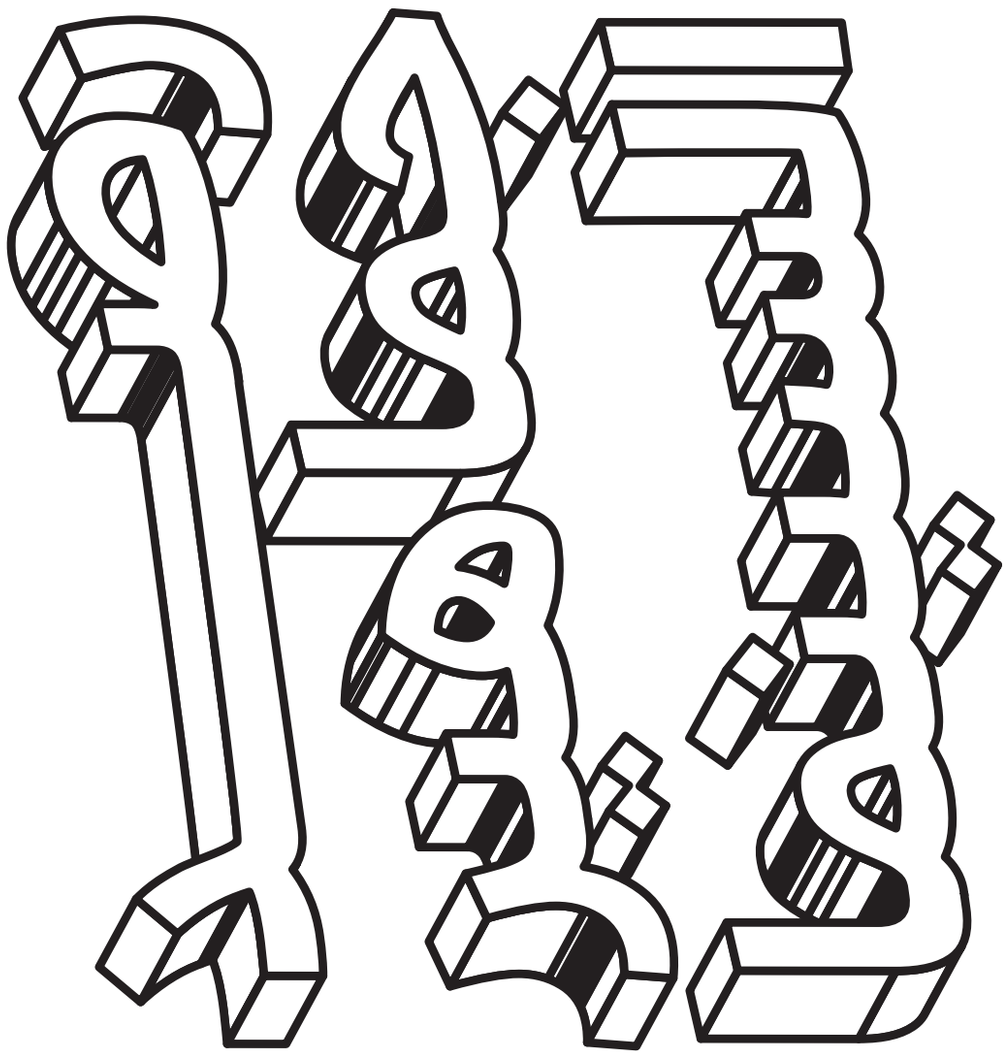


تحرير نور الصافوري

Edited by Nour El Safoury

Contents
محتويات

Page 6 — Where and how can we situate a discussion around cinema-going, its pleasures, disappointments and place in society?

صفحة ٦ — ما السياق الذي يمكن أن نناقش في إطاره تجربة الذهاب إلى السينما، متعتها وإحباطاتها وموقعها في المجتمع؟

كتابة لتاريخ جماهير السينما

Page 18 — Film clubs, the internet and self-organization

صفحة ١٥ — نوادي السينما، الإنترنت والتنظيم الذاتي

نوادي السينما: عودة قوية لدور قديم

مقابلة مع ياسمين دسوقي وساندرا جوفاني (سيماتك - مركز الفيلم البديل)

Page 29 — Fieldwork

Conversation with Eba'a El-Tamami

صفحة ٢٧ — البحث الميداني

مقابلة مع إياء التمامي

مقابلة مع يوسف الشاذلي وملك مقار وأحمد سبكي (زاوية سينما وزاوية للتوزيع)

Page 39 — Funding structures and the place of audiences in cinema organizations

صفحة ٤٠ — آليات التمويل وعلاقة الجمهور بمؤسسات السينما

مقابلة مع أمل رمسيس وسلمى شكرالله (مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة)

مقابلة مع عصام زكريا (مهرجان الإسماعيلية الدولي للأفلام التسجيلية والقصيرة)

Page 46 — Conclusion

صفحة ٤٨ — الخاتمة

وتوجد سلسلة مقابلات مسجلة صوتيًا مع أسماء غريب وإبراهيم صالح، محمد سعيد، أحمد حسونة، جوزيف فهيم و إياء التمامي متاحة أون لاين من خلال:
naasnetwork.org/all-resources

A series of audio-recorded conversations with Asmaa Gharib and Ebrahim Saleh, Mohamed Said, Ahmed Hassouna, Joseph Fahim and Eba'a El-Tamami is also available online at:
naasnetwork.org/all-resources

Colophon
بروتوكول

PUBLISHED BY
Network of Arab Arthouse Screens (NAAS), also known as Network of Arab Alternative Screens (NAAS) in collaboration with Al-Film magazine

EDITOR
Nour El Safoury

ARABIC COPY AND TEXT EDITOR
Mahmoud Hosny

ENGLISH COPY AND TEXT EDITOR
Jenifer Evans

TRANSLATION (English -- Arabic)
Ahmed Hoza / Bassem Youssri

DESIGN
Farah Ezz El Din / Habiba El Gendy

WRITERS
Ifdal Elsaket / Marwa Abdalla / Nour El Safoury

CONVERSATIONS GUEST EDITOR
Ahmed Refaat

THANKS TO
Aya El Hossiny / Dima Tannir / Eba'a El-Tamami / Eyad Houssami / Jowe Harfouche / Mariam Boctor / Mohammad Shawky Hassan / Noémi Kahn / Omnia Sabry / Peter Fares / Sherif Gamil
And everyone who gave their time and accepted the invitation to sit down for a conversation

The contents of this publication are published according to the terms of the Creative Commons License unless otherwise mentioned
Attribution-NonCommercial-NoDerivs
CC-BY-NC-ND

Commissions, conversations and pictures are published with the consent of their authors, participants and copyright holders. Every effort has been made to contact the rightful copyright holders of all content. If you wish to use any content, please contact the copyright holder directly. All expressed opinions are of their authors and do not necessarily reflect the opinions of NAAS or the organizations supporting this project.

LSBN 2014/18938

Mapping Cinema Audiences: Egypt is possible thanks to the support of of The Arab Fund for Arts and Culture (AFAC) and Al Mawred Al Thaqafy (Culture Resource)

Supported in part by a grant from the Open Society Foundations

Jaber Building, 4th Floor
Armenia Street
Beirut, Lebanon
info@naasnetwork.org
NAAS is a registered nonprofit organization in Beirut, Lebanon, and a sponsored organization of ArteEast

إصدار
شبكة الشاشات العربية المستقلة (ناس)، والمعروفة أيضًا باسم شبكة الشاشات العربية البديلة (ناس) بالتعاون مع مجلة (الفيلم)

تحرير
نور الصافوري

محرر ومصحح لغوي للغة العربية
محمود حسني

محررة ومصححة لغوية للغة الإنجليزية
جينفر إيفانز

ترجمة (من الإنجليزية إلى العربية)
أحمد حوزة / باسم يسري

تصميم
فرح عز الدين / حبيبة الجندي

كتابة
إفضال الساكت / مروة عبدالله / نور الصافوري

تحرير المقابلة مع عصام زكريا
أحمد رفعت

شكرًا لكل من
اية الحسيني / ديما تنيّر / إياء التمامي/ إياد حسامي / جووي حرفوش / مريم بقطر / محمد شوقي حسن / نويمي كان / أمنية صبري / بيتر فارس / شريف جميل وكل من أعطوا من وقتهم وقبلوا الدعوة للمقابلة والحديث في إطار هذا المشروع

تنشر هذا الكتاب تحت رخصة المشاع الإبداعي إلا في حال أن ذكرنا غير ذلك لبعض المحتويات

نسب المُصنَّف - غير تجاري - منع الاشتقاق ٤,٠ دولي
CC-BY-NC-ND

تنشر الكتابات والحوارات والصور بإذن من أصحابها. بذلنا أقصى مجهود للوصول إلى الأشخاص الذين يحملون حقوق نشر المواد التي نعيد نشرها هنا. إن رغبتم/ن في إعادة استخدام أي من المنشور، نطلب التواصل مع الشخص الذي يحمل حق النشر مباشرّة. كل الآراء ترجع إلى أصحابها ولا تعبر بالضرورة عن آراء (ناس) أو الجهات الداعمة لهذا المشروع.

رقم الإيداع ٢٠١٤/١٨٩٣٨

مشروع رصد جماهير السينما: مصر بدعم من مؤسسة الصندوق العربي للثقافة والفنون (آفاق) والمورد الثقافي

بدعم جزئي توفّره مؤسسات المجتمع المفتوح

بناء جابر، الطابق الرابع
ش. أرمينيا
بيروت، لبنان
info@naasnetwork.org
«ناس» جمعية غير حكومية مسجلة في بيروت، لبنان، وتحظى برعاية مؤسسة «آرتي إيست»

رصد جماهير السينما: مصر مشروع بحثي امتد من يونيو ٢٠١٦ و حتى أوائل عام ٢٠١٨. ننظر من خلاله إلى السينما ككيان ثقافي واجتماعي، وندقق في العادات والأنماط المرتبطة بالمشاهدة الجماعية للأفلام وتجارب الجمهور في الذهاب إلى السينما. كما يلفت الانتباه من خلال سلسلة مقابلات ومقالات للعلاقة التي تربط مؤسسات السينما المختلفة بجماهير السينما ولمواضيع أخرى تخص الثقافة السينمائية المعاصرة. مصر هي محط اهتمامه الجغرافي.

امتد المشروع على مدار مرحلتين للبحث. استمرت الأولى ما بين أبريل و أكتوبر ٢٠١٧ وعقدت خلالها أربع عشرة جلسة نقاش جماعي مع أفراد مختلفين (ات) من جماهير السينما في سبع مدن، وجُمع خلالها ستمائة استبيان غطّت المناطق الكبرى في مصر. بدأت المرحلة الثانية في نوفمبر٢٠١٧ بمراجعة المعلومات التي تم جمعها من خلال مجموعات النقاش والاستبيانات. كما شملت تلك المرحلة سلسلة مقابلات مع أفراد من خلفيات متعددة في التوزيع والعرض السينمائي، ومع باحثين وباحثات في مجال.

استُكمِل المشروع في بداية عام ٢٠١٨ بصدور هذا الكتاب. رصد جماهير السينما: مصر مشروع بحثي قامت به نور الصافوري وتنشره شبكة الشاشات العربية البديلة (ناس) بالتعاون مع مجلة (الفيلم).

تعيش نور في القاهرة حيث تكتب وتعمل محررة .

(ناس) شبكة تضم فضاءات سينمائية غير حكومية في المنطقة العربية وتجمع العديد من المبادرات التي تسعى من خلال برمجتها وفعالياتها ومساحاتها واستراتيجيات تواصلها مع جمهورها لدعم ثقافة سينمائية حيوية ومستدامة بهدف تطوير تفاعل الجمهور مع الأفلام. من خلال سلسلة لقاءات ناس وورش ومبادرات تداول الأفلام الإقليمية التي تنظمها، تسعى الشبكة إلى توسيع نطاق الأفلام المتاحة للجمهور العربي وتشجيع وجود أنماط متعددة لتجربة المشاهدة الجماعية للأفلام.

Mapping Cinema Audiences: Egypt is a research project that ran between June 2016 and early 2018. It approaches cinema as a social and cultural institution and explores the habits and motivations for collective film viewing. Egypt is its geographical focus. Through a series of conversations and essays, it also draws attention to the relationship cinema organizations have to their audiences as well as to broader concerns in contemporary cinema culture.

The project consisted of two phases. The first took place between April and October 2017. During which time, we conducted fourteen discussion groups in seven cities across Egypt and completed six hundred surveys. The second phase began in November 2017 with reflecting on the information gathered through the discussion groups and surveys. This phase also saw the beginning of a series of conversations with researchers and individuals of various backgrounds in film exhibition and distribution.

The project concluded in early 2018 with the release of this publication. Mapping Cinema Audiences: Egypt is a project led by Nour El Safoury and published by the Network of Arab Alternative Screens (NAAS) in collaboration with Al-Film magazine.

Nour writes, edits and lives in Cairo.

NAAS is a network of non-governmental cinema spaces in the Arabic-speaking region. It gathers initiatives that attempt through their programming, events, space, outreach and operation to support a vibrant and sustainable cinema culture. By organizing annual regional encounters, workshops and initiatives for film circulation, NAAS aims to broaden the scope of films available to the Arab public and to encourage dialogue around cinema and its history with the hopes of tapping into the potential presented by the collective experience of watching film in a public setting.

كتبته نور / حرره محمود حسني

Writing by Nour / Editing by Jenifer Evans

أثناء اجتماع الجمعية العمومية لشبكة الشاشات العربية البديلة (ناس) خلال مهرجان برلين السينمائي الدولي، (البرليناليّ) في فبراير ٢٠١٦، تطرق أحد الأعضاء إلى موضوع جماهير السينما قائلًا: "هل فقدت جماهير الدول الناطقة بالعربية حماسها لثقافة السينما في مُجملها؟". كسر السؤال هدوء القاعة ، صادحا في آذان الحضور والذين كانوا من مديري ومديرات دور سينما، أو شركات توزيع، أو من العاملين والعاملات بالثقافة ممن لديهم اهتمام بالسينما كمبرمجين(ات) أو منتجين(ات) أو نقاد.

كنت قد أنهيت لتوي إحدى مهامي كباحثة تعمل مع شبكة (ناس) وقتها وكان ذلك تقديم عرضًا به أرقامًا عن جوانب عديدة تتعلّق بالأعضاء الاثني عشر للشبكة في ذلك الحين. كانت تلك الأرقام تتعلّق بالعدد الإجمالي لعروضهم على مدار العام، عدد الأفلام الناطقة بالعربية منها، العدد الإجمالي للعاملين والعاملات لديهم، عدد العاملين منهم بدوام كامل ودوام جزئي وإجمالي الدخل مع تحديد النسبة التي أتى منها بواسطة المنح المالية ونسبة الربح من مبيعات التذاكر أو ما شابه. قدّمت أيضا أرقامًا توضّح العدد الإجمالي للحضور سنويًا. كانت الأرقام مثيرة للإعجاب، إلا أن السؤال الذي طرح بخصوص الموقع الذي تحتله الجماهير داخل منظومة المؤسسة ثقافية واجتماعية أخذ النقاش إلى أبعد من مجرد أرقام الحضور. فتح السؤال المجال لتخطّي هاجس الأعداد عندما نفكر في الجماهير لنستكشف الموقع الذي تحتله تلك الجماهير داخل منظومة السينما في ثقافات مختلفة عبر التاريخ.

أوجه بالشكر إلى باسم يسري الذي ساهم بترجمة نسخة سابقة من هذا النص.

وهكذا تطور مشروع "رصد جماهير السينما: مصر" في الشهور اللاحقة لذلك الاجتماع. شبكة (ناس) كانت أيضا مهتمة بالتعمق في السؤال الذي طرح حول علاقة الجماهير بالسينما؛ كلانا أراد معرفة المزيد عن أسباب ذهاب الجمهور إلى العروض الجماعية للأفلام والقيم والعادات والمُحفِزات التي تقودهم لذلك، خاصة تلك التي تقودهم إلى قاعات العرض البديلة وأساليب العمل التي تقوم عليها

مثل هذه المساحات - والتي تشكل قاعدة أعضاء شبكة (ناس) - ونوعية التجارب التي تتيحها في الثقافة السينمائية المعاصرة.

يجمع أعضاء شبكة (ناس) بين أنشطة متنوعة تحت سقف واحد؛ فقد تجمع نفس المؤسسة بين إقامة العروض والتوزيع والأرشفة وتقديم ورش العمل لصناعة الأفلام والنقد السينمائي. هي مؤسسات سينمائية بين صغيرة ومتوسطة تعتمد بدرجات مختلفة على منح من أجل تمويل أنشطتها، وهي منظمات يظهر شغفها بخلق مساحات ذات نظرة نقدية لما حولها وتُعزّز النقد بشقّيه الذاتي والجماعي فيما يتعلق بالإنتاج من ناحية، و المشاهدة من ناحية أخرى. لم تكن كل المؤسسات الخاضعة للدراسة أثناء "رصد جماهير السينما: مصر"، وهو المشروع الذي يحمل نفس اسم هذا الكتاب، من أعضاء شبكة (ناس) لكن كلها من مؤسسات السينما الصغيرة إلى متوسطة الحجم التي تطمح إلى خلق مساحات يتمكّن الجمهور عبرها من التفكير نقديًا في العوالم التي تأتي بها شاشة السينما، والتفكير في العالم الحسي، المادي والمحيط.

تكوّن مشروع "رصد جماهير السينما: مصر" من مرحلتين، واعتمد على سلسلة من المقابلات مع أفراد يشتبكون فعليًا مع المجال السينمائي المعاصر وأحيانًا سافرنا بالزمن لزيارة بعض الأحداث من تاريخ السينما. بدأت الدراسة الميدانية للمشروع في أبريل ٢٠١٧ - بالتعاون مع إباء التمامي وهي خبيرة التسويق والاستراتيجية - وامتدت حتى أكتوبر من العام نفسه، عقدنا خلال هذه الفترة أربع عشرة مجموعة نقاش في سبع مدن بأنحاء مصر (أسيوط، المنيا، بورسعيد، طنطا، دمياط، الإسكندرية والقاهرة) وأدرنا خمسمائة ألف استبيان (ستمائة منهم فقط تم أستكمالها عبر أنحاء متفرقة في مصر). ساعدنا مكتب فاي نولدج، وهو مكتب إستشارات تسويقية مقرّه القاهرة، على تنفيذ العمل الميداني من خلال دعوة المشاركين والمشاركات إلى مجموعات النقاش وإدارة نماذج الفرز والاستبيانات التي قمنا بتوزيعها وكان المكتب مسؤولًا أيضا عن التحليل الإحصائي للمعلومات التي جمعت أثناء العمل الميداني. بدأت مجموعات النقاش في أسيوط وسافرنا منها إلى المنيا ثم الإسكندرية وطنطا وبورسعيد وأخيرًا وصلنا إلى دمياط ثم عدنا إلى القاهرة. أجرينا في كل مدينة مجموعتي نقاش، واحدة خاصة بالنساء وأخرى

During a General Assembly meeting for the Network of Arab Alternative Screens (NAAS) at the Berlinale, the Berlin International Film Festival, in February 2016, someone asked: "Have audiences in Arabic-speaking countries lost enthusiasm for cinema culture altogether?" Falling on the ears of people who run cinema exhibition spaces and distribution companies, as well as cinema programmers, producers and critics, this question caused a commotion. As a researcher working with NAAS at the time, I had just concluded a presentation in which I provided figures about various aspects of the then twelve members – small to medium-sized cinema organizations – of NAAS. These were related to the number of films they screened per year, how many were Arabic-speaking films, their number of full-time and part-time staff, their total income and how much came from grants and from ticket sales or similar activities and their annual admissions numbers – which were impressive. But the question about the place of audiences in cinema as a cultural and social institution extended well beyond admission numbers. The ensuing discussion had to be broader than figures and numbers to reflect on the place of audiences in the institution(s) of cinema as it has developed over time and across different localities.

I was intrigued to pursue this further, and Mapping Cinema Audiences: Egypt developed in the months following the Berlinale meeting. NAAS was also interested in further pursuing the question of audiences. We were both interested in why audiences choose to go to public cinema screenings at all and what values, motivations and habits guide them on the way. We were especially interested to know the work processes and relations to the public that make an alternative screening venue and how these venues, like the ones constituting NAAS today, fare within contemporary cinema culture. NAAS's members each combine various activities under one roof, from exhibition to distribution to archiving to providing filmmaking and criticism workshops. They rely to various degrees on grants to fund their activities, and are eager to create self-reflexive and critical spaces of both cultural production and reception. Not all the cinema organizations spoken to for Mapping Cinema Audiences: Egypt, the research project with the same name as the publication now in your hands, are members of NAAS, but all of them are small to medium-sized and all aspire to create spaces where audiences can reflect critically upon cinema and the world around.

Mapping Cinema Audiences: Egypt is a long-term project with two phases. It depended on a series of conversations with various people engaged in the contemporary cinema field and some occasional travels back in time into cinema history. A fieldwork study, done in collaboration with marketing and strategy expert Eba'a El-Tamami, began in April 2017 and extended until October that year: a total of fourteen discussion groups was conducted in seven Egyptian cities and 5000 surveys administered (of which only 600 were completed, across the country). We worked with PHI Knowledge, a marketing and consultancy firm based in Cairo, on inviting participants to the groups and administering the survey. Discussion groups began in Assiut and we travelled from there to Minya followed by Alexandria, Tanta, Port Said and lastly Damietta and Cairo. In each city we conducted two discussion groups, one for men and another for women.[1] The study focused on young adults, mainly between eighteen and thirty years old, and included questions related to why participants watch films and why they watch them at a theatre or in a similar cinema-screening venue, their favourite genres and their fondest memories of cinema-going, among other subjects.[2] PHI Knowledge were also responsible for the statistical analysis of field findings. In November 2017, they gave us a presentation extracting common patterns and trajectories for cinema-going habits and audience behaviours. (We have made this available online; the information presented in it could be useful in building sustainable communication strategies, in addition to thinking more concretely about building diverse audiences for cinema organizations.[3])

Then came the reflection phase. Seif Shouhaib, the fieldwork coordinator from PHI Knowledge, Eba'a El-Tamami and I sat together over two sessions to look back at the information collected through the fieldwork. During this stage, which extended from November until April 2018, I shifted my attention toward the institutional point of view in an attempt to situate the fieldwork findings within historical and contemporary contexts. I revisited some of my initial questions in light of further conversations I had with people who

1 This was done at the recommendation of PHI Knowledge, as they suggested that separating groups based on gender might help bring out the specific ways in which gender influences cinema-going experiences and audiences assumptions about cinema.
2 You can review the questionnaire used and the discussion guide for the groups online at naasnetwork.org/all-resources (accessed April 30, 2018).
3 You can access the presentation online in addition to a PDF of the research tools we used (discussion guide for focus groups, recruitment screeners and the survey questionnaire) at naasnetwork.org/all-resources (accessed April 30, 2018).

also contextualize cinema audiencehood through their practice as cultural operators and through their writings. I also had the opportunity to look at findings from an earlier fieldwork study that Zawya Cinema conducted in Cairo as part of an audience-building plan for their organization. By bringing these conversations together, and to make sense of the present moment in cinema culture, this publication gradually began materializing. It is an attempt to extend the space the project has created around the question of audiences to a wider circle. Some conversations appear here in print, some have led to essay contributions which also appear here, and others are recorded and available to listen to on the NAAS website.[4]

I finished writing this essay after the conclusion of the conversations, building a narrative around them and connecting them within a larger plotline. I only scratch the surface of many of the issues raised, but in giving them a brief moment of attention I hope to mark possible entry points to understanding cinema audiencehood and the relationships audiences have to various present-day cinema organizations. Edited conversations and the essays appear intermittently as you read through. Ahmed Refaat, a researcher and film programmer, sat with me on two of the conversations relating to film culture in Ismailia and edited the in-print conversation with Essam Zakaria, director of the Ismailia International Film Festival for Documentaries and Shorts. Two essays written specifically for this project by cultural and media historians Ifdal Elsaket and Marwa Abdalla provide a rich theoretical springboard from which to contextualize some of the collected insights. By putting these different voices together in this book, I hope they will intensify the chattering in cinema theatres, programmers' offices, aisles of film archives and in the space around the cinema screen, wherever it might be.

4 Visit naasnetwork.org/all-resources to listen to the recorded conversations (accessed April 30, 2018)

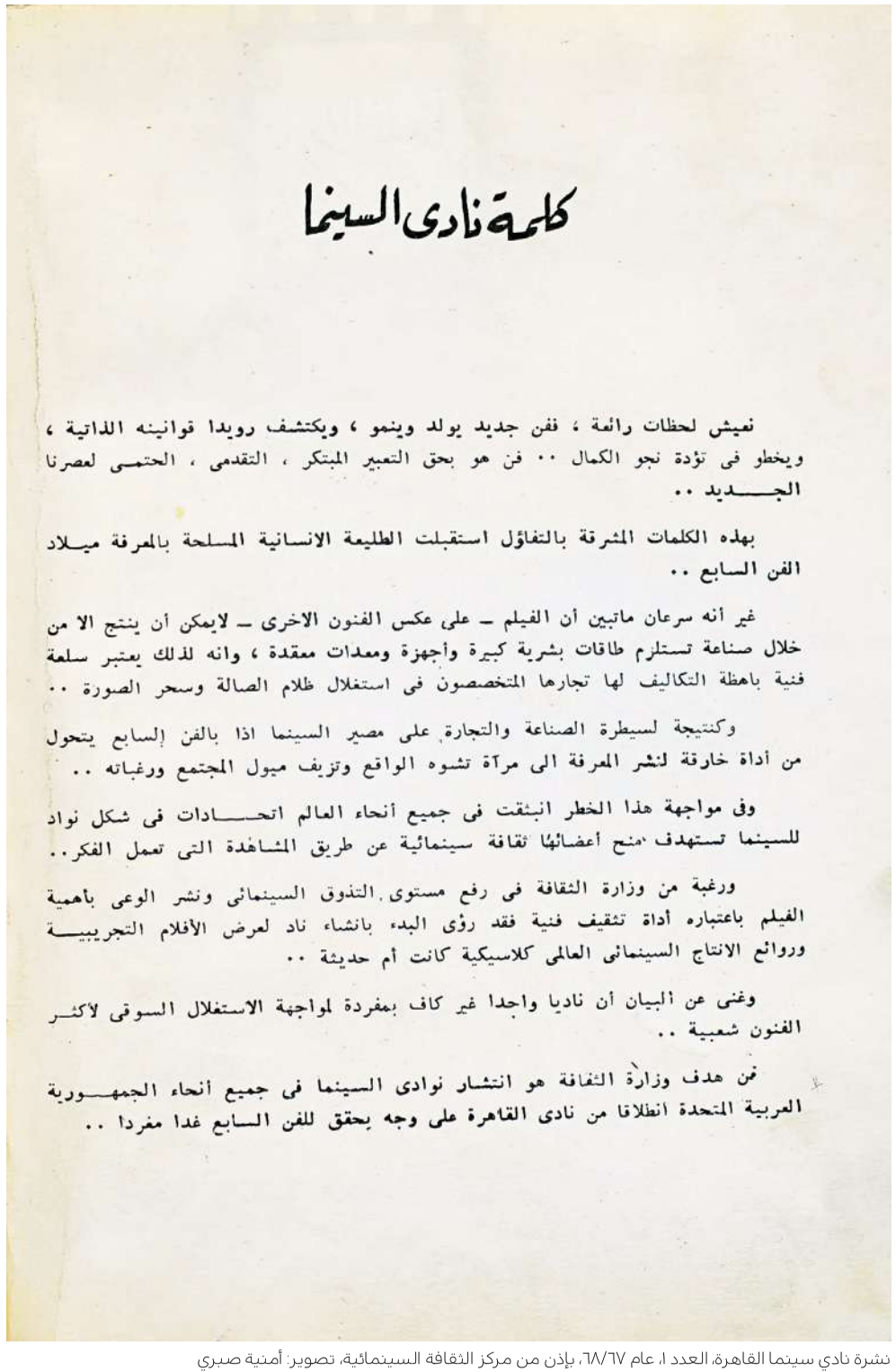
بالرجال.[1] ركّزت الدراسة على من هم بين سن الثامنة عشر والثلاثين، حيث تحدثنا مع المشاركين والمشاركات في الدراسة الميدانية - ضمن نقاط أخرى - عن أسباب مشاهدتهم للأفلام وأسباب مشاهدتهم لها في قاعة السينما أو قاعة عرض مشابهة، وأنواع الأفلام المفضلة لديهم والذكريات الأقرب لهم عن تجربة الذهاب إلى دور وعروض السينما.

في نوفمبر من العام الماضي قدم لنا مكتب فاي نولدج عرضا توضيحيا بالتحليلات الإحصائية، للمعلومات التي تم تجميعها من خلال البحث الميداني، والذي يوضح الأنماط المشتركة التي يمكن من خلالها توقّع عادات وتصرفات جماهير السينما. يمكنكم(ن) الاطلاع على هذا العرض من خلال الإنترنت،[2] وقد تكون المعلومات التي يطرحها فاي نولدج من خلال هذا العرض مفيدة لبناء استراتيجيات مستدامة للتواصل مع الجمهور وللتفكير بشكل مُحكم وفعلي في عملية بناء جماهير متنوعة للمجال السينمائي.

أما المرحلة الثانية من البحث فكانت مرحلة التفكير والتي اجتمعنا فيها - إباء التمامي ومدير العمل الميداني من شركة فاي نولدج سيف شُّهيب وأنا - على جلستين لمراجعة البيانات التي جمعناها خلال العمل الميداني والتحليل الإحصائي لها من قبل المكتب. في هذه المرحلة أيضا، والتي امتدت من نوفمبر ٢٠١٧ حتى أبريل ٢٠١٨، ركّزت اهتمامي على البعد المؤسسي لتكوين جماهير السينما، وذلك في محاولة لتوطين مخرجات البحث الميداني داخل إطار السياق المعاصر والتراكم التاريخي الذي أثّر عليه. أعدتُ النظر في سؤال الجمهور على ضوء لقاءات مع أفراد يشكّلون، من خلال ممارساتهم اليومية كفاعلين وفاعلات ثقافيين ومن خلال كتاباتهم، أنماطا متعددة لتناول موضوع جماهير السينما. سنحت لي الفرصة في هذه المرحلة أيضا أن أطّلع على دراسة ميدانية قامت بها سينما زاوية في القاهرة بهدف بناء خطة لتطوير علاقة مؤسستهم مع الجمهور. ومن خلال جمع هذه اللقاءات سويًا، وفي محاولة لفهم اللحظة الراهنة من تاريخ الثقافة السينمائية، بدأ هذا الكتاب يأخذ شكله. دوّنت بعض اللقاءات التي أجريتها في

١ تم اقتراح ذلك من قبل مكتب فاي نولدج وهذا لأن فصل المجموعات بناء على النوع الاجتماعي قد يظهر الاختلافات التي يؤدي إليها اختلاف النوع في تجربة الذهاب إلى السينما وفي الافتراضات المسبقة لدى أفراد الجمهور فيما يتعلق بالسينما

٢ لمراجعة استمارة الاستبيانات ودليل مجموعات النقاش يمكن زيارة الرابط التالي على موقع شبكة الشاشات العربية البديلة (ناس): naasnetwork.org/all-resources (تمت آخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).



كلمة نادى السينما

نعيش لحظات رائعة ، ففن جديد يولد وينمو ، ويكتشف رويدا قوانينه الذاتية ، ويخطو فى تؤدة نحو الكمال .. فن هو بحق التعبير المبتكر ، التقدمى ، الحتمى لعصرنا الجـــديد ..

بهذه الكلمات المشرقة بالتفاؤل استقبلت الطليعة الانسانية المسلحة بالمعرفة ميلاد الفن السابع ..

غير أنه سرعان ماتبين أن الفيلم ــ على عكس الفنون الاخرى ــ لايمكن أن ينتج الا من خلال صناعة تستلزم طاقات بشرية كبيرة وأجهزة ومعدات معقدة ، وانه لذلك يعتبر سلعة فنية باهظة التكاليف لها تجارها المتخصصون فى استغلال ظلام الصالة وسحر الصورة ..

وكنتيجة لسيطرة الصناعة والتجارة على مصير السينما اذا بالفن السابع يتحول من أداة خارقة لنشر المعرفة الى مرآة تشوه الواقع وتزيف ميول المجتمع ورغباته ..

وفى مواجهة هذا الخطر انبثقت فى جميع أنحاء العالم اتحـــادات فى شكل نواد للسينما تستهدف منح أعضائها ثقافة سينمائية عن طريق المشاهدة التى تعمل الفكر..

ورغبة من وزارة الثقافة فى رفع مستوى التذوق السينمائى ونشر الوعى بأهمية الفيلم باعتباره أداة تثقيف فنية فقد رؤى البدء بانشاء ناد لعرض الأفلام التجريبيـــة وروائع الانتاج السينمائى العالمى كلاسيكية كانت أم حديثة ..

وغنى عن البيان أن ناديا واحدا غير كاف بمفرده لمواجهة الاستغلال السوقى لاكثـر الفنون شعبية ..

ومن هدف وزارة الثقافة هو انتشار نوادى السينما فى جميع أنحاء الجمهـــورية العربية المتحدة انطلاقا من نادى القاهرة على وجه يحقق للفن الـسابع غدا مزدرا ..

نشرة نادي سينما القاهرة، العدد ١، عام ٦٦/٦٧، بإذن من مركز الثقافة السينمائية، تصوير: أمنية صبري

كتابة لتاريخ جماهير السينما

كتبته إفضال الساكت، ترجمه باسم يسري

انتشرت مؤخرًا صورتان على مواقع التواصل الاجتماعي، يظهر فيهما مشهدان مختلفان من داخل صالة سينما بمدينة الإسكندرية الساحلية. ربما يوجد المزيد من تلك الصور، وإذا افترضنا أنهما حقيقيتان ، فإنهما تقدمان لمحة فريدة تخبرنا عن جماهير السينما في بداياتها في مصر.

يبدو من خلال نمط أزياء جمهور الصالة، ومن الصبغة البنية الغالبة على الصورتين أنه قد تم التقاطهما في فترة الثلاثينيات في دار عرض -متوسطة المستوى- من طابقين. تمتد شرفة صغيرة بعرض الصالة فوق مساحة منحدرة مصفوف بها كراسٍ ممتلئة، لتعج دار العرض بالجمهور.

ترصد إحدى الصورتين حفل عرض خاص بالنساء، حيث شاع ذلك في مصر منذ بداية العروض السينمائية عام ١٨٩٦. كان هناك من بين الحاضرات بضعة رجال فقط، وهم من العاملين بالقاعة: رجل يبدو أنه من الإدارة، وبائع مأكولات خفيفة مشغول بتسويقها، كما يغلب على المشهد أطفال من أعمار مختلفة. تظهر بعض النساء مرتديات جلابيب سوداء فضفاضة وأشكال مختلفة من الحجاب. تبدو النساء متأنقات؛ شفاههن مصبوغة بلون داكن، وبدا شعرهن مصفف بعناية. تُرى هل كانت تلك الليلة بمثابة سهرة مسائية في السينما؟ يبدو ذلك. الجمهور، الذي تسوده النساء، يظهر منتبهًا إلى وجود المصور الفوتوغرافي الذي التقط الصورة؛ إلا أن أحدًا لم يتخذ وضعية خاصة من أجل التصوير؛ فبدت وجوه البعض خالية من أي تعبير مميز، فمنها من كان ينظر إلى الأمام، ومنها من يحمل صغاره بابتسام، بينما وقف أطفال آخرون مترقبين فوق كراسيهم.

أما الصورة الثانية، فيحتلها الرجال -باستثناء امرأتين فقط- وهي تكاد تخلو من الأطفال. يرتدي العديد منهم جلابيب، وتتزخرف القاعة بطولها بالطرابيش البارزة فوق الرؤوس. يظهر أسفل يمين الصورة شاب متأنق يرتدي بدلة مخططة، وربطة عنق عريضة وقد اتكأ بأريحية ساندًا ذقنه على كف يده، ومحدقًا بنظرة متحذلقة في الكاميرا. في الصف الثاني الأمامي يجلس رجل آخر يرتدي طربوشًا، وجسده مائل للأمام، غير آبه بالكاميرا الموجودة قبالته على المسرح، يعقد أصابعه أسفل وجهه، ويبدو أنه كان يسعل أو ربما يشعل سيجارة. لم يكن التدخين ممنوعًا داخل دور العرض حتى وقت قريب؛ وبالتالي يسهل تخيل رائحة دخان السجائر تطفو في الصالة بينما يسطع وميض الصور التي تبثها آلة "البروجكتور" على الشاشة. تظهر ستة مراوح -بشكل ضبابي- تتدلى من السقف لتريح الحاضرين من وطأة حرارة الطقس. أيا كانت الروائح التي كان يعج بها المكان، يبدو المناخ ممتلئًا بالمرح والزخم، وتنقل الصورة إحساسًا باستمتاع جمهور السينما بوقت الفراغ.

تنشأ العديد من التساؤلات بالنظر إلى هاتين الصورتين. فمن كان هؤلاء الذين يرتادون قاعات السينما؟ وهل اعتادوا الحضور إليها باستمرار؟ كيف صار ذلك النشاط الذي يتطلب الجلوس في صالة مظلمة مع الغرباء تجربة ممتعة؟ وكيف أثر الذهاب إلى السينما في تخطيط الناس لأوقات فراغهم، وكيفية تمضيتها، وكيف أثّر على نفقاتهم؟ وكيف كانت العلاقة بين تمضية النساء لوقت فراغهن -في العروض المخصصة لهن- وبين دورهن كأمهات؟ ومن كان ذلك الرجل الذي يحمل صينية ممتلئة بالمأكولات وسط كل ما

حفل عرض سينمائي على الأرجح في مدينة الإسكندرية، لم نستطع التوصل إلى اسم المصور أو التأكد من مصدر الصورة، تم تداول الصورة على موقع فيسبوك.

يحدث -ويبدو عليه عدم الاكتراث بالمصور الفوتوغرافي الواقف على المسرح- وهو يبيع الشكولاتة، والشاي، وربما السجائر؟ هل كان الناس يشربون الشاي أثناء متابعتهم للأفلام؟ وكيف أضافت حركة البيع والشراء تلك بعدًا جديدًا إلى تجربة الجمهور في السينما؟ هل كانت رائحة السجائر أو طعم صنف معين من المأكولات يستحضر لدى الجمهور مواقف من ذاكرة السينما؟ ما الذي كان يميز تجربة الذهاب إلى السينما في كل من القاهرة والإسكندرية؟ وكيف اختلفت التجربة بين المدينتين؟ ما الظروف المادية بتلك المدن، أو البلدات، أو القرى التي كان لها تأثير على تجربة الجمهور في السينما؟ والسؤال الأهم بالنسبة للمؤرخين: كيف اختلفت جماهير السينما واختلفت تجربتها عبر مرور الزمن؟

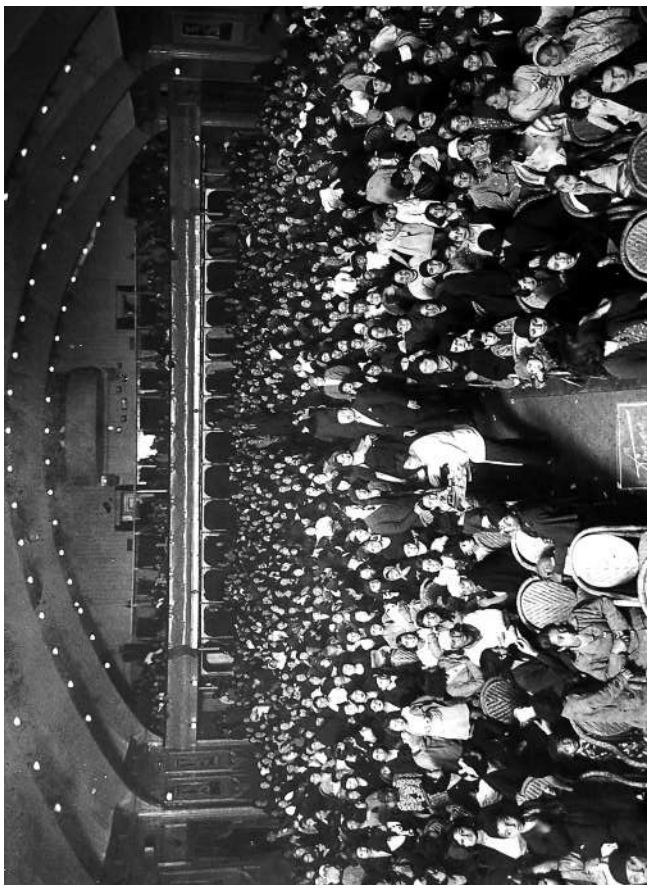
إن الصورتين لا تكترثان بالشاشة؛ بل تركزان على الجمهور بشكل يجعل من ذلك الجسد الجمعي المتنوع، المكون من مشاهدي الأفلام، محور الاهتمام. يمكن اعتبار الصورتين بمثابة قطعتين أثريتين من بداية تاريخ ريادة السينما في مصر. وهما يحملان دلالات ترجع إلى تاريخ جمهور السينما الأول الذي لم يتم البحث فيه بشكل كامل حتى الآن. تثير الصورتان تساؤلات أكثر مما توفران إجابات، ولكنهما مصدران غنيان يتيحان لنا البدء في فهم ما كانت عليه تجربة الذهاب إلى دور السينما في مصر في ذلك الوقت، وكيف تغيّرت تلك التجربة بمرور الزمن وتغير المكان.

لطالما أثارت السينما المصرية إعجاب المتخصصين من دارسي السينما؛ فقد احتلت صناعة السينما المصرية لسنوات عديدة

خلال القرن العشرين ساحة إنتاج وتصدير الأفلام إلى الدول الناطقة بالعربية، لطالما أثار إعجاب الباحثين والباحثات في هذا المجال الإنتاج الضخم للأفلام خلال فترة الأربعينيات، وأبهرهم ازدهار الاقتصاد السينمائي في تلك المرحلة. هناك المئات من الأعمال، الناطقة بلغات عديدة، التي درست أفلام تلك المرحلة ومحتواها وفلسفتها، كما أن هناك أعمالًا جماهيرية تناولت حياة نجوم السينما ومخرجيها، ورغم كل ذلك، فجمهور سينما تلك المرحلة، مع تنوعه وعدم القدرة على تصنيفه بشكل واضح، يظل موضوعًا غير مطروق. مع أنه بدون جموع الجماهير تلك لما استطاعت امبراطورية السينما النشوء والاستمرار. وهو ما يُصعِّب فهم السبب وراء ذلك الغياب.

خلال القرن العشرين، تمتعت مصر بواحد من أعلى مستويات المشاهدة في الدول الناطقة بالعربية. وفقًا لموسوعة الإنتاج السينمائي، وهي كتاب سنوي عن صناعة السينما الأمريكية، فإنه بحلول عام ١٩٥١ كانت مصر تمتلك ٢٥٠ دار عرض سينما بقدرة جماهيرية تستوعب ٢١٠ ألف كرسي، كما كانت الجزائر تمتلك ٢٢٥ دار عرض بقدرة جماهيرية أقل بقليل من مصر تستوعب ٢٠٠ ألف كرسي، وكانت بلبنان،التي تتميز بعدد سكان أقل بكثير، ٦٠ دار عرض بعد أن كانت تمتلك قبل ذلك بعامين ٤٤ دار عرض فقط، وامتلكت سوريا ٤٨ دار عرض، بينما امتلكت العراق ٨٦ دار عرض بزيادة مطّردة عن عام ١٩٤٩ حيث امتلكت حينها ٥٤ دار عرض فقط، كما امتلكت تونس ٤٥ دار عرض في نفس العام (أي ١٩٥١). [١] مقارنة بالهند أو

١ هوليوود ريبورتر، موسوعة الإنتاج السينمائي (١٩٤٧ – ١٩٥١)، ١٩٥٢، ص ٩.



حفل عرض سينمائي خاص بالنساء على الأرجح في مدينة الإسكندرية، لم نستطع التوصل إلى اسم المصور أو التأكد من مصدر الصورة، تم تداول الصورة على موقع فيسبوك.

