

تعبيرية الاتصال في السينما الروائية

بان جبار خلف الربيعي، قسم الفنون التلفزيونية و السينما، كلية الفنون، جامعة بغداد، العراق

تاريخ القبول: 2019/4/11

تاريخ الاستلام: 2018/10/8

The Expression of Communication in the Feature Cinema

Ban Jabbar Khallaf Al-Rubaie, Department of Cinema and TV, College of fine arts, Baghdad University, Iraq

Abstract

In the current world, communication and expression methods are sides of an equation that controls the social and the expression media. Both techniques aim to reach the receiver, but while the communication media tries to deliver a specific message to a specific audience under a specific circumstance, Art searches for immortality by working as a method of expression in all times and all circumstances. Because it is daily and direct, communication is concerned with the details, the present, and the limited. But artistic expression is concerned with the general and the unlimited.

This piece of research aims at answering the following question: When do movies become unlimited aesthetic expressions without losing their communicational property? It aims at unveiling the standards of success in cinematic art, where the standards of aestheticism is combined with the those of popularity.

Keywords: feature cinema, communication , expression

الملخص

في عالم اليوم تأخذ وسائل الاتصال والتعبير طرفي المعادلة التي تتحكم في وسائل الإعلام ووسائل التعبير الفني. ومهما كانت تقنيات الوسيطين فإنهما يهدفان إلى الوصول لمتلقٍ بعينه، فإذا كانت وسائل الاتصال تبحث عن ترويج رسالة معينة في ظرف معين لجمهور معين فإن الفن يبحث عن الخلود حيث يشتغل كوسيلة تعبير في كل الأزمنة والأماكن، ومن هنا كان الاتصال يهتم بالجزئي والآني والمحدد، لأنه يومي ومباشر والتعبير يهتم بالكلية والدائم، لذا فإن مشكلة البحث تتحدد بالسؤال التالي: متى يكون الفلم تعبيراً جالياً خالصاً ولا يفقد ميزته الاتصالية؟ وأهمية هذا نابعة من أن الفن والاتصال وسيلتان متغايرتان لا نطلب من أحدهما أن يكون عوض الآخر. ونهدف من هذا للكشف عن معايير القيمة الجمالية في الفن السينمائي عند اقترانه بقيمة الانتشار والديوع.

الكلمات المفتاحية: السينما الروائية، الاتصال،

التعبير

الفصل الأول: الإطار المنهجي

مشكلة البحث:

لقد طرحت نظرية الاتصال وبشكل ملح؛ كون السينما إحدى وسائل الاتصال، شأنها شأن الإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات والكتب والشبكة العنكبوتية وغيرها، ولكن الفلم السينمائي يندرج في خانة الفنون الجميلة المكونة من ستة فنون، والسينما هي الفن السابع. ولم تدخل السينما حيز الفنون إلا عندما استقلت بوسيطها التعبيري شأنها شأن الفنون الستة السابقة، وإذا كانت الفنون وسائل تعبير أساسا، ووسائل الاتصال تدخل في باب الإعلام، فكيف يمكن أن نتعامل مع هذه القضية كون الفلم وسيلة تعبير ووسيلة اتصال؟

إن الباحثة وهي تراقب وتبحث في انتشار نزعة التواصل والاتصال بكيفيات واسعة جدا، مما همش من التعبير الفني الذي تقوم فيه الفنون السبعة، ولذا فإن المبحث يتصدى لمشكلة كبيرة وهي: متى يكون الفلم تعبيرا جماليا خالصا ولا يفقد دوره كوسيلة اتصال؟

أهمية البحث والحاجة إليه:

إن التيار السائد في الإنتاج الفلمي المعاصر يستبعد أن يكون الفلم منتميا إلى جماليات اللغة السينمائية والسرود والشكل الفلميين، ويؤكد باستمرار على الأفلام سهلة التلقي، فلا مجال للألعاب السردي الذي أصبح علما قائما بذاته، ولا لتجريبية اللغة السينمائية وتفجير الصورة كي تعطي أعلى ما فيها، ولا قبول لشكل فني يعقد فيه تعدد الساردين ووجود أكثر من قصة في الفلم أو التأكيد على المبنى الحكائي على حساب المتن، والحال هذا، استبعد كل انشغال عميق في فن الفلم على اعتبار أن العملية الإنتاجية عملية مكلفة جدا وتحتاج إلى تغطية تكاليفها بالوصول إلى أكبر قدر من الجمهور الذي يساهم في هذه التكاليف عبر شراء تذكرته، وبما أن جمهور السينما، كما تشير الدراسات المختلفة، محصور في الأعمار من 10 - 20 سنة لذا سيصبح الفلم الجاد في ذاكرة السينما، ولذا فإن أهميته البحث تنبع من التأكيد على أن الفلم انشغال جمالي وأيضا انشغال جماهيري، وحتى تتحقق هاتان القيمتان فإن البحث يضع في أيدي المختصين السلاح الأقوى في صنع الأفلام وهو: كون السينما فنا جماهيريا في الأساس، وقيمته تأتي من وسيطه التعبيري الذي هو أكبر من الإذاعة والتلفاز والصحف، وإذا لم تؤخذ هذه الحقيقة بعين الاعتبار، فإن مستقبل الفلم سيكون عبارة عن تسلية وألعاب الكترونية دون أن يقدم معنى حقيقيا للحياة.

أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث في الكشف عن معايير القيمة الجمالية عند اقترانها بقيمة الانتشار والنجاح الجماهيري.

حدود البحث:

الحد الموضوعي، وهو عنوان البحث حيث موضوعه (دور الفلم والجمهور بين الاتصال والتغيير)، أما الحد المكاني فيتحدد في السينما العالمية، والحد الزمني هو بداية العقد الثاني من القرن العشرين إلى الآن، وفي أمريكا تحديدا، لأننا شهدنا فيها أفلاما أكدت كون الفلم وسيلة اتصال عبر تقنيات الإبهار وشهدنا فيها أفلاما تعتبر إضافة إلى جماليات الفلم.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: ماكلوهان ونظرية الاتصال الحديثة

إن مشهد العولمة كاد أن يختصر تاريخ البشر مع بعضهم البعض، وقنوات اتصالهم التي نمت على مدى التاريخ، ببطاء شديد لينفجر في الثلث الأخير من القرن العشرين عبر تكتيف إعلامي دموي، وكل هذه العولمة لا يبدو لنا منها إلا وجهها الأمريكي أولا والأوروبي الياباني ثانيا، وكأننا نعيد تلك الحقبة التي كان يسمى فيها

الصراع في العالم (بالحرب الباردة) أو الحرب بين الشمال الغني والجنوب الفقير. إن أول تمثيلات العولمة هو الهجوم القوية على كل الثقافات الوطنية والقومية، إنها حرب موجهة لهوية الإنسان في العالم غير الأور-أمريكي، حيث يدخل الإنسان في مصطلحات دول الفساد المالي والإداري أو الدول الرخوة أو الدول اللاديمقراطية أو الإرهابية، والغريب في الأمر أن كل هذه الدول التي تتوجه لها العولمة في النقد لم تكن إلا دولا قد صنعها الكارتل العالمي الرأسمالي الذي تقوده الولايات المتحدة الأمريكية. إن الثقافة في هذا العالم المتغير هي المكان الذي تلقى أفدح الانتكاسات في ظل ثقافة العولمة التي لم تعترف بالجانب الوجداني والعقلاني لدى الإنسان، والمواجهة في عصر العولمة تتمثل في أن وسائل الاتصال تعبر من فوق كل الموانع والحدود كي تصنع إنسانا وكأنه في لعبة على الحاسوب تنتهي بانتحار مستخدم اللعبة، ولا يبدو لأي متابع أن هذه العولمة قد انفجرت فجأة، إنها حرب بدأت بالإعلام وتسويق النماذج الأوربية والأمريكية، ثم تتابعت بحريين عالميتين مدمرتين بالإضافة حروب بينية بين الدول الصغيرة نفسها أو حروب ضد الاستعمار، ومن ثم الحرب الباردة التي حشدت لها الولايات المتحدة الأمريكية كل الإمكانيات كي تديرها، ولا ننسى ذلك الفلم الأمريكي الذي فيه يسأل الطفل أمة: هل صحيح أن روسيا ستضربنا بالقنابل النووية؟ لأننا اليوم تدرنا في المدرسة كيف نحمي أنفسنا؟ إن تقسيمات (مارشال ماكلوهان) الذي ينطلق منه التنظير لوسائل الاتصال ومن ضمنها السينما، مبتكرا مصطلحين استخدمنا بكثرة في الدراسات الاتصالية فيما بعد، وهما مصطلح وسيلة الاتصال الدافئة، ومصطلح وسيلة الاتصال الباردة بعد دراسته لأنظمة الاتصال في الطائرات والهواتف والسينما والتلفزيون... . لقد قسم هذه الوسائل إلى مجموعتين متميزتين: وسيلة الاتصال الدافئة ووسيلة الاتصال الباردة، وقال إن وسيلة الاتصال الدافئة هي التي تتطلب قدرا بسيطا من مشاركة الشخص الذي يستخدمها أو لا تتطلب منه مشاركة أبدا، فكل شيء في هذه الوسيلة منتظم، وليس على مستخدم وسيلة الاتصال هذه أن يضيف شيئا من عنده، أما وسيلة الاتصال الباردة فهي على العكس من ذلك، إن لا تقدم لنا واقعا متماسك البناء، وتتطلب من الإنسان مشاركة ونشاطا كبيرين، ومن يستخدمها يقوم بنفسه باستكمال الواقع الذي نقدمه له في صورة غير مكتملة" (Warren, 1972: 89).

