جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03

كلّية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال **التخصص:** إعلام واتصال

الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام الخيال العلمي على الإنترنت

- مقاربة سيموثقافية لإعلانات أفلام: Interstellar, The Martian, Arrival **على منصة الـ** IMDb-

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إعداد الطالبة

بن عمارة سمية

السنة الجامعية 2022-2023

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 03

كلّية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

الرقم التسلسلي: ...../2022

الرمـــــــــز: ع إ ت/د. أ

شعبة: علوم الإعلام والاتصال **تخصص:** إعلام واتصال

الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام الخيال العلمي على الإنترنت

- مقاربة سيموثقافية لإعلانات أفلام: Interstellar, The Martian, Arrival **على منصة الـ** IMDb-

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إعداد الطالبة

سمية بن عمارة

أعضاء لجنة المناقشة

دليو فضيل	جامعة قسنطينة 3	أستاذ	رئيسا
بوزيان نصر الدين	جامعة قسنطينة 3	أستاذ	مشرفا ومقررا
بوثلجة نجاة	جامعة قسنطينة 3	أستاذ محاضر – أ–	عضوا
بوعمامة العربي	جامعة مستغانم	أستاذ	عضوا
لونيس باديس	جامعة باتنة 1	أستاذ محاضر – أ–	عضوا
الخامسة رمضان	جامعة بسكرة	أستاذ محاضر – أ–	عضوا

السنة الجامعية 2022–2023

بسم الله الرحمن الرحيم

وَاجْعَل لِّي لِسَانَ صِدْقٍ فِي الآخِرِينَ * وَاجْعَلْنِي مِن وَرَثَةِ جَنَّةِ النَّعِيمِ [الشعراء:84-85]
رَبَّنَا اغْفِرْ لِي وَلِوَالِدَيَّ وَلِلْمُؤْمِنِينَ يَوْمَ يَقُومُ الْحِسَابُ [إبراهيم:41]

لا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم، له الحمد في الأول والآخر، وهو المستعان على كل أمر، والمعين على كل خير، وهو القاهر فوق عباده، ليس بعد علمه شيء، نحمده على ما علّمنا، يمّن على عباده ولا يمن أحد عليه.

التصريح الشخصي

بعد الاطلاع على أحكام الأمر رقم 2801 المؤرخ في2020/12/27 وخاصة المادة الثالثة منه، أصرح أن الأطروحة التي قدمتها للحصول على شهادة دكتو راه الطور الثالث من كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، هي نتيجة جهد شخصي احترمت فيه أخلاقيات البحث العلمي (وخاصة منها: تجنب السرقة العلمية واحترام خصوصية المبحوثين)، مما يجعلني صاحب(ة) حقوق ملكيتها الفكرية مع تحمل مسؤولية محتوياتها. وأعلن أنه يسمح بالإقتباس منها شريطة الإقرار بذلك وفق قواعد المنهجية العلمية. كما أؤكد أن نص أطروحتي تمت مراجعته لغويا من قبل متخصصين.

شكر وتقدير

كل الشكر والعرفان
للأستاذ المشرف،
البروفيسور بوزيان نصر الدين

كما أن الشكر موصول إلى لجنة المناقشة،
التي يشرفني أن أستفيد من ملاحظاتهم.

مع كل الإحترام والتقدير

الإهداء

إلى والدي (رحمات ربي تغشاه)...
وإلى والدتي...
وإلى كل مرضى غسيل الكلى والسرطان...

Dedication

I Dedicate this work to,
My father, the strong, confident and pure hearted man,
Thank you for your efforts to raise me.
My mother, my greatest mentor, who taught me compassion, love and fearlessness, my pillar of strength.
My adorable sisters: Manel, Amira and Souhaila.
My supporting Brothers: Djaber, Amar and Hocine.
My rock mama Warda.

الملخص

انطلقت الأطروحة استنادا إلى خلفيات تنزع نحو تصميم مقاربات تمخضت عن ما يُصطلح عليه بـ Bottom-up Design، وذلك بالتوجه نحو المضامين السمعية البصرية الدينامية، الأشكال الإبداعية الخطابية والثقافة السينمائية الحديثة المُتاحة على المنصات الإلكترونية، بالأخص ما يتعلق بـ: الأفلام الإعلانية Sci-Fi Movie Trailer التابعة للخيال العلمي على منصة الـIMDb.

وبدفع ابستيمولوجي متح عنه توظيف الفكر المتجذر، استغلال أُسس الدراسات السيميوطيقية بتوجهاتها وخصوصية الخطاب المرفوع رقميّا في الدراسات الإعلامية والاتصالية؛ واستثمار الفلسفة التفكيكية، استطاعت الأطروحة الكشف عن عملية تجميع للعناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية التي تهرب من النماذج المركزية للإعلان، نحو نمذجة سينمائية هامشية للفيلم الإعلاني.

وعبر اتخاذ تقنية تحليل المضمون، التي تشتمل على خصائص تحليل مدونة مرفوعة على الإنترنت (تريلات العينة: Arrival, Interstellar, The Martian) والإستئناس ببرمجيات أتاحت تعبئة وتصميم البيانات وإعداد الخطاطات بأسلوب آلي، ضمن فضاء سيميوثقافي لوتماني، وتصميم إجرائي يقوم على تحليل الخطاب المتعدد الأنماط Multimodal Discourse Analysis، أبانت عن تموضع فاصل للمستوى الإنجازي في تقديم أهم نتائج الدراسة:

- يرخي إستثمار خاصية السنمأة (الإستثمار السينمائي) لتكثيف وتعميق آليات الإخلاف، التفريخ، التناص، التمثلات التفارقية وآلية التباعد الدلالي بين الفيلم الفعلي والتريلر، مما يضاعف الإحالات المتعددة على منصة الـ IMDb والصيغ المتنوعة على الـ YouTube.
- ويرخي إستثمار خاصية الإحالة الخبرية (الإستثمار الإعلامي) لتسطيح آلية الإخلاف والتفريخ والتناص الأسطوري، وكلما تعززت التمثلات التوافقية بين الفيلم الفعلي والتريلر، قلت الإحالات المتعددة على منصة الIMDb والصيغ المتنوعة على الـ YouTube.

لتكشف النتائج عن شرطية تشييد الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام الخيال العلمي على الإنترنت وأهم ملامحه القائمة على مدى تجلي أهم المستويات والتمثلات (التأسيسية، الوضعية والسيميوطيقية) والإقرار بسينمائية الفيلم الإعلاني (فيلم قصير).

الكلمات المفتاحية: الفضاء السيميوطيقي، سيميوطيقا الثقافة، الخطاب متعدد الأنماط ، الفيلم الإعلاني، الخيال العلمي، منصة الـ IMDb.

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
التصريح الشخصي	06
الشكر	07
الإهداء	08
الملخص	09
فهرس المحتويات	10
قائمة الاختصارات	12
1. مقدمة	15
1.1 الإشكالية	19
2.1 الأهمية	27
3.1 المبررات	28
4.1 التحليل المفهومي والتحليل التفكيكي للفرضيات	29
2. أدبيات البحث وحدوده المعرفية	69
1.2 مراجعة الأدبيات السابقة	70
2.2 حدود الدراسة	78
3.2 صعوبات الدراسة	79
4.2 الخلفية النظرية	80
3. الإجراءات المنهجية	87
1.3 منهج الدراسة	88
2.3 مدونة الدراسة وخصائصها	101
3.3 أداة الدراسة	109
4.الخلفية الإجرائية	119
1.4 الأساس النظري لتحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA	121
2.4 تحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA	131
3.4 تصميم الخلفية الإجرائية	142
4.4 تحليل الخطاب الإبداعي لمدونة الدراسة	160
5. خاتمة	383
1.5 نتائج الدراسة النظرية والتطبيقية	384

2.5 تحليل الخطاب تطبيقيّا مناقشة وتفسير 3.5 خاتمة توصيات واقتراحات الدراسة	397 399
6.قائمة المصادر	393
7. قائمة الملاحق الملحق "أ": المقال الملاحق الإلكترونية الملحق "ب": استمارة التحكيم pdf الملحق "ج": مواد سمعية بصرية	429

قائمة الاختصارات

الإختصار	المعنى
CGI	الصور التي تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر/computer generated imagery
Cli-Fi	أفلام القضايا البيئية Climatic Fiction
DA	تحليل الخطابDiscourse Analysis
GPT	إجراءات الفكر المتجذر التطبيقية Grounded Practical Theory
M.T	الفيلم الإعلاني Movie Trailer
MDA	تحليل الخطاب متعدد الأنماط Multimodal Discourse Analysis
PopSci	العلوم الشعبية /علم البوب Popular Science
SF\Sci-Fi	الخيال العلمي/ علم الخيال Science Fiction
SFL	اللسانيات الوظيفية النظامية/ النحو النظامي Systemic functional linguistics
VG	النحو المرئي Visual Grammar

1.مقدمة

1.1 الإشكالية

2.1 الأهمية

3.1 المبررات

4.1 التحليل المفهومي والتحليل التفكيكي للفرضيات

1.مقدمة

منذ الزمن الأول لظاهرة السينما وعديد الرؤى تسعى حثيثا لاستكناه شظاياها، وذلك لما اتسمت به من فاعلية وتجدد؛ فالبعض من محترفي السينما اقتصر عدُّهم لها على أنها حرفة فنيّة وصناعة ترفيهية اقتصادية، والآخر من الباحثين الأكاديميين عكف على استبار تمثلاتها ورصد آليات سيرورتها الدلالية في تنقيب يضم عديد المقاربات، من خلال إستفاد لكل معطيات الواقع وكل المستجدات التي طرأت عليها لاسيما معطيات التفتق السيبراني. فقد سايرت هذه الوسيلة الفعل الإبداعي والنمو التقني واستثمرت كل التحولات التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال، الفنون وتوالد الأجناس الخطابية المجاورة والهجينة لتثري كل عناصر التمكين المعرفي للرسائل الفيلمية المختلفة.

وعلى ضوء ما سبق، انطلقت مساءلة البحث متكأة على سند استطلاعي واقعي وفر تأملا وفتح الطريق أمام استشفاف الفعل الإبداعي في جوهر الخطاب السينمائي، متخذين من الأسئلة الموالية منطلقا فعليّا:

ما المؤشر الأولي الذي يُفاضل به المشاهدون بين فيلم سينمائي وآخر على الإنترنت؟

ما مصير الأفلام الإعلانية بعد إطلاق أفلامها على المنصات السينمائية الرقمية؟

ماهي الوضعية الخطابية والفنية لهذه الأفلام الإعلانية؟

لتتوسم الطالبة المفتاح التأسيسي للدراسة المُتمثل في: الأفلام الإعلانية Movie Trailers ، وليتعضد الطرح بعدها بمتغيرات نابعة من صميم تمايز العينة: جونر الخيال العلمي Science Fiction، منصة الـIMDb، سيميوطيقا الثقافة Cultural Semiotics، الفضاء السيميوطيقي Semiosphere، تحليل الخطاب متعدد الأنماط Multimodal Discourse Analysis.

وإلى جانب ما تم توطئته آنفا، وعطفا على النسيج الإبستمولوجي المُتبنى تم تقسيم الدراسة إلى خمسة فصول (فضلا عن مقدمة وخاتمة) موزعة كما يلي:

الفصل الأول؛ خُصّص لموضوع الدراسة، تم على مستواه تعيين المشكلة في صورة تمحيصية تقعيدية لكل متغيرات العنوان، وإخضاع هذا الإشكال لمنطق التساؤلات ومقترحات افتراضية (الفرضيات)، وتطعيمها بالعناصر التالية: أهمية، أهداف ومبررات اختيار الموضوع. انتهاءا بالحرص على استيعاب كل حيثيات الخطاب الإبداعي وكل مراميه بالتحليل المفهومي والتحليل التفكيكي للفرضيات.

الفصل الثاني؛ أُفرد على مستواه تحديد أدبيات البحث وحدوده المعرفية، من حيث إمعان النظر في

مراجعة الأدبيات السابقة لتحصين الموضوع بمسالك نمذجية فارقة عن ما قبلها واخضاعها تحت غطاء تأصيلي لما قدمته من إضافة بأسلوب حديث يُسهل إبراز مواطن الإستفادة منها وكيفية توظيفها. والتطرق إلى حدود الدراسة وتبيان تموضع الصعوبات من لدن الموضوع. وربط كل ما سبق بخلفية نظرية مُتسقة مع تصورات سيميوطيقا الثقافة ليوري لوتمان(السيميوسفير والتصور الجاكوبسوني) في مقاربة الأشكال السمعية البصرية لاسيما تلك التي تمزج ثقافة السينما بثقافة الإشهار والإنترنت في تطورها الحديث على أنها خطابات متعددة الأنماط، إلحاقا إلى أن الفيلم، خطاب متعدد الأنماط السيميوطيقية (Bo, 2018, p.132)، وبتوصيف الفيلم الإعلاني أفلاما قصيرة short films (Moore et al., 2005, p.124)، مُبدعة من طرف مبدعي إعلانات الأفلام Creators, Trailer Makers، تسير عليها التعددية. إلى جانب تطبيق المبادئ العامة المقترحة لتحليل الخطاب المتعدد الأنماط .

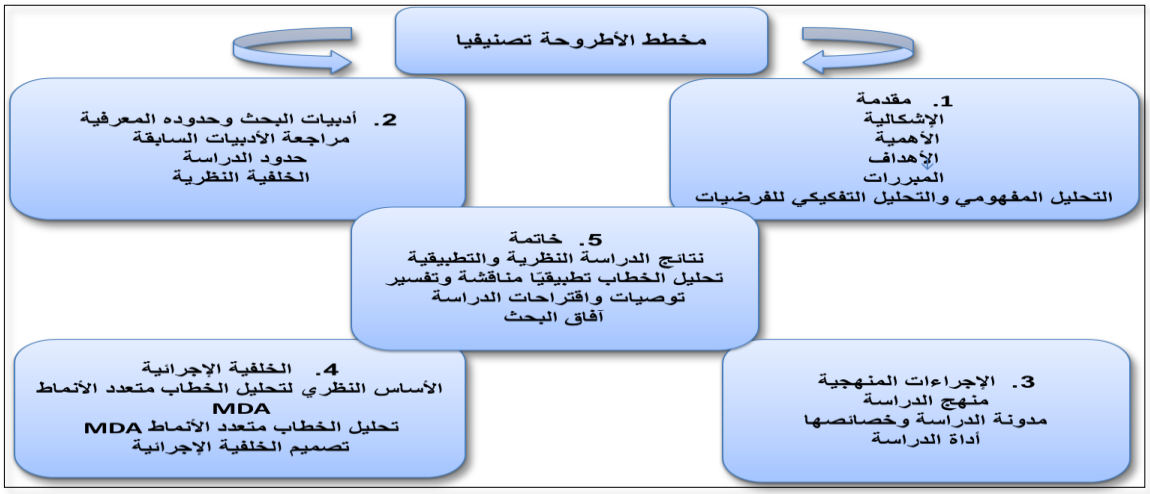
الفصل الثالث؛ إذ اختص بتوضيح الإجراءات المنهجية من خلال تحديد نوع الدراسة وتموضع الفكر المتجذر والفلسفة التفكيكية واستثمار للموجة ما بعد الحداثية من نسيج منهج الدراسة السيميوطيقي.
إلى جانب بيان مدونة الدراسة من الأفلام الإعلانية التابعة لجونر الخيال العلمي ومؤشرات انتقائها وخصائصها، وصولا إلى أداة الدراسة ونوعها، أداة تحليل المضمون وملائمتها لجمع البيانات الكيفية على مستوى الصناعات الثقافية المعاصرة، مثل الأفلام الإعلانية على IMDb، والتفصيل في كيفية بناء فئات ووحدات التحليل، عملية إعدادها(تحديد المتغيرات، المفاهيم الإجرائية للأبعاد والمؤشرات) مع مسارات الإستئناس الكمي عبر برمجيات معينة التي أملتها علينا الطبيعة الأبستيمولوجية للدراسة A Bottom up Design studies.

الفصل الرابع؛ فاختص في مقام ذهنية الطالبة للتوطئة (الخلفية) الإجرائية واستثمار الفراغات المتروكة التي أستشفت من الأساس النظري لتحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA وإيلاء الاهتمام للقواعد الوظيفية للنحو النظامي (الوظائف الما فوقية للغة) التي طرحها Halliday والنحو المرئي لكريس Kress وفان لوين Van Leeuwen والإطار الإجرائي لتحليل الخطاب متعدد الأنماط الذي قدمه تشانغ دي إل Zhang D.L المتضمن ثلاثة مستويات، تختلف باختلاف طبيعة الخطاب المراد تحليله ورؤية الباحث وزاوية البحث؛ ليتم هندسة تحليل الخطاب متعدد الأنماط لإعلانات أفلام مدونة الدراسة المرفوع رقميا حسب رؤية الطالبة. كما أتى كتتويج تطبيقي لتصورات الفصول السابقة، وقرينة إجرائية

لطبيعة الإشتغال السيميوطيقي، الخطابي والسينمائي الهجين للفيلم الإعلاني عبر تحليل الخطاب تطبيقيّا وتتخللها المناقشة والتفسيراستناد للأطر السابق استثمارها

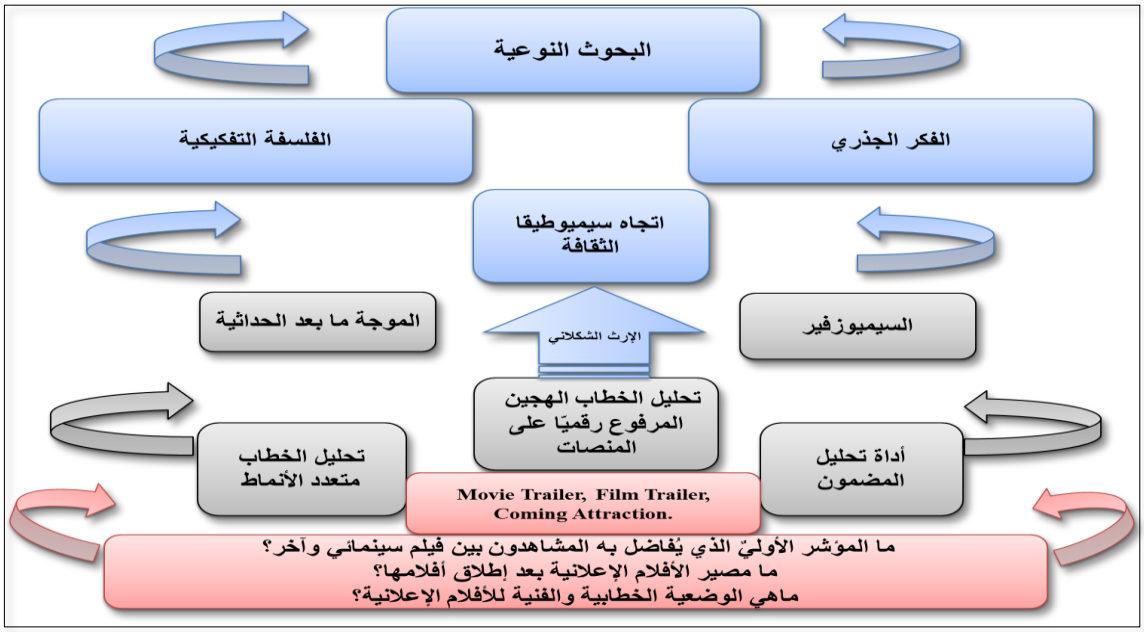
أما الفصل الخامس؛ يتم عرض نتائج الدراسة النظرية والتطبيقية فيه، والإجابة على التساؤلات المطروحة وتوفير تحقيق الفرضيات من عدمها(تحقيق للسيرورة الدلالية) في شكل خطاطات. انتهاءا بتوصيات، اقتراحات وآفاق الدراسة. والتالي عرض الفصول و التبني البراديغمي وما فرضه من تقسيمات:

شكل (1) : *يوضح مخطط الأطروحة*



المصدر : إعداد شخصي

شكل (2): *يوضح مخطط الأطروحة براديغميا*



المصدر: إعداد شخصي

ويستحسن أن نشير، إلى أن الطالبة توخت تحري الإتساق إبستيمولوجيّا، التواءم منهجيّا والإنسجام إجرائيّا في سبيل الإرتقاء إلى الكمال والتكامل البحثيّ، وإلقاء الضوء على مساحة علميّة شاغرة، إلا أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال الإدعاء بغياب النقص لاسيما في ظل دينامية مفاهيم الإبداع، الثقافة والثقافة السيبرانية، الخطاب المتعدد الأنماط، الخطاب المرفوع رقميّا، الفيلم الإعلاني، وتعدد الرؤى لتأطيرها. ونلفت الإنتباه أنه لم يكن ليكتمل هذا المنجز الأكاديمي وليتحقق ذلك لولا حرص الإشراف المتزن للبروفيسور بوزيان نصر الدين والتوجيه الغني عن كل تعريف للبروفيسور دليو فضيل والتحفيز المنقطع النظير من والديّ السيد بن عمارة سمير (رحمه الله) والسيدة طيار نورة.

1.1. الإشكالية

من منطلق إبستمولوجي، اتسمت المشاريع التي تربط بين الحقلين المعرفيين علوم الإعلام والاتصال والسيميائيات العامة بمنحى تجاسري تصاعدي في الأكاديميات الغربية، إلا أن الأكاديميات العربية ورغم الاحتكاك العلمي بفضل الترجمة لا يزال النقاش السيميائي والإعلامي فيها، ينصب على تهجير المناهج النقدية دون الخوض في حيثيات التأسيس الإبستيمولوجي الذي يجمع بينهما. (السيميائيات باعتبارها منهجا للدراسات الإعلامية والإجتماعية،2017، ص.122)

ولعل مَردُّ ذلك إلى هيمنة البحوث الكمية التي نشأت في كنف النماذج المعرفية النفسية والاجتماعية، حيث تجسدت فيما بعد، بما عُرف « بِبحوث تأثير وسائل الإعلام والاتصال، وكذا دراسات الجمهور التي تعتمد على جمع بياناتها من الميدان» (عكوباش،2014، ص.37-40). بُحوث تم التشكيك في صدقية وجدوى نتائجها المعرفية من قبل أنصار المنظور الكيفي، الذي يدعون إلى التركيز على الدلالات والمعاني التي تحملها بياناتها المادية عبر القراءة العميقة وتسليط الضوء على خلفيتها وأبعادهاغير المصرح بها (عكوباش،2014، ص. 40) ما يَكشف أن النزعة الكميّة التفتيتية للظاهرة الاتصالية إلى وحدات إحصائية، عملية تُغّيب المعاني الكامنة وتنِّم عن سطحية في القراءة المنهجية للظاهرة المدروسة. وهذا لا يمنع في المقابل اتهامها (البحوث الكيفية) من المنظور الآخر بالتحيّز وعدم تحري الموضوعية في طرحها.

استناداً إلى الثغرات السابقة، ورصد الانكباب نحو تبني منهج التحليل السيميائي العام (السيميولوجي باتجاهاته والسيميوطيقي باتجاهاته) في مدارسة المضامين الإعلامية والموضوعات التواصلية؛ «التي تنوعت من السرد الصحفي، الشريط المرسوم، المسرح، السينما، الفنون التشكيلية، الكاريكاتير، الإعلان، الإعلام الجديد والثقافة» (لعياضي، 2010، ص. 13) ، (ومن منطلق مورفولوجية عتبة العنوان) اعتمدت الأطروحة على المنهج السيميوطيقي وفق مقاربة ثقافية في تحليل الخطاب الإبداعي لإعلانات الأفلام مدونة الدراسة. وذلك مجازا عن صفة التلازم للوجود والتطور الإنساني، سيما التحول في المُعطى الجديد من تغلغل تكنولوجيات الاتصال الحديثة في نسيج الظواهر الإعلامية اجتماعيا وثقافيّا، الذي أفرز بدوره مضامين وخطابات تزخر بحمولات لغوية، رمزية وأيقونية (بصرية)– تحمل بين ثناياها بريق الابتكار، الإبداع وَالتقنية– التي تستدعي التفكيك اعتمادا على تقنيات تصميم الدراسات النوعية لتغطية الفضاءات المُغفلة في المنتوج الاتصالي (أي أنها تجد سندها

المرجعي في السميائيات العامة)، كل هذا في محاولة منها (السميائيات كعلم شامل في اشتغالها على العلامات) الإقتران أكثر بعلوم الإعلام والاتصال. ما يفتح آفاقا جديدة، وطلبا متزايدا للبحث العلمي في العلوم الاتصالية؛ طلب مرتهن مع وضع تكثيف استخدام البحث الكيفي الذي يستطيع أن يقدم تفسيرات للعلاقات الديناميكية بين المحيط التقني، الوسط الإعلامي والتأويل السيميوثقافي.

وبناءا على ذلك، فإن تجاوز تحليل مضمون خطابات الصيغ الكلاسيكية، التي قد أشبعت دراسة، إلى تحليل خطابات وصناعات تواصلية ثقافية هجينة ومرفوعة على الإنترنت، يراعي فيه العلاقة بين اختيار الأشكال التعبيرية الحاملة للمضامين وتركيبها وبين المنصات التكنولوجية والواقع الاجتماعي الذي تم فيه إنتاجها ونشرها، سمح بالنظر حاليا – من خلال السيميائيات– إلى هذا المضمون ليس كبناء لغوي من الرموز الهادفة التي ترتبط بالمرجعية الثقافية المؤطرة لعمليات الإبلاغ والتأويل فحسب، بل بالتركيز أيضا على ظروف الانتاج وطرق اشتغال المعنى الدينامي في إطار السيرورة التدليلة للعلامات المكونة للخطاب.

انطلاقا من الأفكار الآنف ذكرها، واهتماما منا بتمثُّل المقاربة السيميوثقافية خصوصا في نطاق الدراسات النوعية كتصور منهجي، واعتبار **اعلانات الأفلام** (Movie Trailer) نوعا خطابيا سمعيا–بصريا هجينا (Chiara, 2014)، ومحتوا رمزيا(صناعة تواصلية–ثقافية)، يفتقر إلى انتباه علمي ومنظور أكاديمي– من خلال تحويل المعطيات الثقافية إلى مواضيع للدراسة العلمية–، نرى أن السيميوطيقا الثقافية (Sémiotique de la culture, Cultural Semiotics) التي تُعنى بالاشتغال على النظم الثقافية من علامات وأيقونات ورموز لغوية وبصرية داخل المجتمعات، لاستيعاب المعنى الحقيقي الثقافي الذي يشمل ثقافات أوسع عالمية سماتها؛ الانفتاح، التواصل، التكامل، التعددية، التهجين، الاختلاف، التنوع.. والتناص paratext (حمداوي، 2015، ص. 295) الأنسب للكشف عن بعض جوانب خصوصية الأفلام الإعلانية (Movie Trailer) كممارسة ثقافية، كنص، كخطاب سينمائي ونشاط إنساني إبداعي، « بتأويل علامات الخطاب في سياق مرجعياته الثقافية ؛ لأن الثقافة لا تعد فضاء معرفيا يوجد خارج اللغة أو العلامات غير اللغوية؛ ولذلك تعد الثقافة مجالا سيميائيا تشتغل فيه العلامات، واللغة بوصفها علامة، تكتسب حمولتها المعرفية من الثقافة » (يوسف، 2014، ص. 8). بهدف تحصيل المعنى العميق المستتر وراء العلامات، الإشارات، الرموز، الأيقونات، الاستعارات والمخطّطات.

ومن بين التجليات الخطابية الثقافية المعاصرة التي لا تقوم حصرا على اللغة الطبيعية (اللفظي فقط)، بل تتعدى ذلك بنقل حمولة معرفية قوامها الصوت والصورة والتخطيط (الكتابي)، السينما. إذن لن يكون الباحثون والممارسون السينمائيون بمنأى عن هذا الإزدهار للسيميائيات الثقافية التي تؤطر علاقة التشابه بين اللغة والسينما من جهة، تأكيدا على ماهيتها الخطابية كلغة بصرية خاصة تسمو فوق كل الجنسيات والثقافات (مفهومة للجميع)، ومن جهة أخرى البحث عن صفة التقابل بينها وبين إعلانات الأفلام بالنظر إليها « كلغة خاصة ذات قواعد فنية قابلة للتوصيف» (العاملي، 2016). حيث يتفق النقاد، على أن صناع السينما ومبدعي الأفلام يريدون قول شيء ما عبر أفلامهم الخاضعة لمستويات تكوينية نصية وبصرية، التكامل فيما بينها يحدد سيرورة الإبداع الفني، فهل ينطبق ذلك على مبدعي الفيلم الإعلاني TrailerMaker في انجازهم للفيلم الإعلانيMovie Trailer (بناءا على مبدإ الجزء من الكل)، ناهيك على أنها (السينما) اختراع فني وتكنولوجي طوّعه الإنسان ليُصبح من أهم الوسائل الفنية، الثقافية والإعلامية، التي تستطيع إضافة بعد جديد في تناول الحياة، تعكس من خلال ذلك روح العصر.

وقد تطور عن هذه اللغة أنواع Genres وأشكال فنية سينمائية عديدة، نتجت عن تزاوج الأساطير الأولى بالأدب والسرد؛ لكن مع انتشار العلم كرد فعل إبداعي، واعتبار التكنولوجيا كخاصية حديثة له في تشكيل تصوراتنا كبشر، ما يعد تناقضا واضحا؛ فقد سعى العلم دوما لهدم الأسطورة المصدر الرئيس للفن بأشكاله، وإحلال الحقيقة العلمية محل المعتقدات الأسطورية... فمصطلح الخيال العلمي كما يراهCsicsery Ronay يشير الآن إلى« نمط من الوصف والتحليل الثقافي، حيث أصبح الخيال العلمي جانبا من الوعي اليومي لأناس يعيشون في عالم ما بعد صناعي (Postmodernism)، وشهود يوميين على تحولات قيمهم وظروفهم المادية عشية تسارع تكنولوجي يتجاوز أقصى تصوراتهم» (سيسري و مونير، 2007، ص. 71) .

ويندرج الصنف الأنواعي (الجونر) لأفلام الخيال العلمي ضمن الممارسات الثقافية اليومية - من خلال ملامستة لعوالم فنية أخرى (كالفنتازيا، السريالية، الواقعية وأوبرا الفضاء)، وارتباطه أكثر بالمشاعر الإنسانية المختلفة، وأصبح دون شك قائد الفئات في الثقافة السينمائية الحديثة، ومركز إقبال مضطرد لاهتمامات المشاهدين، المراجعين ومرتادي دور السينما viewers, reviewers & moviegoers خاصة في بعده الموازي وتطور الفيلم الإعلاني كصناعة تواصلية ترويجية تستجدي التماثل وتركيبة الفيلم سينمائي.

وتُعتبر إعلانات الأفلام التي تُعرف أيضا بـMovieTrailer ، FilmTrailer، Previews و الـ Coming Attractions بمثابة مقاطع فيديو ترويجية، توفر للمشاهدين لمحة عن ما يستتبعه الفيلم الفعلي (الفيلم السينمائي المُروج له) في التصور المتكئ على الخطاب الإشهاري. في حين يشير مصطلح Trailer الأنجلو ساكسوني، إلى معاني مثل ما يُسحب أو ما يَتبّع المسار (Da Silva & Luva, 2013, p. 311). وهذا دفعنا إلى التفكير في مفهوم التتبع (أو مسار تتبع الأثر) « Trace» الذي عمل عليه جاك دريدا (الفيلسوف المحيّر.. تعرف على أبرز أفكار الفرنسي جاك دريدا. الجزيرة نت، 2019) واقترحت الأطروحة تبني ترجمة المسار المستخدم في كتابه الذي ينسحب على مجموعة من المعاني كالـ Track، Path و Mark؛ كون المفهوم هلامي حسب دريدا:

«Le concept de trace est si général que je ne lui vois pas de limite, en vérité. Pour dire les choses très vite, il y a très longtemps, j’avais essayé d’élaborer un concept de trace qui fÃ»t justement sans limite, c’est-Ã -dire bien au-delÃ de ce qu’on appelle l’écriture ou l’inscription sur un support connu. Pour moi, il y a trace dès qu’il y a expérience, c’est-Ã -dire renvoi Ã de l’autre, différance, renvoi Ã autre chose, etc. Donc partout oÃ¹ il y a de l’expérience, il y a de la trace, et il n’y a pas d’expérience sans trace.» (Francois, 2009)

وذلك لإجرائية المعنى الذي أنيط به من طرف الدراسة ؛ حيث يمكن أن يشير المسار إلى شيء من الماضي، أو ما كان، كما يشير إلى مستقبل أو شيء يمكن أن يحدث بعبارة أخرى، يوجد في الـ Trailer آثار لجماليات وأشكال إنتاج معينة تقودنا إلى المستقبل، ولكنها أيضًا تشير إلى الماضي.

إذن المتأمل للفيلم الإعلاني كمنتج ثقافي، يرى أنه كيان ذو أجزاء مُشّكلة من تكامل كيانات أخرى (DERRIDA, 2001, p. 32) ، فهو يحافظ على أجزاء العناصر السابقة (من السينما، الفيديو، الإعلان و الإنترنت) ولكنه أيضًا يُشكل نفسه للمُستقبل. يمكن أن يكون الشكل النصي لهذا المستقبل إما الفيلم الذي وعد به (الفيلم الفعلي) أو نصوص سمعية بصرية أخرى ستظهر في الفيلم الإعلاني تشكل جمالية تخصه لوحده أو يعلن عن كيانات جديدة.

وعليه ترتبط الرؤية المقترحة هنا، بالتفكيك وفق المعنى الذي جاء به ديريدا، أن الفيلم الإعلاني ماهو إلا ترتيبات نصية مستقلة مختلفة، هدفها في المقام الأول، الكشف عن عناصر اللغة السينمائية والأنماط السيميوطيقية اللتي تتأثر أيما تأثر بظروف ومتغيرات الإبداع بسبب اقترابهما الخاص منه، وارتباطهما معه من حيث الطبيعة، وفي هذا الاتجاه يستلزم الإشارة وبالدرجة الأولى أن التحليل لا يقع على بنية ثنائية المضمون والشكل كما هي في التحليل الفيلمي، ولكنه يقع على آليات السميوزيس Semiosis المنتجة للمعنى، إضافة إلى ذلك، لا تقتصر السميوزية على إنتاج وتفسير الإشارات عند

البشر؛ ولا ازدواجية بين العقل والمادة (إنما هي الاستمرارية بين الاثنين) داخل الخطاب الإبداعي (بين مستوياته، وبين العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية).(DERRIDA, 2001, p. 32)

وما نصبو إليه من خلال استغلال التفسير التفكيكي هنا، هو الكشف عن عملية تجميع المختارات السمعية البصرية التي تهرب من النماذج المركزية للإعلان، والتي عادة ما تميز التجربة الإنتاجية للفيلم الإعلاني. وبالتالي، فإن التفكيك مرحلة ضرورية لتخريب التسلسل الهرمي الأصلي، بحيث يصبح المكون الأول هو الثاني (Jim & Van, 1997, p. 30) أي داخل التجميع، يظهر الإعلان وكأنه شبح، يفقد وظيفته المهيمنة، ويفتح مساحات وفضاءات لممارسة جديدة وخطاب فرعي يصبح مهيمنا. (Foucault, 2022, p. 150)

بمعنى آخر، ومع تطور الجماليات ما بعد الحداثية، التي يُحَكّم فيها الشكل بشكل مستقل عن المحتوى، أُدخلت مسافة جديدة، وتقسيم جديد على الصناعات الثقافية، بهجرة الإبداع من المركزية في فكرته (النفعية) حتى وصل إلى تقديم فكرة الذوق، حيث « كُسرت الوحدة الأصلية للعمل تاركة على أحد الجوانب الحكم الجمالي وعلى الجانب الآخر الذاتية الفنية ... المبدأ الإبداعي الخالص» (أبو رحمة، 2019، ص. 3). وبغض النظر عن الفضاء الرقمي الذي يتم إطلاق الفيلم الإعلاني فيه وبغض النظر عن التوزيعات الجغرافية وخصوصياتهاالتي تمس البلدان والثقافات، فإن تحول الفيلم الإعلاني يحدث بشكل جمالي إبداعي خارج حدود الإعلان بتمثل من التقنيات والفضاءات، التي يمكن أن تغير هوية (إذا أمكننا وصف ذلك) الفيلم الإعلاني.

حيث أن إتاحة النسخ الرقمية للأفلام الإعلانية على المنصات والشاشات الشبكية، تعني إمكانية حدوث تغييرات وتعديلات عليها (في إبداعها) من أسبوع إلى آخر. وبالتالي، إذا تم بث نسخة ولم تكن ممتعة ومشوقة (حسب النقاد)، فيمكن عرضها بإعدادات أخرى ومختارات جديدة. بالإضافة إلى ذلك قد يكون لكل بلد نسخة من الفيلم الإعلاني مختلفة عن البلد الآخر وحتى عن الفيلم الإعلاني المسرحي (الذي يعرض في المسارح السينمائية)، ونفتح قوسا هنا لنؤكد أننا لانناقش فعالية خطاب إعلانات أفلام العينة ومشكلة توزيعها في السوق ولا تكلفة النسخ الرقمية، ناهيك عن المشكلات التكنولوجية المعاصرة لأن مؤشرات مستوى تقدير الإمتاع ستكون الإبداعية، الجمالية والثقافية، والكشف عن التكوينات السابقة التي تزعزع استقرار أنظمة هوية الفيلم الإعلانية التي تفسح المجال لأنظمة لا يمكن التنبؤ بها، تتوقف على أنماط إنتاجها وترابطها وانفصالها.

لذا، يكتسي هذا الخطاب طابعا ثقافيا يتمثل في مكوناته اللغوية، الأيقونية، السيميائية والتداولية، لتضيف المنصات الإلكترونية والتقنية إلى الكل دينامية من شأنها إضفاء الحداثة والتمّيز في إنتاجه وتفسيره؛ ويأتي ذلك نتيجة تهشُّم وظيفة العرض الكلاسيكية لمختلف المواد السينمائية –الصالة، المسرح، التلفزيون أو دار السينما كفضاءات عرض للفيلم وإعلانه– وتشبع البيئة (الفضاء) الإعلانية التقليدية فاتحا المجال للخروج عن هذه القنوات والانتقال من الفضاء العمومي إلى الفضاء الافتراضي حيث تداخلت فيها نوع الحوامل المادية (Film /Movie SCI-FI/Trailer /teaser)، الحوامل الفكرية (الخطابات بمختلف أطيافها الإبداعية، السينمائية، البلاغية والثقافية) وقنوات العرض والبث (كمواقع الإنترنت المخصصة للسينما).

وعليه يستدعي عالمنا الرقمي الذي يفيض معلوماتا وانتاجا إبداعيا– بما في ذلك الأفلام، الروايات، المسرحيات، اللوحات الفنية والموسيقى– أن يتوافر على فضاءات سيبرانية (افتراضية) أكثر تخصصا لاستيعاب هذا الكم، تقوم بقياس جودة العمل الفني، التصفية، التصنيف، التبويب وعرضها أولا بأول، ولعل أشهر المنصات الإلكترونية التوصيفية للأفلام، البرامج التلفزية ومختلف المنتجات الإعلامية المرئية، منصة IMDb ، قاعدة بيانات الأفلام على الإنترنت Internet Movie Database التي أطلقت في 17 أكتوبر 1990م، على يد البريطاني كول نيدهم Col Needham: Needham Col) (IMDb Founder and CEO, 2018، وتعد منصة IMDb المعادل الأنجلو ساكسوني لـ AlloCiné، بمثابة مساحة للحوار وتبادل النقاش بين رواد السينما، مما جعله مستهدفا من قبل مجمع الأمازون Amazon ليتم ادماجه فيه عام 1998م. (Vinogradoff, 2017)

تحتوي المنصة على "ما يناهز خمسة ملايين مادة فيلمية، مستقطبة بذلك 250 مليون زائر شهريا؛ حيث يعتمد viewers, reviewers & moviegoersعلى المعلومات التي تقدمها قاعدة البيانات، بما في ذلك أوقات العروض السينمائية، حجز التذاكر، المقاطع الدعائية والأفلام الإعلانية، النقد، مراجعات المستخدمين، التوصيات الشخصية، معارض صور الأفلام، والأخبار الترفيهية... About) (IMDb, n.d. ، ما أحدث نسقا تواصليا فريدا من نوعه، تتمايز به عن باقي شبكات التواصل الاجتماعي، ما استرعى اهتمام العديد من الباحثين السيميائيين الذين رصدوا التطبع الحديث الذي رسمه ذلك الفضاء أو البوتقة التي تعبر عن سياقات واتجاهات متنوعة – خلقت منصة IMDb فضاءا سيميائيا لعرض الفيلم الإعلاني Movie Trailer وبلغات مختلفة ساهمت في انتشار أفكار، ونماذج

ثقافيـة معاصـرة (Topal,K.,&Özsoyoglu, G.2016) كممارسـة ثقافيـة–سـيبرانية la cyberculture، المتمثلة في فعل المشاهدة والمراجعة viewing & reviewing لـMovie Trailer.

وفي هذا الصدد؛ (وتجاوزا منا لشّق الخطاب الإعلاني الترويجي)، تُسّجل مُدونة الأفلام الإعلانية (التريلات) لصنف الخيال العلمي المرفوعة على منصة IMDb بصمتها الإبداعية، التي وفي تقديرنا أنه من الهام محاولة البرهنة والالمام بحيثياتها التقنو- السينمائية التي تحققها تفاعلية الأنماط، ضمن فضاء سيميوطيقي معقد ومركب الذي يعمل على توطين الأنظمة الدلالية الكونية. ويبدو أن مقاربته ضمن مفهوم الفضاء السيميوطيقي بخصوصياته المعرفية والثقافية، كأداة لطرح سؤال التميّز والتفرّد للوقائع والظواهر الإنسانية يفتح أفاقا مهمة لا سيما وأن الكون السيميائي بِسعة مفاهيمه قادر على منح المُشتغلين، في حقل الإعلام، «السّرديات الثقافية والهويات البصرية، برنامجا عمليّا يستوعب الحمُولة الدلالية للتحولات التي تشهدها الصناعات الثقافية والمعرفية كما عرفناها في الماضي وكيف تُعاش في عصرنا الحاضر وما يمكن أن تصير إليه في المستقبل قصد فهم ديناميّاتها وكشف تناقضاتها وفك شفراتها» (بريمي، 2018، ص. 94).

ويستدعي تناول خطاب ديناميكي كالأفلام الإعلانية لصنف الخيال العلمي على منصة IMDb استنطاق، فهم وإبداء الحس النقدي إزاء كل ما تلتقطه العين بشكل عام وخصوصا في الشق الخطابي حيث ينبغي التعامل معها باعتبارها معطيات من صلب الثقافة– أي تحليل التريلات وفقا للسيرورة التدليلة بالبحث عن مستوياتها وآليات انتاجها– وما ترسمه من اختلافات وأبعاد وحدود حاضنة للمعنى.

فتمثلت عصارة الإشكالية –اسقاطا للرهان السيميوثقافي على مورفولوجية عنوان الأطروحة– في التساؤل الرئيس الآتي:

ما هي أهم مستويات تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـIMDb في انفصاله عن الخطاب الإشهاري؟

وفيما تتمثل أهم تمثلات الخطاب الإبداعي في علاقته الدلالية مع الأفلام الفعلية التي تحقق هذه المستويات؟

وتبسيطا للسؤال التركيبي، وانطلاقا من فرضيات استباقية التي تمخضت عن انفتاح، واتساع ثقافة إتاحة صناعات ومضامين وخطابات على الإنترنت، لاسيما كل ما يثيره الفيلم الإعلاني من

إشكالات وتساؤلات من ماهية الخطاب الإبداعي: هجين، مرفوع رقميا، مستوياته، تعددية عناصره السينمائية والأنماط السيميوطيقية فيه، خصوصية تحليل الخطاب الإبداعي في بعده الثقافي ؟

فإن التناول السيميوطيقي للخطاب الإبداعي الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb في بعده الثقافي لا يشكل إحاطة كلية ومطلقة –حسبنا– بخصوص تبيان ملامح أنماط الخطاب المتعددة المستويات (مرئية، صوتية وألسنية طبيعية؛ مدى تنوعها وتكثيفها) التي يبنى عليها الـMovie Trailer والمسؤولة عن إنتاج معلومات – تتجاوز النظر إليها بوصفها مجرد معلومات: إنما«علامات لهذا العصر» (العاملي، 2018). ضمن فضاء سيميوثقافي، إذن فالمسألة متعلقة بمحاولة تفكيك تركيبة هذا الخطاب الإبداعي إلى مجموعة مستويات من الأنماط الفرعية، رغم التداخل الكبير بينها داخله وتحديد موقعها ووظيفتها ضمن البناء العام. ومن هنا وجب علينا إثراء الإشكالية الرئيسة، وتعزيزها بجملة من التساؤلات نطرحها على النحو الآتي.

أسئلة الدراسة

يتفرع عن الشق الأول من السؤال المركب: ما هي أهم مستويات تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في انفصاله عن الخطاب الإشهاري؟، التساؤلات الفرعية التالية:

– ما طبيعة التطبيقات الأدائية والتكنولوجية المتبناة في الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb؟ وما هو موقعها في تأسيس خطاب هجين (خطاب إشهاري/سينمائي)؟

– ما هي أهم الوضعيات المتعددة التي تتخذها نصوص الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb ؟ وكيف تقف هذه الوضعيات وراء تشييد الخطاب الإبداعي؟

كما يتفرع عن الشق الثاني من السؤال المركب: وفيما تتمثل أهم تمثلات الخطاب الإبداعي في علاقته الدلالية مع الأفلام الفعلية التي تحقق هذه المستويات؟، التساؤلات الفرعية التالية:

– فيما تتمثل أهم آليات النمذجة التي تنخرط فيها الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb بالنسبة لأفلامها الفعلية ؟

– وكيف تتداخل الأنماط السيميوطيقية Semiotic modes & Modalities والعناصر السينمائية في علاقات منمذجة Semiotic modeling system لإنتاج المعنى في Sci-FI Movie Trailer ؟

– فيما تتضح أهم تمثلات الخطاب الإبداعي لأفلام الإعلانية في علاقتها الدلالية مع أفلامها الفعلية؟ وكيف تتجسد؟

2.1 أهمية الدراسة

ترجع أهمية الدراسة، إلى أنه نادرا ما حصلت الأفلام الإعلانية على اهتمام باحثي الدراسات الإعلامية، السيميوطيقية وحتى الدراسات الفيلمية باستثناء القليل منها، التي تروم تتبع التطور التاريخي لأشكالها في استوديوهات هوليود. هذا بالإضافة إلى عدم توافر المراجع العربية في المكتبات الأكاديمية والسينمائية التي تُعنى بهذه الصناعة الثقافية، إلى جانب المقالات والمجلات الأجنبية القاصرة على وضع قاموس مفهومي تقني لإعلانات الأفلام Movie Trailer. أمّا المتوافر من الكُتب الأجنبية على قلتها تناولت الأنواع المختلفة من إعلانات الأفلام والإشتغال عليها من حيث الأساليب البلاغية، والاستراتيجيات الإعلانية، لذا فإن مناقشة الفيلم الإعلاني في هذه الدراسة يذهب لبرهنة تمثل مزيجها الهجين (الأنماط السيميوطيقية والعناصر السينمائية) والبحث في عمليات التدليل حيث يتكامل الإبداع مع تضافر دور الثقافة في دفع وتأسيس خطابات حديثة مرتبطة بالظاهرة الثقافية السينمائية.

– تأتي الدراسة بأهميةٍ، تنبع من إيجاد وتنقيح مساحات رمادية أين تستقر بها الدراسات الإعلامية والاتصالية نتيجة التحاقل، العبور التخصصي والتناهج، ومنها محاولة إيجاد تصور منهجي واضح لتضييق الهوة المعرفية لمقاربة الخطاب الهجين الدينامي المرفوع رقميّا (الخطاب الإبداعي).

– هذه الدراسة تحرك الفكر في اتجاه مراجعة الوضعية الثقافية والسيميوطيقية للخطاب السينمائي الحديث، وإعادة تأويله على ضوء تيارات فكرية (نظريةYouri Lotman) التي تنطلق من اعتبار اللغة (الطبيعية وغير الطبيعية) ظاهرة ثقافية تحيل على آليات بناء المعنى ذات مستويات معقدة.

– التعرف على نتاج العلاقة بين تصوّر المُبدع (صُنّاع الفيلم الإعلاني Trailermaker) والثقافة بوصفها مرجعية؛ يتأسس عليها الخطاب البصري بشكل عام والفيلمي بشكل خاص.

– توجه الدراسة الإنتباه نحو ما يسمى المناهج الحاسوبية من حيث استغلال العدة التقنية والبيانات الضخمة التي توفرها البيئة الرقمية من منصات وشاشات شبكية.

3.1 مبررات اختيار الموضوع

تقترن أسباب ودوافع اختيار مواضيع البحوث عموما، بملامح الشخصية العلمية للباحث وتفاعل هاجسه البحثي بالمشاكل التي تهمه وتهم مستحدثات المجتمع العلمي على التوالي، إضافة إلى اتصالها بالبراديغمات المتبناة- تم التلميح لها آنفا في الأهداف- التي من بين وظائفها توجيهه إلى إلقاء الضوء على قضايا والنظر إليها من خلال زاوية معينة لتذليلها. ولأن البحث العلمي ينطوي على استثمار كبير لوقت وجهد الباحث، فيجب أن تكون الأسئلة البحثية متعلقة بمشاكل حقيقية لم يتم تناولها بشكل كاف أو مطلقا في أبحاث سابقة. (باتشيرجي & بن ناصر آل حيان, 2015, ص. 70) ، ويعود اختيار الموضوع لعدة أسباب ذاتية وموضوعية يمكن أن نختصرها بالشكل التالي:

3.1 .1 الدوافع الذاتية

استنادا إلى خلفيات الطالبة التي تنزع نحو المقاربات التي تستقي هاجسها من الخاص للعام أو بما يُصطلح عليه بـ A Bottom-up approach وذلك بالتوجه نحو المضامين السمعية البصرية، الأشكال التعبيرية الحديثة والفنون السينمائية، بالأخص ما يتعلق بـ: Comic، Modern myths، Books، Literature SCI-FI، Film /Movie SCI-FI، Trailer /teaser حيث انطلق الهاجس البحثي من أسئلة استطلاعية طُرحت ما بين عامي 2017 و2018 على منصتي: Research Gate و Quora الأخيرة منصة أمريكية وفضاء يتيح طرح الأسئلة والإجابة عليها، في شكل آراء واقتراحات قابلة للتعديل عليها من طرف مستخدمي الإنترنت المتخصصين في المجالات ذات الصلة بالمواضيع المطروحة.

أما عن ResearchGate (Academic network) منصة تقدم خدمة التواصل الأكاديمي للباحثين والعلماء من جميع التخصصات، متاحة مجانًا، يُسمح لمنتسبيها أيضا بمشاركة ورفع المقالات المداخلات والكتب العلمية، كما تحوي منتدى ومجموعات للمناقشات العلمية. بحيث كان مفاد الأسئلة كالآتي:

السؤال العام على المنصتين:

ما المؤشر الأولي الذي يُفاضل به المشاهدون بين فيلم سينمائي وآخر على الإنترنت؟ والإجابة جاءت بديهية دونما تحليلات مستفيضة، الفيلم الإعلاني Movie Trailer, Film Trailer, Coming Attraction.

السؤالان الاستطلاعيان على المنصتين:

جدول (1): *يوضح الردود على السؤالين الاستطلاعيين*

السؤالان	الردود
What happened to movie trailers after releasing their movieson digital platform? ما مصير الأفلام الإعلانية بعد إطلاق أفلامها على المنصات السينمائية الرقمية؟	**Roberto Etcheverry** working as a video editor: They move to a nice retirement home on youtube and sometimes they go back to work for a bit in Blu Ray and streaming releases of their movie.
What is The Discoursive and artistic status of the movie trailer? ماهي الوضعية الخطابية والفنية للأفلام الإعلانية؟	**Zouheir Maalej**, a cognitive linguist and an independent retired researcher: Dear Soumia, You might want to adopt a cognitive science perspective by focusing on knowledge. The approach consists in investigating knowledge manipulation (restructuring or disruption) by comparing the categories of knowledge in film (textual knowledge) with those frames of knowledge in the mind (world knowledge). There is a lot of literature on this cognitive paradigm. I hope I did not miss your question. **Carolina Ferrer**, Professor at the Department of Literary Studies of the University of Quebec at Montreal (UQAM): I suggest you use the épistémocritique approach. This will allow you to identify the scientific discourse, which is undeniably present in these films. Go to www.epistemocritique.org

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(Etcheverry, 2017)

(Maalej & Ferrer, 2018)

- وبناءا على الإجابات التي تشير في معظمها، إلى عدم وضوح مصير الفيلم الإعلاني خارج الاشتغال البراغماتي الإشهاري، التمسنا إشكالية حقيقية وفجوة معرفية بحاجة للبحث العلمي وبالتالي، الفضول لاكتشاف مستويات ومراحل صناعتها (نقصد Trailers Movie)، السيرورة التدليلية (السيميوزيس) ودلالة مضامينها و قدرتها الإبداعية.

- إمكانية استغلال صناع الأفلام الهواة Cinéphile وVideomaker ذوو الميزانيات الضئيلة– خاصة الهواة السينمائيون في الجزائر أمام تداعي وخمول القطاع الصناعي السينمائي– للـ Movie Trailers كمواد خام لإعادة تدويرها ضمن مضامين مستقلة إبداعية وشكل ثقافي جديد يحظى

بالإهتمام الشديد على المنصات الإفتراضية المتخصصة في المجال السينمائي كمنصة IMDb وحتى المنصات الشبكية التواصلية كالYou Tube.

2.3.1 الدوافع الموضوعية

- لفت الانتباه إلى هذا النوع من الدراسات التي تُعنى بِجانب مُستحدث في المجال السينمائي، وذلك من خلال التقصّي، البحث ووضع تحليلات للوسائط السمعية المرئية التي تفرعت عنها، وما أفرزته من خطابات متعددة ومتداخلة التي تبدعها على مستواه.

-إعلاء المتغير الثقافي في الحقل المعرفي السيميوطيقي، وذلك بتطبيق أطره المنهجية لتحليل أنماط معقدة من الخطابات المرتبطة بالوسائط التكنولوجية باعتبارها وسائل إعلامية اتصالية وترفيهية لاغنى عنها في عصرنا، وجدت لنفسها إحالة على الواقع الثقافي.

4.1 التحليل المفهومي والتحليل التفكيكي للفرضيات

تنطوي هذه الجزئية أولا على التحليل المفهومي والتحليل التفكيكي للفرضيات قبل التطرق للإجراءات المنهجية، ونحسب أن إدراجها بهذا الترتيب يخدم أهداف الأطروحة للإعتبارات التي نوردها كالتالي:

الإنطلاق من الإبستمولوجيات Epistemologies ، نظريات العلوم وفلسفاتها–إلى جانب تاريخ حافل من الانتقالات والقطائع البراديغمية– أتاحت للباحثين فهم حقيقة ثابتة وهي؛ التصاق صفة النسبية لكل مخرجات الجهد الفكري الإنساني، وتعاديًا نسبية المعرفة العلمية المؤطرة بثنائيات الاحتمال والتخمين، الزمان والمكان، التي أرست بالمقابل للتعددية، التنوع والاختلاف.

وقد حلَّت النسبية كثيرا من معضلات الفكر، فحسب بول فييرابند Paul Feyerabend أن العلم ليس نموذجا موحدا للتفكير، وإنما يُعد مجرد نوع من أنواع الثقافة، بل إنه ينمو ويزدهر وسط مجمل الأنظمة المعرفية البشرية الأخرى التي تحيط به، وتحركه عوامل الوعي التاريخي والحضاري للمجتمع، عبر مراحل الزمن المتعاقبة. (Feyerabend et al., 1979, p. 13)

هذا المنحى أرخى لضرورة تحرير المادة العلمية، بمعنى أنه لا توجد أية قيود منهجية، على اعتبار أن مناهج البحث الكلاسيكية التي تناولت موضوع المعرفة لم تقدم شيئًا للعلم، لأن العلم ليس له منهج خاص به لتحقيق التقدم، بل أن مناهجه تعددت بتعدد المواضيع ، لذلك وتجاوز قواعد المنهج الموجود ليس بالحدث النادر، بل إن التجاوز أمر ضروري لتحقيق التقدم في العلم (السيد، 2015،

ص. 143) إذن إتباع التعددية المنهجية بديلاً للواحدية المنهجية لا يمكن فهمها عبر الثنائيات التفكيرية فحسب، وإنما بإضافة حالة ثالثة وهي اللامنهج أوضد المنهج[1]، وهذا لا يعني أنه لا توجد أية قيود منهجية وإنما بإتباع قاعدة أي شيء ممكن.

1. 4.1 التحليل المفهومي

انطلاقا من الخلفية المقتبضة السابقة، وفي هذا المسعى، فإن الاستناد إلى تحديد وتحليل المفاهيم في العلوم الاجتماعية والإنسانية، يختلف عما هو في التخصصات الأخرى لا سيما العلوم الصورية (رياضيات) وعلوم الطبيعة (فيزياء، كيمياء وبيولوجيا) منها، وذلك أن المفاهيم في هذه التخصصات التي يستند إليها هندسة المعمار الأكاديمي العربي مترجمة من لغات أخرى ترجمة لا يتوخى فيها إلا الجانب الحرفي ما يفرز مفاهيم هلامية وغير دقيقة، هذا ما يتيح هامشا كبيرا للباحث لأن يغامر فكريا في بناءها (بغض النظر عن سلبية أو إيجابية هذه الإتاحة) أثناء رحلته من الشك إلى اليقين، لذا فالمفاهيم ضمن العناصر المنهجية التي ينسحب عليها الشك التي تبقى تحت الاختبار مثلها مثل الفرضيات، وهنا تقترح الأطروحة مسمى التحليل المفهومي بدل الضبط المفهومي.

التحليل المفهومي للإبداع ومستويات الخطاب الإبداعي

لقد تخيرت الأطروحة مُسمّى الخطاب الإبداعي، رغم اقترانه بفضفاضية الإبداع وبُعد خضوعه لقواعد ومعايير ضابطة؛ ولدلالة مصطلح الخطاب الذي يتسق والعمل الذي يقوم على مُمارسة لها شكلها الخاص من الانتظام، ما يفضي أن خطاب " الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb يشكل ممارسة إبداعية، وصناعة ثقافية – تكنولوجية لها تشييدها السيميوطيقي، سماتها وتشكيلها.

وفي هذا الصدد، تستكشف الأطروحة طرق تشكيل الخطاب الإبداعي في ظل "الفضاءات الثقافية والرقمية" التي تُعزز الإبداع السينمائي، وبالكشف عن الآليات الكامنة وراء محاولات الـ Trailer Creators في إعادة تعريف العلاقة الحديثة بين الفيلم الفعلي وإعلانات الأفلام خارج حدود الخطاب الإشهاري.

يعتبر الإبداع سمة أساسية من سمات الروح البشرية منذ العصور القديمة، في حين أن الأهمية الثقافية التي اكتسبها المصطلح والممارسة اتسعت في الآونة الأخيرة من خلال الاتجاهات الفكرية

[1] هذه الحالة، يشير إليها القرآن الكريم في سورة الأعلى الآية 13 في قوله تعالى «ثُمَّ لَا يَمُوتُ فِيهَا وَلَا يَحْيَى»، حيث اللاموت واللاحياة إنما هي حالة ثالثة تتجاوز الزمان والمكان. كما أشار إليها أيضا P.Feyerabend في كتابه " Against Method"

المعاصرة، وذلك أن، مفهوم الإبداع واسع لدرجة أنه يشمل جميع جوانب الحياة من المنجزات الأكاديمية، الفن إلى التواصل، ويتم مدارسته اليوم من وجهات نظر متنوعة ومن خلال تخصصات عديدة. فالإبداع مصطلح شُيّد مبناه على ثلاثة مستويات؛ أولها المستوى اللاهوتي، نعني به صناعة الشيء على غير مثيل (ابن منظور, n.d)، كما جاء في القرآن الكريم، لقوله تعالى ﴿ بَدِيعُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۖ أَنَّىٰ يَكُونُ لَهُ وَلَدٌ وَلَمْ تَكُن لَّهُ صَاحِبَةٌ ۖ وَخَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ ۖ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴾ سورة الأنعام (101)، ﴿ بَدِيعُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۖ وَإِذَا قَضَىٰ أَمْرًا فَإِنَّمَا يَقُولُ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ﴾ سورة البقرة (711)، كما هو من جهة أخرى؛ أن المبدع (الخالق–الله) مُنشئ الموضوع الإبداعي، هو الذي يتيح للعنصر البشري القدرة على الإبداع:

«The concept of the Creator refers to the Creator-God who is the generator of the[2]creative subject and bestows to him/her the ability to create» (Pope, 2005, p. 38) .

بما معناه، أن الموضوع الإبداعي توليفة بين العنصر البشري والإلهي، حيث يمكن من خلال الوساطة الإلهية– الذي هو منشئ الموضوع الإبداعي– أن يمنح القدرة على الإبداع.

أما المستوى الثاني، نعني به الإتيان بالمستطرف؛ أي تخليق اللاحق من السابق، فهو تبلور وتحصيل لتراكم عناصر فكرية، عاطفية، خيالية ماضية وحاضرة في الوقت ذاته (جبور, 1979, ص. 11)، تنحو هذه الفكرة نحو أن للإبداع تأسيسا يمثل وجهة نظر المبدع؛ أي أن الشخص المُبدع مدفوع بقوة داخلية نحو التعبير الإبداعي عن شيء، وهذه القوة ما هي إلا اعتبار عقلي على قدرته، على الاكتشاف، الفهم وإنتاج المعرفة.

فالمستوى الثالث، الذي يتعلق بتمايز إطارين لمظاهر الإبداع، واللذين ينبآن عن تأثر المصطلح بالفكر ما بعد الحداثي:

الإبداع في ميدان الفنون، الذي يعيد إرساء البعد اللاهوتي للمبدع، وبالتالي يرفع مكانة الإنتاج الفني مقارنة بمجالات أخرى.

في حين، طرحت قضية تضمين من عدم تضمين معادلة الإبداع في مجالات خارج الممارسة الفنية والفكر الفلسفي (Leahy, 2005, p.77)، واستمر هذا التضارب إلى سبعينات القرن العشرين وهي الفترة التي تكثفت فيها الدراسات الثقافية والنقدية– كما تضاعفت فيها استخدامات الصفة الإبداعية،

[2] Creative Subject: The person who creates/acts creatively.

ليست اللصيقة فقط بالإنتاج الفني، التي مكنت من إنشاء مرجع اجتماعي ثقافي للمصطلح، إنما وتدريجيًا أصبح للإبداع أرضية مشتركة للباحثين ومفهوماعابرا للتخصصات. (Stein, 1953, p. 222)

وفي هذا الإطار، وضمن متطلبات الأطروحة، تم تشكيل اتجاه لتجميع خصائص مختلفة للإبداع تم اعتبارها مؤشرات كشرط مسبق للمفهوم بناءا على ما أجمع عليه الباحثون منهما Mark A. Runco و Garrett J. Jaeger[3*] اللذين أساسا مفهوما معياريا Standard Definition للإبداع:

تتصدرها أصالة المنتج Originality، حيث يقول مارسيل Marcel Martin في هذا الصدد أن الإبداع كفاءة، سمة وقدرة تصوير المجرد والمعيش، التفنن في تحقيق التوالج بين الحلم والواقع، استحضار الماضي وتحيين المستقبل، إظهار المرئي واللامرئي (Marcel, 1992, p. 19) ، بمعنى أن ضروب الإبداع تتباين وتدل على الفروق الفردية ما يجعلها نادرة، متفردة ونافعة (حتى ولو على صعيد فردي حصرا) ، في حين أنه يمكن أن تؤدي عملية عشوائية أو تجربة عفوية –وفقًا للخبراء– إلى شيء مشابه لما يسمى بالمنتج الأصلي، وهكذا، –حسبنا– تصبح خصوصية وأصالة الخطاب نواة الإبداع، مع إدراك حاجة الأصالة لمؤشرات تابعة يتضح من خلالها تجليات الخطاب الإبداعي.

وبهذا، نتجه نحو تتبع الروح السيميائية في الخطاب الإبداعي المعاصر لإعلانات الأفلام، التي نرى أنها المسؤولة عن جزء كبير من تشييد صفة الإبداع ؛ حيث يتحدد الخطاب المُبدَع بجزء كبير من إنتاج المعنى في إعلانات الأفلام من خلال إجراءات ذاتية (كفاءات فردية) مرتبطة بصُنّاع الفيلم الإعلانيTrailermaker، وقدرة الأخير على إنتاج قوانينه الخاصة المستقلة عن القوانين التي تنظم خطاب الفيلم الفعلي، والتي أفرزت رموزا سينمائية ليس لها وجود مسبق ولو باستباق تشابه اللغة السينمائية.

كما يقول الكسندر أرنو أن «السينما لغة صور لها مفرداتها وبديعها وبيانها وقواعد نحوها» (مارسيل, 2017,ص. 8). ولما كانت البنى القواعدية السينمائية تزيد من القدرة التأثيرية للخطاب السينمائي، جراء انتظام اللغة السينمائية؛ بعد الاتفاق على وصفها فعلا لخطاب[4] Acte de Discourse

[3] في مقالهما "The Standard Definition of Creativity: A Guide to the Past, Present and Future" وضعا مؤشرات ومعايير شيدت على ضوء السياقات المجتمعية والثقافية ونقد التجربة التاريخية لتطور المفهوم، التي أفضت إلى تحديد تصور جديد للأبعاد العملية للإبداع في الفنون والعلوم.

[4] بعد النقلة النوعية التي شهدها حقل سيميولوجيا السينما، تحليل النصوص الإعلامية والأفلام السينمائية على يد "كريستيان ماتز"، الذي نشر أول دراسة له في هذا المجال تحت عنوان "هل السينما لسان أم لغة ؟"، في سنة 1964م

أي لغة تواصل دالة؛ بمعنى أنها حوصلة تجمع عناصر أساسية، اللسان بوصفه منتجا اجتماعيا وشفرة مشتركة ضرورية للتواصل بين أفراد الجماعة، وكلام بوصفه فعلا فرديا إبداعيا ينتج عن استخدام المتكلم لتلك الشفرة المشتركة، فإنه افتراضا نشير إلى تواجد بنى قواعدية سينمائية تُعنى بالخطاب الإبداعي لإعلانات الأفلام محتواة في فضاء تحت مسميات معاصرة- تخالف ظروف الرأسمالية المتقدمة- تضمن التحول الثقافي، التكنولوجي وما بعد الحداثي. (أنظر الجدول 2/الشكل 3)

جدول(2) : البنى القواعدية للعناصر السينمائية

البنى القواعدية السينمائية
اللقطة السينمائية Plan cinématographique هي القطعة المقتطفة من عالم الحياة المرئي بأبعاد تتناسب والصورة السينمائية أو ما يطلق عليه عالم الشاشة المرئي.
الجوهر التقني للقطة Plan Technique "الوحدة الفيلمية الصغرى التي تُصوَّر بين لحظة تشغيل الكاميرا ولحظة إيقافها مهما كان مضمونها، بحيث تنتظم في مشاهد Scènes، والمشاهد في فصول متتالية Séquences" (لوتمان & الدبس, 1989, ص. 39).
الجوهر السيميائي للقطة "كيان دلالي وظاهرة دينامية مونتاجية، تكمن حدودها في الموضع الذي يُلصق فيه المُخرج حدثا مصوَّراً مع حدثٍ آخر" (لوتمان & الدبس, 1989, ص. 39).
اللقطة في الـ Sci-FI Movie Trailer هي القطعة المقتطفة من عالم الشاشة المرئي (أفلام Interstellar, The Martian, Arrival الفعلية) بأبعاد تتناسب والصورة السينمائية أو ما يطلق عليه عالم Movie Trailer المرئي.
حدود اللقطة
هي الخصائص التي تؤكد على سينمائية اللقطة (أصالتها) واختلافها عن لاسينمائية الصورة الفوتوغرافية أو اللوحة التشكيلية
الحركة المزدوجة(الداخلية/الخارجية) تفعيل انسيابي تقطيعي مدروس نابع من دينامية الأجزاء المؤطرة ببنية اللقطة الداخلية وحامل الأجزاء الخارجي .
حدود المكان والزمان الإحداثيات الأساسية التي تحدد حركية الصورة السينمائية وينقسم إلى: **حدود المكان:** الإحداثيات التي يتم من خلالها إقامة علاقة تقابلية بين الأشكال الفراغية للواقع ومساحة الشاشة المستوية والمحدودة بحوافها الأربع (للقطة). (لوتمان & الدبس, 1989, ص. 112) **حدود الزمان:** الإحداثيات المطبوعة بشكل يشحن اللقطات بالثقل المناسب الذي يعمل على خلق الإيقاع. (لوتمان & الدبس, 1989, ص. 114)
حدود المساحة: النسب الثابتة والمتغيرة، لحجم انبساط اللقطة (كإخفاء الجزأين العلوي والسفلي أو الجانبين

إيحاءا على عرضية المكان وشساعة الأفق، أو يزيد من الإحساس بالارتفاع) (لوتمان & الدبس, 1989, ص. 307)
العناصر السينمائية (وحدات اللغة السينمائية) هي الدوال التقطيعية؛ التصويرية، الضوئية، الكتابية والصوتية والوصلية... التي نرصدها في الـ Sci-FI Movie Trailer؛ تتخندق وفق منظور سينمائي إلى : وحدات أساسية ووحدات إضافية.
– **وحدات أساسية ثابتة**، حيادية ومتوقعة تشترك فيها السينما والخطابات التعبيرية البصرية والسمعية البصرية الأخرى (العناصر التعبيرية التقنية). – **وحدات إضافية(مبدعة)**، تستغل الوحدات الأولى دون هدمها في خلق اللامتوقع، خاصة بالتعبير السينمائي (العناصر الدالة).

المصدر: إعداد شخصي

شكل (3): *يوضح العناصر السينمائية*

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من: (لوتمان & الدبس, 1989, ص. 48، 49،50)

وعلى ضوء ما سبق، تبينت لنا المؤشرات المُساندة في: الفعالية Effectiveness، الكفاءة الشخصية Efficiency (شخصية المبدع) والفعل التواصلي Communicative Action (التفاعل الثقافي الديناميكي). إلا أن مؤشر الفعالية Effectiveness تابع للنفعية ما يستدعي إلصاق لاحقة بموجبها

يتضح الصرف السينمائي، المتمثلة في فعالية السنمأة [5] Filmic Effectiveness التي تقع ما بين تسجيل الجوانب الفردية المُعزَزة للإبداع في الأفلام (على سبيل المثال، اكتشاف أسلوب التقطيع والمونتاج، تأثيث البيئة، والشخصيات، الزمان والمكان وتطورات البنية السردية)، والظروف التي يمكن للمنصات الرقمية توفيرها لتطور السمة السينمائية للأفلام. (Kloepfer, 2015, "177" section).

ومنه، من الواضح أن، مفهوم الإبداع معقد للغاية، ومن الصعب فهم تمظهره لأنه ينطوي على جزء كبير من المهارات الإدراكية والعقلية البشرية التي تمس عديد التخصصات Multidisciplinary والدراسات البينية Interdisciplinary في آن، لكن لا يمكن– ضمن هذا الإ تجاه – تجاوز واستبعاد استخدام الديناميكيات التواصلية للغة (ربط اللغة بالقدرة الديناميكية للإبداع) باعتبارها بنية وأداة متطورة للتعبير والممارسة بشكل خلاق، ووسيلة للقدرة الإبداعية للإنسان سواء كانت في شكلها المنظومي التواصلي اللفظي أو/وغير اللفظي، كما تعتبر عنصرًا أساسيًا في الثقافات كهيكل يشكل وعي كل منشئ/مبدع/مرسل عن واقع أو منتج. (Bohm, 1996, p. 32)

وهذا ينِّم على قدرة اللغة (اللفظية أو/وغير اللفظية)، بأن تتحول إلى خطاب إبداعي عبر شبكة من العناصر الثقافية حيث تستند إلى عمليات الارتباط، التقارب والاختراق بينها، التي تسمح بتطوير نص المنتج وبالتالي إلى إحداث تغيير ديناميكي على الخطاب.

أولا، الأصل في الخطاب هو نقل المعلومات وإيصال المعنى بطريقة غير مباشرة، بينما الخطاب الإبداعي يتجاوز ذلك إلى الاهتمام بالنص؛ فإذا كان المعول الأساسي في الخطاب هو المعنى ونقل الفكرة، فإن الخطاب الإبداعي يتجاوز هذه الغاية، ويجعلها في المرتبة الثانية بعد الاهتمام بالنص ذاته، والتركيز على لغته، بشكل يمنحها قيمة جمالية، وقوة إيحائية دلالية تفوق المعاني المعجمية للمفردات. (أبو حميدة, 2000, ص.32)

وبهذا المعنى فإن الخطاب الإبداعي يستلزم لغة خاصة، تستدعي انحرافا عن الإستخدام التقليدي والذي يمكن تطبيقه على نصوص إعلانات الأفلام؛ هذا الانحراف أطلق عليه موكاروفسكيMukařovský الانحراف اللغوي Defamiliarization بما معناه:

« The deviant unconventional, and poetic use of language, found primarily in literary texts but also in any discourse considered creative » (What Is Defamiliarization | IGI Global, n.d).

[5] يتم توصيف كنه السنمأة لاحقا بتفصيل أوفر.

إذن الانحراف اللغوي، أن تجعل الشيء المألوف والمعروف جديداً وغريباً ومختلفًا، وهذا ما يجب أن يتصف بهِ أسلوب الفن؛؛ أي أن تزيد من صعوبة الإدراك وتطويله، فعملية الإدراك هي غايةٌ جمالية في حد ذاتها ويجب إطالة مدتها. (Support, 2020)

وتأسيسا على ما سبق، يمكن التعبير عن الإبداع في خطابات عديدة بالابتعاد عن المألوف؛ وبطرق متنوعة من خلال الاستخدام غير التقليدي للغة، وبالتالي تقديمها–أي الخطابات التابعة للمنتج الإبداعي الثقافي– بطريقة غير مألوفة؛ إما من أجل تعزيز الواقع الإدراكي للغة المألوفة أو الخطاب المألوف، وإما من أجل تحقيق الاستقلالية عنه.

كما أن تمثيل هذا الخطاب غير المألوف يتطلب كمّا من التخيل والجمالية التي تنبع من مبدع متميز يتحكم في تجاوز اللغة العادية إلى أخرى؛ وبهذا فهو متمكن من تمثيلات المستوى الأول اللغة الطبيعية وله القدرة على صياغة تمثيلات المستوى الثاني اللغة غير الطبيعية، كما هي في السينما لغة تعيد إنتاج الصور عن العالم، وما تقوم به إعلانات الأفلام هو إعادة إنتاج صور السينما (الفيلم) بإضافة طبقات ومستويات دلالية وأنماط سيميوطيقية جديدة لا تلغي الأولى ولكنها تتخذ انزياحا بنيويا؛ « فالإنزياحات التي تمس تنظيمه البنيوي لا تخلو من دلالة بل إنها تساهم في منحه كافة تحققاته» (Lotman et al., 1976, p. 120). مما يحيلنا على أن التصوُر والنشاط الإبداعي الجديد الذي يطال ملامح« كتل الحركة- الزمان blocs de mouvement-durée» (Cadu, 2021)، لنصوص إعلانات الأفلام؛ يتمثل في خلق علاقة ترابطية معقدة بينها وبين نص الفيلم الفعلي، عبر خطاب ينقل لغة غير طبيعية (الخطاب السينمائي الكلاسيكي) وانحراف وظيفية العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية الجديدة الناتجة عن التطور التكنولوجي (الإتاحة على المنصات).

وبناءا على هذا التمييز، يصبح الإنحراف خاصية إبداعية وآلية سيميوطيقية، حيث يتخذ من الدلالات الجديدة Semiotic modes الناتجة عن انحراف سيرورة انتاج المعنى السيميوزيس، التي اصطلح عليها لوتمان بالأنساق المُنمذِجة (بريمي، 2018، صفحة 93)، أرضية مشتركة بين الديناميكيات الإبداعية، الثقافية واللسيميوطيقية، بيد أن الأطروحة توجهت نحو استصدار تبرير إجرائي (justification) يتبنى تسمية الأنماط السيميوطيقية المُنمذِجة (سيتم توضيح التبرير الإجرائي لاحقا) الأولية والثانوية (سيتم التفصيل في حيثيات النمذجة Modeling من خلال الفرضيات) ومن هنا تأسس الموضوع الإبداعي على النص نفسه واستكشاف الطرق التي ينتجها شكل النص والمعنى؛ وبالتالي، لا

يمكن أن نتحدث عن تشييد سيميوثقافي في الخطاب الابداعي إلا إذا التزم منتج الخطاب (نصوص إعلانات الافلام) بقواعد انتاج المعنى وتوليد الدلالة.

إذن، تمخض عن السّياق السابق، أن توافر تلك العناصر أو الأنماط، واستثمارها ضمن الفضاءات الرقمية والثقافية، ينتج عنه تشكيل إبداعي ذو أبعاد وإمكانات جديدة (التحول إلى مادة قابلة للاستثمار في فكر جديد انطلاقا من أفكار مبثوثة في ثنايا عمل فني مغاير) إذن، السينما والفيلم كفكر ووعاء يمكنهما أن يحضرا في مجالات إبداعية أخرى، ويحصل أن يتم التعبير عنهما في الفيلم الإعلاني الذي يسعى إلى إحداث إما نقل أو تغير في طبيعة البنى الراكزة والمتعارف عليها سينمائيا ومنه خلق متغير بنائي قادر على جذب الحواس، غير أنه لا يملك المظهر نفسه أو الهيئة نفسها، لأن هناك أفكارا لا يمكن أن تكون إلا سينمائية.

وبناءا على الخصائص التي تعتبرها الأطروحة شروطا مسبقة لتأسيس المفهوم المعياري للإبداع: الأصالة Originality، فعالية السنمأة Filmic Effectiveness، الكفاءة الشخصية Efficiency (شخصية المبدع) والفعل التواصلي Communicative Action (تفاعل الفضاءات الثقافية الرقمية الديناميكية)، توصلنا إلى:

أولا، ترى الدراسة، أن الإبداع هو نشاط لحل المشكلات من خلال التفاعل بين المستوى الوضعي للغة، المستوى السيميوطيقي والمستوى التأسيسي، والتجارب الفردية والاجتماعية، والمعلومات المدمجة في الأشكال الجديدة المسقطة على اللغة.

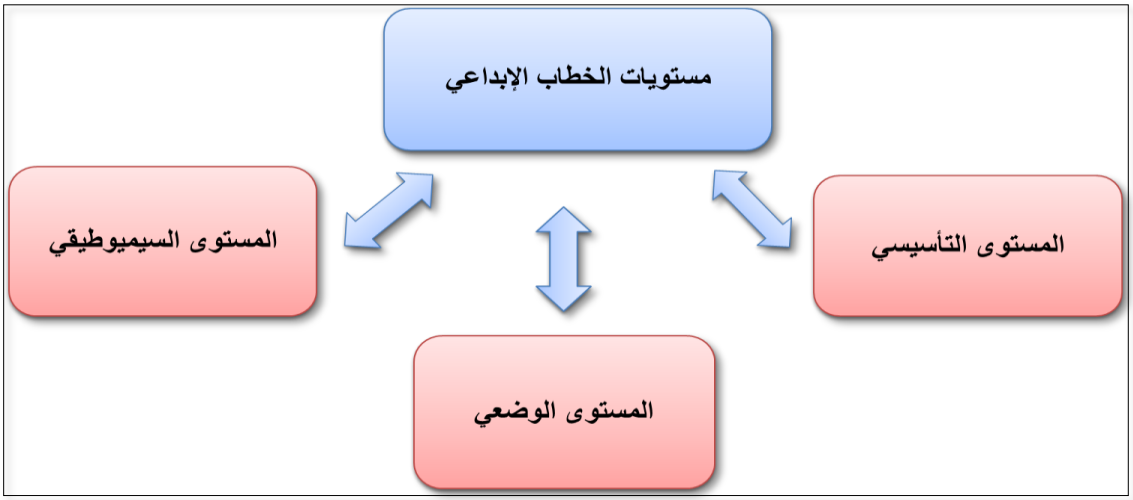
المستويات التأسيسية، الوضعية (أو التموضعية) والسيميوطيقية اجرائيا

تم تناول الخطاب الإبداعي في الفنون والعلوم على نطاق واسع، لا سيما في الفنون المسرحية والشّعرية، مما نحا بنا إلى تبني هذا التناول وتكييف عناصره وفق مدونة الدراسة حيث أن :

الدراسات النقدية الكلاسيكية حددت أركان الخطاب الإبداعي بمُدارسة ثلاثة عناصر: المؤسس للخطاب المبدع، تمُوضع الخطاب إزاء الأثر المرجو وتداوليته؛ فكل عنصر يلتقي ويقود للعنصر الموالي، نهاية إلى فعل المشاهدة، باعتبارها قراءة لعناصر العرض. (رشيد, 2009)

وبتكييف طرح "آن أوبر سفيلد" Anne Ubersfeld في تحديد المستويات الرئيسة (الصائغ, 1997, ص.263)، والمدعم بالأطروحات السابقة والتي تُشّكل باجتماعها وحدة متناغمة لتفسير الخطناب الإبداعي وفق المخطط التالي:

شكل (4): *مخطط يبرز مستويات الخطاب الإبداعي*



المصدر: إعداد شخصي

إذن، ومن منظور شامل يتمثل الخطاب الإبداعي في:

عملية تفكيك لخلق خطاب هجين دينامي جديد في صياغته وإن كانت عناصره سابقة الوجود، يخضعه المبدع لمعطيات الإدراك، الواقع والخيال... داخل فضاء ثقافي رقمي في إعادة تمثيله مانحا له مستو تأسيسيّا، وضعيّا وسيميوطيقيا مختلفا.

التحليل المفهومي للمفاهيم الواردة في الدراسة:

تحوي الدراسة مجموعة من المفاهيم والمصطلحات التي وردت بصفة تُشكل قاموسها ولُبها، وكما أوردناه سابقا، حيث أن تحديد المفاهيم يتم وفق سيرورة اقترابية تحليلية تتواءم وما ترمي إليه الدراسة، ما يذهب بنا إلى التحديد الإجرائي مباشرة، الذي جرى بالإرتكاز على جملة من الأدبيات والقراءات النظرية المتنوعة؛ فمنها ما هو مُتبنى ومنها ما جاء بتصرف، والآخر جديد في صقله ومحتواه تبعا وما يتناسب الموضوع.

وحسبنا، نرى أن هذا الإجراء، قادر على التغلب على عديد الصعوبات ويتيح هامشا من الديناميكية في عملية التقصي التي تخدم أغراض الدراسة، أمام إسقاط التعريفات اللغوية والاصطلاحية

التي لا تخدم الدقة العلمية (محاولة توخي العلمية والابتعاد عن الحشو البيبليوغرافي والنظري) وقد جاءت على الشكل التالي:

الخطاب Discourse

يعد الخطاب نظاما أو واقعة ثقافية ذات بنية علاماتية (تلفظيّة وغير تلفظية) منخرطة في سيرورة تداولية؛ يهدف انتاجها، اشتغالها وتأويلها في السياق المناسب (المشروط بفضاءات ثقافية، سيبرانية وإيديولوجية)، إحداث عملية تواصلية. (إجرائي)

الخطاب الإبداعي Creative Discourse

في التصور السينمائي للدراسة، هو عملية خلق لنتاج خطابي فيلمي ما (MovieTrailer, Recut Movie Trailer)، جديد في صياغته وإن كانت عناصره سابقة الوجود (التسجيل القبلي)؛ يعني أن الإبداع، هو الانطلاق إما من مختارات الفيلم الفعلي أو من عناصر سينمائية وأنماط سيميوطيقية خالصة للفيلم الإعلاني في عملية بناء الخطاب، يخضعه المبدع (Trailer Maker, Fan Trailer Maker) لمعطيات إدراك الواقع والخيال الجديدة (ثقافي وسيبراني) بحيث يحولها إلى مدرك (الفيلم الإعلاني) ذو شكل وتعبير منفصل. (إجرائي)

السنمأة

مصطلح منحوت من المصطلحين السينمائية و السينماتوغرافية؛ يعني انسياق الحالة السينمائية للإطار في الفيلم الإعلاني، وهذا تبعا للنقاد الشكلانيين الروس الذين يصرون على أن دراسة الأدب ليس دراسة النتاج الأدبي بل الحالة الأدبية. إذن هذه الآلية تسمح باستكشاف الوحدات المحفزة على تمظهر الأنماط السيميوطيقية الأصيلة في الفيلم الإعلاني المُبدع لإنتاج خطابي لغوي وغيرلغوي. (إجرائي)

الثقافة Culture

فضاء دّال سيميوطيقي، يُنظر إليها بوصفها جامعة لظواهر تواصلية وأنظمة دلالية، مُولدة لبُنيات (نصيّة–سننيّة) ذات خصوصية، تتراص لتشكيل أنظمة مركزية، وبموجب الدينامية يتم تفكيكها لأنظمة فرعية ومن ثم لأنماط، اعتماداً على وسائل الإعلام الجديدة. (إجرائي)

2.5.1 التحليل التفكيكي للفرضيات

بعد طرح سؤال البحث، كمرحلة أولى من مراحل تحديد المشكلة، يبقى الإنتقال إلى عملياتية هذه الإشكالية العلمية، عن طريق تحويل سؤال البحث إلى فرضية، حيث أن سيرورتها تسمح بالإنتقال من سؤال البحث الذي يتميز بالعمومية والتجريد إلى تحديد ماهية الخطاب وملامحة ومستوياته والتي نسعى إلى رصدها، وهكذا نضمن الإنتقال من الجانب المجرد إلى الجانب الملموس للبحث . (Creswell, 2012, p. 22)

وهذا من خلال الربط بين متغيرات المستويات التأسيسية، الوضعية (أو التموضعية) والسيميوطيقية وتمثلات الخطاب الإبداعي لـ Sci-FI Movie Trailer IMDb.

الفرضية الرئيسة المركبة

ترسم المستويات التأسيسية، الوضعية (أو التموضعية) والسيميوطيقية أهم ملامح تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في انفصاله عن الخطاب الإشهاري، كما تحقق أهم تمثلاته في علاقته الدلالية مع الأفلام الفعلية.

الفرضيات التفكيكية

الفرضية الأولى (H1)

تتمثل أهم ملامح تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في انفصاله عن الخطاب الإشهاري في:

المستوى التأسيسي، المستوى الوضعي والمستوى السيميوطيقي

الفرضية الثانية (H2)

تتضح أهم تمثلات الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في علاقتها الدلالية مع أفلامها الفعلية في:

تمثلات الصيغ، التمثلات الثقافية والتمثلات التوافقية والتفارقية

التحليل التفكيكي للفرضيات (الفرضيات الفرعية)

عند مستوى تفكيك المتغيرات إلى أبعاد، مؤشرات ومؤشرات فرعية، التي تعد في الوقت نفسه فئاتا للتحليل، ومرد ذلك أن التحديد الذي ينبني على كيف قيل؟ وماذا قيل يعارض مبدأ تعددية الأنماط، وسيجري التفسير لاحقا في حيثيات هيكلتها بالتفصيل. هذا من جهة.

من جهة أخرى، وقبل الخوض في تفكيك متغيرات الفرضيات، وجب توضيح ضرورة إحداث موازنة قبلية بين عدد التساؤلات الفرعية المطروحة وعدد الفرضيات المصاغة؛ وذلك للملمة التداخل المشتت، الراجع للحالة الديناميكية التي تتميز بها فرضيات الأطروحة، أي وجود كم هائل من التداخل العلائقي، الذي يتجلى بشكل واضح لاحقا، حسبنا، هذا الاختزال، يرسم لنا الحدود الدالة التي تحيلنا – حصرا– لاستقرائها في ظل التوجهات التي تعتزم الدراسة توظيفها وتبني مقولاتها وتسقط أخرى لتسهيل تأويل المدخلات على كثرتها. كما سيتم تصميم التفكيك بناءا على تصميم موريس أنجرس، في كتابه منهجية البحث في العلوم الإنسانية– تدريبات عملية–ترجمة (أنجرس & صحراوي, 2004, ص.163) لتنتظم الفرضيات كالتالي:

الفرضية الأولى (H1)[6]

تتمثل أهم مستويات تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في انفصاله عن الخطاب الإشهاري :

المستوى التأسيسي، المستوى الوضعي والمستوى السيميوطيقي

الفرضية الفرعية (H'1)

المستوى التأسيسي

تفضي التطبيقات الأدائية والتكنولوجية المُتبناة في الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb لتأسيس خطاب هجين (خطاب إشهاري/سينمائي).

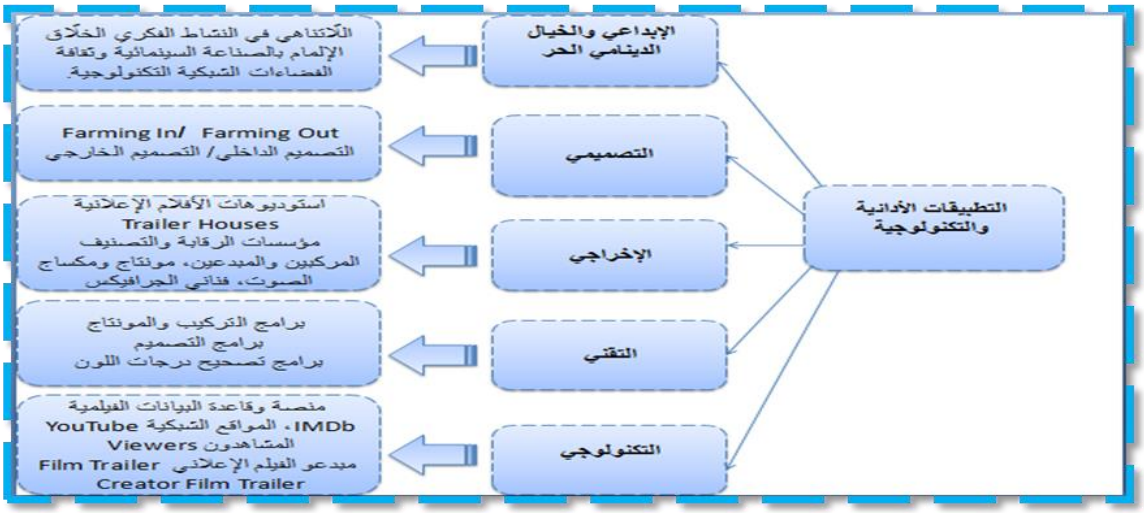
المتغير

التطبيقات الآدائية والتكنولوجية

الفيلم الإعلاني من الأشكال الثقافية التي تحددت معالمها من خلال جملة الأفكار الخلاقة والتطبيقات الآدائية المرتبطة بالذات المبدعة Trailer Creator ، Trailer Maker،Trailer Editor التي تتظافر والفضاءات التكنولوجية بغية صناعة ثقافية فريدة خطاب خاص بإعلانات الأفلام.

[6] تخطيط التحليل التفكيكي للفرضيات تم الترميز له بـ H اختصارا لـ Hypothesis

شكل (6): *مخطط تفكيكي لمتغير "التطبيقات الآدائية والتكنولوجية" إلى أبعاد ومؤشرات*



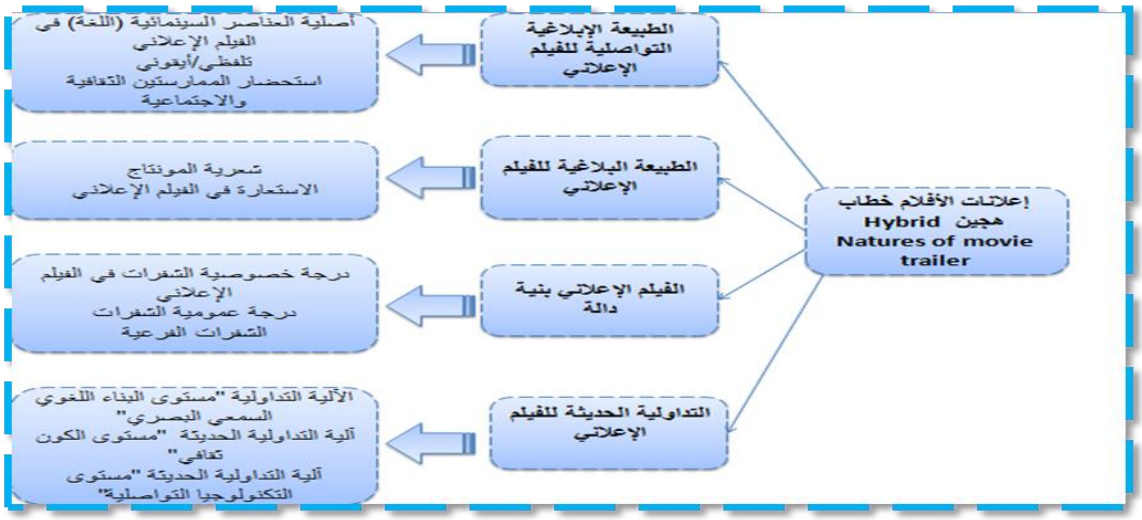
المصدر : إعداد شخصي

المتغير

الفيلم الإعلاني خطاب هجين

استحضار مجمل الخطاطات الذهنية، قوامها في ذلك تمازج الثقافات (السينمائية الإشهارية)، وهنا لا نقصد استنساخا لخطاب سابق (خطابا قائما بذاته)، إنما إعادة تكوين حيوية للإرتقاء بمستوى الخطاب من التقرير إلى التأويل والدينامية الدلالية التي جعلت من إعلانات الأفلام خطابا تواصليا كونيا، وحساسا لكل الإيديولوجيات، مكتسحا بذلك الحدود الشبكية قبل الجغرافية .

شكل (7): *مخطط تفكيكي لمتغير الفيلم الإعلاني خطاب هجين" إلى أبعاد ومؤشرات*



المصدر: إعداد شخصي

الفرضية الفرعية (H'2)

المستوى الوضعي (أو التموضعي)

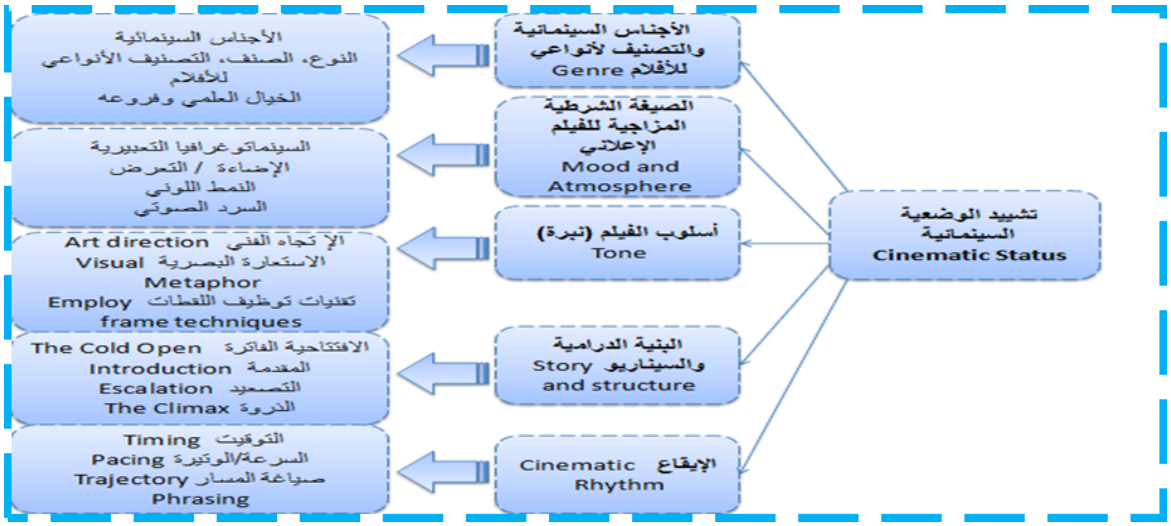
تقف الوضعيات المتعددة (السينمائية، الفنية،الثقافية والرقمية) التي تتخذها نصوص الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb وراء تشييد الخطاب الإبداعي.

المتغير

تشييد الوضعية السينمائية لنص إعلانات الافلام Cinematic Status

مستوى تكويني، يشكل الإنجاز التكاملي لمختلف عناصره، سيرورة إبداعية، والتي تمكن من اعتبار إعلانات الأفلام ضمن جدول لغة الإبداع السينمائي.

شكل (8): *مخطط تفكيكي لمتغير الوضعية السينمائية إلى أبعاد ومؤشرات*



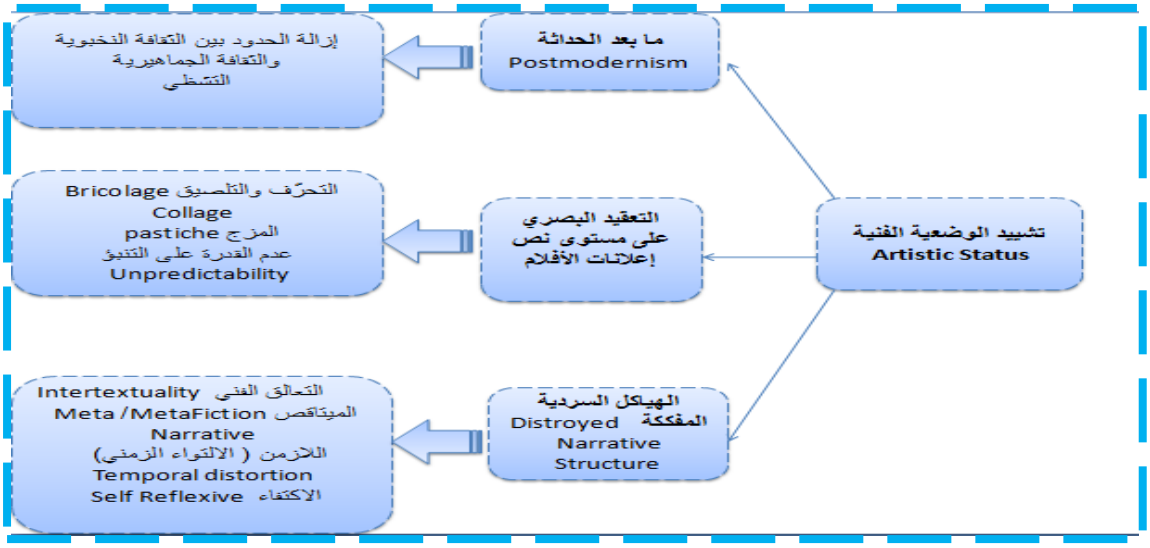
المصدر: إعداد شخصي

المتغير

تشييد الوضعية الفنية لنص إعلانات الافلام Artistic Status

عبر النزعة الفنية نرمي إلى تحرر إعلانات الأفلام كنص فني من قيود تنامي الرأس مالية، النداءات الإعلانية وسطوة السوق (الخطاب الإشهاري الإقناعي) نحو تبني الإجراء ما بعد الحداثي لتأخذ شكل النص اللاإعلاني Not Trailer.

شكل (9): *مخطط تفكيكي لمتغير الوضعية الفنية إلى أبعاد ومؤشرات*



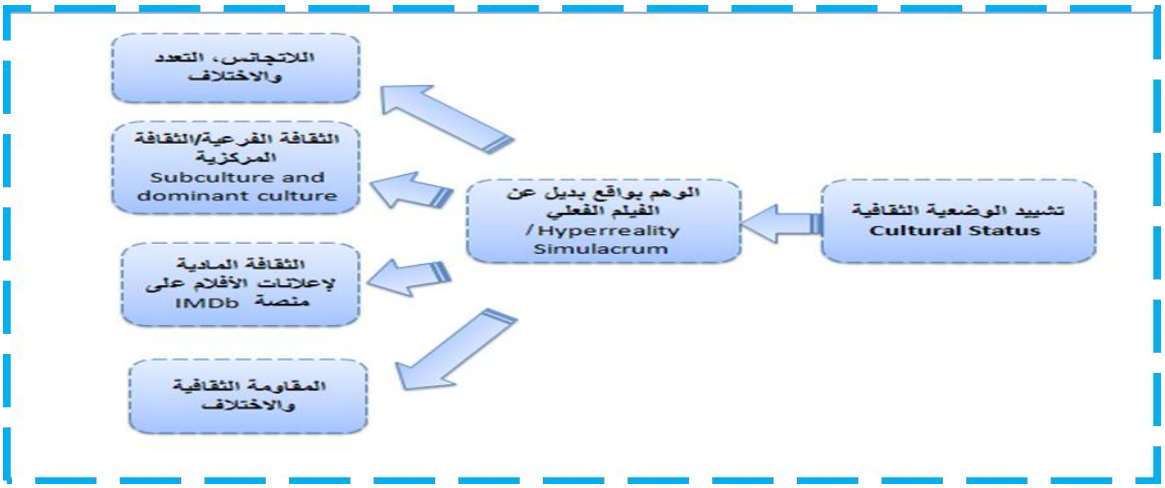
المصدر: إعداد شخصي

المتغير

تشييد الوضعية الثقافية لنص إعلانات الأفلام Cultural Status

إعلانات الأفلام نص مفتوح قابل للتداخل مع سياقات مختلفة ضمن شروط ثقافية حديثة وتيارات معاصرة تسمح بالإمتلاك السيميوثقافي الجديد في مجال السينما.

شكل (10): *مخطط تفكيكي لمتغير الوضعية الثقافية إلى أبعاد ومؤشرات*



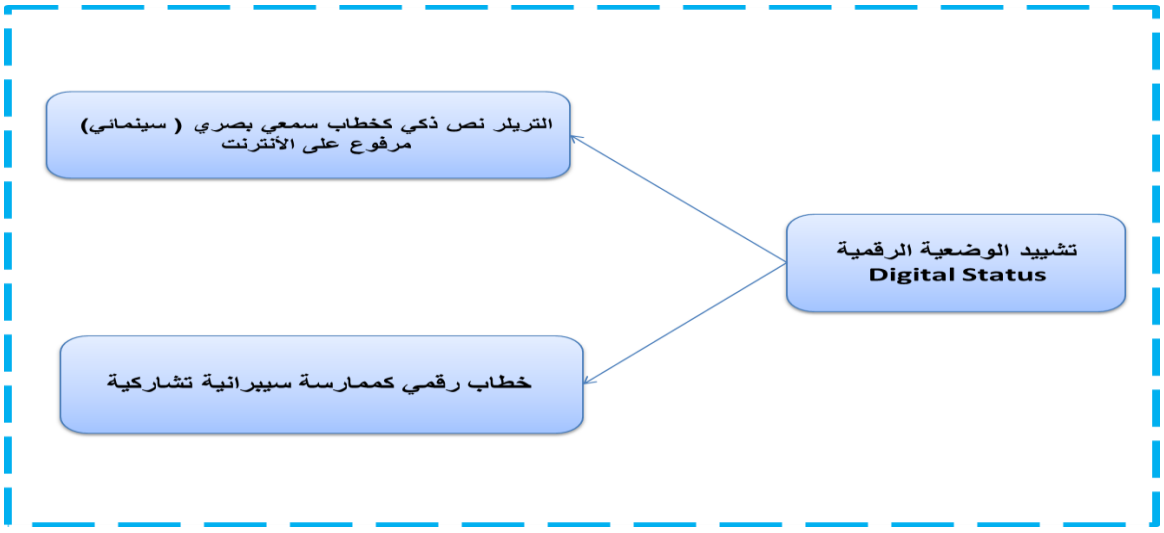
المصدر: إعداد شخصي

المتغير

تشييد الوضعية الرقمية لنص إعلانات الأفلام Digital Status

تتيح الفضاءات الرقمية، تمظهر صناعة حديثة، التريلر نص ذكي كخطاب سمعي بصري (سينمائي) مرفوع على الإنترنت (من خلال الخدمات التي تخص منصة IMDb والشاشة الشبكية Youtube.) ويتجسد من خلالها، خطاب رقمي مواز كممارسة سيبرانية تشاركية.

شكل (11): *مخطط تفكيكي لمتغير الوضعية الرقمية لنص إعلانات الأفلام إلى أبعاد*



المصدر: إعداد شخصي

الفرضية الفرعية (H'3)

المستوى السيميوطيقي

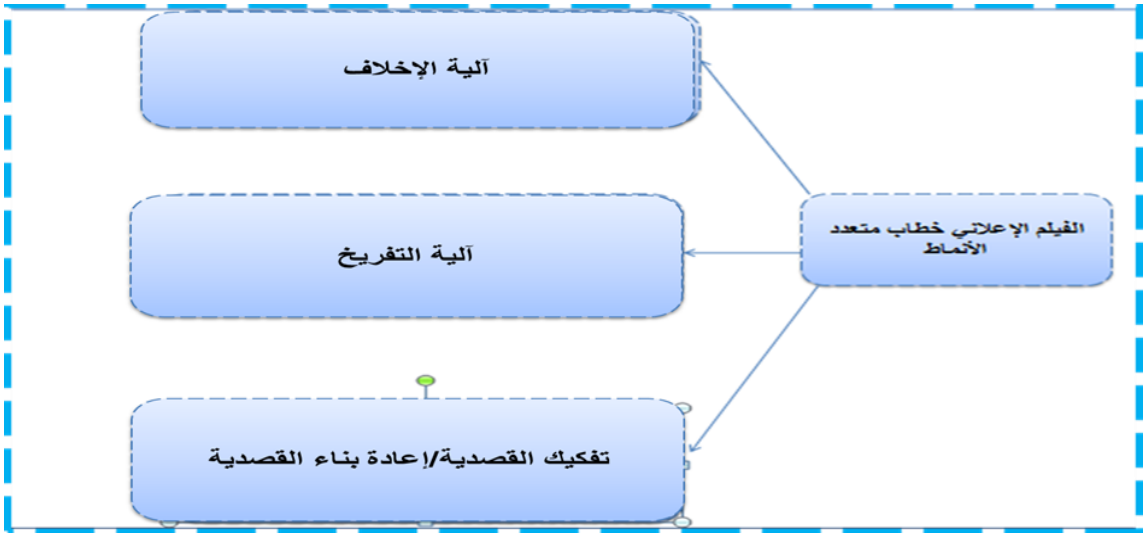
نظرا لخصائصها الخطابية المتعددة الأنماط Multimodal Discourse، تميل إعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb للانخراط في آليات النمذجة.

المتغير

الفيلم الإعلاني خطاب متعدد الأنماط

نقصد هنا، قدرة نص الفيلم الإعلاني على إعادة بناء قصديته، نتيجة الكشف عن عمليات بناء سيرورة معنى جديدة نشأت عن ترابطات بين الأنماط السيميوطيقية داخل فضاء ثقافي تكنولوجي حديث، أدت إلى تشكيل خطاب متعدد التأويلات.

شكل (12): *مخطط تفكيكي لمتغير الفيلم الإعلاني خطاب متعدد الأنماط إلى أبعاد ومؤشرات*



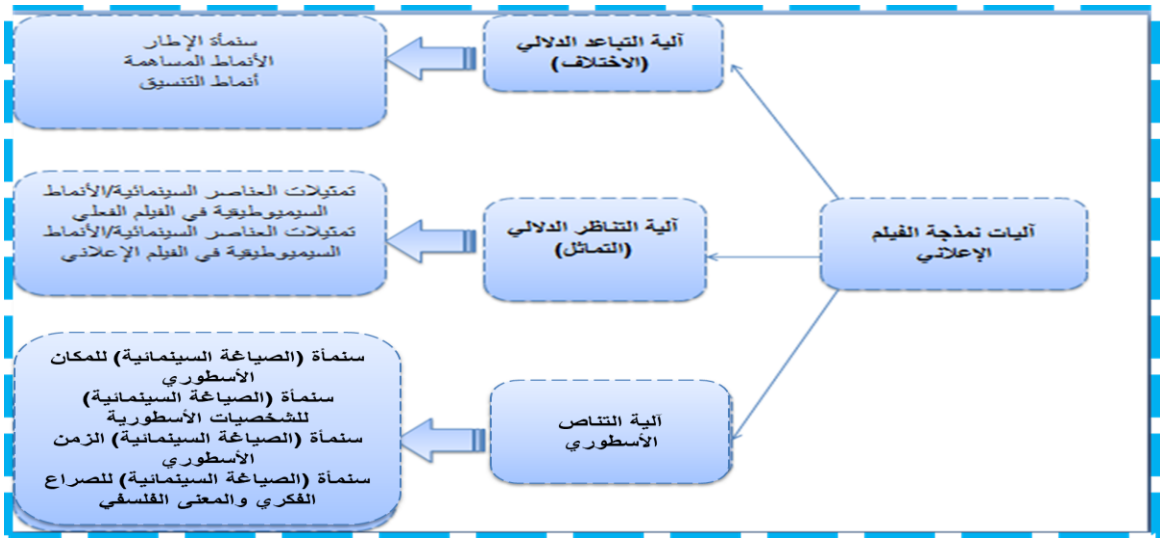
المصدر: إعداد شخصي

المتغير

آليات نمذجة الفيلم الإعلاني

هي تلك الميكانيزمات المنتجة للدلالة والترابطات العلائقية بين ثنائية نصي الفيلم الفعلي والفيلم الإعلاني وبالتالي بين الأنماط السيموطيقية، تكشف التمثيل الحديث للفيلم الإعلاني كخطاب متعدد الأنماط.

شكل (13): *مخطط تفكيكي لمتغير" آليات نمذجة الفيلم الإعلاني إلى أبعاد ومؤشرات*



المصدر: إعداد شخصي

الفرضية الثانية (H2)

تتضح أهم تمثلات الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival

على منصة الـ IMDb في علاقتها الدلالية مع أفلامها الفعلية في :

تمثلات الصيغ، التمثلات الثقافية وتمثلات توافقية وتفارقية

الفرضية الفرعية (H'1)

تمثلات الصيغ

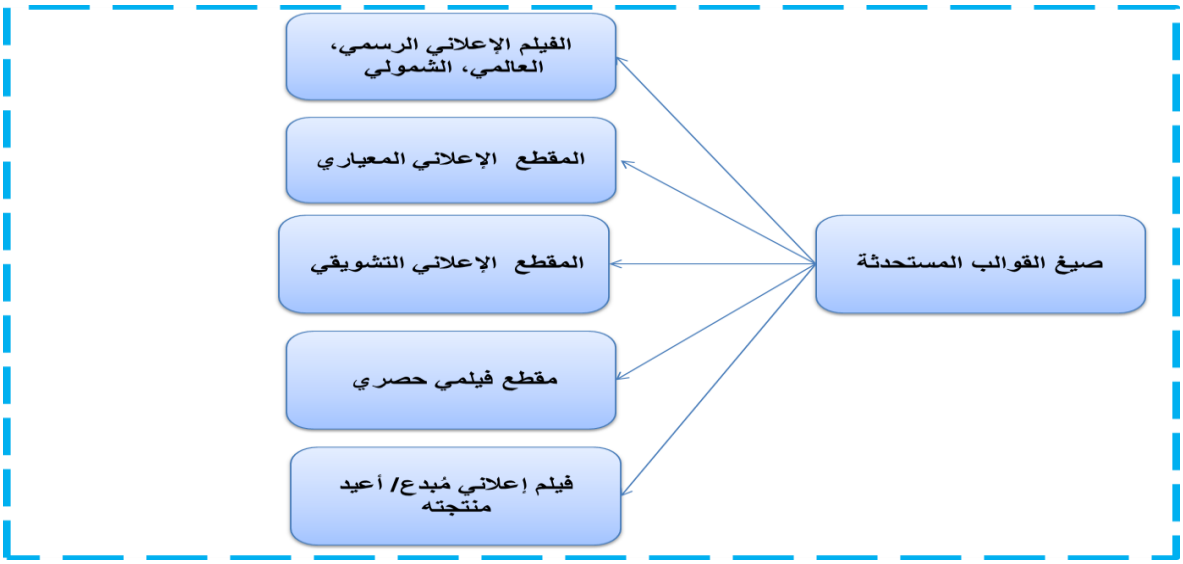
تتحدد تمثلات صيغ إعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في صيغ القوالب المستحدثة والصيغ الدلالية باعتبارها أفلاما قصيرة.

المتغير

صيغ القوالب المستحدثة

تتحدد الصياغة الحديثة للفيلم الإعلاني بطبيعة القالب الفني السينمائي المستخدم في التعبير عن المضمون، والذي يختلف نتيجة التطور التاريخي، التكنولوجي والثقافي لوسائل الإعلام (السينما والشاشات الشبكية (Creswell, 2012, p. 19)

شكل (14): *مخطط تفكيكي لمتغير صيغ القوالب المستحدثة إلى أبعاد*



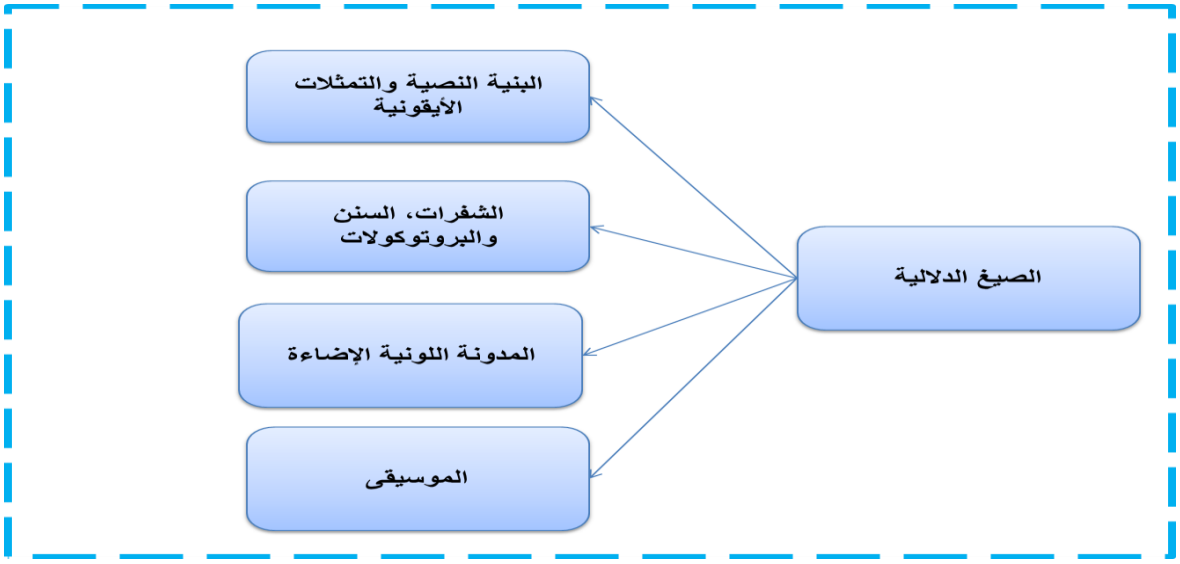
المصدر: إعداد شخصي

المتغير

الصيغ الدلالية

ينطوي الفيلم الإعلاني على جملة من الصيغ والأنظمة التي تختصر أهم دلالاته، بوصفه بنية نصية دالة.

شكل (15): *مخطط تفكيكي لمتغير تمثلات الصيغ إلى أبعاد ومؤشرات*



المصدر: إعداد شخصي

الفرضية الفرعية الثانية (H`2)

التمثلات الثقافية

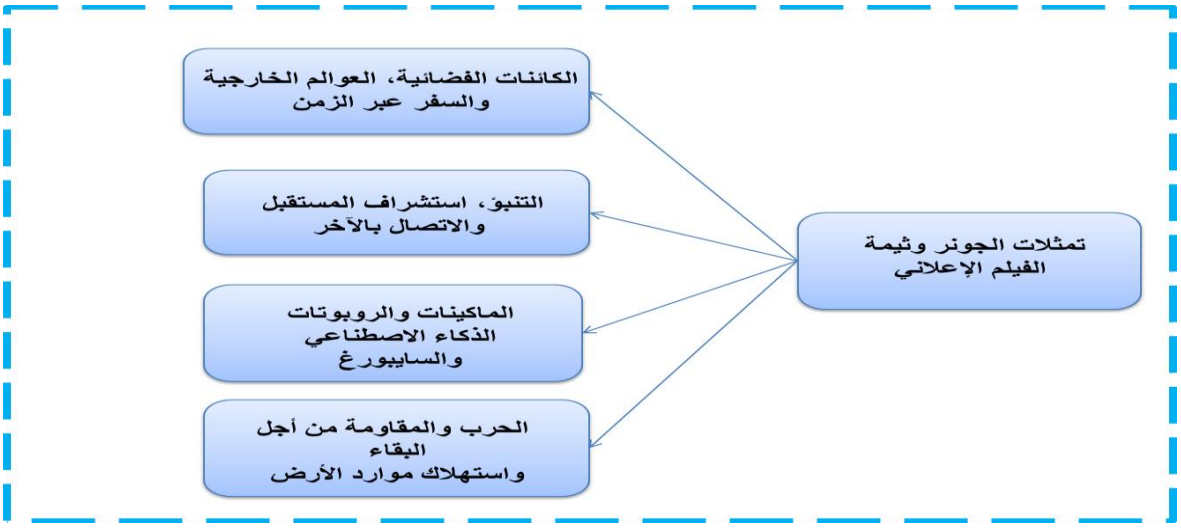
تحيل التمثلات الثقافية لإعلانات أفلام الدراسة على تجسيد مرجعيات نمطية وغير نمطية Stereotypes and Countertypes (تمثلات الجونر وثيمة الفيلم الإعلاني، تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة وتمثلات النوع الاجتماعي والفئات الشابة) قد تتطابق أو تنفصل مع الفيلم الفعلي.

المتغير

تمثلات الجونر وثيمة الفيلم الإعلاني

قوالب نمطية تتضح من خصائص جونر الخيال العلمي تسير جنبا إلى جنب مع توقعات المشاهدين الإستباقية لثيمة الفيلم الفعلي.

شكل (16): *مخطط تفكيكي لمتغير تمثلات الجونر وثيمة الفيلم الإعلاني" إلى أبعاد ومؤشرات*



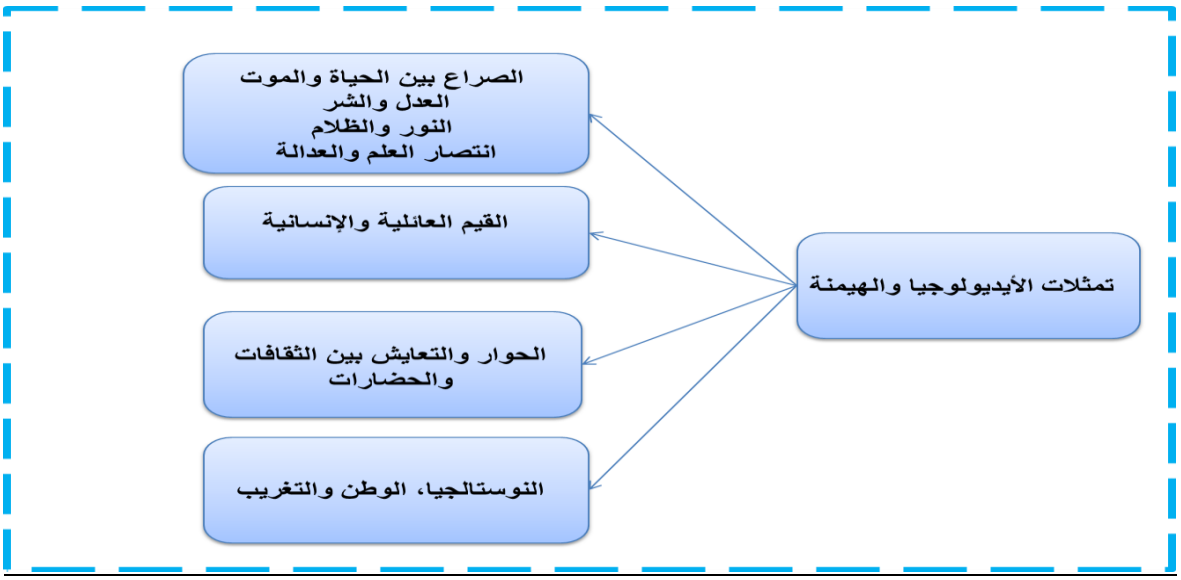
المصدر: إعداد شخصي

المتغير

تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة

الأيديولوجيات المعلنة والضمنية والمسيطرة الخاصة بالفيلم الإعلاني وعلاقتها بالمزاج والدوافع الإبداعية للمبدع وبالفيلم الفعلي.

شكل (17): *مخطط تفكيكي لمتغير تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة" إلى أبعاد ومؤشرات*



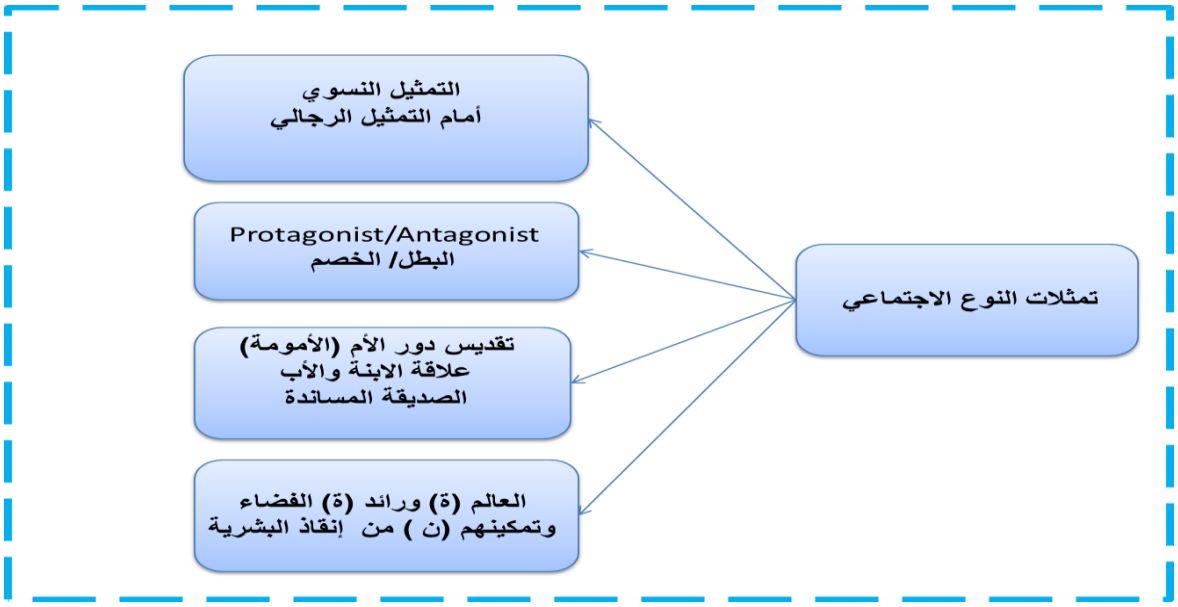
المصدر: إعداد شخصي

المتغير

تمثلات النوع الاجتماعي

انزياح التقاليد الرأسمالية والهيمنة الذكورية، التي ساهمت في اختلال نسبة ظهور التمثيل النسوي أمام التمثيل الرجالي، وتزايد تمثيل الفئات العمرية الشابة .

شكل (18): *مخطط تفكيكي لمتغير تمثلات النوع الاجتماعي إلى أبعاد ومؤشرات*



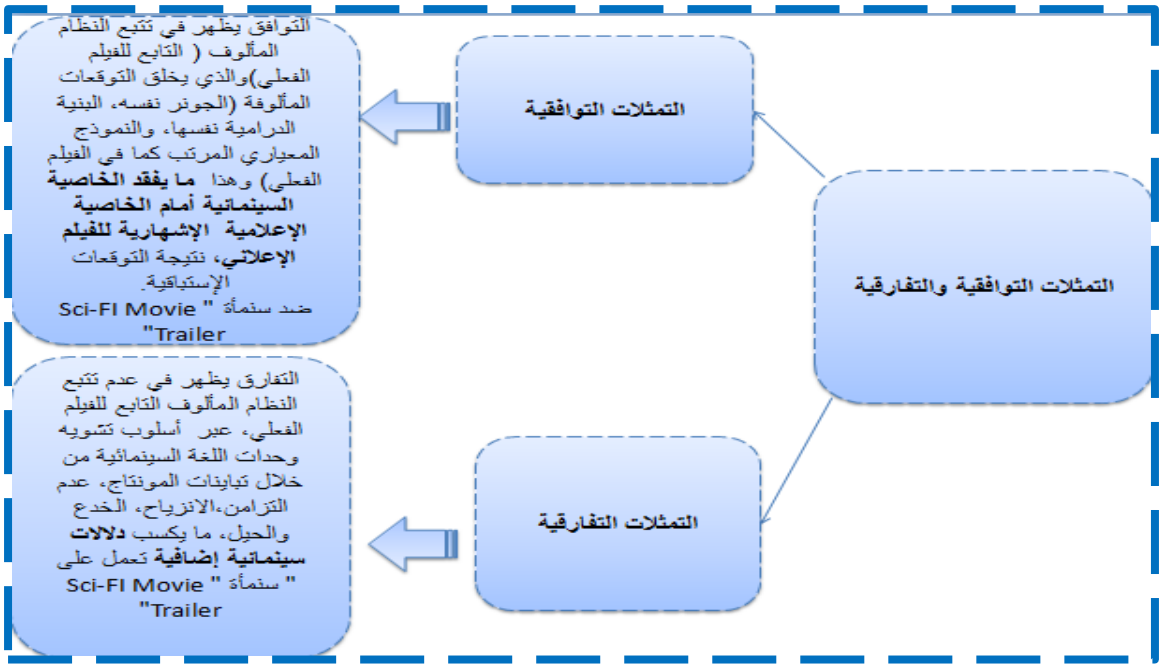
المصدر: إعداد شخصي

الفرضية الفرعية الثالثة (H`3)

التمثلات التوافقية والتفارقية

تتجسد التمثلات التوافقية والتفارقية في العلاقة الدلالية بين الفيلم الفعلي(عالم السينما المرئي المجزأ اللامستمر) والفيلم الإعلاني المعاد تجزئته من خلال خبرة المبدع (M.T Creator) واستحواذ المشاهدين على المعلومات السينمائية (Fan Creator).

شكل (19): *مخطط تفكيكي لمتغير التمثلات التوافقية والتفارقية "إلى أبعاد ومؤشرات*



المصدر: إعداد شخصي

وكمصطبة تثبيت

ضرورة الإطلاع على الملحق الإلكتروني، لأخذ فكرة معمقة عن المرتكزات التي من خلالها تم ترسيخ المفاهيم التابعة لأبعاد ومؤشرات المتغيرات (الفئات)، قبل الخوض فيما يلي من الأطروحة.

2. أدبيات البحث وحدوده المعرفية

1.2 مراجعة الأدبيات السابقة

2.2 حدود الدراسة Research Delimitations

3.2 صعوبات الدراسة Research limitations

4.2 الخلفية النظرية

1.2 مراجعة الأدبيات السابقة

في الوقت الحاضر، أصبح من الصعب مواكبة الكم الهائل من المعلومات التي يتم إنتاجها يوميًا في جميع أنحاء العالم، بالإضافة إلى أننا نشهد نماءا علميّا لدول عدة ولجت عالم التنافس الفكري –إلى جانب تلك المعروفة بالسخاء الكمي والنوعي الأكاديمي–على سبيل المثال: الصين، روسيا، إسبانيا، البرازيل، إيران والإمارات العربية المتحدة، التي تعمد على إفراز مخرجات علمية بلغاتها. لذلك وبصرف النظر عن جهود جمع المعلومات، يجب أيضًا أن تترجم لتوحيد كل ذلك في لغة واحدة، و ليكون هدف المسح العلمي– المراجعة المسحية للدراسات السابقة – تغذية الأبحاث الجديدة باستمرار، ونقل ما يستجد إلى العالم العربي مع الحرص على المضي قدمًا، في تقديم الإضافة النوعية. وهذا ما يجعل العلم، كنظام عالمي تراكمي، يتطور باضطراد أيضا.

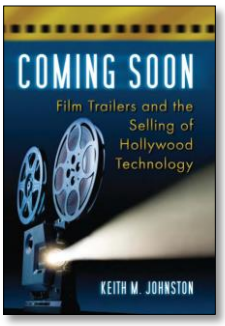
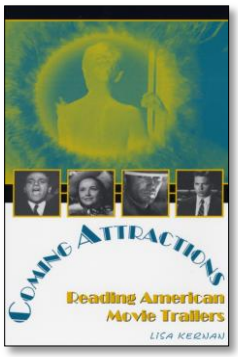
وللقيام بالمراجعة المسحية، من الضروري اكتشاف الفجوة المعرفية الـ Research Gap التي تعبر عن قضية علمية لم يجر التطرق إليها سابقا، أو تشكل نقصا في حقل ما، يكمل بها الباحث ما سكت عنه الباحثون السابقون، أو يعيد دراسة نقطة دُرست سابقا لكن من زاوية بحثية جديدة، تؤدي إلى إضافة معرفية جديدة. فهي ترتبط بالمشكلة البحثية وتعد جزء منها.

وسنعمد على اتباع طريقة الجدول الكاشف عن الفجوة أو الفجوات العلمية التي أفضت إلى تبرير التوجهات التي تُبنيت لهيكلة الأطروحة (من خلال استغلال مواطن الإستفادة)، و يستحسن الإشارة، أن مجملها دراسات أجنبية، وأن أقربها من ناحية الأهمية، مقال للدكتور Jon Dornaleteche Ruiz، في جامعة Universidad de Valladolid الإسبانية، وأطروحة الماجستير للدكتور "J Yang " في جامعة Bejing Language and Culture University الصينية، نحسبهما مرجعيين رصينين.

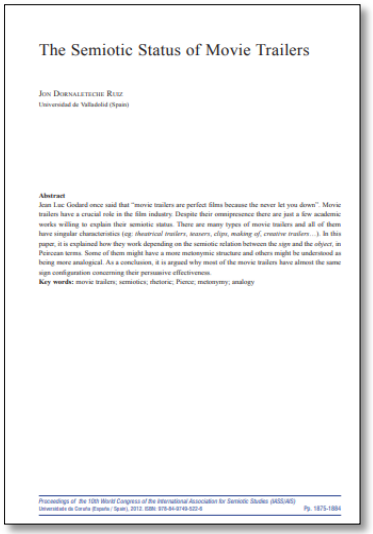
وننوه أنه، حتى في الأكاديميات الغربية، وما تم اعتماده ليست كدراسات سابقة، لأنها لم تتطرق لوضعية إعلانات الأفلام خارج الخطابي الإشهاري وهي الفجوة العلمية الرئيسة.

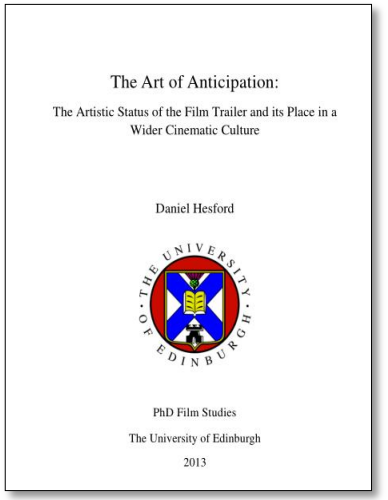
وخارج مجال المسح، نود إدراج كتابين مرجعيين (لا يتتبعان خطوات البحث العلمي) تطرقا للتطور التاريخي للفيلم الإعلاني منذ ظهوره إلى غاية التجديد الحديث، ساعدا في تكوين البنية الفكرية للفيلم الإعلاني ومكانتها في الصناعة السينمائية، وهما:

جدول (3): *يوضح الكتب المرجعية المعتمدة*

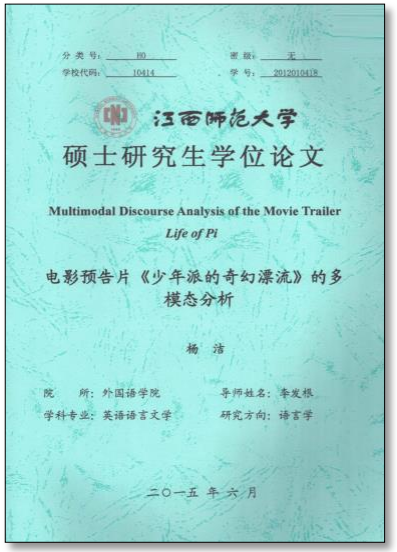
الكتاب	الوصف
Coming Soon: Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology 	يوضح هذا الكتاب كيف قام الفيلم الإعلاني بتثقيف الجماهير حول تقنيات الأفلام الجديدة مثل الصوت المتزامن والشاشة العريضة وثلاثية الأبعاد، والتتبع على شاشات الوسائط الجديدة مثل المنصات على الإنترنت وأجهزة Smart Phone، iPod. تم تتبع تأثيرها في استخدام التقنيات الجديدة إلى ما بعد الشاشة الكبيرة في العصر الرقمي.
Coming Attractions: Reading American Movie Trailers 	يستكشف هذا الكتاب الرائد اصطلاحات قراءة الخطاب في إعلانات الأفلام. حيث تحدد ليزا كيرنان ثلاث استراتيجيات بلاغية رئيسية تقوم ببناء الفيلم الإعلاني: تناشد اهتمام الجمهور بنوع الأفلام، البنية القصصية و / أو النجوم. تقوم أيضًا بتحليل الأفلام الإعلانية لـ27 فيلمًا شهيرًا من أفلام هوليوود من العصور الكلاسيكية والانتقالية والمعاصرة، مستكشفة النداءات الخطابية حول تصورات الجمهور السينمائي المتغيرة. كما تناقش كرنان بأن الأفلام الإعلانية تشكل مزيجًا طويل من الإعلان والسينما وعلى هذا النحو، فهي مقدمة لأشكال ثقافية تجارية، أين أصبح مزج الفن والتسويق فيها أكثر صعوبة.

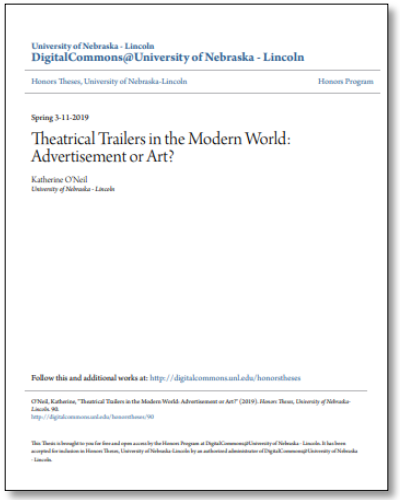
المصدر: إعداد شخصي

الأطروحة/ المقال	الأهداف	الإطار النظري	العينة	تصميم البحث/ الأدوات	المتغيرات	مواطن الاستفادة
Jon DORNALETECHE RUIZ, The Semiotic Status of Movie Trailers Universidad de Valladolid مقال / 2012  The Semiotic Status of Movie Trailers Jon Dornaletche Ruiz Universidad de Valladolid (Spain) Abstract Jean Luc Godard once said that "movie trailers are perfect films because the never let you down". Movie trailers have a crucial role in the film industry. Despite their omnipresence there are just a few academic works willing to explain their semiotic status. There are many types of movie trailers and all of them have singular characteristics (eg: *theatrical trailers, teasers, clips, making of, creative trailers ...*). In this paper, it is explained how they work depending on the semiotic relation between the sign and the object, in Peircean terms. Some of them might have a more metonymic structure and others might be understood as being more analogical. As a conclusion, it is argued why most of the movie trailers have almost the same sign configuration concerning their persuasive effectiveness. **Key words:** movie trailers; semiotics; rhetoric; Peirce; metonymy; analogy Proceedings of the 10th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS) Universidade de Coruña (España / Spain), 2012. ISBN: 978-84-9749-522-6 Pp. 1875-1884	شـــرح العلاقـــة السيميائية بين (نوع) شـــكل الفـــيلم الإعلانـــي والمنـــتج النهائي أي الفيلم. اسـتنباط خصـائص إعلانـــات الأفـــلام المتعلقـة بكـل نـوع (علـى سـبيل المثـال: الإعلانـــــــات المســرحية،الإعلانات التشويقية، الإعلانات الإبداعية ...). شـرح كيفيـة عملهـا اعتمـادًا علـى العلاقـة الســـيميائية بـــين العلامـــــــة والموضوع the sign and the object، حســـب ســـيميوطيقا Peircean.	تنتقل الخلفية النظرية مـــن الإرث الفكـــري لأرســـــطو إلـــى ســـيميوطيقا بيـــرس وأومبرتـــو إيكـــو والسـيميائية المعرفيـة لكـل مـن لاكـوف وفوكـــونير وتـــورنر وبراندت. ليستقر على تطبيق : **النظرية السيميوطيقية البيرسية** Peirce's Theory of Signs	تمثلـت العينـة بصـورة نظريـة في: -الفـــــــيلم الإعلانـــــــي الإبـداعي Creative Trailer -الفـــــــيلم الإعلانـــــــي المقطعـــــــي التشويقي -Clip Teaser Trailer الفيلم الإعلاني -Standard Trailer مـا قبـل عـرض الفيلم الإعلاني -Making Of	الإعتمـاد علـى التحليـــــــل الســـيميوطيقي البيرسي الثلاثي Peircean Semiotic Triad sign, object and interpretant . الـــذي يطبـــق علـــى الأنـــواع الأربعـــة للفـــيلم الإعلانـــي وفقـــا للمخطـــط التـــالي الفيلم الإعلاني/ النوع والشكل الفـيلم الفعلـي / المضـــــــمون المنطقي العلاقـــــــات السيميوطيقية	الفـــــــيلم الإعلاني العلاقـــــات السيميائية الاستراتيجيات البلاغية الفيلم الروائي	الانتبـاه إلـى أنـواع الفـيلم الإعلانـــي والتصـاق الصـفة الإبداعية به. استغلال العلاقات الدلاليـــة المبنيـــة علـــى النظريـــة البيرســية الثلاثيـة بين الفـيلم الإعلانـي و الفيلم الروائي. واكتشـاف جوانـب القصـــــور فـــــي التحليـــــــــل الســـــيميوطيقي البيرســـي الثلاثـــي

					عبر ثلاث استراتيجيات بلاغية: الكناية والمجاز المرسل، التماثل، استعاري.	
Daniel Hesford :The Art of Anticipation: The Artistic Status of the Film Trailer and its Place in a Wider Cinematic Culture, The University of Edinburgh أطروحة دكتوراه/ 2013  	الكشف عن الفيلم الإعلاني كوحدة نصية سينمائية . الاعتراف بالمهارة الكامنة وراء هذا النص الفني (الفيلم الإعلاني) الذي برز بواسطة أشكال أخرى من الفنون . إبراز مكانة الفيلم الإعلاني ضمن الهياكل القائمة للفكر السينمائي. عرض الصفات الفنية والسينمائية التي	على الرغم من ارتباط الفيلم الإعلاني بالنزعة التجاريةوثقافة الإعلان، إلا أن عرضها وإنتاجها ومناقشتها في سياقات مشابهة جدًا للفيلم يحول التركيز من الاتصال بالجماهير(دراسات التلقي) إلى إعادة تعريف مجال دراسات الأفلام وفحص الفيلم الإعلاني من خلال عدد من الأطر	التركيز على الفيلم الإعلاني من خلال عدد من العصور (ثلاثة عصور): Hitchcock, Blockbusters and the Post-Modern عصر هيتشكوك: إعلانات Rope, Psycho, Vertigo, Frenzy. عصر البلوك باسترز: Jaws, Star wars, Alien,	لعرض استكشاف المعنى، الذي تم إنشاؤه بواسطة الفيلم الإعلاني كوحدات تحليل وعلاقة ذلك بالخطابات النظرية التي أطرت الدراسة، أعتمد على منهج دراسة الحالة التعمق في دراسة	الفيلم الإعلاني Film Trailers الوضعية الفنية The artistic Status –الثقافة السينمائية The Cinematic Culture	التقطن إلى الوضعية الفنية للفيلم الإعلاني ضمن الثقافة السينمائية. استثمار الافتراضات الفلسفية لدولوز عن الحركة والصورة والوقت في السينما. الفكر ما بعد الحداثي.

	يظهرهـــا الفـــيلم الإعلانـــي ودراســة موقعهـا كجـزء مـن ثقافة سينمائية أوسع.	النظرية التالية : **نظريــة المؤلـف لكـل مـن ألكسندر أستروك و أندريه بازان.** **الافتراضـات الفلسـفية لـدولوز عـن الحركـة والصـورة والوقـت فـي السينما.** **الفكر ما بعد الحداثي.**	Rambo. عصـر المابعـد حداثي: Lucky Star.	مرحلــة معينــة مـن تـاريخ حياة الوحـدة موضـوع الدراســـــة أو دراســة جميــع المراحــل التــي مرت بها. مــع الاســتعانة بـأدوات المـنهج التـــــاريخي، والتحليـــــل النصي.		
J Yang,Multimodal Discourse Analysis of the Movie Trailer, Life of Pi English Language and Literature, China أطروحة ماجستير/2016	محاولـــة تحديـــد وضـــعية الأنمـــاط المسؤولة عن توليد المعنـى مـن خـلال الوظيفـة التمثيليـة و الوظيفـة التفاعليـة و الوظيفـة التركيبيـة فـي الفيلم الإعلاني . اكتشاف كيف تصنع	الدراسة اعتمدت على تحليل الخطاب المتعدد الأنمـاط **المؤسـس علـى النحـو النظـامي SNG لـــ Halliday كأســـاس نظـــري متين(والتـــي تـــوفر القواعـــد المنهجيـــة والوظيفيـــة)** لتحليـل	اختـارت الدراسـة الفـيلم الإعلاني (مدتـه 2-3 دقـــائق) لفيلم Life of Pi Life of Pi هو فيلم حـائز علـى جـائزة الأوسكار مـــن إخـــراج	النحـو المرئـي visual grammar الـذي يركز على الوظيفة التمثيلية و الوظيفـــــة التفاعليـــــة و الوظيفـــــة التركيبية (أساس القواعد المرئيـة)	تحليـــــل الخطـــــاب المتعـــــدد الأنماط الفـــــيلم الإعلاني النحو المرئي	الإســـتفادة مـــن الأســاس النظـري المؤســس علـــى النحـــو النظـــامي SNG لـ Halliday والنحـــو المرئـــي visual grammar الإلتفـــات إلـــى تحليـل الخطـاب المتعـدد الأنمـاط

	الـــدوال المرئيـــة والصـــوتية المعنـــى وعلاقاتهما في إنشاء تماسك نصي للفيلم الإعلاني .	الخطـــاب المتعـــدد الأنماط .	المخـــــــرج الســـــينمائي الأمريكـــــــي الصـــيني آنـــج لـــي. وقـد فـاز بـــأربع جـــوائز منهـــا أفضـــل مخـرج وأفضـل مـؤثرات بصـرية فـي حفل توزيـع جوائز الأوسكار الخـــــــامس والثمانين.	الوظـائف فـــي الفيلم الإعلاني		ومـدى انتشـاره فـي الأكاديميـــــــات الغربيـــة والعربيـــة وتحيين تطبيقه. ماهية الأنماط في تحليل الخطاب.
Katherine O'Neil, Theatrical Trailers in the Modern World :Advertisement or Art? University of Nebraska – Lincoln 2019	البحث في وضـعية الفـــيلم الإعلانـــي الحـديث كشـكل مـن أشـــكال التعبيـــر الإبداعي مقابل الفيلم الإعلاني المسرحي. وضـع وصـف مـوجز لعمليـة إنتـاج الفـيلم الإعلانـي الحـديث ؛	ينقـل الفـيلم الإعلانـي المعنـى كإعلانـات، ولكـن أيضًـا كأشـكال فنية، ومن أجل إثبات ذلك تم **اســـتخدام المـــنهج التكاملي بين المنهج الوصـــفي التطـــوري والمنهج التاريخي**	تمثلـت العينـة بصـورة نظريـة فـي (حسـب النوع): الفيلم الإعلاني المسرحي Theatrical trailer الفيلم الإعلاني التشويقي	الإعتمـاد علـى تحليل المضـون الكيفـي، مـن كتـب ودراسـات ســـــينمائية المخصصـــة لبحـث الفـيلم الإعلانـي فـي سياقات متنوعة.	الفـــــيلم الإعلانـــي المسرحي متطلبـــات العصـــــر الحديث. العناصـــر الإبداعيـة فـي فيلم الإعلاني	الفـيلم الإعلانـي فـي المسـاحات الرقمية الحديثة. أهميـة تمثـل النـوع فـي كـل مـن الفيلم الإعلاني والفيلم. الإعتمـاد علـى تحليـل المضـون كأداة.

	ومناقشة تطورها ودورها المتغير في صناعة السينما بين الفن والإعلان تحديد العناصر الإبداعية للفيلم الإعلاني – العاطفة، الموسيقى، البتية القصصية، وما إلى ذلك – والطريقة التي يتم بها ترتيب هذه العناصر يمكن أن تساهم بشكل كبير في جاذبية العرض الدعائي للجمهور.		وماقبل الفيلم الإعلاني Teasers, Pre-trailers	كما تضمنت البحوث التكميلية مراجعة التقارير المنشورة بواسطة Motion Pictures Association of America، قراءة مقالات من الصحف والمجلات عبر الإنترنت، واستكشاف المنتديات والمدونات المعاصرة.	بين الاستراتيجيات الإعلانية و الجاذبية الجمالية الفنية.	
بن جيلالي محمد عدلان، سينمائية الخطاب الفيلمي مقاربة سيميوشعرية. Titanic اخراج جيمس كمرون J. CAMERON أنموذجا جامعة وهران، أطروحة الدكتوراه 2010	الحاجة إلى التنظير لخاصية الهجونة الإجناسية التي تطبع الخطاب السينمائي الحديث.	الركائز المنهجية والمرجعيات تبني على الخلفية الجاكوبسونية في اجتراح التصور التأسيسي للدراسة عبر	Titanic اخراج جيمس كمرون J. CAMERON	استكناه الظاهرة السينمائية من خلال الآلية النمذجية	الشعرية (الشعرية المهاجره) سينمائية الفيلم	خاصية الهجونة في الخطاب السينمائي. آلية النمذجة بين الأنظمة الدلالية.

	مكاشفة الخصوصية السينمائية والوقوف على أوالياتها اللغوية ومكانتها الجمالية.	قولية ما يجعل من رسالة عملا فنيا، أي ما يجعل الفيلم السينمائي سينمائيا ومصطلحية كريستيان ميتز الذي يتكأ على الفصل بين الفيلمية والأفلمة. استغلال الإرث الشكلاني بما يوفره في السيميائيات من الشعرية La Poetique، ومن اللغة الواصفة Le metalanguage.				من السينمائية إلى السنمأة. استغلال الإرث الشكلاني في السيميائيات و الخلفية الجاكوبسونية .

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة وهران

كلية الآداب، واللغات، والفنون — قسم الفنون الدرامية

رسالة مقدّمة لنيل شهادة الدكتوراه في النقد الأدبيّ والتذييل
موسومة:

سينمائيّةُ الخطاب الفيلميّ
مقاربة سيميو – شعرية
"Titanic" لـ "J. Cameron" إخراج جيمس كمرون أنموذجاً.

تقديم: من جبالي محمّد عدلان — إشراف: أ. د. عشراتي سليمان

لجنة المناقشة

رئيساً	حمّومي أحمد	أستاذ محاضر –أ–	جامعة وهران
مقرراً	عشراتي سليمان	أستاذ	جامعة وهران
مقرراً مساعداً	فرقاني حنزية	أستاذة	جامعة وهران
مناقشاً	بن مالك رشيد	أستاذ	جامعة تلمسان
مناقشاً	عتيق فتيحة	أستاذ	جامعة سيدي بلعباس
مناقشاً	حمداوي محمد	أستاذ محاضر –أ–	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2010 – 2009

المصدر : إعداد شخصي

2.2 حدود الدراسة Research Delimitations

يمنح توضيح حدود الدراسة، ذلك الإطار المتكون من نسيج مجموع المتغيرات، التي سبق تعيينها بدقة، والتي يلتزم بها الباحث، ضمانا للتحكم في مدخلات ومخرجات الدراسة. وبالرجوع إلى موضوع الدراسة، التي نرى أنها لا تتحدد بفترة زمنية ولامكانية معينة، لأن التطور والإبداع رافقا وسائل الإعلام، السينما، الخطاب والسيميوطيقا منذ نشأتهم وذلك سعيا للحاق بالأشكال التعبيرية المستمرة في التوالد والتمايز، ولإرضاء المتلقي عبر عديد الوظائف، غير أنه يتحدد بالإدراك الحسي وعلاقاته بمتغيرات الإبداع السينمائي السابقة الضبط، ما يفرض علينا تمظر المجالات المحدد في:

الحدود الموضوعية

تذهب الدراسة لإعلانات الأفلام الـ Movie Trailers لجونر الخيال العلمي المتاحة على الإنترنت، وبالتحديد على منصة الـ IMDb (المنصات المتخصصة في مجال العرض السينمائي) و التي تستعين بالروابط التي تحيل إلى الشاشات الشبكية كالـ YouTube. هذه الإعلانات، قد تم إطلاق أفلامها الفعلية Long Feature، ما أفقدها –حسبنا– وظيفتها الترويجية كخطاب إشهاري، التي شيّدت من أجله (مع استثناء المشاهدين الجدد الوافدين على المنصة، كلما مر الزمن)، وظهور ممارسة ثقافية سيبرانية على إثرها، تهتم بالاعلانات كخطاب إبداعي سينمائي بالدرجة الأولى (أفلام قصيرة)، إذن البحث في وضعية هذا الخطاب سيميوطيقيا .

الحدود المكانية

لا تتحدد الدراسة بتوزيع جغرافي معين، بل بمساحات افتراضية – نحسب أنها تمس عديد الفئات(موزعين على مجتمعات مختلفة) من المشاهدين الهواة والمحترفين المهتمين بالسينما ومنها طبعا المجتمع الجزائري– تتمثل في منصة الـ IMDb و الشاشة الشبكية الـ YouTube.

الحدود الزمنية

كما تطرقنا له سابقا، لا يتحدد البحث بفترة زمنية محددة، لأن التطور والإبداع رافق الفن السينمائي منذ نشأته ولازال ساعيا لإرضاء الذائقة الجمالية عند المشاهد، غير أنه يتحدد بالإدراك الحسي وعلاقته الإبداع السينمائي. في حين تتمثل مدونة التحليل بفترة زمنية التي تشمل إعلانات أفلام الخيال العلمي على منصة IMDb: 2014 -2015-2016.

3.2 صعوبات الدراسة Research limitations

تواجه معظم الدراسات بعض القيود، وتعد مرحلة طبيعية في عملية البحث العلمي يجتازها الباحث، ومع ذلك، يجب عليه أن يوضحها ويناقشها، خاصةً تلك المتعلقة بمشكلة البحث، والجوانب الأخرى الأساسية من الدراسة، كالمنهجية والأساليب المتبعة. وفيما يلي أهم القيود التي تحتاج مناقشة كيفية تأثيرها على السيرورة البحثية وعلى النتائج (وأغفلنا تللك التي تتطرق لندرة المراجع، واتساع العينة، والجهد الفكري... الذي يشترك فيه أغلب طلبة الدكتوراه):

إن محاولة مقاربة الفيلم الإعلاني سيميوثقافيا، كخطاب إبداعي هجين، بعين الخطاب الإبداعي السينمائي، لم تكن واضحة المعالم على المستويين النظري والإجرائي ولا بالسيرورة السلسة، فهي أعقد من أن تتحقق من دون عوائق خوفا من منطق التقصير والخلط المعرفي غير المتجانس.

فأمام مدونة معاصرة ومثيرة للاهتمام والجدل آنا، التي لم يسبق التطرق لها أكاديميا من الصعب توجيه التنظيم المنهجي والإجرائي التقليدي لمدارستها، وهذا ما خلق مشقة لخلق الانسجام والتلاؤم المستهدفين، وفق الرؤية (المستحدثة)، لاسيما أمام وضع تهجير طرائق التنظير والمفاهيم من الدراسات السينمائية، اللسانية، الثقافية والسيبرانية ومحاولة اسقاطها ابستمولوجيا على علوم الإعلام والاتصال التي أُسس عليها الشقين النظري والإجرائي (التطبيقي).

كما أن الانطلاق من الفكر المتجذر، لتأسيس وتصميم خطوات اجرائية، والتحرر من الأحكام النظرية السابقة، يعد من أهم الصعوبات التي استلزمت الوقت والتمحيص والتحليل.

محاولة التحرر من قيود التحيّز الثقافي، الذي يتمظر بوضوح على طول الدراسة، والذي قد يعتبر من التحيّز السلبي كما هو الإيجابي، فالأول يأتي ظابطا متحكما أما الثاني مدعما للفرضيات، ومساعدا على تركيز الدراسة وقيمتها العلمية، لاسيما أنها مسنودة بالكثير من دراسات الآخرين التي ناقشت عكس الموضوع وليس الموضوع نفسه وهو المعيق الأكبر.

4.2 الخلفية النظرية

المقاربة الاتصالية لنظرية الفضاء السيميوطيقي Semiosphere

يُعد الفضاء السيميوطيقي Semiosphere *من بين النظريات التي كانت ركيزة انطلاقها مدرسة تارتو Tartu ذات التأثير الواضح العابر للمباحث المعرفية، فمن علم الجمال، الفيلولوجيا، دراسات الثقافات إلى الأسطورة، لترسو أخيرا عند علوم الإعلام والاتصال (السينما والإنترنت) في سيميوطيقا الثقافة.

ويعود ظهور المفهوم أول مرة، في مجلة Sign System Studies سنة 1984 م على يد يوري لوتمان Youri Lotman، الذي طورها طيلة عقود من الزمن (1993–1922)م، حيث استعان في صياغة مشروعه السيميوطيقي، على أعمال كل من Jakobson, Trubeckoj, Lévi- Strauss؛ وذلك بوضع التواصل الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية وتتطور (حمداوي, 2006). إلى جانب التفاعل بين المنخرطين في العملية التواصلية أساسا له، كما بُني قياسا على مفهومي Biosphére و *Noosphére– الذي يُعتبر" الفضاء الوحيد للتواصل والتفاعل بين اللغات، وفي مظانه يتحقق الإخبار والإعلام والتواصل (بريمي، 2018، ص. 101). وعليه فإن خارج هذا الفضاء من المستحيل الحديث عن سيرورة تواصلية دلالية كوظيفة للثقافة، التي تشتغل بالمقابل داخله (الكون الثقافي) كشرط ضروري لبناء نظام تواصلي تتجمع وتتطابق فيه أنساق ثقافية متعددة الابعاد.

ونحو توضيح أوسع، تعتبر نظرية فيردناسكي الجيوحيوية حول الفضاء الحيوي (الكون أو المحيط) أساسا تصوريا لمبادئ الفضاء السيميوطيقي، فحسبه الفضاء الحيوي ما هو إلا بوتقة ترتبط على مستواه المجموعات الحية بعلاقات حيث لا وجود للكائنات الحية دون الوحدات الأحيائية الأخرى كشرط ضروري لاستمرار الحياة. (Vernadsky et al., 1998, p. 58) وبالقول– حسب لوتمان– أن التغيرات الثقافية تشتغل بنفس تغيرات طبقات الأرض وما النص إلا ترسبات ثقافية نتيجة هذه التغيرات (بريمي، 2018، ص. 103)، يُبان عن استعارة لوتمان لمفهوم الفضاء الحيوي، والتعبير عن رؤية ثورية تُصرّح؛ أن النص على تعدد أشكاله لا يمكن أن يكون إلا مسبوقا بنص أخر، كما أن كل فكر لا يمكن أن ينشأ إلا عن فكر سابق، وأن كل ثقافة متطورة يلزم أن تكون مسبوقة بأخرى قد تكون

* مفهوم مركب من مصطلح السيميوطيقا ومصطلح السفير أي المجال، الفضاء، الكون، لتأخذ النظرية مسمى المحيط السيميوطيقي أو "الكون السيميوطيقي " حسب ترجمة عبد المجيد النوسي.

* الغلاف الحيوي وكون الفكر الإنساني (البعد اللامادي للثقافة والفكر).

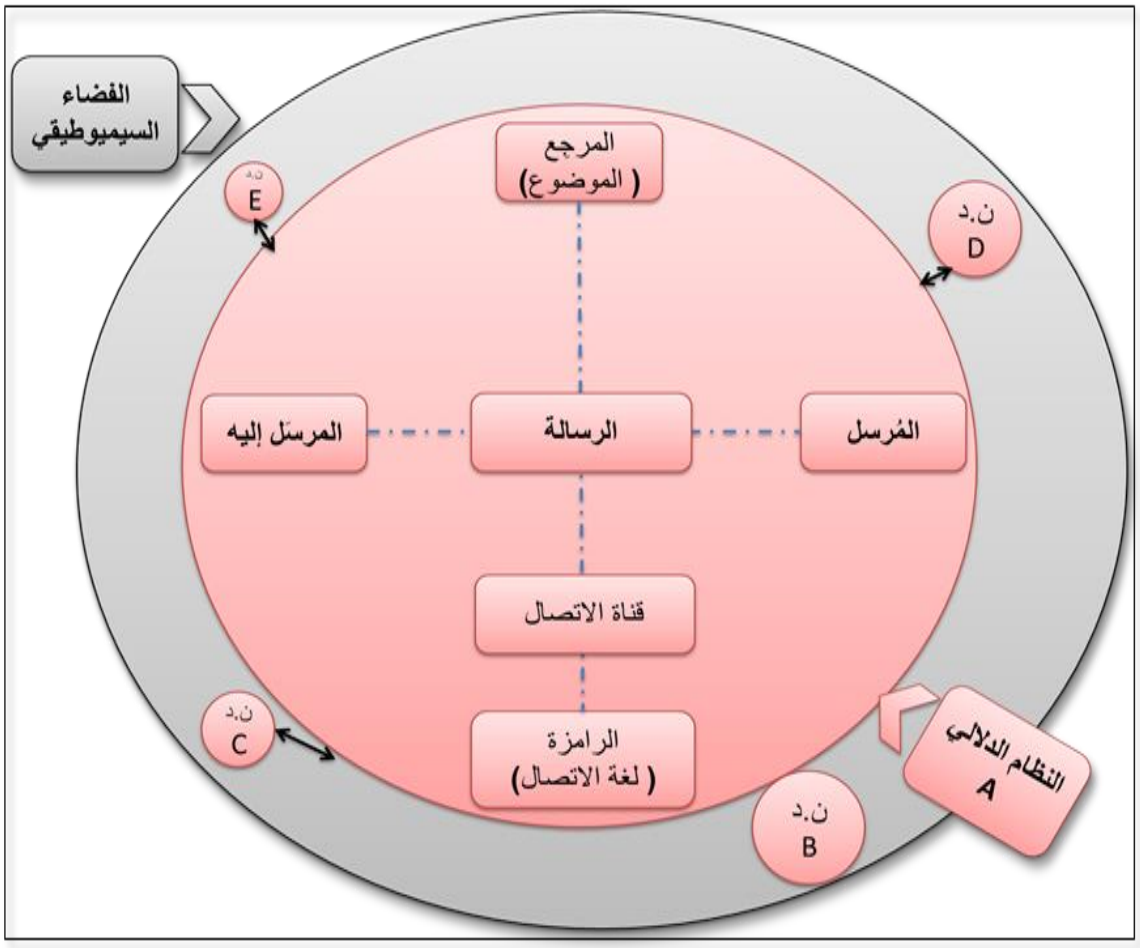
أكثر أو أقل تطورا (أساس آلية النمذجة Modeling System). وبشكل أكثر دقة، يصبح الفضاء السيميوطيقي مجالا ضروريا و نظاما عاما تتفاعل فيه كل الأنظمة الدلالية والثقافية وأشكال التعابير التي تؤثثه (Trifonas, 2015, p. 682). فكل نظام له فضاؤه السيميوطيقي (الفضاء الداخلي)، ليتفاعل من أنظمة أخرى بفضاءاتها الخاصة، والكل محاط بفضاء سيميوطيقي أكبر منها (الفضاء الخارجي)، وبين الداخل والخارج يتكون المركز والهامش كحدود ثقافية يتم التفاعل على مستواها من خلال تهجين وبناء الأنظمة الدلالية الجديدة، كما وخارج هذا الفضاء الكبير، من غير الممكن تمظهر التواصل ولا رصد لسيميوزيس (انتاج وتلقي العلامات) كحدود تواصلية.

وبموجب ما سبق، لا يتوقف النظر للفضاء السيميوطيقي كبوتقة تجميعية للأنظمة الدلالية، بل باعتباره شرطا رئيسا لحدوث أي تواصل. فالمقاربة التواصلية، والفعل التواصلي الناجح داخل هذا الفضاء لا ينحصر في عملية ارسال بين مرسل ومرسل إليه وقناة تصل بينهما، وإنما تتجاوز ذلك إلى التفاعل المقيد بخبرة الفاعلين التي تمكنهم من الإنخراط في سيرورة دلالية، إنتاجا تداولا وتأويلا، ما يؤدي إلى تطابق العناصر المشكلة لطرفي الاتصال لهذا الكون، على الرغم من عدم تجانس مختلف الأنماط المكونة والمولدة لأنظمة دلالية تابعة لثقافة معنية.