بالولايات المتحدة الأمريكية، قد يبدو عدد دور العرض بمصر حينها ضئيلًا؛ ولكن إذا وضعنا في الحسبان عدد دور العرض بالنسبة لعدد السكان نجد أن عدد دور العرض بمصر كان أكثر من الهند. من الواضح أن نشاط الذهاب إلى دور السينما كان أحد أكثر الأنشطة الثقافية شعبية في البلاد.

تزايدت شعبية السينما بسرعة كبيرة في مصر بعد أول عرض سينمائي في الإسكندرية عام ١٨٩٦. حدث ذلك تزامنًا مع التطورات الجديدة ونمو صناعة السينما على صعيد العالم. منذ البداية تنبّأت الصحافة ومقالات الرأي بنمو صناعة السينما كجزء من قفزة تكنولوجية كبيرة في ذلك العصر. حضرت الجماهير الأولى للسينما عروض أفلام "لوميير" القصيرة في كل من الإسكندرية والقاهرة. وضمت تلك الجماهير طلبة ونساء ومثقفين من الطبقة البرجوازية. ازداد عدد مساحات العرض ببطء. وبحلول الحرب العالمية الأولى امتلكت المدن الكبيرة بمصر العديد من دور السينما والعديد من الاختيارات لمشاهدي الأفلام. سجّل زوار مصر في تلك الفترة انطباعاتهم عن ثقافة السينما في مطلعها وعن جمهورها. وُجدت البرامج المطبوعة للعروض، من فترة الحرب العالمية الأولى، مدسوسة في مذكرات جنود أستراليا ونيوزيلاندا (أنزاك)، لتوفِّر لنا تلك المطبوعات معلومات نادرة عن أولى البرامج التي تم عرضها بأنحاء مصر. كما دَوَّن العاملين بصناعة السينما، والذين سافروا عبر أنحاء مصر، انطباعاتهم عن جمهور السينما بها.

على سبيل المثال قام الكاتب والمخرج الأمريكي هومر كروي بزيارة دار سينما بالقاهرة عام ١٩١٤، ورغم أن ملاحظاته تغلِّفها نكهة استشراق راعي البقر الأمريكي، إلا أنها تلقي الضوء على جماهير السينما الأوائل في مصر، وعلى الشبكات التجارية التي كانوا منخرطين بها. كتب كروي مدهوشًا ببرامج العروض متعددة اللغات التي كانت توزعها دور السينما: "إن جماهير السينما بالقاهرة من كل شكل وصنف". فقد كانت نشرات العروض تمتلئ بحروف من اللغات اليونانية، والعربية، والانجليزية، والفرنسية؛ ربما كانت نفس النشرات التي وجدت في مذكرات جنود استراليا ونيوزيلاندا. كما أدهشته شاشات العرض الإضافية والتي كانت تعرض عليها الترجمة العربية. فبينما كانت لوحات النصوص المصاحبة للأفلام الصامتة تحتوي على كتابات باللغات الأوروبية، كانت أجهزة بروجكتور إضافية تعمل على إرضاء الجماهير القارئة للغة العربية بعرض ترجمة موازية. وصف كروي أيضًا "حجرات خاصة" كانت تمكِّن النساء من الاستمتاع بمشاهدة الأفلام دون التعرّض إلى "نظرات الرجال غير اللائقة".[٢]

إن حساسية كروي تجاه العوامل المحيطة بدور عرض السينما تفتح المجال أمام وضع تجربة الجمهور نصب أعيننا. يسرد في كتاباته أنه يتذكر السير باتجاه دار السينما بينما اعترض طريقه دستة من الصبيان الذين "كانوا يحملون بطاقات في أيديهم؛ بدت وأنها بطاقات تخفيض على شراء السجائر".

"وضعوها أمام وجهي باندفاع، وصاحوا بأقصى طاقة لأصواتهم بأنه يجب عليّ شراء البطاقات".

ولقد توصل لاحقًا كروي إلى طبيعة العلاقة بين تلك البطاقات وتذاكر السينما. لقد ارتبطت تجربة الذهاب إلى السينما بالأنشطة التجارية الأخرى الموجودة في محيط دار العرض. كتب كروي:

إذا قصدت مقصفا واشتريت قطعة شكولاتة بقيمة عشرة قروش، كان يعطيك معها البائع بطاقة تخفيض. إذا أخذت البطاقة إلى شباك بيع التذاكر بدار السينما، تنال تخفيضًا بمقدار خمسة قروش على أي مقعد تحجزه هناك. حاول أولئك الصبية الذين اندفعوا تجاهي بيعي تلك البطاقات. [...] كنتيجة لذلك، لم يكن أيًا من رواد السينما يدفع ثمن المقعد كاملًا.[٣]

يمكن استخلاص الكثير من رواية كروي، مثل قيام دور العرض بتوزيع مطبوعات البرامج بلغات متعددة، واحتواء بعض دور العرض على شاشتين، ووجود مساحات خاصة بالرجال وأخرى بالنساء، وشبكة مصالح تجارية تربط بين الأفلام وبين شراء سلع أخرى -مثل الشكولاتة في تلك الحالة- بالإضافة إلى الثغرات التي كان يستخدمها الناس للتحايل على النظام مثل الحصول على بطاقات التخفيض على باب دار العرض من أجل شراء التذكرة بسعر أقل.

تعد رواية كروي واحدة ضمن العديد من الروايات الموجودة في مصادر متفرقة. وتكمن أهمية مثل تلك التفاصيل في أنها تتيح لنا الفرصة لكي نكتب تاريخًا أكثر تفصيلًا وغنى عن السينما في مصر، وعن تكوُّن جماهير جديدة، وعن العلاقة بين السُلطات وبين إعتام حجرات عرض دور السينما. إنها تمكننا أيضا من رسم صورة حسية للتاريخ المتعلق بكيفية تمضية الناس لأوقات الفراغ، وعلاقة ذلك برأس المال، والانضباط الجسدي، وأنماط السلطة المتعلقة بالجندر. إن تلك التفاصيل تتيح مساحة نستطيع من خلالها تصور كيف تبنّت الجماهير علاقات اجتماعية جديدة فيما بينها. بالتأكيد فإن تجمع الجماهير داخل تلك الحجرات المُعَتَّمة قد ألهم السلطات بإمكانات جديدة للتأثير عليهم بقدر ما أقلقها من تجمعهم في ذلك السياق. على سبيل المثال، بحلول عام ١٩٢٠ كان البوليس السري يراقب بعناية أية أفعال تحريضية قد تحدث داخل دور السينما، وخلال نفس الفترة قامت وزارة الصحة بشراء شاحنات عرض أفلام سينمائية لاستخدامها لبث أفلام توعية بالصحة العامة للجماهير المصرية في القرى بجميع أنحاء البلاد.[٤] بالتالي يمكن استخلاص أن تجمع جماهير السينما كان يشكل خطرًا في ذات الوقت الذي كان ينبئ فيه بإمكانات تفاعل جديدة بينها وبين السلطة.

ظلت دور السينما خلال القرن العشرين تمثل أكثر بكثير من كونها مجرد مساحات لعرض الأفلام؛ لقد كانت مساحات تتشابك فيها التجارة مع الدعاية السياسية، مع الرقابة الأخلاقية، والمعارضة

٢ هومر كروي، مقتبس من عالم الصورة المتحركة، مجلة تجارية، (أكتوبر – ديسمبر ١٩١٤)، ص ١٨٣١.

٣ اطلع على المرجع السابق.

٤ إفضال الساكت، تخيُّل مصر: السينما ومشروع الحداثة في ظل الاستعمار (١٨٩٦-١٩٥٢)، رسالة دكتوراه مقدمة إلى جامعة سيدني في ٢٠١٤، ص ٨٦-٨٨.

AL KAWAKEB - Cairo 1 May 1933 - No. 58

الكواكب والأبطال

عزيزة أمير
في شريط « كفري عن خطيئتك » الذي يعرض
في السينما الاهلى بالقاهرة ابتداء من يوم الاثنين
أول مايو

مجلة الكواكب، ١ مايو ١٩٣٣

الشعبية. دوَّن أحد المشاهدين الأمريكيين خلال الستينيات أنه في بعض دور السينما كان الباعة الجائلون يبيعون الشكولاتة، والمشروبات، والسجائر، وأكواب الشاي الساخن إلى الطلبة الصاخبين غير المكترثين بالأفلام؛ حيث كانوا يكتفون بالصفير خلال المشاهد التي تظهر بها الممثلات المتأنقات، وبإطلاق أصوات تشبه القبلات خلال المشاهد الرومانسية.[٥] يُروى أنه خلال أزمة لحوم سادت في فترة الستينيات بمصر، احتوى أحد الأفلام الأمريكية على مشهد يقوم فيه البطل برمي قطعة من اللحم، فقام الجمهور بالصراخ "جيب شوية هنا".[٦] كانت تجربة الذهاب إلى السينما في مصر -وفقًا لذلك المشاهد- تعمل على أساس "مبدأ مشاركة الجمهور". بعد ذلك بعقود عديدة، ذكر والتر أرمبرست نفس النمط في تعاطي الجماهير مع السينما حين تذكّر لحظات قام بها شباب متحمسون في دار سينما بمنطقة وسط البلد بالصياح حين شاهدوا فيلمًا إخباريًا عن الرئيس السابق حسني مبارك، كما حدث نفس الشيء في مرة أخرى مع احتدام حرارة مشهد رومانسي بين المطرب المصري عبد الحليم حافظ والنجمة نادية لطفي أثناء عرض للفيلم الكلاسيكي "أبي فوق الشجرة" من إخراج حسن كمال عام ١٩٦٩.[٧]

٥ اسم الكاتب/ة غير معروف، "أفلام هوليوود هي الأكثر رواجًا في شباك التذاكر بمصر"، نيويورك تايمز، ٧ نوفمبر ١٩٦٥، ص ١٣٢

٦ اسم الكاتب/ة غير معروف، "أفلام هوليوود هي الأكثر رواجًا في شباك التذاكر بمصر"، نيويورك تايمز، ٧ نوفمبر ١٩٦٥، ص ١٣٢.

٧ والتر أرمبرست، "حين تنطفئ الأضواء بالقاهرة: السينما كتقاطع طرق عالمية، وكمساحة للمقاومة الهزلية"، من كتاب ديان سنجرمان وبول عمار؛ القاهرة الكوزموبوليتانية: السياسة، والثقافة، والمساحة الحضرية في الشرق الأوسط المتعولم الجديد، القاهرة: قسم النشر بالجامعة الأمريكية بالقاهرة، ٢٠٠٦، ص ٤١٥ – ٤٤٤.

على الرغم من القفزات التاريخية المذكورة أعلاه، فمن المهم وضع ممارسات العرض وتصرفات الجمهور في سياقها التاريخي. يمكن لجماهير السينما في المنطقة العربية أن تخبرنا بالكثير عن تحول وضع السينما كوسيلة لتمضية أوقات الفراغ، وعن التحول الذي طرأ على الأماكن العامة فيما يتعلق بالجندر، وعن تقاطع المصالح التجارية وصناعة الترفيه. إن التاريخ الخاص بنشوء جماهير السينما هو في الوقت نفسه تاريخ وسائل الإعلام الجماهيرية، وتضخّم نشاط الدعاية والإعلان، وهو مرتبط بشكل وثيق بالتجارة وبصناعة النجوم. إنه تاريخ تطوُّر صياغة الهوية الذاتية والجمعية. ظلّت السينما منذ نشوئها في مصر مساحة متقلّبة ومحلًا للتنازع حول بناء الهوية مع تجمع تلك الجماهير المتنوعة لمشاهدة الأفلام. تطورت السينما لتصير واحدة من أهم المؤسسات الثقافية، وأحد محافل قضاء أوقات الفراغ التي تعجّ بالجمهور وبالأنشطة الاجتماعية والتجارية. لقد غيّرت السينما من نسيج المدن والبلدات، وفتحت مجالات لتدفق آمال ومخاوف جديدة على حد سواء. بالتالي فإن دراسة الجماهير هي مجال هام يُمكِّننا من فهم أعمق لتأثير التقنيات والوسائط الجديدة على العلاقات الاجتماعية، ويُمكِّننا أيضا من فهم الذات المصرية خلال الحقب المختلفة من تاريخها.

إفضال الساكت هي مساعدة مدير قسم الدراسات العربية والإسلامية بالمعهد الهولندي الفلمنكي بالقاهرة. تعمل على دراسة التاريخ الثقافي المصري؛ وهي تقوم حاليًا بتحضير كتاب عن تاريخ تجربة الذهاب إلى السينما وعن السياسات المتعلقة بإنتاج الأفلام.

Going to the cinema is the most magical thing. I go very rarely, often on vacations, but I absolutely love it. It is unlike anything else. The last film I watched in the theatre was in Cairo with my friends. I cannot recall the name.

Tanta, women's discussion group (age 18–25)

Lights are switched off in cinema theatres, anything can happen there. No one sees anyone, in theory…

Tanta, men's discussion group (age 25–30)

I like to go to the cinema with people who have similar interests to me because this means we will be equally absorbed in the film and it will be an overall pleasant and fun experience.

Assuit, women's discussion group (age 25–30)

I wait till my brother is away and I take his laptop to watch the films that he told me I cannot watch, like for example Haifa Wahbe's latest film. He sometimes catches me and deletes the files from his laptop. I do it again anyway.

Minya, women's discussion group (age 18–25)[5]

Being part of an audience is an active process of negotiation, of accepting and rejecting social and cultural claims, pleasures and desires, according to one's position within overarching power and social structures. Through her refusal, the nineteen-year-old who turns to the internet to watch films she is told not to watch by her male guardians becomes part of a debate she was otherwise excluded from; she joins a larger public of viewers. There is a singularity about her experience but it gestures toward larger factors influencing participation in cinema culture.

Beside gender and possibly age, what influences different modes of participation in cinema culture? This question plays a central role in Ifdal Elsaket's essay "Writing Histories of Cinema Audiences." Ifdal goes back in time to consider cinema audiences at the turn of the twentieth century in Alexandria. The spectacle of the moving image had moved from fairgrounds to cinema theatres. New publics came into being with the technological advancements of modernity, and cinema theatres became sites for the formation of one such public.

Coming together in a darkened hall, with a projector beaming from behind, movie-goers negotiated questions around identity, representation, self, gender, pleasure, directions of desire and subjecthood both individually and collectively. Ifdal embeds the sensorial specificity of cinema-going in a larger field of commercial, social and technological transformations. She paints a picture of a nascent cinema culture connected by the global film industry and its newly-formed networks of mass distribution and exhibition. as their attention succumbed to the cinema screen, audiences joined a transnational cinema public.

At the same moment the film industry took hold of cinema theatres globally, people who were disheartened by the decisions of big money started looking for a broader spectrum of films elsewhere, outside of the circulation networks of tycoon studios. Parallel channels for film circulation and collective viewing started appearing throughout the world. People organized film gatherings outside of theatres, often in private settings – these required the financial means to buy expensive projection equipment, so occurred within privileged circles. One example is the Club Français du Cinéma, which was formed in France by critic Leon Moussinac in late 1922 or early 1923 "to defend filmmakers as artists [..] and to attack the restrictions of the commercial industry."[6] Concurrently in the 1920s, Filmliga in the Netherlands, and possibly other similar groups around the world, began organizing public screenings for avant-garde and documentary films. These often took place in movie theatres. US film scholar Tom Gunning has written: "The whole set-up of the Filmliga informed its audience that these screenings were not ephemeral viewings serving to pass the time" but "important and unique events, scheduled once a month like a cultural event, in contrast to the consumer friendly continual showings of commercial theaters."[7] It is not unlikely that similar events were happening in Cairo or Alexandria, tied to the communities of filmmakers, artists or critics of the time.

Ifdal's essay starts from two photographs that circulated over Facebook recently, showing audiences in 1930s Alexandria. In both photographs, people are seated in a cinema theatre and

6 Richard Abel, French Cinema: The First Wave, 1915–1929 (Princeton: Princeton University Press, 1984), p. 253

7 Scott Macdonald and Amos Vogel, Cinema 16 (Philadelphia: Temple University Press, 2002), p. 2

5 These are excerpts from discussion groups conducted during the fieldwork phase of this project

هذه النسخة المطبوعة، البعض الآخر منها يظهر في صورة ملفات صوتية متاحة عبر موقع شبكة (ناس) على الإنترنت أو أفرز عن مقالات تم نشرها في هذا الكتاب.[٣]

انتهيت من كتابة هذا النص بعد انتهاء جميع اللقاءات، وهو يغزل بناءً سرديًا حولها ويربط النقاط لرسم صورة قد تساهم في تفكيك طلاسم علاقة الجماهير اليوم بالسينما من مناظير متباينة. تظهر اللقاءات التي تم تحريرها والمقالات بشكل متقطع خلال هذا النص وعلى الرغم من أنني لا أتعمق كثيرًا في كل النقاط المطروحة إلا أن لفت الانتباه لبعض تلك النقاط ولو بشكل وجيز يمكن أن يطرح مداخل لموضوع دراسة الجمهور وعلاقته بمؤسسات السينما اليوم. حضر معي الباحث ومصمم برامج العروض أحمد رفعت اثنين من اللقاءات التي تتعلّق بثقافة السينما في مدينة الإسماعيلية، وقام بتحرير النسخة المطبوعة من الحوار الذي أجريناه مع عصام زكريا، مدير مهرجان الإسماعيلية الدولي للأفلام التسجيلية والقصيرة. بالإضافة إلى ذلك هناك مقالتان كتبتهما إفضال الساكت ومروة عبدالله السيد، وهما باحثتان مهتمتان بتاريخ الثقافة والإعلام، خصيصاً من أجل هذا الكتاب؛ والمقالتان توفران معًا هيكلًا نظريًا غنيًا، يمكن من خلاله البدء في وضع بعض الملاحظات التي جمعت خلال مدة هذا المشروع، في سياق أشمل.

إن تجربة الذهاب إلى دور السينما هي تجربة سحرية. قلّما أذهب إليها، وعادة ما يحدث ذلك أثناء العطلات، إلا أنني أعشق ذلك. إنها تجربة فريدة من نوعها. آخر فيلم شاهدته في دار السينما كان بالقاهرة وكنت بصحبة أصدقاء لي. لا أتذكر اسمه.

طنطا، مجموعة نقاش خاصة بالنساء (بين سن ١٨ و٢٥)

تنطفئ الأنوار في دور السينما، ويمكن لأي شيء أن يحدث هناك. نظريًا، لا يرى أحدٌ الآخر.

طنطا، مجموعة نقاش خاصة بالرجال (بين سن ٢٥ و٣٠)

أحب الذهاب إلى دار السينما مع أشخاص يشاركونني نفس الاهتمامات؛ لأن ذلك يعني أن جميعنا سيشدّه الفيلم بنفس الدرجة، وستكون التجربة بشكل عام أكثر إمتاعًا.

أسيوط، مجموعة نقاش خاصة بالسيدات (بين سن ٢٥ و٣٠)

أنتظر ذهاب أخي لكي أستخدم جهاز الكمبيوتر الخاص به لمشاهدة الأفلام التي نَبّه علي أنني لا يجب أن أشاهدها؛ على سبيل المثال آخر أفلام هيفاء وهبي. أحيانًا يضبطني متلبسة ويمسح الملفات الموجودة على جهازه، إلا أنني أعيد الكَرَّة في كل الأحوال.

المنيا، مجموعة نقاش خاصة بالسيدات (بين سن ١٨ و٢٥)[٤]

إن الوجود كجزء من جمهور يتضمن عملية مستمرة من المساومة مع المُسلَّمات الاجتماعية والثقافية، ومع مفاهيمنا عن الرغبة والمتعة وتقبلها أو رفضها. وذلك وفقًا لموقع الفرد داخل بنيات السلطة المهيمنة. فبالنظر إلى تصريح الفتاة، ذات التسعة عشر عام، التي تلجأ إلى الإنترنت لمشاهدة الأفلام التي قد يعطيها أقاربها الذكور تعليمات بعدم مشاهدتها وعدم رضوخها لتلك التعليمات، تصبح الفتاة جزءًا من حوار جدلي كانت لتُستثنى منه إذا لم تثُر على وضعها، فهي بذلك تنضم إلى جمهور أوسع من المشاهدين والمشاهدات. هناك تفرّد ملفت في تجربتها لكنها أيضا تشير في تفاصيلها إلى العوامل التي تؤثر على مشاركة الفرد في ثقافة السينما.

إلى جانب السن والنوع الاجتماعي، ما العوامل التي تؤثر في أنماط الانخراط في ثقافة السينما على اختلافاتها؟ يلعب هذا السؤال دورًا رئيسًا في مقال المؤرِّخة الثقافية إفضال الساكت وعنوانه "كتابة لتاريخ جماهير السينما"؛ في هذا المقال ترجع إفضال بالزمن لتتأمل تاريخ جماهير السينما خلال مطلع القرن العشرين في مدينة الإسكندرية. مع التطورات التكنولوجية المصاحبة لعصر الحداثة انتقلت عروض الصور المتحركة من أماكن العرض المفتوحة في الملاهي والكرنفالات إلى دور السينما، ونشأت جماهير جديدة، وأصبحت دور السينما أحد أماكن تَكوُّن تلك الجماهير. بتجمعهم(ن) داخل القاعات المعتمة، ومع سطوع ضوء البروجكتور من خلفهم،

٤ هذه مقتطفات من مجموعات النقاش التي أجريناها خلال العمل الميداني لهذا المشروع.

٣ يمكنكم(ن) زيارة هذا الرابط naasnetwork.org/all-resources للإستماع للمقابلات المسجلة صوتيًا (تمت آخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).

dressed up for the occasion. Some look right into the camera taking their picture, while others are completely oblivious to its presence. The encounter with these historical audiences through the photographs prompted me to wonder how pictures depict activity in cinema theatres and how these depictions have changed. In the pictures of present-day audiences that dot this publication, people are shown holding microphones and asking questions or intently listening to a discussion between a filmmaker and a programmer. They congregate in cafeterias outside of screening halls and are shown interacting with one another as much as with the screen; no one sells snacks inside theatres anymore and smoking is mostly prohibited. In some pictures, people have their hands to their cheeks as if deep in thought. Nearly no one notices the camera taking pictures, and I could not find any in which people are dressed up to go to the movies.

[...]

Historically, cinema organizations gradually drifted out of their defined territory to connect with wider social and political movements. Many examples exist: cinema has had wave after wave of institutional critique. From Soviet documentary filmmaker Dziga Vertov to the New Cinema movement in Egypt in the 1960s and 1970s to French and Romanian new waves, to guerrilla and militant cinema traditions and the cine-club movements in the global south, cinema history has many instances where the role institutions play in connecting (or disconnecting) the images and sounds on screen to surrounding material reality was interrogated.

Youssef Shazli, managing director at Zawya Cinema, speaks about the need to maintain the "space" that Zawya creates. People meet at Zawya's small independent cinema in downtown Cairo and debate ideas that extend far beyond cinema, he says. In the conversation between Amal Ramsis, founder of the Cairo International Women's Film Festival (CIWFF), and writer Salma Shukralla, Amal talks about a screening of **Pinochet's Children** (2003) by Chilean filmmaker Paula Rodriguez in the 2010 edition of CIWFF. Following the screening, Amal recalls, the audience debated what would happen if then-president Hosni Mubarak was ousted.

بدأت السينما في زعزعة ثبات مفاهيم مثل الهوية، والذات، والجنسانية، والمتعة على المستوى الفردي والجماعي. تجمع إفضال بين الخصوصية الحسيّة لتجربة الذهاب لدور السينما والتجارب المصاحبة للتحولات الاقتصادية، والاجتماعية، والتكنولوجية التي أتى بها طوفان الحداثة. تضع لنا إفضال ملامح ثقافة سينمائية ناشئة تتصل عبر الدول من خلال صناعة السينما والشبكات التي نشأت لتوزيعها وعرضها على نطاق عالمي - وبهذا كلما أعارت الجماهير انتباهها إلى شاشة السينما تصير جزءًا من مجتمع سينمائي يعبر في تكوينه الحدود بين البلدان.

بالتوازي مع صعود صناعة السينما العالمية، كان هناك من أثارهم الضيق تجاه قرارات أصحاب رأس المال، وما أدت إليه تلك القرارات من محدودية في أنواع الأفلام المتاحة للمشاهدة في القاعات، إلى تنظيم تجمعات لمشاهدة الأفلام خارج شبكات التوزيع التي باتت تحت السيطرة الكاملة للاستوديوهات الكبرى. كانت تعقد تلك التجمعات خارج قاعات السينما، غالبًا في أماكن خاصة وكانت تتطلّب من أجل تنظيمها قدرة مالية لأن الأمر كان مكلف لاعتماده على امتلاك أجهزة عرض باهظة الثمن وبالتالى كانت حصرًا على دوائر صغيرة. أحد الأمثلة على ذلك هو نادي السينما الفرنسي الذي كونه الناقد ليون موسيناك في فرنسا أواخر عام ١٩٢٢ أو أوائل عام ١٩٢٣ بغرض "الدفاع عن صناع الأفلام كونهم فنانين... وللهجوم على القيود التي تضعها صناعة الأفلام التجارية عليهم".[٥] إلا أنه في نفس الوقت، خلال فترة العشرينيات، بدأت مجموعات مثل فيلمليغا في هولندا، وربما مجموعات غيرها مماثلة حول العالم، في تنظيم عروض عامة في قاعات السينما تعرض الأفلام الطليعية والتسجيلية على وجة الخصوص.

كتب توم جنينج -الباحث في دراسات السينما في أمريكا- عن مجموعة فيلمليغا قائلًا: "كانت طريقة تنسيق وإعداد مكان العرض بأكملها في فيلمليغا تخبر جمهورها أن العروض التي ينظمونها لم تكن مجرد مشاهدات عابرة الغرض منها تمضية الوقت" ولكنها "فعاليات هامة وفريدة من نوعها، تقام مرة كل شهر كفعاليات ثقافية في مواجهة العروض المستمرة بدور العرض التجارية التي يغلب عليها الطابع الاستهلاكي".[٦] ليس من البعيد افتراض أن هناك

٥ ريتشارد آبل، "السينما الفرنسية: الموجة الأولى، ١٩١٥ – ١٩٢٩" (برينستون: دار نشر جامعة برينستون، ١٩٨٤)، ص ٢٥٣. الاقتباس المذكور ترجمة الكاتبة.
٦ سكوت ماكدونالد وآموس فوجيل، "سينما ١٦" (فيلادلفيا: دار نشر جامعة تمبل، ٢٠٠٢)، ص ٢. الاقتباس المذكور ترجمة الكاتبة.

فعاليات مماثلة ربما كانت تحدث في القاهرة أو الإسكندرية، وربما ارتبطت بمجتمعات صناع وصانعات الأفلام، والفنانين والفنانات، والنقاد في ذلك الوقت. يبدو في الواقع أنه في اللحظة التي أحكمت فيها صناعة السينما قبضتها على دور السينما على المستوى العالمي، بدأت بعض المجموعات من خلال البحث عن أطياف أوسع من الأفلام خارج السوق التجاري تقويض سيطرة الاستوديوهات على سياقات عرض السينما وتجاوزها.

تشير إفضال في مقالتها إلى صورتين فوتوغرافيتين انتشرتا مؤخرًا على موقع فايسبوك، وتُظهرا جمهور السينما في مدينة الإسكندرية مطلع القرن الماضي؛ في الصورتين الجماهير جالسة في دار سينما على كراسي مصطفّة بشكل متوازي أمام شاشة العرض، ثيابهم منمقة خصيصا من أجل مناسبة الذهاب للسينما. بعضهم ينظر إلى الكاميرا بينما البعض الآخر يبدو غير واعٍ تماما لوجودها. رؤية تلك الوثيقة التي تُظهر الجماهير في الماضي داخل القاعات جعلتني أتساءل عن الفروق بين تلك الصورتين والصور التي تتناثر عبر صفحات هذا الكتاب والتي تُظهر أيضا جماهير السينما وإنما في وقتنا الراهن. وكيف للصور أصلًا أن توثّق ما يحدث داخل قاعة السينما.
اختلفت تصرفات الجمهور في قاعة السينما واختلفت الصور التي يأخذها لهم المصورون(ات)، تظهر جماهير السينما اليوم منخرطة في نقاشات داخل القاعة، تحمل ميكروفونات وتتفاعل مع بعضها البعض بقدر تفاعلها مع الشاشة التي تجلس قبالتها، يتبادل الأفراد من الجمهور الحديث في الممرات وفي الكافيتريات قبل الدخول إلى مساحة العرض. لا يوجد بائعو مأكولات خفيفة اليوم في قاعات السينما وفي أغلب الأحيان التدخين غير مسموح به أثناء العروض. يتكئ البعض على أيديهم(ن) كأنما يسبحون في تفكير عميق، لا يعير أحدٌ أي أنتباه للكاميرا التي تلتقط الصور ولا أحد يظهر وكأنه أو كأنها ارتديت ثياب مخصوصة للذهاب إلى السينما كما أعتاد الجمهور سلفًا وكما هو واضح في الصور التي تشير إليها إفضال.

[...]

خرجت مؤسسات السينما بأطيافها تدريجيًا عبر التاريخ من أرضيتها المعروفة وهي السينما إلى أرضيات اجتماعية وسياسية أوسع وأصبحت مؤسسات السينما متورطة في الحراك الاجتماعي

في اللحظات التاريخية المختلفة. هناك أمثلة عديدة على ذلك، فالسينما مرت بموجة تلو الأخرى من النقد المؤسسي الذي يظهر في مسيرة مخرجين مثل دزيغا فيرتوف وهو مخرج أفلام وثائقية شهير من الاتحاد السوفيتي، وفي كتابات وأفلام جماعة السينما الجديدة في مصر خلال فترة الستينيات والسبعينيات، والحركات المشابهة مثل الموجة الجديدة في فرنسا ورومانيا، ويتبين أيضا في إرث الحركات التحررية التي أخذت من الصورة أداة للنضال وأفرزت عن أعمال سينمائية تزعزع سيطرة المؤسسات الرسمية على جسور التواصل بين الإنتاج الفني والحياة المعاشة؛ فطرحت تلك الحركات إنتاجًا سينمائيا بديلا وأطرا بديلة لتلقيه ولتداوله بين الجماهير.

يتحدث يوسف الشاذلى مدير سينما زاوية على سبيل المثال، وهي سينما تقع في وسط مدينة القاهرة، وتعمل بشكل مستقل عن شركات التوزيع الكبرى، عن أن ثمة حاجة إلى الحفاظ على المساحة التي تخلقها زاوية وهي على حد قوله مساحة تمتد إلى ما هو أبعد من السينما حيث تصبح مكان للقاء ومساحة للجدل حول الأفكار والعمليات التي نصبح من خلالها ذواتًا، أي إدراك شكل وجودنا كأفراد في المجتمع. تذكر أمل رمسيس - مؤسسة مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة - هي أيضا في الحديث معها ومع الكاتبة سلمى شكرالله أن عقب عرض الفيلم التشيلي "أبناء بينوشيه" للمخرجة باولا رودريجاز في دورة مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة عام ٢٠١٠ استمر بين الحضور عقب عرض الفيلم حديث مطول عما قد يحدث إن خُلِع حسني مبارك كما صار الحال مع بينوشيه وكان مبارك وقتها رئيسًا لمصر. مؤسسات مثل زاوية ومهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة وغيرها من المؤسسات التي يظهر بعضها على صفحات هذا الكتاب تساهم في تشكيل جماهير وجماهير مضادة ليس فقط فيما له علاقة بالسينما وإنما فيما له علاقة بفضاء وجودنا. وهي تساهم أيضا في تكوين وتثبيت الحراك المدني القائم على مساحات التلاقي والنفور بين تلك الجماهير ومن خلال تخيلها لهياكل إدارية جديدة تساهم في تكوين خبرات بديلة لاتخاذ القرارات.

[...]

ملصق برنامج "إعادة اكتشاف يوسف شاهين" الذي نظمته زاوية من ١٠ إلى ١٦ سبتمبر ٢٠١٤، بإذن من زاوية. تصميم ندى العيسى

أذهب إلى أماكن مثل سيماتك لأنني أعلم أنني سأتمكن هناك من مشاهدة أفلامًا أكثر لمخرجات نساء.

القاهرة، مجموعة نقاش درات في سيماتك-مركز الفيلم البديل

أحب أن آتي إلى وكالة بهنا لأنني أجد هنا أشخاصا يشاركونني نفس الاهتمامات؛ وأنا أستمتع تحديدًا بالمناقشات التي تعقب العروض. أحيانًا يقوم أحدهم باقتراح أحد الأفلام لي لكي أشاهده، أو أحد الكتب لكي أقرأه؛ وأنا أقدر ذلك كثيرًا.

الإسكندرية، مجموعة نقاش دارت في وكالة بهنا

أحيانًا أفضل الذهاب إلى دور السينما مع صديقاتي بدلًا من الذهاب مع خطيبي. على سبيل المثال، ذهبت لمشاهدة فيلم "القاهرة ٦٧٨" مع صديقاتي لأن قصته كانت تتعلق بالتحرش الجنسي وكيفية تعامل النساء معه؛ لذلك بدا لي من الأنسب أن أشاهده مع صديقاتي.

القاهرة، مجموعة نقاش خاصة بالسيدات (بين سن ٢٥ و٣٠)
(هذا الاقتباس من البحث الذي قامت به زاوية سينما)

مع إغلاق آخر دار سينما في بلدتهم منذ سنوات، قرر طلبة جامعة بني سويف أن يمسكوا بزمام الأمور وقاموا بإنشاء نادي سينما تحت إشراف مروة عبد الله، وهم ليسوا مجرد مستهلكون(ات)، بل هم أيضا منتجون(ات) تدعمهم معرفتهم بأدوات التكنولوجيا، كما هو الحال دوما في الحديث عن الجماهير هذه الأيام؛ وقد اتخذوا موقفًا تجاه نقص التنوع في عروض الأفلام المتاحة لديهم، ليقرروا إنشاء نادي سينما. جلست مع مروة في شتاء ٢٠١٧ في مقهى بالقاهرة لمناقشة مشروع "رصد جماهير السينما: مصر". كانت مروة قد أنهت للتو مشروعها البحثي المطوّل عن السينما المستقلة في مصر بعد ثورة يناير ٢٠١١. وشرحت لي في هذا اللقاء أن التغيرات الاجتماعية والسياسية والتكنولوجية التي طرأت على المجتمع مع بداية القرن الواحد والعشرين ساهمت في تشكيل جماهير جديدة وهو ما قد يفسر لنا العودة التي تشهدها نوادي السينما في عدة مدن. وهكذا بدأت مروة في كتابة مقالها "نوادي السينما: عودة قوية لدور قديم".

ملصق برنامج عروض "إعادة اكتشاف رأفت الميهي" الذي نظمته زاوية من ٢٢ إلى ٢٧ أكتوبر ٢٠١٦، بإذن من زاوية. تصميم ندى العيسى

ثمّة فرق بين كوننا حضور وكوننا جمهور، بالتأكيد يعتمد الجمهور على الحضور - حتى وإن لم يكن حضورًا بشكل مادي - وإنما يمتد مفهوم الجمهور ليشمل أبعادا أخرى تتخطى لحظة وجودنا معًا، في حضرة بعضنا البعض. في "الجماهير والجماهير المضادة" يكتب الناقد الأدبي والمفكر الاجتماعي مايكل وارنر أن "الجمهور هو مساحة خطاب ينظمها فقط ودون شئ آخر بنية هذا الخطاب ذاته، فالجمهور يحدد بداخله الهدف المرجو من تجمعه وهو المُبتغى الذي من أجله تُكتب وتُنشر الكتب وتُذاع البرامج وتتحدث المواقع الإلكترونية وتُخلق الخطابات وتُنتج الآراء. **فالجمهور مرهون في استحضاره على لحظة مخاطبته**".[٧]

تقتفي مروة الروابط ما بين نوادي السينما والمدونات على الإنترنت وفرق الموسيقى المستقلة والمبادرات الذاتية للنشر، لترسم ملامح الخطاب المنظم للجماهير في مصر اليوم. الرقابة الصريحة على الأفلام ورفض السلطات إعطاء إذن العرض أصبح في السنوات الأخيرة حدث معتاد. وفي هذه الظروف - وحتى لحظة قريبة - ظل الإنترنت يعطي متسعا للتحرر من هذه القيود التي تفرضها الحكومات على التعبير الثقافي، وظل الانترنت مكانا إفتراضيا يتقابل فيه الأشخاص ممن يجمعهم(ن) اهتماما مشتركا بجماليات وأساليب فنية جديدة وتعبير ثقافي بديل. يُظهر فيلم "ميكروفون" لأحمد عبدالله (إنتاج عام ٢٠١٠) لحظة التحول تلك بحيث أصبحت الحكومة من بعد صراعات طويلة، وبعد رفضها دعم الإنتاج الثقافي المستقل عن المؤسسات، بلا فائدة في نظر الشباب المُنغمس في العمل الثقافي والإبداعي. فخرجوا إلى الشوارع وبدأوا في التنظيم الذاتي. ربما يكونوا قد وجدوا أنفسهم فيما بعد محاصرين بالرأسمالية النيوليبرالية وأسواقها لكن على الأقل تحرروا من عبء سلطة الحكومة ولو للحظة وجيزة - هكذا يبدو من الفيلم.

[...]

تطرح مروة في مقالها أنه في فترة الستينيات والسبعينيات كانت نوادي السينما أماكن أتاحت

٧ مايكل وارنر، "الجماهير والجماهير المضادة"، مجلة "الثقافة العامة" مجلد ١٤، عدد ١ (٢٠٠٢) من ص ٤٩- ٩٠. ٢٦٢٧٧/muse.jhu.edu/article (تمت زيارة الرابط في مارس ٢٠١٨) ص ٥٠. التشديد على المعنى في النص الأصلي. الاقتباس المذكور ترجمة الكاتبة.

نوادي السينما: عودة قوية لدور قديم

مروة عبدالله السيد

يذكر الناقد والباحث د.ناجي فوزي، أستاذ النقد السينمائي بأكاديمية الفنون، أن البداية الحقيقية للنوادي السينمائية في مصر بمسمياتها المختلفة "نادي - ندوة - منتدى - جمعية... إلخ" تعود إلى المؤرخ والناقد السينمائي فريد المزاوي الذي يعتبر الأب الروحي الفعلي لها. فبعد أن أسّس (نادي الفيلم بالمركز الكاثوليكي للسينما)، ألحق به عددًا من الأنشطة المُمتدة ومنها نواد للسينما في بعض الأحياء القاهرية، مثل الزمالك والفجالة وشبرا. وفي عام ١٩٥٤ أسّس نوادي سينما للأطفال مثل "نادي سندريللا - نادي توم بوس" فضلًا عن عروض سينمائية خاصة نظّمها في المدارس وتجمُّعات الأطفال في النوادي الاجتماعية. كما امتد نشاطه في هذا المجال ليؤسِّس كل من "نادي سينما لوميير" في صالة سينما مترو و"نادي سينما كمال سليم" في صالة سينما كايرو بالقاهرة. لذلك كان من الطبيعي والملائم أن يتم تكليفه بتأسيس أول ندوة سينمائية تابعة لمصلحة الفنون عام ١٩٥٦ وهي "ندوة الفيلم المختار" التي كانت بمثابة الأساس لجمعيات الأفلام ونوادي السينما في مصر ومنها جمعية الفيلم ١٩٦١، ونادي سينما القاهرة ١٩٦٨... إلخ.[١]

ويمكن القول أن نوادي السينما قد شكّلت مساحة حرّة نسبيًا للتعبير عن الأفكار الطليعية، والمساهمة في النضال السياسي للشباب خلال فترة ازدهارها في الستينات والسبعينات. ويشرح الناقد السينمائي أمير العمري في كتابه شخصيات وأفلام من عصر السينما بداية تلك المرحلة الجديدة لنوادي السينما في مصر خلال تلك الفترة قائلًا: "بعد نكسة عام ١٩٦٧، كانت هناك حالة من المراجعة الثقافية والسياسية التي اجتاحت البلاد، وشغلت المثقفين تحديدًا، بالبحث في أسباب الهزيمة، والرغبة العارمة في التحرر من الثقافة التقليدية العتيقة، والتطلع إلى ثقافة أخرى، أكثر حداثة، وكانت هناك رغبة في تطوير السينما، ومدّ تجربة تدخل الدولة في الإنتاج والتوزيع والعرض من خلال ما عرف بـ (القطاع العام السينمائي)، على استقامتها، والتطلع أيضًا إلى ربط العملية الإنتاجية، بالعملية الثقافية، أي إتاحة الفرصة لظهور ثقافة سينمائية جديدة يمكنها أن تساهم في تطوير الذوق والوعي بحيث تتغيّر نظرة الجمهور في تعامله مع الفيلم. وتأسّس نادي سينما القاهرة في هذا المناخ سنة ١٩٦٨، وأداره في البداية الناقد السينمائي مصطفى درويش، عندما كان يقدِّم عروضه في موسمه الأول في قاعة "إيوارت" بالجامعة الأمريكية. ولم يكن الهدف الأساسي من تأسيس نادي سينما القاهرة عرض الأفلام الممنوعة، بل عرض الأفلام ذات القيمة الفنية الرفيعة، ولذلك رفض النادي قبول مئات طلبات العضوية، واكتفى بنحو ألف عضو، ارتفع بعد ذلك إلى نحو ألفي عضو".[٢]

وبمراجعة الكتابات النقدية والصحفية التي تناولت تلك الفترة بالدراسة والرصد، وتتبّعت ما قامت به نوادي السينما خلال هذه الفترة (للمزيد عن حركة نوادي السينما في تلك الفترة يمكن الرجوع لمقال "تجارب سينمائية بديلة في السياق المصرى" لأحمد

١ ناجي فوزي، "نادي السينما"، جريدة الجمهورية، ١٣، نوفمبر ٢٠١٣، متاح عبر الرابط: https://www.masress.com/gom/١٣١١١٣١٣٨٧.

٢ أمير العمري، شخصيات وأفلام من عصر السينما، القاهرة، مكتبة مدبولي، ٢٠١٠، ص ٢٨-٢٩

رفعت)[٣]، نستشفّ مدى قوة تأثير هذه المساحات السينمائية البديلة في خلق كوادر جديدة سواء على مستوى صناع الأفلام، أو على مستوى الكتاب والنقاد المتخصصين، حيث مثّلت نوادي السينما المدرسة الأولى والاحتكاك العملي الأول للمشاهدة والنقاش حول الأفلام بصورة متعمِّقة وثرية.

لكن بعدما اتّسعت أنشطة نوادي السينما خلال حقبة الستينات والسبعينات، تراجع دورها بشكل ملحوظ خلال الفترات اللاحقة لأسباب اجتماعية وسياسية عديدة، يأتي في مقدمتها ما وصفه الناقد د. صلاح السروي، أستاذ الأدب المقارن في كلية الآداب بجامعة حلوان، "بعدم وجود سياسة ثقافية عامة معلنة يمكن إجراء حساب على مكوناتها، مع وجود سياسة ثقافية أخرى غير معلنة ألا وهي محاولة تدجين المثقفين وتجييرهم لحساب مصالح النظام وأهدافه السياسية، سواء فيما يتعلق بما سمي في الثمانينات والتسعينات والآن بمكافحة الإرهاب أو لتجميل وجه النظام، ووضع الثقافة باعتبارها وردة في عروة جاكيت سياسة الدولة وهو الأمر الذي أدى إلى تقنين الفعاليات الثقافية التي ترعاها الدولة بحيث تأخذ شكل التظاهر الاحتفالي، أكثر مما تؤسس لتراكم ثقافي حقيقي ومنتج يمكنه أن يرتقي بالوعي العام من ناحية أو بتطور الفعل الثقافي لدى المبدعين من ناحية أخرى. وربما كانت هذه الوضعية مخططة على غرار ما حدث في مجال الصحة ومجال التعليم.. إلخ، من حيث تراجع دور الدولة لحساب أدوار أنيطت بالقطاع الخاص وبالطبقة الرأسمالية التي تدعم وتحفز منذ عصر الرئيس السادات. إلى جانب ذلك فقد شاب عمل المؤسسة الثقافية في مصر ما انتاب باقي المؤسسات في الدولة من ترهل إداري وفساد ومحسوبية، مما أدى إلى تعويقها زيادة على عجزها وفشلها من حيث افتقادها سياسة ثقافية راشدة ومعلنة".[٤] ويمكن اعتبار أن ما أشار إليه د. صلاح السروي هو الآفة الكبرى التي تعيق العمل الثقافي بشكل عام والسينمائي على وجه الخصوص، وأن الوضع لم يختلف كثيرًا عن الصورة التي رسمها هو، والتي سيتم توضيحها هنا لاحقًا في المقال.

