

## **الفصل الثالث**

### **الدراما السينمائية وبناء الصورة**

**المبحث الأول : دور السينما في تكوين الصورة**  
**المبحث الثاني : دور السينما في حياة المراهقين**

# **الفصل الثالث**

## **الدراما السينمائية وبناء الصورة**

### **المبحث الأول**

#### **دور السينما في تكوين الصورة**

- تمهيد.
- أولاً : تعريف الصورة.
- ثانياً : أهمية الصورة.
- ثالثاً : سمات الصورة.
- رابعاً : كيف تتكون الصورة.
- خامساً : أنواع الصورة.
- سادساً : دور وسائل الإعلام في نشر الصورة.
- سابعاً : العوامل التي تساهم في استقرار الصورة وثباتها.
- ثامناً : دور السينما في تكوين الصورة النمطية.

## الفصل الثالث

### المبحث الأول

### دور السينما في تكوين الصورة

#### تمهيد :

تعد الصورة الذهنية أحد المفاهيم المرتبطة بسلوك الأفراد واتجاهاتهم وعليه فإن تحديد أبعاد المفهوم وفهمه فهماً دقيقاً يعد إحدى الضروريات الأساسية لدراسة صورة المراهق في الأفلام السينمائية، وفيما يلي عرض لمفهوم الصورة وتوضيح الجوانب المختلفة لها من حيث الأهمية والتكوين والسمات والعوامل التي تساهم في استقرارها، ثم مناقشة علاقة السينما بالصورة النمطية.

#### • تعريف الصورة Image :

تعود كلمة (Image) إلى أصل لاتيني هو Imago المتصلة بالفعل Imitari يعني يحاكي أو يماثل، وبذلك تدل كلمة Image على المحاكاة أو التمثيل، ويعرف معجم ويبستر هذه الكلمة بقوله : تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة يشير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء معين<sup>(١)</sup>. وتعتمد معظم المفاهيم المتعارف عليها " أنها إدراك أو تصور محدد تقريبي لدى الفرد الذي لا يستطيع استيعاب كل الحقائق والمعلومات التي ترد إليه من البيئة نظراً للمحدودية النسبية للأدوات الحسية والشعورية، وقدرات أكثر محدودية على الاستيعاب وتخزين المعلومات، كما ارتبط مفهوم الصورة بالعديد من العلوم الاجتماعية مثل السلوك والإدراك<sup>(٢)</sup>. ويعرفها "إسلام شفيق" (٢٠٠١) بأن الصورة الذهنية هي إعادة إنتاج أو صياغة ما في الذاكرة للحواس الخمس والخيال<sup>(٣)</sup>.

الصورة إذن هي محصلة محددات تاريخية وثقافية وسياسية واجتماعية وتلك المحددات بدورها غير منفصلة عن العلاقات الواقعية، وإنما هي انعكاس للواقع وتلك العلاقات، وبتلاقي بعض تلك المحددات تتكون صورة معين فتارة تكون الصورة نتاج للمحددات التاريخية أو السياسية ..... الخ إذن تختلف هذه المحددات من فترة زمنية لأخرى، في ضوء الواقع الاجتماعي لكل مجتمع<sup>(٤)</sup>.

(١) عبد القادر طاش. صور الإسلام في العالم الثالث، ط٢، (القاهرة : الزهراء للإعلام العربي، ١٩٩٣)، ص ٢٠.

(٢) ايناس أبو يوسف. صور العالم الثالث في الصحافة المصرية والأمريكية، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٤)، ص ٣٣.

(٣) إسلام شفيق عبد الهادي. صور مصر في الصحافة اليومية لدول مجلس التعاون الخليجي، رسالة ماجستير (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٠)، ص ٤٤.

(٤) نادية سالم. صور العرب والإسرائيليين في الولايات المتحدة الأمريكية، (القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية، ١٩٧٨)، ص ١٠-١١.

ويعرف قاموس "ويبستر" الصورة الذهنية بأنها التقديم العقلي لأي شيء لا يمكن تقديمه للحواس بشكل مباشر، أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، أو تخيل لما أدركته حواس الرؤية أو السمع أو اللمس أو التذوق أو الشم<sup>(١)</sup>.

ويرى "هولستي Holsti أن الصورة مجموعة معارف الفرد ومعتقداته، في الماضي والحاضر والمستقبل، التي يحتفظ بها الفرد وفقاً لنظام معين، عن ذاته، وعن العالم الذي يعيش فيه<sup>(٢)</sup>.

ويشير "صلاح كامل"، أن الصورة الذهنية هي الأفكار والمعتقدات والمشاعر التي تتكون في عقول ووجدان الجماهير تجاه أي قضية أو منظمة أو فكرة أو شخص، وهي تتبادر إلى الأذهان عند ذكر اسمها لتعطي فكرة معينة أو مفهوماً عاماً عنها قد يكون طيباً أو سيئاً، ويتكون مما يستقيه الفرد من وسائل الإعلام، وما اكتسبه من معلومات وخبرات حول هذه القضايا والأفكار أو المنظمات أو الأفراد، هذه الصورة لا يمكن أن تتشكل في يوم وليلة، إذ أن مادتها تترسب في العقول قطرة قطرة، ومن مجموع هذه القطرات على مر السنين يتم تكوين الصورة الذهنية<sup>(٣)</sup>.

ويعرفها "سامي عزيز" بأنها عملية ذهنية تتم على قدر كبير من الذاتية، ويشغل الخيال حيزاً فيها، كما تلعب الخبرات السابقة دوراً ملحوظاً بها، مما يجعلها لا تتطابق الواقع<sup>(٤)</sup>.

ويشير "Horwitz" إلى أن الصور Images يمكن أن تشمل كافة الحواس، ولكن لأننا نركز على الصورة المرئية Visual Images، فإننا نستخدم مصطلح الصورة Image وذلك للتعبير عن المضامين العقلية Mental contents ذات الأساس والمصدر البصري في تكوينها<sup>(٥)</sup>.

ويرى عبد الحليم محمود وآخرون أن مصطلح الصورة الذهنية مثير للمشاكل، وذلك لأن جذره اللغوي يعني نسخه أو مستنسخ أو صورة متكررة أو مكررة Mental Images للصورة الأصلية، ولكننا في الوقت نفسه علينا أن نتذكر أن الصورة العقلية ليست مجرد تقليدات أو نواتج عمليات المحاكاة ونسخ الواقع أو تقليده، إنما تشتمل على مكونات الذاكرة، وعمليات إعادة بناء وتركيب وإعادة تفسير رموز تقف كبداية للموضوعات والمشاعر والأفكار<sup>(٦)</sup>.

ويشير "علي عوجة" إلى أن الصورة الذهنية هي الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام أو شعب أو جنس أو منشأة أو منظمة أو مهنة أو أي

(١) علي عوجة. العلاقات العامة والصورة الذهنية، (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٨٣)، ص ٤.

(٢) راجيه قنديل. صور إسرائيل في الصحافة المصرية، رسالة دكتوراه (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ١٩٨١)، ص ٤٠.

(٣) صلاح الدين كامل. الصورة الذهنية للمخابرات العامة المصرية، (القاهرة : مطابع مجلس الدفاع الوطني، ١٩٨١)، ص ٣.

(٤) سامي عزيز. صحافة الأطفال (القاهرة. عالم الكتب، ١٩٧٠)، ص ٢٢.

(٥) Horwitz, John Mordy " Image formation and cognitive (New York, Prentice – Hall – Inc. 1978), p. 3

(٦) عبد الحليم محمود السيد وآخرون. علم النفس العام، ط ٢، (القاهرة : مكتبة غريب، ١٩٩٠)، ص ١٥٨٢.

شيء له تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة أو غير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونه على أساسها<sup>(١)</sup>.

ويعرفها "محمد منير حجاب" بأنها الانطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثراً بالمعلومات المختزنة عنها، وفهمه لها، وبذلك فإن الصورة الذهنية هي نتاج تفاعل عناصر المعرفة والإدراك، ومن هنا تظهر دائرية العلاقة بين المعرفة، والإدراك، والصورة الذهنية التي تؤثر في تعرض الفرد أو إدراكه للموضوعات المحيطة به<sup>(٢)</sup>.

وتعد الصورة الإعلامية المرئية أداة نقل ثرية لمعلومات التي تمت صياغتها من خلال الوسيلة والغرض الذي استخدمت فيه بالإضافة إلى السياق الذي استخدمته الوسيلة لتقديم خصائص مرئية واضحة. **الصورة الإعلامية :**

الصورة الإعلامية هي الرؤية الخاصة للواقع التي يقدمها وسائل الإعلام في إطار مجتمع معين بكل ما يتضمنه من أنظمة ومؤسسات تؤثر على عمل وسائل الإعلام، من خلال ما تقوم به وسائل الإعلام من أدوار ثلاثة تتمثل في طرح التصورات، وكونها طرفاً في طرح التصورات إضافة لكونها أداة لطرح هذه التصورات<sup>(٣)</sup>.

والصورة الإعلامية هي السمات والانطباعات التي تقدمها وسائل الإعلام من خلال تصورات نخبة مثقفة هم الإعلاميين، وباستخدام الأشكال الخاصة بكل وسيلة حيث أن بيئة أو مجال الصورة يساهم في إنتاج أو صياغة المعنى، والتعايش مع الصورة المختلفة والأساليب المختلفة وتخييلات مختلفة من الممكن رؤيتها كمصدر للتصور<sup>(٤)</sup>.

والصورة الإعلامية هي مجموعة السمات التي ترسمها وسائل الإعلام لدولة من الدولة من خلال ما تقدمه من مضمون يتناول الحياة في هذه الدولة<sup>(٥)</sup>.

والصورة المرئية في الوسائل الإعلامية يمكن أن ننظر إليها كرموز تمثل قوة.

---

(١) علي عوجة. مرجع سابق، ص ١٠.

(٢) محمد منير حجاب. مرجع سابق، ص ١٥

(٣) أشرف عبد المغيث. دور الإعلام في تكويني الصورة الذهنية عند العالم الثالث لدى الشباب، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ١٩٩٣، ص ٧٩-٨٠.

(٤) Keven Robins "Into the image culture and politics in the field of vision 1<sup>st</sup> published, London, (New York, Rowt ledg. 1996), p. 15.

(٥) عائشة سعد البوسميط. صورة دولة الإمارات العربية المتحدة كما تعكسها البرامج الثقافية المحلية في القنوات الفضائية الوطنية"، رسالة ماجستير (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ١٩٩٩)، ص ٨٢.

والصورة الإعلامية تتضمن عمليات تكنولوجية معقدة في تأثيرها على نظام ثقافي معقد لصياغة رموز الرسالة الإعلامية التي تظهر في المضامين الإعلامية كالأخبار عن الأحداث الجارية، والمواد الترفيهية كالدراما والأفلام وغيرها من المضامين الإعلامية<sup>(١)</sup>.

والصورة الإعلامية أدوات ثرية للمعلومات التي تمت صياغتها من خلال الوسيلة والغرض الذي استخدمت فيه بالإضافة إلى السياق الذي استخدمته الوسيلة لتقديم خصائص مرئية واضحة<sup>(٢)</sup>.

وما العلاقة بين الواقعية الإعلامية المستقبلية وبين الحياة الواقعية الإعلامية إلا أثر من أنا وسائل الإعلام في حياتنا وتلك الواقعية المستقبلية يمكن أن نطلق عليها "الصورة الإعلامية"<sup>(٣)</sup>.

وقد اتفقت أغلب التعريفات على الجوانب الآتية في الصورة :

١. أن الصورة تتكون بطريقة تراكمية.
٢. أن الصورة تميل إلى الثبات.
٣. أن الصورة تتحكم في سلوك الأفراد وتحدد ردود أفعالهم.
٤. أن الصورة غير مطابقة للواقع تماماً.
٥. أن الصورة الذهنية عبارة عن معارف وانطباعات يكونها الفرد.
٦. أن الحواس الخمس هي المصدر الرئيسي للصورة.
٧. أن المدركات السابقة تساهم في تكوين الصورة.
٨. أن الفرد هو الذي يختار عناصر الصورة ومكوناتها حسب مدركاته السابقة.
٩. أن الصورة الذهنية صحيحة بالنسبة لصاحبها بغض النظر عن أنها صحيحة في الواقع أم لا.
١٠. وتهتم الدراسة الحالية بدراسة الصورة الاعلامية حيث تتناول صورة المراهق كما يعكسها المضمون الدرامي في الافلام السينمائية المصرية الحديثة منذ عام ١٩٩٨ وحتى عام ٢٠٠٤

### أهمية الصورة :

نظراً لأن العالم من حولنا أعقد من أن ندركه بحواسنا أو أن نعرفه بالخبرة الذاتية والاتصال المباشر، لذا كانت قدرة الإنسان على تكوين الصورة الذهنية من أهم نعم الله علينا، لكي نستعين بها في إدراك هذا العالم، ومن هنا جاءت أهمية الصورة في حياة الأفراد.

