مجلة الشرق الأوسط للنشر العلمي
المجلد (٤) العدد (٤)
الإصدار الثالث عشر
(١٤٥-١٣٤) ٢٠٢١

الإنتاج السينمائي والإبداع الفني :القدرات الإبداعية للمنتج السينمائي

إدريس موعنى

الماجيستير في الهندسة الثقافية والفنية، مسجل في سلك الدكتوراه من المغرب، مسجل بمختبر الآداب والفنون، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ابن طفيل، القنيطرة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وتكوين الأطر، ***المملكة المغربية***

البريد الإلكتروني: ***mouana.driss@gmail.com***

نشر إلكترونياً بتاريخ: ١٦ ديسمبر ٢٠٢١م

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

الملخص

يعتبر الإبداع السينمائي فعلا فكريا وفنيا يتولد عن عملية دينامية يساهم فيها كل من المبدع السينمائي (السيناريست، المخرج...) والمنتج السينمائي والمتلقي /المشاهد/الناقد، لذلك فإن الفيلم السينمائي الجيد لا يرتبط فقط بالجوانب الفنية والإبداعية، ولكنه يرتبط في الآن ذاته بالإنتاج السينمائي المبدع، الذي يعمل على تحقيق المنتوج/ المنتج السينمائي الجيد والناجح سواء على مستوى التدبير والتسويق أو على مستوى تحقيق الأبعاد الفنية والجمالية لهذا المنتوج السينمائي. تحاول هذه المقالة تسليط الضوء على الشق الإبداعي للفيلم السينمائي من جانب عمل المنتج، وذلك بعد تحديد العلاقة القائمة بين الإنتاج والإبداع ورصد القدرات الإبداعية للمنتج وتحديد الخصائص المؤثرة في الإنتاج السينمائي.

الكلمات المفتاحية: الإبداع السينمائي، الفيلم السينمائي، الإنتاج السينمائي، القدرات الإبداعية، خط الإنتاج السينمائي، المنتج الإبداعي.

Abstract

Cinematic creativity is an intellectual and artistic act that is generated from a dynamic process in which the cinematic creator (filmmaker, director ...) and the film producer and the recipient / viewer / critic participate. Therefore, a good cinematic film is not related only to the artistic and creative aspects, but it is related in the same time to creative cinematic production, which works to achieve a good and successful film product, whether at the

level of management and marketing, or at the level of achieving the artistic and aesthetic dimensions of this film product. This article attempts to shed light on the creative aspect of the cinematic film from the producer's side, after defining the relationship between production and creativity, observing the creative abilities of the producer and determining the characteristics affecting film production.

Keywords: Cinematic creativity, Film movie, creative abilities, Film production line, creative producer.

*** تقديم**

لا يرتبط الإبداع السينمائي بواقع ملموس يمكن تحديده بواسطة وصفة جاهزة، ولكن يرتبط بمجموعة من القراءات المحتملة التي تتميز بتعدد مصادرها الفنية وبتباين مرجعياتها الفكرية والمعرفية والإيديولوجية، وعلى الرغم من ذلك يظل الإبداع السينمائي فعلا فنيا وملمحا جماليا ورؤية فكرية، تتولد عن عملية انفتاح دينامي واستراتيجي بين المبدع السينمائي والفيلم الجيد والمشاهد المتذوق. لذلك يمكن القول انه إذا كانت السينما عبارة عن صناعة متعددة الجوانب فإنها في جوهرها عبارة عن فكر وإبداع؛ على أساس أن الفكر هو مسألة تأملية، والفيلم السينمائي هو إنتاج إبداعي مادي يتوسل بوسيط تعبيري هو الصورة السينمائية، ويعني أن هذا الخطاب الفيلمي هو الخطاب الذي يجمع بين الفكر الأدبي السردي والفكر المرئي المسموع، حيث يتم عرض هذا المزيج الفكري المركب من خلال الصورة المتحركة والأداء التمثيلي وما يصاحبهما من أشكال وألوان وإيقاع موسيقي ومؤثرات صوتية.

إن إبداعية السينما وشعريتها الخاصة تتمثل في وسمها للعصر بطابع متميز له خصوصيته التي تتجلى في كونه عصرا يتعامل مع الصورة ويتواصل بواسطتها وبفضلها عن غيرها من وسائل التعبير، لذلك أصبح الإنسان المعاصر يتعامل مع السينما باعتبارها رؤية للعالم تعبر عن آماله وطموحاته وانتظاراته وتصوراته الثقافية[1] (فواد الكنجي 2016)، هذا فضلا عن اعتبارها تسويقا وترويجا لوقائع فيلمية تحيل على مستويات حياتية يومية وتاريخية وتراثية، من خلال أبعاد جمالية ورمزية وأسلوبية وفكرية وجودية (زهرة المنصوري 2001)[2].