ولكن مع بداية الألفية الجديدة، والتي شهدت سنواتها الأولى انتشار موجة السينما المستقلة/ البديلة في القاهرة والمحافظات الأخرى، في لحظة سياسية واجتماعية حرجة، "كواحدة من تجسيدات رغبة الشباب المصريين المبدعين في التعبير عن أنفسهم وأحلامهم وأحزانهم، لا تختلف عن المدونات على شبكة الانترنت أو الفرق الموسيقية التي انتشرت تؤدي أغانيها في المحافل الفنية الثقافية أو الروايات والدواوين التي ينشرها الشباب على نفقتهم الخاصة في وقت تنسحب فيه الدولة مسافة جديدة كل يوم"[٥]، بالإضافة إلى عودة روح المشاركة المجتمعية والرغبة في التواصل المجتمعي خاصة بعد ثورة الخامس والعشرين من يناير ٢٠١١، استطاعت نوادي السينما أن تعود مرة أخرى إلى المشهد الثقافي المصري كأحد المنافذ التي تمثل فرصة رحبة للمشاهدة الجماعية للأفلام والنقاش حولها.

وبشكل أكثر تفصيلًا، فإن عودة نوادي السينما مرة أخرى إلى خارطة المشهد الثقافي المصري خلال الأعوام القليلة الماضية قد ارتبطت بعدة أسباب اجتمعت لتكون وراء رجوعها إلى داخل وخارج الجامعات، كنافذة جديدة أو مساحة بديلة لعرض أفلام السينما لجمهور متعطِّش للمشاهدة، وكأداة هامة في نشر الثقافة السينمائية لدى الشباب واكتشاف ودعم المواهب الفنية. ويأتي في مقدمة تلك الأسباب ما يلي:

أولًا: تأزُّم الأوضاع الاقتصادية والذي كان له مردوده السلبي على الوضع السينمائي سواء فيما يتصل بالجمهور أو بصناعة الأفلام على حد سواء. فبالنسبة للجمهور، تحوّلت مشاهدة الأفلام في صالات العرض التجارية من كونها "عادة" أسبوعية أو شهرية، إلى أن تصبح "مناسبة" أو "زيارة موسمية" (في مواسم الأعياد أو الأجازات الصيفية مثلا)، نظرًا لارتفاع سعر تذكرة السينما بشكل متصاعد في السنوات الأخيرة بصورة جعلت من عادة الذهاب للسينما رفاهية لا يقدر عليها الكثيرون، وأمرًا ليس في إمكان قطاعات كبيرة من المجتمع المصري. أما فيما يتصل بالأفلام فقد كان لسوء الوضع الاقتصادي دورًا في تحجيم فرص انتشار صالات العرض السينمائية خارج نطاق العاصمة والمدن الكبيرة، وكذلك إغلاق أبواب عدد من صالات السينما التجارية في المحافظات لمشكلات اقتصادية. وهكذا أصبحت نوادي السينما (المجانية) فرصة كبيرة لقطاعات واسعة لتعود لمشاهدة الأفلام على الشاشة الكبيرة مرة أخرى.

ثانيًا: قلّة تنوع الأفلام السينمائية المعروضة في صالات العرض التجارية، وتفضيل الموزعين للأفلام التجارية الأمريكية والمصرية المضمونة النجاح. وفي خضم التنوع الكبير في إنتاجات العالم السينمائية، والتي ينتظرها محبو السينما بحماسة وشغف شديدين، فإن نوادي السينما تشكِّل متنفّسًا رحبًا لعرض تجارب سينمائية متنوعة من دول مختلفة لمشاهدتها والنقاش حولها.

ثالثًا: صرامة الرقابة على الأفلام، سواء المعروضة تجاريًا بصالات العرض السينمائي أو على شاشات التليفزيون. (للمزيد حول قوانين الرقابة في مصر يمكن الرجوع إلى الدليل الإرشاديّ الذي أصدرته مؤسسة حرية الفكر والتعبير في عام ٢٠١٧ لصناع الأفلام المبتدئين، والذي وضحت فيه الهيئات المنظمة للعمل السينمائي والأجهزة المرتبطة بها، والسلطات المخولة لكل جهاز، وكذلك القوانين والإجراءات والسلطات الرقابية التي تزايد عددها واختصاصاتها منذ عام ٢٠١٣، وتزايدت معها الخطوط الحمراء المفروضة على المبدعين).[٦]

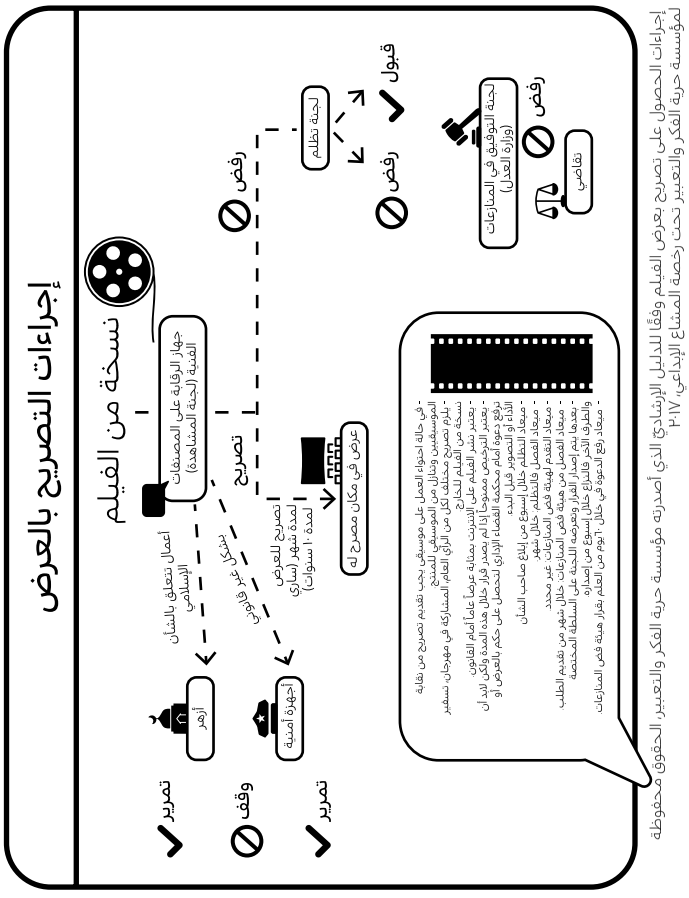
وكما يتضح من الشكل المصمم في الدليل، فإن هناك أكثر من جهة تنظم الحصول على تصريح لعرض الفيلم. فبخلاف جهاز الرقابة على المصنفات الفنية، يأتي دور الأزهر في السماح بعرض

٣ أحمد رفعت، "تجارب سينمائية بديلة في السياق المصري"، ٢٠١٦، ملفات ناس، متاح عبر الرابط: https://malaffatnaas.com/.

٤ عبد عبد الحليم، "لماذا تراجع دور المؤسسات الثقافية في مصر؟"، ملحق الخليج الثقافي، مارس ٢٠١٤، متاح عبر الرابط: http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/ebae7cb1-63d1-b529-4d0a-9CTMpvFW.dpuf.c8626bff1Vd#sthash

٥ رنا حايك ومحمد خير، "بعد الصحافة والفضائيات.. سينما مستقلة"، مجلة وجهات نظر، العدد ٩٠، يوليو ٢٠٠٦، ص ٧١.

٦ الدليل متاح كاملًا عبر الرابط التالي: https://afteegypt.org/freedom_creativity/2017/09/20/٤-١٣٤-afteegypt.html



إجراءات الحصول على تصريح بعرض الفيلم وفقًا للدليل الإرشادي الذي أصدرته مؤسسة حرية الفكر والتعبير تحت رخصة المشاع الإبداعي، ٢٠١٧
لمؤسسة حرية الفكر والتعبير. الحقوق محفوظة

الفيلم أو منعه وفقًا لمضمونه "الديني" أو "الأخلاقي"، بينما تختص بعض الأجهزة الأمنية بوقف أو تمرير الفيلم وفقًا لمضمونه السياسي. وبعيدًا عن السياق المؤسسي المرتبط بقوانين الرقابة، ساهمت نوادي السينما في إتاحة فرص مُتجدِّدة لعرض الأفلام في إطار خارج سيطرة الرقابة، لتنجح في أن تشكل نقاط ضوء مهمة في واقع المشهد الثقافي المصري المعاصر.

رابعًا: التطور التكنولوجي الذي جعل العالم مفتوحًا بلا حدود ولا قيود تقف في وجه انتقال المعلومات. فقد أحدث الإنترنت تغيرًا مهمًّا في المجتمعات بما قدمه من وسائل للإتصالات، الأمر الذي كان له تأثيره على دعم أنشطة نوادي السينما في مصر على أكثر من مستوى. فمن ناحية أتاح الإنترنت سرعة الاطلاع على أحدث إنتاجات السينما حول العالم، والحصول على نسخ عالية الجودة من الأفلام العالمية فور طرحها في صالات العرض. ومن ناحية أخرى، فإن الانفتاح وسرعة تداول المعلومات، أحدث تغيرًا كبيرًا في منظومة الرقابة على الإبداع، مناهجها وأساليبها وأثرها، ولذا أصبح من المهم مراجعة منظومة الرقابة لتتوافق مع الأثر الذي ستؤديه في زمن الانفتاح، والذي يبدو محدودًا للغاية. ومن الأمثلة على محدودية تأثير دور الرقابة في الوقت الحالي أنه في الوقت الذي رفضت الرقابة على المصنفات الفنية المصرية عرض فيلم تسجيلي قصير بعنوان "الزيارة" للمخرج مروان عمارة ضمن فعاليات "أيام القاهرة السينمائية" المنعقدة خلال الفترة من ٩-١٦ مايو ٢٠١٧، قرر منظمو الفعالية ومخرج الفيلم إتاحة مشاهدة نسخة الفيلم عبر الانترنت مجانًا في أي وقت خلال فترة المهرجان، بما أتاح نسب مشاهدة أعلى من النسب المتوقعة للحضور في صالة العرض.

خامسًا: أسباب اجتماعية/ نفسية تخص الجمهور، مثل دافع حب المشاهدة الجماعية للأفلام، والرغبة الحقيقية في النقاش حولها والانخراط في الإدلاء بوجهة نظرهم بحرية حول الفيلم وما يطرحه من أفكار. خاصة في ظل عزوف قطاعات من الجمهور عن الذهاب لصالات السينما التجارية لأسباب اجتماعية وثقافية ودينية ترتبط بمخاوف الأهالي من المشكلات المتوقعة لارتيادها، والتي ترتبط بشكل مباشر بصعوبات اقتصادية (في ظل ارتفاع سعر تذاكر السينما) وصعوبات اجتماعية (تتعلق بسياقات تجعل صالات السينما غير آمنة لقطاعات من الجمهور في ظل ارتفاع معدلات التحرش الجنسي)، ولكن اختلف الأمر نسبيًا فيما يتصل بالعروض الجماعية لنوادي السينما التي تحدث في إطار محدد وضيق، سواء كانت داخل الجامعة أو خارجها، بما شكل مساحة جديدة وآمنة للمشاهدة الجماعية للأفلام بصورة تسمح بتجاوب قطاعات أوسع من الجمهور معها، وهو ما لمسته بشكل شخصي من خلال نادي السينما الذي أشرف على تنظيمه في كلية الإعلام بجامعة بني سويف حيث أعمل (وهي إحدى الجامعات الحكومية في جنوب مصر)، حيث أغلقت آخر صالة عرض سينمائية في المدينة أبوابها منذ سنوات عديدة، ولا يتعرض سكانها للأفلام سوى من خلال شاشات التليفزيون أو عبر مواقع الانترنت. ليكون نشاط نادي السينما في الجامعة ركيزة جديدة للثقافة السينمائية ولتداول الأفلام ومناقشتها مع الطلاب. فخلال الشهور القليلة الماضية التي تمثل عمر هذا النادي الوليد، لمست اهتمام وشغف وحماسة من الطلاب ومن الأساتذة على الحضور والمشاركة في مشاهدة العروض والنقاش حول الأفلام المعروضة، وبمساعدة زميلة لي مع ستة من الطلاب تتم أسبوعيًا برمجة عروض النادي واختيار الأفلام وفقًا لرؤية تتضمن منح الأولوية للانفتاح على ثقافات مختلفة وأنواع متباينة من التجارب السينمائية المحلية والعالمية، وقد تشكلت رؤية النادي الرئيسية بعد نقاش مع الطلاب حول اهتماماتهم السينمائية وآرائهم حول أنواع الأفلام التي يفضلون أن يعرضها نادي السينما.

وتعد نوادي السينما في الجامعات الإقليمية تجربة وليدة ومغمورة مقارنة بما يحدث في جامعات داخل نطاق العاصمة، حيث تشهد جامعة القاهرة على سبيل المثال عددًا لا بأس به من نوادي السينما تتبع لكليات مختلفة. كمثال، يعتبر نادى سينما الآداب (الذي أسسته وتدير نشاطه الأسبوعي الأستاذة الدكتورة سلمى مبارك الأستاذ بكلية الآداب) تجربة رائدة في جامعة القاهرة حيث توالت التجارب لاحقًا في أقسام الكلية المختلفة وفي كليات أخرى في الجامعة. ووفقًا للصفحة الرسمية للنادي على فيسبوك فقد "بدأ نادى سينما الآداب نشاطه من قسم اللغة الفرنسية في ٢٨ فبراير ٢٠٠٦ بعد إقراره كنشاط معتمد من مجلس القسم ومجلس الكلية، إيمانًا بأهمية السينما في تشكيل وعي وذوق المشاهد بعالمنا المعاصر، حيث يستهدف هذا النشاط المساهمة فى تكوين ثقافة سينمائية واعية لدى جمهوره، وتكوين خبرات جمالية راقية تختلف عن تجارب السينما السائدة من خلال العروض

والمناقشات".[٧]

ترتبط هذه الرؤية إلى حد كبير برؤية نادي سينما كلية الإعلام جامعة بني سويف والذي يهتم بشكل أساسي بالانفتاح على ثقافات سينمائية محلية وعالمية تختلف عما يقدم في صالات السينما التجارية، وتستهدف دمج الطلاب مع تجارب سينمائية متنوعة وثرية (كلاسيكية ومعاصرة) وتحفيزهم على النقاش والتعليق على التجارب التي يشاهدونها.

ورغم كون تجربتي الخاصة بإدارة نادي سينما في الجامعة تعد تجربة حديثة العهد، إلا إنها تمثل - لي على الأقل بشكل شخصي - تجربة ثرية خاصة في تفاعل الطلاب مع عروض النادي، واهتمامهم بإعادة ترتيب أوقات تدريباتهم العملية لحضور الفعالية الأسبوعية، وبناء على طلب عدد كبير منهم تجري حاليا محاولات لتخصيص ساعتين أسبوعيًا للنشاط، على ألا تتداخل مع أي من المحاضرات النظرية أو التدريبات العملية للطلاب، حتى يتسنى توسيع دائرة جمهور النادي واستقطاب أعداد أكبر من الطلبة.

على صعيد آخر، تعتبر التجربة مثيرة فيما يتصل بعلاقتها مع الرقابة. فجدير بالملاحظة عدم تدخل إدارة الكلية أو الجامعة في عروض النادي أو مضمون الأفلام المختارة للعرض فيه، إلا أنني كمبرمجة للعروض مازلت أراعي في اختيار الأفلام أن تكون "مقبولة اجتماعيًا" و"غير صادمة" للجمهور من الطلاب، تشجيعًا لهم على المواظبة وحرصًا مني على ربطهم بأنشطته وعدم تنفيرهم من الحضور والمشاركة. تأتي تلك المراعاة في ظل تجربة شخصية استمرت لسنوات طويلة من العمل في مساحات سينمائية مختلفة مكّنتني من التواصل المستمر مع جمهور الأفلام، فبات من السهل التعرف على أذواق المشاهدين وأنواع وعادات المشاهدة الجماعية للسينما.

تأتي تلك النشاطات كأمثلة توضح بداية عودة جديدة لنوادي السينما كمساحات عرض بديلة للأفلام، والتي تحتاج لمزيد من الدعم والاستثمار فيها - رغم وجود تجارب جديدة تشرف عليها الدولة مثل مشروع نوافذ (نوادي سينما في محافظات مصر)[٨] - لتزدهر وتنتشر سواء داخل الجامعات أو خارجها، خاصة في الأقاليم المُفتقِرة لوجود أنشطة فنية وثقافية حقيقية، ذلك لأن الرهان على إحياء نشاط نوادي السينما يمثل فرصة حقيقية لإعداد كوادر سينمائية جديدة، وتكوين حركة ثقافية واسعة تساهم في بناء المؤسسة الثقافية من جديد، في ظرف حرج يشهد صعوبات على صعيد النمو السياسي والاقتصادي والتطور الاجتماعي وحرية التعبير. في ظل ما تتمتع به نوادي السينما - كمساحات سينمائية - من مميزات تاريخية (ترتبط بدورها الحيوي كأداة للثقافة السينمائية خلال سنوات ازدهارها) ومميزات عصرية (التي تناولها المقال بالشرح والتفنيد) تؤهلها لتكون ورقة رابحة في سياق المساحات السينمائية البديلة عن صالات السينما التجارية في مصر خلال السنوات القادمة.

٧ رابط الصفحة الرسمية لنادي سينما الآداب في جامعة القاهرة: https://www.facebook.com/cinemaeladab/.

٨ مشروع نوافذ (نوادي سينما في محافظات مصر) تدعمه وزارة الشباب والرياضة، ويقيمه وينظمه مهرجان الأقصر للسينما الأفريقية بالتعاون مع نقابة المهن السينمائية، وبدأ موسمه الأول عام ٢٠١٥ من محافظة أسوان. للمزيد حول مشروع نوافذ السينما: http://youth.gov.eg/news/#٦٥١٥/WlUBdLaBP٢qA .

مروة عبدالله
باحثة سينمائية. درست الإعلام وتخصصت في الدراسات السينمائية. حصلت على درجة الدكتوراه من جامعة القاهرة، و تعمل حالياً كعضو هيئة تدريس في كلية الإعلام جامعة بني سويف. كما عملت كمبرمجة سينمائية في أكثر من مساحة سينمائية ومهرجان منذ ٢٠٠٦.

نشرة البانوراما هي مطبوعة يومية خلال مهرجان بانوراما الفيلم الأوروبي تقدم مراجعات للأفلام المعروضه،٢٠١٦، بإذن من زاوية، تصوير: أدهم البكري، نشرة البانوراما من تصميم: أدهم البكري

للحركات الشبابية والنشطاء الاجتماعيين ممارسة أنشطتهم(ن)، كما كانت بمثابة تقاطعات فعالة على شبكات استطاع من خلالها الشباب اللقاء وتشكيل تضامنات لمجتمع جديد وتبادل طيف واسع من شرائط الأفلام فيما بينهم للوصول بها إلى المشاهدين(ات) بعيدًا عن شبكات التوزيع التقليدية التجارية. فالتقلّص في عدد أندية السينما منذ السبعينيات جاء نتيجة لسياسة الدولة الثقافية التي خنقت تنوع سبل التعبير الثقافي والإبداعي، ولم تلعب أي دور سواء قانونيًا أو اقتصاديًا من أجل دعم مشروعات يمكن لها خلق بدائل للدوائر التجارية للإنتاج والاستهلاك الثقافي. الازدياد الذي يشهده الاهتمام بأندية السينما في الوقت الحالي مرتبط في قراءة مروة له بمجتمع ما بعد الإنترنت؛ حيث أصبحت التطورات التكنولوجية تزعزع ثبات الوضع الراهن.

[...]

ما الفارق إذًا بين حركة نوادي السينما في ستينيات وسبعينات القرن الماضي ونوادي السينما اليوم التي تعتمد في كثير من الأحيان على خطاب حرية التعبير والتجمع بهدف مشاركة تجربة حسيّة ما؟ على عكس المبادرات التاريخية التي سعت إلى الدفاع عن السينما كفن أو التأكيد على أهمية دراسة الأفلام بشكل مدقق، من يؤسسون ويديرون نوادي السينما اليوم يبدون أكثر اهتماما باللحظة الآنية المتمركزة حول تجمع الحضور. بينما نقضي الوقت نستهلك في الأغلب الصور والمواد الإعلامية الأخرى عبر الهاتف المحمول أو الكمبيوتر الشخصي، ربما نبحث في تجمعنا سويًا في نوادي السينما عن شكل من أشكال التشاركية الحسيّة؛ نجلس حول الشاشة مع آخرين لنستلهم تجارب حسيّة جديدة في علاقاتنا بالمحيط بكل تفاصيله يأخذنا الفيلم إلى هذه التجربة من خلال إيقاعه، والأصوات التي بداخله وتداخل الألوان والتشكيل فيه.

تذكر مروة تصريحًا صدر عن أحد أقدم نوادي السينما الجامعية اليوم والذي تأسس في جامعة القاهرة عام ٢٠٠٦، حيث يُذكر فيه أن نادي السينما بدأ "إيمانًا بأهمية السينما في تشكيل وعي وذوق المشاهد بعالمنا المعاصر". فإن حدث العرض والمناقشات التي تعقبه يكون بمثابة دعوة للانغماس في تجارب حسية مرتبطة بعالمنا المعاصر ولكن هذا دفعني للتساؤل عن جدوى هذه الدعوة وإن كانت تسهم فعلا في إمكانية الانغماس في هذا العالم على نهج أساليب مغايرة

By bringing about publics and counterpublics that debate not just views on cinema but on the world, cinema organizations like Zawya, CIWFF and others that appear in this publication contribute to the making of the solidarities that constitute society, at times also proposing alternative experiences of decision-making through their managerial and institutional praxis.

[...]

I go to places like Cimatheque because I believe there I am able to see more films directed by women.

Cairo, discussion group at Cimatheque – Alternative Film Centre (mixed-age)

I like coming to Behna because I find people here who share interests similar to mine, so I particularly enjoy the discussions following screenings. Sometimes a person would recommend that I watch this or that film or read this or that book, and I appreciate that a lot.

Alexandria, discussion group at Wekalet Behna (mixed-age)

Sometimes I prefer to go to the movies with my girl friends and not my fiancé. For example, I went to see Cairo 678 with friends because it is a story on sexual harassment and a woman's survival story, so it seemed fitting that I would watch it with my girl friends.

Cairo, women's discussion group (25–30)
(This quotation is from the research done by Zawya Cinema)

As the last cinema theatre in their city shut down years ago, students at Beni Suef University decided to take matters into their own hands and start a film club under Marwa Abdalla's supervision. As technologically empowered consumer-producers (to describe it in a catchy nutshell), they were proactively reflecting on the lack of diversity in local cinema-viewing options and audience experiences. In winter of 2017, I sat down with Marwa in a coffee shop in Cairo to discuss Mapping Cinema Audiences: Egypt. Having just finished a long-term project of her own examining independent cinema in post-2011 revolution Egypt, she explained how the wider social, political and technological transformations in society since the turn of the century, which have brought about a new public, could explain the present rise in film clubs across the country. This is how she came to write her essay for this publication: "Film Clubs: A Strong Return of an Old Role."

In "Publics and Counterpublics," US literary critic and social theorist Michael Warner writes that "A public is a space of discourse organized by nothing other than discourse itself. It is autotelic; it exists only as the end for which books are published, shows broadcast, Web sites posted, speeches delivered, opinions produced. It exists **by virtue of being addressed**."[8] The difference between an audience and a public is that a public depends on an audience but extends beyond the moment of being together. In tracing connections between film clubs, internet blogs, indie music bands and self-publishing, Marwa draws out some features of the discourse shaping today's Egyptian public. Outright state censorship of films and film bans have become commonplace in recent years, but until recently the internet offered freedom from state authority over cultural expression, allowing connections over shared interests in aesthetics, styles and cultural imaginations. Ahmad Abdalla's 2010 film **Microphone**, which shows young creatives moving to the streets and self-organizing, captures the ethos of this new discourse. The state has repeatedly failed them by being unable to recognize, let alone support, non-institutional cultural expression existing outside of its purview; will throwing themselves into the arms of neoliberal capitalism free them from the burden of state authority?

[...]

In the 1960s and 1970s, Marwa argues, urban youth movements and social activism took root in film clubs. They were nodes on a vital country-wide network for meeting and creating new solidarities, and for circulating films outside of commercial networks. Shrinking numbers of film clubs since the 1970s resulted from a state policy aimed at stifling diversity in cultural expression; the Egyptian state does not legally or economically support projects that create alternatives to the commercial circuits of cultural production and consumption. The present rise in interest around film clubs is connected to a post-internet society where advancements in technology are disturbing the status quo.

[...]

8 Michael Warner, "Publics and Counterpublics," **Public Culture** 14, no 1 (2002): 49–90. muse.jhu.edu/article/26277 (accessed March 30, 2018), p 50. Emphasis in original.

What else is different between the film club movement in the 1960s and 1970s that functioned under a Nasserist state and present-day film clubs that often seem to rely on a rhetoric of free cultural expression and affective collectivity? Instead of earlier film clubs' desire to defend film as an art form or seriously study it, those who set up and run film clubs today seem to be more interested in the brief coming-together, the temporary making of an audience around a certain film. While almost everyone spends most of their time consuming media alone on a cellphone or laptop, those who come to film clubs seek a form of affective collectivity. We sit together with others around a screen that has the potential to enthral us with a new sensibility, that which the film puts out into the world through its rhythms, sound, compositions and colour schemes.

Marwa cites a statement by one of the oldest existing university film clubs, established in Cairo University in 2006. The film club began "out of a belief in the importance of cinema as a vehicle in shaping a consciousness and a taste through which viewers could approach our present world." The event of the screening and the following discussion is presented as an opportunity to be absorbed in the world after a certain manner, a certain consciousness. This led me to wonder if films could become invitations to be absorbed into, among many others, a queer or melancholic sensibility? Do we desire to expand our sensorial experience of the material world through watching films? And why do we seek in all this the affective collectivity of coming together as an audience around the cinema screen?

In her book 1990 **Gender Trouble:Feminism and the Subversion of Identity**, US philosopher and gender theorist Judith Butler talks about the dangers in assuming a unity in any particular group, the unity that makes the mentioning of a "we" or an "our" possible. An assumption of a group's unity forecloses the possibly of dissensus, refusal or disagreement within the group. When refusing to approach an audience as a group that might be thought of as a unity, a homogeneous totality, at the moment of coming together, the notion of "affective collectivity" presents an alternative conceptual understanding of audiencehood. It simultaneously acknowledges that audiences are constituted of singular bodies, as individuals, and that there is a coming-togetherness in the making of an audience, a collectivity based on an encounter. This can allow individuals to

be done and undone as subjects because of the inevitable tension between self and others, it can allow each audience member to create counter identifications and refuse the underpinning structures shaping the moment of coming together. Within this understanding of audiencehood, the role of the post-screening discussion moderator arguably becomes crucial, because she highlights the moments of dissonance between audience members as they discuss their experiences watching a film, and she can bring into the room accounts from history that destabilize the conformity of a present audience.

[...]

In the conversation with Asmaa Gharib and Ebrahim Saleh about their experiences running film clubs in Ismailia, starting Zawya Ismailia and their recent collaboration with the Ismailia International Film Festival for Documentaries and Shorts,[9] they recount how after a few years organizing screenings in political parties with pirated copies of films from the internet, they decided to upgrade their screenings' image quality. This was made possible through a partnership with a legally recognized Cairo-based cinema organization with a distribution arm. They have to obtain screening rights if they are to organize public screenings; Zawya Cinema can achieve this because of its formal legal standing as a cinema theatre. As Zawya Ismailia, Asmaa and Ebrahim organize one 7 pm weekend screening in a commercial cinema theatre, creating the feel, much like Filmliga, of an important and unique cultural event.

In her reading of how new distribution and circulation technologies, especially the internet, have shaped present-day film club culture, Marwa Abdalla echoes a statement that US fandom scholar Henry Jenkins and media and literature scholar David Thorburn put forward in 2004:

> At the moment we are on a collision course between a new economic and legal culture which encourages monopoly power over cultural mythologies and new technologies, which empower consumers to archive, annotate, appropriate, and re-circulate media images. [... A] decade long war over

٨ تعريبًا للمصطلح الإنجليزي Queer (ملحوظة ترجمة).

تعطينا الفرصة لنعيش تجارب حسية كُوِيرية[٨] أو سوداوية أو غيرها؟ هل تدفعنا إلى مشاهدة الأفلام الرغبة في توسيع سُبل انغماسنا الحسي في العالم المحيط والخروج عما هو مألوف؟ وما موقع الرغبة في التجمّع سويًا حول شاشات السينما ضمن ذلك كله؟

في كتابها بعنوان "مشكلة النوع: النسوية وخرق الهوية" والذي صدر في عام ٢٠٠٩ تذكر جوديث بتلر وهي فيلسوفة أمريكية ومنظره في الدراسات الجندرية أن هناك خطرا كبيرا في وضع هوية مسبقة جامعة كفرضية حتمية لتكوين جماعة ما، هوية مسبقة تجعل من الممكن الإشارة إلى مجموعة على أنها كيان موحد يمكن الإشارة له بضمير "نحن" وضمير الملكية "نا". افتراض وحدة المجموعة يغلق احتمالية وجود رفض وخلاف وتعارض بين أعضائها، وعند رفض مفهوم الجمهور كوحدة متجانسة في لحظة التجمع، يمكن حينها البدء في طرح بدائل حول فهم ما يحدث في تلك اللحظة.

في هذا السياق يمكن لتأويل لحظة التجمّع على أنها لحظة "تشارك حسي" أن يحمل ملاذا محتملاً من الخطر الذي حذّرت منه بتلر. ففكرة التشاركية الحسية تؤكد على فردية الأفراد - فهم أجساد منفصلة - وتؤكد في الوقت ذاته على التشاركية أو التجمع الذي يحدث في لحظة حضورهم سويًا في ساحة العرض، وهو تجمع يحدث فيه - بالضرورة - صداما بين الذات والآخرين، صداما قد يؤدي إلى زعزعة ثبات الذات وإعادة عملية تشكيلها في علاقتها مع الآخرين. داخل هذا المنظور يصبح لدور المُناقِش(ة) بعد العرض أهمية بالغة لأنه(ا) يلفت الانتباه إلى لحظات النشاذ ما بين أفراد الجمهور أثناء نقاشهم(ن) لتجربة المشاهدة ويمكن للمُناقِش(ة) أن يستحضر أحداث من الماضي يمكن أن تثير وتُكدِّر الانسجام المزمع للجمهور في الحاضر.

[...]

يتحدث كل من أسماء غريب وإبراهيم صالح في الحوار الذي أُجري معهما عن تجاربهما في إدارة نوادي سينما في الإسماعيلية، وكيف قادتهما التجربة إلى إنشاء فرع لسينما زاوية بالإسماعيلية، وإلى التعاون مؤخرًا مع مهرجان الإسماعيلية الدولي للأفلام التسجيلية والقصيرة.[٩] بعد سنوات من العمل على تنظيم عروض أفلام - يتم تحميلها عبر الإنترنت غالبًا - داخل أحزاب سياسية، قررا تحسين مستوى جودة الصورة التي يعرضانها على الجمهور. أخذا هذه الخطوة بالشراكة مع مؤسسة سينمائية معترف بها قانونيًا مقرها القاهرة؛ ألا وهي سينما زاوية والتي لها أيضا قسم للتوزيع السينمائي. عند التطرق إلى الأسباب التي جعلتهما يسعيان إلى شراكتهما مع زاوية ذكرا بالأساس المخاوف القانونية؛ فعليهما الحصول على حقوق العرض إذا ما رغبا في تنظيم عروض متاحة للعامة خارج إطار المساحات الخاصة وزاوية تساعدهما على ذلك لوضعها القانوني كدار عرض سينما. يقوم كل من أسماء وإبراهيم في نشاطهما كزاوية إسماعيلية بتنسيق عرض كل عطلة أسبوعية في السابعة مساءً في إحدى دور السينما التجارية بالإسماعيلية، وهما - بالتشابه مع فيلمليغا - يعيدان إنتاج حالة المشاهدة التي تتخذ شكل حدث ثقافي مهم وفريد يعقد فقط مرة واحدة في الأسبوع.

تكرر مروة، في قراءتها لتأثير تقنيات العرض والتوزيع الجديدة - وخاصةً الإنترنت - على شكل نوادي السينما اليوم، الحديث عن أصداء مسألة مثيرة للاهتمام تتشابه مع تلك التي قدمها في عام ٢٠٠٤ كل من هنري جينكنز الباحث في أمريكا الذي ينظر في موضوع عشاق السينما (fandom)، وديفيد ثوربيرن الباحث في الإعلام والأدب حين كتبا:

"في الوقت الراهن نحن بصدد مسارين تصادميين بين ثقافة اقتصادية وقانونية جديدة تشجع رغبة احتكار السرديات الثقافية من ناحية، وبين التقنيات الجديدة التي تشجع المستهلكين على أرشفة الصور الإعلامية، والتعليق عليها، واستخدامها وإعادة نشرها بحُرية. [...]وهذه الحرب حول الملكية الفكرية ستحدد ليس فقط الاتجاه المستقبلي للسينما الرقمية ولكن أيضا طبيعة التعبير الإبداعي في القرن الحادي والعشرين."[١٠]

٩ يمكنكم(ن) الاستماع إلى اللقاء مع أسماء غريب وإبراهيم صالح من خلال زيارة الرابط التالي: naasnetwork.org/all-resources (تمت آخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).

١٠ انظر(ي) كتاب "إعادة النظر في تغيُّر وسائل الإعلام: جماليات التحول" لديفيد ثوربيرن وهنري جنكنز (ماساتشوستس: دار نشر معهد إم آي تي، ٢٠٠٤)، ص ٣٠٩. الاقتباس المذكور ترجمة الكاتبة.

●● جماعة السينما الجديدة
.. الاهداف .. المواقف

الاهداف :

ان الهدف الاساسى لجماعة السينما الجديدة هو : بذل الجهود من أجل خلق سينما مصرية قادرة على التعبير عن المجتمع المصرى المعاصر . ويتحقق هذا الهدف عن طريق :

تقديم نماذج من الافلام ذات المستوى الفنى المحقق لمفهوم الجماعة ، والعمل على بلورة هذا المفهوم باعداد دراسات وأبحاث نظرية ونشرها بكافة وسائل النشر ، وتوسيع رقعة العروض التجريبية بهدف تكوين نواة من متذوقى السينما الجديدة ، وتقديم المساعدات المادية والمعنوية لكل عمل فنى أو ثقافى ، وتقديم جوائز للافلام ، التى تشارك فى تحقيق هدف الجماعة ، والمساهمة فى انتاج الافلام التى تخدم غرض الجماعة الثقافى على أن يضاف عائد هذه المساهمة الى صندوق الجماعة ، وتبادل الخبرات والانتاج والخدمات مع الجمعيات والمهرجانات والاتحادات والهيئات المماثلة فى الخارج التى ليس لها طبيعة تجارية .

المواقف :

يعد بيان شباب السينما فى مايو ١٩٦٨ دليلا نظريا لحركة السينما الجديدة فى مصر .. فقد حدد البيان موقف الشباب من السينما المصرية المتخلفة ، وعبر عن طموحهم الى ميلاد سينما مصرية تلحق بمستوى السينما فى عالمنا المعاصر .

وقد شمل البيان أربعة اقسام . هى كالتالى :

(أ) مفهوم الشباب للسينما . اولا بتسليط الضوء الكافى على ما فى مفهوم السينمائيين التقليديين من تخلف ، وثانيا بتصحيح النظرة الى السينما على ضوء المستوى الذى بلغه الفيلم فى أوربا وفى بلاد عرفت السينما حديثا واستطاعت السينما القومية فى كل منها ان تحقق نجاحا ساحقا فى جميع المهرجانات الدولية .

وقد عرض البيان تحليلا لاسباب تخلف السينما المصرية فكريا وفنيا وانتاجيا ، فالتخلف الفكرى بانفصالها التام عن واقع المجتمع المصرى ، والتخلف الفنى بجمودها فى قوالب وأشكال تنتمى الى اسوء ماقدمته السينما التجارية فى الاربعينات ، والتخلف الانتاجى باعتمادها على نظام النجوم الذى انهار فى عقر داره هوليود بافلاس شركات الانتاج السينمائى الامريكية الكبرى .

وكما جاء فى البيان :

ولان السينما عندنا حرفة .

ولان السينما عندنا عملية تحويل نجوم الى بضاعة .

ولان السينما عندنا ديكورات فسيحة غير واقعية ، غارقة فى اضواء لا وجود لها الا فى خيالات أبطال الف ليلة وليلة .

ولان السينما عندنا لم تكن فكرا أبدا ولم تعرف روح البحث العلمى ،ولم تواجه واقعنا كى تستخلص من حركته خطوط القوى الدرامية التى تؤدى الى صياغة سيناريوهات أصيلة وصادقة .

لهذا كله ، ولما اشرنا اليه من أسباب ، فقدت صناعة السينما المصرية جمهورها ، واستمرت فى تخطيط انتاجها على أساس نظام النجوم بصرف النظر عن حقيقة ما تشير اليه ارقام التوزيع ، وبقيت فى مستوى تكنيكى وفنى متخلف .

وواضح مما اشرنا اليه ، ان السينما التى نريدها هى السينما التى تتحرر من كل تلك العيوب التى تعوق طفرتها .

فالذى نريده سينما مصرية ، اى سينما تتعمق حركة المجتمع المصرى ، وتحلل

نشرة نادي سينما القاهرة، العدد ٢٠، الموسم الخامس، عام ٧٢/٧١، كتابة سامي المعداوي، صفحة ٢٤-٢٦، بإذن من مركز الثقافة السينمائية، تصوير: أمنية صبري

وقد أثارت الجماعة عديدا من القضايا المتعلقة بالعمل السينمائى المصرى ، فكثيرا ما طالبت باعادة تنظيم القطاع العام السينمائى على أسس علمية مع محاسبة المسئول عن قصوره فى أداء أدواره ، وتصدت لمحاولات تصفيته لصالح القطاع الخاص ، كما طالبت باعادة النظر فى قانون الرقابة على المصنفات الفنية لاطلاق حرية الفنان فى التعبير عن مجتمعه فى اطار الوثائق العامة التى ارتضاها الشعب ، كذا اعادة النظر فى مشروع قانون نقابة الفنيين السينمائية بحيث يستبعد عن عضوية النقابة أصحاب شركات الانتاج السينمائى الذين يعوقون تأميمها لمجابهة ، وبحيث تمثل العناصر الشابة تمثيلا عادلا فى عضوية مجلس ادارة النقابة وفقا لما اتجهت فى قوانين النقابات المهنية المختلفة ، كما تصدت الجماعة لمحاولات التكرار لاستبعاد السينمائيين الشبان من خريجى معهد السينما والمعاهد الفنية الاخرى عن العمل بمؤسسة السينما تمهيدا لحرمان شباب السينما كله من حقه المشروع فى التعبير عن ذوره فى المساهمة فى تطوير السينما المصرية ، وطالبت بتخصيص نسبة ٢٥ ٪ من مقاعد كلية الاعلام بمؤسسة السينما للاعلام الشباب على أن تقتصر تلك النسبة على الخريجين الذين يقدمون فيلمهم الأول .

وقد تحققت بالفعل بعض مطالب شباب السينما بالرغم من أن الكثير منها ما زالت مطروحة لم تحسم بعد .

وقد لعبت جماعة السينما الجديدة الدور الأول والأهم فى ترسيخ الدعوة الى ضرورة ميلاد سينما مصرية جديدة قادرة على التعبير عن المجتمع المصرى المعاصر . وها هى الجماعة تقدم انتاجها الأول ، فيلم « العملية للانكار التى طرحتها فيجل السينما .

سامى المعاوى

التفاهم بيننا وبين تلك الدول .

٤ — تأييد توزيع الفيلم الاجنبى فى السوق الداخلية ، أسوة بسياسة تأييد التجارة الخارجية ، فنصافى ايرادات توزيع الفيلم الاجنبى فى مصر يبلغ حوالى ٧٥٠ الفا جنيه سنويا مما يعد مصدرا اساسيا لدعم الانتاج السينمائى المصرى وقد سبق أن اتخذت دول اشتراكية مثيلة تشكيل وفد فنى لهذا الغرض .

٥ — العمل على تخفيض قيمة تذكرة السينما لزيادة الجمهور المقبل على دور العرض وذلك باعادة النظر فى نسبة الضريبة المفروضة على تذكرة الدخول .

٦ — خلق نظام توزيع داخلى لتغطية احتياجات هواة السينما والمثقفين عامة بنفس الطريقة التى نشأ بها نظام دور عرض الفن والتجربة ، وقد بدأ هذا النظام فى باريس على طريقة مسارح الجيب ، ففى كل حى يمكن انشاء دار عرض صغيرة ذات ٢٠٠ أو ٣٠٠ مقعد لعروض الانتاج المحلى والعالمى ذى القيمة الفنية الكبيرة ، وباشتغال هذه الدور يمكن تكوين جمهور آخر لنوع متقدم فنيا وفكريا من الافلام .

(د) فى القسم الرابع والاخير من بيان شباب السينما عام ١٩٦٨ طالب الشباب بخلق مناخ صحى عن طريق القنوات السينمائية لتهيئة الظروف الموضوعية لمنتج السينما المصرية المغايرة التى لابد منها لخلق بالمستوى العالمى .

ومنذ ان تكونت جماعة السينما الجديدة فى مايو ١٩٦٩ تحقق لشباب السينما كثير من خلال عن ملفهم فى كافة التطورات والاحداث والتنظيمات التى طرأت على السينما المصرية .

فقد دعت الجماعة لعقد عدة اجتماعات عامة لشباب السينما كما عقدت خلال تلك الفترة ثلاث مؤتمرات صدرت عنها توصيات قدمت للجهات التنفيذية والتشريعية والسياسية المسئولة .

— وجد استقبلت ثابتة من الفنانين والفنيين العاملين بالمؤسسة .

— وحدات فنية مغيرة من الفنانين والفنيين من الخارج الذين يقوم تكليفهم بعمل افلام لحساب المؤسسة وفق الخطة العامة للانتاج .

ومن رؤساء هذه الوحدات (الاستوديو المتنوع) تشكل على مستوى المؤسسة لجنة الانتاج » .

كما طالب البيان باستقلال المركز القومى للافلام التسجيلية وتوفير تمويل له على اساس ان الفيلم التسجيلى يقدم خدمة ثقافية .

(ج) قدم البيان حلولا عملية لمشاكل الانتاج والتوزيع والعرض للفيلم المصرى . فبالنسبة للتوزيع والعرض طالب البيان بانشاء سياسة تقوم على اسس من اهمها التالى :

١ — انشاء دور عرض جديدة وعديدة محدودة التكاليف فى مناطق تمثل التجمعات الجماهيرية كالمناطق العمالية والريفية ، والتنسيق مع الوزارات المختلفة والنقابات العمالية والمهنية . مع امكان الاستفادة بنسبة من حصيلة الـ ١٠ ٪ المخصصة من أرباح الشركات العامة لتقديم خدمات اجتماعية وثقافية مركزية . وبهذا يمكن أن يحقق الفيلم المصرى اكبر نسبة من ايراداته من التوزيع الداخلى .

٢ — الاخذ بنظام التعامل مع الدول العديدة التى تمثل التعامل ، كالدول الاشتراكية فى أوروبا ، والدول الواقعة فى نطاق انعاش السينما الجديدة فى أمريكا اللاتينية ، وقد بعقد هذا النظام الى مناطق اخرى فى العالم . بحيث نضمن مورد جيد لافلام دول توزع انتاجها فى الطرف المقابل .

