جامعة القدس المفتوحة

عمادة الدراسات العليا

برنامج إدارة المؤسسات الإعلامية

صورة المؤسسة الإعلامية في السينما الأمريكية

دراسة تحليلية سيميائية: فيلم "The Post" نموذجاً

Representation of media institutions in United States cinema

A semiotics analytical study: "The Post" movie as a case study

إعداد الطالب: مظفر عمر عتيق

إشراف: د. علاء الدين محمد عياش

قُدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في تخصص إدارة المؤسسات الإعلامية

جامعة القدس المفتوحة–فلسطين

الإجازة

صورة المؤسسة الإعلامية في السينما الأمريكية
دراسة تحليلية سيميائية: فيلم "The Post" نموذجاً

Representation of media institutions in United States cinema
A semiotics analytical study: "The Post" movie as a case study

إعداد الطالب:

مظفر عمر عتيق

إشراف:

د. علاء الدين محمد عياش

نوقشت هذه الرسالة وأُجيزت في 2022/11/2

أعضاء لجنة المناقشة

د. علاء الدين محمد عياش	جامعة فلسطين التقنية	رئيساً ومشرفاً .....
د. حسين عبد الله سعد	جامعة القدس المفتوحة	عضواً وممتحناً داخلياً
د. محمود رؤوف السعدي	جامعة النجاح الوطنية	عضواً وممتحناً خارجياً .....

الإقرار

أنا الموقع أدناه مُقدم الرسالة الموسومة بـ

صورة المؤسسة الإعلامية في السينما الأمريكية

دراسة تحليلية سيميائية: فيلم "The Post" نموذجاً

أُقر بأن مضمون الرسالة وما اشتملت عليه نتاجُ جهدٍ خاصٍ باستثناء الاقتباسات والإشارات الواردة لأصحابها الموضحين في قائمة المصادر والمراجع، وأن الرسالة ككلٍ أو كجزءٍ لم تقدم من قَبل لأية جهةٍ أخرى لنيل أية درجةٍ علمية، أو كبحثٍ علمي لأية مؤسسةٍ تعليميةٍ أو بحثيةٍ أخرى.

الطالب: مظفر عمر عتيق

التوقيع .....

التاريخ: 2022/10/2

الاستهلال

{دَعْوَاهُمْ فِيهَا سُبْحَانَكَ اللَّهُمَّ وَتَحِيَّتُهُمْ فِيهَا سَلَامٌ ۚ وَآخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ}.

–سورة يونس: 10.

جدول المحتويات

المحتوى	الصفحة
الإهداء	ر
الشكر والتقدير	ز
الملخص	س
Abstract (الملخص باللغة الإنجليزية)	ش
المقدمة	1
الفصل الأول: الإطار العام	2
1.1 مشكلة الدراسة وأسئلتها وأهدافها	3
1.2 مبررات الدراسة	4
1.3 أهمية الدراسة	5
1.3.1 الأهمية العلمية	5
1.3.2 الأهمية العملية	5
1.4 الدراسات السابقة	6
1.4.1 عرض الدراسات السابقة	6
1.4.2 التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها	13

1.4.3 الاتفاق والاختلاف مع الدراسة الحالية	13
1.5 منهجية الدراسة وإطارها النظري	14
1.5.1 منهجية الدراسة	14
1.5.2 الإطار النظري	14
1.6 عينة الدراسة ومبررات اختيارها	16
1.7 مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية	16
1.8 صعوبات الدراسة	18
الفصل الثاني: السيميائية والصورة الذهنية	19
2.1 السيميائية و"السيميولوجيا" لغةً	20
2.2 السيميائية ما قبل الحقبة المعاصرة	21
2.3 إشكاليات التعريف واعتماد الدراسة	22
2.4 السيميائية ضمن المدارس النقدية المعاصرة: ثنائية النص والمعنى	23
2.4.1 المدرسة الانطباعية (التأثرية)	23
2.4.2 المدرسة الشكلانية (الشكلية الروسية)	24
2.4.3 مدرسة النقد الجديد (النقد الحديث)	24
2.4.4 المدرسة البنيوية	25

2.4.5 السيميائية المعاصرة وجهود فردناند دي سوسير وتشارلز بيرس	25
2.4.6 السيميائية ما بعد فردناند دي سوسير وتشارلز بيرس	27
2.5 الصورة الذهنية وتكوينها واختلافها عن الصورة النمطية والترابطية مع السيميائية	28
2.5.1 ماهية الصورة الذهنية	28
2.5.2 اختلاف الصورة الذهنية عن الصورة النمطية	30
2.5.3 أهمية الصورة الذهنية وأنواعها وآلية تكوينها	31
2.5.4 الترابط بين السيميائية والصورة الذهنية	33
الفصل الثالث: الإعلام المرئي والسينما: التفضيل والتأثير والخطاب والانتشار	35
3.1 تفضيل وتأثير الإعلام المرئي	36
3.1.1 أسباب تفضيل وتأثير الإعلام المرئي	36
3.1.2 الثقافة الغربية والعولمة وتفضيل المرئي	39
3.2 ظهور السينما والسيطرة الأمريكية	41
3.2.1 السينما والفيلم والخلط اللغوي والاصطلاحي	41
3.2.2 بدايات السينما وتطورها	41
3.2.3 صعود السينما الأمريكية وقوة انتشارها	42

3.3 أسطورة المؤسسة الإعلامية في تاريخ السينما الأمريكية وتأثير الخطاب السينمائي	45
3.3.1 تمثيل المؤسسة الإعلامية عبر عصور السينما الأمريكية	45
3.3.2 تأثير الخطاب السينمائي	47
الفصل الرابع: تحليل فيلم "The Post"	51
4.1 بطاقة الفيلم	52
4.2 قصة الفيلم	52
4.3 محتوى المشاهد	53
4.4 المَشاهد تعيينيّاً وتضمينياً	54
4.5 استقراء قيّم الفيلم استناداً إلى التحليل التعييني والتضميني وفقاً لأسطورة بارت	75
4.5.1 المَشاهد ومحددات التحليل	75
4.5.2 سيميائية الزمان	76
4.5.3 سيميائية العنوان	77
4.5.4 سيميائية المكان	78
4.5.5 سيميائية الشخصيات	79
4.6 نتائج تحليل الفيلم	81

نتائج الدراسة ومقترحاتها	**83**
المصادر والمراجع	**85**

الإهداء

إلى والديّ، بتفاصيل الحكاية الكاملة، أبقاهما الله دوماً.

إلى العائلتين الصغيرتين، الأخ والأخت، مع الأحفاد الأشقياء.

إليهم، الأصدقاء الذي يعلمون محبتهم، بمسافاتهم البعيدة أو جغرافيتهم القريبة.

إلى مظفر النواب، المتمرد الأقوى والمعلم الأزلي.

إلى الذين نفوا واستنكروا فرصة اتمام الرسالة في وقتٍ ضيق، فها نحن ذا.

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي باسمه البداية والنهاية والاستعانة، وما توفيقنا إلا بالثقة فيه والمحبة له ومحبته لنا، فالشكر دائماً وأبداً للمولى عزّ وجل لما يسَّرَ ووَفقَ وأهدى.

أود أن أتقدم بجزيل التقدير إلى الدكتور علاء الدين عياش، الذي أدى الأمانة وأوفاها في إشرافه وتوجيهه وعلمه وخبرته ووقته ونصحه وإرشاده وملاحظاته وصبره، فكان خيرَ معينٍ طوال فترة إعداد الرسالة.

وأسجلُ خالصَ الامتنان للدكتور حسين سعد، ليس لمناقشته الداخلية فحسب، بل لاحتماله كمنسقٍ للبرنامج مراسلاتٍ لم تتوقف ولم يضق صدره لها لشهورٍ متتالية.

وإلى القدر الجميل الذي أعاد حضورَ مُعلمنا القدير الدكتور محمود السعدي، المُعلم الذي لم يبقِ على فرصةٍ سابقةٍ إلا وكان مُطالباً لا مُقترحاً لاستكمال الدراسات العليا.

وكذلك حفظ الجميل للدكتور محمد أبو الرب، لرعايته فكرةَ الرسالة حينما كانت مجرد نواة بسيطة في أحد المساقات.

وإلى زميلتيّ الرحلة والأيام الطوال من الدراسة والأبحاث والامتحانات، هند خليفة ولمى منصور، فما كان الدرب كما كان لولاهما.

الملخص

يُمثل فيلم "The Post" نموذجاً سينمائياً مميزاً في تصويرِ أسطورة سطوة الإعلام وبطولته الجماهيرية، وذلك عبر تقديمه لمجموعةٍ من الدالات المتداخلة عبر أشكالٍ وطرقٍ مختلفةٍ تُسهم في تبني المُتلقي لما تحمله من توجهاتٍ وأفكارٍ.

تقدم الدراسة تحليلاً لصورة المؤسسات الإعلامية في السينما الأمريكية من خلال المنهج الوصفي النوعي، وذلك عبر المنهجية السيميائية وباستخدام تحليلٍ سيميائي يشمل الدلالتين التعيينية والتضمينية، ويأتي ما سبق مُؤطراً ضمن أفكار رولان بارت في تشكل الأساطير المجتمعية.

انتقت الدراسة فيلم "The Post" أثراً فنياً من بين الأفلام المُنتَجة من الشركات السينمائية الأمريكية والتي تُظهِرُ المؤسسات الإعلامية والعمل الإعلامي، ويرجع الاختيار لعوامل عدةٍ منها تقديم الفيلم لمختلف الفئات ذات العلاقة بالمؤسسات الإعلامية، وتقييمه العالي في المواقع العالمية، وتواجد نجوم من الصف الأول ضمن طاقمه، وتمثيله لقصةٍ أثارت الجدل سياسياً وإعلامياً.

سعت الدراسة إلى تفكيك الفيلم للحصول على نتائجَ سيميائيةٍ تثبت وجود صورةٍ ذهنيةٍ محددةٍ عن المؤسسات الإعلامية في السينما الأمريكية، وذلك بعد إثباتها أن الصور الذهنية ليست إلا نتيجةً للتحليل السيميائي كونها تتماثل مع "المدلول" في ثنائية "الدال والمدلول" للدلالة السيميائية.

خرجت الدراسة بنتائجَ عدةٍ أبرزها أن السينما الأمريكية تقدم دالاتٍ متواصلةٍ تؤدي إلى تشكل أسطورةٍ مجتمعيةٍ تُقدم العمل الإعلامي بصورة المستعد لخرق القانون مع سبق المعرفة، أو ممارسة مخالفاتٍ أخلاقيةٍ للظهور بهيئة البطل أو الوصول إلى هدفٍ محدد.

وتُظهرُ السينما الأمريكيةُ المؤسسةَ الإعلاميةَ بأنها الوحيدة المكلفة بكشف الفاسدين ومحاسبتهم وبأيةِ طريقةٍ كانت، مع تحييد جهات الرقابة الرسمية في نظام الدولة، وأن هذا هو الإعلام الذي يُرضي الشعب فحسب.

الكلمات المفتاحية: السينما، السينما الأمريكية، البطولة في السينما، الصورة الذهنية، المؤسسة الإعلامية، الأخلاقيات الإعلامية، السيميائية، الميثولوجيا.

Abstract (الملخص باللغة الإنجليزية)

"The Post" is a distinctive cinematic model in portraying the legend of media power and its mass heroism by presenting a set of overlapping functions across different forms and methods that contribute to the recipient's adoption of their orientations and ideas.

The study provides an analysis of the image of media organizations in American cinema through the qualitative descriptive approach, through semiotic methodology and using a semiotic analysis that includes the designatory and incremental connotations. The above is framed in Roland Bart's ideas in the formation of societal mythology.

As a case study, "*The Post*" movie is carefully chosen. Taking into consideration other movies produced by American film production companies that show media organizations and media work, the choice is justified due to several reasons: The chosen movie shows the various groups related to media organizations, it is one of the top rated movies in international websites, the cast includes a number of first class stars, and it is based on a true story that stirred controversary in politics and media.

The study presents a deconstruction of the chosen sample that comes up with semiotic results proving the existence of a mental image of media institutions in American cinema. The study also confirms that mental images are only a result of semiotic analysis, as they correspond to the "signified" in the duality of "signified and signifier" in semiotic analysis.

The study came out with several results, most notably that American cinema offers continuous functions that lead to the formation of a societal myth that presents media work in a way that is ready to break the law with the precedent of knowledge, or to practice moral offenses to appear in the hero's body or reach a specific goal.

American cinema also shows media institution as the only responsible entity when it comes to exposing corruption while excluding the role of censorship. Consequently, the study claims that American cinema promotes the idea that the needs of audience can only be satisfied when media institution fulfills that duty.

Keywords: Cinema, American Cinema, Starring, Mental image, Media Institution, Media Ethics, Semiotics.

المقدمة

منذ مطلع القرن العشرين وشركات الإنتاج السينمائي الأمريكية تُصدر أفلاماً إلى دور العرض والمتاجر الخاصة والمنصات الرقمية. ورغم أن عددها يكاد لا يصل إلى 300 فيلمٍ سنوياً (حداد، 2016) إلا أنها تحظى باهتمامٍ من فئاتٍ شتى وميولٍ مختلفة، ليس في بلد الإنتاج أو الأقطار الناطقة بالإنجليزية فحسب بل في أكثر من 150 دولةً حول العالم (دعدوش، 2011).

في ظل تأثير المحتوى المرئي أكثر من السمعي والنصي وتحوّل الصورة إلى علامة العصر الحالي (يخلف، 2021)، وترافق ذلك مع الشعبية الكبيرة لأعمال السينما وممثليها وآخر إنتاجاتهم، تحولت السينما الأمريكية إلى قوةِ تأثيرٍ إعلاميةٍ تُسهم في تشكيل الصور الذهنية ووعي الجماهير حيال القضايا المتنوعة.

تُقدم الأعمال السينمائية قصصاً تجسد الواقع أو مستوحاةً منه أو تحاكيه، وبالتالي تأتي الشخوص والفئات المجتمعية في قوالبَ وأشكالٍ قد تقدمها كما هي أو تُلمعها أو تُسيء إليها بدرجاتٍ متفاوتة.

المتلقون بدورهم يصبون انتباههم اتجاه الشخصيات والأحداث متناسين الخطاب ومقاصده غير المباشرة وطرق تأثيره، فبالتالي يركزون فقط على فكرة الفيلم السطحية ويفسرون ما تعرضوا له عبر خلفياتهم الثقافية (التي تُشكل السينما جزءاً منها) وتجاربهم الحياتية.

في السينما كل ما يلفت النظر أو يحرك المشاعر فهو "دلالة"، وطالما أرادت السينما أن تكون ذات تأثيرٍ قوي فإن دلالاتها تتنوع وتتكاثف حتى في المشهد الواحد (لوتمان، 1989)، ولهذا تبحث الدراسة في تحليل الدلالات السينمائية عبر السيميائية.

السيميائية علم تحليل الدلالات، وبشكلٍ أكثر توسعاً: ربط الدلالات بالأيديولوجيات والثقافة المجتمعية والأبعاد الاقتصادية وكذلك علم النفس وتحليل الخطاب (شولز، 1994).

نتيجةَ ما تقدم وتشابكه ببعضه، ستسعى الدراسة إلى تحليلٍ سينمائي سيميائي يخرج بنتائجَ عن الصورة الذهنية لصورة المؤسسة الإعلامية في السينما الأمريكية.

الفصل الأول

الإطار العام

1.1 مشكلة الدراسة وأسئلتها وأهدافها

1.2 مبررات الدراسة

1.3 أهمية الدراسة

1.4 الدراسات السابقة

1.5 منهجية الدراسة وإطارها النظري

1.6 عينة الدراسة ومبررات اختيارها

1.7 مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

1.8 صعوبات الدراسة

تمهيد:

تسعى الدراسة في هذا الفصل إلى منح تعريفٍ وتوجيهٍ للمحتوى اللاحق عبر استعراض المشكلة التي تحاول إثارتها، موضحةً أسئلتها وأهدافها التي تطرحها وأسباب انتقائها وما الأهمية والفائدة المتوقعة منها، ومبينةً منهجيتها والنظرية المرتكزة عليها في تحليل الأثر الفني (العينة السينمائية) المُنتقى بعد الاطلاع على مجموعةٍ من الدراسات السابقة، وكذلك أبرز مصطلحاتها وتعريفاتها والصعوبات المعترضة لعملها.

1.1 مشكلة الدراسة وأسئلتها وأهدافها:

تُعد الإنتاجات الأمريكية الدرامية، سواء أكانت أفلاماً أم مسلسلات، أكثر المحتويات الإعلامية تشكيلاً للقيم والعادات وكذلك التصورات وتبني المواقف اتجاه الموضوعات المختلفة، وكلما ازداد التعرض لها أصبح مُشاهدها يميل للنظر إلى الحياة من حوله وفقاً لما تُقدِمُ له (سردوك، 2016).

وبالارتهان إلى ما ذُكر في المقدمة حيال السينما الأمريكية وانتشارها دولياً، نستطيع توليدَ استقراءٍ أولي لأهميتها في تكوين الصور الذهنية وما قد يليها من أفكارٍ وآراء.

قد يعتقد متابع السينما أنها تقنياتٌ لعرض محتوياتٍ مرئية، لكنها تتداخل مع السياسة والاقتصاد والأيديولوجيات والرغبات، لِتُوجِدَ –سوياً– آليةً تَخلِقُ للمُشاهد حالةَ اندماجٍ لـ"قولبة وعقلنة اللاواقعي من خلال الواقع" (العماري، 2019)، أي جعل غير الحقيقي حقيقياً بتمثيله سينمائياً.

من هنا تتحدد مشكلة الدراسة في صورة المؤسسة الإعلامية المقدمة عبر السينما الأمريكية، وتأثير التمثيليات السينمائية على الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية والعمل الإعلامي.

وكون السينما لا تكتفي بعرض الصور بل "تحيطها بعالمٍ محدد" (غوار، 2018)، فإن **مشكلة الدراسة يمكن بلورتها في تساؤلٍ رئيس: كيف تُمثل السينما الأمريكية صورة المؤسسات الإعلامية؟**

يتفرع عن السؤال السابق أسئلةٌ عدة:

1. ما الدلالات السيميائية للعمل الإعلامي في فيلم "The Post"؟
2. ما الأسطورة الذهنية المُتشكلة عن المؤسسات الإعلامية عبر فيلم "The Post"؟
3. ما الأساطير المجتمعية المقدمة لوظائف المؤسسات الإعلامية المهنية في فيلم "The Post"؟

بالتكامل مع ما ورد أعلاه، فالدراسة تهدف إلى:

1. رصد وتفسير الدلالات السيميائية للعمل الإعلامي في فيلم "The Post".
2. تحليل الأسطورة الذهنية المقدمة عن المؤسسات الإعلامية عبر فيلم "The Post".
3. توضيح أشكال حضور المؤسسات الإعلامية في فيلم "The Post".

1.2 مبررات الدراسة:

اختار الباحث موضوع الدراسة لملاحظته (المُوثقة في المقدمة بشكلٍ أوليّ) لانتشار السينما الأمريكية دولياً وتأثيرها على فئاتٍ مجتمعيةٍ مختلفةٍ بتنوع مستوياتها الثقافية وأماكنها الجغرافية، ولملاحظته (التي ستُعالج لاحقاً) لصورةٍ ذهنيةٍ تتكون من السينما الأمريكية عن واقع المؤسسات الإعلامية والعمل الإعلامي لا تتلاءم مع المبادئ المهنية الإعلامية.

وبالاطلاع على ماهية الصورة الذهنية واختلافها عن الصورة النمطية بأن علاقتهما علاقةُ الجزءِ بالكل، وأن الذهنية لم "تتقولب" مجتمعياً كما النمطية المُتسمةِ عادةً بالسلبية فيمكن تصحيحها وتعديلها، فهناك فرصةٌ في تكوين "صورةٍ ذهنيةٍ إيجابيةٍ" عن المؤسسات الإعلامية قبل الوصول إلى القولبة والتنميط، بدلاً من الصورة المستمدة من السينما الأمريكية حالياً.

1.3 أهمية الدراسة:

1.3.1 الأهمية العلمية (النظرية):

تنبع الأهمية العلمية للدراسة من ندرة المؤلفات العربية المُتناوِلة لصورة المؤسسات الإعلامية والعمل الإعلامي، خاصةً أن التحليل السيميائي وبالتحديد السينمائي السيميائي يُعد مستحدثاً في البحث العلمي العربي، مما قد يجعل الدراسة الحالية تعزيزاً لسد الفراغ المذكور.

ورغم وجود مؤلفاتٍ وأبحاثٍ عربيةٍ في التحليل السينمائي السيميائي، إلا أنها تتصف بالتقليدية في انتقائية أفكارها إذ انحصرت بالمحلية منها، فحلل أكثرها صورةَ العربي والمسلم و"الإرهابي" في المقام الأول، ومنها من ذهب إلى صورة المرأة لدواعٍ اجتماعية، فيما غابت التحليلات الخاصة بالمهن والفئات والجهات الأخرى كالمؤسسات الإعلامية وغيرها.

إلى جانب ندرة المؤلفات العربية وتقليدية موضوعاتها في السيميائية السينمائية، فإن فيها خلطاً بين مصطلحاتٍ ومفاهيمَ تُعتبر في صلب التحليل السينمائي السيميائي، كغياب التفريق الواضح بين الصورتين الذهنية والنمطية، وكذلك بين المصطلحات السيميائية الثلاثة الرئيسة: الدلالة والدال والمدلول، إذ تُفرِدُ الدراسةُ الحالية لهاتين المسألتين مساحةً في الفصل الثاني.

1.3.2 الأهمية العملية (التطبيقية):

تأتي الأهمية العملية للدراسة من رؤيتها لحاجة المؤسسات الإعلامية للوقوف على الطريقة التي تُقدَمُ عليها سينمائياً، وذلك كي تحمي نفسها وموظفيها من الانعكاسات السلبية على مكانتهم الاجتماعية وصورهم الذهنية المتكونة سينمائياً لدى الجماهير.

تتجلى الفكرة أكثر في ذكر قوة التأثير والاقناع التي يتمتع بها الإعلام المرئي والسينما وبالتحديد السينما الأمريكية، وهو الموضوع الذي يتناوله الفصل الثالث، خاصةً أن السينما الأمريكية، كما في الفصل الرابع، لا تقدم المؤسسات الإعلامية بالصورة المهنية الواجب أن تكون عليها.

بناءً على ما سبق تأتي الدراسة في محاولةٍ لوضع أساسٍ علمي للمؤسسات الإعلامية لإيجادِ آليةٍ للرد، أو استدراك الخطر حيال تمثيلهم السينمائي قبل تحوله من صورةٍ ذهنيةٍ إلى أخرى نمطية.

1.4 الدراسات السابقة:

1.4.1 عرض الدراسات السابقة:

اطلع الباحث على دراساتٍ سابقةٍ عدةٍ لكنها ليست متماثلةً بشكلٍ مباشرٍ مع موضوعه نظراً لندرة الخوض فيه، لكنها تُفيد في سياقاتٍ أخرى كمنهجيتها ونظريتها ومحددات تحليلها. يستعرض الباحث ثماني منها، خمسٌ عربية وثلاثٌ إنجليزية.

في الدراسات العربية تناولت دراستان صورة المسلم وأخرى صورة العربي، بينما كانت دراسةٌ لصورة المعلم لكن في السينما المصرية وأخرى لصورة المتصوف لكن في السينما التركية.

أما في الدراسات الإنجليزية فأتت دراسةٌ لصورة النسوية وأخرى لصورة الأدوار الجندرية، فيما كانت أخرى لصورة الطبقات المجتمعية لكن في السينما الكوريّة الجنوبية.

الدراسات العربية:

1. دراسة ماجد حرب وخديجة الحميد (2019) "المعلم وقضايا التعليم في السينما المصرية":

سعت الدراسة في مشكلتها إلى تحليل صورة المعلم في السينما المصرية، لرؤية الباحثَين أن المجتمع "يعيش في ثقافةٍ مشبعةٍ بالصورة" وأن الأفلام لا تكوّن ثقافته فحسب بل تعيد بناءها، ويترابط هذا مع رؤيتهما لأهمية وظيفة المعلم مجتمعياً لكنه يحظى بتصويرٍ سينمائي سلبي.

هدفت الدراسة إلى الوقوف على صورة المعلم في السينما المصرية والقضايا التربوية المُركز على إثارتها وبأي صورةٍ تظهر للمُشاهد، وذلك عبر منهج التحليل السيميائي باستخدام النظرية السيميائية ورصد ثلاثة محددات: السيناريو، الحوار، شكل البيئة.

اختارت الدراسة عشرة أفلام عينةً لها وهي: "الإنسان يعيش مرتين"، "آخر الرجال المحترمين"، "الشقة من حق الزوجة"، "التعويذة"، "انتحار مدرسٍ ثانوي"، "البيضة والحجر"، "الناظر"، "العاصفة"، "صباحه كذب"، "رمضان مبروك أبو العلمين حمودة"، وروعي أن يكون بطلها معلماً أو أحد شخصياتها البارزة وأن تكون قد حققت اقبالاً جماهيرياً.

أبرز النتائج:

-إدارة المدارس تظهر بصورةٍ فاسدةٍ ومرتشية.

-التعليم المدرسي لا يحفل بالرياضة والفنون بقدر الحقول الدراسية الأخرى.

-المعلم عرضةٌ للسخرية والتندر والإهانة، والمعلم فقيرُ الحال ويستحق الصدقة.

-الواقع الاجتماعي يقود المعلم إلى اليأس والقهر وقد يوصله إلى الانتحار.

2. دراسة هاجر دهكال (2019) "التصوف في السينما التركية المعاصرة":

سعت الدراسة في مشكلتها إلى تحليل صورة المتصوف وتصويره سينمائياً، لاعتبار المعتقدات الدينية من أهم ركائز النُظم الاجتماعية، وارتباط التصوف بالمجتمع التركي تاريخياً في ظل تقدم تركيا السياسي وتأثير ثقافتها على مجتمعاتٍ أخرى عبر ما يُعرف بالقوى الناعمة.

هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية تناول السينما التركية للمتصوف والصورة المقدمة عنه عبر منهج التحليل السيميائي باستخدام النظرية السيميائية ورصد ستة محدداتٍ: السيناريو، الحوار، الألوان، صفات الشخصيات، التصوير والديكور، المؤثرات الصوتية.

اختارت الدراسة فيلم "الأب الخباز" عينةً قصديةً، لكونه من إنتاجٍ وإخراجٍ تركي وحائزٍ على جوائزَ عديدةٍ ومُترجمٍ لأكثر من خمسين لغةً وحاصلٍ على مشاهداتٍ عالية.

أبرز النتائج:

-التركيز على تدرج المَشاهد والمراحل الزمنية، فكل مرحلةٍ عبرت عن فترةٍ في رحلة المتصوف.

-الاعتناء بمَشاهد الحوار، للدلالة على الحكمة التي يُبنى عليها الفكر المتصوف.

-مثَّل اللونان الأسود والأبيض "دورة حياة المتصوف": الحمل والموت، السير عبر النور.

-اعتُمِدَ على اللقطاتِ الواسعة لإظهار البيئة المتصوفة الهادئة المتواضعة.

-سُخرت الموسيقى الروحانية المتصوفة لدمج المُشاهد مع الأحداث.

3. دراسة رؤى أبو عاصي (2018) "الصورة النمطية للمسلم في السينما الغربية":

سعت الدراسة في مشكلتها إلى تحليل صورة المسلم في السينما الأمريكية، لانعدام علاقة ما يقُدم بالواقع وأنها تمثيلياتٌ تخدم الإمبريالية الغربية نظراً لانتشار السينما الأمريكية وتأثيرها.

هدفت الدراسة إلى تبيان تأثير صورة المسلم على الرأي العام الغربي وتغذية عدائه له، وذلك عبر منهج التحليل السيميائي باستخدام النظرية السيميائية ورصد ستة محددات: السيناريو، الحوار، صفات الشخصيات، شكل البيئة، الإضاءة والألوان، الأشكال.

اختارت الدراسة اثني عشر فيلماً عينةً لها وقد انتُقيت بعد مشاهدة عشرات الأفلام ذات العلاقة، وهي: "Camp X-Ray", "2012", "Taken", "The Kingdom", "A Hologram for The King", "Don't mess with The Zohan", "American sniper", "The Dictator", "The stoning of Soraya", "Traitor", "Civic duty", "Non-step".

أبرز النتائج:

-الإسلام متسببٌ بأحداث "11 سبتمبر" بدمج الصلاة الإسلامية مع تفجير البرجين.

-المسلم همجي وعنيفٌ، والمسلم دائماً ملتحٍ وسمينٌ وعديمُ النظافة ومحاطٌ بالراقصات.

-استُخدمت إضاءةٌ صفراء للإيحاء بـ"رجعية المسلمين" مقابل إضاءةٍ طبيعيةٍ في مناطقَ أجنبية.