إن السينما تعد من الفنون السمعية البصرية التي تتميز بمهارات فنية وإبداعية خاصة، الشيء الذي يتطلب من المبدع السينمائي استعدادا وتفهما كاملين لأساليب العمل السينمائي ولمقومات اللغة السينمائية، لأن الفيلم السينمائي يعد عملا فنيا معقدا ومتشابكا، و لعل ذلك هو ما جعل الفن

[1] فواد الكنجي:أهمية السينما في المجتمع، *الحوار المتمدن*، العدد: 5102 ، 2016 / 3 / 13 ، محور"الادب والفن" ، http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=508986&r=0

[2] زهرة المنصوري: سيميوطيقا التواصل في الخطاب السينمائي: ميكانيزمات تمفصل المعنى بين الإنتاج والإدراك، *منشورات جامعة ابن زهر* ـ أكادير ـ، المغرب (2001)، ص26

السينمائي متميزا بخاصية مهمة وهي "التخطيط "، أي وضع مخططات إنتاجية للفيلم بشكل تفصيلي، وذلك لضمان الشكل الذي ستظهر بموجبه الفكرة أو الحكاية أو القصة في صورتها المرئية المعبرة والنابضة بالحياة، والتي تتضمن كل العناصر الفنية التي يتطلبها إبداع صورة سينمائية مثيرة للفيلم أوالشريط السينمائي[3] (قاسم حول سعدون 1986).

على الرغم من وجود خصائص وضوابط مقيدة للإبداع الفني السينمائي، فإن الدراسات تشير إلى أن الإبداع السينمائي غالبا ما يرتبط في أجزاء كبيرة منه بالقدرة على تجاوز القيود الإنتاجية، وذلك على أساس أن التخلص من هذه القيود هو الذي يوفر حافز الإبداع، خصوصا وأن الإنتاج الإبداعي السينمائي هو عبارة عن نشاط مشترك يضم عددا كبيرا من الناس المبدعين الذين يبدعون كل منهم في مجال اختصاصه [4] (Wolf Janet 1993) . و يفهم من هذا أن السينما فن صناعي وتجاري يرتبط بمجموعة من الموارد البشرية والمالية والمادية المعقدة، ويتطلب مهارات وتقنيات عالية الجودة على المستوى الإبداعي.

وبناءا عليه فإن تحقيق الفيلم السينمائي الجيد لا يشترط السيطرة فقط على الجوانب الإبداعية، ولكن يجب أن تؤخذ عملية الإنتاج السينمائي بعين الاعتبار في هذا التحقيق، وهذا ما أكده **"جورج لوكاس" (George Lucas)** بقوله: **"إنني واع باعتباري شخصا مبدعا أن أولائك الذين يتحكمون في وسائل الإنتاج يتحكمون أيضا في الرؤية الإبداعية** (Kevin Brownlow [5] **"** (1996، ويعني هذا أن المنتج السينمائي الذي يمتلك مواهب فنية لا يختلف عن كاتب السيناريو أو المخرج أو الممثل. وفي السياق ذاته يعتبر **"دافيد دريغ"** [6] (David Draigh1986) أن المنتج المبدع هو الذي يشارك بفاعلية في الإشراف على الكتابة والتصميم و(الكاستينغ[7]) والمونتاج/التوظيب، ويؤثر بشكل كبير على محتويات

[3] قاسم حول سعدون (1986): *الحلقة الدراسية في مجال كتابة السيناريو*، الطبعة الأولى،263 صفحة؛ 24 سم طرابلس، ليبيا، المنشأة العامة للنشروالتوزيع والإعلام، ص.55

4 Wolf Janet (1993) : *the Social Production of Art, communication & culture*, Second Edition, 220 pages GB-London, Ed.Palgrave p.24

5 Kevin Brownlow (1996) : *Critiques de David Lean : une vie de cinéma*, 925 pages – Paris-France, Éd. Cinémathèque française, p.125

6 Draig, D. (1988): *Behind the Screen: The American Museum of the Moving Image Guide to Who does What in Motion Pictures and Television*. 128 pages, New York: Abbeville Press. p.49

7 يشير مصطلح "الكاستينغ" (Casting)، إلى عملية توزيع الأدوار، واختيار الممثلين بناء على فكرة المخرج، واعتماد على فكرة الفيلم. وتنسب عموما، عملية توزيع الأدوار للمخرج والمنتج معاً. ويعهد باختيار الفنانين إلى مدير توزيع الأدوار، ويمكن الإختيار الجيد للممثلين من تجنب المخاطر الابداعية التي يمكن أن تنشأ عن استخدام ممثلين غير محترفين.(ماري تيريز جورنو، معجم المصطلحات السينمائية، (بتصرف))

وأسلوب الإنتاج السينمائي النهائي، هذا في الوقت الذي يركز فيه المنتج غير المبدع فقط على المسئوليات الإدارية والمالية[8](Kevin Brownlow 1996) .