٣ — تنسيق التعاون مع الدول العربية فى مجال السينما وذلك بالبحث فى انشاء السوق العربى والاداب الحديثة عن اعمال تصلح للانتاج السينمائى العربى المشترك ، ويجب ان يصبح انتاج هذه الاعمال هو أرضية

علاقته الجديدة ، وتكشف عن معنى حياة الفرد وسط هذه العلاقات ، بحيث اذا ما دخل واقعنا علاقات اخرى اكثر تطورا ، طورت معه السينما ، وكشفت — مرة اخرى — عن الانسان المصرى فى كل مرحلة جديدة .. فهى اذن سينما معاصرة ، فلابد لها ان تعكس دورات السينما الجديدة على مستوى العالم كله ، فتستفيد من تجارب السينمات الطليعية لا فى أوروبا وحدها ، بل أيضا فى البلاد التى حققت طفرة فى انتاجها السينمائى وبلغت الى العالمية بقوة تعميقها لقضايا شعبها . وليس السينما فى أمريكا اللاتينية الجديدة ، والبلدان الفقيرة خير مثال على ذلك .

وعندما تكون السينما واقعية ، مطلة المستوى ، عالمية التفكير ، واضحة المضمون بفضل تعميق السينمائيين لواقعنا ، هنا لا شك فيه أنها ستستقطب جمهورها .

كما ستحقق انتشارا عالميا » .

(ب) تضمن البيان شكلا تنظيميا للقطاع العام السينمائى يستند على اساس من المرونة العلمية ، يرى الشباب ضرورة تطبيقه فى السينما المصرية بحيث تحقق الطفرة التى لابد منها كى تلحق بالمستوى العالمى .

فبالنسبة لقطاع الانتاج فى مؤسسة السينما مثلا اعلن البيان على ضرورة أن يقوم العمل على اساس ان الاستوديو هو وحدة الانتاج الحقيقية ، ابتداء من تحضير الفيلم حتى عرضه .

« وفى داخل كل استوديو ، يوجد عدد من المجموعات الفنية يتناسب مع قدرة الاستوديو الانتاجية ، اى بالنسبة لعدد الملازمات الموجودة فيه ، وعدد المعامل فى معمليه وتجهيزاته الفنية ، على أن توضع الخطة العامة للانتاج بناء على هذه الامكانيات .

وكل مجموعة فنية تضم : (مخرج — كاتب سيناريو — مصور — مونتير) وتنقسم المجموعات الفنية الى نوعين :

الطرح المبيّن أعلاه والذي مفاده أن هناك بنية قانونية ضمنية، واقتصاد مُخَصخَص بشكل كبير يشجعان رغبة وقدرة البعض على احتكار السرديات الثقافية قد يوافق السياق المصري بشكل خاص. في ظل الحماس المتعلق بتزايد الجماهير التي تشارك بشكل نقدي في تشكيل المشهد الثقافي وتكوين تجارب جماهيرية جديدة؛ هناك سؤال هام يتمحور حول قوانين حقوق النسخ والملكية الفكرية التي تحدّ من نشر المنتجات الثقافية. الحصول على حقوق وتصريح عرض الأفلام يعد شبه مستحيل للعديد ممن لا ينتمون إلى مؤسسات معترف بها رسميًا؛ وهذا الأمر يعد عائقًا كبيرًا أمام أغلب من يديرون نوادي السينما وفي الوقت ذاته هو سبب وراء سعي هذه المجموعات إلى اتخاذ أُطر مؤسساتية. حتى نسخ بصيغة (دي في دي DVD) للأفلام الأجنبية يصعب الحصول عليها أو يمكن الحصول عليها بأسعار باهظة؛ لتصبح أكثر الطرق المتاحة لنوادي السينما والجمهور الأوسع للحصول على الأفلام هي تنزيل نسخ مقرصنة بواسطة الإنترنت؛ حجبت الحكومة المصرية عدد من مواقع التورنت مؤخرًا بسبب قوانين عالمية جديدة بخصوص القرصنة على شبكة الإنترنت منذ عام ٢٠١٣ إلا أن هناك - حتى الآن- بدائل يمكن الاعتماد عليها للوصول إلى الأفلام، ولا يمكن التأكد إلى متى سوف تظل هذه البدائل متاحة في ظروف الضغط العالمي لقوانين قرصنة أكثر صرامة.

ومع ذلك، في واقع الأمر، وفي أمثلة عديدة، الإنترنت ليس بالمكان المفتوح كما نود له أن يكون. في الأغلب، الإنترنت مكان له نظام مقيد وتجاري في المقام الأول. مواقع التورنت الأكثر شعبية والمنصات التي تتيح مشاهدة الأفلام مثل نتفلكس وأمازون اللذان ظهرا في مصر خلال الخمس سنوات الأخيرة تتيح بشكل أساسي الأفلام الروائية الطويلة السائدة سواء من مصر أو العالم.

تتشابه تصرفات الغالبية في اختيار الأفلام للمشاهدة على الإنترنت مع تصرفاتهم(ن) في اختيار الأفلام للمشاهدة في صالات السينما. في كلا الحالتين يقصدون الموقع أو دار العرض أولاً ومن ثم ومما هو متاح يختارون الفيلم الذي يرغبون في مشاهدته وليس العكس؛ بمعنى أنهم لا يخرجون بحثًا عن فيلم بعينه.[11] الأفلام التي تظهر على الصفحات الأولى للمواقع تأخذ الحظ الأكبر من المشاهدة وغالبًا ما تكون الأفلام التي يُرشحها الموقع بناء على المشاهدات السابقة للمُستخدِم(ة) أو على أساس التحديثات الأخيرة على الصفحة. وبالتالي قد تعكس العودة لثقافة نوادي السينما رغبة في مشاهدة أفلام بجودة صوت وصورة أعلى مما هو متاح على شبكة الإنترنت حاليًا ولكن ربما أيضا هي انعكاس لرغبة البعض في السيطرة بشكل محكم أكثر على نوعية الأفلام التي يشاهدونها ومن أجل الخوض في بحور الإنترنت الواسعة بحثًا عن الأفلام التي يريدون مشاهدتها غالبًا ما يحتاج هؤلاء إلى عمل تجمعات أو دوائر يمكن من خلالها أن يتحسسوا مسارهم(ن) عبر الإنترنت. واحد من أشهر نوادي السينما في مصر اليوم موجود على موقع فايسبوك ويضم أكثر من ثمانية عشر ألف عضوٍ. يشارك أعضاء نادي "محبي الأفلام غير الناطقة بالإنجليزية" تحديثات عن الإصدارات الجديدة من الأفلام وأخبار عن مهرجانات السينما وأحيانا يشاركون روابط لنسخ مقرصنة من أفلام نادرة من حول العالم ومن حقب زمنية مختلفة، يصعب الوصول إليها.

أتذكر أنني اهتممت من فترة بأفلام التقطيع أو ما يعرف باسم السلاشر فيلم (slasher films) وهي فئة صغيرة من أفلام الرعب. بدأتُ بمشاهدة الأفلام الأكثر شعبية من هذه النوعية والتي غالبًا ما كانت من الولايات المتحدة الأمريكية وأحيانًا كوريا الجنوبية و كان محتمًا علي أن أقرأ المدونات التي يكتبها عشاق أفلام الرعب لكي أكتشف المخزون الغزير لهذه النوعية من السينما حول العالم. ولأنه كان من الصعب أن أجد الأفلام التي كانت تُذكر في بعض هذه المدونات ولاسيما تلك التي تنتمي إلى حقب زمنية سابقة فكانت تغمرني فرحة كبيرة عندما كانت إحدى المدونات تلك ترفع نسخة مقرصنة عالية الجودة من الأفلام التي يتحدّثون عنها.[12] وذلك كله يجعلني أرجح أن في قلب حركة نوادي السينما المعاصرة رغبة للتعرّف على أصدقاء وصديقات من الحاضر أو ممن قد يكونوا فارقونا ولكن تركوا لنا ما يساعدنا في خوض المساحات ذات المسارات الغامضة للإنتاج الثقافي خارج الخريطة المألوفة.

11 يمكنكم(ن) الاطلاع على التحليل الإحصائي لمخرجات البحث الميداني الذي قام به مكتب فاي نولدج والمتاح عبر الرابط التالي: naasnetwork.org/all-resources (تمت آخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).

12 الإنترنت مساحة ممكنة لتطوير ما يمكن أن يكون مرادفا لمحال الفيديو في وقتنا. يتحدث مات لينش في مقاله " القراصنة كفيّمين/ات فنيين: نوادي التورنت على الإنترنت قد تصبح في يوم من الأيام آخر وجود حقيقي لنوادي الفيديو" والذي نشر في مجلة "فيلم ماكر" متحدثا عن مجهود فريد من قراصنة الأفلام في ترقيم ورفع نسخ نادرة من أفلام الدرجة الثانية على الإنترنت بالمجان. يمكن قراءة المقال عبر الرابط التالي .filmmakermagazine curatorial-pirate-١٠٤٩٣٤/com (تمت آخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).

intellectual property [...] will determine not simply the future direction of digital cinema but the nature of creative expression in the 21st century.[10]

The argument that there is a legal metastructure and a heavily privatized economy that encourage monopoly power over cultural mythologies is particularly resonant in the Egyptian context. In the shadows of a certain excitement over the rise of audiences who are self-reflexively participating in culture and forming new audience experiences is a serious concern around how copyright laws and intellectual property rights limit the circulation of cultural goods. Securing screening rights is almost impossible for initiatives outside of formal arts and culture organizations; to procure screening copies, one must be a recognizable entity. Screening rights are a major barrier to many who aspire to run film clubs, but are also a major reason why people create structures such as film clubs in the first place. Even DVD copies of foreign films are difficult to find or costly in Egypt, so many viewers turn to pirated copies; a handful of torrent sites have been banned by the Egyptian state since 2013 as a result of new international internet laws, but many alternatives are still available – for now.

In most cases, however, film watching on the internet is regimented within a preexisting system. The most popular torrent sites or commercial online film platforms, such as Netflix and Amazon (which only arrived in Egypt within the past five years), primarily upload Egyptian and international mainstream films. Films suggested on each site's home page – often based on past user activity, or most recently uploaded – are the first to catch the eye. Much like how most people pick films in theatres, online audiences visit a site first and then choose a film, rather than hunt for one in particular.[11] Thus the rise in film-club culture could correspond to an increasing desire for better quality images and sounds than those currently available on the internet, but also to an increasing desire to more actively curate the types of films watched. To venture into the open seas of the internet to look for films, one often needs to form alliances to guide the way. One of the most popular film clubs in Egypt today, with over 18,000 members, exists as a Facebook group titled "Non-English Movies Fan Club." Members post news about new theatrical releases and festivals but also share links for torrented copies of rare-to-find and at times obscure films from around the world. As it was and present. A few years ago, I got enthralled by slasher movies, a subgenre of horror; I watched some of the popular examples, which were mostly from the US and sometimes South Korea, but had to start reading blogs by horror fans to know what existed in the rich traditions of slasher films around the world. As it was difficult to find the older films mentioned, I was very happy to find some blogs uploading torrented copies of them in high definition.[12] This makes me believe film clubs are often animated by a desire to find friends as well, from the past and present, who can help us navigate the uncharted territories of cultural production outside of the widely known.

Film clubs might be one answer for how to organize public film screenings outside of dominant commercial networks, but they are also rich soil for growing cultural hierarchies and gatekeeper dynamics, and they continue to be mostly male-dominated spaces. Most film clubs in Egypt are started by film fans who take control of curating the program even if a voting system is in place. Yet what film clubs online and in real life show more than other types of cinema gatherings is that audiences today make only temporary alliances with others to plot possible paths for travelling through the dense forest of subgenres and niche films. These alliances are made deliberately and often guided by personal interests; as we grow bored of them, we form new ones and shuffle through the old, or simultaneously engage with many with varying intensities. There are always gatekeepers to culture, but we can now alternate between many different ones, often at the same time – this gives us a sense of greater control in shaping what journey through culture we want to individually take.

[...]

The films I love are the ones that I always want to watch in the movie theatre and not on my laptop or phone. I want to pay attention and have fewer distractions.

Port Said, women's discussion group (age 25–30)

10 See David Thorburn and Henry Jenkins, Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition (Massachusetts: The MIT Press, 2004), p. 309

11 See the analysis of field research data prepared by PHI Knowledge, accessible at naasnetwork.org/all-resources (accessed April 30, 2018).

12 The internet holds a promise to be the new equivalent of a video store. In "Curatorial Pirates: Torrent Internet Clubs May One Day be the Last Real Video Store," published in Filmmaker Magazine, Matt Lynch talks about the special efforts by pirates to digitize rare B-movies and upload them to the internet in high quality for free. filmmakermagazine.com/104934-curatorial-pirate (accessed April 30, 2018).

مقابلة مع ياسمين دسوقي وساندرا جوفاني

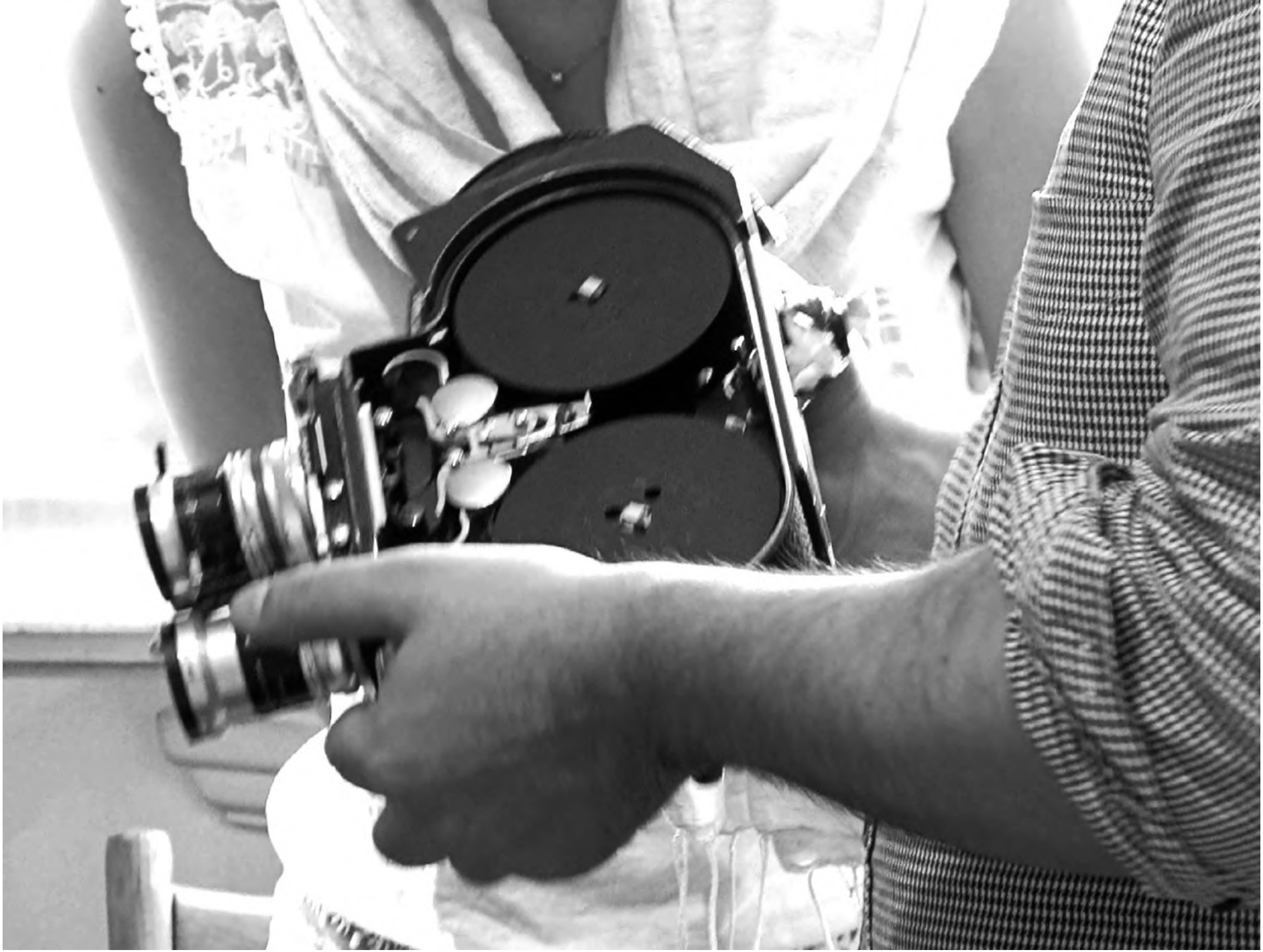
سيماتك - مركز الفيلم البديل

نور: فكرة المقابلات هذه مع أفراد يعملون في إطار مؤسسات سينمائية مختلفة هي تأمل طرق عمل تلك المساحات من منظور علاقتهم مع الجمهور والتدقيق في كيف تساهم اختياراتهم الإدارية والفنية في تشكيل وجلب جمهور وفي تطوير العلاقة معه. فإلى جانب أدواركما المختلفة داخل سيماتك فكلاكما تتفاعلان بشكل مباشر مع الجمهور في وتيرة شبه يومية من خلال بيع التذاكر قبل العروض. هل ورد في بالكما سؤال من هو جمهورنا؟ وإن كان قد ورد، في أي سياق، وماذا كانت الإجابة؟

ياسمين: يُطرح السؤال كثيرًا. الجمهور المتخيل في البداية كان من صناع وصانعات الأفلام والعاملين/ات حول السينما من نقاد وكتاب. بدأنا بورش عمل، فكنا دائما نقول إن هذه هي الدائرة الأساسية المفترض لنا خدمتها وأن أنشطتنا موجهة لها بالأساس سواء من ناحية برمجة الأفلام أو الورش أو المحاضرات ولكن الفكرة تغيرت مع الوقت لأن سيماتك نفسها توسعت في مواكبة للتغيرات التي طرأت على المشهد المحلي فيما يخص السينما وأصبح هناك أرشيف وهو مساحة للباحثين والطلاب بالإضافة إلى قاعة عرض ومكتبة. مؤسسو سيماتك في البداية، قبل بناء قاعة العرض الحالية، رأوا أن العروض في سيماتك بمثابة منبر لصناع وصانعات الأفلام الصاعدين/ات الذين لا يستطيعون عرض أفلامهم/ن لأسباب مختلفة. فمع وجود سيماتك يصبح بإمكانهم/ن استخدام المساحة لعرض ومناقشة أفلامهم/ن. لكن كما قلت تغيرت بعض تفاصيل فهمنا لدورنا وأثّر ذلك على نوعية البرامج التي نقدمها وجمهورنا المتخيل، مع التوسع، ومع فتح قاعة العرض الحالية وبدء العمل على الأرشيف والمكتبة، ومع انضمام أفراد جدد لفريق العمل. في البداية كان فريق سيماتك من صناع الأفلام. وفي ٢٠١٣ انضممت وساندرا وماجد لهم. ونحن لنا خلفيات متعددة ومختلفة عن بعضنا البعض.

نور: منذ بداية عمل سيماتك وهناك توتر ما بين اهتمامكم/ن بخدمة صناع وصانعات الأفلام من ناحية واهتمامكم/ن بالمشاركة في ثقافة سينمائية تلعب المشاهدة والبحث جزءا مهما منها من ناحية أخرى. هو توتر ربما يظهر لأن سيماتك تحاول أن تربط بين أنواع مختلفة من النشاط السينمائي، فتوجد بداخلها قاعة لمشاهدة وعرض الأفلام ومعامل تحميض ومونتاج ومعدات وأيضا أرشيف سينما ومكتبة. يبدو أن كل نشاط له جمهوره الأساسي وقد يختلف هذا الجمهور ما بين نشاط وآخر.

ياسمين: جاء اسم سيماتك من رغبة في التلاعب بلفظين. الأول هو لفظ "السيما" وهي الكلمة الدارجة عن السينما في العامية المصرية واستخدامها يسترجع بعض الأفكار والمشاعر عن جماهيرية السينما وعلاقة أماكن عرضها بأنشطة اجتماعية مختلفة. واللفظ الثاني هو "سينماتك" وهي مكان يحافظ على تاريخ السينما ويخلق مجالات وسياقات لزيارة وتناول هذا التاريخ بكل ما يحتوي من تجارب وصور وأفلام وكتابات في الحاضر. اللفظان يشيران إلى بعدين مختلفين من اهتمام سيماتك ودمجهما يجعلنا نتساءل بشكل دوري عن من هو جمهورنا و ماهية أنشطتنا والدوائر التي نخدمها. عندما بدأنا برنامج العروض



ورشة أنالوج زون#1، والتي نظمتها سيماتك بالتعاون مع لابور برلين من ٢٠١٢ إلى٢٠١٦، ٢٠١٢، بإذن من سيماتك - مركز الفيلم البديل،
المصور/ة غير معروف/ة

أثناء الافتتاح الرسمي لسيماتك في يونيو ٢٠١٥، بإذن من سيماتك -مركز الفيلم البديل، تصوير: إيهاب عبدو

كنا نفكر باستمرار في كيف يمكننا بناء جمهور من خلال البرنامج. جمهور يصير مع الوقت متورط في نشاط سيماتك وفي النقاشات والأنشطة الأخرى التي نقوم بها.

نور: ماذا تقصدين بـ "بناء جمهور من خلال البرنامج"؟

ياسمين: عندما فتحنا أبوابنا في ٢٠١٦ بعد الانتهاء من برنامج مراجعة الذاكرة كانت هناك تساؤلات عما نريد أن نعرضه في سيماتك. تساؤلات لها علاقة بمن هو جمهورنا المتخيل. كنا نعلم مثلا أنه من الضروري ترجمة الأفلام الأجنبية إلى اللغة العربية وكنا نعلم أيضا أننا نريد برنامجا يمكن أن يهتم به شرائح مختلفة وليس مجموعة ضيقة مثل جمهور وسط البلد أو جمهور صناع الأفلام فقط. بالتالي بدأنا التفكير في برنامج سبتمبر ٢٠١٦ وهذا البرنامج لم يكن مهتمًا بتيمة معينة وإنما بطرح مجموعة تساؤلات وأفكار حول السينما والأفلام والذاكرة الثقافية والنقاش حولها. برنامج سبتمبر ٢٠١٦، أول برامج سيماتك للعروض، كان يتساءل عن الهوية، هويتنا نحن كمساحة سينمائية في القاهرة اليوم، والهوية في ارتباطها بالفرد والمجموعة، وكيفية تشكيلها في علاقة مع المحيط من ديناميات سياسية واجتماعية وثقافية. سوف تجدين أن مقدمتا برامج أكتوبر وسبتمبر ٢٠١٦ تطرحان بعض هذه الاسئلة لأننا كنا كفريق عمل سيماتك حقا نتساءل عن ذلك، ولاسيما بعدما اضطررنا التوقف عن العمل فجأة في ٢٠١٥.

نور: سبق وقلتِ أنكِ لا تجدين متعة كبيرة في البرامج التي تبدأ من اهتمام بمحيط جغرافي معين، مثلا الاهتمام بالسينما من أمريكا الجنوبية أو السينما الأسيوية، وإنما تفضلين البدء من مجموعة أسئلة أو أفكار لها علاقة بالسينما ولغتها وما يحيط بها من مجتمع وتاريخ. مقدمات برامجكم حتى الآن تأتي في شكل دعوة للمشاهدة معا. أتذكر في مقدمة برنامج فبراير ٢٠١٧ أنكم كتبتم: "على الرغم من استحالة إنكار دور الإنترنت في مساعدتنا على الوصول لكمّ لا حصر له من المحتوى، إلا إنه لا يوجد مثيل لتجربة مشاهدة فيلم في صالة العرض. ولا يمكن للإنترنت أيضا أن يوفر الاعتناء الشخصي الذي يتحلّى به فريق سيماتك في تنظيم برنامج العروض، والتي يستمتع بتقديمها لجمهوره. في النهاية، كلما زادت مساحات عرض ومناقشة الأفلام، كلما زادت قوة الصناعة: وكفريق مُكَوّن من صناع أفلام، ومديرين فنيين ومؤرخين، نحن نعتز بهذه القيمة". كيف يمكن أن نربط ذلك بما طرحتِ عن العلاقة ما بين تشكيل برنامج العروض و"بناء جمهور"؟

ياسمين: ربما يرتبط الموضوع بخلفيتي لأني كنت أعيش خارج مصر فترة، وكانوا كل بعض الوقت ينظمون أسبوع فيلم عربي وكأن كون الأفلام "عربية" يكفي لعمل البرنامج أو لتقديمه للمشاهدين/ات هكذا كأفلام عربية. لم يكن الموضوع مشجع على الإطلاق بالنسبة لي. في سيماتك، برنامج "السينما العربية الوثائقية" كان له منطقة جغرافية يهتم بها لكن الاهتمام كان لربط الظروف السينمائية والثقافية والاجتماعية في هذه المنطقة بالإنتاج السينمائي فيها. عامة لا أفضل البرامج التي تأخذ تيمة معينة كإطار وإنما ستجدين أن الموسيقى تيمة موجودة في

معرض للمواد الأرشيفية في الموسم الأول من برنامج "مراجعة الذاكرة" في المساحة التي سوف تصير فيما بعد غرفة الأرشيف، ٢٠١٥،
بإذن من سيماتك - مركز الفيلم البديل، تصوير: إيهاب عبدو

برنامج مارس ٢٠١٧ مثلا. لكن ثمة فرق ما بين برنامج يحاول أن يستخلص تيمة مشتركة ويعرضها وبرنامج تتشكل من خلاله مجموعة من التساؤلات حول ماهية السينما البديلة كما فعلنا في برنامج أكتوبر ٢٠١٧ أو عن السينما العربية الوثائقية في برنامج إبريل/مايو ٢٠١٧ أو عن الموسيقى والسينما في برنامج مارس ٢٠١٧. في بعض الأحيان طرح مفهوم أو تيمة يستطيع الجمهور الإمساك بها والتفاعل معها يكون مقدمة لأسئلة أوسع قد يطرحها البرنامج في شكله المفصل.

نور: بالنسبة لي ما تطرحينه هو سؤال صياغة; صياغة سبب الاهتمام بموضوع ما، وقد يستطيع برنامج بدأ من اهتمام ببقعة جغرافية أو تيمة معينة طرح أسئلة مهمة حول الاستعمار وعلاقتنا مع الحدود أو التدقيق في حركة سينمائية جديدة تتشكل هويتها في أعمال مجموعة من السينمائيين/ات في تلك المنطقة. فما كتبتونه عن برنامج الموسيقى مثال عن ذلك في رأيي حيث ذكرتم/ن في مقدمة البرنامج أنه "سوف يكون التركيز مبدأيًا على الموسيقى كمصدر قوة للحراك الاجتماعي، وقدرتها على بلورة روح معينة، وحضورها كعنصر رئيسي في الثورات الشعبية". هل هو فقط موضوع صياغة بالنسبة لكِ؟

ياسمين: ربما، لكننا عملنا بشكل مختلف على برنامج مارس ٢٠١٧ لأننا بدأنا من تيمة الموسيقى وبعد ذلك بدأنا التفكير في كيف يمكننا أن نطور بعض المحاور حول هذه التيمة وما نقصده أصلاً باهتمامنا بها. فربما هو سؤال منهجيات عمل أيضا. وكان برنامج

ورشة مع المخرجة هالة لطفي حول تطوير الفيلم القصير والتي نظمتها سيماتك على مدار أسبوعين، ٢٠١٥ بإذن من سيماتك- مركز الفيلم البديل، تصوير: إيهاب عبدو

مارس ٢٠١٧ ناجح للغاية ولا أعلم إن كان ذلك بسبب بدء العمل على استراتيجية التواصل في نفس التوقيت ولا لسبب له علاقة بنوع البرنامج والاهتمام بالموسيقى. الحضور كان أعلى بشكل ملحوظ عما سبق.
ورجوعًا إلى سؤالك، سيماتك لا تحمل رسالة واحدة بلا شك - أقصد أننا لا نلجأ دائما لأطر مثل الهوية والاستعمار والحراك الشعبي وما شابه لتشكيل خطاب ما حول برامجنا. نهتم بالطبع بطرح هذه الأسئلة ولكن لابد من سياق أكثر تحديدًا نبدأ منه تشكيل نوع برنامج العروض وفي النهاية هو برنامج عروض سينمائية فالسينما بتاريخها وتجربة المشاهدة الجماعية هي الاستلهام الأول لنا.

نور: وعندما قلتِ "البدء في العمل على استراتيجية التواصل في نفس التوقيت" كنتِ تقصدين البدء في العمل عليها أثناء تشكيل البرنامج؟

ساندرا: لا، تعمل ياسمين على البرنامج وبعد ذلك أتشاور أنا وهي حول جانب التواصل مع الجمهور وكيف نريد أن نربط برنامج العروض بأنشطة أخرى مثل ورش العمل والمعارض والنقاشات وما إلى ذلك. تلك الأنشطة جزء من البرنامج ولكن نعمل معًا على كيفية تقديمها للجمهور.

نور: ما هي طرق التواصل الأساسية مع الجمهور؟

ساندرا: أرى فيسبوك الآن من أهم طرق تواصلنا مع الجمهور وهو يعطي الفرصة لتقديم عبره أنواع مختلفة من المحتوى. في سيماتك يوجد لدينا قائمة بريدية وهي مهمة للوصول للأشخاص الذين ليس لديهم/ن حسابات على فيسبوك ونستخدم القائمة البريدية غالبًا في إرسال برنامج الشهر وبعض المعلومات عن نشاطنا بشكل شبه دوري. لكن للتواصل اليومي أو الأسبوعي والإعلان عن الفعاليات والأنشطة أول بأول يكون عبر فيسبوك. وأعتقد أن الفئات العمرية الأصغر (١٨ سنه أو أقل) أصبحوا يستخدمون بشكل أكثر الآن الانستجرام وليس الفيسبوك لكن في سيماتك استخدمنا لإنستجرام مازال في طور التطوير.

ياسمين: ومنذ البداية كنا حريصين أيضا على طباعة البرنامج وتوزيعه في أماكن مختلفة وعلى وجود هوية بصرية قوية ومستمرة لبرامج سيماتك مما ساعد في التفاعل مع الجمهور عبر وسائل التواصل المختلفة.

نور: دعيني أعود إلى النقطة التي أثارتها ياسمين في البداية وهي أن سيماتك بدأت كمساحة تخدم بالأساس السينمائيين/ات و كما قلتِ تغيّر ذلك، كيف يؤثر هذا على تفكيركما في خطة التواصل؟

ساندرا: لا أرى أن السينمائيين/ات يحتاجون طريقة مختلفة في التواصل معهم/ن. المؤسسة تخدم جمهورها كما هو وليس كما تتخيله أن يكون. بمعنى أن جمهور سيماتك من خلفيات متعددة ونحن مهتمين/ات باستقبال أفراد من خلفيات متنوعة في الاهتمامات والسن والتخصصات فبالتالي هذا هو الدافع الأساسي

في تشكيلنا خطة للتواصل مع الجمهور.
ياسمين: صناع وصانعات الأفلام لهم/ن مكانهم/ن في سيماتك من خلال ورش العمل و معمل التحميض ومن خلال عرض أفلامهم/ن. ولكن الأشخاص الذين يأتون للورش ليسوا بالضرورة أولئك الذين يأتون للعروض والعكس صحيح. لو فكرنا كثيرا فيما تتوقع منا هذه أو تلك الفئة من الجمهور سنستهلك وقتًا بلا جدوى لأن الأهم هو تحديد رؤية واضحة لبرنامج سيماتك ولما نراه أنه القيمة التي تضيفها للمحيط بها من نشاط سينمائي وثقافي. وبالتأكيد هناك خلل في البنية التحتية للنشاط والعمل السينمائي وبالتالي من المهم توفير فرص لصناعة الأفلام ومناقشتها لكن ما الدور بالتحديد الذي نريد من سيماتك أن تلعبه في نشاط صناعة السينما هذا هو السؤال. رأينا أنه من المفيد ومن أكثر الطرق تأثيرًا أن تكون علاقتنا مع صانعات وصناع الأفلام قائمة بالأساس على عرض ومناقشة أفلامهم/ن.

نور: دعونا نعود إلى برنامج مراجعة الذاكرة وهو أول برامج سيماتك منذ افتتاحها في ٢٠١١ ولكنه لم يحدث داخل حيز مكان سيماتك وإنما في أماكن خارجه في شكل معارض وعروض ونقاشات وصدرت أيضا مطبوعة صغيرة. هل جمهور مراجعة الذاكرة أتى لاحقاً إلى سيماتك؟

ياسمين: برنامج مراجعة الذاكرة كان يركز على تطوير أرشيف سيماتك وعلى ضم مقتنيات جديدة له وعلى أفكار حول الأرشيف والتاريخ والذاكرة الثقافية السينمائية. كنت أذهب لمن كانوا مهتمين/ات بالتبرع بأرشيفهم/ن الشخصي. كنا نتحدث بالطبع عن سيماتك وكانوا يزورون المكان أحيانا قبل الانتهاء من تجهيزه. خلال البرنامج تحدثت مع أفراد مختلفة ولم يكونوا فقط من صناع وصانعات الأفلام أو الصحفيين/ات أو المهتمين/ات بتجميع مقتنيات حول الأفلام والسينما وإنما أفراد لهم اهتمامات متباينة. وبالمناسبة هؤلاء المجمعون/ات المهتمون/ات بتاريخ السينما المادي فئة أخرى تخدمها سيماتك ولعملنا معهم/ن في إطار برنامج مراجعة الذاكرة أصبح من الممكن الآن أن يأتي طلاب وباحثين/ات للاطلاع على مواد أرشيفية عن السينما.
وبرنامج عشاء سينمائي هو برنامج آخر خارج حيز مساحة سيماتك نقوم به مع مطعم عيش وملح ويجعلنا بشكل عضوي أن نوسّع دوائر جمهورنا بينما نستكشف سياقات جديدة للمشاهدة الجماعية للأفلام وأبعاد مختلفة للتجربة السينمائية.

نور: لدي سؤال قد يكون حساسا بعض الشئ: طُرحت في بعض حلقات النقاش التي قمنا بها فكرة احتياج مجموعات من الأفراد لمساحات آمنة ويرى البعض أن مساحات ثقافية مثل سيماتك قد تكون أقرب ما نملك إلى هذه الأماكن في الوقت الحالي بسبب تقلص المساحات التي تسمح للناس باللقاء والنقاش العام عن أمور تهمهم/ن. تذكرت هذه النقطة للتو لحديث ياسمين عن التجربة السينمائية وأهمية تعدد السياقات الاجتماعية التي تحدث فيها المشاهدة الجماعية.

[...]

ساندرا: مازلت أفكر في سؤالك. سؤال صعب لأني لا أفهم بالتحديد ما تعنيه أنتِ أو من ذكر هذه النقطة في حلقات النقاش بالمساحة الآمنة. هناك عوامل كثيرة خارجة عن أيدينا. لو وصل لنا مثلا أن هناك متحرش في المكان سوف نطرده بلا شك لكن قد تكون هناك أشكال من المضايقات لا تصل إلى علمنا. ولكن نحرص أن يكون فريق سيماتك متواجد في المكان أثناء وجود الجمهور للعمل على جعل سيماتك مساحة خالية من المضايقات بقدر الإمكان.

ياسمين: أكيد نحن في حاجة إلى أماكن نستطيع أن نقابل فيها أفراد آخرين يشاركونا في التوجهات والاهتمامات. لكن ما زالت هناك اختلافات بين هؤلاء الأشخاص لو نظرنا إليهم من منطلق آخر بعيد عن اهتمامهم/ن بالسينما. أعني أنهم قد يوافقون بعضهم الرأي حول السينما ولكن آرائهم/ن حول أمور أخرى قد تكون مختلفة تماما وهذا يظهر أحيانا في النقاشات.

نور: مصطلح "مساحة آمنة" معبأ بمعانى كثيرة ولكن دعونا نقول أني أقصد به مساحة واعية للهويات الاجتماعية المختلفة للأشخاص وواعية بتأثير هذه الخلفيات من ناحية النوع الاجتماعي، والطبقة، والعرق على تجربة الذهاب إلى السينما. فهي تجربة تختلف حسب الشخص الزائر لقاعة العرض وتتقاطع مع العلاقات الأوسع في المجتمع.

ساندرا: هذا له علاقة بمدى وعينا نحن كفريق سيماتك بهذه الأمور. حق للجمهور أن يكون سيماتك مكانا خاليا على قدر الإمكان من مضايقات نتاج أفعال مثل التحرش وما شابه من سلوكيات فيها عنف. نأخذ هذه الأمور على محمل الجد ولكن لا يمكنني أن أضمن أن نقاشا لن يتم خلاله طرح بعض الأفكار التي قد نختلف معها. مع وجود جمهور خلفياته متعددة هناك دائما احتمال طرح أفكار قد تختلف معها مجموعة أو أخرى.

ياسمين: بالطبع، أوافق مع ساندرا.
بالصدفة حدث ذلك على الأقل ثلاث مرات من فترة قصيرة أن آباء أو أمهات يأتون مع أولادهم أو بناتهم لسيماتك فقط للتأكد أن المكان - سينما في الدور الخامس في شارع عدلي - مناسب لوجودهم/ن فيه بمفردهم/ن. وفي رأيي غالبا ما يكون هذا له علاقة بالطبقة الاجتماعية لأنه يبدو في بعض الاحيان أن التخوف هو من وجودهم/ن في سينما في وسط البلد وليس بالضرورة من وجودهم/ن في السينما في العموم. وجودنا في وسط البلد أعتقد أنه يضيف بعدا أخر على سؤالك عن تأثير السياق الاجتماعي على تجربة الذهاب إلى السينما لأن سينمات وسط البلد في السنين الأخيرة أصبحت لها صورة معينة في الأذهان مرتبطة بما يحدث ربما أثناء الأعياد في السينمات التجارية من خناقات وتحرش ومضايقات.

نور: وهل ترون سيماتك دائما في وسط البلد؟

ساندرا: أنا أتخيل سيماتك في وسط البلد أو على الأقل قريبة من المراكز الثقافية الأخرى لأن جمهورنا مشترك نوعا ما وأعتقد قربنا

منهم يساعد على استمرارية وجودنا.
ياسمين: والبعد الجغرافي أيضا مهم لأن موقعنا في وسط القاهرة يجعل من السهل الوصول لنا. لا أراها خارج وسط البلد أيضا، كما قالت ساندرا، الشراكات مع المؤسسات الثقافية حولنا لعبت دورًا محوريًا في مساندة سيماتك في بداية عملها.

تقوم ياسمين دسوقي بتجميع وترميم الأفلام من خلال عملها على أرشيفات السينما وبرامج العروض وهي الآن المديرة الفنية لسيماتك- مركز الفيلم البديل في القاهرة. درست السينما وأرشفة الأفلام وحفظها في جامعة نيويورك ثم أتت إلى مصر للعمل مع أفلام مصر العالمية على أرشيفهم.

ساندرا جوفاني تعمل مسؤولة تواصل في سيماتك منذ صيف ٢٠١٧. وفي ٢٠١٤ كانت من فريق تأسيس سيماتك. وفي ٢٠١٥ كانت تعمل منسقة مشروعات في مجال البرمجيات.

قد تكون نوادي السينما شكلًا من أشكال مُحتملة لتنظيم عروض خارج الشبكات التجارية ولكن تلك النوادي هي أيضا تربة خصبة لنمو تراتبيات ثقافية وديناميات مرتبطة برغبة البعض في الحفاظ على سلطتهم(ن) الثقافية ولاتزال نوادي السينما مساحات يغلب عليها الذكور. أكثرية النوادي التي بدأت في الظهور مؤخرًا يديرها أفراد ممن قرروا أن يأخذوا بزمام الأمور ويسيطروا بشكل أكبر على ما يشاهدون من أفلام وغالبًا ما يصبحون بمثابة أوصياء على نوادي السينما التي يؤسسونها حتى وإن كان هناك نظام اختيار قائم على التصويت للأفلام التي يعرضها النادي.

وبالرغم من أهمية الاعتراف بذلك إلى أن نوادي السينما توضِّح أكثر من غيرها من سياقات المشاهدة الجماعية للأفلام أن الأفراد من جماهير السينما اليوم، وخاصةً المولوعون بالسينما منهم(ن)، يعقدون تحالفات مؤقتة فقط مع بعضهم البعض بشكل مُتعمّد لكي يجدوا طريقهم(ن) عبر الغابات المعتمة الممتلئة بالأفلام بعيدًا عن الأضواء الساطعة، مثل أفلام التقطيع وغيرها من الأنواع الفرعية. يدفع البعض إلى هذه التحالفات المؤقتة الاهتمام اللحظي بنوعية محددة من الأفلام ولكن عندما يسأمون منها يبحثون عن غيرها و ربما تستمر التحالفات تلك في الوقت ذاته مع تحالفات أخرى ولكن تعطيها الانتباه بشكل متفاوت حسب اللحظة. هناك دائما من يحددون مسبقًا المسار لغيرهم(ن) وهذا قد لا يكون بالضرورة فرض سيطرة ولكن ربما ما يختلف اليوم عما سبق هو أننا نتحرك بين هؤلاء وبالتالي نسافر على مسارات عدة عبر تاريخ السينما وهذا يعطي شعور بحرية أكبر في الاختيار.

[...]

الأفلام التي أحبها هي الأفلام التي أود دائمًا مشاهدتها في دور السينما وليس على شاشة الكمبيوتر أو التليفون. أود حينها أن أعير انتباهي للفيلم وأن أقلل من مصادر تشتيت الانتباه.

بورسعيد، مجموعة نقاش خاصة بالرجال (بين سن ٢٥ و٣٠)

إن دور سينما "آي ماكس" تجعلنا نشعر وكأننا داخل الفيلم؛ ولكن للأسف ليس هناك إلا واحدة فقط في مصر كلها، كما أنها بعيدة. نحن ندّخر المال لكي نذهب إليها؛ فهي ليست كأي دار سينما تقليدية.

القاهرة، مجموعة نقاش خاصة بالرجال (بين سن ١٨ و٢٥)
(هذا الاقتباس من البحث الذي قامت به زاوية سينما)

ليس لدينا هنا حرية اختيار أي الأفلام نشاهد في دور السينما. لدينا فقط دار سينما واحدة أو اثنتين في المنيا، وتظل الأفلام نفسها تعرض بهما لشهور عدة. إذا كنت قد شاهدت هذين الفيلمين بالفعل، لا يعد لديك أية اختيارات أخرى إذا رغبت في الذهاب إلى دار السينما.

المنيا، مجموعة نقاش خاصة بالرجال (بين سن ٢٥ و٣٠)

لعبت إباء التمامي دورًا هامًا في تشكيل منهجيات البحث الميداني في هذا المشروع. وهي خبيرة تسويق واستراتيجية، كانت في الشهور القليلة التي سبقت العمل الميداني لهذا المشروع تخطِّط مع سينما زاوية في القاهرة دراسة ميدانية لتطوير استراتيجيات بناء جمهور لدى مؤسستهم. كنا نتسائل في عملنا معًا عن التغيرات المحتملة التي قد تطرأ على عادات الجمهور في الذهاب إلى السينما في حال توفرت عروض لمجموعة أكثر تنوعًا من الأفلام في مساحات عرض السينما. يمكن أن نسأل هنا عن نسبة الجماهير التي قد تذهب بالفعل لمشاهدة هذه الأفلام. وكان هناك بُعد عملي أيضا لتساؤلاتنا وهو توفير معلومات عن جماهير السينما قد تستفيد منها مؤسسات السينما لتطوير استراتيجيتها لبناء الجمهور. تلك المعلومات تخص أوقات العرض الأكثر تفضيلًا من قِبل الجمهور وأنواع الأفلام الأكثر شعبية، والطرق التي يصل من خلالها الجمهور إلى معلومات عن العروض والأفلام الجديدة، وهل تفضل الغالبية الذهاب إلى السينما في مجموعات أم كل شخص بمفرده.

المعلومات المُتاحة لمؤسسات السينما، كي تستعين بها في تطوير أساليب عمل تساهم في توطيد العلاقة مع جماهير السينما، قليلة جدًا. إتاحة مثل تلك المعلومات قد يساهم في

تامر السعيد أثناء تقديم فيلم "جيران" في حضور مخرجته تهاني راشد في الموسم الأول من مراجعة الذاكرة في يونيو ٢٠١٥، بإذن من سيماتك -مركز الفيلم البديل، تصوير: إيهاب عبدو

فاروق الباظة

لماذا أثرت مشكلة السينما في مجلس الشعب؟

تحت قبة مجلس الشعب اثيرت قضية خسائر مؤسسة السينما التي طرحها النائب احمد طه .. ورد على السؤال الدكتور عبد القادر حاتم نائب رئيس مجلس الوزراء للثقافة والارشاد وطفت الى السطح اكثر من مشكلة كلها تدور حول التدهور الذى وصلت اليه صناعة السينما ..

