جامعة الجزائر 3

كلية الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

الصناعات الثقافية وإدارة الحرب الناعمة

دراسة تحليلية سيميولوجية للفيلمين: "Hua Mulan " (2020) لمنصة (iQIYI)

و"Mulan " (2020) لمنصة (Disney +)

أطروحة مقدَّمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

إعداد الطالبة:

بثينة العباسي

إشراف:

أ.د. عواطف زراري

الموسم الجامعي: 2025-2026

جامعة الجزائر 3

كلية الإعلام والاتصال

قسم علوم الإعلام

الصناعات الثقافية وإدارة الحرب الناعمة

دراسة تحليلية سيميولوجية للفيلمين: "Hua Mulan " (2020) لمنصة (iQIYI)

و"Mulan " (2020) لمنصة (Disney +)

أطروحة مقدَّمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

إعداد الطالبة:

بثينة العباسي

إشراف:

أ.د. عواطف زراري

الموسم الجامعي: 2025-2026

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَآخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ الآية 10 من سورة يونس

أول من يشكر في كل دعاء وصلاة، هو الله العدل القوي القهار الجبار الرحمن الرحيم، الذي أنار دربي وغمرني بنعمه التي لا تحصى، ونصرني نصرا عزيزا وجبر قلبي، فللّه جزيل الحمد والثناء العظيم أن وفقني وألهمني الصبر على المشاق التي واجهتني منذ التحضير لمسابقة الدكتوراه واثناء إنجاز هذا البحث ... اللهم لك الحمد ملئ السماوات والأرض وما بينهما على نصرك عبدتك الفقيرة اليك فكنت شاهدا على كفاحها في سبيل طلب العلم.

كما أتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان لأستاذتي الفاضلة "عواطف زراري"، التي رافقتني خلال هذه المرحلة العلمية الممتعة من خلال اشرافها على تأطير هذا البحث المقدم لاستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، فقد كانت خير سند من خلال كل النصائح والارشادات القيمة التي ستبقى دائما كبصمة واضحة في مشواري العلمي الأكاديمي ...

إهداء

إلى أغلى إنسانة في هذا الكون: أمي الغالية .... التي أفنت حياتها في خدمتنا والسهر على تربيتا، أنت مثال للإرادة والعطاء أسال الله أن يطيل عمرك ولا يحرمني منك.

إلى روح والدي الطاهرة رحمه الله الشهيد "قدور العباسي" ... الذي لم يكتب له القدر أن يقطف ثمار ما زرعت يداه في هذا الوجود ليرانا قد كبرنا وأصبحنا بفضل الله تعالى أفراد صالحين في المجتمع يفتخر بهم.

إلى إخوتي حفظهم الله ورعاهم .... عبد السلام، د. كريم العباسي، محمد الصالح، عبد العزيز الذي أسال الله العلي العظيم أن يشفيه وسيد علي. وإلى زوجات إخوتي .... شافية، عبلة، خليصه.

إلى براعم العائلة زكريا يحي الشريف وعبد الله وأمينة ملاك وإلين وماريا الذين أتمنى أن يحذوا طريق الذين سبقوهم ...

إلى رفيقات الدرب: العزيزة نادية، أسماء "هبة الرحمن" والرائعة ملك "هدى" والطيبة راضية "ماريا" والمرحة نجود، والحنونة مريم، وإلى كل أصدقائي وأهلي وأقاربي كل باسمه ومقامه ...

إلى ليان وأيان (من قونيا تركيا)، وكل مرافقي الطيبين الذين رافقوني طوال رحلة كفاحي في هذه الحياة كل باسمه ومقامه ...

إلى كل من راحوا ضحية الإرهاب والحروب ...

إلى كل من راحوا ضحية الإعلام والمتلاعبين بالعقول ...

إلى كل من يحبون هذا الوطن الغالي ...

أهدي هذا العمل ...

بثينة "أمل"

اهداء خاص

الى أستاذي الفاضل أد. محمد هدير، الذي رسم وصقل شخصيتي كباحثة منذ أن وضعت قدماي في كلية الإعلام والاتصال ... رغم كل تلك الأحداث لا أنسى فضل معلمي الذي أنار عقلي بالعلم النافع والمعارف القيمة ... فكل الأشياء تُنسى إلاّ التي لمست قلبك، وكل الأماكن تُهجر إلاّ التي سكنت روحك، وكل الأشخاص تتبدل إلاّ من كان وطناً لك، هناكَ أُناس في حياتنا لا يتكررون مهما التقينا بغيرهم يبقون هم المميزون بصدقهم، بمبادئهم، بروحهم الجميلة، بل يزدادون قدراً واحتراماً في قلوبنا ... سلاما لمن يزرعون الورود في حدائق الروح بمرورهم ... معلمي أنا لن أقف هنا بل سأستمر في البحث عن العلوم الحقيقية فقد كان توقعك صحيحا حين قلت لي " بثينة سيكون لك مستقبل زاهر في البحث العلمي" لذلك سأطلب من العليم الحكيم أن يعلّمني من لدنه العلوم لأبلغ أعلى الرتب في العلم (الراسخين في العلم) ، لأُعلِّم كل من يبحث عن الحقيقة والعلم النافع كما فعل الذين سبقوني من العارفين ...

إلى روح أمي العلمية أستاذتي الغالية "حياة قزادري" رحمها الله وأسكنها فسيح جنانه ... أتقدم بهذا الإهداء الخاص تقديرا وعرفانا للجميل الذي فعلته من أجلي، فلك كل الحب والامتنان على محبتك ورعايتك الصادقة لي، فعندما أتذكر كل ما قدمته لي خلال مشواري الدراسي أتألّم لأنك لن تكوني معي يوم تخرّجي ومناقشتي لأطروحة الدكتوراه، فقد كنت الحافز الرئيسي والداعم الأول لي فكلماتك المشجّعة اعادت إليّ الثقة بالنفس و منحتني القوة لأُكمل المعركة والتحدي للنهاية، اليوم أُكملت إنجاز هذا العمل وأسأل الله أن يجعله صدقة جارية لكلينا.

إلى صديقتي وتوأم روحي ورفيقة الدرب و الكفاح و النجاح الدكتورة باية أمينة خباني، التي كانت سندا لي في لحظات الضغط والتعب وشاركتني القلق والخوف والفرح، شكرا لأنك كنت جزء جميلا من هذه الرحلة، أهديك ثمرة هذا الإنجاز تقديرا وامتنانا لك على مواقفك النبيلة معي التي كنت فيها مصدرا للطمأنينة والأمل وحافزا لأُكمل مسيرة الألف ميل ...

الصناعات الثقافية وإدارة الحرب الناعمة

دراسة تحليلية سيميولوجية للفيلمين: Hua Mulan للمنصة الصينية iQIYI عام 2020 وMulan للمنصة الأمريكية + Disney عام 2020

إعداد الطالبة: بثينة العباسي **إشراف الأستاذة: عواطف زراري**

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور المنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب (**Disney+** و**iQIYI**) في إدارة الصراع الجيوسياسي الناعم بين الصين والولايات المتحدة الأمريكية، في ضل تصاعد حدّة الصراع بين هاتين القوتين العالميتين في إطار ما يُعرَف بالحرب الناعمة، أين أصبحت هذه المنصات أدوات فعالة لتجسيد استراتيجية القوة الناعمة من خلال انتاج وتوزيع محتوى مشحون بالرموز والدلائل يعكس مصالح ورؤى سياسية وثقافية محددة.

ولبلوغ هدف الدراسة، تم تحليل عيّنة مختارة من أفلام صينية وأمريكية سيميولوجيا تمثلت في فيلم **Hua Mulan** الذي أنتجته وبثته المنصة الصينية **iQIYI** عام 2020 وفيلم **Mulan** الذي أنتجته **Disney** وبثته منصة **+Disney** عام 2020، حيث استندنا على خلفية نظرية : مقاربة الجغرافيا السياسية للإعلام النقدية ومقاربة الإمبريالية الثقافية، وأفكار مدرسة فرانكفورت النقدية بالإضافة إلى مقترب القوة الناعمة لتقديم تحليل نقدي يكشف كيفية توظيف الصناعات الثقافية لإدارة الصراعات المعاصرة، وتم ذلك بالاعتماد على أدوات التحليل الفيلمي كوسيلة لجمع البيانات أي تفكيك الفيلمين إلى رموز ودلائل، ومن ثَمّ قمنا بتحليلها وتأويلها وفق منهجية التحليل السيميولوجي (مقاربة رولن بارث **Roland Barthes**) بالتكامل مع منهجية التحليل النصي للأفلام، وذلك لفهم الاستراتيجيات التي وظّفتها كل من الصين وأمريكا عبر محتوى هاتين المنصتين لإدارة الصراع الجيوسياسي بينهما.

وتوصّلت الدراسة إلى نتيجة أساسية مفادها أن المنصات الرقمية للبث حسب الطلب أصبحت ساحات جديدة للصراع الرمزي والثقافي أين يتم تشكيل الوعي الجمعي العالمي حول الفاعلين الدوليين والصراعات على الساحة العالمية، حيث لعبت كل من منصة **Disney +** ومنصة **iQIYI** دورا محوريا في تشكيل السرديات والتمثلات المتعلقة بإدارة الصراع الجيوسياسي الناعم بين الصين والولايات المتحدة الأمريكية، فقد كانت سردية فيلم **Disney +** هجومية تحمل تمثلات تُشوِّه صورة النموذج الصيني (الآخر) وتستعرض تمثلات إيجابية عن قيم النموذج الأمريكي (الذات)، في حين كانت سردية فيلم منصة **iQIYI** دفاعية تحمل تمثلات إيجابية عن النموذج الصيني (الذات) تهدف لتعزيز الهوية الوطنية وتصحيح السردية الخاطئة للأسطورة الشعبية **Mulan** ، في حين اتفقت سردية كلا الفيلمين على تصوير العالم بأنه ساحة للصراعات والحروب حيث يفوز الأقوى، وهذا ما يؤكد أن الصناعات الثقافية هي ليست مجرد ميدان للترفيه وجمع الثروة، بل هي آلية للإمبريالية الثقافية، وسلاح للحرب الناعمة تستخدمه الجماعات الأوليغارشية العالمية للسيطرة على الشعوب تحقيقا لمصالحها في أي منطقة من العالم.

الكلمات المفتاحية: الصناعات الثقافية، المنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب، الحرب الناعمة، جيوسياسية وسائل الإعلام.

Abstract:

This study aims to find out the role of digital platforms for streaming on-demand content (Disney+ & iQIYI) in managing the soft geopolitical conflict between China and the United States of America, in view of the escalation of the conflict between these two world powers in the framework of the so-called soft war, where these platforms have become effective tools to embody the soft power strategy through the production and distribution of content loaded with symbols and signs reflecting specific political and cultural interests and visions.

To achieve the purpose of the study, a selected sample of Chinese and American films was semiologically analyzed, represented by the **"Hua Mulan"** film produced and broadcast by the Chinese platform iQIYI in 2020 and the **"Mulan"** film produced by Disney USA and broadcast by the Disney + platform in 2020, where the researcher was based on a theoretical background : The critical geopolitics of media approach and the cultural imperialism approach,

the ideas of the Frankfurt School of critical theory, as well as the approach of soft power to provide a critical analysis of the use of cultural industries to manage conflicts, This was done using film analysis tools as a means of data collection, i.e. breaking down the two films into symbols and clues, We then analysed and interpreted them according to the semiological analysis methodology (Roland Barthes' approach) in conjunction with the textual analysis methodology for films, in order to understand the strategies employed by both China and the United States of America through the content of these two platforms to manage the geopolitical conflict between them.

The study reached a key conclusion that digital platforms for streaming on-demand (VOD) have become new arenas for symbolic and cultural conflict, where global collective awareness about actors and conflicts on the world stage is shaped. Where both Disney+ and iQIYI played a pivotal role in shaping narratives and representations related to the soft geopolitical conflict between China and the United States. The narrative of the Disney+ film was offensive, portraying representations that distort the image of the Chinese model (the other) and presenting positive representations of the values of the American model (the self). While the narrative of the iQIYI film was defensive, carrying positive representations of the Chinese model (the self) aimed at strengthening national identity and correcting the false narrative of the popular myth of Mulan. However, the narratives of both films agreed on portraying the world as an arena of conflicts and wars where the strongest wins. This confirms that cultural industries are not merely realms of entertainment and wealth accumulation, but function as instruments of cultural imperialism and instruments of soft power, strategically mobilised by global oligarchic forces to dominate societies and safeguard their interests worldwide.

Key words: Cultural Industries, Digital platforms for streaming on-demand, Soft War, Geopolitics of media

خطة الدراسة

مقدمة

الجانب المنهجي

- الإشكالية
- تساؤلات الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- منهج وأدوات الدراسة
- الخلفية النظرية للدراسة
- مجتمع البحث وعيّنة الدراسة
- المفاهيم والمصطلحات
- الدراسات السابقة

الجانب النظري

I – الخلفية النظرية للدراسة

1 – مفهوم الخلفية النظرية للدراسة

2 – مقاربة جيوسياسية وسائل الاعلام

3 – المقاربة النقدية

4 – مقاربة الإمبريالية الثقافية

II– الحرب الناعمة Soft War

1 – أصل مصطلح "الحرب الناعمة"

2 – ماهية الحرب الناعمة

3 – الفرق بين الحرب الناعمة والحرب التقليدية.

4 – أدوات الحرب الناعمة.

5– دوافع تبني الدول للحرب الناعمة في الصراعات الحديثة.

6 – الصراع الصيني–الأمريكي في عصر الحروب الناعمة.

III- الصناعات الثقافية كأداة للحرب الناعمة

1 – الصناعات الثقافية قي البيئة التقليدية

2 – الصناعات الثقافية في البيئة الرقمية

3 – الصناعات الثقافية الرقمية والحرب الناعمة

IV– منصات الـ VOD كساحة للحرب الناعمة

1 – تعريف المنصات الرقمية للبث حسب الطلب

2 – خصائص المنصات الرقمية للبث حسب الطلب

3 – أنواع المنصات الرقمية للبث حسب الطلب

4 – صراع عمالقة الشاشات في عصر الحرب الناعمة

الجانب التطبيقي

I – تحليل أبعاد الحرب الناعمة بين الصين وأمريكا عبر الفيلم الأمريكي Mulan (2020)

1 – البطاقة التقنية لمنصة Disney +

2 – البطاقة التقنية للفيلم الأمريكي Mulan (2020)

3 – التقطيع التقني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020)

4 – التحليل التعييني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020)

5 – التحليل التضميني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020)

II– تحليل أبعاد الحرب الناعمة بين الصين وأمريكا عبر الفيلم الصيني Hua Mulan (2020)

1 – البطاقة التقنية لمنصة iQIYI

2 – البطاقة التقنية للفيلم الصيني Hua Mulan (2020)

3 – التقطيع التقني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020)

4 – رابعا – التحليل التعييني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020)

5 – التحليل التضميني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020)

III- مناقشة نتائج تحليل الأفلام

الاستنتاجات العامة للدراسة

خاتمة

الاقتراحات

قائمة المصادر والمراجع

قائمة الملاحق

قائمة الجداول

والأشكال

1- قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	جدول ألان رينيه **Alain Resnais** للتقطيع التقني	33
2	الفرق بين الحرب الناعمة والصلبة (الساخنة)	112
3	مصادر ومضاعفات القوة الناعمة الثقافية الخامدة والفعالة	143
4	التقطيع التقني لشارة شركة انتاج فيلم **Mulan** (2020)	244
5	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 1 من القسم الافتتاحي لفيلم **Mulan** (Disney +)	244
6	التقطيع التقني لعنوان فيلم **Mulan** (Disney +)	245
7	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 6 لفيلم **Mulan** (Disney +)	246
8	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 7 لفيلم **Mulan** (Disney +)	248
9	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 10 لفيلم **Mulan** (Disney +)	250
10	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 12 لفيلم **Mulan** (Disney +)	251
11	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 13 لفيلم **Mulan** (Disney +)	253
12	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 16 لفيلم **Mulan** (Disney +)	254
13	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 23 لفيلم **Mulan** (Disney +)	256
14	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 25 لفيلم **Mulan** (Disney +)	257
15	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 40 لفيلم **Mulan** (Disney +)	259
16	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 42 لفيلم **Mulan** (Disney +)	261
17	التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد الافتتاحي لفيلم Hua Mulan (iQIYI)	323
18	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 3 لفيلم من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	325

19	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 5 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	327
20	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 6 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	328
21	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 10 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	329
22	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 12 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	330
23	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 16 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	331
24	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 28 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	332
25	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 34 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	334
26	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 41 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	335
27	التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 43 من فيلم Hua Mulan (iQIYI)	336
28	ملخص لأبرز التمثيلات الجيوسياسية والثقافية التي تضمّنها الفيلمان.	381

2 – قائمة الاشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	واجهة عمل برنامج **Adobe premiere pro**	31
2	واجهة عمل برنامج **Adobe Media Encoder**	31
3	شعار شركة **Baidu**	207
4	شعار شركة والت ديزني **The Walt Disney Company**	212
5	مدخل شنغهاي ديزني لاند **Shanghai Disneyland**	231
6	واجهة منصة **Disney +**	233
7	الملصق الدعائي لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	236
8	فوتوغرام مأخوذ من شارة شركة الإنتاج **Disney**	286

9	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 1 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	288
10	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 5 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	291
11	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 6 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	293
12	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 7 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	295
13	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 10 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	297
14	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 12 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	299
15	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 13 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	302
16	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 16 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	304
17	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 23 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	306
18	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 25 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	308
19	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 40 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	310
20	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 42 لفيلم **Mulan** 2020، لمنصة **Disney +**	312
21	واجهة المنصة الصينية **iQIYI**	313
22	الملصق الدعائي لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	317
23	فوتوغرام مأخوذ من المشهد الإفتتاحي لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	353
24	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 3 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	354
25	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 5 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	356
26	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 6 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	358

27	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 10 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	359
28	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 12 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	360
29	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 16 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	362
30	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 28 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	363
31	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 34 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	364
32	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 41 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	365
33	فوتوغرام مأخوذ من المشهد 43 لفيلم **Hua Mulan** 2020، لمنصة **iQIYI**	366

مقدمة

مقدمة:

شكّلت نهاية الحرب الباردة ولادة مرحلة جديدة في تطور النظام الدولي، أدت إلى تحولات في طبيعة ومفهوم القوة، حيث شهدت هذه المرحلة تراجعا للمفهوم التقليدي للقوة والحرب، بفعل بروز نزاعات ذات أبعاد دينية وثقافية واجتماعية، وهو ما يؤشّر لصعود دور العوامل الثقافية في تشكيل التفاعلات الدولية. (سعدي،2008: ص 91)

لذلك عمل المفكّرون و الباحثون الأمريكيون في ميدان الفكر الاستراتيجي و العلاقات الدولية على تطوير مفهوم الحرب من حيث موارد القوة والاستراتيجيات المطبقة لإدارتها ليواكبوا التحولات التي تشهدها المجتمعات البشرية في القرن الحادي والعشرين، إذ شهدت الساحة الدولية تغييرات كبيرة في العقد الأخير نتيجة التأثيرات التي أحدثتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال في معالم كل الميادين وأفرزت معطيات جديدة انعكست على إستراتيجيات إدارة العلاقات الدولية، حيث أصبح الاعتماد على الأساليب التقليدية أي **القوة الصلبة** لإدارة التنافس و الحروب أقل فعالية لإحداث التأثير على الأخر (الدول المنافسة) بهدف إرضاخه في الحروب الحديثة، هذا ما أكدته نتائج حرب الخليج الثانية أي غزو العراق في 2003 وأفغانستان التي اعتمدت فيها أمريكا على القوة العسكرية والحملات الإعلامية المضللة التي انعكست سلبا على مكانتها لدى الرأي العام العالمي، ما دفع صنّاع القرار في الولايات المتحدة الأمريكية لتبني استراتيجية تعتمد على أسلوب جديد ومصدر آخر للقوة لتحقيق الأهداف على المستوى الخارجي، وكذا الحفاظ على مكانتها وهيمنتها على الرأي العام العالمي، فكان الخيار الاعتماد على **القوة الناعمة**، التي تقوم على أساليب غير عسكرية لإحداث التأثير المنشود على سلوك الطرف المستهدف دون تكبّد أي خسائر مادية وبشرية و ذلك في بداية العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين.

وقد كان للتحولات في هيكل موازين القوى في النظام الدولي الجديد انعكاسات بالغة الأهمية على خريطة الصراعات الدولية، ومع تصاعد حدّة الصراع وبروز أزمات جديدة كالربيع العربي والإرهاب الدولي وتزايد مخاوف نشوب حرب عالمية ثالثة، الأمر الذي دفع عديد الدول لتبني وتوظيف القوة الناعمة للبقاء كفاعل على الساحة الدولية للدفاع عن مصالحها، وتحقيق أهدافها على المستوى الداخلي والخارجي وتجنب الخيار العسكري قدر الإمكان، لتتطور الفكرة وتتحول إلى صراع وشكل جديد للمواجهة على الساحة الدولية أُطلِق عليه "**بالحرب الناعمة**".

إذ يعتبر مفهوم الحرب الناعمة من المفاهيم الحديثة في حقل العلوم السياسية والإعلام، فقد أثار اهتمام الباحثين وأصبح محل نقاش الخبراء والإعلاميين في السنوات الأخيرة لوضع تفسير لكل الظواهر المرتبطة به، إذ يعتبر الفهم و التحكم بأدوات واستراتيجيات الحرب الناعمة أمراً حاسماً للتحكم في إدارة العلاقات الدولية في العصر الحالي، لذلك تستثمر الحكومات حول العالم بشكل كبير في استراتيجيات الحرب الناعمة لحماية مصالحها ومواجهة التكتيكات الناعمة لخصومها، فمن المهم بالنسبة لصنّاع القرار والباحثين والجمهور بشكل عام أن يكونوا على دراية بظاهرة الحرب الناعمة وتداعياتها على الأمن القومي والعلاقات الدولية، فالحرب الناعمة تمثل شكلا جديدا للصراع بين الدول العظمى والصاعدة يحاول من خلاله الفاعلون الدوليون حل النزاعات وإيجاد توازن في موازين القوى، وإدارة المصالح بطرق مسالمة بعيدة عن الحروب العسكرية التي لا تعتبر خيارا مناسبا للدول الضعيفة عسكريا وتحدث أزمات وخسائر مادية وإنسانية تخلق الكراهية و تراجع مكانة الدول لدى الراي العام الدولي.

وكما للحرب العسكرية التقليدية استراتيجياتها وأدواتها المتمثلة في **القوة الصلبة** فإن للحرب الناعمة استراتيجيات وأدوات عديدة أبرزها القوة الناعمة، فهذه الاستراتيجية تعتمد على جذب أكبر عدد من الجماهير المعجبة والمتأثرة بنموذج الدول للتحكم في بناء وتوجيه الرأي العام الداخلي والخارجي بما يخدم مصالحها الاقتصادية والسياسية على المستويين الداخلي والخارجي.

فلكل دولة أدواتها الخاصة التي تبسط من خلالها سيطرتها الناعمة، إذ تُلزم استراتيجيات التأثير المتعددة توظيف مجموعة من الأدوات وأشكال القوة وفق ما تقتضيه الظروف والمعطيات لبلوغ الهدف.

تارة عبر هيئات تعظّم دور دولها الناعم، وتارة عبر إنتاج فني وإعلامي ضخم وعبر إطلاق شبكات وقنوات ومواقع، وتارة بإقامة أحداث جاذبة ومستقطبة، وأخرى عبر سياسات التعليم وجودته ... ولقد رأينا في السنوات الأخيرة كيف تمددت دولا عبر الإنتاج الدرامي التاريخي، وعبر إنتاج درامي يروج لسياستها، وكيف برزت دول في عالم صناعة الأخبار عبر شبكاتها وقنواتها العابرة للقارات، وكيف ظهرت دول في عالم المنوّعات والإنتاج الكبير في إطار (القوى الناعمة)، وكيف سبقت دول بتسهيل مهام المستثمر والسائح وطالب التعليم، وكيف احتلت دول عالم مناطق التصوير المفتوحة. (عبد الرحمن:2023)

حيث تُعدّ وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية والحديثة والصناعات الثقافية أحد أهم أدوات القوة الناعمة والمحرك الرئيسي لعملية الجذب والإقناع عن طريق الجاذبية الثقافية، نظرا لقدرتها على نقل الرسائل السياسية و الأيديولوجية ... وتشكيل الصورة النمطية بطريقة خفيّة و ناعمة في أذهان الجمهور عن طريق قوة الصوت و بلاغة الخطاب الدرامي و السينمائي في الأفلام مثلا، إذ يعتبر الجذب والإقناع عن طريق جاذبية الثقافة أحد أبرز أساليب الحرب الناعمة الفعالة جدا لجذب الجماهير المستهدفة خاصة في ظل البيئة الرقمية التي وفّرت منصات لبث المضامين الثقافية والإعلامية التي احتلت مكانة كبيرة في حياة الأفراد، فقد أتاحت لهم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة (كالمنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب **VOD**) الوصول إلى المحتوى الفني والدرامي بأقل تكلفة وفي أي مكان وزمان، وأصبح لقطاع الصناعات الثقافية اليوم أبعاد سياسية، اقتصادية، استراتيجية، وغدت الفاعل الجيوسياسي الأساسي وأهم أداة توظّفها الدول من أجل تحقيق تأثير ثقافي على نطاق دولي وذلك في إطار الحرب الناعمة، فاليوم ولدت

الصناعات الثقافية من جديد في جميع أنحاء العالم بفضل التحول الرقمي وبالرغم من أن الرهان الاقتصادي يبقى حاسما فيما يتعلق بالتأثير على العلاقات الدولية، لكن قوة التأثير من خلال الثقافة أصبحت حقيقة وفعالة بشكل متزايد.

ويرى "راتزل" أن الدولة عليها أن تتوسع، وعند الرجوع للقانون الأول من القوانين السبع للتوسع، فهو يقول أن الدول تتوسع وفقا لنمو ثقافتها وتطورها. (بلمادي، بوطوالة، 2023: ص4)

ومن خلال ما تقدم، سنحاول في هذه الدراسة تسليط الضوء على موضوع الحرب الناعمة ونظرية القوى الناعمة لصاحبها "جوزيف ناي" **"Joseph s. NEY** وتقديم خلفية نظرية عنها، بالإضافة إلى شرح وتفسير كيفية توظيف الدول (أمريكا، الصين) للمنتجات الثقافية الإعلامية كمورد لقوتها الناعمة عبر المنصات الرقمية للبث حسب الطلب **VOD (iQIYI** و**+ Disney)** لإدارة الحرب الناعمة، إما كوسيلة للهجوم وزعزعة الأمن الثقافي والمجتمعي للبلدان المستهدفة، أو للدفاع عن أمنها واستقرارها للاستمرار كفاعل على الساحة الدولية.

وبالتالي قُسّمت الدراسة إلى ثلاثة أجزاء رئيسية وهي: **القسم الأول** الجانب المنهجي الذي تم التطرق فيه إلى: الإشكالية وتساؤلات الدراسة، ومنهج وأدوات الدراسة وكذا مجتمع البحث وعيّنة الدراسة، ومفاهيم ومصطلحات الدراسة، وأخيرا الدراسات السابقة.

ويتمثل **القسم الثاني** من الدراسة في الجانب النظري الذي تم تقسيمه إلى أربعة محاور: حيث تم التطرق في **المحور الأول** إلى الخلفية النظرية أي المقاربات التي تؤطر البحث في كل جوانبه من بناء الإشكالية حتى وضع نتائج الدراسة، ففي البداية تطرّقنا لمفهوم الخلفية النظرية، ثم استعرضنا المقاربات النظرية التي اعتمدناها في الدراسة وهي **مقاربة جيوسياسية وسائل الاعلام، المقاربة النقدية لمدرسة فرانكفورت، مقاربة الامبريالية الثقافية، مقاربة القوى**

الناعمة*. أما **المحور الثاني:** فتناولنا فيه الحرب الناعمة من خلال عدة جوانب (كخلفية ظهور المصطلح، الخصائص، ... الخ). بالإضافة إلى أدوات الحرب الناعمة، وفي الختام تم تسليط الضوء على أدوات الحرب الناعمة لكل من الصين وأمريكا.

بينما تناول **المحور الثالث** موضوع الصناعات الثقافية في البيئتين التقليدية والرقمية، كما تمت الإشارة إلى دور الصناعات الثقافية كقوة ناعمة في إدارة صراعات الحرب الناعمة.

ونختتم القسم النظري **بالمحور الرابع** الذي تطرق إلى موضوع المنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب VOD، أين تم التطرق إلى ماهية المصطلح (التعريف، الخصائص والأنواع)، ومن ثم قمنا بالتطرق إلى دور شركات ومنصات **VOD** في إدارة صراعات الحرب الناعمة.

وتَمثّل **الجزء الثالث** من الدراسة في الجانب التطبيقي الذي قمنا فيه بإجراء دراسة تحليلية سيميولوجية للفيلمين: **Hua Mulan** (2020) على المنصة الصينية **iQIYI**، و Mulan (2020) على المنصة الأمريكية + **Disney**. وبناء على ما جاء في الجانب النظري والتطبيقي توصّلنا إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة، لنصل في نهاية الدراسة الى استخلاص النتائج العامة للدراسة وبناء عليها قدّمنا مجموعة من الاقتراحات.

* - تجدون التفاصيل حول مقترب القوى الناعمة بالتفصيل في المرجع التالي: بثينة العباسي، **الإعلام كقوة ناعمة في السياسة الخارجية الأمريكية دراسة حالة مؤسسة والت ديزني**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، 2018-2019.

الجانب المنهجي

- **الإشكالية**
- **تساؤلات الدراسة**
- **أهمية الدراسة**
- **أهداف الدراسة**
- **أسباب اختيار الموضوع**
- **مناهج وأدوات الدراسة**
- **مجتمع البحث وعيّنة الدراسة**
- **المفاهيم والمصطلحات**
- **الدراسات السابقة**

الإشكالية:

انصبّ محور اهتمام الدراسات والأبحاث الأولى التي قام بها التيار النقدي في مجال علوم الإعلام والاتصال تحديدا على إسقاط نظرية الاقتصاد السياسي على مجال الصناعات الثقافية، فأشاروا إلى العلاقة الموجودة بين مُلّاك وسائل الاعلام و رجال السياسة، أين تطرّقوا الى **الشق الأول** لتوظيفها كأدوات للهيمنة على الرأي العام الداخلي للحفاظ على الوضع القائم داخل الدول، حيث استخدمت الصناعات الثقافية أي الثقافة الجماهرية لتشكيل المخيال الجمعي الداخلي (الذاكرة الجماعية) وفق مجموعة من التمثلات الجيوسياسية **Représentations géopolitiques** التي تحدّد عقيدة (القيم والأفكار الإيديولوجية،...) الفرد داخل مجتمعه والتي من خلالها يحدد موقفه وسلوكه في مختلف المواقف و القضايا و هذا ما يمكّن صنّاع القرار أي الصفوة من السيطرة و التحكم في الرأي العام الداخلي، حيث كان يُنظَر إلى الإنتاج الضخم للمنتجات الثقافية على أنه ثقافة جماهرية تافهة تعمل على تسطيح العقول و تخديرها بهدف إبعاد الفرد عن واقعه الحقيقي كي لا يتمرّد على الوضع القائم الذي يخدم مصالح الطبقات المهيمنة.

فقد أشار روّاد مدرسة فرانكفورت والعديد من الباحثين الذين تلوهم كـ "هارولد إينيس" **"HAROLD ADAMS INNIS** و"مكلوهان"، "هيربرت شلر"، "إدوارد سعيد"، "نعوم تشومسكي" الخ... إلى دور مؤسسات المجتمع في احتكار المعرفة بفضل وسائل الاتصال، ولقد حاول هؤلاء العلماء والمفكرين التفكير في إطار نظرية الامبريالية الثقافية دور وسائل الاتصال في بروز الحضارات المهيمنة من خلال دراسات عديدة حول وسائل الاتصال ومنتجاتها الثقافية وعلاقتها بالطبقات المهيمنة (مُلّاك الشركات متعددة الجنسيات) وكيف تُوَظَّف من أجل اخضاع الجماهير عالميا للحفاظ على شرعية سياساتها ومصالحها في

المناطق المستهدفة، فالتنافس بين الدول يعكس التنافس بين الشركات الكبرى متعددة الجنسيات.

هنا برز **الشق الثاني** المتعلق بتوظيف الصناعات الثقافية كأدوات للهيمنة والسيطرة على الرأي العام الخارجي، وكان ذلك من خلال التجربة الأمريكية خلال كل حروبها، حيث قامت بتوظيف الصناعات الثقافية من أجل بناء البنية المعرفية للجماهير من خلال تمرير وترسيخ القوالب (الرسائل، الرموز، القيم، ...الخ) التي تُسهِم في كسب الشرعية، أي تأييد الرأي العام العالمي للسياسات التي تقوم بها في منطقة ما مثل الحرب الباردة، وبالتالي تمكنت أمريكا من فرض نموذجها على العالم. اليوم يشهد النظام الدولي تحوّلا في مفهوم الحرب خاصة بعد الأحداث المروّعة التي شهدتها المنطقة العربية من خراب ومجازر، لتصبح الحرب تُعبّر عن صراع النماذج والقدرة على التأثير في شعوب المناطق المستهدفة ودفعهم للقيام بما لم يكونوا يفكرون به بما يحقق الأهداف الاستراتيجية عن طريق الجاذبية والإقناع بعيدا عن العنف بالأسلحة.

إذ تحوّلت الصناعات الثقافية إلى أداة فعالة في إدارة التنافس بين الدول، كونها تشكل فرصة ومجال واسع لإبراز وتسويق صورة البلدان خاصة في ظل التحولات السريعة في العالم الرقمي وتأثيرها على معطيات الساحة الدولية. وقد كان للتحولات في هيكل موازين القوى في النظام الدولي الجديد انعكاسات بالغة الأهمية على خريطة الصراعات الدولية والعلاقات الدولية، ففي عصر العولمة والتكنولوجيا الحديثة أصبح فهم الدور المحوري للصناعات الثقافية في الحرب الناعمة أمرًا بالغ الأهمية، إنها لحظة مناسبة لإعادة تقييم دور الثقافة في إدارة الصراعات الدولية.

ومن بين الصراعات الدولية الأكثر بروزا على الساحة الدولية في السنوات الأخيرة، نجد الصراع الأمريكي– الصيني والذي ظهر نتيجة تنامي وتعاظم دور الاقتصاد الصيني الذي

صار ينافس بقوة اقتصاد زعيمة العالم في الأسواق العالمية مما يهدّد هيمنتها وسيادتها على العالم. وأخذ هذا الصراع أشكالا عديدة كانت بدايتها على الصعيد التجاري إلاّ أن ملامح انتقال هذا الصراع إلى وسائل الإعلام باتت واضحة ليصبح صراعا ثقافيا وحضاريا تم تجسيده من خلال الإنتاج الإعلامي والفني أي الصناعات الثقافية (أفلام مسلسلات، موسيقى، ...) عبر الفضاء الرقمي.

حيث ظهرت شركات (وسائط/ اتصالات) ضخمة وقوية اقتصاديًا وثقافيا مثل (**Disney**، **iQIYI**، **WE TV**، **NETFIX**، ... الخ) تُنتِج وتبث محتوى الصناعات الثقافية، أصبحت أقطابا إعلامية رئيسية فاعلة في الساحة الإعلامية تدير تدفّق المعلومات الدولية، لتُجسّد أطرافا فاعلة في صراع عمالقة العالم (الصين–أمريكا) عبر شاشات مختلف وسائط الاتصال، ليتم رسم مثال جيد للسياق الأوسع لمثل هذه التغييرات وهو السياق الذي أُنتِجت ووُزِّعت فيه الصناعات الثقافية لتحديد كيف تؤدي دورها في إدارة الحرب الناعمة عبر الفضاء الرقمي.

في ظل هذه الملاحظات وانطلاقا من فكرة أن الثقافة هي المحرك الأساسي للحرب الناعمة بين الصين وأمريكا، فإن هذا البحث يهتم بدراسة إنتاج وبث الصناعات الثقافية في البيئة الرقمية من زاوية نقدية ومن زاوية جديدة ألا وهي المقاربة الجيوسياسية النقدية لوسائل الإعلام، حيث قمنا من خلال هذه الدراسة بتحليل وتأويل عيّنة من محتوى منصات رقمية صينية وأمريكية وذلك للإجابة على هذا التساؤل الرئيسي: **فيما يتمثل دور كل من منصة Disney + وiQIYI في إدارة الحرب الناعمة بين الصين والولايات المتحدة الامريكية؟ و كيف جسّد الفيلمين Mulan (2020) و Hua Mulan (2020) أبعاد هذا الصراع؟**

التساؤلات الفرعية:

وللإجابة على هذا السؤال قمنا بتجزئته إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالاتي:

1 – كيف يتغيّر نمط توظيف وسائل الاعلام من أجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية في المناطق المستهدفة في الحرب الناعمة؟

2 – كيف تحولت وظيفة الاتصال الترفيهي من تسلية الجمهور إلى وسيلة ناعمة في يد السلطة لنقل الثقافة وترويج التمثلات (التصورات الذهنية والصور النمطية) لتعزيز تأثيرها الجيوسياسي؟

3 – كيف تنشأ القوة الناعمة عن طريق الرموز والدلائل التي تحملها مضامين الصناعات الثقافية؟

4 – بأي آلية يتم تكريس الصناعات الثقافية كالسينما من أجل صناعة وترويج النماذج المُعدَّة للتصدير لتفعيل قوة الجذب الثقافي؟

5 – كيف خلقت منصات البث حسب الطلب **VOD** مساحة عامة عالمية حيث تعرض الدول نفسها من خلال الصناعات الثقافية كالأفلام من أجل تحقيق تأثير جيوسياسي على نطاق دولي؟

6 – ما هو الدور الذي تؤديه منصات البث حسب الطلب **VOD** في إدارة الصراع الناعم بين الصين وأمريكا؟

7 – ماهي التمثلات الجيوسياسية (الرسائل) والسرديات التي تضمّنها كل من الفيلمين: **Mulan** (2020) المبثوث عبر المنصة الأمريكية **Disney +** ، وفيلم **Hua Mulan** (2020) المبثوث عبر المنصة الصينية **iQIYI**؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها من الدراسات الحديثة التي تتناول موضوع جيوسياسية وسائل الاعلام في الوطن العربي عامة والجزائر خاصة، حيث أن من المهم تسليط الضوء على موضوع توظيف وسائل الإعلام كقوة ناعمة لتحقيق أهداف السياسة الخارجية للدول وإدارة العلاقات الدولية كاستراتيجية قديمة النشأة وحديثة البروز على الساحة، ففي ظل التحولات التي تشهدها الساحة الدولية نتوجه فيها نحو عالم متعدد الأقطاب مرة أخرى لا تكون فيه هيمنة أمريكية بل توازن بين القوى المختلفة. فقد أصبحت الدول تركّز في السنوات الأخيرة على الدبلوماسية العامة والقوى الناعمة من أجل تحقيق أهداف سياستها على المستوى الداخلي والخارجي، حيث تعد الصناعات الثقافية أبرزها الأفلام السينمائية أحد أهم أدوات القوى الناعمة. ومن هذا المنطلق ستُركّز الباحثة على كيفية توظيف الدول للصناعات الثقافية ضمن استراتيجية القوى الناعمة لإدارة الصراع فيما بينها في إطار ما يُعرَف بالحرب الناعمة التي تعتمد على قدرة الدول على إثارة اعجاب وجذب عقول وقلوب شعوب الدول المستهدفة من خلال جاذبية نماذجها بكل مكوناتها. حيث ستحاول الباحثة تسليط الضوء وتتبّع الصراع بين قوتين عظمتين وهما الولايات المتحدة والصين على الهيمنة على العالم والذي سيحدد ملامح النظام العالمي الجديد القادم، لذلك اهتمت الباحثة بدراسة الدور الذي تؤديه السينما في إدارة الحرب الناعمة بين الصين وامريكا لما لهذا الصراع من تأثيرات على جميع دول العام.

فهذا النوع من الدراسات يتيح للسلطات السياسية والعسكرية رصد ملامح وأبعاد العلاقات الأمريكية–الصينية خلال المرحلة القادمة، في ظل تنامى القدرات الصينية بقوة و بروزها كنموذج **(شيوعي–كونفوشيوس)** ينافس النموذج الأمريكي **(الرأسمالي–الليبرالي)**، من خلال دراسة الجغرافيا السياسية لوسائل الاعلام لكلا البلدين في محاولة لرصد تطورات

هذا الصراع للتنبؤ بأي تهديد قد يمس الدول الأخرى، إذ يجب التفكير بجدية لإدراج وسائل الإعلام عامة والسينما خاصة ضمن دراسات الفكر الاستراتيجي، فأي دولة تقلّل من شأن وأهمية الثقافة والصناعات الثقافية كمورد لقوة الدول يعني تعريض نفسها لمخاطر متعددة. فاليوم يتم التعبير عن القوة السياسية والاقتصادية والثقافية لأي دولة من خلال تحكّمها في وسائل الاتصال المختلفة مما دفع المزيد من الدول لاستخدام وسائل الاعلام المختلفة كأدوات قوة ناعمة لتحقيق أهدافها، وذلك من أجل تعزيز مكانتهم في العالم وضمان شرعية أهدافها أي سياستهم الداخلية والخارجية، إذ تلزم استراتيجيات التأثير المتعددة الدول شن حرب إعلامية للتحكم في الرأي العام العالمي، ولا سيما عندما تقوم بعمليات عسكرية في مواجهة المجتمعات التي تتسم بردود فعل مقاومة لسياستها في بلدانهم، إذ يجب أن يقترن النصر العسكري بالنصر الإعلامي ليتحول إلى نجاح سياسي، فمن الواضح أن استخدام الحرب الناعمة وهي أداة هجينة تجمع بين العمل العسكري وآليات الدبلوماسية العامة المدعومة بالحروب الإعلامية (النفسية) وحرب السرديات والتمُثلات (النماذج)، أصبح أمرا واقعا، لذلك على الدول إن أرادت أن تستمر وتفرض وجودها وسط هذا العالم المضطرب فعليها أن تتحكم في موارد قوتها الناعمة وتعمل على تحسينها وتقويتها.

أهداف الدراسة:

ونهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

1 – تقديم إطار نظري يعالج موضوع الحرب الناعمة من حيث المفهوم والأدوات والخصائص التي تميّزهما عن باقي أشكال الحروب وأدواتها.

2 – الكشف عن العلاقة الموجودة بين الصناعات الثقافية والحرب الناعمة.

3 – فهم وتفسير الكيفية التي تعمل بها منصات البث حسب الطلب **VOD** كأدوات للجذب الثقافي.

4 – تفسير ظاهرة الصناعات الثقافية عامة والسينما خاصة كمورد قوة ناعمة للدول بالتزامن مع تطور أشكال الحرب.

5 – تقديم شرح لكيفية توظيف الفاعليين الدوليين منصات **VOD** لخلق مساحة عامة عالمية حيث تعرض الدول نفسها من خلال الصناعات الثقافية كالأفلام من أجل تحقيق تأثير ثقافي على نطاق دولي.

6 – معرفة كيف تصنع الدول التمثلات الجيوسياسية (رسائلها) لديناميكيات الحرب الناعمة وتنقلها عبر محتوى المنصات الرقمية.

7 – تسليط الضوء على ديناميكيات القوة والصدامات الايديولوجية والتكتيكات المستخدمة في هندسة الجماهير من خلال دراسة التفاعل بين الصناعات الثقافية والحرب الناعمة على الإنترنت.

8 – فهم الكيفية والآليات التي تُوظّفها كل من أمريكا والصين لتكريس الصناعات الثقافية كالسينما من أجل صناعة النماذج المُعدّة للتصدير وبناء السرديات بهدف بناء صورة نمطية إيجابية أو سلبية وغرسها لدى الجمهور العالمي.

9 – معرفة الدور الذي تلعبه شركات (وسائط/ اتصالات) مثل **Disney** و **iQIYI** في إدارة الصراعات الدولية ضمن استراتيجية القوى الناعمة لتحقيق أهداف سياستها الخارجية من خلال توظيف الصناعات الثقافية عبر الفضاء الرقمي.

أسباب اختيار الموضوع:

إن لكل باحث أسباب تدفعه لدراسة موضوع ما، فقد تكون هذه الأسباب ذاتية نابعة من رغبة الباحث في تجسيد فكرة ما أو أن الواقع الاجتماعي هو من يفرضها، وعليه فإن اختيار هذا الموضوع يعود لعدة أسباب أهمها:

1 – الأسباب الذاتية:

– الرغبة في تقديم دراسة تفيد كل شخص شغوف يبحث عن المعارف الجيدة لتنير عقله وتحيي الروح الناقدة لديه و ملكة التفكير الناقد.

– الاهتمام بالدراسات المتعلقة بالمجال السياسي والعلاقات الدولية وكذا بمجال جيوسياسية وسائل الإعلام.

– الاهتمام بمجال صناعة الأفلام السينمائية والكرتون والمسلسلات وغيرها من منتجات الصناعات الثقافية ودراسة تأثيرها وكيفية توظيفها من قبل أصحاب الصفوة من أجل فرض هيمنتهم على الجماهير.

– الرغبة في إحياء أبحاث الاتجاه النقدي في ميدان علوم الإعلام والاتصال لفهم الظواهر الاتصالية في البيئة الرقمية وربطها مع ميدان الدراسات الأمنية والاستراتيجية والعلاقات الدولية.

2 – الأسباب الموضوعية:

– إثراء الأبحاث في ميدان علوم الإعلام والاتصال من خلال تقديم دراسة علمية تسلّط الضوء على العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام والفكر الاستراتيجي، فالدراسات العلمية المتعلقة بالجغرافيا السياسية لوسائل الإعلام قليلة خاصة ما يتعلق بالفضاء الرقمي.

– دراسة الأدوار الجديدة للصناعات الثقافية عبر المنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب على الجمهور، خاصة مع زيادة توظيف المنتجات الثقافية ضمن استراتيجيات الحرب الناعمة.

منهج وأدوات الدراسة:

أ – **طبيعة الدراسة:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكيفية (النوعية)، فهي دراسة تحليلية سيميولوجية متعددة المقاربات والتخصصات، إذ تفرض طبيعة موضوع الدراسة المعقدة الاستعانة بالعديد من التخصصات العلمية كالفكر الاستراتيجي والجغرافيا السياسية للإعلام بالإضافة إلى أفكار التيار النقدي الإعلامي لمدرسة فرانكفورت والإمبريالية الثقافية، للكشف عن استراتيجيات توظيف الصناعات الثقافية كالأفلام السينمائية كقوة ناعمة ضمن نطاق الديبلوماسية الثقافية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للدول عبر منصات شركات الإعلام الكبرى، وذلك للحصول على معلومات كافية ودقيقة ثم تحليلها نقديا وجيوسياسيا لمحاولة فهم وتفسير كيف تتم إدارة الصراع الناعم الأمريكي–الصيني.

ب – منهج الدراسة:

1 – مقاربة التحليل السيميولوجي:

تم الاعتماد على مقاربة التحليل السيميولوجي لاستخراج الرموز والدلائل أي المعاني الضمنية التي شُحن بها مضمون الفيلمين، وذلك لمقارنة كيف تم تحويل شخصية Mulan من رمز تاريخي إلى علامة سيميولوجية تخدم أجندة سياسية محددة لكلا الطرفين.

*** مفهومه:**

وفق ما تقتضيه طبيعة الدراسة اعتمدنا على مقاربة التحليل السيميولوجي كمنهج لتحليل عيّنة الأفلام التي تم اختيارها وذلك لاستخراج التمثلات الجيوسياسية (الرسائل، الرموز، الأفكار، ...الخ) التي تحملها هذه الأفلام، وتحديد الدوافع الخفية والأهداف التي سعى لبلوغها فريق إنتاج الفيلمين محل الدراسة من خلال تمرير تلك الرسائل إلى الجمهور وعلاقة ذلك بالحرب الناعمة بين الصين وأمريكا.

يعرف جوديت لازار **Judith Lazar** التحليل السيميولوجي على أنه طريقة للبحث في المدلولات الثقافية لمحتوى الرسالة الإعلامية ووسيلة لكشف المعنى العميق للرسالة الاتصالية ودلالتها الخفية لإظهار نوايا صانعي تلك الرسالة (Lazar,1991: p 138)

تنفرد السينما عن بقية الصناعات الثقافية الأخرى في كونها عبارة عن بناء دلالي معقّد يحمل عديد المعاني، " فالسينما كوسيط فني هو حقل إبداع ممتد ومترامي الأطراف مشحون بالعديد من المعاني المباشرة وغير المباشرة، متّخم بالإيحاءات والمعاني الضمنية التي لا ينحصر وجودها بمساحة الشاشة فقط، حيث تأتي الرسالة إلينا ليس مما نراه أو نسمعه ولكن أيضا مما لا يمكننا سماعه أو رؤيته، أو بمعنى أكثر دقة بما نعقده من مقاربات بين ما نراه وما لا نراه، ما هو متاح حاضر وما هو مستبعد وغائب. (زراري: 2002، ص 16)

وتعتبر السينما أحد أهم مجالات التطبيق السيميولوجي، والتي اهتم بها عدد كبير من الدارسين، وعلى رأسهم: كريستيان ميتز **Christian Metz**، رولان بارث **Roland Barthes** وغيرهما الكثير. ويتناول التحليل السيميولوجي للفيلم السينمائي، دراسة عميقة في أبعاده وتركيباته الداخلية، صوتا وصورة وحركة، ذلك أن بنية الفيلم هي بنية معقّدة من الرموز والإشارات، والتي تُقسَّم إلى قسمين: مفردات لغوية: كالصوت البشري، ولغة الموسيقى

والغناء، والضوضاء، ومفردات بصرية: كفنون التعبير والإشارة، الأشكال والألوان، تقنيات التصوير. (بوخاري، 2011)

ولما كان التحليل السيميولوجي في غايته المعلنة والضمنية تزويد الباحث بمعارف جديدة تساعده على فهم أفضل للمنطق الإنساني والاجتماعي الذي ظل مهملا لوجوده داخل التصنيفات المعرفية التقليدية، وفتح باب وأفاق جديدة لتناول المنتوج الإنساني من زوايا جديدة وإعادة النظر في طريقة تعاطي القضايا والعمل على وضع القراءات النقدية وفق الانطباع الانفعالي العرفي الزائل والكلام الذي يقف عند الوصف المباشر للوقائع النصية والتأكيد والتوجيه نحو التحليل المؤسس معرفيا وجماليا. (بلخيري،2010: ص4)

و بالتالي تبحث المقاربة السيميولوجية عن الدلالة الحقيقية للمضامين الإعلامية وهذا لمعرفة معناها الحقيقي الخفي، إذ تهدف للوصول إلى المعاني والدلالات الضمنية التي تُكوِّن الصورة الذهنية أو النمطية للتأثير على تَوجُّه الرأي العام نحو قضايا معيّنة.

ولأن وسائل الإعلام تتولى إنتاج رسائل في قوالب نسقية معيّنة، تُقدَّم للمتلقي بعد أن تُشكّل في صورة رسائل بمعان ضمنية متنوعة، خاضعة في ذلك إلى البيئة المحيطة به، ومراعية لكل الجوانب السوسيوثقافية وكذا البناء الاجتماعي والتقليدي المنتمي إليه، والأمر ذاته في الخطابات السمعية البصرية بمجال السينما التي تبعث رسائل مشفّرة مليئة بالتأويلات يمكن للمتلقي استنتاجها، لذا يكتسب التحليل السيميولوجي أهمية كبيرة في فهم معاني الفيلم السينمائي، كمحاولة للتوصل إلى الغرض من بثه: " فمثلا عندما نشاهد حدثا في فيلم، فلا نشاهد ذلك الحدث خامّا ولكن نشاهد رسالة حول ذلك الحدث، بإمكاننا قراءة ذلك الحدث وتأويله ولكن نغفل المحاكاة والمعاني التي من خلالها نقرأ ونؤوّل. (زراري: 2002، ص 20)

وقد أتاح بروز الدراسات الثقافية تكوينات جديدة من أجل فهم مختلف للسينما في بعدها الوظيفي، وتقاطعها مع السياقات التي تشتبك معها، من منطلق وجود المرجعيات (الظواهر– الرؤى– الأفكار) التي تسعى السينما إلى نقلها من منطقة جفاف الواقع نحو فعل أو مجال التوتير القائم على تحفيز وعي المشاهد وحساسيته عبر إطلاق جملة من الأسئلة التي تكتنف هذا الفن، الذي يبدو قابلا لامتصاص الطرائق التعبيرية الأخرى كافة (الصورة– الكلمة– الموسيقى– الجسد) في وحدة واحدة تنهض على معطى شديدة الأهمية، ونعني التناغم في خلق المنظور (الإخراج) دون نفي أي فواعل تنهض على التقطيع أو ترتيب فعل السرد داخل الوحدة الفنية التي نراها مجسدة عبر الفيلم بوصفها إحدى أدوات البناء للفعل برمته. (أبو شهاب،2023)

ويمثّل التحليل السيميولوجي لدى رولان بارث **Roland Barthes** شكلا من أشكال البحث الدقيق في المستويات العميقة للرسائل الأيقونية أو الألسنية على حد سواء، ويلتزم فيه الباحث بالحياد تجاه هذه الرسالة هذا من جهة، ومن جهة أخرى يسعى فيه إلى تحقيق التكامل من خلال التطرق إلى الجوانب الأخرى (الاجتماعية، الثقافية، النفسية، ...) والتي يمكن أن تدعم التحليل بشكل أو بآخر.(Barthes ,1964 : p 133)

إذ يشير رولن بارت **R. Barthes** إلى أنظمة الدلالة التي تتيح نقل الرسالة بين طرفين، من المرسل إلى المستقبل، اللغة اللفظية والأصوات أو الصور في سياق الاتصال، يتم ترميز الرسالة القادمة من المرسل، والتي تشكّل بعد ذلك الإشارة، بحيث يتعيّن على المتلقي فك شفرة هذه الإشارة لفهم الرسالة التي يتم إفشاؤها. ويمكن أن يكون الترميز دلالياً ومادياً على حد سواء. ويرى بارت **Barthes** أن العلامة تتكون من عنصرين: الدال والمدلول. ويذكر أن مستوى الدال يشكل مستوى التعبير، أي المظهر المادي للمفهوم، في حين أن

مستوى المدلول هو في الواقع مستوى المضمون، أي الفكرة الخالصة. ويضيف أن سوسير حدّد بوضوح الطبيعة النفسية للمدلول من خلال تسميته بالمفهوم. (BOYER :2006, p 43)

حيث يركز التحليل السيميولوجي على المحتوى الرمزي، ولا يهتم بالمحتوى الظاهري للرسالة، كما يهتم بتحليل المحتوى سيميولوجيا باستخدام المعاني الضمنية والدلالية لمختلف الرسائل، وتعني دلالية المعنى المحدد الغير متغير لأي علامة وتلك الضمنية هنا المعنى المتغير لنفس العلامة، حيث تهتم هذه الأخيرة بالكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر الخطاب وبإعادة تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهما أفضل لوظيفة الصورة داخل النسق الثقافي. (ساعد، صبطي: 2012، ص 13)

وعليه اعتمدنا على مقاربة رولن بارت **R. Barthes** كتأطير منهجي يُنظّم عملية التحليل السيميولوجي، وذلك للكشف عن الرموز والدلالات الضمنية والرسائل الأيقونية والمعاني الضمنية التي وردت في أفلام عيّنة الدراسة، تتم وفق مستويين لقراءة الرسالة وهما "**التعيين والتضمين**":

– المستوى التعييني (المعنى الظاهري):

ويعني المستوى التعييني اتحاد الدال بالمدلول أي المعنى الموضوعي والبديهي لدليل ويدّل على القراءة الأولية للدلائل والرموز، ويعتبر رولن بارث **Roland Barthes** هذا المستوى المعنى الجلي للدليل أي ما هو مبيّن وواضح للعيان، أي ما يمكن من خلاله التعرّف على الأشكال والخطوط والألوان والكتابات. (عمار، 2009: ص51)

انطلاقا من اقتراحات الباحث والناقد **Roland Barthes** فإن التعيين (الشيء الدال أو المعنى التعييني) **(le dénote ou sens dénotatif)** يشمل ذلك الموضوع أو المشهد الذي تُمثّله الصورة

بشكل مباشر، أو الذي يمكن أن تقوم بتمثيله بطريقة حرفية، تختزل كل ما يدخل في (القراءة الحرفية). (Adam, Bonhomme, 2012 : p 176)

وتبدأ هذه المرحلة بالتقطيع التقني للفيلمين وفق أدوات و برامج تحليل الأفلام، حيث يتم تجزئته إلى مقاطع و كل مقطع يتكوّن من مجموعة من اللقطات المترابطة معا بوحدة سردية أي حدث أو فكرة معيّنة في قصة الفيلم، ثم يبدأ الوصف الدقيق للفيلم السينمائي من خلال كل العناصر المتواجدة في الصورة المتحرّكة أي من خلال شريط الصورة، إذ يتم تحديد جميع اللقطات وزوايا التصوير والمدّة الزمنية التي تستغرقها اللقطة و كذا حركة الكاميرا، وكذلك من خلال شريط الصوت الذي يحتوي على الحوار و الموسيقى التصويرية والمؤثرات الصوتية والضجيج.

يؤخذ في التحليل السيميائي للأعمال السمعية البصرية كالأفلام السينمائية بعين الاعتبار طبيعة الوسيلة، فعلى سبيل المثال: فيما يتعلق بأحجام اللقطات، يُعدّ حجم اللقطة دالا **Signifier** على مدلول **Signified** ، فضلا عن محتوى اللقطة نفسها، فاللقطة القريبة التي تُقدّم الوجه فقط تشير إلى الحميمية، بينما اللقطة المتوسطة التي تُقدّم معظم أجزاء جسد الشخصية المصوّرة توحي إلى العلاقة الشخصية، بينما تشير اللقطة التي تُقدّم كل أجزاء الجسد إلى علاقة اجتماعية، اللقطة الطويلة تشير إلى السياق و المسافات الاجتماعية ومجال التركيز، كما أن حركات الكاميرا و المونتاج، و أساليب الإضاءة، واستخدام الألوان، والمؤثرات الصوتية والموسيقى، كلها دال تدل على مدلول يساعدنا على فهم المضمون المرئي، إلى جانب تحليل الثقافة المُقدَّمة و القضايا الايديولوجية والاجتماعية المُقدَّمة. (Berger,2012 : P4)

– المستوى التضميني (الرمزي والإيديولوجي):

أمّا التضمين هو المعنى الذي يتشكل ضمنيا من كل ما يمكن أن يوفّر لهذا الموضوع أو الشيء من قيم رمزية أخرى وأفكار تتعدى إطارها البديهي ...، وينطبق هذا على المعطيات البصرية الفوتوغرافيا والفن التشكيلي والفيلم أيضا، وخلافا لإطار التعيين الذي يقترب من تعيين تاريخ القصّة التي يرويها الفيلم حرفيا، أي بصورة حرفية تقريرية، في حين ينتظم التضمين في الجوانب الرمزية أو الجمالية المرتبطة بالمعالجة السينماتوغرافية (اللقطة، الألوان، زوايا التصوير، ...) وبكل عناصرها المساهمة في إنتاج و تشكيل المعنى، وبهذا فالتضمين لا يتعلّق بالقراءة الحرفية الخالصة للرسالة، بل يقود الى تأويلات مختلفة. (Adam, bonhomme, 2012 : p 177)

فالمستوى التضميني (المدلول) يختص بدراسة كل ما تحمله الرسالة من دلالات وقيم رمزية يتم تحليلها في سياق ثقافي مشترك، والتضميني هو قيمة إضافية للشيء علاوة على المدلول الأصلي فهو كما يراه **Roland Barthes** يكون فيه المستوى التعييني في وضعية الدال ليعطي مدلولا إضافيا، وقد يتعدد المدلول من بيئة لأخرى أو حتى في نفس البيئة الواحدة، فالتضمين يتصّل بالإطار السوسيوثقافي الذي يوّلد التعدد والاختلاط في القراءة والفهم. (عمار،2009: ص 56)

إذ يتم البحث في هذا المستوى عن دلالة كل شيء تم توظيفه في كل لقطة من لقطات الفيلم من خلال طرح مجموعة من الأسئلة مثال: **لماذا استُخدِم هذا اللون في الديكور؟ وما هي دلالته؟ وعلى أي أساس وظّفت شخصية دون أخرى؟** ...، وتوضيح أسباب توظيف هذه العناصر، وذلك وفق السياق الثقافي والاجتماعي للقائم بالاتصال، للوصول في الأخير إلى تحديد الرسالة الحقيقية للفيلم وتحديد خلفيته التي تُجسّد إيديولوجية ومعتقدات وقيم واتجاهات شركة الإنتاج: كاتب السيناريو، المخرج، المنتج الذين قاموا بحياكة المعنى المتضمن في مشاهد الفيلم السينمائي، من خلال توظيف مجموعة من

الدلائل (الرموز، قيم، أفكا، ... الخ) التي تُشكّل شفرات تكون مشتركة بين المرسل والمستقبل للوصول إلى تحديد الهدف من وراء إخراج الفيلم في صيغته المكتملة.

*** خطوات التحليل السيميولوجي للأفلام:**

اتبعنا الخطوات الآتية في إنجاز الجانب التطبيقي وفق ما يتطلبه التحليل السيميولوجي للأفلام وهي كالاتي:

- تحديد موضوع التحليل:

قمنا في البداية بتحديد الفيلمين اللذين سنقوم بدراستهما والمشاهد واللقطات التي سيتم تحليلها، إذ يجب على الباحث مراعاة أن تكون مُمثِّلة لموضوع البحث وتسهم في تحقيق أهدافه بما يضمن تحقيق نتائج علمية دقيقة.

- تقسيم النص الفيلمي إلى وحدات دلالية:

بعد اختيار الفيلمين قمنا بتقسيمهما إلى وحدات دلالية بالاستعانة ببرامج تحليل الأفلام **(Adobe premiere pro و Adobe Media Encoder)** وأدوات تحليل الأفلام كالتقطيع التقني (جدول ألان رينيه **Alain Resnais** للتقطيع التقني)، وتتمثل هذه الوحدات الدلالية في: **المشهد (Scenes)** وهو وحدة سردية أساسية تجمع عدة لقطات لتكون جزء من القصة والذي يحدث في مكان وزمان مستمرين عادة، حيث يضم شخصيات فاعلة في حادثة أو موقف معيّن يساهم في تطوّر سرد قصة الفيلم.

اللقطة (Shot) هي الوحدة الأساسية في بناء نص الفيلم، إذ تُمثِّل المسافة الزمانية والمكانية التي تسجلها الكاميرا دون انقطاع منذ بداية تشغيلها إلى غاية إيقافها، وتشير اللقطة أيضا إلى القسم المستمر الذي كانت فيه الكاميرا تُسجّل وتنتهي عند نقطة التعديل أو انتقال **(Cut** أو **Transitions)** في النسخة النهائية للعمل بعد المونتاج. وتحتوي اللقطة مجموعة

من العناصر التي تُسهم في بناء المعنى الدرامي والجمالي كالتأطير **(Framing)**، الحركة **(Camera movement)**، زاوية التصوير، الإضاءة، ... الخ، وبذلك تُستخدَم اللقطة كوحدة تحليلية من أجل تفكيك النص الفيلمي لفهم كيف يتشكّل المعنى من تتابع اللقطات وتداخلها سواء لدى المنتج أو المتلقي.

المتتالية (Sequence): هي وحدة سردية أساسية داخل الفيلم، وهي تتكون غالبا من عدّة مشاهد من أزمنة وأماكن مختلفة لكن تشترك في فكرة أو موضوع، تعمل معا لتشكيل مرحلة مفصلية أو انتقالية من القصة. غالبا ما تكون المتتالية أطول من المشهد، وتتضمّن بداية ووسط ونهاية فرعية، وتستطيع تضمين تغيّرات في المكان أو الزمن طالما أنها مرتبطة بالهدف السردي الموّحد.

بالإضافة إلى وحدات دلالية أخرى كالحوار، الموسيقى، حركة الكاميرا ... الخ. [*]

- **تحديد العلامات (The Signs / Signifiers):**

قمنا بوصف كل ما ظهر على الشاشة (الألوان، الملابس، ديكور، الموسيقى، ...) ظاهريا أي ربط الدال مع المدلول دون تحديد المعنى الخفي، ما يقابله المستوى التعييني في مقاربة رولن بارث **R Barthes**.

بما أننا بصدد دراسة التمثلات الجيوسياسية (الأفكار، القيم، الأيديولوجية، ... الخ) التي وظّفها كلا منتجي الفيلمين من أجل تمثيل عناصر نموذجه ونموذج الآخر (ثقافته، قيمه، أدوار وتمكين الجنسين في المجتمع، ...) باعتبارها نسقا من الشفرات، فقد حدّد بارث من خلال أبحاثه حول كيفية توليد المعنى من خلال عدة أشكال من الشفرات وهي (سبيلي، 2022: ص 11-12):

[*] - المقطع Sequence: هو أحد مكونات الفيلم السينمائي، وهو وحدة سردية أكبر من المشهد، بتعبير آخر المقطع هو عبارة عن مجموعة من المشاهد المترابطة دراميا، تدور في أماكن وأزمنة مختلفة لكنها تجتمع في هدف سردي واحد لتعبّر عن مرحلة محدّدة من تطوّر الحبكة.

شفرة الفراسة التخمينية (شفرة الأفعال والأحداث): يطلق عليها بارث اسم "أول غلاف النص القرائي" إذ يرى نظريا أن الأفعال ممكنة التشفير مهما كانت بساطتها أو تعقيدها، إذ يمكن اعتبار هذه الشفرة من الشفرات العناصر التي تصنع الحبكة وذلك لأن الأحداث تتكرر وترتابط فيما بينها ولا حاجة لوضعها في ترتيب معن.

الشفرة التأويلية: وتشتمل على كل الوحدات التي تكمن وظيفتها في التعبير عن سؤال بطرائق مختلفة واستجابته وتنوع الأحداث العفوية التي تستطيع إما أن تصوغ السؤال أو تؤخر الإجابة، لتؤلف لغز وتقود إلى إجابته، وتُعدّ شفرة الألغاز عنصرا بناء أساسيا للسرد التقليدي وهي الشفرة التي تُحفِّز رغبة المتلقي في الوصول إلى الحقيقة لكي يجيب عن الأسئلة المطروحة.

الشفرة الإيحائية: حيث يمكن أن نجد في النص الفيلمي العديد من الشفرات، أثناء مشاهدة مضمون الفيلم يلاحظ المتلقي بعض من الإيحاءات عن طريق الكلمات، العبارات، الأفعال التي يمكن أن تنضمّ لبعضها "نوى مشتركة" ليتعرّف المتلقي على شخصية ذات صفات معيّنة أي قيمه، أيديولوجيته، ثقافته، ... الخ، لكن يعتبر "بارث" دلالة المطابقة من أقوى دالات الإحياء.

الشفرة الرمزية: وهي الشفرة التي تعتمد على فكرة أن المعنى يأتي من التضاد أو التمايز الثنائي الأولى، سواء أكان على مستوى تحوّل الأصوات الفونيمات في إنتاج الكلام، أو على مستوى فصل العامل الثقافي البدائي إلى قوى أو قيم متقابلة يمكن تشفريها أسطوريا.

الشفرة الثقافية: أو كما يطلق عليها "ترانس" في كتابه "البنيوية أو علم الإشارة" الشفرة الحضرية وهي الشفرة الأكثر شيوعا وشمولية وتُشكّل إحالات النص إلى أشياء تمّ التعرّف عليها من قبل وقد شفّرتها الثقافة، تتشكل هذه الشفرات من البديهيات والعادات والتقاليد واللغة واللهجة والديانة والأزياء، الشعارات، الأعلام، الثقافة السائدة في المجتمع، وكلما

زادت ثقافة المتلقي زاد تمييز الشفرات، فالشفرة الثقافية تتضمن الإشارة للمخزون المعرفي، الفنون الطبية، النفسية الأدبية، الموسيقى... التي يُنتجها مجتمع معيّن.

- تحديد المدلولات:

بعدما قمنا بتحديد العلامات في الخطوة السابقة، في هذه المرحلة من التحليل يتم تحديد معناها التضميني (الخفي) بما يقابله المستوى التضيميني لمقاربة رولن بارث **R Barthes**، وذلك بالاستعانة بالمرجع الاجتماعي والثقافي لفهم ما تشير إليه العلامة على المستويين الدلالي (Denotation) والإيحائي (Connotation).

- التحليل التركيبي:

في هذه المرحلة قمنا بإجراء تحليل تركيبي للعلامات التي يتضمّنها نص الفيلمين، والذي يرتكز على دراسة كيفية ترتيب العلامات داخل بنية السرد، المونتاج، حركات الكاميرا وكيف يؤثر ترتيب العلامات على بناء المعنى، إذ يؤكد كريستيان ماتز **Christian Metz** أن البنية السردية للفيلم يمكن فهمها من خلال تحليل العلاقات التركيبية بين العلامات.

- تحليل السياق الثقافي والايديولوجي:

وفي هذه المرحلة من التحليل قمنا بربط العلامات والسرد بالسياق الثقافي والاجتماعي والسياسي الذي أُنتِج وبُثّ فيه الفيلمين، وهذا ما سيعمل على كشف الرسائل الضمنية الخفية التي تحمل تمثلات (قيم، أفكار، أيديولوجيا، ...) التي أراد منتجو الفيلمين إيصالها للجمهور، إذ تُؤكّد الباحثة جيليان روز **Gillian Rose** على أهمية سياق الإنتاج والتلقي في فهم المعاني في المضامين السمعية بصرية.

- بناء الاستنتاج وصياغة التأويلات:

في هذه المرحلة قمنا بصياغة تأويل متكامل للمعاني التي يُنتجها الفيلمين، مع تدعيمه بالأدلة المستخلصة من العلامات والتحليلات التي تم اجراؤها طوال مراحل التحليل السيميولوجي.

2 – مقاربة التحليل النصي:

اعتمادنا على مقاربة التحليل النصي للأفلام لفهم قصة الفيلمين (تسلسل الحوار، الأحداث، ... الخ)، وكيف تُسهم هذه العناصر في بناء التمثلات (الرسائل، القيم، الرموز، ...) السياسية والإيديولوجية والثقافية التي تخدم أجندة كل طرف، بالإضافة إلى رصد الحجج العقلية والعاطفية للسردية التي يطرحها كلا الفيلمين لإقناع الجمهور بعدالة موقف كل طرف (الصين، أمريكا)، أي شرعية استمرار هيمنة قيم ومبادئ النموذج الرأسمالي الليبرالي على إدارة النظام الدولي، في المقابل شرعية المشروع أو النموذج الصيني كبديل قيمي لإدارة النظام الدولي.

*** مفهومه:**

تُعرِّف موسوعة **Oxford Bibliographies** التحليل النصي للفيلم على أنه منهج نوعي يرتبط ارتباطا وثيقا بالدراسات الثقافية، يُستخدم لتحليل ودراسة محتوى الوسائط كالمقالات الصحفية، الانترنت، التلفزيون، الألعاب، ... الخ بالإضافة إلى الثقافة الشعبية، وهو يقوم على المقاربات السيميولوجية والتأويلية لفهم التمثلات الثقافية والإيديولوجية الكامنة في نص المحتوى، الإيديولوجيات السائدة في لحظة تاريخية وثقافية معيّنة، فهو على عكس تحليل المحتوى الكمّي، يتجاوز المعنى الظاهر إلى البنى الخطابية والرمزية. استنادًا إلى أفكار رولان بارت، يُنظر إلى المحتوى كنصّ متعدد الدلالات (Polysemy)، لا ككيان

ثابت، وبالتالي لا يسعى التحليل النصي لإخراج تفسير واحد حقيقي للنص الفيلمي بل لعرض مجموعة القراءات الممكنة. (Oxford Bibliographies, 2018)

وحدّد محمود إبراقن في كتابه "التحليل السيميولوجي للفيلم" أسس التحليل النصي للفيلم بعنصرين هما (بزاحي، 2023 ص19):

– **اللغة السينمائية والكتابة الفيلمية:** فاللغة السينمائية ليست خاصة بمجموعة ثقافية واحدة وهي مكوَّنة أساسا من صور فهي إعادة إنتاج مباشر للواقع دون وسيط وعلى درجة عالية من التشابه أو الأيقونة، أما الكتابة الفيلمية فهي مجموع أنظمة فيلمية نصية وليست مجموعة شرعات تكوّن اللغة السينمائية.

– **التحليل النصي للفيلم:** وهو إظهار آليات إيلاذ المعين الخاص بالسير النوعي لنص فيلم يمكن أن يكون مفهوما من خلال وحدة نصية أكْبر (أفلام للمخرج نفسه) أو أصغر (متتالية فيلم لها استقلالية قوية) .

يستعير التحليل الفيلمي من علم الدلالات البنيوية المفاهيم الأساسية التالية: النص الفيلمي، المنظومة النصية، الشيفرة الفيلمية. وتمتاز الشيفرة الفيلمية ضمن التحليل الفيلمي النصي بأهمية متعاظمة، فالتسليم بوجود رموز وشفرات داخل الفيلم هو من أهم الأسس التي يبني عليها المحلل السينمائي تحليله. (بوشحيط، 2016، ص 103–104)

حيث يؤكد الباحثان **Vincent Uche Nnamele** و **Anthony Nnalue** في مقالتهما الموسومة بـ **The place of critical theories in film analysis: Making a case for reading films as text** (2020) على أن التحليل النصي يتم من خلال قراءة الفيلم كنص يحتوي على كلمات ورموز لها معنى، وأنه من الضروري استخدام النظريات النقدية لفك هذه الرموز وفهم كيف يؤثر الفيلم على المتلقي.

وعليه فالتحليل الفيلمي يعني تجزئة بنيته إلى مكوناتها الأساسية ثم إعادة بنائه لأهداف تخدم التحليل، ولهذا يجب في هذا السياق الانطلاق من النص الفيلمي **(le texte filmique)** وذلك لتحديد العناصر المميّزة للفيلم، وبعد تجزئة الفيلم يتم تأسيس الروابط **(les liens)** بين مختلف العناصر المعزولة. (يخلف: 2006، ص 8)

*** خطواته:**

بالإضافة إلى الخطوات السابقة لمنهجية التحليل السيميولوجي قمنا باتباع خطوات منهجية التحليل النصي للفيلم وذلك ليكتمل تحليل الفيلمين محل الدراسة، وهي كالاتي:

– مشاهدة الفيلم عدة مرات وتسجيل الملاحظات المتعلقة بعناصر النص (السرد، الحوار، الصورة، ...).

– قمنا بتحديد عناصر السرد بالاستعانة بأدوات التحليل الفيلمي **كالملخص** لتلخيص قصة الفيلم مع تحديد البداية، المنتصف والنهاية، بالتركيز على الأحداث الرئيسية، العقدة والحل، بالإضافة إلى **البطاقة التقنية للفيلم** لتحديد الزمن السينمائي للفيلم الذي يشمل: الحقبة التاريخية التي تنتمي إليها القصة (الماضي، الحاضر، المستقبل)، وكيفية تنظيم الزمن في النص الفيلمي أي تسلسل أحداث القصة ومدّة عرض الفيلم للمتلقي.

– قمنا بتحليل الشخصيات والأدوار لتحديد طبيعتها (البطل، الشرير، الأصدقاء، ...الخ)، بالإضافة إلى دراسة كيفية تطوّر الشخصيات وطبيعة العلاقات والحوارات التي دارت بينهم.

– قمنا بتحليل بنية عناصر نص الفيلم (الألوان، الموسيقى، المؤثرات البصرية، ...الخ) بالاستعانة بأدوات التحليل الفيلمي (التقطيع التقني، والفوتوغرامات) بالتكامل مع التحليل السيميولوجي.

– في هذه المرحلة قمنا بتحليل التمثلات والرسائل الإيديولوجية المُتضمَّنة في النص، وذلك من أجل تحديد كيف تم تمثيل أسطورة المحاربة الصينية **Mulan** والمجتمع والحضارة الصينية في كلا الفيلمين الصيني والأمريكي.

– قمنا بعدها بربط نص الفيلمين بالسياق الاجتماعي والثقافي والسياسي المرتبط بفترة الإنتاج وعرضه للجمهور، بالإضافة إلى البلد الذي ينتمي إلية المنتج، والسوق الموجّه لها أي الجمهور المستهدف.

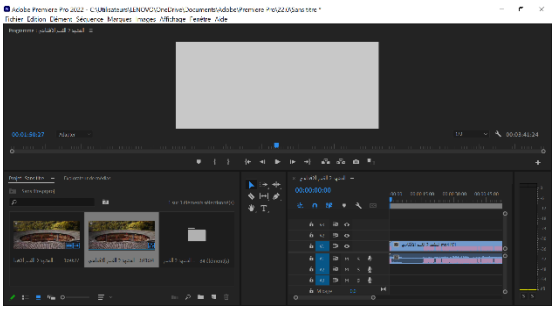
– وفي الأخير قمنا بتقديم قراءة كاملة للنص الفيلمي للفيلمين استنادا إلى التحليلات التي قمنا بها بالتكامل مع التحليل السيميولوجي.

ج – أدوات الدراسة:

اعتمدنا على أدوات التحليل الفيلمي اليدوية والالكترونية لتحليل الأفلام قيد الدراسة.

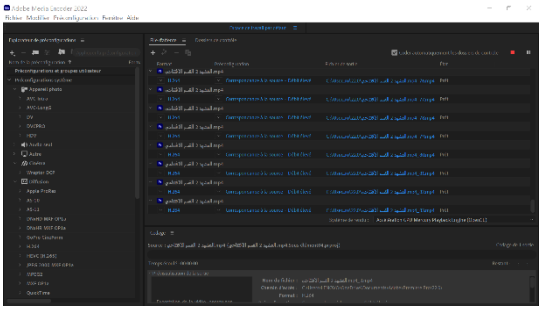
المرحلة الأول من التحليل **(تقسيم النص الفيلمي إلى وحدات دلالية):** تكون بالاعتماد على برامج مختصة في مونتاج وتحرير الفيديو تحتوي على أدوات خاصة بتحليل ومعالجة المقاطع، وذلك لتجزئة الفيلم إلى أجزائه الأساسية:

– **أولا المشاهد:** بعدما قمنا بمشاهدة الأفلام قيد الدراسة لأكثر من 8 مرات وتدوين الملاحظات الأولية، حددنا المشاهد التي تخدم إشكالية وأهداف الدراسة، وبالاستعانة ببرنامج **Adobe premiere pro** قمنا بتقطيع المشاهد المختارة (من نقطة البداية إلى النهاية) لتصبح عبارة عن فيديوهات منفصلة، ورقّمناها وفق ترتيبها (السيناريو والمونتاج) في الفيلم تحضيرا لباقي مراحل التحليل.



الشكل رقم (1): واجهة عمل برنامج **Adobe premiere pro**

– **ثانيا اللقطات:** ثم قمنا باستخدام ذات البرنامج أي **Adobe premiere pro** بالإضافة إلى برنامج **Adobe Media Encoder** لتحديد اللقطات التي تُكوّن كل مشهد لتسهيل المستوى الثاني للتحليل المتمثل في **التقطيع التقني le découpage technique** الذي يتم بشكل يدوي.



الشكل رقم (2): واجهة عمل برنامج **Adobe Media Encoder**

حددنا المشاهد واللقطات بناء على المعاني والدلالات التي تحملها العناصر التي وظّفها المخرج في بناء الديكور (الألوان، الملابس، زاوية التصوير، ... الخ)، بالإضافة إلى الحوار وطبيعة سياق وموقف المشهد، وكل ذلك وفق ما يحقق أهداف الدراسة ويجيب على سؤال الإشكالية في شقه المتعلّق بكيفية تجسيد الفيلمين محل الدراسة لمعالم الصراع الناعم بين الصين وأمريكا، وذلك لتحديد كيف مثّل كل طرف صورة الذات والآخر والعالم (التمثلات الجيوسياسية)، من خلال سرد قصة أسطورة المحاربة الصينية Mulan.

لذلك جاء ترقيم اللقطات بناء على ترتيبها في المشهد (السيناريو) بالإضافة إلى ترتيبها وفق برنامج **Adobe Media Encoder** (المونتاج)، وهذا ما يفسر عدم تسلسل ترقيمها في جدول التقطيع التقني، مما يشير إلى دقة تحديد الوحدات الدلالية في النص الفيلمي.

كما قمنا بتحليل وتفسير كل الدلائل سيميولوجيا وفق المرجعية الثقافية، السياسية، الاجتماعية الأصلية للمنتج سواء كان فيلم النسخة الصينية أو النسخة الأمريكية، بناء على الخلفية المعرفية والثقافية المكتسبة نتيجة اهتمامنا واحتكاكنا مع الثقافة الصينية وشرق آسيا عامة لمدة طويلة، كما نشير إلى أننا تحققنا من معاني بعض الدلائل والرموز (كالألوان، الحوينات، ...) من سؤال أشخاص صينيين التقينا بهم صدفة (الشارع، جامعة الجزائر2)، فالباحث في الدراسات النوعية يحتاج إلى زاد معرفي وثقافي كبير حتى يتمكّن من الغوص في الظاهرة المدروسة خاصة في الدراسات السيميولوجية.

يتم تطبيق التحليل السيميولوجي (لمقاربة رولن بارث) و التحليل النصي بالاعتماد على الأدوات الثلاث للتحليل الفيلمي التي أوردها الباحثان المختصّان في الدراسات السنيمائية ماري ميشال **Michel Marie** وجاك اومونت **Jacques Aumont** في كتابهما تحليل الأفلام **l'analyse des films** (1999)، ونلخصها كالاتي :

أولا – الأدوات الوصفية:

ومن أهم الأدوات الوصفية التي تُستخدَم في تحليل الأفلام هي تقنية **التقطيع التقني le découpage technique**، إذ يمثّل التقطيع الجانب التحليلي للعمل الفيلمي والتوليف **montage** الجانب التركيبي **synthétique**، حيث يُعرّفه محمود إبراقن على أنه هو آخر مرحلة من تحضير الفيلم بعد السيناريو والتسلسل الحواري، إذ يتم من خلالها تكييف سيناريو الفيلم مع نمط التعبير السينمائي، أي تقسيمه إلى لقطات **plans** التي تُكوّن المشاهد **scènes** والمتتاليات **séquences**، ويتطلب التقطيع التقني إظهار تسلسل الحوار ووصف العمل

الدرامي، كما ينبغي أن يتضمّن تسجيل جميع الملاحظات المختلفة بالإخراج مثل حركات الكاميرا، تنقل الممثلين، زوايا التصوير، و بالتالي يُعدّ التقطيع التقني ضروريا لتحديد مهام مرحلتي التصوير و التوليف (Ibarraken , 2004 : p 197)

ويمثل جدول ألان رينيه **"Alain Resnais"** والذي وضعه عام 1963 لفيلمه موريل أحد أهم الجداول التحليلية التي وُضعت في هذا المجال (بو شحيط، 2016: ص 98):

اللقطة		**شريط الصور**					**شريط الصوت**		
الرقم	المدة	الديكور	المضمون	حركات الكاميرا	سلم اللقطات	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
رقم اللقطة	مدة اللقطة	بيت، غابة، ... الخ	وصف ما هو موجود في الصورة	ثابتة، زوم، ...الخ	عامة، مقربة، متوسطة ، ...الخ	عادية، تصاعدية، ...الخ	الحوار الثنائي أو المتعدد والتعليق	الموسيقى التصويرية	الطبيعي، المصطنع

جدول رقم (1): جدول ألان رينيه Alain Resnais للتقطيع التقني

ثانيا – الأدوات الشاهدية instrument citationnels :

– **نسخة من الفيلم:** قامت الباحثة بتحميل نسخ عن الفيلمين: الفيلم الأمريكي **Mulan** (2020) والفيلم الصيني **Hua Mulan** (2020)، حيث كانت كلا النسختين باللغة الأصلية مع وجود ترجمة باللغة العربية **(subtile in Arabic)**، كما تُوفّر منصتا البث الأمريكية **Disney +** والصينية **iQIYI** للمستخدمين إمكانية اختيار مشاهدة المحتوى مع الترجمة للغات عديدة أخرى حسب المناطق التي يغطيها بثها.

– **ملخص الفيلم:** أي نقوم بتقديم ملخصا لأهم الأفكار الواردة في الفيلم. إذ يشكل ملخص الفيلم أهمية بالغة ضمن التحليل الفيلمي ومنهجيته، لأنها تكشف عن نقاط القوة في السرد الفيلمي وتوضح أيضا أبعاد الفيلم. (بو شحيط، 2016: ص 100)

– **الفوتوغرام photogramme:** وهو مصطلح يدور معناه حول التوقف على الصورة، بمعنى إيقاف عرض الفيلم عند صورة محدّدة مما يمنحنا صورة ثابتة، وهذا يسمح بدراسة الحدود الشكلية للصورة كالتأطير، عمق المجال، التركيب، الإضاءة، حركات الكاميرا، مما يسمح بتفكيك ودراسة سلسلة من الفوتوغرامات بصورة أكثر دقة، وبذلك يمكن التعرّف على محتواها وتوضيح معاني خفية لم تظهر أثناء عرض الفيلم. (Ibarraken , 2004 : p 57)

– **البطاقة التقنية للفيلم:** يُقدّم الباحث معلومات عن الطاقم الفني (كاتب السيناريو، المخرج، الممثلين، وكافة العاملين في الفيلم) وكذلك اسم الشركة وسنة الإنتاج وعنوان الفيلم.

ثالثا – الأدوات الوثائقية:

– **معلومات تسبق بث الفيلم:** كتصريحات المخرج والممثلين، – **معلومات تلي بث الفيلم:** كعدد المشاهدين في شباك التذاكر والأرباح المحقّقة، – **الملصق الدعائي للفيلم** ... وذلك لإعطاء انطباع حول مدى نجاح الفيلم ومعرفة ردود الأفعال حوله وكذلك كيف تم عملة؟؟ التسويق له، وكل ذلك لفهم كيف تقوم كل من شركة والت ديزني الأمريكية و**iQIYI** الصينية بتسويق أعمالها وبالتالي نشر رسائلها عبر العالم بأسره والإسهام في تحقيق أهداف السياسة الخارجية كقوة ناعمة.

– **المرجع:** وهو معرفة خلفيات الفيلم، وهي عبارة عن ركائز معرفية يعتمدها كاتب السيناريو في كتاباته ويترجمها المخرج في أفلامه.

– **الثقافة:** هي مجموعة الاتجاهات والقيم المعروضة في الفيلم والتي تشير إلى نوع معيّن من أنواع الثقافة التي أراد المخرج إظهارها وعرضها من خلال إخراجه.

وهذا يساعد الباحث على تكوين فكرة حول خلفية بناء رسالة الفيلم من خلال معرفة التوجّهات الفكرية والإيديولوجية والثقافية والاجتماعية للطاقم الفني الذي أشرف على إنتاجه، ممّا يسهّل على الباحث تحليل وتفسير أسباب توظيف تلك العناصر في بناء رسالة الفيلم ومعرفة مدلولها وتأويلها للوصول إلى تحديد الرسالة الحقيقية التي أراد القائمون على إنتاج الفيلم إيصالها للجمهور.

مجتمع البحث وعيّنة الدراسة:

– عيّنة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على العيّنة القصدية لاختيار عيّنة الأفلام التي لها علاقة مباشرة بفكرة الصراع الجيوثقافي (الناعم) بين النموذج الأمريكي والنموذج الصيني، عبر المنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب، وهذا النوع من العيّنة يتناسب مع طبيعة أطر التحليل السيميولوجي التي تتطلب اختيار دقيق للموضوع، لذا تم اختيار فيلمين أحدهما صيني والآخر أمريكي:

1 – الفيلم الصيني Hua Mulan لسنة 2020:

– لأن الفيلم له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة.

– لأن الفيلم يصوّر قصة الأسطورة الشعبية الصينية **Mulan** لكن بقصة مختلفة عن النسخة الأمريكية في العديد من التفاصيل.

– كون الفيلم من انتاج وبث الشركة/المنصة الرقمية الصينية **iQIYI** لمعرفة الصورة التي قدّمتها عن شخصية مولان والموروث الثقافي والنموذج الصيني.

– نظرا لأن الفيلم تم انتاجه وبثّه في الفترة التي تم فيها إصدار النسخة الحيّة لفيلم **Mulan** للشركة الأمريكية **the Walt Disney Company** بالتزامن مع جائحة كورونا ومع إطلاقها لمنصة **Disney +**.

– وجود تشابه في رموز ودلالات ذات صلة وثيقة في بعض المشاهد مع فيلم **Mulan** لـ **Disney**.

نظرا لأن الفيلم لمخرج صيني لذا سنحاول معرفة السردية التي قدّمها عن شخصية مولان والموروث الثقافي والنموذج الصيني.

2 – الفيلم الأمريكي Mulan لسنة 2020:

– لأن الفيلم له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة.

– نظرا للحملة الإعلامية والتغطية الواسعة من طرف وسائل الإعلام أثناء مرحلة الإنتاج وبعد إصداره، فقد تم رصد كل أخباره التي حصدت تفاعل كبير من قبل روّاد مواقع التواصل الاجتماعي خاصة عندما تم تأجيل صدوره عدة مرات بسبب جائحة كورونا في 2020.

– نظرا لأن الفيلم لمخرجة أمريكية لذا سنحاول معرفة السردية التي قدّمتها عن شخصية مولان والموروث الثقافي والنموذج الصيني.

– كون الفيلم من إنتاج وبث المنصة الرقمية + **Disney** للشركة الأمريكية **the Walt Disney Company** ولمعرفة أسباب اختيار توقيت إصدار الفيلم ومنصة البث الرقمية في تلك الفترة.

فالفيلمان تم بثهما في فترة انتشار فيروس كورونا التي اشتدّ فيها الصراع بين العملاقين الصين وأمريكا لكسب تأييد الراي العام العالمي والحفاظ على مكانتهما كفاعل في إدارة العلاقات الدولية، إذ حاول كل طرف أن يستغل الظروف التي تشهدها الساحة الدولية لشن هجمات ناعمة على الأخر، علما أنه تم انتاج وإصدار أربعة أفلام صينية حول شخصية مولان في نفس السنة التي تم فيها إصدار الفيلم الأمريكي أي 2020.

المفاهيم والمصطلحات:

قدّمت الباحثة في هذا الجانب تعريفات اصطلاحية وإجرائية للمفاهيم والمصطلحات التي تم توظّفها في الدراسة (كالحرب الناعمة) وعدم ادراج التعريف اللغوي، نظرا لعدم اتفاق الباحثين والمفكرين على تحديد تعريف موحّد لها، وهي كالاتي:

1 – الصناعات الثقافية Cultural Industries:

– التعريف الاصطلاحي:

هو مصطلح صاغه الفيلسوف النقدي الألماني تيودور أدورنو **"H, Adorno "** والفيلسوف ماكس هوركهايمر "**M, Horkheimer** "، وتم تقديمه كمصطلح من مصطلحات النظرية النقدية في فصل (ثقافة الصناعة: التنوير باعتباره خداعاً جماعياً) من كتاب جدل التنوير **"Dialectic of Enlightenment"** الذي ألّفاه عام (1947)، حيث قالا أن الثقافة الشعبية

هي أشبه بمصنع يُنتج سلعاً ثقافية ممزوجة من أفلام وبرامج إذاعية ومجلات ... الخ، تهدف إلى التلاعب بالمجتمع وجرّه إلى السلبية، إذ أن استهلاك المتعة الزائفة للثقافة الشعبية صار ممكناً بواسطة وسائط الإعلام، ما يجعل الناس في حالة من الانقياد لها بغض النظر عن ظروفهم المعيشية، والخطورة تكمن في أن صناعة الثقافة هي من تخلق حاجات نفسية لا يمكن أن يتم اشباعها إلا من خلال منتجات الرأسمالية.

كما يشير مفهوم الصناعات الثقافية إلى النشاط الذي يعيد إنتاج أعمال ثقافية أصلية وفق مبادئ الإنتاج الصناعي والقيام بتسويقها كما تُسوَّق السلع الصناعية. من أهم الأشكال المعروفة لهذا النوع من الصناعات: الكتاب، الصحافة المكتوبة، التلفزيون، السينما، التسجيل الموسيقي، وألعاب الفيديو. (علاوة، 2016: ص 208-209)

لذلك يمكن تعريف الصناعات الثقافية على أنها المجموعة المتطورة باستمرار من أنشطة الإنتاج والتبادل الثقافي الخاضعة لقواعد التسليع، حيث يتم تطوير تقنيات الإنتاج الصناعي إلى حد ما، ولكن حيث يتم تنظيم العمل بشكل متزايد في الوضع الرأسمالي للفصل المزدوج بين المنتج ومنتجه، بين مهام الخلق والتنفيذ. وتؤدي عملية الفصل المزدوجة هذه إلى زيادة فقدان السيطرة من قبل العمال والفنانين على منتج نشاطهم.(Tremblay, 1990 : p 44)

وفقًا للائحة **(EU)** رقم 2013/1295 الصادرة عن المجلس والبرلمان الأوروبي بتاريخ 11 ديسمبر 2013 بشأن إنشاء برنامج أوروبا الإبداعية (2014-2020)، فإن الصناعات الإبداعية هي قطاعات الاقتصاد المعنية "بتطوير وإنشاء وإنتاج ونشر وحفظ السلع والخدمات". (TUROIU, 2018)

- **التعريف الإجرائي:** ويقصد بالصناعات الثقافية في هذه الدراسة **الصناعات الثقافية والإبداعية الرقمية:** هي مصطلح يشير الى أحد المجالات الاقتصادية التي تهتم بإنتاج السلع والخدمات التي تقوم على الأفكار الإبداعية التي تُعبِّر عن الثقافة والفنون والتراث

لمجتمع ما، أي أن الصناعات الثقافية تقوم على تحويل الأفكار الإبداعية والموروث الثقافي والفني إلى سلع وخدمات ثقافية وفق متطلبات السوق. ويشمل هذا القطاع مجالات عديدة، إذ يختلف تصنيف الصناعات الثقافية من بلد لآخر يمكن أن نحدّدها في: **الفنون البصرية والتصميم** كالرسم والتصميم الغرافيك ...، **السينما والتلفزيون والوسائط المتعددة:** إنتاج وتوزيع الأفلام السينمائية والمسلسلات التلفزيونية والألعاب الإلكترونية، **النشر والأدب:** كل المواد المطبوعة المتعلّقة بالمجال الأدبي والفكري، **الموسيقى والأداء الحي، الثقافة التقليدية والتراثية، محتوى السياحة الثقافية:** زيارة المواقع الأثرية، المشاركة في النشاطات الثقافية، والتي يتم إنتاجها وبثها عبر المنصات الرقمية المخصّصة لبث المحتوى.

ونقصد بالصناعات الثقافية الإبداعية الرقمية في هذه الدراسة تحديدا المحتوى الثقافي الذي يعكس العلاقة بين الصناعات الثقافية والصناعات الرقمية، والتي تُغطّي حقل **السينما والتلفزيون والوسائط المتعددة**، أي المحتوى الذي يتم انتاجه وبثه عبر المنصات الرقمية المختصة في بث الفيديو والتابعة لشركات الانتاج الفني.

2- الحرب الناعمة " Soft War ":

- التعريف الاصطلاحي:

يعني مفهوم الحرب الناعمة استخدام وسائل غير مباشرة (غير عسكرية) كالصور والأفلام والمصطلحات والأفكار والإعلانات التي تُعرَض بشكل متواتر، بحيث يعتاد عليها الأفراد وتصبح جزء من تفكيره، والهدف من الحرب الناعمة أن تجعل الطرف الذي يتلقى أو يتعرض للقوى الناعمة يفكّر بالطريقة التي يريدها من يدير الحرب دون أن يشعر بأنه منقاد. (عتريسي،2023)

وعرّفتها الباحثة آنا سيمونز أستاذة مادة التحليل الدفاعي في كلية الدراسات العليا للبحرية الأمريكية **NPS** بأنها " الجيل والنمط الرابع من حروب المستقبل، بالنظر إلى تبدل موازين الحروب العسكرية التقليدية، وفشل منطق حرب المدن، ومنطق مكافحة التمرد، وتتميّز بأنها تستهدف السيطرة على الناس (الرأي العام)، من خلال الدبلوماسية العامة والاتصالات الإستراتيجية وعمليات المعلومات و التلاعب بالمفاهيم والمشاعر، بعيداً عن احتلال وتدمير المدن ومهاجمة المواقع والقواعد العسكرية واستخدام سلاح الجو، وغيرها من الأسلحة. (Simons : 2012)

في حين ركّز الباحث الاستراتيجي الأميركي جون كوللينز على الموضوع الإعلامي والثقافي في تعريفه وتحديده لموارد الحرب الناعمة بقوله "الحرب الناعمة عبارة عن استخدام الإعلام والتخطيط للتأثير على ثقافة العدو وفكره بما يخدم حماية الأمن القومي الأميركي وتحقيق أهدافه وكسر إرادة العدو". (عبد السلام:2008، ص 9-10)

الحرب الناعمة هو مصطلح تسويقي صاغته الأدبيات الإمبريالية الحديثة التي طوّرت تقنيات الحروب مستبدلة وسائلها الخشنة بأدوات أكثر إثارة وجاذبية وفاعلية. فمن حيث الأدوات: أصبحت التكنولوجيا الحديثة والإنترنت والإعلام والمال والفن والرياضة والسينما والثقافة؛ أسلحة جديدة لاكتساح المساحات الشاغرة في عقول الشعوب المقهورة القابعة تحت نير الجهالة والاستبداد والفقر". (حرز الله، 2023)

- **التعريف الإجرائي:** يقصد بالحرب الناعمة في هذه الدراسة استخدام لوسائل القوة غير الصلبة **(عسكرية)**، أي أنها تعتمد على أدوات وموارد وأساليب القوة الناعمة كوسائل الإعلام التقليدية والرقمية والتعليم والثقافة والدين ... الخ للتأثير في الرأي العالم لتحقيق أهداف سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، إذ تستخدم الأطراف المتنافسة في الحرب الناعمة هذه الوسائل الصناعية للتأثير على الشعوب مباشرة وليس الحكومات لخلق أتباع

(قوة مدنية) في البلدان المستهدفة مستعدّين للدفاع عن مصالح الدولة التي تمارس التأثير تعزيزا لمصالحها وتحقيقا لأهدافها.

كما تعرّف الحرب الناعمة في هذه الدراسة على أنها حرب الأفكار وصراع النماذج والثقافات، أين تتنافس الدول من أجل التسويق لصورتها سعيا منها لفرض نموذجها الخاص عالياً، فالكل يسعى لخلق صورة إيجابية عنه والتسويق له من أجل كسب أكبر عدد ممكن من الجماهير المعجبة **(Fan crowd)** به لخلق قوة مدنية في المناطق المستهدفة تعمل على الدفاع عن مصالحه، وذلك عبر استخدام استراتيجية القوة الناعمة التي تعتمد على توظيف العديد من الوسائل من أبرزها وسائل الاعلام المختلفة و كذا منتجات الصناعات الثقافية، فلكل وسيلة إعلامية استراتيجية خاصة بها تنبع من خصائصها و طبيعة جمهورها في إطار استراتيجية القوة الناعمة.

3 – القوة الناعمة " Soft Power ":

– التعريف اللغوي:

يُعرِّف Cambridge Dictionary القوة الناعمة بأنها استخدام النفوذ الثقافي والاقتصادي لدولة ما لإقناع الدول الأخرى بفعل شيء ما، بدلاً من استخدام القوة العسكرية. (Cambridge Dictionary)

– التعريف الاصطلاحي:

عرّفها المفكّر الاستراتيجي الأمريكي جوزيف ناي **Joseph Nye** بأنها " قوة الجاذبية، بأن تكون جذابًا بالنسبة للآخرين، لا أن تضعهم في صفك وبجانبك بواسطة الإكراه واستخدام السلاح، أو بدفع الأموال" .

يُعرِّفها أيضا بأنها القدرة على الحصول على ما تريد عن طريق الجاذبية بدلا من الإرغام أو دفع الأموال، وهي تنشأ من جاذبية ثقافة بلد ما، ومُثُله السياسية، حيث تُعرف بإنها القدرة على الجذب لا عن طريق الإرغام والقهر والتهديد العسكري والضغط الاقتصادي، ولا عن طريق دفع الرشاوى وتقديم الأموال لشراء التأييد والموالاة، كما كان يجري في الاستراتيجيات التقليدية الأميركية، بل عن طريق الجاذبية، وجعل الآخرين يريدون ما تريد، إذ يمكن أن تُستخدَم بوصفها واحدة من آليات السطو والغلبة للقوة الصلبة العسكرية، وفي الوقت نفسه يمكن أن تُستخدَم بطريقة مرنة عن طريق تنشيط مؤسسات العولمة الاقتصادية العابرة للقارات لخلق الدولة المرنة لخرق النظم السيادية التقليدية في الدول النامية أو دول العالم الثالث. (ناي:2007، ص72)

ووفقا لرأي الكاتب جوزيف ناي **Joseph Nye** فإن "القوة الناعمة" هي وسيلة النجاح في السياسة الدولية كما بيّنه في كتابه الذي يحمل نفس العنوان الصادر عام 2004، فهي سلاح مؤثر يحقق الأهداف عن طريق الجاذبية والإقناع بدل الإرغام أو دفع الأموال، وتُعدّ موارد القوة الناعمة لأي بلد هي ثقافته إذا كانت تتمتع بالقدر الأدنى من الجاذبية، وقيمه السياسية عندما يطبّقها بإخلاص داخلياً وخارجياً. أي القدرة على جعل الآخرين يعجبون بمُثُلك ويريدون ما تريد.

وبالتالي فالقوة الناعمة هي امتلاك الخصائص التي تجعل الآخرين يتطلّعون للدولة باعتبارها نموذجاً يُحتذى به، ومصدراً للإلهام، قوة النموذج، وجاذبية الثقافة، وسمو القيم والمبادئ، والمصداقية في الالتزام بكل هذا، بل أن يكون للدولة قوة روحية ومعنوية من خلال ما تُجسّده من أفكار ومبادئ وأخلاق، من خلال الدعم في مجالات حقوق الإنسان والبنية التحتية والثقافة والفن، مما يؤدي بالآخرين إلى احترام هذا الأسلوب والإعجاب به ثم اتباع مصادره، والتأثّر به بحيث يصبح ما تريده هو نفسه ما يريدونه. (عبد الجواد:2019)

التعريف الإجرائي : من خلال ما سبق نعرّف القوة الناعمة على أنها مفهوم يُستخدَم في العلاقات الدولية للدلالة على النظرية التي تصف استخدام كيان ما (دولة ، شركة متعددة الجنسيات ، ...) للأدوات و الأساليب غير القسرية و الناعمة لاستمالة و إقناع الجماهير المستهدَفة ودفعها لبناء أولوياتها طواعية بما يحقّق أهدافه الاستراتيجية أي عكس القوة الصلبة التي تعتمد على الإكراه و الإغراء، إذ تنجح هذه الاستراتيجية عندما تنجح دولة ما في التأثير على سلوك ومصالح شعوب الدول الأخرى عن طريق الجاذبية التي تنبع أساسا من السمعة الطيبة التي تتمتع بها هذه الدولة الممارسة للتأثير في شتى المجالات، إذ تتنوع مصادر القوة الناعمة وتختلف من دولة لأخرى و لكنّها تتركّز في ثلاث عناصر أساسية و جاذبية الموروث الثقافي والحضاري لبلد ما و قيَمه السياسية و سياسته الخارجية ... فكلّما كان نموذج الدولة جذابا ومثيرا للإعجاب و الاحترام لدى الشعوب الأخرى كلما زادت قوة التأثير والإقناع.

4 – الديبلوماسية الثقافية Cultural Diplomacy:

– التعريف اللغوي:

تُعرِّف موسوعة أكسفورد للدراسات الدولية الديبلوماسية الثقافية بأنها: "مجال سياسي تسعى فيه الدول إلى حشد مواردها الثقافية لتحقيق أهداف سياستها الخارجية" (Oxford Research Encyclopedia). كما تعتبِر موسوعة أكسفورد للدراسات الدولية الديبلوماسية الثقافية أحد مكونات الديبلوماسية العامة أو القوة الناعمة وفق اصطلاح جوزيف ناي.

– التعريف الاصطلاحي:

عرّف كامينغز الدبلوماسية الثقافية على أنها تبادل للأفكار والمعلومات والفن وغيرها من جوانب الثقافة بين الأمم لتعزيز التفاهم المتبادل، وتشكّل عنصرا هاما في الجهود

الدبلوماسية الأوسع نطاقا، وتحتوي ببساطة على كل ما تفعله الأمّة لتعريف نفسها للعالم. وتُصنَّف الدبلوماسية الثقافية على أنها عنصر من عناصر الدبلوماسية العامة، وهي شكل من أشكال تبادل المعلومات وترويج الفنون والجوانب الأخرى للثقافة بين الأمم. (كرم الله، 2020)

ويشير مفهوم الدبلوماسية الثقافية إلى تبادل الأفكار والمعلومات والفن والجوانب الأخرى للثقافة بين الأمم وشعوبها من أجل تعزيز التفاهم المتبادل، لكن " الدبلوماسية الثقافية " يمكن أن تكون أيضا طريقا ذا اتجاه واحد أكثر من كونها تبادلا ثنائي الاتجاه، كما هو الحال عندما تركّز دولة واحدة جهودها على تعزيز اللغة الوطنية، أو شرح سياساتها ووجهة نظرها، أو" سرد قصتها " لبقية العالم. (Clarke, 2020)

الدبلوماسية الثقافية هي شكل من أشكال الدبلوماسية لأنها ذات نهج دولي، يسعى، مثل الدبلوماسية الكلاسيكية ولكن بمناهج مختلفة، إلى تحقيق الأهداف السياسية الرئيسية للدولة: الحفاظ على القوة والمكانة الوطنية أو تعزيزها، والموقع المميّز في مساحة معيّنة خارجيًا، وإنشاء المباني (الثقة، المعرفة المتبادلة، الإعجاب) المواتية للتعاون السياسي والاقتصادي، ...إلخ. (TUROIU, 2018)

كما تعني توظيف عناصر عدّة من الثقافة للتأثير في الجماهير الأجنبية وصنّاع الرأي والقادة والنُخب المؤثّرة، فهي تقتضي استغلال الفرص التي تتيحها قطاعات عديدة من بينها الفنون، التعليم، الأفكار، التاريخ، العلوم والدين، لقولبة أفكار وانطباعات وتمثلات معينة. (Waller, 2009, p. 13)

التعريف الإجرائي: يقصد بالدبلوماسية الثقافية في هذه الدراسة استخدام الثقافة كأحد أدوات القوة الناعمة التي يتم من خلالها إدارة الصراع بين الصين والولايات المتحدة الأمريكية في ظل الحرب الناعمة، أي القدرة على الإقناع والتأثير عبر الثقافة والقيم والأفكار لتحقيق

أهداف السياسة الخارجية للدولة، حيث تُستخدَم الثقافة لجذب الأجانب وتشكيل الرأي العام بشكل إيجابي، و بالتالي فالدبلوماسية الثقافية تجسّد آلية ومجال تفعيل جاذبية موارد القوة الناعمة للدول لتعريف نفسها للعالم عن طريق مختلف وسائل الديبلوماسية العامة كبرامج التبادل الطلابي، التظاهرات الرياضية والثقافية، ... بالإضافة إلى مختلف وسائل الإعلام وأشكال الصناعات الثقافية والإبداعية، بهدف إمّا بناء صورة إيجابية عن نموذجها أو للدفاع وتصحيح الصورة السلبية عنه لدى الشعوب الأخرى، وذلك للحفاظ على مكانة الدولة لدى الرأي العام الدولي (قوتها المدنية) و بالتالي شرعية سياستها و مصالحها في منطقة ما.