ولقد تنبه لوتمان إلى أعمال جاكوبسونRoman Jakobson، لاسيما خطاطته التواصلية عند صياغته لنظرية الفضاء السيميوطيقي، وهذا على خلفية الإشتغال السيميوطيقي على العلامة؛ التي لا تكتسب دلالتها إلا من خلال وضعها في إطار الثقافة (حسب أنصار سيميوطيقا الثقافة)، التي تُعد الوعاء الحاضن للصناعات الثقافية والممارسات البشرية. ما يفضي أن الظواهر الثقافية ما هي إلا أنظمة دلالية وموضوعات تواصلية، على اعتبار أن كل تواصل هو سلوك مبرمج، وأن أي نظام تواصلي يؤدي وظيفة ما، ومن ثم، يمكن لأي نظام دلالي أن يندمج في وظيفة تواصلية. (حمداوي, 2010) ليتضح أن الثقافة فضاء سيميوطيقي تترابط وتتغازل فيه وفيما بينها الأنظمة الدلالية واللغات بشكل عام وفق قوانين ثقافية وقوانين تواصلية.(حمداوي, 2010) وبهذا يأخذ لوتمان الفضاء السيميوطيقي إلى مستوى إجرائي، ينم عن السيرورة والدينامية الثقافية، فيمثل الفضاء بقاعة المتحف، التي تشكل ملتقى للعديد من اللغات، الأنظمة و العلامات، فهي تشتمل على أشكال تعبيرية وأعمال فنية متعددة(رغم عدم اتساقها) كما يشمل هذا المتحف على تعليمات، قوانين، تصاميم وخرائط تُسهّل الولوج أمام الزوار. فكل اللغات التي تؤثث فضاء هذه القاعة متصلة ومرتبطة بنيويا ما دامت تعبر عن مفهوم المتحف في أبعاده الفنية، التاريخية والثقافية. (Lotman, 2001, pp. 126–127)

ويمكن تمثيل الفضاء السيميوطيقي في مجال الإعلام والاتصال، وذلك راجع لتوالد الوسائط الجديدة المستمر، والذي بدوره يمتح مضامين جديدة وأشكال تعبيرية تواصلية. فكل وسيط رقمي وكل مضمون اتصالي يجد نفسه غارقا في فضاء سيميوطيقي، يشتغل على نحو تداولي بالتكامل والتفاعل بين طرفي الاتصال من جهة، وبين المضامين الإعلامية والتواصلية والتساوق مع أشكال تعبيرية ومنصات رقمية من جهة أخرى. وفي صياغة الفضاء السيميوطيقي على هذه السيرورة، يضفي تغييرا ضمنيّا على العملية الاتصالية، وعلى الخطاطة التواصلية وفق المخططات التالية:

شكل (20): *يبرز خطاطة جاكوبسون التواصلية وفق الفضاء السيميوطيقي*

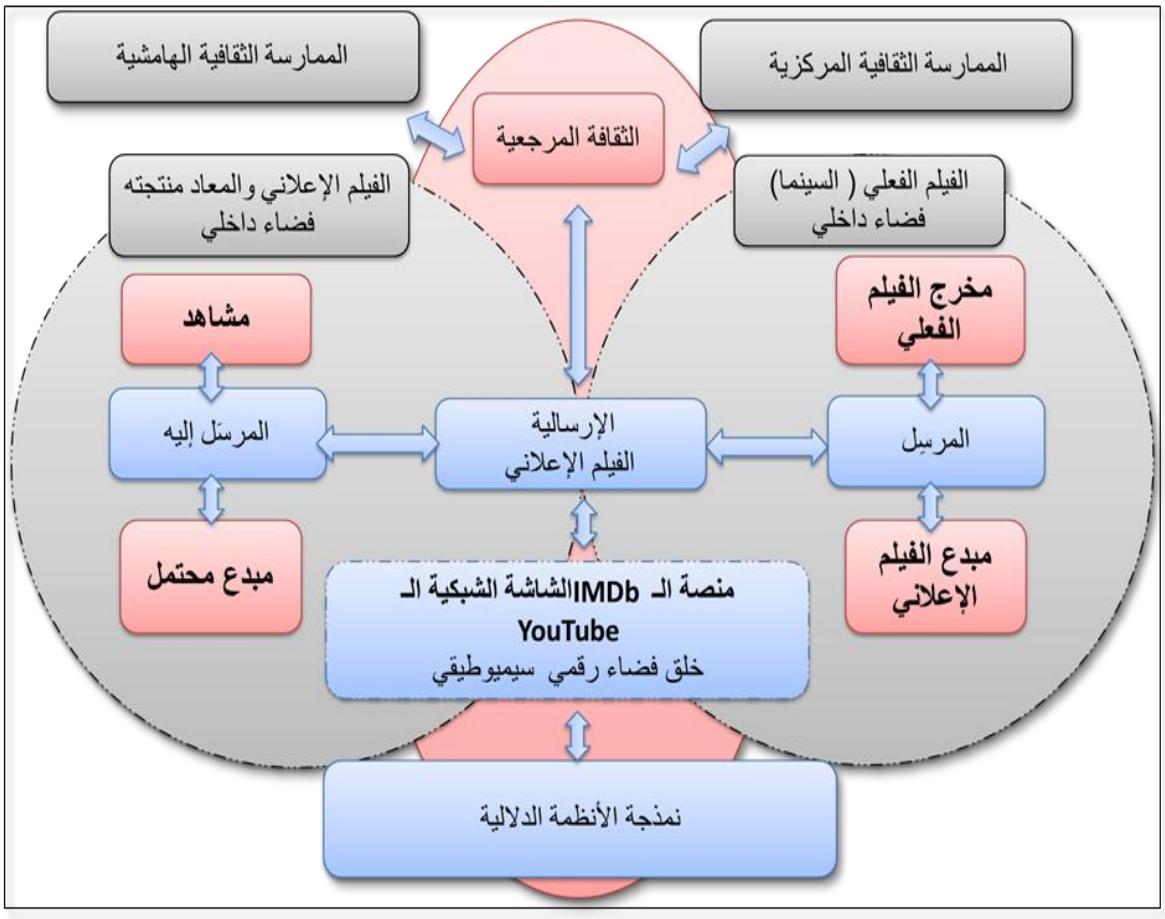


المصدر: إعداد شخصي

وبناء على ما سبق، يُعد الفيلم الإعلاني (مدونة الدراسة) خطابا إبداعيا، نتيجة تفاعل أربعة مرجعيات وفضاءات داخلية (لتشكيل الثقافة المرجعية للخطاب) والمتمثلة في؛ السينمائية كنظام دلالي أولي (الصناعة الفيلمية التابعة لمخرج الفيلم الفعلي) كممارسة ثقافية مركزية، والإعلانية كنظام دلالي ثانوي (الصناعة الإعلانية التابعة لمبدع الفيلم الإعلاني/ والتابعة للمتلقي الذي يمثل المبدع المحتمل)

كممارسة ثقافية هامشية، والإنترنت (نقصد منصة الـIMDb والشاشة الشبكية الـ YouTube) كفضاء داخلي وسيط/ حواري، و كنظام دلالي أولي أيضا؛ فالإنترنت بدون محتوى، ما هو إلا شبكة عنكبوتية فارغة، وتسهم لغته (بمدلولها العام) بشكل أساسي في تشكيل تقنياته، بروتكولاته وبرامجه، وبشكل خاص في تشكيل المحتوى من منصات، شبكات اجتماعية... وكل ماينتجه النشر الالكتروني من مواقع ووثائق وملفات ذات وسائط متعددة؛ التي تستعمل كل وسائل التواصل الإنساني اللغوية وغير اللغوية من كلمات، رموز، صور، أيقونات، موسيقى، فيديوهات... لتشكيل المرجعية الثقافية للخطاب، المسؤولة عن تطور الأشكال التعبيرية بتوصيف إلكتروني، الذي لا يتوقف هدفه على مقصدية التواصل(التأثير النفعي) إلى مقصدية مفرطة (لامقصدية الإبداع على اعتبار الفيلم الإعلاني فيلما قصيرا خارج حدود الفضاء الإشهاري)، وهذا ما يجعل الفيلم الإعلاني (مدونة الدراسة) خطابا سيميوطيقيا إبداعيا.

شكل (21): *يبرز خطاطة جاكوبسون التواصلية تساوقا والفضاء السيميوطيقي*



المصدر: إعداد شخصي

النمذجة في الدراسات الثقافية

تعد النمذجة من المفاهيم التي استخدمت بفضفاضية في الدراسات الثقافية، وقبل التعرض للمفهوم، ارتأينا التعقيب على الدراسات الثقافية الذي تم تأسيسها، كعلم مستقل في إنجلترا الصناعية، بدءاً من أواخر خمسينيات القرن العشرين؛ باعتبارها تمرد ضد المفهوم التقليدي للثقافة، التي كانت تُوصف آنذاك على لسان ماثيو أرنولد بأنها أفضل ما فكر فيه المجتمع وأنتجه* وهذا الفكر كان مكرسا لمجتمعٍ طبقيٍّ يروج للهيمنة، لكن سرعان ما اتخذت الدراسات الثقافية شكل الدفاع والتعبير عن الثقافة غير المكرسة، وهي الثقافة الشعبية من ناحية، والمعاصرة من ناحية أخرى وذلك بدءاً من ستينات القرن الماضي، على يد مركز الدراسات الثقافية المعاصرة Cultural Centre For Contemporary Studies ، بجامعة بيرمنجهام Brimingham (أزراج, 2013, ص. 200)، لكن في ثمانينيات القرن العشرين وفي خلال قرابة عقدين، ظلت الدراسات الثقافية ظاهرة معزولة نسبيًّا، على الرغم من نجاح بعض الدراسات التي كانت تهتم بشكل أساس بالموضة وثقافة الشباب، وربما يكون هذا أحد أسباب اهتمام الدراسات الثقافية المتزايد بدراسة وسائل الإعلام خاصة السينما والتليفزيون، التي استُخدمت همزةَ وصلٍ في الولايات المتحدة الأمريكية، التي اخترقتها الدراسات الثقافية سريعًا.

لكن تأسيس مصطلح الدراسات الثقافية مر بمراحل عديدة قبل الإرساء*، وذلك راجع إلى أن الدراسات الثقافية تُعد من المجالات المعقدة التحديد، كونها من التخصصات المتداخلة أو بما يصطلح عليه مؤخرا (اتباعا لموجة ما بعد الحداثة) التخصصات ما بعد تخصصاتية - Post Disciplinary التي تكشف عن الآليات التي يتم من خلالها إنتاج وممارسة الثقافة وخلق المعنى .كما يمكن إدراك مصطلح الدراسات الثقافية، من خلال ما يحيل عليه من إنشاءات خطابية ومجموعة من المفاهيم المفتاحية؛ كالأفكار،الصور، الممارسات، الثقافة والخطاب، الأديولوجيا، الثقافة الشعبية، التمثيل، النمذجة والنص. (باركر & بلقاسم, 2018, ص.194)

* ماثيو أرنولد في كتابه المشهور «الثقافة والفوضى» 1869، يقصد بالمنتوج روائع كبار المؤلفين والفنانين وكبار الفلاسفة .

* المصطلح لايمتلك أي مرجع يمكن الاتكال عليه للتدليل على سبب التسمية، بل مشكل من اصطلاحات نظرية طورت واستخدمت من قبل باحثين سموا أعمالهم دراسات ثقافية، وشكلت تلك المصطلحات مفاهيم استعملت ضمن حقول متنوعة، وكانت عاملاً في صناعة مجال معرفي له.

واستنادا إلى طبيعة العلاقة بين الثقافة، الخطاب والنص وبالتالي التشكيل، بنى التأويل وسيرورات التدليل (العلامة والدلالة) تستند سميوطيقا الثقافة على النمذجة بين الفضاءات للوقوف على إتجاه الثقافة وإتجاه النص وإظهار قانون التماثل القائم بينهما.

نمذجة نصوص الأنظمة الدلالية

تفضي آلية النمذجة –وذلك تبعا للتصور التفكيكي– إلى اعتماد سلوك الاستبدال والانتقاء، الذي يتبنى استثمار، استقصاء ووصف الخطاب، وكون الدراسة تشتغل على الخطاب الإبداعي السينمائي (لإعلانات الأفلام مدونة الدراسة) الذي يفوق تعقيد الخطاب البصري لمجاورة الخاصية الحركية، فإنه بحاجة إلى قراءة تمفصلية ذات أفق تعددي لاشكالاته التقنية، الشكلية، الموضوعاتية والأهم استكناه التناول الجمالي الهجين الذي يفضي إلى ممارسة (ات) ثقافية، على اعتباره حقل تواصليّ فنيّ. (جامعة وهران & بن جيلالي, 2010, ص.ص.21–20)

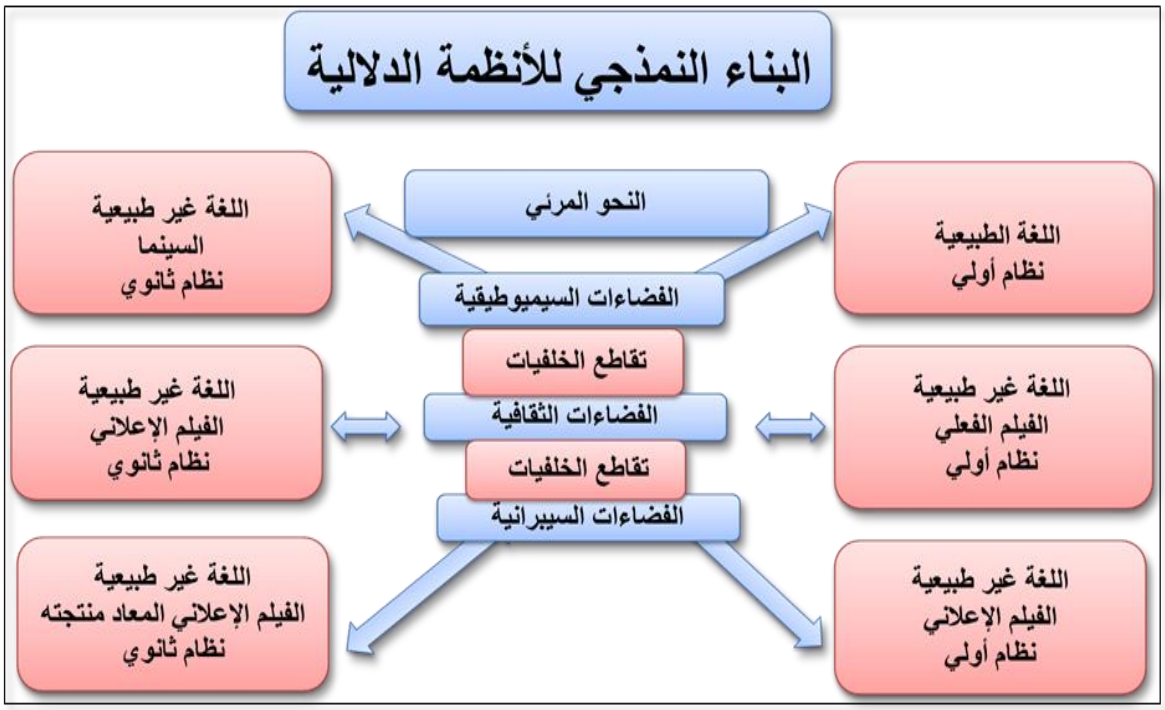
ومدارسة الخطاب بهذه الآلية سينتج خطابا مبتكرا آخر يتكئ في بناء فحواه وصوغ تمفصلاته التكوينية على الخطاب الاول القاعدي (الذي يشكل الخلفية الإبداعية) التابع لسنوات التنظير (نقصد اللغة السينمائية)، أما الخطاب الثاني فهو نتاج ذاتية المبدع (في معظمه).

وانطلاقا مما سبق، تقارب سيميوطيقا الثقافة النص بوصفه نظامًا منمذجًا ثانويًا؛ وذلك أن أي نص(تابع لأي نظام دلالي) يتكون من نظامين: النظام المنمذج الأول (اللغوي) الذي ينقل معلومة ما، ويُظهر الوظيفة التواصلية، والنظام المنمذج الثانوي(الفني) الذي يبدي توليدا لمعلومات جديدة، ويُظهر الوظيفة الإبداعية (Lotman & Vroon, 1977, pp. 126–127) . غير أن النظام الأخير يعمل على احداث تشويش بنص النظام الأول، وعرقلة العملية التواصلية ليزيد من غموض النص وصعوبة توقعاته. ويشدد لوتمان على أن النظامان يعملان على أساس قواعد مختلفة رغم أن المادة القاعدية واحدة، ومن الواضح أن هذا التداخل بين نظامين؛ النظام اللغوي والنظام الفني يؤدي إلى تعقيد كبير وإلى انبثاق خصائص مميزة لعناصر النظام اللغوي ما كان يمكن ملاحظتها لو لم يلتق بالنظام الفني في نظام هجين هو النظام الأدبي. وهو تعقيد سيكون له تأثير في طبيعة العلامة نفسها وكيفية اشتغالها لإنتاج المعنى في النظام المنمذج الثانوي (الفني) النص الأدبي. (بوزيدة, 2007, ص.194)

وانسحاباعلى النظام الدلالي السينما؛ الذي يظهر كنظام منمذج ثانوي (فني) أمام اللغة (الطبيعية) النظام المنمذج الأول؛ وذلك يعني أن النظام الفني يُعيد تشفير النظام اللغوي بشفراته الخاصة المتعضدة بمسالك تعبيرية عن أنظمة أخرى (المسرح، الموسيقى، الرسم، الأدب..) استيعابا

للخلفيات السيميوطيقية والثقافية للعلامة في النص السابق مخلفا الفيلم الفعلي؛ كما ويتقاطع الفيلم الفعلي مع أنظمة دلالية أخرى (الفيلم القصير، الإعلان، المنصات الرقمية) تنتظم وفق الفضاءات السيميوطيقية، الثقافية والسيبرانية (المختارات التابعة للفيلم الفعلي، العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية المستقلة التابعة للفيلم الإبداعي، وتلك المستقلة التابعة للفيلم المعاد منتجته)، مخلفا نصا مشروطا بإبداعية Movie Creator، بما يحمله كنظام ثانوي جديد من علامات وسيرورة دلالية مختلفة.

شكل (22): *يوضح نمذجة نصوص الأنظمة الدلالية*



المصدر: إعداد شخصي

وعليه، جاءت مساهمة المقاربة السيميوثقافية في تكريس مفهوم انفتاح النص على عوالم الخطاب وشرطية تشييده من مستويات وتمثلات لاسيما إذا تعلق الأمر بالخطابات المرئية المرفوعة رقميا والذي يضمنه مصطلح الهجين، التفكيك، النمط الدينامي الإخلاف والتوليد؛ أي أن مسوغات الظاهرة الإبداعية المرتبطة بالإنفجار الحديث منوطة بالنزعة السيميو–ثقافية وبوصم وظائف اللغة بالتعايش فيما بينها على صعيد الرسالة الواحدة، حيث نصادف في الجزء الأكبر من اللغة اليومية تعالقا وتداخلا، حتى وإن كانت وظيفة واحدة من بين تلك الوظائف هي الهيمنة. (جامعة وهران, 2010, ص. 110)

وسيتضح التطبيق الفعلي للنظرية مع تفصيل أكثر في جزئية التصميم الإجرائي.

3.الإجراءات المنهجية

1.3 منهج الدراسة

2.3 مدونة الدراسة وخصائصها

3.3 أداة الدراسة

1.3 منهج الدراسة

نوع الدراسة

يُجمع الأكاديميون والباحثون أنه، عند وضع مخطط الدراسة، يحتاج الباحث إلى ثلاثة عناصر مترابطة فيما بينها، ألا وهي: الرؤية الفلسفية التي يُقصد بها البراديغم، تصميم مخطط البحث الذي يُعنى بنوع الدراسة إما بحوث كمية أو كيفية وأخيرا أدوات و تقنيات البحث.

هذا، واتكاء إلى ما ذكر آنفا بإسهاب–تحليلا وإثباتا في الإشكالية عن سبب انكبابنا على الدراسات النوعية وعلاقتها الوثيقة بالمقاربة السيميوطيقية– واستنادا إلى نوع المعطيات، تنتمي الأطروحة إلى البحوث الكيفية التي قد تتوافق مع أي من التقاليد السبع (المذكورة سابقا) حيث من الممكن أن تنطلق من نظريات مسبقة بهدف اختبارها، أو من الممكن أن تعتمد على الاستقراء لتكوين فرضيات أو نظريات بناءا على البيانات وهذا ما يتسق والفكر المتجذر (طريقة تحليل المعطيات – موقع الإحصاء, n.d).

وبهذا تبنت الدراسة الخلفية الأبيستمولوجية للفكر المتجذر Grounded Perspective لأنها تضمن الاتساق والانسجام البحثي؛ وذلك تبعا لما يؤكده البروفيسور فضيل دليوDelliou Foudil؛ أن الإستقراء يَحُد من تقييد وقولبة الإجراءات البحثية تبعا لأي سند نظري مُعتمد، عكس الإستنباطية التي تنطلق من النظرية وتنتهي بمحاولة إثباتها، تعديلها أونفيها. (لونيس, 2020)

حيث، ينبثق الفكر المتجذر من الفلسفة التفسيرية (التأويلية الكيفية) Interpretative Approach التي تقول بعدم إمكانية الفصل بين الدارس وموضوع الدراسة، وأن عملية جمع وتحليل البيانات تظهر بشكل مقلوب. « فالفكرة الأساسية لهذه الطريقة هي قراءة (وإعادة قراءة) البيانات، ومن خلال تحليلها يتم خلق، اكتشاف وإظهار المفاهيم والعلاقات المتداخلة بينها التي ساهمت في تشكيل الظاهرة وبفهم أبعاد الظاهرة وحتى أنها تسمح بتعديل الظروف و المسار الذي تمر به الظاهرة» (طريقة تحليل المعطيات – موقع الإحصاء, n.d).

إذن، بشكل عام تُسهم هذه الخلفية بالتحرر من الأطر النظرية المهيمنة، من خلال الترقي بالبناء المفاهيمي الذي يقوم به الباحث حيث يسلك مسلكًا استقرائيًا بحتًا Way Inductive، وهو المسار الذي اتبعناه في هندسة موضوع الدراسة وإجراءاته المنهجية. كما يجدر الإشارة أخيرا، أن الفكر المتجذر غائب عن الدراسات العربية، وعن بحوث علوم الإعلام والاتصال خاصة (رغم أنه لا

توجد دراسات إحصائية دقيقة تثبت مدى استخداماتها، وإنما هذا ما جاء على لسان الدكتور نصر الدين لعياضي)، وهذا دافع آخر استدعى منا محاولة التعمق لشد الانتباه له. (Faour, 2016)

إجراءات الفكر المتجذر

تسمح إجراءات الفكر المتجذر التطبيقية GPT بإعادة بناء الممارسات التواصلية على ثلاثة مستويات مترابطة: مستوى المشكلة، المستوى التقني والمستوى الفلسفي. والمُتأمل للمستويات سيلاحظ حتما عكسية السيرورة البحثية التي أشرنا لها سابقا (لدى ما أجمع علية الباحثون)؛ حيث الإنطلاق من مستوى المشكلة في سياق الممارسة الاتصالية الواقعية، الذي يتيح الرصد المادي للفجوات المعرفية – لانقصد بالمادي الشكل وإنما ملامسة الباحث للمشكلة شخصيّا)، أما المستوى التقني فيجمع تلك المجموعة من الأدوات التقنية الهجينة التي هي من تصور الباحث لمعالجة المشكلة، أما المستوى الفلسفي فهو أيضا من مخرجات فكر الباحث، يصبو عبره لنسج سند يتكئ عليه كل الاختيارات والتصورات السابقة من مفاهيم ومبادئ معيارية واستخدام الأدوات والتقنيات من أجل مخاطبة المشكلة بمرونة وضمات اتساق وتأطير النسيج البحثي. (Craig, 2015, p. 3)

يعلن الفكر المتجذر عن نقد يتأرجح بين هيمنة الفضاءات الافتراضية وموت عصر الواقع الفعلي، وهنا يشرح جون بودريار Baudrillard Jean[7] ذلك في، أن قيمة الفكر لم تعد تُستمد من تطابقها مع الحقيقة بقدر ما أنها أصبحت تُستمد من اختلافه المتجذر عنها، بمعنى أن موقع ووجود وعينا قد أصبحا خارج الزمن الواقعي أو لنقل إن وجوده أصبح دوماً وجوداً مؤجلاً؛ إننا لا نوجد واقعياً (زغلول السيد, 2018, ص.ص279–278) ؛ أي أن تسليم المجتمعات ما بعد الحداثية التي تشهد تقدما تكنولوجيا بفكرة الواقع المفرطHyper Reality (الواقع الوهمي)، جاء نظراً للسيولة المعلوماتية الشبكية –إثر الانفجار الكوني في دائرة المعارف– التي عملت على تغييب الواقع والدعوة لنقيضه من خلال الواقع الافتراضي، الذي يتميز بإيقاع زمني سريع يفوق قدرة الإنسان على متابعته ومسايرته؛ لذلك تمكن من إحلال مساحات حيث يتمظهر عبرها وعيه وقدراته الإدراكية البديلة التي خلقت ممارسات ومهام على مستوى آخر من تجاوز المكان لصالح الزمن.

[7] جان بودريار منظر ثقافي وفيلسوف، ومحلل سياسي، وعالم اجتماع، تصنف أعماله بشكل أساسي ضمن مدرسة ما بعد الحداثة وما بعد البنيوية.

إذن، يُعمل الفكر المتجذر رؤية نقدية لواقع بشري مُتحكم فيه، من طرف نظام القوة الاستهلاكية العالمي المُدعم بموجات الدعاية والإعلان، حيث أصبحت السلع نتيجة للتواصل الإعلامي والإعلاني، عبارة عن منتجات من الممارسات البشرية والخطابات التي ترتكز عليها المنظومة الثقافية (زغلول السيد, 2018, ص.ص278–279)؛ وبالتالي حجم تحكم المؤسسات الكبرى ووسائل الإعلام يتمظهر في مسرحة هذه المنظومة من خلال أنساق من الرموز، العلامات، بل وحتى تحويلها إلى وهم يسمى بـ المعنى الذي يربط الفكر بالواقع، ويقوم بردم الهوة القائمة بينهما. (زغلول السيد, 2018, ص.280)

ومن خلال ما سبق، واسقاطا على الدراسة، يعتبر الفكر المتجذر نقدا وبالتالي، تصبح المساحات الإفتراضية، أرضا خصبة لإنبات توجهات نظرية، منتجات، خطابات وهويات مستحدثة، منمذجة وبديلة، مما ينعكس أثرها في العالم الواقعي على جميع المستويات والميادين الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية... ربما هذا قد لا يكون منسلخا تماما عن المنظور البراغماتي الذي يُكرّس الإنكباب على الشق التسويقي، الترويجي والإشهاري؛ بما تعود به هذه الأبحاث على اقتصاديات السينما بالمنفعة– الانعكاس الواقعي– لكن الفكر المتجذر، فتح آفاقا غير معهودة وانقلابية في الأدوار، حيث تضع الهوية الجديدة للإعلان الفيلمي وجميع صيغه Recut Movie / Movie Trailer Trailer ومبدعه Creators, Trailer Makers على رأس هرم إبداع الخطاب أو المنتج الجديد، وبالتالي تمظهر صناعات وممارسات ثقافية في فضاء سيبراني يحكمه وهم المعنى الذي يؤول في ظله.

المنهج

يستأثر الباحثون في مجال علوم الإعلام والاتصال على عدة مناهج علمية، حيث أن معظمها ناتج عن مبدأ التشابك البينيّ أو مبدأ التناهج Interdisciplinary الذي يعكس مساحات التداخل في المباحث والعلوم الأخرى، وعليه تتعدد قواعد دراسة المشكلة محل البحث وجوانبها والآثار المحيطة بها حسب المنهج المعتمد في تصميمه.

وبهذا، يتمظهر المنهج في مجموع المساعي التي يعتمدها الباحث أو الباحثة التي تكشف وبمعنى واسع عن تصوره للبحث أو لمنهجه، إن هذا المنهج لا يتحدد بكيفية غامضة، ولكن يكون قائما على اقتراحات تم التفكير فيها ومراجعتها جيدا، والتي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة صارمة بمساعدة الأدوات والوسائل التي تضمن له النجاح، وفي نفس الوقت مدى صحة المسعى (أنجرس & صحراوي, 2004, ص. 37)، وتقتضي طبيعة الدراسة وخصوصية الموضوع، الإعتماد

على منهج التحليل السيميولوجي وبالتحديد مقاربة سيميوطيقا الثقافة. حيث، يساعد منهج التحليل السيميولوجي على عصرنة الفهم وآليات القراءة والتأويل(كبور , 2017, ص. 15)، كما أنه يغوص في مضامين الرسالة والخطابات الإعلامية، ويسعى لتحقيق التحليل النقدي، فهو تحليل كيفي واستقرائي للرسالة ذو مضمون كامن وباطن. (قادري, 2012, ص.8)

وفي هذا الصدد، لطالما أعلن التحليل السيميولوجي عن طموحاته في التوسع –كما تنبأ به دي سوسير De Saussure وتصوره تشارلز سندرس بيرسCharles Sanders Peirce– ليطال مجمل الأنظمة السيميوطيقية وجميع أنساق العلامات، لفظية كانت أو غير لفظية، التي لا تنفك في التمايز بدورها، ما يكشف عن حاجة المشروع السيميائي (العلم) للنضج وبحثه الحثيث عن معالم تجدد دمائه في علاقته بالعلوم الأخرى، تحدد أطره المرجعية، وممارساته الإجرائية لرسم منهجه بدقة. وأمام هذا التراكم السيميائي وما يقابله من ثورة إنسانية وتكنولوجية تضع الباحث أمام تنوع في الطرح وتباين في التصور وتعداد في الممارسة التطبيقية، تلتبس فيها المصطلحات بين السيميولوجيا (اسامة, 2009) (Sémiologie/Semiology) والسيميوطيقا (Sémiotique/Semiotic)، فالكثير يعتبرها مصطلحات مرادفة –علم العلامات (ما يجمعها)– يتم تقسيمها فقط على أساس التقاليد الجغرافية، ولكن لاستخداماتها البيبليوغرافية والبحثية فروقات، بين المدرسة الدوسوسيرية الفرنسية (السيميولوجيا) والمدرسة البيرسية الأمريكية (السيميوطيقا) بحيث، تحاول الأولى الاشتغال على الحياة الاجتماعية للعلامات، أما الثانية تحاول وصف تنظيم المعنى وكيف ينبني معنى النص(Chandès & Fernández Castanedo Flores, 2015)، وبهذا لم يعد علم العلامات حديثا وإنما انطبع التحديث والتطوير على تحديد معالمه وبناء مقولاته، وتبيان أدبياته، واختبار نظرياته وأدواته الإجرائية. وإلا فإننا نصادف في تاريخ التفكير الفلسفي على كثير من تصوراته عند الشعوب القديمة التي أسهمت في بناء الحضارة الإنسانية كالفراعنة والبابليين والإغريق والعرب والمسلمين والرومان. (تغزاوي, 2014)

بعد ذلك، ومنذ منتصف ثمانينيات القرن العشرين إلى يومنا هذا، تسعى جُلّ المدارس السيميائية بمختلف توجهاتها الكلاسيكية والحديثة: التواصل، الدلالة، الثقافة، السيميوطيقا البيولوجية Biosemiotics والسيميوطيقا التفاعلية الرقمية Cybersemiotics[8]،إلى تطوير مناهج تحليلية قابلة

[8] من بيان مجموعة"السيميائيات الديناميكية"(Manifesto of Dynamic semiotics)، جامعة بريمن، المانيا، التي أصدرت بيانها الافتتاحي في 2011/05/20، ومن مشروع كتاب (ترجمة مختارات) يشتغل عليه كل من: محمد عبد الحميد المالكي و د. ابراهيم اغنيوة، في تصنيف الجديد العلمي في مجال السيميائيات :

للتطبيق على جميع أوجه التواصل المتعدد الأنماط (الأنماط السيميوطيقية دائمة التمايز والتطور)؛ من الشعر إلى إشارات المرور، من الموسيقى إلى العروض المسرحية والسينما، ومن آليات التواصل الحاسوبي/الوسائطي والحيواني إلى فك الشفرات الاتصالية بين الفيروسات والخلايا، إن ميلاد هذا العلم اقترن بثورة التفكير اللفظي والأيقوني المعاصر نتيجة ارتباطه الوثيق بالمنجزات والاستكشافات التي حققها العلم الحديث. (تغزاوي, 2014)

وللتوضيح، يهدف المنهج السيميولوجي إلى رصد بنيات الخطابات، الأنشطة البشرية والصناعات الثقافية الدلالية، ما يُسهم في سنِّ قواعد كونية لفهم هذه الإنتاجات الإبداعية سطحا وعمقا.وهذا بتمثل المقاربة السيميوطيقية التي تتعامل مع هذه الظواهر المعطاة باعتبارها علامات، إشارات، رموزا، أيقونات واستعارات. (حمداوي، 2015، ص. 93)

وبهذا المعنى، أصبح للمقاربة السيميوطيقية، تصور نظري ومنهج تطبيقي يمس تقريبا المعارف العلمية المرتبطة بالإنسانية، وأداة في الإشتغال على الأنساق اللغوية وغير اللغوية من خلال تقنيتين إجرائيتين هما التفكيك والتركيب، بالاتجاه نحو تفكيك/ إعادة بناء المدونات النصية والسمعية البصرية من خلال تجاوز ثنائيتي كيف قيل النص/ وما قاله النص إلى التعدد. وترتكز السيميوطيقا على ثلاثة مبادئ أساسية، وهي:

جدول (5): *يوضح المبادئ الأساسية للسيميوطيقا*

تحليل محايث	تحليل بنيوي	تحليل الخطاب
– البحث عن الشروط الداخلية المتحكمة في تكوين دلالة نصوص المضامين وإقصاء المحيل الخارجي. – المعنى بمثابة أثر ناتج عن شبكة من العلاقات الرابطة بين العناصر.	– البحث في شكل المضمون، أي بعبارة أخرى تحليل لا يهدف إلى وصف المعنى نفسه، وإنما شكله ومعماره. – وهذا بدوره يؤدي بنا إلى تسليم أن عناصر النص لا دلالة لها إلا عبر شبكة من العلاقات القائمة بينها. لذا لا يجب الاهتمام إلا بالعناصر إلا ماكان منها داخلا في نظام الاختلاف تقييما وبناء.	– يهتم التحليل السيميوطيقي بالخطاب، أي يهتم ببناء نظام لإنتاج الأقوال والنصوص وهو ما يسمى بالقدرة الخطابية.

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(حمداوي, 2009)

(صالح, 2009)

وأكيد أن تبني المقاربة السيميوثقافية أو سيميوطيقا الثقافة (توجه الأطروحة)، نراه موافقا لأهداف الدراسة (بعد استقراء حثيث للواقع)، بحيث تتيح النظرية التي تؤطرها تماشيا مع التركيبة المفاهمية، من التعددية، النمذجة، الأنماط، الفضاء... كما تتماشى والنموذج المتصور لهندسة وتصميم الشبكة التحليلة للخطاب الإبداعي لإعلانات الأفلام مدونة الدراسة.

وينبثق الإطار الإبستمولوجي لسيميوطيقا الثقافة من فلسفات مستمدة من الإرث الشكلاني وهي من جماعات الاتحاد السوفياتي اللسانية التي تختلف عن قريناتها من الجماعات اللسانية الأخرى، لكونها أولت للجانب السيميائي اهتماماً بالغاً، وخاصة اتجاه سميوطيقا الثقافة. والثقافة بالنسبة لها وفق المفهوم السيميائي « نظام من العلاقات بين الإنسان والعالم المحيط به من جهة، والطريقة التي تنظم هيكلة العالم من جهة ثانية» (بوزيدة, 2007, ص. 186). واستنادا إلى هذا التصور، سرعان ما انشطر الفكر الشكلاني مخلفا مدارس أساسية اهتمت بالجانب العلاقاتي والتنظيمي في سيميوطيقا الثقافة، وهي:

جامعة موسكو(Moscow) الروسية البنيوية التي يمثلها رومان جاكبسون (Jakobson Roman)، وجماعة بيترسبورج أو جماعة دراسة اللغة الشعرية (أبوياز/OYAZ -O) التي يقودها فيكتور شلوفسكي (Victor Borissovitch Chklovski) وجامعة تارتو(Tartu) الإستونية التي تُعنى بسيميوطيقا الأدب، السينما والثقافة. (الخطيب, 1983, ص. 9) تشترك كل منهما في أساس تجاوز فكرة المحايثة والنص المغلق، إلى التطلع نحو ما هو أكثر اتساعا من اللغة الطبيعية. وهو ما أصر عليه *Yuri Lotman يوري لوتمان، من محدِثي التصور الشكلاني، وعراب سيميوطيقا الثقافة.

في الواقع، لم يكن لوتمان السيميائي الوحيد الذي تطرق لسيميوطيقا الثقافة، وتناول موضوع الثقافة في أوروبا خلال منتصف السبعينيات والثمانينيات من القرن الماضي. بل هناك العديد ممن

* يوري أو جوري لوتمان Youri, Juri، مؤسس قسم السيميائية في جامعة تارتو، وأحد الشخصيات البارزة في مدرسة تارتو موسكو للسيميائية. قدم أساسيات سيميوطيقا الثقافة كحقل جديد للبحث في أطروحات الدراسة السيميائيات (طبقت على النصوص السلافية) عام 1975، له العديد من المؤلفات التي ترجمت من اللغة الروسية إلى الإنجليزية (2009 Culture and Explosion) و(Universe of the Mind 1990) و(The Structure of the Artistic Text 1977) وغيرها.. أنشأ جوري لوتمان أيضًا أقدم مجلة للسيميائيات حاليًا، وهي مجلة Sign Systems Studies، التي نُشرت لأول مرة في عام 1964.

ناقشوا التوجه من منطلقات مختلفة؛ فمن المعنى الأنثروبولوجي، كما هو في نظرية السرد لجريماس Greimas's narrative theory، إلى قوانين التنظيم الدلالي كما هو الحال مع نموذج إيكو الموسوعي Eco's encyclopedic model و دراسات بارت Barthes عن الموضة، المطبخ والإعلان.

ومع ذلك، فإن وجهة نظر لوتمان مختلفة لقوله الصريح أنه بغض النظر عن طبيعة الموضوع سواء كان نصّا، سلعة، فضاءا، سلوكا، فإن التحليل يركز دائمًا على نظام العلاقات بين الموضوع والسياق، وديناميكية المعلومات وتعددها، في محاولة للتمييز بين النماذج السائدة والمستحدثة، حتى نتمكن من تصنيف الثقافات. (Lorusso, 2015, p. 68) وبهذا، تتميز رؤيته بالثورية على مبادئ الشكلانية التي أهملت الذات المرسلة (المُبدعة) والذات المستقبلة (المتذوقة)، وأقصت الواقع الذي يجمعهما على مستوى الإرسال والمرجع ومشاكل علم الجمال.

وكما هو واضح أيضا، أن لوتمان يولي أهمية كبيرة لسريان المعلومات في تعريفه وتشكيله لمقاربته، حتى أن تعريف الثقافة عنده يسلط الضوء على مكانة تراث جاكوبسون ودراسات الاتصال بشكل عام (سيظهر ذلك لاحقا)، كما يصف لوتمان الثقافة على أنها مجموع المعلومات والنصوص التي تتوالد باستمرار في فضاءات سيميائية (Lorusso, 2015, p.p. 68-96) ، بمعنى أن وظيفة الثقافة قائمة على منح المساحة التي يتم فيها تطوير محتويات جديدة ونقلها وتصنيفها ضمن أنظمة دلالية، والتي ينظر إليها بدورها كنصوص، والنصوص كجهاز لتحويل الرسائل والمعلومات وإعادة إنتاجها وفق التنظيم الثقافي والفاعلين الثقافيين. وبهذه الطريقة تخلق مجالًا سيميوطيقيا حول الإنسان، أشكال التعبير والمعنى، والذي يشبه في وظيفته المحيط الحيوي، حيث يجعل الحياة ممكنة؛ هذه ليست الحياة العضوية، بل الحياة الاجتماعية. (بريمي، 2018، ص.ص.79-78)

أسس التوجه السيميوثقافي

على الرغم من عدم نضوج التوجه السيميوثقافي –كحالة العديد من الاتجاهات– ومرد ذلك؛ أن لوتمان أرخى لاتجاه فضفاض غير محدد إلا بما يستجد من ظواهر ووقائع وما قد ينجر عن انفجار في ديناميات الثقافة، ما أفرز شبكات تحليلية فردانية التوجه تتبع طبيعة المدونات، كما أن ترجمات الإرث اللوتماني من الروسية إلى العربية بل وإلى لغات أخرى جاءت غامضة، وأفقدته الثقل العلمي. إلا أن خصوصيتها التطورية، أتاحت دمج وإدخال طرق تحليل جديدة في وصف وقراءة الخطاب بمختلف أنواعه ومشاربه (ما نراه يتواءم مع الموجات الجديدة: تحليل الخطاب المرفوع رقميا، تحليل المضمون الرقمي، التحليل السيميولوجي للفضاءات الإفتراضية..) فكما للتحليل السيميولوجي البارثي

مستويين؛ وصفي نقف فيه عند العلامة سواء كانت لسانية أو أيقونية أو تشكيلية فنصفها وصفا دقيقا ونجزئها ونقسمها، ثم مستوى التحليل نحاول فيه تحليل ما جمعناه أثناء الوصف ونجمع كل جزء من العلامة بما يلائمه من دلالات وتأويلات.

إلى السيميوطيقا البيرسية، التي تركز على ثلاث مستويات: يتضمن المستوى الأول تحديد الدال والمدلول أي الشكل والمعنى، فالمستوى الثاني، يتم فيه تجاوز تحديد البنى الشكلية الظاهرية إلى الأنظمة الداخلية الخاصة بما فيها المرجعيات الثقافية والدينية والسياسية التي ينتمي إليها الخطاب (مرجعيات المعنى)، من ثم المستوى الثالث، الذي يسمى أيضا مستوى السيميوزيس أي لا نهائية التأويل، حيث ننطلق مما جمعناه سابقا ونطارد المعاني الخفية والملابسات التأويلية المختلفة. (جوزيف & حضري, 2010, ص. 45)

ثم نجد سيميوطيقا الثقافة؛ مع كل من يوري لوتمان Juri Lotman، تزفيتان تودورف Tzvetan Todorov وأومبرتو إيكو Umberto Eco، حيث تبحث السيميوطيقا أولا، في العلامات والرموز بمختلف أنواعها المادية (العينية)، الاجتماعية والثقافية، المتداولة وسط المجتمع، وقد يعني هذا المعطى أنه لا يوجد دال كوني، وبأن الدال موضع اختيار سوسيوثقافي مخصوص. (جوزيف & حضري, 2010, ص. 45) هذا صحيح إلى حد ما، ولكن حسبنا، وبعد انفتاح الفضاءات السيبرانية والترابط الشبكي، أصبحت العلامة تتصف بعدم الاستقرار، فهي تارة تتسم بالتخصيص وتارة أخرى بالكونية تبعا لمرونتها داخل هذا الفضاء، وهذا هو أساس اتجاه الأطروحة نحو مقاربة سيموطيقا الثقافة: الإرساء للتعددية بين الدوال والمدلولات ما يمنح المعنى حركيته وتعدد تأويلاته.

ثانيا، تنطلق سيميوطيقا الثقافة من اعتبار الظواهر الثقافية موضوعات تواصلية، حيث أن الثقافة برامج وتعليمات تتحكم في سلوك الإنسان، هذا الأخير يحقق تواصلا عن طريق إدراكه للعالم بواسطة أنساق الثقافة الدالة (اللفظية وغير اللفظية)، والثقافة بالتالي نظام مكون من أنساق عدة لا تعد تواصلية فحسب، وإنما نظام منمذج في العالم (داسكال & لحميداني, 1987, ص. 7)، إذن تُعنى سيميوطيقا الثقافة بتحليل ديناميكيات التعددية المتفجرة وغير المتوقعة للتغيير الثقافي على اعتبارها نصوصا (كالأدب، الفن، السينما، الإعلام..) وفق آليات منمذجة كمجال رئيسي للبحث في المشروع السيميوثقافي، وهو السبب الثاني في تبني هذه المقاربة وما توفره من مسارات إجرائية تطبيقية للنمذجة.

أما عن الفرضية الأساسية لسيميوطيقا الثقافة، هي أنه يمكن النظر إلى الثقافات على أنها أنظمة سيميائية معقدة متشابكة ذات مغزى، أو بكلمات لوتمان الخاصة:

"Semiotics of culture is a field that studies the mutual interaction of semiotic systems of differing structures, the internal unevenness of the semiotic space, the inevitability of semiotic polyglottism "(Lotman, 2019). *

أي أنها سيميوطيقا تشتغل على دراسة العلاقة الوظيفية بين الأنظمة الدلالية المختلفة بحيث تتميز كل ثقافة –في سيرورة تطورها التاريخي– بعلاقات تعددية مع أنظمة دالة أخرى تضمن توالدها المستحدث؛ وبالتالي يعتبر مفهوم الثقافة نظاما علاماتيا من بين المفاهيم المركزية في السيميوطيقا. فالعلامة (الفنية) حسب يورى لوتمان ليست تواطئية مثل اللغوية بل هي أيقونية و تصويرية، لذالك يصعب تقسيمها إلى شكل ومضمون.

كما ترتكز سيميوطيقا الثقافة على البنية الثقافية للنص (اللوحة أو الرواية أو الفيلم...) في المحيط السوسيو–التكنو–ثقافي واستثمار كل الأنظمة الدالة فيه، على اعتبار أن النص دائم التأثر بثقافته وبيئته. (بريمي، 2018، ص.ص. 90-92-78)

فهي مقاربة تبحث في الأنماط السيميوطيقية التي ترتبط بعالم يقع خارج مجالها وحدودها وتحافظ في الوقت نفسه على خصوصيتها. وعليه، فإذا كان السيميوطيقيون يبحثون عن الدلالة والمعنى داخل النص (الأدبي، الفني والإعلامي...)، فإن علماء سيميوطيقا الثقافة يبحثون–منهجيا وفلسفيا– عن المبادئ التالية:

– مبدأ التشاكل الثقافي الذي يفترض بأن كل الوحدات السيميائية، انطلاقا من الوعي الفردي إلى الثقافة الإنسانية في كليتها وشموليتها، هي وحدات ترتكز على آليات غير متجانسة لتوليد المعاني.

– مبدأ نصية الثقافة وهو الإفتراض الذي يؤكد على أن الثقافة هي نص مركب، يتألف بدوره من مجموعة نصوص.

– مبدأ التعددية، يتحدث لوتمان عن الفضاء الثقافي الكوني الذي يرفض الإنعزال والإنغلاق والأحادية ويوحي بالتعددية والإختلاف وعدم التماثل والتوازي. فلكل ثقافة كونها السيميائي.

– وسواء نظرنا إلى الثقافة بوصفها آلية موّلدة للنصوص أو على أنها مجموعة من النصوص، فإن صفة التعالق بين النص والثقافة ثابتة، ومن أجل القيام بذلك، تحتاج الثقافة إلى آلية وسيطة

* أُقتبس النص من موقع https://www.flfi.ut.ee التابع لجامعة Tartu، وقد تم حجبه بداية من الحرب الروسية على أوكرانيا في 2022.

تجعل من الممكن تحويل وتجميع أنظمة دلالية غير متجانسة، مختلفة ومتمايزة. هذه الآلية، أطلق عليها لوتمان النمذجة Modeling. (بريمي، 2018، ص.230)

وهو ما نصبو إليه في قراءتنا للخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام الخيال العلمي عبر اتخاذ أسلوب تحليل كيفي للنصوص يستهدف بالدرجة الأولى معاني الخطاب(ينجلي ذلك تطبيقيا في الخلفية الإجرائية) وتوضيح النصية في الفيلم الإعلاني (نقصد بها عملية تفكيكية تحليلية للفرضيات) والتعددية التي تتجلى تاليا.

التعددية والأنماط السيميوطيقية Semiotic Resources & Multimodalities

بإمكان المقاربة التعددية Multimodalities توفير طرق جديدة، غير مألوفة لتحليل الخطابات، الأنظمة والأشكال الحديثة من المحتويات الإعلامية والثقافية مثل الأفلام السينمائية، البرامج التلفزيونية، الأنمي والمضامين الشبكية... وحسبنا، هذا ما نحتاجه لتحقيق الحركية البحثية متعددة التخصصات بالتوازي مع الأكاديميات الإعلامية والاتصالية والدراسات السينمائية؛ وذلك بتوجيه الانتباه أكثر نحو تحليل الخطاب (على اعتباره وجها من أوجه التحليل السيميوطيقي) المتعدد الأنماط Multimodal Discourse Analysis الذي يشتغل على الصوت، الصورة والحركة.

بالطبع، هاته الأنماط Semiotic Resources أوModes ليست حديثة الظهور؛ فالتعدديّة ظاهرة موجودة منذ بداية التنوع والتطور في الوسائط، كتضمين الأنماط التي كان يحوزها المسرح، تلك التي تدمج اللغة المنطوقة، الحركة الدرامية، الإيماءات وتعبيرات الوجه،الإضاءة، الرموز، تمثيل العمارة والأزياء... في السينما؛ والنتيجة هي شكل تواصلي فني متعدد الأنماط تراكمت فيه الأشكال التواصلية والثقافية المستقرة والمتغيرة.

إلى جانب ذلك، فلقد نوقشت التعددية من طرف منظري الخطاب، الباحثين في الدراسات السينمائية ونظريتها وحتى الممارسين (صناع السينما والحرفيين...)، على الرغم من أنهم لم يستخدموا مصطلح التعددية Multimodalities في حد ذاته، فنظرية المونتاج التي أتى بها آيزنشتاين The Montage Theory of Eisenstein ،على سبيل المثال، "نظمت العلاقات بين التصوير والتركيب، الحركة الدرامية والموسيقى وصوت"، وبخاصة إذا تعمقنا في فهم النظرية؛ التي تقول أن تجاور صورتينjuxtaposition حتما ينتج معنى ثالثا، وهذا ما يعتبر تصريحا، تعدادا ورصدا مسبقا للأنماط السيميوطيقية. (Eisenstein & Leyda, 1969, pp. 69–230)

إذن، تعد تعددية الأنماط السيميوطيقية مسألة تتعلق بكيفية التصوير، التركيب وتأطير الصورة وتأثيثها بأنظمة الدلالة مكانيا وزمانيا. وبهذا المعنى، فإن الإطار –حامل الأنماط السيميوطيقية – مسؤول عن ذلك الإنتقال من المسرح إلى الوسيط الجديد ألا وهو الفيلم*، كما نحا كريستيان ماتز Ch.Metz المنحى نفسه لتأكيد أهمية التصوير، التركيب والتأطير في إرساء قواعداللغة السينمائية Cinematic Language (الأهم في نظرية (لغة السينما)، Metz's cinematic grammar هي المقترحات التي ركزت على مكانة اللغة الطبيعية في الفيلم السينمائي محاولة منه لإيجاد إمكانية في دراسة الفيلم السينمائي على ما هو لساني– سيميولوجي، لكنه خلص أن السينما فعل لخطاب تواصلي تمتاز بلغة خاصة مختلفة عن اللغة الطبيعية في إنتاج المعنى.) التي وعبرها يمكن إلصاق قراءة الفيلم بصيرورة المعنى، وبالتالي نفي قول الذين التزموا بتوصيف الفيلم كمجرد فيديوهات متحركة لا تحمل أية معنى في داخلها. (Metz & Taylor, 1991, p. 46) في حين، ولاحقا تتبع Van Leeuwen ما كان يرمي إليه Eisenstein آن ذاك، مقترحا فكرة سنمأة الإطار؛ وذلك بتعديل أنماط المساهمة Contributory Modes (الخاصة بالمسرح والمذكورة سابقا)، وتأطيرها وفقا للتحولات الزمنية والمكانية، التي تمكنت الكاميرا والمنتجة من خلقها، لتدرج أنماطا جديدة تسمى بـ أنماط التنسيق Orchestering Modes ، بدورها تحرص على أن تشكل عناصر تكوين الإطار السينمائي.

أُسس هذا الإنتقال، أطلق عليه Theo Van Leeuwen مبادئ التحكم في وظيفة الإطار* principles governing the function of frames؛ (Burn, 2015, "1–2" sections) لينظر إليها على أنها بداية لتأريخ السينما. وتشريع لمبدأ تعددية الأنماط السيميوطيقية وبالتالي تعددية العناصر

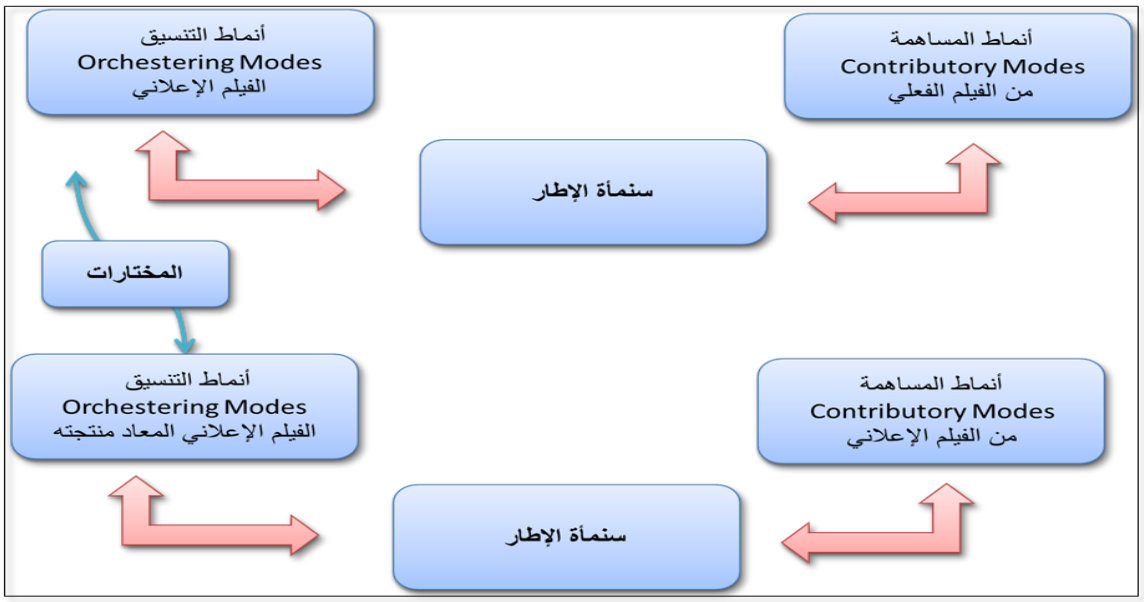
* تعتبر لحظة هرب المتفرجين من قاعة السينما عند مشاهدة أحد أول الأفلام، خوفا من اصطدام القطار بهم في فيلم "وصول القطار 1896"، أكثر لحظات توحد الجمهور مع زمن ومكان الفيلم؛ وهي اللحظة الأكثر شهرة في بدايات السينما، بسبب اللقطة الواحدة التي تم تصوير المشهد بها، فالمونتاج داخل اللقطة والذي عنده توجد وحدة الزمان والمكان، ارتقى بالسينما من مجرد مسرحيات مصورة، إلى إمكانيات لا متناهية في استغلال الزمان والمكان، وإنتاج المعنى المتواصل وتعدد مستوياته.

* أسئلة عميقة حول كيفية تمثيل الفيلم للعالم. هل ينبغي أن يطمح إلى تمثيل طبيعي لتجربة ما يبدو أنه مستمر للفضاء والوقت الذي سيتعرف عليه المشاهدون ويطمئنونه؟ أم ينبغي أن تسعى إلى تعطيل هذه التوقعات، وتحدي تصوراتنا التقليدية عن العالم؟ أصبحت هذه مسألة للسياسة الثقافية، والتي، ببساطة، نظر إلى تحرير الاستمرارية في هوليوود كمحاولة لتطبيع وجهة نظر العالم التي تفضلها الجماعات المهيمنة في المجتمع ؛ في حين أن مبدأ المونتاج الذي اشتهر به المخرج السوفييتي سيرجي أيزنشتاين، تحدى مثل هذه الأيديولوجيات من خلال التقاليد المتطرفة العنيفة للصور في كثير من الأحيان (أيزنشتاين، 1969)

التي ترتبط بالثقافة السينمائية، قام ثيوفان ليوين بتحديد أهم ثلاث وظائف للأنماط السيميوطيقية، فهي سند لخلق المعنى على مستوى الفيلم، وتتبعها فورتها، يحيل إلى إظهار التطور التاريخي والتكنولوجي الذي تعرضت له هذه الأنماط وبالتالي الذي تعرض له الفيلم أيضا، والأهم أنها تكشف عن خصوصية ثقافة محددة من خلال سياقات الاستخدام التي أرست لقواعد داخل الفضاء الثقافي السينمائي. (نبيل بلمكي [Nabil Belmekki نبيل بلمكي], 2020)

ويجدر التنويه، أن أنماط التنسيقOrchestering Modes وفعل السنمأة لا يتوقف على الدوال التصويرية، بل ينسحب على الصوتية، الدوال الضوئية، الوصلية والتشويهية. كما تتخذ أنماط التنسيق مسمى المختارات على مستوى الخلفية الإجرائية. ويتوضح كل ما سبق عبر الخطاطة التالية:

شكل (22): *يبرز آلية السنمأ*



المصدر: إعداد شخصي

النص في سيميوطيقا الثقافة

حسب يوري لوتمان « يتخذ النص، بعداً سيميائياً وثقافياً قائماً على الحوارية وتداخل النصوص داخل كون سيميائي معين، أساسه التفاعل والانفتاح والتجاور والحوار » (حمداوي، 2015، ص. 306). أي إنَّ النص كنظام ثقافي دال (على اعتبار الثقافة منتجة له) أو نسيج لغوي غير منعزلٍ، وجوده مرتبط بالبعد الحواري، ومن التناصات والتقاطعات مع الأنظمة السيميائية الأخرى داخل كون ثقافي.

إذن، نرى أن صفة النص تنطبق على كل نظام علاماتي إبداعي يحمل دلالة (أدب، سينما، إعلام، إشهار، معمار..) ولا يقتصر على النص اللغوي(نثرا وشعرا)، ما يضمن سيرورة من

التداخلات بينه وبين أنظمة الثقافة الأخرى في تفاعلها المحتوى داخل مساحات سيميائية. لذلك فإنه لمقاربة نص ما لا بد من رصد مجموع العلامات الخالصة للنص(أ) والخالصة للنص(ب) في الفضاء(د)، ومعرفة الآليات التي أنتج بها مجموع العلامات النص (ج) المشتركة بين (أ) و(ب)، والكيفية التي تشكلت بها، أي لمعرفة تداخلات النص (العلامة الكبرى) مع نصوص الثقافة الأخرى.

فالثقافة نظام هرمي تنطلق من أصغر وحدة في النص بوصفها علامة إلى علامة أكبر (نقصد بها النص) تشارك في تشكيل نص أكبر هو نص الثقافة. (الملجمي, 2020)

وترى سيميوطيقا الثقافة الآليات المنتجة للنصوص على أنها أنظمة منمذجة؛ فعلى سبيل المثال «الأدب نظام منمذج لأنه يقدّم نموذجًا للعالم، ولكنه ثانوي، لأنه مبني على أساس نظام آخر هو النظام اللغوي: النظام المنمذج الأول » (حمداوي، 2015، ص. 190) وقس على ذلك أغلب الأنظمة الدلالية كالسينما. وسنتعرض لاحقا لآلية النمذجة Modeling System في ظل الخلفية النظرية الكون الثقافي السيميائي.

واستنادا إلى ما سبق، وإسقاطا على مدونة الدراسة، سنحاول مقاربة الأشكال السمعية البصرية لاسيما تلك التي تمزج ثقافة السينما بثقافة الانترنيت في تطورها الحديث على أنها خطابات متعددة الأنماط، إلحاقا إلى أن الفيلم، خطاب متعدد الأنماط السيميوطيقية (Bo, 2018, p. 132) ، وبتوصيف الفيلم الإعلاني أفلاما قصيرة short films (Moore et al., 2005, p. 124) مُبدعة من طرف مبدعي إعلانات الأفلام Creators, Trailer Makers هواة فن المنتجة*، تسير عليها التعددية . ومع ذلك، يجب أن تنطبق المبادئ العامة المقترحة لتحليل الخطاب المتعدد الأنماط– إلى جانب تعددية الأنماط السيميوطيقية– على الفيلم الإعلاني، في ظل الخلفية الإجرائية النحو المرئي أو البصري.

2.3 مدونة الدراسة وخصائصها

إن احتواء مدونة التحليل باعتبارها جزءا من العينة الشاملة (المجتمع الأصلي) على جلّ العناصر التي تم انتقائها اعتمادا على طرق منهجية تتماشى والبحوث النوعية، أدت إلى تصميم عينة الدراسة بتبني العينات غير الاحتمالية القصدية التي تتيح بروز هامش من ذاتية وبصمة الطالبة (تدخل العامل الشخصي) الناتجة عن الإلمام المعرفي النسبي بمجتمع البحث–عقب دراسة استطلاعية– وبالتالي القدرة الاختيارية التي تتناسب ومعطيات موضوع الدراسة من مادة سمعية

* مجموعة من الـ Users, fans Viewers, يلعبون دورا في إبداع مواد (خطابات) سينمائية من Movie Trailer، ولا يقتصر دورهم على فعل المشاهدة والمشاركة.

بصرية ديناميكية، إذ أن حجم العينة المُختارة يُحقّق الشمولية والعلمية المنشودة (بغض النظر عن تمثيلها) في توصيف مشروعية المقاربة السيميوثقافية التي تستهدف تحليل العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية على مستوى الـMovie Trailer.

تذهب الدراسة لإعلانات الأفلام الـ Trailers Movie لجونر الخيال العلمي المُتاحة على الإنترنت، وبالتحديد على منصة الـIMDb (المنصات المتخصصة في مجال العرض السينمائي) و التي تستعين بالروابط التي تحيل إلى الشاشات الشبكية كالـ YouTube . هذه الإعلانات، قد تم إطلاق أفلامها الفعلية Long Feature، ما أفقدها –حسبنا– وظيفتها الترويجية كخطاب إشهاري، التي شيّدت من أجله (مع استثناء أرقام المشاهدة الجديدة للوافدين على المنصة)، وظهور صناعة ثقافية سيبرانية على إثرها، تهتم بالإعلانات كخطاب إبداعي سينمائي بالدرجة الأولى (أفلام قصيرة)، إذن البحث في وضعية هذا الخطاب سيميوطيقيا.

ولما كان الهدف من موضوع الأطروحة تشخيص الظواهر الثقافية في المجتمعات المعاصرة والأبعاد السيميوثقافية في الخطاب الابداعي لـSci-FI Movie Trailer، فإننا اخترنا قصدا إعلانات أفلام التصنيف السينمائي الخيال العلمي التالية : Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـIMDb وذلك لتفردها–حسبنا– بجملة من السّمات (عملت على تصنيف الـ Movie Trailer حسب مؤشرات تُسهّل التمييز بين مستوياته أثناء التحليل، لكونها ذات دلالة) من بين لوائح إعلانات الأفلام للتصنيف نفسه؛ والتي من شأنها أن تخدم أهداف الدراسة، ولقد تم حصر العيّنة وفق مؤشرات ضبط (تبريرية) كما يلي:

مؤشر اختيار المنصة الرقمية IMDb

بُغية تدعيم الإختيار القصدي لمنصة الـ IMDb من بين قوائم المنصات والمواقع المُتخصصة في الثقافة السينمائية والبحث عن الأفلام السينمائية المُتاحة على شبكة الواب بنمطيها المجاني والمدفوع من جهة، ومن جهة أخرى لا تخضع لمتغيرات العزل (مادة غير قابلة للمشاهدة على الرغم من توافر وصفها الرقمي) إلى جانب التحديث، الحذف والتعديل كخدمات مطلوبة (كما هو حال المواقع والروابط، بدون سند احترافي أو هيئة رسمية تسهر على محتواها).

– انتقت الطالبة، الجملة الدلالية (المفتاحية) على المُحرّك البحثي Google التالية:

Les sites et les bases incontournables pour trouver de bons films et séries à regarder

وذلك على خلفية، أن أغلب المواقع والمنصات السينمائية تتيح عرضا استباقيا للأفلام الإعلانية، ونشير أن البحث الرقمي أُقيم خلال طيلة الفترة الممتدة بين 2017- 2018-2019 على فترات متقطعة عمدا، للحدّ من المعيقات الرقمية السابقة الذكر.

– تحصلت الطالبة على رابط يستعرض أهم قواعد بيانات الأفلام السينمائية، بمختلف تصنيفاتها ومميزاتها في شكل قائمة الـ (Top10)، والتي تظهرعلى الرابط التالي:

http://www.topito.com/top-sites-decouvrir-films-series-adieu-vie-sociale

– تضم القائمة الـ (Top10) المنصات التالية:

SensCritique, Betaseries, Allociné, IMDb, Cinémur, Les Inrocks, Rotten Tomatoes, Variety, Vodkaster.

والمُصاغة في 2014/12/1 برعاية المجموعة البحثية Le Web des autres التي ترصد أنماط وممارسات الإبحار على شبكة الواب les habitudes de navigation لكل من المحترفين، المهنيين أو مجرد متابعين فضوليين.

– خُصّت منصة الـ IMDb من بين هذه المجموعة بالوصف التالي:

"Plus grande et plus complète base de données cinéma du web, IMDb est la bible des cinéphiles. Leur top 250 des meilleurs films de tous les temps est autant célèbre que critiqué "(Autres, 2017).

شكل (23): *يبرز مؤشر اختيار الموقع الرقمي IMDb*

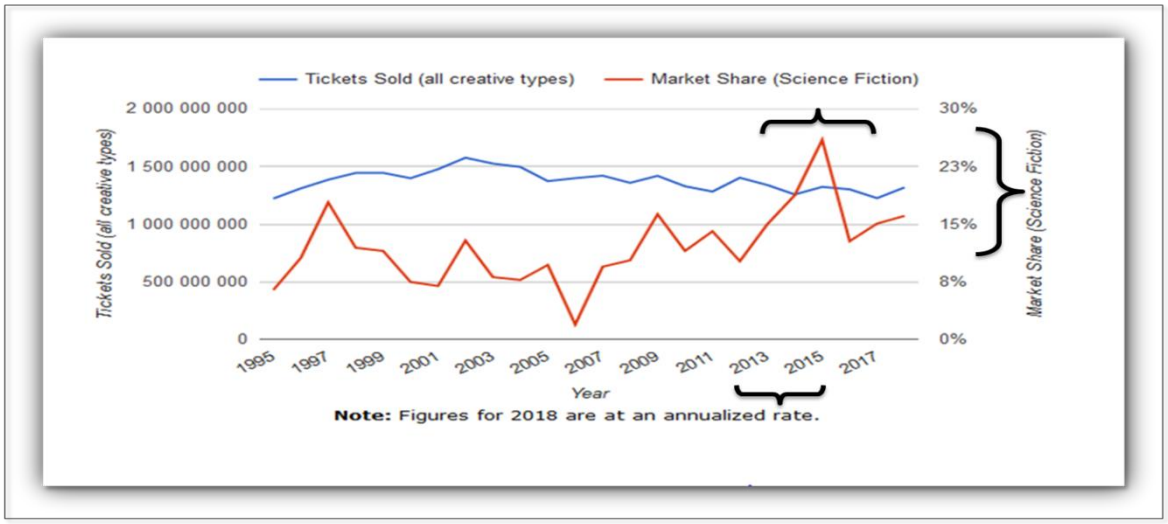
المصدر: مقتبس من:

. (Autres, 2017)

مؤشر اختيار جونر الخيال العلمي على IMDb

إن من مبررات الإنتقاء القصدي لصنف (جونر) الخيال العلمي لسنوات(2014-2015-2016)؛ في كونها تحقق نجاحا جماهيرياً كاسحاً عالميا، وذلك عقب دراسة استطلاعية لموقع THE NUMBERS الذي يتيح بيانات إحصائية عن الصناعة السينمائية (الشكل يوضح ذلك)، إلا أن جُلّ المراجعات النقدية للصناعة السينمائية أوضحت أن ضحالة المستوى الفعلي لتذوقها وعدم إدراك قيمتها الحقيقية سواءً كمضمون أو كقيمة فنية (رغم الإبداع الذي يكتنفها) بالنسبة للجمهور العادي أو المحترف لهو أمر يتناقض بالطبع مع الأهمية الكبيرة لنوعية هذه الأفلام .

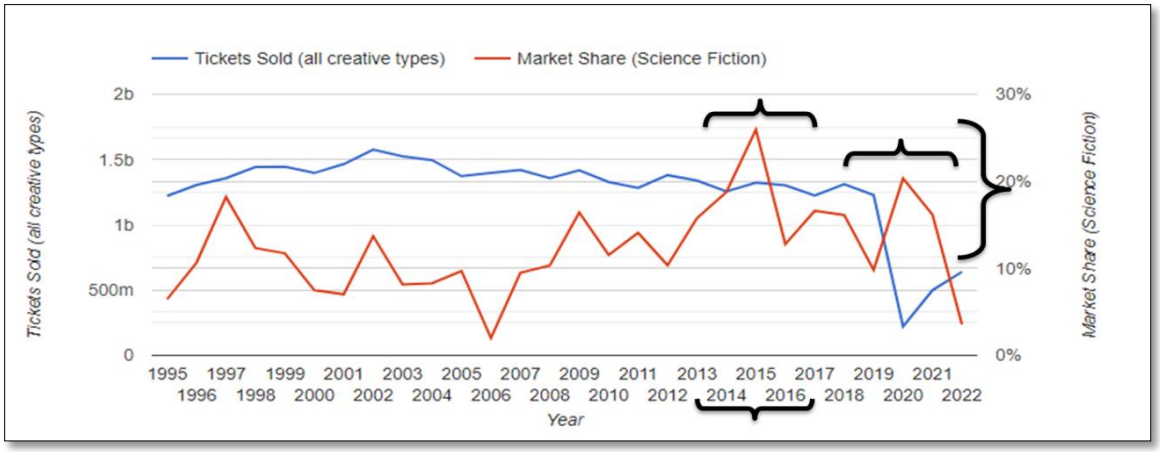
شكل (24): *يوضح ذروة الاقبال على أفلام الخيال العلمي (بيانات 2018)*



المصدر : مقتبس من:

(The Numbers - Box Office Performance History for Science Fiction Movies, 2018)

شكل (25): *يوضح ذروة الاقبال على أفلام الخيال العلمي (بيانات 2022)*



المصدر: مقتبس من:
(The Numbers - Box Office Performance History for Science Fiction Movies, 2022)

فسينما الخيال العلمي أو علم الخيال، قبل قيادتها منصة الأصناف السينمائية كنوع له وزنه في الثقافة الجماهيرية البصرية، تعامل الكثيرون معها باعتبارها أفلاما طفولية، تعبّر عن ولع بالغرائبية لا غير، لكن في وقتنا الحالي انتقل الاشتغال العقليّ بهذه الأفلام على الهوية البشرية، معنى الوجود الإنساني وعلاقته بالعلم، عبر طرح مجموعة من الأسئلة والإشكالات، ولعل أهمها: وماذا لو؟، what if?، تساؤل مثّل خلفية استناد نظرية ماكس فيبر Max Weber التفسيرية حول حاجتنا لأفلام الخيال العلمي؛ فكان الجواب أننا كبشر 'محبطون' نعيش في عالم نشعر بأنه قابل للتفسير، يمكن التنبؤ به وممل (Science Fiction Reflects Our Anxieties - NYTimes.Com, 2014)، فافتراض فيبر أنه نظرًا لانتشار العلم الحديث، اقتصاد السوق والحكومة التي تدار من خلال البيروقراطية بدلاً من روابط الولاء، ولاسيما نظرة المجتمعات إلى العالم على أنه عقلاني ومنظم بشكل منطقي أدى إلى فقدان الإحساس بالسحر والغموض (وطفة, 2021) وذلك،لأن الواقع المعاصر يمكن تحديده باستخدام جهاز كمبيوتر سريع بما فيه الكفاية لحل مشاكله، وهكذا نتحول إلى الخيال العلمي والتطبيقات المستقبلية للعلم في محاولة لإعادة هذا السحر.

وبهذا، أسهم صانعوا الأفلام في ردم هذه الفجوة (فجوة الملل بين الحاجة والكفاية) باستخدام الخبرة التقنية، الإمكانات المالية وخاصة بفضل تجاربهم الإبداعية على مرّ التاريخ في استحداث هذا النوع البصري من الثقافة الجماهيرية (Popular Culture) لوصف الطفرات التي طرأت على المجتمعات– أليس الخيال في تعريفه القاعدي تفكيكاً للواقع إلى قطع صغيرة ثم إعادة تركيبه؟ (الأحمر, 2016)– والتحول الذي استطاع المساس بالقيم الجمالية، الأيديولوجية والتكنولوجية ووضع تفسيرات لها على اعتبارها أكبر المخاوف الثقافية التي يعاني منها الإنسان المعاصر.. وهذا ما أكده جيه. بي. تيلوت J. P. Telotte :

«Science fiction does not detail the realities of specific problems so that we might avoid them, but rather represent our most pressing cultural fears » (Science Fiction Reflects Our Anxieties - NYTimes.Com, 2014).

وفي السنوات الأخيرة وبدلاً من آلية الهروب التي حققتها هذه الأفلام سابقا، فإنها توجهت نحو آلية إجهاد الفكر أو موجة Cerebral Sci-Fi عبر لمس إنسانية الإنسان من جديد، وقد اعتبر موقع

screenrant.com أفلام Interstellar, The Martian and Arrival أنها تندرج ضمن هذا الاتجاه الذي يتجاوز إغراء استغلال التكنولوجيا المستقبلية من خلال عرض النظام الأكثر تطورا وديمومة لدى الجميع، والمقصود هنا قلب الإنسان. وعليه استعنا بموقع IMDb للتفصيل في أهم المعلومات التي تعود على كل فيلم (بإسقاط السنوات الثلاث على دلالة البحث) للحصول على القائمة التالية:

جدول (6): *يبرز مؤشر اختيار أفلام الخيال العلمي على منصة IMDb*

أفلام الخيال العلمي المختارة لثلاث سنوات متتاليات 2015/2014 /2016 على منصة IMDb		
Interstellar (2014)	The Martian (2015)	Arrival(2016)

المصدر: مقتبس من:

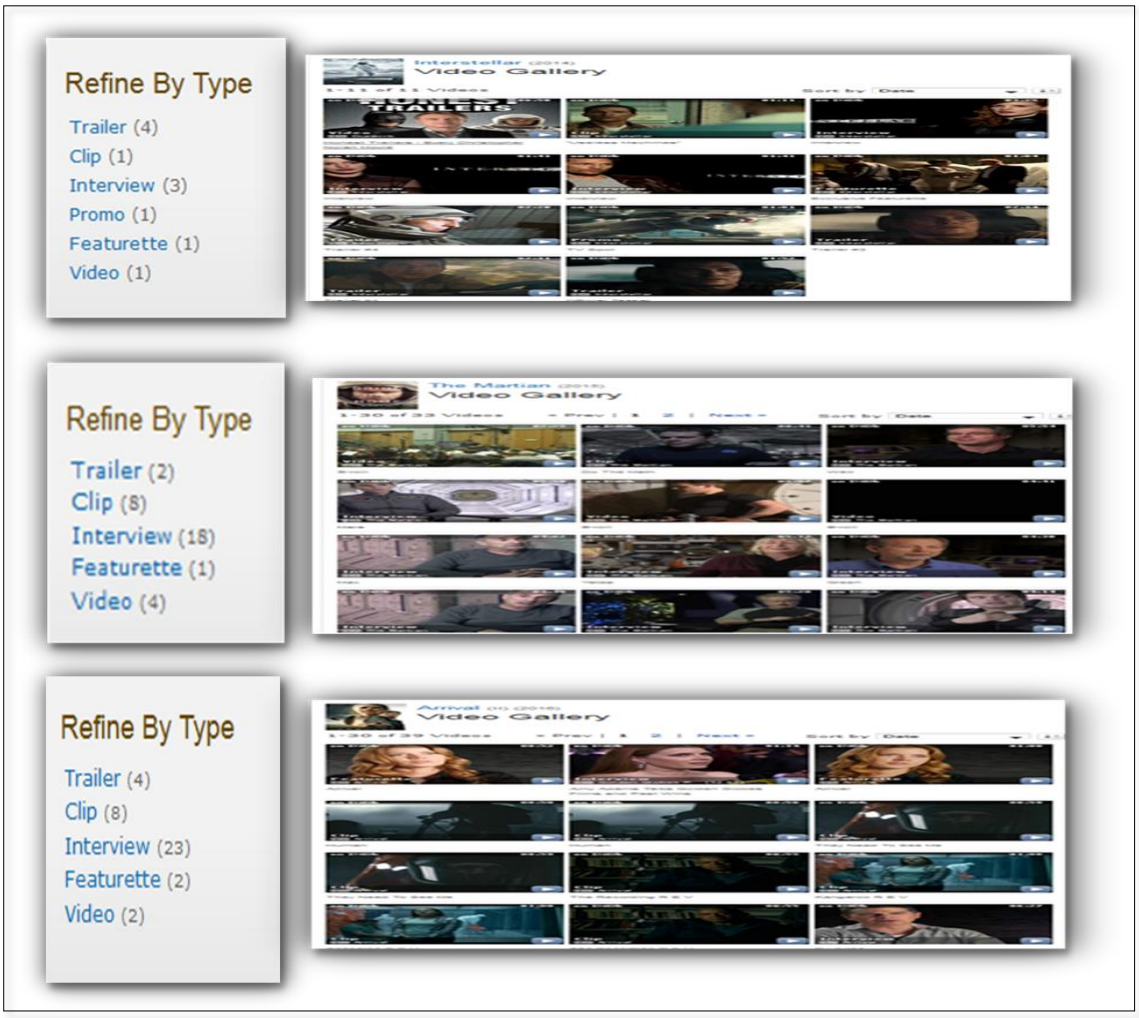
(Interstellar (2014), 2014)
(The Martian (2015), 2015)
(Arrival (2016), 2016)

مؤشر اختيار إعلانات هذه الأفلام على منصة الـ IMDb: Sci-fi Movie Trailer

وبهذا، فإن العينة الشاملة تضم كل إعلانات الأفلام الثلاثة المختارة Interstellar, The Martian, Arrival للسنوات الثلاث على التوالي 2015/2014 /2016 على منصة IMDb، بما فيها التسميات المرادفة باللغة الأجنبية الإنجليزية للفيلم الإعلاني:

-Teaser, Trailer, (International, official, global, final, VO/ VF)
-Creative trailer-roll, B-roll, clip, featurette, Exclusive Featurette, Spoiler
-Preview, interview, promo,video, TV Spot

شكل (27): *يبرز التسميات المرادفة باللغة الأجنبية الإنجليزية الفيلم الإعلاني*



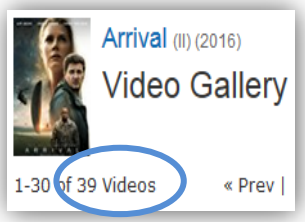
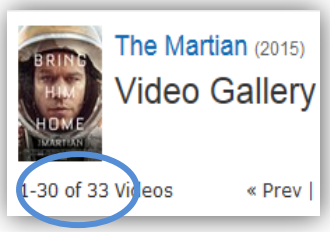
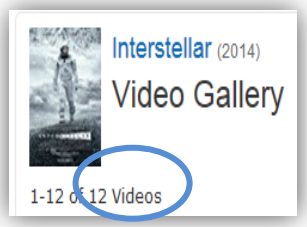
المصدر: مقتبس من:

(Interstellar (2014), 2014a)
(The Martian (2015), 2015a)
(Arrival (2016), 2016a)

وبتجميع كل هذه المستويات التي تتوزع بشكل عشوائي على روابط الأفلام المختارة، نحصل على إجمالي مفردات العينة الشاملة المقدرة على منصة IMDb بـ 84 فيلما إعلانيا:

جدول (8): *يوضح العينة الشاملة لإعلانات الأفلام المختارة على منصة IMDb*

84 فيلما إعلانيا		
(2014) Interstellar 12 فيديو	(2015) The Martian 33 فيديو	(2016)Arrival 39 فيديو

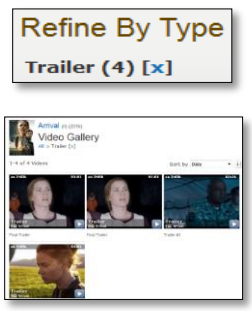
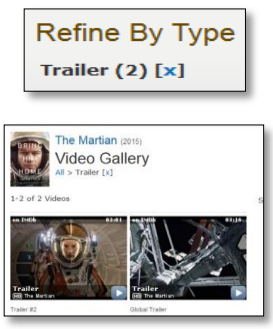
		

المصدر : مقتبس من:

(Interstellar (2014), 2014b)
(The Martian (2015), 2015b)
(Arrival (2016), 2016b)

ولضمان تحديد أدق، اعتمدت الطالبة مؤشرا حاسما المُتمثّل في الوسوم التالية :الرسمي، الرئيسي، الشامل، الدولي، النهائي، التي وجدنا أنها تصب في خندق الفيلم الإعلاني الذي يكون موجها للعالم ككل بغض النظر عن النسخ الأخرى التي ترتبط بجغرافية دول (لغة أخرى، ترتيب آخر في المحتوى وتوفر ميزة ترجمة)، أو مرتبطة بشركة توزيع أخرى (مع الأخذ بعين الاعتبار التكرار في الإعلانات الفيلمية، أي عدم احتسابها)

جدول (9): *مدونة التحليل المختارة*

المؤشر الحاسم		
Movie Trailer: International/ Official/Global/Final **4+2+4= 10 / 1+1+1=3**		
		

المصدر : مقتبس من:

(Interstellar (2014), 2014a)

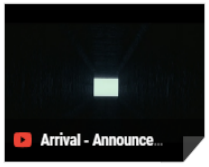
(The Martian (2015), 2015a)

(Arrival (2016), 2016a)

كما أنه، ولدى تفحص أهم ميزات منصة الـ IMDb، كتلك الميزات التي تساهم في تدعيم المادة الفيلمية ولاسيما الإعلانية بمعلومات تَهمُّ الـ viewers, reviewers & moviegoers؛ خلصنا إلى ميزة

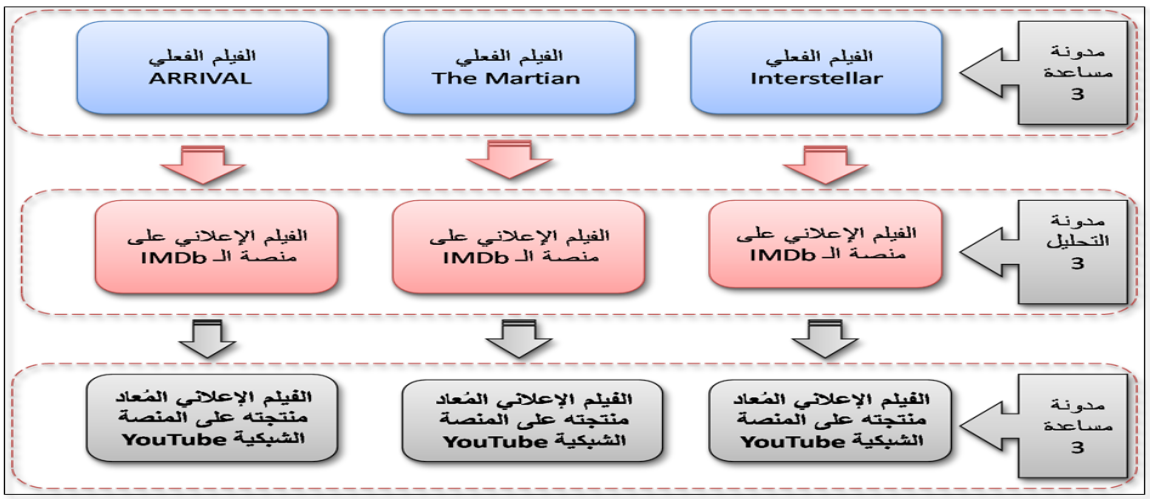
أحالية هي External Sites، تكشف عن ذكاء استخدام هذه الإحالات في خطوة استغلالية لمساحات وفضاءات شبكية غير محترفة في الصناعة السينمائية (من طرف المنصة) وإلى إسناد رابط مدمج، والمتمثل في المنصة الشبكية الـ YouTube لإثراء مدونة التحليل المختارة بما يسمى بالفيلم الإعلاني المُعاد منتجته Re-cut Movie Trailer, Fan-Made Trailer, Recreated Trailer كمدونة مساعدة قصدية منتقاة من الـ YouTube[9]، مثلها كمثل الفيلم الفعلي لمساهمتهم في سيرورة التحليل بشكل أعمق للفيلم الإعلاني، وعبر الخطاطات التالية تتضح العينة المساعدة وبعدها مدونة التحليل.

جدول(10): *يوضح العينة المساعدة*

العينة المساعدة	
https://www.youtube.com/watch?v=FWCUjflK2tU&list=PL_eGtR10uhM3QzeGyUsx4KlnsCjZ7La3F	
https://www.youtube.com/watch?v=D0FjkNKmiW0	
https://www.youtube.com/watch?v=9tu9hg5jPA4	

المصدر : إعداد شخصي

جدول(11): *يوضح مدونة التحليل والمدونة المساعدة*



المصدر : إعداد شخصي

[9] قصدية مرتبطة بذاتية الباحثة في تمييز الإبداع على مستوى هذه المواد، الذي قد يظهر في الجونر المختلط، العناصر السينمائية ومدى أصالتها بالنسبة للفيلم الإعلاني الأصلي، وليس بمدى المشاهدات والإحصاءات على الـ YouTube.

3.3 أداة الدراسة

تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات

يُعد تحليل المحتوى أو المضمون حاجة ملحة لتقدم الفكر الإنساني، فهو عمل ذهني يقوم به في كل لحظة من لحظات حياته بكيفية طبيعية؛ فحياة الإنسان كلها تقوم على التفاعل والتواصل مع غيره، وينعدم هذا التواصل والتفاهم، إذا عجز الطرف الآخر عن فهم سلوكنا، تحليله وتفسيره بمختلف أشكاله التعبيرية (أوزي, 2008, ص.ص. 75–74)، في حين تشير كلمة مضمون(أو محتوى) إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي، التسجيلي الصوتي، الفيلمي، الكلامي أو الإيمائي من معاني مختلفة يعبر عنها الفرد في نظام معين من الرموز لتوصيلها إلى الآخرين (لارامي & فالي, 2009, ص.241) . ومن خلال هذا التعريف، يتضح أن تحليل المضون هو تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية، وهناك من يعتبره– في جوهر الدراسات الإعلامية– من التقنيات الوصفية لدراسة الوثائق والحمولات الإعلامية والخطابية في ضوء المعالجة الإحصائية قصد تفسيرها، وبهذا المفهوم، يعدتحليل المضمون أسلوبا كميّا و كيفيّا، يستخدم فيهما « لتحليل مضامين المواد الشفوية، المكتوبة والمصورة، باستكشاف محتوياتها، معطياتها وبياناتها، وجردها في مؤشرات دلالية و سيميائية، وتجميعها في تيمات معينة، مع تصنيفها في فئات جامعة وموحدة ومشتركة. ثم، معالجة المضامين الدلالية نوعا وقياسا لتعقبها مرحلة الفهم والتفسير، فاستخلاص النتائج التي تثبت الفرضية أو تفندها» (حمداوي, 2007) . والملاحظ هنا تلك الإعتباطية في تسمية الأداة، فتارة تأخذ لاحقة المضمون وتارة أخرى لاحقة المحتوى؛ فهل هنالك فرق بين تحليل المضمون وتحليل المحتوى؟. يحدث أن الدكتور محمد عدلان بن جيلالي أن أثبت الفرق في، أن حمولة الوعاء الإعلامي عند اخضاعها لتقنية تحليل المحتوى، تكون ثابتة، كلية وبريئة دلاليّا، أما إذا خضعت لتقنية تحليل المضمون، فهي حمولة دينامية، جزئية، قصدية وسيميائية، بمعنى آخر تحليل المضمون، تقنية تعتمد على معالجة وفهم سلطة الحمولة التي يتبعها الباحث (حسب رؤيته) في عملية نقل المعاني والتي تمكّنه من التحرك داخل إطار منفتح بعديّ، وهذا ما يأخذه مفهوم تحليل المضمون في مقامنا هذا. (بن جيلالي. 2020.ص 03)

وعليه، يعتبر تحليل المضمون سيرورة عقلية متطورة ومتلونة، تساير شكل وطبيعة الدراسة، بحيث، ينكشف لنا أن الخطوات العملية والنظرية لتطبيق أداة تحليل المضمون «ليست ستاتيكية، أي لا ترتبط بقوالب جامدة، وإنما تتميز بخطوات ديناميكية تتكيف حسب الموضوع » (مفلح, 2018,ص. 2). فسواء اتخذناه بأحد أحواله (منهجية، أداة أم أسلوبا) للمعالجة، التحليل وجمع البيانات، فهو يدر

نجاعة في مسائلة المادة الإعلامية، السياسية، الاجتماعية، النفسية، الاقتصادية، الثقافية والأدبية... ووصف المعطيات، النصوص والخطابات، بغية معالجتها كميا وكيفيا، قصد البرهنة على صحة الفرضية، أو بطلانها علميا.

والأداة بهذا المفهوم مناسبة لجمع البيانات الكيفية على مستوى الإنتاجات الثقافية المعاصرة، مثل الأفلام الإعلانية على IMDb، حيث أن الهدف هو تطوير توصيفها وتحديد اختلافها عن أشكال ونصوص وسائل الإعلام والاتصال الأخرى كالكتب، الأغاني والأفلام. (Western Michigan University & Brooke, 2016, p. 40) علاوة على ذلك، يتمثل اتجاه الأفلام الإعلانية الحديث، في أنه يتم رفعها على الأنترنت الآن، بدلاً من عرضها على المسارح ودور العرض السينمائية أو حتى التلفزيون، لذلك يمكن إجراء تقنية تحليل المضمون عبر مقاطع الفيديو المبثة على الإنترنت و المنصات الشبكية، ما يسمح بمراجعة أفضل للمحتوى من خلال الإيقاف المؤقت وإعادة مشاهدته بقدر الحاجة أو المطلوب.

ومما لاشك فيه، سيحيل تبني أداة تحليل المضمون الدراسة نحو إبراز الذاتية التحليلة الكيفية للباحث من جهة، لكن من جهة أخرى تستند عملية الترميز على الفرضيات – الفرضية ستحدد مجموع المفاهيم التي سيُتعامل معها طول الدراسة– لإضفاء طابع ملموس إمبريقي لتساؤل الدراسة، وفق مخطط تحليلي تفكيكي إلى أبعاد ومؤشرات (تضم الفئات ووحدة التحليل) تستخدم في عملية هيْكلة وبناء المفاهيم الإجرائية مبدئيا. وذلك سعيا لتحري الموضوعية عبر تقدير الثبات Reliability (تكميميّا)؛ والذي يُقصد به مدى تطابق الفئات المصنفة من الطالبة وفئات المحكمين، أما الصدق Validity الذي عادة ما يُهمل في الدراسات النوعية فيتعلق هنا بمدى وضوح المفاهيم الإجرائية والمتغيرات التي تمس أساس بناء (الفئات) التي سيحلل من خلالها المضمون.

الأساليب والأدوات المستعملة

أولا، بناء فئات التحليل

تُعد فئات تحليل المضمون بمنزلة الدلائل، مثلها كمثل الأسئلة التي تُحضّر عند استجواب الأفراد، وتتطلب عملية إعدادها، تحديد المتغيرات، المفاهيم الإجرائية، الأبعاد والمؤشرات بشكل يتلاءم وفرضيات الدراسة و تحيل على قابلية اختبارها، بحيث كل فئة تتطابق مع مؤشر أو أكثر.

وتجدر الإشارة إلى أن عملية هيكلة وبناء المفاهيم الإجرائية الخاصة بفئات ووحدة التحليل؛ أي الأبعاد المؤشرات والمؤشرات الفرعية، قد جرت بالارتكاز على جملة من الأدبيات والقراءات النظرية

المتنوعة، والتي ساعدتنا على بلورة المعنى الذي يتناسب وموضوع بحثنا ويخدمه (خاصة لتحديد مستويات التحليل المشخّصة).

وحدة التحليل

يتعين علينا في النظام التقني لتحليل المضمون، تثبيت دليل تحليل المضمون (ليسهل تحكيمه) والمتمثل في :

وحدة التحليل، اعتمدنا في الدراسة على المنجز التخيّلي موازاة مع التصوّر الفكري على مستوى المشهد، كبؤرة جزئية تتمحور حولها كل الخصوصيات التي من شأنها إبراز التفرد الإبداعي لإعلانات الأفلام، ودوره (المنجز التخيلي/ التصور الفكري) في قولبة هذا الخطاب بداية من الرسم الذهني المُتجذر في تاريخ التطور السينمائي إلى التجسيد كمادة إعلانية على الفضاءات الحديثة، إلى الانفصال ذو الأبعاد الثقافية والتكنولوجية. وجاءت الوحدة متسقة مع مبدأ التهجين (أي منطق أنها مركبة)، وفي تناسق مع السؤال الرئيس الهجين والفرضيات الهجينة.

المنجز التخيلي والتصور الفكري

يُعد التخيُّل المحرك الأساسي في تفعيل التصوّر الفكري، ووسيلة للارتقاء بمستوى التفكير وتوسيع المدارك والنشاطات، باستخدام الحواس الخمسة التي تساعد على التصور اللامحدود، والذي قد يصل بالنفس إلى تموضع آخر وفق اختياراتها المكانية أو الزمانية، فالإنسان خلافا عن سائر المخلوقات يعيش ثلاثة أبعاد فهو يعاصر حاضره، يتذكر ماضيه، ويتنبأ بمستقبله، كما يملك فرصة أخرى لحياة خيالية بديلة، ولكن الأمر الذي يعاب هنا، هو الفترة الموالية له وبالضبط أثناء الصحوة منه، حين تُكتشف الهوة بين الخيال والواقع، وهنا تظهر الحاجة إلى نقل التخيل نحو الواقع عبر الإبداع.

فكلاهما مجتمعان (نقصد التخيل و التصور الفكري) يكونان طريقا يوصل للإبداع في شكله الملموس والظاهر للعيان، وتفاعلهما يفضي إلى فعل منفتح على الخبرة ومحلق في الأفق البعيد غير المعهود.

ملحوظة توضيحية

في تصميم الخطوات المنهجية، التي خرجت في معظمها عن المُتعارف عليه؛ الذي يكون عادة بتبني المنهج السيمولوجي المعتمد على أدوات التحليل التالية:

– أداة التقطيع الفيلمي/ والمستويين التعييني والتضميني، ولكن هذا التصميم ينطبق على اتجاه سيميولوجيا الدلالة (وفق شبكة تحليل رولان بارث ومارتن جولي). في حين تتبنى الدراسة اتجاه سيميوطيقا الثقافة الداعم للتعددية ضد الثنائية (شكل/مضمون) ما يجعل التحليل التفكيكي للفرضيات إلى أبعاد ومؤشرات الأنسب في هذه الحالة لأنها تسمح لآليتي الإخلاف والتفريخ بالتجلي، لتُعد بذلك كل من الأبعاد والمؤشرات فئاتا للتحليل دون تحديدٍ للشكل والمضمون.

– الإستئناس بخصائص وأبعاد تقنية تحليل المضمون الرقمي، الذي يشمل حمولة مرفوعة على الأنترنت (تريلات العينة)، والخطاب الرقمي الذي يشمل تداولية تريلات العينة على منصة IMDb- والشاشة الشبكية YouTube، وهذا الإستئناس يكون في شكله الكميّ عبر برمجيات أتاحت تعبئة وتصميم البيانات وإعداد الخطاطات بأسلوب آلي ونصف آلي، لأنها تُعني بالجانب التطوري للتريلات لا من حيث التلقي، بل المُساهمة في إحياء الشّق الهامشي لتريلات المدونة على الشّق المركزي.

– عملية تفريخ وتصنيف الفئات عبر تقنية تحليل مضمون الخطاب تريلات العينة المرفوع على المنصة الرقمية IMDb والشاشة الشبكية الـ YouTube، تتخذ مسارات حديثة نلتمس بها التمظهر المادي للمؤشرات/ المؤشرات الفرعية لاسيما التي تتخذ التداولية وسما لها، من مراجعات و Viewers/Views/ comments (خطاب رقمي)، وعليه يتعاضد هذا التصور مع أهمية إدراج تحليل المشاعر (العواطف، الأهواء والأحاسيس/حيادي، إيجابي، سلبي) ليس من باب بحوث خصائص المتلقين والإستخدامات، وإنما لاستنطاق المحتوى الهامشي لتريلات العينة أمام المحتوى المركزي، كما تُساهم في تعديل النسخ البعدية من التريلات كطريقة للتحاقل الإنتقائي. والتالي البرمجيات التي كان لها يد في تسهيل عملية الإستئناس:

جدول (10): *يوضح أدوات وبرمجيات الإستئناس*

البرنامج	الوظيفة
Studiobinder	تقدم منصة StudioBinder مخططات صناعة الأفلام المستندة والمتاحة على الويب مع مجموعة من البرامج، الأدوات والمنتجات المتكاملة؛ بدءًا من إنتقاء المواهب والطواقم، وإنشاء جداول التصوير وأرشفة المستندات والوسائط في السحابة التخزينية(Clouds)، إلى تتبع اطلاق الأفلام ومرحلة ما بعد الاطلاق. (ونحيطكم علما أن المنصة تتيح التشريح ضمن

	عشريات، فكل مجموعة تحوي 10 لقطات)
Sonic visualizer	برنامج مجاني لعرض وتحليل محتويات ملفات الصوتية والموسيقى. كما أنه متاح بنسخة GPL-2.0 أو أحدث على مناصات غير مجانية. يستخدمه المحترفون والأكاديميون لوضع تصورات لملفات الصوت وتحليلها والتعليق عليها. ويعد البرنامج مفيدًا في العمل الموسيقي وكذلك العلمي، تم تطويره في مركز الموسيقى الرقمية بجامعة كوين ماري بلندن وهو متوافق مع أنظمة تشغيل Linux و OS X و Windows.
ScrapeStrom	منصة وأداة تجريف ويب مرئية مدعومة بالذكاء الاصطناعي، والتي يمكن استخدامها لاستخراج البيانات من أي موقع ويب تقريبًا دون تحضير أي أوامر بلغة برمجة معينة، حسب وضعيات معينة: في الوضع الذكي، يحتاج المستخدمون فقط إلى إدخال عنوان URL وسيقوم البرنامج تلقائيًا باستخراج البيانات. في وضع المخطط الانسيابي، يحتاج المستخدمون فقط إلى إجراء عملية نقرة بسيطة على صفحة الويب، ويمكن للبرنامج إنشاء قواعد تجريف معقدة تلقائيًا. يدعم ScrapeStorm أنظمة تشغيل Windows Mac OS و Linux. يمكنك حفظ بيانات المخرجة بتنسيقات مختلفة بما في ذلك Excel و HTML و Txt و CSV. علاوة على ذلك، يمكنك تهجير البيانات إلى قواعد ومواقع إلكترونية خارجية.
Coberry	منصة تحوي عدة أدوات احترافية للأكاديميين ولطلاب الماجستير والدكتوراه المهتمين بدراسات الاتصال والبحوث القائمة على الإنترنت، من بينها وأهمها ضخ الردود والتعليقات كبيانات ضخمة يصعب جمعها من على مقاطع فيديو الـ YouTube لأغراض البحث العلمي. الواجهة سهلة الإستخدام ولا تتطلب أي معرفة خاصة أو مهارات برمجة.
Youtube Comment Scraper	من الخدمات التي يقدمها Coberry، على خلفية

	أن الخدمة اعتبارًا من ديسمبر 2020، توقفت عن العمل بلاحقة مستقلة. YouTube Comment Scraper هو تطبيق مجاني للمطور Philip Klostermann يسمح باستخراج مسارات التعليقات لمقاطع فيديو YouTube أين يتم تخزين البيانات ويمكن تنزيلها بتنسيقات .json أو .csv.
clip champ	برنامج مونتاج فيديو على الأنترنت مجاني مصمم لجعل إنشاء مقاطع الفيديو أمرًا سهلاً للجميع، حتى لمن ليس لديهم خبرة سابقة. يسمح لك بدمج مقاطع الفيديو والصور والملفات الصوتية، بالإضافة إلى إضافة نص وتأثيرات، ثم حفظ الفيديو النهائي على جهاز الكمبيوتر الخاص بك. ويختلف عن برامج المونتاج الأخرى أنه لا يتطلب التنزيل، كما أن ميزة مشاركته عبر خلق روابط تعد من أهم الخدمات.
Mindmeister	يوفر MindMeister طريقة لتصور المعلومات في خرائط ذهنية باستخدام النمذجة، مع توفير أدوات لتسهيل عملية تصنيف الأنماط السيميوطيقية وتخزينها سحابيا، كما يمكن مشاركة الخرائط الذهنية بشكل خاص مع عدد غير محدود من المستخدمين.
Analyze Sentiment	يتيح Youtube Comment Scraper ضخ التعليقات تجميع وتنزيل التعليقات من الفيديو المحدد بدقة، ثم إخضاعها للتحليل الأهوائي أو تحليل المشاعر Analyze Sentiment آليا، حيث يُمكننا ذلك من تتبع التعليقات عبر المؤشرات الموضوعية التالية: تعليق إيجابي على الأنماط المعروضة في التريلر، تعليق محايد على الأنماط المعروضة في التريلر وتعليق سلبي على الأنماط المعروضة في التريلر، ليتم تفريغها بيانيا في رسوم كما سيتم عرضها لاحقا في الجانب التطبيقي.

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(StudioBinder Inc., 2021)
(Sonic Visualiser, 2021)
(AI-Powered Web Scraping Tool & Web Data Extractor | ScrapeStorm, n.d)
(Coberry, n.d)

(YouTube Comment Scraper – NetLab, n.d)
(.MeisterLabs, n.d)
(Muhr, 2021)
(أمين, 2022)

الفئات

تجدر الإشارة إلى أن صحيفة الفئات موجودة على مستوى الملاحق الإلكترونية ، وأن عملية بناء وهيكلة جميع الفئات المصحوبة بمفاهيم اجرائية ومتبناة قد جرت بالارتكاز على جملة من الأدبيات والاستنتاجات، ساعدت على بلورة المعنى الذي ينسجم ومحددات كل فئة ويتناسق وموضوع البحث

صدق أداة قياس الدراسة

قبل استعراض إجراءات الصدق والثبات للدراسة، وضمن مراحل التصميم، وجب التنويه، أن البحوث الكيفية تتسم بالليونة والمرونة، كما تخضع للرؤية التصميمية للباحث على أن تكون منطقية ومتسقة مع ما جاءت به الدراسة؛ لذا تُعد الموثوقية مطلوبة، كضمان للسيرورة المنطقية. في حين أنه لا يمكن عهد استقلالية الخطاب السمعي البصري المرفوع على الأنترنت (تريلات العينة) عن الظروف العرضية (لديناميكية الخطاب) لذا الفئات (الأبعاد والمؤشرات) مُعرضة لمشكلة صعوبة مصادفتها (تكرارها) لدى التحكيم من قبل المحكمين، ولكن الصدق هنا يتأتى من أمانة وعمق وثراء وسعة المعلومات وتعددية المصادر التي بنيت عليها. (لونيس, 2019)

حيث يتمظهر الصدق في مراعاة دقة تحديد فئات التحليل وجمع المعلومات اللازمة في رسم ماهيتها وتعريفها؛ وهذا ما يُسهم في الحدّ أولا من التداخل بينها(إحداث الاتساق الداخلي للمحتوى وفك التشابك). وينطبق ذلك أيضا على دقة المفاهيم الإجرائية للمتغيرات، (وذلك بعرضها على مجموعة من الخبراء، الأساتذة والمتخصصين في الدراسات الإعلامية، السينمائية، الثقافية والسيميولوجية[10])، وثانيا في اتساق تصميم الخلفية الإجرائية، واستغلال الإرث النظري لتقديم إضافة لاسيما في هندسة شبكة تحليل الخطاب الإبداعي للأفلام الإعلانية مدونة الدراسة.

ثبات أداة قياس الدراسة

يحقق الثبات الاتفاق والدقة، وذلك عبر تحيين للبيانات المجمعة، الفئات المستخرجة من المحتوى المختار للتعويض عن التحيزات الكامنة في كل منها؛ استنادا إلى، توجيهات وتعديلات المحكمين، ومن ثم تقاطعها مع محتوى تعليقات المشاهدين على الرغم من أنه يبدو من الصعب تفيذ

[10] د. الحاج عيسى سعيدات /جامعة الأغواط، د. العيفة جمال / جامعة باجي مختار عنابة، د. قرناني ياسين/ جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، د.صابر بقور/ جامعة غرادية

كل إجراءات إلا أن الخيارات المتخذة بشأن الفئات (التي يجب أن تظل كيفية) تعبر عن تعددية وتشبع إذا ماقورنت بالواقع."

4.الخلفية الإجرائية

1.4 الأساس النظري لتحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA

2.4 تحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA

3.4 تصميم الخلفية الإجرائية

4.4 تحليل الخطاب الإبداعي لمدونة الدراسة

4. الخلفية الإجرائية

يُعد إدماج الخلفيات الإجرائية، سمة حديثة في البحوث الكيفية (على الأقل بالنسبة للأكاديميات العربية)، التي تسمح بالخروج عن الإلتزام الميكانيكي بخطوات بحثية مقيدة في مساحة محدودة ، ليجد الباحث نفسه أمام مجرد بحث وصفي ونتائج سطحية لا يمكن أن يستخرج منها أي قيمة مضافة للخروج من استلاب فكري والتحررمن براثن البحوث الأمبريقية.

فالمنظرون في المنهجية يحثون على استغلال الميراث النظري فهو فرصة الباحث للتنظير لبحثه وليس لاثبات أان نتائج بحثه تخدم نظرية دون أخرى.

كما أن الإستعاضة بالخلفية الإجرائية عن صياغة النموذج القياسي (في البحوث الكمية) تسمح بإضفاء الطابع الملموس لإشكال الدراسة حيث أن تصميمها يتيح التعديل والتغيير مع تقدم البحث وتطوره وذلك لا سعيا إلى الحيلولة دون السيطرة على المتغيرات الدخيلة، بل على العكس، لاحتوائها خدمة لأهداف الدراسة.

وبمنطق الحرية البحثية التي يتيحها الفكر المتجذر، وعلى خلفية تبني الرؤية (الفلسفة) التفكيكية التابعة لجاك دريدا؛ التي تروم تخليع وفصل البُنى (أيّا كانت طبيعتها)، ومن ثم رصد بؤر الاختلاف، وبؤر الائتلاف، إما للدحض أو الأخذ (جامعة وهران & بن جيلالي, 2010, ص.10) **وبالتالي بلوغ مميزات الإبداع**، و حسبنا هذه المؤشرات كفيلة لإقحام المقام التفكيكي كسند إجرائي في مدارسة الخطاب الإبداعي للأفلام الإعلانية، كما أن مسوغا آخر للتبني (التفكيكية) يمكن إدراجه؛ فمن خلالها يمكن استكشاف **الإخلاف الدلالي** الغيابي اللامتناهي للخطاب الإبداعي (الفيلم الإعلاني) **وبالتالي بلوغ التعددية**. بما معناه وبموجب مفهوم الإخلاف[11] la Différance يتحول الخطاب إالى نسخة نصيّة مؤجلة الدلالة تأجيلا غير محدود، وتتحول العلامة إلى بؤرة تفريخ أو تخليف للمدلولات دونما انقطاع (جامعة وهران & بن جيلالي, 2010, ص. 166)، في حين أن لا اخلاف يحيط بمعنى النص بصفة محسومة؛ وهو ما يتنافى وسعينا لمدراسة الفيلم الإعلاني كخطاب يرجئ ويأجل معناه، أولا مع الفيلم الفعلي، ليرجئ مرة ثانية مع الفيلم الإعلاني المعاد منتجته.

[11] لم نجد بدا من تضمين الجدلية الالتفكيكية بين الإخلاف la Différance والاختلاف la Difference ، طالما أن مفهوم الأول يخدم متطلبات ومسعى الأطروحة، درء للحشو المعرفي. ويمكن الاستزادة من المراجع التالية:
Charles Ramond, Le vocabulaire de Derrida (2001)
أمبرتو إيكو، التأويل بين السيميائيات والتفكيكية، ترجمة سعيد بن كراد(2000).

وعليه، تروم الأطروحة لا البحث والتركيز على الثنائي المخرج (Long Feature Creator) و مبدع الفيلم الإعلاني (Trailer Creator) كمرسلين، ولا على الثنائي مبدع الفيلم الإعلاني (Trailer Creator) والمشاهد (recut Movie trailer المبدع المحتمل) كمستقبلين بل تروم وتكشف عن ما **حُضّر وما غُيّب** في نص الفيلم الإعلاني كخطاب إبداعي هجين (الرسالة) على منصة الـ IMDb عبر علاقات النمذجة وآليات الإخلاف التفريخ يحكمها التأجيل، ابقاء جميع الخيارات التأويلية الحاضرة والغائبة محبوكة مع التضاد بين موت الخطاب الإشهاري وولادة الخطاب السينمائي بتعدد، يتبعها ضمنيا موت مخرج الفيلم الفعلي وولادة مبدع Movie Creator ثم موت هذا الأخير وولادة المبدع المحتمل. وعليه يتحقق مبتغى التعدد الدلالي للخطاب ويتم تجذر مقومات تحليل الخطاب متعدد الأنماط.

1.4 الأساس النظري لتحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA

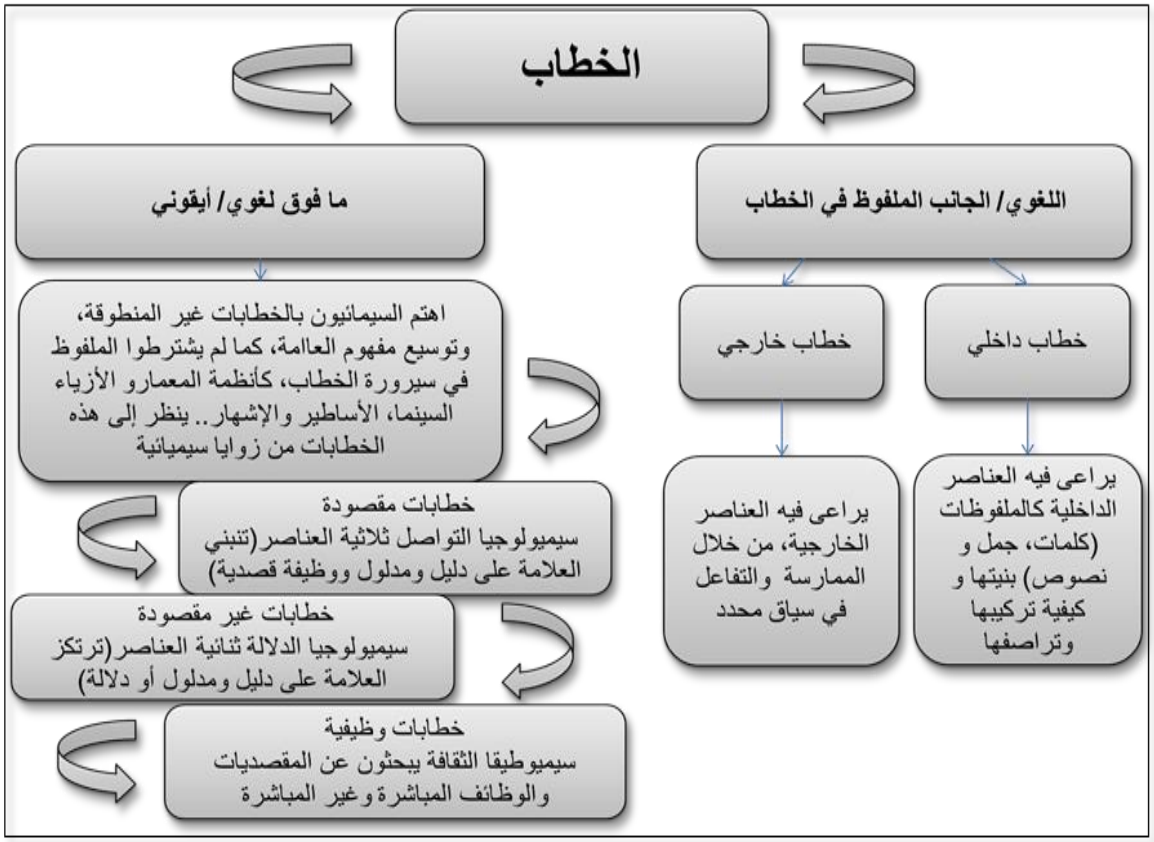
رغما عن نشأته التقليدية المنبقثة من الدراسات اللسانية، فإن الخطاب ليس لغة، كما أن الخطاب ليس نصا. من هنا ارتأينا الانطلاق في تبيان ماهية الخطاب.

إن الخطاب والنص يبحثان في البناء والوظيفة لوحدات اللغة الكبرى، كما تطورا في نفس الوقت تقريبا لذلك هناك من يعتبرهما متطابقين، لكن لاشك في وجود فروق كبيرة بينهما علي مستوي المفاهيم والمناهج والوظائف، فالخطاب يركز علي اللغة والمجتمع (Sumpter & Tankard, 1994, p. 23)، بالإضافة إلى أن الخطاب متحرك ومتغير، وله جمهور وهدف وقصد معين، ويتشكل من مجموعة من النصوص والممارسات الاجتماعية؛ وذلك على خلفية تضمينه أنواعًا من النشاط العلاماتي(عقب الإفاضات البحثية) مثل الصور المرئية – الصور الفوتوغرافية ،الأفلام ،الفيديو ،الرسوم البيانية – والاتصال غير الشفوي – مثل حركات الرأس أو الأيدي– ويخلص نورمان فيركلاو Norman Fairclough إلى أن الخطاب هو أحد الأشكال المستخدمة لتمثيل ممارسة اجتماعية محددة من وجهة نظر معينة. (Fairclough, 1995, pp. 53–56)

لكن التوسع في تعريفات واستخدامات مفهوم الخطاب على مرّ السنوات، الذي غدا يشمل تخصصات ومجالات واسعة في العلوم الاجتماعية، أدى إلى عدم الاتفاق علي ما هية تحليل الخطاب، وتطبيقاته، حدوده وإمكانياته ، وهذا لم يمنع من انتشار بحوث تحليل الخطاب وتناولها لموضوعات ومجالات متعددة شروط إنتاجها وتداولها، فضلا عن تفاعلاتها مع الظروف المجتمعية .

وعليه، فقد شهدت بحوث تحليل الخطاب منذ ظهورها في خمسينيات القرن الماضي، سلسلة من التغييرات المهمة لاسيما مع التطورات التكنولوجية في الوقت الحاضر، حيث التركيز على اللغة اللفظية والمكتوبة وحدها لا يكفي لفهم المعنى في الممارسات الاجتماعية، الثقافية والسيبرانية، لذلك نحن بحاجة إلى نظام لشرح ممارسات صنع المعنى في ظل هيمنة تعدد الأنماط السيميوطيقية Semiotics Resources (التعدد هو نتاج الممارسات الاجتماعية الثقافية والسيبرانية المعاصرة). لذا تعدد هذه المدارس والتوجهات التي تناولت مقاربة مصطلح الخطاب، قد يؤدي بنا إلى تحديدات مختلفة تصل بنا إلى حد التباين، وتفاديا لذلك نقوم بعرض تمثيل تخطيطي يختصر مفهوم الخطاب قبل الخوض في تحديد طبيعة تحليل الخطاب متعدد الأنماط والأنماط السيميوطيقية، كالتالي:

شكل (28): *تمثيل تخطيطي يختصر مفهوم الخطاب*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(عبدالله القايد, 2019, ص.ص.ص20–19–18)

(حنون, 1987, ص. 70)

وتماشيا مع اتجاه الأطروحة (سيميوطيقا الثقافة) وبالتركيز على الخطابات الوظيفية الحديثة التي تجتاح وسائل الإعلام والمنصات الإلكترونية، فإن دراسة تعدد الأنماط السيميوطيقية[12] ضرورية، إذا أردنا أن نفهم كيف تتشابك الأنظمة السيميائية المختلفة أو كيف يساهم كل نمط سيميوطيقي معًا (وظيفية الأنماط) في صنع المعنى وتحليل كيفية عملهم معًا لإنشاء خطاب إبداعي، حدث تواصلي، وممارسة ثقافية للفيلم الإعلاني على الفضاءات السيبرانية. فنحن بحاجة إلى إجراء تحليل الخطاب متعدد الأنماط كما يؤكده مايكل هاليداي Michael Halliday:

«Multimodal discourse analysis is especially important when considering media such as movies and television, not to mention the growing dynamism of electronic media ... and the associated blurring of boundaries between different symbolic dimensions of expression. On the one hand, our symbolic landscape. And, on the other hand, to the analysts' perception that multimodal meaning and human tendencies towards our own multisemiotic development need to pay attention not only to the use of language, but to multiple semiotics.» (Iedema, 2003, p. 33)

أما ثيو فان ليووين و قانثر كريس Gunther Kress and Théo van Leeuwen فقد ذهبا إلى ما تقدمه فرضية الـ MDA التي أُسِست على جرً مفهوم النحو النظامي واسقاطه على النحو المرئي؛ أن إبداع الخطابات المعاصرة، لا يتعلق بتحقيق البنية فيه على نمط واحد فقط (مثلا لغويا) ، ولكن بصريًا أيضا، على مستوى الميكرو Micro الجملة، اللقطة، الصوت، الحركة. وعلى مستوى الماكرو Macro النظام الدلالي (Kress et al., 2006, p. 16) . ولهذا يستدعي الظرف الإبستيمولوجي توضيحا للنحوين في خطوة تحديدية لطبيعة تحليل الخطاب متعدد الأنماط.

النحو المرئي/ النحو في التصميم المرئي The Grammar of Visual Design

غالبًا ما يُفهم مصطلح النحوGrammar، على أنه قواعد Rules ، تمامًا كما تصف القواعد النحوية للغة كيفية دمج الكلمات في الجمل والجمل في النصوص. لكن النحو المرئي، يصف الطريقة التي أُختيرت، تحددت وارتبطت بها الأنماط السيميوطيقية Semiotics Resources المُمثلة في دوال مرئية، سمعية وحركية ذات تعقيد أكبر. وهذا على الرغم، أن معظم تفسيرات السيميائيات البصرية

[12] تجدر الإشارة، أن هنالك تسميات مشابهة أخرى كالنسق السيميوطيقي، أو النسق الدلالي لكنها أيضا تعرف بالأنماط في الأكاديميات الغربية، إلا أن هنالك من يفرق بين النسق(النظام) والنمط (الكل من الجزء) على سبيل المثال الانظمة غير اللغوية كالسينما، الإعلان والمعمار...أما النمط هي العناصر التي تكون النظام في تكاثفها الدلالي .

Visual Semiotic السابقة، ركزت على ما يمكن اعتباره معادلاً للكلماتأو ما يسميه اللسانيون الـ lexis بدلاً عن القواعد، ثم على الدلالة، الضمنية و الأيقونية في الصور، الأشخاص، الأماكن (Kress et al., 2006, p. 18). وبهذا تم تجاهل العلاقة "النحوية" بين الرموز (ونقصد هنا تحديدا السيميوطيقا البيرسية). وانطلاقا من الفجوة المعرفية التي تخص الخطابات البصرية الديناميكية في كونها تعتمد على مستوى التحليل المعجمي، مفردات اللغة ، ودلالات الألفاظ ، والنحو وصوتيات النص وكذلك التماسك المنطقي والتركيبات النصية والوظائف المختلفة لكل جملة، وسيميولوجيا النص والصورة وما ينتجه كل ذلك من تطابق خطوات التحليل بين اللفظي والأيقوني على الرغم من عدم التجانس والاختلاف، ينبني أساس تحليل الخطاب متعدد الأنماط.

للتوضيح أكثر، كان لا بد من العودة إلى الخلفيات المعرفية والفلسفية لتأسيس النظرية السيميائية لنفهم موقع النحو المرئي في إنتاجية السيميوزيس بشكل دقيق، فنجد أن سيميولوجيا دي سوسير De Saussure وضعت تصوّرا تشرح فيه، أن الثقافة هي القاعدة الأساسية للمعرفة وبالتالي نفى الصفة الاجتماعية لطبيعة العلامات في المواقف التواصلية.

«Bien qu'il ait vu la sémiotique comme faisant partie des sciences humaines, de Saussure concevait la culture comme un fonds de savoir et ainsi se débarrassait de toute attention sérieuse à la nature de signes socialement situés et à la communication .» (Umiker Sebeok, 1994, pp. 632–633)

بما معناه ، أقصى دي سوسير الواقع الخارجي الذي تشير إليه العلامة (المرجع)، وفي هذا الشأن لا تربط العلامة بين الشيء والاسم، بل بين المفهوم والصورة السمعية.*واستنادا إلى ثنائية إقصاء وإدماج المرجع في مفهوم العلامة، ظهرت مدارس فكرية واتجاهات سيميائية بين النموذج البنيوي (الاتجاه الأوروبي التواصلي) والنموذج البراغماتي (الاتجاه الأمريكي)، أي الاتجاه التواصلي، الاتجاه الدلالي ، إضافة للاتجاه الثقافي وحتى الاتجاه البيوسيميائي.

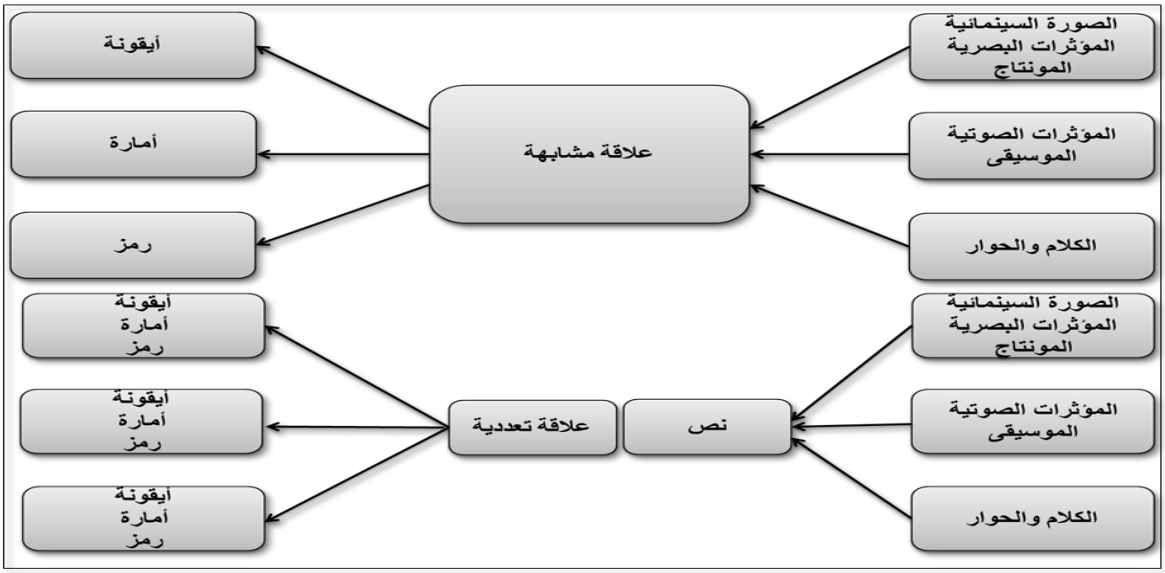
* ينظر سوسير إلى اللغة، كمنظومة لغوية مطلقة، فإنه يسمح بالقول بأن اللغة ليست المنظومة الإشارية الوحيدة، وأن ثمة منظومات أولية كثيرة من هذا النوع (أو اللغات)، على سبيل المثال، فإن علامات الطرق والإشارات الضوئية تعتبر منظومات إشارية أيضاً: إنها تمثل شكلاً من أشكال اللغة. فالدال هنا هو اللون الأخضر، وهو يتطابق والمدلول، الذي يعني الطريق خال، والعلاقة القائمة. بينهما هي علاقة مواضعة غير معلّلة، مثلها مثل العلاقة اللغوية. ومن هنا يستخلص دي سوسير ضرورة وجود منهج نظري عام لدراسة المنظومات الإشارية بشكل عام؛ وهذا العلم يسميه السيمياء (السميولوجيا). وبناء على رأيه، فإن علم اللغة هو جزء من هذا العلم المفترض فقط...وقد وافق دي سوسير مجموعة أخرى من اللسانين في إبعاد المرجع من مفهوم العلامة – من بينهم " ستفن أولمان " في مجال علم الدلالة و" إمبراطو ايكو" في مجال السيميائية. (اللسانيات FPE, 2019)

وفي سياق متصل بمفهوم العلامة واللغة، ترجمت سيزا قاسم تعريف بيرس Pierce للأيقونة حيث أن العلامة تحيل إلى الشيء الذي تشير إليه بفضل سمات تمتلكها، وخاصة بها هي وحدها؛ قد يكون أي شيء أيقونة لأي شيء آخر، سواء كان الشيء صفة أو كائنا فردا أو قانونا بمجرد أن تشبه الأيقونة هذا الشيء وتستخدم علامة له (قاسم & أبو زيد, 1986, ص. 252) ، بما معناه أن، الأيقونة يكون بينها وبين المشار إليه رابط مشترك بينهما . فيتمثل بناء الدلالة وفقا لعلاقة ثلاثية الأبعاد تربط الممثل بموضوعه عبر مؤول، خلافا لثنائية دي سوسير التي تربط بين دال ومدلول. بيد أن، إيكو Umberto Eco اختلف عن بيرس في مفهوم العلامات الأيقونية، بالقول أن الرابط بينهما مجرد تشابه، أي بتجاوز العلاقة المادية بين الأيقون وما تقترن به إلى علاقة ذهنية تقوم على أساس الفكر والثقافة، معللا ذلك أن الممارسات الاجتماعية والثقافية تُستبق بأي فكرة، أي أن كل"علامة يمكن أن تعتبر قرينة أو أيقونة أو رمزا تبعا للظروف التي تحكمها، ووفقا للاستعمال الدلالي الذي أسند إليها" (Eco, 1988, p. 75).

وهنا يستطرد لوتمان Youri Lotman، قائلا أن العلامة الأيقونية لا تقف عند حد التشابه بل تمتد إلى أبعاد ثقافية أخرى، بحيث ،لا نجد إلا نوعين من العلامات مستقلين ومتماثلين ثقافيا– يقوم مبدأ التماثل الثقافي على الانعكاس كمفهوم يُمكّن من الوقوف على التماثلات بين النص والثقافة بانعكاس أحدهما على الآخر، فالثقافة كنظام عام تنعكس في النص، والنص كنظام خاص ينعكس في النظام العام (قاسم & أبو زيد, 2014, ص. 268)– ، هذان النوعان هما الكلمة والصورة، لكل منهما تاريخها ولكن يبدو أن وجود كل من النظامين أمر ضروري لتطور الثقافة" (قاسم & أبو زيد, 1986, ص. 269) ، وعليه فإنه ضروري وجود النظامين لتحقق العلامة الأيقونية بشكل شمولي.

وفيما يلي اختصار تخطيطي لكل من مفهوم الثالوث الدلالي بين تعريف بيرس Pierce ، ميتز Metz ولوتمان Lotman Youri مسقط على الخطاب السينمائي (العناصر السينمائية/ الأنماط السيميوطيقية) وسيتم تناول الخطاطة بمزيد من التفصيل والتفسير في الجانب التطبيقي.

شكل (29): *تمثيل تخطيطي يختصر مفهوم الثالوث الدلالي*



المصدر :إعداد شخصي

وعلى مدار العقود الماضية، كان هناك مثل هذا التلاقح المتبادل للأفكار بين سيميولوجيا Saussure، سيميوطيقا Pierce وسيميوطيقا الثقافة Eco و Lotman، حيث من الصعب اليوم العثور على باحث سيميائي لا يؤمن بالحاجة إلى تطوير سيميائي للتفتح على الفضاءات الاجتماعية، الثقافية والسيبرانية، وما نتج عنه من صناعات، أجناس ومنتجات حديثة، هذا ما أتاحته التوسعات في الدراسات البصرية[13]، من تطور للخطاب بعناصره، نماذجه ومفاهيمه أكثر فأكثر، ما فسح المجال، للاستخدام المعاصر بحرية كبيرة، وتنوع أكبر في البحوث الإتصالية، وتحفيز كل من Gunther Kress و Théo van Leeuwen لتقديم مشروعهما النحو المرئي، ارتكازا على رؤية تجمع بين الثغرات والأسس التي أثبتت في التقاليد السيميائية الآنف ذكرها.

وقد حدد كل منهما مفهوم النحو المرئي من خلال مؤشرات سيميائية، أولها إبقاء الإهتمام لتوصيف وتحليل الأنظمة الدلالية وبأن اللغة ليست المنظومة الدلالية الوحيدة، وأن ثمة منظومات كثيرة من هذا النوع أو اللغات (ما أخذ من البنيوية) (منتدى دراسات علوم اللسان العربي, 2016) ، ولكن هذا الإهتمام –بالمنتج الدلالي– يكون خارج بيئة الإستخدام (ما تُرك من البنيوية):

« We focus on the system of visual communication rather than its uses» (Kress et al., 2006, p. 12) .

[13] الدراسات البصرية Visual Studies هو مشروع فلسفي يهدف إلى "توحيد" جميع المقاربات المتعلقة بالبحث في نظرية الرمز و كذا جميع المقاربات التي تهتم بدراسة الصور من كل جوانبها (الصورة الفوتوغرافية/ الذهنية/ الصور الفنية/ النحت/ و غيرها من أشكال التعبير الفني البصري كالسينما والإعلان).

حيث يعللان ذلك (أي كلا من الأخذ والترك)، إلى أنه يتم تحفيز العلامة لغويًا وبراغماتيا؛ كون المدلول والغرض التواصلي يشكلان الدال. وعليه على الرغم من أن العلاقة اعتباطية، إلا أن هناك ارتباطا بينهما.

«This, then, is our position vis-à-vis 'European' semiology: where de Saussure had said that the relation of signifier and signified in the sign is arbitrary and conventional, we would say that the relation is always motivated and conventional » (Kress et al., 2006, p. 29) .

أما ثاني المؤشرات، مستلهمة من البراغماتية، هو التركيز على الموضوع في علاقته بالعلامة. فاستثمار المُنشأ الثقافي والتفاعلات الاجتماعية والتركيز على السياق المحدد الذي يتم فيه إنتاج العلامة في المنتج الدلالي، يفيد في التعرف على كيفية تمثيل العلامات من قبل مبدعي وصناع العلامات، بعبارة أفضل ، والأهم يفيد في عملية التفسير.

« We see representation as a process in which the makers of signs, whether child or adult, seek to make a representation of some object or entity, whether physical or semiotic, and in which their interest in the object, at the point of making the representation, is a complex one, arising out of the cultural, social and psychological history of the sign-maker, and focused by the specific context in which the sign is produced » (Kress et al., 2006, p. 6).

وهكذا، عبر الترسيخ السيميائي لمفهوم النحو المرئي، بدون إشارة مباشرة إلى بيرس، ولا خضوع كليّ للنموذج السوسوري الذي شكل فيه عمل بارت Roland Barthes نقطة تحول رئيسة (تناقش هذه الجزئية لاحقا)، واستناد واضح إلى التعدد (اللغوي وغير اللغوي) ومبدإ التماثل الثقافي، حيث لاينفك بناء الأنظمة الدالة، يخضع لأنماط التنظيم التي تجعل من الممكن نمذجة عمل العلامة، ضمن ما يجب تعريفه على أنه أنماط سيميائية أو سيميوطيقية Semiotics Resources تبعا للاتجاه المتبع (الإقرار بالتعدد).

كما يدعي كريس وفان ليوين أن هناك بناءا آخر يرتكز عليه مشروعهما، يتمثل في أعمال مايكل هاليداي Michael Halliday[14]. لاسيما ما أطلق عليه بنظرية النحو النظامي أو اللسانيات

[14] مايكل ألكسندر كيروود هاليداي، اهتم بالتطبيقات العملية للنظرية اللغوية، فكانت اهنماماته، إيجاد الوسائل التي يستطيع بها الباحثون الإسهام في مجالات تطبيقية متنوعة كعلم الأسلوب، الذكاء الاصطناعي، دراسة النص موصولا بالسياق الاجتماعي والثقافي، وهو ما جعل هاليداي، يتميز عن غيره من الباحثين، واستطاع بذلك أن يكون مفكرا رائدا في مجال علم اللغة الوظيفي.

الوظيفية النظامية Systemic functional linguistics ، التي تعتبر اللغة نظاما سيموطيقيّا اجتماعيا، وتقاطعها بفكرة الوظيفية، من حيث بيان الجانب الوظيفي للغة، أي كيفية توظيفها لتأدية المعاني.

نشير مسبقا أن، ما اللغة إلا شبكة نظام، والنحو النظامي أو اللسانيات الوظيفية النظامية، يقوم بتعيين الخيارات المُتاحة في هذا النظام اللغوي، من خلال أدوات تمثيل خاصة بهذه المجموعة اللغوية (Halliday & Webster, 2004, p. xi)، وهذا يعني بالنسبة إلى هاليداي– لدى إدخاله مفهوم الإختيار– أن مُرتكز أي فعل للتواصل يتضمن خيارات.

فمن خلال هذه النظرية، عمد هاليداي على مُدارسة اللغة من وجهة نظر سيميائية، بوصفها ظاهرة اجتماعية وثقافية، للكشف عن الأنماط والعلاقات بين النظام الدلالي والتركيب الاجتماعي والثقافي لمستخدميها؛ فالنحو حسبه، شبكة من الأنظمة تتيح للمتكلم اختيار لغة الحديث ونوعها، ووقت الحديث وأدوات التمثيل (نحلة, 2008,ص.ص.55–54)، أي أنه يُنظر إلى اللغة (وبالتبعية الأنظمة الدلالية الأخرى) ، ليس كمجموعة من القواعد، ولكن بشكل برغماتي، كمجموعة من الخيارات Choices or options تتيح نطاقا مفتوحا من المفاضلات الدلالية التي ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالسياقات الاجتماعية، الثقافية التي تكون فيها النظام الدلالي المستخدم (Halliday, 1978, p. 109)، وبالتالي، فإن أي كلام يتطلب منا على سبيل المثال، الإختيار بين طلب المعلومات (السؤال) من المحاورين أو تقديم المعلومات أو عرض سلع وخدمات.

كما حدد هاليداي عملية الإختيار في اللغة التي تُوظف لتؤدي المعاني وتقدم غرضا في إطار سياق ما، تمكن فيه الـSign-Maker من توضيح الخيارات المتاحة أمامه ؛ في ثلاثة مستويات؛ مستوى المادة أوطبيعة اللغة (المسموعة كالأصوات، والمكتوبة كالحروف والرموز) التي تتغيربحرية من نمط سياقي إلى نمط آخر، مستوى الشكل (النص المستخدم في الاتصال اللغوي الذي يتكون من النحو والمعجم) و مستوى الموقف (العناصر الثقافية والاجتماعية الخارجة عن نطاق النظام اللغوي) كظروف النص المدروس، زمنه، مكانه، عدد المشاركين فيه، و ما يقوم به المشاركين من إيماءات وحركات جسمية (نحلة, 2008,ص.ص. 58)، إضافة إلى ذلك، ومن منظور تطبيقي ، جعل هاليداي للغة ثلاثة وظائف رئيسة هي:

التصورية/ التفكيرية Metafunction The Ideational

تتيح الوظيفة التصورية، لأي نظام دلالي على أن يُمثّل من وجهة نظر مرجعية تعبر عن جوانب من خبرة الكاتب أو كما سماه هاليداي الـ Sign-Maker في تمثيل العالم من حوله وداخله

(اللغة تفسر تجربة عوالمنا الخارجية والداخلية)، فالتصور يقوم بترتيب عالم المبدع –أيا كانت صفته– الحقيقي والمتخيل، من خلال لغة تشير إلى الأشخاص، الأفعال والأحداث والحالات المتخيلة والحقيقة، فمثلا عندما يقوم المرسل بارسال نصوص إلى المتلقي، تتحول إلى مجموعة من التجارب الذاتية والموضوعية (الانفعالات، المشاعر والأحاسيس) المعبر عنها بعلامات تفسر تجربة عوالمنا الخارجية والداخلية. (ريتشارد & حجازي, 2007,ص. 258)

النصية The Textual Metafunction

بمقدور أي نظام دلالي تكوين وإنتاج النصوص، والربط بين أجزاء الخطاب الواحد، بما تقدمه له من وسائل الربط، وخصائص السياق التي تستخدم اللغة فيه(ريتشارد & حجازي, 2007,ص. 53) ؛ أي تجميع أنماط أي نظام دلالي مشروط بما تقدمه من تماسك داخلي مع السياق الذي تم إنتاجها فيه ومن أجله، والأهم الطريقة التي تترابط بها التمثيلات والأفعال التواصلية في النص التي تجعله وظيفيا، متسقا، متماسكا ومنسجما.

التعاملية The Interpersonal Metafunction

أي نظام دلالي، يجب أن يكون قادرًا على سنّ العلاقات الاجتماعية بين منتجي ومستقبلي الشيء المُمثل(النصوص). بمعنى أن هذه الوظيفة قائمة على استحضار المرسل والمرسل إليه في تكوين الآراء، ورصد مختلف العلاقات الشخصية الموجودة بينهما، وتبيان صيغ التعبير كالأمر، والنداء، والرجاء، والالتماس. (حمداوي, 2012)

وقد حدد هاليداي Michael Halliday سبع وظائف للغة الإنسانية تفرعت عن الوظائف الثلاث الكبرى وهي:

جدول (14): *وظائف اللغة الإنسانية*

الوظيفة	محتواها
الوظيفة الأداتية	تستعمل اللغة لتحقيق الرغبات والحاجيات، وتحصيل المصالح والمنافع، مثل: أنا أريد.
الوظيفة التنظيمية	تستعمل اللغة للتأثير على سلوك الغير، وتعديله سلبا أو إيجابا، مثل: افعل ما أقوله لك.
الوظيفة التفاعلية	تستعمل اللغة من أجل الدخول في علاقة مع المحيط، مثل: أنا وأنت.
الوظيفة الشخصية	تسمح اللغة لصاحبها من التعبير عن انفعالاته الشعورية واللاشعورية، والتعبير عن أحاسيسه ومشاعره الوجدانية والفردية، وتبيان ذوقه الشخصي، وخصوصياته الذاتية، مثل: أنا–ها أنذا– إنه أنا.
الوظيفة الخيالية	تساهم اللغة في بناء عوالم خيالية ممكنة، واستثمار اللغة في التخييل، وبناء التصورات

	الافتراضية والإبداعية، مثل: تخيل أنه سيكون مثل هذا.
الوظيفة الاستكشافية	تسمح اللغة بطرح الأسئلة والإشكاليات الاستكشافية والتوقعية من أجل بناء المعرفة، وتحصيل المعارف والعلوم، مثل: لماذا هذا؟
الوظيفة الإعلامية أو الإخبارية	تسمح بنقل المعلومات المختلفة، وتبليغها إلى الآخر، مثل: يجب أن أقول لك.

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(بوقمرة, 2018, ص. 27)

(حمداوي, 2022)

مما سبق، وبالرجوع إلى النحو المرئي، قد تثير استعارة كريس وفان ليوين المباشرة من النحو النظامي للوهلة الأولى، بعض المخاوف بشأن خصوصية الصورة والتواصل المرئي. لكنهما عمدا على إيجاد حل؛ انطلاقا من اعتبار اللغة اللفظية والصورية نظامان مستقلان، من أنظمة خلق المعنى الجوهرية في تشكيل ثقافة المجتمعات، بحيث لكل منهما سيرورة مختلفة في عملية التمثيل، لكنهما يتقاطعان على مستوى المبدأ التأسيسي، مما يسمح بهذا التعالق والتهجير.

« We take the view that language and visual communication both realize the same more fundamental and far-reaching systems of meaning that constitute our cultures, but that each does so by means of its own specific forms, and independently» (Kress et al., 2006, p. 17).

ونفتح قوسا هنا، قبل التعمق في حيثيات النحوين النظامي والمرئي، وتوضيحا لتوجه الدراسة نحو ذلك، اقتبس كريس وفان ليوين المفاهيم المدرجة في النحو النظامي، من حرية اختيار الأنماط السيميوطيقية ، وفعل نمذجة العلام ة Modeling كأساس للنحو المرئي، وهما أيضا حسبنا مرتكز الخلفية الإجرائية في الإشتغال على الخطاب الإبداعي للفيلم الإعلاني مدونة الدراسة.

وتوجها نحو إعادة استثمار الإرث النحوي في إنتاج التواصل المرئي، بوسائله وأشكاله الخاصة باجتناب النقل الميكانيكي الحرفي للمفاهيم السابقة، والتركيزعلى اسقاط الوظائف التأسيسية الثلاث (خطاطة وظائف اللغة) التي حددها Halliday على خصوصية الاتصال المرئي والأنماط السيميوطيقية فيها.

تركز قواعد اللغة النظامية والوظيفية على المفاهيم المنهجية للتقسيم الطبقي والرتبة والوظيفة الفوقية، مما يثير السؤال الأساسي حول كيف يمكن أن تكون النظرية الوظيفية للغة بمثابة أساس نظري للخطابات البصرية؟

في النظام المرئي، تأخذ الوظيفة الإفتراضية أو الفكرية شكل نماذج (أنماط) التمثيل التي تأخذ السرد (تصميم العمل الاجتماعي، في عملية تشمل المشاركين وشروط علاقاتهم) أو المفاهيم (تصميم البنى الاجتماعية ، بطريقة تصنيفية أو تحليلية أو رمزية). كما تعمل الوظيفة الشخصية، في الاتصال المرئي، في شكل نماذج تفاعل تركز على الطرائق نفسها للتفاعل (تصميم موقع المشاهد، وفقًا لنوع الاتصال والمسافة الاجتماعية والموقف) وعلى العلامات الشكلية (اللون، السياق، اللمعان، العمق، إلخ) التي تؤثرعلى العلاقة بالواقع (تصميم نماذج للواقع). (Rowley-Jolivet, 2004, p.99)

أخيرًا ، تستدعي الوظيفة النصية التي حددها Halliday، ترتيب المتغيرات التي يحددها النظام متعدد الأنماط (الأيقونية واللغوية) وفقًا لعمليات التركيب، التمركز (المركز مقابل المحيط أو الهوامش) ، والاستقطاب (التموقع يسار مقابل يمين؛ أعلى مقابل أسفل) ، ووفقًا للبروز والتأطير(Rowley-Jolivet, 2004, p.111) .(سيتم التفصيل لاحقا في كيفية تبني الوظائف)

ومن خلال ما سبق، يتبين لنا أن منطق التعدد مفهوم له تجسيد في النحوين النظامي والمرئي؛ لكنه يتلون بخصوصية بنائهما السيميائي، ولاينفك يرتبط بالتكوين المادي للنظام، الذي قد يتعلق باستخدام المساحات المادية وفضاءات التمثيل الواقعية والإفتراضية التي تُنفذ فيها الأعمال الخطابية أو التصميم، كالورق، المعدن ، البلاستيك، صفحات إلكترونية... إلخ أما عن الأدوات المشكلة قد تتمثل في الحبر، النحت، مصدر الضوء، الكاميرا، آلة موسيقية، لغات برمجة حاسوبية ... والمعنى المخلق ضمن سيرورة دلالية في سياق محدد.

2.4 تحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA

منذ تسعينات القرن الماضي، أدركت الأكاديميات الغربية، الحاجة الملحة إلى إطار إجرائي يخص تحليل الخطاب متعدد الأنماط، وذلك عقب الإنفجار الثقافي والسيبراني وما أفرزاه من تعدد لأنظمة خلق المعنى لاسيما في الخطابات الديناميكية، التي تتضمنها أغلب الصناعات الثقافية الحديثة على تنوعها؛ كالأفلام، الإعلانات، ألعاب الفيديو، كليبات الموسيقى المصورة، القصص السردية المصورة، الأنمي والرسوم المتحركة، نسق الرسومات المتبادلة GIF (اختصار لـ Graphics Interchange Format)، ميم الإنترنت Memes (على شكل صورة، رابط تشعبي، فيديو، صور، موقع، هاشتاج أو مجرد كلمة)، تصميم صفحات الويب، المؤثرات البصرية التجسيمية الهولوغرامية، إضافة للموسيقى، الأصوات البشرية، الأصوات الآلاتية، الضجيج، المؤثرات الصوتية الحاسوبية

والطبيعية– لا نستثني الصور الفوتوغرافية، اللوحات التشكيلية، المنحوتات، الهندسة المعمارية، والألوان كونها اللبنة الأساسية– أما في الجانب الأخر، ونقصد هنا الأكاديميات العربية نلمس الغياب التام للمصطلح– بعد استطلاع بيبليوغرافي قد لايحصي جميع الدراسات في تخصص الإعلام والاتصال –على الرغم من رصد اجراءاته المنهجية و التطبيقية في عديد الأطاريح ذات الإشتغال السيميولوجي، ويعلل الدكتور حمازة محمد الطاهر ذلك، أنه لا يوجد شيء اسمه تحليلٌ لخطاب متعدد الأنماط، لأن كل النصوص متعددة الأنماط، وفيها دائما نمط غالب على الأنماط الأخرى، والإكتفاء بالتداخل الذي قد يتمظهر في التحليل المتعدد المنهج أو التكاملي (لأنه يطبق أكثر من منهج) ، وهنا يتقاطع في جزئية التعدد مع خلاصة Kress و Van Leeuwen.

لكن ما يميز تحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA هو استقلاله، وتخلصه من القيود التي تعيق تحليل الخطاب DA، الذي يقتصر إجراؤه على نظام اللغة وبنيتها الدلالية، والتصاقه باللسانيات وقواعدها، والتوجه نحو طرق أخرى وآليات معاصرة في توليد المعنى وتأويل الظواهرالسياقية contextual phenomena، فتوليد المعنى Meaning making في MDA يتم عبر الصور والأصوات والألوان و الحركة وما إلى ذلك... والتي تعتبر واجهات ومسارات متولدة من قنوات الإدراك الحسي[15] ونعتقد أن طبيعة الـ MD ناتجة عن الاستخدام الشامل لقنوات الإدراك البشري في عملية الاتصال، ولتبادل المعلومات بين البشر والبيئة المحيطة بهم.

وهو ما يؤكده RODNEY H. JONES بقوله، أن تحليل الخطاب متعدد الأنماط هو مقاربة للخطاب يركز فيها على كيفية صنع المعنى من خلال استخدام أنماط اتصال متعددة Multiple Modes بدلاً من الإكتفاء بأنماط اللغة اللفظية The Modes of Speech and Writing.

« Multimodal discourse analysis is an approach to discourse which focuses on how meaning is made through the use of multiple modes of communication as opposed to just language » (Jones, 2012, p. 4).

ولتوضيح استقلالية الوضعية الإبستيمولوجية، وتفسير ماهية MD بشكل دقيق، يجب التأكيد في البداية على أن تحليل الخطاب متعدد الأنماط ليس دراسة لنوع خاص من الخطاب، أي الخطاب

[15] خلال عملية النمو، يكتسب البشر تدريجياً خمس قنوات حسية مختلفة: الرؤية ، السمع ، الشم ، التذوق ، واللمس. ويعتقد علماء الأحياء أن تفعيل وظيفة قنوات الإدراك الخمس المذكورة أعلاه تؤدي إلى اكتساب مسارات الاتصال الخمس التالية: الاتصال البصري ، الاتصال السمعي ، الاتصال التاكتيلي أو عبر اللمس ، الاتصال الشمي و الاتصال الذوقي.

متعـدد الأنمـاط، بـل هـو الانخـراط فـي البعـد التعـددي لأنمـاط كـل خطـاب (إعلامـي، إشـهاري، سينمائي/فيلمي...)، لذا هنالك حاجة ملحة لفهم ديناميكيات هذه الأنماط السيميوطيقية في الخطاب أيا كان نوعها، نظرًا لأننا نعيش في مجتمع أصبح لديه وعي متزايد بأن صنع المعنى لم يعد يتحقق من خلال الملفوظ والمكتوب أو الصور الثابتة فقط، ولكن من خلال تفاعل لمجموعة من الأنماط السيميوطيقية المختلفة. إضافة لمجموعة مصطلحات Termonologie متفق عليها تبرز الالتزام والاهتمام الإبستيمي لأن يكون للخطاب متعدد الانماط موضوع بحث منفصل، هي: النمط Mode، النمذجة والتعدد Modality \ Modelling والوسيط الإعلامي Medium.

ومن أجل تلبية متطلبات العصر الرقمي الإفتراضي، يجب أن تدخل الأبحاث التقليدية أحادية الأنماط في حوار مع البحوث متعددة الأنماط. وإحداث تحاقل بين الألسني والمرئي والدينامي ونقصد بهذا،

التغيرات الاجتماعية والثقافية والتكنولوجية والتواصلية وما أنتحته من خطابات ديناميكية ووضعها بعين الإعتبار.

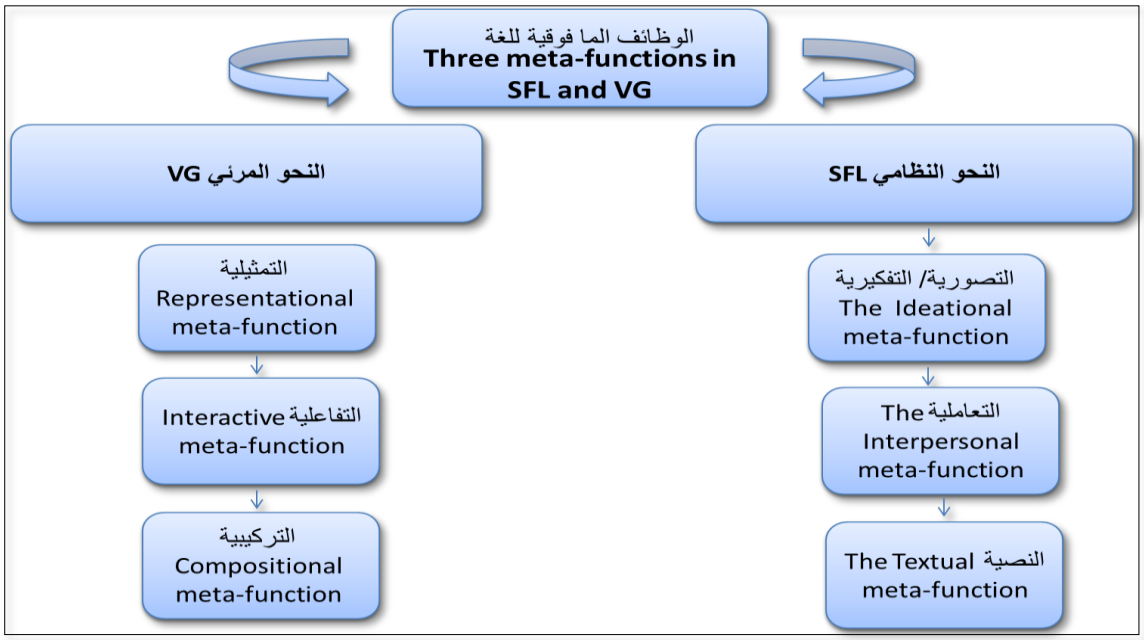
خصوصية الخطابات الديناميكية kineikonic mode

كما هو معلوم، تولي هذه الدراسة اهتماما للخطاب الديناميكي الذي هو مجموعة متعددة من الأنماط المتفاعلة أثناء تحركها عبر الزمان والمكان في صورة متحركة kineikonic (Burn, 2013b)، مثل الأفلام، الإعلانات والفيديوهات، حيث لا غنى فيها عن عناصر كالموسيقى والصوت والمؤثرات.

وعلى هذا المستوى من الخطابات الديناميكية، يُعد R.Barthes من السيميولوجيين الأوئل الذين ناقشوا أشكال التعبير، من اللغة، الصورة والموسيقى في كتابه (1977) Image، Music، Text لكن الإطار النظري الذي طبقه كان غامضا آن ذاك، يتلون بتلون المطبقين والتخصصات. ومنذ ذلك الحين، ألهم استكشافه اهتمام العديد من اللسانيين عبر توجيه تركيز الدراسات المبكرة لتحليل الخطاب متعدد الأنماط بشكل أساسي نحو تحليل النصوص الثابتة، في اللوحات المنحوتات، العمارة وقراءة الصور.

لكن بداية من عام 1994م، أقدمت مجموعة لندن الجديدة New London Group على وضع تصميم سيميوطيقي تطبيقي Semiotic Applied Design لـVG يستند إلى تكييف نظام Halliday للوظيفة ما فوقية للغة Meta-Functions ولكن بمصطلحات مختلفة تسمى تمثيلية تفاعلية و تركيبية كنقطة انطلاق مهدت فيه لتحليل الخطابات الديناميكية كالتالي:

شكل (30): *تمثيل تخطيطي لوظائف الما فوقية للغة من الـSFL إلى VG*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(عبدالله القايد, 2019, ص.ص.ص 18–19–20)

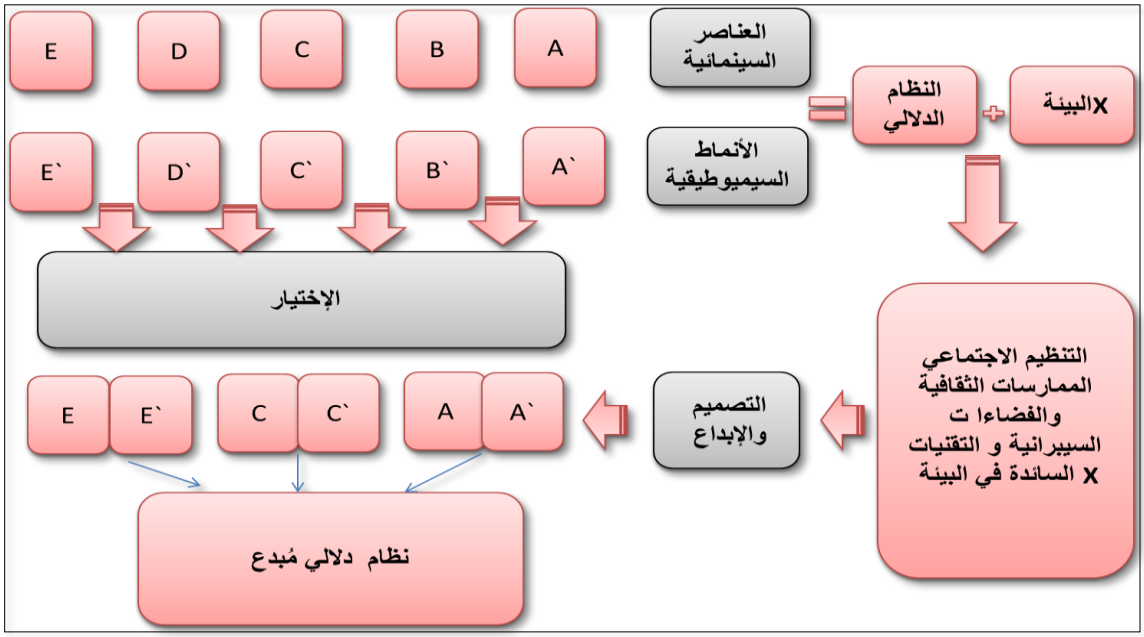
(حنون, 1987, ص. 70)

الوظيفة التمثيلية Representational meta-function

تتعلق الوظيفة التمثيلية في الـ VG بكيفية تمثيل الخطاب والمنتج الثقافي وعلاقاته بالعالم الخارجي؛ حيث يمكن تحقيق هذه العلاقات بتكاثف للأنماط المرئية، اللغوية، السمعية والحركية (خلافا لما كان عليه في السابق) وفقا لمتطلبات فعل الإختيار من طرف المرسل، صانع الدلالة ومبدع الخطابات (Trailer Creator, MovieMaker)، الذي يتحرى من خلاله عناصر التعبير عن التصورات الذهنية التي يروها الأكثر وظيفية في سياق معين. (Kress et al., 2006, p. 17)

وهنا قد نلمس تناقضا، يظهر في الجمع بين فعل الإختيار ومنطق إلزامية التصميم ضمن سياق ونظام محددين. ومرد ذلك، أن للتنظيم الاجتماعي، الممارسات الثقافية والفضاءات السيبرانية والتقنيات السائدة في بيئة معينة (محلية) و المستخدمة في نظام دلالي معين (الفيلم الإعلاني)، تفرض على المبدع إختيار، تصميم، إبداع وتمثيل العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية في الخطاب، وتحد من قدرته الإنجازية، ومع ذلك فإن المخْرَج حسب Kress & Van Leeuwen لايزال يتصف بالإبداعية في تمثيله، وفق التخطيط التالي:

شكل (31): *تمثيل تخطيطي لعملية الاختيار*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(van Leeuwen, Theo & Nørgaard, 2016)

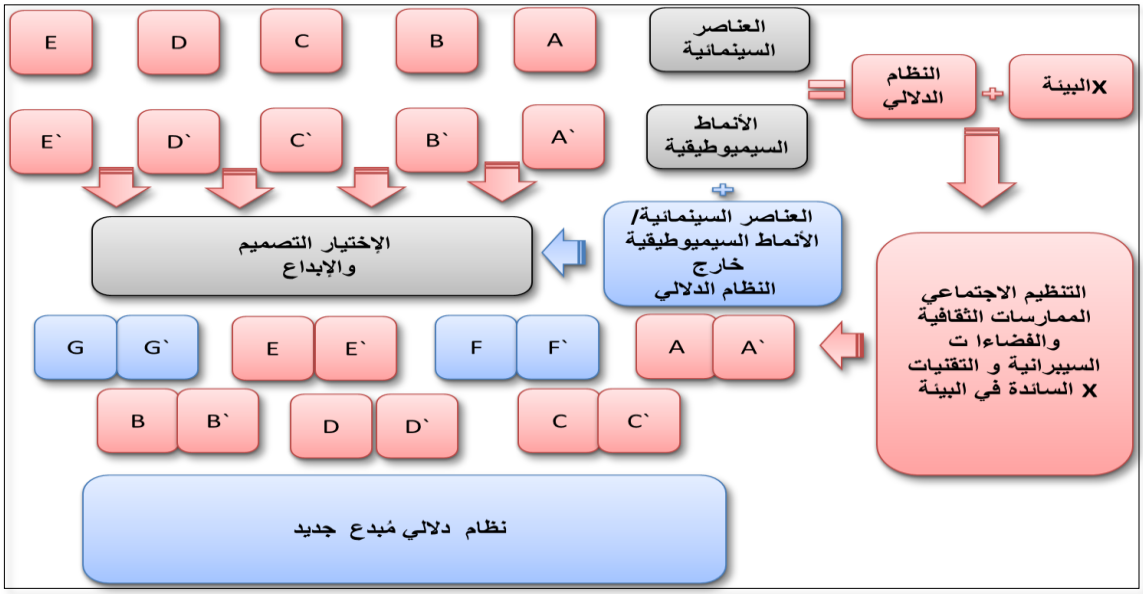
لكن لاحقا، ظهر مفهوم اختيار المستهلك Consumer Choice الذي قدمه Adorno الذي يعمد على اختيار كل ما هو متوفر من أشكال التعبير(العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية) في عملية التمثيل، ضمانا لاستهداف جميع المستهلكين بغض النظر عن التنظيم الاجتماعي الممارسات الثقافية والفضاءا ت السيبرانية و التقنيات السائدة في تلك البيئة وبالتالي فإن المُخْرَج يتصف بالإبداعية التي تناسب الجميع (التمثيل الكوني) (Horkheimer, 1972, p. 123) ؛ فتوفر أ و ب و ج يلزم على المبدع اختيار أ و ب وج كلها في التمثيل مع عدم إسقاط أي منها.

في حين، وفي الآونة الأخيرة ، ظهرت النمذجة البارامترية Parametric modeling[16]؛ حيث تحدد الأنظمة البارامترية حاسوبيا خصائص الأنماط التي يجب أن تكون جميعها موجودة في وقت

[16] ظهرت النمذجة البارامترية لأول مرة بواسطة Rhino، وهو برنامج رسم ثلاثي الأبعاد تم تطويره من AutoCAD. الميزة الرئيسية للنمذجة البارامترية، عند إعداد نموذج هندسي ثلاثي الأبعاد ، يمكن تغيير شكل هندسة النموذج بمجرد تعديل المعلمات مثل الأبعاد أو الانحناءات ؛ لذلك ليست هناك حاجة لإعادة رسم النموذج كلما احتاج إلى تغيير. هذا يوفر الوقت بشكل كبير للمهندسين، خاصة في مرحلة تصميم المخطط. قبل ظهور النمذجة البارامترية ، لم يكن تصميم المخطط مهمة سهلة للمصممين، لأن النموذج عرضة للتغيير بشكل متكرر. لذلك، كان تغيير شكل نموذج البناء أمرًا صعبًا للغاية. على وجه الخصوص، تسمح النمذجة البارامترية للمصمم بتعديل أشكال النموذج بالكامل،

واحد، وإن كان ذلك بدرجات متفاوتة، وغالبًا ما تكون الطريقة التي يتم بها صنع المعنى باستخدام هذه الأنماط أكثر إبداعًا(Leeuwen, 2014, pp. 76–86) ، تتيح هذه الآلية لل-Trailer Creator إمكانيات إضافة العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية –يصبح لدينا نوعان من الموارد السيميائية الوظيفية تعمل جنبًا إلى جنب– خارج النظام الدلالي المعتمد (السينما/الفيلم الفعلي) لتحقيق التنوع والإبداعية المناسبة التي تتطلبها الأفلام الإعلانية المعاصرة على منصة الـIMDb .

