

قراءة سيميائية للملصق الإشهاري لفيلم Othello

للمخرج أوليفر باركر

عنوان المداخلة: "قراءة سيميائية للملصق الإشهاري لفيلم Othello للمخرج Oliver Parker"

اسم ولقب المؤلف: خليفة بغدادي

الرتبة العلمية: طالب دكتوراه -تخصص دراسات سينمائية

الأستاذة المشرفة: ا.د خيرة حمر العين

مؤسسة الانتساب: جامعة وهران 1 أحمد بن بلة.

البريد الإلكتروني: baghdadi.khelifa@edu.univ-oran1.dz

رقم الهاتف: 06.61.53.90.69

المحور: قراءة سيميائية لملصق اشهاري لفيلم Othello للمخرج أوليفر باركر

ملخص البحث باللغة العربية:

يعتبر الملصق الإشهاري للفيلم أول عتبة في العملية الفرجوية للأفلام، ففيه تتجلى حرفية و تقنية المصمم في صياغة رموز و أشكال و صور تعكس قصة و جنس الفيلم لجذب المشاهد و البعث في نفسه دافعي الفضول و الرغبة في المشاهدة.

الآفيش أو البوستر هو المرآة العاكسة لأحداث الفيلم و قصته ؛ لذلك تختلف طريقة تصميمه حسب جنس الفيلم و الممثلين المشاركين فيه، فالأفلام الكوميديية يلجأ فيها المصمم إلى إتباع الأسلوب الكاريكاتوري الساخر بتغيير أشكال و أجسام الشخصيات لجذب المشاهد و إضفاء المرح كما تستخدم في التصميم الألوان الفاتحة أما الأفلام التراجيدية فيلجأ المصمم فيها إلى استخدام الألوان القاتمة و التركيز على الملامح و النظرات الحادة للشخصيات.

الجدية و الحرفية التي توطر عملية تصميم الملصقات الإشهارية للأفلام ، تساعد كثيرا دراسي و طلاب الفنون في عملية تحليل و دراسة هذه الملصقات و من أهم الطرق المتبعة لتحليلها هي مقارنة مارتين جولي للتحليل السيميولوجي للصور.

فما هي أسس هذه المقاربة و كيف يمكننا استخدامها لتحليل الملصق الإشهاري لفيلم Othello ؟

الكلمات المفتاحية: مقارنة مارتين جولي - مستوى تقريري- مستوى إبحائي- تأويل -دلالة

Abstract:

The movie poster is considered as the first step in the filmmaking spectacle process, in which the professionalism and designer technique provide symbols, shapes and images that reflect to the story and the film gender to attract the viewer and arising curiosity in himself and watching desire.

Advertising or poster is the mirror that reflects the film's events and story. So, the method of designing it differs according to the movie gender and the actors that participating in it. For comedy films, the poster designer resorts to follow the satirical caricature style by changing the shapes and bodies of the characters for the viewer's design. However, the films in drama, the designer resort to use dark colors and focus on the features and sharp looks of the characters.

Hence, serious and craftsmanship that surrounds the process of designing advertising posters for films greatly helps scholars and students in the process of analyzing and studying these posters, and one of the most important methods used to analyze them is Martine

Jolly's approach of semiological analysis of images... What are the basics of this approach and how can we use it to analyze the Othello poster?

Key words:

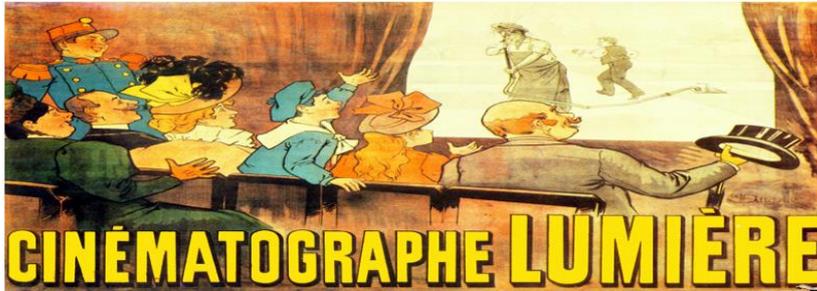
Martine Jolly's approach , report level, suggestive level, interpretation, indication.