5 – الديبلوماسية الرقمية Digital Diplomacy:

عرّفت الحكومة الأمريكية الدبلوماسية الرقمية بأنها: استخدام الشبكات الاجتماعية في الدبلوماسية بُغية تسهيل التفاعل بين الدبلوماسيين ومستخدمي الإنترنت في البلدان المضيفة. (عبد الصبور، 2021: ص9)

تُعرِّف وزارة الخارجية الفرنسية الدبلوماسية الرقمية على أنها "امتداد للدبلوماسية بمفهومها التقليدي، وتستند إلى الابتكارات وأنواع الاستعمال الناجمة عن تكنولوجيات المعلومات والاتصالات." (مغزيلي، أوشن،2021: ص 437)

يشير **Elad Segev** و **Manor Ilan** في كتاب **Theory Diplomacy Digital Practice and Practice** إلى أن الدبلوماسية الرقمية هي استخدام الدول المتزايد لمنصات وسائل الإعلام الاجتماعية بُغية تحقيق أهداف سياستها الخارجية وتحسين صورتها وسمعتها. وأشار المؤلفان إلى أن الدبلوماسية الرقمية موجودة على مستويين: وزارة الخارجية والسفارات الموجودة حول العامل، ومن خلال العمل على هذين المستويين، يمكن للدول بناء رسائل السياسة الخارجية والتسويق لعلامتها الوطنية من خلال إبراز الخصائص الفريدة فيما

يتعلّق بالتاريخ والثقافة والقيم والتقاليد للجماهير المحلية في البلدان الأجنبية، ما يسهل قبول سياستها الخارجية والصورة التي تهدف إلى تروجيها. (عبد الصبور، 2021: ص 8)

وتشير الدبلوماسية الرقمية بشكل عام إلى استخدام الإنترنت وتطبيقاتها بالأخص منصات التواصل الاجتماعي، في ممارسة شكل من أشكال الدبلوماسية، وقد اعتمد العديد من العلماء والدبلوماسيين مصطلح الدبلوماسية الرقمية عند الإشارة إلى التقاطع بين التقنيات الرقمية والدبلوماسية.

وتجدر الإشارة إلى أنه في إطار الحرب الناعمة يعتمد الفاعلون كالدول بشكل أساسي على الديبلوماسية الرقمية غير الرسمية أي الديبلوماسية العامة لمخاطبة الجماهير مباشرة وليس الحكومات لتحقيق أهداف سياستها الخارجية، وذلك تماشيا مع المعطيات التي تفرضها خصوصية المجتمعات الرقمية والتحولات السريعة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال التي أصبحت تُحرّك العلاقات الدولية وتتحكم في مجراها.

وقد عرّف العالم الأمريكي "إدموند غولين" **Edmund Gullion** الدبلوماسية العامة بأنها "إقناع الناس في البلدان المستهدفة للسعي إلى تغيير سياسات حكوماتهم الداخلية والخارجية، من أجل خلق بيئة إبداعية لإنشاء جمهور يدافع عن أهداف السياسة الخارجية والمصالح الوطنية" (عبد الصبور، 2021: ص 4-5). على عكس الدبلوماسية التقليدية، التي تؤسّس وتحافظ على العلاقات الحكومية الدولية الرسمية والمفاوضات بين الحكومات. تحاول الجهات الفاعلة الحكومية المنخرطة في الدبلوماسية العامة بناء قنوات تفاعل مباشرة مع الجماهير الأجنبية وممارسة القوة الناعمة من خلال التواصل السياسي طويل الأمد واليومي. بعبارة أخرى، تزيد الحكومات بمهارة وبشكل مستمر من الميزة السياسية من خلال التأثير على السياسة الخارجية، وإظهار عوامل الجذب الثقافية، وإدارة الديناميكيات الاجتماعية. (Zhao, Yuwen, Xifei : 2023)

التعريف الإجرائي:

يقصد بالديبلوماسية العامة الرقمية في هذه الدراسة توظيف المنصات الرقمية التي تبثّ الفيديو حسب الطلب **VOD** (أفلام، مسلسلات، برامج،...) التي تُصنَّف ضمن منتجات الصناعات الثقافية كأحد عناصر القوة الناعمة لتفعيل الديبلوماسية العامة الجديدة التي تستخدمها الدول في إدارة علاقاتها مع الدول الأخرى لتحقيق أهداف سياستها الخارجية، والتي تعتمد على تجسيد المفاهيم الجديدة للديبلوماسية التي تقوم على الابتكار و الإبداع لجذب الجماهير الأجنبية للإعجاب بنموذج الدول للتأثير فيهم و دفعهم لدعم سياساتها في بلدانهم، وهنا تستعمل الدول الصناعات الثقافية عبر المنصات الرقمية الخاصة ببث الفيديو **VOD** كأداة من أدوات القوة الناعمة لتفعيل الجاذبية الثقافية وكحامل للرسائل الديبلوماسية التي تسعى لبناء جسور الصداقة مع الشعوب الأجنبية لبناء صورة جيدة عنها وتصحيحها و الدفاع عنها على الساحة الدولية، للتأثير على الرأي العام المحلي للبلدان الأخرى، واستهداف الجهات الفاعلة غير الحكومية، والمواقف الجماعية داخل البلدان المستهدفة من خلال عملية اتصال طويلة الأجل تعمل على تعزيز الأهداف الدبلوماسية للدولة.

6 – منصات بث المحتوى حسب الطلب Digital Platforms for Streaming on-demand or Video on-demand (VOD):

تعتبر منصات **(VOD)** أحد وسائط الإعلام الجديد التي تُقدِّم خدمات البث للمحتوى الترفيهي كمنصات بديلة للتلفزيون التقليدي، حيث استطاعت أن تضع معايير جديدة للبث التلفزيوني أعطت شكلا و محتوى جديد للمضمون المُقدَّم، مما يشجّع المستهلك على الاشتراك بها والدفع مقابل الحصول على خدمة المشاهدة حسب الطلب بدون فواصل

إعلانية وفي الوقت والمكان الذي يرغب به المشترك عبر أي جهاز ذكي يمتلكه، و من أشهر هذه المنصات نجد **Netflix** و+ **Disney** و **Amazon** ...الخ . (مصطفى،2020: ص 8)

يشار إلى منصات **(VOD)** غالبًا باسم منصات بث الفيديو أو خدمة البث الإلكترونية، وهي نوع من التكنولوجيا التي تسمح للمستخدمين بالوصول إلى محتوى الفيديو وعرضه عبر الإنترنت. ويمكن أن يتراوح هذا المحتوى من البرامج التلفزيونية والأفلام إلى البث المباشر وأشكال أخرى من وسائط البث. كما تُوزِّع هذه المنصات محتوى الفيديو رقميا، مما يتيح للمستخدمين بث مقاطع الفيديو على أجهزة مختلفة بما في ذلك الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة التلفزيون الذكية وأجهزة الكمبيوتر. (Endavo Media, 2024)

كما تشير منصات **(VOD)** إلى البث المستمر لملفات الفيديو من الخادم إلى العميل. ويتيح البث المباشر للمستخدمين مشاهدة مقاطع الفيديو عبر الإنترنت دون الحاجة إلى تنزيلها، ويمكن أن يشمل محتوى الفيديو المتدفّق الأفلام والبرامج التلفزيونية ومقاطع فيديو **YouTube**والمحتوى الذي يتم بثه مباشرة. وحققت خدمات مثل**Netflix** و **Hulu** نجاحًا كبيرًا في بث مقاطع الفيديو للمشتركين (Gillis, 2022)

ويشير أيضا مصطلح البث المباشر الرقمي إلى النقل المستمر لملفات الصوت والفيديو من خادم إلى عميل. في تدفقات الفيديو، يتم إرسال المحتوى في شكل مضغوط عبر الإنترنت ويعرضه المشاهد في الوقت الفعلي. ويتم إرسال الوسائط في تدفق مستمر من البيانات ويتم تشغيلها فور وصولها. ويحتاج المُستخدِم إلى مشغّل، وهو برنامج خاص يقوم بفك ضغط بيانات الفيديو وإرسالها إلى الشاشة وبيانات الصوت إلى مكبرات الصوت، تتضمن أمثلة مشغلات الوسائط Windows Media Player 12 لنظام التشغيل Windows 10 أو QuickTime Player لنظام التشغيل MacOS. (Gillis, 2022)

التعريف الإجرائي: ويقصد بمنصات بث المحتوى في هذه الدراسة تلك المنصات الرقمية الخاصة ببث المحتوى حسب الطلب **VOD** المقترنة بمنتجات الصناعات الثقافية الإعلامية (الأفلام، المسلسلات، البرامج،...الخ) والتابعة للشركات الإعلامية الكبرى أي منصة **Disney +** التابعة للشركة الأمريكية **Disney** ومنصة **iQIYI** التابعة للشركة الصينية **iQIYI**، فمنصات بث المحتوى الرقمية هي خدمات أو تطبيقات تقنية تسمح ببث ونشر المحتوى السمعي البصري عبر الإنترنت، وتوفّر هذه المنصات للمستخدمين القدرة على الوصول إلى محتوى متنوع (قديم أو حصري) بسهولة من خلال الاشتراك المدفوع أو بشكل مجاني، إذ تتميز هذه المنصات بقدرتها على تقديم تجارب مشاهدة مرنة، أين يمكن للمستخدمين الاستمتاع بالمحتوى في أي وقت وفي أي مكان باستخدام أجهزة متعددة مثل الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة التلفزيون الذكية.

الدراسات السابقة:

أ – الدراسات العربية:

– **الدراسة الأولى:** من انجاز الباحث باديس لونيس بعنوان، **الصراع الثقافي الأمريكي– الصيني من خلال الفيلم الوثائقي (المصنع الأمريكي)، تحليل نقدي للخطاب**، وهي عبارة عن دراسة تم نشرها في المجلد السادس، العدد الثاني للمجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جويلية 2021، حيث تناولت هذه الدراسة موضوع توظيف الفيلم الوثائقي لتجسيد أبعاد الصراع الثقافي الأمريكي– الصيني، إذ قام الباحث بتحليل ووصف الصراع الثقافي الأمريكي–الصيني من خلال الفيلم الوثائقي (المصنع الأمريكي) وذلك من منظور نظرية اتصالية جديدة هي "نظرية تفاوض الوجه" للمنظّرة الصينية الأمريكية ستيلا تينغ تومي،

أين اعتمد على منهج تحليل الخطاب النقدي وبالتحديد مقاربة نورمان فيركلوف و ذلك للإجابة على السؤال المحوري: **كيف صوّر (الفيلم الوثائقي) المصنع الأمريكي أبعاد الصراع الثقافي الأمريكي الصيني؟** (لونيس،2021: ص 958)

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، وهي كالأتي (لونيس،2021: ص 976):

أن الفيلم الوثائقي (المصنع الأمريكي) استطاع أن ينقل بعض جوانب الصراع الثقافي الأمريكي–الصيني من خلال مجموعة من الأبعاد المتعلقة أساسا ببعض مفاهيم نظرية تفاوض الوجه:

– التصور الذاتي: حيث سلّط الفيلم الضوء على فواعل صينية وأمريكية مختارة بعناية من خلال تصوّرهم الذاتي لإحداث مقارنات واعية او لا واعية لإبراز الاختلافات الثقافية.

– عمل الوجه: لقد أبدى كل من الصينيين والأمريكيين اهتمامهم بوجه الذات والوجه الطائفي (الجمعي) أكثر مما أبدوه من اهتمام بوجه الآخر أو الوجه المشترك.

– الصدمة الثقافية: أظهر الفيلم بوضوح أن الاختلافات بين الصينيين والأمريكيين وصلت في كثير من الأحيان الى ما يمكن اعتباره صدمة ثقافية حادة.

– إدارة الصراع: أظهر الفيلم تنوعا في أساليب وأنماط إدارة الصراع الثقافي بين الأمريكيين والصينيين (من تجنب، وهيمنة، وتكامل).

– **الدراسة الثانية:** من انجاز الباحث فوزي نور الدين الموسومة ب: **تحليل الصراعات الدولية المعاصرة: بين الأبعاد الثقافية والاعتبارات الإستراتيجية،** وهي عبارة عن دراسة نُشرت في العدد 37/36 من مجلة العلوم الإنسانية – جامعة محمد خيضر بسكرة، نوفمبر 2014، إذ قام الباحث بتسليط الضوء على موضوع طبيعة الصراعات الدولية في القرن الحادي والعشرين بمعنى أن أساس هذه الصراعات نابع من الاختلافات الحضارية والثقافية

أم أنها نابعة عن تضارب المصالح، إذ حاول الباحث الإجابة على السؤال الرئيسي التالي: **هل يمكن اعتبار العوامل الثقافية والحضارية متغيرات تفسيرية هامة للصراعات الدولية المعاصرة ؟ أم أن الاعتبارات الاستراتيجية والمصلحية تُشكّل الدوافع الحقيقية لهذه الصراعات؟** (نور الدين، 2014: ص 176)، وذلك من خلال تحليل واستكشاف مضمون النظريات التي حاولت تفسير طبيعة الصراعات الدولية منذ نهاية الحرب الباردة.

وخلُصت الدراسة إلى نتيجة رئيسة مفادها أنه بالرغم من الأهمية النسبية لدور العوامل الثقافية كمحرّك للصراعات الدولية المعاصرة، إلاّ أن الاعتبارات الإستراتيجية المرتبطة بالقوة والمصالح القومية تبقى حاضرة بقوة في معظم الصراعات. ويتم اللجوء إلى الاعتبارات الثقافية في كثير من الأحيان للتغطية على سياسات القوة السائدة في عالمنا المعاصر. (نور الدين، 2014: ص 175)

– **الدراسة الثالثة:** من انجاز الباحثين سفيان بلمادي وحنان بوطوالة بعنوان: **جيوسياسة الإعلام والأمن المجتمعي العربي في زمن العولمة الإعلامية**، والتي نُشرت في المجلد 12 / العدد 2 من المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، أفريل 2023، حيث تطرّق الباحثان من خلال الدراسة إلى موضوع أثر وسائل الإعلام عبر الفضاء الرقمي في تهديد الأمن المجتمعي في العالم العربي، إذ انطلق الباحثان من سؤال جوهري: **ما هي تحديات وتهديدات الأمن المجتمعي العربي في ظل الإعلام المعولم؟** (بلمادي و بوطوالة، 2023 : ص 2) ، واعتمدا في دراستهما على مقاربة جيوسياسية وسائل الاعلام للتأكيد على أن الدول الغربية تستخدم وسائل الإعلام الرقمية من أجل اختراق المجتمعات الرقمية وإلغاء نظامها القيمي واستبدال هوية أفراد المجتمع بأخرى مما يهدد الأمن السياسي و الاقتصادي للدول العربية، و هذا ما أكّدته النتيجة الرئيسية التي توصل إليها الباحثان و التي مفادها: بأن وسائل الإعلام المعولمة تؤدي دورا يؤثر بالسلب على المجتمع، إذا ما وُظِّفت بطريقة

سلبية، حيث يستعملها الغرب كأداة لغرس أفكاره داخل المجتمعات العربية الإسلامية، وأكّدا على ضرورة أن تولي الحكومات العربية اهتماما أكبر لوسائل الإعلام خاصة الحديثة منها من خلال ضبط وتنمية محتوياتها للتصدي للتهديدات التي تستهدف الأمن المجتمعي، بالإضافة الى توسيع الاستفادة منها كوسيلة من وسائل التنشئة السياسية و الاجتماعية لحماية النظام القيمي (هوية) للمجتمع وذلك للحفاظ على الاستقرار والأمن القومي. (بلمادي وبوطوالة، 2023: ص 11)

– **الدراسة الرابعة:** من إعداد الباحثة **فتيحة جلاب** الموسومة ب: **مقوّمات تحقيق الاستقرار المجتمعي الجزائري في زمن العولمة "الأمن الثقافي أنموذجا**، والتي نُشرت في المجلد 12/ العدد 2 من المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، أفريل 2023. حيث عالجت الدراسة موضوع الانعكاسات الخطيرة للعولمة على الأمن الثقافي للدول، وذلك لوضع مخطط استراتيجي لمواجهة الاستعمار المعاصر لتحقيق الأمن الثقافي والمجتمعي في الجزائر كرهان أساسي لتحقيق الأمن والاستقرار السياسي. إذ عالجت الباحثة الإشكالية الآتية: **كيف يمكن تحقيق الأمن الثقافي في الجزائر أمام تداعيات العولمة؟، وما هي الآليات الاستراتيجية التي يمكن اتخاذها أو تفعيلها لتحقيق الأمن الثقافي في الجزائر؟** (جلاب،2023: ص130):

وتوصّلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن السياسة الاستعمارية الجديدة التي تنتهجها العولمة تسعى إلى القضاء على الأمن الثقافي بعملها على استئصال الهوية الوطنية من خلال توظيف خلال استخدامها الوسائل التقنية المتطوّرة التي تعزّز الغزو والهيمنة الثقافية الغربية. وعلى هذا الأساس وضعت الباحثة مجموعة من الآليات لتعزيز الأمن الثقافي في الجزائر وهي (جلاب،2023: ص 136):

1 – لابد من مواجهة الآخر بالعلم والثقافة، أي أن المواجهة بالمعنى المعرفي تؤهّلنا لنقل تلك المواجهة إلى ساحات أرحب، لنطرح أسئلة ذات علاقة بأهم التحديات المباشرة لنا كإنجاز يحافظ على الاستقرار المجتمعي بالجزائر، وذلك بتفعيل مقوّمات الأمن الثقافي.

2 – ضرورة الابتعاد عن الانغلاق بحجة الحفاظ على الذات والهوية فقد ولّى زمنه، ومازالت التجربة المتمثلة أمامنا تثبت لنا يوما بعد آخر أن المجتمعات كلما انغلقت على نفسها، كلما كانت مناعتها أضعف.

3 – من الجدير بالذكر أننا لسنا ملزمين بوضع الغرب مقياسا ومؤشرا لحركة التّقدم كما هو الحال الآن، بل إن خيارنا كمسلمين ينبغي أن يتركّز في "صناعة العالم المبتكر" أي بناء نموذجنا العالمي الخاص بنا، والذي لابد أن ينطلق من نُظم معلومات فاعلة وحيوية، نُظم تستطيع السيطرة على أداء المجتمع المعاصر بتعقيداته وظواهره المختلفة، مستندة إلى نظام متكامل من القيم التي يعيش المجتمع في وارف ظلها، أي تجديد نظرتنا إلى منظومة القيم الحاكمة.

ب – الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى:

من إعداد الباحث **Tahar OUCHIHA** بعنوان:

Les médias comme «soft power». La part géopolitique dans les chaines d'informations internationales : étude compatative entre le canal arabophone de France 24 et Al Jazeera, THÈSE Pour obtenir le grade de Docteur en information et communication**,** Délivré par l'université Paul Valéry Montpellier III, 2016

حيث عالجت الدراسة مسألة دور القنوات الإخبارية كنوع من الفاعلين في المشهد الإعلامي الدولي، إذ انطلقت من فرضية مفادها أن هذا النوع من القنوات قد تكون له مهام أخرى خاصة الجيوسياسية والدبلوماسية إلى جانب وظيفة الإعلام والتثقيف، مع الوضع في الحسبان أن وراء هذا النوع من الإعلام تتخفّى سلطات الدول التي تمتلكها، التي تدرك أهمية اكتساب هذا النوع من الأسلحة التي يسميها المتخصصون "القوة الناعمة"، إذ تكشف

دراسة حالة قناة فرانس 24 وقناة الجزيرة عن الاستراتيجيات المختلفة التي وضعتها هاتان القناتان لدخول الساحة الإعلامية الدولية.

واعتمد الباحث في دراسته على المنهج المقارن بالاعتماد على تحليل المضمون وتحليل التمثلات وفق مقاربة الجغرافيا السياسية لوسائل الاعلام.

وقد توصّلت الدراسة الى أنه بالرغم من الاختلافات الموجودة بين كل من قناة فرانس 24 وقناة الجزيرة من حيث الاتجاه والسياق الذي ظهرت فيه القناتان، وأسلوب معالجة الأحداث العالمية والعربية، إلاّ أنهما تتشابهان من حيث الدور الذي تؤدّيانه كفاعلين رئيسيين في المشهد الإعلامي العالمي والعربي، إذ يتم توظيف هذه الوسائل الإعلامية كقوة ناعمة لممارسة دبلوماسية معيّنة لبناء وتوجيه الرأي العام العربي والعالمي بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية للبلدان التي تنتمي إليها، من خلال تفعيل مبدا الديبلوماسي الاعلامية.

– في حالة قطر، كانت التغيّرات كبيرة في الوضع المحلي والإقليمي والسياق الدولي الملائم لتدويل وسائل الإعلام من العوامل الحاسمة في إنشائها. من ناحية أخرى، تم إنشاء قناة فرانس 24 الناطقة باللغة العربية استجابة لسياق دولي وإقليمي موات. وعلى الرغم من ذلك، فقد تمكّن الباحث من تحديد قاسمين مشتركين في هذا التصنيف من شأنهما تفسير تطوّر المشروعين، وهما، على وجه الخصوص، الاتجاه نحو تدويل وسائل الإعلام نتيجة العولمة المتزايدة، والمنطقة التي تتزايد أهميتها في العلاقات الدولية، وهي في هذه الحالة العالم العربي. هذه العوامل مجتمعة، في رأي الباحث، مقنعة بما فيه الكفاية لتشجيع قطر وفرنسا على دخول الساحة العالمية للقنوات الإخبارية الدولية سواء في حالة قناة الجزيرة أو قناة فرانس 24، أو في حالة جميع القنوات الإخبارية الدولية الأخرى عامة، يمكننا القول إنّ ما يقف وراء إنشائها هو تتويج لنموذج عالمي عابر للحدود من الناحية الإعلامية. (OUCHIHA, 2016 : p 210)

– أسهمت الظروف الدولية في دفعت الأطراف التي تقف وراء القناتان إلى العمل على دعمها وتطويرها كونهما يعززان من نفوذهم الديبلوماسي والجيوسياسي في المنطقة العربية والعالم، ففي حالة الجزيرة، كان الأمر يتعلق بدعم وتعزيز نظام جديد له طموحات إقليمية ودولية كبرى، وفي حالة قناة فرانس 24، كان الأمر يتعلق باستعادة صورة فرنسا التي تزداد خجلاً على الساحة الدولية، من أجل إسماع صوتها في مشهد إعلامي عالمي يزداد أهمية وتنافسية.(OUCHIHA, 2016 : p 210)

– من خلال تحليل الخط التحريري للقناتين، والذي يتضمّن تحليل هويتهما المرئية والمسموعة، بالإضافة إلى برامجهما وتوجهاتهما، تَبيّن وجود اختلافات في الاستراتيجيات التي ينفّذها الفاعلان، ويُفسِّر ذلك عامل حاسم وهو عضوية القناتين. فمن جانبها، يمكن لقناة فرانس 24 الناطقة بالعربية أن تعتمد على صورة فرنسا المرموقة على الساحة الدولية، خاصة فيما يتعلق بالديمقراطية وحرية التعبير، وهي صورة لم تتردد القناة في حشدها، بدءً من ميثاقها الجرافيكي وشعارها إلى اختيارها لخريطة برامجها. في المقابل، تبدو مهمة قناة الجزيرة أكثر صعوبة، فهي وحدها المسؤولة عن بناء الصورة التي تحملها، وهو ما أدى إلى خط تحريري أكثر عدوانية وصدامية وتناقضاً. ويمكن تفسير ذلك أيضًا بمعرفة وإتقان أفضل للسياق الاجتماعي والسياسي في العالم العربي. (OUCHIHA, 2016 : p 211)

– ومن خلال الاستثمار في مجال إعلامي مسيّس للغاية، تمكّنت الجزيرة من منح نفسها دورا أكثر أهمية بكثير من دور فرانس 24 في الفضاء العام العربي، إذا تميّز هذا التصنيف باختلافات بين القناتين أكثر من الأنماط الأخرى، فذلك لأن استراتيجية القناتين مختلفة. فمن خلال محاولة التكيّف وفقًا لسياقاتهم الخاصة، اتخذ كل منهما خيارا مختلفا فيما يتعلق بالسياسة التحريرية. فقناة الجزيرة تدعم الأطراف التي تخدم مصلحة قطر في الصراعات العربية بأسلوب مموّه لتظهر على أنها حرّة ومستقلة لكي تخفي توجهها في اتجاه الجهات المموّلة لها، كون نظام الحكم في قطر لا يتمتع بمقومات الديمقراطية الغربية، لكيلا تضرّ

بمكانة قطر في الساحة العربية والعالمية. من ناحية أخرى، فإن فرانس 24 تتمتّع بأريحية أكبر في معالجة القضايا وإضفاء الشرعية على استقلالها عن الدولة الفرنسية، كونها تتمتع بهيبة النظام الفرنسي الذي غالباً ما يُستشهد به كمثال يحتذى به في الحرية والعدالة، فقد جعلت القناة من قيم الجمهورية الفرنسية شعاراً لها وهذا ما يسهّل عليها الإدّعاء بأنها بديل محايد ومستقل عن منافسيها المباشرين. لكن بين مطالبهم، وما يضعونه في المقدمة لدى جمهورهم، وواقع القضايا التي تحرّكهم، هناك فرق. (OUCHIHA, 2016 : pp 211- 2012)

– يتيح تحليل الخط التحريري للقناتين تسليط الضوء أيضًا على الممارسات والكفاءة المهنية للقناتين، ويشير هذا العنصر إلى مهاراتهما من الناحية الصحفية. وهكذا لاحظنا أن قناة الجزيرة القطرية تتمتع بهوية قوية، ولكن أيضا بمهارات كبيرة ضمن فريق التحرير والصحفيين، مما يجعلها متقدمة بفارق كبير على منافستها الفرنسية من حيث الكفاءة والكفاءة الإعلامية البحتة. (OUCHIHA, 2016 : p212)

– من خلال تحليل الدور الحقيقي للقناتين، يتضّح أن هنالك تقارب في دورهما ورسالتهما، ففي كلتا الحالتين، وجدنا أن الجزيرة وقناة فرانس 24 تميلان إلى أداء دور كأداة للقوة الناعمة في خدمة الدول التي أنشأتهما، أي كلتاهما تعملان على استعمال الدبلوماسية الرسمية، وكلتاهما في صميم استراتيجية الدبلوماسية العامة المحكمة للدولتين اللتين تنتميان إليهما، حيث تخضعان أحيانًا للمواقف والآراء الرسمية وأحيانًا أخرى تناقضانها من أجل تعكير صفو الأجواء وإضفاء قدر من الغموض على المواقف الحقيقية للدول. بل أنهما في بعض الأحيان تقولان بصوت عالٍ ما تفكّر فيه دولتيهما في صمت، وهي الصيغة التي تُلخِّص أفضل ما يمكن أن يُلخِّص الإستخدام الخفي لوسائل الإعلام من منظور دبلوماسي. (OUCHIHA, 2016 : p212)

الدراسة الثانية: من إنجاز الباحث **Frederick A. Henry** بعنوان:

Hard and Soft power: the paradox of winning the war of ideas in the 21st century, U.S. Army War College, Pennsylvania, 2005

أي القوة الصلبة والناعمة مفارقة الفوز بحرب الأفكار في القرن الحادي والعشرين، ناقشت هذه الدراسة ديناميكية التغيير التي يشهدها العالم في شتى المجلات التي ترافق العولمة وثورة المعلومات الناتجة عن التطوّر في تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، حيث عرض الباحث أكثر الطرّق ملائمة و فاعلية للتعامل مع البيئة العالمية الجديدة من استخدام إستراتيجية تقوم على استخدام كل من القوة الناعمة و الصلبة، وأكّد الباحث أن القوة الصلبة التي تُجسّد سياسة الإكراه والقوة الناعمة التي تجسّد سياسة الجذب والإقناع، تعدّان من أدوات نجاح السياسة الخارجية في ظل البيئة الإستراتيجية الجديدة وأهم مؤثرين فيها هما العولمة وثورة المعلومات.

وكانت أبرز نتائج الدراسة كالاتي (Henry: 2005, p12):

– إن الطريقة التي تتبنى بها أمريكا سياستها الخارجية سيكون لها تأثير عميق على إنفاق مواردها من القوة الصلبة (HP) والقوة الناعمة (SP) للحفاظ على استقرار اقتصاد الدولة أو مكانتها الدولية، فذلك يعتمد على مدى قدرتها على تخصيص الموارد الملائمة لتطوير المهارات الدبلوماسية أو الشراكات الاستراتيجية أو القدرات العسكرية. فعندما يُنظر إلى سياسات أمريكا من منظور سلبي، فإنها تخاطر بردة فعل عكسية لدى الرأي العام العالمي. ويمكن أن تكون النتيجة استنزاف جاذبية القوة الناعمة SP وما يصاحب ذلك من تآكل قدرة أمريكا على التأثير في المجتمع الدولي على المدى الطويل. وعلى العكس من ذلك، إذا كانت سياسات أمريكا جذابة، يمكن أن تصبح وسيلة لاستمالة السلوك من أجل تحقيق نتائج مرغوبة في السياسات مع إنفاق أقل للموارد المكلفة من موارد السياسة الخاصة.

– إن تبنّي استراتيجية أحادية البعد في بيئة متعددة الأبعاد يعدّ أمراً قصير النظر ومكْلفاً، وسوف يستمر في فرض ضغوط متزايدة على المؤسسة العسكرية وتفاقم العجز الحالي. لقد أدّت العمليات في أفغانستان والعراق إلى إرهاق وزارة الدفاع إلى الحد الذي أصبح معه شن عمليات عسكرية حاسمة ضد عدو مثل كوريا الشمالية وإيران أمراً غير مرجح على

نحو متزايد. وفي الوقت نفسه، تعمل الأموال المقيدة وتقليص البرامج لتحقيق أهداف خفض العجز على إعاقة قدرة أميركا على توفير الموارد الكاملة للعديد من المبادرات العالمية ذات النوايا الحسنة ضمن البعد العابر للحدود الوطنية والتي من شأنها أن تسهّل زيادة جاذبية موارد القوة.

– وكما هو موضح في النموذج ثلاثي الأبعاد، فإن البعد العابر للحدود الوطنية يتسم بتوزيع فوضوي للقوة ويحتاج إلى قيادة وموارد الولايات المتحدة لدعم المجتمع الدولي في إرساء مستويات مقبولة من الحكم. وقد كانت كارثة تسونامي الأخيرة التي ضربت آسيا مثالاً واضحاً على قدرة أمريكا الهائلة وتعاطفها.

– إن هذا التعاطف والاستعداد لمعالجة المشاكل العالمية مثل الفقر والأمية والجوع والأمراض وحقوق الإنسان في العالم هو الذي جعل من أمريكا نموذجاً يحتذى به لبقية العالم. ولكن ضخامة هذه المشاكل تعني أنه من دون الالتزام والتعاون والموارد الدولية، سيكون من الصعب تحقيق العديد من الأهداف الأمريكية العابرة للحدود الوطنية. والأسوأ من ذلك أن الفراغات التي يخلّفها التقاعس الأمريكي قد تملؤها قوى أخرى ناشئة داخل المجتمع الدولي في محاولة للحد من قوة الجذب الأمريكية من أجل احتواء قدرة أمريكا على إملاء شروط وضع جدول أعمال المجتمع الدولي.

الدراسة الثالثة: من انجاز الباحث **Joanne E. Gray** الموسومة بـ:

The geopolitics of 'platforms': the TikTok challenge, Volume 10, Issue 2, Internet Policy Review, May 2021,

تُقدّم هذه الدراسة تحليلاً جيوسياسيًا للصراعات السياسية والاقتصادية حول تطبيق تيك توك والتي حدثت بين الولايات المتحدة والصين من أبريل إلى أغسطس 2020، ففي سوق المنصات الرقمية الدولية، تتمتع الشركات الأمريكية بقوة ثقافية واقتصادية وسياسية هائلة إلاّ أنها في السنوات الأخيرة واجهت منافسة قوية من العديد من الشركات الصينية، حيث قام الباحث بتحليل محتوى خطابات المصادر الحكومية و الشركات و الإجراءات المتخذة

في حق المنصة الصينية، الصادرة بين أبريل و أوت 2020 و ذلك وفق مقاربة الجغرافيا السياسية، لتحديد الجغرافيا السياسية للصراع ولفهم القضايا الأساسية التي أثارت الجدل حول هذه المنصة. وسعى الباحث من خلال مناقشة هذا الموضوع لمطالبة الحكومات والشركات للعمل على تحديد المسارات الأكثر جدوى لتحقيق سوق منصات رقمية دولية تنافسية بعيدا عن الصراعات السياسية، وتجنب ترسيخ ديناميكيات القوة الجيوسياسية التقليدية داخل البيئة الرقمية. وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:

1 – كيف يمكن توسيع التعاون بين الدول القومية في تنظيم المنصات، بما يتجاوز التعهدات متعددة الأطراف والإقليمية القائمة، لتحقيق نهج تنظيمي منسق عالميًا لإصلاحات السوق من أجل زيادة المنافسة الشريفة بين المنصات؟

2 – كيف يمكن التوفيق بين الإجماع الدولي المتزايد حول الحاجة إلى التدخلات للحد من القوة الخاصة المركزة والقومية الرقمية، بهدف تحقيق بيئة رقمية أكثر لامركزية؟

3 – ما هي أنواع البنية التحتية الوطنية وبرامج الاستثمار التي يمكن للدولة تنفيذها، واستكمال إصلاحات السوق، لدعم المنصات الرقمية الناشئة للتغلّب على الحواجز القائمة أمام الدخول إلى الأسواق على المستويين الوطني والدولي؟

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

– أنه بالنسبة لأولئك المهتمين بتوزيع السلطة في المستقبل في البيئة الرقمية، فالآن هو الوقت المناسب لمواجهة التحدي المتمثل في تصميم برامج سياسية مبتكرة وطموحة. بالرغم من أن منصة **TikTok** لا تشكّل تهديدا أمنيا لمستخدميها مثل نظيراتها، فإن جميع المنصات الرقمية الأكثر استخدامًا تهدد تقريبًا خصوصية المستخدمين وأمنهم، وتتمتع جميعها بالقدرة على التأثير الإيديولوجي الهائل، وتستغل بيانات المُستخدِم لتحقيق مكاسب اقتصادية.

– كما يوضّح التحليل الجيوسياسي، أن منصة **TikTok** وجدت نفسها في وسط منافسة حول قيمة البيئة الرقمية، والولايات المتحدة حريصة على الحفاظ على المزايا الاقتصادية والاستراتيجية التي تمتّعت بها لعدة عقود، حيث تسعى الشركات القائمة في السوق إلى الحفاظ على مراكزها المتميزة، ويسعى صنّاع السياسات إلى حماية الصناعات ذات الأهمية الاستراتيجية. ولكن إذا تبنّى صنّاع السياسات منافسة المنصات بدلاً من رفضها على أسس جيوسياسية تقليدية، فهناك إمكانية لمزيد من الابتكار وتخفيف تركيز القوة في سوق المنصات الدولية.

– إن تحقيق سوق تنافسية، وتجنّب ديناميكيات القوة الجيوسياسية التقليدية، يشكّل تحديًا هائلاً، وسوف يتطلب تدخلات طموحة للغاية في السياسية العامة، فتركيز القوة الخاصة في البيئة الرقمية يقلّل من شأن المجتمعات الديمقراطية، لذلك ينبغي السعي إلى حلول تتطلّع إلى ما هو أبعد من القوة المهيمنة الأميركية والصينية. (Gray : 2021)

– حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

تعدّ عملية عرض الدراسات السابقة من الخطوات المنهجية الأساسية التي يقوم عليها أي بحث علمي، حيث تُقدّم أساسا معرفيا يسمح ببناء وتطوير أفكار جديدة للبحث. فهي الخلفية التي ينطلق منها الباحث و تحدّد له الجوانب التي تم التطرق إليها في موضوع بحثه من قبل الباحثين الآخرين ليدرس نقاط القوة والضعف فيها، وبناء على ذلك يحدّد الهدف الجوهري لبحثه الذي قد يقوم على تفنيد أو إثبات نتائج الأبحاث السابقة أو الإتيان بالجديد لتجنب تكرار نفس الأفكار، ومن ناحية أخرى تسمح للباحث بالتعلّم من أعمال الآخرين حول كيفية تصميم أبحاثهم، وما هي الأدوات والمناهج التي استخدموها. تم التركيز على الدراسات التي تتقاطع مع هذه الدراسة، بالتحديد التي تناولت بالتقريب بعض متغيّرات أو مقاربة الدراسة. ويمكن تصنيف الدراسات السابقة كالآتي:

– الدراسات السابقة التي تتقاطع مع هذه الدراسة من حيث تطبيق مقاربة الجغرافيا السياسية لوسائل الإعلام لدراسة دور المؤسسات الإعلامية في إدارة الصراعات الدولية.
– الدراسات السابقة التي تناولت متغيّرات هذه الدراسة (القوى الناعمة، الصنعات الثقافية، الأمن الثقافي، ... الخ) لم تجد الباحثة خلال عملية تصفّح الدراسات السابقة في بداية إنجاز هذا البحث أي في 2021 حتى ربيع 2025 دراسة واحدة (عربية و غربية) مشابهة لها على الأقل من حيث الموضوع أي دراسة دور شركات (وسائط/ الاتصالات) للإنتاج الإعلامي الكبرى مثل **Disney، NETFLIX ، WE TV** ... الخ في إدارة الحرب الناعمة بين الفاعلين الدوليين في ميدان علوم الاعلام والاتصال، فمعظم الدراسات العربية التي تمّ العثور عليها في هذا الجانب ركّزت على دراسة القنوات الإخبارية في معالجة مختلف القضايا وفق لمقاربة الأطر الإعلامية أو ترتيب الأولويات لكن بقيت تفتقر إلى إظهار البعد الاستراتيجي لتوظيف المؤسسات الإعلامية لإدارة الصراعات الدولية، أي لصالح من تعمل الشركات الإعلامية العالمية الكبرى خاصة العاملة في ميدان الاتصال الترفيهي، وماهي الآليات و الاستراتيجيات التي تستعملها لتحقيق أهدافها الاستراتيجية دون المساس بمصداقيتها واستقلاليتها (الحفاظ على أسطورة حياد وسائل الاعلام) لدى الرأي العام، وحتى تلك التي تناولت ميدان الصناعات الثقافية كالأفلام السينمائية وعلاقتها بالسياسة الخارجية للدول ركّزت على دورها في بناء الصورة النمطية عن العدو المحتمل كما في حالة هوليود خدمة لأهداف السياسة الخارجية الأمريكية لكن دون الإشارة إلى فعاليتها كقوة ناعمة وسلاح استراتيجي توظفه الدول الكبرى والامبراطوريات الإعلامية الكبرى لإدارة صراعات الحرب الناعمة في القرن الحادي والعشرين، لكن هذا لا ينفي وجود دراسات عربية قليلة جدا استعانت بمقاربة الجغرافيا السياسية لوسائل الإعلام قدّمت تحليلات كمّية مدعومة بتحليلات كيفية وفق متغيّرات المقاربة لدراسة دور القنوات الإخبارية كقوة ناعمة

لتحقيق أهداف السياسة الخارجية لدولة ما في منطقة معيّنة لكن لم يتم التطرق من قبل إلى مجال صناعة الترفيه (قبل2021) .

في حين تم تحديد دراسات أجنبية اعتمدت على مقاربة الجغرافيا السياسية والتي عالجت دور المنصات الرقمية التي تبث الفيديو في الصراع الأبرز على الساحة الدولية أي الصيني–الأمريكي، بالإضافة إلى دور القنوات الإخبارية في إدارة الصرعات في المنطقة العربية.

عموما ساهمت الدراسات السابقة المذكورة أعلاه في بلورة أفكار الباحثة وتحديد هيكل الدراسة وإنجاز الجانب النظري وتحديد المقاربة الأنسب للتطرق إلى موضوع الصناعات الثقافية وإدارة الحرب الناعمة، فالدراسات السابقة منحت الباحثة القدرة على التعامل مع موضوع بحثها خاصة أنها مرتبطة بمجالات علمية أخرى (الفكر الإستراتيجي، العلاقات الدولية)، فمعظم الدراسات التي تم العثور عليها تناولت موضوع تأثير العولمة الثقافية على الأمن الثقافي للدول، بمعنى توظيف الثقافة كقوة ناعمة من أجل تهديم النظام القيمي للمجتمعات وذلك لضرب استقرار الدول، و كانت من منظور استراتيجي أي في ميدان العلاقات الدولية والدراسات الاستراتيجية، لذلك حاولت الباحثة تحديد الدراسات الأقرب لموضوع دراستها والتطرق إليه من زاوية علوم الإعلام والاتصال مع الحفاظ على طبيعة زاوية المعالجة وفق مقاربة تزاوج بين الدراسات الاتصالية والاستراتيجية، و كان ذلك من خلال تطبيق مقاربة جيوسياسية الإعلام التي طُبّقت في العديد من الأبحاث لدراسة دور وسائل الاعلام من خلال وظيفة الإخبار كقوة ناعمة في إدارة الصراعات الدولية، في حين نجد أن الدراسات التي استندت إلى مقاربة جيوسياسية وسائل الإعلام لدراسة دور وسائل الإعلام المختصة ضمن وظيفة الترفيه كقوة ناعمة في إدارة الصراعات الدولية قليلة في المنطقة العربية قبل 2021، فأغلبها ركّزت على جانب واحد من توظيف الصناعات الثقافية كقوة ناعمة أي كوسيلة لتشويه صورة النماذج المنافسة وهو ما فعلته الولايات

المتحدة الأمريكية في حربها على العرب والمسلمين، لذلك ستحاول هذه الدراسة إيجاد الثغرات الموجودة في الدراسات السابقة وشرح أكثر لمقاربة القوى الناعمة و إسقاطها على الصراع الناعم بين أمريكا و الصين من خلال تحليل جيوسياسي للمنافسة بين شركات منصات الاتصال الترفيهية التي تبث محتوى الصناعات الثقافية.

الجانب النظري

I – الخلفية النظرية للدراسة

II– الحرب الناعمة Soft War

III– الصناعات الثقافية كأداة للحرب الناعمة

IV– منصات الـ VOD كساحة للحرب الناعمة

I – الخلفية النظرية للدراسة

1 – مفهوم الخلفية النظرية للدراسة

2 – مقاربة جيوسياسية وسائل الاعلام

3 – المقاربة النقدية

4 – مقاربة الإمبريالية الثقافية

1 – مفهوم الخلفية النظرية للدراسة:

يُقصد بالخلفية النظرية المقاربات أو النظريات العلمية التي اعتمدت عليها الباحثة لمعالجة موضوع الدراسة، إذ لابد أن تُبنى وتنطلق الأبحاث العلمية في مختلف الحقول العلمية من خلفية نظرية أي المقاربات (أفكار وفرضيات ومسلّمات، ...الخ) من أجل دراسة وتفسير أو تأويل مختلف الظواهر إذ تعدّ القاعدة الأساسية التي يُبنى عليها التحليل في البحث.

وتعني المقاربة الأسلوب والنظرة التي يتبناها الباحث نحو الظاهرة طوال البحث، فهي التي تُحدّد طبيعة الدراسة والمنهج والأدوات المستخدمة وأسلوب معالجة البيانات ونوعيتها، حيث يعرفها الباحث **تمار يوسف*** على أنها: "حالة فكرية **Etat d'esprit** يتبناها الباحث طوال عملية التحليل، فهي محاولة ملامسة الظاهرة والاقتراب منها بتصوّر فكري يلازم الباحث عند كل محطّة من محطات بحثه"، فالمقاربة أو النظرية تعمل على توجيه الباحث من خلال فرضياتها وركائزها، وتعكس اختلاف نظرة الباحثين والمفكرين إلى الظواهر محل الدراسة، الأمر الذي انبثق عنه العديد من المدارس الفكرية والنظريات وطرق ومناهج البحث.

وبما أن الظواهر الإعلامية والاتصالية معقّدة ومتغيّرة باستمرار في ظل البيئة الحالية، فإن أبحاثه مرنة ويمكن أن تشمل مقاربات من مختلف المجالات كعلم النفس والاجتماع والسياسة والاقتصاد ... للإحاطة بمختلف جوانب وأبعاد هذه الظواهر.

فقمنا بتحديد المقاربات العلمية التي سيتم اعتمادها في هذا البحث بناء على ما تفتضيه طبيعة الموضوع، وتمثّلت في المقاربة النقدية في علوم الإعلام والاتصال، و المقاربة

* تم الحصول على تعريف الخلفية النظرية من خلال محاضرات الاستاذ يوسف تمار في مقياس المداخل الكبرى لأبحاث علوم الاعلام والاتصال السنة أولى ماستر خلال الموسم الجامعي 2017– 2018 بكلية علوم الاعلام والاتصال جامعة الجزائر 3.

الثانية الجيوسياسية لوسائل الإعلام **(Géopolitique des médias)**، إذ انطلقت الباحثة في هذا البحث من منطلق الجيوسياسية النقدية لوسائل الإعلام لتحليل الخطابات والحجج التي تستند إليها الأطراف المتصارعة للتوسع الجغرافي وتقسيم العالم على حساب الأطراف الضعيفة في إطار الحرب الناعمة، فهذا التوجّه الأنسب لدراسة هذا الموضوع فهو يتيح إمكانية التعمّق أكثر في التحليل لتأويل المعطيات وبلوغ النتائج الدقيقة.

كما تم الاعتماد على أفكار روّاد مدرسة فرانكفورت النقدية المتعلقة بدراسة الصناعات الثقافية لفهم كيف يتم توظيف الثقافة من قبل النخبة (الفاعلين على الساحة العالمية)، من أجل بناء تصورات و آراء الشعوب و التحكم في توجيه الرأي العام المحلي في المناطق المستهدفة والعالمي، بالإضافة إلى أفكار روّاد مدرسة الإمبريالية الثقافية لتدعيم طرح المدرسة النقدية المتعلق بتوظيف جماعة محدودة من الأفراد الذين يتحكّمون في شركات إنتاج الصناعات الثقافية، من أجل اختراق المجتمعات الأخرى ثقافيا و العمل على تحويل بعض القيم و المفاهيم في ذاكرتهم الجماعية (العقد الاجتماعي) و ذلك من أجل الهيمنة وصنع الإجماع أي كسب شرعية الرأي العام و دعمه لسياسة الدول التي تنتمي إليها في مختلف المناطق الجغرافية .

2 – مقاربة جيوسياسية وسائل الإعلام (Géopolitique des médias):

وظفت مقاربة جيوسياسية الإعلام **(Géopolitique des médias)** في هذه الدراسة من أجل تحليل الصراع الناعم بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين عبر فضاء المنصات الرقمية لبث المحتوى عند الطلب (VOD)، وذلك انطلاقا من فهم أن الجيوسياسية هي إطار تحليلي لدراسة علاقات القوة في المجال (فضاء معيّن)، إذ لم يعد المجال مقتصرا على الجغرافيا

المادية فقط بل امتد ليشمل الفضاء الرقمي باعتباره ساحة مركزية للصراع الدولي المعاصر، أين تُمارَس أشكال جديدة من الهيمنة عن طريق تفعيل مقترب القوة الناعمة، خاصة من خلال الصناعات الثقافية عبر المنصات الرقمية (VOD)، مما يعكس التحوّل في أنماط الإمبريالية الثقافية الحديثة.

1. 2 – تعريف المقاربة:

تعرف الجغرافيا السياسية: على أنها العلم الذي يهتم بدراسة ارتباط الجغرافيا (الأقاليم) بأنماط العلاقات الدولية التي تستند إلى مبادئ التماثل وعدم التماثل، أي تهتم بعلاقات القوة بين المنظمات وعدد لا يحصى من الجهات الفاعلة التي تتنافس وتتصارع من أجل امتلاك السلطة والسيطرة على الأراضي، وبالتبريرات النظرية والمعرفية (المفاهيم، المعايير، ...الخ) التي تبرّر توظيف الحتمية الجغرافية لتبرير ممارسة السلطة السياسية واستخدام العمل العسكري في منطقة ما في العالم.

ويُعرّف جيرارد أو توثيل **Geároid Ó Tuathail** في كتابه "الجغرافيا السياسية النقدية" **Critical Geopolitics** الصادر عام 1996، على أنها " مشروع إشكالية نظرية تضع هياكل السلطة والمعرفة الجيوسياسية القائمة محل تساؤل، كما أنها تسمية ملائمة لمجموعة متباينة من الأدبيات والاتجاهات التي جمدت في ثمانينيات القرن العشرين في نقد متطور لـ "الجغرافيا السياسية التقليدية" والعلاجات الخطيرة المرتبطة بها، وهي تسعى إلى استعادة تعقيدات الحياة السياسية العالمية وكشف علاقات القوة التي تميّز المعرفة حول الجغرافيا السياسية التي تخفيها الجغرافيا السياسية التقليدية، إذ تعمل على نقد الأساليب السطحية والمصلحية التي تقرأ بها الجغرافيا السياسية الكلاسيكية وذلك لفهم الخريطة السياسية للعالم انطلاقا من إسقاط افتراضاتها الثقافية والسياسية عليها وعدم التصريح بها. (Tuathail, 2008 : pp 107- 108)

وبالتالي فالجغرافيا السياسية النقدية للإعلام هي فرع من فروع الجغرافيا السياسية يستند إلى أفكار النظرية النقدية وما بعد البنيوية وتأثرت بأعمال مفكرين كميشال فوكو (المعرفة والسلطة) وإدوارد سعيد (الاستشراق)، ترتكز على تحليل الخطابات والتمثلات الجيوسياسية في وسائل الإعلام والأعمال الأكاديمية، والسياسة التي تنتج حول المكان، الفضاء، الحدود، السلطة، والتي تؤثر على السياسات الدولية والعلاقات بين الدول، إذ جاءت كردّ على الجغرافيا السياسية الكلاسيكية التي تعتبرها مثلها مثل النظريات المعرفية الوضعية بأنها غير موضوعية وحيادية، بل تعمل على دعم النخبة العسكرية والأثرياء أي الطبقة الأوليغارشية، وتساهم مفاهيمها في الحفاظ على الوضع القائم الذي يخدم مصالحهم الإمبريالية في مختلف الأقاليم من خلال تجذيرها في الوعي الجماعي العالمي عن طريق مختلف مؤسسات نظام الهيمنة التي تتكون أساسا من المفكرين المثقفين للسيطرة على الشعوب وإبقائها بعيدة عن أي سؤال نقدي حول السياسات التي تمارسها النخبة في العالم.

تعمل الجيوسياسية النقدية حسب جيرارد أو توثيل **Geároid Ó Tuathail** على تحليل التمثلات أي "الرموز الجيوسياسية" التي تُقدّم تعريف للعالم من وجهة نظر معيّنة (تحديد الحلفاء والأعداء المحتملين)، إذ يمكن أن يكون تشكيل هذه التمثلات الجيوسياسية مقصودا، خاصة حينما يسعى بلد ما إلى تبرير دخوله في الحرب ضد بلد أخر. ويمكن أن تتطور هذه التمثلات الجيوسياسية تدريجيا خلال فترة زمنية طويلة، بفعل تأثير القادة السياسيين وأيضا بتأثير قادة الرأي أو الكتابات الصحفية أو الأدبية أو الأكاديمية.

يُبنى التحليل في الجيوسياسية على أربعة عناصر أساسية وهي:

أ – **النطاق:** أي تركز على نشاط الأنظمة السياسية (الحكومة) على المستوى الداخلي والإقليمي والدولي لتحديد التمثلات الجيوسياسية أي مبررات الصراع والتنافس على النفوذ

والسلطة، فقد يتخذ نظام سياسي ما قرار بشن هجوم مضاد انطلاقا من فكرة ضمان أمنها القومي (أي استمرار حيازته للسلطة).

ب – الفاعلون: الجهات الفاعلة التي تشارك في تطوير ونشر التمثلات الجيوسياسية التي قد تعزّز أو لا تعزّز الموقف الرسمي للحكومة (كالصحفيين، الشركات ومؤسسات الإنتاج الإعلامي، المنظمات والهيئات الحكومية والغير حكومية، ... الخ).

ج – الموضوعية ووجهات النظر: تحليل وجهات نظر مختلف الأطراف الفاعلة وتحديد تمثيلاتهم الجيوسياسية المفسّرة للعالم (الخير والشر، منقذ العالم، العنف هو الوسيلة لتحقيق الانتصار... الخ)، بُغية الوصول لتحديد المخيال (الذاكرة والوعي) الجمعي الذي يرغب كل طرف تشكيله لدى الرأي العام لكسب الشرعية لسياسته (أهدافه ومصالحه) في منطقة معيّنة.

يُعرّف **Boulanger** الجيوسياسة الإعلامية على النحو التالي: بأنها دراسة التنافس على السلطة بين الجهات الفاعلة في وسائل الإعلام، من خلال تحليل كيفية تمثيل هذه الصراعات من أجل فهم تأثير وسائل الإعلام. فخطاب وسائل الإعلام يكشف عن الطفرات الجيوسياسية الجارية. مما يُمكّن من فهم الاختلالات الكبيرة في العالم الحالي، لأن وسائل الإعلام هي الجهات الفاعلة، وقبل كل شيء، مصادر المعلومات والتصوّرات الجيوسياسية، وأدوات لجذب الجمهور فهي تحدد قضايا هيمنة الرأي، وذلك كوسيلة مميزة لفهم استراتيجيات التحكم والتوترات والمنافسات بين الجهات الفاعلة. (Mielcarek, 2014)

لفهم صراع أو تنافس جيوسياسي، لا يكفي تحديد رهاناته ورسم خريطة له، بل من الضروري أيضا محاولة فهم أسباب وأفكار الجهات الفاعلة الرئيسية، لا سيما عندما تكون الأسباب معقّدة، فكل منها يترجم ويؤثر على الحالة الفكرية للجزء الذي يمثّله من الرأي

العام، وبالتالي فدور الأفكار – حتى المفاهيم الخاطئة – أمر بالغ الأهمية في الجغرافيا السياسية لأنها تُفسّر المشاريع، والتي تُحدِّد، فضلا عن البيانات المادية، اختيار الاستراتيجيات. (GOURDIN : 2023)

وهنا يتم تحليل مسار التمثلات الجيوسياسية **représentations géopolitiques** (الأفكار التي يتبناها كل طرف في الصراع) على ثلاث مستويات:

المستوى لأول: كيفية بناء التمثلات الجيوسياسية على مستوى مصانع الفكر وتُفرز في شكل نظريات وأفكار (أساطير).

المستوى الثاني: كيفية ترجمة الأفكار والنظريات إلى أفعال ومواقف تُجسّدها المؤسسات الحكومية والغير حكومية.

المستوى الثالث: كيفية زرع ونشر المخيال الجيوسياسي في عقول أفراد الجمهور (الشعوب) من خلال توظيف وسائل الإعلام والصناعات الثقافية (أفلام، كتب، أغاني، دراما، ... الخ).

2. 2 – لماذا جيوسياسية الاعلام؟:

أصبح فهم ودراسة الظواهر في ظل البيئة الرقمية التي تتسم بالتعقيد والتغير باستمرار يتطلّب من الباحث الاستعانة بمقاربات ومناهج من مجالات مختلفة، لتحليل وفهم هذه التحوّلات التي يشهدها العالم اليوم على مستوى علاقات الصراع والتنافس بين الدول، والجيوسياسية هي أحد المجلات التي ترتبط ارتباطا وثيقا بحقل علوم الإعلام والاتصال.

ولذلك جاءت الجغرافيا السياسية لوسائل الإعلام لإثراء الدراسات في هذا الحقل المعرفي بمناهج جديدة لمواكبة التطورات المستمرة في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات

الجديدة وذلك لتمكين الباحثين من فهم علاقات التنافس والصراع بين الفاعلين على الساحة الدولية.

وذلك لأن الجيوسياسية تجمع النقاشات حول الصراعات والسلطة، الاستراتيجيات، والتموقع الاجتماعي، إذ تعتبر جيوسياسية وسائل الإعلام أن دراسة ما يحدث بين الجهات الفاعلة في الإعلام، من شأنها تمثيل صراعات النفوذ هذه، مما يسمح بفهم الاختلالات الرئيسية في عالم اليوم، ويتم دراسة وسائل الإعلام كجهات فاعلة في صراعات النفوذ، لأن مصادر المعلومات، وسائط الإعلام، وجذب انتباه الجمهور، هي مسائل تتعلق بالهيمنة على الرأي العام وبذلك تُعدّ وسيلة مميّزة لفهم استراتيجيات السيطرة والصراعات والتنافس بين الجهات الفاعلة. (Université Grenoble: 2015, p2)

ومن هذا المنطلق فان دراسة العلاقة بين المؤسسات الإعلامية وصنّاع القرار (الجمعات المهيمنة في العالم) وإدارة العلاقات الدولية من ناحية دراسة الصراع على السلطة والنفوذ يستوجب توظيف مقاربة جيوسياسية وسائل الإعلام لفهم وقائع الحرب الناعمة واستراتيجياتها والدور الذي تلعبه الصناعات الثقافية الإعلامية عبر المنصات الرقمية في إدارتها. ونتيجة لذلك، ترتبط علوم الإعلام والاتصال والجغرافيا السياسية ارتباطًا وثيقًا لأن ظواهر الاتصال تجعل من الممكن تحليل ما يهم الجيوسياسي معرفته، الصراعات من أجل النفوذ، وغزو الأراضي، والعصور الثقافية، والإمبريالية، والصراعات والخصومات بين الأمم. (FERAHTIA : 2016, p81)

تُشكّل وسائل الإعلام ساحة وأداة رئيسة للصراع بين القوى الكبرى في النظام الدولي إذ تعكس وتُمثّل أهداف الأوليغارشية العالمية، حيث تتيح لها حشد التأييد لسياساتها من خلال التأثير في الرأي العام العالمي الداخلي والعالمي **(القوة المدنية)** والتحكّم في توجيهه بما يحقق مصالحها عبر الخطاب الذي تتبناه والحجج و الأساليب الإقناعية التي تستخدمها

في بناء مضامينها (أخبار، برامج، أفلام،...)، فاليوم تعاظم دورها في تحديد موازين القوى على الساحة الدولية بفضل تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي نقلت الجمهور من المحلي إلى العالمي بإلغائها حدود الزمان والمكان، فأصبح تأثير صناعة الخبر في وسائل الإعلام على تأطير الأحداث والوقائع كبير وبشكل ناعم ما أتاح للفاعلين السياسيين كسب الشرعية لسياساتهم في الداخل و الخارج فهذه أهم وظيفة تقوم بها وسائل الاعلام أي **صناعة الإجماع** إما للحفاظ على الوضع القائم أو تغييره، فهي الحلقة التي تصل بين السلطة والشعب من جهة ومن جهة أخرى بين الجمعات المهيمنة فيما بينها، فجيوسياسية وسائل الإعلام تعتبر أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تعمل على إبراز وتقوية أشكال التأثير كالعولمة على الشعوب، وكيف توظّفها الدول من أجل إحداث خلل في نظام القيم في مجتمع دولة أخرى مما يهدّد أمنها الاجتماعي والقومي.

ففي إطار العولمة كل شيء أخذ بعدا جيوسياسيا، فمع تدهور الظروف المعيشية للشعوب في عدة مناطق حول العالم، تظهر معارضة واضحة بشكل متزايد بين الأوليغارشية العالمية من ناحية، والعديد من الحركات الشعبية المعارضة من ناحية أخرى، ولعل أبرز مثال هو ما شهدته الدول العربية في العشر سنوات الأخيرة أين لعبت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحديدا منصات التواصل الاجتماعي دورا بارزا فيها.

3. 2 – المرتكزات الأساسية لجيوسياسية وسائل الاعلام:

حدّد فرانسيس بال **Francis Balle** وجاك بارات **Jacques Barrat** أربعة معايير لجيوسياسية وسائل الإعلام (BOULANGER, 2021, p 11-12-13):

أ – البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية (تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي تتيح تشغيل وسائل الإعلام).

ب – الإنتاج الإعلامي.

ج – استهلاك المحتوى.

د – تدفّق المعلومات.

إذ تسهم المرتكزات الأربعة لجيوسياسية وسائل الاعلام على فهم استراتيجيات جذب والسيطرة على الرأي العام بالإضافة إلى تباين الصراعات والتنافس على السلطة بين الجهات الفاعلة.

أ – البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية:

يتيح فهم أثر تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال بما في ذلك شبكة الاتصالات عبر حقب زمنية مختلفة على نمط حياة الشعوب في مختلف الميادين، وكيف نقل ظهور كل وسيلة اتصال المجتمعات البشرية من حقبة إلى أخرى، وجيوسياسية وسائل الإعلام تهتم بكيف أودى تطوّر البنية التحتية للاتصالات إلى تغيّر أشكال الصراع والتنافس واستراتيجيات افتعال وإدارة الأزمات، فمن يمتلك المعلومة هو الأقوى لذلك الذي يتحكّم في البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية أي **القوة الافتراضية**، فهو يتحكم في توزيع ومراقبة المعلومات وبإمكانه شلّ بلدان كاملة في حالة حدوث أي خلل في شبكة الاتصالات، تعتبر البنية التحتية ضرورية لعمل وسائل الإعلام سواء كنشاط تجاري أو كمؤسسة اجتماعية ذات تأثير على الرأي العام.

ب – الإنتاج الإعلامي (ميلاد الفاعلون الجدد):

منذ ظهور وسائل الإعلام كالسينما والتلفزيون ... لم يتوقّف الإنتاج الثقافي الإعلامي بل ازداد قوة وحجما وانتشارا خاصة في العصر الحالي أي في البيئة الرقمية، ويمكن ملاحظة

أن هناك أقطاب متعددة على الساحة العالمية أبرزها الصين، اليابان، كويا الجنوبية ... الخ (آسيا) والوليات المتحدة الأمريكية (الغرب)، أما البلدان أو المناطق التي لا تواكب تطوّرات تكنولوجيات الإعلام والاتصال والبنية التحتية لشبكات الاتصالات فيها ضعيفة تبقى ضعيفة ومنقادة أمام أهداف وطموحات الدول الكبرى.

ج – استهلاك المحتوى:

يتم الدراسة نشاط المعلنين ومراكز أبحاث دراسات الجمهور، لتحليل الرسائل والأهداف التي تسعى لتحقيقها الشركات العالمية والاستراتيجيات التي توظّفها في الاشهار، وذلك كوسيلة دفاعية لصدّ الهجمات الممارسة من قبل الجهات المنافسة، التي تستعمل الإشهار من أجل إحداث خلل في النظام القيمي والثقافي والاجتماعي (المساس بالهوية) من خلال التأثير على أذواق الجمهور وسلوكهم (خلق التبعية).

د – تدفق المعلومات:

تتيح دراسة توزيع البنية التحتية لشبكة الاتصالات تتبع مجرى تدفق المعلومات وبالتالي فهم استراتيجيات تأثير الجهات الفاعلة.

ويشير كل من معيار استهلاك المحتوى وتدفق المحتوى إلى عدة مجالات للبحث وهي:

- مالكي وسائل الإعلام **(Media ownership)**.
- التنافس اللغوي والثقافي.
- السيطرة على الجماهير.
- ساحات القتال وردود الأفعال.

• ظهور البيانات الضخمة والحوسبة السحابية (Big data)

4. 2 – المفاهيم الأساسية لجيوسياسية وسائل الإعلام:

وحدّد Boulanger Philippe المفاهيم الثلاثة الأساسية لجيوسياسية الإعلام كالآتي (Boulanger,2013):

– شبكات المعلومات والاتصالات.

– مفهوم المركز والأطراف.

– التمثلات الجيوسياسية.

أ – شبكات المعلومات والاتصالات (Les réseaux d'information et de communication):

يشير هذا المفهوم إلى البنى التحتية والوسائل التي تنقل بواسطتها المعلومات والبيانات كالأقمار الصناعية، شبكة الإنترنت، الهاتف التقليدي والذكي، وسائل الإعلام التقليدية، ... الخ، فهذه الشبكات تمكّن من تدفق المعلومات وتتجاوز الحدود الجغرافية، ما يجعلها أدوات استراتيجية في جيوسياسية الإعلام، فقد أصبح التحكم في شبكة المعلومات والاتصالات مصدر للقوة والنفوذ.

يهتم هذا الجانب بدراسة كل ما يتعلق بالشبكات كالعلاقات والروابط التي تنشأ عبر مختلف المواقع عبر شبكة الانترنت (العقد **les nœuds**، التشبيك)، البث، هيكل الشبكة وسهولة الوصول إليها وسرعة تطوّرها... الخ.

يختلف شكل تأثير شبكات المعلومات والاتصالات باختلاف مجال توظيفها:

* **الاقتصاد:** تعزيز تواجد وتمركز الشركات التي تسعى لتوسيع أنشطتها في منطقة ما، أي خلق أسواق جديدة ومناطق للمبادلات التجارية وتنظيم أشكال العمل فيها.

* **السياسة:** ساهمت مختلف وسائل الاتصال (التيليغراف، القمر الصناعي، ... الخ) في بناء وضمان استقرار الدول الحديثة سياسيا واجتماعيا، كما أسهمت في فرض قوتها ومكانتها على الساحة الدولية.

* **الاجتماعي والثقافي:** تؤثر على ممارسة وتمثيل المجال الجغرافي المستهدف، إذ تعمل الشبكات الإعلامية على تنشيط الروابط المادية (الصور والأصوات) وغير المادية (الأفكار والأيديولوجيا)، وتنظيم الفضاء العام، والاستجابة لاستراتيجية شاملة للسيطرة على الأراضي المستهدفة.

ب – مفهوم المركز والأطراف (Le centre et la périphérie) :

ويُبيّن هذا المفهوم التفاوت في المساحة الجغرافية التي تسيطر فيها الدول على تدفق معلومات وسائل الإعلام، فدول المركز هي الدول أو المناطق التي تمتلك وسائل إنتاج وتوزيع إعلامي قوية كالولايات المتحدة الأمريكية، في حين تفتقر دول الأطراف إلى هذه الإمكانيات مما يجعلها أكثر عرضة للتبعية والتأثير الإعلامي للمهيمنين (المؤسسات الإعلامية الكبرى)، وهذا التفاوت يعكس توزيع القوة والنفوذ الإعلامي عالميا.

يسمح بقياس درجة التوغل الإعلامي في منطقة ما، وبالتالي فهم كيفية السيطرة وإدارة مناطق النفوذ إعلاميا، والربط بين المساحات الفرعية داخلها. إذ يكشف مفهوم المركز والأطراف عن الديناميكيات الجيوسياسية أي استراتيجيات الاتصال المتّبعة في اللعبة التي تدور بين الفاعلين على الساحة الدولية (أفراد، شركات، دول، ... الخ) من أجل السيطرة

على إقليم من خلال إدخالها في شبكة إعلامية تتكون من سلسلة وسائل مثل التلفزيون أو الإذاعة أو الإنترنت.

ج – التمثلات الجيوسياسية Représentations géopolitiques:

يشير هذا المفهوم إلى الكيفية التي تُقدَّم وتُعرَض بها القصايا الجيوسياسية في وسائل الإعلام التقليدية/الرقمية، وكيف تصنع هذه الوسائل من المشاهد أو الروايات آليات لتشكيل الرأي العام وفهم الجماهير للأحداث العالمية، فهذه التمثيلات الإعلامية تؤثّر في الصورة الذهنية للمناطق والشخصيات والأحداث، فقد تجسّد استراتيجيات لفرض النفوذ أو التحكم في الفضاء المعرفي العام.

إذ يسمح هذا المفهوم بتحديد البنية المعرفية (الرسائل، الرموز، القيم، ...الخ) للمعالجة الإعلامية ووضع تصوّر للأحداث، أي فهم الاستراتيجيات الموظَّفة لصناعة الصورة النمطية والمخيال الجيوسياسي (الجمعي) للجماهير، بهدف فهم الرهانات الإقليمية واستراتيجيات الجهات الفاعلة في التعامل مع الرأي العام، عن طريق تحليل الخطابات والصور...الخ ووسائل الإعلام المستخدمة للتأثير على الرأي العام والسيطرة عليه لكسب الشرعية والتأييد في منطقة ما.

كما تتمحور جيوسياسية الإعلام حول نقطتين أساسيتين هما: **الأولى علاقة الأراضي بالسلطة،** أما **الثانية فهي مفهوم التمثيل الاجتماعي.** (Boulanger,2013)

أولا – علاقة الأراضي بالسلطة فالقوة بمعناها في علم السياسة هي التي تُحرّك العلاقات بين مختلف الأطراف الفاعلة في النظام الدولي، فالتنافس للسيطرة على مناطق النفوذ يستدعي توظيف وسائل الاتصال للتغلغل داخل المنطقة المستهدفة من خلال تطبيق مجموعة من الاستراتيجيات تقتضي تمرير رسائل تحمل رموز، دلالات، ... للتحكم في

الرأي العام وفق ما تقتضيه المعطيات على أرض المعركة. وتعتبر المعلومات أحد موارد القوة التي وُظِّفت في إدارة العلاقات بين الفاعلين (أفاد، منظمات، دول،...) منذ القدم، فالاتصال هو أساس أي نشاط إنساني من تفاعلات تتسم بالصراع و التنافس على اكتساب القوة والسلطة، النفوذ، وبسط السيطرة على المناطق، لذلك فوسائل الاتصال تعدّ أحد أهم موارد القوة لما لها من تأثير قوي وفعال على الجمهور عبر التاريخ، وذلك لتمتعها بالقدرة على التكيّف مع الظروف وبالتالي فهي قوة صلبة و ناعمة و ذكية و افتراضية، فلكل دولة أسلوبها واستراتيجياتها لحماية مصالحها على المستوى الداخلي والخارجي.

لذلك يتم عبر هذه المقاربة بربطها مع السيميولوجيا تحليل كيف تنشأ القوة عن طريق الرموز والدلائل التي تحملها المضامين الإعلامية، كونها تستخدم من أجل الحفاظ على الوضع القائم أي تثبيت الرموز و الشيفرات التي تبني النظام القيمي لمختلف أفراد الجمهور والذي يعطي شرعية النظام السياسي و سلطته على أراضي الدولة، أو العكس في حالة الرغبة في تغيير الوضع القائم و تغيير الأطراف التي بِيَدها السلطة، يتم ضرب نظام القيم من خلال تغيير الرموز و الشيفرات التي أعطت الشرعية للنظام السياسي السابق للإطاحة به للاستلاء على المنطقة التي كانت تخضع له.

أما **الثاني فهو مفهوم التمثيل الاجتماعي:** إن نُظم التمثيل الاجتماعي **(المخيال الاجتماعي)** التي صنعها الإنسان تعكس رؤية لنفسه وللعالم الذي يعيش فيه، هي مزيج من الرموز والشيفرات التي تم استقاؤها من الدين والقصص والخرافات الشعبية ومراكز صناعة الفكر والنظريات العلمية، ووسائل الإعلام، إذ يلعب التمثيل الاجتماعي دورا مهما في عملية صناعة الاجماع لدى الرأي العام كما أوضح هربت شيلر في **كتابه المتلاعبون**

بالعقول[*] حينما تحدّث عن الأساطير الخمس التي تتحكم في عقيدة وطريقة تفكير المواطن الأمريكي.

2 .5 – جيوسياسية وسائل الإعلام في ظل البيئة الرقمية:

يتم تطبيق المقاربة الجيوسياسية لدراسة الصراعات على النفوذ والسلطة بين مختلف الفاعلين عبر الفضاء الرقمي من خلال تحليل التمثيلات التي تحملها المضامين الرقمية، فالإنترنت تعتبر وسيلة إعلام واتصال في آن واحد، إذ جمعت كل الوسائل السابقة ومنحتها خصائصها، فدراسة المحتوى الذي يُبَثّ عبر المنصات الرقمية يساهم في فهم دور الفضاء الافتراضي، في هذا المستوى يمكن دراسة الحروب السيبرانية بمختف أشكالها لفهم كيف يتم استخدام القوة الافتراضية في النزاعات الدولية الحديثة.

2 .6 – مجالات دراسة جيوسياسية وسائل الاعلام:

تقوم مقاربة جيوسياسية وسائل الإعلام بدراسة دور تقنيات الإعلام والاتصال وإبراز الاستراتيجيات المُطبَّقة في عملية إدارة الصراعات في المناطق المستهدفة في حالة الدفاع أو الهجوم، وذلك من خلال عدّة ظواهر كالعولمة **Globalisation**، التدويل **Internationalisation**، العالمية أو الكونية **Mondialisation**، عبور أو اختراق للحدود الوطنية **Transnationalisation**، (Université Grenoble: 2015, p3):

[*] -"المتلاعبون بالعقول " **Mind Managers** هو أحد الكتب التي ألّفها عالم الاجتماع الأمريكي هربت شيلر **Herbert Schiller** نشر عام 1973 عن طريق بيكون برس في بوسطن في الولايات المتحدة الأميركية. وقد ترجمه عبد السلام رضوان ونشر تحت عنوان "المتلاعبون بالعقول" عن طريق سلسلة عالم المعرفة عدد 243 التي تصدر من الكويت سنة 1999. يتناول الكتاب موضوع التضليل الإعلامي والوعي المعلب وصناعة المعرفة في الولايات المتحدة الأمريكية، وكيف يتم التحكم بالرأي العام من خلال خمس أساطير تم ترويجها بعناية، اذ يرى شيلر أن عملية التلاعب بالعقول تتم عبر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري التي تغمر عقول الأمريكيين بالمعلومات المضللة لتشكل "وعيًا" جاهزً.

أ – **العولمة Globalisation:** يشير إلى هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على جميع القطاعات: الإعلام، السياسة، الاقتصاد، الثقافة.

ب – **التدويل Internationalisation:** الانفتاح على العالم والتفاعل مع الفاعليين على الساحة الدولية.

ج – **القرية العالمية او الكونية Mondialisation**: يشير إلى تقارب الثقافات والشكل الجديد للعالم بفضل استخدامات الوسائط الجديدة للاتصال.

د – **عبور أو اختراق للحدود الوطنية Transnationalisation:** ويشير إلى إلغاء الحدود بين الدول بفضل تطوّر تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن طريق التبادل الحر للمحتوى الإعلامي.

3 – المقاربة النقدية:

وظفت المقاربة النقدية لمدرسة فرانكفورت في هذه الدراسة باعتبارها إطارًا تحليليا يفسّر الصراع الإيديولوجي الحضاري بين فاعلين (الولايات المتحدة الامريكية والصين) يسعيان إلى الهيمنة على الوعي الجماعي العالمي، إذ تُبرِز هذه المقاربة الكيفية التي تُوظَّف بها الصناعات الثقافية كالسينما عبر منصات (vod) كقوة ناعمة من أجل هندسة وعي الأفراد وتوجيهه بما يخدم أهداف الطبقات الأوليغارشية (الشركات الكبرى متعددة الجنسيات ورجال السياسة)، مما يؤكد تحوّل الصناعات الثقافية من أدوات للترفيه إلى آليات استراتيجية لتفعيل القوة الناعمة للسيطرة والهيمنة الرمزية على عقول وقلوب الشعوب.

1. 3- أصول المقاربة النقدية مدرسة فرانكفورت:

يرجع أصل المقاربة أو الاتجاه النقدي في الدراسات الإعلامية والاتصالية إلى مدرسة فرانكفورت تحديدا معهد الدراسات الاجتماعية الذي أسّسه ماركس هوركايمر رفقة مجموعة من الباحثين الذين عملوا على تطويره كثيودور أدورنو وهربرت ماركيوز ويورغن هابرماس في العصر الحديث ... في العشرينات من القرن العشرين، وقد انتقل المعهد إلى نيويورك إبان الحرب العالمية الثانية هربا من اضطهاد هتلر في الثلاثينات من القرن الماضي، ثم عاد الى فرانكفورت مرة أخرى في عام 1950م بعد نهاية الحرب وسقوط النازية. ومدرسة فرانكفورت هي إحدى تقاليد النظرية الماركسية التي لفتت انتباهنا إلى أهمية دراسة الثقافة. وهي تفعل ذلك من خلال ارتباطات عميقة بالإيديولوجيا وصناعة الثقافة والتواصل.

2. 3 – منطلقات المقاربة:

ينطلق روّاد المدرسة النقدية لفرانكفورت من مجموعة من الأسئلة عند دراستهم للظاهرة الاتصالية وهي: **من يراقب وسائل الإعلام؟ ولفائدة من تعمل وسائل الإعلام؟ ولماذا** أي **ما الفائدة من السيطرة على وسائل الإعلام؟** إذ تركّز النظرية النقدية على تحليل المحيط الاقتصادي والثقافي والسياسي الذي تمت فيه عملية الاتصال.

فالمؤسسات الإعلامية حسب المدرسة النقدية تعمل على تشكيل أفراد ساذجين فكريا ليتم التحكم فيهم بسهولة وفق ما يخدم مصالح الطبقات المهيمنة في المجتمع، فانتقد مفكرو التيار النقدي الفن المنتَج بكميات كبيرة و اعتبروه منحطا و سلعة كالمنتجات الاستهلاكية الأخرى يخضع لقوانين السوق ما أفقده قيمته كإنتاج فكري وفني راق وأصيل –نظرًا للأهمية المرتبطة بقيمة الفن الأصلي في تكوين شخصية الفرد– و ذلك رغبة في الحفاظ على رُقي أذواق أفراد المجتمع و الأهم درجة الوعي، أي قدرة العقل على التحليل والتفسير وانتقاد كل ما يحيط به في الواقع للدفاع عن مصالحهم عِوَض التحوّل لدمى ذات بعد واحد وهو استهلاك سلع و خدمات الشركات العملاقة و الرضوخ لمصالح مُلّاكها.

وتتفق الدراسات النقدية على ثلاث منطلقات لتحديد العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية والسياسية (عبد الحميد، 1997: ص 148):

أ – **محتوى وسائل الإعلام:** يروّج لاهتمامات الجماعات المهيمنة التي تمتلك السلطة والمال في المجتمع وكذا يميل إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية.

ب – **تحليل المعاني الرمزية:** للمحتوى الذي تروّج له المصالح الرأسمالية لجذب اهتمامات الطبقة العامة.

ج – **فضح أسطورة حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية:** التي يموّلها كبار رجال الأعمال لخدمة الثقافات المهيمنة.

إذ ظهرت النظرية النقدية في الأساس كردّ فعل على المثالية الألمانية، وكذلك كردّ فعل على الوضعية التجريبية التي كانت تدرس الظواهر الاجتماعية دراسة علمية موضوعية من خلال ربط المسبّبات بالأسباب وذلك في إطار تصوّر آلي ميكانيكي، و عليه فهي قراءة نقدية للعقل الجدلي ليس بالطريقة الكانطية، بل في ضوء رؤية ماركسية واقعية جدلية، وبالتالي تعمل النظرية النقدية على نقد الواقع الاجتماعي، وتقويض الإيديولوجية الليبرالية، والبحث عن تجلّيات الاغتراب الذاتي والمكاني سواء في النصوص والخطابات أو في واقع الممارسة. (بن عمروش:2019، ص31)

وقد تبلورت أبحاث المدرسة النقدية بعد هجرة هوركايمر و أدرنوا و آخرون من روّاد مدرسة فرانكفورت إلى الولايات الأمريكية انطلاقا من الملاحظات التي دوّنوها عن المجتمع الأمريكي أثناء تواجدهم هناك لتشمل الظواهر الإعلامية والاتصالية، إذ عمل روّاد النظرية على انتقاد النظرية الوظيفية القائمة على مبدأ الوضعية البنيوية أي توزيع المراكز والأدوار في المجتمع وتعتبره مجرد تغطية وتبرير لما هو حاصل في المجتمعات الرأسمالية التي

لا تعرف توازنا بين مختلف طبقات المجتمع، إذ ترى المقاربة النقدية أن هناك فرق بين من يمتلكون المال ووسائل الإنتاج وبين من لا يمتلكون المال ووسائل الإنتاج. وصف النقديون أبحاث ودراسات المدرسة الوظيفية الأمريكية بالأبحاث المكتبية التي تُنجز بناء على طلب الزبون أي تمويل رجال الأعمال (مالكي وسائل الإنتاج) للأبحاث كونهم سيستخدمون نتائجها لخدمة مصالحهم الشخصية (زيادة الربح المادي) على حساب المصلحة العامة للمجتمع.

وبناء على ما سبق، يمكن التمييز بين توجّهين رئيسيين في مجال علوم الإعلام والاتصال، **التوجه الأول الوظيفي (الرأسمالي)** التي يرى أن المجتمع متكوّن من الصفوة والجماهير، حيث تحاول فيه الصفوّة السيطرة على الحكم من أجل إحداث التغيير الاجتماعي المرغوب فيه. أما **التوجه الثاني النقدي (الماركسي)** الذي ينطلق من فكرة الصراع لدراسة الظواهر، فيعتبر المجتمع عبارة عن طبقات تتصارع فيما بينها لإحداث التغيير الاجتماعي.

كما يعتبر الاتجاه الوظيفي الوضعي في نظريتها للنشاط البشري على أنه شيء أو موضوع خارجي داخل إطار من الحتمية الميكانيكية، في حين يرفض الاتجاه النقدي النظر إلى الوقائع الاجتماعية على أنها أشياء، ومن ثَمّ يرفض طابع الحياد (الموضوعية) الذي تتسم به الوضعية، وتحاول في المقابل أن تطرح فكرا لا يفصل بين النظرية والممارسة أي التوفيق بين التفكير النظري والعلمي.

ومن هذا المنطلق فإن المقاربة الوظيفية الوضعية تنطلق في دراستها في علوم الإعلام والاتصال من تساؤل محوري: **ماهي الوظيفة التي تقوم بها وسائل الاعلام في المجتمع؟** إذ تعتبرها أحد المؤسسات الاجتماعية لها وظيفة محدّدة تقوم بها ضمن النظام الاجتماعي بهدف الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع بغض النظر عن السياق الذي تتم فيه عملية الاتصال. بينما تنطلق المقاربة النقدية في دراستها للظواهر الإعلامية والاتصالية من

مجموعة من الأسئلة: **من يراقب وسائل الإعلام؟ ولفائدة من تعمل وسائل الإعلام؟ ولماذا وما الفائدة من السيطرة على وسائل الإعلام؟** وتعتبر وسائل الإعلام أداة من أدوات الصراع بين مختلف طبقات المجتمع، إذ ترى قضية وسائل الإعلام في المجتمع من زاوية إيديولوجية نابعة من أفكار ماركس، حيث تركّز المقاربة النقدية عند دراسة الظاهرة الإعلامية والاتصالية على السياق أي تحليل المحيط الاقتصادي والثقافي والسياسي الذي تمت فيه العملية الاتصالية وعملية التعرض لوسائل الإعلام ومضامينها، إذ تفترض المقاربة النقدية أن وسائل الإعلام الجماهيرية هي وسائل للرقابة الاجتماعية ووظيفتها إخضاع الجماهير للحفاظ على الوضع القائم بما يخدم مصالح الطبقة المهيمِنة (الطبقة البرجوازية) وهيمنتها على المجتمع.

وبالتالي عمل روّاد المدرسة على نقد الثقافة الجماهرية الأمريكية التي تروّج لها منتجات الصناعات الثقافية عبر مختلف وسائل الإعلام و الاتصال، و ذلك لاستخراج كل أشكال التضليل والتلاعب بعقول الجماهير أي الآليات (الديناميكيات النفسية والعقلية) والاستراتيجيات التي تقوم عليها نُظم الإمبريالية الثقافية وذلك بهدف تحرير جميع فئات المجتمع من كل أشكال الهيمنة والعبودية التي تعيشها المجتمعات الرأسمالية، أين أصبح فيها الإنسان عبارة عن دمية مُسيَّرة في اتجاه واحد (بُعد واحد) وهو استهلاك السلع المختلفة للشركات العملاقة، و من ثَمّ تحرير الإنسانية من سطوة الإمبريالية الرأسمالية المتوحشة.

3. 3 – أسس المقاربة النقدية:

بنا روّاد مدرسة فرانكفورت المقاربة النقدية في علوم الإعلام والاتصال على ثلاثة أسس للإجابة على الأسئلة الجوهرية التي انطلقوا منها لدراسة وسائل الاعلام ومضامين الصناعات الثقافية التي تنشر الثقافة الجماهرية، وهي (تمار،2005، ص67):

أ – **وسائل الإعلام كصناعة:** إذ تعتبر وسائل الإعلام مؤسسات إنتاج ذات طابع صناعي وتجاري خاصة في الدول الرأسمالية، أي تعدّ صناعة الإعلام كباقي المنتجات المادية التي يقدمها السوق ويخضعها لقوانينه، وعليه فإنها لا تعكس ذاتية الفنان بل مصالح الطبقة الرأسمالية التي عِوَض أن تخفّف من حدة التناقضات الاجتماعية تعمل على زيادة حدّتها.

ب – **نموذج البث:** بمعنى أن وسائل الإعلام تعمل على فرض شكل واحد من التفاعل، نتيجة لأحادية مصدر الرسائل المبثوثة، على الأقل من حيث البعد الذي يتحكم في هذه المصادر أي الربح مما يزيد من حدّة الانعزالية "كل فرد يستهلك البرامج التلفزيونية أو الإذاعية أو محتوى الجرائد بشكل فردي.

ج – **غياب التبادل:** تقضي وسائل الإعلام الحديثة على أي إمكانية تبادل للاتصال، إذ أن محتوياتها تتجّه اتجاها واحدا، ولا يمكن لمستقبل الرسالة التدخل أو مناقشة مضمونها مع المرسل، هذا يعني أن تلك المضامين مختارة وفق ما يخدم مصالح الطبقة المسيطرة.

إذ ركّز روّاد النظرية النقدية على انتقاد النظام الرأسمالي و كذا وضع الثقافة الراقية في ظل المجتمعات الرأسمالية، انطلق **الاتجاه الأول** من النقدية من منظور اقتصادي و**سياسي** أي **يربط بين الثروة و السيطرة على وسائل الإعلام** بالاعتماد على فكرة الصراع المستوحاة من الماركسية ليحددوا طبيعة العلاقة بين الجماعات المهيمنة (رجال سياسة و رجال الأعمال ...) في المجتمع و وسائل الإعلام، حيث درسوا الأساليب والطرق (الرسائل الإعلامية، المضامين الإعلامية، الرموز...) وذلك لكشف حِيَل البرجوازيين للسيطرة على المجتمع عبر توظيف وسائل الإعلام للحفاظ على الوضع القائم. أما **الاتجاه الثاني** فهو يدرس علاقة الثقافة الحديثة بأشكال الهيمنة التي تمارسها الجماعات المسيطرة على المجتمع من خلال الهيمنة على وسائل الإعلام وتوجيهها بالاعتماد على الترويج للثقافة

الجماهرية وذلك لكشف مظاهر الهيمنة وعدم التوازن في الجوانب الثقافية للظاهرة الاتصالية، فيدرس كيف تدعم وسائل الإعلام الفوارق بين الطبقة البرجوازية المهيمِنة والطبقة العاملة العامة من خلال تكريس هيمنه الطبقات العليا على الثقافة الراقية التي تطوّر قدراتهم الفكرية.

تركّز المؤسسات الإعلامية على إنتاج برامج الترفيه والتسلية (الثقافة الجماهرية) على حساب البرامج الجادّة (الثقافة الراقية) وذلك بهدف تخدير العقل الناقد لدى أفراد المجتمع وتعطيل إدراكهم لواقعهم الحقيقي، أي أن القائمين على المؤسسات الإعلامية يعملون على خلق وعي إعلامي مزيّف و قتل الروح الناقدة لدى الفرد من خلال استخدام أساليب لتضليل العقول، وقد استحدث " أدورنو " "و هوركايمر " في منتصف الأربعينيات مصطلح الصناعة الثقافية لانتقاد ظاهرة تسليع الثقافة أي الإنتاج الصناعي للمواد الثقافية باعتبارها ظاهرة شاملة تهدف إلى تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع، فالمنتجات الثقافية (الأفلام والبرامج والكتب... الخ) تخضع لنفس معايير إنتاج السلع و لقوانين السوق بمعنى أنه يتم الإعداد لكل شيء مسبقا ليجد كل فرد ما يناسبه و بالتالي يتم قتل الابداع و ذاتية الفنان و المثقَّف فتفقد الثقافة قيمتها الأصيلة و جمالها، إذ تعمل الصناعات الثقافية (ميدان الاتصال الترفيهي) كالأغاني و برامج تلفزيون الواقع و المسلسلات ... الخ على انتاج ما اسماه أدورنو "السعادة المغشوشة" لتزييف الحياة اليومية لدفعهم لتقبّل الوضع القائم وعدم مقاومته، فعملت على توحيد شروط إنتاج الثقافة فأصبحت سلعة تُصنَّع وفق نمط واحد مثلما تُصنَّع باقي المنتجات الصناعية، لها هدف واحد ورسالة واحدة تعبّر عن مصالح أصحاب المؤسسات الإعلامية و الشركات الكبرى الذين يهدفون إلى تحقيق الربح المادي بالإضافة الى مصالح أخرى، مما نتج عنه ما أسماه ماركيوز بالمجتمع أحادي البعد في كتابه الإنسان ذو البعد الواحد.

عرفت الدارسات النقدية توجّه بحثي جديد، هذه المرة حول الصناعات الثقافية (بصيغة الجمع)، تم تطويره منذ السبعينيات، خاصة في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية وأمريكا اللاتينية. أصبح الإطار السوسيوتاريخي والفكري الآن مختلفا تماما عن ذلك الذي كتب فيه مؤلّفو مدرسة فرانكفورت، فلم تعد العلاقة بين الإعلام والسياسة، في السبعينيات والثمانينيات، تتسم بانتشار وسيطرة الأنظمة الاستبدادية، على الأقل في البلدان المعروفة بالديمقراطية الليبرالية المتقدمة. (Aubin, Rueff : 2016, p 91)

4 – مقاربة الإمبريالية الثقافية (المدرسة الثقافية النقدية الأمريكية):

اعتمدت هذه الدراسة على مقاربة الامبريالية الثقافية كونها تهتم بدراسة كيف تُوظِّف الدول العظمى الصناعات الثقافية كالسينما لبسط النفوذ والسيطرة على العالم، حيث تُسلِّط هذه الدراسة الضوء على الصراع بين فاعلين يتنافسان على الهيمنة على الوعي الجمعي، أين تسعى الولايات المتحدة الأمريكية (زعيمة دول المركز) للحفاظ على هيمنتها الرمزية والقيمية على إدارة النظام الدولي وتحكّمها في التدفق الإعلامي (بناء السرديات) إلى الأطراف (باقي دول العالم) هذا من جهة، ومن جهة أخرى صعود الصين كقوة عظمى وسعيها لكسر المركزية الأمريكية واحتكارها لإدارة النظام الدولي كقطب وحيد، وتعمل على بناء مركزية جديدة متعددة الأقطاب مما يعمل على إرساء موازين القوى بين القوتين العظمتين.

4 .1 – تمهيد:

اهتمّت المدرسة الثقافية الأمريكية فيما عُرف بالإمبريالية الثقافية بدراسة وسائل الإعلام بالتحديد السينما والتلفزيون خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية كونها استُخدِمت كوسائط

للترويج للثقافة الأمريكية أي النموذج الأمريكي للهيمنة الثقافية على العالم. تركّز النظرية على علاقة (الإيديولوجيا والقيم والمعتقدات) أي الثقافة بالصراعات على السلطة والنفوذ بين الدول، وذلك بتحليل المنتجات الإعلامية الثقافية (الصناعات الثقافية) لاكتشاف أساليب التظليل والتلاعب بالعقول التي تستعملها الجمعات المهيمِنة للتأثير على معتقدات وأفكار ... الخ الجماهير للتحكم في القوة المدنية أي السيطرة على الراي العام. فالثقافة حسب روّاد هذ التوجّه هي عبارة عن نظام للقوة والهيمنة، فلا يمكن دراسة وسائل الإعلام بمعزل عن النظام الإعلامي العالمي القائم كما هو واضح على الإمبريالية الثقافية السياسية.

في السنوات الخمس عشرة الأولى أو نحوها التي تلت نهاية الحرب العالمية الثانية، انخرط المفكرون الأمريكيون في مناقشات حول ما يسمّى بالثقافة الجماهرية. و يرى أندرو روس **Andrew Ross** أن كلمة "الجماهير **mass**" باعتبارها من المصطلحات الرئيسة التي تحكم التمييز الرسمي ما بين الأمريكي و غير الأمريكي. وهو يجادل في أن التاريخ وراء هذا التمييز هو من عدّة نواح تاريخ تشكيل الثقافة الوطنية الحديثة، أي الثقافة الوطنية الأمريكية. ففي أعقاب الحرب العالمية الثانية شهدت أمريكا النجاح المؤقت للإجماع الثقافي والسياسي – استنادا على ما يفترض إلى التحررية والتعددية، وانعدام الطبقات–. (ستوري، ترجمة أبو أصبع ومنصور: 2014، ص 57)

فخلال الحرب الباردة مارَس المعسكران الشرقي والغربي استراتيجية الامبريالية الثقافية، حيث طبّق الإتحاد السوفياتي إمبريالية ثقافية قوية على دول الكتلة الشرقية أي في نطاق محدود، في حي كانت الولايات المتحدة نشطة بشكل خاص في ممارسة الإمبريالية الثقافية، حيث كان " **أسلوب الحياة الأمريكي**" ركيزة الهيمنة الثقافية الامريكية على العالم. وتتجلّى مظاهر الإمبريالية الثقافية الأمريكية في انتشار اللغة الإنجليزية والموسيقى والسينما

والوجبات السريعة والعلامات التجارية الأمريكية، فمثلا تتمتّع المسلسلات التلفزيونية الأمريكية وأفلام هوليوود بانتشار كبير عالميا، إذ ما يقارب نصف الأفلام المعروضة في أوروبا هي أفلام أمريكية. كما نجد أن اللغة الإنجليزية هي الممارسة بالدرجة الاولى في العالم الفني والاقتصادي والعلمي، بالإضافة للتفوّق في مجال تكنولوجيا المعلومات، وسيادة الموسيقى الأنجلوسكسونية، وتصدير العلامات التجارية الكبرى المنتشرة في جميع أنحاء العالم، تساهم في نشر نمط الحياة "الأمريكي" في جميع أنحاء العالم.

فقد تم تمجيد ديزني باعتباره التراث الثقافي المشترك الذي لا يمكن المساس به للإنسان المعاصر، حيث تم دمج شخصياته في كل منزل، وتعليقها على كل جدار، وتزيين الأشياء من كل نوع، فهي تشكّل جزء من بيئة اجتماعية تدعونا جميعا للانضمام إلى عائلة ديزني العالمية العظيمة، والتي تمتد إلى ما هو أبعد من كل الحدود والأيديولوجيات، وتتجاوز الاختلافات بين الشعوب والأمم، وخصوصيات العادات واللغة، ديزني هو الجسر فوق الوطني العظيم الذي يمكن لجميع البشر من خلاله التواصل مع بعضهم البعض. وفي وسط كل هذا اللطف والضوء، تصبح العلامة التجارية المسجّلة غير مرئية. (Dorfman and Mattelart : 2018, p 37)

2. 4 – رواد مدرسة الإمبريالية الثقافية:

أُعيد في سياق الحرب الباردة تجديد الأبحاث المتعلّقة بالظواهر الثقافية بالتحديد فكرة عدم التكافؤ في توزيع المنتجات الثقافية بين الدول الكبرى والدول الضعيفة.

فقد غذّت تفكير باحث مثل هربرت شيلر **Herbert Schiller**، إذ افتتح كتابه الأول المعنوَن **"وسائل الاتصال والإمبراطورية الأمريكية" (Mass Communication and American Empire)** الذي نُشر سنة 1969 وشملت مقالاته التي نُشرت منذ سنة 1965، سلسلة طويلة من البحوث التي انطلقت من تحليل التداخل بين المركّبات الصناعية–العسكرية

وصناعة الاتصال، وانتهت بالتنديد الواسع بالخصخصة المتزايدة للفضاء العمومي في الولايات المتحدة الأمريكية. (ماتلا، ترجمة لعياضي، رابح، 2005: ص131)

وقد أسهم الباحثون في المدرسة الثقافية الأمريكية أمثال هيربرت شيلر [*] **Herbert Schiller** الذي يعتبر مؤسِّس مدرسة التبعية الثقافية أو الإمبريالية الثقافية رفقة مجموعة من الباحثين: إدوارد سعيد **Edward Saïd** [**]، نعوم تشومسكي **Noam Chomsky** [***]... الخ بالكثير من الدراسات وذلك في السبعينيات من القرن الماضي، حيث أكّدوا على فكرة أساسية مفادها: أن اختلال التوازن في تدفّق المعلومات بين دول المركز أي الدول الصناعية الكبرى و على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية و دول الهامش أي الدول النامية يجعل هذه الأخيرة تعاني من التبعية الثقافية مما يشكل خطرا على أمنها الثقافي وبالتالي على وجود تلك الأمم والحضارات .

3. 4 – الفروض الأساسية لمدرسة الإمبريالية الثقافية:

[*] – **هربرت شيلر Herbert Schiller (5 نوفمبر 1919 – 29 يناير 2000)**: هو كاتب وأكاديمي وناقد إعلامي وعالم اجتماع أمريكي .حصل على درجة الدكتوراه في عام 1960 من جامعة نيويورك، حيث شغل منصب أستاذ مادة " وسائل الاتصال " بجامعة كاليفورنيا بسان دييجو، وعمل قبل ذلك أستاذا بمعهد برات ببروكسل وبجامعة إلينوي بنيويورك وجامعة أمستردام. وأصدر الكثير من الكتب التي كان لها أدور كبير رفع وعي عقول الجماهير عبر العالم.

[**] - **إدوارد سعيد Edward Saïd (1 نوفمبر 1935 – 25 سبتمبر 2003)**: هو واحد من أهم المثقفين الفلسطينيين والعرب في القرن العشرين .حصل على درجة الدكتوراه من جامعة هارفارد وعمل أستاذاً للغة الإنجليزية والأدب المقارن في جامعة كولومبيا، ويعد أحد أبرز المفكرين والنقاد الأدبيين في العالم، حيث لعب دورًا رئيسا في تأسيس حقل الدراسات الثقافية والنقد الثقافي، كما أثر بشكل كبير على حقول الدراسات الثقافية والنقد الأدبي والدراسات ما بعد الكولونيالية. ترك إرثًا فكريًا وأكاديميًا هامًا في هذه المجالات ومن أشهرها كتاب **الاستشراق** الذي انتقد فيه النظرة الاستعمارية الغربية للشرق، وكتاب **السلطة والسياسة والثقافة**، يعتبر هذا الكتاب من أهم الكتب للمفكر الشهير إدوارد سعيد، فالكتاب عبارة عن تجميعة لحوالي 29 حوار لإدوارد سعيد في مختلف البلدان، تطرّق في هذه الحوارات إلى العديد من القضايا السياسية، والاقتصادية، والأدبية، والدينية، ... الخ.

[***] - **نعوم تشومسكي Noam Chomsky (7 ديسمبر 1928)**: هو أستاذ لسانيات وفيلسوف أمريكي، ومؤسس علم اللسانيات الحديث. اشتهر بعمله في مجال اللغويات والفلسفة السياسية، حيث يعتبر **Chomsky** أحد أبرز العلماء والمفكرين في العالم في هذه المجالات خلال القرن العشرين وأول الألفية الثالثة. عُرِف **Chomsky** بنقده الشديد للحكومة الأمريكية والسياسات الخارجية للأمم الأخرى. يشدّد على أهمية تقديم المعلومات الدقيقة للجمهور وتحقيق التعاون بين الناس في القرارات المجتمعية، فقد ألّف أكثر من 100 كتاب في مجال الفلسفة السياسية والحروب والسياسة ووسائل الإعلام ككتاب **"السيطرة على الاعلام"** آخرها **"قداس الحلم الأمريكي: المبادئ العشرة لتركيز الثروة والسلطة" سنة** 2017، بالإضافة الى مؤلفاته في اللسانيات والثقافة العامة.

تتمثّل فكرة الدراسات الثقافية النقدية في فرضيتان، **الأولى** مرتبطة ببنية وطبيعة المجتمع الرأسمالي الصناعي، **والثانية** تتعلق باستقلالية بعض الأشكال الثقافية، والدور الذي تلعبه في التغيير الاجتماعي، فهذه الأخيرة تنظر إلى مسار الاتصال عموما والاتصال الجماهيري خصوصا كخاصية فقط من خصائص الممارسات اليومية، أي لا تنظر إليها لذاتها وإنما كجزء فقط مما هو أشمل وأوسع وهو المجتمع. (العبان:2014، ص 61)

من هذا المنطلق قام ستيوارت هول **Stuart Hall** في إطار موضوع الدراسات الثقافية النقدية بنقد مسالة هيمنة الطبقة المسيطرة في المجتمع على وسائل الاعلام والترويج لمصالحها من خلال هذه الوسائل، وقد تلّخصت مقاربة هول في الفكرتين الآتيتين (قدي: 2020، ص72):

– **الأولى:** تُنتج وسائل الإعلام رسائل غير متوازنة وضعيفة المصداقية بحكم انحيازها الى الجماعات المهيمنة.

– **الثانية:** تُوظِّف وسائل الإعلام الرموز والمعاني التي تخدم أفكار ومصالح الجماعات المهيمنة ويتم انتاجها بطريقة تضمن التأثير على الجمهور.

وعليه تُحدّد الفروض الأساسية لنظرية الإمبريالية الثقافية كما يلي:

أ – الهيمنة الثقافية والسلطة السياسية: تفترض مدرسة التبعية الثقافية أن هناك علاقة وطيدة بين السلطة الثقافية والسلطة السياسية، بمعنى أنه لتحقيق الهيمنة الشاملة على المجتمع، لابد أن تشمل السلطة السيطرة على الهياكل السياسية وتشمل أيضا السيطرة والتحكم على الإنتاج الثقافي والإعلامي.

ب – الاستجابة الثقافية: تعتبِر مدرسة الإمبريالية الثقافية أن الفئات المهيمنة تتفاعل مع الهيمنة الثقافية بعدّة طرق، من خلال إما التكيّف مع الأفكار والقيم التي تروّج لها السلطة

ما دامت تخدم مصالحها، وإما مقاومة هذه الأفكار والقيم من خلال الممارسات المناهضة لها في حالة تهديد مصالحها في المجتمع.

ج – السلطة والتأويل: تُركّز مدرسة الإمبريالية الثقافية على دراسة كيفية تشكيل السلطة وتوجّهها من خلال الإنتاج الثقافي، فمن خلال التحليل النقدي الذي قام به روّادها لآليات السيطرة والتأثير على عمليات جمع ونشر المعلومات في الولايات المتحدة الأمريكية، وطبيعة القوى المهيمنة على وسائل الإعلام ، أكّدوا على أن المؤسسات الإعلامية والثقافية تلعب دورا حاسما في بناء الوعي الجماعي أي صناعة الاجماع السياسي والثقافي وتشكيل الرأي العام، إذ تعيد بناء العناصر التي تشكّل التمثلات الجيوسياسية **Représentations géopolitiques** أي الخلفية المعرفية والإيديولوجية والقيمية للفرد التي ينطلق من خلالها للحكم على المواقف والأحداث لتوجيه سلوكه بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية للطبقات المهيمنة وذلك عن طريق توظيف الصناعات الثقافية الإعلامية.

د – الهوية والانتماء: ترى أن الإمبريالية الثقافية تؤثر بشكل كبير على كيفية تشكيل الهوية الفردية والجماعية، إذ يتم تأسيس الهوية على أساس القواسم المشتركة والأنماط الثقافية المتعارف عليها التي تفرضها السلطة الثقافية، أي أنه يتم تشكيل المخيال الاجتماعي

أو الذاكرة الجماعية (الفكر الجمعي) للأفراد بالاعتماد على مجموعة من التمثيلات لبناء نظرتهم لذاتهم و للأخرين، وقد أشار هربرت شيلر **Herbert Schiller** إليها في كتابه "**المتلاعبون بالعقول**" **Mind Managers** (1973) بالأساطير الخمس، إذ أدرك خطورتها كونها تشكّل أبعاد الفخاخ التضليلية للإعلام الأمريكي، وأبرزها أسطورة التعددية الإعلامية التي توهم أفراد المجتمع باستقلال الرأي العام في حين أنه يحكم باستبداد ناعم، هنا يوضح شيلر **Schiller** حقيقة مهمة، إن السؤال الحقيقي لا يتمثل فيما إذا كانت وسائل الاتصال

الجماهيري حرة أم لا؟ وإنما يتمثل: **في كيف؟ ولأي هدف؟ وعن طريق من؟ وبأي نتائج مترتبة تتم عمليات التوجيه والسيطرة التي لا محيد عنها؟**

إذ أراد شيلر **Schiller** فضح آليات التضليل والتلاعب عبر الثقافة الأمريكية والتي أصبحت النموذج السائد في أماكن عديدة خارج الولايات المتحدة، مما يجعل فهم هذه الآليات ضروريا، فقد أكّد من خلال هذا الكتاب أن أي مضمون إعلامي سيتم بناؤه وفقها وذلك لضمان نقلها وترسيخها لدى الفرد الأمريكي جيلا عن جيل فهي تمثّل عقيدته وروح النظام الرأسمالي الليبيرالي، وبالتالي سيتم تصديرها عبر المنتجات الإعلامية إلى باقي شعوب العالم لضمان توحيد المخيال الاجتماعي (الفكر الجمعي) الدولي.

حدّد هربرت شيلر **Herbert Schiller**، الأستاذ بجامعة كاليفورنيا، وأحد المقرّبين من التقاليد التي أرساها السوسيولوجي الأمريكي رايت ميلز، مفهوما نشّط البحوث والنضال، إنه مفهوم "الإمبريالية الثقافية" الذي عرّفه بما يلي: "مجمل السيرورات التي يدخل بموجبها المجتمع إلى النظام العالمي المعاصر، والطريقة التي دفعت بها الشريحة الكادحة لتغيير مؤسساتها الاجتماعية، بالافتتان، والضغط والقوة أو الرشوة، لتلائم قيم وبنى مركز النظام المهيمن أو لترقيته". (ماتلا، تلرجمة لعياضي، رابح :2005، ص130–131)

تهتم مدرسة الإمبريالية الثقافية بدراسة علاقة الثقافة الحديثة بأشكال السيطرة بهدف كشف مظاهر الهيمنة وعدم التوازن في الجوانب الثقافية للمضامين الإعلامية، فيدرس روّاد هذا الاتجاه كيف تدعم وسائل الإعلام الفوارق بين الطبقة البرجوازية المهيمنة والطبقة العاملة العامة من خلال تكريس هيمنه الطبقات العليا على الثقافة الراقية التي تشمل العلوم والمعارف، الحقائق، الأسرار، الابتكارات في كل المحلات، كونها تحقق لها الهيمنة الفكرية على باقي الطبقات و تبقيها في الريادة و مسيطرة على المجتمع، بينما يتم غرس الثقافة الجماهرية الساذجة المضلّلة في عقول العامة لتبقى خاضعة وتابعة للصفوة.

فالإمبريالية الثقافية هي نمط استهلاك ثقافي يؤسّس لشكل جديد للإمبريالية، يظهر بوجه ثقافي جديد أكثر هيمنة وشراسة، بحيث يسعى للتحكم بمخيّلة البشر والتأثير فيهم والتغلغل في العقول والتوغل نحو منظومة القيم لدرجة إملاء طريقة العيش وفق نموذج واحد وهو الأمريكي، فالإمبريالية الثقافية تجسّد أعلى مراحل الرأسمالية حسب وصف ليني. (شعبان: 2023) ، وبالتالي تشير الإمبريالية الثقافية إلى الطريقة التي تؤثر بها القوى المهيمنة أو تتحكم وتفرض نماذجها الثقافية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية على المجتمعات الأخرى، غالبًا من خلال الوسائل الاقتصادية أو السياسية أو العسكرية أو الإعلامية والاتصالية.

ويشمل ذلك نشر الثقافة المهيمنة، وخلق التبعية الاقتصادية، وفرض نموذج سياسي أو معايير أخلاقية. أي أن القائمين على المؤسسات الإعلامية يعملون مع الطبقة المسيطرة على مقالد الحكم في المجتمع في إطار ما أسماه روّاد الاتجاه النقدي بالاقتصاد السياسي على خلق وعي إعلامي مزيَّف لدى الجمهور من خلال استخدام أساليب لتضليل و تخدير العقول، التي تتمثل في مجموعة من التمثيلات (قيم، أفكار، معتقدات،...) التي تعمل على تشكيل المخيال الاجتماعي أي الفكر الجمعي للأفراد و التي تعمل على تشكيل نظرتهم لأنفسهم وللعالم و بناء عليها يتم تحديد موقفهم و سلوكهم إزاء مختلف القضايا في الشأن الداخلي أو الخارجي، وبالتالي فإن مالكي وسائل الإعلام من رجال الأعمال يعملون بالاشتراك مع باقي الجمعات المهيمنة في المجتمع على بناء الواقع المزيف بالاشتراك مع مختلف مؤسسات المجتمع بالتركيز على مؤسسات التنشئة الاجتماعية عن طريق توظيف حيَل التظليل الإعلامي لتأطير الوعي عبر صناعة الأخبار (المحتوى الجاد) و كذا تعليبه عبر الصناعات الثقافية (المحتوى الترفيهي)، و بالتالي يسهل على

الصفوة السيطرة والهيمنة على الرأي العام بما يضمن لهم استمرار الوضع القائم الذي يحقق مصالحهم.