*** مفهوم الإنتاج السينمائي كمشروع**

إن مفهوم الإنتاج السينمائي لا يمكن تحديده إلا إذا تمت موضعته في إطار المنظومة التي يتشكل منها القطاع السينمائي، وهي المنظومة التي تشتمل على ثلاث مكونات أساسية هي : الإنتاج والتوزيع والاستغلال، و في هذا السياق يمكننا تعريف الإنتاج السينمائي بكونه تلك العملية التي تقوم بجمع ودمج العناصر الضرورية لإنتاج الفيلم وضمان استمراريته، أي أنها العملية التي تضطلع بجمع الوسائل البشرية والمالية والتجارية والفنية والتقنية الكافية، والعمل على تدبيرها بشكل فردي أو جماعي لضمان نوع من الانسجام والتنسيق القادر على إنجاز مشروع الفيلم السينمائي، وذلك على ساس نوع من التكامل والتواصل بين مجموعة من المتدخلين كالمنتج و(السيناريست[9]) والمخرج والممولين، ليمر مشروع الفيلم إلى اللحظة الواقعية بعد رصد كل الوسائل المالية والتقنية والفنية والبشرية الأساسية،[10] ويعني هذا أن عملية إنتاج الفيلم السينمائي تنطوي على ثلاث أنواع من الممارسة يمكن إجمالها في ما يلي :-

١- الممارسة الاقتصادية التي تشمل جميع المعاملات المالية اللازمة لصناعة الفيلم كالاستثمار والقروض والاعتمادات المختلفة التي قد توفرها الدولة أو القطاع الخاص.

٢- الممارسة التقنية التي تشمل كل العمليات البصرية والميكانيكية والفيزيائية والكيميائية التي يتطلبها إنتاج الفيلم.

٣- الممارسة الفنية التي تستهدف تحقيق مضامين إبداعية فنية ودلالات جمالية راقية على مستوى التلقي والمشاهدة.

إن المشروع الفيلمي يخضع لما يسمى بخط الإنتاج السينمائي الذي يتمثل في الترتيب الدقيق الذي تخضع له عملية صناعة وإنتاج الفيلم السينمائي، انطلاقا من الفكرة والسيناريو ثم التصوير والمونطاج و(الميكساج[11]) والطباعة النهائية لنسخة الفيلم، إلى الوصول في النهاية إلى منتج فني كامل، و هذه المراحل تقتضي وضع برمجة إنتاجية خاصة بها ليتم تنفيذها بناءا على مخططات وجدولة عملية، تستوجب الإشراف الإداري بهدف جعلها تحترم الخطوات المرسومة لعملية الإنتاج السينمائي، وهي العملية التي تشتمل على العديد من العمليات الفرعية المتلاحقة والمتسلسلة، بشكل

[8] Kevin Brownlow (1996), Op-Cit-p.81

[9] كلمة مشتقة من اللغة الإيطالية "سيناريو" وكانت تعني "ديكور". أما سيناريو الفيلم فهو المخطط المكتوب لأجزاء حلقات الفيلم، مع تخطيط الحوارات أحياناً، ولا يعطي توجيهات تقنية. أما السيناريست فهو اختصاصي كتابة السيناريو الذي يعمل على سيناريو أصيل أو على اقتباس، وأما عمله فيكمله كاتب الحوارات..(ماري تيريز جورنو، معجم المصطلحات السينمائية، (بتصرف))

[10] Claude Forest (2002) : *L'argent du cinéma, Introduction à l'économie du septième art,* 238 pages, Paris- France, Ed. Belin, p.68

[11] تقوم هذه العملية التركيبية على تأمين توازن مختلف أشرطة الفيلم الصوتية في شريط صوتي واحد داخل قاعة التسجيل. والمازج يعير، على الأخص، حجم الأقوال بالنسبة إلى ضجيج البيئة، ويصحح التأثيرات ويضبطها.

يتطابق مع المفهوم الحديث لخط الإنتاج، الذي تتفرع فيه العملية الإنتاجية إلى عمليات متنوعة، تتميز كل واحدة منها بقدراتها الإنتاجية سواء على مستوى الأجهزة والمعدات، أو على مستوى نوعية الخبراء والعاملين الذين يقومون بانجازها (عبد المعين الموحد 2006) [12].

إن المتأمل لخط الإنتاج السينمائي يدرك أن عملية إدارة الإنتاج السينمائي هي في الوقت ذاته علم وفن، وهي سمة تنفرد بها هذه الإدارة التي تعرف نماذج وتطبيقات متعددة ومتنوعة، فالمنتج السينمائي قد يكون فردا أو مؤسسة عامة أو شركة خاصة، على أساس أن لكل منهم أساليبه التنظيمية التي يشتغل بموجبها، هذا فضلا على أن كلا منهم يعمل من خلال مجموعة من الأنشطة التي تتكامل مع بعضها البعض من أجل تحقيق منتج سينمائي جيد وناجح على مستوى التسويق من جهة وعلى مستوى تحقيق الاعتبارات الإبداعية فنيا وجماليا من جهة أخرى.

