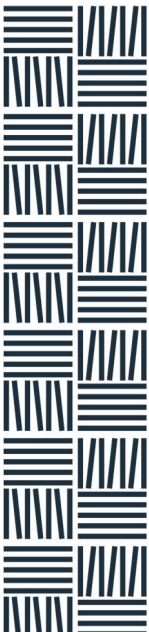


العلاقة بين جماليات الصورة السينمائية والأداء الاقتصادي للفيلم

د. ممدوح صلاح محمد



الملخص

تلعب جماليات الصورة السينمائية دوراً أساسياً في إثراء التجربة الدرامية الفنية والشعورية للمتلقى، ويُشكّل تأثيرها في المشاهد عنصراً أساسياً في العملية الإبداعية، ولكن ما مدى تأثير جماليات الصورة السينمائية على الأداء الاقتصادي للفيلم؟ تتناول هذه الدراسة العلاقة المركّبة بين جماليات الصورة السينمائية وإيرادات شباك التذاكر، حيث تنطلق الدراسة من فرضية أساسية مفادها أن تميّز الجماليات البصرية يُمثّل عاملاً يؤثر إيجاباً على الأداء الاقتصادي متضافراً مع بقية العوامل. تتبّع الدراسة منهجية بحثية مختلطة، تجمع بين التحليل الإحصائي الكمي للأفلام المرشحة والحائزة على الجوائز الكبرى في مجال التصوير السينمائي خلال الفترة من عام 2015 إلى 2024 ومقارنتها بمتوسطات الصناعة العالمية في نفس الفترة، بينما ركّز التحليل الوصفي على عناصر جماليات الصورة في عينة مختارة من تلك الأفلام من حيث: التكوين والإضاءة واللون والحركة والعدسات واستخدام الوسيط السينمائي الرقمي أو الفيلمي. كشفت النتائج عن وجود فرق ذي دلالة إحصائية قوية بين إيرادات الأفلام المرشحة والفائزة بجوائز التصوير السينمائي وإيرادات أفلام المجموعة المرجعية، مما يؤكد أن التقدير الفني للجماليات البصرية يرتبط بارتفاع الأداء المالي للفيلم، وأظهر قياس حجم التأثير أن التأثير يُعتبر محدوداً من الناحية العملية، مما يُشير إلى أن جماليات الصورة هي عامل مؤثر بلا شك، ولكن ضمن منظومة معقدة من العوامل الأخرى التي يؤثر كلّ منها في الأداء الاقتصادي للفيلم. يمكن القول إن الجماليات البصرية في وقتنا الحالي تتجاوز كونها مجرد إضافة فنية إبداعية للفيلم، بل أصبحت جزءاً من الاستراتيجية التسويقية للفيلم، وعاملاً يسهم في دفع الجمهور نحو المشاهدة السينمائية للحصول على أفضل تجربة تقنية وبصرية، مما يفتح مسارات جديدة للبحث في العلاقة بين الفن والجانب الاقتصادي في صناعة السينما.



مقدمة

تُعتبر السينما فناً مُركَّباً يمتزج فيه السرد البصري وجماليات الصورة السينمائية مع الجوانب التقنية لتعزيز الجانب السردى الدرامي والفني وبالتبعية التجربة الشعورية للمتلقي، وفي قلب هذه التجربة يكمن التصوير السينمائي، الذي يتخطى كونه مجرد تسجيل ونقل للحدث والحكاية إلى كونه عنصراً مهماً في تشكيل الجانب الإبداعي في الفيلم. هذه الجُماليات هي أدوات تواصل -قد يذهب البعض إلى اعتبارها لغة مشتركة بين المبدع والمتلقي- تُشكّل عمق إدراك الجمهور للفيلم وتفاعله معه. ولا يوجد اختلاف حول أهمية وأثر الصورة السينمائية على المشاهد، وقدرتها على تأسيس العالم البصري للفيلم، مع ما يتبعه من تأثير جمالي وهوية فنية إبداعية وخلق مساحات قابلة للتأويل والانطباع، وقدرة على التعبير الرمزي التشكيلي داخل الفيلم.

ولكن نُعدُّ السينما من جانب آخر صناعة لا تقل أهمية عن القطاعات الاقتصادية الأخرى، تخضع لحسابات الربح والخسارة والعائد على الاستثمار ومتطلبات السوق، ومن هنا يظهر السؤال الذي هو محل النقاش: ما مدى تأثير جماليات الصورة السينمائية على الأداء الاقتصادي للفيلم؟ وهل هناك علاقة ملموسة يمكن رصدها بين الإشادة النقدية بالصورة السينمائية للفيلم وترابط عناصره البصرية وبين أدائه الاقتصادي مُتمثلاً في شباك التذاكر؟



أهمية الدراسة

تحاول الدراسة إلقاء الضوء على واحدة من الإشكاليات المعقدة في مجال صناعة السينما، وهي العلاقة بين الجماليات الفنية والنجاح الاقتصادي، وتكمن أهميتها في النقاط التالية:

- تقديم قراءة كمية ونوعية لعينة من الأفلام العالمية المعاصرة التي نالت إشادة جمالياتها البصرية، في محاولة لبناء علاقة موضوعية بين ما يمكن وصفه بالتقييم الجمالي للصورة وبين أداء الفيلم الاقتصادي، والسعي إلى معالجة هذه الفجوة المعرفية من خلال تقديم تحليل مدعوم إحصائياً.
- الاتجاه نحو تقديم آلية تحليلية موضوعية ذات دلالة لمساعدة المنتجين والمخرجين ومديري التصوير على اتخاذ قرارات لتوظيف الرؤية البصرية الفنية لصالح نجاح الفيلم مادياً.

إشكالية الدراسة

على الرغم من أن القيمة الفنية للتصوير السينمائي مُعترف بها على نطاق واسع من خلال الجوائز السنوية والإشادة النقدية وال جماهيرية، إلا أن تأثيرها المباشر القابل للقياس الكمي على الأداء الاقتصادي للفيلم لا يزال مساحة غير مُستكشفة بشكل كافٍ بحثياً، ففي نظام بيئي مُعقد مُتعدد العوامل كالفيلم السينمائي، هل هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جماليات الصورة السينمائية للفيلم، وبين أدائه الاقتصادي مُتمثلاً في الإيرادات عند عرضه سينمائياً؟ وهل يمكن اعتبار حصول الفيلم على جوائز كبرى في مجال التصوير السينمائي مؤشراً يرتبط بتحقيقه لنجاح مادي ملحوظ؟ أم أن جماليات الصورة السينمائية تبقى عاملاً فنياً مُستقلاً لا يرتبط في ذاته بتحقيق النجاح التجاري؟

فرضية الدراسة

تنطلق الدراسة من فرضية أساسية تهدف إلى اختبارها تقول إن: جماليات الصورة السينمائية تُؤثّر بشكل إيجابي على الأداء الاقتصادي للفيلم، حتى مع كونها ليست العامل الوحيد المحدد للنجاح التجاري، بل تتضافر مع العناصر الأخرى؛ مثل السيناريو والتمثيل والإخراج والجوانب التسويقية. ولكن يمكن من خلال دراسة البيانات الكمية المتاحة لميزانيات وإيرادات الأفلام المرشحة والحائزة على جوائز في مجال التصوير السينمائي ومقارنتها بغيرها، الوصول إلى علاقة ذات دلالة -إن كانت موجودة- تُظهر إسهام الصورة السينمائية في نجاح الفيلم المادي.

نطاق الدراسة ومحدداتها

يقتصر النطاق الزمني للدراسة على الأفلام المعروضة سينمائياً خلال العقد الأخير 2015 - 2024، وهو عقد ذا أهمية خاصة نظراً للتحوّلات الكبيرة في أشكال الإنتاج السينمائي مثل التصوير الرقمي مقابل الفيلم التقليدي، واختلاف نماذج التوزيع مثل الصعود المستمر لخدمات البث، والظروف الاجتماعية مثل تأثير جائحة فيروس كورونا التي غيّرت من السلوكيات الاقتصادية للجمهور. كما يقتصر النطاق المكاني على الأفلام العالمية التي تم إنتاجها في الولايات المتحدة الأمريكية "هوليوود" أو التي عُرضت على نطاق دولي يؤهلها للترشح لجوائز التصوير السينمائي العالمية، لإمكانية توفر بيانات الميزانية والإيرادات الخاصة بها.

يُستخدَم الترشيح لجوائز التصوير السينمائي -مثل جوائز الأكاديمية "الأوسكار"، وجائزة الجمعية الأمريكية للمصوّرين السينمائيين "ASC"، وجائزة الأكاديمية البريطانية لفنون السينما والتلفزيون "BAFTA"- بوصفه معياراً أساسياً للتمييز البصري والجمالي للصورة السينمائية، لكونها أهم الجوائز في تخصص التصوير السينمائي الموجهة نحو الأفلام المعروضة تجارياً في كل عام. ويهدف هذا النهج إلى تجاوز الطبيعة الذاتية للحكم الجمالي،



من خلال الاستناد إلى إجماع الخبراء من الجهات الفنية المتخصصة كمؤشر يتجه نحو الموضوعية، عوضاً عن اختيار العينة بالتقييمات الشخصية. ويُقاس الأداء الاقتصادي بشكل أساسي من خلال إجمالي إيرادات شبك التذاكر العالمية عند عرض الفيلم لأول مرة.

تُعدُّ هذه الدراسة مُحدّدة بالاعتماد على الجوائز كمؤشر لجماليات الصورة، فبينما يُؤقّر هذا مقياساً موضوعياً، فإنه قد لا يشمل جميع الأفلام ذات التصوير السينمائي الاستثنائي التي لم يتم ترشيحها أو منحها جوائز، كما أن الأداء الاقتصادي للأفلام التي صدرت بشكل أساسي على منصات البث حصرياً أو بالتزامن مع عرضها سينمائياً لا يتم التقاطه بالكامل من خلال بيانات شبك التذاكر، مما قد يؤدي إلى تحديات في تحليل الرجحية لبعض الأفلام داخل نطاق عينة الأفلام المرشحة للجوائز السابقة.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحديد الأفلام المرشحة لجوائز: أفضل تصوير سينمائي من أكاديمية فنون وعلوم الصورة المتحركة "الأوسكار" - جائزة جمعية المصورين السينمائيين الأمريكية - جائزة البافتا البريطانية للتميّز في الصورة السينمائية في الفترة من 2015 إلى 2024.
- جمع وتحليل إجمالي إيرادات شبك التذاكر العالمية وميزانيات الإنتاج لهذه الأفلام المختارة.
- إجراء تحليل إحصائي لتحديد الارتباط بين جوائز التصوير السينمائي ومقاييس الأداء الاقتصادي (الإيرادات في مقابل الميزانية، والعائد على الاستثمار) ومقارنة الأداء الاقتصادي للأفلام الحائزة على جوائز بمتوسطات الصناعة العالمية لنفس السنة.





- تحليل وصفي نوعي للعناصر الجمالية في عينة من هذه الأفلام ومناقشة تأثيرها المحتمل على استجابة الجمهور وتفسير النتائج ضمن السياق الأوسع للجماليات الفنية للصورة.

المنهج البحثي

ترتكز الدراسة على منهجين رئيسيين وهما: **المنهج الإحصائي الكمي** من خلال جمع بيانات دقيقة ذات موثوقية حول ميزانيات وإيرادات الأفلام محل الدراسة وتحليلها بالمقارنة مع مؤشرات الإيرادات المتوسطة عالمياً في سنوات عرضها، **والمنهج الوصفي التحليلي** لدراسة جماليات الصورة في عينة مختارة من هذه الأفلام من حيث التكوين والإضاءة واللون والحركة والعدسات واستخدام الوسيط السينمائي الرقمي أو الفيلمي لمناقشة العلاقة بين هذه العناصر والاستجابة الفنية والجماهيرية وتفسير نتائج البحث.

مبادئ وأساسيات الصورة السينمائية

يدافع الكاتب والمفكر السينمائي الألماني (رودولف أرنهايم) عام 1957 عن فصاحة الصورة السينمائية في كتابه "الفيلم بصفته فناً"، فيخالف الأصوات القائلة إن الفيلم ليس فناً خالصاً لأنه إعادة إنتاج للواقع بطريقة آلية، حيث يقارنون بين الصورة السينمائية والرسم قائلين إن الرسام يُظهر لنا الواقع من خلال عينيه وجهازه العصبي ويده وضربات فرشاته ومنظوره، وهذا يناقض الطريقة الميكانيكية التي تسقط بها أشعة الضوء المنعكسة من الجسم على العدسة لتتجمع على السطح الحساس للفيلم السينمائي وتُحدث تغييرات كيميائية في تركيبه. بينما يرى أرنهايم أن محدودية التصوير السينمائي تحديداً هي ما تجعله فريداً وما يجعل الفيلم فناً، فالخصائص التي تجعلنا "قاصرين" عن استنساخ الواقع هي التي تجعل الصورة السينمائية وسيلة تعبير فنية.

ويرى أرنهايم أن الإمكانيات اللاحدودة تأتي من تشكيل الواقع وتحويله إلى الوسيط الفيلمي، من حيث اختيار زوايا التصوير وتعددتها لنقل المشهد، وإسقاط الأجسام ثلاثية الأبعاد





على سطح الفيلم المستوي، والتحكم بالعمق، واختيار الإضاءة لإظهار المشهد وخصائص المواد وغياب الألوان، وتأثيرات تحريك الكاميرا والإيهام بالحركة حتى دون أن يتحرك الممثلون، فعند اختيار الفنان السينمائي لمشهد معين يرغب في تصويره فإنه يمكنه استبعاد أشياء من الصورة، وإظهار أشياء أخرى من زوايا متعددة، وتغيير حجم الأشياء وعلاقاتها النسبية ببعضها بعضاً، دون التدخل في الواقع نفسه. ويتوافق هذا المنظور مع مفهوم الجشطالت "Gestalt" الذي يذهب إلى أن تأثير العمل الفني أكبر من مجموع أجزائه، بل هو ترجمة كلية للملاحظة الفنية الواعية إلى الوسيط.