شكل (32): *تمثيل تخطيطي لعملية الاختيار*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:
(van Leeuwen, Theo & Nørgaard, 2016)

كما تنبع عن الوظيفة التمثيلية عمليتان هما العملية السردية والعملية المفاهيمية:

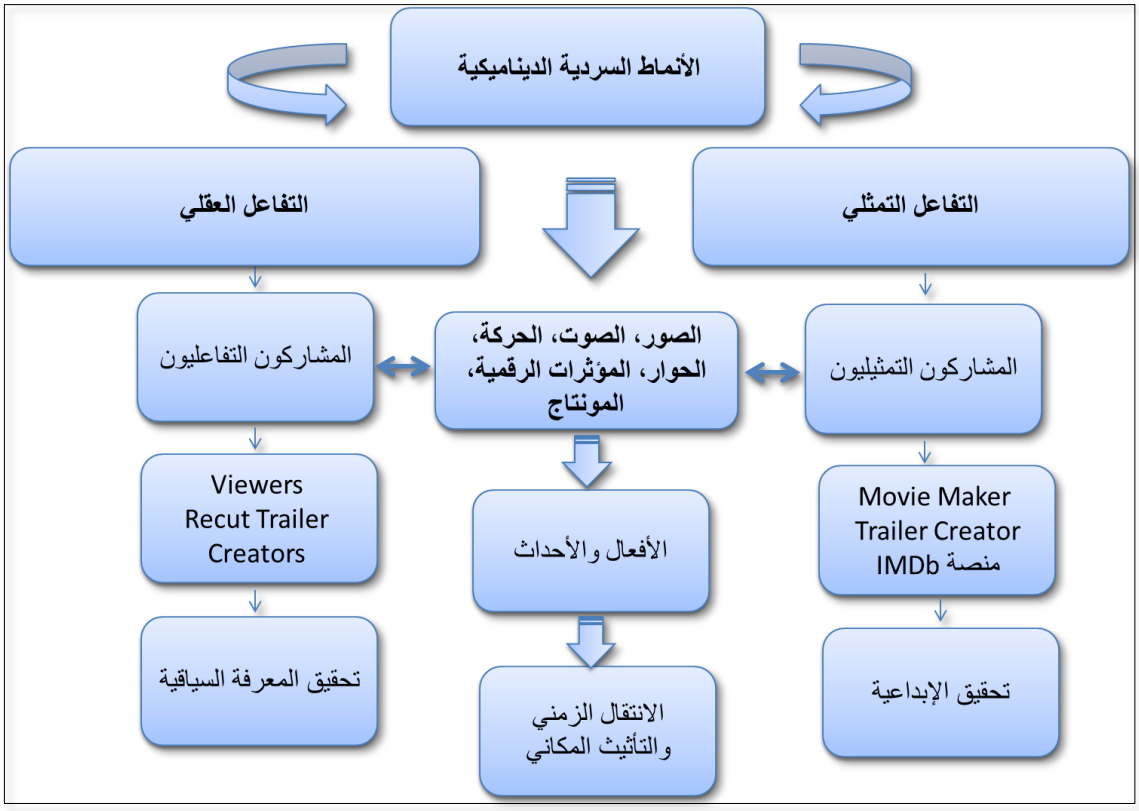
العملية السردية

يشير السرد إلى عملية بناء أو إعادة بناء بنية ذات مغزى من سلسلة أحداث متباينة التي تحدث نتيجة حركة في الزمن والمكان. وبالتالي ، فإن العملية السردية لديها القدرة على إنشاء "بنية معرفية مجردة والأثر المادي لتلك البنية يتجلى في الكتابة، الكلام، لغة الإشارة، الصور المرئية (الثابتة والمتحركة وثلاثية الأبعاد) أو بعض الأنماط التمثيلية الأخرى". (Herman, 2003, p. 170) لذلك، وبغض النظر عن البنية، يُفهم أن الزمكانية هي السمة المميزة للسرد .

وليس فقط الأعضاء الفرديين. على سبيل المثال، لتعديل هيكل السقف، تقليديًا، كان على المصمم تغيير الطول والعرض

ويصف كريس وفان ليوين هذه العملية بأنها تنطوي على ما يسمى بالأنماط السردية الديناميكية Dynamic Narrative Patterns التي تعمل على تقديم الأفعال والأحداث التي تتكشف تدريجيا من عمليات التغيير والانتقال الزمني والتأثيث المكاني. وهنا يتم تحقيق المعنى وفقا لأربعة محفزات هي: الفعل ، التفاعل ، الاتجاه ، والعملية العقلية. (Maagaard, 2016) فاتجاه فعل أوحركة الأنماط السردية والتفاعل (العقلي/ التمثلي) معها من خلال المشاركين تشكل المعرفة السياقية التي توجه المشاهد نحو التفسير أو التفاسير والأهم تحقيق الإبداعية؛ وبهذا يتكشف لنا نوعان من المشاركين ؛ النوع الأول ويشير إلى أولئك الذين يبدعون الصور والنصوص (Trailer Creators)، أما النوع الثاني فهم المشاركون التفاعليون، أولئك الذين يشاهدونها و في الوقت نفسه يمثلون المبدعين المحتملين مستقبلا للفيلم الإعلاني المعاد منتجته (Viewers Recut Trailer Creators) .

شكل رقم: *تمثيل تخطيطي للعملية السردية*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(Maagaard, 2016)

العملية المفاهيمية

في حين أن العملية المفاهيمية ليست نموذجية للإستخدام في الخطابات الديناميكية بسبب فقدها لسمة الحركة في الزمن والمكان التي ترخي للاستمرارية عبر ما يسمى بالأنماط المفاهيمية الثابتة Static Conceptual Patterns. فهي شائعة الرصد في الإعلانات المطبوعة واللوحات الإعلانية Billboards واللوحات التشكيلية. إلا أنها عملية ضرورية حتي في تحليل الخطابات الديناميكية (التي تستعين بالوقف على مستوى الصورة) فهي تهدف إلى تجميع كل ما تضمن في الصورة بشكل عام، من حيث تصنيفها رصد بنيتها وخلق المعنى. (Qinghong, 2008, p. 21)

بعبارة أخرى، تهتم العمليات المفاهيمية بتمثيل الأفكار عبر أنماط ونواقل ثابتة Static (تتخذ أيضا تسمية النواقل المشاركة) كما هي في الصور الفوتوغرافية وما تتضمنه على سبيل المثال من خطوط ، هياكل، ألوان، أزياء، أشخاص، شعارات ومخططات علمية ... ودلالتها الرمزية. ويتم رصدها من خلال ثلاث عمليات فرعية هي التصنيف، التحليل والرمزية.

فاستنادًا إلى المعلومات المحددة والأغراض التواصلية للأنماط الثابتة، يتم جرد المعلومات الخاصة بالنواقل المشاركة تعيين نشاطها، ومن ثم تصنيفها (رئيسة/ثانوية). (Ly & Jung, 2015, p. 51) وعادة على مستوى هذه المرحلة ما يُمثِّل المشاركون أشخاصا وأشياءا في الصور، يظهرون جالسين أو منتصبين للمشاهد من دون التورط في بعض النشاطات أو شعارا ذا بنية هيكلية منفصلة (وصف).

بعد التصنيف، تأتي العملية التحليلية التي تعمل على تفسير ربط الأجزاء بالكل؛ أي النواقل المشاركة ببعضها البعض وبالنظام الدلالي (في ظل غياب الديناميكية) التي تكشف عن المعرفة السياقية للمشاهد.

أما العملية الرمزية أو الدلالية يقصد بها تفسير دور كل من النواقل المشاركة في علاقتها التركيبية والبلاغية (لدى انسجامها وتناغمها)خدمةً للمعنى الذي يصبو له الخطاب الإبداعي للفيلم الإبداعي (الجمالي Aesthetic والشعري Poetic). (Ly & Jung, 2015, p. 51)

الوظيفة التفاعلية Interactive meta-function

اقترح Kress و Van Leeuwen المعنى التفاعلي عوضا عن الوظيفية التعاملية (أو الشخصية) Interpersonal Metafunction، والذي يشير إلى التفاعل بين ما ضُمّن في الصورة المتحركة

والمُشاهد بغية تعزيز التواصل العاطفي المرئي. يُطلق على الأشخاص، التأثيث المكاني والزماني وما ضُمّن في الفيلم الإعلاني مشاركين مُمثَّلين ، بينما يُطلق على الأشخاص الذين يتفاعلون مع الصورة في العالم الحقيقي اسم مشاركين متفاعلين ، وفقًا لـ Kress و Van Leeuwen، يتم تحقيق المعنى التفاعلي في النصوص المرئية من خلال إقامة علاقة بين الصورة والمشاهد، يقوم المنتجون (المبدعون) بتشفير المعاني بصريًا في الفيلم الإعلاني من خلال كيفية تجسيد المشاركين المُمثَّلين، والمسافة بين المشاركين المُمثَّلين عن مشاركين متفاعلين والزاوية التي يرى المشاهد من خلالها(Kress et al., 2006, p.66)، وهنا نقصد تفاعل الـTrailer Maker مع الفيلم الفعلي و تفاعل الـviewers على منصة الـIMDb مع الفيلم الإعلاني.

وعليه، تتم عملية التفاعل من خلال ثلاثة مستويات: المسافة الاجتماعية ، المنظور، الصيغة الشرطية التي تعمل على تجميع الدوال السمعية، الدوال البصرية ، الدوال الحركية (وتعدد العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية) في ظل الاتفاقات الثقافية.

المنظور Perspective

قد يُطلق عليه أيضا بالتواصل المرئي Visual Communication، حيث يرتبط كل من المُمثَّلين و المتفاعلين في الخطاب الديناميكي برابط وهمي على مستوى ارسال وتلقي الصور، بحيث يُتطلب أن يدخل المشاهد في نوع من العلاقة الخيالية مع ما تُضُمِن من خلال فعل المشاهدة وبالتالي يقدم بشكل أساسي معلومات حول مشاعرهم.ويعتمد نوع العلاقة وعمق المشاعرعلى طرق تمثيل المختارات (العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية) في مقطع الفيلم الإعلاني. (Wang & Zhang, 2017, p. 1263)

بالنظر إلى الفيلم الإعلاني كخطاب هجين، فإن المختارات تتخذ فعلين؛ هما الانفصال و التورط ، وهذين الفعلين لا يخصان المعنى الاقتصادي قصدا (من عرض وطلب سلعة)، وإنما على مستوى تدفق المعلومات (العرض و الطلب في نظام الاتصال). ففي الفعل الأول، لا يتجه المشاركون الممثلون نحو المشاهد مباشرة ولكن يبدو أنه يركز على شيء آخر(انفصال المشاهد). في هذه الحالة يعتبر الفيلم الإعلاني بمثابة عرض مشهدي Spectacular (جمالي/شعري) يقدم معلومات بشكل مبهر.

في حين الفعل الثاني، يتجه المشاركون الممثلون فيه نحو المشاهد مباشرة (انفصال المشاهد).. في هذه الحالة يعتبر الفيلم الإعلاني إضافة إلى كونه عرض مشهدي مبهر، يتجه إلى إنشاء اتصال

مرئي على مستوى ثقافي بين . Trailer Maker والـ viewer في فضاء رقمي، هذه العلاقة تعلن عن ممارسة ثقافية جديدة: الـviewer هو مشروع Trailer Maker Recut.

المسافة الاجتماعية Social Distance

يمكن أن تُمثّل المسافة الاجتماعية في علاقات مختلفة ومتغيرة بين المشاركين الممثلين والمشاهد تمامًا مثل العرض و الطلب في نظام الاتصال. وتُصنّف المسافة الاجتماعية إلى فئتين؛ الأولى تظهر في المسافة الاجتماعية بين المشارك الممثل والمشاهد، والتي يمكن إدراكها من خلال حجم الإطار، سلم اللقطات والزوايا؛ فالاختيار مثلا بين اللقطة المقربة، اللقطة المتوسطة واللقطة الطويلة يمكن أن يعبر عما إذا كان الـ Trailer Maker والمشاهد متورطين مع المشاركين الممثلين أم لا. and Angles Scale of plans

والآخر هو المسافة الاجتماعية بين أو فيما بين المشاركين الممثلين أنفسهم داخل الإطار (Zuo, 2012) ، والتي يمكن إثباتها من خلال مدى التقارب والتباعد بينهم في فضاء الإطار.

الصيغ الشرطية Mood

يخلق كل من التصميم الضوئي واللوني مزاجية أو شرطية الفيلم الإعلاني، لذا فتحديد استخدام ألوان معينة يعين علي تسليط الضوء على المعنى، وقد تعبر عن حالات مزاجية أو مشاعر معينة تنقل أيضا إلى المشاهد. والأهم ضمان استمتاع ومشاركة المعنيين فيه.

الوظيفة التركيبية Compositional meta-function

على المستوى التركيبي، يتم دمج الوظائف التمثيلية والتفاعلية في وحدة دلالية ذات أهمية، لها تأثير واضح في تشكيل المعنى وإنشاء تماسك نصي في الفيلم الإعلاني، وذلك من خلال ثلاثة أنظمة مترابطة، وهي قيمة المعلومات، بروزها وضوحها وتأطيرها. (Kress et al., 2006, p.192)

قيمة المعلومات Information value

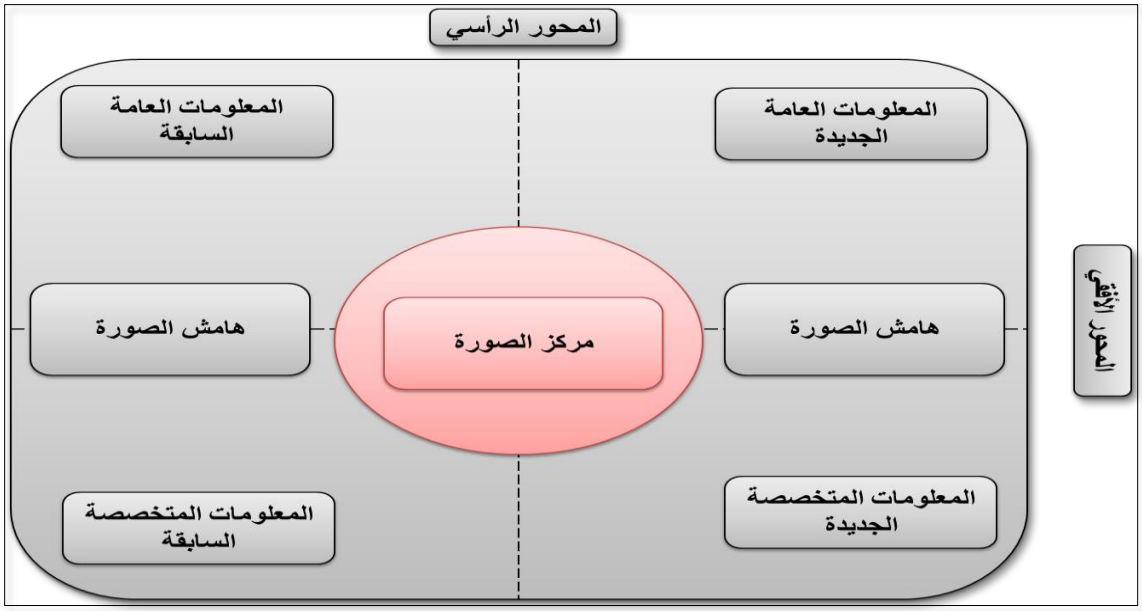
يمكن قراءة المعلومات التي يعرضها تكوين المختارات في الفيلم الإعلاني من خلال تموضعها أولا بالنسبة لمحورين، الرأسي والأفقي(من هيكل الصورة المتحركة)، ثانيا يتم تنظيم التكوين المرئي

أيضا على طول أبعاد المركز والهامش (Arnheim, 1982, p. 73)، (وفق الشكل المرفق) مما يجعل هذه العناصر نقطة انطلاق متفق عليها من قبل معظم المشاهدين.

فحسبKress و Van Leeuwen يعنى الجانب الأيمن من الصورة بالجديد (New). عناصر الصورة الموضوعة هنا هي تمثيلات لما لم يُعرف بعد ، وبالتالي فهي حاسمة ومهمة في تكوين الرسالة.أما الجانب الأيسر من الصورة تمثل المعطيات السابقة (Given). وتجدر الإشارة أن الجديد أكثر صعوبة بالنسبة للمشاهدين، بينما المعطى أكثر قبولًا.

في حين يتم تمثيل المختارات في القسم العلوي من الصورة على أنها معلومات عامة ، بينما يتم تمثيل تلك الموجودة في القسم السفلي على أنها مُخصصة تقدم معلومات أكثر تحديدًا أو واقعية أو ذات توجه عملي. (Kress et al., 2006, p.211)

شكل (33): *يوضح تموضع المختارات بالنسبة للمحورين و طول البعدين*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:
(Kress et al., 2006, p.214)

البروز Salience

يمكن أن، بروز المختارات في الفيلم الإعلاني ما هو إلا نتيجة تفاعل الحجم، التركيز، اللون والمسافة. وذلك البروز هي الدرجة التي يلفت بها عنصر الانتباه إلى نفسه ، نظرًا لحجمه ، ومكانه

في المقدمة أو تداخله مع عناصر أخرى ، ولونه ...وميزات أخرى. (Roland, 1995, p. 44) فمثلا إذا تم تمثيل العناصر في الصورة بحجم كبير، فهي لا محالة تعمل على جذب عين المشاهد على الفور. وبالمقابل عادة ما تُوضع العناصر غير المهمة في أحجام أصغر. أيضا يمكن أن يؤدي تباين الألوان –بسهولة إلى إبراز الأشياء المهمة في الصورة– يتم تقديم المركز كنواة للمعلومات ، في حين أن الهامش تابع أو ثانوي.

التأطير Framing

يشير النحو المرئي لـKress و Van Leeuwen إلى التأطيرعلى أنه اتصال العناصر وانفصالها ضمن الحدود التي يشكلها الكادر وتفصل امتدادات الكلام، الموسيقى، الحركة والفضاء المرئي عن بعضها البعض، مما يدل على أنها تنتمي أو لا تنتمي للإطار وبالتالي للمعلومات المراد بثها. (Kress et al., 2006, p.227) وفي حالة عدم وجود مثل هذه المنعطفات، ترتبط العناصر في تدفق مستمر.

فكلما زاد استخدام الكادرات في الصورة، كلما زادت قوة العناصر الموجودة في الصورة كوحدات مفردة مستقلة لكن بشكل ما متصلة بإبداعية. لذا حسبنا فإن استخدام الإطارات نموذجي جدًا في الفيلم الإعلاني.

3.4 تصميم الخلفية الإجرائية

هندسة تحليل الخطاب متعدد الأنماط للفيلم الإعلاني

استنادًا إلى الأطر الإجرائية التالية (والتي سبق التفصيل فيها آنفا): القواعد الوظيفية للنحو النظامي (الوظائف الما فوقية للغة) التي طرحها Halliday والنحو المرئي لـ Kress و Leeuwen Van والإطار الإجرائي لتحليل الخطاب متعدد الأنماط الذي قدمه "تشانغ دي إل D.L Zhang المتضمن غالبا ثلاثة مستويات، تختلف باختلاف طبيعة الخطاب المُراد تحليله ورؤية الباحث وزاوية البحث؛ يتم هندسة تحليل الخطاب متعدد الأنماط لإعلانات أفلام مدونة الدراسة على الأنترنت.

الإطار الإجرائي لتحليل الخطاب متعدد الأنماط لـ Zhang

نعرض الإطار الإجرائي لتحليل الخطاب متعدد الأنماط لتشانغ دي إل D.L Zhang الفضفاض، والمتكون من ثلاثة مستويات رئيسة: مستوى سياق الثقافة، مستوى سياق الخطاب ومستوى النظام الدلالي وذلك لتبيان الفرق بينه وبين المستويات التي سنكيفها لاحقا وموضوع الأطروحة (خمسة

مستويات: مستوى سياق الثقافة، مستوى سياق الخطاب، المستوى الدلالي أو سيرورة إنتاج المعنى، مستوى التجلي، مستوى وسائط الإعلام والاتصال والتكنولوجيات الحديثة). وتتضح مستويات تحليل الخطاب متعدد الأنماط حسب تشانغ دي إل Zhang D.L فيما يلي:

شكل (34): *يوضح المستويات الإجرائية لتحليل الخطاب متعدد الأنماط لتشانغ دي إل Zhang D.L*

المصدر: إعداد شخصي مقتبس على:

(Rahayu, 2015, p. 27)

مستوى سياق الثقافة

في المقام الأول، يتم إدراك سياق الثقافة من خلال تحديد الأيديولوجيات والنوع أو الجونر Genre ، وهما عنصران مهمان في التواصل متعدد الأنماط، ويُعد الجونر الـ Genre من المفاهيم المستعارة والمشتقة من العناصر المركزية التابعة للأدب والسرد المسرحي. كما تعتبر من أكثر المعايير استخدامًا لتصنيف ووصف الفيلم. حيث يتم استخدامه كعلامة تسويقية في الصناعة السينمائية، كما يتم استخدامه كأداة تحليلية في الدراسات السينمائية لفهم تفاعل المحددات البيولوجية والثقافية في خلق اهتمام المُشاهد Biological and Cultural Determinants، وارتباط خصوصية كل صنف بكيفية الأنخراط الإبداعي للعناصر السينمائية وعرضها وتكاثف الأنماط السيميوطيقية في خلق المعنى.

وبرز بشكل خاص على مدى السنوات الأربعين الماضية الفكر الثقافي–الأيديولوجي الذي ينطويه النوع مُسببا تعددا نقاشيا مؤسسا" لنظرية النوع"، كان أولها، فكر ميشيل فوكو Michel

Foucault الذي يقول؛ أن الأشكال الثقافية تُمثل محددات أيديولوجية عميقة الجذور غير واعية لكيفية تشكيل حياتنا الواعية والعقلية. ليرسي فوكو عبر وجهة نظره، عن الرؤية المهيمنة، أن الأنواع التصنيفية السائدة في فترة زمنية معينة، في بيئات وفضاءات رقمية محددة هي تعبيرات عن الأيديولوجية (Grodal, 2017) كالرأسمالية مثلا، لتتفرع توجهات عدة عن نظرية النوع، كالنظر إلى الأنواع من زاوية تقنية اجتماعية Technical-Social تعبرعن التفاعل بين احترافية المخرج، ظروف الإنتاج، خبرة المشاهد وحيثيات التسويق، التي تُفسر سبب هيمنة أنواع معينة والافتتان بها (Grodal, 2017) بدون محاولة لفهم جوهر الفيلم، والطبيعة البشرية المتجسدة فيه، لتصبح دراسات الأفلام هنا مجالًا تقنيًا لا نحتاج فيه إلى تفسيرات عصبية–بيولوجية وتطورية لوصف الفيلم ولالوصف الأفكار الثقافية الأيديولوجية التي تجلب الاهتمام وتجعل من الفيلم ناجحا.

في حين –حسبنا–، وعلى مستوى سياق الثقافة نحن بحاجة إلى رسم تمثلات جونر الخيال العلمي من طبيعة العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية المُجسدة في الفيلم الإعلاني (مدونة الدراسة) على منصة الـ IMDb، وبأن مقاطع الفيديو الدعائية لأفلام الخيال العلمي قد تميل إلى اتباع نص مشابه والاعتماد على مجموعة مشتركة مما سبق ذكره، وبالتالي إلى الترويج لأيديولوجيات ثقافية ومعرفية، جمالية واقتصادية، جغرافية وتاريخية، سياسية واجتماعية وتكنولوجية. المُماثِلة والمُدعِمة لتشكيل النوع في الفيلم الفعلي –استند تصنيف الفيلم الفعلي الخيال العلمي إلى الإجماع الذي تم التوصل إليه بشأن مواقع المراجعة الشعبية مثل منصة بيانات الأفلام على الإنترنت (IMDb) ومنصة الـ (Metacritic) التي تقوم بمراجعة وتقييم المحتوى الإعلامي الترفيهي – حسب رؤية مُبدع الفيلم الإعلاني (نقصد هنا كلا من Trailer Creator, Movie Maker).

فيما يخص الأيديولوجيات، يشير جون بول سارتر Jean Paul Sartre أن كل عمل فني لابد من انطوائه على موقف أو فكر اجتماعي معين، ما يزيد من القدرة على الفهم، فلكل سينما مرجعية فكرية محددة يستوجب الكشف عنها (اشويكة, 2018)، إذن تضمين رسائل خفية في المادة الإبداعية.

كما أن جرامشي، يحددها في مجموعة من الأفكار، والممارسات والمعاني التي – في حين أنها ترمي إلى أن تكون حقائق كونية – تشكَّل خرائط للمعنى تدعم سلطة طبقات اجتماعية خاصة. (باركر & بلقاسم, 2018, ص. 34) وهنا تكون الأيديولوجيا غير معزولة عن النشاطات العملية للحياة، عبر الثقافة السينمائية الحديثة؛ فهي تتطرق لمواضيع ذات صبغة كونية، أكثر من تناول المشاكل المتعلقة بكتلة اجتماعية أو سياسية معينة كقضايا الميز العنصري، قضايا الهجرة، مشاكل المرأة. وبهذا يتجاوز

المفهوم التسطيحات النظرية لبعض الماركسيين لفكرة الأيديولوجيا عبر تصويرها كانعكاس ميكانيكي للواقع الاقتصادي والمادي للمجتمع الطبقي المهيمن، وبالتالي على أساس كونها في المقام الأول بمثابة خطأ في الإدراك.

فممارسة الدلالة وعلاقتها بمختلف الرموز الاجتماعية والثقافية... تقود إلى تحديد حالات الغياب والفجوات البنيوية في العمل السينمائي لكشف التوتر الضمني بين النص السينمائي وأيديولوجية الفيلم. وبدلا من الاقتصارعلى مجموع الأجزاء المكونة للفيلم الإعلاني، فهو يربطها باستراتيجية لتقييم الفائض، والذي يشمل الفجوات أو الإسقاطات المسكوت عنها أو ضغط ما لا يقال. (Khouri, 2020) كل هذا أوضح كيف يمكن لهذه الثغرات أن تنشأ جراء عمل الأيديولوجيا المهيمنة والظروف المحيطة المحددة والمشتبكة في العمل السينمائي. فالكل أكبر من مجموع أجزائه لأن الأجزاء تشكل أنماطًا متداخلة، وهي أنماط ذات خصائص موجهة شكليا بوسع النقد أن يعمل على توضيحها بدلا من تشويشها بغية الانسجام. وعليه، تنقل الأيديولوجيا مُختارات (المنتقاة من الفيلم الفعلي، المُسقطة والمستقلة المبدعة) مُبدع الفيلم الإعلاني من داخل الفيلم الفعلي عبر التكوين المشهدي Mise-en-scène* المونتاج، التصميم المرئي والتصميم السردي التي تساهم مع التكرار والوقت في تشييد نماذج متفق عليها خاصة بنوع الخيال العلمي، وقد تحافظ هذه النماذج والبروتوكولات على الطريقة التي تستمر بها فاعلية وجمالية الفيلم الإعلاني في بثها لرسائل معينة ذات تأثيرات على المشاهدين(Smith, 2014) لكن بالمقابل سيمنح الخروج عن البروتوكولات إبداعا خاصا بالفيلم الإعلاني يخرج فيه عن نص الفيلم الفعلي، وقد يشكل نوعا فرعيا خاصا به وأيديولوجيات قد تختلف زيادة أو نقصانا ، ووفقا للجدول التالي الذي يستند بنائه على دليل الفيلم ذو الصلة بالـ PD Guide المتاح على Seminole Cinema، نعرض أهم الأيديولوجيات المروجة على مستوى سياق الثقافة والإجراءات التطبيقية لكيفية استخراجها من مقطع الفيلم الإعلاني:

جدول (15): *يوضح مستوى سياق الثقافة في مقطع الفيلم الإعلاني*

مستوى سياق الثقافة	كيفية ارتباطه بالعناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية (لمختارات)

* وضع او تكوين المشهد Mise-en-scène في السينما هو كل المكملات التي يستخدمها المخرج لإيصال الاحساس و المشاعر بالصورة المرئية . و تكوين المشهد يدخل فيه عناصر كثيرة كحركة الممثلين ، حركة الكاميرا ، الإضاءة والديكور وكل ما هو داخل التكوين من تأثيث..كما جرت العادة بخلاف استخدام المصطلح في المعنى الأول، يستخدم أيضا كنظرية سينمائية ليوصف بيها عادة أسلوب استخدام المشاهد الطويلة.

الأيديولوجيات/ النوع	
الاقتصادي استكشاف الطبقات الاجتماعية والاقتصادية SocioEconomic Classes والقضايا الاقتصادية في سرد الفيلم الإعلاني	• كيفية استخدام تكوين المشهد، التصوير السينمائي، المونتاج mise-en-scene (العناصر السينمائية) لتمثيل طبقات اجتماعية واقتصادية معينة. • الأنماط السيميوطيقية ذات الدلالة المستخدمة لتمثيل مختلف الطبقات الاجتماعية والاقتصادية ضمن الفيلم الإعلاني ؟ كيف ولماذا؟ • هل يلعب الوضع الاجتماعي والاقتصادي لكل شخصية دورًا مهمًا ضمن الفيلم الإعلاني في السرد؟ كيف ذلك؟ • هل يتم تمثيل الشخصيات من فئة معينة بشكل سلبي أو إيجابي؟ إذا كان الأمر كذلك ، فما الهدف من هذا التمثيل ؟ • هل يبدو أن الفيلم الإعلاني ينتقد الوضع الاقتصادي والاجتماعي الراهن؟ بأي طرق وما هي الجوانب؟ • هل يتضمن الفيلم الإعلاني أشياء لها قيمة يمكن شراؤها أو بيعها؟ أم أن الفيلم يصور قيمًا تقع خارج نطاق الاقتصاد؟ • هل تم استخدام رائد لعناصر سينمائية جديدة ، مثل مؤثرات رقمية خاصة ، التي خلقت سوقًا جديدًا بالكامل للوظائف بالنسبة لمبدعي الأفلام الإعلانية ؟
الجغرافي الأقليات الأغلبية	• كيف يعرض الفيلم الإعلاني المواقع الجغرافية المتضمنة والمساعدة في السرد ؟ • كيف يتم استخدام العناصر السينمائية لتمثيل المكان ومساحة الموقع الجغرافي وربط هذا العرض بنوايا مبدع الفيلم الإعلاني وبالسياقات الثقافية الاجتماعية؟ • دلالة الإضاءة ، زوايا الكاميرا، المونتاج الأزياء والماكياج وإيماءات الممثلين والتأثيث المكاني الجغرافي لإثبات شخصية الآخر، الغريب ، الأجنبي ، الذي يقع خارج نطاق الأغلبية العادية؟ إذا كان الأمر كذلك ، فكيف بينم توظيف ذالك ؟ • هل يعزز الفيلم الإعلاني الصور النمطية التقليدية لشخصية الأقليات؟ أم أنها تعمل ضد ذلك وكيف يتم ذلك؟
التاريخي الفترة الزمنية التي يعرضها الفيلم الإعلاني العصر أو الحركة الثقافية الأحداث أو الشخصيات	• هل تقدم قصة الفيلم الإعلاني سياقًا تاريخيًا حول فترة محددة من التاريخ؟ وكيف يتم تمثيل الأحداث أو الشخصيات التاريخية سينمائيًا ؟ هل تم تحري الدقة أم اتخذ صناع الفيلم الإعلاني الحريات الإبداعية في العرض ؟ • هل ينتمي الفيلم الإعلاني(بجانب الجونر الرئيس الخيال العلمي) إلى جونر فرعي كحركة الأفلام تاريخية معينة مثل فيلم نوار (الموجة الفرنسية الجديدة)، التسجيلي.. ؟

التاريخية البارزة التي تم تضمينها أيضا	
السياسي يحاول الفيلم الإعلاني إقناع أو تخريب أو خلق تأثير سياسي فيلم تسبب في أحداث أو آثار سياسية أو حرض عليها فيلم يخاطب بشكل مباشر قضية أو شاغل سياسي	• هل يبدو أن للفيلم الإعلاني أجندة سياسية معينة؟ تدعم أو ترفض أي وجهات نظر أو مجموعات أو وجهات نظر سياسية؟ • هل هناك أي دليل على أن للفيلم الإعلاني يمكن اعتباره شكلاً من أشكال الدعاية السياسية؟ لماذا ا؟ • هل تظهر الشخصيات أي آراء سياسية معينة داخل للفيلم الإعلاني سواء من خلال الكلمات أو الأفعال؟ هل هذا صريح أم ضمني؟ • إذا كان للفيلم الإعلاني يصور حركة أو حدثًا سياسيًا ، فهل يسلط الضوء على وجهة نظر الأغلبية أو الأقلية؟
الاجتماعية المجتمعات أو الهويات أو القضايا الممثلة في الفيلم القيم والعادات والتقاليد الاجتماعية الممثلة في الفيلم استخدام الفيلم من قبل مجتمعات أو هويات أو مجموعات معينة	• يمكن أن تشمل المجتمعات المهاجرين أو الدينيين أو المجموعات ذات الصلة باللغة. يمكن أن تشمل الهويات الجنس أو الهوية الجنسية أو طرق الحياة. • القضايا هي معضلات اجتماعية تثير الآراء وتجبر الناس على الانحياز. • كيف يدمج الفيلم جانبًا أو أكثر من الجوانب الاجتماعية الموصوفة أعلاه؟ ما الدور السردي الذي تلعبه مجتمعات أو هويات أو قضايا معينة في الفيلم وتسلسله؟ • هل توجد صراعات بين الشخصيات حول القيم الاجتماعية والأعراف والتقاليد في الفيلم؟ • كيف تُستخدم عناصر الفيلم مثل المشهد السينمائي والتصوير السينمائي وما إلى ذلك لتمثيل هذه المجتمعات أو الهويات أو القضايا سينمائيًا؟ (يمكن أن تتعلق الأسئلة التالية أيضًا بالسياقات الثقافية الجغرافية.) • بالنظر إلى ما تعرفه عن المكان أو الوقت الذي تم تصويره في الفيلم ، هل هناك مجموعات من الأشخاص لم يتم عرضهم أو بالكاد تم الاعتراف بهم في الفيلم والذين لا يزالون مهمين في الموقع الجغرافي الذي يقع فيه الفيلم؟ لماذا في رأيك لم يتم تصويرهم في هذا الفيلم؟ • هل يستخدم الفيلم إشارات بصرية في الإضاءة وزوايا الكاميرا والتحرير • القرارات أو الأزياء أو الماكياج أو إيماءات الممثلين – لإثبات أن شخصية أو مجموعة من الشخصيات هي بوضوح "الآخر" – النوع الغريب أو الأجنبي أو الخطير من الشخص الذي يقع خارج الأغلبية "العادية"؟ إذا كان الأمر كذلك ،

	فما هي الإشارات وكيف تعمل؟ • هل يبدو الفيلم محتويًا لتعزيز الصور النمطية التقليدية لشخصيات الأقليات؟ أم أنها تعمل ضدهم وكيف يتم ذلك؟
التكنولوجية/ المؤسساتية للفيلم الإعلاني البرمجيات الرقمية والأساليب المستخدمة لإبداع الفيلم الإعلاني وعرضه على الفضاءات والشاشات الرقمية المؤسساتي عوامل الإنتاج والتوزيع والعرض للفيلم عوامل الإنتاج والتوزيع الرقمية أو التناظرية التي ينطوي عليها الفيلم الميزانية وعوامل التحكم التي ينطوي عليها إنتاج الفيلم (مستقل في مقابل الاستوديو)	غالبًا ما تكون هناك روابط بين السياقات التكنولوجية والمؤسسية على مستوى إبداع المختارات والعرض على المنصات الرقمية والشاشات الشبكية: • ما هي أهم البرمجيات الرقمية والمنتجات والطرق المستخدمة في إبداع الفيلم الإعلاني؟ وكيف ساهمت في ذلك ؟ • هل ابتكر المبدع عبر البرمجيات الرقمية أساليب جديدة لصناعة الفيلم الإعلاني؟ أوإعلان نهاية أي طرق معينة في صناعة الأفلام الإعلانية؟ • مناقشة نوايا صانعي الفيلم الإعلاني نحو انتقاء المختارات، وكيف تؤثر البرمجيات الرقمية على العناصر التالية : • B&W مقابل Color • إدخال الصوت (موسيقى، ضجيج، حوار،voice over) • التلاعب بالإضاءة • أنماط الرسوم المتحركة المستخدمة • التركيز البؤري للكاميرا • تقنيات المونتاج • حركة الكاميرا • المختارات التي تم تصويرها بالـ D2 وD3 مقابل المختارات التي تم تحويلها إلى D2 وD3 . • هل تم إنشاء المؤثرات الخاصة و عناصر الفيلم الإعلاني الأخرى تناظريا أو رقميا (أو كليهما)؟ أنواع جديدة من المؤثرات الخاصة هل يؤثر ذلك على قصة الفيلم ومعناه بأي شكل من الأشكال؟ • الخصائص التي تمنحها منصة الـIMDb لعرض الفيلم الإعلاني للجمهور ؟ سواءا على الحاسوب أو التطبيق على الهاتف الذكي؟ • هل كان للمخرجي الفيلم الفعلي أو استوديو انتاج الأفلام سيطرة إبداعية على الفيلم الإعلاني ؟ كيف أثر ذلك على النسخة النهائية لكل من الفيلم الفعلي والفيلم الإعلاني ؟
الجمالية	تتجلي أهم المقاييس الجمالية في الفيلم الإعلاني من خلال الخيال الأولي والخيال الثانوي المرتبط بالإبداع الفيلمي، الخيال الأولي مرتبط بالإدراك الإنساني(غريزي) و بالتالي فإن الجميع يمتلكونه لمجرد انتمائهم للنوع الإنساني أما الخيال الثانوي فيعتبر صدى للخيال الأولي ، غير أنه يوجد مع الإرادة الواعية ، و يشبه الخيال الأولي في الوظيفة لكنه يختلف عنه في الدرجة ، إنه يذيب و يمحو و يحطم لكي يخلق من جديد .مرتبط بالخلق و الإبداع ؛ فهو يعيد ترتيب مفردات الظاهرة التي يعمل عليها ،

	فيستبعد بعض عناصرها و يضيف إليها عناصر أخرى لم تكن موجودة فيها من قبل، و هو بذلك يمارس نوعا من الهدم لكي يعيد البناء طبقا لمنطق إبداعي آخر ، لا طبقا لقوانين الواقع التي استبعدها (بوابة النقد الأدبي, 2015) • أي كيف يتم تمثيل الخيال في الفيلم الإعلاني؟ وما هي محاولة بأدوات وآليات نقل الخيال في الواقع المكان والزمان ..الديكور.. الألوان.. اللغة ..الكون وذلك بالقفز فوق الواقع من خلال الاستوديوهات والفضاءات الإفتراضية. • كما يعد التحريك بحد ذاته جمالية، وإن تكن المساحة البصرية المخصصة للفيلم الإعلاني أقل من تلك الممنوحة في الفيلم الفعلي، لكن هل هذا يجعلها أكثر إبداعية أو تسمح بمتخيل أوسع ؟
ثقافي	انطلاقا من وعينا الحضاري، ينبغي إعادة فهم وتعريف التفكيك المابعد حداثوي وتمظهره في الصناعات الثقافية الحديثة، حيث أن عصر الحاسوب حوَّل المعرفة إلى معلومات، أي إلى رسائل مشفَّرة ضمن نظام الإرسال والتواصل. يتطلب تحليل هذه المعرفة إلى دراسة استعمالات لغة التواصل طالما أن صياغة الرسائل وإرسالها واستقبالها (الرشودي, 2021) لا يخضع تماما لقواعد لكي يتمَّ قبولها من قِبل أولئك الذين سيتلقونها وسيحكمون عليها. أي أصبح ما هو حقيقي انعكاسا إجرائيا لعمليات رمزية، تماما كحال الصور التي يتم توليدها وترميزها تقنيا قبل أن ندرك ذلك . هذا يعني أن ثمة وساطة تكنولوجية استحوذت على الدور الإنتاجي كما يقول بودريار: "من الآن فصاعدا تتفاعل العلامات مع بعضها البعض بدلا من التفاعل مع الواقع" (Koch & Elmore, 2006, pp. 556–575) ، والإنتاج هنا صار معنيا بعلامات تُولِّد علامات أخرى، ونظام التبادل الرمزي لم يعد واقعيا وإنما تحول لـ"واقعية فائقة" بحيث أصبح ما هو واقعي متوجها إلى ما يتوفر على إمكانية استنساخ و وإعادة الإنتاج المستمرة. ومنه نجد أن الفيلم الإعلاني في هذه الحالة (وفق التفكيك المابعد حداثوي) يعبر عن صنمية السلع حيث يفقد طبيعته الإعلانية لتصبح شبحية داخل شبكة من العلاقات الاجتماعية ، لذا وجب علينا الاستعانة بالتعليقات على الفيديوهات على اليوتيوب التي تساعد على: • تحديد الإطار التداولي لمضمون الفيلم الإعلاني بمعنى ما علاقة المضمون بالآخر (المشاهد الذي يعتبر كمشروع مبدع مستقبلا) وفهم الحياة؟ • كيف يتم إستحضار الملامح الحضارية في ووضع أنواع فنية سمعية بصرية جديدة مستنسخة من أنواع أخرى؟

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(seminolecinema, n.d)
(Reuf, n.d)
(بوابة النقد الأدبي, 2015)
(Koch & Elmore, 2006, p. 5)

مستوى سياق الخطاب The Context of Situation\Discourse

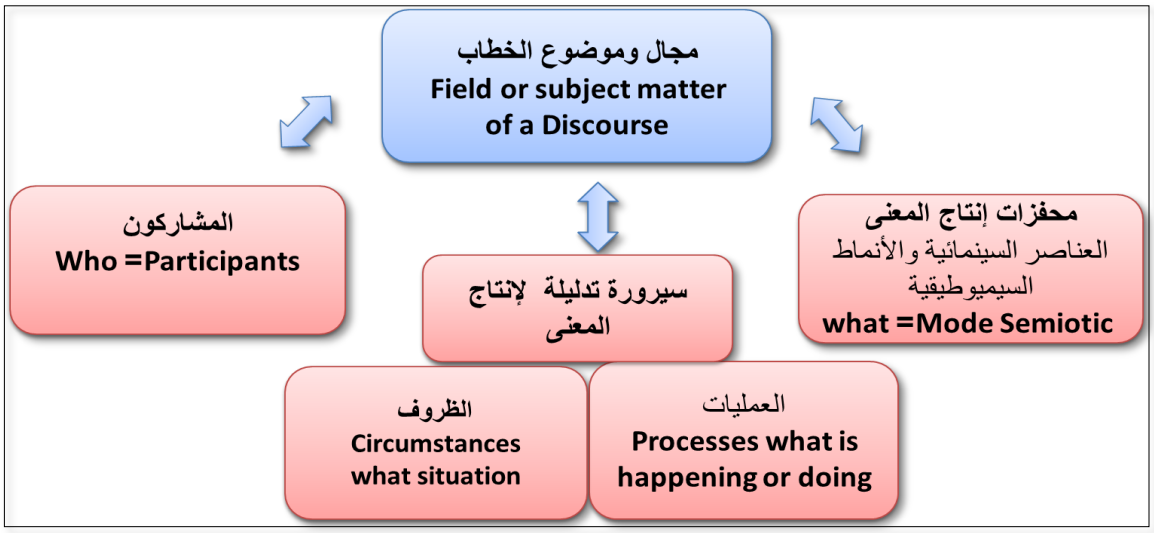
في المقام الثاني، يتحقق سياق الخطاب من خلال حقل ومجال الخطاب Field of Discourse ، فحوى الخطاب Tenor of Discourse ونوع الخطاب Mode of Discourse .

مجال الخطاب Field of Discourse

تختلف تعريفات المجال، إلا أنه يُنظر إليه عموما، على أنه من محفزات السياق لإنتاج المعاني في النص. في حين حدده هاليدايHalliday في النشاط الاجتماعي، الذي ينخرط فيه المشاركون فيما يجب التحدث أو الكتابة عنه أو مشاهدته (Halliday, 1985, p. 12)، وهو بهذا المعنى يتمثل في الموضوع الذي يوفر الغرض من إنتاج نص، ويؤثر على اختيار النظام الدلالي المُمثل في ذلك النص. هذا النظام معني بتمثيل المشاركين Participants (أشخاص، أماكن أو أشياء)، العمليات Processes(التي تصف فعلًا أو تجربة أوأحداثا) والظروف Circumstances، التي تتمايز إلى الظروف المرافقة التي تدل على الزمان والمكان لإدراك متى، أين، كيف ولماذا، والظروف المنفصلة التي عادة ما تعبر عن موقف المبدع. (Halliday, 1985, p. 08)

إذن وكما هو موضح أعلاه، يمكن أن يكون فهم موضوع (الحقل) الخطاب الإبداعي لإعلانات العينة متعلقا بتجلي العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية كمحفزات تدليلة لسيرورة إنتاج المعنى، إضافة للشخصيات الفاعلة، وما تنتجه من أحداث، تستند إليها البنية الدرامية والسيناريو، في ظل ظروف ذات خصوصية زمانية ومكانية، فضائية وتقانية المرتبطة برؤية الـTrailer Maker .

شكل (35): *يوضح تمثيل مجال الخطاب*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:
(Halliday, 1985, p. 08)

فحوى الخطاب Tenor of Discourse

يمكن أن يعبر الفحوى عن ما ينتج من العلاقات بين المشاركين في النص على سبيل المثال ، بين الكاتب والقارئ (Halliday, 1985, p. 12)، وبهذا المعنى ينسحب الفحوى على مفهوم مضمون ومغزى الخطاب، بحيث ينخرط الفحوى في كيف يتفاعل المشاركون في تشييد الخطاب، بما في ذلك الآراء والمشاعر والعلاقات التي يحاولون مشاركتها (Martin & White, 2007, p. 7) من خلال مخرجات العلاقات بين المخرج ومبدع التريلر والمراجعات والتعليقات بين المشاهدين على المنصة الذي ينعكس مباشرة على الاختلاف الجديد الذي جاء عليه النظام الدلالي في الفيلم الإعلاني.

وتعد الحالة المزاجية[17] والرؤية الإبداعية للكاتب، المخرج أو المبدع عموما التي تترجم في طريقة استخدام النظام الدلالي (المختارات من العناصر السينمائية في الخطاب السينمائي) لإنتاج المعنى، المسؤولة عن الانخراط في الخطاب، وبالتالي تحقيق تشييد الإرسالية.

[17] يعرف برينتون وثورن، المزاج بأنه موقف المُرسل من الرسالة (Brinton, 2000)

نوع الخطاب Mode of Discourse

يعرّف نوع الخطاب (في هذا المقام) على أنه الطريقة أو الأسلوب الذي يتم به تنظيم الأفكار وتحقيق **بلاغة النظام الدلالي في النص.** وبالتالي تحقيق وظيفيته ضمن سياق محدد، وهذا ما يؤكده كل من متايسن وبايتمن Mathiesen and Bateman :

"The symbolic organization of the text, the status that it has, and its function in the context, including the channel and also the rhetorical mode." (Rahayu, 2015, p. 34).

كما ذهب رولان بارث Roland Barthes في تبيان أهمية الأساليب البلاغية في الصورة[18] –خاصة في الإعلانات المطبوعة كالملصق السينمائي– في تحديد ميكانيزمات سير عمل الصورة الذي ينبع من بناءها ذاته (شكلها وتركيبها) وتوظف وفقا لنهج داخلي معين، يهدف إلى إنتاج معنى وفق ما يوجد داخل تلك الصورة أو ما تعمل على ايصاله للمتلقي بفكه للشفرة التي بنيت على أساسها في إطار ثقافة وأيديولوجيا تسعى لتجسيدها. (سلاطنية, 2012, ص.165)

وقد أردف جاك ديران أن الصورة تخضع لقواعد البلاغة مثلها مثل الجملة، وقد وضّح بعضا من أوجه البلاغة في الصورة، كالكناية، الاستعارة، المجاز المرسل، الاختلاف. إلا أن محاولة جاك ديران الرائدة في نقل الجهاز الخطابيّ إلى عالم الصورة المرئيّة التي بقيت – على أهمّيتها وكما بيناه سابقا في مرحلة تفكيك المتغيرات – أسيرةَ تصوّر ضيّق، يتم الاستلهام فيه من الموروث الخطابيّ إلاّ ما تعلّق بالوجوه البلاغيّة المعروفة. أما عن المحاولات المعاصرة في تبيان البلاغة، فهي تنحو نحو إبراز الصلة بين الخطابة والجمالية، ومن ثمّ يُسند إلى الصورة المرئيّة وظيفة جمالية حديثة (عبيد, 2019, ص.135)، وهو ما يمثّل منعرجاً مهمّاً ننتقل فيه من البحث عن الوجوه المجازيّة ونظائرها في الصور المرئيّة؛ خاصة في البحث عن سبل الإقناع المتحقّقة بالصورة المرئيّة إلى البحث عن أثر التشكيل الجمالي على البلاغة في ظل ظروف عصر التدخل الحديث للتصورات الثقافية، الفنية والتقنية.

وعليه فإن بحث الجمالية في الصورة السينمائية، يحتم النظر إلى الظاهرة الفنية على أنها ليست وليدة حضارة وتاريخ معينين بعد الآن، تطبع بطابع اجتماعي وتاريخي محدد في كل فترة أو عصر فقط، بل وليدة ممارسات ثقافية جديدة وفضاءات رقمية. "وهي بذلك تعتبر تلخيصا مركزا لحمولات

[18] يعد Barthes. R من أوائلال الذين اعتقدوا بامكانية وجود بعض الصور البلاغية التي يمكن معاينتها عبر عملية مسح للصور الإشهارية في مقاله المنشور سنة 1964 في مجلة" Communication" عن بلاغة الصورة de L'image Rhétorique.

ثقافية فكرية وإبداعية محددة، فإن الفعل السينمائي هو وليد النبضة الإبداعية يتفجر من خلال تفاعل البشر مع ما يستجد من ممارسات، وتفاعلهم فيما بينهم سواء في إطار ثقافة واحدة أو في إطار تفاعل ثقافات متعددة ومختلفة" (اشويكة, b2018) وبالتالي بلاغة الصورة المرئية في الفيلم الإعلاني ليست منحسرة في أوجه البلاغة الخطابية المعروفة بل تقفز نحو جمالية ترتبط بشعرية المونتاج. (سبق وتم تفصيل ذلك في مرحلة تفكيك المتغيرات)

مستوى النظام الدلالي

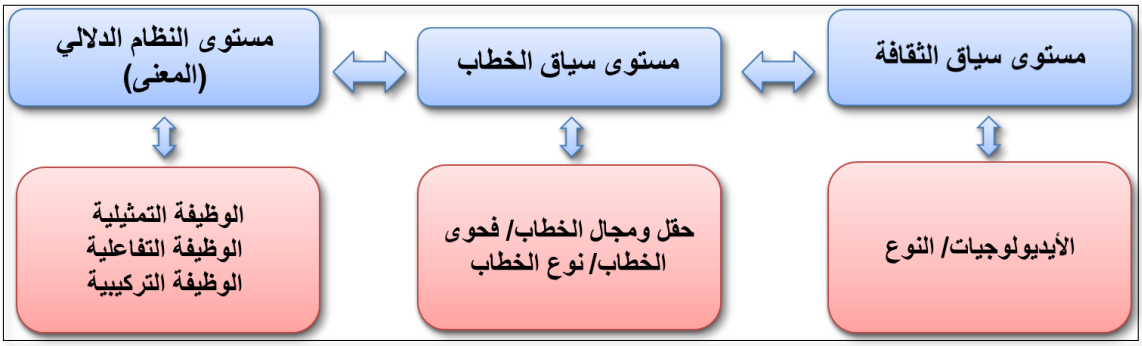
على مستوى النظام الدلالي يتم تفسير دور كل من الوظائف السابقة في علاقتها التمثيلية، التفاعلية والتركيبية خدمةً للمعنى الذي يصبو له الخطاب الإبداعي للفيلم الإعلاني مدونة الدراسة.

وبهذا يعد النظام الدلالي، الذي نقصد به الفيلم الإعلاني مدونة الدراسة؛ مستو مهما، نتوجه فيه نحو اللقطة/ الكادر كمجموعة من البنى الجزئية التي تمثل في مجموعها خطابا، وتكون" الكادرات المظهر الأخير لمساهمة الكاميرا الخلاقة في تسجيل الواقع الخارجي وتحويله إلى مادة فنية، مهمتها تكوين مضمون الصورة، أي الطريقة التي يقطع بها المخرج وينظم شريحة الواقع التي يقدمها للعدسة والتي تظهر مطابقة للحقيقة على الشاشة." (لوتمان, 2001, ص. 40). ووفق جملة الاشتراطات من العناصر السينمائية التي تتشكل في علاقات ترابطية ضمن منظومة سمعية بصرية تعمل على تنظيمه لتكتمل العملية الإبداعية من خلال تجسيد العلامات الايقونية المحملة بمختلف أنواع الدلالات والمعاني داخل هذا الخطاب والتي تحتمل عدة قراءات وتأويلات وفقآ لمرجعيات المشاهد (المبدع المحتمل) الثقافية والفكرية والبيئية وبقدر ما يحمله صانع الفيلم العلمي من موهبة وثقافة وفكر ووعي جمالي وحرفية سينمائية ورؤية إخراجية تحمل بصمته المتميزة، إذ يقوم بشحن الفيلم وتحميل الصورة بعدة علامات. (لوتمان, 2001, ص. 09)

وعليه نجد أن الدال (المحورين الصوري والصوتي) المتمثل في حجم اللقطة، زاوية الكاميرا حركتها، الإضاءة والديكور، الحوار، الموسيقى، المؤثرات والصمت، والمدلول الذي ما تمثله هذه الدوال من مفاهيم وتصورات وأفكار وامكانية تفريخها،تخليفها وتعددها، ومن اتحاد الدال بالمدلولات يتكون النظام الدلالي السينمائي للفيلم الإعلاني الذي يسهم في إنتاج المعنى العام للقطة أو المشهد أو حتى الفيلم الفعلي ككل.

ومن كل ما سبق، تظهر لنا الصورة الشاملة للنحو المرئي لـ Kress و Van Leeuwen والإطار الإجرائي لتحليل الخطاب متعدد الأنماط الذي قدمه تشانغ دي إل Zhang D.L وفق التخطيط التالي:

شكل (36): *يوضح النحو المرئي لـ "Kress" و "Van Leeuwen" والإطار الإجرائي لتحليل الخطاب متعدد الأنماط الذي قدمه "تشانغ دي إل" "Zhang D.L"*



المصدر: إعداد شخصي

في حين أن تصميم الخلفية الإجرائية، المُتبعة لهندسة تحليل الخطاب الإبداعي للفيلم الإعلاني مدونة الدراسة؛ سيشمل مستويات إضافية-مع الإبقاء على الوظيفتين الإعلامية والخيالية- نراها حسبنا ضرورية؛ حيث كل مستوى من هذه المستويات له مكانته ووظيفته في عملية التواصل المتعددة الأنماط، والمتمثلة في:

المستوى التشريحي Dissecting Trailer

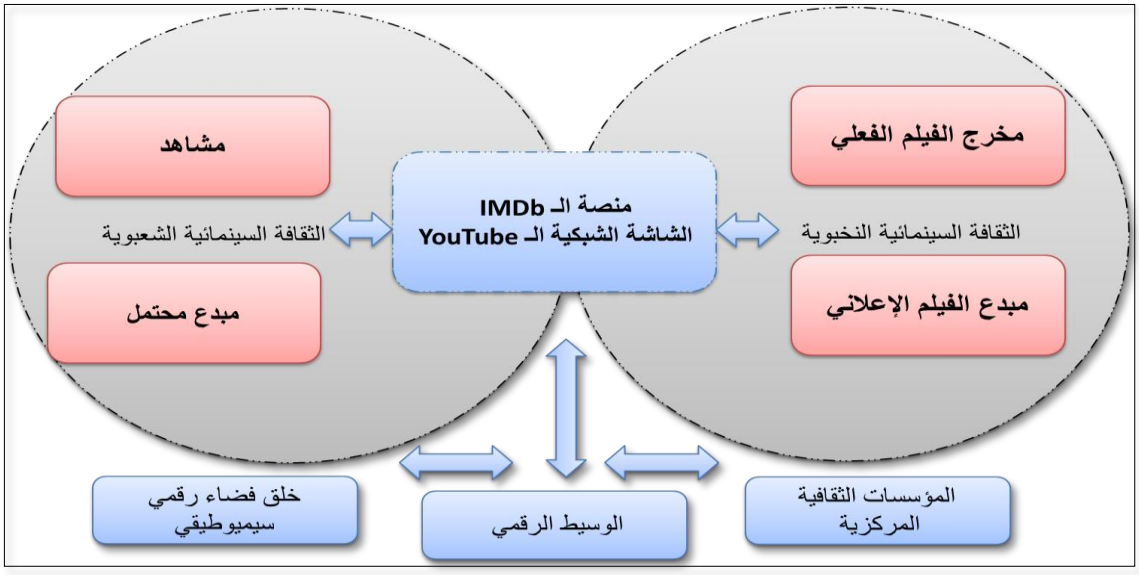
بدلا من التحليل الميكروسكوبي، أين تبرز الفعالية الإجرائية في التقطيع الفني الذي يستند إلى الوصف التجزيئي للفيلم، إلا أن التحليل الماكروسكوبي الشمولي يدعم استخدام تشريح (محمود, 2016) الفيلم الإعلاني كأداة اجرائية تحقق أهداف الدراسة، لاسيما فيما يخص تصنيف العناصر السينمائية التابعة للفيلم الفعلي، والخاصة بالفيلم الإعلاني والمشتركة بينهما. وقد سبق الإشارة بالتفصيل للنماذج المعيارية التي تُتبع في التشريح على سبيل المثال نموذج بيل ووليري Bill Woolery ونموذج ستيفن جاريت Stephen Garrett.

مستوى وسائط الإعلام والتكنولوجيات الحديثة (التداولي)

غالبا ما تعالج التداولية أو البراغماتية عملية انطباق القصد بين طرفي عملية التواصل، أو المسار الاتصالي والتبادلي بين الأفراد والمؤسسات (Haussler & Häussler,2019,p.3) ، في حين أننا نتبنى اللاقصدية في الخطاب الإبداعي للفيلم الإعلاني مدونة الدراسة، خارج نفعية الخطاب الإشهاري، هذا المنطلق النفعي الهبرمارسي يتضمن العقلانية التواصلية وأبعادا إجرائية وحجاجية (Habermas, 1993, p. 186)، التي لا تخدم أهداف الدراسة.

تتجه **اللاقصدية** هنا نحو إنتاج سيميوزيس تختزل فيها العلاقات، أو سيرورة دلالية غير مقصودة يستنبطها المشاهد –على إثر الوظيفة الإعلامية-، ونقوم بموجبها إلى إخضاع العلاقة الجمالية لمبدإ التثمين الإبداعي في الفضاء الرقمي، لا التثمين الاقتصادي، والاهتمام بجميع مكونات الفضاء الرقمي لمنصة الـIMDb والشاشة الشبكية الـ YouTube بمن فيه اولئك الفاعلين المشاهدين على الهامش مع مبدعي الفيلم الاعلاني ومخرجي الفيلم الفعلي كمؤسسات ثقافية مركزية. بعبارة أخرى سمح الأنترنت الى حد ما بانهيار الحدود بين المجال الخاص والفضاء العام، و زوال النخبة الاحترافية السينمائية وبروز الشعبوية الإبداعية الرقمية، وذلك أولا من خلال تعليقاتهم التي لم تسقط في فخ المنطق الراسمالي(وهوتلقي الفيلم الإعلاني كعرض ترويجي)، بل تذهب نحو تشييد خطاب (فنيا/ وجماليا) عن المحتوى الذي يعمل على خلق فضاء رقمي وسيميوطيقي يعبر عن اشتغال أنظمة دلالية مختلفة، مسؤولة عن انتاج سلسلة ممارسات ثقافية وفاعلين جدد(مبدع محتمل)، وفق الخطاطة التالية:

شكل (37): *يوضح الخطاطة التداولية*

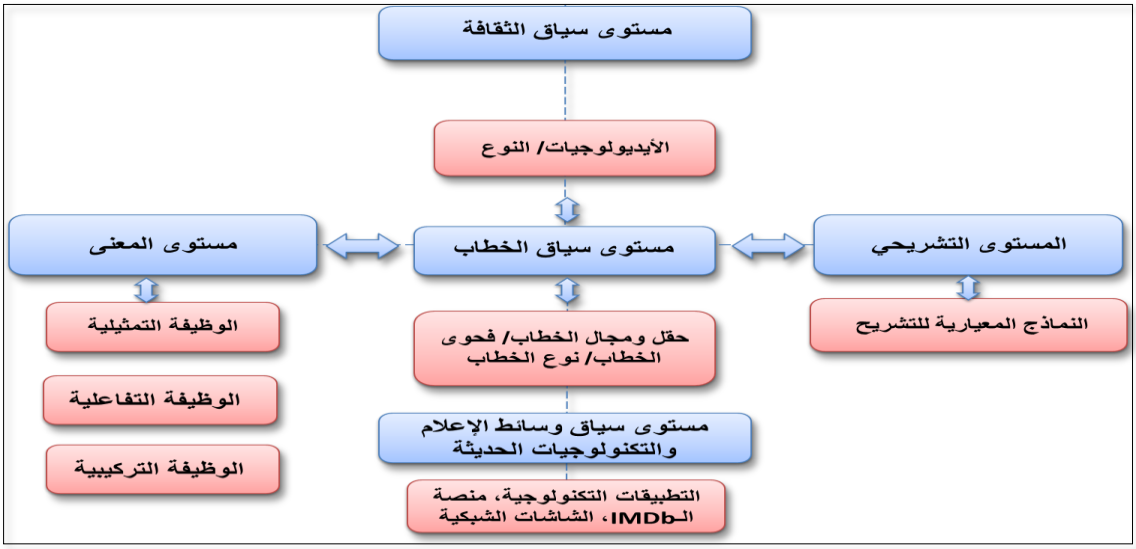


المصدر: إعداد شخصي

أما ثانيا، مجموع القوالب الجمالية الذي يتخذها الفيلم الإعلاني مدونة الدراسة على الوسائط الرقمية، واختلافها من تطبيق الـ IMDb على الهاتف الذكي، أو الحاسوب الشخصي والمحمول.

لننتهي بالهندسة المخططة التالية تحليل الخطاب الإبداعي للفيلم الإعلاني مدونة الدراسة :

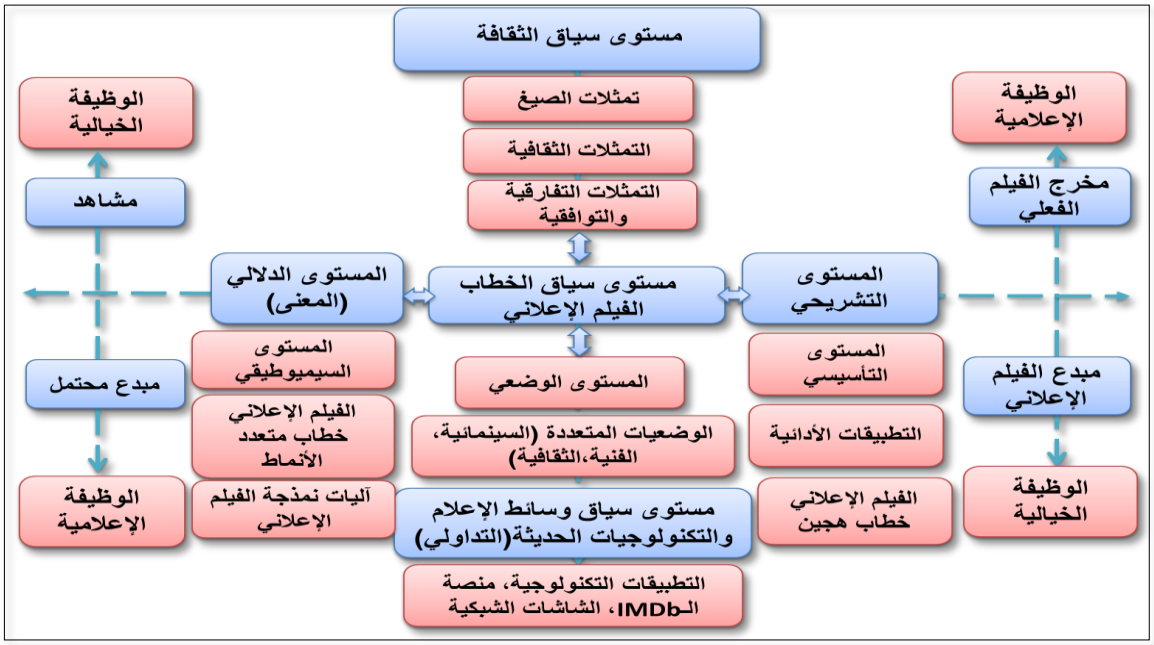
شكل (38): *يوضح هندسة تحليل الخطاب*



المصدر: إعداد شخصي

ويجدر الإشارة إلى أن التحليل سيسري توازيا ومؤشرات (فئات تحليل المضمون) فرضيات الدراسة، وفيما يلي إسقاط لهذه المؤشرات على هندسة تحليل الخطاب المتعدد الأنماط:

شكل (39): *مخطط يوضح اسقاط مؤشرات الفرضيات على هندسة تحليل الخطاب المتعدد الأنماط*



المصدر: إعداد شخصي

استرعاء الانتباه

إن التعقيد والتداخل الذي يتسم به العمل، بسبب الطبيعة الدينامية والمركبة للموضوع الذي ينهل من تخصصات عدة؛ من الفلسفات الحديثة، السيميولوجيا، اللسانيات، الدراسات الثقافية، الدراسات السينمائية والدراسات الإعلامية والاتصالية، دفعنا إلى البحث الحثيث، والباس عباءة التجديد منهجيا، اجرائيا ومعرفيا، التي جاءت مُؤسسة ومُستندة على مراجع وأفكار نوعية –يمكن القول أنها في بعضها تمرديّة علميّا– وهو أمر يُحسب على ذهنية التجميع، التشكيك، النقد، التفكيك والتوظيف الخارج عن المألوف لسيرورة من النظريات ومن ثم الإبداع الذي يعكس مستويات الدراسة بمزيد من التوضيح والتدقيق.

إذن لا غرابة إن كان التصور مختلفا، في ظل التأثيث المتجدد الممتد فيما سلف من الدراسة؛ وسيمتد لما بقي، ولا غرابة أيضا في توافق وتمازج مؤشرات الفرضيات(التحليل التفكيكي) مع هندسة تحليل الخطاب المتعدد الأنماط والذي متح عن تأسيس شبكة تحليل الخطاب الإبداعي لإعلانات مدونة الدراسة التالية:

كما نشير أن الهندسة التخطيطية جاءت لتعكس التداخلات والبينية المتشابكة بين المتغيرات بشكل يمكن أن يكون أكثر تعقيدا– وهو الواقع البحثي للموضوع – من تبسيطية الفروض (للضرورة العلمية) إضافة لملحوظات التوضيحية الموالية:

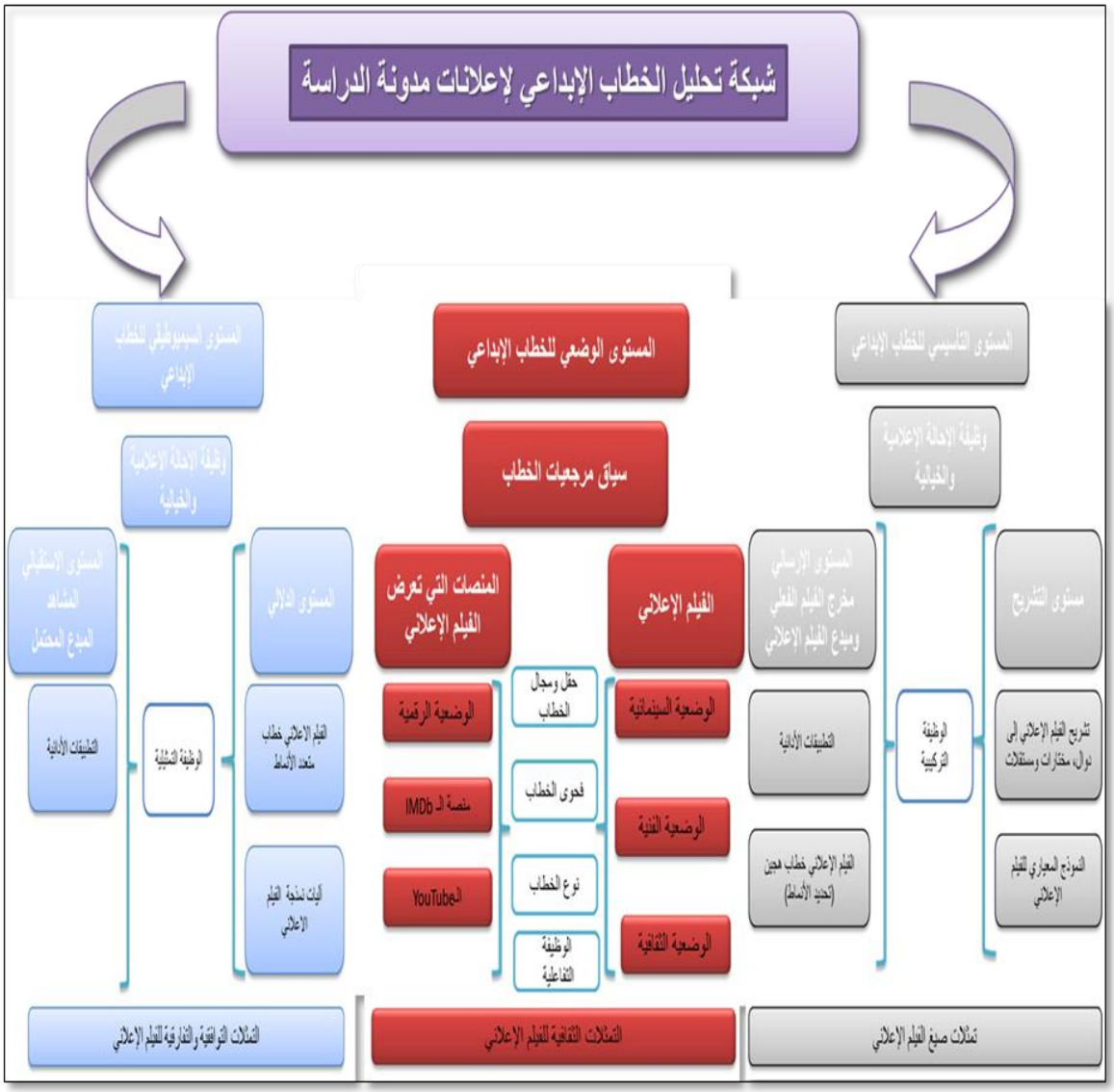
ذ

شكل (40): *ملحوظات توضيحية*

المصدر: إعداد شخصي

ليبرز لنا تصميم شبكة تحليل الخطاب الإبداعي لإعلانات مدونة الدراسة النهائية في التخطيط التالي:

شكل (41): *مخطط يوضح شبكة تحليل الخطاب الإبداعي لإعلانات مدونة الدراسة*



المصدر: إعداد شخصي

4.4 تحليل الخطاب الإبداعي لمدونة الدراسة

تحليل الخطاب تطبيقيّا مناقشة وتفسير

إن العناصر التي يتم إدراجها في هذه الجزئية تختلف عن ما هو متعارف عليه، استنادا إلى إختلاف السيرورة البحثية وطبيعة الدراسة التي تروم إلى كونها تشتغل على محورين؛ محور خارج سينمائي (إبداعي تقني) ، ومحور داخل سينمائي (سيميوثقافي خطابي) ، لذا المنحى التحليلي سيكون تقنيا(ببيانات ومخططات) أكثر منه سردي إطنابي يسيطر على بنيات الفيلم الإعلاني التي تفضي إلى عدد لامتناه من العتبات المفتوحة والإحالات التي تتغذى على تعدد الآليات الإخراجية وتفكيكها لتسهيل تحيين المعنى، ويمكن تحقيق ذلك عبر الإلحاح على مقاربة الفيلم الإعلاني من حيث طرائق الاستغال السيميوثقافي السينمائي دونما انسياق وراء استخلاص المضامين وعرض نسخ التأويلات المتعددة، عسى يتكشف التجلي السينمائي الصرف الذي بفضله تنماز السينما عن مختلف الأجناس الفنية، وتفترق عنها بخصوصية اشتغالها الخطابي، وتستقل بفرادة بنيتها اللغوية وانعكاسات ذلك على الفيلم الإعلاني:

1.4.4 المستوى التأسيسي للخطاب الإبداعي

جاذبية الفيلم الإعلاني تكمن في الإبداع الكامن وراء ربط المنتج وعناصره (الفيلم الفعلي، المخرج، الممثلين...) باحتياج المشاهد لفعل الاستهلاك (أي المشاهدة) تلبية للنداءات الإعلانية (Advertising Appeals)*[19]، وبالتالي ربطه بالرسالة الإعلانية لهدف التفسير، الفهم والإقدام على الاستهلاك، هذا في الشق الإشهاري، أما في حالة الخطاب السينمائي فالجاذبية الإبداعية للفيلم الإعلاني تكمن– افتراضا– في الموازنة بين مكونات البنية الصورية والبنية السردية حيث تتكاثف المكونات الأساسية التالية: الزمكان Space-Time، الحركة Movement، الأشكال والخطوط Lines and Shapes، الأسلوب والإيقاع Tone and Rhythm، Signs and Symbols لخلق الأحجية الفيلمية

[19] تعد النداءات الإعلانية، استراتيجيات اتصال يستخدمها محترفو التسويق والإعلان لجذب الانتباه وإقناع المستهلكين المستهدفين بالشراء أو للتفاعل مع الإعلان. فكرة النداءات التي تؤثر على الناس وتدفعهم لرد فعل ما، ترجع إلى "أرسطو"، الذي حدد النداءات الرئيسية الثلاثة للتواصل بـ المصداقية ، العاطفة والمنطق، بمعنى، لو استطاع المعلنون اقناع الناس ودفعهم لرد الفعل المطلوب فإن الإعلان جدير بالمصداقية، قد أثر على عواطفهم و أنه ينطوي على معنى منطقي .في حين أن المعلنين المعاصرين لم يقفوا عند نداءات السابقة ، بل ابتكروا أساليب إضافية Emotional Appeals & Rational Appeals، بحيث أصبحت الإعلانات أكثر إبداعا وأكثر إقناعا وفي النهاية أكثر فعالية في التسويق .

المتراوحة بين الغموض والتّعقيد التي تعمل على تحقيق انخراط الـ Viewers دون الإفصاح عن التفاصيل، فمنذ لحظة إبداع، اختزال، تكثيف وإطلاق الفيلم الإعلاني على المنصات، يلج في سيرورة إنتاج معنى تروم لتحقيق الانخراط في فضاء سيميوثقافي.

إذن، المتمعن لطبيعة التريلات التي نُحتت على ضوء ضيق الوقت السردي وهيمنة ذلك على الشكل كفيلم قصير[20]؛ من حيث صعوبة تتبع العملية الإخراجية الكلاسيكية تطور الأسلوب، طغيان النغمة، إجراء التحولات اللونية والبناء نحو الذروة العاطفية التي تتطلب البطء، الذي أثر بدوره على إبداعية هذا الخطاب ومستوياته، كما يعد جانبًا مركزيًا يجب أخذه بعين الاعتبار لدى اختبار الفروض، ومع ذلك، على الرغم من أن الطبيعة تهيمن على الشكل القصير، كما هو موضح سابقا، إلا أن هناك طرقا أخرى ممكنة تتجسد من خلالها الإبداعية تتضح من خلال التركيز على الأبعاد والمؤشرات السابقة، وعبرها سنتعرف على الجانب الغالب من الشّقين.

وظيفة الإحالة الإعلامية والخيالية

كما أن تبيان الوظيفة الإعلامية، التي تنبع من التواصلية والإحالة الإخبارية، والخيالية التي تنبع من الذات الإبداعية–على تناقضهما في الجمع بينهما– ناتج عن تحريف القصدية إلى اللاقصدية (تمظهرهما جنبا لجنب توازيا لتجاور الخطاب الإشهاري للخطاب السينمائي) وذلك كون الفيلم الإعلاني مادة اتصالية لفظية سمعية بصرية، تنتمي لامحالة إلى نصوص وسائل الإعلام والثقافة المرئية المسموعة والعرض السينمائي، وأن التريلر ماهو إلا تعبير عن ما يمثل من أفكار وتصورات القائم بالمادة الإعلامية (مبدع الفيلم الفعلي/ مبدع الفيلم الإعلاني) في إعادة تركيب عناصر الفيلم الإعلاني(غير الواقع) استنادا إلى الفيلم الفعلي(الواقع) في بناءات خاضعة لعقيدتهما التقنية (مدى التحكم) وأيديولوجيتهم الشخصية أو الخاضعة إما لشركات الإنتاج أو الوكلات الإبداعية وخلفيتهما الثقافية.

ويتحقق ذلك، من تكامل المختارات والمستقلات (نقصد بها العناصر السينمائية) في تشكيل متصل أومنفصل منقولة إلى الجمهور؛ بمعنى أن مقدار عناصر المختارات من الفيلم الفعلي والمجسدة في التريلر تعبر عن الإحالة الإخبارية؛ هذه الأخيرة في شكلها الخام والمشتركة تؤسس لقيام التريلر في حد ذاته كعمل تواصلي إعلامي نابع عن وسيلة إعلامية جماهيرية. أما مقدار عناصر المستقلات (مع

[20] حسب مارك تواين Mark Twain دلالة على استعصاء المنتوج الإبداعي يرجع إلى قصر مدة المُخرِج؛ " If I had more time, i would have written a shorter letter" (Quoteresearch, 2012)

استثناء الحشو الإشهاري) فتعبر عن مدى تمظهر الذات الإبداعية والرؤى والتأملات العميقة الخاصة به التي غالبا ما تحفز امتزاج عناصر الواقع /وغير الواقع التي تجعل من الصور الديناميكية التي يفرزها هذا المزج في غاية الاشتغال التخيلي.

وسيساعد كل من مستوى التشريح الذي يعمد على تشريح الفيلم الإعلاني إلى دوال، مختارات ومستقلات بالإتكاء على الفيلم الفعلي كمرجع للتشريح (وليس معنيّا به) إلى جانب المستوى الإرسالي للثنائي مخرج الفيلم الفعلي/مبدع الفيلم الإعلاني، على رصد الوظيفتين وبالتالي توضيح أهم أوجه تأسيس للخطاب الإبداعي للتريلر العينة.

مستوى التشريح

من منطلق اختيار مسمى تشريح الفيلم الإعلاني تقنيا (Dissecting a Trailer)، بدل التقطيع التقني أو الديكوباج (Script Breakdown)؛ أنه يعد مرحلة فيما قبل الإخراج التقني، أي سيناريو التصوير النهائي، وليس السيناريو إن صح التعبير الأدبي. من هنا يتبين أن التقطيع فعل يؤدي إلى التجميع التقني، والتشريح فعل تفكيكي، هذا ما أفضى بنا إلى اعتماد اصطلاح التشريح.

كما نشير أن التشريح، تم تطبيقه على منصة Studio Binder[21]، طريقة جديدة بشكل أساسي وضعت لصانعي الأفلام وشركات الإنتاج السينمائية الصغيرة والمتوسطة والوكالات السمعية البصرية لتبسيط سير عمل إدارة الإنتاج السينمائي. تقدم منصة Studio Binder مخططات صناعة الأفلام المستندة إلى الويب مع مجموعة من البرامج، الخدمات والمنتجات المتكاملة؛ بدءًا من إنتقاء المواهب والطواقم، وإنشاء جداول التصوير وأرشفة المستندات والوسائط في السحابة(Clouds) ، إلى تتبع إطلاق الأفلام ومرحلة ما بعد الإطلاق .(ونحيطكم علما أن المنصة تتيح التشريح ضمن عشريات، فكل مجموعة تحوي 10 لقطات)

أ.الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي Arrival

قبل المباشرة في تحليل وإدراج معطيات الفيلم الإعلاني، ارتأينا البدأ بالفيلم الفعلي في حركة عكسية كرونولوجية لطبيعة العرض التي تأتي عادة من فيلم إعلاني نحو فيلم فعلي. ومرد ذلك،

[21] تحصلت الطالبة على حساب مدفوع لدى التربص قصير المدى في جامعة Rovira I Virgili الإسبانية ، إلا أن المنصة لا تدعم اللغة العربية، ما شكل عراقيل جمة أمام تحقيق التشريح، كما وأنه ومند العام 2020 أصبحت المنصة متاحة مجانيا (من مغانم الوباء الفيروسي)، يكفي إنشاء حساب شخصي للتمتع بجميع الخصائص والخدمات والبرامج النوعية.

الغموض، الاختصار والحذف الذي يعتري الفيلم الإعلاني كسمة لصيقة تُحدث تمثله وتشكيله كصناعة ثقافية تعبيرية لها كينونتها وكنهها. وما يستوجبه البحث في وضوح قبلي وبعدي والذي يفرض علينا هذا الترتيب.

ملخص الفيلم الفعلي Synopsis

عندما تهبط مركبة فضائية غامضة على الكوكب، يتم إرسال خبيرة الليسانيات الدكتورة لويز بانكس، التي تقمصت دورها الحائزة على جائزة الغولدن غلوب إيمي آدامز. ولفك اللغز، مع تصاعد التوترات، تكتشف الغرض الحقيقي لوصول الفضائيين وتحاول تجنب حرب عالمية.[22]

فيلم الوافد (2016) مقتبس من الرواية القصيرة: The Story of Your Life لمؤلفها Ted Chiang والتي أوصى بها مدير مونتريال شون ليفي لكي يخرجها دينيس فيلنوف.

تم تصوير فيلم الوافد في مونتريال (كيبيك) حيث يضم طاقم الفيلم بعض المتعاونين في كيبيك الذين غالبًا ما يدعوهم دينيس فيلنوف، بما في ذلك المصمم الفني باتريس فيرميت، ومصمم الأزياء رينيه أبريل، ومصمم الصوت سيلفان بيلمار، الذي فاز بجائزة أوسكار وبافتا عن عمله في هذا الفيلم.

ومع ذلك، على عكس معظم أفلام الخيال العلمي، فإن ميزانية فيلم الوافد متواضعة، التي بلغت 46 مليون دولار مقابل تحقيق إيرادات تزيد عن 185 مليون دولار. اعتمد الفيلم على امعان الفكر وفرضيته المحفزة لابراز الجوهر بدلاً من المؤثرات الخاصة التي تجذب البصر وتذهله. حصل الفيلم على ثمانية ترشيحات لجوائز الأوسكار، لا سيما لأفضل فيلم روائي طويل وأفضل مخرج، وهي الأولى للمخرج دينيس فيلنوف. كما تلقى أيضًا ترشيحات لأفضل إنجاز في BAFTAs، وجوائز نقابة المخرجين الأمريكية. (Fontaine & Mullen, 2011)

[22] الملخص الذي تقدم، ما جاء على جميع القنوات بصفة رسمية.

تشريح العناصر السينمائية للفيلم الإعلاني Arrival

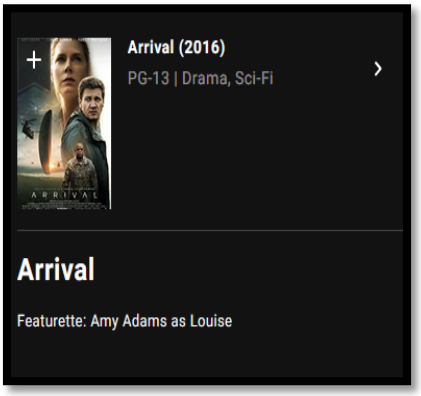
جدول (16): *يوضح البطاقة التقنية لفيلم الوافد على منصة الـ IMDb*

فيلم الوافد على منصة الـ IMDb	واجهة الفيلم والفيلم الإعلاني على منصة الـ IMDb
العنوان : Premier contact Arrival (original title) سنة الإنتاج : 2016 زمن الفيلم : 1h 56min تقييم: 10/7,9 بلد الإنتاج: الولايات المتحدة الأمريكية USA مونتاج الصوت: Sylvain Bellemare المشرف العام عن التقاط الصوت: Bernard Gariépy Strobl مزج الصوت: Dolby digital إخراج : Denis Villeneuve سيناريو: Eric Heisserer القصة: Ted Chiang"The Story of Your Life" جونر الفيلم : Drama, Mystery, Sci-Fi الجوائز: أهمها جائزتي أوسكار Oscar Awards لأفضل إنجاز في مونتاج الصوت ومزج الصوت	

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(Arrival, 2016)

جدول (17): *يوضح البطاقة التقنية للفيلم الاعلاني الوافد على منصة الـ IMDb*

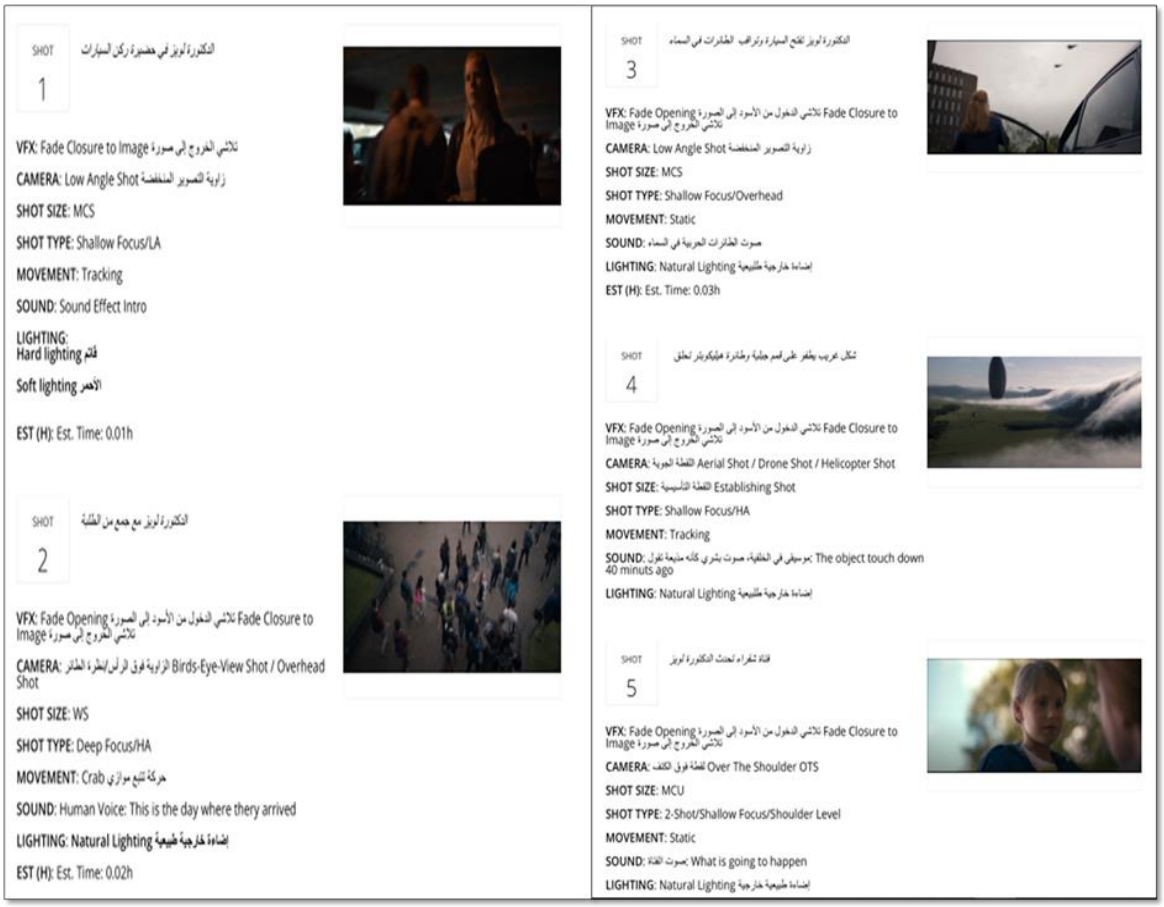
الفيلم الإعلاني	
العنوان Arrival Final Trailer زمن الفيلم الإعلاني دقيقة الوكالة المنتجة Buddha Jones قسم المنتجة Editing Department Dan Asma قسم الصوت Sound Department إعادة تسجيل الصوت Trailer Recordist ADR Phil Castellano Jr عملية إعادة تسجيل الصوت في وضع أكثر هدوءًا وتحكمًا، عادةً في الاستوديو. يتضمن إعادة تسجيل	

الحوار من قبل الممثلين بعد التصوير كوسيلة لتحسين جودة الصوت أو عكس مسارات الحوار وتغييره وتعديله. المساعد في التسجيلAssistant Recordist ADR Daniel Lepervanche مصمم الصوت في التريلر Trailer designer sound Kathie Talbot قسم الموسيقى Music Department موسيقى التريلر Linus Lau مؤلف موسيقى التريلر trailer music composer Erich Lee, David James Rosen, Joan la Barbara الجوائز Golden Trailer Awards GTA18 تختلف تسمية التريلرضمن فئة أحسن ومضة تلفزية عن دراما فيلمية Nominee Best Arrival Threat Drama TV Spot (For A Feature Film) (2017) أي اعتماد الـ Final Arrival Trailer كومضة تلفزية	

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(StudioBinder, 2021)
(Arrival (2016), 2016c)
(Golden Trailer Awards – Honoring the Best in Movie Previews, 2016)
(Paramount Pictures, Buddha Jones [GoldenTrailerAwards], 2017)

شكل (42): *يوضح التشريح التقني لفيلم الوافد على منصة الـ IMDb*



SHOT 6

الدكتورة لويز لمحاضن القتاة

VFX: Fade Opening ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة Fade Closure to Image ثلاثي الخروج إلى صورة

CAMERA: لقطة التفاعل Reaction shot

SHOT SIZE: MCU

SHOT TYPE: 2-Shot/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND: الدكتورة لويز تجيب القتاة: I don`t Know

LIGHTING: Natural Lighting إضاءة خارجية طبيعية

EST (H): Est. Time: 0.09h

SHOT 7

رجلان (الأول ذو بشرة سمراء) في المقدمة والآخر في الظل يتوجهان بالحديث للدكتورة لويز

VFX: Fade Opening ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة Fade Closure to Image ثلاثي الخروج إلى صورة

CAMERA: لقطة فوق الكتف Over-the-Shoulder Shot (OTS)

SHOT SIZE: مستوى الورك Hip Level Shot / اللقطة الأمريكية أو كوبوي American Shot / Cowboy shot

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Shallow Focus/Shoulder Level/Hip Level/

MOVEMENT: Static

SOUND:
صوت بشري: Dr Banks you are on the top of every one`s list when you comes to translation.
موسيقى خافتة في الخلفية

LIGHTING: Bounce lighting

EST (H): Est. Time: 0.13h

SHOT 8

الدكتورة لويز في مكتبها مشوهة لكل من الرجلين

VFX: Fade Opening ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة Fade Closure to Image ثلاثي الخروج إلى صورة

CAMERA: Medium Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Deep Focus/Shoulder Level/Single

MOVEMENT: Static

SOUND: موسيقى خافتة ، استمرار الصوت البشري في الحديث

LIGHTING: Bounce lighting
إضاءة داخلية

EST (H): Est. Time: 0.13h

SHOT 9

جهاز التسجيل على المكتب وضغط الزر للتشغيل

VFX: Fade Opening ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة Fade Closure to Image ثلاثي الخروج إلى صورة

CAMERA: لقطة الاسترت أو القطع Cutaway Shot

SHOT SIZE: CU

SHOT TYPE: Deep Focus/Single

MOVEMENT: Static

SOUND: صوت كائنات غير بشرية

LIGHTING: Bounce lighting
إضاءة داخلية

EST (H): Est. Time: 0.13h

SHOT 10

الدكتورة لويز والدكتور آخر خلفها

VFX: Fade Opening ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة Fade Closure to Image ثلاثي الخروج إلى صورة

CAMERA: لقطة فوق الكتف Over The Shoulder OTS

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Tracking

SOUND: ريتم متسارع

LIGHTING: إضاءة خارجية

SHOT 1

الجسم الغريب الطائي مع مجموعة من الخبراء بنزات بزقائية في سيارة الجيب

VFX: Fade opening, and Fade closure, ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة، ثلاثي الخروج من الصورة إلى الأسود

CAMERA: اللقطة الجوية Aerial Shot / Drone Shot / Helicopter Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Deep Focus

MOVEMENT: Tilt

SOUND:
صوت بشري يقول: iam the only one have trouble to say ...
ريتم متسارع

LIGHTING: إضاءة خارجية

EST (H): Est. Time: 0.22h

SHOT 2

الدكتورين مع مجموعة من الخبراء و العسكريين في مقيم وقائي

VFX: Fade opening, and Fade closure, ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة، ثلاثي الخروج من الصورة إلى الأسود

CAMERA: مستوى الورك Hip Level Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Shallow Focus/Hip Level

MOVEMENT: Static

SOUND: صوت بشري لشكتوريان: To what they look like

LIGHTING:
باضاءة داخلية اصطناعية خافتة ساطعة
Low-key lighting إضاءة خافتة يقلل على الدكتورين

EST (H): Est. Time: 0.23h

SHOT 3

يدان ترتعشان لشخص يرتدي نزة بزقائية

VFX: Fade opening, and Fade closure, ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة، ثلاثي الخروج من الصورة إلى الأسود

CAMERA: مستوى الركبة Knee Level Shot

SHOT SIZE: لقطة الاسترت أو القطع Cutaway Shot

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Shallow Focus/Knee Level

MOVEMENT: Static

SOUND: صوت بشري لكوري: you will see soon

LIGHTING:
باضاءة داخلية اصطناعية خافتة ساطعة
Low-key lighting إضاءة خافتة على اليدين

EST (H): Est. Time: 0.25h

SHOT 4

خبراء بنزة بزقائية أمام حاجز زجاجي مضيء، داخل الجسم الفضائي

VFX: Fade opening, and Fade closure, ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة، ثلاثي الخروج من الصورة إلى الأسود

CAMERA: زاوية للكاميرا أفقية موازية لاتجاه نظرهم

SHOT SIZE: اللقطة الواسعة Long Shot / Wide Shot

SHOT TYPE: Shallow Focus

MOVEMENT: Zoom in mouvement

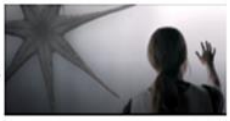
SOUND:
صوت بشري أنثوي: they need to see me
موسيقى خافتة

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة داخلية صناعية خافتة على خلفية ساطعة

EST (H): Est. Time: 0.26h

SHOT 5

الدكتورة لويز تضع يديها على حاجز زجاجي ساطع



VFX: Composite/ Fade opening, and Fade closure, ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة، ثلاثي الخروج من الصورة إلى الأسود

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND: موسيقى متقطعة ريتمية

LIGHTING: High-key lighting إضاءة داخلية اصطناعية ساطعة

EST (H): Est. Time: 0.29h

SHOT 6

الدكتورة لويز تضع يدها على الحاجز الزجاجي المحسن وخلفها الخبراء

VFX: Fade opening, and Fade closure, ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة، ثلاثي الخروج من الصورة إلى الأسود

CAMERA: زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: لقطة التفاعل Reaction shot

SHOT TYPE: Shallow Focus/Eye Level

MOVEMENT: Static

SOUND: الدكتورة لويز: Now that s a proper introduction

LIGHTING: High-key lighting إضاءة داخلية اصطناعية ساطعة

EST (H): Est. Time: 0.3h

SHOT 7

الدكتور ايان يتوجه بالنظر إلى الدكتورة لويز تقريبا بنفس الوضعية

VFX: Fade opening, and Fade closure, ثلاثي الدخول من الأسود إلى الصورة، ثلاثي الخروج من الصورة إلى الأسود

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: لقطة كلوز أب Close Up Shot CU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND: موسيقى ريتمية متسارعة

LIGHTING: High-key lighting إضاءة داخلية اصطناعية ساطعة

EST (H): Est. Time: 0.31h

SHOT 8

جرافيك بياني يوضح 2 مراقبا على الخريطة العالمية

VFX: Motion Graphics/لا وصل

MOVEMENT: Swish Pan

SOUND: صوت مذيعة anchorwoman: ...have landed arround the world

EST (H): Est. Time: 0.32h

SHOT 9

كل من الدكتورين لويز وايان يتقدمان مجموعة من الخبراء يتوجهون بنظرهم إلى الثقار

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: MCU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Zoom in mouvement

SOUND: موسيقى ريتمية قوية

LIGHTING: إضاءة داخلية بقعة لون أزرق

EST (H): Est. Time: 0.33h

SHOT 10

الدكتورين أمام الحاجز الزجاجي يتمعنان في كتابة هيروغليفية مع ظهور الممثلين في الجهة الأخرى من الغرفة

VFX: لا وصل/Motion Graphics

CAMERA: مستوى الورك Hip Level Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND: مؤثر صوتي للظهور الكتابة الحجرية

LIGHTING: إضاءة داخلية اصطناعية

EST (H): Est. Time: 0.24h

SHOT 1

كتابة هيروغليفية

VFX: لا وصل/Motion Graphics

CAMERA: null

SHOT SIZE: CU

SHOT TYPE: لقطة الاسترت أو القطع Cutaway Shot

MOVEMENT: Static

SOUND:
صوت بشري أنثوي : its their language
موسيقى ريتمية سريعة

LIGHTING: إضاءة داخلية اصطناعية خافتة

EST (H): Est. Time: 0.34h

SHOT 2

الدكتورة لويز تحدق عاليا إلى الكتابات الغريبة

VFX: لا وصل

CAMERA: زاوية وجهة النظر POV

SHOT SIZE: لقطة التفاعل Reaction shot

SHOT TYPE: POV/Shallow Focus/HA

MOVEMENT: Static

SOUND: استمرار الصوت البشري الأنثوي:This is their language

LIGHTING: Bounce lighting إضاءة داخلية اصطناعية ساطعة

EST (H): Est. Time: 0.35h

SHOT 3

الدكتوران يحدقان في الثقار مع مجموعة من الخبراء

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND: صوت الدكتور ايان: they are not our enemy

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة داخلية اصطناعية خافتة

EST (H): Est. Time: 0.4h

SHOT 4

الدكتوران يقفان بثقل مع مجموعة من العسكريين وهليكوبتر في الخلفية

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: MCU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Pan

SOUND:
صوت أنثوي off: We need to talk to them
موسيقى خافتة متسارعة

LIGHTING: Natural lighting إضاءة خارجية طبيعية

EST (H): Est. Time: 0.41h

SHOT 5

الدكتوران يتوجهان بالحديث لشخص ثالث

VFX: لا وصل

CAMERA: زاوية فوق الكتف Over The Shoulder OTS

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Rack Focus/Hip Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
صوت الدكتورة لويز How is it more complicated ...
موسيقى خافتة متصارعة

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة داخلية اصطناعية خافتة

EST (H): Est. Time: 0.43h

SHOT 6

الدكتورة لويز مرتابة لياسا عسكري

VFX: لا وصل

CAMERA: زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: لقطة التفاعل Reaction shot

SHOT TYPE: Deep Focus/HA/Eye Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
صوت بشري لكوري voice off
are dreaming in their language

LIGHTING: Bounce lighting إضاءة داخلية اصطناعية ساطعة

EST (H): Est. Time: 0.45h

SHOT 7

الدكتورة لويز مستلقية ونائمة تراتش

VFX: لا وصل

CAMERA: الزاوية الهولندية Dutch Angle Shot

SHOT SIZE: CU

SHOT TYPE: Shallow Focus/Overhead

MOVEMENT: Static

SOUND: ريتم موسيقى متقطع وقوي

LIGHTING: Bounce lighting إضاءة خافتة

EST (H): Est. Time: 0.46h

SHOT 8

بين أثريين وحبر دخاني يتحل في الهواء

VFX: Motion Graphics/Composite/لا وصل

CAMERA: زاوية التصوير العالية High Angle Shot

SHOT SIZE: لقطة الانسرت أو القطع Cutaway Shot

SHOT TYPE: Rack Focus/HA

MOVEMENT: Static

SOUND: تتوالى الموسيقى الريتمية

LIGHTING: إضاءة اصطناعية بال Motion Graphics

EST (H): Est. Time: 0.46h

SHOT 9

القائد العسكري في مواجهة لشاشات تعرض ما يحدث في الجسم الغريب

VFX: لا وصل

CAMERA: زاوية فوق الكتف Over-the-Shoulder Shot (OTS)

SHOT SIZE: CU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Overhead/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
موسيقى ريتمية متصارعة
صوت بشري لكوري voice on : what does it say

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة خافتة داخلية اصطناعية

EST (H): Est. Time: 0.47h

SHOT 10

الجسم الغريب يرتفع في السماء وسط دهشة العسكريين

VFX: لا وصل

SHOT SIZE: لقطة واسعة جدا Extreme Long Shot (ELS) / Extreme Wide Shot

SHOT TYPE: Shallow Focus/LA

MOVEMENT: Swish Tilt

SOUND: موسيقى ريتمية سريعة

LIGHTING: Natural lighting إضاءة خارجية طبيعية ساطعة

EST (H): Est. Time: 0.5h

SHOT 1

القائد العسكري

VFX: لا وصل

CAMERA: الزاوية الهولندية Dutch Angle Shot

SHOT SIZE: MCU

SHOT TYPE: OTS/Deep Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND: بصوت القائد i will clarify your attention

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة داخلية اصطناعية خافتة

EST (H): Est. Time: 0.51h

SHOT 2

الدكتورة لويز تقف في مواجهة الجسم الغريب

VFX: Motion Graphics/Composite/لا وصل

CAMERA: مستوى الورك Hip Level Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Shallow Focus/Hip Level

MOVEMENT: Swish Tilt

SOUND: موسيقى ريتمية سريعة

LIGHTING: Natural lighting إضاءة طبيعية خارجية

EST (H): Est. Time: 0.51h

SHOT 3

لويز داخل الجسم الغريب ، يخلق طيفها المدخل تدريجيا

VFX: Motion Graphics/Composite/لا وصل

CAMERA: زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: MCU

SHOT TYPE: Shallow Focus/Eye Level

MOVEMENT: Swish Tilt

SOUND: تصاعد ريتم الموسيقى

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة نصف داخلية اصطناعية

EST (H): Est. Time: 0.52h

SHOT 4

الدكتورة لويز تحمل هاتفا طبيا في مواجهة عسكريين مدججين بالسلاح

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: MCU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Pan

SOUND: استمرار تصاعد الموسيقى

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة داخلية اصطناعية خافتة

EST (H): Est. Time: 0.54h

SHOT 5

توجيه عسكريين وغبير السلاح نحو الدكتورة لويز

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: MS

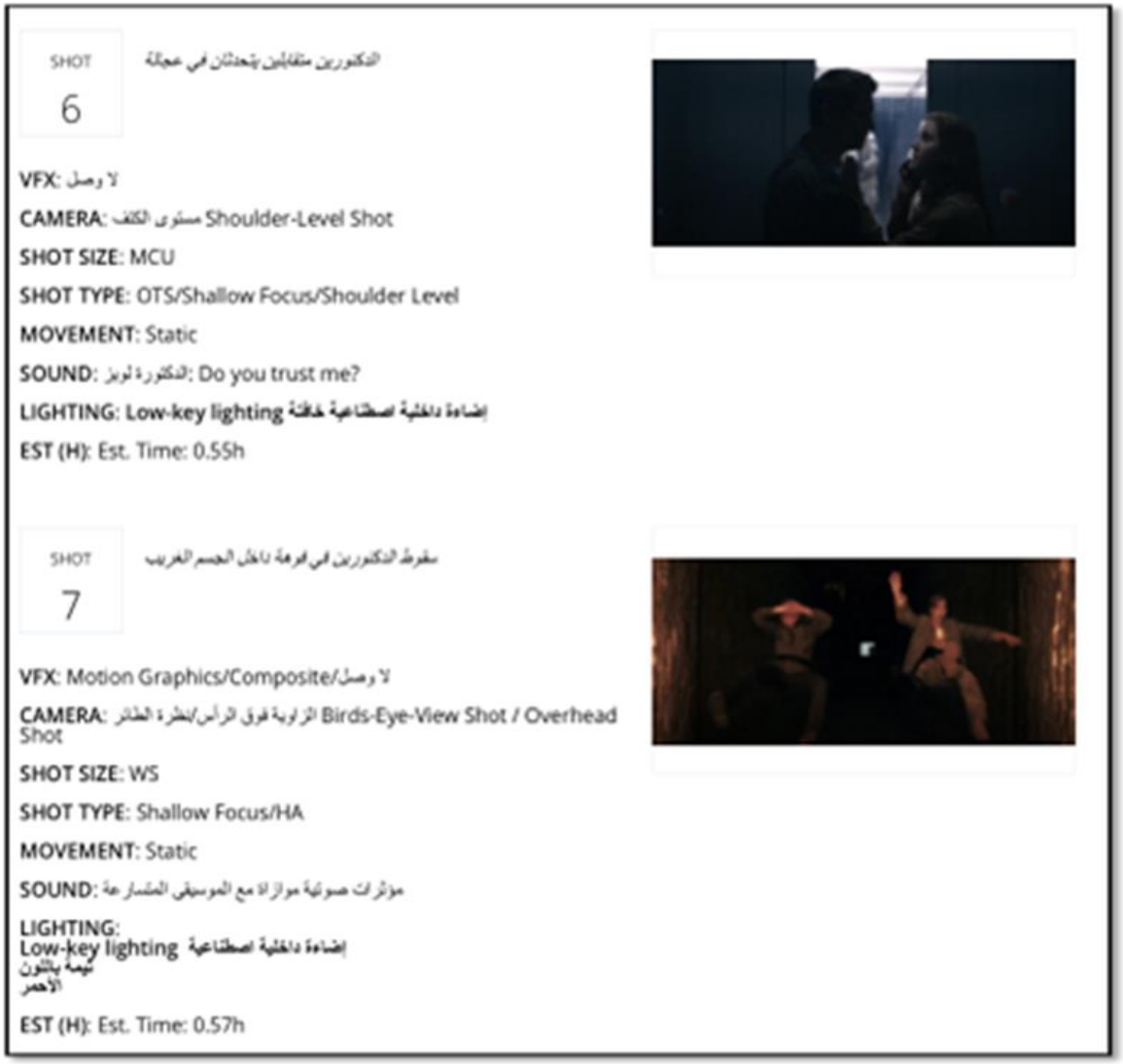
SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Pan

SOUND: صوت بشري : you are committing an active

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة داخلية اصطناعية خافتة

EST (H): Est. Time: 0.55h



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(StudioBinder Inc., 2020a)

المتمعن في الخطاطة التشريحية التقنية، يلاحظ استحضار العناصر السينمائية، والدوال(الدوال التصويرية، الضوئية، الوصلية، التشويهية والصوتية) وخاصة اللغة السينمائية (أنواع اللقطات السينمائية، زوايا الكاميرا وحركة الكاميرا والكادرات الأنسب لكل مشهد) التي يحتضنها الفيلم الإعلاني، حيث يتجلى بوضوح التكرار المتمركز في البداية والنهاية للقطة المتوسطة Medium Shot (لقطة تبدأ من الخصر إلى أعلى الرأس)؛ هذه اللقطة تستخدم عادة في الأفلام الطويلة للمشاهد الحوارية (كما يمكن استخدامها مع أكثر من شخص) الـ MS تمنح المشاهد التماهي مع الحوار، بأنه جزء منه، من منطلق منظور الشخصية والشخصية المقابلة. واللقطة القريبة المتوسطة Medium Close-Up (وتكون من أعلى الجسم إلى الرأس مع التركيز على الوجه) هذه اللقطة عادة ما تتوسط بين اللقطة المتوسطة واللقطة القريبة Close-Up، وميزتها أنها تسمح للمشاهد متابعة تفاعل الشخصية والجو المحيط بها مع

تركيز طفيف على الوجه. ضف كذلك وبتكرار أقل اللقطة القريبة Close–Up Shot التي تسلط الضوء على تعابير الوجه والمشاعر.

في حين، بوسعنا أن نستشف أن تراكم وتركيز اللقطات والجمل السينمائية السابقة، في الفيلم الإعلانيArrival ، تُجسد اختزالا لمشاهد غير مكتملة وظيفتها تقديم معلومات (بشكل شحيح) متعلقة بالتغذية الراجعة عن الفيلم الفعلي.

أما عن الدوال الضوئية، فجاءت تمتطي التمظهر الخافت والمظلم Low-key lighting (إضاءة داخلية اصطناعية في معظمها)، والتابع لثيمة الفيلم الفعلي اللونية، وفي أحيان أخرى جاءت بثيمة اللون الأحمر بتدرج، المسوغ للغموض والخطر، بالمقابل نجد اللقطات التي تركز على الوجوه (خاصة الدكتورة لويز بانكس، والدكتور إيان) تنتقل بين الخافت بظلال والساطع بظلالBounce lighting، المكرس للتعبير عن الصراع الإنساني.

بالنسبة للدوال التشويهية تتمثل في عدم تزامن المنطوق مع الصورة في كثير من الأحيان، أي أن الـ Voice Over ما هو إلا صوت الممثلين، فتارة يأتي متزامنا(مع الحوار) وتارة أخرى (وهي الغالبة) خارج الصورة بشكل غير متزامن، يستثمر في الايقاع المتسارع، والمرتبط بوظيفة الحكي المستغنية عن الدخيل. إضافة إلى ذلك المقاطع الحاسوبية للكائنات الغريبة والجسم الطافي، غير الواضحة وغير المكشوفة والضبابية في كثير من الأحيان.

نرصد أيضا ارتباط المونتاج المتصاعد الوتيرة والمتتابع بنظام السرد الفيلمي في ترتيب الجمل السينمائية (الذي عادة ما يسمح للمشاهد بالمتابعة المتواصلة دون تشويش) إلا أنه عندما اقترن بالريتمية المتسارعة للموسيقى الخلفية رغم المحافظة على الترتيب السردي، أفضت إلى التشويه الديناميكي لعرض البنية الدرامية.

الدوال الوصلية تلاشي الدخول وتلاشي الخروج من الأسود إلى الصورة ومن ثم من دون وصل، أي قطع ودخول من صورة للخروج إلى الصورة الموالية، من نتائج المونتاج المتتابع السريع الوتيرة الذي لا نجده في الفيلم الفعلي.

نخلص إلى الدوال الصوتية التي، كانت تنم عن اختلاف شديد، فتبين لنا من التشريح التقني أنها تغذي المحتوى بتأليف موسيقي في الخلفية، الذي ينتمي لنوع الـ Electro Classic الثقيلة المتسارعة (رغم التناقض في المسمى)؛ المتناغمة والغموض المنشود المدعم رقميا بمؤثرات صوتية آلاتية ورقمية تبث الاضطراب، خارج عن الـSound Track أو OsT التابع للفيلم الفعلي. وعلى سبيل

الإرجاع والاستباق (الذي ينتميان إلى الترويجية) تجسد في (كما أشرنا سابقا) في الـ Voice Over للممثلين خارج إطار الحوار، والإستعاضة المبتكرة بأصوات المذيعين (ذكى وأنثى) في القنوات التلفزية Anchorman Anchorworman . أما الحوار فما لبث أن تحول إلى شظايا غير مكتملة إما تبتر تماما وإما تستكمل خارج كادر التفعيل الحواري.

وعليه تصطف العناصر السينمائية وفقا لما يلي:

عناصر التصميم السردي: الحوار المتقطع غير المكتمل، البنية الدرامية الواضحة (حسب المعيار لاحقا)

عناصر التصميم المرئي: التعبير الجسدي (خاصة تعابير الوجه)، الأشكال والألوان المتمثلة في المعمار الحديث الواضح ذا الخطوط الدائرية والمستقيمة، كالجامعة، الجسم الغريب الطافي، مراكز التخييم والبحث المتنقلة. الملابس تمثلت في البزات العسكرية، والبزات المخبرية ذات الالوان الفلاشية الطاغية، الشعارات

العناصر اللغوية المنطوقة: الأصوات البشرية، الموسيقى، الضوضاء والمؤثرات الصوتية الطبيعية (الضحك، النحنحة، والهمهة)، والمؤثرات الصوتية غيرالطبيعية (صوت الكائنات، ظهور اللغة الحبرية للكائنات الغريبة)

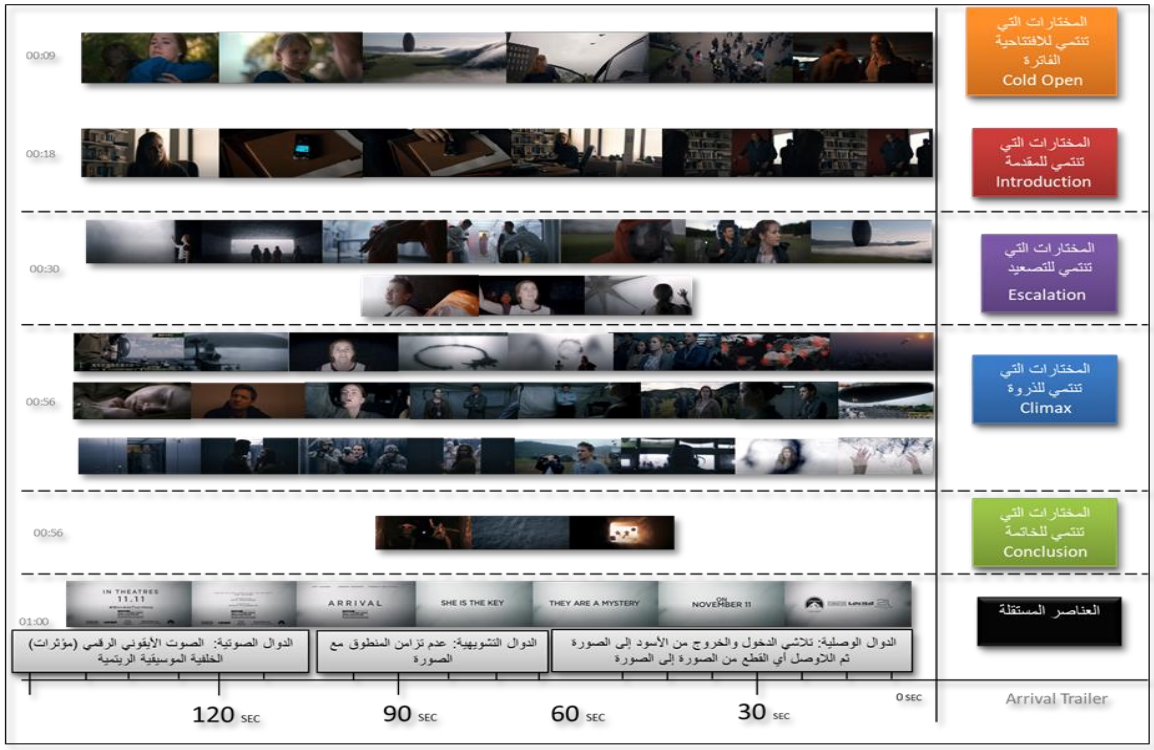
العناصر اللغوية المكتوبة: كل ما يكتب على الشريط السمعي البصري، لاسيما تلك التي تنتمي للخطاب الإشهاري.

عناصر التكوين المشهدي والمونتاج: يحوز الفيلم على معظم عناصر اللغة السينمائية، من زوايا التصوير، سلم اللقطات، الرموز الظرفية التي تتمثل في مكان وزمان وقوع الأحداث (الليلي والنهاري، الداخلي والخارجي، في المساحات الطبيعية والاصطناعية)

العناصر التقنية: المؤثرات البصرية، والمؤثرات الصوتية للكائنات غير البشرية والمركبة الفضائية والضوضاء الخارجية سيما صوت الطائرات الحربية والهيليكوبتر.

تشريح الفيلم الإعلاني إلى دوال ومختارات وفق البنية الدرامية

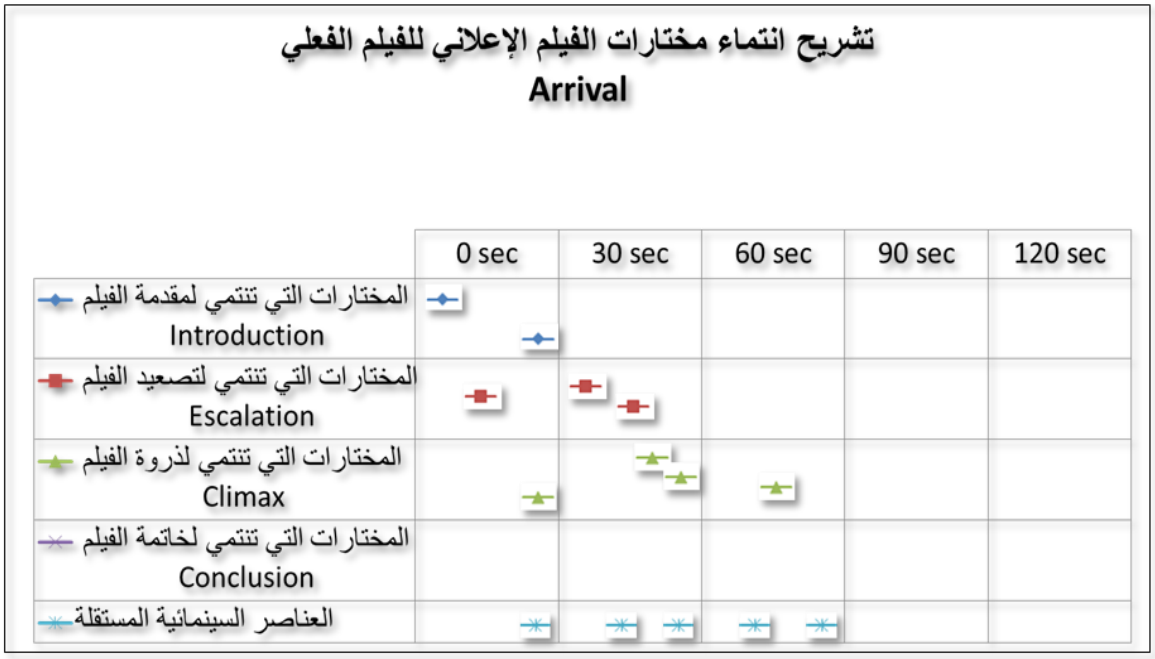
شكل (43): *توزيع المختارات على البنية الدرامية*



المصدر: إعداد شخصي

النموذج المعياري للفيلم الإعلاني

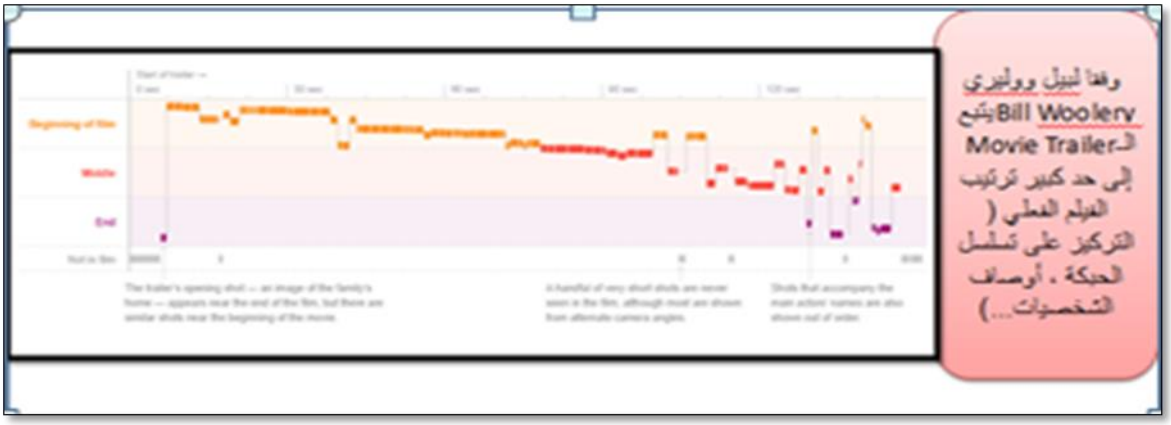
شكل(44): *تشريح انتماء مختارات الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي Arrival*



المصدر: إعداد شخصي

يتبع الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي Arrival النموذج المعياري الأول لـ لبيل ووليري Bill Woolery في عرض المختارات وفق المخطط السابق؛ الذي يتوافق والبنية الدرامية للفيلم الفعلي.

شكل (45): *يوضح النموذج المعياري الأول لـ لبيل ووليري Bill Woolery*



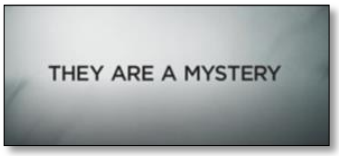
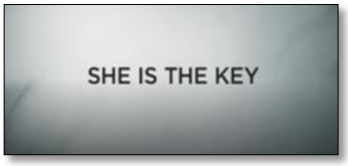
المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(CARTER et al., 2013)

حيث، لم تعتمد المختارات في الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي Arrival على خلخلة خطاطة الفيلم الفعلي، وإنما أبقت على كرونولوجيا السرد بنسقية تركيبها وإيحائية البناء، وذلك بالتركيز على تسلسل عرض الحبكة وأوصاف النجوم إلى جانب البنيات الجانبية المحشوة في بنية الفيلم الإعلاني التابعة للخطاب الإشهاري والمتمثلة في:

جدول (18): *يوضح البنيات الجانبية التابعة للخطاب الإشهاري*

المحتوى	البنية
شركات الإنتاج Paramount Filmnation Entertainment Lava Bear Twenty-one Laps	
تاريخ الاطلاق 11 نوفمبر	

مقطع توضيحي يمثلون لغزا	
مقطع توضيحي هي مفتاح هذا اللغز	
الكشف عن النجوم في العمل Amy Adams, Jeremy Renner,Forest Whitaker الكشف عن العنوان Arrival الكشف عن التصنيف PG-13 تشير PG-13 إلى أن بعض المواد المعروضة قد تكون غير مناسبة للأطفال الذين تقل أعمارهم عن 13 عامًا ، ويعتبر هذا التصنيف تحذيرًا صارمًا من قبل مجلس التصنيف للآباء the Rating Board to parents لتحديد ما إذا كان يجب على أطفالهم الذين تقل أعمارهم عن 13 عامًا مشاهدة الفيلم، حيث قد لا تكون بعض المواد مناسبة له مثل مشاهد العنف أو العُري أو أنشطة البالغين أو اللغة. Brief Strong Language في صناعة الأفلام، لطالما كانت اللغة موضوع رقابة ومؤشر على تغيير المعايير في المجتمعات كدليل على التدهور الأخلاقي. لذا يشدد النقاد المحافظون إلى انتقاء الكلمات والتضييق على الحوارات التي تظهر في الفيلم الاعلاني والفيلم الفعلي .	
الكشف عن المخرج Denis Villeneuve الكشف عن الكاتب والقصة Ted Chiang“The Story of Your Life“ الكشف عن كاتب السيناريو Eric Heisserer	
الكشف عن وقت العرض في المسارح السينمائية (11.11) هاشتاج #WhyTheyAreHere	

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(Walker, 2018)

(Motion Picture Association, Inc., 2020, p. 9)

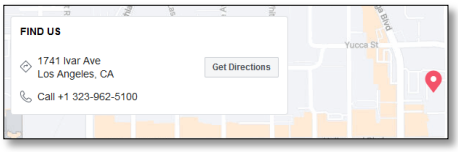
كذلك يكفي، إلقاء نظرة على البطاقة التقنية للفيلم الإعلاني والفيلم الفعلي Arrival ومقارنتها مع التشريح التقني وتوزيع المختارات، حتى يتكشف لنا أن الدوال الصوتية (قسمي الصوت والموسيقى) من أهم العناصر السينمائية المستقلة وتليها الدوال التشويهية و الدوال الوصلية التي تشكل النسيج الديناميكي المسؤول عن الاختلاف الاخرجي رغما عن تماثل المختارات.

المستوى الإرسالي

مخرج الفيلم الفعلي ومبدع الفيلم الإعلاني

في محاولة مكاشفة الهوية السينمائية والأسلوبية الإبداعية لكل من مخرج الفيلم الفعلي ومبدع الفيلم الإعلاني، صحيح أننا تطرقنا لها سابقا في الجانب التشريحي السطحي من منطلق بنيوي ولو جزئيا، إلا أن المنطلقات التي احتكمنا إليها في تفسير أحد ملامح الخطاب الإبداعي للفيلم الإعلاني التأسيسية (المؤشرات)، هي التي تحقق المبتغى التسنيمي (نقصد السنمأة) وإخراجه (الفيلم الإعلاني) من قوقعة الخطاب الإشهاري، بالتوجه خارج ذاتي الفيلم الفعلي والفيلم الإعلاني، والوقوف على الذات التي أبدعتهما بجميع مرجعياتهما التكوينية، وخلفياتهما الفكرية، ومشاربهما السينمائية والتقنية ولمستهما الإبداعية الأسلوبية، وفق مايلي:

جدول (19): *يوضح مخرج الفيلم الفعلي و مبدع الفيلم الإعلاني*

مخرج الفيلم الفعلي	مبدع الفيلم الإعلاني
دينيس فيلنوف Denis Villeneuve ، مخرج من مواليد 3 أكتوبر 1967 في جينتيلي ، كيبيك Gentilly, au Québec. غالبًا ما تركز أفلام دينيس فيلنوف الإبداعية المرئية على موضوعات مثل الصدمة والهوية والذاكرة. (ذات الثيمة المظلمة) Denis Villeneuve المخرج الوحيد في كيبيك الذي تم ترشيحه لجائزة الأوسكار لأفضل مخرج. مع Blade Runner 2049، Arrival، وفيلمه القادم (Dune) درس دينيس فيلنوف العلوم في CEGEP، كما التحق ببرنامج علوم الاتصال في شقه السينمائي بجامعة كيبيك في مونتريال programme de communications avec profil cinéma, à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). في عام 1991 ، فاز بجائزة راديو كندا بين أوروبا وآسيا بفضل تقاريره الأصلية والمبتكرة La course Europe-Radio-Canada Asie. ما سمح له ذلك بإنتاج فيلم للمجلس الوطني للأفلام في كندا l'Office national du film du Canada (NFB). كما سافر إلى القطب الشمالي مع المخرج الأسطوري بيير بيرولت للعمل على فيلمه Cornouailles. على الرغم من النجاح الذي حققه في بداياته بالكاد ، قرر دينيس فيلنوف أن يأخذ استراحة من صناعة الأفلام الروائية إلى الإعلانات التجارية المباشرة ودراسة كتابة السيناريو. بعد إعادة فحص أفلامه الأولى ، قرر القيام فقط بالمشاريع التي لها معنى مهم بالنسبة له. بالعودة إلى الفيلم القصير ، أخرج الفيلم الاستعاري والسريالي والمذهل تقنيًا (Next Floor 2008) ، وهي دراما فكاهية سوداء حول مأدبة على الرغم من النجاح الذي حققه في بداياته ، قرر دينيس فيلنوف أن يأخذ استراحة من صناعة الأفلام الروائية إلى الإعلانات التجارية ودراسة كتابة السيناريو(بعد إعادة فحص أفلامه الأولى)، ومنها قرر القيام فقط بالمشاريع التي لها معنى مهم بالنسبة له.	تدعى الوكالة (تدعى الوكالات التي تصمم ال- Movie Trailer بـ Trailer House) بالـBuddha Jones التابعة لشركة الإنتاج السينمائية Universal Pictures, Los Angeles الموقع الرسمي للوكالة /https://www.buddha-jones.com hello@buddha-jones.com الموقع الجغرافي: لوس أنجلوس، كاليفورنيا Ivar Avenue Los Angeles, CA 90028 1741 6350-498 (323)  المؤسسان John Long, Dan Asma قدرة التوظيف: من 51 إلى 200 مبدع التأسيس في: 2004 مجالات الإبداع: تعد Jones Buddha وكالة إبداعية مقرها هوليوود ، كاليفورنيا وتعمل على مشاريع مختلفة تتعلق بالترفيه، السينما والإعلام. تشمل أنواع المشاريع التي عمل عليها الفريق في Buddha Jones الحملات التسويقية المسرحية والبرامج التلفزيونية، الإعلانات الفيلمية، ألعاب الفيديو المبتكرة ، الرسوم المتحركة والراديو. ومن أهم الأعمال التي أبدعتها الوكالة وحازت على أعلى الجوائز في الصناعة السينمائية How to Train Your Dragon Wolverine Origins X-Men Nukem Duke و The Marvelous Mrs. Maisel Juno Assassin's Creed Halloween Mandalorian Hobbs & Shaw Wonder فيلم ، IT Suicide Squad Dunkirk Woman Lego Batman 10 Lane Robot Cloverfield Mr. Bloodline

وبهذا اكتملت دائرة السمات التي رسمت وسترسم مسار دينيس فيلنوف ونقصد الجمالية التي تطبع المخرج من التكثيف السينمائي الذي أصبح متمكنا منه خاصة تلك التي تقوم أساسا على استقاء الموضوعات الغامضة لاسيما من الخيال العلمي.	Selma Mad Max: Fury Road وغيرها الكثير. تتميز الأجواء في Buddha Jones بالمرح، شأنها شأن الوكالات الحديثة (google, facebook) التي تتكون عادة من المبتكرين من الكتاب والمنتجين والمحررين(المركبين) والاستراتيجيين والفنانين والمصممين في إبداع جريء، وكما يتضح من موقع الويب الخاص. ومن الإبداعات التي تستفرد بها الوكالة حيث يمكن لفريقها إنشاء الأفلام الإعلانية المستقلة باستخدام مقاطع الصوت والصورة المسجلة مسبقًا.

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(FlexJobs Team, 2009)
(company buddha jones, 2009)
(Fontaine & Mullen, 2011)

يستطيع المتتبع لتاريخ السينما، أن يدرك أنه فن قائم على التجريب والتغيير المستمر، وأن للتكنولوجيا يد في تقديم هذه الديناميكية الخلاقة عبر عديد البنيات؛ يبدأ بالإدراك الحسي للواقع وصولا إلى عنصر الخيال والتحكم التقني عند المبدع، تبعا للمبدأ السينمائي القائل، الإبداع يعني التحول من الطبيعة الثابتة إلى الطبيعة الديناميكية. (السلمان, 2006, ص. 113)

وهذا ما ينطبق على الفيلم الإعلاني كمجال ديناميكي خلاق أخذ من مجموع التطورات التكنولوجية الهائلة التي أفرزت مجتمعا خاصا استقبالا (كما وسبق شرحه) وإرسالا ضمن فضاء سيبراني كمنصّة له حتى يطور فنه، أساليبه الإبداعية و تبادل الخبرات وذلك بما يوفره التواصل الافتراضي من ميزات من شأنها أن تخلق فضاءا ثقافيا خاصا بالفيلم الإعلاني.(الخطاب الإشهاري)

وتستخدم عادة هذه المصطلحات الفنية؛ مبدع الفيلم الإعلاني Trailer Creator، Trailer Maker Trailer Editor التي تُعبّر عن المختص في إبداع الفيلم الإعلاني (في الواقع مجموعة من المختصين: المركب، المنسق الصوتي، المؤلف الموسيقي، تقني المؤثرات... القائمة تطول أو تقصر

حسب متطلبات العمل)، في المقابل نجد المصطلح التجاري منتج الفيلم الإعلاني Trailer Producer للتعبير عن القدرات التسويقية سواء كان ذلك ضمن فريق التسويق الداخلي (بالنسبة للتصميم الداخلي) أو التسويق الخارجي (بالنسبة للتصميم الخارجي)، وهو السبب الرئيس في إسناد إنتاج الأفلام الإعلانية لشركات خارجية(ذلك أن الموزع ليس لديهم فرق خاصة بالفيلم الإعلاني)، ما أفضى إلى ظهور الشركات المسؤولة عنها Houses \Trailer Vendors المستقلة، أي وكأنها سلسلة إنتاجية متكاملة تُردف صناعة الفيلم الإعلاني.

مبدع الفيلم الإعلاني Film Trailer Creator

جدول (20): *يوضح التطبيقات الآدائية المرتبطة بالذات المبدعة*

	مبدع الفيلم الإعلاني Film Trailer Creator
الإبداعي والخيال الدينامي الحر	يمكن الحديث عن تبني فلسفة للمشتغلين في الصناعة السينمائية (من منطلق الرؤية الدولوزية السالفة الشرح) التي ترفع النقاب عن أسلوبهم وسيرورتهم الإبداعية، فحسب Dan Asma(خريج جامعة 92` Columbia College Chicago alumnus، تخصص التسويق السمعي البصري والسينمائي) مبدع الفيلم الإعلاني Arrival (إلى جانب فريق متكامل من المبدعين في الصوت، الموسيقى) أن الفيلم الإعلاني هو الشكل التعبيري الوحيد من الإعلانات الذي يمكنك من خلاله تذوق المنتج وبهذا القول(حتى وإن ينطبق المعنى على الشق الترويجي) يريد Dan Asma تمرير تجربة لطالما اعتمدها في الدورات التدريبية،عندما ترى إعلانًا تجاريًا لشركة Coca-Cola، لا يمكنك حقًا تذوق Coca-Cola، ولكن عندما تشاهد الفيلم الإعلاني، فإن الإحساس بذوق ونكهة الفيلم والمبدع فيه تكون متاحة.(Kirby, n.d.) ومن هذه المنطلقات وجب علينا الرجوع إلى خلفية Dan Asma، فالتحديدات الأكاديمية كانت عقب تخرجه من الجامعة، و انتقاله إلى لوس أنجلوس حيث لم يكن لديه أي فكرة عن وجود الصناعة الحالية، فكان بحثه ينصب على ايجاد عمل في قطاع ما بعد الإنتاج وهكذا حصل على وظيفة كمساعد إنتاج، التي سنحت له افتكاك هذا النوع من العمل الإبداعي. (Manager, 2016b) أما تحديدات دان أسمى الفردانية (الشخصية) شديدة التأثر بالبحوث الأكاديمية لـ Stephen Asma (الأخ الأكبر لدان أسمى) بروفيسور الفلسفة، العلوم والثقافة في جامعة Columbia College Chicago، خاصة في تعيينه وتحيينه لماهية الخيال، Taxonomy of Imagination؛ (Center for Values in Medicine, Science, and Technology [Center for Values], 2018) وعلى هذا الأساس فالخيال(فيما أردفه Stephen Asma) هو فن، ترفيه، ضخ الحدس الأخلاقي والحدس العلمي في الصور والسرديات، والاستعمال المكثف للتكنولوجيات الحديثة. واسقاطا لذلك على الوسم الخيالي الخاص بـ Dan Asma، فإن هذا النوع من تأليف الحقائق المضادة للواقع، يأتي على أساس منتظم. حيث تمظهر ذلك، في منح Dan Asma النبرة

	المستحدثة للفيلم الإعلاني، التي ما برحث تحيط بأفاقه السينمائية (ضد صخب البناءات الفيلمية والتجاورات السطحية) ؛ بغية تعضيد الحقيقة بالخيال، فالصورة في الفيلم الإعلاني Arrival بين رهافة خيال المحرر(رؤية مهندس الخيال الإبداعي) و الدينامية لتعميق السينمائية(المنتجة)، بمثابة مضخة حدسية تجبر المشاهد على التفكير، أي إعمال العقل في تفسير عمل خيالي لأغراض أخلاقية، ونقصد هنا مراعاة الأخلاق في الانتاج الإبداعي (نشدد هنا أن الخيال الذي نتفحصة فرداني لذا النزعة التأويلية تتبع تصور Dan Asma بربط الخيال مع الحدس الأخلاقي) . وبما لا شك فيه فقد رصدنا ذلك في التشريح التقني، من خلال توافر العناصر السينمائية المستقلة خارج الخام التي تستقى من الفيلم الفعلي (خاصة على مستوى المنتجة والمزج والمكساج الصوتي والإحساس بالإيقاع) ، وليس التشويه في المختارات داخل الخام، الذي يعد خداعا للمشاهد. وبهذا أولى الملامح تتجسد في ارتباط الخيال بالأخلاق في ضبط تصورات الفيلم الإعلاني Arrival.
التصميمي	في بداية الألفية، ازدهرت السوق السينمائية العالمية، سيما سوق لوس أنجلوس السينمائي بالـ House Trailers، وكلات الأفلام الإعلانية التي تنتهج منهج الفردانية والإبداع المنفرد (شركات الانتاج السينمائية توظف مبدع التريلر بشكل منفرد) ، وانطلاقا من 2004 أنشأت وكالة بوذا جونز من طرف Dan Asma والمؤسس المساعد John Long اللذين جاءا من خلفيتين مختلفتين، وكالة بوذا جونز من أولى وكالات التسويق الإعلامية المبنية على تعاون إبداعي تجمع مجموعة صغيرة ولكن ذكية وخلاقة من المبدعين مبدأها الـ(F&A Fun& Art) الفن والمرح (الفلسفة التي ذكناها سابقا) يشير Dan Asma عن اللمسة الأسلوبية لوكالة Buddha Jones؛ أن الفكرة هي ابتكار اسم ينتج عنه إحساس حقيقي بالمرح في العمل فكونك مبدع إنما هي عملية مرحة ومنفتحة على جل الأفكار. فبوذا ترمز إلى الروحانية والحالة الذهنية المتطورة والخيال الواسع، أما جونز فيشير إلى الجانب العملي والمسؤولية اليومية لإنجاز الأمور وإدارة الموظفين وقيادة الفريق . صحيح أن وكالة Buddha Jones مستقلة، لكنها تابعة لشركة الإنتاج السينمائية Universal Pictures, Los Angeles (بموجب بروتوكول تعاوني)، لذا نوع التصميم هو، ما بين التصميم الخارجي Farmig Out و التصميم الداخلي Farming In، لكن حسبنا ، فإن نوع التصميم خارجي Farmig Out، لأن ملامح عملية المناقشة بين مخرج الفيلم الفعلي Arrival Denis Villeneuve المسؤول عن تركيب الفيلم الفعلي Arrival Joe Walker وفريق وكالة لإبداع الفيلم الإعلاني لتحديد مقدار المدخلات؛ أي مختلف العناصر المكونة للفيلم الإعلاني، كانت واضحة مع مراعاة اللقطات المتاحة، انتقاء الموسيقى المحتملة (مراعاة الابداع المنتظم).
الإخراجي	في الواقع، قامت وكالة الأفلام الإعلانية وكالة Buddha Jones بتنصيب نص السيناريو "script" الخاص بالفيلم الإعلاني بعد عملية التصميم وقبل العملية الإخراجية، مع كل من المخرج Denis Villeneuve والمسؤول عن تركيب Joe Walker Arrival وهذا أتاح تحديد المزاج، النغمة والإيقاع، وتيرة التشويق، القصة والشخصيات والمسارات الموسيقية التي سيكشف عنها، حيث تم تجميع مسودة تجريبية من اللقطات التي تفتقر للحيوية والترتيب (نقصد بها ما تم ذكره سابقا) وهذه نماذج من Story Board على منصة Studiobinder

(المتاحة بشكل غير مجاني) الخاصة بمختارات الفيلم الإعلاني في مرحلة التصعيد Rise (الذي يزيد من شدة التوتر) وتليها بعدها مباشرة الـ PowerDown (انخفاض التوتر) وهي من أهم المشاهد في الفيلم الفعلي والفيلم الفعلي ، فعلى هذا المستوى تظهر الرؤية الإخراجية المتمكنة لـ Dan Asma في البوح المحدود على شاكلة الأفلام القصيرة :

أما في تأليف موسيقى الفيلم الإعلاني والمؤثرات الصوتية فقد استعين بترسانة من الوكالة من قسم الصوت Trailer Recordist ADR (عملية إعادة تسجيل الصوت في الاستوديو لتحسين صوت الممثلين لأنهم الـ Voice Over) ، تصميم الصوت في التريلر Trailer designer sound ، قسم الموسيقى Music Department موسيقى التريلر Linus Lau مؤلف موسيقى التريلر trailer music composer Erich Lee, David James Rosen, Joan la (Fontaine & Mullen, 2011). Barbara

والاستعانة بمكتبات الموسيقى المجانية أو مقابل اشتراك بمقابل مادي(كمكتبة spotify الموسيقية الخاصة بالوكالة)(Buddha Jones, n.d.) ، إضافة إلى الاستفادة من الزخم الإبداعي للفريق الخاص؛ حيث يقوم الـ Trailer Editor Dan Asma والطاقم الذي معه بتنظيم، ترتيب وصقل المحتوى من منتجة وتكثيف وصولا إلى الاختبار الأولي على المواقع الرسمية.

الموقع الرسمي تم حجبه مؤخرا على (https://www.paramount.com/movies/arrival) وتعويضة بالبورتفوليو (http://portfolio.rogueca.com/arrival/) للأفلام قبل المنصات الرقمية.

بعدها، يعرض التريلر على مؤسسات الرقابة والتصنيف (منها MPAA) ليتم فحصها للجمهور المناسب، وأن تصنيف الفيلم في المقطع الإعلاني يجب أن يتطابق مع تصنيف الفيلم الفعلي الذي يتم عرضه (الخيال العلمي)، إلا أنه وعلى غير العادة لم يتم عرضه في التريلر.

التقني

Sound Mix	Dolby Digital | DTS (DTS: X)
Color	Color
Aspect Ratio	2.39 : 1
Camera	Arri Alexa XT M, Camtec Vintage Ultra Prime, Kowa Cine Prominar and Zeiss Super Speed Lenses Arri Alexa XT Plus, Camtec Vintage Ultra Prime, Kowa Cine Prominar and Zeiss Super Speed Lenses
Laboratory	DeLuxe, Hollywood (CA), USA (prints) Harbor Picture Company, New York (NY), USA (digital intermediate)
Negative Format	Codex
Cinematographic Process	ARRIRAW (3.4K) (source format) Digital Intermediate (2K) (master format)
Printed Film Format	35 mm (anamorphic) (Kodak Vision 2383) D-Cinema

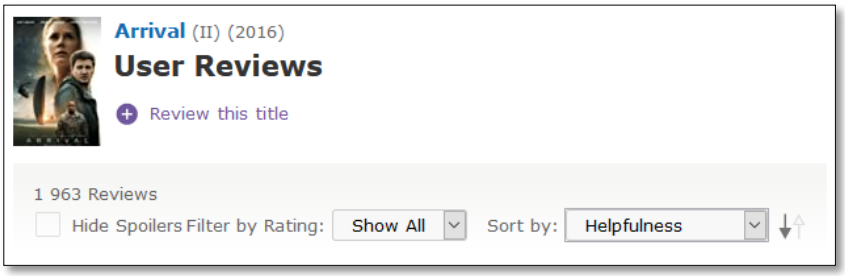
مبدع الفيلم الإعلاني Dan Asma متأثر بالفيلم الفعلي وبرؤية Denis Villeneuve في كيفية تمثيل نقاط التوتر (في أفلام الخيال العلمي)، وذلك باستخدام الحد الأدنى من الصور التي تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر، والتركيز الرئيسي على القصة، الشخصيات، التمثيل والمشاهد المثيرة، التي تسري جنبًا إلى جنب مع الإخراج الجيد،المنتجة والتصوير السينمائي وليس على الانفجارات والليزر و CGI. وبهذا انعكس أيضا على التريلر ذلك الثقل والروعة من دون بهرجة. (Fontaine & Mullen, 2011)

الـ CGI لم تطبق خصيصا للتريلر، بل استفادت الوكالة من أعمال فريق التصميم الخاص مع اللغويين ومصممي الجرافيك بشركة Paramount، لا سيما مؤسس برنامج الترميز Mathematica ستيفن ولفرام ، وابنه كريستوفر ولفرام لتصميم اللغة غير الخطية logograms المبنية على خطاطات الفنانة مارتين برتراند، زوجة فيرميت مسؤول الإنتاج على الفيلم.(Rhodes, 2016)

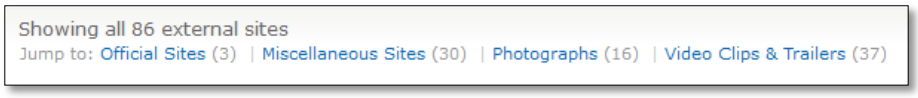
أما الجنس الفضائي الذي يعرف باسم سباعي الأرجل، فقد كات التصميم الحاسوبي لـ كارلوس هـــوانتي (http://www.carlos-huante-monstruo.com/arrival/0ld3w6nkihrk6kofxidw3dyn438xif)، إضافة لميزة الـ Deep art effect.(http://www.deeparteffects.com/)(SHAW-WILLIAMS, 2019)

أما الجسم الطافي (السفينة الغريبة) فأسلوب Patrice Vermette كان مختلفا في تصميمها (عن ما هو متعارف عليه في أفلام الخيال العلمي التي تكون متوقعة) عمودية مقعرة وطافية عبر أيضا خلق الحالة المزاجية التي ستدعم القصة. (Film Doctor In Conversation, 2017)

	   كذلك السحب التي صاحبت الكشف عن الجسم الغريب الطافي (تماثل الكشف بالطريقة نفسها في التريلر والفيلم الفعلي)، لكنها لم تكن مؤثرات الـ CGI بل طبيعية حسب شون ليفي Shawn Levy و برادفورد يونغ Bradford Young (المسؤولان عن السينماتوغرافيا، و التصوير السينمائي) أكدا أنه كان طبيعيًا، وقد أعدا لتصوير هذه اللقطة للغاية للحصول على التأثير الصحيح ، لكن السحاب ارتأت في ذلك اليوم أن تتدحرج في الإطار بكمال مطلق يستحق التقاطها من دون إضافات .(GIARDINA, 2016)
التكنولوجي	منصة وقاعدة البيانات الفيلمية IMDb، ساهمت في تشكيل بيئة ترفيهية إلكترونية جديدة، لاسيما فيما يخص إتاحة الاختلاف الثقافي والحوار بين مشاهدي التريلر Film Trailer Viewers ، فالمنصة تحوي خيار اطلاق مراجعات الـ Reviews (ليس للمحترفين فقط بل هي مفتوحة على الجميع، يكفي أنه يملك حساب على منصة الـIMDb) عن محتوى التريلر والفيلم الفعلي على حد سواء (تَستبق مراجعة محتوى الفيلم بتحذير Warning Spoilers للذين لم يشاهدوا الفيلم وتجنب حرق القصة)، بحيث تعدت الـ 1963 مراجعة من مختلف الثقافات والجهات الجغرافية. فبعض المراجعات تثني على نزاهة التريلر (الذي جاء موافقا للتوقعات الترويجية مع الفيلم) والبعض الأخر ينتقد التريلر منفصلا عن الفيلم الفعلي (الجمالية، السينمائية، االمنتجة، والمختارات التحفيز البصري...)



أما عن ميزة الروابط الخارجية الـ external video and Trailer Option، التي توفر 86 رابطا مصنفة إلى: الروابط الرئيسة (3 روابط)، مواقع متنوعة (30 رابط)، الصور الفوتوغرافية (16 رابط)، مقاطع الفيديوهات والأفلام الإعلانية (37 رابط)، هذه الأخيرة تحوي ثلاثة روابط على الـ Youtube. بملاحظة معظم التعليقات التي كانت أخرها مند 4 سنوات (أي مند اطلاق أول Arrival Trailer). وعلى عكس منصة الـ IMDb لن تخدمنا في رصد ما نصبو إليه.



كما استفادت المنصة من توفير التطبيق على أجهزة الهواتف الذكية فمن شاشات الحواسب، الهواتف الذكية وأجهزة iPod، لكنها لا توفر امكانية التعبير البديلة الممكنة، فهي لا تختلف عن المنصة على شاشات الحواسيب أو بالأحرى أقل.

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من الروابط التي تم ذكرها في متن الجدول

إعلانات الأفلام خطاب هجين (إشهاري/سينمائي) Hybrid Natures of Movie Trailer

تتداخل في السينما الصناعة مع الفن والحرفة مع الخلق الفني، والإنسان مع الآلة، والإبداع مع التجارة لذلك فإن السينما هي صناعة فن وتجارة، وعندئذ يقع الفيلم بين الفن والتجارة إن لم يكن هناك تعارض بينهما. مما يثبت الصفة الهجينة بالصناعات السينمائية والثقافية.

وبناءا على التصور الجاكوبسوني الذي أشار إلى توافر معايير تقف وراء إنتاج أي صفة لصيقة بخطاب ما؛ يقضي ضمان تميزه عن بقية الأجناس الخطابية، كالذي نروم إلى إثباته الصفة الخطابية السينمائية للفيلم الإعلاني؛ بمعنى أن هذه الآداءات (قوانين إذا صح التعبير) مسؤولة عن انتقال الخطاب من مرحلة اللاسينمائية (الإشهاري) إلى السينمائية. (Jakobson, 1963, p. 21)

أي أن الفيلم الإعلاني خطاب سينمائي له خصوصيات، يقف على ذلك، رصد الإتكاء على الفنون الأخرى واستثمار لهذه الخصائص في إنتاجية خطابية اللغة السينمائية وإنتاجية الدلالة، فيمكن لعناصر لا تنتمي إلى الخصوصية السينمائية إلا أنها تصنع التفرد السينمائي للفيلم الإعلاني، أي لا يمكن القول بالصفاء المطلق للخطاب السينمائي.

استنادا إلى ما سبق، الذي يحيل إلى استخدام مصطلح الهجين أو التهجين Hybridity Hybrid إلى جانب الخطاب، حيث تختلف الكيانات المشاركة في عملية التهجين اعتمادًا على التخصص، من علم الأحياء، التكنولوجيا، اللغويات (اللسانيات) والدراسات الثقافية وما إلى ذلك، وفي هذا الصدد يقترح جيل دولوز، مدى معرفياً يقدم عبره انفتاح المنظومة الفنية على كل ما هو هجين Hybrid، أي أن التعدد، وتفضيل الاختلاف على التجانس، التحرر على الموحد، والمنفلت على النظام، والمتغير على الثابت من مبادئ الخطاب الهجين. (Cerrone & Mäekivi, 2021) والبرهنة على هجانة الفيلم الإعلاني يؤسس للأنماط القائمة على تعدد العناصر السينمائية في ترابطها وتمازجها (السينمائي الإشهاري) ضمن دينامية دلالية والتي تجعل من إعلانات الأفلام خطابا إبداعيّا.

إذن وتعقيبا على ما فات، في تدليل يوضح سبب اختيار الدراسة لمصطلح الهجين بدل المركب، لأنه يضمن إنتاجية: التعدد، التنوع، التوالد، التواصل، التناص، التنميط.

الفيلم الإعلاني الوافد Arrival Trailer خطاب هجين/ التأسيس للأنماط

جدول (20): *يوضح أن الفيلم الإعلاني الوافد Arrival Trailer خطاب هجين*

الأبعاد	المؤشرات
الطبيعة الإبلاغية التواصلية الفيلم الإعلاني: ممارسة لأنشطة تواصلية تنتج عن نموذج التفاعل الثقافي	أصلية العناصر السينمائية (اللغة) في الفيلم الإعلاني الوافد Arrival Trailer التي ترتكز على: **السنن الخالصة بالتعبير السينمائي codes spécifiques في الفيلم الإعلاني الوافد:** حسب منصة الـ studiobinder التي اعتمدت الدراسة عليها في التشريح، يتوفر على مستوى الفيلم الإعلاني مايلي: يعتمد الفيلم الإعلاني بشكل قليل على عرض المؤثرات البصرية التي تعد رئيسة في الفيلم الفعلي ، ولكنه يعتمد بشكل كبير على الإضاءة المفعمة بالذكريات وعمل الكاميرا وحركاتها، وفق الآتي: -حركات الكاميرا: اللقطة الثابتة Static، حركة تلت Tilt، حركة تراك Tracking، حركة تتبع موازية Crab ، حركة مسح عامودي Switch Tilt ، حركة الزوم Zoom In Mouvement -التنويعات في اللقطات: MS لقطة متوسطة، اللقطة الواسعة WS، لقطة كلوز أبCU، اللقطة التأسيسية ES، لقطة الانسرت أو القطع CS، MCS لقطة كلوز أب متوسطة MCU. -الحقل الصوتي يقع بين التناظري واللاتناظر مع الحقل الصوري، وهذا ناتج عن عدم تزامن المنطوق مع الصورة في كثير من الأحيان، و المتجسد في الـ Voice Over للممثلين خارج إطار الحوار، والإستعاضة المبتكرة بأصوات المذيعين (ذكر وأنثى) في القنوات التلفزية Anchorman Anchorworman . أما الحوار فما لبث أن تحول إلى شظايا غير مكتملة إما تبتر تماما وإما تستكمل خارج كادر التفعيل الحواري. - فيما يشمل المونتاج، التركيب والتوليف و التجميع (التلاعب بالصور، الضجيج والكلمات) على لعبة التصاعد في وتيرة سرد الجمل السينمائية التي تتسم بثيمة هادئة تعكسها ملامح الدكتورة لويز، ما يفضي إلى دلالة تشويهية التي يختص بها الترتيب السردي للفيلم الفعلي . - في علامات الإيقاع والنغم (المحددة للصيغ الشرطية Mood) التي تستثمر في الإيقاع المتسارع وتسيطر عليه التضبيب الغموض والخوف، التباطيء والتركيز البؤري والتي يخلقها كل من التصميم الضوئي واللوني الضبابي بين القاتم والبارد، كل هذا لإظهار العواطف كميزة يختص بها الفيلم الإعلاني لفيلم الوافد التابع لجونر الخيال العلمي.

	–من أدوات الربط التي تكشف عن القفزات الزمنية والمكانية، تلاشي الدخول وتلاشي الخروج من الأسود إلى الصورة ومن ثم من دون وصل، أي قطع ودخول من صورة للخروج إلى الصورة الموالية ، والتي تعد أيقونات دلالية مفتاحية للتعرف عن الفضاء والزمان في الفيلم الإعلاني بين الأرض والسماء، الليل والنهار...
	– الحيل والخدع منها التقنية (نتيجة استخدام التطبيقات التكنولوجية، أو الحرفية) ومنها التي تغبرك حين التصوير. إضافة إلى ذلك المقاطع الحاسوبية للكائنات الغريبة والجسم الطافي، غير الواضحة وغير المكشوفة والضبابية في كثير من الأحيان.
	يبدو أن السنن الخالصة بالتعبير السينمائي codes spécifiques في الفيلم الإعلاني الوافد، جاءت بتوازن مع حركة الكاميرا الدقيقة، البطيئة والحساسة، التي مكنت من التخلص مبدئيا من المفاهيم المسبقة لما يجب أن يبدو عليه الخيال العلمي، بما معناه أن الملاحظ للفيلم الإعلاني في تفسيره للغة السينمائية دون وعي، يتصور التسلسل على النحو التالي: لويز لديها طفلة، تليها أحداث غير واضحة، انغماس لويز في العمل مع فرق عسكرية، أشكال غريبة للسفينة الفضائية والأطراف النجمية للجسم الفضائي. فالفيلم الإعلاني الوافد أعاد برمجة وتفكيك الفيلم الفعلي تبعا لكيفية تحرك الكاميرا وما جلبته الإضاءة المستلهمة من غرفة الضباب، وتصميم الهيبتابود غير المألوف، وعلى التقاط أشياء عادية بصريًا (لقطة الانسرت لجهاز تسجيل صوت الهيبتابود، ، خيال الطفلة هانا ،الهليكوبتر، الأطراف النجمية...) وتحويلها إلى أيقونة بصريًة، وهذا في عملية تشمل إشراك المشاهدين في التحليل والاستنتاج، في حركة تحرم المشاهد من التوقعات التي يفترض أن تتجسد كقانون. بل تفرض على المتلقي لإلتقاط الأيقونات البصريًة، ويحاول بنفسه فهمها (التأويل) فكريًا وفلسفيا من خلال ما سيطرحه الفيلم الفعلي مستقبلا(أي بعد العرض).
	أما عن السنن غير الخالصة codes non spécifiques **في الفيلم الإعلاني الوافد مشتركة بين السينما وخطابات أخرى:**
	–الموسيقى
	تعد الموسيقى عنصرا دخيلا لتصبح أساسية في اللغة السينمائية للفيلم الإعلاني الوافد، فعلى طوله كانت عنصرا لتحديد الإيقاع السردي، وتوصيف المشاعر التي أُريد مشاركتها مع المتلقي. الموسيقى في خلفية الفيلم الإعلاني الوافد، اعتمدت على نوع الـ Classic Electro وهذا الاستخدام (للموسيقى الإلكترونية الكلاسيكية) جاء لتأثيراتها الصوتية غير العادية (وفي الحقيقة كانت تنقل جانبا من الصوت الحبري Heptapod A المتذبذب مع المونتاج المتسارع في بعض) بين والتي من شأنها أن تساعد في التأكيد

على أننا أمام تجارب من العالم الآخر. الخارجة عن الـSound Track أو OsT التابع للفيلم الفعلي.

– النصوص المكتوبة

جاءت النصوص كما أشرنا إليها سابقا تابعة للخطاب الإقناعي الترويجي، في حين أن السمات الشكلية للخط (الخط عبارة عن مجموعة مكتملة من العناصر – الحروف والأرقام والرموز– التي تشترك في سمك وعرض ونمط تنتقل بين العادي والثخين وشبه الثخين والمائل) تراوحت بين اللونين الأسود القاتم والرمادي بتدرجات واضحة، المرقونة على خلفية ضبابية حبرية ، وتعمل هذه السمات على تقديم للغة الهيبتابود الـ Logogram عبر (نص مكتوب Heptapod B) و(صوت Heptapod A) المنفصلين في الفيلم الفعلي.

– الأكسيسوارات

أما الأكسيسوارات التي طبعتها البزات البرتقالية والزي العسكري والأسلحة ومراكز التخييم أمام السفن الفضائية فتحولت إلى أيقونة بصريّة، تعلن عن التحام الذكاء بالقوة، العنف بالسلام، الإنسان والآخر. إلا أن اللون البرتقالي الذي غالبا ما يرتبط بالدفء والطاقة والحس الفكاهي، فهو يسجل في الفيلم الإعلاني الوافد شعورًا بالتحذير، كما أن العديد من الديانات كالديانة الكونفوشيوسية القديمة تربط اللون البرتقالي بالتحول من حالة إلى حالة، وهو ما يرصد في الفيلم الإعلاني؛ حيث أطلت الدكتورة لويز في البداية بهيئة الدكتورة المشككة إلى تحولها لوسيط تواصل مجازفة واثقة.

إذن، **السنن غير الخالصة** codes non spécifiques **في الفيلم الإعلاني الوافد والمشتركة بين السينما وخطابات أخرى جاءت لتدعم** الحدث الدلالي السينمائي المتضمن للعملية الفنية، السردية والدرامية بتناغم مع **السنن الخالصة** ، ذلك التناغم الذي قد يبدو خفيًا في الفيلم الإعلاني، لكنه تجسد في الألوان والتناغم الصوتي الذي تحدثه الموسيقى المخرج أو هاجمة من الطبيعة، والتي ينشأ فيها الحدث الدرامي السينمائي. إن ذلك لا يختلف عن التناغم الصوتي الذي تحدثه الموسيقا مثلًا. ولذلك استأنس الفيلم الإعلاني الوافد بمدلولات تعبيرية وإيقاعية استندت إلى تناغم الألوان المقترحة فيه، مع التناغم الصوتي المشروط بالإحساس السمعي والتناغم البصري وإحساس العين للمبدع، وثقافته البصرية الجمالية.

تلفظي/أيقوني

وما يّعضد التشكيل العلاماتي للعناصر السينمائية، تظافر السنن الخالصة بالتعبير السينمائي codes spécifiques والسنن غير الخالصة codes non spécifiques في الفيلم الإعلاني الوافد السابق رصدها واصطفافها ضمن سيرورة بناء المعنى؛ سيرورة امتدت منذ بداية المقطع تضعف شحنة

التوقعات أمام استحضار تحول الدكتورة لويز لاسيما بين السنن السينمائية و اللاسينمائية التي أفضت إلى لعبة التدليل غير النهائية (حسب مفهوم ج.دريدا التفكيكي)، وذلك خدمة لآليات الإبلاغ والتواصل التي يحملها كل عنصر سينمائي واظطلاعها بدور سيميولوجي من حيث تسريع وإبطاء الحركة وصنع توازن تقني فوق مرجعي أي سينمائية المقاطع التلفزية الصحفية التوثيقية الخيالية للإيحاء بواقعية الأحداث أمام عدم قدرة التنبأ ما ينفتح فيها الإيحاء وتعدد التأويلات ما يلبس الصفة السيميولوجية للعناصر السينمائية ؛ أي أن التراكم العلاماتي للعناصر المتضافرة ضمن سيرورة بناء المعنى، مُشكّل للمستويين الأيقوني واللفظي للأنماط السيميوطيقية وللخطاب النوعي البصري والسمعي .