*** الخصائص المؤثرة في الإنتاج السينمائي**

إن تصميم الفيلم السينمائي باعتباره منتجا فنيا وصناعيا، يتطلب درجات من المعرفة والحرفية، لذلك فإن شركات الإنتاج تأخذ بعين الاعتبار انتقاء كتاب السيناريو والمخرجين والمنتجين المبدعين الذين لهم إلهام واسع في مجال تخصصهم، والمسألة ذاتها تنسحب على باقي أعضاء الطاقم الذين يشتغلون في المشروع السينمائي، لذلك فإن نجاح أي فيلم؛ يرتبط بطبيعة القدرات المتوفرة والمهارات المتخصصة في مجالات محددة من الإبداع الفني والتقني والإداري، والتي يجب أن تعمل في وقت واحد وبتنسيق مشترك، يعزز المناخ الفني للفيلم السينمائي، ويضمن نجاحه ويحقق المقومات الإبداعية المنشودة من لدن كل من المؤلفين والمنتجين الإبداعيين. (Hospers John1979)[13]

وفي هذا السياق تشير بعض الدراسات السينمائية إلى مجموعة من الخصائص التي تؤثر في الإنتاج السينمائي يمكن إجمالها في ما يلي:-

١- الخصائص المادية: وترتبط بكيفية صنع الفيلم، باعتباره عملا إبداعيا وذلك لأن المعدات المادية تؤثر على طريقة العمل وعلى الشكل النهائي لهذا العمل .(Howard S. Becker 2008)[14].

٢- الخصائص الزمنية: ويتعلق الأمر بالوقت الذي له أهمية كبرى في الصناعة الإبداعية السينمائية، حيث يكون للسوق تأثير كبير على التخطيط للمنتج السينمائي وعلى عملية تنفيذه، هذا فضلا عن تأثيره على تحديد المواعيد النهائية لهذا المنتج والوفاء بها؛ وبناءا عليه يمكن القول أن لكل منتج فيلم

[12] عبد المعين الموحد (2006): *إدارة الإنتاج السينمائي*، طبعة: 1، المجلد: 1، السلسلة: الفن السابع، عدد الصفحات: ،120 دمشق-سوريا، منشورات وزارة الثقافة، ص.31

[13] Hospers John (1979): Artistic creativity, *Journal of aesthetics and arts Phenomenological research*, University of Illinois Press, Volume: 14 issues: 1, page(s): 30-40

[14] Beker S. Howard (1982): *Art worlds*, Pages: 440, California USA, University of California press, p.29

ضوابطه الزمنية، انطلاقا من تصوره وتوزيعه ثم تلقيه في سياقه التاريخي، ومن ثمة فإن أي استبعاد لقواعد الهيكل الزمني للإنتاج قد يعطي معاني جديدة وقيما مختلفة للفيلم السينمائي .

(Orwicz Michael R., Hourmat Hélène. Hauser Arnold 1986) [15]

٣- الخصائص المكانية: وتعني أن للفضاء تأثيرا على الإنتاج السينمائي، حيث يكون هذا الثأتير ماديا وتقنيا في الآن ذاته، لذلك فإن تحرك شركات إنتاج الأفلام من الأماكن المغلقة إلى الهواء الطلق يقتضي استعمال تقنيات تصوير جديدة ومبتكرة.

٤- الخصائص الإجتماعية: التي يمكن تحديدها في ثلاث عناصر هي؛ **علاقات الاتصال والتواصل بين العاملين في المشروع السينمائي ؛ وتكاليف هذا المشروع؛ ومحتوى المخرجات الإبداعية للفيلم السينمائي.** هذا فضلا عن عامل الثقة التي تفرضها الطبيعة السوسيولوجية للعمل السينمائي بين العاملين في هذا المشروع و بين شركة الإنتاج وغيرها من الجهات أو المؤسسات الداعمة للفيلم[16].

٥- الخصائص الإقتصادية: حيث يكون للميزانية تأثير كبير على المنتج السينمائي وعلى شكله النهائي، ويدخل في هذا الإطار التعاقد مع ممثلين عالميين أو مع تقنيين أجانب محترفين لأن ذلك يكون له وقع كبير على الجمهور المتلقي، مع العلم أن هذه الخاصية الاقتصادية تخضع دائما لاعتبارات أخلاقية و قانونية[17].