ولعل من اللافت -وربما من الطريف- أن أرنهايم في خمسينيات القرن الماضي يُحذّر من أن التطور التكنولوجي، مثل انتشار الأفلام الملونة، وثلاثية الأبعاد، والشاشات العريضة، قد يُنقص من القيمة البصرية الفنية للفيلم من وجهة نظره ويُقربه من إعادة تمثيل الواقع بدقة ميكانيكية.

إذن يمكن القول إن جماليات الصورة السينمائية تتشكّل من مجموعة العناصر المترابطة والإمكانات المتاحة، التي تعمل سوياً لخلق تجربة بصرية فنية فريدة تتسق مع المنظور الدرامي والتعبيري للفيلم. ومن أهم مفاهيم جماليات الصورة: (التكوين - الإضاءة - اللون - حركة الكاميرا - العدسات - التصوير الرقمي في مقابل الفيلمي).

التكوين:

يُشير التكوين البصري إلى كيفية ترتيب العناصر داخل إطار الصورة لتحديد العلاقات المكانية وتوجيه عين المشاهد بسلسلة بين نقاط الاهتمام، ومن أهم مبادئ التكوين:

- الاتزان البصري، وقد يكون اتزاناً متماثلاً أو متناظراً "Symmetrical" بتكرار العناصر بين نصفي الكادر، ويوحى هذا النوع من الاتزان بالهيمنة والسيطرة أو القوة، وقد يكون اتزاناً غير متناظر "Asymmetrical" بحيث يكون التوازن بين العناصر مبنياً على توزيع وزنها النسبي بحسب أهميتها داخل الكادر دون الحاجة إلى تكرار العناصر.





- نقاط الاهتمام، فيُحدّد مدير التصوير النقاط الأساسية المراد إبرازها باستخدام أدوات مثل: قاعدة الأثلاث "Rule of thirds"، حيث يوضع العنصر المراد التركيز عليه عند نقاط تقاطع خطوط وهمية تقسم الكادر إلى تسعة أجزاء، واستخدام التأطير "Framing" بوضع الجسم الرئيسي وسط إطار فعلي أو مجازي باستخدام عناصر المشهد مثل نافذة أو باب أو جذوع الأشجار، واستخدام الخطوط التوجيهية "Leading lines" التي تقود عين المتفرج إلى التركيز على النقاط الأساسية والحركة فيما بينها بيسر مثل استخدام الخطوط الطبيعية داخل اللقطة، كالطرق والسياج.
- العمق أو التسطّيح، فيمكن استخدام عناصر المقدمة والخلفية لإظهار عمق كبير داخل الكادر السينمائي وترتيب العناصر كالأشخاص على مسافات متباينة من الكاميرا، أو استخدام "التبسيط والاختزالية" "Simplicity and minimalism" للتركيز على عنصر واحد فقط داخل الصورة، أو استخدام التكرارات "Patterns" من خلال توزيع العناصر المكررة داخل الصورة وكأنها جزء من نسيج متصل كالمباني أو الأشجار أو السلالم، وكسر هذا النمط المتكرر بالعنصر المراد الالتفات إليه كالأشخاص.

الإضاءة:

تُعَدُّ الإضاءة من أهم أدوات اللغة البصرية للفيلم، فهي في شكلها الأساسي العنصر الذي يتيح رؤية الصورة وعناصرها بوضوح، لكن تأثيرها يمتد لخلق المزاج العام للمشهد، وإبراز عناصر بصرية محددة، والإيحاء بالزمان والمكان داخل الصورة.

وتنقسم أساليب الإضاءة في الصورة السينمائية إلى عدة أنواع، من أهمها:

- الإضاءة المحفّزة "Motivated Lighting": وفي هذا الأسلوب يعتمد مدير التصوير على مصادر الإضاءة الطبيعية داخل المشهد كضوء النهار أو النوافذ أو مصادر الإضاءة الليلية كالإضاءات المنزلية، بحيث نحصل على مشهد تبدو إضاءته واقعية تتناسب مع الجو العام للمشهد داخل أحداث الفيلم، ويتناسب مع الأفلام الدرامية والواقعية.





- الإضاءة الأسلوبية التعبيرية “Stylized Lighting”: وفي هذا الأسلوب لا يلتزم مدير التصوير فقط بمصادر الإضاءة الطبيعية المفترض وجودها داخل المشهد، بل يعتمد استخدام مصادر إضاءة تبدو غريبة ومُوحية كالإضاءات الملونة أو الإضاءة شديدة التباين، ويُناسب ذلك الأسلوب أفلام الحركة أو الخيال العلمي أو الرعب التي يغلب الأسلوب الفني فيها على الواقعية.

اللون:

تتعدّد استخدامات اللون في الصورة السينمائية للتعبير عن الجو العام للمشهد والمشاعر، وربما الرمزية وتطور الشخصيات، ويمكن للألوان أن تستثير استجابات عاطفية مُحدّدة لدى المتفرج بطرق سيكولوجية وربما فسيولوجية يمكن قياسها بحسب الدراسات المتعددة على الألوان وتأثيرها في جسم الإنسان.

يمكن تقسيم الألوان بوجهٍ عام إلى: ألوان دافئة؛ مثل الأحمر والأصفر والبرتقالي، ترتبط غالباً بالدفء والرومانسية أو الخطر، كما تُعبّر عن الإطار الزمني للمشهد كوقت الغروب، أو ارتفاع درجة حرارة الجو. وألوان باردة؛ مثل الأزرق والأخضر ودرجات البنفسجي، ترتبط بالراحة أو الحزن أو برودة الجو أو أوقات زمنية محدّدة مثل الليل والفجر. ويعتمد مدير التصوير على وضع لوحة للألوان “Color Palette” بالتعاون مع المخرج ومُصمّم المناظر، عن طريق اختيار مجموعة مُعيّنة من الألوان التي تُسيطر على مَشاهد وتتابعات مُعيّنة داخل الفيلم، مما يُساعد على توحيد المظهر البصري للفيلم وتُعبّر عن الركائز المهمة لصورة سينمائية مُتناسقة ومُريحة للعين تُعبّر عن الجوانب النفسية والدرامية للشخصيات.





حركة الكاميرا:

تُعتبر حركة الكاميرا أداة سردية أساسية تتجاوز دورها البديهي في تتبع العناصر ونقاط الاهتمام، لتمنح المتفرج منظوراً خاصاً ونظرة ثابتة واسعة أو ضيقة على المشهد المصور، أو نظرة متحركة تُوجّه بصره نحو عنصر دون آخر.

تنقسم هذه الحركات إلى نوعين رئيسيين حسب تأثيرها في إدراك المشاهد: الحركات المحاكية للحياة اليومية، وتشمل حركات البانوراما الأفقية والرأسية، وحركة التتبع "Dolly" للأمام أو الخلف، وتُحاكي هذه الحركات حركة الشخص الطبيعية كالاقترب أو الابتعاد والنظر يمينا ويساراً، وبالتالي تحافظ على اندماج المتفرج مع المشهد. وهناك الحركات اللافتة لذاتها، مثل حركة الزووم "Zoom in/out" التي يبقى المنظور فيها ثابتاً، وكذلك حركات التتبع الجانبي "Tracking" والرافعات، التي لا يمكن محاكاتها طبيعياً. هذه الحركات تلفت انتباه المتفرج إلى غرابتها، وتُخرجه عن اندماجه لينتبه أنه يشاهد فيلماً، ولهذا يكثر استخدامها لدى مخرجي ما بعد الحداثة لإشعار المتفرج بوعي أن ما يشاهده هو عمل فني.

ومن الأمثلة الأشهر في تاريخ السينما لاستخدام حركة الكاميرا لإبعاد المتفرج عن الحدث عوضاً عن التركيز عليه فيلم "سائق التاكسي - 1976" (Taxi Driver). يقول المخرج (مارتن سكورسيزي) في لقاء مُصوّر إنه عندما قام البطل بمكالمة الهاتف التي تلقى فيها الرفض، كان الأمر مؤلماً لدرجة أننا لا ينبغي أن نشاهده، لذلك قامت الكاميرا بحركة تتبع جانبية كاملة "Track away" وليس مجرد حركة أفقية "Pan"، لأنها يجب أن تبتعد تماماً عن الحدث وتنتقل إلى الممر الخالي، حيث لا شيء سيحدث ولن يأتي أي شخص، وكأنها تؤكد انغزال البطل وعمق ألمه الذي نتحرّج حتى أن نشاركه فيه في تلك اللحظة.





العدسات:

تنقسم جماليات العدسات إلى وظيفتين أساسيتين، أولاهما أنها عين الكاميرا، التي تتيح للمتفرّج مشاهدة الحدث من منظور معين، فيمكن في هذا السياق أن يختار الفنان السينمائي ما بين العدسات واسعة الزاوية “Wide-angle lenses” ذات البعد البؤري القصير التي تستخدم لإظهار مساحة كبيرة من المشهد والتركيز على العلاقات المكانية واتساع المكان، والعدسات المتوسطة “Standard lenses” التي تُحاكي المنظور البصري للعين البشرية وتستخدم في اللقطات الواقعية والطبيعية، والعدسات المقربة “Telephoto lenses” ذات البعد البؤري الطويل التي يمكنها تقريب الموضوعات البعيدة وضغط المساحات والمنظور.

والوظيفة الأخرى للعدسات هي الوظيفة البصرية الجمالية، التي يختصُّ بها كل نوع من العدسات دون الآخر، ولهذه الوظيفة يختار مدير التصوير من بين الأنواع العديدة عدسات قديمة ذات عيوب بصرية وتشوهات في المنظور وانكسار اللون والضوء، أو عدسات حديثة ذات طبقات متعددة من الحماية من الفيض الضوئي المنعكس من مصادر الإضاءة على العدسة “Lens flares”، أو عدسات تتيح عمق مجال بصري “Depth-of-field” كبيراً أو صغيراً؛ لنتمكن من التركيز على حدة عناصر معينة في الصورة وتشوش باقي العناصر في الخلفية بشكل فني مقصود. وعادة ما يرتبط اختيار العدسات ارتباطاً قوياً باختيار نوع الكاميرا ونظام التصوير.

التصوير الرقمي مقابل الفيلمي:

خلال العقد الماضي الذي تختصُّ به الدراسة كان اختيار التصوير الرقمي مقابل التصوير الفيلمي موضوعاً يحمل أهمية متزايدة، حيث يستخدم التصوير الفيلمي شريطاً من الخام السينمائي الحساس للضوء، الذي يحمل خصائص جمالية مميزة مثل الحبيبات “Grains” التي تتحرك باستمرار وتضفي ملمساً عضوياً على الصورة، وأيضاً اتساع المدى الديناميكي





للخام الذي يسمح بالتقاط تفاصيل أكثر في المناطق المضيئة والمظلمة، مما يجعل الصورة تتدرج تدريجاً طبيعياً، تحديداً في مناطق الإضاءة العالية وضوء الشمس، بينما يستخدم التصوير الرقمي مستشعراً إلكترونياً يوفر جودة صورة محددة وعالية، مثل: (4K، 4K، HD)، وتميل الصورة إلى أن تكون أكثر حدة ووضوحاً، وتكون تكلفته الإنتاجية أقل، كما يتيح سهولة أكبر في معالجة البيانات في مرحلة المونتاج والتلوين والمؤثرات البصريّة.

من الناحية الجماليّة هنالك خصائص مختلفة لكلّ من التصوير الرقمي والفيلمي، لكن هذه الخصائص تتقارب تدريجياً مع تطور التكنولوجيا الخاصة بإنتاج الصورة في النوعين، وهناك عامل آخر قد يجعل الصورة الفيلميّة الاختيار الأفضل بالنسبة إلى البعض، ألا وهو عامل الارتباط العاطفي بها وبتاريخها السينمائي الطويل. فمنذ اختراع تقنيات السينما وحتى عشرين عاماً مضت تقريباً، كانت الصورة الفيلمية على الشريط الخام هي الخيار الأساسي والوحيد، وما غيّر ذلك هو صورة تليفزيونية كهربية يُنظر إليها نظرة مختلفة، وهذا العامل ما زال ينطبق حتى الآن في أذهان الكثيرين كما سنناقش عند تحليل عيّنة الأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي.

مفاهيم أساسية للأداء الاقتصادي: الميزانية والأرباح والعائد على الاستثمار

تقييم الأداء الاقتصادي للفيلم هو عملية معقدة ومستمرة تتجاوز حساب إيرادات شباك التذاكر إلى مجموعة أخرى من المفاهيم، وتتطلب معرفة أساسية بعدد من المصطلحات والمقاييس المتعلقة بالتكلفة والعائد ومصادر الربح.

- الميزانية "Budget": هي التكلفة الإجمالية لإنتاج الفيلم السينمائي، وتنقسم الميزانية عادة إلى قسمين: تكاليف الإنتاج التي تشمل جميع النفقات المباشرة لإنتاج الفيلم مثل أجور الممثلين وطاقم العمل، وتكلفة بناء الديكور والتصوير السينمائي وتنفيذ مرحلة ما بعد الإنتاج والمؤثرات الخاصة والموسيقى، وتكاليف التسويق والتوزيع، وتُعرف





أحياناً بتكلفة “Printing and advertising” (الطباعة والإعلان) وهي النفقات اللازمة لترويج الفيلم وعرضه في دور السينما. في بعض الأحيان تكون هذه التكلفة ضخمة؛ كما في حالة الأفلام متعددة الأبطال التي تستلزم عقد عدة مؤتمرات ولقاءات فنية مع أبطالها حول العالم، وقد تصل هذه التكلفة أحياناً إلى قيمة مساوية لتكاليف إنتاج الفيلم نفسه.

ملاحظة: شركات الإنتاج غير مُلزمة بتوضيح الميزانية التفصيلية للفيلم للجهات الحكومية وجهات القياس المحايدة، في حين أنها مُلزمة بتوضيح الإيرادات بشكل تفصيلي، لذلك تم الاعتماد في الدراسة على الميزانيات التقديرية المذكورة في المواقع المختصة بمتابعة الميزانيات، أو التي أفصحت عنها شركات الإنتاج بشكل طوعي.