وإذا أردنا مناقشة (ماكلوهان) فإننا سنعترض على اعتباره أن السينما وسيلة اتصال، وإذا وافقنا على تقسيمات (ماكلوهان) فإننا نأخذ توصيفا جزئيا قاصرا من السينما التي هي فن جمالي بالأساس، بمعنى أنها تعبير، والاتصال يجري على هامش من هوامشها. يبدو أن (ماكلوهان) وكل نظريات الاتصال الحديثة كانت تمهد لشيء ما، وذلك بتفكيك بنى السينما التعبيرية وجعلها وسيلة اتصال، تم التمهيد لها في التنظير لتصبح ما آلت إليه السينما في العالم الآن. إن السينما وهي تدخل في محراب الفن والجمال كفن سابع يضاف إلى القنوات الست المعروفة؛ الرقص، والموسيقا والرسم والنحت والدراما والعمارة، ولم يكن ذلك إلا بامتلاك كل فن منها لوسيط تعبيرى خاص به، بينما وسائل الاتصال كلها تشتغل على أنماط وإن اختلفت فهي وسائل إخبارية لا تتدخل في بنية ما تبثه، فالخبر السياسي أو الاجتماعي أو غيره، سواء أكان في التلفزيون أو الصحافة المقروءة، يبقى خيرا بحدوده المعروفة، ولكن ما يجعل الخبر مهما هو الإلحاح على إبراز جوانب أخرى أو التأكيد على جوانب تجعل الحدث يأخذ أبعادا محسوبة للتأثير على الجمهور لغايات سياسية أو اقتصادية، وفي وسائل الاتصال يجري تعقيد الاتصال ومنهجته ليكون رأس الرمح في تشكيل العصر الإلكتروني الجديد، وهذا ما نراه كل يوم، والسينما تنحو منحى هذا الإعلام الاستهلاكي الدعائي، أما السينما الحقة، فهي خارج التنميط ولا يمكن للفن أن يكون نمطيا ما لم يخرج من قيم الفن والجمال. ناقش (ماكلوهان) فن (جودار) و(أيزنشتاين) وانتصر لـ(جودار) على حساب (أيزنشتاين) بدعوى أن الأول يشتغل وفق تنميط ما، في حين أن الثاني يشتغل خارج القواعد وفنه يثير الدهشة، ويبدو أن (ماكلوهان) -وهو شخصية شهيرة في أمريكا ونجم في وسائل الإعلام- لم يستطع إلا أن يدخل الحرب الباردة من أوسع أبوابها.

يدل على ذلك هجومه وانتقاصه من سينما آيزنشتاين التي أثبتت نفسها كونها من أرقى التمثيلات الإنسانية في الفلم السينمائي. إذا كان (ماكلوهان) يختفي وراء مسميات ومصطلحات علمية للبحث في العملية الاتصالية، وهو يخفق إخفاقا واضحا عندما يعتبر سينما (آيزنشتاين) أقل أهمية من سينما (غودار) بسبب الأيديولوجية الواضحة فيها وبالتالي هي مُنمّطة. إن آفاق الإبداع ألهمت السينما في كل أنحاء العالم معرفة ما يمكن للفن أن يفعله فيما إذا اشتغل الفنان وفق رؤية محكمة واضحة إنسانية.

إن الإيديولوجية في فن آيزنشتاين لازمة وضرورة. كما هي عند (جودار) الذي يبدو أنه لم يكن خطيرا كما هو آيزنشتاين على العالم الرأسمالي، إن ما يفعله الفن كوسيلة تعبير أكبر من أن يُحصى، بينما بقيت وسائل الاتصال تلقينية ومغوية وتريد أن تتدخل في عقلية المتلقي وتحرفها باتجاه سياسات واقتصاديات ليس لها علاقة في أن يكون الإنسان إنسانا. إن وسائل الاتصال أثرت على المتلقي بشكل كبير، فقد سعت ونجحت في إلغاء هوية الفرد ووعيه بذاته، والشواهد على ذلك كثيرة من انتشار النزعة الاستهلاكية والنموذج الأمريكي والتكنولوجيا الماسخة للجسد والروح، فالفن الحقيقي يجب أن يؤكد "على انتباهنا لأنفسنا باعتبارنا كيانات مفكرة وذات إرادة حرة، نتسامى فوق وضعنا باعتبارنا كائنات حيوانية مادية" (Paisley Livingston, 2013, P 83). لقد تمثلت وسائل الاتصال الحديثة في جانبها السلبي في التأثير على المتلقي وأبعاده عن وسائل التعبير الجمالي ووضعه ضمن تكوينه الغرائزي البدائي، منسحقا إزاء الإنترنت وأفاقه الملهية وبرامج تلفزيون الواقع وهي برامج طويلة متشابهة تستهدف الإثارة الرخيصة، أما الكارثة الكبرى في التأثير على المتلقي وجعله مطية عمياء لوسائل الاتصال الحديثة فتمثلت بجانبين رئيسيين أولهما النقل المباشر للأحداث الرياضية، وخاصة كرة القدم التي صنعت من نواديها واللعبة نفسها وسيلة وغاية للسعادة البشرية، دون أن يمثل هذا الفريق أي رابطة وطنية أو قومية للمتلقي، كما نرى في فريق ريال مدريد وبرشلونة، في حين أن الفنون إذا تقيدت بالتعبير الجمالي فإنها تداعب مشاعر وانفعالات الناس وتؤثر على المتلقي الذي يذهب طوعا لمشاهدة معرض تشكيلي أو لمشاهدة فلم سينمائي، لأن مثل هذه الفنون التي تتعامل مع المتلقي وفق هذه القاعدة تعلم مسبقا أنها "تعتمد على تنظيم وترابط وفاعلية بين عناصرها، من أجل إطلاق المعاني ودلالاتها من داخل العمل الفني" (Al-Sayed, 2008, P.54).

وثانيهما: هي الألعاب الإلكترونية التي يجري الإلحاح على إظهارها لدرجة تصل إلى حد السماجة، فما من موقع إلكتروني إلا ويرغبك بوجود ألعاب متنوعة، لا بل إن الهواتف الذكية ما وجدت إلا لتكون ميدانا لترويج هذه الألعاب التي لا تقدم سوى تصنيع عبيد لتكنولوجيا الاتصال. إن نظرية الاتصال الحديثة وهي تتابع ما اعترى وسائل الاتصال من تطور باتجاه استلاب الإنسان وتأكيد عزله عبر وجود رسائل اتصالية متخصصة تتفق مع نزعات العزلة لدى الإنسان وتوحده، مثل التلفزيون التفاعلي وتلفزيون الواقع والبث المباشر والبث عبر الكابلات وأقراص الأفلام. والإنفاق للترويج والتسويق المباشر لهذه المنتجات جعل الفن الحقيقي يتوارى ويختفي، وذلك من خلال السعي المتزايد للأفراد لامتلاك هذه الوسائل والاستعاضة بها عن إقامة علاقات إنسانية مع البشر المحيطين أو تغذية العقل بالجميل والفني. كما أن مثل هذه الوسائل فتنتت النسيج الاجتماعي وزرعت في الفرد أنه قادر على الاستغناء عن الآخر، كما أدى ظهور الوسائل والتقنيات الجديدة إلى تناقص المعرفة التي يتم الحصول عليها عادة عن طريق التعرض العشوائي لمواد ووسائل الاتصال. هذا ونحن نتحدث عن عمل فني فيه إمكانات تعبيرية مثل فن الفلم الذي يفقد الكثير من خصائصه في عرضه التلفزيوني، فالشاشة الصغيرة وجهاز الحاسوب والهاتف المحمول يقوم بحذف تفاصيل عديدة من الفلم تلغي الاندماج الكامل للفرجة الاجتماعية في قاعات العرض المظلمة. إن مخطط الاتصال الذي اقترحه جاكوبسن منذ الثلاثينيات والذي كان على الشكل التالي:

سياق رسالة

مرسل ← مستقبل

اتصال نظام رمزي (شيفرة)

إن المرسل -ولتكن النشرة الإخبارية من وسائل الاتصال مثلا- يتكون من خطاب لغوي يبثه شخص وهو المقدم أو المذيع ضمن سياق ما؛ ليكون رسالة ضمن نظام رمزي -اللغة أو الصورة مثلا- ليقوم مستقبل ما باستقبال هذا الاتصال لمعرفة الشفرة المرسل بها الرسالة. وإذا أردنا زيادة حجم الرسالة أي النص، زدنا في النظام الرمزي المستخدم، زيادة علامات جديدة، وإذا كان المرسل يستخدم اللغة والصورة فإن الصورة وحدها لا يمكن أن تشتغل بعيدا عن السياق الذي جاءت فيه، إن العلامة اللغوية والصورة علامتان تسبقان وجود النص الذي هو مجموعهما، ولكن في حالة الصورة وحيدة بلا حد أدنى من اللغة؛ فإننا نستوحى من مخطط جاكوبسون المذكور أعلاه، وهو في حقيقة الأمر تواصل لساني، أي أن اللغة هنا تشتغل بعيد لساني وظيفي، فالمرسل وظيفته انفعالية لأنه يقصد التأثير على المتلقي، والحقيقة أن كل اتصالنا بالآخرين هو اتصال فيه طاقة انفعالية كبيرة؛ فنحن نشترك في عالم انفعالي، وحقيقة الأمر لم يعد الإخبار هو الغرض الأساس للتواصل، ولكنه عنصر مهم من النسيج التواصل، مما يؤدي بنا إلى التوقف عن تعريف اللغة بمفهوم (سوسير) من أنها نظام أو وسيلة للتواصل.

إن (رامان سلدن) في كتابه (النظرية الأدبية المعاصرة) يعتقد أن مخطط جاكوبسون يمكن أن ينطبق على كل التحولات التي تحيط بنا، فإن أي مجال من المجالات يؤكد على ما يحقق لمجاله الاتصال والتعبير والفهم بأرقى مجال ممكن، لأن (سلدن) هنا يمثل النظريات الأدبية في العالم شكليا فيعتقد أن الرومانسية تعنى بفكر الكاتب والنظريات الشكلانية حول طبيعة الكتابة (Selden, P.21).

وبذا فإننا إذا وضعنا الرومانسية بموضع الباث ونضع الماركسية والشكلانية والبنوية بموضع السياق فإن المستقبل سيكون النظريات المتجهة للقارئ. وإذن فإن الاتصال سيصبح لدينا اتصالا أدبيا.

مرجعية

انفعالية _____ شعرية _____ إيحائية

ولذا فإن المخطط الذي سيجعلنا ننطلق نحو الفن عموما والسينما خصوصا هو ذلك المخطط المعني بالتعبير كما يقول (سيلدن)، وهو مخطط بيتكر وظيفية تواصلية وتداولية تحكمها كفاءة المتلقي الذي هو القارئ المثالي باعتبار أن "من يقوم بملء فراغات النص هو جوهر التلقي" (Hamodeh, 2003. P.122). فالكفاءة في تلقي النص السينمائي تعتمد على باث متمكن وقارئ مثالي. إن الفن السينمائي كقيمة جمالية مرتبط بالمتلقي، وهذه القيمة لا تتحقق إلا عندما يحوز الفلم على الجمهور العريض الذي يغطي تكاليف الفلم ويغري صانعيه أن يعيدوا الكرة، وهي ليست معادلة صعبة، إذا توفر صانع الفلم الماهر الذي يعرف كيف يستوعب جمهورا واسعا لفلمه، كما رأينا في أفلام ذات قيمة جمالية عالية مثل (القيامة الآن) ل(ستانلي كوبرك) و(اي تي) و(منزل الأرواح) و(كوفاديس) و(المواطن كين). وتعتقد الباحثة أن المعادلة الصعبة ليست بصعبة.