*** تأثير التكنولوجيا الرقمية في الإنتاج السينمائي**

لقد ارتبط الإبداع لدى المنتجين السينمائيين، بشكل دائم، بمواهبهم وبقدراتهم الشخصية على المشاركة الفعالة في جميع المراحل الإبداعية للفيلم السينمائي، ومع ظهور التطورات التكنولوجية فًي مجال الصناعة السينمائية ستتبلور أفكار ورؤى المنتجين على المستوى الإبداعي، إلى درجات يمكن معها مقارنتهم بمؤلفي الأفلام وبغيرهم من أعضاء الفريق الإبداعي في أي فيلم سينمائي، وفًي هذا السياق يرى جل المنتجين والدارسين للحقل السينمائي أن التكنولوجيا الرقمية قد أحدثت تغييرا كبيرا في مفهوم الإنتاج السينمائي، حيث مكنت السينما من الوصول إلى عصرها الذهبي، وخصوصا السينما المستقلة التي مكنتها التكنولوجيا الرقمية من إحداث ثورة على مستوى طريقة إيصال أفلامها إلى الجماهير العريضة والواسعة (إليزا هانسل 2012) [18].

إن التكنولوجيا الرقمية قد ساهمت فًي حدود الإبداع لدى كل من المخرجين ومديري التصوير ومصممًي الإنتاج ومصممي الصوت والمؤثرات البصرية، لذلك يمكن القول إن هذه التكنولوجيا قد مكنت المنتجين، على وجه

[15] Orwicz Michael R., Hourmat Hélène. Hauser Arnold 1986, *The sociology of art*, pp. 561-563, Sociologie de l'art et de la littérature, sous la direction de Jean-Claude Chamboredon et Pierre-Michel Menger. Los Angelles-USA, In : Revue française de sociologie.

[16] Beker S Howard (1982), op.cit, p.77

[17] Wolf Janet (1993), op.cit, p24

[18] اليزا هانسل:2012/10/26 جماليات سينمائية جديدة، تأثير الثورة الرقمية فى بناء الحقيقة، ترجمة ممدوح شلبى، مجلة عين على السينما، *https://eyeoncinema.net/*

الخصوص، من العمل بشكل أكثر فعالّية على المستوى الإبداع، وعلى الرغم من ذلك فإن تأثير التكنولوجيا الرقمية لا ينبغي أن يقتصر على معالجة الجوانب الإبداعية، لأنها يجب أن تنصب أيضا على معالجة متغيرات الإنتاج كالتكلفة والوقت والجودة، وعلى معالجة المراحل القياسية للإنتاج أي ما قبل الإنتاج والإنتاج وما بعد الإنتاج (Alan Casty 1979)[19]، لذلك فإن هذه الثورة الرقمية في صناعة السينما أصبحت تفرض على المنتجين التزود بمعرفة كافية حول العملية التكنولوجية لفريق الإبداع السينمائي حتى يتمكن المنتجون من السيطرة الكاملة على هذا العالم الجديد من الاحتمالات، وذلك على أساس أن أولائك الذين يسيطرون على وسابل الإنتاج هم الذين يسيطرون على الرؤية الإبداعية للفيلم السينمائي ويعملون على تعزيزها[20].

*** علاقة الإنتاج بالإبداع في السينما**

وإذا كانت هناك علاقة وثيقة بين جماليات الإبداع وعملية الإنتاج، فانه يمكن القول إن الإنتاج يعد استثمارا للوقت وللطاقة البشرية وللرأسمال في المنتج النهائي، مما يؤثر بأشكال متعددة ومتنوعة على جماليات الفيلم السينمائي ومستوياته الفنية والإبداعية، وفي هدا الصدد يرى **"أليخاندرو باردو " (Pardo ALIJINDRO)** أن الإنتاج السينمائي هو نوع من الخلق، لأن إنتاج الأفلام السينمائية في نظره يسمح بالعمل الإبداعي، ليس باعتباره إضافة مصطنعة أو متعالية، ولكن باعتباره جزءا لا يتجزأ من طبيعة هذا الإنتاج (Alejandro Pardo 2010)[21]، ويعني هذا أن مسؤولية المنتج السينمائي لا تنحصر فقط في التنظيم والتخطيط والرقابة المالية، و لكنها تشمل أيضا الجوانب الإبداعية التي تؤثر على النتيجة النهائية للفيلم السينمائي . و بناءا عليه، فإنه إذا كان بعض النقاد والدارسين السينمائيين يتفقون على أن هناك دوما أفلاما لمخرجين معينين، فإن الكثيرين منهم يعترضون على هذه الوضعية الإبداعية باعتبارها نظرية عامة للأفلام السينمائية، وذلك على أساس أن التكوين الإبداعي للفيلم يكون أحيانا أكثر تعقيدا من أن ينسب لشخص واحد هو المخرج السينمائي، لأن العديد من الأفلام الجيدة تحمل طابع الأستديو الذي أنتجها أكثر من طابع أي شخص آخر.