الأنماط السيوطيقية المتعددة في الفيلم الإعلاني Pictorial and Modes Multimodal equivalents

المكتوب

الملفوظات

الصور المتحركة والساكنة moving and static images

الألوان

الموسيقى

الإضاءة

الحوار voice-over

المؤثرات الصورية والصوتية

المونتاج وإعادة –المونتاج

استحضار الممارستين الثقافية والاجتماعية

يحتوي الفيلم الإعلاني الوافد على رسائل ميتا–فيلمية تمتح من الخلفية الثقافية والاجتماعية التي تؤثر في مضمونه وتلتصق بالخطاب في عملية تشفير الحمولة المعرفية الحاضرة، حيث استغل مبدع الفيلم الإعلاني الوافد حادثة مصطلح شلونجد Schlonged لوصف خسارة هيلاري كلينتون في الانتخابات التمهيدية للحزب الديمقراطي لعام 2016 من طرف ترامب الذي فسر لوسائل الإعلام أن تعريفه مختلف لمصطلح شلونغيد المبتذل، فعندما:" قلت إن هيلاري تعرضت **للضرب الشديد** Schlonged، فهذا يعني أنها تعرضت للضرب المبرح" – schlonged – يمكن أن تعني شيئين مختلفين حسب السياق: الأعضاء التناسلية الذكرية أو الضرب المبرح (Miller, 2016) وفي لعبة لغوية بالنظر إلى تاريخ ترامب في اللغة القذرة (لدى اختياره للكلمات المتحيزة جنسيًا غالبا) الذي يؤكد أنه من المستبعد أن يكون خطأ. ونجد أن مبدأ هذا الصراع رصدت شظاياه في الفيلم الإعلاني الوافد ، مع

	ماذا يقول الفضائيون عبر لغة منطوقة أقرب إلى صوت الحيتان أكثر من اللغات، من خلال ماذا تعني كلمة **Weapon بين سلاح وأداة** وحسب معتقد بانكس أنهم يحاولون قول أداة؛ حيث أن الـ Heptapod A ليست مثل صوتيات اللغات البشرية التي تميل إلى أن تكون منظمة، وتصطنع نتيجة اتفاقيات، على سبيل المثال: فاعل، موضوع الفعل و الفعل (SOV) كما هي في اللغة اليابانية والهندية، أو فاعل، فعل وموضوع الفعل (SVO) كما هي في الإنجليزية والروسية . وبدلاً من ذلك ، فإن الـ Heptapod A عبارة عن شكل حر لا ترتيب له، ومع ذلك ، يتضح ورغم الانفصال الشكلي مع تحليل لغة الـ Heptapod B، أنها وظيفية و ناقلة للمعلومات. وعليه أُطلق الفيلم الإعلاني آن ذاك، في وقت حرج من التاريخ الأمريكي. في حركة إبداعية تُسهم في الفهم الواضح للرسالة الأساسية في استغلال صريح لمرجعية المجتمع الأمريكي و**الممارسة العالمية الثقافية والاجتماعية** (بما أن الانتخابات الأمريكية حدث عالمي) لكل من الفيلم الإعلاني والفيلم الفعلي .
الطبيعة البلاغية للفيلم الإعلاني نهدف هنا، الكشف عن الإمكانات البلاغية في الفيلم الإعلاني وعن بعض خصائصها. بما أن العلامات في الفيلم الإعلاني لها ميزة تواصلية تبادلية، فإنها لا محالة تحيل على القدرة الاستبدالية؛ استبدال اللفظ بالأيقونة أو بالصورة وهذا أساس الطبيعة البلاغية.	**الاستعارة في الفيلم الإعلاني** يعد أسلوب Movie Creator تعينه للمختارات من خلال الاختيار الفني والجمالي للقطات وما تلمح إليه في سياق الفيلم الإعلاني السبب الأول في إيصال المعنى بطرق تلميحية، ومنها ما استطاعت الدراسة رصده في ظل غياب سبل التواصل مع الـ Movie Creator الخاص بالوافد . **الكناية** تظهر الاستعارة في الفيلم الإعلاني الوافد في **نوع الكناية** Metonymy عند أنسرت الجهاز الصوتي كصورة بلاغية تتلخص في استعمال صوت Heptapod A (كإبدال عن ماهية الـHeptapod) بدلا من صورة الهيبتابود التي لم يُكشف عنها على طول الفيلم الإعلاني، وتعقيب الصوت المسجل مباشرة بسؤال بانكس : ?..Is that وإجابة الجنرال بـ : yes ، بعدها مباشر المونتاج المتسارع الذي يستهل بالشكل البيضاوي الطافي في السماء في توجيه تلميحي لبصر المشاهد نحو الآخر. **الإيجاز** في مشهد التعارف بين الدكتورة بانكس و الهيبتابود، هنالك حشد للمعنى في تتابع ضئيل من الأنماط (التمظهر في معنى قليل) واستحضار أيضًا لبلاغة الإيماءة (اليد الخماسية مقابل الأطراف السباعية النجمية)، فالتواصل بينهما عبر زجاج الغرفة الضبابية إضافة للبعد بينهما (يُمنح للمشاهد وجهة نظر ذاتية POV عبر اللقطة العرضية والتي توضح كيف يحجب القناع رؤية لويز) يتيح للويز إدراك أن عمليات الترجمة لفريق البحث لن تتقدم إذا ابتعدت عن الفضائيين لأنهم ، كما تقول ، يحتاجون لرؤيتي They Need To

	see Me. لهذا السبب ، تتصرف ضد الأوامر من خلال إزالة ملابسها الواقية والاقتراب من الشاشة في مونتاج متسارع ينم عن الخطر. وبعدها التفاعل (إلتقاء الأيادي) في لقطة ذات زاوية عالية... Now that`s a propare Introduction **التحريف** Distortion يقدم الفيلم الإعلاني الوافد لمحة تحريفية (مقارنة مع ما يقدمه الفيلم الفعلي) عن الغزو الفضائي في فرصة لدراسة آثاره المتجسد في المشاهد الإعلامية التوثيقية للمواجهات والصراع الخيالي؛ نظرًا لقدرة الخيال العلمي على نزع الرؤية الواضحة للجمهور من خلال سيناريوهاته خارج هذا العالم والمخلوقات الخيالية والتكنولوجيا، فهو النوع المثالي للتشكيك في معايير المجتمع المقبولة ولطرح المزيد من الأسئلة الفلسفية... في استغلال للتصور الراسخ تجاه الخوف من الأجنبي؛ بوجود الجيش الأمريكي ،الصراع في نقاط من العالم، والكلمة المحورية Weapon... لكن يعود الفيلم الإعلاني الوافد ليقدم العنف على أنه فشل والتواصل يعد السبيل الوحيد للتفاهم والسلام. **المونتاج الشعري** يتضح المونتاج الشعري في الفيلم الاعلاني الوافد في السلوك الديناميكي الدلالي لبعض المقاطع والمختارات الخاضعة لشرط الترتيب الفني، والتوظيف الذكي على يد الـ Trailer Creator في خمسة مواضع : 0,24/ 0,47 0,56/0,28 وهذا لتجاوز الهدوء التي تمتاز بها الأحداث وحتى ايماءات الدكتورة بانكس، الأمر الذي يُعزى في الجانب الأكبر منه إلى الثقافة الفكرية لـ Trailer Creator وما أجادت به التكنولوجيا عليه لانشاء هذه المفارقة، وهذا حسب اصطلاح أومبيرتو إيكو Ratio Facilis بتجاوز النماذج القبلية للأفلام الإعلانية الخاصة بجنس الخيال العلمي إلى اقتراح تعالق جديد بين معطى المونتاج المتسارع (وفق تدقيق حسابي من 4 إلى 5 دقائق بين الحركة المتسارعة الأولي والثانية وكذلك المثل بين الثالثة والرابعة) والمتهادي الذي يوهم بأنه تم اختلاق الفيلم الإعلاني من عدم و إبداعه جذريا (L`invention radicale) **وعليه تتجلى شعرية المونتاج في ترتيب اللقطات غير المشروط نحويّا؛ بالفيلم الفعلي الوافد ولكن بترتيب ذو طبيعة فنية رؤياه مرتبطة بـ Trailer Creator.** **يتضح لنا أن السلوك الانتقائي في الفيلم الإعلاني الوافد، قد أفرز إمكانات بلاغية سينمائية إقرارا للارتباط والتلاحم بغرض الانسجام ومنح التناغم والإيقاع.**
الفيلم الإعلاني بنية دالة إن المنجز السينمائي بمختلف مشاربه منجز محمل بالتراكيب	**درجة خصوصية** يمكننا وبوضوح عبر ما سبق من تحديدات ورصد لأصالة المختارات على مستوى الفيلم الإعلاني الوافد، وفي استثمار للإحالات المعرفية التي أنيطت

الدلالية التي تنبع من العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية بحسب رؤية كل من مخرج الفيلم الفعلي و الـ Movie Creator، ومرجعياته الثقافية، الفنية والأيدلوجية، حيث تتشكل الدلالة في الفيلم الإعلاني من الشفرات (أو بالأحرى المختارات من الفيلم الفعلي أو ما تم تضمينه حصرا له) القابلة للتأويلات المتعددة.	بالحامل الفيلمي على تعدد عناصره لاسيما فيما يخص آلية المونتاج بين المتسارعة والمتهادية التي أخضعت العناصر السينمائية لمسوغات التشفير المشروطة بالتبليغ والتعبير فالـ Movie Creator (الذي يلعب دور السيميوطيقي المشفر الذي يشبع الفيلم الاعلاني بتحرير يفرز خصوصية معينة في ترتيب المختارات) هنا لم يعبَّر عن الفيلم الفعلي الوافد. بل عبر بالوافد عن رؤياه للفيلم الإعلاني باستخدام شفرة الألغاز التي تضع المشاهد في وضعية تحفيز لمعرفة الحقيقة، هذا ما تحققه التعليقات على منصة IMDb واليوتيوب: bob-the-movie-man ,Wow - what a surprise في الواقع ما تحصل عليه من المقطع الدعائي لفيلم الوافد يقترب من كونه فيلما كاملا في كيانه، من حيث ما يدمج من لقاءات أفلام الخيال العلمي التي تجمع العمق الفكري (لعمق الدلالات) ولغز والهزة العاطفية، ما يطلق نوعا من التشكيك فيما كونه المشاهد من مكتسبات مرجعية ودلالية عن أغلبية أفلام الخيال العلمي... **مستويات العمومية** من الصعب التعبير عن ما يقدمه الفيلم الإعلاني الوافد من جديد لجونر أفلام الخيال العلمي وذلك يرجع جزئيًا إلى أن قصص الخيال العلمي القصيرة نادرة التحوير إلى فيلم فعلي طويل، ما أدة بنا إلى البحث عن اندفاعات مركزة من الحداثة والخيال والبصيرة التي لا يمكن أن تأتي إلا في الواقع من خيال تخميني قصير(أي من إلهام محدود تأتى من القصة القصيرة). حيث تعد قصة الوافد القصيرة قصة حياتك التي أثارت قريحة مخرج الفيلم الفعلي دينيس فيلنوف نحو تجربة جديدة للخيال العلمي ومنه المبدع Dan Asma تريلر نحو تريلر غير تقليدي مبني على العناصر البصرية الكادرات الواسعة، استخدام الطبيعة، الـ Close ups الممثلين... في رحلة طويلة مليئة بالثغرات التي يحاول أن يشرك فيها المشاهد ليملأها بخياله وخبرته وإجاباته، لا يقدم إجابات، ولا يقدم قصص، وإنما يقدم عناصر تساعد على طرح الأسئلة.. وعلى غرار الأفلام القصيرة، فإنه يعطي الأولوية للاستخدام المبتكر للغة والأفكار، وذلك باستخدامها لإثبات وجهة نظر أو شرح مفهوم. إنها تعمل تقريبًا مثل المكافئ الأدبي للبراهين الرياضية، وتشرح فكرة ثم توضح كيف يمكن أن تعمل، أو ما قد تستنتج منه، ما يسمى بسحر الألغاز. وهذا مخالف بما أعتادت عليه تريلات الخيال العلمي من حركة، سفن الفضائية وأسلحة ليزر وموسيقى ريتمية . **الشفرات الفرعية** مع اطلاعاته وخلفياته السيميوطيقية ، يؤكد Dan Asma (مبدع التريلر) لنا أن التشفير يبدأ بالكاميرا (في حالة الفيلم الفعلي) ويبدأ باللقطة المختارة أو

	المختارات (في حالة الفيلم الإعلاني) وكيفية المعالجة الفنية لها؛ بضغط الوقت والتسريع والإبطاء والثيمة اللونية وأسلوب السرد –تم التفصيل فيها سابقا– فإلى جانب الشفرات الرئيسة التي يحوزها الفيلم الإعلاني التابع لجونر الخيال العلمي. **الشفرات الرئيسة المركزية والشفرات الفرعية** **أولا:** القصة ليست فى إطار زمانى مختلف (فى المستقبل) ، أو فى عصر زمنى بديل كأن يكون فى ماض تاريخي يتناقض مع الحقائق المعروفه في التاريخ . **ثانيا:** كما أنها ليست فى إطار مكانى مختلف مثل الفضاء الخارجى ، أو فى عوالم أخرى ، أو فى باطن الأرض و إنما في جسم طاف بعيد كل البعد عن شكل السفن الفضائية المألوفة. **ثالثا:** تحتوى على شخصيات خيالية مثل غرباء من الفضاء ، أو المسوخ والروبوتات . حتى أن المجهولين الذين تم عرض أطرافهم فقط **رابعا:** لاتحتوى على تلك التكنولوجيا الخرافية المستقبلية كمدافع الليزر، الانتقال الآنى والأجهزة الحاسوبية الآلية . **خامسا:** لا تتضمن على تلك المبادىء العلمية الجديدة أو قوانين تتعارض مع القوانين المعروفة سابقا مثل التنقل أو السفر عبر الزمن ، والانتقال بسرعة أسرع من الضوء وغيرها ، وإنما على استغلال ما وهب للانسان . **سادسا:** يشتمل التريلر على نظم سياسية أو اجتماعية جديدة ومختلفة . أما **عن الفرعي** منها الذي التصق بالمختارات المستقلة، فتأتي **بنظرة تأليهية** (فنية طبعا) وفق علاقة تقوم **مبدأ التماثل الثقافي** بين الأنماط تتوقف على رؤية المبدع التي تحيل بوجود قوة من نوع آخر مرتبطة بكلمة Weapon وتعدد معانيها (التماثل والاختلاف بين ثقافة الخبراء والغرباء وبين رؤية **المبدع وتأويل المشاهد في تشكيل الأنماط في الفيلم الإعلاني)** المقابل من رداء المعنى الإبداعي الذي يعرض القوة الجمالية المتجلية في المونتاج الرنان، والسينماتوغرافيا التي تحيل على المكان والغريب ليس بمكان فانتازي خارج الأرض، وإنما هنا على الأرض...فالحل سيأتي من الأرض وليس من الآخر.
التداولية الحديثة للفيلم الإعلاني آلية (تقنية) تخطي لعائق مستوى اللغة إلى مستوى الخصوصيات الثقافية بين المجتمعات إثر تزاوجها بالتكنولوجيا التواصلية لصناعة الخطاب السينمائي.	**الترصيص** ينتظم معمار الخطاب في الفيلم الإعلاني الوافد على غير العادة حول صور أيقونية وتلفظات تدعو إلى تدبر جديد لجونر الخيال العلمي، ناهيك عن الأزياء والاكسسوارات التي لها القدرة على تلمس زمكانية الفيلم الإعلاني و القدرة على الحكم على الشخصية (نقصد الدكتورة بانكس) والتي تحيل إلى أدلجة مضادة للمجتمعات المشاهدة، فالفكر السائد أن الحكومات والسلطات العسكرية هي التي تقرر ، تحكم وتبرم الاتفاقات وتضع الاستراتيجيات ، لتأتي صورة دكتورة اللسانيات بانكس ذات الملامح الهادئة والنظرة الثاقبة الحالمة آنا، لتتسلم زمام الأمور في تحوير صارخ لغلبة لغة العقل على لغة

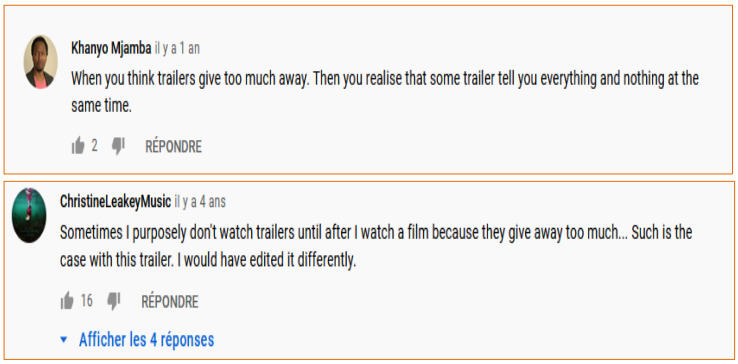
العنف والمكر.

الاهتزاز الانفعالي الإسقاطي/ الاهتزاز التذوقي أو الشعرية

التجاوب مع الفيلم الإعلاني الوافد (انطلاقا من كونه بنية نموذجية أصلية مختزلة دراميا) الذي جاء من المشاهدين (من على منصة الـIMDb والـ YouTube) بمختلف الثقافات من خلال الثنائيات الضدية الكونية المستخلصة من جونر الخيال العلمي وهي:

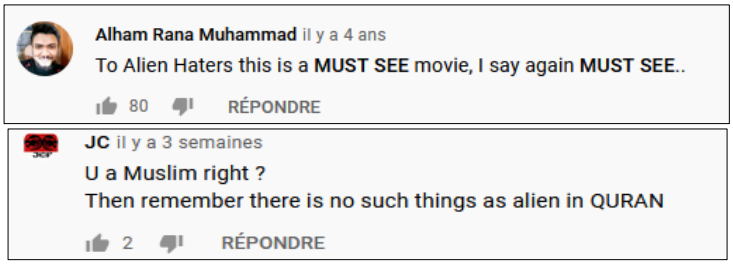
الإظهار/الإضمار في أحداث الفيلم الإعلاني

من التعليقات البعض، يثني على قدرة الفيلم الإعلاني الوافد في طمس معالم الفيلم الفعلي رغم عرضه لجملة من المختارات التابعة له، بالمقابل هنالك من توجه للفيلم الفعلي أولا ثم الفيلم الإعلاني في ممارسة مغايرة، والتي أفرزت تعاليق تقول بانفصال تسلسل أحداث الفيلم الإعلاني عن تسلسل أحداث الفيلم الفعلي



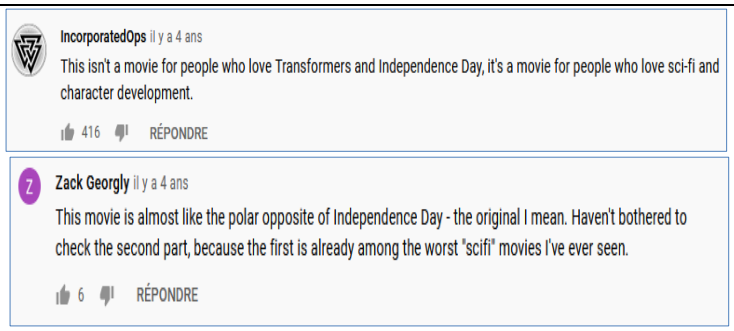
الغزو الثقافي/ مواجهة الغزو الثقافي

تضمنت التعليقات، محددات الثقافة الاسلامية فيما يخص أحد أهم مميزات جونر الخيال العلمي ألا وهو الغريب، الآخر (الفضائيين كجنس ثالث). أن تمثل الفضائيين غير مقبول في الواقع وغير الواقع (بما أنه غير مذكور في القرآن)



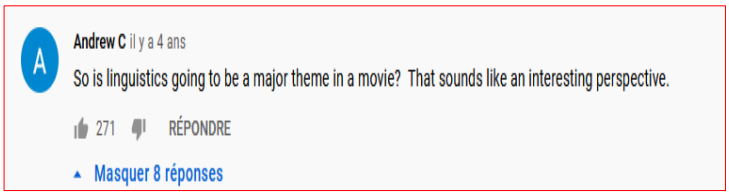
مع جونر/ ضد جونر الخيال العلمي

تزخر الثقافة السينمائية لجونر الخيال العلمي بأفلام الغزو الفضائي للأرض، ومنها فيلمي Independence & Transformer (المشهورين حسب المشاهدين على المنصتين الـIMDb والـ YouTube)، في حين تريلر الوافد يعرض ملامح ضد جونر الخيال العلمي التي تدعم تمثيل تطور الشخصية كما هي في الأجناس الدرامية.



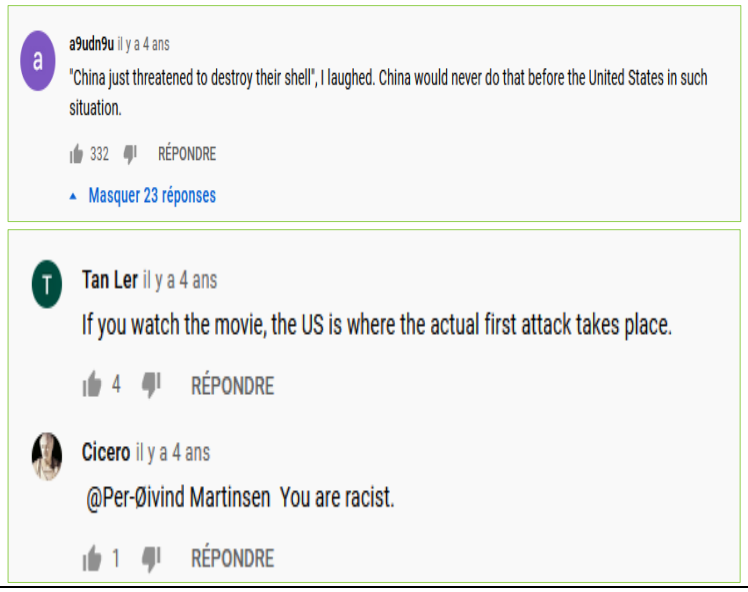
أيقونية اللسانيات/ أيقونية التواصل

مع الفيلم الإعلاني الوافد، تبرز اللغة، اللسانيات والتواصل كعامل حاسم لخلق فلسفة ضمن أحداثه، وتبدو الدعوة إلى التوحيد في الفيلم الإعلاني متوازية مع الدعوة إلى الاعتماد على اللغة كوسيلة للتقارب وفض النزاعات/ التباعد واجتراح الحروب، ما يلفت نظرنا إلى توجه مبدع التريلر نحو عولمة اللغة، و إلى الانفتاح على تنوعها وتعدد رؤى الإنسان للعالم عبرها.



سيناريوهات التنافس والمواجهة الأيديولوجية الأمريكية/مع الدول الأخري

تظهر الصين، إيران وفينيزويلا في الفيلم الإعلاني بمظهر العدائي اتجاه الفضائيين (نتيجة إيقاف التحاور معهم) وتبدأ أحداث الفِيلم الإعلاني بالتسارع في جو مضطرب وشائك ينذر بحدوث حرب بين البشر والفضائيين. تتمسك لويز برأيها أن الفضائيين غير عدائيين وتقوم بالاستمرار بالتواصل معهم حتى يفجّر ضباط جيش خائفون المركبة الموجودة في أمريكا مما يتسبب في انسحاب المركبات الفضائية إلى ارتفاعات أعلى. (ويكيبيديا، الموسوعة الحرة, n.d)

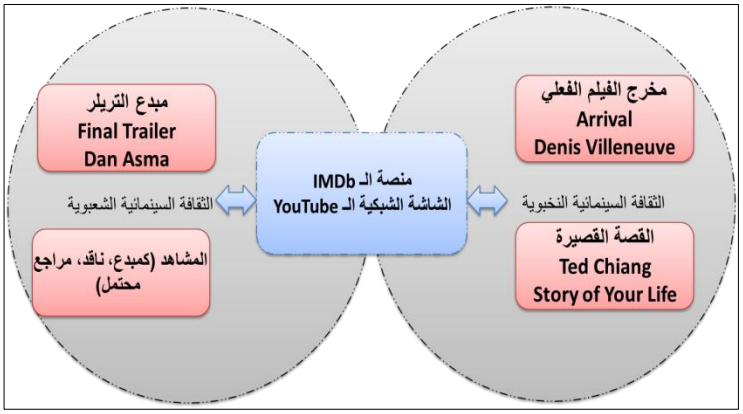


آلية التداولية الحديثة مستوى الكون ثقافي

منظور الثقافة الجديد

يتعلق منظور الثقافة الجديد الكوني(السينمائي)؛ في الثقافة الفرعية الخاصة بممارسة إبدع التريلر و بمشاهدة التريلر على منصات الـIMDb و YouTube —خاصة أنهم غالبا جماعات مهمَّشة يتشاركون أيديولوجية أو ممارسات ثقافية مشتركة—حيث يدعم الفضاء الإلكتروني وجودها من خلال:

ممارسة إبدع التريلر: يتطلب من المبدع اكتساب خلفيات سينمائية، والتحكم في تكنولوجيات الاسقاط (الخلق والعرض) ما يحيل أن في جعبته كمّا من لغات متعددة مختلفة تتقاطع مع بعضها البعض رغم تجانبها واختلاف وظائفها، تشتغل تداوليا بالتكامل والتفاعل وهو حال Dan Asma (مبدع تريلر الوافد)، والمختلف عن مخرج الفيلم الفعلي الوافد Denis Villeneuve وفق الشكل التالي:



شرط التواصل الفعّال: يظهر في المراجعات على منصة الـ IMDb التي تثبت ذلك الالمام بالثقافة السينمائية المركزية (نقد الفيلم الفعلي) إلى جانب التحكم بالثقافة السينمائية الفرعية (نقد الفيلم الإعلاني) وتعدد اللغات؛ وهنا لا نقصد اللغات التابعة للدول المتواضع عليها بل اللغات التابعة لثقافة نقد ومراجعة الفيلم الإعلاني الوافد التي تعمل على تحيين وتركيز مهام ووظائف المجتمع الثقافي الجديد، حيث لم ينقطع عن بناء معالمه، كل المنتمين الذين يشتركون في استهوائهم لجونر الخيال العلمي، الأفلام الإعلانية المطلقة على منصة الـ IMDb، وامتلاكهم لحسابات المراجعة والنقد (على خلاف النقاد والمراجعين الكلاسيكين) كما هو مبين في المقاطع الصورية المقتطفة من على منصة الـ IMDb وحساب الفيلم الإعلاني الوافد (مع ملاحظة أن المنصة لا تزال تستقبل المراجعات لحج الساعة، رغم مرور 5 سنوات على اطلاق الحملة الترويجية والفيلم الفعلي):

آلية التداولية الحديثة مستوى التكنولوجيا التواصلية

وتتأسس معالم المجتمع الثقافي الجديد **المشاهدون، المعجبون بثقافة الفيلم الإعلاني، محرروا المراجعات عن الفيلم الإعلاني وردود الأفعال اتجاه الفيلم الإعلاني** (مجتمع مبدعي التريلر والمشاهد كمبدع، ناقد، مراجع محتمل)

Viewers, Reviews writers, Reaction Movie trailer, Fan Movie trailer, Recut trailer

مهامه ووظائفه التواصلية التبادلية من حيث كشبكة متعددة من المكونات محتواة في بيئة تكنولوجية حديثة:

الطفرة الإبداعية التقنية

وظائف معرفية ومرجعية

تهتم التعليقات، المراجعات ومقالات النقد على المنصتين الـIMDb و YouTube بكل ما له علاقة بمحتوى الفيلم الإعلاني الوافد وتحيل على وظيفتي الإخبار (إلى حد الكشف عن الكثير Spoilers) والإسقاط على الواقع المشترك الذي نقصد به واقع الفيلم الفعلي الوافد والقصة القصيرة كمرجع و بالتالي التقليل من التشويش المتمثل في التعليق، على شاكلة الـ Gossip في ملاحقة لنجوم الصف الظاهر والتركيز على مبدعي التريلر والفيلم الفعلي .

وظائف تداولية مرتبطة بقصدية مبدعي الفيلم الإعلاني Movie Creator

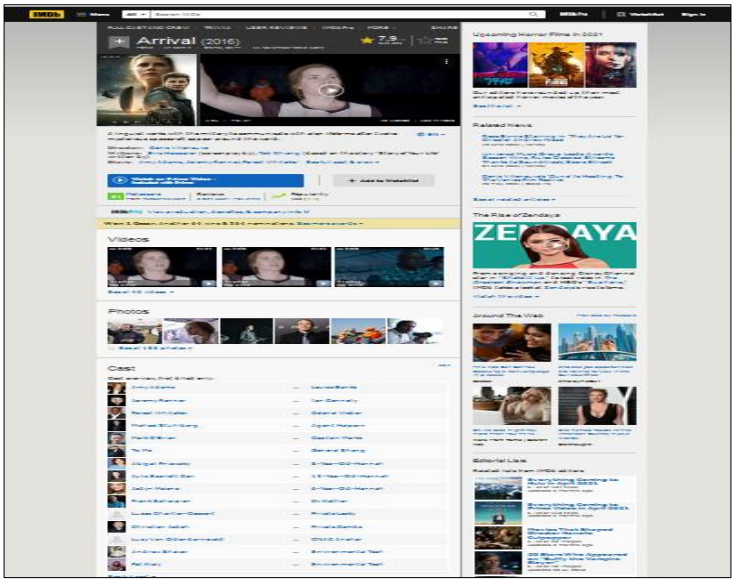
حضور القصدية من طرف المبدع اتجاه متلق، يُشترط أن تحضر عنده

القصدية أيضا في إدراك المحتوى و بالتالي حضور الإيديولوجيات المتحكمة في صياغة الفيلم الإعلاني، فهمه وتأويله.

في تدليل مغاير لوظائف التداولية في الفيلم الإعلاني الوافد التي ترتبط بانطباق القصدية بين طرفي عملية التواصل، فإن القصدية هنا (بما أنها تتجاوز الخطاب الإشهاري) تتعدد إلى غاية التيهان أو انعدام التطابق كليا (كما وأسلفنا عرض مقاطع مقالات المراجعة على منصة الـIMDb والتعليقات على منصة الـYouTube، وذلك راجع لتعدد طرفي الارسال (مخرج الفيلم الفعلي/ مؤلف القصة القصيرة) والاستقبال(مبدع التريلر/ المشاهد Viewers Fans المبدع المحتمل). حتمية رصد عدم التطابق الراجع للتعدد يظهر أيضا مواطن الأفلمة، أي التعامل مع الفيلم الإعلاني كفيلم قصير ومضمون ثقافي لا يتطلب فعالية (نقصد بالفعالية التعبير عن الرضى الذي يبتغيه الفيلم الإعلاني في مرحلة الترويج للفيلم الفعلي)

وظائف صورية (شكلية) لقنوات التواصل الحديثة

يتميز اللباس التداولي للفيلم الإعلاني الوافد على منصة الـIMDb بالحرفية وذلك راجع لمسرحة الواجهة (التصميم الممسرح) التي تغذي الحوار الاكتروني، على شاكلة السرد المعلوماتي ويمنح عمقا ومنظورا لـ Viewers وكأنه يطّلع على مسرح سينمائي مصحوب بكل التفاصيل الخاصة. إلى جانب سهولة الولوج إلى الروابط والإحالات ما سمح بازدهار مجتمع مبدعي الفيلم الإعلاني/المعجبين والمشاهدين/ وتنامي ردود الأفعال اتجاه الفيلم الإعلاني الوافد.



المشاهدون، المعجبون بثقافة الفيلم الإعلاني، محرروا المراجعات عن الفيلم الإعلاني وردود الأفعال اتجاه الفيلم الإعلاني

Viewers, Reviews writers, Reaction Movie trailer, Fan Movie trailer, Recut trailer

	كلمة معجب Fan، التي ترتبط كذلك بكلمتي متعصب Fanatic، وولع Fancy، يشير المصطلح لتعلُّق عاطفي برموز أو مُعتقَدات معينة، وشعور بالجمعية. وقبل أن يُصبح الويب جزءًا من الحياة اليومية بزمن طويل، تواصَل المعجبون باستخدام المطبوعات، واجتمعت نوادي المُعجَبين على نحوٍ منتظم، وتبادلت الملحوظات عن نجومها. وما فعلته الشبكة العنكبوتية العالَمية هو جعل توزيع المعجبين مستقلًّا عن الجغرافيا. فالتواصل الاجتماعي عبْر الشبكة فيما بين المعجبين هو الآن عالَمي بحق. (كيه نايار & عز الدين علي, 2017) حيثُ يعتبر المعجبون مجتمعًا، وثقافة فرعية تقوم على إعجابهم الجمعي بشكل تعبيري ما. فهم استجابة للنظام المُعتمِد على وسائل الإعلام الذي يصنّع هذه الثقافة التي تنتج معانيها الخاصة (عملية إنتاج المعنى للنص– الفيلم الإعلاني). كما في فيلم الخيال العلمي ستار ترك الذي حقَّق معجبوه مكانةَ وأطلقوا على أنفسهم اسم التِّرِكِيّين، وبهذا التحديد تُسهم إبداعات المعجَبين في هُويات المشاهير ويمكن النظر إليها على أنها نمط من أنماط بناء المجتمع. (كيه نايار & عز الدين علي, 2017)

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من الروابط التي تم ذكرها في متن الجدول

الملمح الأول

شكل(46): *التمثل الأول من المستوى التأسيسي للخطاب الإبداعي الخاص بالفيلم الإعلاني Arrival*

المصدر: إعداد شخصي

ب.الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي Interstellar

ملخص الفيلم ينطلق من عام 2060 (المستقبل القريب) في شرق كولورادو، هلك أكثر من نصف سكان العالم بسبب المجاعة وتحولت أمريكا إلى مجتمع زراعي يكافح على مدار الثلاثين عامًا الماضية. توقفت التكنولوجيا على مدار الأربعين عامًا الماضية، حيث لم يعد يتم إنتاج السيارات، وأصبح الكمبيوتر المحمول عنصرًا فاخرًا. ولم تعد هناك حروب أو جيوش في العالم بعد الآن.

تتكون عائلة كوبر، طيار سابق في وكالة ناسا، وأرمل من والد زوجته دونالد (جون ليثجو) البالغ من العمر 65 عامًا، وابنه توم (تيموثي شالاميت) البالغ من العمر 15 عامًا، وابنته مورف (ماكنزي فوي) البالغة من العمر 10 أعوام، التي تعتقد أن غرفتها مسكونة بشبح لأن الكتب تتساقط من على أرفف مكتبتها الغامضة. (imdb, 2014)

يتم القبض على كوبر عند وصوله إلى منطقة محظورة إثر تتبعه لآثار الغبار على الأرض التي يبدو أنها تشير إلى إحداثيات جغرافية بلغة ثنائية. مع ابنته مورف وسرعان ما التقى الاثنان في مركز علمي سري تابع لوكالة ناسا ، حيث يعمل البروفيسور براند وابنته على صاروخ قادر على إرسال طاقم بعيدًا إلى الفضاء. وبعد استجوابه بواسطة روبوت غريب المظهر يسمى TARS. ويتضح أن ناسا تبحث عن من يقود مركبة فضائية ، وفي اللحظة الأخيرة يريدون أن يذهب كوبر، على الرغم من مسؤوليات عائلته. (programme-tv, 2014)

تشريح العناصر السينمائية للفيلم الإعلاني Interstellar

جدول (20): *يوضح البطاقة التقنية لفيلم الوافد على منصة الـ Interstellar*

فيلم ما بين النجمي على منصة الـ *IMDb*	واجهة الفيلم الإعلاني على منصة الـ *IMDb*
العنوان : Interstellar (original title) سنة الإنتاج : 2014 زمن الفيلم : 2h 49min تقييم: 10/8,6 بلد الإنتاج: الولايات المتحدة الأمريكية USA الموسيقى Hans Zimmer مدير التصوير والسينماتوغرافيا Hoyte Van Hoytema	

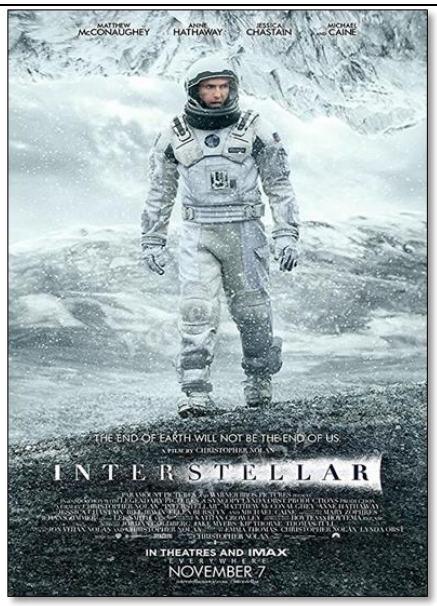
المونتاج Lee Smith الإنتاج Nathan Crowley إخراج : Christopher Nolan سيناريو: Jonathan Nolan, Christopher Nolan جونر الفيلم : Drama, Mystery, Sci-Fi الجوائز: أهمها جائزتي أوسكار Awards Oscar لأفضل إنجاز فـي تصـميم المـؤثرات البصـرية (التجسـيدية فـي معظمها وليست الحاسوبية) Paul J. Franklin Andrew Lockley Ian Hunter Scott R. Fisher	

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(IMDb, 2014)

جدول (21): *يوضح البطاقة التقنية للفيلم الإعلاني ما بين النجمي على منصة الـ IMDb*

الفيلم الإعلاني	الواجهة على المنصة
العنوان Official Teaser زمن الفيلم الإعلاني 1:52 الوكالة المنتجة Trailer Park Film Paramount Studios Warner Bros القائمين على الوكالة Jeremy Kaplan (President) Steven Bruno(Vice President Creative Services) قسم المنتجة Editing Department Director, Account Services Jacki Chavez Moore المدير التنفيذي / المخرج الإبداعي لوكالة ترايلر بارك Matt Brubaker قسم الموسيقى Music Department موسيقى التريلر Dean Valentine مؤلف موسيقى التريلر trailer music composer Salvador Casais, Carolynne Wyper, Roy Campanella III, Kris Dirksen **الجوائز** Golden Trailer Awards GTA18	

جائزة Golden Trailer Award لأفضل تريلر لفيلم أصلي لعام 2015. جائزة Gold Key Art عن المقطع الدعائي والموسيقى Memories في عام 2014. جائزة Silver Key Art للحدث التلفزيوني Arrives في عام 2015.	

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(IMDb, 2014)

جدول (22): *يوضح التشريح التقني لفيلم الواقد على منصة الـ IMDb*

SHOT 5

رجل وسط حقل ذرة مشتعل بالنيران

VFX: fade of opening from obscure to image

CAMERA: مستوى الأرض

SHOT SIZE: LS

SHOT TYPE: Shallow Focus/Ground Level

MOVEMENT: Swish Pan

SOUND:
موسيقى خافتة
تستمع للصعود

LIGHTING:
Motivated lighting إضاءة طبيعية محفزة
بيئية قاتمة

EST (H): Est. Time: 0.27h

SHOT 6

طائرات حربية تحلق صواريخ

VFX: fade of opening from obscure to image

CAMERA: اللقطة الجوية Aerial Shot / Drone Shot / Helicopter Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Shallow Focus/Extreme Long Shot (ELS) / Extreme Wide Shot

MOVEMENT: Swish Tilt

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر المثل الثراوي
when we count this moment

LIGHTING: black and white - أرشيف

EST (H): Est. Time: 0.36h

SHOT 7

طيار بالخوذة في طائرة

VFX: لا وصل

CAMERA: الزاوية الهولندية Dutch Angle Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: OTS/Rack Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر
عبر راديو الطائرة غير مفهوم (كلوتر)

LIGHTING: black and white - أرشيف

EST (H): Est. Time: 0.37h

SHOT 8

رصد طائرة حربية من بعيد

VFX: لا وصل

CAMERA: اللقطة الجوية Aerial Shot / Drone Shot / Helicopter Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Extreme Long Shot (ELS) / Extreme Wide Shot

MOVEMENT: Pan

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر
عبر راديو الطائرة غير مفهوم (كلوتر)

LIGHTING: black and white - أرشيف

EST (H): Est. Time: 0.38h

SHOT 9

مجموعة من خبراء الطيران يحملقون في السماء

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الورك Hip Level Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Shallow Focus/Knee Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر
عبر راديو الطائرة غير مفهوم (كلوتر)

LIGHTING: black and white - أرشيف

EST (H): Est. Time: 0.39h

SHOT 10

رائد فضاء بالخوذة في قمرة القيادة

VFX: fade of opening from obscure to image

CAMERA: over the head

SHOT SIZE: لقطة كلوز أب Close Up Shot CU

SHOT TYPE: Rack Focus/Overhead

MOVEMENT: Static

SOUND: وسيقى خافتة
صوت بشري ذكر
these moments when we dare to aim higher

LIGHTING:
Bounce lighting
الإضاءة المرتدة يرتد فيها الضوء من مصدر قوي نحو الخوذة رائد الفضاء يخلف الضوء وينشره

EST (H): Est. Time: 0.42h

SHOT 1

مجموعة من الأشخاص من خلفية السليبات، متهيجون لاطلاق الصاروخ الفضائي

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الورك Hip Level Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Shallow Focus/Hip Level/Knee Level

MOVEMENT: Static

SOUND: موسيقى خافتة

LIGHTING: Motivated lighting خارجية طبيعية مدعمة بالمحفزة

EST (H): Est. Time: 0.43h

SHOT 2

مجموعة من الأشخاص من خلفية السليبات، متهيجون لاطلاق الصاروخ الفضائي مع التركيز على

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الورك Hip Level Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Shallow Focus/Hip Level/Knee Level

MOVEMENT: Pan

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر المثل الثراوي
to break the barriers

LIGHTING: Motivated lighting خارجية طبيعية مدعمة بالمحفزة

EST (H): Est. Time: 0.45h

SHOT 3

مؤخرة الصاروخ الفضائي والمحركات تلفظ النار، وجزء من الكوكب الأزرق

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: Aerial Shot لقطة جوية

SHOT SIZE: CU

SHOT TYPE: POV/Shallow Focus/HA

MOVEMENT: Static

SOUND:
موسيقى خافتة
بصوت بشري ذكر للمقطع الثاني
to break the barriers

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة خارجية اصطناعية

EST (H): Est. Time: 0.5h

SHOT 4

مجموعة رواد فضاء في مصعد كهربائي

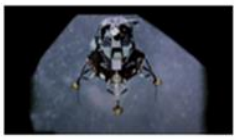
SOUND:
موسيقى خافتة
بصوت بشري ذكر للمقطع الثاني
to reach for the stars

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة خارجية اصطناعية

EST (H): Est. Time: 0.55h

SHOT 5

مكوك فضائي LEM APOLLO



VFX: لا وصل

CAMERA: Aerial Shot لقطة جوية

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Rack Focus/HA

MOVEMENT: Tilt

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر في الراديو
كلوزاتر

LIGHTING: Low-key lighting إضاءة خارجية اصطناعية

EST (H): Est. Time: 1h

SHOT 6

المذيع التلفازي في حالة انبهار

VFX: لا وصل

CAMERA: Shoulder-Level Shot مستوى الكتف

SHOT SIZE: CS

SHOT TYPE: Rack Focus

MOVEMENT: Static

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر في الراديو
كلوزاتر

LIGHTING: Practical lighting

EST (H): Est. Time: 1.02h

SHOT 7

صاروخ أمريكي ينطلق

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: Aerial Shot اللقطة الجوية

SHOT SIZE: CU

SHOT TYPE: Rack Focus

MOVEMENT: Tilt

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر
WE COUNT THESE MOMENTS AS OUR PROUDEST ACHIEVEMENTS

LIGHTING: Practical lighting

EST (H): Est. Time: 1.05h

SHOT 8

شاشة كبيرة أمام المعرض لطلاق صاروخ أمام صف دراسي

VFX: لا وصل

CAMERA: High Angle Shot زاوية التصوير العالية

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Shallow Focus/Overhead

MOVEMENT: Zoom Shot حركة الزوم

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر في الراديو
كلوزاتر

LIGHTING: Practical lighting

EST (H): Est. Time: 1.06h

SHOT 9

الصف الدراسي يصفق

VFX: لا وصل

CAMERA: Low Angle Shot زاوية التصوير المنخفضة

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Shallow Focus/Overhead

MOVEMENT: Arc Shot حركة آرك

LIGHTING: Practical lighting

EST (H): Est. Time: 1.07h

SHOT 10

الطائرة الفضائية تحط على المدرج ليلا

VFX: لا وصل

CAMERA: Ground Level Shot مستوى الأرض

SHOT SIZE: EWS

SHOT TYPE: Deep Focus

MOVEMENT: Pan

SOUND:
موسيقى خافتة
صوت بشري ذكر
But we lost all that

LIGHTING: Practical lighting at night

EST (H): Est. Time: 1.1h

SHOT 1

لعبة صاروخ صغيرة طي رف كتب به اغبار كثيف

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: Dutch Angle Shot الزاوية الهولندية

SHOT SIZE: Cutaway Shot للقطة الأسرت أو القطع

SHOT TYPE: Shallow Focus

MOVEMENT: Pan

SOUND: تغير وتيرة الموسيقى الخلفية

LIGHTING: Practical lighting

EST (H): Est. Time: 1.18h

SHOT 2

سيارة متوجهة بعيدا عن منزل هادئ

به أشخاص

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: Ground Level Shot مستوى الأرض

SHOT SIZE: Cutaway Shot+ للقطة الواسعة Long Shot / Wide Shot

SHOT TYPE: Shallow Focus/Deep Focus

MOVEMENT: Crab Shot حركة تتبع موازية

SOUND:
موسيقى تستمر في تغيير زخمها
بصوت بشري ذكر or perhaps we have just forgotten that we are still pioniners

LIGHTING: Practical lighting داخلي طبيعي مدعم

EST (H): Est. Time: 1.24h

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:
(StudioBinder Inc., 2020b)

من البديهي أننا على مستوى الخطاطة التشريحية التقنية لتريلر Interstellar، أن نرصد استحضار العناصر السينمائية، والدوال(الدوال التصويرية، الضوئية، الوصلية، التشويهية و الصوتية) وخاصة اللغة السينمائية (أنواع اللقطات السينمائية، زوايا الكاميرا وحركة الكاميرا والكادرات الأنسب لكل مشهد) كما وسبق تبيان ذلك.

ولكن المختلف هنا (على مستوى الدوال التصويرية)، هو ذلك التركيز للقطة المتوسطة Medium Shot* وتوظيفها المغاير في البنية التشريحية لتريلر Interstellar (عن ما سبقه في تريلر Arrival)؛ الذي يعبرعن تجمعات بشرية تتحاور فيما بينها لتطرد أمام المشاهد معلومات قبلية أو سابقة مستندة إلى استنساخ الحضور التاريخي لوقائع علمية ابتكارية وإخضاعها للسرد السينمائي، كما وُظفت في إيصال مشاعر التجمعات البشرية إزاء المنجزات المعروضة لتقترن المعلومات بالمشاعر

* (لقطة تبدأ من الخصر إلى أعلى الرأس)؛ هذه اللقطة تستخدم عادة في الأفلام الطويلة للمشاهد الحوارية (كما يمكن استخدامها مع أكثر من شخص) الـ MS تمنح المشاهد التماهي مع الحوار، بأنه جزء منه، من منطلق منظور الشخصية والشخصية المقابلة.

(الأرشيف الذي يوثق قدرة البشرية على تجاوز المجاعات، الحروب... إلى المنجزات العملاقة كالطائرات اختراق حاجز الصوت وصولا إلى الرحلات الفضائية بدون طاقم ورحلات الهبوط على القمر Apollo ...) هذه الخاصية عملت على ربط المُشاهد بالمعلومات والمشاعر و الذي بدوره يربطها بالواقع للحكم على ماهية مالم يُتطرق إليه في الفيلم الإعلاني للتعبيرعن الفيلم الفعلي(وهو مربط الإبداع).

في حين، بوسعنا أيضا رصد اللقطة الواسعة Long Shot / Wide Shot التي تقوم بإظهار الهدف المعروض من الأعلى إلى الأسفل بشكل كامل، كمشاهد إطلاق الصواريخ للفضاء الخارجي؛ وبهذا التوظيف يمكن أن تعبر عن تأسيس (مرحلة بناء معلومات) أو نهائية في المشهد كما هي في نهاية التريلر(تشابك الأيدي مع متابعة انطلاق الصاروخ والكشف عن عنوان الفيلم الفعلي)، ونستطيع أن نستشف هنا تراكمية المعلومات بطريقة شعرية التي تُجسد اختزالا ليس لمَشاهد فقط (إذا اعتبرنا أن أكثر من 50% من بنية التريلر عناصر مستقلة) بل الامتناع التشويقي للمُشاهد.

فيما يخص الدوال الضوئية، فجاءت تجسد التمظهر الأرشيفي الناجم عن استخدام مقاطع بالأبيض والأسود وأخرى ملونة. ونستطيع أن نرصد الضوء المُحفز والمُرتد الساطع (في المقاطع الملونة المستقلة وكذا التابعة أيضا) الإضاءة الساطعة قد تتسبب في حالة من عدم الارتياح، إلا أنها هنا تستخدم كمحفز لتطوير الحدث لدى الشخصيات بشكل واضح. كما رصدنا أيضا الخافت والمظلم Low-key lighting (التابع لثيمة الفيلم الفعلي اللونية الخافتة والهادئة).

إن الامكانات التعبيرية للمقاطع الأرشيفية في التصميم البصري لتريلر Interstellar قد أرخت للتأثير العاطفي المسوغ للغموض والتشويق والمكرس أيضا للتعبيرعن الصراع الإنساني.

بالنسبة للدوال التشويهية تتمثل في المنطوق خارج الصورة، أي أن الـ Voice Over الذي يتمثل في صوت الممثل Matthew McConaughey الذي يستثمر في الايقاع المتهادي للصور الديناميكية مع الموسيقى ذات الإيقاع المتكتك (استنساخا لحركة عقارب الساعة)، والمرتبط بوظيفة الإلقاء(إلقاء الاقتباس) المستعينة بالدخيل (عكس Arrival تريلر) جاءت مدعمة للعناصر المستقلة.

أما عن عدم التزام الفيلم الإعلاني بترتيب الدوال والمختارات وفق البنية الدرامية للفيلم الفعلي، فقد نتج عن تكثيف اصطفاف العناصر المستقلة وترتيب الجمل السينمائية الخارجة عن الترتيب السردي للفيلم الفعلي التي أفضت للتشويه ذو التوصيف الشعري الذي يضرب على وتر التشويق تارة والتذوق الجمالي تارة أخرى.

تم الكشف على مستوى الدوال الوصلية، عن وصلة تلاشي الدخول وتلاشي الخروج من الأسود إلى الصورة ومن ثم من دون أي وصل، أي قطع ودخول من صورة للخروج إلى الصورة الموالية، قد يتراءئ أنه من نتائج المونتاج المتتابع السريع الوتيرة كما هو في Arrival تريلر، ولكن على عكس ذلك، جاء بمُسوغ يكرس السّمة الجمالية المتباطئة بعد الإستفادة من المقاطع الإخبارية المميزة (النوعية) Feature news Films التي تهدف إلى تفجير الموضوع من أعماقه عبر الأمزجة والأقوال بوجهة نظر فنية بحتة، ليُحدث المونتاج المتباطئ أثرا أوسع من مجرد لصق المقاطع الأرشيفية بل ابراز الموضوع بتركيز شديد.

منح المونتاج المتباطئ طولا للمَشاهد، والتي بدورها تعطي الـ Trailer Maker فرصة كاملة خلال زمنها الطويل للحرية في التعبير فيستطيع أن يخلق فنيّا إعلانا فيلميّا مميزا .

ننتهي إلى الدوال الصوتية، التي عمدت إلى استحضار المشاعر بشكل مختلف عن موسيقى جونر أفلام الخيال العلمي التي عادة ما تتغذى على الموسيقى المعدّلة إلكترونيًا؛ لكن نتيجة تريلر Interstellar جديرة بالملاحظة لاستخدامها البارز الحوار الموسيقي بين الأرغن والبيانو، في توليفة بين الكلاسيكية والموسيقى الدينية بطريقة ما. ويشرح نولان هذا الإختيار، بأنه تم حجب نوع الفيلم وحجمه عن المؤلف الموسيقي Hans Zimmer و فريق Trailer Park Filmوتم إعطاؤهم أفكارا أولية ومقدارا ضئيلا من خام الفيلم الفعلي(ما يفسر تلك الاستعانة بالمقاطع الأرشيفية). إلى جانب الـ Voice Over للممثل الرئيس، خارج إطار الصور الديناميكية (لاسيما بدون توجيه الفيلم الإعلاني بكادر التفعيل الحواري).

وعليه تصطف العناصر السينمائية وفقا لما يلي:

عناصر التصميم السردي: الإقتباس، الأحداث التاريخية، القصة الشعرية.

عناصر التصميم المرئي: كفنون التعبير الجسدي(تعابير الخوف والترقب ثم الفرحة)، الأشكال والألوان، الشعارات المتموضعة على البزات، الصواريخ والطائرات، الملابس(المزلاكشة التابعة للسيتنات والبزات وبدلات الفضاء) الإكسسوارات (النظارات، مستحضرات التجميل التابعة للسيتنات، كاميرات التصوير القديمة) المعمار الخاص بقواعد إطلاق الصواريخ.

العناصر اللغوية المنطوقة: الصوت البشري، لغة الموسيقى، الغناء ،الضوضاء والمؤثرات الصوتية الطبيعية.

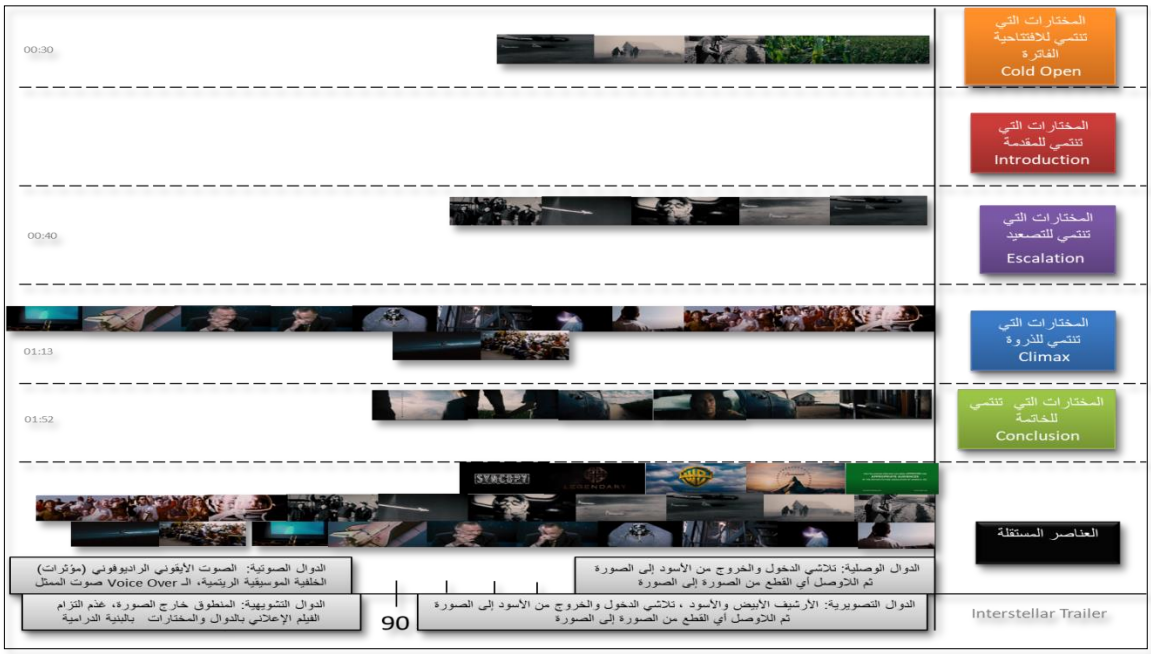
العناصر اللغوية المكتوبة: كل ما يكتب على الشريط السمعي البصري

عناصرالتكوين المشهدي والمونتاج: زوايا التصوير، سلم اللقطات، الرموز الظرفية التي تتمثل في مكان وزمان وقوع الأحداث

العناصر التقنية: المؤثرات البصرية، والمؤثرات الصوتية.

تشريح الفيلم الإعلاني إلى دوال ومختارات وفق البنية الدرامية

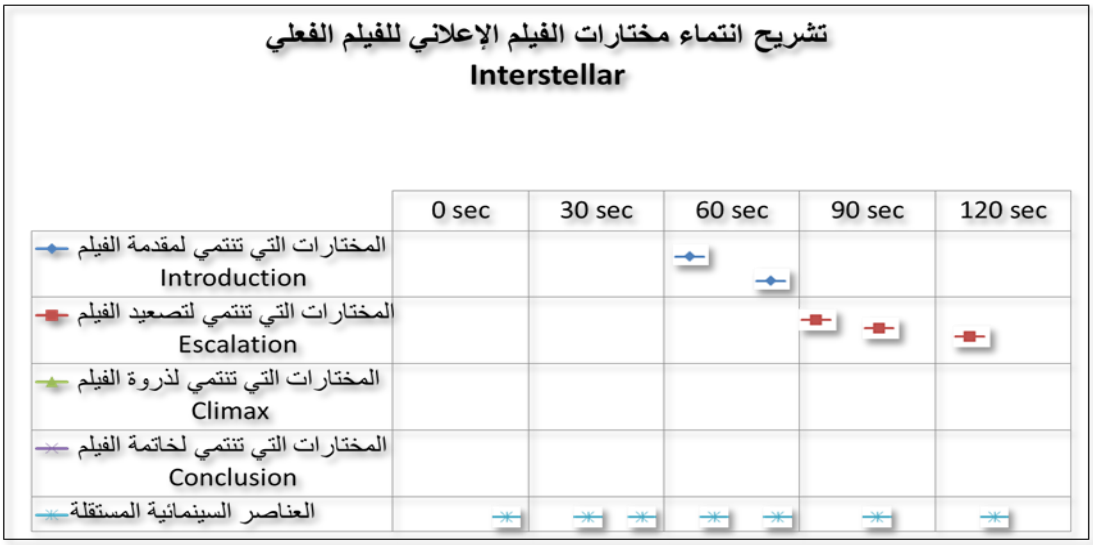
شكل (47): *توزيع المختارات على البنية الدرامية*



المصدر: إعداد شخصي

النموذج المعياري للفيلم الإعلاني

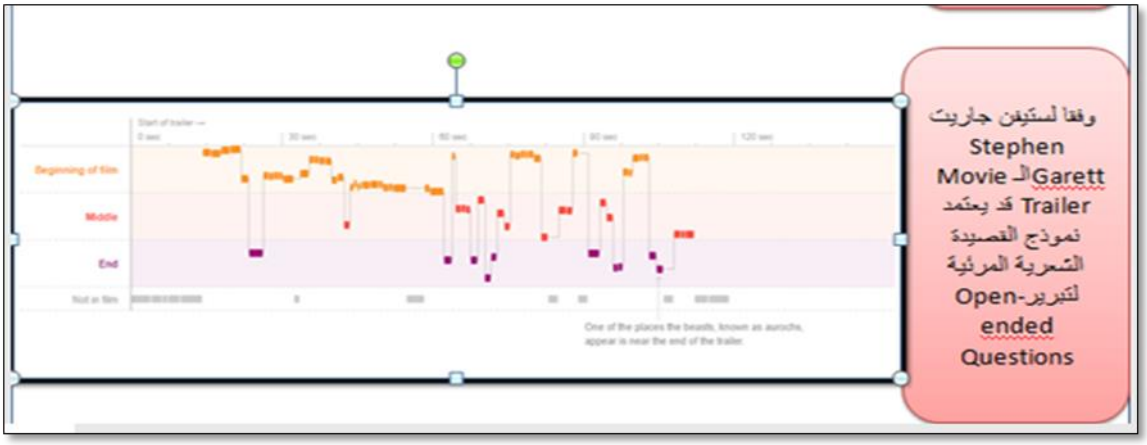
شكل (48): *تشريح انتماء مختارات الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي Interstellar*



المصدر: إعداد شخصي

يتبع الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي Interstellar النموذج المعياري الأول والثاني لستيفن جاريتStephen Garett في عرض المختارات والمستقلات التي تتوافق مع المخططين التاليين:

شكل (49): *يوضح النموذج المعياري الأول لستيفن جاريت Stephen Garett*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(CARTER et al., 2013)

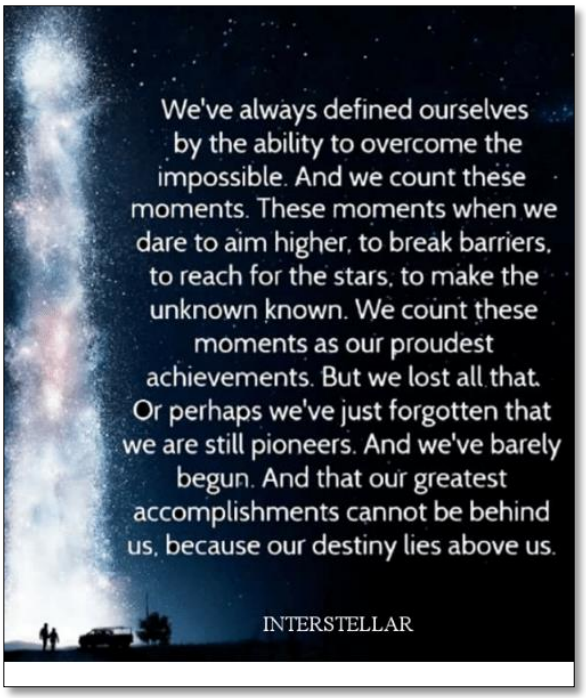
شكل (50): *يوضح النموذج المعياري الثاني لستيفن جاريت Stephen Garett*

المصدر: إعداد شخصي

(CARTER et al., 2013)

حيث، اعتمدت المختارات في الفيلم الإعلاني للفيلم الفعليInterstellar على خلخلة خطاطة الفيلم الفعلي، والخروج عن الترتيب الزمني للمتجاورات والعبث بإبداعية في كرونولوجيا السرد، وذلك بالتركيز على جلب العناصرالمستقلة بنسقية تركيبها وإيحائية البناء(الدوال الصورية الأرشيفية، والدوال الصوتية الخارجة عن الحوار) وفق تجانس نموذجين؛ التشويقي Teaser (ما يفسر طغيان العناصر المستقلة التي لا تمت للفيلم الفعلي بصلة مباشرة) و نموذج القصيدة الشعرية المرئية في عرض الحبكة، والتي أصبحت فيما بعد من أشهر الإقتباسات الـQuotes المعروضة في التريلر.

شكل (51): *يوضح الإقتباس الموظف في التريلر*



المصدر : مقتبس من:

(me.me, n.d)

وأوصاف النجوم (عرض نجم واحد) إلى جانب البنيات الجانبية المحشوة في بنية الفيلم الإعلاني التابعة للخطاب الإشهاري والمتمثلة في:

جدول (23): *يوضح البنيات الجانبية التابعة للخطاب الإشهاري*

المحتوى	البنية
شركات الإنتاج Paramount Warner Bros. Pictures Legendary Pictures (Legendary Entertainment) Syncopy Films	

تاريخ الاطلاق التاريخ غير محدد من خلال الجملة One Year From Now	
مقاطع توضيحية إعادة الإشارة لشركات الإنتاج الكشف عن النجوم في العمل المخرج Christopher Nolan الممثلون Matthew McConaughey Anne Hathaway Jessica Chastain Bill Irwin Ellen Burstyn Michael Caine الكشف عن العنوان Interstellarl	
مقطع توضيحي سيطرح الفيلم في المسارح والـ IMAX	
مقطع توضيحي شاشة خضراء تحوي تنبيه the following preview has been approved for appropriate audiences by the motion picture association of America. INC. تم إنشاء إدارة الإعلانات التابعة لجمعية Motion Picture Association Inc.، (MPA) لمراجعة إعلانات الصور المتحركة والموافقة عليها مع النظام التطوعي لتصنيف الصور المتحركة بواسطة إدارة التصنيف (CARA) ضمن معايير، قواعد ، ومتطلبات. وتهدف إدارة الإعلانات ومراجعتها ضمان ملاءمة الإعلانات لجمهورها المستهدف. مع عدم الكشف عن التصنيف PG-13 في التريلر، وهذا يوضح أن الذي يعرض على المسارح والـ imax موجه لكل الجمهور (كون الذي يقبل على المسارح من المشاهدين سيتم مراقبة سنهم لا محالة، والذين يقتنون الفيلم على الـ imax إما يكونون من الفئات المسموح لها أو الأولياء).	

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(Motion Picture Association, 2020)
(Motion Picture Association, Inc., 2020, p. p. 02-03)

مما سبق، وعلى إثر المخرجات التي نتحت عن التجميع المعلوماتي للبطاقة التقنية التابعة للفيلم الإعلاني والفيلم الفعلي Interstellar ومقارنتها مع التشريح التقني وتوزيع المختارات، حتى يتكشف لنا أن الدوال التصويرية (الأرشيف الأبيض والأسود والملون) من أهم العناصر السينمائية المستقلة وتليها، الدوال الصوتية الصوت الأيقوني الراديوفوني (مؤثرات) الخلفية الموسيقية الريتمية، الـ Voice Over صوت الممثل، من ثم الدوال التشويهية و الدوال الوصلية التي تشكل النسيج الديناميكي المسؤول عن الاختلاف الاخرجي وزعزة خطاطة البنية الدرامية طغيان المستقلات.

المستوى الإرسالي

مخرج الفيلم الفعلي ومبدع الفيلم الإعلاني

سنقف كذلك على الذات التي أبدعت الفيلم الفعلي و الفيلم الإعلاني Interstellar بجميع مرجعياتهما التكوينية، وخلفياتهما الفكرية، ومشاربهما السينمائية والتقنية ولمستهما الإبداعية الأسلوبية، التي تتمظهر وفقا لمايلي:

جدول (24): *يوضح مخرج الفيلم الفعلي و مبدع الفيلم الإعلاني*

مخرج الفيلم الفعلي	مبدع الفيلم الإعلاني
منذ صغره ، كان نولان مهتما بصناعة الأفلام وكان يستخدم كاميرا والده Super-8 لصنع أفلام قصيرة متأثرا بثلاثية حرب النجوم لجورج لوكاس و ديستوبيا ريدلي سكوت. بعد التحاقه بجامعة كوليدج لندن ، حيث درس الأدب الإنجليزي ، بدأ نولان في إخراج مقاطع فيديو تدريبية للشركات الصناعية وفي الوقت نفسه كان يعمل على أول فيلم كامل في (1998). بعدها انتقل هو وزوجته المنتجة إلى هوليوود. جاءت انطلاقة نولان مع فيلم Memento عام 2000 ، وهو فيلم اقتبس من قصة قصيرة كتبها شقيقه جوناثان. وحقق الفيلم نجاحًا نقديًا وشعبيًا وحصل على ترشيح الأخوين نولان لجائزة الأوسكار لأفضل سيناريو أصلي. تابع نولان	يقع المقر الرئيسي لشركة Trailer Park Group في هوليوود بولاية كاليفورنيا ، وهي شركة عالمية رائدة في مجال التسويق الترفيهي ، وتضم العديد من الشركات والعلامات التجارية والممتلكات الإعلامية وامتيازات الأفلام الأكثر شهرة ونجاحًا في العالم بين عملائها. مدفوعة ببيانات الملكية والرؤى والممارسات الإستراتيجية ، تخلق مجموعة ترايلر بارك باستمرار أعمالا إبداعية عبر جميع المساحات الرقمية والاجتماعية والتلفزيونية والمطبوعة والمسرح عبر أقسامها الثلاثة: Trailer Park (AV & Content), Art Machine (Design & Digital), and Mirada (Live Action & Experiential) الموقع الرسمي للوكالة http://www.trailerparkgroup.com 3000-845 (310) contactus@trailerpark.com

فيلم Insomnia عام 2002، وهو فيلم إثارة تدور أحداثه في براري ألاسكا ، والذي قام ببطولته آل باتشينو كمخبر شرطة.

في عام 2003، جندت شركة وارنر براذرز Warner Bros Pictures نولان لتولي جزء من سلسلة باتمان، (وهي الأولى منذ عام 1997)، والذي كان مرتقبا بشدة بطولة كريستيان بيل، مركزا فيه على أصول الأبطال الخارقين والإعدادات المميزة والنغمة التي كانت أكثر قتامة وواقعية من أفلام باتمان السابقة. وقد لقي استحسانًا كبيرًا، وأصبح رائدًا لاتجاه جديد في أفلام الأبطال الخارقين(التحرك نحو الواقعية والابتعاد عن جذور الكتاب الهزلي لهذا النوع)

مشروع نولان التالي كان The Prestige (2006) ،ثم بدأ العمل في فيلم The Dark Knight(الجزء الثاني 2008) كتبه مع شقيقه جوناثان. حيث اعتمدا بشكل أكبر على تمظهر التدهور الأخلاقي في مدينة جوثام الخيالية ، وأعاد إحياء أشرار باتمان الكلاسيكيين مثل الجوكر (الذي جسده هيث ليدجر). أصبح فيلم Dark Knight أحد أكثر الأفلام ربحًا على الإطلاق.

شهد عام 2010 إصدار فيلم Inception لسيناريو كان نولان قد بدأه قبل عقد من الزمن، قام ببطولته ليوناردو دي كابريو كجاسوس شركة يسرق الأسرار عبر تقنية تسمح له بدخول أحلام الناس. يقوم الفيلم بتشغيل هذه الشخصية لتجاوز حدود التكنولوجيا من أجل زرع فكرة في رأس الحالم. كانت البداية بمثابة نجاح تجاري وحاسم آخر، وحصل Nolan على ترشيح لجائزة الأوسكار الثانية لأفضل سيناريو أصلي. كما اختتم سلسلة باتمان الخاصة به The Dark Knight Rises عام 2012. كما ساعد أيضًا في تطوير قصة سوبرمان مان أوف ستيل (2013). ليخلص نولان إلى إصدار فيلم Interstellar

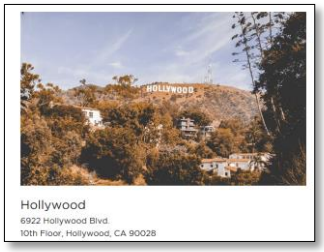
biz@trailerpark.com
careers@trailerpark.com
internships@trailerpark.com

الموقع الجغرافي: لوس أنجلوس، كاليفورنيا

قدرة التوظيف: من 201 إلى 500 مبدع

التأسيس في: 2004

الفروع: هوليوود، كاليفورنيا، لندن، مومباي.



المؤسسون وفريق المبدعين

(نلمح أن التراتبية ليست بتلك الأهمية في الوكالة على الرغم من الحرفية التي تتجلى بوضوح على الموقع الرسمي و الحسابات الرسمية ، النشاطات والفعاليات المعروضة وهذا عكس الوكالة السابقة.)

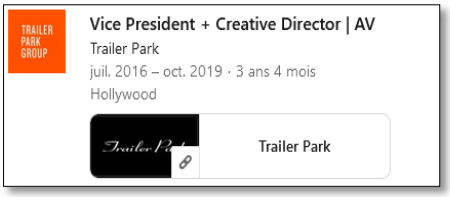
النشاطات ومجالات الإبداع:

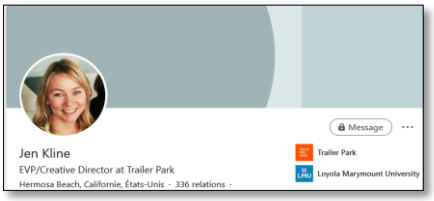
تقدم مجموعة ترايلر بارك Trailer Park Group

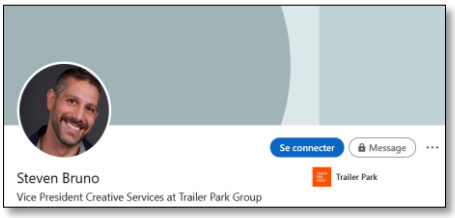
2014، والذي كتبه مع جوناثان. تصور درامي للخيال العلمي عبر جهود مجموعة من العلماء لنقل البشرية من الأرض التي أفسدتها الحروب والمجاعة إلى كوكب آخر عن طريق ثقب دودي. كما يركز فيلمه التالي Dunkirk 2017، الذي كتبه أيضًا، على إخلاء قوات الحلفاء من فرنسا خلال الحرب العالمية الثانية. حازت دراما الحركة على إشادة عالمية وتم ترشيحها لعدد من جوائز الأوسكار.

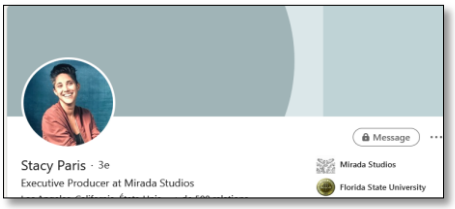
وانطلاقا من ما سبق عرضه، أحدث نولان موجة فكرية حول أسلوبية المخرج وكيف يمكن للمخرج أن يكون له تأثير مسيطر على الجانب الإبداعي للفيلم، والذي قد لا يمكن تحديده بدقة، ولكنه مهم وشيء يشعر به كل من المشاهد والناقد. وهذه الميزة بدأت مع الكتابة لأنه لن يعطيك أحد سيناريو لتوجيهه عندما تبدأ ، لذلك، بدت سمة نولان في تحويل الكتابة إلى السينما أو الكتابة الصورية أو الحبكة المرئية الاستعارية، وقدرته في استغلال المونتاج المتوازي واللتلاعب بالزمن.

وتسخيرا منها للقوة الجماعية وللخبرة الإستراتيجية والإبداعية والإنتاجية عبر المحتوى السمعي البصري AV والتصميم والعمل المباشر والتجريبي. وذلك من خلال، التسويق والإعلان ، الإنتاج ، التحرير، المحتوى المرتبط بعلامة تجارية ، الإستراتيجية الترويجية الرقمية، والاجتماعية، البرامج التلفزيونية، الأفلام ، المطبوعات والترفيه ككل.









نمت العلامة التجارية التي تحمل اسم ترايلر بارك ، من شركة تصميم الإعلانات الفيلية إلى شركة رائدة حائزة على جوائز في مجال التسويق الترفيهي – مسؤولة عن بعض الأفلام الإعلانية الأكثر شهرة عالميًا، والإعلانات التشويقية ، والحملات الرقمية ، والمحتوى ذي العلامات التجارية ، والمحتوى المتخصص ، والمسلسلات، و اكثر. من خلال رؤية إبداعية يقودها التحرير والتوجيه والكتابة والرسومات المتحركة والتأليف الموسيقي وجميع الحرف الرائدة في الصناعة السينمائية.

يضم قسم التصميم في مجموعة ترايلر بارك ، فريقًا موهوبًا للغاية من الرسامين والمصممين والمنتجين والمصورين والكتاب وفناني الرسومات المتحركة وغيرهم ، الذين ينتجون حملات حائزة على جوائز وتجذب الجماهير وتزيد من نسبة المشاهدة والأهم من ذلك إنشاء تجارب غامرة ورائدة تتواصل مع الجماهير على مستوى أعمق من الجذب والربح.

من الاستعراض الذي سبق للوكالة، لفت انتباهنا أن الإعتماد على ميزة الكتابة الإبداعية كأساس يبنى عليه أي عمل أوكل لهم، من أهم أسباب تعامل نولان معهم (التوافق في أساس الإبداع)

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:
(Albert, 2010)
(FEINBERG, 2015)
(Services de publicité, 1994)
(trailerpark, 2010)

يستحسن أن نذكر أنه وعلى هذا المستوى، مبدع الفيلم الإعلاني Trailer Creator، Trailer Maker Trailer Editor في الواقع، يعبر عن مجموعة من المختصين: المركب، المنسق الصوتي، المؤلف الموسيقي، تقني المؤثرات... القائمة تطول أو تقصر حسب متطلبات العمل والقدرة الاستعابية للوكالة (كما وسبق ذكره). أي أن التعامل مع الوكالة التي قد تأخذ دور **مبدع الفيلم الإعلاني**، إذا لم تتوفر مصادر معلومات عن المحررين المبدعين (كما وسبق ذكره)، لأنهم إما أن يتمثلوا في مجموعة، أو إما يتم حجب المعلومات التي تخصهم عن العامة والمنافسين (تفاديا لاستقطابهم من وكالات أخرى)

جدول (25): *يوضح التطبيقات الآدائية لمبدع الفيلم الإعلاني*

	مبدع الفيلم الإعلاني Film Trailer Creator
الإبداعي والخيال الدينامي الحر	في دراسة استقصائية أجريت على وكالة Trailer park (من قبل مجموعة Brain Gain Group الإعلامية ومقرها الكائن في كوبنهاغن التي تضم خبراءا في مجالات الصحافة، الفلسفة، الفن وعلوم التكنولوجيا) أن من أسباب نجاحها كانت؛ الفلسفة الإبداعية التي تنتهجها في المزاوجة بين خيال الطاقم البشري (المتنوع من أكاديميين، فنانين، تقنيين، كتاب، مهندسين ومصممين) للوكالة والإبداع التكنولوجي المادي أو القوة الإبداعية التي تمنحها خوارزميات أجهزة الكمبيوتر أيضا(ارتباط الخيال البشري بالقدرة الإنجازية. لا سيما عندما تنتج الحواسيب عملًا صحفيًا وفنيًا لا ينفصل عن الإبداع البشري). (Trailerpark Festival, 2019) كما خلصلت النتائج أيضا أن للرئيس التنفيذي Rick Eiserman يد في تفعيل هذا النجاح المسؤول عن الرؤية الشاملة للوكالة المبنية على الابتكار والحفاظ على أكبر تركيز لأفضل المواهب الإبداعية في الصناعة السينمائية. فقد شهدت الـ Trailer Park نموًا هائلاً تحت قيادته، مما أهله حسب مجلة CSQ كواحد من أصحاب الرؤى الأكثر إبداعية لعام 2018، وصنفته مجلة Los Angeles Business Journal كواحد من أكثر 500 شخص تأثيرًا في مجال الإعلام والترفيه. وإضافة للرئيس التنفيذي Rick Eiserman (Trailer Park Group, 2010) ، أعزت الدراسة أيضا الفضل الأكبر إلى Matt Brubaker القوة الدافعة وراء الإبداع والخيال العملي للوكالة. شغل منصب الرئيس التنفيذي الثاني والمدير الإبداعي لقسم Trailer Park A/V Division؛ حيث يعتبر Matt أحد أفضل مبدعي الإعلانات الفيلمية، عبر إبداعه العديد من الأعمال الحائزة على جوائز مثل DUNKIRK و BABY DRIVER و INTERSTELLAR و MAD MAX و SUICIDE SQUAD و THE DARK KNIGHT RISES و THE GREAT GATSBY و GODZILLA و OCEAN'S

	.ELEVEN (trailerpark, n.d) واسقاطا للذات العملياتية على الوسم الخيالي الخاص بـ Matt Brubaker ، فإنه من النوع الذي يبرع على مستويين يمكن أن يكونا متناقضين هما؛ الكتابة الإبداعية لتحرير الفيلم الإعلاني و الإشراف على الانتاج. فمن خلال هذه التوليفة استطاع Matt Brubaker أن يتعامل بحرفية مع حجب Christopher Nolan للفيلم الفعلي، واستطاع من جهة أ أن يتفهم نولان من منطلق عملياتي، ومن جهة أخرى أظهر مقدرة إبداعية في استغلال المتاح وغير المتاح من العناصر السينمائية والاستنجاد بالمقاطع الأرشيفية كخطوة تنم عن خيال دينامي يتكيف مع الأزمات ما يجسد تعضيد البرغماتية بالخيال.
التصميمي	صحيح أن مجموعة ترايلر بارك Trailer Park تُعد من الوكالات المتكاملة الخدمات المتخصصة في إنشاء المحتوى والتسويق الترفيهي. كما تدعم عملائها بالاستراتيجيات الترويجية والإبداع وأحدث الخدمات الرقمية. لكنها في سنوات سابقة كانت تابعة لشركة أم، كفرع قبل استقلالها وهي شركة Engine– نمط جديد من الشركات التي تقدم حلول التسويق القائمة على البيانات. والتدعيم بالبيانات، يكون بتوجيه من الخبراء و بالرؤى الإبداعية والمحتويات إلى التوزيع والتكنولوجيا– (apollo, n.d) فيما بعد استقلت Trailer Park مطلع التسعينات، لتتحول مطلع 2021 حاضنة لعديد الوكالات من أهمها : Netflix Entertainment — Lucky Branded Entertainment Marketing & Advertising — ViacomCBS Entertainment حيث يعد كل عنصر في الوكالة منتجًا رقميًا، يوفر هيكلًا ورؤية شاملة لجميع مشاريع العميل، ليتم بعدها تقديم التقارير الأولية عن تحرير الإعلانات الفيلمية إلى نائب الرئيس الأول للشؤون الرقمية والإبداعية، لتقديم الموافقة الأولية، والإنطلاق في العمل عن كثب مع موارد فريق متعدد الوظائف ومتعددة الرؤى لضمان تسليم الحلول في الوقت المحدد ووفقًا للميزانية وفقًا للنطاق المحدد والجدول الزمني والتكلفة. (.Engine, n.d) لذا نوع التصميم الذي تتعامل به ترايلر بارك Trailer Park وفريق وكالة لإبداع الفيلم الإعلاني لتحديد مقدار المدخلات؛ و مختلف العناصر المكونة للفيلم الإعلاني، مع مراعاة اللقطات المتاحة، وانتقاء الموسيقى المحتملة هو التصميم الخارجي Farmig Out، وهو ما يفسر دائما تلك الإجراءات الاحترازية التي توخاها نولان عند تعامله معهم.
الإخراجي	من المهم العودة قليلا للوراء، لنفهم سينموتوغرافية Matt Brubaker التي حددت أسلوبه الإخراجي. مات بروبيكر خريج جامعة University of California, Los Angeles، وحائز على جائزة أفضل سينموتوغرافيا عن فيلمه Catalyst خلال مهرجان الاتحاد السنوي لسينما الطلاب Student Film Festival: Screening & Awards لسنة 2005، وعلما أن الفيلم غير متوفر لا على مستوى الجامعة أو حتى ضمن قائمة الخاصة بالفيلموغرافيا ، إلا أنه تلقى إشادة عليه لاسيما الجانب التحريري (المنتجة) والأسلوب في عرض الأحداث مكثفة ومختصرة في قصة عن رقصة. (Winning Films, 2005) ما يحسم توجهه الخالص نحو ميزتي التكثيف والمنتجة غير الخطية ما رفع حظوظه في

	اكتشاف جوانب القصور لاحقا في إبداع الفيلم الإعلاني. يوضح Brubaker أن الاستوديوهات والوكالات، مثلها مثل صانعي الأفلام الذين توظفهم ، لها أذواق معينة حول الطريقة التي يريدون بها تغليف منتجاتها (نقصد الفيلم الإعلاني). فالبعض من الوكالات تستخدم صيغا محددة لإبداع الفيلم الإعلاني مهما كان جونر الفيلم الفعلي(فالبعض يميل للفكاهة البذيئة، وبعضها يميل للدعاية الآمنة والآخر إلى مقاطع فيديو موسيقية ...). وأضحت هذه الصيغ فيما بعد إلى عوائق إبداع. (CBS News, 2016) لاحقا، يصر مات بروباكر، دائماعندما يتحدث عن إبداع الفيلم الإعلاني، وعن قص وإبداع الأفلام الإعلانية، بوصفه تماما كالإخراج أو الإنتاج أو حتى الكتابة كما هي للفيلم الفعلي. ومن منطلقات اعتقاده وشغفه بطريقة التقطيع غير المألوفة، جعله على رأس قائمة نولان. إن عبارة "التاريخ يعيد نفسه" هي الأساس المناسب الذي يجمع بين كريستوفر نولان ومات بروباكر، فللحصول على فيلم إعلاني من هذا النوع لفيلم فعلي كـ Interstellar يجب تفعيل أسلوب الزخم المتصاعدsnowballing momentum، وهو ما حاول Matt Brubaker تطبيقه بشكل صارم جدًا على الفيلم الإعلاني، حتى يستعين بكثافة من الخبرة المترسبة عند المشاهد وتدفعه إلى خلق طريقة من التأمل الغير المعتادة وذلك في حركة من التفوق على نفسه باستمرار. وهذه الحركة تستوجب الإنفراد بالمخرج وامتصاص طاقة الرؤية الإبداعية أكثر من التركيز على المتاحات من العناصر السينمائية هذا ما أنتج قطع ألغاز صغيرة أعاد تجميعها في أحجية من دقيقتين تقريبا. إذن، استمد Matt Brubake من سينيماتوغرافيا نولان لتصميم الفيلم الإعلاني، عنصرين أساسيين هما المنتجة وسياق الموسيقى للمؤلف Hanz Zimmer المتوائمين مع الـ Flash back (إن صح التعبير عن المقاطع الأرشيفية) والـ Voice Over الإقتباسي: المونتاج الموضوعي Thematic Montage الذي يتيح رؤية صور من الماضي والمستقبل وهي أداة قوية لسرد القصص. والمونتاج العاطفي Emotinal Montage الذي يضرب على وتر العاطفة العميقة للمشاهد. (Lannom, 2021) ما جعل الفيلم الإعلاني Interstellar متفردا وبعيدا عن كل الكليشيهات. بعدها، يعرض التريلر على مؤسسات الرقابة والتصنيف (منها MPAA) ليتم فحصها للجمهور المناسب، وأن تصنيف الفيلم في المقطع الإعلاني يجب أن يتطابق مع تصنيف الفيلم الفعلي الذي يتم عرضه (الخيال العلمي)، إلا أنه وعلى غير العادة لم يتم عرضه في التريلر.

التقني

Runtime	2 hr 49 min (169 min)
Sound Mix	Datasat | Dolby Digital | IMAX 6-Track | Dolby Surround 7.1 | Sonics-DDP (IMAX version)
Color	Color (FotoKem)
Aspect Ratio	1.43 : 1 (IMAX 70 mm: some scenes) 1.90 : 1 (Digital IMAX - some scenes) 2.20 : 1 (70 mm prints) 2.39 : 1 2.39 : 1 (35 mm prints) (Digital)
Camera	Beaumont VistaVision Camera, Leica Lenses IMAX MSM 9802, Hasselblad and Mamiya Lenses Panavision Panaflex Millennium XL2, Panavision C-, D-, E-Series and Ultra Speed Golden Lenses
Laboratory	FotoKem Laboratory, Burbank (CA), USA (also prints)
Film Length	17 114,9 m (49 reels) (IMAX 70 mm) 4 582 m (Spain) 4 630,65 m (8 reels) (35 mm)
Negative Format	35 mm (also horizontal) (Kodak Vision3 50D 5203, Vision3 250D 5207, Vision3 500T 5219) 65 mm (horizontal) (Kodak Vision3 50D 5203, Vision3 250D 5207, Vision3 500T 5219)
Cinematographic Process	Digital Intermediate (4K) (2017 remaster) (4K Blu-ray) IMAX Panavision (anamorphic) VistaVision (some scenes)
Printed Film Format	35 mm (Kodak Vision 2383) 70 mm (also horizontal) (also IMAX DMR blow-up) (Kodak Vision 2383) D-Cinema

تتيح منصة الـ IMDb الحصول على مجمل المعلومات التقنية عن الفيلم الفعلي(كما هو موضح في الشكل) (IMDb, 2014) أما عن الفيلم الإعلاني فلا تتوفر أية معلومة من الوكالة ماعدى ما تداولته منصة Quora عن كيف أن تريلر Interstellar من الأفلام الإعلانية الرائدة في جونر الخيال العلمي التي لم تحوي على الـ CGI (وذلك في اتباع لتوجه نولان الذي يحد من الاستعانة بالمؤثرات والخدع البصرية لمنح السمة الواقعية واللمسة الإنسانية) على الرغم من أن الوكالة تريلر بارك معروفة بالتقنيات الابتكارية التي ظهرت بكثافة عالية تقريبا في الأفلام الإعلانية التي كانت على رأسها.

وعلى هذا، فإن أغلب الصور المرئية في الفيلم الإعلاني Interstellar يمكن تمثيلها بدون CGI، لأن جميعها عبارة عن كيانات مادية بأحجامها الأصلية، ولا حاجة لتصغيرها أو تشويهها أو حتى تصميمها حاسوبيا (الشاشات الخضراء green screen technology). فقد تم رصد صاروخ Saturn V الحقيقي من برنامج Apollo. والهيكل المموج المطابق تمامًا له، ويمكن تمييز مقاطع من فيلم وثائقي عن إحدى عمليات إطلاقه، الذي يبدأ بتشعال المحركات تدريجيا. كما يمكن الحصول على لقطات الإطلاق عالية الدقة من وكالة ناسا NASA أو مؤسسة سميثسونيان Smithsonian Institution. (Karnatak, 2016)

التكنولوجي

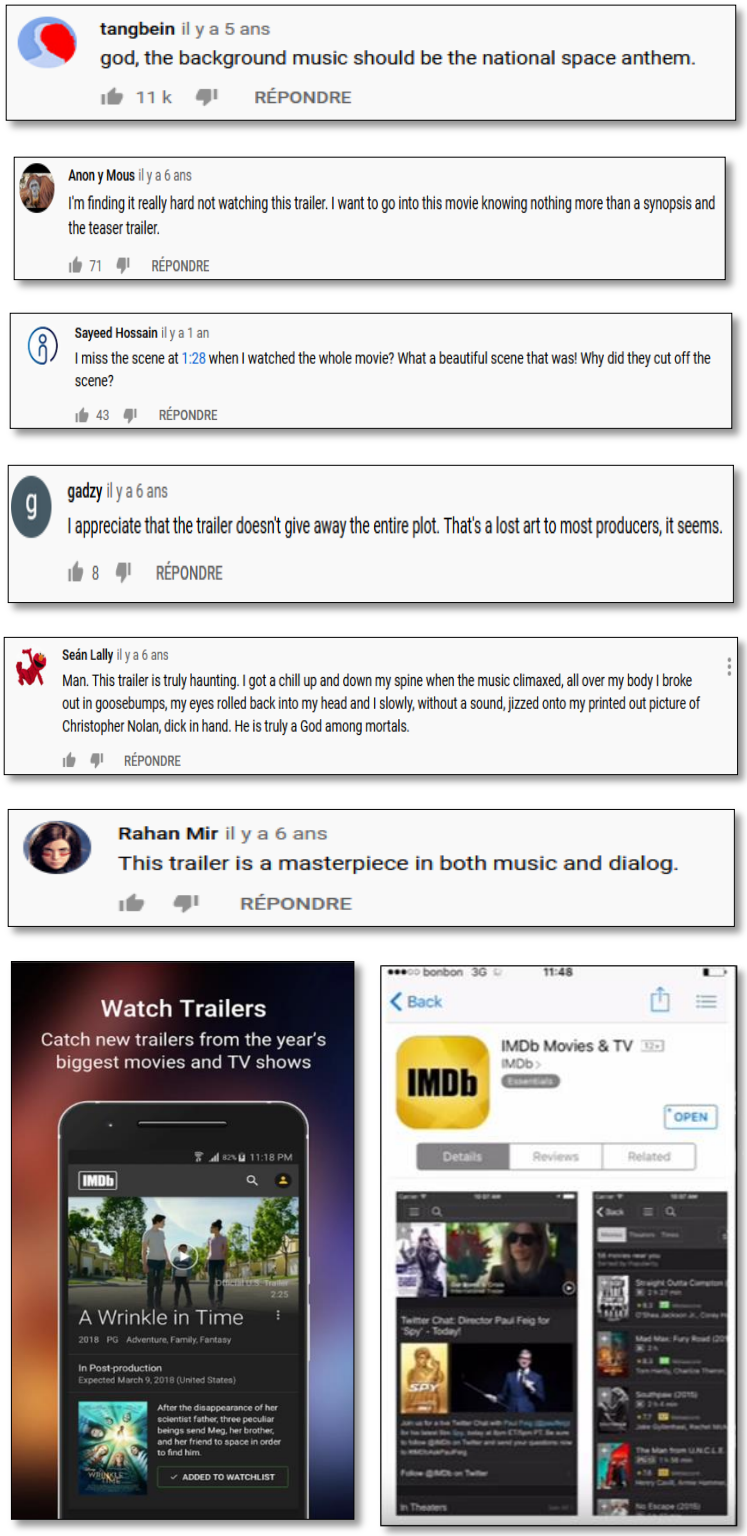
منصة وقاعدة البيانات الفيلمية IMDb، ساهمت في تشكيل بيئة ترفيهية إلكترونية جديدة، لاسيما فيما يخص إتاحة الاختلاف الثقافي والحوار بين مشاهدي التريلر Film Trailer Viewers، فالمنصة تحوي خيار اطلاق مراجعات الـReviews (ليس للمحترفين فقط بل هي مفتوحة على الجميع، يكفي أنه يملك حساب على منصة الـIMDb عن محتوى التريلر والفيلم الفعلي على حد سواء(تَستبق مراجعة محتوى الفيلم بتحذير Warning Spoilers للذين لم يشاهدوا الفيلم وتجنب حرق القصة)، بحيث تعدت الـ 4 427 مراجعة من مختلف الثقافات والجهات الجغرافية. فبعض المراجعات تثني على نزاهة التريلر (الذي جاء موافقا

للتوقعات الترويجية مع الفيلم) والبعض الأخر ينتقد التريلر منفصلا عن الفيلم الفعلي (الجمالية، السينمائية، االمنتجة، والمختارات التحفيز البصري...)

أما عن ميزة الروابط الخارجية الـ external video and Trailer Option، التي توفر 155 external sites رابطا مصنفة إلى: الروابط الرئيسة (4 Official Sites روابط)، مواقع متنوعة (66 Miscellaneous Sites)، الصور الفوتوغرافية (30 Photographs رابط)، مقاطع الفيديوهات والأفلام الإعلانية (55 Video Clips & Trailers رابط)، هذه الأخيرة تحوي رابطين يحيلان على منصة الـ Youtube.

لكن محتواهما غير متطابق مع الوصف، فكلاهما يحيل على#Interstellar
: Interstellar - Trailer - Official Warner Bros. UK

بملاحظة معظم التعليقات التي كانت أخرها منذ 5 سنوات (أي منذ اطلاق أول Interstellar Trailer) صحيح أنها على عكس منصة الـ IMDb لن تخدمنا في رصد ما نصبو إليه، إلا أن بعضها يعبر عن مدى الاختلاف بين الفيلم الإعلاني والفيلم الفعلي من الناحية الإبداعية، وتأثير الموسيقى الخلفية، والبعض الأخر يثني على إبداعية Official Teaser على منصة الـ IMDb أمام Interstellar - Trailer - Official Warner Bros. UK الموجه للمملكة المتحدة على منصة الـ Youtube، حتى أن منهم من انتبه إلى العناصر المستقلة غير الموظفة في الفيلم الفعلي، كما تمت الإشادة بفنية Trailer خاصة في استغلال الإقتباس والموسيقى.



كما استفادت المنصة من توفير التطبيق على أجهزة الهواتف الذكية فمن شاشات الحواسب، الهواتف الذكية وأجهزة iPod، لكنها لا توفر امكانية التعبير البديلة الممكنة، فهي لا تختلف عن المنصة على شاشات الحواسيب أو بالأحرى أقل.

المصدر: إعداد شخصي

الفيلم الإعلاني ما بين نجمي Interstellar Trailer خطاب هجين/ التأسيس للأنماط

جدول (26): *يوضح أن الفيلم الإعلاني الوافد Interstellar Trailer خطاب هجين*

الأبعاد	المؤشرات
الطبيعة الإبلاغية التواصلية الفيلم الإعلاني: ممارسة لأنشطة تواصلية تنتج عن نموذج التفاعل الثقافي	**أصلية العناصر السينمائية (اللغة) في الفيلم الإعلاني** Interstellar Trailer **التي ترتكز على:** **السنن الخالصة بالتعبير السينمائي** codes spécifiques **في الفيلم الإعلاني ما بين نجمي** حسب منصة الـ studiobinder التي اعتمدت الدراسة عليها في التشريح، يتوفر على مستوى الفيلم الإعلاني ما بين نجمي مايلي: يعتمد الفيلم الإعلاني Interstellar على نموذج القصيدة الشعرية المرئية في عرض الحبكة، والتي أماطت الذهول عن عرض المؤثرات البصرية التي تعد رئيسة في الفيلم الفعلي (ونُذكّر أنها مؤثرات حقيقية ليست حاسوبية)، كما و أن الأرشفة يعتمد بشكل كبير التي بدورها أسهمت في إلباس الفيلم الإعلاني إضاءة (الخافتة والمظلمة lighting Low-key) المفعمة بالذكريات والإحالات الخبرية وعمل الكاميرا وحركاتها، وفق الآتي: -حركات الكاميرا: حركة الزوم (الإقترابي) Zoom In Mouvement ، اللقطة الثابتة Static، حركة تلت Tilt ، حركة تراك Tracking ، حركة تتبع موازية Crab، حركة المسح Tilt و المسح العامودي Switch Tilt -التنويعات في اللقطات: لقطة كلوز أب متوسطة MCS، MCU ، اللقطة الواسعة Long Shot / Wide Shot لقطة متوسطة MS، اللقطة الواسعة WS، لقطة كلوز أبCU ، اللقطة التأسيسية ES، لقطة الانسرت أو القطع CS. – يقع الحقل الصوتي في تريلر Interstellar بين المتناغم والخارج عن كادر التفعيل الصوري لاستخدامها البارز الحوار الموسيقي بين الأرغن والبيانو، في توليفة بين الكلاسيكية والموسيقى الدينية بطريقة ما إلى جانب الـ Voice Over للممثل الرئيس، خارج إطار الصور الديناميكية (لاسيما بدون توجيه الفيلم الإعلاني بكادر التفعيل الحواري). – فيما يشمل المونتاج، التركيب والتوليف و التجميع جاء بمُسوغ يكرس السّمة الجمالية المتباطئة بعد الإستفادة من المقاطع الإخبارية المميزة(النوعية) Feature news Films، ليُحدث المونتاج المتباطئ أثرا أوسع من مجرد لصق

	المقاطع الأرشيفية بل ابراز الموضوع بتركيز شديد. كما منح المونتاج المتباطئ طولا للمَشاهد، والتي بدورها تعطي الـ Trailer Maker فرصة كاملة خلال زمنها الطويل للحرية في التعبير فيستطيع أن يخلق فنيّا إعلانا فيلميّا مميزا. – في علامات الإيقاع والنغم (المحددة للصيغ الشرطية Mood) التي تستثمر في ويترائ التباطيء والتركيز البؤري والتي يخلقها كل من التصميم الضوئي واللوني الأرشيفي بين القاتم والبارد في البداية، ثم الألوان الفاقعة المشوشة (ذات جودة منخفضة التي تحيل على حقبة الستينات) وبعدها المختارات التي تطبعها الالوان الباردة كالرمادي والأزرق الفاتح (ذات الجودة العالية) كل هذا لإظهار تسلسل في القفرات الزمكانية، أريد بها كشف الستار عن العواطف الإنسانية كميزة مغايرة تطبعت بها الأفلام الإعلانية التابعة لجونر الخيال العلمي. –من أدوات الربط التي تكشف عن القفزات الزمنية والمكانية، الإيقاع المتباطئ المصحوب على مستوى الدوال الوصلية، بوصلة تلاشي الدخول وتلاشي الخروج من الأسود إلى الصورة ومن ثم من دون أي وصل، أي قطع ودخول من صورة للخروج إلى الصورة الموالية، ، والتي تعد أيقونات دلالية مفتاحية للتعرف عن الفضاء والزمان في الفيلم الإعلاني بين الحقبات والأزمنة . – الحيل والخدع كانت في معظمها خارج التقنية الحاسوبية (نتيجة استخدام النماذج الواقعية، والأرشيف الحقيقي) مع فبركة خفيفة حرفية حين التصوير. كما تمثلت الحيل والخدع أيضا في أن الـ Voice Over المنطوق من طرف الممثل Matthew McConaughey الذي يستثمر في الايقاع المتهادي للصور الديناميكية مع الموسيقى ذات الإيقاع المتكتك (استنساخا لحركة عقارب الساعة)، والمرتبط بوظيفة الإلقاء(إلقاء الاقتباس) المستعينة بالدخيل (عكس Arrival تريلر) جاءت مدعمة للعناصر المستقلة الخارجة عن التقنية الحاسوبية أيضا. يبدو أن السنن الخالصة بالتعبير السينمائي codes spécifiques في الفيلم الإعلاني ما بين النجمي، جاءت خارجة عن حركة الكاميرا و الحوار الصوري مبدئيا، عن طريق الحركة البطيئة والحساسة، التي مكنت (على غرار تريلر الوافد) من التخلص من المفاهيم المسبقة لما يجب أن يبدو عليه الخيال العلمي، بما معناه أن الملاحظ للفيلم الإعلاني في تفسيره للغة السينمائية دون وعي، يتصور التسلسل على النحو التالي: الأحداث التاريخية لتطور الانسانية ارتبطت بتجازو الحروب والمجاعات عبر التوجه إلى العلم، وبالتحديد التنافس للصعود للفضاء، يليها الانغماس في أحداث غير واضحة، بتوجه Matthew McConaughey في شاحنة بعيدا عن منزل ريفي، إلى لقطة صعود صاروخ أمام طفلة وشخص يتمسكات بأيديهما.

أعاد الفيلم الإعلاني ما بين النجمي برمجة وتفكيك الفيلم الفعلي تبعا للأحداث الأرشيفية وما جلبته من أسلوب في تحريك الكاميرا والإضاءة الأرشيفية المستلهمة المتأثرة بحقبات الزمن المعروضة، وتصميم القصيدة المرئية غير المألوفة في جونر الخيال العلمي، وعلى عرض هذه الأحداث التاريخية والتقاطها سينمائيا وتحويلها إلى أيقونة بصريّة، وهذا في عملية تشمل إشراك المشاهدين في التماهي، التحليل والاستنتاج، في استفزاز لذكاء وذاكرة المشاهد التي تفرض عليه تفكيك تشفير الأيقونات البصريّة، ويحاول بنفسه فهمها (التأويل) فكريّا وفلسفيا من خلال ما سيطرحه الفيلم الفعلي مستقبلا (أي بعد العرض) أو ما سيسمح له فضوله في مشاهدة المقاطع الإعلانية التابعة للفيلم والمعروضة على منصة الـIMDb.

أما عن السنن غير الخالصة codes non spécifiques **في الفيلم الإعلاني الوافد مشتركة بين السينما وخطابات أخرى:**

–الموسيقى

تعد الموسيقى عنصرا دخيلا لتصبح أساسية في اللغة السينمائية للفيلم الإعلاني ما بين النجمي، فعلى طوله كانت عنصرا لتحديد الإيقاع السردي، وتوصيف شعرية القصيدة المرئية والتي أُريد مشاركتها مع المتلقي. اعتمدت الموسيقى في خلفية الفيلم الإعلاني ما بين النجمي، على النوع الروحي Spirituel (البارز في الحوار الموسيقي بين الأرغن والبيانو، في توليفة بين الكلاسيكية والموسيقى الدينية بطريقة ما) المغذاة بالتعديل الإلكتروني Electro Classic؛ وهذا الاستخدام للموسيقى الإلكترونية الكلاسيكية جاء لتأثيراتها الصوتية غير العادية في نقل الصوت الحبري Heptapod A المتذبذب.

– النصوص المكتوبة

جاءت النصوص كما أشرنا إليها سابقا تابعة للخطاب الإقناعي الترويجي، في حين أن نسبة توزيعها على طول الفيلم الإعلاني اقتصرت على البداية والنهاية (في تمثل للفيلن القصير) أما السمات الشكلية للخط فقد التصقت بشعارات الشركات المنتجة وتراوحت بين الأبيض، الذهبي، النحاسي والأسود الذي يعرض عنوان الفيلم الفعلي بطريقة الـ 3D و Rotation.

– الأكسيسوارات

أما الأكسيسوارات التي طبعتها توالي الحقبات الزمنية بين الألبسة المدنية التي تتميز بالألوان وبزات الطيارين ورواد الفضاء الباهتة والملفتة أنا فتحولت إلى أيقونة بصريّة... ورفوف الكتب المتسخة بالغبار ، ولعبة الصاروخ الموضوعة على إحداها...وهذا الإهتمام بتمثيل الحقبات هو أن قصة الفيلم الفعلي Interstellar تدور حول الوقت أكثر من المكان.

إذن، **السنن غير الخالصة** codes non spécifiques **في الفيلم الإعلاني ما بين النجمي والمشتركة بين السينما وخطابات أخرى جاءت لتدعم** الحدث

	الدلالي السينمائي المتضمن للعملية الفنية، السردية والدرامية بتناغم مع **السنن الخالصة** ، ذلك التناغم الذي قد يبدو خفيًا في الفيلم الإعلاني، لكنه تجسد في المساحات الزمنية للحقبات والتمثيلالأرشيفي رفقة التناغم الصوتي الذي تحدثه القصيدة الملقاة والموسيقى المتكتكة(تكتكة الساعة) ، وبهذا الانسجام أنشأ الحدث الدرامي السينمائي في الفيلم الإعلاني. ولذلك استأنس الفيلم الإعلاني ما بين النجمي بمدلولات تعبيرية وإيقاعية استندت إلى تناغم الألوان المقترحة فيه، مع التناغم الصوتي المشروط بالإحساس السمعي والتناغم البصري وإحساس العين للمبدع، وثقافته البصرية الجمالية. **تلفظي/أيقوني** ما يُعضد التشكيل العلاماتي للعناصر السينمائية، تظافر السنن الخالصة بالتعبير السينمائي codes spécifiques والسنن غير الخالصة codes non spécifiques في الفيلم الإعلاني ما بين النجمي السابق رصدها واصطفافها ضمن سيرورة بناء المعنى؛ سيرورة امتدت منذ بداية المقطع تضعف شحنة التوقعات أمام تعاقب الحقبات وادماج التوثيقي بالخيالي ما انسحب أيضا على السنن السينمائية و اللاسينمائية التي أفضت إلى لعبة التدليل غير النهائية (حسب مفهوم ج.دريدا التفكيكي)، وذلك خدمة لآليات الإبلاغ والتواصل التي يحملها كل عنصر سينمائي واظطلاعها بدور سيميولوجي من حيث تسريع وإبطاء الحركة وصنع توازن تقني فوق مرجعي أي سينمائية المقاطع الأرشيفية التوثيقية الحقيقية ليس للإيحاء بواقعية الأحداث كما حدث في الوافد وإنما تتجاوز ذلك للتدليل المعلوماتي غير الصريح؛ كبعض المعلومات الخاصة بحيثيات الصواريخ، تقاصيل الرحلات الأولى التاريخية... واستحضار التوثيق في الفيلم الإعلاني لهو أمر يغذي الجدلية بين المرجع والفن أمام عدم قدرة تنبأ المشاهد في مواجهته مع ما يحدث ، ما ينفتح فيها الإيحاء وتعدد التأويلات ما يلبس الصفة السيميولوجية للعناصر السينمائية ؛ أي أن التراكم العلاماتي للعناصر المتضافرة ضمن سيرورة بناء المعنى، مُشكّل للمستويين الأيقوني واللفظي للأنماط السيميوطيقية وللخطاب النوعي البصري والسمعي . الأنماط السيوطيقية المتعددة في الإعلان الفيلمي Pictorial and Multimodal equivalents Modes الصور المتحركة والساكنة moving and static images الألوان الموسيقى الإضاءة الحوار voice-over المؤثرات الصورية والصوتية

	المونتاج وإعادة –المونتاج الملفوظات **استحضار الممارستين الثقافية والاجتماعية** يُظهر الفيلم الإعلاني ما بين نجمي استغلال المبدع للطبيعة الجماعية (المخيال الجمعي) اتجاه الأحداث العالمية الكبرى ومقدرته على تمثيل المفاهيم كالإنسانية المحبة التواصل والمشاركة التي تعمل على الكشف عن رسائل ميتا–فيلمية تمتح من الخلفية الثقافية والاجتماعية التي تؤثر في مضمونه وتلتصق بالخطاب في عملية تشفير الحمولة المعرفية الحاضرة. تحاول البشرية في الفيلم الإعلاني ما بين نجمي فكرة مطاردة احتمالات النجاة المستحيلة منذ القدم (من الحروب، المجاعات، التلوث، انهيار كوكب الأرض...) ومن الفيلم الإعلاني نستشف بأن هناك حلًا كونيًا لإنقاذ النوع البشري (كما هو في المقاطع الأرشيفية) من استنفاد موارد الأرض بسرعة بعد سنوات من الاستهلاك الجشع. ، مما ينتج عنه فيلم يمثل قصة رمزية إيجابية بشكل مدهش حول آفاق البشرية يستخدم مبدع تريلر Interstellar تصورا مرتبطا بإظهار العواطف والمشاعر السابقة اللصيقة بذاكرة الأحداث الأرشيفية –عبر قصة غير واضحة للسفر في الفضاء– ومن خلال هذه العواطف والمشاعر المشاهد يحتفظ بشعور من الوعد والنصر الذي لا يقدر بثمن. لا يخجل مبدع تريلر Interstellar من تصوير وجهات نظر غير متوافقة مع معايير جونر الخيال العلمي. في كثير من الأحيان ، تكون هذه التعبيرات المتضاربة متعاطفة إلى حد ما أيضًا. علاوة على ذلك، فإن مبدع تريلر Interstellar الجماهير يترك برسالة دافئة من الأمل إلى جانب المسؤولية الثقيلة (هل السفر إلى الفضاء سيأتي لنا بحل؟). وعليه لا يدور الفيلم الإعلاني Interstellar حول أهمية استكشاف الفضاء بل يدور حول محاولة قياس المشاعر الإنسانية ، بعيدًا عن كونها مجرد منفعة اجتماعية ، فهي كالوقت أو الجاذبية.

المصدر: إعداد شخصي

الملمح الأول

شكل (52): *التمثل الأول من المستوى التأسيسي للخطاب الإبداعي الخاص بالفيلم الإعلاني Interstellar*

المصدر: إعداد شخصي

ج.الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي The Martian

ملخص الفيلم الفعلي Synopsis

في وقت قريب من حاضرنا، نشهد هبوط المكوك آريس الثالث Ares III ، على موقع أسيداليا بلانيتياAcidalia Planitia ، أين يقوم طاقم هيرميس الذي يتكون ؛ من القائدة ميليسا لويس (جيسيكا شاستين) وعالم النبات مارك واتني (مات ديمون) وعبقري تكنولوجيا المعلومات بيث جوهانسن (كيت مارا) والطيار ريك مارتينيز (مايكل بينا) وجراح الطيران كريس بيك (سيباستيان ستان) والملاح والكيميائي أليكس فوجيل (أكسل هيني) ؛ بجمع العينات من على سطح المريخ قبل الدخول مرة أخرى إلى مرفق معيشتهم، لكن عاصفة من الرياح العاتية دفعت القائد لويس إلى إصدار أمر بإجهاض المهمة. وفي هذه الأثناء ينكسر طبق الأقمار الصناعية ويضرب واتني ويضيع وسط العاصفة ويختفي نتيجة للرؤية الضعيفة، ليعود الطاقم إلى مركبة الصعود بدون واتني وينطلقون إلى الأرض.

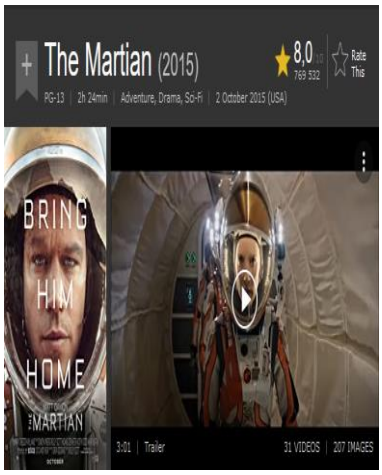
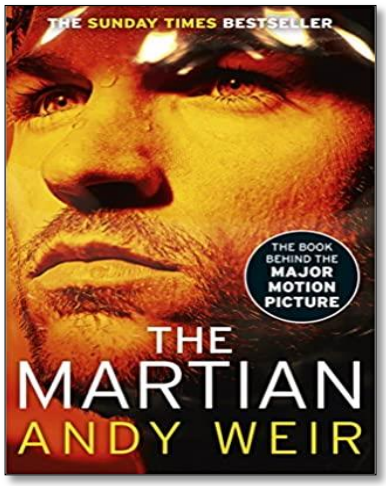
يستيقظ واتني على المريخ بعد مرور العاصفة في وضعية صعبة، مع نفاذ الأكسجين الخاص به بسرعة، محاولا شق طريقه عائداً إلى المحطة. ليقرر تحديد الموقف - بعد تعافيه - عبر تسجيل فيديو ليصرح أنه على قيد الحياة . ليتم رصد الصور منخفضة الدقة التي التقطت عبر الأقمار الصناعية من طرف ناسا أنه تم تنظيف الألواح الشمسية وانتقال المركبة الجوالة، لتظهر لهم أن واتني لا يزال على قيد الحياة.

في وكالة ناسا في هيوستن ، تكساس ، عاد ساندرز لتوه من حفل تأبين لمارك واتني ، حيث تحدث عن تفاني واتني في الاستكشاف. تحدث مدير بعثة المريخ فينسينت كابور (شيويتل إيجيوفور) إلى ساندرز حول الحصول على وقت القمر الصناعي لتحديد موقع جثة واتني. يرفض ساندرز على أساس أن قنوات الأقمار الصناعية علنية وأن بث صور جثة واتني سيكون كارثة سياسية وميزانية لوكالة ناسا. لاحقًا ، تلتقي المهندسة ميندي بارك (ماكنزي ديفيس) مع كابور بعد أن اكتشفت دليلًا على وجود نشاط في صور الأقمار الصناعية لموقع أريس 3 (يبدو أن الصور منخفضة الدقة التقطت في رحلة روتينية): تم تنظيف الألواح الشمسية والمركبة الجوالة انتقل. يجلبون ساندرز ومديرة العلاقات الإعلامية آني مونتروز (كريستين ويج) لتظهر لهم أن واتني لا يزال على قيد الحياة.

أصبحت قصة واتني ضجة كبيرة في جميع أنحاء العالم، و يتم تسجيل اتصالاته مع وكالة ناسا ، وبناءً على طلب من مديرة العلاقات العامة آني مونتروز ، استخدمت كاميرا باثفايندر لالتقاط صور سيلفي له في الفضاء.. لتبدأ الأمور في التعقيد مع مرور الوقت ونفاذ المؤونة... وانتظار فرقة الإنقاذ لجلب الإمدادات مع ترقب ومراقبة ناسا وبقية العالم.(IMDb, 2015)

تشريح العناصر السينمائية للفيلم الإعلاني The Martian

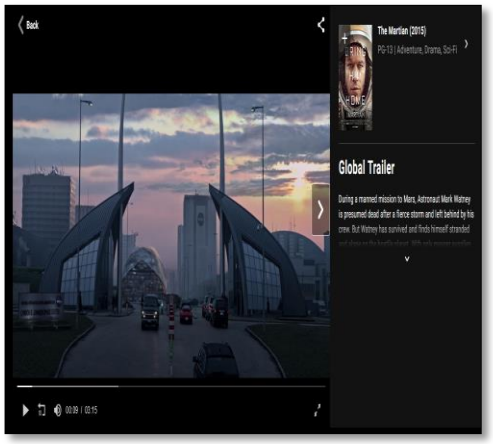
جدول (25): *يوضح البطاقة التقنية لفيلم المريخي على منصة الـ IMDb*

فيلم المريخي على منصة الـ IMDb	واجهة الفيلم الإعلاني على منصة الـ IMDb
العنوان : Seul Sur Mars The Martian (original title) سنة الإنتاج : 2015 زمن الفيلم : 2h 24min تقييم: 10/8 بلد الإنتاج: الولايات المتحدة الأمريكية USA الموسيقى Harry Gregson-Williams مدير التصوير والسينماتوغرافيا Dariusz Wolski المونتاج Pietro Scalia الإنتاج (line producer Hungary)Howard Ellis إخراج: Ridley Scott القصة: Andy Weir The Martian: Stranded on Mars, one astronaut fights to survive سيناريو: Drew Goddard جونر الفيلم : Adventure, Drama, Sci-Fi الجوائز : على الرغم من الترشيحات الكثير في الأوسكار، لم ينل فيلم المريخي ولا جائزة لكن نال جائزتي في حفل Golden Globes 2016 USA ، عن فئتي أحسن فيلم موسيقي كوميدي(ويعتبر ترشحا وفوزا غير مألوف لفئة في ظاهرها لا تمت بصلة للجونر الذي ينتمي إليه) Musical Best Motion Picture - Comedy or وأفضل ممثل للفئة نفسها Best Performance by an Actor in a Motion Picture - Comedy or Musical Matt Damon وجائزة الفنون الإبداعية لثلاثيات الأبعاد 3D Creative Arts Awards 2016 Winner Lumiere Award Best Stereography - Live Action Gareth Daley Twentieth Century Fox Best Use of Native 3D Twentieth Century Fox	 

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(amazon, 2014)
(IMDb, 2015)

جدول (26): *يوضح البطاقة التقنية للفيلم الإعلاني المريخي على منصة الـ IMDb*

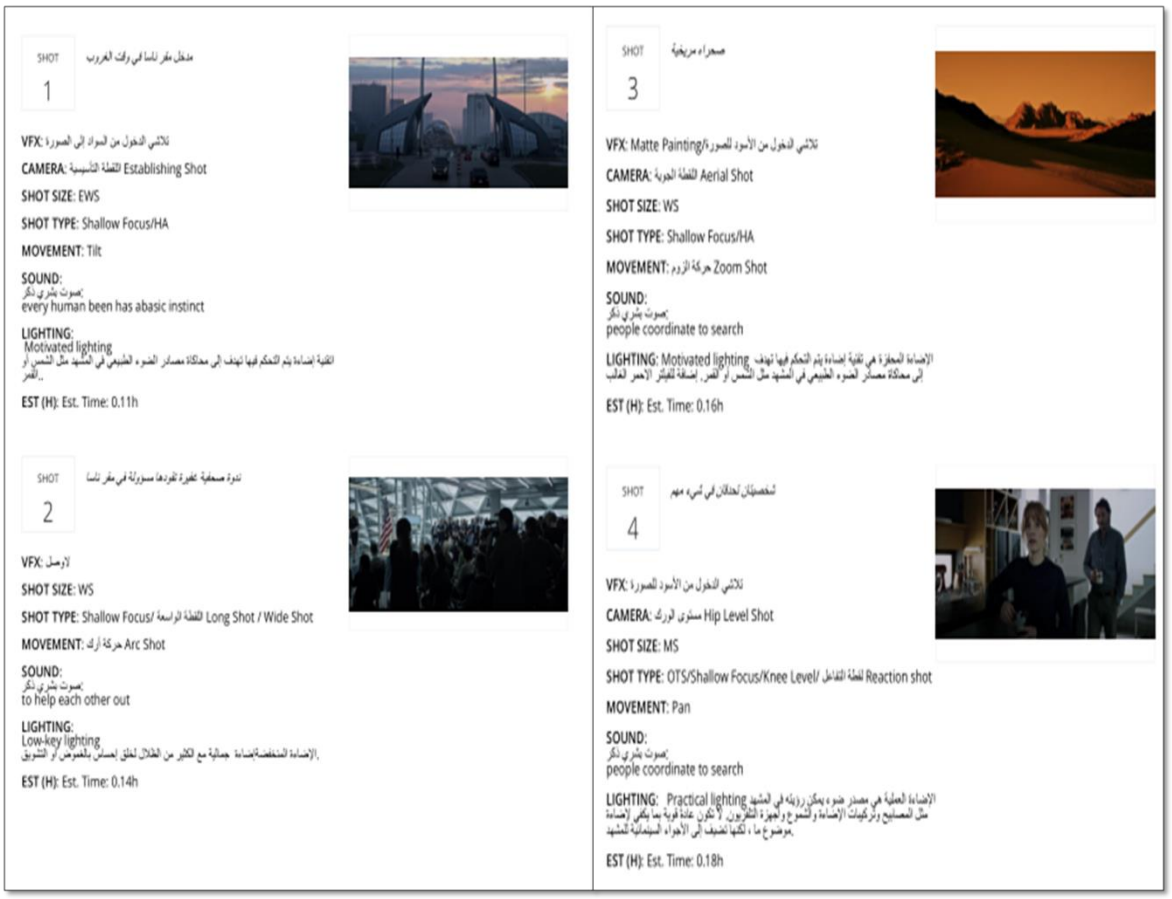
الفيلم الإعلاني	الواجهة على منصة الـ IMDb
العنوان Global Trailer زمن الفيلم الإعلاني 03:15 الوكالة المنتجة Twentieth Century Fox Giaranamo Productions القائمين على الوكالة رون أوربـاخ Ron Auerbach هو مالك شركة Giaronomo Productions جو جريسفو Joe Graceffo العضو المنتدب في شركة Giaronomo Productions Lyndsay Steuber Norman ليندزي ستابور نورمان نائب الرئيس الأول في شركة Giaronomo قسم المنتجة Editing Department مايك كلانسي Mike Clancey Video Editor / Producer at Giaronomo المدير التنفيذي / المخرج الإبداعي أورلانـدو روتونـدو Orlando Rotundo المـدير الإبداعي في شركة Giaronomo Productions **قسم الموسيقى** Music Department Trailer composer agent Carolynne Wyper مؤلف موسيقى التريلر Composer trailer music Andrew Prahlow Salvador Casais Joshua Fielstra Nicolas Felix موسيقى التريلر Dean Valentine الجوائز 2016 Golden Trailer أفضل دراما Best Drama تونتيز سانتوري فوكس Twentieth Century Fox جياراناموللإنتاجائز Giaronomo Productions	

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(giaronomo, 2020)

(IMDb, 2015)
(zoominfo, 2014)
(Lyndsay Steuber,n.d)

شكل (53): *يوضح التشريح التقني لفيلم المريخي على منصة الـ IMDb*



SHOT 5

شخصية أخرى تحدق بقلق

VFX: لا وصل

CAMERA: زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: لقطة كلوز أب Close Up Shot CU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level/

MOVEMENT: حركة الزوم Zoom Shot

SOUND: موسيقى حالقة بيانو

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.2h

SHOT 6

شخصية أخرى في وضعية أخرى تحدق بقلق

VFX: لا وصل

CAMERA: زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: لقطة كلوز أب Close Up Shot CU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
موسيقى حالقة بيانو
صوت بشري ذكر
if an earthquake hits a city

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.21h

SHOT 7

صحراء مريخية للتوسطها لقاعدة حياة

VFX: تلاشي الدخول من الأسود للصورة

SHOT TYPE: HA

SOUND: موسيقى متصاعدة

LIGHTING: Motivated lighting الإضاءة المحفزة هي تقنية إضاءة يتم التحكم فيها تهدف إلى محاكاة مصادر الضوء الطبيعي في المشهد مثل الشمس أو القمر. إضافة للفلتر الأحمر الداكن

EST (H): Est. Time: 0.24h

SHOT 8

شخصية أخرى في وضعية أخرى تحدق بقلق

VFX: تلاشي الدخول من الصورة إلى لصورة

CAMERA: CAM A/ زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: لقطة كلوز أب Close Up Shot CU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

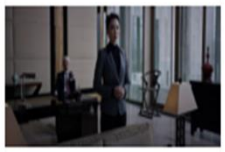
SOUND:
موسيقى متصاعدة
صوت بشري ذكر
send emergency suplies

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.27h

SHOT 9

شخصية أخرى في وضعية أخرى تحدق بقلق



VFX: تلاشي الدخول من الصورة إلى لصورة

CAMERA: زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: لقطة متوسطة Medium Shot

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Shallow Focus/Hip Level

MOVEMENT: Pan

SOUND:
موسيقى متصاعدة

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.27h

SHOT 1

شخصية أخرى تحدق مطبقة بدنيها

VFX: لا وصل

CAMERA: زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: لقطة كلوز أب Close Up Shot CU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
صوت بشري ذكر
the culture...

LIGHTING:

الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل Practical lighting/
المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.3h

SHOT 2

عرفة معيشة للتوسطها شاشة للقرية لعرض أخبار عن رحلة إلى المريخ من خلال مقدمة أخبار

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: مستوى الأرض Ground Level Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Shallow Focus/Ground Level

MOVEMENT: Pan

SOUND:
تصاعد الخلفية الموسيقية بشكل ملحوظ
صوت بشري ذكر
without exception

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.32h

SHOT 3

الكوكب الأحمر يظهر تدريجيا

VFX: Motion Graphics/Matte Painting/Composite/تلاشي الدخول من الصورة إلى الصورة

CAMERA: اللقطة الجوية Aerial Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Shallow Focus/HA

MOVEMENT: حركة الزوم Zoom Shot

SOUND: تصاعد مدوي للموسيقى

LIGHTING: Backlighting تضيء الإضاءة الجانبية الهدف من الجانب وتركز على ملامح للحصول على تأثير درامي عالي التباين

EST (H): Est. Time: 0.36h

SHOT 4

طاقم الرحلة إلى المريخ يبدو قلقا من الظلمات المنخفية

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الورك Hip Level Shot

SHOT SIZE: MS

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Hip Level

MOVEMENT: Static

SOUND: موسيقى ريتمية إيقاعية متصاعدة

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكنرؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.44h

SHOT 5

ملك ذابيل يلرح رأسه محدقا بالمثل الكهربائي

VFX: لا وصل

CAMERA: زاوية مستوى العين Eye Level Shot

SHOT SIZE: لقطة كلوز أب Close Up Shot CU

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
موسيقى في الخلفية
ضوضاء وموثرات صوتية

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.45h

SHOT 6

طاقم الرحلة منقوصون من راكب يستعدون للإقلاع

VFX: Composite/لا وصل

CAMERA: الزاوية فوق الرأس/نظرة الطائر Birds-Eye-View Shot / Overhead Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Shallow Focus/HA

MOVEMENT: Static

SOUND:
ضوضاء العاصفة
صوت بشري ذكر
and we have no choice but to abort the mission

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.49h

SHOT 7

انطلاق المكوك بسرعة من الكوكب الأحمر

VFX: Motion Graphics/Matte Painting/Composite/لا وصل

CAMERA: اللقطة الجوية Aerial Shot / Drone Shot / Helicopter Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Shallow Focus/HA

MOVEMENT: Static

SOUND:
مؤثرات صوتية لانطلاق المكوك بسرعة
الموسيقى الصاخبة

LIGHTING: High-key lighting الإضاءة عالية المستوى هي إضاءة جمالية مع عدم وجود ظلال وسطوع شديد ، مما يحد من التعرض المتوهج سترى عادة إضاءة عالية المستوى في مسلسل تلفزيوني أو فيديو موسيقي أو إعلان تجاري.

EST (H): Est. Time: 0.52h

SHOT 8

شخصية تراس مؤشرا في مقر الناسا

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: لقطة متوسطة Medium Shot

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Shoulder Level

MOVEMENT: Pan

SOUND:
للشخصية تصرح
astronaut mark watney was killed

LIGHTING: Practical lighting الإضاءة العملية هي مصدر ضوء يمكن رؤيته في المشهد مثل المصابيح وتركيبات الإضاءة والشموع وأجهزة التلفزيون. لا تكون عادة قوية بما يكفي لإضاءة موضوع ما ، لكنها تضيف إلى الأجواء السينمائية للمشهد.

EST (H): Est. Time: 0.59h

SHOT 9

MARK WATNEY على كثب رمثي بتواجد

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: مستوى الأرض Ground Level Shot

SHOT SIZE: WS

SHOT TYPE: Shallow Focus/Ground Level

MOVEMENT: Pan

SOUND:
مؤثر صوتي صاخب
موسيقى حادة

LIGHTING: Low-key lighting الإضاءة المنخفضة هي جمالية إضاءة مع الكثير من الظلال لخلق إحساس بالغموض أو التشويق إضافة للنبرة الزرقاء الأحمر

EST (H): Est. Time: 1.02h

SHOT 10

MARK WATNEY في البزة على الكتف الرمثي

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الأرض Ground Level Shot

SHOT SIZE: لقطة التفاعل Reaction shot

SHOT TYPE: Rack Focus/Ground Level

MOVEMENT: Pan

SOUND:
موسيقى حادة
صوت هاتف وتنفس mark watney

LIGHTING: Low-key lighting الإضاءة المنخفضة هي جمالية إضاءة مع الكثير من الظلال لخلق إحساس بالغموض أو التشويق إضافة للنبرة الزرقاء الأحمر

EST (H): Est. Time: 1.03h

SHOT 1

MARK WATNEY في تسجيل يصرح أنه ظل قيد الحياة رغم في حالم مزرية

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: CAM B/ مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: لقطة متوسطة Medium Shot

SHOT TYPE: Over-The-Hip/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
صوت Mark Watney
and im still alive abviously

LIGHTING: Bounce lighting الإضاءة المرتدة هي تقنية يرتد فيها الضوء من مصدر قوي نحو المعلم بعكس يخفف الضوء ويبشره.

EST (H): Est. Time: 1.15h

SHOT 2

أحد أفراد الطاقم

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: لقطة متوسطة Medium Shot

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: حركة الزوم Zoom Shot

SOUND:
الموسيقى الخلفية هادئة نوعا ما
صوت بشري ذكر
and no way to contact nasa or my crew mates

LIGHTING: Low-key lighting الإضاءة المنخفضة هي جمالية إضاءة مع الكثير من الظلال لخلق إحساس بالغموض أو التشويق.

EST (H): Est. Time: 1.22h

SHOT 3

MARK WATNEY في تسجيل يصرح بموقفه

الكوكب

VFX: تلاشي الدخول من الأسود إلى الصورة

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: لقطة متوسطة Medium Shot

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND:
صوت Mark Watney
and i'm have designed last 31 days

LIGHTING: Bounce lighting الإضاءة المرتدة هي تقنية يرتد فيها الضوء من مصدر قوي نحو المعلم بعكس يخفف الضوء ويبشره.

EST (H): Est. Time: 1.2h

SHOT 4

MARK WATNEY رافعا يداه فرحا

VFX: لا وصل

CAMERA: مستوى الكتف Shoulder-Level Shot

SHOT SIZE: لقطة متوسطة Medium Shot

SHOT TYPE: OTS/Shallow Focus/Shoulder Level

MOVEMENT: Static

SOUND: صيحة فرح وانتصار مع الموسيقى المتصاعدة بصدر mark watney

LIGHTING: Bounce lighting الإضاءة المرتدة هي تقنية يرتد فيها الضوء من مصدر قوي نحو المعلم بعكس يخفف الضوء ويبشره.

EST (H): Est. Time: 2.07h

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(StudioBinder Inc., 2020)

إذن، في ضوء استحضار العناصر السينمائية، والدوال(الدوال التصويرية، الضوئية، الوصلية، التشويهية و الصوتية) وخاصة اللغة السينمائية (أنواع اللقطات السينمائية، زوايا الكاميرا وحركة الكاميرا والكادرات الأنسب لكل مشهد)، أصبح الآن ومن البديهي أننا على مستوى الخطاطة التشريحية التقنية لتريلر The Martian، أمام بنية فيلمية واضحة (قياسا على التمثيل في الفيلين الإعلانيين السابقين).

ولكن امتطاء هذه الدوال للمختارات والمستقلات على مستوى الفيلم الإعلاني، جاء بنكهة غياب مواطن الإبداع.

فعلى مستوى الدوال التصويرية، نرصد ذلك التركيز للقطة المتوسطة Medium Shot وتوظيفها المكثف في البنية التشريحية لتريلر The Martian، صحيح أنه مماثل لذلك الطغيان فيما سبقه من تريلر Arrival و Interstellar إلا أنه ممل؛ حيث أن جُلّ ما تعبرعنه هذه اللقطات هي استعراض الممثلين وخاصة Matt Damon، وصحيح أنها وُظفت لإيصال المشاعر، إلا أن طغيانها على طول التريلر أفقدها بريق التوظيف وأكسبها الاطناب والتكرار وفي الأخير الممل، من الكشف عن الممثلين في سلسلة من اللقطات المتطابقة والمسترسلة (سقوط الإبداع)، رغم رصد لقطات Long Shot/Wide Shot التي عبرت عن الكينونات الفضائية في عرض الكوكب الأحمر، المكوك آريس الثالث Ares III، ومشاهد إطلاق الصواريخ للفضاء الخارجي، وكالة ناسا (في استخدام صارخ للقنيات الحاسوبية) ما أحدث تفعيلا للتشويق وديناميكية وحركية للتريلر.

فيما يخص الدوال الضوئية، فجاءت تجسد التمظهر المريخي الفضائي الغامض، الناجم عن استخدام الثيمة اللونية الحمراء، الزرقاء والقاتمة وامكاناتها التعبيرية في وضع المشاهد ذهنيا في زمكان(الإعلام والإخبار) التريلر والفيلم الفعلي مع الجمالية التي تنبع من خيالية مبدع التريلر ومدى تأثيرها على المشاهد. كما نستطيع أن نرصد الإضاءة العملية Lighting Practical والإضاءة المنخفضة Lighting Low-Key التابعة لثيمة الفيلم الفعلي اللونية الخافتة والهادئة إلى حد ما في عرض الأحداث .

بالنسبة للدوال التشويهية تتمثل في المنطوق خارج الصورة، أي أن الـ Voice Over الذي يتمثل في صوت الممثل Matt Damon (الصوت الأيقوني الإقتباسي) الذي يستثمر في الايقاع المتسلسل والمكثف للقطات مع الموسيقى ذات الإيقاع المتصاعد ، كما يتخللها مقاطع حيث يتوجه Matt Damon، Jessica Chastain و Jeff Daniels بوضعية أو لقطة وجهة النظر الـ لقطة وجهة النظر POV Point-of-View Shot؛ هذه اللقطة تأخذ وجهة نظر الشخص الأول (الممثل) وتسمح لنا برؤية العالم أو العمل من خلال ما يقوله، ويمكننا في معرفة ماهو آتٍ (شعبان, 2021) (وهو ما يتعارض مع معيارية الفيلم الإعلاني والفيلم القصير)، ومن تتبع الإنغماس معه في القصة.

أما عن عدم التزام الفيلم الإعلاني بترتيب الدوال والمختارات وفق البنية الدرامية للفيلم الفعلي، فقد نتج عن تناثر المختارات التي تنتمي لتصعيد الفيلم الفعلي على طول التريلر، وهو في الحقيقة ليس خلخلة ولا تشويها(حسب المفهوم الإبداعي) وإنما توزيعا غير نظاميّا بما أن المختارات التابعة للمقدمة، الذروة، الخاتمة والمستقلة (التي في أغلبها حشوا إشهاريّا) أتت متوافقة مع البنية السردية للفيلم الفعلي.

تم الكشف على مستوى الدوال الوصلية، عن وصلة تلاشي الدخول وتلاشي الخروج من الأسود إلى الصورة ومن ثم من دون أي وصل، أي قطع ودخول من صورة للخروج إلى الصورة الموالية، قد يترائ أنه من نتائج المونتاج المتتابع السريع وهو كذلك، الذي جاء بمُسوغ يكرس التكثيف بالكشف عن الكثير من أجل الإيضاح بعد الإبهام لتقرير وتمكين المعنى في ذهن المشاهد، لكن قد يفقدها زمنا ثمينا من زمن الشاشة، إضافة إلى ما تؤدي إليه من إصابة المشاهد بالملل.

ننتهي إلى الدوال الصوتية، التي عمدت إلى الموسيقى التي تتوج عادة جونر أفلام الأكشن والحركة في استحضار لديناميكية اللقطات في توليفة بين الإيقاعي والإلكتروني، والأهم من ذلك الضوضاء(في تمثيل العاصفة المريخية الحدث الأبرز في تحويل الرحلة العلمية إلى صراع بقاء) المعدلة حاسوبيا. إلى جانب الـVoice Ove للممثل الرئيس، خارج إطار الصور الديناميكية (لاسيما بدون توجيه الفيلم الإعلاني بكادر التفعيل الحواري إلا في بعض المواضع).

وعليه تصطف العناصر السينمائية وفقا لما يلي:

عناصر التصميم السردي: البنية الدرامية غيرالواضحة (تبعا للنموذج غير المحدد)، الإقتباس.

عناصر التصميم المرئي: كفنون التعبير الجسدي(تعابير الخوف والترقب ثم الفرحة لـ Damon Matt والممثلون الأخرون)، الأشكال والألوان، الشعارات المتموضعة على البزات(التابعة لوكالة Nasa الفضائية)، الصواريخ، المكوك وقاعدة الحياة على المريخ والقاعدة الفضائية، الإكسسوارات الخاصة بالعيش على الفضاء(النظارات، علب الأدوية، الأغطية...) المعمار الخاص بقواعد إطلاق الصواريخ ووكالة Nasa الفضائية، المشتلات على المريخ.

العناصر اللغوية المنطوقة: الصوت البشري، لغة الموسيقى ،الضوضاء والمؤثرات الصوتية الطبيعية.

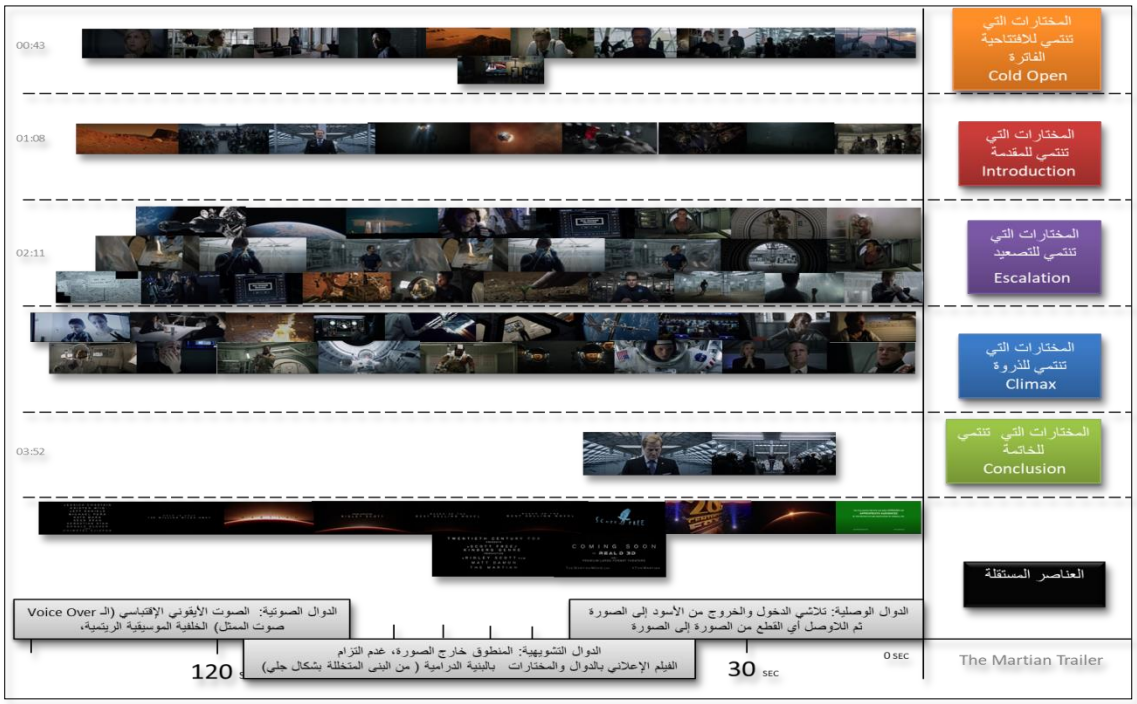
العناصر اللغوية المكتوبة: كل ما كتب على الشريط السمعي البصري.

عناصرالتكوين المشهدي والمونتاج: زوايا التصوير، سلم اللقطات، الرموز الظرفية التي تتمثل في مكان وزمان وقوع الأحداث.

العناصر التقنية: المؤثرات البصرية، والمؤثرات الصوتية.

تشريح الفيلم الإعلاني إلى دوال ومختارات وفق البنية الدرامية

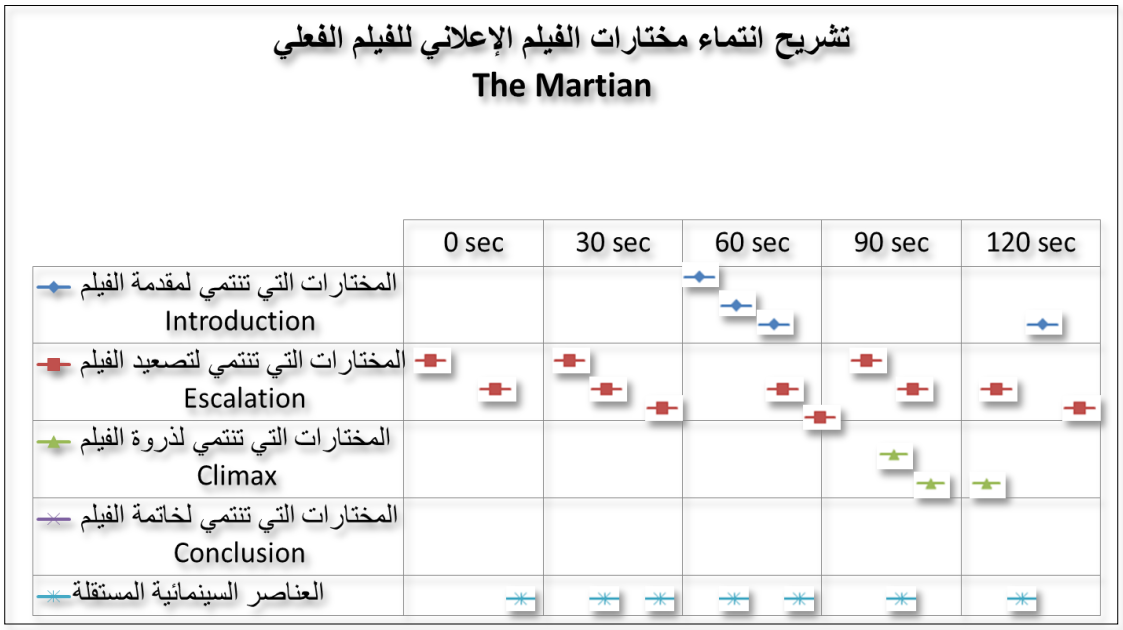
شكل (54): توزيع المختارات على البنية الدرامية



المصدر: إعداد شخصي

النموذج المعياري للفيلم الإعلاني

شكل (55): *تشريح انتماء مختارات الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي The Martian*



المصدر: إعداد شخصي

وعلى غير العادة، لم يتبع الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي The Martian أي نموذج معياري مُحدد، بل أخذ ملامحه من تلاقح ثلاثة نماذج؛ الأول عبر استخدام المقاطع العديدة (وذلك مقارنة بالزمن الذي يستغرقه الفيلم الإعلاني ``3.15`` مقارنة بالإعلانين السابقين) التي تسمح بتسريب الكثير من محتوى الفيلم الفعلي، كما استعان النموذج المعياري الأول لستيفن جاريتStephen Garett في عرضه للاقتباس أو القصيدة (على طريقة الـ Voice Over من أداء الممثل الرئيس Damon Matt)، أخيرا النموذج المعياري الثاني لستيفن جاريتStephen Garett في خروجه عن الترتيب الزمني للمختارات والمستقلات وفق المخططات التالية:

شكل (56): *يوضح النموذج المعياري المفسّر لاستخدام المقاطع العديدة*

المصدر: إعداد شخصي

الشكل (57): *يوضح النموذج المعياري الأول لستيفن جاريت Garett Stephen*

المصدر: إعداد شخصي

الشكل(58) : يوضح النموذج المعياري الثاني لستيفن جاريت Garett Stephen

المصدر: إعداد شخصي

مما سبق، يتجلى لنا أن خلخلة خطاطة الفيلم الفعلي The Martian التي اعتمدتها مختارات الفيلم الإعلاني لم تكن بذلك الوضوح (في اتباع للنموذج المعياري الذي لم يكن بذلك الوضوح والتحديد أيضا)، والخروج عن الترتيب الزمني للمتجاورات كان عبثيا تغيب عنه الإبداعية في السرد، وهذا نتيجة الحشو الطاغي للمختارات؛ وكأن لسان حاله في تماه كليً مع الفيلم الفعلي –يسرد كامل الفيلم الفعلي–.

أما جلب العناصرالمستقلة في بنية الفيلم الفعلي وتركيبها (الدوال الوصلية الألية المنتجية، الدوال الصوتية الخارجة عن الحوارو الدوال التشويهية) جاءت وفق تجانس عدة نماذج؛ النموذج المعياري المفسّر لاستخدام المقاطع العديدة (ما يعكس التسريب الكبير للمعلومات) ونموذج القصيدة الشعرية المرئية في عرض الحبكة، رغم أنها لم تكن بذلك الوقع من حيث الجمالية والقوة كسابقتها في تريلر Interstellar.

شكل (59): *يوضح الإقتباس الموظف في التريلر*

Mark Watney: Every human being has a basic instinct: to help each other out. If a hiker gets lost in the mountains, people will coordinate a search. If a train crashes, people will line up to give blood. If an earthquake levels a city, people all over the world will send emergency supplies. This is so fundamentally human that it's found in every culture without exception. Yes, there are assholes who just don't care, but they're massively outnumbered by the people who do.

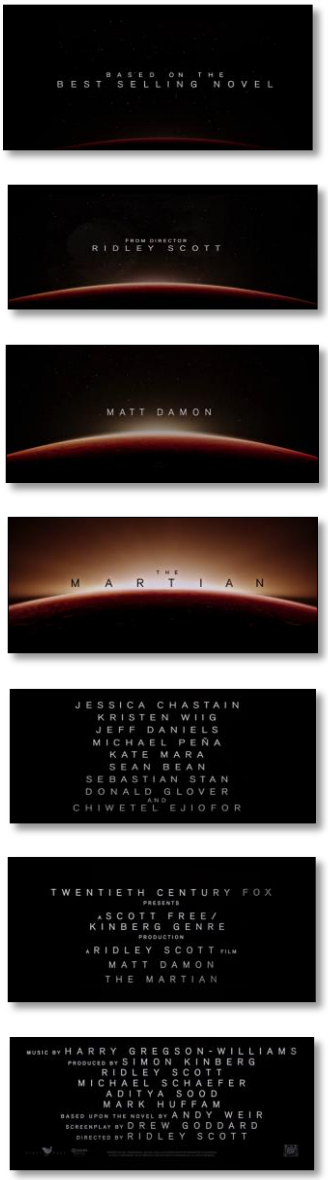
المصدر: مقتبس من :

(THE MARTIAN QUOTES, 2015)

وأوصاف النجوم (عرض جميع النجوم المتضمنين في الفيلم الفعلي) إلى جانب البنيات الجانبية المحشوة في بنية الفيلم الإعلاني التابعة للخطاب الإشهاري والمتمثلة في:

جدول (27): *يوضح البنيات الجانبية التابعة للخطاب الإشهاري*

المحتوى	البنية
شركات الإنتاج Twentieth Century Fox Scott Free Productions	
تاريخ الاطلاق التاريخ غير محدد	

مقاطع توضيحية الإشارة إلى الرواية الأصلية للفيلم الفعلي الكشف عن النجوم في العمل المخرج Ridley Scott الممثل الرئيس Matt Damon الممثلون Jessica Chastain Kristen Wiig Jeff Daniels Michael Pena Kate Mara Sean Bean Sebastian Stan Donald Glover Chiwetel Ejioffor الكشف عن العنوان The Martian مقاطع توضيحية إعادة توضيح شركات الإنتاج الممثلون	
مقطع توضيحي Help is only 140 MILLION MILES AWAY	
مقطع توضيحي شاشة خضراء تحوي تنبيه the following preview has been approved for appropriate audiences by the motion picture association of America. INC. تم إنشاء إدارة الإعلانات التابعة لجمعية Motion Picture Association Inc.، ("MPA") لمراجعة إعلانات الصور المتحركة والموافقة عليها مع النظام التطوعي لتصنيف الصور المتحركة	

بواسطة إدارة التصنيف ("CARA") ضمن معايير، قواعد ، ومتطلبات. وتهدف إدارة الإعلانات ومراجعتها ضمان ملاءمة الإعلانات لجمهورها المستهدف. مع عدم الكشف عن التصنيف PG-13 في التريلر، وهذا يوضح أن الذي يعرض على المسارح والـ imax موجه لكل الجمهور (كون الذي يقبل على المسارح من المشاهدين سيتم مراقبة سنهم لا محالة، والذين يقتنون الفيلم على الـimax إما يكونون من الفئات المسموح لها أو الأولياء).	

المصدر: إعداد مقتبس من:

(IMDb, 2015a)

(company-bumpers.fandom, n.d)

(Motion Picture Association, Inc., 2020, p. p. 02-03)

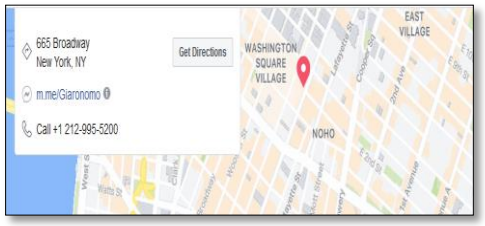
على هذا المستوى من التفكيك، وبتحصيل وتمحيص ما جاءت به البطاقة التقنية للفيلم الإعلاني والفيلم الفعلي The Martian ومقارنتها مع التشريح التقني وتوزيع المختارات، نستطيع أن نستشف أن من أهم العناصر السينمائية المستقلة ، طغيان الحشو الإشهاري، ويليه كل من الدوال الصوتية ثم الدوال التشويهية وبعدها الدوال الوصلية التي سمحت بتمظهر ولو طفيف للإختلاف الإخرجي رغما عن تماثل المختارات.

المستوى الارسالي

مخرج الفيلم الفعلي ومبدع الفيلم الإعلاني

وكما هو مقرر، فإن الوقوف على الذات التي أبدعت الفيلم الفعلي و الفيلم الإعلاني The Martian بجميع مرجعياتهما التكوينية، وخلفياتهما الفكرية، ومشاربهما السينمائية والتقنية ولمستهما الإبداعية الأسلوبية، سيساعد على تبيان الوظيفة الإخبارية (التي تنبع من الإعلامية) والخيالية (التي تنبع من الإبداعية الذاتية) والتي تتمظهر وفقا لمايلي:

جدول (28): *يوضح مخرج الفيلم الفعلي و مبدع الفيلم الإعلاني*

مخرج الفيلم الفعلي	مبدع الفيلم الإعلاني
وُصف Ridley Scott على أنه "أفضل عين في الصناعة السينمائية" ، من أصل بريطاني شجعه والده على تطوير مواهبه الفنية بدلاً من الانضمام كضابط في Royal Engineers ، لذا ذهب إلى كلية ويست هارتلبول للفنون ثم الكلية الملكية للفنون في لندن حيث تقدم لقسم الأفلام. استفاد من دورة تدريب للإخراج trainee director's course في قناة الـ بي بي سي عام 1962، ومن ثم أدرجت له وظيفته الإخراجية الأولى لإعداد حلقة من سلسلة بوليسية BBC police series Z Cars تبع ذلك المزيد من الأعمال التلفزيونية إلى أن بدأ العمل في مجال الإعلانات، بسبب ضعف المكافآت المالية في هيئة الإذاعة البريطانية. أسس مع شقيقه الأصغرتوني سكوت ، شركة الإنتاج الإعلاني Ridley Scott Associates عام 1967 وقضى السنوات العشر التالية في إنتاج بعض من أشهر الإعلانات التلفزيونية وأكثرها شهرة على الإطلاق على التلفزيون البريطاني (ما أهله لمعرفة واسعة في الصناعة السينمائية والتسويقية). ويعد فيلم The Duellists (1977) ما أطلق مهنة سكوت السينمائية الروائية بنجاح، ليليه النجاح النقدي والتجاري الذي رسخ سمعته في صناعة الخيال العلمي في جميع أنحاء العالم عبر فيلم Alien (1979) عاد سكوت إلى عالم الإعلانات حيث أنشأ موقعًا إعلانيًا آخر من أكثر المواقع الإعلانية التي تم الحديث عنها في تاريخ البث عندما تم بث إعلانه المستوحى من "1984" لجهاز كمبيوتر Apple Macintosh الجديد خلال Bowl Super 1984. شهدت مهنة سكوت السينمائية بعض الإخفاقات ،	يقع المقر الرئيسي لوكالة Giaronomo Productions في برودواي بمقاطعة كاليفورنيا، وهي وكالة دعاية للأفلام معروف عنها اسناد أكثر المشاريع تعقيدًا(في مجال إعلانات الأفلام) إليها بفضل طاقمها من المبدعين القادرين على اكتشاف الطرق الفضلى لإبداع التريلر الأكثر تشويقًا وإيجازًا لرواية الفيلم. كما تغطي المجموعة جميع الاحتياجات والأعمال الصوتية والمرئية بما في ذلك الحملات التلفزيونية وحملات إصدار Blu-Ray / DVD والفيديو عند الطلب. (نشير أنها تعتبر من الوكالات التي لا تتوفر على معلومات بالنظر لسابقاتها ، رغم شهرتها وسمعتها الطيبة) الموقع الرسمي للوكالة الموقع الرسمي http://giaronomo.com/ العائد المالي 18.60$ Million الموظفون 120 Address 1501 Broadway Ste. 705, New York, New York, US Phone (212 995-5200 المجال Advertising & Marketing, Business Services الترتيب على محرك البحث 28 Million الموقع الجغرافي: برودواي، كاليفورنيا  GIARONOMO المبدعون الذين كانت لهم يد في نحت الفيلم الإعلاني The Martian آدم سبرينغ المدير الإبداعي في شركة Giaronomo Productions

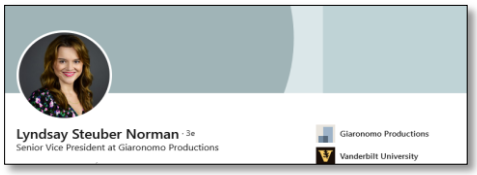
ولكن مع نجاحات مثل Thelma & Louise Black Hawk Down Gladiator كفيلة لتعويضها.

مما سبق، يتميز أسلوب Ridley Scott بالمرونة الكافية كمخرج بقدرته الخلاقة في القفز من نوع إلى نوع فيلمي مختلف تماما وحتى إحداث تباينات على مستوى الجونر، فمن الخيال العلمي المخيف إلى دراما الجريمة فأفلام الإثارة وعودة إلى الخيال العلمي الخالص الحديث.

وتأثره بالإخراج الإعلاني المكثف للصورة وسينماتوغرافيا الصورة، visually striking tableaux لكن ما يفتقر له Ridley Scott ، اللمسة الإنسانية داخل الجنس البشري وتمثيل الآخر (سواء كان فضائيا ذي طبيعة بيولوجية أة سيبرانية) . وحسب النقاد هو أمر كان ريدلي سكوت مفتونًا به طوال حياته المهنية، و الغريب أنه كان سببا في نجاح أعماله كـ Alien و Blade Runner وسببا في تعثر العديد منها أيضا كـ The Martian.

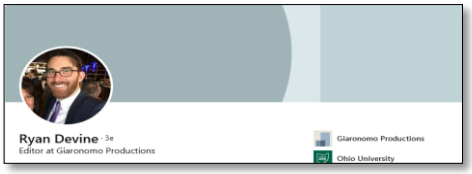
ليندساي ستوبر نورمان

نائب الرئيس الأول في شركة Giaronomo Productions



ريان ديفين

محرر في Giaronomo Productions



أورلاندو روتوندو

المدير الإبداعي في شركة Giaronomo Productions

من الاستعراض الذي سبق للوكالة، وما لفت انتباهنا هو التعتيم الكبير على العملية الإبداعية للوكالة والموظفين مع طاقم الفيلم الفعلي مقارنة بالوكالات السابقة، ما صعب علينا الوصول للمعلومات التي تخص المبدعين وبالتالي أثر علينا في الحكم على تأثير الذات الإبداعية على الفيلم الإعلاني The Martian. (سيتضح ذلك في المستوى الإبداعي والخيال الدينامي الحر)

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

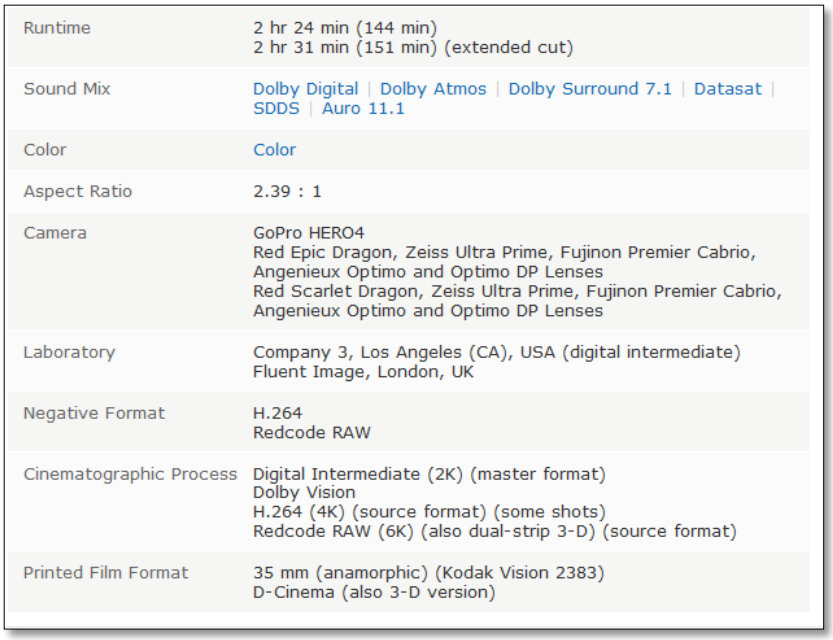
(.IMDb, n.d)
(Filmographie, n.d)
(The Fan Carpet, 2017)
(giaronomo, n.d)

جدول (29): *مبدع الفيلم الإعلاني و التطبيقات الأدائية*

مبدع الفيلم الإعلاني Film Trailer Creator	
الإبداعي والخيال الدينامي الحر	مبدعة تريلر The Martian ليندزي ستوبر نورمان Lyndsay Steuber Norman مخرجة منتجة إبداعية في الصناعة الإعلانية الإبداعية السينمائية والتلفزيونية. لها مقدرة إظهار توازن قوي بين التفكير الاستراتيجي والإبداعي المفيد لتحليل ملخصات التسويق في الاستوديو وتوجيهها إلى العملاء. لها مهارات اتصال واضحة مع كل من العملاء والفريق الإبداعي. (Times, 2010) كاتبة فصيحة ومبدعة، بارعة في تحرير وكتابة عروض السيناريو ومديرة فنية موهوبة ماهرة في وضع تصور لمظهر الحملات. مديرة الفريق الإبداعي ، ناجحة في تحديد الأولويات وتنسيق المهام أثناء إدارة المحررين وفناني الجرافيك والمحررين المساعدين وكتاب النصوص وإدارة المواعيد النهائية. خبرة واسعة في الإشراف على المحاسبة بما في ذلك إنشاء ميزانيات العميل والعمل وتنسيق الفواتير مع مرافق ما بعد الإنتاج ، ومكتبات الموسيقى ، والموظفين المستقلين ، وما إلى ذلك. الحائزة على جائزة بروماكس سبع مرات والحائزة على جائزة Key Art ثلاث مرات. ولكن من خلال تتبع مجريات العملية الإبداعية لتحرير تريلر The Martian، يبدو أن المقطع الإعلاني مليئ بالإثارة والأكشن الواقعي نسبيًا (على اعتبار الكتاب الذي ألهم أحداثه جد واقعي) والافاضة في استلال المختارات من الفيلم الفعلي على حساب المستقلات التي خلت في معظمها إلا في جزئية المنتجة. وهذا ينم عن التدخل المباشر والبصمة الصريحة لـ Ridley Scott في إبداع التريلر، لاسيما وأن Lyndsay Steuber Norman من المبدعين المتساهلين (بالنظر إلى مهارات الاتصال مع كل من العملاء والفريق الإبداعي) ما أثر على التوافق الإبداعي الذي يقاس على مستوى تمظهر المستقلات.
التصميمي	على الرغم من سهولة اطلاعنا مسبقا على وكالات انشاء الأفلام الإعلانية، إلا أنه على مستوى وكالة Giaronomo Productions العملية الإبداعية جد معتمة ، والمبدعون غير معروفين إلى حد كبير (الحقيقة أنه غير معلن عنهم). لذا ولدى البحث عن Trailer Housesعبر دليل Golden Trailer Awards باتباع خاصية الـ Premium ، لم يساعفنا

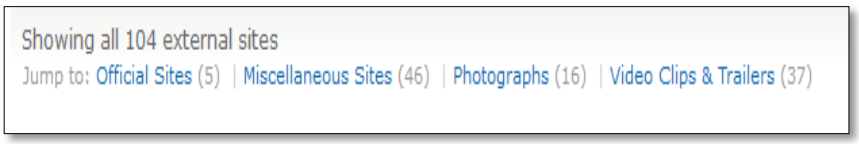
	الحظ في استلال معلومات حول الوكالة ما لم تكن متقدما على وظيفة محرر متمرس(ذو خبرة عملية وببكرة Reel مميزة) أو مساعد محرر(في المقابل منصة الـ linkedIn أتاحت بعض المعلومات). الحقيقة الصعبة لهذه الصناعة هي أن مدينة لوس أنجلوس هي المكان الذي توجد فيه الغالبية العظمى من وكالات الأفلام الإعلانية (هناك أيضا البعض في لندن، و في مدينة نيويورك والفروع الموزعة على أغلب عواصم العالم) حيث يتم التوظيف بأمر من الوكالات المركزية ومن هنا يظهر الصراع القائم على المنافسة غير الشريفة، فكثير من محرري وكالة Giaronomo Productions انسحبوا منها نحو وكالات منافسة كـTrailer Park (على سبيل المثال انسحاب المحرر المبدع Paul Cartlich من Trailer Park إلى Giaronomo. (The Fan Carpet, 2017) واستنادا إلى ما سبق، تشدد وكالة Giaronomo Productions الوثاق على زبائنها ومبدعيها في عملية تصميمية داخلية Farmig In بغية الحد من خسارة المحررين المبدعين الذين ساهموا في بناء سمعة الوكالة. لكن في حالة نوع التصميم المتبع في تريلر The Martian وبالتعامل مع Ridley Scott كزبون مخضرم له دراية واسعة بالإخراج الإعلاني وتأثره كما سبق وذكرنا بسينماتوغرافيا الصورة، ما جعل العملية الإبداعية تحت مراقبته في تحديد مقدار المدخلات ومختلف العناصر المكونة للفيلم الإعلاني، مع مراعاة اللقطات المتاحة، وانتقاء الموسيقى المحتملة هو التصميم الخارجي Farmig Out، ولكن عكس الإجراءات الاحترازية التي توخاها نولان عند تعامله مع الوكالة الإبداعية، سقط Ridley Scott في فخ ازدواجية المهام (avoir une double casquette)، ما أدى إلى مشابهة الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي، وتثبيت مقاطع المختارات أمام إهمال المستقلات.
الإخراجي	بالنظر إلى ما سبق، مبدع الفيلم الإعلاني هو نفسه مخرج الفيلم الفعلي، إذن من المهم أن نفهم المؤشرات السينموتوغرافية التي تحدد أسلوبه الإخراجي التي أسقطت وتم جرجرتها من الفيلم الفعلي The Martian إلى تريلر The Martian . تاريخ السينما حافل بأفلام وقصص الشخصيات التي تقطعت بهم السبل–وتعتبر أنجح السيناريوهات في هوليوود مسألة ترك شخص، وضرورة إنقاذه بغض النظر عن المخاطر– بدءًا من Robinson Crusoe واستمرارًا لـ "Cast Away" ووصولا لـ "Gravity"، مثلهم "المريخي" The Martian كفيلم (ذي طابع إنساني عاطفي) يتتبّع عالم النبات ورائد الفضاء مارك واتني بعد أن تركه زملائه عن غير قصد وراءهم –من بينهم ميليسا لويس (جيسيكا شاستين)– على الكوكب الأحمر. وفي تركيز الفيلم على أهمية وقيمة حياة رجل واحد، من الصعب ألا نشعر بصدى ماضي سكوت(معرفة حقائق شخصية عن سكوت)، حيث فقد المخرج شقيقه توني انتحارا (في أغسطس 2012) ، ومن المعروف أن سكوت كان يتصارع نفسيا (حالة الحزن في حياته الخاصة) مع الخسارة في السنوات التي تلت ذلك، ونلمس تكريس أفلامه عقب الحادث للمقولة التي أدلى بها أنه :"لا يوجد أحد بمفرده على الإطلاق". "عندما ترى زلزالًا في

	نيبال ويأتي الناس للمساعدة ، فأنت تدرك ذلك. عندما ترى أي مأساة حول العالم وكل الجهود المبذولة لفعل شيء ما ، فإنك تدرك ذلك. هذا ما أعتقد أن الفيلم يدور حوله " إن المخرجين يتعاملون مع الأفلام دون وعي منهم في كثير من الحالات لأنه غالبا ما تؤثر حياتهم الخاصة على اختيار التجربة السينمائية وعلى كيفية معالجة الفيلم بما يسمى "تأثير هانا مونتانا". حتى أن المخرجون أنفسهم في كثير من الأحيان لا يستطيعون فهم اختياراتهم بشكل كامل ، ناهيك عن التنبؤ بها. (Zeitchik, 2015) وهذا ما حصل مع Ridley Scott بعد اعتزاله لأفلام الخيال العلمي، على خلفية الإنتقادات التي صدرت في حقه فيما يخص البرود السينماتوغرافي الذي تميزت به أفلامه، إلا أنه رجع مرة أخرى من خلال "Prometheus " ثم " The Martian ". ما هي مطبات الطريق في هذا الفيلم؟ والمميز سينماتوغرافيا في The Martian والتحدي هو تخلل التعليق الصوتي الداخلي VoiceOver (كون أفلام هذه القصص تستلزم هذا الكم من الحوار الداخلي). وأيضًا ، يتمظهر داخل التعليق الصوتي السلوك الكامل للشخصية من حس الفكاهة والعاطفة والحالة النفسية المتأرجحة، التي تم رصدها في الفيلم الفعلي كما هي في الفيلم الإعلاني، وما ساعده في جعل هذا سينمائيًا (نقصد على مستوى الفيلم الإعلاني) كما يقول "كنت آخذ كل 30 ثانية على محمل الجد ، وأعامل الإعلانات التجارية على أنها أفلام، وليست إعلانات ولهذا السبب كنت ناجحًا جدًا في ذلك" (Pond, 2015) لموازاة استخدام المونتاج العاطفي Emotinal Montage الذي يضرب على وتر العاطفة العميقة للمشاهد عبر لقطات الـ POV ما يفصح عن تقارب كبير بين التريلين Interstellar و The Martian، لكن المثير هنا أن أي مُطلع على تريلر The Martian، لا يستطيع لمس عمق العاطفة عبر سحر و جمالية المناظر المريخية والفضائية الملفتة في حالة ان الوكالة تغامر بكل شيء في سبيل شخص واحد، في استحضار لكل الأموال التي يمكن أن تستغل على الأرض لمجابهة عديد الأزمات الإنسانية (في مقارنة مخلة مع تريلر Interstellar الذي يعرض الانطلاق من المشاكل الأرضية في شظايا بصرية انسانية أولا نحو الأفق الفضائي كحل). وسبب الربط بين التريلين Interstellar و The Martian، ذلك التشارك بين الشخصيات الجونر، الغموض نفسه وشيوع مصطلح العوالم المتعددة(تم التطرق له قبلا) في أفلام الخيال العلمي والثقافة الجماهيرية الحديثة.