وفي ذلك يقول "والتر ليبمان" أننا لا نحكم على الأشياء في ذاتها بل على الصورة التي نكونها نحن عنها، أي أن الصورة التي في رؤوسنا هي مادة أداتنا ومضمون هذه المادة على الدوام<sup>(١)</sup>.

---

(١) أشرف عبد المغيث، مرجع سابق، ص ٧٩.

(٢) Barbic Zelizerm "Technology through retrospective Eye : Imaging practices between the world wars and beyond" Journal of communication, vol. 2, spring. 1995, pp. 4-8.

(٣) اعتماد خلف معبد. صورة البطل المقدمة للطفل المصري في مجتمع العرب والسلام، دراسة تطبيقية مقارنة رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، ١٩٩٩)، ص ٥٤.

وتؤكد الدراسات العلمية أن الفرد في المجتمع الجماهيري يتعامل مع الواقع الاجتماعي من خلال الصورة التي تعمدت قوى ومصادر عديدة منها وسائل الإعلام في إدخالها وترسيخها على مسافة زمنية ممتدة وبالتالي تصبح هذه الصورة بالنسبة للفرد بديل عن الواقع أو مفتاحاً لمقاربة هذا الواقع<sup>(٢)</sup>.

وبعضنا تسيطر عليه إن لم تكن تمتلكه العقلية المصورة وذلك عن النحو التالي :

١. عندما نتحدث نحاول استعمال الكلمات التي تصور الموضوع للسامع وتجعله يراه ويتصوره.
٢. وعندما نستمع للآخرين فإننا نرتب الأفكار التي نسمعها ونحولها إلى صورة ذهنية شائعة لدينا.
٣. وعندما نقرا نحاول بشكل لا شعوري تصوير "Visualize" الكلمات والعبارات بشكل معقول عبر شاشات عقولنا<sup>(٣)</sup>.

### سمات الصورة الذهنية :

١. هي عملية ذهنية وذاتية وغير موضوعية وبها قدر كبير من عدم الحياد، فهي التفسير المفترض للحقيقة أو الواقع فهي لا تعكس الحقيقة كاملة بل أبسط بكثير من الواقع بصورة موجزة ومبسطة<sup>(٤)</sup>.
٢. وتعد الصورة الذهنية جزء من الطبيعة الإنسانية، لذلك فإن الإنسان كما يرى "قدرى حفى" يسعى إلى التصنيف للأشخاص والأشياء من حوله لما لهذا التصنيف من وظائف نفسية وهي كالآتي :  
أ — يحقق هذا التصنيف للفرد قدراً كبيراً من اقتصاد الجهد بما يقدمه له من أطر عامة جاهزة تكفل له التعامل مع الآخرين والتنبؤ بسلوكهم دون إمعان النظر في خصائصهم الفردية.  
ب — يضيق من نطاق الجهل في التعامل مع الآخرين وذلك بما يقدمه من معرفة مسبقة بما يمكن أن تكون عليه صورة الآخرين خلال تعاملهم معه.  
ج — أن عملية التصنيف بما تتضمنه من تعميم وتجريد واختزال إنما تحقق هدفاً أساسياً من الأهداف التوافقية للعلة أو المعرفة الإنسانية بعامة<sup>(٥)</sup>.
٣. تتسم الصورة الذهنية بالجزئية: فهي تعبر عن جزء من الحقيقة لا عن الحقيقة بأكملها ، وتتطوي هذه الخاصية على عدة مخاطر هي :

- أ — صعوبة أن يعبر الجزء عن الكل بصدق وموضوعية.
- ب — أن الإنسان يقفز إلى الاستنتاجات لعدم توافر المعلومات الكافية مما يعرض الصورة للتشويه والخطأ.

---

(١) إسلام شفيق، مرجع سابق، ص ٤٧.

(٢) أديب خضور. صورة المرأة في الإعلام العربي (دمشق: ن . ت ، ١٩٩٧)، ص ٢١.

(٣) محمود علم الدين. الصورة الفوتوغرافية في مجالات الإعلام، ( القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨١)، ص ٣٤.

(٤) راجية قنديل. مرجع سابق، ص ٣٢.

(٥) محمد منير حجاب. مرجع سابق، ص ١٥٨٦.

ج - احتمال التحيز، فقد يكون الجزء المعروض يحمل سمات سلبية فقط أو إيجابية فقط أو بعضهما فقط<sup>(١)</sup>.

٤. **عدم الدقة :** وهي سمة ضرورية الوجود، فقد تعقد الصورة في كوينها على اللغة بما تتضمنه من مخاطر اختلاف الإطار الدلالي للكلمات "Semantics" بين كل من المرسل والمستقبل، أو عدم توافر الخبرة المشتركة بينهما، مما يجعل الصورة المنقولة عبر الكلمات صورة غير دقيقة في التعبير عن الواقع<sup>(٢)</sup>.
٥. **الاسترجاع :** وهي عملية استرجاع الصورة إلى الذهن مرة أخرى وهذه العملية تسمى "التخيل الاسترجاعي" ولكن يندر أن تكون الصورة المسترجعة نسخة مطابقة للأصل تماماً<sup>(٣)</sup>.
٦. **التلوين :** ويعني تأثير المعاني التي تتضمنها الرسالة بالمعاني التي تحملها الرسائل الأخرى الموجهة من خلال وسائل الإعلام في نطاق المنافسة بينهم، مما يؤدي إلى تغير معالم الصورة إلى حد ما، فيضاف لها سمات أو تفقد معاني كانت تتضمنها<sup>(٤)</sup>.
٧. **النمو والتطور الداخلي Internal growth and development** حيث تتمتع الصورة بقدره على النمو الذاتي بعيداً عن العوامل الخارجية المؤثرة، فعادة ما تصل الرسائل إلى الفرد ناقصة فيحاول هو استكمالها عن طريق خياله<sup>(٥)</sup>.
٨. **التوسط بين الحس والعقل :** حيث تتصف الصورة بالطابع النصف حسي والنصف عقلي مما يجعلها تساعدنا على اتخاذ قرارات بشكل يستطيع الإدراك أن يقوم به، لأنها تتضمن التنبؤ في صورة مشروع، أو بداية النشاط أو الفاعلية التي تقوم بها من ناحية كما أنها تتضمن مضامين عقلية وانفعالية ووجدانية من ناحية أخرى<sup>(٦)</sup>.
٩. **تعدي حدود الزمان والمكان :** فالفرد لا يتقيد بالحدود، بل يتعدها ليكون صوراً ذهنية عن وطنه ثم قاداته ثم العالم الذي يعيش فيه ثم ما وراء الكون والمجرات<sup>(٧)</sup>.

(١) على عجوة. مرجع سابق، ص ٣٠-٣٢.

(٢) صلاح الدين محمد كمال. العلاقات العامة والصورة الذهنية لأجهزة المخابرات، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٧٩)، ص ٥٦.

(٣) يوسف مراد. مبادئ علم النفس العام، ط ٨، (القاهرة: دار المعارف، ١٩٨٢)، ص ٢٦٥.

(٤) على عجوة. مرجع سابق، ص ٣٢.

(٥) Kenneth , Boulding, The image (ann Arbor: University of Michigan press, 1986). P 26.

(٦) أحمد أوزي. الطفل والمجتمع، دراسة نفسية اجتماعية لصورة الطفل المغربي من خلال الرواية، ط ١ (الدار البيضاء: مطبعة النجاح الجديدة، ١٩٨٨)، ص ٦٥.

(٧) Kenneth – Boulding, op. cit., p. 25.

١٠. ومن سمات الصورة أن روافدها تأتي من الفنون والفلسفة الاجتماعية، كما أنها تنتقل من جيل إلى جيل بطريقة ثابتة ومنتظمة حتى تبدو كحقيقة، وهي تعطي ما يتلاءم مع العادات والتقاليد والقدرات، وهي تكون صورة غير مكتملة لكنها، مشحونة بالعواطف والمشاعر<sup>(١)</sup>.

### كيف تتكون الصورة الذهنية :

تتكون الصورة الذهنية لدى الإنسان تجاه شخصه أو شيء ما معين كما يرى "سكوت" من ثلاثة عناصر متميزة هي :

١. مجموع الصفات المعرفية التي يستطيع أن يدرك بها ذلك الشيء بطريقة عقلية.
  ٢. العنصر العاطفي المنطلق بالميل لذلك الشيء أو النفور منه.
  ٣. العنصر السلوكي المتمثل في مجموعة الاستجابات العملية تجاه ذلك الشيء والتي يرى الفرد ملاءمتها له وفقاً للصفات التي أدركها في ذهنه<sup>(٢)</sup>.
- ويرى "عبد القادر طاش" (١٩٩٣) أن الإنسان يعيش في عالَمين أحدهما عالم قريب ولكنه صغير ومحدود هو محيطه المباشر الذي يستقي منه معلوماته بنفسه مباشرة عن طريق حواسه التقليدية، أما العالم الآخر فهو عالم بعيد لكنه الأوسع والأرحب وهو ما لا يستطيع إدراكه مباشرة عن طريق الحواس فيلجأ إلى استقاء معلوماته عنه بواسطة النقل والاتصال والتفاعل الاجتماعي وقد سمي "هايا كاواي" هذا العالم المنقول "Reported World"<sup>(٣)</sup>.

ويشير "علي عوجة" (١٩٨٣) إلى أن كل رسالة جديدة تحتل مكانها المخصص لها بحيث تدعم التجربة وتؤيد التصور الأساسي الذي كونه ويستتبع ذلك أن أي تجربة جديدة يتم استقبالها وتفسيرها بطريقة من أربع طرق هي كالاتي :

١. إما أن تضيف إلى التصور الحالي الموجود معلومات جديدة.
٢. أو تدعم التصور الحالي.
٣. أو تحدث مراجعات طفيفة على هذا التصور.
٤. أو ينتج عنها إعادة بناء كامل للتصور<sup>(٤)</sup>.

ويرى "محمد قيراط" أن الفرد في كثير من الأحيان لا يستطيع أن يصمد أمام ما يقدم له وإنما غالباً ما يقف مستسلماً ولا يقاوم وإنما يتبنى ويتقبل خاصة في الأمور التي تخرج عن اختصاصه ومعارفه<sup>(١)</sup>.

(١) عاطف عدلي العبد. صورة المعلم في وسائل الإعلام (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٧)، ص ٢٤.

(٢) محمد منير حجاب. مرجع سابق، ص ١٥٨٥-١٥٨٦.

(٣) عبد القادر طاش. مرجع سابق، ١٩٩٣، ص ١٧٩.

(٤) علي عوجة. مرجع سابق، ص ١٠.

وقد أشارت "إيناس أبو يوسف" إلى ثلاث خطوات يقوم بها المستقبل للتعامل مع المعلومات والصور التي تطرحها وسائل الإعلام عليه وهي :

#### ١. الانتقائية Selective Scanning :

وهي وجهة نظر القارئ أو المشاهد في حجم المعلومات المعروضة عليه من خلال وسائل الإعلام في إطار خبرته وقدرته على استخدام هذه الوسائل، ومبدئياً يقوم المتلقي بالاستغناء عن المواد والتي لا تتدخل في دائرة اهتمامه.

#### ٢. العملية الإجرائية Active Processing :

وهي تعكس محاولة المتلقي لفهم ما يعرضه عليه من معلومات عن طريق التوغل في معاني المعلومات المتاحة أمامه وتفسيرها تبعاً لحاجاته وخبراته وطبيعة الفرد في استيضاح المعلومة.

#### ٣. رد الفعل المتكامل Reflective Integrative :

ويمثل المعلومات الهامة التي سبق أن عرضت على المتلقي واحتلت مكاناً في ذهنه ويستخدمها في مناقشاته وتحليله وتفسيره وأصبحت تشكل بعداً أساسياً في ثقافته<sup>(٢)</sup>.

وتتكون الصورة الذهنية من تفاعل معرفة الإنسان بالعوامل الآتية :

١. المكان الذي يعيش فيه الفرد وموقعه من العالم الخارجي.
  ٢. الزمان والمعلومات التاريخية للحضارة الإنسانية.
  ٣. العلاقات الشخصية، وروابط الأسرة والأصدقاء.
  ٤. الخبرات المكتسبة للفرد أو للجماعة التي ينتمي إليها.
  ٥. الأحاسيس والمشاعر والانفعالات.
  ٦. المعايير المتداولة والأنماط الشائعة في المجتمع.
  ٧. الأحداث التاريخية والثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها الفرد.
  ٨. العلاقات بين المجتمع الذي تمثله الصورة وموضوع الصورة نفسها<sup>(٣)</sup>.
- ويعتبر الإدراك من العوامل الأساسية المؤثرة في تكوين الصورة الذهنية فنحن نقوم بتشكيل مدركاتنا بحيث يبنى لعالمنا صورة ذهنية في سبيل إبقاء الصورة، حيث أننا دائماً ما ندرك تلك الأشياء التي تدعم استقرار تصوراتنا وذلك يوضح قوة الارتباط بين الإدراك والصورة الذهنية، فإن صورنا

(١) محمد قيراط. الإعلام والمجتمع، الرهانات والتحديات، (بيروت : مكتبة الفلاح، ٢٠٠١)، ط١، ص ١٠٥.