وبناءا عليه فإننا نجد أن مجموعة من الأفلام السينمائية هي في حقيقتا ناتجة عن تصور المنتج وليس المخرج؛ فالمخرج مثلا الذي يعزى إليه فيلم **"ذهب مع الريح"** (**Gone with the wind**) هو **"فيكتور فليمنغ"** (**Vector Fleming**)، لكن النقاد السينمائيين يذهبون إلى أن هذا الفيلم هو المولود الفكري والفني للمنتج **"دافيد أ. سلزنيك"** (**David O. SELZNICK**). وإذا كان المخرج السينمائي **"مايكل باي"** (**Michael Bay**) يعتبر هو الذي أخرج فيلم **"بيرل هاربور"**

[19] Alan Casty 1978, The Dramatic Art of the Film (Paperback), Harper & Row; Later Printing edition, S. London, England, p.55/58

[20] Kevin Brownlow, Opcit, p:48

[21]Alejandro Pardo 2010: The Film Producer as a Creative Force, *Wide Screen* vol. 2, n. 2, p:03 www.widescreenjournal.com

(**Pearl Harbor**)، فإن النقاد يرون أن المنتج "**جيري بروكهايمر**" (**Jerry Bruckheimer**) هو الذي يرجع له الفضل في إخراجه إلى النور، ويفهم من هذا أن عملية الإنتاج حينما تتسم بالإبداع الفني، تكتسب أهمية أكبر من عملية الإخراج السينمائي (David Thomson 1999).[22]

إن المنتج السينمائي لا يمارس عمله الإبداعي بطريقة مباشرة من خلال القرارات التي تؤثر على الإنتاج الفعلي للفيلم كما هو الشأن بالنسبة للمخرج السينمائي ولكنه يمارس هذا الإبداع بطريقة غير مباشرة، أي من خلال الاختيار والإشراف على الموظفين المبدعين الذين يشاركون في الفيلم، الشيء الذي يقتضي منه قدرا كبيرا من التدخل في بداية العملية السينمائية ونهايتها وأثناء مرحلة ما قبل الإنتاج. وعلى الرغم من ذلك فإن مهمة الإبداع لا تكون إلزامية بالنسبة لجميع منتجي الأفلام السينمائية، وهذا ما أكدته **"أديلينا فون فيرشتنبورغ" (Von Fürstenberg Adelina)** ، حينما ذهبت إلى أن مدى الإبداع الذي يمارسه المنتج للمشروع السينمائي غالبا ما يعتمد على قدراته الإبداعية التي يكشف عنها في كل مرحلة من مراحل إنتاج الفيلم السينمائي، لذلك فانه يجب الحكم على إبداع المنتج بقدر أهمية مساهماته وقراراته التي يتخذها في كل مرحلة من مراحل الإنتاج السينمائي (Shekhar Deshpande 2010).[23]

وفي هذا السياق كثيرا ما نطرح الأسئلة حول طبيعة العلاقة بين الإبداع الفني والإنتاج السينمائي، وحول مدى قدرة المنتج السينمائي في المحافظة على مستوى لغة المتخصصين والمبدعين السينمائيين، وحول مدى تنازله عن هذه اللغة بشكل كلي أو جزئي، استجابة لمتطلبات إنتاج العمل السينمائي، ونزولا عند رغبات فئات وشرائح من الجمهور، وللحسم في هذه المسألة، ذهبت بعض الدراسات السينمائية إلى أن الإبداع الفني السينمائي يجب أن يأخذ طابعا مخصوصا، وأن يتسم بسمات مميزة وفارقة، دون أن يتخلى عن شروط إبداعية، وبناءا عليه فإنه يجب على الإنتاج السينمائي أن لا يقع في فخ التعميم والسطحية، بدعوى الاستجابة للجماهير العريضة، وأن يتقيد بلغة المتخصصين والنقاد السينمائيين بدعوى الأمانة والمصداقية، لذلك يفترض في الإنتاج السينمائي المبدع أن يتسم بالملائمة على مستوى المفاهيم الفنية وعلى مستوى تيسير المراحل الإنتاجية المحققة للإبداع السينمائي (Howard S. Becker 2008)،[24] كما يفترض في المنتجين السينمائيين امتلاك قدرات ومهارات تمكنهم من العمل بشكل جيد مع جميع أعضاء الطاقم الفني للفيلم، من خلال تقديم كل المساعدات

[22] David Thomson 1999: *The Alien Quartet: A Bloomsbury Movie Guide N°04,* 208 pages, Bloomsbury USA, p.78,

[23] Director Shekhar Deshpande 2010, *Anthology Film. The Future Is Now: Film Producer as Creative*, Wide Screen, Vol 2, pp:4/6/ widescreenjournal.org

[24] Beker Howard, op.cit, p.50

في تفسير وتحقيق الرؤية الفنية الإبداعية للمشروع الفيلمي من جهة، وتوفير كل الضمانات المادية والبشرية لنجاحه على المستويين الفني والتسويقي من جهة ثانية (Hospers John 1979)[25].