التقني	 تتيح منصة الـ IMDb الحصول على مجمل المعلومات التقنية عن الفيلم الفعلي(كما هو موضح في الشكل وكما هو الحال مع الفيلمين الإعلانيين السابقين) (Technical Specifications, 2015) . أما عن الفيلم الإعلاني فهو يعرض فيلما للجمهور، عن وكالة حكومية ضخمة ممولة من القطاع العام (لتصل قيمتها إلى 18 مليار دولار في السنة المالية) لإنقاذ حياة واحدة في الفضاء الخارجي؛ نقصد هنا وكالة Nasa، إذن وبالنظر إلى هذا الترويج المستحسن من قبل Ridley Scott للوكالة، فما كان عليها إلا توفير الامكانيات اللوجستية والمادة العلمية لتحقيق مشاهد الـCGI من آليات، معدات، صواريخ وحتى بعض النماذج الأولية الحقيقية –التي كانت ناسا تبنيها بالضبط لمثل هذه الحالات– التي تعمل بمثابة تحفيز بصري للأحداث. على الرغم من بعد الفيلم والإعلان عن الفيزياء الفلكية العلمية العميقة؛ وبالتالي استغلال الفيلم الإعلاني لجميع الامتيارات البصرية.
التكنولوجي	وكما هو الحال مع تريلر The Martian، عمدت منصة وقاعدة البيانات الفيلمية IMDb، على تشكيل بيئة ترفيهية إلكترونية جديدة، لاسيما فيما يخص إتاحة الاختلاف الثقافي والحوار بين مشاهدي التريلر Film Trailer Viewers، فالمنصة تحوي خيار اطلاق مراجعات الـReviews (ليس للمحترفين فقط بل هي مفتوحة على الجميع، يكفي أنه يملك حساب على منصة الـIMDb) عن محتوى التريلر والفيلم الفعلي على حد سواء(تَّستبق مراجعة محتوى الفيلم بتحذير Warning Spoilers للذين لم يشاهدوا الفيلم وتجنب حرق القصة)، بحيث تعدت الـ 1404 مراجعة من مختلف الثقافات والجهات الجغرافية. فبعض المراجعات تثني على نزاهة التريلر (الذي جاء موافقا للتوقعات الترويجية مع الفيلم) و البعض الأخر ينتقد التريلر منفصلا عن الفيلم الفعلي (الجمالية، السينمائية، االمنتجة، والمختارات التحفيز البصري...)

Runtime	2 hr 24 min (144 min) 2 hr 31 min (151 min) (extended cut)
Sound Mix	Dolby Digital | Dolby Atmos | Dolby Surround 7.1 | Datasat | SDDS | Auro 11.1
Color	Color
Aspect Ratio	2.39 : 1
Camera	GoPro HERO4 Red Epic Dragon, Zeiss Ultra Prime, Fujinon Premier Cabrio, Angenieux Optimo and Optimo DP Lenses Red Scarlet Dragon, Zeiss Ultra Prime, Fujinon Premier Cabrio, Angenieux Optimo and Optimo DP Lenses
Laboratory	Company 3, Los Angeles (CA), USA (digital intermediate) Fluent Image, London, UK
Negative Format	H.264 Redcode RAW
Cinematographic Process	Digital Intermediate (2K) (master format) Dolby Vision H.264 (4K) (source format) (some shots) Redcode RAW (6K) (also dual-strip 3-D) (source format)
Printed Film Format	35 mm (anamorphic) (Kodak Vision 2383) D-Cinema (also 3-D version)

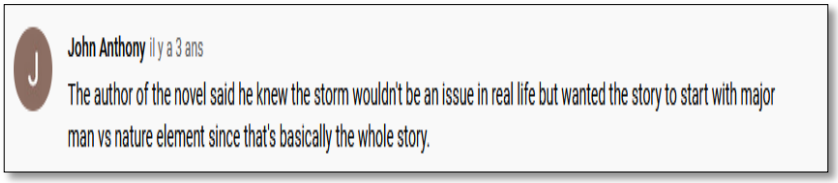
أما عن ميزة الروابط الخارجية الـ external video and Trailer Option، التي توفر 155 external sites رابطا مصنفة إلى: الروابط الرئيسة (5 Official Sites روابط)، مواقع متنوعة (46 Miscellaneous Sites)، الصور الفوتوغرافية (16 Photographs رابط)، مقاطع الفيديوهات والأفلام الإعلانية (37 Video Clips & Trailers رابط)، هذه الأخيرة تحوي رابطين يحيلان على منصة الـ Youtube.



لكن محتواهما غير متطابق مع الوصف، فكلاهما يحيل على #TheMartian
Ares 3: Farewell# JourneyToMars #TheMartian
#TheMartian #MattDamon #Science
The Martian - Could YOU survive on Mars:?

بملاحظة معظم التعليقات التي كانت أخرها منذ 3 إلى 5 سنوات، أي مند اطلاق أول Trailer وبعدها بعامين، ما يفسر الاهتمام المتزايد بالتريلر .

كما تمت الإشادة بالقصة الأصلية للفيلم وتداعيات ذلك على الـ Trailer قبل Long Feature لاسيما في استغلال الـ VoiceOverو POV من قبل الـ viewers.



كما استفادت المنصة من توفير التطبيق على أجهزة الهواتف الذكية فمن شاشات الحواسب، الهواتف الذكية وأجهزة iPod، لكنها لا توفر امكانية التعبير البديلة الممكنة، فهي لا تختلف عن المنصة على شاشات الحواسيب أو بالأحرى أقل.

إضافة إلى البيانات الجرافيكية التي تمنح المشاهد نظرة أكثر احترافية عن المحتوى.

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(IMDb, 2015c)
(Technical Specifications, 2015)
(External Sites, 2015)

الفيلم الإعلاني المريخي The Martian Trailer خطاب هجين/ التأسيس للأنماط

جدول (29): *يوضح أن الفيلم الإعلاني المريخي The Martian Trailer خطاب هجين*

الأبعاد	المؤشرات
الطبيعة الإبلاغية التواصلية الفيلم الإعلاني: ممارسة لأنشطة تواصلية تنتج عن نموذج التفاعل الثقافي	**أصلية العناصر السينمائية (اللغة) في الفيلم الإعلاني** The Martian Trailer **التي ترتكز على:** **السنن الخالصة بالتعبير السينمائي** Codes Spécifiques **في الفيلم الإعلاني ما بين نجمي** حسب منصة الـ Studiobinder التي اعتمدت الدراسة عليها في التشريح، يتوفر على مستوى الفيلم الإعلاني المريخي مايلي: يعتمد الفيلم الإعلاني على The Martian امتطاء الدوال للمختارات والمستقلات التي، جاء بنكهة غياب مواطن الإبداع.، والتي أماطت الذهول عن عرض الفيلمين الإعلانيين السابقين حيث جاء عمل الكاميرا وحركاتها، وفق الآتي:

	–التنويعات في اللقطات: تكثيف استخدام الـ Wide Shot لقطة متوسطة MS، اللقطة الواسعة لقطة كلوز أب متوسطة MCS، MCU ، اللقطة الواسعة Long Shot / WS، لقطة كلوز أبCU ، اللقطة التأسيسية ES، لقطة الانسرت أو القطع CS. –حركات الكاميرا: حركة الزوم (الإقترابي) Zoom In Mouvement ، اللقطة الثابتة Static ، حركة تلت Tilt ، حركة تراكTracking ، حركة تتبع موازية Crab , حركة المسح Tilt و المسح العامودي Switch Tilt – يقع الحقل الصوتي في تريلر The Martian بين موسيقى الأكشن والحركة في مع الضوضاء(في تمثيل العاصفة المريخية الحدث الأبرز في تحويل الرحلة العلمية إلى صراع بقاء) المعدلة حاسوبي اوالـ Voice Over للممثل الرئيس، خارج إطار الصور الديناميكية (لاسيما بدون توجيه الفيلم الإعلاني بكادر التفعيل الحواري إلا في بعض المواضع). – فيما يشمل المونتاج، التركيب والتوليف والتجميع الذي، جاء بمُسوغ التتابع السريع، المكرس للتكثيف والكشف عن الكثير من أجل الإيضاح بعد الإبهام لتقرير وتمكين المعنى في ذهن المشاهد، لكن ذلك أفقدها السمة الجمالية التي تهتم بجعل الغموض والمنقوص غير المكتمل إبداعا، إضافة إلى ما تؤدي إليه من إصابة المشاهد بالملل. – في علامات الإيقاع والنغم (المحددة للصيغ الشرطية Mood) فقد استثمر واستحضر مبدع التريلر في ديناميكية اللقطات في توليفة بين الإيقاعي والإلكتروني بما أن الموسيقى تأبطت الحركة والأكشن. كما يخلق التصميم الضوئي واللوني علامات الإيقاع والنغم المتأرجح بين القاتم البارد (كالرمادي والأزرق الفاتح) في اللقطات الأرضية، ثم الألوان الفاقعة (كالأحمر والبرتقالي) كل هذا لإظهار القفرات الزمكانية، التي أريد بها الكشف عن تسلسل معين. –أما أدوات الربط التي تساعد على إبراز القفزات الزمنية والمكانية، تمثلت في وصلة تلاشي الدخول وتلاشي الخروج من الأسود إلى الصورة ومن ثم من دون أي وصل، أي قطع ودخول من صورة للخروج إلى الصورة الموالية، قد يتراءى أنه من نتائج المونتاج المتتابع السريع وهو كذلك، كذلك جاء بمُسوغ يكرس التكثيف والكشف عن كم كبير من قصة الفيلم الفعلي. – وفيما يخص الحيل والخدع، فمن السهل التفكير في أن بعض اللقطات للمناظر الطبيعية للمريخ احتاجت فقط إلى بعض من تصحيح الألوان لجعل الجبال والأودية والرمال تبدو مثل الكوكب الأحمر، ولكن كان هناك

أكثر من التعديل وأكثر مما يجب إدخاله رقميًا في الفيلم الإعلاني والفعلي. ففي The Martian ، من الصعب للغاية معرفة ما هو التأثير المرئي وما هو جزء عملي من الإنتاج؛ كأحد العناصر الأكثر إثارة للدهشة التي تم إنشاؤها بالكامل في مرحلة ما بعد الإنتاج كانت الإنعكاسات على خوذات رواد الفضاء، في حين التفجير فقد كان نتيجة احداثه فعليا في مكان التصوير مع بعض الرتوشات الرقمية.

يبدو أن السنن الخالصة بالتعبير السينمائي codes spécifiques في الفيلم الإعلاني المريخي، جاءت موازية لحركة الكاميرا والحوار الصوري مبدئيا، عن طريق الحركة السريعة والبطيئة والحساسة، التي أغرقت التريلر بعديد اللقطات التي تثمن عناصر جونر الخيال العلمي، بما معناه أن الملاحظ للفيلم الإعلاني في تفسيره للغة السينمائية دون وعي، يتصور التسلسل على النحو التالي: مقر الناسا، القاعدة في المريخ (الكشف عن الأماكن)، الكشف عن كل الممثلين المشاركين، مصحوبا بالـ Voice Over، بعدها سلسلة أحداث من المهمة على المريخ، العاصفة، فقدان Matt Damon، الإعلان عن وفاته، من ثم الكشف عن عدم وفاته، صراعه للبقاء، إيجاد طريقة لإعلام الأرض أنه على قيد الحياة، لتليها أحداث الإنقاذ و التسابق مع الزمن. وبهذا لم يترك تريلر The Martian للمشاهدين متعة الإلتقاط السينمائي للغموض وتحويله إلى أيقونة بصريًة، ومن بعده تفكيك تشفير الأيقونات البصريًة فهمها (التأويل)

أما عن السنن غير الخالصة codes non spécifiques **في الفيلم الإعلاني الوافد مشتركة بين السينما وخطابات أخرى:**

–الموسيقى

إذا أمعنا الانصات لموسيقى تريلر المريخي فقد قلبت توقعاته تمامًا لكيفية تأطير القصة وبطلها الوحيد. فهي تعبر عن Matt Damon "تفاؤله بالحياة ، وحبه للعلم وحل المشكلات الذي يبدو دائمًا أنه قادرعل ى التعامل معها بروح الدعابة والكاريزما؛ أي أنه ليس هناك سبب لطغيان ظلامية الموسيقى وبث واليأس لفترة طويلة جدًا، لا تتجاوز الدقيقة الأولى من تريلر المريخي ، وعليه ثيمة التحدي على مستوى التريلر كانت عنصرا لتحديد الإيقاع السردي.

– النصوص المكتوبة

جاءت النصوص كما أشرنا إليها سابقا تابعة للخطاب الإقناعي الترويجي، في حين أن نسبة توزيعها على طول الفيلم الإعلاني فكانت في أربعة مواضع تنزاح قليلا عن البداية وبعد الإعلان عن مقتل Matt Damon، من بعد الإعلان على أن Matt Damon حي يرزق والنهاية.أما السمات الشكلية للخط فقد التصقت بشعارات الشركات المنتجة وتراوحت بين

الأبيض، الذهبي، الأزرق والأسود، ثم عرض عنوان الفيلم الفعلي بطريقة ال-Zoom in على خلفية من CGI تعكس جزءا من الكوكب الأحمر.

– الأكسيسوارات

أما الأكسيسوارات التي طبعتهاالرسمية من الملابس المدنية المهندمة الخاصة بالطاقم رفيع المستوى في ناسا أما الموظفون فلباسهم عادي، والأهم بزات الفضاء سواءا في المهمات الخارجية المريخية أو داخل قاعدة الحياة التي تميزت بالألوان الفاقعة والملفتة للتحول إلى أيقونة بصريَّة تعنى بخصوصية المكان.

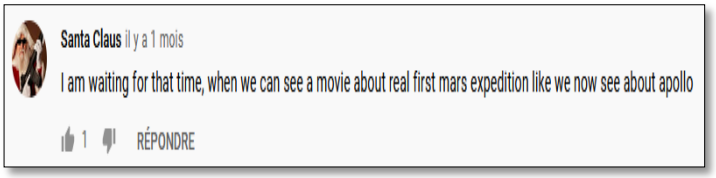
إذن، **السنن غير الخالصة** codes non spécifiques **في الفيلم الإعلاني المريخي والمشتركة بين السينما وخطابات أخرى جاءت لتدعم** الحدث الدلالي السينمائي المتضمن للعملية الفنية، السردية والدرامية بتناغم مع **السنن الخالصة،** ذلك التناغم الذي قد يبدو خفيًا في الفيلم الإعلاني، لكنه تجسد بانسجام الموسيقى مع متطلبات الأحداث (سمة رفع التحدي) رفقة التناغم الصوتي الذي يحدثه Matt Damon ومقاطع الممثلين الأخرين الصوتية المرافقة للصورية، وبهذا الانسجام والترافق أُنشأ الحدث الدرامي السينمائي في الفيلم الإعلاني المريخي الذي استأنس بالثيمة اللونية واستغلال تأويلها لدى المشاهدين.

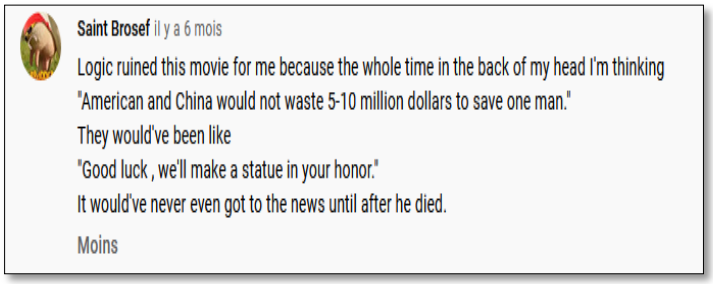
تلفظي/أيقوني

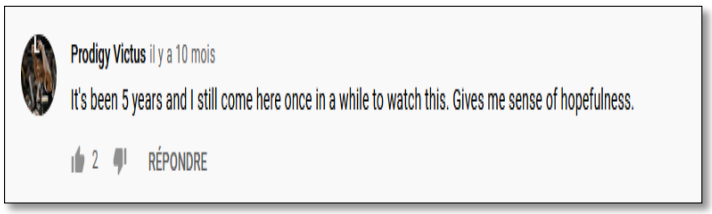
ما يُعضد التشكيل العلاماتي للعناصر السينمائية، تظافر السنن الخالصة بالتعبير السينمائي codes spécifiques والسنن غير الخالصة codes non spécifiques في الفيلم الإعلاني المريخي السابق رصدها واصطفافها ضمن سيرورة بناء المعنى؛ سيرورة امتدت منذ بداية المقطع تضعف شحنة الغموض أمام تعاقب الإحالات، الدوال والمختارات التي تكشف بالصريح ما انسحب أيضا على السنن السينمائية و اللاسينمائية التي أفضت إلى التصريح القاطع مع عدم استثناء لعبة التدليل غير النهائية في بعض المواضع، وذلك خدمة لآليات الإبلاغ والتواصل التي يحملها كل عنصر سينمائي واظطلاعها بدور سيميولوجي من حيث تسريع وإبطاء الحركة وصنع توازن تقني فوق مرجعي أي سينمائية المقاطع ؛ أي أن التراكم العلاماتي للعناصر المتضافرة لاسيما رصد التوازن بين الصوت غير

	الديجيتالي للشخصيات الرئيسية التي تعبر عن الأحداث خلال الفيلم الإعلاني الذي يروي الأحداث والمؤثرات الصوتية الديجيتالية المستخدمة عندما تقلع سفينة الفضاء وعند العاصفة، ضمن سيرورة بناء المعنى، إضافة إلى التشكيل للمستويين الأيقوني واللفظي للأنماط السيميوطيقية وللخطاب النوعي البصري والسمعي فيما يلي: الأنماط السيوطيقية المتعددة في الإعلان الفيلمي Modes and Pictorial Multimodal equivalents الصور المتحركة والساكنة moving and static images الألوان الموسيقى الإضاءة الحوار voice-over المؤثرات الصورية والصوتية المونتاج وإعادة –المونتاج المكتوبات **استحضار الممارستين الثقافية والاجتماعية** يُظهر الفيلم الإعلاني المريخي استغلال المبدع للطبيعة الجماعية (المخيال الجمعي) اتجاه الثيمة اللونية والصورية المتخيلة عن المريخ(والتي تم تجسيدها) مقابل الثيمة اللونية والصورية الواقعية والمعيشة على الرغم من أن الفيلم الإعلاني المريخي لم يعمل على بث رسائل ميتا–فيلمية إلا أن مقدر مبدع التريلر هنا على التبسيط مقارنة بالفيلمين الإعلانيين السابقين و والاستئناس بالخلفية الثقافية والاجتماعية التي تؤثر في مضمونه وتلتصق بالخطاب في عملية تشفير الحمولة المعرفية الحاضرة: كما أن استخدام الألوان جاء بارزا وأيقونيا؛ فالألوان البرتقالية / الصفراء الزاهية عند ظهور الشخصية الرئيسية على كوكب المريخ التي تعبر عن الصراع للحياة. كما يتم استخدام الألوان الأزرق الداكن / الرمادي / الأسود عند حدوث العاصفة للتعبير عن الخطر والموت ، أو في اللقطات الأرضية أيضا. ويحدث أن عرض الأيقونات المتجسدة في المباني؛ تظهر مدينة نيويورك، الدعائم والأزياء والإعدادات والوسائل الخاصة بالفضاء... في الفيلم الإعلاني تشير أيضًا إلى أن النوع هو خيال علمي، إضافة للشخصية الرئيسية وزملائه الذين يرتدون بدلات فضائية ، مع شعار ناسا واقترانها بالزراعة، البحث عن المؤونة ومحاولة إيجاد مصدر للمياه على كوكب لا ينمو فيه شيء... في إشارة إلى جونر الفيلم الإعلاني الخيال العلمي .

	وهنالك جزئية أخرى، تخص الفيلمين الإعلانيين Interstellar و The Martian، وذلك لتشاركهما بشخصيتين هما Matt Damon و Jessica Chastain، ومنه ربط المشاهدون بينهما في تعليل لجونر العوالم المتعددة وعلى الرغم من التشابك الظاهر إلا أنهما (أي الفيلمين) منفصلان تماما.
الطبيعة البلاغية للفيلم الإعلاني نهدف هنا، الكشف عن الإمكانات البلاغية في الفيلم الإعلاني وعن بعض خصائصها. بما أن العلامات في الفيلم الإعلاني لها ميزة تواصلية تبادلية، فإنها لا محالة تحيل على القدرة الاستبدالية؛ استبدال اللفظ بالأيقونة أو بالصورة وهذا أساس الطبيعة البلاغية.	**الاستعارة في الفيلم الإعلاني** يتحدد أسلوب Trailer Creator في تعيينه للمختارات من خلال الاختيار الفني والجمالي للقطات وما تلمح إليه في سياق الفيلم الإعلاني، وتع السبب الأول في إيصال المعنى بطرق تلميحية، ومنها ما استطاعت الدراسة رصده في ظل غياب سبل التواصل مع الـ Movie Creator الخاص بالما بين النجمي . **الكناية** تظهر الاستعارة في الفيلم الإعلاني المريخي The Martian في **نوع الكناية** Metonymy ، التي تتجسد من خلال عبارة "روبنسون كروزو على المريخ" "Robinson Crusoe on Mars," وهو جوهر الفيلم الفعلي ، أن واتتني وحده على هذا الكوكب وتفسير العلاقة بينه وبين البقاء. ويبدو أن واقعية تريلر The Martian رخصت لبعض من الشعربة العلمية التي انعكست في التأثير النفسي للسفر إلى الفضاء طويل المدى والانفراد مع انجر عنه وسم Matt Damon بطابع المزاجي في عديد اللقطات تترجم الاكتئاب، اليأس، البهجة، السخرية... من منظور استعاري غير واضح ويمكنك قراءته. **الإيجاز** على الرغم من استبعاد الإيجاز جملة وتفصيلا في تريلر The Martian، لما وسبق شرحه سابقا، إلا أن هنالك من الإيجاز في استخدام الأنماط التي تُجسد تتابع دلالات الأمل والطاقة الإيجابية أمام دلالات اليأس والطاقة السلبية التي يعبر عنها الشخصية الرئيسة Matt Damon، ومع ذلك فإن تلخيص الإيجاز في حشد للمعنى الإيجالي ما هو إلا كشف آخر ينبأ عن توقعات النهاية المشرقة للفيلم الفعلي. **التحريف** Distortion هنالك **انحراف** في تمثيل جونر الخيال العلمي ينتحُ من ربط شخصية مات ديمون بالصور النمطية عنه ببطولاته في أفلام الحركة حيث قام الجمهور بشد هذا التصور مع الموسيقى الريتمية واستظاهر استخدام الفكاهة في المقطع الدعائي بالنظر دائما لنمطية الشخصية من جهة روح الدعابة والاسترخاء التي يبدو عليها ، على الرغم من أنه يمكن أن يموت في أي لحظة واضفاء روح الدعابة والاسترخاء التي يبدو عليها، على الرغم من أنه يمكن أن يموت في أي لحظة وموازة مع الظروف التي يمر

	بها ، ولكن لا يزال لديه إرادة قوية للعيش. وذلك أن استخدام الفكاهة من الشخصية الرئيسية يخفف من الحالة المزاجية، ويمنح المألوف الذي يرتاح له المشاهد. **المونتاج الشعري** يتضح المونتاج الشعري في الفيلم الاعلاني المريخي الديناميكي الدلالي لبعض المقاطع والمختارات الخاضعة لشرط الترتيب الفني، والتوظيف الذكي على يد الـ Trailer Creator في مواضع تظهر صورا متحركة ديجيتالية تعكس الكوكب الأحمر يترائ من سواد، هذه الصور الديناميكية تربط بين المختارات تتخذ سلوكا ووظيفة جمالية فنية لاسيما أنها تصنف من المستقلات التي تضفي حركية للمونتاج وتعزيز شعرية المنطوق في مقدمة Matt Damon مع الأحداث... وهو ما يتوافق أيضا مع اصطلاح أومبيرتو إيكو Ratio Facilis بتجاوز النماذج القبلية للأفلام الإعلانية الخاصة بجنس الخيال العلمي إلى اقتراح تعالق جديد بين الشريط الصوتي والشريط الصوري باختلاق معنى صوتي فوق معنى صوري الذي يوهم بأنه تم إبداع الفيلم الإعلاني من عدم .
الفيلم الإعلاني بنية دالة إن المنجز السينمائي بمختلف مشاربه منجز محمل بالتراكيب الدلالية التي تنبع من العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية بحسب رؤية كل من مخرج الفيلم الفعلي و الـ Movie Creator، ومرجعياته الثقافية، الفنية والأيدلوجية، حيث تتشكل الدلالة في الفيلم الإعلاني من الشفرات (أو بالأحرى المختارات من الفيلم الفعلي أو ما تم تضمينه حصرا له) القابلة للتأويلات المتعددة.	**درجة الخصوصية** لا يمكننا –على غير حال الفيلمين الإعلانيين السابقين– عبر الفيلم الإعلاني المريخي تمييز المختارات المستقلات التي قد تقف عند خصوصية المونتاج بالدوال الوصلية وبعض الصور الديجيتالية، والمنطوق من مقدمة Matt Damon ، وإضفاء روح الدعابة الذي لا ينتمي لنموذج جونر الخيال العلمي ، في هذا الصدد يعلن الفيلم الإعلاني المريخي عن خطاطة واقعية سلسة ليست بالتسجيلي ولا التوثيقي وإنما تنمي في هالتها إلى أفلام السيرة الذاتية التي تمنح للمشاهد بصيص أمل و جرعة حياة، و قد يبدو هذا مربط الفرس في إبداع تريلر The Martian، وذلك لما نتلمسه من ميول المشاهدون إلى الأفلام التي تقوم على قصة حقيقية أكثر من القصص الخيالية، على الرغم من تمثيل الخيال بها بنسب متفاوتة، وباستخدامه للنموذج السيرة الذاتية كتمويه فني وتشفير، تضع المشاهد في وضعية تحفيز لمعرفة الحقيقة، هذا ما تحققه التعليقات على منصة IMDb واليوتيوب، الذي يكشف درجة الخصوصية التي يتمتع بها الفيلم الإعلاني: 

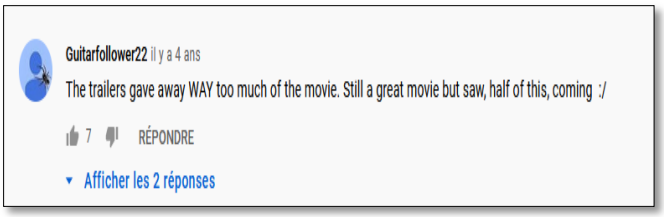




وما تحصلنا عليه من التعليقات على الفيلم الإعلاني المريخي يقترب من كونه فيلما عن سيرة ذاتية خيالية ملتصقة بالفيلم الفعلي، من حيث ما أدمج فيه من مختارات والجمع بين روح الدعابة وعمق دلالات الجانب الإيجابي .

مستويات العمومية

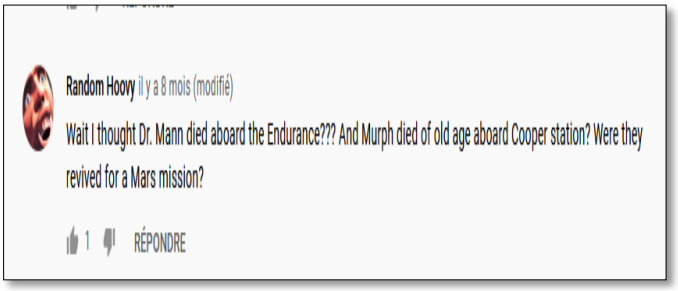
يقدم الفيلم الإعلاني المريخي لمحة عن كيف يمكن استغلال مختارات الفيلم الفعلي وفق معايير جونر أفلام الخيال العلمي بمجمل عناصره السينمائية في تقديم تريلر يبدو في مستويات أسلوبه يميل إلى العادية، وربما يكون هذا قد مهد الطريق أولا لترويج التريلر بشكل مختلف قليلاً في تلك الفترة ، حيث أُبرمت شراكة وثيقة بين وكالة ناسا ومختبر الدفع النفاث وصانعي الأفلام، وكلهم عملوا على الترويج للدقة العلمية، ومنه وبتوجيه من ريدلي سكوت نفسه لمبدع التريلر (نقصد وكالة تصميم التريلر) بتوخي أكبر قدر ممكن من الدقة العلمية واستدعاء المهوسين بالعلم في إطار الإستفادة من قدراتهم الإبداعية في عملية إخراج التريلر ، وذلك في تتبع مخلص لعلمية حبكة قصة كتاب آندي وير ولكن انحرف التدقيق جاء بمسوغ الإطناب للتفصيل الممل. (والتعليق يظهر مدى عرض الكثير أمام مايجب أن يكون عليه التريلر)

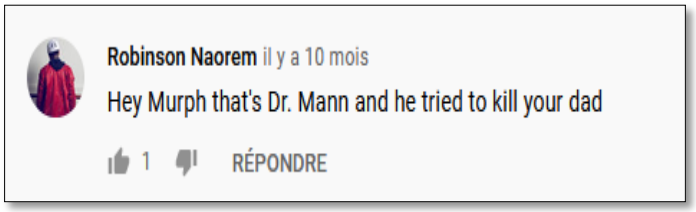


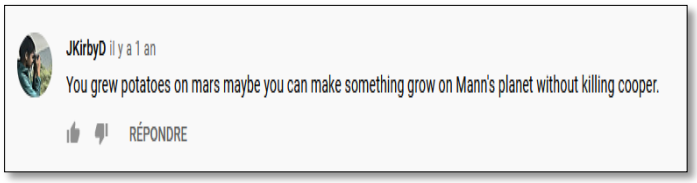
الشفرات الفرعية

منذ أن تم إطلاق تريلر المريخي The Martian ، تمت مقارنته بالفيلم الفعلي Interstellar الذي سبقه بعام الماضي على الرغم من أن تريلر

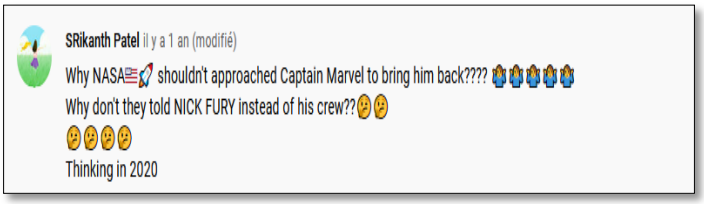
الأخير لم يحوي أنماطا متداخلة ولا لقطة واحدة لـ Matt Damon (الذي ظهر في كلا الفيلمين) ، وهذا ما دفعه لإصدار بيانً يميز المشروعين. في حين التعليقات على منصة الـ YouTube،IMDb تشير إلى الربط الفعلي، وكأن العملية مقصودة إثر انتشار مصطلح سينمائي ألا وهو العوالم ممتدة (Extended Universe) ؛ و"العالم الممتد" ظاهرة بدأت منذ 2012 كمحاولة من شركة مارفل Marvel للتملص من الإفلاس، قبل أن تتحول الآن إلى ترند سينمائي Trend تسعى معظم الشركات لاتباعها، ويضمن نجاح وشعبية كل فيلم منفصل كون شخصياته يتم دعمها في أفلام أخرى. وهو بالضبط ما استفادت منه وكالة Giaronomo Productions في إبداع التريلر، وبشكل غير متوقع عمل على دعم حبكته ، وحتى بعد عرض الفيلم الفعلي The Martian استمرت معظم التعليقات الحديثة بزحزحة هالة الفيلم الفعلي Interstellar نحو تريلر المريخي في صفة سخرية وتهكم . والتالي بعض التعليقات التي تشرح مدى فاعلية تشفير تريلر المريخي على شاكلة "العالم الممتد":





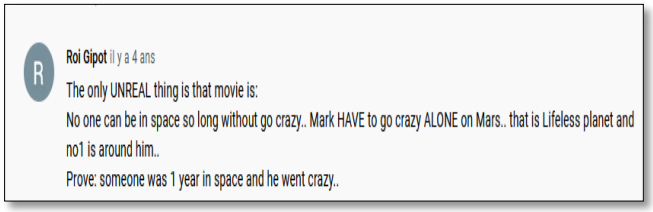


حتى أنه في بعض التعليقات، يحدث أنه تم رصد توجيه من المشاهدين إلى دمج أبطال "العالم الممتد" في التريلر لتخليص Matt Damon

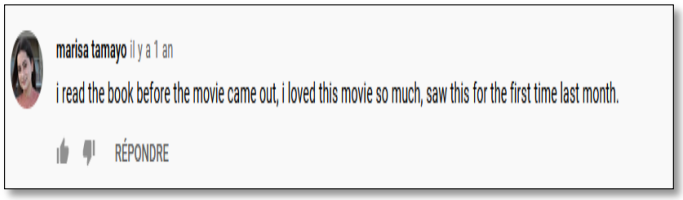


الشفرات الرئيسة المركزية والشفرات الفرعية

أولا: يُثير تريلر The Martian ، قضية العزلة، الوحدة والعمل من المنزل في توافق مع حالة رائد الفضاء مارك واتني ، الذي يتعامل معها بشكل جيد للغاية، حيث يقضي ما لا يقل عن عام ونصف دون أي اتصال بشري حقيقي ما عدا التواصل مع وكالة ناسا عبر رسائل الأقمار الصناعية ، لكن تلك الرسائل تأخرت أيضًا، ففي غضون أسبوع ، كان يجب عليه التحلي بالشخصية الساخرة التهكمية الرافضة لارتداء السراويل للتخفيف من وطأة الموقف إلى جانب شخصيته العلمية المتخصصة في علم النبات و مهاراته الزراعية....إلا أن تركيز المشاهدين المعلقين حديثا على التريلر انصب على الشخصية الأولى على خلفية ما يعيشه العالم أمام تفشي وباء الفيروس التاجي Covid-19 ، وما ألقت به من تغييرات على طبيعة الإنسان مشابهة لحالة Matt Damon.

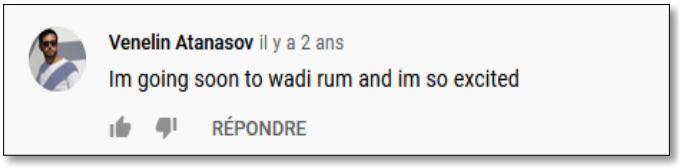


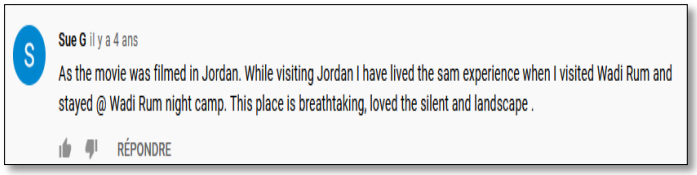
ثانيا: كما يُظهر تريلر المريخي إحدى طرق الترابط والتشابك الفكري بين قصة الكتاب وقصة التربلر بين أجيال أزمنة وأمكنة مختلفة ووسائل تلق متعددة ؛ في مقارنات تجسيد نص الرواية ونص الفيلم الفعلي وما يتوسطهما من نص الفيلم الإعلاني.

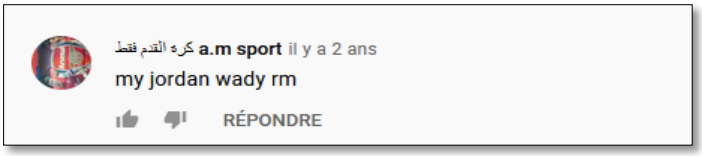


ثالثا: أما عن قوة الجذب في سيناريو الفيلم الإعلاني فتعتمد بشكل بارز على الموقع والمكان، ونقصد هنا وادي رم في الأردن، وادي صحراوي معروف بحجره الرملي الرائع وواجهاته الصخرية الجرانيتية ودرجة اللون

المحمر لرماله وتضاريسه الوعرة ومناظره الطبيعية ... لدرجة أن عددًا لا يحصى من صانعي الأفلام استخدموه كموقع للأفلام التي تدور على كواكب بعيدة. كما كانت الصحراء بمثابة الخلفية الرئيسة التي تعرض كوكب المريخ في الفيلم الفعلي والفيلم الإعلاني The Martian. والتالي بعض التعليقات التي تنبه لذلك في نفي صريح لعدم الإعتماد الكلي على الـ CGI والتكنولوجيات لتجهيز موقع التصوير...

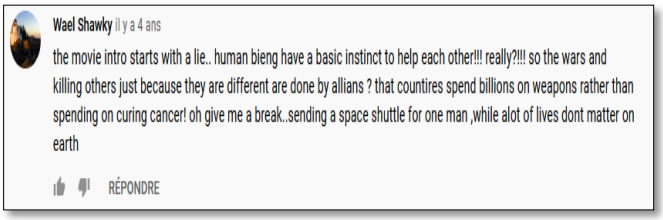






أما عن الفرعي منها الذي التصق بالمختارات المستقلة، الملتصقة لاسيما:

– بمونولوج المقدمة الذي يكشف عن (كما تترجمه التعاليق) كذبة او نفاق الإنسانية؛ فلدى البشر غريزة أساسية لمساعدة بعضهم البعض كما لديهم غريزة قتل الآخرين لمجرد أنهم مختلفون. الدول أيضا تنفق المليارات على الأسلحة بدلاً من الإنفاق على علاج السرطان إرسال مكوك فضائي من أجل رجل واحد ، بينما لا نهم الكثير من الأرواح على الأرض .



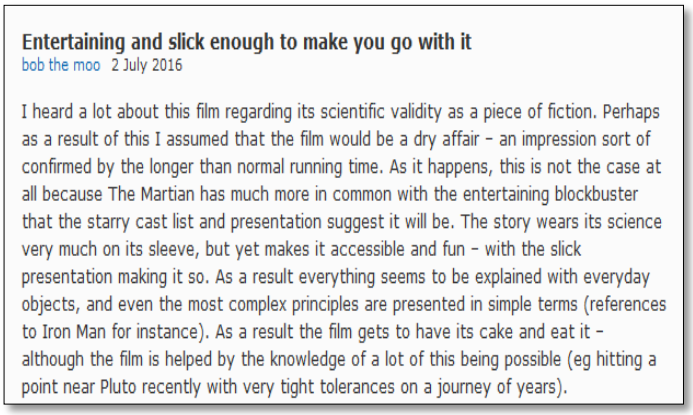
– يفترض تريلر المريخي وتعليقات المشاهدين أنه من الممكن إرسال فريق إنقاذ إلى المريخ في ظرف وجيز، وهو غير المنطقي إذا ما تمعنا في واقعية التمثيل والتجسيد، ما انجر عنه تأكيد على أنها مهمات وهمية (ضمن سلسلة من المنجزات التي لا تعد) تشغل بها الو.م.أ وناسا الرأي العام الأمريكي والرأي العام العالمي والإنسانية ككل عن ما تقوم به وطنيا ودوليا من تجاوزات.

التداولية الحديثة للفيلم الإعلاني

آلية (تقنية) تخطي لعائق مستوى اللغة إلى مستوى الخصوصيات الثقافية بين المجتمعات إثر تزاوجها بالتكنولوجيا التواصلية لصناعة الخطاب السينمائي.

الترصيص

أما معمار الخطاب في الفيلم الإعلاني المريخي ينتظم بشكل أساسي حول فكرة أساسية هي "العلم متاح للجميع" فالتريلر لا يقدم حبكة درامية بطريقة ثقيلة ، ولكنه يقدم ما يكفي لاستثمار المشاهد فيها دون جعلها جدية أكثر من اللازم من خلال الموسيقى التصويرية المتفائلة والمحتوى الخفيف... ويتم تقديم العلم بطريقة سهلة للفهم من مشكلة الأوكسجين، الزراعة، الماء.. بشكل أساسي خدمة لقيمة الترفيه. وهذا ما يكشفه تعليق الـreviwers على منصة الـIMDb:



أما واجهة الفيلم الإعلاني الاتصالية المرتبطة بالزمان والمكان فهي تحتكم إلى أيقونات التضاريسية المريخية، البدلات والمعدات والاكسسوارات التابعة للمهمات الفضائية وناسا.

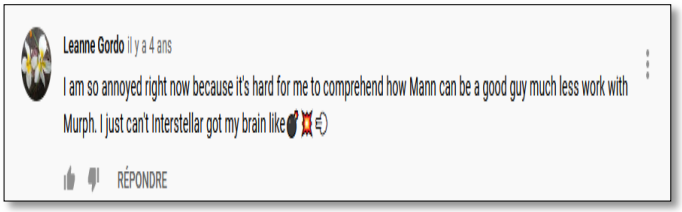
الاهتزاز الانفعالي الإسقاطي/ الاهتزاز التذوقي أو الشعرية

التجاوب مع الفيلم الإعلاني المريخي انطلاقا من كونه بنية نموذجية أصلية مختزلة دراميا، هذا التجاوب المتأتى من المشاهدين(من على منصة الـIMDb والـ YouTube) بمختلف مشاربهم الثقافية من خلال الثنائيات الضدية الكونية المستخلصة من جونر الخيال العلمي وهي:

الشخصية الخيرة/ الشخصية الشريرة Antagonists / Protagonists

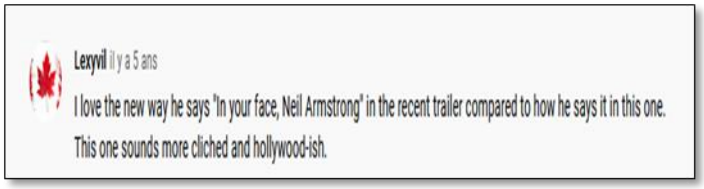
إن استخدام الممثلين في مساحة سينمائية يطبعهم بنمط معين ، فـ Matt Damon كان محبوبا باستمرار ، وهو أمر جيد أيضًا لأنه وحيد في الغالبية العظمى من مشاهده في الفعلي والفيلم الإعلاني. لكن وفي سابقة، أُعتبر هنا كشخصية شريرة، والغريب أيضا أن ذلك ارتبط بشخصيته المتناقضة

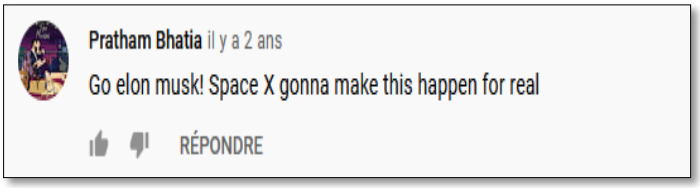
في فيلم Interstellar، والملفت للأمر أن ثنائية الخيّر والشرير التي التصقت بـ Matt Damon أضفت ديناميكية حوارية على المنصة (غطت على طول وملل الفيلم الإعلاني) مفادها أن موهبة الحقيقية Matt Damon لم تظهر منذ Good Will Hunting في عام 1997 وتم الكشف عن موهبته الدفينة مرة أخرى حيث كان آسرًا في كل مشهد من مشاهد التريلر في مقارنة وصفية بين Trailer Apollo 13 و Trailer Castaway.



السباق نحو الفضاء الأمريكي الماضي /الحاضر

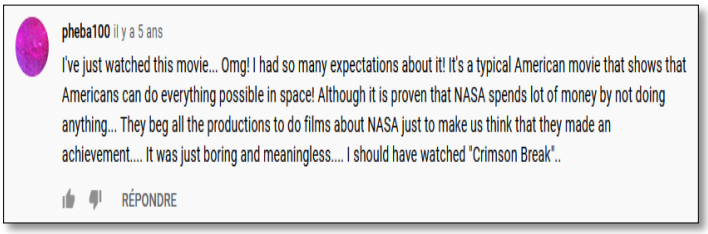
فيما يخص **المنجزات البشرية بين الماضي والحاضر**، تشير التعليقات في تعقيب على عبارة Matt Damon 'In your face Neil Amstrong' (رائد الفضاء صاحب أول خطوة على سطح القمر) في توجه صريح نحو تحليل تاريخ المنافسة والسباق نحو الفضاء واستمرارية التقدم العلمي بين الجيل القديم والجيل المعاصر الأمريكي الذي يمثله اللآن elon musk ومشروعه الواعد Space X.





إعلانية الفيلم الإعلاني/ إعلانية وكالة ناسا للفضاء

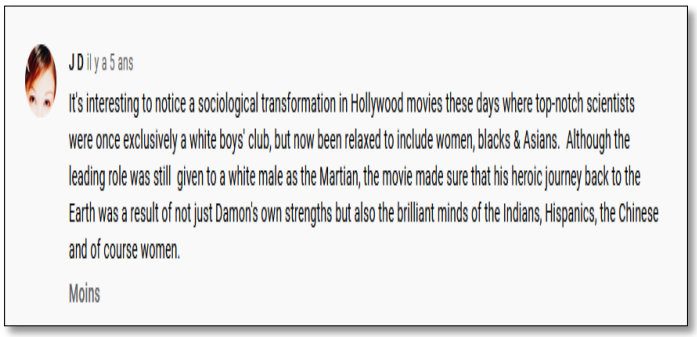
كفيلم إعلاني (أمريكي نموذجي) يظهر أن الأمريكيين يمكنهم فعل كل شيء ممكن في الفضاء! على الرغم من أنه ثبت أن وكالة ناسا تنفق الكثير من المال من خلال عدم القيام بأي شيء؛ فإنهم يتوسلون إلى الإنتاج السينمائي لعمل أفلام دعائية عن وكالة ناسا لمجرد لجعلنا نعتقد أنهم حققوا إنجازًا ؛ مما جر ببعض التعليقات طرح سؤال، هل نحن أمام فيلم إعلاني للفيلم الفعلي المريخي أم أمام فيلم إعلاني لوكالة ناسا؟

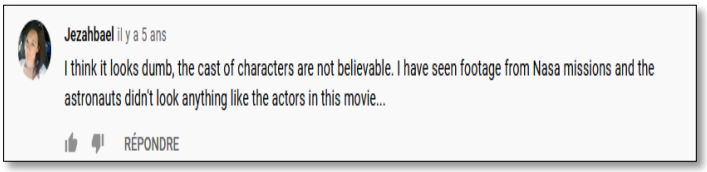


أيقونية الشخصيات المُمثلة

من خلال التعليقات نجد أنه من المثير الإنتباه إلى ملاحظة التحول الاجتماعي في تمثيل الشخصيات الأيقونية ؛ حيث كان تمثيل العلماء في يوم من الأيام وكأنه مجرد تجمع للبيض على الشاشة، ولكن التمثيل الآن مرن يشمل النساء، السود والآسياويون. على الرغم من أن الدور القيادي لا يزال يُمنح للرجل الأبيض (مثل ما هو واضح في الفيلم الإعلاني المريخي) ، كذلك التمثيل الإثني للعقول اللامعة من الهنود، الهسبانيين، الصينيين والأمريكيين.

في حين تذهب تعليقات أخرى إلى تكذيب هذا التمثيل، وأن وكالة ناسا لا تضم هذا التنوع البشري في طاقمها بين العلماء والرواد.





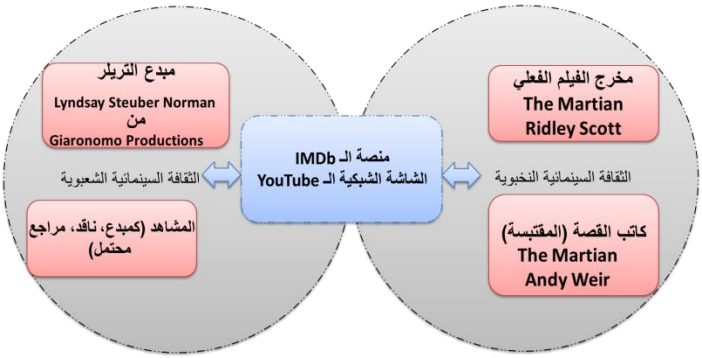
آلية التداولية الحديثة "مستوى الكون ثقافي"

منظور الثقافة الجديد

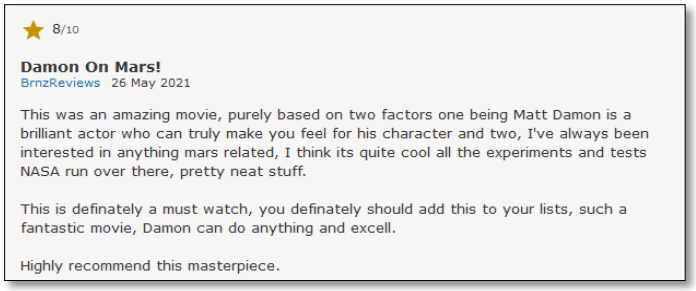
يتعلق منظور الثقافة الجديد الكوني(السينمائي)؛ في الثقافة الفرعية الخاصة بممارسة إبداع التريلر و بمشاهدة التريلر على منصات الـIMDB و YouTube —خاصة أنهم غالبا جماعات مهمَّشة يتشاركون أيديولوجية أو ممارسات ثقافية مشتركة—حيث يدعم الفضاء الإلكتروني وجودها من خلال:

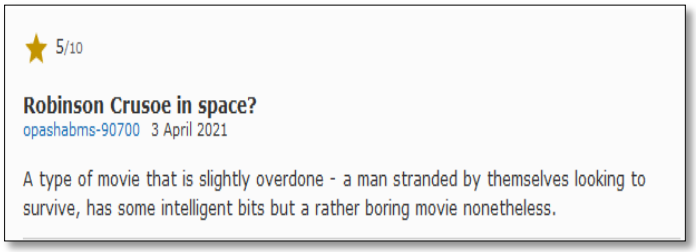
ممارسة إبداع التريلر: يتطلب من المبدع اكتساب خلفيات سينمائية ، والتحكم في تكنولوجيات الاسقاط (الخلق والعرض) ما يحيل أن في جعبته كمّا من لغات متعددة مختلفة تتقاطع مع بعضها البعض رغم تجانبها

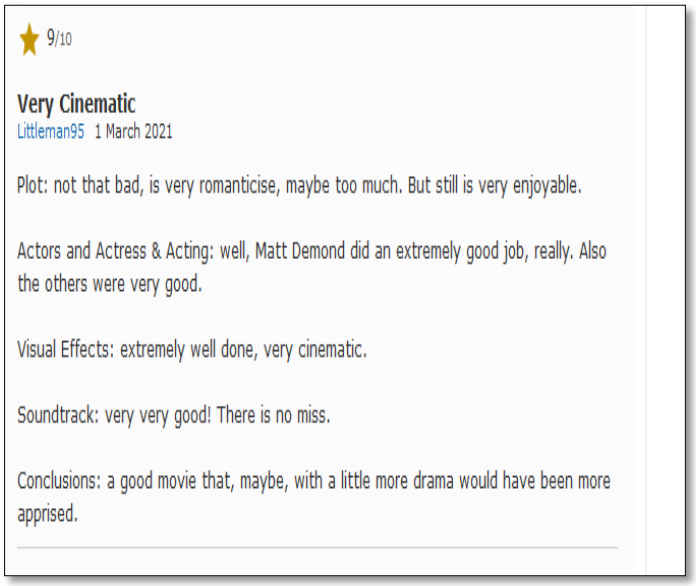
واختلاف وظائفها، تشتغل تداوليا بالتكامل والتفاعل وهو حال مبدعة تريلر المريخي Lyndsay Steuber Norman من وكالة Giaronomo Productions، والمختلف عن مخرج الفيلم الفعلي المريخي ريدلي سكوت وفق الشكل التالي:



شرط التواصل الفعّال: يظهر في المراجعات على منصة الـ IMDb التي تثبت ذلك الالمام بالثقافة السينمائية المركزية (نقد الفيلم الفعلي) إلى جانب التحكم بالثقافة السينمائية الفرعية (نقد الفيلم الإعلاني) وتعدد اللغات؛ وهنا لا نقصد اللغات التابعة للدول المتواضع عليها بل اللغات التابعة لثقافة نقد ومراجعة الفيلم الإعلاني الوافد التي تعمل على تحيين وتركيز مهام ووظائف المجتمع الثقافي الجديد، حيث لم ينقطع عن بناء معالمه، كل المنتمين الذين يشتركون في استهوائهم لجونر الخيال العلمي، الأفلام الإعلانية المطلقة على منصة الـ IMDb ، وامتلاكهم لحسابات المراجعة والنقد (على خلاف النقاد والمراجعين الكلاسيكين) كما هو مبين في المقاطع الصورية المقتطفة من على منصة الـ IMDb وحساب الفيلم الإعلاني الوافد (مع ملاحظة أن المنصة لا تزال تستقبل المراجعات لحد الساعة، رغم مرور 6 سنوات على اطلاق الحملة الترويجية والفيلم الفعلي):







آلية التداولية الحديثة "مستوى التكنولوجيا التواصلية"

وتتأسس معالم المجتمع التقاقي الجديد **المشاهدون، المعجبون بثقافة الفيلم الإعلاني، محرروا المراجعات عن الفيلم الإعلاني وردود الأفعال اتجاه الفيلم الإعلاني** (مجتمع مبدعي التريلر والمشاهد كمبدع، ناقد، مراجع محتمل)

Viewers, Reviews writers, Reaction Movie trailer, Fan Movie trailer, Recut trailer

مهامه ووظائفه التواصلية التبادلية من حيث كشبكة متعددة من المكونات محتواة في بيئة تكنولوجية حديثة :

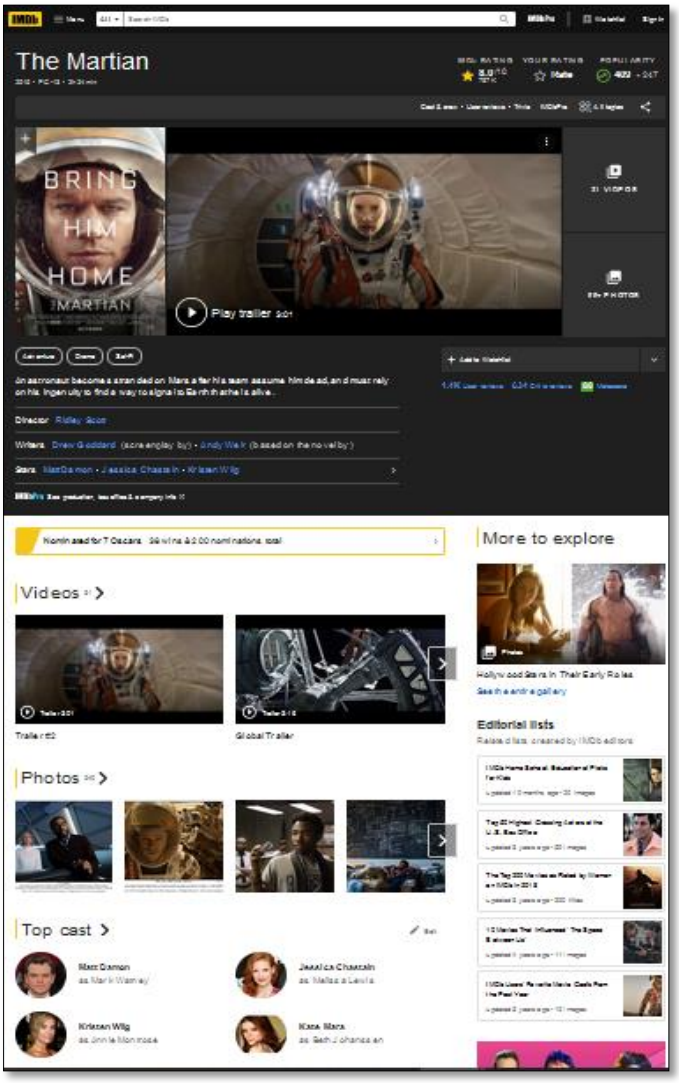
الطفرة الإبداعية التقنية

وظائف معرفية ومرجعية

تهتم التعليقات، المراجعات ومقالات النقد على المنصتين الـIMDb و YouTube بكل ما له علاقة بمحتوى الفيلم الإعلاني الوافد وتحيل على وظيفتي الإخبار (إلى حد الكشف عن الكثير Spoilers) والإسقاط على الواقع المشترك الذي نقصد به واقع الفيلم الفعلي الوافد والقصة القصيرة كمرجع و بالتالي التقليل من التشويش المتمثل في التعليق، على شاكلة الـ Gossip في ملاحقة لنجوم الصف الظاهر والتركيز على مبدعي التريلر والفيلم الفعلي .

وظائف تداولية مرتبطة بقصدية مبدعي الفيلم الإعلاني Movie Creator

	حضور القصدية من طرف المبدع اتجاه متلق، يُشترط أن تحضر عنده القصدية أيضا في إدراك المحتوى وبالتالي حضور الإيديولوجيات المتحكمة في صياغة الفيلم الإعلاني، فهمه وتأويله. في تدليل مغاير لوظائف التداولية في الفيلم الإعلاني الوافد التي ترتبط بانطباق القصدية بين طرفي عملية التواصل، فإن القصدية هنا(بما أنها تتجاوز الخطاب الإشهاري) تتعدد إلى غاية التيهان أو انعدام التطابق كليا (كما وأسلفنا عرض مقاطع مقالات المراجعة على منصة الـIMDb والتعليقات على منصة الـYouTube، وذلك راجع لتعدد طرفي الارسال (مخرج الفيلم الفعلي/ مؤلف القصة القصيرة) والاستقبال(مبدع التريلر/ المشاهد Viewers Fans المبدع المحتمل). حتمية رصد عدم التطابق الراجع للتعدد يظهر أيضا مواطن الأفلمة ، أي التعامل مع الفيلم الإعلاني كفيلم قصير ومضمون ثقافي لا يتطلب فعالية (نقصد بالفعالية التعبير عن الرضى الذي يبتغيه الفيلم الإعلاني في مرحلة الترويج للفيلم الفعلي) **وظائف صورية (شكلية) لقنوات التواصل الحديثة** يتميز اللباس التداولي للفيلم الإعلاني المريخي على منصة الـIMDb بالحرفية وذلك راجع لمسرحة الواجهة (التصميم الممسرح) التي تغذي الحوار الاكتروني، على شاكلة السرد المعلوماتي ويمنح عمقا ومنظورا لل Viewers وكأنه يطّلع على مسرح سينمائي مصحوب بكل التفاصيل الخاصة. إلى جانب سهولة الولوج إلى الروابط والإحالات ما سمح بازدهار مجتمع مبدعي الفيلم الإعلاني/المعجبين والمشاهدين/ وتنامي ردود الأفعال اتجاه الفيلم الإعلاني المريخي. ويجدر الإشارة أنه طرأت تحديثات على الواجهة منذ 2020



المشاهدون، المعجبون بثقافة الفيلم الإعلاني، محرروا المراجعات عن الفيلم الإعلاني وردود الأفعال اتجاه الفيلم الإعلاني

Viewers, Reviews writers, Reaction Movie trailer, Fan Movie trailer, Recut trailer

كلمة معجب Fan، التي ترتبط كذلك بكلمتي متعصب Fanatic، وولع Fancy، يشير المصطلح لتعلُّق عاطفي برموز أو مُعتقَدات معينة، وشعور بالجمعية. وقبل أن يُصبح الويب جزءًا من الحياة اليومية بزمن طويل، تواصَل المعجبون باستخدام المطبوعات، واجتمعت نوادي المُعجَبين على نحوٍ منتظم، وتبادلت الملحوظات عن نجومها. وما فعلته الشبكة العنكبوتية العالَمية هو جعل توزيع المعجبين مستقلًّا عن الجغرافيا. فالتواصل الاجتماعي عبْر الشبكة فيما بين المعجبين هو الآن عالَمي بحق.

حيثُ يُعتبر المعجبون مجتمعًا، وثقافة فرعية تقوم على إعجابهم الجمعي بشكل تعبيري ما. فهم استجابة للنظام المُعتمِد على وسائل الإعلام الذي يصنّع هذه الثقافة التي تنتج معانيها الخاصة (عملية إنتاج المعنى للنص– الفيلم الإعلاني). كما في فيلم الخيال العلمي "ستار ترك" الذي حقَّق

	معجبوه مكانةَ وأطلقوا على أنفسهم اسم التِّرِكِيِّين، وبهذا التحديد تُسهم إبداعات المعجَبين في هُويات المشاهير ويمكن النظر إليها على أنها نمط من أنماط بناء المجتمع. (بتصرف)

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(Fox, 2015)
(th20 Century Studios, 2015)

الملمح الأول

شكل (62): *التمثل الأول من المستوى التأسيسي للخطاب الإبداعي الخاص بالفيلم الإعلاني The Martian*

المصدر: إعداد شخصي

2.4.4 المستوى الوضعي للخطاب الإبداعي

قبل رصد مختلف الوضعيات المسؤولة عن تشييد الخطاب الإبداعي، يتوجب علينا أولا، عرض نصيّة الفيلم الإعلاني وموقع النص بالنسبة للخطاب وهذا بناءا لافتراض يوري لوتمان لما للنصية من دور في تحديد مستوى سياق الثقافة المرجعية للفيلم، للفيلم الإعلاني وللسينما :

الفيلم الإعلاني نص: Movie Trailer as Text

يُعد الفيلم الإعلاني نصّا ذا بنية مُركبة حسب المعايير اللوتمانية؛ ولكن إذا ما اتخذنا النصيّة بالمنظور اللفظي، فإننا نقصي جميع النصوص التي لا تتضمن ما هو لفظي فقط في ثقافة ما (وبالتالي نقصي الفيلم الإعلاني أيضا) ليأتي مفهوم النص عند لوتمان بشكل أوسع، فبالنسبة إليه «القطعة الأثرية...أدائها الوظيفي ورسالتها الرمزية تعد نصا» (بريمي، 2018، ص. 72). وبالانتظام مع هذا المفهوم– الذي يُسقط التلفظية الحصرية للنص– يصبح النص«نظاما مركبا من العلامات المعبرة عن وسط ثقافي ما » (بريمي، 2018، ص. 72) . يقوم بموجبها أفراد الثقافة باختيار النصوص التي تعبر عن هويتهم الثقافية من ثقافة لأخرى؛ فهي تعتمد على وسائل الإعلام المستخدمة في الثقافة المعنية، ويصعب وصف هذه العلاقات لأن كل ثقافة تطور مفهومها الخاص للنص.

أي أن بنية النص اللوتماني في جوهره يختلف استنادا على اختلاف مفهوم العلامة ونمط بنائها ومجموع العلاقات التي تجمعها مع مُمثِلها(الموضوع)، ومن أجل منح تحديد دقيق للنص، سنوضح التصور الخاص لإنتاج العلامة (مبدأ توليد العلامة)، خلافا للخطاطة الثلاثية التي وضعها بيرس Pierce التالية:

جدول (30): *التقسيمات الثلاثية في سيميائيات بيرس*

الموضوع	العلاقة	التسمية
مادي / غير مادي	علاقة تشابه بين العلامة والموضوع	أيقونة
مادي / غير مادي	علاقة إحالة بين العلامة والموضوع (تدل عليه/ تشير له بموجب قانون يسمح بتأويل الرمز)	رمز
مادي / غير مادي	علاقة تجاور سياقي بين العلامة والموضوع	الأمارة

المصدر :إعداد شخصي مقتبس من:

(Peirce et al., 2017, pp. 139–140)

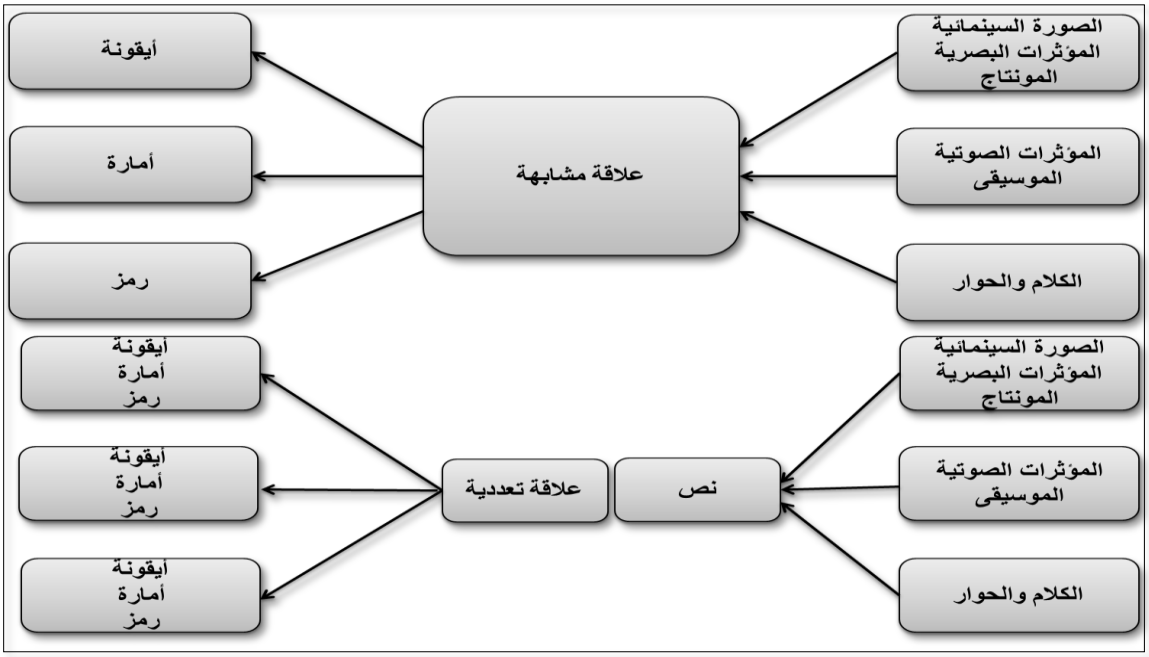
(بريمي، 2018، ص. 77)

حيث يفترض كل من لوتمان وإيكو، أن العلاقات السابقة ما هي إلا تحصيل حاصل؛ مجرد علامات طبيعية يمكن التعرف عليها بمجرد إدراكنا لها بالحواس في غياب الشروط؛ فمثلا، عندما تكون العلامة الأيقونية في علاقة التشابه، فإنها لا تملك خصائص الموضوع المُمثل إنما تُعيد انتاج بعض المثيرات التي تسمح بتشييد بنية إدراكية دلالية تحددها التجربة الواقعية؛ فعلى سبيل المثال لا الحصر، عند مشاهدة إعلان عن مياه معدنية، سندرك ذلك وحالا أنها مياه باردة ومنعشة، لكن لن نحس ببرودتها وانتعاشها، وإنما يتحفز إدراكنا بمثيرات بصرية سمعية تشيد بنية إدراكية دلالية لدى المشاهد... ليستطردا أن هذه العلاقات تتحدد عبر ميكانيزمات إدراكية قبلية سياسية، ثقافية، أيديولوجية، اجتماعية وتاريخية (التجارب المحصل عليها سابقا)، المدعوة بـ سنن التعرف (بريمي، 2018، ص .78)، على مستوى أوسع (الماكروMacro) التي تشتغل كسيرورة توسطية تُعيد تنظيم التجارب الإنسانية لكي تصبح تجارب عامة وكونية وليست منغلقة حبيسة تجارب محدودة.

ومن خلال إحداث شرخ في المُعطى المرجعي السابق، فإن النص اللوتماني لا يمكن أن يولد إلا من خلال تحويل العادي والطبيعي عن مساره إلى ما يُشكل انزياحا عن المعيار المتعارف عليه. والنظر إليه باعتباره جهازا لتحويل الرسائل (بمجاراة الميكانيزمات) وإعادة إنتاجها مشكلا من طبقات غير متجانسة التي ترسي أن النص أكثر من بنية وإنما سيرورة.

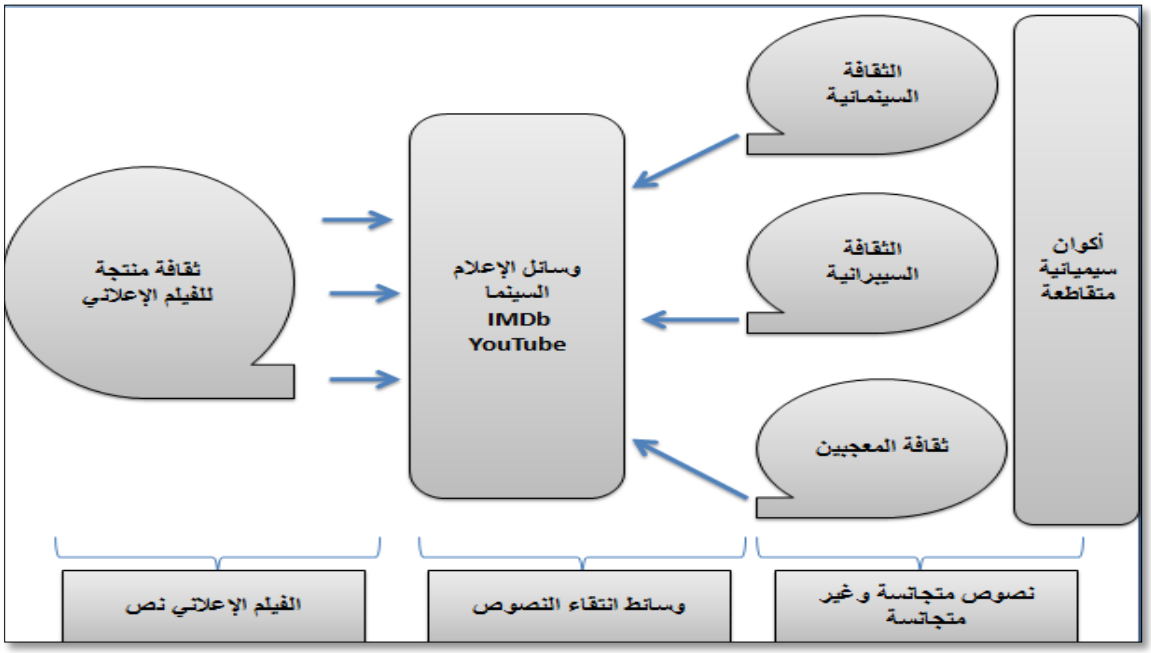
كما أن انتظام " السينما بوصفها نصا Text بصريا خاضعا لمستويات تكوينية فنية يشكل الإنجاز التكاملي لمختلف عناصرها سيرورة الإبداع الفني، والذي يُمكن من تصنيف الفيلم السينمائي ضمن جدول النصوص ذات الموضوع " (العاملي, 2017). وعليه، يعتبر الفيلم الفعلي عملا فنيا قادر على توليد النص (تحليل نص) يقيم دلالات على منهج سردي (تحليل روائي) ومعطيات بصرية وصوتية (تحليل أيقوني) (Aumont & Marie, 2020, p.07) ، يقوم على ثلاث بنيات رئيسة؛ النص الفيلمي وهو الفيلم الفعلي كوحدة خطاب، والنظام النصي الذي يختلف باختلاف الغرض من عرض الفيلم و الشفرات (Aumont & Marie, 2020, p.51) (نقصد بها Codes Spécifique et Non Spécifique الشفرات الخاصة والمشتركة بين السينما وبين فنون، أجناس ولغات أخرى وبالبيئة الثقافية، السيبرانية...) وبتفعيل ميكانيزمات سنن التعرف بين الفيلم الفعلي والفيلم الإعلاني (على اعتبار التداخل بينهما وتقاطع التجارب) التي تفضي إلى نصيته تعديّا، وفق الخطاطات التالية:

شكل (64) : *خطاطة توضح التقسيمات المتعددة لنصيّة الفيلم الإعلاني حسب لوتمان*



المصدر : إعداد شخصي

شكل (65): *خطاطة توضح نصيّة الفيلم الإعلاني*

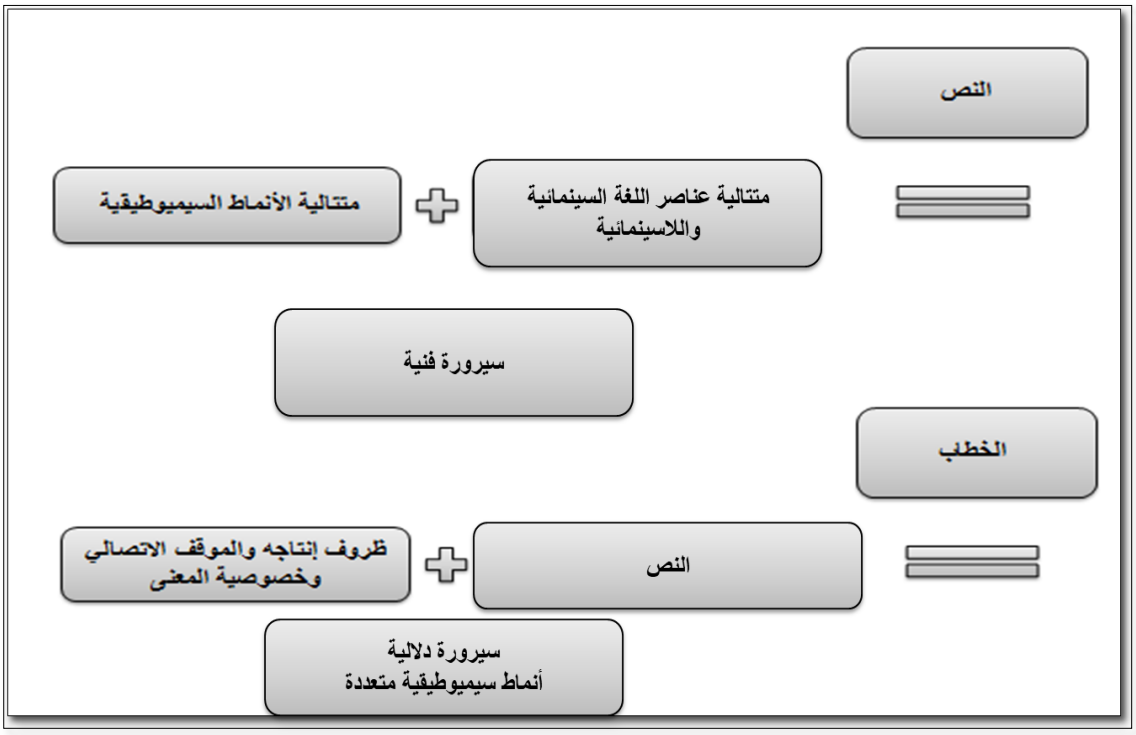


المصدر : إعداد شخصي

بعد هذا المسار التحليلي، وبالإسقاط على عوالم الثقافة السينمائية (السينما كبوتقة تجمع حرفي صناعي، فني وخطابي لأجناس أخرى) الثقافة السيبرانية، ثقافة المعجبين ينتهي التحليل إلى تقرير

الفيلم الإعلاني المبدع والمعاد منتجته نصا غير عادي، حيث أن « الإحساس بنص ما وكأنه غير قابل للفهم هي المرحلة الإلزامية نحو فهم جديد له » (العاملي, 2017) . يحتمل قدرة تركيبية تستوعب أنماط سيميوطيقية وعناصر سينمائية، تُنتقى أولا وتَنتظم وفق ما يراه المبدع، ليصبح النص بهذا المنطق جزءا من الخطاب ضمن سياقات تفوق التواصلية إلى مصدر إنتاج للدلالات والمعلومات، وعليه النص في الفيلم الإعلاني ينطوي على دلالة استيطيقية ذاتية انتقائية يحيل على متتالية أنماط سيميوطيقية وعناصر سينمائية، أما الخطاب ففيه بعد تداولي يجمع النص (أنماط سيميوطيقية وعناصر سينمائية لغوية وغير لغوية) وظروف إنتاجه بالموقف الاتصالي وخصوصية المعنى وفق المخططين التاليين:

شكل (65): *خطاطة توضح العلاقة بين النص في الفيلم الإعلاني والخطاب*



المصدر: إعداد شخصي

وعليه فتحديد مستوى سياق الثقافة المرجعية، للفيلم الإعلاني سيسبق عرض مختلف الوضعيات المسؤولة عن تشييد الخطاب الإبداعي:

مستوى سياق الثقافة المرجعية للفيلم الإعلاني Cultural References

صحيح أننا نتبنى اللاقصدية في الخطاب الإبداعي للفيلم الإعلاني مدونة الدراسة، وكما سبق شرح ذلك، إلا أننا نروم بها تجاوز القصدية النفعية التابعة للخطاب الإشهاري، وخارج هذه القصدية ، نقف أمام لاقصدية ظاهرية تحمل في طياتها اختزلا لقصدية مضمورة تابعة للخطاب السينمائي تتكشف من خلال سيرورة دلالية يُختزل على مستواها إنتاج السيميوزيس؛ ونقوم بموجبها إلى إخضاع العلاقة الجمالية لمبدإ التثمين الإبداعي السينمائي على الفضاء الرقمي (الفضاء الرقمي لمنصة الـIMDb والشاشة الشبكية الـ YouTube) لا التثمين الاقتصادي، يستنبطها الباحث –على إثر الوظيفة الإعلامية- بمن فيه الفاعلين المشاهدين على الهامش مع مبدعي الفيلم الإعلاني ومخرجي الفيلم الفعلي كمؤسسات تقافية مركزية. بعبارة أخرى سمح الأنترنت إلى حد ما بانهيار الحدود بين المجال الخاص والفضاء العام، و زوال النخبة الاحترافية السينمائية وبروز الشعبوية الإبداعية الرقمية، وذلك أولا من خلال تعليقاتهم التي لم تسقط في فخ المنطق الراسمالي(وهو تلقي الفيلم الإعلاني كعرض ترويجي)، بل تذهب نحو تشييد خطاب (فنيا/ وجماليا) عن المحتوى الذي يعمل على خلق فضاء رقمي وسيميوطيقي يعبر عن اشتغال أنظمة دلالية مختلفة، مسؤولة عن انتاج سلسلة ممارسات ثقافية وفاعلين جدد(مبدع محتمل).

وفي إشارة لمصطلح القصدية وارتباطه بمصطلح المرجعية يقول عبد الواسع الحميري أن القصدية المرجعية يشيران إلى (في افتؤاضه) إلى الثابت الجوهري. (الحميري, 2009، ص.34)

وبالعودة إلى مستوى سياق الثقافة المرجعية للفيلم الإعلاني Arrival؛ فإنه لا تقوم العلاقات الاجتماعية والإنسانية ما لم تنسج علاقات تواصلية يُهدف من ورائها إنتاج وتلقي المعلومات لأن قوانين التواصل حسب أمبرتو إيكو هي قوانين الثقافة (بريمي, 2017) وعلى هذا الأساس يعدّ استحضار الدائرة الثقافية الاجتماعية والتاريخية في سيميولوجيا السينما، إنما هو استحضار للنص في الفيلم الإعلاني، والمسؤول عن تصريف مجموعة من القيم والأنساق الثقافية والاجتماعية والإيديولوجية... داخل مجتمع ما.

وعليه، وعبر الاتكاء على نموذج قصة الخيال العلمي القصيرة «Story of Your Life» للكاتب تيد تشيانغ Ted Chiang، التي شكلت القاعدة السردية للفيلم الفعلي Arrival وبالتالي ساهمت في تكوين بنية الفيلم الإعلاني Arrival، تمكنت الدراسة من عرض المقولات التي لا تتعلق بـ **مستوى**

سياق الثقافة المرجعية الأمريكية فحسب، إنما تتعلق أيضا بهيمنة صورة من التكوين الثقافي الذي يتخلل الزمان والمكان ويتجاوزه، لقيمة موحدة تجمع المجتمعات وتخص البشرية ككل.

إن الحيلة السردية في تريلر Arrival، على الرغم من ضياع كثير من المعني في سيرورة تحول اللغة اللفظية إلى لغة سينمائية فعل التحول الأول إلى فيلم فعلي– استخدم المخرج دينيس فيلنوف أسلوبا مغايرا في كيفية إدراك المشاهد للواقع الوهمي، وهو أسلوب غير معتاد في أفلام هوليوود– وفعل التحول الثاني إلى فيلم إعلاني عبر الرسم الذكي لمختلف الأزمنة، بمزج المستقبل، الماضي والحاضر لنسج العقدة غير الخطية وفق مستويات، إنها تتعلق باللغة، التعاون، تجاوز الحواجز، الإرادة الحرة، المسؤولية الشخصية والإنغماس في ثقافة جديدة لفهم العرق اللآخر (تذكير بأن كلمة تشترك في جذر مع الكلمة اللاتينية alius التي تعني آخر) ، الأجنبي، الفضائي.(Statt, 2016).

تركيز القصة في التريلر لا يتصل بكل الحركات الدرامية التي تجسدت في الفيلم الفعلي(كما كان لها تمثيل في التريلر أيضا) والتي تتراوح بين؛ توتر عسكري (العلاقات المتوترة بين الصين وروسيا كمعتدين) في وسط التريلر، وصولا إلى تخريب سفينة الفضاء من قبل الجنود الأمريكيين في ذيل التريلر ولا يتعلق بالسفر عبر الزمن، كما أنه ليس متعلقا بتعديل الجينات، أو الإجهاض، بل حول إعمال بصيرتنا كبشر نحو المستقبل لإجبار مسارنا الحاضر على الانحراف. إنه يتعلق بقبول الآخر والحوار، فهم خيارات حياتنا.

هذا ما يقودنا إلى مجال تفاعل الثقافات والاتصال Interculturalism and Communication، فمنذ القدم، كان ولايزال السعي الحثيث للتواصل بشكل أفضل بتخطي الحدود اللغوية والثقافية من التحديات المتأصلة بين البشر، لذا الرسالة الأساسية للفيلم هي أكثر واقعية مما نتوقع، فالجدل الذي حاول فريق العلماء معرفته كان قائما على ترجمة "تقديم سلاح"، "استخدام سلاح"، لكن التهديد لم يكن في تحديد السلاح، أو متى ينطلق الهجوم من مواقع الإنزال للسفن الفضائية حول العالم، بل كان خطأ تفسير الرمز بأن يكون له ترجمة بديلة قريبة مثل "أداة" أو "تكنولوجيا".

إذن، يقدم التريلر مفهومين هما –من منظور تعددي ثقافي–تواصلي– الممارسة البشرية للمثالية والواقعية The Idealism and Realism Humanitarian Action (Slim, 2005, pp. 2–6–10)، في التعامل مع الأزمات العالمية، بغض النظر عن الاختلافات السياسية، الفلسفية، الدينية و اللغوية.

ومفهوم إتقان الفهم الثقافي،الفرصة الوحيدة للبشر لحل مشاكل عالمية هي تحسين الحوار بين البلدان و الإرتقاء.

في حين أن ما يقودنا إلى سياق الثقافة المرجعية في تريلرInterstellar، بالرغم أن منتقديه على مستوى المراجعات يجدون بنيته السردية ثقيلة بالنسبة لتريلر، إلا أن هنالك اتفاق على اعتباره يضمر قضايا عن تغير المناخ ، عبر استخدام مقاطع لتحديد مصطلحات التريلر، وإشارات ماثيو ماكونهي حينما يعلق على فشل الروح البشرية. كما ينطوي هذا الخطاب التحفيزي أيضًا نداءات لزيادة الاستثمار في البحث والاختراع التكنولوجي، كأحدث محاولة لإثارة الاهتمام بالعلوم من خلال ثقافة البوب. ولكن من خلال وضع نداءه في سياق أزمة تغير المناخ ، يتعين على المشاهد القيام بخيارات ضيقة الأفق أمام امكانات التريلر الخفية؛ كونه لايزال أمام غموض لايكاد يفهم منه موضوع الفيلم الفعلي.

وفي الحقيقة تريلرInterstellar يظهر بعمق العديد من العناصر التي تنتمي إلى الفكر ما بعد الحداثي على اعتباره مزيج انتقائي بين السينمائي واللاسينمائي؛ بعبارة أخرى، يجمع نصوصا بين الجديد والقديم معا لخلق معان وترفيه جديدين وتشكيل معنى النص (مختارات التريلر) بنص آخر (مستقلات التريلر). إلى جانب الاستهلال الذي يستكشف الاختلافات بين تصورنا للعالم من حولنا والعالم الموجود بالفعل والعالم المبتدع في التريلر.

ينقلنا تريلر The Martian إلى واقعية لا تتوقف فقط على دقة العلم والتكنولوجيا، ولكن أيضًا على تقديم العلماء والثقافة التابعة لهم كالطريقة التي يتحدث بها العلماء و يتفاعلون بها، دوافعهم واستجابتهم للفشل، وحقيقة أن الكثير منهم هم أذكياء بالفطرة وأكثر مرحًا (الذكاء الحق حسب الثقافة الأمريكية Be Cool)، وكيف أن المسابير الفضائية يمكن أن تكون رائعة للغاية، مقارنة بالثقافة التمثيلية للعلماء الذين تم تصويرهم في معظم الأفلام والمحتويات الأخرى بشكل ممل. إضافة إلى إشارات لأعمال ثقافة البوب الشعبية المستمدة من الأفلام والبرامج التلفزيونية التي تركز على الشخصية المستمتعة أثناء حل المشكلات التي تهدد الحياة . وذلك ليس فقط للمساعدة على إضفاء روح الدعابة، ولكن أيضًا جعل الشخصيات تبدو أكثر إنسانية وأكثر ارتباطًا بالواقع.

الحقل الإجتماعي والتاريخي

يعتبر الفيلم نتاج بيئته ولسان حالها، إذا ما استثنينا بعض أفلام الخيال العلمي المبالغ فيها (التي تقترن عادة بجونر آخر كالكوميديا أوالفانتازيا) ولا يكاد يخرج مضمونه عادة عما تعارف عليه المجتمع من عادات وتقاليد وقيم توارثتها الأجيال، وهو إن كان مرآة عاكسة لأحوال الوسط الذي انبثق منه إلا أن عالم الـ Showbiz يفرض تناولا مغايرا للمواضيع حيث يضيف بعض القيم المستوردة التي لا تمت إلى مجتمعه بصلة أو ربما وجدت ولكن بنسب ضئيلة جدالا تستوفي شروط التعميم.

فمثلا، منذ ثلاثينيات القرن الماضي، كانت المخلوقات الفضائية في الأفلام تُجسّد خطر الآخر كالخطر الأصفر نسبة للآسيويين، أما في عام 1951 ، كان الشيء من العالم الآخر تشبيهًا للحرب الباردة، ولاحقًا علّق فيلم Star Trek على العلاقات بين الأعراق...كل هذا كان مصاحبا بهامش من التهويل السخيف الذي يطال عملية التجسيد السينمائي ليسهل هضمها من طرف المتلقي.

على ضوء ما سبق، كان ولابد من مكاشفة الانعكاس الاجتماعي والتاريخي، حيث اتضح أن مبدع تريلر Arrival عمل على ربط أحداث قضية الهجرة أو قانون الهجرة فب الولايات المتحدة وانعكاساتها على شعوب الدول المتباينة اللغة التي تحلم – بشكل خاص تزامن اطلاق التريلر مع حملة وانتخاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب المرشح الرئاسي للحزب الجمهوري بتاريخ 19 يوليو 2016– الذي سُن وسط إجراءات صارمة؛ وبعيقدم فيلم Arrival وجهة نظر تقول، بأن الاختلافات تنجم عن معايير مبنية اجتماعياً مثل المعايير التي تبنى على الاختلافات الثقافية واللغوية تماما.

أما إذا حكمنا من خلال الكمية الهائلة من تسلسلات اللقطات التسجيلية بشكل مثير واللحظات الدرامية في آخر تريلر Interstellar ؛ نرصد تلبيس ماكونهي رسالة أخلاقية مع مؤثرات خاصة وحكم يتم تسليمها ببطئ للمشاهد، تصور وتصف حياة العائلات التي تمتهن الزراعة، حين طردت من مزارعها بسبب فترة من الجفاف الشديد الذي أصابهم في ذروة فترة الكساد والصناعة المصرفية، ومن ثم إنقاذها لاحقًا من قبل الرئيس فرانكلين روزفلت من خلال قانون الطوارئ المصرفي لعام (rdln, 2015) ، ما جعله رائدا في إنقاذ وول ستريت، وهو اسقاط غير مباشر لرواد الحقبة التي تلتها في الستينات .

فيما يتم التعامل مع عزلة Watney بشكل جيد في جميع أنحاء "The Martian" ، حيث يشعر بالوحدة بشكل متزايد نتيجة لكونه الرجل الوحيد على كوكب بأكمله. و قد أثبتت سلسلة اللقطات المبكرة

أن Watney أقام صداقة عميقة مع طاقمه ، ولا سيما القائد لويس (جيسيكا شاستين) ما يشير إلى أن الطاقم أكثر من مجرد فريق من العلماء، وأنهم أشبه بالعائلة التي أجبر على العيش بدونها. وبهذا يلتقط ديمون الحالة العاطفية الهشة لشخصيته بأداء حساس أكسبه ترشيحًا لجائزة الأوسكار لأفضل ممثل.

الجمالية

تمثلت الجمالية على هذا المستوى في تريلر Arrival، في **الربط دائري** بين الماضي، الحاضر والمستقبل معًا بشكل مضمر، هذا الربط السينمائي تجسد عضده في تصميم إعدادات خاصة لإظهار Louise من خلال، المدرج الجامعي، منزلها وسفينة الفضاء لتشبه بعضها البعض في تتابع للشكل الدائري.

فيمكننا أن نرى عناصر غرفة السفينة – حيث تتواصل لويز مع الأجانب– التي تصطف أفقيا، تنعكس أيضا في منزلها وفي المدرج الجامعي؛ فالثلاثة يتواجد بهم هذا الجدار الأبيض الكبير: في منزلها، توجد نافذة زجاجية كبيرة تطلعلى البحيرة الضبابية، أما في فصلها فتظهر في السبورة البيضاء، أما الجسم الطافي يظهر بواسطة نافذة زجاجية كبيرة. كما أن تصميم لغة الهيبتابود Heptopods- والتي كانت جزءًا كبيرًا من الفيلم الفعلي، على عكس ما يكشف عنه التريلر من لمحات قليلة– الذي أجراه مصممي الجرافيك والأنثروبولوجيا واللغويين التابعون لفريق إنتاج الفيلم الفعلي والتابعون للتريلر، لتبدو الأشكال دائرية للدلالة على الترابط والتي تحيل المشاهد تلقائيًا أنها لغة. ونشير أن Denis طلب من وكالة تصميم التريلر دمج التمثيل الدائري في المونتاج الذي يؤكدعلى التصميمات الدائرية في الأزياء إلى المعمار المنتقى، كالمستشفى في مونتريال الذي يتميز بممرات نصف دائرية.

وهنا يمكننا، أن نقول أن Arrival Trailer يكشف عن جمالية يُصطلح عليها جمالية علائقية وجمالية تكنولوجية؛ الأولى يُسعى من خلالها إلى تغيير سلوكي في المجتمع، على أنها « مجموعة من الممارسات الفنية التي تتخذ نقطة انطلاقها النظرية والعملية كل العلاقات الإنسانية وسياقها الاجتماعي، بدلا من فضاء مستقل وخاص» (أبو رحمة, 2021,ص.ص 4–3) . أما الثانية فتطمح إلى رصد اللامرئي في الصور والاقتباسات، والسياقات الخفية بشكل نقدي حول الشبكة بلغة الشبكة نفسها في تمبلر، منشور في مدونة أو منصة. (Bridle, 2013) ، وهذا لا يمنع التداخل الترابط بينهما.فمبدع التريلر يسعى للتواصل مع المشاهدين من خلال المختارات والمستقلات التشاركية، مما

يسهل في تكوين مجتمع مايكروووي يتبادل أسس القراءة الجمالية للتريلر المتعددة مع كل مشاهدة جديدة أو تكرار المشاهدة.

علاوة على ذلك، وبغض النظر عن المشاعر في تريلر Interstellar التي يطرحها بقوة، فإن التنوع في البصريات الدينامية الخارجة عن هذا العالم ساهمت بصياغة كون التريلر الذي يؤذن ببعض من اللحظات المرعبة ولحظات من الظلام الدامس إلى انفجارات الضوء والألوان التي تؤدي كلها إلى عدم القدرة على التنبؤ بقصة التريلر. إلى جانب واقعية الإمكانات التقنية والجمالية والتعبيرية المستوحاة من سينما ألفريد هيتشكوك في تثمين الفضاء التشويقي السردي للتريلر، المُعتمد على حركة الأحداث من الحركة البطيئة إلى البطيئة للغاية والمونتاج المعقد غير الخطي الذي تدعمه تلاقح بين الشخصيات في اللقطات التسجيلية والشخصيات خارج اللقطات التسجيلية.

كما يظهر عالم الظلال في بناء التريلر مجبرا المشاهد على مراقبة الماضي من المرئيات في ظاهرة فلسفية وتفسيرية تسعى لخلط الزمان والمكان وممارسة التباين؛ فمن الفوضى إلى النظام، ومن الضوضاء إلى الصمت... إلى أن ينتهي الأمر بالمشاهد إلى قراءة وتفسير غير المرئي والمستحيل. وبعدها الخروج من هالة الغموض، بتقديم الشعور بالاتساع من خلال تصوير الأراضي المعشوشبة، السماء والجبال والمساحات السوداء.. وغيرها من الأماكن الشاسعة؛ ما يمنح خصائص تعبيرية مركزة بين اللانهاية والفراغ ، وبناءا متعاليا غير ظاهري وإنما مضمر.

في تريلر The Martian اندمجت الوظائف العلمية والعملية مع الشكل الجمالي، لاسيما في تصميم النماذج الأولية لسفن وكالة ناسا وقواعد الحياة حيث يقيم رواد الفضاء على المريخ، جمالية تمثيلها جاء ملتصقا بالتصميم والهندسة المعمارية، على الرغم من أن الهندسة هي التي أحدثت التقنية ، إلا أن هناك أيضًا جمالية تتمظهر في العنصر الخام المُصنع؛ بما معناه، أن تكلفة إرسال أي شيء إلى الفضاء بديهيا تكوت باهظة للغاية لدرجة أن هذه السفن يجب أن تكون وظيفية بحتة، وأن يتم تجريدها إلى الحد الأدنى من الجماليات وجمالية بيئة العمل ، لكن العكس وقع في تريلر The Martian، فالعناصر الجمالية التي تفكك في الخيال العلمي قد تصبح شيئًا مملًا للبعض على الرغم من أنه يكون مصقولًا من الناحية الجمالية، ويراه البعض الأخر متاحا جماليا نتيجة الإجراءات والتي لا يراها إلا المندمج في ثقافة الخيال العلمي و المعرفة العلمية .

تشييد الوضعية السينمائية للفيلم الإعلاني

إن موضوع دراسة الوضعية السينمائية، هو البحث فيما يجعل من التريلر عملا سينمائيا، بدءا من النوع (الجونر، الجنس السينمائي، التصنيف الأنواعي)، فكما تم الإشارة إليه سابقا، أن تصنيف الفيلم الفعلي يجب أن يتطابق مع تصنيف الفيلم الإعلاني الذي يتم عرضه. وبهذا، فإن الإفتراض يأخذ مجرى، أن تمظهر الجنس السينمائي والتصنيف الأنواعي في إعلانات الأفلام؛ يكشف تأصيلا لعناصر اللغة السينمائية؛ حيث يتم النظر عن كثب في نوع الفيلم الإعلاني باعتباره عنصر سينمائي ونمط سيميوطيقي ينقل معلومات رئيسة حسب كل من "ليزا كيرنان" و "كيث جونستون" Lisa Kernan and Keith Johnston:

«The film’s genre is seen as the central type of information communicated by the trailer. In this context, genre is understood as dominant in the sense of Roman Jakobson» (Oja, 2019, p. 177) .

وبالتالي فإن الكشف على النوع والنوع الفرعي هنا يعتبر عنصرا سينمائيا ونمطا سيميوطيقيا، كما أن الكشف عن المُهيمن سيكون معنيًّا بنوع المعلومات التي ينقلها الفيلم الإعلاني بشكل عام، أي ما إذا كان النص مرتكزا على النوع أم على الفاعل (البنية العاملية)، المُمثل، عنصر من عناصر بنية القصة؛ البيئة وفضاءات التأثيث، الحبكة من الصراع المركزي، التعقيدات، الأحداث، الإبهار البصري والصوتي (الإختراع التكنولوجي).

وعليه، تم النظر عن كثب إلى تريلات العينة في حالتين، إذا ما كان يبدو فيهم أنه خادع/أو تابع لنوع الأفلام الفعلية حيث يرث النظام السينمائي الخاص بفيلمه المرجعي، ويُتوسم في الأفلام الفعلية توفير بعض المعلومات المحدودة حول مثلا: النوع، نمط الألوان، السينماتوغرافيا التعبيرية...على أنها المعلومات الهامشية المستقاة من المعلومات المركزية في الفيلم الفعلي، وفي هذا السياق يُفهم أن النوع، نمط الألوان، السينماتوغرافيا التعبيرية...هي السمات المهيمنة بالمعنى الذي جاء به رومان جاكوبسون (يعني الترابط بين العناصر المسيطرة على الفيلم والتريلر) لصناعة النموذج المضلل أو المدعم المحتمل في تجربة المشاهدة. (Redfern, 2021, p. 267)

الأجناس السينمائية

تنتمي تريلات العينة إلى **الخيال العلمي**، فتريلر Arrival يميل نحو الخيال العلمي النسوي الذي يُسهم في إلغاء الحدود وتعزيز دور المرأة في تمكينها من هويات قائمة على الذكاء العاطفي (المشاعر المتحكم فيها دماغيا) بدلا من الذكاء العملياتي والعضلات؛ هذه النسوية خارجة عن السايبورغ الآلي الذي يُنادي بعلاقة تطورية بين المرأة والآلات أو التكنولوجيا، لأنه يُعبّر عن إعادة ترميز للاتصال، الذكاء، الخوف، الحب والارتباك وتخريب القيادة والسيطرة الذكورية وتكسير الثنائيات (أبو رحمة, 2020) .

إذن، يُصعب تحسس مواصفات متفق عليها يتضمنها صنف الخيال العلمي النسوي، إلا أن أفلاما نادرة كانت على الأقل حتى الآن مرجعية، كإرث بطلة فيلم Alien "سيغورني ويفر"، التي أسست للشخصية الأنثوية المتفردة التي تشق طريقها للخروج من توقعات وأدوار الذكور.

وهنا يضع تريلر Arrival بصمته على الرغم من التعامل مع موضوعات الأمومة، إلا أن لويز بانكس خرجت عن الشخصية الأنثوية النمطية للنساء العاملات التي عادة تتجسد في المهووسة بإيجاد الحب والتكيف مع معطيات بيئتها إلى أم عاملة/ عالمة/دكتورة لسانيات/ مترجمة/ صانعة سلام تملك من القدرات العلمية والتواصلية ما تجابه به التجمع العسكري والصناعي قبل الآخر(الهيبتابود) ، وبدلاً من الحروب مع الزوار الأجانب واستخدام الـ CGI المفرط إلى اعتماد الصوت الأنثوي ملخصا بذلك فرضية تريلر Arrival الخاصة بالتواصل قبل كل شيء، مع لمسة خفيفة من الطابع الرومانسي الذي يضفي عمقا لذكاء الدكتورة بانكس.

في الجهة المقابلة، نجد تريلر Interstellar يتنمي للخيال العلمي النوستالجي، أين المستقبل و اليوتوبيا التكنولوجية تتوارى خلف لمحات الملحمات من الأربعينيات، الخمسينيات والستينات، فالحنين إلى الماضي ظهر كمحدد رئيسي لهيكلة التريلر، على الرغم من أن التصور المرتبط بالـ SF كنوع موجه نحو المستقبل له التأثير على الزمانية والتاريخية، وبالتالي توجد علاقة مشابهة للزمانية عبر النوستالجيا، وبهذا المعنى؛ فإن الحنين إلى الماضي في تريلر Interstellar، لا يتعلق بالماضي أكثر منه تعلقه بإسقاطات على الحاضر.

علاوة على إعادة النظر في التصور السائد للحنين إلى الماضي باعتباره استجابة عاطفية محافظة للشعور المعاصر بالأزمة (لاسيما المناخية والبيئية التي وسبق التطرق لها) على حد قول دونا هاراواي Donn Haraway «أن الحد الفاصل بين الخيال العلمي والواقع الاجتماعي هو وهم

بصري » (فليح, 2019). فعملية التذكر لا تنطوي على الحدث نفسه وإنما تجربته بالفعل، وهو ما لمسناه في تريلر Interstellar، الوهم بالإنجازات البشرية أمام ما أحدثته نفس البشرية من أزمات وما انجر وما سينجر عنها من اجتراح معجزات للبقاء مستقبلا.

في حين يلتصق تريلر The Martian بالخيال العلمي الواقعي، بما يعني تجلي الواقعية في الخيال العلمي وانحراف التجاهل عن حقيقة العالم. فمن خلال الانخراط في الواقع يصبح التريلر أو عناصر الخيال العلمي المعروضة عبره نافذة على ما يمكن أن يقوم عليه العالم بناءً على الكيفية التي يعيش بها الإنسان الآني. والمثير في تريلر The Martian هو قيامه بتجميع واقعية حياة العلماء و النظريات والمخاوف العلمية دون الحاجة بالضرورة إلى القلق بشأن الدقة، ودون حملها عن طريق الجد على طوله (أي سرد قصة ممتعة)، ومرد ذلك هو استعانة صانعي الفيلم والتريلر بمساعدة السلطات الفعلية في المجال العلمي، نخص بالذكر مؤلف الرواية ومجمل التوصيات العلمية المذكورة والمتوخاة.

الخصائص المشتركة بين تريلر والفيلم الفعلي

بغض النظر عن المكان والشخصيات، فإن جميع نصوص أفلام الخيال العلمي معقدة، وتحتوي على تفاصيل دقيقة، بحيث تشمل **العناصر المشتركة** لصنف الخيال العلمي **في تريلات العينة وأفلامها الفعلية** على ما يلي:

السيطرة على العقل، التخاطر المافوق الذهني/ الغوي والتحريك، الأجانب وأشكال الحياة خارج كوكب الأرض، الطفرات والمتحولون، السفر في الفضاء والاستكشاف، أكوان موازية ومستقبلية، تكنولوجيا وأسلحة، أجهزة كمبيوتر... فالمرتكزات في هذه الحالة تستند على النوع وعلى الفاعل (البنية العاملية المتمثلة في الدكتورة بانكس والهيبتابود، كوبر والرحلة نحو الفضاء غير واضحة المعالم، ويتني والعوالم الخارجية والمصارعة من أجل البقاء) وعناصر بنية القصة لاسيما البيئة.

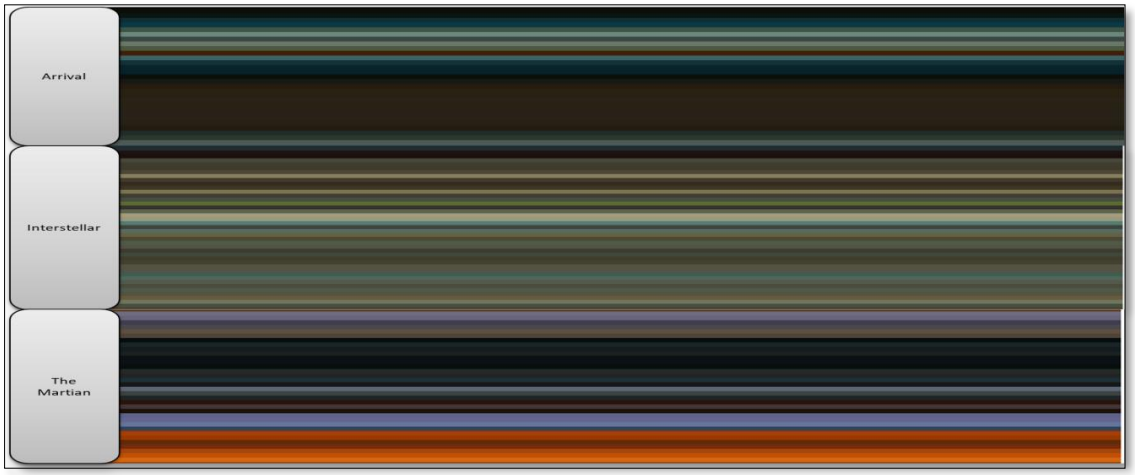
الصيغة الشرطية المزاجية للفيلم الإعلانيMood and Atmosphere

- **السينماتوغرافيا التعبيرية** Cinematography

ترتبط السينماتوغرافيا التعبيرية بمعايير تقنية فنية هي الإضاءة Lightning/ التعرض Exposure النمط اللوني Visual Color Palette ودرجة اللون "Hue"، درجة التشبع، كثافة اللون "Saturation" أو "Saturation Chroma " والسطوع Brightness، يتحكم بها المبدع (المخرج/مبدع التريلر)، من حيث انتهج Denis Villeneuve فلسفة الإحساس الدقيق تجاه الضوء الطبيعي، وانتقل الإحساس نفسه إلى مبدع التريلر Dan Asma في تجسيد أسس واقعية للتريلر... ولا يوجد مكان أفضل من تمظهر السينماتوغرافيا التعبيرية بمعاييرها (التلاعب بالضوء) أكثر مما تظهر على متن سفينة الفضاء البيضاوية الشكل، في الغرفة المظلمة حيث المكان يمتص فيه الضوء بدلاً من انعكاسه، استثناءا الجدار الضبابي الذي يعكس ضوءا من نوع آخر؛ فتصبح الشخصية الرئيسة الدكتورة بانكس في علاقة مع الموت تترجم برابط : كلما زادت معرفتها بثقافة الـ Heptapod الغريبة ، كلما تغير تصورها للحياة والموت والوقت، أما تريلر Interstellar فتنسحب التداعيات التقعيدية للسينماتوغرافيا في إخضاع اللقطات التسجيلية إلى شعرية المونتاج تحت غطاء الخطاب الصوتي التحفيزي ما نقل جمود الصور الدينامية من الثنائية اللونية (انزياح السمة الفوتوغرافية الصرفة: الأسود والأبيض) إلى انفجار لوني يعقبه توالي المنجزات فنحو سقوط مرة أخرى إلى قتامة اللقطات تنعكس على المكتبة مع مسحة من الضوء عند مغادرة كل من الكوخ والأرض ترتب أيضا عن التصور المونتاجي الرابط بين معالم اللقطات التسجيلية واللقطات الخام الفيلمية. في حين سينماتوغرافيا تريلر The Martian يتم توصيفها بإرباكات النشاط التعبيري بين الألوان (تعدد المدونة والثيمة اللونية) والمذهل أنه يحقق الترتيب الفني كامتياز تقني يقرب للمشاهد السمة المريخية القائمة على النشاط القاتم في توجيه النظر على وكالة ناسا (وغموض مشاريعها)، إضافة للنشاط التدليلي المرتبط بتسليط للضوء الإصطناعي ذي الهالة الزرقاء على المقابلات الصحفية وبانورمية الحركة لجدواها البصري في إطلاق الحقيقة.

وهوما يتجلى في تخطيط الأنماط اللونية التالية لتريلات العينة:

شكل (66): *يوضح النمط اللوني المرجعي الذي تتبعه تريلات العينة*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(TCOM, n.d)

ومنه يتجلى لنا أن تريلات العينة انتهجت الأنماط اللونية التالية:

النمط أحادي اللون The Monochromatic Color Scheme

يتم تحقيق النمط أحادي اللون عندما يتم تمديد تدرج لون أساسي كالأحمر، الأزرق والأصفر بإضافة الأبيض للتصبغات وبإضافة الأسود الظلال من خلاله إنشاء التباين ، وبهذا التأثير فإنها تخلق شعورا متناغما ويمنح التريلر عمقا ومظهرا متجانسً، لاسيما في تتبع لتمثيل المظهر الرخامي والصخري لسفينة الهيبدتابود في تريلر Arrival ، وتصّبُغ اللقطات التسجيلية بالأبيض والأسود في تريلر Interstellar، وطغيان الأحمر في تمثيل وتأثيث بيئة المريخ في تريلر The Martian.

نمط الألوان المترابطة Associative Color Schemes

تشير الألوان المترابطة في تريلات العينة إلى الوقت الذي يمثل فيه اللون أو المخطط المتكرر سمة في شخصيات الأبطال، وبالتالي يربط المشهد المرئي بسرد نصي دلالي يحيل على الحالة النفسية، العقلية والعاطفية للدكتورة بانكس لدى لقائها مع الهيبتابود ، وحالة المهندس كوبر لدى مغادرة الكوخ، ووضعية الرائد ويتني لدى تفاجئه بالنجاة من العاصفة، وجاء الصدام بعدها بين الألوان المترابطة بين البسيط والداكن في تعبير عن فوضى قادمة.

الضوء

أما عن الضوء، فقد ولدّ تصميمه في السفينة كغرفة كهفية– بل هنالك من يذهب من النقاد إلى تشبيهها كمعبد مظلم– تجربة فريدة في إبراز شخصيات التريلر. فالكائنات الفضائية التي تظل شبه مخفية خلف شاشة الساطعة بيضاء مستطيلة حقيقية بدلاً من استخدام الشاشات الخضراء للـ CGI، ما أثر على تقنية عكس الضوء على الدكتورة لويز في حالات التي تكون فيها بعيدة جدًا الشاشة (ستكون مظلمة تمامًا)، وعندما تكون فيها في مواجهة مباشرة للشاشة ، فإن وجهها يسطع بشكل مفرط. أما تصميم الضوء في بيئة تريلر Interstellar فقد كان مذهلا بصريًا، سمح للمشاهد بالتواصل عبر الزمن القاتم إلى انفجار الضوء المصاحب للألوان، ثم نحو تصميم ضوئي باهت إلى بارد في تريلر The Martian.

وقد يقودنا اختلاف تصميم الضوء من تريلر لآخر وتباينه واتساقه بين المختارات والمستقلات، إلى فهم دلالة الإصرارعلى دمج المختارات التي تضم اللقطات التي تكشف التدرج الضوئي بين سطوع وعتمة على محيا شخصيات التريلات؛ مما أتاح للتريلر (من خلال الإضاءة) الفرصة للمشاهد التماس كنه القصة، بمرور الشخصيات برحلة من التنوير الذاتي. واللقطات توضح ارتباطية الضوء بالسينماتوغرافيا التعبيرية في تريلات العينة.

شكل (67): *يوضح السينماتوغرافيا التعبيرية المرتبطة بالضوء*

المصدر: إعداد شخصي

شكل (68): *يوضح السينماتوغرافيا التعبيرية المرتبطة بالضوء*

المصدر: إعداد شخصي

شكل (69): *يوضح السينماتوغرافيا التعبيرية المرتبطة بالضوء*

المصدر: إعداد شخصي

السرد الصوتي في تريلر Sound Score Arrival

يشتمل السرد الصوتي في تريلات العينة على عناصر؛ الكلام (الحوار)، المؤثرات الصوتية، الموسيقى والصمت. وتصبح كلها مجتمعة ذات مغزى بالنظر إلى الكل، ويمكن أن تعمل عناصر السرد الصوتي في آنٍ بشكل متبادل أو متزامنة بعضها مع بعض، أو مع المشاهد المصورة (داعمة للصورة)، ولها وقعها في تفسير هذه المشاهد، لكنها أيضاً تؤثر في تفسير العناصر الصوتية الأخرى، ويتمظهر في المؤشرات الفرعية التالية:

الصوت خارج الكادر voice-over Narration

يتضح التعليق الصوتي للراوي على أنه صوت الدكتورة بانكس في الثواني الأولى (المؤدي الـ voice- over نهج الـ Real Person)، إلا أنه ينحرف نحو اقتصاص مقاطع من الحوارات تارة في تتابع مع المرئي وتارة أخرى خارج الإطار المرئي، يوجد في مكان وزمان غير اللذين يقدمان عبر الصورة ، هذا التسجيل التقني يأتي لتعزيز فهم الحبكة داخل التنسيق المكثف للعناصر الأخرى، كذلك المثل بالنسبة للخطاب التحفيزي لماكونهي الخارج عن الكادر الذي انتهج المؤدي فيه Live Person narration على أسلوب خطابات الأفلام التسجيلية، والمدهش أنه لتكثيف المعنى الداعم للغموض الذي يكتنف سردية التريلر. أما تريلر The Martian فيلتصق بأسلوب Real Person voice- over وفيه Live Person narration؛ من اقتطاف مقاطع من حوارات الفيلم الفعلي، إلى جانب الخطاب التحفيزي من وتني في تتابع مع المرئي وخارج الإطار المرئي.

أصوات غير فعلية Non-diegetic sound

الموسيقى الخلفية

فيما يخص سينمائية موسيقى التريلر التي تشابه في توظيفها الحوار، غير أنها لا تُسمع فقط وإنما تُرى أيضا –حسب ما شرحه جاكوبسون في Question de poétique– بما معناه خضوعها (موسيقى التريلر) لآليات تركيبية في بناء المشهد، بحيث مرافقتها للمرئي والملفوظ، لا يجب أن يكون على حسابهما وإنما تأتي تعضيدا لضبط البناء السابق، وإنتاج سيروة تدليلية لامتناهية ومتعددة التأويلات.

ففي تريلر Arrival، من الصعب الجزم باستمرارية موسيقى معينة ؛ فهي تجمع بين الوضعية المزاجية السرعة والتتابع والتحذير؛ وهذا في استعمال يوحي بالحالة المزاجية للدكتورة بانكس، ولترسيخ الأحداث المتسارعة وتحفيزالمشاهد، بأسلوب أكثر جاذبية حتى لا يكون ذلك مُمِلًا، ما ينّم أن مبدع تريلر Arrival قام بعمل مُضن مع المضامين الموسيقية. وقد لا ترتبط موسيقى التريلر بموسيقى الفيلم الفعلي وقد يؤلفها فنانون آخرون غير مؤلف موسيقى الأصلي كما نستشفه في تريلر Interstellar، الذي يصطبغ بموسيقى هادئة لكنها عميقة تحمل ثقلا دلاليّا تُسمع وتُرى؛ بحيث تنقل دراماتيكية وتجليات المنجزات البشرية بدون تشويش ولا صخب. في حين موسيقى تريلر The martian

جاءت لتصرف الإنتباه عن الكشف الذي تجازو حدوده، وتسريع الإيقاع لتفادي الملل لطول مدة التريلر.

الصوت داخل/خارج الكادر

تتمثل لاسيما في المؤثرات الصوتية sound effects أين يستطيع المبدع التلاعب بكل أريحية، فقدعمدت تريلات العينة على تبني نمط امتداد حدود الاستماع للمؤثرات الصوتية الخارج عن إطار اللقطة؛ لاسيما عند سماع أصوات الهيبتابود*– نعلم أن الـ Heptapod لديهم لغة ذات نسختين، مكتوبة (Heptapod B)، والأخرى "المنطوقة" (Heptapod A)، ومن الواضح أن الـ HepB تنقل الأفكار، المعنى في بنية تركيبية دائرية تشبه الجملة*– التي لا تُرى و التي تعطي المشاهد إيحاءا بأماكن خارج إطار حدود الشاشة وتجعله يصدق أن **ما لا يراه ويسمعه** كجزء من عالم أوسع غامض لكنه حقيقي (لذا تم حجب الهيبتابود عن التريلر) لينطلق خياله في رسم القالب بناءا على الصوت. الـ sound effects أكسب تريلر Interstellar ضجيجا ظاهريا لكنه يمثل تدليلا عن أصالة وفرادة أجناسية دخيلة ومتخمة بالتعبيرية (التسجيلي الملتصق بالماضي مقابل الخيالية الملتصقة بالمستقبلية)، في حين تحمل بوتقة المؤثرات الصوتية في تريلر The Martian توصيفا للبيئة المريخ، ولأجواء المؤتمرات الصحفية، ولحثيث محركات المحطات الفضائية بين التوازي والتقاطع، بما معناه أن؛ الإيحاء للعناصر غير ظاهرة على الشاشة، لا يجعل من المؤثرات الصوتية عنصرا سينمائيا فحسب بل يتجاوز ذلك إلى تشييده كنمط سيميوطيقي (يمكن الإطلاع على مقال طالبة الدكتورا بن عمارة سمية والدكتور نصر الدين بوزيان الموسوم بـ تصميم الصوت في أفلام الخيال العلمي دراسة سيميولوجية لفيلم "الوافد" لتوضيح فكرة مقاربة الصوت كنمط سيميوطيقي (Sound Semiotics)، مايدعم القرارات الإبداعية في تصميمه، مدارسته وتوفير مجموعة من الأدوات المنهجية التي تعتمد على تعدد الأنماط السيميائية الـModes /Modalities لكل من الممارسين والباحثين.

* بملاحظة الفيلم الفعلي Arrival نجد أن صوت Heptapod الـ Heptapod A ليست مثل صوتيات اللغات البشرية التي تميل إلى أن تكون منظمة، وتصطنع نتيجة اتفاقيات، على سبيل المثال: فاعل، موضوع الفعل و الفعل (SOV) كما هي في اللغة اليابانية والهندية، أو فاعل، فعل وموضوع الفعل (SVO) كما هي في الإنجليزية والروسية .

*يمكن الإستماع لمقطوعة Heptapod A على الرابط التالي: https://soundcloud.com/mcjacver/heptapod-sounds-effect-arrival-movie-2016

الانتقال داخل نسيج السرد صوتي

اتضح من المقاربة المعتمدة في تريلات العينة لتصميم الإنتقال الحركة الإنتقالية ، تبني الحركة الإنتقالية بين المشهدية القائمة على تصميم الصوت المسند للواقع Reality-Based Sound ، لإحداث التماهي المرجو بين خيالية الجونر وواقعية الأحداث. الحركة الإنتقالية الواقعية جاءت سلسة ومساعدة على تحديد الإيقاع السردي.

فبالنسبة لتريلر Arrival يغلب عليه الصوت العضوي Organic sound لا سيما في تصميم الإنتقالات بين المشاهد وصوت الهيبتابود؛ حيث استخدم Dave Whitehead في تصميم تلك الأصوات العضوية، مزيجا من عدة طبقات للأحياء البحرية*، طقطقة الصخور وحركة ذوبان الجليد بطريقة تراكمية، وهي في الأساس خدعة قديمة في تصميم الصوت، ولكن تطبيقها على شاكلة سونار مضخم، هي الحديثة (بما أن الـ Heptapods لا يملك رئتين، حنجرة أو صندوق صوت).

أما عن الصوت الحبري المصاحب لظهور الـLogogram ، ناتج بشكل أساسي عن صوت إسقاط الخضروات في الماء، كذا احتكاك حبيبات الأرز وصوت خدش فراشي معدنية عبر ألواح بلاستيكية. تم الجمع بين كل هذه الأصوات ومعالجتها رقميا. (r/ArrivalMovie, 2018)

بينما تريلر Interstellar، انتهج الأسلوب التجريبي استثناءً؛ نتيجة استخدام الخطاب التحفيزي كمؤثر صوتي انتقالي، ولهذا السبب من وقت لآخر يتم مزجه قليلاً أسفل مسارات المؤثرات الصوتية الأخرى– لاسيما الموسيقى– للتأكيد على مدى انسجام الصوت وحركة الصورة ويزيد من جودة الحركة الإنتقالية، على أمل جعلها أكثر تشابهًا وصدقًا مع ما يسمعه المشاهدون في الحياة الواقعية.

أما التحدي الصوتي الأكبر كان مع تريلر The Martian هو الأخذ من مختارات الفيلم الفعلي للحرص على جعل صوت البيئة المريخية التي لم يُسمع بها من قبل تبدو طبيعية وواقعية، نابضة، صاخبة ورنانة للمشاهد.

أسلوب الفيلم (نبرة) Tone

الإ تجاه الفني Art direction

* ينتشر الاتصال الصوتي على نطاق واسع في كل من اللافقاريات المائية وشبه المائية ، مع العديد من الأنواع القادرة على استخدام الموجات فوق الصوتية والموجات فوق الصوتية للتواصل.

نلاحظ التوجه الواقعي لمبدعي تريلات العينة تأثرا بمخرجي الأفلام الفعلية، حيث نلتمس في محاولة الاقتراب قدر الإمكان من الواقع لمحاولة إنشاء خيال علمي غير مؤلوف ومثير للإعجاب من عدة نواحي، لاسيما من حيث نقل تجربة مشاهدة واقعية، تتمثل أولاها في توزيع التأثيث المكاني، والمجمعات البشرية في مساحات حقيقية قدر الإمكان، بعيدا عن تجسيد الشاشات الخضراء، الذي لم يكن خيارًا جماليًا فحسب، بل كان أيضًا خيارًا تقنيًا للتقليل من التكوين العسكري الخيالي المبالغ في تدجيجه بالأسلحة عادة.

في الواقع هذا التوجه المُستغل للبيئة الطبيعية 360 درجة دُعّم، بشعرية فريدة تتجاوز زخارف الخيال العلمي، وتغلف عالم الفيلم الفعلي بجو غريب أثيري ضبابي يقلل من شأن البنية الخطية السهلة وتفعيل قطبية بصرية (متسقة مع الإضاءة و اللون الرمادي) يتفاعل من خلالها المتلقي بطريقة التفكير والتصور خارج الصندوق.

وفي السياق نفسه، أقدم مبدعوا التريلات بالانسياق وراء نهج مخرجي الأفلام الفعلية ، مع تمثل بعض العراقيل التقنية أمامهم، كتداخل "اختيارات العدسات" داخل المشاهد، حيث تم تصوير 90٪ من الأفلام باستخدام عدسات غير متماثلة بالـ Ultra Prime 28mm و Super Speed 35mm...ما يمتح عنه تنوع وتعدد الفورمات؛ لكنها في الواقع منحت سمة التلاعب والإبداع الحر (كونه من المعلوم أن استخدام العدسات غير المتماثلة يحيل إلى التصوير الذي يحمل مشاعر متعددة وزخمة)، أي أن الإ تجاه الفني لـ لمبدعي تريلات العينة تجريبي إبداعي في الغالب يتكيف مع خام المختارات وحسن الصاقها مع المستقلات.

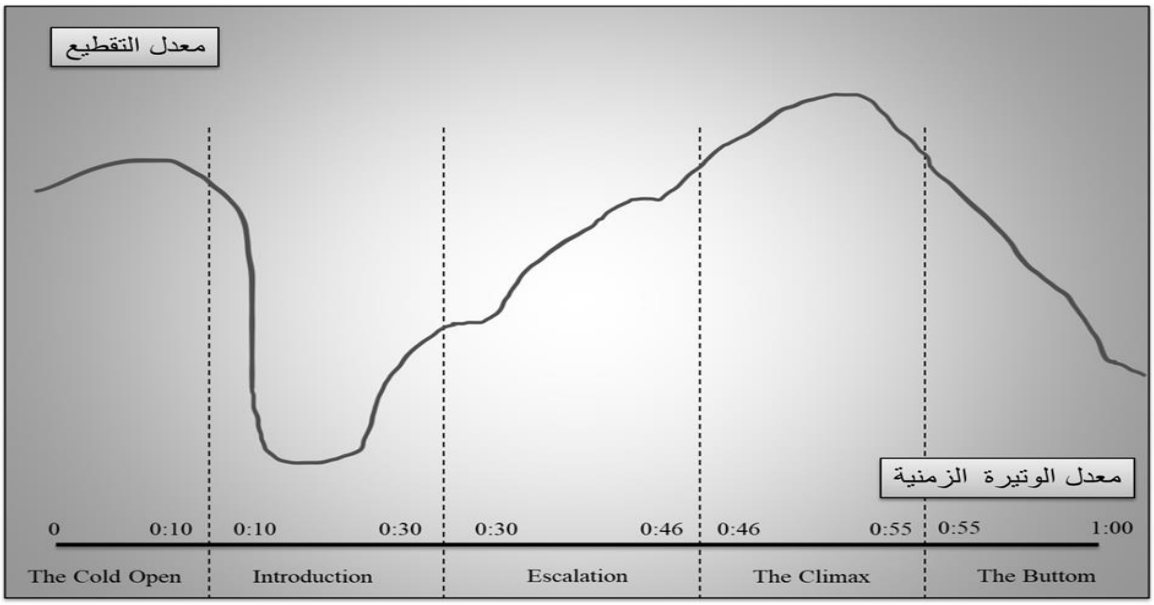
البنية الدرامية والسيناريو

كما تم التطرق له سابقا؛ كل من تريلات العينة تتبع نموذجا معياريا تتسق تارة وتخالف تارة أخرى بنية الفيلم الفعلي في عرض المختارات وفق التشريحات السابقة، بحيث يتوازى و يتقاطع فيه مع إحداثيات البنية الدرامية للفيلم الفعلي. لكن هذا لا يعني أن الأفلام الإعلانية لا تختص على بنية درامية؛ فالمُمعن يستطيع إدراك ذلك الهبوط والصعود في وتيرة عرض الأحداث والمخاللة بين المرئي والصوتي من المستويات التي تدفع بامتلاك سينمائية مستقلة عن الفيلم الفعلي وبالتالي تمهيد لامتلاك بنية درامية مستقلة.

ويُعتبر رصد كل الأفعال الحركية التي تميز البنية الدرامية للأفلام الإعلانية سهلا إلى حد ما، وهذا راجع إلى قدرة مبدعي تريلات العينة في تكتكة الجمل الحركية اعتمادا على الفواصل المكتوبة التابعة للخطاب الإشهاري أولا، ومن ثمّ تزحزح وظيفة الإحالة المعلوماتية للفواصل المكتوبة إلى شواهد للجمل الحركية سينمائيا، والأشكال التالية توضح ذلك، و قد تم تصميم البنية الحركية الدرامية على

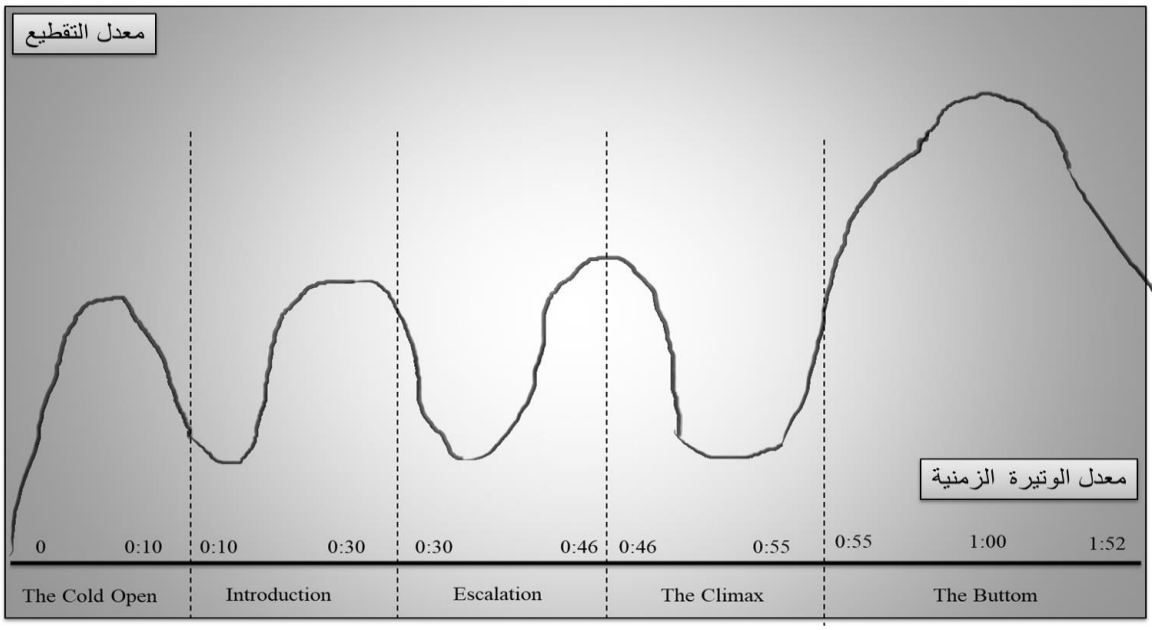
خلفية الإسقاط التمثيلي للنماذج المعيارية، استدلالا بمعدل التقطيع (برصد الإنتقال من لقطة لأخرى) مع الوتيرة الزمنية :

شكل (70): *يوضح البنية الدرامية للفيلم الإعلاني Arrival*



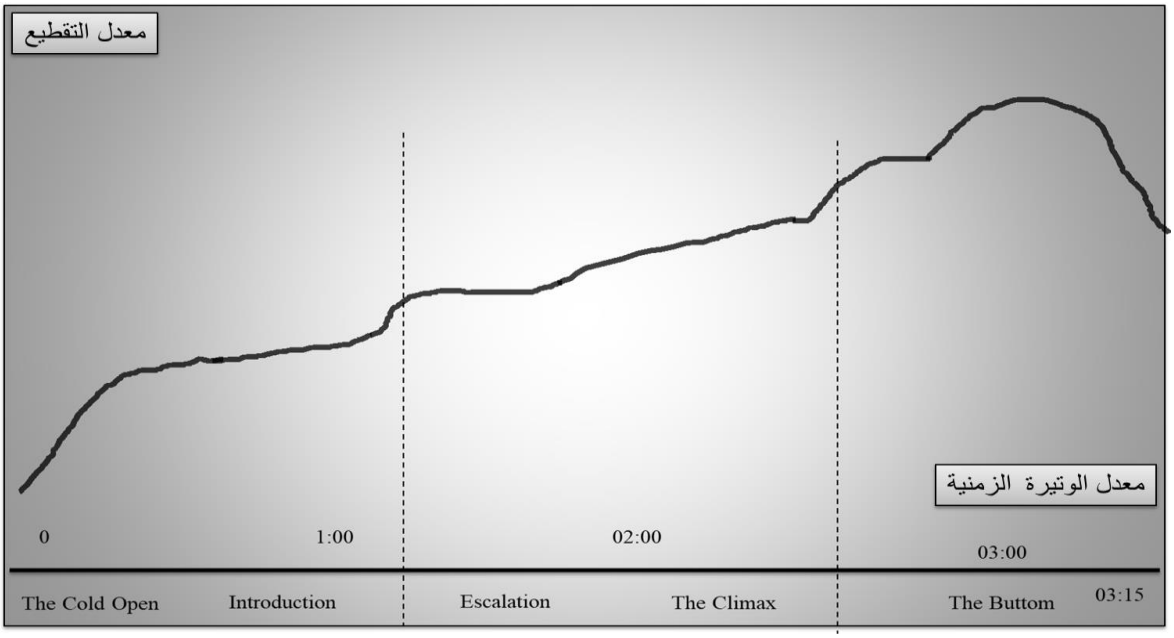
المصدر: إعداد شخصي

شكل (71): *يوضح البنية الدرامية للفيلم الإعلاني Interstellar*



المصدر: إعداد شخصي

شكل (72): *يوضح البنية الدرامية للفيلم الإعلاني The Martian*



المصدر: إعداد شخصي

بوسعنا من خلال اختزال هذه البنيات في الخطاطات السابقة، استخلاص وجود خصوصيات تتمكننا من فهم البنية الدرامية الفيلم الإعلاني، على أنها تخضع لقوانين النموذج، التي تعتبر إضافة لمستويات التدليل السينمائي، وكآلية تحويل نمذجية سيتم التطرق لها فيما يلي من المراحل البعدية.

الإيقاع Cinematic Rhythm

يتمظر الإيقاع من خلال التوقيت Timing، السرعة/الوتيرة Pacing وصياغة المسار Trajectory Phrasing، حيث يتمحور أسلوب تريلات العينة في العثور على الإيقاع الأساسي للمشهد من حيث السرعة الداخلية والنبض الدرامي، الذي يُعزى إلى خلفيات مبدع التريلر كمصمم صوت وملحن في إدراكه ذلك، رغم صعوبة و حساسية الرصد، مع تبني خيار تجويع الجمهور للمعلومات، لاسيما في البدايات.

انطلاقا من مشهد الطائرات الحربية، السفينة الغريبة والفتاة هانا إلى تقديم شذرات من المشاهد المثيرة للاهتمام التي تزداد قصرا مع تصاعد وتيرة الأحداث والموسيقى داخل السفينة، فورست ويتاكر عند قيامه بتشغيل أول صوت لـ Heptapods على Dictaphone، لقاء لويز مع الغرباء. ونستخلص إذن أن رصد الإيقاع في كنهه المادي لتريلر Arrival يسري مع المسار الصوري والمسار الصوتي

الذي يتوافق مع نزوال وهبوط مؤشر النموذج المعياري الأول، نتيجة التقاطعات التي تحيل آليا على الإيقاع العاطفي حيث يتشابك المسار اللغوي وغير اللغوي في توليفة تعلن عن أثر وقع تزامن اللفظ والصورة؛ Mama ونظرة هانا المتسائلة، Translation وتسارع عبارات المقلقة Whitaker، Is That وتخطُّف أنفاس Amy، Introduction وغبطة Amy بتواصلها مع الهيبتابود، Enemy وتأكيد Renner على سلامة نية الهيبتابود، Complicated وإصرار Stuhlbarg على التشكيك في نوايا الهيبتابود، dreaming وحيرة واندهاش Renner لامكانية فهم Amy للغة الهيبتابود، weapon إلى ترجمة Amy غير الأكيدة، attention ورعب Whitaker من أن تكون نواياهم سيئة، Trust وأخيرا إلى توكيد Amy على الوثوق بها.

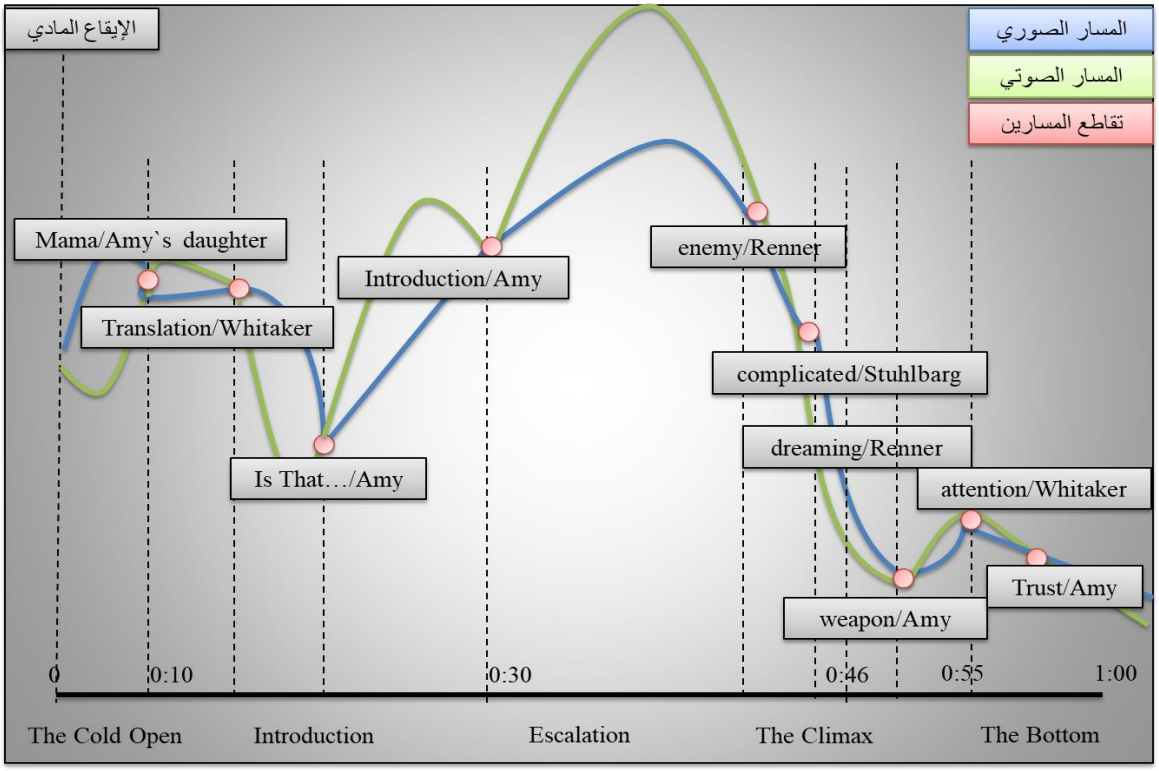
في حين، يجلب Interstellar نهجًا فريدًا لتحديد إيقاع الفيلم الإعلاني ووتيرته على مدار الدقيقتين مستشهدا، بحزم الكثير من المعلومات مقابل الوتيرة المتهاودة، في إشارة إلى أسلوب التصوير/المنتجة الاقتصادية economical shooting style؛ فما يصوبه مبدع التريلر يكون على دقة إكلينيكية وعلى دراية بكيفية عرض الفيلم ومدى استجابة المسار الصوتي والصوري فيما بينهما، كل ذلك نتيجة التخطيط للحصول على اللوحات المناسبة والبيئات الحقيقية على الرغم من توازي المسارين.

ولتحقيق هذه الوتيرة المحسوبة، استعان مبدع التريلر بإيقاع إلقاء ماكونهي للخطاب التحفيزي في رسم المسارين وربط العملية بالواقعية المادية المرئية التي تمر بها البشرية.

أما إيقاعية تريلر The Martian، فهو عبارة عن حلقة مفرغة من الأزمات والتعافي منها، من ثَّم الفكاهة وبعدها التصميم على البقاء،عودة للأزمات الجديدة؛ فبالجمع بين أسلوبي تريلر Arriaval وتريلر Interstellar من توظيف للخطاب التحفيزي في عرض الإفتتاحية وبداية التقديم للتريلر في إيقاع أكثر ثرثرة من تريلر Arriaval . وتوظيف لحوار الشخصيات في تثبيت لإيقاع مختلف أقل نبرة تحفيزية من تريلر Interstellar. لينزلق إيقاع تريلر The Martian في تطابق مع إيقاعية الفيلم الفعلي، وتنسجم كل مفردة بصرية أوصوتية مع الإيقاع المونتاجي.

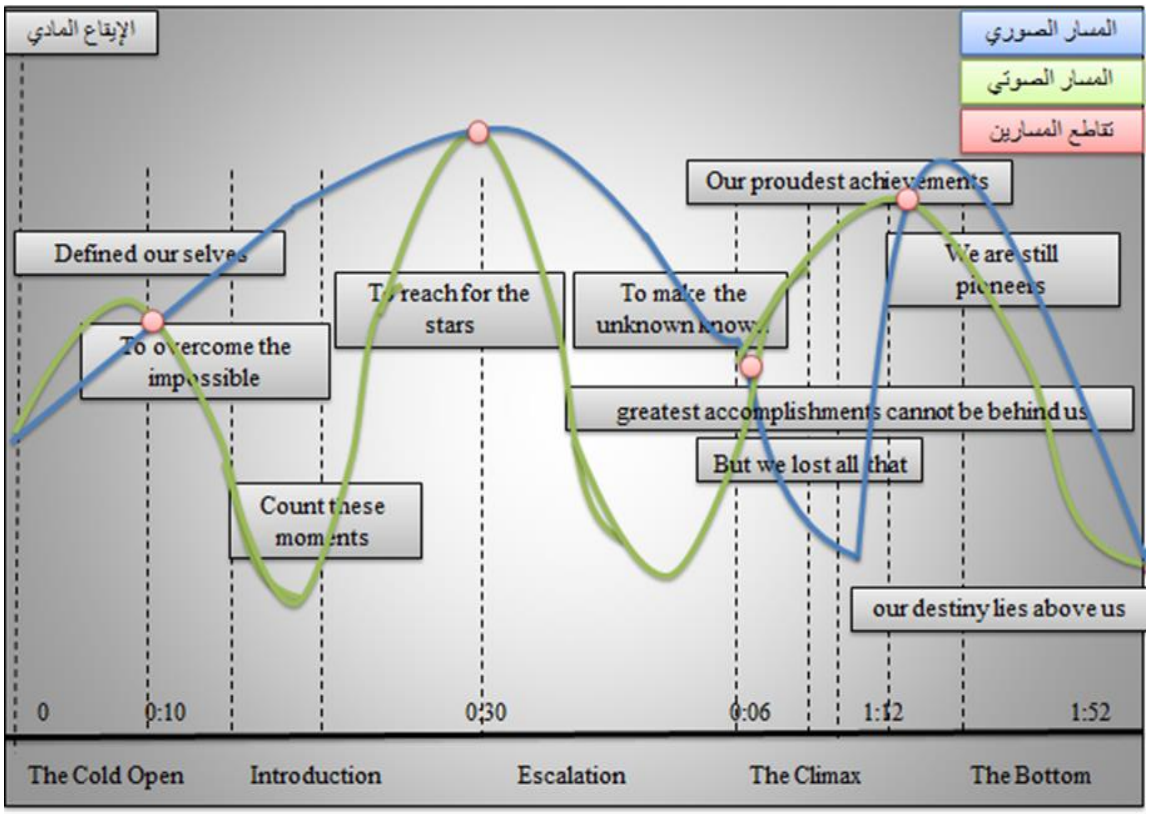
نشير أن جميع التمثيلات العواطفية والمشاعرية أتت مقترنة مع التواصل الجسدي والتعبيري للممثلين والتأثيث المكاني والتواتر الموسيقي مفصحة ومتعضدة مع الإيقاع المونتاجي أيضا، ما يؤثر على تسارع وتثاقل الإيقاع عمقه وسطحيته. والخطاطات التالية تعطس تقاطع المسارين الصوري والصوتي وتأثيرهما على توضيب الإيقاع كما تم تحليله سابقا:

شكل (73): يوضح تمظهر الايقاع المادي للفيلم الإعلاني *Arrival*



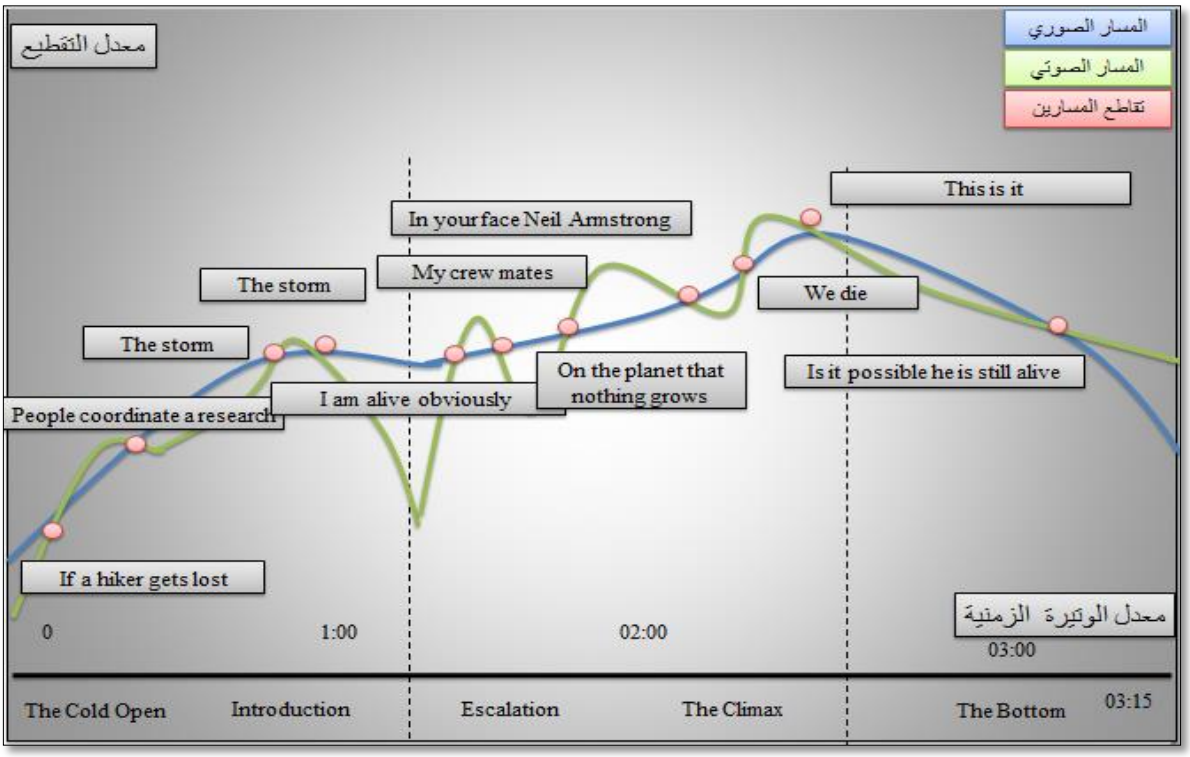
المصدر: اعداد شخصي

شكل (74): يوضح تمظهر الايقاع العاطفي للفيلم الإعلاني *Interstellar*



المصدر: اعداد شخصي

شكل (75): *يوضح تمظهر الايقاع المادي للفيلم الإعلاني Arrival*



المصدر: إعداد شخصي

نستشف من الوضعية السينمائية، استثمار المُنجز السينمائي في نصوص تريلات العينة ، يعني مبدئيا، تحقيق تمظهر النموذج المُضمر – عبراشتغال آلية السنمأة التي ستُثبت لاحقا كون أثرها تم رصده– المُدّعم بعناصر اللغة السينمائية؛ ويرجع ذلك للنهج الفريد الذي أنتجه خيال كل مبدع من تريلات العينة ، على إثر دمج المختارات والمستقلات في بنية درامية تتأرج بين الموازية والمتقاطعة وبنية الفيلم الفعلي، وحُدّدت بها التريلات على أنها معاصرة وكأنها قطع سينمائية (فيلم قصير)، حيث نلتمس أيضا تمظهر الاتجاهات الفنية الطلائعية التي تتراوح بين الأسلوب التجريبي ومقاربة الـ Reality Organic والواقعية النابضة في قالب سينماتوغرافي تعبيري متعضد مع الإيقاع المونتاجي. ما نجم عنه إبداعية للتريلر. لتتكشف النتائج التالية:

شكل (76): *ملمح الوضعية السينمائية لتريلات العينة*

المصدر: إعداد شخصي

تشييد الوضعية الفنية لنص إعلانات الافلام Artistic Status

تبني الإجراء ما بعد الحداثي تنعكس أبعاده أكثر في المضامين الإعلامية، التواصلية والفنية، والأنماط التي تروج لها؛ من خلال الحرية المُتاحة ووفرة الاختيار لمختلف الأذواق؛ تشكيل الهويات غير المقيدة بآفاق محدودة من الثقافات المحلية.

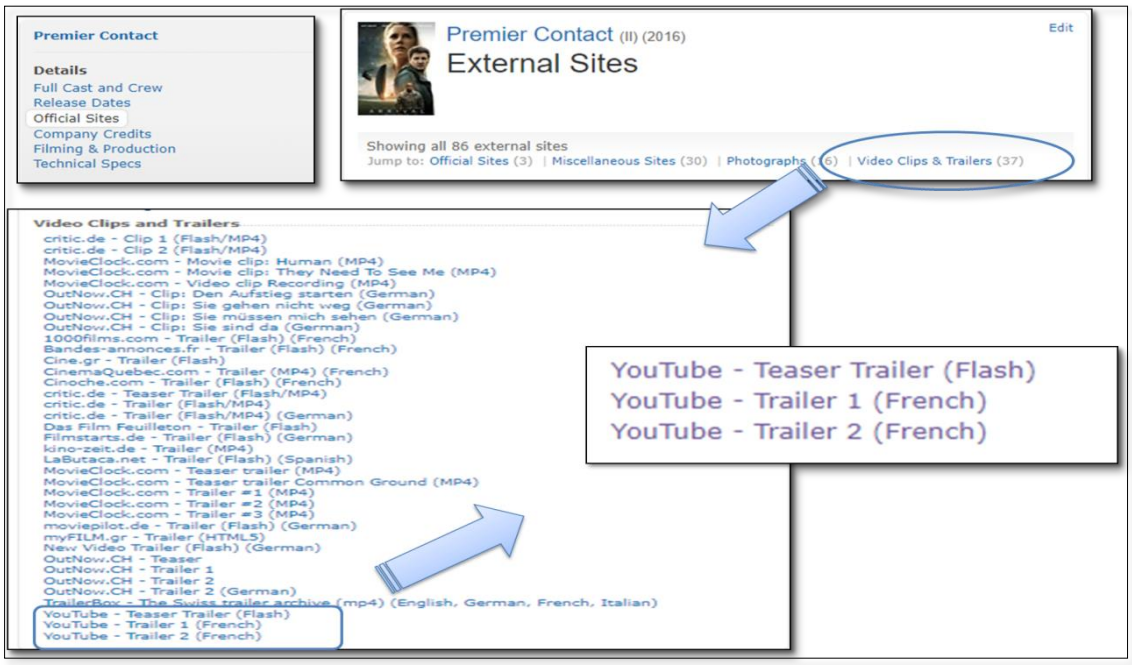
ويقترح دولوز في هذا الصدد، مدى معرفياً يقدم عبره ما بعد الحداثة بانفتاح المنظومة الفنية على كل ما هو "هجين"Hybrid" ومتعدد، وتفضيل الاختلاف على التجانس، التحرر على الموحد، والمنفلت على النظام، والمتغير على الثابت... فكل شيء يتسم بالتغيير وعرضة للتنوع، وسنرصد عناصر مابعد الحداثة وتمثيلها في الفيلم الإعلاني. (مصطفى, 2018, "55–56" sections)

إزالة الحدود بين الثقافة النخبوية والثقافة الجماهيرية

نلتمس إزالة الحدود في تريلات العينة -لاسيما بعد عرض الفيلم الفعلي- واتساع رقعة مشاهدته من المنصة الاحترافية IMDb التي تتيحه على عديد المواقع والشاشات الشبكية، ونقصد هنا الـ YouTube وتحوله نحو جمهور أوسع من الناقدين النخبوين، والمشاهدين العاديين، وثقافة أوسع من ثقافة متابعة التريلر.

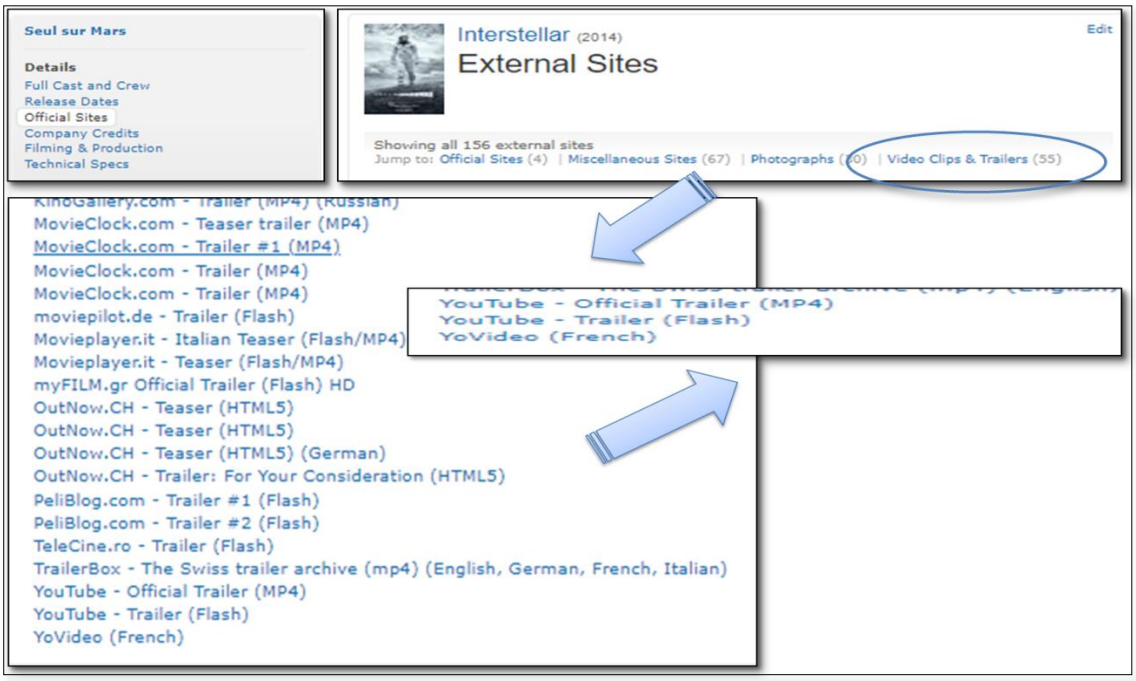
ويحدث أن يتمظهر ذلك في الروابط التي بالشكل، بين ماهو مترجم أو موجه لمناطق جغرافية متعددة كألمانيا، إسبانيا وفرنسا، وبما أن الدراسة استبقت انتقاء الشاشة الشبكية الـ YouTube، فقد كان الرصد لمحتوى ثلاثة فديوهات تحمل تمديدا تابعا له (أي لـ YouTube) ، إلا أننا نختار المُطابق أو المشابه للتريلر على منصة الـ IMDb وهي كاللآتي:

شكل (77): *يوضح إحالة المنصة على الروابط للفيلم الإعلاني Arrival باللغة الفرنسية*



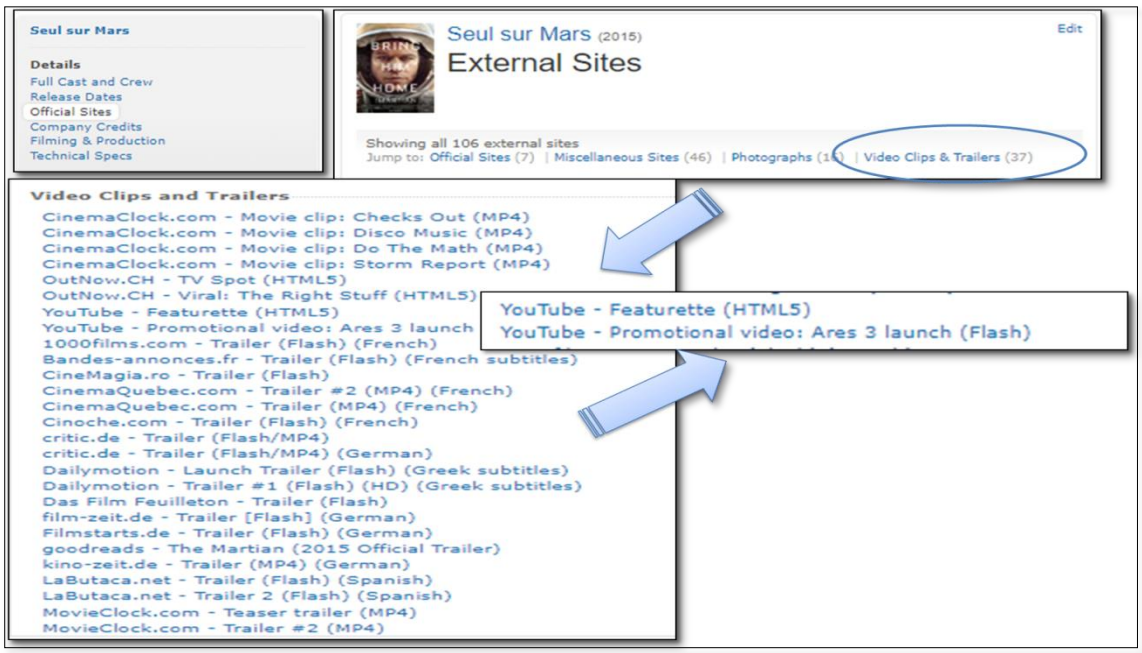
المصدر: إعداد شخصي

شكل (78): يوضح إحالة المنصة على الروابط للفيلم الإعلاني Interstellar



المصدر: إعداد شخصي

شكل (77): يوضح إحالة المنصة على الروابط للفيلم الإعلاني The Martian



المصدر: إعداد شخصي

ونشير أنه عقب ملاحظاتنا الإستطلاعية للشاشة الشبكية لدى تحميلها للتعليقات تحت كل فيديو –نعتمد على خوارزمية العرض بدون المساس في خاصية الفلترة– أنها تُجمع، أوّلا على أن تريلات

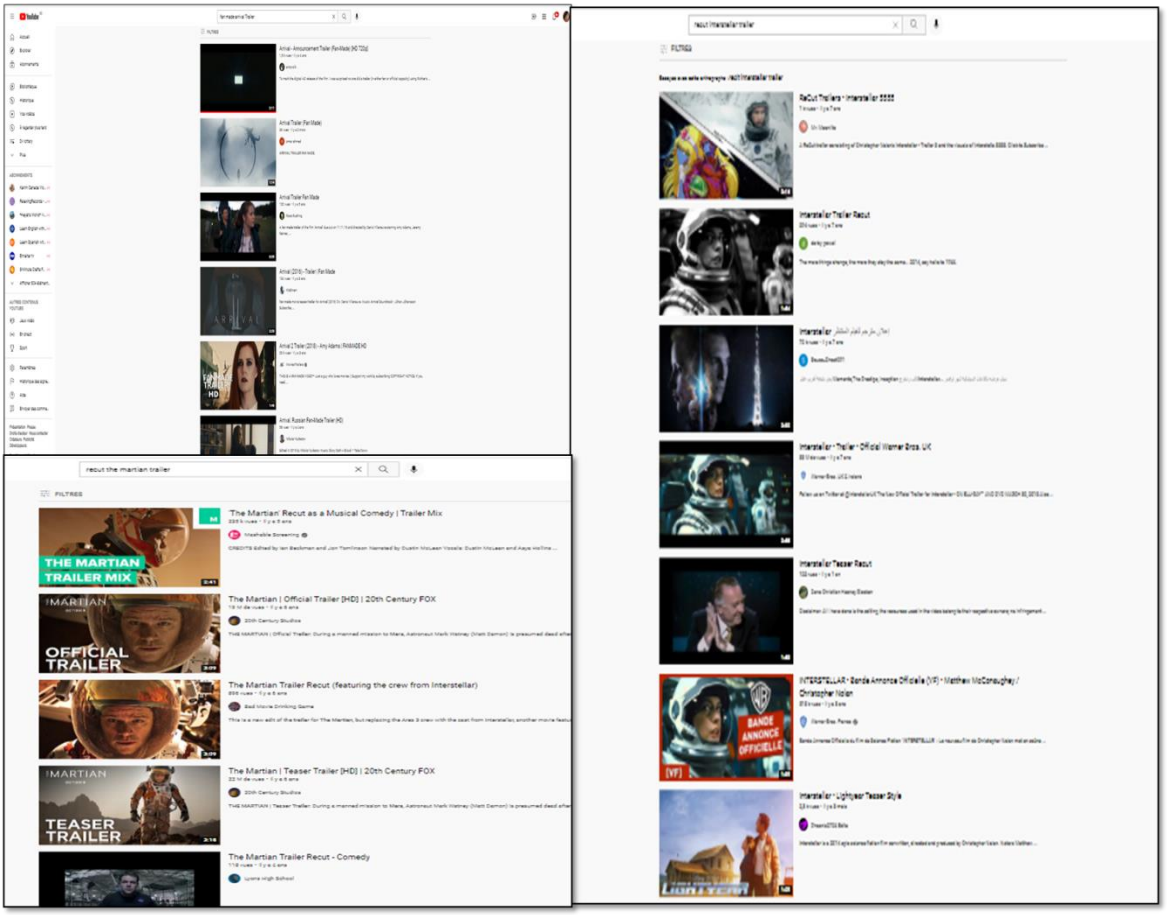
العينة المترجمة بلغات أخرى (فرنسية، أسبانية، ألمانية...) تكشف عن الكثير وطولها غير المبرر، الذي انعكس سلبا(مقارنة بطول التريلات الأصلية)، لأنه إطناب يكشف عن ملل قد يعتري الفيلم الفعلي ولا يتميز بالعمق المُقرر أن يشيعه، ثانيا تنحو التعليقات منحا جيوسياسيا مناهضا للولايات المتحدة ؛ مفاده أن الغزو الأجنبي أو التورط في أزمات البيئة وإنقاذ البشرية قد تحدث في جميع أنحاء العالم وليس فقط في أمريكا، ومن وجهة نظر منطقية يمكن لأي دولة أخرى إدارة وتمثيل الأرض في حالة الاتصال بالأجانب أو إيجاد حلول خارج الأرض أوتسيير عملية إنقاذ، كتركيا، الهند وروسيا والصين مثلا. لتجيب تعليقات أخرى عن الإشكال نفسه بما معناه: الأمريكيون هم من سيهتمون بالأمر لعدة محددات؛ فهو الجيش الأكبر، له التأثير الأكبر، أكبر ثقافة إعلامية، لغة دولية، أكبر الموارد الإقتصادية واللوجستية .