بناء على ما سبق، تقدم هذه الدراسة تحليلات انطلاقا من الخلفية النظرية التي استندت إليها الباحثة لبناء هذا البحث، أي ما توصلت إليه الدراسات التي قام بها الباحثون في المدرسة النقدية والإمبريالية الثقافية على ضوء مقاربة جيوسياسية وسائل الاعلام النقدية، وذلك لفهم الدور الذي تقوم به شركات الإنتاج الإعلامي الكبرى في ميدان الصناعات الثقافية ضمن استراتيجية القوى الناعمة لتحقيق أهداف السياسة الخارجية للدول وإدارة الصراع الدولي في القرن الحادي والعشرين، أي كيف تُدار الحرب الناعمة بين الفاعليين الدوليين بالاعتماد على الصناعات الثقافية ومنصات البث الرقمية **VOD** بوصفها قوة ناعمة، فالعالم يعيش اليوم أمام إنتاج ثقافي إعلامي ضخم لم يسبق له نظير يقوم على التسلية، الترفيه، الإثارة والإبهار بالاعتماد على المؤثرات البصرية والصوتية الذي تُنتجه وتروّجه كبرى الشركات الإعلامية مثل ديزني ونت فليكس ... من خلال المنصات الرقمية الخاصة بها عبر مختلف وسائط الاتصال، إذ تسعى كل شركة إنتاج إلى جذب أكبر عدد ممكن من المتلقّين لتشكيل قاعدة جماهرية كبيرة، مما خلق تنافس كبير (حرب عمالقة الشاشة) بينها بالتزامن مع احتدام الصراع بين مختلف الفاعلين على الساحة الدولية.

ففي سياق العولمة، تتجلى دراسة الإمبريالية الثقافية في البحث عن التأثيرات الاجتماعية والثقافية، التي تشمل الاختراق والسيطرة الممنهجيين لنظم الاتصال والمؤسسات التعليمية والفنون والمنظمات الدينية والنقابات وعادات المستهلكين وأنماط الحياة، وذلك لفهم كيف استطاعت الدول الكبرى تضليل عقول الجماهير والتلاعب بها بالاستناد إلى تطبيق استراتيجية القوة الناعمة من خلال الصناعات الثقافية التي تُبث عبر المنصات الرقمية **VOD** لبناء الرأي العام والتحكم به عبر توجيه الفكر الجمعي للوصول إلى تحقيق الأهداف

المسطّرة التي تخدم مصالح الجمعات المهيمنة. وقد بدأ الباحثون بدراسة دور المنصات الرقمية التي تبُث المحتوى في الصراعات الحديثة بين الدول الكبرى منذ 2020، نظرا لكونها أصبحت تلعب دورا كبيرا كفاعل جيوسياسي في الحرب الناعمة وإدارة العلاقات الدولية. مثال دراسة حول دور منصة **TikTok** في الازمة الصينية/الامريكية المستمرة الى يومنا هذا.

II- الحرب الناعمة Soft War

1 - مبتكر مصطلح "الحرب الناعمة" "Soft War".

2 - ماهية "الحرب الناعمة" "Soft War".

3 - الفرق بين الحرب الناعمة والحرب التقليدية

4 - أدوات الحرب الناعمة

5 - دوافع تبنّي الدول للحرب الناعمة في الصراعات الحديثة.

6 - الصراع الصيني-الأمريكي في عصر الحروب الناعمة.

1 – مبتكر مصطلح " الحرب الناعمة" "Soft War ":

لم يتم تحديد مبتكر مصطلح الحرب الناعمة بشكل قاطع في الكتب والمراجع، إلاّ أنه تم تحديد اتجاهين كل واحد منهما يحاول نسب أصل فكرة الحرب الناعمة للآخر، والأمر يتعلق بالولايات المتحدة الأمريكية وإيران.

فحسب التوجه البحثي الأمريكي فإن من ابتكر هذا المصطلح لأول مرّة هو قائد الثورة الإسلامية "**آية الله علي خامنئي**" في عام 2010، إذ قدّم فكرة الحرب الناعمة في خطاباته العديدة خلال العقود الثلاثة الماضية في عدة مناسبات.

واستخدمها "**آية الله علي خامنئي**" لوصف الصراع الإيراني الغربي خاصة مع الولايات المتحدة الامريكية، من خلال خطاباته التي تُقدّم تعريفا للحرب الناعمة وسماتها وخصائصها، وذلك باستعمال كلمات مثل الحرب الناعمة والدبلوماسية العامة والصحوة الإسلامية والهيمنة والديمقراطية الليبرالية والإسلام الأمريكي وغيرها، ثم تم مناقشة البيانات المتعلّقة بأهداف الحرب الناعمة، والوسائل الأخرى للحرب الناعمة.(Jones, Newlee, 2019)

وبالتالي تنسِب المصادر والمراجع الغربية مصطلح **الحرب الناعمة** إلى "جمهورية إيران الإسلامية"، لا سيما في سياق صراعاتها السياسية والإيديولوجية ضد النفوذ الغربي، حيث ظهر هذا المفهوم بشكل بارز خلال الانتخابات الرئاسية عام 2009 في إيران، حيث صوّرت وسائل الإعلام الحكومية النفوذ الغربي على أنه شكل من أشكال الحرب ضد السيادة الإيرانية، مما يعكس تصوّر النظام الايراني للضغوط الخارجية كشكل من أشكال الحرب التي تعمل من خلال الوسائل الثقافية والإيديولوجية بدلا من المواجهة العسكرية المباشرة، أي أن العلماء الإيرانيين عرّفوا الحرب الناعمة انطلاقا من المفهوم الذي وضعه جوزيف ناي للقوة الناعمة، وأشاروا إلى أن الولايات المتحدة الامريكية تشن حربا ناعمة لتخلق تحديات أمنية لإيران. (Farzan & Roozbeh, 2013) (Blout,2017)

بينما ترى المصادر والمراجع الإيرانية أن الحرب الناعمة هي من ابتكار مصانع الفكر الأمريكية، بالتحديد على يدي المفكر الاستراتيجي جوزيف ناي وما هي إلا "**نظرية القوة الناعمة**". إذ يرى الباحث الاستراتيجي علي حسن في **كتابه "الحرب الناعمة، الأسس النظرية والتطبيقية"**: أنه عند الرجوع إلى أصول النظرية من خلال كتاب "**القوة الناعمة**" " **Power Soft** "، نجد أن ناي قد تجنّب عمداً استخدام كلمة حرب " **war** " واستبدلها بكلمة قوة **Power**، وهو نوع من الخداع والتضليل، و ذلك قصد ترويج وتسويق نظريته للحرب كفكرة دبلوماسية قي العلاقات الدولية. (حسن، 2018: ص 39)

ويشير هذا إلى أن مصطلح القوة الناعمة وتطبيقه قد تطوّر داخل خطاب العلاقات الدولية والجغرافيا السياسية في منطقة الشرق الأوسط، إلى مصطلح الحرب الناعمة في ظل الصراع الإيراني والقوى الغربية، ليصف الاستخدام الاستراتيجي للتكتيكات غير العسكرية للتأثير على دولة أو كيان آخر أو تقويضه أو التنافس معه دون اللجوء إلى الحرب التقليدية، وبعد ذلك تم تبني فكرة الحرب الناعمة من قبل الدول الكبرى لتوظيفها في إدارة الصراعات ومواجهة التحديات التي يفرضها عليها منافسيها كأفضل استراتيجية حربية لإدارة العلاقات الدولية في القرن الحادي والعشرين، كون تصورها وتطبيقها في التحليل الجيوسياسي المعاصر يعكس فهما أوسع لتعقيدات الحرب الحديثة والمنافسة الدولية، متجاوزا المواجهات العسكرية التقليدية ليشمل مجموعة من الاستراتيجيات غير الفتاكة المصمَّمة لممارسة الضغط والنفوذ.

بعد فشل الاندفاعات العسكرية الصلبة لأمريكا في أفغانستان والعراق وصدور توصيات لجنة بيكر هاملتون لتعديل الخطة الأمريكية للمنطقة للحد من التكلفة العسكرية والبشرية والمالية للحروب، تمكّن عام 2008 مجموعة من الخبراء والباحثين الإستراتيجيين من إدراج مشروع **الحرب الناعمة** في صلب هذه الخطة المرسومة على ضوء مجموعة نقاشات

معمّقة حصلت في أروقة مراكز ومعاهد الأبحاث المتخصصة في صناعة القرار الأمريكي بين مفكرين من الحزبين الجمهوري والديمقراطي وتحت إشراف معهد الدراسات الدولية والاستراتيجية **CSIS**، وقد توصّل الفرقاء على إثرها إلى تسوية تقوم على دمج وتناغم سياسات القوة الصلبة والقوة الناعمة في إطار معادلة واحدة أُطلق عليها "القوة الذكية" **Smart power.** (بور، 2008: ص 21)

فقد عارض المحافظون الجدد (الطبقة المهيمنة) من أنصار المدرسة الواقعية في العلاقات الدولية، التي تعتبر أن القوة العسكرية هي أفضل وسيلة لإدارة الصراعات الدولية، تبنّي وتطبيق نظرية القوة الناعمة.

فرغم خطورة عقيدة "**التكنولوجيا السياسية**" إلاّ أنها تعرّضت لانتقادات شديدة في شقّها المتصل بمنطقة الشرق الأوسط، قادها الجيل الأمريكي السابق من أمثال هرني كيسنجر وزير الخارجية الأمريكي الأشهر، واصفاً إياها بإستراتيجيات " **القوى الإلكترونية** " التي لن تتمكّن من شطب القوى والمؤسسات التقليدية كالجيوش والتنظيمات والشبكات الإسلامية، وهو نقاش يعكس تجاذب المفاهيم والأجيال لدى الإدارة الأمريكية. (حسن، 2018: ص 19)

إلاّ أنه تم تبنّي أفكار ناي بعد ما أثبت نتائج الحرب على العدو الجديد (العراق 2003) عدم فاعلية استراتيجية القوة الصلبة في تحقيق النصر والأهداف في القرن الحادي والعشرين بسبب تغيّر الديناميكيات للسياسة الدولية، الأمر الذي أدى إلى تراجع مكانة أمريكا لدى الجمهور العالمي.

بسبب الفهم الخاطئ لطبيعة النظام العالمي الحالي، فشل غزو العراق في تحديد طبيعة عناصر القوة الفعالة لهزيمة التهديد الناشئ، إذ تجاهلت إدارة بوش عنصرين أساسيين للقوة الناعمة: **الأول**، تجاهلوا حقيقة أن الولايات المتحدة تعتمد على القدرات الاستخباراتية

والسياسية لحلفائها وكذلك على الدعم العام في جميع أنحاء العالم. **والثاني**، لم يعطوا وزنا كبيرا لشرعية الغزو. (Tchotchua, 2024 : p24)

حيث أكّد جوزيف ناي في كتبه ومقالاته عن القوة الناعمة، أن سياق القوة قد تغيّر بفعل تأثيرات العولمة وتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال وثورة المعلومات، التي غيّرت طبيعة الشعوب وأيقظت المشاعر القومية والإقليمية (صعوبة بناء الإجماع الدولي لكسب شرعية الأهداف)، بالإضافة إلى عزوف الدول الكبرى عن تبنّي استراتيجية الغزو والاستعمار العسكري كوسيلة للتأثير في سلوك الآخرين لتحقيق أهداف سياستها الخارجية، ما أدى إلى تغيير أشكال القوة، لأن معادلات القوة لا تعمل إلاّ في إطار علاقات وموازين القوة، لذلك فالقوة الناعمة هي الوسيلة المثلى لتوجيه تفضيلات وخيارات الآخرين لتشكيل جدول أعمالهم السياسي.

وبناء على ما سبق فإن مصطلح الحرب الناعمة وُلد في سياق المحطات الكبرى والحروب والأحداث المفصلية لنهايات القرن العشرين وبدايات القرن الواحد والعشرين هذا من جهة، ومن جهة أخرى استجابة للتغيرات التي أحدثتها التطورات الهائلة التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام والاتصالات، فالحرب الناعمة نتجت عن اتحاد قطاع تكنولوجيا الاتصالات والخارجية الأمريكية كشكل جديد من أشكال الحرب مشتقة من مبادئ الحرب الباردة ولكن وفق نظرية حرب جديدة التي تمثلت في نظرية الحرب الناعمة للمفكر الاستراتيجي الأمريكي جوزيف ناي وبتقنيات وآليات وسياسات ومشاريع جديدة وموجّهة إلى جمهور جديد (المتلقي في البيئة الرقمية)، في البداية لمواجهة عقيدة (نموذج) عدو جديد وهو الإسلام، من خلال تشويه سمعة النموذج الإسلامي والمسلمين لدى الرأي العام الدولي، بالإضافة لكسر مقاومة الشعوب العربية لأهداف السياسة الخارجية الأمريكية في منطقة الشرق الأوسط وإسقاط الأنظمة القيمية للمجتمعات العربية واستبدالها بعقيدة أخرى متشبّعة

بالقيم الأمريكية مما يكسب السياسة الخارجية الأمريكية في الشرق الأوسط الشرعية ودعم الرأي العام العربي والدولي للمشروع الأمريكي في المنطقة، ليتم بعد ذلك توجيه الحرب الناعمة ضد بلدان وقوى جديدة خاصة الصين وروسيا وكوريا الشمالية التي تعرقل المصالح الأمريكية خاصة الاقتصادية وتنافسها على حيازة السلطة والنفوذ في مختلف المناطق أي على هيمنة العالم.

2 – ماهية "الحرب الناعمة" "Soft War ":

2. 1 – تعريف الحرب الناعمة "Soft War ":

يُعرّف المنظرون العسكريون الحرب بصفة عامة على أنها " فن استخدام موارد القوة لإدارة نزاع بين كيانات غير منسجمة مثال دولتين أو أكثر، جماعات طائفية، ... الخ بهدف تجريد العدو من سلاحه وإخضاعه وإجباره على الرضوخ لإرادة الطرف المنتصر، وذلك للوصول الى النتائج المرجوة وإعادة تنظيم الجغرافيا السياسية للساحة الدولية بالإضافة الى إرساء موازين القوى.

إذ أشار المنظّر العسكري البروسي كارل فون كلاوزفيتز **Carl Von Clausewitz** في كتابه "**في الحرب**"* " **ON WAR** ": أن الحرب امتداد للسياسية، ولكنها تقوم على وسائل مختلفة،

* – كتاب "في الحرب" «ON WAR»: هو كتاب للمنظر العسكري البروسي كارل فون كلاوزفيتز Carl Von Clausewitz وقامت بتحريره زوجته ماري فون برول عنوانه الأصلي: Vom Kriege سنة 1832 باللغة الألمانية وتُرجم في عدة طبعات الى الإنجليزية آخرها 1984 والعربية 1997. ويتمحور الكتاب حول مجموعة واسعة من المواضيع المتعلقة بالحرب، بما في ذلك نظرية الحرب، الاستراتيجية، والتكتيكات القتالية والإدارة العسكرية، حيث ركّز الكتاب على مفهوم الحرب كجزء من السياسة الدولية وكيف يمكن استخدام القوة العسكرية كأداة لتحقيق الأهداف السياسية. يتميز بكتاباته الدقيقة والتحليل النقدي للعمليات العسكرية والأهداف السياسية للحروب، وهو يعتبر مرجعًا مهمًا لأولئك المهتمين بدراسة التاريخ العسكري

أي أن الحرب شكل من أشكال إدارة العلاقات الدولية ووسيلة أخرى للحصول على ما تريده، ولكن دون الاعتماد بشكل كلي على العنف وسفك الدماء أي توظيف القوة العسكرية في الحرب كونها طريقة ليست فعالة دوما.

فلكل عصر نوع خاص من الحروب، وذلك تماشيا مع الظروف والمعطيات على الساحة الدولية والتي تحدّد طبيعة موارد القوة والتكتيكات والاستراتيجيات التي يتم استخدامها لتدمير روح العدو والوصول إلى الأهداف المخطّطِ لها، وبالتالي يعمل المفكرون الاستراتيجيون على إيجاد الأساليب والآليات والاستراتيجيات الناجعة، التي تمكّن الدولة من حيازة القوة التي تعدّ محور الارتكاز في تحديد مسار العلاقات الدولية، لكونها إحدى أهم الوسائل والأدوات التي تستخدمها الدولة في تحقيق أهدافها ومصالحها، ولبلوغ غاياتها وأهدافها وذلك من خلال مواكبة ديناميكية التغيير التي يشهدها المجتمع الدولي والتي تتحكم فيها التطورات الحاصلة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال بالدرجة الأولى (العولمة، ثورة المعلومات والاتصالات) في العصر الحالي.

حيث يرى كلاوزفيتز **Clausewitz** أن النصر يتحقق بإيجاد وتحييد "مركز ثقل" الخصم، وذلك لزعزعته وتدميره لهزيمة الجيش المنافس، لكن تلك الطريقة ليست الأكثر فعالية دوما، حيث يرى بأن "العناصر الأخلاقية هي من أكثر العناصر أهمية في الحرب. فهي تشكل الروح التي تحرّك الحرب ككل، فهي منبع الإرادة التي تحّرك وتقود أدوات واستراتيجيات القوة، إذ بيّن كلاوزفيتز **Clausewitz** كيفية تشكيل أو تحطيم روح المنافس، وكيفية تجنّب جيش العدو وتحقيق النصر بالكامل في الحرب. (Singer and Emerson, Brooking, 2018)

أو الذين يسعون لفهم أبعاد الحرب بشكل أوسع، اذ يعتبر الكتاب مرجعًا هامًا لأولئك الذين يدرسون الاستراتيجية العسكرية والتكتيكات القتالية فهو أحد الكتب الأساسية في مجال العلوم العسكرية.

وهذا يتماشى وفكرة جوزيف ناي عن "**القوة الناعمة**"، لذلك فالكثير من الباحثين يعتبرون الحرب الناعمة هي نفسها القوة الناعمة ولكن الحرب الناعمة تمثل تفاعلا معقدا بين أشكال القوة المختلفة والأخلاق والأمن القومي في العلاقات الدولية الحديثة، إذن العلاقة بين الظاهرتين هي تكامل أي أن القوة الناعمة تعتبر قوتها المحرّكة واستراتيجيتها الرئيسة، فالحرب الناعمة تنطوي على عمليات التجسس الحديثة وعمليات التأثير لتغيير الإجماع المجتمعي (المخيال الجمعي) وتتجاوز" القوة الناعمة " إلى التأثير على السرديات والشرعية.

وعليه فالحرب الناعمة أو **"Jang-e narm"** باللغة الفارسية، تعني فن استخدام موارد القوة الناعمة وحدها أو مدعومة بأشكال قوة أخرى **كالقوة الذكية** و **الافتراضية و القوة الاقتصادية ...الخ** لإدارة الصراعات والنزاعات بين الفاعلين الدوليين لتشكيل أو تحطيم روح المنافس القتالية، و تجنّب جيش العدو وتحقيق النصر في الحرب لبلوغ الأهداف الاستراتيجية، فالحرب الناعمة هي نوع من أنواع الحروب تستخدمها البلدان عادة لضعف قوتها في الجانب العسكري مقارنة بقوة خصومها، وأيضا تستخدمها الدول القوية لإدارة الصراع فيما بينها لتجنب وقوع صدام بين القوى العسكرية الكبرى، فالحرب الناعمة ساحة معركة بدون رصاص تُلخّص استجابة استراتيجية لتعقيدات التفاعلات الجيوسياسية الحديثة في القرن الحادي والعشرون.

2. 2 – أشكال الحرب الناعمة "Soft War »:

يشمل النقاش حول "الحرب الناعمة" مجموعة من الأنشطة بما في ذلك الحرب الإلكترونية والعقوبات الاقتصادية والدعاية وغيرها من أشكال الصراع غير العنيف التي تهدف إلى تقويض استقرار البلد أو اقتصاده أو نفوذه. يُنظر إلى هذه التكتيكات على أنها بدائل أقل تكلفة للاشتباكات العسكرية التقليدية، مما يسمح للبلدان بالمنافسة بشكل أكثر فعالية على

المسرح العالمي وتجنّب خسائر استخدام القوة الصلبة الكبيرة المادية والبشرية. (Jones, Newlee,2019)

وبالتالي يمكن تلخيص أشكال الحرب الناعمة في:

أ – **الضغط الاقتصادي:** أي التأثير على المنافسين باستهداف اقتصاداتهم وإضعافه عن طريق فرض العقوبات الاقتصادية (مثال الولايات المتحدة ضد إيران وروسيا)، بالإضافة إلى الحروب التجارية والتلاعب المالي (مثال الولايات المتحدة الأمريكية ضد الصين).

ب – **الضغط الدبلوماسي:** أداة أساسية تستخدمها دولة أو تحالف للتأثير على سلوك دولة أخرى أو مجموعة من الدول، حيث يتم تحقيق ذلك من خلال مجموعة متنوعة من الوسائل السلمية، بدلا من اللجوء إلى القوة العسكرية، (مثال الحرب الأوكرانية فقد دعّمت الدول الغربية موقف أمريكا للضغط على روسيا لتغيير سياستها الخارجية تجاه أكرانيا).

ج – "**الحرب الثقافية**" أو "**حرب النماذج**": أي قدرة كيان ما على الحصول على ما يريده عن طريق استخدام الدعاية والتسويق والجاذبية بدلا من الإكراه (القوة الصلبة) لإحداث التأثير الثقافي والتسلّل الثقافي (الغرس الثقافي والعولمة الثقافية) عن طريق: القوة الناعمة والتبادل الثقافي والدبلوماسية العامة. **أي صناعة الإذعان** بالتأثير الثقافي، وذلك من خلال التأثير على سلوك الكيان المستهدف لدفعه لترتيب أولوياته من تلقاء نفسه وفق ما يخدم أهداف الفاعل الذي يمارِس التأثير.

د – **حرب الأفكار والمعلومات:** تشير إلى مجموعة من التكتيكات غير العسكرية التي يستخدمها الفاعلون كالدول، الشركات متعددة الجنسيات، المنظمات الارهابية ... الخ، لتحقيق أهداف استراتيجية دون الاشتباك العسكري المباشر، إذ تشمل استخدام الدعاية والحرب السيبرانية عن طريق وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، للتأثير على الرأي العام وتشكيل الانطباعات وتقويض استقرار الهدف المستهدف **(صناعة الاجماع الدولي)**، فهي

تستهدف بالدرجة الأولى التأثير على قيم ومعتقدات ومواقف الجماهير المستهدفين، حيث يتم صياغة الروايات بشكل استراتيجي للتأثير على الجماهير المستهدفة محلياً ودولياً، مثال الحرب الروسية الأوكرانية (الولايات المتحدة و روسيا) يتم التلاعب بالمعلومات من خلال وسائل الإعلام الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي من أجل كسب تأييد الرأي العام الدولي.

3. 2 – خصائص وأهداف الحرب الناعمة:

أ – الخصائص:

من خلال ما سبق يمكن تحديد خصائص الحرب الناعمة كالاتي:

• **صامتة Non-kinetic:** فالحرب الناعمة تتجنب في المقام الأول استخدام القوة العسكرية أي المواجهة الساخنة في ساحة المعركة وإراقة الدماء وإحداث الدمار كما هو في نظريات الحرب التقليدية.

• **متعددة الأوجه Multifaceted:** تتضمّن مجموعة من الاستراتيجيات وأشكال القوة، أي يمكن دمج قوتين أو أكثر معا، مثال القوة ناعمة (التأثير الثقافي) + القوة الافتراضية (الحرب السيبرانية).

• **التأثير طويل المدى Long-term:** غالباً ما تهدف الحرب الناعمة إلى التأثير التدريجي والمستدام.

• **هجينة Hybrid:** أن الحرب الناعمة يمكن دمجها مع الحرب التقليدية عن طريق دمج القوة الناعمة مع القوة الصلبة لتعطي القوة الذكية (مثال العقوبات الاقتصادية + حملة إعلامية)، وبالتالية تُستعمل كوسيلة للضغط على المنافسين للتأثير على سلوكهم بما يضمن تحقيق الأهداف السياسية والاقتصادية ...الخ

• **حروب الجيل الرابع والخامس:** تستهدف حروب الجيل الرابع والخامس المنظومة الفكرية والثقافية للأفراد والمجتمعات، بأدوات ناعمة ولكنّها أشد ضراوة وفتكا، إذ تعمل على اختراق الكيان المجتمعي من داخله عبر إعادة تشكيل نفسية الأفراد والشعوب وتنميط أفكارها وسلوكها، باستخدام تقنيات اتصالية فائقة التأثير، بهدف غسل الأدمغة والغرس الثقافي والنمذجة السلوكية. (حرز الله، 2023)

• **التكتيكات غير العنيفة:** على عكس المعدّات التي تنطوي على صراع عسكري مباشر وأذى جسدي، تستخدم الحرب الناعمة تكتيكات غير مسلّحة ومقاومة غير عنيفة. وهذا يشمل الأساليب التي لا تنطوي على القوة العسكرية التقليدية.

ب – الأهداف:

تم تحديد الأهداف الرئيسية للحرب الناعمة وفق لما حدّده كتاب " **مدخل إلى الحرب الناعمة** " كالاتي:

– تغيير الإيديولوجية الحاكمة.

– التقليل من المشاركة الشعبية في العملية السياسية.

– تغيير الهوية الدينية.

– تغيير سوق الأفكار العامة نحو ما يريده العدو.

– إضعاف التضامن والانسجام الاجتماعي.

– تغيير قيم المجتمع.

– تغيير النماذج الموجودة والرائجة في المجتمع. (مركز الحرب الناعمة للدراسات، 2014: ص 23 – 24)

كما تهدف الحرب الناعمة من الناحية الأكاديمية استنادا إلى مبدأ مقترب القوة الناعمة للباحث جوزيف ناي، إلى:

* تحقيق الهيمنة العالمية دون اللجوء إلى القوة العسكرية.

* تنفيذ حقبة جديدة من التوترات والصراعات في العلاقات الدولية.

* إنشاء مجموعة جديدة من نظريات التدخل في سياق إضفاء الشرعية على الهيمنة الإيديولوجية على العالم.

* الغزو الثقافي والفكري لتدمير الولاءات والهويات الوطنية والدينية والأخلاقية.

* التنافس أيديولوجيا مع الخصوم (حرب النماذج).

* تشكيل تفضيلات الآخرين من خلال الجذب بدلا من الإكراه أو الحوافز الاقتصادية.

* التأثير على الشعوب والحكومات من خلال التلاعب والتضليل الاعلامي.

بالتالي تخاطب الحرب الناعمة بالدرجة الأولى عقول أفراد المجتمعات في المناطق المستهدفة، وتستهدف المخيال الاجتماعي (الجمعي)، أي النظام القيمي الذي يبني عليه الفرد سلوكه (موقف، توجه، ... الخ)، من خلال التلاعب بالتمثلات (الأفكار والقيم، الرموز، ...الخ) التي تنبع من (الأديان و الأخلاق و العادات و التقاليد ...الخ) وتشكّل الهويات الثقافية والاجتماعية للشعوب، باستخدام أدوات وتكتيكات ناعمة، ومن أجل إشعال الفتن الطائفية، وتكوين فيالق العملاء، وتحطيم القيم الأخلاقية لدى الشباب والنساء والرجال، وتسطيح فكرهم من خلال التركيز على الترفيه والترف والتفاهات والجدالات العقيمة.

إذ تهدف الحرب الناعمة إلى السيطرة على بناء التصوّرات والنقاشات في الفضاء العمومي، من خلال خلق ناشطين (مؤثرين) من أبناء المجتمع المستهدف ليكونوا قادة رأي، يعملون على التأثير على باقي أفراد المجتمع من خلال استخدام استمالات عاطفية وعقلية، لشحن قلوبهم بمشاعر الغضب والإحباط لدفعهم للتمرّد على الحكومات لإسقاط الأنظمة الحاكمة، فلكل سلطة سياسية نظام قيمي يمنحها شرعية الحكم ويضمن استمرار الوضع القائم هذا من جهة، ومن جهة أخرى خلق طبقة من الجماهير المعجبة و المتأثرة بنموذج (شركة متعددة الجنسيات، دولة، ... الخ) و الذين سيشكّلون جماعة ضغط على حكوماتهم من خلال دفاعهم عن مصالح الجهة التي تمارِس التأثير.

– إن الغاية من اعتماد الحرب الناعمة في تحقيق الأهداف المبتغاة هو التقليل من التكاليف المالية والبشرية وتجنّب تشويه صورة الدولة التي تشن هذه الحرب أمام الرأي العام العالمي، لأنه بفضل تطبيقات الإنترنت ووسائط الاتصال الحديثة أصبح العالم عبارة عن غرفة شفافة مفتوحة والمتلقي على دراية بكل ما يجري وعلى اتصال مباشر دون قيود مع كل الثقافات والحضارات، وبالتالي أصبح الفاعلون أكثر حرصا على الحفاظ على السمعة الجيدة لدى الأفراد لضمان السيطرة على الرأي العام.

3 – الفرق بين الحرب الناعمة والحرب التقليدية:

1. 3 – الفرق بين الحرب الناعمة والحروب الصلبة:

يكمن الفرق بين الحرب الناعمة والحرب الصلبة في منهجياتهما وأهدافهما والاستراتيجيات المعتمدة في إدارة الصراعات الحديثة، فالحرب الناعمة تستخدم تكتيكات غير عنيفة للتأثير على التصورات المجتمعية للأفراد والتلاعب بها، بينما تعتمد الحرب الصلبة على القوة

العسكرية القسرية. وتُحدّد أهم الفروقات بين الحرب الناعمة والصلبة من حيث طبيعة سمات كل منهما كالاتي (حسن، 2018، ص 86، 87، 88، 89 بتصرف):

أ – الحرب الناعمة:

– **التكتيكات غير العنيفة:** تشمل الحرب الناعمة ساحة معركة بدون رصاص، استراتيجيات مثل الحرب السيبرانية والدعاية والعقوبات الاقتصادية، مع التركيز على التلاعب النفسي والإعلامي بدلاً من التدمير المادي.

– **الجاذبية الثقافية:** وهي تستفيد من جاذبية القيم والأفكار لاستمالة الشعوب الأجنبية، مما يجعلها بديلا فعالا من حيث التكلفة عن العمل العسكري.

– **حرب المعلومات:** استخدام تكنولوجيا الاتصالات لتقسيم المجتمعات وتقويض هياكل الدولة هو سمة مميّزة للحرب الناعمة، مع التأكيد على أهمية التماسك المجتمعي في الصراع.

ب – الحرب الصلبة (التقليدية):

– **القوة القسرية:** تتسم الحرب الصلبة باستخدام القوة العسكرية والعقوبات الاقتصادية، مع الاعتماد على موارد ملموسة لتحقيق الأهداف.

– **القوة المادية:** تنطوي على العنف المباشر، مثل الغزو العسكري أو التفجيرات العسكرية، والتي غالباً ما يُنظر إليها على أنها أقل شرعية في العلاقات الدولية المعاصرة.

– **تراجع الفعالية:** مع تحول الديناميكيات العالمية، أصبحت فعالية القوة الصلبة موضع تساؤل متزايد، مما أدى إلى زيادة التركيز على استراتيجيات القوة الناعمة.

يمثل الجدول التالي الاختلافات الرئيسة بين الحرب الناعمة والحرب الصلبة:

	الحرب الناعمة	الحرب الصلبة
طبيعة الوسائل	تستخدم الحرب الناعمة تكتيكات غير عنيفة.	تستخدم الحرب الصلبة تتبع التكتيكات والاستراتيجيات العسكرية التقليدية العنيفة
العلنية	الحرب الناعمة غير مباشرة تنطوي على أنشطة سرية أو دعاية.	الحرب الصلبة عداء واضح ومفتوح.
نطاق التأثير	الحرب الناعمة تستهدف التصوّرات والمعتقدات المجتمعية.	تستهدف الحرب الصلبة التدمير المادي.
الشرعية	الحرب الناعمة فعالة في تحقيق الشرعية للأهداف طويلة المدى	تواجه الحرب الصعبة تحديات تتعلق بشرعيتها وفعاليتها في تحقيق الأهداف طويلة المدى
الاعتبارات الأخلاقية	لم يتم الكشف بعد عن الآثار الأخلاقية للحرب الناعمة	وضوح وعلنية أخلاقيات الحرب الصلبة (تتسم بالوحشية والدمار)

جدول رقم (2): الفرق بين الحرب الناعمة والصلبة

فبينما تركّز الحرب الناعمة على التأثير والإقناع، تركّز الحرب الصلبة على المواجهة المباشرة والإكراه، مما يسلّط الضوء على تحوّل أساسي في استراتيجيات الصراع الحديثة. ومع ذلك، فإن التفاعل بين هذين الشكلين من أشكال القوة يشير إلى أنهما لا يستبعد أحدهما الآخر، إذ غالبًا ما تستخدم الدول مزيجا من الإثنين لتحقيق أهدافها. (Tchotchua, 2024 : p 23).

وهذا ما يجعل الحرب الناعمة هجينة إذ تجمع بين عناصر القوة الصلبة والناعمة لتنتج القوة الكلية، وذلك وفق ما تقتضيه المعطيات على الساحة الدولية، فطبيعة النظام الدولي

غير مستقرة في القرن الحادي والعشرين بسبب التطورات السريعة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، تفرض على الفاعلين الدوليين توظيف استراتيجيات متعددة من حيث طبيعة موارد القوة لإخضاع العدو والفوز في الصراعات الحديثة لتحقيق الأهداف السياسية والاقتصادية.

فلا توجد دائما حدود واضحة بين استراتيجيات الحرب الناعمة والحرب التقليدية (الصلبة) إذ يمكن أن تكون هناك منطقة رمادية Hybrid/Gray-zone بينهما في الصراعات الحديثة في القرن الحادي و العشرين، فغالبا ما يظهر مزيج بين توظيف الأدوات الصلبة والناعمة في استراتيجيات الحرب الناعمة نظرا لما تفرضه طبيعة البيئة العالمية الحالية المتغيرة باستمرار فهي أشبه بالفسيفساء، الأمر الذي يستوجب وضع استراتيجية هجينة تعتمد على كل أشكال ومصادر وأدوات القوة التي يمتلكها الفاعلون الدوليون، بمعنى أن كل الأدوات متاحة لاستخدامها في إخضاع وتدمير العدو المنافس.

ويُعرّف كل من حلف الناتو ومركز البحوث العسكرية الحديثة التهديدات الهجينة والمنطقة الرمادية Hybrid/Gray-zone، باعتبارها مزيجا من الوسائل العسكرية وغير العسكرية (مثل الاختراق السيبراني، التضليل الإعلامي، الضغوط الاقتصادية) المصمَّمة لإبقاء الصراع بين الفاعلين ضمن نطاق الحرب المفتوحة لصياغة نتائج سياسية واستراتيجية أي تحقيق النصر دون مواجهة تقليدية كاملة. (Nato Otan, 20024)

2. 3 – الفرق بين الحرب الناعمة والحرب النفسية:

الحرب النفسية **Psychological Warfare** هي استخدام ممنهج ومخطّط للدعاية، التضليل للتأثير على مشاعر ومعتقدات لإحداث اضطراب نفسي لدي فرد أو جماعة بحيث يضعف مقاومتهم أو يغيّر سلوكهم بطريقة تخدم أهداف الفاعل، فهي غالبا ما تكون مرتبطة

بالنزاعات والحروب التقليدية، وتستخدم العديد من الوسائل كالرسائل الدعائية، الإشاعات، وسائل الإعلام، بالإضافة إلى عمليات مباغتة سرية. (Encyclopedia Britannica, 2025)

وتعدّ الحرب النفسية جزء من الحرب الناعمة باعتبارها أداة من أدواتها، حيث ترتكز أكثر على استهداف الجانب النفسي المباشر، في حين تأخذ الحرب الناعمة بعدا أوسعا. إلاّ أنهما تتداخلان في بعض أساليب الحرب الناعمة كوسائل الإعلام أو الثقافة، فقد تُستخدم لأغراض الحرب النفسية، والحرب الناعمة معا، لكن تختلفان من حيث الجانب المُركّز عليه، الأسلوب، الهدف الزمني، وتتلّخص أهم الفروق الجوهرية بينهما كالاتي:

أ – من حيث الهدف:

تهدف الحرب الناعمة إلى إحداث تغيير دائم في المواقف والقيم والسلوك على المدى البعيد عبر الجذب والإغراء.

في حين تهدف الحرب النفسية إلى إحداث تغغير غالبا يكون مؤقت أو تكتيكي في المواقف والقيم والسلوك، مثل إضعاف الروح المعنوية أو زعزعة الاستقرار النفسي عند جمهور معيّن أو خصم معيّن في سياق معيّن.

ب – من حيث الأسلوب والوسائل:

تستخدم الحرب الناعمة وسائل متنوعة كالثقافة، وسائل الإعلام، القيم السياسية، السياسة الخارجية، المساعدات، التبادلات الثقافية والتعليمية ... الخ، بالاعتماد على أسلوب الجذب.

بينما تستخدم الحرب النفسية أساليب وأدوات تؤثر مباشرة على الأفكار والعواطف، كالدعاية، الإشاعات، التضليل، الخوف، الرسائل النفسية، العمليات النفسية.

ج – من حيث السياق الزمني:

تمتد الحرب الناعمة غالبا على مدى زمني طويل فهي لا تحتاج لوجود حالة صراع قائم، إذ يمكن أن تفعّل في السلام كجزء من استراتيجيات الدول لإدارة مصالحها بشكل سلمي.

في حين تمتد الحرب النفسية على مدى زمني محدد، إذ تفعّل في أوقات نشوب الصراعات، الأزمات والحروب، كأحد مكوّنات استراتيجية عسكرية أو أمنية تستهدف جمهورا معيّنا.

د – من حيث الوضوح:

غالبا ما تكون الحرب الناعمة أقلّ وضوحا، فالطرف المستهدف قد لا يدرك أنه تحت تأثير استراتيجية فاعل منافس له، لأن التأثير قد يكون غير مباشر ويعتمد على جاذبية مكونات النموذج كالقيم.

أما الحرب النفسية قد تكون أكثر وضوحا ومُدركة أكثر من الجمهور، فالرسالة أو الهدف النفسي من استراتيجية الحرب النفسية قد يظهر بشكل مباشر، خصوصا في الخطابات الحربية أو الدعاية العلنية.

هـ – من حيث التأثير والنتائج:

عادة ما تكون نتائج الحرب الناعمة بطيئة ومستمرة، إذ تعمل على إحداث تغييرات في التفضيلات الثقافية والسياسية وبناء الصورة النمطية، استقطاب الجماهير، بناء نفوذ طويل الأمد.

في حين تكون تأثيرات الحرب النفسية أكثر سرعة وشديدة، حيث يمكن أن تسبب فوضى نفسية واضطرابات كبيرة في معنويات الطرف المستهدف مما تدفعه لاتخاذ قرارات خاطئة وتؤدي إلى تراجع روحه القتالية وتضعف مقاومته.

4 – أدوات الحرب الناعمة:

تتنوع أدوات الحرب الناعمة ولكل واحدة استراتيجيتها الخاصة في التطبيق، حيث تشمل استخدام القوة الناعمة والضغوط الاقتصادية، الحرب السيبرانية، الاستراتيجيات الدبلوماسية ... الخ، فالحرب الناعمة تجمع بين مختلف أشكال القوة بما في ذلك القوة الصلبة لكن مع الحفاظ على مبدأها الأساسي وهو أنها ساحة معركة دون استخدام أسلحة عسكرية (الذخيرة الحية كالقنابل، الصواريخ، ..)، ولكن محرّكها الرئيسي هي تكنولوجيات الإعلام الاتصال التقليدية/الجديدة مدعومة بثلاثة عناصر وهي (العولمة والتدويل والعالمية) التي عملت على زيادة قوة تأثيرها ونفوذها على عقول الجماهير والتحكم في توجيه سلوكهم وبناء أجنداتهم، و ذلك من خلال السيطرة على الفضاء العمومي (المجال العام) داخل الكيان المستهدف، ويمكن تصنيفها إلى أربع فئات رئيسية:

1. 4 – أدوات حرب الأفكار والمعلومات (الحرب الإعلامية):

أ – مفهوم الحرب الإعلامية:

تشير الحرب الإعلامية إلى استخدام القنوات والمنصات الإعلامية المختلفة لتحقيق أهداف استراتيجية، وعادةً ما تنطوي على التلاعب بالإدراك العام والرأي العام ⊣، والغرض منها هو إلحاق ضرر دائم بجهات فاعلة معينة مثل الحكومات أو الشركات من خلال الدفع بأجندة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية. (PREVENCY, 2021)

– الجهات الفاعلة فيها (PREVENCY, 2021):

1. **الجهات الفاعلة السياسية:** الحكومات أو الأحزاب أو الوحدات العسكرية.

2. **الجهات الفاعلة الاقتصادية:** الشركات والمجموعات الصناعية.

3. جماعات المصالح الخاصة: جماعات الضغط والمنظمات الدينية، ... الخ.

4. الجهات الفاعلة المختلطة: الكيانات التي تسعى إلى تحقيق أهداف متعددة في وقت واحد.

ب – الفرق بين الحرب النفسية وحرب الأفكار والمعلومات:

لطالما رافقت الحرب الإعلامية والدعاية الحروب التي خاضتها الدول عبر تاريخ النزاعات الدولية، فقد كانت **الحرب النفسية و الدعاية** هي الشكل الأول للحروب الإعلامية الذي وُظِّف في الحروب التقليدية التي شهدها القرن العشرون، وكانت ألمانيا النازية والولايات المتحدة الأمريكية أبرز مثال على الاستخدام الاستراتيجي لوسائل الإعلام في شقها الصلب الذي ينطوي على نية صريحة للضغط على الجماهير لإجبارها على ممارسة السلوك الذي تسعى إليه الأطراف التي تمارِس التأثير، من خلال أساليب الترهيب و الإغراء ضمن الحروب التقليدية، **أولا:** كوسيلة للدعاية والتضليل لتشكيل الإدراك العام والسرديات، وذلك من أجل تعبئة الجماهير وكسب دعم الرأي العام الداخلي والشرعية للسياسة الخارجية (أهدافهم) لتبرير الحملات العسكرية التي تم شنّها لاحتلال مختلف المناطق في العالم.

ثانيا: كوسيلة لشن الحرب السيكولوجية أو النفسية. حيث عرّفت موسوعة المعطيات الحرة الحرب النفسية بأنها: "الاستعمال المخطط والممنهج للدعاية ومختلف الأساليب النفسية للتأثير على آراء ومشاعر وسلوكيات العدو بطريقة تسهّل الوصول للأهداف، كما أنها وسيلة مساعدة لتحقيق الإستراتيجية القومية للدولة". (حسن، 2018: ص 64)

أي الهجوم على الأهداف عن طريق توظيف أساليب نفسية لاستثارة رد فعل نفسي لدى الطرف المنافس بما يحقّق الهدف المخطط له، إذ يتم توظيف وسائل الاعلام لممارسة الدعاية السوداء ونشر الإشاعة والأخبار الكاذبة لترهيب وإضعاف عزيمة العدو، بهدف

تحطيم روحه وبث اليأس والشتات في صفوفه، مما يؤدي الى إضعافه ودفعه للاستسلام والرضوخ لأهداف الطرف المهاجِم.

لم يعد هذا الأسلوب للحرب الإعلامية استراتيجية فعالة لإدارة الصراعات الحديثة بسبب انتشار وسائط الاتصال الحديثة والإنترنت والعولمة التي جعلت الإعلام دولي وعالمي كونها ألغت الحواجز الجغرافية و القانونية والسلطوية أي احتكار الدولة و سيطرتها على وسائل الإعلام والمعلومة، بمعنى أن المتلقي أصبح يتلقى الأخبار ويتابع تطوّر الأحداث ويساهم في انتاجها وبثها ومناقشتها عبر الفضاء العام الافتراضي مع أي شخص في أي منطقة عبر العالم، ما أدى إلى ظهور فاعلين ونشطاء غير حكوميين (مواطنين، منظمات،...) يساهمون في بناء الرأي العام لتشكيل جمعات ضغط على الحكومات وغيّر أبجديات العملية الاتصالية وغيّر معايير المصداقية و النظام القيمي الذي يعطي الشرعية والسلطة للنظام السياسي و زعزع فاعلية استراتيجيات الإعلام التقليدية كدعاية والتظليل التي كانت تتحكم فيه الدول للسيطرة على الفضاء العمومي و لتوجيه الرأي العام.

أما في عصر الحروب الناعمة في القرن الحادي والعشرين أصبحت الحروب الإعلامية هي محرّك الصراعات الدولية الحديثة فهي أهم فاعل جيوسياسي في الحرب الناعمة، إذ تكتسي المعلومات في الحرب الناعمة أهمية كبيرة ولذلك يتم استخدام وسائل الاتصال التقليدية/الحديثة كالمحرّك الرئيسي لها **(كقوة ذكية)** كونها تنطوي على أسلوب ناعم وصلب في نفس الوقت مما يمنحها القدرة على مرافقة أي شكل من أشكال الحرب ، وذلك لشن حرب الأفكار والمعلومات عن طريق توظيف الدعاية والإشاعة والتضليل الإعلامي كشكل من أشكال الحرب النفسية لكن بأسلوب خفي وناعم ومتسلسل يحقق الأثر المنشود على المدى الطويل لدى الجمهور المستهدف لبناء أجندته و دفعه للقيام بالسلوك المخطط له.

تنطوي الحرب الإعلامية في الحرب الناعمة على التلاعب بالمعلومات لتحقيق أهداف سياسية أو عسكرية، وغالبًا ما يكون ذلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وشبكة الإعلام العالمية، حيث يتمثل دور وسائل الإعلام التقليدية/الحديثة في تشكيل الوعي العام (التمثلات الجيوسياسية) للتلاعب بالرأي العام والسيطرة على المجال العام، إذ تعمل المؤسسات الإعلامية على صناعة القصص الخبرية وتجزئتها وتأطيرها وفق قوالب إعلامية (سرديات ممنهجة للصراع).

حيث يتم التلاعب بالمعلومات أو تلفيقها للتأثير على الرأي العام محليًا ودوليًا، إذ تستهدف الحرب الناعمة التأثير على النُظم العقائدية والقيمية ومشاعر ودوافع ومنطق وسلوكيات الجمهور في المنطقة المستهدفة، تستعمل حرب الأفكار والمعلومات لانتزاع اعترافات أو تعزيز مواقف وسلوكيات تتناسب مع السياسة الخارجية للدولة المهاجمة، وتُستعمل أيضاً في إحباط المجتمعات وتيئيس الأفراد وتثبيط عزائمهم وإضعاف إرادتهم، وصولاً إلى تفريغ أي إنجاز لحكومة البلد المستهدَف من أهميته.

ج – أدواتها:

تُستخدم حرب الأفكار والمعلومات كسلاح استراتيجي في عصر ثورة المعلومات والاتصالات، للسيطرة على التمثلات الجيوسياسية (الأفكار، القيم، ... الخ) المتداولة عبر الفضاء العمومي لتخدير وعي وإدراك الجماهير للواقع الحقيقي وتوجيههم للتفاعل عن طريق العاطفة مع كل الأحداث والوقائع حسب ما تم التخطيط له من قبل حرّاس البوابة عبر بناء الرسائل الاتصالية.

وحسب ما أشار إليه Walzer Michael في كتابه " **Soft War The Ethics of Unarme Conflict**" فإن أساليب الحرب الناعمة تشمل الوسائل غير المسلحة كالحرب السيبرانية

والدعاية الإعلامية بالإضافة إلى المقاومة اللاعنفية (العصيان المدني والمقاطعة)، و فيما يلي أدوات حرب الأفكار والمعلومات (Walzer , 2017, p1):

*– **الدعاية والتضليل، التلاعب الإعلامي،** من خلال نشر معلومات كاذبة أو مضلّلة والشائعات، إذ تعتمد على وسائل الإعلام التقليدية (إذاعة، تلفزيون، ...)، بالإضافة إلى وسائط الإعلام والاتصال الحديثة كالمنصات الرقمية الخاصة ببث المحتوى والمواقع الإخبارية ... الخ، باستخدام مختلف تقنيات صناعة الأخبار لبناء القصص الخبرية أي سرديات الأحداث و تجزئة الأخبار للتحكم في توزيع التمثيلات الجيوسياسية (الرسائل، الأفكار، الرموز، ...) بما يحقّق التأثير المنشود لدى المتلقي، مما يدفعه للقيام بالسلوك الذي يحقق الأهداف الاستراتيجية للفاعل المهاجم.

***– الحرب السيبرانية:**

تنطوي الحرب السيبرانية على تكتيكات مثل التجسس والتخريب وسرقة المعلومات، ويشمل ذلك استخدام أساليب القرصنة والتلاعب بالمعلومات لعرقلة الخصوم أو التأثير عليهم دون مواجهة عسكرية، وغالباً ما تنفذّها جهات فاعلة تكون تابعة للدولة ترتبط بكيانات غير حكومية (منظمات وجمعات سرّية تضم أفراد يمتلكون مهارات ومعرفة واسعة في مجال أمن المعلومات).

وتعتبر الحرب السيبرانية إحدى التكتيكات الأساسية للحرب الناعمة، أين يقوم طرف بشن هجومات رقمية (القرصنة) على البنية التحتية الحيوية، والمواقع الإلكترونية الحكومية، والأنظمة المالية، وغيرها من الأهداف الحساسة لتعطيل الأنشطة التي تقوم بها مؤسسات الدولة المعادية وخلق الفوضى.

كما يمكن دمج الحرب السيبرانية مع حرب المعلومات والأفكار للتلاعب بالمعلومات والتضليل الإعلامي عبر نشر الأخبار والمعلومات الكاذبة (الذباب الالكتروني) عبر المواقع ومنصات وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وهي استراتيجية تهدف إلى تزييف الحقائق والوقائع وتشويه صورة (رئيس، حكومة، شركة، ...الخ)، للتأثير على أفراد أو مجموعات محدّدة وذلك لإشعال الفتن وإسقاط الأنظمة من خلال تحريض الرأي العام على العصيان باستعمال مجموعة من الأدوات والتقنيات كالناشطين (كجهات غير حكومية) أو صفحات وهمية (كجهات إعلامية).

***– أمثلة على الحرب الإعلامية في عصر الحروب الناعمة:**

الربيع العربي: لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورًا حاسمًا في الحرب الناعمة التي شنّتها الولايات المتحدة الأمريكية ضد الدول العربية لحشد الاحتجاجات ونشر المعلومات خلال انتفاضات الربيع العربي.

الأزمة الأوكرانية: استخدمت روسيا مجموعة متنوعة من تكتيكات الحرب الإعلامية، بما في ذلك حملات التضليل الإعلامي ووسائل الإعلام التي تسيطر عليها الدولة، لتبرير أفعالها وتقويض الدعم الغربي لأوكرانيا.

جائحة كوفيد–19: شهدت الجائحة زيادة في المعلومات المضلّلة والكاذبة المتعلقة بالفيروس وأصوله وخيارات العلاج.

2. 4 – أدوات الضغط الدبلوماسي:

تستعين الحرب الناعمة بالأدوات السياسية والدبلوماسية التقليدية (العزلة والتفاوض وبناء التحالف... الخ) من أجل الضغط على المنافسين (دولة أو جهة فاعلة غير حكومية) وإجبارهم على قبول السياسة الخارجية للفاعل الذي يمارِس الضغط الديبلوماسي.

ومن أبرز أدوات الضغط الدبلوماسي ما يلي:

أ – الحرب القانونية:

إن استخدام الآليات القانونية والقانون الدولي للضغط على الخصوم أداة أخرى في ترسانة الحرب الناعمة، إذ يستعين الفاعلون الدوليون بنفوذهم في المنظمات الدولية من أجل تبرير وكسب الشرعية الدولية لموقفهم وأفعالهم تجاه فاعل آخر كوسيلة لممارسة أحد أشكال الضغط الدبلوماسي للتأثير على سلوكه بما يضمن تحقيق الأهداف الاستراتيجية دون الدخول في حرب عسكرية، و لكن هذه التكتيكات لا تنجح لوحدها دون الاستعانة بالمحرك الأساسي للحرب الناعمة، إذ لابد من الاستعانة بوسائل الإعلام التقليدية/الحديثة لشن حرب إعلامية دعائية لتشويه صورة الدولة المستهدَفة وكسب تأييد الرأي العام العالمي أو التأثير على الرأي العام داخلها لدفعهم لدعم سياسة الطرف المهاجِم .

وفيما يلي بعض أشكال الضغط الدبلوماسي التي تنطوي بشكل غير مباشر على القسرية:

ب – العزلة الدبلوماسية:

تشير إلى الإقصاء الدولي لدولة ما أي منعها من المشاركة في المنظمات الدولية ومؤتمرات القمة والاتفاقيات الدولية، وتشجيع الدول الأخرى على المقاطعة الدبلوماسية للدولة المستهدَفة وتجنب الاتصال أو التعاون الرسمي معها.

بمعنى الاستبعاد أو التهميش المتعمَّد لدولة ما من العلاقات الدولية والتعاون والمشاركة في الشؤون العالمية. ويعتبر هذا من أبرز تكتيكات الحرب الناعمة، يُستخدم لإضعاف موقف الخصم ونفوذه.

ج – الدعم المالي والعسكري للجماعات المعارضة:

في بعض الحالات، قد تدعم دولة ما جماعات المعارضة في دولة أخرى بهدف إضعاف النظام الحاكم.

د – العقوبات الاقتصادية:

العقوبات الاقتصادية هي أداة أساسية للضغط الدبلوماسي في الحرب الناعمة. وهي تهدف إلى ممارسة الضغط على الدول من خلال تقييد التجارة والسفر والمعاملات المالية. (Miyata, 2021)

مثال: العقوبات الاقتصادية التي فرضتها الولايات المتحدة الأمريكية وحلفاؤها على إيران لإجبارها على التخلي على برنامجها النووي.

– **بناء التحالفات:** تشكيل تحالفات مع دول أخرى لممارسة ضغط جماعي على الطرف المستهدَف.

3. 4 – أدوات الحرب الاقتصادية:

حسب الموسوعة البريطانية **Britannica** فإن الحرب الاقتصادية تشمل ما يلي (Britannica, n.d) :

أ – الضغط الاقتصادي:

يشير إلى الحد من العلاقات التجارية وفرض العقوبات لتقييد التفاعلات الاقتصادية لبلد ما مع بقية العالم، بهدف عزل الدولة المستهدَفة ماليا لقطع إمكانية وصولها إلى الأنظمة والأسواق المالية الدولية.

وذلك بهدف إضعاف اقتصاد الدولة المنافسة وإعاقة التنمية فيها، وذلك لإجبارها للخضوع لأهداف ومصالح الدولة المهاجمة.

ب – التلاعب المالي:

يشير التلاعب المالي في الحرب الناعمة إلى استخدام الأدوات المالية والسياسات الاقتصادية والمعلومات المتعلّقة بالتمويل لتحقيق الأهداف الاستراتيجية دون مواجهة عسكرية مباشرة، هذه الإستراتيجية تعزّز قوة المال والمعلومات للتأثير على النتائج في مختلف المجالات. (Jaafar, 2016)

فالتلاعب المالي أداة قوية من أدوات الحرب الناعمة، إذ تُستخدم للتأثير على الاستقرار الاقتصادي والسياسي لبلد أو منطقة مستهدَفة، تُوظَّف فيها أدوات واستراتيجيات مالية لتحقيق أهداف محدّدة.

فيما يلي بعض الأدوات الرئيسة المستخدمة في التلاعب المالي:

* **التلاعب بالعملة** : تغيير أسعار الصرف أو السياسات النقدية لاكتساب مزايا تنافسية.

* **اللوائح المالية:** تنفيذ السياسات التي تحابي جهات فاعلة أو صناعات معيّنة على حساب جهات أخرى.

* **حرب المعلومات:** نشر معلومات مضلّلة أو معلومات متحيّزة حول المسائل المالية للتأثير على الآراء.

* **تهريب رؤوس الأموال:** تشجيع أو حث عملاء على اختلاس رأس المال من البلد المستهدَف وإيداعه في بنوك ومصارف البلد المهاجِم، مما يؤدي إلى عدم الاستقرار الاقتصادي والاضطرابات السياسية المحتملة.

تهدف الحرب الناعمة من خلال التلاعب المالي إلى ما يلي (Jaafar, 2016):

تشكيل الرأي العام: التأثير على كيفية إدراك الناس للقضايا والسياسات الاقتصادية.

التأثير على القرارات السياسية: الضغط على الحكومات لتبني سياسات مواتية أو اتخاذ إجراءات محدّدة.

اكتساب مزايا اقتصادية: استخدام الأدوات المالية للتغلّب على المنافسين أو الخصوم.

إضعاف قوة الخصوم: إضعاف الخصوم من خلال الوسائل الاقتصادية دون مواجهة عسكرية مباشرة.

ج – الحروب التجارية:

تتشابك الحرب التجارية والحرب الناعمة في الصراعات الجيوسياسية الحديثة، اذ يستوجب النصر الساحق على المنافسين استراتيجيات حربية متعددة، مما يخلق ساحة معركة معقّدة ومتعددة الأوجه، فالحرب التجارية تنطوي على تكتيكات اقتصادية مباشرة مثل التعريفات الجمركية والعقوبات، في حين أن الحرب الناعمة تستخدم استراتيجيات غير مباشرة وسرية في كثير من الأحيان للتأثير على سلوك الطرف المستهدَف وتشكيل أجندته لبلوغ النتائج المخطط لها.

وتشير الحرب التجارية إلى قيام دولة ما بالانتقام من دولة أخرى عن طريق زيادة التعريفات الجمركية على الواردات أو فرض قيود أخرى على واردات الدولة الأخرى. وعادة ما تُعتبر الحروب التجارية من الآثار الجانبية للحمائية. وتشير الحمائية إلى الإجراءات والسياسات الحكومية التي تقيّد التجارة الدولية. وعادة ما يتخذ بلد ما إجراءات حمائية لحماية الشركات والوظائف المحلية من المنافسة الأجنبية. (CHEN, 2024)

الرد بالمثل: عندما يفرض أحد البلدان تعريفات جمركية على بلد ما، غالبًا ما يردّ البلد المتضرر بتدابير مماثلة، مما يؤدي إلى دورة من التصعيد. (CHEN, 2024)

بمعنى أن الحرب التجارية تندلع عندما يتم المساس بمصالح شركات بلد ما بسبب شركات بلد منافس، فتمارس الشركات متعددة الجنسيات ضغطا على الحكومات لتتخذ إجراءات للردّ عليها وحماية مصالحهم المشتركة، فتتدخل الحكومة لحمايتها عن طريق إعلان الحرب التجارية على الدولة المنافسة، تحت مظلة حماية المصالح والاقتصاد الوطني لكسب الشرعية أمام المجتمع الدولي باعتبارها خرقت قوانين السوق الدولية الحرة من خلال ممارسات تجارية غير عادلة (مثل سرقة الملكية الفكرية أو الدعم المقدّم للشركات المملوكة للدولة). وهذا التكتيك يعتبر أحد تكتيكات الحرب الناعمة لإضعاف اقتصاد الدول المنافسة وكسر نفوذها في السوق العالمية. فالنظام السياسي والاقتصادي الرأسمالي المتوحّش يفرض على الحكومات أن تسنّ قوانين وتتخذ التدابير والإجراءات المناسبة لتسهيل ودعم النشطات الصناعية والتجارية لهذه الشركات وضمان تحقيقها لأهدافها في أي منطقة في العالم بكل الطرق مهما كانت، كشنّ الحروب أو اشعال فتيلها، إذ هناك علاقة متينة بين رجال السياسة ومالكي الشركات (الجمعات المهيمِنة)، اذ تجعل الحكومات من مصالح هذه الشركات أهدافا لسياساتها الداخلية والخارجية.

مثال: الحرب التجارية بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين: تضمّنت هذه الحرب التجارية المستمرة فرض رسوم جمركية على مليارات الدولارات من السلع المتداولة بين البلدين، والتي تحولت الى حرب ناعمة متعددة الأبعاد (سياسي، اقتصادي، اعلامي، ... الخ)، فكلا البلدين يتصارعان على مناطق النفوذ وذلك لحماية مصالح اللوبيات وجمعات الضغط (مُلّاك الشركات العملاقة متعددة الجنسيات).

بدأت الحرب التجارية بين الصين وأمريكا، أثناء ترشّح الرئيس دونالد ترامب للرئاسة في عام 2016، الذي وعد بإعادة وظائف التصنيع إلى الولايات المتحدة والتي تم الاستعانة بمصادر خارجية فيها، مثل الصين والهند. وبعد انتخابه، وفي أوائل عام 2018، شرع

في حملة حمائية، لا سيما ضد الصين، مهددًا بفرض غرامة كبيرة على الصين بسبب مزاعم سرقة الملكية الفكرية والتعريفات الجمركية الكبيرة. وقد ردّت الصين بفرض ضريبة بنسبة 25% على أكثر من 100 منتج أمريكي، واستمر الصراع بين البلدين، على الرغم من أن الصين ردت بفرض رسوم جمركية من جانبها، إلاّ أن الرسوم الأمريكية كان لها تأثير على الاقتصاد الصيني، مما أضرّ بالمصنعين وتسبب في تباطؤ الاقتصاد الصيني. في ديسمبر، اتفقت كل دولة على وقف فرض أي ضرائب جديدة، واستمر وقف حرب الرسوم الجمركية حتى عام 2019. الاّ أن الحرب اندلعت من جديد بسبب رفض الصين الامتثال لمطالب أمريكا. ربما أدركت الولايات المتحدة والصين أن هذا الأمر كان مدمرًا للطرفين، فوافقتا على صفقة تجارية تم توقيعها في 15 يناير 2020. (CHEN, 2024)

إلاّ أن الحرب الناعمة بين الطرفين انتقلت إلى البعد الناعم عبر الفضاءات الإعلامية، لتجنّب تصاعد وتيرة النزاع بين العملاقين وتجنّبا لوقاع صدام عسكري مباشر بينهما، وإكمال اللعبة وفق قواعد القوة الناعمة، مادامت الولايات المتحدة الأمريكية لم تكف عن شن حروب تجارية ضد الصين، فقد تم إحياء الحرب التجارية بين البلدين في فيفري 2025 بعد تولّي دونالد ترامب الرئاسة.

4. 4 – أدوات الحرب الثقافية أو النماذج:

أ – القوة الناعمة كمحرّك أساسي للحرب الناعمة:

يعتمد هذا الشكل من الحرب الناعمة على الثقافة (النخبوية، الشعبية) والتراث الثقافي (المادي وغير المادي) للدول والحضارات كمورد للقوة لاختراق المنافسين ثقافيا، عن طريق تفعيل استراتيجية القوة الناعمة **Soft Power** مما يضمن تحقيق الأهداف المسطّرة و ذلك عن طريق التأثير الثقافي على أفراد المجتمع المستهدَف، من خلال غرس تمثيلات (القيم، الأفكار، رموز، ... الخ) معيّنة في عقول النخبة و العامة، تخدم مصالح و أهداف الفاعل

الذي يمارِس الهجوم ، فالحرب الناعمة **soft warfare** هي حرب الفكر والوعي والهويات، بينما القوة الناعمة **Soft Power** تجسّد قوتها و سلاحها لاكتساح عقول الجماهير الساذجة والمقهورة التي تتعرّض للاستبداد وتعاني من الفقر والبطالة ومن الآفات الاجتماعية، فهذه الاستراتيجية تخاطب الشعوب (الشباب) و ليس الحكومات.

فعملية السيطرة على النخبة والنفوذ لأجل النفوذ إلى العملية السياسية له معادلاته وقواعد، حيث أن النخبة في أي مجتمع لا تزيد عن 1 % وفق أقصى التقديرات، وضمن هذه النسبة الضئيلة أيضاً يوجد نخبة النخبة بنسبة 1 % من أصل 1%، فيما تلتحق الغالبية الساحقة من مجموع الرأي العام باتجاهات نخبة النخبة، ويكفي التلاعب الناجح بجزء من نخبة النخبة لدفع المجموع نحو اتجاهات وسيناريوهات محدّدة، ... والسيطرة من خلالها على المجال الفكري والثقافي والسياسي والميداني أي السيطرة على طوبغرافيا المجال العام وقيادة النخبة. (حسن، 2018: ص 23 – 25)

فالتأثير الثقافي عنصر أساسي في "**الحرب الناعمة**"، فهو يمكّن الدول من ممارسة تأثير غير مباشر وغير متكافئ على الدول الأخرى، دون اللجوء إلى القوة العسكرية، فالثقافة تُستعمل لجذب وإقناع الأمم الأخرى والتأثير عليها، وتمكّن من إنشاء روابط مع النخب والشعوب الأجنبية، فجاذبية النموذج الثقافي لإحدى الدول يمكن أن يؤثر على الدول الأخرى. (Rouiaï, 2018)

إذ يقتصر التنافس والصراع بين الفاعلين الدوليين في إطار الحرب الناعمة (الثقافية) في القدرة على **جذب** أكبر عدد من المعجبين **Fans** (العملاء) عن طريق التسويق للصورة الإيجابية لنموذجهم الحضاري والثقافي (القيم، العادات و التقاليد، الأدب،... الخ) و ذلك للنجاح في التسلّل الثقافي إلى المجتمعات المستهدفَة، وبالتالي كسب أكبر قاعدة جماهرية من المعجبين والمتأثرين بمختلف الجوانب الثقافية وذلك **لصناعة الإذعان**، مما يتيح للفاعل

المهاجم **وضع جدول أعمال الفاعل** المستهدف و دفعه لممارسة السلوك وفق ما خطّط له، من خلال التأثير على المخيال الجمعي (الذاكرة الجماعية) الذي يتحكّم في سلوك (موقف، اتجاه) أفراد المجتمع المستهدَف ودفعهم لبناء أولوياتهم بما يتوافق مع جدول أعمال السياسة الخارجية للفاعل المهاجِم، مثال النجاح في **صناعة إجماع** الرأي العام المحلي والدولي، و كسب الشرعية لأهدافه في المنطقة المستهدَفة.

فالتأثير الثقافي هو عنصر أساسي من عناصر القوة الناعمة ويلعب دوراً هاماً في استراتيجيات الحرب الناعمة، حيث يستمد فاعليته وقدرته على تشكيل التصوّرات والتأثير على سلوك شعوب الفاعلين الآخرين، من الأصول الثقافية للدولة، مثل لغتها وفنونها وموسيقاها ومطبخها وقيمها... الخ

تحلّ "الحرب الناعمة" في السياق الحالي بشكل متزايد محلّ المواجهة العسكرية المباشرة بين القوى الكبرى، على سبيل المثال: تعتمد العلاقات بين الولايات المتحدة والصين على توظيف القوة الناعمة بالتركيز على الثقافة والاقتصاد أكثر من اعتمادها على القوة العسكرية، كون البلدين يُعتبران من القوى العظمى التي تمتلك أسلحة فتاكة كالأسلحة النووية وبنية تحتية قوية للاتصالات والعلوم، الأمر الذي يجعل كلا الطرفين حذر في التعامل مع الأخر.

ب – تعريف القوة الناعمة "Power Soft":

يُعرّف قاموس اللغة الإنجليزية لجامعة كامبردج القوة الناعمة على أنها استخدام النفوذ الثقافي والاقتصادي لبلد ما لإقناع البلدان الأخرى بفعل شيء ما، بدلا من استخدام القوة العسكرية. (Cambridge dictionary)

أشار جوزيف ناي إلى أن القوة الناعمة شكل من أشكال القوة الوطنية التي تقوم على الجاذبية الفكرية والثقافية، والتي يتم استخدامها عن قصد أو عن غير قصد من قبل الجهات الفاعلة في العلاقات الدولية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية. (Nye,2019)

ويُعرّفها جوزيف ناي على أنها " في جوهرها قدرة أمة معيّنة على التأثير في أمم أخرى وتوجيه خياراتها العامة، وذلك استنادا إلى جاذبية نظامها الاجتماعي والثقافي ومنظومة قيمها ومؤسساتها بدل الاعتماد على الإكراه أو التهديد ". (فياض، 2022)

إذا كانت القوة تعني القدرة على الحصول (أو التأثير بشكل مباشر) على النتائج التي يريدها المرء من الآخرين (بشكل أساسي عن طريق الإكراه أو الإغراءات)، فإن القوة الناعمة هي "القدرة على تشكيل تفضيلات الآخرين" إذا أراد "الآخرون" نفس الشيء لأننا نتشارك نفس النظرة للعالم والثقافة، فيمكننا تجنيد قوتهم في تحقيق "هدفنا". (Matteucci, 2024)

وعليه فإن القوة الناعمة حسب **Nye** هي القدرة على الجذب والإقناع بدلا من الإكراه بالإضافة إلى وضع أجندة أعمال الآخرين من خلال خلق صورة إيجابية والتسويق لها وتحقيق الجاذبية الشعبية.

ج – أنماط القوة الناعمة:

حدّد **Nye** أنماط القوة الناعمة كالاتي (بكاكرة وسخري، 2018: ص 170):

* **الجاذبية Attraction:**

ويشير إلى جذب الانتباه إما بطريقة سلبية أو إيجابية، وعالج ناي حالة الانجذاب بين أطراف غير متماثلين في القوة، ورأى أن تبنّي طرف في هذه الحالة لاستخدام القوة الصلبة سيؤدي إلى التأثر **Vulnerability** بالنسبة للطرف الآخر.

*** الإقناع Persuasion:**

تُستخدم أدوات القوة الناعمة للتأثير في معتقدات الآخرين وردود أفعالهم، دون اللجوء إلى استخدام القوة القسرية، وتزداد قوة الإقناع لدى الدول كلّما امتلكت قياداتها كاريزما وتمتعت بالشرعية والسمعة الجيدة في نظر الرأي العام الدولي، وكانت أهدافها واضحة ومشروعة.

*** وضع جدول الأعمال Setting Agenda:**

تحديد أولويات الفاعلين (المنافسين) الأخرين، بما يخدم أو يتفق مع الأهداف الاستراتيجية للدولة التي تمارِس الهجوم (التأثير).

ويرى جوزيف ناي أن للقوة الناعمة أبعادًا ثلاثة هي (عبد الحي، 2013) :

– دفع الآخرين للقيام بما لا يرغبون في القيام به.

– جعل الآخرين يضعون أولوياتهم وتفضيلاتهم طبقًا لما تريد.

– القدرة على خلق وتشكيل إدراك وعقائد الآخرين دون إدراكهم أنك تفعل بهم ذلك.

د – علاقة القوة الناعمة والحرب الناعمة بالعولمة والتدويل والعالمية:

إن نجاح استخدام القوة الناعمة **"Power Soft"** يعتمد اعتماداً كبيراً على **سمعة الفاعل** داخل المجتمع الدولي، فضلاً عن **تدفق المعلومات** بين الفاعلين الدوليين، فمن يمتلك المعلومة هو الأقوى، لذلك فالذي يتحكّم في البنية التحتية للاتصالات السلكية واللاسلكية أي **القوة الافتراضية** فهو يتحكّم في توزيع ومراقبة المعلومات وبإمكانه شلّ بلدان كاملة في حالة حدوث أي خلل في شبكة الاتصالات، كما تُعتبر البنية التحتية ضرورية لعمل وسائل الإعلام التي تعتبر الفاعل الجيوسياسي الأساسي لإدارة الحرب الناعمة.

فالتحالف بين قطاع الإعلام والاتصالات نتُج عنه أربع ظواهر والتي تعتبر العوامل الأساسية التي خلقت الظروف والوسط المناسب لظهور مفهوم القوة الناعمة ومن ثَمّ الحرب الناعمة، وهي كالاتي:

– العولمة Globalisation:

تشير إلى هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على جميع القطاعات: الإعلام، السياسة، الاقتصاد، الثقافة.

– التدويل Internationalisation:

الانفتاح على العالم والتفاعل مع الفاعليين على الساحة الدولية، مثلا إنشاء قنوات دولية ناطقة بعدة لغات لمخاطبة باقي الشعوب.

– القرية العالمية أو الكونية Mondialisation:

يشير إلى تقارب الثقافات والشكل الجديد للعالم بفضل استخدامات الوسائط الجديدة للاتصال.

– عبور أو اختراق للحدود الوطنية Transnationalisation:

ويعني إلغاء الحدود بين الدول بفضل تطوّر تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن طريق التبادل الحر للمحتوى الإعلامي.

فالعولمة تعتمد بالأساس على البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات وعلى الخصائص الفريدة للإنترنت التي تجمع خصائص كل وسائل الإعلام التي سبقتها بالإضافة إلى تلك الخاصة بها، والتي زادت من قوة تأثير وسائل الاتصال على الرأي العام وتوجيهه حسب ما يريده المتلاعبون بالعقول، فقد تم التخطيط لتحويل العالم إلى قرية عالمية ثم إلى حجرة

شفافة أين أصبح الجميع (إنسانا عاريا) معروفين و مكشوفين لدى الآخرين، أي أن نقاط ضعف وقوة الدول معروفة لدى صنّاع القرار و مراكز العمليات في الدول الكبرى، الأمر الذي يتيح لهم سهولة تحديد نوع التكتيك والأدوات المناسبة لتحقيق التأثير المنشود في سلوك الطرف المستهدَف وتحقيق الأهداف في منطقة معيّنة في إطار الحرب الناعمة دون اللجوء إلى استخدام الأسلحة العسكرية.

والهدف الأساسي للعولمة (**Globalization**) الإعلامية والثقافية وتدويل وسائل الإعلام هو الهيمنة على العالم وجعل جميع شعوب العالم تابعة لنموذج واحد أي الأمريكي، فبعد نهاية الحرب الباردة أصبح النموذج الأمريكي الرأسمالي الليبيرالي هو المسيطر، لذلك فقد تم اعتبار العولمة أنها تشير إلى هيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على العالم في جميع المجالات، بالإضافة إلى تدويل (**Internationalization**) وسائل الإعلام عن طريق إنشاء القنوات الفضائية، إلاّ أن الأمر تغيّر في القرن الحادي والعشرين، فقد ظهرت نماذج قوية تنافس النموذج الأمريكي على الهيمنة على العالم وذلك نتيجة تحوّل العالم إلى فضاء مفتوح بلا قيود بفضل الإنترنت ووسائط الاتصال الجديدة، وبالتالي أصبحت العولمة تشير إلى نشر الثقافات السائدة في جميع أنحاء العالم كقوة ناعمة من أجل تحقيق الهيمنة على العالم في إطار الحرب الناعمة، وهكذا ترتبط فاعلية القوة الناعمة **بالعولمة** أي انتشار استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة والإنترنت وتطبيقاتها في جميع أنحاء العالم، وزيادة تطبيق مبادئ الليبرالية الجديدة ونظرية القوة الناعمة في العلاقات الدولية.

جعلت ثورة المعلومات والاتصالات وسائل الإعلام ومضامينها سلاحا فعالا في حرب الوعي والعلم، يتم من خلاله التظليل والتلاعب بعقول الشعوب بشكل ممنهج وفعال أكثر من ذي قبل لصناعة الإجماع الدولي وكسب الشرعية لأهداف الفاعليين الدوليين.

إذ تعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال على إبراز وتقوية أشكال التأثير كالعولمة على الشعوب، بالتالي القوة الناعمة التي تُوظّفها الدول من أجل إحداث خلل في نظام القيم في مجتمع دولة أخرى. فمنذ ظهور وسائل الإعلام كالسينما والتلفزيون ... الخ، لم يتوقّف الإنتاج الثقافي (الصناعات الثقافية) بل ازداد قوة وحجما وانتشارا خاصة في العصر الحالي أي في البيئة الرقمية، فقد أدركت الدول الكبرى والصاعدة وحتى تلك التي تسعى لفرض وجودها كفاعل على الساحة الدولية أهمية الثقافة كسلاح للنجاح في السياسة الخارجية وإدارة الصراع والتنافس في خضم النظام الدولي الحالي المتغيّر باستمرار، تكيّفا مع التطورات التي تحدثها تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وذلك كوسيلة هجومية/دفاعية لشن/لصد الهجمات ضد الجهات المنافسة، من خلال استعمال منتجات الصناعات الثقافية والاتصال الترفيهي من أجل إحداث خلل في النظام القيمي الثقافي والاجتماعي (المساس بالهوية) للعدو من خلال التأثير على أذواق الجمهور وسلوكهم (خلق التبعية)، أو من أجل حماية وصيانة المخيال الجمعي للمجتمع لإحباط مخططات المنافسين للمساس بالأمن الثقافي والمجتمعي للدولة .

يُعدّ المركّب الذي ينتج عن اندماج الثقافة ووسائل الإعلام الكلاسكية/الرقمية أي **الدبلوماسية الثقافية والديبلوماسية الرقمية** من أقوى تكتيكات القوة الناعمة للدول، التي تتيح نشر أحد مكوّنات النموذج كاللغة الوطنية عالميا، أو مجموعة معيّنة من العناصر النموذجية (كاللباس، الطعام، الأدب، ... الخ) التي تتمتع بها الأمم، وبالتالي فهي لديها الكثير من مصادر ووسائل القوة الناعمة والتي تعدّ مصدر إلهام للآخرين، والتي يتم استخدامها عبر عدّة استراتيجيات وتكتيكات لإحداث التأثير الثقافي لدى شعب الدولة المستهدفة من خلال:

الغزو الثقافي: إدخال الثقافات الأجنبية لتقويض الهويات المحلية.

عولمة الثقافة: نشر الثقافات المهيمنة والسائدة في جميع أنحاء العالم.

التحويل الثقافي: تغيير القيم والمعايير والمعتقدات في المجتمعات المستهدَفة.

وتعتمد القوة الناعمة على التسويق لا الدعاية لتجسيدها، إذ تعمل هذه الاستراتيجية على جذب أكبر عدد من الجماهير المعجبة بنموذج دولة ما وذلك لخلق أتباع **(قوة مدنية)** في البلدان المستهدَفة مستعدّين للدفاع عن مصالح الدولة التي تمارِس التأثير داخل بلدانهم، وبالتالي تتجنب هذه الأمة الحاجة إلى تحمّل الكثير من النفقات والتكاليف الباهظة كثمن استخدام القوة الصلبة.

هـ – أدوات القوة الناعمة:

تعني القوة الناعمة حسب جوزيف ناي **Joseph Nye** هي القدرة على تفعيل سلوك الجاذبية لدى الطرف المستهدف للتأثير على أولوياته، من أجل دفعه لفعل ما تريده دون أن يدرك ذلك أي وضع جدول أعماله بما يحقق النتائج المتوخاة أي الانتصار عليه، بعبارة أخرى هي قدرة دولة على جذب الآخرين وإقناعهم بوجهة نظرها (شرعية أهدافها) دون الحاجة لإرغامهم، بالإضافة إلى التأثير على سلوكهم لتحقيق أهداف سياستها الخارجية من خلال كسر روح العدو عن طريق التحكم في **القوة المدنية** داخل المنطقة المستهدَفة، فالقوة الناعمة هي الوسيلة المثلى لتوجيه تفضيلات وخيارات الآخرين لتشكيل جدول أعمالهم السياسي وفق ما يريده الطرف الذي يمارس الهجوم.

تتطلّب عملية تحقيق النتائج المرجوة (الأهداف) خُططا إستراتيجية جيدة التصميم وقيادة بارعة، إذ يجب معرفة ما هي أفضل الوسائل التي تشكّل مصدرا للقوة ضمن سياق معيّن، فكل موقف له نوع خاص من الإستراتيجية ومورد ترتكز عليه موازين القوى وذلك وفق المعطيات الجيوسياسية للمنطقة المستهدَفة، وقد حدّد جوزيف ناي **Joseph Nye** مصادر

القوى الناعمة في ثلاثة أمور والتي يتم تطبيقها من خلال مجموعة من الأدوات والوسائل لتنفيذ هذه الاستراتيجية، حيث تعمل على مستوى الأفكار والقيم والثقافات، وتسعى إلى بناء علاقات إيجابية وطويلة الأمد مع الشعوب في المقام الأول و من ثَمّ الحكومات.

وفقا لجوزيف ناي، مبتكر هذا المفهوم، هناك ثلاثة مصادر أساسية للقوة الناعمة:

*. القيم السياسية.

*. الثقافة.

*. السياسة الخارجية.

تشمل هذه المصادر الثلاثة للقوة الناعمة جوانب مختلفة، بما في ذلك (Portland, 2017):

– التزام الحكومة بالحرية وحقوق الإنسان والديمقراطية.

– المخرجات الثقافية (ثقافة البوب والثقافة العالية).

– النموذج الاقتصادي وبيئة الأعمال.

– نظام التعليم ورأس المال البشري.

– الشبكة الدبلوماسية والمشاركة العالمية.

– البنية التحتية الرقمية وقدرات الدبلوماسية الرقمية.

ويتم تفعيل هذه المصادر الثلاثة للقوة الناعمة من خلال أدوات واستراتيجيات متنوعة، وهي تشمل ما يلي (CFR Education, 2023)

– الصادرات الثقافية (الموسيقى والأفلام والأدب ...).

– الدبلوماسية الرياضية.

– التبادلات التعليمية وبرامج الطلاب الدوليين.

– الدبلوماسية العامة والبث الدولي.

– المعونة الخارجية والمساعدة الإنمائية.

– الترويج السياحي.

– التعاون الدولي بشأن القضايا العالمية.

– الدبلوماسية الرقمية ومشاركة وسائل التواصل الاجتماعي.

– العلامات التجارية وإدارة الصور الوطنية.

– المشاركة في المنظمات والمنتديات الدولية.

وفيما يلي سنقوم بالتفصيل في كل مصدر من مصادر القوة الناعمة استنادا الى ما حدّده **Joseph Nye:**

*** . الأدوات السياسية (جاذبية القيم السياسية للنموذج):**

ويقصد بها جاذبية القيم السياسية (الإيديولوجية) للنموذج الذي تمثّله دولة أو حزب ... الخ لدى الآخرين.

فهي تبرز في السياسات الحكومية الوطنية المرتبطة بمدى تأكيد الديمقراطية واحترام حقوق الإنسان من عدمها، فكلّما كانت القيم والمبادئ التي بُنيت عليها الدساتير والقوانين التي تسير بها الشؤون الداخلية لبلد ما جذّابة ومثيرة للإعجاب كلّما دفع ذلك الآخرين (حكومات وشعوب الدول) للاقتداء به كنموذج ناجح وتطبيقه في بلدنها مما سيتيح للبلد المؤثر

التعمّق والتحكم في تسيير جميع القطاعات في البلدان المستهدَفة. (العباسي، 2023: ص 88 – 89)

فقد استعملت الولايات المتحدة الأمريكية القيم التي بُني عليها النموذج الرأسمالي كالديمقراطية والحرية وحقوق الإنسان وغيرها من الشعارات من أجل التأثير على الآخرين، وكان انتصارها في الحرب الباردة على النموذج الشيوعي الاشتراكي أكبر دليل على قوة وفاعلية الأفكار والقيم السياسية في تحقيق النصر على المنافسين.

فالسمعة الجيدة للفاعلين الدوليين تزيد من رصيد قوتهم الناعمة وفاعليتها في جذب واقناع الآخرين، حيث تبرز في السياسات الحكومية الوطنية المرتبطة بمدى تأكيد الديمقراطية واحترام حقوق الإنسان من عدمها على المستوى الداخلي والخارجي، فهذا ما يدفع الجماهير للإعجاب بنموذج الفاعل المؤثر ويولّد لديهم الرغبة في الاقتداء به، مما يمنحه القدرة على التأثير في سلوكهم وتوجيهه حسب ما يهدف إليه.

إذ يؤكد **Joseph Nye** أنه من الضروري عدم الاكتفاء بإعلان الديمقراطية وحقوق الإنسان وإنما من الضروري أيضا أن يكون هناك إيمان حقيقي بها ليعطيك القدرة على التأثير في الآخرين، لذا ينصح الإدارة الأمريكية بقوله: " إن كيفية سلوك أمريكا في الداخل يمكن أن توسع صورتها وإدراك شرعيتها. وهذا بدوره قد يساعد على تقدّم أغراض سياستها الخارجية، وليس معناه أن الآخرين يرغبون أو يحتاجون أن يصبحوا نسخا أمريكية". (العرداوي والعيساوي واخرون، 2018)

فقد مكنت جاذبية القيم السياسية للنموذج الأمريكي من فرض هيمنتها على العالم في جميع المجلات عن طريق تفصيل معالم النظام العالمي الجديد وفق مبادئ النظام الرأسمالي، وذلك نتيجة انجذاب وإعجاب دول العالم و تبنّيها له كنظام لحكم الدولة، الأمر الذي أعطى للولايات المتحدة الامريكية السلطة و القدرة على التحكم و التدخل في هذه

البلدان من منطلق أنها البطل المنقذ الذي سينقذ الشعوب من اضطهاد الأنظمة الدكتاتورية، إذ يتم إخضاع الدول لأهداف السياسة الخارجية الأمريكية عن طريق القوانين و اللوائح الدولية كحقوق الانسان والسوق الحر وغيرها من الاتفاقيات التي تسهر على تطبيقها المنظمات الدولية.

تعدّ المنظمات الدولية أي الوسائل السياسية واحدة من الوسائل المهمة لتنفيذ السياسة الخارجية، وقد انفردت بها الولايات المتحدة الأمريكية وأتاحت لها تنفيذ العديد من الخطط عبر مختلف مناطق العالم، فقد استعملتها من أجل إضفاء الشرعية الدولية على أهدافها القومية في المناطق المستهدَفة، بالطبع تم مرافقة ذلك بحرب إعلامية دعائية لتزييف الحقائق وتظليل الرأي العام الداخلي والخارجي لصناعة الاجماع الدولي ولحشد الدعم الدولي لمصالحها الاستراتيجية.

يخدم هذا الفرع من فروع القوة الناعمة الفرع الأهم والرئيسي وهو «المؤسسات الاقتصادية والسياسية» التي تتحكم فيها الولايات المتحدة، وهنا يحضرنا بالطبع البنك الدولي وصندوق النقد الدولي والاثنان يشكّلان معالم السياسة الاقتصادية العالمية، والاثنان تتحكم فيهما الولايات المتحدة بشكل شبه كامل، وبنك التنمية الآسيوي الذي تديره اليابان بتفاهمات دقيقة مع الولايات المتحدة بالطبع، ولذلك تحاول الصين تغيير ذلك عن طريق تغيير البنية العالمية الاقتصادية وصياغة مؤسسات جديدة. (عبد المنعم،2017)

لذلك سميت الحرب الناعمة بحرب النماذج لأن الدول الكبرى تسعى للفوز على منافسيها لفرض نموذجها (قيمها السياسية) على العالم كون النظام القيمي للمجتمع الدولي يستمد من طبيعة النظام السياسي للبلد المنتصر، أو على الأقل تحاول مجموعة من الدول التعاون على إنشاء تحالف لمواجهة هيمنة أحد الأقطاب. مثال: تم إنشاء مجموعة بريكس (BRIC) من قبل روسيا، الصين، البرازيل، الهند في 2009 من أجل كسر نظام الأحادية

القطبية أي هيمنة الولايات المتحدة على النظام الدولي في الشق الاقتصادي ومن ثَمّ انظم العديد كجنوب افريقيا لتصبح التسمية **(BRICS)**، ومؤخرا نجحت المجموعة في استقطاب العديد من الدول الأخرى للانضمام لها كمصر والسعودية ... الخ، ليصبح اسم المجموعة في 2024 **(**BRICS BRASIL, 2025**)**.

*** . شرعية السياسة الخارجية (الأدوات الإعلامية):**

يعتمد هذا الصنف من القوة الناعمة على وسائل الإعلام والاتصال في خلق جاذبية أهداف السياسة الخارجية للفاعلين الدوليين خاصة في الحرب الناعمة، أين يجب التعامل بحذر مع الجمهور في العصر الحالي لكيلا يخسروا سمعتهم الإيجابية في نظر الرأي العام الدولي، فأي خطأ في الحملة الإعلامية المرافقة لمشروع تحقيق الأهداف الاستراتيجية للفاعلين الدوليين في منطقة ما سيؤدي إلى المساس بجاذبية النموذج ككل نتيجة الفشل في كسب الشرعية الدولية، بسبب تغير طبيعة الجمهور في البيئة الافتراضية الذي لم يعد متلقيا سلبيا يتقبل الرسائل الاتصالية بسهولة بل أصبح متلقيا نشطا و فاعلا في عملية انتاج المحتوى ونشره، ويتمتع بالروح الناقدة ليناقش الأحداث و القضايا في الفضاء العام الافتراضي بعيدا عن القيود، بالإضافة إلى تطور و رسوخ التنظيمات الدولية غير الحكومية كجمعات ضغط على الفاعلين الدوليين.

فكلّما كانت السياسة الخارجية لدولة ما مشروعة لدى الرأي العام العالمي كلّما زادت قوة تأثيرها في إدارة العلاقات الدولية وبالتالي تحقيق أهدافها المسطرة، وفي هذا السياق فقد ذكر الرئيس السابق " بيل كلينتون" أن السياسة الخارجية الوحيدة التي يمكن أن يُكتب لها البقاء هي تلك التي تتمتع بمساندة الرأي العام، ويتم ذلك بمساندة وسائل الإعلام التي تلعب دورها كآلية لتوجيه هذا الرأي العام. (كعود، 2016: ص 71)

تمتلك وسائل الإعلام القدرة على التأثير وتوجيه وبناء وتعبئة الرأي العام نحو قضية من القضايا لتصبح من أولوياته (بناء الأجندة)، إذ تتيح لأحد الفاعلين على الساحة الدولية شن حرب إعلامية من خلال تغطيتها للأحداث باتّباع مختلف أساليب المعالجة الإعلامية، الدعاية أو التضليل أو التعتيم الإعلامي ...، لكسب الشرعية لأهداف سياسته الخارجية في منطقة معيّنة، فكل مؤسسة إعلامية تعالج القضايا وفق الزاوية التي تتماشى وخطها الافتتاحي الذي يحدّد أهدافها التي لا تخرج عن إطار أهداف السياسة الخارجية للدولة. والهدف من ذلك هو محاولة التأثير على اتجاهات الرأي العام بطريقة مباشرة، وذلك لصناعة الإجماع على المستوى الداخلي والخارجي مما يضفي صفة الشرعية على أهداف الدولة داخليا وخارجيا.

تزيد شرعية السياسة الخارجية من رصيد القوة الناعمة للبلد، لذلك تعمل الدول على تقوية وتطوير البنية التحتية لقطاع الإعلام والاتصال بشقيها التقليدي والالكتروني من أجل بناء رأي عام مؤيد أو معارض أو محايد تجاه قضية معيّنة، أي بناء التمثيلات الجيوسياسية التي تحدّد من جهة للجمهور الداخلي **صورة الذات** أي أن أهداف السياسة الخارجية لبلده تصبّ في مصلحته والمصالح الوطنية، ومن جهة أخرى بناء صورة الآخر الذي يهدّد الأمن القومي للبلاد مما يدفع الرأي العام ليتبنّي ودعم السياسة الخارجية للفاعل في منطقة معيّنة، وهكذا يتم صناعة الإجماع الداخلي.

تمكّن الفاعلون بفضل العولمة وتدويل وسائل الإعلام بفضل تكنولوجيا الاتصالات (الإنترنت وتطبيقاتها، الأقمار الصناعية ... الخ) من كسب الشرعية الدولية أي تأييد ودعم الرأي العام الدولي لأهداف سياساتهم الخارجية في مناطق النفوذ، يعود ذلك لتمتع وسائل الاتصال بالقدرة على التأثير على توجه الرأي العام والتحكم في سلوك الأفراد إزاء مختلف القضايا نظرا لتمتعها بقاعدة جماهرية كبيرة، وتعزّزت قوتها بفضل التطوّر في

تكنولوجيات الإعلام والاتصال ليصبح الاتصال دوليا، مما أتاح للعديد من أفراد المجتمع فرصة متابعة مجرى الأحداث و تطوراتها في مختلف أنحاء العالم في الوقت ذاته، وبالتالي تنجح الحملات الإعلامية في بناء تصورات و مواقف الشعوب و صناعة الإجماع الدولي وكسب الشرعية للأهداف الاستراتيجية، نتيجة تأثيرها على التمثيلات الجيوسياسية (مخيال) المجتمع الدولي، وذلك في وقت قصير باستخدام أساليب حرب الأفكار والمعلومات الإعلامية السيبرانية كالذباب الإلكتروني لنشر الأخبار الكاذبة لتزييف الوقائع وتشتيت تركيز الأفراد وبالتالي عدم قدرتهم على إدراك الحقائق في الوقت المناسب. مما يحقّق للفاعل الذي يمارس التأثير (الهجوم) بلوغ أهدافه الاستراتيجية وإخضاع الفاعل المنافس لإرادته وبالتالي النصر عليه واكتساب السلطة والنفوذ في المنطقة المستهدَفة.

*** . أدوات القوة الناعمة الثقافية:**

تعتمد أدوات القوة الناعمة الثقافية في إطار الحرب الناعمة على الدبلوماسية الثقافية التي ترتكز على جاذبية الثقافة والموروث الثقافي التي تتشكل منها نمذج الدول، وأدواتها الرئيسة (القيم، الثقافة، وسائل الاتصال التقليدية والجديدة، المؤسسات التعليمية، الدبلوماسية العامة، التبادل الثقافي، الصناعات الثقافية، الرياضة، ... الخ).

يعمل الفاعلون كالدول والشركات والمجتمع المدني على وضع سياسات وبرامج مختلفة تعتمد على تكتيكات وموارد معيّنة للقوة الناعمة تكون فعالة لتوليد سلوك الإعجاب والإنجذاب لدى الجماهير المستهدَفة، لأن موارد القوة الناعمة تكون في البداية خاملة بمعنى أن عامل جاذبيتها غير نشط، إذ يتم تفعيل واستثمار أدوات القوة الناعمة النشطة عن طريق وسائل الإعلام المختلفة أو التظاهرات الرياضية، السياحة ... الخ لتفعيل قوة الجذب لأحد موارد القوة الناعمة الخاملة من أجل تحقيق التأثير المنشود لدى الجمهور المستهدَف.

بالرغم من عدم وجود معادلة ثابتة حول كيفية تحويل واستثمار مصادر القوة الناعمة الخامدة (الثقافية) إلى قوة ناعمة فعالة في السياسة الخارجية إلاّ أن الحكومات وظّفتها في إطار الديبلوماسية العامة الناعمة أو الديبلوماسية الثقافية، وكانت الولايات المتحدة الأمريكية هي الرائدة في مجال تطبيق الديبلوماسية الثقافية والعامة الناعمة أي استخدام الثقافة في مجال السياسة. (العباسي، 2023: ص 88)

	مصادر القوة الناعمة غير النشطة		مصادر القوة الناعمة النشطة
	تراث	معاصر	أدوات ومجالات التفعيل
غير الملموسة			الأعمال الأكاديمية، العلمية، الثقافية، السياسية، العسكرية، التطوعية، الهجرة، السياحة... الخ
	المعارف والسلوك (الثقافة الحية) والثقافة بما في ذلك أشكال الفنون، التعليم، الفنون الشعبية، التاريخ، اللغة، القانون، الأدب، الفلسفة، السياسة، الأخبار، الدين، الطقوس، العلوم، وسائل التواصل الاجتماعي، الرياضة، التكنولوجيا الناعمة ... الخ	المعارف والسلوك (الثقافة الحية) والثقافة بما في ذلك أشكال الفنون، التعليم، الفنون الشعبية، التاريخ، اللغة، القانون، الأدب، الفلسفة، السياسة، الأخبار، الدين الطقوس، العلوم، وسائط التواصل الاجتماعي، الرياضة، التكنولوجيا الناعمة ... الخ	الشبكات الإعلامية الإلكترونية (بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي)
الملموسة	المواقع الأثرية والتاريخية ومنتجات الحرف اليدوية	كتب، المنتجات الثقافية المتاحف، موسيقى، أفلام، الناس	الصناعات الثقافية (بما في ذلك مستهلكو المنتجات الثقافية)

الجدول رقم (3): مصادر ومضاعفات القوة الناعمة الثقافية الخامدة والفعالة (Chitty , Ji, and others, 2017 : p26)

في هذا المجال يمكن تمييز شكلين من الثقافة التي تستهدف فئات خاصة من الجماهير وهي **الثقافة النخبوية بالإضافة إلى الثقافة الشعبية.** فالثقافة حسب إدوارد تايلور في كتابه " الثقافة البدائية " **Primitive Culture** (1871) هي "مجموعة العلوم والفنون والأفكار والمعتقدات والأخلاقيات والتعليمات والقوانين والآداب والرسوم وسائر التعليمات والعادات والتقاليد التي يكتسبها الانسان بوصفه أحد أفراد المجتمع. (العباسي، 2023: ص 89-90)

و**الثقافة النخبوية** تشمل الثقافة العليا للمجتمع : الأدب والفن، والتعليم التي تؤثر على النّخب، إذ تعتبر أداة فعالة من أدوات القوة الناعمة لاستهدف الجماهير النخبوية داخل المجتمعات المستهدَفة، ولذلك يجب الاهتمام بالأدوات التي يتم من خلالها تفعيل جاذبيتها كالمبادلات الأكاديمية، والعلمية، وبرامج صناعة القادة وغيرها من أدوات الديبلوماسية الثقافية، فهي تعمل على تسويق وغرس تمثلات (إيديولوجية، قيم، ...) نموذج الفاعلين، لجذب الجماهير للإعجاب به، ما يدفعها للدفاع عن مصالحهم في بلادهم، وهذا يعتبر أحد تكتيكات الحرب الناعمة لاختراق الكيانات المستهدَفة المتمثل في صناعة الناشطين (عملاء) يتم استخدامهم كقادة رأي للتأثير على أفراد المجتمع عبر الفضاء العمومي خاصة الافتراضي (عبر المنصات الرقمية)، أو يصبحون كقادة سياسيين لبلدانهم مستقبلا يعملون على رسم سياسات حكومة بلدانهم وفق ما يخدم مصالح البلد المؤثِّر.

ويتم استثمار وتفعيل قوة جذب **الثقافة النخبوية** عن طريق أدوات الديبلوماسية العامة (مختلف برامج التبادل الثقافي، وإقامة العروض الثقافية، ونشر تعليم اللغة وفتح المكاتب الثقافية والمؤسسات التعليمية بالإضافة إلى المنظمات غير الحكومية التي تسعى لنشر القيم الثقافية، السياسة، الاقتصادية في البلدان الأجنبية بالإضافة إلى تكوين قادة المستقبل عبر برامج التبادل الطلابي وتقديم المنح الجامعية الموجّهة للطلاب الأجانب والتي تحمل بعدا ثقافيا و إنسانيا تهدف إلى بناء جسور الصداقة مع مختلف الشعوب والثقافات المختلفة

بهدف رسم صورة جيّدة في أذهان الطلاب ليعودوا إلى بلدانهم محمّلين بالنوايا الحسنة تجاه البلدان التي استضافتهم وسيدافعون عن مصالحها في بلدانهم. (العباسي، 2023: ص 90)

في حين، تشمل الثقافة (الشعبية): الثقافة العامية (الجماهرية) للمجتمع: كالموسيقى الفلكلورية، اللباس، المطبخ، القصص الشعبية، ... الخ والتي تستهدف جميع فئات المجتمع، وتعتبر من أبرز أدوات التأثير الثقافي في الحرب الناعمة. فقد عرّفها مالك بن نبي بأنها " الجو المشتمل على أشياء ظاهرة، مثل الأوزان والألحان والحركات، وعلى أشياء باطنة، كالأذواق والعادات والتقاليد، بمعنى أنها الجو العام الذي يطبع أسلوب الحياة في مجتمع معيّن وسلوك الفرد فيه بطابع خاص، يختلف عن الطابع الذي نجده في حياة مجتمع آخر". (بن نبي: 2014، ص 147)

عندما تعمل **الثقافة الشعبية** ضمن السياق الصحيح يكون لها قوة تأثير جذابة وفعالة، فالسمات الأخلاقية للقوة الناعمة المستمدة دائمًا من التقاليد الأخلاقية والدينية والفلسفية ... الخ والتراث الشعبي من لباس وموسيقى ... الخ لمجتمع ما وحوارها المستمر مع الفكر السياسي، تُعتبر أقوى استراتيجية للتأثير وكسب إعجاب وانجذاب الجماهير الواسعة.

فقد أشار جوزيف ناي إلى أن الثقافة الجماهيرية ومنتجات الصناعة الثقافية التي وصفها في كتابه "**القوى الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الخارجية**" بالإمتاع الشعبي، كثيرا ما تحتوي على صور ورسائل لا شعورية عن الفردانية، حرية الخيار للمستهلك وقيم أخرى من قيم النظام الرأسمالي لها أثار سياسية، ويقصد هنا الأساطير الخمس التي تحدث عنها هربت شيلر في كتابه "**المتلاعبون بالعقول**" التي تجسّد تمثلات المخيال الجمعي الدولي، التي مكنّت صنّاع القرار من إحكام السيطرة على الرأي العام الداخلي والعالمي.

تفعل قوة جذب الثقافة الشعبية عبر أدوات **الديبلوماسية الثقافية** من خلال تسويق مكوّنات نموذج الفاعلين الدوليين لبناء صورة ذهنية إيجابية وجذابة عنها لدى الجمهور المستهدَف، فالحرب الناعمة الثقافية تعتمد على أدوات الديبلوماسية العامة التقليدية بشكل رئيسي لتفعيل استراتيجية القوة الناعمة، إذ يتم الترويج للفنون والموسيقى والأدب والمطبخ المحلي من خلال المهرجانات والمعارض والتبادل الثقافي. كما تعمل المراكز الثقافية التابعة للسفارات على تقديم دورات لغوية وتعزيز دراسة اللغة الوطنية للدول، مع إدراج المكوّنات الثقافية والحضارية من خلال البرامج التعليمية للتسويق لها.

كما تعتمد الديبلوماسية الثقافية على التصدير الإعلامي ونشر المحتوى الثقافي من خلال الصناعات الثقافية ووسائل الإعلام بجميع أنواعها، كونها تتمتع بخاصية الجماهرية أي أنها تستطيع الوصول لأكبر قدر ممكن من الجماهير، إذ يمكن توظيف الصورة عبر التلفزيون والسينما من أجل تمرير رسائل سياسية عن طريق الإيحاء من أجل تشويه صورة نموذج أحد الفاعلين المنافسين، مثال استخدام الولايات المتحدة الأمريكية لهوليود من أجل تشويه صورة النموذج العربي الإسلامي عبر بناء صور نمطية خاطئة من خلال توظيف مجموعة من التمثيلات الجيوسياسية (رموز، أفكار، دلائل، ...) للتأثير على موقف الرأي العام الدولي من سياستها الخارجية في منطقة الشرق الأوسط، أو التسويق لنموذج الفاعلين من أجل استقطاب المعجبين وإثارة مشاعر كالرغبة في الاقتداء بنموذج ما والنفور أو كره النموذج القائم في بلدانهم.

إذ تركز القوى الناعمة على البعد الثقافي من أجل إحداث تغييرات على المستويين السياسي والاجتماعي، فهي تعمل على إحداث تغيير في نظام القيم للجمهور المستهدف مما يؤدي إلى تغيير القيم والأفكار والقوانين والعادات ... التي تطبع سلوك الفرد داخل المجتمع

وخارجه. مثلا كإلغاء أسباب مشروعية نظام سياسي في بلد ما وإسقاطه وبهذا تتحقق أهداف السياسة الخارجية للدولة التي مارست التأثير. (العباسي، 2023: ص 91)

ولعل أبرز مثال هو جاذبية الثقافة الشعبية التي تعبّر عن نمط الحياة الأمريكية التي مكّنت أمريكا من تحقيق العديد من الإنجازات، فقد أكدت الدراسات أن هوليود قد ساهمت بشكل فعال في تحقيق نصر الولايات المتحدة الأمريكية في الحرب الباردة ، حيث تمكّنت من تفكيك الإتحاد السوفياتي وذلك عن طريق توظيف السينما لإحداث التأثير الثقافي لإلغاء أسباب مشروعية النظام الاشتراكي لدى شعوب الدول التابعة له ودفعها للمطالبة بالانفصال وتبنّي النظام الرأسمالي، إذ عملت الأفلام السينمائية الأمريكية على بناء تمثيلات تسوّق الصورة الإيجابية عن النموذج الغربي عن طريق إدراج مكوّنات الثقافة الشعبية الأمريكية المشبعة بقيم النظام الرأسمالي كالحرية والفردانية والرفاهية ... الخ التي أثارت اعجاب وانجذاب الجماهير (شعوب الإتحاد السوفياتي) نحو قيم ومبادئ النظام الرأسمالي الليبيرالي ودفعتهم إلى النفور من قيم ومبادئ النظام الاشتراكي الشيوعي.

فقوة الجاذبية بين الشعوب تحصل بتأثير الثقافة الشعبية أكثر من الثقافة العليا–الحكومية والنخبوية (القيم السياسية والسياسة الخارجية)، بالتالي فتعزيز جاذبية نموذج الدول من خلال بناء صورة ذهنية جيّدة عنه في أذهان الشعوب الأخرى من خلال المزج بين فاعلية الثقافة النخبوية والثقافة الشعبية، مهم جدا لتحقيق الجاذبية الثقافية الشاملة، مما يتيح للفاعلين إمكانية أكبر للتأثير على معتقدات وقيم والهوية الثقافية لشعوب الدول المستهدفة لدفعهم للقيام بالسلوك الذي يحقق أهداف سياستها الخارجية.

د – الديبلوماسية العامة الرقمية:

عرف قاموس مصطلحات العلاقات الدولية الدبلوماسية العامة: بأنها البرامج المدعومة من قبل الحكومة للتأثير على الرأي العام في البلدان الأخرى (الكعود، 2016: ص 30)، وبناء

على هذا، فالقوى الناعمة هي كل عمل ناعم يستهدف القيم والضوابط في المجتمع وتؤدي إلى تغيير النماذج السلوكية الموجودة وإيجاد نماذج جديدة تتعارض مع النماذج السلوكية التي يريدها النظام الحاكم. (مركز الحرب الناعمة للدراسات، 2014: ص 18)

ويشير كولن إلى أن من المبادئ الرئيسة للديبلوماسية العامة الجديدة هي القوة الناعمة، ويوضح العلاقة بينهما فيما يأتي: أن القوة الناعمة لا تعني الدبلوماسية العامة، فالدبلوماسية العامة هي الأداة التي بموجبها توزّع مفردات القوة الناعمة، وفي الواقع إن أنشطة الدبلوماسية العامة قد لا تكون فعالة إذا لم تتوفر عناصر القوة الناعمة في دولة أو بلد معيّن، وبالتالي فإن عدم توفر عناصر القوة الناعمة يؤدي إلى صعوبة كبيرة في إيجاد دبلوماسية عامة فاعلة ونشطة. (محمد أحمد: ص 7)

وأصبحت الديبلوماسية العامة في عصر الحروب الناعمة أكثر ارتباطا بالديبلوماسية الثقافية والرقمية، فالدبلوماسية العامة من أهم أدوات القوة الناعمة، إذ تساعد إلى حد بعيد في تحسين صورة الفاعلين في العالم. ومن أجل ذلك يقترح جوزيف ناي استخدام ثلاثة أبعاد للدبلوماسية العامة وهي (بدر، 2011)

*– **الاتصالات اليومية:** أي توضيح السياسات المحلية والخارجية عبر الإعلام.

*– **الاتصال الاستراتيجي:** أي الحملات السياسية الدعائية المركّزة.

* – **العلاقات الدائمة مع الشخصيات:** وذلك عبر المنح الدراسية، والمبادلات الأكاديمية، والتدريب، والمؤتمرات.

استفادت القوة الناعمة من الثورة المعلوماتي والتطورات الهائلة التي شهدها وتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في القرن الحادي والعشرون كمواقع التواصل الاجتماعي والموقع الإخبارية والهواتف الذكية ... أي **القوة الإفتراضية**، من أجل تعزيز قوة تأثير أدوات

الدبلوماسية العامة لتحقيق أهداف السياسة الخارجية للبلدان، حيث تقوم بتدريب ناشطين عبر مختلف برامج تدريب القادة مثلا من أبناء البلد المستهدَف من أجل تعبئة الجماهير ودفعها للمطالبة بتغيير الأنظمة في بلدانهم، أو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل بث محتوى يروّج للصورة الإيجابية عن نموذج الدولة و برامج سياستها الخارجية في المنطقة المستهدفة لدفع شعبها إلى قبولها و دعمها. فالدبلوماسية العامة هي عنصر أساسي في القوة الناعمة، تهدف إلى التأثير على الرأي العام الأجنبي وبناء علاقات إيجابية مع الدول الأخرى

وتتطلب الدبلوماسية العامة الذكية فهما للعديد من العناصر الرئيسة (Nye, 2019):

المصداقية: بناء الثقة والموثوقية في الجهود الدبلوماسية.

النقد الذاتي: إظهار الانفتاح على النقد الداخلي والتحسين.

مشاركة المجتمع المدني: إشراك المنظمات غير الحكومية والمواطنين في الجهود الدبلوماسية.