اسمى احمد طه .. نائب عن العمال فى مجلس الشعب» دائرة قسم الساحل » .. اقول أن القضية ليست قضية سينما فى حد ذاتها وانما هى جزء من قضية عامة كشفت عنها ثورة التصحيح فى مايو وكان لابد من التصدى لها والواقع ان السينما هى الثغرة الضعيفه التى أمكن التسلل اليها لطرح قضية الفساد وليس صدفة انه فى اليوم التالى لاجتماع مجلس الشعب صدر قرار بأحالة المسئولين عن الخسائر فى داد التعاون الى مكتب المدعي العام .. وفيما يتصل بقضية السينما اريد ان أقول أن على يجعل من الممكن معرفتى بما يجرى داخل هذا القطاع من قطاعات الفن وحدث أننى اطلعت منذ عام مضى على بعض التقارير الرسمية التى تتناول ما يجرى فى مؤسسة السينما وهالنى ماقرات وخاصة أن هذه التقارير أعدتها اجهزة رسمية ومسئولة وعلى القور تقدمت بومها بسؤال عن صحة هذه الوقائع ومرت الايام دون رد حتى كانت حركة التصحيح فى ١٥ مايو فدعيت الى رئاسة المجلس .. وطلب منى أعادة تقديمه من جديد ولكن المجلس السابق حسل دون أن اتلقى الاجابة .. وانتخبت عضوا فى المجلس مرة اخرى .. واعدت تقديم السؤال ولم اسمع الى اجابة ثم تغيرت الوزارة وطبقا للائحة يجب أعادة تقديم الاسئلة فأعدت تقديمه للمرة الرابعه . وكان حافزى على الاصرار فى اثارة هذه القضية أننى لا اتصور أن تهدر أموال الشعب بهذه الطريقة ... هناك اسماء لكتاب لامعين ومعروفين جرى التعاقد معهم ودفعت لهم مبالغ كبيرة لقصص مازالت تدور داخل أذهانهم .. والقضية من وجهة نظرى ليست قضيه خساره فى عمل معرض للمكسب والخسارة فى ظروف معلومه ومحدده . ولكن ما جرى فى قطاع السينما ليس قضيه خسارة وانما قضية فساد وقد تحول بعض سماسرة موقعى المؤسسة الى منتجين لامعين ومؤلفين من وجهه نظر المتعاملين معهم وفرضوا قصصهم الهابطة على السينما رغم معارضه لجان النصوص وغيرها من الاجهزة المسئولة وما قلته لم يكن مفاجأة للكثيرين وانما السؤال هل اصبح العمل الوطنى عاجزا عن التصدى لهذا الفساد ؟. وهل قدرتنا على التصحيح اصبحت أضعف من أن تطاول قدرة أنصار الفساد ؟.. والقضية تناقش كيف حدث هذا العجز ؟ ومن المسئول عنه ؟ وما هى الاجراءات التى يجب أن تتخذ لعقاب المتسببين فيه .. وعندما اعلن السيد نائب رئيس الوزراء اقراره بالعجز قمت بالعقب واشهد أننى بدلت جهدا خارقا للسيطرة على انفعالى بسبب عمق الجرائم التى ارتكبت وسجلتها التقارير الرسمية . وطلبت اعادة النظر فى كل الاتفاقات التى قدمتها مؤسسة السينما على سبيل المثال . مبانى دور العرض نلاحظ أن عقد ايجاد سينما ومسرح قد رفع رفض مجلس الادارة بينما تستأجر المؤسسة دور عرض اخرى وتدفع فيها مبالغ كبيرة وهناك جزء آخر من سؤالى هو تأكيد الدور الخاص بالقطاع العام فى مجال السينما وخاصة انه كانت هناك مخاوف حول تصفية هذه الدور ولقد جرى الاتفاق بينى وبين السيد نائب رئيس مجلس الوزراء على الا تصبح هذه القضية مجرد فرصة للتخلص من الدين أساءوا الى صناعة السينما وانما يجب ان يشترك فى التحقيق معهم عناصر فنية تحقق لنا السبل الامثل فى ادارة هذا القطاع ..

الدكتور عبد القادر حاتم

● ٢٥ مليون جنيه اعتمدت لإنشاء ٥٧٥ دار للعرض بالقرى

فيلمان فقط

وكان رد السيد الدكتور عبد القادر حاتم نائب رئيس الوزراء للثقافة والاعلام يتضمن هذه الحقائق ..

– أشترت المؤسسة ١٣٥ قصة وأبرمت عقودا لسيناريوهاتها وحوارها دفع من اثمانها ١٣٨٤٣١ جنيها وقد ظلت هذه الاعمال بغير انتاج حتى ٢٨ نوفمبر عام ١٩٧١ ..

– بلغ العجز فى افلام القطاع الخاص التى مولتها المؤسسة بسلفيات مقابل توزيع واستغلال هذه الافلام منذ يوليو ١٩٦٨ وحتى يونيو ١٩٧١ – ١٠٥٩٥٩ جنيها

وجد ان هناك ٦ افلام للقطاع الخاص مولت عن طريق المؤسسة ولم يتم استكمالها حتى ١٩٧١/١١/٢٨ وكان قد دفع منها ٧٣٥٠٥ جنيهات

– من الافلام المشتركة وجد ان فيلم « الناس والنيل » انفق عليه ١٣٠٫٠٠٠ جنيه لم انفق عليه بعد ذلك ٥٨٠٠٠ جنيه مصاريف اعادة وبذلك وصل اجمالى المنصرف على هذا الفيلم ١٨٨٠٠٠ حتى ٢٨ نوفمبر ١٩٧١ ولم يكن بدأ استغلاله بعد فى ذلك التاريخ

– منى قطاع الاستوديوهات خلال العام المنتهى فى ٣٠ يونيو ١٩٧١ بخسائر بلغت ١٠٫٠٠٠ جنيه

قدرت الخسائر التى تعرضت لها الافلام التى انتجتها المؤسسة بحوالى خمسة ملايين جنيه فى السنوات الخمس الاخيرة .. وهناك فيلمان فقط حققا ربحا هما « ميرامار » قصة نجيب محفوظ وأخراج كمال الشيخ و «نادية» تأليف يوسف السباعى

● سؤالى لمدير النور الابعد ثورة التصحيح فى مايو

● دفاع المؤسسة يقول: إن قطاع السينما لم يخسر!

واخراج بدرخان ومن الافلام التى حققت خسائر فادحة «غرام فى الكرنك » ٨٩١٠٦ جنيهات و «فجر الاسلام» ١٠٥٤٢٠ جنيها و « جزيرة العشاق » ٤٢١٦٢ جنيها ..

وجاء فى رد نائب رئيس الوزراء أيضا ما يلى :

– هناك خطة لتنشيط الانتاج المشترك الذى يحقق للدولة المنتجة عائدا من العملات الاجنبية مع الافادة من ايجابيات التجارب السابقة فى الانتاج المشترك والتى حققت فى الماضى ايرادا كبيرا من العملات الاجنبية وصل فى عام ١٩٦٦ الى ٢٫٩٠٠٫٠٠٠ دولار .

وتولى الوزارة اهتماما خاصا بانشاء دور العرض السينمائى بالقرى والمدن والعواصم الكبرى لتوسيع دائرة جمهور السينما داخليا وتمكين الفيلم من تغطية تكاليفه من العرض بالداخل وتجرى الان اتصالات مع الجمعيات التعاونية الزراعية والاتحاد الاشتراكى العربى لاعداد المقار المناسبة لدور العرض كما تجرى اتصالات مع الاتحاد السوفييتى لتزويد هذه الدور بآلات العرض واعتمد مبلغ ٢٥ مليون جنيه لانشاء ٥٧٥ دارا للعرض بالقرى وامدت خطة لتوزيع الفيلم خارجيا بالبلاد العربية والاسلامية وحيث توجد جاليات عربيه بكندا وامريكا اللاتينية ..

يوسف السباعى

نجيب محفوظ

● القضية ليست قضية خسارة .. بل قضية العبث بأموال الشعب

احمد طه

● سيعاد بناء صالة السينما على أسس دون تحميلها بأخطاء الماضى

دفاع المؤسسة

ولكن ما هو رد مؤسسة السينما على الاتهامات التى وجهت اليها .. فى مذكرة خاصة اصدرتها هيئة السينما والمسرح والموسيقى جاء فيها ما يلى بعد استعراض تاريخ صناعة السينما منذ بدأ القطاع العام

– ان المرحلة الاولى التى بدأ فيها نشاط القطاع العام فى صناعة السينما استهدفت أنتاج أفلام سميت أفلام هادفة لم تستطع لاعتبارات تتعلق بطبيعة جمهور السينما فى العالم العربى باعتباره المستهلك الرئيسى للفيلم المصرى أن تحقق نجاحها المنشود .

– المرحلة الثانية منذ عام ١٩٦٩ حتى الان واتسمت بالاقبال على انتاج أفلام ذات مستوى كبير مثل « نادية » و « الارض » و « ميرامار » و « الاختيار » واستطاعت هذه الافلام ان تتعدى مدة العرض الاول بما يجاوز عشرة اسابيع وتوسع الانتاج بالقدر الذى استعاد الى السينما المصرية فنانيها وفنييها المهاجرين وامتص قوى العمل السينمائى كاملا فى التشغيل وحال دون انحسار الفيلم عن شاشات العرض فى العالم العربى ..ولكن لماذا اثير التساؤل ان الخسائر عن المدة من عام ١٩٦٣ حتى ٣٠ يونيو ١٩٧١ بلغت ٥٢٧٢٦٦٧ جنيها ؟.

اسباب هذا العجز ان مؤسسة السينما وشركاتها خلال هذه الفترة تحملت اعباء غير عادية لا دخل لارادتها فيها وترتب على ذلك أن تحملت المؤسسة مبالغ طائلة تمثل حصيلة مجموع الاعباء الملقاة على عاتق المؤسسة والتى لا شأن لنشاطها العادى بها ويمكن اعفاء المؤسسة منها لو ان الدولة وفرت لها رأس المال العامل والسيولة اللازمة .. مثلا كان على المؤسسة نظرا لعدم كفاية رءوس الاموال المستثمرة ان تلجأ للاقتراض من وزارة الخزانة والبنوك التجارية بفائدة تصل الى ٧٪ وتحديد نسبة مرتفعة لقواعد أهلاك تكاليف انتاج الفيلم عند توزيعه خارج الجمهورية والمحدد لها ٦٠٪ من تكاليفه .. واذا اعدنا النظر من وجهة حسابات الدخل القومى فان المؤسسة قد حصلت من الدولة على مبلغ ٦٥٧٨١٥٦ جنيها واستردت منها مبلغ ٦٢٢٩٥١٦ جنيها ؟

ويجب أن نشير الى أن الفيلم المصرى استطاع خلال الفترة السابقة ورغم الحملات الشديدة ان يحقق نجاحا جديا فى المهرجانات الدولية مثل افلام الموميا والاختيار والفلاح الفصيح بالاضافة للافلام التى حققت نجاحا تجاريا مثل ميرامار ونادية والارض والسراب والرجل الذى فقد ظله وناصر الشوق وملكة الليل ...

مجلة الكواكب، العدد ١٠٧٨، طبعة ٢٨ مارس ١٩٧٢، صفحة ١٠-١١، بإذن من مركز الثقافة السينمائية، تصوير: أمنية صبري

The IMAX theatre make us feel like we are inside the film, but there is only one in Egypt and it is far away. We save money to go there. It is not like the traditional cinema theatre.

Cairo, men's discussion group (age 18–25)
(This quotation is from the research done by Zawya Cinema)

We have no freedom to choose which films to watch in the cinema theatre here. We have one or two cinemas in Minya and they have the same films screening for months. If you have seen these two already, you have no other options for going to the cinema.

Minya, men's discussion group (age 25–30)

Eba'a El-Tamami worked on shaping the fieldwork phase of this project in important ways, and in the months directly preceding it had been planning an audience-building research plan with Zawya Cinema. Together we wondered who, if more diverse films were made available in screening venues across the country, would go and watch them. Very little information is available on audiences for cinema organizations to use in order to create audience-building strategies, such as information on most popular screening times, preferred genres, how audiences get their information about screening options and new film releases, and whether people tend to come to cinemas in groups or alone. We wanted to make such information available. Many distributors, producers and exhibitors of cinema in Egypt are baffled by audience patterns. Some film events are packed, while similar events barely have ten attendees. It is often said that one of the shortcomings of today's Arab film industry is its weak marketing tools, and we wanted to see what would happen if we tackled the question of audiences from this angle, as a practical end. (On the next page, you can read a conversation in which Eba'a and I talk about the field research and the potential of using information derived from the statistical analysis of it in developing audience-building strategies.)

توضيح الأنماط والعادات التي تتفاعل من خلالها جماهير السينما مع دور العرض ومع الآليات المختلفة لتوزيع ومشاهدة وإنتاج الأفلام. انتشر الحديث مؤخرا عن صعوبة فهم الجمهور؛ في بعض الأحيان تكون العروض ممتلئة دون موضع لقدم فيها، وفي أحيان أخرى عروض مشابهة بالكاد يأتي إليها عشرة أفراد. حيّرت الأسباب وراء ذلك العديد ممن يعملون في المجال وأصبحت الإجابة المعتادة أن صناعة السينما في مصر بكل مكوناتها من عرض وتوزيع وإنتاج بحاجة إلى استراتيجيات تسويق أفضل. ففي العمل مع إباء رُبطت مسألة الجمهور بمنظور التسويق لما يحمله من بعد عملي لمؤسسات السينما اليوم وهو منظور آخر ضمن عدد من طرق النظر المطروحة. (في الصفحة التالية تجدون حوار مع إباء التمامي حيث تتحدّث عن العمل الميداني وعن إمكانية مساهمة المعلومات التي توصلت إليها فاي نولدج - من خلال التحليل الإحصائي لمخرجات البحث الميداني - في تشكيل استراتيجيات تواصل وبناء جمهور لمؤسسات السينما على أنواعها.)

مقابلة مع إباء التمامي

ترجمها أحمد حوزة

نور: هذا الحوار ينتقل بتركيزنا إلى النظر نحو الداخل. لقد شاركتِ في مرحلة العمل الميداني ضمن هذا المشروع، وأريد أن نناقش المنهجية المستخدمة ولماذا قد تكون هذه الدراسة مفيدة في وضع مؤسسات السينما اليوم لاستراتيجيات بناء الجمهور، كما أرغب في تتبع عملية التفكير التي قادتنا لاتخاذ بعض القرارات أثناء العمل الميداني. بدأنا في التواصل معًا في ٢٠١٦، لكن مشاركتك أطول من ذلك مع شبكة الشاشات العربية البديلة (ناس) ومع سينما زاوية، أحد أعضاء الشبكة.

إباء: دُعيت لحضور ورشة (ناس) الإقليمية في ٢٠١٥. وجرت العديد من النقاشات خلال الورشة حول إمكانية أن تحظى الأفلام المصنوعة خارج المنظومة التجارية بجمهور يتجاوز دائرة المجتمعات المشغولة بذلك. وتكررت الإشارة لمصطلح «بناء الجمهور» طوال الورشة. وقتها، أردت أن أقترح عليهم أنه على الرغم من تخميناتنا حول قدرة وصول هذه الأفلام إلى المزيد من الجماهير، فإن ما نحتاجه فعلًا هو إجراء دراسة تسويقية لكي نصل إلى صورة أوضح وأدق بشكل فعلي وإلى معلومات تساعدنا على الوصول للجمهور المحتمل والقائم بفعالية أكبر.

ولم تتسن لي فرصة طرح هذا الرأي أثناء الورشة، لكن بعدها بعام أخبرت يوسف الشاذلي من سينما زاوية (بالقاهرة) بأن هذا المشروع البحثي هو ما نحتاجه الآن. كان لدى زاوية قاعدة جماهيرية متزايدة وعلى دراية بالسينما تحضر بانتظام. ولأن فريق زاوية في ذلك الوقت كان يعمل على إدارة شاشة عرض واحدة، فكان هناك احتياج حقيقي للتوسع لأسباب متعلقة ببرامج العروض، للتمكّن من إدارة أكثر من شاشة واحدة في نفس الوقت؛ ولأسباب الاستدامة، لجذب أعداد أكبر من الجماهير وهو ما يعني مزيدًا من الإيرادات وغالبًا المزيد من الرعاة.
نور: وكيف انتقلتِ من هذه الدراسة التسويقية مع زاوية إلى العمل مع شبكة (ناس) على دراسة ميدانية مشابهة لكن مع بعض الاختلافات؟ فالبحث الميداني الذي عملنا عليه سويًا لم يكن في القاهرة وحدها، لكنه امتد لست مدن أخرى، وكان اهتمامنا منصبًا على تتبع عادات مشاهدة الأفلام والذهاب إلى السينما في مصر بشكل عام، وخاصة على تقاطع تلك العادات مع الأفلام المصنوعة والمتداولة خارج الدوائر التجارية المهيمنة في صناعة السينما.

إباء: مع سينما زاوية كان علينا صياغة أسئلة لتساعدنا على فهم جمهورهم الموجود في وقت البحث، وهو ما فتح الطريق أمامنا للتفكير بشكل موسع في خصائص الجماهير التي تذهب بالفعل لـمساحات العرض البديلة التي تقع خارج الدوائر التجارية السائدة للعرض والتوزيع السينمائي. وكان علينا طرح أسئلة مثل: من هو الجمهور الذي يحضر أفلام زاوية؟ ما هي الخصائص المشتركة بينهم؟ كم تبلغ أعمارهم؟ هل ينتمون لشريحة الطلاب؟ هل يحضرون كأفراد أو في مجموعات؟ أين يقيمون؟ ما هي تكلفة التذكرة التي يمكنهم دفعها؟ ما هو معدل حضورهم لسينما زاوية؟ لماذا لا يحضرون بمعدل أعلى؟ كيف يرون زاوية كما هي الآن؟ كيف تعرفوا على زاوية لأول مرة؟

وتنبع أهمية هذه الأسئلة من عدة أسباب. فعلى سبيل المثال، إذا قررت زاوية التوسع والانتقال فإن الإجابات على هذه الأسئلة ستؤثر على اختيار المنطقة. على سبيل المثال، إذا كان معظم جمهور زاوية من سكان الدقي، وتَقرّر الانتقال لمدينة نصر، فستخسر زاوية قاعدة جمهورها القائمة وهذا يجعل قرار الانتقال إلى مدينة نصر قرارا غير صائب. كما تساهم هذه الإجابات في مساعدة زاوية على التواصل مع جمهورها القائم والتوجه إلى الجمهور المحتمل بفعالية أكبر.

نور: تغيرت هذه الأسئلة في البحث الميداني الذي عملنا عليه معًا لأننا لم نركز على مساحة واحدة مثل سينما زاوية. فالجمهور الذي كنا مهتمين بمعرفة المزيد عنه في الأساس هو «الجمهور المحتمل» للمساحات البديلة لعرض السينما وللأفلام التي غالبًا تعرضها تلك المساحات -الأفلام المنتجة خارج شركات الانتاج والتوزيع المهيمنة في مصر. قضينا بعض الوقت نفكر في ملامح الأفراد المنتمين لهذا الجمهور المحتمل، وقررنا أن الجمهور المحتمل هو مجموعة الأفراد التي ترغب في مشاهدة أنواع مختلفة من الأفلام، خاصة تلك المنفتحة

Nour: This conversation shifts the attention inwards. You were involved in the fieldwork phase of the project and I want to discuss with you the methodology used and why a study like this might be useful in creating audience-building strategies for cinema organizations. Also I want us to trace back the thinking process behind some of the decisions we took. We began talking in 2016 but you had a longer involvement with the Network of Arab Alternative Screens (NAAS) and with one of its members, Zawya Cinema.

Eba'a: I was invited to attend the NAAS regional workshop in 2015 where there was a lot of discussion around whether films made outside the commercial system could have an audience beyond our existing communities. "Audience building" was the term to which we kept coming back during the workshop. At the time, I wanted to suggest that even though we have guesses about the potential of these films to reach more audiences what is needed is a marketing research study that would give us some empirical analyses and provide information on how to effectively reach current and potential audiences. I didn't get a chance to share my opinion during the workshop but a year later I suggested to Youssef Shazli from Zawya Cinema (in Cairo) that this research project was needed. Zawya was gradually growing an audience base that knew of and came to the cinema. The Zawya team, at that time, was managing only one screen and there was a real need to expand. This is for both programming reasons, to run more than one screen simultaneously, and for sustainability reasons, to attract bigger audience numbers which means more ticket sales and as a result more potential sponsors.

Nour: How did you transition from this marketing study with Zawya to working with NAAS on a field study that is similar but with some differences. The field research we worked on together was not only in Cairo but extended to six other cities as well. We were interested in broadly outlining cinema-going and film-watching habits in Egypt and specifically in knowing how these habits impacted films made and circulated outside of the dominant commercial circuits of the film industry.

Eba'a: With Zawya Cinema we had to formulate questions that could help us understand their current audience. These questions included: Who is the Zawya-going audience? What do they have in common? How old are they? Are they mostly students? Do they come individually or in groups? Where do they live? How much can they pay for a ticket? How often do they come to Zawya? Why don't they come more often? What do they think of Zawya as it stands? How did they hear about Zawya originally? This opened way to a broader inquiry into the characteristics of audiences already attending alternative cinema exhibition spaces outside of the commercial circuits for film exhibition and distribution.

The answers to these questions could guide an organization in many ways. If Zawya decides to expand, knowing the answers to these questions would aid their search for a location. Hypothetically, if the majority of Zawya's audience comes from Dokki then moving to Nasr City would make Zawya lose its existing audience base and this makes it an unreasonable move. Also, the answers to these questions can help Zawya communicate with and target its existing and potential audience more effectively.

Nour: These questions, however, changed in the field research we worked on together because we did not have the anchor of a specific space like Zawya Cinema. The audience we were primarily curious to know about was the potential audience for alternative cinema exhibition spaces and for the films they often screen (films produced outside of the dominant production and distribution companies in Egypt). We spent some time thinking about what makes someone fall into the category of potential audiences. After a while, we decided that a member of our potential audience is one who is open to watching different types of films, especially those that are adventurous in their storylines, aesthetics, styles or tempos, and is also someone willing to go watch these films around a cinema screen together with others.

Eba'a: In the project with NAAS, we began from where we left off with Zawya. We wanted to draw a picture of the people who already go to alternative cinema exhibition spaces outside of Cairo and those who have not yet been to any of these alternative spaces but would potentially do so if they knew

على طرق سرد وجماليات وأساليب وإيقاعات مونتاج غير مألوفة، وإلى جانب ذلك هي أيضا المجموعة المستعدة للذهاب لقاعات العرض للفرجة على هذه الأفلام على شاشة سينما بصحبة أشخاص آخرين.

إباء: في مشروعنا مع شبكة (ناس) بدأنا من حيث انتهى العمل مع زاوية، أردنا معرفة من هم الأشخاص الذين يذهبون بالفعل للمساحات البديلة لعرض السينما خارج القاهرة، ولماذا يذهبون لهذه المساحات. كما أردنا أن نتعرف على الجمهور المحتمل الذي لم يذهب من قبل لهذه المساحات البديلة ولكنه قد يذهب لو سمع عن وجودها واقتنع «بتجريبها» من خلال مجهودات التواصل من قبل مؤسسات السينما. يتحدث الكثيرون من مجال صناعة الأفلام المستقلة عن الحاجة لـبناء الجمهور، ولكي نتمكن من تحقيق ذلك بشكل فعال فإننا بحاجة لمعرفة من هو جمهورنا المحتمل وما هو الحجم الحقيقي لهذا الجمهور. علينا أن نجري مسحًا شاملًا لعادات حضور السينما في مصر وللجماهير التي تذهب إلى مساحات عرض السينما بأنواعها. من هو الجمهور الحالي الذي يذهب لدور السينما بالفعل، كم تبلغ أعمار الأشخاص الذين يذهبون بانتظام، وما هي العادات السائدة في الذهاب للسينما ومشاهدة الأفلام، هل مثلا يختار أفراد الجمهور الفيلم ومن ثم يختارون قاعة العرض بناء على ذلك، أم يختارون قاعة العرض ومن ثم يقررون الفيلم عند وصولهم للمكان. ما هي دور العرض التي يذهبون إليها بكثافة عالية، ما هي أنواع الأفلام التي يشاهدونها، وقبل كل ذلك، كم منهم قد يستمتع بمشاهدة أنواع الأفلام التي تُعرض من خلال برامج المساحات البديلة عادة. إذا تمكّنا من تحديد حجم مجموعة الأفراد من بين الجمهور الكلي الذي يذهب للسينما في مصر، الذين يُعتبرون جمهورًا محتملًا لأفلامنا ولمساحات العرض البديلة التي نعرض فيها هذه الأفلام (الأفلام ومساحات العرض المستقلة إن صح التعبير)، فمن ثم سيمكننا اكتشاف المزيد من المعلومات عن كيفية التواصل معهم. في حالة سينما زاوية، إذا قررت زاوية التوسع اعتمادًا على نتائج البحث، فستكون قادرة على معرفة أين وكيف يجب أن يكون هذا التوسع بناء على خصوصيات الجمهور الذي ترغب زاوية في الوصول إليه ومجموعات الجماهير القائمة التي ترغب الحفاظ عليها.

about them and were convinced to "try" them through communication efforts. Many people in the independent film industry talk about the need for audience building but for this to be effective we need to know who our potential audience is and how many potential audience members are actually out there. We need to map the entire spectrum of people who go to cinemas and reach an understanding of prevailing habits: Who is the already existing cinema-going audience, how old are the people who regularly go to cinema theatres, what are prevailing cinema-going and film-watching habits, do audiences choose a film then accordingly pick a cinema theater, or they pick a theater then decide the film on the spot? Which cinemas do they go to, what kinds of films do they watch? And most importantly, how many of them would enjoy the kinds of films alternative cinema exhibition spaces often program? If we can find out how many people from the entire cinema-going audience in Egypt are potential audience members for the films we program and for our exhibition spaces (independent films and cinema exhibition venues if you will), then we can find out more information about how to communicate with them. In the case of Zawya, if they were to expand, then they would know where is the best location for the expansion and best strategies based on the characteristics of the audiences they want to reach and the ones they want to retain.

Nour: I particularly liked the use of projective and storytelling techniques in the discussion groups because it elicited responses that were rich in detail and that highlighted the values and attitudes that people bring to their cinema experiences. These sections of the discussion especially following the film screenings (we screened three films during discussion groups) were charming to me. I enjoyed listening to people recall their last time going to a movie theatre or give an opinion on a film and explain why they felt close to the film's heroine or main characters. There was a lot of individual variability in motivations, assumptions and attitudes around cinema and films. Yet in the statistical analysis prepared by PHI Knowledge, most of this variability among audiences was trumped over by the similarities and common patterns.

Eba'a: In practical sustainability terms, we need to know the commonalities between audiences and behavior patterns. Under current difficult funding

نور: أعجبني في مجموعات النقاش استخدام تقنيات السرد القصصي والإيحائي لأنها ساعدتنا في الحصول على إجابات غنية بالتفاصيل، كما كشفت لنا القيم والسلوكيات التي يظهرها الأشخاص في تجاربهم/ن مع السينما. كانت هذه الأجزاء من النقاشات فاتنة بالنسبة لي، خصوصًا عندما أتت بعد الأفلام التي عرضناها (وقد عرضنا ثلاثة أفلام أثناء مجموعات النقاش). استمتعت للغاية بالإنصات لحكايات المشاركين والمشاركات وهم يتذكرون آخر مرة ذهبوا فيها إلى قاعة عرض سينما أو عند إبداء آرائهم حول أحد الأفلام وتفسيرهم لسبب شعورهم/ن بالقرب من بطلة الفيلم أو الشخصيات الرئيسية. لقد عبّروا/عبرن عن الكثير من الاختلافات الفردية والدوافع والافتراضات والسلوكيات المرتبطة بالسينما والأفلام. ولكن لم يبد ذلك واضحًا بالمقارنة مع أوجه التشابه والأنماط المشتركة التي ظهرت في التحليل الإحصائي الذي أعده مكتب فاي نولدج.

إباء: من ناحية الاستدامة العملية، نحن بحاجة للتعرف على التشابهات والأنماط السلوكية المشتركة داخل هذا الجمهور. ونظرًا للصعوبات التي تواجهها الكثير من مؤسسات السينما خارج الإطار التجاري للحصول على تمويل، أصبح السعي للحصول على رعاة أو مستثمرين مسألة مطروحة، لكن الرعاة والمستثمرين بحاجة للتأكد من معرفتك «بالسوق» الذي تمارسين نشاطك داخله. يريدون أن يكون لدى المسؤولين والمسؤولات عن عرض الأفلام أو توزيعها أرقامًا واضحة عن قاعدة الجمهور القائمة وعن الجمهور المحتمل، كما يريدون أن يروا أن لديكِ خطة استراتيجية للحفاظ على قاعدة الجمهور القائمة وللوصول للجمهور المحتمل. ولهذا السبب هناك حاجة بالطبع للخبرات الشخصية التي نحصل عليها من إدارة مشروع مثل سينما زاوية على سبيل المثال، لكن لا تزال هناك الحاجة للحصول على بيانات بحثية بالإضافة لذلك.

نور: تولى مكتب فاي نولدج مسؤولية الأعمال الميدانية في البحث، بداية من دعوة المشاركين والمشاركات في مجموعات النقاش وانتهاءً بإدارة الاستبيانات. كما عملوا على التحليل الإحصائي لنتائج البحث.

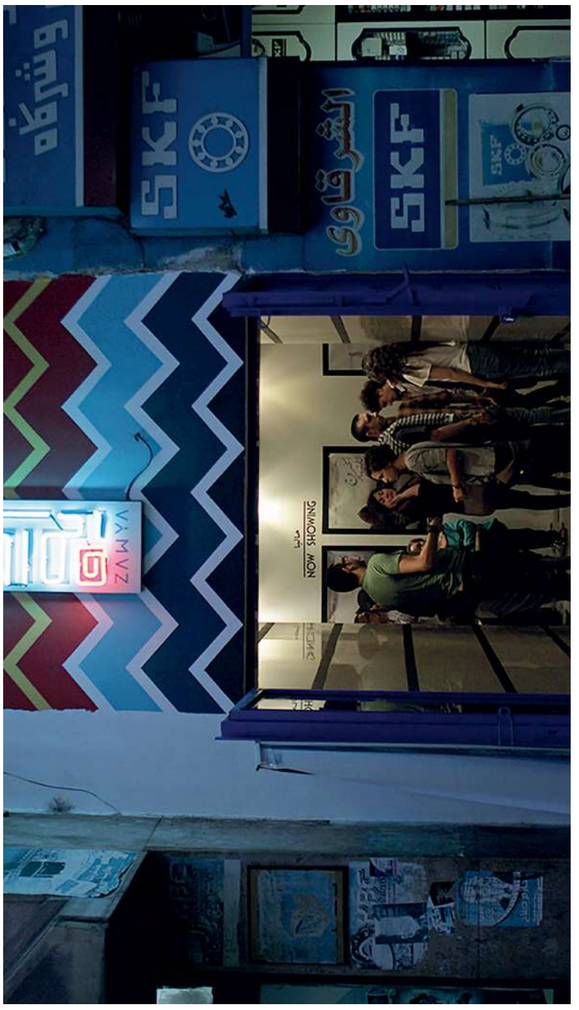
conditions, sponsorship and considering investors is beginning to be a viable option but sponsors and investors need to see that you know the "market" within which you are operating. They want to see that you as a cinema exhibitor or distributor have numbers for your current and potential audience base and that you have a strategic plan for retaining your existing audience base and reaching your potential audience. To do this you need, of course, your anecdotal insights from managing a project like Zawya Cinema, to give one example, but you also need research data.

Nour: PHI Knowledge managed the on-the-ground operations of the field research from inviting participants for discussion groups to administering surveys. They also prepared the statistical analysis of findings. What was it like working with PHI Knowledge since you were the main point of contact with them throughout the fieldwork?

Eba'a: The choice to work with PHI Knowledge was pragmatic in the first place. It would have been impossible for us under current legal conditions in Egypt to approach people on the streets and ask them to take part in a study around cinema. We needed PHI's expertise if we wanted to reach underrepresented groups within arts and culture. It was a challenge sometimes working with them because even though they were fast in their execution, they were not sensitive all the time to issues that were important to us. For example, it was important to not have all the women in a discussion group be homemakers but have diversity in their professional backgrounds. At the same time, the pressure to tie the discoveries we made to potential strategic decisions and choices on part of independent cinema organizations was useful and this was the main pressure that working with a marketing and strategic consultancy office has put on this fieldwork.

Eba'a El-Tamami is a marketing, management and strategy expert, with 15 years of multi-sector experience ranging from multinational corporations to arts projects, in Cairo, Dubai and London. In recent years, she has been getting more involved in film production, marketing and distribution: including acting as project manager for "Egyptian Shorts" - a hub for Egyptian short films by DayDream Art Production- acting as producer for the short film "A Normal Day" and conducting a marketing (audience building) research project with The Network of Arab Alternative Screens .(NAAS) and Zawya Cinema

The full recorded conversation with Eba'a El-Tamami as well as the statistical analysis of field findings, prepared by PHI Knowledge, and the methodological tools for the field research could be found online at: naasnetwork.org/all-resources



مدخل قاعة سينما زاوية، ٢٠١٤. بإذن من زاوية. تصوير زياد حسن

فكيف كانت تجربتك في العمل مع فاي نولدج، خاصة مع كونك حلقة التواصل الأساسية معهم أثناء العمل الميداني؟

إباء: قرار العمل مع فاي نولدج جاء لاعتبارات عملية في الأساس. حيث كان من المستحيل بالنسبة لنا -ونظرًا للظروف القانونية الحالية في مصر- أن نتواصل مع الناس في الشارع مباشرة ونطلب منهم المشاركة في دراسة عن السينما. ولذلك كنا في حاجة لخبرة فاي نولدج إذا كنا نريد الوصول للفئات الأقل تمثيلًا فيما يتعلق بالفنون والثقافة في مصر. كما واجهنا بعض التحديات في العمل معهم أحيانًا، فعلى الرغم من تنفيذهم السريع، لم يتمتعوا بالحساسية الكافية طوال الوقت تجاه المسائل المهمة بالنسبة لنا. على سبيل المثال، كان من المهم بالنسبة لنا ألا تكون جميع النساء في مجموعة النقاش من ربات البيوت، وأن يكون هناك تنوع في خلفياتهن المهنية. وفي الوقت ذاته، كان الإلحاح على ربط المعلومات التي أفرزها البحث بقرارات واختيارات إستراتيجية لمؤسسات السينما المستقلة مفيدًا بالنسبة لنا، وهو أهم ما أضافته الاستعانة بمكتب متخصص بالتسويق والاستشارات الإدارية إلى هذا العمل الميداني.

إباء التمامي خبيرة في التسويق والإدارة والتخطيط ولديها نحو ١٥ عامًا من الخبرة في قطاعات متعددة تتنوع بين المؤسسات متعددة الجنسيات والمشاريع الفنية في كل من القاهرة ودبي ولندن. وفي السنوات الأخيرة بدأت في التعمق والمشاركة أكثر في مجال إنتاج وتسويق وتوزيع الأفلام، بما في ذلك العمل كمديرة مشروع في إنجيبشان شورتس -مركز دعم الأفلام المصرية القصيرة برعاية داي دريم للإنتاج الفني - والعمل كمنتجة للفيلم القصير «يوم عادي»، بالإضافة للعمل على إجراء مشروع بحثي في مجال التسويق حول بناء الجمهور مع شبكة الشاشات العربية البديلة (ناس) وسينما زاوية.

يمكنكم/ن الاطلاع على الحوار مع إباء التمامي مسجلًا بالكامل، بالإضافة إلى الأدوات المنهجية المستخدمة في البحث الميداني، والنتائج الإحصائية للعمل الميداني في العرض التقديمي الذي أعدته فاي نولدج، من خلال الرابط التالي عبر الموقع الالكتروني لشبكة (ناس): naasnetwork.org/all-resources

To invite participants from a wide pool of the general public, we had to use selection screeners; surveyors went to shops, social clubs, universities, theatres and cinemas to invite potential participants. One aim of the screeners was to assess how much disposable income the person or her/his family had; we only accepted individuals who could reasonably buy a cinema ticket more than once a year, to guarantee a level of intensity with which they could take part in, and hence readily reflect upon, a cinema culture in which collective public viewing plays a role – although ticket-free film clubs are making a return across Egypt, most screening venues have pre-priced tickets. Participants varied in age between eighteen and thirty, but in an effort to have as much common ground as possible between them, we had groups from age eighteen to twenty-five and others from twenty-five to thirty. Toward the end of the fieldwork, we added two discussion groups at Wekalet Behna in Alexandria and Cimatheque – Alternative Film Centre in Cairo to see whether or not audiences in those spaces – likely more used to watching films away from the commercial multiplex – differently prioritize values in their cinema-going and film-watching.

Grouping participants by age and gender was useful in bringing out how these factors affect perceptions and expectations of cinema-going. University-age students tended to associate cinema-going with other activities done with friends during weekends or holidays, but men and women from twenty-five to thirty, who were more likely to be engaged or married, experienced it as a more family or couple-oriented activity. In one group in Alexandria, a twenty-nine-year-old woman mentioned that her cinema experience would be greatly improved if there were nurseries attached to cinema theatres, where she could drop off her toddlers before going in to watch a film and pick them up on her way out. This was echoed in discussions among women in the twenty-five to thirty age bracket, but younger groups did not mention it although there were multiple mentions of sexual harassment happening in theatres. Economic considerations also affected responses: younger groups were more likely to rely on money from their parents and were more open to seeking out ticket-free screenings, while older groups spoke more about family budgeting and not having much time for leisure activities.

لدعوة أفراد من شرائح عريضة للجمهور إلى المشاركة في مجموعات النقاش كان لابد من استخدام نماذج للفرز. قام أخصائيو المسح الميداني بزيارة المحال التجارية والأندية الاجتماعية والجامعات والمسارح ودور السينما لدعوة الأشخاص للمشاركة في النقاش. كانت نماذج الفرز في أحد أهدافها، بمثابة اختبار ودعوة للمشاركة موجهة للأفراد ذوي الدخل الذي يتيح لهم شراء تذكرة سينما واحدة بحد أدنى على مدار العام. كانت الفكرة من وراء عامل الفرز هذا، ومن وراء تحديد الشريحة الاجتماعية والاقتصادية للمشاركين والمشاركات بشكل أعم، هو ضمان مستوى كثافة معقول لمشاركة هؤلاء في ثقافة سينمائية تلعب فيها المشاهدة الجماعية للأفلام دورًا. فعلى الرغم من أن نوادي السينما المجانية تشهد عودة قوية إلا أن تجربة المشاهدة في قاعة السينما ما زالت مرتبطة بشراء تذكرة.

انقسمت المجموعات التي شملتها هذه التجربة تبعا للسن ما بين ١٨ و٣٠ سنة. لكن في محاولة لجعل المساحة المشتركة ما بين الحاضرين والحاضرات كبيرة على قدر الإمكان جمعنا من هم بين سن الثمانية عشر والخامسة والعشرين في مجموعات منفصلة عن من هم بين سن الخامسة والعشرين والثلاثين، مع قرب الانتهاء من العمل الميداني، قمنا بإضافة مجموعتي نقاش في كل من وكالة بهنا بالإسكندرية و سيماتك - مركز الفيلم البديل بالقاهرة؛ وذلك لكي نرى ما إذا كانت الجماهير في هاتين المساحتين - التي من المفترض أنها معتادة على مشاهدة أفلام تختلف عن تلك التي تعرض في دور السينما التجارية - سترتب القيم التي تهمهم(ن)، بشكل مختلف عن غيرهم(ن)، فيما يتعلق بتجربة الذهاب إلى دور السينما ومشاهدة الأفلام.

كان تقسيم المجموعات على حسب السن والنوع الاجتماعي مفيدا في توضيح تأثير تلك العوامل على التوقعات والتصورات عن تجربة الذهاب إلى السينما. يعتاد الطلبة من سن الجامعة مثلًا الربط ما بين الذهاب إلى السينما وأنشطة أخرى يقومون بها مع الأصدقاء غالبًا أثناء عطلة نهاية الأسبوع أما الأشخاص ما بين سن الخامسة والعشرين والثلاثين، سواء كانوا رجالا أو نساء، غالبًا ما يكونون مخطوبين(ات) أو متزوجين(ات) وبالتالي الذهاب إلى السينما بالنسبة لهم نشاط يأخذ الطابع العائلي أو يكون نشاطا مرتبطا بالزوج(ة) أو الخطيب(ة). ذكرت سيدة في التاسعة والعشرين من عمرها في إحدى المجموعات في الإسكندرية أن تجربتها في

Under the current conditions, unfortunately, economic considerations play a role in the frequency of people's cinema visits and their modes and levels of participation in wider cinema culture. Purchasing power does not only influence choice of cinema theatre, but also what becomes a worthwhile experience at the movies. Participants frequently mentioned expecting value for money when buying a cinema ticket, and that this involves good seats, high-quality sound and image, good snacking options and friendly customer service. They expect a service commensurate with ticket price and, ideally, an experience that is irreplicable elsewhere. Consumerist attitudes influence how people choose to organize and spend their free time in general. Cinema-going is often paired with shopping or eating out as part of a larger outlook on what is an enjoyable leisure-time activity.

Several other factors shape choices, decisions and behaviours regarding film-watching and cinema-going across the board. Outside Cairo, film-viewing options at theatres become more and more limited, with months passing before new releases appear. Some governorates, such as Assuit, have no functioning cinema theatres at all. In Damietta, theatres are in vacation resorts such as Ras El Bar and, more recently, in affluent neighborhoods like New Damietta on the outskirts of the old city, and only a select few can comfortably visit them.

The television set is still how a vast number of Egyptians watch films and especially "foreign films." When asked about foreign films, most participants cited English-language Hollywood cinema but when probed further mentioned Bollywood or Turkish films, with some references to French and Italian cinema. I found it surprising to hear Bollywood and Turkish films mentioned because it is almost impossible to find them in Egyptian theatres today. (Outside of big cities like Cairo, Alexandria and Port Said, theatres are not suitably equipped for different screening formats so they often do not screen foreign films at all.) The majority of people come across Turkish or Bollywood films on television; Arabic-dubbed Turkish soap operas are currently very popular in Egypt, while a TV channel launched in 2013 broadcasts Bollywood films around the clock. Whether or not they consider watching these films on television as cinema is difficult to say, but some mentioned recreating the conditions of a cinema screening at home, dimming the lights and making popcorn.

[...]

As for film choice, the storyline is the main attraction. Some prefer storylines which relate to their own lives, while others prefer narratives that allow them to escape from their everyday. Malek Khouri's recent book **Alternative Cinema: Elements, Differences and Horizons**, which came out as a supplement to Al-Film magazine, surveys numerous movements in alternative cinema history to show that stories, images and sounds that engage with the realities that audiences bring with them as they take their seats in front of the cinema screen are rare but very important. Alternative cinema movements have historically hinged on reimagining the relationship between stories told on screen and audiences' lived realities; he gives special attention to traditions that critically engaged with post and neo-colonial symbolic and material realities.[13] This prompted me to wonder what assumptions Arabic-speaking (narrative) films make about their potential audience. Do they speak to a local or global audience, or both if possible?[14]

There has been a lot of debate recently about film coproductions, because most Arabic-speaking films that are not financed by big production companies rely on coproduction grants, predominantly from European countries. These production schemes are said to influence and limit the type of stories filmmakers from the Arabic-speaking region are able to tell through their films. These stories converge toward hot topics that western funders expect a filmmaker of Arab or Middle Eastern descent to explore, such as women's empowerment, life under dictatorship, terrorism and civil war.