يتكشف لنا مما سبق أنه، لا توجد تراتبية في الأذواق والثقافات (ما نادت به ما بعد الحداثة)، فالتريلر أبان أن الصناعات الثقافية متاحة للجميع؛ حيث السطحي والعميق، واتساع رقعة مشاهدته من المنصات الاحترافية كالـ IMDb إلى الـ YouTube وتحوله إلى فيلم قصير في النظر الما بعد الحداثي، يقع عليه ما يقع على الفيلم الفعلي من تعليقات، مراجعات وتقييمات.

التشظي

نجد أن تريلات العينة في المرحلة الترويجية؛ لدى توجهها لكل المناطق الجغرافية لها نسخ تختلف عن الأصلية (نقصد الرسمية المعتمدة في الدراسة) من حيث اللغة، المختارات من العناصر السينمائية والمحذوفات التي تراعي فيها ثقافة الآخر، أما بعد المرحلة الترويجية أي بعد عرض الفيلم الفعلي، تم الكشف عن نسخ من تريلات يُعاد لها المنتجة في رحلة التحوير والتحويل نحو أشكال ثقافية أخرى Recut Movie Trailer، Fan Movie Trailer . والتالي رصد لأهمها تبعا لمؤشر تريلات العينة ملتصقا بلاحقة Recut Interstellar Trailer, Recut Arrival Trailer, Recut The Martian , Trailer في الشكل التالي:

شكل (79): *يوضح إحالة المنصة على روابط تريلات العينة المعاد منتجتها على الـYouTube*



المصدر: إعداد شخصي

هذه النسخ الخاصة بتريلات العينة ، التي هي عبارة عن Fan made (معجبون أعادوا منتجتها) المرصودة على المنصة الشبكية YouTube تمت إعادة منتجتها بطريقة الـVideoClip، MusicClip RecutTrailer؛ حيث يغلب عليها الطابع الموسيقي مع الإبقاء على المختارات الأصلية بترتيب يتراوح بين المتماثل والمتغير إلى جانب فيديوهات أخرى تشمل على تحديد آخر للنوع (كوميدي هزلي، درامي رومانسي، رعب...) يعكس تجميعا آخر لمختارات ومستقلات مأخوذة من تريلات مغايرة تماما وحتى أفلام فعلية أخرى.

التعقيد البصري على مستوى نص إعلانات الأفلام

التحرّف Bricolage والتلصيق Collage

نستطيع رصد، تهجير واستعارة عناصر تابعة لنصوص فنون أخرى في تريلات العينة ، فهي تعمل على تحيين سينمائية التريلر وتفعيل جماليته؛ فتأبير العناصر الفنية داخل بنية التريلر يجعله يتقاسم مع الخطابات الأخرى المقتبسة من التلفزيون، الفيلم الوثائقي، الفيلم العلمي التمظهر والتفعيل السينمائي. وبوسع آليتي التحرّف والتلصيق القيام بهذا التهجير. (Eddy, 2021)

فمن فني الديكور والرسم المعاصر المفعلين على طول تريلر Arrival، نستطيع أن نرصد شخصية إيمي آدامز نفسها في عدة بيئات؛ مختلفة شملت منزلها ، والفصل الدراسي، وبالطبع الغرفة الغريبة، ما لا يدركه الجمهور هو أن هذه البيئات الثلاث لا تظهر بالضرورة في الوقت الخطي، كما أنها مرتبطة ببعضها البعض بإشارة بصرية محددة وهي تمثيل جدار أبيض مميز اقتباسا عن لوحة White Square on White لدانيكا فيرولوفيتش Danica Firulovic ، حيثأنه ومع تطور التجريد يمكن تأكيد اللون الأبيض وفقًا لشروطه الخاصة، في كتابه النظري الخاص بالروحانيات في الفن يقول Wassily Kandinsky ، «الأبيض ... لديه انسجام الصمت ... إنه ليس صمتًا ميتًا، بل صمتًا حاملًا للإمكانيات. » (Niland, 2015). كما أن تقييد الرسم باللون الأبيض فقط هو الذي يقدم عددًا كبيرًا من الاحتمالات، مع التركيز على كشف جوهر الشكل والفضاء الوهمي، وهذا ما نلمسه في التريلر كتقنية في ظاهرها ارتجالية ترقيعية لكنها إبداعية قصدية. (الشكل يوضح ذلك)

في تريلر Interstellar ، اتضحت آليتي التحرّف والتلصيق، في تهجير عناصر النوع الجديد من أفلام cli-fi الكلاسيكية التي تركزعلى قضايا تغير المناخ والإحتباس الحراري، حتى لو ارتبطت بعناصر: السفر نحو عوالم أخرى أيضا؛ وهذا بناءا على مخرجات منتدى The New York Times Room for Debate (Telotte, 2014)، الذي أُنعقد حول Cli-Fi، حيث أكدت جموع من الأكاديميين والعاملين في مجال السينما أيضًا على تصنيف التريلر ووصفه على هذا النحو، كما أنه، نشير إلى أن عديد المعجبين من منصة الـ IMDb والـ YouTubey عبر تعليقاتهم صرحوا برصد ملامح هذا الجونر في التريلر.

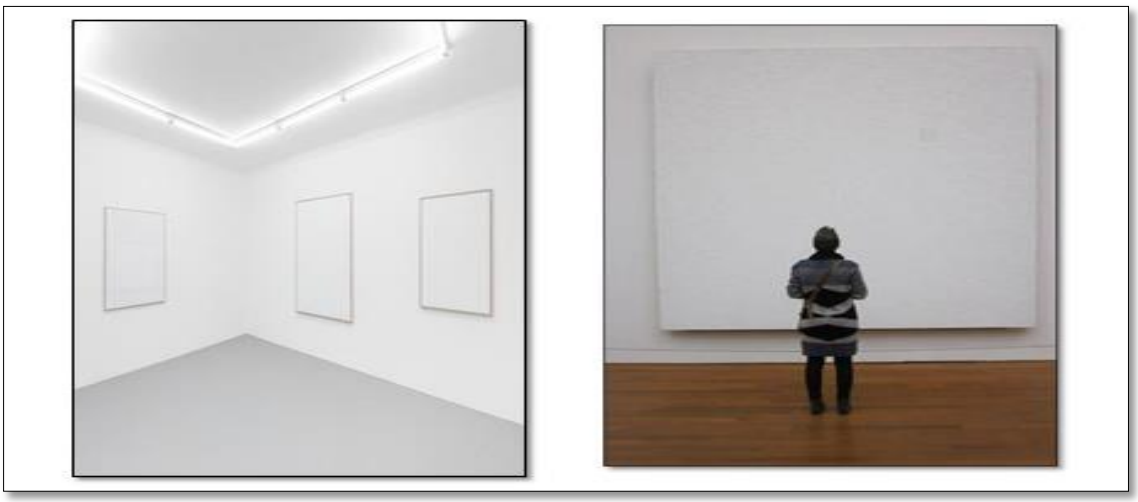
إلا أنه يمكن وصف التهجير، بأنه يقع في منطقة التريلر الهجين بين Sci-Fi خيال علمي و Cli-Fi (نوع من الخيال العلمي المرتبط بقضايا تغير المناخ)؛ حيث يركز أكثر من نصف مدة التريلر

على ما يبدو أنها العناصر الفنية التابعة للرسالة البيئية عبر خطاب ماثيو ماكونهي الذي يتحدث عن أهمية التكيف مع الأرض التي دمرها تغير المناخ ، لكن النصف الثاني يستغرق في سرد تسلسل من الصور الدينامية من رحلات الفضاء مجسدا لنا سلوكا شعريا.

أما تريلر The Martian، فيحقق الآليتين عبر تهجير فنون Pop Art، وبالتحديد الـ Pop Science Art العلوم الشعبية (وتسمى أيضًا علم البوب أوPopSci) ، التي تُعد توجُها لتفسير العلوم بأسلوب ترفيهي مُسل ومُبسط للجمهور العام، يتم تقديمه في العديد من الأشكال ، بما في ذلك الكتب والأفلام الوثائقية السينمائية والتلفزيونية ومقالات المجلات وصفحات الويب "Popular Science,") (2013 وفي صميم التهجير التمسنا في تريلر The Martian، تمثيل الرواد والعلماء بمظهر وصفة الرائع والمرح أي الـ Cool، لاسيما في شخصية ويتني لدى، استصغاره لإنجاز نيل أرمسترونغ أمام إنجازه. إذن إستبدال التمثيل الصارم والمتحذلق للعلماء أو رواد الفضاء.

ومما سبق، ومن منطلق حرية السينمائي في انتقاء الطابع الأيقوني من خلال إتاحة جملة من العناصر الفنية اللاسينمائية، التي أفضت بها إلى إنتاج تمظهرات ودلالات ترقى درجة من حيث الخصوصية السينمائية.

شكل (80): *يوضح تهجير واستعارة فني الديكور والرسم المعاصرفي تريلر Arrival*



المصدر: مقتبس من:

(Eddy, 2021)

المزج pastiche

عبر خلفية استراتيجيات الإقتباس من الكتاب (القصة القصيرة) إلى الصورة الديناميكية، يتميز كل من تريلي Arrival و The Martian بإضافة لمحات تصنيف أو موجة الخيال العلمي الجديد Cerebral Sci-Fi إلى صنف الدراما؛ الذي يعتبر من فروع الخيال العلمي الأدبي، وبهذا غدت جل الأشكال الثقافية تتفاعل مع بعضها، وفق استراتيجيات تواصلية وأسلوبية تتناسب والشكل المخرج.

هذا المزيج حرر الحبكة السردية للتريلين من تصور سيناريوهات الحياة الواقعية إلى مواقف متطرفة مع شخصيات مدفوعة عاطفياً(خوف، غضب، حيرة، شكوك.. تحرك كل شخصية ومشهد القصة إلى الأمام) ولكن بوتيرة تختلف بين، هادئة تروم عن عمق وغموض في تريلر Arrival وسريعة كاشفة صريحة في تريلر The Martian. في حين يكمن المزج في تريلر Interstellar، في اختلاط الكيان الوظيفي التسجيلي والكيان الخيالي منوطان بطبيعة دمج تحفيزية من منطلق مزج الصورة بالصوت. هذه النماذج الممزوجة برزت كمستقلات، إلا أنها أصبحت عناصر مستحدثة ما تنم عن نشاط سينمائي وتناظر سيميوطيقي ناتج عن اتفاق رسمي بين الشكلين الممزوجين.

عدم القدرة على التنبؤ Unpredictability

إحدى الميزات التي يختص بها تريلي Arrival و The Martian، هي عدم القدرة على التنبؤ بالبنية الدرامية ولا الإمتداد الصوري الصوتي إلى أين يصل مداه التأويلي سواء داخل أم خارج الإطار، لأن إسدال الحجاب على الإطار السردي، يساهم في تعددية ولانهائية التأويل، التي تُعد الهيئة الأنسب للإشتغال الفني السينمائي (كذلك المثل بالنسبة للإشتغال السيميوطيقي الذي سنتطرق له لاحقا).

إلى جانب التدليل السابق، يرى نقاد تريلات العينة، أن المشاهدين الذين سبق لهم الإطلاع على القصة القصيرة Story of Your Life للمؤلف تيد تشيانج Ted Chiang ، وكتاب The Martian للمؤلف Andy Weir يمكنهم التماس تلك الخدعة السردية التي سيكون عليها الفيلم الفعلي، وفي استخدام الحيلة بذكاء مع الأزمنة المختلفة، والمزج بين المستقبل والماضي والحاضر لنسج العقدة غير الخطية ، وحتما بمقارنتها مع التريلر يظهر ذلك الإختلاف وضياع كم هائل من المعلومات والمعاني في عملية ترجمة كلمات القصة القصيرة إلى الشاشة الكبيرة.

شكل (81): *يوضح إحدى حالات عدم القدرة على التنبؤ لأحداث تريلي Arrival و The Martian*

المصدر: إعداد شخصي

ثانيا المشاهدون الذين لم يسبق لهم الإطلاع على القصة القصيرة، كانت عملية التنبأ جد سطحية تحمل في معظمها عبارة " فيلم آخر عن الفضاء والفضائيين وأمريكا والأمريكيين"...في حين أن المشاهدين الذين ارتأو العودة للتريلر بعد مشاهدة الفيلم الفعلي، منهم من أبدى امتعاضه من عرض قرابة ثلاثة أرباع الفيلم الفعلي، والبعض الآخر(الغالبية من الجماعة الثالثة) أثنى على الغموض الذي اكتنفه...من خلال عرض مختلف وجهات النظر نستطيع قطعا الإقرار بميزة عدم القدرة على التنبؤ بكل جوانب وكنه تريلر Arrival و في الحالات الثلاثة وهو وجه من أوجه الإبداع .

أما حالة تريلر Interstellar الفريدة، فلنتيجة طغيان التحريف والمزج فهو يمنحنا حمولة معرفية كثيفة، تتوافق ومنطلقات الأفلام التسجيلية أما ما يندرج ضمن السنمأة الموضوع الفني فجاءت بحمولة شحيحة، وفي الحقيقى توازي المحورين ساعد على مكاشفة الإستراتيجية التركيبية التي تأصلت في اتجاه إيحائي يقر ويحرض على تأويل لامتناهي، مايدعم حتمية سينمائية لا يتنبأ بجميع مستوياتها.

الهياكل السردية المفككة Distroyed Nrrative Structure

التعالق الفني Intertextuality

يثبت التعالق الفني تأثيره على حبكة تريلات العينة وكيف أنه يخلق نصا فرعيا؛ حيث من الواضح أن المصطلح يمكن تطبيقه على التلميحات البارزة في عمل فني إلى عمل آخر، والتي تعمل

على إنشاء نقطة تقاطع اعتمادا على الهيمنة أو إنماء الثراء الفني أو توسيع الصدى، وبالتالي تشكيل معنى نص التريلر بنص آخر لأعمال أخرى.

في الأشهر الأخيرة من سنة 2021 ، غزت ظاهرة من خلال التعليقات التابعة لتريلر Arrival على الشاشة الشبكية الـ YouTube تدل على تناص فني مع هيكل ديناميكي آخر هو الميمز Memes [23] في انتحال لصفة التريلر، ففي حالة تريلر Arrival ارتبط بميمز الفيديو المدعو What's 10 + 9 ؟، الفيديو متاح على الرابط التالي:

https://www.youtube.com/watch?v=imqn0acHAr

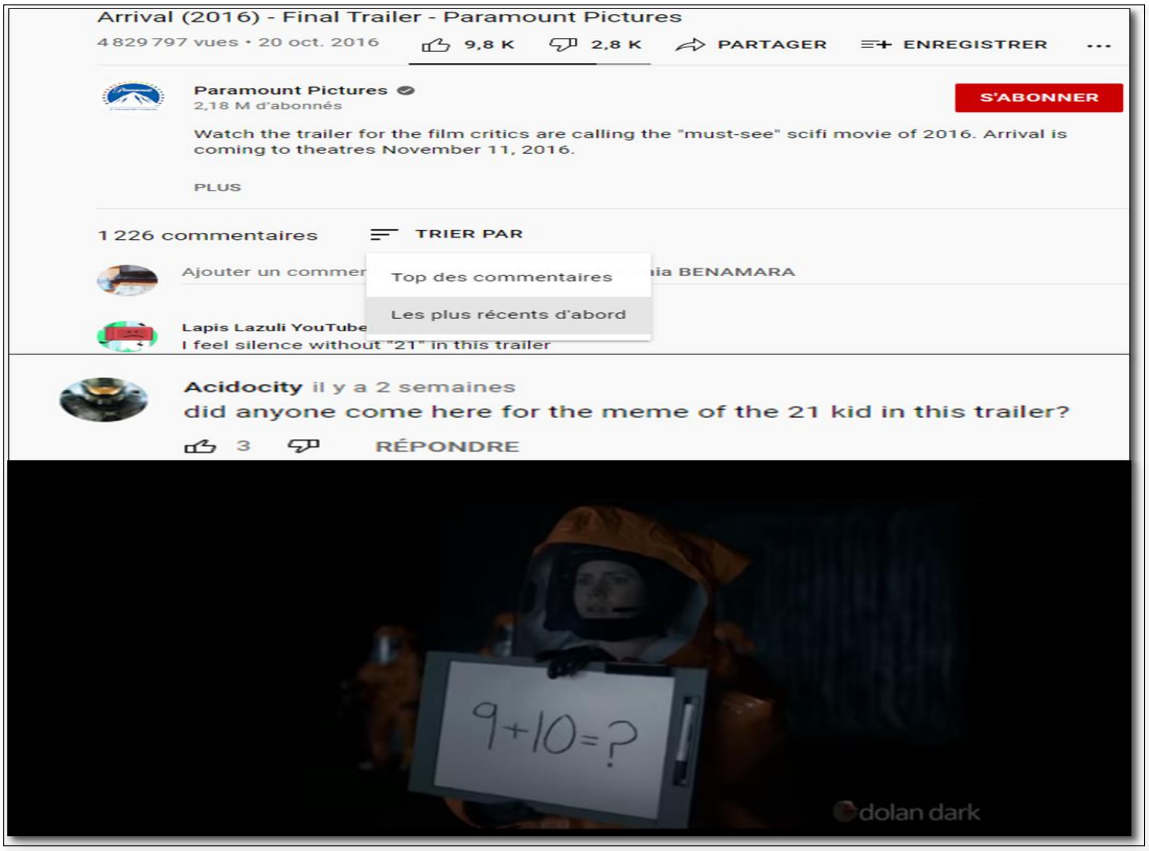
حيث تم رفع الميمز على الإنترنت من الفيديو الأصلي "What's Nine Plus Ten"، الذي نُشر في 22 يونيو 2013 ، يُشاهد فيه رجل يسأل صبيًا "ما هي نتيجة تسعة زائد عشرة" فيجيب: "واحد وعشرون"، بالطبع ، الإجابة ليست 21 ، إنما في الواقع 19، لذلك الرجل ينعت الصبي: "لا ، ليس كذلك ، أنت غبي" . ووفقًا لـ Know Your Meme ، تلقى المقطع الأصلي 30 مليون مشاركة ، ثم بدأت عمليات إعادة التوزيع وتشكيل الميمات المتعلقة بـ Vine (الصبي) و من بعدها إغراق الإنترنت بها.

والصاقا بسمة التعالق الفني بين التريلر و الميمز؛ تم رصد تعليقات على الشاشة الشبكية الـYouTube تابعة لفيديو تريلر Arrival ، أن التاريخ يحتوي على نفس الأرقام العملية الحسابية 9 + 10 +21 وتم ربطها بتاريخ 21/10/9، كما أن البعض ذهبوا إلى أبعد من ذلك بالقول إن شيئًا كبيرًا سيحدث، مثل كارثة طبيعية أو هجوم إرهابي ضخم أو الاعتقاد بنهاية العالم، وتم بعدها تركيب وجه الصبي Vine وصوته على تريلر Arrival.

الملفت للانتباه أن هذا التعالق الفني Trailer/ Memes، خدم انتشار التريلر بين مريدي الميمز في تبادل بين ماهو خفيف مضحك وعميق متزن، يعكس تعالقا فنيا رقميا.

[23] الميمز شكل تعبيري ثقافي أو نظام سلوكي ينتقل من فرد إلى آخر عن طريق التقليد أو إعادة التشكيل من خلال صورة ، مقطع فيديو، جزء من النص ، وما إلى ذلك... وعادة ما تتجسد طبيعتها في وضع السخرية وروح ليتم نسخها ونشرها بسرعة من قبل مستخدمي الإنترنت على مختلف المنصات، مع اختلافات طفيفة. (Rintel, 2014)

شكل (82): يوضح ملامح التعالق الفني بين تريلر Arrival والميمز



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(Dolan Darker, 2021)
(Energy Clips!, 2014)

صحيح أن التعالق جليّ في تريلر Interstellar؛ لدى إدماج المستقلات التسجيلية– ولقد تمت الإستفاضة في شرح تجلياتها عبر مؤشرات التعقيد البصري من تحرف، تلصيق ومزج– لكن تم رصد تعالق فني رقمي على الـYoutube، يصرح عن تداخل فني بين الفيلم الفعلي والتريلر؛ الجزئية التي تتحدث عن كوكب ميلر Miller أحد الكواكب الثلاثة الواعدة (المناسبة لظروف السكن) في مجرة أخرى، وأن الدقيقة على سطحه يقابل سنة كاملة على الأرض، إلا أن هذه الحمولة المعرفية داخل الفيلم الفعلي لم تنغلق على نفسها بل انبثق عنها رأس مال ثقافي (الخبرات السينمائية لجمهور نشط)، في تحويل المعلومة على وضعية التريلر بعد سبع سنوات من إطلاق التريلر على اليوتيوب، أي مرت دقيقة من الإطلاق حسب المرجعية الأنترستيلية.

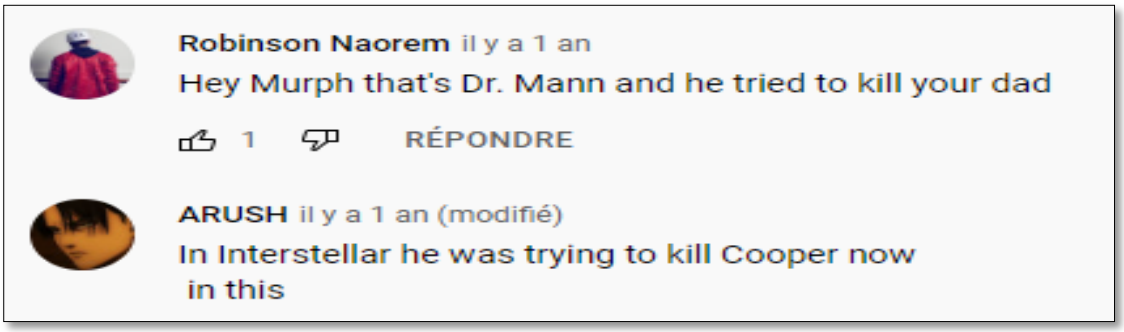
شكل(83): *يوضح ملامح التعالق الفني بين تريلر Interstellar والفيلم الفعلي*

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(Interstellar Movie, 2013)

أما تريلر The Martian، فالتعالق الفني مرتبط بالفيلم الفعلي Interstellar؛ ففي فيلم Interstellar ، يلعب مات ديمون دور رائد فضاء عالق بمفرده على كوكب بعيد، أما تريلر The Martian ، يقوم مات ديمون بدور رائد فضاء عالق وحيدًا على سطحه –ونشير أن عرض Interstellar يسبق عرض– The Martian لذا، يظهر في الأساس أن هنالك تشاركا في المحتوى المعرفي، ما أوجد صيغة ونصا فرعيا متداولا بين المعلقين عن تحول وظيفة مات ديمون من antagonist كشخصية شريرة إلى protagonist شخصية بطلة ضمن ما يسمى بالإشتقاقات السينمائية أو العوالم السينمائية الممتدة .

شكل (84): *يوضح ملامح التعالق الفني بين تريلر The Martian والفيلم الفعلي Interstellar*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

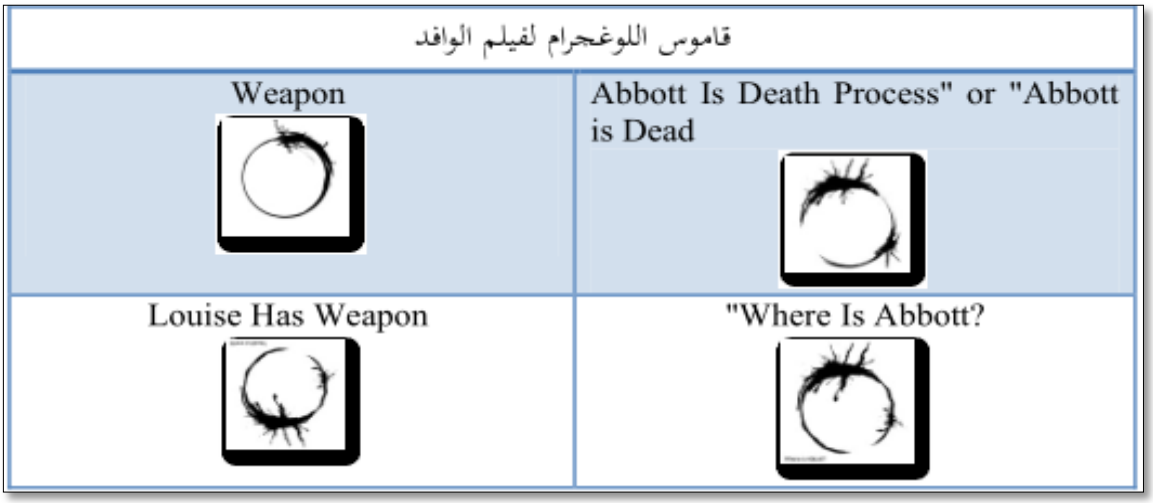
(th Century Studios, 2015b20)

الميتاقص Meta Narrative /MetaFiction

تضمنت التحولات الصارخة في السرد الفعلي لتريلر Arrival أو ماوراء نص التريلر وما تقدمه (أو بالأحرى قدمه الـ Film Creator, Trailer Creator) من رؤية عن مضامين وفنون أخرى؛ نجد القاموس الذي ابتكره كريستوفر ولفرام للغة الهيبتابود ما يعرف باللولوغرامDictionary of the heptapod logogram language from Arrival ، حيث أنه ومنذ اطلاق الفيلم الإعلاني وبثه لأولى الرموز

انبثقت أدوات تحليل اللغة المرئية غير الخطية الخيالية بالإضافة إلى تصورات واستكشافات جديدة في اللغة.

شكل (85) : *يبرز أهم رموز لغة اللولوغرام*



المصدر : إعداد شخصي مقتبس من:

(imgur, 2017)
(WolframResearch, n.d)

في حين أن تريلر Interstellar، يضم مفهوم مكتبة الـ Tesseract[24] في تصور تمثيلي مشابه لمكتبة بابل، هذا التصور يشمل مكتبة واسعة تحتوي على "عدد غير محدد أوربما لانهائي من النصوص، ومن الواضح تكريم عدد من العناوين والتركيز عليها. والتالي عناوين بعض الكتب الظاهرة:

The Stand by Stephen King, Winter's Tale by Mark Helprin, Out of the Blue by Isabel Wolf, Time's Arrow by Martin Amis, Maugham: A Biography by Ted Morgan...

فلبضع ثوانٍ نرى كتبًا تمتد إلى ما لا نهاية، تعبر عن التمثيل المرئي لنظرية "الأكوان المتعددة"، النظرية التي تنص على وجود عدد من الحقائق المحتملة في نقاط مكانية وزمنية متعددة. و كصورة بلاغية ورمز لترابط العلم والصاروخ وأن الحل في إيجاد حل للمشكلة هو عبر الفضاء الخارجي وعبر الزمن. إضافة أنه من الواضح، أن هذا التكريم مقصود كأحد المؤثرات الفنية الأساسية المرجعية لوجود نسخة من "المتاهات" لتشير هذه التلميحات منذ البداية إلى انتهاج ما بعد الحداثة كفكر.

[24] "مكتبة بابل" هي تصور للكون في شكل مكتبة واسعة تحتوي على كل نص موجود في "عدد غير محدد وربما لانهائي من المعارض السداسية". فيInterstellar ، يكتشف بطل الرواية Cooper عددًا لا حصر له من رف كتب Murphs ويستخدمها للتواصل عبر الزمن باستخدام الجاذبية.

شكل (86) : *يبرز يضم مفهوم مكتبة الـ Tesseract*

المصدر : إعداد شخصي مقتبس من:

(Interstellar Movie, 2013b)

أما تجليات الميتاقص في تريلر The Martain، قد تكون في اهتمام العقل البشري بسرد الخلاص ومهمات الإنقاذ، لنعود إلى الميتا نص على شاكلة روبنسون كروزو. صحيح أنه ميتا نص استهلاكي، لكنه يبقى ممتعا، حيث يخلق التريلر بين العلم و تمثيله نوعا من الحبكة الترفيهية، لأن هذا هو بالضبط ما يتم تمثيله ؛ أن المهتمين بالعلوم كالرياضيات، الفيزياء الفلكية، علم النباتات، يمكن أن يبرزوا الوجه الآخر السخرية والتهكم عند مواجهة الصعاب.

اللازمن (الالتواء الزمني) Temporal distortion

التشريح السابق لرصد انتماء مختارات الفيلم الإعلاني Arrival، أظهر هيكلا مشوها إلى حد ما للفئة الزمانية ما بين (60 -30) ثا لاسيما في مرحلة التصعيد Escalation ومرحلة الذروة Climax، إذ أن سلسلة الأحداث غير متجانسة على مستوى الفئة الزمانية المحددة (لا يتبع تحديد الأحداث: ترتيبا يعكس البنية السردية للفيلم الفعلي) . لكنها أيضا بهذا التجسيد تعبر عن ترتيب إبداعي من نوع آخر.

شكل (87): *يبرز أهم رموز لغة اللولوغرام*

المصدر: إعداد شخصي

في حين يظهر التشوه الزمني، في تريلر Interstellar بشكل جليّ، نتيجة عرض المختارات والمستقلات، لاسيما المنجزات البشرية التي تُعد مصدرًا قويًا للجاذبية؛ على أن هذا الافتراض ينبني على العناصر المرجعية في العالم الحقيقي، يؤدي إلى تركيز أوتوماتيكي على المنجزات، على حساب اللقطات المستقلة، ما يشكل انعكاسًا شعريّا مؤقتا لسرد فيلمي يسير في زمان ومكان القطات التسجيلية وهذا يؤثر على الطبيعة الفريدة للتريلر. إضافة إلى إبراز فترات زمنية متعددة في قصة التريلر يشير إلى الإلتواء حدود المكان والزمان ، وتجسيد فجوة زمنية مقصودة بين الماضي والمستقبل والمستقبل القريب والذي يعطي له مبدع التريلر شكلاً ماديًا مفاجئًا.

أما تريلر The Martian، يُختصر التشوه الزمني فيه من خلال الحبكة التي تُعبّر عن تجربة فكرية مفادها؛ المقارنة، مقارنة حياتية بين الأرض والمريخ؛ ففهم المخاطر على سطح الأرض يُسرّع الزمن أو التجربة الحياتية ككل أما على كوكب المريخ فنجد أن عدم إدراك وفهم المخاطر يوجه التجربة الحياتية إلى الإطناب. كما انعكس ذلك أيضا في تمثيل الأزمة بظلال باردة على الأرض ليلا والأزمنة بظلال حارة على المريخ تمثيلا للنهار.

الإكتفاء Self Reflexive

في هذا المقام، ارتأينا أن نقف على تحليل المشاهد التالية :

المشهد الأول (00:10-00:18) المحدد بتقديم أصوات الهيبتابود للدكتورة لويز؛ هنا يصرح الكولونيل ويبر أنها ليست خبيرة في مجالها فحسب ، بل إنها الخبيرة الوحيدة في مجال ترجمة اللغات الأجنبية

بعدها يكشف عن جهاز تسجيل يدوي يشغل عبره الأصوات الغريبة لتستطرد لويز بالسؤال: Is that? ليعقب بعدها الكولونيل: Yes.

شكل (88): *يوضح متوالية اللقطات التابعة للمشهد الأول*

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:
(IMDb, 2016a)

تثير متوالية اللقطات التي تتبع حركة Shot-Reverse Shot في إنتاج حوار من نوع آخر بين الكلونيل والدكتورة لويز تتوسطهما أصوات الهيبتابود، التي تكسر مسار الحوار النثري، من خلال اظهار تعابير وجه لويز المندهشة والشبه عاجزة عن اكمال السؤال... تثير الانفعالات الوجدانية للشخصيات تقدير عمق المفاجأة واستحضار حجم وقع أصوات الهيبتابود والغموض اللحظي الذي يزيحه الكلونيل بالإجاب. والنتيجة انهيار السرد الحواري الداخلي ليخلي المكان للصورة في حالة من الاكتفاء.

المشهد الثاني (00:27-00:30) يتمظهر في تقديم لويز لنفسها أمام الهيبتابود، في تحد للكشف عن شخصها من دون البزة البرتقالية لأنها اعتقدت أن الهيبتابود بحاجة لمجال من الرؤية بقولها : They need to see me، مصحوبا بهلع الفريق المرافق لها، يترجم عبر جهاز الاستماع: ... Dr. Banks، لتستطرد لويز بعد استجابة الهيبتابود: Now thats a proper introduction .

شكل (89): *يوضح متوالية اللقطات التابعة للمشهد الثاني*

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:
(IMDb, 2016b)

على مستوى هذه المتتالية من اللقطات الاشتغال السينمائي للصورة في أوجه من النشاط الجمالي البعيد عن كل اعتباطية ارتجال ، إذ نقف على مواطن خصوصية الحركات التصويرية للقطات الداخلية (في الغرفة الحجرية داخل السفينة) المتصلة ببعضها بفعل التحريك السريع المُمَنتج ، لينطبع على مرئى المُشاهد المنحى البلاغي بين ثلاث لقطات مظلمة قبل النزع وثلاث لقطات ساطعة حين التعارف في محاشة للتزامن بين القول والصورة أولا كمستو من الإيحاء، للتوصيل الحرفي بين المنطوق والمصور ثانيا والحضور الجمالي للـ High Angle Shot- المرسخ لخطب جلل على وشك الوقوع أو الحدوث، مستثمرا على طولها (اللقطة) الضوء الساطع على محيا لويز وحالة الصمت إلى غاية استجابة الهيبتابود بفرد أطرافها النجمية السباعية في مقابلة يد لويز على الشاشة الشفافة العازلة، في اكتفاء تام لقوة التعبير المرئي.

وبالإنتقال إلى تريلر Interstellar، الذي يعتبر حسب النقاد كثيفا من حيث العناصر السينمائية المستقلة، أي أنه يتطلب مساحة للتفكير خارج حدود الشاشة، وهذا لم يساهم في تفعيل خاصية الإكتفاء لإكمال الوهم التوافقي بين الصورة وما تتطلبه من عناصر سينمائية مدعمة. لكن ملامح الإكتفاء يمكن رصدها من زاوية أخرى يفعله التلاعب بالصور والرموز الخاصة بإعادة بناء أسطورة المستكشف والحدود الأمريكية واستخدام الأساليب التناظرية و تصوير للزمانية تعبيرا عن الرواد الأوائل من السيتينات إلى المستقبل القريب. ليتسنى للتريلر استحضار الأسطورية الإخلافية (التعددية حيث كل دال والتصاقها بالوظيفة الشعرية رغما عن التشديد على الوظيفة المرجعية.

أما الاكتفاء في تريلر The Martian، فيصعب رصد ملامحه، نتيجة تساوق والتصاق الإمتدادات الصورية بالإمتدادات الصوتية لدى وصفها شديدة الكشف عن البنية السردية، ما طمس إلى حد بعيد اشتغال البنية الدلالية.

التقطيع Cutting

إن لمحاشة التزامن بين القول والصورة؛ أو اللاتطابق للعناصر السردية المختلفة (صورة وتلفظ) مع مركزية العنصر الصوري للمشاهد في تريلات العينة، حضورا أيقونيا ورهانا تأويليا؛ فاللاتطابقات توفر تصورات تفكيكية بنحو يثير المشاهد نحو التحليل والتأويل، وجرأة مبدع التريلر في تحقيق التطابقات تسّيج اللقطات مما يساعد على إدراك مغزى اللاتطابق، فقد تم رصد أن هنالك علاقة بين التريلات التي تفصح عن كثير من بنية النص السردي وتكثيف التطابقات (صوتا وصورة) وعلاقة عكسية بين عدم الإفصاح عن كثير من بنية النص السردي وتمظهر اللاتطابقات (صوتا وصورة)؛ ليغلب تأطير التغييب عن اللقطة، ولينطبع النص إبداعيا حسب النزعة التفكيكية المنخرطة في دوامة الإخلاف، أكثر مما يؤطر الإستحضار فيها، الذي يطمس على معظم الخيارات التأويلية. والجدول التالي، فيع رصد لكل التطابقات واللاتطابقات في تريلات العينة.

جدول (31): *يبرز رصد التطابقات في تريلات العينة*

التطابقاتVoice In		
تريلر The Martian	تريلر Interstellar	تريلر Arrival
If a hiker gets lost in the mountains, people will	to reach for the stars our greatest accomplishments	Mama, what is going to happen. Dr. Banks you are on the top of

coordinate a search severe storm we have no choice but to abort the mission astronaut mark watney was killed i'm still alive obviously and i have designed 31 days on the planet where nothing grows In your face Neil Armstrong Let`s go get the Boy We Die is it possible he is still alive	cannot be behind us	everyone`s list when it comes to translation this is. Now it`s a proper introduction They are not enemy It`s more complicated How is it more complicated Are you dreamimg in their language What does it say Weapon So how do we clarify their intentions You are commiting an act of treason Do you trut me

المصدر: إعداد شخصي

جدول (32): *يبرز رصد اللاتطابقات في تريلات العينة*

اللاتطابقات Voice over		
The Martian تريلر	Interstellar تريلر	Arrival تريلر
Every human being has a basic instinct: to help each other out. . If a train crashes, people will line up to give blood. If an earthquake levels a city, people all over the world will send emergency supplies. This is so fundamentally human that it's found in every culture without exception.	We've always defined ourselves by the ability to overcome the impossible. And we count these moments. These moments when we dare to aim higher, to break barriers, to make the unknown known. We count these moments as our proudest achievements. But we lost all that. Or perhaps we've just forgotten that we are still pioneers.	This is the day they arrived The object touch down 40 minutes ago I don`t know Yes i'm the only one have trouble to say alien you will see soon enough They need to see me Dr. Banks more than .....has landed over the world It`s their language Before they started a globl war We need to talk to them I go backin

	And we've barely begun. And that…., that our destiny lies above us.	What is she doing

المصدر : إعداد شخصي

(TS masdaniel.com, 2015)
(quotes, 2022)

الحنين إلى الماضي النوستالجيا Nostalgia

يرتبط تريلر Arrival باللقطات الحاضرة بقوة في تريلات سابقة، من اختيار امرأة صهباء مهتمة بالتواصل مع الآخر، لقيادة استجابة عالمية خارج كوكب الأرض، لكنها أيضًا تفضي إلى فكرة ما وراء هذا الاتصال. لهذا السبب يذهب النقاد–من على منصة الـIMDb والشاشة الشبكية youtube– نحو تدليل التضمينات التداولية (المعلومات المتداولة) مفادها إقحام تريلر Contact فيلم خيال علمي أمريكي من إخراج روبرت زيميكيس، صدر عام 1997، مقتبس عن رواية كارل ساجان التي صدرت عام 1985، من بطولة جودي فوستر التي تقمصت فيه دورا قياديا لباحثة SETI التي تكتشف رسالة أثيرية غريبة، وامعان جهودها مع السلطات الحكومية من أجل فك تشفير الرسالة ، لتأسيس قناة اتصال. (Contact (1997 American Film)," 1997")

تَكشُّف الحنين، يتأتى من تفعيل مبدع التريلر لمكتسباته القبلية ومخيلته في استغلال رمزية الهيليكوبتر وصداها عند تحليقها في التريلين(Arrival و Contact) ، والإحاءات الواقعة في محيا الدكتورتين لويز وإيلي، أضفى الفعل النوستالجي ولفه بهالة طقسية لصيقة بالمرأة نتيجة التمادي في شكلنة أدائهما، ليسمح هذا التمظهر قياس درجة التشابه بين التريلين وما بوسع ال مبدع الكشف عنه.

شكل (90): *يبرز تداخلات تريلر Arrival وتريلر Contact*

تريلر Arrival	تريلر Contact

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(IMDb, 2016c)
(IMDb, 1997)

وانتقالا إلى تريلر Interstellar، فملامح الحنين جلية من خلال المستقلات التسجيلية –وهو أمر تام الرصد وبديهي في استحضار المرجع– إلا أن السلوك العلاماتي النوستالجي يمكن فهم تمثيله في الخطاب التحفيزي لماثيو ماكونهي وهو يفصح عن كيفية إحياء دافع البشرية لاكتشاف الكون، عبر ما يلي:

"لطالما عرّفنا أنفسنا بالقدرة على التغلب على المستحيل" ، كما يقول ماكونهي، بينما نلقي نظرة حنين إلى الوراء على المقاطع والتسجيلات بالأبيض والأسود لبعثات الفضاء. "ونحن نحسب هذه اللحظات ، تلك اللحظات التي تجرأنا فيها على تحقيق أهداف أعلى ، وكسر الحواجز ، والوصول إلى النجوم ، وجعل المجهول معروفًا" (المظهر, 2020)، ليضيف: "نحن نعتبر هذه اللحظات من الإنجازات التي نفخر بها ، لكننا فقدنا كل ذلك"(المظهر, 2020) "وربما نسينا للتو أننا ما زلنا روادًا. وبالكاد بدأنا. وأن أعظم إنجازاتنا لا يمكن أن تكون وراءنا. لأن مصيرنا يكمن فوقنا". (المظهر, 2020)

في حين أن معالم النوستالجيا في تريلر The Martian، فتذهب إلى تبيان أنها لا تتعلق حقًا بالمستقبل، بل يتعلق الأمر بالواقع و الحاضر وارتباطه أيضا بالحنين إلى الماضي، حيث بدا المستقبل وكأنه رحلة لاستكشاف ما هو غامض، لينتهي على وجهين، أنها كرحلات الإستكشاف الأولى على الأرض للأمريكيتين، كما أنه تأويل لتوقف الناس عن الإيمان بالمستقبل، على إثر السيناريوهات التحذيرية حول هلاك ونهاية العالم ، والرغبة في العودة لمسار حيث انهيار العالم معتقد كمصدر للترفيه؛ بما معناه اليأس/الأمل في الحياة، وإنقاذ البشرية.

وعليه، تعد تريلات العينة ، نصا فنيّا يمتح عنها ترابط بين أشكال ونصوص فنية عديدة لاسينمائية عبر مبادئ اللاتطابقات من العناصر الصورية والصوتية، التعالق الفني الذي يعد السند المادي والدلالي في تمظهر النوع الفرعي بالنسبة للجونر أو نوع التريلر، ما أدى إلى اختلاف مواصفات نصوص تريلات العينة والتريلات الحديثة على العموم، عن نصوص التريلات التقليدية التي تستخدم المسارح السينمائية والشاشة التلفزية، أما تعدد النصوص في تريلات العينة انطلقت من إزالة للحدود ولاتراتبية الأذواق واصطفاف العناصر الفنية المرتبة في نموذج مؤقت بمدة زمنية معينة، ما نجم عنه إبداعية للتريلر ضمن الفنون الشعبية المستحدثة.

لتتكشف النتائج التالية:

شكل (91): *ملمح الوضعية الفنية لتريلات العينة*

المصدر: إعداد شخصي

تشييد الوضعية الثقافية لنص إعلانات الأفلام Cultural Status

تتواصل الثقافة كنظام وتتخاطب بواسطة مجموعة من اللغات المختلفة التي تنقل لنا معلومات معينة؛ صوتية ومرئية(ضياء, 2016)، (غير طبيعية) أو/وألسنية (طبيعية)*، وإعلانات الأفلام هي إحدى الأشكال الثقافية، اللغوية غير الطبيعية، التي اقترنت بأشكال ثقافية أخرى منها السينما والتكنولوجيا المعاصرة حيث أصبحت الفضاءات السيبرانية "Cyberspace"حيزا وفضاءا لتمظهر هذا الشكل الهجين، ونتيجة للتقاطعات السابقة، أضحت إعلانات الأفلام نصا ثقافيا ذو خصوصية زمانية ومكانية، بمعنى تأثير تطورها عبر التاريخ ومكان تدويرها من مسارح الشاشات الفضية، الشاشات التلفزية إلى الشاشات الشبكية والمنصات الالكترونية منها IMDb على عناصرها السينمائية (التغييرات الفنية والهيكلية) والأنماط السيميوطيقية المنمذجة (modeling system) ، في تشكيل المعنى.

وفي هذا الصدد، يرتبط تشييد الوضعية الثقافية لنص إعلانات الأفلام بتمظهر أشكال ممارسة لثقافة المعجبين؛ انتقلت من المكان التقليدي المبرمج ضمن جدول عرض الفيلم في المسارح السينمائية أوشاشات التلفزيون إلى مشغلات، شاشات ومنصات الإنترنت والوسائط المحمولة للمعجبين وبنشاطهم وتفاعلهم على تنزيلها، ليتم تشغيلها إعادة تشغيلها، إيقافها مؤقتًا، وإعادة توجيهها نحو منصات أخرى، إعادة منتجتها وتركيبها وأسلبتها....إذن الوضعية الثقافية للتريلر تطبعها القفرات في الخط الزمني التطوري تاريخيا، صناعيا، تكنولوجيا.

الوهم بواقع بديل عن الفيلم الفعلي Hyperreality/Simulacrum

ونقصد أنها عملية محاكاة بديلة لثقافة السينما (الفيلم الفعلي) من خلال الوسائط الحديثة (IMDb)، أي أنه في سياقات الثقافة المعاصرة تتفاعل النسخة البديلة مع النسخة الأصلية ضمن مستويات استبدالية تسمح لتأسيس واقع جديد؛ بمعنى يصبح نص إعلانات الأفلام مرادفا للنص الأصلي (الفيلم الفعلي) عن طريق التشابه، **اللاتجانس، الاختلاف والتعدد**... فهي مبادئ تحاول استعادة تقاليد السينما الكلاسيكية بما تحمله من عناصر وأنماط ووضعها في شكل ثقافي بديل يتميز بزمن ومكان معاصرين. (العاملي، 2017)

اللاتجانس، الاختلاف والتعدد بين مواصفات الفيلم الإعلاني

من الجدير بالملاحظة والتقصي أنه في وقت مضى، اتسم الفيلم الإعلاني بمواصفات، وظائف ومميزات التصقت به في شكلنة لبنيته لمعاينتها قبل أفلام معينة، فبتجميع لقطات في مونتاج ترويجي صغير يلي الأفلام التي عُرضت في مسارح بدأت صناعة التريلر ، التي كانت بالكاد صناعة في ذلك الوقت، كانت تديرها المسارح والاستوديوهات نفسها المنتجة للفيلم الفعلي في البداية ، ولكن بطرق لم

تستفد بالكامل من إمكانات كل من الفيلم و التوسع الأسلوبي والإبداعي إما لمختارات الفيلم أو للخام خارجه.

ومن أهم الأسباب التي حينت في شكل، بنية حتى في وظيفته الترويجية وحضوره السينمائي و المواصفات العامة الخاصة بالتريلر، هو الانتقال من مجرد التجميع إلى التقطيع، المنتجة الأسلوبية من طرف صانعي الأفلام والمبدعين عموما، مع الإستعانة لاحقا بمصادر خارجية مستقلة للقيام بكل الأعمال نيابة عنهم، مما يوسع فكرة ما يمكن للفيلم الإعلاني القيام به وما ينبغي القيام به. وتغيرت السوق مما ساعد على ترسيخ نموذج الإعلان الحالي (المنتجة بمختارات ومستقلات و Voice Over خارج إطار اللقطة...) الذي لا يزال سائدًا على نطاق واسع، ليتم عرضها في المسارح السينمائية ومن خلال ساعات الذروة من مشاهدة التلفزيون، ثم وضع النموذج المعياري الإتفاقي(الهوليوودي) الذي يجمع أنواع الأفلام الإعلانية شكلا ومضمونا، ويتكون عمومًا من جزأين(وهو ما لوحظ في تريلات العينة الثلاث) وهما :

الرسائل المصورة Shooting message، محتوى الفيلم Movie content

على مستوى **الرسائل المصورة Shooting message**، يتم إصدار تقرير التصنيف من قبل The Motion Picture Association of America MPAA، الـذي يظهر في بداية تريلات العينة للإشارة إلى مدى ملاءمته لمختلف الفئات العمرية وفقًا للمقاييس الخمسة G ؛ PG ؛ PG-13 ؛ R ؛ NC-17 ، والتي صنفتها المنظمة مع الأخذ بالإعتبار مدى تواتر اللغة الفظة والعنف والمشاهد الجنسية التي تظهر في محتوى الفيلم (Zuo, 2012)، إلى جانب اسم وشعار شركة الفيلم، وأسماء الممثلين الرئيسيين والمخرجين وغيرهم من العاملين بالإضافة إلى وقت الإصدار.

أما **محتوى الفيلم Movie content** فيتضمن:

- عرض أفضل الأجزاء في الفيلم الفعلي وإدراجها في الفيلم الإعلاني.
- الإستعانة ببعض من لقطات بداية الفيلم.
- إلتقاط أبرز زوايا الكاميرا الدرامية المستقلة أو المختارة.
- استخدام الـ Voice Over لسرد القصة.
- تأليف الموسيقى الخاصة بالفيلم الإعلاني والتي تلعب دورًا مهمًا في خلق الأجواء المرجوة.
- المونتاج الإبداعي حسب النماذج المعيارية التي تم التطرق لها سابقا– لتسليط الضوء على الحدث الفيلمي–
- استثمار الإنترنت لتسويق فيلم راسخ.

ونلاحظ أن، تريلر Arrival يتوفر على كل ما سبق ذكره، أي تجانسه مع النموذج المعياري الإتفاقي(الهوليوودي) مع محددات تعلن الاختلاف حتى معه، في حين أن اللاتجانس هو السمة التي تصبغ التريلر مقارنة مع فيلمه الفعلي.

اختلاف مواصفات الفيلم الإعلاني الحديث

في حين أن المعايير الحديثة قلبت ما كان متعارفا عليه؛ مع ما هو متاح للمشاهدين وما كان موجودًا بالفعل في عقل المخرج على أمل جذب المشاهدين المحتملين على إثر المقتطف، فإن القدرة على الإبداع والجذب انتقلت إلى عدة عوامل تخدم إنتاج رؤية وممارسة أوسع وعرضها على جمهور أكبر. وكان لهذا الإنعكاس تأثير كبير على صانعي الأفلام المعاصرين ومبدعي التريلر والأهم على ثقافة مشاهدة التريلر على المنصات الإحترافية ، ومما رصد في تريلات العينة:

- أخذت في التقلص إلى ما دون الدقيقتين في شكل مُحدث، باستثناء The Martian Trailer
- اسقاط الـ Voice Over الذي عادة ما يكون خارج طاقم الممثلين والإستعاضة، تارة بالحوار المقتطف من الفيلم الفعلي وتارة تسجيلات بين النثرية والشعرية تقع خارج الزمن الفيلمي.
- ترتسم خطاطة فنية تخص الإخراج السينمائي للتريلر، يملؤها أثر أسلوبي لمونتاجية مزاجية واعية من ذات مبدع التريلر.
- اختلاف البناء الدرامي لجونر الخيال العلمي وارتباطه أكثر بعمق العلوم وبالمشاعر الإنسانية بدل الإبهار البصري، ما أدلى بدلوه على السيرورة السردية، الدرامية لتريلات العينة.
- هنالك انفصال بين التسجيلات القبل تصويرية prescoring music التي تُرصد للتريلر والبعد تصويرية post scoring المُوجهة للفيلم الفعلي، عكس ما أُعتيد عليه .
- أصبح الوجه البشري في الفيلم الإعلاني سواء كان من الممثلين أوالنجوم كحاملي علامات أمام انتقال المونتاج من السردي إلى الأيقوني وذلك عن طريق إزالة زمن ومكان مختارات الفيلم الفعلي، وتزويدها بزمن ومكان مستقلات الفيلم الإعلاني.
- أصبحت حركة الكاميرا تطغى عليها ذاتية مبدع التريلر أمام موضوعية الفيلم الفعلي (موضوعية بالنسبة لمبدع التريلر وذاتية بالنسبة للمخرج الفعلي).

وفي هذا الصدد نجد أن تريلات العينة اقتبست من هذا النمط وانتهج مبدعوها النسق الفيلمي الحديث في تدخل تركيبي ملفت لتحقيق النقلة من لقطة إلى أخرى وفق حركات واتجاهات بانورمية متباينة السرعة، لاسيما والإتاحة الإلكترونية تسمح للمشاهد للعودة مرارا وتكرارا للتريلر، تحميله، والاطلاع على المراجعات الخاصة بالتريلر .

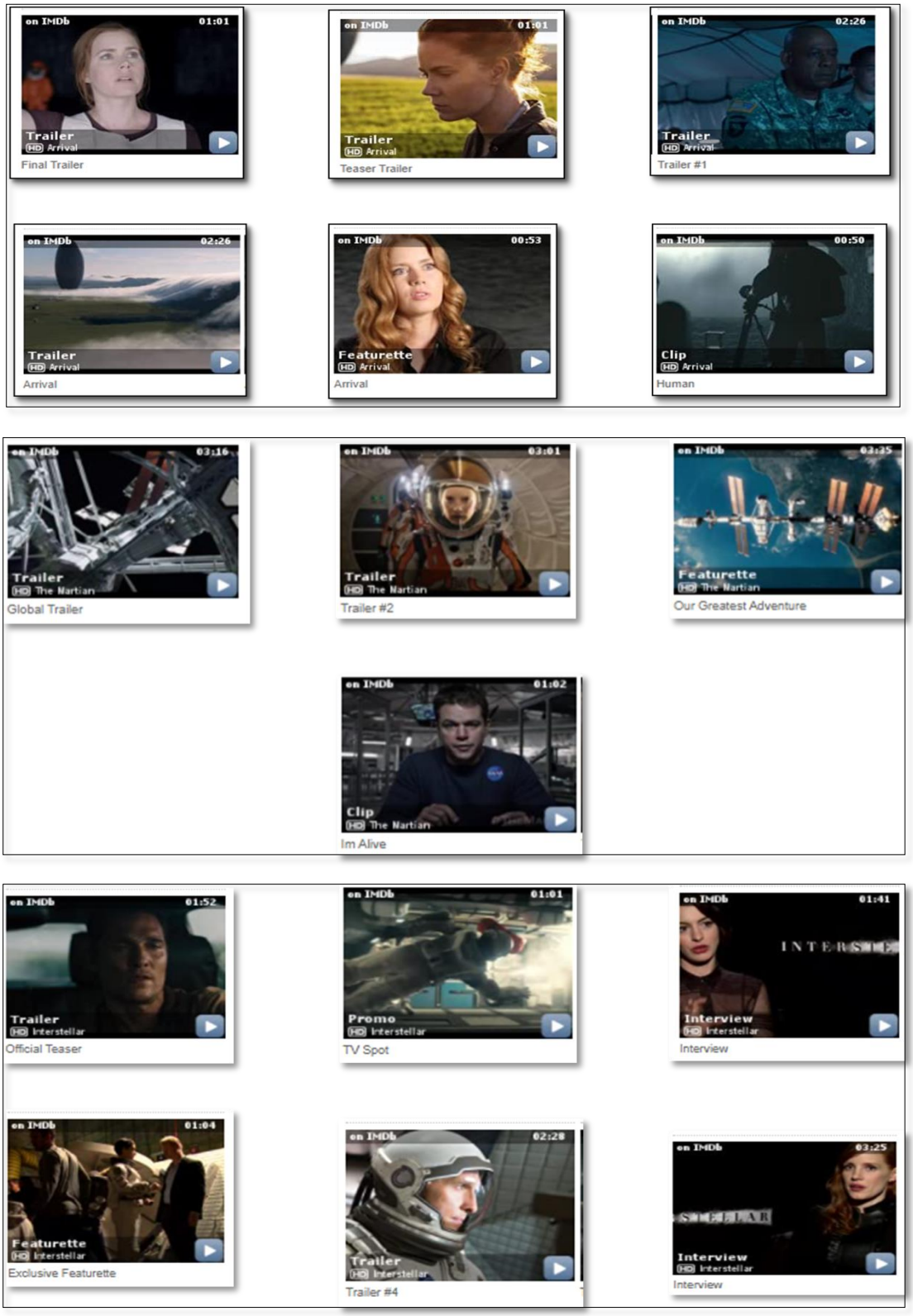
التعدد والفيلم الإعلاني الحديث

إن تعدد المنتجات الثقافية على الفضاءات السيبرانية، أتاحت ممارسة تعرف بـ الثقافة التشاركية Participatory Culture؛ مصطلح يستخدم لتحديد فعل المشاركة من المستخدمين والجماهير والمستهلكين والمعجبين في إنشاء الثقافة والمحتوى، ولعل من الأمثلة على ذلك التحرير المشترك لمقال على ويكيبيديا، تحميل الصور على Flickr، Instagram وFacebook ، وتحميل مقاطع الفيديو على الـ YouTube وإنشاء ملفات على الـ Weibo ورسائل قصيرة على Twitter (Reichel, 2021) ، لكن غالبًا ما يتعارض نموذج الثقافة التشاركية مع وسائل الإعلام ونموذج البث النموذجي للصحف والإذاعة والتلفزيون حيث يتواجد مرسل واحد والعديد من المستقبلين، في حين أن العديد من الباحثين في هذا الصدد (الثقافة والمجتمع) يؤكدون أن هذه الممارسة أكثر ديمقراطية لكونها تُمكن المستخدمين والمعجبين من إنتاج الثقافة بأنفسهم وليس الإستناد على ثقافة اللإستهلاك فقط من استخدام، استماع و مشاهدة . تتميز هته التقافة المُخلقّة أنها ذات حواجز منخفضة نسبيًا أمام المحتويات الإعلامية ، الإبداعات الفنية كما تقدم نوعا من من الإرشاد غير الرسمي حيث يتم نقل ما يعرفه الأكثر خبرة إلى المبتدئين والهواة من المعجبين. ونستطيع أن نلمس ملامح الثقافة التشاركية في النسخ المتعددة والتي تخص تريلات العينة Arrival ,Interstellar, The Martian، منها ما أُطلق على منصة IMDb تحت مسميات مختلفة Feaurette, Clip Trailer, Teaser, Teaser Trailer, ومنها ما أُطلق من طرف المُبْدع الأصلي Trailer Creator. أما المرصودة على المنصة الشبكية الـYouTube جاءت متمثلة في فيديوهات كلها تمت منتجتها بطريقة الـ VideoClip عن طريق الـ Fan made (معجبون أعادوا منتجته) حيث يغلب عليها الطابع الموسيقي مع الإبقاء على مختارات تريلر بترتيب يتراوح بين المتماثل والمتغير، تعمل على تحويرها عبر تحديد آخر للنوع و تجميع آخر للمختارات من تريلات أفلام فعلية أخرى.

صحيح أن النسخ المتعددة والمُعاد منتجتها موجودة على هامش التحليل للدراسة الأكاديمية إلا أنها من منتجات الهواة التي تتضمنها الثقافة التشاركية Culture Participatory والتي تستحق المناقشة على وجه الخصوص، لأنها توجهنا لكيفية تجاوب الجماهير مع السينما في فضاء الـ YouTube ليس فقط من زاوية المعرفة بأدوات التسويق السينمائي(في الشق الترويجي)، بل المثير أيضًا أنها عملت كإعادة صياغة مستمرة للذاكرة السينمائية ، ومساحة مجانية لعرض منتجات المبدعين، ففي عالم recut يحتوي التريلر المُعاد منتجته على قصة كامنة (التريلر الأصلي) مع تصور

لتكملة خيالية أو قصة فيلم فعلي أخر لاوجود له ، هذا ما يدعم توجه الأطروحة نحو إثبات سنمأة الفيلم الإعلاني.

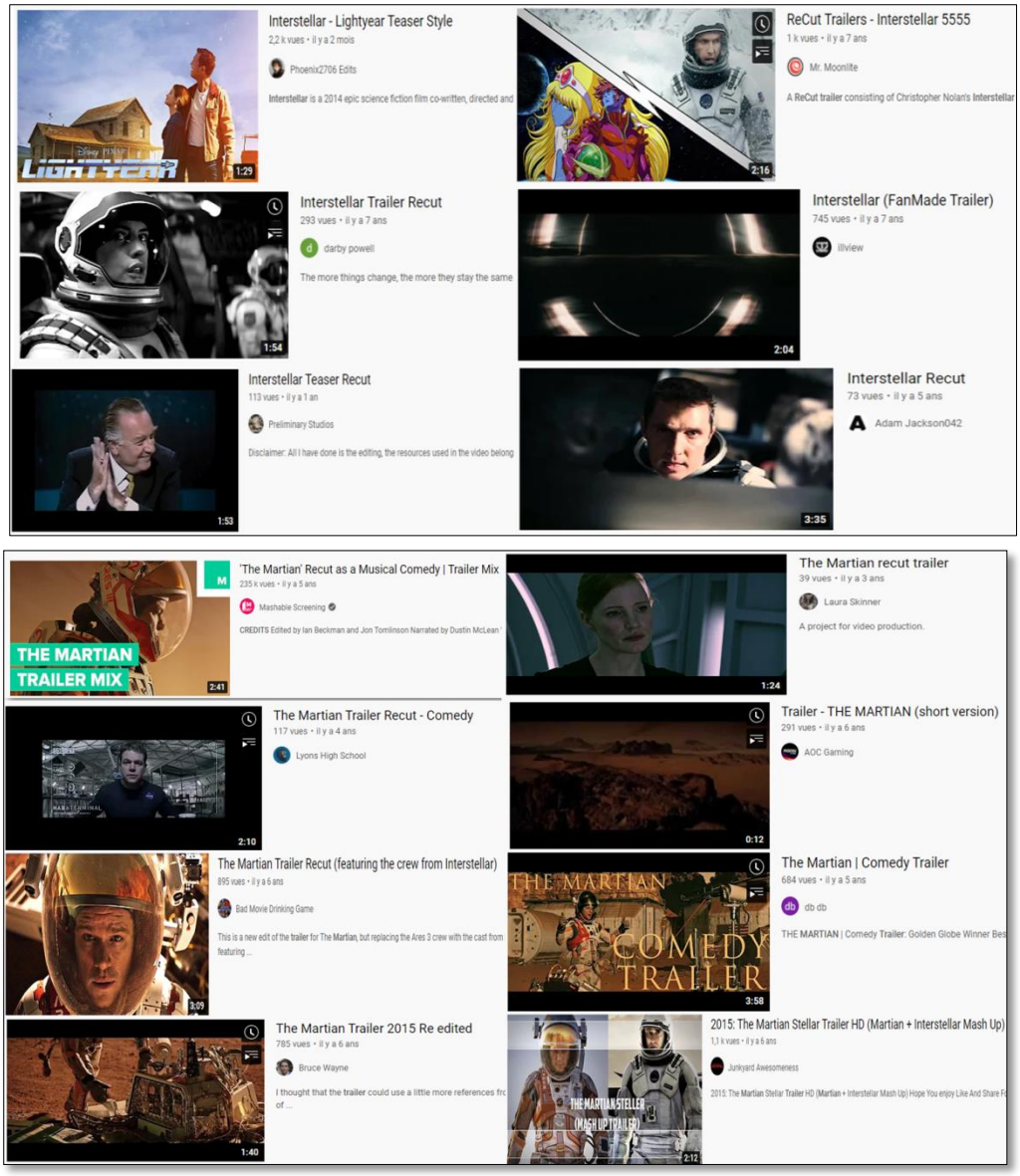
شكل (92): *الفيديوهات التي أُطلقت من طرف المُبْدع الأصلي على منصة IMDb*

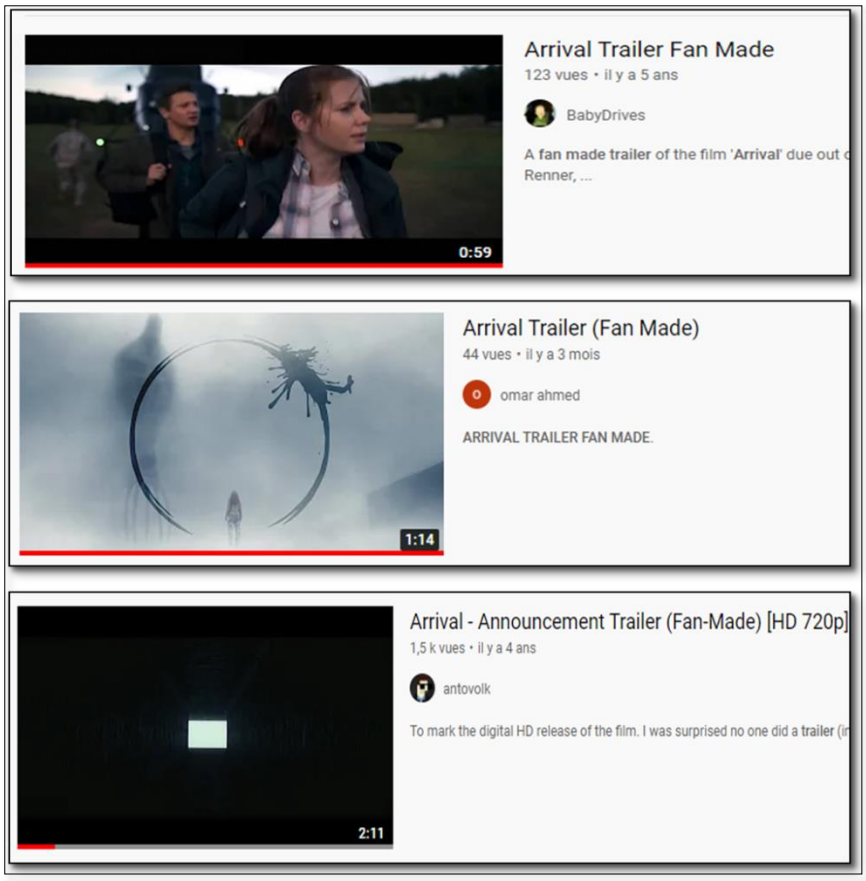


المصدر: المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(IMDb, 2016d)
(IMDb, 2014b)
(IMDb, 2015d)

شكل (93): *الفيديوهات Fan made أما المرصودة على المنصة الشبكية الـYouTube لتريلات العينة*





المصدر: إعداد شخصي مقتبس من: الشاشة الشبكية يوتيوب

الثقافة الفرعية/الثقافة المركزية Subculture and dominant culture

نتج عن ممارسة مشاهدة الفيلم الإعلاني Arrival على منصة الـ IMDb والشاشة الشبكية الـ Youtube ثقافة حول التمتع المشترك بجانب من جوانب الثقافات المركزية التي تشكل أجزاء هذه الممارسة.

حيث تشمل هذه الثقافة التشاركية الفرعية Participatory Subculture (تشاركية المركزيات) المعجبين الذين يتصرفون ليس فقط كمستهلكين ولكن أيضًا كمنتجين ومبدعين لشكل من أشكال الوسائط الإبداعية (Jenkins et al., n.d)، (الفيلم الإعلاني Arrival). وعلى وجه الخصوص تشجع التعبير الإبداعي والإنتاج الفني من قبل المشاركين فيها والإنحراف عن مركزية الإستهلاك السينمائي للفيلم الفعلي إلى تفكيكية مواطن الأفلمة والحرفية في الفيلم الإعلاني Arrival ، تبعا وتوجهات المشاهدين بصفة عامة والمعجبين بفيلم Arrival على الخصوص.

ولعل أوجه المشاركة أبدت سمة تعددية؛ بداية من الثقافة المركزية للإطلاع العلمي وتكوين تجمعات للمعجبين لمراجعة علم اللسانيات ونظرية Sapir-Whorf hypothesis* المُثارة في صالات المراجعات على منصة الـ IMDb، على خلفية تخصص الدكتورة لويز، ولغة الهيبتابود (لقطة الكولونيل وهو يصف لويز من بين أفضل الدكاترة في مجال الترجمة واللسانيات، ولقطة العالم الفيزيائي وهو يساؤل الدكتورة لويز عن إذا ما كانت ترى أحلاما بلغة الهيبتابود).

كما قام المعجبون بتعيين مقاطع فيديو وموسيقى من الفيلم الإعلاني Arrival و/ أو إنشاء قصة مغايرة من مواد أخرى متعددة المصادر وتمت منتجتها وتأليفها وفق سردية وخيال معين تختلف فيه (بدلاً من المؤلف الأصلي) الشخصيات، الأحداث وحتى جونر الفيلم الإعلاني من الخيال العلمي إلى الرومانسي، فالأكشن إلى الأنيم...وتم إطلاقها على الـYouTube.

أيضا توجه المعجبين نحو ما يعرف بالكوسبلاي Cospaly وهو ممارسة ارتداء الأزياء أو غيرها من الملابس والإكسسوارات في محاولة لتصوير شخصية خيالية (Ashcraft & Plunkett, 2014) ، ولقد تم رصد بعضهم متنكرين بالزي البرلقالي للدكتورة لويز في منتدى نساء السايبرغ Forum Womens Cyborg Adult Costume - Science Fiction Costumes.

أما تريلر Interstellar أثبت مرة أخرى فكرة انجذاب المعجبين للعاطفة في الخيال العلمي. حيث لاقت التسجيلات الأصلية من اللحظات الفاصلة في تطوير الطيران والسفر عبر الفضاء اهتمام المعجبين وبالتالي إلى فتح مجال تبادل المعلومات حولها لاسيما وأنعا جاءت حسب الترتيب الكرونولوجي في الحياة الواقعية، فقد نشأت مجموعات تبحث في تاريخية المعلومات من:

منطقة Dust Bowl في الغرب الأوسط الأمريكي خلال الثلاثينيات وما تكبدته من جفاف شديد والعواصف الترابية في مناطق تكساس وأوكلاهوما وكانساس ونيو مكسيكو وكولورادو، التي تسببت في تهجير عشرات الآلاف من المزارعين وعائلاتهم، مما أدى إلى تفاقم الحالة الاقتصادية المتردية في أمريكا خلال فترة الكساد الكبير. إلى حدث كسر حاجز الصوت أول مرة، من طرف طيار السلاح الجوي تشاك ييغرYeager وهو يقود طائرة Bell X-1 ، ومناقشة رواية توم وولف The Right Stuff التي تكلمت عن الواقعة ما أسهم في زيادة مبيعات وطلب الرواية بين المعجبين على الرغم من أنها ظهرت في 1983. إلى عرض لقطات أول رحلة فضائية أمريكية للرائد آلان شيبرد وأصبح أول أمريكي

* تشير فرضية سابير وورف ، المعروفة أيضًا باسم فرضية النسبية اللغوية ، إلى الاقتراح القائل بأن اللغة الخاصة التي يتحدث بها المرء تؤثر على طريقة تفكيره في الواقع، وكيفية تأثير أنماط استخدام اللغة في السياق الثقافي على الفكر. (Kinasevych, 2017)

يسافر في الفضاء عام 1961، مع كشف المعجبين عن إسقاط رائد الفضاء الروسي يوري غاغارين كأول إنسان يسافر إلى الفضاء قبل عدة أشهر من الإنجاز الأمريكي ما انجر عنه نقاش حاد وجدل حول إحكام سيطرة الخلفيات السياسية على السينما. ليليه برنامج Gemini وكان بمثابة علامة فارقة بدأت فيها تكنولوجيا المركبات الفضائية الأمريكية في التفوق على التكنولوجيا السوفيتية. كما يُظهر التريلر نيل أرمسترونج ورفاقه رواد الفضاء وهم يستقلون صاروخ Saturn V الذي سيطلق مركبة Apollo 11 نحو القمر لأول مرة، وتفاعل المعجبين مع رد فعل نيل العاطفي.(2014 ,"Dust Bowl")

في حين تأسف شخصية ماثيو ماكونهي لأن البشرية عبر حواره الشبه شعري نسيت أننا ما زلنا روادًا في إظهار لقطات لمكوك الفضاء أتلانتس عندما بدأ وأكمل مهمته النهائية في يوليو 2011 مشيرة إلى نهاية الرائد الذي ينظر إلى النجوم ، وتتبعها اللقطة التي أشعلت المنصات تعليقا، مظهرة طفلة تأخذ بيد رجل ينظران إلى انطلاق صاروخ إلى الفضاء، وهي اللقطة التي لا يتضمنها الفيلم الفعلي والتي فتحت باب التأويلات بين المعجبين في تأكيد لسلوك نولان الإنحرافي نحو تبني العاطفة الأبوية أمام سينمائيته السوداوية على غير العادة.

توجه المعجبون في تريلر Interstellar إلى مناقشة أكثر احترافية وسينمائية حتى أن كبريات المجلات النقدية اعتمدت عليها فمن The Village Voice إلى ScreenCrush لاسيما في تفنيد أسلوبه أن سينمائية نولان تفتقر إلى اللمسة الإنسانية، إلا أن المعجبين جادلوا وبعمق منظور تريلر Interstellar مقارنة بالفيلم الفعلي كون الأول يتميز بروح الذكورية العدوانية في تسجيلية المقاطع (تركيز على الإنجازات الذكورية) أمام النسوية القيادية في الثاني .

أما تريلر The Martian، فواقعيته البعيدة المدى، جعلت المعجبين يتصيدون التقنيات العلمية القابلة للتطبيق، لاسيما وأن معظم أفلام الخيال العلمي التي تدور أحداثها في الفضاء هي خيال غير تطبيقي أكثر من كونها علمية ، لكن فيلم The Martian هو عكس ذلك، حيث أسس Weir نظرياته على تقنيات موجودة بالفعل، وقد نستطيع رصد ملامح نجاة مارك واتني بفضل إمكانية نجاح محصوله من البطاطا لدى استخدامه الروث البشري، ما جعل المعجبين يطلقون حملات #Challenge لمقدرة إنتاج ذات المحصول في ظروف مخلقة اصطناعيا مشاهة لذات البيئة المريخية.

نلاحظ أن تحديد الثقافة الفرعية التشاركية التي أطلقتها تريلات العينة ، أظهرت مقاومة لمركزية ثقافة السينما وثقافة الترويج من خلال:

تلاشي الحواجز (نسبيًا) أمام التعبير والمشاركة الثقافية، الفنية والسينمائية وانفتاحها على فئات أوسع خارج التوصيف الإحترافي(لم تعدالصناعة السينمائية بتلك الشرطية) استطاع معجبو/المبدعون المحتملون لإعلانات أفلام العينة أن يجدوا مساحات لمشاركة إبداعاتهم على الفضاءات السيبرانية والواقعية.

الدعم القوي غير الرسمي الذي ينقل فيه الأعضاء الأكثر خبرة معارفهم إلى المبتدئين لإنشاء ومشاركة إبداعاتهم الفرد مع الآخرين، أي أنه نوع من الإرشاد.

الأعضاء الذين يعتقدون أن مساهماتهم مهمة للآخرين يشعرون بدرجة أكبر من التواصل الاجتماعي مع بعضهم البعض.

الثقافة المادية لإعلانات الأفلام على منصة IMDb

نقصد بالثقافة المادية؛ **أن** ننظر إلى إعلانات الأفلام على منصة IMDb بوصفها نصا ثقافيا ذا طبيعة اتصالية قائمة على عناصر سينمائية وأنماط سيميوطيقية منمذجة System Modeling وأنظمة أتاحتها التكنولوجيا من صورة، صوت حوار وحركية... حيث تتلاشى الحدود الثقافية Boundaries Blurring of بين النص النخبوي/ الفيلم والنص الفرعي/ إعلانات الأفلام رغم الإختلاف، لتصبح هذه الأخيرة نصا مركزيا.

وعليه تنتظم عناصر هذا التجديد، المقاومة الثقافية والاختلاف حسب Kellner (كاظم, 2006, ص. 11) إلى:

رصد عناصر الهيمنة

تنتظم المعلومات التي ينقلها نص الفيلم الإعلاني في تركيز يُكثف– نقصد بالكثافة مقدار المعلومات المعبأة في الصورة– انتظام العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية المنمذجة ويكشف عن ترتيب للعناصرالأكثر هيمنة فالأقل.

وعند حصر المنطق التحليلي (الملاحظة المتمعنة والقراءة الحثيثة للتريلر) الذي نستطيع من خلاله استظهار درجات الترتيب، تمكنا من ترتيب العناصر المهيمنة التي لم تكن في معظما صريحة بل هجينة ذات طبيعة تركيبية معقدة وتفكيكها بنحو نصي آلي لم يكن ليمنحنا المطلوب، فانحرفنا للمهيمن على التريلر والذي تراه العين على مستوى اللقطات، إضافة إلى الإستعانة بالتشريح الذي اختصر علينا الأثر المهيمن الإبداعي كما يظهره الجدول؛ فبعض من المعلومات تنم عن جونر الخيال

العلمي والبعض الآخر ينم عن الشخصيات، كما أن تركيب الإطار أي ما وُضع داخله بشكل تكويني رأسي و أفقي يشير إلى قلب حبكة التريلر، ونسبة التفاوت (تكرار مبني على الوسم وليس إحصائي) فيما بينها ضئيل جدا ما يجعل التقويم يذهب إلى الحس النقدي للدراسة.

وعليه عناصر الثقافة المادية المهيمنة في تريلات مدونة الدراسة على منصة IMDb، لا ترتبط باستعمال التكنولوجيا الحديثة التي تطبع جونر الخيال العلمي على العموم فحسب، بل إن الاستخدام غير المكثف للتكنولوجيا الحديثة وسم تقريبا التريلات الثلاثة (ونقصد هنا توازن مدخلات الإبهار البصري أمام مدخلات استعمال التكنولوجيا في تخليق العوالم وغيرها..) وتصدرت في المقابل أسلوبية المونتاج والسينمائية الثقافة المادية التي حينت مستويات فيلمية وجمالية أكثر بروزا في نسقية لغة التريلر، ومادام الأسلوب فرداني النزوع، فقد منح ذلك لمبدعي التريلات استحداث نبرة مغايرة عن صخب البناءات الفيلمية السطحية للخيال العلمي نحو تعميق للواقع ، وهذا الواقع تمثل في العلاقات الإنسانية(الأمومة، الأبوة والعائلة).

جدول (33) : *يوضح أهم عناصر الهيمنة في تريلات مدونة الدراسة على منصة IMDb*

الثقافة المادية في تريلات مدونة الدراسة على منصة IMDb	
عناصر الهيمنة	العناصر والأنماط السيميوطيقية المنمذجة
ارتباط العناصر السمعية البصرية والحركية	أسلوب المونتاج الأيقوني بين المتهادي والمتسارع الموسيقى المنتظمة مع ديناميكية الصور المتحركة الديكور والمساحات الطبيعية المستغلة أيقونيا الحوار داخل الكادر وخارج الكادر الفيلمي الزمن والمكان المرتبطان بفيلمية التريلر المنفصل عن الزمن والمكان المرتبطان بفيلمية الفيلم الفعلي
البنية العاملية	عرض متتابع للنجوم، ظهور متوازن لأيمي، بشكل أقل لمكونهي، وعرض مكثف لاسيما لمات
الجونر	المخلوقات الفضائية، الجسم الطافي الغريب، الصواريخ والمكوكات الفضائية، البزات البيولوجية والعسكرية، العوالم والكواكب الفضائية، العلوم الفيزيوفلكية والتقنيات التطبيقية
البنية السردية	–القصة في ظاهرها غزو آخر لأمريكا والعالم، السيناريو يحوي تويست وإنحراف غامض دليله هانا ابنة الدكتورة لويز (الأمومة) والكشف عن طبيعة التواصل. (Arrival=Communication+Motherhood)

	–القصة في ظاهرها عرض لمنجزات البشرية، والبحث الحثيث عن نجاتها، لكن إنحراف سردية التريلر كشفت عن علاقة بين أب وابنة. (Interstellar=Survival+Futherhood) –القصة في ظاهرها البحث في سبل نجاة دايمون ، فأصبح الهدف الرجوع إلى الأرض في حين كان حلمه وحلم البشرية الإستقرار على سطح المريخ للإلتحاق بالعائلة وهو وجه الإنحراف. (The Martian=Survival+Family)

المصدر: إعداد شخصي

رصد عناصر التحاور (عناصر اللغة المشتركة)

تتحقق الوضعية التواصلية بين نص تريلات العينة ونص أفلامها الفعلية، على مستويين، أولهما خارجي؛ بين مبدع التريلر ومخرج الفيلم الفعلي (Trailer house /Movie production) على أساس مناقشة الفلسفة الإخراجية ؛ أي توافق كل من (Matt) (Denis Villeneuve/ Arrival / Dan Asma Giaronomo /The Martian / Ridley Scott) (Christopher Nolan/ Interstellar / Brubaker) على الوسم الخيالي، أي أن الخيال الذي نتفحصه في تريلات العينة يرتبط أولا مع الحدس الأخلاقي الذي يلبس عباءة العلاقات الإنسانية (الأمومة، الأبوة والعائلة)، بغية تعضيد الحقيقة بالخيال وتحيينه لماهية الخيال العلمي الذي يقدمه المبدعون (لقد تم التطرق سابقا لهذه الفلسفة في النزعة الفردانية)، فتكامل عناصر اللغة السينمائية (مع مساحة حرية إبداعية) بينها يفضي إلى انسجام المدخلات وسلاسة المخرجات. ومما لا شك فيه أيضا، يتم الإتفاق على مدة الإعلان لمعرفة المساحة الزمنية التي من خلالها ستتحرك الجمل والدوال الفيلمية، وتحديد بنية وفكرة القصة القصيرة وصياغة السيناريو.

فيما يخص المستوى الثاني الداخلي، فيمس الأنماط السيميوطيقية المنمذجة بين نص الفيلم الإعلاني ونص الفيلم الفعلي، التي هاجرت من البؤر السينمائية في الفيلم الفعلي (على أساس أنها مختارات) و تم إسقاطها في مناخ مغاير لمناخها الأصلي واقترانها مع المستقلات المبدعة من البؤر الإعلانية؛ فقد أثبت Matt Brubaker، Giaronomo، Dan Asma أن تريلات العينة لها علاقة واعية بنيويّا ودلاليا، لاسيما في الأنماط التالية: أسلوب ومنهج إخراج التريلر كبنية دالة يرتبط فيها جونر

الخيال العلمي المستحدث برؤية المخرجين الفعليين (الفكرية، الفلسفية، العلمية والثقافية) و بشعرية خفيفة الملامح (دائما ما تقترن الشعرية بالأسلوبية والجمالية للغة المستخدمة حسب الخلفيات والتوجهات الفكرية) التي تتعالق بتأثيث الفضاءات بالزوايا العريضة البانورامية واللمسة اللونية الباردة القاتمة في اللقطات المشتركة في تريلر Arrival أما تريلر Interstellar فالتعالق يحدث على مستوى نزعته التسجيلية لكنها في الوقت نفسه تميل إلى السنمأة الفنية في مبالغة تبيان المنجزات ولفت الانتباه* لها مع غياب تام للتسجيلية في الفيلم الفعلي وكأن لسان حاله يعكس موقفا تسجيليا كليا على أنه فيلم عن انجاز في طور الحدوث، بينما تريلر The Martian يمور التعالق فيه على بؤرة الكشف دون تلاعب في التوصيف، لكنه ليس بتلك البساطة وإنما الإعتياص مورس على كيفية النجاة وليس على الكشف عن النجاة هذا ما يجعل التريلر مختلفا عن فيلمه الفعلي. وهذا المستوى هو الذي يمنح الضوء الأخضر في تمظهر ملامح السنمأة (عبر آليات النمذجة لاحقا) للخطاب الإشهاري .

إذن، صحيح أن مواطن سنمأة تريلر Arrival منسوجة من مواطن سنمأة فيلمه الفعلي، بيد أن الملفت في الأمر أن الخدعة السينمائية – تأخذ ملمح التويست أكثر من المؤثرات البصرية وحتى الصوتية– هي مربط الحوار والتي تتجلى في السؤال المحوري للفيلم الفعلي (الخارج عن أسئلة دوافع تواجد الهيبتابود أو ماهية لغة تواصلهم) ما هو دور هانا في كل من التريلر والفيلم، رغم إفراده بلقطتين بين الثانيتين 8`و9`إلا أنها تكسب(كنمط) نسقية تتجازو التبليغ عن الحدس الأخلاقي الذي نُبّه له نحو الإشتغال التخيلي.

* وهو ما يؤكده معجم السينما في البت في سينمائيتها: أن كل ما هو سينما، ما يُعنى بالإصطناع والمبالغة بغية لفت الانتباه إلى الدات (Abbreviate) (Robert, 2012)

شكل (94): مواطن عناصر اللغة المشتركة بين تريلر *Arrival* وفيلمه الفعلي

المصدر: إعداد شخصي

أما عن عناصر اللغة المشتركة بين تريلر Interstellar وفيلمه الفعلي، فهي تقع في اللقطات الأخيرة، رغم عدم تمثُلها المادي (لقطة تشابك الأيادي)، إلا أن التمثل المعنوي في الفيلم الفعلي كفيل لرصد تقاطع التجلي المشترك الدلالي (العاطفة الأبوية)، فالتبليغ هنا يأتي عقب سؤال محوري ما طبيعة العلاقة بين الطفل (ذكرا أو أنثى لايحمل التريلر دليلا على ذلك) والصاروخ المغادر وما علاقة كل ذلك بماكونهي الغارق في بكاء شديد مبتعدا عن ذلك المنزل. الإشتغال التخيلي الذي يؤرق المشاهد ينطلق من تلك العناصر المشتركة ويأخذ مجرى منحرف عن موقع اللقطات الإنجازية في الفيلم الفعلي من غير التبليغ عن الجونر فحسب.

شكل (95): *مواطن عناصر اللغة المشتركة بين تريلر Interstellar وفيلمه الفعلي*

المصدر: إعداد شخصي

في حين أن تريلر The Martian، فإن عناصر اللغة المشتركة جاءت متقاطعة بشكل كبير مع عناصر الفيلم الفعلي، إلا في العناصر المتصلة بالخطاب الإشهاري*. وهذا كفيل بوصفه بالفيلم القصير نظرا لعناصر السنمأة الواضحة.

رصد عناصر المعارضة

بما أن الفيلم الإعلاني له شكل فني خاص به، فقد ينتهي به المطاف في بعض الأحيان بأن يكون أفضل من الفيلم الفعلي نفسه أو يختلف عنه كليّة، إضافة إلى تمظهرات الإيقاع المادي وتمظهرات الإيقاع العاطفي(الموضحة سابقا بيانيا وتحليلا) المسؤولة عن التفتق بين نسيجي التريلر وفيلمه الفعلي وانطلاقا من هذه النقاط، نستطيع إستشفاف ما أراد أن يوهمنا به مبدعوا تريلات العينة ؛

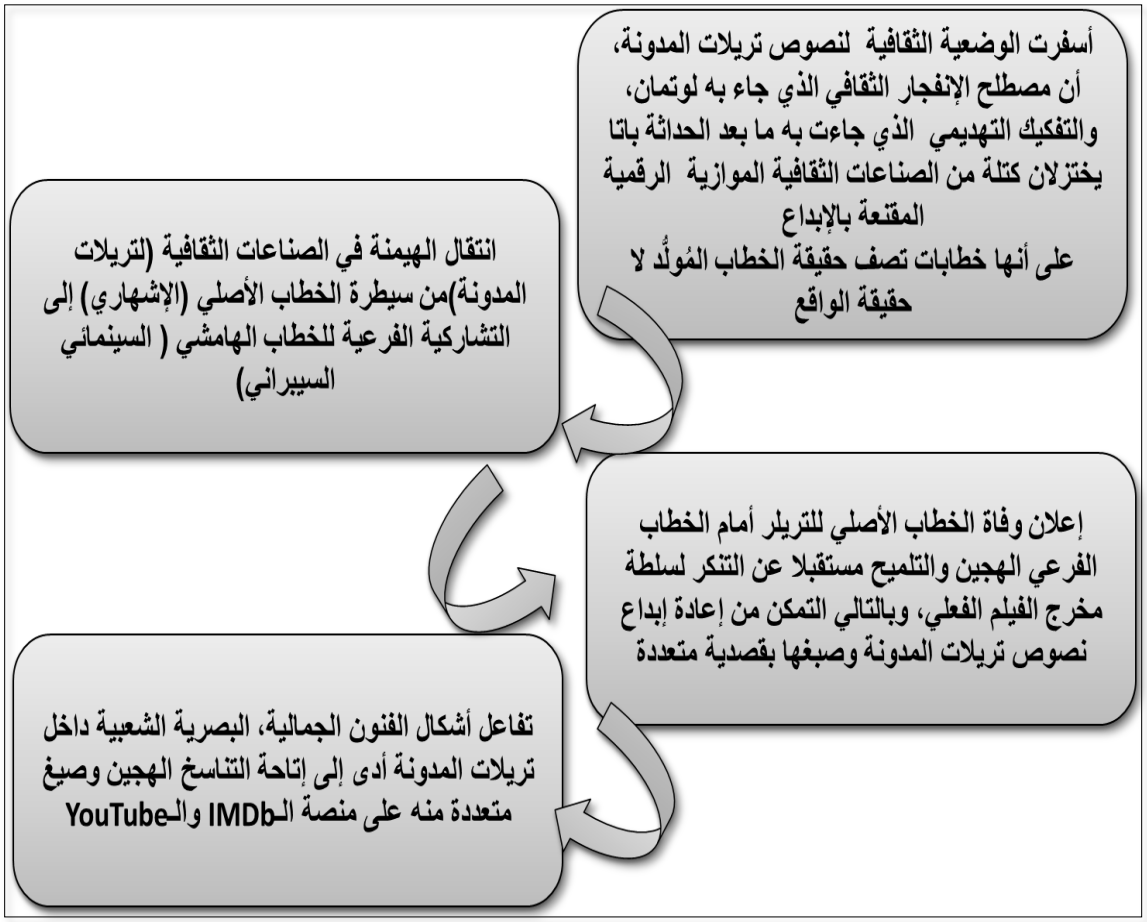
* لا يسعنا في هذا المقام عرض جميع اللقطات التي تصل إلى أزيد من ثلاث دقائق، وقد سبق تبيان ذلك في التشريح.

أن التريلات أُختلقت من عدم، حيث انطلقت من تقديم اللقطات لمبدإ اللاتزامن الذي يستدعي أن كل ما تظهره الصورة لا يحتم أن ينطقه الكلام؛ والتغييب هنا يستدعي قراءة القصد من وراء الإختلال بين مصدر الصوت ومصدر الصورة (كلام، حوار، موسيقى) في تريلات العينة وعن انسجام وتوازن مصدر الصوت ومصدر الصورة في أفلامها الفعلية، وهذا مثال عن تعاون مؤلفي الموسيقى الأصلية للفيلم الفعلي مع مبدعي التريلات في تصميم الإيقاع؛ والمقصود بالمثال السابق، أن الإختلاف البيّن لا ينحدر من تمايز المبدعين فحسب وإنما يتأتى أيضا من التأطير (الكادراج) وفق التالي:

في بناء اللقطة على مستوى الإنسجام(نقصد تصاف الصوت والصورة)، فإنه يولد حشوا تقريريا يتناسب مع المنطلق السينمائي في بناء الفيلم الفعلي؛ أي أن وظيفة التزامن (من الواضح أن نسبة التزامن أكبر من اللاتزامن) هنا لاتزيد عن الإخبار، الوصف والتفسير. بيد أن التقافز مابين اللاتزامن والتزامن في تركيز زمني مكثف في تريلر مقارنة بالفيلم الفعلي، إنما هو تدليل على تشويه يشوبه امتياز الإبداع؛ كون الشريط الصوتي يقع بين آليات المزج وتقنية المونتاج وأصالة التأليف وبهذا المعنى يكون الجمع معللا فنيا يرتبط بالجونر (موسيقى تعلل التفسير الخيالي العلمي) وتستقر فيه حاسة الإيقاع والسكون لتصبح الإحالة المرجعية ليست مصدر الصوت الصورة وإنما تتأتى من استثمار اللاقصدية في التكوين الظاهرة إلى قصدية الإختلاق من المبدع.

وعليه، تعد تريلات العينة ، نصا ثقافيا على الفضاءات السيبرانية Cyberspace الحديثة (IMDb, Youtube) والتي تعد حيزا وفضاءا لتمظهر هذا الشكل الهجين، الذي يمتح عنه ترابط بين الفيلم الفعلي والفيلم الإعلاني بناءا على آليات التجانس،التناغم لاسيما التحاور والتعارض (اجتماع المتناقضات من سمات الصناعات ما بعد الحداثي) كل بمقدار وتمظهر معين في تريلات العينة ليمس الأنماط السيميوطيقية المنمذجة، التي هاجرت من البؤر السينمائية في الفيلم الفعلي (على أساس أنها مختارات) و تم إسقاطها في مناخ مغاير لمناخها الأصلي واقترانها مع المستقلات المبدعة من البؤر الإعلانية؛ لتستقر فيه وتُستثمر مرة أخرى انطلاقا من حاسة الإيقاع والسكون لتصبح الإحالة المرجعية ليست مصدر الصوت الصورة المهيمنة وإنما تتأتى من استثمار اللاقصدية في التكوين الظاهرة إلى قصدية الإختلاق الهامشية من المبدع. ما نجم عنه إبداعية للتريلر بدرجات ضمن الفنون الشعبية المستحدثة. لتتكشف النتائج التالية:

شكل (96): *ملمح الوضعية الثقافية لتريلات العينة*



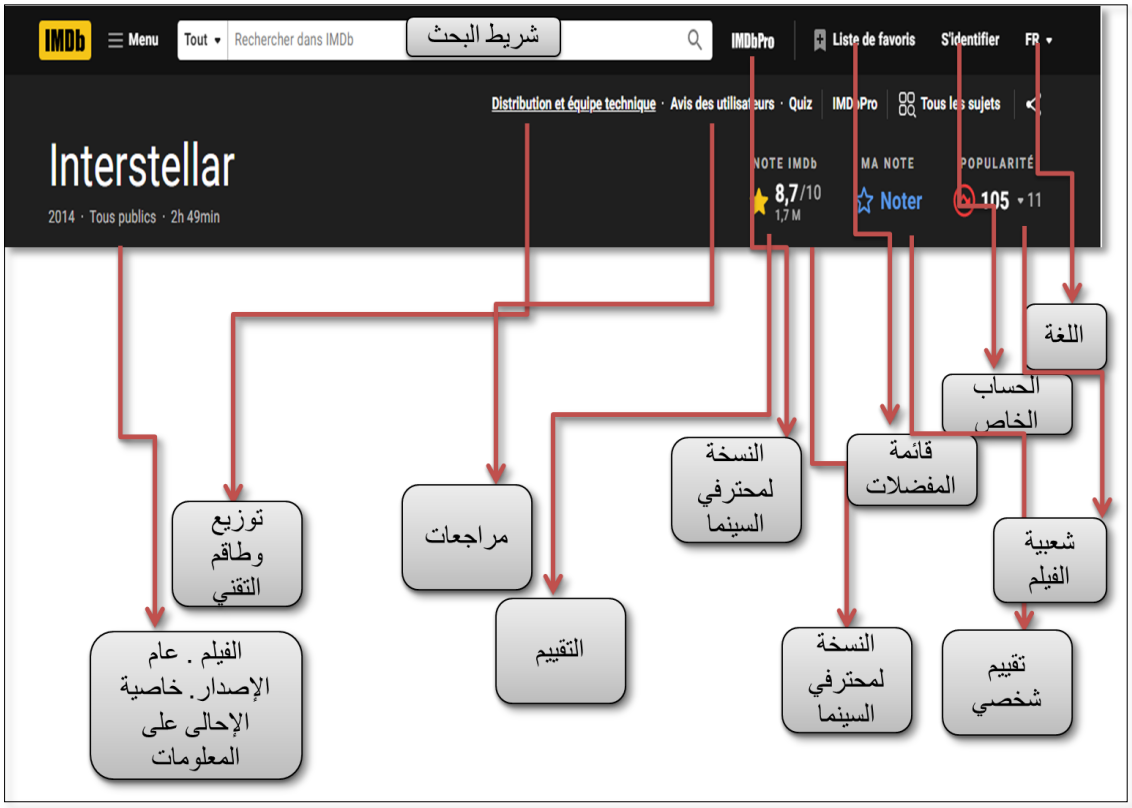
المصدر: إعداد شخصي

تشييد الوضعية الرقمية لنص إعلانات الأفلام Digital Status

التريلر نص ذكي

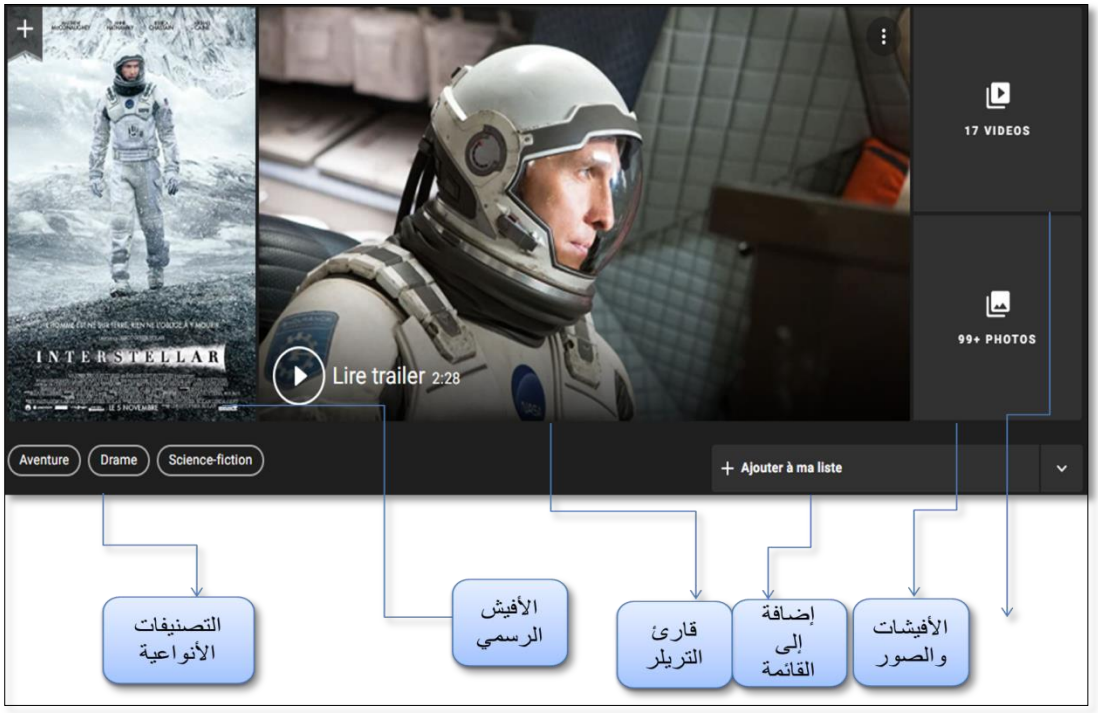
في الفضاءات السيبرانية الحديثة، سيران الخطاب اتجه في تشعبين، خطاب هجين مرفوع على الأنترنت وخطاب رقمي موصوف بالتفاعلات، ويتيح كل منهما بوتقة من متعددة من الأنماط والعناصر ذات الخصائص التواصلية غير الخطية ما يترتب عنها التريلر الذكي (S-Smart-Trailer Trailer)؛ نص مُفعّل بالخاصية التشبيكية الخدماتية التي تترافق ورفع، عرض التريلر على أنها مشاركة في السيرورة التشييدية للخطاب. ولعل المُلاحظ مما سبق من الوضعيات، المُرافقة الواضحة واندماج السّمة الرقمية وتخللها النسيج الإبداعي، ما يدعم أن التريلر نص ذكي.

شكل (97): توضح الواجهة وأهم الخدمات التي تقدمها منصة الـIMDb



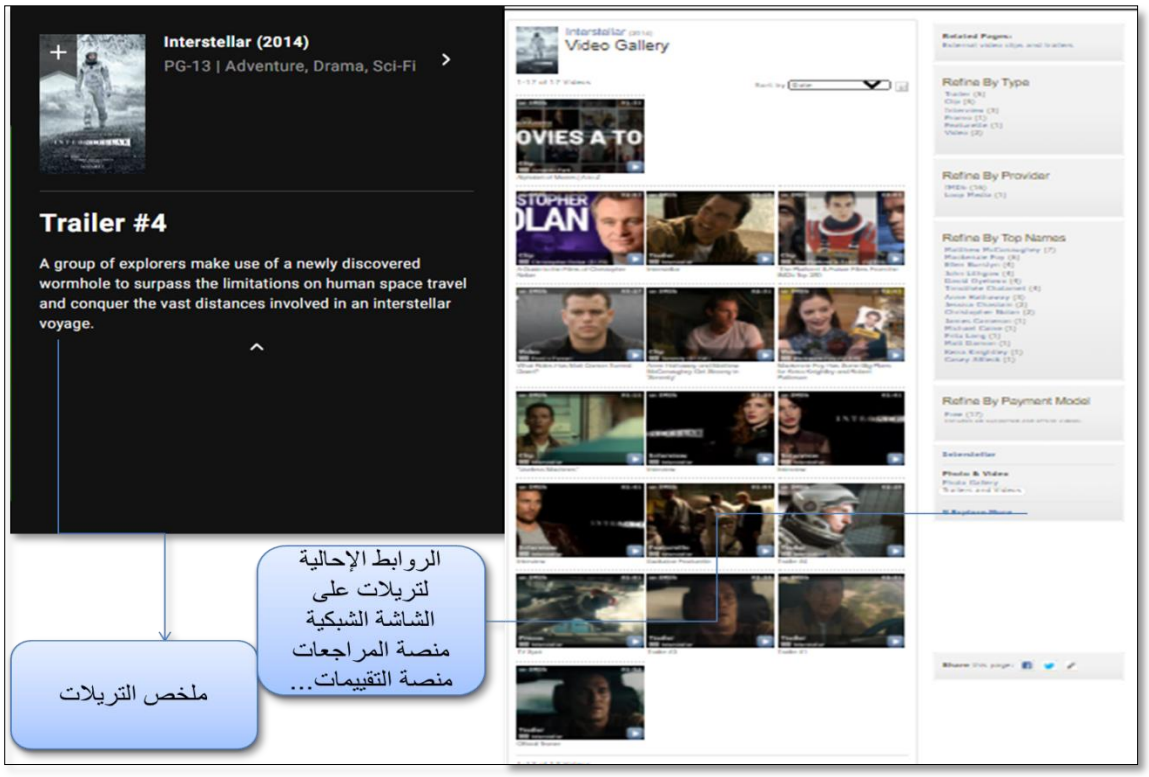
المصدر: إعدلد شخصي

شكل (98): توضح الواجهة وأهم الخدمات التي تقدمها منصة الـIMDb



المصدر: إعدلد شخصي

شكل (99): *توضح الواجهة وأهم الخدمات التي تقدمها منصة ال-IMDb*



المصدر: إعدلد شخصي

الشاشة الشبكية الـYouTube و منصة الـ IMDb

إن المهمة الرئيسة التي اخترناها لصدد حياكة نسيج السعة الدلالية وتعدد مستوياتها نحو الفضاءات السيبرانية هي تصور وكشف الأنماط (سينمائيا وثقافيا) على أساس التعليقات، أولا من خلال استخدام Youtube Comment Scraper* لضخ التعليقات والذي يتيح تجميع وتنزيل التعليقات من الفيديو المحدد بدقة، ثم إخضاع هذه التعليقات للتحليل الأهوائي أو تحليل المشاعر Analyze Sentiment آليا، حيث يُمكننا ذلك من تتبع التعليقات عبر المؤشرات الموضوعية التالية: تعليق إيجابي على الأنماط المعروضة في التريلر ، تعليق محايد على الأنماط المعروضة في التريلر وتعليق سلبي على الأنماط المعروضة في التريلر ، ليتم تفريغها بيانيا في رسوم كما سيتم عرضها لاحقا.

* تتوفر خدمة ضخ التعليقات مجانا على المنصة Coberry عبر إنشاء حساب شخصي، ومنه إلى خدمة Youtube Comment Scraper، كما أن التحليل متوفر على شاكلة كتاب إلكتروني في الملحق الإلكتروني.

كما تَنبهت منصة الـ IMDb لإمكانية استغلال التعليقات لإرساء وتشييد IMDb Dataset –التي تعد مجموعة بيانات تحتوي على 50000 مراجعة فيلم متاحة للتحميل، بالإضافة إلى تحليل المشاعر لثنائية (لكل مراجعة فيلم) إيجابية أو سلبية عن طريق تحويل البيانات النصية إلى بيانات رقمية. ويمكن لأي كان الولوج للرابط التالي (http://ai.stanford.edu/~amaas/data/sentiment/) وتحميل البيانات التي تُفرد لكل فيلم تحت الطلب (Ming Li, 2021) –

إذن هذا التَنبُه، لهو من الميزات الحديثة والعملية للباحثين في المجال السينمائي والمندمجين في ثقافة تحرير المراجعات الفيلمية على الويب، التي تُسهل وتختصر المراحل عليهم، لاسيما أولئك الذين تنقصهم خبرة التعامل مع البرمجيات التي تحلل البيانات.

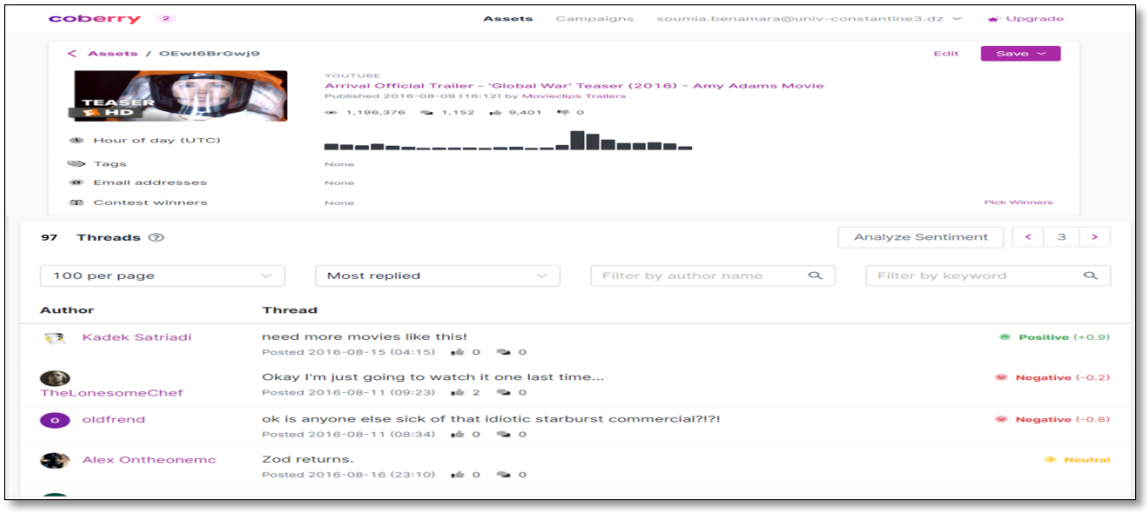
تريلر Arrival

تتيح البيانات المستقاة من التحليل الآلي، أن محتوى التعليقات السلبية على تريلر Arrival لم تنخرط في الرفض القطعي لسينمائية التريلر وإنما انبرى الرفض عن ضوضاء عدم قدرة تجنب عرض التريلات بشكل عام لاسيما منذ استيلاء الصناعة السينمائية على المنصات الإلكترونية لإطلاق منتجاتها، كما أن التعليقات تعرضت أيضا لأمركنة أفلام الخيال العلمي ، أي لما كل ما له علاقة بالغزو والذكاء الخارجي ينطلق أو يحدث في أمريكا، وأخرى تتحدث عن عدم تقبل العنف الموجه للبشر في كل مرة يكون هنالك فيلم عن الخيال العلمي، والمثير للإهتمام ارتكاز بعض التعليقات على دعابة الحرب العالمية الثالثة التي لا تبدو واعدة؛ مايعنيه المشاهدون هو أنه إذا تمكن الهيبتابود من عبور الفضاء وبين النجوم والتحكم في الجاذبية (كما هو موضح في هذا المقطع) ، فمن المحتمل أنهم قاموا بحل جميع المعضلات الأساسية... إذن لماذا يهتمون بغزو كوكب أقل ذكاءا، إذا استبعدنا السيطرة على موارده، وتجيب تعليقات أخرى أن التريلر أكثر ملاءمة لاحتياجات وتعديلات الولايات المتحدة لتنقذنا جميعًا من الإرهابيين السيئين (الأجانب الفضائيين).

أما الإيجابية منها، نحب هنا أن نستجد بتعليق يستند على انتقائية البلدان التي عرضت في التريلر، وأنه من الرائع ذكر بلد إسلامي ومساهمته في تقديم أول دليل حول كيف يمكن أن نتصل مع الفضائيين. كما تم ملاحظة أن كثيرا من التعليقات تتساءل حقًا حول كيف سيؤثر ذلك على التصورات المسبقة للفيلم الفعلي لاسيما أولاءك الذين اطلعوا على القصة القصيرة الأصل(من منطلق تغيير العنوان الأصلي)، أن التريلر يبدو أكثر انفتاحًا على العقل بمقارنة القصص الهوليودية الخيال العلمية المثيرة والمشبعة بالحركة في تلك الفترة. لننتقل إلى محتوى التعليقات المحايدة البعيدة عن

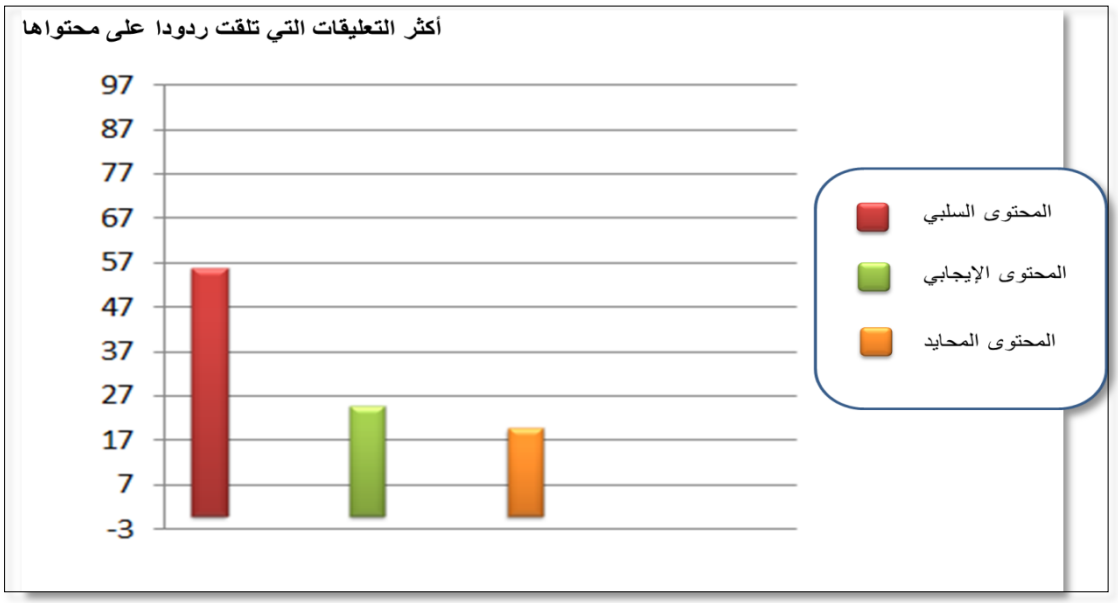
الإنفعالات والتي نلتمس فيها ملاحظة السلوك السينمائي خلافا للسلوك الثقافي في سابقيه، وذلك في مايلي: تتوالى أفلام الخيال العلمي الجيد منذ عام ، انطلاقا من Gravity 2013 Interstellar 2014 The Martian 2015 الآن Arrival 2016 وجميعًها أطلقت في الخريف، ما ينم عن نزعة فنية سينمائية تُسّيج جونر الخيال العلمي نحو انبثاق إرادة خطابية ترتبط بالمساحات المرئية والمسموعة الحديثة لتسرب لحسية واقعية من خلال فروعه الجديدة.

شكل (100): *يمثل واجهة المنصة Coberry وخدمة Youtube Comment Scraper لتريلر Arrival*



المصدر: إعداد شخصي

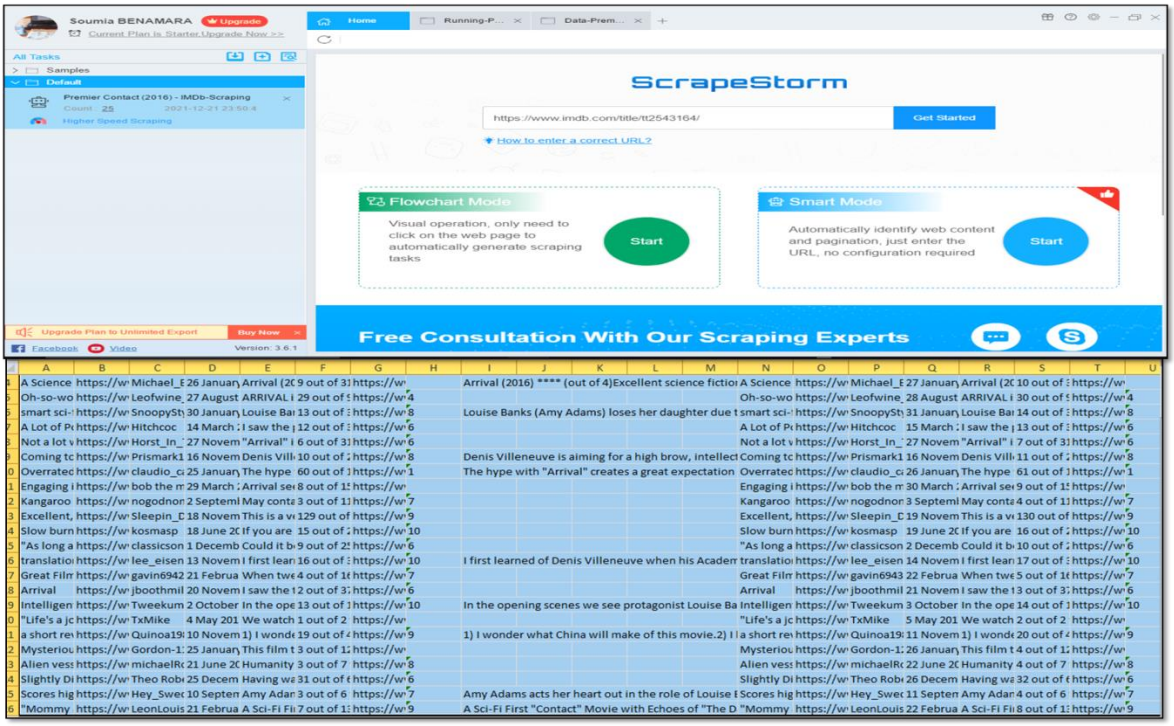
شكل (101): *رسم بياني يوضح توزيع المحتويات حسب المؤشرات الموضوعية لتريلر Arrival*



المصدر: إعداد شخصي

بيد أن مدونة الدراسة لم يتم تحليل بياناتها مسبقا على الرابط السابق (التابع لمنصة الـ IMDb)، لتتوجه الدراسة إلى استخدام برنامج Scrape Storm لإعداد جداول تحوي جميع المراجعات التابعة لتريلات مدونة الدراسة، ومن ثم حفظها وفق لاحقة برنامج Excel*، ليتم تحميل الملف الأخير على برنامج IMDB and Amazon Review Classification with SpaCy.ipynb (المتاح على الواب مجانا) الذي يضمن التحليل الأهوائي للمراجعات حيث من أصل 2708 مراجعة (نشير أن المنصة تفصح عن 2125 مراجعة من دون حساب الفارق إذا كان المستخدم يمتلك حسابا إحترافيا) نجد 1346 مراجعة إيجابية (يحصل على درجة ≤ 7 من 10) و1362 مراجعة سلبية (يحصل على درجة ≥ 4 من 10).

كل (102): *يمثل واجهة المنصة ScrapeStrom وخدمة ضخ المراجعات في جداول Excel لتريلر Arrival*



المصدر: إعداد شخصي

* الجداول متوفر ة في الملحق.

شكل (103): *يمثل واجهة منصة IMDb &Amazon وخدمة التحليل الأهوائي لتريلر Arrival*

المصدر : إعداد شخصي

تنسحب جل المراجعات الإيجابية والسلبية على فكرة واحدة مفادها المفارقة الكبرى بين التريلر والفيلم الفعلي؛ فالطبيعة الدورية لسرد التريلر والفيلم الفعلي تعمل على ترسيخ اتجاه التكاثر البشري كموضوع مركزي؛ الحمل، الجسد الحامل، الطبيعة المادية والتجريبية للولادة... والتي عادة ما تكون شديدة التمييز بين الجنسين في الأفلام، فهي نقاط محورية مضللة في السرد– بين التريلر والفيلم الفعلي– حيث يشكل ولادة/موت ابنة لويز كنص فرعي في الفيلم إشكالية أمام تواجدها في التريلر كنص مركزي.

ليتم تشجيع المُشاهد على التعاطف مع تعقيد الولادة والحياة والموت كجزء من تجربة لويز على الرغم من أنها لم تكن بعد حاملاً ، وهي لم تنجب بعد، ولم تفقد طفلها بعد. لتعتمد التحولات الزمنية في التريلر على إعادة توجيه أو إعادة توجيه كل من لويز والمشاهد إلى بعد الجسد الإنجابي.

ومن خلال تقديم الأحداث خارج الزمن الزمني والعودة إلى الوقت قبل وبعد ولادة الطفل ، يثير الفيلم في النهاية أسئلة مهمة حول أخلاقيات التكاثر ونوعية الحياة وقضايا التوافق بين الجنسين على عكس التريلر الذي يروم التحليق المستمر فوق عتبة الطبيعة المحفوفة بالمخاطر التي تنسب إلى الحياة بشكل عام.

تريلر Interstellar

يكشف التحليل الآلي، أن محتوى التعليقات السلبية على تريلر Interstellar انبرى عن موضع عدم التسريب، وتجنب ارتشاح حبكة وفرضية التريلر، لاسيما عند الإستعانة بشريط المنجزات البشرية فهذا يبعث على جلوس الآلاف من المشاهدين مشدودين أمام الشاشات أيا كانت دعامتها، نتيجة البحث عن تفصيل في القصة أو عن موضوع الفيلم الفعلي دون جدوى –وحسبنا هي نقطة إيجابية جد ذكية– هذا وقد ركزت بعض التعليقات السلبية أيضا عن ماهية استخدام الشريط التاريخي وموقعه من أحداث الفيلم أم أنه أسلوب مختلف في إطلاق التريلات التشويقية (Trailer-teaser) التي تنطوي على تجميعية من المقاطع العشوائية ذات الهجة التحفيزية إلهامية تشابه في ذلك إعلانات Microsoft التجارية، ما أزعج المشاهدين غير المعتادين على هذا الأسلوب في إعلانات الأفلام.

أما البعض الآخر من محتوى التعليقات السلبية، تدّعي أن التريلر ما هو إلا دعاية فاشية مؤيدة للرأسمالية مناهضة للإصلاح (ترجمة حرفية للتعليق)، كون نولان بعد انتقاله لمستوى الثراء أصبحت خدماته مطلوبة سياسيا، لذا يرى البعض أن التريلر عبارة عن وعظ بجدول أعمال سياسي. وفئة أخرى توصلت إلى استنتاج عبر تعليقاتها مفاده أنه من الصعب جدًا على هوليود Hoolywood إطلاق تريلر فيلم عن الإنسانية والفضاء بدون أجندة سياسية (الثنائية المفضلة عند السياسيين)، تُظهر بشكل صريح التوتر بين الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا (الاتحاد السوفيتي سابقا) أو الصين.

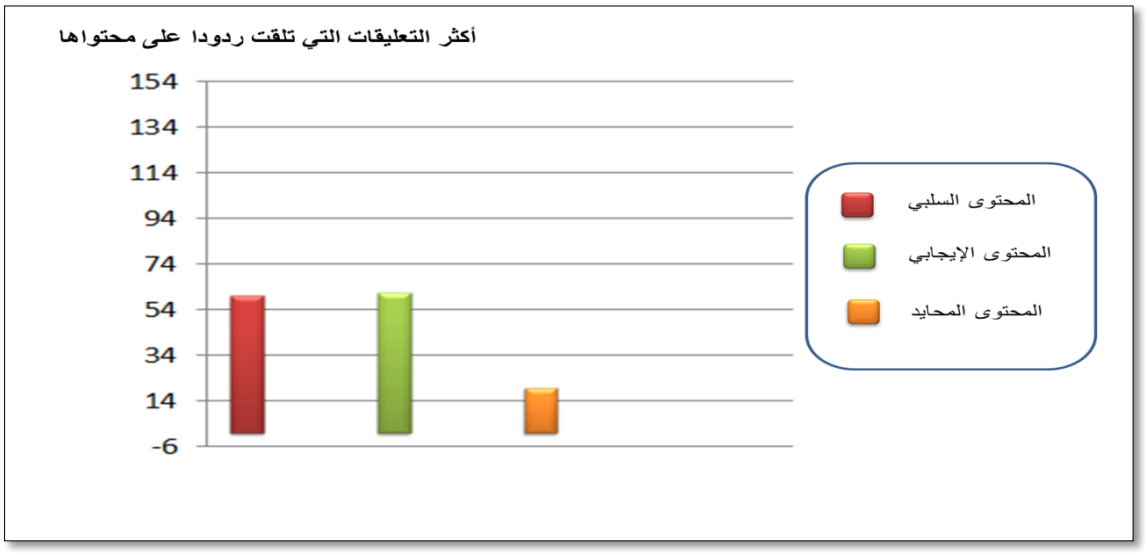
فيما يخص الإيجابية منها فقد اتجهت التعليقات من خلال تريلر Interstellar نحو إرساء رسالة للبشرية جمعاء للتفكير فيما وراء معايير الحياة اليومية، لفتح عقولنا على الواقع والتهديدات التي تواجه حياتنا في هذا القرن من نضوب الموارد الطبيعية، الإكتظاظ السكاني... فئة أخرى تسلط الضوء على اتساع المجال الزمني بين إطلاق تريلر Interstellar وعرض الفيلم الفعلي، من ديسمبر 2013 إلى7 نوفمبر 2014 (لمدة 11 شهرًا تقريبا) وأردفوا أن ذلك سمح بعرض العناصر السينمائية كلا على حدى من موسيقى Hans Zimmer، إلى سينمائية Hoyte Van Hoytema ، ومونتاج Lee Smith ومبدع التربلر Matt Brubaker ما سمح بنقل مدى روعة الفيلم الفعلي.

إضافة إلى محتوى التعليقات المحايدة المنخرطة في النظرة المثالية التي تأمل أن تنسى البشرية الحروب وعوامل الإنفصال بين الأمم وأن تعمل معًا من أجل تحقيق المستحيل، نسجل المعلقين ذوو الجنسيات المختلفة غير الأمريكية أن تريلر Interstellar من التريلات النادرة التي قدمت البلدان مجتمعة من هذا العالم.

شكل (104): *يمثل واجهة المنصة Coberry وخدمة Youtube Comment Scraper لتريلر Interstellar*

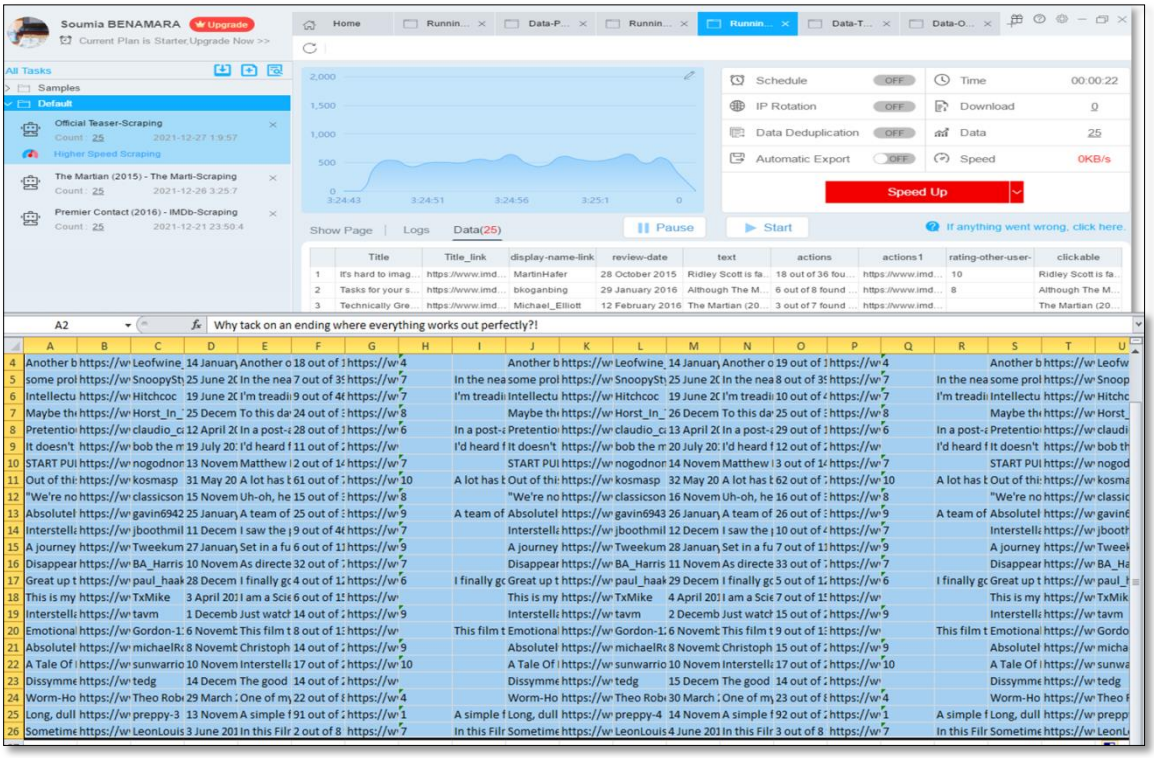
المصدر: إعداد شخصي

شكل (105): *رسم بياني يوضح توزيع المحتويات حسب المؤشرات الموضوعية لتريلر Interstellar*



المصدر: إعداد شخصي

شكل (106): يمثل واجهة المنصة ScrapeStrom وخدمة ضخ المراجعات في جداول Excel لتريلر Interstellar وواجهة منصة IMDb &Amazon وخدمة التحليل الأهوائي لتريلر Interstellar



المصدر: إعداد شخصي

يطرح المراجعون على منصة الـIMDb نقاشا بين الإيجابي والسلبي، محتواه أن تريلر Interstellar من التريلات النادرة التي تعرض لحظة الذروة عبر لقطات الفلاش باك FlashBach Shots بالأبيض والأسود وكأنها تحدث خارج الشاشة؛ فبدلاً من رؤية الذروة تتكشف في الوقت الفعلي، نسمع عنها عبر سرد بعدي؛ أي عبر التريلات اللاحقة التي ستوضح ذلك.

فالتريلر بأكمله فيه من اللقطات التي بفعل المونتاج في قفز زمني دائم بين زمن الفلاش باك وزمن الفيلم الفعلي، ومع ذلك ، يرى البعض الآخر أن ذروة الفلاش با هي جزء الوقت الحقيقي قطعا؛ وتفسيرهم يتأتى من طبيعة الأحداث، فالتعامل مع أحداث ماضية ، بفرض إحدى البدائل التالية إما يتحول التريلر إلى خطاب إلقاء المعلومات وهو ما حدث في جزء منه، أو الإستنجاد بالفلاش باك بأسلوب أيضا يدعم الخطابات التحفيزية وهو ما حدث في الجزء الآخر(ويظهر ذلك جليا لاسيما عند الإقتران بالقصيدة).

تريلر The Martian

يرصد التحليل الآلي، عن محتوى التعليقات السلبية على تريلر The Martian التي أفصحت جلها عن طول المدة (3 دقائق وزيادة) التي أفسدت وكشفت عن جزء كبير من حبكة الفيلم الفعلي (عكس تريلر Interstellar، أي انبرى عن موضع التسريب وارتشاح حبكة وفرضية التريلر)، والبعض الآخر امتعض من استخدام ممثلين الذين مثلوا في تريلر فيلم خيال علمي آخر في (Interstellar) على أن لهما علاقة غير واضحة - في تضمين لمصطلح الـ Sequel/Prequel تلك الأفلام التي تعتبر من التكميلات (الأجزاء التالية) أو الأفلام الإستباقية ذات الإمتداد في مقارنة مع العمل الأصلي(Abreu, 2020) - ووجب على طاقم الفيلم تغيير ملامح مات ديمون ع ما أجده رائعًا جدًا في فيلم The Martian لريدلي سكوت ، هو حقيقة أن النجمين الرئيسيين مات ديمون وجيسيكا تشاستين كلاهما زاد من تألق التريلر واستغلال نجوميتهما في دفع مزيد من الفضوليين لمتابعة التريلر.

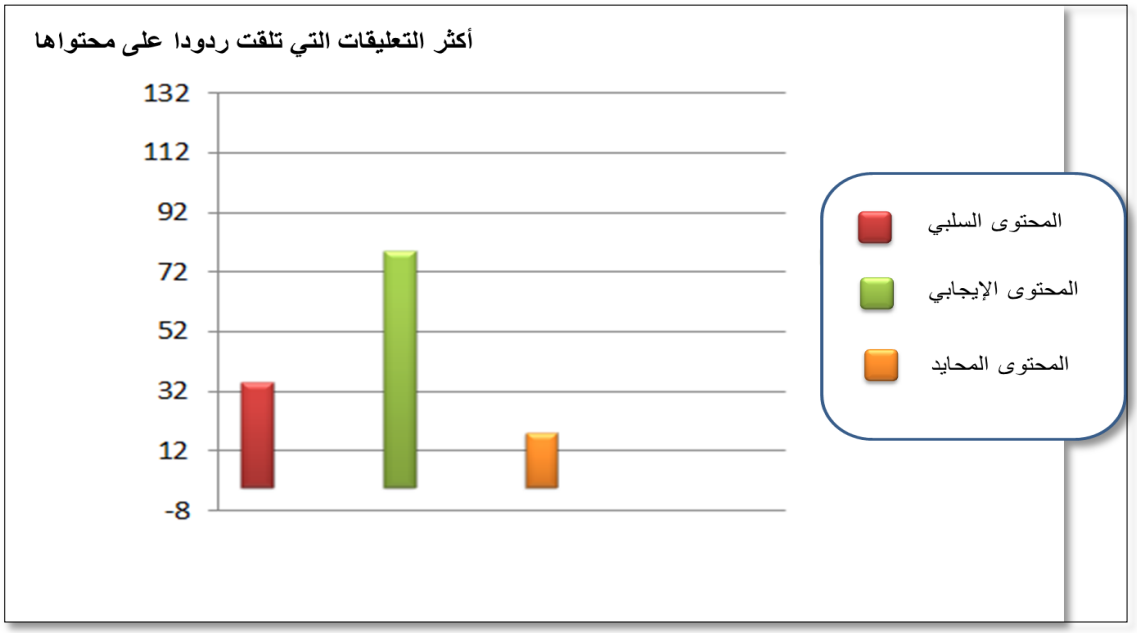
كما يعيب بعض من المشاهدين المعلقين ذلك الشرخ في مدة مهمة الإنقاذ التي حددت بـ 4 سنوات وذلك أن الأمر سيستغرق 4 سنوات أخرى للعودة إلى المريخ ، ما يعادل 8 سنوات؟ ولكن التريلر لم يوضح ذلك حقًا ، ما جعله عويص الفهم، على الرغم من التسريب المفرط .

في حين، ومن التعاليقات المحايدة والتي كانت مثيرة للإهتمام، التطرق إلى مفهوم الثقافة الغربية Western culture من خلال فعل ترويج صورة تقديم المساعدات من طرف أمريكا وبشكل أقل الصين وروسيا، عندما تكون إفريقيا في حاجة، أو عند أزمات في الشرق الأوسط ، فإن الأمريكيين الشماليين هم من يرسلون المساعدات كثقافة تلميع للواجهة. ففي هذه الثقافة الغربية أمريكا هي البطل التي تُقدم على المساعدة وقد تكون روسيا والصين استثناءً، لكنهما نادرًا ما تفعلان شيئًا إلا بسبب الضغوطات والتأثيرات العالمية الهائلة وعادة ما تسببان مشكلة أكثر من المساعدات المفيدة (نتحدث عن ما تظهره هذه الممارسة)...ليردف المعلقون أنهم يسجلون خروجهم رسميًا من هذه الممارسة، إلى متابعة ممارسات أخرى ويمكن للتعددية الثقافية أن تستقطبها.

شكل (107): *يمثل واجهة المنصة Coberry وخدمة Youtube Comment Scraper لتريلر The Martian*

المصدر: إعداد شخصي

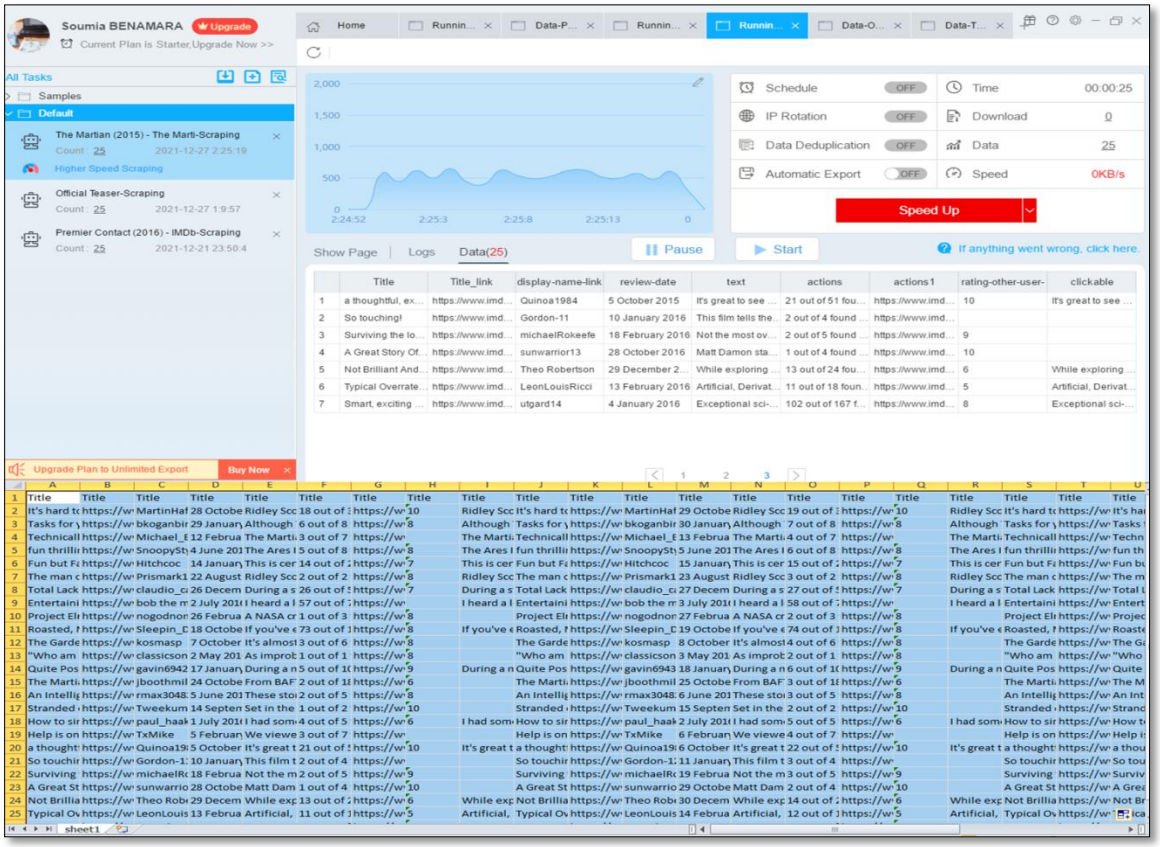
شكل (108): *رسم بياني يوضح توزيع المحتويات حسب المؤشرات الموضوعية لتريلر The Martian*



المصدر: إعداد شخصي

شكل (109): يمثل واجهة المنصة ScrapeStrom وخدمة ضخ المراجعات في جداول Excel لتريلر Arrival

شكل رقم: يمثل واجهة منصة IMDb &Amazon وخدمة التحليل الأهوائي لتريلر Arrival



المصدر: إعداد شخصي

فيما يخص مراجعي منصة الـIMDb، نقطة النقاش ذات الحدين (الإيجابية السلبية) انبثقت من كون مات دايمن لصيق بالأدوار التي يجب على الأخرين إنقاده فيها، لذا فمن المحتمل أن تكون قصة الفيلم الفعلي مملة بعض الشيء لاستهلاكية أدواره ، لكن مراجعة البعض الآخر تثني على الخلفية العلمية لواتني (مات دايمن) في علم النبات– التي استندت عليها حبكة قصة الكتاب والتريلر– ما يمنحه أساسًا هامًا من المعرفة التي تعتمد بشكل أكبر على قدرته على التخطيط المسبق ، لتطوير حلول إبداعية لـ المشاكل التي يواجهها، لتحمل المخاطر، وتصميمه على بذل كل ما في وسعه للبقاء على قيد الحياة، وهي مفارقة تحسب له.

ومن خلال هذه المقارنات التحليلية، تتأتى لنا معالجة إشكال المنصة والشاشة الشبكية المساعدة، حيث تشجع الشاشة الشبكية الـYouTube لمشاركة الفيديوهات، على التفاعل بين مستخدميه من خلال توفير خانة التعليقات . وقد وُضع هذا المبدأ في الأصل كطريقة ليقدم المشاهدون

معلومات حول مقاطع الفيديو وردود الفعل عليها، ولا غرابة أنه مع تطور التصورات المستحدثة على مواصفاته، يتم استخدامه الآن لأغراض تواصلية أخرى بما في ذلك مشاركة الأفكار، والإرتباط خوارزميا مع منصات أخرى تتيح عرض رؤى مفيدة عن المحتوى.

وبما أن الحقائق تظهر من خلال مقارنتها، توجهت الدراسة نحو مقارنة محتوى التعاليقات على فيديو تريلات العينة المرفوعة على YouTube وملاحظة مدى تفاعل المعلقين (من أجل تجميع أطلس من التعليقات إن صح التعبير) كذلك مدى توافق وتكرار المواقف مع الأنماط المعروضة.

كما تتيح منصة الـ IMDb لكتاب المراجعات الذين ينتمون للثقافات الشعبية المستحدثة عبر الأنترنت مناقشة نظام التصنيف، تقييم التريلات بأنواعها وتفاصيل الحبكة التي قد يتخللها بعض من التفاصيل التي تحرق العرض الأول للفيلم Spoilers وقد تخلو منها، مع ذكر النوع والمخرج في فقرة المقدمة... وهذا الأسلوب أصبح معتمدا بل وأردفت له تسميات كـ""مراجعات الويب"" يختلف عن الشكل الخطابي لمراجعات الصحف بناءً على حجم التابلويد الكثيف، اتساع الجمهور المستهدف وكونه أكثر تحرّرا ومرونة في استقطاب المراجعين على أنهم مشاهدون ينطوون تحت ممارسة ثقافية سيبرانية.

والتالي جدول لأهم المقارنات:

جدول (34): *يوضح أهم المقارنات بين الشاشة الشبكية الـYouTube و منصة الـIMDb*

تعليقات الشاشة الشبكية الـYouTube	مراجعات منصة الـIMDb
جل المعجين يعلقون بهويات إفتراضية وهمية	جل المعجبين يعلقون بهوياتهم الحقيقية
لايتطلب منهم الولوج بحساب على القنوات المُطلقة للتعليق من دون حق للتقييم	ليتطلب منهم الولوج بحساب على المنصة للتقديم المراجعة التي تقع إما على التريلر أو الفيلم الفعلي أو عليهما معا
حرية كبيرة في إبداء الرأي	حرية كبيرة في إطلاق المراجعات
تعاليق مشبعة بالعواطف	مراجعات متزنة إلى متطرفة
مشاركين نشطين في إنشاء وتشكيل النسخة الممنتجة من التريلر الأصلي	مشاركين نشطين منحرفين من المنصة إلى الشاشة الشبكية للمساهمة في تشكيل النسخة الممنتجة من التريلر الأصلي

المصدر: إعداد شخصي

رأت الطالبة، أن الإستئناس بتعبئة البيانات وتحليل التعليقات على المنصتين، كفيل أن يضيف وضوحا على وضعية المعلقين " كمشاركين في تقعيد المستوى الوضعي لهذا الخطاب" (السينمائي،

الفني،الثقافي والرقمي) وأنه ضروري لتوصيف منصة الـ IMDb والشاشة الشبكية الـ YouTube بشكل أعمق، لاستظهار التمظهر الجديد لتريلات العينة التي تحفز الصناعة الخطابية الجديدة: صناعة التريلر الذكي المرفوع على الـ IMDb والشاشة الشبكية الـ YouTube ، الموضحة في النتائج التالية:

شكل (110): *ملمح الوضعية الرقمية لتريلات العينة*

المصدر: إعداد شخصي

3.4.4 المستوى السيميوطيقي للخطاب الإبداعي

التمثلات

إن التمثلات (بجميع تجلياتها) ضرورية للتعرف على الهوية الثقافية للصناعات الحديثة (الفيلم الإعلاني بأشكاله الجديدة) **لاسيما الإحالات المتعددة والصيغ (التركيز على تنوع نسخ الرسالة)** إضافة إلى الإستعانة بالفاعلين في السيرورة الإبداعية والتواصلية من مبدعي الـ Movie Trailer من فاعلي مستوى التمثل الأولي إلى فاعلي مستوى التمثل الثاني الـ Fans/Viewers ، هذا التمثل يسمح بإقامة المستوى التداولي في الفضائين الثقافي والسيبرنتيقي. صحيح أن الحدود بين الجماعات،حيث إن الاشتراك في التمثل يسمح للفرد بإظهار انتمائه إلى هذه الجماعة، كما يضمن لنفسه رابطا اجتماعيا يقوي علاقته بهذه الجماعة ويدعم وجود الفرد فيها (الفضاء الثقافي، والفضاء السيبرنتيقي). وهكذا تترجم التمثلات مختلف التضمينات الثقافية المتعلقة بمختلف النشاطات والإشتغالات السيميوطيقية، كما أنها في ذات الوقت بنية دالة، تستحضر معانيها من اتحاد العديد من الدوال المشكلة لها، وبالقدر الذي يتوسع فيه البعد التداولي للتمثل الثقافي، تتنوع وتعدد وفقه المعاني والأبعاد الدلالية ما من شأنه أن يولد مستويات جديدة للتمثل (مكرتار & بوعمامة, 2016, ص.73) (بتصرف)

تمثلات الصيغ

في صيغ القوالب المستحدثة (الإحالات المتعددة أو النسخ)، تتمثل لنا تريلات العينة من منطلقات أن الأعمال التواصلية الثقافية الحديثة تقع ضمن نظام عام للاقتصاد الذي يحكم المجتمع المعاصر(نقصد مجتمع المعجبين على منصة الـIMDb والـ YouTube والمبدعين المحتملين من بينهم) حيث يتزاوج فيه الرمز بالمادة بصرف النظر عن طبيعة هذه السلعة و قيمتها الدلالية؛ بمعنى أن تريلات العينة على منصة الـIMDb والـ YouTube استطاعت أن تخلق نسخا، مساحات وفترات زمنية حرة لا تتشابه إيقاعاتها مع تلك التي تنظم الصناعة السينمائية الكلاسيكية، وتشجع على الإتصال بين المعجبين بطريقة تختلف عن مناطق الإتصال المفروضة علينا سابقا من مسارح سينمائية، أو من أمام التلفاز في دوائر ثقافية متماثلة. ليفتح السياق الإفتراضي المعاصر فرصا لإنشاء العلاقات بين المعجبين من دوائر أخرى مصممة لغرض حثهم على تبني قبعة الإبداع . **ونشير أن آلية الإحالات المتعددة مندمجة في هذه الجزئية.**

جدول (35): *يوضح صيغ القوالب المستحدثة*

صيغ القوالب المستحدثة	
الرسمي، الشمولي والعالمي مع الجغرافي	**Arrival** الخاص بالجغرافي من على قناة SonyPicturesFr على الـYouTube: فرنسا بتريلين https://www.youtube.com/watch?v=YB_M99Udylk https://www.youtube.com/watch?v=rcOKL69bKpQ الخاص بالعالمي من على قناة Sony Pictures Entertainment (Arrival – International Trailer (HD) https://www.youtube.com/watch?v=ZLO4X6UI8OY الخاص بالرسمي Amy Adams Arrival Official Trailer Movie من على قناةMovieclips Trailers https://www.youtube.com/watch?v=WH9F4WkvhRk **Interstellar** الخاص بالجغرافي من على قناةWarner Bros. UK & Ireland على الـ YouTube لبريطانيا العظمى https://www.youtube.com/watch?v=zSWdZVtXT7E الخاص بالعالمي من على قناةWarner Bros. UK & Ireland على الـ YouTube https://www.youtube.com/watch?v=R8teZZ-loaI الخاص بالرسمي Arrival Official Trailer من على قناة Interstellar Movie - Official Trailer https://www.youtube.com/watch?v=2LqzF5WauAw **The Martian** الخاص بالجغرافي Español Latino من على قناة على الـ YouTube Estrenopelis.ne https://www.youtube.com/watch?v=EAxJNUAhOqQ الخاص بالعالمي والرسمي من على قناة Empire Movies https://www.youtube.com/watch?v=XnJU5jQz3rI
المقطع الإعلاني المعياريStandard Trailer	**Arrival** من على قناة Paramount Pictures على الـYouTube: Arrival Trailer https://www.youtube.com/watch?v=tFMo3UJ4B4g **Interstellar** من على قناة Movieclips Trailers على الـYouTube: https://www.youtube.com/watch?v=3WzHXI5HizQ **The Martian** لا وجود لمقطع معياري لفيلم The Martian
المقطع الإعلاني التشويقي Teaser Trailer	**Arrival**

من على قناة MovieclipsTrailers على الـYouTube: Arrival Official Trailer - 'Global War' Teaser https://www.youtube.com/watch?v=m4Q4kXw2M1Y **Interstellar** من على قناة MovieclipsTrailers على الـYouTube: https://www.youtube.com/watch?v=3WzHXI5HizQ **The Martian** 20th Century Studios https://www.youtube.com/watch?v=Ue4PCI0NamI	
Arrival Trailer (Fan Made) https://www.youtube.com/watch?v=JGPwBcTJSyM&t=7s Arrival (2016) - Trailer | Fan Made https://www.youtube.com/watch?v=eIhm5dUJST0&t=88s Arrival Trailer Fan Made https://www.youtube.com/watch?v=G3cy8lyQgRU Arrival. Russian Fan-Made Trailer (HD) https://www.youtube.com/watch?v=SKMfFTvxEXU **Interstellar Trailer (Fan Made)** https://www.youtube.com/watch?v=v8gm5TAAqg0 https://www.youtube.com/watch?v=hg_RgdI83CY https://www.youtube.com/watch?v=M6PnK-Pvpu8 **The Martian Trailer (Fan Made)** https://www.youtube.com/watch?v=iTMDR0sVYas https://www.youtube.com/watch?v=rd34rXeUJos https://www.youtube.com/watch?v=i51yc35pot4 https://www.youtube.com/watch?v=ozJ4i_uKaPI	فيلم إعلاني مُبدع/ أعيد منتجته Creative or Recreated Trailer Re-cut/

المصدر: إعداد شخصي

والنتيجة هي أن التوالد في الصيغ لا يزال مقترنا بالسعي نحو تحقيق تعدي اللغة إلى تمكين المجال العلائقي لثقافة المعجبين؛ الذي يهدف إلى بناء الترقب المنطقي rational anticipation وزيادة الوعي بما هو قادم و إغراق المشاهد بأكبر عدد ممكن من المحفزات البصرية السمعية حول من الفيلم الفعلي، لكن الأهم من ذلك (كون ما سبق تابع لاستراتيجيات الترويج وسياسة التسويق التي تعتمدها الاستوديوهات) تمثيل الفيلم الإعلاني في وسائل الإعلام الجديدة من خلال مواكبته للبيئة الرقمية عن طريق مزيد من النسخ والمزيد من التنوع كامتداد للفيلم الفعلي. وبهذا فقد أسهمت المساحات الإفتراضية بمنصاتها ووسائطها المختلفة في تحوّر نمط إنتاج الفيلم الفعلي وتوزيعه الذي بات يخطو سيرورة من الجميع المركزي إلى الجميع الهامشي، ما أمن مجالًا واسعًا لانتشار السرديات الموازية في زمن اتصالي لا هو بالأفقي ولا العمودي بل بالمتعدد .

وعادةً ما تُطلق التريلات التشويقية Trailer Teaser أولا (من النسخ الحديثة)، لأنها مصممة لبناء الترقب الأولي والأكيد لأن التصوير لم ينته تمامًا أو ليس هناك مختارات من الفيلم الفعلي بالشكل الكافي والجاهز لبناء فيلم الإعلاني أكثر تماسكًا (كما رصدناه في تريلر Interstellar) ، في

هذ الحالة يصبح المبدع أكثر حرية في إدماج المستقلات وبالتالي بروز ملمح السنمأة بوضوح على مستواها أمام الخطة التسويقية. ليكون وقع الفيلم الإعلاني التالي أكبر بكثير ويكشف قليلاً عن الحبكة العامة للفيلم الفعلي أو الأفكار التي تكمن وراءه. في حين أن هذا الكشف قد يدخل بعضا من مستخدمي المنصات في حصار معلوماتي أمام ما عرض نتيجة مشكلتين حلهما يكمن في :

-إدخال إصدارات دولية لاحقة من الفيلم الإعلاني المصمم عادةً ليتناسب والسياق الثقافي لمستخدمين من دول أخرى ، وذلك بتسليط الضوء على مختارات أو إبداع مستقلات تخصهم (ترجمة بعدة لغات، تعديل مدونة ألوان، ترميز لثقافة تخصهم...) وبالتالي تدمجهم في دائرة الفضاء الثقافي الجديد.

-أما عن مشكل الحصر المعلوماتي الثاني، فيأتي عقب عرض الفيلم الفعلي، ليتحول المستخدمون من مجرد معلقين إلى مبدعين في المرتبة الثانية (مساهمتهم في إعادة منتجة الفيلم الإعلاني) وفعل ذلك بالضبط ، يشركهم من جديد تحت دائرة الفضاء الثقافي الجديد .

وعليه، في صيغ القوالب المستحدثة ، الإحالات المتعددة أو النسخ، تنتج سلسلة من الإحالات اللامتناهية ومن الأشكال والصناعات الثقافية الحديثة، التي يقوم عليها نص الفيلم الإعلاني كثقافة فرعية (في وضعيته خارج القصدية البراغماتية الإشهارية) وفي تطوره وتحوله عبر المنصات والمواقع الشبكية إلى أشكال أخرى، حيث ينتقل المبدع فيها من المحترف إلى الهواة والمعجبين كما هو في التخطيط الموالي:

شكل (111): *مخطط يوضح الإحالات اللامتناهية من أشكال الفيلم الإعلاني*

المصدر: إعداد شخصي

كما تعتبر هذه الإحالات، في ظل السيميوزيس الثقافي (كما يزعم لوتمان) ديناميكيات للترجمة ليس كما يستخدمه أمبرتو إيكو بين قاموسين، إنما بين ثقافتين أو شكلين فأكثر؛ فهي سلسلة من الحوارات بين الثقافات المركزية والهامشية في سعيها نحو التطور، التأقلم وإعادة الصياغة، قادرة على إحداث تأثيرات في استعمالات الثقافة المركزية وإنتاج وتلقي الدلالة. (بريمي، 2018، ص ص. 131، 132، 130) (إيكو & بنكراد, 2004,ص. 181)

الصيغ الدلالية

الشفرات، السنن والبروتوكولات

صحيح أن نقل المعلومات عن العالم صورياً يعد الوسيط الخام الذي نحاكي به الواقع، ما يؤدي إلى أن كل ما هو بصري يخضع لتغيرات (حسب تمايز الثقافات) على مستوى مفهوم التشابه، أي أنه يشير لمفاهيم متعددة باعتبار الصورة إعادة إنتاج لأصل الأشياء ذات العلامات التي تكون فيها العلاقة بين الدال والمرجع قائمة على المشابهة ، المنتجة لأفكار تخلق رؤية متناظرة تدرج ضمن إيقاع متحرك.(مركيش, 2019,ص. 139)

والدراسة هنا تقوم بحصر أبرز ملامح تعدد الصيغ الدلالية لصعوبة عرضها جميعا، لذا ويستحسن الإشارة أن المعجبين/ المشاهدين المعلقين يقعون في فئات معينة من ناحية السن (18-29) ، ومعرفة هذه المعطيات–بمساعدة من منصة الـIMDb– قد يكون له يد في وضع تفسير رسم الحدود الثقافية وبناء ثنائيات التواصل بينهم وبين مبدعي التريلات، وثانيا من خلال ما ينجم عنها من تأثيرات أخرى ناتجة عما يمكن تخيله وما لا يمكن تخيله لأن المعجب/ المشاهد/ المعلق لم يختبر أبدًا مواجهة فضائيين، أو ركوب سفينة فضائية أوحتى التواجد على كوكب آخر وأن جُل مكتساباته ما هي إلا تراكمات لتجربة التعرض السينمائي لاسيما جونر الخيال العلمي. وهنا قد يكمن تعدد التأويلات للشفرات والرموز وحدوث إرباكات لفهم العلامات السينمائية (أوحتى إلمام بها) أو سوء الفهم الذي قد تؤدي إليه العلامة التي يستخدمها المبدع في عملية الإتصال. أي أن الصيغ الدلالية تتجلى عبر السيميوزيس اللوتماني التعددي بدلا من التقاذف بين ثنائية الدال والمدلول.

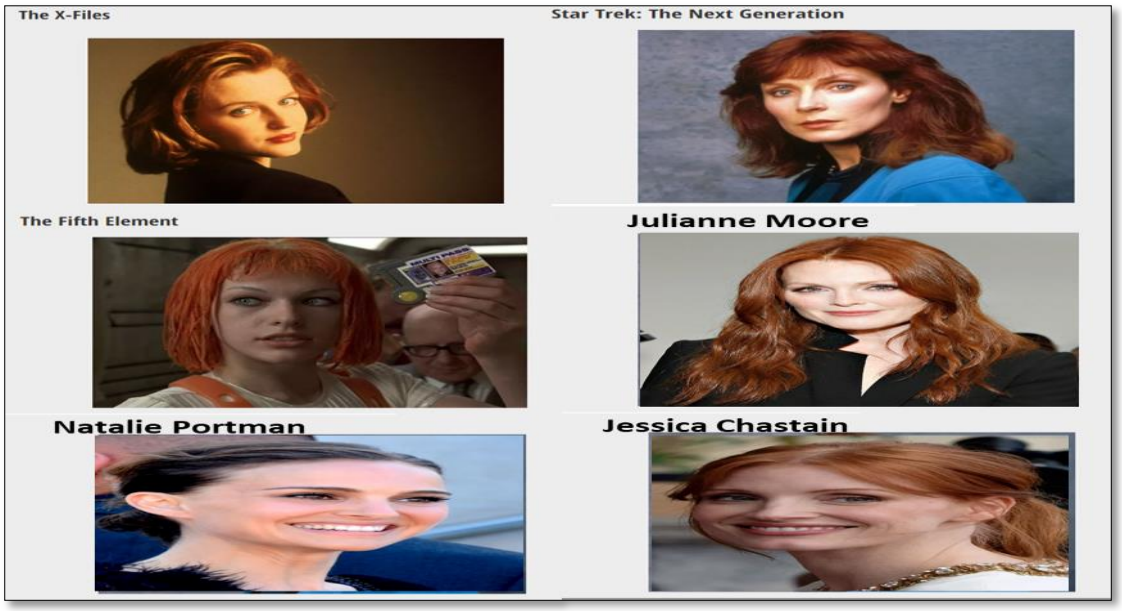
يُعبر تريلر Arrival عن بنية هوية مُثيرها الرئيس صورة اللوغوغرام logogram الذي يقابله كلمة السلاح Weapon ، ويعلن كل من المُبدع والمعجب عن انتمائه لهذه الثقافة/ الهوية ؛ أولا من خلال المبدع الذي قام ببناء مفهوم خاص بالـ Heptapods وسلاحهم؛ حيث نلمح أن خصوصية البناء يُعد مشكلة جسيمة في تأكيد المعنى (بعض أجزاء هذا المفهوم قد تكون مشابهة مع مفهوم الإنسان لـ

السلاح وقد لا تكون مشابهة مع بناء مبدع التريلر والمخرج للسلاح) المسند إلى خصوصية الـ Heptapods (من التركيب البيولوجي المبهم، إلى الأشكال التواصلية الغامضة... أما في تريلر Interstellar، تلتصق الهوية بالنزعة التسجيلية متجاوبة مع مسوغ سنمأة المادة البصرية التأريخية، في تثبيت لعدة مراجع (المنجزات البشرية) مع ملامسة الملامح الفنية لدى اقتران الهوية البصرية بالخطاب التحفيزي لماكونهي خارج الكادر السينمائي، ليستعير من وظيفة السينما الشعرية، وقدرة مبدع التريلر على تخطي التجريدية وتعالي الخطاب التسجيلي إلى أن ينبسط للمشاهدين عبر أساليب السينما لاسيما المونتاج الأيقوني، الذي يكشف أسرارا دلالية لا تكشفها بنية التريلر (على مستوى الشكل)؛ أن المنجزات البشرية تكشف عن الإحساس الإنساني لشخص المبدع أو Trailer House، وعن عواطفه، انفعالاته الخاصة حيال الفيلم الفعلي، كذا عن مواقفه السياسية ونزعاته الوجودية (Metz, 2013, pp. 99–100).

كما ينضح تريلر The Martian بهوية تفعيل السند الدلالي لشخصية مات دايمن، مستجيبا لنمط الأفلام السابقة التي مثَّل فيها، أي أن تهجير الدلالة النسخية سلوك الضحية الواجب إنقاذهاأسقط على التريلر واشتغل سيميوطيقيا حسب تصورات المشاهدين/ المعلقين القبلية. والدليل على ذلك رغم صعوبة رصده شفرة اسم سفينة الفضاء هيرميس التي يعود بها الطاقم من المريخ، ورمزية الإسم أنه أيضًا إله يوناني مرتبط بالمسافرين والمعابر بالإضافة إلى أنه دليل للعالم السفلي. كل هذه الإشارات رمزية في أن سفينة الفضاء هيرميس تسافر خارج حدود الفضاء من أجل إنقاذ مارك.

إضافة إلى أن المساهمة في تشكيل ثنائيات التحاور الثقافي بين طرفي إرسال وتلقي تريلات العينة تم من خلال التواصل المنبثق من استخدم المبدع لشفرات، سنن وبروتوكولات (علاقة الترجمة من الجانبين التي تأخذ معنى التأويل) تجسدت أهمها في –حسب تعليقات المشاهدين على الـYouTube ومراجعات المعجبين على منصة الـIMDb– (لواتي & غيتري, 2017, ص.136)، (بتصرف) اقحام المرأة الصهباء الدكتورة لويز في تريلر Arrival والممثلة المساعدة Jessica Chastain في تريلر The Martian، و من ملامح الطفل (ذكرا/أنثى) أن له/ها شعرا أصهب أيضا في تريلر Interstellar، وذلك أن لصاحبات الشعر الأحمر باع في أفلام الخيال العلمي عبر التاريخ السينمائي؛ لتميزهم الجيني، حيث يلفتن النظر إليهن بحكم أنهن أقلية نادرة من عدد سكان الأرض وفقاً للأساطير اليونانية.

شكل (112): *اقحام المرأة الصهباء في أفلام الخيال العلمي عبر التاريخ السينمائي*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:
(sfx, 2012)

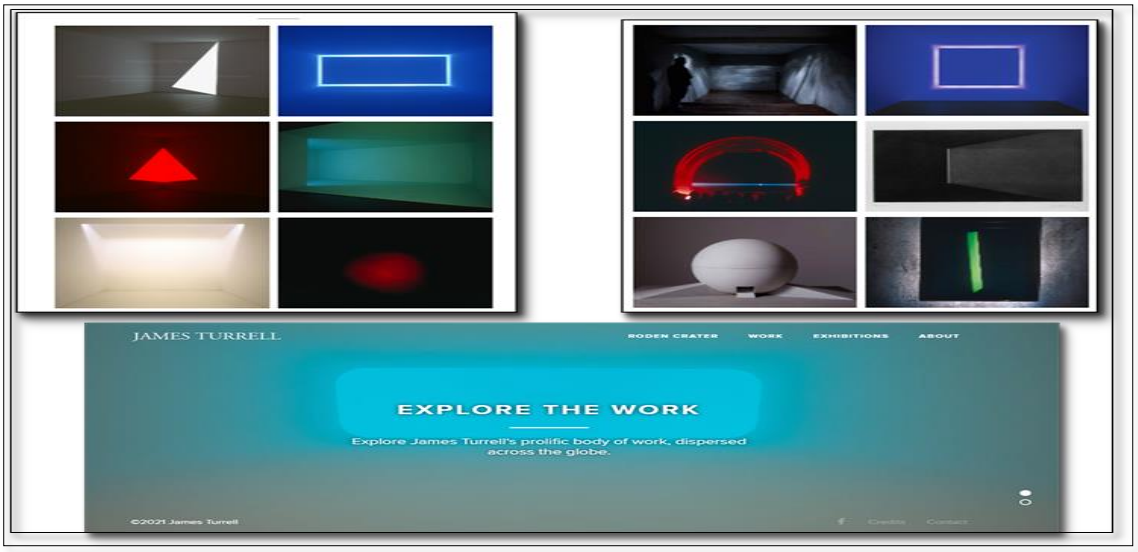
العينة اللونية الإضاءة والموسيقى

تأتي ثلاثية العينة اللونية، الإضاءة والموسيقى بالشكل المثالي الذي يتناسب وحاجة تريرلات العينة بالقدر الكافي لذلك؛ ليَعلق المُشاهد في أسئلة مفادها أنه يعلم أن شيئًا ما سيحدث لكن لا يعرف متى أو كيف، هذا القلق أو التوتر هو الذي يقدم الشخصيات الرئيسة ويعطيها مشكلة لحلها وما يُبقي الجمهور متفاعلًا، أي المشاهدة الأولى قبل العرض، والمشاهدة الثانية بعد العرض.