مقدمة

لا يمكن الاختلاف حول سحر الصورة و بلاغتها في إيصال المعاني وزيادة التشويق بتأجيح الفضول عند المتلقي و هو الهدف الأول للملصقات الإعلانية للأفلام "الأفيشيات" بكونها أول مطية في العملية الإعلانية و الاشهارية للأفلام. فالملصق السينمائي حسب قول المخرج ستانلي كوبريك : " فن الملصق السينمائي يتمثل في الاختزال في صورة واحدة كل ما أنتجه المخرج في 350 000 صورة " (ترجمة بتصرف)¹

« L'art de l'affiche de cinéma est de réduire en une image ce que le metteur en scène à réaliser 350 000 »
Stanley Kubrick²

في نهاية القرن التاسع عشر، ظهرت الملصقات السينمائية مزامنة للبدايات الأولى للسينما و كانت تستخدم للترويج و الدعاية للأفلام قبل و أثناء عرضها في القاعات و أول ملصقة سينمائية في تاريخ السينما كانت من تصميم رسام الملصقات (Peintre affichiste) مارسيلين أوزول Marcellin Auzolle (1862-1942) وهي للترويج للسينماتوغراف لوميير / Arroseur Arrosé سنة 1896 (ينظر الصورة رقم 1) وكان الملصق بأبعاد 120X160 سم و هو المقاس المرجعي للأفيشيات السينمائية الفرنسية.



الصورة رقم 1

لفترة طويلة ظلت الملصقات السينمائية الوسيلة الوحيدة للترويج للأفلام، فكانت الاستوديوهات تخصص لها ميزانيات معتبرة للتعاقد مع الرسامين المبدعين لتكون الملصقات السينمائية مختلفة و متميزة عن المنافسين.

تقنيات نسخ الملصقات السينمائية مرت بعدة مراحل مواكبة لتطور و عصرنة آلات النسخ، بداية بالطباعة الحجرية (Lithographie) ثم طباعة الشاشة (Sérigraphie) وأخيرا عبر المطابع أوفست (Offset) التي تمكن من طبع كميات كبيرة من الملصقات و بمقاسات قياسية جديدة 40X60سم أو 40X54سم.

¹ <https://www.mauvais-genres.com/fr/content/14-histoire-de-laffiche-de-cinema->

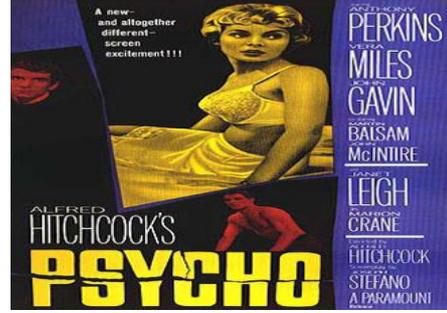
² ستانلي كوبريك مخرج و منتج أمريكي 1928-1999 ندوة وطنية تكوينية بعنوان السيميائيات البصرية-جامعة محمد خيضر بسكرة

قراءة سيميائية للملصق الإشعاري لفيلم Othello للمخرج أوليفر باركر- بغدادي خليفة/جامعة وهران 1

في نهاية الخمسينيات، أصبحت الملصقات السينمائية تُصمم عن طريق التصوير الفوتوغرافي بدل الرسم لنتقل إلى مرحلة التصميم عن طريق تقنية مونتاج الصور (Photomontage) وهي طريقة أسرع و أقل تكلفة من التصميم عن طريق الرسم و يمكننا ملاحظة ذلك في الصورتين 2 و 3 التي تمثل تقنية مونتاج الصور لفيلمين شهيرين.



الصورة رقم 3



الصورة رقم 2

فالمصق (الأفيش) السينمائي ظهر في فرنسا بالتزامن مع ميلاد السينما، إلا أنه لم يشهد ولادته الحقيقية إلا في الولايات المتحدة الأمريكية، إذ في هذا البلد أخذ الأفيش أبعاده التجارية والفنية متأثراً بالنمو الكبير لصناعة الإشهار و المنافسة الشرسة بين الاستوديوهات السينمائية.

ورغم التقنيات الرقمية المتاحة حديثاً، فإن الحملات الترويجية و الدعائية للأفلام السينمائية تركز أساساً على الملصقات السينمائية (les affiches de cinéma) إلى جانب الشريط الإعلاني (Bande-annonce).