المبحث الثاني: الفلم والعصر الجديد (عصر تكنولوجيا الاتصال)

إن تكنولوجيا الاتصال قد وصلت إلى أفاق لم تحلم بها النظرية الاتصالية، فالיום الخبر ينتشر بعد إذاعته بثوان، كما أن تطور الكاميرات وأجهزة الصوت والأموال الهائلة التي تنفق على الإعلام قد جعلت الاتصال مؤثرا إلى حد ما، لأن العملية الاتصالية سرعان ما تنكشف أعطيتها التي تغطي نفسها بها، ولا تعد للتطورات قيمة في هذا الاتصال طالما كان كاذبا. وقناة (CNN) أنموذج ثبت عدم مصداقيته لدى كثير من

الشعوب، أما في السينما فهي من ناحية لا تكتسب أهمية الخبر ومن ناحية أخرى هي أكبر من الإعلام لأنها تتوجه إلى الذائقة الجمالية التي هي مرتبطة بقيم عقلية، ومن هنا فإن صانع الفلم القادر أن يقدم عملاً جمالياً محكماً يبقى دائماً في عقول مشاهديه.

إن الحديث عن الفن والجماهير أو الفن في عصر الاتصال (Mass communication) يطرح تساؤلات غاية في الأهمية ومنها: أين موقع وسائل التعبير في عالم جن جنونه بوسائل الاتصال؟ وهل يعاني الفن كقيم جمالية عزوفاً من المتلقي؟ وما السر في اختفاء صانعي الأفلام المبدعين أمثال (كوبولا) وغيره؟ ولماذا تترك الساحة لأفلام التسلية والألعاب الالكترونية؟ ولم تغلق المسارح الجادة، ولا تستمر الفرق الأوركستراوية العريقة؟ ولم انحسرت الفنون غير الجماعية وصارت حبيسة قاعة فارغة؟ وإذا استمرت لماذا تستمر على مستوى النخبة؟ والرسم والنحت مثال جيد. إن هذه التساؤلات طرحها (أرنولد هاوزر) منذ ستينيات القرن الماضي عندما تحدث عن عصر الفلم في كتابه المهم (الفن والمجتمع عبر التاريخ). ولقد أكد (هاوزر) على أن فناً جماعياً مثل الفلم يتناسب مع قرن ارتفعت فيه نسب الإنتاج الجمالي (Mass production) إلى مدى لم يسبق أن وصلت إليه منذ وجود البشر على الأرض، وكان الفلم يناسب عصور الانفجار السكاني من ناحية، ومن ناحية أخرى فهو فن مكلف يحتاج أن يؤمن تكاليفه عبر توجهه إلى جمهور متسع، وكان هذا الجمهور من الطبقة الوسطى النامية في بداية القرن العشرين. من هذا المنطلق نكتشف أن السياسة الاقتصادية لصناعة السينما لم تكن موجهة إلى الجماهير العريضة باختلاف طبقاتها، فكان زبائن السينما الدائمين من الطبقة المتوسطة التي تسكن المدن. وقد كانت هذه الطبقة تستقي ثقافتها الفكرية، فترة العشرينيات وحتى الآن، من المجالات والقصص والروايات العاطفية (Lawson, 1974, P.57). ونظرة متفحصة للفلم الأمريكي الشائع منذ انطلاخته حتى اليوم نرى كيف استعان بالفن الشعبي البسيط بقصص الغرب الأمريكي إلى القصص الغرامية بين الفقراء والأغنياء وبين الأشرار والطيبين، والغريب أن هذه الأفلام ما زالت تتغذى على هذه القصص الرخيصة، كما رأينا في فلم مدينة الخطيئة (Rodrigues, R. 2005) الذي اعتمد على المجالات المصورة. والأكثر من هذا أن هوليوود أرادت أن ترضي هذا الجمهور العريض بقصص تعالج قضايا الجنس والزواج، بل إنها تباغت بالجنس وخلقت من الممثلين أيقونات جنسية على مستويات مختلفة، واستندت أيضاً على القصص الصحفية التي تعالج كبرى المطبوعات الأمريكية التي هي جزء من الشركات الاحتكارية الكبرى التي يهيمها أن تخدر الجمهور وتنسيه مشاكله الحقيقية، قبل التضخم المالي ومشاكل العاطلين عن العمل، وترجع كل قلق الإنسان المعاصر إلى تبريرات مضحكة ومنها انهيار القيم الأخلاقية، وكذلك فإنها ضخمت الأخطار الخارجية إلى حد جعلها تهديداً مباشراً لحياة الإنسان الأمريكي، حيث جعلته يفكر بالهروب من هذه المشكلات بمخدر اسمه (سينما هوليوود) التي -للاسف- أصبحت أنموذجاً يحتذى به في السينما العالمية، ولعل مقولة (محمد كريم) أول من درس السينما في الغرب تفسر لنا هذا الانسحاق أمام النمط الأمريكي عندما يوصي صانعي الأفلام بأن "يقدموا مشاهد مترفة في القصور الباذخة لأن الجماهير تريد أن تعوض حالها السيء بحلم باذخ" (Karaganov, 1979, P.8). إن هذا النمط السائد، لا بد من أن يكون مستمراً في الطرق على أسواقه وزبائنه، فكان لا بد من تشكيل وعي جماهير الطبقة الوسطى، حيث أصبح السينما والفلم السينمائي مصدر المعلومات الوحيد لتغذية الاستمرار بفكر هذه الأفلام وفكر هذا الجمهور، "وصناعة السينما تشتهر بالطريقة التي يقوم بها ممولوها ومنتجوها باختيار الموضوع والسيناريو حسب أهوائهم، أو بالنظر للريح وحده. ويتعرض الصانعون الحقيقيون للفلم للضغط لإدخال تعديلات على سيناريوهات الأفلام التي تم قبولها بالفعل، بما يتماشى مع الضرورات المزعومة التي يفرضها شبك التذاكر والميول والمطالب الراهنة، وإن التجربة المرة التي عانى منها مخرجون أفذاذ أمثال (دي سيكا، وانطونيوني، وفليليني) وغيرهم مع هوليوود أكدت لنا كم قدم هؤلاء المخرجون من تنازلات عندما عملوا في هوليوود؟ فلا يمكن إطلاقاً مقارنة فلم سارق الدراجة (Secca, 1947 sc) مع فلمه

الأمريكي الإيطالي (زواج على الطريقة الإيطالية) (Filippo, 1964). كما لا يمكن مقارنة فلم واحد من القلب (Bambasten, 1982 sc) ل(كوبولا) مع فلم (العراق) سيناريو: (Pozzo, 1972 sc.) حتى داخل الإنتاج الأمريكي نفسه، فإذا كان (دي سيكا) يقارن بين فلم صنع في إيطاليا وآخر صنع في أمريكا وهما الفلم الإيطالي سارق الدراجة والأمريكي الزواج على الطريقة الإيطالية، فنحن هنا إزاء فلمين مصنوعين في أمريكا، والتبرير الذي يقدمه هذان المخرجان أنهما يصنعان فلما لشباك التذاكر، وإلا لن يستطيعا صنع فلم لهما، لأن شبك التذاكر قد يحكم المخرج بالاستعانة بأحد الممثلين أو ظروف إنتاجية معينة، أما المخرج العربي صلاح أبو سيف فهو يقول دائما أنه لا يستطيع أن يصنع فلما جماليا، لأنه يصنع أفلاما كما يحب الجمهور، لكنه بين أونة وأخرى يصنع فلما يعبر عن جدارته الفنية. إن هذه القضية تطرح مسألة بالغة الصعوبة في صناعة الفلم، وهي أن هناك جمهورا قد صُنِعَ وتنمط بطريقة لا يمكن إصلاحه بسهولة، ومهما كثرت التنظيرات حول أن السينما الجادة تستطيع صنع جمهورها، نجد أن ميدان الواقع يتحدث عن أن اليأس يسد هذا المسعى. إن سينما شبك التذاكر تمكنت أن تملي على الجمهور ما تريده، "وهذا يخلق دائرة مفرغة يقوم بها فلم الشباك بجعل المشاهد غير قابل لتلقي القيم الجمالية للفن الحقيقي، فلا يرى المشاهد فلما أو برنامجا تلفزيونيا إلا إذا كان مهتما بما يتناسب مع ذوقه الفاسد" (Karaganov, 1979, P.10)؛ والسؤال هنا، هل كل الأفلام التي تحقق مردودا جماهيريا هي أفلام متدنية؟ وكيف نفسر نجاح فلم تضمن قيمة جمالية وله مردود كبير من شبك التذاكر؟ لا بد إذا من وجود أسس ممكنة التحقق لنشر القيم الجمالية بين الجماهير الواسعة، ولا يمكن متابعة هذه القضية إلا بالاحتكام إلى أفلام حققت انتشارا وسوقا، وتقف كمنهج جمالية متقدمة، وقد تسقط هذه المعادلة إذا كانت صناعة الأفلام تتقصد جهل الجمهور بالوجود الحقيقي للإنسان أمرا لتمرير أهداف النظم الشمولية، وفي عالم اليوم ليس من نظام شمولي غير النظام الرأسمالي الذي جمع في قبضة واحدة جميع أشكال وسائل الإعلام، وجميع مظاهر العلم والفكر، للدفاع المستميت عن مصالحه. ولذا فإن العمل الجاد من أجل تفعيل دور الثقافة والفكر في خلق مجتمعات قادرة على التمتع بالقيم الجمالية، تواجه هذا الجبروت كله. إن نظرة بسيطة على الأفلام التي حققت إيرادات فلكية في شبك التذاكر مثل أفلام (العراق، الجزء الأول)، سيناريو: (Francis Fordquiola, M. (1972) USA) و"التيتانيك"، سيناريو: (Cameron J. (1997) USA) وغيرها لا بد أن نرى أن لها مواصفات جعلت هوليود ومن سار على خطاها يعتمدها، ونستطيع أن نلخصها بنقاط متعددة منها:

