعة العلمية العالمية.

تعرف السينما بانها اختصار لكلمة سينما توغراف والتي تعني تقنية انتاج الصور المتحركة او هي في انتاج الافلام السينماتوغرافية واخراجها او هي تقنية لتصوير وعرض الصور المتحركة او هي صناعة لانتاج وتوزيع الافلام. (1)

اصطلاحا:

ان مصطلح السينما في ابسط تعريفاته هو الكتابة بالصور ، لكنه تعبير واسع الدلالات يضم كل ماله علاقة بالافلام الروائية والتسجيلية وافلام الرسوم المتحركة ، والافلام التلفزيونية وغير ذلك ، كما ان فن السينما يعد واحد من اهم الفنون التي تلعب دورا بارزا في حياة الانسان المعاصر لما لها من تأثير ظاهر على مختلف الشرائح في المجتمع، وقد اطلق وصف الفن السابع على السينما لانها يمكن ان تضم الفنون الستة الاخرى (*). (2)

اجرائيا: هي واحدة من بين الصناعات التجارية لها شعبية حول العالم لما تقدمه من عناصر جذب وابهار وامتاع كما تعتمد على ايرادات الافلام ومن اجل هذه الايرادات تبذل كل الجهود لرفع قيمتها من خلال الملصقات التسويقية.

(1) - رضوان بلخيري مرجع سابق ص 34.

(2) - كريمة منصور ، إتجاهات السينما الجزائرية في الألفية الثالثة ، بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في الفنون الدرامية جامعة وهران 2012-2013، ص 15 .

* العمارة والموسيقى والنحت والشعر والمسرح والرقص والسينما.

1-2 نشأة السينما وتطورها:

ان الارهاصات الاولى ل فن السينما يمكن ان نرجعها الى ما دونه الفنان "ليوناردودافنشي" * من ملاحظات ان لاحظ ان الانسان اذا جلس في حجرة تامة الظلام بينما تكون الشمس ساطعة خارجها، وكان في احد جوانبها ثقب صغير جدا فيحجم راس الدبوس ، فان الجالس في الحجرة المظلمة ، يمكن ان يرى على الحائط الذي في مواجهة هذا الثقب الصغير ⁽¹⁾ويطلعنا التتابع الكرونولوجي للمخترعات على طبيعة الجهد الذي ادى في نهايته الى ظهور جهاز السينما توغراف * الذي اعلن ولادة السينما ⁽²⁾ وهذا سنة 1895 م.

بعد ان جمع الاخوة "او جست ولويس لومبير" * ثلاثة اختراعات سابقة : اللعبة البصرية، الفانوس السحري، التصوير الفوتوغرافي، حيث تمكن من عرض اول العروض السينمائية في مقهى "الجراند كافيه" في باريس وكان الفيلم يتضمن قطار يصل من اعماق الشاشة مندفعاً نحوالمنظرة حيث انه يثير ذعرهم خشية الدعس هذا النوع من التماهي مع الصورة منذ البداية اشبه باثارة اعماق ما بالكاتب من مشاعر رهبة وخوف واثارة ⁽³⁾، فحيث شاهدت الجماهير تقدم القطار الى اماميتها في صالة العرض العرض المظلمة فزعة وهرولة خارجة من صالة العرض وقد فسر الكثيرون بعد ذلك هذا التصرف بانه وليد الجهل بالاختراع الجديد. ⁽⁴⁾

* - ليوناردو دافنشي:(1452-1519م) إيطالي رسام وعالم ورياضي ومهندس وكاتب كان من وراء عصر التنوير والحركة الثقافية وضع تصاميم لألات طائرة تشبه الحوامات وكان خبير تشريح وصاحب لوحة الموناليزا.

(1) - المرجع نفسه ص 13-14.

* - السينما توغراف : جهاز متطور للعرض السينمائي وعرض على المشاهدين في باريس أول الأفلام في تاريخ الإنسانية 1895 إنكره الإخوة لومبير اعتماداً على أشرطة إديسون .

(2) - خديجة بومسلوك أفلمة الرواية في السينما الأمريكية مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص فنون جامعة وهران 1 2015-2016 ص24.

* - لومبير : هي الإخوة أوجست و لويس راندي إختراع جهاز العرض السينمائي عملا مع والدهما في مصنع الأجهزة في ليون

(3) - كريمة منصور: مرجع سابق ص14.

(4) - خديجة بومسلوك : مرجع سابق ص 27.

ولكن التفسيرات الأكثر دقة انه حدث اتحاد وجداني بين المشاهدين وما يعرض على الشاشة من صور صادقة وهذا من اهم ميزات التحام وحب الناس للسينما⁽¹⁾.

لكن ما تجدر الاشارة اليه ان السينما من بين العديد من الابتكارات ليست لها لحظة صدور دقيقة، وهي لا تدين بمولدها الى بلد معين، ومن التجارب الايطالية بالنسبة الى الغرفة المظلمة في القرن السادس عشر الى الخدع البصرية في بداية القرن التاسع عشر وصولا الى جهود المبتكرين في العقد الاخير من القرن التاسع عشر، اديسون في امريكا والاخوان لوميير في فرنسا، ماكس سكلادانوسكي في المانيا وليم فرنسيس في بريطانيا وغيرهم ، لكن وكما سبقت الاشارة فان المفخرة الاولى كانت من نصيب الاخوة لوميير اللذان ينسب لهما عرض الصور المتحركة الاولى امام جمهور مقابل اخر يدفعه المشاهدون.⁽²⁾

لان صانعي الافلام الاول كانوا علماء اكثر مما كانوا فنانيين امثال لوميير واديسون فقد اعتبرت العروض الاولى مجرد اسلوب لتسجيل المظهر والحركة لعالم الواقع وحسب، ولم تكن السينما او التصوير الفوتوغرافي وقتها مقبولين على انهما من الفنون ، وكانت هذه الدعوة لفكرة الافلمة في مفهومها الواسع وبمرور الزمن كان الانسان يكتسب لغة سينمائية بفضل التراكم المشهدي الذي سمح للمتلقي ومد مني الافلام باجادة لغة بصرية توازي اللغة المكتوبة والمنطوقة فشبهت المقاطع السينمائية بالفقرات واللقطات بالجمل والقطع بالفاصلة والتلاشي بالنقطة وعموما شبهت السينما بالفلم وهكذا انتجت المشهدية السينمائية لغة جديدة انضافت الى لغات البشرية في عالم الفنون.⁽³⁾

وباعتبار السينما اكثر انتشارا بطابعها الجماهيري فان الناس صاروا يجدون اللغة السينمائية اكثر من اي لغة اخرى⁽⁴⁾.

وقد كان اول استوديو في التاريخ يجهز للتصوير "بلاك ماريا" اسسه توماس اديسون* لتصوير افلام الكينيتوسكوب وفي فرنسا كان جورج ميليس* الاب الفعلي لاختراع المؤثرات الخاصة السينمائية بجانب

(1) - المرجع نفسه: ص 27.

(2) - كريمة منصور ، مرجع سابق ص 15.

(3) - خديجة بومسلوك، مرجع سابق ص 28-30.

(4) - المرجع نفسه ص 30.

* - توماي اديسون (1847-1913) هو مخترع و رجل أعمال أمريكي يمتلك شركة اديسون جنيرال الكترينك المدموجة مع شركة طومسون هيويس الكترينك من إختراعاته آلة التصوير السينمائي وطور جهاز الفوتوغراف والمصباح الكهربائي.

الفيلم، الفيلم السردي الروائي حتى انه نقل فكرة العروض السينمائية الى الولايات المتحدة الامريكية سنة 1896 افتتح مسرحه في "بوليقاردي لنالين" دار سينما هو ديني وكان ثمن التذكرة لدخول الفرد نصف فرنك⁽¹⁾

ومنذ تلك السنوات الاو لى لميلاد السينما شقت طريقها سريعا نحوالتطور باستخدام التكنولوجيا الحديثة في صناعتها ، فالسينما هي او ل فن مصطبغ بالصبغة الصناعية وهي لاتزال موضع جدال على انها اعظم هذه الفنون المصطبغة بالصبغة الصناعية التي هيمنت على الثقافة في القرن العشرين⁽²⁾

وبعد نجاح هذه الصناعة كانت الولايات المتحدة الامريكية قد احتضنت هذه التسلية الجديدة ووجدت ان اجواء نيويورك المناخية غير ملائمة لصناعة الافلام التي اصبحت مستمرة الانتاج فانقلت صناعة الخيال الى ولاية فلوريدا الغربية والتي بها حوالي 1905 ضاحية ملحقة بمدينة لوس انجلوس في منطقة مليئة باشجار الموالح تسمى هوليوود.⁽³⁾

كاماكن للتصوير اطلق عليها استوديوهات او لية، وكانت او ل مدينة لهذه الصناعة الوليدة⁽⁴⁾.

وبعد سيطرة الولايات المتحدة الامريكية على هذه الصناعات جعلتها تجارة رابحة في هذا العصر وطوعتها لخدمة اغراضها وتصدير افكارها للعالم فقد تطورت سريعا وباعتماد السينما على الاموال لتمويلها نجد الدول الغنية هي الاكثر حكما في توجيهها وعلى المقابل فان السينما تعتمد على الارياح العائدة من الانتاج وتحدد قيمتها الاو لية لما ينطق به شباك التذاكر الذي يعبر عن العلاقة المباشرة بين الجمهور والفن السينمائي بغض النظر عن اية اعتبارات اخرى تتصل بالتقويم النقدي للفيلم فهذه مسألة اخرى⁽⁵⁾، في المقابل وكأحد اخر ما توصلت اليه السينما هي التقنية الالكترونية في مجال صناعة

* - جورج ميليس (1861-1938) هو سينمائي فرنسي ابتكر العديد من الأساليب التقنية والسردية في بدايات السينما كان مبتكر المؤثرات الخاصة للسينم.

(1) - سعيد شيمي: الصورة السينمائية من السينما الصامتة إلى الرقمية ، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة، ط 1، 2010 ص 53.

(2) - جيو فري نوويل سميث، موسوعة تاريخ السينما في العالم، ترجمة مجاهد عبد المنعم مجاهد ، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ط 1 ، 2010، ص 53.

(3) - سعيد شيمي: مرجع سابق ص 72.

(4) - المرجع نفسه ص 34.

(5) - كريمة منصور : مرجع سابق ص 16.

السينما وهي تقنية جديدة في التعامل مع الصور بمبدا الصفر والواحد، اي التعامل مع الصور على انها اشارات كهربائية ثنائية (رقمية) بدلا من طبعها وتحميزها كيميائيا على ورق حساس حيث يمكن سحب المعلومات ونقلها الى جهاز كومبيوتر عادي ثم العبث بها وتحريرها دون اي شريط فيكامل العملية الانتاجية تلك التقنية تعطى الى ما يعرف بسينما المؤلف او المخرج زخما جديدا (1)، كما ساهمت هذه الثورة التقنية في مجال صناعة السينما في مواجهة مشكلة ارتفاع تكاليف الانتاج حيث وصلة الميزانية المتوسطة لانتاج فيلم في الولايات المتحدة الامريكية الى حوالي ستين مليون دولار وذلك (2).

من خلال اعتماد المخرجين الجدد في انجاز الافلام على تقنية كاميرات الفيديو الرقمية التي توفر الكثير من نفقات الانتاج ، كما تتيح هذه التكنولوجيا عرض الافلام على شبكة الانترنت دون القتال من اجل عرض الافلام الصغيرة من خلال خدمات التوزيع عبر الانترنت، كما توفر ايضا التقنية الرقمية مجالا لاجهزة وسائل الاعلام منها كاميرات التصوير على الحصول على افضل صورة ملونة DIJITAL نقية في وقت اسرع اثناء انتاج الافلام (3).

(1) - فتحي حسن عامر، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة ألى الفايبيوك، العربي للنشر و التوزيع ط 1 القاهرة 2011 ص 16.
(2) - روميصة بزاز : صورة الطفل في السينما الثورية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في سمعي بصري، جامعة أم البواقي 2016،-2017 ص 27.
(3) -المرجع نفسه ص 27.

3.1. عصور السينما:

ان البدايات الحقيقية لميلاد صناعة السينما تعود الى عام 1895م، ونتيجة للجمع بين ثلاثة مخترعات سابقة: هي اللعبة البصرية، الفانوس السحري، والتصوير الفوتوغرافي، فقد سجل الاخوان او جست ولويس لوميير اختراعهما لاول جهاز يمكن من عرض الصور المتحركة على الشاشة في 13 فيفري 1895 في فرنسا على انه لم يتهدى لهما اجراء اول عرض جماهيري الا في 28 ديسمبر من نفس العام فقد شاهد الجمهور اول عرض سينمائي فوتوغرافي في قبوالغراندي كافي الواقع في شارع الكابوسين بمدينة باريس، لذلك يعتبر الكثير من المؤرخين ان لويس لوميير هو المخترع الحقيقي للسينما، حيث استطاع ان يصنع اول جهاز لالتقاط وعرض الصور السينمائية، ومن هذا التاريخ اصبحت السينما واقعا ملموسا (1).

حيث ان هذا المنطلق تم تقسيم السينما الى مراحل تميزت بابع لحظات مهمة، لا يتسع المجال هنا لوصفها بالتفصيل سنشير فقط الى الملامح الكبرى في عرض عام للغاية لتسليط الضوء على ما هو على المحك في الوقت الراهن تتوافق المرحلة الاولى مع زمن السينما الصامتة، انها الفترة التي تبحث فيها السينما عن هيكل وتعريف فنيين، ولان السينما كانت بلا نموذج وارتبطت في الاصل بالمشهد المسرحي المنتثر كان المسرح في البدئ مرجعها من اجل تصوير التمثيليات القصيرة والمشاهد المسرحية الهزلية الخفيفة والمشاهد التمثيلية ثم اكتشفت السينما طموحات أخرى، واصبحت اكثر تعقيدا ولا تخشى من التوجه الى الرواية، واخذت تشق طريقها اداء تعبيرية قوي لممثلين يستخدمون التمثيل الصامت المبالغ فيه لتعويض غياب الكلمات (2).

تمتد المرحلة الثانية التي تمثل الحداثة الكلاسيكية من بداية الثلاثينيات حتى الخمسينيات، العصر التي كانت فيه السينما وسيلة الترفيه الاولى للامريكان والتي اصبحت من خلاله وسيلة الترفيه الشعبية الاولى في العالم بامتياز يعود الامر اولا الى الثورة التقنية للفيلم الناطق بعد ان قضت فورا على الفلم الصامت (3).

اما المرحلة الثالثة مرحلة الحداثة بمعناها الاكثر خصوصية، اي التي ارتبطت بلامح معينة فقد شكلت تيارا في نهاية خمسينيات القرن 20م، فالسينما شانها شان غيرها من الفنون قد مرت بتطورات عديدة،

(1) -خالد ربيع السيد: الفانوس السحري، قراءات في السينما، ط 1، 2008، بيروت لبنان ص 10.

(2) -راوية صادق شاشة العالم ترجمة جيل ليوفيتسكي بان سيرو، العدد 2040 ط 1 2012 ص 20.

(3) -المرجع نفسه: ص 20

وتعتبر الحرب العالمية الثانية هي العامل الرئيسي الذي تسبب في التحول من السينما الكلاسيكية الى السينما الحديثة، فمن السينما الصامتة الى السينما الناطقة الى سينما الحداثة جرى التاريخ السينمائي بشكل سريع لم ينافسه في سرعته سواه (1).

لكن سينما الحداثة لم تدم طويلا هي الاخرى، فقد احترقت تلك المرحلة حيث شهد العقدان الاخيران تصاعدا في العلاقة بين صناعة السينما وبين احدث وسائل للمعلومات والاتصال وهي شبكة الانترنت، العلاقة بين السينما والانترنت بشكل تقليدي حيث استعملت السينما الشبكة الوليدة كوسيلة للنشر العلمي والتقني وتساعدت العلاقة حتى اصبحت وسيلة لنشر وعرض الافلام السينمائية اضافة الى تسويقها الدعاية لها (2).

1-4 مدارس السينما :

دأب نقاد السينما على استعمال كلمة مدرسة في اشارة الى اصناف معينة من السينما كتعيين المدرسة البريطانية او الايطالية، او مدرسة هو ليوود دون تمييز لما يحمله هذا الاستعمال من معنى يجعله يختلف عن مفهوم التيار السينمائي كالسينما الواقعية او التجريبية فعلى ضوء هذا اتفق على انه هناك اربع مدارس بارزة كبرى للسينما: (3)

أ. **مدرسة هوليوود:** سميت بالسينما الاولى وهي سينما تجارية، التي تقف من ورائها مجموعة من الشركات الراسمالية التي تستثمر اموالها في مجال صناعة السينما، ومن الطبيعي ان الربح شرطا وهدفا اساسيا لتلك الشركات، وبالتالي ترويج العمل السينمائي بكافة الوسائل المتاحة، وتعتمد سينما هو ليوود على نمط الاثارة باكبر قدر ممكن من الغرائز والرغبات المكتوبة لدى المتفرج بالاضافة الى منحه قدر كبير من الابهار داخل الصورة اما الموضوع او الفكرة التي يناقشها الفيلم فعادة ما تكون سطحية، مكررة، تفتقد الحبكة والتماسك اذ تعتمد هذه الافلام على ممارسة نوع من التحذير للمتلقي بسلب منه فعاليته النقدية، في المقابل مخاطبة مناطق الحس والغريزة لديه، هذا النمط التجاري معد مسبقا مع اعادة انتاجه باستمرار والباسه ثوبا جديدا، كما

(1) - سلمى مبارك من الحداثة إلى ما بعد الحداثة في السينما، مقال في مجلة أوراق، العدد 15 سنة 2006 القاهرة، ص 02.

(2) - خالد ربيع مرجع سابق ص 29

(3) - أحمد القاسمي الوثائقي في المدرسة السوفياتية، متاح على الرابط:

يعتمد هذا النمط ايضا على نظام توزيع العمل والاختصاصات، فكل فرد في مجموع صناع الفيلم (1) وظيفة محددة لا ينبغي له تجاوزها، وعلى الرغم من ان هذا النمط ارتبط تاريخيا بهو ليوود الا انه طغى وسيطر على سينمات البلدان الاخرى (2).

ب. المدرسة الاوروبية:

• المدرسة الايطالية: ان تراث الاستعراض الفجم البصري له جذور تاريخية عميقة في ايطاليا والتي هي هامة بصفة خاصة لما قبل تاريخ السينما تشمل وسائل الترفيه في العروض الجواله، حيث كانت البدايات العلمية التي وثقها "ريكو" في دراسته عام 1872 بعنوان "تجارب في فن التصوير" وفي هذا السياق ياتي اول ظهور لفن التصوير عند لوميتير في اتيليه لولبير للتصوير الروماني 1896 وقد تسبب في رد فعل مثير بعدها توالت انشاء شركات الانتاج في كافة المدن الايطالية وخاضت السينما في ايطاليا اشواطاً مهمة كما كانت تضم رواد ساهموا كثيرا في عالم صناعة السينما (3).

لذا شكلت هذه المدرسة احد ركائز السينما الاوروبية بصفة عامة والتي لم تضع الريح في مقدمة اولوياتها فهي تهتم بالبحث والتجريب وخلق اشكال اخرى من التعبير بالصورة واعطاء اولوية لما هو تقني وجمالي (4).

• المدرسة البريطانية: لقد كان الاتجاه بين مؤرخي السينما دائما على تقديم السينما على ان لها نفوذاً ومبادرات ابتكارية، ومن هذا المنظور كما جرى التعبير عنه في مثال "جورج سادول" 1951 فان فيلم "القرصان منقذا" هو نقطة الذروة والافلام التي جرى انتاجها بعد هذا التاريخ وخاصة (5).

(1) - مصطفى بدر الدين، سينما نوفو أو السينما كأداة للمقاومة والتمرد، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد 117، 2012، ص 06-07.

(2) - المرجع نفسه: ص 07.

(3) - جيوفري نوويل، سميث مرجع سابق ص 365.

(4) - مصطفى بدرالدين، مرجع سابق ص 07.

(5) - جيوفري نوويل، سميث مرجع سابق ص 384.

في فترة (1908-1913) عندما ساد الفيلم الروائي الدرامي الممتد في بكرة واحدة قد جرى تجاهلها الا ان هذه المدرسة وروادها حاو لوا التركيز على الاشكال المختلفة لفيلم الوقائع اليومية⁽¹⁾.

• المدرسة الالمانية: تذكرنا السينما الالمانية سنوات 1920 حيث التعبيرية وثقافة فيما ممر الزمن كانت برلين فيه مركز الثقافة لاوروبا وبالنسبة لمؤرخي الفيلم فان هذه الفترة تقع بين العمل الرائد للمخرجين الامريكيين حيث كانت هذه الفترة تقوم مقام العصر الذهبي للسينما العالمية وقد ساعدت بين 1911 و1928م، اجعل السينما وسيطا فنيا وطليعيا.⁽²⁾

المدرسة السوفياتية: لم يساهم انتصار البولشفيين وعملهم على دعم الانتاج السينمائي باعتباره وسيطا كفيلا بنشر قيم الثورة في ترسخ هذا العمل الوليد فحسب، وانما كان له الدور الحاسم في تطويره على مستوى المضامين وعلى مستوى المقاربات الجمالية، فلقد تزامن قيام الاتحاد السوفياتي مع ظهور جيل من السينمائيين المجددين الذين غيروا تاريخ السينما الصامتة، فأسس اول معهد لهذا الفن في العالم سنة 1920م، وعين مديرا له "دزيقا فرتوف" وطور نظريته حول المونتاج كما ركزوا اهتمامهم بالقضايا السياسية والتاريخية ومالوا اكثر الى الفيلم الوثائقي لما فيه من خطاب مباشر يتناول الحقيقة دون وساطة الخيال لذا فكانت القواسم المشتركة تربط بين اللغة البصرية والسيناريو والمونتاج⁽³⁾.