عكس البداية التي كانت فيها وسائل الدعاية للفيلم السينمائي محدودة وتتمثل في الإعلانات في الصحف والمجلات و الوصلات الإذاعية عبر الأثير والأشرطة الدعائية في القاعات السينمائية، إلا أن الأفيش فرض نفسه كدعامة أساسية في الدعاية للفيلم السينمائي، وكان من وظيفته جذب فضول المارة في الشوارع وإثارة رغبتهم لمشاهدة الفيلم من خلال الرسم الورقي بتشكيلاته وتفصيله.

في السينما العربية

تميزت السينما المصرية عن مثيلاتها في البلدان العربية فكانت السباق في مجال فن الأفيش لعدة عوامل منها افتتاحها على الغرب واستعانتها بالخبراء الأجانب اليونانيون و الأرمن المتخصصون في مجال الرسوم والألوان والخطوط، وبرز من بينهم فاسيليو "يوناني الجنسية" في خمسينيات القرن العشرين، وقد نقل خبراته لعدد من الفنانين المصريين مثل جاسور و محمد مفتاح، وبمرور الوقت توارثت الأجيال الجديدة المهنة الإبداعية واشتغلوا بها لفترات طويلة، فظهر حسن جاسور خليفة لوالده، ومرضى محمد ومحمود خليل³.

ووجود هؤلاء الرواد تعددت الأنشطة واشتهر النجوم، ونجحت أفلامهم بفضل الإتقان في شكل الأفيش وتأثيره، فنجد صور النجوم عبد الحليم حافظ وشادية وفاتن حمامة وفريد شوقي وسعاد حسني وعمر الشريف ورشدي أباطة ومحمود المليجي وغيرهم، فمن أشهر أفيشات الفنان محمد مفتاح، فيلم "الحن

³ <https://eyeoncinema.net/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%A1%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D9%81%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D9%8A%D8%B4-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D9%86%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%85>

قراءة سيميائية للملصق الإشهاري لفيلم Othello للمخرج أوليفر باركر- بغدادي خليفة/جامعة وهران 1

الوفاء" الذي كان أول بطولة لشادية وعبد الحليم حافظ (ينظر الصورة رقم 4) ، وحقق معدلا مرتفعا من الإيرادات في دور العرض السينمائية، وبالقطع جاءت الأفلام لكبار النجوم على المستوى نفسه من الأهمية، "رصيف نمره 5" لفريد شوقي وزكي رستم (ينظر الصورة رقم 5) و"الأرض" لمحمود المليجي (ينظر الصورة رقم 6)، و«دعاء الكروان» لفاتن حمامة وأحمد مظهر (ينظر الصورة رقم 7).



الصورة رقم 4



الصورة رقم 5



الصورة رقم 7



الصورة رقم 6

وكذلك أبدع الفنان محمود خليل في تصميم عدد من الأفيشات، كان من أهمها أفيش فيلم "هذا الرجل أحبه" و"إجازة نصف السنة" ومن مزايا خطوط ورسوم محمود خليل وضوح المعنى فيها، كونه بدأ رساماً للكاركاتير، فاكتسب خصوصية التشريح والتعبير الساخر الدال على المضمون.

ويتنوع فن الملصق بتنوع الخبرات المكتسبة للفنان والمدرسة التي ينتمي إليها، فهناك رسم توضيحي كالمبين في فيلم "الجسد" للمخرج حسن الإمام وبطولة هند رستم، وهو الأكثر جرأة وإثارة، إذ تم التركيز على جسم البطلة ومواطن الجذب في شكلها وحركتها وفي المقياس والوصف نفسه جاء فيلم "أرجوك إعطني هذا الدواء" لنبيلة عبيد وفاروق الفيشاوي ومحمود عبد العزيز وفيلم "وكالة البلح" لنادية الجندي وفيلما "خمسة باب" و"درب الهوى" لعادل إمام ومديحه كامل ويسرا وحسن عابدين وفيلم "شوارع من نار" لنور الشريف.⁴

وللأشكال التأثيرية "التعبيرية" موضع آخر في تصميم الأفيشات وهي تختص بالأفلام التراجيدية مثل فيلم "بداية ونهاية" للمخرج صلاح أبو سيف و"جعلوني مجرماً" لعاطف سالم و"اليتيمتين" لحسن الإمام و فيلم "البؤساء" للمخرج كمال سليم عن قصة ليفكتور هوغو وتستخدم فيها الألوان الفاتمة تعبيراً عن الحزن، بعكس الأفلام الجريئة والكوميديّة والرومانسية والاستعراضية والغنائية، فإراعى في تصميمها إظهار عنصر الإثارة والبهجة وتنوع الألوان الصارخة والهادئة بحسب الحالة المعنوية في السيناريو والمعالجة الفنية.