كما أن ثلاثية العينة اللونية، الإضاءة والموسيقى في تريرلات العينة تأخذ صفة استراتيجيات وتقنيات بناء التشويق، كونها من جوانب تكوين الإطار المستخدم في عرض المساحات الفارغة والواسعة واعتماد مبدعي التريرلات لاسيما على الحواس العليا (السمع والبصر) لترجمة البناء في التريرلات، فالمبدأ هنا، هو أن المشاهد لايولد ولديه إستراتيجية واضحة ومحددة للتعامل مع المحسوسات ، وإلا لغدى التذوق الجمالي واحدا واضمحلت العملية الإبداعية.

وقد أُستلهمت العينة الثلاثية في تريلر Arrival من معرض جيمس توريل الفني James Turrell Art Exhibit، حيث كانت إسقاطات الضوء الهندسي وتركيباته مصدر إلهام للمخرج دينيس فيلنوف ومصمم الإنتاج الكندي باتريس فيرميت Vermette ومصمم الديكور Paul Hotte ، حتى قبل استلام نص فيلم الوصول لعام 2016 م.

الشكل (113): *يوضح مدى التشابه بين العينة اللونية والإضاءة في أعمال جيمس وتريلر Arrival*



المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

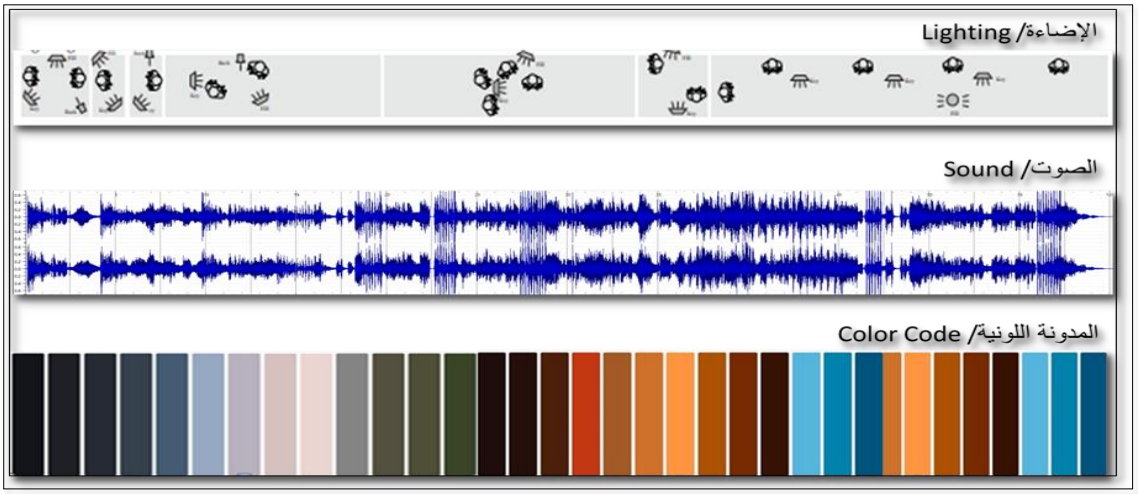
(james turrell, n.d)

سبق وأن قمنا بتشريح تفكيكي للعناصر الثلاثة في السينماتوغرافيا التعبيرية Cinematography، لكن الوضعية تتطلب تشريحا أعمق بالتوازي مع ثلاثية العينة اللونية، الإضاءة والموسيقى ، وتم الإستعانة ببرنامجي Sonic visualizer و Studiobinder في تصميم البيانات، التي تَظهر أن التوتر العالي في الموسيقى يصاحبه تظليل على حساب الإضاءة وتكثيف للون البرتقالي، الأحمر والبني.

والمثير للإهتمام في الشكل البياني، هو انسجام مبدع التريلر Dan Asma مع فكرة تسليط الضوء على الشكل الشاقولي للجسم الطافي (السفينة) ومقدار الطوفان فوق الأرض بمسافة 28 قدمً تقريبا، وفي الغرفة المظلمة ذات الشاشة المضيئة... وإكتساء الألوان الفاقعة والظلال الغريبة؛ ما يمنح المشاهد الشعور بعدم التوازن في المساحة الفارغة في الحالة الأولى، وشعور المُحاصرة في الأماكن الضيقة في الحالة الثانية، والإنذار بقدوم خطر محدق في الحالة الثالثة. كل الحالات التي سبقت تعد من جوانب تكوين الإطار تقنيا، لكن تأثيرها النفسي عميق؛ من توتر، ترقب، إنفعال... ناهيك عن استخدام تركيبة إيقاعية موسيقية موازية تبدو بسيطة لدى سماعها، في حين أن وقعها كبير لتصعيد التوتر.

ونشير أنه تم الإستعانة ببرنامجي Sonic visualizer و Studiobinder في تصميم البيانات.

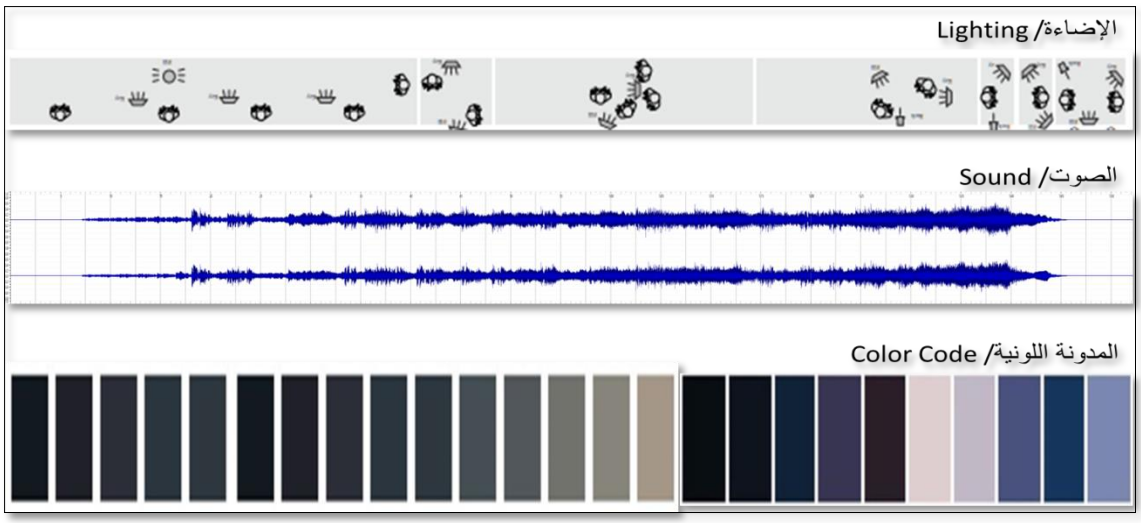
شكل (114): *يوضح إقتران العينة اللونية الإضاءة والموسيقى في تريلر Arrival*



المصدر: إعداد شخصي

في حين ألهمت مطبوعات إيشر M.C. Escher[25] المخرج كريستوفر نولان في تصور الأبعاد المتعددة للفضاء؛ حيث أن الأبعاد عنده لا تقتصر على الفضاء المكاني فالزمن له مساحة تمثيلية كبيرة، انعكست أيما انعكاس على التريلر في الرحلة الزمانية ليكشف عن تساؤلات وجودية وأخلاقية ومعرفية وتشويه الذاكرة ، والأخلاق البشرية ، وطبيعة الوقت ، والسببية ، وبناء الهوية الشخصية، وفق منظور التصوير الفوتوغرافي من توازن اللون الأبيض البارد إلى لون البشرة: لتعويض التشبع بين الأسود والرمادي وموازنة ذلك باللون الأخضر القاتم والظلال السماوية الزرقاء.

شكل (115): *يوضح إقتران العينة اللونية الإضاءة والموسيقى في تريلر Interstellar*



المصدر: إعداد شخصي

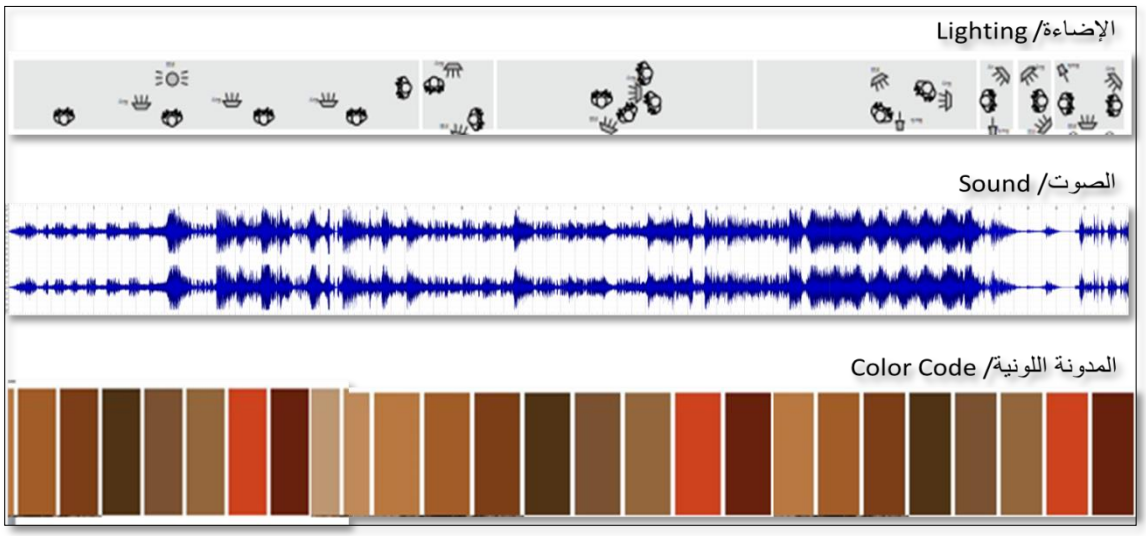
[25] يمكن الإطلاع على صالة العرض الإفتراضية لأعماله ، بتتبع الرابط التالي: https://mcescher.com/gallery/

للقول، أيضا فإن موسيقى تريلر Interstellar جاءت بمزيج مختلف تمامًا عن المزيج التقليدي لأسلوب Zimmer، فهي تستثمر في بعث الإحساس بالحنين إلى الماضي nostalgic feel والسبب في أن موسيقى التريلر تلامس الكثير من الناس هي بسبب بساطة الريتم وهدوئه تهدف إلى تحسين تجربة القصة دون لفت الانتباه الحصري إليها، وهو تماما يترجم سيرورة التدليل التي تقره ثيمة الوقت.

في حين أن تريلThe Martian منذ البداية ، يبدو محمرًا بدرجة كافية للتعبيرعن الكوكب الأحمر الغاضب والمدجج بالعواصف والأغبرة ذات الألوان الترابية (بني بدرجاته، أحمر بدرجاته) التي يتم إدراجها بشكل مثالي على مخطط العينة بين ما هو مألوف وغريب (الغريب في التمثيل إحاطة مات بهذا الكم من اللون الأحمر) مع تباين لون السماء الزرقاء والأسطح البيضاء للمركبة الفضائية شديدة اللمعان مصحوبة ببدلات الفضاء البرتقالية؛ ومن ثم برودة الألوان على سطح الأرض وأحداثها.

هذه الأنسجة والألوان توفر للمنحى الموسيقي للتريلر التوجه العاطفي؛ البيئة المعادية ليست ودية، قارس البرودة، قاحل، موجود على سطح المريخ وحيد تقابلها تقلبات مزاجية من بعض الظلامية إلى كثير من الأمل والتمسك بخيط الأمل لذا جاءت الموسيقى تعزز تلك الرؤية.

شكل (116): *يوضح إقتران العينة اللونية الإضاءة والموسيقى في تريلر The Martian*



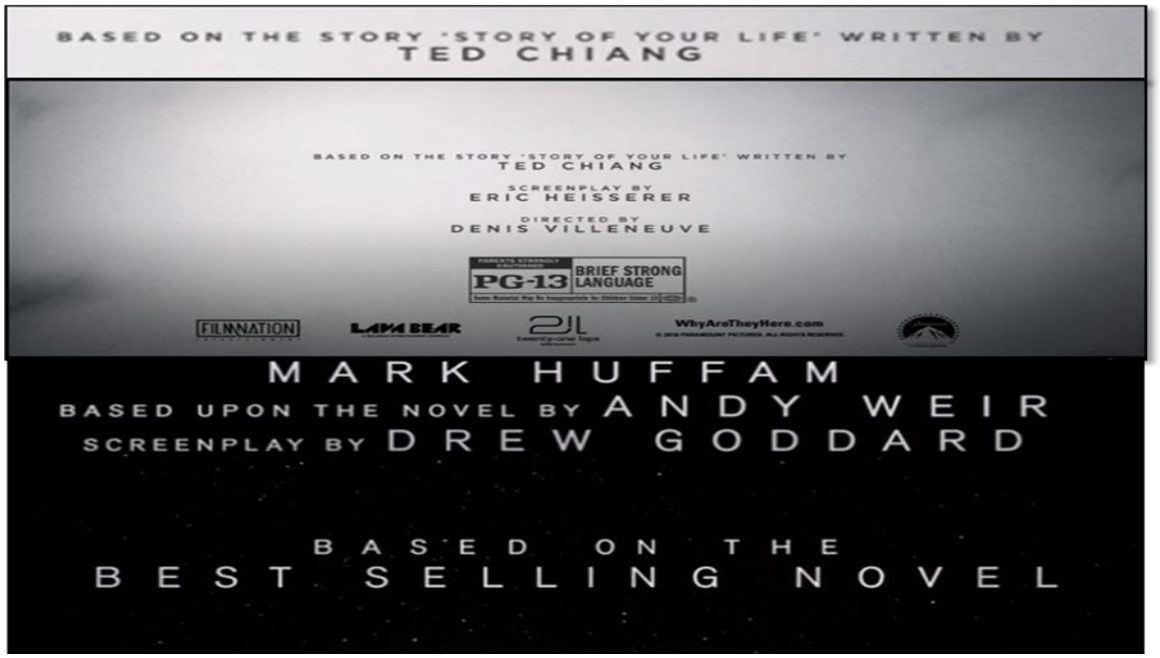
المصدر: إعداد شخصي

تمثلات الجونر وثيمة الفيلم الإعلاني

كان لمشاهدي كل من تريلر Arrival وتريلر The Martian فرصة الإطلاع على قصة الفيلم الفعلي مسبقا لدى إدراجه Story of your Life لمؤلفه Ted Chiang بالنسبة للأول، و Andy Weir بالنسبة للثاني ، في حين أن تريلر Interstellar تكفيه السيرورة التدليلية للمقاطع التسجيلية التي تحيل مباشرة على الجونر.

إضافة إلى أن خانات التعليقات على اليوتيوب ومراجعات التريلرعلى منصة الـ IMDb تعج بالـ Spoiler Alert التي كشفت عن محور الأفلام الفعلية حول كيفية التواصل مع مخلوقات الهيبتابود (اللغة) وعن الموت، الخسارة اليأس، الوحدة ، المثابرة ، الحكمة، الحب، الوقت كمفتاح للوجود والبقاء. حيث كل ما سبق من توصيفات تعمد على توفير تمثلات جونر وثيمة الخيال العلمي في التريلات من الكائنات الفضائية الهيبتابود، العوالم الخارجية والسفر عبر الزمن والاتصال بالآخر(من جنسيات أخرى أو من كائنات أخرى)، الصراعات والمقاومة من أجل البقاء، وهذا الفهم والإطلاع الإستباقي ساهم في تبيان تمثلات الجونر بشكل جلي بل وتجاوز ذلك نحو نحت تمثلات جونر فرعي ذلك الخيال العلمي الذي يميل نحو امتزاج الذكاء العاطفي بالسيبرانية البيولوجية...إلى جانب نشاط تخيلي يخضع لفعل التمظهر الصراعي، انسياقا للمورائيات. (هذا الإنسياق ينم عن نشاط أخر تفسيري للأيديولوجيا)

شكل (117): *يوضح إدراج عناوين الكتب ومؤلفيها في تريلات العينة*



المصدر: إعداد شخصي

شكل (118): *يوضح تمثلات جونر وثيمة الخيال العلمي*

المصدر: إعداد شخصي

تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة

لاتُعبر تريلات العينة عن واقع خيالي فيلمي فحسب، فهي تُعلّق على مناخنا الثقافي الحالي، محليًا وعالميًا، حيث يفتح لنا قوسا حول نهج تعامل لويز مع الفضائيين في تريلر Arrival، والبحث في كيفية تحقيق ذلك يبدأ بالتواصل من تظافر للغة الجسد ولغة الـHeptapods.

وفي هذا الصدد ، يُبدي تريلر Arrival خيوطا خفية من حيث علاقته بمفهوم التجسد؛ فلا يتطلب الأمر إنتظار ما هو خارق للطبيعة لإحلال السلام على الأرض، ولكن يصبح الإنسان – المُجسد في لويز– القناة التي يتم من خلالها هذا الإظهار(نقصد إظهار حسن النية تجاه البشر وبالتالي تجنب الحروب والأفكار النمطية عن عدوانية الفضائيين). في حين أن الآخر يتمثل وبشكل أكثر تحديدًا– في تريلر Arrival– في مقاطع تسجيلية لمشادات وصراعات واقعية، تمثل عدة دول منها؛ سيراليون التي عانت من الحروب الأهلية، لكن تعافت عن طريق برنامج مصالحة لعبت فيه الو.م.أ دورا عبر آليتي التنفيس والتسامح وتم تعزيز السلام من خلاله. كذلك الصراع الصيني نحو السباق إلى التسلح الإقليمي والمنافسة العسكرية (لاسيما مع الو.م.أ)، الإنفاق الدفاعي وخصوصا شراء

أصول بحرية وأسلحة ردع بعيدة المدى، ويبدو تمثيل الصراع الدولي/المحلي في فنزويلا محتدما (من الدول التي تصف الو.م.أ حكمها بالديكتاتوريات)، وتتداخل فيه عوامل الإنقسام السياسي ومحاولة التحرر من السيطرة الأميركية للسقوط تحت السيطرة الروسية. وأخيرا الصراع الإيراني الغربي، كون لها دور وظيفي مباشر ودائم في الإستراتيجيات الغربية؛ منذ استخدامها ضد روسيا ودول الخليج. ومن خلال ما سبق، نستنتج أن جميع المقاطع التسجيلية لها علاقة صراع مع الو.م.أ؛ أي أن الآخر في حقيقة التمثيل ليس الهيبتابود في المقام الأول وإنما كل ما هو مختلف عن الو.م.أ في اللغة، الكيان، الحكم... يستوجب الدخول في صراع معه.

شكل (119): *يوضح تمثيل الصراعات في تريلر Arrival*

المصدر: إعداد شخصي

أما على مستوى تريلر Interstellar الذي يتضمن تداعيات سريالية تتعلق بوضعنا كبشر، ويظهر العديد من التقلبات في الواقع ، حيث يُترك للمشاهد تحديد العناصر الأصيلة بالجونر (كما أسلفنا سابقا) بشكل فردي . لهذا السبب ، تبدو الأيديولوجيات أعمق رغم أنها أكثر وضوحًا بصريا على السطح. هذا الوضوح ذو فائدة من أجل اكتشاف الأيديولوجيات الخفية. للبدء ، تم تجهيز المشهد بسلسلة من العواصف الشديدة التي تستهدف المحاصيل، هذا بيان يشير إلى العديد من القضايا التي تنبع من إهمالنا للطبيعة، كتأثيرات التلوث وتسليط الضوء على المشكلات المختلفة التي تواجه بيئة الأرض، والآفات العالمية البيئية، المنافسة على الموارد والحروب؛ وصولا إلى التكنولوجيا وتأثيرها على المسار البشري.

كما نرى البعد المميز بأعلى مستوى من الوضوح هو الوقت أو وهم الوقت الذي يُمثل بشكل تجريدي في فترة زمنية كبيرة من التريلر في حين أن ذروة العمق تكشف عن برامج الفضاء السرية منها والعلنية والتنافسية في إشارة إلى برنامج السفر بين النجوم (الذي افتتحه الرئيس دونالد ترامب في عام 2019).

نستطيع أن نستخلص عبر الجلاء اللاسينمائي للمقاطع التسجيلية المستخدمة في كلا التريلين Arrival , Interstellar بإبداع الصراع بين الحياة والموت ،العدل والشر، النور والظلام، انتصار العلم والعدالة، الحوار والتعايش بين الثقافات والحضارات والوطن والتغريب.

في حين أن تريلر The Martian، نجده يروّج لرواد الفضاء على اعتبارهم رمزًا للعامل الماهر في الثقافة الأمريكية ؛ يكمن اعتبارهم كرياديين أوليين كما كان أسلافهم من البحارة في القرن الثامن عشر، بالنظر إلى التداخل الرمزي المستمر بين التضاريس الطبيعية والتضاريس الإصطناعية ، إضافة إلى أنه يمكن قراءة أوصاف الأزمات البحرية تماما مثلما عليها في الفضاء وبين الكواكب. إلى جانب التهديدات النفسية والاقتصادية التي تشكلها العولمة الجديدة (التطور التكنولوجي والمنافسة مع الصين) على العمالة الماهرة في الولايات المتحدة ، رؤية تقابلها نقل متفائل لقدرة هذه العمالة على التحمل والعودة المظفرة إلى الأرض، أي يعكس الثقة الكاملة في قدرة الفرد الأمريكي على مقاومة التأثيرات السلبية الطبيعية أو من صنع الإنسان.

تمثلات النوع الاجتماعي والفئات الشابة

على مستوى أعمق من تنظيم سرد تريلر Arrival لم تظهر لويز كونها امرأة، مجرد لغوية بارعة فحسب بل تَصادف ومن منطلق الفيلم الفعلي أن ما يحدد دورها هو مهنتها، ولكن في الواقع تم تحديدها أيضًا، في اللحظات الافتتاحية للتريلر، كأم وهذا ليس غير ذي صلة (استباق تمثيل الوظيفة على الكينونة الإجتماعية)، حيث يتضح أن نجاحها في فك رموز لغة الأجانب لا يعتمد فقط على مهاراتها التقنية (التي يُلمح إليها أكثر مما يتم عرضها) ولكن أيضًا وبشكل حاسم على صفاتها الأنثوية / الأمومية مثل ذكاءها العاطفي ،الحدس والرحمة... هذه الصفات برزت بشكل خاص في المشهد حيث تحقق لويز نجاحها الأولي بتمكنها من التواصل مع الأجانب، قبل أن تفقه كيفية التواصل معهم، عندما تتخلى باندفاع عن البروتوكول العسكري، وبدلاً من ذلك تضع نفسها متحدية أوامرهم، بخلع ملابسها الواقية، وتذهب إلى الجدار الزجاجي الذي يفصل البشر عن الفضائيين، وتضغط بكفها العاري على الزجاج، وهي إيماءة يردعليها الفضائيون بالمثل.

وهو ما يعيدنا إلى تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة التي تعرض القيم العسكرية الذكورية (العقلانية، الهيمنة ، الهدامة) وما يقابل أضدادها الأنثوية (العاطفة ، التعاون ، التنشئة). حيث تهزم القيم الأنثوية في النهاية القيم الذكورية، سواء كان هذاما يجعل التريلر والفيلم يعتمدان على ضخ نوع من النسوية أم لا، كون نسبة ظهور التمثيل النسوي أمام التمثيل الرجالي من واحد إلى خمسة، لكن نسبة اللقطات يتفوق فيها التمثيل النسوي (Protagonist :العالمة التي تمكنت من إنقاذ البشرية).

في تريلر The Martian يُظهر تلك القفزة نحو التكافؤ بين الجنسين في التمثيل؛ بالنسبة للتريلر ولوكالة ناسا لأن أقل من 10٪ من رواد الفضاء في الوقت الحالي هم من النساء وفي الطاقم (عبر التريلر) هناك تمثيل 2\6 من النساء، الدور الأكبر بعد مات ديمون، للقائدة Melissa Lewis من خلال اللقطات التي تعبر عن قيادتها وممارسة سلطتها، وحسها الواعي بالصواب والخطأ(لقطات المكافحة لاتخاذ القرار الصعب بترك مارك خلفهم، القلق بشأن سلامة الطاقمه...)، التمثيل الثاني المهم لـ Beth Johannsen العضوة الثانية في طاقم مهمة Ares III المكونة من ستة أفراد، في اللقطات التي تكون مساعدة لـ Melissa في برمجة المسار الذي يجب أن يسلكوه في مهمة الإنقاذ تم التلميح إلى أنها متورطة عاطفياً مع أحد رواد الفضاء، عكس زميلتها. إلى جانبهما هناك شخصية Annie Montrose التي في وكالة ناسا كمديرة للعلاقات العام، حيث خططت اتصاليا كيفية الكشف عن خبر أن مارك واتني مازال على قيد الحياة ومحاولة تقليل تداعيات العلاقات العامة.

إذن التمثيلات، جاءت لدحض منظور المرأة الطبيعية أمام منظور الرجل الفوق الطبيعي (أوالتكنولوجي)، وإعلانها الواضح عن رغبتها في تجاوز الحدود مع الحفاظ على إمكانيات هويتها (من لمفارقات ما بعد الحداثة).

التمثلات التوافقية والتفارقية في تريلات العينة

سيتم دمج جزئية التمثلات التوافقية والتفارقية في آليتي التباعد الدلالي (الاختلاف)/ التناظر الدلالي (التماثل)، لجدواها التحليلي والتفكيكي.

الفيلم الإعلاني خطاب متعدد الأنماط

يقدم التوجه التعددي Multimodality theory طرقًا جديدة للتفكير وتحليل أنظمة العلامات التي يمكن العثور عليها في الأشكال الخطابية الثقافية الحديثة، لا سيما فيما يتعلق بوسائل الإعلام وأشكال الفن التي تدخل في تركيبتها الصور المتحركة .

فظاهرة تعدد الأنماط السيميوطيقية، ليست حديثة، بل متواجدة منذ القدم، حيث تعلقت بمفاهيم القراءة والكتابة التي تتجاوز تمظهرها عبر الطباعة واللغة. وبالطبع ارتباطها المعاصر بالصورة المتحركة تم مناقشته أيضا من قبل المنظرين والممارسين السينمائيين الأوائل–على الرغم من أنهم لم يستخدموا مصطلح تعددية الأنماط– على سبيل المثال نظرية المونتاج لأيزنشتاين The montage theory of Eisenstein التي نظَّرت" العلاقات بين التصوير والمونتاج والحركة الدرامية والموسيقى والصوت." (Eisenstein & Leyda, 1969, pp. 230–231)

ويشير كل من بين بروستر و ليا جاكوبس Brewster and Jacobs في تبيان كنه هذه الأنماط وطبيعة العلاقات بينها، بتحليل العلاقة بين المسرح –أو كما يطلقان عليه Cinema Manqué– والسينما؛ أولا أنه غالبًا ما يُنظر إلى علاقة التكيف بين المسرح والفيلم باعتبارها علاقة يُتجاوز فيها عن فهم الاستخدام الساذج للتقنية أي الكاميرا (كبديل لعين الجمهور). وثانيا بالتركيز على التحول من الإطار المسرحي الثابت إلى الإطار الفيلمي المتحرك (Brewster & Jacobs, 1998, P6)، وذلك بانتقال المسرح كمجموعة معقدة من الأنماط : التي تتراوح بين اللغة المنطوقة، الموضوع الدرامي، الإيماءات وتعبيرات الوجه(لغة الجسد)، الإضاءة، الرموز، و تمثيلات الهندسة المعمارية في الديكور، منسقة بواسطة نوعين من أنظمة التأطير، التأطير الفضائي وهو المسرح، مصدر الشكل الثقافي، والتأطير الزماني والمكاني المتمثل في الاستراحات والفصل بين المشاهد التي تشير إلى تغيرات في زمان ومكان الموضوع الدرامي التي نعتبرها الأنماط المنمذجة الأولى (Sebeok, 1991, p. 67) *. ومن ثمّ إدماجها في السينما (أي ما يقابلها الفيلم) بتطبيق التأطير الفضائي، بانتقال العرض على شاشات فضية مادية مسطحة، إما في المسارح السينمائية وقاعات العرض ومن ثم على وسائط أخرى؛

* الأنماط المنمذجة الأولى والثانوية: تم تبني مصطلح الأنماط بدل الأنساق التي تظهر في أعمال يوري لوتمان وموروث مدرسة تارتو السيميائية، وذلك لدحض الجدال القائم على قضية إذا ما كانت اللغة (طبيعية و/أو غير طبيعية) نظاما أو نسقا منمذجا، وبالتالي هذا التبني سيعود على العناصر السينمائية المورد الأولي للغة السينمائية، ومسار تحولها إلى أنماط ممذجة سيميوطيقية. وللمزيد من التدليل على هذا الجدال ينظر في أعمال : Sebeok Thomas, In What Sense is Language a primary modeling system

الشاشات التلفزية والشاشات الشبكية. والتأطير الزمكاني عبر تنسيق العناصر المرئية والصوتية والحركية من خلال عمليات التصوير، المنتجة والتصميم التي تُنشئ ديناميكية علائقية بين الأنماط السيميوطيقية لإنتاج المعنى، وهنا تصبح أنماطا منمذجة ثانوية، وهذا بناءا على نظرية المونتاج لأيزنشتاين:

«That two images in juxtaposition produce a third meaning , is a multimodal theory» (Burn, 2013, p3).

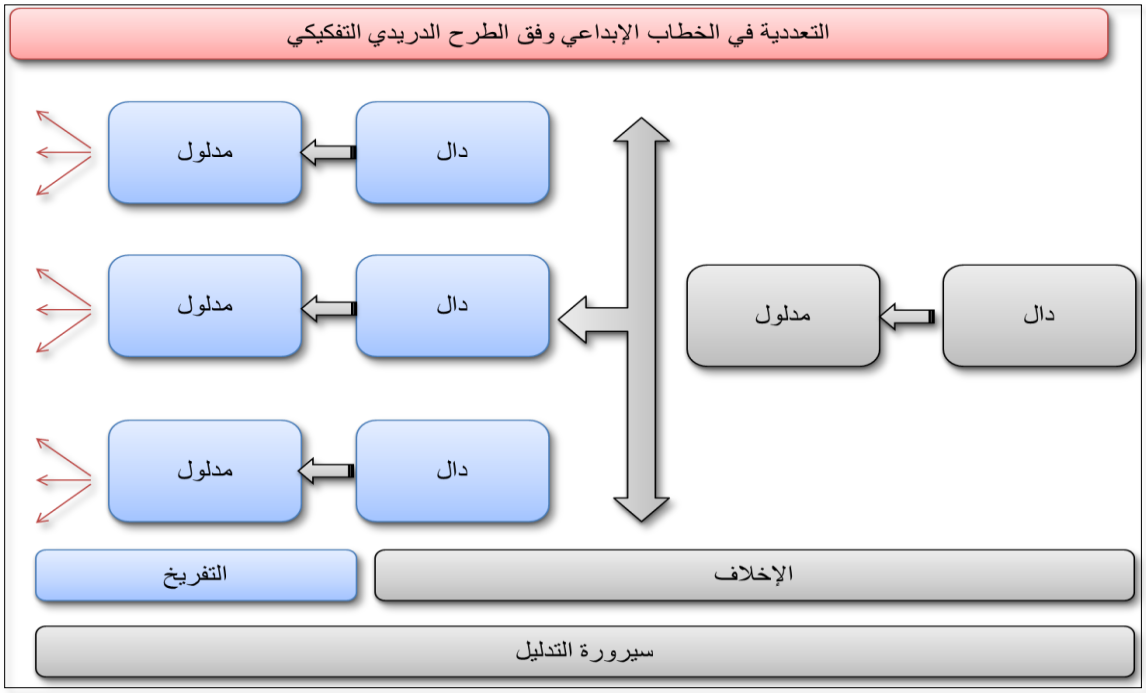
وبناءا على الخلفية السابقة، يشير الخطاب المتعدد الأنماط إلى تلك الخطابات التي تولد معنى من خلال تفاعل اثنين أو أكثر من أنماط الاتصال السيميوطيقية.

« Multimodal discouse refers to those discourses that generate meaning through the interaction of two or more semiotic modes of communication." (Zuo, 2012) .

وعلى هذا، فما الفيلم الإعلاني إلا خطاب تتفاعل فيه مجموعة من الأنماط والنصوص؛ النص الأصلي الفيلم الفعلي/ النص الفرعي الفيلم الإعلاني وعناصرهما السينمائية وأنماطهما السيميوطيقية وفق آلياتي التعدد، الإخلاف والتفريخ ، المنتميتين للطرح الدريدي لاسيما في تحليل وتشريح وتأويل الخطاب الإبداعي، إلى جانب أنهما تعدان من خصائص الخطاب الهجين ؛ حيث يتحول التريلر إلى مجرد نسخة نصية مؤجلة الدلالة غير محدود، وتتحول العلامة في سيرورة التدليل إلى مركز تفريخ (بما معناه تخليف مستمر للمدلولات) وقدرتهما على:

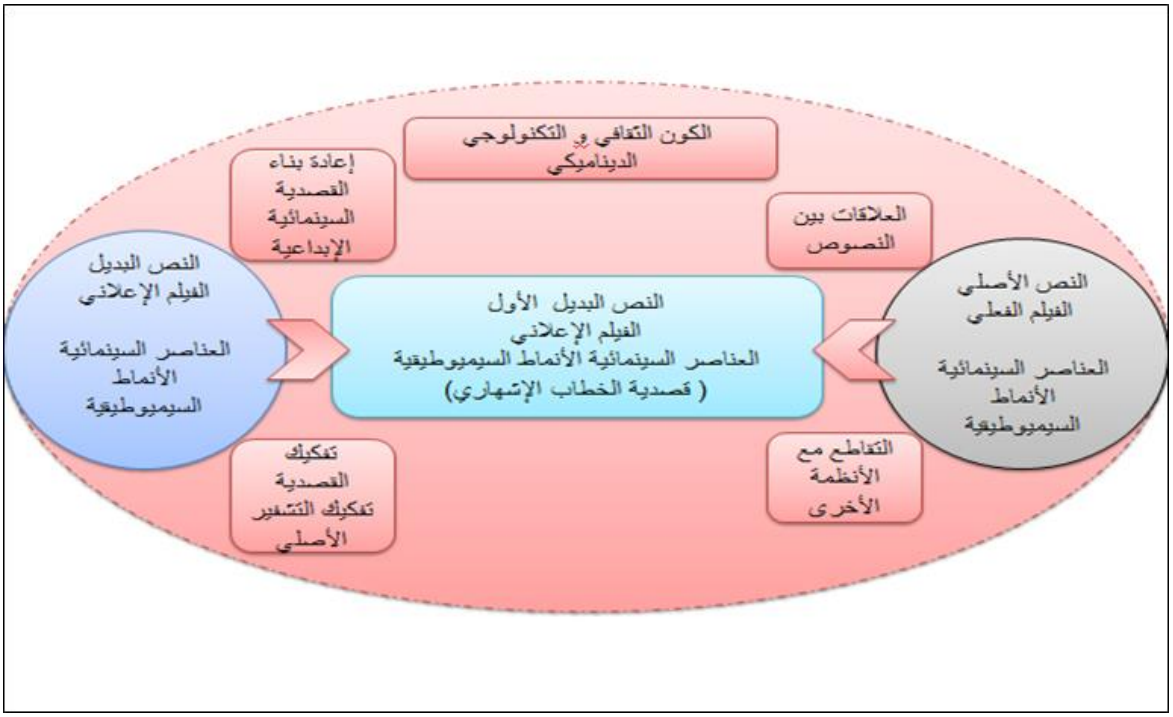
- الكشف عن العلاقات بين النصوص والتقاطع مع الأنظمة الأخرى داخل الكون الثقافي والتكنولوجي الديناميكي.
- تفكيك القصدية وتفكيك التشفير الأصلي إلى العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية لنص الفيلم الإعلاني (المستخلصة من الفيلم الفعلي).
- إعادة بناء(صياغة القصدية) العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية لنص الفيلم الإعلاني الجديدة. وفق المخططين التاليين:

شكل (120): *مخطط يوضح التعددية وفق آليتي الإخلاف والتفريخ*



المصدر: إعداد شخصي

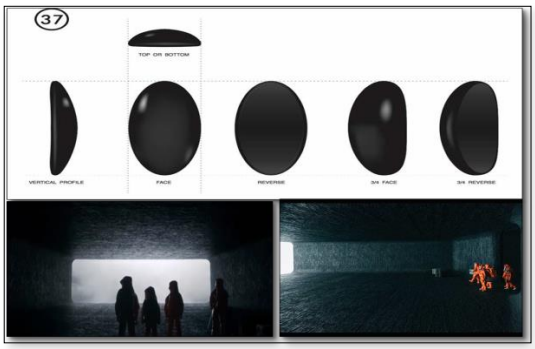
شكل (121): *مخطط يوضح عمليات السيميوزيس بين نصي الفيلم الفعلي والفيلم الإعلاني*



المصدر: إعداد شخصي

ففي الكشف عن العلاقات بين نص تريلات العينة وتقاطعها مع نصوص أنظمة أخرى داخل الكون الثقافي والتكنولوجي الديناميكي، نشير أنها تحققت من خلال تشييد الوضعية الفنية لنص إعلانات الأفلام Artistic Status ، فعلى مستواها يتم إزالة الحدود بين تريلات العينة وصناعات ثقافية أخرى لنستطيع رصد، تهجير واستعارة عناصر تابعة لنصوص فنون أخرى في تريلات المدونة، فهي تعمل على تحيين فنية وسينمائية التريلر وتفعيل جماليته؛ فتأبير العناصر الفنية داخل بنية التريلر يجعله يتقاسم مع الخطابات الأخرى المقتبسة من التلفزيون، الفيلم الوثائقي، الفيلم العلمي التمظهر والتفعيل السينمائي ولاسيما الإشتغال السيميوطيقي التعددي. وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول (36): *يوضح أهم آليتي (الإخلاف) و (التفريخ) في تريلات العينة*

نصوص أنظمة أخرى (الإخلاف)	نص تريلات العينة (التفريخ)
تريلر Arrival ، فني الديكور والرسم المعاصر: المنـزل ، الفصـل الدراسـي، الغرفـة الغريبـة = التشـكيل مستطيل = جدار أبيض. السـفينة الفضـائية الغريبـة= التشـكيل بيضـاوي دائـري= مظهر عضوي صخري  	– لوحـة White Square on White (المصـدر القاعدي للإشتغال السيميوطيقي) – الصـمت والسـكون(اخـتلاف تـرددات ووسـائل التواصل) – محدودية النور الساطع من الجدار (رغم لانهائيته جهة الهيبتابود) إلى الغرفة العتمة جهة لويز –التلاشي المتدرج وصولا إلى حالة الظلام =تواصل محدود. – السـطوع المتدرج وصولا إلى حالة الضـياء = امكانيات التواصل غير المحدودة. – River Shell Fishing (المصدر القاعدي للإشتغال السيميوطيقي) – تمثـل السـفينة ذات المظهـر العضـوي الصـخري الحكمة وتاريخ تلك الحضارة الخارجية – يمثل المظهر العضوي الصخري أيضا النقاء. –طوفان السفينة واستقرارها عموديا، وارتقاء لويز ومن معها إليها في شكل قشر الصنارة، فعل إصطياد أفراد البشر، تحت ميزة الأذكى، اللبيب، الحكيم.
في تريلر Interstellar، تتمظهر تقاطعات الأنظمة في – الجونر الفرعي: Cli-Fi Genre و Documentary Genre= المستقلات التي نرى في التريلر حول تدهور الحياة على كوكب الأرض وكثرة العواصف الغبارية مستوحاة من قصعة الغبار الكارثية التي ضربت	امتزاج المستقلات الخاصة بـCli-F وDocumentary في تسلسل مرئي إبداعي: –الكوكب غير صالح للسكن. –الأجيال والأحفاد الذين يعيشون الآن على الأرض .وفي المستقبل القريب ، كلهم في خطر.

الـو.م. أ وكنـدا فـي فتـرة الكسـاد خـلال ثلاثينيـات القـرن الماضـي(Beddouza, 2020)، توصـيفا لتسلسـل مرئـي إبداعي للتحفيز التوعوي. –تلميح إلى الأسطورة: عن صراع الحضارات من خلال مفهوم مكتبة الـ Tesseract 	–وجود ذوات بشرية من الماضي، الحاضر؛على غير عـادة الـSci -Fi الـذي يظهـر بـه الآخـر مـن غيـر البشر، لتجاوز الطريق المسدود في المستقبل القريب. – أسطورة مكتبة التسراكت تحمل نوعا من التشابه مع مفهوم الفضـاء المكتبـي Library space ، الـذي يشير إلـى الكتلـة المعلوماتيـة الضـخمة الموجودة في الكتب، تقوم بلف أو طـي المكان والزمان(Beddouza, 2020)، وبالتـالي إذا تـوفرت مكتبـة ضـخمة جدا ستسمح لزائر بأن يصل إلى أي مكتبة موجودة في الزمان والمكان. – وجـود الصـاروخ اللعبـة علـى أحـد رفـوف المكتبـة تفريخ لانتقال في الزمان والمكان.
فـي تريلـر TheMartian، فيتحقـق التقـاطع مـع الـ Pop Science Art العلوم الشعبية ، بموجب هذا النظام، يقدم صـورًا غيـر معتـادة عن العلمـاء فـي الأمـاكن العامـة، فـي وسـائل الإعـلام ، فـي المؤتمرات الصـحفية ، وفـي مراكز الأعمال .	– لاوجـود للـذين يرتـدون معطفًـا أبيضـا، إنمـا بـزات الفضـاء، وكنـزات ناسـا الرماديـة التـي أصـبحت ذات شعبية بين شباب اليوم إلى جانب الأحذية ذات الشكل الإنسيابي المريح، ليسوا منعزلين ، تم تصويرهم على أنهم في نشاط جماعي اجتماعي. –رمـوز البحـث أو رمـوز المعرفـة علمـاء يتمعتـون

	بالفكاهة وخفيفي الظل وجهة نظر سياقية حديثة للعلم تمثيل طبيعة العلم الأنسب للعصر.

المصدر: إعداد شخصي

في الطرح السابق عن قصدية ولاقصدية الخطاب، نشير أن الخطاب بشكل عام يقع تحت شرطية التشكل بوعي وقصد أو بغير قصد فالأول يتنمي إلى الجهاز البراديغمي والسلطة الإمبريالية كالخطاب الإشهاري، أما الثاني فمنحاه يبدأ من الواقع بكل تجاويفه ومفارقاته وبُناه هو ليس واع ولكنه يملك في جزيئاته كمنظومة علاماتية آليات ثقافية تعكس قصدية مضمرة تنبلج من الذات المبدعة باتجاه المعنى . وما يحدث دائما هو تجاهل الثاني للانغماس في الأول؛ ليتمظهر لنا عبر السرديات الثقافية، عالم من الخطابات مقسم إلى صنفين: خطاب ظاهر visible تحكمه قصدية ظاهرية وخطاب خفي invisible (هكذا تكلّم أمبرتو إيكو (اعادة نشر), 2020) تحكمه قصدية مضمرة هامشية تواقة للصعود، وهذا التوق يقود بالخطابين نحو تفكيك جزيئياته؛ بما معناه وإسقاطا على ثنائية الفيلم الفعلي/الفيلم الإعلاني، عمليات السيميوزيس أو التأويلات القصوى أوالتأويلات المضاعفة «التي تسعى للتعرف إلى السنن والميكانيزمات المنتجة للدلالة داخل مناطق متعددة من الحياة الاجتماعية» (أمبرتو & بنكراد, 2000,ص.181). تحدث بين مخرج الفيلم الفعلي (القارئ والمؤول الأول)، ومبدع الفيلم الإعلاني الذي يمثل القارئ الثاني للعناصر السينمائية (التابعة/غير التابعة للفيلم الفعلي)، والمؤول الثاني للأنماط السيميوطيقية (التابعة/غير التابعة للفيلم الفعلي)؛ تملك القدرة على الكشف عن العلاقات والترابطات وآليات النمذجة وآليات التعددية التي لم يتم الكشف عنها من قبل أو لم يفكر فيها من قبل نتيجة إعادة بناء قصدية النص (الفيلم الإعلاني من القصدية النفعية إلى القصدية السينمائية الإبداعية) داخل فضاء ثقافي تكنولوجي حديث.

والنتيجة، تمظهر آليات نمذجة خاضعة لمتلازمة تطور الكون الثقافي والتكنولوجي والأداء السيميوطيقي لأنماط النمذجة داخل هذا الفضاء، والناتج شكل تواصلي، فني وثقافي متعدد الأنماط ؛ بمعنى تراكمي، بعضها مستقر والآخر متحول وكذاك الأصيل (الاختلاف، التناظر والتعدد) الخالص بالناتج.

في هذا الصدد، وانطلاقا من التشريح التفكيكي في المستوى الأول التأسيسي، عقب تفكيك القصدية وتفكيك التشفير الأصلي إلى العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية لنص الفيلم

الإعلاني، سيتم إعادة صياغة القصدية من العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية لنص الفيلم الإعلاني الجديدة، بإعادة بناء تريلات العينة؛ أي إعادة منتجة مع إنزياح العناصر والأنماط التابعة للخطاب الإشهاري، بما معناه محاولة طمس كل معايير تحقيق نجاعة، فعالية ونجاح الإرسالية الإشهارية (الأبعاد الإبلاغية تواصلية، البلاغية الإقناعية والحجاجية)، وذلك لمحاكاة عبر برنامج المونتاج المجاني المتاح على الإنترنت clipchamp* ، الذي ينبلج عنه بعد إعادة المنتجة من طرف الطالبة، خلق رابط يحتوي على التريلر الجديد المجرد من العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية (حسبنا التابعة للخطاب الإشهاري والقصدية النفعية) كما هو التالي:

جدول (37): *يوضح روابط إنبلاج التريلات الجديدة*

التريلر	الرابط
Arrival Trailer New Arrival Trailer	https://www.imdb.com/title/tt2543164/?ref_=fn_al_tt_1 https://clipchamp.com/watch/odtwrCvwyqs
Interstellar Trailer New Interstellar Trailer	https://www.imdb.com/video/vi2658773017?ref_=ttvi_vi_imdb_17 https://clipchamp.com/watch/vS9X2ffGzsh
The Martian Trailer New The Martian Trailer	https://www.imdb.com/video/vi4112625689?ref_=ttvi_vi_imdb_2 https://clipchamp.com/watch/1jagD6CQacQ

المصدر :إعداد شخصي

ومن خلال الجدول وما تحويه من روابط، ستتضح القصدية الجديدة (قصدية الفيلم الفعلي في تقابل مع قصدية الفيلم الإعلاني كخطاب هجين سينمائي، وانزياح قصدية الفيلم الإعلاني كخطاب إشهاري) من اخضاع محتوى الروابط لآليات النمذجة.

آليات النمذجة Modeling

إن كلتا الآليتين إذا تحققتا –ناهيك عن تحقق آلية الإحالات المتعددة (التعدد) التي عولجت سابقا– يفرجان عن تريلر يتمثل بتمثلات الفيلم القصير يختلف أو يشابه؛ مستقل أو متصل بالفيلم الفعلي، لكنه يبقى إقرارا أنه فيلما قصيرا.

* الرابط المحيل على البرنامج: https://clipchamp.com/en/ ، صُمم خصيصا للطلبة والمؤثرين على مختلف التطبيقات، لاسيما بعد ظهور الجائحة ، للخدمات التي يوفرها والتي تسهل مشاركة الفيديوهات عبر خلق الرابط آنيا، دون عناء الرفع والتحميل وما يصاحبهما من مشاكل تقنية. (Chris Pratley, Corporate Vice President, Office Media (Group, 2021

آلية التباعد الدلالي (الاختلاف)

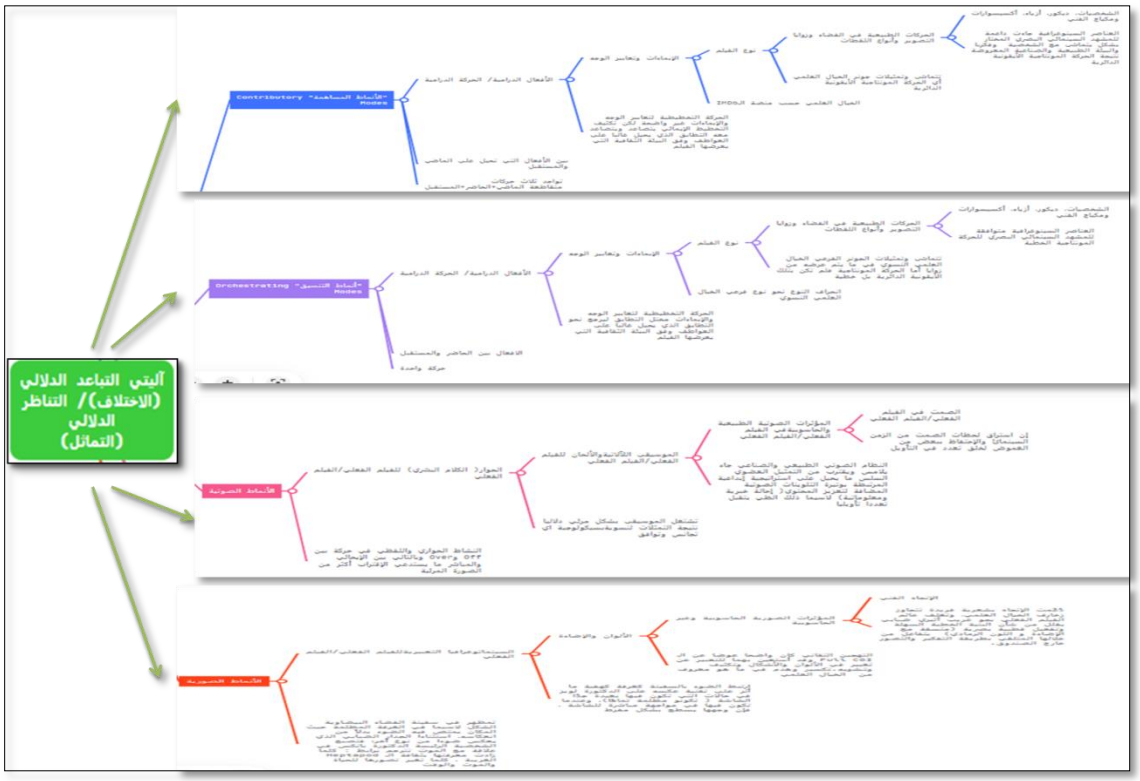
يُنظر إلى الأنماط المنتقلة من الفيلم الفعلي على أنها الأنماط المساهمة Contributory Modes الدالة في بناء المعنى الجديد للفيلم الإعلاني عبر سنمأة الإطار – أي الخروج عن القصدية الإشهارية– ذات الصلة بالتصوير والمونتاج على أنها أوضاع منسقة لكل ما تحتويه الصورة المتحركة (التأثيث الصوري، الصوتي، الحركي والتكنولوجي) ؛ ويحدث تنسيقها في الأبعاد الفضائية،المكانية والزمانية الجديدة التابعة للفيلم الإعلاني من الإتاحة على الشاشات الشبكية (منصة IMDb) إعادة المونتاج Re-Montage، انتقاء المختارات (الأنماط المساهمة) الصورية والصوتية، وإعادة صياغتها وفق الكرونوتوب الحركي kineikonic chronotope (الحركة الدرامية)، والعناصر السينمائية غير المتضمنة في الفيلم الفعلي، لتتشكل أنماط التنسيقOrchestrating Modes الخالصة والتابعة للفيلم الإعلاني. (Burn, 2013b, pp. 7–8-9)

آلية التناظر الدلالي (التماثل)

ينمو الفيلم، إلى الوضع السليم، عندما توضع التمثيلات (العناصر السينمائية) الخاصة به في نظام سليم (خطاب سينمائي/ أنماط سيميوطيقية)، ما يؤدي إلى إفراز التيمة التي تتطلب اختيارات معينة دون أخر لتدخل في العملية الإبداعية، وبالتالي، فإن المبدع في الفيلم الإعلاني، يعمل على اختيار تلك الأجزاء من تيمة الفيلم الفعلي المتاحة بطريقة تبعث طاقتها الطبيعية الفيلمية، فيحدث التمثيل الفيلمي نتيجة التناظر الدلالي في الفيلم الإعلاني عبر احتواء نظام سيميوزي مصغر من الفيلم الفعلي.

والتالي، اصطفاف للأنماط المساهمة والأنماط التنسيقية السيميوطيقة في خطاطة ذهنية في تبيان لسيرورة تدليلية لكيفية انقلابها من مساهمة تابعة للفيلم الفعلي إلى تنسيقية تابعة للتريلر، وفق الآليتين السابقتين تمييزا للخالص عن غير الخالص بالنسبة للفيلم الإعلاني، من خلال برنامج التخطيط الـ mindmeister المساعد على تمثيل هذا التوالد بسلاسة:

شكل(122): يوضح (الاختلاف) و(التماثل) من خلال MindMeister

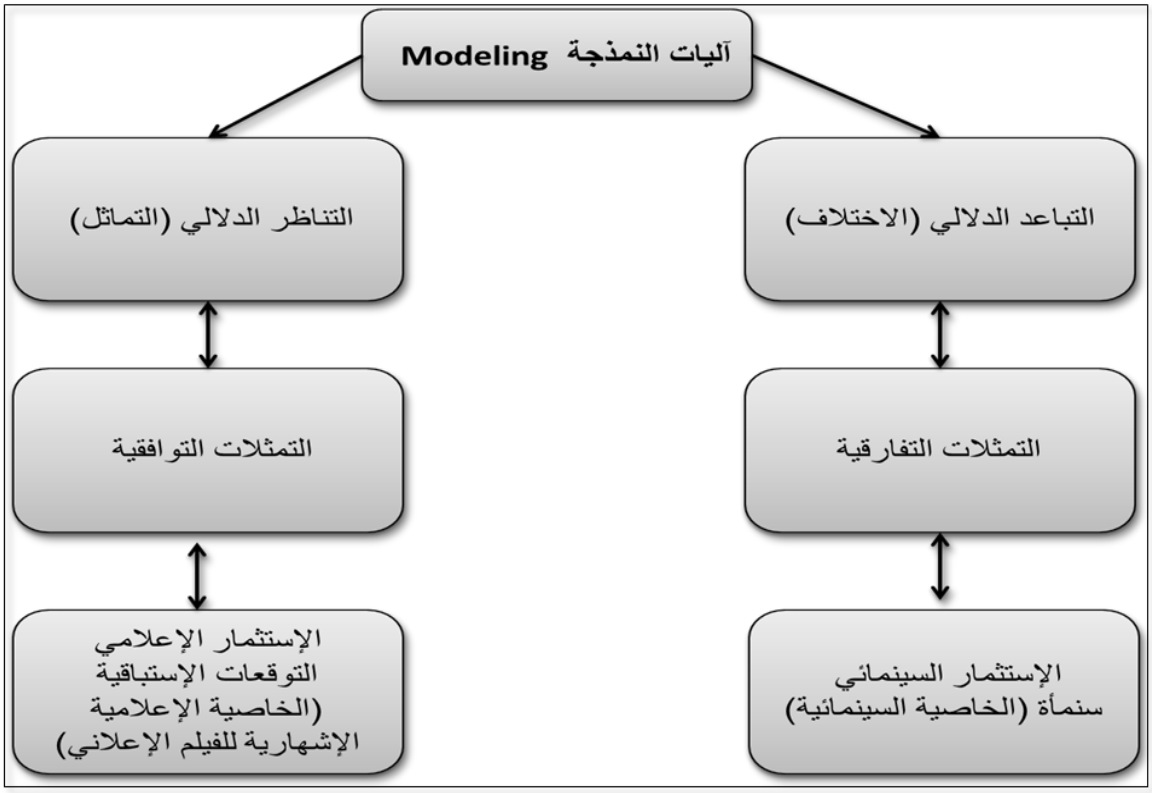


المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(MeisterLabs, 2020)

وإظهارا للإستثناءات، نشير أن آليتي التباعد الدلالي (الإختلاف)/ التناظر الدلالي (التماثل) هي المسؤولة عن تمظهر التمثلات التوافقية والتفارقية والعكس، أي أن الإصطفاف السابق للأنماط المساهمة والأنماط التنسيقية السيميوطيقة إنما هي تمثلات أيضا وفق المخطط الذي سيعرض تاليا، وذلك لدحر إعادة التحليل والتفكيك، ارتأينا جمعها في الجدول التالي:

شكل (123): *يوضح ارتباط آليتي (الاختلاف) و(التماثل) بالتماثلات التفارقية والتوافقية*



المصدر: إعداد شخصي

جدول(38): *يوضح آليتي التباعد الدلالي (الاختلاف)/ التناظر الدلالي (التماثل)*

آليتي التباعد الدلالي (الاختلاف)/ التناظر الدلالي (التماثل)	
الأنماط المساهمة Contributory Modes	**أنماط التنسيق Orchestrating Modes**
الأفعال الدرامية/ الحركة الدرامية: Arrival بين الأفعال التي تحيل على الحاضر، الماضي والمستقبل تواجد ثلاث حركات دائرية بين الأزمنة الماضي+الحاضر+المستقبل، الحركة المونتاجية تتوافق والدوران بين الأزمنة بذلك فهي أيقونية دائرية. الأفعال الدرامية/ الحركة الدرامية:Interstellar الأفعال تحيل على الحاضر، الماضي أكثر الحركة ترسم نوعا من الدومينو(حركة بشكل مكعب وهمي) يجري بين النقاط الزمنية لاسيما الحاضرة والمستقبلية ، مشحونة بالتقطيعات والتركيبات على الرغم من أن البالغ حل اللغز (حبكة الدرامية) يكون من خلال تذكر الماضي كرابط بين اللقطات.	الأفعال الدرامية/ الحركة الدرامية: الفيلم الإعلاني بين الأفعال التي تحيل على الماضي والمستقبل They arrived,What is going to happen, you will see soon enough , Is this?... حركة واحدة مونتاج خطي الأفعال الدرامية/ الحركة الدرامية: الفيلم الإعلاني الأفعال تحيل على الحاضر والماضي We've always defined ,And we count, But we lost all that, Or perhaps we've just forgotten that we are still pioneer, we've barely begun. (quotes, 2022) الحركة في الفيلم الإعلاني المعاد منتجته تحيل إلى ما يحدث خارج الزمان والمكان للفيلم الفعلي، أي هنالك تجاوز لتمثيل الأزمنة في حركة المونتاج لذا

الأفعال الدرامية/ الحركة الدرامية: The Martian الأفعال تحيل على الحاضر والمستقبل أكثر حركة الفيلم خطية، تساهم في بعث الزمن الحاضر، مع استخدام للفلاش باك في تلميح للماضي، كما أن الحركة تعكس تسلسلا مثلما نجده في السير الذاتية، ولعل مرد ذلك راجع لاقتباس قصة الفيلم من كتاب.	جعله أكثر أيقونية الأفعال الدرامية/ الحركة الدرامية: الفيلم الإعلاني الأفعال تحيل على الحاضر والمستقبل Every human being has a basic instinct,If a train crashes, people will line up to give blood. If an earthquake levels a city, people all over the world will send emergency supplies. This is so fundamentally human that it's found in every culture without exception حركة الفيلم خطية موافقة لحركة الفيلم حتي في استخدام للفلاش باك .
الإيماءات وتعابير الوجه في الأفلام الفعلية الحركة التخطيطية لتعابير الوجه والإيماءات كانت بين الواضحة وغير واضحة، لكن كلما تصاعد تكثيف التخطيط الإيمائي يتصاعد معه التطابق الذي يحيل غالبا على العواطف؛ حيرة، خوف، صدام، جرأة، بكاء..وذلك وفق البيئة الثقافية والشخصية التي تعرضها الأفلام الفعلية.	الإيماءات وتعابير الوجه في الفيلم الإعلاني المعاد منتجته جاءت الحركة التخطيطية لتعابير الوجه والإيماءات مختلة التطابق في التريلات لاسيما Arrivalليرجع نحو التكثيف والتطابق خاصة في وغالبا تلك التي تحيل على العواطف حيرة، خوف، صدام، جرأة وذلك وفق البيئة الثقافية والشخصية التي يعرضها الفيلم الإعلاني المعاد منتجته. التخطيط هنا في Interstellar يشمل تعابير وإيماءات حشود وجماعات تشترك في توصيف إبتهاج بالمنجزات البشرية وفق بيئة زمانية ومكانية محددة، مع تركيز بؤري لقلة من الوجوه . ثم لننصدم بتركيز أكبر على وجه ماكونهي المجهش بالبكاء. جاءت الحركة التخطيطية لتعابير الوجه والإيماءات كثيفة التمثيل في The Martian فهي في تصاعد منذ بداية الفيلم ليخبو قليلا نتيجة الإنتقال إلى عرض المشاهد الفضائية ليتصاعد مرة أخرى عند النهاية في تمثيل للقاء الشخصيات وما ينجر عنه من إطلاق للمشاعر.
نوع الفيلم الفعلي تقدم منصة الIMDb معلومات حول الجونر الخيال العلمي وحسب تمثيلاته التي استعرضناها سابقا	النوع في الفيلم الإعلاني المعاد منتجته النزعة الفنية السينمائية تُسّيج جونر الخيال العلمي نحو انبثاق إرادة خطابية ترتبط بالمساحات المرئية والمسموعة الحديثة لتسرب لحسية واقعية من خلال فروعه الجديدة. أي أن انحراف النوع الأصلي نحو نوع فرعي للخيال العلمي كل حسب تمثيلاته التي استعرضناها سابقا :

	النسوي السيبراني، العاطفي والتحفيزي.
الحركات الطبيعية في الفضاء وزوايا التصوير وأنواع اللقطات في الأفلام الفعلية تتماشى وتمثيلات جونر الخيال العلمي أي الحركة المونتاجية جاءت أيقونية دائرية إلى خطية تقاطعية فخطية متوازية.	الحركات الطبيعية في الفضاء وزوايا التصوير وأنواع اللقطات في الفيلم الإعلاني المعاد منتجته تتماشى وتمثيلات الجونر الفرعي الخيال العلمي النسوي السيبراني، العاطفي والتحفيزي، في ما يتم عرضه من زوايا أما الحركة المونتاجية فلم تكن بتلك الأيقونية الدائرية بل خطية لاسيما في The Martian Arrival، لكنها حركة أيقونية في Interstellar
لشخصيات، ديكور، أزياء، أكسيسوارات ومكياج الفني في الأفلام الفعلية العناصر السينوغرافية جاءت داعمة للمشهد السينمائي البصري المختار بشكل يتماشى مع فكريا والشخصية والبيئة الطبيعية والصناعية المعروضة نتيجة الحركة المونتاجية الأيقونية الدائرية.	الشخصيات، ديكور، أزياء، أكسيسوارات ومكياج الفني في الفيلم الإعلاني المعاد منتجته العناصر السينوغرافية متوافقة للمشهد السينمائي البصري للحركة المونتاجية والنوع: البزات الفضائية، العسكرية، الأزياء التي تختلف عبر العقود الزمنية.
الأنماط الصوتية	**الأنماط الصورية**
الحوار (الكلام البشري) للفيلم الفعلي/ الفيلم الإعلاني المعاد منتجته النشاط الحواري واللفظي في حركة بين: Off وOver وبالتالي بين الإيحائي والمباشر ما يستدعي الإقتراب أكثر من الصورة المرئية.	السينماتوغرافيا التعبيرية للفيلم الفعلي/ الفيلم الإعلاني المعاد منتجته تتمظهر في Arrival في سفينة الفضاء البيضاوية الشكل لاسيما في الغرفة المظلمة حيث المكان يمتص فيه الضوء بدلاً من انعكاسه، استثناءا الجدار الضبابي الذي يعكس ضوءا من نوع آخر؛ فتصبح الشخصية الرئيسة الدكتورة بانكس في علاقة مع الموت تترجم برابط : كلما زادت معرفتها بثقافة الـ Heptapod الغريبة ، كلما تغير تصورها للحياة والموت والوقت. تخضع التداعيات التقعيدية للسينماتوغرافيا في Interstellar في اللقطات التسجيلية إلى شعرية المونتاج تحت غطاء الخطاب الصوتي التحفيزي ما نقل جمود الصور الدينامية من الثنائية اللونية (انزياح السمة الفوتوغرافية الصرفة: الأسود والأبيض) إلى انفجار لوني يعقبه توالي المنجزات فنحو سقوط مرة أخرى إلى قتامة اللقطات تنعكس على المكتبة مع مسحة من الضوء عند مغادرة كل من الكوخ والأرض ترتب أيضا عن التصور المونتاجي الرابط بين معالم

	اللقطات التسجيلية واللقطات الخام الفيلمية . في حين سينماتوغرافيا تريلر The Martian يتم توصيفها بإرباكات النشاط التعبيري بين الألوان (تعدد العينة والثيمة اللونية) والمذهل أنه يحقق الترتيب الفني كامتياز تقني يقرب للمشاهد السمة المريخية القائمة على النشاط القاتم في توجيه النظر على وكالة ناسا (وغموض مشاريعها)، إضافة للنشاط التدليلي المرتبط بتسليط للضوء الإصطناعي ذي الهالة الزرقاء على المقابلات الصحفية وبانورمية الحركة لجدواها البصري في إطلاق الحقيقة.
الموسيقى اللآلاتية والألحان) للفيلم الفعلي/ الفيلم الإعلاني المعاد منتجته تشتغل الموسيقى بشكل مرئي دلاليا نتيجة التمثلات البسيكولوجية الشديدة الوضوح والتي تعمل وفق آليتي التجانس وتوافق والإنفصال والتصادم.	الألوان والإضاءة للفيلم الفعلي/ الفيلم الإعلاني المعاد منتجته ارتبط الضوء أولا بالسفينة كغرفة كهفية ما أثر على تقنية عكسه على الدكتورة لويز في حالات التي تكون فيها بعيدة جدًا الشاشة (تكونو مظلمة تمامًا)، وعندما تكون فيها في مواجهة مباشرة للشاشة، فإن وجهها يسطع بشكل مفرط، ثانيا ارتبط الضوء وظله بتبيان المكتبة وحجرات المكوك الفضائي والتسجيلات التوثيقية، ثالثا ثانيا ارتبط الضوء في تحديد تدرجات الكوكب الأحمر والظلال الباردة في تحديد تدرجات كوكب الأرض.
المؤثرات الصوتية الطبيعية والحاسوبية في الفيلم الفعلي/ الفيلم الإعلاني المعاد منتجته النظام الصوتي الطبيعي والصناعي جاء يلامس ويقترب من التمثيل العضوي السلس ما يحيل على استراتيجية إبداعية المرتبطة بوتيرة التلوينات الصوتية المضافة لتعزيز المحتوى(إحالة خبرية ومعلوماتية) الذي يتقبل تعددا تأويليا.	المؤثرات الصورية الحاسوبية وغير الحاسوبية للفيلم الفعلي/ الفيلم الإعلاني المعاد منتجته التهجين التقاني كان واضحا عوضا عن الـFull CGI وقد أستعين بهما للتعبير عن تغيير في الألوان والأشكال وتكثيف وتشويه وتكسير وهدم في ما هو معروف من الخيال العلمي.
الصمت في الفيلم الفعلي/ الفيلم الإعلاني المعاد منتجته إن استراق لحظات الصمت من الزمن السينمائي والإحتفاظ ببعض من الغموض لخلق تعدد في التأويل.	الإتجاه الفني في الفيلم الفعلي/ الفيلم الإعلاني المعاد منتجته دُعّم الإتجاه بشعرية فريدة تتجاوز زخارف الخيال العلمي، وتغلف عالم الفيلم الفعلي بجو غريب ضبابي غامض يقلل من شأن البنية الخطية السهلة وتفعيل قطبية

	بصرية (متسقة مع الإضاءة و اللون الرمادي) يتفاعل من خلالها المتلقي بطريقة التفكير والتصور خارج الصندوق.

المصدر: إعداد شخصي

آلية التناص الأسطوري

بما أن السينما فن جامع حسب النقاد، فهذا جعل منها متناصة مع الأشكال الفنية والأدبية كمبدأ أساسي في إعمال آلياتها الإبداعية، وذلك للمرونة الكبيرة التي تمتلكها والتي تتشكل حسب المبدع، صانع الفيلم. ويعمل التناص على أساس التعالق والتقاطع بين الفيلم ونصوص فنون أخرى وفق الأساس التالي:

-تعالق الأجناس والأشكال الفنية والفيلم وتقاطعها داخل فضائه، وهذا ما رصدناه آنفا في تريلات العينة ، هذه الأسية تختص بالأعمال السينمائية التجريبية الأكثر إبداعية.

أما التعالق الذي نصبو لاثباته، هو تقاطع أجناس الأفلام السينمائية والأسطورة داخل الفضاء الفيلمي.بالطبع في حالة الإسقاط يكون داخل فضاء التريلر.

سبق وتطرقنا للتناص بمصطلح التعالق الفني على مستوى الوضعية الفنية، وهو تناص يخص تداخل أشكال فنية كلاسيكية ومعاصرة. في حين أن التعالق الأسطوري تناص لا يكشف عن شكل جديد في نصوص تريلات العينة فحسب، إنما يكشف أيضا عن المرجعيات الذاتية والجمعية للأساطير التي يرتبط معها مبدع التريلر عند إبداعه التريلر والمضمنة داخل فضاء نص التريلر، كما ينم ذلك عن انفتاح وتفاعلية متبادلة بين نص التريلر الجديد ونص الفيلم الفعلي، بما أنه (أي التناص) يعمل على مستوى تمثلي ومستوى سيميوطيقي، لتمثل المضامين الفكرية والنظرة الفلسفية التي يحتويها النصان مع اختلاف الوسيلة وبالتالي تفاعلية بين الأسطورة التي يطرحها كلاهما.

(أ نجيكو & المديني, 1989,ص ص.109–108)

أما الأسطورة، فهي تشير إلى وقائع يُزعم أنها حدثت منذ زمن بعيد لكن ما يعطي الأسطورة قيمتها العلمية هو أن النمط الخاص الذي تصفه يكون غير ذي زمن محدد، أنها تفسر الحاضر والماضي وكذلك المستقبل (ليفي شتراوس & شاكر, 1985, ص.5) ؛ وانطلاقا من هذه الخاصية، تتسم الأسطورة بالمرونة الديناميكية اللازمنية في فضاء(بمعنى الإشتغال بلا ملامح زمنية)؛ تأخذ آنية

النص ومستواه الدلالي، وبالتالي تنقل المعنى المُسيطر على العمل (التريلر) أو ثيمتها (الأسطورة) من خلال موضوعات حديثة كالخيال العلمي.

ويرى الدكتور ماهر مجيد ابراهيم، أن الصياغة السينمائية للأسطورة، أو كما تم اسقاطه على الدراسة تتمثل في الجوانب التالية (فيما يلي تم تبني رؤية الدكتور ماهر مجيد ابراهيم في أسطرة التناص بتصرف) (مجيد ابراهيم, 2019,ص ص. 30–25) (بتصرف):

- سنمأة للمكان الأسطوري
- سنمأة للشخصيات الأسطورية
- سنمأة الزمن الأسطوري
- سنمأة للصراع الفكري والمعنى الفلسفي

سنمأة (الخاصية السينمائية) للمكان الأسطوري في تريلات العينة

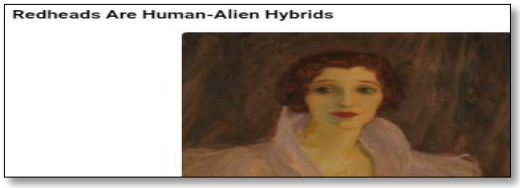
تتسم هذه الصياغة بإعطاء المكان سعة وفنتازية، ملتزمة بمحددات تأثيث الديكور المبتكرة مع التأكيد على العجز الإنساني وسطه؛ وفقده لكل سطوته فيه من الدكتورة لويز وعجزها عن التواصل مع الهيبتابود لانقاذ الأرض، والمهندس الطيار ماكونهي وعجزه عن البقاء انقاذا للأرض إلى رائد الفضاء واتني أين تقطعت به السبل على المريخ وعجزه للرجوع للأرض، فعمدت التريلات على نقل الجو الأسطوري عبر تمثيل الأماكن المفتوحة، الجبال العالية، الحقول الشاسعة، السماء الواسعة و الفضاء المتفتق، حتى الأماكن المغلقة التي توحي أن لا قرار لها كما في الغرفة المظلمة داخل السفينة الفضائية، وهو ما يقوم به العمق والضوء والظل ومدى توظيفهم في تكوين الكادر المُجسم للشخصيات داخل هذه الأمكنة الهائلة والديكورات الضخمة لاسيما عند تجمهر الشخصيات أمام محطات إطلاق الصواريخ، وتجمهر الصحفيين في مبنى الناسا المذهل.

سنمأة (الخاصية السينمائية) للشخصيات الأسطورية

تتشكل الشخصية في الفضاء الأسطوري للتريلر من خلال بعض التلميحات المستقاة من وظيفتها في خضم الأحداث، بمقابلة الخصم الذي يكون حسب الأسطورة ؛ القوى الطبيعية من على سطح المريخ، والتغير المناخي وأعاصير الرملية والآخر المجهول ذو الطاقات المهولة مثلما هو الحال في المخلوقات الفضائية الهيبتابود. أما البناء الأسطوري للشخصية ترتبط برؤية هالة تمهد لقدومه، كشخصية خارقة بالمعنى المعاصر؛ دكتورة الليسانيات لويز الصهباء الذكية، المهندس الطيار ماكونهي الحساس الجلِد، ورائد الفضاء عالم النبات العملي الذي ينبت من بين يديه كل شيء، فلم يتم

التركيز على البنية الجسمانية في التريلات وإنما على الشخصية والتركيبة الفكرية المتمكنة والرسالة الإنسانية التي تجعل منه المختار (القائد)، والأهم الإرتباط الروحي، اتصال لويز بالهيبتابود لغويا وزمنيا مستقبلا وبابنتها ، ارتباط ماكونهي بمنجزات البشرية وما خلفه على الأرض (لا نستطيع الجزم أن الطفلة التي تظهر ابنته) وارتباط وايتني بالإستماتة للبقاء من أجل العودة لعائلته. أي أن العلاقات الإنسانية والأسرية هي السمة الرئيسة التي تغلب على سنمأة الشخصية الأسطورية.

جدول (39): *يوضح سنمأة الشخصية الأسطورية*

الشخصية الأسطورية	سنمأة الشخصية الأسطورية
أسطورة المرأة الصهباء ذات القدرات الماورائية في التنبأ (Arrival)  أسطورة مكتبةtesseract وارتباطها بالأبعاد مافوق الثلاثية والمستكشفين الأوائل(Interstellar) 	

أسطورة روبنسون كريزوي الذي تقطعت به السبل في جزيرة مقفرة (The Martian) 	

المصدر: إعداد شخصي مقتبس من:

(McCann, 2022)
(Cedarhurst Center for the Arts, 2019)
(Hall, 2020)

سنمأة (الخاصية السينمائية) الزمن الأسطوري

يكتسب الزمن تمظهره من حقيقة تمظهر ملامح المكان داخل فضاء التريلر، الذي يحيل على العناصر السينمائية كالأزياء، الديكور وتأثيث الكادر للتتكاثف في سيرورة دلالية (سيميوزيس) عند التعامل مع المعنى الأسطوري لكل تريلر؛ أسطورة المرأة الصهباء ذات القدرات الماورائية في التنبأ (Arrival)، أسطورة مكتبة tesseract وارتباطها بالأبعاد مافوق الثلاثية والمستكشفين الأوائل (Interstellar)، أسطورة روبنسون كريزوي الذي تقطعت به السبل في جزيرة مقفرة (The Martian). هته القوالب الأسطورية تعمل على تحديد زمن الأحداث داخل فضاء تريلات العينة من خلال متى ينطلق وينقضي الزمن ؛ فالبعض يحيل على الماضي والمستقبل والآخر على الحاضر والماضي فيما أن الآخر على الحاضر والمستقبل، هذه الأفعال الدرامية ترمي بحمولتها الدلالية على زمن الشخصية بين نقطة تحولها من الإعتيادية إلى الأسطورية وفق الجدول التالي:

جدول (40): *يوضح تعالق الفعل الدرامي بنقطة التحول الأسطورية*

الفعل الدرامي	نقطة التحول الأسطورية
That is a proper introduction	
that we are still pioneer	
Are you receiving me?	

المصدر: إعداد شخصي

سنمأة (الخاصية السينمائية) للصراع الفكري والمعنى الفلسفي

تعرض تريلات (من العينة والمعادة لها المنتجة) لغزا كونيا، انشغلت به الإنسانية والحضارات؛ أن الإنسان مهمته كمنقذ، قائد ومختار هوتجازو معضلات عالمية كونية، وبغض النظرعن الصياغة المبدعة للأسطورة داخل تريلات العينة، إلا أن هذا دليل استمرارية متخيل الأسطورة والأنما الأولى للتفكير منذ الإنسان الأول (إذا لم يكن في ذلك مبالغة) إلى الإنسان المعاصر.

وبناءا على ما سبق، فلقد اعتمدت الصياغة السينمائية لتريلات العينة في تناصها مع الأساطير التي تلتصق كما وسبق الإشارة لها بـ: الصهباوات الساحرات، المستكشفين الأوائل وأسطورة روبنسون كريزوي على آليات فرعية تتأتى على مستويين الشكلي والدلالي؛ أول آليات، القلب، فصحيح أن صفة اللاواقعية تطبع الأسطورة إلا أن إعادة صياغتها عبر تعميق الأحداث الدرامية من خلال إخضاع العناصر السينمائية لسيرورة من التدليل على أساس الفكرة العملية والمدلولات الفلسفية، ففي تريلر Arrival، تتكثف جميع التوجهات الفكرية التي تخص واجهة الأسطورة ، وهي المرأة الصهباء لينتقي مبدع التريلر ما يناسب الشخصية من واقع الفيلم الفعلي : كالتوجه الفكري المنبثق من عمق الشخصية، انعكاس البيئة على سلوكيات الشخصية وانتماءاته، الإرتباط الجسدي، النفسي والأخلاقي. أما الإقتباس الذي يتمثل في اقتطاع ملامح من الأسطورة سواء كان ملمحا شكليا أم تدليليا لتمتزج مع التريلر مع الإبقاء على أثر(إشارة) كما هو في تريلر Interstellar عند رصد الملامح في الخطاب التحفيزي.

5. خاتمة

1.5 نتائج الدراسة النظرية والتطبيقية

2.5 مناقشة النتائج

3.5 خاتمة توصيات واقتراحات الدراسة

1.5 نتائج الدراسة النظرية والتطبيقية

استقرت الأطروحة على النتائج التي تظهر في الخطاطات التالية:

النتائج العامة النظرية:

ما يميز تحليل الخطاب متعدد الأنماط MDA هو استقلاله، وتخلصه من القيود التي تعيق تحليل الخطاب DA، الذي يقتصر إجراؤه على نظام اللغة وبنيتها الدلالية، والتصاقه باللسانيات وقواعدها. ومن أجل تلبية متطلبات العصر الرقمي واسناداته من منصات إفتراضية ، يجب أن تدخل الأبحاث التقليدية أحادية الأنماط) في حوار مع البحوث متعددة الأنماط (تحليل المراجعات من على المنصات الإفتراضية وتحليل الخطاب المرفوع على المنصات الإفتراضية) وإحداث تحاقل بين الألسني والمرئي والدينامي والرقمي ونقصد بهذا، التغيرات الاجتماعية والثقافية والتكنولوجية والتواصلية وما أنحته من خطابات ديناميكية ووضعها في الاعتبا. التوجه نحو طرق أخرى وآليات معاصرة في توليد المعنى وتأويل الظواهرالسياقية contextual phenomena، فتوليد المعنى Meaning making في MDA يتم عبر الصور، الأصوات، الألوان، الحركة والخوارزميات التابعة لمنصات العرض وما إلى ذلك... والتي تعتبر واجهات ومسارات متولدة من قنوات الإدراك الحسي ونعتقد أن طبيعة الـ MD ناتجة عن الإستخدام الشامل لقنوات الإدراك البشري في عملية الاتصال، ولتبادل المعلومات بين البشر والبيئة المحيطة بهم. (الأشكال تم ترقيمها وسم عناوينها ومصادرها على طول تحليل، تفسير ومناقشة النتائج الجزئية)

النتائج العامة التطبيقية على ضوء الفرضيات:

الفرضية الرئيسة المركبة

ترسم المستويات التأسيسية، الوضعية (أو التموضعية) والسيميوطيقية أهم ملامح تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في انفصاله عن الخطاب الإشهاري، كما تحقق أهم تمثلاته في علاقته الدلالية مع الأفلام الفعلية.

الفرضيات التفكيكية

الفرضية الأولى (H1)

تتمثل أهم ملامح تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في انفصاله عن الخطاب الإشهاري :
المستوى التأسيسي، المستوى الوضعي والمستوى السيميوطيقي

الفرضية الثانية (H2)

تتمثل أهم ملامح تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة الـ IMDb في انفصاله عن الخطاب الإشهاري :
المستوى التأسيسي، المستوى الوضعي والمستوى السيميوطيقي

الفرضية الأولى (H1)

تمثل أهم ملامح تشكيل الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام الدراسة في انفصاله عن الخطاب الإشهاري في:
المستوى التأسيسي، المستوى الوضعي والمستوى السيميوطيقي

الفرضية الفرعية الأولى (H1 `1) المستوى التأسيسي	الفرضية الفرعية الثانية (H1 `2) المستوى الوضعي	الفرضية الفرعية الثالثة (H1 `3) المستوى السيميوطيقي
تفضي التطبيقات الأدائية والتكنولوجية المتبناة في إعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb لتأسيس خطاب هجين (خطاب إشهاري/سينمائي)	تقف الوضعيات المتعددة (السينمائية، الفنية ،الثقافية والرقمية) التي تتخذها نصوص إعلانات الأفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb وراء تشييد الخطاب الإبداعي	نظرا لخصائصها الخطابية المتعددة الأنماط Multimodal Discourse، تميل إعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb للانخراط في آليات النمذجة بالنسبة لأفلامها الفعلية

الفرضية الفرعية الأولى (H1 `1)
المستوى التأسيسي
تفضي التطبيقات الأدائية والتكنولوجية المتبناة في الفيلم الإعلاني Arrival على منصة IMDb لتأسيس خطاب هجين (خطاب إشهاري/سينمائي)
عناصر المختارات من الفيلم الفعلي والمجسدة في التريلر تعبر عن الإحالة الإخبارية
عناصر المستقلات (مع استثناء الحشو الإشهاري) التي تعبر عن تمظهر الذات الإبداعية
الدوال التصويرية، الدوال الضوئية
الدوال التشويهية، الدوال الوصلية، الدوال الصوتية
الأنماط السيوطيقية المتعددة في الفيلم الإعلاني Arrival
Modes Pictorial and Multimodal Equivalents
المكتوب
الملفوظات
الصور المتحركة والساكنة Moving and Static Images
الألوان
الموسيقى
الإضاءة
الحوار
voice-over
المؤثرات الصورية والصوتية
المونتاج وإعادة -المونتاج
التمثل الأول من المستوى التأسيسي للخطاب الإبداعي الخاص بالفيلم الإعلاني Arrival
أبان مستوى التشريح والتطبيقات الأدائية والتكنولوجية المتبناة، مبدئيا عن تجذر و تعدد العناصر السينمائية (عناصر التصميم السردي، عناصر التصميم المرئي، العناصر اللغوية المنطوقة، العناصر اللغوية المكتوبة، عناصرالتكوين المشهدي والمونتاج و العناصر التقنية) بشكل خالص ومكثف في الفيلم الإعلاني Arrivalالمرخية في اشتغالها لتعدد الأنماط السيميوطيقية كما تسوغ إلى ترصيف دوال ومختارات ترفع من بطانة التأسيس الإبداعي، لاسيما تلك المتجسدة في: الدوال التشويهية، الدوال الوصلية الدوال الصوتية، والمنوطة بحامل عدم خلخلة خطاطة الفيلم الفعلي (النموذج المعياري الأول لـ لبيل ووايريBill Woolery)
إذن قلب ملمح الإبداع في الفيلم الإعلاني Arrival هي ديناميكية المونتاج المتناغم مع الموسيقى وتصميم الصوت.

الفرضية الفرعية الأولى (H1 `1)
المستوى التأسيسي
تفضي التطبيقات الأدائية والتكنولوجية المتبناة في الفيلم الإعلاني Interstellar على منصة IMDb لتأسيس خطاب هجين (خطاب إشهاري/سينمائي)
عناصر المختارات من الفيلم الفعلي والمجسدة في التريلر تعبر عن الإحالة الإخبارية
عناصر المستقلات (مع استثناء الحشو الإشهاري) التي تعبر عن تمظهر الذات الإبداعية
الدوال التصويرية
الدوال التشويهية، الدوال الوصلية، الدوال الصوتية الدوال التصويرية، الدوال الضوئية
الأنماط السيوطيقية المتعددة في الفيلم الإعلاني Interstellar
Modes Pictorial and Multimodal Equivalents
الصور المتحركة والساكنة Moving and Static Images
الألوان
الموسيقى
الإضاءة
الحوار
voice-over
المؤثرات الصورية والصوتية
المونتاج وإعادة –المونتاج
الملفوظات
أبان مستوى التشريح والتطبيقات الأدائية والتكنولوجية المتبناة، عن تجذر عميق و تعدد العناصر السينمائية (عناصر التصميم السردي، عناصر التصميم المرئي، العناصر اللغوية المنطوقة، العناصر اللغوية المكتوبة، عناصرالتكوين المشهدي والمونتاج و العناصر التقنية) بشكل خالص ومكثف في الفيلم الإعلاني Interstellar
المرخية في اشتغالها لتعدد الأنماط السيميوطيقية لاحقا،
كما تسوغ إلى ترصيف دوال ومختارات ترفع من بطانة التأسيس الإبداعي، لاسيما تلك المتجسدة في: الدوال التصويرية (المقاطع الأرشيفية المستقلة) الدوال الصوتية (الصوت الأيقوني الراديوفوني كموثراتوالإقتبا س الحكائي (Voice Over
حيث، اعتمدت المختارات في الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي Interstellar على خلخلة خطاطة الفيلم الفعلي، من خلال النموذج المعياري الأول والثاني لستيفن جاريت Stephen Garett في عرض المختارات والمستقلات والخروج عن الترتيب الزمني للمتجاورات والعبث بإبداعية في كرونولوجيا السرد، وذلك بالتركيز على جلب العناصر المستقلة بنسقية تركيبها وإيحائية البناء(الدوال الصورية الأرشيفية، والدوال الصوتية الخارجة عن الحوار) وفق تجانس نموذجين؛ التشويقي Teaser (ما يفسر طغيان العناصر المستقلة التي لا تمت للفيلم الفعلي بصلة مباشرة) و نموذج القصيدة الشعرية المرئية في عرض الحبكة، والتي أصبحت فيما بعد من أشهر الإقتباسات الـ Quotes المعروضة في التريلر.

الفرضية الفرعية الأولى (H1 `1)
المستوى التأسيسي
تفضي التطبيقات الأدائية والتكنولوجية المتبناة في الفيلم الإعلاني The Martian على منصة IMDb لتأسيس خطاب هجين (خطاب إشهاري/سينمائي)
عناصر المختارات من الفيلم الفعلي والمجسدة في التريلر تعبر عن الإحالة الإخبارية
عناصر المستقلات (مع استثناء الحشو الإشهاري) التي تعبر عن تمظهر الذات الإبداعية
الدوال التصويرية، الدوال التشويهية، الدوال الصوتية الدوال التصويرية، الدوال الضوئية
الدوال الوصلية
الأنماط السيوطيقية المتعددة في الإعلان الفيلمي
Modes Pictorial and Multimodal equivalents
الصور المتحركة والساكنة moving and static images
الألوان
الموسيقى
الإضاءة
الحوار
voice-over
المؤثرات الصورية والصوتية
المونتاج وإعادة –المونتاج
المكتوبات
أبان مستوى التشريح والتطبيقات الأدائية والتكنولوجية المتبناة، عن تجذر عميق و تعدد العناصر السينمائية (عناصر التصميم السردي، عناصر التصميم المرئي، العناصر اللغوية المنطوقة، العناصر اللغوية المكتوبة، عناصرالتكوين المشهدي والمونتاج و العناصر التقنية) بشكل خالص ومكثف في الفيلم الإعلاني The Martian
المرخية في اشتغالها لتعدد الأنماط السيميوطيقية لاحقا،
كما تسوغ إلى ترصيف دوال ومختارات ترفع من بطانة التأسيس الإبداعي، لاسيما تلك المتجسدة في: الدوال التشويهية المنطوق خارج الصورة الدوال الصوتية (الصوت الأيقوني الإقتباسي الـ Voice Over صوت الممثل)
الدوال الوصلية : المُنْتجة المُسببة للتسريب الكبير في المعلومات
حيث، اعتمدت المختارات في الفيلم الإعلاني للفيلم الفعلي The Martian على عدم خلخلة خطاطة الفيلم الفعلي، من خلال تعدد النماذج المعيارية المتبناة في عرض المختارات والمستقلات الترتيب الزمني للمتجاورات وكرونولوجيا السرد التابعة للفيلم الفعلي، و هذا نتيجة الحشو الطاغي للمختارات في التريلر.

الفرضية الفرعية الثانية (H1`2)
المستوى الوضعي
تقف الوضعيات المتعددة (السينمائية، الفنية ،الثقافية والرقمية) التي تتخذها نصوص الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb وراء تشييد الخطاب الإبداعي
ملمح الوضعية السينمائية لتريلات المدونة
أسفرت الوضعية السينمائية لنصوص تريلات المدونة، عن مستوى تكويني، شكّل انجازاسينمائيّا بمختلف عناصرها، والتي تمكن من اعتبار إعلانات الأفلام ضمن جدول لغة الإبداع السينمائي.
إن رصد مواطن السينمائية في نصوص تريلات المدونة، لاسيما استراتيجيات دمج تلك العناصر وفق سيرورة ديناميكية إبداعية، أسهم في التسويغ السينمائي.
العلامة الفارقة بين المختارات والمستقلات (كعناصر سينمائية) أنها وظفت في نصوص التريلات على أنها أختلقت من عدم وأبدعها مبدع التريلر إنطلاقا من:
مستقلات لا علاقة لها بالفيلم الفعلي، وهذا ما طغى في تريلر Interstellar
مختارات لها علاقة مكثفة بالفيلم الفعلي وهذا ما طغى في تريلري Arrival وThe Martian
أظهر مبدعو التريلات قريحة إبداعية في تنسيق المختارت، واختلاق المستقلات
أي أن هنالك ترابطا كما أن هنالك انفصالا بين العناصر السينمائية التابعة للتريلر والعناصر السينمائية التابعة للفيلم الفعلي، وذلك حسب الروّية الإخراجية والمرامي السينمائية بين مخرج الفيلم الفعلي ومنبدع التريلر

الفرضية الفرعية الثانية (H1`2)
المستوى الوضعي
تقف الوضعيات المتعددة (السينمائية، الفنية ،الثقافية والرقمية) التي تتخذها نصوص الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb وراء تشييد الخطاب الإبداعي
ملمح الوضعية الفنية لتريلات المدونة
أسفرت الوضعية الفنية لنصوص تريلات المدونة، أنه وبعد تبني الإجراء ما بعد الحداثي، أدى إلى تحررها من قيود وسلطة النداءات الإعلانية لتأخذ شكل النص اللاإعلاني Not Trailer
انعكس الإجراء ما بعد الحداثي من خلال الحرية المتاحة في إبداع تشكيل محتوى التريلر ووفرة الاختيار لمختلف الأذواق؛ والهويات غير المقيدة بآفاق محدودة من الثقافات
انفتاح المنظومة الفنية في التريلرعلى كل ما هو هجين Hybrid ومتعدد
طغيان استراتيجيات المزج الفني وعدم القدرة على التنبأ لاسيما في تريلر Interstellar في الدرجة الأولى، وتريلر Arrival، The Martian في الدرجة الثانية، على الاستراتيجيات الإقناعية الترويجية لامتداد مدى الإشتغال الفني السينمائي خارج الفيلم الإعلاني.
إذن ما يشكل الإنعكاس النصي الفني لتريلات المدونة، هي التعبئة التناصية وتدفق التداخل الخطابي الهجين

الفرضية الفرعية الثانية (H1 `2)
المستوى الوضعي
تقف الوضعيات المتعددة (السينمائية، الفنية ،الثقافية والرقمية) التي تتخذها نصوص الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb وراء تشييد الخطاب الإبداعي
ملمح الوضعية الثقافية لتريلات المدونة
أسفرت الوضعية الثقافية لنصوص تريلات المدونة، أن مصطلح الإنفجار الثقافي الذي جاء به لوتمان، والتفكيك التهديمي الذي جاءت به ما بعد الحداثة باتا يختزلان كتلة من الصناعات الثقافية الموازية الرقمية المقنعة بالإبداع
على أنها خطابات تصف حقيقة الخطاب المُولِّد لا حقيقة الواقع
انتقال الهيمنة في الصناعات الثقافية (لتريلات المدونة)من سيطرة الخطاب الأصلي (الإشهاري) إلى التشاركية الفرعية للخطاب الهامشي (السينمائي السيبراني)
إعلان وفاة الخطاب الأصلي للتريلر أمام الخطاب الفرعي الهجين والتلميح مستقبلا عن التنكر لسلطة مخرج الفيلم الفعلي، وبالتالي التمكن من إعادة إبداع نصوص تريلات المدونة وصبغها بقصدية متعددة
تفاعل أشكال الفنون الجمالية، البصرية الشعبية داخل تريلات المدونة أدى إلى إتاحة التناسخ الهجين وصيغ متعددة منه على منصة الـIMDb والـYouTube

الفرضية الفرعية الثانية (H1`2)
المستوى الوضعي

تقف الوضعيات المتعددة (السينمائية، الفنية ،الثقافية والرقمية) التي تتخذها نصوص الأفلام الإعلانية Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb وراء تشييد الخطاب الإبداعي

ملمح الوضعية الرقمية لتريلات المدونة

الفرضية الفرعية الثالثة (H1`3)
المستوى السيميوطيقي

نظرا لخصائصها الخطابية المتعددة الأنماط Multimodal Discourse ، تميل إعلانات أفلام Interstellar, The Martian, Arrival على منصة IMDb للانخراط في آليات النمذجة بالنسبة لأفلامها الفعلية

الفيلم الإعلاني خطاب متعدد الأنماط

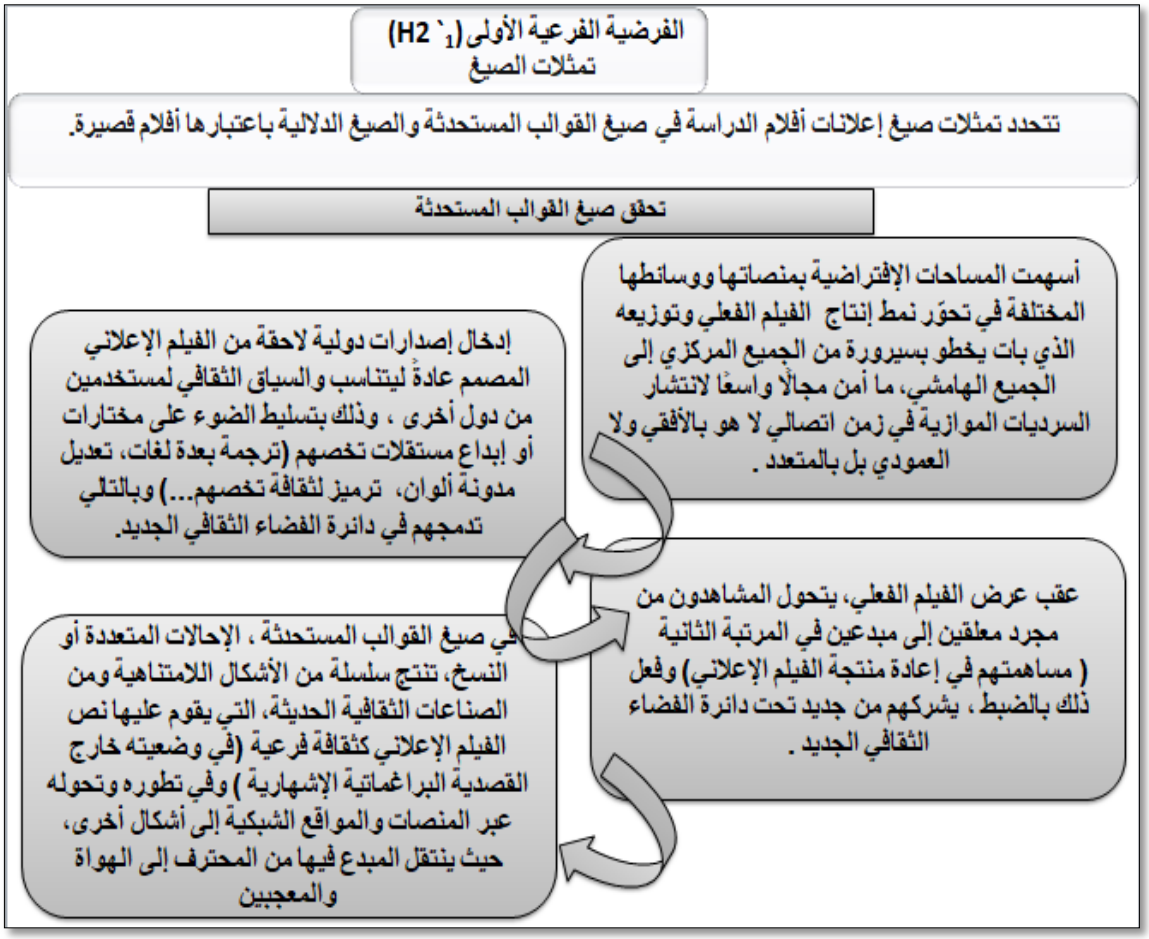
تحقق آليتي الإخلاف والتفريخ في تريلات المدونة

العلاقات بين نص تريلات المدونة وتقاطعها مع نصوص أنظمة أخرى داخل الكون الثقافي والتكنولوجي الديناميكي، تحققت من خلال تشييد الوضعية الفنية لنص إعلانات الأفلام Artistic Status، فعلى مستواها يتم إزالة الحدود بين تريلات المدونة وصناعات ثقافية أخرى لنستطيع رصد، تهجير واستعارة عناصر تابعة لنصوص فنون أخرى في تريلات المدونة، فهي تعمل على تحيين فنية وسينمائية التريلر وتفعيل جماليته؛ فتأبير العناصر الفنية داخل بنية التريلر يجعله يتقاسم مع الخطابات الأخرى المقتبسة من التلفزيون، الفيلم الوثائقي، الفيلم العلمي التمظهر والتفعيل السينمائي ولاسيما الإشتغال السيميوطيقي التعددي

تفكيك القصدية (تحقق القصدية التابعة للسنمأة الصرفة في تريلات المدونة)

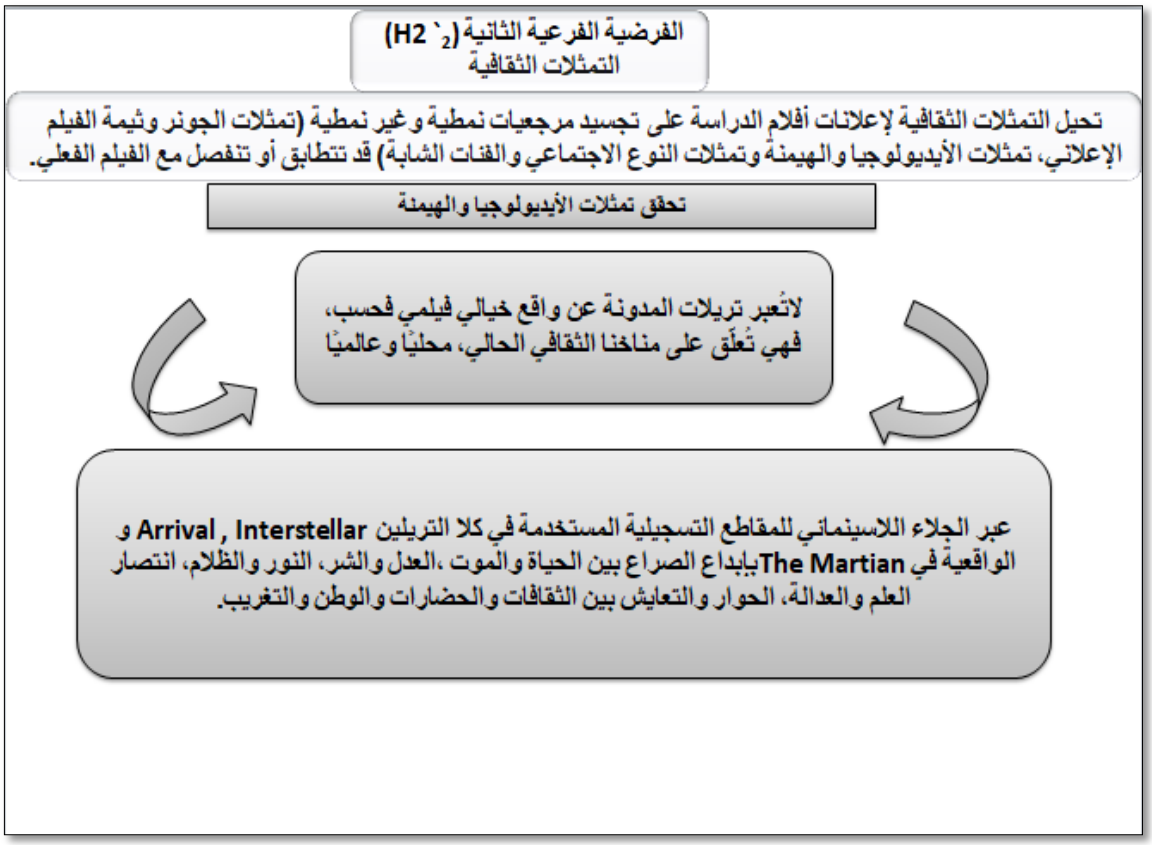
اتضحت القصدية الجديدة(قصدية الفيلم الفعلي في تقابل مع قصدية الفيلم الإعلاني كخطاب هجين سينمائي، وانزياح قصدية الفيلم الإعلاني كخطاب إشهاري)

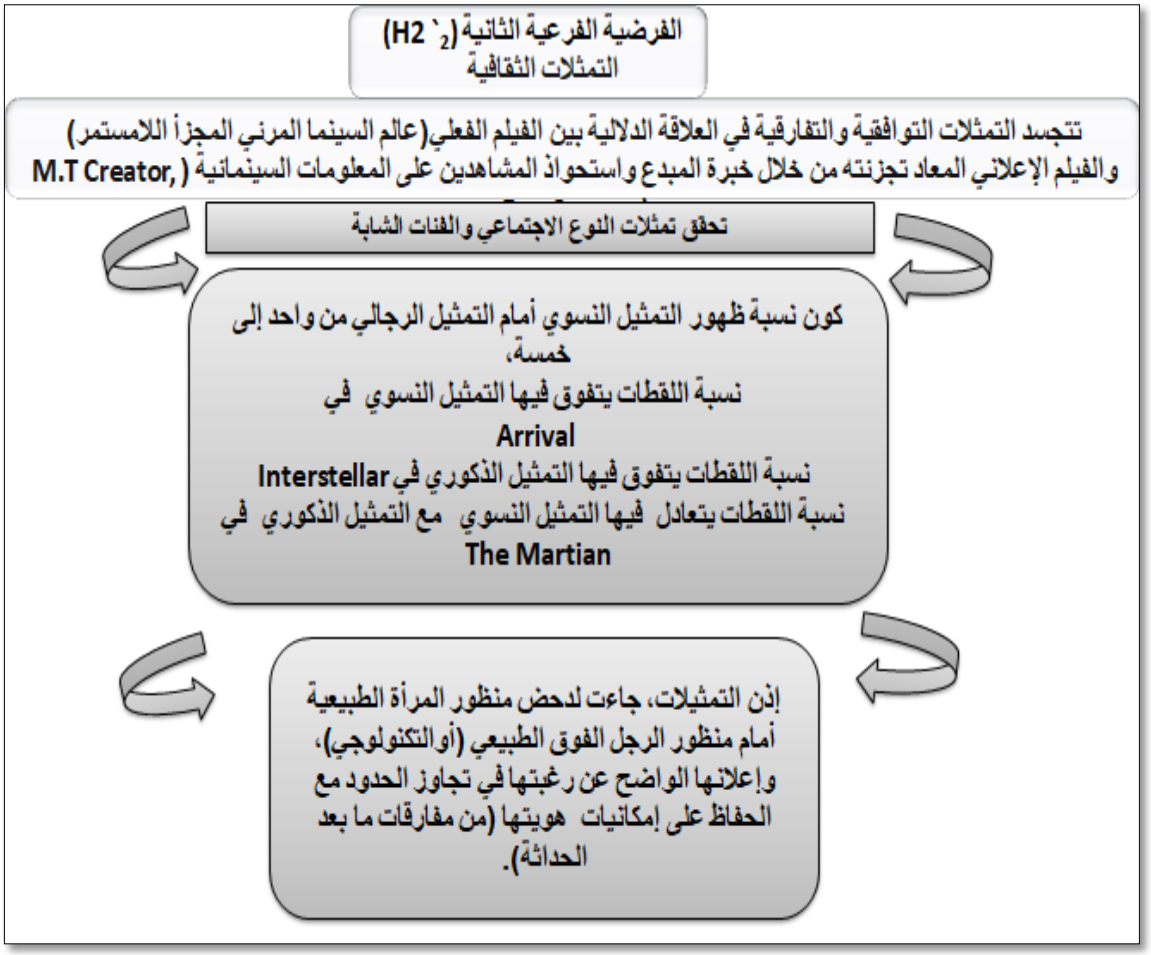
الفرضية الثانية (H_2)
تتضح أهم تمثلات الخطاب الإبداعي لإعلانات أفلام الدراسة في علاقتها الدلالية مع أفلامها الفعلية في:
تمثلات الصيغ ، التمثلات الثقافية والتمثلات التوافقية والتفارقية
الفرضية الفرعية الأولى ($H2`_1$)
الفرضية الفرعية الثانية ($H2`_2$)
الفرضية الفرعية الثالثة ($H2`_3$)
تتحدد تمثلات صيغ إعلانات أفلام الدراسة في صيغ القوالب المستحدثة والصيغ الدلالية باعتبارها أفلام قصيرة.
تحيل التمثلات الثقافية لإعلانات أفلام الدراسة على تجسيد مرجعيات نمطية وغير نمطية (تمثلات الجونر وثيمة الفيلم الإعلاني، تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة وتمثلات النوع الاجتماعي والفئات الشابة) قد تتطابق أو تنفصل مع الفيلم الفعلي.
تتجسد التمثلات التوافقية والتفارقية في العلاقة الدلالية بين الفيلم الفعلي(عالم السينما المرئي المجزأ اللامستمر) والفيلم الإعلاني المعاد تجزئته من خلال خبرة المبدع واستحواذ المشاهدين على المعلومات السينمائية (M.T (Creator, Fan Creator

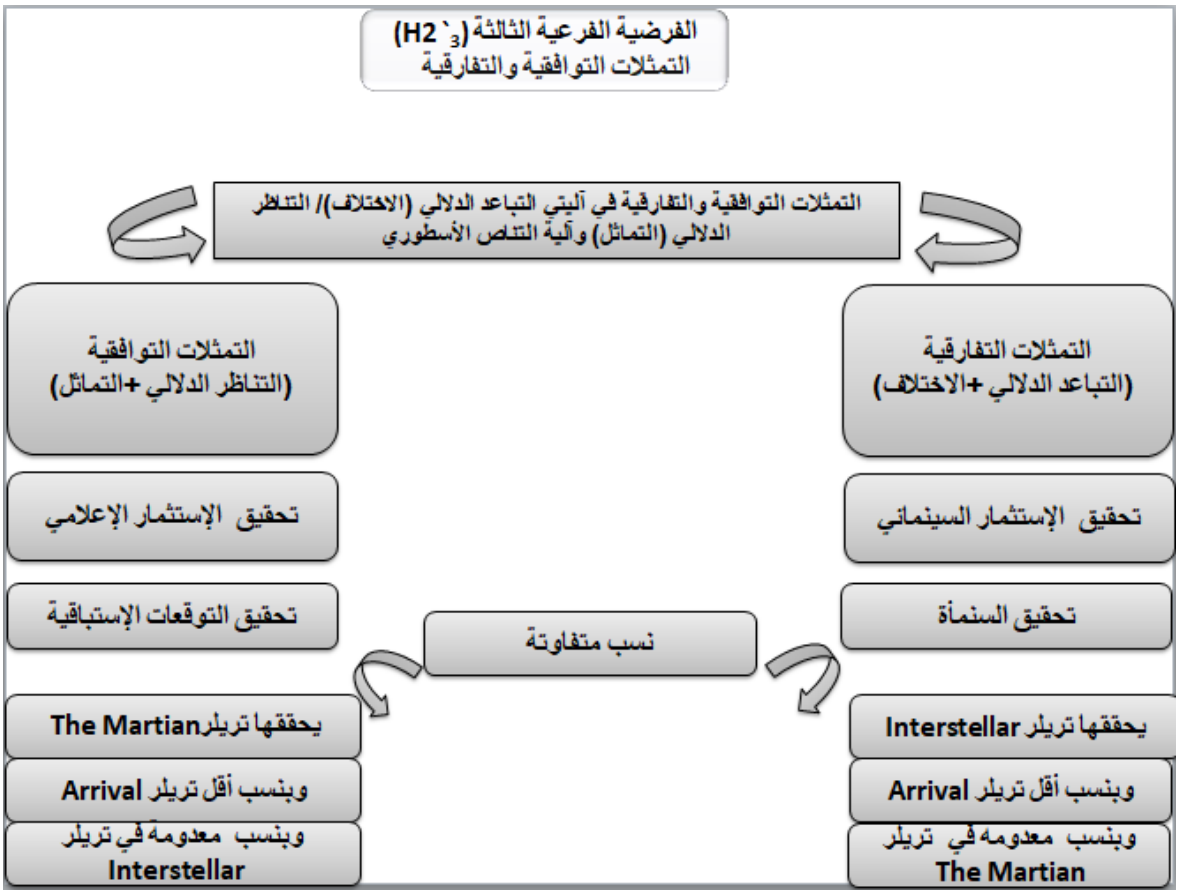

الفرضية الفرعية الأولى ($H2`_1$)
تمثلات الصيغ
تتحدد تمثلات صيغ إعلانات أفلام الدراسة في صيغ القوالب المستحدثة والصيغ الدلالية باعتبارها أفلام قصيرة.
تحقق صيغ القوالب المستحدثة
أسهمت المساحات الإفتراضية بمنصاتها ووسائطها المختلفة في تحوّر نمط إنتاج الفيلم الفعلي وتوزيعه الذي بات يخطو بسيرورة من الجميع المركزي إلى الجميع الهامشي، ما أمن مجالًا واسعًا لانتشار السرديات الموازية في زمن اتصالي لا هو بالأفقي ولا العمودي بل بالمتعدد .
إدخال إصدارات دولية لاحقة من الفيلم الإعلاني المصمم عادةً ليتناسب والسياق الثقافي لمستخدمين من دول أخرى ، وذلك بتسليط الضوء على مختارات أو إبداع مستقلات تخصهم (ترجمة بعدة لغات، تعديل مدونة ألوان، ترميز لثقافة تخصهم...) وبالتالي تدمجهم في دائرة الفضاء الثقافي الجديد.
عقب عرض الفيلم الفعلي، يتحول المشاهدون من مجرد معلقين إلى مبدعين في المرتبة الثانية (مساهمتهم في إعادة منتجة الفيلم الإعلاني) وفعل ذلك بالضبط ، يشركهم من جديد تحت دائرة الفضاء الثقافي الجديد .
في صيغ القوالب المستحدثة ، الإحالات المتعددة أو النسخ، تنتج سلسلة من الأشكال اللامتناهية ومن الصناعات الثقافية الحديثة، التي يقوم عليها نص الفيلم الإعلاني كثقافة فرعية (في وضعيته خارج القصدية البراغماتية الإشهارية) وفي تطوره وتحوله عبر المنصات والمواقع الشبكية إلى أشكال أخرى، حيث ينتقل المبدع فيها من المحترف إلى الهواة والمعجبين

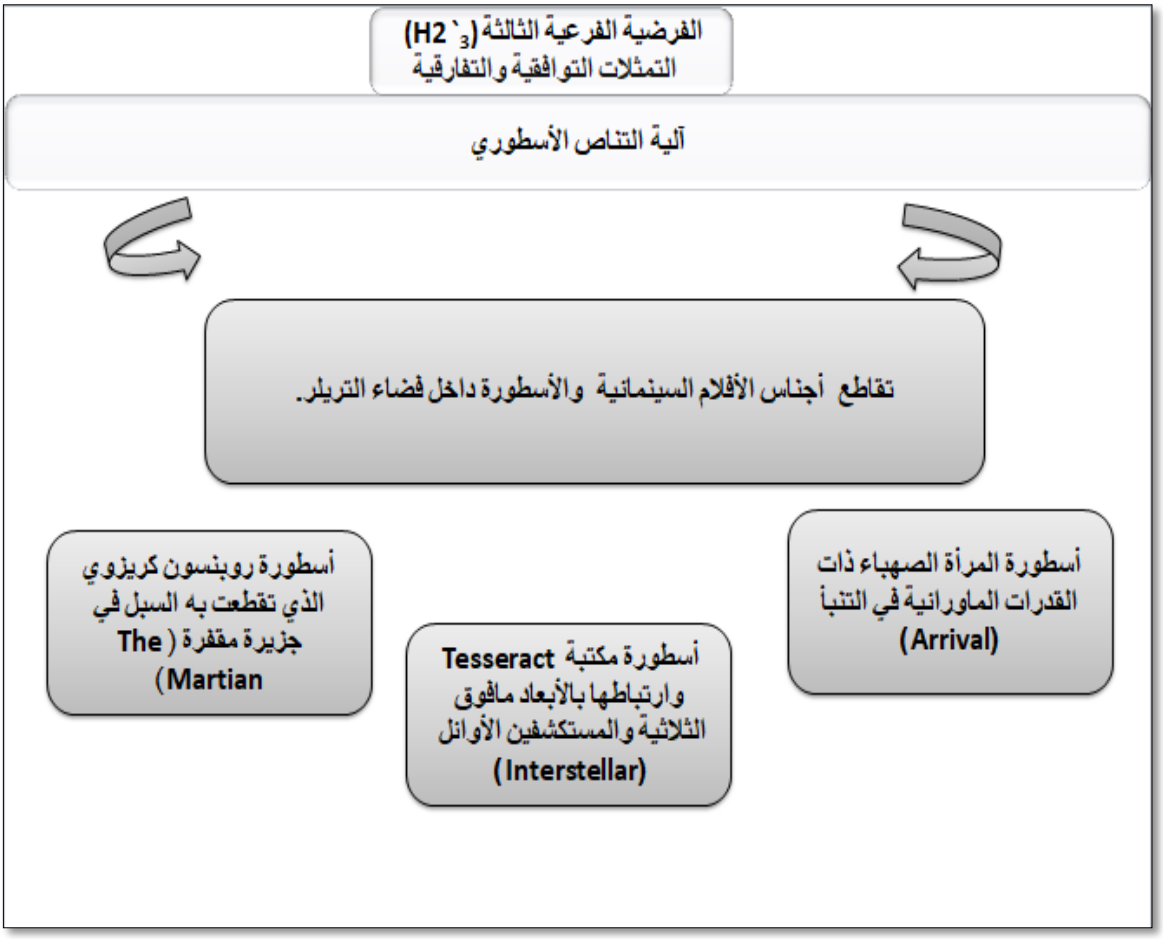
الفرضية الفرعية الأولى (H2 `1)
تتحدد تمثلات صيغ إعلانات أفلام الدراسة في صيغ القوالب المستحدثة والصيغ الدلالية باعتبارها أفلام قصيرة.
تحقق الصيغ الدلالية
أسهمت المساحات الإفتراضية بمنصاتها في تحوّر نمط إنتاج الفيلم الفعلي وتوزيعه الذي بات يخطو بسيرورة من الجميع المركزي إلى الجميع الهامشي، ما أمن مجالًا واسعًا لانتشار السرديات الموازية في زمن اتصالي لا هو بالأفقي ولا العمودي بل بالمتعدد .
إدخال إصدارات دولية لاحقة من الفيلم الإعلاني المصمم عادةً ليتناسب والسياق الثقافي للمشاهدين من دول أخرى ، وذلك بتسليط الضوء على مختارات أو إبداع مستقلات تخصهم (ترجمة بعدة لغات، تعديل مدونة ألوان، ترميز لثقافة تخصهم...) وبالتالي تدمجهم في دائرة الفضاء الثقافي الجديد.
عقب عرض الفيلم الفعلي، يتحول المشاهدون من مجرد معلقين إلى مبدعين في المرتبة الثانية (مساهمتهم في إعادة منتجة الفيلم الإعلاني) وفعل ذلك بالضبط ، يشركهم من جديد تحت دائرة الفضاء الثقافي الجديد .
في صيغ القوالب المستحدثة ، الإحالات المتعددة أو النسخ، تنتج سلسلة من الأشكال اللامتناهية ومن الصناعات الثقافية الحديثة، التي يقوم عليها نص الفيلم الإعلاني كثقافة فرعية (في وضعيته خارج القصدية البراغماتية الإشهارية) وفي تطوره وتحوله عبر المنصات والمواقع الشبكية إلى أشكال أخرى، حيث ينتقل المبدع فيها من المحترف إلى الهواة والمعجبين
تعتبر هذه الإحالات، في ظل السيميوزيس الثقافي (كما يزعم لوتمان) ديناميكيات للترجمة ليس كما يستخدمها" أمبرتو إيكو" بين قاموسين، إنما بين ثقافتين أو شكلين فأكثر؛ فهي سلسلة من الحوارات بين الثقافات المركزية والهامشية في سعيها نحو التطور، التأقلم وإعادة الصياغة، قادرة على إحداث تأثيرات في استعمالات الثقافة المركزية وإنتاج وتلقي الدلالة.

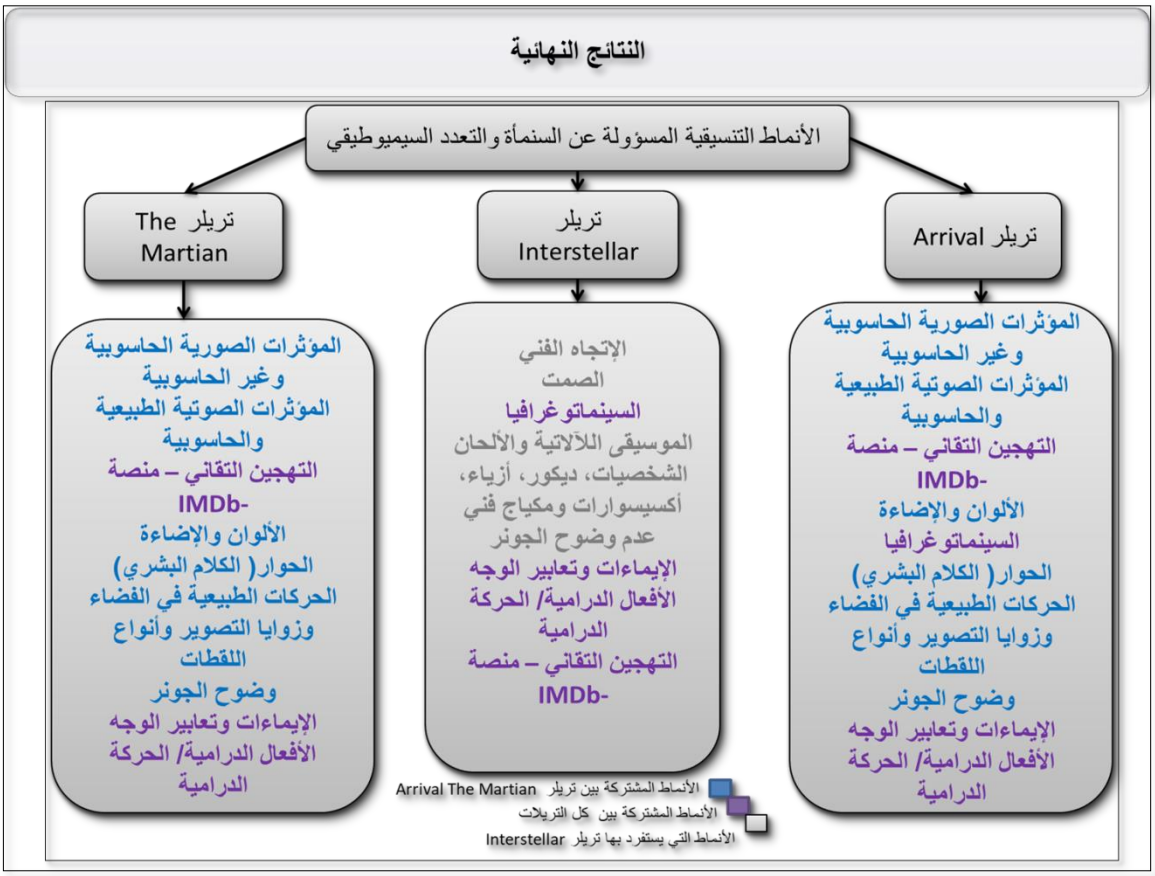
الفرضية الفرعية الثانية (H2 `2)
تحيل التمثلات الثقافية لإعلانات أفلام الدراسة على تجسيد مرجعيات نمطية وغير نمطية (تمثلات الجونر وثيمة الفيلم الإعلاني، تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة وتمثلات النوع الاجتماعي والفئات الشابة) قد تتطابق أو تنفصل مع الفيلم الفعلي
تتحقق مثلات الجونر وثيمة الفيلم الإعلاني
نماذج متفق عليها خاصة بنوع الخيال العلمي، وقد تحافظ هذه النماذج والبروتوكولات على الطريقة التي تستمر بها فاعلية وجمالية الفيلم الإعلاني في بثها لرسائل معينة ذات تأثيرات على المشاهدين لكن بالمقابل سيمنح الخروج عن البروتوكولات إبداعا خاصا بالفيلم الإعلاني يخرج فيه عن نص الفيلم الفعلي، وقد يشكل نوعا فرعيا خاصا
في تبيان تمثلات الجونر يظهر وبسجلي بل وتجاوز ذلك نحو نحت تمثلات جونر فرعي ذلك الخيال العلمي الذي يميل نحو امتزاج الذكاء العاطفي بالسيبرانية والبيولوجية...إلى جانب نشاط تخيلي يخضع لفعل التمظهر الصراعي، انسياقا للمورائيات.
الصنف الفرعي في الأفلام الفعلية
الخيال العلمي النسوي
الخيال الواقعي النوستالجي
الخيال العلمي الواقعي

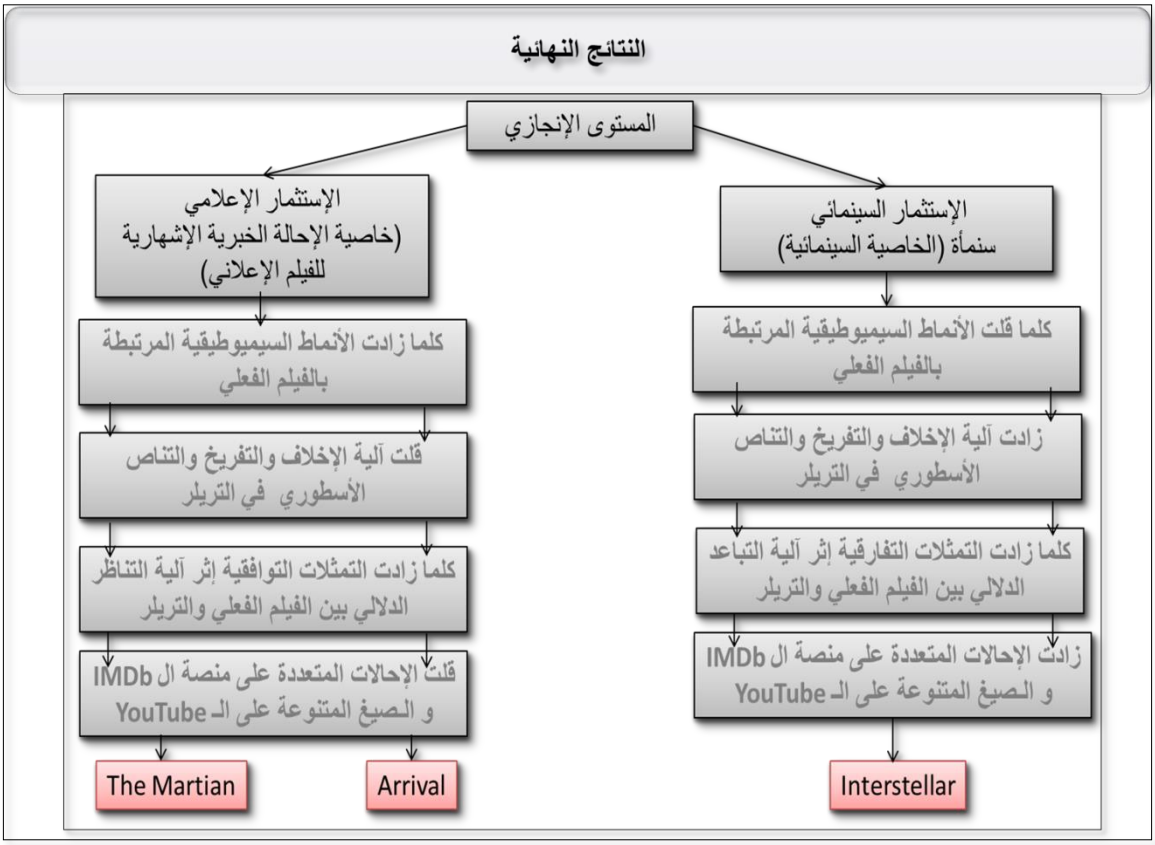

الفرضية الفرعية الثانية (H2 `2)
التمثلات الثقافية
تحيل التمثلات الثقافية لإعلانات أفلام الدراسة على تجسيد مرجعيات نمطية وغير نمطية (تمثلات الجونر وثيمة الفيلم الإعلاني، تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة وتمثلات النوع الاجتماعي والفئات الشابة) قد تتطابق أو تنفصل مع الفيلم الفعلي.
تحقق تمثلات الأيديولوجيا والهيمنة
لاتُعبر تريلات المدونة عن واقع خيالي فيلمي فحسب، فهي تُعلّق على مناخنا الثقافي الحالي، محليًا وعالميًا
عبر الجلاء اللاسينمائي للمقاطع التسجيلية المستخدمة في كلا التريلين Arrival , Interstellar و الواقعية في The Martianبإبداع الصراع بين الحياة والموت ،العدل والشر، النور والظلام، انتصار العلم والعدالة، الحوار والتعايش بين الثقافات والحضارات والوطن والتغريب.


الفرضية الفرعية الثانية (H2 `2)
التمثلات الثقافية
تتجسد التمثلات التوافقية والتفارقية في العلاقة الدلالية بين الفيلم الفعلي(عالم السينما المرئي المجزأ اللامستمر) والفيلم الإعلاني المعاد تجزئته من خلال خبرة المبدع واستحواذ المشاهدين على المعلومات السينمائية (M.T Creator,
تحقق تمثلات النوع الاجتماعي والفئات الشابة
كون نسبة ظهور التمثيل النسوي أمام التمثيل الرجالي من واحد إلى خمسة،
نسبة اللقطات يتفوق فيها التمثيل النسوي في
Arrival
نسبة اللقطات يتفوق فيها التمثيل الذكوري في Interstellar
نسبة اللقطات يتعادل فيها التمثيل النسوي مع التمثيل الذكوري في
The Martian
إذن التمثيلات، جاءت لدحض منظور المرأة الطبيعية أمام منظور الرجل الفوق الطبيعي (أوالتكنولوجي)، وإعلانها الواضح عن رغبتها في تجاوز الحدود مع الحفاظ على إمكانيات هويتها (من مفارقات ما بعد الحداثة).


الفرضية الفرعية الثالثة (H2`3)
التمثلات التوافقية والتفارقية
التمثلات التوافقية والتفارقية في آليتي التباعد الدلالي (الاختلاف)/ التناظر الدلالي (التماثل) وآلية التناص الأسطوري
التمثلات التوافقية (التناظر الدلالي +التماثل)
التمثلات التفارقية (التباعد الدلالي +الاختلاف)
تحقيق الإستثمار الإعلامي
تحقيق الإستثمار السينمائي
تحقيق التوقعات الإستباقية
تحقيق السنمأة
نسب متفاوتة
يحققها تريلر The Martian
يحققها تريلر Interstellar
وبنسب أقل تريلر Arrival
وبنسب أقل تريلر Arrival
وبنسب معدومة في تريلر Interstellar
وبنسب معدومة في تريلر The Martian


الفرضية الفرعية الثالثة (H2`3)
التمثلات التوافقية والتفارقية
آلية التناص الأسطوري
تقاطع أجناس الأفلام السينمائية والأسطورة داخل فضاء التريلر.
أسطورة روبنسون كريزوي الذي تقطعت به السبل في جزيرة مقفرة (The Martian)
أسطورة مكتبة Tesseract وارتباطها بالأبعاد مافوق الثلاثية والمستكشفين الأوائل (Interstellar)
أسطورة المرأة الصهباء ذات القدرات الماورانية في التنبأ (Arrival)





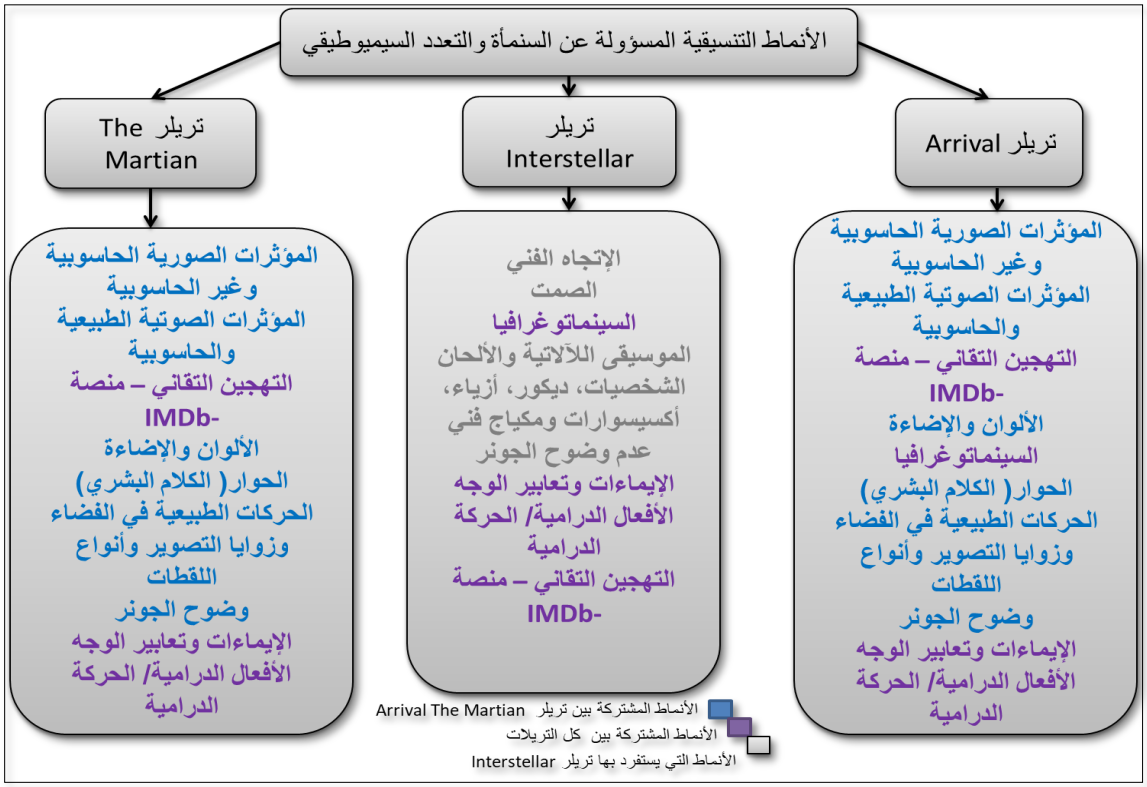
المصدر : إعداد شخصي

2.5 مناقشة النتائج

يستحسن الإشارة مسبقا أنه وعلى مستوى كل فيلم إعلاني تمت مناقشة وتفسير النتائج الجزئية بالتفضيل ومنحها طابعا واسقاطا كليّا، إذن التالي، ماهو إلا تحصيل حاصل بشكل موجز.

وتأسيسا على ما سبق، لعله من المفيد أولا التذكير بعناصر اللغة السينمائية المشتركة بين تريلات العينة و التي تم تثبيتها آنفا،هي: المكتوب، الملفوظات،الصور المتحركة والساكنة moving and static images، الألوان، الموسيقى، الإضاءة، التعليق الصوتي (حوار، سرد) voice-over، المؤثرات الصورية والصوتية، المونتاج وإعادة –المونتاج، وبتطبيق آليتي (الاختلاف) و(التماثل) المرتبطة بالتماثلات التفارقية والتوافقية، المشروط بمدى حضورها وغيابها في سيرورة التدليل (سيرورة الإنتاج العلاماتي المتعدد) ومساهمتها في تحويل الأنماط المساهمة (السليلة الدلالية للعناصر السينمائية المشتركة) إلى الأنماط التنسيقية المسؤولة عن السنمأة والتعدد السيميوطيقي، تبين أن الإنتاج العلاماتي المتعدد– أي الذي يسمح بتفريخ الدال والمدلول– المكثف **مرتبط بالدرجة الأولى بالأنماط التنسيقية التي يستفرد بها تريلر Interstellar وهي: الإتجاه الفني، الصمت،الموسيقى اللآلاتية والألحان، الديكور، الأزياء، الأكسيسوارات والمكياج الفني التابع للشخصيات وعدم وضوح الجونر. في الدرجة الثانية نجد الأنماط التنسيقية المشتركة بين تريلر The Martian ,Arrival وهي: المؤثرات الصورية الحاسوبية وغير الحاسوبية،المؤثرات الصوتية الطبيعية والحاسوبية، الألوان والإضاءة ، الحوار(الكلام البشري)، الحركات الطبيعية في الفضاء وزوايا التصوير وأنواع اللقطات ووضوح الجونر. أما في الدرجة الثالثة نجد الأنماط التنسيقية المشتركة بين كل التريلات وهي: السينماتوغرافيا،الإيماءات وتعابير الوجه ،الأفعال الدرامية/ الحركة الدرامية و التهجين التقاني – منصة IMDb–** وفق التخطيط التالي:

شكل (124): *يوضح الأنماط التنسيقية المسؤولة عن السنمأة والتعدد السيميوطيقي*

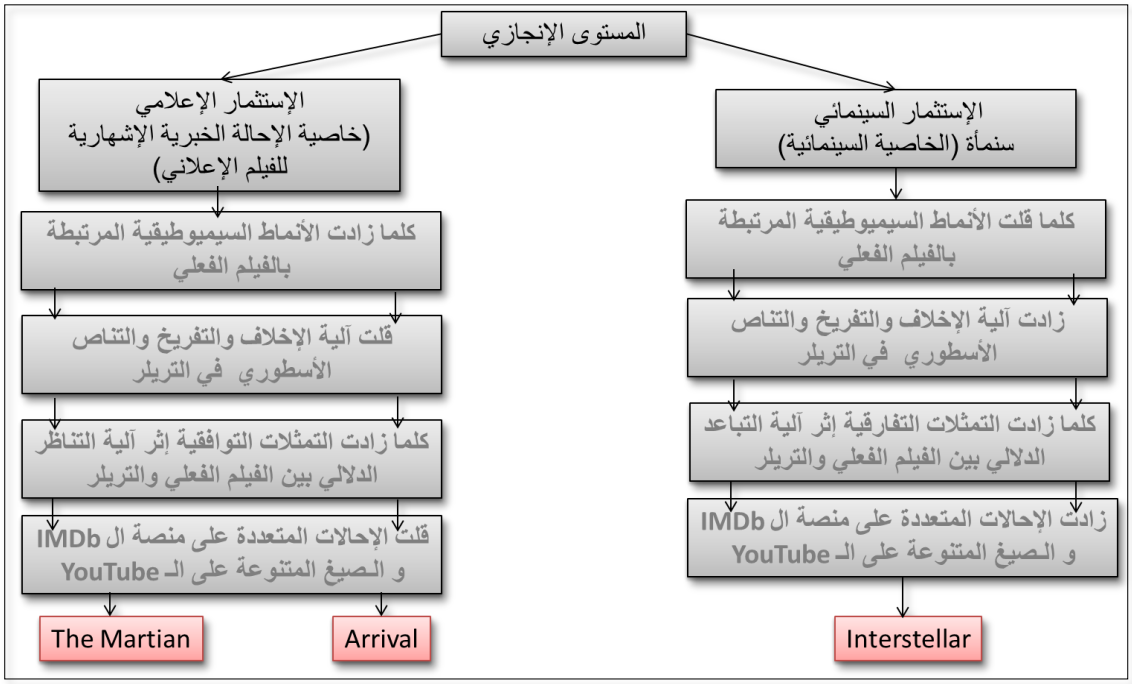


المصدر: إعداد شخصي

بما معناه:

- من خلال إستثمار خاصية السنمأة (الإستثمار السينمائي) التي أرخت لـ: كلما قلت الأنماط السيميوطيقية المرتبطة بالفيلم الفعلي، زادت آلية الإخلاف والتفريخ والتناص الأسطوري في التريلر، وكلما زادت التمثلات التفارقية إثر آلية التباعد الدلالي بين الفيلم الفعلي والتريلر، زادت الإحالات المتعددة على منصة الـ IMDb والصيغ المتنوعة على الـ YouTube، يحققها الفيلم الإعلاني Interstellar.
- ومن خلال إستثمار خاصية الإحالة الخبرية (الإستثمار الإعلامي) التي أرخت لـ: كلما زادت الأنماط السيميوطيقية المرتبطة بالفيلم الفعلي، قلت آلية الإخلاف والتفريخ والتناص الأسطوري في التريلر، وكلما زادت التمثلات التوافقية إثر آلية التناظر الدلالي بين الفيلم الفعلي والتريلر، قلت الإحالات المتعددة على منصة الIMDb والصيغ المتنوعة على الـ YouTube، يحققها الفيلم الإعلاني Arrival و The Martian.

شكل (125): *يوضح المستوى الإنجازي في تريلات العينة*



المصدر: إعداد شخصي

من الواضح هنا، أن الإلتفاف على دراسة الرسالة الإعلامية في شكلها الخطابي بعنوان التحليل الكيفي في البيئة الرقمية، أصبح تحديا للتقاليد العلمية السائدة و إعلانا لاستخدام مناهج وأدوات التحليل الكيفي والكمي في شكل يتجاوز التكاملي المركب أو الإستئناس السطحي إلى **مناهج ميتا كيفية–كمية (هجينة)**، تعمد على مقاربات وهندسة اجرائية تمريقية[26]* داعمة للتناهج، التعابر والتعدد وتمنح مساحة لاستغلال وتطوير إرث علمي مازال طي النسيان.

[26] مصطلح جاء به الباحث نصر الدين لعياضي في ترجمة تحسينية لمصطلح DO-it- yourself الإنجليزي و مصطلح الـ Bricolage الفرنسي، فيما مفاده؛ "تدبير لم يبلغ درجة المنهج الذي يعتد به ويصبح ضمن المناهج التوافقية" ("مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في السياق الرقمي: خلاف واختلاف," n.d.)

3.5 خاتمة توصيات واقتراحات الدراسة

من منطلقات الطرح المنهجي والإجرائي للدراسة، نستطيع أن نستشف أن المستوى الإنجازي الرهين بالتجديد من حيث استراتيجيات الترويج وأنظمة التنفيذ المرتبطة بالعنصرين الإعلامي والإقتصادي الذي يتحدد بزمان ومكان (سياق محدد)، نسبيٌ ومؤقت التأثير في السيرورة التدليلة لتريلات العينة (من عناصر وأنماط) وتنتهي بانتهاء الوظيفة الإشهارية، بيد أن المستوى الإنجازي السينمائي رهين بسياقات ثقافية، فنية وأبعاد أيديولوجية وفضاءات رقمية ما تلبث أن تحقق التمثلات بدفع من الآليات، لتطغى عليها الإبداعية الخلاقة التي قد تتجاوز زمان ومكان العنصر التقني، إلى أزمنة وأمكنة متعددة (سياقات متعددة) وبالتالي فهي المسؤولة عن تغذية المستويات التأسيسة، الوضعية والسيميوطيقية للتريلر كخطاب سينمائي وتقوية حمولاته " السنمأة الصرفة"، ناهيك عن البناء الأسطوري المتناص (كآلية) المبطن لطبيعة التريلر (الأسطرة المعاصرة)، الذي لم يشكل إضافة إعتيادية، وإنما أبان عن تحقيق الإبداعية والخلق الفني وصياغة ما هو غير سينمائي سينمائيا وما متح عنه من اشتغال سيميوطيقي (المستوى السيميوطيقي) عن انفتاح النص على تعدد التأويلات، وبالتالي إتاحة الإحالات المتعددة (تكاثر الصيغ استنادا على استغلال تعدد التماثلات) المتوالدة عن الحمولة الثقافية والخدمات التي توفرها منصة الـIMDb، ليفرج الكل عن تريلر يتمثل بتمثلات الفيلم القصير يختلف أو يشابه؛ مستقل أو متصل بالفيلم الفعلي، لكنه يبقى إقرارا أنه فيلما قصيرا.

وتأسيسا على العضد الأبستيمولوجي السابق المسوغ لفاعلية الفعل الإبداعي، خلصنا أن التأصيل للسنمأة الصرفة في الفيلم الإعلاني لا يتأتى من خارجه (أي من مختارات الفيلم الفعلي أو الفيلم الفعلي ككل) بل من ثناياه من مستقلاته التي بوسعها الإنتقال –هجرة العناصر السينمائية و الأنماط السيميوطيقية– إلى خطابات دينامية أخرى، بشرط تحول الأنماط المساهمة إلى الأنماط التنسيقية المسؤولة عن السنمأة والتعدد السيميوطيقي؛ ومدى قدرة الأنماط على التحول يحقق سينمائية التريلر وبالتلي خضوعه لشروط الفيلم القصير.

خلصنا أن التريلر خطاب إبداعي هجين تتحقق فيه أهم ملامح التشييد: السينمائية، الفنية، الثقافية والرقمية؛ أي أن التريلر خطاب متعدد الأنماط تتحقق فيه جميع المستويات التأسيسية القائمة في معظمها على إبداعية Trailer Creator وترسانة التطبيقات والتقنيات والأساليب التي تسمح لبروز خطاب هجين ليعبر نحو المستويات الوضعية ليتأتى التشكّل التشييدي، في حين المستوى السيميوطيقي كان الفيصل في الكشف عن السيرورة السيميوزيسية التي أبانت عن آليات وتمثلات

عمقت الفهم عن أسس تموضع الإستثمار السينمائي والإستثمار الإعلامي في التريلر وبالتالي الحكم عليه أنه وبتفاوت:

شكل (126): *يبرز النتيجة النهائية*

المصدر: إعداد شخصي

وأخيرا، سعت الأطروحة لطرح توصيات واقتراحات مفادها:

– إمكانية استغلال صناع الأفلام الهواة «Cinephile»، الـ «Video maker» والـ «Fandom» ذوو الميزانيات الضئيلة–خاصة هواة السينما والمعجبون في الجزائر أمام تداعي وخمول القطاع الصناعي السينمائي– لـ «Movie Trailers» كمواد خام لإعادة تدويرها ضمن مضامين مستقلة إبداعية وشكل ثقافي جديد الـ Recut Trailer, Fan Made Trailer يحظى بالإهتمام الشديد على المنصات الإفتراضية المتخصصة في المجال السينمائي كالـIMDb وحتى المنصات الشبكية التواصلية كالـ You Tube.

– الإستفادة الملحة من خدمات النماذج الحاسوبية، والمناهج الميتا كيفو–كمية التي تفرضها البيئة الاتصالية الهجينة، بتضمين الأدوات والبرامج التالية:

Comment Extractor, Video Info Scraper, Instagram Hashtag Feed Scraper, Trends Scraper review, IMDb movie sentiment classification dataset.

– ضرورة استغلال الإرث اللوتماني(Semiosphere\Mediasphere)، المتعضد بالإنفجار السيبراني لتحيين تحليل الخطاب المرفوع رقميا وتحليل الخطاب الرقمي القائمين على

التحليل المتعدد المنهج أو التكاملي واستبداله بتحليل الخطاب المتعدد الأنماط الأكثر انسجاما، مع امكانات الإستفادة من التمثيل البصري للبيانات النوعية وتطوير مناهج قائمة على نماذج حاسوبية.

قاموس التحليل المفهومي للدراسة

جدول(41): *يوضح التحليل المفهومي للدراسة*

المفهوم	التحليل المفهومي
الخطاب/ تحليل الخطاب Discourse	الخطاب نظام أو واقعة ثقافية ذات بنية علاماتية (تلفظيّة وغير تلفظية) منخرطة في سيرورة تداولية؛ يهدف انتاجها، اشتغالها وتأويلها في السياق المناسب (المشروط بفضاءات ثقافية، سيبرانية وإيديولوجية)، إحداث عملية تواصلية. (إجرائي)
الثقافة Culture	فضاء دّال سيميوطيقي، يُنظر إليها بوصفها جامعة لظواهر تواصلية وأنظمة دلالية، مُولدة لبُنيات (نصيّة–سننيّة) ذات خصوصية، تتراص لتشكيل أنظمة مركزية، وبموجب الدينامية يتم تفكيكها لأنظمة فرعية اعتماداً على وسائل الإعلام الجديدة. (إجرائي)
السينما Cinema	**على مستوى فنيّ، فكري وتواصلي،** السينما صنعة وإبداع لها القدرة على توليد نماذج ثقافية، جمالية صورية حيث تمتزج فيها المعارف والحقائق بالتخيلية التشكيلية، وتبعا لذلك تتشكل رؤية تترجم العلاقة مابين الحسي والنتاج الابداعي الفيلمي، فالفعل السينمائي هو قبل كل شيء فعل اقتصادي وثقافي، لذا فهي تُعرف بأنها «الوثيقة المرئية لعصرنا، التي قد صاغت لغته الأساسية من مفردات الصور وحولت الخيالات والأحلام وحتى الكوابيس إلى حقائق من الضوء والظل وهي بهذا الفن الجامع الذي استطاع أن يستفيد من كل الفنون التي عرفتها الخبرة البشرية» (بدر, 1998, ص. 59). **على مستوى دلالي،** السينما نظام غير لساني linguistique Extra (جامعة وهران & بن جيلالي, 2010, ص.40)، يسمح استثمار مستوياتها التجريدية والإبداعية التأسيس للغة تخاطبيّة بصرية ذات قواعد فنية قابلة للتوصيف.
الفيلم Movie Motion Picture Film	نظام نصيّ Texte بصري خاضع لمستويات تكوينية فنيّة، دلالية يشكّل الإنجاز التكاملي لمختلف عناصرها سيرورة الإبداع الفني (العاملي، 2018)، والذي يُمكّن من تصنيف Sci-FI Movie Trailer ضمن جدول النصوص الفيلمية.
الخطاب السينمائي لـ"Sci-FI Movie Trailer"	ظاهرة إبداعية، انبثقت نتيجة تضافر أقطاب؛ الحرفية الفوتوغرافية (تسجيل المرجع تقنيّا وحرفيّا)، الإلباس الفنيّ (إضفاء مستويات جمالية على المرجع نفسه) والاشتغال الدلالي (اختراق مستويات هذا المرجع سيميوطيقيا)، والتي نسعى إلى رصدها في بنية الـ Sci-FI Movie Trailer (إجرائي)
الإبداع/ الخطاب الإبداعي /Creativity Creative Discourse	أولا الخطاب الإبداعي(تصور منهجي)، يرى تفسيرنا–حسب الإشكالية– أن الإبداع هو نشاط خطابي لحل المشكلات من خلال التفاعل بين المستويات التالية: المستوى الوضعي، المستوى السيميوطيقي والمستوى التأسيسي، التجارب الفردية والاجتماعية لمبدع الفيلم الإعلاني، والمعلومات المدمجة فيه كشكل جديد مسقط للغة السينمائية. ثانيا الخطاب الإبداعي(تصور سينمائي)،عملية بناء وخلق لنتاج خطابي فيلمي ما (Movie

	Trailer, Recut Movie Trailer)، جديد في صياغته وإن كانت عناصره سابقة الوجود (التسجيل القبلي)؛ يعني أن الإبداع، هو الانطلاق إما من مختارات الفيلم الفعلي أو من عناصر سينمائية وأنماط سيميوطيقية خالصة للفيلم الإعلاني في عملية بناء الخطاب، يخضعه المبدع (Trailer Maker, Fan Trailer Maker) لمعطيات إدراك الواقع والخيال الجديدة (ثقافي وسيبراني) بحيث يحولها إلى مدرك (الفيلم الإعلاني) ذو شكل وتعبير منفصل. (إجرائي)
الوسيط الإعلامي Medium	هو النموذج المادي الذي يحمل العلامة، حيث يلعب الوسيط الذي يتم اختياره لنقل الرسالة دورًا في توزيع المعنى، والذي يؤثر على سياق الاتصال ويتأثر به. فاستخدام الصوت البشري للتواصل وجهاً لوجه يعني شيئًا مختلفًا، عن نفس الصوت المسجل الموزع على موقع ويب أو بث تلفزيوني على جماهير، فلا يمكن فهمها ببساطة على أنها تقنية ولكن يجب أن يفهم أيضًا على أنه ممارسة اجتماعية. في هذا الصدد، يرتبط المفهوم الشائع للإعلام بأنه ظاهرة ثقافية. يقترح جينكينز «نموذجًا للوسائط يعمل على مستويين: على المستوى الأول، الوسيلة هي تقنية تتيح الاتصال؛ في الثاني، الوسيط عبارة عن مجموعة من البروتوكولات المرتبطة بها أو الممارسات الاجتماعية والثقافية التي نشأت حول هذه التكنولوجيا. » (Burn, 2013)
العناصر السينمائية	التجلي السينمائي لدوال تعبيرية في الفيلم الإعلاني عبر مولدات لغوية وغير لغوية تُستقى من أجناس فنية خارج سينمائية (المسرح، النحت، العمارة، التشكيل، الموسيقى، الرقص والرسم..) ومن فلسفات وأيديولوجيات سينمائية –تابعة لجونر الفيلم الفعلي– متعددة، وتتمثل هذه الدوال في : الدوال التصويرية، الصوتية، الضوئية، الوصلية والتشويهية. (إجرائي)
المختارات	هي العناصر السينمائية المنتقاة من الفيلم الفعلي، ومن المادة الفيلمية الخام التي قد تُدمج في الفيلم الفعلي أو تُطرح على YouTube أو ضمن النسخ الرقمية (Blu-Ray, DVD) كإضافة تجذب المشاهدين، أوعناصر سينمائية مستقلة تبدع من طرف Trailer Maker تتمثل في Mise-en-Scene، المونتاج، التصميم المرئي والتصميم السردي : عناصر التصميم السردي: الحوار، القصة، السيناريو، البنية الدرامية عناصر التصميم المرئي: كفنون التعبير الجسدي، الأشكال والألوان، الشعارات، تقنيات التصوير الحرفية، الملابس، الأثاث، مستحضرات التجميل، المعمار. العناصر اللغوية المنطوقة: الصوت البشري، لغة الموسيقى، الغناء،الضوضاء والمؤثرات الصوتية الطبيعية (الضحك، النحنحة، السعال). العناصر اللغوية المكتوبة: كل ما يكتب على الشريط السمعي البصري عناصر التكوين المشهدي والمونتاج: زوايا التصوير، سلم اللقطات، الرموز الظرفية التي تتمثل في مكان وزمان وقوع الأحداث العناصر التقنية: المؤثرات البصرية، والمؤثرات الصوتية للكائنات غير البشرية والمركبات الفضائية والعوالم الخارجية. (إجرائي)

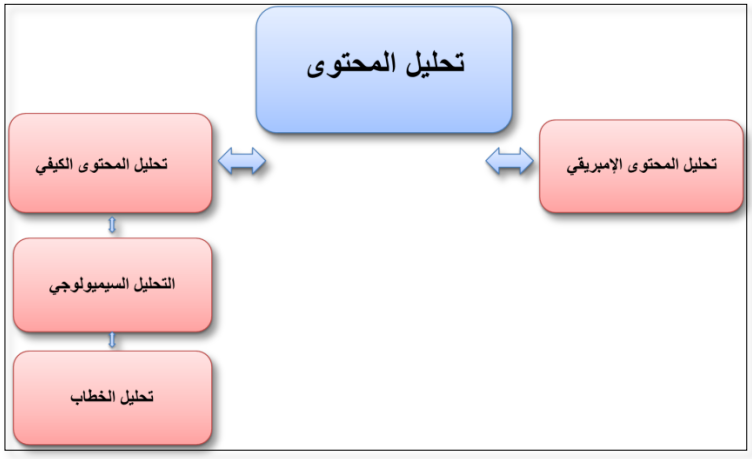
الأنماط السيميوطيقية/ الموارد/Mode Semiotic Resources	وتشكل العناصر السينمائية علامات سيميوطيقية حاملة لمعلومات، يخلق تنوعها وتكثيفها الشديد في الفيلم الإعلاني الخاضع لسيرورة تدليلية، بنية ذات تنظيم مُعقد تجعل من هذه المعلومات، تبعا لفييز wiener، بنى ذهنية وانفعالية مسؤولة عن تأثيرات بالغة التعقيد يخضع لها المشاهد، تتدرج بدءا من الانطباع البسيط الذي تتركه في خلايا ذاكرته وصولا إلى صقل شخصيته وتثقيفها (العاملي، 2016) يشير هذا المصطلح إلى مجموعة من الموارد المتشكلة اجتماعيا وثقافيا لخلق المعنى، تتسم هذه الأنماط بالديناميكية (ليست ثابتة) وقابلة للتغيير كما أن استقلاليتها نسبية. وتختص بمجتمع حيث يوجد فهم مشترك لخصائصها السيميائية غير المتوفرة في المجتمعات الأخرى، وتشمل هذه الأنماط على أشكال الكتابة، وتمتد إلى نقل الصورة والصوت على الشاشة، الكلام، الإيماءات، الخطوط، الألوان، الحركة (Mavers, 2012) الأنماط المنمذجة الأولى والثانوية: تم تبني مصطلح الأنماط بدل الأنساق التي تظهر في أعمال يوري لوتمان وموروث مدرسة تارتو السيميائية، وذلك لدحض الجدال القائم على قضية إذا ما كانت اللغة (طبيعية و/أو غير طبيعية) نظاما أو نسقا منمذجا، وبالتالي هذا التبني سيعود على العناصر السينمائية المورد الأولي للغة السينمائية، ومسار تحولها إلى أنماط ممذجة سيميوطيقية. (لوتمان & قاسم, 1988, ص. 64)
تعدد الأنماط/ التعددية /Multimodality Modality	تعد التعددية نهجًا عابرا للتخصصات، تم تطويره على مدار العقد الماضي لمعالجة الأسئلة التي نوقشت كثيرًا حول التغييرات في المجتمع بشكل منهجي، على سبيل المثال فيما يتعلق بالإعلام والتقنيات الجديدة وما أفرزاه من وفرة وتنوع للعناصر والموارد السيميائية اللفظية والأيقونية. (O`Halloran, in press) وفرت التعددية مفاهيم، أساليب وأطر لجمع وتحليل الدوال البصرية، السمعية والتجسيدية والمكانية التي تتفاعل والبيئات والعلاقات في المجتمع. (الزاهير, 1994, ص. 132)
اللغة السينمائية	تعتبر اللغة السينمائية من الأنظمة المنمذجة المعقدة التي أبدعتها الثقافة البشرية التي تستخدم الصور كمورد للغة غير طبيعية لكنها تستعين بنظام اللغة وطرائق تشكيلها. (لوتمان & قاسم, 1988, ص.ص. 65-64) وتتضمن اللغة السينمائية، السنن اللغوي ولغة النص الفيلمي –حسب فرانسيس فانوي–: ما هو مكتوب ومنطوق وحركات جسدية، كما يتضمن محتويات الصور (ديكور، ما يخص الشخصيات في جانب التجسيد المادي، حجم اللقطات وحركة الكاميرا) وتعاقب الصور (القطع والتركيب، المونتاج بأنواعه التناوبي والمتوازي ...). كما يصنفها فرانسيس فانوي إلى سنن خالصة تنتمي إلى السينما وسنن غير خالصة من خارج الحقل السينمائي، تدمجها وتحولها وتبتنيها. (Stockinger, 2005, "6" section)
اللغة في الفيلم الإعلاني	اللغة نظام نمذجة أوليّ، وأداة من أدوات الثقافة تعمل على تحويل محسوسات العالم الواقعي (الحياة) إلى تآلفات وتركيبات العالم السينمائي، أي إلى ما اصطلح عليه لوتمان الأنظمة المنمذجة الثانوية (Stockinger, 2005, "5" section) وباسقاط هذا المفهوم على اللغة في الفيلم الإعلاني فإنه تصور عام– يشمل الإدراك، التعبير

	والإبداع – للفيلم الفعلي وليس للعالم، أي بهذا الوصف فهي قالب يصاغ فيه النظام المنمذج الجديد(التآلفات وتركيبات الجديدة التي تخص السنن اللغوي السينمائي، النوع السينمائي، الفضاء السيبراني ...)
اللغة الطبيعية/ اللغة غير الطبيعية	تمثل اللغات الطبيعية وسيلة اتصال ونظام علامات لفظية Verbal sign systemحيث كل علامة تمتلك: شكل تعبير صوتي/ رسومي phonetic/ graphical (أي الدال signifiant) نمطا مفاهيميا/ معنى مميز meaning pattern (أي الدلالة signifié) (Stockinger, 2005, "6" section) وبهذا المعنى، تُعد اللغات الطبيعية، تلك التي يكتسبها الفرد خلال عملية التنشئة الاجتماعية الأولى، من قِبل كل مُتحدث في مجتمع لغوي معين؛ قبل أي تعليم رسمي أو مؤسسي، والتي تُشكل التبادل اللفظي الأساسي والضروري لأي فاعل اجتماعي (الفاعل السياسي، الفاعل العلمي، الفاعل الإعلامي، الفاعل الاقتصادي الفاعل الثقافي، الفاعل المُبدع...)، وتكون أساس المشاركة في الحياة الاجتماعية. وترتبط عادة اللغات الطبيعية بجغرافية وتاريخية وثقافة الدول والأمم؛ كاليونانية، اللاتينية، الإنجليزية، الفرنسية، الهندية... أو المجتمعات "العرقية" التقليدية، الريفية والرعوية. أما تلك التي لا تعتبر لغات طبيعية هي اللغات المتخصصة وظيفيًا، أيقونيا وصوريا، كما هي في الإعلام، السينما، العلوم والفنون (Leeuwen, Théo & Boutaud, 1996, p. 293) والتي تتجاوز تقسيم سيمياء دوسوسير(الاتجاه البنيوي الأوروبي) وتقسيم سيمياء بيرس (الاتجاه البرغماتي الأمريكي) إلى السيمي المتعددة الأنماط المُشيّدة على القواعد النحوية للتصميم المرئي (فضل, 2017) (يشرح هذا المفهوم لاحقا)
الجمالية في الفيلم الإعلاني	أولا تتيح المساحة البصرية المقتضبة التي تحد الفيلم الإعلاني أن يقع في منطقة مجاورة للأنواع الفيليمة الأخرى المهمة وبقدر تجاوره معها فإنه يأخذ منها، فهو مثلا يأخذ من الفيلم الوثائقي بعضا من واقعيته وربما الأماكن والشخصيات الحقيقية التي يستخدمها وتعد خصوصية خاصة به وهو يتفاعل مع الفيلم الروائي الطويل Long Feature ويأخذ منه السرد الفيلمي والبناء الدرامي وبناء الحدث والفعل وحتى الصراع وتقاطع الأرادات والبيئة السردية.(جرجوره,2017) ثانيا : أن الفيلم الإعلاني يؤطر زمانيا بمساحة محددة صارت تتناقص يوما بعد يوم الى أن وصلنا إلى الفيلم الإعلاني القصير جدا (Teaser)، الذي يتيح نفاذا سريعا الى الأحداث والأفعال والدراما والصراع، وتتناقص المساحة الزمانية للاستهلال والتعريف بالشخصيات والأماكن . ثالثا : أن جماليات الفيلم الإعلاني تتطلب وعيا بمسألة المرور الخاطف والسريع للشخصيات والأحداث مما يتوجب ان تدرس بعناية من كافة النواحي: في التصوير والإضاءة والمونتاج والصوت لكي تملآ المعطيات الجمالية تلك المساحة المحددة زمانيا على الشاشة . جماليات الشكل في الفيلم القصير (علوان, 2016)

منتجة/مونتاج	تنقسم عملية المونتاج لمرحلتين؛ أولها القطع، إذ يُعد طريقة لاستغلال دوال ومتواليات الفيلم الفعلي الخام (كمادة أولية)، إضافة لدوال ومتواليات صورت خصيصا للفيلم الإعلاني، وعلى أساس هذا القطع يمكن أن اظهر إرهاصات الأسلوب المونتاجي الذي سينتهجه المبدع. أما ثانيا، المنتجة، تعتبر المولد الرئيسي لمستويات اللغة السينمائية، فهي صلة تقنية–دلالية بين الدوال والمتواليات التصويرية، تعمل على انتاج معنى، يتحكم فيها المبدع حسب استراتيجيات الربط التالية: (جرجوره,2017) • المونتاج الاستطيقي (الجمالي) تجنب **مراعاة التجاور المنطقي** بين الدوال ككل. • المونتاج التسجيلي يكون الربط مبررا منطقيا.
السنمأة السينمائية/ السيناماتوغرافية la cinématographité	من منظور سيميوطيقي: آلية تسمح باستكشاف الوحدات المحفزة على تمظهر الأنماط السيميوطيقية الأصيلة في الفيلم الإعلاني المُبدع لإنتاج خطابي لغوي وغيرلغوي. (إجرائي) من منظور سينمائي: آلية تقوم على مدارسة العناصر السينمائية الأصيلة في الفيلم الإعلاني التي يراد بها تثبيت التدليل السينمائي(الخصوصية) أي ما يجعل الفيلم الإعلاني المُبدع عملا سينمائيا. (إجرائي) السنماة في الفيلم الإعلاني، هي انسياق الحالة السينمائية للإطار في الفيلم الإعلاني، وهذا تبعا للنقاد الشكلانيين الروس الذين يصرون على أن دراسة الأدب ليس دراسة النتاج الأدبي بل الحالة الأدبيةوهذا لا يزال ساري المفعول. (إجرائي) خاصية يتحقق من خلالها بنية خطاب Sci-FI Movie Trailer (عبر تعاضد عناصر ومستويات اللغة السينمائية والحمولات الثقافية)، اشتغاله السيميائي، نشاطه الابداعي واستقلاله المنوط بتجاوره للفيلم والسينما. (إجرائي)
سيميوطيقا الثقافة/ Cultural Semiotics	اتجاه سيميوطيقي يهتم بمقاربة الأنظمة الثقافية باعتبارها دوالا وعلامات وأيقونات وإشارات رمزية لغوية وبصرية، بغية استكناه المعنى الثقافي الحقيقي داخل المجتمعي في إطار تفكيك السيميوزيس، وتركيبه من جديد واستجلاء أبعادها التي تمتح من مفاهيم سيمياء الكون. (الزاوي, 2002,ص. 86)
بناء المعنى/ السيميوزيس	هي السيرورة الدلالية التي يشتغل من خلالها شيء ما كعلامة، وتتحكم هذه السيرورة في إنتاج الدلالات وتأويلها. (بنكراد, n.d) وبهذا، فهي آليات لتشكيل دلالة على مستوى تعاقب الدوال والمتتاليات (عناصر اللغة السينمائية) والأنماط السيميوطيقية، التي ترتبط في ظل شروط سياقية من جهة بخبرة الفاعلين المشتركة في السيرورة التواصلية السينمائية، والقوالب السائدة في الأفلام المعروفة (المقصود هنا قالب: Movie Trailer **وصنف الأفلام**: Sci-FI) من جهة والمقصود به الوضعية الملموسة التي تصاحب إنتاج الخطاب المتعلقة بالمكان والزمان ورؤية المبدع. (إجرائي)
النمذجة / آليات النمذجة	آلية سيميوزيسية (السيرورة الدلالية في بناء المعنى) تسعى إلى ترتيب الأنماط وتصنيفها في خانات محددة عزلا للأصيل عن الدخيل، الأولي عن الثانوي (الرشودي, 2020) تمييزا

Modeling System	للخالص عن غير الخالص بالنسبة للفيلم الإعلاني.
النص/ التعددية في النصوص	يدل مفهوم النص–لا سيما في السيميوطيقا أو علم العلامات– على البناء ذي المعنى، الذي يُفهم بوصفه مركبا من عدة علامات؛ حيث يتحدد معنى النص، بناءا على القواعد(محل اتفاق عرفي) أو الشفرات التي تحكم اختيار تلك العلامات والتأليف بينها. ويتعين على متلقي النص امتلاكه لقدرات و لخلفيات اجتماعية، ثقافية تمكنهم من فك شفراته من جهة أخرى. (إدجار et al . ,2014 , ص.662) وبهذا المعنى يمكن أن يشمل النص أي عرض من أي نوع كان، محكي أو مدون... ويكمن النظر إلى الصورة الفوتوغرافية، الإعلان، شريط الفيديو، الملابس الرسم، المسرح، السينما، على أنها نصوص أيضا. وليس المقصود بالنص في الفيلم الإعلاني المفكك؛ اللغة السينمائية Langage Cinématographique كما أنه ليس الكتابة الفيلمية écriture Filmique، بل في العلاقة بين الفيلم الإعلاني و الفيلم الفعلي على انها نوع من هندسة للخطاب في بنية النص و كمرادف للرمز السينمائي ببعده السيميوطيقي في ظل الفضاءات الثقافية الحديثة لايجاد ممرات للتواصل الاستثنائية التي تتخطى المألوف.
القصدية/اللاقصدية	القصدية من أبرز ملامح البراجماتية التي تعنى بتحليل الخطاب في ضوء النظرة الشمولية فهي تعتمد على مقصد المبدع ومراده منه، فهو المالك الحقيقي له، وهو يشكل مرأة لخطابه من عدة نواح، ثقافية، نفسية، اجتماعية.. (الوظيفة الاعلامية) (الحمزاوي, 2009, ص. 263) وتموضع القصدية من عدمها في إنتاج الدلالة داخل أنظمة العلامات، إنما هو إيمان بأن كل الدلالات داخل المنظومة العلامية هي مقصودة ومخطط لها –كما هي في الخطاب الإشهاري– بيد أن هناك اتجاه بحثي حديث خاصة في الثقافة السردية السينمائية، يبرز ويحلل اللاقصدية في المنظومة العلاماتية حيث تتجاوز فيها الدلالة إرادة المرسل (المخرج المؤلف الأول و مبدع الفيلم الإعلاني كمؤلف ثان) أو فهم المستقبل، لعدة أمور أولها أنه لا يملك الخلفية لفهمها، أو لاعتبارات النماذج الإبداعية الاستيطيقة كمعيار في الصناعات الثقافية المعاصرة (Recut Trailers)، حيث أصبحت الأنماط المتضمنة المختلفة هي نفسها من الناحية الفنية على مستوى ما من التمثيل ويمكن تشغيلها من قبل شخص واحد متعدد المهارات، باستخدام واجهة واحدة وطريقة واحدة من المعالجة. إذن**اللاقصدية** مصطلح مستحدث يحيل لما يشير إليه الخطاب من دلالات لم يسوقها إليها، أو هي الدلالة غير المقصودة(أو مقصودة قصدا غير مباشر) من الخطاب، لكن يستنبطها المشاهد ويبني عليها حكما ما، والقصدية واللاقصدية تقابلان عند المحدثين الدلالة المركزية والدلالة الهامشية. (الحمزاوي, 2009, ص. ص 265- 267)
الدلالة/ الفيلم الإعلاني بنية دالة	الدلالة هي العملية التي تنقل الرسالة عن طريق نظام من التكوينات؛ الشفرات، العلامات و الرموز سواء أكانت لغوية أو غير لغوية، بقصد بناء المعنى. (لوي دي & علي,

	1981,ص.ص 46 -47) مواطن التشابك والتداخل بين الأنماط السيميوطيقية التابعة للفيلم الفعلي وبين الأنماط السيميوطيقية التابعة للفيلم الإعلاني التي ترتبط بسيكولوجيا المبدع الـ Movie Creator وموسوعته ومرجعياته الثقافية، الفنية والأيدلوجية، أسلوبه الإخراجي. حيث تتشكل الدلالة في الفيلم الإعلاني من الشفرات (أو بالأحرى المختارات من الفيلم الفعلي أو ما تم تضمينه حصرا له) القابلة للتأويلات المتعددة. (اندرو & الرشيدي, 1987,ص. 210)
البلاغة/ الحالة البلاغية	ليست البلاغة هي الأسلوب الذي يهدف إلى الإقناع ويريد أن يشير إلى واقع خارجي متعال، ليست هي الحيرة الممتدة بين المعنى الحرفي والمعنى المجازي حين ينشق الخطاب إلى خطابين (ديمان & الغانمي, 2000,ص. 5) (في حالة الفيلم الإعلاني بين السينمائي والإشهاري)، بل هي أن لا نعرف أي الخطابين يطغى على الآخر، أي بمعنى الكشف والوقوف عند الآليات التي تشكل الخطاب الهجين. وبناءا على ما سبق، سنركز الكشف عن خصائص تشكيل البلاغة السينمائية في الفيلم الإعلاني، من خلال التنسيق والتنظيم الذي يميز كافة العناصر السينمائية والأنماط السيميوطيقية المختارة من طرف Trailer Creator، انسجاما مع رؤيته الفنية والإبداعية التي يسعى من خلالها إلى التعبير بأساليب تستثمر المنجز البصري والتقنية الحديثة. (فاتي, 2019)
الفضاء	الفضاء هو الحيز المعلوم، يعد مصدرا ثابتا للمعلومات التي تمنح الطريقة التي نستجيب بها إلى الموجودات والأجسام ضمنه. (لوي دي & علي, 1981,ص.ص96 -144) فالفضاء هو المساحات التي تكرس لإبداع الفيلم الإعلاني التي تحتوي على المنصات والكتل وكل المرئيات التي تسهم بتوصيل المعلومات إلى المشاهد. (إجرائي)
التداولية	تعد الفلسفة الأمريكية البراغماتية من مرتكزات التداولية للخطاب السمعي البصري ومنها الخطاب السينمائي، ويذهب شارل ساندرس بيرس (أول من ابتكر مصطلح البراجماتية)، إلى إرساء تعريف مقصود التداولية ؛ وخلاصة هذا التعريف هي أنها دراسة علاقة العلامات بمستخدميها، أي دراسة اللغة (طبيعية كانت أو/وغير طبيعية) أثناء ممارستها إحدى وظائفها الإنجازية، الحوارية والتواصلية. (الشامري, 2006) وقد عدّها جزء من السيميائيات (بغض النظر عن الاتجاهات)، وذلك لمّا أقرّ بأن للسيميائيات ثلاثة فروع: التركيب النحوي: ويُعنى بدراسة العلاقات الشكلية بين العلامات. الدلالة: وهي دراسة علاقات العلامات فيما بينها وبين الأشياء، أي ارتباطها بالمعنى. التداولية : وهي دراسة ارتباط العلامات بمؤوليها أي بمستعمليها. وعليه، فالتداولية هي تمظهر الفيلم الإعلاني على الفضاء الرقمي (على منصة IMDb الذي يتوفر على روابط الإحالة لمواقع أخرى كالـ YouTube) والذي يشمل علاقة اللغة غير الطبيعية (العناصر السينمائية/ الأنماط السيميوطيقية) للفيلم الإعلاني بالمشاهدين/ المراجعين وسياقات الخطاب؛ أي بكيفية تأويل النسخ المتعددة للفيلم الإعلاني على منصة IMDb

تحليل المضمون أو المحتوى / التحليل السيميولوجي/ تحليل الخطاب	يعد التحليل السيميولوجي (باتجاهاته) أحد أكبر قطبي تحليل المضمون أو المحتوى (يتمثل القطب الثاني تحليل المحتوى الإمبريقي)، حيث هنالك من يعتبره مقاربة أكثر منه منهجا في اشتغاله على الدلالة الثقافية لمحتويات وسائل الإعلام. وضمن هذا السياق، يتجه التحليل السيميولوجي لمساءلة النماذج والخطابات التواصلية بكل أشكالها ومستوياتها كنصوص، لاستكشاف تعالق القوالب اللسانية والأيقونية (التركيبية، الدلالية والتداولية) بالقوالب المعرفية (المجتمعية، الثقافية...). وإنتاج المعنى الذي يتم بناؤه في ظل الاتفاقات الثقافية. وعليه اتجاه التحليل السيميولوجي الأول هو مساءلة الخطاب (ينظر إليه على أنه وجه من أوجه السميولوجيا وشكل من أشكال النقد) في شتى تجلياته؛ من محاولة تقييم اللغة من ناحية الافتراضات الأيديولوجية الضمنية في النصوص المكتوبة والنصوص السمعية البصرية، الأمر الذي أفرز قطبين يجتذبان الاهتمام الإجرائي للنظرية السيميائية. الأول يجسد النص، فيما يمثل الثاني السياق. وهكذا جاءت الإجراءات التحليلية السيميائية للجمع بين القطبين، ومن ثمة وصل النص بالسياق لتحصيل التفاعلات المولودة للخطاب ضمن المحيط الاجتماعي والثقافي. (جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي & خلالفة, 2020, ص.ص.ص 25-24-21) شكل (4): *يوضح ماهية تحليل المحتوى/ التحليل السيميولوجي/ تحليل الخطاب*  المصدر: إعداد شخصي

6. قائمة المصادر

- **القرآن الكريم، رواية ورش.**

1.6 المصادر باللغة العربية

أ نجيكو ,م &.,المديني ,أ .(1989) .*في أصول الخطاب النقدي الجديد* .(2nd ed.) . دار الشؤون الثقافية العامة.