- إيرادات شباك التذاكر “Box office revenue”، وهي المبالغ المالية التي يُحقّقها الفيلم مباشرة من بيع التذاكر في دور العرض. وتنقسم عادة بالنسبة للأفلام المعروضة في نظام هوليوود إلى الآتي:

- الإيرادات المحلية “Domestic box office”، وهي الإيرادات المحقّقة في سوق الفيلم الرئيسي، في الولايات المتحدة، وتشمل هذه الإيرادات الولايات المتحدة وكندا.
- الإيرادات الدولية “International box office”: الإيرادات المحقّقة خارج سوق الفيلم الرئيسي.
- الإيرادات العالمية “Worldwide box office”: الإيرادات الإجمالية للفيلم من جميع أنحاء العالم، فهي مجموع الإيرادات المحلية والإيرادات الدولية، وهو المعيار الذي اخترناه للتعبير عن الأداء الاقتصادي للفيلم في هذه الدراسة، لأنه يشمل النجاح المادي للفيلم على أكبر نطاق ممكن.

من الجدير بالذكر أن إيرادات شباك التذاكر المعلنة لا تذهب جميعها إلى الشركة المنتجة للفيلم، بل تُقسّم هذه الإيرادات بين دور العرض السينمائية وشركة التوزيع والإنتاج، حيث تحصل دور العرض في الولايات المتحدة الأمريكية على نسبة نحو 40% من





الإيرادات المحلية، وقد تكون النسبة أعلى في الأسابيع الأولى من العرض "لتغري شركة الإنتاج دور العرض بتبني وعرض الفيلم في أكبر عدد من الشاشات". أمّا في الأسواق العالمية، فإن النسبة التي تحصل عليها شركة الإنتاج تكون أقل بكثير وتختلف من بلد إلى بلد بسبب دخول جهات أخرى كالموزع الخارجي وبيع التذاكر بالعملات المحلية.

- الأرباح الصافية للعرض السينمائي "Theatrical net profit": تم استخدام مؤشر الأرباح الصافية للعرض السينمائي كمقياس لأرباح الفيلم في هذه الدراسة، ويُحتسب على النحو التالي: الأرباح الصافية تساوي إجمالي الإيرادات العالمية ناقص إجمالي الميزانية.

- العائد على الاستثمار "Return on investment": هو أحد المقاييس المهمة لتقييم كفاءة الاستثمار في الفيلم، حيث لا تُعبّر الإيرادات أو الأرباح عن القصة الكاملة، فاستثمار مليون جنيه في فيلم حقّق 10 ملايين جنيه يعني أن الفيلم حقّق عشرة أضعاف ميزانيته، بينما استثمار 9 ملايين في فيلم حقّق 10 ملايين جنيه يعني أن الفيلم حقّق 10% فقط من الزيادة على ميزانيته، على الرغم من وحدة الإيرادات في الفيلمين، وعلى الرغم من أن كليهما حقّق ربحاً.

يُعبّر عن العائد على الاستثمار بنسبة مئوية ويحسب بالصيغة التالية:

$$\text{العائد على الاستثمار} = (\text{إجمالي الإيرادات العالمية} / \text{إجمالي الميزانية}) \times 100\%$$

• المصادر المتعددة لتعزيز الأداء المالي للفيلم

إيرادات الفيلم في شباك التذاكر عند عرضه الأول هي المؤشر الرئيسي والمباشر الذي يمكن قياسه لتحديد نجاح الفيلم تجارياً أو فشله، ومع ذلك فإنها ليست المصدر الوحيد للربح وتعزيز الأداء المالي للفيلم على المدى الطويل، فتتعدّد مصادر الربحية التي تدفع شركات الإنتاج لخوض مغامرات إنتاجية قد تؤتي ثمارها لاحقاً، ومن بينها:





- الترفيه المنزلي والقنوات التلفزيونية: مثل مبيعات أقراص "Blu-ray" وخدمات الفيديو حسب الطلب والعروض على القنوات التلفزيونية. وتاريخياً كان يُعتبر هذا السبيل هو ثاني أكبر مصدر للربح بعد دور العرض، يرجع ذلك لتمتعه باستمرارية وهامش ربح صافٍ أكبر من شباك التذاكر؛ لانخفاض تكاليف التسويق وعدم وجود حصة لدور العرض والموزعين.
- العرض على المنصات الرقمية: تُحقق منصات البث الرقمي شعبية ووجوداً متزايداً، بل إن معظم شركات الإنتاج أصبح لها بشكل أو بآخر يد استثمارية في إحدى المنصات الرقمية فيما يُعرف إعلامياً في هوليوود بحروب البث "Streaming wars". وعلى الرغم من ازدهار وتنوع منصات البث والحروب بينها على حقوق عرض الأفلام السينمائية وإنتاج أفلام خاصة بالمنصات والاستثمار في المحتوى الأصلي، إلا أن هذه المنصات حتى الآن -على عكس المفهوم الشائع- لا تزال في مرحلة الخسائر الجزئية والإنفاق الكبير بغرض زيادة عدد المشتركين، والتي قد تتحول إلى ربح على المدى الطويل، لذلك نشهد طوال الوقت دمج مجموعات من منصات البث وإغلاق مجموعات أخرى وزيادة سعر اشتراك مجموعات أخرى، في محاولة من الشركات لتحقيق سبق الوجود في ذلك العالم الجديد المستقبلي واستكشاف الصيغة الأمثل لذلك الوجود.
- السلع التجارية المصاحبة "Merchandising": تشمل المنتجات المرتبطة بالفيلم كالألعاب والقصص المصورة وألعاب الفيديو، وتُعدُّ مصدراً كبيراً للأرباح قد يُعوّض خسائر شباك التذاكر بدرجة كبيرة. فبعض الشركات الشهيرة بتوجهها للأطفال، مثل ديزني، تقوم بإنتاج أفلام تُعرف مسبقاً أنها لن تحقق نجاحات ضخمة في شباك التذاكر، لكنها تُسهم في خلق شخصيات وعوالم جديدة يمكن تحويلها إلى سلعة تُدرّ عائداً مستمراً حتى بعد سنوات من عرض الفيلم. بل يمكن القول -بوضع كل مصادر الربح في الاعتبار- إن أغلب الأفلام التي تزيد ميزانياتها على 100 مليون دولار كانت مرجحة بشكل أو بآخر، حتى لو تعثرت إيراداتها في دور العرض.





- إعادة العرض والإصدارات المختلفة: في قليل من الحالات، يُعاد عرض الفيلم سينمائياً مرة أخرى بعد سنوات وربما عقود من عرضه، وفي معظم الأحوال تُقام هذه العروض للأفلام التي نجحت بالفعل بشكل استثنائي وضخم عند عرضها للمرة الأولى وكوّنت قاعدة جماهيرية كبيرة، أو للأفلام التي لم تنجح عند عرضها لأول مرة مادياً، بل ربما فشلت فشلاً ذريعاً، لكن مع الوقت كوّنت قاعدة جماهيرية محدودة ومخلصة أشبه بالجماعة السرية "Cult" التي تحب الفيلم وتقدره، ولو بشكل هزلي، وترغب في إعادة مشاهدته في دار العرض. تكون إعادة الإصدار في بعض الأحيان بنفس نسخة الفيلم المعروضة في المرة الأولى، أو بنسخة مُعدّلة كنسخة المخرج "s cut'Director" أو نسخة مُرمّمة أو مُحسّنة بجودة أعلى، ونادراً ما يكون المردود التجاري لهذه العروض مؤثراً في الإيرادات الكلية للفيلم، وقد يُضاف في بعض قواعد البيانات إلى إيرادات الفيلم، ولكنه يُستبعد في معظم الأحوال.

المقاربات البحثية السابقة

تشير دراسة أُجريت في جامعة كاليفورنيا على مجموعة من الأفلام الروائية التي صدرت بين عامي 1997 و2001 وحصلت على تقدير في جوائز مهنية مختلفة، إلى وجود ارتباط إيجابي بين ميزانية الفيلم وأداء شباك التذاكر، بشكلٍ تم تفسيره بأن الميزانية ترتبط بتعزيز عناصر تحتاج إلى تكاليف إضافية؛ مثل تصميم المناظر والمؤثرات البصرية والموسيقى والتصوير. لكن مع ذلك لا تُعدّ الميزانية الضخمة ضماناً للنجاح، لأنها تحمل مخاطرة مادية كبيرة، بينما الأفلام ذات الميزانيات المنخفضة في حال نجاحها تُدرّ عائداً أكبر على الاستثمار. تُظهر هذه الدراسة أيضاً عدم وجود أي ارتباط بين الميزانية وبين جائزة أفضل فيلم "Best Picture"، وأن هناك ارتباطاً سلبياً بين الميزانيات المرتفعة والتقييمات النقدية، وأرجع الباحث ذلك إلى ميل النقاد إلى تقدير الأصالة والإبداع على حساب الإنفاق المادي البحت.



وفي دراسة حول عوامل ربحية الأفلام، قام باحث في جامعة كوتتيكت بتحليل عينة واسعة شملت 1892 فيلماً صدرت بين 2007 و2019 لتحليل ثلاثة عوامل رئيسية تؤثر على أداء الفيلم: نوع الفيلم إن كان فيلماً أصلياً أم جزءاً من سلسلة، والتصنيف العمري للفيلم بحسب جمعية الفيلم الأمريكي "MPAA"، وتأثير وجود ممثل أو مخرج نجم في الفيلم. أظهرت النتائج -كما هو متوقع- أن الأفلام التي تُعدُّ جزءاً من سلسلة تُحقِّق هامش ربح وعائداً على الاستثمار أعلى بكثير من الأفلام الأصلية، لكن لا توجد علاقة ثابتة أو ذات أهمية بين التصنيف العمري للفيلم أو وجود نجوم به وبين الربحية في المناخ الحالي لخريطة السينما، على عكس ما كان سائداً في السابق عندما كان وجود النجم هو العنصر الأكثر جذباً للجمهور. هذه الدراسة، وعلى الرغم من ابتعاد هذه الدراسة عن مجال بحثنا المباشر، فإن نتيجتها التي تُظهر انخفاض تأثير النجوم في الربحية، تفتح الباب أمام التساؤلات التي تطرحها هذه الدراسة حول ما إذا كانت عوامل أخرى مثل العناصر الجمالية والفنية للصورة والإشادة النقدية والجوائز تلعب دوراً معاصراً في جذب الجمهور إلى مشاهدة الفيلم في السينما في السنوات الأخيرة.

الارتباط الإحصائي بين الصورة السينمائية ومؤشرات الأداء الاقتصادي

سعيًا إلى فحص العلاقة الإحصائية بين تقدير جماليات الصورة السينمائية (متمثلاً في الترشيح لجوائز التصوير) وبين الأداء التجاري للفيلم، يحاول التحليل الآتي الإجابة عن التساؤلات بأكبر قدر متاح من الموثوقية في ضوء البيانات العامة.

نظرة عامة على البيانات

في البداية تم فحص قواعد البيانات للحصول على عدد الأفلام المنتجة سنوياً في هوليوود، وعلى المستوى العالمي، والحصول على مجموع إيراداتها المحلية والعالمية، للوصول إلى متوسط الإيرادات للفيلم الواحد.



السنة	مجموع الإيرادات	عدد الأفلام في السنة	متوسط الإيرادات للفيلم*
2015	11,148,780,747\$	845	13.1
2016	11,375,225,455\$	855	13.3
2017	11,075,387,520\$	854	12.9
2018	11,892,160,011\$	993	11.9
2019	11,363,364,673\$	910	12.9
2020	2,113,386,800\$	455	4.6
2021	4,483,016,589\$	442	10.1
2022	7,369,914,732\$	502	14.7
2023	8,907,111,984\$	592	15
2024	8,570,021,256\$	676	12.6

السنة	مجموع الإيرادات	عدد الأفلام في السنة	متوسط الإيرادات للفيلم
2015	11,148,780,747\$	2,427	15.1
2016	11,375,225,455\$	3,149	11.5
2017	11,075,387,520\$	3,230	11.8



11.3	3,396	11,892,160,011\$	2018
11.2	3,489	11,363,364,673\$	2019
4.2	2,008	2,113,386,800\$	2020
8.8	2,206	4,483,016,589\$	2021
7.4	3,081	7,369,914,732\$	2022
8.7	3,202	8,907,111,984\$	2023
7.2	3,422	8,570,021,256\$	2024

تُعاني هذه البيانات من نوعين من القصور: الأول هو أن مجموع الميزانيات لهذه الأفلام غير مُعلن (شركات الإنتاج ليست ملزمة بإعلان ميزانياتها بشكل رسمي كما أشرنا سابقاً في الدراسة) وبالتالي يصبح من غير الممكن حساب متوسط العائد على الاستثمار للفيلم الواحد. والقصور الآخر هو التباين الكبير في أرقام الإيرادات بسبب وجود قدر كبير من الأفلام التي تُنتج في العام بميزانيات محدودة وتُطرح في عدد محدود من صالات العرض، وهي تُعدُّ أفلاماً مستقلة صغيرة لا يمكنها الوصول إلى دائرة الجوائز في المعتاد، فتُسبب انحرافاً في البيانات يحوّل دون الوصول إلى متوسطات دقيقة لإيرادات الأفلام.

ولكن توضح هذه البيانات عدداً من النقاط رغم قصورها؛ منها أن متوسط إيرادات الفيلم الواحد كان في حالة من الثبات النسبي من 2015 إلى 2019، ثم شهد المتوسط انخفاضاً حاداً في عام 2020 محلياً ودولياً بسبب فيروس كورونا، وفي الأعوام 2021 وحتى 2024 يُظهر المتوسط انتعاشاً وارتفاعاً، لكنه لم يصل بعد إلى المستويات السابقة ما قبل 2020.

ويُظهر من شكل (1) أن متوسط الإيرادات المحلي (السوق الأمريكية) يرتفع أكثر من المتوسط العالمي في السنوات الأخيرة مُحققاً أرقاماً تقارب فترة ما قبل فيروس كورونا،





إلا أن هذا تلخيص غير دقيق، إذ يمكن بمراجعة الجداول رؤية أن مُعدّل إنتاج الأفلام عالمياً يتزايد باستمرار، ربما بسبب التطور التقني وسهولة الإنتاج، بينما معدل الإنتاج في الولايات المتحدة ينخفض كثيراً في السنوات الأخيرة. فعلى سبيل المثال، يتقارب متوسط الإيرادات للفيلم الواحد في عامي 2017 و2024 محلياً بمقدار 12.5 مليون دولار تقريباً، لكن يُلاحظ أن عدد الأفلام المنتجة في 2017 هو 854 فيلماً، بينما في 2024 كان العدد 676 فيلماً فقط، مما يؤثر بشدة عند حساب المتوسط.