مدرسة بلدان العالم الثالث :

ظهرت السينما في بلدان العالم الثالث التي كانت معظمها تحت الاستعمار ويصعب تحديد تاريخ او مكان فعلي لتحديد نشاتها، لانها لم تظهر كتيار او مدرسة بل غلب عليها الانتاج الفردي ويمكن القول بانها نشأت نتيجة اهميتها كاداة اتصال جماهيرية والوعي في الوقت ذاته، بان السينما لا بد ان تعبر عن الواقع المحلي ومشكلاته وهو واقع مختلف تماما عن واقع السينمات الاخرى لذا فقد رفضت هذه المدرسة كل النماذج السابقة الواقع المعروض اكثر اهمية من الواقع ذاته⁽⁴⁾.

(1) - المرجع نفسه: ص 384.

(2) - المرجع نفسه: ص 384.

(3) - أحمد قاسمي: مرجع سابق، ص 8.

(4) - مصطفى بدر الدين: مرجع سابق، ص 08.

5.1. السينما والاعلان:

لم تعد شاشة السينما ترتبط على نمو متزايد بالتلفزيون فقط فهي ترتبط ايضا بوسائل اعلام جماهيرية اخرى منها الوسائل الدعائية على نحو وثيق، حيث لا ينبغي تصور الاعلان باعتباره قطعة خارجية، بل كاحدى شروط صناعة السينما، وزواج السينما والاعلان ليس جديدا، فالاعلان المتحرك في واقع الامر ظهر مع اختراع السينما نفسها اذ اخرج الاخوة لوميير اولى فقرات اعلانية لصابون صن لايت وعدة منتجات اخرى فظهرت اول الافلام الدعائية في شكل رسوم متحركة، والحاصل ان الاعلان لم يستغل تقنيات السينما فحسب، بل ايضا اكثر شخصياتها رمزية واكثرها اسطورية. (1)

وفي ظل احتكار الشركات العملاقة المتعددة الجينات لتقنيات التكنولوجيا والاعلام وما تلجا اليه صرفه من المليارات من الدورات على اعلاناتها لتسويق تلك المنتجات او مستخدمة كافة وسائل الاتصال الجماهيري بداية بالسينما اذ تتحكم هذه الشركات التي لا يتزايد عددها عن 15 شركة في المواد والوسائل والمؤسسات والتقنيات الاعلانية والاعلامية في العالم. (2)

(1) - رواية صادق مرجع سابق ص 241

(2) - محمد سالم عبد القادر الشريف : السينما في ظل ثورة المعلومات و تقنيات الإتصال مجلة جامعة سبها مجلد 07 العدد 02

2-1 الفلم:

مفهوم الفيلم:

لغة:

فيلم (اسم) الجمع (افلام).

جاء في المعجم عربي عامة:

فيلم: شريط من السليلوز تعلوه قشرة من الجيلاتين ومن برومور الفضة يستعمل للتصوير السينمائي والفتوغرافي والسينمائي⁽¹⁾.

جاء في معجم مختار الصحاح ان فيلم يعني الثقافة والفنون وهو شريط تصويري او تسجيلي خيط من السليلوز تعلوه قشرة من الجيلاتين ومن برومور الفضة يستعمل للتصوير الشمسي والسينمائي⁽²⁾.

جاء في معجم الوسيط هو شريط تصويري او تسجيلي⁽³⁾.

اصطلاحا:

يعرف الفيلم بانه وسيلة من وسائل التعبير الفني تقوم على تسجيل الصور المتحركة على شريط حساس، واعادة عرضها من خلال اجهزة ومعدات خاصة والواقع ان كل صورة على حدى، هي صورة ثابتة لا تتحرك وتتابع الصور واستمرار عرضها هو الذي يوهم المشاهد بالحركة⁽⁴⁾.

كما يعرف بانه عمل مصور اقرب الى التسجيلي بالرغم من لانه عمل دراسي تبعا لما يمكن تسميته الصناعة الكلية في عناصر العمل الدرامي دون استثناء اي ان موجودات الفيلم من ممثلين وديكور وازياء وتكوين وخط فعل درامي⁽⁵⁾.

(1) - معجم المعاني الجامع -عربي-عربي ، متاح على الرابط .ALMAANY. COM/AR/AR. 15: 14 2020/02/29

(2) - المرجع نفسه.

(3) - اللغة العربية الإدارة العامة للمجمعات و إحياء التراث، مرجع سابق ط 4 ص 702

(4) - منتديات ستار تايمز أرشيف البحوث و الدراسات الرابط <http://WWW.STARTIMES.COM/> != 27346168

(5) - علي ربيعات ، تداعيات اللقطة في الوسيط البصري (الفيلم السينمائي) مجلة جامعة النجاح للأبحاث [العلوم الإنسانية]

مجلة 29 جامعة اليرموك الأردن 2015ص923

وغيرها قصديا ومصطنعا لا يتخلله فعل خارج عن التخطيط المسبق في عقل المخرج داخل التكوين الكلي في الصورة (1).

كما جاء تعريفه بأنه عبارة عن سلسلة من الصور المتوالية الثابتة عن موضوع او مشكلة او ظاهرة معينة مطبوعة على شريط ملفوف على بكرة تتراوح مدة عرضه عادة من 10 دقائق الى ساعتين حسب موضوعه والظروف التي تحيط به، والافلام السينمائية تعد وسيلة هامة من وسائل الاتصال التي يمكن استخدامها لتوضيح وتفسير التفاعلات ، والعلاقات المتغيرة في مجالات كثيرة ومع فئات اعمار مختلفة (2).

اجرائيا:

الفيلم وهو مجموعة من الصور المتتالية تحمل قصة او موضوع تم معالجته وتجسيده درامي او توثيقه يكون مطبوع شريط ملفوف حول بكرة او محفوظ بشكل رقمي من اجل عرضه للجمهور كعمل سينمائي.

2-2- انواع الفيلم السينمائي:

هناك العديد من التصنيفات لانواع الفيلم السينمائي من بينها التصنيف الذي يقسم الفيلم السينمائي الى الانواع التالية:

الفيلم الدعائي والتجاري، الفيلم الاخباري، والفيلم الروائي، والجريدة السينمائية وهي عبارة عن جريدة او نشرة مصورة سينمائية تتضمن في الغالب الاحداث الهامة الخاصة بالدولة، والافلام المعرفة، والافلام العلمية وهي افلام غير روائية فعالوجدا اصبحت واسعة الانتشار ومستهلكة بكثرة تشمل عدة مجالات (3).

وقد صنف الباحثون ايضا انواع الفيلم السينمائي حسب المضمون نذكر منها ما يلي :

(1) - المرجع نفسه: ص 932 .

(2) - روميضاء بزاز ، مرجع سابق ص 46.

(3) - هشام بويكر ك مرجع سابق ، ص 53.

افلام الرسوم المتحركة: هي نوع يعمل على تحريك رسومات بعضها مقتبس من اشكال الرسومات البيانية تركز على غرابة الافكار موجهة لفئة معينة وهي فئة الاطفال (1).

الافلام الروائية: تعتمد وبشكل كبير على بعض الاساليب الوثائقية من بناء للشخصيات بافعالها واحداثها(2).

الافلام الوثائقية: تعتمد الوثيقة لا القصة ، فالوثيقة هي جواز المرور لتحقيق المصادقية ونقل الافكار والمعاني (3)

الافلام التاريخية: تعتمد على كل ما هو حقيقي والابتعاد عن كل ما هو مزيف من شخصيات واماكن(4).

2- 3 مراحل تطور الفيلم السينمائي:

منذ عرض اول فيلم سينمائي 1895 للاخوة لوميير وعجلة تطور العمل السينمائي والافلام تتطور في حقب ومراحل متعددة وصولا لما هو عليه الفيلم في وقتنا الحالي، وتقسّم المراحل التي مر بها تطور الفيلم السينمائي من منظور الناظر بنموالسوق الى المراحل التالية :

أ. **مرحلة الريادة:** (1895-1910) وفي هذه المرحلة بدأت صناعة الفيلم، والكاميرا الأولى والممثل الاول، والمخرج الاول حيث كانت التقنية جديدة تماما ، ولم تكن هناك اصوات على الاطلاق، ومعظم الافلام كانت وثائقية خيرية وتسجيلات لبعض المسرحيات، واول دراما روائية كانت مدتها خمس دقائق بعدها اصبحت مالوفة عام 1905 ويجب الاعتراف ان الطاقة والعمل الذي بذل لانتاج هذه الافلام كانت مبهرة رغم بدائية التقنية في ذلك الوقت (5).

(1) - خالد ربيع السيد : مرجع سابق ص 381.

(2) - مراح مراد ك الفيلم الروائي التاريخي بين حرفية الحادثة و المتخيل السينمائي ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه جامعة وهران سنة 2018/2019 ص 54.

(3) - المرجع نفسه ص 55.

(4) - المرجع نفسه ص 55.

(5) - محمد عمار، صناعة السينما العالمية ، متاح على الرابط . DOC.AHJAZEERA.NET/WP. 29،16:27-02-2020 ص04.

ب. مرحلة الافلام الصامتة : (1911-1926) ان الافلام الصامتة كانت حدث تكنولوجيا وليس اختيار جمالي ولوكان اديسون والرواد الآخرون يملكون الوسيلة لكان من المحتمل ان تصبح الموسيقى جزء لايتجزأ من صناعة السينما منذ البدايات الاولى ولكن لان مثل هذه الوسائل كانت قاصرة فانه سرعان ما تطور على نحو سريع نمط من الموسيقى المسرحية والتنوع الواسع في الافلام (1)

ج. مرحلة الانفعال الصوتي والكلام : حيث انتج اول فيلم في العصر الناطق بعنوان "مغني الجاز" عام 1927 بالاضافة الى افلام اخرى متنوعة انتجت في هذه المرحلة ، كما شهدت افلام هذه المرحلة استخدام اكثر للالوان وبدات الرسوم المتحركة وبدات نوعية الفيلم تزداد اهميتها مع ظهور جوائز الاوسكار وازدياد حب الجمهور للسينما رغم ان التقنية المستخدمة كانت في بدايتها (2)

د. المرحلة الذهبية للفيلم :

التي ازدهرت به الكوميديا بشكل ملحوظ وترعت الافلام الموسيقية على عرش السينما في تلك الفترة، كما انتشرت افلام الرعب ، ولكن باستخدام ضئيل للمؤثرات الصوتية الخاصة بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج فقد صنعت نفقات الإنتاج فرق ملحوظ بين الميزانيات الكبيرة والصغيرة للفيلم (3)

هـ. المرحلة الانتقالية للفيلم:

سميت بالمرحلة الانتقالية لانها تمثل الوقت الذي بدا فيه الفيلم ينضج بشكل حقيقي، فقد ظهرت في هذا العصر التجهيزات الفنية المتطورة للفيلم من موسيقى ، ديكور، وغير ذلك وفي هذا العصر بدات الافلام من الدول المختلفة تدخل الى الولايات المتحدة الامريكية من خلال هو ليوود (4).

واخيرا جاءت مرحلة الفيلم الحديث والتي حددها المؤرخون بالفترة ما بين 1967-1979 وكانت مرحلة جديدة وقتها وكان انتاج فيلم "حرب النجوم" اول اسهام للكومبيوتر والتقنية الحديثة في تصميم المؤثرات

(1) - جيوفري نوييل سميث : مرجع سابق ص 504.

(2) - محمد عمار مرجع سابق ص 04.

(3) - المرجع نفسه ص 05.

(4) - خالد ربيع السيد ، مرجع سابق ص 27.

الخاصة كما اعتمدت هذه المرحلة اعتمادا كبيرا على الميزانيات الضخمة اكثر من جودة النص والتمثيل ولكنها احتفظت بالقدرة على انتاج نوعية جيدة من افلام التسلية. (1)

1-4- الدور الاجتماعي والانساني للفيلم السينمائي:

تملك السينما تأثيرا وجداني، عاطفي، باعتبارها وسيلة اتصال واعلام واعلان وتثقيف وامتناع وتعليم وتوجيه ودعاية ، فهي بذلك اصبحت اداة مؤثرة في احداث التغيير الاجتماعي وفي التنمية الثقافية والمعرفة ووسيلة من الوسائل التعليمية الفعالة التي تهدف الى الارتقاء بالمجتمع ، كما تلعب دور بارز في تشكيل قيم المجتمع وعاداته وفنونه، علاوة على استخدامها كوسيلة للتوجيه والارشاد والتنوير الثقافي واثارة الرغبة في تحسين المستوى الاجتماعي والنمو والتقدم المادي لدى المشاهد وتحفيز القدرات الكامنة لدى المواطن (2).

السينما واحدة من القوى التربوية العامة داخل المجتمع، شأنها شأن وسائل الاعلام الاخرى وسائر مؤسسات المجتمع ذلك اذا تعاملنا مع التربية بمفهومها الواسع، ومما يزيد من التأثير التربوي للسينما انها كما يقول احد النقاد "لا تقدم لنا افكار الانسان كما فعلت الرواية من قبل بل تقدم لنا سلوكه وتقترح علينا مباشرة ذلك الاسلوب الخاص. (3)

يظل التأثير السلبي في المكامين والافكار التي تتركها مشاهد الاشرطة والافلام السينمائية داخل دور العرض قائمة بل اصبحت اكثر تأثيرا في عرضها في السينما لاتساع قاعدتها العريضة وانتقالها للجمهور في اماكن تواجدهم من خلال دور العرض، على اختلاف شرائحهم الاجتماعية (4).

السينما تمثل جسور اللقاء بين الشعوب بعضها البعض ويعتبرها البعض ركن اساسي من الحضارة والفكر ولها دور مهم في عكس روح العصر وادانة التخلف وفتح عيون المشاهد ليرى في الصورة المرئية واقعه وظروفه وحقيقته، فالافلام السينمائية مثل الموسيقى والادب، لغة عالمية يمكن

(1) - محمد عمار ، مرجع سابق ص 05.

(2) - هشام بويكر ، محاضرات في مقياس مؤسسات الإعلام و الإتصال جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2011-2012 ص 54.

(3) - المرجع نفسه ص 54-55.

(4) - محمد سالم عبد القادر شريف مرجع سابق ص 69.

مشاهدتها والاستمتاع بها في عديد من دول العالم ، فضلا عن الدول المنتجة وبغض النظر على اختلاف لغتها عن لغة المشاهدين (1).

2-5 تأثير التكنولوجيا على صناعة الفيلم:

شهد العقدان الاخيران تصاعدا في العلاقة بين تصاعد السينما وبين احدث وسائط المعلومات والاتصال (2) من البث المباشر عبر الاقمار الاصطناعية وظهور شبكة الانترنت والقنوات الفضائية والبث الرقمي والبث عبر الكابل (الالياف) (3) حيث استغلت السينما الشبكة الوليدة كوسيلة للنشر العلمي والتقني عام 1982 وتساعدت العلاقة حتى اصبحت الشبكة وسيلة للنشر او لعرض الافلام السينمائية اضافة الى تسويقها والدعاية لها في عام 1982 نشر اول مقال نقدي على الانترنت حول فيلم "غاندي" عبر شبكة compuserre ثم سنة 1990 اطلقت اول قاعدة بيانات سينما على الانترنت التي اصبحت مصدرا مهما حول السينما ثم تم اطلاق اول موقع خاص بالافلام السينمائية من خلال فيكي tahek و stargate وهكذا تصاعدت العلاقة بين الوسائل الجديدة وصناعة السينما وقد اضاف الكمبيوتر امكانيات مذهلة في عملية الانتاج السينمائي اتاحت لصانعي الافلام اضافة كائنات غير موجودة في الطبيعة لتلعب ادوارا مهمة في الاحداث وشارك الممثلين الحقيقيين (4).

ومع دخول تقنية البث المباشر عبر الاقمار الصناعية فرض على السينما اعادة قراءة او راقها في ظل التنافس الشديد بين التلفزيون والقنوات الفضائية المختلفة والسينما في مجال الصوت والصورة والبث المباشر الحي وهنا يذكر كل من هاني رضا ورامز عمار بان ما تقوم به بعض دور العرض السينمائية من استثمارات كبيرة لاعادة تصميم قاعاتها والتقنيات التي تشغلها مثل شاشات العرض الضخمة وانظمة الصوت المتطورة والمشاهد ذات الابعاد الثلاثية ولاتزال هناك بدائل اخرى (5)، لذا فان السينما شاهدت تغيرات كبيرة على مستوى التقنية والمحتوى حيث اصبح التنافس عالميا وسابق تحقيق الارباح.

(1) - هشام بويكر مرجع سابق ص 56.

(2) - خالد ربيع السيد: مرجع سابق ص 29.

(3) - محمد سالم عبدالقادر الشريف: مرجع سابق ص 66.

(4) - خالد ربيع السيد: مرجع سابق ص 30.

(5) - محمد سالم عبد القادر الشريف : مرجع سابق ص 67.

المبحث الثالث: الصورة والملصق

1-1 مفهوم الصورة:

لغة:

يفيد لفظ الصورة في اللغة العربية معاني عديدة منها التمثيل لشيء أو التدليل على حقيقة هذا الشيء أو وصف وتجسيد هذا الشيء (1)

والصورة في اللغة العربية مأخوذة من مادة "ص" و"ر" وكلمة صورة تعني هيئة الفعل أو الأمر وصفه ، ومن معانيها أيضا كما جاء في لسان العرب : "الصورة هي الشكل، والجمع صور، وصور، وقد تصورته فتصور، وتصورت الشيء : توهمت صورته، فتصور الي والتصاوير التماثيل(2)

وكلمة (image) اغريقية الاصل تعني ما يشبه وما ينتمي الى حقل التمثيل فهي تدل لغويا على شيء ظاهري وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته وجاءت هذه الكلمة من فعل صور والمصور من اسماء الله الحسنى كما جاء في لسان العرب هو الذي صور جميع الموجودات ورتبها واعطى لها كل شيء منها صور خاصة وهيئة مفردة يتميز بها على اختلافها وكثرتها (3).

اصطلاحا:

جاءت كلمة الصورة في معجم الاعلامي بانها نسخة "copy" مستخرجون الوثيقة الاصلية اعدت في الوقت الذي اعدت فيه الوثيقة او في وقت لاحق(4)

(1) - فائزة يخلف : دور الصورة في التوظيف الدلالي الرسالة الإعلانية ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، الجزائر 1996 ص24.

(2) - أبي الفضل جمال الدين بن مكرم ابن منظور، مرجع سابق ص 85.

(3) - رضوان بلخيري : صورة المسلم في السينما الأمريكية، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، الجزائر 2010 ص 21.

(4) - محمد جمال الفار : المعجم الاعلامي، دار المشرق الثقافي، عمان الاردن، 2010، ص 210.

كما تعتبر الصورة شيئاً محسوساً متعدد المعاني تستطيع تقديم شخص أو حيوان أو أشياء مختلفة⁽¹⁾ والصورة مضمون من حيث ما تتضمنه من رمز أو رموز أو ما تحتويه من معان ومضامين أذن هناك في الصورة مضمون ظاهر ومضمون مستتر وكلاهما يكمل الآخر⁽²⁾.

كما يمكن اعتبار الصورة مادة اتصال تقيم العلاقة بين المرسل والمتلقي ، فمرسل الصورة لا يقترح رؤية محايدة الأشياء والمتلقي يقرأها انطلاقاً مما يسميه الباحث الفرنسي "جين ديفمون" بالتجربة الجمالية والتمثيل الاجتماعي، وذلك لأن الصورة لا تخاطب حاسة البصر لدى المتلقي فقط بل تحرك حواسه وإحاسيسه⁽³⁾.

اجرائياً:

إذا الصورة تمثيل لموضوع ما أو شخص أو شيء أو حيوان وهي تدعيم للاتصال المرئي بواسطة أنواعها المتعددة (مرسومة، منحوتة، فوتوغرافية...الخ) كما تكون ثابتة ومتحركة وذلك لتقديم معاني ومضامين مختلفة.