-أحياناً صوّرت الدول الإسلامية بالأبيض والأسود دلالةً على الرجعية والتخلف.

-استُخدم الهلال والنجمة لوشم أذرعِ أعضاءِ مجموعاتٍ "إسلاميةٍ إرهابية".

4. دراسة رضوان بلخيري (2010) "صورة المسلم في السينما الأمريكية":

سعت الدراسة في مشكلتها إلى تحليل صورة المسلم في السينما الأمريكية، لانتشارها العالمي ونظرة الغرب السلبية للمسلمين وتاريخهم نتيجة الصدامات على أصعدةٍ مختلفة.

هدفت الدراسة إلى استخلاص الخلفيات الأيديولوجية لصورة المسلم المُقدمة في السينما الأمريكية وتفكيك دلالاتها عبر منهج التحليل السيميائي باستخدام النظرية السيميائية ورصد خمسة محدداتٍ: السيناريو، الحوار، صفات الشخصيات، شكل البيئة، الألوان.

اختارت الدراسة فيلمي "The Kingdom" و"Traitor" عينةً لها لكونهما مباشرين في مضمونهما ونظراً للضجة الإعلامية التي أحدثاها. الفيلم الثاني له خصوصيةٌ لكونه أول الإنتاجات السينمائية ذات العلاقة بعد "11 سبتمبر".

أبرز النتائج:

-الوجود الأمريكي في الدول الإسلامية والخليج العربي تحديداً لغاياتٍ ساميةٍ وإحقاق العدالة.

-الجندي الأمريكي في مقدمة القتال أما المسلم عند العمل المشترك ففي الصفوف الخلفية.

-الدين الإسلامي ينص على تعليماتٍ وشرائعَ للقتل والترهيب وسفك الدماء.

-المسلمون يربون أبناءهم على كره الولايات المتحدة والشعب الأمريكي.

-استُخدم اللون الأحمر للدلالة على حب المسلمين للقتل والدم وإيذاء الأبرياء.

رغم أن الدراسة مر عليها أكثر من عشرة أعوام إلا أن اختيارها يُبرر بقوة طرحها واستخدامها لأسلوبٍ مفصلٍ في التحليل السيميائي يشابه الدراسة الحالية.

5. دراسة نوار ثابت (2010) "العرب في سينما هوليوود بعد الحادي عشر من أيلول 2001":

سعت الدراسة في مشكلتها إلى رصد صورة العربي في السينما الأمريكية، لقدرتها على "صنع نموذجٍ للآخر" بأبعادها السياسية والثقافية، الأمر الذي أثر على العربي المصوّر بشكلٍ بشعٍ ومعادٍ للحضارة والتقدم وأنه مرادفٌ للجهل والتخلف.

هدفت الدراسة إلى تحليل تمثيل العربي بشكلٍ مخصصٍ ما بعد "11 سبتمبر" عبر منهج التحليل السيميائي باستخدام النظرية السيميائية ورصد أربعة محدداتٍ: السيناريو، الحوار، صفات الشخصيات، شكل البيئة.

اختارت الدراسة أربعة أفلامٍ عينةً لها وهي: "The Kingdom", "Body of lies", "Rendition", "Syriana"، واشتُرط أن تكون منتجةً بعد "11 سبتمبر".

أبرز النتائج:

-العلاقة مع العرب قبل "11 سبتمبر" محصورةٌ بالنفط المُعتبر أمناً قومياً أمريكياً.

-العلاقة تحولت إلى محاربةٍ مشتركةٍ "للإرهاب" بتميزٍ عسكري أمريكي وتدنٍ عربي.

-الدول العربية مُنتجةٌ "للإرهابيين" وغير آمنةٍ للأجانب، والقواعد العسكرية هدفها حماية العرب.

-العربي المثقف يطمح ويتمنى دائماً الهجرة إلى الولايات المتحدة الأمريكية بأية طريقةٍ كانت.

-الانتحاري "مسلمٌ متدين" يكرر عبارات التكبير، خريجٌ في طبٍ أو هندسةٍ من جامعاتٍ أجنبية ويستخدم أسلحةً روسيةَ الصنع ويختار الأماكن المزدحمة بالمدنيين لتفجير نفسه.

رغم أن الدراسة مر عليها أكثر من عشرة أعوام إلا أن اختيارها يُبرر بقوة طرحها وكثافة تركيزها على الصورة وعلاقتها بالنظرية السيميائية، وهو أحد محاور الفصول القادمة.

الدراسات الإنجليزية:

1. دراسة فيكي ديانيا (2020) "صورة الطبقات الاجتماعية في السينما":

سعت الدراسة في مشكلتها إلى تحليلٍ نقدي لاختلافات الفئات الطبقية وتأثيرها على هويات الأشخاص، وذلك بناءً على الوضع الاقتصادي إثر تراكمية الاختلافات على مر العصور.

هدفت الدراسة إلى تحليل الهيمنة الطبقية وتقديم تفسيراتٍ لها، وذلك عبر المنهج التحليلي السيميائي باستخدام النظرية السيميائية ورصد خمسة محدداتٍ: السيناريو، الحوار، المؤثرات الصوتية، صفات الشخصيات، وحركة التصوير.

اختارت الدراسة فيلم "Parasite" (الطفيلي) عينةً قصديةً لها، لكونه يمثل دراما واقعية حول الهيمنة الطبقية، ولوجود دلالاتٍ لها علاقة بالثقافة الشعبية والخواص الشخصية كالملابس ولون البشرة والرفاهية ورائحة الجسم، وكذلك قدرته على النجاح الدولي بحصده جائزة عدة لحفل "الأوسكار" لعام 2020 من بينها أفضل عمل رغم كونه فيلماً كورياً جنوبياً لا أمريكياً.

أبرز النتائج:

-سهولة الحياة وأسلوب حياة مختلف بين الفقراء والأغنياء، فكلما كانت الطبقة أكثر ثراءً استطاعت العيش في المرتفعات وابتعدت عن الفيضانات التي تشتهر بها سواحل شرق آسيا.

-الاختلافات في الملابس لدى كل طبقة تجعل الغني فخوراً والفقير خجلاً، وتظهر الملابس العادية علامةَ خجلٍ وخزي.

-هناك حدود غير ظاهرة بين الطبقات الاجتماعية تتجلى في عدم إمكانية الحصول على الموارد المادية والفرص بالعدل بين أفراد المجتمع.

-يمكن أن تصبح رائحة الجسد هويةً طبقية، فالفيلم لم يتحدث عن "فقيرٍ وغني" مباشرً بل وَصَفَ الفئات وفقَ رائحتها، وتراكم الاشمئزاز من رائحة الفقراء جَسّدَ الطبقية وأوصل الفقراء إلى الجريمة.

2. دراسة ريما سارة (2021) "صورة النسوية في فيلم Jane Eyre":

سعت الدراسة في مشكلتها إلى رصد صورة النسوية في الشخصية الرئيسة من فيلم " Jane Eyre"، خاصةً أن البطلة تخوض مواجهةً لتلبية طموحاتها وسط مجتمعٍ غير متعاونٍ معها.

هدفت الدراسة إلى تحليل شخصية البطلة "جين إير" عبر منهج التحليل السيميائي باستخدام النظرية السيدية ورصد أربعة محددات: السيناريو، الحوار، صفات الشخصيات، حركة التصوير.

اختارت الدراسة فيلم "Jane Eyre" عينةً قصديةً مبررةً ذلك باحتوائه على العديد من العناصر الممكن تحليلها سيميائياً.

أبرز النتائج:

-البطلة "جين إير" تمثل نموذجاً سينمائياً للنسوية وأحقية المرأة باختيار تفاصيل حياتها المختلفة.

-تستطيع المرأة التحرر من الاضطهاد والوصول إلى الاستقلالية وإن كان في القرن الثامن عشر.

-بإمكان المرأة أن تتطور وتكتسب المهارات المختلفة إن أُتيحت لها الفرصة ولو بشكلٍ فردي.

-المرأة قد تتعرض للخوف والعزلة إن قررت الاستقلال، لكنه حالٌ مؤقت إن مضت قُدماً.

-الوضع الاقتصادي هو ما يضع المرأة في قالبٍ اجتماعي محدد، وتغييره يأتي بخروجها للعمل.

3. دراسة ميلي ريدارياننثي ونويل إثيلبرت (2021) "تحليل سيميائيات الأدوار الجندرية في تمثيليات الرجل العنكبوت":

سعت الدراسة في مشكلتها إلى تحليل أدوار الجنسين (الذكر والأنثى) في فيلم " Spider-Man: Into the Spider-Verse" (الرجل العنكبوت: بداخل عالم العنكبوت) وكيفية تمثيلهما والسيناريوهات الخاصة بهما.

هدفت الدراسة إلى الوصول إلى الأسباب الخفية وراء صورة كل شخصية وإن كان هناك سببٌ جندري وراءها عبر منهج التحليل السيميائي باستخدام النظرية السيميائية ورصد محددين: السيناريو، صفات الشخصيات.

اختارت الدراسة فيلم "Spider-Man: Into the Spider-Verse" عينةً قصديةً نظراً للشعبية الكبيرة التي حظي بها عالمياً، وتواجد شخصيات رئيسة من الجنسين تؤدي أدواراً محورية.

أبرز النتائج:

-لا يُحتكم إلى التوصيفات النمطية الجندرية في بناء صورة الذكر أو الأنثى في الفيلم.

-كلا الجنسين يظهران بأدوارٍ متعددة بناءً على سياق الأحداث وليس احتكاماً إلى الجندر.

-يظهر كل من الرجال والنساء على حدٍ سواء بسماتٍ ذكوريةٍ أو أنثويةٍ وفقاً للسيناريو.

-تبتعد مظاهر الشخصيات عن فكرة "المراهق المثالي" كشريطة أن يكون الشاب طويلَ القامةِ مفتولَ العضلات والفتاة نحيفةً شقراء.

1.4.2 التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

رغم أن الدراسات السابقة لم تتناول صورة المؤسسة الإعلامية لندرة الخوض في الموضوع كما وُضِحَ قبل عرضها وكذلك في أهمية الدراسة (1.3.1)، إلا أنها قدمت تحليلاتٍ سينمائيةٍ سيميائيةٍ لفئاتٍ تمتاز بالأهمية المجتمعية والثقافية كما شأن المؤسسات الإعلامية.

اشتركت الدراسات السابقة باستخدام منهج التحليل السيميائي والنظرية السيميائية، وأكدت على أهمية الصورة الذهنية في تكوين آراء المشاهدين وعلى قوة السينما جماهيرياً وتحديداً الأمريكية.

ولم تختلف كذلك في محددات التحليل، فتماثلت في السيناريو والحوار وصفات الشخصيات وشكل البيئة، ومنها من حلل الديكور والإضاءة والألوان والأشكال والمؤثرات الصوتية.

استُفيد من الدراسات السابقة بعد الاطلاع عليها والاسترشاد بها بتكوين وإثراء الأفكار حول طريقة العمل الواجب اتباعها، وكذلك في صياغة المشكلة والأسئلة والأهداف والأهمية والمنهجية والإطار النظري.

1.4.3 الاتفاق والاختلاف مع الدراسة الحالية:

تتفق الدراسة الحالية مع سابقاتها باستخدام منهج التحليل السيميائي والنظرية السيميائية، والتركيز على ترابط السيميائية بالصورة الذهنية، وأهمية السينما وبالأخص الأمريكية في التأثير العالمي، وتجتمع معها أيضاً في قسمٍ من محددات التحليل.

لكن تختلف الدراسة الحالية عن سابقاتها في الموضوع الرئيس، وفي سعيها للتركيز على الصورة الذهنية حصراً وتبيان اختلافها عن النمطية، ومحاولةَ الحث على تغيير الصورة الذهنية الحالية بدلاً من الاكتفاء بتحليلها.

1.5 منهجية الدراسة وإطارها النظري:

1.5.1 منهجية الدراسة:

-**نوع الدراسة ومنهجها:** دراسةٌ وصفيةٌ نوعية، فالوصف يُستَخدم في البحوث السلوكية والاجتماعية والإعلامية لارتباطه بدراسة "الأحداث والظواهر والآراء وتحليلها وتفسيرها" للوصول إلى نتائج مهمة، إما لتصحيحها وإما لتحديثها وإما لتطويرها (إبراهيم، 2017، ص. 63).

ستَستخدم الدراسة منهج التحليل السيميائي، والذي يهدف إلى تفسير الدلالات لغوية وغير لغوية، والعلاقة بين الدلالة وما تدل عليه وبين الدلالة والدلالات الأخرى (حمدي، وسطوطاح، 2019).

-**أداة الدراسة:** تحليل محتوى الأثر الفني-الفيلم (العينة) سيميائياً من خلال الباحث نفسه، على أن تجري العملية بالاعتماد على المستويين التعييني والتضميني وبالارتكاز إلى أفكار رولان بارت.

المستوى التعييني يعالج المحتوى الظاهر للعيان، أما التضميني فيعد أعمق درجات التفسير لإيضاحه المعاني الخفية لما قد استُخلِص في التعييني (تشاندلر، 2008).

سترصد وتحلل الدراسة تسعة محددات (دلالات) في الأثر الفني-الفيلم: السيناريو، الحوار، لغة الجسد، المؤثرات الصوتية، الألوان، الإضاءة، حركة التصوير، إطار الصورة، القطع.

1.5.2 الإطار النظري:

ستعتمد الدراسة على السيميائية وفقاً لرولان بارت، والذي عرّفها بأنها "علم الأدلة" (الدلالات) وكل ما يمكن اعتباره دلالةً كالصور والأصوات والإيماءات والطقوس والشعائر والرموز (بارت، 1987)، أو وجود جزء أو كل ما سبق ضمن منظومةٍ متكاملة.

اختارت الدراسةُ السيميائيةَ لدى بارت نظراً لتطويره السيميائيةَ الأولى التي وضعها فردناند دي سوسير، وابتعاده عن سيميائية تشارلز بيرس التي أُحيلت بعد رحيل مؤسسها إلى التشعب والتعقيد، وكذلك استخدامِ بارت للسيميائيةِ في نقد حقولٍ اجتماعيةٍ وثقافيةٍ مختلفةٍ كالفنون والرياضة والأزياء وغيرها، مما حررها من تقييد "المنهج المنطقي" الذي بُنيت عليه المدرسة البيرسية، وذلك لقراءاته واطلاعه المتعدد على علومٍ مختلفةٍ كالفلسفة والاجتماع والتاريخ واللسانيات.

يذهب بارت إلى تناول الدلالات (كما دي سوسير) بجعلها تتكون من ثنائية: الدال والمدلول، وأن الدال هو المُرسَل باختلاف أشكاله (مقروء، مرئي، مسموع، محسوس، إلخ)، أما المدلول فما يُدرك من الأشكال ذهنياً بعد التحليل والتفسير (تشاندلر، 2008)، أي المستويين التعييني والتضميني.

يطلق بارت (2012) على نتائج نظامه الدلالي "الأساطير"، مؤكداً اختلافه عن المعنى التقليدي للأسطورة، فيوضح أن الأسطورة "دالٌ" يستمر بشكلٍ متواصل بإنتاج "مدلولات" (إيحاءات، صور)، وهذه المدلولات موجودةٌ في أفكار المجتمع وثقافته وفنونه وطقوسه المختلفة بتنوع أشكالها (مقروءة، مرئية، إلخ)، أو قد تصبح موجودةً بتسخير الأشكال على المدى الطويل، فبالتالي يمكن لأي دالٍ كفكرةٍ خام أن يصبح أسطورةً عبر الأشكال، أي عبر التطبيق النصي أو المرئي وخلافه.

الأسطورة لدى بارت عبارةٌ عن "قيمةٍ" مجتمعيةٍ أو فكريةٍ تنتج على إثر استمرارية التعرض للدوال (الصور الذهنية) عبر الأشكال المختلفة، وبالتالي تتحول من مجرد فكرةٍ خام في بداياتها إلى "أسطورة"، أي "قيمة"، وبعبارةٍ أكثر تبسيطاً: انتماءٌ وتبني لما تحمله من توجيهاتٍ وأفكار.

في العمل الإعلامي يقدم الوسيط المرئي دلالاتٍ عديدةً ليست بالضرورة موجودةً معاً في الوقت ذاته، أو حتى متوفرةً على أرض الواقع كالمؤثرات السمعية والبصرية وحتى بعض الصور، وعبرها سوياً يشكل محتوى يقدمه للجماهير (أبو الرب، 2010).

ومع استمرارية عرض الدلالات، أي جعلِها نَسَقاً تواصلياً دائماً، فإنها ستُشكل صوراً ذهنيةً في وعي الجماهير قابلةً للانتقال إليهم بسهولة. تصبح هذه الدلالاتُ والصور الذهنية مهمةً حينما يكون هنالك ربطٌ بينها والواقع الحياتي (أبو الرب، 2010).

السيميائية لا تتوقف عند هذا الحاجز، فتجتازه لتصل إلى الرغبة في إقناع المتلقي بأن الدلالات والصور الناتجة هي الحقيقة بذاتها، لتشكل بذلك واقعاً جديداً وتبنٍ لأفكاره (بوسينس، 2017).

من هذا المنطلق تظهر أهمية المنهجية والنظرية المتبعتين للتأكيد على وجودٍ تمثيلٍ للمؤسسة الإعلامية في السينما الأمريكية يمنح تصوراً محدداً عنها للجمهور المتلقي.

1.6 العينة ومبررات اختيارها:

اختار الباحث فيلم "The Post" (2017) أثراً فنياً (عينةً قصديةً) بعد مشاهدته للعديد من الأفلام ذات العلاقة، وأتى الاختيار لاعتباراتٍ عدة، إذ يقدم الفيلم المؤسسة الإعلامية وفقاً لطبقاتها المختلفة: المالكون، المديرون، الموظفون، المتدربون، الأمر الذي قلّما وُجِدَ في الأفلام الأمريكية الأخرى التي ظهرت فيها المؤسسات الإعلامية.

تأتي أهمية "The Post" أيضاً من ارتكازه على أحداثٍ حقيقيةٍ صَنعت ضجةً عالميةً إعلامياً وسياسياً عام 1971 عرفت بقضية "أوراق البنتاغون"، وكذلك حيازته على تقييم وصل إلى 10/7.2 من مواقعَ عالميةٍ متخصصة، والتي تُعتبر درجةً عاليةً نظراً لصرامة التقييم.

في عام إصداره وصل "The Post" إلى القائمة النهائية لتشريحات "الأوسكار" عن جائزتي أفضل عمل وممثلة، وكان قد ضَمّ في طاقمه نجوماً من الصف الأول. يُضاف إلى كل ما سبق إتاحة المشاهدة عبر الإنترنت، أي أنه ليس عملاً يصعب الوصول إليه.

1.7 مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

1. صورة المؤسسة الإعلامية:

اصطلاحاً: الكيفية التي تُعامل بها المهن الإعلامية من الآخرين وكيف يُنظر إليها وإلى محتواها المُقدم عبر وسائل الإعلام (كامل، 2017).

إجرائياً: طريقة تقديم وتمثيل المؤسسات الإعلامية والعمل الإعلامي في السينما الأمريكية، والكيفية التي تظهر عليها ممارساتها المهنية وصفات موظفيها وتصرفاتهم.

2. السينما الأمريكية:

اصطلاحاً: العمل البادئ عام 1903 على يد إدوين بورتر بإنتاج وإخراج فيلم "سرقة القطار الكبرى" في مدينة نيويورك والمستمر حتى اللحظة (بلبشير، 2020).

إجرائياً: الأفلام الصادرة عن شركات الإنتاج السينمائي الأمريكية داخل مدينة هوليوود وخارجها.

3. البطولة في السينما:

اصطلاحاً: الوقوف إلى جانب العدالة وتمكين الأخلاق النبيلة والتضحية بالخاص من أجل العام ومحاربة الخارجين عن القانون وحماية الأبرياء (بلبشير، 2020).

إجرائياً: كشف الفساد والفاسدين وإسقاط الحكومات وتحقيق العدالة، وإن كان ذلك من غير اختصاص من يفعله أو يترتب عليه خرقٌ للقانون أو الأخلاق.

4. السيميائية:

اصطلاحاً: علمٌ يدرس حياة الرموز والدلالات في وسطٍ مجتمعي (دي سوسير، 1987).

إجرائياً: دراسة وتحليل شتى أشكال العلامات من كلماتٍ أو صورٍ أو أصواتٍ أو إيماءاتٍ أو أشكالٍ أو ألوانٍ وخلافَ ذلك وما تحمله من معانٍ مواربة، ووجود ما سبق ضمن منظومةٍ متكاملة.

5. الصورة الذهنية:

اصطلاحاً: الانطباعات المتكونة في وعي الجماهير حيال فردٍ أو مجموعةٍ أو مؤسسة، ولا تأتي مرةً واحدة إنما نتيجة التراكمات المستمرة (الغباشي، 2013).

إجرائياً: الصورة التي تتجسد عليها الفئات أو المهن أو الشخصيات أو أي كيانٍ آخر في ذهن المتلقي عند ذكرها أو تذكرها، لكنها ليست نهائيةً وتقبلُ التعديل والتغيير.

6. الميثولوجيا:

اصطلاحاً: علم الأساطير المشتمل على دراسة التاريخ والأدب والأديان والفلسفة وعلم النفس وغيرها من العلوم (ألبيديل، 2015).

إجرائياً: المعتقدات المجتمعية والانطباعات المتشكلة لدى مجموعةٍ من الناس أو معظم الناس اتجاه فكرةٍ ما أو موضوعٍ محدد، وذلك بفعل وسيلة أو وسائل إعلام نتيجة الاستمرارية والتكرار.

1.8 صعوبات الدراسة:

تتلخص الصعوبات التي اعترضت اتمام الدراسة بالاختلافات العلمية بين المؤلفين والباحثين حيال السيميائيةِ لغةً واصطلاحاً، وكذلك الخلط العلمي لديهم بين الصورتين الذهنية والنمطية، القضيتان اللتان تُناقشان في الفصل الثاني.

الفصل الثاني

السيميائية والصورة الذهنية

2.1 السيميائية و"السيميولوجيا" لغةً

2.2 السيميائية ما قبل الحقبة المعاصرة

2.3 إشكاليات التعريف واعتماد الدراسة

2.4 السيميائية ضمن المدارس النقدية المعاصرة: ثنائية النص والمعنى

2.5 الصورة الذهنية وتكوينها واختلافها عن الصورة النمطية والترابطية مع السيميائية

تمهيد:

تسعى الدراسة في هذا الفصل إلى إيضاح مفهومين رئيسين في صلب تكوين فكرتها ومنحهما تأصيلاً بحثياً، وذلك لإزالة التباساتٍ شائعةٍ عنهما، ليس في المجال البحثي العلمي فحسب بل في الميدان الثقافي أيضاً، وهما السيميائية والصورة الذهنية.

ولهذا تقدم الدراسة تأصيلاً لغوياً للسيميائية (2.1)، ثم تأتي إليها اصطلاحاً وآليةً عبر التنقل بين ما قبل الحقبة المعاصرة (2.2) وثم التدرج حتى الوصول إلى حقبة المؤسسَين المعاصرَين فردناند دي سوسير وتشارلز بيرس (2.4)، وكذلك إيضاح موقف الدراسة من التنازعات بين الكُتاب حيال الدلالة والدال والمدلول (2.3).

على الجانب الثاني كثرت التسميات المرافِقة للصورة الذهنية الموافِقة والمخالِفة، وشاع كذلك اختلاطها بالصورة النمطية، مما حتّم إلى جانب استعراض مفهومها وأنواعها وأهميتها وآلية تكوينها، الوقوفَ على الفوارق مع النمطية لحفظ أساس الفكرة البحثية ولتقديم ما غاب عن أصحاب الدراسات السابقة، قبل أن تطرح مبدأ الترابط بين السيميائية والصورة الذهنية، مؤكدةً على توحدهما في بوتقةٍ مشتركةٍ تخدمها لا أنهما غير متآلفين (2.5).

2.1 السيميائية و"السيميولوجيا" لغةً:

في كثيرٍ من المؤلفات يرجع أصل السيميائية اللغوي إلى اليونانية من تلاحم كلمتي "Semeion" بمعنى علامة و"Logos" أي الخطاب أو العلم، لتشكلا سوياً "Semiologie" أو بلفظ "السيميولوجيا" المُترجَم إلى علم الدلالات (توسان، 1994).

استخدم فلاسفة الإغريق كذلك "سيميوطيكي" في زمن الرواقيين (إيكو، 2005)، أو المنطوقة "سيميوطيقا" و"سيميوطيقيا" والمعمول بها أصلاً في المجال الطبي بمقصد "علم الأعراض" (داسكال 1987)، ويَرِدُ في اللغتين الفرنسية والإنجليزية كلاً من "Sémiology" و"Semiotic" على الترتيب (أوربع، 2019).

لكن السيميائية ليست تعريباً عن "السيميولوجيا" أو غيرها وإن كان هنالك تقاربٌ لفظي بينهما (لتناغم العربية واليونانية مع الأبجدية الفينيقية)، أو أن لها تأصيلاً عبرياً من "شيم يه" والتي تعني "اسم الله"، فالسيميائية معروفةٌ في العربية ولها جذرها اللغوي واشتقاقاته.

تقول العرب: السُومَةُ والسّيمةُ والسّيماءُ والسّيمِياءُ: العلامة، من الجذر سوم، فيُقال: "سَوَّمَ الفرسَ" أي "جعل عليه السَيمة"، وجاءت "السُومة" في سياق العلامة الموضوعة على الشاة أو المستخدمة في المعارك، ووردت "سِيما حسنة" ومرادُها علامةٌ حسنة (ابن منظور، 1997).

وذُكرت السيميائية في القرآن الكريم بمواضع عدة، نحو قوله تعالى:

{وَنَادَىٰٓ أَصۡحَٰبُ ٱلۡأَعۡرَافِ رِجَالٗا يَعۡرِفُونَهُم بِسِيمَىٰهُمۡ} (سورة الأعراف: 48).

{سِيمَاهُمۡ فِي وُجُوهِهِم مِّنۡ أَثَرِ ٱلسُّجُودِۚ} (سورة الفتح: 29).

{يُعۡرَفُ ٱلۡمُجۡرِمُونَ بِسِيمَٰهُمۡ فَيُؤۡخَذُ بِٱلنَّوَٰصِي وَٱلۡأَقۡدَامِ} (سورة الرحمن: 41).

2.2 السيميائية ما قبل الحقبة المعاصرة:

التوافق بين العربية والسيميائية ليس محصوراً في السياق القرآني والمعجمي، فالعرب عَرَفتها علماً وإن لم تُسمِها بشكلٍ مباشر، فيذكر الجاحظ (1948) عن علم البيان أنه "جامعٌ لكل شيءٍ كشفَ لك قناعَ المعنى" (ص. 76)، ثم قسّمه إلى "دلالاتٍ" من "لفظٍ وغير لفظ" (لسانيةٍ وغير لسانية) وهي: اللفظ، الخط، الإشارة، الهيئة، حساب اليد.

يضيف الجاحظ (1948) أن الدلالات الخمس لها صورةٌ "بائنةٌ" لظاهر المعاني وأخرى "مخالفةٌ" تُكشَف عند التحليل والتفسير.

لا تقتصر مثيلاتُ السيميائية في مؤلفات العرب السابقين على علم البيان لدى الجاحظ، فابن خلدون (2004) تحدث عن "علم أسرار الحروف" وأسماه "السيميا" و"السيمياء"، وإن تناوله انتقاداً لأفكار المتصوفة، إلا أنه أوضح انقسامَ الكلام لديهم إلى معنيين: ظاهرٌ وباطن.

العرب لم يكونوا وحدهم في علم السيميائية؛ القديس والفيلسوف أوغسطين (354–430م) كان قد طرح أن الدلالاتِ حَملٌ للمعاني وإرشادٌ للذهن إلى فكرةٍ محددة، وأوضح أوغسطين أن الكلام "إشارةٌ" تتكون من ثنائيةٍ: دالٌ حسي مسموعٌ ومدلولٌ ذهني فكري (داني، 2013).

الإغريق عبر أفلاطون وأرسطو والمدرسة الرواقية وزعوا السيميائية على ثلاثة محاور: الدال أو التعبير المُراد من المُرسِل، المدلول أو المضمون أو الرسالة بطرق التعبير المختلفة، الموضوع أو إحالة وفهم العلامة لدى المستقبل (إيكو، 2010).

2.3 إشكاليات التعريف واعتماد الدراسة:

بالنظر إلى محاور الإغريق، فمصطلحات "الدلالة" و"الدال" و"المدلول" بالأخص استخدمها مختلف علماء السيميائية لكن دون وجود آليةٍ معممةٍ واختصاصٍ لكل لفظ. يُرَدُ جزءٌ من السبب إلى الترجمة وقسمٌ آخرٌ إلى انتساب باحثين إلى مدارسَ دون نقدها، فتحولت القراءة في السيميائية إلى حالةٍ معقدةٍ ودخلت في شبكةِ ترابطاتٍ متغيرةٍ باستمرار (إيكو، 2010).