لتفادي هذا القصور في البيانات العامة حول جميع الأفلام المنتجة في السنوات محل الدراسة، تم استخدام قاعدة بيانات من موقع “Kaggle” المتخصصة في قواعد البيانات لتكون العينة المرجعية للدراسة، وقد تم استخلاص قاعدة البيانات من مواقع متخصصة ومُعلنة تحتوي على أعلى 200 فيلم سنوياً من حيث الإيرادات من بين الأفلام المنتجة أو المعروضة في هوليوود سينمائياً، وهو ما يُعتبر معياراً أدق لنوعية الأفلام التي تتنافس على جوائز الأوسكار والبافتا وجمعية المصورين، وتتضمن قاعدة البيانات الإيرادات العالمية والمحلية لكل فيلم، إلى جانب بيانات أخرى كسنة الإنتاج والنوع الدرامي للفيلم وتقييمه الفني. وتُعتبر هذه البيانات التفصيلية لعينة شملت 2000 فيلم، أكثر دقة وصلة بالبحث من البيانات العامة السابقة، وتُوفّر عدداً كبيراً من المدخلات المناسبة للتحليل.

أمّا العينة الرئيسية، فقد حُدّدت فيها الأفلام المرشحة لجوائز: أفضل تصوير سينمائي من أكاديمية فنون وعلوم الصورة المتحركة “الأوسكار”، وجائزة جمعية المصورين السينمائيين الأمريكية، وجائزة البافتا البريطانية للتميز في الصورة السينمائية في الفترة من 2015 إلى 2024، وُجمعت بيانات ميزانيات الإنتاج وإيرادات شباك التذاكر العالمية لهذه الأفلام المختارة بمجموع كلي للعينة 67 فيلماً، وجاءت البيانات على النحو الآتي:

رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
-----	--------	-----------	--------------------	---------	----------------	------------------





رقمي	%295	398	533	135	The Revenant	1
خام 16 ملم	%242	28.5	40.3	11.8	Carol	2
خام 70 ملم	%254	112	156	44	The Hateful Eight	3
رقمي	%154	230.4	380.4	150	Mad Max: Fury Road	4
رقمي	%183	55	85	30	Sicario	5
خام 35 ملم	%314	125.5	165.5	40	Bridge of Spies	6

رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
7	La La Land	30	447.4	417.4	%1391	خام 35 ملم
8	Arrival	47	203.3	156.3	%333	رقمي
9	Lion	12	140.3	128.3	%1069	رقمي
10	Moonlight	4	65.1	61.1	%1527	رقمي





11	Silence	50	23.9	26.1-	52-%	خام 35 ملم / رقمي
12	Nocturnal Animals	22.5	30.3	7.8	35%	خام 35 ملم
13	Hell or High Water	12	37.8	25.8	215%	رقمي

رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
14	Blade Runner 2049	150	259.2	109.2	73%	رقمي
15	Darkest Hour	30	150.9	120.9	403%	رقمي
16	Dunkirk	100	527	427	427%	خام 65 ملم
17	Mudbound	21	2.1	18.9-	90-%	رقمي
18	The Shape of Water	19.4	195.3	175.9	907%	رقمي
19	Three Billboards Outside	12	160	148	1233%	رقمي





					Ebbing, Missouri	
--	--	--	--	--	---------------------	--

رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
20	Roma	15	1.8	13.2-	88-%	رقمي
21	Cold War	4.5	19.3	14.8	329%	رقمي
22	The Favourite	15	95.9	80.9	539%	خام 35 ملم
23	Never Look Away	3.5	1.5	2-	57-%	رقمي
24	A Star Is Born	36	436.2	400.2	1112%	رقمي
25	First Man	59	105.7	46.7	79%	خام 16 ملم / رقمي
26	Bohemian Rhapsody	52	903	851	1636%	رقمي





رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
27	1917	95	384.9	289.9	305%	رقمي
28	The Irishman	159	8.8	150.2-	94-%	رقمي
29	Joker	55	1074.4	1019.4	1853%	رقمي
30	The Lighthouse	11	18.5	7.5	68%	خام 35 ملم
31	Once Upon a Time in Hollywood	95	377.6	282.6	298%	خام 35 ملم
32	Ford vs Ferrari/ Le Mans 66'	97.6	225.5	127.9	131%	رقمي

رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
33	Mank	25	0.1	24.9-	100-%	رقمي
34	Judas and the Black Messiah	26	7.2	18.8-	72-%	رقمي





رقمي	67%-	25.3-	12.7	38	News of the World	35
رقمي	688%	34.4	39.4	5	Nomadland	36
رقمي	99%-	34.7-	0.3	35	The Trial of the Chicago 7	37
رقمي	31%-	4.6-	10.4	15	The Mauritanian	38

رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
40	Dune: Part One	165	402	237	144%	رقمي
41	Nightmare Alley	60	39.6	20.4-	34%-	رقمي
42	The Power of the Dog	40	1.8	38.2-	96%-	رقمي
43	The Tragedy of Macbeth	20	2.5	17.5-	88%-	رقمي





رقمي	24-%	24-	76	100	West Side Story	44
رقمي	210%	524.2	774.2	250	No Time to Die	45
خام 35 ملم / رقمي	97%	24.3	49.3	25	Belfast	46

رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
47	All Quiet on the Western Front	20	4.8	15.2-	76-%	رقمي
48	Bardo	25	0.8	24.2-	97-%	رقمي
49	Elvis	85	288.6	203.6	239%	رقمي
50	Empire of Light	20	11.2	8.8-	44-%	رقمي
51	Tár	35	28.5	6.5-	19-%	رقمي
52	The Batman	200	772.2	572.2	286%	رقمي
53	Top Gun: Maverick	170	1495.7	1325.7	780%	رقمي





رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
54	Oppenheimer	100	974.7	874.7	875%	خام 65 ملم
55	El Conde	5	0.2	4.8-	96-%	رقمي
56	Killers of the Flower Moon	200	159	41-	20.5-%	رقمي
57	Maestro	80	0.1	79.9-	100-%	خام 35 ملم / رقمي
58	Poor Things	35	118	83	237%	رقمي
59	The Zone of Interest	15	53	38	253%	رقمي

رقم	الفيلم	الميزانية	الإيرادات العالمية	الأرباح	عائد الاستثمار	الوسيط السينمائي
60	The Brutalist	10	50.3	40.3	403%	خام 35 ملم
61	Dune: Part Two	190	711.9	521.9	275%	رقمي





رقمي	56%	5.6	15.6	10	Emilia Perez	62
رقمي	26.5%	5.3	25.3	20	Maria	63
خام 35 ملم	354.25%	141.7	181.7	40	Nosferatu	64
رقمي	537%	107.4	127.4	20	Conclave	65
رقمي	100.71%	70.5	140.5	70	A Complete Unknown	66
رقمي	404.13%	606.2	756.2	150	Wicked	67

ملاحظات:

- أرقام الميزانية والأرباح والإيرادات في الجداول السابقة بوحدة (مليون دولار).
- الفيلم الأول في كل جدول هو الحائز على الأوسكار لأفضل تصوير سينمائي لذلك العام.
- أفلام "روما" (Roma)، "لا تنتظر بعيداً" (Never Look Away)، "الأيرلندي" (The Irishman)، "مانك" (Mank)، "محكمة شيكاغو 7" (The Trial of the)، "كّرز" (Cherry)، "قوة الكلب" (The Power of the Dog)، "مأساة ماكبث" (The Tragedy of Macbeth)، "كل شيء هادئ على الجبهة الغربية" (All Quiet on the Western Front)، "باردو" (Bardo)، "الكونت" (El Conde)، "المايسترو" (Maestro) هي أفلام صُنعت خصيصاً للمنصات ومعظمها من إنتاج "Netflix" مما يُفسّر انخفاض إيراداتها من شبك التذاكر، حيث إن معظمها عُرض في صالات سينما محدودة ولمدة أسبوعين فقط، وهي المدة اللازمة لتحقيق شروط الترشح للجوائز السينمائية.





- تُعدُّ نتائج عام 2024 نتائج استرشادية، بسبب وجود اختلاف بين قواعد البيانات حول الإيرادات العالمية، ويرجع ذلك الاختلاف إلى حداثة المعلومات المتوافرة وتغيرها باستمرار عند عرض الأفلام في دول مختلفة بفروق زمنية قد تتأخر حتى عام كامل من العرض الأول للفيلم، وقد حاولت الدراسة الاستعانة بأفضل وأحدث البيانات المتاحة حتى الآن.

تحليل البيانات

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "SPSS" النسخة 30، وتم تطبيق عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة، ألا وهي:

1. الإحصاء الوصفي، واستخدمنا لقياسه الوسيط "Median"، بدلاً من استخدام المتوسط الحسابي "Mean" الذي يتأثر بشدة بالقيم المتطرفة "Outliers"، فإذا كانت هناك قيم عالية للغاية أو منخفضة للغاية -وهو الطبيعي في حالة إيرادات الأفلام- فإن المتوسط سينحرف نحو هذه القيمة وقد لا يمثل مركز البيانات بشكل دقيق، بينما الوسيط "Median" هو القيمة التي تقع في منتصف مجموعة البيانات بعد ترتيبها تصاعدياً أو تنازلياً.

2. استخدام اختبار "Mann-Whitney U Test" لاختبار الفرضية بدلاً من "T-test"، حيث إنه اختبار غير بارامتري يعتمد على ترتيب البيانات بدلاً من قيمها الفعلية مما يجعله أكثر ملاءمة لبيانات إيرادات الأفلام التي تحتوي على قيم مُتطرفة وغير مُوزَّعة طبيعياً، ويعتمد الاختبار على الترجيح بين فرضيتين:

- الفرضية الصفرية "Null Hypothesis": لا يوجد فرق إحصائي بين إيرادات أفلام العينة ووسيط إيرادات أفلام العينة المرجعية.

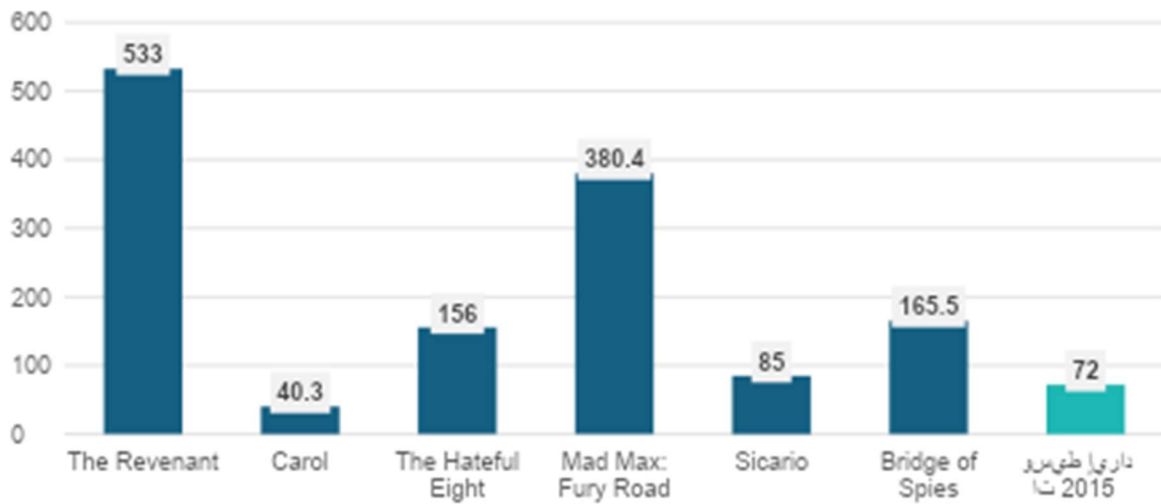




- الفرضية البديلة “Alternative Hypothesis”: يوجد فرق حقيقي بين إيرادات المجموعتين.

3. حساب حجم التأثير “Effect Size” باستخدام معامل الارتباط المتسلسل الثنائي “s rank biserial correlation coefficient’Glass” لقياس قوة العلاقة أو الارتباط بين الترشيح لجوائز التصوير السينمائي والإيرادات.

إيرادات 2015



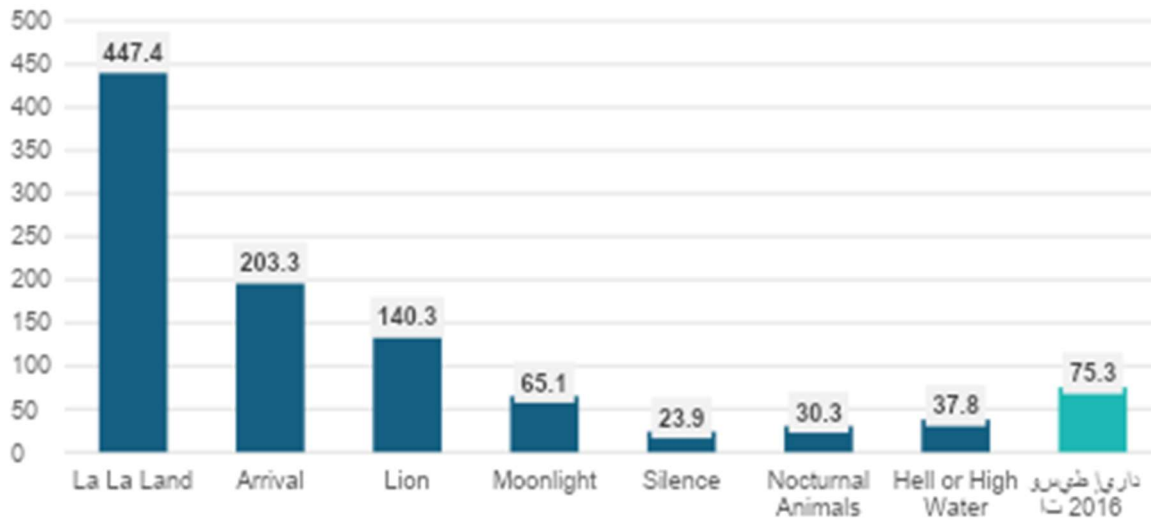
يوضح الشكل مقارنة بين الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2015، ويلاحظ من الشكل:

- ارتفاع خمسة من ستة أفلام عن وسيط إيرادات 2015 بشكل لافت.
- الفيلم الحائز على الجوائز الثلاث؛ الأوسكار، والبافتا، وجائزة جمعية المصورين في الصورة السينمائية، وهو الأعلى إيراداً: “العائد” (The Revenant).



