



الدبلوماسية السينمائية المغربية:

استراتيجية بناء القوة الناعمة في ضوء السياسات الثقافية الرسمية

الدكتور خالد ياسين

باحث في الدراسات السينمائية والثقافية

المغرب

الملخص:

تتناول المقالة موضوع الدبلوماسية السينمائية المغربية كأداة لبناء القوة الناعمة، مع التركيز على وثيقة "الكتاب الأبيض للسياسة السينمائية" (2013) كإطار مرجعي. تبدأ بتحديد الإشكالية حول فعالية السياسة السينمائية المغربية في بناء دبلوماسية ثقافية. ثم تستعرض الإطار النظري للدبلوماسية السينمائية، موضحةً ارتباطها بنظريات القوة الناعمة والدبلوماسية الثقافية والتمثيل والاتصال الاستراتيجي، كما تتطرق المقالة لأشكال الدبلوماسية السينمائية (الرسمية، غير الرسمية، التجارية، عبر المهرجانات) ودور السينما في بناء الصورة الدولية للدول، مع عرض تجارب أمريكية وفرنسية وكورية ناجحة. يتم تحليل مضامين "الكتاب الأبيض" الذي أكد على أهمية السينما في الإشعاع الثقافي والدبلوماسي للمغرب، وأبرز التوصيات مثل دعم المهرجانات والإنتاج المشترك والتربية على الصورة.

تعرض المقالة واقع الدبلوماسية السينمائية المغربية الذي يتسم بمشاشة التموقع الدولي رغم غنى الإنتاج، وغياب استراتيجية وطنية مهيكلية، وارتجال المبادرات، ثم تقدم آفاقاً للتطوير تشمل اعتماد سياسة ثقافية واضحة، وخلق صندوق داعم، وتشجيع الإنتاج المشترك، وإحداث هيئة مستقلة. أخيراً، تناقش تحدي العصر الرقمي وضرورة وضع استراتيجية رقمية فاعلة، وتختتم بالتأكيد على أن النهوض بالدبلوماسية السينمائية يتطلب مأسسة فعلية وتنسيقاً مؤسسياً لتحويل السينما إلى رافعة حقيقية للقوة الناعمة المغربية.

الكلمات المفتاحية: الدبلوماسية السينمائية - القوة الناعمة - السياسة الثقافية

**Abstract:**

The article examines Moroccan cinematic diplomacy as a tool for building soft power, focusing on the "White Paper on Cinematographic Policy" (2013) as a key reference. It starts by posing the central question regarding the effectiveness of Moroccan film policy in building cultural diplomacy. It then outlines the theoretical framework of cinematic diplomacy, linking it to theories of soft power, cultural diplomacy, representation, and strategic communication. The article explores the forms of cinematic diplomacy (official, unofficial, commercial, festival-based) and cinema's role in shaping nations' international image, citing successful American, French, and Korean models. It analyzes the contents of the "White Paper," which emphasized cinema's role in Morocco's cultural and diplomatic outreach and included recommendations such as supporting festivals, co-productions, and visual literacy education. The paper highlights the current state of Moroccan cinematic diplomacy, characterized by a fragile international presence despite rich production, the lack of a coherent national strategy, and reliance on ad-hoc initiatives. It proposes future development paths, including adopting a clear cultural policy, establishing a support fund, encouraging co-productions, and creating an independent body. Finally, it discusses the challenges and opportunities of the digital age, stressing the need for an effective digital strategy. The conclusion emphasizes that advancing cinematic diplomacy requires genuine institutionalization and coordination to transform cinema into a true lever for Moroccan soft power.

Keywords: Cinematic Diplomacy – Soft Power – Cultural Policy



مقدمة:

تزايد الاهتمام بالدبلوماسية الثقافية في العقود الأخيرة باعتبارها أداة استراتيجية لتأمين المصالح الوطنية وتعزيز الصورة الإيجابية للدول. وتعد السينما من أبرز أدوات هذه الدبلوماسية لما تمتلكه من قدرة على التأثير الرمزي والوجداني في الجماهير، محلياً ودولياً. في هذا السياق، تبرز أهمية هذا المقال الذي يسعى إلى تحليل كيفية توظيف السينما المغربية ضمن رؤية الدولة لبناء قوتها الناعمة، انطلاقاً من "الكتاب الأبيض للسياسة السينمائية" الصادر عن وزارة الاتصال سنة 2013، باعتباره وثيقة مرجعية تعكس تصوراً رسمياً لتأهيل الحقل السينمائي.