تعتمد الدبلوماسية العامة الحديثة بشكل كبير على المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي وغيرها من الابتكارات التكنولوجية للوصول إلى جمهور أوسع والمشاركة في الحوار في الوقت الحقيقي، إذ تفرض الصراعات و التحديات في العصر الحالي تطوير أساليب و أدوات الديبلوماسية العامة الرقمية، كونها الوسيلة المثلى لتحقيق أهداف السياسة الخارجية في عصر الحروب الناعمة، فكما تمت الإشارة إليه سابقا فإن استراتيجيات إدارة الصراعات الحديثة تركّز على مخاطبة الشعوب و المنظمات غير الحكومية و التأثير فيها لتشكيل القوة المدنية التي يتم تحريكها من أجل اخضاع الفاعل المستهدف لأهداف السياسة الخارجية للفاعل المؤثر.

فيما يلي بعض الأدوات الأساسية المستخدمة في الدبلوماسية العامة:

- **الاتصال والتسويق للصورة الإيجابية للنموذج:**

ويدخل هذا ضمن **الاتصال الاستراتيجي** للديبلوماسية العامة وتشمل أدواته:

* **العلاقات الإعلامية:** بناء علاقات مع وسائل الإعلام الأجنبية لنشر رسائل إيجابية عن بلد ما.

* **حملات العلاقات العامة:** تطوير وتنفيذ حملات العلاقات العامة لتعزيز صورة البلد وسياساته.

* **وسائل التواصل الاجتماعي:** استخدام منصات التواصل الاجتماعي للتواصل مع الجماهير الأجنبية ونشر المعلومات.

* **التبادلات الثقافية:** تنظيم الفعاليات الثقافية والمهرجانات والتبادلات لتعزيز التفاهم والنوايا الحسنة.

- **نشر المعلومات:**

ويدخل هذا ضمن **الاتصالات اليومية** للديبلوماسية العامة، وتشمل أدواته:

* **منشورات الدبلوماسية العامة:** إنتاج منشورات مثل المجلات والنشرات الإخبارية والكتيبات لإطلاع الجمهور الأجنبي على سياسات البلد وثقافته وإنجازاته.

* **المواقع الإلكترونية والمنصات الإلكترونية:** تطوير مواقع إلكترونية غنيّة بالمعلومات وجذّابة لعرض صورة البلد والترويج لرسالته.

* **البث باللغات الأجنبية:** بث البرامج الإذاعية والتلفزيونية باللغات الأجنبية للوصول إلى جمهور أوسع.

➢ **التبادل بين الشعوب:**

ويشمل هذا الجانب **العلاقات الدائمة مع الشخصيات** في الديبلوماسية العامة، وتشمل أدواته:

* **برامج التبادل الطلابي:** تسهيل التبادل بين الطلاب من مختلف البلدان لتعزيز التفاهم الثقافي.

* **برامج التبادل المهني:** تنظيم التبادلات للمهنيين في مختلف المجالات لتعزيز التعاون والتآزر.

* **دبلوماسية المواطنين:** تشجيع التبادل بين المواطنين والشراكات بين المواطنين.

➢ **الدبلوماسية الثقافية:**

* **الفعاليات والمهرجانات الثقافية:** تنظيم الفعاليات والمهرجانات الثقافية لعرض الفنون والموسيقى والتقاليد في بلد ما.

* **التبادلات الثقافية:** تعزيز التبادل الثقافي بين البلدان المختلفة.

* **تعليم اللغة وتعلمها:** الترويج لتعلم لغة بلد ما لتعزيز التفاهم الثقافي.

➢ **الدبلوماسية الاقتصادية:**

* **المساعدات الخارجية والمساعدة الإنمائية:** تقديم المساعدات الاقتصادية والمساعدات الإنمائية للبلدان الأخرى.

* **الترويج التجاري:** تعزيز فرص التجارة والاستثمار.

* **التعاون الاقتصادي:** تعزيز التعاون والتكامل الاقتصادي.

➢ **الدبلوماسية الرقمية:**

* **المشاركة عبر الإنترنت:** استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الأخرى للتفاعل مع الجمهور الأجنبي.

* **رواية القصص الرقمية:** إنشاء محتوى رقمي مقنع لمشاركة قصة البلد وقيمه.

* **الدبلوماسية الإلكترونية:** استخدام الأدوات الرقمية لإجراء الدبلوماسية والعلاقات العامة.

➢ **الدبلوماسية العامة من خلال منظمات المجتمع المدني:**

أمثلة:

* **وكالة الولايات المتحدة للمعلومات (USIA):** كانت وكالة الولايات المتحدة للمعلومات، التي تأسست عام 1953، أداة رئيسة للدبلوماسية العامة الأمريكية خلال الحرب الباردة. وقد شاركت في مجموعة متنوعة من الأنشطة، بما في ذلك التبادل الثقافي، والبرامج التعليمية، والتوعية الإعلامية.

* **المجلس الثقافي البريطاني:** المجلس الثقافي البريطاني هو منظّمة تموّلها حكومة المملكة المتحدة وتعمل على تعزيز العلاقات الثقافية والتعليم. ويقدم مجموعة واسعة من البرامج، بما في ذلك تعليم اللغة الإنجليزية، والتبادل الثقافي والفني، والشراكات التعليمية.

* **معاهد كونفوشيوس الصينية:** أنشأت الصين معاهد كونفوشيوس في العديد من البلدان في جميع أنحاء العالم لتعزيز اللغة والثقافة الصينيتين. وتقدم هذه المعاهد دورات لتعليم اللغة الصينية وفعاليات ثقافية وتبادل أكاديمي.

5 – دوافع تبنّي الدول لخيار الحرب الناعمة:

تعتبر الولايات المتحدة الامريكية السبّاقة في اعتماد خيار الحرب الناعمة كوسيلة لتحقيق أهداف سياستها الخارجية واستمرار هيمنتها وزعامتها على العالم، بعد أن تيقّن صنّاع القرار الأمريكيون بأنها الوسيلة المثلى للفوز في صراعات القرن الحادي والعشرون، سرعان ما تبنّت باقي الدول العظمى والصاعدة هذا الخيار، وفيما يلي أهم العوامل التي دفعت الإدارة الامريكية لاعتماد الحرب الناعمة لإدارة العلاقات الدولية (حسن، 2018: ص 11-12-13) بتصرف:

أ. عامل الديمغرافيا: أدّى تزايد السكان إلى تضخم حجم وانتشار سكان المدن، الأمر الذي أدّى إلى صعوبة تطبيق النظرية العسكرية الكلاسيكية التي تقوم على مبدأ السيطرة الخاطفة على الأراضي واحتلال المواقع العسكرية، لكسب الجغرافيا كإستراتيجية وحيدة لفرض جدول الأعمال السياسي على الأعداء.

ب . التكنولوجيا السياسية: انتشار و زيادة عدد مستخدمي الإنترنت و تطبيقاتها المتصلة بمختلف وسائط الاتصال الحديثة (تلفاز، كومبيوتر، هاتف نقال،... الخ) ، ما غيّر في قواعد الجغرافيا السياسية في العالم، وأصبح متاحاً أمام وكالة الأمن القومي الأمريكي وباقي القوى العظمى، التجسس على معظم الناس ومعرفة آرائهم والنبأ باتجاهاتهم ووضع

البرامج الثقافية والسياسية والإعلامية المناسبة لتوجيههم وفق نظرية القوة الناعمة للحصول على ما تريده.

ج . فشل خيار الحسم العسكري: كانت الحروب العسكرية تقوم على الضربات الجوية والتوغل البرّي واحتلال المواقع العسكرية، واستراتيجيات مكافحة التمرّد في حال واجه الاحتلال مقاومة شعبية عقائدية منظّمة، سواء كانت المنظمات دينية أو قومية أو حتى ماركسية.

د . تحول الميزان الاقتصادي الدولي: وحدث الانتقال من الغرب باتجاه الشرق، ومن أمريكا وأوروبا باتجاه آسيا الصاعدة ومجموعة البريكس: الصين والهند وروسيا والبرازيل وجنوب افريقيا وصعود المحور الإيراني المتحالف مع محور البريكس.

هـ. حسابات الكلفة المالية والسياسية والبشرية: حيث أن الكلفة المالية للحرب الناعمة لا تتجاوز إنفاق مئات ملايين الدولارات، في حين أنفقت الإدارة الأميركية 3 آلاف مليار في حربي العراق وأفغانستان، أي بنسبة 1 إلى 100، ولا يُقتل في الحرب الناعمة أي مواطن أمريكي، في حين قُتل عشرات الآلاف من الجنود في حروب أمريكا العسكرية، كما أن الكلفة السياسية للحرب الناعمة لا تقارَن بالحرب العسكرية، ففي حال فشلت الحرب الناعمة لا أحد يحاسِب الإدارة الأمريكية عليها.

6 – الصراع الصيني–الأمريكي في عصر الحروب الناعمة:

يشير مصطلح "الحرب الناعمة" إلى الاتصالات الاستراتيجية التي تهدف إلى تغيير التمثلات الجيوسياسية التي تشكّل الإجماع المجتمعي المحلي داخل منطقة معيّنة أو العالمي، ويعكس ذلك تحوّلا من القوة الناعمة التقليدية إلى ارتباطات ثقافية أكثر

عدوانية. وهذا ما يبدو جليّا في الصراع الناعم الأمريكي والصيني خاصة على مستوى الحرب الإعلامية التي انتقلت إلى المنصات الرقمية لبث الفيديو بجميع أشكالها، وستركّز هذه الدراسة على المنصات المختصة ببث محتوى الصناعات الثقافية كقوة ناعمة تستخدمها كلا الدولتين لشنّ أو صدّ هجوم على الآخر من خلال العديد من الاستراتيجيات والتكتيكات. وفيما يلي أهم مصادر القوة الناعمة للبلدين:

1. 6 – القوة الناعمة في حسابات الصين:

تبنّت الصين نظرية القوة الناعمة، وشخصّت أجهزتها وجود حرب ثقافية وحرب ناعمة تقودها الإدارة الأمريكية وحلفاؤها لضرب الصين من الداخل، وتفكيك هويتها الثقافية وتفكيك مكوّناتها القومية، حيث أنشأت شركة غوغل العالمية بدعم من وزارة الخارجية الأمريكية مواقعا بمختلف اللهجات القومية الصينية، كما اشترت الشركة الأمريكية والت ديزني مساحات ضخمة في أبرز المدن الصينية كشنغهاي ... وتبنّت استراتيجية الصين المواجهة الثقافية والسياسية عن طريق الاستثمار في الإنتاج السينمائي والتلفزيوني والثقافي والإعلامي والتعليمي والاتصالي، خاصة الإنترنت. (حسن، 2018: ص 13– 14)

وتستخدم الصين التنمية الثقافية كمورد استراتيجي اقتصادي وحربي، إذ قامت بدمجها في إطار قوتها الوطنية الأوسع نطاقاً، ويشمل ذلك الترويج للصناعات الثقافية التي تدعم المصالح الاقتصادية والسياسية في الخارج، بالإضافة إلى رسم صورة إيجابية عن الصين لدى الشعوب الأخرى لصدّ الهيمنة الأمريكية على العالم.

وقد نصت **وثيقة الأمن الثقافي الوطني** التي أقرّتها قيادة الحزب الشيوعي الصيني على وجوب مواجهة التحديات الثقافية والإيديولوجية على المستوى الدولي، التي ازدادت تعقيدا وهو ما يفرض تعزيز القوة الثقافية الصينية ومقاومة تسلسل القوى المعادية، واعتماد مبدأ التنمية الثقافية وعملية الإصلاح الثقافي. (حسن، 2018: ص 14)

وانطلقت الصين من فكرة أن القوة الناعمة تشير إلى قدرة بلد ما على جعل البلدان الأخرى "تريد ما تريده" من خلال الجذب والإقناع بدلا من الإكراه، و قد أولت القيادة الصينية أهمية قصوى لتطوير و تقوية موارد القوة الناعمة، حيث دعا الرئيس الصيني شي جين بينغ **Xi Jinping** إلى زيادة القوة الناعمة للصين، مؤكدًا على أهمية تقديم "رواية صينية جيدة" وإيصال رسالة الصين إلى العالم، فالصين تنفق مليارات الدولارات لتعزيز صورتها الدولية. (Albert, 2018)

وفيما يلي أبرز أدوات القوة الناعمة الصينية التي تستخدمها في إدارة التنافس مع الولايات المتحدة الامريكية في إطار الحرب الناعمة، فقد استخدمت الصين مجموعة متنوعة من أدوات القوة الناعمة لتعزيز نفوذها وصورتها العالمية (Albert, 2018) بتصرف:

أ – التأثير الثقافي:

يعتمد التأثير الثقافي الصيني على أدوات الديبلوماسية العامة التقليدية والرقمية، مع التركيز على توظيف وسائط الاتصال بمختلف أشكالها لبث محتوى الصناعات الثقافية الصينية، وذلك من خلال توظيف مكوّنات النموذج الصيني الثقافي والحضاري، إذ يتم جذب المعجبين (الشعوب الأخرى) من خلال التسويق للصورة الإيجابية عن الموروث الثقافي التراثي والحديث واستخدام مختلف أدوات واستراتيجيات تفعيل جاذبية موارد القوة الناعمة الثقافية.

* **معاهد كونفوشيوس:** أنشأت الصين معاهد كونفوشيوس والمراكز الثقافية الأخرى في جميع أنحاء العالم لتعزيز اللغة والثقافة والتعليم الصينيين.

* **التبادلات الثقافية:** تُنظّم الصين العديد من التبادلات الثقافية، بما في ذلك المعارض الفنية والمهرجانات السينمائية والعروض الموسيقية، بهدف تعزيز الثقافة الصينية والتسويق لتراثها الثقافي الغني لإبراز تقاليدها وقيمها ولغتها على الصعيد العالمي.

* **الشبكة الإعلامية الدولية:** تعمل الصين على تطوير حضور إعلامي دولي واسع النطاق. إذ تعمل وسائل الإعلام الصينية، مثل قناة **CCTV** ووكالة أنباء شينخوا، على توسيع نطاق انتشارها العالمي من خلال البث الفضائي والإنترنت عبر منصات التواصل الاجتماعي هذا على مستوى صناعة الأخبار وذلك لترويج "**الحلم الصيني**" و"**نموذج الصين**" أي المفاهيم التي يروِّج لها الرئيس الصيني شي جين بينغ **Xi Jinping** ، و ذلك لدعم مشاركة الصين في المنظمات والمبادرات الدولية، سعيا منها إلى تشكيل معايير وقواعد الحوكمة العالمية.

بالإضافة إلى شركات إنتاج ضخمة في مجال الصناعات الثقافية (الأفلام، مسلسلات، أفلام وثائقية، ... الخ) تُبث عبر منصات بث الفيديو الرقمية مثل **WeTV**، **youku**، **iQIYI** ...، وذلك لنقل صورة إيجابية عن الصين إلى الجمهور العالمي، من خلال تفعيل مبادئ الديبلوماسية العامة على مستوياتها الثلاثة.

ب – التأثير الاقتصادي:

* **المساعدات الخارجية:** زادت الصين من برامج المساعدات الخارجية، حيث قدّمت مساعدات للبلدان النامية في مجالات مثل البنية التحتية والتعليم والرعاية الصحية، مثال الدول الافريقية.

* **مبادرة الحزام والطريق (BRI):** يهدف مشروع البنية التحتية الطموح هذا إلى ربط آسيا وأوروبا وإفريقيا من خلال شبكة من الطرق والسكك الحديدية والموانئ، وقد كان هذا المشروع محرّكا هامًا للنفوذ الاقتصادي الصيني في العديد من المناطق.

* **الاستثمار:** لقد استثمرت الشركات الصينية بكثافة في الأسواق الخارجية، لا سيما في البلدان النامية، مما خلق فرص عمل وفرصاً اقتصادية.

ج – الدبلوماسية العامة:

* **التبادلات بين الأشخاص:** تُشجّع الصين التبادل بين المواطنين الصينيين والأجانب من خلال البرامج الطلابية والوفود الثقافية والمبادرات السياحية، بالإضافة إلى إرسال العمّال للعمل في الدول الاخرى.

* **وسائل الاتصال:** تتفاعل وسائل الإعلام الصينية بنشاط مع الجمهور الأجنبي من خلال التقارير الإخبارية ومقالات الرأي ووسائل التواصل الاجتماعي.

* **مراكز الفكر:** وقد أنشأت الصين العديد من مراكز الفكر لإنتاج البحوث والتحليلات حول القضايا العالمية والترويج لوجهات النظر الصينية.

2. 6 – القوة الناعمة في حسابات الولايات المتحدة الأمريكية:

تشمل القوة الناعمة الأمريكية مصادر القوة الناعمة الثلاثة التي حدّدها جوزيف ناي، وقد استفادت من النفوذ السياسي والقوة الاقتصادية والإعلامية والعلمية والتكنولوجية والثقافية بالإضافة إلى التمثلات (الأساطير) التي تشكل المخيال الجمعي العالمي، في تعزيز رصيد قوتها الناعمة وفاعليتها في تحقيق الأهداف الاستراتيجية والتحكم وقيادة التغيير وتشكيل الأحداث العالمية.

فهي ملزمة بالحفاظ على هذه المكانة في ظل هذا النظام الدولي المتغيّر باستمرار أين تحوّل العالم من الأحادية القطبية إلى التعددية القطبية، إذ يتزايد تعقيد وضع سياسة خارجية فعالة وتنفيذها نظراً للتحول في السلطة من الدول إلى الشبكات، والذي تفاقم بسبب التغيّر السريع في التكنولوجيا وبسبب القيود المالية، لذلك يجب على الحكومات ودبلوماسيتها التكيّف إذا أرادوا النجاح في هذه البيئة الصعبة.

فقد أدرك صنّاع القرار في مراكز صناعة الفكر في الولايات المتحدة الأمريكية أن النجاح يعتمد أكثر من أي وقت مضى على القدرة على جذب وبناء وحشد شبكات من الجهات الفاعلة للعمل بشكل تعاوني. وفي هذا السياق الجديد، تُعد القوة الناعمة – أي القدرة على تحقيق الأهداف من خلال الجذب والإقناع – أمرا حاسما في الإدارة الفعالة للسياسة الخارجية، بمعنى أنها الوسيلة المثلى لإدارة صراعات الحرب الناعمة في العصر الحالي.

أ – أدوات القوة الناعمة الأمريكية:

* – **الأدوات والوسائل الثقافية:** تتمثل في المنتجات الثقافية الجماهيرية كالأفلام السينمائية والأغاني ...الخ ، والمؤسسات التعليمية كالمعاهد والجامعات، المنح الجامعية، الإصدارات العلمية، المنظمات غير الحكومية التي تُشرف على برامج التبادل الثقافي تعتبر من الأدوات الفاعلة في نشر الثقافة الأمريكية في مختلف دول العالم حيث تحاول من خلال هذه الأدوات تشكيل نُخب سياسية أو التأثير على النُخب السياسية و قادة الرأي والشباب وطلبة الجامعات ليساهموا في نشر الفكر السياسي الأمريكي و الثقافة الأمريكية والقيم السياسية الأمريكية، و بالتالي فإن تعزيز جاذبية النموذج الأمريكي من خلال بناء صورة ذهنية جيّدة عنه في أذهان الشعوب الأخرى من خلال المزج بين فاعلية الثقافة العليا الراقية والثقافة الدنيا الشعبية مهم جدا لتحقيق الجاذبية الثقافية الشاملة مما يتيح

إمكانية أكبر للتأثير على معتقداتهم و قيمهم و هوياتهم الثقافية لدفعهم للقيام بالسلوك بما يحقق أهداف سياستها الخارجية.

*** – الأدوات السياسية:**

استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تحقق أهداف سياستها الخارجية بفضل جاذبية قيمها السياسية والمتمثلة أساسا في:

*** مبادئ وقيم الديمقراطية الليبرالية:** والتي تعد أحد أقوى الأدوات السياسية الناعمة الأمريكية. والتي عملت على نشرها والتسويق لها من خلال الاستعانة بمجموعة من المؤسسات المتعلّقة بحقوق الإنسان.

*** منظمات المجتمع المدني:** كالاتحاد الدولي للمنظمات الشبابية **IYF** التي يديرها جارد كوهين **Jared Cohen** و جيمس غلاسمان **James K. Glassman**، و هام من الضباط المحرّكين في الخارجية الأمريكية، أو من خلال منظّمة فريدوم هاوس " بيت الحرية" **Freedom House** التي تموِّل عشرات المنظمات و الشبكات العربية و العالمية و يديرها رسمياً جيمس وليس **James Woolsey** المدير السابق لوكالة **CIA** أو منظّمة الليبرالية الدولية التي تديرها الخارجية الأمريكية. (حسن، 2018: ص 23)

*** المنظمات الدولية:** كصندوق النقد الدولي ومنظمة التجارة العالمية التي تعمل على وضع شروط في شكل اتفاقيات المبنية وفق مبادئ الرأسمالية الليبرالية الأمريكية مما يجعل الدول الأخرى تعتنق القيم الأمريكية مما يضمن لأمريكا تحقيق أهداف سياستها الخارجية من خلال دفع هذه الدول لتقديم تنازلات في شكل تغييرات في نظامها السياسي والاقتصادي وذلك بشكل طوعي.

*** المؤسسات الإعلامية الكبرى (صناعة الأخبار):**

تُعتبر وسائل الإعلام وتكنولوجيات الإعلام والاتصال أهم أدوات القوى الناعمة الأمريكية التي مكّنتها من تحقيق أهداف سياستها الخارجية بفضل سيطرتها على سوق انتجاع وتوزيع الأخبار عن طريق: * **وكالات الأنباء** التي تمتلك سلسلة ضخمة من المراسلين والمكاتب الموزَّعين عبر العالم. مثال: وكالة **Associated Press** (AP)، ووكالة **United Press International (UPI).**

- **وسائل الاعلام:**

إذ تمتلك الولايات المتحدة الأمريكية إعلامًا هو الوحيد من نوعه في الأرض الذي يجمع أغلب الناس لمشاهدته سواء كان إعلامًا مرئيًّا (تليفزيون/ سينما/ إنترنت» أو إعلامًا مقروءً « صحف ، مجلات ، صناعة نشر)، مثلا إعلام إخباري ممثَّل في الوكالة الأشهر «**CNN**» أو فوكس نيوز أو **ABC** ، و إعلام مقروء كالواشنطن بوست و النيويورك تايمز، الصحيفتين الأشهر في العالم، هوليوود، شبكات المسلسلات كـ **Netflix** و**HBO** وغيرها، والكل مشترك في العملية، ومشاهدوهم أو قارئوهم بالملايين حول العالم، و هو الإعلام الوحيد المتوغل بهذا الشكل. (الكعود، 2016: ص 71)

- **شركات الإنتاج الفني (صناعة الاتصال الترفيهي):**

قامت الولايات المتحدة الأمريكية بالسيطرة على سوق انتجاع وتوزيع الأفلام والأغاني والنشر بفضل الشركات العملاقة للإنتاج الفني كهوليود ووالت ديزني وكل ذلك بفضل قوة نفوذها. إذ تعمل هذه الشركات الإعلامية العملاقة على صناعة صورة نمطية عن الشعوب الأخرى إذ وُظّفت هوليود من أجل صناعة الصورة النمطية عن العدو المحتمل، وذلك عن طريق تمرير مجموعة من الرموز والدلائل والرسائل ... من أجل بناء قيم المخيال الجمعي (الذاكرة الجماعية) الذي يتحكم في سلوك الرأي العام من أجل إكساب سياستها الخارجية الشرعية والدعم الدولي، فلطالما رافقت شركات الإنتاج الإعلامي السياسة الأمنية للولايات

المتحدة الامريكية بداية من الحرب العالمية وصولا إلى الحرب على الإرهاب ، فقد عملت على تشويه صورة الفاعلين الآخرين عن طريق **الدعاية و التضليل (الحرب النفسية)**، ونجحت في تنفيذ مخططاتها في المناطق المستهدفة، فقد تحدّث **نعوم تشومسكي** في كتابه **السيطرة على الإعلام** عن دور السيطرة على الإعلام و دوره في توجيه الرأي العام العالمي، فالقائمون على وسائل الإعلام يعتبرون الجمهور على أنه قطيع سهل الانقياد يمكن تضليله وإبعاده عن الواقع و تشتيته و جعل تفكيره ساذجا عن طريق المسلسلات و برامج التلفزيون المبتذلة (منتجات الصناعة الثقافية)، لذلك تمكنت وسائل الإعلام عن طريق الدعاية من توجيه الرأي العام نحو قضايا معيّنة بما يكسب السياسة الخارجية الأمريكية الشرعية.

معنى ذلك أن الحرب الإعلامية التي تقوم على تكتيكات الدعاية والتضليل عبر وسائل الاتصال التقليدية كالسينما، كانت أدوات القوة الناعمة الأمريكية التي استخدمتها لإدارة الصراعات في القرن الماضي، كوسائل لبث القيم (التمثيلات) الجيوسياسية لصناعة الإجماع الداخلي والخارجي والسيطرة على الرأي العام وتوجيهه نحو السلوك الذي يخدم أهداف سياستها الخارجية في المناطق المستهدَفة بالاستعانة بسلطة ونفوذ المنظّمات الدولية.

تغيّرت القواعد التي تحكم موازين القوى وطبيعة الفاعلين والنظام الدولي في القرن الحادي والعشرين، لذلك فالولايات المتحدة الأمريكية عملت على تطوير أدوات قوتها الناعمة الإعلامية، فهي تبحث عن الشرعية و تأييد الجماهير لسياستها في البلدان المستهدَفة من خلال توظيف تكنولوجيات الإعلام و الاتصال أبرزها المنصات الرقمية لبث المحتوى **VOD** التي أثبتت فاعليتها في توجيه الرأي العام، فقد أصبحت فاعلا ومؤثرا قويا في إدارة الصراعات الحديثة، مما أكسب الولايات المتحدة الأمريكية قدرة أكبر على تحقيق أهداف سياستها الخارجية نظرا لكونها هي من تسيطر على تدفق المعلومات و المحرّك الرئيس

للتكنولوجيا الحديثة، حيث انتقلت استراتيجيتها في إدارة العلاقات الدولية من التحكّم في النُخب الحاكمة إلى محاولة التحكّم في الرأي العام و توجيه الشعوب في البلدان المستهدَفة، عن طريق جاذبية قيمها السياسية التي يتم التسويق لها بشكل ممنهَج.

فاليوم تعدّ وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة الركيزة الأساسية لتحقيق أهداف السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية التي عملت على تطويرها واستخدمها بكفاءة عالية في إدارة العلاقات الدولية وتحقيق الزعامة والهيمنة على العالم.

ومن المتوقع أن الصراع الناعم بين القطبين العملاقين سيتطور من الحروب التجارية إلى الحروب الرقمية التي تديرها مختلف المنصات الرقمية المتخصصة في بث المحتوى، وقد انطلقت فعليا شرارتها في 2020 في قضية منصة **TikTok** والتي تم فعليا حظرها في 19 جانفي 2025 في الولايات المتحدة الأمريكية بموجب قانون أصدرته المحكمة العليا يوم 18 جانفي 2025 الذي بمقتضاه يتم حظر الشبكات الاجتماعية التي يديرها الخصوم الأجانب، و لن يقف الصراع التكنولوجي عند إصدار القوانين التي تحظر المنصات الرقمية من قبل الطرفين بل سيتم اللجوء إلى الهجومات السيبيرانية خاصة مع التطوّرات الهائلة التي يشهدها ميدان الذكاء الاصطناعي التي تركّز على شن ضربات متباعدة لتمسّ الأنظمة المعلوماتية المتحكمة في تسيير القطاعات الحساسة و ذلك لخلق أزمات تثير في ذهن الأفراد أسئلة حول جدوى النظام العالمي الحالي (النظام الرأسمالي الليبرالي)، و هل هنالك نظام بديل قادر على تخطي الثغرات في النظام العالمي؟ وهذا ما يفسّر التنافس بين النموذج الصيني والنموذج الأمريكي على الهيمنة والسيطرة على المؤسسات الدولية وكل الميادين، فمن ينجح في وضع قواعد النظام العالمي هو من يفوز في لعبة الشطرنج ويتمكّن من وضع جدول أعمال الدول الأخرى وفق ما يخدم مصالحه.

III – الصناعات الثقافية

كأداة للحرب الناعمة

1- الصناعات الثقافية في البيئة التقليدية

2- الصناعات الثقافية في البيئة الرقمية

3- الصناعات الثقافية الرقمية والحرب الناعمة

1 – الصناعات الثقافية في البيئة التقليدية:

1. 1 – خلفية ظهور المفهوم:

يرتبط مصطلح الصناعات الثقافية "**Cultural Industries** " بالنقد الماركسي للثقافة الجماهرية في ظل المجتمعات الرأسمالية، حيث استخدمه أول مرّة الفيلسوفان الألمانيان ثيودور أدورنو "**H, Adorno** " وماكس هوركهايمر"**M, Horkheimer** " في منتصف الأربعينيات في كتابهما "جدل التنوير" **"Dialectic of Enlightenment"** الصادر عام 1947، واستخدِم في الأصل للإشارة إلى أدوات إنتاج الثقافة الجماهرية كالسينما والإذاعة، الموسيقى ...الخ، وبالتالي تحوّلت الثقافة حسبهما من أدوات للتعبير الفردي عن ذاتية الفنان إلى ثقافة جماهيرية تعبّر عن مصالح مُلّاك شركات الإنتاج وتقوم على آليات التكرار والاستهلاك الآلي.

ويرى الكثير من الباحثين والأكاديميين أن مفهوم الصناعات الثقافية هو امتداد لمفهوم الثقافة الجماهيرية الذي ظهر في الوسط البحثي الأمريكي للإشارة إلى المنتجات الثقافية التي تم انتاجها وفق معايير إنتاج باقي السلع ويتم توزيعها وفق قوانين السوق الحر عبر مختلف وسائل الاتصال الجماهيرية، إلا أن ثيودور أدورنو **"H, Adorno** " وماكس هوركهايمر"**M, Horkheimer** يفضلان استخدام مصطلح الصناعات الثقافية لما يحمله من دلالة على التخطيط المسبق والتنميط الممنهَج الذي تمارسه الشركات على المنتج الثقافي مما يقتل الروح الناقدة لدى الجمهور وتحوّله إلى إنسان خاضع لسيطرة رغباته الاستهلاكية يعيش في واقع مزيّف مغترب عن واقعه الحقيقي حسب ما أشار إليه هربارت ماركوز " **Herbert Marcuse** "في كتابه "الإنسان ذو البعد الواحد" "**One Dimensional Man"** الصادر عام 1964، إذ قدّما دراسة نقدية للإنتاج الصناعي للمواد الثقافية باعتبارها ظاهرة شاملة تهدف إلى تحويل الإنتاج الثقافي إلى سلع وذلك نتيجة الملاحظات التي

قاموا بتسجيلها عن وضع الثقافة في المجتمع الأمريكي أثناء فترة الهجرة، فالمنتجات الثقافية كالأفلام والبرامج الإذاعية والمجلات تحيل إلى نفس العقلانية التقنية و التنظيم المتّبَع في الانتاج الصناعي للسلع الاستهلاكية كالآلات الكهرومنزلية، السيارات،... الخ

إذ يرى كل من ثيودور أدورنو **"H, Adorno "** وماكس هوركهايمر**"M, Horkheimer** أن الثقافة قد تحوّلت إلى سلعة تُنتَج بكميات كبيرة وتسوَّق بنفس طريقة المنتجات الصناعية الأخرى، مما يؤدي إلى تجانسها وفقدانها لقيمتها النقدية والإبداعية الأصلية، ففي نظرهما أصبحت صناعة الثقافة أداة للسيطرة الإيديولوجية والتلاعب بالجماهير عن طريق إنتاج محتويات نمطية تعمل على تسطيح العقول وتحد من التفكير النقدي وتعزز الإذعان الاجتماعي لسياسات (أهداف ومصالح) مُلّاك الشركات (الجمعات المهيمِنة).

جاء مفهوم الصناعات الثقافية كوسيلة لتحليل وفهم العلاقة بين الثقافة وأشكال سيطرة الطبقات المهيمنة على الشعوب في المجتمع الرأسمالي، حيث لعب الباحثان دورا محوريا في تفكيك أيديولوجيا الإنتاج الثقافي الحديث، من خلال طرح العديد من الإشكاليات التي تبحث في مدى استقلالية الصناعات الثقافية عن مصالح وأهداف مُلّاك شركات الإنتاج في ظل هيمنة الاقتصاد السياسي على المجتمعات الرأسمالية، و هذا يتناقض مع أفكار فلسفة التنوير التي قامت عليها الثورة الفرنسية والأمريكية في القرن الثامن عشر التي نادت بالتحرّر من كل أشكال الهيمنة والسيطرة التي يمارسها أفراد الطبقة البرجوازية على الشعب، فحسب ما أشار إليه ثيودور أدورنو **"H, Adorno "** وماكس هوركهايمر**"M, Horkheimer** في كتاب " جدلية التنوير" **"Dialectic of Enlightenment"** فإن مشروع التنوير قد انتهى إلى نتائج معاكسة تماما للمبادئ التي قام عليها كالحرية والمساوات بين جميع أفراد المجتمع، في حين أنه في الواقع أنتَج أشكالا مبطنة للهيمنة والاغتراب وتمجيد العنف كوسيلة لتحقيق الرغبات.

اعتبر أدرنو **H, Adorno** و هوركهايمر **M, Horkheimer** أن صناعة الثقافة هي علامة واضحة على إفلاس الثقافة وسقوطها في السلعنة، وذلك أن تحويل الفعل الثقافي إلى قيمة تجارية يقضي على قوته النقدية ويحرمه من أن يكون أثرا لتجربة متأصلة، كما يرى الباحثين الصناعة الثقافية لن تؤدي إلى تحرير الفرد لكن بالعكس من ذلك، فإنها ستؤدي إلى شكل جديد من أشكال الاستبداد، يتمثل في فرض نمط موّحد لعيش الأفراد من خلال سيطرة منطق اقتصادي واحد، أي أن الاستبداد ليس موجودا فقط في المجتمعات الفاشية بل حتى في المجتمعات اللبرالية. (علاوة، 2015: ص 19)

تعمل الصناعة الثقافية على توزيع منتجاتها المتماثلة إلى كل أنحاء العالم عن طريق مختلف أشكال وسائط الاتصال، ملبّية حاجات كثيرة متنوعة ~~ومعتمدة~~ بالاستناد إلى معايير موحدة في إشباع هذه الطلبات، وفق نمط صناعي في الإنتاج، وبالتالي نحصل على ثقافة جماهيرية مكوَّنة من سلسلة من الأشياء التي تحمل، بكل تأكيد، بصمة الصناعة الثقافية المتمثلة في: **الإنتاج الغزير– التماثل المعياري– تقسيم عمل**، فالعقلانية التقنية حاليا هي عقلانية السيطرة ذاتها، فالميدان الذي تتمتع فيه التقنية بسلطة كبيرة على المجتمع، هو ميدان أولئك الذين يسيطرون عليها اقتصاديا" إن العقلانية التقنية هي "الخاصية القسرية" للمجتمع المغترب عن ذاته. (ماتلار، ترجمة العياضي، 2005: ص90)

تطور مفهوم الصناعات الثقافية مع مرور الوقت وعرف تحوّلا دلاليا في العقود الأخيرة من القرن العشرين ليرتبط أكثر بميدان الاقتصاد وفق السياق الفكر الليبيرالي البرغماتي باعتباره قطاعا اقتصاديا يساهم في تحقيق النمو للبلدان، إذ تبنّت منظّمة اليونسكو **(UNESCO)** تعريفا يركّز على الجانب الإيجابي لهذه الصناعات وذلك لتحييدها أي إظهارها على أنها مسالمة تستهدف الترفيه و تحقيق الأرباح المادية التي تنعش اقتصاد الدول، فتعرّفها على أنها: " المجال/المجالات التي تشمل إبداع وإنتاج وتسويق المواد

والخدمات ذات الطابع الثقافي، المحمية غالبا بقوانين الملكية الفكرية وحقوق المؤلفين، وتتمثل هذه الصناعات في النشر والطبع والوسائط المتعددة والصناعة السينمائية والوسائل السمعية والبصرية، وكذلك الصناعات التقليدية والهندسة والفنون التشكيلية والموسيقى وفنون العرض والرياضة وصناعة الآلات الموسيقية". (السلاوي، 2019)

ابتعدت بذلك معنى الصناعات الثقافية عن مفهومه الأصلي الذي وضعه روّاد مدرسة فرانكفورت النقدية وأصبح يشير إلى القطاعات الاقتصادية القائمة على الإبداع وتجاوز كونها آلية إيديولوجية للهيمنة، وهذا ما يؤدي إلى تغييب الخلفية النقدية الأصلية للمفهوم ويُبعد أنظار الباحثين و النقّاد و حتى الجمهور عن الإشكاليات الأساسية التي وضعها روّاد مدرسة فرانكفورت المتعلقة بعلاقة **الصناعات الثقافية بالسلطة، الهيمنة، التفاوت بين طبقات المجتمع**، والتي عملت على فضح العلاقة بين الثقافة وأشكال الهيمنة القسرية التي يمارسها رجال السياسة ومُلّاك الشركات على الشعوب أي تحليل الاقتصاد الذي تقوم عليه المجتمعات الرأسمالية.

2 .1 – الأفكار التي انبثقت عن نقد الصناعات الثقافية:

طرح روّاد مدرسة فرانكفورت إشكالية متعلقة بكيفية عمل الصناعات الثقافية على دعم شرعية قيم وإيديولوجية النظام الرأسمالي واستمراره، أي الحفاظ على استقرار الوضع القائم الذي يخدم مصلحة الطبقة الأوليغرشية (الأقلية) على حساب باقي الطبقات الشعبية (الأغلبية)، وتمثّلت في:

كيف يمكن لصناعة الثقافة أن تمارس هذا الدور الإيديولوجي الذي يسهم في المحافظة على نظام رأسمالي يستعمل الأغلبية من أجل مصالح الأقلية؟ وتوصلوا إلى مجموعة من النقاط التالية (علاوة، 2015: ص 19 – 20):

1– تلعب الصناعة الثقافية دورا إيديولوجيا حاسما فهي من توجّه أساليب الاستهلاك وتتحكّم في أوقات الفراغ وتقنع الناس بأنهم يعيشون في أفضل مجتمع ممكن.

2 – يتم إنتاج المنتجات الثقافية بشكل موّحد وضخم وذلك بنفس الطريقة التي تُنتَج بها المواد الأخرى من خلال الصناعة.

3 – تقدّم الصناعة الثقافية للفرد القيم الرأسمالية كالنجاح الفردي، المكانة المركزية للمال، والقيم المادية.

توصّل ثيودور أدورنو **"H, Adorno "** وماكس هوركهايمر**"M, Horkheimer** من خلال تحليل نقدي عميق للتناقضات داخل مشروع التنوير الذي تم إدراجه في كتاب " جدلية التنوير" **"Dialectic of Enlightenment"** إلى مجموعة من الأفكار التي تتعلق بنقد الصناعات الثقافية وتتلخص كالآتي:

أ – **نقد تشيئ الثقافة:** يرى روّاد المدرسة النقدية لفرانكفورت كثيودور أدورنو **"H, Adorno"** وماكس هوركهايمر**"M, Horkheimer** ، هربارت ماركوز **"Herbert Marcuse "** أن الثقافة في ظل المجتمعات الرأسمالية لم تعد مجالا للتعبير الحر والإبداع الذاتي، بل تحوّلت إلى سلعة قابلة للتسويق وتخضع لقوانين السوق وبالتالي أصبح الهدف من الإنتاج الثقافي هو تحقيق الربح المادي بدل التنوير، واعتبروا أن هذا التحوّل يؤدي إلى **تشيئ الثقافة،** بمعنى تحويلها إلى شيء مادي قابل للتداول، الأمر الذي يُفقدها بُعدها النقدي التحرري.

ب – إنتاج الوعي الزائف: ركّز مفكرو مدرسة فرانكفورت على مفهوم **"الوعي الزائف"** الذي توّلده الصناعات الثقافية، إذ تعمل هذه الأخيرة على تسويق الأنماط الفكرية والسلوكية التي أشار إليها أحد روّاد اتجاه الإمبريالية الثقافية هربرت شيللر **Herbert Schiller**

بالأساطير الخمس في كتابه "المتلاعبون بالعقول" **(Mind Managers)** سنة 1973، التي تكرّس هيمنة طبقة البرجوازية المتمثلة أساسا في مُلّاك شركات الإنتاج الكبرى، فيصبح المستهلِك لمنتجات الصناعات الثقافية خاضعا لا شعوريا لقيم النظام الرأسمالي دون أن يعيَ ذلك، فالصناعة الثقافية شكّلت جزء حيويا من عقيدة المجتمع الرأسمالي التي تقوم على خلق احتياجات الناس ورغباتهم خدمة لمصالح مالكي شركات الإنتاج التي لا تنشط فقط في قطاع واحد بل في عدة قطاعات وكل منها يكمّل الآخر في تنظيم محكم يجعل الشعوب أسيرة للنزعة الاستهلاكية التي تبقيها بعيدة عن دورها النضالي ضد أشكال الاستبداد التي تمارسها الحكومات من خلال سنّ مراسيم وسياسات تصب في صالح الطبقات المهيمنة داخل المجتمع تجسيدا لمبادئ الاقتصاد السياسي.

وحسب أدورنو **Adorno** وهوركهايمر "**Horkheimer** فإن الفن الذي يُفترض أن يكون مجالا للتأمّل النقدي قد تم تحييده من خلال التكرار والتنميط مما جعل الجمهور غير قادر على التفكير النقدي، فمن خلال مختلف أشكال المنتجات الثقافية يتم ترسيخ قيم (الأساطير الخمس) المستوحاة من مبادئ التنوير المؤسِّسة لعقيدة النظام الرأسمالي لإيهام المستهلك أن الواقع الذي يعيشه هو الحقيقة فيذعن بشكل طوعي ويخضع لسيطرة المتلاعبين بالعقول.

ج – التنميط والتكرار: أشار أدورنو **Adorno** وهوركهايمر "**Horkheimer** إلى أن الصناعات الثقافية تتسم **بالتماثل والتكرار**، حيث يتم انتاجها وفق قوالب جاهزة يتم إعادة تدويرها مرارا وتكرارا لتلبية متطلّبات (أذواق) السوق، إذ تعمل هذه الصناعات على فرض نموذج واحد من الذوق الجمالي في التعبير الفني وتُهمِّش أي تجربة جمالية مغايرة، و هذا يُعتبر شكلا من أشكال توحيد المعايير الثقافية، الأمر الذي يؤدي إلى تدمير الابداع والابتكار الفني، والأمر ينطبق أيضا على مستوى الهويات الثقافية للمجتمعات الأخرى التي تعمل فيها

الصناعات الثقافية تحت مظلة الإمبريالية الثقافية على فرض وتوحيد القيم الثقافية لنموذج معيّن كالرأسمالي الليبيرالي على حساب القيم الثقافية المحلية مما يجعل هذه المجتمعات تقع تحت سيطرة الهيمنة الأمريكية وتعمل على اخضاعها لمصالحها التي تُعبّر عن مصالح اللوبيات وجمعات الضغط المهيمِنة على مفاصل النظام العالمي.

انطلق الباحثان من سؤال عميق مفاده: **كيف لمشروع تحرّري أن ينتهي إلى قمع جديد؟** وبناء على نقد الصناعات الثقافية والعديد من الملاحظات التي سجلاها عن المجتمع الأمريكي الرأسمالي، توصّلا إلى أن مشروع التنوير رغم وعوده بالتحرّر من كل أشكال الاستبداد التي تمارسها الطبقات الأوليغارشية الجديدة كأن تكون السلطة في يد الشركات الكبرى والطبقات الثّرية توظّف الصناعات الثقافية والإعلام لتطويع الثقافة للتحكّم في مفاصل الدولة وخدمة مصالحها على غرار الأنظمة النازية والفاشية.

إذ يؤكد ثيودور أدورنو **"H, Adorno "** وماكس هوركهايمر**"M, Horkheimer** ، هربرت ماركوز **" Herbert Marcuse"** أن الصناعة الثقافية لن تؤدي إلى تحرير الفرد بل بالعكس ستؤدي إلى شكل جديد من أشكال الاستبداد يتمثّل في فرض نمط موحّد لعيش الأفراد من خلال سيطرة منطق اقتصادي واحد، وهذا الشكل الجديد من الاستبداد ليس موجودا فقط في المجتمعات النازية والفاشة بل حتى في المجتمعات الرأسمالية الليبرالية.

فالصناعات الثقافية ركيزة أساسية في بناء الهوية الثقافية والاجتماعية أي النظام القيمي والذاكرة الجماعية (عقيدة) للمجتمعات والدول وتضمن استمراره ما دام يخدِم مصالح الطبقات المهيمنة فيها، فهي تعمل على نقل القيم، التقاليد، الأفكار، الإيديولوجيا، نمط الحياة من المبتكرات، ففي ميدان الاتصال الترفيهي تتجاوز هذه الصناعات وظيفتها الترفيهية لتصبح أدوات قوية للتأثير الاجتماعي و السياسي بل وسلاح استراتيجي يستخدمه لإدارة الصراعات بين مختلف الفاعلين على الساحة الدولية.

لا تُسهم الصيناعات الثقافية فقط في تعزيز اقتصاد الدول والتعاون الدولي في إطار الديبلوماسية الثقافية، بل تلعب دورا محوريا في تشكيل الرأي العام من خلال القدرة على بناء التمثيلات، صورة الذات والآخر و العالم، فقد أثبت العديد من الدراسات كيف تحوّلت مثلا السينما إلى ساحات للصراعات الجيوسياسية الثقافية كالحرب الباردة بين المعسكر الغربي الرأسمالي الليبيرالي الذي انتصر على المعسكر الشرقي الشيوعي في معركة بناء الصورة الذهنية الإيجابية عن الهوية الثقافية الذاتية وتسويق الصورة النمطية السلبية عن الهوية الثقافية للآخر وغرسها في ذهن الجماهير.

3. 1 – عناصر الصناعات الثقافية:

يتضح من خلال المفاهيم الحديثة للصناعات الثقافية التي قدّمتها منظّمة اليونسكو مثلا أنها تقوم على مجموعة من العناصر الأساسية شأنها شأن القطاعات الصناعية الأخرى، وهي كما يلي (رفاعي، 2018: ص 241):

أ – العمل الإبداعي: إذ يعتبر الإبداع أو العمل الفكري المادة الخام التي تقوم عليها العملية الإنتاجية للصناعات الثقافية.

ب – العمل التحويلي أو الإنتاجي: ويتطلّب توفير جميع الإمكانيات اللازمة من البنية التحتية كالمعدّات المتطوّرة، رؤوس الأموال، الموارد البشرية المؤهّلة ذات الكفاءة العالية، والهيكل الإداري، فالصناعات الثقافية مثلها مثل باقي الصناعات تعتمد على المادة الخامة وهي الإنتاج الفكري أو العمل الإبداعي، وتُخضعها لعملية تحويلية تتم عن طريق التصنيع الذي يعتمد على المقومات التقليدية للصناعة مثل التنظيم، رأس المال، قوة العمل، ووسائل الإنتاج المتطورة، وينتج عن كل هذا عمل إبداعي في صورة سلعة استهلاكية تُعرَض في السوق.

ج – **العمل التوزيعي أو التسويقي:** ويعدّ المستهلك أو السوق هو الهدف لتسويق المنتَج، ويتم التسويق باستخدام التقنيات الحديثة، والدراسات الجيدة للسوق، فمع التطورات الضخمة التي طالت المجتمعات البشرية وانتقالها إلى مجتمع المعرفة أصبحت الصناعات الثقافية الإبداعية عنصرا حيويا فيه وأهم ركائزه، الأمر الذي خلق تنافسا شديدا بين مختلف الفاعلين في السوق الدولية حيث البقاء للأقوى، فبالإضافة إلى المكوّنات سابقة الذكر أصبحت تتطلب الصناعات الثقافية أمورا أخرى:

د – **التكنولوجيا:** أصبحت التكنولوجيا الرقمية عنصرا لا غنى عنه في جميع مراحل الصناعات الثقافية، من الإنتاج (كبرامج التصميم والمونتاج) وصولا إلى التوزيع (كالمنصات الرقمية للبث) والتسويق (منصات التواصل الاجتماعي وتحليل البيانات الضخمة)، فالتكنولوجيا تفتح آفاقا جديدة للإبداع وتسهّل على الشركات الوصول إلى الجمهور.

هـ – **الملكية الفكرية والحماية القانونية:** تلعب حقوق الملكية الفكرية كالعلامات التجارية **(The Walt Disney Company)**، دورا محوريا في حماية المنتجات الإبداعية الثقافية، إذ تضمن هذه الحقوق للمبدعين حماية أعمالهم وحقهم في الاستفادة منها اقتصاديا، الأمر الذي يشجّع على المزيد من الإبداع والابتكار.

يتضّح مما سبق أن الصناعات الثقافية ليست مجرّد فن من الإبداعات الفردية لمخيّلة فنان، بل هي عمليات إنتاجية متكاملة تتتبع سلسلة من المراحل المخطّط لها بعناية بداية من الفكرة إلى المنتَج النهائي، إذ تتطلب الصناعات الثقافية ذكاء ومهارة في التجارة واستثمار رؤوس أموال ضخمة لتوفير البنية التحتية للإنتاج والتوزيع وسلاسل إمداد قوية، ولكي ينجح قطاع الصناعات الثقافية لابد من تجسيد مبادئ الاقتصاد السياسي التي تقتضي التعاون بين الحكومات ومُلّاك شركات الإنتاج على شكل علاقة مبنية على

المصالح المشتركة، فالحكومات تعمل على سن قوانين ووضع سياسات تدعم مناخ الاستثمار وصناعة الثقافة أي تدعم سلسلة الإنتاج بأكملها و ليس العمل الإبداعي الأولي فقط، و ذلك لضمان تحقيق الربح المادي من الإنتاج الإبداعي و نشره بفعالية.

4. 1 – خصائص الصناعات الثقافية :

تتمتع الصناعات الثقافية بطبيعة ازدواجية متكاملة تجمع بين البعد الاقتصادي الذي يسعى لتوليد الثروة وخلق فرص العمل، والبعد الثقافي الذي يركّز على إنتاج وخلق القيم والمعاني وتعزيز الهوية المجتمعية، وهذا ما يعطيها خصوصيتها التي تميّزها عن باقي القطاعات الصناعية.

وبالتالي فإن منتجات الصناعات الثقافية تحمل خصائص المنتج الثقافي والمتمثلة في (MENARD, 2004: p 58):

– يجسّد شكلا من أشكال الإبداع في إنتاجه.

– يولّد ويعبر عن مواد رمزية.

– يجسّد شكلا من أشكال الملكية الفكرية.

وقدّم **David Hesmondhalgh** في كتابه **"The Cultural Industries"**[*]، الطبعة 2 (2007)، تحليلا سوسيولوجيا إعلاميا للصناعات الثقافية مبرزا خصائص هذه الصناعات بطبيعتها الازدواجية (ثقافي/اقتصادي)، ونلخصها كالاتي:

أ – **مركزية الإبداع:** يُعتبر الإبداع الفردي والجماعي عنصرا محوريا، فالمبدع هو المنتج الأساسي للقيمة، عكس الصناعات الأخرى التي تعتمد على الآلات في الإنتاج.

* - تم الاعتماد على الطبعة 2 من كتاب **"The Cultural Industries"** للباحث **David Hesmondhalgh** ، الصادرة عام 2007، بتصرف في تحديد خصائص الصناعات الثقافية.

فالعمل الإبداعي هو العنصر الأساسي الذي يمثّل المادة الخام التي تخضع لعملية الاستنساخ، فالاعتماد على الإبداع البشري كمورد أساسي فريد ومتجدّد يجعل الصناعات الثقافية مختلفة في جوهرها عن الصناعات القائمة على استخراج المواد الطبيعية المعرّضة للاستنزاف والنفاذ كرأس المال، الأمر الذي يشير إلى أن الاستثمار في الرأسمال البشري وتطويره من خلال (التعليم، التدريب، اكتشاف المواهب) وتوفير بيئة تشجّع على الإبداع يعدّان أمران بالغا الأهمية لنمو قطاع الصناعات الثقافية.

ب – الوظيف المزدوجة (ثقافة/اقتصاد): تلعب الصناعات الثقافية دورا ثقافيا يتمثل في تشكيل الذوق العام والمعاني والهوية المجتمعية، وفي نفس الوقت تعدّ نشاطا اقتصاديا يدرّ أرباحا ويخلق فرص العمل.

ويعني هذا أن الأعمال الثقافية والفنية الأصلية يتم تحويلها صناعيا إلى سلع تعرض في الأسواق، وبالتالي فإن هذه الطبيعة الازدواجية تعتبر العنصر التشغيلي الأساسي للصناعات الثقافية، بمعنى أن هذه الصناعات تعتمد على الموازنة بين النزاهة الفنية والجدوى التجارية، وبالتالي تقدّم فرصا لنماذج أعمال مبتكرة ناجحة تحقّق أرباح من التعبير الإبداعي دون المساس بقيمته الفنية، في حين يمكن لهذه الطبيعة الازدواجية أن تخلق تحديات فقدان العمل قيمته الفنية الإبداعية نتيجة إخضاعه لقوالب الثقافة الجماهرية الهابطة وذلك لجذب نوعية معيّنة من الجماهير ، وذلك نتيجة إعطاء الأولوية للربح المادي على حساب العمق الثقافي.

ج – الطابع الرمزي للمحتوى: يُعتبر المحتوى أساس المنتجات الثقافية كالكتب، الأفلام، الموسيقى، ...الخ، إذ تقوم أساسا على المعنى والقيم والرموز وليس الربح المادي فقط، وبالتالي فالقيمة الاقتصادية للمنتجات الثقافية غير مادية أي أنها ترتبط بالقيمة الثقافية والإبداعية أكثر من المادة المنتَجة نفسها، ولذلك تعمل الصناعات الثقافية على حفظ

التراث، وكذا كآليات ديناميكية للتطوّر الثقافي لمواكبة التغييرات العالمية، إذ تُسهم المنتجات الثقافية كالأفلام والبرامج التلفزيونية في تشكيل التصوّرات الاجتماعية حول مختلف القضايا كالأسرة، التقاليد، المساواة، تحديات العصر، بالإضافة إلى تعزيز التماسك الاجتماعي من خلال خلق محتوى ثقافي يعبر عن الهوية الوطنية المشتركة يجمع الأفراد من خلفيات مختلفة حول موضوعات ذات المصلحة العامة، وهذا ما يبرز قوتها كأدوات للهندسة الاجتماعية وتعزيز التماسك المجتمعي، وفي جانبها الآخر هي أدوات للتلاعب وللهيمنة وتهديد الهويات الوطنية و تماسك المجتمعات ما لم يتم التحكّم في بناء سرديات مقاومة للسرديات المهيمِنة.

د – قابلية الاستنساخ: يمكن إعادة إنتاج وتوزيع منتجات الصناعات الثقافية على نطاق واسع كفيلم سينمائي مثلا يتم عرضه في دور السينما ثم عبر التلفزيون، على عكس باقي الأعمال الفنية التقليدية كاللوحات والمنحوتات اليدوية ... الخ.

إذ تُعتبر قابلية الاستنساخ الخاصية الحاسمة التي تميّز الصناعات الثقافية عن باقي الأعمال الفنية، فالأعمال التي لا يمكن استنساخها كالعروض المسرحية الحية لا تعتبر جزء من هذه الصناعات كونها تعتمد على تحويل الأعمال الفنية صناعيا إلى سلع استهلاكية من خلال الإنتاج الضخم الذي يقابله استهلاك ضخم، فقد ظهرت هذه الخاصية مع ظهور اختراعات مثل الطباعة في القرن الخامس عشر، يليها عصر الثورة الصناعية وظهور **الصحف، التسجيلات الموسيقية، السينما، الراديو، التلفزيون** وصولا إلى عصر **الأنترنت،** الأمر الذي أتاح استهلاكا واسعا للمواد الثقافية لدى شريحة ضخمة من الجماهير، بعدما كانت الأعمال الفنية كالعروض الموسيقية للأوبرا حكرا على نخبة معيّنة.

تعتمد عملية الاستنساخ على فصل المحتوى كنسخة فيلم عن الوسيط الحامل له كقرص مضغوط **DVD** وبثّها عبر المنصات الرقمية للبث، الأمر الذي يسمح بتسويق هذه الأعمال

المستنسخة كسلع. فقد استفاد قطاع الصناعات الثقافية من السيرورة التطورية التي شهدتها التكنولوجيا بداية من الطباعة وصولا إلى المنصات الرقمية من أجل تجسيد أبرز خاصية لها وهي الاستنساخ من أجل إنتاج ضخم لسلع استهلاكية واسعة الانتشار.

و – عدم اليقين: صعوبة التنبؤ بنجاح المنتَج الثقافي قبل تسويقه، فنجاحه يعتمد على الذوق العام المتغيّر، الأمر الذي يجعل الاستثمار في هذا المجال محفوفا بالمخاطر.

ز – الإنتاج من أجل السوق والتسليع: يتم إنتاج الصناعات الثقافية بهدف تسويقها وبيعها للجمهور الواسع، أي أنها تخضع لمنطق السوق أي العرض/الطلب لكن ليس بالكامل كما هو الشأن في باقي الصناعات التقليدية.

ح – هيمنة التكنولوجيا: تعتمد الصناعات الثقافية على التكنولوجيا الحديثة بشكل كبير في الإنتاج والتوزيع والاستهلاك.

ط – التداخل مع الإعلام والترفيه: تتقاطع العديد من الصناعات الثقافية مع ميدان الإعلام وصناعة الترفيه، مما يجعلها أدوات فعالة في التأثير الثقافي والسياسي.

كما حدّد ثيودور أدورنو **H, Adorno** وماكس هوركهايمر **M, Horkheimer** من خلال كتابهما "جدل التنوير" **"Dialectic of Enlightenment"*** الصادر عام 1947 تحليلا نقديا للصناعات الثقافية وأبرزا خصائصها كالاتي:

أ – الطابع التكراري النمطي للصناعات الثقافية: إن المنتجات الثقافية تتشابه إذ يتم انتاجها وفق قوالب جاهزة تماما كما يتم إنتاج السلع الصناعية.

* - تم توظيف النسخة باللغة الإنجليزية المترجمة من قبل **Jephcott Edmund** للإنجليزية من كتاب "جدل التنوير" **" Dialectic of Enlightenment"** الصادر عام 2002 للباحثين أدورنو **H, Adorno** وماكس هوركهايمر **M, Horkheimer** بتصرف في تحديد خصائص الصناعات الثقافية.

ب – تسليع الثقافة: الثقافة لم تعد تعبيرا عن الإبداع الحر، بل أصبحت تنتَج وتباع كالسلعة وتحكمها قوانين السوق.

ج – طمس الفروق بين الثقافة النخبوية والثقافة الشعبية: إذ لم تعد هناك فوارق واضحة بين الفن الرفيع والفن الجماهيري أي بين الثقافة النخبوية والثقافة الجماهرية، لأن كلتاهما تخضع لمنطق السوق.

د – الإيهام بالاختيار بينما لا يوجد تنوع حقيقي : إذ يتم خداع الجمهور بفكرة حرية الاختيار، فيتخيل أنه أمام خيارات متعدّدة و هو يختار بين منتجات متعدّدة، في حين أنها متشابهة في البنية و المضمون.

هـ – التحكم في الجمهور وإضعاف التفكير النقدي: فالهدف من الصناعات الثقافية هو تشكيل وعي الجمهور، وجعلهم مستهلكين سلبيين غير قادرين على النقد.

و – إنتاج الوهم و الرضا الزائف : تقدِّم منتجات الثقافة الجماهرية وعودا زائفة بالسعادة للهروب من الواقع، دون أن تسهم في إحداث أي تغيير في الواقع الحقيقي.

5. 1 – مجالات وأنواع الصناعات الثقافية:

أ – مجالات الصناعات الثقافية:

تشمل الصناعات الثقافية على أشكال عديدة يتم حصرها عادة في أربعة محاور أساسية هي: الطباعة والكتاب، الموسيقى المسجلة، السينما والسمعي البصري، الإعلام والصحافة (BOUQUILLION, and othets , 2013: p 83)

وتتعدد مجالات الصناعات الثقافية تبعا لتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال، إذ تغطّي أنشطة واسعة والتي تنتج مضامين رمزية، ووفقا للتقرير الاحصائي الثقافية الصادر عن

منظّمة اليونسكو (**UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS) 2009**)* تُحدّد مجلات الصناعات الثقافية كالآتي (UNESCO , 2009: pp 23-28)*:

* **التراث الثقافي:** ويشمل التراث المادي (المتاحف، الأثار، المواقع التاريخية، ... الخ)، والتراث غير المادي (الطقوس، التقاليد، ... الخ).

* **الفنون التعبيرية:** مثل المسرح، الرقص، الفنون الأدائية الشعبية، ... الخ.

* **الكتب والصحافة:** النشر الأدبي، المجلات، الصحف، الطباعة، ... الخ.

* **الوسائط السمعية بصرية والتفاعلية:** تشمل السينما، الإذاعة، التلفزيون، ... الخ

* **التصميم والإبداع الوظيفي:** تصميم الأزياء، ...الخ

* **الفنون البصرية:** التصوير، الرسم، ... الخ

ب – أنواع الصناعات الثقافية:

تتسم الصناعات الثقافية بتنوعها الكبير إذ يمكن تصنيفها بعدة طرق، بناء على **طبيعة الإنتاج، أو المجال الثقافي، أو العلاقة بالتراث.** وهذا التنوع في التصنيف يبرز مدى تنوّع وتعدّد هذه الصناعات انطلاقا من تنوع مجالاتها، وهذه أهم الصناعات الثقافية، (UNESCO , 2009: pp 23-28)*:

أولا – حسب طبيعة الوسيط المستخدم:

* - تم توظيف تقرير **UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS) 2009** بتصرف

* **صناعات تقليدية:** هي الصناعات التي تُعتبر الأعمدة التي بُني عليها مفهوم الصناعات الثقافية، وتشمل هذه الفئة المجالات التي تُعتبر أساسية وتاريخية في الثقافة مثل صناعة الكتب والنشر، الصحافة المكتوبة، الفنون المسرحية والفنون التشكيلية.

* **الصناعات القائمة على التكنولوجيا الحديثة:** وتعرف أيضا بالصناعات الإبداعية الرقمية، وتشمل الألعاب الالكترونية، الوسائط المتعدّدة، الإعلام الرقمي ومنصات البث الرقمية مثل (Netflix, iQIYI)، محتوى الفيديو عبر الإنترنت، التصميم الجرافيكي، إذ تستفيد هذه الصناعات من التطورات التكنولوجية لإنشاء وتوزيع محتوى ثقافي جديد بطرق مبتكرة.

ثانيا – حسب الوظيفة:

* **الصناعات الإعلامية:** وتشمل الصحافة والنشر سواء الورقي أو الرقمي، الإذاعة، التلفزيون (كبرامج تلفزيون الواقع Star Academy، الأفلام، الوسائط المتعدّدة، والإنتاج الرقمي. وهذه الصناعات مسؤولة عن إنتاج وتوزيع المحتوى الإخباري والترفيهي.

* **الصناعات الفنية والترفيهية:** تضم الموسيقى (إنتاج الألبومات، الحفلات الموسيقية)، المسرح، فنون الأداء (الرقص، الأوبرا)، السينما، الفنون التشكيلية (الرسم، النحت، التصوير الفوتوغرافي)، تهدف إلى تسلية الجمهور من خلال تقديم محتوى يركّز على التعبير الفني المباشر.

* **صناعات التصميم والإعلان:** تُستخدَم بهدف بيع المنتجات أو الترويج للعلامات التجارية وهي تعتمد على الإبداع البصري، وتشمل: التصميم الجرافيكي، تصميم الأزياء، الديكور، التصميم الصناعي، الهندسة المعمارية التي تدمج البعد الجمالي والثقافي. كما تشمل الإعلان والعلاقات العامة نظرا لاعتمادهما على المحتوى الإبداعي والتواصلي.

* **الصناعات التراثية والحرف اليدوية:** وتهدف إلى الحفاظ على التراث الثقافي المادي وغير المادي وتسويقه. وتشمل الحِرف اليدوية التقليدية (النسيج، الطبخ، المنتجات التي تعكس الهوية الثقافية المحلية، بالإضافة إلى السياحة الثقافية كزيارة المواقع الأثرية.

* **الصناعات الرقمية والبرمجية:** تجمع هذه الصناعات بين التكنولوجيا المتطوّرة والإبداع الفني والقصصي (السيناريو) بهدف تقديم تجارب ثقافية حديثة للمستخدمين تواكب التطوّرات التي تشهدها المجتمعات البشرية، فهذا النوع من الصناعات الثقافية ينمو بسرعة نظرا لارتباطه بالتكنولوجيا والتنافس بين مختلف عمالقة (شركات الإنتاج) التكنولوجيا والإنتاج الإعلامي الثقافي. ويضم: ألعاب الفيديو، تطبيقات الهواتف المحمولة، المنصات الرقمية للفنون والموسيقى والمحتوى التفاعلي.

* **صناعات ثقافية سياسية إيديولوجية:** تستخدم الصناعات الثقافية لأغراض دعائية لتعبئة وتوجيه الرأي العام، كما في حالة الولايات المتحدة الأمريكية التي استخدمت الأفلام الحربية والرسوم المتحركة التي تحمل الرسائل السياسية كحملات دعائية لبناء صورة العدو الذي يهدّد أمنها القومي في كل السياسات الأمنية بداية من الحرب العالمية، الحرب الباردة، ... الخ، وذلك لكسب الشرعية الداخلية والخارجية لسياساتها وحروبها في مختلف المناطق.

ثالثا – حسب البنية الإنتاجية (طبيعة المالك):

* **صناعات ثقافية رأسمالية كبرى:** تخضع لشركات متعددة الجنسيات عالمية ضخمة مثل **Disney**، **Sony**، **Tencent**.

* **صناعات ثقافية محلية (بديلة):** تنتجها مجموعة فنية صغيرة، جماعات ثقافية محلية، أو مؤسسات إعلامية محلية مستقلّة كشركة منصة **iQIYI** والتي غالبا ما تتبنّى رؤى نقدية مقاومة أو بديلة للتيار السائد الذي تفرضه شركات الإنتاج الرأسمالية الكبرى.

2 – الصناعات الثقافية في البيئة الرقمية:

2. 1 – تأثير اندماج الإنترنت وتطبيقاتها مع الصناعات الثقافية:

تعدّ الصناعات الثقافية اليوم جزءا لا يتجزأ من اقتصاد المعرفة الرقمي، فقد تأثّر كل مجال من مجلات هذه الصناعات بالتحول الرقمي، مما أدى إلى ظهور نماذج أعمال جديدة، وتغيير سلوك الجمهور وتعزيز التفاعل بين المبدعين والمستهلكين.

فقد أحدث اندماج الإنترنت وتطبيقاتها مع الصناعات الثقافية ثورة حقيقية، لا تمس التطور التكنولوجي فقط بل تمتد لتشمل إعادة تعريف جذرية لطبيعة الإنتاج و كذا طرق التوزيع، بالإضافة إلى أنماط الاستهلاك بل حتى في طبيعة الفاعلين الثقافيين، فمنذ ظهور الإنترنت تحوّلت الصناعات الثقافية من الاعتماد على الوسائط التقليدية إلى الاعتماد على الفضاء الرقمي اللامحدود مما أنتج فرصا أمام مختلف الفئات للإبداع والوصول للمحتوى، في نفس الوقت يمكن اعتبارها بمثابة ثورة ثقافية أعادت تشكيل منظومة الثقافة، لتجعلها أكثر تشظيا وأسرع تداولا.

أسهمت خصائص الإنترنت في إحداث تطورات وتحوّلات عميقة على مستوى كل عناصر الصناعات الثقافية، وتتمثل هذه التحوّلات فيما يلي:

أ – تحولات على مستوى الإنتاج:

تحول نمط الإنتاج **من الإنتاج المركزي إلى الإنتاج اللامركزي**، فقبل ظهور الإنترنت كانت الصناعات الثقافية محتكَرة من قبل مؤسسات كبرى (دور النشر، استوديوهات كهوليود، ... الخ)، بالإضافة إلى أن الإنتاج الفني الثقافي كان يتطلّب تمويلا ضخما وتدخل مؤسسات عديدة في التسويق والبث.

أصبح بعد ظهور الإنترنت بإمكان أي شخص إنتاج وبث محتوى ثقافي بأدوات بسيطة (هاتف، حاسوب، برامج التصميم)، الأمر الذي كرّس ظاهرة المنتج–المستهلك للتعبير عن فكرة أن الجمهور والمستخدم أصبح يلعب دور المنتج والمستهلك للمحتوى الثقافي في آن واحد. فالإنترنت كسرت القواعد المعروفة في البيئة التقليدية حيث كان مصدر المحتوى الإعلامي الثقافي حكرا على الجهات المنتجة التي تتحكّم في الإنتاج والبث، لتتيح إمكانية صعود الجمهور كمنتج للمحتوى مما يرسي معالم ثقافة نشر المحتوى وهذا مؤشّر لتحوّل الإعلام الثقافي التقليدي إلى ثقافة التقارب **Convergence Culture**[*] .

ب – التحول في أنماط التوزيع:

انتقل البث من نظام التوزيع المحدود بزمن ومدة البث إلى الوصول اللامحدود للمحتوى الثقافي أي تجاوز قيود الزماكانية والرّقابة، فبفضل خاصية **اللاتزامنية** التي تتمتع بها الإنترنت، تحرّر الجمهور المستخدم من قيود البث والتوزيع التقليدية، فأصبح يستهلك المحتوى الثقافي في أي زمان ومكان وبالقدر الذي يريده.

فقد أصبح بإمكان المبدع من أي منطقة في العالم بلوغ جمهور عالمي وهذا بفضل خاصية **اللاتزامنية التي** ألغت الإنترنت الحواجز الجغرافية والزمانية و بذلك تعتبر أهم مكسب في

[*] للمزيد من المعلومات عن فكرة ثقافة التقارب **Convergence Culture** اطلع على كتاب : Jenkins Henry (2006) Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, New York University Press, United States of America.

مجال التوزيع ، وفي نفس الوقت أصبح بإمكان المستهلك الوصول إلى المحتوى ومن أي مكان وزمان، وهذه التسهيلات أسهمت في تسريع تلقّي المحتوى وتقارب الثقافات، الأمر الذي جعل العالم يبدو كغرفة شفّافة مفتوحة على الساحة العالمية، أين تتفاعل الثقافات فيما بينها وتتأثر ببعضها البعض بسرعة فائقة.

ج – البث حسب الطلب والتجارة الإلكترونية:

عملت الإنترنت على إعادة صياغة مفهوم توزيع المنتجات الثقافية جذريا، عِوض الاعتماد على قنوات التوزيع التقليدية التي كانت تعتمد على المحلّات التجارية ودور السينما بالإضافة إلى البث المحدود للإذاعة والتلفزيون، أصبحت منصات البث الرقمية حسب الطلب **VOD** مثل **Netflix** و**Hulu** و **Amazon** ... الخ الوسيط الثقافي الجديد واللاعب الرئيسي على الساحة الإعلامية الثقافية العالمية، حيث أتاحت هذه المنصات نموذج البث عند الطلب **(Streaming)** ودخول المحتوى الثقافي إلى التجارة الإلكترونية، الأمر الذي غيّر كيفية وصول الجمهور إلى مختلف أشكال المنتجات الصناعات الثقافية.

فقد تم التحوّل من الوسائط (أوعية المحتوى) المادية إلى الوسائط الرقمية، فمثلا انتقلت الموسيقى من نظام التوزيع عن طريق الأقراص المضغوطة **CD** إلى نظام التوزيع عن طريق المنصات الرقمية مثل **YouTube**، وانتقلت الكتب من الورقي إلى الالكتروني عبر صيَغ مختلفة ک **(PDF)**، و يتم تحميلها من منصات إلكترونية ک **(Amazon)**، بالإضافة إلى منصات للكتابة الإبداعية مثل **Wattpad** .

أما على مستوى الأفلام والمسلسلات فقد انتقلت من التوزيع عبر قنوات الاتصال التقليدية كالإذاعة والتلفزيون والسينما إلى التوزيع عبر منصات البث الرقمية مثل **Disney +** و **Iqiyi** ...

د – تكريس مبدأ ديمقراطية التعبير الثقافي:

أتاحت الإنترنت فرصة للجميع للتعبير عن آرائهم وأفكارهم حول مختلف القضايا السياسية، الاقتصادية، ... عبر الفضاء الافتراضي بكل حرية بعيدا عن القيود التي كانت سائدة في البيئة التقليدية، وبالتالي فهي أعطت للفئات المهمّشة كالنساء، الهواة في الأدب و الموسيقى فرصة لإيصال صوتهم ليس فقط محليا بل للعالم أجمع، كمنصة **Wattpad** التي أتاحت للهواة نشر أعمالهم الأدبية بشكل مجاني بعيدا عن قيود النشر (رؤوس الأموال، الرقابة،...) التي كانت تمنع المبدعين من إنتاج وتوزيع أعمالهم الثقافية، كما مكّنت المنصات الرقمية المتخصصة في نشر منتجات الفئات المهمّشة العديد من الأقليات من التعبير عن هويتهم الثقافية وإثبات حضورهم على الساحة الداخلية والعالمية عن طريق إنتاج و بث محتوى ثقافي خاص بها، و خلق طبقة جماهرية خاصة بها بعيدا عن الرقابة الممارسَة من الأنظمة الاستبدادية.

هـ – تحوّل على مستوى أنماط الاستهلاك والتفاعل الثقافي:

عملت الإنترنت بفضل خصائصها التي جعلتها وسيلة اتصال و إعلام في نفس الوقت التي جمعت كل الوسائل التي سبقت ظهورها ولم تعمل على إلغائها و إنما منحتها ميزات جديدة، فبفضل خاصية **التفاعلية** تغيّرت العلاقة بين المنتِج وجمهوره، فقد عملت منصات التوصل الاجتماعي على تحويل نمط الاستهلاك الثقافي من سلبي إلى تفاعلي، و بالتالي أصبح الجمهور المستخدم ناقدا، مسوِّقا و مبدعا، إذ أصبح هذا الأخير شريكا فعالا في عملية بناء المحتوى عن طريق إعادة إنتاجه في أشكال إبداعية رقمية (الروميكس، ميمز، ...الخ)، كما يقوم بتقييمه عن طريق التعليق والمشاركة مع الآخرين، و بالتالي فعملية رجع الصدى تكون سريعة و فورية، مما قد يرفع شعبية الأعمال الثقافية أو يخفضها و

بناء على ذلك يقرّر المنتجون الاستمرار أم التوقف عن بث المنتَج الثقافي كالمسلسلات أو الأنمي، أو فصول المانغا،... الخ.

و – تخصيص المحتوى لفئات معينة من الجمهور:

لم تقتصر التحولات التي أحدثتها الإنترنت على عناصر الصناعات الثقافية من حيث نمط الإنتاج وتوزيع المحتوى بل وحتى في كيفية استهلاك الجمهور له، فبفضل خاصية **اللاجماهرية** أصبح بإمكان المنتجين إنتاج محتوى ثقافي مخصّص لفئات محدّدة من الجمهور يستجيب لأذواقهم وحاجاتهم مما يضمن لهم تحقيق الربح المادي. كما ساهمت خوارزميات المنصات الرقمية في تجسيد ميزة المحتوى المقترَح للمستخدمين بناء على تفضيلاتهم التي سُجّلت أثناء الاستخدام (الأثر الرقمي)، الأمر الذي أدّى إلى زيادة انغماسهم وتفاعلهم مع المحتوى الثقافي، ويدخلهم في **فقاعة التصفية Filter Bubble** [*] التي تحصره في محتوى متكرر ومتجانس يبني له ذوقه وهويته وفق نموذج ثقافي معيّن، وهذا يعمل على تعزيز انغلاقهم وتمسّكهم بعقيدتهم (قيمه، أفكاره، ... الخ)، وعدم انفتاحهم على التنوع الثقافي والفكري ما يعمل على قتل الروح الناقدة لديهم وحصرهم في بُعد واحد.

2. 2 – تحديات الصناعات الثقافية في عصر التحوّل الرقمي:

يواجه قطاع الصناعات الثقافية العديد من التحديات في ظل التحوّل الرقمي، رغم المكاسب المتعددة التي حقّقها نتيجة اندماجه مع الإنترنت، وتتمثل أبرز التحديات في :

أ – هيمنة المنصات الرقمية لبث المحتوى الكبرى:

[*] - لتفاصيل أكثر حول مفهوم فقاعة التصفية **Filter Bubble** اطلع على كتاب **The Filter Bubble: What the Internet is Hiding From You** من تأليف **Eli Pariser** الصادر عام 2011 عن **Penguin Press** .

أصبحت الشركات التكنولوجية العالمية مثل **Google**، **Meta**، **Netflix**، **Amazon**، ... الخ التي تملك المنصات الرقمية لبث المحتوى تهيمن على الصناعات الثقافية وتتحكّم في الإنتاج الثقافي وكذا آليات الوصل وتوزيع المنتجات الثقافية، الأمر الذي أدّى إلى تمركز السيطرة في أيدي مجموعة محدّدة من الفاعلين وظهور ما يعرف بـ "رأسمالية المنصات" **Platform Capitalism**.[*]

ب – التحكّم الخوارزمي (فقاعة التصفية):

تعتمد المنصات الرقمية على **الخوارزميات التنبؤية Algorithmic Filtering** المتخصصة في تتبع سلوك المستخدم وتقديم محتوى بناء على ذلك، فعوَض تعريض المستخدمين لمحتوى متنوّع، تعمل هذه الخوارزميات على تحديد ما يتم عرضه وبثه بناء على ما يشبه صدى رغباته السابقة مما يعمل على خلق **فقاعة التصفية Filter Bubble**، و التي تؤدي في نهاية المطاف إلى تقوقع معرفي وثقافي لدى أفراد المستخدمين ويجعلهم عرضة للاستقطاب السياسي والفكري والإيديولوجي، الأمر الذي يحد من دور الصناعات الثقافية في تقديم فضاء عام نقدي ومتنوع، مما يعمل على تعزيز هيمنة الثقافات السائدة التي تمكنت من فرض وجودها على الفضاء الرقمي العالمي، ويعزز تحقيق أهداف الإمبريالية الثقافية المرتبطة بالبعد الرمزي للمنتجات الثقافية .

ج – صعود المحتوى الرديء على حساب المحتوى الجاد (نظام التفاهة):

أدت سرعة وسهولة نشر وتوزيع المنتجات الثقافية إلى حدوث تضخّم في السوق الثقافية، ولكن لم تقترن هذه الوفرة بالجودة أي بالمحتوى الثقافي الجاد بل كرّست الرداءة (المحتوى الثقافي الهابط)، فقد عملت الخوارزميات التي تقوم على الانتقائية **Virality** و**اقتصاد**

[*] – لمعلومات أكثر حول موضوع امبريالية المنصات اطلع على كتاب " **Platform Capitalism** " المؤلف من قبل : Srnicek Nick الصادر عام 2017 عن **Polity Press**.

النقرات Click Economy على نشر محتوى سطحي سريع و مبسّط تطغى عليه الشعبوية وليس العمق في طرح الأفكار، وهذا ما يعرف **بالتزييف الثقافي** الذي أشار إليه روّاد التوجه النقدي للتعبير عن حالة المحتوى المنمط الذي ظاهريا يشبه الثقافة لكنه خال من المعنى النقدي و المعرفي، ما أدى إلى النزول بالذوق العام و دخوله ضمن دائرة **نظام التفاهة Mediocrity**.

يتغذّى هذا النوع من المحتوى على **نظام التفاهة Mediocrity*** كما أشار إليه المفكر الكندي **Deneault Alain** في كتابه **LA MEDIOCRATIE** الصادر عام 2015، حيث يرى أن صعود التفاهة في المجال العام والمؤسسات المجتمعية يرتكز على تهميش الكفاءات والعمق في الفكر والتوجه نحو التماثل والسطحية والتكرار، وفي ظل البيئة الرقمية فإن المنصات الرقمية تفضل المحتويات سهلة الانتشار الذي تُرضي شريحة واسعة من الجمهور المستخدمين، دون أن يثير لديهم القلق والارتباك ولا يثير الشك لديهم والأسئلة النقدية.

د – الفجوة الرقمية وتعميق الهيمنة الثقافية:

على الرغم من أن الإنترنت أتاحت فضاء رقميا حرا ديمقراطيا مكن جميع الفئات من التعبير عن أفكارها وهويتها من خلال إنتاج المحتوى الثقافي وتوزيعه ، إلاّ أن الواقع يُظهر تفاوتا كبيرا في الفرص بين من يملكون ولا يملكون البنى التحتية للتكنولوجيا المعلوماتية الرقمية، أي أن هناك فجوة رقمية **Digital Divide** بين مختلف الفاعليين وهذا ما يشكّل تحديا كبيرا بالنسبة للصناعات الثقافية في البيئة الرقمية، وذلك من حيث قدرتها على

* - للمزيد من التفاصيل عن موضوع نظام التفاهة وإسقاطه على حالة الإعلام العربي اطلع على دراسة بعنوان: **البرامج التلفزيونية الجزائرية والتونسية في ظل تسيد مؤثري المنصات الاجتماعية**، من إعداد الباحث محمد هدير، المنشورة في م 11 ع 3-4 من مجلة Aleph نوفمبر 2024، https://aleph.edinum.org/9213

تحقيق التوازن في تدفّق المعرفة وتمثيل الثقافة. وتتجلّى أبعاد الفجوة الرقمية في عدّة نقاط هي:

- **فجوة البنية التحتية:**

بعني ذلك عدم التكافئ بين دول المركز (الدول المتقدمة) والأطراف (الدول النامية) في امتلاك البنية التحتية للاتصالات، أي إمكانية الولوج إلى الإنترنت وحيازة التكنولوجيا المتطوّرة الخاصة بتطوير الصناعات الثقافية بالإضافة الى المنصات الرقمية، إذ لا يزال العديد من دول الجنوب النامية (إفريقيا، أمريكا اللاتينية) تعاني من ضعف شبكة الإنترنت أو غيابها كليا وعلاوة على ذلك، ارتفاع تكلفة التجهيزات وخدمات الاتصال مقارنة بالدخل الفردي، وهذا ما يفرض واقعا يقصي فئات ودول بأكملها من المشاركة والمساهمة في الإنتاج الثقافي الرقمي.

- **الفجوة المعرفية:**

بمعنى مدى القدرة على التعامل مع التكنولوجيا وتملّكها للتحكم فيها وتطويعها لخدمة الأهداف، فلا يكفي امتلاك البنية التحتية التكنولوجية، إذا لم تمتلك المهارة لاستعمالها، فالفجوة المعرفية تشير إلى الفرق بين من يملكون ولا يملكون الكفاءة أي الثقافة الرقمية، فالعديد من المجتمعات تنتشر فيها الأمية الالكترونية التي ترتبط عادة بالمستوى التعليمي أو فرق الأجيال والجنس، فغالبا ما نجد أن الشباب هم أكثر تملّكا للتكنولوجيا من كبار السن.

- **فجوة الإنتاج الثقافي:**

ويشير هذا إلى الهيمنة الثقافية الرقمية التي يمارسها الفاعلون الكبار كالولايات المتحدة الأمريكية والصين ... الخ، و التي تتحكم في المنصات الرقمية، وقواعد البيانات، لغات

البرمجة الخاصة بالخوارزميات، مما يُضعف حضور الهويات الثقافية الهامشية في الفضاء الرقمي، و بما أن الصناعات الثقافية الرقمية مبنية على منطق الخوارزميات والربحية أي اقتصاد النقرات، فإن الفئات الضعيفة رقميا ليس لها أي وزن في معادلات السوق و بالتالي يتم تهميشها فلا تكون بذلك فاعلا في إنتاج الذوق العام والتمثيل وبناء السرديات، مما يجعلها عرضة لحملات الإمبريالية الثقافية الرقمية الناعمة التي تهدد وجودها.

هـ – انتهاك الملكية الفكرية:

تواجه الصناعات الثقافية والإبداعية الرقمية تحديا كبيرا وهو انتهاك حقوق التأليف بسبب إعادة تدوير (استنساخ) المحتوى الثقافي وتوزيعه بشكل سريع جدا دون رقابة التي يصعب تنفيذها في الفضاء الرقمي، الأمر الذي يؤدي إلى تفشي ظواهر سلبية كالقرصنة، إعادة التوزيع غير المرخص، مما يعرّض المبدعين الأصليين لخسائر مادية كبيرة.

3 – الصناعات الثقافية الرقمية والحرب الناعمة:

3 .1 – أهمية الصناعات الثقافي في الحرب الناعمة:

تكتسي الصناعات الثقافية كالسينما والموسيقى ... الخ اليوم أهمية استراتيجية، كونها تعمل على إنتاج محتويات يتم استهلاكها جماهيريا مشحونة بتمثيلات رمزية تعكس نمط الحياة، اللغة، القيم، الهوية الوطنية، وهناك العديد من الأمثلة على توظيف الدول للصناعات الثقافية كقوة ناعمة من أجل إحداث تأثير ثقافي بفعالية ككوريا الجنوبية التي وظّفت موسيقى k–pop والدراما الكورية، وصناعة مستحضرات التجميل كقوة ناعمة الأمر الذي مكّنها فعليا من التأثير على الشباب في العديد من مناطق العالم، مما رفع من مكانتها وشعبيتها على الساحة الدولية وانعكس إيجابا على سياساتها الديبلوماسية

والاقتصادية، وعليه فالصناعات الثقافية أصبحت تعدّ اليوم ركيزة أساسية في الاستراتيجيات المعاصرة للنفوذ الثقافي، فلم تعد وظيفتها تقتصر على الترفيه وخلق الثروة بل تعدّت ذلك إلى العمل على إعادة تشكيل القيم والهويات أي الذاكرة الجماعية وعقيدة المجتمعات وفق قيم وعقيدة الطرف الممارِس للتأثير، وهذا كنوع من **الهيمنة الرمزية الناعمة.**

تعتمد استراتيجية القوى الناعمة على فكرة تأثير العقد على نفسية الجماهير التي ناقشها غوستاف لوبون **Gustave Le Bon** في كتابه "**سيكولوجية الجماهير**" **" Psychologie des foules"** الصادر عام 1895، فمن الخصائص المهمة للجماهير حسب لوبون هي تلاشي شخصية الفرد التي تميّزه عن الآخرين حينما يكون جزءا من الجمهور (القطيع الأليف)، فلا ذكاؤه ووعيه سينفعانه، ولا علمه سيمكّنه من اتخاذ قرارات منطقية سليمة عندما يتم تحريكه بتأثير العقد أو عقيدة الجماعة والمجتمع الذي ينتمي إليه لأن العاطفة هي من تتحكم فيه، فالفرد حينما يصبح جزء من جمهور ما (معجبين بثقافة بلد ما) سيتحمس لأفكار بسيطة نتيجة التحريض والعدوى للعواطف والأفكار وقد يفعل أمورا لا يمكن أن يفعلها إن كان وحيدا في سبيل الهدف دون خوف من الموت، بمعنى أن الدول المؤثرة تسعى إلى **خلق قوة مدنية** أي أتباع مخلصين يدافعون عن مصالحها داخل البلدان التي تستهدفها من خلال الاعتماد على الصناعات الثقافية والثقافة لتمرير الرموز والدلائل وكذا الرسائل السياسية بشكل غير مباشر لأذهان الجمهور.

وبالتالي تعدّ القيمة الثقافية أي الرموز والدلائل جوهر قوة الصناعات الثقافية ضمن هذه الاستراتيجية، كونها تعمل على تفعيل قوة الجاذبية في الموارد الثقافية المادية وغير المادية للدولة، حيث يمكن للأماكن التاريخية، والشخصيات المؤثرة، الأمثال والحكم أن تكون رموز قوية تعزّز الصورة الإيجابية للدول، وتستخدم الرموز لتمثيل الأفكار، القيم، المعتقدات، خالقة رابطا عاطفيا ذهنيا مع الجمهور العالمي في ظل البيئة الرقمية، فهذا

التبادل الثقافي المبني على الرموز والدلالات يمكن أن يؤدي إلى حدوث تأثير عميق على الرأي العام، الأمر الذي يعزز النفوذ غير المباشر للدول في العالم، فالقوة الناعمة تعتمد في جوهرها على بناء هوية بصرية جذابة و إيجابية في أذهان الجمهور العالمي لتحقيق النفوذ والتأثير غير المباشر على النظام القيمي (عقيدة) المجتمعات المستهدَفة.

فنجاح فاعل (دولة، شركة، جماعة، ...الخ) على إخضاع الطرف المنافس له وإرضاخه لقبول أهدافه وتحقيقها في إطار الحرب الناعمة (حرب النماذج)، يعتمد على مدى قدرة هذا الفاعل على إدارة موارد وأدوات قوته الناعمة لتفعيل عامل الجاذبية التي ستعمل على تشكيل رغبات وأهداف الطرف الخصم وفق ما يسعى لتحقيقه، وهذا ما أشار إليه جوزيف ناي بقدرة الفاعل على بناء جدول أعمال الآخرين وفق ما يتناسب مع سياسته وأهدافه. ولا تنجح الدولة مثلا في تحقيق ذلك إلا إذا تمكنت من جعل ثقافتها نموذجا يحتذى به، كون هذا ما سيعمل على إكسابها نفوذا قويا على الساحة الدولية، فالنجاح في الصراعات الدولية المبنية على حرب السرديات والتمثيلات الجيوسياسية في العصر الحالي يعتمد على دفع الجماهير للقبول الطوعي لقيم ومعايير نموذج ما.

2. 3 – نشأة الرمز وتفعيله في الصناعات الثقافية:

تُعتبر الصناعات الثقافية بمختلف أشكالها (الأدب، الموسيقى، الأفلام، الدراما، الفنون) حاضنات أساسية لإنشاء الرموز والدلائل، فهي لا تكتفي فقط بإنتاج المحتوى بهدف تحقيق المنفعة المادية، بل تعمل على تشكيل الوعي الجماعي والذاكرة الجماعية للأفراد من خلال تقديم رموز تُعبّر عن قيم ومعتقدات المجتمعات، حيث تنبع الرموز من التراث الثقافي الذي يعبّر عن هوية مجتمع ما، وتعمل شركات الإنتاج والدول على استغلالها بذكاء عبر الصناعات الثقافية لتوليد وتعزيز القوة الناعمة.

تنشأ الرموز في الصناعات الثقافية من خلال توظيف مختلف المكوّنات المادية وغير المادية لهوية مجتمع ما، من أجل إنتاج محتوى يتضمن قصص ثقافية تُسهم في بناء الرسائل الناعمة التي تعبّر عن قيم مجتمع ما، تاريخه، ثقافته، حضارته، وتفاعله مع الشعوب الأخرى، بأسلوب جذاب وملهم للآخرين، فعندما يتم بناء هذه الرسائل بفعالية وتوزيعها عبر وسائل الاتصال التقليدية بالإضافة إلى المنصات الرقمية، مثلا: إنتاج وتوزيع فيلم سينمائي يحكي قصة نجاح بأسلوب درامي يلامس القلب مع إدراج تمثيل لقيم أخلاقية و مبادئ إنسانية كالعدالة والحرية والشرف ... في مجتمع معيّن ودعمها بدلالات روحية وجمالية عميقة بتوظيف الألوان، الملابس، الطقوس، ... وغيرها من مكوّنات الموروث الثقافي، فإن ذلك يعمل على خلق شخصيات أيقونية ترمز إلى هذه القيم تُسهم في بناء تصوّرات إيجابية عن الثقافة التي تنتمي إليها وتعمل على غرسها في الذاكرة الجماعية العالمية، وبالتالي فالصناعات الثقافية تسمح للدول بتمرير تمثيلات إيجابية عن عناصر نموذجها وهويتها الثقافية والحضارية، لبناء هويتها البصرية الجذابة والمثيرة للإعجاب و ترسيخها في ذهن الجمهور العالمي، مما يزيد من رصيد القوة الناعمة للدولة ومن جاذبيتها على الساحة الدولية.

يعزّز الاستثمار في الصناعات الثقافية قوة النفوذ والهيمنة الرمزية للدول على الساحة العالمية في العصر الحالي بفضل الإنترنت وتطبيقاتها كمنصات البث الرقمية، الأمر الذي يتيح لها امتلاك جاذبية وقوة تأثير على الجماهير العالمية، لذلك تعمل شركات الإنتاج التي تمثّل الدول التي تنتمي إليها بتفعيل ديناميكيات الديبلوماسية الثقافية الرقمية عبر الصناعات الثقافية الرقمية لبناء وتمرير الرسائل الناعمة للجمهور المحلي والعالمي، فالرموز والدلائل تعمل على تفعيل وتنشيط عامل الجذب والتأثير الموجود في موارد القوة الناعمة الثقافية الخامدة، وذلك عن طريق إنشاء صورة ذهنية إيجابية وخلق روابط عاطفية (الاعجاب، الحب، الرغبة في التقليد)، مما يتيح لها إدارة الصراعات الناعمة بفعالية لحماية

مصالحها والدفاع عن استقرارها وأمنها القومي والثقافي والمجتمعي ضد الهجومات المعادية للفاعلين المنافسين التي تستعمل الصناعات الثقافية لتمرير سرديات تعمل على تشويه صورتها لدى الرأي العام الدولي.

IV- منصات الVOD كساحة للحرب الناعمة

1 - تعريف المنصات الرقمية للبث حسب الطلب (VOD)

2 - خصائص المنصات الرقمية للبث حسب الطلب (VOD)

3 - أنواع المنصات الرقمية للبث حسب الطلب (VOD)

4 - صراع عمالقة الشاشات في عصر الحرب الناعمة

1 – تعريف المنصات الرقمية للبث حسب الطلب Digital platforms for streaming on-demand (VOD)

1. 1 – خدمة الفيديو حسب الطلب Video-on-demand (VOD):

يُعرّف الإتحاد الدولي للاتصالات **The International Telecommunication Union (ITU)** خدمات الفيديو حسب الطلب **(VOD)** بأنها خدمة حيث يمكن للمشترك عرض و/أو تحديد محتوى فيديو مخزّن كلما رغب في ذلك، حيث يمكن للمشترك التحكم في الترتيب الزمني للعرض (على سبيل المثال ، القدرة على بدء العرض أو الإيقاف المؤقت أو التقديم السريع أو الترجيع ... الخ). (International Telecommunication Union, 2023, p 1)

وتُعرّفها الموسوعة البريطانية **Encyclopaedia Britannica** بأنها الفيديو حسب الطلب **(VOD)** وهي تقنية تتيح للمستخدمين الوصول إلى محتوى الفيديو في أي وقت يختارونه، مما يوفّر المرونة لمشاهدته على الفور أو في وقت لاحق، والتي تتطلب من المستخدمين الاشتراك في المنصات الالكترونية للوصول إلى مكتبة من الأفلام والبرامج التلفزيونية المخزّنة رقميا على الخوادم. يمكن بث هذا المحتوى في الوقت الفعلي أو تنزيله لمشاهدته لاحقًا، وهو متوافق مع مجموعة واسعة من الأجهزة، بما في ذلك أجهزة التلفزيون الذكية وأجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الألعاب، مما يتيح الوصول المريح في أي وقت وفي أي مكان. (Encyclopaedia Britannica, 2025)

تشير أيضا خدمة الفيديو حسب الطلب **(VOD)** إلى خدمة سمعية بصرية تتيح للمستخدمين اختيار فيلم من قائمة وعرضه بشكل مستقل عن جدول البرامج. يمكن تقديم هذه الخدمة عبر أنواع مختلفة من المنصات: الإنترنت، الكابل، الأقمار الصناعية، التلفزيون الرقمي الأرضي، الهواتف المحمولة. عند حساب خدمات الفيديو حسب الطلب (VOD) ، يجب حساب عدد الخدمات وليس عدد منصات التوزيع. ومع ذلك، يجب حساب الخدمة التي

تحمل العلامة التجارية نفسها والمتاحة على منصات مختلفة كخدمة واحدة فقط . (UNESCO Institute of Statistics , n.d)

الفيديو حسب الطلب (VOD) هو مصطلح عام يشير للعديد من مجالات، جيث يشمل جميع محتويات الفيديو التي يطلبها المستخدمون حسب الطلب. وقد تكون هذه الأفلام المميزة أو مكتبات البرامج التلفزيونية أو الأحداث الرياضية أو الحفلات الموسيقية. وقد تشمل أيضًا محتويات الفيديو التي ينشئها المستخدمون. بالإضافة إلى ذلك، بدأ بعض مشغّلي **IPTV** في تقديم إمكانية مشاهدة جميع البرامج التلفزيونية التي تم بثها على قنواتهم التلفزيونية المدفوعة متعددة القنوات خلال الـ 24 أو 48 ساعة الماضية عند الطلب. يتم الاحتفاظ بمحتوى الفيديو هذا في مكتبة وتحديثها باستمرار وتستضيفها شبكتهم. (Gartner,2025)

2. 1 – المنصات الرقمية للبث حسب الطلب Digital Streaming Platforms on demand (VOD):

تعرف المنصة الرقمية **Digital Platform** بأنها البيئة التفاعلية التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب، كما تجمع المنصة الإلكترونية بين مميزات أنظمة المحتوى وبين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، مثل توتير فيسبوك وغيرها. (بوارسو، حجام، 2024: ص 348)

في حين، تشير منصات البث الرقمية **OTT** إلى خدمات إلكترونية تتيح للمستخدمين الوصول إلى محتوى الوسائط المتعددة، كالأفلام والبرامج التلفزيونية والموسيقى، ومشاهدته عبر الإنترنت دون الحاجة إلى تنزيله. وقد أحدثت هذه المنصات ثورةً في كيفية استهلاك الجمهور للوسائط من خلال توفير وصول فوري إلى مكتبة ضخمة من المحتوى، غالبًا ما تُصمّم خصيصًا لتناسب تفضيلات الأفراد من خلال الخوارزميات وبيانات المستخدمين. وكان لظهور هذه المنصات تأثيرٌ كبير على صناعة السينما، إذ أثّر على العولمة والسينما

العابرة للحدود والتنوّع الثقافي، من خلال تسهيل الوصول عبر الحدود إلى محتوى متنوع. (Fiveable,2024)

ومنه فإن المنصات الرقمية لبث المحتوى **Over-the-Top (OTT)** فهي تمثّل أنظمة أو تقنيات رقمية تسمح للمستخدمين بمشاهدة وانتقاء المحتوى السمعي–بصري مباشرة عبر الإنترنت دون الحاجة إلى آليات استقبال البث التقليدية كالأقمار الصناعية والهوائيات كما هو الحال في التلفزيون التقليدي والإذاعة، إذ أعطت هذه التكنولوجيا الحرية الكاملة للمستخدمين في رسم معالم تجربتهم الترفيهية من خلال انتقاء حرية انتقاء المحتوى الذي يرغبون فيه دون الحاجة للتقيد بأي مواعيد بث محدّدة كما كان مع الوسائط التقليدية، في أي مكان و زمان وذلك عبر مختلف الوسائط الحديثة المتصلة بالإنترنت كالهواتف الذكية، الحواسيب والأجهزة اللوحية أو بالاعتماد على بروتوكولات الإنترنت الخاصة بتشغيل التلفزيون الذكي.

3. 1 – المرتكزات الأساسية للمنصات الرقمية:

وبناء على ما جاء في التعريفات السابقة يتم تحديد المرتكزات الأساسية للمنصات الرقمية للبث حسب الطلب، وهي:

أ – الوصول عند الطلب: يمكن للمستخدمين انتقاء المحتوى الذي يريدون مشاهدته أو الاستماع إليه وتشغيله فورا.

ب – البث عبر الانترنت: يتم إرسال وبث المحتوى عبر الإنترنت، ويمكن للمشاهد المستخدم تلقّيه ومشاهدته عبر مختلف الأجهزة المتصلة بالشبكة العنكبوتية مثل أجهزة التلفزيون الذكية والهواتف وأجهزة الكمبيوتر.

ج – عدم الحاجة إلى تحميل المحتوى:

إذ يتم تشغيل ومشاهدة المحتوى أثناء بثّه، دون الحاجة إلى تنزيله بالكامل على الجهاز.

د – تنوع النماذج:

يمكن أن تكون المنصات قائمة على الاشتراك، مثل **Netflix** أو **Hulu**، أو مجانية ومدعومة بالإعلانات، مثل **YouTube** أو **TikTok**.

هـ – تنوّع المحتوى:

توفّر مجموعة متنوعة من المحتوى الترفيهي الخاص بالصناعات الثقافية كالأفلام، المسلسلات، الأغاني، ... الخ الأصلية والحصرية أو القديمة، بما في ذلك البث المباشر لفيديو البرامج والمباريات.

و – القدرة على التكيّف:

تمنح العديد من المنصات للمستخدم إمكانية تعديل جودة البث بناء على سرعة تدفق الإنترنت.

2 – خصائص المنصات الرقمية للبث حسب الطلب:

عملت الإنترنت على تغيير قواعد العمليات المرتبطة بإنتاج وتوزيع وتلقي المحتوى السمعي بصري وذلك بفضل الخصائص التي تتميز بها مختلف تطبيقاتها، كالمنصات الرقمية لبث الفيديو حسب الطلب **VOD** التي أصبحت لا غنى عنها في المشهد الإعلامي في العصر الحالي، نظرا للخصائص التي منحت للمنتجين والمبدعين تسهيلات كبيرة و مرونة في إنتاج المحتوى الذي يلبّي رغبات شريحة واسعة من الجماهير عبر العالم باختلاف أذواقهم وهوياتهم الثقافية بأقل التكاليف، ومن ناحية الجمهور فقد أعطته فرصة لتخصيص تجربته

الترفيهية من خلال إمكانية اختيار المحتوى الذي رغب في مشاهدته أو سماعه في أي زمان ومكان، وتتلخّص أبرز خصائص منصات **VOD** كالآتي:

أ – الوصول حسب الطلب: وهي الخاصية الأساسية التي تميّز هذه المنصات، إذ تتيح للمستخدمين حرية الوصول للمحتوى مباشرة عبر الإنترنت دون الحاجة إلى التقيد بجدول زمني ثابت.

ب – التحكم في إدارة المحتوى: بمعنى يمكن للمستخدم تشغيل أو إيقاف، تقديم أو إرجاع المحتوى الذي يشاهده، مما يعطي تجربة مريحة وسلسة.

ج – التنوع والوفرة: تقدّم مجموعة واسعة ومتنوعة من مكتبات الأفلام، المسلسلات، الأغاني، البرامج التلفزيونية ... المخزّنة سواء كان ملك المنصة أو مصادر أخرى، بالإضافة إلى المحتوى الحصري والأصلي المنتج من قبل شركة المنصة.

د – الجودة العالية: توفّر محتوى عالي الجودة من حيث الفيديو، الصوت **4k HDR** **FHD** ... ، مع إمكانية تعديل الجودة التلقائية لتتلاءم مع سرعة تدفق الإنترنت لدى المستخدم. ومن جهة أخرى تعتمد على تقنيات توزيع متطورة كتقنيات التخزين السحابي **(CDNs)** التي تتيح مساحات غير محدودة لتخزين المحتوى عالي الجودة نظرا لأنه كلّما ارتفعت جودة المحتوى تطلّب ذلك مساحة تخزين كبيرة، وهذا ما يسمح بأرشفته بشكل دائم مما يمكّن المستخدم من الرجوع إليه في أي وقت والاستمتاع به بجودة عالية.

هـ – إمكانية التخصيص والتوصيات: إذ تتيح خوارزميات التصفية **Algorithmic Filtering** المنصات للمستخدمين تخصيص المحتوى الذي يرغبون فيه أي إنشاء قوائمهم الخاصة، وذلك عن طريق تحليل وتتبع أثر عمليات البحث التي قام بها المستخدمون وتفاعلاتهم

مع محتوى المنصة عبر حيّز التعليقات وبالتالي تعمل على تقديم توصيات لهم بناء على تفضيلاتهم.

و – سهولة الوصول: تتيح للمستخدم إمكانية الوصول ومشاهدة المحتوى عبر مختلف الأجهزة كالهواتف الذكية، الكمبيوتر، التلفزيون الذكي بالإضافة إلى الأجهزة اللوحية.

ز – تعدّد نماذج تحقيق الإيرادات: توفّر لشركات المنصات خيارات متنوعة لتحقيق أرباح مستقرة تضمن لها إمكانية تحسين جودة الإنتاج الثقافي من حيث الابتكار والإبداع، وذلك لتلبية أذواق الجماهير المختلفة وضمان الاستمرار في السوق في ظل اشتداد المنافسة في ميدان سوق منصات **VOD** سريعة التطور والتغير.

ح – التفاعل والمشاركة: بفضل خاصية التفاعلية، تتيح منصات **VOD** للمستخدمين إمكانية التفاعل مع المحتوى من خلال التعليقات والتقييمات، الأمر الذي يتيح للمنتجين إمكانية الحصول على رجع الصدى الذي أحدثه المنتج لدى الجمهور وتقييم مدى نجاحه في تحقيق الأهداف من حيث القيمة المادية بالإضافة إلى القيمة الرمزية، للعمل على تصحيح النقائص في المستقبل.

ط – ترجمة المحتوى إلى عدة لغات: توفر المنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب للمستخدم إمكانية مشاهدة المحتوى مع ترجمة فورية بعدة لغات، وهذا ما يمكّن من وصول المحتوى إلى جمهور عالمي ومخاطبة كل الثقافات.

3 – أنواع المنصات الرقمية للبث حسب الطلب VOD:

يوجد العديد من التصنيفات لتقسيم أنواع المنصات الرقمية للبث، ويشار في هذه الدراسة إلى شكلين رئيسين هما [*](Singh, 2025):

1. 3-حسب نمط الولوج:

ويمكن تمييز نوعين رئيسين هما:

أ – ولوج مجاني: هي منصات مجانية لا تتطلب دفع اشتراك للوصول إلى محتواها الترفيهي، وتشمل منصات التواصل الاجتماعي التي تتيح للمستخدمين بث ومشاهدة المحتوى الذي يرغبون فيه، مثل: **Facebook**، **Instagrame**، **TiktTok** ، ... الخ.

ب – ولوج مدفوع: فتتطلب من المستخدمين دفع اشتراكات من أجل الحصول على المحتوى الترفيهي حسب الطلب من أفلام، مسلسلات، برامج، ...، مثال على هذه المنصات نجد: **Disney +**، **iQYI** ، وغيرها. عادة ما يتم إنتاج محتواها من قبل شركات إعلامية.

2. 3 – حسب نموذج دفع الاشتراك:

تُصنّف المنصات الرقمية للبث حسب الطلب على أساس نموذج دفع الاشتراك الذي تتبعه، والذي يحدّد كيفية وصول المستخدمين الى المحتوى، وفيما يلي الأنواع التي تندرج تحت هذا التصنيف:

أ – البث القائم على الاشتراك Subscription Video-On-Demand (SVOD):

يعتمد هذا النموذج على دفع المستخدمين رسوم اشتراك شهرية أو سنوية للوصول غير المحدود لمكتبة محتوى المنصة، وهذا النوع من المنصات لا يكون مدعوما بالإعلانات

[*] – تم توظيف المرجع بتصرف حيث تم أخذ أسماء أنواع المنصات الرقمية لبث المحتوى وشرحها اعتمادا على طبيعة الدراسة مع الحفاظ على المعنى الاصطلاحي لكل عنصر.

التي كثيرا ما يدفع المستخدمون رسوما مقابل اشتراك **VIP** للتخلص منها في المنصات الأخرى. وأشهر هذه المنصات: **Disney +** ، **Tencent Video VIP** ، **Amazon Prime Video** ، **Bilibili Premium** ، ... الخ.

ب – بث تفاعلي حسب الطلب Transactional Video-On-Demand (TVOD) :

في هذا النوع من المنصات يتيح المستخدمين استئجار أو شراء جزء محدد من المحتوى كفيلم الحصرية بشكل فردي لمدة قصيرة مثلا 48 سا و هذا النموذج يعرف بـ **Electronic Sell-Through (EST)** ،مثال على المنصات التي تُقدّم هذه الخدمات : **YouTube** ، أو شراء حقوق ملكية دائمة للمحتوى أي تحميله و تخزينه بشكل دائم و هذا النموذج يعرف بـ **Download-to-Rent (DTR)** ، مثال على منصات تشتغل وفق هذا النظام: **iTunes Store**، **Google Play Movies ...**

ج – البث حسب الطلب المدعوم بالإعلانات Advertising Video-On-Demand (AVOD):

هذا النوع من المنصات يتيح للمستخدمين إمكانية مشاهدة المحتوى بشكل مجاني وغير محدود لكن مقابل مشاهدة الإعلانات أثناء تشغله، أي أن هذا النموذج يعتمد على التمويل عن طريق الإعلانات التجارية، وبالتالي فهو يناسب المستخدمين والمعلنين على حد سواء كونه يساهم في إرضاء أذواق ورغبات أكبر قاعدة جماهرية من المحتوى المجاني. و من أبرز هذه المنصات نجد: **YouTube**،**VIKI** ، **Tube** ...الخ .