ويجد القارئ كذلك اختلافاً في تعريف السيميائية في مصادرها ومراجعها، أهي علم الدلالات أم علم العلامات أم علم الإشارات أم علم الرموز أم علم الشيفرات؟

تكمن أهمية هذه المسألة في تهديد العلاقة بين القارئ والمعلومة نتيجة ازدواجية المفاهيم وربما تعددها، فبالتالي يَتوَلدُ الخلط والتناقض الذي يُفضي إلى الخطأ في الاستنتاج، بل إن ثبات المفردة يشكل "دلالةً سيميائية" لها (عتيق، 2013)، فتوحد المصطلحات إن حصل في أي مجالٍ علمي "دليلٌ على وجود النسق والوضوح والشمولية" (عتيق، 2012، ص. 300).

وبناءً على ذلك تضح أهمية اختيار الدراسة للسيميائية وفقاً لما وضعه بارت (1987) في إطارها النظري (1.5.2)، وإيضاح أسباب الانتقاء كتطويره للسيميائية عمن سبقوه وابتعاده عند المدرسة البيرسية التي أُحيلت إلى التشعب والتعقيد.

2.4 السيميائية ضمن المدارس النقدية المعاصرة: ثنائية النص والمعنى:

أتت المدرسة السيميائية بمفهومها وعلومها الحالية كنتيجةٍ تراكميةٍ للنقد الأدبي البادئ قبل الحقبة المعاصرة (2.2)، لكن العلماء القدماء بقيت جهودهم ضمن إطار التجربة الضيقة دون أن تصبح ممنهجةً بشكلٍ عالمي أو مستقرةً على هيئةٍ بذاتها.

لكنها أخذت بالتبلور مع مطلع القرن التاسع عشر وانبثاق المدارس النقدية المعاصرة، والتي مهدت بشكلٍ متسلسلٍ للوصول إلى المدرسة السيميائية الحالية على يد السويسري–الفرنسي فردناند دي سوسير من بعد المدرسة البنيوية والأمريكي تشارلز بيرس.

2.4.1 المدرسة الانطباعية (التأثرية):

يعتمد أسلوب المدرسة الانطباعية على التذوق الفردي المرتهن للتجربة الشخصية، أي بالابتعاد عن الطريقة العلمية، فلا يهتم مُستخدمها بالنص بل يركز فقط على تأثير النص عليه، فيكون المقياس بالشعور والتذوق وحدهما (حمد، 2017 أ).

يتصف حكم المدرسة الانطباعية على النص وتحليل معناه بالتسرع والمبالغة، وقد تتحكم أهواء المُحلل أو تفضيلاته بالنتائج، مما قد يجعلها تتنافى مع الموضوعية نظراً لسطحيتها غير المبررة أو المُفسرة (حمد، 2017 أ).

يقدم إمبرت (1991) توضيحاً لأسلوب المدرسة الانطباعية بكونها قد تظهر على أنها "منهجُ من لا منهجَ له" وأنها فوضويةٌ وغير محايدة، لكنه يشير إلى أنها ليست أسلوباً للمبتدئين بل تُمارس بعد فترةٍ طويلة من التعلم المكثف.

لكن إمبرت (1991) يؤكد على إمكانية ظلم أعمالٍ مميزة نتيجة عدم انجذاب الناقد الانطباعي لها، وقد يُحلل عملاً تاريخياً بعيداً عن سياقه وظروفه بإسقاطه على حياته الشخصية واكتفائه بذلك دون مراعاة الفروق المحتملة بينهما.

2.4.2 المدرسة الشكلانية (الشكلية الروسية):

تلقت المدرسة الانطباعية انتقاداتٍ حادةً من مؤسسي المدرسة الشكلانية في موسكو، إذ أصر الشكلانيون على استقلالية الأدب عن أي مؤثرٍ خارجي، أي تحييد الرأي الشخصي لدى الانطباعيين المنبثق من أهوائهم والمؤثرات الاجتماعية المختلفة من بيئتهم المحيطة، فبالتالي رفض الشكلانيون كل ما يتعلق بالمؤلِف مُركزين فقط على المؤلَف (الدباغ، 1985).

يجد الشكلانيون العملية الأدبية الإبداعية أنها "تواترٌ" بين الكلام والإجراءات الفنية التي تغير من سياقه أو من شكله، أي أن "الشكل" أو كيفية المضمون وآليته هو المهم لديهم لا المضمون بذاته، فبالتالي رفضوا الخيال والحدس تماماً على النقيض من للانطباعيين (الدباغ، 1985).

وفقاً للمدرسة الشكلانية فإن ما يُعطي الأدبَ صفة الأدبِ أسلوبُ الصياغة والتراكيب اللغوية، مما أفضى إلى ظهور مصطلح "أدبية الأدب"، والذي تُعبر عنه الشكلانية بتساؤلها: "ما الذي يجعل الأدب أدباً؟" (الجبالي، 2016).

تطور موقف الشكلانية أكثر من المؤثرات الخارجية بوصولهم إلى مبدأ "موت المؤلِف"، والذي تبناه لاحقاً رولان بارت (الذي تستخدم الدراسة أفكاره إطاراً نظرياً لها) قبل تراجعه عن ذلك.

يقضي "موت المؤلِف" بالتعامل مع النص وحده دون أدنى علاقةٍ لمؤلفه به، أي تحييد أفكار المتعلقة بمن كتبه وظروفه الشخصية وبيئته أثناء استخراج معنى النص (مصطفى، 2018).

2.4.3 مدرسة النقد الجديد (النقد الحديث):

على النقيض ممن سبقوها، تُركز مدرسة النقد الجديد على دور القارئ في تفسير معنى النص، إذ يجد الحداثيون أن من المستحيل الحصول على معنى نهائي للنص يجعل أية إضافةٍ أخرى في غير موضعها (الرجال، 2020).

يرى الحداثيون أن كل نصٍ من الممكن أن تصله قراءةٌ جديدةٌ تجعل منه "شيئاً مختلفاً"، أي تولد معنى جديداً، لكنهم يُحذّرون من الانجراف وراء فرضية "دور القارئ"، وذلك كي لا تتحول عملية تفسير معاني النصوص إلى ما يشبه بعلم النفس الاجتماعي (الرجال، 2020).

تشترك مدرسة النقد الجديد مع الشكلانية باهتمامها بالنص كنصٍ فقط، لكنها تتوافق مع الانطباعية بالعودة إلى النواحي الإنسانية والاجتماعية والاهتمام بالعواطف (بعلي، 2018).

2.4.4 المدرسة البنيوية:

تقدم المدرسة البنيوية أسلوباً تحليلاً للنص يجعله "بُنيةً لغويةً وثقافيةً ونفسيةً قائمةً بذاتها"، وأن من الممكن تفكيك دلالات ومدلولات محتواها، بل والذهاب إلى استقراء مرجعيات كل دالٍ ومدلولٍ والمقارنة بينها من أجل التوصل إلى استنتاجاتٍ وتفاسيرَ مختلفة (كوثراني، 2012).

الخطاب البنيوي توسع إلى مجالاتٍ مختلفةٍ كالفلسفة والتاريخ وعلوم النفس والاجتماع والإنسان والاقتصاد، ورغم ذلك تعرضت البنيوية لانتقاداتٍ تتمحور حول إمكانية إغراء الباحث في المضي قُدماً في القراءات الذاتية للنص ومعناه دون الاهتمام بالسياق التاريخي، مما قد يحولها إلى تحليلاتٍ في ذهن الباحث لا أكثر (كوثراني، 2012).

النقد البنيوي يحاول تحليل النصوص بتفسير النص نفسه دون أن يحفل بالمؤثرات الخارجية التاريخية أو الاجتماعية أو السياسية وغيرها، فبذلك تتفق من ناحية المبدأ مع الشكلانية في فكرة "موت المؤلِف"، فتسعى إلى استخراج "لغةٍ ثانيةٍ" من النص الأصيل، أي استكشاف المعاني الخفية له، فيجعل النص بأكمله دالاً (حمد، 2017 ب).

المدرسة البنيوية تطرح نفسها على أنها "مُكملةٌ" لمبادئ مدرسة النقد الجديد وبالأخص لمبادئ المدرسة الشكلانية عبر تطوير أفكارها بجعل النص مكتفياً نفسه، بل واتخذت من اللغة "نموذجاً مُطلقاً صالحاً للتعميم" على جميع العلوم الأخرى (حمد، 2017 ب).

2.4.5 السيميائية المعاصرة وجهود فردناند دي سوسير وتشارلز بيرس:

رغم تأسيسهما للسيميائية المعاصرة إلا أن أفكارهما لم تُنشر في حياتهما، فكتاب "محاضراتٌ في اللسانيات العامة" لدي سوسير المتوفي عام 1913 صدر عام 1916، أما بيرس فقد توفي عام 1914 ولاحقاً جُمّعت مخطوطاته وبضعة أعمالٍ منشورةٍ ضمن ثمانية مجلدات.

في خضم مقارناته بين اللغات وحديثه عن اللسانيات اقترح دي سوسير (1987) فكرةً قال فيها: "ونستطيع إذاً أن نتصور علماً يدرس حياة الرموز والدلالات المتداولة في الوسط المجتمعي... ونطلق عليه مصطلح سيميولوجيا" (ص. 29).

وأكد دي سوسير (1987) أن هذا العلم (السيميائية) سيكون مُرشداً في أنواع الدلالات والمعاني وسيساعد الباحثين للوصول إلى القوانين التي ستضبطها، وطالما أن هذا العلم لم يُوجد بعد (حسب اعتقاده حينها) فليس من الممكن أن يُعلم مصيره.

وشدد دي سوسير (1987) على أن علم اللسانيات ليس إلا جزءاً من علم الدلالات الذي يتسع ليشمل الطقوس والعادات والأعراف المجتمعية، وأن الباحثين (وقتذاك) سيشعرون بالحاجة لجمع وتفسير كل ما ذُكِرَ وفقاً للمنطلق السيميائي.

كما طرح دي سوسير (1987) مبدأ الثنائية وأن الدلالة اللسانية تتكون من: تصورٍ وصورةٍ ذهنيةٍ (صوتٌ وفكرة)، وأسماهما "مدلولاً" و"دالاً" على التوالي. لكن تشاندلر (2008) صوب الترتيب وأكد أنه "دالٌ" و"مدلول"، ولعل السبب أن الكتاب نُقل عن محاضراته ولم يصدر عنه.

سيميائية دي سوسير كانت منبثقةً عن نظريته البنيوية وبالتحديد "البنيوية اللغوية"، ورغم أنه استخدم لفظ "النسق" أو "النظام" بدلاً من "البنيوية" غير المستعملة كاصطلاحٍ علمي قبل ستينيات القرن العشرين، إلا أنه يُعتبر المؤسسَ لها (صيد، 2018).

لا يجد فضل (2002) أن سيميائية دي سوسير منهجاً مشتقاً بعد البنيوية فحسب بل إنها بدأت معها تقريباً، إذ ارتكزت بنيوية دي سوسير على مبدأ "الثنائيات المتقابلة" أو "الأنظمة اللغوية" والتي بدأها بالتفريق بين اللغة والكلام، إذ اعتبر اللغةَ "مجموعةَ قواعدٍ ومبادئَ تعمل في ذهن الجماعة"، أي أنها مخزونٌ جماعي، أما الكلام فممارسةٌ فعليةٌ يوميةٌ للأفراد.

"ثنائيات سوسير" استُكملت بعد "اللغة والكلام"، فذهب إلى ثنائياتٍ أخرى حتى وصل إلى "الدال والمدلول" اللذين شكلا منهجه السيميائي، وذلك بطرحه لفكرة "الصوت وما يرتبط بالذهن" (خليل، 2007)، أي الصوت والفكرة كما هو أعلاه.

على الجانب الآخر لدى بيرس، فقد قال في بداياته: "ليس المنطق بمفهومه العام إلا اسماً آخرَ للسيميوطيقا، والسيميوطيقا نظريةٌ شبهُ ضروريةٍ أو نظريةٌ شكليةٌ للعلامات"، موضحاً أنها شبهُ ضروريةٍ أو شكلية لإمكانية استنتاج ما هو خطأٌ بجلاء (غزول، 1986، ص. 137–138).

واختزل بيرس فكرته عن مبدأ عمل السيميائية بقوله إن "العلامة أو المُصوَّرة" (ما يُرسَل) تَخلِقُ في ذهن المتلقي "علامةً مُعادِلةً" وربما أكثر تطوراً، وهذه العلامة الجديدة اسمها "مُفسِرة"، أي مفسرةٌ للعلامة الأولى التي أسماها "موضوعاً"، فتنوب المفسرة عن الموضوع في ذهن المتلقي لكن ليس في كل الجوانب إنما بما يجمعهما، في سياقٍ مشابهٍ للدال والمدلول (غزول، 1986).

لكن لا يعني هذا أن بيرس يُوافِق دي سوسير على مبدأ ثنائية الدال والمدلول، فقد طرح مبدأً ثلاثياً: الركيزة، الموضوعة، المفسرة، وتُرجمت أيضاً على الممثل والموضوع والمؤول. الركيزة شكل الدلالة، أما الموضوعة فمضمون الدلالة، والمفسرة ما يُدرك عند المتلقي (محمد، 2014).

يُلاحظ تشابه ثلاثية بيرس مع ثلاثية الإغريق آنفة الذكر، وليس الأمر بغريبٍ كونه استشهد بأفكارهم أثناء تقديمه السيميائي.

وعلى المغاير من دي سوسير الذي انطلق إلى سيميائيته من ارتكازٍ لغوي مروراً بالبنيوية، فقد ذهب بيرس إلى سيميائيته عبر علم المنطق بتحليله للعلامات المختلفة لأماكن وجود الأشياء وحركتها، أي أن ارتكازه كان بصرياً لا لغوياً (فضل، 2002)، ولعل ذلك مرده إلى تأثره بالإغريق الذين وضعوا علم المنطق.

2.4.6 السيميائية ما بعد فردناند دي سوسير وتشارلز بيرس:

مع أن دي سوسير وبيرس وضعا أفكارهما في زمنٍ مماثل، لكن ليس هنالك أية معلومةٍ تشير إلى اطلاعهما على جهود بعضهما (بركات، 2002).

أفكار دي سوسير وبيرس مهدت الطريق لمجموعةٍ من الكُتاب أسهموا في وصول السيميائية إلى وضعها الحالي أبرزهم رولان بارت وأمبرتو إيكو، وكذلك يوري لوتمان وتزفيتان تودوروف وجوليا كريستيفا وألخيرداس غريماس (فزاري، 2007).

العلماء المذكرون وآخرون نقدوا وطوروا وعدّلوا على أفكار دي سوسير وبيرس ولا زالت الجهود مستمرة، فمنهم من رفض أساساتها كاعتراض بارت (1987) على تصنيف دي سوسير للسانيات كجزءٍ من السيميائية، فقال إن السيميائية هي الجزء رغم أنه تلميذ مدرسته، واختلاف إيكو (2013) مع بارت مؤكداً على أن اللسانيات من ضمن السيميائية.

وبما أن أية علامة لا تكتسب معناها إلا في علاقتها بغايةٍ ما (البرغوثي، 2018)، نستطيع في النهاية أن نصل إلى أن السيميائية أداةٌ لتفسير وقراءة كل مجالات السلوك الإنساني بأشكاله المختلفة: أقوال، أفعال، انفعالات، طقوس اجتماعية، أيديولوجيات، وغيرها (بن كراد، 2012).

2.5 الصورة الذهنية وتكوينها واختلافها عن الصورة النمطية والترابطية مع السيميائية:

2.5.1 ماهية الصورة الذهنية:

يورد عجوة (2003) عن الصورة الذهنية أنها المحصلة النهائية لانطباعات الأفراد أو الجماعات اتجاه شخصٍ أو جماعةٍ أو مهنةٍ أو ما يحيط بهم، وأن الانطباعات تتشكل عبر التجارِب المباشرة وغير المباشرة المتأثرة بالعواطف والتوجهات والعقائد، وسواءٌ بُنيت على معلوماتٍ صحيحةٍ أم لا فهي بنظر صاحبها "واقعٌ صادقٌ" يُفَهِمُه الحياةَ ويحدد تصرفه.

نستطيع تعريفها كذلك بأنها الصورة العقلية المتكونة في الأذهان عن جهةٍ ما والتي تُحدد موقف الفرد أو الجماعة بحق الجهة، وأنها ترسم صورةً وهيئةً لأي شيء وتستحضرها عند ذكرها أو التفكير بها، فهذه الصورة تنطبع لدى صاحبها (همال، 2022).

بودهان وعكاك (2018) تضفيان تفاصيلاً أكثر بسردهما أن الصورة الذهنية تمثيلٌ مادي لحقيقةٍ غير مرئيةٍ، وأنها "الرؤية الداخلية المرتبطة بالذاكرة" المتكونة من إدراكٍ سابق.

يذهب الفلاسفة الماديون إلى القول إن الإنسان لا يستطيع البت بوجود أو إنكار الأشياء إن لم يكن لها صورٌ يُدركها في ذهنه، وأنه يتحقق من وجودها بوجود صورها (معلوف، 2010).

ما سبق يتكامل مع السياق اللغوي، فكلمة "Image" الإنجليزية المُترجمة حرفياً إلى "صورة" آتيةٌ من الفعل اللاتيني "Imitari" بمعنى يحاكي أو يماثل (طاش، 1993)، وليس هذا بمستغربٍ إن أُخذ بالاعتبار وصول مصطلح الصورة الذهنية إلى البحث العربي من المؤلفات الأجنبية.

يقدم ندا (2004) بديلاً عربياً، فيقترح الاستعاضة عن "الصورة الذهنية" بـ"التصور"، موضحاً أن "الصورة" درجت كمفهومٍ لمنتجٍ ساكنٍ ولهذا اقترنت تعبيرياً بما يجعلها متحركةً (الذهن، العقل، وغيرهما) أما التصور فديناميكي بطبعه، مؤكداً أن استخدام "التصور" يغني عن الاقتران بـ"الذهن" كون عملية التصور ذهنيةٌ بطبعها، فبالتالي يَكتفي المصطلح بنفسه فيقوى لغةً.

لكن الباحث في هذه الدراسة يميل إلى الإبقاء على مسمى "الصورة" لا "التصور"، نظراً لقلة مستخدمي الثاني ولعدم خطأ الأول وشيوعه وإن كان الثاني فيه من الصواب الفكري.

لعل الخلاف العربي الإنجليزي قادمٌ من اختلاط وتداخل الفهم والترجمة بين كلمتي "Photo" و"Image"، فالأولى في أصلها تشير إلى الصورة الخام (الفوتوغرافية) أما الثانية فتعني بشكلٍ دقيقٍ صورةٌ ذهنيةٌ أو انطباعٌ لدى الناس (جامعة أكسفورد، 2004).

على المستوى المؤسسي يُشتق من صورة المؤسسة الذهنية مصطلحاتٌ عدة، وإن كانت تؤول على أنها "مرادفاتٌ" لها إلا أنها أجزاءٌ منها تتشابك لتُشكلها، وهي السمعة والعلامة التجارية والهوية البصرية والشعار والتموقع، ولعل عالَم الاقتصاد الذي يُحرك المؤسسات له الأثر الأكبر في اختلاط المسميات وجعلها متماثلةً في نظر الجماهير (همال، 2022).

في المقابل هناك حقاً تسمياتٌ أخرى للصورة الذهنية، نتيجة اختلاف الحقول المهتمة بها كعلوم النفس والاجتماع والنفس الاجتماعي والفلسفة والسياسة، فصدر منها إلى جانب الصورة العقلية: التمثيليات العقلية، المدركات التمثيلية، نتاج الإدراك السابق، استرجاع ذكرياتٍ شعورية، عودة الإحساس إلى الذهن، التصورات، الاتجاهات، الانطباعات (بودهان، وعكاك، 2018).

عام 1960 بظهور كتاب "تطوير صورة المنشأة" للأمريكي لي بريستول المختص في المجال الاقتصادي أصبح مسمى "الصورة الذهنية" دارجاً، لينتقل بعدها إلى الإنتاجات العلمية الأخرى في مختلف التخصصات بدايةً من السياسة (فرجاني، 2018).

2.5.2 اختلاف الصورة الذهنية عن الصورة النمطية:

تستخدم بعض المؤلفات العربية مصطلح "الصورة النمطية" بالخطأ وهي تقصد الصورة الذهنية؛ لاختلاط المصطلحين بسبب ضعف دقة الترجمة الموضح سببه أعلاه، وبعضها من يستخدم "الصورة الذهنية النمطية" غير الدقيق علمياً.

هنالك التقاءٌ بين النمطية والذهنية كون الاختلاف بينهما ليس جذرياً إذ تجمعهما علاقة الجزء بالكل، أي أن النمطية جزءٌ من الذهنية، فالنمطية يمكن اعتبارها "مرحلةً متطورةً من الذهنية" التي يمكن أن تصبح نمطيةً بدورها إن وضعت في نسقٍ متكررٍ موجهٍ وأُضيف وعُدل على معلوماتها بشكلٍ محددٍ فبالتالي تتقولب، أي تصبح قالباً جامداً، ولهذا تسمى أيضاً "الصورة المقولبة" و"الأنماط المقولبة" (الجبوري، 2010).

الصورة النمطية مترجمةٌ من "Stereotype" الآتية من مهنة الطباعة القديمة، وبالتحديد القالب الذي تصب فيه الحروف لطباعتها، كنايةً عن الثبات وعدم التغيير (طاش، 1993).

يتلاقى هذا مع اللغة اليونانية التي تأتي فيها "Stereo" بمقصد الصلابة والثبات والرسوخ، و"Type" أي الحرف أو الصورة الثابتة أو النموذج الثابت (المشاقبة، 2014).

يُستنتج من السابق أن الذهنية تسبق النمطية، وتتسم بأنها مفتوحةٌ أي قابلةٌ لتتغير والتعديل بشكلٍ أسهل من النمطية المتسمة بالانغلاق، أي يصعب تغييرها بعد تكونها فبالتالي تلتصق بها صفة السلبية، أما الذهنية فهناك من يراها "حقيقةً موضوعيةً" (الجبوري، 2010)، لكن هذا يُحدد وفقاً لطبيعة المعلومات التي شكلتها.

يمكن التمييز بينهما أيضاً بتوصيف النمطية بالتكرار دون التغيير وصعوبة تعديلها وإن توفرت الأدلة على الخطأ، وأنها بالغةُ التبسيط بحق الجهة المُنمَطة دون الاستناد إلى العلم أو البرهان، فبالتالي ترتفع نسبة التحيز واستباق الحكم وتعفي العقل من التفكير ولهذا يتسع انتشارها، على عكس الذهنية التي تدفع إلى تحليل الرموز والصور وآلية تشكيلها (الجبوري، 2010).

الصورة النمطية تتميز أيضاً بالشيوع الواسع إن لم يكن العالمي، كتنميط أصحاب البشرة السوداء بأنهم أغبياء أو مجرمين، أو أن اليهود دائماً بأنوفٍ طويلة، وبهذا ينطبق القول: "التنميط عبوديةٌ شفافة لا يراها الإنسان" (أبو عاصي، 2018).

تتشكل الصور النمطية بأساليبَ عدةٍ أهمها: شخصنة المواقف بربطها بأفرادٍ معينين وسلخها عن سياقها، أو منحها بُعداً عاطفياً مثيراً يُبعد المتلقي عن الحقيقة، أو اجتزاء الأحداث عن كينونتها الكاملة، أو تنميط القصص بمنحها تفسيراً نمطياً تقليدياً جاهزاً (أبو عاصي، 2018).

2.5.3 أهمية الصورة الذهنية وأنواعها وآلية تكوينها:

تستمد الصورة الذهنية أهميتها من دورها في تشكيل الآراء والسلوكيات وبالتالي الانطباع الإيجابي عن المؤسسات أو أية جهةٍ أخرى تهتم بصورتها، وذلك عبر معرفة عواملها الإيجابية للتأكيد عليها والسلبية لتعديلها، فبالتالي إما أن يُدعم التصور الحالي أو تُضاف معلوماتٌ إليه أو يُراجع بشكلٍ طفيفٍ أو يعاد بناؤه بالكامل بواسطة برامج التطوير والتقويم (عجوة، 2003).

لكن تغيير الصور الذهنية ليس سهلاً كون العملية تسير بشكلٍ بطيءٍ في غالبها، فكلما كان الموضوع أقرب لحياة المتلقين كان تغييره أصعب، وكلما كان ضخ المعلومات أكبر اتجاه صورةٍ محددةٍ تضاءلت الفرصة في ظل ظروفٍ طبيعية، كما أن المرحلة العمرية والمستوى الفكري قد يولد تعصباً اتجاه الصورة الحالية، ولهذا يحتاج التغيير إلى زمنٍ طويل (عجوة، 2003).

في سياقٍ متصل يصنف فرجاني (2018) الصورة الذهنية إلى أنواعٍ تختلف وفق المراد منها:

1. الصورة المرآة: كما ترى المؤسسة نفسها.
2. الصورة الحالية: كما يرى الآخرون المؤسسة.
3. الصورة المرغوبة: ما تتمنى المؤسسة أن تكونه في أذهان الجماهير.
4. الصورة المُثلى (المتوقعة): أسمى ما يمكن تحقيقه مع احتساب منافسة الآخرين وتأثيرهم.
5. الصورة المتعددة: في حال وجود ممثلين مختلفين للمؤسسة يعطي كل واحدٍ تأثيراً مختلفاً.

لوبون (1991) حلل طريقة تكوين الصور الذهنية بأن الجماهير تفكر عبرها، وأنها تأتي نتيجة سلسلة صورٍ سابقةٍ ليس بالضرورة أن تكون على علاقةٍ معها، ودون تمييزٍ بالضرورة أيضاً بين الموضوعي والذاتي، وأن أي تأثيرٍ على الجماهير يجب أن يكون على شكل صورٍ تتخذ الطابع البسيط، لكنها لن تعطي ثمارها مباشرةً إلا عندما تغوص في اللاوعي وتصبح متماسكةً متبلورة.

يؤكد لوبون (1991) على أن المهم كيفية التواصل (الطريقة، الآلية) وليس محتواه، فالمنطق ليس شرطاً للتأثير بل العاطفة لها الدور الأكبر، مستشهداً بتأثير مارك أنطوني العاطفي على سُكان روما دون محاجّةٍ عقلية للثأر من قتل يوليوس قيصر باكتفائه بعرض جثته، مشدداً لوبون على ثلاثية متواصلة: التأكيد دون ضرورة الإثبات العقلي، والتَكرار، والعدوى (أي الانتشار).

رغم الاختلافات الفكرية بين لوبون وفرويد، إلا أن فرويد (2006) توافق معه بأن الجماهير لا تهتم بالحقيقة بل "تطلب أوهاماً" (عواطفاً) ولا تستطيع التنازل عنها، وتُفضل اللاواقعي على الواقعي رغم احتمالية تماثلهما تأثيرياً، وأن الحياة دون عواطف تؤدي إلى الأمراض العصبية، وأن هذا موجودٌ منذ البشر البدائيين و"قواهم السحرية" المرتهنة بأسماءٍ وكلمات (دلالات).

تحليل لوبون (1991) يتوافق مع طرح ندا (2004) لمكوناتٍ ثلاثة للصورة الذهنية: الإدراكي والعاطفي والسلوكي، فالإدراكي يُغذى عبر المعلومات والبيانات، والعاطفي عبر الاتجاهات سواءً الإيجابية أو السلبية، والسلوكي يَظهرُ في التصرفات الظاهرة أو الباطنة، وتتسم ثلاثتها بالتغيير والاختلاف حسب المجتمع.

الإدراك والعاطفة والسلوك تتشارك مع "المثلث الإقناعي" الإغريقي: "لوغوس"، "باثوس"، "إيثوس" على التوالي (هميسي، 2016)، والذي يُترجم أيضاً إلى: المنطق، والعاطفة، والأخلاق أو المبادئ.

ينوه إبراهيم (2012) إلى تفريق "الفَهمِ" عن "الإدراك"، فالفَهم يتعامل مع نتائجَ جزئيةٍ ومعانٍ مجردةٍ أما الإدراك فمع نتائجَ كُليةٍ متناغمة، وأن وجودهما معاً يُشكل الصورَ الذهنية. ويُعطي إبراهيم مرحلةً ثالثةً أعلى وهي "التفكير"، والقاضية بإدراك علاقةٍ جديدةٍ بين موضوعين مدركين أو أكثر.

وسائل الإعلام لها دورٌ كبيرٌ في تشكيل الصور الذهنية عبر اتباع عدة "تكتيكات": كثافة الإنتاج والتَكرار، الأسلوب والجاذبية، استخدام الرموز، دلالات الألوان، الكلمات والمصطلحات (إبراهيم

2012). وبالتأكيد على عنوان الدراسة وأداتها فهذه "التكتيكات" وغيرها يستخدمها الإنتاج السينمائي، وتُعتبر محددات تحليلٍ عند تفكيك المحتوى سيميائياً.