Available distribution channels also affect what stories reach audiences. We found that the vast majority of films reach audiences in Egypt through the internet, followed by commercial networks of distribution and on a smaller scale through a healthy network of government-sponsored and independent film festivals. The film market in Egypt is nearly monopolized by the distribution arms of big production companies like Dollar Film/New Century Productions and

13 Malek Khouri, Alternative Cinemas: Elements, Differences and Horizons, supplement to Al-Film magazine issue 13, December 2017, Cairo.

14 In the conversation with Joseph Fahim, he makes an interesting remark about the need for curated film programs that attempt to find connections and build arguments around films and the aesthetics and ideas they present to audiences. You can listen to the conversation with him at naasnetwork.org/alt-resources (accessed April 30, 2018).

الذهاب إلى السينما ستتحسن بشدة إن كانت هناك حضانات متصلة بدور العرض تستطيع أن تترك فيها أطفالها الصغار فترة مشاهدة الفيلم والعودة لأخذهم بعد انتهائه. عدد من السيدات الأخريات في مجموعات النقاش ما بين سن الخامسة والعشرين والثلاثين ردين اقتراحات مشابهة ولكن بالنسبة للمجموعات الأصغر في السن لم تُذكر مثل تلك الاقتراحات المتعلقة بالأطفال على الإطلاق على الرغم من ذِكر التحرش الجنسي في بعض المجموعات كعامل مُنفِّر من الذهاب إلى دور العرض. الاعتبارات الاقتصادية أثّرت أيضا على الردود أثناء النقاشات، فالمجموعات الأصغر في السن كانت في الأغلب تحصل على المال من الأمهات والآباء، وبدوا أكثر استعدادًا للبحث عن عروض أفلام مجانية بالمقارنة مع المجموعات الأكبر سنًا التي زاد فيها ذِكر ضيق الوقت كسبب لعدم الذهاب إلى السينما والاحتياج إلى تقليل مصروفات الأسرة كسبب لتقليل النشاطات الترفيهية التي يقومون بها.

تحت الظروف الراهنة، للأسف، الاعتبارات الاقتصادية تلعب دورًا في حجم الجماهير التي تذهب إلى عروض السينما وطبيعة مشاركتهم(ن) في ثقافة سينمائية إحدى دعائمها تجربة المشاهدة الجماعية للأفلام والنقاش حولها. القدرة الشرائية للفرد اليوم لا تُحدّد فقط مستوى دار العرض التي يـ(ت)قصدها وإنما أيضا ما يعتبرها أو تعتبرها تجربة سينمائية مُجدية. يذكر المشاركون والمشاركات في مجموعات النقاش أنهم يتوقعون تناسب قيمة التذكرة مع الخدمة المقدمة من راحة المقاعد وجودة الصوت والصورة واختيارات المأكولات الخفيفة المتاحة في الكافيتريا ولطف الموظفين والموظفات المسؤولين عن التفاعل مع الجمهور. عندما يدفعون المال لشراء تذكرة، يتوقعون خدمة مناسبة لسعر تذكرتهم وتجربة لا يمكن أن تحدث دون شراء تلك التذكرة. تؤثر الثقافة الاستهلاكية على التوقعات وعلى اختيارات الأفراد لكيفية قضاء أوقات فراغهم، فالذهاب إلى السينما يصاحبه في الكثير من الأحيان أنشطة أخرى مثل التسوق والأكل في المطاعم كجزء من منظور استهلاكي له أثره الكبير على الرغبات في تمضية أوقات الفراغ.

هناك عدد من العوامل المشتركة الأخرى التي تؤثِّر على قرارات وسلوكيات غالبية الجماهير وعلى عادات المشاهدة والذهاب إلى العروض. خارج العاصمة تصبح اختيارات مشاهدة الأفلام أقل فأقل حيث تمر أشهر عديدة قبل أن تُعرض أفلامًا جديدة في دور السينما. في بعض المحافظات

مثل أسيوط لا توجد دور سينما قابلة للاستخدام من الأساس. في محافظات أخرى مثل دمياط، تقع دور السينما في المنتجعات السياحية مثل رأس البر، وقد تم مؤخرا افتتاح دور جديدة في أحياء غنية مثل دمياط الجديدة على أطراف المدينة القديمة والتي لا يزورها إلا أفرادا قليلون.

ويعد جهاز التلفزيون الوسيلة الأكثر انتشارًا التي يستخدمها المصريون لمشاهدة الأفلام وخاصة الأجنبية منها. حين سُئل المشاركون والمشاركات عن مشاهدتهم "للأفلام الأجنبية"، كانت الأغلبية تتحدث عن أفلام هوليوود الناطقة بالإنجليزية؛ إلا أنه مع التعمق في الحديث ذكر البعض أفلام بوليوود، والأفلام التركية، كما ذكرت قلة السينما الفرنسية والإيطالية. كان مفاجئًا تطرق الحديث إلى أفلام بوليوود والأفلام التركية لأنه من شبه المستحيل العثور على عروض لتلك الأفلام في دور السينما المصرية اليوم. بالإضافة إلى ذلك، خارج المدن الكبيرة مثل القاهرة والإسكندرية وبورسعيد، لا تعرض دور السينما الأفلام الأجنبية على الإطلاق لأنها غير مجهزة تقنيًا بشكل مناسب لعرض صيغ مختلفة من الأفلام. وبالتالي لا تشاهد الغالبية الأفلام التركية وأفلام بوليوود في السينما وإنما على شاشة التلفزيون، ولقد أصبح للمسلسلات التركية المدبلجة مثلا شعبية كبيرة في مصر خلال السنوات الماضية، كما أن هناك قناة تليفزيونية بدأت بثها في عام ٢٠١٣ تعرض أفلام بوليوود على مدار اليوم بلا انقطاع. يصعب الجزم بإذا كانوا يعتبرون مشاهدة تلك الأفلام على شاشة التلفزيون بمثابة عرض سينما بالنسبة لهم، ولكن مما لا شك فيه أن عددا من المشاركين والمشاركات ذكروا أنهم أحيانًا يخفِّضون الأضواء ويصنعون الفشار في المنزل حول شاشة التلفزيون في محاولة لمحاكاة حالة المشاهدة أثناء عروض السينما.

[...]

وفيما يتعلق باختيار الأفلام، فالقصة هي عامل الجذب الأساسي لغالبية الجمهور؛ البعض يُفضّل قصصا تتصل بحياتهم الشخصية بينما يفضل البعض الآخر قصصاً تسمح لهم بالهروب من روتين حياتهم اليومية. يتحدث مالك خوري في كتابه تحت عنوان "السينمات البديلة: مكونات.. تميزات..وآفاق" الصادر كملحق مع العدد الثالث عشر لمجلة "الفيلم" عن حركات السينما البديلة حول العالم والتي أتت تأكيدًا على أهمية الأفلام التي تتعامل نقديًا من خلال الصور

Al-Arabia Cinema Production and Distribution, which only finance and exhibit local and foreign blockbusters. The Egyptian military also owns and operates commercial cinemas across the country. Caught between these parallel circuits of film distribution, audiences are left with two main sets of Egyptian films from which to choose: local blockbusters, to which commercial networks of distribution and the internet are dedicated, and coproductions, which are the staple of film festivals.

Between entertainment blockbusters and films made from a western gaze, Egyptian audiences are left with flattened stories that reproduce dominant aesthetics and value systems. This is why film clubs hold a great promise: they have the potential to be free from the shackles of the global film industry, which are fastened tight around cinema theatres and film festivals alike. Film clubs could be places where we not only consume a cinema that speaks to our realities, aspirations and fears outside of an imperial, liberal worldview, but where we also make a cinema that gives us courage to imagine a better world and reminds us of the many histories that shape our present moment in time.

[...]

Romantic movies are the ones I prefer to watch alone. Horror films, I will always choose to watch in a cinema theatre and not on TV or my laptop.

Alexandria, women's discussion group (age 25–30)

They made cinema-going seasonal according to public holidays. Distributors release their biggest films around major holidays and vacations.

Assuit, men's discussion group (age 18–25)

We do not have cinemas prepared for the differently-abled here. Most people who use wheelchairs or have difficulties in hearing or sight never go to the cinema because it is such a tiring experience for them.

Port Said, women's discussion group (age 25–30)

Every trip outside of Tanta has to include the cinema. We have very few cinema viewing options here. There are never foreign films in theatres in Tanta.

Tanta, men's discussion group (age 25–30)

As we made progress in the fieldwork, it became clear that audiences bring a diverse set of values and meanings to their cinema experiences, some of which significantly diverge from consumerist attitudes. These could encompass comradeship, as evidenced in a story Mohamed Said, the onsite manager at Zawya Cinema, told about how some viewers who attended Kawthar Younis's 2015 film **A Present from the Past** at Zawya Cinema bought tickets and left them at the box office as a gift for the next person coming in to buy a ticket. Having previous experience managing commercial cinema theatres in Cairo, Mohamed talks about what he believes to be the significant differences between behaviours and attitudes of audiences in commercial theatres and in places like Zawya; among his stories is one about a man who comes to Zawya with chocolates to hand out to staff with the release of every new film. (I highly recommend you listen to the conversation with Mohamed Said.[15])

[...]

In a 2015 survey, I asked the members of NAAS about their funding structures. Most of them (whether film centres, cinema theatres or film clubs) relied heavily on grants, disbursed in few cases by their local governments but mostly by private foundations and foreign funding bodies operating within their countries. A quick search of logos on posters and communication material confirmed to me that European monies fund a significant number of arthouse cinema exhibition venues, film festivals and film programming projects in Egypt, Sudan, Lebanon and Palestine, among other countries in the Global South.[16]

Currently, Western governments' cultural policies, and subsequent south-north funding relations, are taking on an increased focus on audience. The European Commission released a report in January 2017 titled "Study on Audience Development – How to place audiences at the centre of cultural organizations," which was shared in its English-language version within funding circles in the

15 Visit naasnetwork.org/all-resources to listen to the audio file (accessed April 30, 2018).

16 This is especially through foreign cultural institutions like the Goethe Institut, the British Council and the Institut Français, which are very active in a number of countries including Egypt, but the EU also directly funds projects or sub-granting organizations.

والأصوات والسرديات التي تطرحها مع واقع الجماهير التي تأخذ المقاعد أمام شاشة السينما. إعادة تخيل العلاقة ما بين الصور المعروضة على الشاشة والواقع المعاش للجمهور كان بمثابة الإسهام الأكبر لهذه الحركات، وركّز الكاتب على الحركات التي اهتمت بالواقع المادي والرمزي لمجتمعات ما بعد الاستعمار أو التي تحيا في ظل الاستعمارية الجديدة.[١٣] بدأت اتساءل إذًا عن الافتراضات التي تضعها الأفلام العربية (والروائية بشكل خاص) بخصوص الجمهور؛ هل تفترض هذه الأفلام جمهورا محليا من البلد التي تخرج منها أم جمهورا عالميا أم الاثنين إن كان ذلك ممكنا.[١٤]

احتدم الجدل مؤخرًا حول الإنتاج المشترك للأفلام. أكثرية الأفلام العربية اليوم التي لا تموّلها شركات الإنتاج الكبيرة تعتمد على منح للتمويل المشترك التي غالبا ما تقدمها البلدان الأوروبية. يحدد هذا النموذج الإنتاجي السائد خارج دوائر الإنتاج الرأسمالية البحتة نوعية السرديات التي يمكن أن يرويها صناع وصانعات الأفلام من المنطقة العربية من خلال أفلامهم. وبالتالي نجد أن الأفلام تنحصر في قصصها على تمكين المرأة أو الحياة تحت الحكم الديكتاتوري أو الإرهاب أو الحروب الأهلية، وهي جميعها مواضيع يتوقع المُموّل الغربي التطرق إليها من صانع أو صانعة الأفلام من هذه المنطقة. لهذه الأسباب ولغيرها، سوق الأفلام العربية محدود وفي نفس الوقت محدد للعاملين(ات) فيه.

بالإضافة لذلك فإن هناك أيضا احتكار شبه كامل لسوق الأفلام المحلي في مصر من قبل شركات التوزيع والإنتاج الكبيرة مثل دولار فيلم (نيو سينشري للإنتاج الفني) والعربية للإنتاج والتوزيع السينمائي والجيش المصري أيضا يملك بعض صالات العرض التجارية في أنحاء مختلفة من البلاد. آليات التوزيع المتاحة هي أيضا لها تأثير على نوع السرديات والقصص التي تصل إلى القاعدة العريضة من جماهير السينما؛ فدولار فيلم والشركة العربية شركتان تمولان وتوزعان الأفلام المصنوعة بهدف الترفيه والتي يطلق عليها أحيانًا البلوك بساتر (blockbuster) وهي أفلام بميزانيات ضخمة وتحقق غالبًا أرباحا عالية في شباك التذاكر. وهكذا تُترك جماهير السينما محصورة في هذه الشبكات لتدوير وتوزيع الأفلام بين اختيارات مشاهدة محدودة على فئتين من الأفلام، الأفلام التجارية التي تتخصص فيها الشبكات التجارية للتوزيع في صالات السينما وعلى الإنترنت والأفلام ذات الإنتاج المشترك التي تعتبر المُغذي الأساسي لمهرجانات السينما.
ما بين أفلام الترفيه والأفلام التي يغلب عليها المنظور الغربي للعالم، تُترك جماهير السينما في مصر مُحبطة، خياراتها محدودة ما بين قصص مسطحة تعيد إنتاج الجماليات والقيم المهيمنة وقصص تهدف إلى تخدير المشاهد(ة). ولعل ذلك أحد الأسباب الرئيسة للتعويل على نوادي السينما اليوم. النوادي مساحة يمكن أن تكون حرة من القيود التي يفرضها سوق الأفلام العالمي على دور السينما والمهرجانات السينمائية، فقد تكون نوادي السينما مساحات لا نستهلك فيها فقط السينما التي تعكس وتتفاعل مع واقعنا وطموحاتنا ومخاوفنا بعيدًا عن النظام الإمبريالي الليبرالي وإنما أيضا مساحات نصنع فيها السينما التي تعطينا من الشجاعة ما يجعلنا قادرين وقادرات على تخيل عالم أفضل وعلى تذكر التواريخ العدة التي تساهم في تشكيل حاضرنا.

[...]

أفضِّل مشاهدة الأفلام الرومانسية وحدي. أما أفلام الرعب فأختار دائمًا أن أشاهدها في دار السينما وليس على شاشة التليفزيون أو الكمبيوتر.

الإسكندرية، مجموعة نقاش خاصة بالسيدات (بين سن ٢٥ و٣٠)

لقد حولوا تجربة الذهاب إلى السينما إلى تجربة موسمية تتعلق بالإجازات العامة. يُصدر الموزعين أهم أفلامهم في أوقات الإجازات الكبيرة.

أسيوط، مجموعة نقاش خاصة بالرجال (بين سن ١٨ و٢٥)

١٣ مالك خوري، "السينمات البديلة: مكونات. تمايزات. وآفاق"، ملحق مجلة الفيلم العدد الثالث عشر، ديسمبر ٢٠١٧، القاهرة.
١٤ نوّه جوزيف فهيم في المقابلة معه إلى نقطة مثيرة للاهتمام عن أهمية البرامج التي تُطور، في طياتها ومن خلال العلاقات ما بين الأفلام التي تطرحها، تساؤلات وحجج عن الجماليات والأفكار التي تقدمها تلك الأفلام على الجمهور. يمكن الاستماع إلى المقابلة معه من خلال الرابط التالي: naasnetwork.org/all-resources (تمت آخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).

ليس لدينا هنا دور سينما مجهزة لتسهيل الزيارة على أصحاب الهمم. معظم مستخدمي الكراسي ذات العجلات، أو ضعاف السمع أو البصر لا يذهبون أبدًا إلى دور السينما لأنها تكون تجربة مرهقة بالنسبة لهم.

بورسعيد، مجموعة نقاش خاصة بالرجال (بين سن ٢٥ و٣٠)

كل رحلة أقوم بها إلى خارج طنطا تتضمن الذهاب إلى دار السينما. لدي اختيارات محدودة للغاية لمشاهدة الأفلام هنا. لا تُعرض أبدًا أفلامًا أجنبية في طنطا.

طنطا، مجموعة نقاش خاصة بالرجال (بين سن ٢٥ و٣٠)

كلّما أحدثنا تقدمًا في العمل الميداني أصبح أكثر وضوحًا لنا أن الجماهير تميل إلى ربط تجارب ذهابهم إلى دور السينما بمجموعة متنوعة من القيم والمعاني. وقد تختلف بعض تلك القيم أحيانًا بشكل كبير عن السلوكيات الاستهلاكية لتعكس صداقة مع من يديرون دار السينما، كما توضح القصة التي يرويها محمد سعيد، وهو يعمل مديرًا لموقع سينما زاوية بالقاهرة، عن عرض فيلم "هدية من الماضي" الذي أخرجته كوثر يونس عام ٢٠١٥. حيث كان هناك عددا من الجمهور يأتي إلى العرض، وبعد مشاهدته يشتري عددا من التذاكر ليتركها بالمجان لمن سيأتي بعدهم(ن) لمشاهدة الفيلم.[١٥] محمد لديه خبرة سابقة في إدارة دور سينما تجارية في القاهرة ويتحدث عما يراه من فروق بين سلوكيات ومواقف الجماهير إزاء دور السينما التجارية وإزاء أماكن مثل سينما زاوية. من ضمن القصص التي يحكيها قصة رجل يأتي إلى زاوية ومعه قطع من الشكولاتة يوزعها على العاملين مع إصدار كل فيلم جديد، (أوصي بشدة أن تستمعوا إلى اللقاء مع محمد).

[...]

سألت أعضاء شبكة الشاشات العربية البديلة (ناس) من خلال استطلاع عام ٢٠١٥ عن هياكل التمويل الخاصة بمؤسساتهم؛ وكان معظمهم (سواء دور العرض أو أندية السينما أو أشكال

١٥ يمكنكم(ن) الإستماع إلى المقابلة مع محمد سعيد من خلال زيارة الرابط التالي: naasnetwork.org/all-resources. (تمت أخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).

Arabic-speaking region.[17] Addressing policymakers and funders in addition to small to medium-sized organisations of arts and culture in Europe, the report's stated aim is to "equip cultural leaders inside an organization with the means to make a convincing case for a **transition towards a more audience-centric organization**."[18] This is one example of a number of similar efforts by funders in the Global North pushing for managerial and organisational structures which "place audiences at the centre of cultural organizations." Arguing for why such a transition is needed today, the European Commission report states that: "Wide social transformations and pervasive digital ecosystems impact on the way people produce and participate in culture, on their claims for more personalized and authentic experiences, on the need for collective spaces." It continues: "at the same time, public funding shrinks and the social legitimacy of culture as an investment is questioned. Many cultural institutions have begun to rethink their role, to find new relevance, to meet the challenge."[19] In the UK, Norway and Denmark, this move has been paired with increased data collection about audiences and arts and culture organizations.[20] The transition toward "more audience-centric organizations" is often a means toward arguing for the value of public and private investments in arts and culture in the present moment, which is marked not only by shrinking funds for arts and culture but also by their "social legitimacy" as investments being questioned.

In practical terms this transition – supported and pushed for by funding bodies – could result in useful managerial and organizational changes that respond to "the need for collective spaces" and changing audience attitudes. (Some of these potential changes are outlined through the case studies presented in the European Commission report.) What is worrisome, however, is that the rhetoric surrounding "audience-centric organisations" appears to be a neoliberal redressing of old attitudes that approach cultural

17 Report by Alessandro Bollo, Cristina Da Milano, Alessandra Gariboldi and Chris Torch, accessible online at https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/news/20170421-new-study-audience-development_en (accessed March 30, 2018).

18 Ibid., p. 8. Emphasis in the original.

19 "Study on Audience Development – How to place audiences at the centre of cultural organizations", p. 49.

20 In summer 2017, Arts Council England started funding The Audience Agency to help some not-for-profit organizations collect the data necessary for their funding applications. You can learn more about it here: theaudienceagency.org/news/the-audience-agency (accessed in March 2018). Similar organizations exist elsewhere, including RelPublik (Sweden), The Audience Agency Norway and Danish Centre for Arts and Interculture.

أخرى من مراكز السينما) يعتمد بشكل كبير على المنح التي يتلقونها من مؤسسات وكيانات داعمة سواء أجنبية تمارس عملها في بلادهم أو محلية، وكانت هناك أقلية تتلقى دعما حكوميا رمزيا. أكد لي بحث سريع عن علامات المؤسسات الداعمة المطبوعة على المواد الإعلامية لتلك المؤسسات السينمائية أن الأموال الأوروبية تدعم عددًا كبيرًا من دور السينما البديلة والمهرجانات السينمائية وبرامج عروض الأفلام في مصر والسودان ولبنان وفلسطين وغيرها من بلدان الجنوب العالمي.[١٦]

بسبب تلقيها دعمًا أصبحت هذه المؤسسات تؤثر عليها السياسات الثقافية للدول الغربية، وما يترتب على ذلك من إلتزام بمعايير تمويل المؤسسات الثقافية في دول الشمال لدول الجنوب. وثمة توجه أكبر نحو الاهتمام بمسألة الجمهور في حقل العمل الثقافي. في يناير عام ٢٠١٧، أصدرت المفوضية الأوروبية تقريرًا بعنوان "دراسة عن تطوير الجماهير – كيف نضع الجماهير في مركز المؤسسات الثقافية" وكانت النسخة الإنجليزية منه قد تُداولت بشكل ملحوظ ما بين الفاعلين والفاعلات الثقافيين في المنطقة العربية.[١٧] يتوجه التقرير إلى صناع وصانعات السياسات وإلى الجهات الداعمة، بالإضافة إلى المؤسسات الفنية والثقافية الصغيرة ومتوسطة الحجم في أوروبا، ويذكر معديه بأن الهدف منه هو "تعزيز القادة الثقافيين - القائمين والقائمات على المؤسسات الثقافية - بالسبل التي تتيح لهم طرح قضية مقنعة **لتحويل توجههم المؤسسي إلى التركيز على الجماهير بشكل أساسي**".[١٨]

يعتبر تقرير المفوضية الأوروبية مثالًا على جهود شبيهة من قِبل المؤسسات الداعمة في الشمال العالمي لدفع المؤسسات إلى تكوين هياكل إدارية وتنظيمية تضع "الجماهير في مركز المؤسسات الثقافية". ودفاعًا عن أهمية هذا التوجّه في يومنا، يشير التقرير إلى "التحولات الاجتماعية الواسعة النطاق، وانتشار الأنظمة الرقمية مما كان له تأثيرًا على طريقة إنتاج

١٦ يتم ذلك على الأخص بواسطة مؤسسات ثقافية أجنبية مثل معهد جوتة الألماني، والمعهد البريطاني، والمعهد الفرنسي؛ والتي تعد مؤسسات نشيطة جدًا في عدد من البلدان -ومنها مصر- إلا أن الاتحاد الأوروبي يقدم أيضا الدعم المالي بشكل مباشر لمشروعات أو لمؤسسات أخرى تقدم بدورها الدعم المادي للمشروعات.

١٧ كتب وأعد التقرير كل من أليساندرو بولو، وكريستينا دا مالانو، وأليساندرا جاريبولدي، وكريس تورتش. يمكن الاطلاع عليه من خلال هذا الرابط (تمت زيارته في مارس ٢٠١٨): https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/news/20170421-new-study-audience-development_en

١٨ راجع(ي) نفس المصدر السابق، ص ٨. التأكيد على الجملة كما ورد في المصدر الأصلي. الاقتباس المذكور ترجمة الكاتبة.

work through the lens of access development – and that it relies on big data collection about arts and culture organisations and their audiences. In this context, a more audience-centric organisation does not only build on neoliberal values such as "authenticity" and "personalisation" but is also a symptom of increased social control. Through the suggested transition, funders are foregrounding cultural work that aims to attract more people into the folds of existing institutions of arts and culture. This attitude, to use the wording of François Matarasso in his essay "Art Subsidy and the State under Democracy," is primarily missionary. François, a UK-based community arts worker and researcher, wrote in 2004:

> The impulse of access development is missionary. With an absolute faith in the value of certain cultural forms and expression, it is intended to make it easier for those who are not yet believers to appreciate what they are missing. Its tools are reduced admission costs, explanation (through talks or more intensive education programmes), targeted marketing and a variety of schemes designed to ease people's approach to work or experiences which may be new and therefore potentially intimidating [...] At one level, this has always been a reason for paying for art. Church and state historically used art for purposes of indoctrination, propaganda and power; in Victorian Britain, municipal authorities built museums, galleries and public gardens in the hope of placating an uncertain urban population. But the policy has grown as public investment in the arts has grown because it provides another route to legitimacy. If there is limited electoral support for expenditure on ballet or theatre, there is much more for spending on education, health, regeneration and economic development.[21]

There are at least two important, interrelated points in this quotation, which relate equally to private and public funding for the arts. First, money is often put into arts and culture organizations, including cinema, to further non-artistic goals: they are "another route to legitimacy" whether for local governments or foreign ones operating overseas. Secondly, public and private cultural funding comes with a set of values. The funders' missionary attitude fixates attention not on cultural production but on cultural consumption, where

21 François Matarasso, "Art Subsidy and the State under Democracy," Economia della Cultura 14, no. 4 (2004): 491–499, p. 493.

مقابلة مع يوسف الشاذلي ومالك مقار وأحمد سبكي

زاوية سينما وزاوية للتوزيع

نور: بدأتم زاوية في ٢٠١٤ وكانت امتدادا لمهرجان بانوراما الفيلم الأوروبي (البانوراما). كانت دورة المهرجان السابعة وقتها، على ما أتذكر. ومؤخرا أصبحت هناك زاوية للتوزيع. فيمكن القول أن لكم خبرة في أشكال مختلفة من تنظيم العمل السينمائي من إدارة مهرجان لتدوير قاعة سينما لتطوير شركة توزيع وكل شكل منها ربما يطرح داخله اسئلة مختلفة عن العلاقة مع "جمهور السينما" في القاهرة ومصر بشكل عام. كيف اختلف تفكيركم ما بين البانوراما وزاوية في اختيار الأفلام وفي تكوين برنامج العروض؟

يوسف: اختيار الأفلام في زاوية يتنوع ما بين إصدارات الأفلام (releases) وعروض خاصة وعروض في إطار فعالية مثل البانوراما. البانوراما الآن جزء من برمجة زاوية السنوية. التجربة الجديدة كانت بخصوص تفكيرنا حول الأفلام التي سوف نعرضها بشكل دوري لمدة أسبوعين في القاعة. بدأنا نتساءل مثلا: هل يستطيع ذلك الفيلم "أن يعيش" أسبوعين بعرض خمس مرات يوميا؟ وهل يمكن ملئ المقاعد في كل حفلة؟ هناك أفلام مثلا تصلح للعرض في إطار مهرجان البانوراما في حفلة أو حفلتين لكن تلك الأفلام نفسها لا يمكن أن تعرض في زاوية كإصدار جديد في جدول العروض لمدة أسبوعين، خمس حفلات يوميا.

نور: وما الذي يحدد أن هذه الأفلام تصلح للعرض خارج إطار فعالية أو مهرجان وتلك لا تصلح؟

يوسف: هو قدرة الفيلم على "أن يعيش" في قاعة العرض. هذا هو الجزء التجاري من الفيلم. في زاوية الـ release معناه أن هناك هدفا معينا لا يمكننا ان نهبط عنه.

نور: هدف يخص حجم مبيعات التذاكر؟

يوسف: نعم، لكن لا أعني بالطبع أن هدفنا الأول هو تحقيق أكبر قدر من مبيعات التذاكر. المعادلة هي أن يكون فيلما مختلفا عن الأفلام المعروضة في السينمات العادية، وأن يكون فيلما نحب أن نعرضه وفي الوقت نفسه فيلما ممكن أن يعيش ويعُرض خمسين مرة وكل عرض يأتي جمهور لمشاهدته. خلال البانوراما، الفيلم يعُرض مرتين وأسهل بكثير تشجيع الجمهور على حضور عرضين عن تشجعيهم على خمسين عرضا. اكتشفنا أن هناك أفلاما نحبها لكن لو عرضناها طوال الوقت، كل فيلم على مدار إسبوعين، سوف نغلق أبوابنا بعد خمسة أشهر لأن أصحاب السينما سيقولون لنا أن مشروعنا فاشل لأنه لا يحقق مبيعات التذاكر المنتظرة.

نور: لكن هل استقطاب أكبر عدد من الجمهور هو الهدف الأول دائما. أقصد، هل يمكن مثلا أن تقرروا مخاطبة شريحة معينة من الجمهور فقط لأن الفيلم يخصهم بشكل مباشر و يروى قصصهم أو قصصا عنهم وبالتالي من المهم دعوتهم لمشاهدة الفيلم ومشاركة أفكارهم حوله وليس بالضرورة دعوة أكبر عدد من المشاهدين؟

من عروض برنامج "مزج: الفيلم التسجيلي من زاوية مختلفة" الذي نظمته القيّمة عالية ايمن في سينما زاوية من ٦ إلي ٢٦ مايو، ٢٠١٥.
بإذن من زاوية، تصوير: يوسف بشات

أحمد: كل فيلم له جمهوره الأساسي بالتأكيد. هناك جمهور ثابت وهو جمهور زاوية و امتداد جمهور زاوية هو جمهور وسط البلد. لكن نحاول أن نجد اتجاها للحملة الدعائية والتسويقية بناءً على الفيلم نفسه: عما يتحدث الفيلم؟ ما هي القصة وما هو الإنتاج؟ لو كان الفيلم وثائقيا سوف يختلف عن الروائي، لو الفيلم عربيا سوف يختلف عن فيلم ارجنتيني وهكذا. وشئ آخر هو أننا نحاول أن تكون الأدوات التى نستخدمها للترويج للفيلم لها علاقة بالفيلم نفسه. ليس ضروريا أن تخرج دعاية كل الأفلام في شكل بوستر، وإعلان تشويقي وحملة على مواقع التواصل الاجتماعي مثلا. على حسب الفيلم من الممكن أن نقرر أنه من الأفضل تنظيم "tour"، بمعنى أن نسافر بالفيلم أماكن عرض مختلفة وفي كل منطقة ننظم نوعا من أنواع التحفيز لجذب جمهور المنطقة.

يوسف: عندما بدأنا كانت الدعاية عامة لجمهور زاوية كله، لكن مع الوقت بدأنا نفكر أن الجمهور ليس واحد بالضرورة في اهتماماته وأنه يمكن لنا أن نحدد لكل فيلم فئة أو شريحة نرى أنها قد تهتم أكثر بمشاهدته ونوجه حملتنا في اتجاه الشريحة تلك بشكل رئيسي أو نخاطبها بشكل مباشر.

ملك: في الحقيقة تطورت حملات التسويق واستراتيجيات التواصل مع الجمهور بشكل ملحوظ مع بداية عمل زاوية للتوزيع لأسباب كثيرة منها أن زاوية تملك حرية أكبر في تشكيل نوع الدعاية للأفلام التي هي مسؤولة عن توزيعها وبالتالي هناك مجال للابتكار في طرق جذب الجمهور. وكان لابد من الابتكار لأن نوع الأفلام التي توزعها زاوية في أغلب الأحيان أفلام مصرية مستقلة، صعبة وغير مألوفة في الموضوعات التي تطرحها و في طرحها السينمائي بشكل عام.

أحمد: والأدوات الدعائية تختلف من حملة لحملة لكن الحملات "الأون لاين" هي الطريقة الرئيسة اليوم للترويج لأغلب الأفلام وهذا يتضمن صفحة على الفايسبوك ومواقع التواصل المختلفة الخاصة بزاوية والخاصة بالفيلم والموقع الالكتروني والقوائم البريدية. هذا من ناحية التوزيع. وطبعا هناك أدوات دعائية أقرب للعلاقات العامة، وهذه تستهدف الصحافة بشكل أخص- من الممكن مثلا أن ننسق عروض صحفيين أو عروضا خاصة.

ملك: وحتى الآن نصرّ على وجود بيان صحفي عن مهرجان البانوراما والتواصل مع الإعلام لكن هل يؤثر ذلك فعلا على الجمهور؟ هذا تساؤل لدي.
في الدورة التاسعة من البانوراما بدأ إصدار نشرة البانوراما. النشرة عبارة عن مراجعات للأفلام التي تعرض هذا اليوم في المهرجان. بدأت من قبل عدد من المشاركات والمشاركين في ورشة نقد سينمائي نظمتها ورش دهشور. النشرة إضافة إيجابية بنت على فكرة النقاش حول الأفلام التي كانت قبل ذلك تأخذ شكل أسئلة بعد العروض، والجمهور كان يقرؤها بحماس ملحوظ.

نور: علاقة النقد بتفاعل المشاهدين/ات مع الأفلام و مع الحدث السينمائي يطرح تساؤلات عندي أيضا. الصحف أو المجلات

التي توقعت أن تذكر لم تذكر أية منها في حلقات النقاش التي نظمناها. أعتقد أن جزءا من الموضوع هو أن شكل النقد السينمائي والصحافة تغير وعهد الصحف الكبرى انتهى وأتذكر أن في النقاشات قال البعض أنهم يقرأون لأشخاص يحترمون آرائهم على الفايسبوك. هل الكتابات عن الأفلام على الفايسبوك تقدم نقدًا سينمائيًا في كل الأوقات؟ غالباً لا، ولكن هي عامل يساهم في تشكيل رأي عام عن السينما في مصر الآن. وهذا يأخذني لسؤال ربما تأخر قليلا، لماذا بدأتم زاوية؟

يوسف: السبب بالتأكيد له علاقة بالأفلام قبل أن يكون له علاقة بالمشهد الثقافي أو الاجتماعي الأوسع. لم يكن هناك قاعة سينما تعرض بشكل مستمر نوع الأفلام التي تعرضها زاوية وكان هناك تعطش لمشاهدة هذه الأفلام في قاعة السينما. ومع الوقت، أصبح وجود مكان مثل زاوية مستعد لعرض نوعية الأفلام التي نعرضها يؤثر على سوق الأفلام في مصر، لأنه، دعينا نقول، يخلق سوقا موازيا للأفلام البديلة محليًا واقليميًا. وكان من المهم لنا خلق مساحة للأفلام المصرية خصوصًا. من الممكن الاعتبار أن وجود زاوية جعل من الممكن عرض أفلام مصرية على جمهور في مصر لم يكن يستطيع مشاهدتها لولا وجود زاوية. وبعد ذلك تأتي علاقتنا بوسط البلد والمساحات الثقافية والفنية المحيطة ودور السينما فيها. وفكرة المساحة أصلًا...

نور: تقصد فكرة المساحة الثقافية؟

يوسف: ليست ثقافية فحسب، زاوية من ضمن الأماكن التي تتجمع فيها الناس وتتحدث مع بعضها البعض. فهي مساحة ثقافية ولكن أيضا لديها بعد سياسي وبعد اجتماعي. الذي حدث في زاوية أنها تطورت من مجرد قاعة سينما إلى كونها مساحة يتقابل الناس فيها ويحدث تبادل للأفكار ومناقشات أوسع من مجرد مناقشات حول الأفلام. لم أفكر في هذا الموضوع وقت بداية زاوية لكن في الحقيقة هو جانب مهم من عملنا: التأكد من استمرارية وجود هذه المساحة في الوقت الذي ترى فيه أماكن كثيرة تغلق أبوابها أو مهددة بحدوث ذلك.

نور: إحدى الصعوبات التي واجهناها وقت العمل الميداني هو محاولة فهم كيف يصنف المشاهدون/ات الأفلام. هل هو حسب القصة أم طريقة السرد أم الممثلين والممثلات في الفيلم أم لغة الفيلم؟ فاستوقفني في كلامك قول "نوع الأفلام التي تعرضها زاوية" فما هو هذا النوع وهل هو نوع واحد؟

يوسف: فكرنا كثيرًا في سؤال الكلمات والتعريفات ما بين آرت هاوس وبديل ومستقل ولم نصل لشيء. بالنسبة لي السؤال الأهم من تصنيف الفيلم هو هل نحن متحمسين لعرضه أم لا وهل الفيلم لديه مساحة كافية لأن يعرض في مصر أم لا؟ الموضوع يقف بالنسبة لي عند هذا.

ملك: وننظر أيضا لظروف إنتاج الأفلام التى نعرضها ومن المخرجين والمخرجات والظروف الأوسع المحيطة بالفيلم.

كافيتيريا قاعة زاوية، ٢٠١٧، بإذن من زاوية، تصوير: إبراهيم عزت

يوسف: صحيح، لكننا عرضنا أفلاما بإنتاج محدود جدا وأفلاما ثانية بإنتاج كبير جدا وهناك أفلام عُرضت في القاعات التجارية وعرضناها في زاوية لأننا رأينا أهميه لعرضها ضمن برنامج زاوية.

أحمد: أنا رأيي أن المساحة الموجودة حاليا لا تسمح أصلا بأن نتخصص في عرض نوع محدد من الأفلام. التنوع مهم. أفلام مختلفة تعطي الجمهور الفرصة لاختبار أنواع مختلفة من السينما من مناطق مختلفة من العالم.

يوسف: ولجذب جمهور متنوع لابد من عمل برنامج متنوع في رأيي. ثمة نقطة أخرى مهمة وهي أن هناك حدودًا لاختيارات الأفلام في زاوية، أوقات من الرقابة وأوقات أخرى لأسباب اقتصادية. من الممكن أن نكون متحمسين لعرض فيلم معين، مستقل أو آرت هاوس أو بديل، أيًا كان، ولكن الفيلم "لن يعيش" فبالتالي نقرر عدم ضمه لبرنامج زاوية السنوي.

ملك: سؤال الجمهور ربما يكون مرتبطا لدينا في هذه اللحظة باهتمام زاوية بالتوسع لأننا نريد أن نأخذ الأفلام التى نعرضها هنا إلى شاشات أكثر وبالتالي معرفة الجمهور الحالي والمحتمل مهمة في اختيارنا لنوع الشراكات التي سوف تسمح لنا بعرض الأفلام التي نتحمس لها على نطاق جماهيري أوسع داخل القاهرة وخارجها.

نور: وما هو الدافع بالتحديد لعمل الشراكات تلك؟ يعني هل تفكرون مثلا في خصوصية الجماهير حسب المدينة أو المحافظة أو الاهتمامات والتوجهات في المدينة نفسها؟

يوسف: العامل الجغرافي أساسي في اهتمامنا بالتوسع لأن الشخص المقيم في التجمع مثلا من المحتمل أنه لا يفضل الذهاب إلى وسط البلد لمشاهدة فيلم. بدأنا مؤخرا شراكة مع بوينت ٩٠ - قاعات سينما في مول في التجمع - لعرض بعض الأفلام على شاشاتهم. في القاهرة وخارجها التوسيع يكون من خلال علاقة مع شركاء محليين متحمسين للفكرة.

نور: لكن العامل الجغرافي هو عامل اجتماعي أيضا. أحياء مثل التجمع والزمالك مختلفة عن أحياء أخرى واختيار التوسع بالذهاب لهذه الأحياء دون غيرها من الممكن أن يثير أسئلة عن مدى اهتمامكم بالبعد الاجتماعي للتخطيط الجغرافي. أقصد أن هناك أسئلة معقدة مرتبطة بفكرة التوسع، دعنا نفكر مثلا في تجربة العرض في محافظة حلوان. قررتم عرض فيلم "برّة في الشارع" في حلوان وهي المحافظة التي تدور فيها أحداث الفيلم، لكن في حديث لنا من قبل ذكرتم أن التجربة لم تنجح في رأيكم. لماذا؟

ملك: الناس كانت تشعر بالخوف من دخول الفيلم. الكثير من الساكنين في المحافظة من الطبقة العاملة والفيلم يهاجم أصحاب المصانع والدولة. الناس شعرت بالقلق من دخول الفيلم.

نور: لكن وجدتم سينما في حلوان وقمتم بعمل شراكة معها لعرض الفيلم، ماذا كان دور الشريك المحلي؟

أحمد: هي شراكة للعرض؛ نستهلك القاعة لثلاث حفلات في اليوم أو حفلتين في الأسبوع حسب مدة الاتفاق. ولم نفهم في البداية الصعوبات التي كان علينا تخطيها لتحفيز الجمهور في حلوان على الذهاب لمشاهدة الفيلم في قاعة السينما. تصرّف الجمهور بطريقة لم نتوقعها سواء نحن أو صناع الفيلم أنفسهم. كان ثمة اعتقاد من قبلنا ومن قبل صناع الفيلم أن الجمهور سوف يتجاوب مع الفيلم لكن كان الأمر مستحيلا. ظروف الجمهور كانت خاصة جدا واختيار العرض في حلوان لم يكن موفقا في رأيي.

ملك: مثال آخر مهم هو عرض فيلم "موج" في السويس، وكان عرضه هناك قرارًا ناجحًا جدا. المخرج من السويس والفيلم مصور في السويس وكان فريق العمل موجودًا وقت عرض الفيلم للحديث مع الناس و كانوا ينظمون عروضا جماعية مختلفة. كانوا يذهبون للمدارس مثلا ويأخذون الطلاب بالأتوبيسات لمشاهدة الفيلم وتطلّب ذلك مجهودًا كبيرًا من قبلهم.

يوسف: هذا هو سبب بحثنا عن شركاء محليين وفي أغلب الأحيان عندما نخرج عن القاهرة يكون هذا بالشراكة مع شباب على علم بالسياقات المحلية في مدينتهم ومدركين كيفية الوصول إلى جمهورهم. لن نستطيع عمل ذلك من دونهم، كان هذا واضحًا منذ البداية وأكثر بعد تجارب مثل "برّة في الشارع". وربما لم نتحدث في هذه المقابلة بالتفصيل عن اهتمام زاوية بالتوسع في أماكن جديدة. كنتِ تتحدثين عن عيوب ما سميتهِ بالـ "event-based programming" أو التنشيط السينمائي المبني على التظاهرات وليس العمل المتواصل على مدار السنة. الهدف من التوسع هو كسر هذا النموذج، أن توجد قاعات عرض ثانية في مناطق مختلفة تعمل على مدار السنة لتوطيد العلاقة مع المجتمعات المحيطة بها. هناك تخوف بالطبع من فكرة السلسلة - أن تصبح زاوية سلسلة سينمات - ومن الصعوبات اللوجستية في إدارة سلسلة سينمات، ولكن هذه فكرة مطروحة لاهتمام زاوية للتوزيع بعرض أفلامها على شاشات أكثر.

نور: أعتقد لو حدث بشكل تلقائي أن مجموعة من الأفراد قرروا بدء سينما في حيهم أو مدينتهم واستعانوا بخبرة زاوية سوف يكون شيئا رائعا. لكن الموضوع سوف يكون مختلفا في رأيي لو زاوية هي التي قررت أن تذهب لحي ما وبدأت مشروعها فيه. من الممكن أن تكون هناك إدارات مستقلة وأن يكون هناك مجالا لتغيير البرنامج حسب رؤية الإدارات تلك، لكن يبقى الهدف الأساسي هو توسيع المؤسسة وهي زاوية, وبالتالي توريط الجمهور والمحيط من مجتمعات وأفراد هو استراتيجية تسويق في المقام الأول وفي رأيي تطوير علاقة حقيقية مع الجمهور أو السياق المحيط تكون بتمكين المجتمعات تلك من تشكيل نوع الإنتاج الثقافي الذي يريدون التفاعل معه، وبالتالي إنتاج المساحات الثقافية والنقاشات التي تعنيهم. أوافق كما ذكرت أن هناك حاجة لوجود "مساحات" ثقافية وسينمائية أكثر لكن السؤال في رأيي حول ماهيتها ومن تخدم هذه المساحات و علاقة الإجابة على هذا السؤال بطرق الإدارة

للمؤسسات.

ولد يوسف الشاذلي في القاهرة وعاش فيها حتى ذهب إلى جامعة ماكجيل في كندا للدراسة حيث تخصص في دراسة التنمية الدولية. إنضم عند عودته إلى شركة أفلام مصر العالمية وعمل معهم على مهرجان "بانوراما الفيلم الأوروبى". أسس زاوية سينما في ٢٠١٤، وهي واحدة من أوائل قاعات الآرت هاوس في مصر، ومؤخرا بدأ زاوية للتوزيع وهي مبادرة للترويج للأفلام المصرية البديلة داخل وخارج مصر.