3. 3 – أنواع أخرى:

تعمل العديد من منصات البث الإلكترونية على تطوير بنيتها التقنية باستمرار من خلال الاستفادة من التطورات الكبيرة التي تشهدها تكنولوجيات الإعلام والاتصال على وجه الخصوص المتعلّقة بالإنترنت وتطبيقاتها كتقنية البث المباشر، برتوكول التلفاز عبر

الإنترنت **IPTV** وحاليا الذكاء الاصطناعي، وكل ذلك للاستجابة لمتطلّبات المستخدمين ومنحهم تجربة فريدة للاستمتاع بمشاهدة المحتوى الذي يرغبون فيه خاصة مع اشتداد التنافس الجيوسياسي بين الدول والتجاري بين شركات المنصات، فيما يلي أبرز أنواع هذه المنصات:

أ – منصات بروتوكول تلفزيون الإنترنت FAST:

هي مزيج بين القنوات التلفزيونية والمنصات الرقمية للبث، تعتمد على الدمج بين البث التلفزيوني الرقمي وبرتوكول البث عبر الإنترنت **IPTV**، مما ينتج تلفزيون رقمي خطي مجاني يبث مباشرة عبر الانترنت من خلال منصة رقمية خاصة تحتوي على باقة من القنوات التلفزيونية التقليدية، وهذا ما يتيح للمستخدمين متابعة برنامج ما يبث على أحد القنوات التلفزيونية من أي مكان دون الحاجة للبقاء أمام جهاز التلفزيون التقليدي.

ب – منصات البث المباشر المدمجة Live Streaming with VOD:

تجمع هذه المنصات بين إمكانية البث المباشر في البث الفعلي وميزة توفير المحتوى حسب الطلب بع انتهاء البث، فهذه الميزة تتيح للمستخدمين التفاعل المباشر مع محتوى البث الحي و العودة إلى مشاهدة تسجيلاتها لاحق، مثلا يتم عرض محتوى (حلقة برنامج ما) مباشرة عبر صفحة القناة عبر منصة الفيسبوك ثم يتم تخزينه بعد نهاية البث ليتحول إلى خدمة **VOD**، ونجد هذا النمط من البث خاصة في مجال بث الألعاب التفاعلية والأحداث الترفيهية المباشرة، و من الأمثلة البارزة عن المنصات التي تقدّم هذه الخصائص **... Brightcove ،YouTube Dacast،Facebook**

كما توجد هناك منصات حسب نوع المحتوى المقدَّم أي متخصصة، كمنصات متخصصة في توزيع الصوتيات كالموسيقى والأغاني والبودكاست.

4 – صراع عمالقة الشاشات في عصر الحرب الناعمة:

4. 1 – تأثير منصات VOD على البيئة الإعلامية وإدارة الصراعات الجيوسياسية:

تعدّ المنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب **VOD** أحد أدوات الإعلام الجديد التي استطاعت أن تحدث تغييرات عميقة في كيفية استهلاك المحتوى الإعلامي الترفيهي وتضع معايير جديدة للبث التليفزيوني بديلة لمعايير البث التقليدي، فهي منصات عالمية لإنتاج ومشاهدة مختلف أشكال الصناعات الثقافية، الأفلام المسلسلات، ... الخ وبيعها وتسويقها بشكل خاص وحصري.

إلاّ أن التأثير الذي أحدثته منصات **VOD** لم يكن فقط على مستوى وظيفة الاتصال الترفيهي التي ترتبط بتلبية رغبات وأذواق الجمهور، بل امتد إلى وظيفة بناء الهوية الثقافية وتعزيز استقرار الأمن الثقافي والقومي للمجتمعات، فهي عملت على زيادة قوة وسائل الإعلام في إدارة الصراعات الجيوسياسية وذلك من خلال:

أ – تعزيز قوة استقطاب الجماهير وبناء الرأي العام: وذلك بفضل خوارزميات التصفية والتوصية (فقّاعة التوصية **Filter Bubble**) التي تعمل على تكثيف تعرُّض المستخدمين إلى نفس النمط من المحتوى الذي يعكس وجهة نظر معيّنة وانغماسه فيه، فغالبا ما يكون المحتوى المبثوث عبر منصات **VOD** محمّلا بالرسائل الضمنية المشحونة بالرموز والدلائل الثقافية، السياسية، الإيديولوجية، الأمر الذي يحدث تغييرات عميقة على مستوى بنية المرتكزات التي تشكّل وعي الفرد وإدراكه لواقعه ونمط سلوكه اتجاه مختلف الأحداث والوقائع المحلية والإقليمية والدولية.

ب – تعزيز دور وسائل الإعلام كقوة ناعمة:

عزّزت منصات **VOD** من قوة الاتصال الترفيهي كقوة ناعمة، من خلال تسهيل تمرير وغرس سرديات ناعمة وجذابة تعكس ثقافات وقيم معيّنة، وهذا ما جعل من وسائل الإعلام عبر منتجات الصناعات الثقافية أدوات فعالة للاختراق السياسي والثقافي، فوظيفة الإعلام لم تعد تقتصر على تقديم الأخبار والمعلومات، التثقيف والترفيه بل أصبح يعمل على "هندسة الجماهير" عن طريق إعادة تشكيل الوعي الجمعي "الذاكرة الجماعية والمخيال الجمعي" والهويات الثقافية للأفراد بطريقة ناعمة غير مباشرة.

ج – سرعة انتشار المحتوى وزيادة التأثير العاطفي:

عزّزت منصات **VOD** من قوة انتشار سرديات جيوسياسية معيّنة خاصة في فترة النزاعات بسرعة فائقة (تفعيل آلية الانتشار الهستيري للمحتوى ليتصدّر ترندات المنصات الرقمية)، من خلال نشر مقاطع فيديو قصيرة جذابة ومؤثرة عاطفيا تحوي تجارب إنسانية وتعكس قيم ذات رمزية عالمية، الأمر الذي يؤدي إلى حدوث ردة فعل سريعة لدى الرأي العام تخدم إما أهداف الجهات المنافسة المهاجمة أو تحقق نصرا للجهات المستهدفة بوصفها آليات دفاعية وهجوم مضاد على السرديات المضلّلة.

د – بروز وسائل الإعلام كفواعل جيوسياسية على الساحة العالمية:

أصبحت شركات المنصات الرقمية للبث حسب الطلب مثل **Netflix**، **Disney +** جهات فاعلة جيوسياسيا تنافس الفاعلين الآخرين كالدول من حيث التأثير على الجمهور وتأطير بناء وتوجيه الرأي العام، إذ تعمل على بناء التمثلات الجيوسياسية حول الذات والآخر والعالم عن طريق تمرير الصور النمطية عن الشعوب الأخرى تتخللها صور ذهنية عن (الثقافة الأمريكية)، تروّج لروايات سياسية تعمل على توجيه المواقف الدولية (صناعة الإجماع الدولي)، وبالتالي لم تعد القوة الناعمة حكرا على الدول أي الجهات الرسمية التي تقوم بتفعيل آليات الدبلوماسية الثقافية والعامة، بل أصبحت شركات منصات الإعلام

الرقمية أي وسائل الاتصال الترفيهي الرقمية بمثابة أبرز أدوات القوة الناعمة و الديبلوماسية الثقافية الرقمية الفعالة في تحقيق الهيمنة الرمزية والثقافية التي تعيد بناء الوعي الجماعي العالمي.

2. 4 – البطاقة التقنية لشركة Baidu الصينية وشركة Disney الأمريكية:

1. 2. 4 – الشركة الصينية Baidu المالكة لمنصة iQIYI:

الشكل رقم (3): شعار شركة **Baidu**

أ – تعريف الشركة:

هي شركة تكنولوجيا صينية متعددة الجنسيات، تأسست في جانفي 2000 على يد روبين لي **Robin Li** الذي يترأسها حاليا وإيريك شو **Eric Xu** وتتخذ من بيكين مقرا لها، حيث تمتلك وتدير أحد أقوى محرّكات البحث في الصين والعالم والمتمثّل في محرك البحث **Baidu**، كما تعتبر الشركة رائدة في مجال الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الرقمية، إذ تمتلك أيضا موقع خرائط **Baidu Maps** بالإضافة الى موسوعة رقمية **Baidu Baike** منصة البث حسب الطلب **iQIYI**. كما تعتبر الشركة رائدة في مجال الذكاء الاصطناعي وتقدّم باقة متنوعة من التطبيقات والنماذج عالية الجودة و التي دمجتها مع مختلف منتجاتها الأخرى، محرك البحث أو منصة بث الفيديو، وتشمل تطبيقات الذكاء الاصطناعي ما يلي: البنية التحتية السحابية **cloud infrastructure**، إطار التعلّم العميق **Deep Learning**

المطور داخليا **PaddlePaddle**، النماذج الأساسية **ERNIE** المطوّرة ذاتيا بالإضافة إلى التطبيقات المبنية عليها. (Baidu, 2025)

ب – مجالات وفروع الشركة: ينقسم نشاط **Baidu** حاليا إلى قسمين رئيسين وهما: **الأول Baidu Core:** الذي يضم محرّك البحث وتقنيات الذكاء الاصطناعي الأساسية. أما **الثاني** فهو قسم الترفيه المتمثّل في **iQIYI** المختصة في بث الفيديو حسب الطلب. (Baidu,2025)

ج – تأسيس شركة Baidu و iQIYI:

قرّر روبين لي **Robin Li** سنة 2000 إنهاء رحلته في الولايات المتحدة الأمريكية والعودة إلى الصين، ليقوم بتأسيس شركته الخاصة رفقة إيريك شو **Eric Xu** والتي أطلق عليها اسم **Baidu**، والتي بدأت كمحرك بحث يعتمد على تحليل الروابط بين الصفحات، فقد كانت الشركة تقوم على فكرة تقديم نتائج أكثر دقة و ملائمة للمستخدمين الصينيين، وذلك من خلال توظيف تقنيات متقدّمة في تحليل البيانات، ومنذ تأسيسها حقّقت **Baidu** نجاحا كبيرا و سرعان ما أصبحت الرائدة في مجال محرّكات البحث في الصين، ثم تمكّنت من التوسع بسرعة و تقديم مجموعة من الخدمات الرقمية بما في ذلك الإعلانات الرقمية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، و خدمات الحوسبة السحابية. (برازي، 2024)

وفي عام 2010 دخلت شركة **Baidu** مجال تطوير الذكاء الاصطناعي و طوّرت بنية تحتية متكاملة تشمل عدة مجالات، الأجهزة الذكية و خدمات القيادة الذاتية **(Apollo)**، كما دخلت في نفس العام تحديدا في أفريل شركة **Baidu** ميدان صناعة الاتصال الترفيهي الرقمي من خلال تأسيس منصة **iQIYI** بدعم مالي من شركة **Equity Partners Providence** تحت اسم **iQIYI** ثم تم تغييره إلى **iQIYI** في عام 2011 . (Baidu, 2025)

توسّعت **iQIYI** بشكل سريع وأصبحت إحدى أكبر منصات البث في الصين، حيث تقوم بإنتاج وبث المسلسلات والأفلام الأصلية. في 7 مايو 2013، استحوذت **Baidu** على قسم الفيديو عبر الإنترنت التابع لشركة **PPStream Inc**. مقابل 370 مليون دولار أمريكي، والذي أصبح لاحقًا شركة تابعة لشركة **iQIYI**. في 17 يوليو 2014، أطلق الموقع قسم إنتاج الأفلام **iQIYI Motion Pictures** لتوسيع مشاريع التعاون القائمة مع نظرائه في الخارج، بما في ذلك شراء الإصدارات والإنتاج المشترك للأفلام. في 4 سبتمبر، تعاونت **iQIYI** مع مهرجان البندقية السينمائي، حيث بثت أفلام المهرجان عبر الإنترنت. وفي أغسطس 2014، حقّقت **iQIYI** أكثر من 6.95 مليار ساعة مشاهدة على موقعها الإلكتروني، كما قامت بإنتاج أول عمل درامي مشترك بين الصين و اليابان بالتعاون مع **Fuji TV** بعنوان **Mysterious Summer** حيث تجاوز عدد مشاهديه 60 مليون شخص حتى أكتوبر 2014. وفي 19 نوفمبر 2014 استثمرت شركتا **Xiaomi** و **Shunwei Capital** 300 مليون دولار أمريكي في **iQIYI**، ما يعادل حوالي 10% إلى 15% من الموقع، بينما استثمرت **Baidu** 100 مليون دولار إضافية واستحوذت على حوالي 80%. وفي مارس 2016 أعلنت **iQIYI** عن إطلاق بثها في تايون. وفي 25 أبريل 2017، أعلنت **Netflix** أنها توصّلت إلى اتفاقية مع **iQIYI**، والتي بموجبها تمنحها ترخيص بعرض بعض إنتاجات **Netflix** الأصلية على **iQIYI** في نفس اليوم والتاريخ مع عروضها الأولى في جميع أنحاء العالم. (BusinessABC, 2025)

أطلقت **iQIYI** في أغسطس 2019، تطبيق **iQIYI** متعدد اللغات والمتاح عالميًا، كالإنجليزية والتايلاندية والماليزية والفيتنامية والإندونيسية وغيرها، وقامت الشركة مؤخرًا بتوسيع نطاق حضورها الدولي، وأطلقت موقع **iq.com** للمستخدمين العالميين. في ديسمبر 2020، افتتحت **iQIYI** مكتبًا جديدًا في سنغافورة في شارع روبنسون ليكون بمثابة المقر الإقليمي لجنوب شرق آسيا، وفي نفس السنة، قامت الشركة بإنتاج أول مسلسل كوري

أصلي لها بعنوان **My Roommate Is a Gumiho** وعملت على إنتاج المزيد من الأعمال الكورية الأصلية بالإضافة الى توسيع نطاقها نحو برامج جنوب شرق آسيا لبثها كأعمال أصلية لشركة **iQIYI** لمزيد من المشاهدين. في أكتوبر 2021، دخلت **iQIYI** و**THEMA** في شراكة لإطلاق خدماتهما على **Netgem TV** في المملكة المتحدة وأيرلندا، حيث تأمل **iQIYI** أن تنشر محتوى آسيوي على وسائل الإعلام الأوروبية لتوسيع قاعدة جمهورها العالمي، حيث وصل عدد مشتركيها 106 مليون مشترك حول العالم من 191 دولة، كما أعلنت **iQIYI** في نوفمبر 2021 رسميًا عن شراكتها مع **ABS-CBN**. وفي مايو 2022، أعلنت **iQIYI Sports** عن الاستحواذ على حقوق بث مسابقة كرة القدم الإيطالية **Serie A**. يمثل هذا الاستحواذ الخامس منذ التوسعّ في سوق الرياضة بعد الحصول على حقوق البث لأحداث رياضية أخرى مثل **UEFA** و**AFC** والدوري الإنجليزي الممتاز والدوري الإسباني. (BusinessABC, 2025)

شرعت **iQIYI** بداية من 2024، في تنفيذ استراتيجية جديدة في إنتاج المحتوى للاستجابة لخصوصية ومتطلّبات الجماهير الحالية التي تميل إلى المحتوى الترفيهي القصير مقارنة بالماضي وهذا سعيا منها للحفاظ على قاعدتها الجماهرية وكسب المزيد من المشتركين. (iQIYI, 2025)

في حين، ركّزت **Baidu** في السنوات الأخيرة بشكل كبير على ميدان الذكاء الاصطناعي، حيث أطلقت في 2023 ربوت الدردشة الذكي **Ernie Bot** وهي مبادرة لمنافسة نماذج مثل **chatGPT** وجمع بينات التغذية الراجعة لتحسين نموذجها في الذكاء الاصطناعي، كما واصلت **Core** تطوير تقنيات التعلّم العميق **Deep Learning** والسيارات ذاتية القيادة **Apollo (David, 2023) .**

د – مجلس الإدارة:

*** فريق القيادة** (iQIYI, 2025)**:**

– الدكتور تيم غونغ يو **Dr. Tim Gong Yu:** المؤسس والرئيس التنفيذي وعضو مجلس الإدارة.

– السيد **Ying Zeng:** المدير المالي.

– السيد **Jun Wang :** المدير التقني.

*** الفريق الرئيسي** (iQIYI, 2025) :

– السيدة تشانغ يو **Ms. Chang Yu :** مديرة علاقات المستثمرين.

– السيدة شيانغجون وانغ **Ms. Xiangjun Wang :** رئيسة قسم التسويق.

– السيد كريس وو **Mr. Kris Wu:** رئيس قسم تجربة العملاء.

– السيد شياوهوي وانغ **Mr. Xiaohui Wang:** رئيس قسم المحتوى.

– السيد شيانغهوا يانغ **Mr. Xianghua Yang :** نائب الرئيس الأول ورئيس قسم العضوية والأعمال الخارجية.

– السيد يو تشياو دوان **Mr. Youqiao Duan:** نائب الرئيس الأول لقسم الأجهزة الذكية.

هـ – البيانات المالية لـ iQIYI خلال عام 2023 و 2024 و الربع الأول 2025 :

تشير البيانات المالية لمنصة **iQIYI** إلى انخفاض الإرادات الإجمالية بنسبة 8% في عام 2024 مقارنة بعام 2023، لتصل إلى 29.23 مليار يوان أي ما يعادل 4 مليار دولار أمريكي، في حين شهد صافي الدخل انخفاضا أيضا حيث بلغ 764.1 مليون يوان أي ما يعادل 104.7 مليون دولار أمريكي، بينما حقّقت الشركة أرباحا غير مرتبطة بمعيار المحاسبة **GAAP** بلغت 1.51 يوان ما يعادل 207.2 مليون دولار أمريكي.
(Dcfmodeling, 2025**)**

وسجّلت البيانات المالية لمنصة **iQIYI** للربع الأول من سنة 2025 انخفاضا في الإرادات الإجمالية بنسبة 9% مقارنة بالفترة نفسها من عام 2024، لتصل إلى 7.19 مليار يوان أي حوالي 990.3 مليون دولار أمريكي، كما عرف صافي الدخل العائد للمساهمين انخفاضا كبيرا يقدّر بحوالي 72% حيث بلغ 182.1 مليون يوان أي حوالي 25.1 مليون دولار أمريكي. في حين سجّلت الأرباح غير المرتبطة بمعيار المحاسبة **GAAP** ، تقدر بـ 304.4 مليون يوان أي حوالي 42 مليون دولار أمريكي. (GlobeNewswire , 2025)

ويفسّر المختصون أسباب انخفاض أرباح المنصة إلى التحديات التي تواجهها في السنوات الأخيرة المرتبطة بتغيير المشهد الترفيهي الصيني، والرقابة المفروضة من قبل التنظيمات الحكومية في مجال الترفيه، الأمر الذي أدّى إلى انخفاض كبير في عدد المشتركين في نهاية 2023. (GlobeNewswire, 2024)

2. 2. 4 – الشركة الأمريكية The Walt Disney Company:

الشكل رقم (4): شعار شركة والت ديزني **The Walt Disney Company**

أ – تعريف الشركة:

شركة والت ديزني **The Walt Disney Company** هي شركة أمريكية متعددة الجنسيات للإعلام والترفيه، ويقع مقر الشركة في مدينة بوربانك **Burbank** بكاليفورنيا، الولايات

المتحدة الأمريكية، وهي واحدة من أهم الشركات في العالم لأنها استطاعت التحكّم في كل أشكال الترفيه تقريبا وكذا لامتلاكها العديد من الشبكات التلفزيونية والإذاعية وحدائق الترفيه ... فهي تنشط في العديد من المجالات واستطاعت الوصول إلى كل أنحاء العالم.

تأسّست عام 1923 على يد الأخوين **Walt Disney** و **Roy Oliver Disney**، و تدار حاليا بداية من 2023 إلى يومنا هذا (تاريخ إعداد هذه الدراسة) من قبل الرئيس التنفيذي بوب إيغر **(Bob Iger)** ورئيس مجلس الإدارة جيمس غورمان **James P. Gorman** (Diney, 2023). بدأت نشاطها الحافل بالنجاحات والإخفاقات مع السينما تحديدا مع صناعة أفلام الرسوم المتحركة، وسرعان ما وسّعت نشاطها ليمتد إلى قطاعات أخرى في ميدان الصناعات الثقافية والإعلام، لتكتسب بذلك قنوات توزيع جديدة لمنتجاتها من خلال الاستثمار في الصحف والإذاعة والتلفزيون والإنترنت. وقد أدرك والت ديزني أن أكثر المجلات ربحية هو المنتجات المشتقّة من المنتجات الفنية والدرامية التي تنتجها استوديوهات الشركة، فقد كانت في بعض الأحيان تحصد أرباحا طائلة أكثر من الأفلام نفسها، وذلك من خلال تقديم التراخيص لصناعة منتجاتها في بلدان أخرى، كما تمكّنت ديزني أيضًا من الاستثمار في مجال السياحة في وقت مبكر جدًا والنجاح فيها من خلال المتنزهات الترفيهية والعروض والفنادق والسفن السياحية.

وتعتبر أعمال والت ديزني رمزا للازدهار الرأسمالي والإمبريالية الثقافية، فهي إمبراطورية استهلاكية لا تهدف فقط للترفيه ولكن أيضا لنقل القيم التي تبني الذاكرة الجامعية المحلية والعالمية التي ترسم للأطفال تمثيل الذات و الآخر و العالم، من خلال شخصيات وقصص الرسوم المتحركة، لأفلام الحية، القصص المصوّرة وغيرها، بالإضافة إلى المساهمة في التحكّم في توزيع السرديات والتمثلات الجيوسياسية عبر العالم بفضل شبكاتها الإعلامية الواسعة التي تشمل كل قطاعات صناعة الإعلام و الترفيه أي كل أشكال الصناعات

الثقافية والابداعية وكافة قنوات الإنتاج و التوزيع و التسويق التقليدية و الالكترونية، فهي تعتبر إحدى الإمبراطوريات الإعلامية الست: **(Time Warner ، News Corporation، CBS، Viacom، Comcast ، Disney)** التي تمتلك القدرة على الوصول إلى أي فرد في العالم.

ب – مجالات وفروع الشركة:

تخضع شركة والت ديزني **The Walt Disney Company** إلى هيكل تنظيمي متعدّد الأقسام يتميز بالتنوع في القطاعات والتوزيع محكم التخطيط، عبر ثلاثة قطاعات رئيسة والتي تتفرع عنها مديريات مركزية، بالإضافة إلى فروع في مختلف مناطق العالم لإدارة الأسواق العالمية وفق الخصوصية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية لتلك المناطق الجغرافية وتتمثل في: الولايات المتحدة وكندا وأوروبا وآسيا والمحيط الهادئ وأمريكا اللاتينية و الشرق الأوسط.

وحسب حركة إعادة الهيكلة الاستراتيجية التي قامت بها الشركة عام 2023 في ذكرى تأسيسها المئة فإن الخطّة التنظيمية للشركة جاءت كالآتي (Diney, 2023) :

– قسم ديزني للترفيه Disney Entertainment:

تحت قيادة كل من **Alan Bergman** و **Dana Walden** و يشمل:

*** جميع استوديوهات الإنتاج: (Disney Live Action، Disney Animation، Pixar، Marvel، Lucasfilm، 20th Century ، Searchlight).**

*** المحتوى التلفزيوني: (ABC Entertainment، FX، National Geographic، Hulu Originals، وغيرها).**

*** البث الرقمي: Disney+, Hulu.**

– **القسم الرياضي ESPN:** تحت قيادة **Jimmy Pitaro** ، حيث يشرف هذا القسم على إدارة كل المحتوى الرياضي عبر المنصات الرقمية وعبر القنوات التلفزيونية مثل **ESPN**، بالإضافة إلى خدمات البث مثل+ **ESPN.**

– **قسم تجارب ديزني المعروف سابقا بمنتزهات ديزني، التجارب والمنتجات (Disney Products Parks, Experiences and) :**

يترأسه **Josh D'Amaro**، حيث يشرف هذا القسم على إدارة كل الأعمال المتعلقة بالمتنزهات، المنتجعات، الرحلات البحرية، المنتجات الاستهلاكية، الألعاب، النشر، ومتاجر **Disney.**

– **قسم المجموعات الوظيفية المشتركة (Shared Services):**

يشرف هذا القسم على المنتجات التي تنتج عن الدمج بين منتجين من قسمين مختلفين مثلا: كاستخدام شخصيات فيلم في ترخيص طباعة المنتجات أو المتنزهات بالإضافة إلى كل العمليات المشتركة بين قسم **Disney Entertainment** وقسم **ESPN**، وهذا القسم يعمل على تقديم الدعم لباقي الأقسام ويضم التسويق والتوزيع والتقني مثل:

وحدة الإنتاج والتكنولوجيا Product & Technology: تحت إدارة Aaron LaBerge .

وحدة مبيعات الإعلانات Advertising Sales: تحت إدارة **Rita Ferro .**

وحدة توزيع المنصات Platform Distribution: تحت إدارة **Justin Connolly .**

– **التقسيمات الجغرافية (فروع الشركة في العالم) Geographic Divisions:**

تساعدت التقسيمات الجغرافية ديزني على إدارة العوامل الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تؤثر على وسائل الإعلام والترفيه والمنتزهات في مختلف الأسواق. على سبيل المثال،

تختلف وسائل الترفيه وقوائم الطعام وتجربة العملاء بشكل ملحوظ بين ديزني لاند هونغ كونغ وديزني لاند باريس. وهناك أربعة أقسام جغرافية وكل منها يخضع لقيادة مدير إقليمي وهي كالآتي:

– أوروبا، الشرق الأوسط وإفريقيا(EMEA) :

يشرف على هذا الفرع **Tony Chambers** الذي تم تعيينه رئيسًا لمنطقة **EMEA** بداية من فبراير 2025. ويعدّ المسؤول الأول عن تنسيق الاستراتيجيات المالية والإشراف على جميع أنشطة الترفيه في هذه المنطقة، بما في ذلك البث المباشر، الإعلانات، تسويق الاستوديو، التوزيع السينمائي، والمحتوى الرياضي.

– أمريكا اللاتينية Latin American :

يترأس فرع شركة ديزني في أمريكا اللاتينية **Diego Lerner**، حيث يدير كل قطاعات الأعمال في هذه المنطقة بما يشمل الإعلام، التوزيع، المنتجات الاستهلاكية، والأنشطة الخاصة بكل بلد. تحت قيادته، يشرف عدد من المدراء التنفيذيين (مثل مديري الوسائط الرقمية، التسويق، الموارد البشرية، المالية، وغيرهم) على تنفيذ الاستراتيجية المحلية.

– آسيا والمحيط الهادئ (Asia-Pacific):

تخضع هذه المنطقة إلى هيكل تنظيمي إداري يضم تحت قيادته طاقم من المدراء التنفيذيين (مثل مديري الوسائط الرقمية، التسويق، الموارد البشرية، المالية، وغيرهم) الذين يشرفون على تنفيذ الاستراتيجية المحلية المتعلّقة بجميع قطاعات الأعمال في هذه المنطقة (الإعلام، التوزيع، المنتجات الاستهلاكية، والأنشطة الخاصة بكل بلد.

– أمريكا وكندا (أمريكا الشمالية) US and Canada:

تخضع هذه المنطقة إلى هيكل تنظيمي إداري يضم تحت قيادته طاقم من المدراء التنفيذيين (مثل مديري الوسائط الرقمية، التسويق، الموارد البشرية، المالية، وغيرهم) الذين يشرفون على تنفيذ الاستراتيجية المحلية المتعلّقة بجميع قطاعات الأعمال في هذه المنطقة (الإعلام، التوزيع، المنتجات الاستهلاكية، والأنشطة الخاصة بالحدائق والمتنزهات ...الخ في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا.

حيث يقوم كل مسؤول عن منطقة جغرافية برفع تقاريره إلى المسؤولين: **Alan Bergman** نائب رئيس قسم ديزني للترفيه المكلّف بإدارة مجموعة كاملة من صناعة الإعلام والمحتوى الترفيهي عالميًا، بما في ذلك استوديوهات الإنتاج (**Disney**، **Pixar**، **Marvel**، **Lucasfilm**، **20th Century Studios**، **Searchlight Pictures**)، وأقسام الموسيقى والمسرح، بالإضافة إلى مجالات التسويق والتوزيع والتكنولوجيا والإعلانات والبث الرقمي، وكذا **Dana Walden** وهي أيضا مسؤولة في قسم ديزني للترفيه حيث تشرف على إدارة مجموعة واسعة من وسائل الإعلام والترفيه والمحتوى (التلفزيوني والإعلامي) عالميًا: **ABC Entertainment** و**ABC News** و**Disney Television Studios** و**Freeform** و**FX** و**Hulu Originals** و **National Geographic Content** و**Onyx Collective**، بالإضافة إلى مجموعات التسويق والتوزيع والتكنولوجيا وبرامج البث والمحتوى الدولي، وإلى **Jimmy Pitaro** رئيس مجلس إدارة **ESPN** أي القسم الرياضي لمؤسسة ديزني و المسؤول المالي له، حيث يشرف على إدارة كل الأنشطة في هذا القسم بما في ذلك الأنشطة الرياضية الحية، الأخبار الرياضية، البرامج الأصلية وغير الدرامية عبر قنوات **Disney**، **ESPN+**، تلفزيون **ABC** والمحتوى الرياضي الدولي، إضافة إلى التسويق والتوزيع والتكنولوجيا.

ج – نشأة وتطوّر شركة Disney:

مرت الشركة منذ تأسيسها بالعديد من الصعوبات والإخفاقات بالإضافة إلى النجاحات التي أبقت الشركة قائمة على مدار قرن من الزمن. و في ما يلي أهم المحطات التاريخية في تاريخ شركة **Disney** ، (Disney Archives) :

– 16 أكتوبر 1923 (التأسيس والسينما الصامتة):

تأسّست مؤسسة **Disney** في 16 أكتوبر 1923 على يد الأخوين **Walt** و **Roy Disney**، حيث كانت الانطلاقة الفعلية للمؤسّسة حينما أنشاء الأخوين ديزي استوديو باسم **Disney Brothers Studio** التي تحوّلت لاحقًا إلى **Walt Disney Studio** ، بهدف إنتاج رسوم متحركة. في السنوات الأولى، كافحت الشركة لإيجاد موطئ قدم لها فقد عملت في ميادين عديدة كوإنتاج بعض السراويل القصيرة، والحصول على عقود صغيرة حيث تم توقيع أول عقد توزيع سلسلة **Alice Comedies** واعتُبر هذا التاريخ بداية عمل الشركة رسميا.

– الفترة ما بين 1927–1928 ميلاد ميكي ماوس Mickey Mouse وبداية البث المتزامن:

طوّر والت مع **Ub Iwerks** شخصية **Mickey Mouse** بعد فقدانه حقوق شخصية **Oswald**، وأُطلق فيلم **Steamboat Willie** بصوت متزامن في 18 نوفمبر 1928، وهو حدث محوري شكّل نقطة تحوّل في تاريخ الرسوم المتحركة، بذلك بدأت الانطلاقة الفعلية لشركة **Disney** مع إنشاء ميكي ماوس **Mickey Mouse**، والذي أعطى إحساسا فوريا لدى الجماهير في جميع أنحاء العالم.

– الفترة ما بين 1934–1945 إنتاج أول فيلم روائي طويل ناجح :

واصلت شركة والت ديزني طوال الثلاثينات، الابتكار في مجال الرسوم المتحركة، حيث أصدرت أفلاما رائدة، ففي 21 ديسمبر 1937 تم عرض أول فيلم متحرك روائي طويل

ناجح المتمثل في فيلم **Snow White and the Seven Dwarfs**، الذي رسّخ نجاح الشركة ماليا وتقنياً ومهّد الطريق لسلسلة من الأفلام الروائية المتحركة، فيلم **Pinocchio** و Fantasia عام 1940، وقد أسّست هذه الأفلام لشركة **Disney** مكانة في السوق كلاعب رئيس في صناعة الترفيه ووضعت معايير لأفلام الرسوم المتحركة الروائية المستقبلية.

حوّلت شركة والت ديزني خلال الحرب العالمية الثانية تركيزها إلى إنتاج أفلام دعائية للحكومة الأمريكية، بالإضافة إلى أفلام تعليمية للجيش وعامة الناس، تضمّن إنتاج الشركة خلال هذا الوقت **"The Spirit of '43"** (1943)، والتي شجعت الشعب الأمريكي على دفع ضرائبهم لدعم التدخل في الحرب العالمية الثانية، و **"Victory Through Air Power"** (1943)، الذي دعا إلى الاستخدام الاستراتيجي للقوة الجوية في الحرب العالمية.

– فترة الخمسينات (التوسع للتلفزيون والمتنزهات):

استأنفت شركة **Disney** بعد الحرب العالمية الثانية، تركيزها على الترفيه واستمرت في إصدار أفلام الرسوم المتحركة الشهيرة **" Cinderella "** عام 1950 و **Alice in** **" Wonderland"** عام 1951. كما وسّعت الشركة نشاطها ليشمل المتنزهات الترفيهية، حيث تم افتتاح في 17 يوليو 1955 أول مدينة ملاهي **Disneyland** في **Anaheim** كاليفورنيا، وقدمه **Walt** كمفهوم جديد لـ**"theme park"**،وبالتالي وضعت هذه الحديقة الرائدة معايير لمتنزهات ديزني المستقبلية حول العالم، والتي تتميز بمناطق جذب وتجارب غامرة جلبت شخصيات ديزني إلى الحياة ووضعتها في احتكاك مباشر مع معجبيها ومحبّيها.

بالإضافة إلى ذلك بدأت الشركة في استكشاف مشاريع جديدة، بما في ذلك البرامج التلفزيونية، ففي عام 1954 تم إطلاق سلسلة **Disneyland** التلفزيونية التي ساعدت في تمويل وترويج مشاريع أكبر.

توسعت منتجات والت ديزني خلال فترة الستينات، في إنتاج أفلام الحركة الحية، وأصدرت سلسلة من الأفلام الناجحة التي عرضت النطاق الإبداعي للشركة، وكان من أبرز هذه الأفلام "**Mary Poppins**" عام 1964، الذي مزج الحركة الحية والرسوم المتحركة بطريقة لم يسبق لها مثيل من قبل.

– الفترة ما بين 1966–1971 وفاة والت ديزني وإكمال المشاريع الكبرى:

توفي **Walt Disney** في 15 ديسمبر 1966، تولى أخاه **Roy Disney** منصب الرئيس التنفيذي ورئيس الشركة وقد كان أحد أهم أعماله الأولى هو تغيير اسم عالم ديزني إلى عالم والت ديزني تكريما لأخيه ولرؤيته، فقد أدى نجاح **Disneyland** إلى افتتاح عالم والت ديزني **Walt Disney World** في 1 أكتوبر 1971 بفلوريدا والذي تميّز بمنتزه المملكة السحرية الترفيهي **the Magic Kingdom theme park**، بالإضافة إلى العديد من الفنادق ومناطق التسوّق وغيرها من عوامل الجذب، وعمل الفريق الذي تولّى إدارة الشركة بعد وفاة **Roy Disney** في أواخر عام 1971، وحرصوا على الحفاظ على نفس عقيدة (استراتيجيات التسيير، القيم و الأفكار، المهام) التي وضعها **Walt Disney** وعملوا على إكمال المشاريع التي خطّط لها مثل المشاريع المستقبلية للمتنزهات التي عرفت مركز **EPCOT** أي **Tomorrow The Experimental Prototype Community of** و الذي افتُتح في 1 أكتوبر 1982 على أرض الحديقة الجديدة في فلوريدا، وفكرته تقوم على المزج بين معرض العالم **World Showcase** (تمثيل العالم الآخر) وعالم المستقبل **Future World** (تمثيل الذات)، والذي يضم معارض مستقبلية ومناطق جذب استكشفت موضوعات الابتكار والتكنولوجيا والثقافة الدولية.

– فترة الثمانينات والتسعينات – انتعاش سينمائي وتوسع عالمي:

حققت الشركة نجاحات صندوقية كبيرة في أواخر الثمانينيات والتسعينيات، وفتحت متنزهات دولية (مثل **Tokyo Disneyland** عالم 1983 كأول مدينة ملاهي خارج أمريكا و **Disneyland Paris** عام 1992 كأول حديقة ملاهي في أوربا).

كما قامت الشركة بخطوة كبيرة في صناعة البث، حيث استحوذت على شبكة تلفزيون إيه بي سي **The ABC television network** في عام 1984، كما توسّعت في قطاعات التلفزيون والتوزيع بالإمكانات الجديدة (**Touchstone**، **Disney Channel**، وغيرها).

واستمرت ديزني في تصدّر شباك التذاكر وإيصال رسومها المتحركة إلى جماهير أكبر، حيث تصدرتها حورية البحر الصغيرة **The Little Mermaid** عام 1989، والجميلة والوحش **Beauty and the Beast** في عام 1991 وتصدرها بدوره علاء الدين **Aladdin** في عام 1992. استمر نجاح ديزني مع أفلام الرسوم المتحركة في عام 1994 مع الأسد الملك **The Lion King**، والتي سرعان ما أصبحت واحدة من أعلى الأفلام ربحا في كل العصور، تبعه بوكاهونتاس **Pocahontas** في عام 1995، أحدب نوتردام **The Hunchback of Notre Dame** في عام 1996، هرقل **Hercules** في عام 1997، مولان **Mulan** في عام 1998، طرزان **Tarzan** في عام 1999، ثم فانتازيا/2000 **Fantasia/2000** في مطلع القرن الحادي والعشرين.

عزّزت الشركة بداية من عام 1995 شبكتها الإعلامية، وذلك من خلال الاستحواذ على **Capital Cities/ABC** في العام 1996 بما في ذلك أصولها مما أدخل **ESPN** ضمنها ليتحول فيما بعد إلى أحد الأقسام الرئيسة للشركة، ومن ثم عملت على تنويع أصولها الإعلامية لبناء امبراطورية إعلامية قوية من القنوات والحقوق.

كما قامت **Disney** في عام 1995، بإطلاق خط ديزني كروز **the Disney Cruise Line**، الذي قدّم للضيوف تجربة عطلة فريدة من نوعها تجمع بين سحر ديزني ومغامرة الإبحار. توسع خط الرحلات البحرية على مَرّ السنين، مع إضافة سفن ووجهات جديدة إلى القائمة.

– الفترة ما بين 2000–2018 استحواذات استراتيجية وبناء حضور رقمي عالمي:

في عام 2005، افتتحت الشركة هونغ كونغ ديزني لاند **Hong Kong Disneyland**، كأول مدينة ملاهي لها في آسيا، حيث تميّزت الحديقة بالعديد من عوامل الجذب والتجارب الفريدة، بما في ذلك القلعة التي كانت مزيجا من أميرات ديزني المختلفات.

في عام 2006، قامت ديزني بواحدة من أهم عمليات الاستحواذ حتى الآن، حيث اشترت استوديوهات بيكسار للرسوم المتحركة **Pixar Animation Studios** مقابل 7.4 مليار دولار. جلبت هذه الخطوة موهبة بيكسار الإبداعية والتكنولوجيا تحت مظلة ديزني، مما أدّى إلى سلسلة من أفلام الرسوم المتحركة الناجحة مثل وول إي **WALL-E** (2008) وأب **Up** (2009). استحوذت ديزني على مارفل إنترتينمنت **Marvel Entertainment** في 31 ديسمبر 2009، مقابل 4.24 مليار دولار، ما أضاف محفظة ضخمة من الشخصيات الشعبية إلى ممتلكاتها.

كما شهدت أواخر عام 2000 أيضا توسعا **Disney** في منصات رقمية جديدة، مع إطلاق موقع قناة ديزني **the Disney Channel website** والاستحواذ على شركة الوسائط عبر الإنترنت نادي البطريق **Club Penguin** في عام 2007. وفي عام 2010، أطلقت الشركة قسم ديزني التفاعلية **Disney Interactive**، وهو قسم يركّز على إنشاء محتوى رقمي وتجارب لجيل جديد من المستهلكين. شهدت أواخر عام 2010 استمرار ديزني في التوسع في مجالات جديدة، مع إطلاق شركة ديزني **Disney** خدمة البث عبر موقعها التي تتيح للمشتركين الوصول إلى مكتبة واسعة من الأفلام والبرامج التلفزيونية من ديزني وبيكسار

ومارفل وستار وورز وناشيونال جيوغرافيك. اكتسبت الخدمة شعبية بسرعة، حيث جذبت ملايين المشتركين في جميع أنحاء العالم.

وفي عام 2012، استحوذت **Disney** على لوكاس فيلم **Lucasfilm** مقابل 4 مليارات دولار، مضيفة امتياز حرب النجوم **The Star Wars** و **Indiana Jones** إلى علامتها. أدّى ذلك إلى إصدار العديد من أفلام حرب النجوم **Star Wars films** الناجحة للغاية، بما في ذلك **The Force Awakens** (2015) و **Rogue One** (2016) ، بالإضافة إلى تطوير مناطق جذب وبضائع جديدة في المنتزهات الترفيهية.

فقد قامت **Disney** بافتتاح ديزني شنغهاي ديزني لاند **Shanghai Disneyland** في عام 2016، أول مدينة ملاهي لها في الصين القارية. تميّزت الحديقة بمناطق الجذب والتجارب الفريدة التي احتفلت بالثقافة الصينية، وسرعان ما أصبحت واحدة من الوجهات السياحية الأكثر شعبية في البلاد.

– من 2019 إلى يومنا هذا، التحوّل إلى البث الرقمي والتكامل الأضخم على الإطلاق:

في 2019 أكملت **Disney** استحواذها على **20th Century Fox** ، مضيفة الامتيازات الشعبية لأعمالها الشهيرة مثل **The Simpsons** و **Avatar** إلى علامتها. كما أعطى الاستحواذ **Disney** السيطرة على استوديوهات **Fox's film and television** ، مما زاد من انتشار الشركة وتأثيرها في صناعة الترفيه.

ودخلت **Disney** مجال منصات البث حسب الطلب **VOD** بإطلاق منصة **Disney +** رسميًا في 12 نوفمبر 2019، وبدأت الخدمة أولا في الولايات المتحدة وكندا وهولندا، ثم توسّعت لاحقًا إلى أسواق أخرى على مراحل، وتعمل **Disney+** إلى جانب **ESPN+**، **Hulu**

، **Hotsta** على إيصال أعمال شركة **Disney** من أفلام ومسلسلات وبرامج إلى المزيد من الجماهير عبر العالم.

في أعقاب جائحة كورونا (2020)، واجهت ديزني تحديات كبيرة، مع إغلاق حدائقها الترفيهية وتأجيل العديد من إصدارات الأفلام. ومع ذلك، تبنّت الشركة بسرعة استراتيجيات فعالة للخروج من الأزمة، حيث أطلقت مبادرات جديدة مثل ديزني في المنزل، والتي قدّمت تجاربا وأنشطة افتراضية للعائلات للاستمتاع بها أثناء البقاء في المنزل. بالنظر إلى المستقبل، تستعد شركة والت ديزني لمواصلة نموّها وتوسّعها، مع وجود مناطق جذب وأفلام ومبادرات رقمية جديدة في طور الإعداد.

في 15 يناير 2021 تم بث مسلسل **WandaVision** على منصة **Disney +**، أحد أبرز الأعمال الأصلية التي ميّزت المنصة في بداياتها، وقد عرفت المنصة توسعا كبيرا عبر مختلف مناطق العالم حيث بلغ عدد مشتركيها 161.8 مليون مشترك عالميا في نهاية 2022.

ثم تم تطوير واجهة المنصة في 6 ديسمبر 2023 من خلال إضافة قسم **Hulu Content Hub** إلى تطبيق **Disney +** لروابط المشتركين في الولايات المتحدة الأمريكية، كخطوة أولى لتوحيد المحتوى.

توجهت المنصة فيما بعد إلى اقتناء حقوق البث الحصرية، حيث حصلت **Disney +** في 7 فبراير 2024 على حقوق بث فيلم **Taylor Swift: The Eras Tour (Taylor's Version)** الذي بُثّ ابتداءً من 15 مارس 2024، مما يعكس توسعا في المحتوى المباشر واستقطابا للعروض القوية.

أدخلت المنصة خدمة البث المباشر لمباريات كرة القدم، حيث أعلنت المنصة في 16 أبريل 2024 عن نقل البث المباشر لأول مباراة لمباريات دوري رابطة أبطال أوروبا والدوري الأوروبي **UEFA Europa League and UEFA Conference League matches** في الدنمارك والسويد للمواسم 2024–2025 إلى 2026–2027.

ودخلت **Disney** تجربة البث التلفزيون المجاني المدعوم بالإعلانات عبر الإنترنت، حيث أعلنت **Disney** في أبريل 2024 عن إطلاق قنوات **FAST** (قنوات تلفزيونية مدعومة بالإعلانات – **Free Ad-Supported Streaming Television**) على منصة + **Disney** لجذب الجماهير عبر بث مستمر ومحتوى من مكتبة شهيرة مثل **Marvel** و**Star Wars**.

– توسيع تقنية الإعلانات الحية القابلة للمزايدة:

قامت **Disney** في 8 أبريل 2025 بتوسيع تقنية الإعلانات الحية القابلة للمزايدة (**biddable ad tech**) لمنصاتها + **Disney** ، **Hulu** ، **ESPN+**، مما يعزّز من كفاءتها الإعلانية. وأطلقت **Disney** في 20 يونيو 2025 إعلانات **"Shop the Stream"** التفاعلية ضمن البث، تتيح للمستخدمين شراء المنتجات مباشرة من الإعلانات (مثل أزياء أو مشروبات) أثناء مشاهدة المحتوى، وذلك بدعم من تقنيات التجارة الرقمية.

تستمر **Disney** في تطوير منصاتها الرقمية والإبداع والابتكار في إنتاج وتوزيع منتجاتها مما يضمن استمرار ديزني في جذب الجماهير في جميع أنحاء العالم لسنوات قادمة.

د – البيانات المالية لـ Disney خلال عام 2023 و 2024 و الربع الأول 2025 :

– الأداء المالي لعام المالي 2023:

بلغت الإيرادات السنوية لـ **Disney:** 91.36 مليار دولار أمريكي، بزيادة قدرها 3% عن الإيرادات السنوية لعام 2022 التي قُدّرت بـ 88.90 مليار دولار، حيث زاد صافي الربح

السنوي إلى 4.972 مليار دولار مقابل 2.354 مليار دولار في 2022، في حين ارتفع عدد مشتركي منصة **Disney+** إلى حوالي 158.6 مليون مشترك. (Disney, 2023)

– الأداء المالي للربع الرابع من 2023:

زادت إيرادات الربع الرابع من 2023 مقارنة بعام 2022 بنسبة 6%، أي من 21.2 إلى 22.6 مليار دولار، كما زادت الأرباح الصافية للسهم **(EPS)** المعدلة: 2.72 دولارًا في الربع الرابع لـ 2023 مقابل 1.29 دولارًا في 2022. كما عرف الدخل التشغيلي نسبة نمو تقدّر بـ 21% على الصعيد العام و23% في الربع الرابع لـ 2023.(Disney, 2023)

– الأداء المالي للعام المالي 2024:

بلغت الإيرادات السنوية 91.4 مليار دولار أمريكي، بزيادة قدرها 3% عن العام 2023، في حين سجّل الدخل الصافي السنوي نموا بنسبة 59% حيث بلغ 7.6 مليار دولار (قبل الضريبة)، مقابل 4.8 مليار دولار في 2023، كما زادت قيمة السهم **(EPS)** في الربع الرابع من 2024 حيث قفزت إلى 1.14 دولارا للسهم و عليه ارتفعت إلى 4.97 دولارًا للسهم للسنة كاملة، مقابل 3.76 دولار في 2023 (+32%)، بدعم من نمو قوي في بعض القطاعات كمنصات البث والمصادر الترفيهية. (Disney, 2024)

حيث سجّلت وحدة البث المباشر والتجزئة **(DTC)** نموا في الإيرادات الإعلانية بنسبة 14% خلال الربع الرابع، وساهمت بـ 321 مليون دولار في الدخل التشغيلي في الربع الرابع من 2024، كما زاد عدد مشتركي منصات البث الرقمية إذ بلغ عددهم الإجمالي في **Disney+** و **Hulu** إلى 174 مليون مشترك بنهاية الربع الرابع لـ 2024، منهم أكثر من 120 مليونا في **Disney+** وحدها. (Disney,2024)

في حين سجّل قسم الرياضة **ESPN (Sports)** انخفاضا طفيفا في الدخل التشغيلي بمقدار 100 مليون دولار في الربع الرابع لـ 2024، في حين ارتفعت إيرادات الإعلان المحلي لشبكة ESPN بنسبة 7% مقارنة بنفس الفترة من العام السابق. (Disney, 2024)

– الأداء المالي للربع الأول من 2025:

بلغت الإيرادات الاجمالية لـ **Disney** في الربع الأول من عام 2025: 24.69 مليار دولار أمريكي أي نسبة نمو سنوية قُدّرت بـ 5% مقارنة بالربع الأول من العام السابق (فيفري 2024) التي بلغت إراداته الاجمالية 23.55 مليار دولار، في حين سجّل الدخل الصافي نموا بنسبة 27% حيث بلغ 3.66 مليار دولار (قبل الضريبة) مقابل 2.87 مليار دولار في الربع الأول لـ 2024، كما زادت قيمة السهم **(EPS)** في الربع الأول من 2025 حيث ارتفعت إلى 1.40 دولارًا للسهم، مقابل 1.04 دولار في الربع الأول من 2024 بزيادة قدرة بـ 35% (businesswire, 2025) .

وارتفع الدخل التشغيلي لقسم الترفيه لشركة **Disney** في الربع الأول لعام 2025 إلى 1.703 مليار دولار أي بنسبة 95%، فقد بلغ الدخل التشغيلي لخدمة البث المباشر **Direct-to-Consumer** 293 مليون دولار حيث ارتفعت عائدات الإعلان بنسبة 16%، وحققت مبيعات المحتوى / الترخيص **Content Sales/Licensing** دخلا قُدّر بـ 312 مليون دولار أي بزيادة 536 مليون دولار مدفوعة مقابل استخدام شخصية فيلم **"Moana 2"**، في حين تراجعت شبكات خطية **(Linear Networks)** أي شبكات البث التقليدية بنسبة 7%، كما تراجعت نسبة الدخل التشغيلي لهذا القطاع بـ 11% . (businesswire, 2025)

في حين قُدّر الدخل التشغيلي لقطاع الرياضة **ESPN** بـ247 مليون دولار بزيادة سنوية تجاوزت 350 مليون دولار ابتداء من الربع الأول لعام 2024، كما ارتفعت نسب إيرادات الإعلانات المحلية بنسبة 15% مقارنة بنفس الفترة للعام السابق.(businesswire, 2025)

كما ارتفع عدد مشتركي البث الرقمي في الربع الأول من عام 2025 عما تم تسجيله في نهاية 2024، حيث بلغ عدد المشتركين في منصتي + **Disney** و**Hulu** معا 178 مليون مشترك، بزيادة قدرها 0.9 مليون منذ نهاية 2024. (businesswire, 2025)

3. 4 – iQIYI و Disney كفاعلين في الصراع الجيوثقافي الأمريكي–الصيني:

يتضح من خلال متابعة التطورات الحاصلة في ساحة منصات الترفيه الرقمية، أن التنافس بين الشركتين العملاقتين **Disney** و **iQIYI** لا يقتصر فقط على حصة سوق الترفيه الرقمي والأرباح فقط، بل يمتد إلى النفوذ الجيوسياسي وقوة التأثير الرمزي والثقافي، فكلتاهما تمثلان القطبين الرئيسين في إدارة الحرب الناعمة بين الصين و أمريكا، و ذلك من خلال قوتهما التقنية والمالية والإبداعية، فهي لا تُقدّم مجرد محتوى ترفيهي بل تعمل على تشكيل سرديات وتؤثر على تصوّرات الملايين حول العالم مما يجعلهما أداتين محوريتين في تجسيد استراتيجيات القوة الناعمة لدولتهما.

تمثل كل من شركة **Disney** و منصتها + **Disney** وشركة **Baidu** و منصتها **iQIYI** لاعبين رئيسين في عالم البث الرقمي، يمثلان قوى ثقافية و جيوسياسية مختلفة تماما، إذ تسعى شركة **Disney** إلى تعزيز القوة الناعمة الأمريكية و نشر قيم النموذج الرأسمالي الليبيرالي الأمريكي و تعزيز صورة أمريكا كزعيمة للعالم، في حين تسعى إلى نشر الثقافة الصينية و تعزيز نفوذ الصين خاصة في منطقة جنوب شرق آسيا.

أ – شركة Disney إمبراطورية الترفيه العالمية وأيقونة القوة الناعمة الأمريكية:

فقد كانت **Disney** رمزا للقوة الناعمة الأمريكية وأحد آليات السيطرة على توجه الرأي العام الأمريكي من خلال العمل على نشر وغرس أساطير النظام القيمي (عقيدة) للمجتمع الأمريكي، ولها دور أيضا في إدارة الصراعات من خلال التأثير على تصوّرات الشعب

والجنود الأمريكان من أجل الموافقة على الدخول في الحرب العالمية الثانية، كما استخدِم محتواها الأصلي والمتنوع للتروج لقيم الديمقراطية، الفردانية، والابتكار وغيرها من القيم الثقافية والحضارية الأمريكية، مما يساهم في تشكيل التصوّرات الإيجابية عن الولايات المتحدة الأمريكية على نطاق عالمي، فقد ساهمت بشكل كبير في إدارة الحرب الباردة وانتصار أمريكا على الاتحاد السوفياتي. وتشمل أدوات تأثير **Disney** في الأفلام الخالدة، والشخصيات الأيقونية والحدائق الترفيهية وتجارة عالمية للمنتجات المشتقة من شخصيات مسلسلاتها وأفلامها، فكلها تسهم في ترسيخ "الحلم الأمريكي" وقيم الابتكار والإبداع كعقيدة لها، كما أن **Disney** تعتمد على نموذج أعمال راسخ يتسم بالتوزيع العالمي الواسع، والاستثمارات الضخمة في الإنتاجات ذات الميزانيات العالية، والتركيز على القصص التي تلقى قبولا عبر الثقافات المختلفة وهذا سرّ تفوقها واستمرارها على مدار أكثر من قرن من الزمان.

ب – شركة iQIYI الذراع الثقافي للصين في الحرب الناعمة:

تمثّل شركة منصة البث **iQIYI** إحدى آليات استراتيجية الصين لتعزيز قوتها الناعمة ونفوذها الجيوسياسي، حيث تسعى **iQIYI** إلى أن تكون "**ديزني الصين**"، ليس فقط كمنصة ترفيهية بل كمنظومة متكاملة لبناء المحتوى تشمل إنتاج وتوزيع محتوى الصناعات الثقافية كالمسلسلات، الأفلام، الألعاب ...الخ، بالإضافة إلى التجارة الإلكترونية، بهدف تصدير الثقافة والقيم الحضارية والاجتماعية الصينية على الصعيد الإقليمي والدولي، إذ تركّز **iQIYI** على تقديم محتوى يعكس الثقافة الصينية ويعزّز صورتها الإيجابية عالميا، من خلال الدراما والأفلام والبرامج الترفيهية المنتجة محليا، وذلك بهدف تشكيل رؤية جديدة ومثيرة عن الصين، خاصة في منطقة جنوب شرق آسيا، وبالتالي فهذه المنصة ليست

مجرّد وسيلة للترفيه، بل أداة للدبلوماسية الثقافية تسعى لموازنة النفوذ الأمريكي الغربي على الساحة العالمية .

ج – آليات تعزيز النفوذ الجيوسياسي والتأثير الرمزي الثقافي لكلتا الشركتين:

تعتمد **Disney** على مجموعة من الآليات لتعزيز نفوذها الجيوسياسي وتأثيرها الرمزي الثقافي، **أولها الابتكار التقني** حيث تستثمر **Disney** بشكل كبير في التقنيات المتقدّمة، كالرسوم المتحركة ثلاثية الأبعاد وتجارب الواقع الافتراضي المعزّز في حدائقها الترفيهية، كما تعتمد على تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم وتقديم توصيات مخصّصة، مما يعزّز من جاذبية منصاتها. وتتمثل الآلية **الثانية** في **القدرة المالية الكبيرة:** إذ تمتلك **Disney** ميزانية ضخمة وإيرادات سنوية تقدر بعشرات المليارات من الدولارات (حوالي 91.361 مليار دولار أمريكي في العام المالي 2024)، مما يوفّر لها السيولة اللازمة للاستثمار في الإنتاج عالي الجودة والتوسع العالمي، فهذه القوة المالية تمكّنها من الحفاظ على الريادة في السوق. وتتمثل الآلية **الثالثة** في **الإبداع المتواصل** فتاريخ **Disney** مليء بالإبداع والابتكار في مجال صناعة الأفلام والرسوم المتحركة، إذ تمتلك قدرة فريدة من نوعها على خلق شخصيات وقصص أيقونية ذات صدى عالمي، فالشركة تركّز على تطوير محتوى أصلي يلبّي أذواق الجماهير المتنوعة، مع الحفاظ على عقيدتها وهويتها المميزة.

وتعتمد شركة منصة **iQIYI** بدورها على مجموعة من الآليات لتعزيز نفوذها الجيوسياسي وتأثيرها الرمزي الثقافي، **أولا الريادة التقنية:** تستفيد **iQIYI** بشكل كبير من إمكانيات **Baidu** في مجال الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، الأمر الذي يمكّنها من تحسين تجربة المستخدم باستمرار، وتخصيص توصيات المحتوى، بالإضافة إلى تسريع عمليات إنتاج المحتوى الافتراضي، مما يظهر اعتماد **iQIYI** الكبير على التكنولوجيا لتعزيز كفاءة

الإنتاج والإبداع. وتتمثل الآلية **الثانية** في **النمو المالي** بالرغم من تذبذب عائدات **iQIYI** في السنوات الأخيرة، وعلى الرغم من أن قوتها المالية أقل مرونة مقارنة بديزني في الاستثمارات العالمية الضخمة، إلاّ أن دعم **Baidu** التي تمتلك رأس مال قوي كشركة تكنولوجية رائدة عالميا، يمنح **iQIYI** ميزة تنافسية قوية داخل السوق الصيني ويدعم توسعها الإقليمي. وتتمثل الآلية **الثالثة** في **قوة الإبداع المحلي**، إذ تركّز **iQIYI** على إنتاج المحتوى الأصلي الصيني المتنوع، الذي يشمل كل أشكال الصناعات الثقافية الإبداعية كالدراما والألعاب والأفلام وبرامج الواقع، المانهوى، ...الخ، كما تسعى إلى تطوير محتواها ليتماشى مع أذواق الجماهير المحلية والدولية من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي لتعزيز الإنتاج والإبداع، والاستثمار في المواهب الإبداعية في جنوب شرق آسيا لتعزيز حضورها الإقليمي.

الشكل رقم (5): مدخل شنغهاي ديزني لاند **Shanghai Disneyland**

على الرغم من أن **Disney** لا تعمل بشكل مباشر في السوق الصيني بسبب القيود التنظيمية، إلاّ أن محتواها يصل إلى الجمهور الصيني عبر اتفاقيات الترخيص، مما يمنحها نفوذا ثقافيا محدودا ولكنه مستمر وسيجني ثماره مستقبلا على المدى الطويل. في حين قد تواجه **iQIYI** تحديات متعلّقة بتحقيق الربحية، بسبب نشوب الحرب التجارية بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين في السنوات الأخيرة، كما أن العمل في بيئة تنظيمية صارمة داخل الصين، قد يؤثر على استراتيجياتها التوسعية عالميا وإقليميا.

الجانب التطبيقي

I – تحليل أبعاد الحرب الناعمة بين الصين وأمريكا عبر الفيلم الأمريكي Mulan (2020)

II– تحليل أبعاد الحرب الناعمة بين الصين وأمريكا عبر الفيلم الصيني Hua Mulan (2020)

III – مناقشة نتائج تحليل الأفلام

I – تحليل أبعاد الحرب الناعمة بين الصين وأمريكا عبر الفيلم الأمريكي Mulan (2020):

1 – البطاقة التقنية لمنصة Disney +: (Disney Advertising : 2023)

الشكر رقم (6): واجهة منصة +Disney

+Disney هي منصة بث فيديو حسب الطلب تابعة للشركة الأمريكية the Walt Disney Company، تم إطلاقها رسميًا في 2019. و تُقدّم المنصة مجموعة متنوعة من المحتوى للأطفال و الكبار بما في ذلك الأفلام الكلاسيكية والجديدة بالإضافة إلى البرامج تلفزيونية وحلقات مسلسلات من إنتاج الأستوديوهات التابعة لـ the Walt Disney Company .

أ – الاسم الرسمي: +Disney.

ب – تاريخ الإطلاق: 12 نوفمبر 2019

ج – الشركة الأم: The Walt Disney Company

د – نوع المحتوى الذي تبثه المنصة:

- أفلام.
- مسلسلات تلفزيونية.
- حلقات مسلسلات.
- برامج خاصة.
- وثائقية.

هـ – الاستوديوهات الرئيسة التي تبث محتواها المنصة:

- **Disney**
- **Marvel**
- **Star Wars**
- **Pixar**
- **National Geographic**
- **20th Century Studios**

و – مناطق التشغيل:

متاحة في حوالي 137 دولة حول العالم، بما في ذلك الولايات المتحدة، كندا، أستراليا، نيوزيلندا، المملكة المتحدة، وأوروبا الغربية والعديد من البلدان الأخرى.

ز – الاشتراكات المتاحة

– اشتراك شهري.

– اشتراك سنوي.

ح – الأسعار:

تختلف الأسعار بناءً على المنطقة والخطّة المختارة. في الولايات المتحدة، يبدأ السعر من 7.99$ شهريًا أو 79.99$ سنويًا.

ط – الميزات التقنية للمنصة:

– تتيح المنصة جودة الفيديو بـ **HDR** وK4، كما تتيح أيضا جودة الصوت **Dolby Atmos** لتجربة صوت محيطي على بعض المحتوى.

– تحميل الفيديو للعرض دون اتصال بالأنترنت.

– تعدد الأجهزة (يمكن للمستخدمين مشاهدة المحتوى على عدّة أجهزة)

– تطبيق متاح لنظامي التشغيل **Ios** و**Android**

– متاح أيضًا على أجهزة التلفزيون الذكية والأجهزة الرقمية مثل **Roku** و **Amazon Fire TV Stick**

ي– محتوى مميّز:

- Star Wars : The Mandalorian

- Marvel Cinematic Universe films

- Pixar movies

Disney animated classics -

National Geographic documentaries -

ك – الاستوديوهات التي تبث محتواها المنصة:

20th Century Studios ،National Geographic ،Pixar ،Star Wars ،Marvel ، Disney

2 – البطاقة التقنية للفيلم الأمريكي (Disney , 2020):

أ – الملصق الدعائي لفيلم Mulan 2020:

الشكل رقم (7): الملصق الدعائي لفيلم **Mulan 2020**.

Mulan هو فيلم أكشن درامي أمريكي من إنتاج **The Walt Disney Pictures** و إخراج نيكي كارو **Niki Caro** تم إصداره في 2020، والفيلم عبارة عن النسخة الحية لفيلم الرسوم

المتحركة **Mulan** الذي صدر سنة 1998، حيث تم اقتباس شخصية **Mulan** من الشخصية الأسطورية الفلكلورية هوا مولان **Hua Mulan** في التراث الصيني.

ويعتبر فيلم **Mulan 2020** الإصدار السابع عشر من سلسلة الأفلام الحية التي أنتجتها **The Walt Disney Pictures** في إطار سياستها الجديدة التي قامت فيها بإعادة إنتاج سلسلة أفلام الرسوم المتحركة الكلاسيكية الخاصة بها إلى أفلام حية، مثل **The Jungle Book** (2016)، **Beauty and the Beast** (2017)، **Aladdin** (2019)، **Dumbo** (2019) ... الخ. وقد فاز الفيلم بجائزتي أوسكار **"Oscars"** في الطبعة 93 سنة 2021 ، حيث نال جائزة الأوسكار الأولى لأحسن مؤثرات بصرية وجائزة الأوسكار الثانية لأحسن الملابس.

سمح فيلم **Mulan** (2020) لشركة **Disney** بتجربة تغيير جذري في إستراتيجية بث محتوى أفلامها، مستغلّة سياق انتشار وباء كوفيد 19، لإلغاء إصدار الأفلام عبر صالات السينما لصالح إصدارها على منصة **Disney +**، أي الانتقال من بث المحتوى عبر السينما كوسيلة اتصال تقليدية (البيئة التقليدية) إلى البث عبر المنصات الرقمية (البيئة الرقمية)، حيث تم التخطيط لهذه الإستراتيجية منذ فترة طويلة. وقد أثار هذا القرار غير المسبوق **Disney** جدلا واسعا بين مختلف المهتمين بالصناعة السنيمائية من منتجين وجماهير في البلدان الرائدة في هذا المجال كفرنسا حول مستقبل دور السينما.

تعرّض الفيلم لانتقادات عديدة بسبب تصويره غير الدقيق والنمطي للثقافة الصينية، على الرغم من ادعاءات مؤسسة **Disney** بأنه يعتبر النسخة الأكثر قربا من القصة الأصلية، فقد شعر العديد من المشاهدين الصينيين بأنه لم يتم احترامهم من قبل فريق الإنتاج الذين تناول الثقافة الصينية بطريقة استشراقية خاطئة، مع توظيف عناصر دخيلة لا تنتمي للفلكلور الصيني بل تنتمي إلى الثقافة الغربية، بالإضافة إلى توظيف ممثلين غير صينيين

لتمثيل قصة من التراث الصيني ليتم توظيفها من أجل بناء صورة نمطية خاطئة عن الشعب الصيني وثقافته.

ب – البطاقة التقنية (Disney: 2020):

- **عنوان الفيلم: Mulan.**
- **مخرج الفيلم: Niki Caro.**
- **كتّاب السيناريو: Rick Jaffa, Amanda Silver, Lauren Hynek, Elizabeth Martin.**
- **تاريخ الإصدار:** 4 سبتمبر 2020 على منصة + Disney.
- **مدة العرض:** 1 ساعة و55 دقيقة.
- **المنتِج: Chris Bender, Jake Weiner, Jason T. Reed.**
- **شركة الإنتاج: Walt Disney Pictures.**
- **شركة التوزيع: Walt Disney Studios Distribution .**
- **منصة العرض: + Disney.**
- **تكلفة الإنتاج:** 290 مليون دولار
- **البلد:** الولايات المتحدة الأمريكية
- **اللغة:** الإنجليزية

- **التصنيف:** أكشن، مغامرات، درامي

- **طاقم الممثلين:**

Liu Yifei: في دور **Mulan**

Donnie Yen : في دور **Li Shang**

Gong Li : في دور **Xianniang**

Jet Li : في دور **The Emperor**

Jason Scott Lee : في دور **Bori Khan**

Yoson An : في دور **Chen Honghui**

Tzi Ma : في دور **Fa Zhou**

Rosalind Chao : في دور **Fa Li**

Cheng Pei Pei : في دور الخاطبة

Xana Tang : في دور **Fa Li**

Ron Yuan : في دور **Sergeant Qiang**

Jun Yu : في دور **Cricket**

Chen Tang : في دور **Yao**

Doua Moua : في دور **Chien-Po**

Jimmy Wong : في دور **Ling**

Nelson Lee : في دور المستشار

Hoon Lee : في دور قاضي القرية

Crystal Rao : في دور مولان في طفولاتها .

ج – ملخّص الفيلم:

– الإطار العام للفيلم (البداية، الحبكة، النهاية):

يحكي فيلم **Mulan** 2020 قصة الشابة هوا مولان **Hua Mulan** الإبنة الكبرى لمحارب قديم في الجيش الإمبراطوري، حيث كانت تعيش رفقة أسرتها في أحد القرى الصينية، وكيف تغيرت حياتها بعد اندلاع الحرب في الحدود الشمالية حين يصدر الإمبراطور الصيني مرسوما يفرض بموجبه على كل عائلة أن ترسل رجلا للانضمام إلى الجيش الإمبراطوري لمواجهة الغزاة أي قبائل الروران، فتُقرِّر **Hua Mulan** أن تلتحق بجبهة القتال مكان والدها المسن الذي أصيب في ساقه في أحد المعارك. فتتنكر **Hua Mulan** بزي رجل وتلتحق بالجيش الإمبراطوري تحت اسم هوا جون، أين تواجه تحديات التدريب العسكري بشجاعة، وخاضت صراعا داخليا بين ضرورة الحفاظ على سر هويتها الحقيقية (أنها امرأة) خوفا من العزلة الاجتماعية التي تفرضها تقاليد مجتمعها على المرأة التي تمارس فنون القتال، وبين ضرورة تحلّيها بصفة الصدق للحفاظ على قوتها الروحية من الزوال،

فتكتشف تدريجياً أن قوتها الحقيقية تنبع من ثقتها بنفسها وتقبّلها لهويتها، مما يجعلها في الأخير قائدة ومحاربة عظيمة تحظى باعتراف واحترام الجميع.

تركز حبكة قصة الفيلم على تطور شخصية مولان من فتاة خائفة تبحث عن القبول الاجتماعي والتحرر من قيود تقاليد مجتمعها، إلى فتاة قوية وشجاعة تتحدى الجميع وتنجح في التحرر من القيود المجتمعية وتفرض وجودها ضمن قائمة القادة والمحاربين العظام في تاريخ الصين.

– تلخيص أحداث الفيلم:

تدور أحداث الفيلم في حقبة الصين القديمة، حيث تناول القسم الافتتاحي مرحلة الطفولة لبطلة القصة مولان التي كانت طفلة مميّزة كونها تتمتع بقوة روحية كبيرة (تشي)، لكنها تنشأ وسط بيئة ثقافية واجتماعية تقيّد المرأة وتحصر دورها في إطار ضيق يتمثّل في الزواج والعناية بالأسرة، فكانت مولان محلّ إعجاب أفراد قريتها بسبب موهبتها المميَّزة إلاّ أنهم بدأوا يشعرون بالريبة نحوها، وذلك بسبب التقاليد التي تمنع الفتاة من امتلاك تلك القوة وتجعلها حكرا على الرجال المحاربين، وهذا ما دفع والدها لينصحها بإخفائها حفاظا على شرف العائلة، وهو ما وضعها منذ طفولتها أمام صراع بين هويتها الفردية وهوية المجتمع.

وتتعقد عقدة القصة حين تتعرض مملكة مولان للغزو من قبل قبائل الروران بقيادة بوري خان المدعوم بساحرة التي تتمتع بقوة روحية كبيرة، مما يضع عائلة مولان في مأزق حينما يصرّ الأب المسن والمريض على الالتحاق بجبهة القتال حفاظا على شرف العائلة، فتُقرِّر مولان أن تتنكر في هيئة رجل و تلتحق بالجيش الإمبراطوري مكان والدها، وهي خطوة

تعكس استعدادها للتضحية من أجل والدها وشجاعتها على كسر القيود المجتمعية، وفي المعسكر تواجه مولان تحديا آخر أكثر صعوبة تمثّل في كيف تخفي هويتها كامرأة وفي نفس الوقت تستعمل قوتها الروحية في التدريب والقتال؟ فهذا التوتر والضغط النفسي يعكسان التناقض الذي عاشت فيه البطلة بين هويتها الحقيقية والهوية التي فرضها عليها النظام الاجتماعي.

تحلّ العقدة حين تُكتشف حقيقتها وتُطرد من الجيش الإمبراطوري، لكن تحوّل مولان لحظة الإنكسار التي مرّت بها إلى نقطة تحوّل في قصتها، إذ تدرك أن قوتها لا تكمن في التخفّي بل في مواجهة العالم بهويتها الحقيقية، فتعود إلى المعركة وتتمكن من التصدي لخطّة بوري خان وتنقذ الإمبراطور، وبالتالي تتمكن من كسر الصورة النمطية التي رُسمت للمرأة في مجتمعها، وتثبت للجميع أن طاقة تشي ليت حكرا على الرجال. وفي القسم النهائي للفيلم يكرّم الإمبراطور البطلة مولان، ثم تعود إلى أسرتها وقد جلبت لها الشرف، وهذا ما يرمز إلى إعادة تعريف الشرف وفق أسس جديدة، ليصبح الإنجاز الفردي والايمان بالذات مصدرا للقيمة الاجتماعية.

– تحليل الشخصيات:

تعدّ شخصية مولان العنصر الأساسي للبناء الدرامي للفيلم، حيث عُرضت كبطلة تخوض رحلة مليئة بالتحديات والصراعات لتجاوز القيود المجتمعية التي فُرضت على المرأة، مما يؤدي إلى تطور شخصيتها وزيادة وعيها وثقتها بنفسها. في بداية الفيلم تظهر مولان كشابة خائفة من مواجهة المجتمع تضطر لإخفاء قدراتها الروحية الحقيقية وذلك للتوافق مع المعايير الأنثوية التي تفرضها التقاليد، وعليه كانت تتخبط بين رغبتها في تطوير قدراتها الروحية وبين ضرورة الامتثال للمعايير الثقافية والاجتماعية التي تربط شرف الأسرة بزواج

المرأة وأعمال البيت، لكن مع تصاعد الأحداث تُقرّر تحدي سلطة والدها ومجتمعها، وتبدأ رحلتها نحو تحرّرها، أين تُبلور وعيها تدريجيا وتستعيد هويتها الحقيقية وقوتها الروحية، بعدما تكتشف أن صِدْقها مع ذاتها هو مفتاح القوة الحقيقي. وعليه تمثّل مولان نموذجا غير تقليدي لبطلات قصص ديزني، كونها لا تعتمد على السحر أو المساعدة من أمير مثلا، بل تعتمد على نفسها وثقتها في قدراتها، مما يجعلها رمزا للتمكين النسوي والتحرّر.

قدّم الفيلم إلى جانب شخصية مولان شخصيات داعمة ومعارضة ساهمت في توجيه مسارها، حيث مثّل والدها ثقل التقاليد ومفهوم الشرف التقليدي، بينما مثّل قائد الجيش سلطة النظام الذكوري، في حين مثّل بروري خان الخصم الذي يرمز للشرّ والتوظيف الخاطئ للقوة والسلطة.

بينما قدّمت شخصية الساحرة شيان لانغ تعقيدا رمزيا خاصا، حيث تمثّل مرآة تعكس وضع مولان في حال ما اختارت طريق العصيان المدفوع بالغضب والانتقام من النظام الاجتماعي الظالم بدلا من طريق التوازن والإيمان بالذات، فالساحرة تمتلك قوة روحية كبيرة مثل مولان إلاّ أنها تعرّضت للإقصاء والنفي من قبل عائلتها ومجتمعها، وبالتالي تجسّد رمزا للمرأة المهمّشة التي لم تجد الإعتراف، وقد أعطى هذا التناظر بين شخصية مولان و الساحرة عمق الصراع بين الخضوع (الإندماج) و التمرّد (الإقصاء) هذا من جهة، و من جهة أخرى بين المقاومة والتشبّث بالمبادئ السليمة والانسلاخ عن الذات.

3 – التقطيع التقني للقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020):

الجدول رقم 4: التقطيع التقني لشارة شركة إنتاج الفيلم

المشهد	اللقطة		شريط الصور					شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
شارة شركة الإنتاج	/	26 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (نهر متعرّج، هضاب مكسوة بالعشب الأخضر، سماء زرقاء)، قلعة ديزني الشهيرة محاطة بسور على زواياه أبراج مراقبة على الطراز الصيني، ألعاب نارية ثم سهم ونجوم لامعة اسم شركة الإنتاج Disney بالذهبي، **المضمون:** شارة شركة الإنتاج Disney	لقطة عامة	زوم خلفي	عادية	/	موسيقى هادئة تمزج بين الصينية والغربية	صوت الألعاب النارية

الجدول رقم 5: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 1 من القسم الافتتاحي (الراوي يقص مقدمة قصة الفيلم)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
	1	19 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (جبال، شمس تشرق في الأفق)، **المضمون:** الراوي يروي مقدمة قصة الفيلم.	لقطة عامة	ثابتة	عادية	الراوي: هناك العديد من القصص حول المحاربة العظيمة "مولان"، ولكن هذه حكايتي عنها أيها الأسلاف.	موسيقى هادئة	/

المشهد 1 الافتتاحي للفيلم	3	5 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (جبال مكسوة بالغابات، أرض عشبية)، الطفلة مولان تمسك عصا خيزران وتتدرب، **المضمون**: الراوي يروي مقدمة قصة الفيلم	لقطة متوسطة Medium Short	بانوراما	عادية	الراوي: قوتها الروحية chi الطاقة اللامحدودة للحياة تتحدث في كل خطوة تخطوها.	موسيقى هادئة	/
	4	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (جبال مكسوة بالغابات، ارض عشبية)، الطفلة مولان تمسك عصا خيزران وتتدرب، **المضمون**: الراوي يروي مقدمة قصة الفيلم	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	الراوي: فهل يمكنك إخبارها بأنه فقط الذكر من يمكنه استخدام قوته الروحية؟	موسيقى هادئة	/
	5	6 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري حقول الأرز على شكل مدرجات، **المضمون**: الراوي يروي مقدمة قصة الفيلم	لقطة عامة	بانوراما	ترافلينغ أمامي	الراوي: وأن الفتاة ستخاطر بأن يلحق شرفها الخزي والعار وتتعرض للنفي	موسيقى هادئة	/

الجدول رقم 6: التقطيع التقني لعنوان الفيلم

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 5	/	7 ثا	**الديكور**: خلفية سوداء كُتِب فوقها كلمة **MULAN** باللون الأحمر في الوسط	لقطة عامة	ثابتة	عادية	/	موسيقى هادئة مشوّقة	قرع الطبول

الجدول رقم 7: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 6 (هجوم الساحرة وجيش رووان على أحد حاميات طريق الحرير)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	**الوصف**	**سلم اللقطات**	**حركات الكاميرا**	**زوايا التصوير**	**الحوار**	**الموسيقى**	**الضجيج**
المشهد 6	1	10 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (صحراء: كثبان رملية، جبال)، عبارة 'The silk road, northwest CINA' باللون الأحمر. **المضمون:** طريق الحرير عبر صحراء الصين.	لقطة عامة	ثابتة	عادية	/	موسيقى عربية غامضة	/
	3	7 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (صحراء: كثبان رملية)، تاجر عربي يرتدي لباس متنوع الألوان (أخضر، برتقالي أحمر، أبيض)، جِمال مُحمّلَة بالبضائع. **المضمون:** تاجر عربي يمر عبر طريق الحرير	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	/	موسيقى عربية غامضة	/
	10	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (صحراء: كثبان رملية)، **المضمون:** الساحرة تهاجم التاجر العربي.	لقطة مقربة	ثابتة	عادية	/	موسيقى عربية غامضة	مؤثرات صوتية اصطناعية
	11	9 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (صحراء: كثبان رملية)، **المضمون:** الساحرة تتقدم نحو التاجر العربي وتستحوذ على جسده.	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	/	موسيقى عربية غامضة	مؤثرات صوتية اصطناعية

	12	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (أسوار مدينة صينية)، مجموعة من التجار، **المضمون:** وصول التاجر العربي إلى أحد الحاميات ودخوله إليها	لقطة عامة	ثابتة	عادية	/	موسيقى عربية غامضة	/
	51	6 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (سوق الحامية الصينية)، الساحرة على هيئة التاجر العربي، ألوان (اصفر، برتقالي)، جنود ومجموعة من التجار. **المضمون:** الساحرة تلقي مجموعة من الألوان الترابية في الهواء لإعلان بدء الهجوم على المدينة.	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	/	موسيقى عربية غامضة	/
	64	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (أسوار المدينة)، بوري خان رفقة جنوده يرتدون رداء أسوَدا، يحملون سيوفا ضخمة. **المضمون:** وصول جيش رووان إلى الحامية ويتسلّقون أسوارها	لقطة متوسطة	بانورامية أفقية ثم ترافلين أمامي	عادية	/	موسيقى خطر حماسية	وقع أقدام

الجدول رقم 8: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 7 (الحوار الذي دار بين الامبراطور ومستشاره حول هجوم جيش رووان على الحاميات العسكرية لطريق الحرير)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 7	1	7 ثا	**الديكور**: **ديكور** خارجي نهاري (المدينة الإمبراطورية): أسوار مملكة وبنايات على الطراز الصيني) ظهور عبارة **Imperial city, central Cina** باللون الأحمر. **المضمون:** ظهور بوابة المدينة الإمبراطورية.	لقطة عامة	ترافلينخ	عادية	/	موسيقى تشريفاتية عسكرية	/
	5	3 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قاعة العرش) إضاءة خافتة، مستشار الإمبراطور يرتدي رداء أصفرا مزيّنا برسومات زهرة الساكورا وخلفه الوزراء يرتدون هانفو أحمر. **المضمون:** المستشار يقدّم تقريرا للإمبراطور عن هجوم ان	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	مستشار الإمبراطور: سقطت ست من حامياتنا العسكرية الشمالية على طول طريق الحرير في هجوم منسّق.	موسيقى خطر	/
	21	5 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قاعة العرش) إضاءة خافتة جندي راكع على الارض، **المضمون:** الحوار بين الإمبراطور والجندي.	للقطة متوسطة	ثابتة ثم زوم أمامي	عادية	الجندي: يقاتل بوري خان إلى جانب امرأة	موسيقى خطر	/

	22	5 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قاعة العرش إضاءة خافتة) إمبراطور يجلس فوق العرش وفوقه ضوء ساطع وعلى جانبيه تنينان ذهبيان. **المضمون:** الحوار بين الإمبراطور والجندي	لقطة عامة متوسطة	زوم أمامي	عادية	الجندي: قوتها الروحية (التشي) لا يمكن تخيّلها الإمبراطور: لا يوجد مكان للساحرات في هذه المملكة	موسيقى خطر	/
	23	4 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قاعة العرش إضاءة خافتة)، مستشار الإمبراطور. **المضمون:** المستشار يرد على كلام الجندي عن الساحرة	لقطة مقرّبة	ثابتة	جانبية	المستشار: يُحظر استخدام (التشي) الطاقة الروحية بأساليب مدمِّرة	موسيقى خطر	/
	24	3 ثثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قاعة العرش إضاءة خافتة). **المضمون:** الجندي يرد على كلام المستشار	لقطة أمريكية	زوم أمامي	عادية	الجندي: ورغم ذلك مهارتها هي التي تقود جيش رووان إلى نصر	موسيقى خطر	/
	25	5 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قاعة العرش إضاءة خافتة). **المضمون:** حوار الجندي مع الإمبراطور	لقطة عامة متوسطة	زوم أمامي	عادية	الجندي: قامت بتدريب قوات النخبة من محاربي الظل لمساعدة (بوري خان) الإمبراطور: إننا لا نخشى السحر الأسوَد	موسيقى خطر	/
	35	4 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قاعة العرش إضاءة خافتة). **المضمون:** الإمبراطور يملي المرسوم الإمبراطوري الخاص بالتجنيد	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	الإمبراطور: سنحمي شعبنا المحبوب وسنسحق هؤلاء القتلة	موسيقى حماسية	قرع طبول
	42	12 ثا	**الديكور**: خارجي نهاري (سوق المدينة). **المضمون:** الساحرة تتجول داخل السوق	لقطة مقرّبة	بانوراما تصاعدية	عادية	/	موسيقى غموض	صوت صرخة نسر، اجنحة طائر

الجدول رقم 9: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 10 (تجهيز مولان للذهاب إلى الخاطبة)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	**الوصف**	**سلم اللقطات**	**حركات الكاميرا**	**زوايا التصوير**	**الحوار**	**الموسيقى**	**الضجيج**
المشهد 10	1	3 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (طاولة فوقها قطعة قماش خضراء) أدوات تجميل، فراشي. **المضمون:** تجهيز مساحيق التجميل لتزيين مولان.	للقطة مقربة	ثابتة	عادية	/	موسيقى حماسية	صوت وضع أطباق
	17	1 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة مولان)، **المضمون:** أم مولان تشد الهانفو بقوة.	لقطة مقربة	ثابتة	عادية	مولان: أي (تتألم)	موسيقى حماسية	صوت خشخشة القماش
	46	1 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة مولان)، **المضمون:** ~~أم مولان~~ مولان تتأمل وجهها في المرآة.	لقطة مقربة	ثابتة	عادية	مولان: تحمل المرآة و تنظر إلى وجهها ثم تتنهد من الصدمة	موسيقى هادئة	/
	50	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة القرية)، ثلاث نساء يرتدين الهانفو ويضعن مكياج المناسبات، **المضمون:** مولان تتوجه إلى الخاطبة رفقة أمها وأختها	لقطة عامة	ثابتة	عادية	أب مولان: مسرور حقا لوجودي في حضرة نساء جميلات مثلكن ... لا شك لدي أن اليوم سيكون مهما.	موسيقى حماسية	/
	56	5 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة القرية). **المضمون:** مولان تحدّث أختها.	لقطة عامة	ثابتة	عادية	مولان: شو أنظري إلى وجهي. بما تشعرين؟ أخت مولان: لا أدرى	موسيقى هادئة	/

	57	10 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة القرية) **المضمون**: مولان تحدّث اختها	لقطة متوسطة Medium Short	ترافلينغ خلفي	عادية	مولان: أصبت ... هذا هو وجهي الحزين؟ هذا هو وجهي الفضولي؟ ... بت الآن مرتبكة... هاهاها. أخت مولان: هاهاها	موسيقى هادئة	صوت الخنزير

الجدول رقم 10: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 12 (تلقي والد مولان مرسوم التجنيد للحرب)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 12	8	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي (ساحة القرية)، **المضمون**: الخاطبة توجّه توبيخا لعائلة مولان أمام أهل القرية.	للقطة أمريكية ثم مقربة	زوم أمامي	عادية	الخاطبة: فشلوا في تربية إبنة صالحة	موسيقى حماسية	صوت صرخة دهشة
	23	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة القرية)، الوفد الإمبراطوري محاط بسكان القرية، **المضمون**: المبعوث يتلو نص المرسوم الامبراطوري على أهل القرية.	لقطة عامة متوسطة	ثابتة	عادية	المبعوث الإمبراطوري: أيها المواطنون إننا نتعرض لهجوم من الغزاة الشماليين	/	/
	25	9 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة القرية)، الوفد الإمبراطوري محاط بسكان القرية، **المضمون**: المبعوث يتلو نص المرسوم الامبراطوري على أهل القرية.	لقطة أمريكية	ثابتة	عادية	المبعوث الإمبراطوري: بموجب مرسوم صادر عن جلالة الإمبراطور ابن السماء، يجب أن تقدّم كل أسرة رجلا للقتال.	/	/
	40	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة القرية)، **المضمون**: أب مولان يقدّم نفسه للمبعوث الإمبراطوري	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	أب مولان: أنا هوا تشو، خدمت الجيش الإمبراطوري في المعركة الأخيرة ضد الغزاة الشماليين	/	/

			Medium Short						
	47	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة القرية)، **المضمون:** الأم تمنع مولان من الذهاب لمساعدة والدها عند وقوعه	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	أم مولان: كلا لا تساعديه ستزيدين من شعوره بالذل فحسب	/	/
	57	10 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة الطعام). **المضمون:** حوار العائلة حول المرسوم الإمبراطوري.	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	أب مولان: هل تقترحين ألاّ تمتثل عائلتنا للمرسوم الإمبراطوري؟ مولان: لكن كيف ستقاتل؟	موسيقى حزينة	صوت ضرب الطاولة
	58	7 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة الطعام). **المضمون:** حوار العائلة حول المرسوم الإمبراطوري.	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	أب مولان: أنا الأب، من واجبي جلب الشرف لعائلتنا في ساحة المعركة	موسيقى حزينة	/
	59	5ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة الطعام) **المضمون:** حوار العائلة حول المرسوم الإمبراطوري.	لقطة متوسطة Medium Close-Up	ثابتة	عادية	أب مولان: أنت الإبنة لا تتجاوزي حدودك	موسيقى حزينة	/

الجدول رقم 11: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 13 (الحوار الذي دار بين مولان ووالدها أثناء تجهيزه لعدّته العسكرية)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 13	11	15 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قبو المنزل)، طاولة فوقها قطعة قماش خضراء مزيّنة برسم محارب يقاتل تنين، حجر جاد على شكل طائر العنقاء، حجر أبيض لصقل السيوف، سيف. **المضمون**: والد مولان يخرج عدّة صقل السيف.	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	/	موسيقى حزينة	/
	17	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قبو المنزل)، طاولة فوقها حجر صقل السيف، **المضمون**: والد مولان يصقل سيفه.	لقطة مقرّبة جدا	ثابتة	عادية	أب مولان: أداة جميلة لعمل فضيع	موسيقى حزينة	صوت احتكاك السيف بالحجر
	25	9 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قبو المنزل)، **المضمون**: الحوار بين مولان وأبيها حول تميمة العنقاء.	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	أب مولان: لقد تبعتني في المعركة من قبل وستتبعني الآن	موسيقى حزينة	/
	26	7 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قبو المنزل)، **المضمون**: الأب يأخذ تميمة العنقاء من يدَي مولان.	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	أب مولان: وستخبر أسلافنا أنني كنت مخلصا وشجاعا وصادقا	موسيقى حزينة	/
	27	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قبو المنزل)، **المضمون**: مولان تعبّر عن خوفها من مواجهة المستقبل أثناء غياب والدها	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	مولان: ليتني أمتلك الشجاعة مثلك	موسيقى حزينة	/

	31	3 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قبو المنزل)، **المضمون**: مولان تعبّر عن استيائها من كونها لا تقدر على القتال كونها فتاة.	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	أب مولان: من الشرف أن أضحّي بحياتي من أجل الإمبراطور مولان: لو كنت ابنك لما اضطررت لذلك	موسيقى حزينة	/
	34	7 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قبو المنزل)، **المضمون**: مولان تستلّ سيف والدها وتقرأ الكلمات المحفورة عليه	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	مولان: مخلص، شجاع وصادق	موسيقى حزينة	/
	36	14 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي (قبو المنزل)، **المضمون**: مولان تستعرض مهارتها في استخدام السيف	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	/	موسيقى حزينة	صوت حركة السيف

الجدول رقم 12: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 16 (وصول مولان لمعسكر فيلق الجيش الإمبراطوري)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	**الرقم**	**المدة**	**الوصف**	**سلم اللقطات**	**حركات الكاميرا**	**زوايا التصوير**	**الحوار**	**الموسيقى**	الضجيج
المشهد 16	3	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (معسكر الجيش)، مولان ترتدي بزة عسكرية لونها أحمر قرميدي ووجهها متسخ، مجموعة من المجنّدين الجدد، سيف. **المضمون**: مولان تتقدم لعبور بوابة المعسكر.	لقطة متوسطة Medium Short	ترافلينغ خلفي	عادية	الراوي: جاء الرجال من كل أنحاء المملكة.	موسيقى غامضة	/
	4	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (بوابة معسكر الجيش) تمثال لجندي لونه أحمر ويرتدي درعا أسوَدا يحمل سيف، **المضمون**: مولان تعبر البوابة وهي تتأمل ما حولها.	لقطة أمريكية	بانوراما	عكس غطسية (مائلة نحو الأعلى)	الراوي: بالقرب من قرية غريبة وهمجية	موسيقى غامضة	/

	13	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة معسكر الجيش)، مجموعة من المجنّدين الجدد يرتدون لباسا رثا **المضمون:** أحد الجنود يتعرّض للمضايقة والسخرية (التنمر).	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	أحد المجنّدين الجدد: أي (صرخة ألم) المجنّدون الجدد: يضحكون	/	/
	17	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة معسكر الجيش)، **المضمون:** نهوض مولان من الأرض بعد سقوطها.	لقطة متوسطة Medium Short	بنوراما عمودية	عادية	أحد الجنود: هاهاها هل تحتاج إلى المساعدة أيها الشاب.	/	/
	23	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة معسكر الجيش)، **المضمون:** مولان توجّه سيفها نحو الجندي.	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	مولان: تجرأت على إهانتي مرة أخرى وستتذوق طعم حد سيفي	/	/
	41	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة معسكر الجيش)، الجنرال يرتدي درعا عسكريا مزينا برأس حرباء على الكتفين. **المضمون:** الجنرال يأخذ السيف من يد مولان والجندي	لقطة أمريكية	ثابتة	عادية	الجنرال: لا يُسمح بالقتال هل تفهمان؟	/	/
	43	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة معسكر الجيش)، **المضمون:** الجنرال يأمر مولان بأن تتكلم بصوت مرتفع	لقطة أمريكية	ثابتة	عادية	الجنرال: قلها بصوتك أيها الجندي	/	/
	48	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة معسكر الجيش)، **المضمون:** الجنرال يستفسر عن أصل سيف مولان	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	الجنرال: هل هذا سيف عائلتك؟	/	صوت احتكاك السيف بغمده

الجدول رقم 13: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 23 (سخرية الجنود من رائحة مولان الكريهة)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 23	1	6 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، أسرّة وملابس معلّقة. **المضمون**: مولان تدخل الخيمة وهي غاضبة	لقطة متوسطة Medium Short	ترافلينغ خلفي	عادية	مولان: حمقاء ... يعرف الجميع هذا الأن	/	صراخ الجنود
	2	1 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، أسرّة وملابس معلّقة. **المضمون**: مولان تلوم نفسها وهي غاضبة	لقطة عامة متوسطة	ثابتة	عادية	مولان: عليك إخفاء القوة الروحية	/	/
	6	3 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة). **المضمون**: زملاء مولان يمتدحون مهاراتها القتالية	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة ثم زوم امامي	عادية	ياو: من كان يدري؟ ... يا لك من مقاتل مولان: هاهاها	/	/
	7	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون**: الجنود يشتمّون رائحة كريهة منبعثة من مولان	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	ياو: رائحتك كريهة أيها الجندي	/	/
	9	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون**: الجنود يسخرون من رائحة مولان الكريهة	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	أحد الجنود: هل استحممت مرة واحدة حتى؟	/	/
	11	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون**: الجنود يسخرون من رائحة مولان الكريهة.	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	أحد الجنود: تفوح منك رائحة سيئة	/	/

الجدول رقم 14: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 25 (الحوار الذي دار بين بوري خان وقادة قبائل الروران)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 25	4	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، قائد جيش روران وحوله قادة القبائل، نسر. **المضمون:** بوري خان يُلقي خطابه على قادة قبائل الروران	لقطة عامة متوسطة	ثابتة	عادية	بوري خان: قريبا سنستولي على المدينة الإمبراطورية	موسيقى عسكرية	صوت اجنحة النسر
	7	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة). **المضمون:** قادة قبائل الروران يعبّرون عن عدم ثقتهم بالساحرة	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	أحد القادة: ولكننا نعتمد على ساحرة قادة قبائل روران: أجل ساحرة	موسيقى عسكرية	/
	10	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، نسر. **المضمون:** قادة قبائل الروران يعبّرون عن عدم ثقتهم بالساحرة	لقطة مقرّبة Medium Close-Up	ثابتة	عادية	أحد القادة: لا يمكننا الوثوق بساحرة بوري خان: إنها لا تشكل تهديدا	موسيقى غموض	/
	26	5 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، كنوز، **المضمون:** بوري خان يعرض المكاسب التي يجنونها من الحرب	لقطة مقرّبة Medium Close-Up	بانوراما	عادية	بوري خان: هذا يا أصدقائي مجرّد مذاق صغير لما سنحققه في المستقبل ... بداية بالمدينة الإمبراطورية وما يليها ستتدفق الثروات مثل نهر عظيم.	موسيقى غموض	/
	30	3 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون:** أحد قادة روران يعبّر عن عدم اقتناعه بغاية الحرب	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	أحد قادة روران: كم مقدار الذهب الذي يمكن للرحّالة حمله؟	موسيقى غموض	/

	34	4 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون:** بوري خان يعلن عن الهدف الحقيقي من الحرب	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	بوري خان: سأقدّم لك الثأر إذا... مقابل الأرض التي فقدناها مقابل الإمبراطورية	موسيقى غموض	/
	36	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون:** بوري خان يعلن عن الهدف الحقيقي من الحرب	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	بوري خان: من أجل وصمة عار الحرب الأخيرة	موسيقى غموض	/
	39	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون:** بوري خان يعلن عن الهدف الحقيقي من الحرب	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	بوري خان: إذا لم يكن الذهب كافيا؟	موسيقى غموض	/
	40	3 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (خيمة). **المضمون:** بوري خان يعلن عن الهدف الحقيقي من الحرب	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	بوري خان: سأقدّم لك الدماء	موسيقى خطر	/

الجدول رقم 15: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 40 (طرد الجنرال تونغ مولان من الجيش بعد اكتشافه أنها امرأة)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 40	6	13ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة)، جنود وسط الضباب والثلوج، **المضمون**: الجنرال تونغ يأمر الجنود بلم شتاتهم	لقطة عامة متوسطة	ثابتة	عادية	الجنرال تونغ: استجمعوا أنفسكم واعثروا على زملائكم.	موسيقى هادئة	/
	8	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة)، جنود وسط الضباب والثلوج. **المضمون**: صديق مولان ينتبه لغيابها	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	أحد الجنود: هل رأى أحدكم (هوا جونغ)	موسيقى هادئة	/
	18	10 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء. **المضمون**: مولان تتحني أمام الجنرال تونغ	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة ثم زوم أمامي	عادية	مولان: أنا هوا مولان ... سامحني	/	/
	21	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، جنود وسط الضباب والثلوج، **المضمون**: الجنود مصدمون من كَوْن مولان فتاة	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	أحد الجنود: هل هو فتاة؟	/	/
	23	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، جنود وسط الضباب والثلوج، **المضمون**: الجنرال تونغ يوبخ مولان	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	الجنرال تونغ: أنت محتال	/	/

	24	1 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، جنود وسط الضباب والثلوج. **المضمون**: الجنرال تونغ يوَبّخ مولان	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	الجنرال تونغ: لقد خنت هذا النظام	/	/
	25	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، جنود وسط ضباب والثلوج. **المضمون**: الجنرال تونغ يوبخ مولان	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	الجنرال تونغ: وجلبت العار لعائلة هوا	/	/
	26	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، مولان راكعة على ركبتاها، **المضمون**: الجنرال تونغ يوبخ مولان	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	مولان: أيها القائد الجنرال تونغ: وخداعك هذا هو عاري	/	/
	27	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، جنود وسط الثلوج، **المضمون**: الجنرال تونغ يوبخ مولان	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مساعد الجنرال: ماهي عقوبة هذا المحتال؟ الجنرال تونغ: الطرد	/	/
	29	11 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، مولان راكعة على ركبتاها. **المضمون**: مولان تعبّر عن عدم قبولها للعقوبة	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	مولان: أفضّل الإعدام على هذا مساعد الجنرال: منذ الآن وصاعدا أنت مطرودة من الجيش الإمبراطوري	/	/
	31	7 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، مولان راكعة على ركبتاها، **المضمون**: مولان تحني رأسها من الحزن	لقطة أمريكية	ثابتة	جانبية	الجنرال تونغ: وإن أظهرت وجهك مجددا	موسيقى حزينة	/
	32	17 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري (ساحة المعركة) خلفية بيضاء، مولان راكعة على ركبتاها، جنود، **المضمون**: مولان تغادر الجيش الإمبراطوري	لقطة عامة متوسطة	ثابتة	جانبية	الجنرال تونغ: ستمنحين رغبتك في الإعدام	موسيقى حزينة	/

الجدول رقم 16: التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 42 (مولان تكشف خطة "بوري خان" للاستلاء على المدينة الإمبراطورية للجنرال "تونغ"

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 42	11	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية)، مولان راكعة على ركبتيها ويداها في وضعية التحية العسكرية الصينية. **المضمون:** مولان تحاول إقناع الجنرال تونغ بالاستماع إلى كلامها.	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: ارجوك أنصت إلي الجنرال تونغ: ناولني سيفي أيها الرقيب	/	/
	16	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية)، مولان راكعة على ركبتيها. **المضمون:** مولان تحاول إقناع الجنرال تونغ بالاستماع إلى كلامها.	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: أقتلني إذا تحتّم عليك ذلك ولكن استمع إليَ أولا	/	/
	18	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية)، مولان راكعة على ركبتيها. **المضمون:** مولان تخبر القائد تونغ بخدعة هجوم جيش روران.	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: الهجوم على الحامية كان مجرد إلهاء	موسيقى خطر	/
	20	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية)، مولان راكعة على ركبتيها. **المضمون:** مولان تخبر القائد تونغ بخطة بوري خان المرتكّزة على طريق الحرير.	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: أجبر خان جيشنا على التركيز على طريق الحرير، ليتمكّن من التسلل إلى المدينة الإمبراطورية وقتل الإمبراطور	موسيقى خطر	/
	28	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية)، الجنرال تونغ. **المضمون:** الجنرال تونغ يرفض تصديق مولان	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	الجنرال تونغ: وحده الأحمق من ينصت لشخص وجوده ليس سوى كذبة	/	/

					Medium Short				
	48	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية)، مولان تقف بمقابل القائد تونغ. **المضمون**: الجنرال تونغ يوجّه انتقاد لمولان	لقطة متوسطة Medium Short	ثابتة	عادية	الجنرال تونغ: جلبت أفعالك العار والخزي لهذا النظام العسكري	موسيقى حساب	/
	49	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية)، مولان. **المضمون**: مولان تحني رأسها خجلا وحزنا لسماعها توبيخ الجنرال تونغ	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	الجنرال تونغ: ولهذه المملكة وعائلتك	موسيقى حساب	/
	50	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية)، الجنرال تونغ. **المضمون**: الجنرال تونغ يعترف بولاء مولان وإخلاصها للإمبراطور	لقطة مقرّبة	ثابتة	عادية	الجنرال تونغ: ولكن ولاؤك وشجاعتك لا شك فيهما	/	/

4 – التحليل التعييني للقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020):

– المقطع الافتتاحي للفيلم (شارة شركة الإنتاج):

يبدأ الفيلم بشارة شركة الإنتاج **Disney**، فحسب الجدول رقم 4 **(التقطيع التقني لشارة شركة إنتاج الفيلم)** تظهر الكاميرا بزوم خلفي وبلقطة عامة: مروج خضراء يتوسطها نهر أزرق متعرّج تحت سماء يخيّم عليها ظلام الليل، ثم تمرّ على علم فوق برج قلعة، بعدها يظهر شهاب يمرّ فوق القلعة وتتوقف حركة الكاميرا لتظهر بلقطة عامة قلعة **Disney** الشهيرة لونها يميل إلى الأحمر فوقها ألعاب نارية ويحيط بها سور في زواياه أبراج مراقبة على الطراز الصيني صغير مقارنة بالقلعة، وفي الأخير تظهر عبارة باللون الأصفر (لون الذهب) وباللغة الإنجليزية " **Disney** " وهي شعار شركة إنتاج الفيلم.

– المشهد 1 المقطع الافتتاحي للفيلم:

يبدأ المشهد الافتتاحي للفيلم بالراوي يروي مقدمة قصة **Mulan**، إذ يشير إلى وجود العديد من الروايات أي النسخ للأسطورة وهذه هي نسخته، فقد ظهر في المشهد **Mulan** و هي طفلة رفقة والدها وسط حقول الأرز تتدرب بعصا خيزران على فنون القتال تحديدا الكونغفو، وأشار الراوي إلى أنه حِمل ثقيل أن تُرزق عائلة بطفلة تتمتع بقوة روحية (التشي) هائلة لأنه محرّم على الأنثى تعلّم كيفية استخدام القوة الروحية و ممارسة الفنون القتالية (الكونغفو) فذلك سيعرّضها للنفي من المملكة مع إلحاقها بوصمة العار هي وعائلتها، كون استخدام القوة الروحية و فنون القتال هو حِكر على الرجال المحاربين فقط.

وجاءت القراءة التعيينية للمشهد حسب ما جاء في الجدول رقم 5 **(التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 1 للمقطع الافتتاحي)**: في بدايته **(اللقطة 1)** بلقطة عامة وكاميرا ثابتة

تُظهر منظرا طبيعيا عبارة عن جبال أثناء شروق الشمس، ففي هذه اللقطة افتتح الراوي قصة الفيلم بعبارة " **هناك العديد من القصص حول المحاربة العظيمة "مولان"، ولكن هذه حكايتي عنها أيها الأسلاف**"، ثم تليها مجموعة من اللقطات المتوسطة أين كانت الكاميرا ثابتة ثم بانورامية تُظهر مولان و هي تتدرب على فنون القتال "الكونغفو " رفقة والدها وسط حقول الأرز الخضراء حيث عبّر الراوي **(اللقطة 3)** عن مدى صعوبة امتلاك ابنة تتمتع بقوة روحية هائلة "chi" بعبارة "**قوتها الروحية الطاقة اللامحدودة للحياة تتحدث في كل خطوة تخطوها**" كونها لن تكون قادرة على استخدامها بسبب قوانين المملكة التي تحرّم ذلك من خلال العبارات التالية: **(اللقطة 4)** " **فهل يمكنك اخبارها أنه فقط الذكر من يمكنه استخدام قوته الروحية؟**" وأيضا **(اللقطة 5)** "**وأن الفتاة ستخاطر بأن يلحق شرفها الخزي والعار وتتعرّض للنفي**"، وينتهي المشهد بلقطة عامة تظهر المجمع السكاني الذي يُمثّل القرية التي تعيش فيها مولان.

– عنوان الفيلم:

يمثل هذا المشهد عنوان الفيلم، حيث جاءت القراءة التعيينية حسب ما جاء في الجدول 6 **(التقطيع التقني للمشهد 5 عنوان الفيلم)** تظهر بلقطة عامة وزاوية عادية خلفية سوداء ومن ثم تظهر عبارة مكتوبة باللون الأحمر المائل في الزوايا للسواد باللغة الإنجليزية " **Mulan** " وهو عنوان الفيلم وترافقه موسيقى هادئة ومشوِّقة خُتمت بقرع شديد للطبول.

– المشهد 6 (هجوم الساحرة وجيش رووان على أحد حاميات طريق الحرير):

يجسّد هذ المشهد المدخل الأساسي لقصة الفيلم حيث يصوّر في جزئين: **الجزء الأول:** يصوّر عبور تاجر عربي عبر طريق الحرير في شمال غرب الصين حسب ما ذكر في بداية المشهد تحديدا في **(اللقطة 1)**، التي تصوّر بلقطة عامة منظرا طبيعيا عبارة عن صحراء فيها جبال

وكثبان رملية حيث كُتبت عبارة باللغة الإنجليزية واللون الأحمر **'The silk road, northwest CINA'**، تليها لقطة متوسطة **(اللقطة 3)** تُظهر تاجرا عربيا يرتدي ثيابا ذات طابع هندي مغولي بألوان متنوعة يغلب عليها اللون الأخضر الغامق يعبر طريق الحرير وهو يقود جِمالا محمّلة بالسلع، ثم تليها **(اللقطة 10)** لقطة مقرّبة تُظهر الساحرة تهاجم التاجر، تليها (اللقطة 11) لقطة متوسطة تُظهر اقتراب الساحرة من التاجر و تخترق جسده وتستولي عليه.

ويصوّر **الجزء الثاني من المشهد** بداية غزو جيش رورران بمساعدة الساحرة على الحامية العسكرية التي تحرس طريق الحرير، فبعد أن هاجمت الساحرة التاجر العربي واستحوذت على جسده استخدمته كوسيلة للتسلل داخل الحامية العسكرية دون أن يكتشف الحراس ذلك، فقد قام المخرج باستعمال مجموعة من اللقطات المختلفة مع تنوع في حركات الكاميرا من أجل تصوير هجوم جيش رورران الذي تم بإيقاع سريع، فحسب ما جاء في الجدول رقم 7 **(التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 6)**، تظهر **(اللقطة 12)** بلقطة عامة و كاميرا ثابتة وصول الساحرة على هيئة التاجر العربي إلى بوابة الحامية وهو يسير بخطى متثاقلة وسط جمعٍ من التجار، و في **(اللقطة 51)** تصوّر بلقطة متوسطة الساحرة تَمسِك بمجموعة من السلال المملوءة بالألوان (أحمر، أصفر، بنفسجي) و ترميها في الهواء كإعلان عن انطلاق الهجوم داخل الحامية بعد تلقيها الإشارة من قائد جيش رورران، إذ تصوّر **(اللقطة 64)** لقطة متوسطة بحركة بانورامية ثم ترافلينغ أمامي لحظة وصول جيش رورران بقيادة بوري خان الذي كان يرتدي ثيابا سوداء و يحمل سيفا ضخما إلى أسوار الحامية العسكرية و يقفز رفقة جنوده من فوق ظهر جيادهم و يتسلقون الحصن وهم يركضون بشكل عمودي على طول السور حتّى الأعلى، من ثم يشنّون هجوما عنيفا على حراس الحامية الذين لم يستطيعوا صدّ الهجوم.