(1) - محمد حسين محمد عيسى : سينمائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي ، مجلة العمارة و الفنون العدد 10 ص 540

(2) - مها عبدالرحمن عبدالرزاق: المعالجات الرقمية و دورها في إدراك الصورة الفوتوغرافية، مجلة كلية التربية الأساسية ، المجلد 24 العدد 101، 2018 ص 390

(3) - نصرالدين العياضي : جمالية الصورة، مجلة الإذاعة العربية العدد02 شركة فنون للرسم و النشر و الصحافة ، تونس 2003

1-2 مفاهيم مشابهة للصورة :

أ- الدلالة :

لغة: يعرفها ابن منظور (دل، يدل ودل على الشيء دالا ودلالة، سدده اليه)⁽¹⁾

كما تعرف انها :

تدل مادة (دَلَل) على ابانة الشيء بامارة تتعلمها ثم اشتق من هذا الاصل كلمة دلالة فالدليل ما يستدلُّ به وقد دلَّه على الطريق يدُّله دلالة ودَلَّالَة، والفتح اعلى فالدلالة بمعناها اللغوي تعني الارشاد الى الشيء والابانة عليه⁽²⁾

اصطلاحا:

تفيد كلمة دلالة اصطلاحا شيء او معنى يفيد لفظا او رمزا ما منه دلالة الكلمة او الجملة يقول الجرجاني (الدلالة هي كون الشيء بحاله يلزم من العلم به العلم بشيء اخر، والشيء الاول هو الدال ، والشيء الثاني هو المدلول)⁽³⁾

وقد استقر في المفهوم اللغوي الحديث ان الدلالة : هي العلاقة بين الدال "اللفظ" والمدلول "المعنى" حيث ينظر اليها على اعتبار انها الحدث الذي يقترن فيه الدال بالمدلول⁽⁴⁾

ب-الرمز:

لغة:

جاء في لسان العرب ان الرمز تصويت خفي باللسان كالمهمس، والرمز اشارة وايماء بالعينين والحاجبين والشفنتين والفم ، والرمز كل ما اشرت اليه مما يبان بلفظ باي شيء اشرت اليه بيد او بعين⁽⁵⁾

(1) - نجاة قادر محمد علي الكواز: الدلالات الرمزية للصورة الطباعية في تصاميم الملصق السينمائي ، مجلة كلية التربية الأساسية المجلد 21 العدد2015،92، ص 402

(2) - يوسف السيد العربي : الدلالة و علم الدلالة، شبكة الألوكة، متاح على الرابط <http://www.alukah.net> ص 03

(3) - نجاة قادر محمد علي الكواز : مرجع سابق ص 402

(4) - يوسف السيد العربي : مرجع سابق ص 03

(5) - أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور: مرجع سابق ص 222-223

الرمز: رمز، يرمز، رمزا، وفي القرآن الكريم في قصة زكريا عليه السلام "وَالَا تُكَلِّمَ النَّاسَ ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ إِلَّا رَمَزًا"⁽¹⁾. " صدق الله العظيم.

اصطلاحا:

هو نوع من الاشارة تدل عليه بفضل عادة عرفية اعتباطية تؤدي وظيفة اشارية، ويعرف الرمز على انه الشكل او العلاقة او الشيء المادي الذي له معنى اصطلاحيا.⁽²⁾

1-3- أنواع الصورة:

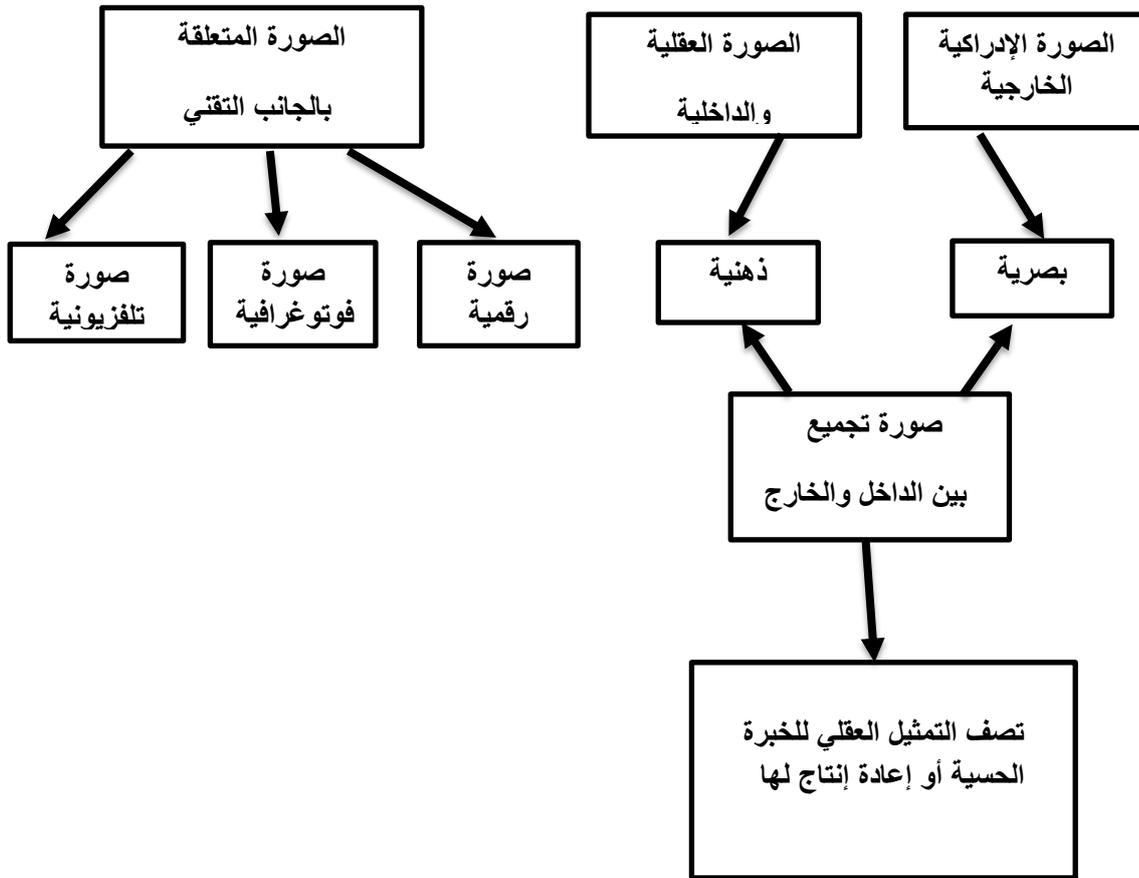
يجدر الاشارة الى ان موضوع انواع الصورة متعددة المشارب والرؤى تكتفي بالاشارة الى الصورة الاعلامية اي الصورة في ميدان الاعلام وهي تتنوع بين كونها صورة ثابتة او خطابا بصريا ، صورة فوتوغرافية ، وصورة كاريكاتورية ، والصور الحية النابضة بالحياة مرتبطة بحدث وتتجسد في صورة اما كانت خطابا بصريا او صورة سمعية بصرية:⁽³⁾

(1) - سورة آل عمران الآية 41.

(2) - نجاة قادر محمد علي الكواز: مرجع سابق ص 402.

(3) - بشير أبريل: الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سينمائية في تفاعل الإنساق و اللسانية و الأيقونية، ملتقى الدولي الخامس، السيمياء و النص الأدبي، جامعة عنابة ص 05.

شكل رقم (04): انواع الصورة



1-4 انواع الدلالات:

عرفت الدلالة بانها كون الشيء بحالة يلزم العلم به العلم بشيء اخر والاو ل الدال والثاني المدلول، اذ يمكن القول ان العلاقة بين الدال والمدلول هي تلك الدلالة التي ترتبط بينهما ، فقد استقر في المفهوم اللغوي الحديث ان الدلالة هي العلاقة بين الدال والمدلول ، حيث ينظر اليها على اعتبار انها : الحدث الذي يقترن فيه الدال بالمدلول⁽¹⁾

وقد قسمت الدلالة الى ثلاث انواع هي :⁽²⁾

(1) - يوسف السيد العربي : مرجع سابق ص 02

(2) - نجاة قادر محمد علي الكواز : مرجع سابق ص 404

أ. الدلالة العقلية :

هي ان يجد العقل بين الدال والمدلول علاقة ذاتية تنقله من احدهما الى الاخر والقصد بالعلاقة الذاتية التزام تحقق الدال في امر ما تحقق المدلول في نفس الامر كدلالة الدخان على النار وكذلك بصمة الابهام ، وضوح الصباح اثر طلوع الشمس .

ب. الدلالة الطبيعية :

وتعني ان يجد العقل بين الدال والمدلول علاقة طبيعية تنقله من احدهما الى الاخر والمقصود بالعلاقة الطبيعية احداث طبيعية من الطبائع كدلالة احمرار الوجه على الخجل، وحركة النبض على وجود الحياة والصور الفوتوغرافية.

ج. الدلالات الوصفية:

هي ان يكون بين الدال والمدلول علاقة الوضع اي انها دلالة اتفاقية متعارف عليها بمعنى انه جعل الشيء ازاء شيء اخر ، اذا فهم الاول فهم الثاني ، مثل اشارات المرور، ودلالة اللون الاخضر الى الشجرة.

1-5- الدلالات والرمز والصورة في تصميم الملصق :

الدلالة في تصميم الملصق:⁽¹⁾

تكمن الفكرة الاساسية في للتصميم في قدرة المصمم على الابتكار وخلق افكار تصميمية يستخدم فيها الدلالات ، من اجل بناء تصميمات تعبيرية وايصال الغرض الجمالي والوظيفي الى المتلقي ، يرى الباحثون ان للدلالة تاثير كبير على المتلقي وخاصة تاثير دلالات الصور في الملصق السينمائي التي تحمل داخل طياتها مدلولات مؤثرة ومعبرة ، وتوظيفها تصميميا بما يخدم الغرض الوظيفي والجمالي ، فالمدلولات تكمن في جذب الانتباه واثارة الاهتمام وبالتالي تحقيق التأثير العاطفي والاستجابة من قبل المتلقي ومن الملاحظ ان الدلالة في التصميم تكمن في مدى امكانية المصمم في ايصال الفكرة المباشرة او غير المباشرة للمتلقي ومن الملاحظ ايضا ان الدلالات ليست مجرد دلالات او علامات ترمز الى بعض المعاني او بعض الافكار وهي مجموعة من الاشكال التي تعبر عن مشاعر المصمم وانفعالاته ومعتقداته فالدلالة في الملصق من الامور المثيرة للاهتمام.

(1) - المرجع نفسه ص 405

الصورة في تصاميم الملصق: (1)

تتخصر العلاقة بين الصورة والمادة الى الشكل والمادة وتعتبر الوسيط الاتصالي ، هي مادة العلامة والحامل لها هو الذي يربط بين كل من وظيفة ونظام الرمز والرسائل التي ستم نقلها عبر صورة الملصق السينمائي فما هي الا امتداد للحواس وامتداد لحاسة البصر كما انها امتداد لسيكولوجية مركبة لكل من المصور والمشاهد

الرمز في تصميم الملصق السينمائي:

يحتل الرمز اهمية كبيرة في تاريخ الانسانية ، فمنذ اقدم العصور اعتاد الانسان على انشاء نماذج من الصور والكلمات لتمثيل ظواهر الحياة وعلاقتها بتصوير وتجسيد عالمه وافكاره بوسائل مختلفة تشتمل على الاصوات والصور والرسوم والكلمات والرموز ، حيث نجد في مجال تصميم الملصقات ان الرموز قد وظفت بشكل واسع ولكون الملصق السينمائي يعتمد في صياغته على توظيف الرموز من اجل التعبير عن مضمونه الفني ، فهذه المعاني والرموز معارف عليها بين الافراد ، والملصقات تحتوي على الكثير من الاشارات والرموز، وتؤلف فيما بينها دلالات للاشياء التي نراها في الحياة اليومية ، فالملصق ما هو الا تجميع للاشارات والرموز المشتركة بين الناس في كل مكان، حيث يكون نوع من اللغة المشتركة بين المتلقين (2) .

(1) - محمد حسين محمد عيسى مرجع سابق ص 541

(2) - نجاة قادر محمد علي الكواز مرجع سابق ص 406

1-6- العناصر البنائية لتكوين الصورة في تصميم الملصق:

أ- الصورة:

الصورة هي نظام اتصالي تتكامل معانيه ومضامينه بارتباطه باللغة اللفظية سواء كانت مكتوبة صمنا مع الصورة او لغة الصورة نفسها ، والمعاني التي تتضمنها فان كل صورة تكون معبرة عن معنى محدد حتى الصور الجمالية فهي تنقل المعاني والاحاسيس الجمالية التي راها المصور في تلك اللقطة ونقلها بوجهة نظره وتتعاظم اهمية هذه الخاصية في التعبير عن المعاني في صور الملصق السينمائي، فهي نوع من الخطاب او بشكل اخر هي رسالة موجهة لجمهور مستهدف ، وبما ان احد اهم قواعد الصورة يشكل عام وصورة الملصق السينمائي بشكل خاص انها نظام خطي بمعنى ان مدخلاتها لا تساوي مخرجاتها فيجب دائما الحذر عند نقل المعلومات خلالها ومراعاة مدى ادراك الجمهور المستهدف وذلك حتى تحقق الصورة الغرض المطلوب الذي يرغب المصور في توصيله ولكي نستطيع فهم هذه الصورة، ينبغي ان يدرك كل من المصور والمشاهد لغتها الخاصة والعامة.(1)

ب - العناوين والنصوص الكتابية:(2)

تعد العناوين والنصوص الكتابية الوحدة التشكيلية الثانية التي يشتمل عليها الملصق حيث تنتوع الى :

عنوان رئيسي: ويمثله في الملصق اسم الفيلم، حيث يتم اختيار نمط كتابي كبير نوعا ما يتخذ حجم حرف اكبر من النصوص الاخرى، وهذا النوع من العناوين يعد اساسيا في الملصق وبنيته.

عنوان ثانوي: غالبا ما يؤدي دورا تفسيريا حيث يتخذ احجاما اصغر ويجوز ان يكون مضمونه مجرد تكرار للعنوان الرئيسي بل للتمييز بين الافكار المختلفة التي يضمنها هذا الموضوع والمساعدة في تسهيل القراءة حيث تمثله اسماء الفنانين المشاركين.

النصوص الكتابية :

غالبا ما يزخر الملصق بالعديد من الاسطر الكتابية التي تذكر البعض من تفاصيل الفيلم ، كما ان العناوين تؤدي اغراض متعددة منها : مباغثة الشعور وتنبيه الحواس جعله يحاق في خيال يتصل بالموضوع ، وايضا دفعه في النهاية الى استقراء باقي التصميم.

(1) - محمد حسين محمد عيسى ، مرجع سابق ص 540

(2) - نصيف جاسم : العولمة و خطابها الإتصالي في تصاميم الملصق السينمائي الأكاديمية 46 ص 66

اللون :

يعد اللون من العناصر التبوغرافية المهمة والفعالة في تصميم الملصق نظرا لما يحتويه من معانودلالات ذات تأثير مباشر على المتلقي فضلا عن تأثيراته الفسيولوجية المؤثرة على بصر المتلقي ، ولقد اثبتت التجارب والاختبارات السيكولوجية التي اجريت على اشخاص وافراد يختلفون في ميولهم وثقافتهم بان هناك دلالات عامة لالوان يكاد يشترك فيها الاغلبية العظمى ذوي الثقافة والبيئة والمناخ ، قد يجسد المصمم بعض الحقائق التي ندركها باشكال مختلفة في الطبيعة لعملية توظيف التصاميم اللونية في الملصقات السينمائية حيث اهمية توظيف اللون كعنصر مؤثر على مدركات المتلقي بما يحتويه من خصائص مظهرية تحقق جاذبية بصرية لتصاميم الملصقات السينمائية .⁽¹⁾

(1) - نجاة قادر محمد علي الكواز مرجع سابق ص 409

1-2 مفهوم الملصق السينمائي :

اصطلاحاً: ملصق الفن بلغة أهل الفن السابع تعني بالانجليزية (بوستر) وبالفرنسية (افيش) ويعمل من خلال مفردات التعبير والتأثير على تقريب جوالعمل العام ، ولفت نظر الجمهور ودفعه الى الاهتمام به وجذبه لمشاهدته معتمداً في ذلك على عنوان الفيلم وصور واسماء النجوم ، في تصميم يميل الى فن التشكيل مستخدماً الالوان واحياناً الرسوم الايحائية التي تخاطب عين المتفرج وجرائزه.⁽¹⁾

كما يعرف الملصق السينمائي بأنه من الوسائل الاتصالية التي تؤدي هدفاً فكرياً وعقائدياً وسياسياً فضلاً عن الارشاد والتوجيه وغيرها يراد من وراء فكرته التركيز على المعاني من خلال الدلالات الموجهة والمتجسدة من خلال عناصر الملصق وبنيته، فهو رسالة فنية قد تكون جمالية احياناً بيد ان الجمالية نسبية او قد تكون وظيفة بحتة⁽²⁾.

كما يعرف انه وجه الفيلم المعبر عن المضامين والافكار التي تحتويها الفكرة والذي يصمم في غالب الاحيان وقف الية اشتغال المبالغة الشكلية سواء كان عن طريق الصورة او الوحدات البنائية الاخرى⁽³⁾

اجرائياً: هو صورة ذات طابع فني او تعبيرى عن مضمون الفيلم ، يصمم وفق عناصر بصرية اما خيالية او واقعية من اجل ابهار وجذب الجمهور المستهدف

2-2 نشأة وتطور الملصق السينمائي:

يعتبر الملصق مرتبطاً ارتباطاً مباشراً مع اكتشاف طباعة المنشورات التي ضمنت له الانتشار، وكاننتاج فني فان الملصق المطبوع ينتمي الى فرع في الجرافيك التطبيقي، * هذا وقد اشتهر الملصق وعرف على انه معلومات كلامية في كل الاتجاهات الفنية ، وترجع كلمة ملصق الى الكلمة اللاتينية بلاكاتوم (placatum) وتعني اعلاناً او شهادة⁽⁴⁾ وفي نظرة تاريخية لفن الملصق نجد ذلك التطور مستمر عبر العصور فالملصق يعد من وسائل الاتصال التعددي (multi-media) بمختلف اشكاله وتقنياته، لانه

(1) - مها عبدالرحمن عبدالرزاق: مرجع سابق ص 390

(2) - نجاهة قادرة محمد علي الكواز ، مرجع سابق ص 403

(3) - مها مؤيد عبد الحسين ، سمات الفانتازيا في الملصق السينمائي دراسات تربوية جامعة بغداد العدد الثامن و الثلاثون، 2017، ص 243

* - فن الجرافيك التطبيقي يعني الكتابة أو الرسم و يمكن تعريفه بأنه مجموعة الفنون الجميلة باستخدام التقنيات التكنولوجية

(4) - مها عبدالرحمن عبدالرزاق مرجع سابق ص 392

وسيلة تعمم مضامين معينة وتتحرك في ابعاد زمنية ومكانية متميزة وتحقق اليات اتصالية مختلفة وتنفرد بدورة انتاج خاصة بها (1)

ولا يعرف تاريخ محدد لولادة الملصق السينمائي في العالم ، هناك من يعتبر "جول شيري" * اول فنلن له فضل ابتكار الملصق الفني او كما يصفه اخرون انه المعلم الشعبي لفن الملصق بانجازه عمليين اثنين في العام 1890 : الاول لفيلم قصير بعنوان "عروض فنية" والثاني من اجل البرنامج المشهور "المسرح البصري لمتحف غريفان"، كما ان هناك من قول ان "مارسيل او زول" * اول من وقع اسمه على صناعة الملصق ، خاص بفيلم "البستاني والولد العفريت الصغير" (1895) "للويس لوميير" (2).

ويمكن القول ان الملصقات ماهي الا نموذج تصويري اعلاني بدا مع تطور التصوير القديم منذ انسان العصر الحجري واجيال ما بعد العصر الحجري ويستعرض "قاسم محمد علي" تاريخ الملصق بقوله "الواقع ان الملصقات بمفهومها العادي كصورة توضيحية كبيرة تعرض موضحة بالكتابة (3) عليها من مبتكرات الملصقات يتمحور بلافتات المحال التجارية التي كانت ترسم باليد على الحائط او قطعة من الخشب، وقد ظهرت هذه اللافتات باشكال مختلفة تحمل رموزا على هيئة الوان وصور ومنذ او اسط القرن الخامس عشر، حيث وجدت الطباعة كانت اول الملصقات التي يتم طباعتها ونشرها لما تمتاز به من حملها لرسالة اعلانية تستطيع من خلالها التأثير في عدد من افراد المجتمع والملصق هو حفيد الصفحة المطبوعة. (4)

كما ساهمت وسائل التكنولوجيا في احداث تطور علم الملصقات والتي من اهمها: (5)

- اجهزة الحاسوب، برامج التصميم (الانفوغرافي) كالفوتوشوب ، والالستراتور .

(1) - خضير عبيس جواد القريشي ، عتبات النص الفيلمي ، لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية ، ج 02 العدد 31-01-2018 ص 376

* - جول شيري (1836-1932) عامل في الطباعة الحجرية و مهتم بالفن الحديث

* مارسيل أوزول : (1862-1942) عرف بأنه أول من وقع إسمه على صناعة الملصق في أحد أفلام الإخوة لوميير

(2) - عمر عامر، الملصق السينمائي العربي صناعة وإبداع وتكنولوجيا، متاح على الموقع:

2020/03/02،19:50 alaraby.co.ur/supplement/2016.

(3) - مها عبدالرحمن عبدالرزاق، مرجع سابق، ص 392.

(4) - المرجع نفسه، ص 393.

(5) - المرجع نفسه ، ص 393-394.

- شبكة المعلومات العالمية العنكبوتية
- اجهزة الكمبيوتر (I B M) (apple Macintosh)
- حيث تميزت كل وسيلة باضافتها في عالم تصاميم الملصقات من برامج انتاج الصور والمعالجة جرافيكيا او عمليات التسويق والدعاية عبر الانترنت للملصق وغيرها.