(٢) إيناس أبو يوسف. مرجع سابق، ص ٤٠.

(٣) إسلام شفيق. مرجع سابق، ص ٤٦.

الذهنية واتجاهاتنا وتجاربنا السابقة تعمل كمرشحات تمر من خلالها المثيرات الخارجية بحيث تعدل هذه المرشحات إدراكنا تجربة جديدة<sup>(١)</sup>.

**أنواع الصورة الذهنية :**

تتمثل في خمسة أنواع كما يلي :

١. **الصورة المرأة :** التي يرى القارئ بالاتصال من خلالها العمل الذي يقدمه أو المادة التي يقدمها الجمهور.
  ٢. **الصورة الحالية :** وهي التي يرى بما الآخرون العمل المقدم.
  ٣. **الصورة المرغوبة :** وهي التي يود القارئ بالاتصال أن تصل إلى أذهان الجماهير وتستقر لديهم.
  ٤. **الصورة المثلى :** وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق ويمكن أن يطلق عليها الصورة المتوقعة.
  ٥. **الصورة المتعددة :** وتحدث عندما يتعرض الأفراد لانطباعات مختلفين عن موضوع ما<sup>(٢)</sup>.
- دور وسائل الإعلام في نشر الصورة :**

تعد وسائل الإعلام بمختلف أنواعها تسهم في تكوين الصورة الذهنية بسبب انتشارها الواسع وامتدادها الأفقي والرأسي وقدرتها البالغة على الاستقطاب والإبهار، استيلائها الطاعني على أوقات الناس ومنافستها الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير الجماهيري<sup>(٣)</sup>.

وتقوم وسائل الإعلام بـ "صياغة الواقع" ويعني هذا التعبير أن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جزء صغير من المجتمع تعطي واقعاً مختلفاً بحيث إذا كان الفقر والتخلف سمة مجتمع ما فإن هذا المجتمع قد يظهر بصورة الغني المتقدم<sup>(٤)</sup>.

فوسائل الاتصال الجماهيرية غير معنية بتقديم صورة موضوعية عن حدث أو قضية، بل هاجسها الأقوى هو تقديم صورة معينة، مما يؤكد أن الصورة التي كونتها وسائل الإعلام تحمل حكماً قيمياً وتعكس أطراً مرجعية وإراثاً ثقافياً وبعداً أيديولوجياً وبالتالي فإن هذه الصورة ليست محايدة بل تجسيد مشروط وغائي<sup>(٥)</sup>.

(١) يوسف مراد. مرجع سابق، ص ١٨٧-١٨٨.

(٢) عاطف العبد. مدخل إلى الاتصال والرأي العام : الأسس والنظريات والإسهامات العربية، ط٣، (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٩٩)، ص ٢٨٧.

(٣) أحمد حسن السمان. دراسة مقارنة بين صورة مصر في المضمون الصحفي المطبوع وعلى شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠٣)، ص ٨٦.

(٤) محمد عبد الرحمن الحضيف. كيف تؤثر وسائل الإعلام : دراسة في النظريات والأساليب، (الرياض : مكتبة العبيكان، ١٩٩٤)، ص ٤١-٤٤.

(٥) أحمد حسن السمان. مرجع سابق، ص ٨٧.

ومن هنا فوسائل الإعلام تقوم بدور كبير في مجال صنع وترويج الصورة الذهنية وتضخيم هذه الصورة المنطبعة لدى جماهيرها، وطبعها بقوة في أذهانهم، إلى الحد الذي يشعر فيه المتلقي أنه النقي فعلاً بالشخصيات التي تتناولها وسائل الإعلام، فوسائل الإعلام أصبحت أدوات لتوجيه الأفراد والجماعات وتكوين مواقف فكرية واجتماعية، ولذلك فإن ما يقرب من ٧٠% من الصورة التي يبينها الإنسان مستمدة من وسائل الإعلام المختلفة.

#### العوامل التي تساهم في استقرار الصورة وثباتها :

##### ١. الزمن :

تميل الصورة التي تكونت وتدعمت خلال مراحل زمنية طويلة إلى الثبات، وقلما تتغير تغيراً جوهرياً ما لم تتعرض لهزة قوية تغيرها من النقيض إلى النقيض<sup>(١)</sup>.

##### ٢. الإدراك :

فنحن ندرك الأشياء التي تدعم استقرار تصوراتنا ونحاول تنظيم مدركاتنا في نفس الوقت الذي نقوم فيه بإدراكنا، وبالتالي فالإدراك يساهم في ثبات الصورة نظراً لانتقائه للعناصر التي تدعمها وتقويمها<sup>(٢)</sup>.

##### ٣. قوة الصورة :

فكلما ارتبطت عناصر الصورة ببعضها بقوة وتوافر التناسق بين مكوناتها الداخلية، كلما ازداد استقرار الصورة ورسوخها<sup>(٣)</sup>.

##### ٤. الصورة الذهنية السابقة :

حيث تساهم الصور السابقة التي في أذهاننا في ثبات الصورة المكونة حديثاً عن طريق عملها كمرشح يمنع دخول المعلومات والمؤثرات الخارجية التي تحاول تغيير الصورة الجديدة إلى العقل<sup>(٤)</sup>.

##### ٥. الجماعات المرجعية :

تساعد هذه الجماعات على تدعيم الصورة القائمة وثباتها أكثر مما تساعد على تغييرها وبخاصة عندما يعتز الفرد بانتمائه لهذه الجماعة ويحرص على إظهار ولائه لها<sup>(٥)</sup>.

##### ٦. الثقة :

فكلما زادت الثقة في صحة ودقة الصورة القائمة، كلما كانت أقل قابلية للتغيير والتعديل<sup>(٦)</sup>.

---

(١) جيهان أحمد رشتي. الأسس العلمية لنظريات الإعلام، (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٧٨)، ص ٩٧.

(٢) علي عجوة. مرجع سابق، ص ١٢.

(٣) راجية قنديل. مرجع سابق، ص ٤٧.

(٤) إسلام شفيق. مرجع سابق، ص ٦١.

(٥) علي عجوة . مرجع سابق، ص ٦٤-٦٥.

(٦) راجية قنديل. مرجع سابق، ص ٤٦.

## دور السينما في تكوين الصور النمطية :

تعتبر السينما أكثر وسائل الإعلام فاعلية وتأثيراً في مجال تكوين الصورة الذهنية، حيث تعتمد على حاسة البصر كأسرع الحواس في تسجيل الصورة الذهنية في عقل الإنسان<sup>(١)</sup>. إلا أن الأفلام السينمائية شأنها شأن الوسائل الإعلامية الأخرى تقوم بتقديم صوراً متعددة لفئات المجتمع المختلفة. ويشير مفهوم "الصور النمطية" إلى : تأطير الميديا للأفراد والجماعات فنقوم بتمثيل أفراد وجماعات مختلفة من خلال التركيز على ما يسهل تحديده منهم، وعلى الجوانب الثابتة في خصائصهم وغالباً ما تكون هذه الجوانب متسمة بالسلبية والتبسيطية<sup>(٢)</sup>. ويطلق عليها علي عجوة "الصورة الجزئية" وهي التي تشمل جزءاً من الواقع الكلي، وتعتبر فينفس الوقت مؤشراً للصورة الكلية.

وهذه الصفة الجزئية للصورة تتطوي على عدة مخاطر هي :

١. صعوبة أن يعبر الجزء بصدق كامل عن الكل<sup>(٣)</sup>، مثلما تلصق صفات التحرر الأخلاقي وخلو البال إلى الفنانين، وصفات الانتهازية وتغيير المواقف بالسياسيين وهذا بالطبع في الواقع ليس صحيحاً أن تتطوي هذه الصفات على كل الأشخاص<sup>(٤)</sup>.
٢. أن الإنسان يقفز عادة إلى الاستنتاج حتى ولم تتوفر لديه المعلومات الكافية — وذلك يرجع لضالة المعلومات المتوافرة حول الموضوع ولا يمكن أن نقدم صوراً جزئية لعقول تميل إلى الاستنتاج على أساس من معلومات جزئية.
٣. احتمال التحيز : فإذا كان من المستحيل تقديم الصورة الكلية، فإن الاختيار يكون لأجزاء من هذه الصورة<sup>(٥)</sup>، وبالتالي تقع في خطر التركيز دائماً على صفات بعينها مما يؤدي لعدم إدراك الفروق بين الأفراد الذين تتكون منهم جماعة معينة، كما أنها تشتمل على معلومات وتغيرات غير دقيقة<sup>(٦)</sup>.

---

(١) هبه الله بهجت السمرلي. الأعمال الدرامية السينمائية والتلفزيونية للكتابات المصرية، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ١٩٩١)، ص ١٠٩، ١١٠.

(٢) شاكر عبد الحميد. عصر الصورة، السلبيات والإيجابيات، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٣١١، (الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، يناير ٢٠٠٥)، ص ٤٢٥.

(٣) علي عجوة. العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط ٢، (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٣)، ص ٢٩.

(٤) شاكر عبد الحميد. مرجع سابق، ص ٤٢٦.

(٥) علي عجوة. مرجع سابق، ص ٢٩، ٣١.

(٦) شاكر عبد الحميد. مرجع سابق، ص ٤٢٦.

٤. الخطر العكسي : وهو تأثير الكل على الجزء وهو ما يشير إليه على عجوة من إطلاق الناس لأحكام العامة على المجتمعات أو القطاعات المختلفة في المجتمع الواحد وهو ما يعرف بالأنماط الجامدة Stereo Types وقد طرح في هذا الشأن عدة أمثلة وهي :

١. النظرة إلى الزنوج من المجتمع الأمريكي.

٢. النظرة إلى الدول العربية البترولية.

٣. بعض الدعايات التي تطلق على سكان الوجه القبلي في مصر.

فكل هذا انعكاس لصورة جامدة لصقت بهذه المجتمعات رغم أنها قد لا تغير عن واقع الحال

فيها<sup>(١)</sup>.

وبتطبيق هذا المنظور للصورة التي تضعها الميديا وخاصة السينما في تقديمها لصورة المراهق في المجتمع فترى الباحثة أهمية دراسة هذه الصور التي قد تعد خطراً يهدد نظرة المجتمع للمراهق بل وأيضاً نظرة المراهق لنفسه ولذاته.

#### استراتيجية بناء المعنى - الصور الذهنية :

وتعني إمكانية تعديل سلوك الأفراد من خلال إعطائهم معان جديدة أو صوراً ذهنية في لغة ما نستطيع بما أن نخلق لديهم صوراً أكثر وضوحاً ومن ثم يحدث تعديلاً أفضل وأقوى في السلوك.

ويوضح الشكل (١) الأسس التي تقوم عليها استراتيجية بناء المعنى فهي تركز على :

١. النظرية المعرفية في تفسير السلوك حيث تؤسس على أهمية توافر رسالة إعلامية تنسم بقدرتها على إقناع الفرد والتأثير على طريقة تفكيره.

٢. هذه الرسالة تحقق وصول الفرد إلى معان جديدة للسلوك المرغوب فيه.

٣. هذه المعاني تكون ذات قوة مؤثرة على الفرد بحيث تقوم بتوجيهه نحو العمل والسلوك النهائي المرغوب القيام به<sup>(٢)</sup>.

مثال : عند تقديم رسالة إعلامية (فيلم سينمائي) عن حياة مجموعة من المراهقين والمراهقات وتقديم صورة مرفهة لحياتهم في المعيشة والملبس وعدم الاكتراث بأهمية التعليم وعدم الاهتمام بتحقيق حلم ما أو هدف ذو معنى، فضلاً عن سلوك الإدمان والتدخين وشرب الخمر وممارسة

---

(١) على عجوة. مرجع سابق، ٣١-٣٢.

(٢) راجعت الباحثة في هذا الجزء للمراجع الآتية :

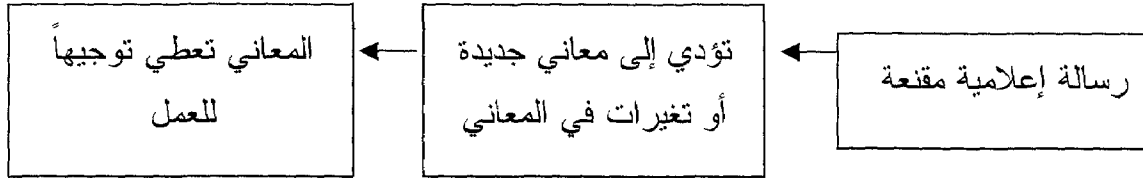
١. بسيوني إبراهيم حمادة. وسائل الإعلام والسياسة، دراسة في ترتيب أولويات (القاهرة : نهضة الشرق، ١٩٩٦)، ص

١١٢.