– المشهد 7 (الحوار الذي دار بين الإمبراطور ومستشاره حول هجوم جيش رورران على الحاميات العسكرية لطريق الحرير)

تصوّر أحداث هذا المشهد في قاعة العرش داخل القصر الإمبراطوري المتواجد في المدينة الإمبراطورية حسب ما ذكر في بداية المشهد تحديدا في **(اللقطة 1)** التي تصوّر بلقطة عامة بترافلينغ أسوار مدينة فيها مبانٍ وقصور على الطراز الصيني ثم تظهر عبارة كتبت باللغة الإنجليزية باللون الأحمر **"Imperial city, central Cinna"** أي المدينة الإمبراطورية في الصين، أين تم الحوار بين الإمبراطور ومستشاره بالإضافة إلى الساحرة التي كانت تتخذ شكل أحد الجنود حول موضوع غزو جيش رورران للملكة، و تدميره للعديد من الحاميات العسكرية، فقد بدأ الحوار باستعراض المستشار تقريرا عن الحرب وحجم الخسائر وتقييما لمدى خطورة الوضع من الناحية الأمنية و الاقتصادية كون الهجوم استهدف الحاميات العسكرية التي تحرس طريق الحرير مما عطّل حركة التجارة، و من ثم تتدخل الساحرة كطرف في الحوار كالشاهد الوحيد المتبقي على أحداث الهجوم، حيث أخبرت الإمبراطور أن سبب انتصارات جيش "بوري خان" هو اعتماده على قوة و مهارة الساحرة أي قوتها الروحية الهائلة، فردّ عليها الإمبراطور بحزم أنه لا مكان للساحرات (النساء اللاتي يستخدمن قوتهن الروحية) في مملكته و بأنه سيسحق جيش بوري خان.

جاءت القراءة التعيينية كالاتي حسب ما جاء في الجدول رقم 8 **(التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 7):** بدأ الحوار **(اللقطة 5)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة تظهر المستشار (يرتدي هانفو أصفرا فيه زخارف لزهرة الكرز) يقف بخضوع أمام الإمبراطور وهو بصدد استعراض تقريره قائلا: " **سقطت ست من حامياتنا العسكرية الشمالية على طول طريق الحرير في هجوم منسّق**". ومن ثم في **(اللقطة 21)** تظهر بلقطة متوسطة وبزوم أمامي الساحرة

راكعة على ركبتاها متقمّصة هيئة الجندي الوحيد الذي نجا من هجوم جيش روران وتدخل في الحوار لتروي للإمبراطور وقائع المعركة قائلة: "**يقاتل بوري خان إلى جانب امرأة**"، ثم في **(اللقطة 22)** بلقطة عامة تظهر قاعة العرش و الوزراء يقفون باتجاه الإمبراطور الذي كان يجلس على كرسي العرش وعلى جانبيه تنينين ذهبيين وسُلِّطت من فوقه إضاءة عالية تكمل الساحرة كلامها: " **قوتها الروحية (التشي) لا يمكن تخيّلها**"، ثم تقترب الكاميرا بزوم أمامي من الإمبراطور الذي يقاطع كلامها بنبرة حازمة قائلا: " **لا يوجد مكان للساحرات في هذه المملكة**"، ثم تظهر **(اللقطة 23)** بلقطة مقرّبة بزاوية عادية المستشار يؤكد على قول الإمبراطور قائلا: " **يُحظر استخدام (التشي) الطاقة الروحية بأساليب مدمّرة**"، تليها **(اللقطة 24)** بلقطة أمريكية ثم تقترب فيها بزوم أمامي الكاميرا من الساحرة حينما تردّ بنبرة تحدٍ على الإمبراطور قائلة: " **ورغم ذلك مهارتها هي التي تقود جيش روران إلى النصر**"، تليها **(اللقطة 25)** بلقطة متوسطة تقترب فيها أيضا الكاميرا من الساحرة بزوم أمامي تكمل كلامها بنبرة واثقة: " **قامت بتدريب قوات النخبة من محاربي الظل لمساعدة (بوري خان)**" فيردّ الإمبراطور في نفس اللحظة بنبرة حازمة: " **إننا لا نخشى السحر الأسوَد**" ، و في **(اللقطة 35)** لقطة مقرّبة بزاوية عادية و كاميرا ثابتة تظهر الإمبراطور وهو يردّ على كلام الساحرة بنبرة تحدٍ و حزم : "**سنحمي شعبنا المحبوب وسنسحق هؤلاء القتلة**"، و يُختتم المشهد **(اللقطة 42)** بلقطة مقرّبة و بنوراما تصاعدية تظهر الساحرة (ترتدي لباسا رماديا) و هي تسير في الشارع ثم تتحول لنسر و تطير خارج أسوار المدينة الإمبراطورية مطلقة صيحة (صوت النسر).

– المشهد 10 (تجهيز مولان للذهاب إلى الخاطبة):

تدور أحداث هذا المشهد في بدايته داخل غرفة **Mulan** حيث قامت أمّها بتجهيزها للذهاب إلى الخاطبة أين ستقابل والدة الرجل الذي سيتقدم لخطبتها، و شملت هذه التجهيزات وضع مساحيق

التجميل على وجه **Mulan** و تسريح شعرها و إلباسها هانفو (اللباس الصيني التقليدي)، حيث كانت بادية على **Mulan** علامات الاستياء وعدم حبها للزينة و اللباس الذي ارتدته مرغمة، وبعد ذلك خرجت **Mulan** من البيت رفقة أمها وأختها إلى ساحة القرية للذهاب إلى الخاطبة أين كان والدها ينتظرهن أمام الباب فقام بمدح جمالهن، ومن ثم عبّرت مولان لأختها عن عدم ارتياحها في هيئتها تلك و احساسها بأنها شخص آخر و تسألها هل هذا هو وجهها الحزين و الفضولي بأسلوب ساخر و تضحك كلتاهما على الموقف.

جاءت القراءة التعيينية للمشهد حسب ما ورد في الجدول رقم 9 **(تقطيع اللقطات المختارة من للمشهد 10)** كالاتي: تصور **(اللقطة 1)** بلقطة مقرّبة وكاميرا ثابتة طاولة وضع فوقها قطعة قماش خضراء ثم بدأت تظهر تدريجيا أطباق صغيرة تحتوي على مساحيق تجميل لونها أصفر وأخضر وأحمر بالإضافة إلى مجموعة من فراشي التجميل، و في **(اللقطة 17)** تصور بلقطة مقرّبة و كاميرا ثابتة أم **Mulan** تقوم بشدّ حزام الهانفو (لونه بنفسجي) على خصر مولان التي تصرخ من الألم، ثم تظهر **(اللقطة 46)** بلقطة مقرّبة الأم تضع أحمر الشفاه على شفتي **Mulan** لتكتمل الزينة التي رسمتها على وجهها لتُظهر وجه مولان بألوان مختلفة حيث تم تغطية وجهها بمسحوق لونه أبيض في حين طغى اللون الأصفر على جبينها مع وجود رسم لزهرة اللوتس باللون الأحمر تحديدا على ناصيتها كما تم رسم حاجبيها باللون الأخضر وتوريد وجنتيها باللون الوردي، حيث دارت أحداث هذا الجزء من المشهد داخل غرفة **Mulan**، في حين دار **القسم الثاني** من المشهد في ساحة قرية مولان، إذ تصوّر **(اللقطة 50)** بلقطة عامة متوسطة وكاميرا ثابتة خروج **Mulan** وأمها وأختها بكامل أناقتهن من البيت للذهاب إلى موعدهم مع الخاطبة فيقوم الأب بمدح جمالهن قائلا: "**مسرور حقا لوجودي في حضرة نساء جميلات مثلكن، لا شك لدي أن اليوم سيكون...**" (تقاطعه الأم)، و في **(اللقطة 56)** تصوّر بلقطة متوسطة و كاميرا عادية مولان تمشي رفقة أختها و تسألها و هي تشير إلى وجهها : **شو أنظري الى**

وجهي. بما تشعرين؟" فتجيبها أختها قائلة: " **لا أدرى**"، ويختتم المشهد **(اللقطة 58)** بلقطة متوسطة وبترافيلينغ خلفي تصوّر تتمة الحوار بين الأختين إذ تردّ مولان: "**أصبت ... هذا هو وجهي الحزين؟ هذا هو وجهي الفضولي؟ ... بتّ الآن مرتبكة**". (ثم تضحكان معا بصوت عال مع إصدار أصوات غير لبقة تشبه صوت الخنازير).

– المشهد 12 (استلام أب مولان مرسوم التجنيد للحرب):

يصوّر هذا المشهد لحظة وصول المبعوث الإمبراطوري الذي يحمل مرسوم التجنيد في الجيش الإمبراطوري لقرية مولان، حيث بدأ المشهد بخروج والدة الرجل الذي تقدّم لخطبة مولان غاضبة، تليها الخاطبة وهي تنادي على سكان القرية بصوت عالٍ و نبرة حادة لتخبرهم بأن ابنة عائلة "هوا" جلبت لهم الخزي و العار فهي لم تحسن تربيتها، بالتزامن مع مغادرة **Mulan** و أمها وأختها لمنزلها وهن يحنين رؤوسهن من الخجل، و فجأة يسمع الجميع في القرية صوت قرع طبل يقترب من بوابة القرية ليتضّح أن مبعوثا من الإمبراطور قد وصل فاصطف السكان للاستماع له، ثم بدأ المبعوث بسرد محتوى المرسوم الإمبراطوري الذي أمر فيه الإمبراطور بتجنيد رجل واحد من كل أسرة من أجل تشكيل جيش للدفاع عن المملكة و التصدي لهجوم جيش روران، فتقدّم أفراد الأسر التي ذُكرت ألقابهم الواحد تلو الآخر لاستلام أمر التجنيد إلى أن وصل دور عائلة "هوا" فاستجمع والد **Mulan** قوته وتقدّم نحو المبعوث لاستلام أمر التجنيد دون الاعتماد على عكّازه فسقط على الأرض، فتقدمت "**Mulan** لمساعدته على النهوض إلاّ أن أمها منعتها بحجة صون ما تبقى من كبريائه المنهار بعد عجزه عن الوقوف بسبب إصابة قدمه خاصة بعدما رفض قبول مساعدة الجنود له وقام واستلم أمر التجنيد، ثم اجتمعت الأسرة بعدما عادت للبيت لتناول وجبة الطعام و بدأ الحوار حول قرار التجنيد في الجيش، فحاولت مولان أن تعبّر لوالدها عن خوفها عليه من الذهاب إلى الحرب لأنه عاجز على القتال إلاّ أنه

غضب منها ووبّخها بشدة، إذ أخبرها أنه من العار ألاّ تشارك أسرتها في الدفاع عن الإمبراطور فمن واجبه جلب الشرف للعائلة كمحارب و عليها كابنته عدم تجاوز حدودها معه، ثم يخرج من البيت و يغلق الباب بقوة.

ويبين الجدول رقم 10 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 12)**، استعمال المخرج مجموعة متنوعة من اللقطات ورافقها بمختلف أشكال حركات الكاميرا، حيث دار **القسم الأول** من المشهد في ساحة المجمع السكاني (تولو **tǔlóu**) الذي تعيش فيه **Mulan**، إذ صوّرت **(اللقطة 8)** بلقطة أمريكية ثم تقترب الكاميرا منها بزوم أمامي لتستقر بلقطة مقرّبة على الخاطبة (امرأة بدينة تغطي وجهها مساحيق التجميل مبالغ فيها تشبه مكياج المهرجين) وهي توجه توبيخا لعائلة مولان قائلة: **(فشلوا في تربية ابنة صالحة)**، وفي **(اللقطة 23)** تظهر بلقطة عامة وكاميرا ثابتة المبعوث الإمبراطوري رفقة الحرس يمتطون أحصنة هزيلة البنية وحولهم سكان القرية يستمعون لخطابه الذي افتتحه قائلا: **(أيّها المواطنون، إننا نتعرض لهجوم من الغزاة الشماليين)**، و في **(اللقطة 25)** (لقطة أمريكية بزاوية عادية) يفصح المبعوث الإمبراطوري عن جوهر المرسوم الإمبراطوري الذي كُلِّف بتبليغه لسكان القرية و تمثّل في التجنيد في الجيش الإمبراطوري بقوله : **(بموجب مرسوم صادر عن جلالة الإمبراطور ابن السماء، يجب أن تُقدِّم كل أسرة رجلا للقتال)**، تصوّر **(اللقطة 40)** بلقطة أمريكية و زاوية عادية أب مولان واقفا بشموخ في وضعية التحية في الثقافة الصينية القديمة وعلى وجهه ملامح جدية و صرامة الجنود يخاطب المبعوث الإمبراطوري قائلا: **(أنا هوا تشو، خدمت الجيش الإمبراطوري في المعركة الأخيرة ضد الغزاة الشماليين)**، وتظهر **(اللقطة 47)** بلقطة مقرّبة مولان وأمها و أختها على وجوههن تعابير الحزن و الألم بسبب سقوط الأب لحظة تقدّمه لتسلّم أمر التجنيد، فقد أوقفت الأم **Mulan** حين أرادت مساعدة والدها على الوقوف قائلة لها : **(كلّا، لا تساعديه، ستزيدين من شعوره بالذل وحسب)**.

بينما تدور أحداث **القسم الثاني** في ديكور داخلي عبارة عن غرفة الطعام حيث كان أفراد أسرة **Mulan** يتناولون الطعام ويتحدثون عن قرار تجنيد الأب للقتال وهم يتبادلون نظرات حادة، وعندما تُبدي "**Mulan** قلقها على والدها تشتّد حدة الجدال بينهما، حيث استُخدمت اللقطة الأمريكية وبزاوية عادية لتصوير هذه الجزئية، ففي **(اللقطة 57)** يقوم الأب بالتعقيب على كلام **Mulan** بنبرة حادة قائلا: **(هل تقترحين ألاّ تمتثل عائلتنا للمرسوم الامبراطوري؟)** فترد هي عليه قائلة: **(لكن كيف ستقاتل؟)**، تليها **(اللقطة 58)** تصوّر الأب في قمة غضبه واستيائه أين يذكّرها بأنه رب العائلة وهي كابنة عليها أن تقدّره وتحترمه من خلال قوله: **(أنا الأب، من واجبي جلب الشرف لعائلتنا في ساحة المعركة)**، ويُختتم المشهد في **(اللقطة 59)** بتتمة كلامه: **(أنت الإبنة لا تتجاوزي حدودك)**.

– المشهد 13 (الحوار الذي دار بين مولان ووالدها أثناء تجهيزه لعدّته العسكرية):

يتمحور هذا المشهد حول الحوار الذي دار بين **Mulan** و والدها أثناء تحضيره لإلتحاقه بصفوف الجيش الإمبراطوري لطرد جيش روران، أين أراها كيفية صقل و تلميع السيف المتوارث في العائلة و تميمة مصنوعة من حجر اليشم الأبيض منقوش عليها طائر العنقاء، إذ تدور أحداث هذا المشهد في فضاء داخلي تحديدا في قبو المنزل، حيث اعتمد المخرج على اللقطة المقرّبة والمقرّبة جدا بالإضافة إلى اللقطة المتوسطة بزاوية تصوير عادية وكاميرا ثابتة لتصوير الحوار، في حين إرتد الأب لباسا أسودا بينما إرتدت **Mulan** لباسا عبارة عن ثوب وردي و فوقه مأزر أخضر. وجاء الحوار حسب ما يبيّنه الجدول رقم 11 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 13)** كالآتي:

تصور **(اللقطة 11)** بلقطة مقرّبة بزاوية عادية وكاميرا ثابتة والد مولان يُخرج عدّة صقل السيف، حيث ظهر في اللقطة طاولة فوقها قطعة قماش خضراء مزينة برسم محارب يقاتل تنين، تميمة

دائرية مصنوعة من حجر اليشم الأبيض منقوش عليها طائر العنقاء، حجر أبيض لصقل السيوف، سيف. ثم يبدأ الحوار بين الأب والإبنة، إذ تظهر **(اللقطة 17)** بلقطة مقرّبة جدا الأب يصقل سيفه باستخدام حجر موضوع فوق طاولة، وهو يخاطب مولان قائلا: "**أداة جميلة لعمل فضيع**"، وتصوّر **(اللقطة 25)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة الأب يحدّث **Mulan** عن تميمة العنقاء ويخبرها: " **لقد تبعتني في المعركة من قبل وستتبعني الآن**". وتصوّر **(اللقطة 26)** بلقطة مقرّبة جدا وزاوية عادية وكاميرا ثابتة الأب يأخذ التميمة من يد **Mulan** ويكمل كلامه قائلا: "**وستخبر أسلافنا أنني كنت مخلصا وشجاعا وصادقا**". وتصور **(اللقطة 27)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة **Mulan** تعبّر عن خوفها من مواجهة المستقبل أثناء غياب والدها و تبدو عليها ملامح الاستياء و تقول له: "**ليتني أمتلك الشجاعة مثلك**"، وتصوّر **(اللقطة 31)** بلقطة مقرّبة وزاوية عادية **Mulan** وعلى وجهها ملامح الاستياء أين يكمل الأب حديثه قائلا: "**من الشرف أن أُضحّي بحياتي من أجل الإمبراطور**" فتجيبه وهي مستاءة لكونها غير قادرة على القتال بدلا منه قائلة: "**لو كنت ابنك لما إضطررت لذلك**". وتصوّر **(اللقطة 34)** بلقطة مقرّبة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة **Mulan** تستلّ سيف والدها وتقرأ الكلمات المحفورة عليه: "**مخلص شجاع وصادق**" وأختُتم المشهد في **(اللقطة 36)** التي تظهر بلقطة مقربة بزاوية عادية وكاميرا ثابتة مولان تستعرض مهارتها في استخدام السيف.

– المشهد 16 (وصول مولان إلى معسكر فيلق الجيش الإمبراطوري):

يصوّر هذا المشهد لحظة وصول **Mulan** إلى معسكر الفيلق الذي جُنّد فيه والدها والحوار الذي دار بينها وبين أحد المجندين الجدد أثناء شجارهما حين كانا يقفان في صف الطابور ينتظران دورهما للمرور بمنطقة التفتيش لدخول المعسكر، حيث كان المجندون الجدد يقومون بمقلب على أحدهم ثم يدفعونه للخلف مما يسبب سقوط **Mulan** على الأرض الموحلة، فقدّم لها أحد

المجندين الجدد يده ليساعدها على الوقوف بأسلوب ساخر فغضبت **Mulan** وأبعدت يده ثم استلّت سيفها فقام هو بدوره باستلال سيفه، وفي هذه اللحظة تدخل الجنرال "تونغ" و أخذ السيفن منهما و سأل مولان عن مالك السيف الذي تحمله فأخبرته أنه لوالدها. وتدور أحداث هذا المشهد في فضاء خارجي نهاري تحديدا في البرية أين يتواجد معسكر يحوي خيام محاطة بسور وأبراج مراقبة.

واعتمد المخرج على اللقطة المتوسطة والأمريكية، وزاوية تصوير عادية وكاميرا ثابتة لتصوير الحوار بين مختلف الشخصيات التي شاركت في أحداث المشهد، في حين إرتدى المجندون الجدد لباس من القماش العادي بألوان متنوعة بينما إرتدت "مولان" الزي العسكري الخاص بوالدها لونه أحمر كرزي وكان وجهها متسخا وشعرها مسرّحا بتسريحة الكعكة، أما الجنرال "تونغ" فقد إرتدى بزة عسكرية لونها أحمر قرميدي وعلى كتفيه رأس حرباء مصنوع من الذهب. وجاء الحوار حسب ما يبيّنه الجدول رقم 12 **(التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 16)** كالآتي:

في بداية المشهد تحديدا عند **(اللقطة 3)** تظهر بلقطة متوسطة بترافلنغ خلفي **Mulan** تسير بنظرات واثقة وفضول لتعبر بوابة المعسكر حيث كان الراوي بصدد إكمال سرد أحداث القصة **(الراوي: جاء الرجال من كل أنحاء المملكة)**، ثم تصوّر **(اللقطة 4)** بلقطة أمريكية و بزاوية عكس غطسية وبحركة بانوراما **Mulan** تعبر بوابة المعسكر وهي تتأمل ما حولها مع تتمة كلام الراوي: **(بالقرب من قرية غريبة وهمجية)**، حيث ظهر في اللقطة تمثال لجندي ملامحه مخيفة لونه أحمر ويرتدي درعا أسوَدا ويحمل سيفا. ثم يبدأ الحوار بين المجندين الجدد ففي **(اللقطة 13)** تظهر بلقطة متوسطة و زاوية عادية و كاميرا ثابتة أحد الجنود يتعرّض للمضايقة والسخرية (التنمر) من قبل زملائه، وتصوّر **(القطة 17)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية و بانوراما عمودية أحد المجندين الجدد يمدّ يده لمساعدة **Mulan** على الوقوف و يخبرها ساخرا : " **هاهاها ... هل**

تحتاج للمساعدة أيها الشاب؟" وتصور **(القطة 23)** بلقطة مقرّبة متوسطة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة **Mulan** توجّه سيفها نحو الجندي قائلة: "**إن تجرأت على إهانتي مرة أخرى فستتذوق طعم حد سيفي.**" وتصوّر **(اللقطة 41)** بلقطة أمريكية وزاوية عادية وكاميرا ثابتة الجنرال تونغ يأخذ السيف من يد **Mulan** والجندي و تبدو على ملامحه الصرامة وهو يقول لهما: "**لا يُسمح بالقتال هل تفهمان؟**" فيجيبه الجندي بنبرة حادة:"**أجل يا سيدي.**" وتصور **(اللقطة 43)** بلقطة أمريكية وزاوية عادية الجنرال يأمر **Mulan** بأن تتكلم بصوت مرتفع قائلا: "**قلها بصوتك أيها الجندي.**" وتصور **(اللقطة 48)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة الجنرال يستفسر عن مصدر سيف مولان: " **هل هذا سيف عائلتك** ".

– المشهد 23 (سخرية الجنود من رائحة مولان الكريهة):

يصوّر هذا المشهد داخل الخيمة حيث تقيم **Mulan** رفقة زملائها في المعسكر، أين دار بينها وبين ثلاثة من زملائها حوار حول مهارتها العالية في فنون القتال، فقد فاجأت الجميع بقوتها أثناء التدريب. وبدأ المشهد بدخول **Mulan** إلى الخيمة وهي غاضبة من نفسها بعدما أظهرت قوتها الروحية العالية ومهارتها في فنون القتال أمام الجميع في ساحة التدريب، ثم يدخل ثلاثة زملائها ويمدحون مهارتها في القتال ويسألونها عن سبب إخفائها لقوتها الروحية فتضحك و هي محرجة و خائفة، ثم يشتمّون منها رائحة كريهة بسبب عدم استحمامها لمدة طويلة فيطلبون منها بأسلوب ساخر أن تتوقف عن التطوّع للحراسة الليلية وتغتسل.

ويبيّن الجدول رقم 13 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 23)** توظيف المخرج اللقطة المتوسطة والمقربة واللقطة العامة المتوسطة و بزاوية تصوير عادية مع تنوع في حركة الكاميرا (ترافلينغ خلفي، زوم امامي) في تصوير الحوار الذي دار بين مولان و زملائها، وجاءت القراءة التعيينية للمشهد من خلال اللقطات المختارة كالآتي: تصور **(اللقطة1)** بلقطة إيطالية و ترافلينغ

خلفي **Mulan** تدخل الخيمة وهي غاضبة و تضرب أحد الكراسي بقدمها وتحدّث نفسها قائلة: "**حمقاء ... يعرف الجميع هذا الآن**" ، ثم تظهر **(اللقطة 2)** بلقطة عامة متوسطة وكاميرا ثابتة وزاوية عادية **Mulan** تلوم نفسها وهي غاضبة على استخدامها قوتها الروحية أثناء التدريب العسكري حيث قالت: "**عليك إخفاء القوة الروحية**"، وتصور **(اللقطة 6)** بلقطة متوسطة وزوم أمامي وزاوية عادية زملاء **Mulan** يمدحون مهاراتها القتالية حيث قال "ياو" لها : "**من كان يدري؟ ... يا لك من مقاتل**" فتجيبه ضاحكة وعلى ملامحها الاضطراب، وتظهر **(اللقطة 7)** بلقطة متوسطة وكاميرا ثابتة وزاوية عادية الجنود يشتمون رائحة كريهة منبعثة من **Mulan** التي بدا على وجهها الأوساخ حيث يقول "ياو" لها: "**رائحتك كريهة أيها الجندي**" و تصوّر **(اللقطة 9)** بلقطة متوسطة وكاميرا ثابتة وزاوية عادية الجنود يسخرون من رائحة مولان الكريهة حيث يقول لها أحدهم: " **هل استحممت مرة واحدة حتى؟**" وتظهر **(اللقطة 10)** بلقطة مقربة وكاميرا ثابتة وزاوية عادية وجه **Mulan** متسخ جدا وعليه تعابير الإحراج من الملاحظة التي قدّمها لها زملاؤها حول نظافتها إذ يؤكد أحد الجنود ما قاله زميله بقوله: "**تفوح منك رائحة سيئة.**"

– المشهد 25 (الحوار الذي دار بين بوري خان وقادة قبائل الروران):

يتمحور هذا المشهد حول الحوار الذي دار بين بوري خان وقادة قبائل الروران بعدما تمكّنت من إسقاط العديد من الحاميات العسكرية التي تحرس "**طريق الحرير**" لاقناعهم بمواصلة القتال إلى جانبه لأنهم على وشك الإطاحة بالمدينة الإمبراطورية و القضاء على الإمبراطور، إلا أن قادة قبائل الروران أبدوا استنكارهم من اعتماد بوري خان على قدرات الساحرة لتحقيق النصر بالإضافة إلى أن الدافع وراء القتال في الحرب ضد الإمبراطور والمتمثل في الحصول على ثروات التجار العابرين من طريق الحرير غير كاف، فيرد بوري خان بنبرة حادة وصارمة عليهم ويخبرهم بأنه سيقدم لهم الثأر الذي يرد الإعتبار لقبائل الروران بعد الهزيمة التي تعرضوا لها

من قبل في عهد والده، إذ تدور أحداث هذا المشهد في فضاء داخلي نهاري تحديدا داخل خيمة بوري خان، حيث اعتمد المخرج على تنوع في لقطات التصوير (اللقطة المقربة، اللقطة العامة المتوسطة، اللقطة الصدرية، اللقطة المتوسطة) وبزاوية تصوير عادية وكاميرا ثابتة لتصوير الحوار بين بوري خان و قادة قبائل الروران الإثنا عشر، و ارتدت الشخصيات ملابس عسكرية تشبه ملابس قبائل البربر الصينية بألوان مختلفة. وجاء الحوار حسب ما يبيّن الجدول رقم 14 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد** 25) كالآتي:

يبدأ الحوار تحديدا عند **(اللقطة 4)** التي تظهر بلقطة عامة متوسطة وكاميرا ثابتة وزاوية عادية بوري خان جالس على كرسي القيادة ويلقي خطابه على قادة قبائل الروران ويؤكد لهم أن النصر قريب قائلا: "**قريبا سنستولي على المدينة الإمبراطورية.** " وفي نفس اللحظة تدخل الساحرة على هيئة نسر للخيمة وتحلّق فوق رؤوس قادة قبائل الروران. وتصوّر **(اللقطة 7)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية أحد قادة قبائل الروران ينهض من مقعده ويعبّر عن عدم ثقته بالساحرة وعلى وجهه ملامح عدم الرضا: **"ولكننا نعتمد على ساحرة"** فيؤكد قادة قبائل الروران كلامه: "**أجل ساحرة**". وتصوّر **(اللقطة 10)** بلقطة مقرّبة في لقطة بزاوية عادية وكاميرا ثابتة الساحرة على هيئة نسر تحدّق بقادة قبائل الروران وتتهيأ للهجوم عليهم بسبب قسوة الكلام الذي قالوه عنها حيث قال أحدهم: " **لا يمكننا الوثوق بساحرة**" ليرد عليه قائد جيش روران: "**إنها لا تشكل تهديدا**". وتظهر **(اللقطة 26)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية وبانوراما أفقية كنوز من الذهب والمجوهرات أين يعرض بوري خان المكاسب التي سيجنونها من الحرب بنبرة مليئة بالتفاؤل والإعتزاز مخاطبا القادة قائلا: "**هذا يا أصدقائي مجرد مذاق صغير لما سنحققه في المستقبل ... بداية بالمدينة الإمبراطورية وما يليها ستتدفق الثروات مثل نهر عظيم**". وتظهر **(اللقطة 30)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة أحد القادة ينهض من مقعده ويحمل فانوسا من الذهب الخالص (على شكل مصباح علاء الدين) بأسلوب فيه استخفاف

كتعبير عن عدم اقتناعه بغاية ومكاسب الحرب حيث قال: "**كم مقدار الذهب الذي يمكن للرحّالة حمله؟**". وتصور **(اللقطة 34)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية كاميرا ثابتة "بوري خان" جالسا على كرسيه أين يعلن عن الهدف الحقيقي من الحرب من خلال قوله: "**سأقدّم لك الثأر إذا... مقابل الأرض التي فقدناها مقابل الإمبراطورية**"، وتظهر **(اللقطة 36)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة تتمة كلامه: "**من أجل وصمة عار الحرب الأخيرة**". وتصور **(اللقطة 39)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة "بوري خان" ينهض من كرسيه ليقف وجها لوجه أمام أحد قادة قبائل الروران الذي يظهر بلحية سوداء طويلة ويرتدي درعا من الفولاذ يتوسط صدره نقش لتنين مخاطبا أيها قائلا: "**إذا لم يكن الذهب كافيا؟**" وتظهر **(اللقطة 40)** بلقطة مقرّبة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة وجه بوري خان مملوء بالندوب يكمل سرد الهدف الحقيقي من الحرب قائلا: "**سأقدم لك الدماء**".

– المشهد 40 (طرد الجنرال تونغ Mulan من الجيش بعد اكتشافه أنها امرأة):

يصوّر هذا المشهد في ديكور خارجي عبارة عن أرض مسطحة مكسوة بالثلوج و الضباب الأبيض تمثل أرض المعركة التي دارت بين الجيش الإمبراطوري و جيش روران، حيث استيقظ الجميع و خرجوا من تحت الثلوج بعدما قامت **Mulan** بإحداث انهيار ثلجي باستخدام منجنيق جيش روران، إذ يلاحظ زملاؤها اختفاءها و فجأة تظهر وسط الضباب الكثيف و تتقدم نحو الجنرال "تونغ" تكشف هويتها الحقيقية (بأنها امرأة و ليست رجلا)، فيتهمها الجنرال بأنها محتالة وخائنة و ألبسها صفة العار ويقوم بطردها من الجيش الإمبراطوري بكل قسوة دون أن يتيح لها الفرصة لتبرير موقفها.

ويبيّن الجدول رقم 15 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 40)** استخدام المخرج لأشكال متنوعة من اللقطات في تصوير أحداث هذا المشهد: (اللقطة المتوسطة والمقربة و اللقطة العامة

المتوسطة بالإضافة الى اللقطة الصدرية) والزاوية العادية لإظهار الحوار الذي دار بين **Mulan** والجنرال تونغ، وجاءت القراءة التعيينية للحوار من خلال اللقطات المختارة كالآتي: تصوّر **(اللقطة 6)** بلقطة عامة متوسطة بزاوية عادية الجنود وسط الضباب والثلوج، فيأمرهم الجنرال تونغ بلم شتاتهم و إيجاد زملاءهم قائلا :" **استجمعوا أنفسكم واعثروا على زملائكم**" ، تصور **(اللقطة 8)** بلقطة صدرية و زاوية عادية أحد أصدقاء **Mulan** ينتبه لغيابها ويسأل باقي الجنود : " **هل رأى أحدكم (هوا جونغ)؟**" أي **Mulan** وعلى وجهه تعابير الخوف والقلق، ثم تصور **(اللقطة 18)** بلقطة متوسطة و كاميرا ثابتة ثم زوم أممي و زاوية عادية خلفية بيضاء، ثم تظهر **Mulan** (ترتدي هانفو أحمر) تنحني على ركبتيها في وضعية التحية الصينية (اليد اليمنى مقبوضة فوقها اليد اليسرى منبسطة باتجاه الأعلى) للجنرال تونغ وتقدم هويتها الحقيقة: " **انا هوا مولان ... سامحني.**" وتحني رأسها للأسفل، وتظهر **(اللقطة 21)** بلقطة صدرية وزاوية عادية الجنود مصدومين لمعرفة أن مولان امرأة وليست رجلا حيث تساءل أحد الجنود وعلامات الذهول والدهشة بادية على وجهه: " **هل هو فتاة؟**" ثم يبدأ الحوار بين **Mulan** والجنرال تونغ تحديدا عند **(اللقطة 23)** التي تظهر بلقطة صدرية وزاوية عادية و كاميرا ثابتة الجنرال وعلى ملامحه الغضب والحقد إذ يبدأ بتوبيخ **Mulan** قائلا: "**أنت محتال.**" ثم يكمل كلامه: " **لقد خنت هذا النظام**" حيث تظهر **(اللقطة 24)** بلقطة صدرية وكاميرا ثابتة وزاوية عادية **Mulan** خلفها خلفية بيضاء وعلى وجهها تعابير حزينة حين سماعها الكلام القاسي الذي وجّهه لها الجنرال تونغ، تليها مباشرة **(اللقطة 25)** تظهر بلقطة صدرية وزاوية عادية وكاميرا ثابتة الجنرال بزاوية عادية يواصل توبيخ **Mulan** قائلا: " **وجلبت العار لعائلة هوا**". وتظهر **(اللقطة** 26) بلقطة صدرية وزاوية عادية وكاميرا ثابتة وجه الجنرال تونغ حين حاولت **Mulan** تبرير موقفها: "**أيها القائد**" إلاّ أنه يقاطعها قائلا: "**وخادعك هذا هو عاري.**" وتظهر **(اللقطة 27)** بلقطة صدرية وكاميرا ثابتة وزاوية عادية خلف خلفية بيضاء كل من الجنرال

ومساعده الذي يسأله: "**ماهي عقوبة هذا المحتال؟**" فيجيبه الجنرال تونغ بنبرة باردة وعلى ملامحه تبدو القسوة: "**الطرد**"، تليها **(اللقطة 29)** التي تظهر بلقطة مقربة وزاوية عادية وكاميرا ثابتة **Mulan** تتريث لثوانٍ ثم ترد على قرار الجنرال قائلة: "**أُفضّل الإعدام على هذا.**" فيرد عليها نائب الجنرال بنبرة حازمة وجافة: "**منذ الآن وصاعدا أنت مطرودة من الجيش الإمبراطوري**"، وتظهر **(اللقطة 31)** بلقطة متوسطة وزاوية جانبية **Mulan** تنزل يداها وتحني رأسها إلى الأسفل ويبدو عليها تعابير الحزن (الموسيقى حزينة) حيث يقول لها في هذه اللحظة الجنرال تونغ : "**وإن أظهرت وجهك مجددا**"، و يُختتم المشهد عند **(اللقطة 32)** التي تظهر بلقطة عامة متوسطة وزاوية جانبية **Mulan** في البداية راكعة على ركبتيها و رأسها منحني إلى الأسفل في مقابل الجنود والجنرال تونغ الذي يخبرها: "**ستمنحين رغبتك في الإعدام**"، فتنهض و تغادر المكان في صمت بخطى متثاقلة.

المشهد 42 (Mulan تكشف خطة "بوري خان" للاستلاء على المدينة الإمبراطورية للجنرال "تونغ":

يصور هذا المشهد قي ديكور خارجي ليلي (ساحة الحامية) الحوار الذي دار بين **Mulan** والجنرال تونغ قبل بداية المعركة الحاسمة ضد جيش رووران، حيث قامت **Mulan** بشرح خطة "بوري خان" التي خدعهم بها من أجل إجبار الجيش الإمبراطوري على الاندفاع نحو الحدود الشمالية، مما أخلى معسكرات المملكة من الجنود، الأمر الذي جعل المدينة الإمبراطورية بلا حماية وأتاح الفرصة لجيش رووران للهجوم والاستلاء عليها دون عناء، فرفض الجنرال تونغ تصديقها، فأخبرته **Mulan** بأنه يمكنه قتلها إن أراد لكن عليه تصديقها، فقام زملاؤها بدعمها من خلال تصديق كلامها و ممارسة الضغط على الجنرال و دفعه لتصديقها فينجحون في ذلك،

فيكلّفها بقيادة فرقة إنقاذ الإمبراطور، وفي ختام المشهد توجهت مولان رفقة القائد تونغ و فرقة من زملائها المقربين فورا إلى المدينة الإمبراطورية.

وجاءت القراءة التعيينية للمشهد حسب ما هو مبيّن في الجدول رقم 16 **(التقطيع التقني للمشاهد المختارة من المشهد 42)**، إذ يتبيّن أن المخرج وظّف في تصوير مجريات هذا المشهد اللقطات الصدرية والمتوسطة واعتمد الزاوية العادية في حين كانت حركة الكاميرا ثابتة، إذ تصور **(اللقطة 11)** بلقطة متوسطة وبزاوية عادية وكاميرا ثابتة **Mulan** راكعة على ركبتيها ويداها في وضعية التحية، تحاول إقناع الجنرال تونغ بالاستماع إلى كلامها: "**أرجوك أنصت إلي**" فيتهيأ الجنرال تونغ لقتلها: "**ناولني سيفي أيها الرقيب**". وتبيّن **(اللقطة 16)** بلقطة صدرية ثابتة إصرار **Mulan** على موقفها: "**أقتلني إذا تحتّم عليك ذلك ولكن استمع إليَ أولا**"، ثم تظهر **(اللقطة 18)** (بلقطة صدرية، كاميرا ثابتة، زاوية عادية) **Mulan** وعلى ملامحها الجدية تكشف للجنرال الخدعة التي نفّذها "بوري خان" للاستلاء على المدينة الإمبراطورية حيث قالت: "**الهجوم على الحامية كان مجرد إلهاء**"، ثم في **(اللقطة 20)** تظهر بلقطة صدرية وكاميرا ثابتة وزاوية عادية تتمة شرح **Mulan** لخطة جيش رووان للقائد تونغ "**أجبر خان جيشنا على التركيز على طريق الحرير ليتمكّن من التسلل إلى المدينة الإمبراطورية وقتل الإمبراطور**"، وتظهر **(اللقطة 28)** بلقطة متوسطة وكاميرا ثابتة **Mulan** و على ملامحها الصدمة حين رفض الجنرال تونغ تصديق كلامها ووجّه لها عبارات قاسية : "**وحده الأحمق من ينصت لشخص وجوده ليس سوى كذبة**". وتظهر **(القطة 48)** بلقطة متوسطة وكاميرا ثابتة وزاوية جانبية **Mulan** تنهض وتقف بمقابل الجنرال تونغ وتستمع إلى ما يقوله بعدما صدّق زملاؤها كلامها وتدخلوا لدعم موقفها مما دفعه إلى تغيير رأيه لكنّه واصل توبيخها حيث قال: "**جلبت أفعالك العار والخزي لهذا النظام العسكري**". وتصور **(اللقطة 49)** بلقطة مقرّبة وكاميرا ثابتة وزاوية عادية **Mulan** و على ملامحها الحزن تحني رأسها للأسفل وهي تتلقى المزيد من عبارات التوبيخ من القائد

تونغ: "**ولهذه المملكة وعائلتك**"، ثم تظهر **(اللقطة 50)** بلقطة مقرّبة وكاميرا ثابتة وزاوية عادية القائد تونغ و على ملامحه الجدّية يعترف لـ **Mulan** بأن شجاعتها و ولاءها للإمبراطور لا غبار عليهما حيث قال لها: "**ولكن ولاءك وشجاعتك لا شك فيهما**".

5 – التحليل التضميني للقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020):

قبل تحليل المشاهد المختارة تحليلا تضمينيا فلابد أن نشير إلى مجموعة من العناصر الأساسية التي تتشكل منها التركيبة الفيلمية:

أ – الإطار الزماني:

لم ترد أي إشارة إلى الإطار الزماني الذي تدور فيه أحداث الفيلم، لكن يمكن للمستخدم/المتلقي أن يحدد الحقبة الزمنية للفيلم وذلك من خلال ما يلي:

أولا **الديكور**: الذي أعتُمد في بناء المشاهد كالمباني، وسائل النقل، الأثاث ... الخ، إذ يتضّح أن هندسة المباني التي استُخدمت في مشاهد الفيلم تعود إلى حقبة زمانية قديمة، تسمّى هذه المباني الدائرية بـ 土楼 **tǔlóu**، وهي مبانٍ ترابية ريفية تعود لشعب هاكا **Hakka** في جنوب الصين حيث تم بناء أول تولو **tǔlóu** في نهاية عهد أسرة سونغ خلال القرن الثاني عشر إلاّ أن أسطورة **Mulan** ظهرت قبل ذلك بـ 500–700 سنة. (LTL HQ, 2020).

فقد حاول فريق إنتاج الفيلم ربط قصته مع الثقافة الصينية إلاّ أنه لم يوفّق في اختيار طراز المباني المناسب للفترة الزمانية التي ظهرت فيها أسطورة **Mulan**، و ما يؤكد أيضا أن أحداث قصة الفيلم جرت في فترة زمنية قديمة هو غياب مؤشرات يمكن أن تدل على أنها جرت في العصر الحديث كتواجد وسائل الاتصال الحديثة المختلفة أو وسائل نقل حديثة، فقد اعتمدت

الشخصيات على الخيول للتنقل من مكان لآخر، و استخدامت لفافات الورق أو المبعوثين من أجل نقل الرسائل الشفوية أو المكتوبة، بالإضافة إلى اللباس التقليدي الذي يعود إلى زمن الماضي، وكذلك الأواني المستعملة قديمة الطراز، كما تم الاعتماد أيضا على الأسلحة التقليدية في تصوير المعارك كالسيوف والمنجنيق ...الخ

وبالتالي يمكن للمستخدم/المتلقي تحديد الزمن الفعلي للقصة والذي يبدو ظاهريا أنه يعود للعصور القديمة بناء على ما تم توظيفه من أشياء كالملابس و الأسلحة التقليدية، إلا أن الزمن الحقيقي للفيلم هو العصر الحالي، وذلك بالنظر إلى أنه قد ظهر تناقض راجع إلى الإختلاف بين الفترة الزمنية الحقيقية لظهور أسطورة **Mulan** و الفترة الزمنية لهندسة المباني التي ظهرت في ديكور الفيلم التي تشير إلى اختلاف الحقبتين الزمنيتين، و هذه ليست هفوة يقع فيها فريق إنتاج ينتمي إلى شركة عريقة ورائدة في الإنتاج السينمائي خاصة و أنه لم ترتكب في نسخة الرسوم المتحركة لفيلم **Mulan**، بالإضافة إلى دلائل أخرى كالإشارة الى طريق الحرير و ظهور تاجر عربي ... الخ، و هذا ما يشير إلى أن الزمن الفعلي للفيلم مختلف عما أظهره فريق الإنتاج، أي أن **Disney** تحاول تمويه الزمن الفعلي للفيلم من خلال إظهار الصراع بين مملكة مولان و جيش روران في العصر القديم، إلاّ أن أحداث الفيلم تحاكي وتصوّر حقيقة وضمنيا الصراعات بين مختلف الفاعليين الدوليين في العصر الحالي بداية من تاريخ إنتاج وبث الفيلم أي 2020 تحديدا الصراع الصيني–الأمريكي ومختلف الأطراف الفاعلة فيه، كما أنه تم تصوير أحداث الفيلم في مباني تولو **tǔlóu** التي نجدها منتشرة بكثرة في الصين حاليا كتجمعات سكانية بدائية (مجتمعات تقليدية) للدلالة على أن الصينيين يعيشون حياة بدائية خالية من مظاهر التحضر و التطور كالتي في الدول الغربية وتحديدا أمريكا.

ب – الإطار المكاني:

وظّف المخرج العديد من الأماكن المختلفة (صحراء، سهول خضراء، جبال،...الخ) لتصوير الفيلم و ذلك للتعبير عن التنوع في الأقاليم الجغرافية في الصين، فمجريات الفيلم تدور بأحد الممالك الصينية التي تقع في السهول الوسطى للصين، وذلك استنادا إلى الطابع المعماري للمدينة الإمبراطورية وطبيعة المنطقة التي تتواجد فيها قرية **Mulan** (حقول الأرز على شكل مدرجات) و تمتد إلى شمال غرب الصين وهي منطقة صحراوية تحديدا على طول طريق الحرير وهذا مبيّن في بداية المشهد 6 بعبارة **'The silk road, northwest CINA'** أي " طريق الحرير شمال غرب الصين"، ولكن بالعودة إلى الطراز المعماري للمجمع السكني الذي تعيش فيه مولان تولو **tǔlóu** يعود لشعب هاكا **Hakka** في جنوب الصين، نجد أيضا أن الموقع الجغرافي الذي اختاره فريق إنتاج فيلم **Mulan** 2020 بعيد قليلا عن الواقع بمئات من الكيلومترات أي عن الموقع الحقيقي الذي جرت فيه قصة المحاربة الأسطورية **Mulan**. حيث أرادت المخرجة أن تعبّر عن الثقافة والبيئة الصينية بالاعتماد على العديد من العناصر المستمدة من البيئة الصينية من لباس و طابع المباني كقصور المدينة الإمبراطورية ...، إلاّ أن هناك بعض العناصر (القيم) التي لا تعكس حقيقة الثقافة الصينية بل تقترب أكثر من الثقافة الغربية كقضية الشرف وشخصية البطلة التي لا تعكس الولاء للأسرة كما هو معروف عن المجتمع الصيني بل الفردانية والرغبة في الاستقلالية و إثبات الذات بعيدا عن الأسرة، مما يعطي انطباعا للمستخدمين الذين لهم معرفة مسبقة عن الثقافة الصينية بأن أحداث الفيلم لا تدور في الصين القديمة، في حين أن المستخدمين الذين لا يعرفون الثقافة و الحضارة الصينية جيدا سيعتبرن أن القصة فعلا حدثت في الصين، حيث أن الفيلم تم اقتباسه من قصة من التراث الشعبي التي تشكّل الذاكرة الجماعية للشعب الصيني التي تناقلوها عبر الأجيال، و السبب الذي دفع منتِج الفيلم إلى تصوير العناصر الثقافية للفيلم بهذا الشكل هو تشويه الصورة النمطية للحضارة الصينية أي النموذج الصيني لدى الجمهور العالمي، في حين أن التنوع في الأماكن التي تم تصوير أحداث الفيلم فيها تحمل دلالة

عميقة وترتبط ارتباطا وثيقا بالتمثلات الجيوسياسية التي تشكّل السردية الأمريكية أي الرسالة الضمنية التي توجّهها للفاعلين الدوليين: **فمنطقة شمال غرب الصين** (في المشهد 6 طريق الحرير) تجسّد العالم الإسلامي و ذلك بربطه بقضية الأقلية المسلمة شعب الإيغور **Uygurlar** التي تم إبرازها إعلاميا في فترة إنشار فيروس كورونا و التي تواكب فترة بث وعرض هذا الفيلم، **أما قائد جيش روران** يمثّل الجانب الصيني في حين يمثّل **قادة قبائل الروران** حلفاء الصين كروسيا، **أما الجيش الإمبراطوري** فيمثل المعسكر الغربي، بالتالي فإن الإطار المكاني للفيلم ظاهريا هو الصين القديمة أما ضمنيا فيتمثل في رقعة الشطرنج أي الساحة العالمية.

ج – اللغة المستخدمة:

أستخدمت اللغة الإنجليزية في الفيلم، والتي تعتبر اللغة الأصلية لشركة الإنتاج أي أستديو **Walt Disney Pictures**، كما تمت ترجمته للعديد من لغات العالم كاللغة العربية والفرنسية ...، فمنصة **+Disney** تقدم خدمة ترجمة المحتوى إلى العديد من اللغات تماشيا مع لغة المشتركين، مما يتيح لها إمكانية الوصول إلى كل فرد في هذا العالم وبالتالي تعتمد على إصدار نسخ بلغات مختلفة لتضمن وصول التمثيلات (القيم، الأفكار، الدلائل، ...) التي تريد الشركة بثها وغرسها لدى الجمهور عبر مختلف مناطق العالم وفي أي زمان ومكان بفضل المميزات التي تتمتع بها المنصات الرقمية لبث المحتوى حسب الطلب.

د – الموسيقى:

كانت الموسيقى التصويرية المستخدمة في الفيلم مستوحاة من الطابع الموسيقي للأوركسترا العسكرية باستخدام آلات موسيقية غربية مع إدخال آلة الناي لتقارب صوت آلة "ديزي **Dizi**" الصينية، وذلك للاقتراب من الطابع الموسيقي الصيني كون الناي يعتبر من الآلات الموسيقية التقليدية التي توظف كثيرا في عزف الموسيقى في الصين، ومع ذلك كانت الألحان المستخدمة

غريبة عن الثقافة الصينية لغياب الآلات الموسيقية التقليدية كآلة "قوتشين **Guqin** " وهي تشبه آلة القانون كونها تميّز بوضوح الموسيقى الصينية.

هـ- الجمهور المستهدف:

يوجه الفيلم إلى جميع الأعمار فهو دعوة لجميع شرائح المجتمع لاكتشاف الحضارة الصينية، لكن بما أن الفيلم من فئة الحركة الحية ويعرض عبر منصة إلكترونية لبث المحتوى حسب الطلب أي منصة **Disney+** ، فإن الشريحة الأكثر مشاهدة لهذا النوع من المحتوى هي فئة المراهقين والشباب من جيل التسعينات والألفين، أي ما يعرف بجيل **Z**، خاصة وأن الصناعة السينمائية الأمريكية عموما و **Disney** خصوصا قد تجاوزت كل الحدود في عصر العولمة وتعدد وسائط المشاهدة فهي موجهة لكل العالم، حيث حاز الفيلم على شهرة كبيرة في نسخة الرسوم المتحركة الصادرة عام 1998 مما جعل الجمهور أكثر فضولا وترقبا للنسخة الحية لقصة **Mulan** الصادرة عام 2020. لكن يمكن ملاحظة أن الفيلم يتوجه برسالة (تمثيلات جيوسياسية) معينة لمخاطبة فئتين من الجمهور، **الأولى:** الجماهير من الطبقة الشعبية الأمريكية خاصة والغربية عامة بهدف تشكيل صورة نمطية خاطئة عن النموذج (الموروث الثقافي والحضاري) الصيني و ترسيخها في أذهانهم، بالإضافة إلى مخاطبة الطبقة النخبوية لصنّاع القرار في العالم الغربي من خلال تبيان خطة الصين التي تعتمدها لإدارة اللعبة على رقعة الشطرنج لتحقيق النصر على منافسيها في إطار الحرب الناعمة، أما الجمهور **الثاني** فهو الجمهور العربي حيث وجهت له رسالة تحوي مجوعة من الرموز والدلائل والأفكار التي تعكس الأهداف الخفية للتوسع الصيني في العالم العربي في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وكذا تبيان مبادئ النموذج الصيني وفق المنظور الأمريكي لتشويه صورته لدى الشعوب العربية.

– المقطع الافتتاحي للفيلم (شارة شركة الإنتاج):

تضمنت شارة شركة الإنتاج مجموعة من الدلالات الأيقونية والتي جسّدتها لحظة اكتمال صورة القلعة الشهيرة لـ **Disney** حينما توقفت حركة الكاميرا، والتي تعتبر مهمة وأساسية لتشكيل الرسالة التي يحملها الفيلم وهي الصراع الحضاري بين النموذج الأمريكي الرأسمالي والنموذج الصيني الشيوعي الاشتراكي، إذ تعرض القلعة التي اشتهرت بها شركة ديزني للإنتاج الفني ضخمة مقارنة بالأسوار المحيطة بها، حيث يوجد في زواياها أبراج مراقبة على الطراز الصيني تبدو صغيرة الحجم، وقد تم استخدام تقنيات سينمائية عالية الجودة لإبرازها، تعلوها الألعاب النارية والأضواء التي تُظهر الشهرة الكبيرة التي تتمتع بها الشركة، لتستقر الكاميرا بعدها بلقطة عامة أمام اسم هذه الشركة **Disney** وقد تم التركيز على اسم الشركة من أجل ترسيخه في ذهن المشاهد.

شكل رقم (8): فوتوغرام مأخوذ من المقطع الافتتاحي للفيلم (شارة شركة الإنتاج)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة + DISNEY)**

لقد وظفت الصورة في فيلم **Mulan** 2020 وتحديدا في هذا المشهد لتؤدي دلالة معينة تمثلت في أن الولايات المتحدة الأمريكية أكبر وأعظم من منافستها الصين أي أنها أقوى منها، وعلى الرغم من أن هذه الأخيرة تحاصرها في العديد من المجالات إلاّ أنها لن تتمكّن من إطفاء أضواء

مجدها وهيمنتها وسيطرتها على زمام الأمور على الساحة الدولية، فالصورة التي أظهرتها اللحظة المختارة من شارة شركة الإنتاج تُبيّن سعي مخرجة وفريق إنتاج فيلم **Mulan** 2020 على تقزيم مكانة الصين وإظهارها صغيرة أمام أمريكا وترسيخ هذه الدلالة في ذهن الجماهير عبر العالم، وهذا يلخص سردية الولايات المتحدة الأمريكية فيما يخص نظرتها لمنافستها الصين وللصراع بينهما على النفوذ والسيطرة على العالم، فالفيلم منذ الثواني الأولى يعكس النزعة الهجومية على النموذج الصيني.

– المشهد 1 للمقطع الافتتاحي للفيلم:

صور هذا المشهد بطلة الفيلم **Mulan** في مرحلة الطفولة، على أنها طفلة حيوية تجمع شخصيتها بين البساطة والعفوية والبراءة وفي نفس الوقت قوية وشجاعة وتتقن ممارسة فنون القتال (الكونغ فو)، و ذلك من خلال توظيف مجموعة من اللقطات المتنوعة (اللقطة المتوسطة، المقربة) التي استخدمت من أجل تصوير تعابير وجه وانفعالات كل من **Mulan** ووالدها وهي تتدرب على "الكونغ فو" أثناء سرد الراوي مقدمة قصة الفيلم، وقد حملت مقدمة الفيلم العديد من الدلائل التي تشير إلى أنه محرّم على المرأة الصينية ممارسة و تعلم فنون القتال واستخدام قوتها الروحية، فحسب قوانين وعادات وتقليد المملكة التي تنتمي إليها **Mulan** فإن كل امرأة تمارس "الكونغ فو" وتستخدم طاقة "التشي" تعتبر ساحرة ويتم نبذها من قبل أسرتها وعشيرتها ووسمها بالعار والخزي وتنفى خارج المملكة. وعلى الرغم من أن والد **Mulan** قام بتعليمها فنون القتال ودرّبها على استخدام قوتها الروحية إلا أنه كان مرغما على إطفاء شعلة موهبتها وإخفائها عن الأنظار بسبب قوانين المملكة التي تمنع ذلك، لحمايتها. ولقد ارتدت **Mulan** هانفو متواضعا أثناء تدرّبها على فنون القتال باستخدام عصا خيزران رفقة والدها لإظهار شخصية **Mulan** كمحاربة، فالخيزران يرمز في الثقافة الصينية للمرونة والصلابة، الاستقامة والنزاهة، التواضع، البساطة والاناقة،

الصداقة والوحدة، النمو والازدهار للإشارة إلى أنها تنمو ببطء لسنوات ثم تنطلق بسرعة شامخة نحو تحقيق التفوّق و التميّز مثل شجرة الخيزران، إذ تعتبر قصة **Mulan** ملهمة عن أهمية الصبر والعمل الجاد والمثابرة من أجل النجاح في تحقيق الاحلام، فكل هذه الصفات، حاول كتّاب السيناريو والمخرجة إبرازها ظاهريا من خلال شخصية البطلة "**Mulan**".

شكل رقم (9) : فوتوغرام مأخوذ من المشهد 1 للمقطع الافتتاحي للفيلم

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة DISNEY +)**

وقد وُظّف الحوار في هذا المقطع من أجل تبليغ رسالتين (التمثيل الجيوسياسي) للجمهور العالمي، وبالأخص الغربي، **الأولى:** تتعلق بحريّة المرأة، و**الثانية:** مساواة المرأة مع الرجل، فكلمات مقدمة الفيلم التي سردها الراوي تحمل رسالة ودلالة عميقة حيث ستشكّل الصورة النمطية المضللة عن أحد مكونات الثقافة الشعبية والنموذج الصيني، والذي يعتبر أحد موارد القوة الناعمة لدولة الصين، و يتمثل ذلك في عقيدة (أفكار وقيم) طاقة "تشي **Chi**" بالإضافة إلى رياضة فنون القتال "الكونغ فو" اللتان تعتبران من عوامل الجذب التي تستخدمها الصين لاستقطاب الجماهير

المعجبة بنموذجها، فقد أرادت الولايات المتحدة الأمريكية بالاعتماد على إنتاج شركة **Disney** عبر منصة + **DISNEY أولا:** تثبيط جاذبية هذين المكونين من خلال ربطهما بالمرأة، وذلك من خلال استغلال أفكار الحركات النسوية التي ترفع شعارات تطالب **بحرية المرأة** و **مساواتها مع الرجل** ...، لذلك عمل كتاب السيناريو والمخرجة على بناء نص السيناريو بحيث تظهر المرأة مضطهدة و محرومة من حرية ممارسة النشاطات التي تحبّها كفرد فعّال ومنتج داخل المجتمع، فهي أسيرة العادات والتقاليد البالية التي تحصر دورها فقط في تشريف العائلة من خلال الزواج لتكون حياتها مجرّد ربّة بيت تقوم فقط بالأعمال المنزلية دون أن تحظى بفرصة للتميّز والنجاح من خلال تحقيق إنجازات عظيمة كقيادة الجيوش والقتال في ساحات المعركة، وهذا يتنافى مع ما عملت الصين على إظهاره للجمهور العالمي من خلال إنتاجها الفني والدرامي أين تظهر المرأة الصينية وهي تتقلّد كل المناصب وتحظى بمكانة مميّزة في المجتمع.

– عنوان الفيلم:

كتب عنوان الفيلم **"Mulan "** باللغة الإنجليزية (اللغة الأولى عالميا) وهي لغة شركة الإنتاج التي تمثل النموذج الأمريكي المهيمن على العالم، وتم عرض العنوان باستخدام لقطة عامة وبخلفية سوداء، وبالاعتماد على مؤثرات صوتية وبصرية متطورة، حيث استخدمت تقنيات الحاسوب المحترفة لتوليدها ولإظهار عنوان الفيلم باللون الأحمر القاتم تدريجيا وصاحب ذلك موسيقى بدأت بعزف آلة الناي واختتمت بقرع الطبول. وهذا يوحي بأن الفيلم يحمل دلالات بصرية ونفسية قوية:

فدلالة توظيف الألوان عند فك التشفير ظاهريا من قبل الجمهور العام عموما عبر مختلف أنحاء العالم بمختلف أطيافه (باحثين، سياسيين، عامة) هي: أن المخرج قام باستخدام اللون الأسود في خلفية عنوان الفيلم لخلق جو يتسم بالتشويق والغموض لإثارة فضول ورغبة الجمهور

لاكتشاف مضمون الفيلم فاللون الأسود يرتبط عادة بالغموض والإثارة والرعب، كما يحمل دلالة الجديّة والأناقة والفخامة كلون رسمي جذاب وغامض، وبالتالي فالخلفية السوداء توحي بأن الفيلم سيتناول مواضيع درامية عميقة أو قضايا مهمة وجادة مما سيعمل على شد انتباه المشاهد.

في حين، وظفت المخرجة لكتابة عنوان الفيلم اللون الأحمر وهذا ليوحي للجمهور بأن الفيلم مليء بالأحداث المشوّقة والمفاجآت، فاللون الأحمر هو لون حيوي مثير للانتباه يرتبط غالبا بالإثارة والتشويق والدراما، كما يرمز اللون الأحمر إلى المشاعر القوية كالحب، والشغف، والخطر، ... الخ، وهذا يشير إلى أن الفيلم سيتناول علاقات معقّدة وصراعات قوية، وبالتالي فإن كتابة العنوان باللون الأحمر، أرادت من خلاله المخرجة إبراز أهمية الفيلم وشد انتباه الجمهور وترسيخ عنوانه في ذاكرتهم.

وبتفاعل لون الخلفية (الأسود) ولون العنوان (الأحمر) فإن دلالة (عنوان الفيلم) ظاهريا –بعد متابعة المشاهد المتبقية من الفيلم التي تلي عرض العنوان– تشير إلى أن الفيلم يجسّد قيم الصراع كالقوة والسلطة المظلمة أو الشريرة، و ذلك في قالب درامي يجمع بين الإثارة والتشويق، والغموض ، والخطر، للتعبير عن صراعات عاطفية قوية ومواقف عصيبة تمر بها بطلة القصة، فهناك صراع من أجل **الحرية** و الذي تكون فيه **Mulan** ضد قوانين وعادات وتقاليد المملكة التي تقزّم دور المرأة داخل المجتمع وتمنعها من استخدام مهارتها القتالية وتطوير وزيادة قوّتها الروحية من جهة، ومن جهة أخرى الصراع الذي يدور بين المملكة التي تنتمي اليها **Mulan** وجيش روران .

شكل رقم (10): فوتوغرام مأخوذ من (عنوان الفيلم)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة + DISNEY)**

تشير دلالة توظيف الألوان في العنوان عند فك التشفير من قبل الجمهور الصيني (السياسيين، الباحثين، الشعب) وفق معناها في الثقافة الصينية فهي تحمل مجموعة من التمثلات السلبية العميقة (Wong, 2019) ، **التمثيل الأول:** إعلان أو تمني نهاية الصين، فكتابة اسم شخص ما باللون الأحمر على ورقة سوداء (كتابة اسم **Mulan** على خلفية سوداء) له مدلول سيء جدا في الثقافة الصينية كونه يعتبر فألا سيئا مرتبطا بالموت، لأنه في الصين القديمة كانت أسماء الموتى تكتب باللون الأحمر ومع إضافة الخلفية السوداء التي تشير هنا إلى الحداد والحزن، الأمر الذي يزيد من سوء الدلالة. **التمثيل الثاني:** العداء والكراهية للصين، إذ تشير كتابة اسم شخص ما باللون الأحمر على خلفية سوداء إلى الكراهية والعداء الشديد كون هذا الفعل يجلب اللعنة والأرواح الشريرة والحظ السيء حسب الخرافات الشعبية الصينية. **التمثيل الثالث:** الإهانة الشديدة والعداوة، فكتابة اسم شخصية تاريخية باللون الأحمر على خلفية سوداء يشير إلى الإهانة الشديدة التي لا تغتفر حسب الثقافة الصينية، وهذا قد يتسبب باستياء شديد يؤدي إلى نشوب عداء دائم، كونهم يولون أهمية كبيرة لكتابة أسماء الأشخاص، فاحترام الأسماء بالغ الأهمية في المجتمع الصيني.

وبالتالي، وظفت الصورة في هذا المشهد من أجل تبليغ رسالة تهديد وتحذير مبطّنة للصين وحلفائها مفادها: أن الولايات المتحدة الأمريكية هي زعيمة العالم وتسيطر على موازين القوى

لصالحها، ولن تقبل أن تنافسها أو تشاركها أية دولة على الهيمنة على العالم، وأي طرف يتجرأ على تهديد مصالح أمريكا وهيمنتها، فإنها ستعمل على إنهاء وجوده على رقعة الشطرنج أي الساحة الدولية.

– المشهد 6 (هجوم الساحرة وجيش رووان على أحد حاميات طريق الحرير):

يصور هذا المشهد النهاري الخارجي عملية هجوم جيش رووان على أحد الحاميات العسكرية التي تحرس طريق الحرير في شمال غرب الصين حسب ما ورد في بداية هذا المشهد، فقد تم إظهار عبارة **'The silk road, northwest CINA'** باللون الأحمر لشد انتباه المشاهد وإظهار أهمية العبارة ودفعه للتركيز عليها ، كونها تحمل دلالة عميقة أرادت المخرجة من خلالها الإيحاء للجمهور بقضية مشروع طريق الحرير الجديد الذي تعتزم الصين إعادة إحيائه منذ 2013 م والذي بدأت تجسيده فعليا في 2019 بعد إتمامها خطوات إنجازه من خلال إبرام الاتفاقيات مع العديد من الدول في قارة آسيا وإفريقيا، فمعظم الدول التي سيمرّ بها مشروع طريق الحرير الجديد هي الدول العربية والإسلامية، فقد ظهر بعدها مباشرة تاجر عربي يعبر الصحراء التي حُدّد موقعها في الفيلم على أنها طريق الحرير شمال غرب الصين حيث تقطن الأقليّة المسلمة (شعب الإيغور)، فاللقطات الموالية من المشهد تشير إلى وجود رسالة ضمنية تخاطب الشعوب العربية والإسلامية، اتضحت ملامحها فيما بعد، وتتعلق بقضية الأقليّة المسلمة (شعب الإيغور) التي تم إبرازها إعلاميا في فترة انتشار فيروس كورونا بالتزامن مع فترة بث هذا الفيلم، وذلك لترسيخ رسالة معينة في العقل الباطن للجماهير العربية والاسلامية ليقوم بربطها مع هذا الحدث.

فقد صوّر هذ المشهد الساحرة التي تقود معارك جيش رووان وهي تهاجم التاجر وتسيطر عليه عن طريق السحر الأسود لتستخدمه من أجل تحقيق هدفها المتمثل في التسلل للحامية العسكرية للجيش الامبراطوري ثم تخلصت منه بعد نجاح الهجوم وتحقيق النصر الساحق، حيث يتمثل

هذا التمثيل الجيوسياسي في أن الصين تعتمد على الخداع والمناورات لسحر عقول الدول العربية والإسلامية (حكومات و شعوب) من أجل استخدامهم لتحقيق أهداف سياستها الخارجية وأبرزها توسيع نطاق هيمنتها على العالم والتصدي للهيمنة الأمريكية، ومن ثم ستضحي الصين بالدول العربية والإسلامية وكذا الإفريقية عند أول فرصة. وقد استخدم المخرج مجموعة متنوعة من اللقطات وحركات الكاميرا وكذا المؤثرات البصرية الخارقة للعادة والهدف من ذلك هو جعل أحداث المشهد أكثر واقعية من خلال رصد حركة الشخصيات وتعابير وجوههم وذلك لجعل الجمهور أكثر اندماجا مع مضمون المشهد، لضمان ترسيخ التمثيلات (الرسائل، الأفكار، القيم، ... الخ) لدى الجمهور.

شكل رقم (11): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 6 (هجوم الساحرة وجيش رورران على أحد حاميات طريق الحرير)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة DISNEY +)**

وظفت الصورة في هذا المشهد لترسيخ قوالب معينة لبناء صورة نمطية عن شعب رورران الذي ينتمي الى قبائل البربر الصينية، وتتمثل هذه القوالب النمطية في أن قبائل البربر في الصين

يتمتعون ببنية جسدية قوية وضخمة ولهم مهارات قتالية عالية، ويتصفون بشخصية حادة وهمجية وشريرة، إذ يعتمدون على الساحرات والسحر الأسود من أجل الفوز والانتصار في معاركهم، في حين مثلت الحامية العسكرية سكان شمال غرب الصين، وتحديدا أقلية "الايغور" المسلمة باعتبارهم أكثر تحضرا والتزاما بالإتيكيت في مختلف جوانب الحياة، ويتميزون بلباسهم الذي هو أقرب إلى اللباس الماغولي (باكستان والهنود المسلمين) إذ يصنع من الحرير وبألوان زاهية، وهذا يدل على أن قبائل البربر الصينية تهاجم مدن منطقة شمال غرب الصين منذ القدم مما يوحي بأن الأقلية المسلمة تتعرض إلى القتل والاضطهاد من قبل بعض الأقليات الصينية، بالإضافة إلى ترسيخ فكرة أخرى في ذاكرة الجمهور العربي والمتعلقة بتوظيف السحر من قبل البربر الصينيين، فقد تعمّدت المخرجة إظهار الساحرة وهي تسيطر على التاجر العربي المسلم عن طريق السحر لأنها تعلم أن الفرد العربي يؤمن بالمواضيع المتعلقة بالسحر والشعوذة .

والهدف هو ضرب شرعية مشروع طريق الحرير الجديد ودفع الشعوب العربية والإسلامية لرفض اقامته على أراضيهم و إيقاف المشروع تضامنا مع أقلية "الايغور" المسلمة، وبذلك تعمل الولايات المتحدة الأمريكية بالاعتماد على القوة الناعمة وسيكولوجيا الجماهير على تعطيل وشل أحد أهم موارد القوة الناعمة للصين والمتمثل في مشروع **طريق الحرير الجديد** الذي يكتسي أهمية اقتصادية وسياسية وثقافية كبيرة نظرا لكونه يتيح للصين جذب واستقطاب العديد من الفاعلين الدوليين عبر أنحاء العالم نحو فكرة مشروعها لإنشاء نظام عالمي جديد متعدد الأقطاب لإنهاء نظام الأحادية القطبية أي الهيمنة الأمريكية على العالم عن طريق قيم ومبادئ النموذج الرأسمالي الليبيرالي. الأمر الذي يظهر بشكل واضح صراع النماذج أي الإمبريالية الثقافية في عصر متعدد الأقطاب حيث يسعى الكل إلى إرساء مبادئ نموذجه كعقيدة تحكم سلوك باقي شعوب العالم بما يحقق أهدافه ومصالحه وفق استراتيجيات القوة الناعمة.

– المشهد 7 (الحوار الذي دار بين الإمبراطور ومستشاره حول هجوم جيش رورران على الحاميات العسكرية لطريق الحرير):

استقبل الإمبراطور بعد نهاية المعركة وانتصار جيش مملكة رورران وتدمير الحاميات العسكرية التي تحرس طريق الحرير،"الساحرة" التي تسللت إلى المدينة الإمبراطورية على هيئة جندي من جنود الجيش الإمبراطوري ليستمع إلى شهادتها حول مجريات المعركة، أثناء اجتماع أعضاء البلاط الملكي لمناقشة الأوضاع الخطيرة في منطقة الحدود الشمالية على إثر تدمير جيش رورران للحاميات العسكرية التي تحمي "**طريق الحرير**" الذي يعتبر عصب اقتصاد المملكة.

ويتضح من خلال الحوار الذي دار بين الإمبراطور والساحرة بوجود ايحاء باعتماد جيش رورران على السحر الأسود من خلال قول الإمبراطور "**إننا لا نخشى السحر الأسود**"، والهدف من ذلك هو التأكيد على التمثيل (الفكرة) التي جاءت في المشهد 6 والتي كانت تهدف من خلالها المخرجة إلى ترسيخها في ذاكرة الجمهور العربي الإسلامي المتعلقة بتوظيف الصينين للسحر الأسود لتنفيذ خططهم وتحقيق أهدافهم.

شكل رقم (12): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 7 (الحوار الذي دار بين الإمبراطور ومستشاره حول هجوم جيش رورران على الحاميات العسكرية لطريق الحرير)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة DISNEY +)**

وبالتالي عملت المخرجة من خلال هذا المشهد على ترسيخ صورة نمطية تظهر الإمبراطور رجلا عجوزا ومتكبرا يعيش في الرفاهية (يرتدي ثياب من الحرير الفاخر وعرشه مصنوع من الذهب،...الخ) للدلالة على أن رئيس الصين وقائد الحزب الشيوعي لم يبق له سوى أيام معدودة في حياته وسيزول حكمه، بالإضافة إلى تمرير رسالة الى الشعب الصيني مفادها أن قادة الحزب الشيوعي يعيشون في الرفاهية والثراء الفاحش، بينما يجبرون العامة على العيش حياة متواضعة خالية من أشكال الرفاهية أي وفق قيم و مبادئ النظام الشيوعي التي تفرض نمط حياة الطبقة العاملة المتوسطة التي تتكافل فيما بينها، وهذا لدفعهم إلى وضع أنفسهم محل مقارنة مع أعضاء الحزب الشيوعي وتحريض الأسئلة، مثل: لماذا حياتنا ليست مثل حياة قادة الحزب؟ التي تعمل القوة الناعمة على تحريضها لدى الشعوب عن طريق توظيف سيكولوجيا الجماهير، لدفعهم لكره القيم التي بني عليها النظام الاجتماعي والاقتصادي والسياسي في الصين وإسقاط شرعيته، لخلق الشقاق والتمرد داخل المجتمع الصيني أي تجسيد استراتيجية صناعة الفوضى.

– المشهد 10 (تجهيز مولان للذهاب إلى الخاطبة):

حرصت المخرجة في هذا المشهد على توظيف مجموعة من الدلائل التي تشكل قوالب نمطية معينة لترسيخ صورة نمطية عن المرأة الصينية التي تمثلها **Mulan**، ففي بداية المشهد أظهرت

أطباقا تحتوي على مساحيق تجميل صينية تقليدية موضوعة على طاولة لتعريف الفتيات من مختلف الأعمار والأجناس بالمساحيق التي تستعملها المرأة الصينية ثم صوّرت مجموعة من اللقطات المقربة والمقربة جدا أم **Mulan** وهي تقوم بوضع الزينة على وجه ابنتها وتلبسها هانفو مصنوع من الحرير وتسرح شعرها، وفي النهاية كانت **Mulan** غير راضية على مظهرها خاصة وجهها الذي كان قبيحا. وُظّفت الصورة هنا لتؤدي وظيفة دلالية تشير إلى أن **Mulan** امرأة متحررة ترفض الالتزام بالإتكيت والآداب التي تتحلى بها أي فتاة كونها تقيّد سجيتها، كما أنها لا تحب الاهتمام بزينتها ووضع مساحيق التجميل وكذا ارتداء الملابس المبهرجة كبقية الفتيات في المملكة بل تفضل ممارسة فنون القتال وركوب الخيل مثل المحاربين، ويتضح ذلك من خلال تعابير وجهها وحديثها مع أختها أثناء توجههم إلى الخاطبة.

شكل رقم (13): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 10 (تجهيز مولان للذهاب الى الخاطبة)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة DISNEY +)**

الهدف من استخدام هذه التمثلات (الدلائل والرموز) هو ترك انطباع سلبي لدى الجمهور العالمي خاصة الغربي عن المرأة الصينية، حيث تم إفساد شخصيتها وجرّدت من هويتها الصينية وتحويلها إلى غربية وذلك بإظهارها فتاة تفضل مصلحتها (الفردانية) الشخصية على مصلحة

(الجماعة) العائلة، فقد قدّم كتّاب السيناريو تفسيرا خاطئا لمسألة الشرف في المجتمع الصيني، فحسب تمثيل الفيلم لمفهوم الشرف، يتوجّب على المرأة التخلي عن أحلامها الشخصية والتركيز على جلب الشرف للعائلة من خلال الزواج بشخص مناسب، وهذا ما رفضته **Mulan** وبدا واضحا من استيائها وحزنها أثناء تحضيرها (وضع مساحيق التجميل وإلباسها الثياب) للذهاب الى الخاطبة، وهنا أرادت **Disney** تمرير صورة نمطية سيئة عن طريقة تبرّج المرأة الصينية من خلال طريقة تبرّج شخصيات فيلم **Mulan** النسخة الحية 2020 التي أظهرت **Mulan** والخاطبة بمكياج بشع (كالمهرجين)، وذلك بهدف كسر وتعطيل جاذبية الصورة النمطية الإيجابية عن جمال المرأة الصينية التي سُوّق لها بشكل فعال عبر مختلف أشكال الصناعات الثقافية كالأفلام والمسلسلات ... الخ، والتي استقطبت الملايين من المعجبين (الزبائن)، لتصبح العلامات الصينية لمساحيق التجميل والعناية بالبشرة رمزا للجمال والأنوثة وتلقى رواجا كبيرا عبر العالم، وذلك لضرب مصداقية الموردين الصينيين والتجارة الإلكترونية (**Temu** ، **AliExpress** ، ...الخ) مما يؤدي للإضرار باقتصاد الصين.

– المشهد 12 (استلام أب Mulan مرسوم التجنيد للحرب):

ركّز كتّاب السيناريو في هذا المشهد على إظهار العلاقات الإنسانية في المجتمع الصيني، بالإضافة إلى الرجل الصيني من خلال شخصية والد **Mulan** وفق قوالب نمطية معينة، ففي بداية المشهد تعرضت **Mulan** للإهانة أمام الجميع من قبل الخاطبة التي اعتبرت أن أسرتها قد فشلت في تربيتها لتكون امرأة صالحة للزواج و بالتالي فهي لم تحافظ على شرفها وجلبت لها العار، وكل ذلك لأن **Mulan** تتمتع بشخصية متمرّدة تختلف عن باقي الفتيات العاديات في قريتها كونها تستخدم مهارتها وقوتها القتاليتين، وذلك للتأكيد على فكرة اضطهاد المرأة في المجتمع الصيني التي ظهرت في مقدمة الفيلم (المشهد1).

في حين، صوّر باقي المشهد وصول المبعوث الإمبراطوري إلى القرية وهو يحمل مرسوما يتضمن أمر التجنيد الإجباري في الجيش للتصدي لهجوم جيش روران، حيث أظهرت مجموعة من اللقطات المقربة والمتوسطة المبعوث الإمبراطوري يمتطي حصانا ويخاطب القرويين بنبرة جادة كممثل عن الإمبراطور الذي أشار إليه بأنه "ابن السماء"، و هذا يشير إلى تعظيم مكانة المرسوم الإمبراطوري والإمبراطور، ومن ناحية أخرى أظهرت مجموعة من اللقطات المتوسطة والد **Mulan** يسقط على الأرض أثناء تسلّمه أمر التجنيد ومنع الأم **Mulan** من مساعدته على الوقوف خوفا وحرصا منه على كبريائه لا على حياته كونه رجل عجوز ولا يستطع القتال، وبعدها يختتم المشهد بمقطع يظهر الجدال الذي دار بين **Mulan** ووالدها حول عدم قدرته على القتال في الجبهة، حيث استخدمت لقطات التصوير لإظهار ردة فعل كل منهما (انفعال، نظرات حادة، أصوات عالية) ، في حين يظهر الحوار أن أب **Mulan** حريص على الحفاظ على شرف العائلة المحاربة بالإضافة الى صورته أمام الأسلاف من خلال الاستجابة للمرسوم الإمبراطوري، ويذكّر مولان بأنه رب العائلة وأن عليها كابنة تقديره واحترامه، أي عدم التفكير في القتال مكانه لأن هذا سيجلب الخزي والعار للعائلة كونها امرأة فلا يمكنها أن تحلّ مكانه لأن هذا يعتبر مخالفة لقوانين وعادات المملكة حيث ستتهم بأنها ساحرة و تتعرض للنفي.

شكل رقم (14): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 12 (استلام اب مولان مرسوم التجنيد للحرب)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة DISNEY +)**

استخدمت الصورة هنا لتبليغ وترسيخ دلالة (تمثيل جيوسياسي) مفادها **أولا:** أن **Mulan** التي تجسد صورة الفتاة الصينية هي ليست ككل الفتيات في القرية، تحب الاعتماد على قوتها الجسدية ومهارتها (تمارس فنون القتال) إلا أن المجتمع أرغمها على قتل موهبتها فبمجرد أن أظهرت جانبا بسيطا منها وسمت بالعار والخزي، و أرادت المخرجة بذلك إعادة تذكير الجمهور بالرسالة التي وردت في المشهد الافتتاحي المتعلقة بتمثيل صورة الصين على أنها تنتهك مبادئ حقوق وحريات المرأة وترسيخ هذا التمثيل في ذهن الجمهور العالمي خاصة الإناث لدفعهم للنفور من النموذج الصيني، **ثانيا:** تتمتع **Mulan** بشخصية قوية وعفوية طموحة تسعى لاستغلال فرصة عجز والدها على القتال في الجبهة من أجل التحرر من قيود قوانين وأعراف مملكتها أي اظهار شخصيتها وفق المفاهيم الغربية (الفردانية وحرية الخيار الشخصي)، ذلك لخلق الرغبة لدى المرأة الصينية على التمرد ضد عقيدة المجتمع الصيني واعتناق العقيدة الغربية الرأسمالية.

كما أرادت المخرجة إظهار مدى ولاء وانضباط الشعب الصيني لحكامهم بالدرجة الأولى، فهم مستعدون للقتال ضد أقوى الخصوم لحمايتهم ويعتبرون ذلك تشريفا لهم ولأسلافهم. وفي ذلك إيحاء لخصوم الصين على الساحة الدولية بأن الشعب الصيني له ولاء لقائد الحزب الشيوعي أكثر من الولاء للدولة، لإظهار طبيعة النظام السياسي والاجتماعي والثقافي التي يتميز بها النموذج الصيني، أي أنه نظام اقطاعي يحد من حرية الأشخاص الفردية خاصة المرأة التي

تعيش ضمن مجتمع ذكوري يرفض أن يكون لها أي دور فعال أو صدى مسموع دخل المجتمع فدورها يقتصر فقط على كونها ربّة منزل عادية.

– المشهد 13 (الحوار الذي دار بين Mulan ووالدها أثناء تجهيزه لعدته العسكرية):

حرصت مخرجة الفيلم في هذا المشهد على إبراز بعظ مكونات مفهوم الشرف في الثقافة الصينية والمتمثلة في الحفاظ على الوجه والسمعة بالإضافة إلى قيم مستوحاة من مبادئ الكونفوشية كالاستقامة والأمانة والصدق، فقد صوّر هذا المشهد في قبو المنزل أين كان أب **Mulan** يقوم بمحاولة استخدام سيفه لكنه عجز عن ذلك، وأثناء ذلك كانت **Mulan** تراقبه بنظرات حزينة ودمعت عيناها حين رأت والدها غير قادر على حمل السلاح، ثم أخرج الوالد عدّته لصقل سيفه وتلميعه تحضيرا للذهاب إلى جبهة القتال وأثناء ذلك جرى حوار بينهما وظهرت مجموعة من الدلالات والرموز من خلال الصور.

فقد أظهرت اللقطات المستخدمة والحوار مدى رغبة **Mulan** في الذهاب إلى جبهة القتال بدلا من والدها كونها فرصتها من أجل تحقيق حلمها والتحرر من قيود عادات و قوانين مملكتها التي تمنعها من استخدام مهارتها القتالية و تطوير قوتها الروحية، وهذا يعكس قيمة الفردانية وحرية الخيار الشخصي التي تدخل ضمن النظام القيمي للمجتمع الرأسمالي، فكتّاب السيناريو عملوا على تقديم أسطورة **Mulan** وفق رؤية غربية (تفضيل المصلحة الشخصية) وسلخها عن هويتها الصينية (تفضيل مصلحة الجماعة)، كمحاولة للتأثير على موقف النساء في الصين ودفعهن للتشكيك ونبذ قيم مجتمعهن. في المقابل أظهرت الأب متعصبا لقضية شرف العائلة وسمعتها داخل المجتمع من خلال تفضيله القتال والموت في ساحة المعركة عوضا عن عدم مشاركة عائلته في الحرب ضد الأعداء لحماية الإمبراطور، إذ تم التركيز على إظهار أن الشرف يحتل مكانة مميزة في المجتمع الصيني ولكن تم تفسير مفهومه بشكل خاطئ في جزئيات دقيقة

والهدف من ذلك تشويه صورة مكونات النموذج الصيني لدى الرأي العام العالمي، فمفهوم الشرف يحتل مكانة مهمة في المجتمع الصيني إذ يتشابك بعمق مع القيم الثقافية والاجتماعية والتقليدية خاصة تلك المستمدة من الكونفوشيوسية فلا يقتصر الشرف على الفرد فحسب بل يمتد ليشمل العائلة والمجتمع الذي ينتمي إليه الفرد، فكتاب السيناريو يفهمون بشكل دقيق مكونات الثقافة والنظام القيمي للمجتمع الصيني وعملوا على التلاعب بها لدى الجمهور الصيني والعالمي على حد سواء من أجل زعزعة جاذبية النموذج الصيني .

شكل رقم (15): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 13 (الحوار الذي دار بين **Mulan** ووالدها اثناء تجهيزه لعدته العسكرية)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة + DISNEY)**

ظهرت في هذا المشهد دلائل من خلال توظيف التفاصيل الدقيقة في الصور كالرسمة التي رُسمت على قطعة القماش التي استخدمها والد **Mulan** لحفظ حجر الصقل و تميمة العنقاء التي تظهر محاربا يمتطي حصانا و يقاتل تنينا، إذ أرادت من خلالها المخرجة توجيه رسالة تحدٍّ

ضمنية لقادة الحزب الشيوعي الصيني أي التنانين، مفادها أن الولايات المتحدة الأمريكية تعلن الحرب عليهم وستواجههم وتقضي عليهم كما فعل أسلافهم من محاربي الفايكنج الذين حاربوا التنانين التي تُعتبر وفق أساطير الثقافة الغربية مخلوقات قوية وشريرة ومخرّبة، وهذا يوحي للجمهور العالمي بأن أمريكا بصدد محاربة الصين من أجل إنقاذهم من شرّها، أي أن الرجل الأمريكي هو البطل الأسطوري الذي ينقذ العالم من الأشرار ويحررهم من كل أشكال القيود التي تقيد حريتهم من خلال نشر مبادئ النموذج الرأسمالي الغربي، وهذه الفكرة دائما ما يبنى عليها محتوى الصناعات الثقافية الأمريكية.

– المشهد 16 (وصول Mulan إلى معسكر فيلق الجيش الإمبراطوري):

صوّر هذا المشهد النهاري لحظة وصول **Mulan** إلى معسكر فيلق الجيش الإمبراطوري ولقاءها الأول مع زملائها والجنرال تونغ الذي يمثل بالنسبة لبطلة القصة الخطوة الأولى لتحقيق حلمها في أن تكون محاربة وبذلك تتحرر من قيود العادات والقوانين التي تجسد معنى الشرف في مجتمعها، وقد وظفت المخرجة في هذا المشهد اللقطات المقربة والمتوسطة لتصوير التفاعل بين الشخصيات والحوار الذي دار بينها بالإضافة إلى إظهار تفاصيل دقيقة داخل الديكور تساهم في بناء المعنى المتضمن في الرسائل (التمثيلات) التي من خلالها تصل إلى التأثير المراد إحداثه لدى الجمهور المستهدف والذي يتمثل في ثلاثة اقطاب (العرب المسلمين، حلفاء الصين، الغرب)، ففي بداية المشهد ظهر في لقطة معينة، أثناء عبور **Mulan** بوابة المعسكر، تمثال لمحارب لونه أحمر وله ملامح شيطانية شريرة، حيث كان الراوي يحدّد موقعه بالقرب من قرية همجية، ومن ناحية أخرى ارتدى الجنرال تونغ لباسا من الجلد نُحث على كتفيه رأس حرباء ذهبي، ففي الثقافة الصينية ليس للحرباء دلالة كبيرة عكس النمر الذي يتمتع برمزية ومكانة مهمة لدى المجتمع الصيني، إلا أنها تحمل دلالة ورمزية في باقي المجتمعات فغالبا ما تشير

إلى المكر والغدر، فهي تغيّر ألوانها حسب لون البيئة التي تتواجد فيها لذلك تستخدم الحرباء لوصف شخص ما بالخبث والنفاق والغدر. ومن ناحية أخرى فقد ظهرت **Mulan** بهيئة متسخة وكانت محل سخرية زملائها الذين كانوا يضايقون مجنّدا جديدا يتمتع ببنية جسدية هزيلة.

شكل رقم (16): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 16 (وصول **Mulan** إلى معسكر فيلق الجيش الإمبراطوري)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة DISNEY +)**

يهدف من هذا المشهد إلى تمرير رسائل (تمثلات جيوسياسية) للجمهور العالمي عموما وحلفاء الصين خصوصا مفادها أن قادة الجيش الصيني يتمتعون بالهيبة وشخصيات كريزماتية تتسم بالشجاعة والحكمة والذكاء، وهم يقودون القوات العسكرية وفق نظام صارم من خلال إظهار قوة شخصية الجنرال تونغ عن طريق أسلوب كلامه الصارم، وهيبته عبر استعراض مهارته القتالية العالية، وبالاستناد إلى دلالة الحرباء في الثقافات المختلفة فإنه لا يمكن الوثوق بهم كحليف كونهم يغيرون مواقفهم وولاءاتهم حسب ما تمليه عليهم مصالحهم، وتلك رسالة واضحة لبث الشك في نفوس حلفاء الصين لدفعهم إلى إلغاء الاتفاقيات المبرمة معها لتعطيل مشاريعها عبر

مختلف مناطق النفوذ، وبالأخص المنطقة العربية التي سيمر عبرها مشروع طريق الحرير الجديد الذي يعتبر قوة ناعمة صينية ثقافية وسياسية واقتصادية، أي شل جاذبيته لدى القادة العرب، وتم تدعيم هذا الهدف من خلال الاعتماد على دلالة (تمثال المحارب) من أجل خلق انطباع سيء لدى الشعوب العربية ودفعهم لنبذ التواجد الصيني في بلدانهم. في حين عمل فريق الإنتاج على إتمام رسم الانطباع السيّئ من خلال توظيف قوالب نمطية (سرد راوي القصة، هيئة **Mulan**، تعامل المجندين فيما بينهم) مفادها أن الشعب الصيني فقير همجي وغير متحضر، لدفع الجماهير من كل أنحاء العالم لنبذ الشعب الصيني والنفور منه والتخلي عن كثير من الأفكار والسلوكيات التي تتمتع بشعبية كبيرة لدى الكثير من الأشخاص المهتمين بتعلم اليوغا وعلوم الطاقة كنمط حياة والتي تم استقاؤها من قيم وعادات المجتمع الصيني، أي تعطيل قوة جذب مكونات النموذج الصيني.

– المشهد 23 (سخرية الجنود من رائحة Mulan الكريهة)

حرصت المخرجة في هذا المشهد على ترسيخ صورة نمطية خاطئة عن **Mulan** لتعكس صورة المرأة الصينية لدى الرأي العام العالمي، فقد أظهرت في بداية المشهد مجموعة من اللقطات المتوسطة والمقربة لحظة دخول **Mulan** إلى الخيمة وهي غاضبة ومستاءة لأنها كشفت سرها المتعلق بقوتها الروحية ومهارتها القتالية أمام الجميع أثناء التدريب، فقد نقلت هذه اللقطات الأولى من المشهد الحالة النفسية الصعبة التي عانت منها **Mulan** بسبب إجبارها على إخفاء وإهمال قوتها الروحية بسبب معايير الشرف الظالمة لمجتمعها، ثم تليها مجموعة من اللقطات المقربة والصدرية والمتوسطة التي تظهر لحظة دخول رفاقها إلى الخيمة وهم يمتدحون مهارتها فأجابتهم بابتسامة حزينة، ثم يبدون لها ملاحظة حول رائحتها الكريهة بأسلوب ساخر فقد كان وجهها متسخا وثيابها رثة، إذ استخدمت الصورة (اللقطات المتنوعة) من أجل وصف التفاعل

بين الشخصيات ووصف مشاعرهم لجعل الجمهور يتفاعل مع مختلف الدلائل التي تضمنها المشهد.

شكل رقم (17): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 23 (سخرية الجنود من رائحة مولان الكريهة)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة + DISNEY)**

يهدف هذا المشهد هو رسم صورة نمطية سلبية عن المرأة الصينية بجعلها غير مهتمة بهندامها ونظافتها الشخصية اللذان يمثلان أنوثتها، فقد عملت **Disney** على صناعة قوالب نمطية مضللة عن معايير الجمال في النموذج الثقافي والحضاري للصين، وذلك كحملة تسويقية مضادة للصورة النمطية الإيجابية لمعايير الجمال التي عملت الصين على تصديرها للشعوب الأخرى عبر مختلف الصناعات الثقافية كالدراما والأفلام (دعم أفكار المشهد10)، من أجل الحفاظ على هيمنة معايير الجمال الأمريكية التي تم التسويق لها عن طريق ممثلات هوليود ولعبة **Barbie** وشخصيات **Disney** المعروفة لدى الجمهور العالمي على أنها تتمتع بالجمال والرشاقة والأناقة وباستخدامها أجود مواد التجميل، وبالتالي استمرار المرأة الأمريكية كأيقونة للجمال، تقتدي بها الفتيات من مختلف أنحاء العالم ويقتنين منتجات التجميل الأمريكية رغبة منهن في الحصول على نفس نضارة و جمال بشرة الأمريكيات عوض المنتجات الصينية، أي وضع حد للامتداد الصيني الاقتصادي والثقافي .

– المشهد 25 (الحوار الذي دار بين بوري خان وقادة قبائل الروران):

يصوّر هذا المشهد النهاري الداخلي اجتماع قادة جيش روران داخل خيمة "بوري خان"، حيث دار بينهم نقاش حاد حول الغاية من الحرب على الامبراطور والغنائم التي سيجنونها من السيطرة على المملكة و طريق الحرير عن طريق الاعتماد على الساحرة، فقد اعتبروا جمع الأموال والذهب من التجار مكسبا غير مغرٍ لخوض الحرب كما أنهم رفضوا الاعتماد على قوة السحر لتحقيق النصر، لذا أقرّ "بوري خان" لقادة قبائل الروران بأنه سيقدم لهم الثأر ويردّ لهم الاعتبار بالإضافة إلى استرداد الأراضي التي خسروها نتيجة آخر هزيمة ألحقها بهم الإمبراطور وجيشه. وقد استخدمت المخرجة مجموعة متنوعة من اللقطات وحركات الكاميرا والهدف من ذلك هو جعل أحداث المشهد أكثر واقعية من خلال رصد حركة الشخصيات وتعابير وجوهها وذلك لجعل الجمهور أكثر اندماجا مع مضمون المشهد، حيث وُظّفت الصورة في هذا المشهد لترسيخ قوالب معينة لبناء صورة نمطية عن شعب روران الذي ينتمي إلى قبائل البربر الصينية، وتمثلت هذه القوالب في أن قبائل البربر في الصين يتمتعون ببنية جسدية قوية وضخمة و مهارات قتالية عالية ويتصفون بطباع حادة وخشنة ولهم نمط حياة قاسٍ، لإظهار أقليات في الصين تتصف بالهمجية و للتأكيد على الأفكار الواردة في المشاهد السابقة والتي عملت على تشويه عناصر محددة في النموذج الحضاري والثقافي الصيني لرسم انطباع سيء لدى الجماهير ولخلق شعور من النفور في نفوسهم تدريجيا كاستراتيجية لهندسة الجماهير تعتمد على أسلوب الايحاء لبرمجة العقل اللاواعي (تسجيل الصور والكلمات في الذاكرة) عن طريق تكرار الرسائل بطرق مختلفة تعمل على دفع الجمهور لتجميع الأجزاء الموضوعة في كل لقطة من مشاهد الفيلم كقطع البازل من أجل تكوين الصورة النهائية للتمثيلات التي أراد فريق الإنتاج ترسيخها في ذهنه.

شكل رقم (18): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 25 (الحوار الذي دار بين بوري خان وقادة قبائل الروران)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة DISNEY +)**

عملت المخرجة على توظيف الحوار والصورة في هذا المشهد من أجل تمرير تمثيلات (الرسائل، الأفكار، ... الخ) والتي تخاطب الشعوب العربية، وذلك بربط ما ظهر في الصورة وتحديدا في اللقطة رقم 30 (يظهر مصباح ذهبي كمصباح علاء الدين السحري) والحوار الذي دار بين بوري خان وأحد قادة قبائل الروران عن دوافع ومكاسب الحرب، ومفاده أن الصين قد أقنعت روسيا بعقد تحالف معها ودعم مصالحها الاستراتيجية في منطقة الشرق الأوسط (طريق الحرير الجديد) الذي يهدف إلى التصدي للهيمنة الأمريكية على المنطقة ومن ثم تحقيق النصر عليها لرد الاعتبار والثأر للهزيمة النكراء التي ألحقتها أمريكا بالاتحاد السوفياتي في الحرب الباردة من جهة، ومن جهة أخرى استرداد الأراضي التي خسرتها روسيا القيصرية نتيجة الفتوحات الإسلامية وكذا بعد تفكك الاتحاد السوفياتي وتوسع الدولة الإسلامية، كنوع من الثأر التاريخي، بالاضافة

لقمع المقاومة في إقليم الشيشان نتيجة الهزائم التي ألحقها الثوار المسلمون بالجيش الأحمر في السنوات الماضية، وذلك لتنبيه العرب والمسلمين إلى النوايا الحقيقية التي يقف وراءها الحلف الأحمر الشيوعي (الصين وروسيا) والتي تعني أنه لا يجب الوثوق بهم والسماح لهم بالتوغل في بلدانهم لأنهم يسعون لتحقيق أهدافهم الاستراتيجية ومن بينها الثأر التاريخي، ولكن طبعا ليس حبا في المسلمين وإنما سعيا لتعطيل الخطط والمشاريع الاستراتيجية للصين في الشرق الأوسط.

– المشهد 40 (طرد الجنرال تونغ Mulan من الجيش بعد اكتشافه أنها امرأة):

يصوّر هذا المشهد في أرض المعركة التي دارت بين فيلق الجيش الإمبراطوري بقيادة الجنرال "تونغ" وجيش رووران بقيادة بوري خان، تحديدا بعد نجاح الخطة التي نفذتها **Mulan** لإنقاذ زملائها من هجوم الساحرة، أين دار حوار بين **Mulan** والجنرال "تونغ" بعدما كشفت عن هويتها الحقيقية بأنها امرأة وليست رجلا فقام بطردها ووسمها بالخزي والعار لكونها استخدمت قوتها الروحية لتصبح محاربة وبذلك خالفت تقاليد وقوانين الملكة. ورغم محاولتها تبرير موقفها، لكنه لم يمنحها أي فرصة للدفاع عن نفسها. بدأ المشهد باستيقاظ أعضاء مجموعة مولان من تحت الثلوج حيث أمرهم الجنرال بالبحث عن الرفاق وتجميع صفوفهم ثم سأل عمّا إذا شاهد أحدهم **Mulan** التي تظهر وسط الضباب الأبيض الكثيف وتقترب لتقدّم نفسها وهي في وضعية الركوع، فقد استخدمت المخرجة اللون الأبيض في الديكور لإظهار صدق وبراءة **Mulan** أثناء اعترافها للجنرال تونغ بهويتها الحقيقية، كما وظّفت اللقطات المتنوعة من أجل نقل كل تفاصيل الحوار والحالة النفسية الصعبة التي مرّ بها كلّ من الجنرال "تونغ" (الغضب الشديد) و **Mulan** (الحزن وخيبة الأمل).

وظف الحوار والصور (لقطات الكاميرا) في هذا المشهد من أجل تمرير تمثيلين (رسالتين)، **الأول:** ركزت المخرجة هنا على إظهار قائد الجيش الصيني شخصا قاسيا وبلا رحمة، وبأنه متعصب لعادات وقوانين مجتمعه حتى لو كانت ظالمة في بعض السياقات كما في حالة انتحال **Mulan** لشخصية رجل وتحولها إلى محاربة، هذه الصفة التي تعتبر حكرا على الرجل، مما يوحي بأن قادة الجيش الصيني يفتقدون للجانب الإنساني و يتعاملون مع الجنود بقسوة و لا يوجد بينهم علاقات يسودها التفاهم والحوار والتكافل مما ينعكس سلبا على تماسك النسيج الاجتماعي داخل الجيش الصيني. والغاية من ذلك هو زعزعة صورة الجيش الصيني الإيجابية لدى الرأي العام الدولي، مما يضر بجاذبية الصين باعتبار الجيش أحد موارد القوة الناعمة للدول فهو من يعطيها هيبتها وقوتها ويثير إعجاب الآخرين بها فيرغبون بالاقتداء بها.

شكل رقم (19): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 40 (طرد الجنرال تونغ **Mulan** من الجيش بعد اكتشافه أنها امرأة)

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة DISNEY +)**

الثاني: تهدف **Disney** من خلال هذا المشهد إلى إظهار نبذ **Mulan** واعتبارها ساحرة بسبب استخدامها لقوتها الروحية وممارسة الكونغ فو، بالإضافة إلى عدم إعطائها أية فرصة للدفاع عن نفسها، أي اقصائها من العائلة والقرية والمملكة، وهنا أرادت المخرجة أن تظهر للجمهور العالمي أن المرأة في الصين لا تحظى بفرص متساوية مع الرجل فيما يتعلق بمثولها أمام القانون

ولا تُعطى فرصة للدفاع عن نفسها، فهي لا تتمتع بحقوقها الكاملة، بالرغم من أنها تحاول القيام بواجبها عن طرق تحقيق إنجازات عظيمة تجلب بها الشرف والفخر لأسرتها ومجتمعها، وذلك لكسب تعاطف الجمهور مع **Mulan** ودفعهم لنبذ النظام القيمي للمجتمع الصيني، فقد تم في هذا المشهد استكمال رسم ملامح الصورة النمطية السلبية عن انتهاك حقوق وحريات المرأة في الصين.

– المشهد 42 (Mulan تكشف خطة "بوري خان" للاستيلاء على المدينة الامبراطورية للجنرال "تونغ":

صوّر المشهد عبر مجموعة من اللقطات المتوسطة والمقربة والجانبية الحوار الذي دار بين **Mulan** والقائد قتونغ" قبل المعركة الحاسمة ضد جيش روران، أين ظهرت **Mulan** بهانفو أحمر، وفي هذه الحالة له دلالة رمزية ترتبط بالصفات التي تتحلى بها **Mulan** في هذا الموقف، وبالتالي يرمز اللون الأحمر هنا للشجاعة والبطولة والولاء والتضحية والحظ السعيد والنصر، وكل ذلك لأنها من قاد الفيلق الذي ينفذ عملية إنقاذ الإمبراطور من الفخ القاتل الذي نصبه له "بوري خان" قائد جيش روران، وذلك بعدما دعمها زملاؤها الشباب، وهذا يشير إلى أن هنالك أصوات في أوساط الجيل الجديد داخل الصين لها قابلية أكبر لتقبّل الأفكار المستحدثة التي كان يرفضها الجيل القديم المتشبث أكثر بالنظام القيمي (قيم، مبادئ، عادات، ... الخ) للمجتمع المتوارث عن الأسلاف، و بالتالي أراد فريق الإنتاج التلاعب بوعي جيل الشباب وخلق نوع من المقاومة لديهم للنظام القيمي للمجتمع من خلال الإيحاء لهم بإمكانية رضوخ قادة الحزب الشيوعي الصيني لرأي الاغلبية.

الشكل رقم (20): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 42 (مولان تكشف خطة "بوري خان" للاستلاء على المدينة الامبراطورية للجنرال "تونغ":

المصدر: تقطيع الباحثة من فيلم **Mulan 2020 (منصة + DISNEY)**

تشير دلالة الحوار، وتحديدا قول **Mulan: (الهجوم على الحامية كان مجرد الهاء، أجبر خان جيشنا على التركيز على طريق الحرير، ليتمكن من التسلل الى المدين الإمبراطورية وقتل الامبراطور)** إلى اللعبة التي تدير التنافس بين الفاعلين الدوليين فوق رفعة الشطرنج، فالمقصود هنا بالقوات الإمبراطورية التي تنتمي إليها **Mulan** هي الولايات المتحدة الأمريكية وحلفاؤها، حيث جسّد جيش بوري خان دور التنين الأحمر (الصين) الذي قام باستغلال فرصة انشغال الجميع بالصراع الروسي–الأكراني ليوسّع امتداده ونفوذه خاصة في منطقة الشرق الأوسط و شمال أفريقيا، الأمر الذي يستدعي التدخل السريع والفعّال لصدّ الصين التي تعتبر المنافس الأخطر للولايات المتحدة و نظامها العالمي.

II- تحليل أبعاد الحرب الناعمة بين الصين وأمريكا عبر الفيلم الصيني Hua Mulan (2020):

1 – البطاقة التقنية لمنصة iQIYI (iQIYI , 2024)

الشكر رقم (21): واجهة المنصة الصينية **iQIYI**.

iQIYI هي شركة منصة رائدة في السوق الصينية لخدمات الإعلام و الترفيه عبر الإنترنت، أنشأتها شركة **Baidu** الصينية للتكنولوجيا في 22 أفريل 2010 و يقع مقرها في بكين الصين، وهي المنصة الأكثر مشاهدة في الصين والتي تقف وراء العروض الناجحة للعديد من الأعمال الفنية و الدرامية التي لاقت شهرة واسعة عالميا، حيث بلغ عدد مستخدميها الناشطين شهريًا إلى أكثر من 500 مليون وبلغت ساعات المشاهدة الشهرية : أكثر من 6 مليارات ساعة، فشبكة

iQIYI متاحة في أكثر من 200 دولة ومنطقة عبر العالم بفضل تنوع منصاتها عبر مختلف وسائط الاتصال.

وتتميز شركة **iQIYI** في قطاع الترفيه عبر الإنترنت من خلال منصتها التكنولوجية المباشرة، والتي تعتمد على الذكاء الاصطناعي المتقدم، وتحليل البيانات الضخمة، والتقنيات الأخرى المملوكة لشركة **Baidu**، وينبع ذلك من فلسفتها التي تقوم على الجمع بين الموهبة الإبداعية والتكنولوجيا، فضلا عن توفير بيئة مواتية للابتكار المستمر وإنتاج المحتوى لتحقيق النجاح الكبير، فهي المسؤولة عن بث ما لا يقل عن 65% من المحتوى الذي يتم إنتاجه داخل الصين إذ تقدّم باقة متنوعة من المحتوى، حيث تضم مكتبتها أكثر من 1700 مسلسل درامي ولقطات متنوعة وأنيمي و2000 فيلم.

*** الخدمات:**

- بث عبر الوسائط،
- الفيديو حسب الطلب،
- التوزيع الرقمي.

*** وسائط التشغيل:**

- متصفحات الويب **Navigateurs web**،
- الأجهزة المحمولة **(Android و Ios)**،
- التلفزيون الذكي **(Smart TV)**.

- وحدات تحكم الألعاب **Consoles de jeux vidéo**،

- أجهزة فك التشفير **Set-top boxes** .

*** المحتوى:**

- مسلسلات صينية،

- برامج متنوعة،

- أفلام،

- رسوم المتحركة،

- أفلام الوثائقية،

- رياضة،

- موسيقى،

- **الميزات:**

- جودة الفيديو: **1080P** و4K،

- ترجمات ودبلجة متعددة اللغات،

- تنزيل دون اتصال بالإنترنت offline،

- مشاهدة دون الاتصال بالإنترنت،

- توصيات مخصصة،

- رقابة الوالدين.

كما وسعت شركة **iQIYI** أنشطتها لتشمل ألعاب الفيديو والموسيقى والتجارة الإلكترونية. ففي عام 2024، أطلقت الشركة تجارب قائمة على تقنية الواقع الافتراضي في المدن الصينية الكبرى، كجزء من خطط التوسع العالمي. (sahm : 2024)

نموذج تحقيق الدخل (iQIYI,2024) **:**

- **خدمات الاشتراك المدفوع SVOD**

- **الإعلانات :** تعتمد المنصة على جذب المعلنين بفضل قاعدتها الضخمة للمستخدمين (الجمهور) وإعلاناتها المبتكرة والفعالة.

- **مصادر دخل أخرى:** تعتمد شركة المنصة على تحويل المحتوى الناجح إلى منتجات ترفيهية متنوعة كالألعاب والأنمي وذلك لتعظيم القيمة الاقتصادية.

2 – البطاقة التقنية للفيلم:

أ – الملصق الدعائي:

الشكل رقم (22): الملصق الدعائي لفيلم Hua Mulan 2020 لمنصة iQIYI

فيلم "Hua Mulan 花木蘭" هو فيلم أكشن درامي صيني تم إنتاجه بالشراكة بين شركتي Zhenle Media و Tianyu Media. ويعتبر الفيلم أحد الأفلام التي أنتجتها وبثتها الصين سنة 2020 حول قصة البطلة "الأسطورية مولان"، بالإضافة إلى العديد من الأفلام الأخرى التي تروي نفس القصة وبنسخ مختلفة وبثت في نفس العام أي 2020 وهي: Matchless Mulan (无双花木兰)، فيلم حي Mulan zhi Jinguo yinghao (木兰之巾帼英豪) (2020)، فيلم حي (Kung Fu Mulan (木兰：横空出世) (2020)، فيلم رسوم متحركة (CGI animation film)، Mulan Legend (花木兰之大漠营救) (2020) فلم حي، وذلك بالتزامن مع اصدار شركة Walt Disney Pictures الأمريكية للنسخة الحية لفيلم Mulan 2020. مما يوحي بأهمية هذه الأسطورة الشعبية في التراث الشعبي الصيني.