2-3 فنون الاخراج الشكلي للملصق:

بالرغم من ان لتصميم الملصق السينمائي اسلوبان شائعان في معظم ملصقات الافلام السينمائية احدهما يعتمد مجموعة من الصور الفوتوغرافية من الفيلم يجري تقطيعها وتوزيعها في مساحة الملصق او تحديد صوره واحدة او اثنتين تعبران عن مضمون العمل ، مع استخدام لمسات فنية تقنية اليهما لابرارهما من خلال الاجهزة الفنية الحديثة التي ظهرت السنوات الاخيرة والاسلوب الثاني هو رسم صور بشكل واقعي عادة لوجود الممثلين الرئيسيين في كتل كبيرة وهو الاسلوب المألوف في معظم ملصقات الافلام الاجنبية والمصرية قديما وفيه عناية بدقة التشابه اكثر من الاهتمام بجمالية التعبير وقد جرت محاولات للخروج من النمط المألوف في تصميم هذه الملصقات وذلك باللجوء الى اسلوب الرسوم الكاريكاتيرية وهذا بالطبع يركز اكثر على الافلام الكوميديية في دلالة على انها ضاحكة وفكاهية (1).

أ- احجام اللقطات ومدلولها:

تعتبر دلالة اللقطة في الملصق السينمائي ذات اهمية كبيرة توظف لانتاج المعنى المطلوب وهذا ما تحدد حجم اللقطة حسب مضمون الفيلم واحجام اللقطات كالتالي:(2)

- اللقطة الطويلة : وهي ثلاثة انواع [اللقطة العامة ، اللقطة العامة البعيدة ،اللقطة الطويلة وبشكل عام تستخدم لاعطاء فكرة عامة واضفاء غموض لمضمون الفيلم كما تعطي معلومات اكبر للمشاهد.
- اللقطة المتوسطة : وهي ايضا هي ثلاثة انواع [اللقطة العامة المتوسطة، اللقطة المتوسطة، اللقطة المتوسطة القريبة] وتستخدم عادة لتسويق المشاهد لاحداث الفيلم كما يكون مدلولها التعبير عن العواطف والمشاعر .

اللقطة القريبة: وهي ايضا 3 انواع هي [اللقطة القريبة، اللقطة القريبة جدا، اللقطة شديدة القرب]، ويكون مدلولها عامة قوة علاقة شخصيات الموجودة في الملصق وتجسيد الانفعالات وتبرز اهمية الشخصية.(1)

(1) - عمر عامر ، مرجع سابق ، متاح على الرابط alaraby.co.ur/supplement

(2) - محمد حسين محمد عيسى ، مرجع سابق ، ص 546

ب - اللون:

يعد اللون صفة متصلة بذات الشكل وهو يستخدم من اجل التعبير عن ثقل الاشياء او تكتلها وهو يأتي كنتيجة للاسقاط الضوئي، وفي عالم المطبوعات يكون التعامل مع القيم اللونية هي نتاج لتدرجات متعددة للصبغات الطباعية سواء كانت المستخدمة في الصور والمساحة الفضائية للملصق ان الاحساس باللون يتوقف على امور ثلاثة: (2)

- الصفة: ما يختص بالصفة اللونية.

- الشدة: مقدار الوضوح واللمعان والتشبع او الكثافة اللونية.

- القيمة: مدى تجرده من الاختلاط بالابيض.

ففي الملصق السينمائي يتم التركيز على الصفات الثلاث من خلال الاستخدام المتكرر للفضاء اللوني العالي والمصحوب بالتفعيل الحركي والاتجاهي خاصة الدرجات الحمراء والصفراء والتي اشتهرت بها افلام الحركة والحرب فضلا على ان هناك عددا من الخصائص التي تمتاز بها الالوان (3)

ج- زوايا التصوير ومدلولها في الملصق السينمائي: (4)

دلالة الزاوية في مستوى النظر للصورة: وهي اللقطة المتعارف عليها حيث تظهر فيها الخطوط الراسية بشكل واضح دون اي انحرافات.

دلالة الزاوية المرتفعة في الصورة: وتكون فيها الكاميرا على مستوى نظر الشخص المصور وتدل على تقليل الحجم للاشخاص وتصغيرها.

دلالة الزاوية من اعلى الكتف: ويكون مدلولها توضيح عمل يقوم به الشخص حيث تكون العدسة على نفس محور عين الشخص.

دلالة الزاوية الراسية : وتسمى بعين الصقر تعطي تشويقا للمشاهد وتشغله باكتشاف مضمون الفيلم. (5)

(1) - المرجع نفسه، ص 546.

(2) - نصيف جاسم ، مرجع سابق ص 67.

(3) - المرجع نفسه ص 67.

(4) - محمد حسين محمد عيسى ، مرجع سابق ص 547.

(5) - المرجع نفسه ص 547

دلالة الزاوية المنخفضة: التي تكون فيها الكاميرا في مستوى منخفض عن الجسم المصور توحى بالشموخ والعلوم والتفوق والفخامة.

دلالة القطة المائلة : ويكون فيها الخطوط الراسية مائلة مما يعطي الاحساس العنيف بالقوة والجهد البدني.

2-4- وظائف سيمائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي:

تتعدد وظائف الصورة الى وظائف كثيرة نذكر منها:

وظيفة مستقلة: حيث توضح الصورة كايقونة، فما هي الا علامة مستقلة تشمل على 3 عناصر اساسية تتمثل في :

- رمز محسوس يكون داخل الاطار الذي يقوم المصور بتحديدده .
- معنى الموضوع وهو حسب اتجاه وتوجيه الموضوع .
- العلاقة بين العلامة والشيء المشار اليه وهي تكون داخل حدود اطار الصورة وتظهر وفقا لمدى قدرة المشاهد على فهمها واستيعابها⁽¹⁾.

وظيفة متصلة: استطاعت الصورة ان تفرض سلطتها على الواقع حيث صار يحاكيها بكل تفاصيلها بعدما كان العكس هو الاصل⁽²⁾، حيث تمثل الصورة كعمل يحمل مكونات وعناصر بصرية كعلامة متصلة تنفرد بها كخاصيته مثلها مثل الرسم والادب والفنون والموسيقى فتوجد بين عناصرها من خط ولون وشكل وكتلة خلفية وامامية ودرج الوضوح ومقدرتها على توصيل المعلومات والتواصل وتبلور تلك القدرة حول قوة توصيل المعنى والذي يعتمد على ادراك المعاني ووجود محور لها كحدث او شخص او موضوع عاطفي او غيره⁽³⁾.

(1) - المرجع نفسه ص 545

(2) - بدرة كعسيس ، مرجع سابق ص 26

(3) - محمد حسن محمد ، مرجع سابق ص 546.

2-5- مميزات الملصق السينمائي عن المطبوعات الاخرى:

يتميز الملصق عن المطبوعات الاخرى بما يلي : (1)

- 1- يقدم الملصق رسالة متكاملة يتم التحكم بها.
- 2- يقوم الملصق بايصال رسائل الى عدد كبير من الناس وبكلفة قليلة للاتصال الواحد.
- 3- الملصق هو وسيلة اتصال سريعة ولعدد كبير من الناس.

ولان الملصق الفيلمي هو من يحدد الانطباع الاول عنه ، ويجعله يخلد في ذاكرة المشاهدين اصبح الكثير من الشخصيات المعروفة يهتمون بالقيمة الفنية للملصقات والافلام الناجحة وجعل منها مقتنيات فنية نادرة. (2)

اذ يذكر "نسيم خوري"* على الملصق لما له من مميزات اساسية ودور كبير ومؤثر جدا في اختيار المشاهدين للافلام فيعتبره مدخل رئيسي لعالم الفيلم يؤثر على عنوانه وطبيعته وموضوعه من خلال كلمات وصور قد تكون (3).

معبرة لدرجة تختصر بشكل جميل وذكي موضوع الفيلم فتجذب الاشخاص.

2-6- الملصق وعلاقته بالفيلم :

نجد ان الملصق الفيلمي يرتبط ارتباطا وطيدا بموضوع الفيلم وان لم يكن ذلك مباشرا انما يحمل الجانب السيميائي والدلالي في تصميمه الجرافيكي ، فنجد ان هناك سمات يتسن بها الملصق تربط علاقته بالفيلم منها :

- ارتباطه الشديد بفكرة الفيلم
- تحديده لمعالم الشخصيات احيانا ان لم يكن يظهرها بشكل مباشر

(1) - خضير عيسى جواد القرشي، مرجع سابق ، ص 06

(2) - محمد الجاسم، الملصق السينمائي بوابة العبور إلى عالم الأفلام، متاح على الرابط -albayan-ae/five-

02,18:00/03/2020 senses/file/2011-01-16

* نسيم الخوري هو أحد مؤسسي التجمع الأكاديمي لأساتذة الجامعة اللبنانية و المشرف على المعهد العالي للدكتوراه، ومدير كلية الإعلام اللبنانية.

(3) - الموقع نفسه.

- ابرازه مفاصل درامية مهمة في الحكاية الفيلمية.
- يعد عتبة للدخول للفيلم ومحاولة.
- يضيف جانب من التشويق والاثارة للمتلقي في متابعة الحكاية.
- يمثل عنصر اتصالي واعلاني ما بين المتلقي والنص القلمي⁽¹⁾.

(1) - خضير عبيس جواد القرشي: مرجع سابق ص 08

خلاصة:

في الأخير نستطيع الاستخلاص ان السينما واحدة من وسائل الاعلام الجماهيرية الثقيلة التي لها دور فعال في نقل الخطاب الثقافي و الأيديولوجي، حيث ان للصورة رسوخ اكثر من النص وتتعدد اشكالها، وبما ان الملصق السينمائي صورة أيضا تعكس رسائل الأفلام التي يروج لها فيحصل شق اقتصادي وشق ثقافي فكري يؤديه في المجتمع.

الفصل التّطبيقي

تمهيد:

تطرقنا في الفصول السابقة الى القيم والقيم الاجتماعية وغيرها من المفاهيم النظرية لكننا نبحت بالتحديد في القم الاجتماعية في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل وذلك لعينة من ملصقات الأفلام الموجهة للطفل وذلك لعينة من ملصقات أفلام شركة ديزني لذا وقع اختيارنا على منهج التحليل السيميولوجي بمقارنة مارتن جولي في تحليل الملصقات السينمائية لنصل أخيرا الى نتائج هذه الدراسة العامة والجزئية.

بطاقة تقنية عن شركة ديزني: THE WALT DISNEY COMPANY :

المعروفة باسم ديزني وهي اكبر شركات وسائل الاعلام والترفيه في العالم، تأسست في 16 أكتوبر 1923 من قبل الاخوان والت وروي ديزني، في شكل استديو لفن التحريك، وبعدها اصبح واحد من اكبر الاستديوهات في هوليوود واصبح والت صاحب العديد من شبكات التلفزيون مثل هيئة الإذاعة الامريكية (ABC) واي (CNBC) ومقر شركة ديزني الرئيسية ومرافق الإنتاج الأولى تقع في استديوهات والت ديزني في برينانك كاليفونيا الولايات المتحدة الامريكية ولديها موقع رسمي هو: www.disney.com.

الملصق رقم 01:(THE LION KING)



أولاً: الوصف

يمثل ملصق صورة اسد فوق صخرة رفقة شبل صغير، صور الأسد في وضعية جانبية خلفية مصوب للأمام على غرار الشبل الذي يظهر بصورة عكسية متجه نحو الأسد، ليتضح في الصورة انهما ينظران الى بعض، كما يظهر على صورة الملصق قرص الشمس بحج كبير جدا، في لون الغروب مع كثافة

السحب في الجهة السفلية لقرص الشمس الذي غطى جزء منه على الجهتين العلوية و السفلية، إضافة الى تداخل بعض من السحب، لتعكس الشمس لونها على السماء، فتصبح بتدرجات اللون الأحمر الى الأصفر، وأيضا وجود بعض العشب اين هو الأسد و الشبل ، يحمل الملتصق أيضا بعض الكتابات على كل من الجهة العلوية للصورة، واسفل الملتصق لتغطي الكتابة جزء من المكان الذي به الشبل و الأسد.

المستوى التعيني

الرسالة التشكيلية

الحامل: نشرت هذه الصورة على موقع IMBD

اطار: 674 × 1000 على وسيط الحاسوب

زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: يظهر الملتصق بزاوية تصوير جانبية من زاوية اليمين، حيث يبدو للمتلقي بان التصوير يتم بشكل سفلي مما يتيح لنا مشاهدة علو المكان الذي يقف في الأسد والشبل.

الرسالة الايقونية:

الشكل	المعنى	الرسالة الايقونية
حيوان يمثل الاسد	الشجاعة، الملك، السلطة، النضج، الأمان، المسؤولية	يمثل النصح والإرشاد تحمل المسؤولية، التربية الحسنة للقيام بالمسؤولية على أكمل وجه لان السلطة.
حيوان يمثل الشبل	البراءة، الطاعة، الامل	الاستعداد لتحمل المسؤولية، الطاعة، الاستفسار على الملك والسلطة والشجاعة
شكل طبيعي يمثل قرص الشمس	الإضاءة، الغروب، الشروق	نهاية حكم، بداية حكم جديد

الرسالة اللسانية: جاءت الرسائل اللسانية في هذا الملصق على الشكل التالي:

الرسالة الأولى: THE LION KING تمثل عنوان الفلم (الملك الأسد)

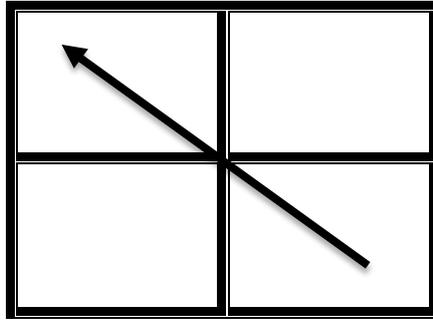
الرسالة الثانية: Disney اسم الشركة المنتجة

الرسالة الثالثة: IN DOLBY CINEMA JULY 19 REAL D3D AND IMAX وهي صالة

السينما لأول عرض لهذا الفلم و تاريخ عرضه، إضافة الى تقنية البث.

الرسالة الرابعة: مجموعة من أسماء ما يقارب التسعة أسماء لشخصيات مؤدية للأصوات في الفلم.

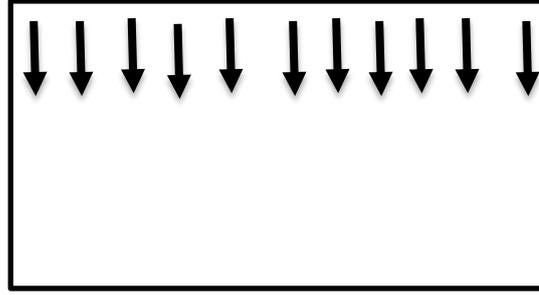
الرسالة الخامسة: مجموعة رموز اجنبية غير واضحة.



الاشكال: يتضمن الملصق مجموعة من الاشكال نذكر منها

- شكل دائري يمثل قرص الشمس
- اشكال غير منتظمة تمثل كثافة السحب السفلى
- خطوط مستقيمة ومنحنية تمثل السحب العليا
- الألوان والإضاءة يتضمن هذا الملصق الألوان التالية
- ✓ اللون البرتقالي: بتدرجات يمثل لون السماء
- ✓ اللون الأصفر: يمثل قرص الشمس
- ✓ اللون البني: لون الأسد والشبل والصخرة
- ✓ اللون الذهبي: رسالة تمثل عنوان الفلم

اما بالنسبة للإضاءة فهذا الملصق تبدو فيه زاوية الإضاءة علوية



التركيب وإخراج الصور على الملصق:



يمكن قراءة الصورة كالتالي:

1. الأسد
2. الشمس
3. السحب السفلى
4. الشبل
5. الصخرة
6. العنوان
7. الرسالة الالسنية العلوية

المستوى التضميني:

يحمل هذا الملصق الكثير من الدلالات و المعاني، حيث نجد ان مصمم هذا الملصق قدم لنا صورة بين الاب- الأسد- ابنه - الشبل في مشهد عائلي مؤثر، وهذا ما تجسده وضعية الأسد الفوقية الدالة على مكانة الأسد والسلطة و الرعاية الابوية، ونظرة الشبل التي تظهر على ملامحه البراقة و التي توحى بالإصغاء و التركيز في وضعية جلوس دالة على الاحترام، حيث ان هذا الملصق يظهر بصورة طباعة والتي تصنف ضمن منظومة الصور المرسومة (شخصيات كرتونية)، وقد اخذ بلقطة تصوير عامة، وهي اللقطة التي تَوَطَّر المشهد بطبيعته كاملا، حتى تعطي لنا انطباعا عاما على البيئة التي تحيط بالأسد والشبل، بزواوية تصوير جانبية من زاوية اليمين، بحيث يبدو لنا بان التصوير قيم بشكل منخفض عن الأسد والشبل بحيث توجه هذه الزاوية الى الشموخ والعلو والتفوق والضخامة، مما اعطى للأسد وقرص الشمس ضخامة مبالغ فيها ، فظهر راس الأسد في مستوى قرص الشمس والسحاب الذي يظهر في شكل خطوط افقية مستقيمة توحى للثبات و الاستقرار والامن والسلم، كما يظهر قرص الشمس في شكله الكامل الدائري مما يدل على العالم الروحي للشاعر.

اما الجو العام لتصميم الملصق، فقد كان بالوان حارة تدرجت بين الأحمر والأصفر ومزيجها البرتقالية استخدمت للإثارة البصرية وجذب انتباه المتلقي ، كما نجد ان اللون الأحمر والبرتقالي يدل على الدفئ والحب، وهو مضمون هذا المشهد بين الاب و ابنه، و الذي يتوافق على مضمون الفلم الذي تدور احداثه حول ما يقدمه موفاسا الأسد- الاب ، لسيمبا الشبل - الابن- من تضحيات و رعاية في سبيل تعليمه المسؤولية حتى يصبح جديرا بالملك، إضافة الى مايدل عليه اللون الأصفر من ثقة وتفاؤل.

وقد حققت القيمة اللونية - والصخرة- التي وصف بها اللون معنى الثبات و الجدية و الصرامة.

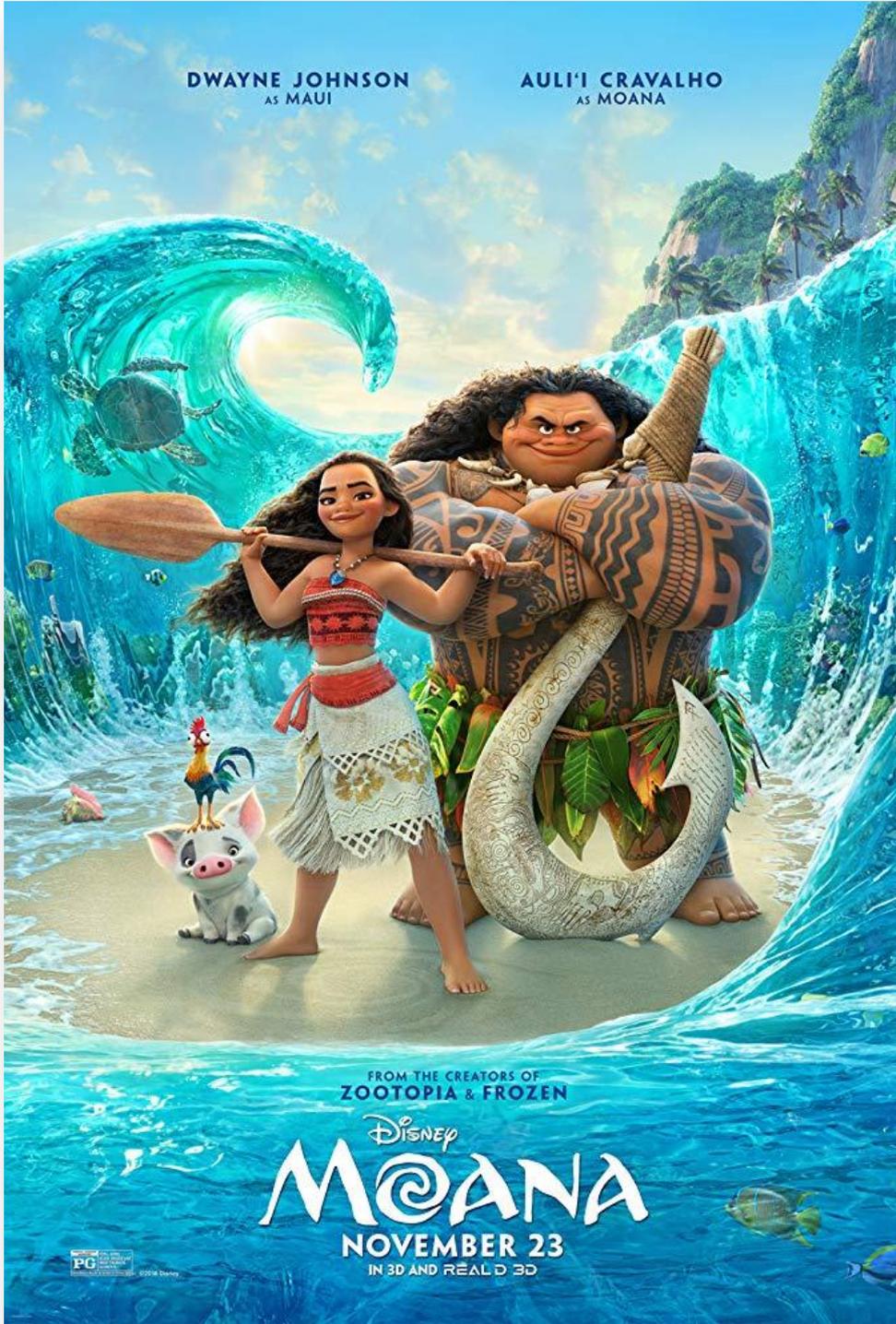
اذ وضع المصمم عنوان الفلم في اسفل المساحة بلون ذهبي بهف ابرازه ، كما ان اللون المستخدم يتوافق مع فكرة العنوان الذي يحمل معنى الملك الأسد وتم التديل على الملوكية باللون الذهبي الذي يرمز لها وقد وضع العنوان بشكل متوازي مع الصورة في الأعلى بخط حجم كبير ليستطيع المتلقي قراءته بوضوح وجاء التوظيف القصدي للعنوان لإعطاء حالة من الجاذبية له .