٢. فرج الكامل. تأثير وسائل الاتصال الأسس النفسية والاجتماعية (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٠)، ص ٣٢.

العلاقات الجنسية المحرمة وتقديم كل هذا وبشكل مستمر دون غير ذلك من صور المراهقين الأخرى الأكثر إيجابية والأكثر سواء.

وذلك مع تقديم واستخدام اللغة المناسبة والشكل المبهز لهذه الصور، فإن ذلك يخلق لدى المراهق (المتلقي) صورة أو معنى جديد نحو هذه الشخصيات ويخلق في نفس المتلقي المراهق الضرورة للحياة أو العيش يمثل هؤلاء الأشخاص، بل ويصبح أمراً طبيعياً أن يحيا حياة مماثلة لما شاهده.



شكل رقم (١)

وبالطبع قد يحدث هذا بشكل غير مقصود من العاملين أو القائمين على صناعة الأفلام وخاصة التي يقوم ببطولتها شباب ومراهقين إلا أن هذه الآلية السابق ذكرها توضح كيفية تأثير هذه الأعمال السينمائية على الجمهور. ويعتبر عدم القصد في حد ذاته خطراً بالغاً لما يؤدي إلى تكرار الصور السيئة للمراهقين على الشاشة دونما الانتباه إلى ما يجب أن يقدم من مادة درامية لهذه الفنية من المجتمع ومن العرض السابق يبدو لنا كيفية قناعة المتلقي (المراهق) بالصورة المطروحة عليه، حيث يعتبر بعض العلماء أن الوظيفة الأولى للاتصال هي الإقناع.

والإقناع هو : أية رسالة تهدف إلى تشكيل وتدعيم أو تغير استجابات الآخرين نحو مضمون الرسالة وتنطوي هذه الاستجابات على المعتقدات والسلوكيات أو الاتجاهات والإدراكات والمشاعر المختلفة للأفراد<sup>(١)</sup>.

والقناعة بما يقدم في الوسائل الإعلامية يعد خطوة أولى نحو تبني ما يتم تقديمه أو الاعتقاد به وبما أن السينما كأحد وسائل الإعلام الهامة والتي لها دوراً في التنشئة الاجتماعية لأفراد المجتمع فإنها تساهم بشكل كبير في ترسيخ مفهوم المجتمع أو تصوره لذاته. وأيضاً ما يمكن أن يتصوره المراهق كمفهوم لذاته والذي يستقيه من مصادر عدة تعد السينما أحدها في العصر الحاضر.

وهناك نوعين من الاستمالات بغرض الإقناع هما :

١. استمالة عاطفية Emotional Appeals.

٢. استمالة منطقية Logical Appeals.

<sup>(١)</sup>James B. Stiff "Persuasive communication" op. cit. p.2, 19.

ولا توجد قواعد أو أسس ثابتة يتم على أساسها التفضيل بين هذين النوعين إذ أن الأبحاث قد أشارت إلى تميز استخدام الاستمالات المنطقية في حالات معينة. في حين أن الاستمالات العاطفية تكون أفضل في حالات أخرى<sup>(١)</sup>.

مثال : فيلم (يمين طلاق) حيث يقدم صورة لفنائة تمارس الرذيلة كسباً للعيش نظراً لانفصال الأبوين وعدم وجود مصدر مادي للعيش منه، وصورة أخرى لفتى يواجه متاعب قسوة زوج الأم وبخله الشديد من خلال التردى إلى طريق الإدمان وترك الدراسة وينتهي الأمر به إلى محاولة قتل زوج أمه فمما لا شك فيه أن قسوة الظروف الاجتماعية المحيطة بالنشء قد تعرضهم لمثل هذه الأخطار ولكن ليست كل الأمور تجري بهذا الشكل وليست كل استجابات الأفراد نحو نفس المشكلة تكون واحدة وإلا فلن يصمد مراقق واحد في المجتمع طالما واجهته مشكلة ما في الأسرة. وقد ذهب البعض إلى القول بأنه "من شروط تقديم فكرة ما على الشاشة هي أن تمس الناحية العاطفية للمشاهد عن طريق إثارة المتفرج عاطفياً ووجدانياً"<sup>(٢)</sup>.

تعتمد عملية القناعة بالرسالة الإعلامية على أربعة عناصر أساسية هي :

١. القائم بها أو الشخص المقنع.
٢. الرسالة.
٣. الوسيلة.
٤. المتلقي.

ولابد من توافر شروط معينة لنجاح كل عنصر من هذه العناصر وسيتم عرضها فيما يلي :

أولاً : الشخص المقنع : ولابد من توافر عدة خصائص به هي :

١. أثبتت الدراسات أن وجود قدرأ من التماثل أو التشابه Similarity فيما بين المتلقي والقائم بالإقناع، كلما زادت المقدرة الإقناعية وبالتالي نجاح الإقناع<sup>(٣)</sup>.
- وهذا ما يبدو لنا من خلال نظرة سريعة عن الأفلام السينمائية الحديثة في السبع سنوات الأخيرة بشكل خاص حيث يقوم ببطولتهما شباب ومراهقون وهو ما له أبلغ الأثر على المتلقي (المراقق) نحو ما يسلكون وما يضمرون.

---

(١) جيهان رشتي. الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة : دار النهضة العربية، ١٩٩٣)، ص ٤٦٣.

(٢) Mehring, M. the screen play : Ablend of film from and content (Boston : Focal press, 1990). P 222.

(٣) مها أحمد عبد العظيم. "الإعلانات التجارية بالتلفزيون المصري وعلاقتها بالاتجاهات الاستهلاكية للمراهقين"، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠١)، ص ٤٨.

٢. قدرة المقنع على استثارة عواطف المتلقي وتشجيعه على تلقي الرسالة ومن ذلك استمالاته عاطفياً وهو ما سبقت الإشارة إليه.

٣. الجاذبية Communicator's Attractiveness ويشير البعض إلى الجاذبية الجسمية<sup>(١)</sup>.

وهو ما ينطوي على الفنانين الذين يقومون بتمثيل وتجسيد الشخصيات في الأفلام السينمائية خاصة الحديث منها فهناك قاسم مشترك بينهم خفة الظل وقدرًا من الجمال الأنثوي فضلاً عما تضيفه الشاشة الفضية من هالة لهؤلاء النجوم، وكذلك المرحلة العمرية لهم وهي المراهقة والشباب بما ينعكس ذلك على سرعة الإيقاع وحيويته في الأداء التمثيلي.

ثانياً : الوسيلة :

وفي دراستنا الحالية تركز الباحثة على السينما كوسيلة للتأثير على الجمهور وإقناعه بما تقدم ففي هذا الشأن ذكر "دانييل أريخون" أن (الفيلم كوسيلة للتعبير له حدود وقيود فلا يمكن التعبير عن الآراء والأفكار إلا من خلال تأثيرها على تصرفات وسلوك الشخصيات، فالسينما تصور النتيجة الخارجية أي الأفعال وردود الأفعال والتي أثارتها الدوافع والرغبات والأفكار). وفي هذا الصدد قال المخرج التسجيلي "روبرت فلاهرتي" ذات مرة (لا يمكنك أن تقول في السينما كل ما يمكنك أن تقوله عن طريق الكتابة، ولكنه يمكنك هنا أن تقوله بدرجة عالية من الإقناع)<sup>(٢)</sup>، وكان محقاً.

**ولعل من الأسباب التي تزيد من حجم الأثر المتوقع للأفلام السينمائية ما يلي:**

١. ما تتمتع به السينما من جاذبية وقدرة تأثيرية متميزة، تتبع من مميزات الخاصة بحيوية الصورة وواقعيتها وحجم الشاشة وما تتيحه للمتلقي من حرية اختيار بالإضافة إلى قدرتها على التطور التقني لخدمة العمل السينمائي<sup>(٣)</sup>.

٢. أن السينما تستطيع أن تحمل بين طياتها قيماً وأفكاراً، تقدمها بطرق غير مباشرة، ويتأثر بها المستقبل دون أن يقصد، وهذا المضمون يكون أخطر من المضمون المباشر الذي يكون القرد متنبهاً له تماماً ومدركاً لأبعاده.

٣. مخاطبة السينما لخيال الجماهير، إذ غالباً ما تقدم السينما صورة من القدرة المطلقة التي كانت سائدة في مخيلة الإنسان أثناء طفولته الباكورة والتي يحاول التحرر من تبعاتها لتحقيق أهداف النضج والرشد والاستبصار، حيث يعمل ميكاييزم التوحد عمله ويتأثر الجمهور بأيدولوجية معينة

---

<sup>(١)</sup>Jay. Aconger " The Necessary art of persuasion" Harvard business Review, May – June. P 33.

<sup>(٢)</sup> دانييل أريخون. قواعد اللغة السينمائية، ترجمة : أحمد الحضري، سلسلة الألف كتاب الثاني، العدد ٢٧٣، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٧)، ص ٦٢.

<sup>(٣)</sup> منى مجدي فرج. "المعايير الرقابية للفيلم السينمائي الروائي المصري في السينما التليفزيوني"، رسالة ماجستير (جامعة القاهرة : كلية الإعلام، ٢٠٠١)، ص ١.

يرسلها الخطاب السينمائي وكان المشاهد يرى خطابه الذاتي الخيالي فاعلا بدون قيود من خلال الشاشة السينمائية<sup>(١)</sup>.

### ثالثاً : الرسالة :

ونعني بها الصياغة أو المضمون الفعلي المقدم وينبغي أن تتمتع بما يلي :

١. أن تتمتع الرسائل المقدمة بالحيوية في تناول Vividness فلا تكون جافة فمن الممكن أن تشمل هذه الرسائل على الصور، الموسيقى، كما قد يضفي الخيال عليها جاذبية خاصة<sup>(٢)</sup>.

وهو ما نراه متجسداً في الأفلام السينمائية الحديثة كمتغير للدراسة الحالية فهي تحوي خليطاً من الغناء والرقص والاستعراض والمغامرات والفكاهة، كقاسم مشترك في العديد منها.

٢. ينبغي أن تكون الرسالة جذابة attractive للمتلقي وتثير انتباهه حيث أنه لا يلتفت إلى تلك الرسائل التي لا تتوافر فيها شروط الجاذبية<sup>(٣)</sup>.

ويتأتى ذلك في الأفلام السينمائية من تناول موضوعات جديدة لم يتم التعرض لها من قبل أو كان غير مباشراً مثل موضوع العلاقات الجنسية والذي يتم تناوله بطرق متعددة في أفلام (مذكرات مراهقة، أسرار البنات، فيلم ثقافي، رانديفوا)، وكذلك باختيار موضوعات تمس واقع الشباب في الجامعة كما في أفلام (صعيدي في الجامعة الأمريكية، الباشا تلميذ، كلم ماما)، أو بتعدد أماكن التصوير سواء في مصر أو في خارجها مثل (ازاي البنات تحبك، حب البنات، ميدو مشاكل، عودة مدرسة المشاغبين) حيث أصبحت أماكن التصوير بالشواطئ والملاهي الترفيهية قاسم مشترك لدى العديد من الأفلام.

### رابعاً : المتلقي :

ونقصد به الجمهور المستهدف من الرسائل وهناك عدد من الخصائص التي تسهم في فناعة المتلقي بالرسالة وفي حين توافرها يكون لدى المتلقي استعداد مرتفع للفناعة والقبول بهذه الرسائل وهي :

١. انخفاض تقدير الفرد لذاته.

٢. الإحساس بالقلق.

٣. خصوبة الخيال.

٤. التفتح والانطلاق الذهني.

٥. الاختلافات الجنسية وفقاً لنمط الثقافة السائدة.

وهناك فئات لديها استعداد منخفض للقبول والفناعة بالرسالة وخصائصهم كالآتي :

---

(١) رأفت السيد عسكر. ظاهرة تعاطي المخدرات كما يعرضها الخطاب السينمائي المصري، دراسة نفسية اجتماعية باستخدام تحليل المضمون، رسالة دكتوراه، غير منشورة، (جامعة عين شمس : كلية الآداب، قسم علم النفس، ١٩٩٦)، ص ١٦٥.

(٢) Jay- Conger op. cit. p. 92.

(٣) مها أحمد عبد العظيم، مرجع سابق، ص ٤٩.

١. العداء الظاهر للآخرين.

٢. العزلة الاجتماعية.

٣. الحالات النفسية.

٤. غموض عملية الاتصال<sup>(١)</sup>.