2.5.4 الترابط بين السيميائية والصورة الذهنية:

نُلاحظ في (2.2) استخدام مفردات "ذهني" و"صورة ذهنية" و"ذهن" على التوالي لدى داني (2013)؛ ودي سوسير (1987)؛ وغزول (1986)، وجميعها أتت للتعبير عن المدلول في ثنائية الدلالة السيميائية الدال والمدلول.

ونلاحظ في (2.3.3) تقاطع ثنائية الإدراك والفهم لدى إبراهيم (2012) مع ثنائية الدلالة السيميائية، أي أن الفهم والإدراك يوازيان الدال والمدلول، وأن مرحلة "التفكير" تساوي إدراك علاقةٍ بين دلالتين أو أكثر.

وعليه يُستنتج أن الصورة الذهنية ليست إلا تعبيراً آخرَ عن المدلول، أي الشق الثاني من العملية الدلالية، وبالتحديد إذا ارتكزنا على ما أورده عجوة (2003) بأن الصورة الذهنية "الرصيدُ النفسي الذي يُستثار عند حضور الرمز الدال" (ص. 9).

وعودةٌ على بدء لما طرحه أبو الرب (2010) في (1.5.2)، فإن استمرارية عرض الدوال سيشكل صوراً ذهنيةً في وعي الجماهير تُصبِحُ أكثر أهميةً عندما يكون هنالك ربطٌ بينها والحياة المعاشة.

وبالتالي تتحقق إمكانية تحليل صورة المؤسسات الإعلامية في السينما الأمريكية وصورها الذهنية المتولدة عنها عبر رصد وتحليل دالاتها السيميائية، أي الوصول إلى المستوى التضميني عبر استقراء التعييني.

خاتمة:

توصلت الدراسة في نهاية هذا الفصل إلى استنتاجاتٍ عدةٍ توضح أن السيميائيةَ لفظٌ عربي أصيلٌ يعني العلامةَ من الجذر "سوم"، أي أنه ليس مُترجماً من لغاتٍ أخرى وإن تشابه معها لفظاً، ورغم

أن السيميائية المعاصرة تعود إلى فردناند دي سوسير وتشارلز بيرس، إلا أن العرب وغيرهم سبقوهما إليها لكن لم يكن الأمر بأسلوبٍ علمي عالمي مستقل.

وتخلص الدراسة إلى أن الخلط التعريفي والمعلوماتي في السيميائية يرجع إلى أخطاء الترجمة وانتساب كُتّابٍ ومؤلفينَ إلى مدارسَ دون نقدها، بالإضافة إلى انتفاء المرجعية الموحدة أو توفرِ معجمٍ إعلامي جامع، لكن العامل الأبرز تعقيدات المدرسة البيرسية مقارنةً بالسوسيرية.

على الجانب الآخر تُعيد الدراسةُ التداخلَ بين مفهومي الصورة الذهنية والنمطية كذلك إلى غياب دقة الترجمة عن غير العربية، إلى جانب أن المصطلحين بالأساس أتيا من الترجمة عن علومٍ وتخصصاتٍ غير الإعلام.

تؤكد الدراسة على أن الذهنية والنمطية تجمعهما علاقة الجزء بالكل، فبالتالي يمكن اعتبار النمطية مرحلةً متطورةً من الذهنية إن وضعت في نسقٍ متكررٍ موجهٍ وأُضيف وعُدل عليه بشكلٍ محدد، وأن الذهنية تتسم بأنها مفتوحةٌ فتقبل التغيير بشكلٍ أسهل من النمطية المُغلقة التي يصعب تعديلها.

تشير الدراسة إلى أن العناية بالصورة الذهنية يُسهم بشكلٍ رئيس في تشكيل الآراء والسلوكيات والانطباع الإيجابي عن المؤسسات أو أية جهةٍ أخرى، فبالتالي فإن تكوين صورةٍ ذهنيةٍ إيجابيةٍ أسهل وأسلم من الانتظار حتى القولبة والتحول إلى الصورة النمطية ثم التعديل.

ويتبلور الاستنتاج الأبرز للفصل الحالي بأن الصور الذهنية توازي المدلول في ثنائية الدلالة (الدال والمدلول)، أي يمكن تحليل الصور الذهنية السينمائية برصد الدالات السيميائية وتفسيرها.

الفصل الثالث

الإعلام المرئي والسينما: التفضيل والتأثير والخطاب والانتشار

3.1 تفضيل وتأثير الإعلام المرئي

3.2 ظهور السينما والسيطرة الأمريكية

3.3 أسطورة المؤسسة الإعلامية في تاريخ السينما الأمريكية وتأثير الخطاب السينمائي

تمهيد:

تسعى الدراسة في هذا الفصل إلى تقديم شروحٍ عن واقع الإعلام المرئي، مُركزةً على الجوانب النفسية واللاشعورية لدى المتلقين سواءً في المرئي عامةً أو في السينما خاصةً، وبشكلٍ مركزٍ أكثر في السينما الأمريكية.

تبدأ الدراسة الفصلَ بالخوض في أسباب تفضيل الجماهير للإعلام المرئي على غيره من الوسائط وما يحبذون مشاهدته ولماذا، متناولةً ما قد يتعرضون له من تأثيراتٍ ذهنيةٍ وسلوكية، مع إيراد إحصائياتٍ ذات علاقةٍ وثيقة (3.1).

تنتقل الدراسة إلى السينما، مستعرضةً في البداية فروقاً وتداخلاتٍ لغويةً بين المصطلحات، ثم يأتي سردٌ لبدايات التقنية السينمائية وتحولها إلى صناعةٍ ترفيهيةٍ فاقتصاديةٍ من فرنسا والأخوين لوميير إلى الولايات المتحدة الأمريكية وتوماس أديسون وصراعه مع مؤسسي هوليوود، وتتلوه تفاصيلٌ لبدايات هوليوود وعصورها إلى زمننا الحالي (3.2).

في النهاية تأتي الدراسة على أساليب التأثير السينمائي بتطويعها لأمثلةٍ تاريخيةٍ وسياسيةٍ وفنية، وتختتم بالشيفرات الدلالية السينمائية وعلاقتها بالتأثير على المشاهدين (3.3).

3.1 تفضيل وتأثير الإعلام المرئي:

3.1.1 أسباب تفضيل وتأثير الإعلام المرئي:

للمحتوى المرئي تفوقٌ على نظيريه السمعي والنصي لوجود المحفزات البصرية والإيحاءات الدلالية بشكلٍ أكثر تأثيراً وإثارةً، كون التلقي عبر العين أشد ترسخاً في الإدراك واللاوعي سوياً، لقدرة الصورة على "إضاءة الفكرة" وخلق الدلالات بزمنٍ قياسي قد يكون نظرةً فقط، أما المحتوى المكتوب مثلاً فيحتاج لخصوصيةٍ ثقافيةٍ فكريةٍ ربما تقتصر على النخبة القارئة، في المقابل تتسع دائرة خطاب الصورة إلى مختلف الطبقات المجتمعية بتفاوتها الثقافي (عتيق، 2011).

يستند البشر (2011) إلى تعريف الإعلام بأنه "محاولة إحداث أثر"، وأن الصورة "أهم عناصر التأثير" على المتلقين وزيادة وعيهم أو تغيير مواقفهم، مستشهداً بأحداثٍ تركت انطباعاً قوياً

وتحريكاً للمشاعر لأنها صُورِت، كتفجير برجيّ التجارة العالميين واستشهاد الطفل محمد الدرة واسقاط تمثال الرئيس العراقي الأسبق صدام حسين وكذلك إعدامه.

ويلفت البشر (2011) إلى أن هذه الأمثلة شكلت صوراً ذهنيةً ترسبت في اللاوعي والرأي العام نظراً لاحتفاظ الذاكرة بالمشاهد المرئية، وأن الصور بأبعادها الذهنية ليست بريئةً عفويةً تابعةً للحدث بذاته إنما نابعةٌ من أيديولوجيا فيها أفكارٌ ومعانٍ مقصودة، ولولا وجود الأيديولوجيات المُخبأة فلن تكون الصورةَ دائمةَ التأثير وإن قُدمت بإبداعٍ إخراجي، لخلوها من الرموز والدلالات.

ونتيجة التطور التكنولوجي في الصناعات الإعلامية انتقلت فكرة التأثير الصوري من الأهداف السياسية إلى مختلف الموضوعات، كون الجماهير عادةً تشاهد ما يُرى ولا تُنصت إلى ما يقال، ولهذا تُركز وسائل الإعلام على المَشاهد اللافتة ذات القدرة على شد المُشاهد، وكذلك لإدراكها خاصية دمج الخيال بالحقيقة في المرئي إن أرادت ذلك (البشر، 2011).

الإعلام المرئي تمكن من إحداث تأثيرٍ نفسي وثقافي عند متلقيه لأنه يشعرهم بالصدق، وامتاز بالإقناع الكبير لاعتماده على الصور (خلوف، وأبو الحسن، 2019)، خاصةً إن أُخِذَ بالاعتبار إحساس المُشاهد بالألفة والواقعية عبر المؤثرات البصرية والصوتية (عبيد، 2007)، وإن تنبه الإعلام عند تقديمه للتغييرات الفكرية والسلوكية أن تكون بأسلوبٍ غير منفرٍ فإنه سينجح في الجوانب كافة (عبد الجواد، 2007).

لكن خصائص الصدق والإقناع والألفة والواقعية لم تستمر كما كانت بعد دخول تقنيات الإخراج والمونتاج والرسوم ثلاثية الأبعاد، إلى جانب انتقاد الإعلامِ المرئي لـ"سرعته الخاطفة" في تقلب الصور والمَشاهد، فبالتالي لا يُمهَلُ المُشاهد كي يُركز و"يتمعن" (الشميمري، 2010).

ما تناوله الشميمري (2010) يؤدي إلى تغير رأي الجماهير باستمرار ومراوحته بين التكذيب التام أو التصديق المطلق، ويعتمد كلاهما وما بينهما على عواملَ اجتماعيةٍ وثقافيةٍ وأيديولوجيةٍ خاصةٍ بالمتلقين، والصورةُ المُكَذَبةُ كي تُكَذَّب تحتاج إلى صورةٍ مُقابِلةٍ تُنافسها في القوة والتأثير والإمكانيات الفنية (الغذامي، 2005).

يُنظر إلى الإعلام المرئي بأنه متميزٌ في إخضاع الجوانب الغريزية والعاطفية، فلا يؤثر فقط على وعي المُشاهد بل يوصله إلى قناعةٍ غير واعيةٍ بأن الآراء المعروضة هي آراؤه الشخصية، فيتقلص نشاطه العقلي نتيجة تحصله على "حلولٍ جاهزةٍ لجميع مشكلات الحياة" دون الحاجة إلى التأمل والتفكر أو التأكد (عزت بيجوفيتش، 2017).

لكن هذه الرفاهية تؤدي بالإنسان إلى مرحلةٍ "طفوليةٍ" تجعله يبحث عن التسلية فقط، وتحصر تفضيله بالمشاعر القوية والمبالغ بها وبالمحتوى المثير والاستعراضات، مما يساوي البالغين ذهنياً بالمراهقين (عزت بيجوفيتش، 2017).

يُرجِع دونو (2020) جانباً من السبب إلى التركيز على معيار الجمال السطحي دون الالتزام بقيمة المادة المرئية المُنتَجة، و"الافتقار لثقافة الجمال الحقيقي" وتحول المحتوى إلى "وقودٍ" للحفاظ على استمرارية العرض، وأن ضيوف البرامج كلما انحدرت كفاءتهم وإنجازاتهم وذوقهم استطاع الإعلام المرئي تسويقهم بشكلٍ أسرع وأقوى ليتحولوا إلى "ملوك".

بالتوازي مع ما سبق فالإعلام المرئي ليس مُحبباً لجلبه التسلية فحسب، بل لاحتوائه على أفكارٍ وعواطفَ ليست بالضرورة مستمدةٌ من واقع المشاهدين، فقد يحمل "نماذجَ جديدةً للسلوك" أو دعوةً لتطبيق قيمٍ مغايرةٍ لثقافة الجمهور بأسلوبٍ مواربٍ عبر الترفيه والترويح (الحكيم، 2015).

يُنبه الحكيم (2015) إلى دعم وتقوية الفكرة في الأذهان كلما ازداد عدد الحواس المُتلقيةِ لها، فدرجة استيعاب المعلومة تصل إلى 35% عند استخدام البصر والسمع سوياً، وهما الحاستين اللتين طوعهما الإعلام المرئي، أما تذكر المعلومات الآتية بهذه الطريقة فيرتفع إلى 55%.

يتكامل عبيد (2007) مع الحكيم (2015) بإيضاحه أن 88% من المعلومات تستقيها الجماهير عبر الأذن والعين، وأن الأولى لها 13% مقابل 75% للثانية، وليس هذا ببعيد عن طرح حمود (2008) بأن الجماهير تأخذ 10% من معلوماتها مما تسمع و80% مما تراه.

الإحصائيات المذكورة ليست بمعزلٍ عن ساعات التعرض لوسائل الإعلام خاصةً المرئية، فيذكر الشميمري (2010) أن العربي في المرحلة المدرسية يقضي ساعاتٍ أمام التلفاز أكثر مما يُمضي في المدرسة. ولا يقتصر الأمر على العربي، فالأمريكي يستهلك تسع ساعاتٍ يومياً في مشاهدة

التلفاز أو استخدام الإنترنت أو كليهما سوياً، وهذا التعرض المكثف مرشحٌ للارتفاع رغم افقاده لصاحبه معرفة المعلومة الصحيحة من الخاطئة (حمود، 2008).

مدة المتابعة والنسب الخاصة لكل طريقةِ تَعرُّضٍ مرتبطةٌ مع التَكرار والاستمرار الطويل على النهج ذاته، فيؤكد عبد الحميد (2004) أن مدى استقاء المعلومات من وسائل الإعلام هو الأساس لمعرفة التأثير على السلوكيات والمشاعر والمعتقدات.

وبالتطرق إلى تأثير المرئي على مرحلة الطفولة تُستذكر تجربة "الدمية بوبو" للعالم الكندي ألبرت باندورا عام 1961، حيث لاحظ أن الأطفال يقلدون شخصاً شاهدوه في شريطٍ مصورٍ يركل الدمية "بوبو" ويصرخ اتجاهها، وهي التجربة التي قادته إلى نظريتي "التعلم الاجتماعي" و"الإدراك الاجتماعي" المتعلقتين باكتساب السلوكيات عبر الإعلام (كيرش، 2017).

ويصل باندورا في نظريتيه إلى أن السلوك مكتسبٌ من ملاحظة العالم المحيط، وأنه اختيارٌ آتٍ من المؤثرات العاطفية والتحفيزية أكثر من أن يكون استجابةً للبيئة الأسرية، خاصةً لدى الأطفال والمراهقين بما يعرف بـ"التعلم عبر الملاحظة"، وأن المُختَبَرين في تجربة الدمية "بوبو" رغم تصرفهم العنيف لكنهم لم يقصدوا العنف بذاته بقدر تقليد ما رأوه (كيرش، 2017).

تجربة باندورا يمكن اسقاطها على أرض الواقع في قصة اطلاق المواطن جون هينكلي النار على الرئيس الأمريكي رونالد ريغان عام 1981، فقد صرّح بأنه لم يكن ينوي العنف والاغتيال، إنما أراد لفت نظر الممثلة جودي فوستر المُعجَبِ بها عبر محاكاة مشهدٍ من فيلم "سائق سيارة الأجرة" (Taxi driver) والتي كانت أحد أبطاله (موقع فرانس 24، 2016).

3.1.2 الثقافة الغربية والعولمة وتفضيل المرئي:

عام 1969 قدَّم العالم الكندي مارشال ماكلوهان مبدأ "القرية الكونية"، والذي عُرف أيضاً بـ"العالم قريةٌ صغيرة"، في كتابه "الحرب والسلم في القرية الكونية". أورد ماكلوهان أن البشر بعد تطور وسائل الإعلام والانفتاح المعلوماتي وسهولة التراسل لم يعودوا في عزلةٍ عن بعضهم رغم بُعد

المسافات، فأصبح بإمكانهم التفاعل الاجتماعي وتبادل الثقافات، فبالتالي تحول حالهم وكأنهم يعيشون في قريةٍ واحدةٍ صغيرةٍ لا في كوكبٍ متعددِ القارات (السنوسي، 2008).

لكن بمقارنة مبدأ ماكلوهان بالأمر الواقع، وباحتساب أن من يمتلك المال والقوة يسيطر على وسائل الإعلام (حسنين، 2014)، نجد أن التفاعل والتبادل الثقافي ليسا متساويين بين جميع الشعوب، فالثقافة الغربية (الأمريكية خاصةً) تغزو العالم عبر إعلامها. يرى الغذامي (2005) أن العالم "يتأمرك" (أي يصبح أمريكياً) تدريجياً لكنه "تدريجٌ مخيف".

يتلاقى هذا مع تقرير لجنة ماكبرايد المنبثقة عن منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) الصادر عام 1981، والذي رفع شعار "عالمٌ واحدٌ وأصواتٌ متعددةٌ" (تتخذه المنظمة الآن شعاراً) داعياً إلى إعلامٍ دولي متوازن. التقرير لقي معارضةً من المعسكر الغربي والولايات المتحدة الأمريكية وتأييداً من المعسكر الشرقي والاتحاد السوفيتي (الصرايرة، 2008).

الفكرة أعلاه تتقاطع مع فرضية كناعنة (2000) عن تحيز الثقافة الغربية للمحتوى المرئي وما يُدرك بصرياً على حساب الحواس الأخرى، الأمر غير المنطبق على الثقافات كافة بأصلها.

يضرب كناعنة (2000) مفارقاتٍ بين الغرب والعرب، فيقول إن تعليم النطق للأطفال في الغرب يُركز على الصورة والإشارة، بينما يذهب العرب إلى الأصوات وتَكرارها، وأن الإنجليزية تقول عن الحدث المفاجئ: "Out of sight" أي خارجٌ عن النظر، أما العربية فتقول: "عمري ما سمعت"، وأن الأمثال الإنجليزية تكاد تخلو من السمع والشم واللمس الأمر المخالف للعربية.

من الممكن أن يكون أساسُ فرضية كناعنة (2000) آتٍ نتيجة العولمة والتفوق الغربي الإعلامي وتأثيره على الثقافات الأخرى، أي أن الثقافة العربية مثلاً لم تكن معتمدةً على الرؤية بقدر السمع والنص المكتوب، فإن كان الإعلام العربي كمثيله الغربي يعتمد على عنصر الصورة لأسبابٍ شُرحت في (3.1.1)، فربما ليس لفطرةٍ إنسانيةٍ بقدر الاكتساب الثقافي.

3.2 ظهور السينما والسيطرة الأمريكية:

3.2.1 السينما والفيلم والخلط اللغوي والاصطلاحي:

يُشاع استخدام كلمتي "Film" و"Movie" على أنهما مترادفتان، ليس فقط لدى متحدثي الإنجليزية إنما لدى الآخرين أيضاً عند الترجمة. ولهذا يُحدد ديك (2013) بأن الثانية للفيلم السينمائي حصراً بينما تذهب الأولى لتشمل الوثائقي والتعليمي والرسوم المتحركة وغيرها.

النقاد الفرنسيون يحددون فروقاً أكثر دقة، فيورد موناكو (2016) أن "Film" تعني تصوير المَشاهد المختلفة لما يُحيط بنا، أما الجانب الجمالي والفني والإبداعي فاسمه "Cinema".

يتوطد التفريق اللغوي بتأكيد ديك (2013) أن أصل مصطلح "سينما" فرنسي وبالتحديد من آلة "السينماتوغرافيا"، ولم يكن مقصده في البداية دور العرض أو التقنية أو الصناعة الاقتصادية إنما الإنتاج الإبداعي للمقاطع المصورة. لكن بعد الانتقال من الفرنسية إلى الإنجليزية جرى التعارُف عالمياً على "Movie" بديلاً عن "Cinema" الذي لم يعد يُستخدم وفق أصله.

يُؤَكِّدُ مُعجمياً هذا "التعارف العالمي" والتشابك بين المصطلحات، فعند تعريف "Film" و"Movie" يتداخلان وكأنهما أشبه بالمتماثلين، وكذلك الأمر عند البحث عن "Cinema" و"Movie" (أكسفورد، 2004).

لكن على الصعيد المقابل فإن كل من ديك (2013) وموناكو (2016) يتوافقان على أن الخلط بين المصطلحات لدى العامة وكذلك الخاصة من نقادٍ وكُتّاب، أدى إلى تقبل استخدام أيّ منها في وصف ما يريد القائل وصفه.

3.2.2 بدايات السينما وتطورها:

يؤرخ الأسدي (2000) بأن السينما انطلقت من فرنسا عام 1895 على يد الأخوين أوغست ولويس لوميير (لوميير)، اللذين كانا قد صنعا أول عرضٍ عام لفيلمٍ صامت بابتكارهما آلة "السينماتوغرافيا". أما أول عرضٍ عام لفيلمٍ ناطق فكان عام 1923 في الولايات المتحدة الأمريكية بفضل لي دي فورست.

بدايات السينما كانت تقنيةً لكن سرعان ما تحولت إلى صناعةٍ ترفيهية، فقد قدم الأخوان لوميير في "مقهى السلام" الباريسي ثلاثة عروضٍ مدفوعة الأجر حملت أسماء: "من مصانع لوميير"، "وصول القطار إلى محطة لاسيوتا"، "الساقي المَسقي". تواصلت لاحقاً التقدمات التقنية فأنتجت شركة "الإخوة وارنر" (Warner Bros.) "مغني الجاز" (The Jazz singer) كأول فيلمٍ غنائي عام 1927، وحمل عام 1938 اختراع تقنية "تكنيكولور" لتلوين الأفلام (بال، 2008).

يُعتبر العالم الأمريكي توماس أديسون أول من حوّل السينما من "الغرابة الثقافية" أو الصناعة الترفيهية إلى الصناعة الاقتصادية المنظمة بمشاركة المُنتج ويليام ديكسون، وذلك بعد اختراعه جهاز "الكينتسكوب" لعرض الصور المتحركة عام 1892، وبدلاً من أن يُشترط وجود المُخترِع والاختراع كحال الأخوين لوميير و"السينماتوغرافيا"، فقد وضع أديسون وديكسون "الكينتسكوب" في أماكن عامة (كولين، 2017).

سُميت هذه الأماكن بمسارح العرض وأُطلِق عليها لقب "نيكلوديون" (Nickelodeons) والمترجمة إلى "مسارح النيكل"، كنايةً عن نوع العُملة التي كانت تُدفع لعرض "الكينتسكوب". شكلت "النيكلوديون" النواة الأولى لدور السينما بمفهومها وشكلها الحاليين (كولين، 2017).

عام 1902 باع الأخوان لوميير براءة "اليسنماتوغرافيا" إلى شركة "باتيه"، والتي أقحمت السينما الفرنسية إلى المجال الاقتصادي أسوةً بالأمريكية وأقامت عروضاً في أوروبا وآسيا. لكن أديسون قابلهم بآلة تصويرٍ خاصةٍ بالمهام الخارجية، وبإنتاج مئات الأفلام في أستوديو "بلاك ماريا" الذي يملكه (كوستانزو، 2017)، الأمر الذي يُعتبر بداية عصر التفرد السينمائي الأمريكي.

3.2.3 صعود السينما الأمريكية وقوة انتشارها:

رغم أن الانطلاقة كانت فرنسيةً إلا أن الابتكار التكنولوجي والانتشار الجماهيري أمسى أمريكياً، فبعد أقل من عشرين عاماً على اختراع الأخوين لوميير انتشرت في الولايات المتحدة أكثر من عشرة آلاف دار عرضٍ مقابل ثلاثة آلافٍ في فرنسا، وبعدها ببضع سنواتٍ وصل العدد إلى 25 ألفاً، فالأمريكيون حينها كانوا يُنتجون ما يعادل عشرين ضعف الفرنسيين (بال، 2008).

عام 1907 بدأ أديسون بخطواتٍ تنظيميةٍ للإنتاج السينمائي، فأنشأ ما عُرف بـ"تحالف أديسون" مع كبار صُنّاع السينما في الولايات المتحدة الأمريكية، والذين أسسوا سوياً شركةً لبراءات اختراع الأفلام وتحكموا بثلاثة أمورٍ مفصلية: الإنتاج والتوزيع والعرض (كوستانزو، 2017)، فأديسون كانت له مقولةٌ: "من يسيطر على السينما يسيطر على أقوى وسيلةٍ للتأثير" (دوارة، 1991).

لكن ما لبث التحالف أن انهار عام 1915 عندما حَكم عليه القضاء الأمريكي بعدم الشرعية، مما أذن ببداية عهد الشركات الكبرى التي لا زال كثيرٌ منها محافظاً على حصةٍ سوقيةٍ كبيرةٍ وعلامةٍ تجاريةٍ مميزةٍ لدى الجماهير، مثل "فوكس" (قبل أن تستحوذ عليها والت ديزني) و"وارنر" و"باراماونت" و"كولومبيا" و"يونيفرسال" (بال، 2008).

هذه الشركات كان قد أسسها يهودٌ مهاجرون من أوروبا، قبل أن يساهم فيها مستثمرون مختلفون، وأزالوا سوياً "تحالف أديسون" وبدأوا بعصر "سينما النجوم" واستقطاب المشاهدين بناءً على أمرين: أسماء الأبطال وإطالة طول العرض عبر استخدام بكرتين بدلاً من بَكَرَة، وهذه الشركات قبل اسقاطها للتحالف كانت قد بدأت بـ"مشروع هوليوود" (كولين، 2017).

ظهرت هوليوود في خضم صراع الشركات ونجومٍ سينمائيين مستقلين مع "تحالف أديسون"، فاضطروا للخروج من نيويورك إلى ولاية كاليفورنيا، وبعد كسبهم للقضية وبمساعدة المصارف وسوق الـ"Wall Street" أنتجوا أفلامهم وبدأوا بتكوين "إمبراطورية هوليوود" المعروفة الآن. هذه المساعدات والقروض كان لها شأنها في تكوين "شخصية هوليوود"، بترويجها للتفوق والقوة الأمريكية أفراداً ودولةً وصواب ما يفعلونه دائماً و"شر" الآخرين (بلبشير، 2020).

التأسيس كان عفوياً بغرض إنتاج فيلم "رجل المرأة الهندية" (The Squaw Man) عام 1914 للمخرج سيسيل ديميل، والذي اختار ضاحية هوليوود في مدينة لاوس أنجلوس لتوافق جغرافيتها مع السيناريو. أما تأسيس الازدهار فكان نتيجة الحرب العالمية الأولى وإنتاج مزيدٍ من الأفلام في ظل انشغال أوروبا بالمعارك على أرضها، خاصةً مع هرب مستثمرين أوروبيين إلى الولايات المتحدة واستقرار بعضهم في هوليوود لطبيعتها الجميلة (دعدوش، 2011).

في منتصف العشرينيات سعت هوليوود إلى الاستقرار الإداري وفق مبدأ الأستوديوهات العملاقة (نظام الأستوديو)، والذي جمّع جهودَ أشخاصٍ من وظائفَ مختلفةٍ ضمن طاقمٍ واحدٍ كالكُتّاب

والمخرجين والمنتجين والموزعين والممثلين وفنيي التجميل ومصممي الأزياء والتقنيين والإداريين والحرفيين (دعدوش، 2011).

يشيد ليبوفيتسكي وسيرو (2012) بتطورات السينما ومواكبتها للمستجدات وتفاديها "الموت" عبر "تثوير" أساليب عملها وإستراتيجياتها، فيقسمان تاريخها إلى أربع مراحل أسمياها بـ"العصور"، واضعين ما ميز كل عصرٍ عن الآخر:

1. السينما الصامتة (ما قبل الثلاثينيات): تُعتبر اللبنة الأولى لعالم السينما والبحث عن الهيكلية والنظام. امتازت بالمكياج والديكورات المبالغ بها وتسارع المَشاهد لتعويض غياب الكلام.

2. الحداثة الكلاسيكية (الثلاثينيات إلى الخمسينيات): لُقبت بـ"عهد الأستوديو الذهبي" واعتُبرت وسيلة الترفيه الأولى في العالم. عرفت ثوراتٍ تقنيةً كالتحول إلى الفيلم الناطق وبداية التلوين واعتماد فكرة "نجوم الشباك" (سينما النجوم)، وكانت الأفلام بحبكتها واضحةً وغير معقدة.

3. الحداثة والتحرر (الخمسينيات إلى السبعينيات): اشتُهرت بالتمرد على نظام الأستوديوهات والتوجيه إلى التصوير في الهواء الطلق والمنشآت الحقيقية، وخرجت من منظومة الفيلم البسيط إلى استخدام أفكارٍ إخراجيةٍ لا تسير بالضرورة بخطٍ مستقيم في سردية المحتوى.