جاءت المنظومة التصميمية في هذا الملصق ذات دلالة طبيعية من خلال منظر غروب الشمس الذي يوحي هنا بفكرة النهاية التي يعبر عنها مضمون الفلم بنهاية حكم موفاسا الأب على القبيلة بعد موته وانتقال الحكم الى سمبا الابن ، حيث وصف هذا المشهد بالذات في الملصق لكونه المشهد الأخير بين

الاب وابنه ولأنه تضمن الكثير من المشاعر والقيم، وأولها قيمة الابوة التي جسدت بإسهاب في الفلم كما نجد انه يقدم له الرعاية والحنان واضحتين بشكل رئيسي في الملمصق، إضافة الى المسؤولية والشجاعة اللتان حاول الاب ان يعلمهما الى ابنه من خلال الحوار الذي دار بين موفاسا وسمبا.

ومن جهة أخرى اظهر لنا قيمة الطاعة لدى سمبا كقيمة رئيسية خاصة به في الملمصق وذلك من خلال وضعية جلوسه ونظرته الى ابيه.

الوصف: (ملصق رقم 02) MOANA



يظهر لنا هذا الملصق فتاة سمراء البشرة ذات شعر اسود طويل مجعد تقف حاملة مجداف خشبي بيدها في وضعية وراء رقبته وتتردي تنورة قصيرة بلون ابيض عاجي مع حزام بلون احمر قرمزي فاتح ونقوش زهور صفراء مع بلوزة دون اكمام أيضا بلون احمر قرمزي فاتح تحمل نقوش مختلفة ممزوجة بلون

اسود اعلاها خيط بشكل حبل بلون ابيض كما ترتدي قلادة بارزة على شكل صدفة زرقاء اللون، كما نجد في الصورة على يمين الفتاة رجل ضخم البنية اسمر البشرة مع شعر اسود مجعد طويل قليلا وتغطي جسمه مجموعة كبيرة من الوشوم مختلفة الأشكال يظهر وهو يثني يديه في مستوى صدره يضم الى صدره خطاف سنارة صيد الأسماك مصنوع من العاج بحجم كبير يصل الى طول الرجل يعلوه حبال ملفوفة في قبضته ومنقوش بنقوش مختلفة غير بارزة بشكل كبير، اما عن ملابس هذا الرجل فتوجد فقط أوراق اشجار بلون اخضر واصفر وبرتقالي ملفوفة وسط جسمه في شكل تتورة كما يرتدي قلادة من قرون عاجية للحيوانات، اما على جهة الفتاة اليسرى فنجد خنزير صغير ابيض وعليه بقع سوداء وفوق رأسه ديك الوان ريشه ازرق قاتم واصفر يميل الى البرتقالي، حيث يقف كل من الرجل والفتاة والخنزير والديك فوق الرمل وسط بحر مشقوق بشكل دائرة وتعلوهم موجة من جهة اليسار الخلفية التي تحمل داخلها سلحفاة بحرية كبيرة وفي الأسفل لا تظهر الشعب المرجانية والاسماك في كل المياه المحيطة بالدائرة مع وجود صدفة حلزونية بلون وردي من الداخل وابيض عاجي من الخارج فوق الرمل داخل الدائرة على الجهة اليسرى، ونجد في مكان وقوف الفتاة رسم في الرمل يشكل دوامة حلقيه كما يظهر البحر بدرجتين الأزرق الفيروزي والازرق السماوي ، اما عن الخلفية في الأعلى تبدو السماء زرقاء صافية مع بعض السحب المتفرقة بلون ابيض من الأسفل وتظليل لأحد درجات اللون الأزرق ، اما في اقصى اليمين فتبرز قمتي جبال صخرية تعلوها طبقة خضراء من النباتات وامامها أشجار جوز الهند يظهر اعلاها فقط وجذعها تغطيها أمواج البحر، كما احتوى الملصق على رسالة لغوية في الأسفل وهي from creaton of moana zootonia and frozen تحتها بشكل متوازي عبارة disney ثم تحتها بخط اكبر ومموج moana اسفلها عبارة november 23 ثم نجد 3d and real d 3d اما في اعلى الملصق نجد عبارتين بجانب بعضهما aulil cravalho اسفلها in moana وعبارة duayne johnson .

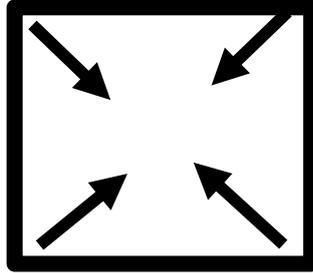
المستوى التعييني:

الرسالة التشكيلية:

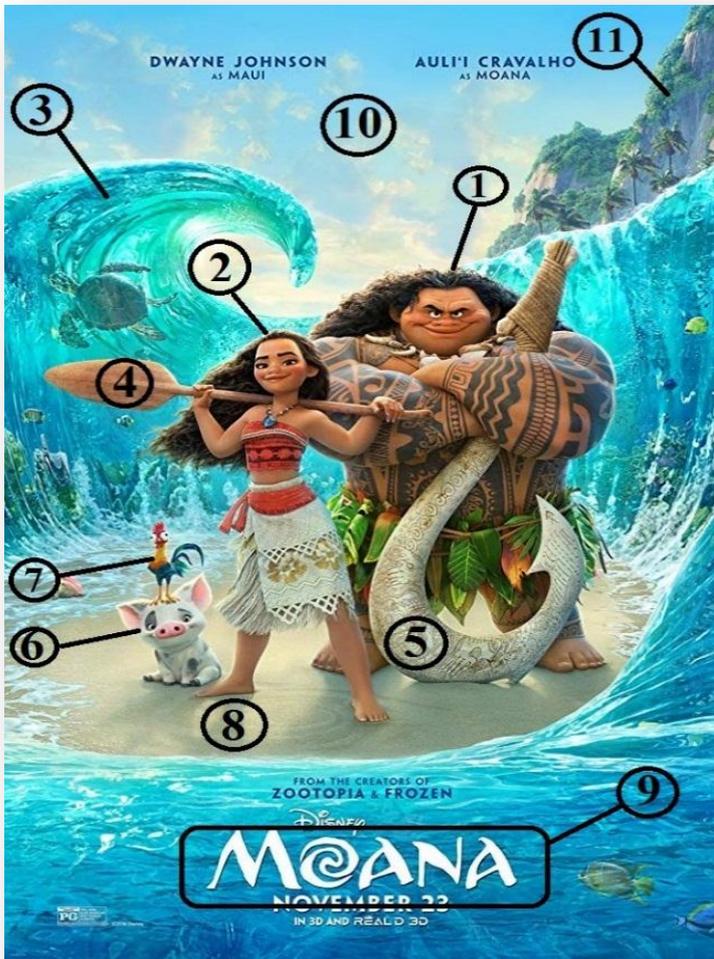
الحامل: نشرت هذه الصورة على موقع IMBD

الاطار: 674 × 1000 على وسيط الحاسوب

زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: صور هذا الملصق بزوايا تصوير مقابلة او ما تسمى زاوية تصوير في مستوى النظر حيث تظهر محتويات الملصق مقابلة تماما للمتلقي.



التركيب وإخراج الصورة على الورقة:



1. الرجل
2. الفتاة
3. البحر
4. المجذاف
5. خطاف السمك العاجي
6. الخنزير
7. الديك
8. الرمل
9. العنوان
10. السماء
11. الجبل

الإشكال:

دائرة: تمثل دائرة الرمل وسط البحر

شكل الحلقة: المتمثل في حلقة الدوامة التي تقف فوقها الفتاة في الرمل.

شكل ورقة الأشجار الإبرية: في نهاية المجذاف الخشبي ولباس الرجل.

اشكال غير منتظمة: للجبل والسحاب

الخطوط المنحنية: في تموجات أمواج البحر

الألوان والإضاءة:

اللون الأزرق السماوي: نجده في البحر وفي السماء

اللون الأزرق الفيروزي: موجود في تموجات البحر.

اللون الأزرق القاتم: في الرسالة اللسانية في اعلى الملتصق وفي ظلال السحب والجبال كما نجده في

ريش الديك

اللون الأخضر: موجود في ورق الشجر التي يلبسها الرجل وفي السلحفاة البحرية وبدرجة افتح في

الأسماك والنباتات اعلى الجبل وأشجار جوز الهند.

الأبيض العاجي: ويمثل تنورة الفتاة وفي خطاف الأسماك العاجي وفي الرمل وسط البحر

اللون البني: موجود في الجبال الملفوفة على مقبض خطاف الأسماك العاجي وفي المجذاف الخشبي

وفي بشرتي الفتاة والرجل.

اللون الوردي الفاتح: موجود في الصدفة الحلزونية وفي انف واذن الخنزير

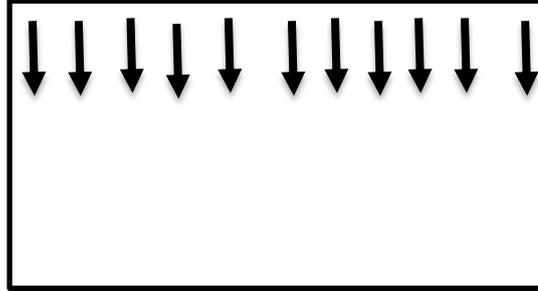
اللون الأصفر: تجده في بعض أوراق الأشجار التي يرتديها الرجل وفي ريش الديك وبعض الأسماك

التي تظهر في الماء وكذلك في الزهور المطبوعة على تنورة الفتاة.

اللون القرمزي: في حزام التنورة والبلوزة التي ترتديها الفتاة

اللون الأبيض: موجود في الخنزير وفي الرسالة اللسانية أسفل المصق وفي زبد أمواج البحر.

اما بالنسبة للإضاءة فتاتي علوية من الجهة الخلفية للفتاة والرجل والخنزير، ولهذا نرى انعكاس ظلمهم امامهم على الرمال.



الرسالة الايقونية:

الرسالة الايقونية	المعنى	الشكل
تمثل الثقة بالنفس والمغامرة كما تظهر قدرا من الجرأة وامتلاكها لروح القيادة.	الشباب-الانوثة - الطموح - الحياة - الجمال والعفاف - الثقة بالنفس	شكل بشري(فتاة)
يمثل القوة من خلال بنيته الجسدية، كما تبدو الحماية واضحة بوقوفه خلف الفتاة وملامحه تعطي انطباعا بالعزم والشجاعة والثقة.	القوة - السلطة - الحماية - الشجاعة والشهامة	شكل بشري (رجل)
يمثل الجمال نظرا لهدوءه وطبيعة البيئة والتي هي جزيرة كما يمثل القوة والدعم بالنسبة لتوظيفه كبحر مشقوق يقف وسطه الرجل والفتاة، يعني انه يدعمهما.	الجمال -الشاعرية - القوة - الغضب	شكل طبيعي(البحر)

الرسالة اللسانية: جاءت الرسالة اللسانية في هذا الملصق على الشكل التالي

الرسالة الأولى: عبارة FROM THE CREATORS OF ZOOTOPIA AND FROZEN وتعني من صناع - المدينة الفاضلة - و" ملكة الثلج" وهي دلالة على ان هذا الفلم هو نفس الشركة التي انتجت الفلمين المذكورين.

الرسالة الثانية: كلمة DISNEY وهي اسم شركة الإنتاج لهذا الفلم.

الرسالة الثالثة: كلمة MOANA وهو عنوان الفلم

الرسالة الرابعة: عبارة NOVEMBER 23 وهو تاريخ إطلاق الفلم.

الرسالة الخامسة: عبارة 3d and real d 3d وهي تقنيات عرض الفلم وصنعه.

الرسالة السادسة: توجد اعلى الملصق اسمي للشخصيتين في الملصق مع ذكر اسمي مؤتي صوتهما فوقهما تماما وهما AULI'I CARVALHO كمؤدي لشخصية MOANA.

DWAYNE JOHNSON كمؤدي لشخصية MAUI

المستوى التضميني MOANA:

جاء هذا الملصق للتعبير عن مضمون فلم MOANA حيث انه لم يتم ادراج هذا المشهد في الفلم بل صمم بشكل خاص للملصق الاعلاني حيث يحتوي على تفاصيل الفلم، اذ يظهر في الملصق بطلي قصة الفلم، الرجل في شخصية ماوي، والفتاة في شخصية موانا.

حيث يمثل ماوي شخصية رجل خارق القوى ونصف اله حسب الثقافة البولينية التي استوحى منها الفلم والتي تمثل ثقافة سكان الجزر جنوب المحيط الهادي وبالتحديد هي المنطقة الواقعة كمثلث بين جزر هاواي نيوزيلاندا وجزيرة عيد الفصح، حيث يحمل هذا البطل اسم ثاني اكبر جزيرة في هاواي (جزيرة ماوي) وباطلاعنا على هذه الثقافة نجد هذه الشخصية تظهر في شكلها بما يعبر عن الصفات البنوية للشعب البوليني حيث نجد ان ماوي يظهر لنا في الملصق ذو بنية جسمية ضخمة و بشرة سمراء وشعر اسود مجعد إضافة الى الوشوم التي تغطي كامل جسم ماوي، و التي لها دلالتين، الأولى تتعلق بان رجال الشعب البوليني كانوا يرسمون هذه الوشوم كرموز دينية، او اجتماعية، ويعتبرونها نوع من الزينة والحلي، اما الدلالة الثانية متعلقة بشكل خاص بشخصية هذا الرجل في الفلم، حيث مع كل انجاز يحققه

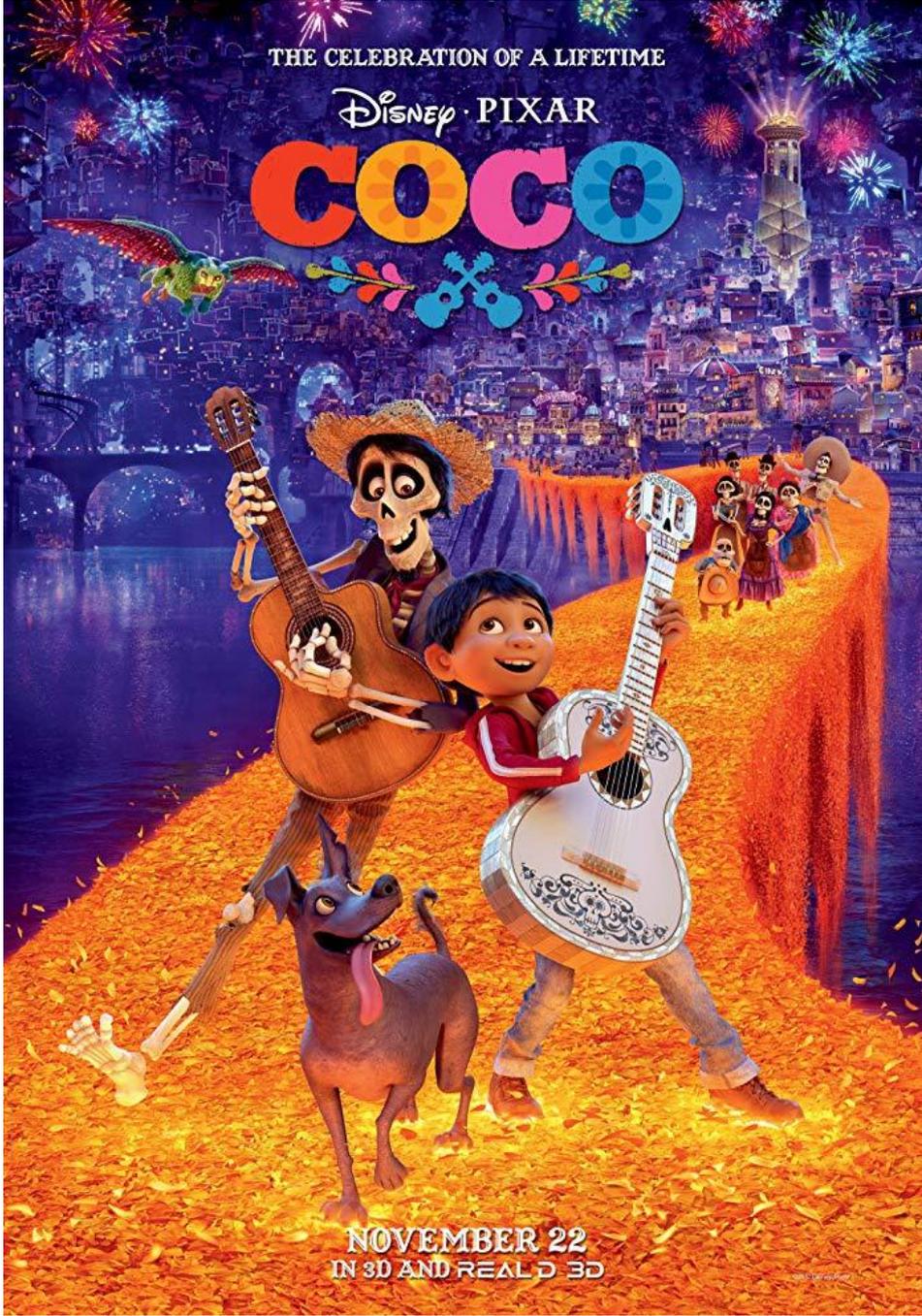
يظهر له وشم جديد، كما نلاحظ ام ماوي عاري الصدر، و أوراق الأشجار تغطي جزء من جسمه، وهذا هو لباس رجال الجزر، يحمل ماوي في المصق خطاف سمك عاجي ذو قوى خارقة لأنه مصنوع من طرف الالهة، ويعطي لماوي ميزة التحول، وهذا ما تعبر عنه الأسطورة في الفلم، اما عن القلادة التي يرتديها والمتكونة من قرون حيوانات عاجية، فيدل حسب سيميولوجية الاشكال عن السحر و الشر، وهذا ما يظهر في هذه الشخصية الى جانب ماوي تقف الفتاة موانا و التي تمثل زعيمة جزيرة موتونوي حسب الفلم، حيث تبدو لنا بشعر اسود مجعد طويل و بشرة سمراء، وهذا ما سبق ذكره عن صفات الشعب البوليني، والذي تعد الملابس التقليدية جزءا مهما من تاريخه وهويته، وهو ما ترتديه موانا من القطعتين تتوردة ذات لون ابيض عاجي وبلوزة بلون احمر قرمزي، وعلى رقبتها قلادة بشكل بصدفة بحرية بلون ازرق و التي تدل على معنيين ، الأول انتماءها شكلا و لون المحيط و الثاني انها هدية جدتها اثناء تكليفها مهمة انقاذ الطيبة وارجاع قلب الام تيفيتي التي ترمز للحياة و الخلود في الاساطير البولينية، والذي مخبأ داخلها طيلة مجريات قصة الفلم، تحمل هذه البطلة وراء رقبتها مجداف خشبي مصنوع من أشجار جوز الهند الجزرية، والذي يدل على ممارسة موانا هواية الإبحار، كما يدل على روح المغامرة لدى هذه الشخصية ، نرى في المصق الحيوانين الاليفين لموانا، الذين كانا بمثابة الرفيقين لموانا خلال رحلتها في البحث عن ماوي وإعادة قلب الام تيفيتي.

يعود سبب ظهور البحر مشقوق بشكل دائري ووقوف الشخصيات وسطه على جزء رملي بشكل دائري على اختيار المحيط كشخص مميز للقيام بإعادة التوازن للطبيعة واعطائها قدرة التحكم في المحيط اما عن الجزء الأيمن على المصق نرى قمة الجبل بارزة وتم توظيفه نسبة الى قدسيته في الجزيرة، حيث وحسب مضمون الفلم يتم تنصيب زعيم القبيلة في اعلى قمته بعد ان يضع صخرته فوق صخرة الزعماء السابقين للقبيلة، وهذه القاعدة التي كسرتها موانا بوضعها الصدفة الحلزونية بدل الصخرة اثناء تنصيبها كزعيم ، تظهر الصخرة على الجزء الايسر للمصق فوق الرمل، ولقد صور المصق بلقطة تصوير عامة وذلك بإعطاء اكبر عدد من المعلومات للمتلقي، حيث تظهر الشخصيات والمناظر الطبيعية بمسافة ليست بعيدة، بزاوية تصوير مقابلة او في مستوى النظر.