ملك مقار منسقة المهرجانات والبرامج الخاصة في زاوية سينما حيث بدأت العمل معهم في سبتمبر ٢٠١٤ كمنسقة لمهرجان" بانوراما الفيلم الأوروبي". قبل ذلك، في ربيع ٢٠١٤، عملت كمنسقة البرامج الخاصة في مهرجان وسط البلد للفنون المعاصرة (دي-كاف) وفي العام نفسه تخرجت من قسمي التاريخ والأنثروبولوجيا في الجامعة الأمريكية في القاهرة .

بدأ أحمد سبكي عمله في مجال الدعاية والإعلام ثم انتقل لاحقًا إلى مجال التوزيع السينمائي في مصر والمنطقة العربية. يرأس حاليا قسم التوزيع والعرض السينمائي في زاوية للتوزيع. آخر المشاريع التي عمل عليها هي فيلم "آخر أيام المدينة"، وفيلم "أم غايب"، وفيلم "صيف تجريبي".

values are assumed to be unquestioningly passed on. Audiences are assumed to be ignorant and in need of education. In this perspective, it is inconceivable that audiences would contribute new values and create symbolic and material productions that challenge the dominant cultural values, expressions, styles and processes of work.

After speaking with Amal Ramsis and Salma Shukralla from the Cairo International Women's Film Festival (which is independently funded through grants) and Essam Zakaria from Ismailia International Film Festival for Documentaries and Shorts (which is state-funded), I was curious about local funding from the Egyptian government, especially with regards to film festival funding. One of the busiest offices at the Egyptian Film Centre is the office of "The Festivals Supreme Committee" which is responsible for over fifteen film festivals that take place around the country with the financial support of the government. While the state does not financially support cinema exhibition venues that operate year round, it does put money into creating and running film festivals.

In the conversation recorded for this project, Ahmed Hassouna, a film critic and programmer who has worked in a number of film festivals in Egypt and is currently vice-president of the Egyptian Film Critics Association,[22] explains that despite continuous budget cuts for arts and culture since 2013, the government is reluctant to completely pull out of supporting film festivals. Festivals that it supports are mostly for the consumption of cinema or play a developmental role. Like many other culture events, they are arms by which the state exercises control over cultural values, styles and expressions, but they also are moments for international diplomacy. When officially the government is poorly managing its relationship with other countries on the African continent, the Luxor African International Film Festival, for example, continues to receive government funds – perhaps to help whitewash Egypt's relationship to Nile Basin countries in light of the ongoing construction of the Grand Ethiopian Renaissance Dam.

22 Visit naasnetwork.org/all-resources to listen to the audio file (accessed April 30, 2018).

As for its support for film festivals that foreground a developmental agenda, one such event is the Aswan International Women's Film Festival, for which Ahmed acted as artistic director in its second edition in 2018. He says that film screenings are actually a small part of the program, which is heavy with workshops that aim to "empower" women in Aswan. The major struggles that happen in the Festivals Supreme Committee are around the identity markers associated with festivals. Organizers have to choose which nomenclature to associate with their festival, but only a handful can have "Women" or "African," "Arab," "Mediterranean" or "European" appearing in their titles. The government does not only aspire to legitimize itself by funding film festivals, but also brings a specific blend of cultural diplomacy, regional showcasing strategies with the aim of attracting tourism, and development policies to the events. The vast majority of film festivals in Egypt are a blend of identity-based and regional showcase festivals[23] as compared to genre-based festivals or festivals that open cinema onto new media arts. This has to do with available funding structures for small and medium-sized festivals. Equally implicated in the same discourse around film festivals is Cairo International Women's Film Festival (and others) which receives most of its funding from foundations and foreign governmental bodies.

[...]

As we gather around the screen to watch a film from Mexico or Iceland, Taiwan or Zimbabwe, as we imagine communities across borders in the space created by film festivals, we have to acknowledge that these imagined global communities are already mired in the marketing machines of late-capitalist globalization and in the symbolic and affective economies of cultural diplomacy. Unfortunately it is the discourse of cultural diplomacy, development monies and states seeking legitimacy that sustain the existence of many film festivals in Egypt, even if they do not totally create the conditions for their emergence in the first place.

[...]

23 This is a term used by the Film Festival Research Network to denote a category of festivals that are made for attracting tourism to a particular region or city, often they receive funds from local municipalities. Ismailia International Film Festival for Documentaries and Shorts is an example but one which combines a regional focus with an interest in a particular genre of cinema which is rare in the Egyptian context.

الناس للثقافة ومشاركتهم(ن) بمجرياتها، وعلى مطالبتهم(ن) بتجارب أكثر تفردًا وأصالة، وعلى احتياجهم(ن) لمساحات للمشاركة الجماعية"، ويستكمل معدو التقرير بالقول أن "في الوقت ذاته، يتراجع التمويل الحكومي للثقافة، ويكثر التساؤل حول الأحقية الاجتماعية للثقافة كاستثمار. مما أدى إلى بدء العديد من المؤسسات الثقافية في إعادة النظر في دورها، وفي محاولة إيجاد دور جديد لها في ظل ذلك التحدي الذي تواجهه".[19] في المملكة المتحدة والنرويج والدنمارك، هذا التحول نحو مؤسسات تضع الجمهور في ركيزتها صاحبه جمع متزايد للبيانات عن الجماهير من ناحية، وعن المؤسسات الفنية والثقافية من ناحية أخرى.[20] وعادة ما كان التحول باتجاه "تركيز المؤسسات على الجماهير بشكل أكبر" إجابةً على التساؤل حول أهمية تلك المؤسسات وأحقيتها في الاستثمار في مستقبلها ودعمها من قبل الحكومات أو المؤسسات الخاصة وذلك للظروف التي تعمل فيها المؤسسات اليوم من تراجع الدعم والشك حول استحقاقها ذلك الدعم أصلاً.

ربما يؤدي هذا التحول، الذي تدعمه وتدافع عنه الجهات الممولة، إلى تغييرات مفيدة في هياكل الإدارة والتنظيم للمؤسسات بما يتوافق مع التغيرات الحادثة في توجهات الجماهير واحتياجها المتزايد إلى "مساحات للمشاركة الجماعية" (يقدم تقرير المفوضية الأوروبية أمثلة لبعض تلك التغيرات من خلال ملف مصاحب به عدد من دراسات الحالة). ولكن ما يقلق في الأمر هو أن الخطاب المحفز لخلق مؤسسات تضع الجمهور في ركيزتها يبدو إعادة تأويل في ظل نظام نيوليبرالي لموقف قديم يضع الإتاحة مبدأً للعمل الثقافي. وما يقلق أيضا هو أن هذا التوجه يعتمد على جمع معلومات ضخمة عن المؤسسات الفنية والثقافية وعن جمهورها. فالتوجه نحو مؤسسات ثقافية تضع الجمهور في ركيزتها لا يُبنى فقط على قيم ذاع صيتها في ظل نظام نيوليبرالي مثل "التفرد" و"الأصالة" وإنما هو نتيجة توضِّح زيادة الرقابة الاجتماعية. فمن خلال التوجه المُقترح، تحفز الجهات الممولة على عمل ثقافي يهدف إلى جذب وإدماج أعداد أكبر من الجماهير داخل المؤسسات الثقافية والفنية الموجودة بالفعل وهو ما قد يكشف عن نزعة تبشيرية تجاه العمل الثقافي كما كتب الباحث والعامل في مجال الفنون المجتمعية في إنجلترا فرانسوا ماتاراسو عام ٢٠٠٤ في مقاله المنشور بعنوان "دعم الفنون وعلاقته بالدولة في سياق الديمقراطية":

"إن الدافع وراء فكرة زيادة الإتاحة في المجال الثقافي هو دافع تبشيري. فبإيمان لا يتزعزع بقيمة بعض أشكال الثقافة والتعبير، يسعى هذا الدافع التبشيري إلى جعل من لا يؤمنون بعد أن يدركوا أهمية أشكال التعبير والثقافة التي هم غافلين عنها. تتضمن الآليات التي يتحقق بها ذلك تخفيض أسعار التذاكر للمؤسسات، وتوفير شرح للأعمال المعروضة (من خلال ندوات، أو من خلال برامج تعليمية مكثفة)، وأساليب تسويق تستهدف شرائح اجتماعية معينة، وغيرها من الوسائل التي من شأنها تسهيل إدماج الجمهور في أنماط معينة من العمل أو التجارب التي قد تكون غير مألوفة لهم وقد يشعرون بوجود حاجز بينهم وبينها. [...] على أحد المستويات كان ذلك دائمًا سببًا في دفع الأموال لدعم الفنون؛ فعلى مدار التاريخ لطالما استغلت الكنيسة (كمثل للمؤسسات الدينية) والدولة الفن لأغراض تتعلق بتلقين قيم معينة أو بالدعاية السياسية أو للتأكيد على السُلطة الحاكمة. في العهد الفيكتوري ببريطانيا، تبَنت سلطات البلدية المتاحف وقاعات عرض الفنون والحدائق العامة أملًا في استرضاء السكان من الطبقات العاملة و تصفية الاحتقان في المجتمعات المتكدسة في المدن. إلا أن تلك السياسة التي تحول الفن إلى وسيلة سلطوية أخذت في النمو مع ازدياد الاستثمار العام في الفنون لأنها كانت توفر طريقًا آخر للتأكيد على شرعية الطبقة الحاكمة. كان من الأسهل تحفيز دعم الناخبين من خلال إعلان زيادة ميزانيات الصرف حكومي من أجل التعليم، والصحة، وإنعاش وتطوير الاقتصاد في المجتمعات المهمشة عن تحفيزهم من خلال إعلان صرف أكبر على البالية والمسرح".[21]

هناك على الأقل نقطتان هامتان ومتصلتان في الاقتباس أعلاه تتعلقان بالمؤسسات المانحة الخاصة والعامة على حد سواء. من ناحية يتم ضخ الأموال في المؤسسات الثقافية ومؤسسات

19 "دراسة عن تطوير الجماهير – كيف نضع الجماهير في مركز المؤسسات الثقافية"، ص. ٤٩. الاقتباس المذكور ترجمة الكاتبة.

٢٠ في صيف ٢٠١٧، بدأ مجلس الفنون البريطاني بتمويل "وكالة الجمهور" بغرض مساعدة بعض المنظمات غير الهادفة للربح في جمع البيانات اللازمة من أجل تقدمهم بطلب للدعم. يمكنكم معرفة المزيد من خلال هذا الرابط (تمت زيارته في مارس ٢٠١٨)-theaudienceagency.org/news/the-audience-agency. توجد منظمات مماثلة في عدد من الدول الأخرى، من بينها منظمة (ريبابلك) السويدية، ووكالة الجمهور النرويجية، والمركز الدنماركي للفنون والعلاقات الثقافية الدولية.

٢١ فرانسوا ماتاراسو، "دعم الفنون وعلاقته بالدولة في سياق الديمقراطية"، مجلة "إيكونوميا ديلا كولتورا" مجلد رقم ١٤، عدد رقم ٤ (٢٠٠٤): ٤٩١ – ٤٩٩، ص ٤٩٣. الاقتباس المذكور ترجمة الكاتبة.

الفنون - ومن بينها السينما - لخدمة أغراض لا تتعلق بالفن؛ فهي "طريقًا آخر لاكتساب الشرعية" سواء على مستوى الحكومات المحلية، أو الحكومات الأجنبية التي تعمل في بلدان أخرى غير بلدها الأم أو المؤسسات الخاصة التي تقدم الدعم المادي للعمل الثقافي. ومن ناحية أخرى يأتي الدعم الثقافي - سواء الحكومي أو الخاص - مصحوبًا بحزمة من القيم. يركز التوجه التبشيري للجهات الممولة في دعمها للمؤسسات انتباهه ليس على الإنتاج الثقافي، بل على استهلاك الثقافة وهي العملية التي يتم عن طريقها تمرير تلك القيم وكأنها قيم مطلقة بسبب افتراض أن الجماهير - في الأغلب - جاهلة أو تفتقر إلى مستوى تعليمي جيد. لا يمكن أن يتصور صاحب هذا المنظور أن الجماهير قد يساهمون بقيم جديدة أو أنهم قد ينتجون - سواء على المستوى الرمزي أو المادي - قيمًا من شأنها أن تتحدى القيم الثقافية، أو سبل وأساليب التعبير، أو أساليب العمل السائدة.

[...]

بعد الحديث مع أمل رمسيس وسلمى شكرالله، اللتان تعملان في مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة وهو مهرجان مستقل تموّله جهات مانحة، وعصام زكريا الذي يعمل في مهرجان الإسماعيلية الدولي للأفلام التسجيلية والقصيرة، وهو مهرجان تموله الحكومة المصرية، كان لدي فضول لمعرفة أكثر عن الدعم المادي الذي تقدّمه الحكومة المصرية، خاصة فيما يتعلق بتمويل المهرجانات السينمائية. مكتب "اللجنة العليا للمهرجانات" أحد أنشط المكاتب في المركز القومي للسينما، وهو المكتب المسؤول عن أكثر من خمسة عشر مهرجانا سينمائيا يقام عبر أنحاء البلاد بدعم مالي حكومي، أي أنه في الوقت الذي لا تقدم الدولة المصرية دعمًا ماديًا إلى صالات العروض السينمائية التي تعمل على مدار العام، تجدها تقدم أموالا من أجل إنشاء وإدارة مهرجانات سينما عبر أنحاء البلاد.

أحمد حسونة هو ناقد وواضع برامج عروض سينمائية، عمل سابقًا في العديد من المهرجانات

ملصق "بين سينمائيات" مهرجان القاهرة الثالث لسينما المرأة العربية واللاتينية، ٢٠١٠. بإذن من مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة. تصميم: مريم فرح

في مصر، ويشغل حاليًا منصب نائب رئيس جمعية نقاد السينما المصريين،[٢٢] شرح في الحديث معه في إطار هذا المشروع أنه رغم التخفيضات المستمرة في ميزانية الإنفاق على الفنون والثقافة منذ عام ٢٠١٣، لا تزال الحكومة غير مستعدة للتخلي تمامًا عن دعم مهرجانات السينما. تقدم الحكومة المصرية الدعم لمهرجانات الغرض منها على الأغلب استهلاكي، أو قد تلعب دورًا تنمويًا. ومثلها في ذلك مثل العديد من الفعاليات الثقافية، فتلك المهرجانات تعد بمثابة أذرع تتحكم من خلالها الدولة في المعايير الثقافية، وأساليب وطرق التعبير. في ذات الوقت، تعد المهرجانات السينمائية بمثابة فرص لممارسة الدبلوماسية الدولية. فعلى سبيل المثال، حين تواجه الحكومة المصرية العديد من المشاكل في علاقاتها مع الدول الأخرى في القارة الأفريقية، يستمر مهرجان الأقصر للسينما الأفريقية في تلقي التمويل الحكومي، وربما يكون ذلك أسلوبا للتمويه على الطريقة التي يتعامل بها النظام الحالي مع القضايا التي تتعلق ببناء سد النهضة والأثر السلبي لذلك على بلدان حوض النيل الأخرى.

أما بالنسبة لمهرجانات السينما التي تقدم أجندة تنموية والتي تتلقى التمويل الحكومي فيعد مهرجان أسوان الدولي لسينما المرأة أحد الأمثلة عليها، وقد شغل أحمد حسونة منصب المدير الفني في دورته الثانية عام ٢٠١٨، وأشار في الحوار الذي أجري معه أن عروض الأفلام تشكل جزءًا صغيرًا فقط من البرنامج والذي يضم الكثير من ورش العمل التي تهدف إلى "تمكين" المرأة في أسوان. تكمن أكبر الصراعات داخل "اللجنة العليا للمهرجانات" حول العناوين المرتبطة بالهوية التي يتم إلصاقها بعناوين المهرجانات. يجب على المنظمين والمنظمات لتلك المهرجانات اختيار مصطلحات بعينها لتقترن بعنوان المهرجان الذي ينظمونه. ولكن لا يستطيع إلا القليل من المهرجانات إلصاق عناوين مثل "المرأة"، أو "الأفريقي"، أو "العربي"، أو "البحر المتوسط"، أو "الأوروبي" باسمها. فلا تسعى الحكومة فقط إلى إكساب نظامها الشرعية عن طريق تمويل مهرجانات السينما، بل إنها تلحق مجموعة من السياسات المتعلقة بالدبلوماسية الثقافية والترويج السياحي والتنمية بمهرجانات السينما التي تدعمها. غالبية المهرجانات السينمائية في

٢٢ يمكنكم(ن) الإستماع إلى المقابلة مع أحمد حسونة من خلال زيارة الرابط التالي: naasnetwork.org/all-resources (تمت آخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).

In a 2012 address to the Women's Film Festival in Dortmund, Germany-based media studies scholar Skadi Loist discussed how women's film festivals, like many others, grew from small local, community-oriented events to global brands that are based on an identity presumed to exist cross-culturally.[24] Most women's film festivals have to strike delicate balances between the social and political realities of their localities, prevailing film industry dynamics, the discourse of feminism that is most relevant to them and the commitment of the women who run them to continue to do so. But Skadi ended with an optimistic note nonetheless: Perhaps what remains in the legacy of women's film festivals, even as they have grown into global phenomena, is their emphasis not on the consumption of culture and its dominant values but the production and nurturing of counter-values, styles, images, subjectivities and representations.

All cultural operators I spoke with articulate the relevance of their work in relation to serving a public – the audience that walks through their doors but it also extends to an imagined social totality. Cinema organizations that are independent from local government funding are especially willing to claim a place within civil society as possible places for debate and for the formation of new solidarities. They are not particularly keen on ceding control to the tides of global cultural politicking. In the conversation with Yasmin Desouki and Sandra Geovany of Cimatheque – Alternative Film Centre, for example, Yasmin mentions her distrust over the rise of a type of film programming that takes a foreign geographical region as focus. Often boasting titles like Arab Cinema Week or African Cinema Days to foreground identity markers, these programs build on calls for cross-border understanding and global community building, yet it is rarely asked which values exactly such communities would form around. This takes me back to François Matarasso's statement about the "absolute faith in the value of certain cultural forms and expression" within a missionary outlook. Would these values be what communities deem important for themselves? And, importantly, how would we reach such a consensus about the values that we deem important as communities?

24 Skadi Loist, "Social Change?! The Status of Women's Film Festivals Today", online at academia.edu (accessed April 30, 2018).

مصر ليست مهرجانات قائمة على الاحتفاء بنوع معين من الأفلام (genre-based festivals) أو على ربط السينما بفنون الميديا الأخرى وإنما هي خليط ما بين نمط المهرجانات الملتصق بها دلالات الهوية (identity-based festivals) والمهرجانات المحلية التي تهدف إلى الترويج السياحي وقد أطلقت شبكة دراسة مهرجانات السينما على هذه النوعية اسم (regional showcase festivals).[٢٣] ولهذا كله علاقة بمصادر الدعم المالي المتاحة للمهرجانات السينمائية الصغيرة إلى المتوسطة. وكيفما هو الحال مع المهرجانات التي تقام بدعم من الحكومة وتخلط في أسمائها ما بين اسم محافظة ما مثل أسوان أو الإسماعيلية، وهوية ما مثل المرأة أو المتوسطي، فمهرجان مثل مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة (وغيره) الذي يتلقى دعمه من مؤسسات أجنبية ما زال متورطا في نفس مجال السياسات والخطاب المهيمن حول المهرجانات السينمائية.

[...]

بينما نجتمع سويًا حول شاشة السينما لمشاهدة فيلمًا من المكسيك أو أيسلندا أو تايوان أو زيمبابوي، وبينما نتخيل مجتمعات وجماهير عابرة للحدود يجمعهم لحظيًا ظرف المهرجان، علينا الاعتراف بأن طرحنا لإمكانية تشكيل تلك المجتمعات أصلا يكتسب لغته ومنطقه بسبب أولًا شبكات الرأسمالية المتأخرة العابرة للحدود وآليتها التسويقية التي تساعد في ذلك، وثانيًا بسبب الاقتصاديات الرمزية والحسية للدبلوماسية الثقافية التي هي أيضا تطرح رؤية لمجتمعات عابرة للحدود. وللأسف فإن خطاب الدبلوماسية الثقافية، وأموال صناديق التنمية، والحكومات الساعية إلى اكتساب الشرعية هي العوامل التي تكفل وجود واستمرار العديد من المهرجانات السينمائية في مصر، حتى وإن لم تكن تلك العوامل هي التي صنعت ظروف نشأتها بالمقام الأول.

٢٣ مثال على ذلك هو مهرجان الإسماعيلية الدولي للأفلام التسجيلية والقصيرة والذي يتلقى دعم من محافظة الإسماعيلية بهدف ترويج السياحة فيها وإنما الملفت في مهرجان الإسماعيلية هو أيضا اهتمامه بنوع أفلام معين وهي الأفلام التسجيلية والقصيرة وهو أمر مهم ذكره لندرته في السياق المصري.

[...]

Changes in film distribution, exhibition and technology since the turn of the twentieth century have formidably expanded what is possible in terms of engagement with cinema. Moving images now appear in art galleries, classrooms, multiscreen environments and on the internet and television. We constantly select what to give attention to from all the sound and image bytes nagging at us. Attention, distraction and the play between the two shape much of our contemporary engagement with the moving image, online and in real life.

Yet even as we encounter the moving image in myriad settings, movie-going remains a cultural and social activity that holds a charm and a potential of its own. Films as unique cultural material, the social dynamics of public cinema screenings and the film industry all contribute to the singularity of cinema spectatorship and to the possible forms of knowledge, identifications and counter-identifications, created and shared around the screen. Tales and memories of cinema-going appear in Facebook posts, blogs, videos and memoirs.[25] Personal, moving, angry at times, this tendency to situate one's engagement with cinema as part of a subjective journey is, arguably, indicative of these larger changes in cinema audiencehood. Thinking about how present-day film clubs often seem to rely on a rhetoric of free expression and affective collectivity, I find myself considering how writing on cinema spectatorship today sometimes sets it out as if it were an individual personal journey that has few traces of longer social and cultural histories with roots in much older times. What is lost when no argument about cinema or its relationship to society is put forward by those who organize public screenings, but only a general statement about the importance of freedom of expression or bringing others to a certain consciousness? In the absence of a vision for what types of cinema and relationships between image, representation and societies we aspire to have, coming together around the cinema screen tends to occur within preexisting value systems, meanings and perceptions of the image, either those dominant in society or those of a particular sub-group, under a

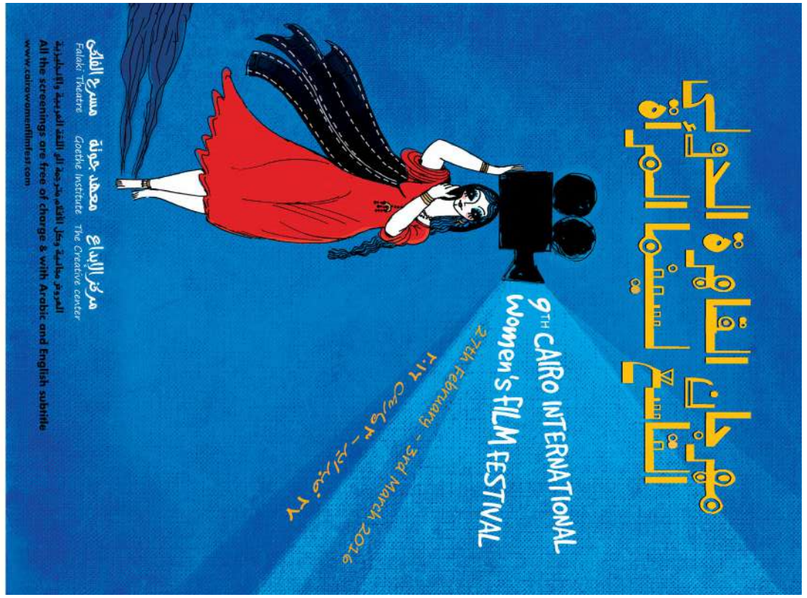
25 Ibrahim Abdel Meguid's 2018 book The Cinema and I (Al-Dar Al-Masriah Al-Lubnaniah) is a recent example of a memoir that centres on an author's personal relationship to cinema but extends well beyond it to encompass a discussion about culture in the broadest scope.

[...]

في خطابها الذي ألقته خلال مهرجان سينما المرأة في دورتموند عام ٢٠١٢، رجعت الباحثة في دراسات الإعلام سكادي لويست، والتي تعيش وتعمل بألمانيا، إلى تاريخ مهرجانات سينما المرأة؛ فمثلها مثل العديد من النماذج الأخرى، تطورت مهرجانات سينما المرأة من كونها فعاليات ثقافية صغيرة موجهة بالخصوص إلى المجتمعات التي تحدث داخلها إلى كونها تظاهرات عالمية تأخذ من هوية ما، مزاعم أنها موحدة وعابرة للمجتمعات، مجال للتمحور وآلية للسفر عبر الحدود وتخيل جمهور عالمي.[٢٤] فلهذا السبب مهرجانات سينما المرأة اليوم لابد لها أن تعتمد في لحظة عولمتها وتوجهها إلى جمهور عابر للحدود على توازنات حساسة وأن توفق بين عوامل عديدة مثل الواقع الاجتماعي والسياسي الخاص بالبلد التي تنظم في إطارها، والديناميات السائدة المتعلقة بصناعة السينما العالمية، والخطاب النسوي الذي تُعنى به تلك المهرجانات، والتزام النساء التي تديرها بما يكفل استمرارهن في ذلك. ورغم صعوبة هذا أنهت سكادي خطابها بشكل متفائل: ربما ما يبقى من إرث مهرجانات سينما المرأة، حتى بعد أن تطورت لتصير تظاهرات عالمية، تركيزها على إنتاج واحتضان قيم وأساليب وصور وتمثيلات مضادة للتيارات السائدة على عكس اهتمام مهرجانات أخرى بالاستهلاك الثقافي فقط.

ربط جميع العاملين والعاملات بالسينما - ممن تحدثت إليهم - قيمة عملهم بخدمة الجمهور، أي كل من يطرق باب المؤسسات التي يعملون بها وتمتد تلك الرؤية أحيانا إلى خارج المؤسسات، إلى المجتمع الأكبر الذي يفترضون أنه يشكِّل أيضا جمهورهم. تدّعي المنظمات السينمائية خاصة المستقلة منها عن التمويل الحكومي بأن لها دور في سياق المجتمع المدني لكونها أماكن لتحفيز النقاش وتكوين شبكات مناصرة ودعم جديدة في المجتمع. معظم تلك المؤسسات ترفض الخضوع التام لأهواء السياسة الثقافية العالمية. ذكرت ياسمين دسوقي في النقاش الذي أُجري معها ومع ساندرا جيوفاني، وهما تعملان في سيماتك - مركز الفيلم البديل - عدم ارتياحهما تجاه زيادة نوع من أنواع برامج الأفلام الذي يركِّز على منطقة جغرافية أجنبية.

٢٤ سكادي لويست، "التغيير المجتمعي؟! وضع مهرجانات سينما المرأة اليوم". يمكن الاطلاع عليه من خلال موقع academia.edu (تمت آخر زيارة للرابط في أبريل ٢٠١٨).



ملصق مهرجان القاهرة الدولي التاسع لسينما المرأة، ٢٠١٦، بإذن من مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة، تصميم دعاء العدل

rhetoric of developing taste. Starting from a clearly articulated position about cinema, films and their relationship to the material world, the body, cinema history or cinema theory would allow for a space where covert values, ideas and attitudes could be debated rather than passing unnoticed in a context of collective cinema viewing.

We sit together around the cinema screen to be entertained, to escape the rhythms and routines of the everyday, but sometimes to be shocked into new realizations about the world. We also often seek to feel part of a transnational exchange of culture and at times to maintain a cultural status, where watching films is a form of visual education. We want to see our dreams and frustrations reflected back to us in high definition and with immersive sound. But sometimes we leave the space around the screen to take up cameras and enter editing rooms, imagine new aesthetics, styles, politics and pedagogies for and around the moving image. All this starts from watching films together and collectively formulating opinions about cinema and its relationship to the world we live in. We need more amateur filmmakers, more festivals and screens that are in dialogue with their surrounding contexts and that imagine new forms of organization, management and financing. We also need films that in their content and form, as Robert Kramer said, propose new senses that can begin to encompass our lived realities, films that "unnerve, that shake assumptions, that threaten, that do not soft-sell, but hopefully (an impossible ideal) explode like grenades in peoples' faces, or open minds (like a good can opener)"[26] The storyline might be the main attraction to the larger group of people, but underlying this is a wish to see films that propose new relations between the image on the screen and lived reality.

[...]

The question of audiences is vast and takes us into a dense forest of difficult questions, each branching out from the original. I have only begun to formulate some of them here, but each could easily develop into its own research project. I hastily move between them with the hope that in doing so I suggest possible paths between these disparate lines of inquiry. From filmmakers to critics and

26 Robert Kramer, "Nowsreel, or the potentialities of a political cinema," in Film Manifestos and Global Cinema Cultures: A Critical Anthology, ed. Scott Mackenzie (University of California Press: Berkeley and Los Angeles) 2014, p. 464

عادة ما تتخذ تلك البرامج لنفسها عناوين طنانة مثل "أسبوع السينما العربية"، أو "أيام السينما الأفريقية"، أو ما يماثلها من العناوين التي تُكسب نفسها شواهد على هوية بذاتها. تبني تلك البرامج كيانها على نداء إلى التفاهم الذي يتخطّى الحدود، وإلى بناء مجتمع عالمي. ولكن قلما يُسأل عما ستكون القيم التي سوف تتشكل حولها تلك المجتمعات العابرة للحدود. يعود بي ذلك إلى تصريح فرانسوا ماتاراسو عن "الإيمان الكامل بقيمة بعض أشكال الثقافة والتعبير" من منظور تبشيري. هل ستكون تلك القيم ما تعتبرها المجتمعات هامة بالنسبة لنفسها؟ وربما السؤال الأهم، ما هي الإجراءات التي علينا كأفراد أن نصل من خلالها إلى اتفاق على ما نعتبره مهما من قيم بالنسبة لمجتمعاتنا؟

[...]

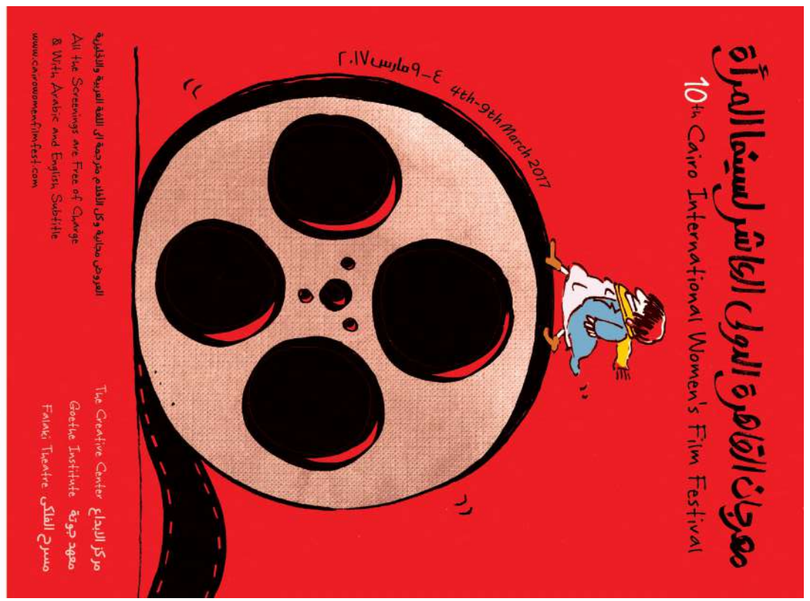
يشهد وقتنا المعاصر تطورات عديدة طرأت على آليات توزيع وعرض الصور والتكنولوجيا المصاحبة لذلك، مما أدى إلى تغيرات واسعة في علاقة الجماهير بالسينما. فنحن نختار اليوم من سيل الصور والأصوات التي تطاردنا ما نعطيه منها انتباهنا بحيث يصبح الانتباه والتشتت قطبين يشكلان فيما بينهما مجال علاقة الجماهير اليوم مع الصورة وخاصة الصورة السينمائية.

ومع كل التغيّرات الراهنة في علاقة الجماهير بالصورة التي أصبحنا نقابلها في سياقات عرض صالات الفنون، قاعات الدراسة والإنترنت والتلفزيون، فلا تزال تجربة الذهاب إلى دور السينما نشاطًا ثقافيًا واجتماعيًا يحمل سحرًا خاصًا. فمنظومة الصناعة السينمائية، والديناميات الاجتماعية المتعلقة بدور العرض والأفلام في حد ذاتها كإنتاجات ثقافية فريدة من نوعها ساهمت جميعا في تفرد تجربة مشاهدة الأفلام والذهاب إلى عروض السينما وتفرد نوع المعارف المحتملة التي نشكلها ونشاركها حول شاشة العرض وعمليات التماهي والتماهي المضاد التي تساهم في ذلك. واللافت في الأمر أن العديد من الأشخاص اليوم يتأملون تفاعلهم(ن) مع السينما من خلال اللجوء إلى السيرة الذاتية. فتظهر القصص والذكريات عن تجربة الذهاب إلى دور السينما في أشكال منشورات على موقع فيسبوك، ومدونات، وفيديوهات، وأحيانًا في مذكرات منشورة.[25] يميز تلك الكتابات أنها شخصية ومشحونة بالمشاعر، تميل إلى اعتبار التفاعل مع السينما جزءا من رحلة شخصية وقد يكون هذا مؤشرًا على تغيُّرات أكبر طرأت على علاقة الجماهير بالسينما. الكثير من تلك الكتابات تقارب تجربة المشاهدة برحلة شخصية فردية لا تؤثر فيها إلا بدرجة قليلة التواريخ المجتمعية والثقافية الطويلة التي تعود بنا إلى الماضي وأثره على الحاضر. فماذا نفقد عندما نحصر حدث المشاهدة فقط في كلام عام عن أهمية حرية التعبير وتطوير الوعي لدى المشاهد ولا نتوجه بحجة واضحة عما نريد من السينما ونوع العلاقة التي نطمح إلى تكوينها بين السينما والمحيط بها من مجتمعات وتواريخ؟

في غياب رؤية عن نوع السينما التي نرغب في خلقها ونوع الصور والتمثيلات - وعلاقاتهما بالمحيط - الذي نريد المزيد منه تصير تجربة التجمع حول شاشة السينما مقيّدة في حدود الأنظمة القيمية السائدة وما تطرحه من معان وتصورات. قد تكون تلك القيم سائدة في المجتمع ككل بسبب ارتباطها بالسلطة أو قد تكون مرتبطة بمجموعة واحدة داخل المجتمع ولكنها تمرر من خلال خطاب تطوير الذوق وكأنها قيم لابد لنا جميعًا أن نتشاركها. البدء من موقف محدد من السينما والأفلام وعلاقتهما بعالمنا المادي المحيط وبالجسد وبتاريخ ونظريات السينما يمكن أن يكشف لنا عن القيم والأفكار والتصورات التي قد تتسلل دون أن نلاحظها أو نناقشها في غياب مثل هذا الموقف المحدد.

نجلس معاً حول شاشة السينما لكي نرفِّه عن أنفسنا ولنهرب من وتيرة وروتين الحياة اليومية وأحيانًا لكي نُستفز من أجل تكوين استنباطات جديدة عن عالمنا. نجلس سويًا لكي نشعر أننا جزء من تداول عالمي للإنتاجات الثقافية وأحيانا للتأكيد على مستوى ثقافتنا. نريد أن نرى الشاشة تعكس لنا أحلامنا وإحباطاتنا ومخاوفنا ويا حبذا لو بجودة صورة عالية ومن خلال نظام صوت يغمسنا في أعماق الفيلم. لكن أحيانًا نفضل ترك المساحة حول الشاشة لحمل الكاميرات والدخول إلى غرفة المونتاج والبدء في تخيل جماليات وأساليب وسياسات وبيداغوجيات جديدة لصناعة ولمشاهدة الصورة السينمائية.

٢٥ يعتبر كتاب إبراهيم عبد المجيد "أنا والسينما" -الصادر عن الدار المصرية اللبنانية ٢٠١٨- مثالًا حديثًا لمذكرات تتمحور حول قيام المؤلف بالنظر في علاقته بالسينما ولكن في نفس الوقت متخطيًا ذلك ليشمل طرحه نقاشًا حول الثقافة في نطاقها الأوسع



ملصق مهرجان القاهرة الدولي العاشر لسينما المرأة ٢٠١٧، بإذن من مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة، تصميم: دعاء العدل

مقابلة مع أمل رمسيس وسلمى شكرالله

مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة

نور: المهرجانات السينمائية المحلية على أشكالها أصبحت، في ظل انكماش صالات السينما، مساحات أساسية لتكوين جماهير سينمائية متعددة في اهتماماتها وأنواع الأفلام التي تشاهدها وتصنعها وتنتقدها. لكن هل المهرجانات السينمائية قادرة في الوقت الراهن على خلق مساحات سينمائية تساهم في إنتاج ثقافي بديل عن السائد وما هو السياق السينمائي والثقافي والاجتماعي الذي يتشكّل من خلال مهرجانات السينما؟ أردت أن أناقش الأمر معكن بالأخص لأن مهرجان القاهرة الدولى لسينما المرأة قد استوقفني. فهو مهرجان يعقد مرة في السنة بلا انقطاع منذ ٢٠٠٨ في أماكن مختلفة بالقاهرة ومؤخرًا في بعض المحافظات ويهتم بإيجاد مساحة لأفلام أخرجتها سينمائيات، فهو لا يطرح فقط أفلاما غير متاحة في دور العرض المحلية وإنما يسلط الضوء بالخصوص على الأفلام التي صنعتها النساء العربيات والنساء من أمريكا الجنوبية إلى جانب عرض أفلام لمخرجات من كل أنحاء العالم.

أمل: بدأ مهرجان القاهرة الدولى لسينما المرأة في ٢٠٠٨ في شكل قافلة لسينما المرأة العربية واللاتينية وكان اسمه "بين سينمائيات" ويعقد في القاهرة مرة كل عام في مركز الإبداع بدار الاوبرا، ويخرج من برنامجه مجموعة أفلام تعرض في العام نفسه مرة أخرى في بلدان بأمريكا اللاتينية والمنطقة العربية وإسبانيا. كانت سنة ٢٠١٣ لحظة تحول، فقد شهدت تحول قافلة سينما المرأة العربية واللاتينية التي تعرض فقط أفلام من العالم العربي وأمريكا الجنوبية إلى مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة حيث بدأنا عرض أفلام من كل أنحاء العالم. وبقيت قافلة سينما المرأة العربية واللاتينية كقسم من أقسام المهرجان المتعددة، وهو القسم الذي يزور على مدار العام بلادًا أخرى من العالم العربي وأمريكا اللاتينية.

في ٢٠١٣ بدأنا أيضا إقامة عروض في أماكن أخرى بجانب مركز الإبداع، بمسرح الفلكي ومعهد جوتة بوسط البلد وكان التوسيع مجازفة في وقتها شجعتنا عليها "ثقتنا" في الجمهور. في ٢٠١٣ كانت وسط البلد ممتلئة بالحواجز الأمنية والتي قيّدت بشكل كبير حركة الناس وكان هناك حظر تجول مما انعكس على قلة الفعاليات الثقافية في المنطقة. فكانت مجازفة أن نعرض في وسط البلد في ذلك العام ولكنها كانت سنة رائعة. آخر عرض كان يبدأ في التاسعة مساءً وينتهي في الحادية عشر ليلاً. ومع الظروف التي كانت وقتها، كان العرض متأخرًا بالنسبة للكثيرين لكن الناس كانت تأتي. قدّروا أننا أخذنا المجازفة. نظّمنا المهرجان السينمائي الوحيد على مدار العام. في ٢٠١٣ أيضا تغير موعد المهرجان لشهر نوفمبر لكن أخذنا قرارا بعدها بالعودة لشهر مارس لأن طوال السنة عُقِدت مهرجنات قليلة، بينما يزدحم عدد كبير من المهرجانات في نوفمبر من كل عام. بدأنا جائزة الجمهور في السنة نفسها وهي الجائزة الوحيدة في المهرجان. شيئان لا نفكر في تغييرهما أبدًا: ألا يكون المهرجان مجاني و ألا نستطيع ترجمة الأفلام إلى اللغة العربية. لو عجزنا عن ذلك، ساعتها سنصبح كأي مهرجان آخر ولا داعي أن نبقى موجودين.

نور: الربط ما بين المرأة العربية واللاتينية والجماهير السينمائية

عرض فيلم "أبناء بينوشيه" في جامعة القاهرة وجلسة نقاش مع المخرجة باولا رودريجز زيكرت في إطار برنامج "أفضال أفلام الدورات السابقة"
وكان أول عرض للفيلم في ٢٠١٠ في مركز الابداع، ٢٠١٧، بإذن من مهرجان القاهرة الدولي ليسنما المرأة، تصوير: نيكاتي سونميز

في البلاد العربية وأمريكا الجنوبية من خلال القافلة نقطة لا تتغير في المهرجان أيضا، وهي نقطة عميقة لأنها تشير إلى رؤية وموقف ثقافي واجتماعي يتعدى الاهتمام بمجرد عرض أفلام غير متاحة للجمهور المصرى في صالات السينما.

أمل: يطول الحديث في هذا الموضوع لكن مثلا في ٢٠١٠، ولم تكن هناك حتى بوادر للثورة، عرضنا فيلم تشيلي اسمه "أبناء بينوشيه" للمخرجة بولا رودريجز زيكرت عن فترة الديكتاتورية العسكرية في تشيلي وكيف استطاع الناس من خلال المظاهرات والاضرابات والحركات العمالية والحركات الطلابية أن يعزلوا الديكتاتور بينوشيه. الفيلم يتحدث عن لحظة نزع الديكتاتور والتحول فيما بعدها، هل تغيّر النظام أم لا؟ وهؤلاء الذين كان لهم دورًا في التغيير، أين ذهبوا؟ لم ننسَ هذا العرض حتى اليوم. عرضنا الفيلم في مركز الإبداع وهي صالة تتبع وزارة الثقافة وكل الأفلام يكون إلزاميًا أن تمرّ على الرقابة. الفيلم مرّ على الرقابة وأعطوا اذنا بالعرض، والصالة كانت ممتلئة بالحضور والمخرجة جاءت من تشيلي وأثناء المناقشة معها في القاعة كان التفكير كله فيما لو أن مبارك ترك الرئاسة ماذا سنفعل؟ وكيف يمكن أن نستفيد من تجربة تشيلي لأن بالفعل ثمة أشياء مشتركة فيما بيننا؟ في مايو ٢٠١٠ حدث هذا النقاش. هذا أحد الأمثلة لأننا نسعى دوما لعرض أفلام ليست لأنها فقط لمخرجات نساء لكن لأنها أفلام تعرض قضايا تهم هؤلاء المخرجات. بمعنى أن أهمية عرض هذه الأفلام في السينما تكمن في علاقتها بالواقع المعاش للجمهور والمخرجات صاحبات الأفلام.

نور: في رأيي هذا مثال عن كيف نجلب "جمهورًا" (to bring about a public) من خلال خطاب ما يتشكّل من خلاله ومعه مجال لتشارك الأفكار. تلعب الرؤية الفنية للبرنامج دورا مهما في هذا الموضوع لأنها هي التي تعطي الملامح الأولى لهذا الخطاب وهذه المساحة التي نتجمع فيها وننطلق من خلالها. مهتمة بأن أعرف كيف يتشكل برنامج المهرجان.

أمل: هناك جزءان: الأول أن المهرجان يستقبل أفلامًا تتقدم بها مخرجات، والثاني يخضع لاختياراتنا من أفلام عُرِضت في مهرجانات أخرى دولية. فيما عدا صندانس وتورونتو أغلب المهرجانات في أوروبا، لكن في العموم كل مهرجان ممكن أن تستشفي "المنطقة" أو "التقاطع" المهتم به. ثمة فروق بين لوكارنو والبيرلنالي مثلا وكل منهما يمكن أن نجد فيه نوع سينما مختلفًا نسبيًا، وبهذا المعنى يمكن أن تظهر لمهرجان القاهرة لسينما المرأة برامجه المهتمة ببعض التقاطعات ما بين الأفلام التي عرُضت في تلك المهرجانات. لكن الأفلام هي التي تفرض نفسها على المهرجان فلا نقول مثلا أننا سوف نتحدث عن حقوق الإنسان وبالتالي نختار الأفلام التي تناقش حقوق الإنسان أو الإنسانية أو أيا ما كان. على العكس، نرى ما هو حاضرًا من إنتاج سينمائي وما تحاول المخرجات قوله من خلال أفلامهن ومن ثم نفكر في أساليب لطرح هذه الأفلام بطريقة قد تثير حوارا ونقاشا ما بينهن وما بين أفلامهن. الاختيار هدفه تشكيل هذا الحوار.