ما هو الملصق السينمائي ؟

⁴ المرجع السابق

قراءة سيميائية للملصق الإشهاري لفيلم Othello للمخرج أوليفر باركر- بغدادي خليفة/جامعة وهران 1

ملصق الفيلم بلغة أهل الفن السابع يعني بالإنجليزية (بوستر Poster)، وبالفرنسية (أفيش Affiche)، وهو ورقة مرسومة أو مطبوعة تحمل معلومات تخص الفيلم بغرض التأثير ولفت نظر الجمهور وجذبه لمشاهدته معتمداً في ذلك على عنوان الفيلم وصور وأسماء النجوم، في تصميم يميل إلى فن التشكيل مستخدماً الألوان وأحياناً الرسوم الإيحائية التي تخاطب عين المتفرج وغرائزه، ومن ثم يكون الملصق السينمائي هو البوابة التي يمر من خلالها المشاهد إلى عالم الأفلام، ويكون إما سبباً في نجاح مذهب لعمل ما أو عنصراً رئيسياً في إخفاقه.

مقاربة مارتين جولي⁵

تتلخص مقاربة مارتين جولي لتحليل الصورة في العناصر التالية⁶:

- أ. **الوصف** : وهو وصف بسيط للعناصر المكونة للصورة، هل هي صورة أيقونية؟ لشخصية أو حيوان أو نبات؟ هل تحتوي على كتابات لغوية؟ مع ذكر موضعها داخل الصورة.
 - ب. **المستوى التعييني** : ويسمى أيضاً بالمستوى التقريبي، وفيه يتم إحصاء و رصد كل ما تلاحظه العين المجردة بالصورة من رموز و أشكال دون إعطائها معنى أو تأويل مثل : ذكر الألوان الموجودة بالصورة أو الأشكال الهندسية أو الكتابات دون الخوض في تفاصيل تأويلها.
- و ينقسم إلى ثلاثة أجزاء :

1. الرسالة التشكيلية : تتشكل من عدة عناصر، و هي الحامل و يقصد به مكان تواجد الصورة، غلاف مجلة، كتاب .. الخ - الإطار أي قياس أو أبعاد هذه الصورة و الشكل الهندسي لهذا الإطار- التأطير و هو التركيز على ذكر مكونات الصورة و هل توجد رسائل لغوية مصاحبة لها - زاوية النظر و هي ثلاثة درجات : الزاوية العادية و هي في مستوى النظر أي أفقية، الزاوية الفوقية و الزاوية التحتية- التركيب و الإخراج على الورق : و هو ذكر الأشياء البارزة في الصورة أي مركز اهتمامها أو ثقلها ثم الأشياء الثانوية - الأشكال و الألوان و الإضاءة: وهي عملية رصد الألوان و الأشكال الهندسية، الخطوط و التعرجات و الانحناءات الموجودة بداخل الصورة.
 2. الرسالة الأيقونية : تصنيف الصور الموجودة ، هل هي صور بشرية ، أشكال اصطناعية لها معنى الدال/المدلول ، رسومات كاريكاتورية
 3. الرسالة اللسانية : نذكر الرسالة اللغوية المرافقة للصورة، المحتوى، حجم الخط و لونه.
- ت. **المستوى التضميني**: و يسمى أيضاً بالمستوى الإيحائي، و هو محاولة قراءة و فك شفرات العلامات المشككة للصورة لإعطائها معنى و دلالة.

التطبيق

⁵ مارتين جولي 1943-2016 أستاذة جامعية مؤلفة كتاب مدخل لتحليل الصورة

⁶ L'image et les signes : approche sémiologique de l'image

ندوة وطنية تكوينية بعنوان السيميائيات البصرية-جامعة محمد خيضر بسكرة

قراءة سيميائية للملصق الإشهاري لفيلم « Othello » لأوليفر باركر



الوصف :