وبمطابقة خصائص المتلقي الذي لديه استعداداً للقبول والقناعة بالرسائل المقدمة إليه نجد أن "الخمس" خصائص تنطبق على مرحلة المراهقة وهي ذاتها المرحلة التي تقوم عليها الدراسة فنجد أن المراهق في هذا السن يحاول جاهداً البحث عن ذاته للوصول إلى تقدير لهذه الذات فيسأل من أنا ؟ وما هي مبادئ ؟ وما هي أحلامي ؟ وما هي صفاتي ؟ وهذا يجعله قلقاً دائماً بشأن علاقته بأصدقائه وبأسرته وبشكله ومظهره وبمستقبله وبالتالي دراسته، ودائماً ما ترتبط أحلام اليقظة بالمراهقة حيث يقفز المراهق بأحلامه نحو تحقيق أماله وأمانيه، وعادة ما تنطوي فترة المراهق على حب الاستطلاع وحيوية الحركة جسدياً وذهنياً فقد يبدع أغلب الناس في كتابة خواطرهم وأشعارهم وقصصهم في هذه المرحلة وتتلاحق في أذهانهم الأسئلة حول كافة الأمور، أما عن العنصر الخامس فيقصد به اختلاف النوع (ذكر أم أنثى) وكذلك نمط التنشئة الاجتماعية بكافة أبعادها وأثرها على هذا المراهق فهما يعتبر أمراً هاماً في تلقي الفتى أو الفتاة وقناعاتهما بموضوع ما أو شخصية ما وفقاً لهذه الأنماط، فاهتمامات الفتى تختلف في بعضها عن الفتاة وكذلك الفتاة الريفية تختلف عن الفتاة في الحي الشعبي أو في الأحياء الراقية بالحضر وكذلك نفس الشيء للفتيان.

وفي هذا الشأن تؤكد دراسات عديدة على علاقة بعض العوامل الفردية بالقابلية للإقناع، مثل الذكاء، الفروق الفردية والملكات الثقافية فضلاً عن الخصائص الديموجرافية مثل (النوع، السن، المستوى الاجتماعي والاقتصادي)<sup>(٢)</sup>.

(١) محمد منير حجاب. سحر وهبي. المداخل الأساسية للعلاقات العامة (القاهرة : دار الفجر، ١٩٩٥)، ص ١٠٨.

(٢) مها أحمد عبد العظيم. مرجع سابق، ص ٥٢.

# الفصل الثالث

## الدراما السينمائية وبناء الصورة

### المبحث الثاني

### دور السينما في حياة المراهقين

- تمهيد.
- طبيعة الفن السينمائي.
- جمهور السينما.
- دور السينما في التنشئة الاجتماعية.
- نماذج من السينما العالمية وبناء الإنسان.
- الأثر الإعلامي للأفلام السينمائية على المراهقين.
- سينما الدراما والترويح.
- السينما والواقع.
- السينما وعلم النفس.
- دراسة الصور السينمائية من منظور تحليلي نفسي.

## الفصل الثالث المبحث الثاني دور السينما في حياة المراهقين

### تمهيد :

تحاول الباحثة في هذا المبحث الحديث عن السينما ودورها في حياة المراهقين من خلال الإشارة إلى طبيعة الفن السينمائي، وجمهور السينما، دور السينما في التنشئة الاجتماعية، نماذج من السينما العالمية وبناء الإنسان، الأثر الإعلامي للأفلام السينمائية على المراهقين، السينما والواقع، سينما الترويج والدراما، السينما وعلم النفس، دراسة الصورة السينمائية من منظور تحليلي نفسي.

### طبيعة الفيلم السينمائي :

ربما أكثر من أية وسيلة إعلامية أخرى تخاطب السينما خيال الجماهير، ولا شك أن المجتمع كله يستقي من نجوم السينما معايير وقيم عديدة ولذلك فإن السينما لا تعمل فقط كوسيلة للإعلام وإنما أيضاً كقوة اجتماعية للتغيير، بالإضافة إلى كونها فن قائم بذاته، فهي — أي السينما — فن في الأداء مثل المسرح، وفن تعبيرى مثل الرسم، وفن تسجيلي مثل الموسيقى<sup>(١)</sup>.

ومن المؤكد أن عدة أجيال ارتبطت مع العالم بشبكة السينما وقصص وحكايات التاريخ والأفلام الرومانسية في عصر "عولمة" السينما قبل ظهور "الإنترنت" والتي تقود العولمة الآن<sup>(٢)</sup>.

وهناك تعريفات كثيرة للسينما منها : (أن السينما هي فن العرض أو أنها في المقام الأول وسيط ترفيهي يبدعه مجموعة من الفنانين والفنانيين بعكس الرواية في الأدب والتي تعتبر جهد خاص يقوم به الكاتب وحده<sup>(٣)</sup>).

فالفيلم الروائي صورة مصغرة من الحياة يتوافر فيها الصوت والصورة والحركة والانفعال، فضلاً عن كونه يصور بعض الأحداث التي قد يكون المشاهد عايشها بالفعل في حياته الاجتماعية والخاصة أو سمع عنها أو قرأها<sup>(٤)</sup>.

والفيلم طريقة للتعبير عن المعاني والأفكار والانفعالات ووسيلة لتقديم العلاقات بين الناس والأماكن والأحداث<sup>(٥)</sup>، وهذه الطريقة الآلية المتميزة التي يتم بها عرض الفيلم تجعل تعبيره أشد طرق التعبير الإنساني اقتراباً من نفس الإنسان<sup>(٦)</sup>.

(١) حسن محمد نصر. مقدمة في الاتصال الجماهيري، المدخل والوسائل، (بيروت : مكتبة الفلاح، ٢٠٠١)، ص ١٤٣.

(٢) يسري حسنين. آراء في دفتر الأدب والفن، البحث عن الهوية (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣)، ص ١٢٠.

(٣) محمد شبل الكومي. النقد السينمائي من منظور أدبي، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٣)، ص ٢٠-٢٣.

(٤) خالد عبد الجواد. مرجع سابق، ص ٥.

(٥) Winters, R. Introduction to film (U.S.A, Banner & noble book, adivision of Harper & row publishers, 1983). P.11.

وقد حقق التصوير السينمائي دقة وصلت إلى حد تصوير خلجات النفس وأوشكت أن تعبر عما استقر في ضمير الناس من معتقدات إلى جانب الحركة والصوت والموسيقى التصويرية والإبهار التقني وإمكانية الخدع التصويرية التي لا حدود لها ولا قيود واستوعبت كل ما يستطيع العقل البشري التفكير فيه بالإضافة إلى تناول موضوعات عديدة وحصرها في نطاق محدود يسهل تقديمه للناس بلغات وأساليب ثقافية متنوعة تناسب قدرات جمهرة المتلقين متخطية حاجز الأمية قادرة على التغلب على المسافات والأزمان<sup>(٢)</sup>.

إذن فالسينما ليست متعة رخيصة وإنما هي ثقافة بالغة. ويعدّها المفكرون في هذا العصر من أخطر وأكبر وأهم وسائل التعليم، إذ هي أداة فعالة في الدعاية لشتى الأفكار وبث مختلف النزعات وتحويل الشعوب والنفوس إلى الاتجاهات التي تبثها الأفلام<sup>(٣)</sup>، وليس من قبيل الصدفة أن يقبل جمهور ما علي فيلم سينمائي بعينه.

### جمهور السينما :

يتميز جمهور السينما بالضخامة والتنوع، وإذا كان حجم الجمهور مهما لكل وسائل الإعلام فإنه أكثر أهمية بالنسبة للسينما، إذ أن حجم هذا الجمهور وتركيبه هو الذي يحدد مدى ازدهار صناعة السينما ومحتوى الأفلام السينمائية.

ويرى "حسن محمد نصر" أن جمهور السينما ينقسم إلى قسمين هما :

١. الجمهور الذي يذهب إلى دور العرض لمشاهدة الأفلام السينمائية (جمهور دور العرض).
  ٢. الجمهور الذي يشاهد الأفلام السينمائية في المنازل عبر استخدام أجهزة الفيديو<sup>(٤)</sup>.
- وتضيف الباحثة حديثاً انضم إلى الفيديو القنوات الفضائية — أجهزة الكمبيوتر من خلال الـ CD وهو (جمهور المنازل).
- ومن المفهوم أن ورقة السينما الراحبة تتمثل في الرغبة العامة في الابتعاد عن البيت لساعات محدودة والمشاركة في انفعالات جمع من الناس<sup>(٥)</sup>.

---

(١) روبرت فون جرافون. السينما المعاصرة، ترجمة : موسى بدوي (القاهرة : شركة ترادكسيم، ١٩٧٧)، ص ١٤١.

(٢) مهندس محمد نبهان سويلم التصور والحياة، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٧٥ (الكويت: مارس ١٩٨٤)، ص ١٥٨.

(٣) علي شلش. النقد السينمائي في الصحافة المصرية، نشأته وتطوره، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٦)، ص ١٦٦.

(٤) حسن محمد نصر، مرجع سابق، ص ١٣٥ : ١٣٦.

(٥) سبنسر و/هـ.د. ويلي، السينما اليوم، ترجمة : سعد عبد الله قلعج، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧١)، ص ٣٠٩.

وتجذب السينما المشاهدين من الشباب بينما يقل جمهورها في الفئات العمرية الأكبر، إذ تصل نسبة المراهقين الذين يذهبون إلى دور العرض حوالي ٢٧% بينما تقل عن ذلك لدى الفئات الأخرى<sup>(١)</sup>. وقد أشارت الدراسات أن ٥٠% من المراهقين في العمر ما بين ١٢، ١٧ عام يذهبون على الأقل مرة واحدة في الشهر إلى السينما لمشاهدة أحد الأفلام<sup>(٢)</sup>.

### دور السينما في التنشئة الاجتماعية :

يعد البعض الأفلام السينمائية أهم سبل التنشئة الاجتماعية socialization للشباب حيث يقضي معها وقتاً كبيراً وتعرف التنشئة الاجتماعية بأنها "الطرق التي يتبنى بها الفرد سلوك وقيم الجماعة"، وللأفلام تأثير كبير ومحتمل في نقل المعلومات والمعتقدات من مجموعة لأخرى، فالأفلام يشاهدها الجميع ولا تحتاج إلى جهد أو مهارة لمتابعتها إذا أنها تنسم بالجاذبية والإثارة، وتعد قوة كبيرة في كل مراحل التنشئة حيث تمد الفرد بخبرة غير مباشرة عما يمكنه القيام به في الظروف المختلفة<sup>(٣)</sup>.

فإن رعاية الطفل وتنشئته وتثقيفه هي أفضل السبل وأقصرها للوصول إلى تنمية شاملة ومتكاملة وتأتي السينما كوسيلة ثقافية وترفيهية وتربوية في أن واحد لتحقيق الثقافة والمتعة للجمهور المستهدف<sup>(٤)</sup>. وتؤدي السينما دوراً هاماً في عملية التنشئة بما تحدثه من الأحداث التمثيلية من جاذبية خاصة تشد انتباه الصغار والكبار وتخاطب حاستي السمع والبصر والعاطفة والوجدان وتضفي البعد الحركي على ما تعرضه من أحداث وتشجع المشاهدين على التعاطف والتوحد مع الشخصيات، وبهذا تكون السينما من المؤسسات التي لها دور لا يمكن إهماله في إحداث التنشئة الاجتماعية للمراهق<sup>(٥)</sup>.

وفي هذا الصدد ترى (منى الحديدي) "ضرورة الاهتمام بدراسات الأسرة على مستوى التمثيليات والمسلسلات والأفلام بما يحقق التعرض الأسري ومناقشة القضايا الأسرية بأسلوب تربوي يدعم الإحساس بالمسؤولية المشتركة لدى كل أفرادها ويقوي من التفاهم والتواصل بين الأجيال، ففي غياب الإحساس بالمسؤولية يضعف من فرض تنفيذ القوانين ومن هنا يصبح من مسؤوليات الإعلام نحو الأطفال أن يوفر ما يعرف بالثقافة الوالدية للكبار وتكوين الاتجاه الإيجابي لمسؤولين عن التنشئة على مستوى الأدوار الاجتماعية للوالدين على المستوى المهني من المدرسين والمدرسات.

(١) حسن محمد نصر، مرجع سابق، ص ١٣٦.

(٢) Jonhw. Sontork, Adolescence introduction, fifth edition, (Brown and Enchmark publishers, 1993), p. 316

(٣) عبد الرحيم أحمد سليمان درويش. مرجع سابق، ص ١١.

(٤) منى الحديدي. عبد المنعم الأشموني. مؤتمر سينما الأطفال في الوطن العربي بين واقع التطلعات، (القاهرة : المجلس العربي للطفولة والتنمية ١٩٩٠).

(٥) هدى محمد قناوي. الطفل تنشئة وحاجاته، ط٢، (القاهرة : مكتبة الأجلو المصرية، ١٩٨٨)، ص ٥٩.