اختلفت الأفكار المُقدمة نتيجة تغير العالم سياسياً وثقافياً واجتماعياً بعد الحرب العالمية الثانية، فذهبت السينما الأمريكية إلى الغرائز والانعتاق من القيود القانونية والمجتمعية، فركز محتواها على الجنس والسعادة والقوة والحرية والجرأة.

4. الحداثة الفائقة (الثمانينيات إلى الآن): أتت إثر تطور العولمة وتكنولوجيا الإعلام، ومن ثم تفرد الولايات المتحدة بقيادة العالم و"أمركته" حتى في الجانب الثقافي، الأمر الذي عزز أكثر "النزعةَ الفرديةَ" لدى الإنتاج السينمائي الأمريكي. التغيير السينمائي لم يعد تقنياً أو إخراجياً بقدر الهيمنة الثقافية، فيصف ليبوفيتسكي وسيرو السينما الحالية بأنها "بلا حدود".

السينما الأمريكية ليست محصورةً بسينما هوليوود رغم مركزية مدينة هوليوود إنتاجياً، فهناك أستوديوهاتٌ ومقراتٌ لشركاتٍ سينمائيةٍ خارج لاوس أنجلوس، ولهذا راعت الدراسة وصف "السينما الأمريكية" في العنوان والمحتوى إلا بما يتعلق بهوليوود ذاتها على وجه التحديد.

3.3 أسطورة المؤسسة الإعلامية في تاريخ السينما الأمريكية وتأثير الخطاب السينمائي:

3.3.1 تمثيل المؤسسة الإعلامية عبر عصور السينما الأمريكية:

خلال التطور التقني والإنتاجي وحتى اللحظة، استمرت السينما الأمريكية على ذات الأيدولوجيا التي بدأت عليها، خاصةً بعدما انطلقت هوليوود بتمويلٍ من بعض المصارف والمستثمرين وسوق الـ"Wall Street" (3.2).

قدمت السينما الأمريكية في زمن الحداثة الكلاسيكية فيلم "Citizen Kane" عام 1941، والمُصنف لاحقاً من الجهات الحكومية كواحدٍ من "أعظم" الأفلام في التاريخ الأمريكي.

أهمية الفيلم من الناحية الإنتاجية تكمن في الطرق الإخراجية "الجريئة" في حينه، أما من ناحية المحتوى فيعد جُزءاً من سلسلة أفلامٍ أمريكيةٍ قدمت العمل الإعلامي والمؤسسات الإعلامية بأسلوبٍ محددٍ لم يختلف بين حقبةٍ وأخرى.

الفيلم يتحدث عن إعداد صحيفةٍ لتقريرٍ يتعلق بوفاة "إمبراطورٍ إعلامي" يُدعى تشارلز كين، ويتخلل الفيلم مواقفٌ وأحداثٌ تشير إلى أسطورة سطوة الإعلام ولعبه دور البطولة أو المُتحكم بالآخرين.

في البدايات يظهر كين مُقدماً لتصريحاتٍ سياسيةٍ بنفي اندلاع حربٍ عالميةٍ ثانية، في مشهدٍ يُخرج الصحفي من مهمته بنقل المعلومات لا إنتاجها بنفسه، ثم تتالى المشاهد بطلب كين من رئيس تحريره لعناوينَ مثيرةٍ للجدل كونها ستأخذ موضعَ الاهتمام الجماهيري، حتى لو كلف الوصول إليها انتحالَ الشخصيات وإن كانت "شخصية رجل أمن"، وحين رفضه يُفصل من عمله في قالبٍ أظهر الرئيس بصورة "الأحمق الغبي" أما المالك فـ"مسيطرٌ ذكي".

شخصية كين تُقدم العديدَ من التصريحات "الثورية" الرافعة لوسيلة الإعلام إلى دور البطولة، كقوله إن البطولة المهنية السهر على مصالح المواطنين حتى لو أدى ذلك إلى خسارته جميع أمواله وتحول صحيفته إلى مؤسسةٍ خيرية.

تطور به الحال إلى تشبيه أفكاره بوثيقتي "إعلان الاستقلال" و"مسودة الدستور" الأمريكيتين لإضفاء المشاعر والطابع الوطني على أعماله وأقواله، خاصةً حينما قال حيال جمهور صحيفته: "سأدفعهم للمقاتلة من أجل حقوقهم". لكنه سرعان ما تخلى عن "عهده" بعد تحقيقه الشهرة والمكسب المادي.

لاحقاً يصل كين إلى مرحلة "جنون العظمة" بتطويعه لإمبراطوريته من أجل حملة انتخاباته الخاصة، وتتجلى الفكرة ذاتها في موقفين: الأول عندما قرر تغيير موظفي الصحيفة من أجل تنفيذ أفكاره الشخصية، والثاني عندما لم يخف من أن ينشر بقية الإعلام الأمريكي فضيحةً عائليةً، فقد عدّ نفسه المسؤول الوحيد عن طريقة تفكير الناس وما يعتقدون به.

لم يختلف الأمر في زمن الحداثة والتحرر، فيؤخذ فيلم "Network" المُنتج عام 1976 مثالاً على تلك الحقبة، والذي عُد أيضاً من الناحية الرسمية كواحدٍ من "أعظم" الإنتاجات السينمائية الأمريكية.

الفيلم "بدأ قبل بدايته"، إذ تأتي في صورته الإعلانية (البوستر) جُملةٌ تقول: "استعدوا لمشاهدةِ فيلمٍ صادم". الفيلم يقدم قصةَ مذيعٍ يُدعى هاورد بيل الذي تتدنى نسبُ المشاهدة لبرنامجه التلفازي فينذر بفصله فيستغل ظهوره على الهواء ليهدد بالانتحار أمام المشاهدين.

بيل يأخذ فرصته لتقديم حلقةٍ أخيرةٍ يتحدث بها بحريةٍ مطلقة، الحلقة التي لاقت اقبالاً جماهيراً عالياً، مما يجعل المحطة تَعدُل عن قرارها لسببٍ مالي بحت، إذ يوصف بيل بـ"الشخصية المسيحية المعاصرة" لنظرهم أنه "ينفث عن غضبه" بطريقةٍ تُعبر عن الجميع، الأمر الذي أحبه المشاهدون.

الصدام في الفيلم يتمحور بين رئيس قسم الأخبار ماكس شوماخر المتشبث بالأخلاقيات الإعلامية ومديرة الإنتاج ديان كريستينسن المطالبة بالمشاهدات والأرباح فحسب، حتى لو كان ذلك على حساب الصحة النفسية لموظفيها.

الفيلم يكشف كواليسَ العمل الإعلامي وأهداف المؤسسات وطرق جذبها للمشاهدين، لا لفائدتهم أو تقديم ما يريدون حقاً كما تُظهر لهم، إنما فقط من أجل الربح المادي وتحقيق المجد.

المشهد الأبرز في الفيلم يأتي في منتصفه مع ذروة الحبكة، إذ يأتي بيل بشعرٍ أشعث وبملابس نومه ليرفض أن يكون دور الإعلام إخبار الناس بالمعلومات كما هو أصل المهنة، بل بالنسبة للفيلم (وبالتحديد شخصية بيل) أن الإعلام دوره جعل الناس "مجانيناً" رافضين.

الجملة الأكثر تداولاً عن الفيلم كانت في ذات المشهد: "أنا غاضبٌ جداً ولن أقبل بهذا بعد الآن"، الجملة التي ما فرغ بيل من قولها إلا وقد خرج المواطنون من بيوتهم رغم الأحوال الجوية السيئة لينادوا بها في الشوارع محتجين على ظروف الكساد الاقتصادي في ذلك الوقت.

يكشف هذا المشهد سطوة الإعلام وسيطرته على الجماهير وقدرته على التغيير والتأثير الجذري والتحشيد السياسي والفكري، ويخرج الأمر بأسلوبٍ يجعل الإعلام على حقٍ فيما يفعله وأنه قائد الاحتجاج والتغيير لا مزوداً بالمعلومات.

يتواصل الحال ذاته في زمن الحداثة الفائقة، ففي فيلم "The Ugly Truth" المُنتج عام 2009 تُقدم الشهوة والعري والإثارة الجنسية على أنها "ما يطلبه الجمهور"، وأن وسيلة الإعلام تقدمها لهذا السبب لا من أجل المكاسب المادية والمجد الشخصي.

الفيلم يتحدث عن مديرة إنتاجٍ تُدعى آبي ريتشر تعاني محطتها من خسائرَ ماديةٍ مستمرة، مما يدفعهم للتعاقد مع مذيعٍ يدعى مايك شادواي من أجل انقاذهم ورفع مكانتهم السوقية من جديد، والذي يُقدم لهم الحل بفكرةٍ واحدةٍ: "النساء".

تتحول الإستراتيجية المتبعة لدى المحطة لتحقيق النجاح إلى "إهانة المرأة" وتسليعها وتحويلها إلى جسدٍ فقط يُحقق "المتعة والشهوة"، وأن الإعلام الناجح هو الإعلام "الشهواني".

لم يكتفِ صناع الفيلم بهذه الصورة وجعلها صورةً مرغوبةً ومحببةً جماهيرياً في سياق قصة الفيلم وارتفاع نسب المشاهدة بعد اتباع هذه الإستراتيجية، بل جعلوا المشكلات الشخصية في حياة مديرة الإنتاج ريتشر وعدم زواجها في سنٍ متقدمةٍ نسبياً سبباً في تدني إنتاجيتها العملية.

الفيلم كما حقبته يقدم الهيمنة الثقافية الأمريكية على أنها الثقافة الصحيحة وحدها، أي أن "الإعلام الجنسي" هو الإعلام الصحيح وهذا ما يطلبه الجمهور ويسعدهم وليست مخططاً إنتاجياً، ويأتي كل ذلك في سياقٍ واحد: تحقيق المكاسب لوسائل الإعلام وسيطرتها الجماهيرية.

3.3.2 تأثير الخطاب السينمائي:

يُقارب نصر الله (2010) بين الإنتاجين الأدبي والسينمائي بإيضاحه أن السينما "احتضنت" وجسدت تساؤلاتِ الأدب ومضمونه النصي "بعبقريةٍ فذةٍ" وبشكلٍ فاق أحياناً خيال القُرّاء. ونتيجة تطورّ فنيات السينما التقنية فقد استمرت في استحواذها على المشاهدين ذهنياً وعاطفياً.

نصر الله (2010) يجد أن السينما أتت طارحةً لأسئلةٍ على جمهورها، لكنها في الوقت ذاته حددت لمشاهدها "كيف يفكر" ووضعت السؤال والجواب مع بعضهما.

في المقابل السينما بالنسبة لدوارة (1991) ليست للتزود المعرفي فحسب إنما لـ"خلق" القيم، لاعتبارها قوةً كبيرةً في تشكيل الآراء والتفضيلات والمظهر الخارجي وحتى اللغة لأكثر من 60% من الناس.

يستشهد دوارة (1991) بأفكار الرئيس السوفيتي فلاديمير لينين الذي وصف السينما بأهم الفنون، وطالما لم تكن في يد الشيوعية "فسيظل شرها أكثر من خيرها"، لكن إن تملكتها "فستصبح أقوى الوسائل لتعليم الجماهير".

لم يكن لينين السياسي الوحيد الذي تنبّه لتأثير الخطاب السينمائي، فعام 1934 طلب المستشار الألماني أدولف هتلر تصوير فيلمٍ وثائقي عن مؤتمر حزب العمال القومي الاشتراكي الألماني (الحزب النازي) بمشاركة مليون شخص (مورزا، 2012) لإظهاره بصورةٍ عظيمة.

عاد هتلر عام 1943 في أوج الحرب العالمية الثانية بعد هزيمة "ستالينغراد" ليصور فيلماً عن معركةٍ سابقةٍ ربحها الألمان أمام بريطانيا لرفع معنويات الجنود، ثم أتى بفيلمٍ تاريخي عن حقبة نابليون بونابرت، والذي بُنيت من أجله مدينةٌ كاملةٌ قرب العاصمة برلين (مورزا، 2012).

بذكر خلق القيم وتفضيلات المظهر، يستذكر الغذامي (2005) تنصيب السينما الأمريكية للممثلة مارلين مونرو أنموذجاً للمرأة المثالية وتجسيداً للأنوثة والجمال سواءً بشكلها أو أزيائها أو حركاتها، لتكون مارلين المعيار الأسمى لتقييم النساء حتى رحيلها عام 1962. وينوه الغذامي أن فكرة الرجل الأنموذج طرحت أيضاً بشخصياتٍ عدةٍ أبرزها المغني والممثل الراحل مايكل جاكسون، خاصةً بعدما غيّر لون جلده وأطال شعره وعدل حباله الصوتية لتصبح أكثر نعومة.

يشترك كلٌ من عطوف (2018)؛ ونصر الله (2000) بأن السينما "تصوغ وعي الإنسان" حتى لو مرت سنواتٌ على مشاهدتها، ومن الوارد أن يبقى الفرد متأثراً بما رآه وأن يستمر على الانطباع الأول وإن أعاد المشاهدة في مرحلةٍ زمنيةٍ بعيدة.

يستشهد عطوف (2018) بمقولة أفلاطون: "إن الذين يروون القصص يحكمون المجتمع أيضاً" للتحذير من خطورة قوة السينما، خاصةً عند دخول الأيديولوجيات الثقافية والمصالح السياسية إليها، كما هو حال السينما الأمريكية و"أمركة" العالم بالقوى الناعمة إلى جانب القوى العسكرية.

يشدد العماري (2019) على أن جمالية السينما لا تأتي إلا بما يُمتع المُشاهد ويأسر انتباهه، مما يقود إلى اتحاد تدفقه النفسي مع تدفق الفيلم، وبالتالي اندماجه مع الأحداث وبناء علاقةٍ من التأثير والتأثر مع سردية العرض بكل ما يحتويه من مشاعرَ ودلالاتٍ وتحليلاتها دون شعوره، فيتحقق "إدماج وقولبة وعقلنة اللاواقعي من خلال الواقع"، أي عبر السينما (ص. 15).

هذه "الدلالات"، والتي تسمى بالشيفرات السينمائية، تتعدد بين حركة آلات التصوير بزاويتها وبعد أو قرب اللقطات، وإطار الصورة، وكذلك لغة الجسد بإيماءاته وحركاته، وصفات الشخصيات، والحوار، وسيناريو الأحداث (كوستانزو، 2017).

يضاف إلى السابق الإضاءة، والألوان، والصوت من مؤثراتٍ وموسيقى أو مونولوج أو وجود راوٍ (معلقٌ صوتي)، والأزياء والمكياج، وموقع التصوير، والأثاث والأدوات المستخدمة. في حالة العرض داخل دور السينما تُحتسب أيضاً "ظروف المشاهدة" من إظلامِ القاعة وعدد المشاهدين والمتعة الجماعية (إسماعيل، 2003).

لعل هذه الدلالات وغيرها تتقاطع مع نظرية ماكلوهان "الوسيلة هي الرسالة"، فكلما ازداد اعتماد المشاهدين على السينما ارتفعت فرصة أخذهم للإجابات الفكرية والسلوكية عبرها، وكلما كانت الوسيلة خفيةً غير مباشرةٍ عبر الدلالات المُحتاجة إلى التحليل تولدت الانطباعات لا شعورياً.

خاتمة: توصلت الدراسة في نهاية هذا الفصل إلى استنتاجاتٍ عدةٍ أبرزها أن المحتوى المرئي مفضلٌ على غيره لوجود المحفزات البصرية وتناسبه مع الطبقات المتعددة، وكذلك اخضاعه للجوانب الغريزية فيُقنِعُ المتلقي بأن المعروض هو رأيه الشخصي، ويُركز على الجانب الجمالي فقط دون مراعاةٍ لذكاء المشاهدين.

تذكر الدراسة بأن 75% من المعلومات تأتي عن طريق البصر، أما تَذكرُ ما يُرى فيصِلُ إلى 80%، وأن هناك بعض الموقف التي تركت أثراً قوياً فقط لكونها صوّرت فترسبت في اللاوعي، وأن الناس وخاصةً الأطفال يكتسبون سلوكياتهم نتيجة التعرض للمحتويات المرئية دون قصد.

تقترح الدراسة أن من الوارد أن يكون تفضيلُ المرئي نتيجةً للسيطرة الثقافية الغربية لا الفطرة البشرية، وتنوه إلى أن السينما قد تصل في تأثيرها إلى تحديد قيم وآراء 60% من سكان العالم، وأن الفرد يمكن أن يبقى متأثراً بالسينما دون تغيير انطباعه وإن أعاد المشاهدة بعد سنوات.

تشير الدراسة إلى أن السينما تعمل على "إدماج وقولبة وعقلنة اللاواقعي عبر الواقع"، وأنها تستخدم شيفراتٍ مختلفةٍ تؤثر على المتلقي دون أن يشعر بها أثناء مشاهدة المحتوى السينمائي.

قبل الدخول إلى الفصل الأخير، نستطيع توليفَ خلاصةٍ نظريةٍ شاملةٍ تسبق التطبيق العملي:

باستخدام منهج التحليل السيميائي والنظرية السيميائية عبر أداة التحليل ومحدداتها (1.5)، فإننا نستطيع تحليل الأثر الفني (العينة السينمائية) (1.6) للخروج بنتائجَ تحليليةٍ سيميائيةٍ تثبت وجودَ صورةٍ ذهنيةٍ محددةٍ عن المؤسسة الإعلامية في السينما الأمريكية، خاصةً أن الوصول إلى الصور الذهنية ليس إلا نتاجاً للتحليل السيميائي بحكم توحدها مع المدلول في ثنائية الدلالة (2.4)، وأن شيفرات الخطاب السينمائي (3.3) تعتبر نوعاً من أنواع الدلالات السيميائية (2.2).

هذه الصورة رغم أنها ليست نهائيةً مغلقةً ويمكن تعديلها (2.3)، إلا أنها تمتاز بالشيوع والمتانة والانتشار لتفضيل الإعلام المرئي (3.1) وقوة السينما الأمريكية (3.2).

الفصل الرابع

تحليل فيلم "The Post"

4.1 بطاقة الفيلم

4.2 قصة الفيلم

4.3 محتوى المَشاهد

4.4 المَشاهد تعيينيّاً وتضمينياً

4.5 استقراء قيّم الفيلم استناداً إلى التحليل التعييني والتضميني وفقاً لأسطورة بارت

4.6 نتائج تحليل الفيلم

4.1 بطاقة الفيلم:

أُنتج "The Post" عام 2017 من شركة "فوكس"، وخرج للعرض يوم 11 كانون الثاني، 2018. بلغت مدته قرابة ساعتين (1:55:59)، وصُنف بأنه مسموحٌ لكل الأعمار مع صحبة الأطفال دون سن الثالثة عشرة (PG–13).

"The Post" من إخراج ستيفن سبيلبرغ وتأليف إليزابيث هانا وجوش سينجر، ومن بطولة توم هانكس بمشاركة ميريل ستيرب. رُشح لجائزتي أوسكار: أفضل فيلمٍ وممثلةٍ لكن لم يحز عليهما.

4.2 قصة الفيلم:

يتناول "The Post" أحداثاً حقيقيةً حصلت عام 1971 لقضيةٍ عُرفت باسم "أوراق البنتاغون"، حينها بدأت صحيفتا "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز" بنشر آلاف الوثائق السرية عن الغزو الأمريكي لفيتنام، والتي تكشف تفاصيلَ عسكريةً تمتد على فترة حكم أربعة رؤساءٍ سابقين لريتشارد نيكسون: هاري ترومان، دوايت أيزنهاور، جون كيندي، ليندون جونسون.

غالبية زمن العرض حول الصراع بين مالكة ومديرة "واشنطن بوست" كاثرين غراهام (ميريل ستيرب) ورئيس التحرير بنجامين برادلي (توم هانكس) حول النشر من عدمه؛ الإدارة متخوفةٌ من مصيرٍ مماثل لـ"نيويورك تايمز" التي مُنعت قضائياً من استكمال النشر، أما رئاسة التحرير وطاقم الصحفيين فيجدون أن "هذا عملهم".

لا يُناقش "The Post" مسألة "أخلاقية" الغزو الأمريكي لفيتنام كما هو المعهود عن أفلام تلك الفترة، إنما يلوم إدارة نيكسون والإدارات السابقة على إخفاء المعلومات عن المواطنين الأمريكيين، قبل أن يُختَتَم ببدايات أحداث "ووتر غيت" عام 1972.

4.3 محتوى المَشاهد:

راعت الدراسة تحليلَ جميع المَشاهد قدر الإمكان، وهذا ما يُلاحظ في فترات الامتداد الموضحة في الجدول، أما الدقائق غير المغطاة تحليلياً فكان الغرض السينمائي منها ربط الأحداث ببعضها، ولم يجدها الباحث ذات دلالاتٍ سيميائيةٍ لإيصال رسائل الفيلم.

رقم المشهد	امتداد المشهد	محتوى المشهد
1	0:00–0:55	شارة البداية.
2	3:45–0:55	جنودٌ أمريكيون يستعدون للتحرك ثم يشتبكون مع المقاومة الفيتنامية.
3	9:36–7:24	مراقب الخارجية الأمريكية في الميدان دانيال إلزبيرغ يصوّر أوراقاً سرية.
4	11:16–10:22	المالكة غراهام تناقش مع مستشارها اكتتاب الأسهم في "البورصة".
5	19:19–18:37	المدير برادلي يطلب من متدربٍ تحصيل معلوماتٍ عن "نيويورك تايمز".
6	21:15–20:41	برادلي يناقش مع طاقم التحرير كيفية تغطية عرس ابنة الرئيس نيكسون.
7	28:29–27:05	المتدرب يصل ويدخل إلى مقر "نيويورك تايمز".
8	33:26–32:06	"نيويورك تايمز" تبدأ بنشر وثائق البنتاغون السرية.
9	34:30–33:41	برادلي يأمر فريقه بالوصول إلى بقية الوثائق قبل "نيويورك تايمز".
10	39:08–34:42	برادلي يسأل غراهام طلب الأوراق من كاتبها الأصلي (صديقٌ قديمٌ لها).
11	43:15–42:45	موظفٌ يعطي الأوراق لبرادلي ويحاول وصف فتاةً من "الهيبز".
12	45:47–45:24	أعضاء فريق التحرير يتناقشون حول أوراق فتاة "الهيبز".
13	46:45–46:30	نيكسون يجري مكالمةً غاضبةً حول ما نشرته "نيويورك تايمز".
14	51:17–50:41	غراهام تجتمع مع رجال "البورصة" ويبدأ الاكتتاب المالي.
15	56:09–56:01	محررٌ في "واشنطن بوست" في نقاشٍ مع إلزبيرغ بعد أن أعطاه الوثائق.
16	57:34–57:00	محرر "واشنطن بوست" يستكمل النقاش مع إلزبيرغ.
17	1:02:33–59:31	غراهام وبرادلي في نقاشٍ جديدٍ حول النشر من عدمه بعد تملك الوثائق.
18	1:10:59–1:09:59	برادلي وطاقم "واشنطن بوست" القانوني في نقاشٍ حول شرعية النشر.
19	1:12:36–1:11:56	غراهام وصديقها الكاتب الأصلي في نقاشٍ حول نشرها.
20	1:13:26–1:12:36	تجدد النقاش بين برادلي والطاقم القانوني في مسألة النشر.

21	1:19:38–1:17:07	غراهام وبرادلي والمستشارون في مكالمةٍ جماعيةٍ لحسم القرار.
22	1:38:05–1:37:10	برادلي يتلقى مكالمةً من مساعد النائب العام للتوقف عن النشر.
23	1:39:09–1:38:46	محامي "واشنطن بوست" يترافع في المحكمة.
24	1:41:05–1:40:41	موظفو "واشنطن بوست" يشاهدون التلفاز لمتابعة الأنباء والتحليلات.
25	1:42:00–1:41:25	غراهام وبرادلي يقرآن الصحف التي كتبت عن نشرهما للوثائق.
26	1:43:30–1:42:11	غراهام تتوجه إلى المحكمة.
27	1:44:55–1:44:00	الحاجب يعلن عن بداية الجلسة وخروج غراهام والآخرين إثر نهايتها.
28	1:46:37–1:45:00	موظفو "واشنطن بوست" يتلقون قرار سماح المحكمة باستمرار النشر.
29	1:49:28–1:48:21	نيكسون يأمر بمنع "واشنطن بوست" من دخول البيت الأبيض بالتزامن مع اكتشاف اقتحامٍ لمبنى "ووتر غيت".
30	1:55:58–1:55:50	بعد نهاية الخاتمة وأسماء الطاقم يأتي هذا النص: "إنتاج هذا الفيلم وتوزيعه دعم أكثر من 12000 وظيفة وشمل مئات الآلاف من ساعات العمل".

4.4 المَشاهد تعيينياً وتضمينياً:

المشهد الأول: المؤثرات الصوتية.

تعيينياً: تبدأ "فوكس" أفلامها عادةً بشارَةٍ تُظهرُ شعارها وموسيقتها كهويةٍ بصريةٍ وسمعية، لكن في هذا الفيلم لم تُسمع الموسيقى، إنما بدأت أصواتُ العرض من اللحظة الأولى؛ أصوات البيئة المحيطة بالجيش الأمريكي في فيتنام: طائرةُ "هليكوبتر" ومحركاتٌ وحشراتُ سراج الليل.

تضمينياً: الابتداء بأصوات الفيلم منذ الشارة يضع المُشاهد في قلب الحدث من اللحظة الأولى، ويُهيئه للتأثر والانسجام المباشر مع أول مشهدٍ مرئي سيأتيه.

المشهد الثاني: المؤثرات الصوتية، لغة الجسد، السيناريو، الإضاءة، الحوار، حركة التصوير.

تعيينياً: بعد انتهاء الشارة استمرت الأصوات ذاتها ورافقتها أغنية "النهر الأخضر" (Green River) لفرقة "كريدينس" (Creedence) ذائعة الصيت فترة السبعينيات من القرن الماضي **(المؤثرات الصوتية).**

بدأ المشهد البصري الأول مع كلمات الأغنية لجنودٍ أمريكيين في مقاطعة هاو ناغيا الفيتنامية يستعدون للتحرك: يجهزون عتادهم بكل هدوءٍ ويدخنون ويتواجدون في منطقةٍ شبه مكشوفةٍ ودون أدنى توتر، وفوقهم طائرة "الهليكوبتر" ذاتها **(لغة الجسد والسيناريو).**

حينما بدأ الاشتباك كان خلال الليل داخل غابةٍ متشابكةٍ وكان الصراخ فقط من الفيتناميين، فيما حافظ الأمريكيون على هدوئهم وتعليماتهم العسكرية رغم وقوع بعض الإصابات التي كانت جميعها طفيفة **(الإضاءة ولغة الجسد والسيناريو)**، وكانوا يطمئنون المصابين بصوتٍ هادئٍ ورقيق: "اصمد يا رفيقي، سيعالجونك" **(لغة الجسد والحوار).**

طوال المشهد كان التصوير يُركز على وجوه الجنود الأمريكيين دون إظهار أي وجهٍ فيتنامي، وختامه كان التحرك على امتداد المعسكر بشكلٍ أفقي (Pan Right) وصولاً إلى إلزبيرغ الذي كان يكتب تقريره منزوياً **(حركة التصوير).**

تضمينياً: يشعر المُشاهد بعد تسلسل أصوات البيئة المحيطة من الشارة ثم مجيء الأغنية الباعثة بالثقة والطاقة (كانت رائجةً في الحقبة التي يعالجها الفيلم) مع استعدادات الجيش الهادئة والبسيطة، بأن الأمريكيين كانوا في نزهةٍ وليسوا غزاةً يواجهون مقاومين مسلحين.

المواصفات المذكورة لتفاصيلِ الاشتباك وما قبله وما بعده تشير إلى قوة الجيش الأمريكي وجاهزيته وانضباطه، فخسائره تكاد تذكر وليس في ورطةٍ عسكريةٍ أو يتصرف بشكلٍ غير أخلاقي كما عُرفت فترة غزوه لفيتنام، أما أعداؤه فأقل منه شأناً وقدرةً؛ لا يضربون إلا في الخفاء والظلمة وعلى نحوٍ مفاجئٍ وفاشل، دلالةٌ على الضعف والغدر وقلة الشجاعة للمواجهة علناً.

هدف التصوير بتركيزه على الوجوه تبيان ملامحها الهادئة قبل الاشتباك وبعده والواثقة من نفسها أثناءه، وتغيبت وجوه الفيتناميين لتسليط الضوء فقط على الأمريكي، فغيره لا يستحق حتى التمثيل، أما تصوير إلزبيرغ وحيداً في نهاية المعسكر والانتقال إلى مشهدٍ آخر بعدها يعني أن محتوى الفيلم سينتقل من القتال العسكري إلى تفاصيلَ جديدةٍ لها علاقة بما يُكتبه إلزبيرغ.