تعتبر الصورة من أساسيات الحياة المعاصرة من منطلق أنها تشكل تجسيدا مرئيا لمعطيات الواقع بشقيه الداخلي و الخارجي و في هذا الإطار جاء الملصق الإعلاني أو الأفيش لفيلم « Othello » يتخذ الملصق أو الأفيش شكلا مستطيلا بمقاس 40X 30 بوصة⁷ ، ثلثي الصورة من الجهة اليسرى يلفه السواد بينما الجزء الأيمن مضيء. على الجهة اليمنى من الصورة "الجزء المضيء" رجل أسمر البشرة و امرأة بيضاء اللون في وضعية حميمية و هما يحتضان بعضهما البعض ، تبدو المرأة و هي مغمضة العينين، بينما الرجل ينظر باتجاه القارئ؛ في وسط الصورة و بمقاس أصغر يظهر نفس الشخص و هو يصعد سلما و هو يغادر مكانا مظلما باتجاه الضوء. تتوسط الصورة باللغة الإنجليزية كلمة « Othello » بخط عريض و باللون الأحمر و يقرأ أسفلها بخط أصغر « envy, greed, jealousy and love » و في أعلى الصورة من الناحية اليسرى أسماء الممثلين Laurence FISHBURNE- Irene JACOB – Kenneth BRANAGH : هم و الرئيسيين في الفيلم و هم :

أولا- المستوى التعييني

الرسالة التشكيلية:

1. الحامل : الصورة عبارة عن أفيش الفيلم « Othello » للمخرج « Oliver PARKER » سنة الإخراج 1995 و توجد هذه الصورة في الموقع www.original.co.uk
2. الإطار: الصورة ذات شكل مستطيل بمقاس 40X 30 بوصة أي ما يعادل 101.6X76.2سم
3. التأطير: ركز مصمم الأفيش على إظهار الشخصيتين الرئيسيتين في وضعية حميمية و بحجم لقطة كبيرة بمستوى الكتف في الجزء المضاء من الصورة، في وسط الصورة و بحجم أصغر يظهر نفس الشخص و هو يصعد سلما مغادرا مكانا مظلما باتجاه الضوء كما يتوسط الأفيش الكتابات التالية باللغة الإنجليزية : « Othello » بخط عريض و باللون الأحمر و يقرأ أسفلها بخط أصغر « envy, greed, jealousy and love »
4. زاوية التقاط النظر: هي الزاوية العادية أو الأفقية اتجاه عين القارئ.
5. التركيب و الإخراج على الورق: انتباه المتلقي يقع أولا على الشخصيتين المتعانقتين و ما يشد نظر المتلقي هو نظرة الرجل باتجاه عين المتلقي ثم نظرة نفس الشخص في الصورة المصغرة و هو يصعد السلم.
6. الأشكال و الألوان و الإضاءة: أول ما نلاحظه هو شكل القوس الذي يعلو السلم والخطوط المنكسرة المشكلة لدرجات السلم و جميعها رسائل يبعثها مصمم الأفيش؛ ثم من ناحية الألوان فقد استخدم المصمم اللون الأحمر في كتابة اسم « Othello » و اللون الأبيض في كتابة العبارات اللسانية التالية : « envy, greed, jealousy and love » أما الإضاءة فلقد أبدع المصمم في استخدام ثنائية النور/الظلام حيث قسم الصورة إلى جزئين غير متساويين الظلام يلف الجزء الأكبر و خصص الإضاءة للجزء الأصغر.

⁷ البوصة أو الإينش Inch وحدة قياس انجلوساكسونية و هي تعادل 2.54 سم

قراءة سيميائية للملصق الإشهاري لفيلم Othello للمخرج أوليفر باركر- بغدادي خليفة/جامعة وهران 1

الرسالة الأيقونية: الصور المستخدمة في تصميم ملصقة الفيلم هي صور فوتوغرافية للممثلين الرئيسيين في الفيلم الرجل الأسمر و هو Laurence FISHBURNE في دور "عطيل" و المرأة بيضاء البشرة Irene JACOB في دور "ديدمونة".