*** مقاربة القدرات الإبداعية لدى المنتج السينمائي**

إن الإبداع في الإنتاج السينمائي لا يقتصر على تغطية الجوانب المادية والجوانب الإبداعية، من خلال البحث على التجديد في المجالات التقنية والفنية، لأن المطلوب أيضا هو أن يمثل المنتج الإبداعي السينمائي همزة وصل بين عملية الإنتاج وما ينتظره ويترقبه الجمهور المتلقي، ويعني هذا أن شروط الإنتاج السينمائي لا تتحقق إلا من خلال تدبير الكيفيات والسبل التي يمكن بواسطتها تأهيل الأعمال السينمائية، مهما كانت متفردة وخصوصية وعميقة الأثر، ومن هنا تظهر أهمية المنتج المبدع في تقريب الجمهور وتمكينه من إدراك مكامن الإبداع في الفيلم السينمائي وذلك من خلال توظيف الأساليب الفنية الجديدة والتقنيات السينمائية المبتكرة، ولكي يتمكن المنتج من القيام بذلك، يجب عليه أن يفهم أسرار الإبداع الفني السينمائي وأن يدرك عمقه وأصالته.

إن استيعاب أسرار الإبداع الفني السينمائي تتطلب من أي منتج التمتع بقدرات فكرية إبداعية وهي قدرات لا تتاح لأي شخص أو تختلف من شخص لآخر، وتوافرها هو ما يميز المنتج السينمائي الجيد؛ ولقد حدد بعض الدارسين هذه في خمس خصائص[26]:-

١- القدرة على الإحساس - بشكل مبكر- بالمشكلات وإدراكها والإحاطة بأبعادها ومكوناتها ومسبباتها،

٢- القدرة على تكوين عدد كبير من الأفكار والتصورات عن المشكلات المطروحة في فترة زمنية قصيرة،

٣- القدرة على تغيير مخطط التفكير ووجهة الاهتمام،

٤- اقتراح حلول أو معالجات أو أفكار جديدة، على خلاف السائد، تتمايز عن الأفكار التقليدية المألوفة والجاهزة،

٥- امتلاك نظرة ثاقبة قادرة على الإدراك المتميز للأشياء، والتنبؤ المستقبلي السليم والصحيح.

وإلى جانب هذه القدرات الفكرية المميزة للمبدعين؛ تنضاف في المنتج المبدع الجيد قدرات أخرى ترتبط بمهنيته، وهو ما يسمى بالقدرات المهنية-العملية أو المهارات المهنية؛ وترتبط بمستويات ثلاث (محمد شعبان 2020) [27]:

أولا– العمل على تحقيق التوازن بين الاعتبارات الفنية والاعتبارات الاقتصادية، وذلك على مستوى مراحل الإنتاج من مرحلة تطوير الفكرة إلى مرحلة العرض الجماهيري،

ثانيا– العمل على تحقيق التنسيق والترابط والتوفيق بين المتطلبات والرغبات المتعارضة، وذلك على مستوى المهن السينمائية المتخصصة القائمة على تنفيذ الفيلم بشكل متوازن، من خلال إمكانية تعميق العلاقة بين هذه المهن وبعضها البعض

[25] Hospers John, Op.Cit, pp.237/249
[26] Alejandro Pardo 2010, Opcit, p.247
[27] محمد شعبان ،2020، ماهي وظيفة المنتج في السينما والتلفزيون وكيف يقوم بتنظيم ميزانية فيلم أو عمل تلفزيوني؟، آخر تحديث:24/02/2020 https://www.proffilm.com/2020/02/producers.html

كفريق عمل في متكامل بما يعود بالصالح العام على الفيلم اقتصادياً،

ثالثا– العمل على إيجاد الحلول العملية السليمة لكل ما قد يطرأ من مشاكل أو عقبات أو ما قد يترتب على ذلك من اختناقات، وذلك على مستوى كل مهنة خلال مراحل وخطوات إنتاج الفيلم، ومواجهتها في الوقت المناسب.

*** خلاصة**

إن النجاح والاستمرارية التي حققتها الصناعة السينمائية ترجع بالأساس إلى الأداء المتميز لمجموعة من المنتجين السينمائيين المبدعين الذين اتسموا بخبراتهم وقدراتهم الفائقة على التوظيف الاقتصادي الأمثل لجميع عناصر ومكونات الإنفاق (بوزيفي وهيبة 2015) [28]، دون الإخلال بمستويات الجودة الفنية والفكرية للفيلم السينمائي، وبعوامل إثارة المشاهد/المتلقي، التي تقوم بدور أساس على مستوى تحقيق الربحية تستهدفها الصناعة السينمائية بالدرجة الأولى، ويفهم من هذا أن المنتج السينمائي المبدع هو ذلك الشخص الذي يهتم بتدبير كل الموارد المادية والخدماتية والبشرية المتخصصة، بشكل يضمن إنتاج أفلام سينمائية تتميز بجودتها الفنية والفكرية بأقل تكلفة ممكنة، وذلك دون التأثير السلبي على العناصر والمكونات الإبداعية للفيلم السينمائي، وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى أنه يفترض في المنتج السينمائي المبدع أن يمتلك خبرات مهنية وقدرات فنية إبداعية، تمكنه من إيجاد الحلول العملية المناسبة لكل المشاكل أو العوائق التي تحول دون إنتاج أفلام سينمائية ناجحة، وذلك من خلال مراعاة الأبعاد الاقتصادية والفنية، وتعميق التكامل بين المؤلف والمخرج والممثلين وفريق العمل الفني/التقني، وكذلك التركيز على إبداعية العمل السينمائي، يعد هو المؤشر الحقيقي على نجاح العملية الإنتاجية في الصناعة السينمائية.