المشهد الثالث: الألوان، إطار الصورة، السيناريو، المؤثرات الصوتية، لغة الجسد.

تعيينياً: عند بدء تصوير الأوراق خرج ضوءٌ أزرقٌ من الآلة غير ضوئها الطبيعي؛ هالةٌ غطت الطاولة ثم وجه إلزبيرغ **(الألوان)**، بدأ بعدها تَقلبٌ بين الوجه والأوراق بأسلوب "لقطة من وجهة نظر (POV Shot) **(إطار الصورة)**، مع تذكر إلزبيرغ لمقتطفاتٍ أتت مرئيةً من أرشيف خطابات الرؤساء ترومان وأيزنهاور وكيندي وجونسون حول غزو فيتنام (Library Shot)، وسط مقارنته لمعظمها بما كُتب في الأوراق عن تعليماتهم السرية **(السيناريو)**.

المشهد رافقته موسيقى متوترةٌ تثير الأعصاب **(المؤثرات الصوتية)**، تزامن معها تعابيرُ وجهٍ متوترةٌ أيضاً وممتعضةٌ من جانب إلزبيرغ **(لغة الجسد)**. تعامل المَشهد مع أيزنهاور بشكلٍ مغاير، فلم يُذكَر اسمه أثناء التصوير ولم يقارَن ما حدث في عهده بما كُتب **(السيناريو)**.

في المقارنات بين الخطاب والأوامر لا يظهر الغزو بصورةٍ سيئةٍ أو بنحوٍ غير أخلاقي أو أن الولايات المتحدة الأمريكية تخسر ولا تكسب، إنما يُركز على مبدأ حجب الحقائق وحق المواطنين في الحصول على المعلومة فقط **(السيناريو)**.

تضمينياً: رغم أن الضوء الأزرق بالأصل باعثٌ بالراحة، إلا أن دوره كان التركيزَ على الأوراق وتعابير وجه إلزبيرغ ودمج المُشاهد معه بحالة التوتر والامتعاض من الصفحات ومحتواها التي وفرتها الموسيقى وتعابير الوجه والتبادل في الإطار بين إلزبيرغ والأوراق.

تَعمُدْ إظهار المشكلة وحصرها بأنها اخفاءٌ للمعلومات وحق الأمريكيين بالاطلاع عليها، يتكامل مع المشهد السابق الذي أظهر الجيش بمظهرِ القوي غير المتورط عسكرياً، وهي دلالاتٌ لها

مكملاتٌ لاحقةٌ خلال الفيلم تُبيّن أن الولايات المتحدة ونظامها السياسي والعسكري ليس فاشلاً أو فاسداً إنما هناك مشكلةٌ ببعض الرؤساء وبعض من حولهم فحسب.

أما فيما يتعلق بطريقة عرض حقبة أيزنهاور خطاباً وأوراقاً، ففي ذلك محاكاةٌ للعاطفة السياسية التاريخية لرمزيته الوطنية وعدم التعرض لها، على عكس ترومان وكيندي وجونسون الذين لا يملكون ذات المكانة لدى الشعب الأمريكي.

المشهد الرابع: الحوار، السيناريو، حركة التصوير.

تعيينياً: "الجودة والربح متصلان ببعضهما البعض"، بهذه الجُملة تبرر المالكة غراهام سبب تعيين "أفضل الكُتّاب" والانفاق عليهم بسخاء رغم قلة الأرباح مقارنةً بالمنافسين الذين لا تراهم على مستوى من الثقافة أو أن لديهم محتوى قيماً، فـ"الرواد والمثقفون" هم قراؤهم فقط **(الحوار)**.

رغم ذلك تناقش غراهام مع مستشارها فريتز بيبي مسألة تحويل "واشنطن بوست" من ملكيةٍ عائليةٍ إلى الاكتتاب العام في سوق الأسهم (البورصة)، لتتحصل على أكثر من ثلاثة ملايين دولار بقيمة السبعينيات من القرن العشرين **(الحوار والسيناريو)**.

خلال الحوار كان التصوير يحوم حول غراهام وبيبي (Arc Shot) وكأنهما في جلسةِ تحقيقٍ وليس نقاشَ عمل، خاصةً أنّ المُشاهدَ لا يدرك بعد أن بيبي موظفٌ في الصحيفة إلا إذا كان يعلم أسماء شخوص الحادثة الحقيقية حينما حصلت **(حركة التصوير)**.

تضمينياً: مَن لم يقرأ مُسبقاً موادَّ لـ"واشنطن بوست" وشاهد الفيلم سيتولد لديه انطباعٌ عن رزانة المحتوى واهتمامهم بالثقافة والذوق الرفيع، مما يبني تأييداً للصحيفة لدى المُشاهِد لما ستُقدِم عليه لاحقاً. تشترك رسالة المشهد الحالي مع المشهد السادس لكن من جانب إدارة التحرير.

أما حركة التصوير فعملت على ربط حوار الجودة الإعلامية مع الحديث عن "البورصة" وجعلته أكثر توتراً، خاصةً أن غراهام كانت قد استيقظت من نومها فزعةً في اللقطة السابقة مباشرةً بعد

أن غفت وهي تُراجع الأوراق المالية، وفي ذلك تمهيدٌ بأن الصحيفة تعاني مالياً، وقد يجعل ذلك المُشاهِد متعاطفاً مع البطل "الرزين المثقف صاحب الذوق الرفيع" إن خرق القانون لاحقاً.

المشهد الخامس: الحوار، لغة الجسد، السيناريو، إطار الصورة.

تعيينياً: في الظهور الأول لمدير التحرير برادلي يتساءل عن اختفاء كتابات المحرر نيل شيهان من "نيويورك تايمز" منذ ثلاثة أشهر، ليطلب من أحد المتدربين الذهاب إليهم والتجسس على ما يفعله شيهان مستخدماً مصطلح "الاستكشاف" **(الحوار)**.

يطلب برادلي من المتدرب ألّا يُعلن عن هوية مكان تدربه، وعند سؤاله إن كانت الفكرة قانونيةً يجيب برادلي: "ما الذي تظن أننا نفعل هنا لكسب لقمة العيش يا فتى؟"، مع نظرةٍ جانبيةٍ وابتسامةٍ ساخرةٍ قبل التحديق في عين المتدرب **(الحوار ولغة الجسد والسيناريو)**.

عند تساؤل المتدرب حيال قانونية ما سيفعله يتحول إطار الصورة من وجه برادلي وظهر المتدرب إلى وجه المتدرب (Over The Shoulder Shot إلى Close up)، ثم سرعان ما يعود التركيز على برادلي عند إجابته (Close up) **(إطار الصورة)**.

تضمينياً: في هذا المشهد أمران: اهتمام المتدربين بالقانون وأخلاقيات المهنة، الشيء الذي لا يظهر بشكلٍ جلي لدى الموظفين وربما لذلك تغير إطار الصورة عند تساؤل المتدرب، والثاني حالةٌ من الضياع بعد الإجابة المبهمة من رئيس التحرير، فيمكن تفسيرها بالإيجاب أو السلب، وحركة جسده أيضاً تُفسر على الطريقة ذاتها.

هنا يقع المُشاهد في حالةِ التباسٍ عند محاولته لتبني فكرةٍ واضحةٍ وقاطعة؛ هل الإعلام أخلاقي أم يتجاوز الأخلاق من أجل مصلحته؟

المشهد السادس: الحوار، السيناريو، إطار الصورة، لغة الجسد، القطع.

تعيينياً: استخدم برادلي تعبير "سيدافعون عن التعديل الأول"، قاصداً التعديل الأول على الدستور الأمريكي الذي منع سن أي قانون يقيد الإعلام أو حرية التعبير أو اتباع الأديان، وذلك في رده على استنكار المحررين لفكرته بطلب معلومات زفاف ابنة نيكسون من وسائل الإعلام الأخرى إثرَ منعهم من تغطية الحدث **(الحوار والسيناريو)**.

مع نطق برادلي لهذه الكلمات يبدأ إطار الصورة بالانحسار تدريجياً (Dolly in) متجاوزاً المتواجدين حتى يصل إليه وحده، ويقول أثناء الانحسار: "سنخبرهم أن الطريقة الوحيدة لحماية حقوق النشر هي النشر"، مع صوتٍ هادئٍ وفمٍ متقوسٍ إلى الأسفل اتجاه الذقن وواضعاً كلتي قدميه فوق الطاولة، ثم ينتهى المشهد على هذه الصورة **(الحوار وإطار الصورة ولغة الجسد والقطع)**.

تضمينياً: المشهد فيه جانبٌ من العاطفة الوطنية عبر ذكر الدستور الأمريكي وأول وأشهر تعديلاته، مما يمهد لما سيحصل لاحقاً من أحداثٍ عبر خلق انطباعٍ بأن الصحيفة لديها الروح الأخلاقية الوطنية عندما ستصطدم بإدارة نيكسون، ويشترك الانطباع هنا مع محاولة كسب التعاطف لعسر البطل المالي في المشهد الرابع.

أتت صورة برادلي في صورةِ الإنسان الواثق مما يفعل ولديه الحكمة فيما يقول ويقرر، واختتام المشهد على هذه الصورة ومع الاقتباس الموضح يرسخ المراد منه في الذهن، نظراً لانقطاعه والذهاب إلى فكرةٍ أخرى في المشهد التالي.

المشهد السابع: السيناريو، إطار الصورة، لغة الجسد.

تعيينياً: المتدرب الذي لا يُمنح اسماً يصل إلى مبنى "نيويورك تايمز" **(السيناريو)**، يتأمل الواجهة وعبارة "كل الأخبار المناسبة للطبع" تستفرد بإطار الصورة (Extreme Close up) **(إطار الصورة)**، وتظهر عليه علامات التحديق والرهبة لدرجةٍ تنسيه الشارع والسيارات **(لغة الجسد)**. يُقرر المتدرب إلهاء ساعي بريدٍ لأخذ طردٍ والصعود به ليعطي نفسه مبرراً للتواجد **(السيناريو)**.

تضمينياً: عدم إعطاء اسمٍ للمتدرب فيه إشارةٌ إلى أن المتدربين كما في الواقع غير مُهمين كثيراً لإداراتهم، ويَظهرُ في هذا المشهد التعارض بين خوف المتدرب من خرق أعراف المهنة (في المشهد الخامس) وتأثير مدير التحرير عليه بإقناعه أن ما يفعله قانوني.

لكن التجسس وسرقة الطرود ليست أموراً قانونية، وفي ذلك قد تكون علامةٌ تشير إلى دخول المستجدين إلى عالم الإعلام بضميرٍ ووازعٍ أخلاقي، لكنه سرعان ما يتراجع عند الاحتكاك بسوق العمل وصعود الرغبة بالإنجاز الوظيفي.

المشهد الثامن: المؤثرات الصوتية، الإضاءة، السيناريو.

تعيينياً: برادلي ومحرران يقرأون "نيويورك تايمز" صبيحة يوم النشر الأول لـ"أوراق البنتاغون" مع موسيقى ذات طابعٍ يوحي بالخوف وتلبدِ الغيوم وتتغير الإضاءة إلى درجةٍ شبه معتمة. تتطاير في الهواء باقي صفحات "نيويورك تايمز" وتبقى في أيديهم الصفحات الأولى، مع استمرار الموسيقى المخيفة وتحول النهار فجأةً إلى أشبه بالليل **(المؤثرات الصوتية والإضاءة).**

يأتي في الخليفة صوتٌ لمكالمةٍ يجريها نيكسون يستفسر عمّا حصل، ويستمر الصوت مع لقطةٍ تُظهر كل شخصٍ في "واشنطن بوست" يقرأ عدد "نيويورك تايمز" مع وجود شتائمَ من الرئيس **(المؤثرات الصوتية والسيناريو).**

تضمينياً: كانت الموسيقى والإضاءة في سياق الخوف من خطورة المعلومات المنشورة، وكذلك من المجهول المُنتظر من إدارة نيكسون بوجود التهديد والشتائم من طرفه، فتطاير باقي الصحف يعني أن ما نُشِر من أخبارٍ غير "أوراق البنتاغون" لم يعد له أهمية، وأن اطلاع المؤسسة الإعلامية بأفرادها كافة على ما ينشره منافسها يعني المعرفة بالتقصير التسويقي وتطور حالة المنافسة بينهم.

المشهد التاسع: الحوار، السيناريو، إطار الصورة.

تعيينياً: برادلي في اجتماعٍ مع أعضاء هيئة التحرير: "لنؤدي عملنا، جدوا تلك الصفحات" **(الحوار)**، قاصداً أنهم بحاجةٍ للوصول إلى ما وصلت إليه "نيويورك تايمز" **(السيناريو)**، مع تنقل الصورة على وجوه الطاقم جميعاً (Close up) مع جملة برادلي **(إطار الصورة)**.

تضمينياً: بعد قراءة جميع الموظفين لما نشرته "نيويورك تايمز" في نهاية المشهد الماضي يظهر هنا جوهر الأمر: هل من حق الإعلام أن ينشر وثائقَ سريةً يُعتبر تسريبها مخالفةً للقانون وجريمةً يُعاقَب عليها؟ أي هل هذا هو "العمل" الذي يريد برادلي "تأديته" فقط من أجل التساوق مع المنافسين وتحقيق الشهرة المجتمعية والمكسب التوزيعي؟

أما تنقل إطار الصورة عليهم جميعاً بشكلٍ فردي يدل على أن المهمة لم تعد فقط من أجل "العمل المهني" إنما تلبيةً لطلبٍ من الإدارة وأن عليهم بذلك أقصى جهدٍ ممكن، وإظهار إطار الصورة بهذا الحجم يولد الإحساس بشعور الضيق والتحدي الوظيفي لديهم.

المشهد العاشر: الحوار، السيناريو، لغة الجسد، حركة التصوير، المؤثرات الصوتية.

تعيينياً: تصف توني ابنة غراهام الكبرى لأمها ما نشرته "نيويورك تايمز" بأنه "يتعلق بأصدقائك"، أي أن غراهام كانت على علاقةٍ شخصيةٍ ممتازةٍ بالرئيسين كيندي وجونسون، وكذلك بمعد الأوراق المُسرَبة وزير الدفاع الأسبق روبيرت مكنمارا، مذكرةً إياها بكثيرٍ من المواقف والمناسبات الاجتماعية التي جمعت عائلتها بالمسؤولين السابقين **(الحوار والسيناريو)**.

تُنزل غراهام الصحيفة عن وجهها بعد أن غطته بها ضاحكةً من الذكريات وبشيءٍ من الخجل المهني لتقول: "من الصعب القول لا لرئيس الولايات المتحدة الأمريكية" **(لغة الجسد والحوار)**.

يصل برادلي لحظتها، ويتجادل مع غراهام بشأن الطلب من مكنمارا الحصولَ على نسخته من التقرير **(الحوار والسيناريو)**. في خضم جدالهما تقترب آلة التصوير تدريجياً (Dolly in) حتى

ترفع غراهام صوتها بشكلٍ لافتٍ منهيةً الحديث، فيتوقف الاقتراب وتتغير زاوية التصوير لتصبح وحيدةً فيها (Medium Shot) **(حركة التصوير والمؤثرات الصوتية)**.

بعد صمتٍ لبرهةٍ **(المؤثرات الصوتية)** يستكمل برادلي اعتراضاته على غراهام بتوصيفه لمكنمارا بأنه ليس مصدره الشخصي للخبر إنما مصدرهما، مردفاً جملةً أخرى: "لكن ألا تظنين أن لديك التزاماً للصحيفة والعامة؟". تزامنت هذه الجملة مع تركيز التصوير (In focus) على غراهام وحدها، وغُباشٌ (Out of focus) على برادلي في انتظار جوابٍ منها، ليكون رد غراهام أن نشر الأوراق يعد "جريمة" **(الحوار وحركة التصوير والسيناريو)**.

تضمينياً: يجسد هذا المشهد مبدأ التحالف بين السلطة الحاكمة ومُلاك وسائل الإعلام والعلاقات الشخصية بينهما، وهو الأطول خلال الفيلم ويتكرر من ناحية المبدأ.

جدال غراهام وبرادلي يوضح الفجوة بين فئة الملاك المتمسكة بعلاقاتها مع المستويات الرسمية، ورئاسة التحرير التي تريد القصص المميزة من أجل التوزيع التسويقي والشهرة الإعلامية.

في الحوار الأخير من المشهد يظهر تفريقٌ واضحٌ لموقف المالكين والمديرين، فيتمسك الفريق الأول بضرورة قانونية الأفعال وعدم ارتكاب "جرائمَ" أو إخلالٍ بالعلاقات مع الجهات الرسمية من أجل النشر، أما الفريق الثاني فيجد أن لا ضير في ذلك لأن هناك "التزاماً اتجاه العامة".

أسلوب الحوار الأول جلب التشويق لمعرفة النهاية، أما الحوار الثاني فجاء بعد صمتٍ قصير لكن مغزاه مهم؛ المدير يطلب من المالك أن يشترك معه بالرؤية ويحاول التأثير لتغيير مبادئه.

المشهد الحادي عشر: السيناريو، الحوار.

تعيينياً: وسط المظاهرات المطالبة بنهاية الغزو، تدخل فتاةٌ من "الهيبز" إلى مقر "واشنطن بوست" وتسلم أحد الموظفين بشكلٍ غير مفهومٍ مجموعةً من أوراق التقرير السري **(السيناريو)**.

الموظف يحمل الأوراق إلى برادلي وموظفَين من هيئة التحرير ويحاول أن يُوصف الفتاة، لكنهم فقط يُعلقون على الأوراق ولا يحفلون بما يتحدث به الموظف، ويتركونه ليواصل الوصف لكن لا أحد يستمع له **(الحوار والسيناريو)**.

تضمينياً: تحليل هذا المشهد يتشابك مع تحليل المشهد الثاني عشر.

المشهد الثاني عشر: الحوار، السيناريو.

تعيينياً: برادلي والمُحرران مع انضمام ثالثٍ يستمرون في حديث الأوراق، لكن بدلاً من أن يتفاعل برادلي معهم كما فعل أمام الموظف، فقد أهملهم كما فعلوا جميعاً مع الموظف **(الحوار والسيناريو)**.

في نهاية المشهد يُقاطعُ برادلي محرراً كان يقول عن أحد الرؤساء السابقين: "إنه يصر على السرية وألّا يخبر الشعب الأمريكي" وكأنها ملاحظةٌ غير مهمةٍ ليسأل المحرر الثالث: "هذا هو الأمر الحقيقي [الحصول على الأوراق]، كم تحتاج من الوقت لتكتبه؟" **(الحوار والسيناريو)**.

تضمينياً: في المشهدين يظهر التفاوت في أسباب الاهتمام بين فئات المؤسسة الإعلامية اتجاه هذه القضية، وإن أضفنا المشهد العاشر أيضاً فتصبح الصورةُ متكاملةً في ثلاثة مَشاهد: المُلاك خائفون من الخطأ القانوني أو إخلال العلاقات مع الجهات الرسمية، إدارة التحرير تريد النشر من أجل السبق الصحفي ورفع المكانة، الموظفون ممتعضون من النظام الحاكم.

لكن ما يُلمس أيضاً أن المحررين ورئيس التحرير لا يستمعون للموظفين، ورئيس التحرير لا يستمع للمحررين، بينما يريد رئيس التحرير من الملاك أن يستمعوا له، أي أن رأي كل فئةٍ بنظر الأعلى منها ليس مهماً، فربما يُناقش مع نيةِ الرفض المسبق أو لا يُستمع له من البداية حتى.

المشهد الثالث عشر: المؤثرات الصوتية، الإضاءة، الحوار، السيناريو.

تعيينياً: تعود الموسيقى المخيفة مع مشهدٍ مظلمٍ خارجي للبيت الأبيض فيه صوت نيكسون يكيل بالشتائم لـ"نيويورك تايمز"، ويتساءل إن كان ممكناً محاكمتها، مستخدماً مصطلح "أعداؤنا".

تضمينياً: على أرض الواقع نشرت وسائل إعلامٍ تحليلاتٍ بأن الفيلم رسالةٌ غير مباشرةٍ للرئيس الأمريكي حينها دونالد ترامب، الشهير بعدائه وصداماته مع وسائل الإعلام ومنها "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"، خاصةً أن موعد العرض أتى مع اقتراب الذكرى الأولى لتوليه الرئاسة.

في هذا المشهد وغيره لا يظهر نيكسون إلا بصوته، لكن غلبت عليه العصبية والشتائم وإهانة الإعلام وهي صفاتٌ اتسم بها ترامب، ورغم قصر المشهد إلا أن أربعة محددات اشتركت فيه.

المشهد الرابع عشر: الإضاءة، لغة الجسد.

تعيينياً: تصل غراهام إلى اجتماع سوق "البورصة" لطرح "واشنطن بوست" للاكتتاب الرسمي، وامتاز المشهد بأمرين: الظلمة شبه التامة **(الإضاءة)**، وعدم إظهار أي وجهٍ لأعضاء الاجتماع باستثناء المتحدث باسم "البورصة" وغراهام التي بان على وجهها علامات القلق **(لغة الجسد)**.

تضمينياً: التعتيم وغياب ظهور الأوجه وقلق غراهام صورةٌ تُشكل إيحاءً بغموض سوق "البورصة" وأنه مجهولُ الملامح ومليءٌ بالمخاطر، وبخاصة أن المجال الاقتصادي غير معلوم التفاصيل لدى عامة المشاهدين، مما قد يزيد من التعاطف المذكور في المشهد الرابع لوضع البطل المالي.

المشهد الخامس عشر: الحوار، السيناريو، لغة الجسد.

تعيينياً: أحد محرري "واشنطن بوست" يستطيع الوصول إلى إلزبيرغ ويناقشه حول قضية الأوراق. إلزبيرغ يسهب في ذم المحتوى وما أخفاه الرؤساء السابقون، فيباغته المحرر بالسؤال عن ذنب نيكسون بما فعله غيره **(الحوار والسيناريو).**

يصمت إلزبيرغ قليلاً وتظهر عليه الريبة ورفضه للسؤال بإغماض عينيه بشكلٍ جزئي وهز رأسه **(لغة الجسد)** ثم يُجيب: "إنه يستمر كالآخرين" وأنه يرفض إنهاء الحرب **(الحوار والسيناريو).**

تضمينياً: اختتام الحديث عن الرؤساء بالقول إن نيكسون من يرفض إنهاء الحرب مع إظهاره بالصورة السيئة في مشاهدَ سابقةٍ ولاحقةٍ رغم أن الوثائق ليست عن عهده، يُشعِرُ المشاهد بذنب نيكسون وحده، خاصةً أن السينما الأمريكية اعتادت على تحويله إلى مادةٍ للإساءة إلى الرئاسة، وفي ذلك استكمالٌ لرسالة المشهد الثالث عشر.

المشهد السادس عشر: الحوار، السيناريو، لغة الجسد، الإضاءة، حركة التصوير.

تعيينياً: يعود نقاش الأوراق بين المحرر وإلزبيرغ الذي يسأل: "ألم تكن لتذهب إلى السجن لتوقف هذه الحرب؟". تمر لحظةٌ صمت وتظهر الحيرة على ملامح المحرر، ويقلب نظره في الغرفة شبه المظلمة قبل أن يُجيب: "نظرياً بالتأكيد" **(الحوار والسيناريو ولغة الجسد والإضاءة).**

ينهض إلزبيرغ من مكانه وتتسلط الإضاءة على وجهه ويسأل المحرر الجالس من ارتفاع (High Angle Shot) مع نظرةٍ متسائلةٍ متشككةٍ "هل ستنشر هذه الوثائق؟" **(الإضاءة وحركة التصوير الحوار ولغة الجسد)**، فيرد المحرر بالإيجاب وإن كان في ذلك مخالفةً قانونية **(الحوار والسيناريو).**

تضمينياً: يؤول تساؤل إلزبيرغ الأول بأنه اختبارٌ لـ"أخلاقيات" العامل في الحقل الإعلامي، أما جواب المحرر فيعني بـ"نظرياً" أي أنه يريد، لكن هل يملك القرار في الصحيفة؟

في طريقة تصوير تساؤل إلزبيرغ الثاني يزداد الإيحاء عبر الإضاءة الخافتة مع النظرة العالية المتشككة بالتساؤل "الأخلاقي"، ويتجلى عندها الاختلاف بين المدير والموظف في سبب النشر: المدير ينشر للشهرة والمحرر لسببٍ "أخلاقي"؛ حق الناس بالمعرفة وإنهاء الغزو.

المشهد السابع عشر: الحوار، السيناريو، حركة التصوير، إطار الصورة.

تعيينياً: برادلي لغراهام: "هكذا تدار الأمور؛ السياسيون والصحفيون يثقون ببعضهم ليذهبوا إلى الحفلات نفسها ويشربون الخمر ويلقون المزاح بينما هناك حربٌ مندلعةٌ في فيتنام". ترفض غراهام النشر مجدداً، ليخبرها برادلي أنها تمتنع عن الموافقة لتحمي أصدقاءها وبالتحديد مكنمارا، فتجيب بأنها تحمي الصحيفة فحسب **(الحوار والسيناريو)**.

برادلي على نحوٍ مفاجئ يسرد ماضي صداقته مع الرئيس كيندي وأنه فضل عمله الصحفي على تلك العلاقة بقوله: "لا يمكن أن نكون معاً، كان علينا الاختيار... علينا أن نكون من يكبح جماح سلطتهم، إن لم نحملهم المسؤولية فمن بحق الله سيفعل؟" **(الحوار والسيناريو)**.

خلال الاقتباس الأخير يكون كادر التصوير محصوراً ببرادلي المتمشي في الغرفة وفي النهاية يصبح المشهد ثنائياً (Medium Shot إلى Long Shot) **(حركة التصوير وإطار الصورة)**.

تضمينياً: في هذا المشهد رسالتان: الأولى مباشرةٌ لغراهام في تشجيعها للموافقة على النشر بعد الحصول على الأوراق، والثانية مبطنةٌ كرسالةٍ للفيلم بأن واجب الإعلام "كبح جماح السلطة".

وبتساؤل برادلي "فمن بحق الله سيفعل؟" استثنى أن تكون أيةُ جهةٍ أخرى غير وسائل الإعلام حتى البرلمان الموكل بمراقبة المسؤولين ومحاسبتهم هي المخولة بذلك.

تُعاد هنا فكرة المشهد العاشر القائمة على التحالف بين السلطة الحاكمة ومُلاك الإعلام، وانتقال إطار الصورة من لقطة منحصرة ببرادلي المتمشي إلى ثنائية مع غراهام يعني انتظار برادلي جواباً منها بعدما أوضح أن الإعلام يجب ألّا يصادق المسؤول وعليه أن "يكبح سلطته".

المشهد الثامن عشر: الحوار.

تعيينياً: يبدأ الجدال بين برادلي والطاقم القانوني حيال خطورة نشر الأوراق وأنها تخالف "قانون التجسس" وأنها جانية، وأن قاضٍ فدرالي يراها تضر بالأمن القومي الأمريكي، فيجيب برادلي بأن الموظفين الذين غطوا أنباء الغزو منذ بدايته يعلمون ما يضر بالأمن القومي أكثر.

تضمينياً: رغم قصر المشهد واعتماد على أداةِ تحليلٍ فقط، إلا أن تمرد الإدارة تجاوز نشر أوراقٍ سريةٍ أو معرفتهم المسبقة بمخالفة قانون التجسس واحتمالية أن تكون خطتهم جنايةً قانونية، فقد وصل إلى مواجهة القضاء حيال تعريف المصطلحات، أي "ماذا يعني الأمن القومي؟".

قد نستطيع اعتبار هذا نقداً غير مباشرٍ لحالةٍ من الضبابية في كثيرٍ من المصطلحات السياسية والقانونية عالمياً.

المشهد التاسع عشر: الحوار، السيناريو، لغة الجسد، إطار الصورة، القطع.

تعيينياً: غراهام تلتقي بمكنمارا وتطلب منه نصيحته، ليبدأ فصلٌ جديدٌ في الإساءة لنيكسون عبر إجابة مكنمارا: "لكن نيكسون مختلف" **(الحوار والسيناريو)**، لكنه بعدها مباشرةً ينفعل ويصرخ وتظهر على وجه علامات الغضب، فيشتمه ويحذرها بأن نيكسون يريد فرصةً لتدميرها وتدمير الصحيفة **(لغة الجسد والحوار)**.

في حديث مكنمارا يتركز إطار الصورة على وجهه فحسب (Close up) مع خيالٍ بسيط لغراهام المستمعةِ بصمت (Matte Shot) وينتهى المشهد مباشرةً **(لغة الجسد وإطار الصورة والقطع)**.