الرسالة اللسانية : تتصدر كلمة « Othello » وسط الصورة بلون أحمر و حجم خط 72 ثم أسفل منها العبارة التالية « envy, greed, jealousy and love » بلون أبيض و حجم خط 36

ثانيا- المستوى التضميني " التأويل "

لفك شفرات الملصق الإشهاري لفيلم « Othello » و فهم دلالاته يمر حتما عبر معرفة الفيلم حبكته و قصته « Othello » أو "عطيل" هو في الأصل مسرحية لشكسبير، يعتقد أنها كتبت عام 1603 م شخصياتها :

- **عطيل** قائد عسكري أسمر البشرة من أصل مغربي
- **ديسديمونة** أو **ديدمونة** زوجة عطيل ، ابنة بارابانتيو
- **ياغو** حامل راية الجيش عطيل ، غيور و خائن
- **كاسيو** نائب عطيل المخلص
- **إميليا** أو **إميليانو** زوجة ياغو و خادمة ديدمونة
- **بيانكا** عشيقة كاسيو
- **بارابانتيو** سيناتور البندقية و والد ديدمونة
- **رودريغو** رجل ثري و عاشق لديدمونة

تدور أحداث الفيلم بين مدينتي البندقية و قبرص، الجزم بالاعتقاد أن المحرك الأساسي للأحداث هو التقلبات العاطفية بين عطيل و ديدمونة مجانبا للحقيقة، فالحبكة الجوهرية لفيلم « Othello » ثلاثية الأقطاب "الغيرة-الحسد-الانتقام" يغذيها ياغو فهو العراب الحقيقي لكل أحداث الفيلم؛ عطيل أمامه يفقد روح المبادرة ، بطل العوبة في يده يحركه كيفما يشاء.

"ياغو" يتلاعب بـ"رودريغو" العاشق لديدمونة و يُمنيه بالأوهام فيسلبه أمواله، يقترب من "كاسيو" مساعد عطيل و يعمل على إزاحته و قتله لأخذ مكانته؛ يزرع الوسواس و الشكوك في نفس "عطيل" تجاه إخلاص و عفة "ديدمونة" و ينجح في كسب ثقته و مودته لذلك فخلو الملصق -قيد الدراسة- من صورة "ياغو" لم يكن صائبا لذلك نجد ملصقات أخرى لنفس الفيلم « Othello » يظهر فيها "ياغو" في مكان أعلى من صورتها "عطيل و ديدمونة" و هو متخفي هو بمثابة استدرارك و تصحيح وضع.

بطل فيلم « Othello » ، عطيل رغم قوته الجسدية و قدراته القتالية إلا أنه دمية في يد ياغو يتلاعب به و يسلبه إرادته، من يشاهد الفيلم أو حتى المسرحية يبقى في حيرة من أمره ، هل يتعاطف مع "ياغو" لفقدانه حقه في الترقية لمنصب مساعد قائد الجيش و لشكوكه حول خيانة زوجته "إميليا" له مع "عطيل" أو "كاسيو" ؟ أم يتعاطف مع "عطيل" ضحية الخطط الشيطانية و مكائد "ياغو"؟ أم يتعاطف مع "ديدمونة" الزوجة المحبة و العفيفة ؟ كلها شخصيات في وقت ما من العرض كانت مثيرة للشفقة و تدعو للتعاطف معها.

القاسم المشترك بين كل هذه الشخصيات أن مصيرها و نهايتها كانت "الموت" ، "ديدمونة" قتلت على يد زوجها "عطيل" ، "عطيل" انتحر بعد إدراكه للحقيقة و "ياغو" أعدم.

النهاية المأساوية لهذا العمل التراجيدي هي الموت؛ مما جعل مصمم الأفيش يغطي ثلثي مساحتها باللون الأسود "الظلام و ضبابية الرؤية و هو الجو السائد طيلة أحداث الفيلم " فاللون الأسود على ثلثي مساحة الأفيش اختيار صائب يعكس طبيعة العمل الدرامي للفيلم.

أول ما تقع عليه عين المشاهد هو الجزء المضاء من البوستر الذي يتصدره الزوجين العاشقين "عطيل و ديدمونة" و هما يحتضنان بعضهما في مقابل السواد الذي يلف باقي الصورة؛ و هو ما يوحي بأن قصة الفيلم تتحدث عن رومانسية و عشق فالوضعية الحميمية للزوجين توحي بذلك لكن الغريب هو نظرة الرجل "عطيل" فنظره باتجاه عين المشاهد غير منشغل بزوجته هو وضع غير طبيعي في وضعية حميمية و كأن "عطيل" يراقب شيئاً ما أو يتوجس خيفة و هذه اللقطة صادقة و مناسبة لأحداث و مجريات الفيلم، المرأة "ديدمونة" صادقة في مشاعرها منغمسة في أحضان زوجها في عزلة عن محيطها و لا تأبه بما يحاك ضدها من دسائس فهي مغمضة العينين تعيش لحظتها فقط. أما الرجل "عطيل" بنظرته عكس اتجاه زوجته هو تائه يتوجس الخطر ملامحه توحي بالشك و الريبة، يوجد خلفه في الصورة ظلام و سواد و في نظرنا هو تصميم رائع و صادق من مصمم الأفيش لا سيما أنه اختار زاوية نظر عطيل مطابقة لزاوية نظر المشاهد حتى يشعر هذا الأخير بالانزعاج من نظرة "عطيل" و يتساءل إلى أين ينظر الرجل؟