- عدد الأفلام المصورة بالخاص السينمائي ثلاثة في مقابل ثلاثة أفلام مصورة رقمياً، ويتنوع الخاص المستخدم فيوظف فيلم “كارول” (Carol) خاص 16 ملم، وفيلم “جسر الجواسيس” (Bridge of Spies) خاص 35 ملم، وفيلم “الثمانية المكروهون” (The Hateful Eight) خاص 70 ملم.

إيرادات 2016



يعرض الشكل المقارنة بين الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2016، ويلاحظ الآتي:

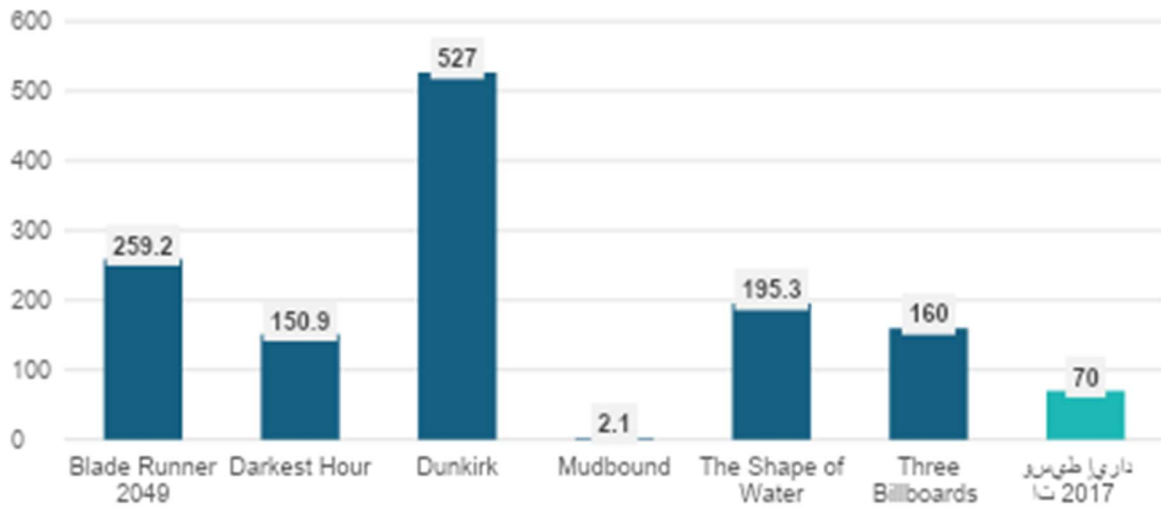
- ترتفع ثلاثة أفلام فقط من سبعة عن وسيط إيرادات 2016.
- الفيلم الحائز على الجوائز الثلاث: الأوسكار والبافتا وجائزة جمعية المصورين في الصورة السينمائية هو الأعلى في الإيرادات “لا لا لاند” (La La Land).





- عدد الأفلام المصورة بالخام السينمائي ثلاثة في مقابل أربعة أفلام مصورة رقمياً، وجميعها تستخدم القياس الافتراضي 35 ملم، وهو ما يُعتبر تراجعاً عن العام السابق في استخدام الخام السينمائي مقابل التصوير الرقمي.

إيرادات 2017



عند مقارنة الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي مع الوسيط لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في 2017 يُلاحظ الآتي:

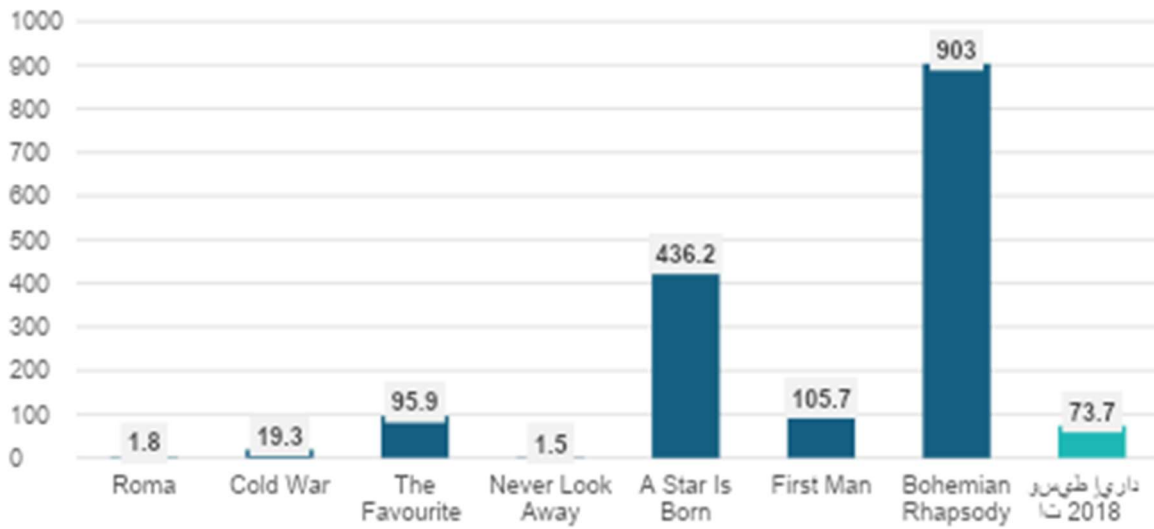
- ترتفع خمسة أفلام من ستة عن وسيط إيرادات 2017 بشكل كبير.
- الفيلم الحائز على الجوائز الثلاث: الأوسكار والباftا وجائزة جمعية المصورين في الصورة السينمائية هو فيلم "عداء الشفرة 2049" (Blade Runner 2049)، وهو ليس الأعلى على مستوى الإيرادات.





- الفيلم الأعلى على مستوى الإيرادات هو فيلم “دونكيرك” (Dunkirk)، وهو الوحيد في المجموعة المرشحة لجوائز التصوير الذي تم تصويره باستخدام خام سينمائي.
- عدد الأفلام المصورة بالخام السينمائي واحد في مقابل خمسة أفلام مُصوَّرة رقمياً، وهو ما يُعدُّ تراجعاً أكبر عن العام السابق.

إيرادات 2018



من مقارنة الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2018، يلاحظ الآتي:

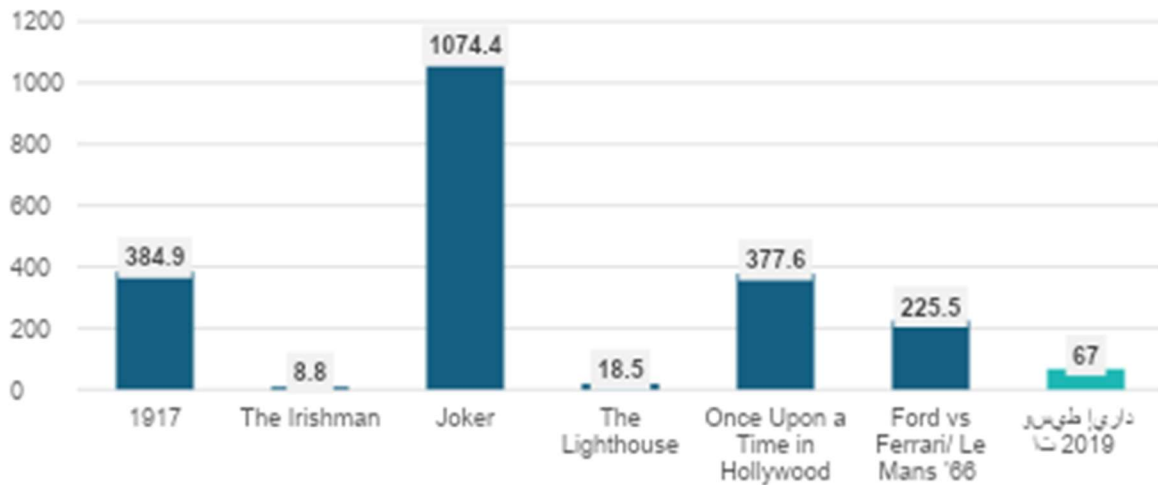
- أربعة أفلام من سبعة ترتفع عن وسيط إيرادات 2017.
- فيلمان فقط من السبعة تم تصويرهما بالخام السينمائي وهما “المفضلة” (The Favourite)، وبعض أجزاء من “الرجل الأول” (First Man)، وهو ما يتماشى مع التراجع المرصود في استخدام الخام السينمائي في مقابل التصوير الرقمي.





- الفيلم الحائز على الجوائز الثلاث: الأوسكار والبافتا وجائزة جمعية المصورين في الصورة السينمائية هو فيلم "روما" (Roma).
- يظهر على خريطة الترشيح لجوائز التصوير السينمائي للمرة الأولى فيلمان من إنتاج منصات البث مثل "Netflix"، وهما: "روما" (Roma)، و"لا تنظر بعيداً" (Never Look Away)، ولهذا فإن أرقام الإيرادات العالمية من شباك التذاكر لا تعكس أداءهما المالي، إذ تُعرض هذه الأفلام في دور العرض لفترة قصيرة وفي عدد محدود من الصالات فقط لتتطابق شروط الترشيح للجوائز السينمائية، بينما تعتمد في أرباحها على العرض المباشر على المنصة.

إيرادات 2019



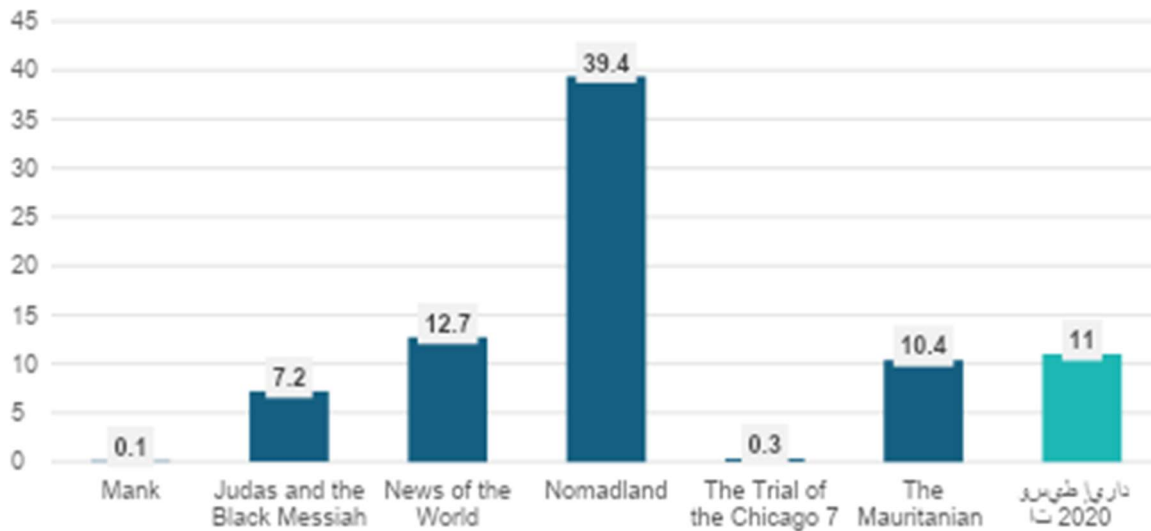
- من مقارنة الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2019، يُلاحظ الآتي:
- أربعة أفلام من ستة ترتفع عن وسيط إيرادات 2019.





- الفيلم الحائز على الجوائز الثلاث: الأوسكار والبافتا وجائزة جمعية المصورين في الصورة السينمائية هو فيلم "1917".
- فيلمان من ستة تم تصويرهما بالخام السينمائي وهما: "المنازة" (The Lighthouse)، و"حدث ذات مرة في هوليوود" (Once Upon a Time in Hollywood).
- فيلم "الأيرلندي" (The Irishman) من إنتاج منصة نيتفلكس، لذلك تنخفض إيراداته من دور العرض.

إيرادات 2020

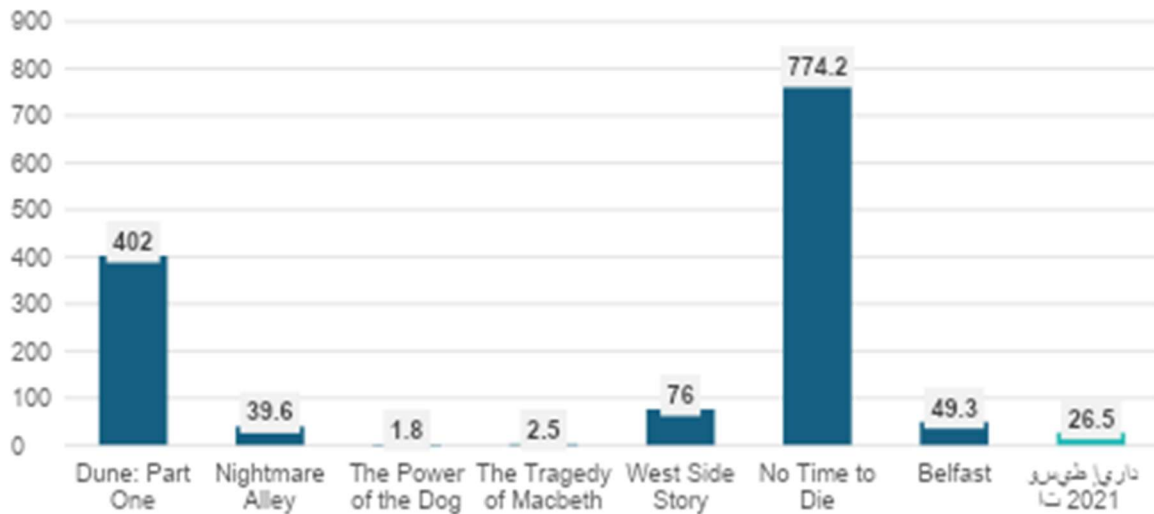


يعرض الشكل مقارنة الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2020، ويلاحظ الآتي:



- تنخفض إيرادات 2020 بشكل كبير عن السنوات السابقة بسبب جائحة كورونا، فيظهر أن وسيط الإيرادات 11 مليون دولار، بينما كان حوالي 70 مليون دولار في السنوات السابقة.
- فيلمان فقط من ستة أفلام ترتفع عن الوسيط.
- الفيلم الفائز بالجوائز الثلاث للتصوير السينمائي "مانك" (Mank) من إنتاج منصة نتفلكس.
- ثلاثة أفلام من الستة من إنتاج منصات البث؛ فيلمًا "مانك" (Mank)، و"محاكمة شيكاغو 7" (The Trial of the Chicago 7) من إنتاج منصة نتفلكس، وفيلم "كرز" (Cherry) من إنتاج منصة آبل تي في بلس "Apple TV+".
- جميع الأفلام مصورة رقمياً ولا يوجد أي فيلم من العينة تم تصويره بالخاص السينمائي.