تضمينياً: عنى مكنمارا بـ"مختلف" أي مختلفٌ عن الرؤساء السابقين، أما انفعالُ وزيرُ دفاعٍ سابقٍ بحق رئيسٍ حالي وشتمه ووصفه بالمغايرِ عمّن سبقوه مع انتهاء المشهد على هذه الشاكلة يعتبر استكمالاً لمَشاهد سبقته وأخرى ستليه.

هذه المشاهد يُرَسِخُ تَكرار فكرتها في الأذهان أن المشكلة بنيكسون وليس بالسابقين، رغم أن الوثائق لا تتحدث عن فترة حكمه بل في الواقع أثناء حكمه انتهت الحرب، لكن نيكسون في أفلامٍ كثيرةٍ كان "شماعةً للإساءة السينمائية الرئاسية".

تركيز التصوير على مكنمارا وإعطاء خيالٍ فقط لغراهام يعطي انطباعاً بوثوقه من كلامه وتخوفها من موقفها وترددها باتخاذ القرار، أي أن فساد نظام نيكسون وحده له الترجيح في سردية الفيلم ورسالته ووجوب مواجهته، لكن مع الحذر منه نظراً لشره.

المشهد العشرون: الحوار، السيناريو، إطار الصورة.

تعيينياً: يعود الصراع مجدداً بين برادلي والإدارة لكن هذه المرة مع المستشار بيبي. يصف برادلي منطقية بيبي من خوف خسارة الاكتتاب واحتمالية تجريم الصحيفة، فبالتالي سحب رخصة العمل من "مجرمٍ" مما سيجبرهم على البيع واختفاء الصحيفة، بأنها "درامية" **(الحوار)**.

ويقول بعدها: "إذا كنا نعيش في عالمٍ حيث يمكن فيه للنظام أن يخبرنا بما يمكننا طباعته من عدمه، فإن صحيفة 'واشنطن بوست' قد اختفت من الوجود سلفاً"، مع انتقال إطار الصورة من ثنائي مع بيبي إلى فردي لبرادلي وحده أثناء هذه الجملة (Two Shot إلى Close up) **(الحوار والسيناريو وإطار الصورة)**.

تضمينياً: روعي إلى جانب تجدد الصراع وإلقاء إدارة التحرير لجملٍ متمردةٍ ثائرةٍ على إدارة نيكسون تُحفز المُشاهِد لتبني وجهة نظرها، أن إطار الصورة انتقل أثناء الاقتباس المذكور من زاوية تُظهر برادلي وبيبي إلى برادلي وحده، وذلك للتركيز على "أهمية" ما يقوله وزيادة تأثيره مع تَكرار الجمل المشابهة من ناحية المبدأ على امتداد الفيلم خاصةً المشهد الذي يليه.

المشهد الواحد والعشرون: الحوار، المؤثرات الصوتية، إطار الصورة، الإضاءة، حركة التصوير، لغة الجسد، السيناريو.

تعيينياً: مكالمةٌ جماعيةٌ بين غراهام وبرادلي وبيبي ومستشارين ماليين ومحررين يتخللها موسيقى متوترة وتبدل إطار الصورة بينهم بشكلٍ متكرر (Close up) وبسرعةٍ عالية مع إضاءةٍ خافتةٍ وتصويرٍ بكاميرا مرتفعة متحركة حول رأس غراهام كالدوامة (Arc Aerial Shot)، وسط جدالٍ مستمرٍ وإدلائهم كلٌ بموقفه مع صمت غراهام **(الحوار والمؤثرات الصوتية وإطار الصورة والإضاءة وحركة التصوير ولغة الجسد).**

يذكر برادلي جملاً تشير إلى أفكارٍ مثل فوز نيكسون وخسارتهم للشعبية وأن الناس ينتظرون نشرهم، ثم يثبت إطار الصورة عليه (Close up) بقوله: "الطريقة الوحيدة للتأكيد على حق النشر هي النشر" **(الحوار والسيناريو وإطار الصورة).**

تنتقل الصورة بعد هذه الجملة إلى غراهام وحدها (Close up) والتي تتكلم للمرة الأولى وسط تقدمٍ مستمرٍ للإطار اتجاه وجهها بعيونٍ دامعةٍ وارتفاعٍ للموسيقى (Dolly in) قبل أن توافق على النشر **(حركة التصوير وإطار الصورة ولغة الجسد والمؤثرات الصوتية والحوار والسيناريو).**

تضمينياً: المشهد أشبه بذروة الصراع النفسي داخل غراهام، خاصةً باستخدام التصوير العلوي المتحرك بشكلٍ التفاتي ومحددات التحليل الأخرى، مع ذكر الجميع خلاصة وجهات النظر لمختلف المستويات داخل المؤسسة الإعلامية مع استمرارية صمتها.

يظهر أن مداخلات برادلي وبخاصة اقتباسه المذكور أعلاه كان الحاسم لاتخاذ القرار لكونه الختامي بين جميع المتحدثين على الهاتف قبل أن تأخذ غراهام قرار النشر.

الاقتباس عينه أُعيد بصياغةٍ مختلفةٍ قليلاً من المشهد السادس، والذي نوهت الدراسة عند تحليله إلى أنه تمهيدٌ لمُشاهِد الفيلم كي يناصر "واشنطن بوست" عند صدامها مع إدارة نيكسون.

المشهد الثاني والعشرون: الحوار، السيناريو، الإضاءة، المؤثرات الصوتية.

تعيينياً: برادلي بعد النشر لأول مرةٍ يتلقى مكالمةً من مساعد المدعي العام يطلب منه وقف النشر بأمرٍ من وزارة الدفاع نظراً لخطورة الأوراق على الوزارة، وبرادلي يرفض بتهذيب **(الحوار)**.

رافقَ صوت المكالمة توزيع "واشنطن بوست" في أرجاء العاصمة، فظهرت أكشاكُ صحفٍ وسيارات التوزيع في أماكنَ حساسةٍ كالبيت الأبيض ومبنى الكونغرس ونصب جورج واشنطن التذكاري في لحظات الصباح الباكر مع موسيقى تشويقية **(السيناريو والإضاءة والمؤثرات الصوتية)**.

تضمينياً: لم يكن مشهداً عادياً، فاللقطات المختارة لأماكن التوزيع وتوقيته مع الموسيقى المنتقاة يدل على أن المواطنين سيستيقظون ليقرأوا المعلومات السرية وسيأثر ذلك على مراكز الحكم واتخاذ القرار.

طَلَب المساعِد بوقف النشر الذي كان واضحاً بأنه سيؤثر على وزارة الدفاع لا على النظام السياسي بأكمله ورفْضُ برادلي المهذب، يشير بشكلٍ غير مباشرٍ إلى احترام النظام السياسي لكن ليس بالضرورة احترام سياسات الإدارة الحالية.

المشهد الثالث والعشرون: الحوار، السيناريو.

تعيينياً: مشهدٌ سريعٌ في المحكمة لكن يلاحظ فيه أمرٌ محددٌ عند سؤال القاضي لمحامي الصحيفة عن "إنزال نروماندي"، وإن كان قد تحصل على تفاصيلِ الخطة فهل كان سينشرها؟

تضمينياً: الخطة العسكرية المذكورة كان قد قادها أيزنهاور عندما كان جنرالاً في الحرب العالمية الثانية وخرجت على إثرها ألمانيا من الأراضي الفرنسية، وفي هذا تكاملٌ مع المشهد الثالث الذي لم يُسَأ فيه إلى أيزنهاور مقارنةً بترومان وكيندي وجونسون، نظراً لمكانته الوطنية.

المشهد الرابع والعشرون: السيناريو.

تعيينياً: مجموعةٌ من موظفي "واشنطن بوست" يشاهدون التلفاز لمتابعة التحليلات والأنباء بعد نشرهم للأوراق وتوجههم للقضاء. يتحدث أحد ضيوف التلفاز بأن الشعب يجب ألّا يسمح للرئيس بالحكم دون مساعدة الكونغرس.

تضمينياً: هذه اللقطة جوهرية، رغم أنها هامشيةٌ وآتيةٌ أثناء انتقال برادلي من غرفةٍ إلى أخرى ومن إنسانٍ ليس بممثلٍ في الفيلم، كونها تجيب على استفسارٍ مهمٍ طرحته الدراسة في المشهد السابع عشر: من "يكبح جماح" السياسيين؟ الإعلام أم البرلمان؟

المشهد الخامس والعشرون: لغة الجسد، المؤثرات الصوتية، إطار الصورة، وحركة التصوير، السيناريو، الحوار.

تعيينياً: اللقطةُ التاليةُ مباشرةً بعد المشهد السابق: برادلي بأعينٍ مليئةٍ بالفخر وبموسيقى توحي بالإنجاز يضع على طاولة غراهام صحفاً من ولاياتٍ مختلفةٍ نشرت عما نشرته "واشنطن بوست"، وتنفرد الصحف بإطار الصورة مع توالي التحرك نحو اليمين (Pan Right) كلما وضع برادلي صحيفةً أخرى **(لغة الجسد والمؤثرات الصوتية وإطار الصورة وحركة التصوير).**

في هذا المشهد ثلاثةُ تعقيباتٍ من ثلاثةِ مستوياتٍ في الصحيفة: المالكون، والمديرون، والموظفون. غراهام: "على الأقل لسنا وحدنا"، برادلي: "لم نعد صحيفةً صغيرةً بعد الآن"، المحرر جالب الوثائق: "لطالما أردت أن أكون جزءاً من تمردٍ صغير" **(السيناريو والحوار).**

تضمينياً: مجيء اللقطة مباشرةً بعد مشهد تساؤل المذيع عن دور البرلمان لا يسمح للمُشاهِد بتبني الفكرةَ مباشرةً والتساؤل فعلاً عن دور البرلمان بدلاً من تفرد الإعلام بمكافحة الفساد وتأدية دور البطولة، ومجيء وضع الصحف المؤيدة لـ"واشنطن بوست" بشكلٍ متتالٍ فوق الطاولة يؤكد أن ما فعلته كان الصواب وأن هنالك تأييداً جماهيرياً لهم.

التعقيبات الثلاثة من المستويات المختلفة دل كل واحدٍ على توجهٍ محددٍ وأسلوبٍ تفكيرٍ مختلفٍ اتجاه ما حصل، فلدى الملّاك هناك تراجعٌ للخوف المالي مع فرصةٍ قويةٍ للفوز قضائياً، ولدى الإدارة ارتفعت الشعبية والشهرة والتوزيع والقوة المجتمعية، أما لدى الموظفين فقد أتت الفرصة لتحقيق إنجازٍ ضد الحكم الظالم.

المشهد السادس والعشرون: الحوار، السيناريو، لغة الجسد.

تعيينياً: غراهام تصل المحكمة وتلتقي بإحدى موظفات الادعاء العام دون أن تعلم من هي. الموظفة تتمنى لها أن تفوز وتطلب منها ألا تخبر أحداً بأنها تحدثت معها **(الحوار والسيناريو)**، ثم يظهر مديرها موبخاً لها على تأخرها بأسلوبٍ فظ **(الحوار السيناريو ولغة الجسد)**.

تضمينياً: مشهدٌ بسيط يتكامل مع مشاهدَ سابقةٍ يؤكد معها بأن المشكلة ليست مع النظام السياسي بل مع نيكسون وبعض المحيطين به حصراً، خاصةً مع توبيخ مدير الموظفة لها بعد ذلك مباشرة وتصويره بشكلٍ فجٍ ومنفرٍ للتأكيد على هذه الصفات لدى المقربين من نيكسون.

المشهد السابع والعشرون: المؤثرات الصوتية، لغة الجسد، حركة التصوير، الحوار، السيناريو.

تعيينياً: أتت لحظة إعلان انعقاد المحكمة مع بداية موسيقى توحي بعظمة الموقف وسط احترام جميع الموجودين لدخول القضاة **(المؤثرات الصوتية ولغة الجسد)**. التصوير يسير بشكلٍ متباعد عن منصة الحُكم (Dolly out) مع صعود القضاة **(حركة التصوير)**.

الموسيقى ذاتها تستمر مع خروج طاقم "واشنطن بوست" من المحكمة **(المؤثرات الصوتية)**، غراهام ترفض إلقاء بيانٍ كما فعلت "نيويورك تايمز" وتنزل درج المحكمة وسط تحديقٍ من المواطنين الذين التفوا حولها ونظروا إليها مبتسمين وفخورين **(الحوار ولغة الجسد والسيناريو)**.

تضمينياً: التوصيف أعلاه مع عدم تمثيل مشاهدَ المداولات داخل المحكمة يتكامل مع المشهد السابق ومشاهدَ أخرى للوصول إلى رسالةٍ بعينها: الاحترام سيد الموقف اتجاه النظام العام والقضاء والوزارات والموظفين الحكوميين، أما المشكلة محصورةٌ بنيكسون وبعض مقربيه وحدهم.

استمرار الموسيقى يعني استمرار العظمة، فكما هي للقضاء كذلك لـ"واشنطن بوست"، وتحديق الناس وإحاطتهم بغراهام وابتسامهم لها يحول ما حصل من نشرٍ ومحاكمةٍ إلى انتصارٍ للمواطنين وللمجتمع ومحبتهم لمن يقف ضد الحكم الظالم، أي يريد الفيلم أن يوصل رسالةً أخرى مع اقتراب نهايته مفادها: هذا الإعلام الذي يريده الناس.

المشهد الثامن والعشرون: المؤثرات الصوتية، الحوار، السيناريو، لغة الجسد، حركة التصوير.

تعيينياً: موسيقى تشويقية مع تلقي إحدى الموظفات لمكالمةٍ في مكتب الصحيفة للحظة إعلان القرار القضائي، ومع إعلان القرار بالفوز تتحول الموسيقى التشويقية إلى أخرى انتصارية **(المؤثرات الصوتية).**

تصمت الموسيقى لتعلن الموظفة التالي مع موسيقى ثالثة توحي بالفخر: "الآباء المؤسسون منحوا الصحافة الحرية التي يجب أن تحظى بها للوفاء بدورها الأساسي في ديمقراطيتنا. الصحافة كانت في خدمة المحكومين وليس الحكام" **(المؤثرات الصوتية والحوار والسيناريو).**

ينتهي هذا الاقتباس بدموع الموظفة وتصفيق زملائها، ومن بداية حديثها إلى نهايته تتقدم آلة التصوير شيئاً فشيئاً (Dolly in) حتى تكتفي بوجهها وهي تنطق آخر الكلمات وتملأ عينيها الدموع **(لغة الجسد وحركة التصوير والحوار).**

تضمينياً: المشهد استكمالي للمشهد السادس بأسلوب تصويرٍ مشابهٍ وذكرِ الدستور الأمريكي وحمايته للصحافة وحقها بأن تكون حرة، لكن يضاف إليه ذكر "الآباء المؤسسين" وموسيقى الفخر والقول إن "الصحافة في خدمة المحكومين وليس الحكام".

فكما المشهد السادس أتى ليقول إن "واشنطن بوست" عملها الإعلامي وطني ويحافظ على القانون ومبادئ وتاريخ المجتمع الأمريكي، فكان هذا المشهد كذلك لكن بجرعةٍ عاطفيةٍ أكبر، خاصةً أنه صدر من موظفةٍ عاديةٍ لا من المستوى الإداري أو التنفيذي، في استكمالٍ لإظهار هذه الفئة بأنها تريد خدمة الدولة والمواطن ولا يهمها الربح أو الشهرة.

أتى هذا المشهد في نهايات الفيلم والمشهد السادس في بداياته، وفي هذه الانتقائية الترتيبية يُلاحظ استمراريةً لذات الرسالة السينمائية ومحاولةً لتثبيتها في ذهن المُشاهد قبل وبعد ذروة الأحداث، خاصةً أن المشهدين تشابها في محددات التحليل.

المشهد التاسع والعشرون: الإضاءة، المؤثرات الصوتية، لغة الجسد، حركة التصوير السيناريو.

تعيينياً: بعد فوز "واشنطن بوست" يأتي مشهدٌ ليلي للبيت الأبيض **(الإضاءة)** وصوت نيكسون في مكالمةٍ هاتفية مطالباً بمنع أي صحفي من "واشنطن بوست" من دخول البيت الأبيض **(المؤثرات الصوتية)**، لكن هذه المرة مع إظهار ظهره من مسافةٍ بعيدةٍ تقترب شيئاً فشيئاً (Dolly in) وهو يضرب الطاولة غاضباً **(لغة الجسد وحركة التصوير)**، يستمر صوت نيكسون مع انتقال اللقطة إلى شرطي يكتشف "سطواً" في مبنى "ووتر غيت" **(السيناريو)**.

تضمينياً: يترابط تحليل هذا المشهد مع المشهد الثلاثين والأخير.

المشهد الثلاثون: السيناريو.

تعيينياً: "إنتاج هذا الفيلم وتوزيعه دعم أكثر من 12000 وظيفة وشمل مئات الآلاف من ساعات العمل". أتى هذا النص في آخر الثواني من المدة الكلية للفيلم، بعد أن انتهى التمثيل وسرد أسماء طاقم العمل وكل من ساهم في إنجازه.

تضمينياً: هذه الجملة وبالتشارك مع المشهد السابق والثالث عشر وبعض الملاحظات المتفرقة طوال الفيلم، تشير إلى رسالةٍ مبطنةٍ لترامب لعدائه مع الإعلام وكثرة مواقفه السلبية ضده، وكأن صناع الفيلم أردوا إخباره حينها أن تصرفاته ستضره ولن تفيده، وأن الإعلام كما ساهم في إسقاط حكم نيكسون بعد قضية "ووتر غيت" فليس من المستبعد أن يفعل أمراً مشابهاً مجدداً.

نيكسون لم يجسد بوجهه إنما بصوتٍ غاضبٍ كثير الشتائم والإهانات وهي صفاتٌ لدى ترامب، حيث تُذكر مواقفٌ عدةٌ له أثناء حكمه تعامل فيها بشكلٍ فظٍ مع الصحفيين، وكانت الانتقادات تُصَبُ عليه وعلى بعض مقربيه وليس على النظام بأكمله، فقد خرجت انتقاداتٌ صريحةٌ له من مسؤولين حكوميين، وهذا أمرٌ تماثل في الفيلم عند احترام القضاء ووزارتي العدل والدفاع. فبالتالي المشكلة كانت بنيكسون وحده، أي مع ترامب وحده أيضاً.

أما النص الختامي فيؤول على أنه رسالةٌ لترامب بعدما كانت الوظائف وتقليل البطالة ضمن وعوده الانتخابية، وكان قد برر إجراءاتٍ وقراراتٍ كثيرةً لاقت استنكاراً ورفضاً شعبياً بأنه يسعى عبرها لتحقيق ما وعد.

4.5 استقراء قيّم الفيلم استناداً إلى التحليل التعييني والتضميني وفقاً لأسطورة بارت:

يلاحظ من خلال التحليل التعييني والتضميني أن هنالك قيمةً رئيسةً يحاول الفيلم إيصالها وترسيخها: الجماهير تُعجب وتؤيد الصحافةَ المُهاجِمةَ للنظام والكاشفةَ للفساد حتى لو ترتب على ذلك خرقٌ للقانون أو للأخلاق، أي أن الجماهير تُحب الصحافةَ المتسمةَ بـ"البطولة" حتى وإن لم تكن نظيفةً أو كانت بطولتها ظاهريةً فحسب، ويصل الأمر إلى أن تخلع عليها صفة "الوطنية".

4.5.1 المَشاهد ومحددات التحليل:

بشكلٍ أولي تُستقرأ "قيمة البطولة" بظهورها في نصف المَشاهد تقريباً، وكذلك توزعها بين البداية والنهاية مع تكثيفها في الثلث الأخير، أي بعد "العقدة" التي أتت مع منتصف الفيلم وحتى الوصول إلى "حل العقدة" في الخاتمة.

انقسمت هذه المَشاهد بين رئيسةٍ تَظهرُ فيها "قيمة البطولة" بشكلٍ واضحٍ مباشرٍ تركزت في الثلث الأخير، وأخرى مكملةٍ أتت في البداية أو بين المنتصف والثلث الثالث لاستمرارية التذكير بالقيمة.

يُحللُ الأمر على أنه محاولةٌ لوضع "قيمة البطولة" على امتداد فترات العرض المختلفة، أي تمهيدٌ في البداية والمنتصف ثم تعميقٌ وتتالٍ حتى الخاتمة من أجل الاقناع عبر التَكرار.

وبشكلٍ أولي كذلك تُستقرأ "قيمة البطولة" بتنوع الأساليب المُستعملة، فسُخِرت مُحدداتُ السيناريو والحوار ولغة الجسد والمؤثرات الصوتية والإضاءة وحركة التصوير وإطار الصورة والقطع، أي ثمانيةٌ من المحددات التسعةِ المستخدمة على طيلة الفيلم، ويفسر الأمر على أنه محاولةٌ لخلق أكبر قدرٍ ممكن من التأثير على المُشاهِد بجذبه بأكثر عددٍ من الطرق المتاحة.

4.5.2 سيميائية الزمان:

يترابط توقيت إصدار الفيلم (2017) مع زمن أحداثه (1971) و"قيمة البطولة"، فأول أهداف إنتاجه يتمثلُ في إشعار الرئيس الأمريكي –حينها– دونالد ترامب بإمكانية أذية منصبه أو إسقاط حكمه، وذلك على إثر تكرر معاداته ومواقفَ مهاجمته لوسائل الإعلام، أي إمكانية فعل الإعلام ما فعله في السابق مرةً أخرى حينما كشف قضية "أوراق البنتاغون" وبعدها قضية "ووتر غيت"، مما أفضى إلى إسقاط حكم ريتشارد نيكسون وخروج الإعلام حينها بثوب "البطل الوطني".

أحداث الفيلم تأتي مع نهايات الغزو الأمريكي لفيتنام، والذي ظهر على أنه شبه خالٍ من المشكلات، وأن الجيش الأمريكي قوي ولا يعاني في قتاله أمام المقاومة الشعبية الفيتنامية، وذلك على عكس المتناقل من الأرشيف التاريخي أكان تمثيلياً أم وثائقياً، فسعى الفيلم إلى حصر مساوئ الغزو بأمرٍ واحد: حرمان الجماهير من حق الحصول على المعلومة.

يبدو أن السبب يعود إلى حرص صناع الفيلم على إعطاء رسالةٍ أخرى تتقاطع مع الرسالة السابقة: إسقاط ترامب أو أذيته عبر الإعلام لا تعني محاربة النظام الأمريكي بأكمله، بل إن ترامب دخيلٌ على "الديمقراطية السياسية" الأمريكية كما كان نيكسون تماماً، إذ تُذكَرُ مواقفٌ من وزراءَ وبرلمانيين أعلنوا صراحةً معارضتهم لترامب، تماماً كما يأتي في الفيلم معارضةُ موظفين رسميين لنيكسون.

وكما حُصرت الأزمات الأمريكية في زمن ترامب بشخص الرئيس وعائلته لا بالمنظومة السياسية، تأتي شخصياتٌ في الفيلم لتُبرِزَ ذات الفكرة بإظهار وزراءَ عدلٍ ودفاعٍ بثوب المناصرين للإعلام والمواطنين والحريصين عليهم، وأن الأزمة بشخص نيكسون وبعض المقربين منه.

يُحال اختيار فترة نيكسون وأزمات "أوراق البنتاغون" و"ووتر غيت" إلى سببين: الأول بطولة الإعلام الأمريكي إلى الآن في قضية "ووتر غيت"، وتحولها إلى "مضرب المثل" في الصحافة الاستقصائية حول العالم بل "شرارة الانطلاقة" لها.

أما الثاني وجود نيكسون شبه الدائم في الأعمال الفنية المختلفة كـ"مضرب مثلٍ" أيضاً، لكن لشخصية السياسي الفاسد، بل إن رؤساءَ آخرين مُثلوا سينمائياً وأُخرجوا ببساطةٍ من مواقفَ أكثر صعوبةٍ كما حدث في فيلم ".W" الصادر عام 2008 حينما تحول الغزو الأمريكي للعراق إلى خطأٍ بسيطٍ للرئيس جورج بوش الابن يمكن إصلاحه.

إطلاق الفيلم إلى دور السينما ومنصات العرض المختلفة تزامن تقريباً مع الذكرى السنوية الأولى لتولى دونالد ترامب للحكم، مما يعطي سيميائيةً إضافيةً لعامل الزمان: زمن الأحداث، زمن الإنتاج، زمان العرض.

4.5.3 سيمائية العنوان:

تتقاطع سيميائية العنوان مع سيميائية الزمان، إذ يحمل اسم ""The Post" في طياته رسالةً تحفيزيةً لزيادة الإقبال على المشاهدة، خاصةً بعد نشر الفيديو التشويقي (Trailer) الخاص بالفيلم، إذ يحمل اختصاراً لاسم صحيفة "واشنطن بوست" التي تدور الأحداث بين مُلاكها وإدارتها وموظفيها ومتدربيها، وهي إحدى أبرز وسائل الإعلام التي وجه ترامب أسهم معاداته لها.

تظهر في الفيديو التشويقي صحيفة "نيويورك تايمز"، إذ لملاكها وموظفيها دورٌ بسيطٌ في الفيلم، والتي أيضاً كان ترامب يكّن لها عداوةً ظاهرة.

4.5.4 سيميائية المكان:

في المقام الأول هناك سيميائيةُ "المكان المتسع": المكان الجغرافي الذي حصلت فيه الأحداث، أي العاصمة واشنطن حيث يقع مقر صحيفة "واشنطن بوست" وبيتي المالكة جراهام ورئيس التحرير برادلي، وكذلك البيت الأبيض مقر عمل وإقامة رئيس الولايات المتحدة الأمريكية.

حياة المُدن تُلغي أي طابعٍ للبساطة، ومجرد وجودها يرفع من انطباع قسوة الحياة والهموم المعيشية والاقتصادية والثقافية، ترافقَ هذا الانطباع مع التركيز على المَشاهد الليلية والإضاءات المُعتمة وبعض الأجواء العاصفة مما ولَّدَ جواً مشحوناً بالخوف. مع نهاية الفيلم وانتهاء المسألة أمام القضاء بدأت حينها المَشاهد النهارية والإضاءات العادية والأجواء المستقرة.

لم يكن المكان المتسع مجرد مدينةٍ عادية، بل العاصمة السياسية للولايات المتحدة الأمريكية، فحرص طاقم الفيلم على إظهار أماكنَ بارزةٍ وشهيرةٍ أثناء توزيع الصحيفة بعد نشر الوثائق كالبيت الأبيض ومبنى الكونغرس ونصب جورج واشنطن التذكاري.

حصل هذا التوزيع في لحظات الصباح الأولى، أي قبل أن تستيقظ المدينة وتقرأ المحتوى المنشور بتشعباتها وضجيجها وتأثيرها السياسي والاقتصادي والثقافي والأيديولوجي، ليس على بقية الدولة فحسب بل على العالم بأسره لمكانة وهيمنة الولايات المتحدة سياسياً.

في المقام الثاني يأتي البيتان: بيت غراهام وبيت برادلي، فمعظم القرارات والحوارات بخصوص نشر الأوراق كانت إما في بيتها أو في بيته أو في كلا البيتين في آنٍ واحد، فبيت غراهام شهد مُناقشتين مطولتين مع برادلي قبل الحصول على الأوراق، وبيت برادلي تحول إلى خلية عملٍ لإتمام صياغة التقرير الصحفي الذي أُعلنَ فيه عن بداية نشر الأوراق. لاحقاً يأتي مشهدٌ مشتركٌ للبيتين (المشهد الواحد والعشرين) والذي حُسم فيه قرار الموافقة على النشر.

يُلاحظ أن معظم العمل على "أوراق البنتاغون" كان في أحد البيتين، خاصةً في سلسلة المشاهد التي صيغ فيها التقرير ونوقش وضعه القانوني. أما مقر الصحيفة فلم يأتِ دوره الرئيس إلا بعد النشر وانتظار حسم القرار القضائي وثم الاحتفال بنجاح المهمة.

يفسر الأمر إلى جانب دور البيت في خلق شعورٍ من الدفء أو الراحة على عكس الشعور المنبعث من المدينة، أن العاملين في صحيفة "واشنطن بوست" سواء أكانوا مُلاكاً أم مديرين أم موظفين أم متدربين، جميعهم مواطنون أيضاً لهم بيوتهم ويخافون على أعمالهم ومصدر رزقهم وعائلاتهم، ورغم ذلك يواجهون "النظام الفاسد" ويخاطرون بكل شيءٍ لديهم: أموالهم وسمعتهم وحريتهم، فقط من أجل "واجبهم البطولي" وحق الناس في الحصول على المعلومة.

في مشاهد البيتين والحوارات الدائرة كانت تُذكَرُ باستمرارٍ أفكارٌ كإمكانية الذهاب إلى السجن إن كسبت إدارة نيكسون القضية، وأن القائمين على الصحيفة رغم خوفهم على أسرهم إلا أنهم يُقدِمون على خطر النشر من أجلهم كذلك، وأن كسبَ لقمة عيشهم ليس أولى من حقهم في النشر.