خلف صورة "عطيل و ديدمونة" و بمقاس أصغر، خصص المصمم مساحة صغيرة و سلط عليها الضوء تمثل "عطيل" و هو يصعد سلما و فوق رأسه قوسا، المكان الذي يغادره هو سرداب تحت سرايا القصر يمثل سجنا في قبرص.

في اعتقادنا، أن مصمم الأفيش قد نجح في الإشارة لهذه اللقطة لعدة أسباب منها أن السجن يرمز للقيود و فقدان الحرية و هو نفس إحساس "عطيل" في الفيلم رجل مقيد المصير و فاقد للبصيرة لا يدرك الحقيقة إلا بعد فوات الأوان و لم يستطع التحرر من سيطرة أكاذيب "ياغو" عليه فأنقاد مثل عرائس الأراجوز ليزهق روح حبيبته ثم ينتحر و شكل القوس دلالة الحضارة الإسلامية فهو يرمز للوجود العثماني "التركي" في جزيرة قبرص و لقد نجح المصمم في استخدام هذه الصورة حيث زاوج بين السواد و السجن و القوس و كلها بمثابة أعداء تتربص بـ"عطيل" ذو الأصل المغربي الذي يكن الكره الشديد للعرب.

الرسالة اللسانية في الملصقة كانت مركبة من عدة كلمات، بحجم خط كبير و بلون أحمر كُتب عنوان الفيلم Othello ، الخط المستخدم في الكتابة هو « *Edwardian Script IT* » و هو خط صممه الخطاط الأمريكي Edward Benguiat و مما جاء في تعريف هذا النوع من الخطوط أنه "خط عاطفي و غنائي" و في تقديرنا يناسب الجو التراجيدي الملازم للفيلم و اللون الأحمر مناسب للحب و العنف و الدموية و كلها وصفات بالغ في استخدامها شكسبير في مسرحية عطيل.

ثم أسفل كلمة "Othello" و باللون الأبيض و بحجم خط أصغر نقرأ العبارة التالية : « envy, greed, jealousy and love » و معناها الحسد، الجشع، الغيرة و الحب و كلها مواصفات و خصال تقاسمتها شخصيات شكسبير طيلة العرض المسرحي أو الفيلم أما كتابتها باللون الأبيض فهو ضرورة تشكيلية تقنية فقط لأنها كتبت فوق مساحة سوداء اللون.

يقاس نجاح الفيلم بمعيار إيرادات شبابيك التذاكر « Box office » و ولوج المشاهدين لدور السينما يمر حتما بالحملة الترويجية للأفلام التي يعتبر الملصق الإشهاري أحد دعائمها، فاللقطة الكبيرة لحضن ندوة وطنية تكوينية بعنوان السيميائيات البصرية-جامعة محمد خيضر بسكرة

الزوجين كما شاهدنا في أفيش الفيلم ، كفيلة بشحذ غريزة الفضول و حب المعرفة عند المشاهد؛ كيف لامرأة حسناء وبيضاء البشرة تغمض عينيها و هي في حضن زوجها في حين هذا الرجل الأسمر الزنجي لا يكثر بحضنها و يتجه بنظره بعيدا عنها ؟ إنها اللقطة الأيقونة في الملصق ، الوصفة السحرية التي برع المصمم في استخدامها ليدفع بجموع المشاهدين لاقتناء تذكرة الدخول لقاعات السينما بقي لنا في الختام أن نشير لخلو الملصق قيد الدراسة من الإشارة إلى أن هذا الفيلم منقول عن مسرحية "عطيل" لويليام شكسبير و ذلك ربما لسقوط حقوق المؤلف باعتبار المسرحية من التراث العالمي بل الإنساني يكفي التذكر أن أول عرض لها قد مر عليه ما يناهز أربعة قرون و عشرون سنة.