ب- البطاقة التقنية لفيلم Hua Mulan 2020 (sens critique ,2020):

- **المخرج:** لي يو شي Lǐ Yǔ-Xī

- **تاريخ الإصدار:** سبتمبر 2020

- **مدة العرض:** 1 ساعة و14 دقيقة

- **البلد:** الصين

- **اللغة:** الصينية

- **التصنيف:** أكشن، تاريخي، درامي

- **شركة الإنتاج:** Zhenle Media و Tianyu Media

- **توزيع :** Iqiyi Motion Pictures

- **منصة العرض:** iQIYI

ب – فريق الممثلين:

Liú Chǔ-Xuán : في دور هوا مولان **Hua Mulan.**

Lǐ Mào : في دور الجنرال لي **Li Rong.**

Liào Huì-Jiā : في دور الأميرة.

Li Ze-Hao : في دور **Gao Da-Ji.**

Ban Ma-Jia : في دور **Chu Lian-He.**

Luo Da-Tao : في دور **Zhao Neng**.

Du Zi-Yang : في دور **Qi Zi-Yun**.

Li Lin-Han : في دور **Yu Zhi-Jin**.

Zhāng Héng-Ruì: في دور **Wu Zan**.

Zhou Yi-Tao : في دور **Tuoba Dao** .

بالإضافة إلى **Liú yǒng** : في دور أب مولان،

Xu Ya-Li في دور أم مولان

Liú Rú-Xuān : في دور أخ مولان

Jing Zhi-Na : في دور مولان وهي طفلة صغيرة

Cao Meng-Yu: في دور **Xing Bu-Tou** .

ج – ملخص الفيلم:

– الإطار العام للفيلم (البداية، الحبكة، النهاية):

فيلم "**Hua Mulan** 花木蘭" 2020 هو فيلم أكشن، تاريخي، درامي يروي قصة أسطورة المحاربة هوا مولان **Hua Mulan** في عهد سلالة وي الشمالية **(the Northern Wei)** الصينية، تحديدا حينما تعرضت المملكة للغزو من قبل قبائل الروران بقيادة يوجيتشيسن، حيث واجهت هوا مولان قرارًا صعبًا أثناء التجنيد في الجيش الإمبراطوري لمواجهة غزو قبائل روران للسهول الوسطى

أي الوطن الأم لمولان، حيث قررت الانضمام للجيش بدلا من والدها المسن المريض فتنكرت في هيئة رجل وانضمت إلى صفوف الجيش الإمبراطوري. وتعيش الفتاة التي دخلت لأول مرة إلى معسكر الجيش، الكثير من الصعوبات في حياتها، لكن **Hua Mulan** عملت بجد ونجحت أخيرا في حماية وطنها بالتعاون مع زملائها وأثبتت للجميع أن المرأة بإمكانها تحقيق إنجازات عظيمة وجلب الشرف لعائلتها كقائدة جيش عظيمة.

ملخص أحداث الفيلم:

يعرض لنا القسم الافتتاحي للفيلم حالة الفوضى التي مرت بها المملكة أثناء بداية الحرب، أين كان الشعب يعيش وسط حالة من الخوف والبؤس، ووسط هذه الأزمة تبرز البطلة مولان وهي شابة شجاعة تتقن فنون القتال، لكنها لم تحظ بفرصة لتثبت نفسها كفرد ناجح داخل منظومة اجتماعية تحصر أدوار المرأة في وظائف تقليدية (كالطرز والنسيج)، ويتجلى ذلك من خلال رفض قائد الشرطة طلبها بالانضمام إلى الشرطة رغم كفاءتها.

تتبلورعقدة القصة حينما يصل المبعوث الإمبراطوري حاملا قرار التجنيد الاجباري في الجيش الإمبراطورية، وأمام الموقف الذي تواجهه أسرتها التي لم تكن قادرة على الاستجابة لقرار التجنيد بسبب مرض الأب المسن وصغر أخيها الوحيد، واجهت هوا مولان قرارا صعبا ودخلت في صراع نفسي بين واجب الانصياع لتقاليد مجتمعها التي لا تسمح بدخول المرأة للجيش وبين واجب التضحية للحفاظ على شرف أسرتها وإنقاذ والدها والوطن، فتقرر الانضمام للجيش بدلا من والدها المسن المريض بدافع الحب والرغبة في إثبات ذاتها كمحاربة، فتنكرت في هيئة رجل وانضمت إلى صفوف الجيش الإمبراطوري. ومنذ تلك اللحظة تعيش الفتاة التي دخلت لأول مرة إلى معسكر الجيش الكثير من الصعوبات وصراع متعدد المستويات، فكان عليها إخفاء هويتها كامرأة واثبات جدارتها كمحاربة أثناء التدريب، ومن ناحية أخرى مواجهة قسوة الحرب التي

تضعها أمام قرارات مصيرية ومرارة خسارة رفاقها، لكن **Hua Mulan** عملت بجد ونجحت أخيرا في تنفيذ المهام العسكرية وكسب ثقة الجنرال "لي" رغم كل تلك الضغوطات النفسية التي عاشتها، أهمها الخوف من انكشاف حقيقتها.

تبلغ عقدة الفيلم ذروتها حينما تنكشف حقيقة هوا مولان من قبل الجنرال "لي" حين قام بإنقاذها من جنود جيش رووران، فيأمر بسجنها وفي تلك اللحظة تكشف البطلة للجنرال عن دوافعها النبيلة وراء انضمامها للجيش، المتمثلة في حماية والدها المسن بالإضافة إلى سعيها لإثبات نفسها كفرد فعال قادر على تحقيق إنجازات تغيير الصورة النمطية التي فرضتها التقاليد على وظيفة المرأة داخل المجتمع، والتي ترفض أن تمارس الفتاة وظائف مخصصة للرجال عادة. هذا الاعتراف يعيد بناء صورتها لدى الجنرال لي ويكسبها احترامه. وبعدها تنجح مولان في الخروج من السجن وتسرع لإنقاذ الامبراطور والجيش الامبراطوري من الفخ الذي نصبه لهم جيش رووران، وتنجح هوا مولان بفضل شجاعتها وذكائها في التخطيط العسكري في إفشال خطة العدو، ففي هذه النقطة مواجهة البطلة لقائد جيش رورارن تبلغ قصة الفيلم ذروتها، حيث تنتصر عليه بفضل مهارتها العالية في فنون القتال، مؤكدة بذلك أن كونها امرأة لا يعني ضعفها بل بالعكس هو مصدر لقوتها وتفوقها، و في الأخير تمكنت من إنقاذ الإمبراطور وحماية وطنها بالتعاون مع زملائها.

أما حل العقدة فتمثل في اعتراف الإمبراطور بشجاعة وبطولة هوا مولان ومكافأتها على ما قامت به، وهو تتويج رمزي لها لانتصارها على قيود التمييز بين الجنسين في مجتمعها، ومع ذلك تختار العودة إلى عائلتها وهذا ما يعكس قرارا يوازن بين الواجب الوطني والوفاء العاطفي لعائلتها. وفي المشهد الختامي تخلع زيها العسكري وترتدي الهانفو وتزين جبينها برسمة لزهرة

الكرز، وهذا ما يعكس النصر الشخصي الذي يرمز لقبول هويتها الأنثوية وفق بصمتها المتحررة من قيود الصورة النمطية للمرأة التقليدية.

- تحليل الشخصيات:

قدمت البطلة هوا مولان من خلال الفيلم كبطلة شخصية تراجيدية تعيش وسط نظام اجتماعي وثقافي يرفض انخراط المرأة في ميدان فنون القتال (الجيش، الشرطة)، غير أن قرارها بالتنكر على هيئة رجل والانضمام للجيش يجعلها الشخصية المحورية التي تحرك أحداث القصة، أين تتجاوز مخاوفها وإحباطها النابع من عدم قدرتها على إثبات نفسها داخل المجتمع لتتحول إلى أسطورة ورمزا للتضحية والولاء، فالصراع الداخلي والضغط النفسي الذي مرت به هو ما يقرّبها من الجمهور.

وتعدّ شخصية الجنرال لي بمثابة القوة الموازِنة ضمن البنية السردية للفيلم، إذ تم تقديمه كمرتكز نظامي يوازن جرأة البطلة. ففي المستوى الأول، يظهر الجنرال كقائد يجسد صرامة نظام الجيش من خلال تمسكه بالقوانين العسكرية. ومع تطور الأحداث تتبلور شخصية الجنرال نحو التعاطف مع مولان ويعترف بشجاعتها وكفاءتها كفرد ناجح، وهو تحول لا يقتصر على الوعي الشخصي للقائد فحسب، بل يمكن تحليله كدلالة على تحول أيديولوجي أو جمعي داخل المؤسسة العسكرية ذاتها من حيث قبولها للكفاءة بعيدا عن التفرقة بين الجنسين.

في المقابل، تؤدي شخصية والد مولان دور المحفز الأساسي للرحلة البطولية التي خاضتها البطلة، فقد شكلت القيم التي يعتنقها الأب كالشرف والتضحية من أجل الوطن تضعها؟؟ في موقف وجوب الكفاح للحفاظ على شرف العائلة ومبادئها، بالإضافة إلى حالته الصحية المتدهورة الخفيّة التي تكون الدافع النبيل وراء قرار البطلة، مما يدفع البطلة إلى تجاوز قيود المجتمع.

3 – التقطيع التقني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020):

الجدول رقم 17: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد الافتتاحي للفيلم:

المشهد	اللقطة		شريط الصور					شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	حركات الكاميرا	سلم اللقطات	زوايا التصوير		الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد الافتتاحي	1	3 ثا	**الديكور** لون أسود وبني، الإضاءة خافتة، كرة ملونة مضيئة باللونين الأصفر والبنفسجي ثم اسم الشركة باللون الأبيض **المضمون** شارة شركة الإنتاج **iQIYI**.	ثابتة	لقطة عامة	عادية		/	/	/
	5	6 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي صحراوي ليلي، إضاءة خافتة، غبار متطاير، مجموعة من الرجال يمتطون الخيول. **المضمون:** وصول جيش روران أمام بوابة المدينة	ثابتة	لقطة متوسطة	عادية		/	الموسيقى حماسية عسكرية	صوت الرياح
	6	5 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي صحراوي ليلي، إضاءة خافتة، غبار متطاير، قائد جيش روران بوجيجين، **المضمون:** ظهور قائد جيش روران وسط الغبار وهو يمتطي حصانه	ثابتة	اللقطة المتوسطة القريبة Medium Close-Up	عادية		/	الموسيقى حماسية عسكرية	صوت خطوات الحصان
	8	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي صحراوي ليلي، إضاءة خافتة، غبار متطاير، قائد جيش روران، مجموعة من التجار، أحصنة تحمل متاعا. **المضمون:** وصول الفرقة الطلائعية لجيش روران أمام بوابة الحامية العسكرية	ثابتة	اللقطة العامة Wide Shot –) (WS	عادية		/	الموسيقى حماسية عسكرية	صوت صهيل الحصان

	23	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي صحراوي ليلي، إضاءة خافتة، قائد جيش رورن بوجيحين. **المضمون:** المشهد الافتتاحي للفيلم (بداية هجوم جيش رورن على مملكة وي)	ثابتة	لقطة مقربة جدا	عادية	الراوي: تم غزو مملكة وي الشمالية من قبل جيش رورن بقيادة بوجيجين	موسيقى حماسية عسكرية	مؤثرات صوتية
	41	4 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي ليلي، سطح أسوار المدينة، إضاءة خافتة، قائد جيش رورن يحمل سيفا، علم برتقالي. **المضمون:** سقوط المدينة تحت سيطرة جيش رورن	بانورامية ثم ثابتة مع زوم أمامي	لقطة أمريكية Cowboy Shot	عادية	/	موسيقى غموض وخطر	صوت السيف، صوت قرع الطبول
	54	3 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي، مولان ترتدي هانفو أبيض، الإمبراطور يرتدي ذرعا حربيا. **المضمون:** المشهد الافتتاحي مقابلة مولان للإمبراطور	ترافلينغ أمامي Tracking	لقطة فوق الكتف the Over Shoulder Shot – OTS	عادية	الراوي: إنها هي التي أنقذت البلاد	موسيقى حماسية ملحمية	قرع الطبول
	58	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري، نيران مشتعلة، دخان. **المضمون:** المشهد الافتتاحي مبارزة مولان لقائد جيش رورن.	ثابتة	لقطة متوسطة قريبة Medium Close-Up	عادية	الراوي: مولان هوا	موسيقى حماسية ملحمية	قرع الطبول

	77	3 ثا	**الديكور**: خلفية سوداء، إضاءة عالية، دخان أبيض، شظايا ذهبية، كلمة هوا مولن باللغتين الصينية والإنجليزية باللون الذهبي **المضمون:** عنوان الفيلم.	ثابتة	لقطة عامة	عادية	/	موسيقى حماسية ملحمية	مؤثرات صوتية اصطناعية

الجدول رقم 18: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 3 (الحوار الذي دار بين Hua Mulan وقائد الشرطة):

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
	12	2 ثا	**الديكور**: شارع المدينة، **المضمون:** الحوار بين مولان وقائد الشرطة	لقطة فوق الكتف (OTS) مع لقطة مقربة	ثابتة	عادية	مولان: هذا هو العاشر	الموسيقى كوميدية	/
	14	4 ثا	**الديكور** شارع المدينة، **المضمون:** الحوار بين مولان وقائد الشرطة	لقطة فوق الكتف (OTS) مع لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: لقد أخبرتني منذ نصف عام أنه يمكنك أن تسمح لي بالعمل كشرطية	الموسيقى كوميدية	/
	16	10 ثا	**الديكور**: شارع المدينة، **المضمون:** الحوار بين مولان وقائد الشرطة	لقطة فوق الكتف (OTS)	ثابتة	عادية	مولان: بالطبع، قلت ذلك عندما أخذت امتحاني الثالث، وأنا جيدة في فنون القتال ...	الموسيقى حزينة	/

المشهد 3			مع لقطة صدرية			قائد الشرطة: هل بسبب قدراتك الجسدية؟ لا أسمح لك ان تصبحي شرطية		
	19	3 ثا	**الديكور**: شارع المدينة، **المضمون:** الحوار بين مولان وقائد الشرطة	لقطة فوق الكتف (OTS) مع لقطة صدرية	ثابتة	عادية	قائد الشرطة: هل سبق أن رأيتِ أية شرطية في بلادنا؟	الموسيقى حزينة	/
	20	10 ثا	**الديكور**: شارع المدينة، **المضمون:** الحوار بين مولان وقائد الشرطة	لقطة فوق الكتف (OTS) مع لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: على الرغم من عدم وجود سابقة، إلا أنه لا يوجد في بلادنا أي قانون يمنع المرأة أن تكون شرطية، لذا أتوسل إليك أن تفي بوعدك	الموسيقى حزينة	/
	23	4 ثا	**الديكور**: شارع المدينة، **المضمون:** الحوار بين مولان وقائد الشرطة	لقطة فوق الكتف (OTS) مع لقطة صدرية	ثابتة	عادية	قائد الشرطة: إلى جانب بلدنا لا توجد شرطية في أي بلد أو أسرة اخرى	الموسيقى حزينة	/
	24	13 ثا	**الديكور**: شارع المدينة، **المضمون:** الحوار بين مولان وقائد الشرطة	لقطة مقربة	ثابتة	عادية	قائد الشرطة: ينبغي للمرأة أن تفعل ما تستحقه، مثل التطريز والنسيج، هذه الأشياء كلها جيدة بالنسبة لك، فإذا أصبحتن أيها النساء شرطيات فلماذا يوجد الرجال؟	الموسيقى حزينة	/

الجدول رقم 19: التقطيع التقني للّقطات المختارة من للمشهد 5 (وصول مبعوث الإمبراطور وتسليم أمر التجنيد لوالد مولان):

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 5	4	7 ثا	**الديكور**: غرفة، **المضمون:** مولان تمشط شعرها	لقطة مقربة جدا	بانورامية	عادية	/	الموسيقى خطر حماسية	/
	11	3 ثا	**الديكور**: ديكور نهاري (شارع المدينة) جندي يحمل مرسوم لونه أسود مزين بتنين ذهبي، **المضمون:** مبعوث الإمبراطور يقرأ مضمون المرسوم الإمبراطوري	لقطة متوسطة	بانوراما تصاعدية	منخفضة Low Angle او تصاعدية	مبعوث الإمبراطور: يجب أن يكون لكل عائلة رجل واحد، ينضم إلى الجيش ويغادر إلى الجبهة	الموسيقى خطر حماسية	/
	12	53 ثا	**الديكور**: ديكور نهاري (شارع المدينة)، **المضمون:** مولان تستمع للمرسوم الإمبراطوري رفقة والدها وشقيقها الصغير	لقطة أمريكية	بانوراما ثم ثابتة	عادية	المبعوث الامبراطوري: لطرد جيش رووران وحماية وطننا الام.	الموسيقى خطر حماسية	/
	20	6 ثا	**الديكور**: ديكور نهاري (شارع المدينة)، **المضمون:** المبعوث ينادي أب مولان ليستلم أمر التجنيد	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	المبعوث الامبراطوري: هو هوا والد مولان: حاضر.	الموسيقى خطر حماسية	/

	22	2 ثا	**الديكور**: ديكور نهاري (شارع المدينة)، **المضمون:** مولان تحاول إخبار المبعوث بعدم قدرت والدها على القتال	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	مولان: سيدي والدي كبير في السن والد مولان: مولان توقفي	الموسيقى خطر حماسية	/
	26	13 ثا	**الديكور**: ديكور نهاري (شارع المدينة)، **المضمون:** أب مولان يستلم المرسوم ويعود إلى طفليه	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	شقيق مولان: أختي هل سيقاتل والدنا في الجبهة؟ مولان: أبي	/	صوت العصافير

الجدول رقم 20: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 6 (والد مولان يقدم لها هدية عيد ميلادها عشية ذهابه لجبهة القتال):

المشهد	**اللقطة**	**شريط الصور**					**شريط الصوت**		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 6	4	5 ثا	**الديكور**: غرفة الطعام، إضاءة خافتة، **المضمون:** مولان تتناول طعام العشاء رفقة أسرتها	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	/	/	نباح الكلاب
	8	7 ثا	**الديكور**: غرفة الطعام، إضاءة خافتة، **المضمون:** والد مولان ينهض من مكانه ليحضر هدية عيد ميلاد مولان	لقطة مقربة	ثابتة ثم ترافلينغ Tracking	عادية	والد مولان: عيد ميلادك اقترب	موسيقى حزينة وحميمية	نباح الكلاب
	12	5 ثا	**الديكور**: غرفة الطعام، إضاءة خافتة، صندوق خشبي فيه إسورة، **المضمون:** والد مولان يغلق الصندوق الخشبي الذي فيه هدية عيد ميلادها.	لقطة مقربة	ثابتة ثم ترافلينغ Tracking	عادية	/	موسيقى حزينة وحميمية	صوت غلق علبة خشبية

	14	6 ثا	**الديكور:** غرفة الطعام، اضاءة خافتة، **المضمون:** الأب يطمئن مولان	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	والد مولان: لا تقلقي سأعود	موسيقى حزينة وحميمية	/

الجدول رقم 21: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 10 (اجتماع الجنرال "لي Li" مع المجندين الجدد لأول مرة):

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 10	8	5ثا	**الديكور:** ديكور خارجي نهاري (ساحة ثكنة عسكرية) برج مراقبة، **المضمون:** الجنرال "لي **Li**" لي يلقي خطابه على المجندين الجدد	لقطة أمريكية	ثابتة	تصاعدية	الجنرال رونغ لي: منذ قدومكم إلى قواتي، يجب أن تضعوا ثلاث نقاط في اعتباركم	/	صوت الرياح
	10	6 ثا	**الديكور:** ديكور خارجي نهاري (ساحة ثكنة عسكرية) برج مراقبة، **المضمون:** الجنرال "لي **Li**" يلقي خطابه على المجندين الجدد	لقطة امريكية	ثابتة	عادية	الجنرال رونغ لي: اتبع النظام لأنك ستواجه جحيما لم تره من قبل	/	صوت الرياح
	13	3 ثا	**الديكور:** ديكور خارجي نهاري (ساحة ثكنة عسكرية) برج مراقبة، **المضمون:** داجي جو يسخر من كلام الجنرال "لي **Li**"	لقطة مقربة	ثابتة	عادية	داجي جو: أي جنرال هو؟ ما هذا بحق الجحيم؟	/	/
	17	1 ثا	**الديكور:** ديكور خارجي نهاري (ساحة ثكنة عسكرية)، **المضمون:** الجنرال لي يطلق سهما	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	/	موسيقى الخطر	/
	21	6 ثا	**الديكور:** ديكور خارجي نهاري (ساحة ثكنة عسكرية)، **المضمون:** الجنرال "لي **Li**" يوبخ الجندي	لقطة مقربة	ثابتة	عادية	الجنيرال رونغ لي: رقم أربعة ممنوع الحديث في الصف	موسيقى الخطر	/

	23	2 ثا	**الديكور:** ديكور خارجي نهاري (ساحة ثكنة عسكرية)، **المضمون:** الجنرال "لي **Li**" ينهي خطابه بإعلانه موعد بداية التدريب العسكري	لقطة امريكية	ثابتة	تصاعدية	الجنرال لي: سيبدأ التدريب الرسمي غدا	موسيقى الخطر	/

جدول رقم 22: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 12 (داجي جاو يحضر قطعة صابون لمولان):

المشهد	**اللقطة**		**شريط الصور**				**شريط الصوت**		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 12	3	3 ثا	**الديكور:** ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون:** داجي جاو يخرج قطعة صابون	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	الجندي داجي جاو: لقد أحضرت لك شيء جيدا مولان: الصابون!	/	صوت ضحك
	4	4 ثا	**الديكور:** ديكور داخلي نهاري (خيمة)، **المضمون:** داجي جاو يقدم لمولان قطعة الصابون	لقطة مقربة إلى الكتفين	ثابتة	عادية	مولان: كيف حصلت عليه؟	/	صوت ضحك

جدول رقم 23: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 16 (عملية إنقاذ الأميرة):

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 16	10	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري، **المضمون:** الجنرال لي يعطي الأمر للجيش بالهجوم على العدو	لقطة متوسطة	ثابتة	عادية	الجنيرال لي: انطلقوا	موسيقى حربية حماسية	صوت طبل
	75	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري، **المضمون:** مساعد قائد جيش روران يقاتل الجنرال لي	لقطة مقربة إلى الكتفين	ثابتة	عادية	مساعد قائد جيش روران: خذ المرأة بعيدا	موسيقى حربية حماسية	صوت السيوف والجنود
	102	1 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري، **المضمون:** مولان تقتل الجنود الذين اختطفوا الأميرة	لقطة متوسطة	بانوراما ثم ثابتة	عادية	/	موسيقى حماسية	/
	118	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري، **المضمون:** مولان تخرج الأميرة من القفص	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: لا تخافي	/	صوت العصافير
	120	3 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري، المضمون: وصول الجنرال لي إلى الأميرة	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	الجنرال رونغ لي: صاحبة السمو	/	صوت العصافير
	122	2 ثا	**الديكور**: ديكور خارجي نهاري، **المضمون:** الأميرة تشكر الجنرال لي	لقطة صدرية	ثابتة ثم بانورامية	عادية	الأميرة: شكرا لك جنرال لي	/	صوت العصافير

جدول رقم 24: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 28 (الحوار الذي دار بين مولان والجنرال لي في السجن)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 28	11	12 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي ليلي (الزنزانة) إضاءة خافتة، **المضمون:** الجنرال "لي" يستفسر عن سبب فعل مولان	لقطة فوق الكتف OTS	ثابتة	عادية	الجنرال لي: لماذا؟ مولان: والدي كبير في السن، لا يستطيع النجاة من الحرب	/	صرصور الليل
	13	6 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي ليلي (الزنزانة) إضاءة خافتة، المضمون: حوار مولان والجنرال لي	لقطة إيطالية	ثابتة	عادية	الجنرال لي: لا ينبغي أن تأتي إلى هنا	موسيقى حزينة	صرصور الليل
	14	42 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي ليلي (الزنزانة) إضاءة خافتة، **المضمون:** مولان تكمل سرد سبب تقمصها شخصية جندي للجنرال لي	لقطة صدرية	ثابتة ثم زوم أمامي	عادية	مولان: حياتي حتى الآن مليئة بالفشل، لقد كان أدائي سيئا في التطريز والنسيج، أواجه صعوبات في قراءة الكلمات، فنون القتال هي الشيء الوحيد الذي لن أتخلى عنه، ولكن لا فائدة، أردت ذات مرة أن أصبح شرطية لكن تم رفضي لأني امرأة، أريد أن أفعل شيئا جيدا، هل أنا مخطئة؟	موسيقى حزينة	صرصور الليل
	17	4 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي ليليي (الزنزانة) إضاءة خافتة، **المضمون:** انفعال مولان حينما أخبرها والجنرال لي أنه يتفهم شعورها	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: كيف يمكنك مشاركتي مشاعري؟	موسيقى حزينة	صرصور الليل

	18	13 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي ليلي (الزنزانة) إضاءة خافتة، **المضمون**: الجنرال لي يحدث مولان عن تجربة فشله في الماضي	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	الجنرال لي: هل تعتقدين أنك فقط من فشل في القيام بشيء ما؟	موسيقى حزينة	صرصور الليل
	28	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي ليلي (الزنزانة) إضاءة خافتة، **المضمون**: الجنرال لي يقدم نصيحة لمولان	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	الجنرال لي: إن أردت ألاّ تخسري مرة اخرى	موسيقى حزينة	صرصور الليل
	29	8 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي ليلي (الزنزانة) إضاءة خافتة، **المضمون**: الجنرال لي يكمل نصح مولان حول ضرورة الحفاظ على حياتها	لقطة مقربة	ثابتة	عادية	الجنرال لي: فعليك أن تبقي حية، فإذا مات أحدهم لن يبق منه شيء	موسيقى حزينة	مؤثرات صوتية سحرية

الجدول رقم 25: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 34 (الحوار الذي دار بين مولان والجنرال قبل المعركة الحاسمة مع جيش روران)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 34	1	2 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة): إضاءة خافتة، **المضمون:** مولان تخرج رسالة من كم ردائها	لقطة مقربة	ثابتة	عادية	/	/	صوت حثيث الثياب، العصافير
	4	6 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة): إضاءة خافتة، **المضمون:** مولان تظهر ولاءها وأهمية الجنرال لي كقائد للجيش	لقطة إيطالية	ثابتة	عادية	مولان: طالما أنت على قيد الحياة، فإن جيشنا لن يخسر الحرب، بلادنا لن تخسر الحرب	موسيقى هادئة	صوت العصافير
	5	3 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة): إضاءة خافتة، **المضمون:** الجنرال لي يرد على كلمات مولان	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	الجنرال لي: قال لي ذات مرة أحدهم نفس الشيء	موسيقى هادئة	صوت العصافير
	10	6 ثا	**الديكور**: ديكور داخلي نهاري (غرفة)، **المضمون:** الجنرال لي يمسك الرسالة	لقطة مقربة	بانوراما	جانبية	الجنرال لي: عودي على قيد الحياة	موسيقى هادئة	صوت العصافير

الجدول رقم 26: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 41 (الحوار الذي دار بين الإمبراطور ومولان بعد نهاية الحرب وتحقيق النصر)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 41	2	6 ثا	**الديكور**: خارجي ليلي إضاءة خافتة، **المضمون:** الإمبراطور يشكر مولان على إنقاذها حياته	لقطة فوق الكتف	بانورامية ثم ثابتة	عادية	مولان: صاحب الجلالة الإمبراطور: انهضي، لقد أنقذتِ حياتي، وساعدتِ الجنرال لي على صد الهجوم	/	/
	5	10 ثا	**الديكور**: خارجي ليلي إضاءة خافتة، **المضمون:** مولان تطلب العفو من الامبراطور	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	مولان: أتوسل إليك أن تسامحني على خداع جلالتك، اضطررت إلى الانضمام إلى الجيش بدلا من والدي، لأنه كبير في السن ولا يمكنه القتال في الميدان	/	/
	6	3 ثا	**الديكور**: خارجي ليلي إضاءة خافتة، المضمون: الإمبراطور يثني على مولان	لقطة فوق الكتف	ثابتة	عادية	الامبراطور: نساء بلادنا قويات مثل رجالنا، ولقد أثبت حبك لكل من والدك وبلدك الأم فكيف لي أن الومك	/	/

الجدول رقم 27: التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 43 (خاتمة الفيلم)

المشهد	اللقطة		شريط الصور				شريط الصوت		
الرقم	الرقم	المدة	الوصف	سلم اللقطات	حركات الكاميرا	زوايا التصوير	الحوار	الموسيقى	الضجيج
المشهد 43	1	26 ثا	**الديكور**: داخلي نهاري (غرفة): مولان تضع مساحيق التجميل وترسم زهرة **Sakura** على جبينها	لقطة مقربة جدا	ثابتة	عادية	/	موسيقى الانتصار	/
	9	3 ثا	**الديكور**: خارجي نهاري (فناء بيت مولان)، **المضمون**: وصول الجنرال لي ليعيد لمولان رسالتها التي أعطتها له	لقطة صدرية	ثابتة	عادية	الجنرال لي: أنا قادم لأعيدها إليك	/	/
	14	3 ثا	**الديكور**: خارجي نهاري، ساحة منزل مولان، **المضمون**: الراوي يسرد خاتمة الفيلم	للقطة صدرية	ثابتة	عادية	الراوي: هذه هي قصتها	/	/
	15	11 ثا	**الديكور**: خارجي نهاري، ساحة منزل مولان، **المضمون**: الراوي يسرد خاتمة الفيلم	لقطة متوسطة	بانوراما عمودية نحو الأعلى	عادية	الراوي: أعتقد أنه بعد مرور سنوات لا يزال الناس يتذكرون، في عهد أسرة وي الشمالية، كانت هناك أنثى فريدة ذهبت للحرب بدل والدها	موسيقى هادئة	/
	16	12 ثا	**الديكور**: خارجي ليلي، مرج عشبي، **المضمون**: مولان تمتطي الحصان	لقطة عامة	ترافلينغ	عادية	الراوي: اسمها **Hua Mulan**	اغنية جينريك النهاية	/

4 – التحليل التعييني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020):

- المشهد رقم 1: المشهد الافتتاحي للفيلم:

يتكون هذا المشهد من ثلاثة أجزاء وهي: **أولا** شارة شركة الإنتاج، **ثانيا** افتتاحية الفيلم الذي يصور هجوم جيش رورران على أحد مدن مملكة وي الشمالية وظهور البطلة هوا مولان **Hua Mulan** تحديدا عند قتالها قائد جيش رورران، **ثالثا:** عنوان الفيلم.

وحسب ما يبينه الجدول رقم 17 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 1)** جاءت القراءة التعيينية كالآتي:

الجزء الأول – شارة شركة الإنتاج:

يبدأ الفيلم بلقطة عامة أين تكون الكاميرا ثابتة لتصور بزاوية عادية تظهر خلفية بنيّة، يليها ظهور كرة مضيئة باللونين (البنفسجي والأصفر) تتخللها إضاءة عالية في الوسط ليخرج من خلالها اسم شركة الإنتاج "**iQIYI**" مكتوبا باللون الأبيض وتحته رابط موقع منصتها الرقمية.

الجزء الثاني - (بداية أحداث الفيلم):

يبدأ بعدها المشهد الافتتاحي للفيلم الذي تدور أحداث القسم الأول منه في فضاء خارجي ليلي صحراوي يصور وصول قوات رورران إلى أحد حصون مملكة وي الشمالية، حيث تصور **اللقطة (5)** بلقطة عامة ظهور مجموعة من الرجال وسط زوبعة من الغبار، وتصور **اللقطة (6)** بلقطة متوسطة قائد جيش رورران فوق جواده، وتبين **اللقطة (8)** بلقطة متوسطة وكاميرا ثابتة بزاوية عادية وصوله رفقة رجاله أمام بوابة الحصن. وبعدها يبدأ الهجوم بإيقاع سريع صوّره المخرج من خلال مجموعة من اللقطات المتنوعة، حيث تظهر **اللقطة (23)** بلقطة مقربة جدا عين قائد جيش رورران كرد فعل على سؤال حراس البوابة، ثم يبدأ الراوي بسرد مقدمة الفيلم: " **تم غزو**

مملكة وي الشمالية من قبل جيش روران بقيادة بوجيجين"، ثم تظهر **اللقطة (41)** في البداية بحركة بانورامية قائد جيش روران يمشي فوق أسوار الحصن ثم تظهره بزوم أمامي يقطع علم مملكة وي الشمالية ليعلن عن سقوط المدينة تحت سيطرته.

وأكمل المشهد سرد تفاصيل المعارك العنيفة التي دارت في مختلف مدن مملكة وي الشمالية والمعاناة التي واجهها الشعب، الأمر الذي دفع الإمبراطور **"تاو توبا" للنزول إلى ساحة القتال كقائد جيش.**

ثم ينتقل الراوي في القسم الثاني من المشهد الافتتاحي إلى الحديث عن البطلة التي أنقذت مملكة وي الشمالية من غزو روران، إذ تصور **اللقطة 54** بترافلينغ ولقطة فوق الكتف **"OST"** وصول مولان إلى مكان تواجد الإمبراطور لإنقاذه وهو عبارة عن غرفة على الطراز الصيني التقليدي في حين كانت مولان ترتدي هانفو (اللباس الصيني التقليدي) أبيضا أين أشار إليها الراوي بعبارة: "**إنها هي التي أنقذت البلاد"**، وتختم **اللقطة (58)** هذا الجزء من افتتاحية الفيلم بلقطة متوسطة تصور لحظة هجوم "مولان" على "بوجيجين" والراوي يقول مع تفخيم نبرة صوته **"هوا مولان"**.

الجزء الثالث – (عنوان الفيلم): تظهر **اللقطة (77)** بلقطة عامة وكاميرا ثابتة وزاوية عادية خلفية سوداء يتخللها دخان وشظايا ذهبية صغيرة، ثم تظهر كلمات باللغتين الصينية والإنجليزية لتكتب عنوان الفيلم **Hua Mulan** 花木蘭 باللون الأصفر (لون الذهب) تعلوه إضاءة ساطعة.

– المشهد 3: الحوار الذي دار بين مولان وقائد الشرطة:

يتمحور هذا المشهد حول الحوار الذي دار بين مولان وقائد الشرطة بعدما تمكنت من الإمساك باللص العاشر و تحقيق شرطه ليسمح لها بأن تصبح شرطية، إلا أنه يرفض طلبها و يطلب منها أن تمارس النشطات الخاصة بالإناث، إذ تدور أحداث هذا المشهد في فضاء خارجي

نهاري تحديدا في شارع القرية أمام مقر الشرطة، حيث اعتمد المخرج على اللقطة المقربة و القطة فوق الكتف ost بزاوية تصوير عادية وكاميرا ثابتة في تصوير الحوار بينهما، حيث إرتدت "مولان" هانفو أحمر (الزي الصيني التقليدي) بينما كان قائد الشرطة يرتدي لباسا أسودا. و جاء الحوار حسب ما يبينه الجدول رقم (18) **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد** 3) كالآتي:

عند **اللقطة (12)** بلقطة فوق الكتف **ost** مع لقطة متوسطة يبدأ الحوار بقول مولان : "**هذا العاشر**" و هي تبتسم، ثم في **اللقطة (14)** بلقطة مقربة تكمل مولان: "**لقد أخبرتني منذ نصف عام أنه يمكنك أن تسمح لي بالعمل كشرطية**" وعلى وجهها علامات الاستغراب من ردة فعل قائد الشرطة عند تذكيرها له بالوعد الذي قطعه لها. و في **اللقطة (16)** (لقطة فوق الكتف ost) تكمل مولان الحديث بقولها: " **بالطبع لديك، قلت ذلك عندما أخذت امتحاني الثالث، وأنا جيدة في فنون القتال**"، فيرد قائد الشرطة : "**هل بسبب قدراتك الجسدية ؟ لا أسمح لك أن تصبحي شرطية**"، ثم تظهر **اللقطة (19)** بلقطة فوق الكتف ost و كاميرا ثابتة وزاوية عادية تكملة حديث قائد الشرطة : "**هل سبق و أن رأيتِ أية شرطية في بلادنا؟**"، و تظهر **اللقطة (20)** بلقطة فوق الكتف ost مع لقطة مقربة وجه مولان وعليه تعابير الخيبة والحزن، تجيبه وبنبرة مستاءة : "**على الرغم من عدم وجود سابقة، إلا أنه لا يوجد أي قانون في بلادنا يمنع المرأة أن تكون شرطية**"، **لذا أتوسل إليك أن تفي بوعدك**"، فيرد عليها قائد الشرطة في **اللقطة (23)** (تظهر بلقطة فوق الكتف ost مع لقطة متوسطة مولان تصغي لكلامه مطأطأة الرأس) قائلا: "**إلى جانب بلادنا لا توجد شرطية في أي بلد أو أسرة أخرى**"، واختتم المشهد في **اللقطة (24)** التي تظهر بلقطة مقربة و كاميرا ثابتة مولان مطأطأة الرأس نحو الأسفل وعلامات الحزن بادية على وجهها بعدما أخبرها قائد الشرطة: " **ينبغي للمرأة أن تفعل ما تستحقه، مثل التطريز**

والنسيج، هذه الأشياء كلها جيدة بالنسبة لك، فإذا أصبحتن أيها النساء شرطيات فلماذا يوجد رجال؟" .

– المشهد 5: وصول مبعوث الإمبراطور وتسليم أمر التجنيد لوالد مولان

يصور هذا المشهد لحظة وصول المبعوث الإمبراطوري الذي يحمل مرسوم التجنيد في الجيش لقرية مولان، بدأ المشهد بمرور مجموعة من الجنود يمتطون الجياد التي تعدوا بسرعة كبيرة عبر شارع القرية في وضح النهار، و أثناء ذلك كانت "مولان" في غرفتها تمشط شعرها فيدخل عليها شقيقها الصغير و يخبرها أن ترافقه لرؤية الجنود، فتلتحق مولان ووالدها و شقيقها ببقية سكان القرية للاستماع إلى مضمون المرسوم الإمبراطوري، وحين سمع الأب اسمه تقدم لاستلام أمر التجنيد رغم أن مولان حاولت منعه خوفا عليه أن يقتل في الجبهة بسبب كبر سنه، وصمم على الالتحاق بالجيش للدفاع عن الوطن.

ويبين الجدول رقم 19 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 5)** استعمل المخرج مجموعة من اللقطات ورافقها بمختلف أشكال حركة الكاميرا لتصوير هذا المشهد، إذ تصور **اللقطة (4)** بلقطة مقربة جدا وكاميرا بانورامية أفقية ثم عمودية مولان تحمل مشطا خشبيا من فوق طاولة موضوع عليها علب مساحيق التجميل وتمشط خصلة من خصل شعرها. وتصور **اللقطة (11)** ببانوراما عمودية ولقطة متوسطة بزاوية تصاعدية المبعوث يحمل المرسوم الإمبراطوري الذي كان لونه أسودا وزيّن بتنينين ذهبيين حيث قال:" **يجب أن يكون لكل عائلة رجل واحد ينضم إلى الجيش**". و تظهر **اللقطة (12)** بلقطة أمريكية بكاميرا بانورامية وصول مولان رفقة والدها وشقيقها أمام المبعوث في اللحظة التي قال فيها " **لطرد جيش رووان وحماية وطننا الأم**"، وتظهر **اللقطة (20)** بلقطة متوسطة و كاميرا ثابتة والد مولان يستعد لاستلام قرار التجنيد بعدما سمع اسمه ، في حين تصور **اللقطة (22)** بلقطة متوسطة وكاميرا ثابتة مولان تحاول منع تجنيد والدها العجوز فقالت للمبعوث "**سيدي والدي كبير في السن**" فيسكتها والدها ويطلب منها

التراجع، ويختتم المشهد عند **اللقطة (26)** التي تظهر بلقطة متوسطة وكاميرا ثابتة خوف وقلق أخ مولان الذي يسألها :"**أختي هل سيقاتل والدنا في الجبهة؟**" فتسرع لإمساك والدها وهي تناديه: "**أبي**".

– المشهد 6: والد مولان يقدم لها هدية عيد ميلادها عشية ذهابه للجبهة:

يصور هذا المشهد أسرة مولان مجتمعة حول طاولة الطعام ويتناولون وجبة العشاء، حيث كانت مولان ترمق والدها بنظرات حزينة، فانتبه لها ونهض من مكانه وأحضر صندوقا خشبيا كان بداخله سوار فضي، وأخبرها أنه كان يود تقديمه لها في عيد ميلادها وطمأنها فلا داعي للقلق لأنه سيعود من الحرب.

وجاءت القراءة التعيينية للمشهد حسب ما ورد في الجدول رقم 20 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 6)** توظيف المخرج مجموعة من اللقطات المقربة والمتوسطة وكانت حركة الكاميرا أحيانا ثابتة و أحيانا أخرى ترافلينغ، حيث تصور **اللقطة (4)** بلقطة متوسطة وكاميرا ثابتة مولان ترمق والدها بنظرات حزينة قلقة وهي صامتة، ثم تصور **اللقطة (8)** بلقطة مقربة و بترافلينغ والد مولان يمشي وهو يحمل صندوقا خشبيا و يجلس يخاطب مولان قائلا : "**عيد ميلادك اقترب**"، وتظهر **اللقطة (12)** بلقطة مقربة و كاميرا ثابتة ثم ترافلينغ، الأب يغلق الصندوق الخشبي ويضعه أمامها، ثم تظهر **اللقطة (14)** بلقطة متوسطة و كاميرا ثابتة، أب مولان يطمئنها قائلا : "**لا تقلقي سأعود**".

– المشهد 10 (اجتماع الجنرال لي مع المجندين الجدد لأول مرة):

يصور هذا المشهد في فضاء خارجي نهاري ويتمثل في ساحة معسكر جيش الجنرال "رونغ لي"، أين تلتقي مولان وباقي المجندين الجدد بالقائد لي لأول مرة، وأثناء الاجتماع تتعرض مولان وابن قريتها "داجي جو" للتوبيخ بسبب التحدث أثناء الاجتماع، حيث أطلق الجنرال "لي **Li**"

سهما باتجاههما كإنذار وتذكير بضرورة إطاعة أوامر القائد واتباع القوانين العسكرية وبذلك يحافظان على حياتهما داخل المعسكر وساحة القتال.

يبين الجدول رقم 21 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 10)** أن المخرج وظف في تصوير هذا المشهد مختلف أنواع اللقطات وزوايا التصوير وحركة الكاميرا، إذ تظهر **اللقطة (8)** بلقطة أمريكية بزاوية تصاعدية الجنرال "لي **Li**" فوق برج المراقبة وقد كان يرتدي بزة عسكرية (ذرع لونه ذهبي على كتفيه رأس نمر) ويحمل في يده قطعة الخبز الصيني التقليدي وخلفه مساعده وعلم مملكة وي الشمالية، لونه برتقالي، حيث بدأ يلقي كلمته على المجندين الجدد بعبارة "**منذ قدومكم إلى قواتي، يجب أن تضعوا ثلاثة نقاط في اعتباركم**". ثم تظهر **اللقطة (10)** بلقطة أمريكية و كاميرا ثابتة، زاوية عادية، تتمة الخطاب بقوله: "**اتبع النظام لأنك ستواجه جحيما لم تره من قبل**" ، ثم تظهر **اللقطة (13)** بلقطة مقربة وكاميرا ثابتة، بزاوية عادية مولان وزميلها داجي جو وهما يتحدثان بسخرية عن الجنرال "لي **Li**" وهو يقول "**أي جنرال هو؟ ما هذا بحق الجحيم؟**" فتوافقه مولان القول بإماءة برأسها، و تصوّر **اللقطة (17)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية الجنرال "لي **Li**" يطلق سهما باتجاه مولان و داجي جو، و تظهر **اللقطة (21)** بلقطة مقربة ، بزاوية عادية مولان و داجي جو مصدومين ممّا قام به القائد لي الذي وجه لهما إنذارا حيث قال : "**رقم أربعة ممنوع الحديث في الصف**". ويختتم المشهد عند **اللقطة (23)** بلقطة أمريكية بزاوية تصاعدية تظهر الجنرال "لي **Li**" وهو يتم خطابه على الجنود بعبارة "**سيبدأ التدريب الرسمي غدا**".

– المشهد 12 (داجي جاو يحضر قطعة صابون لمولان):

يصور هذا المشهد في فضاء داخلي، تحديدا في الخيمة التي تقيم فيها مولان وزملاؤها بمجموعة من اللقطات المتوسطة والمقربة الحوار الذي دار بين مولان وداجي جو حين أحضر لها هذا الأخير قطعة الصابون والفرحة العارمة التي انتابتها.

فكما هو مبيّن في الجدول رقم 22 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 12)** فإن القراءة التعيينية للمشهد كالآتي: تصور **اللقطة (3)** بلقطة متوسطة داجي جو يقترب من مولان ويخبرها بأنه أحضر لها شيئا جيدا ويخرج قطعة الصابون فتتعجب مولان قائلة الصابون! ثم تظهر **اللقطة (4)** بلقطة مقربة مولان وعلى وجهها تعابير الدهشة والسعادة وتسأل داجي جو كيف حصل على قطعة الصابون.

– المشهد 16: (عملية إنقاذ الأميرة)

يصور المشهد النهاري الخارجي (طريقا وسط جبال) عملية إنقاذ الأميرة التي وقعت أسيرة لدى جيش رووان، حيث قاد الجنرال "لي **Li**" فيلقا من جيشه بالإضافة إلى الكتيبة التي تنتمي إليها مولان وأمرهم أن يلزموا مواقعهم ويكتفوا بالمراقبة، ولكن أثناء احتدام المعركة بين الجنرال وقائد فرقة المختطفين التابعة لجيش رووان يأمر جنوده بأخذ الأميرة بعيدا، فتتدخل مولان وتطارد جنود رووان الهاربين وتنقذ الأميرة.

يبين الجدول رقم 23 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 16)** استخدم المخرج مجمعة من اللقطات المقربة والمتوسطة والصدرية في تصوير أحداث هذا المشهد، إذ تصور **اللقطة (10)** بلقطة متوسطة الجنرال لي يعطي للجنود الأمر ببدء الهجوم، ثم تظهر **اللقطة (75)** بلقطة مقربة قائد فيلق المختطفين يعطي الأمر للجنود لإبعاد الأميرة عن ساحة المعركة، ثم تصور **اللقطة (102)** بلقطة متوسطة حركة بانورامية تدخل مولان لإنقاذ الأميرة و تقتل الجنود الذين اختطفوها، ثم تظهر **اللقطة (118)** لقطة متوسطة مولان تمد يدها للأميرة لتساعدها على النزول من العربة وهي تقول لها "**لا تخافي**" ، ومن ثم تصور **اللقطة (120)** بلقطة متوسطة لحظة وصول القائد "لي **Li**" لمكان تواجد مولان والاميرة و يعرّفها باسمه، ثم تظهر **اللقطة (122)** الأميرة تشكره على إنقاذها.

– المشهد 28: الحوار الذي دار بين مولان والجنرال لي في السجن

يصور هذا المشهد داخل زنزانة السجن حيث حبست مولان بعدما اكتشف الجنرال "لي **Li**" هويتها الحقيقية (بأنها امرأة و ليست رجلا)، حيث دار بينهما حوار استهله الجنرال بسؤال مولان عن السبب الذي دفعها لتقمص هوية رجل وانخراطها في الجيش، فأجابته بأنها فعلت ذلك من أجل إنقاذ والدها العجوز الذي لم يعد يقوى على القتال في الجبهة، بالإضافة إلى رغبتها في إثبات وجودها كفرد مفيد في المجتمع عن طريق فعل شيء مفيد بتوظيف مهاراتها في القتال بعدما فشلت بالقيام بالأعمال التي تقوم بها النساء عادة، فتعاطف معها الجنرال "لي **Li**" وأخبرها أنه يفهمها، لكن مولان اعتقدت أنه يسخر منها وفي الحقيقة كان متعاطفا معها فعلا، ثم أوصاها بالحفاظ على حياتها إن أرادت ألاّ تفشل مجددا.

يبين الجدول رقم 24 **(تقطيع اللقطات المختارة من المشهد 28)** توظيف المخرج للقطة المتوسطة والمقربة واللقطة فوق الكتف والزاوية العادية في تصوير الحوار الذي دار بين مولان والقائد "لي **Li**"، وجاءت القراءة التعيينية للحوار من خلال اللقطات المختارة كالآتي: تصور **اللقطة (11)** بلقطة فوق الكتف ost بزاوية عادية مولان مطأطئة الرأس نحو الأسفل جالسة رفقة الجنرال "لي **Li**"عند طاولة وسط الزنزانة التي كانت إضاءتها منخفضة وأرضيتها مغطاة بالقش، حيث يسألها **"لماذا؟"** –بمعنى ما السبب الذي دفعها للانخراط في صفوف الجيش–، فتجيبه مولان "**والدي كبير في السن لدرجة أنه لا يستطيع النجاة من الحرب**"، و تصور **اللقطة (13)** بلقطة صدرية و كاميرا ثابتة بزاوية عادية الجنرال "لي **Li**" يتنهد وعلى ملامحه الحزن والشفقة ثم يقول لها "**لا ينبغي لك أن تأتي إلى هنا**"، تليها **اللقطة (14)** التي تظهر بلقطة صدرية، كاميرا ثابتة ثم تقترب قليلا بزوم أمامي، مولان مطأطئة الرأس ثم تتناول رشفة من الماء وترد على الجنرال "لي **Li**" :"**حياتي حتى مليئة بالفشل، لقد كان أدائي سيئا في التطريز والنسيج ، أواجه صعوبات في قراءة الكلمات، فنون القتال هي الشيء الوحيد الذي لن أتخلى**

عنه ، ... أردت ذات مرة أن أصبح شرطية لكنني رفضت لأنني امرأة " و تكمل كلامها باستياء "**أريد فقط أن أفعل شيئا جيدا، هل أنا مخطئة؟**". وتظهر **اللقطة (17)** بلقطة متوسطة وزاوية عادية مولان مستاءة وهي تقول للجنرال "لي": "**كيف يمكنك مشاركتي مشاعري؟**"، في **اللقطة (18)** تصور لقطة صدرية، كاميرا ثابتة، زاوية عادية ملامح الجنرال "لي **Li**" المليئة بالحزن يجيبها بنبرة حزينة قائلا: " **هل تعتقدين أنك فقط من فشل بالقيام بشيء ما؟**". ثم تظهر **اللقطة (28)** بلقطة صدرية، كاميرا ثابتة وزاوية عادية لحظة مغادرة الجنرال "لي **Li**" للزنزانة أين أخبر مولان عبارة مفادها: "**إن أردت ألاّ تخسري مرة أخرى؟**"، وتصور الموالية أي **اللقطة (29)** بلقطة مقربة تظهر ملامح الجنرال "لي **Li**" الجادة وهو يتم كلامه قائلا: "**يجب أن تكوني على قيد الحياة، فإذا مات أحدهم فلن يبق منه شيء**".

– المشهد 34: (الحوار الذي دار بين مولان والجنرال قبل المعركة الحاسمة مع جيش روران)

يصوّر هذا المشهد الحوار الذي دار بين مولان والجنرال "لي **Li**" قبل بداية المعركة الحاسمة ضد جيش روران، أين قامت بإعطائه رسالة وطلبت منه أن يرسلها لعائلتها في حال ما ماتت في المعركة فرفض أن تضحي بحياتها، فأخبرته مولان أن القائد يجب أن يبقى على قيد الحياة فذلك ما يضمن نصر الجيش والبلاد، فطلب منها أن تعود حية من المعركة.

تظهر مولان قي هذا المشهد بالهانفو (اللباس التقليدي الصيني) باللون الأبيض بينما ارتدى الجنرال "لي **Li**" هانفو أسودا وفوقه ذرع ذهبي، وجاءت القراءة التعيينية للمشهد حسب ما هو مبين في **الجدول رقم 25 (التقطيع التقني للمشاهد المختارة من المشهد 34) كالآتي:** وظّف المخرج في تصوير أحداث هذا المشهد اللقطات المقربة و المتوسطة و اعتمد الزاوية العادية والجانبية وكانت حركة الكاميرا ثابتة وبانورامية ، إذ تصور **اللقطة (1)** بلقطة مقربة وبزاوية عادية وحركة بانورامية "مولان" تخرج رسالة من كم ردائها و تقدمها للجنرال "لي **Li**"، و تصور **اللقطة (4)** بلقطة مقربة و كاميرا ثابتة مولان تخاطب الجنرال "لي **Li**" وعلى ملامحها التفاؤل

قائلة: " **طالما أنت على قيد الحياة ، فإن جيشنا لن يخسر الحرب بلادنا لن تخسر الحرب**"، ثم تليها مباشرة **اللقطة (5)** التي تظهر بلقطة صدرية، كاميرا ثابتة، زاوية عادية الجنرال "لي **Li**" يبتسم ويرد بنبرة صوت دافئة على كلمات مولان قائلا: " **قال لي ذات مرة أحدهم نفس الشيء**"، ثم تظهر **اللقطة (10)** بلقطة مقربة تبدأ بحركة بانورامية ثم تثبت بزاوية جانبية لحظة مغادرة مولان القاعة لبدء المعركة الحاسمة ضد جيش روران والجنرال "لي **Li**" يقف ممسكا برسالة مولان وهو يخاطبها بنبرة صوت دافئة: "**عودي على قيد الحياة**".

– المشهد 41 (الحوار الذي دار بين الإمبراطور ومولان بعد نهاية الحرب وتحقيق النصر):

يصوّر هذا المشهد لقاء مولان مع الإمبراطور "تاو توبا" بعد نهاية المعركة مع جيش روران وتحقيق النصر في الحرب، حيث جاءت مولان رفقة الجنرال "لي **Li**" وكان جسدها مليئا بالجراح وثيابها ملطخة بالدماء وقدمت احترامها للإمبراطور (الركوع على طريقة الجنود في الثقافة الصينية التقليدية) فأشاد الإمبراطور بدورها الفعال في عملية إنقاذه ومساعدة الجنرال "لي **Li**" على صد العدو فهي منقذته وبطلة سلالة وي الشمالية، فتوسلت إليه مولان أن يسامحها على خداعه من خلال تقمص شخصية رجل فقد فعلت ذلك من أجل والدها الكبير في السن غير القادر على القتال في الجبهة، فأجابها بأن نساء المملكة قويات مثل رجالها وقد أثبت حبها لكل من والدها وبلدها الأم فكيف له لومها وبالتالي لن يعاقبها بل سيقوم بمكافئتها.

جاءت القراءة التعيينية للّقطات المختارة حسب ما هو مبين في **الجدول رقم 26 (التقطيع التقني للّقطات المختارة من المشهد 41)**: اعتمد المخرج على اللقطات المتوسطة والمقربة وفوق الكتف وزاوية التصوير العادية لتصوير هذا المشهد، حيث تظهر **اللقطة (2)** بلقطة متوسطة و زاوية عادية الإمبراطور "تاو توبا" يستقبل مولان و يطلب منها الوقوف من التحية ويشيد بمجهودها في إنقاذه ومساعدة الجنرال "لي **Li**" على صد العدو، ثم تظهر **اللقطة (5)** بلقطة متوسطة

عادية مولان وهي منحنية (وفق أسلوب الركوع في الثقافة الصينية القديمة) تتوسل الإمبراطور أن يسامحها على خداعه فقد اضطرت الى دخول الجيش بدلا من والدها لأنه لا يمكنه القتال في الميدان، ثم تظهر **اللقطة (6)** بلقطة فوق الكتف وبزاوية عادية الإمبراطور يمتدح قوة مولان قائلا: "**نساء بلادنا قويات مثل رجالها، لقد أثبت ولاءك لوالدك ولوطنك الام**".

– المشهد 43 (خاتمة الفيلم):

يصور هذا المشهد خاتمة الفيلم التي تبدأ بمجموعة من اللقطات المقربة التي تظهر مولان تستخدم فرشاة لوضع مساحيق التجميل حيث رسمت على جبينها زهرة **Sakura** (زهرة الكرز)، ثم خرجت لاستقبال أصدقائها داجي جو" والجنرال "لي **Li**" والطفل "لياخه تشو" الذين أتوا لزيارتها بعد عودتها إلى المنزل عند نهاية الحرب، أين قام الجنرال "لي **Li**" بإعادة الرسالة التي طلبت منه مولان إرسالها إلى عائلتها في حالة موتها في المعركة، ثم يختم الراوي الفيلم بعبارة تلخص سرديته لقصة البطلة الأسطورية **Hua Mulan.**

بيّن الجدول رقم 27 (التقطيع التقني للقطات المختارة من المشهد 43) أن المخرج استخدم في **القسم الأول** من المشهد اللقطات المقربة جدا مع حركة الكاميرا الترافلينغ لتصوير حركة مولان أثناء وضعها لزينتها، ففي **اللقطة (1)** تصور بلقطة مقربة جدا مولان ترسم بقلم حاجبها ويظهر على جبينها تحديدا في منطقة الناصية رسم لزهرة **Sakura** بلون أحمر مع وجود لون أصفر حولها. ثم استخدم في **القسم الثاني** من المشهد مجموعة متنوعة من اللقطات المتوسطة والمقربة وفوق الكتف وأيضا العامة مع تنوع حركة الكاميرا بين ثابتة و بانورامية لتصوير لحظة استقبال مولان للجنرال "لي **Li**" و أصدقائها، حيث تظهر **اللقطة (9)** بلقطة متوسطة اقتراب الجنرال "لي **Li**" من مولان ثم يخبرها أنه أتى ليعيد لها الرسالة، ليختم المشهد بمتتالية من اللقطات التي تصور خاتمة قصة الفيلم: إذ تظهر **اللقطات (14)** بلقطة صدرية كاميرا ثابتة مولان مبتسمة وهنا بدأ الراوي بسرد خاتمة الفيلم، ثم تظهر **اللقطة (15)** بلقطة عامة وبحركة

بانورامية عمودية تصاعدية من الأرض نحو السماء ساحة بيت مولان التي فيها شجرة كرز مزهرة و سيف مغروز في الأرض حيث كانت الكاميرا تصعد على طول الشجرة ورافق ذلك سرد الراوي لآخر أسطر قصة الفيلم :" هذه هي قصتها، أعتقد أنه بعد مرور سنوات لا يزال الناس يذكرون أنه في عهد سلالة وي الشمالية، كانت هناك أنثى فريدة ذهبت لخوض الحرب بدلا من والدها" تليها **اللقطة (16)** التي تصور بلقطة متوسطة وبترافلينغ مولان تمتطي جوادها الذي يعدو بسرعة عبر مرج أخضر عند غروب الشمس أين ختم الراوي الفيلم بعبارة "**اسمها Hua Mulan** " .

5 – التحليل التضميني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020):

قبل تحليل المشاهد المختارة تحليلا تضمينيا لابد أن نشير إلى مجموعة من العناصر الأساسية التي تتشكل منها التركيبة الفيلمية، في حين أن المرجعية الثقافية والاجتماعية للتحليل* جاء وفق المرجعية الثقافية الصينية:

أ – الإطار الزماني: لم يتم الإشارة إلى التاريخ المحدد الذي تدور فيه أحداث الفيلم، إلا أنه يمكن للجمهور معرفة الإطار الزماني للفيلم **Hua Mulan** 2020 من خلال: الديكور الموظف لبناء المشاهد (الهندسة المعمارية الصينية التقليدية)، وملابس الشخصيات (الهانفو الصيني التقليدي) ووسائل النقل (الخيول)، الأسلحة القديمة (سيوف، رماح...) ... الخ، بأنه عصر ممالك الصين القديمة المتحاربة، وتحديدا في **عهد سلالة أسرة وي** الشمالية استنادا إلى سرد

* - مصدر المعلومات التي تم تفسير وشرح الدلائل (الألوان، أشكال الحيوانات، ... الخ) التي وردت في فيلم **Hua Mulan 2020** النسخة الصينية هو احتكاكنا لأكثر من 10 سنوات مع المنتجات الإعلامية الثقافية الصينية (مسلسلات، أفلام، منهوا، أفلام وثائقية،...الخ)، بالإضافة إلى سؤال أشخاص صينيين مقيمين في الجزائر في وجزائريين مقيمين في الصين.

الراوي لأحداث القصة وذلك في المشهد الافتتاحي تحديدا حينما قال: "**في ذلك العام تم غزو أسرة وي الشمالية من قبل جيش روران بقيادة بوجيجين**".

ب – الإطار المكاني: تدور أحداث قصة الفيلم في شمال الصين، ويتضح ذلك من بنية المكان الذي صورت فيه مشاهد الفيلم كالبيوت التي بنيت على الطراز الصيني التقليدي، بالإضافة الى ارتداء الشخصيات للهانفو الصيني التقليدي وتسريحة الشعر والإكسسوارات المستخدمة التي تتميز بها الثقافة الصينية.

فقد وظف المخرج العديد من رموز الثقافة الصينية من أجل رسم انطباع جيد لدى للجمهور يتخلله شعور بالإثارة والفضول عن أجواء الصين القديمة، أين كانت فيها نساء محاربات مثل "**Hua Mulan** " يخضن المعارك ضد أقوى الجيوش ويحققن انتصارات عظيمة ويدخلن تاريخ الأمة والذاكرة الجماعية ليتناقل قصصهن الناس عبر الأجيال، والهدف من ذلك هو تصحيح الصوة النمطية الخاطئة عن النموذج الصيني التي قامت بتشكيلها مؤسسة **Disney** لدى الجمهور العالمي، وذلك من خلال توظيف رموز ودلائل خاطئة كهندسة المباني، الملابس، ...الخ، في بناء بنية المكان الذي تدور فيه أحداث فيلم **Mulan** الذي أنتجته وبثته عام 2020.

ج – اللغة المستخدمة: هي اللغة الصينية القديمة التي كانت مستخدمة في تلك الحقبة التاريخية، وتم وضع ترجمة باللغة الصينية الرسمية المعصرة مع توفير منصة "**iQIYI**" ترجمة للفيلم بالعديد من اللغات كالإنجليزية، العربية، الفرنسية، الكورية، ... الخ، و ذلك ليتمكن أفراد الجمهور عبر مختلف بلدان العالم من الاستمتاع بمشاهدة هذه الملحمة التاريخية و فهم الرسائل التي يحملها الفيلم، فالهدف الأساسي من الاعتماد على منصة بث المحتوى الرقمية بالإضافة إلى توفير الترجمة بعدة لغات هو وصول السردية الصينية لأسطورة البطلة "**Hua Mulan** " والتمثيلات الجيوسياسية (القيم و الأفكار و الرموز ... الخ) التي تشكل الصورة الذهنية الإيجابية للنموذج الصيني إلى كل فرد في هذا العالم في أي مكان وزمان بفضل الخصائص التي تتميز

بها المنصات الرقمية لبث المحتوى التي تختص ببث المحتوى بالإضافة إلى الخدمات التي تختص بها منصة **iQIYI** .

د – الموسيقى : استخدام في فيلم **"Hua Mulan "** موسيقى تمزج بين الموسيقى الصينية التقليدية والموسيقى العالمية، بمعنى تم دمج النمطين معا حتى يتسنى لجميع أفراد الجمهور التفاعل مع مختلف أحداث الفيلم، إذ تعتبر لغة الموسيقى لغة عالمية تفهمها كل الشعوبو تستطيع استيعاب معناها سواء كانت تعبر عن الحزن أو الفرح أو الرومنسية ...الخ، ومن الملاحظ أنه تم توظيف الطابع الموسيقي للأوركسترا العسكرية بكثرة في الفيلم وذلك تماشيا مع طبيعة القصة التي تروي أحداث ملحمة تاريخية حول البطلة **"Hua Mulan "** التي التحقت بصفوف الجيش بدلا من والدها العجوز للتصدي لهجوم جيش رووان على بلدها مملكة وي الشمالية، بالإضافة إلى توظيف موسيقى حزينة ودرامية تعبر عن المعاناة والمأساة التي مرت بها شخصيات القصة فالموسيقى لها قوة تأثير كبيرة على مشاعر الجمهور إذ يمكنها أن تعبر عمّا لا تستطيع التعبير عنه الكلمات، ومن خلال التحليل عبر التقطيع التقني للمشاهد المختارة يمكن اعتبار أن الموسيقى التصويرية خاصة في المشاهد الدرامية الحزينة لعبت دور المؤثرات العاطفية لاستمالة الجمهور للتعاطف مع مضمون الرسالة التي تضمنتها المشهد لخلق رابط عاطفي مع الشخصيات والتمثيلات الجيوسياسية (القيم، الأفكار، ...) التي أراد المخرج ترسيخها في عقل الجمهور، خاصة تلك التي تصحح الرسائل الخاطئة التي تضمنها فيلم **Mulan** 2020 لـ **Disney** .

هـ– الجمهور المستهدف: وجه الفيلم إلى الجمهور العالمي وبالخصوص فئة الشباب التي يمكن حصرها من جيل التسعينات وصولا إلى جيل Z (العقد الأول من الألفينيات)، كون هذه الفئة هي الأكثر احتكاكا مع الأنترانت و تطبيقاتها بما فيها منصات بث المحتوى حسب الطلب **VOD** (الأفلام ، المسلسلات، الأنمي، المانهوا،...)، فالفيلم لا يمكن للأطفال الصغار متابعته

كونه يحتوي على مشاهد عنيفة، تلك التي تصور المعارك التي دارت بين جيش رووان و مملكة وي الشمالية، إذ حرص المخرج وفريق الإنتاج على أن تبدو المشاهد واقعية من أجل إعطاء الجمهور تجربة حقيقية عن معاناة الحرب وقوة وشجاعة المحاربين الصينيين، فالتصنيف الذي ينتمي إليه الفيلم (تاريخي، حربي، حركة، درامي) هو ما يستقطب أكثر هذه الفئة العمرية التي تميل إلى التعرض للمحتوى الذي يحتوي على العنف أكثر من باقي الفئات العمرية، فقد عمل القائمون على منصة **iQIYI** على استخدام نتائج دراسات تحليل بيانات المستخدمين القائمة على برمجيات الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التصفية التي تتمتع بها منصة شركة إنتاج الفيلم **iQIYI** من أجل إنتاج مختلف البرامج و ألعاب الفيديو ...الخ و كل ذلك لاستقطاب هذه الفئة العمرية التي تعتبر الجيل الصاعد للأمم من أجل بناء وترسيخ الصورة الإيجابية عن الحضارة الصينية في أذهانهم، وبذلك تضمن تشكيل طبقة من المعجبين المنجذبين إلى النموذج الصيني لتضمن استمرارها في الذاكرة الجماعية (المخيال الجمعي) للمجتمع الدولي، فالفيلم يحمل رسالة مشحونة بالتمثيلات الجيوسياسية (قيم، أفكار، رموز، دلائل،...) الإيجابية لتصحيح السردية الخاطئة التي أرادت **Disney** تبليغها للجمهور العالمي عن الصين و نموذجها الحضاري و الثقافي.

المشهد 1: المشهد الافتتاحي الفيلم

يقدم المشهد الافتتاحي للفيلم مجموعة التمثيلات الجيوسياسية التي جسدت من خلال ثلاثة أجزاء التي يتكون منها المشهد الافتتاحي:

ففي **الجزء الأول (شارة شركة الإنتاج)** تم عرض اسم شركة الإنتاج باستخدام اللغة الصينية وتحته عنوان موقع المنصة **iQIYI** باللون الأبيض، حيث تم استخدام تقنيات حاسوبية عالية مع تسليط إضاءة عالية خلفه، حيث وظفت الصورة في هذا المقطع لتؤدي نوعين من الدلالة: الأولى لإبراز وترسيخ اسم شركة إنتاج الفيلم في ذهن الجمهور العالمي، وتم توظيف اللون الأبيض في كتابته للدلالة على شهرة وشفافية ومصداقية المنصة الرقمية **iQIYI**، ومن جهة

أخرى فإن تسليط الضوء خلف اسم شركة الإنتاج دلالة توحي إلى فكرة شروق الشمس الذي يتم من جهة الشرق للدلالة على أن فجر مجد دولة الصين قد أشرق.

بينما تم في **الجزء الثاني (المشهد الافتتاحي):** استعراض أبرز المحطات في الفيلم، بداية من اللقطات التي تصور الهجوم على أحد حصون مملكة وي الشمالية التي كان بطلها قائد جيش رووان في إيقاع سريع مع توظيف أنواع متنوعة اللقطات المختلفة وحركات الكاميرا وكل ذلك لإظهار قوته ومهارته في فنون القتال. ومن ناحية أخرى فقد أظهرت مجموعة من اللقطات بطلة الفيلم "**Hua Mulan** "وهي تبارز قائد جيش رووان من خلال توظيف أنواع مختلفة من اللقطات وحركات الكاميرا لإبراز قوتها وشجاعتها ومهارتها العالية في الكونغ فو، والمراد من هذا المشهد الافتتاحي هو التشويق وخلق الشعور بالفضول لدى الجمهور لشد انتباههم ودفعهم لمشاهدة الفيلم حتى النهاية. وقد وظفت الصورة في هذا المقطع من أجل ترسيخ فكرة (تمثيل جيوسياسي) معينة مفادها: أن الكونغ فو هو فن من فنون القتال الصينية التي كانت مستخدمة منذ القدم من قبل المحاربين سواء كانوا رجالا أو نساء، وذلك بهدف رسم وترسيخ صورة ذهنية إيجابية عن النموذج الصيني لإثارة إعجاب الجمهور بأحد مكونات الثقافة للصينية أي الكونغ فو وطاقة التشي، وتصحيح الصورة الخاطئة التي أرادت **Disney** تمريرها من خلال فيلم **Mulan** 2020**.**

وأخيرا في **الجزء الثالث** (عنوان الفيلم): تم عرض عنوان الفيلم باستخدام لقطة عامة وبخلفية سوداء، وبالاعتماد على مؤثرات صوتية وبصرية استخدمت تقنيات الحاسوب المحترفة لتوليدها ولإظهار عنوان الفيلم باللون الذهبي الصافي مع تسليط إضاءة قوية فوقه مع تطاير شظايا نار، وهذا يوحي إلى الفخامة والعظمة والسلطة التي يتمتع بها الحاكم أو القائد فاللون الأسود هو لون ملكي في الحضارة الصينية القديمة يرمز للقوة و الغموض، في حين يشير اللون الذهبي إلى الثراء والنفوذ الواسع، وقد كتب العنوان باللغتين: الصينية بحجم كبير في وسط الشاشة، والإنجليزية بحجم صغير جاءت وسط العبارة الصينية. وقد وظفت الصورة في هذا المقطع من

أجل تبليغ رسالة للولايات المتحدة الأمريكية وحلفائها مفادها: أن الصين هي زعيمة العالم التي تحيط بالولايات المتحدة الأمريكية من كل جانب وتسيطر على موازين القوى لصالحها على جميع الأصعدة.

الشكل رقم (23): فوتوغرام مأخوذ من المشهد الافتتاحي لفيلم **Hua Mulan**

شارة شركة الإنتاج

المشهد الافتتاحي

عنوان الفيلم

المصدر: من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan، 2020 لمنصة iQIYI.**

المشهد 3 (الحوار الذي دار بين مولان وقائد الشرطة)

صور هذا المشهد بطلة الفيلم **Hua Mulan** قبل انضمامها إلى الجيش، على أنها امرأة شابة بسيطة وعفوية وبريئة وفي نفس الوقت قوية وشجاعة وتتقن ممارسة فنون القتال (الكونغ فو)، وذلك من خلال توظيف مجموعو من اللقطات المتنوعة (اللقطة المتوسطة، فوق الكتف، المقربة) بغرض تصوير تعابير وجه وانفعالات كل من مولان و قائد الشرطة أثناء الحوار الذي دار بينهما، وقد حمل الحوار العديد من الدلائل التي تشير إلى أن المرأة الصينية عادة ما تمارس

نشاطات كالطرز والنسيج كونها أعمال منزلية تختص بها النساء عموما، إلا أنه لم يتم منعها من تعلم فنون القتال لا من قبل القوانين ولا العادات والتقاليد، فعلى الرغم من رفض قائد الشرطة طلب مولان أن تنضم للشرطة إلا أن السبب لم يكن لأن قوانين المملكة تمنع ذلك بل لأن الوظيفة لا تناسبها حفاظا على كرامتها. وقد ارتدت مولان هانفو لونه أحمر لإظهار شخصيتها التي تتسم بالشجاعة والقوة، فاللون الأحمر يرمز في الثقافة الصينية (CharmingChina.orgm, n d) : للحظ السعيد والازدهار والقوة والشجاعة للإشارة إلى مكانتها داخل أسرتها وقريتها المميزة.

الشكل رقم (24): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 3 (الحوار الذي دار بين مولان وقائد الشرطة)

المصدر : من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan، 2020 لمنصة iQIYI**

وظفت الصورة في هذا المشهد من أجل تبليغ رسالتين (تمثيلين جيوسياسيين) للجمهور العالمي بالأخص الغربي الذي لطالما رفع شعارات لدعم حقوق المرأة ومساواتها مع الرجل، **الأولى:** مفادها أن المرأة الصينية تتمتع بمكانة مرموقة داخل المجتمع مثلها مثل الرجل ولكل منهما مهامه الخاصة في الحياة، و **الثانية:** لا وجود لقوانين أو أعراف تمنعها من تعلم فنون القتال (الكونغ فو) وتجعلها منبوذة داخل المجتمع إذا قامت بممارستها، وهذه من أقوى العناصر جذبا لدى النموذج الصيني والتي تتمثل في إتقان المرأة لفنون القتال، فهذا الأمر يزيد نسبة الإعجاب لدى الجماهير خاصة الغربية بالنموذج الثقافي والحضاري الصيني.

المشهد 5 (وصول مبعوث الإمبراطور وتسليم أمر التجنيد لوالد مولان) :

حرص المخرج في هذا المشهد على ترسيخ صورة نمطية عن العلاقات الإنسانية في المجتمع الصيني، مع توظيف مجموعة من الدلائل التي تشكل قوالب نمطية معينة عن المرأة الصينية التي تمثلها **Hua Mulan** بالإضافة إلى الرجل الصيني من خلال شخصية والد مولان. ففي بداية المشهد أظهرت مجموعة من اللقطات المقربة والمقربة جدا بحركة كاميرا بين الثابتة والترافيلينغ مولان تمشط شعرها بمشط خشبي كان موضوعا على طاولة تحتوي على علب بها مساحيق تجميل صينية تقليدية، وقد وظفت الصورة هنا لتؤدي وظيفة دلالية تشير إلى أن مولان امرأة جميلة ومرتبة تهتم بالعناية بجمالها بالرغم من أنها تمارس فنون القتال وهذا ما يميزها عن الفتيات الأخريات في قريتها، وهذا يثبت عكس ما ظهر في فيلم **Mulan** لـ **Disney.**

في حين صور باقي المشهد وصول المبعوث الإمبراطوري إلى قرية مولان وهو يحمل مرسوما خاصا بالتجنيد الإجباري في الجيش الإمبراطوري للتصدي لهجوم قبائل الروران، حيث أظهرت مجموعة من اللقطات المقرّبة و المتوسطة بزاوية تصاعدية المبعوث الإمبراطوري يحمل المرسوم الإمبراطوري الذي كان لون غلافه أسودا و زيّن بتنينين ذهبيين و هذا يشير إلى تعظيم مكانة المرسوم الإمبراطوري و الإمبراطور، فألوان المرسوم وزاوية تصوير المبعوث تشير إلى هيبة وقوة الإمبراطور من ناحية، و من ناحية أخرى أظهرت مجموعة من اللقطات المتوسطة والد مولان يستلم أمر التجنيد أين تعهد بألاّ يعود حتى يطرد الأعداء رغم محاولة مولان منعه من ذلك خوفا و حرصا منها على حياته كونه رجل عجوز ولا يستطع القتال. وبالتالي وظفت الصورة هنا لتبليغ وترسيخ دلالة (تمثيل جيوسياسي) مفاده: **أولا** أن مولان التي تجسد صورة الفتاة الصينية البسيطة من عامة الشعب هي ككل أنثى تحب الاعتناء بجمالها ومنظرها حتى لو أنها تنتمي إلى عائلة محاربين (تمارس فنون القتال)، **الثانية** تتمتع مولان بشخصية قوية وعفوية وحنونة على والدها الذي كان مستعدا للتضحية بحياته في سبيل إنقاذ الوطن الأم.

الشكل رقم (25): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 5 (وصول مبعوث الامبراطور وتسليم امر التجنيد لوالد مولان)

المصدر : من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan، 2020 لمنصة iQIYI**

استخدمت هذه التمثلات (الدلائل والرسائل) بهدف ترك انطباع إيجابي لدى الجمهور العالمي خاصة الغربي عن المرأة الصينية التي تتمتع بشخصية جذابة لجعلها مثالا تسعى كل الفتيات للاقتداء به، وهذا للرد على الصورة النمطية السيئة عن المرأة الصينية التي أرادت **Disney** تمريرها من خلال فيلم **Mulan** النسخة الحية، كما أراد المخرج إظهار مدى ولاء وانضباط الشعب الصيني لحكامهم وبالدرجة الأولى لوطنهم الأم فهم مستعدون للقتال ضد أقوى الخصوم لحمايته. وفي ذلك إيحاء لخصوم الصين على الساحة الدولية بأنها دولة قوية تمتلك جيشا احتياطيا (قوة بشرية) مدربا على القتال ومستعدا لدخول المعركة للدفاع عنها في حالة أي هجوم لأي عدو، فعدد السكان الكبير يعتبر أحد أهم موارد القوة التي ترتكز عليها الصين من أجل فرض تموقع جيوسياسي كفاعل على الساحة الدولية.

المشهد 6 (والد مولان يقدم لها هدية عيد ميلادها عشية ذهابه للجبهة):

حرص مخرج الفيلم في هذا المشهد على إبراز العلاقة بين أفراد العائلة وبشكل خاص علاقة **Hua Mulan** بوالدها، فقد صور هذا المشهد في غرفة الطعام أين كان أفراد العائلة يتناولون وجبة العشاء في صمت بسبب حزنهم على ذهاب الأب إلى جبهة القتال وهو غير قادر على القتال، فكانت مولان ترمقه بنظرات حزينة فانتبه لذلك وأعطاها الهدية التي خطط لأن يقدمها لها في عيد ميلادها وطمأنها بأنه سيعود سالما من الحرب. فقد أظهرت اللقطات المستخدمة والحوار مدى تعلق مولان بوالدها وخوفها عليه، في المقابل أظهرت الأب العطوف والحنون المحب لابنته ورمزية الهدية التي قدمها لها كتذكار يرمز للوعد الذي قطعه لها (أنه سيعود من الحرب سالما)، إذ تم التركيز على إظهار أن الفتاة تحتل مكانة مميزة في الأسرة الصينية وبالأخص لدى الأب كتأكيد لمقولة "إن الفتاة أميرة والدها" و هذا له تأثير على موقف النساء في العالم من الشعب الصيني ونمط حياته الاجتماعية المليئة بالترابط و التكافل فالكل يعمل من أجل الجماعة، فالأمر مختلف في المجتمع الصيني عن المجتمعات الغربية التي تفتقر فيه الفتاة إلى رعاية و حنان الأب و الروابط الأسرية بسبب انتشار قيم الفردانية التي تفكك ترابط الأسر لصالح الخيار و المصلحة الشخصية ، فالمشهد يظهر الأسرة الصينية متماسكة ومتحابة يسودها الاحترام، وهنا حاول الممثلون إبراز الجانب العاطفي الذي يطبع سلوك الفرد الصيني لإظهار مدى طيبته و إنسانيته. والهدف من هذا المشهد هو بناء وترسيخ صورة نمطية عن مكانة المرأة والعلاقات الأسرية في النموذج الصيني الذي عمل فريق إنتاج الفيلم على تسويقه في أجمل صورة للجمهور العالمي، وذلك من خلال إبراز القيم الإنسانية السامية التي يتبناها الفرد الصيني والتي تحدد أسلوب حياته وسلوكه في مختلف المواقف التي يواجهها في حياته، بالإضافة إلى ذلك إظهار الفرق الواضح بين نمط العلاقات الأسرية في المجتمع الصيني والغربي.

الشكل رقم (26): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 6 (والد مولان يقدم لها هدية عيد ميلادها عشية ذهابه للجبهة)

المصدر : من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan، 2020 لمنصة iQIYI**

– المشهد 10 :(اجتماع الجنرال لي مع المجندين الجدد لأول مرة):

صور هذا المشهد النهاري الاجتماع الأول للمجندين الجدد بالجنرال "لي **Li**"، حيث قام داجي جو ومولان بالسخرية من كلمات الجنرال حين قال بأن يجب عليهم إتباع النظام ليبقوا على قيد الحياة، فسمعهما وقام بإطلاق سهم نحوهما وأمرهما بالتزام الصمت في الصف واتباع النظام. وقد وظف المخرج في هذا المشهد اللقطات المقربة والمتوسطة والزاوية التصاعدية في تصوير الجنرال "لي **Li**" وذلك لتعظيم مكانته وإظهار هيبته وقوة شخصيته ومهارته القتالية العالية، وهذا يوحي للجمهور أن قادة الجيش الصيني يتمتعون بالكاريزما والجاذبية والمهارة لإدارة وخوض المعارك مما يثير لديه الإعجاب والتقدير.

ومن ناحية أخرى ارتدى الجنرال "لي **Li**" لباسا يتكون من درع ذهبي نُحت على كتفيه رأس نمر، إذ يعتبر النمر "ملك الوحوش" في الثقافة الصينية، ويرمز إلى القوة والشجاعة والسيطرة والسلطة، وينظر إليه كحامٍ قوي قادر على طرد الأرواح الشريرة وجلب الحظ السعيد، فغالبا ما يستخدم النمر في الثقافة الصينية للدلالة على السلطة العسكرية والقيادة، فحسب فلسفة طاقة الين واليانغ الصينية يرتبط النمر بطاقة "اليانغ (Yang) " التي تُمثل القوة والطاقة الذكورية والإيجابية ويقابله طاقة " الين **(Yin)** " التي تُمثل الطاقة السلبية الأنثوية (Sun,2022) . والهدف من هذا المشهد هو

تمرير رسائل (تمثيلات جيوسياسية) تمثلت في أن قادة الجيش الصيني يتمتعون بالهيبة وشخصيات كاريزماتية تتسم بالشجاعة والحكمة والذكاء، وهم يقودون القوات العسكرية وفق نظام صارم، وتلك رسالة واضحة لبث الخوف في نفوس خصوم الصين تتمثل في أن جيشها قوي ومحكم التنظيم وعلى أهبة الاستعداد لحماية وطنهم وفق ما حملته دلالة ورمزية النمر في الثقافة الصينية، فقائد الجيش هو البطل الذي يدافع عن الأرض والشعب ويطرد الأعداء. وهناك دلالة أخرى ترتبط بالنمر وتتعلق بالفلسفة الكونفوشيوسية الصينية حول طاقة "اليانغ **(Yang)** " و " الين **(Yin)** " التي تعتبر أحد ركائز النموذج الصيني الثقافية التي توظف من أجل جذب وإثارة إعجاب الجماهير من كل أنحاء العالم، فهذه الفلسفة الكونفوشيوسية تتمتع بشعبية كبيرة لدى الكثير من الأشخاص المهتمين بتعلم اليوغا وعلوم الطاقة كنمط للحياة تم استقاؤه من قيم وعادات المجتمع الصيني، إذ أراد المخرج تصحيح الصورة النمطية الخاطئة التي مُرّرت في فيلم **Mulan** الذي أنتجته **Disney** عام 2020 حول طاقة التشي وذلك لتقوية و تعزيز جاذبية هذه الفلسفة واستمرار تأثيرها في الجماهير عبر العالم كونها تعتبر من أهم عناصر القوة الناعمة الصينية.

الشكل رقم (27): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 10 :(اجتماع الجنرال لي مع المجندين الجدد لأول مرة)

المصدر: من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan، 2020 لمنصة iQIYI**

– المشهد 12 (داجي جاو يحضر قطعة صابون لمولان):

حرص المخرج في هذا المشهد على ترسيخ رسالة معينة كرد على الرسائل الخاطئة التي حملها فيلم **Mulan** 2020 لـ **Disney** عن مولان، إذ أظهرها على أنها امرأة لا تهتم بنظافتها الشخصية، في حين صور هذا المشهد من فيلم **Hua Mulan** 2020 لـ **iQIYI** تمثيلا مختلفا للبطلة مولان، فقد أظهرت مجموعة من اللقطات المتوسطة والمقربة لحظة دخول داجي جو إلى المخيم خلسة ليفاجئ مولان بإحضاره لها قطعة صابون فتفرح بها كثيرا. و الهدف من هذا المشهد هو رسم صورة نمطية إيجابية عن المرأة الصينية مفادها بأنها حتى وهي في صفوف الجيش وسط الرجال والحروب لا تنسى الاهتمام بجمالها ونظافتها التي تمثل أنوثتها، فقد عملت الصين على صناعة قوالب نمطية عن معايير الجمال في نموذجها الثقافي والحضاري وعملت على تصديرها للشعوب الأخرى عبر الصناعات الثقافية، فأصبح من المعروف لدى الجمهور العالمي أن الصينيات يتمتعن بالجمال والرشاقة والأناقة واستخدامهن لأجود مواد التجميل، و بالتالي غدت أيقونة للجمال تقتدي بها الفتيات من مختلف أنحاء العالم لذلك يقتنين منتجات التجميل الصينية رغبة منهن في الحصول على نفس نضارة و جمال بشرة الصينيات.

الشكل رقم (28): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 12 (داجي جاو يحضر قطعة صابون لمولان):

المصدر: من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan، 2020 لمنصة iQIYI**

المشهد 16: (عملية إنقاذ الأميرة):

يصور هذا المشهد النهاري الخارجي عملية إنقاذ الأميرة المختطفة من قبل أحد قادة جيش رورران الذي كان ضخما وقوي البنية ويرتدي لباس قبائل البربر الصينية، حيث قامت مولان بالاندفاع خلف الجنود الفارين من المعركة وبحوزتهم الأميرة التي كانت ترتدي هانفو أبيضا وفوقه عباءة بيضاء مطرزة وتغطي وجهها بلثام، حيث قامت مولان بقتل الجنود الذين كانوا يقودون العربة التي فيها القفص الذي احتجزت فيه الأميرة ثم كسرت قفله وأخرجتها منه. وقد استخدم المخرج مجموعة متنوعة من اللقطات وحركات الكاميرا والهدف من ذلك هو جعل أحداث المشهد أكثر واقعية من خلال رصد حركة الشخصيات وتعابير وجوههم وذلك لجعل الجمهور أكثر اندماجا مع مضمون الفيلم، لضمان ترسيخ التمثيلات (الرسائل، الأفكار، القيم، ... الخ) بكل سلاسة بفعل تفاعلهم مع مضمون المشاهد.

وظفت الصورة في هذا المشهد لترسيخ قوالب نمطية معينة تعمل على بناء صورة نمطية عن شعب رورران الذي ينتمي إلى قبائل البربر الصينيون، و تمثلت هذه القوالب النمطية في أن قبائل البربر في الصين يتمتعون ببنية جسدية قوية وضخمة ومهارات قتالية عالية ويتمتعون بشخصية حادة و خشنة، و لهم نمط حياة قاسٍ و لباس مميز مصنوع من فراء الحيوانات، في حين مثلت الأميرة سكان السهول الوسطى الذين يعتبرون أكثر تحضرا والتزاما بالآداب والإتيكيت في مختلف جوانب الحياة، ويتميزون بلباسهم الجميل الهانفو الذي يصنع من الحرير وبألوان زاهية، وهذا يدل على ثراء و تنوع الثقافات في الصين و التي تختلف من إقليم لأخر ومن أقلية لأخرى، فالتنوع الثقافي يعتبر موردا هاما من موارد القوة الناعمة الصينية التي تجذب و تستقطب المئآت من كل أنحاء العالم.

الشكل رقم (29): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 16: (عملية إنقاذ الأميرة)

المصدر: من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan**، 2020 **لمنصة iQIYI**

المشهد 28: الحوار الذي دار بين مولان والجنرال لي في السجن:

يصور هذا المشهد في زنزانة المعسكر الحوار الذي دار بين "مولان" والجنرال "لي **Li**" بعدما اكتشف هويتها الحقيقية بأنها امرأة وليست رجلا، إذ بدأ المشهد بدخول الجنرال "لي **Li**" وفي يديه جرتين تحتويان على شراب ووضعهما على الطاولة ثم تناول رشفة وبدأ الحوار بسؤال مولان "**لماذا؟**"، فجلست و تناولت الجرة واحتست منها ثم بدأت تجيبه، و هذا له دلالة مرتبطة بعادات و تقاليد الصينيين فمن آدابهم أن يقدموا الشراب للشخص الذي يرغبون بالدردشة معه احتراما له حتى لو كانوا أعلى رتبة منهم، فقد استمع الجنرال "لي **Li**" بتعاطف "لمولان" وهي تحكي له السبب الذي دفعها للتنكر على هيئة رجل حيث كان دافعها **الأول:** هو إنقاذ حياة والدها العجوز من الموت في ساحة المعركة، وهذا ما يدل على أن للأب مكانة مميزة لدى الشعب الصيني فحتى وإن كبر الأبناء فإنهم يبقون مرتبطين بأسرتهم بعكس المجتمعات الغربية التي تكون فيها العلاقات الأسرية فاترة ، أما السبب **الثاني:** هو رغبتها في تجاوز شعور الإحباط والفشل من خلال قيامها بعمل تتقنه وتحبه تثبت به مكانتها كفرد ناجح داخل مجتمعها، تنجح في تحقيق إنجازات وتساهم في تطوير بلدها، وهذا ما جعل الجنرال "لي **Li**" يسامحها ويقرر منعها من دخول المعارك القادمة و ذلك حفاظا على حياتها، عكس ما أظهرته **Disney** من خلال فيلمها بأنه تم نبذ مولان كونها تمارس الكونغ فو (اعتبارها ساحرة) وعدم اتاحة الفرصة لها للدفاع عن نفسها، فإبعاد مولان من الجيش في السردية الصينية لقصة الأسطورة كان فيه

حماية لها وليس إقصاءها، وهنا أراد المخرج أن يظهر للجمهور العالمي أن المرأة في الصين تحظى بفرصة متساوية مع الرجل فيما يتعلق بمثولها أمام القانون وتعطى فرصة للدفاع عن نفسها، فهي تتمتع بحقوقها الكاملة، بالمقابل فهي تقوم بواجبها اتجاه أسرتها ومجتمعها حبا وإخلاصا لأن هذا يرتبط بتحقيق الشرف. كما ركز المخرج على إظهار الجانب الإنساني للقائد وعلاقته الطيبة بجنوده التي تؤكد على تماسك النسيج الاجتماعي داخل الجيش الصيني في جو يسوده التفاهم والحوار والتكافل.

الشكل رقم (30): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 28: الحوار الذي دار بين مولان والجنرال "لي **Li**" في السجن

المصدر: من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan**، 2020 **لمنصة iQIYI**

المشهد 34: (الحوار الذي دار بين مولان والجنرال "لي Li" قبل المعركة الحاسمة مع جيش روران):

صور المشهد عبر مجموعة من اللقطات المتوسطة والمقربة والجانبية الحوار الذي دار بين مولان والجنرال "لي **Li**" قبل المعركة الحاسمة ضد جيش روران، أين ظهرت مولان بهانفو أبيض وفي هذه الحالة له دلالة رمزية ترتبط برغبة مولان في الانتقام لموت صديقها زيون وكل الضحايا الذين ماتوا في الحرب وبالتالي يرمز اللون الأبيض هنا للحداد والانتقام. بينما تمثلت دلالة الحوار تحديدا في قول مولان: **(طالما أنت على قيد الحياة، فإن جيشنا لن يخسر الحرب، بلدنا**

لن تخسر الحرب) على المكانة المرموقة التي يتمتع بها قادة الجيش في الصين إذ يعتبر ركيزة الجيش والحارس الذي يحمي الشعب والوطن من الخطر، ويمثل رأس الحربة والعقل المدبر الذي يعتمد عليه نصر الأمة وليس الإمبراطور كما أظهره فيلم Mulan 2020 لمؤسسة **Disney** لأنه يتغير بحكم مبدأ التداول على السلطة.

الشكل رقم (31): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 34: (الحوار الذي دار بين مولان والجنرال قبل المعركة الحاسمة مع جيش روران)

المصدر: من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan**، 2020 **لمنصة iQIYI**

المشهد 41 (الحوار الذي دار بين الإمبراطور ومولان بعد نهاية الحرب وتحقيق النصر):

صور هذا المشهد اللقاء الذي جمع مولان والامبراطور بعد نهاية المعركة الحاسمة وانتصار جيش مملكة وي الشمالية على جيش روران بفضل نجاح الخطة التي رسمتها و نفذتها مع وزملائها، استقبل الإمبراطور "تاو توبا" الذي كان شابا في مقتبل العمر يتميز بشخصية طيبة ومتواضعة "مولان" ليشكرها على إنقاذها حياته ومساعدتها للجنرال "لي **Li**" لإنقاذ المملكة، وأثنى عليها قائلا: **(نساء بلادنا قويات مثل رجالنا، ولقد أثبت حبك لكل من والدك وبلدك الأم فكيف لي أن الومك).**

الشكل رقم (32): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 41 (الحوار الذي دار بين الامبراطور ومولان بعد نهاية الحرب وتحقيق النصر)

المصدر: من تقطيع الباحثة، فيلم، **Hua Mulan**، 2020 **لمنصة iQIYI**

وبالتالي عمل المخرج من خلال هذا المشهد على تصحيح الصورة النمطية التي أرادت مخرجة فيلم **Mulan** (2020) الذي انتجته شركة **Disney**، والتي أظهرت الإمبراطور رجلا عجوزا ومغرورا للدلالة على أن رئيس الصين وقائد الحزب الشيوعي لم يبق له سوى أيام معدودة في حياته و سيزول حكمه، و بدلا من ذلك أظهر مخرج فيلم **Hua Mulan**، 2020 لمنصة **iQIYI** الإمبراطور شابا صغيرا وذلك لتمرير رسالة للخصوم، على رأسهم الولايات المتحدة الأمريكية، مفادها أن الصين تحتوي على طاقات شبابية (نساء ورجال) تتمتع بكفاءة عالية لها ولاء للوطن وللشعب و ذلك كتحذير لهم من محاولة المساس بأمنها القومي، لأنهم سيواجهون مقاومة شرسة ستلحق بهم الهزيمة، فالصين تختلف عن باقي الفاعلين على الساحة الدولة.

المشهد 43 (خاتمة الفيلم):

صور المشهد الختامي للفيلم ارتباط المرأة الصينية بعاداتها وتقاليدها التي تحمل في طياتها رمزية ودلالة معينة ترتبط بمناسبات ومواقف معينة وهي راسخة في الذاكرة الجماعية (المخيال الجمعي) والثقافة الشعبية للشعب الصيني، فقد أراد المخرج إظهار رمزية **Sakura /Cherry Blossom** (زهرة الكرز) وعلاقتها بالمرأة الصينية من خلال مجموعة من اللقطات التي تشكل أجزاء هذا المشهد، ففي الجزء **الأول:** صوّرت مجموعة من اللقطات المقربة والمقربة جدا مولان وهي تتزيّن برسمها زهرة Sakura باللون الأحمر للدلالة على الأنوثة والفرح والحظ السعيد (tour, 2025)، أما دلالة اللون الأحمر في الهانفو الذي ارتدته مولان في هذا المشهد فهي ترمز

إلى شخصيتها المخلصة والشجاعة، أما في القسم الثاني: تصور مجموعة من اللقطات المتوسطة والمقربة خروج مولان لاستقبال زوّارها، فتتبلور دلالة الهانفو الأحمر ورمزية Sakura للتعبير عن الاحتفال بالنجاح و استقبال الأصدقاء (CharmingChina, nd).

الشكل رقم (33): فوتوغرام مأخوذ من المشهد 43 (خاتمة الفيلم)

المصدر: من تقطيع الباحثة لفيلم **Hua Mulan**، 2020 **لمنصة iQIYI**

يظهر الجزء الأخير من المشهد الختامي للفيلم بلقطة عامة فناء بيت مولان حيث كان هناك سيفها مغروزا في التراب بجوار شجرة الكرز، وفي هذا السياق فإن دلالة زهرة Sakura ترتبط بالمحاربين أو الساموراي في الثقافة اليابانية خاصة والشرقية عامة، إذ ترمز فترة الإزهار القصيرة للكرز إلى حياة المحاربين التي كانت تعتبر قصيرة وجميلة كونها مليئة بالتحديات والتجارب الفريدة من نوعها منذ حمله السلاح أثناء التدريب وصولا إلى استخدامه من أجل القتال دفاعا عن وطنه، أفكاره، ...الخ (Tan & Tan,2013). والهدف من ذلك هو التصدي للهجوم الذي شنته **Disney** و الذي أرادت به تشويه رمزية زهرة **Sakura** في الثقافة الصينية و إظهارها سلبية من خلال توظيفها بشكل بشع في زينة مولان أثناء ذهابها للخاطبة في فيلم **Mulan** لعام 2020، بمعنى أن الصينيين يشوهون جمال زهرة الكرز، لذلك عمل مخرج فيلم **Hua Mulan**، 2020

لمنصة **iQIYI** على إظهار رمزية زهرة **Sakura** في الثقافة الصينية التي تحمل مدلولات جميلة كما هو الحال في الثقافة اليابانية والكورية وذلك لإدراكه أن الجمهور المستهدف (جيل التسعينات و جيل Z) هم أوتاكو **Otaku** (محبو الثقافة اليابانية) والهاليو **Hallyu** (محبو الثقافة الكورية)، كون زهرة **Sakura** لها مكانة لدى جيش المحبين بثقافة هذين البلدين، أي أنها تعد أحد عوامل الجذب التي توظفها اليابان و كوريا لاستقطاب المعجبين وهذا ما سيجعلهم ينجذبون للثقافة الصينية أيضا و بالتالي تعزز جيش **Sinophiles** أي المحبين للصين و ثقافتها. كما تشير دلالة العبارة التي اختتم بها راوي قصة فيلم **Hua Mulan** (2020) إلى استعادة الصين لسردية قصة الأسطورة الشعبية الصينية للمحاربة **Hua Mulan** كرد على سردية **Disney** (الأمريكية) التي جاءت في فيلم **Mulan** (2020).

III – مناقشة نتائج تحليل الأفلام:

1 – يعتبر فيلم **Mulan** بنسختيه الكرتونية (1998) أحد أشهر أعمال مؤسسة **Disney** للإنتاج الفني والذي كان نافذة للمجتمع الأمريكي (لتكوين الصورة النمطية عن الآخر في ذهن الفرد الأمريكي خاصة و الدولي عامة) على الحضارة والثقافة الصينية التي يجهلها الكثيرون خاصة في الفترة التي كانت لم تبرز فيها الصين بعد كأحد الأقطاب السياسية و الاقتصادية والثقافية على الساحة الدولية، انطلاقا من قصة شعبية في التراث الشعبي الصيني، حيث حرص فريق العمل الذي أشرف على إنتاج الفيلم الحي **Mulan** (2020) على رأسه المخرجة **Niki Caro** على رسم صورة نمطية معينة عن المجتمع الصيني والثقافة (القيم، المعايير، العادات والتقاليد، ...الخ) التي تشكل مكونات النموذج الصيني بعدما أصبح أحد الأقطاب المنافسة للنموذج الأمريكي، وتم تمثيل صورة أفراد المجتمع الصيني من خلال : **أولا سكان مملكة "مولان"** (الأب، الجنرال تونغ، الإمبراطور) فهم أشخاص ذوو طباع حادة وقاسية ومتعصبون لعقيدتهم أي النظام القيمي الذي يعشون وفقه، والقائم حسب ما جاء في فيلم **Mulan** (2020) على معتقدات متخلفة تحديدا "**مفهوم الشرف**" وفق الصورة النمطية المأخوذة عن المجتمعات الشرقية عامة التي تقصي المرأة كفرد أساسي وفعال في الأسرة والمجتمع وتحصره فقط في دور ثانوي وهو الزواج من أجل الحفاظ على ماء وجه عائلتها.

ثانيا شعب قبائل "روران" الذين صورهم الفيلم على أنهم حفنة من الصعاليك المحتالين ويتسم سلوكهم بالغوغائية والهمجية، وأن هناك صفة وحيدة مشتركة بينهم هي الطمع و التعطش لسفك الدماء والسلطة، وبالتالي فالصين القديمة كانت عبارة عن مجتمع طبقي إقطاعي، يتكون من الطبقة البرجوازية الحاكمة والنبلاء الأثرياء الذين يسكنون القصور الفاخرة وينعمون بالرفاهية، أما باقي أفراد المملكة فيعيشون في أكواخ وخيام و حياتهم بائسة خالية من كافة مظاهر البهجة أو التمدن، انقطعت بينهم لغة الحوار وسادت بينهم لغة السيوف، بما يوحي بعدم وجود عدالة

اجتماعية داخل الدولة. أما الثقافة الصينية فتتمثل في مجموعة من الأفكار الرجعية التي تقيّد حرية المرأة حيث تم تصويرها بهيئة لا تمثل المرأة الصينية على أنها مستعبدة ومستضعفة من قبل باقي أفراد المجتمع، وليس لها حرية **الخيار الفردي** في اختيار مسار أخر في حياتها وإظهار مهاراتها، مما يثير نفورا لدى النساء من مرتكزات النموذج الصيني في باقي المجتمعات خاصة المتأثرات بأفكار الحركات النسوية التي تنادي بحرية المرأة. كما تم تصوير المرأة الصينية على أنها امرأة تفتقر إلى حس الجمال الأنثوي من حيث اهتمامها بنظافتها وكذا طريقة وضع المكياج وتصاميم الملابس التي توحي بأنهن قبيحات وغير متحضرات، وكل ذلك بهدف تعطيل جاذبية معايير الجمال الخاصة بالنموذج الصيني.

يمكن ببساطة ملاحظة الفرق الشاسع بين تصوير مختلف الممالك الأسطورية للحضارات الغربية التي تصور على أنها مدن جميلة تحوي مظاهر التحضر والرقي تماشيا مع الحقبة التاريخية التي تدور فيها أحداث تلك القصص، وبين المملكة الصينية التي تم اتخاذها مسرحًا لأحداث فيلم **Mulan** (2020)، أي أن مؤسسة **Disney** عملت على صناعة وغرس صور نمطية مشوهة عن الحضارة والثقافة الصينية، من خلال تزييف الحقائق عنها بمحاولة إدراج التفسيرات الغربية الاستشراقية لبعض العناصر داخل النموذج الصيني المتعلقة أساسا بالحريات الفردية مثلما فعلت من قبل في كثير من أعمالها التي تصور الحضارات والشعوب الأخرى كالشيوعيين "روسيا" والعرب ... الخ.

في حين، عمل فريق إنتج فيلم **Hua Mulan** (2020) على تصحيح تلك الصورة النمطية الخاطئة عن النموذج الحضاري والثقافي الصيني التي أرادت مؤسسة **Disney** تمريرها عبر مضمون فيلم **Mulan** (2020)، فيما يخص مكانة المرأة في المجتمع الصيني فقد تم إظهارها في فيلم شركة منصة iQIYI على أنها تتمتع بمكانة مميزة في الأسرة وكذا المجتمع كفرد فعال تساهم في تحقيق الشرف (حفظ ماء وجه) عائلتها ودولتها عن طريق الإنجازات المحققة في كل الميادين و ليس

فقط الزواج من عائلة نبيلة، إذ لا توجد أية قوانين وعادات تمنعها من حرية اختيار طريقها الخاص بل بالعكس فلطالما كانت الأعمال الصينية تظهر المرأة الصينة محاربة عظيمة تتمتع بالذكاء والقوة والجمال و تتقلد مختلف المناصب العسكرية والمدنية في الدولة وذلك بناء على كفاءتها وإنجازاتها مثلها مثل الرجل، هذا الأخير أيضا عمل فريق الإنتاج على إظهاره على أنه إنسان يتمتع بشخصية رحيمة ولطيفة وعطوفة اتجاه أفراد أسرته أو شعبه أو جنوده، كإثبات بأن القادة (أولياء الأمور) في الصين على اختلاف مناصبهم ومجال مسؤولياتهم (الدولة، الجيش، الأسرة) يتمتعون بالحكمة والحنكة والصرامة في إدارة مختلف المواقف، وأهم ميزة هي امتلاك مهارة الاستماع لرأي الأفراد الآخرين داخل نطاق المنضمة بتقدير مهما كان مكانته، واعطاؤه حق الدفاع عن النفس في حالة ارتكاب الأخطاء، عكس ما تم عرضه من خلال فيلم **Mulan** (2020) الذي صور الأب، الجنرال تونغ، الإمبراطور (أولياء الأمور) متعصبين لأفكارهم الرجعية ولا يعطون أي مجال للنقاش، أي يفتقرون للغة الحوار والحكمة في إدارة المواقف.

2 – اعتمد فريق الإنتاج الأمريكي على الدمج بين الواقع و الخيال في إخراج مضمون فيلم **Mulan** (2020)، حيث تم استخدام تقنيات سنيمائية عالية في تحريك حركة الشخصيات الخيالية (طائر العنقاء، الساحرة الخارقة)، بالإضافة إلى المؤثرات البصرية المبهرة كتحول الساحرة من هيئة بشرية إلى نسر والموسيقى الرائعة التي تسحر عقول وقلوب الجماهير خاصة الأطفال، وهذا ما تتميز به مختلف أعمال **Disney** التي تبيّن قدرات الأبطال الخارقة الذين يعتمدون على السحر خاصة وإظهاره على أنه أمر رائع ومثير من خلال توظيف الألوان الخلابة و غيرها من المؤثرات البصرية التي تعمل على تخدير العقول **(صناعة الوهم)** وتجعلها أسيرة الخيال فتبعدهم عن الواقع الحقيقي، حيث تم تصوير شخصية الساحرة هنا على أنها شخص جيد فهي ضحية التقاليد الظالمة للمجتمع الذي نبذها ونفاها بسبب قوتها الروحية ومهارتها القتالية فاتبعت طريق الشر لكن في أعماقها تود أن تتبع الخير وهذا ما دفع "بوري خان" لاستغلالها لتحقيق انتصاراته، وهذا فيه تبرير للأشرار الذين اقترفوا جرائم في حق الأبرياء، بالإضافة إلى تصوير العنف على

أنه وسيلة للبقاء ولتحقيق السعادة وسط عالم تملؤه الصراعات الفردية بين الخير والشر (تمثيل العالم على أنه غابة يحميها قانون البقاء للأقوى)، وهو ليس صراع بين طبقات المجتمع أو الأمم، و هذا لغرس القيم و الأفكار (الأساطير) التي تحكم العلاقات الدولية في الأجيال القادمة لضمان استمرارية شرعيتها ضمن الذاكرة الجماعية (المخيال الاجتماعي) للمجتمع الدولي، فلا يمكن أن يخلو أي مضمون إعلامي من الأساطير (التمثيلات) الخمس التي ذكرها هيربرت شيللر في كتابه **المتلاعبون بالعقول** كونها ما يبقي سيطرة الطبقات المهيمنة على أفراد القطيع الأليف. بالإضافة إلى الاعتماد على التصوير بكاميرات عالية الدقة من أجل الحصول على فيلم ذو جودة عالية يتناسب مع وسيلة البث الجديدة لمؤسسة **Disney** والتي تتمثل في منصة "**Disney +** " التي تم إطلاقها قبل عامين من عرض هذا الفيلم في فترة جائحة كورونا، استجابة لخصوصية الجمهور المستخدم لمنصات بث الفيديو حسب الطلب **VOD** فغالبيته من جيل التسعينات وجيل **Z** وألفا، ...الخ الذي تربى تماما على التعامل مع المحتوى عبر الإنترانت وتطبيقاتها باستخدام مختلف الوسائط.

في حين، اعتمد فريق الإنتاج الصيني في إخراج **Hua Mulan** 2020 على تقنيات التصوير الواقعي دون المبالغة في إدخال مؤثرات بصرية خيالية، فقد تم استخدام خدع سينمائية لإظهار القوة البدنية لبعض الشخصيات كمساعد قائد جيش رووران أثناء المعارك وذلك لتمرير صورة نمطية معينة عن المحارب الصيني مفادها أنه يتمتع بالقوة والكاريزما لإثارة إعجاب الجماهير /المستخدمين، أو تتبع حركة الأسلحة المستخدمة كالسهام، بالإضافة إلى تصوير التفاصيل الدقيقة كتطاير غبار مساحيق التجميل من الفراشي، بالإضافة إلى تناسق توزيع اللقطات وحركات الكاميرا أي المونتاج مما أعطى راحة ومتعة تتناسب و طبيعة المحتوى على منصات بث الفيديو **VOD** أي منصة **iQIYI** التي تم إطلاقها في 2010 ، فهي تقدم تجربة مميزة للمستخدم من خلال مختلف المزايا التقنية والخدمات التي تجمع بين المجانية و المدفوعة بالإضافة إلى التنوع في محتوى الصناعة الثقافية الحصرية المنتجة من قبل فريق الإنتاج التابع

لشركة المنصة التي تستفيد من الدعم والتطوير التكنولوجي المقدم من شركة Baidu الصينية للتكنولوجيا، وكل ذلك لإظهار القصة أكثر واقعية لتكون أقرب للقبول و التصديق من قبل المستخدمين، مما يعطي قابلية أكبر لترسيخ التمثيلات (القوالب) التي تشكل الصورة النمطية الإيجابية عن كل مكونات النموذج الثقافي والحضاري الصيني بلمسة بسيطة وإبداعية، مع الحرص على إظهار التفوق التكنولوجي من خلال جودة الصورة والصوت والحبكة الدرامية وأسلوب البث والعرض التي تقدمها منصة **iQIYI**، التي تعتبر شركة رائدة في السوق الصينية لخدمات الإعلام والترفيه عبر الإنترنت، ومن خلال توسيع نطاق بث خدماتها تدريجيا عبر دول العالم ستنافس بقوة المنصات الأمريكية في خدمات الإعلام والترفيه عبر الإنترنت.