*** المراجع**

أولاً– المراجع العربية

بوزيفي و. 2015، من محاضرات في مقياس اقتصاديات وسائل الإعلام، جامعة الجزائر03 كلية علوم الإعلام والاتصال، http://bouzifiwahiba.blogspot.com/2015/12/blog-post_18.html، آخر تحديث (الجمعة، 18 ديسمبر 2015)

هانسل، إ:. جماليات سينمائية جديدة، تأثير الثورة الرقمية فى بناء الحقيقة، ترجمة ممدوح شلبى، مجلة عين على السينما، https://eyeoncinema.net/-2012/10/26

حول سعدون، ق. (1986): *الحلقة الدراسية في مجال كتابة السيناريو*، الطبعة الأولى،263 صفحة؛ 24 سم طرابلس، ليبيا، المنشأة العامة للنشروالتوزيع والإعلام، ص.55

[28] بوزيفي وهيبة 2015، من محاضرات في مقياس اقتصاديات وسائل الإعلام، جامعة الجزائر03 كلية علوم الإعلام والاتصال، http://bouzifiwahiba.blogspot.com/2015/12/blog-post_18.html، آخر تحديث (الجمعة، 18 ديسمبر 2015)

الكنجي، ف. (2016) : أهمية السينما في المجتمع، *الحوار المتمدن*، العدد: 5102، محور" الادب والفن"،
http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=508986&r=0-2016/03/13

المنصوري، ز. (2001): سيميوطيقا التواصل في الخطاب السينمائي: ميكانيزمات تفصل المعنى بين الإنتاج والإدراك، *منشورات جامعة ابن زهر* ــ أكاديرــ، المغرب، ص26

الموحد، ع.م: (2006): *إدارة الإنتاج السينمائي*، طبعة: 1، المجلد: 1، السلسلة: الفن السابع، عدد الصفحات: 120، دمشق-سوريا، منشورات وزارة الثقافة، ص.31

شعبان م.، (2020)، ماهي وظيفة المنتج في السينما والتلفزيون وكيف يقوم بتنظيم ميزانية فيلم أو عمل تلفزيوني؟، آخر تحديث:24/02/2020
https://www.proffilm.com/2020/02/producers.html

ثانياً– المراجع الأجنبية

Brownlow, K. (1996) : *Critiques de David Lean : une vie de cinéma*, 925 pages – Paris-France, Éd. Cinémathèque française, p.125

Beker, S. H. (1982): *Art worlds*, Pages: 440, California USA, University p.29 of California press,

Casty, A. (1978): The Dramatic Art of the Film (Paperback), Harper & Row; Later Printing edition, S. London, England, p.55/58

Deshpande, S. (2010): *Anthology Film. The Future Is Now: Film Producer as Creative*, Wide Screen, Vol 2, pp:4/6/ - widescreenjournal.org

Draig, D. (1988): *Behind the Screen: The American Museum of the Moving Image Guide to Who does What in Motion Pictures and Television*. 128 pages, New York: Abbeville Press. p.49

Forest, C. (2002) : *L'argent du cinéma, Introduction à l'économie du septième art,* 238 pages, Paris-France, Ed. Belin, p.68

Hospers, J. (1979): Artistic creativity, *Journal of aesthetics and arts Phenomenological research*, University of Illinois Press, Volume: 14 issues: 1, page(s): 30-40

Orwicz, M. R., Hourmat H, & Hauser A. (1986) : *The sociology of art*, pp. 561-563, sous la direction de Jean-Claude Chamboredon et Pierre-Michel Menger. Los Angelles-USA, In : Revue française de sociologie.

Pardo, A. (2010): The Film Producer as a Creative Force, *Wide*

Screen vol. 2, n. 2, p:03
www.widescreenjournal.com

Thomson, D. (1999): *The Alien Quartet: A Bloomsbury Movie Guide N°04,* 208 pages, Bloomsbury USA, p.78

Wolf Janet (1993) : *the Social Production of Art, communication & culture*, Second Edition, 220 pages GB-London, Ed. Palgrave p.24.