ابن منظور .(n.d.) . *إبدع (لسان العرب)* .Internet Archive. 2018 .Retrieved from , https://archive.org/details/waq10576/00_10576/mode/1up

hitpaw. Retrieved .*كيفية الاستمتاع وتحرير مقاطع فيديو تيكتوك عبر الإنترنت* .(27 May ,أمين, م. (2022 2022, from https://ar.hitpaw.com/video-tips/tiktok-video-editor-online.html

أبو حميدة ,م .(2000) .*لخطاب الشعري عند محمود درويش، دراسة أسلوبية* .(1st ed.) .المقداد.

أبو رحمة ,أ .(2019) .الإنسان بلا محتوى مأزق الفنان الذي يقف مشدوهًا أمام البياض المزعب للصفحة الفارغة . *مجلة الفيصل* .16–1 ,

https://www.academia.edu/38531942/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%B3%D8%A7%D9%86_%D8%A8%D9%84%D8%A7_%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D9%89?auto=download

أبو رحمة ,أ .(2020) .*قراءة في بيان السايبورغ* .Academia. 2020 .Retrieved from , https://www.academia.edu/43052092/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A9_%D9%81%D9%8A_%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%A7%D9%8A%D8%A8%D9%88%D8%B1%D8%BA

أبو رحمة ,أ .(2021) .التكنولوجيا والجماليات: كيف وجهت تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين جمالياته؟ .*مجلة المأمون* .12–1 ,(2) ,*17* ,

المظهر, ذ. (2020) .*أعلى 11 الخيال العلمي يقتبس لإلهام لك 2022* .Joe comp. Retrieved 2020, from https://ar.joecomp.com/top-11-science-fiction-quotes-inspire-you-this-monday

اسامة, ا. (2009). السيميولوجيا : الاتجاهات المعاصرة ووظائف العلامات. شبكة الفصيح. ,Retrieved 2019 from https://www.alfaseeh.net/vb/showthread.php?t=48131

التحليل الاحصائي لرسائل الماجستير والدكتوراه. (2020) .16 May , *https://www.facebook.com/high.statistics.analysis/photos/a.799135040207892/288*

4271061694269/?type=3&source=48 [Facebook status update]. FaceBook. https://www.facebook.com/high.statistics.analysis/photos/a.799135040207892/2884271061694269/?type=3&source=48

ويكيبيديا، الموسوعة الحرة. (n.d.). الوافد (فيلم). Wikiwand. Retrieved 2020, from https://www.wikiwand.com/ar/%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D9%81%D8%AF_(%D9%81%D9%8A%D9%84%D9%85)

الأحمر, ف. (2016, July 24). *اللعبة الروائية الجزائرية مغلقة وتثبط عزائم الكتاب الشباب الواردين* . Raialyoum. Retrieved 2019, from https://www.raialyoum.com/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A7%D8%B9%D8%B1-%D9%81%D9%8A%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AD%D9%85%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%B9%D8%A8%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84/

الملجمي, ع. أ. (February 22 ,2020). النص بين النقد الثقافي وسيميائيات الثقافة المفهوم وآليات المقاربة. منار الإسلام. Retrieved 2020, from https://www.islamanar.com/text-between-criticism-semiotics-mechanisms-approach/

إدجار, أ., سيدجويك, ب., & الجوهرى, ه. (2014). *موسوعة النظرية الثقافية (المفاهيم والمصطلحات الأساسية 2)* (ed.). المركز القومي للترجمة. https://books4arabs.com/BA2019/BA2019-1842.pdf .

أزراج, ع. (2013). مقدمة في الدراسات الثقافية وجهود ستيوارت هول فيها. *مجلة دراسات*, *35*, 193–200.

اشويكة, م. (2018, May 19). *السينما والسوسيولوجيا :أية علاقة ممكنة؟* Alantologia . Retrieved 2019, from https://alantologia.com/blogs/9599/

أنجرس, م., & صحراوي, ب. (2004). *منهجية البحث في العلوم الإنسانية -تدريبات عملية* (02 ed.). دار القصبة للنشر.

اندرو, د., & الرشيدي, ج. (1987). *نظريات الفيلم الكبرى*. الهيئة المصرية للكتاب.

أوزي ,أ .(2008) .*منهجية البحث وتحليل المضمون* .(.2nd ed) مطبعة النجاح الجديدة.

إيكو ,إ & .,بنكراد ,س .(2004) .*التأويل بين السيميائيات والتفكيكية* .(.2 ed) المركز الثقافي العربي.

السيميائيات باعتبارها منهجا للدراسات الإعلامية والإجتماعية. (2017). مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للابحاث التخصصية, 2(2), e ISSN 0127-7448. https://www.misd.tech/wp-content/files_mf/jmsssr/020204.pdf

باتشيرجي ,أ & .,بن ناصر آل حيان ,خ .(2015) .*بحوث العلوم الاجتماعية المبادئ والمناهج والممارسات* (2nd ed.). دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع.

بريمي, ع. (2018). السيميائيات الثقافية: مفاهيمها وآليات اشتغالها(المدخل إلى نظرية يوري لوتمان السيميائية) (1 st ed.). دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع.

باركر ,ك & .,بلقاسم ,ج .(2018a) .*معجم الدراسات الثقافية* .(.1st ed) . دار رؤية للنشر والتوزيع.

بدر ,أ .(1998) .*الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية* .(.1st ed) .دار قباء.

بنگراد ,س .(n.d.) .*السميوزيس والقراءة والتأويل* .Saidbengrad .Retrieved 2019 .from , http://saidbengrad.free.fr/al/n10/4.htm#:~:text=%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%85%D9%8A%D9%88%D8%B2%D9%8A%D8%B3%20%D9%81%D9%8A%20%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%87%20%22%D8%B3%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B1%D8%A9%20%D9%8A%D8%B4%D8%AA%D8%BA%D9%84,%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A8%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9%20%22%20(%20%D9%85%D8%A4%D9%88%D9%84

بو قمرة ,ع .(2018) .*وظائف اللغة في ضوء نظريات الاستعمال، وظيفتا الإنجاز والحجاج أنموذجا* .عالم الكتب الحديث.

بوزيدة ,ع .(2007) .يوري لوتمان :مدرسة "تارتو –موسكو"، وسيميائية الثقافة والنظم الدالة .*مجلة عالم الفكر* , *35*(3), 183–200.

بوعزة ,م .(2011) .*استراتيجية التأويل من النصية إلى التفكيكية* .(.1st ed) منشورات الإختلاف.

تحميل كتاب الخيال العلمى pdf .(2019, March 1) Issuu. Retrieved 2019 , from.
__https://issuu.com/zaamsam/docs/download-pdf-ebooks.org-kupd-7185

بوابة النقد الأدبي. (2015 .[Face Book] *criticalgate/posts/350812555117804/* .(April 22, بوابة النقد الأدبي/https://www.facebook.com/criticalgate/posts/350812555117804 .

الثامري, ع .(2006) .*التداولية واللسانيات* .مجلة إيلاف .Retrieved 2019 , from.
https://elaph.com/Web/ElaphWriter/2006/5/145630.html

تغزاوي, ي. (2014, 24 January). تحليل الخطاب من اللسانيات إلى السيميائيات.
takhatub.ahlamontada.com. Retrieved 2019, from
https://takhatub.ahlamontada.com/t9994-topic

جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي & ,خلالفة, ز .(2020) .*محاضرات في مقياس تحليل مضمون السمعي البصري* . جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي-http://www.univ-oeb.dz/fssh/wp .
content/uploads/2020/03/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84-
%D9%85%D8%B6%D9%85%D9%88%D9%86-
%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%85%D8%B9%D9%8A-
%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B5%D8%B1%D9%8A-
%D8%B2%D9%8A%D9%86%D8%A8-
%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%A9.pdf

جامعة محمد بوضياف & ,سفون, ب .(2016) .*محاضرات في السيميولوجيا* .جامعة محمد بوضياف-https://books . library.net/files/books-library.net-01031708Uf5F0.pdf

جامعة وهران .(2010) .(*سينمائية الخطاب الفيلمي*) أطروحة دكتوراه .theses.univ-oran1 .
https://theses.univ-oran1.dz/document/44201104t.pdf

جامعة وهران& , بن جيلالي, م .(2010) .*سينمائية الخطاب الفيلمي، مقاربة سيميو-شعرية* .جامعة وهران .
https://theses.univ-oran1.dz/document/44201104t.pdf

(جامعة وهران) 1-أحمد بن بَلَّة & ,بن جيلالي, م .(2020) .*مَعالِمُ محاضَراتٍ في مقياس :تحليلُ مضمونِ السمعيّ - البصريّ* .جامعة وهران.1-

جبور ,ع .(1979) .*المعجم الأدبي* .(1st ed.) .طب دار العلم للملايين.

جرجوره ,ن .(2017) .*عن جماليات التحريك السينمائي في صناعة و ثائقيات عربية* .خارطة السينما الوثائقية العربية. Retrieved2018. from ,https://dox-box.org/wp-content/uploads/2018/11/DOXBOX-MappingArabDoc-Report2017Arb.pdf

جوزيف ,ك & ,.حضري ,ج .(2010) .*سيميائية اللغة* .(1st ed.). المؤسسة الجامعية.

حمداوي, ج. (2015). الاتجاهات السيموطيقية (التيارات وَالمدارس السيميوطيقية في الثقافة الغربية). (1st ed.). مؤسسة المثقف العربي.

حمداوي ,ج .(2006) .*مفهوم التواصل :النماذج والمنظورات* .*ديوان العرب*. ,from.Retrieved2018.diwanalarab https://www.diwanalarab.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84

حمـــداوي ,ج .(2007) .*جميـل حمـــداوي تحـليل المضمـون بين النـظـرية والتـطبيــق* .Retrieved .Hamdaoui 2018. from, http://hamdaoui.ma/news.php?extend.132

حمداوي ,ج .(2010) .*سيميائيات التواصل اللفظي وغير اللفظي* .*ديوان العرب* .Retrieved2018. from , https://www.diwanalarab.com/%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84

حمداوي ,ج .(2012, April 29) .*نظريات وظائـــف اللغـــة* .Retrieved 2019, from Jamilhamdaoui. . http://jamilhamdaoui.blogspot.com/2012/04/blog-post.html

حمداوي ,ج .(2009) .*مدخل إلى المنهج السيميائي* .Retrieved 2019. Arabicnadwah. . https://www.arabicnadwah.com/articles/madkhal-hamadaoui.htm, from

الحمزاوي ,ع .(2009) .*القصدية واللاقصدية في الفكر الأصولي قراءة في دلالات الخطاب التكليفي* .مجلة العلوم العربية والإنسانية.

الحميري ,ع .(2009) .*ما الخطاب وكيف نحلله* .(1st ed.) .مؤسسة مجد.

حنون ,م .(1987) .*دروس في السيميائيات* .(Vol. 1) الدار البيضاء.

الخطيب ,إ .(1983) .*الشكلانيون الروس نظرية المنهج الشكلي* .(1st ed.) .الشركة المغربية للناشرين المتحدين.

داسكال ,م & .,لحميداني ,ح .(1987) .*الاتجاهات السيميولوجية المعاصرة* .افريقيا الشرق.

ديكان ,ك .(1982) .حوار مع جاك ديريدا .*مجلة الفكر العربي المعاص* .Retrieved 2019, from , *18–19*

https://thakafamag.com/?p=5356

ديمان ,ب & .,الغانمي ,س .(2000) .*العمى والبصيرة* .منشورات المجلس الأعلى للثقافة.

الرشودي ,م .(2020, December 26) .*النمذجة وآفاق التنظير في الخطاب النقدي الحديث –عبد الباسط لكراري* . مجلة حكمة. Retrieved 2020 . from ,

https://hekmah.org/%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%85%D8%B0%D8%AC%D

8%A9/

رشيد ,أ .(2009) .*أركان الخطاب الإبداعي* .Alnoor.2019. Retrieved from. ,

http://www.alnoor.se/article.asp?id=56974

ريتشارد ,ج & .,حجازي ,م .(2007) .*معجم لونجمان لتعليم اللغات وعلم اللغة التطبيقي* .الشركة المصرية العالمية للنشر.

الزاهير ,ع .(1994) .*السرد الفيلمي قراءة سيميائية* .(1st ed.) دار توبقال للنشر.

الزاوي ,ح .(2002) .*الفلسفة الواصفة، مقاربة لأشكال التعبير في الخطاب الفلسفي المعاصر* .(1st ed.) مركز الكتاب للنشر.

زغلول السيد ,ص .(2018) .سطوة الميديا العالم االفرتاضي وأثره في المجتمع المدني .*الاستغراب* .282–268 ,*11* ,

https://istighrab.iicss.iq/?id=72&sid=264

السلمان ,ح .(2006) .*قراءات في الفرضية الجمالية للسينما* .(1st ed.) دار الشؤون الثقافية.

السيد ,م .(2015) .*التمييز بين العلم واللاّعلم، دراسة في مشكلات المنهج العلمي* .(Vol. 1) الهيئة المصرية العامة للكتاب.

سيسري ,ا .& .,مونير ,ر .(2007) .*أدب الخيال العلمي والاتجاهات النقدية* .(Vol. 1) مجلة فصول الهيئة المصرية العامة للكتاب.

سلاطنية, ب., صبطي, ع & .,شعبان, ف. (2012). سيميولوجيا الصورة الإشهارية .*مطبعة جامعة محمد خيضر* ,*1* , 1–221.

شعبان ,م .(2021, June 8) .*الدليل الشامل للتصوير السينمائي وصناعة الأفلام ..أنواع اللقطات وزوايا وحركات الكاميرا* .بروفيلم. Retrieved 2021 , from.

https://www.proffilm.com/2020/01/50cinema.html

الصائغ ,ع .(1997) .*الخطاب الإبداعي الجاهلي والصورة الفنية)القدامة وتحليل النص* .(1st ed.) (المركز الثقافي العربي.

صالح, غ. (2009). موقع الأستاذ : غيلوس صالح / أولاددراج. غيلوس صالح. Retrieved 2019, from

https://ghiloussalah.blogspot.com/2009/11/blog-post.html?zx=cde8682fa3367fd7

طريقة تحليل المعطيات -موقع الإحصاء .(n.d.) .موقع الإحصاء. Retrieved 2019 , from.

https://sites.google.com/site/statissites/home/tryqte-thlyl-almtyat

ضياء, ا. ش. (October 26). 2016, *سيميائيات الفيلم (يوري لوتمان) . . . طارق العاملي* .شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات والأبحاث https://diae.net/?p=33223 .

العاملي ,ط .(2017, September 7) .*الجمال* .–شبكة ضياء للمؤتمرات والدراسات والأبحاث. Retrieved 2019 . from

,https://diae.net/?tag=%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%85%D8%A7%D9%84

العاملي, ط. (October 27 ,2016). سيميائيات الفيلم ـــ يوري لوتمان. رأي اليوم. Retrieved 2018, from

https://www.raialyoum.com/%D8%B7%D8%A7%D8%B1%D9%82-

%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%84%D9%8A-

%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%

D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D9%84%D9%85-

/%D9%80%D9%80%D9%80%D9%80-%D9%8A

عبدالله القايد ,ع .(2019) .*التحليل النقدي للخطاب :الخطاب الإعلامي للدول المحاصرة لقطر مثالا* .(1st ed.) كلية الآداب والعلوم.

عبيد, ح. (2019). بلاغة المرئيّ: محاولات في نقل الجهاز الخطابيّ إلى عالم الصورة المرئيّة .*المجلة العربية للعلوم الإنسانية* .148–119 ,*145* ,

https://www.academia.edu/39147182/%D8%A8%D9%84%D8%A7%D8%BA%D

8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D9%91_%D
9%85%D8%AD%D8%A7%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AA_%D9%81%D9
%8A_%D9%86%D9%82%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%87%D8
%A7%D8%B2_%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8%D9
%8A%D9%91_%D8%A5%D9%84%D9%89_%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9
%85_%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%B1%D8%A9_%D8%A7%D9
%84%D9%85%D8%B1%D8%A6%D9%8A%D9%91%D8%A9_%D8%A8%D8%
AD%D8%AB_%D9%85%D9%86%D8%B4%D9%88%D8%B1_%D9%81%D9%
8A_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D9%84%D8%A9_%D8%A7%D9%
84%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D9%91%D8%A9_%D9%84%D9%84
%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%
D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%8A%D9%91%D8%A9_%D8%AC%D8%A7%
D9%85%D8%B9%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%83%D9%88%D9%8A%D
8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%AF%D8%AF_145_%D8%B4%D8%
AA%D8%A7%D8%A1_2019

علوان ,ط .[د. طاهر علوان Taher ALWAN] .(2016,January8)
[Facebook status update]. Facebook. *جماليات الفيلم الروائي القصير محاضرة*
https://m.facebook.com/DrTaherALWAN/posts/542875709221300/

عكوباش, ه. (2014). المقاربة السيميائية للرسالة الإعلامية واستكشاف القيمة. مجلة العلوم الاجتماعية, 8(1), 37–
50. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/29612

فاتي ,م .(2019) .*المجاز بين الصورة الروائية والصورة السينمائية* .صحيفة المثقف .Retrieved 2019 , from.
https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Y2VP8rexkzMJ:https://w
ww.almothaqaf.com/old.live/index.php%3Foption%3Dcom_content%26view%3D
article%26id%3D933483%26catid%3D326%26Itemid%3D1239+&cd=1&hl=fr&c
t=clnk&gl=dz

فضل ,ص .(2017) .*سيميولوجيا الثقافة* .Retrieved 2019.Almadapaper , from .
https://www.almadapaper.net/view.php?cat=167757

فليح ,ن .(2019, October 27) .*دونا هاراوَي وثنائية{ الخيال /الواقع }*.imn.local. , from. Retrieved 2019.
https://alsabaah.iq/15521/%D8%AF%D9%88%D9%86%D8%A7-%D9%87%D8%A7%D8%B1%D8%A7%D9%88-%D9%8A-%D9%88%D8%AB%D9%86%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D9%8A%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9

قادري ,و .(2012) .*تحليل سيميولوجي لفلمي عمارة يعقوبيان، ومرجان أحمد مرجان* .جامعة الجزائر.

قاسم ,س & .,أبو زيد ,ن .(1986) .*مدخل إلى السيميوطيقا، مقالات مترجمة ودراسات* .(Vol. 1) دار الياس العصرية.

قاسم ,س & .,أبو زيد ,ن .(2014) .*حول الآلية السيميوطيقية للثقافة* .(Vol. 1) دار التنوير.

كيه نايار, ب & .,عز الدين علي, ج. (2017 .(*الثقافات الفرعية / مقدمة إلى وسائل الإعلام الجديدة والثقافات الإلكترونية / مؤسسة هنداوي* .هنداوي Retrieved 2020, from .
https://www.hindawi.org/books/28364852/4/

كاظم ,ن .(2006) .*دراسات في النظرية والنقد الثقافي* .(1st ed.) .دار الفراشة للطباعة والنشر الثقافي.

كبور ,م .(2017) .*اتجاهات قناة Arte حيال العلاقات الإسرائيلية العربية* .جامعة باتنة.

لارامي ,أ & .,فالي ,ب .(2009) .*البحث في الاتصال دراسة منهجية* .منشورات الجامعة مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة.

اللسانيات FPE . (2019, June 11). *facebook* [Facebook status update] . وحدة تحليل الخطاب بمدرسة الدكتوراه بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بتونس .
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2044906988949134&id=9015554266176 35&__cft__[0]=AZVmdhCbsFsty3fEoJA5SdwcsiykcTD8xoSHPYjr5Ce6ExDaK3HzXMYptfIgS1wzYqKlRXsbg-

id_ogBftswKN0AJu8pkSyH2wbyI9N6NpGLPmTreQcC7rbnXCFUB67SBJp5rU_

UCyCl5i9HHLlgAw-A-S8DyHbEDhYrBW3KBOkVIw&__tn__=%2CO%2CP-R

لعياضي ,ن .(2021) Can Big Methods make information and communication theories.

obsolete? *Can Big Methods Make Information and Communication Theories*

Obsolete?, *1*(2), 26–41. https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/814/1/2/182225

لعياضي, ن. (2013). السيمائيات واستراتيجية بناء المعنى. مجلة الآداب و العلوم الإجتماعية, 10(1), 124–145.

https://www.asjp.cerist.dz/en/article/12529

لواتي ,ف & .,غيتري ,س .(2017) .الترجمة و حوار الثقافات .*جامعة أبي بكر بلقايد*.139–129 ,

لوتمان ,ي & .,الدبس ,ن .(1989) .*مدخل إلى سيميائية الفيلم.(قضايا علم الجمال السينمائي)* .(1st ed.) مطبعة عكرمة.

لوتمان ,ي & .,قاسم ,س .(1988) .*جماليات المكان* .(2nd ed.) الدار البيضاء.

لونيس, ب. (2019, March 22). معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية. عن كثب. Retrieved 2020, from https://badislounis.blogspot.com/2015/08/blog-post_22.html.

لونيس ,ب .(2020, March 12) .*حوار خاص مع البروفيسور ''فضيل دليو ''حول البحوث الكيفية وبعض إشكالاتها الابيستمولوجية والمنهجية* .عن كثب Retrieved 2020, from .

https://badislounis.blogspot.com/2020/03/blog-post_8.html

لوي دي ,ج & .,علي ,ج .(1981) .*فهم السينما* .دار الرشيد للنشر.

ليفي شتراوس ,ك & .,شاكر ,ع .(1985) .*الأسطورة والمعنى* .(1st ed.) دار الشؤون الثقافية العامة.

مارسيل, م. (2017).*اللغة السينمائية*.Al Manhal .

مجيد ابراهيم ,م .(2019) .التناص الاسطوري في السينما العالمية .*جامعة بغداد* .

https://www.researchgate.net/profile/Maher-Ibrahem-2

محمود, ع. (October 8, 2016) . *الباحث السيميائي عبد المجيد نوسي: الرواية تزدهر في الأزمات* .ضفة ثالثة . Retrieved 2020, from

https://diffah.alaraby.co.uk/diffah/interviews/2016/10/5/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%A7%D8%AD%D8%AB-

%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D8%A7%D8%A6%
D9%8A-%D8%B9%D8%A8%D8%AF-
%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D9%8A%D8%AF-
%D9%86%D9%88%D8%B3%D9%8A-
%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%88%D8%A7%D9%8A%D8%A9-
%D8%AA%D8%B2%D8%AF%D9%87%D8%B1-%D9%81%D9%8A-
%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A7%D8%AA

مركيش, ا .(2019) .الدلالة الرمزية في السينما الكوميدية الجزائرية و دورها في بناء المعنى دراسة سيميولوجية للقطات من فيلم Beur Blanc Rouge.*الحوار الثقافي* .139–161 ,(2)6 ,-http://e-biblio.univ . mosta.dz/handle/123456789/11042

مصطفى, ب .(2018) .*دروب ما بعد الحداثة* .مؤسسة هنداوي Retrieved 2019, from . https://www.hindawi.org/books/24142969/

مفلح, أ .(2018) .*تقنية تحليل المضمون خطواتها ومصاعبها وعلميتها قراءة في التجربة الشخصية*. (.1st ed). بيروت.

مكرتار, خ & .,بوعمامة, ع .(2016) .التمثلات الثقافية في الخطاب الإشهاري إشهارات قنانة النهار أنموذجا .(*مجلة جماليات*) .80–64 ,(3)3 ,

ملاّس, م . [تحليل الخطاب] .(2016, January 20). *https://ar-*

ar.facebook.com/gerudace/posts/612461405559064?__xts__%5B0%5D=68.ARCu
4mqipJQe4yZ3pcd1tvE5PHPlffmXvwpvh30clxZ3ZyX4qYBeC1RDNWFvKwGNrKe
ruJujmrbrk_ihInDxYeJbp1pSPHlgHJn1j8SBgMis0g6fEkKkDf5myYaBxeO64mY1C
0TVUr88glZkZ8Fa99KWdjC04-bdf59JzhRy2-
DVkZs5QkDBgVEnurk5R90r4x5S6oA5CucVrlNmDz0PYA2EvqDm1bOYawDmgc-
oYvG_-
QyDFbZDJGKH4x4L5uPEGODuCng_rksHtLN6VNQtYsOGa1sU0M0b0tH94d0hw

fNpGrc&__tn__=-R [Facebook status update]. Facebook. https://ar-ar.facebook.com/gerudace/posts/612461405559064?__xts__%5B0%5D=68.ARCu4mqipJQe4yZ3pcd1tvE5PHPlffmXvwpvh30clxZ3ZyX4qYBeC1RDNWFvKwGNrKeruJujmrbrk_ihInDxYeJbp1pSPHlgHJn1j8SBgMis0g6fEkKkDf5myYaBxeO64mY1C0TVUr88glZkZ8Fa99KWdjC04-bdf59JzhRy2-DVkZs5QkDBgVEnurk5R90r4x5S6oA5CucVrlNmDz0PYA2EvqDm1bOYawDmgc-oYvG_-QyDFbZDJGKH4x4L5uPEGODuCng_rksHtLN6VNQtYsOGa1sU0M0b0tH94d0hwfNpGrc&__tn__=-R

منتدى دراسات علوم اللسان العربي. (January 2,.2016)*تعريف السيمياء-موضوع السيميائية- منابع السيميائية* . Retrieved 2019, from https://lang.banouta.net/t2-topic

نبيل بلمكي.[Nabil Belmekki]. (2020, September 27) .نبيل بلمكي *Theo Van Leeuwen: Social Semiotics and Discourse Analysis/السيميائيات الإجتماعية وتحليل الخطاب* .[Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=H5rOPaoAle0

نحلة ,م .(2008) .*علم اللغة النظامي :مدخل إلى النظرية اللغوية عند هاليداي* .(1st ed.). دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

Fayçal Sahbi. (2020, November 11). [Facebook status]. هكذا تكلّم أمبرتو إيكو *(اعادة نشر)*. https://www.facebook.com/faycal.sahbi/posts/3400427196738629

وطفة ,ع .أ .(2021, February 15) .*مقاربات في مفهومي الحداثة وما بعد الحداثة*. Retrieved 2021. watfa. from, https://watfa.net/archives/5372

يوسف, ع. (2014). السيميائيات الثقافية: تفعيل الأنساق وقمع الدلالات. مجلة فصول, (91–92).

2.6 المصادر باللغات الأجنبية

20th Century Studios. (2015a, June 8). *The Martian | Teaser Trailer [HD] | 20th Century FOX* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Ue4PCI0NamI

20th Century Studios. (2015b, June 8). *The Martian | Teaser Trailer [HD] | 20th Century FOX* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Ue4PCI0NamI

About IMDb. (n.d.). IMDb. Retrieved 2018, from https://www.imdb.com/pressroom/about/?pf_rd_m=A2FGELUUNOQJNL&pf_rd_p=c1695c53-c70f-429d-859f%20647489ac83de&pf_rd_r=KN6BQRA204Y15BFZM3JH&pf_rd_s=right-%201&pf_rd_t=60601&pf_rd_i=pressroom.bio&ref_=fea_pr_pr_lk2

Abreu, R. (2020, November 9). *What is a Prequel? Definition and Examples for Screenwriters*. StudioBinder. Retrieved 2020, from https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-prequel-definition/

AI-Powered Web Scraping Tool & Web Data Extractor | ScrapeStorm. (n.d.). ScrapeStorm. Retrieved 2021, from https://www.scrapestorm.com/

Albert, M. (2010). *Christopher Nolan | Biography, Movies, & Facts*. Encyclopedia Britannica. Retrieved 2019, from https://www.britannica.com/biography/Christopher-Nolan-British-director

apollo. (n.d.). *Trailer Park Group Details*. Retrieved 2020, from https://www.apollo.io/companies/Trailer-Park-Group/54a2096f7468693cdd4a1007?chart=count

Arnheim, R. (1982). *The Power of the Center: A Study of Composition in the Visual Arts* (1st ed.). University of California Press.

Arrival (2016). (2016a). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/videogallery/?ref_=tt_ql_pv_2

Arrival (2016). (2016b). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/videogallery/?ref_=tt_ql_pv_2

Arrival (2016). (2016c, November 10). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/

Ashcraft, B., & Plunkett, L. (2014). *Cosplay World* (1st ed.). Prestel.

amazon. (2014). *Martian: Andy Weir: 9781785034671: Books: Amazon.com*. Retrieved 2020, from https://www.amazon.com/Martian-Young-Readers-Andy-Weir/dp/1785034677/ref=sr_1_6?crid=1HJ71EEUTI75W&keywords=the+martian+andy+weir&qid=1654325804&s=books&sprefix=the+martian+andy%2Cstripbooks-intl-ship%2C537&sr=1-6

Autres, L. W. D. (2017, December 7). *Top 10 des sites incontournables pour trouver de (bons) films et séries à regarder | Topito*. Topito | La vie, du côté top. Retrieved 2019, from https://www.topito.com/top-sites-decouvrir-films-series-adieu-vie-sociale.

Aumont, J., & Marie, M. (2020). *L'analyse des films - 4e éd. (Cinéma / Arts Visuels)* (' ed.). ARMAND COLIN.

Awards IMDb. (2016). *Arrival*. IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/awards?ref_=tt_ql_op_1

Bo, X. (2018). Multimodal Discourse Analysis of the Movie Argo. *English Language Teaching*, *11*(4), 132. https://doi.org/10.5539/elt.v11n4p132

Beddouza, A. (2020, August 11). *هل تعلم؟ حقائق ومعلومات مثيرة حول فيلم Interstellar*. Aflam Talk. Retrieved 2020, from https://www.aflamtalk.com/2017/05/Interstellar-facts.html

Bohm, D. (1996). *On Creativity* (2nd ed.). London ImprintRoutledge.

Brewster, B., & Jacobs, L. (1998). *Theatre to Cinema: Stage Pictorialism and the Early Feature Film* (1st ed.). Oxford University Press.

Bridle, J. (2013). *The New Aesthetic and its Politics | booktwo.org*. Booktwo. Retrieved 2019, from https://booktwo.org/notebook/new-aesthetic-politics/

Burn, A. (2013). The kineikonic mode: Towards a multimodal approach to moving image media. *Institute of Education, University of London*. https://eprints.ncrm.ac.uk/id/eprint/3085/1/KINEIKONIC_MODE.pdf

Burn, A. (2013a, February 22). *Medium*. Glossary of Multimodal Terms. Retrieved 2019, from https://multimodalityglossary.wordpress.com/medium/

Burn, A. (2013b, October 12). *Kineikonic*. Glossary of Multimodal Terms. Retrieved 2019, from https://multimodalityglossary.wordpress.com/kineikonic/

Burn, A. (2015, June 29). *The Kineikonic Mode: Towards a Multimodal Approach to Moving Image Media*. Academia. Retrieved 2019, from https://www.academia.edu/13382527/The_Kineikonic_Mode_Towards_a_Multimodal_Approach_to_Moving_Image_Media

Cadu, P. (2021, December 14). *Gilles Deleuze Qu'est ce que l'acte de création ?* Contemporanéités de l'art. Retrieved 2021, from https://contemporaneitesdelart.fr/gilles-deleuze-quest-ce-que-lacte-de-creation/

CARTER, S., COX, A., & BOSTOCK, M. (2013, February 19). *Dissecting a Trailer: The Parts of the Film That Make the Cut*. Interactive Feature - NYTimes.Com. Retrieved 2019, from https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/interactive/2013/02/19/movies/awardsseason/oscar-trailers.html

CBS News. (2016, February 28). *The art of movie trailers*. Retrieved 2020, from https://www.cbsnews.com/news/the-art-of-movie-trailers/

Cedarhurst Center for the Arts. (2019, May 1). *Tesseracts: The Vernacular, and Sacred Space - The Paintings of Nancy Newman Rice and Brigham Dimick*. Issuu. Retrieved 2020, from https://issuu.com/cedarhurstarts/docs/c_hrst_tesseractslorez6

Cerrone, M., & Mäekivi, N. (2021). A zoosemiotic approach to the transactional model of communication. *Semiotica*, *2021*(242), 39–62. https://doi.org/10.1515/sem-2020-0052

Chandès, G., & Fernández Castanedo Flores, L. (2015). *Is it correct to use the concepts of both semiotics and semiology in the study of theatre?* Researchgate. Retrieved 2019, from https://www.researchgate.net/post/Is_it_correct_to_use_the_concepts_of_both_semiotics_and_semiology_in_the_study_of_theatre

Chiara, P. (2014). ISSA Proceedings 2014 ~ The Argumentative Relevance Of Rhetorical Strategies In Movie Trailers : Rozenberg Quarterly. Rozenberg Quarterl. Retrieved 2018, from https://rozenbergquarterly.com/issa-proceedings-2014-the-argumentative-relevance-of-rhetorical-strategies-in-movie-trailers/

Chris Pratley, Corporate Vice President, Office Media Group. (2021, November 22). *Microsoft acquires Clipchamp to empower creators*. Microsoft 365 Blog. Retrieved 2021, from https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/2021/09/07/microsoft-acquires-clipchamp-to-empower-creators/

Coberry. (n.d.). *YouTube Comments Export, Save as CSV, Comment Analytics*. Retrieved 2021, from https://coberry.com/youtube

Col Needham: IMDb Founder and CEO. (2018). IMDb. Retrieved 2018, from https://www.imdb.com/pressroom/bio/

company-bumpers.fandom. (n.d.). *Motion Picture Association (Trailers) | Company Bumpers Wiki | Fandom*. Company Bumpers Wiki. Retrieved 2019, from https://company-bumpers.fandom.com/wiki/Motion_Picture_Association_(Trailers)

Contact (1997 American film). (1997, July 22). In *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Contact_(1997_American_film)

Craig, R. T. (1999). Communication Theory as a Field. *Communication Theory*, *9*(2), 1 1 9–1 6 1. http://www.stes-apes.med.ulg.ac.be/Documents_electroniques/MET/MET-COM/ELE%20MET-COM%20A-8191.pdf

Craig, R. T. (2015). Grounded Practical Theory. *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction*, 1–11. https://doi.org/10.1002/9781118611463.wbielsi146

Creswell, J. W. (2012). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 3rd Edition* (3rd ed.). Sage.

Rocha Da Silva, A., & de Oliveira Iuva, P. (2013). Trailer semiosis from advertising to aesthetic experience. *Revista FAMECOS Midia, Cultura e Tecnología, Cinema*, *20*(2), 310–336. https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/13570/9978

Dolan Darker. (2021, September 10). *What's 9 + 10 ?* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=imqn0acHArw

Dust Bowl. (2014, June 12). In *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Dust_Bowl

Eco, U. (1988). *Le signe : histoire et analyse d'un concept* (1st ed.). Bruxelles : Éditions Labor.

Eco, U. (2005). *La estructura ausente/ The Absent Structure: Introduccion a La Semiotica/ Introduction to Semiotics (Spanish Edition)* (Translation ed.). Debolsillo.

Eddy, C. (2021, September 28). *Arrival's Stunning Alien Visuals Take the Spotlight in a New Art Book*. Gizmodo. Retrieved 2021, from https://gizmodo.com/arrivals-stunning-alien-visuals-take-the-spotlight-in-a-1847752225

Eisenstein, S., & Leyda, J. (1969). *The Film Sense (A Harvest Book)* (Revised ed.). Harcourt Brace Jovanovich.

Eisenstein, S., & Leyda, J. (1969). *The Film Sense (A Harvest Book)* (Revised ed.). Harcourt Brace Jovanovich.

Energy Clips! (2014, July 10). *9 + 10 Vine* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=BzVXbeASRiQ

Engine. (n.d.). *Engine Uniting Culture & Commerce to Move Brands Forward Faster*. Linkedin Engine. Retrieved 2020, from https://www.linkedin.com/company/engine-worldwide/about/

Etcheverry, R. (2017). *What happened to movie trailers after releasing their movies?* Quora. Retrieved 2018, from https://www.quora.com/What-happened-to-movie-trailers-after-releasing-their-movies?__filter__=all&__nsrc__=1&__sncid__=4384768747&__snid3__=712750 8117&request_answers=1

External Sites. (2015). *The Martian (2015)*. IMDb. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/externalsites?ref_=tt_ql_rel_2

Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. New York.

Faour, O. (2016, July 17). *البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري(*)*. CAUS - مركز دراسات الوحدة العربية. Retrieved 2019, from https://caus.org.lb/ar/%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85-

%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84/

FEINBERG, S. (2015). *Christopher Nolan on 'Interstellar' Critics, Making Original Films and Shunning Cellphones and Email (Q&A)*. Hollywoodreporter. Retrieved 2019, from https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/christopher-nolan-interstellar-critics-making-760897/

Feyerabend, P., Jurdant, B., & Schlumberger, A. (1979). *Contre la méthode, esquisse d'une théorie anarchiste de la connaissance* (Vol. 1). Editions du Seuil.

Film Doctor In Conversation. (2017, February 5). *'Arrival' production designer – Patrice Vermette – In Conversation*. Film Doctor. Retrieved 2019, from http://filmdoctor.co.uk/2017/02/05/arrival-production-designer-patrice-vermette-interview/

Filmographie. (n.d.). *BIOGRAPHIE Ridley Scott*. Fnac. Retrieved 2020, from https://www.fnac.com/Ridley-Scott/ia180003/bio

Fontaine, M., & Mullen, P. (2011). *Denis Villeneuve*. l'EncyclopÃ©die Canadienne. Retrieved 2019, from https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/denis-villeneuve

Foucault, M. (2022). *A Arqueologia Do Saber* (7th ed.). Forense Universitária.

Fox, C. (2015, October 1). *The Martian (2015)*. IMDb. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/?ref_=vp_vi_tt

Giardina, C. (2016, November 10). *Arrival' Production Designer Reveals How to Create an Entirely New Type of Flying Saucer*. Hollywood Reporter. Retrieved 2019, from https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/arrival-production-designer-reveals-how-create-an-new-type-flying-saucer-945155/

giaronomo. (n.d.). *VIEW ALL PROJECTS*. Retrieved 2020, from https://giaronomo.com/?fbclid=IwAR2VtiM1U9rxoHSNjs5pYawJkX3azw6jsX4qUDQXKFfHyx9VxMV2yDkoYvI

goldentrailer. (2016). *Golden Trailer Awards – Honoring the Best in Movie Previews*. Retrieved 2019, from https://goldentrailer.com/

Grix, J. (2002). Introducing Students to the Generic Terminology of Social Research. *POLITICS*, *22*(3), 175–186. https://skat.ihmc.us/rid=1H26CNKH7-10FD2YZ-W3M/grix.pdf

Grodal, T. (2017, August 16). *How film genres are a product of biology, evolution and cultureâ€ ” an embodied approach*. Nature. Retrieved 2019, from https://www.nature.com/articles/palcomms201779?error=cookies_not_supported&code=76a02a11-eea0-4fcd-ab8b-3516fbd0b2e9#citeas

Habermas, J. (1993). *a pensée postmétaphysique*. édition du cerf.

Hall, K. (2020, October 1). *Crusoe at the Crossroads*. The New Atlantis. Retrieved 2020, from https://www.thenewatlantis.com/publications/crusoe-at-the-crossroads

Halliday, M. (1985). *An Introduction to Functional Grammar* (1st ed.). Edward Arnold.

Halliday, M. A. K. (1978). *Language As Social Semiotic*. Hodder Arnold.

Halliday, M., & Webster, J. J. (2004). *The Language of Science: Volume 5 (Collected Works of M.A.K. Halliday)* (Vol. 5). Continuum.

Herman, D. (2003). *Narrative Theory and the Cognitive Sciences (Lecture Notes)* (n ed.). Center for the Study of Language and Information.

Horkheimer, M. (1972). *Dialectic of enlightenment* (First ed; First Printing ed.). Herder and Herder.

Häussler, T. (2019). *The Media and the Public Sphere: A Deliberative Model of Democracy (Routledge Studies in Global Information, Politics and Society)* (1st ed.). Routledge.

Iedema, R. (2003). Multimodality, resemiotization: extending the analysis of discourse as multi-semiotic practice. *Visual Communication, 2*(1), 29–57. https://doi.org/10.1177/1470357203002001751

IMDb. (1997). *Contact*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/video/vi2509177369/?playlistId=tt0118884&ref_=tt_pr_ov_vi

IMDb. (2014a). *Interstellar (2014)*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt0816692/technical?ref_=tt_dt_spec

IMDb. (2014b). *Interstellar (2014)*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt0816692/videogallery/?ref_=tt_ov_vi_sm

IMDb. (2015a). *The Martian - Global Trailer*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/video/vi4112625689/?ref_=ttvi_vi_imdb_1

IMDb. (2015b). *The Martian (2015)*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/plotsummary?ref_=tt_ql_stry_3#synopsis

IMDb. (2015c). *The Martian (2015)*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/mediaviewer/rm209588736/

IMDb. (2015d). *The Martian (2015)*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/videogallery/?sort=date&sortDir=desc&page=1&ref_=ttvi_vi_sm

imdb. (2016). *Arrival (2016)*. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/reviews?ref_=tt_urv

IMDb. (2016a). *Arrival (2016)*. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/videogallery/?sort=date&sortDir=desc&page=2&ref_=vp_back

IMDb. (2016b). *Arrival (2016)*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/videogallery/?sort=date&sortDir=desc&page=2&ref_=vp_back

IMDb. (2016c). *Arrival (2016)*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/videogallery/?sort=date&sortDir=desc&page=2&ref_=vp_back

IMDb. (2016d). *Arrival (2016)*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/videogallery/?sort=date&sortDir=desc&page=2&ref_=vp_back

IMDb. (2016e, November 10). *Arrival (2016)*. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt2543164/

IMDb. (n.d.). *Ridley Scott*. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/name/nm0000631/bio?ref_=nm_ov_bio_sm

imgur. (2017). *Arrival Logograms*. Retrieved 2020, from https://imgur.com/gallery/ocClU

Interstellar (2014). (2014a). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt0816692/videogallery/?ref_=tt_ql_pv_2

Interstellar (2014). (2014b). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt0816692/videogallery/?ref_=tt_ql_pv_2

Interstellar (2014). (2014c, November 6). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt0816692/?ref_=fn_al_tt_1

Interstellar Movie. (2013a, December 14). *Interstellar Movie - Official Teaser* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=nyc6RJEEe0U

Interstellar Movie. (2013b, December 14). *Interstellar Movie - Official Teaser* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=nyc6RJEEe0U

DERRIDA, J. (2001). *DERRIDA Jacques Posições* (Vol. 1). Belo Horizonte: Autêntica. https://fr.scribd.com/document/398021425/DERRIDA-Jacques-Posicoes-pdf

Jakobson, R. (1963). *ESSAIS DE LINGUISTIQUE GENERALE T1 LES FONDATIONS DU LANGAGE* (MINUIT ed.). MINUIT.

james turrell. (n.d.). *WORK (TYPE)*. Retrieved 2020, from https://jamesturrell.com/work/type/

Jenkins, H., Jensen, J., & Hills, M. (n.d.). *Fandom and Participatory Culture – Subcultures and Sociology*. Haenfler Sites Grinnell. Retrieved 2020, from https://haenfler.sites.grinnell.edu/subcultural-theory-and-theorists/fandom-and-participatory-culture/

Jim, P., & Van, H. (1997). *Derrida para principiantes* (1st ed.). Buenos Aires: Era Naciente SRL.

Jones, R. (2012). *Multimodal Discourse Analysis*. onlinelibrarywiley. https://doi.org/10.1002/9781405198431.wbeal0813

Karnatak, M. (2016). *How did Christopher Nolan create the visuals in the latest trailer of Interstellar without CGI?* Quora. Retrieved 2020, from https://www.quora.com/How-did-Christopher-Nolan-create-the-visuals-in-the-latest-trailer-of-Interstellar-without-CGI

Khouri, M. (2020, May 8). *''شباب السيد لينكولن''وفيلم ''كراسات السينما'': قراءة نظرية*. Facebook. Retrieved 2020, from https://www.facebook.com/unsupportedbrowser

Koch, A. M., & Elmore, R. (2006). Simulation and Symbolic Exchange: Jean Baudrillard's Augmentation of Marx's Theory of Value. *Politics <Html_ent Glyph="@amp;"*

Ascii="&Amp;"/> Policy, *34*(3), 556–575. https://doi.org/10.1111/j.1747-1346.2006.00028.x

Kinasevych, O. (2017, December 22). *Lucy (2015). Sapir-Whorf Hypothesis. (International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences.)*. Kinasevych. Retrieved 2020, from https://kinasevych.ca/2017/12/22/lucy-2015-sapir-whorf-hypothesis-international-encyclopedia-of-the-social-behavioral-sciences/

Kirby, M. (n.d.). *Dan Asma '92*. DEMO 30 - Columbia College Chicago. Retrieved 2019, from https://www.colum.edu/academics/alumni/demo-magazine/30/whats-the-big-idea

Kloepfer, R. (2015, September 25). *How to Capture Offers of Filmic Effectiveness*. De Gruyter. Retrieved 2019, from https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783839410233-014/html

Kress, G. R., van Leeuwen, T., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images* (2nd ed.). Routledge.

Lannom, S. C. (2021, June 30). *Christopher Nolan: A Filmmaker's Guide to Nolan's Directing Style*. StudioBinder. Retrieved 2021, from https://www.studiobinder.com/blog/christopher-nolan-directing-visual-style/

Leahy, A. (2005). *Power and Identity in the Creative Writing Classroom*. Multilingual Matters.

Leeuwen, Théo, K. G., & Boutaud, J. (1996). Reading Images-The Grammar of Visual Design. *Communication Theory*, *17*, 293–298. https://www.researchgate.net/publication/330115028_Reading_Images-The_Grammar_of_Visual_Design

Leeuwen, V. (2014). *Parametric systems: the case of voice quality* (2nd ed.). The Routledge Handbook of Multimodal Analysis.

Levers, M. J. D. (2013). Philosophical Paradigms, Grounded Theory, and Perspectives on Emergence. *SAGE Open*, *3*(4), 215824401351724. https://doi.org/10.1177/2158244013517243

Lorusso, A. M. (2015). *Cultural Semiotics: For a Cultural Perspective in Semiotics (Semiotics and Popular Culture)* (1st ed. 2015 ed.). Palgrave Macmillan.

Lotman, J. U. R. I. (2019). *Juri Lotman and the Semiotics of Culture: Theoretical foundations*. Flfi. https://www.flfi.ut.ee/en/department-semiotics/juri-lotman

Lotman, Y. (2001). *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture (The Second World)* (2nd ed.). Indiana University Press.

Lotman, Y., & Vroon, R. (1977). *The Structure of the Artistic Text* (1st ed.). University of Michigan.

Lotman, Y., Barton, D., & Arbor, A. (1976). *Analysis of the poetic text* (1st ed.). Ardis.

Ly, T. H., & Jung, C. K. (2015). Multimodal Discourse: A Visual Design Analysis of Two Advertising Images. *International Journal of Contents*, *11*(2), 50–56. https://doi.org/10.5392/ijoc.2015.11.2.050

Maagaard, C. (2016, December 1). *Narrative and narrativity*. Centre for Multimodal Communication. Retrieved 2019, from https://multimodalkeyterms.wordpress.com/narrative-and-narrativity/

Maalej, Z., & Ferrer, C. (2018). *What is The artistic status of the movie trailer?/Can someone suggest an analytical tool for analyzing Creative Discourse for science fiction movies trailer online:Interstellar,The Martian,Arrival?* Researchgate. Retrieved 2018, from https://www.researchgate.net/post/Can-someone-suggest-an-analytical-tool-for-analyzing-Creative-Discourse-for-science-fiction-movies-trailer-onlineInterstellar-The-Martian-Arrival

Mäekivi, N., & Magnus, R. (2020). *Hybrid Natures — Ecosemiotic and Zoosemiotic Perspectives*. Research Gate. Retrieved 2020, from https://www.researchgate.net/publication/340513593_Hybrid_Natures_-_Ecosemiotic_and_Zoosemiotic_Perspectives

Manager, D. C. (2016, October 31). *Alumnus discusses students finding their 'niche.'* The Columbia Chronicle. Retrieved 2019, from https://columbiachronicle.com/9e6b888e-9d63-11e6-a316-9b9d8fa40186

Marcel, M. (1992). *le language cinématographique* (Ed:5 ed.). les éditions du Cerf.

Martin, J., & White, P. R. R. (2007). *The Language of Evaluation: Appraisal in English* (2005th ed.). Palgrave Macmillan.

Mavers, D. (2012, November 22). *Mode*. Glossary of Multimodal Terms. Retrieved 2019, from https://multimodalityglossary.wordpress.com/mode-2/

McCann, E. (2022, April 5). *11 Totally Unfounded Things People Believed About Redheads*. Ranker. Retrieved 2022, from https://www.ranker.com/list/historical-myths-and-beliefs-about-redheads/erin-mccann

me.me. (n.d.). *We've Always Defined Ourselves by the Ability to Overcome the Impossible and We Count These Moments These Moments When We Dare to Aim Higher to Break Barriers to Reach for the Stars to Make the Unknown Known We Count These Moments as Our Proudest Achievements but We Lost All That or Perhaps We've Just Forgotten That We Are Still Pioneers and We've Barely Begun and That Our Greatest Accomplishments Cannot Be Behind Us Because Our Destiny Lies Above Us INTERSTELLAR | Interstellar Meme on ME.ME*. Retrieved 2019, from https://me.me/i/weve-always-defined-ourselves-by-the-ability-to-overcome-the-7019178

MeisterLabs. (2020). *Cartographie Mentale Gratuite - Logiciel Gratuit de Cartographie Mentale | MindMeister*. mindmeister. Retrieved 2020, from https://www.mindmeister.com/fr/mm/signup/basic?return_to=https%3A%2F%2Fwww.mindmeister.com%2Ffr%2Fmap%2F2202289753

MeisterLabs. (n.d.). *MindMeister: Mind Map en ligne et Brainstorming*. MindMeister. Retrieved 2021, from https://www.mindmeister.com/fr

Metz, C. (2013). *Essais Sur La Signification Au Cinema (Collection D'Esthetique) (French Edition)* (2nd ed.). Klincksieck.

Metz, C., & Taylor, M. (1991). *Film Language*. Amsterdam University Press.

Miller, M. (2016, November 10). *Arrival Has a Very Clear Message for President-Elect Donald Trump*. Esquire. Retrieved 2020, from https://www.esquire.com/entertainment/movies/news/a50532/arrival-movie-message-donald-trump/

Ming Li, H. (2021, May 25). *3.4 IMDB Dataset | Introduction to Data Science*. Scientistcafe. Retrieved 2021, from https://scientistcafe.com/ids/imdb-dataset.html

Moore, A., Bednall, D., & Stewart, A. (2005). Genre, gender and interpretation of movie trailers an exploratory study. *Deakin Research Online*, 124–130. https://dro.deakin.edu.au/eserv/DU:30005815/bednall-genregenderand-2005.pdf

Motion Picture Association, Inc. (2020). *CLASSIFICATION AND RATING RULES* (Rev. ed.). National Association of Theatre Owners, Inc.

Motion Picture Association. (2020). *Motion Picture Association (Trailers) | Company Bumpers Wiki | Fandom*. Company Bumpers Wiki. Retrieved 2020, from https://company-bumpers.fandom.com/wiki/Motion_Picture_Association_(Trailers)

Muhr, A. (2021, December 12). *Conversational Sentiment Analysis - Towards Data Science*. Medium. Retrieved 2021, from https://towardsdatascience.com/conversational-sentiment-analysis-52eabd20155b

Niland, R. (2015, July 28). *Danica Firulovic's White on White – A Homage to Minimalism*. The Culture Concept Circle. Retrieved 2020, from https://www.thecultureconcept.com/danica-firulovics-white-on-white-a-homage-to-minimalism

O`Halloran, K. L. (in press). Multimodal Discourse Analysis. *London and New York: Continuum*.

Oja, M. (2019). On the concept of the deceptive trailer: Trailer as paratext and multimodal model of film. *Sign Systems Studies*, *47*(1/2), 177–204. https://doi.org/10.12697/sss.2019.47.1-2.07

Paramount Pictures, Buddha Jones [GoldenTrailerAwards]. (2017, June 6). *Arrival "Threat" Nominee Best Drama TV Spot (For A Feature Film) GTA18 (2017)* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=BE5BIIJXWR8

Peirce, C. S., Deledalle, G., & Girel, V. M. (2017). *Ecrits sur le signe* (1st ed.). Éditions Points.

Plot. (2014). *Interstellar (2014)*. IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt0816692/plotsummary?ref_=ttkw_ql_3#synopsis

Pond, S. (2015, December 12). *Ridley Scott Talks Humor in 'The Martian,' Dishes on 'Alien' Prequels*. TheWrap. Retrieved 2020, from https://www.thewrap.com/ridley-scott-martian-humor-prometheus-alien-prequel/

Pope, R. (2005). *Creativity: Theory, History, Practice* (1st ed.). London: Routledge.

Popular Science. (2013, June 21). In *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Popular_Science

programme-tv. (2014). *Interstellar de Christopher Nolan (2014), synopsis, casting, diffusions tv, photos, videos. . .* Télé-Loisirs. Retrieved 2019, from https://www.programme-tv.net/cinema/5278467-interstellar/

Qinghong, W. (2008). *An Analysis on the Overall Multimodal Discourse Meaning Construction*. Journal of Tianjin Foreign Studies University.

quotes. (2022). *Cooper: We've always defined ourselves by the ability to overcome the impossible. And we count these moments. These moments when we dare to aim higher, to break barriers, to reach for the stars, to make the unknown known. We count these moments as our proudest achievements. But we lost all that. Or perhaps we've just forgotten that we are still pioneers. And we've barely begun. And that our greatest accomplishments cannot be behind us, because our destiny lies above us.* https://www.quotes.net/mquote/1022280

Quoteresearch, A. (2012, April 28). *If I Had More Time, I Would Have Written a Shorter Letter – Quote Investigator*. Quoteinvestigator. Retrieved 2019, from https://quoteinvestigator.com/2012/04/28/shorter-letter/

r/ArrivalMovie. (2018, January 15). *Point of Heptapod A?* Reddit. Retrieved 2019, from https://www.reddit.com/r/ArrivalMovie/comments/7qhqff/point_of_heptapod_a/dspuozi/

Rahayu, B. (2015). *An Investigation of Field, Tenor and Mod*. Indonesian University Students' Academic Writing in English.

rdln. (2015, January 30). *Interstellar and the debilitating cultural and social trends of late capitalism*. Redline. Retrieved 2019, from https://rdln.wordpress.com/2014/11/17/interstellar-and-the-debilitating-cultural-and-social-trends-of-late-capitalism/

Redfern, N. (2021). Colour palettes in US film trailers: a comparative analysis of movie barcode. *Umanistica Digitale – ISSN: – N. , 10*, 251–270. https://doi.org/10.6092/issn.2532-8816/12468

Reuf, S. (n.d.). relating cultural context to film elements criterion c. Seminolecinema.Weebly. Retrieved 2020, from https://seminolecinema.weebly.com/uploads/2/9/9/1/29919671/relating_cultural_context_to_film_elements__criterion_c_.pdf

Rhodes, M. (2016, November 16). *How Arrival's Designers Crafted a Mesmerizing Alien Alphabet*. Wired. Retrieved 2019, from https://www.wired.com/2016/11/arrivals-designers-crafted-mesmerizing-alien-alphabet/

Reichel, J. (2021, December 13). *Social Media & Participatory Culture - Jordan Reichel*. Medium. Retrieved 2021, from https://medium.com/@reich446/social-media-participatory-culture-92f4f1d289ab

Rintel, S. (2014, January 13). *Explainer: what are memes?* The Conversation. Retrieved 2020, from https://theconversation.com/explainer-what-are-memes-20789

Robert, D. (2012). *Le Petit Robert 2013: Dictionnaire alphabetique et analogique de la langue francaise (1 Cederom) (PR1) (French Edition)* (PR1 ed.). French and European Publications Inc.

Roland, B. (1995). *L'empire des signes ****** no 83 (CHAMPS ESSAIS)*. FLAMMARION.

Rowley-Jolivet, E. (2004). Different Visions, Different Visuals: a Social Semiotic Analysis of Field-Specific Visual Composition in Scientific Conference Presentations. *Visual Communication*, *3*(2), 145–175. https://doi.org/10.1177/147035704043038

Science Fiction Reflects Our Anxieties - NYTimes.com. (2014, July 29). Nytimes. Retrieved 2020, from https://www.nytimes.com/roomfordebate/2014/07/29/will-fiction-influence-how-we-react-to-climate-change/science-fiction-reflects-our-anxieties

Sebeok, T. (1991). In what sense is language a "primary modeling system"? *On Semiotic Modeling*, 327–340. https://doi.org/10.1515/9783110849875.327

seminolecinema. (n.d.). *Film Analysis*. Seminole Cinema: SEHS Film. Retrieved 2021, from https://seminolecinema.weebly.com/film-analysis.html

Services de publicité. (1994). *Trailer Park Group*. Trailer Park Group. Retrieved 2019, from https://www.linkedin.com/company/trailerparkgroup/about/

sfx. (2012, August 25). *Top 10 Sci-Fi And Fantasy Redheads*. Gamesradar. Retrieved 2020, from https://www.gamesradar.com/top-10-sci-fi-and-fantasy-redheads/

SHAW-WILLIAMS, H. (2019, February 28). *Arrival's Aliens Almost Looked Even More Weird*. Screenrant. Retrieved 2019, from https://screenrant.com/arrivals-aliens-alternate-designs-weird/

Slim, H. (2005). Idealism and Realism in Humanitarian Action. *Idealism and Realism in Humanitarian Action*, 1–23.

Smith, T. (2014, December 4). *Ideology in films* [Slides]. Slideshare. https://fr.slideshare.net/taliasmith/ideology-in-films

Sonic Visualiser. (2021). Sonicvisualiser. https://www.sonicvisualiser.org/

Spotify. (2016). *Spotify – Web Player*. Retrieved 2019, from https://open.spotify.com/artist/69sWAHAFVogubtbT7rXRlC

Statt, N. (2016, November 16). *How the short story that inspired Arrival helps us interpret the film's major twist*. The Verge. Retrieved 2020, from https://www.theverge.com/2016/11/16/13642396/arrival-ted-chiang-story-of-your-life-film-twist-ending

Stein, M. (1953). *Creativity and culture*. The Journal of Psychology. https://doi.org/10.1080/00223980.1953.9712897

Stockinger, P. (2005, May 29). *Three Lessons in Semiotics of Culture and Communication. Third Lesson: Language and culture*. Peter Stockinger - Academia.Edu. Retrieved 2019, from https://www.academia.edu/3618625/Three_Lessons_in_Semiotics_of_Culture_and_Communication_Third_Lesson_Language_and_culture

StudioBinder Inc. (2021, July 25). *Video, TV & Film Production Management Software*. StudioBinder. Retrieved 2021, from https://www.studiobinder.com/

StudioBinder Inc. (2021, July 25). *Video, TV & Film Production Management Software*. StudioBinder. Retrieved 2021, from https://www.studiobinder.com/

Sumpter, R., & Tankard, J. W. (1994). The spin doctor: An alternative model of public relations. *Public Relations Review*, *20*(1), 19–27. https://doi.org/10.1016/0363-8111(94)90111-2

TCOM. (n.d.). *The Colors of Motion*. The Colors of Motion. Retrieved 2019, from https://thecolorsofmotion.com/?sortBy=title&sortDirection=1

Technical Specifications. (2015). *The Martian (2015)*. IMDb. Retrieved 2020, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/technical?ref_=tt_dt_spec

Telotte, J. (2014, July 29). *Science Fiction Reflects Our Anxieties - NYTimes.com*. Nytimes. Retrieved 2020, from https://www.nytimes.com/roomfordebate/2014/07/29/will-fiction-influence-how-we-react-to-climate-change/science-fiction-reflects-our-anxieties

The Center for Values [Center for Values in Medicine, Science, and Technology]. (2018, March 29). *Stephen Asma: Evolution of Imagination and Creativity* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=4R2223yO39w

The Fan Carpet. (2017, June 24). *Discovering the Art of Creating Trailers: A Conversation with Giaronomo Productions' Paul Cartlich*. Retrieved 2020, from https://www.thefancarpet.com/interview/discovering-the-art-of-creating-trailers-a-conversation-with-giaronomo-productions-paul-cartlich/

The Martian (2015). (2015a). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/videogallery/?ref_=tt_ql_pv_2

The Martian (2015). (2015b). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/videogallery/?ref_=tt_ql_pv_%202

The Martian (2015). (2015c, October 1). IMDb. Retrieved 2019, from https://www.imdb.com/title/tt3659388/?ref_=fn_al_tt_1

THE MARTIAN QUOTES. (2015, October 2). *The Martian - Movie Quotes*. Rotten Tomatoes. Retrieved 2020, from https://www.rottentomatoes.com/m/the_martian/quotes

The Numbers - Box Office Performance History for Science Fiction Movies. (2022). The Numbers. Retrieved 2022, from https://www.the-numbers.com/market/creative-type/Science-Fiction

Times, T. N. Y. (2010, February 19). *Lyndsay Steuber, Philip Norman*. The New York Times. Retrieved 2020, from https://www.nytimes.com/2010/02/21/fashion/weddings/21STEUBER.html

Topal, K., & Ozsoyoglu, G. (2016). Movie review analysis: Emotion analysis of IMDb movie reviews. 2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM). https://doi.org/10.1109/asonam.2016.7752387

Trailer Park Group. (2010). *Trailer Park Group*. Retrieved 2019, from https://www.trailerpark.com/about/rick-eiserman

Trailerpark Festival. (2019, October 27). *Trailerpark I/O: Artificial creativity and journalism – A lab by Brain Gain Group*. SPACE10. Retrieved 2019, from https://space10.com/event/io-artificial-creativity-and-journalism-a-lab-by-brain-gain-group/

trailerpark. (2010). *trailerpark*. Retrieved 2019, from https://www.trailerpark.com/all-work/?offset=0&filter[meta_key]=project_date&filter[orderby]=meta_value&filter[order]=DESC&per_page=12&page=1&cl&gr&wt&

trailerpark. (n.d.). *trailerpark*. Retrieved 2020, from https://www.trailerpark.com/about/matt-brubaker%20https://www.trailerpark.com/about/rick-eiserman

Trifonas, P. P. (2015). *International Handbook of Semiotics* (1st ed. 2015 ed., Vol. 1). Springer.

Umiker Sebeok, J. (1994). *La construction du sens dans une galerie : une étude socio-sémiotique de la consommation des expériences dans un musée*. Pellegrino.

Valentin, M., Baudrillard, J., & Turner, C. (1994). The Illusion of the End. *SubStance*, *25*(2), 128. https://doi.org/10.2307/3685334

van Leeuwen, Theo, & Nørgaard, N. (2016, December 1). *"Choice" In Key Terms in Multimodality: Definitions, Issues, Discussions*. Centre for Multimodal Communication. Retrieved 2019, from https://multimodalkeyterms.wordpress.com/choice/

Vernadsky, V. I., McMenamin, M. A. S., Langmuir, D. B., Margulis, L., Ceruti, M., Golubic, S., Guerrero, R., Ikeda, N., Ikezawa, N., & Krumbein, W. E. (1998). *The Biosphere*. Springer Publishing.

Vinogradoff, L. (2017, February 7). *Le site IMDB ferme ses forums, faute de trafic et par la faute de trolls*. Le Monde.fr. Retrieved 2018, from https://www.lemonde.fr/big-

browser/article/2017/02/07/le-site-imdb-ferme-ses-forums-faute-de-trafic-et-par-la-faute-aux-trolls_5075995_4832693.html

Walker, C. D. (2018, February 10). *The Following Film Contains Strong Language - CineNation*. Medium. Retrieved 2019, from https://medium.com/cinenation-show/the-following-film-contains-strong-language-c057abca753b#015c

Wang, Q., & Zhang, X. (2017). A Multimodal Discourse Analysis of a Propaganda Image—Taking the Official Homepage of One Belt and One Road Economic and Cultural Development Center as an Example. *Theory and Practice in Language Studies*, *7*(12), 1261. https://doi.org/10.17507/tpls.0712.13

Western Michigan University, & Brooke, S. O. ’. N. (2016). *Approved for All Audiences: A Longitudinal Content Analysis of the Portrayal of Women in Movie Trailers*. ScholarWorks at WMU. https://scholarworks.wmich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1741&context=masters_theses

What is Defamiliarization | IGI Global. (n.d.). Igi-Global. Retrieved 2019, from https://www.igi-global.com/dictionary/defamiliarization/66373

Winning Films. (2005). *2005 Student Film Festival Winners*. Union Student Film Festival. Retrieved 2020, from https://www.uu.edu/events/filmfestival/2005/winners.htm

WolframResearch. (n.d.). *Arrival-Movie-Live-Coding/COPYING.md at master · WolframResearch/Arrival-Movie-Live-Coding*. GitHub. Retrieved 2021, from https://github.com/WolframResearch/Arrival-Movie-Live-Coding/blob/master/COPYING.md

YouTube Comment Scraper – NetLab. (n.d.). Netlab. Retrieved 2021, from https://www.netlab.dk/services/tools-and-tutorials/youtube-comment-scraper/

Zeitchik, S. (2015, October 3). *Why Ridley Scott made "The Martian."* Los Angeles Times. Retrieved 2020, from https://www.latimes.com/entertainment/movies/moviesnow/la-et-mn-ridley-scott-the-martian-movie-matt-damon-theaters-20151002-story.html

Zuo, Z. (2012). *Multimodal Discourse Analysis of Hollywood-like Movie Trailers - Master's thesis - Dissertation*. DissertationTopic.Net. Retrieved 2019, from https://www.dissertationtopic.net/doc/1891304

7. قائمة الملاحق

الملحق "أ": المقال

مجلة المعيار ISSN :1112-4377 مجلد:42 عدد:24 السنة:4242

تصميم الصوت في أفلام الخيال العلمي

دراسة سيميولوجية لفيلم "الوافد"

Designed Sound in Science-Fiction Films

Semiotic Study of “Arrival" Film

سمية بن عمارة

مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة

جامعة–صالح بوبنيدر– قسنطينة 03

soumia.benamara@univ-constantine3.dz

نصر الدين بوزيان

مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة

جامعة–صالح بوبنيدر– قسنطينة 03

nasreddine.bouziane@univ-constantine3.dz

ملخص: تأتي هذه الورقة لتبحث أولا في هاجس مستويات الشريط الصوتي من حيث تحقيق المعنى ومرافقته في بناء الصورة الفيلمية، وبالتالي تجسيد العملية الإبداعية التقنية خاصة في أفلام الخيال العلمي، ومن ثم محاولة الكشف عن أبعاد التصميم كإبداع يوفر أدوات منهجية واضحة تمكننا من الحكم على الشريط الصوتي في تحقيق السيميوزيس على أنه علامة لنقل المعلومات في أفلام الخيال العلمي

وخلصت الدراسة بعد التحليل السيميولوجي لمقتطف من فيلم Arrival على الـ You Tube، أن لتصميم الصوت في السينما أبعادا تتجاوز الجزء التقني من عملية الإنتاج، بل يمكن مقاربته كعنصر سيميائي (Sound Semiotics)، مايدعم القرارات الإبداعية في تصميمه، مدارسته وتوفير مجموعة من الأدوات المنهجية التي تعتمد على تعدد الأنماط السيميائية الـModes/ Modalities لكل من الممارسين والباحثين.

الكلمات المفتاحية: نظرية الصوت، سيميولوجيا الصوت، تصميم الصوت، مونتاج الصوت،الإبداع، أفلام الخيال العلمي.

Abstract: This paper comes to discuss, the Designed Sound`s levels, in terms of achieving the film meaning. Thus, we attempt to reveal the creative process embodied, especially in science fiction films. Furthermore, based on this creative dimension, we suppose that provides a methodological tool to approach Designed Sound`s ability to realize a semiosis process as a sign.

The study concluded that Designed Sound in cinema production has creative dimensions that exceed the technical part, to be considered as a semiotic Mode / Modality, which supports a (Sound Semiotics) theory for both Filmmakers and researchers.

Keywords: Sound theory, Sound Semiotics, Sound design, Sound montage, Creativity, Science Fiction Films.

مقدمة

نشأ الشريط الصوتي كظاهرة مع الأفلام الأولى في بداية القرن العشرين، ثم نمى وترعرع مع تطور التكنولوجيا الحديثة والفكر الإبداعي المتعلق بالمستحدثات العلمية خاصة فيما يتعلق بالخيال العلمي؛ استغل تضخيم حاسة السمع لاعتبارات أجمعت عليها جل التخصصات الاجتماعية والطبيعية كأعقد الحواس التي تعتمد سند الصوت كوسيمة بالغة الأهمية للاتصال بين البشر، وهو ما دفع

المخرجين الأوائل والذين راهنوا على هذه الحاسة لاستفزاز المخيلة وتوظيف إمكانياتها ليحققوا مستويات إبداعية و تجسيدية.[27]

ويستطيع المتتبع لتاريخ السينما، أن يدرك أنه فن قائم على التجريب والتغيير المستمر، وأن للتكنواوجيا يد في تقديم هذه الديناميكية الخلاقة عبر عديد البنيات؛ يبدأ بالإدراك الحسي للواقع وصولا إلى عنصر الخيال والتحكم التقني عند المبدع (تبعا للمبدأ السينمائي القائل، الإبداع يعني التحول من الطبيعة الثابتة إلى الطبيعة الديناميكية[28]).

كما يعتبر "الشريط الصوتي" ركيزة هامة في صناعة أي فيلم، خاصة مع دخول أنظمة الحاسب الآلي وتطور البرمجيات التصميمية، ما نتج عنه تمايز الخصوصية الإبداعية "للشريط الصوتي" على يد الـ" Sound Designer". فمثلا لو شاهدنا فيلما على هيئته الخام، قبل توضيب المونتاج الصوتي بإدماج مستويات، كـ"مدق الصوت الأصلي" "Original Sound Track" ، "المؤثرات الصوتية" "SFx" والموسيقي، ستكون النتيجة سقوط المشاهد في فجوة اللاتماهي مع الحقيقة الوهمية للعوالم وحروب الكواكب المخلقة.

إذن، لا يكتمل الفيلم السينمائي إلا بإضافة مستويات الصوت إلي الصورة في تزامن دقيق وفي شكل فني خلاق يعتمد عليه الفيلم في وقعه واستحواذه على المتفرج، وتعدد وسائل المونتاج وتطورها أصبح لها تأثير كبير على التوظيفات الجمالية وتحقيق صيرورة بناء المعنى للعناصر الصوتية في علاقتها بالصورة لاسيما في أفلام الخيال العلمي.

ونظرا للإتجاه السائد في معظم الدراسات السينمائية والسيميولوجية، نحو تحليل الصورة المتحركة من التمثيل والتكوين إلى صياغة المعنى في الفيلم، وأمام إغفال ما يقوم به الصوت؛ كلمة كان، موسيقى أو خلفيات وضجيج...الذي قد يغني عن مشاهد كثيرة، تروم هذه الدراسة للكشف عن أهم مستويات البناء السيميولوجي للشريط الصوتي التي تمنح أفلام الخيال العلمي خصوصية إبداعية ضمن معادلة الفيلم الصعبة..

---

[27] عدنان حسين أحمد(2019)، **فيلم «أحمر وأخضر»... الرهان على حاسة السمع واستفزاز المخيلة**، مجلة القدس العربي، *https://www.alquds.co.uk/%D9%81%D9%8A%D9%84%D9%85-%D8%A3%D8%AD%D9%85%D8%B1-%D9%88%D8%A3%D8%AE%D8%B6%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%87%D8%A7%D9%86-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%AD%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B3/(consulté le25/10/2019)*،

[28] حسين السلمان، **قراءات في الفرضية الجمالية للسينما**، دار الشؤون الثقافية، بغداد، *2006*، ص*113* .

ويمكن صياغة الإشكال على النحو التالي:

– ما هي أهم مستويات البناء السيمولوجي في تصميم الشريط الصوتي في فيلم الخيال العلمي"الوافد" ؟

– كيف يتم تحقيق بناء صيرورة العلامات (سيميوزيس) في الشريط الصوتي باعتبارها نقلا للمعلومات في فيلم الخيال العلمي"الوافد"؟

–ما هي أهم تجليات الخصوصية الإبداعية في تصميم شريط الصوت كبنية جوهرية في فيلم الخيال العلمي"الوافد" ؟

منهج الدراسة

تندرج الدراسة– إذا أخذنا بعين الاعتبار نوع المعطيات المستقاة من العنوان"دراسة سيميولوجية"– ضمن البحوث الكيفية التي تقدم فهما متعمقا وتفسيرا شاملا لمجال البحث، أما على أساس الهدف فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تحديد سمات وصفات وخصائص ومقومات ظاهرة معينة تحديدا كميا ونوعيا.[29]

وتجدر الإشارة في هذا الإطار، إلى تداخل السيميولوجيا بالسيميائية تداخلا ملحوظا في الأكاديميات العربية والغربية، وذلك على خلفية صيغة التخيير التي قدمها كل من تودروف وديكرو :

« La sémiotique "ou" sémiologie est la science des signes.»[30]

ولقد احتفظ القاموس الموسوعي الجديد بالصيغة نفسها، مع تغير طفيف في التعريف (مترجما)، "السيميائية (أو السيميولوجيا) هي دراسة العلامات والسيرورات التأويلية."[31] في حين أن، اللجنة الدولية التي قامت بإنشاء "الجمعية الدولية للسيميائيات" في جانفي 1969 قبلت مصطلح "سيميوطيقا "باعتباره يغطي كل معاني اللفظين.

غير أن هناك، من يتوسع في تعريف السيميولوجيا (لتمييزها عن السيميائية)، فيرى أنها العلم الذي يهتم بدراسة العلامات أو الإشارات أو الدوال اللغوية أو الرمزية سواء أكانت طبيعية أم اصطناعية. ويفهم من هذا التعريف أن العلامة إما أن تكون اصطناعية/ اصطلاحية ومتفق على

[29] عبد الخالق محمد علي، **خطوات نحو البحث النهج الاعلامي**، دار المحجة البيضاء، بيروت، ط1، 2010 ،ص39.

[30] *T. Todorov, O. Ducrot, **Dictionnaire Encyclopédique des sciences du langage**, édition du seuil, Paris, 1972, p 113.*

[31] *O. Ducrot, J. M. Schaeffer et autres, **Nouveau Dictionnaire Encyclopédique des sciences du langage**, édition du seuil, Paris, 1972 et 1995, p 213.*

دلالاتها ومقاصدها كاللغة الإنسانية ولغة إشارات المرور، وإما أن تكون طبيعية مفرزة بشكل عفوي ولا دخل للإنسان فيها، وذلك كأصوات الحيوانات...إلخ[32]

إذن، تدرس السيميولوجيا العلامة اللغوية وغير اللغوية، أي تتعدى المنطوق إلى ماهو بصري. ما أدى إلى تشكيل عديد الاتجاهات السيميولوجية في الحقل الفكري الغربي، إذ يمكن الحديث عن سيميولوجيا الدلالة، وسيميولوجيا التواصل، وسيميولوجيا الثقافة. وأصبحنا حديثا نسمع عن "السيميولوجيا البصرية" (Sémiologie visuelle) ، "سيميولوجيا التصوير" (Sémiologie de la photographie)،"سيميولوجيا السينما (sémiologie du cinéma) "و"سيميولوجيا الوسيقى" (Sémiologie de la musique).[33]

وعلى ضوء ما سبق، تتبنى الدراسة مقاربة التحليل السيميولوجي؛ حيث اهتم الدارسون بتطبيق السيميولوجيا في المجال السينمائي مثل "Roland Barthes" و"Metz Christian" وغيرهم بوصفها مقاربة حداثية تساعد في عصرنة الفهم، وآليات القراءة والتأويل[34]، كما أنه أي "التحليل السيميولوجي" يغوص في مضامين الرسالة والخطابات الإعلامية، ويسعى لتحقيق التحليل النقدي، فهو تحليل كيفي واستقرائي للرسالة ذو مضمون كامن وباطن.[35]

أدوات جمع البيانات

تتوقف دقة أي بحث علمي إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة والتي تعرف بأنها الوسيلة التي يجمع بها الباحث بياناته[36]، وسوف نعتمد على طرق "تحليل الأفلام السينمائية"؛ بما أنه تحليل لا يترك الكثير من التفاصيل الخاصة بالزوايا الاجتماعية، الثقافية، السيكولوجية والسينمائية

---

[32] جميل حمداوي، **سيميولوجيا التواصل وسيميولوجيا الدلالة**، ديوان العرب، 7 فبراير 2007:
https://www.diwanalarab.com/%D8%B3%D9%8A%D9%85%D9%8A%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7 (Consulté le 16/10/2019)

[33] عبد العالي بشير، **سيميائية أم سيميولوجيا ؟**، دراسات لغوية، 13ماي 2020:
https://m.facebook.com/groups/678649972146253?view=permalink&id=3249251811752710 (Consulté le 13/08/2020.)

[34] كبورمنال، **اتجاهات قناة *Arte* حيال العلاقات الاسرائيلية العربية**، أطروحة دكتوراه في الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2017، 15ص.

[35] قادري وليد، **صورة الاسلاميين في السينما المصرية، تحليل سيميولوجي لفلمي عمارة يعقوبيان**، ومرجان أحمد مرجان، مذكرة ماجستير في الاعلام والإتصال، منشورة، جامعة الجزائر، 2012، 8ص.

[36] دودري رجاء وحيد، **البحث العلمي اساسياته النظرية وممارساته العلمية**، دار الفكر، دمشق، ط1، 2000، 305ص.

خاصة وأن الفيلم عمل فني مستقل قادر على توليد النص (تحليل نص) يقيم دلالات على منهج سردي (تحليل روائي) ومعطيات بصرية وصوتية (تحليل أيقوني).

ومن خلال هذه المستويات التي تولد المعنى بين مبدع الخطاب ومستقبله؛ وترتبط بخصوصية الفيلم كوسيط (سمعي/ بصري/ حركي)، يوضح كل من جاك أومونت وميشيل ماري أن التحليل يأخذ معناه الكامل عتد تحديد مستويات الرسالة الفيلمية المحملة بشيفرات سمعية عبر الموسيقى، الحوار والمؤثرات الصوتية، وشيفرات بصرية عبر دلالات الصورة وغزارتها التعبيرية، وشيفرات حركية متنوعة وبهذا يمكن التوقف عند هذا المعطى لإنتاج المعنى عبر تلك الشيفرات ، كما لا ننسى أن للنوع الفيلمي تأثيرا على "توزيع مستويات التحليل الفيلمي"– حسب كولكر– الذي يعمل على وصل الأنماط السيميائية.

الجدول1: يوضح توزيع مستويات التحليل الفيلمي

الدلالة السمعية والتحليل السمعي للفيلم	الدلالة البصرية والتحليل البصري للفيلم	الدلالة الحركية للصورة والتحليل الحركي للفيلم
الموسيقى–مدلول الشريط الصوتي– تحليل الضجيج– الأجواء– الكلام– تحليل الحوار	التحليل الأيقوني (اللفظي/اللالفظي)	تحليل إطار الصورة– زاوية الكاميرا– حركة الكاميرا–تحليل المونتاج– تحليل المكان السردي – تحليل الإضاءة – تحليل تشكيلية الصورة

المصدر: إعداد شخصي بالاعتماد على معطيات المرجعين الآتيين:

- *J.Aumont, M.Marie, analyse des films, Armand Colin, Broché Paris, 2e Édition, 2004, p100.*
- ج. كولكر، الفيلم الشكل والثقافة، دار الفرقان، دمشق، ط1، 2002 ،ص 120.

منظور الدراسة

نالت الصورة السينمائية حظا وفيرا في الدراسات السيميولوجية اشتغالا وتحليلا، إلا أن هذه الدراسة تحاول التركيز استثنائيا على العناصر الصوتية، والغرض الأساسي من تبني هذه المنهجية هو الوقوف على الفهم المتعدد الأوجه للرسالة الفيلمية الواحدة؛ وهذا التحديد مهم على صعيد ما نود الاشتغال عليه؛ وذلك بناءا على تحديد أومبرتو إيكو "Umberto Eco" :

" الشريط الصوتي ما هو إلا مجموعة من العلامات في السياق السيميائي"[37]

وبهذا سوف نحاول تأسيس منظور تستند عليه الدراسة :

بداية، وتأصيلا لمفهوم البصريات، تسيدت السينما الصامتة القطاع متوقعة النقاء البصري بلا وسائط مساعدة للتعبير، لكن لاحقا عند ظهور الشريط الصوتي بالأفلام، جعل الصناع، النقاد والمنظرين يصفونه بمفسد النقاء؛ هذا الصراع بين البصري والصوتي جسده القدامى من أرنها يم إلى ايزنشتاين وحتى المُنظر الفرنسي "كريستيان ميتز" في كتابه "لغة الفيلم" بين رافضين للصوت كلياً، إلى متحمسين بحذر، لتظهر حجج "سارة كوزلوف" "Sarah Kozloff " للدفاع عن المستوى الصوتي، من مناظير مختلفة وتفسيرية لظاهرة ازدراء الصوت في السينما:

الجدول2: يوضح تفسير ظاهرة ازدراء الصوت في السينما

المستوى الصوتي في السينما			
المنظور السياسي	المنظور النفسي	المنظور النسوي	أنواع فيلمية جديدة
بتعلق الأساس السياسي والأيديولوجي بالدور المزعوم للسينما أن تلعبه، فهي فن الشعوب لا النخب، الفن القادر على التأثير في الجموع (art of the masses)، والذي سيصلح العالم المتهاوي ويهذب رجل الشارع ويذيب الفوارق بين الأمم بسيادة اللغة الإنسانية المشتركة بدلاً من اللغات المنطوقة المختلفة.	حين تحاكي السينما المسرح الذي ينتمي للطبقات المثقفة والأرستقراطية، تستطيع هضم الحوارات فكرياً والتي تتم عن طريق الوعي، بينما السينما الصامتة القائمة على الصور فتمثل "المرحلة الأولية من التفكير" التي لا تحتاج للوعي أو لقدرات ثقافية فكرية خارقة عند الفرد لأنها تتم عن طريق اللاوعي، حيث كل شيء معقول، مثل التفكير السحري الحالم بعقول الأطفال.	ربطت النزعة الذكورية سلوك الثرثرة بالمرأة ومن ثم احتقرت هذا السلوك وما ارتبط به. ومن هنا فإن عداء الثرثرة النسائية ليس عداءً تجاه طبيعة المرأة بل الطبيعة التي لا ينشدها الرجال في المرأة، وأسقطت تلك الفكرة على الوضع السينمائي.	المساهمة في تمايز الأفلام الغنائية والاستعراضية وإعادة اكتشاف النصوص الروائية والمسرحية، إضافة للكوميديا الكلامية الاستعراضية. ظهور الصوت ساعد أيضاً في إضفاء العمق والتعقيد على الشخصيات.

المصدر: إعداد شخصي مبني على معطيات المقالات التالية :

-*Kozloff. S, the Prejudices against Voice-Over Narration. In Invisible Storytellers: Voice-Over Narration in American Fiction Film, University of California Press. Retrieved from: http://www.jstor.org/stable/10.1525/j.ctt1pp12j.5, 1988, p8-2, (consulté le 25/10/2019)*

[37] *Eco Umberto, **A Theory of Semiotics**, Indiana University Press, Bloomington, 1976, P7.*

-*Kozloff. S, OVERHEARING FILM DIALOGUE, University of California Press Berkeley and Los Angeles, California, 2000, p13.*

-*Pauline Kael, Raising Kane I Orson Welles's "Citizen Kane, Onward and Upward with the Arts Issue:https://www.newyorker.com/magazine/1971/02/20/raising-kane-i,(consulté le 25/10/2019)*

من جهة أخرى، اقترح "كريستيان ميتز" حلا لهذا الصراع بتطبيق نظرية الفيلسوف الفرنسي Etienne Souriau"": "بأن المنجزات التقنية لا يمكنها حل مشكلة داخل الفن، بل يمكنها فقط الإشارة للمشكلة كي يتمكن مُنجز آخر من حلها، وعلى الأرجح يكون مُنجز جمالي (فني)"[38]؛ فظهور الصوت في السينما كمنجز تقني نتج عنه مشكلة (الصراع السابق) يمكن حلها بلمسات إبداعية، وذلك أن النطق في الأفلام منح السينما تركيبتها المميزة من خلال: النص المنطوق يُصبح صورة، والصورة تُصبح نصاً منطوقا .

أما حاليا، على الرغم من أنه يمكن مصادفة عديد الدراسات- خاصة المعاصرة- التي تناولت عنصري الحوار "Dialogue Track" والموسيقى "Music Track" بالتحليل والتوصيف، إلا أن النقص البحثي على هته الجزئية لا يزال مهيمنا،على سبيل المثال الدراسة الرائدة لـ" Nathaniel Epstein" "Scorsese's Use of Voice-Over in Goodfellas: The Ultimate Trailer"، حيث انتقد "E Nathanie." اعتبار الشريط الصوتي في الأفلام نموذجا سرديا من الدرجة الثانية، وحاول تقديمها على أنها عدسة سمعية لفهم التعقيدات والفروق في الصورة وليست من أجل الربط والإحالة فقط.[39] "ناثني إبستاين" سلط الضوء على مجموعة من المخرجين منهم؛ سكورسيزي، أورسون ويلز ، وبيلي ويلدر، ستانلي كوبريك وفرانسيس فورد كوبولا؛ استخدم كل من هؤلاء تقنيات سينمائية استثنائية في تسجيل ومنتجة الصوتً، - كعنصر أساسي في أفلامهم- ، والتي بدونها لكانت أفلامهم مختلفة تمامًا. ومنه نستنتج، أن الصوت ليس عنصراً دخيلاً أو وسيلة مساعدة، إنما يمكن أن يكون صورة بحد ذاته بحسب تريفور[40]، ولأن الحوار، الموسيقى و المؤثرات الصوتية هي من عناصر الصوت، نستخلص أنها أيضاً يمكن أن تكون إحدى الصور بالمفهوم السيميائي لكلمة صورة .

---

[38] أحمد جمال (2016)، عن البلاغة فى الحوار السينمائي، مجلة قصة ومناظر، *(consulté le ,http://qessawmanazer.blogspot.com/2016/07/blog-post_31.html 01/11/2019)*

[39] *Nathaniel Epstein, Scorsese's Use of Voice-Over in Goodfellas: The Ultimate Trailer, Conference: NYU, New York, 2016, p 18.*

[40] تريفور وايتوك، تر: إيمان عبد العزيز، الإستعارة في لغة السينما، المجلس الأعلى للثقافة، الجزيرة، القاهرة، ط1، 2005، ص 58.

مما سبق، ومن الواضح أن التحليل السيمولوجي الذي يرتبط بشكل كبير بالدراسات السينمائية، اللسانيات والدراسات الثقافية والتواصلية،–والتي تشترك في الاشتغال على كيفية انتقال المعنى والمعلومات، عبر العلامات اللغوية وغير اللغوية (الصورة ، الحركة واللفظ)– مناسب للبحث عن المعنى في الشريط الصوتي.

وعليه، ستحاول الدراسة تقديم شبكة تحليل سيميولوجية، تختص فقط بتحليل الشريط الصوتي. (سيتم عرضها لاحقا)

الصوت وتصنيف أنواع أفلام الخيال العلمي

الدراسة تعرض مجموعة من المفاهيم التقنية و الفنية ، مع التركيز على مفهوم الصوت في الصناعة السينمائية عامة وفي أفلام الخيال العلمي و فيما يلي توضيح لأهمه:

الصوت Sound

يشكل الصوت وحدة أساسية في الفيلم السينمائي، يشمل اللغة اللفظية (الحوار) والمؤثرات الصوتية والموسيقى والتعليق والصمت والمونولوج الداخلي، التي تندمج جميعاً بطريقة متكاملة لتكون الصوت في الصور المتحركة. الإستخدام الإبداعي لهذه الوحدة يزيد من التأثير الإقناعي للفيلم، ويضاعف من مصداقيتة بما يحقق أهدافه.[41]

عناصر الصوت في الفيلم السينمائي

إن عملية تبويب عناصر شريط الصوت، تتخذ تغيرات عديدة ترتبط خاصة بالتطور الذي طرأ على محتوى وشكل الفيلم السينمائي، كممحددات مارسيل مارتن التي قسمها لفرعين كبيرين، يشمل الفرع الأول المؤثرات الصوتية،الحوار والحوار الداخلي، أما الفرع الثاني الموسيقى[42] لكن الدراسة حاولت تقديم تقسيم يخدم العينة والمنهجية المتبعة معا، وذلك بتبني التقسيم الذي وضعته الـ " Motion Picture Association of America"، خصيصا لأفلام الخيال العلمي، مبني على دراسة تشريحية لفيلم"Star Wars Return of the Jedi" وفقا لـ:

---

[41] محاضرة إلكترونية، **الصوت في السينما**،

https://virtualmedia372460769.files.wordpress.com/2017/12/d8a7d984d988d8add8afd8a9-d8a7d984d8aad8a7d8b3d8b9d8a9-9.pdf (Consulté le 16/10/2019)

[42] مارتن مارسيل، ترجمة سعد مكاوي، **اللغة السينمائية**، المؤسسة المصرية العامة للنشر، القاهرة، ط1،1970،119= 134ص

الحوار

يعد الحوار وسيلة تعبيرية تسهم في منظومة اللغة السينمائية، فمن تقديم وتأكيد سمات الشخصية والمساعدة على تقدم الأحداث، توضيح الحالة النفسية للشخصية ونقل المعلومات والارهاص بأحداث قادمة وإضفاء المزاج النفسي على الحدث"[43] إلى التلوين الصوتي عند الأداء أو ما يسمى أحيانا نغمة الأداء. فهو أهم عناصر الأصوات الداخلية في الفيلم، يتجسد دائما بالتزامن مع مصدره المرئي ألا وهو الممثل، فالحوار يسمع ويرى في الوقت نفسه.

الموسيقى

للموسيقى في السينما استخدامات عديدة حتى لا تسرق انتباه المشاهد وتبعده عن الصورة؛ منها، أغراض حسية ذات قيمة فنية وجمالية، أو يتم تصميمها في وضعية التأزم بالنسبة للمواقف الدرامية، أو حتى للقضاء على فترات الصمت الذكية المعبرة، كما تستعمل كخلفية مع الحوار، وبعضهم يعمد لتقديمها مع المؤثرات الصوتية، هنا ترتبط بإحساس المشاهد أكثر منها كونها مسموعة. وبشكل عام فإن وضع الموسيقى للفيلم يتم بعد قراءة السيناريو، منذ البداية من قبل المؤلف الموسيقي ومعايشة الفيلم ومشاهدته بعد التصوير وبعد المونتاج حتى يستطيع الانفعال بالفيلم والإحساس به ليستطيع بالتالي وضع الموسيقى الملائمة بعد مناقشة مستفيضة مع المخرج عن المواقع التي هى ضرورية لاستخدام الموسيقى.[44]

المؤثرات الصوتيةEffect Sound

تحتاج السينما حاليا حسا عاليا لاستعمال المؤثرات الصوتية من قبل المخرج والمسؤول عن مكساج الصوت، فبواسطتها يستطيعان أن يجعلا المشاهد يحس انه داخل الحدث، لأنها تخلق جوا يشعرك بالواقع ويشعرك بالحياة تماما.

والمؤثرات نوعان؛ نوع يتم تصميمه داخل الإستديو، وقد مر بمرحلتين، المرحلة الأولى هي الأصوات التي يحققها بعض الاختصاصين باستعمال مواد طبيعية وتتم بشكل يدوي كالأخشاب والصفائح وأيضا الأصوات البشرية التي تقلد أصوات الطبيعة وأصوات بعض المخلوقات. أما المرحلة

---

[43] المهندس حسين حلمي، **دراما الشاشة للسينما والتلفزيون**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة ، ط1، 1989، 20ص

[44] قاسم حول (1996)، **دور الصوت وأهميته في الفيلم السينمائي الحوار.. الموسيقى.. المؤثرات:** http://www.nizwa.com/دور-الصوت-واهميته-في-الفيلم-السنمائي-1 ، *(consulté le 14/10/2019)*.

الثانية فقد صارت تستخلص من مؤثرات الكترونية، وهى ليست قريبة من الواقع بالدرجة التي تحققت عن طريق التعامل مع المواد الطبيعي.

أما المؤثر الطبيعي فهو وإن كان متطابقا تماما مع ما يجري في الواقع، لأنه تسجيل حي، إلا أنه يحتاج كمؤثر إلى معالجة لتستسيغه الأذن في السينما.[45]

وتمثل المؤثرات الصوتية الفجوة التي يشعر بها المشاهد بعد توقف الموسيقى والحوار، ولها أهمية كبيرة في شد انتباهه إلى ما سيحدث بعد لحظات، وبذلك فإن الصمت يعطي أحيانا إحساسا بأهمية الفعل– الفعل هنا هو ما يتوقع وما لا يتوقع من الشخصية–

(لغة/ صوت) الكائنات الفضائية Creatures

سبب فصل أصوات الكائنات عن الحوار و عن مزجها مع المؤثرات الصوتية؛ هو أن هذه الوحدة تعتبر وكأنها نسخة من اللغات الأجنبية المترجمة التي تحتاج لضبط منفصل، لأنها تخضع لسيرورة تصميم مختلفة، فمسارات المؤثرات تبقى نظيفة من الحوار، و مسارات الحوار تبقى نظيفة بدورها، كما وأن هذا يثير واحدة من أكبر المشاكل التي تواجه مهندسي الصوت وهى درجة النقاء التي تطبق على المسارات كلها للحوار والموسيقى والمؤثرات الصوتية .[46] وبالتالي يتعين رفع أصوات الكائنات ومن ثم المسارات الأخرى.

الصمت

يلعب الصمت دورا مهما داخل حدود الصورة، فهو مكون درامي يدل على طريقة معينة في توجيه الانتباه من رؤية المحجوبة إلى ما هو منظور"؛ بمعنى أن تفسير المنجز المرئي يحدث بمعية عناصر الصوت الأخرى، لكن المنجز الفني ككل يعتمد على ثلاثة مفاهيم: الصمت، الوقف والسكتات، لما لها من قدرة على الدلالة والإيحاء التي يراد بها إثارة المستمع، ضبط إيقاع الفيلم، "بوصف الوقف يدخل آليا في قدرة الكلام على إنتاج المعنى في السياق." [47]

---

[45]قاسم حول (1996)، دور الصوت وأهميته في الفيلم السينمائي الحوار.. الموسيقى.. المؤثرات، المرجع نفسه.

[46] *Steven E. Schoenherr* (*2000*), ***Motion Picture Sound*** *: http://aj69.tripod.com/film/motionsound2.html, (Consulté le 16/10/2019*).

[47]الخالدي ميمون عبد الحمزة ، **الإلقاء في العرض المسرحي دراسة في سيميائية الإلقاء** ، بغداد، كلية الفنون الجميلة، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، 1996، ص 209 .

تصنيف أنواع أفلام الخيال العلمي

تتناول الدراسة قصدا البعد الإبداعي لمونتاج الصوت في أفلام الخيال العلمي، وفق مقاربة سيميولوجية لفيلم "الوافد" "Arrival" ، فمصدر العينة الشاملة هنا هو جنس"Genre" أفلام الخيال العلمي.

يقول ألبرت آينشتاين "الخيال أهم من المعرفة، فبينما المعرفة محدودة، فإن الخيال لا حدود له. الخيال هو حافز كل تقدم، ومنشئ أي تطور."[48] ولعله من المهم أيضا أن نتحدث عن "الجونر" انطلاقا من كون أفلام الخيال العلمي تتصدر قوائم أهم المنصات السينمائية الالكترونية– على الأقل هذا ما تناقلته المنصة السينمائية الـIMDb– وقد لاينطبق هذا التوصيف لتذوقها و إدراك قيمتها الحقيقية سواءً كمضمون، أو كقيمة فنية بالنسبة للجمهور العادي أو الكتابات النقدية نفسها لهو أمر يتناقض بالطبع مع الأهمية الكبيرة لنوعية هذه الأفلام– كون موضوعها الأساسي يتمركز حول:

اختصاصها بقضايا المستقبل، وأن أفكارها وتنبؤاتها، على غرابتها، هي ما يُعنى به العلماء أكثر من غيرهم، كونها قد تستحيل واقعاً بعد فترة قصيرة ، وهى كذلك النبع الخصب للخيال الإنساني بوجه عام .

على المستوى التاريخي، لم تتأخر بدايات أفلام الخيال العلمي كثيراً عن بدايات السينما كفن وكصناعة، فمعظم مؤرخي السينما يُجمعون على أن الفرنسي "جورج ميلييه" "Georges Méliès " هو أول من فتح الباب أمام هذا النوع من الأفلام، وذلك من خلال فيلمين صامتين قصيرين، رحلة إلى القمر "le voyage dans la lune" الذي أخرجه عام 1902، والرحلة المستحيلة " Le Voyage à travers l'impossible " الذي أخرجه عام 1904.

ثم تتابع ظهور أفلام الخيال العلمي على فترات متباعدة لكنها تمتد بطول عصر السينما الصامتة، كما أنها تنتمي إلى معظم البلدان التي عرفت الإنتاج السينمائي آنذاك، لكن الازدهار الحقيقي لأفلام الخيال العلمي، كان مع نهاية الستينات، حين فاجأ "ستانلي كوبريك " " Stanley Kubrick" العالم بتحفة سينمائية رائعة مزج فيها بين الخيال العلمي وسينما الفن الخالص "Art

[48] شيماء بلقاسم (2016)، **الخيال أهم من المعرفة**، منصة مقال كلاود:
https://www.makalcloud.com/post/qkvoqdud7، (Consulté le 11/ 04/2019 .)

cinema" فيلم اوديسّا الفضاء " 2001 a space odyssey "[49] ، عام 1968، ثم لم يلبث أن أتبعه بتحفة أخرى مماثلة، عندما أخرج في عام 1971 فيلم البرتقالة الآلية "Clockwork Orange "، وهما الفيلمان اللذان دفعا بذلك النوع إلى المقدمة، ولتتأكد العودة المظفرة لأفلام الخيال العلمي بعد ذلك بسنوات قليلة، عندما أخرج جورج لوكاس "George Lucas" فيلم حرب النجوم "Star Wars" عام 1977، الذي حقق إيرادات هائلة.[50]

أما على المستوى الموضوعاتي، فإن أفلام الخيال العلمي تنقسم إلى ثلاث مجموعات رئيسية هي:

الجدول3: يبرز أهم أقسام أفلام الخيال العلمي

أقسام أفلام الخيال العلمي
المجموعة الأولى تضم أفلام البدايات ، خاصة تلك التي أنتجت خلال مرحلة السينما الصامتة.
المجموعة الثانية تضم أفلام الوحوش "Monsters "والكائنات الفضائية الغامضة
المجموعة الثالثة تتناثر أفلامها عبر العقود المختلفة منذ العشرينات وحتى اليوم ، وتضم عدداً من الأفلام التي تحاول أن تقدم رؤية مستقبلية لما سوف يكون عليه العالم في عصور قادمة

المصدر :إعداد شخصي مبني على معطيات الموقع التالي:

تغريد صالح (2018)، سينما الخيال العلمي، منصة مقال كلاود: *https://www.makalcloud.com/post/3f1v6r31y* ، (*Consulté le 11/ 04/2019*) .

ويتضح مما سبق، أن تطور جنس أفلام الخيال العلمي كان متعلقا بتطور استخدام الصوت؛ هنا ظهرت بداية تبني مقاربة المعالجة الرقمية للصوت–على الرغم من تواضع التقدم التكنولوجي آنذاك– وقد ساهم هذا التبني، في ازدهار أفلام الخيال العلمي ذات الميزانية الضئيلة وخلق مكتبة صوتية متاحة مجانا أو مقابل الدفع تحوي جميع درجات الجودة التي يمكن أن نتخيلها للأصوات، فيما بعد ظهرت مقاربة الصوت الواقعي والعضوي لجعل الصوت أقرب ما يكون إلى الواقع قدر الإمكان (سيتضح في التحليل ما نعنيه بالصوت العضوي).

مدونة التحليل

---

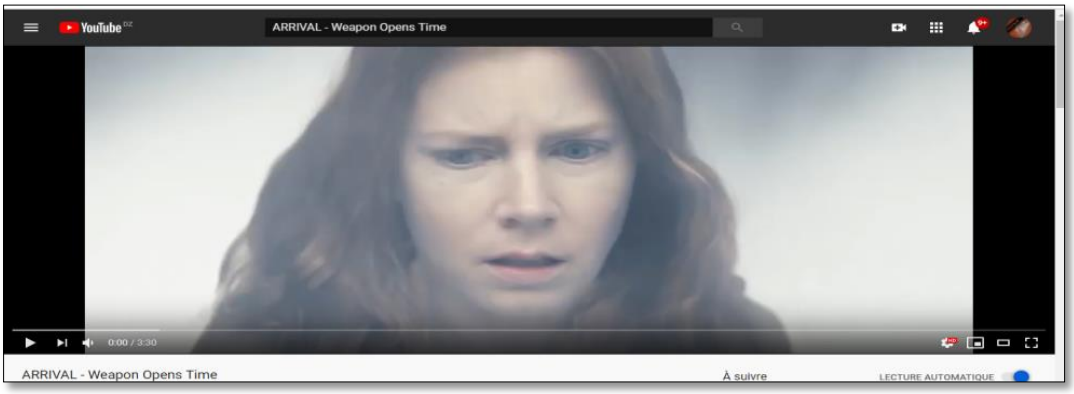
[49] جورج مدبك، **موسوعة السينما المصورة في العالم**، المجلد الثاني، الجزء الرابع: السينما الحديثة بعد انتهاء الح.ع. 2 وحتى يومنا الحاضر، دار الراتب الجامعية، القاهرة، 1992، ص 206.

[50] تغريد صالح (2018)، **سينما الخيال العلمي**، منصة مقال كلاود:

https://www.makalcloud.com/post/3f1v6r31y ، (*Consulté le 11/ 04/2019*) .

قامت الباحثة باختيار عينة قصدية شكلت مدونة تحليل الدراسة، وهي الفيلم السيتمائي "الوافد" "Arrival"، الذي يمثل أفضل أفلام الخيال العلمي الحديثة لعام 2017 على منصة "IMDb "[51]، خاصة في مونتاج الصوت، الصورة والمزج الصوتي. وبهدف التحليل المركز (بالنظر إلى المدة الزمنية التي يستهلكها الفيلم 1h 56min)، وباستخدام المؤشر التالي: " Arrival Best Scene" على موقع "YouTube"؛ تحصلنا على قائمة أخرى معنونة بـ Arrival (2016) | Movie Scenes | Movieclips واخترنا المقطع المعنون بـ: ARRIVAL - Weapon Opens Time .

الشكل 1: يوضح المقتطف المختار على الـ YouTube



المصدر:

Jack Camilla, ARRIVAL - Weapon Opens Time, https://www.youtube.com/watch?v=LwPpwLy4UIU&t=66s, (Consulté le 11/ 04/2019).

وحدة التحليل

قبل المباشرة في عملية التحليل، كان لابد للباحثة من اختيار وحدة تحليل فيلمية ثابتة ترتكز عليها، الوحدة تمثلت في الدلالة السمعية والتحليل السمعي للفيلم بمعنى أوضح؛ وحدة الصوت في المشهد الواحد (المختار).

شبكة التحليل السيميولوجي للشريط الصوتي لمقطع الفيلم المختار" ARRIVAL - Weapon Opens Time"

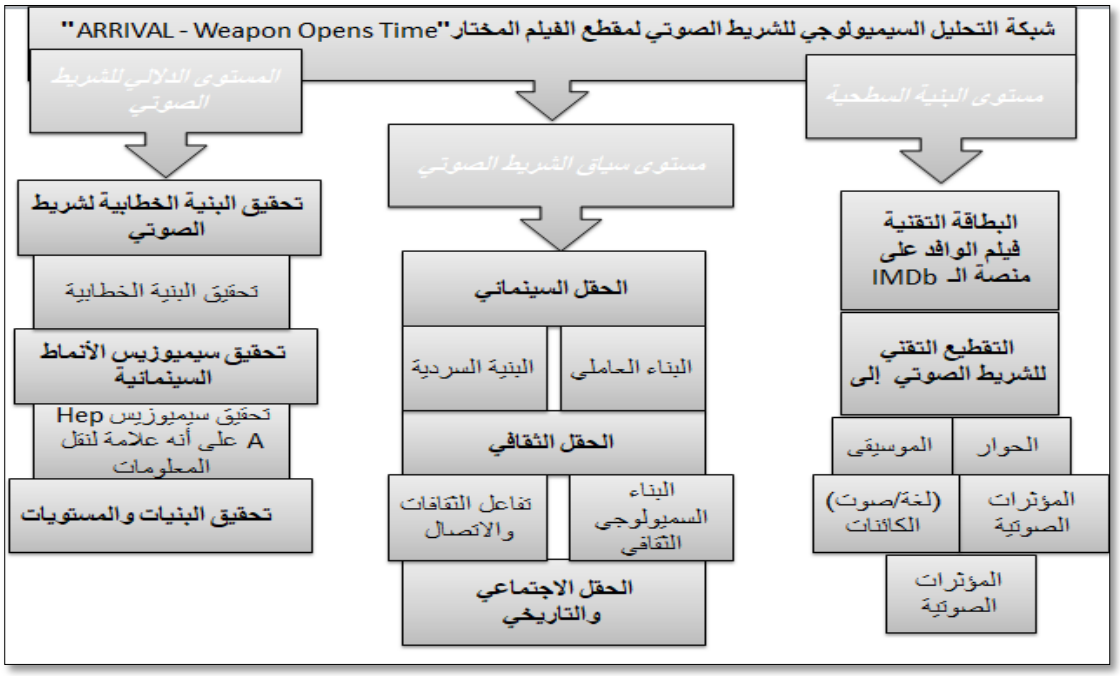
كما أسلفنا سابقا، تتراوح مناهج وطرق تحليل الفيلم بين ما هو نصي، سردي يحيل على أصول لسانية، كما يدخل في إطار بين ما هو إيقوني، موضوعاتي، وما هو بنيوي حيث يعتبر الفيلم كوحدة متكاملة البناء يتعاضد في رصد أجزائه كل من السيناريو، القصة والحوار... ونظرًا لأن الهدف هنا –

[51] *Plateforme imdb: https://www.imdb.com/title/tt2543164/?ref_=ttawd_awd_tt: (consulté le 25/10/2019)*

وغالبا في الدراسات السيميائية والسينمائية – ليس فقط محاولة معرفة تكوين "عنصر سينمائي" أو "مصدر سيميائي" معين – الصوت في هذه الحالة – ولكن الأهم، تحديد المتخيل الفني والجمالي، لاسيما المعنى التعبيري التواصلي لهذه العناصر داخل سياقات البنية الفيلمية وهنا نتحدث عن تحقيق سيميوزيس الشريط الصوتي على أنه علامة لنقل المعلومات؛ لاسيما عنصري الـ Logogram الرسم اللفظي اللوجُغرام- غراف؛ الرسم الدال على لفظ معي[52] (نص مكتوب Heptapod B) و الـ Organic Voice الصوت العضوي المتكون من طبقات متداخلة لعديد الأصوات الأخرى (الصوت Heptapod A)، كما هو حال الصورة السينمائية أيضا.

وستعمد الدراسة على انتقاء بنيات محددة من شبكة التحليل المقترحة التالية:

الشكل 2: يوضح شبكة التحليل المقترحة



المصدر: اعداد شخصي مبني على معطيات المواقع التالية(بتصرف):

http://cinema.al-rasid.com/2010/04/29/film-analysis-and-critic-tasks/-
https://fr.slideshare.net/jonreigatemedia/film-sound-analysis-intro-
-https://www.mytutor.co.uk/answers/1621/GCSE/Media-Studies/What-is-the-difference-between-Diegetic-and-Non-diegetic-soun.

[52] *Schiller.N. O, Zhang.Q. F, Paolieri. D, Vedonschot R. G, La Heij W, Paolieri D, "**Homophonic context effects when naming Japanese kanji: Evidence for processing costs", The Quarterly Journal of Experimental** Psychology. 64 (9), 2011, p1836–18 49.*

5. 1. مستوى البنية السطحية

5. 1.1.البطاقة التقنية للفيلم

تعتبر منصة الـ IMDb (Internet Movie Database) –التي اعتمدت عليها الباحثة في تصميم البطاقة التقنية للفيلم– قاعدة للبيانات على الإنترنت تختص بالأفلام، البرامج التلفزيونية، مقاطع الفيديو المنزلية وألعاب الفيديو، تعرض أيضا السير الذاتية للممثلين وطواقم الإنتاج والموظفين، كما توفر ملخصات عن حبكة الفيلم المراد مشاهدته ومراجعات وتقييمات المعجبين والنقاد المحترفين.

يحتوي الـ IMDb على ما يقرب من 5.3 مليون عنوان لأفلام من مختلف الأجناس والأصناف، و9.3 مليون شخصية سينمائية في قاعدة البيانات الخاصة به، بالإضافة إلى 83 مليون مستخدم مسجل، حسب احصائيات أكتوبر 2018.[53]

ما جعل من هذه المنصة قبلة لاتماس المعلومات والمعطيات الدقيقة والتي لا نجدها في غيرها من المنصات الفيلمية.

فيلم الوافد على منصة الـ IMDb :

العنوان : Arrival (original title) ,Premier contact

سنة الإنتاج : 2016، زمن الفيلم : 1h 56min، تقييم: 7,9/10

بلد الإنتاج: الولايات المتحدة الأمريكية USA

مونتاج الصوت: Sylvain Bellemare

المشرف العام عن التقاط الصوت: Bernard Gariépy Strobl

مزج الصوت: Dolby digital

إخراج : Denis Villeneuve

سيناريو: Eric Heisserer

القصة: Ted Chiang " The Story of Your Life"

جونر الفيلم : Drama, Mystery, Sci-Fi

الجوائز: أهمها،جائزتي أوسكار Oscar Awards لأفضل إنجاز في مونتاج الصوت ومزج الصوت.[54]

الشكل 3: يوضح ملصق الفيلم

[53] *What is IMDb and how does it works? | Weird facts plus, 13 févr. 2019 https://www.youtube.com/watch?v=L4M_TiUxBe4 (consulté le 25/10/2019)*

[54] *https://www.imdb.com/title/tt2543164/awards?ref_=tt_ql_op_1(consulté le 25/10/2019)*

5. 2.1. تقطيع تقني للشريط الصوتي

الشكل 5: يوضح جدول التقطيع التقني لشريط الصوت

مستوى تقطيع الشريط الصوتي					
المشهد	الحوار	الموسيقى	المؤثرات الصوتية	الكائنات Heptapod الصوتA نص مكتوب Heptapod B	الصمت
vlc-record-2020-01-23-01h02m24s-Arrival			-تنسحب الغيوم الغازية في البيئة البديلة الضبابية. -تتنفس لويز بشكل مثقل.		
vlc-record-2020-01-23-01h11m29s-Arrival			- تتنفس لويز بشكل مثقل ، مع همهمات التعجب. - حركة انسياب شعر لويز. - حركة انزياح الضباب. - حركة أرجل Heptapod	Heptapod A الصوت Organic voice الصوت العضوي يتكون من طبقات أصوات الحيوانات البحرية كالحوت الأزرق، الفيلة، الأسود وصوت تكسير قشرة البيض.	
vlc-record-2020-01-23-15h42m57s-ARRIVAL	Louise: "Costello?" "What's happened?"		- تتنفس لويز بشكل أحسن تعبيرا عن التحكم.	Heptapod A الصوت Organic voice الصوت العضوي	
vlc-record-2020-01-23-15h58m08s-ARRIVAL			-حركة نضوح الحبر من النهايات النجمية للـ Heptapod	نص مكتوب Heptapod B Costello : “Abbott is death process”	

		– حركـــــة اضـــــمحلال الحبر من بين يدي لويز.			
	Heptapod A الصوت تنفس عميق	– تتـنفس لـويز بشـكل متسـارع ومضطرب.		Louise: "I am sorry. We' re sorry" Louise: "I need you to...I need you to send a message to the other sites"	
	Heptapod A الصوت .... نص مكتوب Heptapod B Costello : “Louise has weapon” Heptapod A الصوت .... نص مكتوب Heptapod B Costello : “use weapon” Heptapod A الصوت			Louise: "I don t understand! What... is your purpose here?”	
	Heptapod A الصوت .... نص مكتوب Heptapod B Costello : “We help humanity”			Louise: "How can you know the future?”	

	 نص مكتوب Heptapod B Costello: “In three thousand years…” نص مكتوب Heptapod B Costello : “…We need humanity help” 				
	Heptapod A الصوت شبيه بذبذبات موجهة نحو لويز ….	– تتـــنفس لـــويز بشكل متثاقل. – طقطقة الحجارة بين يدي هانا ابنة لويز.		Louise: "I don’t … I don’t understand "who is this child?”	
	Heptapod A الصوت نص مكتوب Heptapod B Costello : “Louise sees future” 		استخدمت Heptapod A الصوت كموسيقى عوض الآلات الموسيقية	Hanna Off–Screen Voice: "The show is called… Mammy and daddy talk to animals”	

	Louise: "Wait … no wait…Wait"		تتـنفس لـويز بشـكل متسـارع ومضطرب.	Heptapod A الصوت نص مكتوب Heptapod B Costello : “weapon opens time ”	

المصدر: اعداد شخصي

2.5. مستوى سياق الشريط الصوتي

1.2.5. الحقل السينمائي

***البناء العاملي**

يحدد البناء العاملي في هذه المرحلة الشخصيات الفاعلة الرئيسة والمساعدة التي تظهر في المقتطف المختار على الـ YouTube:

تستدعي عمليات إبداع وتوظيف أصوات معينة، صفات مورفولوجية تختص بها الكائنات الفضائية سباعيات الأرجل Heptapods Abbot and Costello ، ويتطلب هذا التمثل الصوتي (نقصد Heptapod Aالصوت، نص مكتوب Heptapod B) تصميما مقصودا من قبل صانعي المجسمات لتكون غير إنسانية؛ في هذه الحالة انعدام القفص الصدري، واستبداله بسبعة أرجل طويلة، تنتهي بأصابع فرعية نجمية، تستند إليها من أجل المشي والدفع النافث للسوائل أي الحبر أو الغازات .

أما فيما يخص شخصية Louise Banks (الممثلة Amy Adams) ، فهي باحثة لسانيات جامعية استدعت لوظيفة خطيرة لمعرفة ما تريده الـ Heptapods من الإنسانية.

تتصف شخصية Louise Banks بالتصميم، الذكاء والعمق، ففي حين أن من حولها يسارعون نحو استنتاجات حول تهديدات الـheptapods ، تتبع لويز مقاربة أكثر دقة واتزانا، تحاول دراسة الأشياء بموضوعية وتتخذ خيارات بناءً على المنطق وليس الخوف.[55]

***البنية السردية**

[55] *https://aliens.fandom.com/wiki/ https://www.quora.com/Where- can-I-find-all :of-the-logograms-from-the-2016-movie-Arrival-and-their-meanings(consulté le jour/mois/année)*

تتمايز البنية السردية لدى تحليلها إلى ثلاثة مراحل درامية؛ مرحلة الإعداد، مرحلة المواجهة (الصراع) ومرحلة الحل. وبما أن، مدونة التحليل محتواة في المرحلة الدرامية الثانية ، فإن تركيز التحليل السردي يتم عندها.

الجدول 5: مراحل البنية السردية

المرحلة الدرامية الأولى: الإعداد The setup	المرحلة الدرامية الثانية: المواجهة The CONFRONTATION	المرحلة الدرامية الثالثة: الحل The RESOLUTION
تقديم جميع الشخصيات الرئيسية في هذه المرحلة، كما يتم تأسيس عالم القصة ودينمكيتها، إضافة إلى وضع أسس الصراع المركزي للقصة.	طرح الشخصية في وسط الصراع المركزي وتموضعها في تقابل مباشر مع القوى الخصمة. وذلك عند صعود لويز إلى السفينة، وتواصلها مع كوستيلو في بيئة مشتركة. يتواصل كوستيلو مع لويز بفعالية، لأنها تمتلك السلاح بالفعل ويحفزها لأن تستخدمه (السلاح هو تحصيلها وإدراكها للغة الـ heptapods غير الخطية) يخبر كوستيلو لويز أن الهيبتابود موجودون على الأرض لغرض المساعدة الإنسانية لأنهم سيحتاجون مساعدتهم خلال ثلاثة آلاف السنة القادمة. تمتلك لويز القدرة على رؤية المستقبل(رؤاها لابنتها ليست ذكريات من الماضي، بل رؤى لابنتها المستقبلية) عبر اللغة وهي السلاح.	تتخرط الشخصية الرئيسية وقوات الخصومة في المواجهة النهائية لحل النزاع المركزي. يتم حل الخط الرئيسي الرئيسي وجميع المخططات الفرعية الإضافية. تم تأسيس الوضع الراهن الجديد.

المصدر: اعداد شخصي مبني على معطيات الموقع التالي:

https://*sixactstructure.com/story-structure-analysis-arrival/*

2.2.5. الحقل الثقافي، الاجتماعي والتاريخي

***البناء السميولوجي الثقافي**

لا تقوم العلاقات الاجتماعية والإنسانية ما لم تنسج علاقات تواصلية يُهدف من ورائها إنتاج وتلقي المعلومات لأن قوانين التواصل حسب أمبرتو إيكو هي قوانين الثقافة[56]. وعلى هذا الأساس يعدّ استحضار الدائرة الثقافية الاجتماعية والتاريخية في سيميولوجيا السينما، إنما هو استحضار للنص في الفيلم، والمسؤول عن تصريف مجموعة من القيم والأنساق الثقافية والاجتماعية والإيديولوجية... داخل مجتمع ما.

وعليه، وعبر الاتكاء على نموذج قصة الخيال العلمي القصيرةStory of Your Life للكاتب تيد تشيانغ Ted Chiang، التي شكلت القاعدة السردية لفيلم Arrival، تمكنت الباحثة من عرض المقولات التي لا تتعلق بالثقافة الأمريكية فحسب، إنما تتعلق أيضا بهيمنة صورة من التكوين الثقافي الذي يتخلل الزمان والمكان

ويتجاوزه، لقيمة موحدة تجمع المجتمعات وتخص البشرية ككل.

إن الحيلة السردية في فيلم Arrival، على الرغم من ضياع كثير من المعني في سيرورة تحول اللغة اللفظية إلى لغة سينمائية – استخدم المخرج دينيس فيلنوف أسلوبا مغايرا في كيفية إدراك المشاهد للواقع الوهمي، و هو أسلوب غير معتاد في أفلام هوليوود– هو ذلك الرسم الذكي لمختلف الأزمنة، بمزج المستقبل، الماضي والحاضر لنسج العقدة غير الخطية وفق مستويات، إنها تتعلق باللغة، التعاون، تجاوز الحواجز، الإرادة الحرة، المسؤولية الشخصية والإنغماس في ثقافة جديدة لفهم العرق اللآخر (تذكير بأن كلمة "alien" تشترك في جذر مع الكلمة اللاتينية "alius" التي تعني "آخر") الأجنبي، الفضائي...[57]

تركيز القصة لا يتصل بكل الحركات الدرامية التي تتراوح بين؛ توتر عسكري (العلاقات المتوترة الصين وروسيا كمعتدين) ، وصولا إلى تخريب سفينة الفضاء من قبل الجنود الأمريكيين... ، ولا

---

[56]عبد الله بريمي(2017) ، **البناء السميائي للثقافات**، مجلة الإمارات الثقافية،

https://m.facebook.com/abdelahberrimi/posts/pcb.1663887493653717/?photo_id=1663887456987054&mds=%2Fphotos%2Fviewer%2F%3Fphotoset_token%3Dpcb.1663887493653717%26photo%3D1663887456987054%26profileid%3D0%26source%3D48%26refid%3D52%26__tn__%3DEH-R%26cached_data%3Dfalse%26ftid%3D&mdp=1&mdf=1،

(Consulté le 11/ 04/2019)

[57] *Nick Statt(2016) ,* ***how the short story that inspired Arrival helps us interpret the film's major twist,Living with the power of choice****, https://www.theverge.com/2016/11/16/13642396/arrival-ted-chiang-story-of-your-life-film-twist-ending, (Consulté le 11/ 04/2019*).

يتعلق بالسفر عبر الزمن، كما أنه ليس متعلقا بتعديل الجينات، أو الإجهاض، بل حول إعمال بصيرتنا كبشر نحو المستقبل لإجبار مسارنا الحاضر على الانحراف. إنه يتعلق بقبول الآخر والحوار، فهم خيارات حياتنا .

***تفاعل الثقافات والاتصال Interculturalism and Communication**

منذ القدم، كان ولايزال السعي الحثيث للتواصل بشكل أفضل بتخطي الحدود اللغوية والثقافية من التحديات المتأصلة بين البشر، لذا الرسالة الأساسية للفيلم هي أكثر واقعية مما نتوقع، فالجدل الذي حاول فريق العلماء معرفته كان قائما على ترجمة تقديم سلاح، استخدام سلاح، لكن التهديد لم يكن في تحديد السلاح، أو متى ينطلق الهجوم من مواقع الإنزال للسفن الفضائية حول العالم، بل كان خطأ تفسير الرمز بأن يكون له ترجمة بديلة قريبة مثل أداة أو تكنولوجيا.

إذن، يقدم الفيلم مفهومين هما –من منظور تعددي ثقافي–تواصلي– الممارسة البشرية للمثالية والواقعية The Idealism and Realism Humanitarian Action [58]في التعامل مع الأزمات العالمية، بغض النظر عن الاختلافات السياسية، الفلسفية، الدينية و اللغوية. ومفهوم إتقان الفهم الثقافي،الفرصة الوحيدة للبشر لحل مشاكل عالمية هي تحسين الحوار بين البلدان و الإرتقاء.

3.2.5. الحقل الاجتماعي والتاريخي

يعتبر الفيلم نتاج بيئته ولسان حالها، إذا ما استثنينا بعض أفلام الخيال العلمي المبالغ فيها (التي تقترن عادة بجونر آخر كالكوميديا أوالفانتازيا) ولا يكاد يخرج مضمونه عادة عما تعارف عليه المجتمع من عادات وتقاليد وقيم توارثتها الأجيال، وهو إن كان مرآة عاكسة لأحوال الوسط الذي انبثق منه إلا أن عالم الـ Showbiz يفرض تناولا مغايرا للمواضيع حيث يضيف بعض القيم المستوردة التي لا تمت إلى مجتمعه بصلة أو ربما وجدت ولكن بنسب ضئيلة جدالا تستوفي شروط التعميم.

فمثلا، منذ ثلاثينيات القرن الماضي، كانت المخلوقات الفضائية في الأفلام تُجسّد "خطر الآخر" كالخطر الأصفر نسبة للآسيويين، أما في عام 1951 ، كان الشيء من العالم الآخر تشبيهًا للحرب

[58] *Hugo Slim (2005),* ***Idealism and Realism in Humanitarian Action, Two Talks Given at the ACFID Humanitarian Forum Canberra****: https://www.files.ethz.ch/isn/26951/IdealismandRealism.pdf, (Consulté le 11/ 04/2019*).

الباردة، ولاحقًا علّق فيلم Star Trek على العلاقات بين الأعراق[59]...كل هذا كان مصاحبا بهامش من التهويل السخيف الذي يطال عملية التجسيد السينمائي ليسهل هضمها من طرف المتلقي.

على ضوء ما سبق، كان ولابد من مكاشفة الانعكاس الاجتماعي والتاريخي، حيث اتضح أن فيلم Arrival انعكاس لقضية الهجرة أو قانون الهجرة – بشكل خاص تزامن اطلاق الفيلم مع انتخاب الرئيس الأمريكي دونالد ترامب المرشح الرئاسي للحزب الجمهوري بتاريخ 19 يوليو 2016– الذي سُن وسط إجراءات صارمة.[60]

يقدم فيلم Arrival وجهة نظر تقول، بأن الاختلافات تنجم عن معايير مبنية اجتماعياً مثل المعايير التي تبنى على الاختلافات الثقافية واللغوية تماما.

3.5.المستوى الدلالي للشريط الصوتي

1.3.5.تحقيق البنية الخطابية

تتخذ بعض أفلام الخيال العلمي من المسافة "Distance" مؤشرا لتقديم تخيل عن العوالم، المجرات البعيدة و الكائنات الغريبة إذا ما سافرنا بسرعة الضوء، كما أن بعض أفلام الخيال العلمي الأخرى تقدم متخيلا عن الوجود "Existence" ، يتمحور عند نقطة الهيمنة التكنولوجية، ومتى تتوقف إتسانية الإنسان، أما البعض الآخر من الأفلام كما هو الحال لـ "Arrival"، فإنها تقدم محتوا عن الفهم"Understanding" والتواصل "Communication"، سواء أكان بين مجموعات متجانسة أم غير متجانسة تبحث عن لغة خطاب فيما بينها... هذه الرؤية كانت وراء الإصدار الفيلمي للمخرج "Denis Villeneuve ".

*تقديم لغة من خلال الموسيقى:

سعى المخرج "Denis Villeneuve" مع المسؤول عن مونتاج الصوت"Sylvain Bellemare" والمشرف العام عن التقاط الصوت "Bernard Gariépy Strobl" للحصول على صوت دقيق، أو بما أسماه "Villeneuve" "تقديم لغة من خلال الموسيقى"Bringing a Language with sound"، بمعناه،

[59] *Zachary Pincus-Roth (2017),* ***Aliens as immigrants: How 'Arrival' became the latest political sci-fi film****: https://www.washingtonpost.com/entertainment/aliens-as-immigrants-how-arrival-became-the-latest-political-sci-fi-film/2017/02/23/b9975f08-f83e-11e6-bf01-d47f8cf9b643_story.html, (Consulté le 15/ 08/2020).*

[60] Ibid.

لغة صوت لا يريدها أن تطغى على الصورة، يريد أن يجعلها معبرة للغاية ولكن في نفس الوقت خفية للغاية، يشعر الجمهور بها وكأنها الواقع أي من الطبيعة.

أما التحدي الأكبر كان في تقديم لغة الـ Logogram عبر (نص مكتوب Heptapod B) و(صوت Heptapod A) المنفصلين:

القصة تظهر، وفود اثنتي عشرة سفينة غريبة، تحط في 12 موقعًا مختلفًا على الأرض، والسماح لمجموعة مختصين وعسكريين للولوج والتفاعل مع الـ "Heptapods"، يتكشف الصراع الرئيسي فيما بعد، حول المعرفة المرحلة الأولى على سلم الفهم: "لماذا هم هنا؟"، "ماذا يريدون؟"و "ما هي نواياهم؟

***مشكلة المعرفة تصبح مشكلة اللغة:**

ضمنيا، مشكلة المعرفة، هي مشكلة عدم تماثل اللغة، بسبب التواصل غير المتجانس–المتعدد اللغات– بين الطرفين (human-human communication to human-alien communication From)، وللعمل على فك تشفير هذه اللغة الغامضة، تبدأ باحثة اللسانيات الدكتورة لويز بانكس في الحصول على رؤى للماضي والمستقبل مع تحول تصورها للوقت من خطي إلى دائري Non-linear knowledge. بمعنى آخر يؤدي التفكير بلغة مختلفة إلى تغيير أنماط التفكير الخاصة بها، بمعنى وجود علاقة عميقة بين اللغة الجديدة التي تتحدث بها الدكتورة لويز والطريقة التي تتصور بها العالم.

الجدول 6: يبرز الـ Logogram عبر (نص مكتوب Heptapod B)

Dictionary of the Heptapod logogram language from Arrival

قاموس اللوغجرام لفيلم الوافد	
Weapon	Abbott Is Death Process" or "Abbott is Dead
Louise Has Weapon	"Where Is Abbott?

المصدر: اعداد شخصي مبني على معطيات الموقع التالي

https://imgur.com/gallery/ocClU

2.3.5.تحقيق سيميوزيس الأنماط السينمائية

يغيب عن الإنسان أنه كائن بيولوجي أيضا على هذا الكوكب، وأن الادراك (conscious) لا يمسه وحده، بل يمس جميع الكائنات الحية، حتى أن البراميسيوم (حيوان مجهري يعيش في الأنهار و البرك) يملك هوية متميزة فردية، أي كل السلوكيات المعرفية (Cognitive behavior) التي يستخدمها البشر: يسبح يبحث عن الطعام ، يتذكر، يتعلم ويشعر. ..

وكشفت الأبحاث العلمية الحديثة في ميدان السيميائيات، أن مصدر السيميوزيس (أوصيرورة العلامات)، يعتمد على "التأويل"بالمعنى البيرسي (نسبة الى تشارلز بيرس)، أو"كيفية انتاج المعنى" الذي يقوم على التسنين (on coding)، وهذا لا يتعارض مع "سيموزيس"الحياة العضوية (البيولوجية) الذي يعتمد "التأويل"، حيث جميع الأدلة التجريبية العلمية المتوفرة حتى الان، تدعم هذا الاستنتاج [61]، وبالتالي:

هذه المقدمة البرهانية، سنسقطها على الـ Heptapod في فيلم Arrival،ككائنات بيولوجية فضائية لديها إدراك متطور، قد يضاهي أويفوق الإدراك البشري، ويعتري منظومته التواصلية اللفظية وغير اللفظية كم من الغموض.

وسنركز على لغة الـ Heptapod اللفظية (الصوتية)، التي هي عبارة عن مقطوعات صوتية مبهمة، معقدة وفريدة تحمل داخلها سياقًا غير خطي، بحيث تحدث معنى خارج هيكلنا اللغوي البشري، و بالتالي نسلط الضوء على التجلي الإبداعي لبنية الرسم اللفظي .

*تحقيق سيميوزيس HepA على أنه علامة لنقل المعلومات

الصوت عنصر أساسي من اللغة السينمائية في فيلم الوافد، فدائمًا ما كان عنصرا لتحديد الإيقاع السردي، وتوصيف المشاعر التي أُريد مشاركتها مع المتلقي، لاسيما عبر أصوات الـHepA :

–الصوت عنصر سينمائي: تصميم الصوت العضوي Organic sound لـ "HepA "

[61] محمد عبد الحميد المالكي (2019)، **في السيميائيات البيولوجية.. "الهوية " كضرورة بيولوجية (غريزة استمرار النوع):**

(Consulté le ، https://www.facebook.com/moh.malky/posts/2041609162587830 04/11/2019)

استخدم " Dave Whitehead "في تصميم تلك الأصوات العضوية، مزيجا من عدة طبقات للأحياء البحرية*، طقطقة الصخور وحركة ذوبان الجليد بطريقة تراكمية، وهي في الأساس خدعة قديمة في تصميم الصوت، ولكن تطبيقها على شاكلة سونار مضخم، هي الحديثة (بما أن الـ Heptapods لا يملك رئتين، حنجرة أو صندوق صوت).

أما عن الصوت الحبري المصاحب لظهور الـ Logogram، ناتج بشكل أساسي عن صوت إسقاط الخضروات في الماء، كذا احتكاك حبيبات الأرز وصوت خدش فراشي معدنية عبر ألواح بلاستيكية. تم الجمع بين كل هذه الأصوات ومعالجتها رقميا، وهذا ما تبناه فيلم Arrival، مقاربة الصوت الواقعي والعضوي، بابتعاد الطاقم التقني المسؤول عن الصوت، عن المكتبات الصوتية الإلكترونية المتاحة، نحو خلق صوت عضوي أكثر حيوية يمكن تحويله وصقله بما يتناسب القصة، فكائنات الـ Heptapods في الحقيقة ليسوا روبوتات.[62]

فكانت المقاربة المعتمدة قائمة على تصميم الصوت المسند للواقع Reality-Based Sound لتحديد الإيقاع السردي .

–الصوت العضوي لـ "HepA " نمط سيميائي:

نعلم أن الـ Heptapod لديهم لغة ذات نسختين، مكتوبة (Heptapod B)، والأخرى "المنطوقة" (Heptapod A)، ومن الواضح أن الـ HepB تنقل الأفكار، المعنى في بنية تركيبية دائرية تشبه الجملة. ولكن ما الذي تنقله النسخة المنطوقة في انفصالها عن المستخدمة؟ وهل كلامهم يعزز بطريقة ما الفهم غير الخطي للوقت؟

في العينة المختارة ، يبدو أن الأصوات في HepA تثير "رؤى" لويز للمستقبل ، وهذا لدى تفاعلها مع كوستيلو في غرفة الضباب، حيث أدركت أخيراً أن الفتاة هي ابنتها المستقبلية، وأن السلاح ما هو إلا اللغة اللاخطية العابرة للأزمنة.

أي أنه، على الرغم من إدراك لويس لـ(Heptapod B)، إلا أنها كانت لا تزال بحاجة إلى التواصل المنطوق الناقل للعواطف والمحفز نحو اللغة غير الخطية. (يمكن الاستماع لمقطوعة

*ينتشر الاتصال الصوتي على نطاق واسع في كل من اللافقاريات المائية وشبه المائية ، مع العديد من الأنواع القادرة على استخدام الموجات فوق الصوتية والموجات فوق الصوتية للتواصل.

[62] *u/mayor_mammoth(2018), Point of Heptapod A?: https://www.reddit.com/r/ArrivalMovie/comments/7qhqff/point_of_heptapod_a/dspuozi/,(Consulté le 04/11/2019).*

Heptapod A على الرابط التالي: https://soundcloud.com/mcjacver/heptapod-sounds-effect-arrival-movie-2016)

إن الـ Heptapod A ليست مثل صوتيات اللغات البشرية التي تميل إلى أن تكون منظمة، وتصطنع نتيجة اتفاقيات، على سبيل المثال: فاعل، موضوع الفعل و الفعل (SOV) كما هي في اللغة اليابانية والهندية، أو فاعل، فعل وموضوع الفعل (SVO) كما هي في الإنجليزية والروسية . وبدلاً من ذلك ، فإن الـ Heptapod A عبارة عن شكل حر لا ترتيب له، ومع ذلك ، يتضح ورغم الانفصال الشكلي مع تحليل لغة الـ Heptapod B، أنها وظيفية و ناقلة للمعلومات.

تحقيق البنيات والمستويات

من المهم التنبيه إلى أن الفيلم يعتبر خطابا متعدد الأنماط السيميائية [63] وأن ارتباط فيلم Arrival وثيق الصلة بهذه الأنماط والعناصر السيميائية التي تشتمل على الحوار، الموسيقى، المؤثرات الصوتية، (لغة/صوت) الكائنات و الصمت؛ التي بدورها تشكل البناء الهندسي الإبداعي للشريط الصوتي باتخاذها أبعادا ووظائفا وخصائصا كلها تفضي إلى تأسيس الـ Sound Semiotics:

البعد العاطفي

أفرز إستخدام الـ Organic Sound، عن خلق شعور تماهي المتفرج (المنصت) في بيئة خيالية (تحقيق التجربة الشخصية).

البعد الترسيمي

استخدام صوتيات الـ Heptapod A لترسيخها لدى المشاهد كمقطوعة موسيقية (تفادي التعقيد)، مقارنة مع سهولة تذكر الرسائل المنافسة لـ Heptapod B.

البعد الشعري

هنالك خصوصية إبداعية في تصميم وتوضيب الشريط الصوتي في أفلام الخيال العلمي، تتأتى من المبدع شخصيا المشبع بالخيال، و المتحكم في تكنولوجيا التصميم، لكونها تساهم في تشكيل الإنسجام والتناغم.

[63] *Xu Bo, Multimodal Discourse Analysis of the Movie Argo, English Language Teaching, Canadian Center of Science and Education, Vol. 11, No. 4, 2018,p132.*

النتائج

تبعا لتساؤلات الدراسة الثلاث، توصلت الباحثة من خلال التحليل السيميولوجي لفيلم "الوافد" المعني بالدراسة إلى النتائج الآتية:

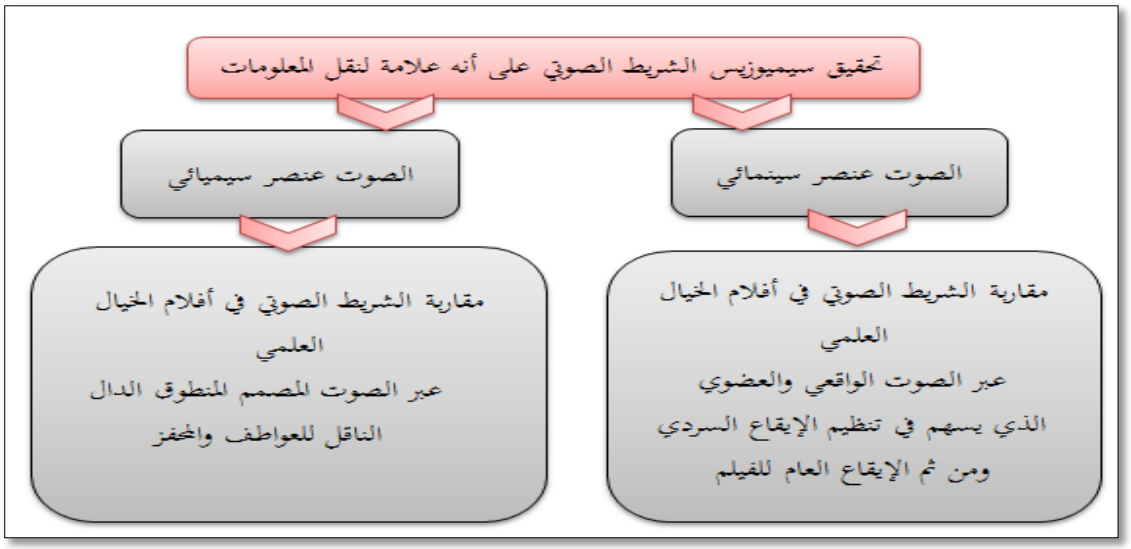
– أهم مستويات البناء السيمولوجي في تصميم الشريط الصوتي في فيلم الخيال العلمي"الوافد"، تتضح في مستوى البنية، مستوى سياق الشريط الصوتي والمستوى الدلالي للشريط الصوتي، مايدعم اعتبار الصوت عنصرا سيميائي دلاليا Modes/ Modalities بل يتخطى ذلك إلى تأسيس خطاب (Sound Semiotics).

الشكل 4: مستويات البناء السيمولوجي للشريط الصوتي

المصدر: إعداد شخصي

– يتم تحقيق بناء صيرورة العلامات (سيميوزيس) في الشريط الصوتي باعتبارها نقلا للمعلومات في فيلم الخيال العلمي"الوافد" عبر تمفصلية الصوت كعلامة (الصوت عنصر سينمائي و عنصر سيميائي) . كما يوضحه الشكل الموالي :

الشكل 5: يوضح تحقيق سيميوزيس الشريط الصوتي



المصدر: إعداد شخصي

– أهم تجليات الخصوصية الإبداعية في تصميم شريط الصوت كبنية جوهرية في فيلم الخيال العلمي"الوافد" تتمثل في:

الشكل 6: يوضح تجليات البعد الإبداعي لشريط الصوت

المصدر: إعداد شخصي

8.خاتمة:

كشفت الدراسة، سمات مونتاج وتصميم الصوت في أفلام الخيال العلمي، الذي يتميز برفعة المستوى، وهو ما جعل هناك ضرورة لمراعاة زمن كل مؤثر صوتي، لحظة دخوله وخروجه واختيار

المستوي الصوتي المناسب مع الحدث وأيضا مع اللقطة السابقة واللقطة التالية له، خاصة في ظل انعدام الموسيقي المتوارية خلف المؤثرات و الحوار.

كما تمثل لنا من الدراسة، أن المشكلة الأساسية التي تواجه أي باحث أوسينمائي يرغب في ممارسة تصميم منتجة الصوت، دراسته أو تدريسه أو التنظير للممارسة الفنية لتصميم الصوت– والتي يُنظر إليها على أنها جزء "تقني" أو ثانوي من عملية الإنتاج– في عدم وجود أسس نظريًة دقيقة لوصف الصوت كعنصر سينمائي(Sound Theory) وأطر شاملة لمقاربته كعنصر سيميائي (Sound Semiotics)، التي تدعم القرارات الإبداعية في تصميمه ومدارسته، و عدم توفر مجموعة من الأدوات للتحليل المنهجي للصوت لكل من الممارسين والباحثين.

حاولت الدراسة توصيف مصطلح "تصميم الصوت"، أنواعه، أدواره والمهام التقنية المنوطة له في سياقات سينمائية غير عشوائية، حسب ما يؤكده "Leo Murray": تصميم الصوت هو استخدام مقصود للصوت. وليس عملية عشوائية، إنما لغرض.

"Sound design is an intentioned use of sound. It is not haphazard. You are doing something with a purpose" [64]

كما كشفت الدراسة، أن استخدام التكنولوجيا في تصميم الصوت غالباً ما تكون معقدة، لكنها ليست أهم شيء، فالصوت عنصر فني ذو حمولة يحتمل التأطير والتأويل سيميائيا، بوصفه جزءا من نظام العلامات أكثر منه عنصرا تقنيا.

اقتراحات وتوصيات

إعداد أرضية أكاديمية، اقتباس المنهاج التطبيقي والنظري الذي يستلزم ذلك، تحت إشراف خبراء تصميم الصوت لتدريس مادة مونتاج الصوت في الجامعات، بأكاديميات الفنون والكليات الإعلامية تقنيا.

أن يهتم صناع الأفلام في الجزائر بالإطلاع على وظيفة مصمم الصوت والإلمام بها .

تفعيل دورات وورشات تكوينية للتعرف على حرفة مونتاج الصوت.

الانفتاح على السينمات الخارجية وعلى جل الأجناس السينمائية ومدى ارتباطها بالتطور الذي وصلت له التجربة السينمائية بالنسبة للمبدع والمتلقي.

[64] Leo Murray, Sound Design Theory and Practice, Routledge Taylor& Francis Group , London and New York,2019, P190.

قائمة المراجع:

المؤلفات العربية:

كتب

أحمد كامل مرسي، مجدي وهبة، معجم الفن السينمائي، الهيئة المصرية العامة للكتاب (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1973) ، ص13 .

سمير الزغبي، مدخل إلى تقنيات السينما–السينما ذاته، الحوار المتمدن، العدد: 3483، 2011، ص235 .

صالح سعد، فن الإخراج وكتابة السيناريو، المؤسسة العامة للسينما، (دمشق: المؤسسة العامة للسينما، 2010)، 2010 ، ص370 .

عبد الخالق محمد علي، خطوات نحو البحث النهج الاعلامي، دار المحجة البيضاء،(بيروت: دار المحجة البيضاء، 2010)،ص39.

دودري رجاء وحيد، البحث العلمي اساسياته النظرية وممارساته العلمية، دار الفكر،(دمشق: دار الفكر، 2000)، ص305 .

تريفور وايتوك، تر: إيمان عبد العزيز، الإستعارة في لغة السينما، المجلس الأعلى للثقافة، (القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة ، 2005)، ص 58.

كيفن جاكسون، تر: علام خضر، السينما الناطقة، منشورات وزارة الثقافة، المؤسسة العامة للسينما، (دمشق: منشورات وزارة الثقافة، المؤسسة العامة للسينما، 2007)، ص 22.

مارتن مارسيل، ترجمة سعد مكاوي، اللغة السينمائية، المؤسسة المصرية العامة للنشر،(القاهرة: المؤسسة المصرية العامة للنشر، المؤسسة العامة للسينما، 1970)، ص 134_119 .

المهندس حسين حلمي، دراما الشاشة للسينما والتلفزيون، الهيئة المصرية العامة للكتاب، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1989)، ص20

أطروحات

كبورمنال، اتجاهات قناة Arte حيال العلاقات الاسرائيلية العربية، أطروحة دكتوراه في الاعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2017، ص15 .

قادري وليد، صورة الاسلاميين في السينما المصرية، تحليل سيميولوجي لفلمي عمارة يعقوبيان، ومرجان أحمد مرجان، مذكرة ماجستير في الاعلام والإتصال، منشورة، جامعة الجزائر، 2012، 8ص.

الخالدي ميمون عبد الحمزة ، الإلقاء في العرض المسرحي دراسة في سيميائية الإلقاء، بغداد، كلية الفنون الجميلة، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، 1996، ص 209 .

مواقع الانترنيت العربية

عبد المجيد سداتي(*2017*)، شعرية شريط الصوت في الفيلم السينمائي، مجلة عين على السينما: *http://eyeoncinema.net/Details.aspx?secid=55&nwsId=3865*، (*Consulté le 25/102019*) .

أحمد جمال (2016)، عن البلاغة في الحوار السينمائي، مجلة قصة ومناظر: *http://qessawmanazer.blogspot.com/2016/07/blog-post_31.html*، (*Consulté le 01/11/2019*) .

قاسم حول (1996)،دور الصوت وأهميته في الفيلم السينمائي الحوار.. الموسيقى.. المؤثرات: *http://www.nizwa.com/* دور-الصوت-واهميته-في-الفيلم-السنمائي-ا ، (*Consulté le 11/ 04/2019*) .

شيماء بلقاسم (2016)، الخيال أهم من المعرفة، مقال كلاود: *https://www.makalcloud.com/post/qkvoqdud7*، (*Consulté le 11/ 04/2019*) .

تغريد صالح (2018)، سينما الخيال العلمي، مقال كلاود: *https://www.makalcloud.com/post/3f1v6r31y* ، (*Consulté le 11/ 04/2019*)

محمد عبد الحميد المالكي (2019)، في السيميائيات البيولوجية.. "الهوية " كضرورة بيولوجية (غريزة استمرار النوع): *https://www.facebook.com/moh.malky/posts/2041609162587830* ، (*Consulté le 04/11/2019*)

المؤلفات الأجنبية:

كتب

Eco Umberto, A Theory of Semiotics, Indiana University Press, (Bloomington: Indiana University Press, 1976), P7.

Kozloff. S, OVERHEARING FILM DIALOGUE, University of California Press Berkeley and Los Angeles, (California: University of California Press Berkeley and Los Angeles, 2000), p13.

Nathaniel Epstein, Scorsese's Use of Voice-Over in Goodfellas: The Ultimate Trailer, Conference: NYU, (New York: Conference: NYU, 2016), p 18.

James Watson and Anne Hill, Dictionary of media and communication studies, Distributed by Oxford University Press, (New York: Distributed by Oxford University Press, 2003), p15.

Leo Murray, Sound Design Theory and Practice, Routledge Taylor& Francis Group, (London and New York: Routledge Taylor& Francis Group, 2019), P190.

مواقع الانترنيت الأجنبية:

Plateforme imdb: https://www.imdb.com/title/tt2543164/?ref_=ttawd_awd_tt: (consulté le 25/10/2019)

Kozloff. S, the Prejudices against Voice-Over Narration. In Invisible Storytellers: Voice-Over Narration in American Fiction Film, University of California Press. Retrieved from: http://www.jstor.org/stable/10.1525/j.ctt1pp12j.5, 1988, p8-2, (consulté le 25/10/2019)

Pauline Kael, Raising Kane I Orson Welles's "Citizen Kane, Onward and Upward with the Arts Issue:https://www.newyorker.com/magazine/1971/02/20/raising-kane-i,(consulté le 25/10/2019)

Steven E. Schoenherr (2000), Motion Picture Sound :http://aj69.tripod.com/film/motionsound2.html, (Consulté le 16/10/2019).

Schiller.N. O, Zhang.Q. F, Paolieri. D, Vedonschot R. G, La Heij W, Paolieri D, "Homophonic context effects when naming Japanese kanji: Evidence for processing costs", The Quarterly Journal of Experimental Psychology , (2011) : https://worddisk.com/wiki/Logographic/,(consulté le 01/03/2020)

u/mayor_mammoth (2018), Point of Heptapod A? : https://www.reddit.com/r/ArrivalMovie/comments/7qhqff/point_of_heptapod_a/dspuozi/,(Consulté le 04/11/2021).

Full Name: Benamara Soumia

Title: The Creative Discourse of Online Sci-Fi Movie Trailers

- A Semio-Cultural Approach to The following

Movie Trailers: Interstellar, the Martian and Arrival on IMDb –

A Thesis Submitted For the PhD Degree

In Information and Communication and Audiovisual Science

Abstract

This research study was launched on the basis of various backgrounds that tend to lay out approaches.

This latter led to what is termed Bottom-up Design, through the Dynamic Audiovisual Contents' Orientation, Discursive Creative Forms, and Culture of Modern Cinema, which is available on Digital platforms, concerning Sci-Fi Movie Trailer on IMDb.

Through an Epistemological motivation that brought about the use of Grounded thought, and the semiotic studies foundations, by their orientations and the specificity of digitally uploaded discourse in media and communication studies; and investing in deconstructive philosophy, this study was able to reveal a collection of cinematic elements and semiotic modes to model the Movie Trailer through marginal cinematography out of the advertising central models.

Besides, the use of the qualitative content analysis technique, which includes the features of analysing an audio visual uploaded corpus (Movie Trailers: Arrival, Interstellar, and The Martian) and the domestication of software that enabled the mobilization and designing graphs from scraping data in an automated manner, within Lotman Simeo-cultural space, and a procedural design based upon the Multimodal Discourse Analysis that demonstrate the existence of an achievement level barrier in presenting the most significant findings of this study, which are as follows:

- Cinematic Investment that has proved whenever there is a decrease in the feature film semiotic modes, it leads to an increase in the trailer's reproduction mechanism, and mythological intertextuality; the dissociative representations right after the semantic divergence mechanism between the actual film and the trailer; and the multiple referrals into IMDb and different YouTube formulas that are achieved by the Movie Trailer 'Interstellar' will increase.
- Mediatic Investment that has proved whenever there is an increase of semiotic modes associated with the feature film, the trailer's reproduction mechanism, and legendary Intertextuality decrease; and whenever there is an increase of harmonic representations right after the semantic analogy mechanism between the actual film and the trailer, the multiple referrals into IMDb and different YouTube formulas that are achieved by the Movie Trailer 'Arrival' and 'The Martian' will decrease.

The findings identify that the creative discourse is a requirement, and its significant features are based upon to which extent the crucial levels and representations are reflected (Constitutional, Meta function setting, and Semiotic)

Key Words: Semiosphere, Semiotics of culture, Multimodal discourse, Movie Trailer, Science fiction, IMDb platform.

Supervisor: Bouziane Nasreddine – University of Constantine3

Juillet 2022