وضع المصمم عنوان الفلم في أسفل المصق وبلون ابيض من اجل ابرازه عن لوحة الخلفية الزرقاء، وكذلك لخلق توازن وتناغم عنوان الفلم ولون البحر، كما ان تموجات الخط توحى انه مكتوب باليد وبشكل حر وذلك بارتباط شكل العنوان بدلالة كلمة MOANA والتي معناها باللغة الماورية المحيط، بالاعتماد على المستوى التعيني و التنظيمي كمستوي تحليل استخلصنا مجموعة من القيم الاجتماعية البارزة في

تصميم هذا الملصق والتي تعد الشجاعة والقوة اوضحها من خلال وضعية الوقوف لكل من موانا وماوي و التي تبرز في نظرة مليئة بالتحدي كما نجد قيمة ثقة جلية عند ماوي من خلال حركة ثني اليدين في مستوى الصدر والاكثاف المرفوعة ولدى موانا من خلال حركة راسها، حيث تبدو مرفوعة الذقن، مهزوزة الصدر، ولقد تم توظيف الخنزير و الديك في الملصق لإعطاء روح التعاون من مرافقة الحيوانين لوانا وهذا ما نسميه قيمة الصداقة .

الملصق رقم 03 COCO:



أولاً: الوصف: امامنا في هذا الملصق طفل ذو بشرة سمراء اللون وشعر اسود ناعم يرتدي سروال رمادي فاتح وحذاء رياضي سترة رياضية حمراء تحمل خط ابيض على الاكمام، يحمل قيثارة كبيرة الحجم بيضاء اللون تحمل مجموعة من الرسومات بشكل جمجمة الموتى باللون الأسود، يقف في وضعية رقص مبتسما ينظر الى الهيكل العظمي للرجل بجانبه، و الذي نلاحظ ان الهيكل العظمي الذي يمثل الرجل يقف بشكل مائل الى الطفل و ينظر اليه سفلياً مبتسما هو الآخر، اما بخصوص لباسه فهو يرتدي سترة بكم واحد

مكتمل بلون بني قاتم ويلف حل حول عنقه منديل احمر اللون، وسروال بني فاتح ممزق في ركبته ويضع يقبعة من القش بحجم متوسط، ويحمل بدوره قيثارة بنية اللون متوسطة الحجم بوضعية العزف يقف مرفوع القدم امامهما كلب بني رافع يده اليسرى ورافع راسه ينظر الى الطفل مفتوح الفم متدلي لسانه الطويل وردي اللون.

يظهر ان هؤلاء الثلاثة يقفون على جسر ملتوي كبير الحجم مشكل من بتلات الزهور فوق الماء بلون برقالي حيث تبدو بتلات الزهو كأنها مضاءة بلون ذهبي تحت اقدام الواقفين على الجسر مما فيهم مجموعة من الأشخاص في شكل هياك عظمية يقفون على نفس الجسر بأحجام اقل في الجهة اليمنى من المصق يمثلون هؤلاء الأشخاص ثلاث نساء يرتدين فساتين طويلة بالوان مختلفة منها البنفسجي والوردي والبني، كما يرتدين يمازر بنية اللون، وثلاث رجال يرتدون قبعات بأحجام مختلفة ، ليقف في الخلف في وضعية فرحة واحتفال يرتدي زي مختلف يتمثل في سترة قصيرة وبنطال و قبعة كبيرة الحجم ذات حواف بلون واحد ابيض.

نجد ان في الجهة العلوية اليمنى للمصق مبنية بمباني مختلفة ليبرز عنها برج بألوان زاهية تقابلها في الجهة اليسرى مدينة غير مضاءة وحيوان طائر يتوسط اعلى المصق عبارات لسانية بارزة منها كلمة COCO بالوان مختلفة، متمثلة في البرتقالي و الأصفر والوردي والازرق تحته بتلات بنفس الوان العنوان بتوسطها قيثارتين متعاكستين، وفي اعلى المصق نرى العاب نارية بالوان زاهية مختلفة.

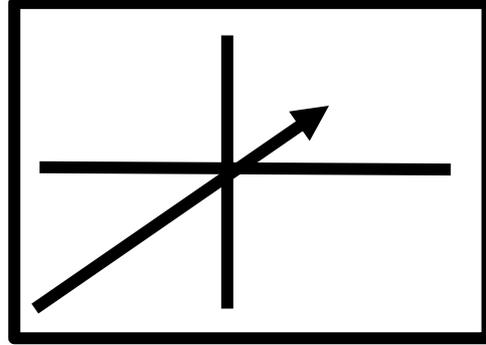
المستوى التعييني:

الرسالة التشكيلية:

الحامل: نشرت هذه الصورة على موقع IMBD

اطار: 699 × 1000 على وسيط الحاسوب.

زاوية التقاط الصورة: يظهر هذا الملصق بزوايا تصوير جانبية من زاوية اليسار بحيث يبدو للمتلقي بان التصوير يتم بشكل اكبر من الطفل والهيكل والكلب، في المقدمة مما يتيح لنا مشاهدة ما يوجد خلفهم



التركيب وإخراج الصور على الورقة:



1. القيتارة البيضاء

2. الطفل

3. الكلب

4. الرجل

5. الجسر

6. مجموعة الأشخاص

7. المدينة

8. العنوان

9. الحيوان الطائر

10. الالعب النارية

الاشكال و الخطوط: يتضمن الملصق مجموعة من الاشكال نذكر منها:

جمجمة الموتى: تمثل اعلى القيتارة .

شكل معين ومثلث: يظهر في اسفل البرج.

قوس يمثل أسفل الجسر

العنوان و الإضاءة:

البرتقالي: يظهر في الجسر

الأزرق : الغامق في ظلال المدينة و السماء الي تعكس لونها على البحر .

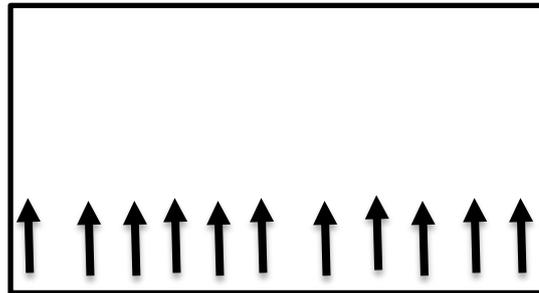
الأبيض: قيتارة الطفل و الرسائل اللسانية

البنى: قيتارة الرجل، لون الكلب واللباس

الأحمر والبرتقالي والوردي والازرق: في عنوان الفلم

الأخضر والأحمر: الحيوان الطائر

الإضاءة: اما بالنسبة للإضاءة فهذا الملصق تبدو فيه اضاءة سفلية



الرسالة الايقونية

الرسالة الايقونية	المعنى	الشكل
الطموح من خلال السعي لان يصبح موسيقي مشهور، الفرح من خلال الجو العام للملصق والأجواء الاحتفالية، ويظهر ذلك في حملته للقيثارة.	البراءة، الحياة، المستقبل، الفرح طموح	شكل بشري يمثل الطفل
الحنان يظهر من خلال القرب الجسدي للطفل والنظرات المتبادلة، الفرح من خلال الشغف والموسيقى، الحياة من خلال تجسيد الهيكل العظمي الدال على الموت في صورة شخص حي في احتفال خاص بالموت.	القوة، الحماية، الموت، الخطر	شكل بشري يمثل هيكل عظمي لرجل
الصدقة من خلال مرافقته الدائمة للطفل، والوفاء من خلال الحيوان للطفل	الوفاء، الصدقة، الطاعة	حيوان يمثل كلب
الموسيقى من خلال الفكرة والاحتفال العامة للفلم، الفرح من خلال ملامح الشخصيات في الملصقات	الموسيقى، الفرح، الاحتفال	شكل هندسي يمثل قيثارة
العبور يظهر في التعبير عن الفكرة الأساسية للاحتفال بيوم الموتى.	العبور، الرابط مسلك	شكل هندسي يمثل جسر

الرسالة اللسانية: جاءت الرسائل اللسانية في هذا الملصق كالتالي:

الرسالة الأولى: COCO يمثل عنوان الفلم

الرسالة الثانية: DISNEY الشركة المنتجة للفلم

الرسالة الثالثة: THE CELEBRATION OF LIF TIME والتي تعبر عن الجو العام للفلم بصفة

عامة واسم احتفالات العمر بشكل خاص

الرسالة الرابعة: NOVEMBER IN 3D تاريخ عرض الفلم وتقنية البث.

المستوى التضميني: COCO

جاء هذا الملصق للتعبير عن مضمون فلم COCO، حيث انه لم يتم ادراج هذا المشهد في الفلم بل صمم بشكل خاص للملصق الاعلاني يعبر عن فكرة الفلم ويحمل تفاصيل مهمة في الفلم حيث يعبر هذا الفلم عن الثقافة المكسيكية بصفة عامة، وعن احد الاحتفالات الشعبية في المكسيك، وهو يوم الموتى والذي يحتفل به المكسيكيون كل سنة في اليوم الأول و الثاني من شهر نوفمبر، ويهدف هذا الاحتفال الى تذكر الاسلاف والاقارب من الموتى، اذا يعتقد المحتفلون ان ارواح موتاهم ترجع للأرض من خلال هذا الاحتفال وتدور طقوسه بتنظيف قبور العائلة والاحبة وتزيينها بزينة ملونة، وتعليق صورهم واشعال شموع ووضع طعام وتعتبر اهم زينة هي زهرة المريغول، التي تعرف بانها تحتوي على اشعة الشمس وتستعمل لتوجيه الموتى الى منازل عائلتهم.

حيث يظهر في هذا الملصق الطفل ميغال، وهو يحمل قيثارة بيضاء كبيرة الحجم، والذي جاء كشخصية في الفلم تسعى وراء تحقيق بان يصبح موسيقي مشهور ، كقدوته ارستودي لاكروز ، والذي يظهر في الخلف كهيكل عظمي يرتدي زي تقليدي وقبعة السمبريرو العملاقة والتي تعتبر رمز وطني وثقافي مكسيكي، وتستخدم غالباً في الاحتفالات المكسيكية التقليدية، وهو ما يجسده مضمون الفلم ويحمل ميغال أيضاً قيثارة ديلاكروز، باعتباره اكثر مغني محبوب في المكسيك، حيث تكشف لنا احداث الفلم عن سرقة ميغال لقيثارة ديلاكروز، من اجل المشاركة في مسابقة غناء محلية، والتي أدت للولوج الى عالم الموتى باعتبار سرقة مقتنياتهم في يوم عيدهم لعنة ، وهذا ثما يفسر ان ميغال هو الشكل الطبيعي الوحيد بين الهياكل العظمية يقف بجانب ميغال الهيكل العظمي، يقف الى جانب ميغال الهيكل العظمي والذي مثل شخصية الرجل المتوفي، هيكتور والذي رافق ميغال في الفلم لمساعدته على الحصول على

مباركة احد افراد العائلة للعودة الى عالم الاحياء، قبل ان يكتشف ان هيكتور والد جدته COCO و ان ديلاكروز قام بسرقة تاريخه الموسيقي و قتله، وهو ما تسبب بغيابه عن عائلته الذين ظنوا انه تخلى عنهم بسبب حبه للموسيقى، وهذا ما جعل الجدة ايملدا تمنع ممارسة أي نشاط موسيقي في العائلة ، وهو ما تسبب بغيابه عن عائلته حيث ظنت الجدة ايملدا انه تخلى عليها و عن ابنته كوكو، فاصبحت تعارض أي نشاط موسيقي داخل العائلة ، وهو ما يبرز من خلال المآزر التي ترتديها الهياكل العظمية في الخلف، التي تمثل افراد عائلة ميغال الكبيرة من العمة فيكتوريا و روزيتا، العم اوسكار وفليب وخوليو والجدة ايملدا كلهم يرتدون مآزر لانهم عائلة رفيرا المعروفة بصناعة الأحذية في بلدة ميغال و الذي حاولوا خلال احداث الفلم إعادة ميغال الى عالم الاحياء لكن بمباركة تحمل شرط عدم ممارسة الموسيقى، وهو ما رفضه ميغال الذي تحدى عائلته ليصبح موسيقي معروف، اما عن الكلب دانتي، فهو رافق ميغال الوحيد في عالم الاحياء الذي يستمع له ويساعده في مجال شغفه بالموسيقى و استمرت هذه المرافقة حتى في عالم الأموات، كما نجد في هذا الملصق ان الشخصيات تقف فوق جسر من بتلات زهرة الماريغولد المضاء، حيث مثل هذبا الجسر مكان عبور الأموات في يوم عيد الموتى الى عالم الاحياء، شرط ان تكون صورهم قد علقت في بيوت اقرباءهم ، والفكرة هنا تكمن في ان يكون الانسان خالدا الذكر بواسطة من يحبونه فب عالم الاحياء، وهذا ما قد واجهه فيكتور الذي لم يستطع عبور هذا الجسر في الفلم، لا الشخص الوحيد الذي كان يتذكره هو ابنته كوكو التي قاربت على نسيانه لانها أصبحت عجوز، وهو سبب اختيار اسمها كعنوان للفلم ، نظرا لعلاقتها الخاصة معص والدها، اما عن خلفية الملصق والتي تبرز مدينة أعلاها برج، فهي تمثل مدينة الأموات في الفلم، اما عن المخلوق في اعلى الملصق من جهة اليسار، فهو حسب الفلم اسمه الابريا و هو مخلوق روحي اسطوري يرشد الأرواح الميتة خلال رحلتها في عالم الأموات، ويتخذ اشكال حيوانية متعددة، والظاهر في هذا الملصق هو بيبينا مرشد الجدة ايملدا الروحي و الذي يساعدها في تعقب ميغال في عالم الأموات، و بصفة عامة نلاحظ ان الملصق طغى عليه اللونين البرتقالي و الأزرق القاتم، فالبرتقالي هنا ارتبط بلون زهرة الماريغولد، التي مثلت اهم زينة في هذا الاحتفال، اما اللون الأزرق القاتم لان احداث هذا العيد تجري ليلا و تستمر حتى شروق الشمس، لذا هو لون ليلي ، اما عن الألوان التي جاءت في العنوان هي نفسها الوان الزينة الورقية في المنازل خلال الاحتفال في هذا الفلم.

و في المجمل القيم التي نجدها ونسختها في هذا الملصق جد ان القيمة التي طغت هي قيمة الترابط الاسري و هو ما مثله ميغال وجده هيكتور و شغفهما المشترك بالموسيقى وكذلك باقي عائلة رفيرا

الموجودة وراء ميغال في الملصق من خلال محاولتهم اعادته الى عالم الاحياء و ممارسة مهنة عائلتهم وكذلك العلاقة بين عنوان الفلم COCO وهو اسم ابنة الجد هيكتور و الجدة ايملدا، و الذي كان ترابطهما الروحي مهم لخلود هيكتور في عالم الأموات و عبورهم كل سنة لعالم الاحياء ، للاحتفال مع اقاربه بشكل مجازي ، كما نجد قيمة الصداقة و الوفاء اللتان تجسدتا في الكلب دانتي الذي رافق ميغال طوال الفلم ليرشده في عالم الأموات و يساعده في عالم الاحياء .

الوصف (ملصق رقم 04) (OLAF'S FROZEN ADVENTURE):



يظهر لنا هذا الملصق حيوان ايل الرنة يقف رافعا احدى قوائمه الامامية في وضعية تشبه رقصات الايل بفرو بني في جسمه وشعر كثيف في برقبته واقدامه بلون ابيض مختلط بالرمادي الفاتح كما تبدو عيناه بارزتان وترتسم عليه ابتسامة كما تظهر قرونه كبيرة وملتوية بلون بني فاتح وعليها زينة في شكل رقايات

تلج لونها نحاسي، كما نجد حول رقبته رباط جلدي بلون احمر قاتم، كما يظهر فوق رأس ايل الرنة رجل تلج جالس يرتدي قبعة صوفية متدللية زرقاء اللون ويضع بتلتي زهور كربيطة عنق بلون باذنجانى وحواف زرقاء اللون، كما نجد ثلاث ازرار كبيرة الحجم، دائرية بلون اسود، ترسم ابتسامة عريضة عليه وتبدو عينيه بارزتين وانفه جزرة يحمل بيده اليمين فانوس مضاء،/ ويمسك قرن الايل باليد الاخرى، ويظهر الايل ورجل الثلج فوق هضبة يكسوها الثلج ووراءهم من الجهة اليمنى شجرة من جليد عملاقة بلون ازرق وعلى الجهة اليسرة اشجار يغطيها الثلج والذي يظهر ايضا انه يتساقط، كم نجد فوانيس مضيئة فوق هذه الهضبة من امام الايل ممتدة الى الخلف نحو الغابة.

كما نجد مجموعة من الرسائل اللسانية في هذا الملصق في الاعلى عبارات a new disney holiday featurette بلون ابيض و تحتها disney olaf's frozen adventure باللون الأبيض و الأزرق السماوي، اما عن اسفل الملصق فنجد عبارة only in teaters for limeted time with coco november 22

الخطوط المنحنية: في الهضبات وفي قرون الايل و الأشجار.

الألوان و الاضاءة:يحمل هذا الملصق الألوان التالية:

الليون الأزرق: وهو موجود بدرجتيه الأزرق السماوي والازرق القاتم وفي قبعة رجل الثلج وفي خلفية الملص عامة.

اللون البني: في فرو الايل وفي اعلى الفانوس و قرون الايل بدرجة البني الفاتح.

اللون الرمادي الفاتح: في فرو الايل.

اللون الابيض: في رجل الثلج و في فرو الايل و الثلوج المتساقطة.

اللون البرتقالي: في انف رجل الثلج

اللون الاصفر: في لون النار في الفوانيس

اما بالنسبة للإضاءة فهي علوية من الوسط حيث نرى اسفل الهضبة في الملصق مظلمة.

الرسالة الايقونية:

الرسالة الايقونية	المعني	الشكل
المرح نجده في ملامح رجل ثلج الفرحة ونجد كذلك الشتاء من خلال الجو الطبيعي العام للملصق ورجل الثلج في حد ذاته دلالة الشتاء، كما يظهر ان رجل الثلج في هذا الملصق لطيف من خلال جلسته فوق راي الايل	الشتاء - المرح - النقاء	شكل طبيعي (رجل الثلج)
القوة تظهر في بنية الايل الجسدية وطول قرونه وتتجلى الشجاعة من خلال طبيعة البيئة في هذا الملصق ووقفة الايل.	القوة - الشجاعة - الهيبة	شكل حيوان (ايل الرنة)
العطاء لانها شجرة عيد الميلاد وهو عيد الهدايا، اما عن الصلابة فنجدها في طبيعة البيئة القاسية ومكون هذه الشجرة الجلي	الثبات - الصلابة - العطاء - الخلود	شكل طبيعي (شجرة)
يمثل الدفيء من خلال شعلة النار الموجودة داخله، كما يمثل التوجيه في طبيعة توزعه وراء الايل في شكل طريق.	النور - الدفيء - التوجيه	شكل هندسي (فانوس)

الرسالة اللسانية: جاءت الرسائل اللسانية في هذا الملصق على الشكل التالي:

الرسالة الاولى: عبارة a new disney holeday featurtte بمعنى عرض جديد لديزني في العطلة وهي عبارة ترويجية للشركة

الرسالة الثانية: عبارة disney وهو اسم شركة انتاج هذا الفلم

الرسالة الثالثة : olaf's frozen adventure بمعنى مغامرة اولاف الثلجية وهو عنوان الفلم

الرسالة الرابعة: disney piscar وهو اسم شركة انتاج الفلم التي تعاونت مع استديوهات piscar في انتاج الفلم.

الرسالة الخامسة: only in teaters for ulimeded time withe coco وهي تعني فقط في المسارح لفترة محدودة مع COCO وهي رسالة ترويجية أيضا لفلم COCO من انتاج نفس الشركة disney والذي صدر في نفس فترة هذا الفلم .

الرسالة السادسة: november 22 وهو تاريخ عرض هذا الفلم.

المستوى التضميني: **frozen** : جاء هذا الملصق للتعبير عن مضمون هذا الفلم olaf is frozen adventur حيث انه لم يتم ادراج هذا المشهد في الفلم بل صمم بشكل خاص للملصق الإعلاني، ليعبر عن فكرة الفلم، ويحمل تفاصيل مهمة، حيث يعبر هذا الملصق الذي يظهر فيه رجل الثلج olaf، وايل الرنة سفين في رحلتها عن تقليد عيد الميلاد، لعائلة اليسا وانا، وحسب مجريات احداث الفلم يعد هذا اول عيد ميلاد في ارانديل منذ اختفاء والد انا و اليسا، حيث تعد كل عائلة في مملكة ارانديل لها تقليد خاص بها في لها تقليد خاص بها في عيد الميلاد، ولان الاختين لم يتذكرا أي تقليد لعائلتهما في هذا العيد خرج اولاف في رحلة البحث عن تقليد خاص بعائلة انا و ايلسا، مرافق له سفين و هذا ما يبرز انا قيمة الصداقة التي تربطهما، اذا اتحدا الا يعودا الا وتقليد العائلة معهما من خلال الوضعية البارزة في الملصق، مما يعبر عن مشاعر الحب التي يكنها اتجاه الاختين مما يجعلنا نستنتج قيمة الحب، وهذا من خلال مضمون الفلم، وما يتضح لنا من خلال تصميم الملصق، اذا نجد أيضا من خلال الملصق تم ابراز ملامح كل من اولاف و سفين المبتسمة الدالة على الفرح، مما يظهر لنا بشكل واضح قيمة السعادة و التي نستطيع أيضا الاستدلال عليها من خلال الزينة الموجود فوق راس الايل و الشجرة الجليدية العملاقة، في يمين الملصق الدالتين على عيد الميلاد الذي يرمز للاحتفال والسعادة، اما في اخراج هذا

الملصق فقد طغى اللون الأزرق بدرجاته السماوي و الأزرق القاتم، والتي تبرز في الشجرة الجليدية واسفل الهضبة و غطى خلفية الملصق كاملة، اما اللون الأبيض فنجد انه جسد برجل الثلج وبعض الرسائل اللسانية، وفي المجمل فقد توافقت القيم اللونية مع الجو العام للملصق ، ومضمون الفلم إضافة الى الرسائل اللسانية.