1. التأكيد على وجود الممثل - النجم وما يعنيه هذا من الجهود الاستثنائية التي تبذلها الشركات الكبرى لتأليه النجوم وجعلهم محور حياة المتفرجين "إن عبادة النجوم تكشف عن مغزاهما الأكثر عمقا في بعض لحظات الهستيريا الجماعية، كتلك اللحظات التي أثارها (فالتينو) أو (جيمس وين) أو وصول (جينالولو بريجيديا) إلى (كان) أو وصول (صوفيا لورين) إلى باريس (Moran, 1980). فالجمهور يتماهى مع النجم ويعيش حياته - فيقلد ملابسه وحركاته وجميع ما يتعلق به من صور وتذكارات، وهو يعتقد بهذا موهوما أنه امتلكه وتمثله، والحديث يطول عن هذا الموضوع، والتأكيد على قصة مفهومة ذات اتجاهين، أولهما أنها يمكن أن تفهم من الجمهور العام للسينما عبر الجنس، أي البطل المثير أو البطلة المثيرة، وثانيهما العنف؛ إن المتفرج يحول أفلامه إلى فعل البطل المثير أو البطلة المثيرة ويرى نفسه فيهما. أما العنف فهو أولى اكتشافات الدراما التي عرفت أن العنف هو الذي يثير انتباه المتفرج ويقتاده إلى الشاشة فلا بد من المحافظة على هذا الانتباه أكبر قدر ممكن، إن هذا التوتر شرط لازم لاستمرارية زهاب المشاهد إلى السينما، ومداعبة أبسط الانتباهات لديه، ومن الطريف أن نذكر أن في فلم (شكسبير عاشقا)، سيناريو: (Tom Stoppard, O. (1998) USA) يطلب صاحب المسرح من (شكسبير) أن يكتب مسرحية أيا كان موضوعها ولكن يجب أن يكون فيها قرصان وكلب، وتتراوح هذه الأفلام البسيطة بين الجنس والحب

- والعنف، ولكن العنف أصبح سائداً، وإذا كان هنالك حب فهو على الهامش، وتصور أن المشاهد يتلقى باستمرار هذا القدر من الجريمة والقتل فما الذي سيكون عليه ذهنه.
2. السينما الجماهيرية بمفهوم شبك التذاكر والشركات الاحتكارية ليست معادية للفن ولكن أيضا معادية للإنسانية والمجتمع لأن الجماهير تتعلم وتترى، وإذا كان الاتجاه العام للسينما مثلا اتجاها يهدف إلى بناء الإنسان، فهو قطعاً كفن يربي احساسه الجمالي ويفرس تذوقا جماليا يجعل من الصعب أن تروج ثقافة الاستهلاك.
3. إن المتن الحكائي لفلم شبك التذاكر أصبح طبخة نمطية معروفة، وتحفل كتب السيناريو الأمريكية بوصفات جاهزة لكيفية كتابة فلم، ولو لاحظنا كتابين شهيرين للسيناريو وهما (السيناريو) ل(سيد فيلد) وكتاب (السيناريو للسينما) ل(دواين سوين) لرأينا كيف يُحسب الفلم حسابا هندسياً؛ وكيف تبدأ إلى ما يضمه الثلث الأول من السيناريو إلى الوسط إلى الثلث الأخير، وهكذا، لأن هذه الطبخة أصبحت لوحة وعدوانية، فهي نفس الأفكار ونفس الحكايا بتنوعيات متعددة فتصبح يقينا في ذهن المشاهد.
4. إن أفلام شبك التذاكر تعمل بمبدأ أن تبيع ثقافة تجارية أسهل من أن تبيع ثقافة عميقة، وهي تأخذ أسلوب السلع الصينية أو أن السلع أخذت أسلوب الفلم التجاري، فالضائع الرخيصة تروج إلى أكبر عدد من الناس الفقراء وإلى أكبر عدد من الجمهور الذي أفسدت ذائقته وأحاسيسه الجمالية، فالمتفرج يسهل عليه فهم فلم عن مجرم يقتل أو مصاص دماء أو سوبرمان من أن يتابع انشغالا وجوديا أو تحولا اجتماعيا لدى إنسان أو مجتمع. والعصر المزدهم بالمشاكل الذي يمر به الإنسان المعاصر، والسينما التجارية علماه أن يهرب، وأن يتسلى، وأن ينسى همومه؛ شأنه في ذلك شأن متعاطي المخدرات. إنها أفلام تقدم للمشاهد كي يظل غير مكتثر، على عكس أفلام مثل (بيت الأرواح) (Auguste, B. (1993) USA) ل(ميريل ستريب) الذي يجعل المتفرج يفكر في شتى المستويات، كالحب والدكتاتوريات ومصالح الإقطاع والعسكر، وتحولات الإنسان نحو ما هو خير وعميق.
5. لقد طرح عصر المعلوماتية نمطا من الأجهزة الذكية التي لا تحتاج من الإنسان سوى أن يتابعها لتريه كل ما هو غريب عليه، إنه عصر يعتمد على السهولة والخدمة والاستهلاك جسديا وذهنيا؛ إن الطالب مثلا وصل للدرجة التي لا يعجبه أن يكتب حتى في دفتره الامتحاني، وعلى هذا فإنه يتعاطى مع الفلم الذي ينسجم مع مثل هذه المدركات مثل الألعاب الالكترونية، والأبطال الخارقين والدماء المسالة، كل هذا عسى أن يجد مثل هذا المتفرج ضالته، فالفلم وسيلة تعبير أساسا ووسيلة اتصال ثانيا، بينما الإعلام وسيلة اتصال أولا ووسيلة تعبير ثانيا، وهذا يشابه الفروقات التي وضعت ما بين السينما والمسرح، فالدراما أساس في المسرح والسرد ثانوي، فيما أن السينما سردها أساسي والدراما ثانوية.
- إن عصر المعلوماتية لدى سينما شبك التذاكر قد أرجع الإنسان إلى طفولته غير المكتثرة، وساهم هذا الفلم في تأخير التحدي والاستجابة لدى الجماهير كي تغير واقعها. إن تطور نظم المعلوماتية والقفزات الهائلة في التقدم نحو المستقبل جعل العالم مكانا للفرد، وأصبحت تجربة إنسان في العراق هي تجربة إنسان في الغرب أو اليابان. "لقد قلل تطور وسائل الإعلام من أهمية الوجود المادي في تجربة الناس والأحداث.. والآن أصبحت الأماكن المقيدة ماديا أقل أهمية لأنه صار بإمكان المعلومات التدفق عبر الجدران والإندفاع عبر المسافات الشاسعة، ونتيجة لذلك، فقد أصبحت العلاقة بين المكان الذي يوجد فيه الشخص وبين معارفه وتجاربه أقل فأقل، حيث غيرت الوسائط الإلكترونية معنى الزمان والمكان بالنسبة للتفاعل الاجتماعي" (Tomlinson, 2008, P.208) وإن عصرا مثل عصرنا فيه كل هذا العصف، لا بد أن تختلف فيه المفاهيم وتتعدد فيه الاختيارات، ويعاد النظر في ما استقر من قواعد، ولعل القواعد التي تشتغل فيها الأفلام وهي تتوجه إلى الجماهير المليونية عكس الكتاب أو الجريدة أو محطة الإذاعة هي من أولى المهمات التي تُوْرَق صانعي الأفلام.

المبحث الثالث: جمالية الفلم كوسيلة اتصال

إن فن الفلم غير كل الفنون؛ إذ يعبر عن نفسه بالواقع وليس بالرموز، وحتى الفلم السريالي عندما يحول الإنسان إلى غسالة ملابس فإنه يستعين بغسالة ملابس حقيقية، ولا يقصد بهذا أن الفلم فن فوتوغرافي لا يفعل سوى عكس الطبيعة على الشريط السينمائي، لأن هذا (نقل عن) والنقل ليس فنا، وعلى هذا فإن الجماليات التي يشتغل فيها الفلم تشمل قائمة طويلة، منها ما يتعلق بجماليات السرد وما يتعلق بجماليات اللغة السينمائية وما يتعلق بالشكل الفلمي، فإذا كان الفلم تمثلا بصريا وسمعيًا، فإننا نتكلم فيما يتعلق في هذا التمثل عن الحيز الفلمي من خلال تحول الصور الثابتة إلى صور متحركة عبر أجهزة العرض السينمائي، كإطار وتكوين. وهذا الإطار الذي هو العالم الواقعي المختار من كتلة العالم الخارجي، محولا هذا التأطير إلى الإيحاء بالعمق أو أن يشتغل لإظهار البعد الثالث في الصورة عبر مواصفات يشترك فيها المتلقي، وبهذا يكون الإطار كما يقول بازان: "نافذة مفتوحة على العالم" (Omon, 2011)، وإنه فإن هذه النافذة متخيلة، أو إنها تقدم شيئا من العالم الخيالي، بمعنى أن قدرة الإطار على الامتداد إلى ما هو خارج الإطار هو المكان الذي يجد فيه المتلقي نفسه، وأن من جماليات الفلم أن يكون نوعا من التواصل داخل الإطار وخارج الإطار، وأن مشهد دخول الزوارق من يمين الكادر نحو (المدرعة يوتوميكين) سيناريو: (Eisenstein S. (1926) Moscow) وخروجها من يسار الكادر وهي تنقل المساعدات إلى الجنود المضربين في (يوتوميكين) يدل على الزمن المبكر الذي اهتمت فيه السينما إلى التكوين خارج الإطار، لأننا سنستشعر بالحماس الذي اعترى سكان مدينة الاوديسا بالتضامن مع المضربين. إن خارج الكادر هو ما يشكل الفضاء الفلمي الذي تتجاوزه الكثير من الأفلام التي لا تحتمي بالجماليات، والغريب أن السينما ومنذ البداية جعلت الفضاء الفلمي مختصا بالأفلام الروائية أكثر مما استخدمته الأفلام الوثائقية، لأن السينما الروائية تتعامل مع الخيال كمعطي خيالي وما هو خارج الإطار كمعطي جمالي بالأساس. أما عن الصوت فهناك صوت داخل الكادر وهناك خارجه، ورأينا أن مونتاج الصوت عندما يعبر من الداخل إلى الخارج فإنه يكون أحد عوامل الوحدة الفنية في الفلم، وإن الجمالية تتبع أيضا من عمق ميدان الصورة؛ أي ما نسميه بمجال الصورة من حيث الإيحاء بعمقها سواء كانت ثنائية أو ثلاثية الأبعاد كما وصلت إليه تقنيات الصورة، ويستهدف هذا كله أن يتماثل مجال الصورة مع الفضاء الواقعي رغم حضور الإطار دائما، لكننا إزاء تمثل لفضاء غير محدود. وتهتم الأفلام الجمالية إضافة إلى تقنيات العمق باللحظة كمفردة لمعمارية البناء الفلمي، ومعلوم أن اللقطة العامة المصممة سينمائيا لا يمكن أن تكون ذات أهمية مساوية في وسائل الاتصال الأخرى مثل التلفزيون والمواقع الإلكترونية، ولنقل الأمر نفسه عن حركات الكاميرا المتعددة التي تضيف إلى الجماليات الشيء الكثير، إن كثيرا من الأفلام التي تعرض على شاشات التلفزيون تفقد من خصائصها بسبب طبيعة العرض وطبيعة التلقي. أما بالنسبة للصوت في السينما فإنه يشتغل كما لو كان لدينا حجوم للقطات، فالصوت المنبعث من خلفية الكادر أو من أمامة أو من الوسط له منظورات متعددة، ولنقل هذا عن الرواية في الفلم السينمائي، فليس معتادا في المسلسل التلفزيوني، أو مواقع الإنترنت أن نرى صورة خاصة بهما يأتي الصوت على صورة سوداء ويوجد المونتاج حيزه الجمالي لأنه جزء من الوحدة الفنية، للفلم غيره في الاستخدام في الأفلام التي لا تهتم بالجماليات أو المسلسل الذي لا يستطيع إلا أن يكرر اشتغاله المونتاجي، ونستطيع أن نحاكم كل عناصر اللغة السينمائية وعناصر السرد الفلمي والشكل في استخدامها للجماليات في تنفيذ هذه العناصر، والتساؤل الفريد هنا هل نبعد الجماليات عن فلم شباك التذاكر؟ لقد أجابت الباحثة عن هذا السؤال عندما تحدثت عن منطق التجريب في الفلم السينمائي "لأن الفلم الحقيقي هو ذلك الفلم الذي يعرض على جمهور واسع؛ لأن فن الفلم دون كل الفنون لا ينمو ويتقدم إلا بوجود الجماهير التي تدفع تكاليفه، وأي مخالفة لهذه الحقيقة إنما تؤذن باختفاء الفن التجريبي، بل باختفاء السينما، وإلا ما فائدة أفلام