وفي هذا المجال تبرز أهمية الأفلام السينمائية فيما يصنف بدراما الأسرة التي تخاطب الوالدين معاً لتعميق الإحساس بمسؤولية المشتركة نحو الأبناء دون تفرقة أو تمييز بين الأطفال على مستوى النوع، وتلك الأفلام توفر القاعدة المعرفية لكل خصائص سنوات مرحلة الطفولة، واحتياجاتها المتعددة، وأن تتناقش بأسلوب عملي مبسط للمشكلات والقضايا والتي كثيراً ما تفرض عليها وسائل الإعلام سياج السرية وتصنفها تحت الممنوعات "التابو" ومنها على سبيل المثال موضوع (الختان للإناث)، ومثل هذه الأفلام التي تدور عن الأطفال والنشء من المرتقب منها أن تقوم بدور الشفيع أو المحامي عن الطفولة، وتطالب بتمكينهم من حقوقهم على مستوى التنفيذ في المنزل والشارع والمدرسة وكافة المؤسسات وأن تعبر عنهم بصدف دون إغفال الحقائق<sup>(١)</sup>.

فالأفلام السينمائية كأداة تساعد على تذكر الرسالة الإعلامية وقبولها، كما تساعد أيضاً على تغيير الاتجاه والسلوك<sup>(٢)</sup>.

فهناك صنفين من الأنواع السينمائية وهما :

١. **السينما الجديدة :** وهي السينما التعليمية والتي ترفض التوحد مع المشاهد، وتقدم نفسها عبر التأمل الذاتي أو الاستبطان فهي ذات أهداف نبيلة، وتربوية، ولكنها أيضاً ليست للحد الذي يجعلها مملة.

٢. **السينما الرديئة :** وهي سينما المتعة والتي تركز على الحكاية، والتخيل والتوحد، فالسينما السردية هي ضرب من الرذيلة مثل الجنس بالنسبة للراهب، والتي لا يمكن أن نتخلص منها بالفعل<sup>(٣)</sup>.

وهنا تجدر الإشارة إلى ضرورة ظهور مجموعة من الدراسات والأبحاث التي تقوم بالوصف والتحليل للخصائص النفسية الاجتماعية والمعرفية والبيولوجية لكل مرحلة من مراحل الطفولة المختلفة وعلى أساسها يتم وضع مجموعة من الموضوعات التي تلائم كل مرحلة من هذه المراحل بل وتحتاج إليها لتدعيم نموها السليم بكافة جوانبه، خاصة إذا ما تم اقتراح المعالجات الفنية الملائمة لتوصيل هذه الموضوعات للأطفال بما يؤدي لسهولة تلقي الرسائل المرجوة منها والافتناع بها بل إلى أن يسلكوا في حياتهم بناءً عليه.

---

(١) منى الحديدي. مؤتمر الطفولة العربية "الواقع وآفاق المستقبل" (الغردقة، مركز دراسات الجنوب، جامعة جنوب الوادي :

٢٩-٣١ أكتوبر ٢٠٠١)، ص ٤٤١: ٤٤٣.

(٢) Egruning, J. and Hunt, t. Managing public relation, 3<sup>rd</sup> (New York, C. B. S. college publishing 1984), p. 489.

(٣) Cowie, E. 1991, op. cit., p. 10.

## نماذج من السينما العالمية وبناء الإنسان :

يقول المخرج "كوروساوا" المخرج الياباني الذي أخرج فيلم "سانجورو" عام ١٩٦٢، أنه "لم يكن يخشى من الهزيمة في الحرب ولكن كان يخشى مما يمكن أن تفعله الهزيمة في نفوس الناس"، ومن عام ١٩٤٦ حيث أخرج فيلمه "ولا ندم على شبابنا" وحتى آخر أفلامه وهو مهتم ببناء الإنسان الياباني من الداخل وإعادة الثقة بنفسه وإثبات أن الهزيمة ليست نهاية المطاف ويقول عن هذا الفيلم "كنت أؤمن أن الطريق الوحيد لليابان لكي تبدأ من جديد هو احترام الذات"، حيث تدور أفلامه حول البطل الإيجابي وإذا فشل فهو قادر على التعلم والتغيير ويقبل التجديد. وهو أكثر مخرج ياباني حصل على جوائز دولية وحصل على جائزة الأوسكار لفيلمه (داشومون) ومرة أخرى عام ١٩٧٦ عن فيلم (درسواوزالا) ومن وقتها وهو يحصد الجوائز. ويعد معبراً عن بعض الاتجاهات اليابانية ومساهماتها في التراث الإنساني وتحسب للسينما اليابانية إنها اهتمت أولاً وأخيراً ببناء الإنسان وإعطائه الفرصة لاستخراج ما عنده حتى يستطيع أن يساهم هو الآخر في معركة البناء<sup>(١)</sup>.

وهنا يؤكد (عادل يحيى) على أنه تنمية "الحراك الطبقي" هي أكثر السمات تأثيراً في نفسية المشاهدين لما تسمح عنهم إحباطاتهم وهمومهم الداخلية، وتلقي بالأمل بدلاً منها في الغد المشرق، أو تبرر صعودهم الطبقي الفعلي وتكسبه المشروعية، ويرى أهمية اهتمام صناع الأفلام بمثل هذه السمات إذا ما أرادوا لأعمالهم النجاح<sup>(٢)</sup>.

## الأثر الإعلامي للأفلام السينمائية على المراهقين :

### تعريف الأثر الإعلامي :

يعرف ديفيد David (١٩٦٣) الأثر الإعلامي بأنه أي تغير يطرأ على متلقي الرسالة بعد تعرضه إليها. مثل الانتباه إلى المضمون أو محتوى الرسالة، أو أنه يتعلم شيئاً من هذا المحتوى إذ أنه يبنى اتجاهات مؤيدة لمحتوى الرسالة ويتخلى عن أفكار أخرى كان يؤمن بها.

وتعرفه شاهيناز طلعت (١٩٨٠) بأن الأثر الإعلامي عبارة عن التغيرات التي تحدث في سلوك المستقبل نتيجة لنقل الرسالة، وهي تنقسم إلى ٣ أنواع :

١. تغيرات في معلومات المستقبل.
٢. تغيرات في اتجاهات المستقبل.
٣. تغيرات في السلوك العلني للمستقبل<sup>(٣)</sup>.

(١) نسمة البطريق. منوية السينما العالمية، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٧)، ص ٢٣٦ : ٢٣٨.

(٢) عادل يحيى. الوعي الاجتماعي في المصري (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٠)، ص ٣٢.

(٣) وحيد مصطفى كامل. مرجع سابق، ص ٩١.

ويرى "أحمد بدرخان" أن كل متفرج يذهب إلى السينما يهتم غالباً بخاتمة الرواية سواء أكانت كوميدي أو تراجيدي.... الخ، لأن الخاتمة هي التي تترك في نفسه أثر يرافقه حتى مخدعه<sup>(١)</sup>.

حيث يعتبر ما تقدمه الأفلام العربية من نماذج متعددة وأنماط عديدة للسلوك الاجتماعي، أحد العناصر التي تلعب دوراً مهماً في تشكيل الطفل، فالطفل لا يقلد أي نموذج يلحظه في الفيلم، وإنما يقلد النماذج الناجحة، والناجحة هنا تعني أن النموذج حصل على ثواب نتيجة لسلوكه حتى وإن كان هذا السلوك غير سوي أكثر مما يقلد نموذجاً لم يحصل على ثواب نتيجة لسلوكه أو نموذج تم عقابه على سلوك معين<sup>(٢)</sup>.

فقد ذكر "فيلنج" أن المراهقين يشعرون بالعديد من التأثيرات وأن كان يبدو أن الأثر العام هو التقليد وذلك إما للطريقة التي تقوم بها إحدى الشخصيات ببعض الأفعال أو السلوك وطريقة الحياة لبعض الشخصيات<sup>(٣)</sup>.

### ويتنوع التأثير الإعلامي إلى :

١. تأثير عاجل : ويتمثل في ردود الفعل الانفعالية التي تطرأ على الطفل أثناء المشاهدة مثل انطباعات الخوف والإثارة.

٢. تأثير آجل : ويتمثل في اكتساب الطفل للمعلومات وكذلك التغيرات التي تحدث في السلوك والاتجاهات على المدى الطويل<sup>(٤)</sup>.

ويشير "إبراهيم إمام" إلى أن التأثير الأجل يطلق عليه أحياناً "تأثيراً تراكمياً" وهو عبارة عن الترسيبات الناجمة عن المشاهدة المتتالية ليصبح في نهاية الأمر تأثيراً عميقاً وقوياً يترك بصماته على شخصية الطفل وذلك في الحالات الآتية :

١. إذا تكررت القيم في برامج متتالية.
٢. إذا كان الأسلوب المستخدم يثير استجابات عاطفية.
٣. إذا كانت القيم ترتبط باحتياجات الطفل مباشرة وترتبط أيضاً باهتماماته.
٤. إذا كان الطفل محروماً من القيم الراسخة التي يستمدّها من مصادر أخرى كالعائلة والأصدقاء وعند ذلك يصبح التأثير قوياً على الطفل<sup>(١)</sup>.

---

(١) عبد المنعم سعد. المخرج أحمد بدرخان : أسلوبه من خلال أفلامه (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٥)، ص ١٥٣.

(٢) وحيد مصطفى كامل. مرجع سابق، ص ٤.

(٣) سناء محمد متولي غريب. "دور الصحافة والتلفزيون في ترتيب أولويات قضايا المراهقين في مصر"، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٠)، ص ٨٨-٨٩.

(٤) وحيد مصطفى كامل. مرجع سابق، ص ٩٢.

ويؤكد "باندورا، ١٩٩٧" على تأثير النموذج وفاعليته إذا شاهد الطفل أكثر من مرة في النموذج الذي يتكرر ظهوره أكثر يؤدي إلى ارتفاع قدرات التقليد عند الطفل عن النموذج الذي يظهر مرة واحدة، فالتعلم عن طريق النموذج الرمزي يوفر أسباب كافية لنتوقع أن يقوم الأطفال ببناء جزء كبير من تصورهم للعالم على أساس المعلومات التي يتم نقلها بوسائل الإعلام<sup>(٢)</sup>.

وفيما يلي عدة أوجه لتأثير الأفلام السينمائية على سلوك المراهقين :

أولاً : تؤثر مشاهدة الأفلام السينمائية على "النمو العقلي" للمراهقين :

حيث ينشط جانب الخيال وخصوصاً عندما يتخيل المراهق نفسه في موقف البطل، وقد يحاول الكثير من المراهقين حل مشاكلهم الخاصة بنفس الطريقة التي يحل بها الأبطال في الأفلام مشكلاتهم فنجد المراهق يفكر بعقلية الأفلام ولا يدرك أن سيناريو الأحداث على الشاشة متعمداً وموجه مسبقاً<sup>(٣)</sup>.

فالمشاهد يتأثر بما يراه في الفيلم من آراء وحوادث خيالية لا تتفق مع عالم الواقع إلى فشله في معالجة مسائل هذا العالم، لأنه يتعود على معالجة المسائل بنفس الروح، أي بروح الخيال ولا يكون واقعياً مما يبعده عن الأسلوب الصحيح في معالجة المشاكل الواقعية<sup>(٤)</sup>.

وهنا يشير "حسين حلمي المهندس"، إلى أن صانع الفيلم يسهم بصورة فعالة في توجيه وتحديد (المدرک الحسي) لدى المشاهد، والمدرک العقلي الذي يستنبطه العقل في سياق الفيلم وذاكرة المشاهد وخلفياته المرجعية، فإذا به يعطيه دلالة جديدة وإضافة إلى "المدرک الحسي" ومن حصيلة المدرک الحسي والعقلي يتأثر "الوجدان" لديه ويؤدي إلى "النزوع" بل يواكبه تفكير في النتائج المحتملة لهذا النزوع مما قد يؤدي إلى تأييده أو كبحه، وكل ذلك يجري بسرعة لا تتعدى بضع ثوان أو ثانية أو جزء منها<sup>(٥)</sup>.

ثانياً : تؤثر مشاهدة الأفلام السينمائية على "أعراف وقيم" المراهقين :

١. توصلت بعض الدراسات إلى التأكيد على ذلك وبيئت أن رغبات المراهقين في أن يصيروا مدرسين أو كتاباً أو موظفين قد تحولت إلى رغبتهم في أن يصبحوا نجوم سينما أو لاعبي كرة، كما أدت هذه القدوة إلى الاهتمام بالمظهر دون الجوهر، وتقليد الآخرين، دون المحاولة في تكوين شخصية مستقلة<sup>(٦)</sup>.

(١) إبراهيم إمام. الفن الإذاعي والتلفزيوني (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٧٩)، ص ١٣٧.

(٢) وحيد مصطفى كامل. مرجع سابق، ص ٩٣.

(٣) محمد عبد التواب. بلهارسيا فكرية، حصاد العقل المصري بين مطرقة التلفزيون وسنندات الفيديو (القاهرة : مجلة الدراسات الإعلامية، ١٩٨٧، ص ٢٥-٣٠).

(٤) حسن شحاتة سعيان. التلفزيون والمجتمع والآثار الاجتماعية والنفسية للتلفزيون، (القاهرة : مطبعة دار التأليف، ١٩٦٢)، ص ١١٦.