التركيب وإخراج الصور:

1. الايل

2. رجل الثلج

3. هضبة الثلج

4. الفوانيس

5. الشجرة الجليدية

6. الرسالة اللسانية



(ملصق رقم 05) (UP):



الوصف

يظهر لنا الملصق طائر عملاق بالوان مختلفة ومتدرجة بين الأزرق الملكي و البرتقالي والاصفر والارجواني عنقه طويل ومنقار ضخم وفوق راسه ريش يشبه ريش ديل الطاووس ، ويظهر هذا الطائر في

وضعية ركض ، وفوقه نرى هناك رجل عجوز شعره ابيض تماما يرتدي نظارات طبية مستطيلة الشكل، وبدلة بنية اللون، ويظهر متشبثا بعنق الطائر، وملامحه تبدو عليها الخوف ونرى أيضا خلف العجوز طفل متمسك بظهر رجل بيد واحدة، وجسمه في الهواء، اما عن ملابسه، فهي تظهر لنا كملابس الكشافة، وباللون الأصفر والبنّي، ويحمل عدة التخيم وحبال التسلق، وعلى يمين الطائر في الأسفل نرى كلب لون فروه بني فاتح (رملي)، فمه مفتوح ويظهر أيضا بوضعية ركض ، حيث نرى أيضا خلفهم مجموعة من الكلاب و يقف جميع الموجودين في الصورة فوق أرضية صخرية، وفي الخلف مجموعة من الصخور فوق بعضها البعض يعلوه الضباب مما يظهر ارتفاع المكان، كما نرى السماء في خلفية الملصق فيها على اليمين في الأسفل منطاد شكله مدبب من الامام بلون فض وفوقه ثلاث طائرات صغيرة هوائية متجة كلها الى الطائر و العجوز و الطفل في مقدمة الملصق، ام عن اعى الملصق فنجد ان هناك منزل يطفو في السماء في أعلاه مجموعة كبيرة البالونات بشكل بيضوي، ونجده مربوط بحبل نهايته عند الطفل في الأسفل، كما نلاحظ ان هناك رسالة لسانية في السماء يجانب المنزل وهي كلمة UP جاءت بشكل مسطح جانبي DISNEY/ PSCAR بلون ابيض، كما لا ننسى ذكر مجموعة نباتات على جانبي الملصق وفي الأسفل بلون اخضر قاتم.

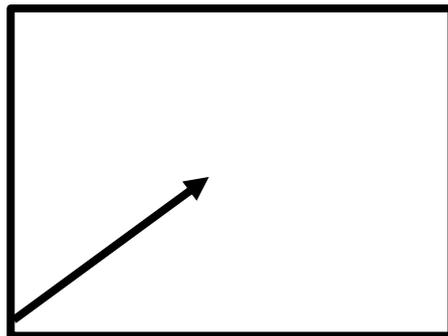
المستوى التعيني:

الرسالة التشكيلية :

الحامل: وردت هذا الصورة على موقع IMBD

الاطار: 664 × 1000 على وسيط الحاسوب

زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: صور هذا الملصق بزاوية تصوير سفلي جانبية من جهة اليسار مما يتيح للمتلقي رؤية ضخامة الطائر وكذلك رؤية المنزل الطائر وغيره في الأعلى.



التركيب وإخراج الصورة:



1. الطائر
2. العجوز
3. الطفل
4. الرسالة اللسانية UP
5. المنزل
6. البالونات
7. المنطاد
8. الكلب
9. الكلاب في الخلف

الاشكال: احتوى هذا الملصق على مجموعة من الاشكال هي:

شكل المستطيل: يمثل نظارات الرجل العجوز.

شكل المثلث: في قمة المنزل.

اشكال غير منتظمة: تمثل أوراق الأشجار وفي الصخور التي فوق بعضها في الخلف.

الخطوط المنحنية: في الحبل الذي يربط المنزل بالطفل.

شكل بيضاوي: يمثل البالونات في الأعلى .

الألوان والإضاءة:

اللون الأزرق السماوي: نجده في السماء وفي بعض البالونات في الأعلى .

اللون الأزرق الملكي: نجده في ريش الطائر.

اللون البرتقالي: نجده في عدة الطفل للتخيم وفي ريش الطائر وفي بعض البالونات في الأعلى.

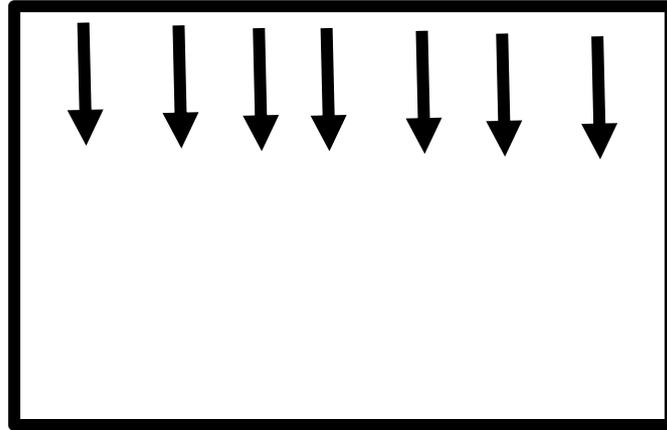
اللون البني: في ملابس الرجل العجوز واقدام الطائر والأرض الصخرية والكلب بدرجة فاتحة وفي المنزل.

اللون الأخضر: في النباتات الموجودة في حواف الملصق.

اللون الفضي: يمثل لون المنطاد.

اللون الأبيض: في الرسائل الالسنية وشعر الرجل العجوز

اما بالنسبة للاضاءة فتاتي خلفية مما يبرر وجود ظل الطائر والكلب امامهم وكذلك مقدمة المنطاد داكنة.



الرسالة الايقونية:

الرسالة	المعنى	الشكل
يمثل العقل لانه يبدو المتحكم في هذه الاحداث الظاهرة في المصق، كما تظهر عليه روح المغامرة نظرا لطبعة المكان ومرافقيه في المصق، وكذلك نرى الجراة بالنسبة لعمره وخت فكرة المنزل الطائر المربوط نحوه هو والطفل ونوعا من تحمل المسؤولية.	الحكمة - العقل - الضعف - الوقار - قرب النهاية	شكل بشري (رجل عجوز)
نرى البراءة من خلال ملامح الطفل التي تبدوا عليها الفرح رغم ان الوضعية في الملق تمثل الخطر، كم نلاحظ روح المغامرة، وهذا ما تظهر ملابس الطفل الكشاف وعدة التخيم والتسلق.	البراءة - الحياة - النمو - العفوية	شكل بشري (الطفل)
يمثل الوفاء والصدقة من خلال ملامحه المريحة ونظرته لصاحبه ومرافقته له في يبدو خطير في المصق	الوفاء - الطاعة - الاخلاص - الصدقة	شكل حيوان (كلب)

<p>يمثل المرافقة لأنه منزل طائر ينتقل مع صاحبه الذي لم يتخلى عنه مما يعني انه أيضا منزل مهم بالنسبة له.</p>	<p>الدفع - الأمان - الحماية</p>	<p>شكل هندسي (المنزل)</p>
---	---------------------------------	---------------------------

الرسالة اللسانية:

جاءت الرسائل اللسانية في هذا الملصق على الشكل التالي:

الرسالة الأولى: عبارة up وهو عنوان الفلم بمعنى فوق

الرسالة الثانية: عبارة Disney pixar وهو اسم الشركة المنتجة لهذا الفلم والاستديوهات المتعاملة معها

الرسالة الثالثة: Disney digital 3d وهي تقنية عرض الفلم.

المستوى التضميني:

جاء هذا الملصق للتعبير عن مضمون هذا الفلم **UP** حيث لم يتم ادراج هذا المشهد في الفلم بل تم تصميمه بشكل خاص للملصق ليعبر عن فكرة الفلم ويحمل التفاصيل المهمة، حيث نرى في هذا الملصق الطائر العملاق **كيفن** وهو حسب مجريات الفلم وحش يسكن شلالات باراديس وهي المكان الذي دارت حوله احداث الفلم، حيث تحلم ايلي زوجة كارل العجوز الذي يظهر فوق ظهر الطائر العملاق بالذهاب الى قمة شلالات باديس والعيش فيها، لانها كانت مغامرة، اما عن الطفل الذي وراء الرجل العجوز العجوز كارل هو راسل كشاف ومغامر أسندت اليه مهمة الفوز بوسام المساعد في فرقة الكشافة لذا ارتأ ان مساعدة الرجل العجوز تمنحه هذا الوسام، فرافق كارل خلال رحلته مع بيتيه الطائر الذي نراه اعلى الملصق مربوط بمجموعة كبيرة من البالونات ترفعه الى فوق، حيث اتى كارل بمنزله بعد وفاة زوجته ايلي الى أعالي شلالات باراديس لتحقيق حلمها، لكن يعترضه مانتر وكلايه وهو الرجل الذي بقي يعيش في هذه الشلالات لاجل القبض على وحش الشلالات ليثبت للعالم انه موجود حقا وليس خرافة، حيث يلاحق مانتر وكلايه كارل وراسل والطائر كيفن للقبض عليه وهذا اما يظهر لنا في هذا الملصق فتبرر لنا بعض، و لعل أهمها قيمة المغامرة التي تبدو جلية في تصميم هذا الملصق من خلال وجوه وملامح الشخصيات فيه التي يظهر وكأنها في حالة خطر وحروب كما نرى ان القيمة الموائية هي قيمة الوفاء حيث تجسدت في الكلب الذي رافق كارل وراسل في مجريات الفيلم وكذا في توظيفه في الملصق ونجدها

في ارتباط كارل بمنزله الذي يعني له حلم زوجته في الاستقرار في اعالي شلالات باراديس لذا بقي وفيها لها ولوعده بتحقيق حلمها، اما عن القيمة الأخيرة الموجودة في الملصق هي قيمة الصداقة حيث نراها ظاهرة في مرافقة الكلب الذي يظهر اسفل الملصق، فنظرته لصاحبه فيها نوع من الحب كما تظهر قيمة الصداقة في قرب الطفل راسل والعجوز كارل وتشاركهما هذه الرحلة، اما عن الألوان التي استخدمت في تصميم هذا الملصق فقد طغى اللون الأزرق السماوي وهذا راجع الى طبيعة البيئة فيه و التي تظهر لنا كمنطقة عالية او قمة جبلية وارد المصمم ان تبرز السماء اكثر في مساحة الملصق لارتباطها بفكرة العنوان ومحور القصة للفيلم بشكل عام لتتوافق الرسالة اللسانية مع توظيف الألوان فيه.

الوصف (ملصق رقم 06) :THE BEAUTY AND THE BEAST



يظهر لنا الملصق أولاً فتاة بزاوية تصوير جانبية فنراها من جانب واحد تحمل وردة حمراء بكلتا اليدين ونرى ان الفتاة ترتدي ملابس بلون اصفر وشعرها شبه مرفوع كما يظهر على عنقها عقد بلون

ذهبي وعلى الجانب الاخر من الملصق نجد هناك وحش بزواوية تصوير جانبية أيضا بوجه شبه بشري وشعر بين قاتم وقرن بارزة للاعلى كما تظهر اسفل الملصق رجال ونساء بفساتين منفوخة واكسيسوارات مبالغ فيها وشعر طويل بين اللون الأشقر و البني والأسود لتشبه هذه الأزياء أزياء العصر الفيكتوري يتوسطهم مشهد لبوابة كبيرة امامها فتاة تحمل شمعدان مشتعلة شموعه وامامها ابريق وفنجان وما يشبه الساعة، اما منتصف الملصق تظهر الرسالة اللسانية **THE BEAUTY AND THE BEAST** بلون ذهبي وخط مموج، كما تظهر بعضها أيضا اعلى الملصق واسفله بنفس اللون، ما نرى قلعة اقصى اليمين في اعلى الملصق.

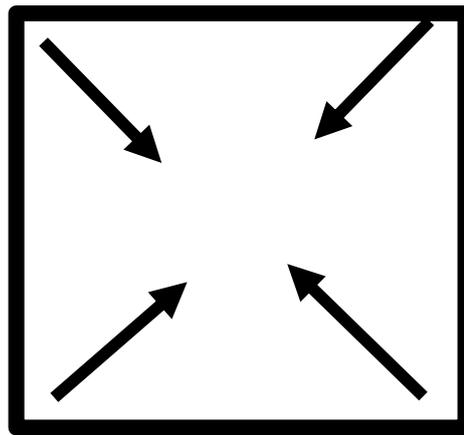
المستوى التعيني:

الرسالة التشكيلية:

الحامل: وردت هذه الصورة على موقع IMBD

الإطار: 674 × 1000 على وسيط الحاسوب.

زاوية التقاط النظر واختيار الهدف: صور هذا الملصق بزواوية تصوير مقابلة او ما تعرف ب زاوية التصوير بمستوى النظر والتي تمنح المشاهد إحساس بحيادية المصمم وعرضه للتفاصيل بشكل مباشر وواضح.





التركيب وإخراج الصور:

1. الفتاة

2. الوحش

3. العنوان

4. الشخصيات يسار الملصق

5. الشخصيات يمين الملصق

6. المشهد في الوسط

7. القلعة

الاشكال: احتوى هذا الملصق على مجموعة من الاشكال هي:

مخروط: نجده في سقف القلعة في الملصق

اقواس: في البوابة وسط الملصق

خطوط منحنية: في قرون الوحش

الألوان والإضاءة :

اللون الأزرق: بدرجته الأزرق القاتم مثل خلفية الملصق بصفة عامة

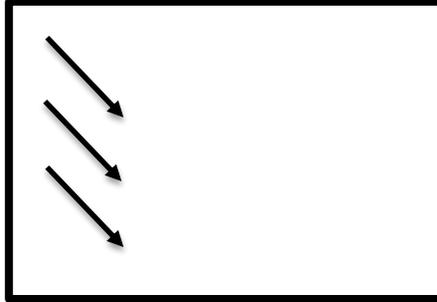
اللون الأصفر: في ملابس الفتاة وبعض الشخصيات الرجالية.

اللون الذهبي: في الرسائل الالسنية وفي فساتين النساء

اللون الأحمر: في الورد وملابس بعض الشخصيات الرجالية.

اللون الأبيض: في بعض ملابس النساء وفي الخلفية التي وراء الفتاة.

اما بالنسبة للإضاءة فتأتي خلفية من جهة اليسار في الملصق مما يبرر الظل على الجهة اليسرى لوجوه الشخصيات وعمة وجه الوحش وجانبه في الملصق.



الرسالة الايقونية:

الرسالة الايقونية	المعنى	الشكل
دلت هنا على الجمال نظرا لشكلها وعنوان الفلم في الملصق كي تدل على الرقة والانوثة وهذا ما نلمسه في حملها للوردة ونظرتها لها وملابسها بصفة عامة	العفاف - الجمال - الحياة - الاغراء -الخصوبة	شكل بشري (فتاة)
مثل القوة من خلال ضخامة شكله، كما يمثل الخوف من خلال مظهره والعممة في جانبه من الملصق، كما نرى الهدوء حيث لا تبدو في ملامحه الشر ولا العنف	القوة- الشر- الأذى- العنف	شكل وحش
مثلت هنا الحب من خلال لونها الأحمر ورمزيتها في القصة	الحب - الجمال - التسامح- التفاؤل	شكل نباتي (وردة)

الرسالة السانوية:

جاءت الرسالة السانوية في هذا الملصق في الشكل التالي:

الرسالة الأولى: عبارة **DISNEY** وهي اسم شركة انتاج الفلم

الرسالة الثانية: عبارة **THE BEAUTY AND THE BEAST** وهي عنوان الفلم الذي يعني " الجميلة والوحش".

الرسالة الثالثة: مجموعة أسماء وهي أسماء الممثلين في الفلم.

الرسالة الرابعة: مجموعة كتابات غير واضحة.

الرسالة الخامسة: عبارة **3D REAL D 3 DIN THEATRES MARCH 17** وهي تقنية عرض الفلم وتاريخ عرضه في المسارح ودور السينما.

المستوى التضميني: جاء هذا الملصق للتعبير عن مضمون الفلم **THE BEAUTY AND THE BEAST** حيث لم يتم ادراج هذا المشهد، بل تم تصميمه بشكل خاص للملصق الإعلاني ليعبر عن فكرة الفلم، ويحمل تفاصيل المهمة، حيث تظهر الفتاة بيل وهي تحمل وردة حمراء، وحسب احداث الفلم تعيش بيل في الريف الفرنسي مع والدها الذي يعمل ساعاجي حيث معروفة في قريتها فتاة غريبة الاطوار، لاختلافها عنهم وشغفها بالمطالعة، وفي كل رحلة لوالدها كان لها طلب وحيد ان يعود ومعه وردة، وعلى الجانب آخر الملصق يظهر الوحش الذي هو في الحقيقة امير لعنته ساحرة هو وجميع من في القصر بعد رفض ابواها مقابل وردة فحولته الى وحش وقرنت رجوع القصر وهو الى طبيعتهما الى وقوعه في الحب دون الانخداع في المظهر وهذا ما حدث بعد ان احتجز الوحش بيل بعد محاولة والدها ان يجلب لها وردة من حديقة قصره فبدا العاملون في القصر والذين يظهرون في الملصق بالتقريب بين الجميلة والوحش من خلال تنظيم حفل عشاء، الا ان وقوعها في حبه جاء بعد معرفتها انه يشاركها شغف المطالعة منه نجد ان ابرز قيمتين اجتماعيتين في هذا الملصق هي قيمة الحب والمشاركة حيث نلمس الحب من خلال الوضعية التي وضع بها الملصق وكذلك الوردة التي تحملها بيل، اما عن القيمة الأخرى فنجد قيمة الجمال الداخلي كاحد اقوى رسائل الفيلم والموجودة في الملصق من خلال مظهر الوحش من حيث بشاعته الخارجية وجماله الداخلي وكذلك باستون الذي احب بيل لجمالها الخارجي ظنا ان وسامته تكفي لقبولها به وهو ما لم يحدث، اما عن اخراج الملصق من حيث الألوان فقط طغى اللون الأزرق القاتم

نظرا لبيئة القلعة التي دارت فيها الاحداث، اولاً حيث جاءت في جو معتم ومثلج ومن هنا ومن ناحية أخرى دلالة اللون الأزرق عن الغموض وهذا ما تحمله القصة وقد جاءت الرسالة اللسانية بلون اصفر ذهبي لتتوافق مع القصر والازياء الملكية التي ترتديها الشخصيات في القصة وحياة الترف التي عاشها الأمير قبل ان يتحول الى وحش.

النتائج العامة

والجزئية

نتائج الدراسة:

من خلال تحليلنا السيميولوجي لمصقات الأفلام الموجهة للطفل توصلنا الى مجموعة من النتائج نستخلصها في ما يلي:

النتائج الجزئية

نتائج التحليل الشكلي:

1. جميع ملصقات الأفلام الموجهة للطفل موجودة على الموقع IMBD العالمي.
2. جاءت كل الملصقات واضحة بتقنية ثلاثية الابعاد و بحجم مناسب لحركة العين.
3. معظم الملصقات تم تصميمها بشكل خاص للإعلان و لم ترد كمشهد واضح في الفلم، فمنها ما صمم كرسوم متحركة ومنها ما ورد بشخصيات حقيقية.
4. تم الاعتماد في اخراج الملصقات للأفلام الموجهة للطفل على درجات اللونين الأزرق و الأحمر بشكل اعطى حيوية للملصق، وروح لعين المتلقي، خاصة الفئة المستهدفة أي فئة الأطفال.
5. احتوت جميع ملصقات الأفلام الموجهة للطفل على رسائل السنية تمثلت أهمها في عنوان الفلم و شركة الإنتاج، إضافة الى تاريخ وتقنية عرض الفلم في دور السينما، وهذا راجع الى فكرة تحقيق الأرباح و الترويج و التسويق للفلم.

نتائج التحليل السيميولوجي:

1. تضمنت ملصقات الأفلام الموجهة للطفل على العديد من المضامين التي اختلفت مع اختلاف ثقافة الفيلم و الرسالة المراد ايصالها.
2. كما اظهر التحليل السيميولوجي ل ملصقات الأفلام الموجهة للطفل فعالية جانب الاثارة و الجذب بعد ان تمت مراعاة فكرة الانسجام والتكامل بين الألوان والرسائل اللسانية.
3. يمكن القول ان ملصقات الأفلام الموجهة للطفل جاءت ملائمة للجمهور المستهدف وادت وظيفة التأثير مبررة القيم الاجتماعية بشكل مباشر وغير مباشر.
4. ان اعتمادنا على التحليل المعمق لمقاربة مارتين جولي استخلصنا وزاد ادراكنا للقيم الاجتماعية التي تم توظيفها في الملصق والإشارة اليها بشكل فني وقوالب جمالية.