نور: هناك شئ ملاحظ خلال مشروعنا البحثي، وهو أنه على الرغم من إغلاق عدد كبير من قاعات السينما أبوابها في المنطقة العربية ككل إلا أن عدد المهرجانات السينمائية يزيد بشكل ملحوظ.

أمل: هذه مشكلة...

نور: أوافقك، لكن لماذا في رأيك الأمر مشكلة؟

أمل: من ناحية، السينمات في مصر تعرض نوعين من الأفلام بشكل أساسي وهم المصري والأمريكي الهوليوودي. وبعيدًا عن هذين الخيارين لا توجد تنويعات إلا في القليل جدا. تذاكر السينما هي الأخرى مرتفعة الثمن تصل في بعض الأحيان لخمسون أو سبعون جنيه. لذا أعتقد أن هاتين النقطتين تؤثران على عادات الجمهور ويعطيان ميزة لمهرجان يقوم بعرض نوع مختلف من الأفلام مجانًا في القاهرة. من ناحية ثانية، ولهذا هي مشكلة، ليس صحيًا أن على مدار السنة يكون عدد محدود من الأفلام متاحًا للمشاهدة في السينما وعدد كبير من المهرجنات مُتكدِّسة في شهور قليلة.

سلمى: ومعظم المهرجانات المحلية في أماكن من الصعب الوصول إليها أو غير معروفة للجمهور أصلا.

أمل: لو كان هناك مهرجانات سينما في أسيوط أو في المنيا أو في قنا، ستثنين على الأمر ، بالرغم من عدم وجود سينمات، فالناس تشاهد الأفلام وتنظم فعاليات سينمائية. لكن الحقيقة أنكِ تجدين خارج القاهرة أن أغلب المهرجانات في أسوان أو في شرم الشيخ أو في الجونة من تنظيم وزارة الثقافة أو رجال أعمال. لو هذه المهرجانات موجودة وهناك مهرجانات في محافظات أخرى مثل التي ذكرتها يمكن القول بأنها ظاهرة صحية وأن هناك جمهورًا سينمائيًا متنوعًا بدأ مرة أخرى بالعودة إلى مشاهدة الأفلام في السينمات والاشتراك في خلق ثقافة سينمائية واسعة في مصر لكن التكدّس الزمني والجغرافي غير صحيين ويقصيان عددا ليس بقليل من الشرائح.

سلمى: ٢٠١٧ السنة الأولى التي قدم فيها مهرجان بانوراما الفيلم الأوروبي، الذي تنظمه زاوية، عروضًا خارج القاهرة، أليس كذلك؟

نور: أعتقد أنهم بدأوا في دورة سابقة، ٢٠١٥ كما أتذكر، وهم ينظمون العروض مع شباب ومبادرات من المحافظات المستضيفة.

أمل: على سبيل المثال، في تونس هناك مهرجان يسمى "مهرجان قليبيه لسينما الهواة"، على البحر، والصالة على مساحة كبيرة تستوعب ١٥٠٠ شخص وهو من تنظيم الجامعة التونسية لسينما الهواة. كل يوم، في العاشرة مساءً يعرض فيلمًا واحدًا والدخول مجاني. لديهم جمهورًا رائعًا في الصيف لأن الشباب يحبون الذهاب إلى البحر لكي يستمتعوا أيضًا بحضور المهرجان وخوض نقاشات ثرية جدًا. يأتي الشباب ويتناقشون بحماس شديد، هذا وقليبيه مدينة ساحلية صغيرة بالمقارنة مع تونس العاصمة.

نور: هذه أمثلة على نشاط سينمائي وثقافي غير محصور في العاصمة أو المدن الكبيرة أو النخب الثقافية لكن هل المهرجانات المحلية تخلق بالضرورة بنية تحتية حقيقية لتدوير الأفلام وتوسيع دوائر المشاركة في الثقافة السينمائية؟ أعتقد أن لا تزال هناك حاجة لتطوير شبكات جديدة لتوزيع وعرض الأفلام لديها استمرارية ابعد من المهرجانات ولكننا أصبحنا نتعامل مع المهرجانات المحلية كبديل لتطوير منظومة توزيع للأفلام. المهرجانات الآن هي الوسيلة الوحيدة تقريبًا في أماكن كثيرة التي تصل بها بعض الأفلام العربية إلى الجمهور في المنطقة العربية، لكن عرضا واحدا في إطار مهرجان لا يغني عن ضرورة تطوير منظومة التوزيع والعرض للأفلام بشكل عام في مصر والبلاد الأخرى.

أمل: المهرجانات جزء من هذه المنظومة وليست بديلا عن قاعة السينما ولكن أردت أن أوضح من مثال مهرجان قليبيه أن المهرجان يمكن أن يكون فرصة لمشاهدة عدد من الأفلام في مناخ تفاعلي وتشاركي له طبيعته الخاصة وهذا شيء فريد في علاقة المهرجانات بالجمهور على عكس قاعة السينما الدائمة. المهرجان وقاعة السينما مشروعان مختلفان. السؤال هو كيف نخلق مساحات مختلفة لعرض أفلام متنوعة على مستوى من أخرجها/أخرجتها، وعلى مستوى طرحها السينمائي وتعاملها مع الواقع الاجتماعي والثقافي.

نور: يراودني أحيانًا سؤال عن المهرجانات المتخصصة - مهرجانات المرأة أو مهرجان سينما نوبية في مصر كمثال أو مهرجان سينما عربية في برلين - هل هي أماكن يأتيها جمهور يجمعه هوية اجتماعية وثقافية معينة و اهتمام لحظي بقضية ما؟ أقصد هل المهرجانات المتخصصة تستهدف فئات معينة من المجتمع بشكل أساسي لأن منظميها يرون أن الفئات هذه في هذا التوقيت في حاجة إلى مساحات خاصة بهم أكثر ليتشاركوا فيها اهتماماتهم و يقابلوا أفرادًا آخرين يشبهونهم. أثناء مجموعة النقاش في الأسكندرية أذكر أن إحدى المشاركات شرحت لنا أن أحد أسباب ذهابها لمركز ثقافي معين في الأسكندرية هو شعورها بعدم الاغتراب هناك. الناس فيه يشاركونها همومها وقضاياها فهي بالتالي تُقدِّر وجود هذه المساحة.

سلمى: نذهب إلى الأماكن الثقافية لنشعر أننا لسنا وحدنا وهذا مطلوب لكن غير مفيد إن كانت دائرة النشاط الثقافي في مصر محدودة على فئة تتشابه مع بعضها البعض بالفعل. في النهاية ستصبح تلك الدائرة ضيقة جدا ويمكن بدلا من أن تشعري بالدفء تجدين الأمر يتحول إلى اختناق! الميزة في مهرجان المرأة ليس اهتمامه بسينما المرأة فقط وإنما لأنه مجاني مما وسّع دائرة الجمهور في رأيي. أصبح غير محدود على شريحة معينة من الناس التي تشارك باستمرار في خلق المناخ الثقافي السائد.

نور: هل اهتمامكن بتوسيع دائرة الجمهور يؤثر على اختياركن لأماكن العرض؟ ولماذا تخترن العرض في المكان نفسه كل سنة؟

سلمى: أماكن العرض خارجة عن أيدينا في أوقات كثيرة لأن الأماكن المتاحة والمجهزة محدودة وربما يمكن أن يكون لذلك دورًا في جعل دائرة وشرائح التفاعل مغلقة على مجموعات بعينها.

أمل: لكن السنة الماضية مثلا عرضنا في جامعة القاهرة مع نادي سينما في الجامعة ينظمه أساتذة وطلاب وطالبات مهتمين/ات بالسينما وكان حدثًا رائعًا نتمنى تكراره. وفي رأيي ساعد على الخروج من التوجه لمجموعة ضيقة من الجمهور. ثمة تكوينات مختلفة من الأفلام تجذب شرائح مختلفة وبالتالي تخلق تنوعا في الجمهور. نقول أحيانا "هذا الفيلم سيحبه الناس بالتأكيد" وهناك نوع ثان من الأفلام نعرف أن الإقبال عليه سيكون أقل لكن هناك مجموعة من الجمهور سوف تقدّر عرضه جدا فنقرر عرضه لأن المهرجانات هي أيضا أماكن لاكتشاف أفلام من الممكن ألا نكتشفها بأنفسنا. وأثناء العمل على برنامج متنوع، لا يكون تفكيرنا منصبّا على إرضاء فئات الجمهور المختلفة بالضرورة وإنما على فتح مناطق مختلفة للتلاقي، أقرب في لحظة لفئة معينة وفي لحظة أخرى لفئة أخرى وبدء نقاش في مساحات التقاطع هذه. وهناك تجربة ثانية هي جزء من المهرجان منذ بدايته وهي ورشة الدقيقة الواحدة. في أمريكا اللاتينية والعالم العربي ورشة الدقيقة الواحدة مخصصة لسيدات لم يتعاملن مع الكاميرا من قبل. يصنعن فيلما مدته دقيقة من دون مونتاج. مدة الورشة اربعة أيام وهي مفتوحة لأية امرأة بشرط أنها لا تملك تجارب سابقة مع الكاميرا. نظمنا ورشة الدقيقة الواحدة في المنيا و أسيوط داخل مصر، وفي بلدان أخرى في العالم العربي وأمريكا اللاتينية. عندما نخرج من القاهرة نحاول التواجد أكثر في القرى ونوفر المعدات - كاميرا وكمبيوتر. الورشة هي أيضا طريقة لتوسيع دوائر الجمهور من مشاهدات وصانعات للأفلام.

أمل رمسيس مخرجة سينمائية مصرية/إسبانية ، ولدت في القاهرة ودرست السينما في مدريد ما بين ٢٠٠٣ و ٢٠٠٥. طورت عدد من ورش الفيديو حول العالم مع سيدات كانت الورش أول خبرة لهن في صناعة الافلام. هي مؤسسة ومديرة مهرجان القاهرة لسينما المرأة وكمخرجة لها عدة أفلام من ضمنها "أحلام فقط" (٢٠٠٥)، "الحياة" (٢٠٠٨)، "ممنوع" (٢٠١١) و"أثر الفراشة" (٢٠١٤).

تعمل سلمى شكرالله في القاهرة كصحفية ومنسقة مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة. حصلت على شهادة الماجستير في الأنثروبولوجيا من الجامعة الامريكية في القاهرة عام ٢٠١٠.

عرض أفلام ورشة الدقيقة الواحدة ومناقشتها مع المشاركات، كان موضوع الورشة هذا العام "السعادة" وتم تنظيمها في النوبة والمنيا والقاهرة،
٢٠١٧ بإذن من مهرجان القاهرة الدولي لسينما المرأة، تصوير: نيكاتي سونميز

مقابلة مع عصام زكريا

مهرجان الإسماعيلية الدولي للأفلام التسجيلية والقصيرة

تحرير وتحضير: أحمد رفعت

نور: مهرجان الإسماعيلية (على الرغم من إدارته المنفصلة منذ الدورة الماضية) يدار من داخل الدولة، من داخل المركز القومي للسينما واختار مؤسسيه منذ البداية أن يكون خارج القاهرة. هاتان نقطتان مثيرتان للاهتمام في سياق بحثنا، وذلك لعلاقتهما بفكرة مركزية الثقافة ولامركزيتها والدور المتخيل للدولة في المجال الثقافي.

عصام: المهرجان القومي للسينما المصرية ومهرجان الإسماعيلية هما المهرجانان الوحيدان اللذان تقيمهما الدولة من الألف إلى الياء. يقوم بتنظيم المهرجانات الأخرى جمعيات، من المفترض أنها أهلية، وهي جمعيات مدعومة من الدولة بدرجات متفاوتة. المهرجان كان يقام من ميزانية المركز القومي للسينما في البداية، لكن مع الوقت ومع استمرار المهرجان أصبح له ميزانية مستقلة من وزارة المالية، لا يمكن صرفها تحت أي بند آخر من بنود ميزانية المركز القومي للسينما. أما عن اختيار مدينة الإسماعيلية فقد رأى مؤسسو المهرجان أن يكون خارج القاهرة، على أن يقام بإحدى مدن القناة، وذلك لأهميتها التاريخية للمصريين وقت العدوان الاسرائيلي. يحتفل المهرجان بدورته العشرين مع أن البداية كانت سنة ٩١ ويرجع ذلك لتوقف المهرجان لبضع دورات، مما يجعله من أقدم المهرجانات السينمائية في مصر.

نور: المقر الرئيس لعروض المهرجان هو قصر الثقافة في الإسماعيلية. هل العلاقة كانت دائما وطيدة مع شبكات قصور الثقافة؟

عصام: بالتأكيد، وذلك لأن المركز القومي للسينما هو أحد فروع وزارة الثقافة وتلك القصور تتبع الوزارة. كما أن أول نشاط أقيم في قصر ثقافة الإسماعيلية عند افتتاحه سنة ١٩٩٥ كان فعاليات المهرجان في تلك السنة.

نور: لكن إلى جانب فعاليات المهرجان داخل قصر الثقافة في الإسماعيلية هناك عروض أخرى بالنوادي الاجتماعية، أليس كذلك؟

عصام: بدأت تُقام عروض خارجية منذ بضع سنوات فقط، عندما تم افتتاح دار عرض حديثة في الإسماعيلية (سينما رنيسانس)، فانتقلت العروض لإحدى قاعات سينما رنيسانس وهناك عروض في النوادي الاجتماعية وعروض في المقاهي، كما أن هناك بعض العروض في المدارس والجامعات.

نور: وماذا كانت الفكرة من وراء العروض خارج قصر الثقافة؟ هل أردتم الوصول لأكبر عدد من الحضور أم هي سبيل إلى توسيع دوائر المهتمين/ات بالسينما؟

عصام: في حقيقة الأمر العديد من الناس لا تملك عادة الذهاب إلى قصر الثقافة الآن أو حتى عادة الذهاب إلى قاعة عرض سينما، ولكنهم يذهبون إلى النوادي الاجتماعية لتقضية الوقت. فأردنا أن نمكِّن سكان الإسماعيلية من التفاعل مع أنشطة المهرجان كذلك حتى لا تنحصر العروض في مكان واحد فقط بحيث يمكننا زيادة عدد الأفلام التي يعرضها المهرجان.

نور: كانت تقام العروض في دورات سابقة خارج المدينة، ثم توقف ذلك لفترات طويلة. في رأيي الخروج عن مدينة الإسماعيلية ليس فقط لمدن القناة الأخرى لكن أيضا للقرى المحيطة مهم لأن هناك فجوة ما بين النشاط الثقافي في المدن وفي القرى. تبدو أغلب القرى الصغيرة في مصر شبه منعزلة عن أى نشاط سينمائي.

عصام: توقفنا عن عرض أفلام المهرجان خارج الإسماعيلية لكننا نعاود نشاط نادي السينما في الجامعة وهو نشاط يهدف إلى توسيع الشرائح المهتمة بالسينما سواء على مستوى المشاهدة أو الصناعة، فهناك طلبة وطالبات يأتون للدراسة في جامعة قناة السويس من المدن والقرى المحيطة بالإسماعيلية. لكن في البداية كانت العروض بالفعل تذهب خارج الإسماعيلية لبقية مدن القناة وفي سنين كثيرة كنا نختار مجموعة من الأفلام للعرض بالقاهرة أيضا بعد العودة من المهرجان. كانت تعرض الأفلام في مركز الإبداع ومركز الثقافة السينمائية (٣٦ ش شارع شريف) من خلال جمعية النقاد أو جمعية التسجيليين أو نشاط المركز القومي ذاته في ٣٦ شارع شريف.

نور: في ظني كان لدى مؤسسي المهرجان، هاشم النحاس وجيله، هدفان يتحركان بالتوازي. كان يهمهم مفهوم الثقافة الجماهيرية ووصول الثقافة لأكبر عدد من الناس وفي الوقت ذاته كانوا مهتمين أيضا بآليات صناعة وإنتاج السينما التسجيلية في مصر. فكيف تمت الموازنة بين هذين الاهتمامين: المشاهدة والثقافة السينمائية للجماهير وتطوير الصناعة والمنخرطين/ات بها؟ وهل ما زال الهدفان يتحركان بالتوازي في الدورات الحالية للمهرجان؟

عصام: المهرجان يهتم بالسينما التسجيلية والقصيرة وأفلام التحريك. وذلك لوجود بالفعل مهرجان القاهرة والإسكندرية المخصصين للأفلام الروائية، ومن هنا جاءت فكرة أن السينما التسجيلية تستحق أن يكون لديها مهرجانا وكان من الطبيعي أن يضم المهرجان الأفلام القصيرة وأفلام التحريك. ويرجع التركيز على هذه الأفلام وعلى صانعيها من جانب المؤسسين لعملهم في ذلك المجال بجانب شغلهم لوظائف في الدولة، والدولة كانت المنتج شبه الوحيد للأفلام الوثائقية من خلال المركز القومي للسينما ومن خلال وحدة السينما التجريبية التي أسسها شادي عبدالسلام داخل المركز، أو من خلال هيئة الاستعلامات، أو التليفزيون. كان هناك إنتاج لبعض الأفلام الوثائقية برؤوس أموال خاصة بالطبع، ولكن ظلت الدولة منتجة لأكثر من ٩٠٪ من الأفلام الوثائقية حتى حدثت طفرة مع أواخر التسعينات وأوائل الألفينات، وهي نشأة وصعود السينما المستقلة المصرية والعربية. أصبح المهرجان في ذلك الوقت المكان الذي تتجمع فيه كل أفلام السينما المستقلة العربية وما يوازيها من سينمات نشأت وتطورت بطرق مختلفة في بلاد أخرى.

أعتقد أنه منذ البداية كان هناك تصور عند الدولة الاشتراكية أن الأفلام التسجيلية أقرب إلى الناس وهي تتناول حياة الناس وهمومهم بشكل أكبر من الأفلام التجارية، الروائية الطويلة، وكان لدى الجيل المؤسس للمهرجان تصور شبيه عن أفلامهم. كما

كانت الدولة نفسها قد أصدرت ما يشبه القرار بأن تعرض الأفلام التسجيلية والقصيرة في دور العرض العامة قبل عرض الفيلم الروائي الطويل كنوع من نشر الوعى. كانت الكثير من تلك الأفلام توجيهية أو تعليمية، عن الثقافة الشعبية أو الكفاح الوطني أو المقاومة ومن هنا جاء الربط، كان تصورهم عن السينما الوثائقية أنها أفلام غرضها التوعية أكثر منها أفلام ترفيه مثل الأفلام الروائية الطويلة ولكن بالطبع مع مرور الزمن لم تكن الأفلام التوجيهية أو التوعوية هي النوع الوحيد الذي يتم إنتاجه من أفلام وثائقية وتحريك. على العكس هناك مجال خصب جدا للخيال والفن ولكن تظل السينما التسجيلية هي سينما الواقع وسينما الناس وللناس.

رفعت: وعندما تغيرت ظروف الإنتاج وانحسر دور الدولة كالمنتج الأكبر وشبه الوحيد لتلك النوعية من الأفلام وصعود السينما المستقلة، هل تغير التوجّه في المهرجان من كونه مهرجان للمشاهدة والثقافة الجماهيرية إلى مهرجان يهتم أكثر بظروف الصناعة وصناع الأفلام؟

عصام: حدث ذلك بشكل غير متعمد، بمعنى أن المهرجان بدأ منذ عام ٩٥ في التوجه أكثر إلى الشباب السينمائيين بجانب الاهتمام بجمهور المدينة، وكان لابد أن يكون هناك وعي أكثر وتخطيط وذلك لأنه من الممكن أن يكون الجمهوران مختلفان ومفهومهما عن السينما التي يرغبان في مشاهدتها مختلفا. الجمهور العادي كان يذهب لمشاهدة الأفلام فيجد أفلاما ليست في محيط اهتماماته وذلك لأنها أفلام أنتجها شباب السينمائيين لجمهور متخصص وربما يكون قد تسبب ذلك في نفور البعض من سكان الإسماعيلية عن المهرجان.

كما تمر أفلام المهرجان على ذات الرقابة التي تباشر المهرجانات الأخرى، وهي الرقابة التي تختلف عن العروض العامة التجارية نظرا لكونه مهرجانا دوليا. يرجعنا ذلك إلى نقطة الجمهور مرة أخرى، لأن المهرجان لم يطبق حتى الآن التصنيف الرقابي العمري وهو اقتراح تقدّمت به إلى اللجنة المنظمة عندما كنت مشاركا كعضو في لجنة مشاهدة في احدى الدورات السابقة للمهرجان. يعمل التصنيف العمري أيضا كتوجيه للجمهور المقبل على دخول الفيلم ومن الجيد أن ثقافة التصنيف العمري بدأت في الانتشار من خلال التليفزيون فيصبح من الممكن عرض كل الأفلام بدون تدخل الرقابة أو الدولة وهي الهيئات التي يثير انتباهها المشاكل التي يُحدِثها الجمهور.

رفعت: فتحنا الحديث عن أساليب اختيار الأفلام من جانب الإدارة الفنية للمهرجان، لكن هل من الممكن أن تحدِّثنا عن فلسفة المهرجان في برمجة أفلامه وعن تطور الأفكار المرتبطة بذلك مع تغيّر الظروف الإنتاجية ونوعية الأفلام التي يستقبلها المهرجان؟

عصام: تأخذ الاختيارات في الاعتبار، ثلاثة أنواع من الجمهور: السينمائيين والذين تتشكل منهم في الأغلب لجان المشاهدة، النقاد والصحفيين المتخصصين في تلك النوعية من الأفلام والذين يأتون لتغطية المهرجان، وجمهور المدينة. لا أستطيع القول أن الثلاثة أنواع من الجمهور يشكلون وحدة متجانسة. فنستطيع القول أن الاختيارات تأخذ في الاعتبار التوازن بين تلك الكتل من الجمهور. ذلك بالإضافة إلى بعض الاعتبارات الأخرى، السياسية في الأغلب. على سبيل المثال الاهتمام بالسينما العربية والفلسطينية على وجه الخصوص والتبادل المعرفي والثقافي مع بقية العالم العربي والقضايا العامة التي تهم المواطنين العرب. كما يوجد اهتمام بالأفلام المصرية الحديثة وخاصة الجيدة منها. بالإضافة إلى اهتمام عام بمناقشة الجديد في السينما الوثائقية والتحريك والأنواع الهجينة مثل الـ docudrama (دراما وثائقية).

رفعت: وكيف تتم عملية الاختيار ذاتها والتي تتحقق من خلالها تلك المعايير؟

عصام: يفتح باب التقديم ثم تكوَّن لجان المشاهدة. التقديم هو المدخل الرسمي وهو مدخل واحد للاختيارات. هناك أفلام نطلبها بالاسم، هناك ترشيحات النقاد، بالإضافة إلى جهات ترسل أفلامها مثل معهد السينما والتليفزيون عندما كان ينتج أفلاما، ومراكز الفيلم خارج مصر، والسفارات هنا، و نخاطب أيضا المراكز الثقافية الأجنبية ليرسلوا أو يرشحوا أفلاما. باختصار هناك جهات ووسائل كثيرة لدعوة الأفلام بجانب الموقع الرسمي.

نور: ذكرت الجهات الاجنبية ولكن أريد العودة لنقطة العلاقة مع المنطقة العربية. كيف ترى علاقة المهرجان مع البلاد "العربية" والأفلام الوثائقية التي يصنعها مخرجون ومخرجات من المنطقة؟ لأن المهرجانات السينمائية لعبت دورًا في خلق ما يمكننا أن نطلق عليه حركة لسينما عربية جديدة في الستينات والسبعينيات وكان يحتل فيها الفيلم الوثائقي مكانة عالية. مهرجان دمشق بالطبع لعب دورا في هذه الحركة لكن أيضا مهرجان الإسماعيلية كان يبني على إرث جماعة السينما الجديدة وغيرها.

عصام: من المهم الإشارة إلى أنه على الرغم من أن الدولة تقف وراء المهرجان ولكن سينمائيون هم من ينفذون المهرجان فعليًا. كان هاشم النحاس قائما على الدورات الأولى ثم توقف المهرجان حتى ٩٥، ثم أدار المهرجان الناقد سمير فريد، ثم علي أبو شاي وهم سينمائيين بالأساس قبل أن يشغلوا ذلك المنصب أو مناصب أخرى بالدولة. كما أن لجان المشاهدة مكونة من سينمائيين بالأساس، ولا تباشر الدولة العمل بشكل دقيق باستثناء عند حدوث مشاكل، وهو نادرًا ما يحدث، سواء في هذا المهرجان أو غيره. فالاهتمام بالحركات السينمائية المختلفة نابع من السينمائيين القائمين على المهرجان وليس من توجه سياسي أوسع.

رفعت: هل يتم اختيار كل الأفلام من خلال لجان المشاهدة؟

عصام: بعد مرحلة لجان المشاهدة، هناك تصفية تحدث من جانب رئيس المهرجان وبعض أعضاء اللجنة وذلك لأسباب قد يحدث أن تكون رقابية في حالة الأفلام المتجاوزة للحدود، ليس الحدود

التي أحددها أنا ذاتي أو أعضاء لجان المشاهدة ولكن الوضع العام والجمهور. عادة تكون هناك ملاحظات مكتوبة من جانب لجان المشاهدة إذا كان هناك فيلم به تجاوز رقابي كبير (في الأغلب جنسي). غالبًا ما أقول لأعضاء لجان المشاهدة ألا يضعوا المحاذير الرقابية كعامل في الاختيار وأن يكتفوا فقط بالتقييم الفني للفيلم. هناك فيما بعد رقابة المصنفات بالإضافة لما يسمى الحس العام وهو شيء بيد رئيس المهرجان ليقرره وقت التسوية النهائية للبرنامج. وإنما في حدود ما يعرف في الأفلام العالمية فلا يوجد مشكلة. من الممكن عرض الفيلم مع وجود تصنيف عمري له.

رفعت: هل معايير الاختيار التي ذكرتها مصاغة أو مدونة كخطوط عريضة للقائمين على الاختيار؟

عصام: لا، ليس هناك معايير مصاغة بشكل واضح للاختيار لأنه في النهاية كل عضو من لجان المشاهدة له ذائقته الخاصة وهذا ما يعطي المهرجان تنوع.

رفعت: وبالنسبة لدور المهرجان في دعم وتطوير السينما المحلية، هل كان هناك محاولة لصياغة وكتابة ذلك الدور لإلزام الدولة أو المنظمين به؟

عصام: لا، وأظن أن ذلك خاطئ لعدة أسباب. أولها أن المعيار الأول هو المستوى الفني للأفلام التي نعيرها الاهتمام، ثانيًا كونه مهرجانًا دوليًا ولذلك يجب أن يكون هناك تنوع للدول واللغات الممثلة بالمهرجان وثالثًا هو تنوع الأساليب والمواضيع التي يرتكز عليها المهرجان من دورة لأخرى.

نور: هل هذا التنوع هو لرغبة الاطلاع على ثقافات سينمائية من بلاد وتواريخ سينمائية مختلفة؟ أقصد أن مهرجان الإسماعيلية في بداياته كان لديه طموح في لعب دور في مساعدة وتطوير كوادر سينمائية محلية من محافظة الإسماعيلية ومدن القناة. كان لدى المهرجان توجه عام لخلق جذور محلية، ولكن على الناحية الأخرى نرى في العديد من المهرجانات الآن رغبة في التنوع لذاته أو لتمثيل أكبر عدد من الدول بدون مغزى واضح من وراء ذلك. ما الفكرة من وراء الرغبة في التنوع؟

عصام: ربما من المفيد العودة لنقطة البرمجة من البداية لأنه فاتني أن أقول أن هناك ثلاثة برامج أساسية وهي البرنامج الرسمي للمسابقة المكون من أربعة مجموعات (التسجيلي الطويل، والتسجيلي القصير والروائي القصير والتحريك) ثم برنامج البانوراما وهي ما تغطّي قصور التمثيل بالمسابقة الرسمية التي تتميز بمعايير فنية واضحة لا يجب أن يقل عنها الفيلم بأي حال، فتحمل البانوراما الأفلام من بلاد غير ممثلة في المسابقة وتحمل تركيزا على الأفلام العربية. تهتم البانوراما بالتمثيل السياسي والتنوع الجغرافي بالأساس. ثم هناك البرامج الخاصة والتي تتناول أسلوبا فنيا بعينه أو أفلام من بلد معين أو مهرجان آخر يقام معه شراكة في سنة من السنين، بالإضافة إلى فيلم الافتتاح والختام وبرامج التكريمات والتي تعرض أفلام من يكرمهم المهرجان من سينمائيين و سينمائيات وبذلك لا يكون هناك اضطرارا للتضحية بالمعايير الفنية للمسابقة الرسمية ويضمن الإبقاء على عنصر ترفيهي جاذب للجمهور خاصةً وأن أغلب الأفلام ناطقة بلغات أجنبية ومترجمة للإنجليزية مما يخلق صعوبة في وصول الأفلام بعض الشيء. وبهذا فالاستراتيجية العامة للبرمجة هي ضمان الجودة الفنية للمسابقة الرسمية وفي ذات الوقت التنوع الجغرافي والأساليبي في الموضوعات والأفكار من خلال البرامج الأخرى للمهرجان وبالتالي ضمان تنوع المهرجان ككل.

رفعت: لا تترجم الأفلام إلى العربية؟

عصام: لا، نحاول هذه السنة للمرة الأولى ترجمة حوالي عشرين فيلما إلى العربية.

رفعت: هل يعود عدم ترجمة الأفلام للميزانية بشكل أساسي؟

عصام: نعم.

رفعت: على ذكر برامج التكريمات، وفي ظل أن مهرجان الإسماعيلية هو المهرجان الدولي الوحيد الذي ينظمه المركز القومي للسينما وهو أكبر أرشيف سينمائي في مصر، هل هناك محاولة لاستغلال ذلك الأرشيف في عروض المهرجان؟

عصام: كانت هناك محاولة لذلك في مهرجان الإسماعيلية والمهرجان القومي للسينما المصرية. حدث ذلك عندما كان علي أبو شادي رئيسًا للمهرجانين، فكان يتم ترميم بعض النسخ لعرضها. هذا بالإضافة إلى بعض الأفلام التاريخية التي تم تصويرها بمصر وتقبع في أرشيفات عالمية والتي عرضها سمير فريد في دورة مهرجان الإسماعيلية سنة ١٩٩٥. كنت أفكر في عرض بعض الأفلام الأرشيفية هذه السنة، وبالفعل طلبناها من الشركة القابضة لصناعة السينما وهي الجهة التي تملك نيجاتيف الأفلام وليس المركز القومي على خلاف الاعتقاد الشائع. يملك المركز القومي نسخا للعرض في المحافل الثقافية الدولية ولكن تظل المشكلة الرئيسية هي حقوق العرض لتلك الأفلام لأن المركز القومي لا يملك إلا حقوق عرض الأفلام التي أنتجها.

رفعت: مع انحسار دور الدولة الإنتاجي للأفلام الوثائقية والقصيرة وازدهار القطاع المستقل، هل صاحب ذلك تغيّر في رؤية مهرجان الإسماعيلية لدوره، من حيث محاولة تعزيز فرص التوزيع والانتشار للأفلام المعروضة وهو ما نراه في العديد من المهرجانات الآن؟

عصام: تغيّر بالتأكيد دور مهرجانات السينما كلها في السنين الأخيرة لتصبح منصة أو مكان لتجمع أهل الصناعة لكي يعقدوا صفقات توزيع وتعاون مشترك. فشلت كل المهرجانات المصرية بلا استثناء في تحقيق مثل هذا الهدف، بدليل أن مهرجان القاهرة بكل تاريخه الطويل لم ينجح ولو لمرة في تسويق فيلم مصري في الخارج أو العكس، أي المساهمة في توزيع فيلم أجنبي في السوق المحلي. في دورة ستة ٢٠١٤ لمهرجان الإسماعيلية، الدورة الأولى بعد

الثورة، والتي تولى رئاستها المنتج محمد حفظي، وهو من العاملين في الصناعة، قام في تلك الدورة بعمل منصة تحت اسم film connection، و لكن لم يكن هناك نتيجة ملموسة لهذه المنصة.

رفعت: وماذا عن التليفزيون كوسيلة توزيع وعرض؟ خاصة وأنه كان الوسيلة الأهم للأفلام الوثائقية في مصر في ظل صعوبة عرض تلك الأفلام بقاعات العرض.

عصام: كان التلفزيون المصري يعرض الأفلام بدون دفع رسوم عرض والآن مع القنوات الخاصة يظل الحال على ما هو عليه، تريد القنوات عرض الأفلام بدون دفع الرسوم مما يصعب الاعتماد على القنوات كوسيلة توزيع في رأيي.

عصام زكريا صحفي وناقد سينمائي وباحث وهو الرئيس الحالي لمهرجان الإسماعيلية الدولي للأفلام التسجيلية والقصيرة. كتب مئات المقالات السينمائية لعدة مطبوعات عربية، كما ألف عشرة كتب عن السينما المصرية والعالمية، وترجم من الإنجليزية والألمانية عشرات المقالات والعديد من الروايات والكتب حول فن السينما.

أحمد رفعت باحث ومبرمج أفلام ومهتم بالثقافة البصرية المحلية ونظيرتها في السياقات الشبيهة. يعمل حاليًا بمركز الصورة المعاصرة بالقاهرة كما يكتب أحيانًا لبعض المطبوعات والمنصات الإلكترونية.

تنطلق البدائل من تجربة المشاهدة الجماعية وما يصاحبها من تكوين لأفكار حول علاقة السينما بالعالم الذي نحيا فيه. نحتاج إلى صناع وصانعات أفلام هواة ممن لا تهمهم(ن) الجماليات السائدة وإلى مهرجانات وشاشات واعية لسياقاتها المحيطة ولديها جرأة تخيّل أساليب تنظيم وإدارة وتمويل جديدة. نحتاج أيضا كما قال روبرت كريمر إلى أفلام تستطيع أن تستوعب في شكلها ومضمونها التجارب الحسية لعالمنا المعاصر، أفلام "تقلقنا وتهز الافتراضات وتهددنا وتستفزنا، أفلام لا تحاول بيع نفسها بهدوء للمشاهد(ة) لكن أفلام تنفجر في وجوهنا مثل القنابل وتفتح العقول مثل فتاحات العلب".[٢٦] قد تكون القصة هي عامل الجذب الأساسي، لكن يحمل هذا الانجذاب في طياته الرغبة في مشاهدة أفلام تقترح علاقات جديدة ما بين الصورة التي تقع على الشاشة و حياتنا المعاشة.

[...]

مسألة الجماهير مسألة كبيرة تأخذنا في خضم غابة كثيفة من التساؤلات المعقدة وكل من تلك التساؤلات، والتي بدأتُ هنا في رسم معالمها الأولية فقط، قد يتطور إلى مشروع بحث مستقل بذاته. أعبر من سؤال إلى آخر بشكل متعجل أحيانًا ولكن هذا بغية في اقتراح مسار محتمل قد يربط بين كل خيوط التقصي المطروحة هنا والأبعاد المحتملة لدراسة عن جماهير السينما. فالأفراد من الجمهور الذين تملكهم(ن) حب السينما وممن قرروا الالتفاف حول اهتمامات سينمائية مشتركة كان لهم(ن) دورًا هامًا في تطوير شبكات عرض وتوزيع موازية للشبكات التجارية السائدة وفي تثوير مفهومنا لماهية شاشة العرض وعلاقتها بالمحيط والأماكن المحتملة لوضعها. فعندما نجتمع لخلق جمهورًا لفيلم نخضع دائمًا إلى عملية تشاركية نتبادل من خلالها التجارب الحسية والأفكار والمعارف التي تتشكل في المساحة حول شاشة العرض. ليس لمشروع "رصد جماهير السينما: مصر" خلاصة نهائية، أو حتى حزمة من الاستنتاجات، بل يجب أن تظل موضوعاته محلًا للنقاش المستمر، آملة أن يقودنا المسار الذي اتخذه هذا المشروع إلى رؤية بعض العقد الشائكة التي تلتف حول الدراسة المعنية بتجربة الذهاب إلى السينما وبأنماط جماهير السينما في عصرنا الحالي. إن العلاقة بين السينما بمنظماتها المتنوعة، بدايةً من الإنتاج وصولًا إلى التوزيع والعرض، وبين المجتمع المحيط بها هي علاقة معقدة، ولا يمكن فصلها عن اعتبارات أوسع تتعلق بالمجتمع، والاقتصاد، وبديناميات الدعم المالي. إلا أننا رغم ذلك نعيش اليوم لحظة قد تحمل شيئا فيما هو قادم من أيام، فهناك العديد من البرامج الطموحة لعروض الأفلام التي تظهر كل يوم عبر أنحاء المنطقة، والعديد من دور العرض البديلة التي توفر مساحات لمشاهدة الأفلام المحلية والعربية التي لم تتمكن في السابق من التواصل مع الجماهير خارج أطر المهرجانات السينمائية. تخلق معظم تلك المؤسسات السينمائية الصغيرة أو متوسطة توازنًا صعبًا بين هياكل الدعم المتاحة وبين طموح ومساعي من يديرونها، وظروف العمل الصعبة التي يعملون في إطارها. آمُل أن يساعد هذا الكتاب في إكساب "مسألة الجماهير" وزنًا أكبر، وأن تتكشّف تفاصيلها وتتطور مع تغيّر ظروف واحتياجات كل من الجماهير والمؤسسات السينمائية، مع استمرار تواتر المد والجزر التكنولوجي وتيارات التحولات الاجتماعية.

٢٦ روبرت كرامر، "الجريدة السينمائية الآن أو اجتمالية سينما سياسية"، في كتاب "مانيفستوز الأفلام وثقافات السينما حول العالم: مجلد نقدي"، تحرير سكوت ماكنزي (دار نشر جامعة كاليفورنيا: بركلي ولوس أنجلوس) ٢٠١٤، ص. ٤٦٤. الاقتباس المذكور ترجمة الكاتبة.

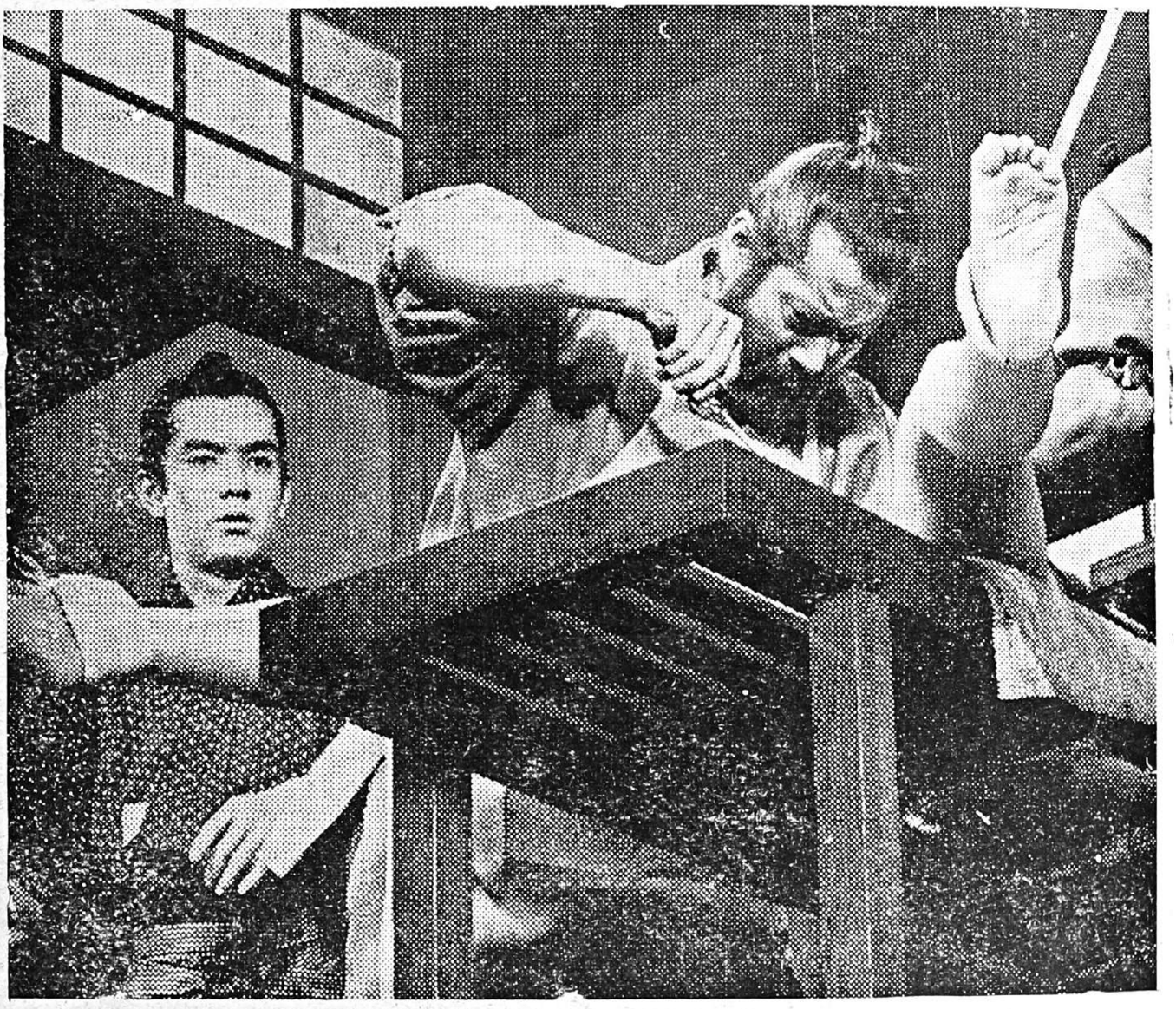
aficionados, there are always people who decide to join together and create film distribution and circulation networks parallel to the networks of the commercial mainstream. Making an audience for a film or being part of one has always been an active process of participation.

So Mapping Cinema Audiences: Egypt does not have a definitive set of conclusions, and must remain an ongoing conversation. I hope the mapping through conversations that this project has undertaken brings forth some of the thorny nodes that make a study of present-day cinema-going and audience patterns so difficult. The relationship cinema, and its various exhibition, distribution and production organizations, has to surrounding communities is complex, and cannot be separated from broader considerations of social, economic and funding dynamics. We live at an exciting moment in time, however. Increasingly serious film programming projects are appearing around the region. More small-scale cinemas are offering spaces to watch films that, in recent memory, have not been able to reach. Egyptian audiences outside of film festivals. Most of these small and medium-sized cinema and arts organizations are striking a difficult balance between available funding structures, the aspirations of the people running them and difficult working conditions. I hope this publication will help the "question of audiences" hang with a little more weight and to unfold and evolve with the changing conditions and needs for both audiences and cinema organizations, and as the tides of technological and social changes continue to transform the cinema experience.

قاعة زاوية في سينما أوديون بوسط القاهرة، ٢٠١٥ بإذن من زاوية، تصوير: يوسف بشات

نادى السينما

CAIRO CINE - CLUB



ذو اللحية الحمراء

THE RED BEARD

☐ نشرة نادى السينما بالقاهرة ☐ الموسم الخامس ١٩٧٢/٧١

☐ العدد ٩ ☐ Bulletin No. 9

غلاف نشرة نادي سينما القاهرة، العدد ٩، الموسم الخامس، عام ٧٢/٧١. المصمم غير معروف، بإذن من مركز الثقافة السينمائية. تصوير: أمنية صبري

Printed in Cairo (٢٠١٨)

طُبِع في القاهرة (٢٠١٨)

نـــاس · NAAS

شبـــكة الشاشـات العربيـــة البديـــلة

NETWORK OF ARAB ALTERNATIVE SCREENS