(٥) حسين حلمي المهندس. مرجع سابق، ص ١٨-١٩.

(٦) محمد منير سعد الدين. دراسات في التربية الإعلامية (بيروت: المكتبة العصرية، ١٩٩٠)، ص ١١٤.

٢. قد تؤدي مشاهد بعض الأفلام السينمائية إلى حدوث "الانحرافات الاجتماعية للمراهقين" مثل الإدمان وتعاطي المخدرات وارتكاب الجريمة والعنف، وقد تسهم هذه الأفلام في تشجيع فكرة الزواج المبكر في تعمد فيه إلى إثارة الغرائز الجنسية بتقديم الأفلام الرومانسية ويقدم المراهق على الزواج ويؤدي إلى مشكلات كبيرة كالحمل المبكر والتفكك الأسري الناتج عن تكوين أسرة كونها مراهقان لم يكتمل نضجها بعد<sup>(١)</sup>.

وهنا تأتي خطورة تقديم نماذج سلبية تهرب من الواقع بأساليب سلبية أيضاً وبطرق مختلفة كالاعترا ب والتطرف وعدم مواجهة ما يقابلهم في الحياة من مشاكل وصعاب ومحاولة معالجتها بطريق سلمية، مما يكون لذلك آثاراً وخيمة في حياة المراهق ومستقبله.

ثالثاً : تؤثر مشاهدة الأفلام السينمائية على "النمو النفسي" للمراهقين :

فيشير "عبد الرحيم درويش" إلى المخاطر التي قد تتولد نتيجة مشاهدة أنواع معينة من الأفلام فالأمراض النفسية تثير دوافع المراهق وقد تبعث الشعور بالإحباط لديه نظراً لمشاهدة المستويات المادية المرتفعة جداً<sup>(٢)</sup>.

يميل المراهق إلى اعتماده على نفسه بدلاً من اعتماده على الغير والاستقلال، ويتضح لدى المراهق ميله إلى الزعامة، والتوحد مع شخصيات خارج نطاق البيئة مثل شخصيات الأبطال في الدراما التلفزيونية ونجوم السينما<sup>(٣)</sup>.

لذا فلا بد أن تكون السينما على وعي بسلوكية المشاهد حتى تستطيع أن تتفاعل معه بالأسلوب الذي يمتعه ويفيده في نفس الوقت<sup>(٤)</sup>.

#### سينما الدراما والترويح

بعد تجلي خطر انتشار التلفزيون كمنافس للسينما في مجال التسلية والترفيه، شهد مضمون الأفلام السينمائية تحولاً مهماً في الستينيات، فبرغم أن سينما الدراما والترويح شيء طيب يحتاج إليه إنسان العصر إلا أنه في محاولة لجذب الجمهور من أمام شاشات التلفزيون، اتجه المنتجون إلى زيادة مشاهد الجنس والعنف والرعب في الأفلام، خاصة وأن هذه المشاهد ممنوعة في التلفزيون، وأمام معارضة الجماعة الدينية لهذا الخروج عن ميثاق الشرف الأخلاقي لصناعة السينما، اتبعت السينما الأمريكية نظاماً جديداً هو تصنيف الأفلام Rating System وهو كالاتي :

(١) إبراهيم قشقوش. مرجع سابق، ص ٢٨٩-٣٠٦.

(٢) عبد الرحيم سليمان درويش. مرجع ، ص ٤٧.

(٣) Goldberg, M. op. cite., p.

(٤) حسين حلمي المهندس : مرجع سابق، ص ١١.

| "الفئة" | "الوصف"                                                             |
|---------|---------------------------------------------------------------------|
| G       | مسموح لكل الأعمار – صالح للعرض العام.                               |
| PG      | مسموح لكل الأعمار ولكن في حضور أحد الوالدين بالنسبة للصغار          |
| PG-13   | لا يسمح بمشاهدته لأقل من ١٣ سنة إلا بحضور أحد الوالدين.             |
| R       | محظور مشاهدته لمن هم اقل من ١٧ سنة ما لم يكونوا بصحبة أحد الوالدين. |
| NC-17   | غير مسموح على الإطلاق لمن هم اقل من ١٧ سنة <sup>(١)</sup> .         |

أما على الصعيد البريطاني فيقف المجلس البريطاني لرقباء الأفلام على مقربة شديدة من المنتج البريطاني للتأكد من أنه لن يفتح صمام الأمن أكثر مما يلزم. ويعمل على هدي القواعد العريضة التالية :

١. هل من المحتمل أن يلحق هذا الفيلم ضرراً بالمعايير الخلقية للجمهور بأن يزين له طريق الرذيلة أو الجريمة أو عن طريق الإقلال من شأن المعايير الاجتماعية السائدة.

٢. هل من المحتمل أن يسيء هذا الفيلم لأي قطاع عادي من الجمهور.

٣. ما هو التأثير الذي يحدثه هذا الفيلم على الأطفال.

ولهذا تم تقسيم الأفلام إلى ثلاث فئات هي (X, A, U) ويعني ذلك :

X- تعني التوزيع العام مناسب.

A- تعني أنه محظور على من هم أقل من ١٦ سنة ما لم يصحبه أحد والديه أو ولي أمره.

U- تعني أنه محظور على الإطلاق لمن يقل عمره عن ١٦ سنة<sup>(٢)</sup>.

أذن ففرض الرقابة على السينما لا يقلل من قيمتها الفنية أو من لغتها الخاصة، إنما هي محاولة أن تهدي صانعي الفيلم إلى ما يجب أن يتحاشوه لكي لا تنزلق متردية إلى تصوير أفلام ساذجة الفكر، ضحلة المضمون.

ففي دراسة "عبد الرحيم درويش ٢٠٠٢"، وافق الشباب بنسبة ٨٥,٢% على وجود رقابة على الأفلام وترى نسبة ٦٥,٢% منهم أن الرقابة على الأفلام متساهلة<sup>(٣)</sup>.

### السينما والواقع :

إن تاريخ السينما كوسيلة للاتصال المرئي، يرتبط مباشرة بقدرة اللغة السينمائية على التمسك بالواقع، رغم أن هذا الواقع دائم التغيير<sup>(٤)</sup>.

(١) حسن محمد نصر. مرجع سابق، ص ١٢٧-١٢٨.

(٢) "السينما اليوم" مرجع سابق، ص ٢٤٦، ١٤٧.

(٣) عبد الرحيم أحمد سليمان درويش، مرجع سابق.

(٤) دانييل أريخون، مرجع سابق، ص ١١.

ويؤكد "بدرخان" على أن الفيلم المصري لن تقوم له قائمة إلا إذا عبر عن الروح المصرية الحميمة<sup>(١)</sup>.

وفي هذا الصدد أشار البير كامى "على أنه لو تكيف الفن مع رغبات الغالبية في مجتمعنا، إذن لأضحي ترفيها لا معنى له، ولو أنه وقف من هذا المجتمع موقف الرفض الأعمى وقرر قرار الفنان على أن يتخذ من خلاله ملجأ يلجأ إليه، إذن لما عبر عن شيء سوى السلب<sup>(٢)</sup>.

إضافة إلى هذا فهناك اتجاهات نقدية تؤكد اجتماعية الفن فلا يمكن فصل العمل السينمائي عن العامل الاجتماعي، فالتغيرات في المجتمع أو في طبيعة العلاقات بين الأفراد تؤثر على الإنتاج الفني عموماً وتبدو هذه الظاهرة بشكل أوضح في الأفلام السينمائية إذ أن الإنتاج السينمائي انعكاس موضوعي لعناصر الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية<sup>(٣)</sup>.

وطبقاً للمنظور الاجتماعي فإن الأفلام السينمائية تناقش بعض المشكلات الاجتماعية لأن الأفلام السينمائية في أي دولة تعبر عن شخصية هذه الدولة حتى ولو من الجانب النظري وتكون الأفلام صورة الدولة التي تنتجها وخاصة عندما تتاح لهذه الأفلام فرصة الذبوع والانتشار<sup>(٤)</sup>.

فالمفترج على الأفلام السينمائية يكن كرهاً طبيعياً للتجريد وللإستخدام المبهم للسرد السينمائي، أنه يبحث عن تصوير للواقع، سواء أكان خارجياً أم داخلياً أم تخيلياً<sup>(٥)</sup>.

وترى الباحثة أن المشكلة أو القضية هي أن شبابنا لديه الكثير من المشاكل والهموم الحقيقية ولكن السينما الشبابية الضاحكة لا تريد أن تتورط فيها بجدية.

فالفن السينمائي انعكاس للواقع وكلما اقترب الفن السينمائي من الواقع كان فناً حقيقياً دائماً وأنه ليس صوراً بلاغية فقط ولكنه انعكاس لمحاولة الفنان إستخراج الصورة الواقعية التي تعكس القيم الاجتماعية في هذا الواقع المباشر<sup>(٦)</sup>، وقد أكد (كريستيان متيز) ذلك بقوله : (أن الفيلم هو المنتج الذي يشارك في إنتاجه واستهلاكه أغلب أفراد المجتمع)<sup>(٧)</sup>.

---

(١) علي شلش. مرجع سابق، ص ١٨٦.

(٢) روي أرمز. لغة الصورة في السينما المعاصرة، ترجمة: سعيد عبد المحسن، سلسلة الألف كتاب الثاني، العدد ١٠٧، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٢)، ص ٢٦٠.

(٣) درية شرق الدين. السياسة والسينما في مصر، (القاهرة: دار الشروق، ١٩٩١)، ص ٥-٧.

(٤) علي عوجة. مرجع سابق، ص ١٣٠.

(٥) دانييل أريخون. مرجع سابق، ص ١٢.

(٦) Jumer, G Films social practice (London Rowtledg, 1988), p. 95.

(٧) رأفت السيد عسكر. مرجع سابق، ص ٧٩.

## السينما وعلم النفس :

لقد نشأ التحليل النفسي مع نهاية القرن الثامن عشر، ونشأت معه السينما، وقد قامت علاقة وثيقة بين مفاهيم التحليل النفسي والأعمال السينمائية، وأسهمت دراسة فريق العمل السينمائي للتحليل النفسي في إضفاء نوع من الصلة المتوافقة بين العمليات اللاشعورية كموضوع للتحليل النفسي والخيال السينمائي كموضوع للتحليل الأدبي بوصفهما إنتاجاً يتكامل لإحداث الأثر النفسي للكشف عن الظاهرة النفسية وما وراءها<sup>(١)</sup>.

ولقد ذهب فرويد إلى أن الأدب قد تجاوز الطب النفسي التقليدي، وأن الروائي دائماً ما يسبق رجل العلم بخاصة عالم النفس العلمي، وفي ذلك يقول "الشعراء والروائيون يعرفون بين السماء والأرض كثيراً من الأشياء وما تزال حكمتنا المدرسية غير قادرة على العلم بها، فهم في معرفة النفس أساتذتنا نحن البشر العاديين، لأنهم ينهلون من ينابيع لم نجعلها بعد قابلة للإدراك عملياً<sup>(٢)</sup>.

ولقد استخدم صناع السينما مقتطفات مختارة للكتابة عن السينما والتحليل النفسي، بينما كانت تعتمد ملاحظات وتعليقات فرويد على الأعمال الروائية والسينمائية<sup>(٣)</sup>.

ويرى (قذري حفني) أن السينما طريقة مثالية من طرق الدعاية لأن المشاهدين يكونون واقعيين تحت تأثير الأفلام أثناء مشاهدتها، وقد حدد عدة أسباب تؤكد على الدور المحوري للسينما في توجيه سلوك الأفراد وبث قيم اجتماعية بل وضبط اتجاهات الأفراد وتحديد أهدافهم داخل المجتمع وهي كالاتي :

٢. يضع الناس أنفسهم موضع الأبطال ويتقبلون بطريقة لا شعورية الاتجاهات التي يعبرون عنها والأدوار التي يقومون بها.

٣. الأفراد الذين يعانون من المشاكل المختلفة يتقبلون بطريقة لا شعورية أو شعورية الحلول التي تقدمها الأفلام كحلول لمشكلاتهم<sup>(٤)</sup>.

وقد يقصد صناع السينما في فيلم بعينه جذب عدد من الجمهور للتوحد مع صورة البطل سواء كان محبوب أو مكروه أو ظالم أو مظلوماً، عبداً أو سيد، وهو في ذلك يدفع بعمله ولكنه لا يملك الحكم على ردود أفعال المشاهدين، فكم من الأفلام ذات الصناعة السينمائية الجيدة والتي يتوقع لها نجاحاً كبيراً لا تجد صدى لدى الجمهور، وكم من الأفلام التي تفاجئ منتجها بالنجاح الكبير والإقبال الجماهيري الشديد، وهو ما نراه جلياً على الساحة الفنية في السياق المليوني للأفلام السينمائية المصرية الحديثة.

(١) Kaplan, E. Amn.,: Psychoanalysis and Cinema, Rautedge. (New York, London, 1990)p. 73.