5. و كنتيجة أخيرة نلاحظ التمثيلات الايقونية المستخدمة في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل والرسائل الالسنية تم توظيفها بصفة مدروسة كما جاءت للتوضيح وموافقته لموضوع الفلم و التصميم بشكل عام.
6. وفي الأخير نلاحظ ان كل الملصقات الموجهة للطفل هي ملصقات ترويجية للأفلام بشكل اقتصادي او ثقافي او اجتماعي.

نتائج الدراسة في ظل التساؤلات المطروحة:

1. اعتمد مصممي ملصقات الأفلام الوجهة للطفل لشركة ديزني على أساليب فنية في الإخراج من زاوية تصوير ودرجات الوان محددة بما يتوافق وثقافة الملصق ورسالة الفلم وكذلك عناصر جذب الطفل ولهذا الدلالات الصريحة والضمنية التي تحملها الملصقات وغرضها الاثارة وجذب انتباه الفئة المستهدفة إضافة الى الترويج للفلم.
2. تحمل ملصقات الأفلام الموجهة للطفل لشركة ديزني مجموعة من القيم الاجتماعية والتي تجسدت جلها في قيم إيجابية على رأسها الصداقة، الوفاء، الحب، والشجاعة، وتمثلت القيم السلبية بشكل ضئيل جدا.
3. تبرز القيم الاجتماعية في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل لشركة ديزني من خلال ايجاءات صريحة في الملصق، تمثلت في تصميم الشخصيات بلامح واضحة وتقارب يبرز القيم الاجتماعية وايحاءات ضمنية تمثلت في مشاهد في الفيلم تعذر ذكرها لارتباط الدراسة بشكل خاص بالقيم الاجتماعية من خلال الملصق.

النتائج العامة:

بعد تحليل عينة من ستة ملصقات للأفلام الموجهة للطفل من إنتاج شركة ديزني والتي تهدف أساسا للترويج للأفلام وما تضمنته وحملته من معاني ودلالات وقيم اجتماعية ارادت أيضا ايصالها بأساليب جمالية حاملة للثقافة وبعد اعتمادا على منهج التحليل السيميولوجي بمقاربة مارتن جولي استخلصنا

ما يلي:

1. ملصقات أفلام ديزني الموجهة للطفل نقلت في مجملها ثقافة شعوب ومناطق مختلفة في العالم وتميز كل ملصق بثقافة معينة من حيث الديكورات والملابس والبنيات الفيزيولوجية للشخصيات مما اعطى تنوعا ثقافيا وقيما منه ما تشترك في الثقافة الإنسانية ومنه ما هو خاص بشعب معين.
2. أعطت الدلالات الرمزية للألوان والاشكال والايقونات التي وظفت نسقا جماليا من جهة ودلالات عن القيم الاجتماعية كالحب والقوة والشجاعة والصدقة وما الى ذلك.

الغائمة

خاتمة

لطالما اعتبرت الصورة لغة بليغة في إيصال الرسائل، ذلك لقدرتها على استيعاب البنى السيميائية والأنظمة اللغوية في إنتاج المعنى ومن خلال معالجتنا لموضوع القيم الاجتماعية في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل، ثبت لنا ان ملصقات الأفلام تحمل دلالات ورموز مستمدة من ثقافة الفلم الذي تروج له وتهدف للتأثير في الافراد وبشكل خاص هنا الأطفال، حيث تقدم هاته الملصقات قيم اجتماعية مختلفة من خلال بنية الملصق الذي يلعب على عامل الجذب والابهار، كل هذه العوامل ستؤثر على قيم وسلوك الأطفال وتروج لثقافة يمكن ان تتعارض مع ثقافتهم .

ومن خلال أيضا ما توصلنا اليه من نتائج في هذه الدراسة وجدنا ان الاتقان والابداع في تصميم ملصقات ديزني والمنظومة اللونية وغيرها من الأشياء التي جعلت افلامها تصل للجمهور وتحقق نجاحات كبيرة، فسياسة الملصق وضعت لتسويق لأفلامها وهو الحاصل هنا.

وفي الأخير نتمنى ان تكون هذه الدراسة وهي بداية لدراسات سيميولوجية أخرى في مجال ملصقات الأفلام بشكل عام وما تقدمه للفيلم وللمشاهد بشكل خاص.

فائمة المراجع

ا. المصادر

القرآن الكريم:

1) سورة آل عمران الآية 41، رواية ورش عن نافع.

اا. قائمة المراجع

الكتب

1) جيو فري نوويل سميث ، موسوعة تاريخ السينما في العالم، ترجمة مجاهد عبد المنعم مجاهد، المركز القومي للترجمة ، القاهرة ، ط 1 ، 2010

2) حسين عبد الحميد رشوان : علم النفس الإجتماعي : رقم 72 ، مركز الإسكندرية للكتاب ، مصر ، 2009 .

3) خالد ربيع السيد :الفانوس السحري ، قراءات في السينما ، ط 1 2008 ، بيروت لبنان

4) رضوان بلخيري ، سيميولوجيا الخطاب المرئي ، من النظري الى التطبيقي، دار جسور للنشر والتوزيع ، الجزائر، ط 1، 2016.

5) عبد اللطيف محمد خليفة : إرتقاء القيم : عالم المعرفة ، 1992، الكويت.

6) عقيل حسن عقيل : خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة الى تفسير النتيجة ، دط، دار ابن كثير ، دت.

7) عوابدي عمار : مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية و الادارية ،ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية ، بن عكنون،الجزائر ط3 ، 1999.

8) فارس راتب الأشقر: إزدواجية القيم لدى الطلبة ، دار زهوان للنشر والنشر والتوزيع ط 1 2012.

9) فتحي حسن عامر، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة الى الفايسبوك، العربي للنشر والتوزيع ط 1 القاهرة 2011 .

10) مالك إبراهيم الأحمد : دور الإعلام في تربية الطفل ، أطفالنا آمال و تحديات ،(د، د، ن (د، س، ن)

11) محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، ط1،عالم الكتاب ،القاهرة 2004،

- (12) محمد عبيدات و اخرون، منهجية البحث العلمي ،القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر،عمان،1999.
- (13) موريس انجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ترجمة بوزيد مغري ، كمال بوشرق ، سعيد سبعون، دار القصبه للنشر، الجزائر .
- (14) نورهان منير حسن فهمي : القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، المعهد العالي للخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 1999، الإسكندرية
- (15) هدى محمود الناشف: الأسرة و تربية الطفل دراسة المسيرة للنشر و التوزيع عمان 2006
- (16) يونج سكيب داين ، السينما و علم النفس ترجمة سامح سمير فرج مؤسسة هنداوي للتعليم و الثقافة ط 1 القاهرة مصر 2012.

القواميس والمعاجم

- (17) جد الدين محمد بن يعقوب فيروز أبادي: قاموس المحيط، ط ه ، مؤسسة الرسالة بيروت ، لبنان 2005
- (18) أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن المنصور : لسان العرب ، المجلة 12، دار الصادرة للنشر و التوزيع ، بيروت، (د، س، ن) .
- (19) مجمع اللغة العربية الإدارة العامة للمجمعات و أحياء التراث: معجم الوسيط : ط 4، مطبعة الشروق الدولية ، مصر .
- (20) جد الدين محمد بن يعقوب فيروز أبادي: قاموس المحيط ، ط ه، مؤسسة الرسالة بيروت ، لبنان 2005.
- (21) محمد جمال الفار : المعجم الاعلامي، دار المشرق الثقافي، عمان الاردن، 2010.

المذكرات

1. باللغة العربية

- (22) حمايدية سارة الطفل الجزائري و شبكات التواصل الإجتماعي ، مذكرة مكملة لنيل الماجستير في علوم الأعلام و الإتصال أم البواقي 2014 - 2015 .

- (23) الحسين عزي : الأسرة و دورها في تنمية القيم الإجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الإجتماعي ، جامعة تيزي وزو 2014-2013
- (24) خديجة بومسلوك أفلمة الرواية في السينما الأمريكية مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص فنون جامعة وهران 1 ، 2015-2016 .
- (25) إبراهيم السيد أحمد السيد : البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والواقعية والدافعية للإنجاز، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الزقازيق جمهورية مصر العربية، 2005.
- (26) روميصة بزاز : صورة الطفل في السينما الثورية الجزائرية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في سمعي بصري ، جامعة أم البواقي 2016-2017 .
- (27) زموري حميدة ، مدى فاعلية برنامج إرشادي تربوي في تنمية بعض القيم عند المعاقين سمعيا إعاقة شديدة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم النفس ، جامعة الحاج لخضر باتنة 2015-2016
- (28) سطوطاح سميرة : الإشهار و الطفل رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص الإتصال في التنظيمات جامعة باجي مختار عنابة 2009.
- (29) صليحة رحالي ، القيم الدينية والسلوك المنضبط مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص علم الاجتماع الديني ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2007 - 2008.
- (30) طرابلسي أمينة إعلانات القنوات العربية المتخصصة في برامج الأطفال ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال قسنطينة 2009-2010
- (31) فاطمة نفيسة ، العلاقة بين النسق القيمي و الدور الاجتماعي لدى المرأة الطارقية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاجتماعي جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2007،
- (32) كريمة منصور ، إتجاهات السينما الجزائرية في الألفية الثالثة، بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في الفنون الدرامية جامعة وهران 2012-2013 كمال عايد :تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و تأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علم الاجتماع الإتصال جامعة أبي بكر بالقايد ، تلمسان ، 2016-2017

- (33) مراح مراد ك الفيلم الروائي التاريخي بين حرفية الحادثة و المتخيل السينمائي ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه جامعة وهران سنة 2019/2018
- (34) مليكة بن سعدية القيم الدينية الإسلامية المبلغة في البرامج التلفزيونية لقنوات الأطفال العربية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم 2015-2016 .
- (35) حيرش بغداد ليلي أمال : الطفل والتلفاز، رسالة تخرج لنيل الدكتوراه في علم الاجتماع جامعة وهران 2 ، 2014 - 2015
- (36) سفيان بوعطيط: القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي و علاقتها بالتوافق المهني مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم النفس العمال و التنظيم ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2011، 2012،
- (37) سهام صوكو : واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة التربوية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع جامعة منتوري قسنطينة 2008. 2009.
- (38) عائشة سعيد علي الشهري نماذج من القيم التي تعززها أفلام الرسوم المتحركة المخصصة للأطفال من وجهة نظر التربية الإسلامية ، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في التربية الإسلامية و المقارنة جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية 2009-2010.
- (39) فايزة يخلف : دور الصورة في التوظيف الدلالي الرسالة الإعلانية ، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، الجزائر 1996.
- (40) رضوان بلخيري : صورة المسلم في السينما الأمريكية، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، الجزائر 2010 سعيد شيمي : الصورة السينمائية من السينما الصامتة إلى الرقمية ، الهيئة العامة لقصور الثقافة ، القاهرة ط ، 1 2010.

II. باللغة الأجنبية

- 41) samuele meier M etude la validité councouroant des échelles de valeurs de echuiarte mesurées par l'I V P C vis d'échelles de personnalité (l'abel) et d'intérêts professionnnels : mémoire de maitrise psychologies université de lausamme 2016 .

- 42) DINH thilétràm ; étude exploration de l'utilisation de valeurs culturelles dans la création publicitaire dans un contexte de mondialisation ,mémoire de la maitrise en administration des affaires ,université du Québec à montréal , 2006.

المجلات

- (43) خضير عبيس جواد القرشي ، عتبات النص الفيلمي ، لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية ، ج 02 العدد 31-01-2018 .
- (44) رباب كريم كيطان ، أهمية الإعلان التلفزيوني التسويقي في نشر القيم الاجتماعية العربية ، مجلة الباحث العدد 26 2018 .
- (45) إدريس الكتاني ، الآثار السلبية لمشاهدة العنف و الإجرام في التلفزيون و السينما على الطفل، المجلة العربية للدراسات الأمنية جامعة محمد الخامس الرباط العدد 66.
- (46) أديب محمد حسن: بناء ثقافة الطفل بين منهج الإسلام و الوسائل المعاصرة مجلة العلوم الإسلامية العدد 25 2007
- (47) الجموعي مومن بكوش : القيم الاجتماعية مقارنة نفسية - إجتماعية ، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، العدد 8 ،جامعة الوادي ، 2014
- (48) ألفت حقي، سيكولوجيا الطفل ، مركز الإسكندرية للكتاب عدد 21 مجلد 6، 2014
- (49) بسمة كريم شامخ و حليلة سلمان خلف الحمداني : ارتقاء القيم و علاقته بالسلوك التصريحي مجلة كلية التربية الإسلامية العدد 66، جامعة المستنصرية بغداد 2010.
- (50) سارة دريال، وسائل الإعلام ودورها في التأثير على التنشئة الاجتماعية للطفل ، مجلة جيل العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، العدد 65 ، 2019.
- (51) عبد الرحمان بن محمد الشعوان : القيم و طرق تدريسها في الدراسات الاجتماعية، مجلة جامعة الملك سعود ، 1997.
- (52) علي ربيعات ، تداعيات اللقطة في الوسيط البصري (الفيلم السينمائي) مجلة جامعة النجاح للأبحاث [العلوم الإنسانية] مجلد 29 جامعة اليرموك الأردن 2015.
- (53) محمد إبراهيم عيد :ثقافة الطفل ، مجلة الطفولة و التنمية عدد 21 مجلد 6 2014

- (54) محمد حسين أديب بناء ثقافة الطفل بين منهج الإسلام و الوسائل المعاصرة، مجلة العلوم الإسلامية العدد 25 2007 .
- (55) محمد حسين محمد عيسى : سينمائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي ، مجلة العمارة و الفنون العدد 10 .
- (56) محمد خليل الرفاعي ، دور الأعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية ، دراسة تحليلية مجلة جامعة دمشق المجلد 27 العدد 2+01 2011 .
- (57) محمد سالم عبد القادر الشريف : السينما في ظل ثورة المعلومات و تقنيات الإتصال مجلة جامعة سبها مجلد 07 العدد 02 2008 .
- (58) مصطفى بدر الدين ، سينما نوفو أو السينما كأداة للمقاومة و التمرد ، المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، العدد 117 ، 2012.
- (59) مها عبدالرحمن عبدالرزاق: المعالجات الرقمية و دورها في إدراك الصورة الفوتوغرافية، مجلة كلية التربية الأساسية ، المجلد 24 العدد 101، 2018 .
- (60) مها مؤيد عبد الحسين، سمات الفانتازيا في الملصق السينمائي دراسات تربوية جامعة بغداد العدد الثامن و الثلاثون، 2017.
- (61) نجاة قادر محمد علي الكواز: الدلالات الرمزية للصورة الطباعية في تصاميم الملصق السينمائي ، مجلة كلية التربية الأساسية المجلد العدد 21، 2015.
- (62) نصر الدين العياضي : جمالية الصورة، مجلة الإذاعة العربية العدد 02 شركة فنون للرسم والنشر والصحافة ، تونس 2003 .
- (63) راوية صادق: شاشة العالم ترجمة جيل لبيوفيتسكي بان سيرو، العدد 2040 ط1 2012
- (64) سهير عبد الفتاح، الخصائص النفسية والسلوكية لمسرح الطفل العربي، مجله الطفولة والتنمية عدد 21، مج 6، 2014.
- (65) سلمى مبارك من الحداثة إلى ما بعد الحداثة في السينما مقال في مجلة أوراق العدد 15 سنة 2006 القاهرة.
- (66) مراد الزعيمي ، مؤسسات التنشئة الاجتماعية، منشورات جامعية باجي مختار عناية

الدراسات والملتقيات

- (67) أحمد إدريس أحمد : دور التربية في خدمة عمل الشرطة في إطار تطور القوانين في السودان دراسات إفريقية 109 كلية التربية جامعة نقلا السودان .
- (68) هشام بوبكر ، محاضرات في مقياس مؤسسات الإعلام والاتصال جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2011-2012.
- (69) بشير أبريل: الصورة في الخطاب الإعلامي دراسة سينمائية في تفاعل الانساق واللسانية والأيقونة، ملتقى الدولي الخامس، السيمياء والنص الأدبي، جامعة عنابة.
- (70) حارث صاحب محسن: دور وسائل الإعلام في التغيير القيمي في مرحلة الشباب، دراسة ميدانية في بعض معاهد التعليم التقنية كوفة (د، س، ن).
- 71) Helmut thome : valus sociology of :research gate : martine luther university-halle wittenberg germany -2015.

المواقع الالكترونية

- (72) أحمد القاسمي الوثائقي في المدرسة السوفياتية، متاح على الرابط DOC 2020،18:00/03/ 01ALJAZEERA MET/WP
- (73) عادل المشعل، أثر السينما على الأطفال متاح على الموقع .AHAIMEDIA .COM 27/02/2020 17:54
- (74) عصام شريقي، القيم الإسلامية، موقع حب الإسلام، 19:04، 2020-02-17 www islam-love com
- (75) عمر عامر، الملصق السينمائي العربي صناعة وإبداع وتكنولوجيا، متاح على الموقع alaraby.co.ur/supplement/2016 03/19:50،02 / محمد الجاسم ، الملصق السينمائي بوابة العبور إلى عالم الأفلام ، متاح على الرابط -albayan-ae/five-senses/file/2011-02،18:00/03/2020 01-16
- (76) محمد الجاسم ، الملصق السينمائي بوابة العبور إلى عالم الأفلام ، متاح على الرابط albayan-ae/five-senses/file/2011-01-16 02،18:00/03/2020

- (77) محمد عمار، صناعة السينما العالمية، متاح على الرابط
DOC.AHJAZEERA.NET/WP. 29،16:27-02-2020 .
- (78) معجم المعاني الجامع - عربي- عربي، متاح على الرابط ALMAANY.
.COM/AR/AR. 2020/02/29 15: 14 .
- (79) منتديات ستار تايمز أرشيف البحوث و الدراسات الرابط <http://WWW.STARTIMES.COM>
! = 27346168
- (80) نصيف جاسم : العولمة و خطابها الإتصالي في تصاميم الملصق السينمائي الأكاديمية
<https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM->
- (81) يوسف السيد العربي: الدلالة وعلم الدلالة، شبكة الألوكة، متاح على الرابط
<http://www.alukah.net>

القوانين والمواثيق

- (82) إتفاقية حقوق الطفل الصادرة عن الأمم المتحدة 1989.

ملخص الدراسة:

لقد تطرقنا في هذه الدراسة الى إشكالية تتمثل في استخراج القيم الاجتماعية التي تحتويها ملصقات الأفلام الموجهة للطفل حيث تعتبر هذه الأخيرة نوعا ترويجيا وحاملة للثقافة والايديولوجيات واداة اتصالية فعالة في إيصال المحتوى وعليه قمنا بصياغة التساؤل الرئيسي التالي:

- ما دلالات القيم الاجتماعية في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل؟، وتهدف هذه الدراسة الى فتحها مجالا للبحث وتشخيص القيم الاجتماعية في ملصقات الأفلام الموجهة للطفل، اذا لم يتم تناولها من قبل بالاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي بمقاربة مارتن جولي بعد اختيارنا لعينة قصدية متكونة من ستة ملصقات لافلام شركة ديزني باعتبارها الأكثر انتشارا، اما فيما يخص أدوات جميع البيانات، فكانت الملاحظة والتحليل السيميولوجي بغية الوصول الى ابرز الدلالات والايحاءات التي تحتويها الملصقات.
- وفي الأخير توصلت هذه الدراسة الى ان ملصقات الأفلام الموجهة للطفل أدت دورها الترويجي بشكل كامل، كما عملت على التأثير وجذب انتباه الجمهور المستهدف وتحليلها سيميولوجيا اسفر على ان رموزها وبنيتها تدل على ثقافة الفيلم الذي جاءت للتعريف به.
- الكلمات الدالة: التحليل السيميولوجي، القيم الاجتماعية، ملصقات الأفلام، الطفل.

Abstract:

We have discussed in this study a problem which is represented in extracting the social values contained in the film posters that are intended for children, as the latter is considered as a promotional type and a carrier of culture and ideologies as well as an effective communication tool in delivering the content, and therefore we have formulated the following main question : What are the implications of social values in movies posters for children? This study aims to open a field for researching and diagnosing social values in movie posters that are directed to children, as it has not been addressed before using the methodology of semiotic analysis the Martin Jolie's approach. we have selected an intentional sample consisting of six posters of Disney films since it is the most prevalent, as for the data collection tools, the observation and the semiotic analysis were conducted in order to arrive at highlighting the indications and inspirations contained in the posters. In the end, this study concluded that the movie posters directed to children have performed their promotional role completely as it worked to influence and attract the attention of the target audience, And the semiotic analysis of posters have resulted in the fact that their symbols and structure indicates the culture of the film that it came to introduce .

Key words: semiotic analysis, social values, film posters, the child.