إيرادات 2021

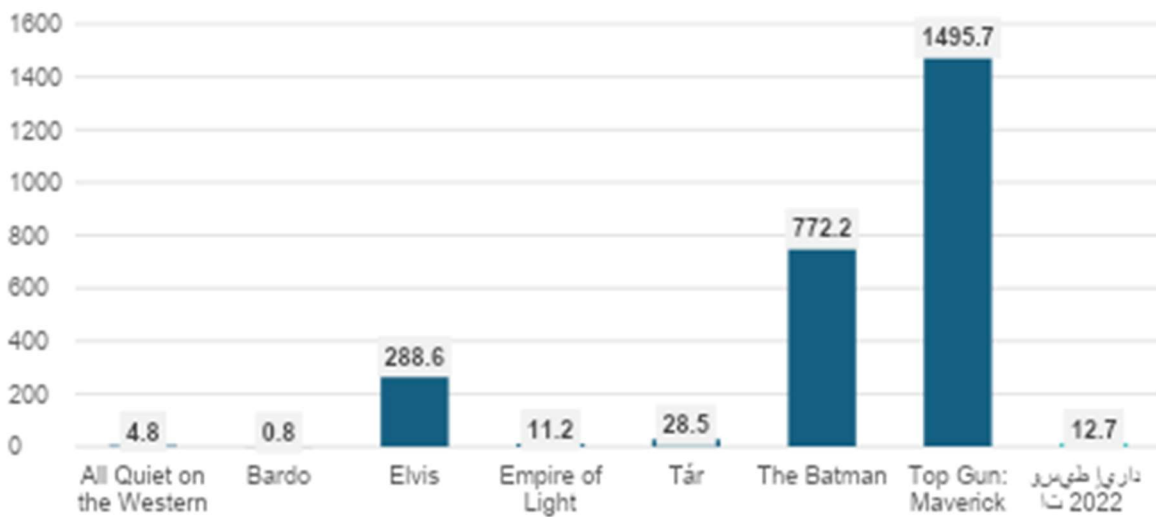




عند مقارنة الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط
لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2021، يُلاحظ الآتي:

- وسيط إيرادات 2021 ارتفع عن السنة السابقة للضعف تقريباً بمعدل 26.5 مليون دولار، لكنه لا يزال أقل بكثير من الوسيط في سنوات ما قبل كورونا.
- أربعة أفلام من سبعة ترتفع عن وسيط إيرادات 2021.
- الفيلم الحائز على الجوائز الثلاث: الأوسكار والبافتا وجائزة جمعية المصورين في الصورة السينمائية هو فيلم "كثيب: الجزء الأول" (Dune: Part One).
- فيلم واحد فقط صُورت أجزاء منه بالخام السينمائي 35 ملم، بينما يستمر تراجع الخام أمام التصوير الرقمي لباقي الأفلام.
- فيلمان من السبعة من إنتاج منصات البث وهما: "قوة الكلب" (The Power of the Dog)، و"مأساة ماكبث" (The Tragedy of Macbeth).

إيرادات 2022

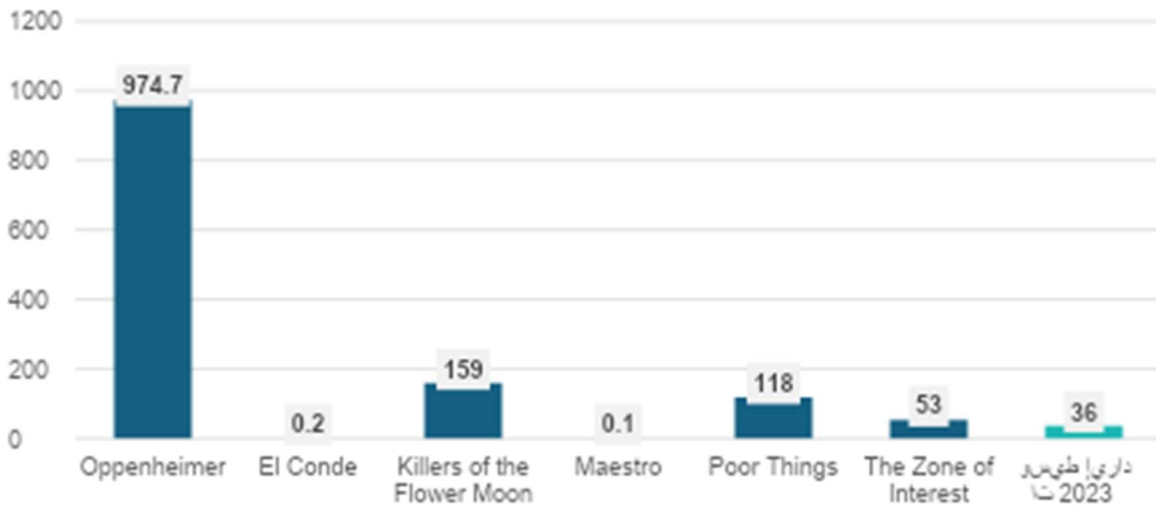




من مقارنة الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط
لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2022، يُلَاحَظ الآتي:

- لا يزال وسيط الإيرادات يعاني من الانخفاض بمعدل 12.7 مليون دولار.
- أربعة أفلام من سبعة ترتفع عن وسيط إيرادات 2022.
- الفيلم الحائز على جوائز الأوسكار والبافتا في الصورة السينمائية هو فيلم "كل شيء هادئ على الجبهة الغربية" (All Quiet on the Western Front).
- الفيلم الحائز على جائزة جمعية المصورين هو فيلم "إلفيس" (Elvis)، وللمرة الأولى في نطاق الدراسة يختلف الفيلم الفائز بهذه الجائزة عن الأوسكار والبافتا.
- فيلمان من السبعة من إنتاج منصات البث وهما: "كل شيء هادئ على الجبهة الغربية" (All Quiet on the Western Front) و"باردو" (Bardo).
- جميع الأفلام مُصَوَّرة رقمياً ولا يوجد أي فيلم من العينة تم تصويره بالخام السينمائي.

إيرادات 2023



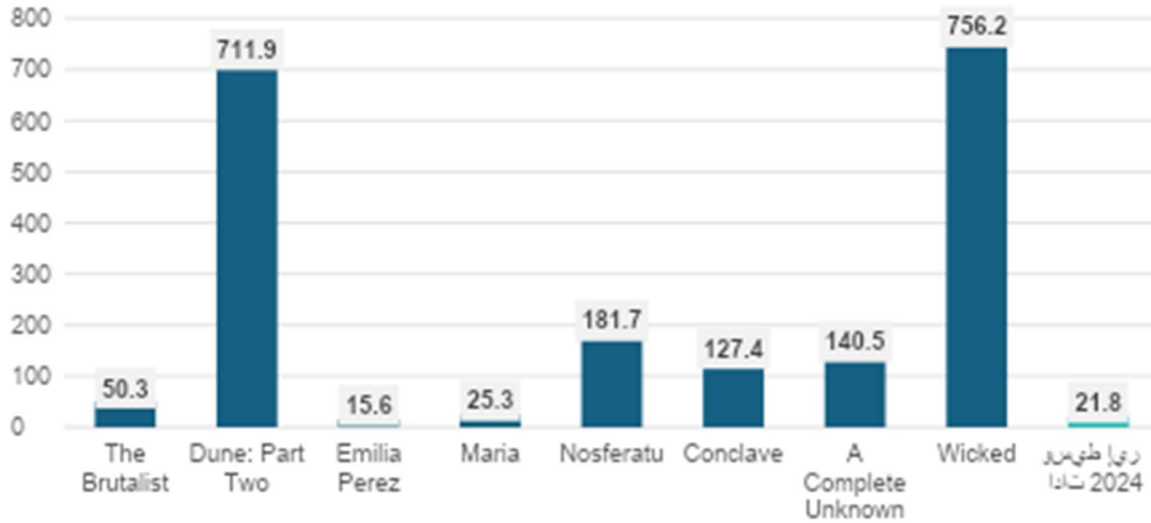


عند مقارنة الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط
لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2023، يُلاحظ الآتي:

- ارتفاع ملحوظ في وسيط الإيرادات بمعدل 36 مليون دولار، مما يُظهر نوعاً من التعافي بعد أزمة كورونا.
- أربعة أفلام من الستة ترتفع عن وسيط إيرادات 2023، في حين أن فيلمي "المايسترو" (Maestro) و"الكونت" (El Conde) هما من إنتاج منصة البث نيتفلكس، لذلك لا يُظهران أي مردود يذكر في شباك التذاكر.
- الفيلم الحائز على الجوائز الثلاث: الأوسكار والبافتا وجائزة جمعية المصورين في الصورة السينمائية هو فيلم "أوبنهايمر" (Oppenheimer)، وهو الأعلى تحقيقاً للإيرادات ما بين الأفلام المرشحة ومن الأعلى تحقيقاً للإيرادات في ذلك العام.
- فيلمان من الستة تم تصويرهما بخام سينمائي وهما "أوبنهايمر" (Oppenheimer)، بمقاس 65 ملم، و"المايسترو" (Maestro) بمقاس 35 ملم، وهي إلى حد ما عودة إلى التصوير الفيلمي.



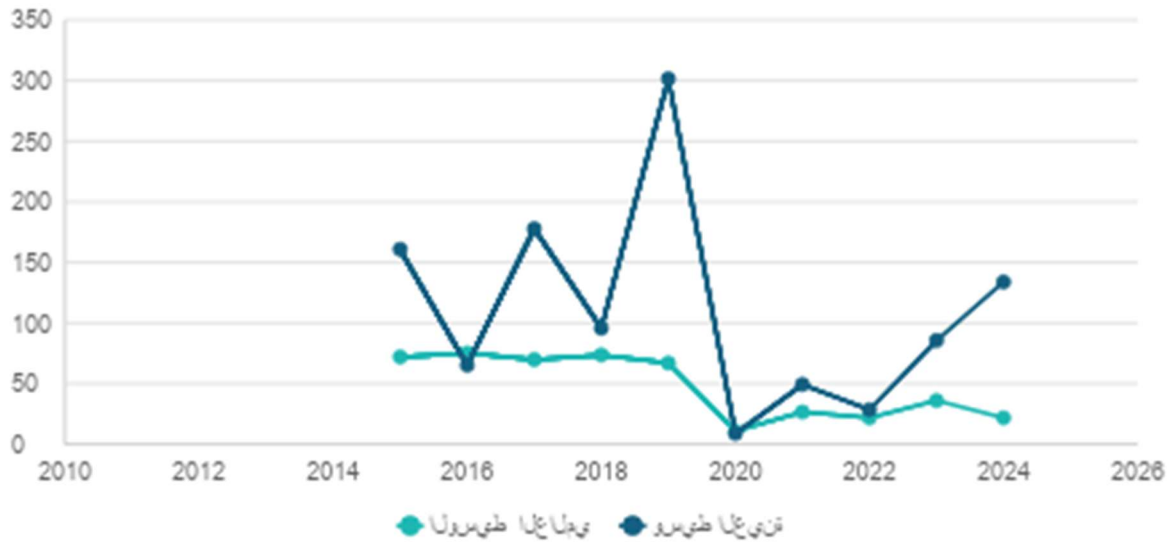
إيرادات 2024



عند مقارنة الإيرادات العالمية للأفلام المرشحة لجوائز التصوير السينمائي والوسيط لإيرادات أفضل 200 فيلم عالمياً في عام 2024، يلاحظ الآتي:

- ينخفض وسيط الإيرادات مرة أخرى إلى 12.8 مليون دولار، مما يُظهر صعوبة تعافي السينما بعد مرور أربع سنوات على جائحة كورونا.
- سبعة أفلام من ثمانية ترتفع عن وسيط إيرادات 2024.
- الفيلم الحائز على الجوائز الثلاث: الأوسكار والبافتا وجائزة جمعية المصورين في الصورة السينمائية هو فيلم "الوحشي" (The Brutalist).
- فيلمان من الثمانية تم تصويرهما بخام سينمائي وهما: "الوحشي" (The Brutalist) و"نوسفيراتو" (Nosferatu)، وهو ما يُظهر استمراراً لعودة التصوير الفيلمي كما لاحظنا في العام السابق.

اختبار صحة الفرضية



بملاحظة البيانات السابقة نجد أن في معظم السنوات يرتفع وسيط العيّنة عن الوسيط العالمي بدرجة ملحوظة، حيث يرتفع 42 فيلماً من أفلام العينة المكوّنة من 67 فيلماً عن وسيط الإيرادات في سنة إنتاجها، مما يُعطي مؤشراً على أن التقدير الفني للصورة السينمائية -ضمن العناصر الأخرى- يؤثر إيجاباً على إيرادات الفيلم العالمية. وعند استبعاد الأفلام المنتجة من منصات البث الرقمي -لأنها لا تُعرض في دور العرض بالطريقة المعتادة كما أشرنا سلفاً- تصبح النتيجة أن 42 فيلماً من أصل 55 فيلماً عُرضت بشكل طبيعي في دور العرض ترتفع عن وسيط الإيرادات العام.