(٢) كاباناس، جان لوي. النقد الأدبي والعلوم الإنسانية، ترجمة : فهد عكام : (دمشق: دار الفكر، دمشق، ١٩٨٢)، ص ٢٩.

(٣) رأفت السيد عسكر. مرجع سابق، ص ٩٥.

(٤) قذري حفني وآخرون. الإنسان المصري في الشاشة، تقديم : هاشم النحاس، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ،

ويفسر ذلك Kaplan 1990 بأن هذه الظاهرة بأن هذه الظاهرة تحدث حين تشكل هذه الأفلام خلاصاً معيناً لأزمة جماهيرية معينة وتكون بمثابة الصورة المرآوية التي تدفع "بأنا" المشاهد للعمل معها في الطريق إلى الخلاص"<sup>(١)</sup>.

فيتساءل (قذري حنفي) في هذا الموضوع عن ما الذي يبقى إذاً في وعي المشاهد بعد انتهاء الفيلم السينمائي؟ أهو الموضوع أو الهدف أو الحكمة؟ أم أن ثمة جانباً آخر متمثلاً في الشخصيات أو الأبطال يترك بصماته الأعماق على وعي المشاهد به؟ ويجب فيقول : أنني أميل إلى تغليب تأثير الشخصيات أو الأبطال في هذا الصدد فاستخلاص الحكمة أو الموعظة أو الهدف الأخلاقي أو حتى خلاصة الحكمة القصصية كل ذلك يدخل في إعداد العمليات العقلية التي تتطلب قدراً من التفكير التجريدي أما الإحاطة بأفعال الشخصيات في الفيلم وما تجري لأبطاله فإنها تتطلب في المقام الأول قدراً من التفكير العياني المباشر<sup>(٢)</sup>.

وهناك سؤال دائم من الصعب أن يملك أحد على وجه التحديد الإجابة عليه وهو : لماذا نجح ذلك الفيلم جماهيراً رغم ضحالة مستواه الفكري والفني في الوقت الذي سقط فيه فيلم آخر بمستوى فكري وفني أعلى بمراحل؟

وهنا يشير "عادل يحيى" إلى أن الاختيار يأتي من قبل الجمهور وتحكمه عوامل لا شعورية، فما يربط جموع المشاهدين في الصالات المظلمة ذلك الشيء المتصل بينهم ويسمى "بالموقف الاجتماعي" فليس من الضروري أن تعبر عنه المضامين المطروحة فقط، بل يمكن أن تفضحه النوعية الفيلمية المقدمة والتي تعكس الرغبات المكبوتة للجماهير مثل :

١. الإقبال على أفلام الحركة إبان فترات الانكسار السياسي.
  ٢. الإقبال على الأفلام الكوميديّة والتي تحمل تلميحات سياسية عندما يكون الجمهور رافضاً لما هو مفروض عليه.
  ٣. الإقبال على الأفلام التفاهة والهزلية إبان فترات الأزمات الاقتصادية<sup>(٣)</sup>.
- فقد أدرك صانع الفيلم الروائي أن الوعي بسلوكية الجمهور والمشاهد تؤدي إلى التعرف على الأسلوب الصحيح للتعامل معه<sup>(٤)</sup>.

---

(2) Kaplan, 1990, p. 40.

(١) المرجع السابق، ص ١٩.

(٢) عادل يحيى. مرجع سابق، ص ٢٦.

(٤) داليا إبراهيم المنبولى. صورة الطفل المصري والأجنبي في الأفلام الروائية التي يقدمها التلفزيون المصري، رسالة ماجستير (جامعة عين شمس : معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٣)، ص ١٥٥.

## دراسة الصور السينمائية من منظور تحليلي نفسي :

لقد أفاد منظرو السينما من أفكار "جاك لاكان" في تفسير الدور المهم للصور السينمائية في الثقافة المعاصرة، "وجاك لاكان" هو محلل نفسي (١٩٠١-١٩٨١) فرنسي حاول أن يطور أفكار فرويد الخاصة حول اللاشعور. وقد كان الموضوع الخاص بالذات Subject من الموضوعات الأثيرة لدى لاكان، ولم يكن يفضل أن يستخدم كلمة الفرد، كلمة واحد في تكوينها، أو الكائن البشري Human being بل "الذات" والذات هي الهوية التي جرى تكوينها من خلال الآليات الخاصة باللاشعور واللغة والرغبة.

وتتعلق الذاتية "برؤية المرء لذاته، أو تصويره لنفسه، أو نظرتة لها كفرد متفرد في ظل ثقافة خاصة، وهكذا امتد لاكان باهتمامه إلى الطرائق التي تتشكل من خلالها الذات عبر الأيديولوجية واللغة والتمثيل المعرفي<sup>(١)</sup>.

هكذا عقد اثنان من منظري السينما الآن، وهما "جان لوي باودري" وكريستيان ميتز "مقارنة بين العملية التي تتكون من خلالها الأنا، على نحو مبكر لدى الطفل وبين الخبرة الخاصة بالمشاهدة للأفلام، ووجد تشابهاً بين هاتين العمليتين من خلال مفهوم (مرحلة المرأة) عند لاكان والذي نوضحه بالآتي :

إنه وفقاً لما قاله لاكان فإن الطفل يمر عند سن ١٨ شهراً تقريباً بمرحلة ارتقائية تحدث فيها العمليات الأساسية الخاصة ببداية الإحساس بالذات، وكذلك بداية الانفصال عن الأم، ففي مرحلة المرأة التي تحدث خلال الفترة من سن ٨ : ١٨ شهراً يبدأ الأطفال كما يقول لاكان — في تأسيس "الأنا" الخاصة بهم من خلال عملية النظر إلى صورة الجسد في المرأة، وقد تكون هذه صورة جسدهم الخاصة، أو جسد الأم، أو أشخاص آخرين، ويتعرف الأطفال على الصورة الموجودة في المرأة على أنها تشبههم وتختلف عنهم أيضاً، ومع أنه لا يكون بمقدورهم جسدياً التحكم أو الإمساك بالصورة الموجودة بالمرأة فإنهم يتخيلون أن لديهم تحكماً فيها أو سيطرة عليها.

هكذا يكون (مرحلة المرأة) مرحلة متعلقة بالتعرف، وبسوء التعرف أيضاً، أن الطفل هكذا يكتشف ذاته عبر الآخر وفي المرأة أيضاً. وتحدث لدى الطفل مشاعر واستجابات من قبيل التهليل والفرح والرضا عندما يشاهد نفسه يكتشف صورته بالمرأة، ويتمثل الجانب المهم في تجربة المرأة هذه في إدراك الطفل أن "الأنا آخر" وأنا الآخر أنا، فالأنا الآخر أي صورته في المرأة هو أول آخر بالنسبة إليه. وبفضل هذا الشعور "بالآخرية" ينبثق عند الطفل الوعي بالأنا أو الذات متميزاً عن الآخر، وهذا يتضمن بالضرورة أن الطفل وهو يرى صورته في المرأة فإنه يرى نفسه كما يراه الآخرون<sup>(٢)</sup>.

(١) شاكر عبد الحميد. مرجع سابق، ص ٢٧٤.

(٢) جوزيف يوجز. فن الفرجة على الأفلام، ترجمة : وداد عبد الله، ( القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٩٥) ص

ويقارن "كريستيان متيز" بين حالة المشاهد أمام شاشة السينما وحالة الطفل أمام المرأة، فيقول أن المشاهد أمام الشاشة يكون غائباً على عكس الطفل أمام المرأة، فهو يكون حاضراً، فالمشاهد لا يستطيع أن يتوحد مع نفسه كموضوع، لكنه يتوحد فقط مع الموضوعات التي توجد هناك على الشاشة ويجد فيها ذاته، وبهذا المعنى لا تكون الشاشة مرآة، إنه يكون غائباً عن الشاشة، لكنه حاضر في قاعة المشاهدة بكل حواسه، هكذا تتماثل شاشة السينما مع المرأة في أنها تجمع بين الحضور والغياب، بين التوحد مع الآخر الذي هو أنا أيضاً<sup>(١)</sup>.

إن ما يربط مرحلة المرأة بالسينما هو أن الطفل خلال مشاهدته لذاته في المرأة، وكذلك المشاهد خلال استغراقه في متابعة السينما، يكونان متشابهين، فكلاهما يكون مفتوناً أو شديد الإعجاب ومتوحداً على مثال خاص يجد نفسه فيه على هيئة صورة ترى من بعيد على المرأة أو على شاشة السينما<sup>(٢)</sup>. إن السينما تسمح للمرء بأن يفقد ذاته على نحو مؤقت، حيث يصبح مشاهد السينما شخصاً آخر هو من توحد معه المشاهد لكنها سرعان ما تعمل في الوقت نفسه على استعادة هذا المشاهد لذاته المفقودة وعلى استعادة هذه الذات وإعادة اكتشافها من خلال الاستئثار لمرحلة المرأة. هكذا يفقد مشاهد السينما ذاته ويعيد اكتشافها مرة بعد الأخرى حيث تؤكد هذه النظرية الأهمية الكبيرة والجوهرية للذات، من صورة مفككة أو مقسمة للجسد والذات في مرحلة المرأة صورة كلية بعد ذلك وإلى وحدة وتماسك، صورة يعاد إنتاجها بالنسبة إلى المشاهد من خلال السينما، حيث يجري تأكيد عملية البناء للذات والتكوين لها مرة أخرى على نحو مستمر<sup>(٣)</sup>.

### النقد الموجه للمنظور التحليلي النفسي :

لقد انتقدت هذه التقسيمات التحليلية النفسية لأنها تربط بين التوحد السينمائي والنكوص إلى مرحلة الطفولة في حين أنه توجد أنماط أخرى من التوحد درسها العلماء لا يكون فيها مثل هذا النكوص. وفي هذا الصدد هناك دراسات حديثة من منظور "نسوي ومنها دراسات "لورا مولفي" حيث جرى الاهتمام بموضوع "النظرة المحدقة" خاصة النظرة الخاصة بالرجل نحو المرأة وقد اعتبرت صاحبات هذا الاتجاه أن هذه نظرة متسلطة من الرجل ومحقرة للمرأة وخافضة من وضعها وكرامتها دائماً فيظهر هذا في الفنون التشكيلية وفي الإعلانات وفي السينما وغيرها<sup>(٤)</sup>.

وقد قرأت "مولفي" أفلام هولويد على أنها تجسيدات تقدمها السينما المتعة الرجل وهكذا يجمع مصطلح النظرة المحدقة بين متعة النظر إلى الآخر ومتعة التلصص واستراق النظر Scotophilia إليه،

(١) فيلان دومينيك . الكادراج السينمائي، ترجمة : شحات صادق، (القاهرة : أكاديمية الفنون، ١٩٩٨)، ص ٦٧-٦٨.

(٢) شاكر عبد الحميد . مرجع سابق، ص ٢٧٦.

(٣) محمود رجب . فلسفة المرأة ، (القاهرة : دار المعارف، ١٩٩٤)، ص ١٩٧.

(٤) شاكر عبد الحميد. مرجع سابق، ص ٢٧٨.

وبين متعة أن يكون المرء موضوعاً للنظر ومجالاً للاستعراض Exhibitionism هكذا تكون العلاقة التبادلية الخاصة بالنظر علاقة ممتعة، إن مختلس النظر يستمد متعته من قدرته على الرؤية دون أن يكون هو ذاته مرئياً ويحمل في أعماقه نزعة سارية للتطفل على الآخرين والاستمتاع بمشاهدتهم. وقد طرحت هذه الفكرة إلى الكاميرا على أنها آلية لاختلاس النظر، فالمشاهد يكون مختلس النظر في مشاهدته للفيلم والكاميرا أدائه في ذلك<sup>(١)</sup>.

إلا أن (شاكر عبد الحميد) يرى : أن هذه التفسيرات التحليلية جذابة من الناحية النظرية وضعيفة من الناحية التطبيقية، لأن المشاهد أثناء جلوسه في مشاهدة الفيلم فإنه لا يجلس خفية ولا خلسة بل بإمكانه التحرك والخروج فهون جاء بإرادته وبمعرفة الآخرين في موعد محدد وفي مكان محدد، فما الذي يجعله يخشى أن يراه الآخرون، هذا من جانب ومن جانب آخر يرى أن لا مجال لضعف الشخصيات أو الموضوعات المطروحة على الشاشة وينساءل أين يكمن الضعف في قصص الرعب والجريمة والعنف التي يتوحد معها المشاهد وبالتالي يرى أنه رغم جاذبية هذه التفسيرات نظرياً إلا أنها لا تصمد كثيراً أمام النظرة المتأمل<sup>(٢)</sup>.

---

(٢) Smith, M. Engaging characters : Fiction, Emotion, and the Cinema. (Oxford : Crarenrden Press. 1995), 77.

(٢) شاكر عبد الحميد. مرجع سابق، ص ٢٧٨ — ٢٧٩.