لا يراها أحد؟" (Al-Rubaie, 2013, P.163). وعودا على بدء، نقول: إننا في السينما إزاء وسيط تعبيرى لا يدانيه أي تمثّل في الفنون الأخرى، وإذا أرادت السينما أن تستمر فلا بد أن تستمر بجمالياتها، وعليه فإن مناقشة الأفلام المتميزة جماليا بشهادة المختصين والمتميزة اقتصاديا، بشهادة شبك التذاكر هي الطريق الذي بموجبه تحافظ السينما على كيانها الجمالي الذي وجدت من أجله، لأن إقناع المتلقي بجديّة الفلم والمعنى الذي يضيفه إلى المعرفة الإنسانية وتنمية ذائقة الإنسان كونه إنسانا اعتبارات يجب أن يتضمنها الفلم، ولا تظن الباحثة أن العالم مصيره إلى إلغاء الفكر والجمال وإنما مسيرة الإنسانية تؤكد أهمية أن يكون الإنسان إنسانا أكثر مما يفكر السياسيون الرأسماليون. لو تفحصنا فلما جديرا بالاعتبار، لرأينا أن هذا الفلم يمكنه أن يكون مقبولا على شتى المستويات، ونقصد مستويات الجمهور أو المتلقين الذين اصطلح على تسميتهم بالمتلقي العادي والمتوسط والأنموذج، فلا بأس أن نكون إزاء مضمون فيه نضارة وجدة، ويهم الناس فضلا عن أنه يبيث جماليات متقدمة. إن من يتصور فلما مثل (الساعات) سيناريو: (David H. (2003) USA) أو (المريض الإنجليزي) سيناريو: (Anthony Minghella 1996) أو (فورست كامب) سيناريو: (Eric R. (1994) USA)، إنما يقع في وهم عميق، ففلم "الساعات" مثلا يحتوي على شكل تجريبي وعلى اشتغال للغة سينمائية متقدمة، ويشغل بمفهوم العنصر السائد، كما أن الذين يبحثون عن التسلية فإن هذا الفلم فيه الكثير من التسلية، ناهيك عن جديّة موضوعه، رغم أنه استخدم مفردات اشتغل عليها أفلام شبك التذاكر، مثل: استخدام النجوم والميزانيات الكبيرة ولحظات الإغراء لمواصلة المشاهدة، ولكن الفلم نقول عنه ما قاله (صلاح أبو سيف) عندما سئل: هل تفكر بالمشاهد؟ فأجاب: "أنا اضع في ذهني المشاهد المصري كما أضع المشاهد الأجنبي حتى يكون كل شيء واضحا تماما لكل منهما، لذلك أستعين في التعبير عن المعنى الواحد بأكثر من وسيلة، حتى إذا ما فات المشاهد أحدها وصلته الأخرى.. أنا لا أفكر في الشباك (شباك التذاكر)، ولكن أفكر فيما يهم الناس، فالموضوع الذي لا يهم الناس لا أخرجه، وما اعتقد أنه يهمهم أقبل إخراجه. ولكن لا يعني هذا أن أرقص كي أعجبهم، فارق كبير بين أن أدعو المشاهد لفهم أو أدعوه لمجرد التسلية" (El-Nahas, 1996, P.233). إن معضلة الفلم الحقيقية هي موقع السينما القلق بين الفن كمعطى جمالي والصناعة، الفلم حتى يستمر يجب أن يغطي تكاليفه ويربح، وعندما يربح يعني أن هنالك جمهورا يشاهده، ويدفع ثمن هذه المشاهدة، وهناك طرق متعددة لجلب الجمهور إحداها أن يكون الفلم تسلية ولكن "حالما يبدأ المرء في تقديم ضروب التسلية إلى جمهور الصالة، فإننا نتحدث عندئذ عن صناعة الترفية، والاستعراض، والجماهير، لكن بالتأكيد ليس عن الفن الذي بالضرورة يتمثل بقوانينه الخاصة بشأن التطور" (Tarkovsky, 2006, P.162). ولقد قيل إن "كبسة زر جهاز التلفزيون حلت محل الزيارة الأسبوعية للسينما (Houston, 2007, P.7) تمشيا مع عصر السهولة، ولكن هذا غير صحيح، في بغداد وأربيل والسليمانية في العراق، رأينا كيف استعادت السينما وهجها، إن العزوف عن السينما لا يكون دائما، وإنما هو عزوف سببه دهشة التلفزيون وتعدد قنواته وإغرائه، ولكن كعادة الإنسان لا بد أن يضيق بالروتين فيعود لاكتشاف متعة السينما التي لم يعرفها شباب هذه السنين، فبدلا من أن يقول لك أحدهم إنه لم يذهب إلى السينما إطلاقا، أصبح الحديث اعتياديا عن الذهاب للمول بقصد مشاهدة فلم. إذا كان الفلم يستعيد مكانته التي فقدتها في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين فلا بد أن لا تركز فقط إلى حقيقة ضجر رواد وسائل التواصل الحديثة اجتماعية أو معرفية من نمط الأداء، فالفلم يمكن أن يقع في نفس المطب وعليه فإن السينما لا بد لها أن لا تنسى أنها فن الأساس وأنها ذائقة جمالية بامتياز، ولا يعني هذا أن نضع أفلاما لا يراها أحد، ولا يمكن إطلاقا أن نضع صناعة مكلفة مثل صناعة الفلم بأيدٍ لا تقدّر أمرين، هما:

1. إن الفلم فن جماهيري لا بد أن يغطي تكاليفه ويحقق أرباحا عند عرضه.
2. إن الفلم ينتمي إلى حقل الفنون الجميلة، أي أنه ينطلق من الجمالي لتحقيق قيم جمالية.

وعليه، فلا يمكن للفلم أن يكون محاضرة دراسية تلقى على تلاميذ مجبرين على استظهارها، كما لا يمكن لفن الفلم أن يكون فنا للنخبه، إنه ليس روايات (مارسيل بروست أو جويس أو فرجينيا وولف أو فوكنر)، الكتاب يرضى بهذا الجمهور لأنه محدود، وينجزه مبدع واحد، ولكن الحال مع الفلم تختلف تماما لأسباب اقتصادية أساسا. حتى يمكن لفن الفلم أن يكون قادرا على الاستمرار والنمو والتطور ولا يمكن هذا دون أن يضع الفلم عينا على الجمهور وعينا على الوسيط الجمالي الذي يشغل به. وهذه هي المعادلة العسيرة. إن الاعتقاد السائد بأن أفلام التسلية هي الناجحة وتتوطد مكانتها حسب قوانين السوق والعرض والطلب، أما قيمته الجمالية فهي تتناقض ظاهريا مع شروط التسلية. ولم يتعرض فن إلى محنة وقلق بين هذين الأمرين مثل السينما.