3 – يتميز دائما أبطال قصص أفلام ومسلسلات **Disney** الكرتونية أو الحية بشخصيات مميزة وملهمة للآخرين، إذ يعمل كتّاب السيناريو و الرسامون ...الخ على تصميمها بدقة لتكون نموذجا رائعا يحلم أفراد الجمهور بالخصوص الأطفال والشباب بالاقتداء بها، فغالبا ما يصور الأبطال على أنهم من الجنس الأبيض وأقوياء، لا يقهرون ويسعون دائما إلى تحرير العالم من الأشرار، حيث هنالك تنوع في الشخصيات بين الشريرة والمضحكة والطيبة و العاطفية و لكن جاءت شخصية **Mulan** في فيلم **Mulan** في نسخته الحية لعام 2020 مختلفة عن شخصية **Mulan** في النسخة الكرتونية، إذ تميزت بالشجاعة و التحرر أي شخصية قوية و متمردة تعرف ما تريده وترفض الخضوع لقوانين المملكة التي تدفن موهبتها (قوتها الروحية) باسم الشرف الذي يملي عليها حسب سردية **Disney** أن تجلب الفخر من النجاح في الزواج من عائلة محترمة دون أن يكون لها فرصة لتحقيقه؟؟؟ من خلال إنجازات فردية في مجالات أخرى، وبالتالي تم إظهار أن سبب دخول **Mulan** الجيش بدلا من والدها ليس من أجله وعائلتها كما هو في النسخة الأصلية للأسطورة التي عرضت من خلال فيلم الكرتون سنة 1998، بل السبب الحقيقي هو رغبتها في تحقيق طموحاتها التي تختلف تماما عن باقي الفتيات في مملكتها. والهدف الذي أرادته **Disney** من هذا التغيير هو جعل شخصية **Mulan** في النسخة الحية لسنة 2020، نموذجا لتقتدي به

المرأة الصينية مما يشجعها على التمرد والتحرر من العادات والتقاليد من أجل فعل ما تريده أي زرع الشك و النفور تجاه النظام القيمي الذي بني عليه النموذج الصيني وزعزعة شرعيته كعقيدة لأفراد المجتمع، فالمرأة تعتبر الركيزة الأساسية لأي مجتمع لذلك يتم التركيز عليها في الحروب النفسية والديبلوماسية والثقافية التي تعمل على تفكيك العدو من الداخل دون أن يشعر بذلك، في حين تم تصوير **Mulan** على أنها فتاة مهملة لنظافتها الشخصية فدائما ما كان وجهها متسخا ورائحتها كريهة وفي هذا إساءة وتشويه لصورة المرأة الصينية لدى الرأي العام الدولي.

وجاءت شخصية **الأب:** تجمع بين الحنية في تعامله مع **Mulan** وأختها بعاطفة الأبوة، ولكن له جانب من القسوة نابعة من كبريائه المجروح بسبب عجزه الناتج عن تعرضه لإصابة في قدمه أثناء أحد المعارك بالإضافة إلى تعصبه لقضية شرف العائلة الذي يقتضي قتاله من أجل حماية حياة الإمبراطور، وحينما أرادت **Mulan** أن تقترح عليه فكرة أن تحل محله، ثار غضبه عليها. وتم إظهار **الشباب** (زملاء مولان) على أنهم يتمتعون بشخصية مرحة وعفوية وبسطاء (عامة الشعب) وما يميزهم أن لهم قابلية لتقبل الأفكار الجديدة الشاذة عن نظامهم الاجتماعي ودعمها ليشكلوا جماعة ضغط على القادة الذين يمثلون الجيل القديم المتعصب المتمسك بالنظام القيمي (قيم، عادات، أفكار،) للمجتمع الذي وضعه أسلافهم وينبذون كل من يخالفه، كشخصية الجنرال (تونغ)، كدلالة على أن الشباب بإمكانهم إحداث التغيير عن طريق تشكيل رأي عام موحد كمجموعة ضاغطة لدفع قادة الحزب للرضوخ لمطالبهم مستقبلا. بالإضافة إلى شخصية "**بوري خان**" التي كانت شخصية شريرة تتمتع بالقوة والكاريزما والذكاء، حيث جسدت أحد تمثيلات (أساطير) مخيال المجتمع الدولي المتمثلة في: "**الطبيعة الإنسانية غير القابلة للتغيير**" وهي السعي نحو حيازة القوة والنفوذ (السلطة) التي تقودها الطبيعة البشرية غير قابلة للتغيير ولا سبيل لتحقيق ذلك إلا عن طريق العنف أي الحرب و إراقة الدماء، والتي يستخدمها الفاعلون الدوليون كذريعة لكسب الشرعية لسياستهم في إدارة التنافس والصراعات أمام الرأي العام الداخلي والخارجي، أما شخصية **الساحرة** فكانت حزينة وتخفي ألما عميقا في داخلها ناتجا عن تخلي

عائلتها عنها ونفيها من مملكتها بسبب امتلاكها قوة روحية هائلة وتصميمها على تطويرها وعدم إخفائها، مما دفعها لاتباع طريق الشر بحثا عن العدالة وبناء عالم جديد مبني وفق نظم تقبلها على طبيعتها، و هنالك شيء مشترك بين مولان والساحرة، وهو سعيهما للحصول على الحرية و العدالة، و لكن لكل منهما نظرتها الخاصة فيما يخص كيفية تحقيق هذا الهدف، فالفيلم تمحور حول فكرتين أساسيتين وهما السعي وراء الحرية و السعي للحصول على السلطة ظاهريا، أما الأفكار الضمنية فكلها تشكل قوالبا لبناء صورة نمطية مشوهة عن مكونات النموذج الصيني لدى الجمهور الصيني و الجمهور العالمي.

في حين ، يتميز دائما أبطال قصص أفلام ومسلسلات والمانهوا الصينية أيضا بالشخصيات الساحرة والجذابة التي تكون ملهمة للآخرين في العديد من المجالات كالجمال، فنون القتال، الأدب والموسيقى ... الخ، فدائما ما يعمل المنتجون الصينيون على توظيف قوالب معينة في تصميم شخصيات قصص مختلف الصناعات الثقافية (الأفلام، المسلسلات، ... الخ) وذلك من خلال حبكة درامية محكمة التصميم، فلكل شخصية صفات ظاهرية ومعنوية تميزها عن باقي الشخصيات في الأعمال الأخرى، لتعمل على جعل الممثلين عبارة عن أيقونات فريدة من نوعها وتشكيل علاقة وطيدة بينهم وبين جمهورهم نتيجة تأثرهم وإعجابهم الشديد بشخصية ممثل في أحد أدواره مما يولّد لدى معجبيه الولاء له ومتابعته في كل أعماله، فهؤلاء الممثلين يجسدون سفراء الثقافة والحضارة الصينية للعالم. لذلك يبذل فريق إنتاج منصة **iQIYI** على تصميم أدق التفاصيل في بناء عناصر رسائل المحتوى الذي تبثه لتعمل على التسويق الإيجابي الفعال لمختلف عناصر النموذج الصيني الحضاري والثقافي.

فقد عمل فيلم **Hua Mulan** 2020 على إظهار شخصيات قصة الأسطورة الشعبية **"Mulan "** بشكل مغاير لما جاء في فيلم **Mulan** 2020، فكانت شخصية البطلة **"Mulan "** تجمع بين الرقة والصلابة الطفولية و النضج و الذكاء و الشجاعة و القوة، أي كانت شخصيتها تجمع بين صفات الأنوثة وصفات المحاربين، فقد تم تصويرها على أنها فتاة عفوية و بريئة مما يدل على

نقاء روحها وصدقها خاصة حينما تعاطفت مع والدها العجوز وخوفها عليه من الموت في ساحة المعركة فقررت أن تحل محله في الجيش الإمبراطوري لإنقاذ حياته ولتحقق إنجاز يجعل أسرتها فخورة بها كون هذا شكلا من أشكال الشرف في المجتمع الصيني، لذلك تم إظهارها على أنها كانت بارعة في فنون القتال (الكونغ فو) التي كانت تتدرب عليها منذ صغرها كونها ابنة محارب دون أن يكون هناك أي مانع في ذلك، كما أنها كانت شديدة الحرص على الاهتمام بمظهرها وجمالها كجزء من روتينها الأنثوي اليومي فهي لم تهمل نظافتها ومظهرها حتى وهي داخل معسكر الجيش، كل هذا يجعل من **Mulan** شخصية مميزة وملهمة للفتيات من مختلف أنحاء العالم خاصة وأنه تم إبراز جانبها الإنساني من خلال البكاء والحزن على موت صديقها في أحد المعارك وتعاطفها مع الطفل اليتيم ووالدها العجوز.

فقد ركز المخرج على استخدام الاستعمالات العاطفية للتأثير على عاطفة الجمهور وذلك لغرس صورة نمطية إيجابية عن قادة الجيش والشعب الصيني، مفادها أنهم يتحلون بالمبادئ الإنسانية كالرحمة والتسامح وذلك من خلال شخصية الجنرال "لي **Li**" الذي كان يتمتع بأخلاق الفرسان المحاربين، كالرحمة والتسامح حينما قام بإعطاء **Mulan** الفرصة لشرح سبب دخولها الجيش على هيئة والدها حيث قام باحتجازها في السجن حماية لها وحرصا على حياتها أثناء خوض المعارك ضد جيش روران، بالإضافة إلى تكفله بالطفل اليتيم، وفي نفس الوقت تم إظهار الجانب الآخر من شخصيته كقائد للجيش التي تجمع بين القوية والصرامة والكاريزما والذكاء والمظهر الجميل، بالإضافة إلى القوة الجسدية والمهارات القتالية العالية، وهذا ما يتم عادة إظهاره عبر مختلف الأعمال التاريخية الصينية التي تتمحور حول حياة المحاربين وقادة الجيش الذين تكون حياتهم شبيهة بفترة إزهار شجرة الكرز، قصيرة و جميلة، و دائما ما تكون ملهمة للشباب وتدفعهم لدخول نوادي تعليم فنون القتال "كالكونغ فو" التي تعتبر ايقونة من أيقونات الحضارة و الثقافة الصينية التي تتمتع بالسحر والجاذبية وتحظى بشعبية كبيرة لدى الجماهير عبر مختلف دول العالم. وكانت شخصية الأب ملهمة لـ **Mulan** منذ صغرها مما أعطاه مكانة مميزة في قلبها، فقد

كان أبًا حنونا وعطوفا في تعامله معها (البنت أميرة أبيها)، مما يوحي أن الفتاة في المجتمع الصيني تحظى بمكانة مميزة داخل أسرتها الدافئة والمتماسكة بفضل المودة بين أفرادها، عكس ما تم إظهاره في فيلم **Mulan** 2020 لـ **Disney** التي أظهرت الأسرة وفق النظرة الغربية، في حين كانت شخصية الإمبراطور الشاب "**تاو توبا**" تتمتع بالحماس والحيوية والقوة والشجاعة بالإضافة إلى التواضع، و هذا ما يعكس الروح القيادية الواعدة للتنين الأحمر الذي يتطلع للريادة والهيمنة على الساحة الدولية في المستقبل، بالاعتماد على كفاءة موارده البشرية الشابة التي تدار بحكمة من قبل قادة الحزب الشيوعي كرد على الصورة التي أرادت **Disney** تمريرها من خلال فيلمها الذي أظهر شخصية الإمبراطور على هيئة عجوز طاعن في السن لا يقوى على القتال.

4 – جاء ديكور فيلم **Mulan** 2020 من إنتاج مؤسسة **Disney** الذي بث على منصة **Disney +** مختلفا عن ديكور الصين القديمة في تلك الحقبة التاريخية التي دارت فيها أحداث قصة أسطورة المحاربة **Hua Mulan**، أي لا يعكس تماما الثقافة الصينية في تلك الفترة ولا خصوصية مجتمع السلالة التي تنتمي إليها بطلة القصة و ذلك من حيث: **اللباس** الذي كان بعيدا عن طراز الهانفو للمملكة، و كذا **الهندسة المعمارية للمباني** فالطراز المعماري للمجمع السكني (**تولو tǔlóu**) الذي تعيش فيه **Mulan** يعود لشعب هاكا **Haka** في جنوب الصين وعليه فالموقع الجغرافي الذي اختاره فريق إنتاج فيلم **Mulan** 2020 لا يعكس الموقع الحقيقي الذي جرت فيه أحداث القصة، حيث صُوّرت المدينة الإمبراطورية على أنها مدينة فاخرة وثرية أين تنتشر البيوت والحدائق الفخمة على الطراز الصيني التقليدي الحديث مقارنة بالحقبة التاريخية للأسطورة وكان القصر الإمبراطوري فخما وجميلا، بالرغم أن **Disney** أخطأت في اختيار عناصر الديكور لكن كان هذا مدروسا لتمويه الرسائل الضمنية التي أرادت تمريرها للجمهور العالمي، كحركة لتضليل النقاد الصينيين (المختصين في الدراسات الإعلامية و الجيوسياسية) عن رصد الاستراتيجية الناعمة الموظفة من قبل فريق إنتاج الفيلم لتوجيه ضربات فعالة في عمق عناصر النموذج

الصيني و تثبيط جاذبيتها أي شل فاعلية موارد القوة الناعمة الصينية بالأخص المتعلقة بالموروث الثقافي و القيم الاجتماعية والثقافية و السياسية.

في حين، جاء ديكور فيلم **Hua Mulan** 2020 الذي أنتج و بث من قبل شركة **iQIYI** مطابقا تماما للحقبة الزمنية التي جرت فيها أحداث أسطورة **Hua Mulan** مراعيًا المكونات الثقافية وخصوصية المجتمع (السلالة)، و ذلك من حيث **لباس** الهانفو سواء الخاص بالطبقات الفقيرة كمولان وكذا الغنية كالأميرة، بالإضافة إلى **ديكور المباني:** الذي يعكس الهندسة المعمارية للحاضرة الصينية في تلك الحقبة التاريخية التي كانت فيها البيوت فردية و متشابهة حتى المكان الذي أقام فيه الإمبراطور، من حيث المواد المستخدمة في البناء (الخشب و الحجارة) من الخارج أما من الداخل كانت من الخشب، وغيرها من التفاصيل التي لطالما ركز المنتجون الصينيون على غرسها في ذاكرة الجماهير العالمية عبر مختلف منتجات الصناعات الثقافية لتكون مؤشرات تبني الهوية البصرية والنموذج الثقافي والحضاري الصيني في ذهن الشعوب الأخرى، فقد تفطن صناع القرار الصينيون الى التمثيلات الجيوسياسية (الأفكار، الرسائل، القيم،...) التي كان محملا بها فيلم **Mulan** 2020، و للأهداف الخفية التي سعى لتحقيقها مالك المنصة **Disney+** ، وعملوا على التصدي لها من خلال تصوير الفيلم في ديكور واقعي يعكس أصالة وعراقة الحضارة الصينية التي تمتد لآلاف السنين وتلك كانت حركة ذكية من منتج الفيلم لجعل الجمهور أقرب لتقبل و استيعاب التمثيلات (الرسائل، القيم، الدلائل،...) الممررة عبر مضمون فيلم **Hua Mulan** ، 2020 لمنصة **iQIYI** خاصة أنها تثير العاطفة والإعجاب.

5 – اعتمدت مخرجة, الفيلم الأمريكي **Mulan** 2020 في تصويرها للأحداث على التنويع في سلم اللقطات، حيث كان هناك تسلسل و تناغم في اختيار اللقطات بشكل يجعل المتتبع يتعايش والأحداث كأنه وسط الفيلم، ومن الناحية الإخراجية أعطى هذا التوظيف للقطات وزوايا التصوير قيمة جمالية فنية، إذ وظفت اللقطات العامة من أجل إبراز الجو العام للفيلم و المشاهد، بينما وظفت اللقطات الصدرية، المتوسطة، المقربة، و الأمريكية و ذلك لتقديم تفاصيل أكثر عن

الشخصيات ولإبراز مشاعرهم و أحاسيسهم بشكل أكثر واقعية، بالإضافة إلى تمرير تمثيلات (قيم، دلائل، أفكار، ...) معينة تعمل على بناء السردية الأمريكية حول النموذج الصيني ومشروع "طريق الحرير الجديد"، و تم توظيفها بشكل ذكي داخل الديكور كالتماثيل في مدخل المعسكر الإمبراطوري أو إكسسوارات الألبسة كرأس الحرباء في ذرع الجنرال "تونغ"، و هذه التقنية تستخدمها ديزني في أعمالها من أجل تمرير رسائل معينة خفية وذلك بالاعتماد على الإيحاء ومخاطبة اللاشعور أي العقل الباطني لتتمكن من بلوغ أهدافها التي تسعى لتحقيقها من خلال الاعتناء ببناء تفاصيل الديكور و الشخصيات، فكل شيء وُظّف في بناء الرسالة الاتصالية (فيلم ، أغنية ، قصص مصورة ، ...) مقصود و ليس اعتباطيا، إذ تعتمد **Disney** على توظيف الرموز و الدلائل المستوحاة من المخيال الاجتماعي (الذاكرة الجماعية) للمجتمعات التي تستهدفها، و تعمل على التلاعب بالدلائل السوسيولوجية المستخدمة في بناء الرسائل الاتصالية غير المباشرة التي تبدو اعتباطية في ظاهرها و لكنها مقصودة، وظفت هنا لتثير فضول المشاهد لمعرفة معانيها من خلال تأويل الرموز والدلائل والأفكار... الخ وفق خلفيته الثقافية والتاريخية والأيديولوجية، بالإضافة إلى الذاكرة الجماعية لمجتمعه، حيث تختلف قراءة الدلائل و الشفرات المكونة لرسالة نفس الفيلم من مستخدم لأخر، أي أن قراءة الجمهور العربي للرسائل التي يحملها فيلم **Mulan** 2020 ستختلف عن قراءة الجمهور في المجتمعات الغربية و الصينية، إلا أنها تلتقي في بعض النقاط حينما تكون متعلقة بتمثيلات متجذرة في مخيال (الذاكرة الجماعية) للمجتمع الدولي.

واعتمد أيضا مخرج الفيلم الصيني **Hua Mulan** 2020 في تصويره للأحداث على التنويع في سلم اللقطات، حيث كان هناك تسلسل و تناغم في اختيار اللقطات بشكل يجعل المتتبع يتعايش والأحداث كأنه وسط الفيلم، ومن الناحية الإخراجية أعطى هذا التوظيف للّقطات وزوايا التصوير قيمة جمالية فنية، أين وظف اللقطات العامة من أجل إبراز الجو العام للفيلم و لمشاهده الصدرية و المتوسطة و المقربة و الامريكية ... الخ بهدف إعطاء تفاصيل أكثر عن الشخصيات وإبراز

مشاعرهم و أحاسيسهم أثناء الحوارات و التفاعل مع مجريات أحداث القصة بشكل أكثر واقعية ليجعل المشاهدين على دراية بأحداث و مجريات الفيلم، إذ تعتبر هذه المشاعر التي يظهرها الممثلون كالبكاء والحزن بمثابة إستمالات عاطفية تخاطب عاطفة الجمهور وتخفض وعيه، مما يسهّل تمرير تمثيلات (قيم، دلائل، أفكار، ...) معيّنة تعمل على بناء السردية الصينية حول النموذج الصيني والدفاع عن شرعية مشروع "طريق الحرير الجديد"، كما تم توظيف الرموز الثقافية والحضارية بشكل ذكي داخل الديكور كألوان الملابس (الهانفو الأبيض و الأحمر) الذي ارتدته مولان أو إكسسوارات الألبسة كرأس النمر في ذرع الجنرال "لي **Li**" للتسويق للصورة الإيجابية عن المكونات الثقافية و الحضارية للصين، و هذه التقنية يستخدمها المنتجون الصينيون في أعمالهم الدرامية الفنية من أجل تمرير رسائل معينة إيجابية وخفية وذلك بالاعتماد على الإبهار البصري والسمعي لمخاطبة مشاعر الجمهور لإثارة إعجابهم أي تفعيل جاذبية النموذج الصيني، ليتمكن المنتجون الصينيون من بلوغ أهدافهم التي يسعون لتحقيقها من خلال الاعتناء ببناء تفاصيل الديكور و الشخصيات، فكل شيء وُظّف في بناء الرسالة الاتصالية للصناعات الثقافية (فيلم ، أغاني، مسلسلات ، المنهوا ، ...الخ) مقصود و ليس اعتباطيا، إذ يعتمد منتجو الصناعات الثقافية الصينيون على توظيف المكونات المادية و غير المادية للموروث الثقافي و القيم المستوحاة من (الذاكرة الجماعية) للمجتمع الصيني من أجل خلق رابط عاطفي معها لدى الشعوب الأخرى، وبناء صورة إيجابية برّاقة ومثيرة للإعجاب بالصين، و يعملون على التلاعب بالدلائل السيميولوجية المستخدمة في بناء الرسائل الاتصالية غير المباشرة والمقصودة، من أجل إثارة فضول الجمهور العالمي لمعرفة الصين و الانجذاب لنموذجها، حيث تكون قراءة الدلائل والشفرات المكونة لرسالة منتجات الصناعات الثقافية واحدة لدى أكبر عدد ممكن من المستخدمين باختلاف ثقافاتهم، و هذا لمنع حدوث أي تشويش على مضمون رسالة الصناعات الثقافية كالأفلام لتفادي أية تأويلات خاطئة تشوه الصورة النمطية الإيجابية التي تسوّقها الصين عن نموذجها الثقافي والحضاري.

6 – بنيت قصة كلا الفيلمين بالاحتكام إلى أحد أساطير المخيال الاجتماعي للمجتمع الصيني المتمثلة في أسطورة المحاربة **Hua Mulan** التي تنكرت على هيئة رجل لتنظم إلى الجيش الإمبراطوري بدلا من والدها العجوز لتقاتل ضد الغزاة الرورانيين، لكن يوجد اختلاف واضح بين السردية الصينية و الأمريكية من حيث السيناريو الذي يعكس بالدرجة الأولى خلفية فريق الإنتاج وعلى رأسهما المخرجان و كتّاب السيناريو، إذ تدور أحداث النسبة الأكبر من أفلام **Disney** في الماضي البعيد و تسيطر عليها الأجواء الملحمية الأسطورية الخيالية، تضمنت تلك الأفلام تصوير حضارات عديدة وشعوب وبلدان مختلفة، بينما ركزت شركة **iQIYI** على إظهار تاريخ الصين العريق الحافل بالقصص والبطولات التي تشكل المخيال الاجتماعي أي الذاكرة الجماعية للمجتمع الصيني.

7 – لم تعكس الموسيقى والأغاني الموظفة في فيلم **Mulan** 2020 رغم جمالها الفني، الموسيقى الصينية التقليدية أو العصرية بصورة كاملة، وذلك من حيث الآلات الموسيقية المستخدمة في عزف ألحانها، إلاّ أنها تتمشى مع أحداث الفيلم والأفكار والرسائل التي أراد فريق الإنتاج إيصالها للجمهور فهي تخفي بداخلها دلائل معينة، حيث تلعب هذه الأغاني دورا مهما لتمرير الرسائل (التمثيلات) التي تحتوي على قيم و أفكار ... الخ ، فالأغاني لها قدرة كبيرة على التأثير على وعي و إدراك أفراد الجمهور و برمجة العقول (الهندسة الثقافية) لذلك فمعظم أفلام **Disney** عبارة عن أفلام غنائية، فالأغاني أفضل وسيلة لنقل الرسائل السياسية و الأيديولوجية و الدينية و ترسيخها في عقول الأطفال و الشباب (جيل Z).

بينما عكست الموسيقى والأغاني الموظفة في فيلم **Hua Mulan** 2020 الموسيقى الصينية المعاصرة تماما ، وجسدت جماليتها من خلال الدمج بصورة متناغمة بين الآلات الموسيقية التقليدية و العصرية، وتتماشى مع أحداث الفيلم سواء كانت حزينة أم مضحكة ، ..الخ، أي كانت عبارة عن موسيقى تصويرية تعمل على خلق جو يجعل الجمهور يعيش أحداث القصة ويندمج معها، ويخلق رابطا عاطفيا مع الشخصيات والأفكار والقيم الموجودة التي يحملها

مضمون الفيلم، مما يتيح لفريق الإنتاج تمرير تمثيلات (رسائل) معينة وترسيخها في ذاكرته، إذ ينخفض مستوى الوعي (الروح الناقدة) لدى أفراد الجمهور عند التعامل مع مضامين الاتصال الترفيهي (الصناعات الثقافية).

خلاصة:

يمكن تلخيص أبرز التمثلات الجيوسياسية والثقافية التي تضمنها الفيلمان وفق الجدول الآتي:

محور المقارنة	فيلم Mulan لمنصة (DISNEY +)	فيلم Hua Mulan لمنصة iQIYI
السياق الجيوسياسي	جزء من استراتيجية (DISNEY +) لاختراق السوق الصينية والترويج للنموذج الأمريكي عبر رموز صينية	عبارة عن إنتاج محلي يسعى الى تعزيز الهوية القومية الصينية وتمجيد التاريخ والثقافة الوطنية للترويج للنموذج الصيني
التموضع الجغرافي– الرمزي	توظيف الرموز الثقافية الصينية كخلفية لخلق صورة نمطية عالمية هجينة عن النموذج الصيني	توظيف رموز النموذج الصيني كموضوع مركزي وهوية وطنية فالفيلم يخاطب الجمهور الداخلي بشكل أساسي للتصدي لاختراق منصة **(DISNEY +)**
السردية البطولية	تصوير مولان كبطلة مستقلة فردانية، الأمر الذي يجسد تمكين المرأة وفق قيم النموذج الأمريكي	يصور مولان بطلة الجماعة وفق قيم النموذج الصيني (الإخلاص، البر، الانضباط، التضحية) أي سردية وطنية تقليدية
تمثيل المرأة	جسدت مولان وفق رمزية البطل الخارق فكرة Superhero في السينما الأمريكية بأنها "المرأة الخارقة" التي تعتمد على طاقتها الداخلية chi لتحقيق المجد الفردي	جسدت شخصية مولان في صورة واقعية إنسانية على أنها امرأة تضحي من أجل أبيها ووطنها دون السعي وراء البطولة
تمثيل القيم الصينية	تقديم القيم الصينية وفق النظرة الأمريكية كالشرف من خلال تحريف معناها الفلسفي–الروحي	تجسيد مباشر للقيم الكونفوشيوسية والولاء للإمبراطور و الأب و الوطن
الأسلوب البصري	ملحمي سينمائي يعتمد على مؤثرات بصرية ضخمة ويعتمد على تصوير الطبيعة كخلفية جمالية.	أقرب الى الواقعية مع التركيز على الجانب الإنساني
	خطاب مزدوج: عالمي + محلي يهدف لجذب الجمهور الصيني نحو قيم النموذج الأمريكي، بالإضافة تحذير خفي للجمهور	

الرسالة السياسية الضمنية	العربي الإسلامي من مشروع طريق الحرير الجديد وتحذير الجمهور العالمي من نموذج الصين كونها تتعدى على الحريات (كتقييد القوانين لحرية المرأة)	خطاب وطني صريح يتضمن تمجيد الوحدة الوطنية والدفاع عن الأمة ضد الأعداء الخارجيين
لغة الفيلم	الإنجليزية مع توظيف أسماء أشخاص ومواقع صينية (شمال غرب الصين) التي تشير إلى قضية الأقلية المسلمة الإيغور	اللغة الصينية القديمة تماشيا مع الحقبة التاريخية للقصة، مع وجود ترجمة باللغة الصينية الرسمية (لغة الماندرين)
العدو الخارجي	توظيف شخصية خيالية (بوري خان، الساحرة) لترسيخ **سردية الخير والشر** التي تبرر استخدام العنف في إدارة العلاقات الدولية في الذاكرة الجماعية للمجتمع الدولي.	توظيف شخصيات حقيقية (قبائل البدو) لترسيخ سردية الدفاع عن الوطن ضد التهديدات الخارجية الحقيقية.
استراتيجية القوة الناعمة	توظيف الأسطورة الصينية لصالح سردية Disney من أجل تسويق النموذج الأمريكي، من خلال رموز وقيم النموذج الصيني لاستهداف المجتمع الصيني داخليا، وبناء صورة نمطية مشوهة عن النموذج الصيني وزرعها في ذهن الجمهور العالمي.	إنتاج الهوية الصينية وتعزيز القوة الرمزية المحلية لمواجهة التأثير الثقافي الأمريكي داخليا، ورسم صورة ذهنية إيجابية عن النموذج الثقافي والحضاري الصيني وزرعها كهوية بصرية له في ذهن الجمهور العالمي.

جدول رقم 28: ملخص لأبرز التمثلات الجيوسياسية والثقافية التي تضمنها الفيلمان.

الاستنتاجات العامة للدراسة

النتائج العامة للدراسة (الإجابة على التساؤلات الفرعية للدراسة):

1 – يتغير نمط توظيف وسائل الإعلام في الحرب الناعمة **(حروب الجيل الخامس)** وذلك بناء على المعطيات الجيوسياسية للمناطق المستهدفة، حيث يتم تحديد الاستراتيجية الحربية المناسبة التي يتم تطبيقها عبر وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف بدقة، فوسائل الإعلام المختلفة (تقليدية وحديثة) كلاها تتمتع بالمرونة والتكييف مع نمط الحرب الناعمة كونها المحرك الأساسي لها، ففي الحروب التي تعرف بحروب الوعي والإدراك أي **الحروب الإعلامية النفسية** تستخدم وسائل الإعلام تحديدا مجال صناعة الأخبار لهندسة الجماهير (الشعوب) وذلك ضمن سياق استراتيجية القوة الصلبة (في الحروب بالوكالة مثلا) لخداع وإجبار شعب المنطقة المستهدفة على القيام بسلوك معيّن مثل: تشكيل رأي عام يتبنى موقف معين يحقق أهداف الطرف المهاجم، فالحروب النفسية تسعى لإضعاف الروح القتالية لدى الخصم المستهدف عن طريق الاعتماد على أساليب نفسية (سيكولوجيا الجماهير) كالإشاعة والخطاب التخويفي والترهيبي و التعتيم الإعلامي والأخبار الكاذبة والدعاية المغرضة، لخلق جوّ من التوتر لدى الأفراد و دفعهم للاحتشاد كالقطيع الأليف المذعور الذي يتم توجيهه وفق قادة رأي (نشطاء) موالين لخلق الفوضى وزعزعة استقرار الخصم المستهدف وهزيمته دون تكبد أية خسائر مادية أو بشرية، مثلما حدث فيما أصطلح عليه الربيع العربي الذي كان أفضل مثال تطبيقي لاستراتيجيات حروب الجيل الخامس، و بالتالي فإن وسائل الإعلام في الحرب النفسية تأخذ نمط القوة الصلبة كونها تنطوي على أساليب قصرية أي الاجبار والإرغام والاغراء للوصول إلى تحقيق الأهداف الاستراتيجية.

كما يتم استخدام وسائل الإعلام تحديدا في مجال الصناعات الثقافية ضمن **حرب السرديات والنماذج أي النزاعات الجيوسياسية** ضمن استراتيجية القوة الناعمة، التي تعتمد على استراتيجيات التسويق لبناء صورة ذهنية إيجابية عن النموذج الثقافي والحضاري لبلد معيّن من أجل جذب المعجبين الذين يصبحون سفراءً للطرف الذي يمارس التأثير وتصبح مكونات نموذجه

بمثابة الثقافة السائدة المهيمنة على حساب الثقافة المحلية للمناطق المستهدفة، مما يجعل شعوبها تنسلخ عن هويتها الثقافية (القيم، الأفكار، المعتقدات،...) التي تمثل ذاكرتها الجماعية وهذا شكل من أشكال الإمبريالية الثقافية التي كانت في السابق أحادية القطب أمّا في القرن الحادي والعشرين فأصبحت متعددة الأقطاب، كما تعمل النزاعات الجيوسياسية على تشويه سمعة الخصم عن طريق بناء الصور النمطية السلبية لتغيير موقف الشعوب إزاء قضايا معيّنة وخلق الانقسامات الداخلية، إذ تتيح الصناعات الثقافية للطرف المهاجم التغلغل في قلب النظام القيمي (قيم سياسية، اجتماعية، اقتصادية، دينية، ... الخ) الذي يبني عقيدة الفرد و تتحكم في تصوراته وسلوكياته التي تدخل ضمن عملية اتخاذ القرار إزاء مختلف المواقف والقضايا أي التي تتحكم في بناء وتوجيه الرأي العام، وتعمل على زعزعة شرعية النظام القيمي (الذاكرة الجماعية) عن طريق التلاعب بدلالة بعض العناصر المكونة له و دفع الشعب لكرهها والنفور منها والمطالبة بإسقاط الأنظمة السياسية كونها ما يعطي طبيعة القيم التي تحكم باقي المجالات، و دفع الجماهير نحو تبني نموذج الطرف الممارس للتأثير ليصبح هو عقيدتها التي تحكم وتحرك سلوكها أي قراراتها، الأمر الذي يعطيه القدرة على التحكّم في بناء وتوجيه الرأي العام داخل المناطق المستهدفة عن بعد وفق ما يحقق الأهداف الاستراتيجية التي في مقدمتها تحطيم النماذج المنافسة وتعميم نموذج الطرف المنتصر على المناطق المستهدفة.

في العصر الرقمي، اندمجت كل الأساليب والاستراتيجيات الإعلامية الصلبة والناعمة مع أساليب أجيال الحروب الجديدة التي تعتمد على أسلوب القوة الذكية التي تمزج بين مختلف أساليب إدارة الصراعات التقليدية والحديثة بالاعتماد على التكنولوجيا الحديثة لإحكام السيطرة على العقول عن طريق بناء وعي مزيف للواقع عن طريق التلاعب بالمعلومات، وتعطيل الإدراك لدى الجماهير بالتركيز على الثقافة كسلاح استراتيجي للتحكم في حياكة السرديات الجيوسياسية التي تخدم مصالح الجماعات المهيمنة (المتلاعبون بالعقول).

2 – تحولت وظيفة الاتصال الترفيهي من مجرد تسلية الجمهور والمستخدمين إلى وسيلة ناعمة في يد السلطة لنقل الثقافة وترويج التمثيلات عبر توظيف مكونات الذاكرة الجماعية باعتبارها حاضنة للتصورات الذهنية والصور النمطية لتعزيز تأثيرها الجيوسياسي، جاء هذا التحول في دور الاتصال الترفيهي نتيجة عدة تحولات شملت التكنولوجية (البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال) بالإضافة إلى الفكر الاستراتيجي ونظريات الحرب والعلاقات الدولية.

3 – تنشأ القوة الناعمة عن طريق الرموز والدلائل التي تحملها مضامين الصناعات الثقافية من خلال توظيف مكونات النموذج الثقافي والحضاري للدول كالقيم الاجتماعية ونمط الحياة والهوية الثقافية، ...، حيث تترجم هذه القيم والرموز والدلائل الثقافية إلى محتوى فني وإعلامي جذاب ومبهر يلامس وجدان الشعوب وذلك بالاعتماد على مختلف الأساليب التسويقية (الاستمالات العقلية والعاطفية) المدعّمة بالمؤثرات البصرية والصوتية، حيث تكون موارد القوة الناعمة لدولة ما خاملة أي جاذبيتها غير مفعّلة فتعمل الصناعات الثقافية كقنوات على تفعيل و تنشيط جاذبيتها لغرس صورة ذهنية إيجابية عن المجتمع المنتج، الأمر الذي يحفز الجماهير على تبني قيمها وأفكارها والاهتمام بثقافتها ولغتها، و نتيجة لتكرار بثها و عرضها تطبع تلك الرموز و الدلائل الثقافية في الذاكرة الجماعية للأفراد وتصبح جزءا من الثقافة العالمية، إذ يجب على الدول المنتجة تصميم الرموز والدلائل الثقافية بطريقة تسمح للجمهور الأجنبي بالتماهي معها أي الذوبان والانغماس فيها، فكلما زاد التماهي زاد قبول النظام القيمي لنموذج الدول المصدرة.

إذ تعتبر القوة الناعمة استراتيجية نفوذ حيوية في العلاقات الدولية المعاصرة، فالنجاح في إدارة الصراعات والتنافس في عالم متعدد الأقطاب مرهون بمدى قدرة الدول على صياغة ونشر رموز ودلائل ثقافية جذابة، إمّا لبناء صورة ذهنية جذابة عن نموذجها وغرسها في فؤاد ووجدان الجماهير العالمية، أو لبناء صورة نمطية غالبا ما تكون مشوهة عن النماذج المنافسة. فمن

خلال منتجات الصناعات الثقافية كالأفلام و الموسيقى، ... الخ يتم إعادة إنتاج الصورة النمطية بشكل ناعم وجذاب لإعادة تشكيل نظرة الشعوب لذواتهم و للآخرين و العالم، لخلق روابط عاطفية مبنية على ثنائية الجاذبية/النفور، الحب/الكراهية التي تتيح للفاعل التأثير على إدراك الأفراد للواقع عبر التلاعب بالتمثيلات الذهنية مثل دفع الجمهور للحب وللانجذاب لقيم مجتمع ما يولد لديه الرغبة في تقليده، بالمقابل تدفعه لكرهه والنفور من قيم مجتمعه، وهذا هو جوهر القوة الناعمة (مثال: تفكك الاتحاد السوفياتي كان نتيجة تأثير أفلام هوليود على نظرة الجماهير لكل من النظام الاشتراكي والرأسمالي)، و بالتالي فالرموز والدلائل في الصناعات الثقافية تمثل أدوات للتأطير الثقافي و الإيديولوجي، تمكّن الدول من إحداث تأثير ناعم (لا عنفي) لتحقيق مصالحها في مناطق النفوذ و استمرارها كفاعل مؤثر على الساحة العالمية.

4 – تكرس الصناعات الثقافية كالسينما من أجل صناعة وترويج النماذج المعدّة لتصدير وتفعيل قوة الجذب الثقافي من خلال عدة خطوات: فالخطوة الأولى هي **صناعة النموذج الثقافي** وذلك من خلال: **أولا كتابة سرديات جذابة** تجسد قيما محلية كالحلم الأمريكي (النموذج الأمريكي)، الانضباط والشرف (النموذج الصيني)، **ثانيا تصميم شخصيات نموذجية**، البطل الفردي (النموذج الأمريكي)، البطل الجماعي/الأسرة (النموذج الصيني)، **ثالثا توظيف الرموز البصرية والصوتية** كوسائط دلالية (اللباس، الموسيقى، الديكور،...)، فالسينما تعتبر من أهم أدوات القوة الناعمة وذلك لقدرتها على إحداث تأثير عاطفي و تشكيل التمثيلات الذهنية و إعادة إنتاج الرموز الثقافية، باعتبارها وسيلة سردية سمعية بصرية تعيد بناء إدراك الجمهور للواقع، من خلال تمرير رموز و دلالات عبر صور ومشاهد تعكس قيما إيديولوجية ثقافية وقيما حضارية تخدم الديبلوماسية الثقافية للدولة المنتجة، فالسينما تمنح إمكانية التأطير السردي للقيم الثقافية (كالحرية ، العدالة ، الحب ، النجاح،...الخ) وذلك من خلال عرضها في قالب درامي ملحمي و تعطيها معانيها الضمنية باستخدام دلالات بصرية وصوتية و سميولوجية، لتجعل الجمهور المستخدم يتماهى مع الشخصيات، و يعمل ذلك على توليد ارتباط عاطفي ونفسي مع الثقافة

المعروضة، مما يعطي للبلد المنتج للفيلم السينمائي هيمنة رمزية ناعمة ناتجة عن التحكم في إنتاج التمثيلات الجيوسياسية التي تولد صورة ذهنية إيجابية للذات باعتبارها المتفوقة (النموذج الأمريكي) و تقديم صورة نمطية سلبية عن الأخر (النموذج الصيني: بدائي، متعصب، يحد من حرية المرأة) و ذلك بشكل ضمني غير مباشر. ولكي تنجح الدولة في الاستثمار في السينما كوسيلة لتوليد قوة جذب النماذج الثقافية لابد من الاعتماد على آليات ضخمة للإنتاج الثقافي أهمها توفير رؤوس الأموال والدعم الحكومي أو الشركات الكبرى وكذا المعدات التقنية المتطورة لإنتاج أعمال ذات جودة عالية جذابة ومؤثرة خاصة في العصر الرقمي أين اشتد التنافس على إنتاج المحتوى الرقمي، وكذا تسخير السيناريوهات لخدمة الخطاب الثقافي العام للدولة عن طريق الرقابة كما هو في الصين.

وبعدما تتم صناعة النموذج الثقافي و يتم العمل على خلق اعتياد ثقافي لدى الجمهور لتكريس هذا النموذج كواقع رمزي مقبول ومرغوب فيه لدى الشعوب المحلية و العالمية، وذلك عن طريق الاعتماد على التكرار والتطبيع الثقافي من خلال إعادة نسخ النموذج في عدة أعمال بشكل مكرر عبر مختلف أشكال الصناعات الثقافية كالأفلام، المسلسلات، ألعاب الفيديو ،الأغاني،...، وبالتالي ينتج عن ذلك تحول النماذج الثقافية المصنعة إلى مرجع رمزي في الوعي الجماعي العالمي (كالمرأة المستقلة، البراغماتية، العنف وسيلة لإدارة العلاقات الدولية،...الخ) وغيرها من الأساطير التي ترسخت في المخيال الاجتماعي للمجتمع الدولي.

5 – يتوجب، بعد صناعة النموذج الثقافي وترجمته على شكل محتوى إعلامي ترفيهي ثقافي كالأفلام السينمائية، اختيار أنسب آلية لتوزيع وتصدير منتجات الصناعات الثقافية للجمهور العالمي. وتتمثل في: **شبكات توزيع عالمية** كمنصات البث الرقمية والمهرجانات ودور العرض وكذا **ترجمة النموذج** إلى لغات عديدة إما عن طريق الدبلجة أو الترجمة النصية أو تكييف الأساليب السردية كتغيير القصة لتتناسب مع الثقافات الأخرى، وتعتمد فاعلية تصدير النموذج

الثقافي عبر الأفلام على غرار باقي الصناعات الثقافية و تفعيل جاذبيته على الحملات الإعلامية التسويقية لهذه المنتجات والبلد المنتج عبر مختلف وسائل الإعلام خاصة الرقمية كمنصات البث حسب الطلب **VOD** في العصر الحالي، فأمريكا تستخدم **+Disney** و **Netflix** في حين تستخدم الصين شركات منصات مثل **iQIYI** و **Alibaba**، فمع ظهور منصات **VOD** تعززت قوة تأثير النماذج الثقافية للدول، إذ توفر هذه المنصات الرقمية قنوات توزيع عالمية تسرع من انتشار الرموز الثقافية وتتيح تفاعلها مع جمهور أوسع، فهذا التحالف بين الثقافة والرموز و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الرقمية يشكل محورا أساسيا لبناء النفوذ العالمي غير المباشر للدول، إذ لم تعد منصات البث **VOD** مجرد فضاء للترفيه بل أصبحت فضاء عموميا رقميا عالميا و سوقا رمزية لتداول الصور و الخطابات و الهويات أين يتم تمثيل الذات الوطنية و صياغة الآخر، فما يتم بثه من محتوى (أفلام، مسلسلات، أغاني،...) لا تتم مشاهدته داخليا فقط بل يتم تداوله عالميا، الأمر الذي يمنح تلك الدول المنتجة قوة تأثير رمزية–جيوسياسية. وقد أصبحت منصات البث حسب الطلب **VOD** فاعلا جيوسياسيا مؤثرا في إدارة التنافس بين الدول على استقطاب أكبر قدر ممكن من الجماهير المعجبة بنماذجها للتفوق في حرب النماذج والسرديات عن طريق توظيف مجموعة من آليات التمثيل الجيوسياسي التي تتمحور حول صورة الذات والأخر، من خلال **العرض الرمزي للهوية الوطنية:** حيث تستخدم الدول الصناعات الثقافية لعرض ثقافتها و قيمها و نمط الحياة من خلال توظيف رموز كاللغة واللباس والأماكن والمهرجانات والأعياد لصناعة نموذج وطني–حضاري قابل للتصدير، تتم ترجمة هذا النموذج الثقافي في منتج ضمن سياق عالمي عبر منصات البث **VOD** إلى خطاب سياسي ناعم، كما تتم إعادة إنتاج **القوة الرمزية** لكل دولة وترسخ نموذجها من خلال الأفلام المبثوثة عبر منصات البث **VOD**، فأمريكا مثلا تعيد ترسيخ نموذجها الليبيرالي الفرداني من خلال محتوى منصة **+ Disney** بينما تقدم الصين سردية بديلة تتضمن التنمية والجماعة والانضباط عبر محتوى منصة **iQIYI** مما عمل على إزاحة تمركز وهيمنة النموذج الأمريكي، فقد عملت منصات البث

VOD على كسر مركزية وهيمنة هوليود كالمصدر الأساسي للسرديات الجيوسياسية في العالم، وأصبحت هناك أقطاب تنافس بقوة وتبث روايات بديلة، فهذه المنصات أصبحت تدير الصراعات الجيوسياسية بين مختلف الفاعلين الدوليين كونها تمتلك خوارزميات التوصية **(Recommendation Algorithms)** التي تقرر أية سردية ستعرضها؟ وعلى من؟ بفضل برامج الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة وكل أثر يتركه المستخدمون عبر مختلف المنصات الرقمية المرتبطة بها مما يجعلها منصات توزيع للرموز تعيد رسم الخرائط الثقافية العالمية.

6 – تلعب منصات البث حسب الطلب **VOD** دورا هاما في إدارة الصراع الناعم بين الصين وأمريكا، إذ تعمل على تعزيز فاعلية آليات واستراتيجيات الديبلوماسية الثقافية الرقمية لكلا البلدين كدافع ومحرك أساسي لتفعيل قوة تأثير الصناعات الثقافية كالأفلام لتعزيز نفوذهما الجيوسياسي وهيمنتهما الثقافية على باقي المناطق، إذ يتم توظيف منصات بث الفيديو حسب الطلب **VOD** كقوة ناعمة لممارسة دبلوماسية معينة لبناء وتوجيه الرأي العام العربي والعالمي بما يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية للبلد الذي تنتمي إليه، من خلال تفعيل مبدا الديبلوماسية الإعلامية، وهذا ما يعمل على تأسيس الإمبريالية الإعلامية الثقافية التي يشير إليها هربرت شيللر على أنها توظيف قوة وسائل الاتصال المختلفة من أجل فرض تمثيلات (أفكار وقيم) اجتماعية وسياسية واقتصادية على المناطق المستهدفة وغرسها في عمق الذاكرة الجماعية للأفراد ودمجها مع ثقافتها المحلية. فمنصات البث حسب الطلب **VOD** تساهم في إدارة التنافس بين الصين وأمريكا على استقطاب المشاهد العالمي وذلك عبر بث محتوى يمثل الثقافة الوطنية والقيم السياسية، وبالتالي تعمل المنصات الأمريكية ك **Disney +** على نشر محتوى ترفيهي يعكس القيم الرأسمالية الليبيرالية، مما يعزز نفوذ وهيمنة النموذج الأمريكي الغربي، في المقابل، تستخدم الصين منصات ك **iQIYI** لنشر الثقافة الصينية والترويج لقيم النموذج الشيوعي الصيني، مما يساعد في موازنة موازين القوى، فالصناعات الثقافية يمكن أن تخلق تعاطفا (انجذابا) أو كرها (نفورا) نتيجة تصورات نمطية معينة حول أحد النماذج الفاعلة على الساحة الدولية.

7 – تضمن كلا الفيلمين: **Mulan** (2020) النسخة الحية لمنصة **(+ Disney)**، و **Hua Mulan** (2020) لمنصة **iQIYI** العديد من التمثيلات الجيوسياسية (الرسائل) و نلخص سردية كل طرف عن ذاته و الآخر كالاتي:

يتضح من خلال تحليل فيلم **Mulan** (2020) النسخة الحية الامريكية أن فريق الإنتاج ومالك منصة **(+ Disney)**، يهدفون إلى فرض تمثيلات معينة للنموذج الصيني على الجمهور العالمي بما في ذلك الصيني، وترسيخها بطريقة تعتمد على أسلوب الإيحاء الذي يخاطب العقل الباطن للجمهور (الوعي) ليستردها فيما بعد لتدخل ضمن عملية تحديد سلوكه تجاه مختلف القضايا التي ترتبط بسياسة وأهداف الصين في مختلف مناطق النفوذ (مشروع طريق الحرير الجديد)، فبجمع قطع المصفوفة التي تبني سردية الولايات المتحدة الأمريكية التي تمثلها مؤسسة **(Disney** عبر منصة **(+ Disney)** يتضح أنها عملت على زرع عناصر المصفوفة (السردية) عبر مختلف لقطات ومشاهد فيلم **Mulan** (2020) بأسلوب في غاية الدهاء والمكر، يجعل المستخدم (المشاهد) يخزنها كانطباع أولي عن الصين ويقوم بتفسيرها وفق الخلفية الثقافية (المخيال الجمعي) لمجتمعه بما فيه الجمهور الصيني، إذ يمثل فيلم **Mulan** النسخة الحية جزء من استراتيجية **Disney** لاختراق سوق الترفيه الإعلامي والمجتمع الصيني لتمرير سردية معينة عن النموذج الصيني للتصدي لامتداده في العالم وبالأخص في منطقة الشرق الأوسط، فالفيلم تم استخدامه كأداة إمبريالية ثقافية ناعمة من أجل تحقيق الهيمنة الثقافية على المجتمع الصيني من خلال إعادة إنتاج سردية الأسطورة الصينية **Mulan** وفق قالب سردي أمريكي عبر تطهيرها من تمثيلها الرمزي الأصلي أي تجريدها من سياقها المحلي لتصبح قابلة للتصدير عالميا، وذلك لتجريد الصين من حقها في بناء سرديتها الخاصة وصورتها الذهنية حول ذاتها مما يعيد هيمنة السردية الأمريكية والصور النمطية التي تبنيها حول الآخر في ذهن الجمهور العالمي، فالإمبريالية الثقافية تسعى إلى اختراق المجتمعات الأخرى و إحداث تغييرات عميقة على مستوى

عناصر الهوية الثقافية المحلية و إعادة بناء تمثيلها وسرديتها وفق النموذج الأمريكي الامبريالي، وهذا ما يجسد فكرة الإمبريالية الثقافية عن طريق فرض النماذج الثقافية الغربية على حساب الثقافات المحلية للمجتمعات الأخرى عبر الاتصال الترفيهي ومنتجات الصناعات الثقافية التي تعمل على تمكين الدول و الشركات متعددة الجنسيات من الهيمنة على عقول الشعوب من أجل كسب الشرعية للحفاظ على الوضع القائم الذي يخدم مصالحها و التلاعب بالسرديات بما يحقق لها بناء إجماع الرأي العام الدولي ليصب دائما في ما يحقق أهدافها .

فركزت الرسالة السياسية في الفيلم على مشروع **طريق الحرير الجديد** **"The Newsilk Road"** الذي يربط شرق الأرض بغربها، نظرا لأهميته الاستراتيجية و السياسية و الثقافية والاقتصادية، و نظرا لأن القسم الأكبر منه يمر بعدد كبير من الدول العربية و الإسلامية في كل من قارة آسيا من غرب الصين إلى شمال إفريقيا فإنه تم استخدام عناصر محددة لبناء الرسالة الموجهة للشعوب العربية و الإسلامية تمثلت في : شخصية الساحرة وتسخير السحر الأسود من أجل تحقيق النصر في المعارك مما يوحي أن الصينيين القدامى استعملوا هذه الأمور في إدارة صراعاتهم مع منافسيهم، فهذه الرموز يمكن استخدامها من أجل ترويج سرديات سلبية عن الصين كون هذه الأفكار تجد رواجا و قبولا لدى المجتمعات العربية، وكل ذلك لتعطيل مشروع طريق الحرير الذي يهدد نفوذ وهيمنة الولايات المتحدة الأمريكية السياسية والاقتصادية والاستراتيجية خاصة في منطقة الشرق الأوسط، بالإضافة إلى الاعتماد على أفكار الحركات النسوية المنتشرة عبر العالم التي تنادي بحقوق المرأة كالحرية و المساواة مع الرجل، من خلال إظهار مولان على أنها امرأة مميزة وموهوبة إلا أن قوانين المجتمع تمنعها من تحقيق أحلامها و تقيد حريتها، وهذا يضعف جاذبية الصين.

في حين، يمثل فيلم **Hua Mulan** (2020) لشركة منصة **iQIYI** ردا ضمنيا على النسخة الأمريكية، حيث يقدم سردية مضادة ثقافيا وسياسيا للحفاظ على أصالة النموذج الصيني،

تخاطب الجمهور المحلي أولا لتثبيت الهوية الثقافية المحلية ثم الجمهور العالمي لتفنيد كل التأويلات الغربية للصورة النمطية المضللة التي مررتها **Disney** عبر محتوى فيلم **Mulan** (2020)، إذ يعيد فيلم **Hua Mulan** (2020) ملكية أسطورة المحاربة **Mulan** إلى السياق الصيني، ويركز على تصوير البطلة كرمز للواجب الوطني والتضحية الجماعية لا كفرد خارق رغم إظهارها على أنها محاربة قوية تتقن فنون القتال أي الكونغ فو لكن في صورة واقعية دون توظيف المؤثرات البصرية، كما تم توظيف الطقوس والموسيقى والبيئة المحلية وطبيعة العلاقات الاجتماعية في المجتمع الصيني، من أجل ترسيخ التمثيل الثقافي محليا ثم التسويق له عالميا، فقد تم إنتاج فيلم **Hua Mulan** (2020) من أجل إعادة ضبط السردية الثقافية في سياق السردية الرمزية المحلية لمقاومة السردية الأمريكية و تأكيد السيادة الثقافية، فعلى الصعيد الايديولوجي يظهر بوضوح أن فيلم **Hua Mulan** (2020) يتوافق مع خطاب دولة الصين الذي اعتادت إبرازه عبر مضمون الصناعات الثقافية الذي يركز على التاريخ المشترك والوحدة والولاء للإمبراطور، وهذا ما يجسد فكرة مقاومة الإمبريالية الثقافية عبر السرد المحلي المضاد.

يتضح من خلال ما سبق أن فيلم **Mulan** (2020) لـ **Disney** جزء من مشروع أمريكي هيمني رمزي عالمي يعمل على إعادة إنتاج الثقافة وفق قالب ثقافي غربي ليبيرالي، في حين يمثل فيلم **Hua Mulan** (2020) لشركة ومنصة **iQIYI** استراتيجية دفاعية ثقافية تسعى لحماية سيادتها الرمزية من خلال استعادة سردية الصين الخاصة بقصة **Mulan** ، ضمن صراع رمزي يعكس المنافسة بين الصين وأمريكا في الفضاء الإعلامي الرقمي العالمي.

خاتمة

خاتمة:

يكشف التحليل المقارن لفلمي **Mulan** (2020) النسخة الحية الأمريكية لمنصة **Disney**، والفيلم الصيني **Hua Mulan** (2020) لمنصة **iQIYI** عن وجود صراع ثقافي رمزي معقد يعكس ملامح الحرب الناعمة بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين، حيث تحولت أسطورة المحاربة الصينية **Mulan** إلى ساحة صراع سردي وجيوثقافي بين قوتين عالميتين تسعيان لتثبيت صورة ذهنية إيجابية عن نموذجهما الثقافي والحضاري في الفضاء الإعلامي العالمي، حيث يظهر التباين السردي الدلالي بين النسختين تباينا واضحا بين مشروعين ثقافيين متناقضين في خلفيتهما الأيديولوجية و توجهاتهما الرمزية، إذ يمكن اعتبار النسخة الأمريكية للفيلم امتدادا لنمط الإمبريالية الثقافية الأمريكية، حيث سعت مؤسسة **Disney** لإعادة صياغة أسطورة صينية ضمن قوالب سردية تركز على قيم النموذج الأمريكي الليبيرالي كالفردانية والتمكين النسوي الفردي...، وذلك عن طريق استنساخ الموروث الثقافي الصيني الشرقي بما يتوافق مع متطلبات السوق العالمية.

يقدم في المقابل الفيلم الصيني **Hua Mulan** سردية مضادة تستند إلى خطاب قومي محافظ، ليعيد تموقع الشخصية التاريخية داخل الإطار القيمي المحلي للذاكرة الجماعية (النظام القيمي) للمجتمع الصيني المرتبط بقيمة الولاء للأسرة والتضحية الوطنية والانضباط الجماعي. فهذه السردية لا تسعى فقط إلى استعادة الهيمنة الرمزية على الأسطورة كرمز وطني، بل أتت أيضا كرد ثقافي مضاد للتمثيل الغربي لها للتصدي للهجوم الناعم الذي قامت به **Disney** لضرب عمق النظام القيمي للمجتمع الصيني بهدف تغيير الأفكار العامة ورؤى وسلوك الرأي العام بما يتوافق مع أهداف ومصالح مختلف الفاعلين (اللوبيات المهيمنة، جمعات الضغط) التي تمثلها الولايات المتحدة الأمريكية في مختلف المناطق محل النزاع والتنافس. فلطالما استخدمت وسائل الاتصال الترفيهي كالسينما ومنتجات الصناعات الثقافية كالفيلم السينمائي لاختراق الخصوصيات الفكرية

للمستخدمين أي الجمهور المستهدف، فوسائل الاتصال تمتلك القدرة على تثبيت وغرس القيم السائدة في المجتمع وتعمل على استمرار وجودها ما دامت تضمن استمرار الوضع القائم الذي يخدم مصالح الجماعات المهيمنة داخل المجتمع، أو تعمل على إسقاطها في حال ما أصبحت تهدد مصالحهم ، فاستراتيجية القوة الناعمة تعمل على استبدال عقيدة (قيم، عادات، معايير،...) مجتمع ما بأخرى للتحكم في بناء وتوجيه الرأي العام وفق التقنيات الخاصة بسيكولوجيا الجماهير، فالحرب الناعمة تستهدف الأفكار والنموذج الذي تقوم عليه البلدان من خلال الإطاحة بشرعيته لدى الرأي العام والأمثلة عديدة أبرزها الحرب الباردة، الربيع العربي ... الخ.

تهدف للحرب الناعمة في النهاية لإعادة هندسة الجماهير ثقافيا وحضاريا عن طريق تشكيل ذاكرة جماعية عالمية وفق أقوى نموذج وذلك للسيطرة على العقول والبيانات الضخمة (اليقظة المعلوماتية) للمستخدمين عبر المنصات الرقمية كمنصات **VOD** من أجل التحكم في مجرى الأحداث وإحداث تغييرات جذرية في الواقع السياسي والاجتماعي والثقافي ثم الاقتصادي بما يحقق النصر على الخصوم بالاستفادة من قوة تأثير الصناعات الثقافية (كالسينما) على الجماهير.

كما سمح التحليل المقارن بين الفيلمين على مستوى البنية السردية والوظيفة الثقافية ومنصات البث الرقمية بإجراء قراءة معمقة لدور السينما والصناعات الثقافية كوسيط جيوثقافي ومنصات البث حسب الطلب **VOD** كفاعلين سياسيين غير رسميين ضمن صراع رمزي يعكس تحولات النظام الإعلامي العالمي نحو التعددية القطبية، حيث لم تعد الهيمنة السردية حكرا على هوليود، بل أصبحت محل نزاع وتنافس مستمر بين القوى الصاعدة، تقودها تكنولوجيات البث الرقمي للمحتوى التي تتحكم بالسرديات و تعيد تشكيل خرائط الإدراك والهوية الثقافية عالميا، فالهدف في هذا النمط من الحرب الناعمة هو: **من يمتلك الحق ويتحكم في بناء السرديات عن الذات والأخر؟.**

وبالتالي، تحول الإعلام الرقمي على غرار منصات بث الفيديو حسب الطلب **VOD** إلى ساحة للصراعات الجيوسياسية بين مختلف الفاعلين الدوليين، ففي هذا الصراع الرمزي لعبت منصتا البث + **Disney** و iQIYI دورا استراتيجيا كماجلين؟؟؟ رقميين تجاوز كونهما مجرد وسيط لبث الفيديو، لتتحولا إلى فاعلين جيوسياسيين غير مباشرين ضمن منظومة الحرب الناعمة.

عملت + **Disney** باعتبارها منصة أمريكية عالمية كأداة ناعمة على تدويل السردية الأمريكية لأسطورة **Mulan** عبر مختلف أسواقها وبلغات متعددة، مما يعزز تموقع الولايات المتحدة الامريكية كمنتج ومصدر للسرديات والصور النمطية عن الحضارات الأخرى، و ذلك من خلال التحكم في خوارزميات التصفية وواجهات التوصية **Recommendation interfaces**، ساهمت المنصة في شرعنة النموذج الثقافي الأمريكي داخل الفضاء الرقمي العالمي، وفي إعادة تشكيل إدراك الجمهور العالمي للأسطورة الصينية **Mulan** ضمن إطار أيديولوجي ليبيرالي، مما يعزز نفوذ القوة الناعمة الأمريكية عبر **إعادة تأطير الأساطير المحلية للشعوب الأخرى وفق النموذج الغربي الليبيرالي.**

و شكلت في المقابل منصة **iQIYI** الصينية قناة أساسية لبث النسخة الصينية لأسطورة **Mulan** التي جسدها فيلم **Hua Mulan** (2020) داخل الصين وخارجها، ما جعلها فاعلا إعلاميا صاعدا ضمن منظومة القوة الناعمة الصينية، فمن خلال توزيع الفيلم لجمهور واسع عبر العالم، أسهمت المنصة في ترسيخ سردية مضادة تحاكي النموذج القومي الصيني و تعزيز حضور الخطاب الثقافي المحلي لمواجهة التشويه والتلاعب الغربي بالموروث والرموز الوطنية الصينية. فمنصة **iQIYI** تعمل ضمن استراتيجية تهدف إلى تعزيز السيادة الرمزية الصينية، ودعم سرديات محلية مضادة للهيمنة الثقافية الغربية، بالموازاة مع مشروع الدولة الصينية لبناء صورة ذهنية وطنية جذابة ومتماسكة عنها في الخارج وترسيخها كهوية بصرية في ذهن الجمهور العالمي.

خاتمة

وبناء على ما سبق، يمكن القول أن التنافس الناعم بين الصين وأمريكا لم يعد يدور في مستويات السياسة و الاقتصاد فقط بل **سينتقل إلى ميدان الرموز والمعاني والصور**، أين تتحول منصات البث حسب الطلب إلى **ساحات رقمية للصراع الرمزي**، و تتحول شخصيات أسطورية مثل **Mulan** إلى أدوات ناعمة فعالة تستخدم لبناء النفوذ والتأثير على المخيال الاجتماعي العالمي، وهذا ما يعكس الاتحاد بين التكنولوجيا والإعلام و الاتصال والديبلوماسية الثقافية لتشكيل قوة ناعمة فعالة للهجوم والدفاع في عصر الحروب الناعمة، فالثقافة عندما تم تحويلها إلى سلعة عبر مختلف أشكال الصناعات الثقافية كان هدفها الظاهري التسلية والترفيه إلا أن الهدف الخفي هو التلاعب بالعقول عن طريق فنون التضليل والاستراتيجيات المستنبطة من دراسات سيكولوجيا الجماهير لصناعة الإذعان لدى الشعوب للسيطرة عليها لكسب الشرعية لسياساتها الداخلية والخارجية حفاظا على هيمنة الطبقات البرجوازية (الشركات متعددة الجنسيات الكبرى) على العالم، ثم تتحول إلى سلاح استراتيجي لاختراق المجتمعات الأخرى والهيمنة عليها على نطاق عالمي، و هذا ما يؤكد أن وسائل الاتصال الترفيهي كالسينما و منتجات الصناعات الثقافية كالأفلام ليست بريئة بل هي خطابات مشحونة بالمعاني و الرموز التي يسعى من خلالها المنتج إلى إحداث أثر معين في سلوك الجمهور المستهدف بما يخدم مصلحة الطبقات المهيمنة، وأصبحت الصناعات الثقافية بفضل تكنولوجيات الإعلام والاتصال الرقمية كمنصات البث **VOD** أكثر تأثيرا و عمقا لتكون سلاحا استراتيجيا و قوة ناعمة لإدارة الصراعات الجيوسياسية المتعلقة ببناء صورة الذات و الآخر و العالم في أذهان الجمهور العالمي.

الاقتراحات:

1 – تعزيز الاستثمار في الصناعات الثقافية الوطنية وتطويرها ليس فقط لأغراض الترفيه، بل كأداة استراتيجية للدبلوماسية الثقافية وتعزيز السيادة الرمزية في الساحة الإعلامية العالمية.

2- بناء سرديات وطنية أصيلة وقابلة للتصدير تعبر عن هوية وقيم الدولة، تكون مرنة وقادرة على التفاعل مع السياقات الثقافية المختلفة دون فقدان هويتها المحلية.

3 – دعم منصات البث الرقمية الوطنية لتكون بديلا تنافسيا للمنصات الأجنبية، ولتلعب دورا في تحقيق توازن في التوزيع الثقافي العالمي وكسر الهيمنة الثقافية لدول المركز الغربية.

4 – تشجيع إنشاء مهرجانات ومنصات بث للمحتوى رقمية محلية، للترويج للإنتاج الثقافي المحلي لتكون منابر بديلة للعرض والنقاش والتأطير الثقافي الأجنبي.

5 – تشجيع الأبحاث متعددة التخصصات التي تدمج بين حقل علوم الإعلام والاتصال وحقل العلاقات الدولية بالإضافة إلى الدراسات الثقافية، لتحليل دور الصناعات الثقافية كالأفلام السينمائية في إدارة الصراعات الناعمة وسرديات التمثيل الجيوسياسي في الفضاء الإعلامي العالمي.

6 – إنشاء مراكز بحث لرصد وتحليل المحتوى الثقافي الرقمي، لمتابعة كيفية تمثيل الدول ورموزها الوطنية في المنصات الرقمية العالمية، واقتراح استراتيجيات دفاع وهجوم للحفاظ على الصورة الوطنية الإيجابية.

7 – تعزيز الوعي النقدي لدى الجمهور ليكتسب مناعة عند التعامل مع المحتوى الثقافي المعولم، عن طريق التربية الإعلامية وذلك لتمكين المستخدمين من التميز بين الترفيه والتوجيه الرمزي.

قائمة المصادر والمراجع

أولا – مراجع باللغة العربية:

أ – الكتب:

1 – بن نبي مالك (2014): **تأملات**، ط11، دار الفكر، دمشق، سوريا.

2 – العباسي بثينة (2023) : **توظيف التظاهرات الرياضية كقوى ناعمة لتسويق الصورة الإيجابية للدول، دراسة حالة مونديال قطر 2022**، كتاب وقائع المؤتمر الدولي الافتراضي **مونديال قطر" 2022 "Cup World قوة ناعمة عربية ترسم ملامح مستقبلية عالمية** (رؤى استشرافية) أيام 4–5 مارس 2023، الجزء 5، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية ألمانيا / برلين.

3 – حسن علي محمد الحاج (2018)، **الحرب الناعمة الأسس النظرية والتطبيقية**، سلسلة مصطلحات معاصرة، المركز الإسلامي للدراسات الاستراتيجية.

4 – ساعد ساعد، صبطي عبيدة (2012): الصورة الصحفية (دراسة سيميولوجية)، ط1 ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر.

5 – ستوري جون (2014): **النظرية الثقافية والثقافة الشعبية**، ترجمة أبو أصبع صالح خليل ومنصور فاروق ، ط1، هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة، كلمة، أبوظبي.

6 – سعدي محمد (2006) ، **مستقبل العلاقات الدولية : من صراع الحضارات إلى أنسنة الحضارة وثقافة السلام**، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة أطروحات الدكتوراه 58، ط1، بيروت لبنان.

7 – شيللر هربرت (1999): **المتلاعبون بالعقول**، ترجمة عبد السلام رضوان ، عالم المعرفة، الكويت.

8 – عبد الحميد محمد (1997): **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، عالم الكتب القاهرة.

9 – عبد السلام رفيق (2008): **الولايات المتحدة بين القوة الصلبة والقوة الناعمة**. ط1. الدوحة، مركز الجزيرة للدراسات.

10 – عمار عبد الرحمان (2009): **الصورة والرأي العام، السلطة الخامسة، دراسة سيميولوجية**، دار بغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.

11 – لعبان عزيز (2014): **إشكاليات التلقي في زمن التكنولوجيات الحديثة للاتصال: رهانات الفهم وبناء المعاني**، وسائل الاتصال بين الارسال والتلقي (ص59–72)، مخبر استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر.

12 – لوبون غوستاف (1991): **سيكولوجيا الجماهير**، ترجمة صالح هاشم ، مكتبة الفكر الجديد، دار الساقي، بيروت لبنان.

13 – ماتيلا أرمان (2005): **تاريخ نظريات الاتصال**، ترجمة لعياضي نصر الدين ورابح الصادق ، المنظمة العربية للترجمة ط1، بيروت لبنان.

14 – مركز الحرب الناعمة للدراسات (2014): **مخل إلى الحرب الناعمة**، ط 1، بيروت لبنان.

15 – ناي جوزيف (2007): **القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية**، ترجمة محمد توفيق البجيرمي ، ط 1، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية.

ب – الرسائل والأطروحات الجامعية:

1 – الكعود إياد خلف عمر (2016): **إستراتيجية القوى الناعمة ودورها في تنفيذ أهداف السياسة الخارجية الأمريكية في المنطقة العربية**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم سياسية، جامعة الشرق الأوسط.

2 – بزاحي كمال (2023): **تمثلات الهوية الثقافية الأمازيغية في الأفلام الوثائقية التلفزيونية، دراسة تحليلية سيميولسانية على ضوء التحليل النصي للفيلم الوثائقي الأمازيغ حكاية تعايش "سكاي نيوز عربية" 2015** ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3 .

3 – بلخيري رضوان (2010): **صورة المسلم في السينما الأمريكية، تحليل سيميولوجي لفيلم الخائن والمملكة**، مذكّرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام، والاتصال، جامعة الجزائر.

4 – تمار يوسف: **نظرية Agenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الموسم الجامعي 2005/2004.

5 – زراري عواطف (2002): **صورة المرأة في السينما الجزائرية: تحليل نصي سيميولوجي لفيلمي: " القلعة " و " نوبة نساء جبل شنوة "**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

6 – سبيلي كريمة (2022): **التمثلات الثقافية الأمازيغية في الإنتاج السينمائي الجزائري: دراسة تحليلية سيميولوجية لأربعة أفلام ناطقة بالأمازيغية: "الربوة المنسية" (1996)،"جبل باية" (1997)، "البيت الأصفر" (2006)، أيروان" (2007)**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص: "السينما ووسائل الاتصال الجديدة"، جامعة الجزائر 3.

7 – يخلف فايزة (2006): **خصوصية الإشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي**، دراسة تحليلية سيميولوجية، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

ج – المقالات العلمية:

1 – بلمادي سفيان وبوطوالة حنان (2023): **جيوسياسية الإعلام والأمن المجتمعي العربي في زمن العولمة الإعلامية**، المجلد 12 / العدد 2 من المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، أفريل 2023، اطلع على https://asjp.cerist.dz/en/article/218183

2 – بوشحيط موراد (2016): **منهج التحليل الفيلمي من النظرية إلى التطبيق كيف نقرأ فيلما سينمائيا وفق شبكة القراءة الفيلمية؟**، مجلة الاتصال والصحافة، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، ع5، جوان 2016، اطلع على https://asjp.cerist.dz/en/article/35622

3 – بوطاروس نسرين، حجام الجمعي (2024): **المنصات الرقمية الإعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل**، مجلة الإعلام والمجتمع، م 08، ع 01، جوان 2024، اطلع على file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/المنصات-الرقمية-الاعلامية-الجزائرية-بين-تحدي-الواقع-والتطلع-نحو-المستقبل.pdf

4 – بكاكرة نبيل وسخري سفيان (2018): **التنوع والتغير في مضامين القوة ؛ نحو فهم جديد للعلاقات الدولية**، مجلة دفاتر السياسة و القانون، م 10 ع 19، جوان 2018، اطلع على https://asjp.cerist.dz/en/article/78040

5 – جلاب فتيحة (2023): م**قومات تحقيق الاستقرار المجتمعي الجزائري في زمن العولمة "الآمن الثقافي أنموذجا"**، المجلد 12/ العدد 2، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، أفريل 2023، اطلع على https://asjp.cerist.dz/en/article/218194

6 – رفاعي عبير، محمد عباس محمد (2018): **الصناعات الثقافية وبناء الاقتصاد الإبداعي: رؤية تنموية بديلة دراسة حالة لصناعة الحرف التقليدية**، مجلة كلية الآداب جامعة القاهرة، م 87 ع 1، جانفي 2018. اطلع على https://jarts.journals.ekb.eg/article_82023_a7fd237c467c461b15fa9eacd0145daa.pdf

7 – عبد الحي وليد (2013): **مستقبل القوة، مركز الجزيرة للدراسات**، تاريخ النشر 2013/9/4 على الساعة 11.25 (تمت الزيارة 22-8-2024 على الساعة 1:18، http://studies.aljazeera.net/ar/bookrevision/2013/12/2013124821704124.html

8 – عبد الصبور صباح (2021): **الدبلوماسية الرقمية كأداة في السياسة الخارجية: الدبلوماسية الإسرائيلية تجاه المنطقة العربية نموذجا**، أركان للدراسات والأبحاث والنشر، اطلع على https://www.arkansrp.com/studies/85.pdf

9 – علاوة فوزي (2016): **مساهمة في صياغة مفهوم الصناعات الثقافية**، العدد 17، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، سبتمبر 2016، اطلع على https://asjp.cerist.dz/en/article/70515

10 – قدي عبد الرحمان (2020): **تحولات الموضوع والمنهج في الدراسات الثقافية**، في مجال الإعلام والاتصال، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة م1 ع 3، سبتمبر 2020، اطلع على https://asjp.cerist.dz/en/article/168294

11 – لونيس باديس (2021): **الصراع الثقافي الأمريكي-الصيني من خلال الفيلم الوثائقي (المصنع الأمريكي) تحليل نقدي للخطاب**، المجلد: 06 العدد: 02، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جويلية 2021، اطلع على https://asjp.cerist.dz/en/article/157897

12 – محمد أحمد فراس: الدبلوماسية العامة والقوة الناعمة الصينية، جامعة الموصل، اطلع على https://portal.arid.my/Publications/a5ad41bb-15e7-4b.pdf

13 – مصطفى أماني رضا عبد المقصود (2020): **التجربة الترفيهية عبر منصات خدمة الفيديو الرقمية العربية: دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الثراء الإعلامي**، مجلة البحوث الإعلامية، م 55 ج 1 ع55، أكتوبر 2020، اطلع على doi *10.21608/JSB.2020.116062*

14 – مغزيلي نوال وأوشن سمية (2021): **الدبلوماسية في ظل هيمنة الفضاء الإلكتروني: بين واقع الممارسة التقليدية وحتمية التوجه الرقمي**، م6 ع2 المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جويلية 2021، اطّلع على *https://asjp.cerist.dz/en/article/157870*

15 – نور الدين فوزي (2014): **تحليل الصراعات الدولية المعاصرة: بين الأبعاد الثقافية والاعتبارات الإستراتيجية**، العدد 37/36 من مجلة العلوم الإنسانية – جامعة محمد خيضر بسكرة، نوفمبر 2014، اطلع على *https://asjp.cerist.dz/en/article/49265*

16 – هدير محمد (2024): **البرامج التلفزيونية الجزائرية والتونسية في ظل تسيد مؤثري المنصات الاجتماعية**، مجلة **Aleph** ، م11 ع 3-4، نوفمبر 2024، اطلع على *https://aleph.edinum.org/9213*

د – الدروس والمحاضرات الجامعية:

1 – بن عمروش فريدة (2019): **الاتجاهات النقدية في علوم الإعلام والاتصال مطبوعة مقدمة لطلبة السنة الثانية ماستر**، كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، الموسم الجامعي 2018-2019.

2 – علاوة فوزي (2015): **مقياس الصناعات الثقافية ملخص محاضرات ألقيت على طلبة السنة الأولى ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة**، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الموسم الجامعي 2014-2015.

هـ – المواقع الإلكترونية:

1 – أبو شهاب رامي (2023): **صِيغ الدراسات الثقافية في السينما**، القدس العربي، نشر يوم 4-4-2023 (تمت الزيارة 15-5-2024 على الساعة 4:55)، اطلع على https://www.alquds.co.uk/صِيغ-الدراسات-الثقافية-في-السينما/

2 – السلاوي محمد أديب (2019): **الصناعة الثقافية والإبداعية في زمن الألفية الثالثة**، ريتاج باريس، تاريخ النشر 13-10-2019 الساعة 22:36 (تم الزيارة 14-7-2025 الساعة 00:42)، اطلع على https://ritajepress.com/100015/

3 – بدر حازم (2011): **أمريكا وسياسة القوة الناعمة**، شبكة الناقد الإعلامي، تاريخ النشر 6-11-2011 على الساعة 11:01 (تمت الزيارة 4-9-2024 على الساعة 3:00)، اطلع على http://www.naqed.info/naqed/politics/1032

4 – برازي رافي (2024): **روبين لي: من مؤسس بايدو العملاق؟** تاريخ النشر في 29-1-2024 (تمت الزيارة في 7-8-2025 على الساعة 21:17)، اطلع على https://bawabaai.com/روبن-لي-من-هو-مؤسس-بايدو-العملاق؟

5 – بوخاري حفيظة (2011): **قراءة نظرية في سيميولوجيا السينما تحليل النظام الفيلمي** ، على موقع الحوار المتمدن ، نشرت بتاريخ 2011/5/11 ، (تاريخ الزيارة 15-5-2024 على الساعة 4:49 ، اطلع على http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=258649&r=0

6 – بور كريم سجاد (2008): **في فهم الإمام الخامنئي: رؤية قائد الثورة الإسلامية الإيرانية، موقع معهد كارنيغي**، https://carnegieendowment.org/research/2008/04/reading-khamenei-the-world-view-of-irans-most-powerful-leader?lang=ar&center=middle-east

7 – حرز الله محمد لخضر (2023): **الحرب الناعمة.. الضعيف لا بد من افتراسه، موقع الجزيرة**، تاريخ نشر المقال 29-8-2023 (تمت زيارة الموقع 3-5-2024 على

الساعو3:30)، اطلع على https://www.aljazeera.net/blogs/2023/8/29/الحرب-الناعمة-الضعيف-لا-بد-من-افتراسه

8 – شعبان عبد الحسين (2023): **فيما يسمّى بـ "الإمبريالية الثقافية"**، موقع جريدة إيلاف، تاريخ النشر (1-2-2023 على الساعة 15:30) تمت زيارة الموقع (1-4-2024 على الساعة 1:34)، اطلع على https ://elaph.com/Web/NewsPapers/2023/02/1501080.html

9 – عبد الجواد جمال (2019): **القوة الناعمة.. مفهوم مهم لكنه مراوغ**، تاريخ النشر 02 مايو 2019 (تمت زيارة الموقع 2-3-2024 على الساعة 2:44 صباحا)، اطلع على https://web.archive.org/web/20230321182805/https://www.albayan.ae/opinions/articles/2019-05-02-1.3550124

10 – عبد الحي وليد (2013): **مستقبل القوة**، مركز الجزيرة للدراسات، تاريخ النشر 2013/9/4 على الساعة 11.25 (تمت الزيارة 22-8-2024 على الساعة 1:18، http://studies.aljazeera.net/ar/bookrevision/2013/12/2013124821704124.html

11 – عبد الرحمان علي، (2023): **الإنتاج الرقمي وعصر المنصات و(القوى الناعمة)**، موقع شهريار، تاريخ النشر (17-9-2023) تمت زيارة الموقع (16-3-2024 على الساعة 1:57)، اطلع على https ://www.shahrayar-stars.com/2023/09/57497/

12 – عبد المنعم عبد الفتاح (2017): **كيف استخدمت الولايات المتحدة الأمريكية القوى الناعمة لغزو العالم؟**، موقع اليوم السابع، تاريخ وتوقيت النشر 27 أبريل 2017 على الساعة 11:45 (تمت الزيارة في 2-9-2024 على الساعة 3:18)، اطلع على https://www.youm7.com/story/2017/4/27/كيف-استخدمت-الولايات-المتحدة-الأمريكية-القوى-الناعمة-لغزو-العالم/3208077

13 – عترسي طلال (2023): **الحرب الناعمة هي قصف العقول والتأثير على أفكارها**، موقع جريدة الوفاق، تاريخ النشر15-4-2023 (تمت زيارة الموقع 7-3-2024 على الساعة 4:38)، اطلع على https://al-vefagh.net/36057/الحرب-الناعمة-هي-قصف-العقول-والتأثير-ع/

14 – فياض حسام الدين (2022): **حول مفهوم القوة الناعمة**، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، تاريخ النشر 25 يوليو 2022 (تمت زيارة الموقع 20-5-2024 على الساعة 2:10 صباحا)، اطلع على https://www.mominoun.com/articles/حول-مفهوم-القوة-الناعمة-8204

15 – كرم الله نجم الدين (2020): **دور الدبلوماسية الثقافية في تطوير العلاقات بين الشعوب**، موقع الجزيرة، تاريخ النشر 5-7-2020 (تاريخ الزيارة 8-5-2024 على الساعة 1:13)، اطلع على دور الدبلوماسية الثقافية في تطوير العلاقات بين الشعوب | الجزيرة نت(aljazeera.net)

ثانيا – مراجع باللغة الأجنبية:

أ – المعاجم والقواميس:

1 – Britannica **: economic warfare ,** *(Accessed on 3/3/2024 at 00 :42)*, Available *on* https://www.britannica.com/topic/International-Finance-Corporation

2 - Cambridge dictionary: **Meaning of soft power in English**, Available on https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/soft-power

3 - Encyclopedia Britannica (2025): **video-on-demand,** (Accessed on 2-8-2025, 3:50 am), Available on https://www.britannica.com/technology/video-on-demand?utm_source=chatgpt.com

4 - Encyclopaedia Britannica (2025): **psychological warfare**, Last Updated: Aug. 11, 2025, (Accessed on 22-8-2025, 3:50 am), Available on https://www.britannica.com/topic/psychological-warfare?utm_source=chatgpt.com

4 - Oxford Research Encyclopedia of International Studies (2019): **Cultural Diplomacy**, Published: 19 November 2020 (Accessed on 28-5-2026, 3:50 am), Available on https://academic.oup.com/edited-volume/61835/chapter-abstract/546974634?redirectedFrom=fulltext&login=false#546974634

ب – الكتب:

1 - Adam Jean-Michel, Bonhomme Marc (2005) : **L'Argumentation publicitaire, Rhétorique de l'éloge et de persuasion, L'analyse des divers aspects du discours publicitaire**, Armand Colin.

2 - Berger Arthur Asa (2012): **Media Analysis Techniques (Semiotic Analysis)**, Sage publications Inc , London, United Kingdom .

3 - Boulanger Philippe (2021) : **PLANÈTE MÉDIAS GÉOPOLITIQUE DES RÉSEAUX ET DE L'INFLUENCE,** 2e édition, Armand Colin, Malakoff France.

4 - Bouquillion Philippe, MIEGE Bernard, MOEGLIN Pierre (2013) : **L'industrialisation des biens symboliques, les industries, créatives au regard des industries culturelles,** PUG, Grenoble France.

5 – Clausewitz, C. von. (M. Howard & P. Paret, Trans.; rev. ed) (1984): **On war**, Princeton University Press.

6 - Dorfman Ariel and Mattelart Armand, Translated by Kunzle David (2018): **How to read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic**, OR Book, New York London.

7 - Hesmondhalgh David (2007): **The Cultural Industries**, 2nd edition, SAGE Publication, London.

8 - Horkheimer Max, Adorno Theodor, (translation Jephcott Edmund) (2002): **Dialectic of Enlightenment**: **Philosophical Fragment**, Stanford University Press, California.

9 - Ibarraken Mahmoud (2004) : **Elmoubriq : encyclopédique de l'information et de la communication français arabe**, publications du conseil supérieur de la langue arabe-Alger,

10 - Jenkins Henry (2006): **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide,** New York University Press, United States of America.

11 - Lazar Judith (1991) : **Sociologie de la communication de masse et La science de la communication, Armand Colin, France.**

12 - Menard Marc (2004) : **Eléments pour une économie des industries culturelles**, SODEC, Montréal (Canada).

13 - Naren Chitty, Li Ji, Gary D. Rawnsley, Craig Hayden (2017): **The Routledge Handbook of Soft Power**, Routledge, London and New York.

14 – Nick Srnicek (2017): **Platform Capitalism,** Polity Press UK & USA

15 – Pariser Eli (2011): **The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You,** Penguin Press, New York.

16 - Tremblay Gaëtan (1990) : **Les industries de la culture et de la communication au Québec – et au Canada**, presse de l'université du Québec, Québec (Canada).

17 - Waller Michael (2009). **Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare**. Institute of World Politics Press.

18 - Walzer Michael (2017): **Soft War- The Ethics of Unarmed Conflict,** Cambridge University Press.

ج – الرسائل والأطروحات الجامعية:

1 – Boyer Charles (2006) : **Etude des interrelations entre les niveaux visuels et sonores électro-numériques dans le cadre de la production publicitaire télévisuelle contemporaine : iconicité et technique,** mémoire présenté comme exigence partielle de la maitrise en études des arts, Université du Québec à Montréal.

2 – Ouchiha Tahar (2016) : **Les médias comme «soft power» : la part géopolitique dans les chaines d'informations internationales. Etude comparative entre le canal arabophone de France 24 et Al Jazeera,** Thèse Pour obtenir le grade de Docteur en information et communication**,** Délivré par l'université Paul Valéry Montpellier III.

د – المقالات العلمية:

1 - Aubin France et Rueff Julien (2016) : Perspectives **critiques en communication CONTEXTES, THÉORIES ET RECHERCHES EMPIRIQUES,** Presses de l'Université du Québec 4e trimestre, Canada. Available *on* ***file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/2784_9782760544581.pdf***

2 - Barthes Roland (1964) : **Eléments de la sémiologie**, revue Communication, available on ***https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1029***

3 - Blout Emily (2017), **Soft War: Myth, Nationalism, and Media in Iran,** The Communication Review Vol. 20, Iss: 3, ***https://doi.org/10.1080/10714421.2017.1346976***

4 – Boulanger Philippe (2013) **: Pour une géopolitique des médias, La revue européenne des médias et du numérique N°26-27 Printemps - été 2013,** Available ***on https://la-rem.eu/2013/03/pour-une-geopolitique-des-medias/?utm_source=chatgpt.com***

5 - Ferahtia Nawel (2016) : **Les Médias Acteurs Géopolitiques, Genèse Et Perspectives,** La revue de la Communication et du Journalisme Volume 3, Numéro 1, 2016-01-15, available *on* ***https ://www.asjp.cerist.dz/en/article/14096***

6 - Gourdin Patrice (2023) : **Manuel de géopolitique : Troisième partie. Une affaire de représentations,** le 7 juin 2023, *(Accessed on 3/3/2024 at 1 :42 Am)*, available *on*

https ://translated.turbopages.org/proxy_u/fr-ar.fr.b8884112-66340760-b60cb9d1-74722d776562/https/www.diploweb.com/Troisieme-partie-Une-affaire-de.html

7 - Gray, J. E. (2021). **The Geopolitics of 'Platforms': The TikTok Challenge**. Internet Policy Review, 10 (2). *https://doi.org/10.14763/2021.2.1557*

8 – Henry Frederick (2005): **Hard and Soft Power: The Paradox of Winning the War of Ideas in the 21st century, U.S. Army War College, Pennsylvania,** *https://apps.dtic.mil/sti/tr/pdf/ADA433257.pdf*

9 - Nye Joseph (2019): **Soft Power and the Public Diplomacy Revisited,** The Hague Journal of Diplomacy, Issue 14, April 2019, Available on *https://brill.com/view/journals/hjd/14/1-2/article-p7_2.xml*

10 - Simons Anna (2012): **Smart War? Think Again**, Foreign Policy Research Institute, April 27, 2012 (Accessed on 5-4-2024 3:00 am), available on *https://www.fpri.org/article/2012/04/soft-war-smart-war-think-again/*

11 - Singer P. W. and Emerson T. Brooking (2018): **What Clausewitz Can Teach us about War on Social Media (Military Tactics in the Age of Facebook)**, Foreign Affairs, October 4, 2018 (Accessed on 30-6-2024 03:30 am), available on *https://www.foreignaffairs.com/world/what-clausewitz-can-teach-us-about-war-social-media*

12 – Tchotchua Davit (2024): **The Utility of Both Hard and Soft Power in Modern International Relations,** International Journal of Economic Integration and Regional Competitiveness Vol. 1, Iss: 4, April 2024, *https://doi.org/10.61796/ijeirc.v1i4.80*

13 - Tuathail Ó Gearóid, (2008): **Understanding Critical Geopolitics: Geopolitics and Risk Society,** Journal of Strategic Studies, Volume 22, p 107-124, Available *on* *https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01402399908437756*

14 - Zhao Alexandre Huang, Yuwen Zhang et Xifei Wang (2023): **Atypical Wolf Warrior Strategy in China's Digital Public Diplomacy during the Pandemic,** Journals v26**,** available on *https://journals.openedition.org/rfsic/14191*

هـ – المواقع الإلكترونية:

1 – Albert Eleanor (2018): **China's Big Bet on Soft Power**, Council on Foreign Relations, Last updated February 9, 2018 7:00 am (Accessed on 15-9-2024 at 01:21 am), Available on *https://www.cfr.org/backgrounder/chinas-big-bet-soft-power*

2 - Baidu (2025): **Company Overview,** (Accessed on 7-8-2025, at 23:09), Available on *https://ir.baidu.com/company-overview*

3 – Brics Brasil (2025): **About the BRICS**, Published on Jan 20, 2025 10:53 AM (sign in 16-5-2025 at 00:33), available on ***https://brics.br/en/about-the-brics***

4 - Businessabc (2025) : **iQIYI,** (Accessed on 8-8-2025 , at 1 :33 am), Available on ***https://businessabc.net/wiki/iqiyi?utm_source=chatgpt.com***

5 - Businesswire (2025): **The Walt Disney Company Reports First Quarter Earnings for Fiscal 2025,** Feb 5, 2025 6:40 AM (Accessed on 13-8-2025 at ,15:49), Available on ***https://www.businesswire.com/news/home/20250205352004/en/The-Walt-Disney-Company-Reports-First-Quarter-Earnings-for-Fiscal-2025?utm_source=chatgpt.com***

6 - CFR Education (2023): **What Is Soft Power?,** Last Updated May 16, 2023 (sign in 13-9-2024 at 02:09 am), Available on ***https://education.cfr.org/learn/reading/what-soft-power***

7 – CharmingChina (n d): **Symbolism in Clothing,** (Accessed on 13-9-2024 at 02:09 am), Available on https://www.charmingchina.org/pages/symbolism-in-clothing?utm_source=chatgpt.com

8 - Chen James (2024): **Trade Wars: History, Pros & Cons, and U.S.-China Example,** Investopedia, July 30, 2024 (Accessed on 10-8-2024 at 04:15 am), available on https://www.investopedia.com/terms/t/trade-war.asp

9 - Clarke David (2020): **Cultural Diplomacy**, International Studies, Oxford University press, November 19, 2020 (Accessed on 8-5-2024 at 1:27 am), available on ***https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190846626.013.543***

10 - David Emilia (2023): **Baidu launches Ernie chatbot after Chinese government approval,** the verge, 31-8-2025, 5:56 PM **(**Accessed on 8-8-2025, at 2 :51 am), Available on ***https://www.theverge.com/2023/8/31/23853878/baidu-launch-ernie-ai-chatbot-china***

11 - DCmodeling (2025): **Breaking Down iQIYI, Inc. (IQ) Financial Health: Key Insights for Ivestors, (**Accessed on 8-8-2025, at 2:51 am), Available on ***https://dcfmodeling.com/blogs/health/iq-financial-health***

12 - Diney (2023) : **The Walt Disney Company Announces Strategic Restructuring, Restoring Accountability to Creative Businesses,** February 9, 2023 **(**Accessed on 10-8-2025 , at 2:14 am), Available on ***https://thewaltdisneycompany.com/the-walt-disney-company-announces-strategic-restructuring-restoring-accountability-to-creative-businesses-2/?utm_source=chatgpt.com***

13 - Disney (2023): **The Walt Disney Company Reports Fourth Quarter and Full Year Earnings for Fiscal 2023,** November 8, 2023 (Accessed on 12-8-2025 , at 00:49), Available on ***https://thewaltdisneycompany.com/the-walt-disney-company-reports-fourth-quarter-and-full-year-earnings-for-fiscal-2023/?utm_source=chatgpt.com***

14 - Disney (2024): **The Walt Disney Company Reports Fourth Quarter and Full Year Earnings for Fiscal 2024,** November 14, 2024 (Accessed on 12-8-2025 , at 01:49 am), Available on ***https://thewaltdisneycompany.com/the-walt-disney-company-reports-fourth-quarter-and-full-year-earnings-for-fiscal-2024/?utm_source=chatgpt.com***

15 - Disney Advertising (2023): **Disney + video AD**, last update November 6, 2023 (Accessed on 22/7/2024, at 2:08 am)، available on ***disneyplus_video_emea_english.pdf (disneyadvertising.com)***

16 - Disney Archives, **Disney History**, (Accessed on 11-8-2025, at 1:14 am), Available on ***Disney History – D23***

17 - Disney **(2020) : Mulan ,** (Accessed on 15-7-2025 at 04:32 am), Available *on* ***https ://ar.disneyme.com/aflam/mulan-2020***

18 - Endavo Media (2024): **Streaming Platforms: A Complete Guide To Leading the Industry,** (Accessed on 30-5-2024 at 00:46)، available on ***https://www.endavomedia.com/streaming-platforms-a-complete-guide/***

19 – Fiveable (2024): **digital streaming platforms – Intro to Film Theory**, August 1, 2024 (Accessed on 3-8-2025 at 01:20 am), Available on ***https://library.fiveable.me/key-terms/introduction-to-film-theory/digital-streaming-platforms***

20 - Gartner (2025): **Video On Demand (VOD),** (Accessed on 2-8-2025, at 3:40 am), Available on ***https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/vod-video-on-demand?utm_source=chatgpt.com***

21 - Gillis. S Alexander (2022): **Definition Video Streaming, TechTarget,** (Accessed on 31-5-2024 at 01:32 am), available on ***https://www.techtarget.com/searchunifiedcommunications/definition/streaming-video#:~:text=Video%20streaming%20enables%20users%20to,in%20streaming%20videos%20to%20subscribers***

22 – globenewswire (2024): **iQIYI Announces Fourth Quarter and Fiscal Year 2023 Financial Results,** February 28, 2024 04:00 pm **(**Accessed on 9-8-2025 , at 00:33), Available on ***https://www.globenewswire.com/news-release/2024/02/28/2836677/0/en/iQIYI-Announces-Fourth-Quarter-and-Fiscal-Year-2023-Financial-Results.html***

23 – globenewswire (2025): **iQIYI Announces First Quarter 2025 Financial Results,** May 21, 2025 05:00 pm **(**Accessed on 9-8-2025 at ,1:32 am), Available on ***https://www.globenewswire.com/news-release/2025/05/21/3085498/0/en/iQIYI-Announces-First-Quarter-2025-Financial-Results.html***

24 – iQIYI (2024)**: About iQIYI International ,** (Accessed on 31-7-2024 at 01:52 am), **, on Available on** ***https ://www.iq.com/aboutus***

25 - iQIYI (2025): **Company Overview, (**Accessed on 8-8-2025, at 2:00 am), Available on ***https://ir.iqiyi.com/corporate-profile***

26 - Jaafar Muhammad Ali (2016): **The Soft War and the Need for Confrontational Strategies**, 02/11/2016 (Accessed on 13-8-2024 at 01:14 am), available on ***https://almaarefcs.org/4590/316***

27 - LTL HQ (2020): **Mulan (2020) Review: What We Really Think**, Flexi Classes, October 28, 2020, (Accessed on 20-1-2025 at 01:40 am), Available on ***https://flexiclasses.com/mandarin/mulan-review/***

28 - Matteucci Aldo (2024): **Soft Power by Joseph Nye, Diplo,** (Accessed on 27-6-2024 at 01:32 am), Available on ***https://www.diplomacy.edu/resource/soft-power-the-means-to-success-in-world-politics/#top***

29 - Mielcarek, R. (2014). ***A lire : Géopolitique des médias. Guerres et Influences***, (Accessed on 31-5-2024 at 02:32 am), available on **https://www.guerres-influences.com/livre-geopolitique-medias-philippe-boulanger-armand-colin/?utm_source=chatgpt.com**

30 - Miyata Francis (2021): **The Grand Strategy of Carl Von Clausewitz,** War Room, March 26, 2021 (Accessed on 20-7-2024 at 04:00 am), available on ***https://warroom.armywarcollege.edu/articles/grand-strategy-clausewitz/***

31 – NATO OTAN (2024): **Countering Hybrid Threats,** Last updated: 07 May. 2024 15:29, (Accessed on 20-9-2025 at 04:00 am), available on ***https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_156338.htm?selectedLocale=en***

32 – Oxford Bibliographies (2018): **Textual Analysis and Communication,** LAST MODIFIED: 25 September 2018 (Accessed on 23-9-2025 at 00:00), available on ***https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0216.xml?utm_source=chatgpt.com***

33 - Portland (USC Center on Public Diplomacy) (2017): **The Soft Power 30 (What is Soft Power?),** (Accessed on 31-5-2024 at 00:32), Available on ***https://softpower30.com/what-is-soft-power/***

34 - PREVENCY (2021): **What is Social Media Warfare?** (Accessed on 20-7-2024 at 02:05 am), available on ***What is Social Media Warfare? – PREVENCY®***

35 - Rouiaï Nashidil (2018): **Soft Power (puissance douce), geoconfluences**, septembre 2018. (Accessed on 10-8-2024 at 04:15 am) available on ***https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/soft-power***

36 - Sabet, Farzan and Safshekan, Roozbeh (2013), **Soft War: A New Episode in the Old Conflicts between Iran and the United States,** Iran Media Program, Published November 1, 2013 (Accessed on 5-7-2024 at 03:00 am), available on ***https://repository.upenn.edu/iranmediaprogram/9***

37 - sahm (2024): **Iqiyi Launches VR Experiences across Major Chinese Cities with Global Expansion Plans,** last update 6/2024 at 09:40 (Accessed on 16/7/2024, at 00 : 08), Available on ***https://www.sahmcapital.com/ar-sa/news/content/iqiyi-launches-vr-experiences-across-major-chinese-cities-with-global-expansion-plans-2024-06-24***

38 - Sens Critique (2020) : **sens critique de film Hua Mulan,** septembre 9, 2020, (Accessed on 14/7/2024, at 4 :08 pm), available on **https ://www.senscritique.com/film/hua_mulan/45266859/details**

39 - Seth G. Jones and Danika Newlee (2019): **The United States' Soft War with Iran,** Center for Strategic and International Studies**,** Published June 11, 2019 (Accessed on 5-7-2024 at 02:20 am), available on ***https://www.csis.org/analysis/united-states-soft-war-iran***

40 – Singh Yogendra (2025): **Video on Demand (VOD) Streaming: Definition, Types, and How it Works**, (Accessed on 15-7-2025 at 02:20 am), available on ***https://godreamcast.com/blog/solution/live-streaming-and-webcasting/vod-streaming-definition-and-how-it-works***

41 – Sun Jiahui (2022): **What Do Tigers Symbolize in China?,** January 19, 2022 (Accessed on 21-10-2025 at 02:40 am), available on ***https://www.theworldofchinese.com/2022/01/what-do-tigers-symbolize-in-china/?utm_source=chatgpt.com***

42 - Tam Renee & Tam Tiffany (2013): **Fall in Love with the Symbol of the Cherry Blossom,** April 06, 2023 (Accessed on 22-10-2025 at 1:08 am), available on ***https://kimandono.com/en-dz/blogs/journal/fall-in-love-with-the-symbol-of-the-cherry-blossom?srsltid=AfmBOorymS0Yh-EnooE0HKc9NjkJFrAOE5GYYcMm-pLLArZbrGubg9qG&utm_source=chatgpt.com***

43 - Tour Lu Catherine (2025): **Cherry Blossom Season in China - Where and When to Experience the Magic of Cherry Blossoms in China,** May 06th 2025 00:06 (Accessed on 22-10-2025 at 1:01 am), available on ***https://www.catherinelutours.com/blogs/cherry-blossom-season-in-china.html?utm_source=chatgpt.com***

44 − Turoiu Liliana (2018): **Creative Industries and Cultural Diplomacy in a Challenging Time,** June 8, 2018 (Accessed on 9-5-2024 at 00:33), available on *https://www.geopolitica.info/creative-industries-and-cultural-diplomacy-in-a-challenging-time/*

45 – Wong Kristin (2019): **Why You Can't Write your Name in Red,** 2/22/2019 (Accessed on 22-10-2025 at 00:55), available on *https://folklore.usc.edu/why-you-cant-write-your-name-in-red/?utm_source=chatgpt.com*

و – محاضرات جامعية:

1 - Série de cours de l'université Grenoble (2015) : **Leçon 3: Communication et médias numériques : géopolitique, médiations et médiatisations,** Available *on https ://chaireunesco.univ-grenoble-alpes.fr/elizabeth/Leçon_3_grenoble.pdf*

ي – تقارير المنظّمات الدولية:

1 - International Telecommunication Union (2023): **Architecture for video distribution systems,** ITU Publications, Available on *file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/T-REC-H.644.6-202309-I!!PDF-E.pdf*

2 - UNESCO (2009): **UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS) 2009**, UNESCO Institute for Statistics, Montreal. Available on *file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf*

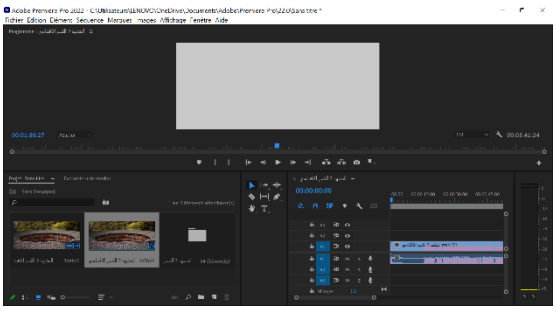
3 - UNESCO Institute of Statistics (n.d): **Video-on-demand service offering mainly feature films (VOD),** UNESCO UIS, (Accessed on 2-8-2025, at 4:00 am), Available on *https://uis.unesco.org/en/glossary-term/video-demand-service-offering-mainly-feature-films-vod*

قائمة الملاحق

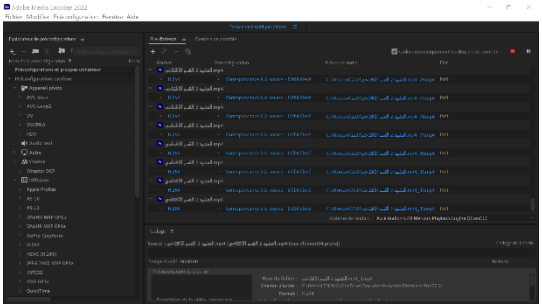
الملحق رقم 1:

صور تمثل واجهة عمل برنامجي **Adobe premiere pro** و **Adobe Media Encoder**

- **واجهة عمل برنامج Adobe premiere pro**



واجهة عمل برنامج Adobe Media Encoder



الملحق رقم 2:

صورة تمثل شعار الشركات المالكة للمنصات VOD التي بثت الفيلمين:

- **شعار الشركة الامريكية والت ديزني The Walt Disney Company المالكة لمنصة Disney + :**

- **شعار الشركة الصينية Baidu المالكة لمنصة iQIYI:**

الملحق رقم 3:

صورة تمثّل الملصق الدعائي للفيلم الأمريكي **Mulan (2020)**

الملحق رقم 4:

توضح هذه الصور اللقطات والمشاهد المحللة من الفيلم الأمريكي Mulan (2020):

فوتوغرام مأخوذ من المقطع الافتتاحي للفيلم (شارة شركة الإنتاج)

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 1 للمقطع الافتتاحي للفيلم

فوتوغرام مأخوذ من (عنوان الفيلم)

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 6

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 7

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 10

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 12

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 13

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 16

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 23

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 25

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 40

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 42

الملحق رقم 5:

صورة توضح الملصق الدعائي للفيلم الصيني **Hua Mulan (2020):**

الملحق رقم 6:

توضح هذه الصور اللقطات والمشاهد المحللة من الفيلم الصيني **Hua Mulan** (2020):

– فوتوغرام مأخوذ من المشهد الافتتاحي لفيلم Hua Mulan (2020)

شارة شركة الإنتاج

المشهد الافتتاحي

عنوان الفيلم

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 3

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 5

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 6

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 10

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 12

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 16

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 28

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 34

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 41

فوتوغرام مأخوذ من المشهد 43

فهرس المحتويات

العنوان	رقم الصفحة
شكر وعرفان	أ
الإهداء	ب
إهداء خاص	ت
ملخص الدراسة	ث
خطة الدراسة	خ
قائمة الجداول والأشكال	ر
مقدمة	1
الجانب المنهجي	
الإشكالية	8
تساؤلات الدراسة	11
أهمية الدراسة	12
أهداف الدراسة	13
أسباب اختيار الموضوع	15
منهج وأدوات الدراسة	16
مجتمع البحث وعيّنة الدراسة	35
المفاهيم والمصطلحات	37
الدراسات السابقة	49
الجانب النظري	

I – الخلفية النظرية للدراسة	
1 – مفهوم الخلفية النظرية للدراسة	65
2 – مقاربة جيوسياسية وسائل الاعلام	66
3 – المقاربة النقدية	81
4 – مقاربة الإمبريالية الثقافية	88
II–الحرب الناعمة Soft War	
1 – مبتكر مصطلح "الحرب الناعمة" "Soft War "	99
2 – ماهية "الحرب الناعمة" "Soft War "	103
3 – الفرق بين الحرب الناعمة والحرب التقليدية	110
4 – أدوات الحرب الناعمة	116
5 – دوافع تبني الدول لخيار الحرب الناعمة	153
6 – الصراع الصيني–الأمريكي في عصر الحروب الناعمة	154
III – الصناعات الثقافية كأداة للحرب الناعمة	
1 – الصناعات الثقافية في البيئة التقليدية	165
2 – الصناعات الثقافية في البيئة الرقمية	182
3 - الصناعات الثقافية الرقمية كآلية للحرب الناعمة	190
IV – منصات الVOD كساحة للحرب الناعمة	

1 – تعريف المنصات الرقمية للبث حسب الطلب Digital Streaming Platforms on demand (VOD)	196
2 - خصائص المنصات الرقمية للبث حسب الطلب	199
3 – أنواع المنصات الرقمية للبث حسب الطلب VOD	201
4– صراع عمالقة الشاشات في عصر الحرب الناعمة	205
الجانب التطبيقي	
I – تحليل أبعاد الحرب الناعمة بين الصين وأمريكا عبر الفيلم الأمريكي Mulan (2020)	
1 – البطاقة التقنية للمنصة Disney +	**233**
2– البطاقة التقنية للفيلم الأمريكي Mulan (2020)	**236**
3 – التقطيع التقني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020)	**244**
4 – التحليل التعييني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020)	**263**
5 – التحليل التضميني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Mulan (2020)	**281**
II– تحليل أبعاد الحرب الناعمة بين الصين وأمريكا عبر الفيلم الصيني Hua Mulan (2020)	
1– البطاقة التقنية لمنصة iQIYI	313
2 – البطاقة التقنية لفيلم Hua Mulan (2020)	316
3 – التقطيع التقني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020)	323
4 – التحليل التعييني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020)	337
5 – التحليل التضميني للّقطات المختارة من مشاهد فيلم Hua Mulan (2020)	348
III – مناقشة نتائج تحليل الأفلام	**368**

الاستنتاجات العامة للدراسة	383
خاتمة	394
قائمة المصادر والمراجع	400
قائمة الملاحق	417
فهرس المحتويات	430