ولكن للحصول على نتائج ذات موثوقية إحصائية، تم استخدام اختبار "Mann-Whitney U Test" وهو اختبار يستخدم لمقارنة متوسطات رُتب مجموعتين مُستقلتين لتحديد ما إذا كان هناك فرق جوهري بينهما.

قبل إجراء الاختبار، تم صياغة الفرضية الإحصائية في ضوء مشكلة الدراسة على النحو التالي:



• الفرضية الصفرية “Null Hypothesis”: لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط رُتب إيرادات الأفلام المرشحة لجوائز التصوير ومتوسط رُتب إيرادات الأفلام الأخرى.

• الفرضية البديلة “Alternative Hypothesis”: يوجد فرق ذو دلالة إحصائية في إيرادات الأفلام بين المجموعتين، بمعنى آخر، متوسط رُتب إيرادات المجموعتين مختلف.

يُقارن هذا الاختبار بين التوجّه المركزي للمجموعتين وليس بالضرورة المتوسطات، بل يعتمد على رُتب البيانات، مما يجعله لا يفترض أن البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً، وهو ما يجعله الخيار الأمثل لاختبار بيانات إيرادات الأفلام السينمائية.

المجموعة	عدد الأفلام	متوسط الرتب	مجموع الرتب
عينة البحث	55	1272.49	69987.00
العينة المرجعية	1950	995.40	1941028.00
مان-ويتني U	38803.000		
ويلكوكسون W	1941028.000		
Z	3.501-		
الدلالة التقاربية	0.000		

ويتضح من النتائج أن القيمة الاحتمالية التقاربية (“p-value”): هي 0.000، وبما أن هذه القيمة أقل من مستوى الدلالة الإحصائية المعياري 0.05 وأقل أيضاً من مستوى 0.01، فإنه يمكن رفض الفرضية الصفرية بثقة عالية.





تُظهر نتائج اختبار مان-ويتني وجود فرق ذي دلالة إحصائية قوية في الإيرادات العالمية بين الأفلام التي تم ترشيحها لجوائز التصوير السينمائي وغيرها من الأفلام صاحبة الإيرادات العالية والمتوسطة سنوياً، ويُشير هذا إلى أن الترشيح لجائزة التصوير السينمائي لا يرتبط فقط بالتقدير الفني لجماليات الصورة، بل يميل أيضاً إلى تحقيق إيرادات تجارية أعلى، ولكن لقياس حجم الفرق نحتاج إلى إجراء تحليل إضافي مثل حساب حجم التأثير "Effect Size".

أفضل مقياس لحجم التأثير في هذه الحالة هو معامل الارتباط المتسلسل الثنائي "Glass's rank biserial correlation coefficient" ويرمز له بالرمز r_B .

وتُعدُّ أبسط طريقة لحساب r_B هي استخدام قيمة Z الإحصائية والعدد الإجمالي للعينة N ، وجاءت نتيجة الاختبار على النحو التالي:

$$0.078 \approx r_B$$

وتشير النتيجة إلى أن حجم التأثير صغير نسبياً، وتعني القيمة السالبة أن المجموعة ذات الرتب الأعلى هي المجموعة الأولى (الأفلام المرشحة للجوائز) وهو ما يتوافق مع متوسط الرتب في جدول النتائج. ويعني ذلك أنه على الرغم من وجود فرق قوي ذي دلالة إحصائية، إلا أن تأثير الترشيح لجائزة التصوير السينمائي على الإيرادات يُعدُّ إيجابياً بلا شك، ولكنه محدود كذلك من الناحية العملية.

تحليل جماليات الصورة السينمائية في عينة مختارة من الأفلام

من خلال البيانات الإحصائية السابقة، تم اختيار الأفلام التالية: "أوبنهايمر - لا لا لاند - 1917 - كتيب: الجزء الأول" بناءً على ثلاثة معايير: تُمثّل العينة أفلاماً فائزة بالجوائز الثلاث الكبرى معاً في مجال الصورة السينمائية، وحقّقت إيرادات كبيرة ونجاح مادي ملحوظ، وحازت تقييمات مرتفعة في مواقع آراء النقاد والجمهور.





فبالنظر إلى فيلم “أوبنهايمر” (Oppenheimer) نجد أن القرار الأهم بصرياً وربما تجارياً بالنسبة للفيلم، هو تصويره بالكامل على خام سينمائي كبير الحجم ” Large-format film “ بمقاس 65 ملم، وأيضاً إتمام جميع العمليات الفيلمية والتلوين بطريقة تقليدية بالكامل دون تدخل جرافيكي بصور مصنعة بالكومبيوتر ” CGI “ على الصورة، وهي المسألة التي تُعدُّ نقطة التلاقي بين جماليات الصورة السينمائية والإيرادات بالنسبة لهذا الفيلم. فقد صرَّح مخرج الفيلم (كريستوفر نولان) وكذلك مدير التصوير (هويت فان هويتما) أكثر من مرة إعلامياً بتفاصيل عملية تصوير الفيلم، وبأن الجمهور يحتاج إلى مشاهدة هذا الفيلم في قاعات أيماكس ” IMAX “؛ أضخم القاعات من حيث حجم الشاشة وأيضاً أعلاها من حيث سعر التذكرة، فَلَعِبَ التصوير السينمائي هنا دوراً إيجابياً مباشراً في الترويج والدعاية للفيلم ودفع المشاهد لرؤيته في صالات العرض للحصول على أفضل تجربة بصرية.

وفقاً لهويتما فإن الهدف لم يكن الحصول على دقة صورة عالية فحسب، بل الاقتراب من الشخصيات بطريقة لم تحدث من قبل، فكاميرات وعدسات أيماكس تسمح بالتقاط لقطات مقربة بتفاصيل هائلة، مع الحفاظ على عمق مجال شديد الصغر ” Shallow depth of field “ يعزل الشخصية عن محيطها، مما يجعل حتى الوجوه منظرًا طبيعيًا ممتلئًا بالتفاصيل، ويسمح بمراقبة الصراع النفسي للبطل عن كثب. وبالنسبة للعدسات استُخدمت مجموعة ” Panavision Sphero 65, Hasselblad Lenses “ التي تتميز بصورة حادة في المنتصف ونعومة عند أطراف الكادر، مما يساعد في منح الوجوه الضخمة على الشاشة مظهرًا ثلاثي الأبعاد وإنسانيًا ويُخَفِّفُ من الحدة الفائقة للصورة، كما يتضح في شكل (13).





شكل (13) لقطتان من فيلم ”أوبنهايمر - 2023“ (Oppenheimer) توضحان إمكانية الاقتراب من الشخصية والتقاط تفاصيل دقيقة للأداء

وللمرة الأولى في تاريخها، قامت شركة كوداك ”Kodak“ بتطوير وإنتاج خام سينمائي 65 ملم بالأبيض والأسود خصيصاً لذلك الفيلم، ليتم التصوير بالأبيض والأسود مباشرة بدلاً من التصوير الملون وتحويل الصورة عن طريق التلوين الرقمي، واستُخدم اللون في ذلك الفيلم كأساس للسرد، فُصِّرت المشاهد التي تُروى من منظور أوبنهايمر بالألوان، بينما المشاهد المتعلقة بجلسة استماع لويس ستروس بالأبيض والأسود، وربما يتجاوز ذلك القرار الاختيار الجمالي إلى الاختيار الدرامي، فمنظور أوبنهايمر عن حياته وذاكرته مشبع بالألوان، بينما التاريخ كما نراه في شاشات التلفزيون في ذلك الزمان بالأبيض والأسود وتباين حاد وطابع وثائقي يقيّم أفعال أوبنهايمر بالحكم عليها، ويجردها من أبعادها البشرية، شكل (14).



شكل (14): لقطتان من فيلم ”أوبنهايمر - 2023“ (Oppenheimer) للتصوير على خام سينمائي 65 ملم بالأبيض والأسود صُنِع خصيصاً للفيلم



على مستوى الإضاءة تقصّد الفيلم استغلال الساعة السحرية “Magic hour” وهي الفترة القصيرة التي تلي شروق الشمس أو تسبق غروبها، بحيث يكون الضوء ذهبياً ويميل إلى الزرقة واللون البنفسجي، وهو توقيت إضاءة طبيعي شاع استخدامه في هذا النوع من الأفلام قديماً لأنه يحمل مزيجاً من الألوان الواقعية والخيال، كما في الشكل (16). ويمكننا القول في معرض التحليل إن هذه الصورة الرومانسية الحاملة المتسقة، التي تحمل حالة مقصودة من تذكير المشاهد بالماضي، قد تكون ساهمت في رغبة المتفرجين في مشاهدة الفيلم في السينما وربما إعادة مشاهدته كذلك، ويمكن القول كذلك إنه إذا كانت صورة الفيلم السينمائية أقل اهتماماً بالجوانب الجمالية والتقنية فإن ذلك قد ينزع عن الفيلم مكوّنات أساسية يرتبط بالدراما والضرورة السردية.

في فيلم “1917” أراد المخرج (سام ميندين) ومدير التصوير الشهير (روجر ديكنز) تحقيق انتصار تقني كبير يُعزّز كذلك التجربة السردية للفيلم، فكما في الفيلميين السابقين - أوبنهايمر، ولا لا لاند- يرتبط مدخل جماليات الصورة السينمائية ارتباطاً وثيقاً بالدراما وليس معزولاً عنها كجماليات فنية مجردة. أراد صنّاع الفيلم أن يكون الشريط السينمائي مُمتداً بلا توقف، وكأن الفيلم بأكمله مُصوّر في لقطة واحدة مستمرة، وهو مجهود تم تحقيقه تقنياً من قبل في فيلم “الحبل - 1948” (Rope) لألفريد هيتشكوك، حيث كان المخرج يربط اللقطات الطويلة بقدر ما تسمح التقنية في ذلك الوقت (عشر دقائق لكل لقطة تقريباً) ببعضها البعض بشكل غير ملحوظ وكان الفيلم لقطة واحدة.

في فيلم “1917” أراد مدير التصوير تحقيق شيء مماثل اعتماداً على التقنيات الحديثة المتوافرة، فاستخدم كاميرا رقمية “Arri Alexa Mini LF” بسبب حجمها الصغير وخفة وزنها اللذين يسمحان بحركتها بسلاسة في المساحات الضيقة للخنادق وحملها لمسافات طويلة، واستخدم عدسات “Signature Primes Arri” وتحديداً عدسة تعتبر متوسطة البعد البؤري 40 ملم لمعظم الفيلم، لأنها عدسة تقدم صورة خالية من تشوهات المنظور والعيوب البصرية التي قد تحدث في العدسات الأقل أو الأكبر في البعد البؤري، وكان هذا ضرورياً لإمكانية دمج اللقطات الطويلة معاً بسلاسة دون أن يلاحظ



المشاهد أي عيوب بصرية أو تغيرات في تشوه المنظور، وكذلك استخدام عدسة واحدة لأغلب أحداث الفيلم يخلق منظوراً بصرياً ثابتاً يُشعر المتفرج بوجوده الفعلي بين الجنود في الحرب.



شكل (17): لقطة من فيلم "1917" توضح الإضاءة الطبيعية في الأيام الملبدة بالغيوم

يقول مدير التصوير روجر ديكنز عن إضاءة الفيلم إنه أراد توظيف الإضاءات الطبيعية لتحقيق استمرارية اللقطة الواحدة، ولكن في الوقت نفسه أراد ظروف إضاءة يمكن التحكم فيها لتحقيق الجوانب الدرامية، فاختار ديكنز التصوير في الأيام الملبدة بالغيوم فقط كما نرى في شكل (17)، حيث يوقر السحاب ضوءاً ناعماً ومنتشراً، مما يسمح بتصوير لقطات طويلة دون تغيرات كبيرة في طبيعة الضوء. واستخدم في المشاهد الليلية إضاءات خاصة تُحاكي التوهجات النارية ومصابيح الكيروسين لتكون بديلاً عن التوزيع الكلاسيكي للإضاءة، كما في الشكل (18)، فاستخدم مدير التصوير أسلوب الإضاءة المُحفّزة "Motivated lighting" عن طريق الالتزام الصارم بهذه الإضاءة المنطقية المبررة داخل المشهد ليُشعر المتفرج وكأنه جزء من الأحداث بطبيعتها الواقعية.

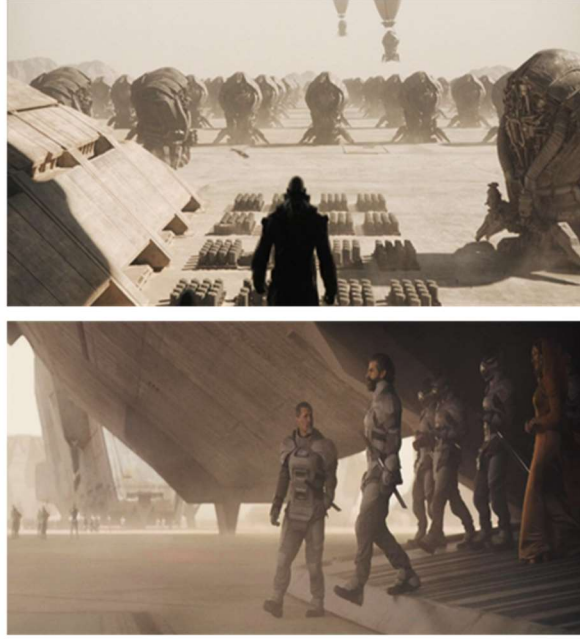


شكل (18): لقطتان من فيلم "1917" توضح الإضاءات الليلية باستخدام مزيج من المصادر الفعلية كمصابيح الكيروسين والمصادر

أما فيلم "كثيب: الجزء الأول - 2021" (Dune: Part One) فكان عامل الجذب البصري للصورة هو ترجمة عالم خيال علمي معقد وضخم من الرواية إلى لغة بصرية مُقنِعة، ومتميزة عن الأعمال الخيالية الأخرى المأخوذة عن الروايات، فقام المخرج (ديني فيلنوف) ومدير التصوير (جريج فريزر) بخلق عالم يبدو قديماً وعضوياً وواقعياً.