إننا نتحدث عن فن حقيقي وعن معايير جمالية وهذه لا علاقة لها لا بمتطلبات السوق أو أصحاب شركات الأفلام الكبرى. إذا كان الفلم انشغالا جماليا فإننا سنعود إلى بداية ما بحثناه أي أن الفلم سيكون في الحال هذه هو فنُّ للنخبة. النخبة التي تستشعر انفعالات صميمة وشخصية مع العرض الفلمي، الفلم يخص هذه الشخصانية والحميمية، وسيقول الجميع وهل يوجد فلم جمالي ترتاده الملايين، فلم يعقد صلات جمالية حميمية مع هذا الجمهور المتسع؟ يبدو أن هذا الشرط العسير له علاقة بمراكزنا الحضرية، وأن مسألة التذوق الجمالي مطلب مُلح تقوم به مؤسسات متعددة فالمدينة التي فيها قاعات موسيقا وعروض مسرحية وفرق موسيقية، وصناعات شعبية تتظافر مع الفلم لصنع جو عام من الجمال. تحدث تقرير في المجال الحضري والإقليمي عن مدينة مونتريال الكندية فيقول: "وجود الجامعات وصناعات التكنولوجيا المتقدمة والمؤسسات الثقافية في مختلف التخصصات والتعاون بينها وكذا جودة الحياة عموما، كل ذلك يجعل مونتريال واحدة من مدن المعرفة الناجحة" (Javier, 2011 P.191). إن هنالك خطأ بنوييا يعترى صناعة السينما، هو الأفلام النخبوية، تلك الأفلام التي تضحي بالجمهور الواسع لفن الفلم لصالح نقد مليء بالرياء والجهل، أو لمداعبة عقول بعض المتغربين عن مجتمعاتهم؛ في كتاب لباحث أجنبي من المفروض أن يكون مرموقا يتحدث فيه عن أحد أفلام (أنطونيوني) ورفعته إلى مصاف النماذج العليا في الأدب والفن، بل إنه أشار إلى بعض المشاهد واللقطات كونها الكمال بعينه، وتسنى للباحثة أن تشاهد الفلم فوجدت فيه نمطية بالغة، وموضوعه قديم ومكرر، أضف الى ذلك أنه لم يحقق تميزا في شبك التذاكر، وهذا هو السر الذي يجعل ممولي الفلم لا يثقون بما اصطلح عليه المخرج المثقف، وبالمقابل فإن هنالك أفلاما تشعر أن موضوعاتها متجددة، كما أن انفتاحها الدلالي الذي يستند إلى معانٍ مقبولة ومفهومة، فيكون هذا الانفتاح، عبارة عن قراءات متعددة للنص تغنيه وتطلق بناءه الجمالي إلى أبعد الحدود، إن أفلاما مثل (ابنة رايبان) سيناريو: (Bolt R. (1970) USA) و(أسطورة 1900) سيناريو: (Giuseppe Tornatore (1998) Italy) و(8 سوبر) سيناريو: (J.J. Abramz, Paramount (2011) USA) تستأثر بلب المشاهد مهما كان مستواه، لأن "الصورة تدخل في علاقة دياكتيكية مع المتفرج في مركب عاطفي وذهني، وإن الدلالة التي تأخذها في النهاية على الشاشة تكاد تتوقف على الحيوية الذهنية للمتفرج بنفس القدر الذي تتوقف به على الإدارة الخلاقة للمخرج" وصانعوي الفلم (Martin, M. (1964) P.91 Cairo). إن هذه المعادلة بين متفرج حيوي ذهنيا وصانع فلم خلاق هو الذي يجعل عملية الإرسال والتلقي عملية ممتعة فالاثنان يتشاركان بذهنية متفتحة وحساسية جمالية، ومن هنا الحرية التي يزاولها المتلقي في تفسير الفلم لأن لا تفسير أوحده للفلم، كما هو العقل ليس فيه مستوى واحد، وحتى العواطف والأحاسيس إنما هي موقف عقلي، وفي الفلم نحن لا نتحدث عن صورة واحدة وإنما نتحدث عن اللقطة وما يسبقها وما يتبعها، ولذلك فإن كل ما يظهر على الشاشة هو علامة، والعلامة موقف عقلي يترتب عليه موقف عاطفي، ولما تحدثنا عن الحرية النسبية لدى المتفرج في التفسير لأن جمالية الصورة تتضمن من المعاني أكثر من تفسير، وكل الأفلام المشهود لها

بالامتياز لا تقف عند تفسير واحد، لأنك كلما توغلت فيها تجد مضمرة لم تلتفت لها في المرة السابقة، إذا فلدينا المعنى ثم الدلالة فإذا اشتغلت الكنايات والتوريات والاستعارات وغيرها من عناصر المجاز السينمائي فإننا سنكون إزاء نص مفتوح على تفسيرات تغني النص الفلمي. إن المشاهد العادي قد لا ينتبه إلى كثير من مضمرة الصورة لكنه ينتبه إلى قوة الفن على الشاشة، وإذا تحدثنا عن مشاهد من مرتادي دور العرض فإنه سيستشعر بعض الجماليات التي كررت السينما استخدامها على مستوى اللغة السينمائية وعلى مستوى السرد. في مشاهد من هذا النوع يعرف ما الذي يفعله المزج بين صورتين وما هي غايته وأين يضع الاسترجاعات السردية في أبنية العرض السينمائي، وقد يتلمس شيئاً من الشكل الفلمي، لكن المتفرج الأنموذج ستتضاعف متعته وهو يتداول ثلاثي اللغة السينمائية والسرد والشكل الفلميين. إن الاتصال يتحدث عن السينما كأحد عناصرها فيما إذا كانت السينما تروج لأفكار ما، ولكن التعبير في تعبيرية الاتصال عبر الاتصال كمرسل ومتلق في نظريات الإعلام، فالجمالي مرتبط بمضمونه وشكله، إذ بدون اتحاد التعبير بالمضمون وبالشكل لا يعود عملاً جمالياً وإنما نشاطاً إعلامياً، فالقيمة الجمالية مسؤولة عن التعبير بينما النظرية الاتصالية معنية بالاتصال.

الدراسات السابقة:

إن البحث الموسوم (الفلم والجمهور بين الاتصال والتعبير) يدرس للمرة الأولى موقع الفلم بين وسائل الاتصال لا لكونه وسيلة اتصال ولكن كوسيلة تعبير لأن بحوث الاتصال تحدثت عن الفلم كرسالة اتصالية تضاف إلى الإذاعة والتلفزيون والشبكة العنكبوتية والصحف والمجلات وغيرها من وسائل الاتصال. فالبحث تكلم في منطق جماليات الفنون وليس في وظائف وسائل الاتصال ولم تجد الباحثة ما يستغرق هذه الموضوعات بالبحث والتفصيل.

مؤشرات الإطار النظري:

لقد أسفر الإطار النظري عن المؤشرات التالية:

1. إن الفلم الجمالي يشتغل عبر الثلاثي الجدلي الشكل واللغة والسرد السينمائي عبر بناء معماري يضع في اعتباره جمهور الفلم العريض.
2. إن تلقي الفلم الجمالي يفهم على مستويات متعددة وكلها لصالح التعبير الفني وليس لصالح وسائل الاتصال.

الفصل الثالث:

1. منهج البحث:

بغية الوصول إلى النتائج المرجوة، فإن البحث انتهج المنهج الوصفي الذي يعتمد وصف الحالة عبر المشاهدة والتحليل.

2. مجتمع البحث:

يمثل مجتمع البحث في جانبه النظري والتطبيقي الأفلام التي حققت المنحى الجمالي والجماهيري في أن واحد عبر منجزها النهائي على الشاشة وإيرادات شبك التذاكر.

3. عينة البحث:

اختيرت عينة البحث بشكل قصدي بما يتناسب مع موضوعة البحث، ولأنه حصل على ثناء نقدي كبير ونالت ممثله جائزة الأوسكار وحقق إيرادات كبيرة في شبك التذاكر وحصل على الجوائز التالية:

- أ. أوسكار لأفضل أغنية أصلية
- ب. أوسكار لأفضل ممثلة: إيما ستون
- ت. أوسكار لأفضل تصوير: لينوس سانديجرن

ث. أوسكار لأفضل مخرج: داميان تشازل

ج. أوسكار لأفضل إنتاج

ح. أوسكار لأفضل موسيقا تصويرية (جستن هورويتز)

الإيرادات من 2016 /9 /2 - 2017 /2 /1 بلغت 179,4 دولارا، والميزانية 30 مليوناً. اختيار "لا لا لاند" ليس لجوازه فقط لأنها لا تعني كل شيء، ولكن للفراة الجمالية في هذا الفلم من خلال الارتباط الوثيق بشكل الفلم الغنائي والمضامين الفكرية التي يطرحها الفلم معبرا عنها بلغة سينمائية تلفت الانتباه، كما في استخدامه الخلاق للقطعة الطويلة والمشهد الاستهلاكي والذي استعرض أربعة فصول دون قطع وهناك أشياء أخرى لا يسع المجال لذكرها، كما أن السرد الفلمي لم يكن طارئا على الشكل الغنائي حيث يصبح متعسفا كما رأينا في الأفلام المماثلة التي تقحم الأغاني والموسيقا بسبب وبدون سبب.

4. أداة البحث:

إن أداة البحث هي المؤشرات التي أسفر عنها الإطار النظري.

5. وحدة التحليل:

كانت وحدة التحليل الأساسية هي المشهد الكامل الذي يتفق والمؤشر المعني به.

6. العينة الفلمية:

اسم الفلم: لا لا لاند

سيناريو وأخراج: داميان تشازل وآخرون

تمثيل: رايان غوسلنغ، ايماستون

إنتاج: أمريكا، شركة وارنر

سنة الإنتاج: 2016

ملخص القصة:

تدور أحداث القصة حول موسيقي شاب لا يؤمن بالموسيقا الصاخبة ويعتبر موسيقا الجاز هي الوحيدة ذات القيمة، يقع في حب نادلة تطمح أن تكون ممثلة مسرح، يحاولان أن يحققا حلمهما ولكن تطراً مجموعة من العوائق التي تجعلهما يتنازلان عن حلمهما حيناً ثم ينجحان في النهاية.

تحليل العينة الفلمية:

إن تلقي الفلم الجمالي يفهم على مستويات متعددة وكلها لصالح التعبير الفني وليس لصالح الاتصال. إن فلم "لا لا لاند" قد اشتغل على مستويات متعددة يُعتقد أن وسائل الاتصال أنتجت في عصر الانفجار الإلكتروني لكي تصل إلى الجماهير المليونية، تلك هي الإنترنت والأغاني المصورة والألعاب الإلكترونية. وعندما يعمل فلم بمفرده على الانتشار والذيع إلى نفس هذه الجماهير دون أن تكون ميزته التقنيات الرقمية أو سطحية الموضوع، بل هنالك أشياء في الفلم لا يبدو أنها تلقى قبولا من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي مثلا، فإذا كانت القضية الأولى، قضية الانتشار والذيع تتمثل في إيرادات شبك التذاكر وقيمة وسائل الاتصال الجماهيري تعتمد على أن تنقل رسالة موضوعية "مهما كانت درجة هذه الموضوعية" فإن وسيلة التعبير الفني ومنها الفنون الجميلة تشتغل في التجربة الجمالية من حيث هي تجربة وعي ذاتي.