مَشاهِد البيوت تظهر أيضاً في طلب غراهام من وزير الدفاع السابق مكنمارا لنصيحته حيال النشر، وأيضاً حصول محرر الصحيفة على الأوراق من إلزبيرغ في بيتٍ كذلك.

قد يؤول سيناريو المكان إلى ثنائيةٍ متضادة: مدينةٌ موحشةٌ تزداد ظلمةً لوجود "رئيسٍ فاسدٍ" لا يصور مكتبه إلا بمَشاهدَ ليليةٍ عاصفة، يقابلها بيوتٌ دافئةٌ فيها أطفالٌ يلعبون أو نائمون بهدوءٍ وحدائقٌ خضراء، لكن يعمل أصحابها من أجل الصالح العام وكشف الفساد ومحاسبة الفاسدين، وإن كان في ذلك مخاطرة لكن "البطولة" أهم من حياتهم الشخصية.

4.5.5 سيميائية الشخصيات:

هنالك أربع شخصياتٍ تُمَثلُ أربع جهاتٍ رئيسةٍ في قصة الفيلم: كاثرين غراهام تُمثل فئة المُلاك، بنجامين برادلي يُمثل فئة المديرين، بن باجديكيان يُمثل فئة الموظفين، والمتدرب الذي لا يحمل اسماً يُمثل فئة المتدربين.

كاثرين غراهام مالكة الصحيفة محاطةٌ بجو من الطاقة السلبية لاعتباراتٍ عدة، فقد وصلت إلى مكانها بالوراثة بعد وفاة أبيها وزوجها وهما المالكان السابقان، فكانت ثقة المحيطين بنجاحها شبه منعدمةٍ إلا من قلائلٍ كالمدير برادلي.

غراهام لم تُمثل فقط شخصية المالك الذي يُضحى بعلاقاته مع المستوى الرسمي من أجل الصالح العام، بل تلعب دورَ بطولةٍ أخرى لها تأثيرها السينمائي.

ثقة المحيطين بغراهام كانت متدنيةً أيضاً لكونها امرأة، مما خلق لديها رغبةً بإثبات ذاتها على الرغم من الصورة السلبية التي رسمها محيطوها لها. فبالتالي تلعب غراهام بطولةً مزدوجة: تفضيل الشعب على السلطة، ونجاحُ امرأةٍ في وسطٍ ذكوري.

بنجامين برادلي مدير التحرير الذي يريد النجاح والتفوق على "نيويورك تايمز" وبقية المنافسين، يُخاطر بكل شيء: إمكانية المساءلة القانونية وتحدي السلطات العليا وخسارة وظيفته ومستقبله المهني وتكبيل حريته، فقط من أجل شيءٍ واحد على حد تعبيره: "النشر".

برادلي يؤدي دور "البطل" الذي يواجه الجميع من أجل بطولته، ولديه قدرةٌ على الخوض بنقاشٍ مطولٍ مع حقوقيين وخبراءَ اقتصاديين إلى جانب الملاك والموظفين والمتدربين ليقنعهم في النهاية بضرورة النشر.

برادلي على امتداد الفيلم امتاز بجمله التحفيزية الحماسية التي تصلح لأن تكون خُطباً جماهيريةً أكثر من جملٍ لشخصيةٍ سينمائية، مثل: "الطريقة الوحيدة لحماية حقوق النشر هي النشر"، و"الطريقة الوحيدة للتأكيد على حق النشر هي النشر"، و"ماذا سيحدث لو لم ننشر؟ سنخسر، الدولة ستخسر، نيكسون سيفوز". طوال العرض يتحدث بذات الطريقة، مما يعطيه طابعاً خطابياً ساحراً ومؤثراً يقود المُشاهِدَ إلى التأثر والاقتناع بأفكاره البطولية.

بن باجديكيان يمثل فئة الموظفين، شخوصٌ يريدون مكافحة الفساد لكن ليس لمجدٍ شخصي بل حقاً يريدون المصلحة العامة، وإن ترتب على عملهم خرقٌ قانوني أو أخلاقي فلا ضير في ذلك.

باجديكيان كان العقل المدبر وراء الحصول على الأوراق من إلزبيرغ، وأخذ على عاتقه مهمة السفر من واشنطن إلى بوسطن، مُخاطراً بالعودة إلى قلب العاصمة وبحوزته آلاف الأوراق الحكومية السرية، بل ومؤكداً استعداده للذهاب إلى السجن من أجل أن يعلم الناس بما خُفي عنهم.

باجديكيان يريد مصلحة الجماهير والبلاد ويريد أن يكون بطلاً من أجلهم فقط، ويتناقض بذلك مع بطولة الإدارة المتمثلة ببرادلي الباحثة عن البطولة الشخصية والبطولة من أجل البطولة.

المتدرب، لا يحمل اسماً، فهو ليس مهماً عند مؤسسته. يبدو أنه لا يزال متأثراً بأدبيات وأخلاقيات المهنة كما درسها في تعليمه الجامعيّ، يتساءل إن كان ما يفعله أخلاقي أو قانوني أم لا، لكن سرعان ما يترك تساؤلاته جانباً في ظل تأثره بطبيعة سوق العمل ويغدو واحداً منهم في تصرفاته وأفكاره، ويبحث مثلهم عن البطولة وإن ترتب عليها خرقٌ للقانون أو للأخلاق.

4.6 نتائج تحليل الفيلم:

1. العاملون في المؤسسة الإعلامية ينقسمون إلى أربعة أصناف: المالكون ومجلس الإدارة، المديرون التنفيذيون، الموظفون، المتدربون.

2. المالكون لا يريدون أية توتراتٍ مع النظام ويهابون المخاطرة لمخاوفَ ماليةٍ وقانونية، ويريدون الحفاظ على صداقتهم وعلاقاتهم الطيبة مع المستوى الرسمي حتى لو علموا بفساده.

3. المديرون يسعون لتحدي النظام وللبطولة من أجل البطولة، أي الوصول للشهرة والمكانة والسمعة المجتمعية وازدياد الطلب على مؤسستهم وانتشارهم التسويقي.

4. المديرون رغم سعيهم للبطولة من أجل البطولة إلا أنهم يغلفون عملهم بصيغةٍ وطنية، ويُظهِرون بشكلٍ مؤثرٍ جداً أن ما يسعون إليه خدمةُ الوطن والمواطن لا أنفسهم أو مؤسساتهم.

5. الموظفون لا يسعون للتحول إلى أبطال إنما يريدون مواجهة النظام لكشف الفساد ومناصرة المجتمع والمبادئ، حتى لو تطلب ذلك خرقاً للقانون رغم معرفتهم المسبقة بهذا.

6. المتدربون لا يزالون متأثرين بالمثاليات المهنية، فيصطدمون بحقيقة سوق العمل. هم ليسوا مهمين عند مؤسساتهم، لكنهم يتأثرون سلباً بها ويتنازلون عن المبادئ والأخلاق لمواكبتها.

7. المديرون والموظفون لا يجدون الجهات الرسمية الموكلة بالرقابة والمحاسبة كالبرلمان أنها المسؤولة عن مكافحة الفساد ومحاسبة الفاسدين، بل يجدون ذلك في أنفسهم فقط.

8. المواطنون معجبون بالصحافة المُهاجِمة للنظام والكاشفة للفساد حتى لو ترتب على ذلك خرقٌ للقانون أو الأخلاق.

9. رأي أي موظفٍ داخل أي فئةٍ ليس مهماً لدى الفئة الأعلى منها في المؤسسة الإعلامية، فإما أن يُرفض الحديث إليه منذ البداية أو أن يُستمع له لكن مع نيةٍ مبيتةٍ لرفض كلامه.

10. في الصدامات الإعلامية الحكومية هناك مصطلحاتٌ حمالةٌ للأوجه، مما يوصل الصحفي إلى حالةٍ من الجرأة "للإفتاء القانوني".

11. المشكلة كانت محصورةً بـ"نيكسون الفاسد"، أما النظام الأمريكي عامةً فمحترمٌ ووطني ويهمه انعدام الفساد، والجيش الأمريكي لا يواجه ورطة، إنما تتمحور المشكلة التي أزعجت الموظفين بشكلٍ مباشرٍ أن الرؤساء قد حرموا المواطنين من حق الوصول إلى المعلومة.

12. حولّ الفيلم على امتداده نيكسون إلى شماعةٍ رغم أن الأسرار المسربة كانت من عهد أربعة رؤساء سابقين له، وأظهره بشخصيةٍ سيئة الطباع في تمثيلٍ متبادلٍ لشخصية دونالد ترامب، الذي أراد صناع الفيلم توجيه رسالةٍ واضحةٍ له: "يمكننا المشاركة في إسقاطك كما نيكسون".

نتائج الدراسة ومقترحاتها

النتائج:

1. تقدم السينما الأمريكية المؤسسة الإعلامية وفق أسطورة البطولة والسيطرة على الجماهير، وأنها على استعدادٍ لخرق القانون مع معرفتها المسبقة لتؤدي دور البطل سواءٌ أكانت صادقةً ببطولتها أم لا، مع استعدادها أيضاً لممارسة مخالفاتٍ أخلاقيةٍ من أجل الوصول إلى هدفها.

2. تتولد عن المؤسسة الإعلامية عبر السينما الأمريكية صورةٌ ذهنيةٌ بأنها الموكلة بكشف الفساد والفاسدين ومحاكمتهم اجتماعياً وبأية طريقةٍ كانت، وأن هذا دورها وحدها وليس دور الجهات الرقابية الرسمية في نظام الدولة، وأن هذا هو الإعلام الذي تطلبه الجماهير.

3. يكاد التوزان المهني ينعدم لدى المؤسسة الإعلامية في السينما الأمريكية؛ فتبتعد عن دورها في تزويد القراء بالمعلومات والأنباء وفقاً للقانون والانضباط الأخلاقي المهني، ليصبح همها الوصول إلى المعلومات أياً كانت ونشرها من أجل مواكبة المنافسين وتقديم "ما يطلبه الجمهور".

4. التوازن الوظيفي أيضاً ينعدم لدى المؤسسة الإعلامية في السينما الأمريكية بانقسامها الداخلي بين المالكين المتحالفين مع السلطة، والإدارة الساعية للمجد الشخصي، فيما يتبقى العمل من أجل الناس مقتصراً على الموظف العادي وحده، والذي لا يستمع أحدٌ إليه.

5. تتركز الدلالات السيميائية في تمثيل المؤسسة الإعلامية عبر السينما الأمريكية في أكثر من علامةٍ: السيناريو، الحوار، لغة الجسد، المؤثرات الصوتية، حركة التصوير، إطار الصورة. لكن الدور الأبرز كان للحوار والجُمل ذات الطابع السياسي الرافض أو العاطفي الساحر، في إشارةٍ إلى الصورة الذهنية الاجتماعية عن الإعلام بأنه يحث على التمرد ويؤثر على العاطفة.

6. الإعلام المرئي وخاصةً السينما وبالتحديد السينما الأمريكية على قدرةٍ عاليةٍ جداً في التأثير الاجتماعي وتبني المواقف وتصدير الأيديولوجيات وتغيير السلوك.

7. هناك اختلافات علمي حول السيميائية لغةً واصطلاحاً، وخلطٌ كبيرٌ بين الصورة الذهنية والصورة النمطية.

المقترحات:

1. إجراء دراسات وأبحاث عن طرق تغيير الصورة الذهنية وآليات تشكيل الرأي العام والانطباعات لدى الناس، وأن تكون متخصصةً بالمؤسسات الإعلامية.

2. تطبيق فكرة "التربية الإعلامية" في المرحلة المدرسية مع التركيز على أهمية "ثقافة الصورة"، وكذلك ترقيتها لتكون في المرحلة الجامعية أيضاً لغير المتخصصين في مجال الإعلام.

3. تنمية دور نقابة الصحفيين الدوليين أو النقابات المحلية أو مجالس الإعلام العليا أو وزاراته في الدول المختلفة، للوقوف على الطريقة التي تُقدم فيها المؤسسات الإعلامية سينمائياً ونقد المحتوى السينمائي أولاً بأول.

4. الحاجة إلى شركاتٍ سينمائيةٍ تُنتج أفلاماً تشارك في مهرجاناتٍ دوليةٍ تعمل على عكس الصورة الذهنية المقدمة حالياً عن المؤسسات الإعلامية لتعرضها على حقيقة مبادئها المهنية.

المصادر والمراجع

قائمة المصادر:

- **القرآن الكريم.**
- ابن بحر، عمرو الجاحظ (1948). **البيان والتبيين** (ط. 4). بيروت، لبنان: دار الفكر.
- ابن خلدون، عبد الرحمن (2004). **مقدمة ابن خلدون**. القاهرة، مصر: دار الفجر للتراث.
- ابن منظور، جمال الدين (1997). **لسان العرب** (ط. 6). بيروت، لبنان: دار صادر.
- جامعة أكسفورد (2004). **قاموس أكسفورد الحديث لدارسي اللغة الإنجليزية**. أكسفورد، بريطانيا.
- دي سوسير، فردناند (1987). **محاضرات في علم اللسان العام** (ترجمة عبد القادر قنيني). الدار البيضاء، المغرب: إفريقيا الشرق.
- فرويد، سيغموند (2006). **علم نفس الجماهير** (ترجمة جورج طرابيشي). بيروت، لبنان: دار الطليعة للطباعة والنشر.
- لوبون، غوستاف (1991). **سيكولوجية الجماهير** (ترجمة هشام صالح). بيروت، لبنان: دار الساقي.

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

الكتب:

- إبراهيم، علي (2017). **آليات صناعة الإعلام**. عمّان، الأردن: دار المعتز للنشر والتوزيع.

- أبو الرب، محمد (2010). **الجزيرة وقطر: خطابات السياسة وسياسات الخطاب**. البيرة، فلسطين: أبو غوش للنشر والتوزيع.
- أسماء، الرجال (2020). **تلقي الخطاب الديني: القنوات والسياق والأثير**. القاهرة، مصر: العربي للنشر والتوزيع.
- إسماعيل، محمود (2003). **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**. القاهرة، مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- الأسدي، قاسم (2000). **موسوعة ينابيع المعرفة**. عمّان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ألبيديل، م. ف (2015). **سحر الأساطير: دراسة في الأسطورة والتاريخ والحياة**. دمشق، سورية: دار علاء الدين للنشر والطباعة والتوزيع.
- البرغوثي، حسين (2018). **الفراغ الذي رأى التفاصيل**. عمّان، الأردن: الأهلية للنشر والتوزيع.
- البشر، محمد (2011). **أيديولوجيات الإعلام**. الرياض، السعودية: دار غيناء للنشر.
- الجبالي، حمزة (2016). **اللغة الإعلامية: مفهومها ومبادئها وتطورها... الواقع والفرص والتحديات**. عمّان، الأردن: دار عالم الثقافة للنشر والتوزيع.
- الحكيم، فواز (2015). **سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري** (ط. 2). عمّان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع ونبلاء ناشرون وموزعون.
- السنوسي، مختار (2008). **الإعلام الدولي: الأسس والمفاهيم**. عمّان، الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.
- الشميمري، فهد (2010). **التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام**. الرياض، السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الغباشي، شعيب (2013). **الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة**. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- الغذامي، عبد الله (2005). **الثقافة التلفزيونية: سقوط النخبة وبروز الشعبي** (ط. 2). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.

- المشاقبة، بسام (2014). **معجم مصطلحات العلاقات العامة**. عمّان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- إمبرت، إنريك (1991). مناهج النقد الأدبي (ترجمة الطاهر مكي). القاهرة، مصر: مكتبة الآداب.
- إيكو، أمبرتو (2005). **السيميائية وفلسفة اللغة** (ترجمة أحمد الصمعي). بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.
- إيكو، أمبرتو (2010). **العلامة** (ط. 2) (ترجمة سعيد بن كراد). الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- إيكو، أمبرتو (2013). **سيميائيات الأنساق البصرية** (ط. 2) (ترجمة محمد العماري ومحمد أودادا). اللاذقية، سورية: دار الحوار للنشر والتوزيع.
- بارت، رولان (1987). **مبادئ في علم الأدلة** (ط. 2) (ترجمة محمد البكري). اللاذقية، سورية: دار الحوار للنشر والتوزيع.
- بارت، رولان (2012). **أسطوريات: أسطرة الحياة اليومية** (ترجمة قاسم المقداد). دمشق، سوريا: دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع.
- بال، فرنسيس (2008). **الميديا** (ترجمة فؤاد شاهين). بيروت، لبنان: دار الكتاب الجديد المتحدة.
- بعلي، حفناوي (2018). **قراءة في نصوص الحداثة وما بعد الحداثة**. عمّان الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- بن كراد، سعيد (2012). **السيميائيات: مفاهيمها وتطبيقاتها** (ط. 3). اللاذقية، سورية: دار الحوار للنشر والتوزيع.
- بوسينس، إيريك (2017). **السيمولوجيا والتواصل** (ط. 2) (ترجمة جواد بنيس). القاهرة، مصر: رؤية للنشر والتوزيع.
- تشاندلر، دانيال (2008). **أسس السيميائية** (ترجمة طلال وهبة). بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.

- توسان، برنار (1994). **ما هي السيميولوجيا** (ترجمة محمد نظيف). الدار البيضاء، المغرب: إفريقيا الشرق.
- حداد، حسن (2016). **تعال إلى حيث النكهة: رؤى نقدية في السينما**. القاهرة، مصر: وكالة الصحافة العربية.
- حسنين، إبراهيم (2014). **الطرق الحديثة في الإعلام التجاري**. القاهرة، مصر: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- حمد، عبد الله (2017). **مناهج النقد الأدبي الحديث**. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- حمد، عبد الله (2017). **مناهج النقد الأدبي: السياقية والنسقية**. بيروت لبنان: دار القلم للطباعة والنشر والتوزيع.
- حمدي، محمد الفاتح، وسطوطاح، سميرة (2019). **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث**. عمّان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- حمود، عبد الحليم (2008). **الإعلام سمة العصر: كواليس الدعاية الأمريكية**. بيروت، لبنان: دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع.
- خليل، إبراهيم (2007). **في اللسانيات ونحو النص**. عمّان، الأردن: دار المسيرة للنشر وتوزيع والطباعة.
- خلوف، محمود، وأبو الحسن، عماد (2019). **الإعلام والعلاقات العامة: الأسس والأخلاقيات والنظريات الناظمة**. عمّان، الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- داسكال، مارسيلو (1987). **الاتجاهات السيميولوجية المعاصرة** (ترجمة حميد الحمداني ومحمد العمري وعبد الرحمن طنكول ومحمد الولي ومبارك حنون) الدار البيضاء، المغرب: إفريقيا الشرق.
- دعدوش، أحمد (2011). **ضريبة هوليوود: ماذا يدفع العرب والمسلمون للظهور في الشاشات العالمية**. دمشق، سورية: دار الفكر.
- دوارة، فؤاد (1991). **السينما والأدب**. القاهرة، مصر: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

- دونو، آلان (2020). **نظام التفاهة** (ترجمة مشاعل الهاجري). بيروت، لبنان: دار سؤال للنشر.
- ديك، برنارد (2013). **تشريح الأفلام** (ترجمة محمد الأصبحي). دمشق، سورية: الهيئة العامة السورية للكتاب.
- شولز، روبيرت (1994). **السيمياء والتأويل** (ترجمة سعيد الغانمي). بيروت، لبنان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- طاش، عبد القادر (1993). **صورة الإسلام في الإعلام الغربي** (ط. 2). القاهرة، مصر: الزهراء للإعلام العربي.
- عبد الجواد، عبد الجواد (2007). **الاتصال السكاني**. نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.
- عبد الحميد، محمد (2004). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** (ط. 3). القاهرة، مصر: عالم الكتب.
- عبيد، عاطف (2007). **مدخل إلى الاتصال والرأي العام**. القاهرة، مصر: دار الفكر العربي.
- عتيق، عمر (2011). **ثقافة الصورة: دراسات أسلوبية**. إربد، الأردن: عالم الكتاب الحديث.
- عتيق، عمر (2012). **علم البلاغة بين الأصالة والمعاصرة**. عمّان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عجوة، علي (2003). **العلاقات العامة والصورة الذهنية** (ط. 2). بيروت، لبنان: عالم الكتب.
- عزت بيجوفيتش، علي (2017). **الإسلام بين الشرق والغرب** (ط. 10) (ترجمة محمد عدس). القاهرة، مصر: دار الشروق.
- غزول، فريال (1986). **مدخل إلى السيميوطيقا**. القاهرة، مصر: دار إلياس العصرية.
- فرجاني، علي (2018). **العلاقات العامة وإستراتيجيات الاتصال**. عمّان، الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.

- فضل، صلاح (2002). **مناهج النقد المعاصر ومصطلحاته**. القاهرة، مصر: ميريت للنشر والمعلومات.
- كامل، سارة (2017). **صورة الصحفي في السينما: مشاهد صحفية في الأفلام العربية خلال الفترة من 1952 حتى 2009**. القاهرة، مصر: العربي للنشر والتوزيع.
- كناعنة، شريف (2000). **من نسي قديم تاه: دراساتٌ في التراث الشعبي والهوية الفلسطينية**. عكا، فلسطين: مؤسسة الأسوار.
- كوثراني، وجيه (2012). **تاريخ التأريخ: اتجاهات، مدارس، مناهج**. الدوحة، قطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- كوستانزو، ويليام (2017). **السينما العالمية من منظور الأنواع السينمائية** (ترجمة زياد إبراهيم). وندسور، بريطانيا: مؤسسة هنداوي.
- كولين، جيم (2017). **تاريخ مختصر لوسائل الإعلام الحديثة** (ترجمة أحمد زكي). القاهرة، مصر: مجموعة النيل العربية.
- كيرش، ستيفن جيه (2017). **الإعلام والنشء: تأثير وسائل الإعلام عبر مراحل النمو** (ترجمة عبد الرحمن مجدي ونيفين عبد الرؤوف). وندسور، بريطانيا: مؤسسة هنداوي.
- لوتمان، يوري (1989). **قضايا علم الجمال السينمائي: مدخل إلى سيميائية الفيلم** (ترجمة نبيل الدبس). دمشق، سورية: النادي السينمائي.
- ليبوفيتسكي، جيل، وسيرو، جان (2012). **شاشة العالم** (ترجمة راوية صادق). القاهرة، مصر: المركز القومي للترجمة.
- مصطفى، بدر الدين (2018). **دروب ما بعد الحداثة**. وندسور، بريطانيا: مؤسسة هنداوي.
- مورزا، سيرجي (2012). **التلاعب بالوعي** (ترجمة عيّاد عيد) دمشق، سورية: الهيئة العامة السورية للكتاب.
- موناكو، جيمس (2016). **كيف تقرأ فيلماً: الأفلام والوسائط وما بعدها والفن والتكنولوجيا واللغة والتاريخ والنظرية** (ترجمة أحمد يوسف). القاهرة، مصر: المركز القومي للترجمة.

- ندا، أيمن (2004). **الصور الذهنية والإعلامية: عوامل التشكيل وإستراتيجيات التغيير**. القاهرة، مصر: المدينة برس.
- نصر الله، إبراهيم (2000). **هزائم المنتصرين: السينما بين حرية الإبداع ومنطق السوق**. عمّان، الأردن: المؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- نصر الله، إبراهيم (2010). **صور الوجود: السينما تتأمل** (ط. 2). الجزائر، الجزائر: منشورات الاختلاف، وعمّان، الأردن: الدار العربية للعلوم ناشرون.
- هميسي، نور الدين (2016). **فصول من النقد السيميائي والثقافي للإشهار**. عمّان الأردن: دروب ثقافية للنشر والتوزيع.
- يخلف، فايزة (2021). **مسالك خطاب الصورة: المؤتلف والمختلف**. عمّان، الأردن: مركز الكتاب الأكاديمي.

الأبحاث المنشورة:

- إبراهيم، بدر الدين (2012، كانون الثاني). **الصورة الذهنية في الإعلام الجديد وانعكاساتها على الرأي العام: قراءة في توظيف شبكة الإنترنت**. مجلة السودانية لدراسات الرأي العام، (2)، 97-124.
- الجبوري، إرادة (2010، حزيران). **مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة**. مجلة الباحث العلمي، (9-10)، 161-176.
- الدباغ، سامي (1985، تشرين الأول). **البنائية والتحليل الأدبي**. مجلة الفيصل، (103)، 25-29.
- الصرايرة، محمد (2008، آب). **مشكلة التدفق الإخباري الدولي: الأبعاد التاريخية والفكرية وتحولات عصر التقنية**. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، 1، (1)، 1-27.
- العماري، الصديق (2019، تموز). **سوسيولوجيا السينما: الصورة والمجتمع**. مجلة سينفيليا، (19)، 14-17.

- أوربع، سمير (2019). **السيميائيات وأسسها عند القدماء**. المجلة الثقافية الجزائرية. مسترجع من https://thakafamag.com.
- بركات، محمد (2002، آذار). **السيميولوجيا بقراءة رولان بارت**. مجلة جامعة دمشق للآدب والعلوم الإنسانية، 18 (2)، 55-76.
- بلبشير، عبد الرازق (2020، حزيران). **بدايات السينما في الولايات المتحدة الأمريكية**. مجلة آفاق سينمائية، 7 (1)، 301-311.
- بودهان، آمال، وعكاك، فوزية (2018، شباط). **قراءة في مفهوم الصورة الذهنية**. مجلة الصورة والاتصال، 7 (22).
- حرب، ماجد، والحميد، خديجة (2019، آب). **المعلم وقضايا التعليم في السينما المصرية: تحليل نقدي**. مجلة دراسات، 46 (2)، 417-427.
- داني، محمد (2013، أيار). **في ماهية السيميائيات والصورة**. مجلة جامعة البحرين، 1 (1)، 145-156.
- سردوك، علي (2016، كانون الأول). **الإرهاب في الدراما الأمريكية دراسة سيميولوجية لفيلمي "Body of lies" و"Syriana"**. حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 10 (5)، 407-428.
- صيد، عادل (2018، حزيران). **سيميولوجيا السينما واللغة السينمائية**. مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، 5 (1)، 357-367
- عتيق، عمر (2013، نيسان). **في إشكالية مصطلحات العروض والقافية**. مجلة جامعة النجاح للأبحاث، 27 (10)، 2108-2128.
- عطوف، زهير (2018). **التسويق الغربي للقيم في الإعلام وسينما وهوليوود**. حلب، سورية: مركز إدراك للدراسات والاستشارات.
- غوار، نادية (2018، حزيران). **سيميائية الصورة بين المخاطبة السينمائية والتفكير الفلسفي**. مجلة آفاق سينمائية، 5 (1)، 67-73.
- فزاري، أمينة (2007، كانون الأول). **السيميائية: المصطلح والمفهوم والإشكالية**. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 8 (17)، 125-138.

- محمد، أحمد (2014، كانون الأول). **نظرية العلامة وسيرورتها عند شارلز ساندرز بيرس**. مجلة العميد، 7 (12)، 231-251.
- معلوف، سمير (2010). **الصورة الذهنية: دراسة في تصور المعنى**. مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، 44 (1+2)، 115-185.

الدراسات والأبحاث الجامعية:

- أبو عاصي، رؤى (2018). **الصورة النمطية للمسلم في السينما الغربية: السينما الأمريكية أنموذجاً** (رسالة ماجستير). جامعة القدس، فلسطين.
- بلخيري، رضوان (2010). **صورة المسلم في السينما الأمريكية: تحليل سيميولوجي لفيلمي الخائن والمملكة** (رسالة ماجستير). جامعة الجزائر3، الجزائر.
- ثابت، نوار (2010). **العرب في سينما هوليوود بعد الحادي عشر من أيلول 2001** (رسالة ماجستير) جامعة بيرزيت، فلسطين.
- دهكال، هاجر (2019). **التصوف في السينما التركية المعاصرة: دراسة سيميولوجية للفيلم الروائي الأب الخباز** (رسالة ماجستير). جامعة قسنطينة3، الجزائر.
- همال، فاطمة (2022). **إدارة الصورة الذهنية للمؤسسات الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعية** (رسالة دكتوراه) جامعة بتانة1، الجزائر.

مواقع الإنترنت:

- موقع فرانس 24 (2016، 11 أيلول). **الإفراج عن جون هينكلي المتورط بمحاولة اغتيال الرئيس الأمريكي السابق ريغان**. مسترجعٌ من https://2u.pw/7JIn2.

المراجع الإنجليزية:

- Dianiya, Vicky (2020, October). **Representation of social class in film: Semiotic analysis of Roland Barthes film Parasite**. Profetik journal Komunikasi, 13 (2), 212-224.
- Ridaryanthi, Melly. Ethelbert, Noel. **Semiotics analysis on gender role representations in Spiderman: Into the spider Verse**. International journal of advanced research in education and society, 3 (1), 34-46.
- Sarah, Rima (2021, December). **Representation of feminism in the film of Jane Eyre**. Journal Ilmu humaniora, 5 (2), 196-210.