التكوين في فيلم كثيب هو العنصر الجمالي الأكثر أهمية وهو المفتاح البصري للفيلم، فتم استخدام فكرة التباين في القياس "Scale" على مدار الفيلم للتأكيد على ضالة الإنسان في مواجهة الطبيعة القاسية أو التكنولوجيا الضخمة، فظهرت الشخصيات معظم الوقت كأشكال صغيرة في مساحات سلبية "Negative spaces" واسعة تُهيمن عليها الصحراء المترامية، أو المركبات الفضائية والقصور ذات الطابع الهندسي الوحشي "Brutalist".





شكل (19): لقطتان من فيلم ”كثيب: الجزء الأول - 2021“ (Dune: Part One) تُظهران الاهتمام بالتباين بين حجم الأشخاص في مقابل المباني والطبيعة، واللوحات اللونية المحددة بدقة

كذلك استُخدمت لوحات لونية منضبطة ومحدودة للغاية في الفيلم يُهيمن عليها لون أساسي، وهو لون الرمال البرتقالية والبنية، كما يظهر في شكل (19). يخلق هذا الاختيار شعوراً بالقسوة والجفاف ويجعل كوكب أراكيس يبدو كبيئة مُعادية لا ترحم والنجاة فيها عملاً شاقاً، وتتناقض اللوحة اللونية بشكل واضح مع اللون الأزرق المشع لعيون قبيلة (الفريمن) التي نجحت في التكيف والانتماء إلى الصحراء. ويصف مدير التصوير جريج فريزر أسلوب إضاءته الواقعية في الفيلم بأنه ”نحت الضوء“، حيث إن الشمس القاسية تُجسّم الأشكال وتعطيها أبعادها الصارمة، والكميات الهائلة من الضباب والغبار في الصحراء تلتقط الضوء وتشكله وتخلق طبقات من النعومة فتحوّل الضوء القاسي للشمس إلى أداة فنية جمالية.

يتضح من خلال هذه النظرة إلى الأفلام السابقة أن المساحات الواسعة المتاحة لمدير التصوير في السنوات الأخيرة تقنياً وفنياً، بتوظيف التقنيات الكلاسيكية والفيلم الخام، أو

التقنيات الرقمية والتكنولوجيا الحديثة في الصور المصنعة بالكومبيوتر، تسمح له بتبني أساليب عديدة متباينة بحسب الدراما والحاجة السردية. والأهم بالنسبة لنطاق الدراسة، أن هذه الأساليب واستخدامها في الجوانب الدعائية والتسويقية للفيلم تدفع الجمهور بشكل إيجابي لمشاهدة الفيلم في صالات العرض كلما زادت فريدة التجربة وجِدتها، وهو ما ينعكس بوضوح على الأداء الاقتصادي للفيلم إلى جانب الإشادة النقدية والفنية.

مناقشة النتائج

أكدت النتائج الإحصائية للدراسة صحة الفرضية الأساسية للبحث، وهي التأثير الإيجابي لجماليات الصورة السينمائية على الأداء الاقتصادي للفيلم، فيكشف التحليل الإحصائي عن وجود فرق له دلالة إحصائية قوية ($P=0.000$) بين إيرادات الأفلام المرشحة والفائزة بجوائز التصوير السينمائي ووسيط إيرادات أفلام المجموعة المرجعية، مما يؤكد أن التقدير الفني لجماليات البصرية يرتبط بارتفاع الأداء المالي للفيلم، ويشير إلى أن الجمهور يميل إلى مشاهدة الأفلام التي تحظى بإشادة فنية في التصوير السينمائي.

إلا أن جوهر المناقشة يكمن في فهم طبيعة هذا الارتباط، حيث كشف قياس حجم التأثير عن قيمة تعتبر محدودة من الناحية العملية، مما يشير إلى أن جماليات الصورة هي عامل مؤثر بلا شك، ولكن ضمن منظومة معقدة من العوامل الأخرى التي يؤثر كل منها في الأداء الاقتصادي للفيلم، فلا يمكن القول إن الصورة السينمائية الفنية تضمن بالضرورة تحقيق أرباح هائلة بشكل مستقل.

وهنا لا بُدَّ من الالتفات إلى ملاحظتين: أولاً، قد يتأثر الجمهور بالتقييمات النقدية والإشادة بالصورة السينمائية والجوائز الفنية، فتكون عامل جذب له لمشاهدة الفيلم في السينما، وقد تتأثر الجهات الفنية والنقاد بالأفلام التي شاهدها الجمهور بالفعل بالسينما وأعجبته فيمنحها التقدير النقدي والجوائز. أي إنه ليس هناك سبيل مُحدَّد لمعرفة أيهما يسبق الآخر: النجاح التجاري للأفلام ذات الجماليات السينمائية المتميزة، أم النجاح النقدي والفني يتبعه اهتمام الجمهور بها. والحقيقة أن هذا التوازن يختلف بشدة من فيلم إلى آخر، فمثلاً، قد يتم عرض الفيلم أولاً في المهرجانات الدولية ويحصل الجوائز وبعد ذلك

يتم طرحه للجمهور العام فيتأثر نجاحه الاقتصادي بالإشادة التي حصل عليها، وقد يحدث العكس؛ أن يُعرض الفيلم أولاً في صالات العرض مثل أي فيلم آخر، فيجد إقبالاً جماهيرياً ونقدياً كبيراً عليه، يدفع النقاد والجهات الفنية إلى الالتفات إلى الفيلم وملاحظة جمالياته الفنية وتكريمه.

وثانياً، بملاحظة البيانات، نجد أن معظم الأفلام المرشحة والفائزة بجوائز الأكاديمية أو البافتا في مجال الصورة السينمائية، هي أفلام رُشِّحت وفازت بعدد من الجوائز الأخرى في مجالات أخرى متعددة، بل يمكن القول إنه من النادر أن يحصل فيلم على ترشيح في مجال فني واحد من دون أي التفات أو تقدير للمجالات الفنية الأخرى، وهو ما يعني أن العناصر الفنية للفيلم تعمل متضافرة وليست بصورة مُستقلة، وإنه من المستحيل الوصول إلى صورة سينمائية جمالية من دون أن تكون هذه الصورة تُعبر عن الجوانب السردية والدرامية للفيلم، وتتضافر مع تصميم المناظر والديكور، ولوحات الألوان والتمثيل والإخراج لتصنع فيلماً متماسكاً يُعجب به المتفرج أولاً كفيلم، ثم يبدأ في التأمل وتحليل جمالياته الفنية.

وهنا يأتي دور التحليل الوصفي لمجموعة الأفلام المنتقاة، الذي يُظهر لنا أهمية الدور الذي لعبه التصوير السينمائي في إظهار الجانب الدرامي والشعوري للفيلم، فنرى في بعض الأفلام أن التصوير السينمائي بذاته أصبح جزءاً كبيراً من الهوية السينمائية للفيلم، فمثلاً فيلم "1917" يعتمد بشكل كبير على كونه فيلماً متصلاً مُصَوَّراً وكأنه لقطة واحدة مُشكِلاً بذلك هوية خاصة بالفيلم تُميزه عن بقية أفلام الحرب العالمية الأولى، ويُعدُّ عامل جذب لمشاهدة الفيلم في دور العرض، كذلك الأفلام المصورة بتقنيات خاصة مثل أيماكس، إذ تُعد هذه الأفلام الجمهور بتجربة خاصة وثرية في دار العرض اعتماداً على صورتها السينمائية، فيمكننا القول إن الصورة السينمائية في السنوات الأخيرة أصبحت جزءاً من الاستراتيجية التسويقية للفيلم والجانب الدعائي له.

وفي العصر الرقمي حيث تنتشر البيانات الضخمة "Big data" وتقنيات استخدام الذكاء الاصطناعي والخوارزميات في تحليلها، يفتح الاهتمام بالجانب التجاري للصورة السينمائية مسارات جديدة للبحث في العلاقة بين الفن والاقتصاد، وتتجه الأبحاث حالياً إلى تطوير



نماذج للتنبؤ بالنجاح المالي للأفلام باستخدام أساليب تحليل البيانات الضخمة "Big data" بهدف مساعدة صنّاع القرار في اختيار المشروعات المناسبة وأساليب تنفيذها، ولكن حتى الآن لا تتعدى دقة النماذج التي تتنبأ بالنجاح اعتماداً على شبك التذاكر 50-60% وهي نسبة يظل معها نجاح أو فشل الفيلم غير متوقع بدرجة كبيرة وحاجة إلى المزيد من التطوير.

كما تستخدم منصات البث تقنيات الذكاء الاصطناعي لتخصيص المحتوى للمستخدمين وزيادة تفاعلهم اعتماداً على الصورة. تُعتبر منصة نتفليكس مثالاً بارزاً على ذلك، حيث تستخدم خوارزميات خاصة لاختيار صورة مصغرة "Thumbnail" لكل فيلم بناءً على سجل مشاهدات المستخدم. على الرغم من أن هذا التغيير لا يؤثر في الصورة السينمائية للفيلم بشكل مباشر، إلا أنه يُمثّل تحوّلاً في كيفية تقديم الجماليات البصرية للمشاهدين، فالصورة المصغّرة وهي أول نقطة اتصال بصرية مع الفيلم، لم تعد اختياراً فنياً من قبل صنّاع الفيلم، بل قراراً تسويقياً.

التوصيات

بناءً على نتائج البحث، هناك عدد من التوصيات الموجهة لصنّاع السينما على النطاق المحلي وللباحثين في الدراسات المستقبلية:

- الاهتمام بالاستثمار في الجانب الجمالي للفيلم عن طريق تبني الصنّاع مؤشرات تقييم في للصورة السينمائية وتضمينها في الخطة التسويقية، حيث يتضح من الدراسة أن الصورة السينمائية هي عامل جاذب للنجاح التجاري في شبك التذاكر.
- تطوير استراتيجيات للتوزيع تضع في اعتبارها الصورة السينمائية، حيث يمكن تصميم حملات دعائية بناءً على عناصر بصرية محددة داخل الفيلم، واستخدامها لجذب شرائح من الجمهور مهتمة بالجماليات الفنية والتقنية.





- بملاحظة النمو السريع للأفلام المنتجة من منصات البث، يُوصى بإجراء أبحاث اقتصادية وتطوير نماذج لقياس أثر جودة الصورة على تغيرات الأداء في منصات البث الرقمي، مثل متوسط زمن المشاهدة لكل مشترك، وعدد ساعات مشاهدة الفيلم على منصة البث، والقدرة على جذب المشتركين ومُعدّل الاحتفاظ بالمشاركين بعد إصدار الفيلم.
- التوسّع في أبحاث العلاقة بين الفن السينمائي والاقتصاد بدراسة العوامل الأخرى المؤثرة على الأداء المالي للفيلم، وقياس الأثر المركب للعوامل الفنية المتعددة، مثلاً: التصميم الإنتاجي، والموسيقى التصويرية، إلى جانب الصورة السينمائية.
- مُراعاة الجوانب التقنية للصورة السينمائية في الإنتاج المحلي، والاستثمار في التصوير على الخام الفيلمي أو التصوير بتقنيات رقمية حديثة كجزء من التنافسية في إثراء الفيلم السينمائي ومنح المتفرج تجربة سينمائية خاصة في صالات العرض.





المراجع

- Arnheim, R. (1957). *Film as art - 50th anniversary print*. University of California Press.
- Bosley, R. (2020, January 13). Lives under siege: The Goldfinch and 1917. *The American Society of Cinematographers (ASC)*.
- Box Office Mojo by IMDbPro. (2025). *Domestic yearly box office*.
- Box Office Mojo by IMDbPro. (2025). *Worldwide yearly box office*.
- Clark, K. (2019, October 9). *Why the streaming wars will change the TV industry forever*. Paramount.
- Cones, J. W. (2013). *Dictionary of film finance and distribution: A guide for independent filmmakers*. Algora Publishing.
- Cornell University Blog. (2022, September 28). *How Netflix uses matching to pick the best thumbnail for you*.
- Daniels, B., Leedy, D., & Sills, S. D. (2020). *Movie money: Understanding Hollywood's (creative) accounting practices* (3rd ed.). Silman-James Press.





- Dillon, M. (2017, February 27). La La Land: City of stars. *The American Society of Cinematographers (ASC)*.
- European Audiovisual Observatory. (2021). *Fiction film financing in Europe: Overview and trends 2016-2020*.
- Finney, A. (2022). *The international film business: A market guide beyond Hollywood* (3rd ed.). Routledge.
- Follows, S. (2015, March 23). *How movies make money: Hollywood blockbusters*. Stephen Follows.
- GQ. (2023, September 25). *Martin Scorsese breaks down his most iconic films* [Video]. YouTube.
- Holben, J. (2022, January 8). Dune: Part one — Fear is the mind killer. *The American Society of Cinematographers (ASC)*.
- IMAX. (2023, June 1). *Oppenheimer / Shooting for IMAX®* [Video]. YouTube.
- Jilla, A. (2025). *Movies box office dataset (2000-2024)*. Kaggle. Retrieved August 2025.
- Koblin, J. (2025, July 12). The streaming wars come down to 2: YouTube vs. Netflix. *The New York Times*.
- Kodak. (2023, July 20). *Cinematographer Hoyte van Hoytema gets up-close & personal using Kodak 65MM large-format film on Christopher Nolan's 'Oppenheimer'*.





- Simonton, D. K. (2005). Cinematic creativity and production budgets: Does money make the movie? *The Journal of Creative Behavior*, 39(1), 1-15.
- The Numbers. (2025). *Data portal*.
- Valdez, P., & Mehrabian, A. (1994). Effects of color on emotions. *Journal of Experimental Psychology: General*, 123(4), 394-409.
- Wisniefsky, Z. (2023). *Breaking down the box office: An analysis of film profitability factors* (Honors Scholar Theses 968). University of Connecticut.
- Y.M.Cinema Magazine. (2023, June 28). *Cinematographer Hoytema van Hoytema: 'Oppenheimer is reliant on the faces of its characters'*.
- Yao, Y. (2021). How to predict financial success of movies based on big data analytics. *Proceedings of the 1st International Conference on Public Management and Big Data Analysis (PMBDA)*, 1, 238-243.