المشهد الأول

مشهد رقم (1)	شارع عام كاليفورنيا	نهاري / خارجي
1- ل.ع الكاميرا شاريو من اليسار إلى اليمين تستعرض ازدحام في طريق للممر السريع للسيارات وهي تصطف واحدة وراء الأخرى، وهي سيارات فارمة حديثة والصوت من خارج الكادر يقول:	كاليفورنيا اليوم مشمسة وفي مدينة لوس أنجلوس درجة الحرارة 29°	
تقف الكاميرا على صورة فتاة مسترخية في سيارتها وهي تغني أغنية رومانتيجية مع عزف لآلة البيانو.	صوت البيانو عالي أفكر بذلك اليوم حيث تركته في محطة غربي هاوند غرب سانتامن... لقد كنا في السابعة عشر وقد كان لطيفا وحقيقيا، مازال قد فعلت ما توجب علي فعله، لأنني فقط عرفت	
تعديل الفتاة جلستها ثم تفتح باب السيارة تنزل إلى الشارع بجانب سيارتها ثم تغلق الباب وتقول مغنية:	ليالي الأحد الصيفية، حيث نفرق في مقاعدنا، حيث جميع الأضواء خافته، العالم المضيء... مصنوع من الموسيقى والآلات.	
الآن الفتاة تؤدي حركات راقصة وتستمر بالقول: ثم تتقدم نحو السيارة المجاورة لها وتصدر خلفيتها ثم تنزل راقصة تقول:	طلبت مني أن أتواجد على الشاشة وأعيش داخل بريقها.	
السيارة المجاورة يفتح بابها وينزل شاب يؤدي الرقصة معها بنفس إيقاع أقدامها، في حين ينزل سائق السيارة التي أمامها ويشارك بالرقصة، تقول الفتاة مغنية:	أسمأونا مكتوبة بالنيكل، امتطيت الحافلة وأتيت هنا.	
بدأ ركاب السيارات بالنزول ومشاركة الرقصة. الكاميرا تنسحب للخلف والثلاثي الراقص، الفتاة في الوسط، والشابان على جانبيها تقول:	ربما إنني شجاعة أو فقط مجنونة. سنرى ذلك، لأنه ربما في المدينة النائمة سيأتي يوم والأضواء لا تعمل.	
يصبح الراقصون خمسة: ثلاثة شباب وفتاتان تستمر بالغناء:	وسيرى وجهي وينتذكر كيف كان يعرفني.	
حركة كاميرا سريعة، تصبح أمام الراقصين فلا تراهم، ولكننا نرى ما أمامهم: مجموعة من سائقي السيارات، وإحداهن ترقص على سيارتها وواحدة ترقص جانب باب السيارة المفتوح، تستمر الأغنية من خارج الكادر تقول:	خلف تلك التلؤلأ أسمى للمرتفعات وأطارد كل الأضواء التي تشرق.	
تصل المغنية إلى حيث الراقصين الجدد الذين يزداد عددهم وتقول: الآن الكاميرا تستدير وتلتف يسارا نحو مقدمة اللقطة، ثمة راقص جديد وصوت الفتاة يقول:	وعندما يخذلون سينهض من على الأرض، حيث يأتي الصباح	
الآن الكاميرات تستدير، اللقطة من الأمام إلى العمق، شباب يرقصون فوق سياراتهم وصوت الأغنية تقول:	وهذا يوم جديد مشمس حيث يأتي الصباح	
بعدها شاب ينزل من سيارته ويكمل الأغنية، يقف في مقدمة الكادر، وفي عمقه الفتاة الأولى التي غنت ترقص في حين يشارك المزيد من راكبي السيارات بالرقصة. الشاب يقول وهو متكئ على سيارته ويكمل الأغنية:	أسمعهم كل يوم إيقاع الوادي الذي لا يختفي أبدا.	
تتحرك الكاميرا متابعة الشاب الذي يستدير نحو عمق اللقطة ثم يصعد على سيارة يكمل الأغنية:	الأغاني في حفلات الرقص التي تركها هؤلاء الذين أتوا من قبل.	
الكاميرا تتابع الشاب وهو يرقص بين الجموع يقول:	يقولون إنه يجب أن نسمعها أكثر، لذلك أترق كل باب.	
تنزل فتاة زنجية من سيارتها وتكمل الأغنية:	وحتى عندما تكون الإجابة بلا أو ينفد مالي.	
تتقدم الزنجية مكونة ثنائية مع الشاب الذي غنى قبلا فتقول:	الموسيقا والميكروفون والضوء والنيون هو كل ما أريد	
تنسحب الكاميرا إلى الخلف وينظم المزيد من راكبي السيارات للرقصة، الزنجية تقول مغنية:	وفي يوم ما بينما أغني أغنية، سيأتي فتى من مدينة صغيرة، هذا سيكون الدافع له وسينجح.	
تنسحب الكاميرا للخلف ويتقدم نحو الزنجية والشاب، فيقول الشاب:	خلف تلك التلال أسمى للمرتفعات.	
تندفع الكاميرا إلى أمام نرى السيارات المصطفة في الزحام والناس ترقص. الآن صوت الأغنية يؤدي من قبل صوت الزنجية والشاب يقولان:	ينشدون بشكل جماعي: وأطارد كل الأضواء التي تشرق، وعندما يخذلونك.	
الكاميرا تعبر من ممر للسيارات إلى الذي بجانبه مظهرة لنا تزايد أعداد الراقصين على الأرض أو فوق السيارات وينشدون بشكل		

مشهد رقم (I)	شارع عام كاليفورنيا	نهاري / خارجي
جماعي		
تتحرك الكاميرا ملتفة من موقعها إلى أمام، الصوت جماعي يقول:		ستنفض من على الأرض حيث يأتي الصباح وهذا يوم جديد مشمس.
الشباب الذي غنى يفتح بوابة سيارة مغلقة، فتظهر لنا فرقة موسيقية تعزف على الطبول وبقيّة الآلات وهم يملأون الكادر، تتسحب الكاميرا للخلف نرى أعدادا غفيرة من الراقصين يتجاوبون مع الفرقة وكأننا في حفل موسيقي. من بين الراقصين أمام الفرقة تنفرد امرأة برقصة فلانكو أسبانية والجميع يشجعونها ويعملون حلقة حولها، يقفز في الحلبة زنجي آخر يرقص رقصة الهيبلاهوب. الجميع يشاركون في الرقص (وهو رقص حديث) تتسحب الكاميرا بسرعة نحو اليسار لنجد المغنية الأولى بفستانها الأصفر وهي تضطجع على خلفية سيارة حمراء تغني:		وعندما يخذلونك.
تتسحب الكاميرا للخلف قليلا.		
أصحاب السيارات يرقصون ويقفز أحدهم من خارج الكادر إلى داخله وهو يتزحلق بمزلاج (سكوتر) تكمل المغنية:		حيث يأتي الصباح إنه يوم جديد مشمس
ترد المجموعة:		
المتزحلق ينفذ بمهارة بين السيارات والكاميرا تتابعه المجموعة تقول من خارج الكادر:		إنه يوم جديد مشمس
الكاميرا تغير وضعها، الآن تصوير من خلف السيارات فتاة شقراء تنزل من السيارة وهي ترقص وتغني:		لقد بدأ اليوم للتو إنه يوم جميل مشمس
والمجموعة ترد وهم يقفون فوق السيارات		
اللقطه الآن لكثير من الشباب يرقصون فوق سياراتهم على أنغام البيانو السريع الضربات. المنشدون يقولون:		إنه يوم جميل مشمس
لأول مرة نسمع صوت:		منه سيارة
الجميع يهرعون إلى سياراتهم لأن الزحام قد فك، وتنزل عنوان الفلم (LALA LAND)، يختفي العنوان ويظهر عنوان آخر (WINTER)، ومازالت اللقطه، السيارات تبدأ بالحركة، تنزل الكاميرا إلى شاب يهيم بالحركة وهو يبحث في الراديو عن موسيقا		صوت بيانو
تقترب الكاميرا من ورائه نحو كتفيه ورأسه والراديو، ثم تركز على المرأة الأمامية للسانق وفيها وجهه، ثم تنزل إلى يده وهي تدير عتلة الراديو، ثم يروفيل له وهو يوقع بأصابعه على صوت الأغنية، ثم تتركه الكاميرا بحركة (pan) منه إلى السيارات الواقفة، تقف الكاميرا على قناة، تتحدث بالهاتف وتقول:		لقد كان الأمر كارثيا، أقسم للرب إنها كارثة
تقترب الكاميرا منها تقول:		ستدمر الأمر
تستغرق في المكالمه تقول:		أعلم.. لقد كان جنونا تماما.. جنون؟
تلتفت جانبها وتلتقط ورقة ملقاة، تقول:		جنون
يأتي صوت منه سيارة من الخلف		صوت المنبه
ترى في مرآة سيارتها وجه الشاب الذي كان يدير الراديو وهو يهز رأسه.. ثم يترك وجه الشاب مرآة السيارة ويتقدمها قليلا. ترنو له، يقف بجانبها، فتؤدي حركة داعرة (شتيمه) بأصبعها مستغربة منه، يذهب ويتركها تقول:		ما مشكلته؟ يجب أن أذهب
قطع		

إن هذا المشهد الطويل الذي صورَ بلقطة واحدة، إنما يعيد تقليداً أثيراً في السينما الإبداعية، ذلك أن المشهد الأول يوحي بالفلم كله، ورغم طوله إلا أنه تحاشى الملل فقام بتقديم أغنية جميلة ورقص حيوي يذكرنا بتلك الأفلام الموسيقية الخالدة مثل (قصة الحي الغربي). وهذا المشهد فيه من تقاليد السينما الإبداعية الشيء الكثير، إنه جرى بلقطة واحدة مستمرة، ليست مما ألفنا في أفلام اليوم التي وضعت التعبير جانبا وانشغلت بالاتصال، تلك اللقطة الطويلة التي هي اللقطة المشهد، وترى ذلك التلاحم بين الصوت والصورة بشكل يحقق الوحدة الفنية في ما يعرض على الشاشة مؤكداً أن الصوت أحد مكونات الصورة، فالأغنية دون الصورة لا تحقق المرتكز الجمالي لها كونها سينما، والا لأصبحت بثاً إذاعياً والرقصة دون الأغنية لا تنبئ بما يريده الفلم منها. وعند آخر المشهد -اللقطة جمع الفلم بين الشخصيتين الرئيسيتين في الفلم حتى إن لقاءهما العفوي سيتحول داخل الفلم إلى متن حكاوي كامل. واختتم الفلم بإشارة للمشاهد الذي لا بد من اعتبارها تدخلا في صلب التعبير الفني وليس الاتصال. في بداية المشهد صوت مذياع راديو خارج الكادر يقول: كاليفورنيا - اليوم مشمس.. وفي آخر المشهد يكون الإعلان عن الجو عبر تايمل مكتوب وهو (Winter) أي الشتاء. إذا المشهد بدأ في الصيف، وعند نهايته إشارة إلى أننا سنكون في الشتاء، وهذه البنية الاستهلاكية لا يمكن لوسائل الاتصال مجتمعة أن تؤديها إلا من خلال فلم التعبير الجمالي البحت، لأن وسيلة الاتصال معنية بالآلية ووسيلة التعبير معنية بالتفكير.

المؤشر الثاني:

إن الفلم الجمالي يشتغل عند الثلاثي الجمالي: الشكل واللغة والسرد السينمائي عبر بناء معماري يضع في اعتباره الجمهور المليون الذي لا يمكن أن تتنازل السينما عنه مهما استحوذت وسائل الاتصال عليه. إن الأفلام التي تحاول أن تستحوذ على الجمهور تضع في اعتبارها أن غالبية جمهور الفلم هم جمهور الأغاني والألعاب الإلكترونية ووسائل الاتصال الاجتماعي أي هو ذلك الجمهور الذي يستسهل المتعة ولا يحفل إلا بالتسلية وإرضاء حواسه لا وعيه وإدراكه، ومن ثم فإن هذا المنحى هو منحى أغلب وسائل الاتصال، فإذا تحقق في فلم ما لغة سينمائية فإنها في فلم من تلك الأفلام التي توصف بالعادوية لا تكون إلا جزءاً من انشغالات الحيل الرقمية، أو أنها لا تستند بمرجعياتها إلى السرد والشكل، وكل هذا عن السرد السينمائي والشكل، فالسرود لا تعد ولا تحصى وما يميز سرداً عن آخر هو لغته وشكله، وإلا يتحول السرد إلى إخبار بقصة ما، كما أن الشكل الفلمي مهما كان أخاذاً فلا قيمة له إن لم يشتغل مع القصة والسرد، وهذا يعني أن الفلم الذي يحقق الشكل الثلاثي الجدلي هو الفلم الذي نسميه فلماً جمالياً. في عينة البحث سبق وأن تكلمنا عن المشهد الأول وكيف تم بلقطة واحدة ليس افتعالاً ولا تطويلاً ولكنه علامة دالة بلغة سينمائية متمكنة تسرد موضوعاً بشكل كان جامعاً للشكل الذي سيأخذه الفلم.

ولو راقبنا المشاهد التالية:

مشهد	شارع عام
ل/1: البطل والبطلة في مقدمة الكادر يتجهان نحو الكاميرا التي تظهرها إلى النصف.	
الانثنان يرتديان قمصان بيضاء، شكل الشارع معمارياً غريب، فيه بنايات لا تدل على وظيفتها. الفتاة تقول له:	كي أكون صريحة معك أنا أكره موسيقا الجاز
الكاميرا تصبح خلفهما، تلتفت، تنظر له تقول:	هل أنت بخير؟
يجيب وصوته من خلف الكادر لأن ظهره للكاميرا:	ماذا تعنين بكرهك للجاز؟
يلتفت نحوها فيكون بروفيلاً وهي أيضاً تقول:	يعني أنه عندما أسمع لا أحبه.
تقول:	تعلم، موسيقا الجاز التي أعرفها ماذا عن حياتي؟ أراها مصدراً للاسترخاء (تقصد كيني جاي)

مشهد	شارع عام	
يرد وهو يشرح: ويستمر بالقول مستخدماً يديه بالتعبير:	إنها ليست مصدر للاسترخاء (سيدني باتشيت) أطلق النيران على شخص ما لأنه أخبره أنه عزف المعزوفة الخاطئاً.	
يقف مواجهتها ويقول:	ولكن هذا تعميم	
تنظر له مستطلعة ل/م صوته من خارج الكادر:	ماذ تفعلين	
هي تقول:	لا شيء	
م/	صالة عزف	ل/د
ل/ ق يد تعزف على الطبل		
ل/ ق يد تداعب أوتار الجلو		
ل/ ق يد تضغط مفاتيح السكسفون		
ل/ ق يد تعزف على طبول كبيرة		
ل/م واسعة أحدهم ينفخ في آلة الترميتت النحاسية، ترجع الكاميرا إلى الخلف		
ل/ ع مجموعة من العازفين الزوج الذين رأينا لقطاتهم القريبة سابقاً يؤدون معزوفة في ملهى، تنسحب الكاميرا ظهر (ميا) و(جورج) للكاميرا يقول جورج:	أظن عندما يذكر الأفراد أنهم يكرهون الجاز، لأنهم لا يفهمون الجاز ولا يعلمون من أين يأتي ولد الجاز في منزل صغير لأن الأفراد كانوا مكسبين هناك ويتحدثون لغات مختلفة...	

وتستمر المناقشة ليشرح لها أصالة موسيقى الجاز، وأنها يجب أن تتم بمشاهدة العازفين وليس سماعهم، إن هذا الجزء من المشهد يكمل مشاهد عديدة قصيرة سبقت، تمتاز بتأكيداتها على اشتغالات خلاقة للغة السينمائية تتصل مباشرة بالشكل الفلمي والسرد السينمائي، لقد زواج الفلم بين قضيتين غريبتين، تشكل سينمائياً متطوراً مضمون سردي يدافع عن القديم، ويذكره ويمجده. فمن موسيقا الجاز إلى الرقص النقري إلى الفرق الكبيرة التي اندثرت لصالح كل شيء غير ذي قيمة عبر حركات كاميرا مفاجئة وتكوين في اللقطات مبالغتاً جمالياً، وإن يعتمد السرد الفلمي على اللقطة (Sequence) اللقطة / المشهد فإنه يعتمد على المشاهد التي تجري في مكان واحد والتي يمكن القول عنها أنها مشاهد الحفلة أو مشاهد الأستوديو أو مشاهد المطاردة وميزة مثل هذه المشاهد أنها قصص فرعية داخل القصة الرئيسية توصل فكرة جزئية عن فكرة الفلم الكبرى بحيث يجري التركيز على هذه الأفكار الجزئية لدورها البارز في تأصيل الفكرة الرئيسية، إنها ليست قصصاً فرعية تتلاشى في المحور الأساسي، وكأنها شجرة المسننات التي تدير محركاً كاملاً أو ساعة جدارية وإن ينتهج الفلم كشكل له أن يتابع فيها مجرى القصة عبر الفصول فإن نبدأ بالصيف فإننا عبر عنوان فرعي مكتوب على الشاشة ندخل في الشتاء ندخل الربيع ثم الصيف ثم الخريف، إن هذه الدورة الزمنية كأنما هي دورة الصراع بين الجديد والقديم، في كل هذه الدورة يتطور فكر البطل من إيمانه بموسيقا الجاز الأصيلة إلى قبوله أن يعزف في فرقة تقدم قليلاً من الجاز وكثيراً من الموسيقا الحديثة الصاخبة، ولكن في حوار مع (ميا) يتفان على أن العمل الحقيقي في ميدان الفن هو أن تقنع الآخرين بشغفك وبما تؤمن به وسيؤمن به الناس، والحقيقة إن هذه أحد الأفكار الرئيسية للنظرية الرومانتيكية التي تقول: إن التجربة الجمالية ممكن أن تكون عدوى للآخرين، وكأنما دورة الزمان كشكل علمي لا تتعلق بالشخص المفرد وحده وإنما تتعلق بالمدارس الفنية الكبرى في التاريخ والتقاليد والعادات حيث تبعث في كل عصر بطريقة أو بأخرى.

الفصل الرابع

النتائج

1. إن الفلم الجمالي يستطيع أن يتكلم بلغة العصر عند استخدامه التقنيات المعاصرة النابعة من الترابط الجدلي بين الثلاثي اللغة السينمائية والسرد الفلمي والشكل.
2. إن الفلم الجمالي يجب أن لا يغادر تأثيره على البنية العميقة للإنسان ويتشبث بكونه وسيلة تعبير وليست وسيلة اتصال.

الاستنتاجات

1. إن الفهم العميق للغة العصر يمكن استخدامها استخداما قيميا بما يخدم التعبير الفلمي ليحقق البعد الجمالي والتذوق والمعرفة، لأنها حاجات لا يمكن أن يتجاوزها الإنسان.
2. إن وسائل الاتصال الجماهيري لا يمكن لها أن تنافس فن الفلم لأنها وقتية وعابرة والفن يشتغل على استراتيجيات الخلود في الزمن.

Sources & References

المصادر والمراجع:

1. Al-Rubaie, B. J. (n.d.). *Artistic Treatments of Elements of Film Expression in Experimental Cinema*. Ph.D. Dissertation.
2. Al-Sayed, A. A.-A. (2008). *Film between Language and Text*. Publications of the Ministry of Culture, General Organization for Cinema.
3. Auguste, B. (1993). *House of Spirits*. Directed, USA Bill Auguste,.
4. Bambasten, A. (1982). *One from the Heart*. United States.
5. Filippo, E. D. (1964). *Italian-style marriage*. Vittorio di Secca, Italy, America.
6. Francis Fordquiola, M. (1972). *The Godfather*. Coppola, USA, Paramount.
7. Hashim El-Nahas, S. A. (1996). *The Hashim El-Nahas Interviews*. Cairo: The Egyptian General Book Organization.
8. Houston, P. (2007). *Contemporary Cinema*, translated by: Ziad Naseem. General Organization for Cinema.
9. Javier, F. (2011). *Editor, Knowledge Cities*, translation: Khalid Ali. Kuwait, National Council.
10. Karaganov, (1979). *cinema, ideology and box office*, translation, Osama Ghazouli. Cairo: New House of Culture.
11. Lawson, J. H. (1974). *The Art of Screenwriting*, Translated by: Ibrahim al-Sahan, Review by: Saad Labib. Baghdad: Institute of Radio Training.
12. Martin, M. (1964). *Cinematic Language*, Translated by: Saad Mekkawi, Review: Farid Al-Mizawi. Cairo: Egyptian Public House for Authoring and Translation.
13. Moran, H. (1980). *movie stars*, tr: Ibrahim Alois. Beirut: Dar Al-Taliah.
14. Omon, J. (2011). *Aesthetics of the film*, Translation: Maher Trimsh, Review: Hana Subhi. Abu Dhabi.
15. Paisley Livingston, K. P. (2013). *Routledge Guide to Cinema and Philosophy*. National Translation Center.
16. Pozzo, M. (1972). *The Godfather. Francis For Coppola*, America / Sicily / Cuba.
17. Rodrigues, R. (2005). *City of Sin. Dimension Film*, America.
18. Sadfield, S. (1981). Screenplay, Translation: Sami Mohammed. Baghdad: House of Cultural Affairs.
19. Secca, V. d. (1947). *Bike Thief*. Directed by: Vittorio di Secca, Italy.
20. Swain, D. (n.d.). Screenplay for Cinema, Translated by: Ahmed El Hadary. Egyptian Book House.
21. Tarkovsky, A. (2006). *Sculpture in Time*. Arab Foundation for Studies and Publishing.
22. Tom Stoppard, O. (1998). *Shakespeare Lover*. Directed by: John Madney, USA.
23. Tomlinson, T. (2008). *Globalization and Culture*, translated by: Ehab Abdel Rahim Mohamed. National Council for Culture, Arts and Letters.
24. Warren, P. (1972). *Cinema between Illusion and Truth*. Egyptian Book Organization.