يسعى هذا المقال إلى تحليل إمكانية توظيف السياسة السينمائية المغربية، كما تمت بلورتها في "الكتاب الأبيض للسياسة السينمائية" (2013)، كأداة استراتيجية لبناء دبلوماسية ثقافية فاعلة وقوة ناعمة مؤثرة. وتتمحور إشكاليته حول: إلى أي حد يمكن اعتبار هذه السياسة مدخلاً حقيقياً لتعزيز الصورة الدولية للمغرب؟ وما هي حدودها وإمكانات تطويرها في ظل التحولات الرقمية والمنافسة الثقافية العالمية؟

للإجابة على هذه الإشكالية، يطرح المقال الأسئلة الفرعية التالية: ما هي الأسس النظرية للدبلوماسية السينمائية؟ كيف تعكس الوثيقة الرسمية المغربية هذا التوجه؟ وما هو واقع التطبيق والممارسة؟ وما هي التحديات والآفاق المستقبلية؟

اعتمدت منهجاً تحليلياً نقدياً يجمع بين التحليل الوثائقي والنظري والمقارن، بهدف تقديم قراءة شاملة لواقع وآفاق الدبلوماسية السينمائية المغربية.

أولاً: الإطار النظري للدبلوماسية السينمائية

1- مفهوم الدبلوماسية السينمائية

تندرج الدبلوماسية السينمائية ضمن ما يُعرف بـ "الدبلوماسية الثقافية"، وهي استخدام أدوات الفن واللغة والثقافة في السياسة الخارجية للدول. وتُعرف الدبلوماسية السينمائية تحديداً بأنها: استعمال الدولة أو مؤسساتها أو فاعلين غير حكوميين للفن السينمائي كوسيلة لتعزيز مصالح الدولة على المستوى الدولي، سواء عبر ترويج صورة إيجابية عنها، أو عبر بناء جسور التفاهم والتقارب بين الشعوب¹.

لقد تطور هذا المفهوم مع صعود ما يُعرف بـ "القوة الناعمة" كما نظر لها جوزيف ناي، والتي تعتمد على التأثير غير المباشر، من خلال الجاذبية الثقافية والقيم المشتركة، بدلاً من الإكراه العسكري أو الاقتصادي². ويُعد الفن السابع من أبرز تجليات هذه القوة، نظراً لقدرته على سرد القصص، وبناء تمثيلات جماعية حول الدول والثقافات، تتجاوز الخطاب السياسي والدبلوماسي التقليدي³.

2- الإطار النظري للدبلوماسية السينمائية

يعد الإطار النظري للدبلوماسية السينمائية امتداداً للمنظورات النظرية حول القوة الناعمة، والدبلوماسية الثقافية، والاتصال الاستراتيجي. ويمكن تحديد أربع مداخل أساسية تُؤطر هذا المفهوم:

2.1 نظرية القوة الناعمة (Soft Power Theory)

طرح "جوزيف ناي" مفهوم القوة الناعمة سنة 1990م، باعتبارها قدرة الدول على التأثير في سلوك الآخرين عبر الجاذبية الثقافية والقيم والأفكار بدل الإكراه أو القوة العسكرية. وتدخل السينما ضمن أدوات هذه القوة لما لها من تأثير رمزي عابر للحدود،

"تتمكن القوة الناعمة في القدرة على الجذب والإقناع بدلاً من الإكراه"⁴



في السياق المغربي، يعتبر دعم الدولة للسينما وإشراكها في المهرجانات الدولية إحدى صور تفعيل هذه القوة الناعمة، وفقاً لما يوضحه الكتاب الأبيض للسياسة الثقافية بالمغرب: "تشكل السينما المغربية أداة فعالة للترويج للصورة الإيجابية للمغرب على الساحة الدولية"⁵.

2.2 - مدخل الدبلوماسية الثقافية (Cultural Diplomacy Approach)

ترتكز الدبلوماسية الثقافية على توظيف الفنون واللغة والتراث في تعزيز العلاقات الدولية وبناء الصورة، وتدرج السينما كأحد أكثر هذه الوسائل تأثيراً لكونها تمزج بين السرد والتشخيص الرمزي، ويشير الباحث Milton C. Cummings إلى أن "الدبلوماسية الثقافية هي تبادل الأفكار والمعلومات والفنون وغيرها من جوانب الثقافة بين الدول وشعوبها لتعزيز التفاهم المتبادل"⁶.

وبذلك، تمكن السينما من تمثيل الهوية الوطنية، وتعيد تشكيل تصورات الآخر حول البلد المنتج، مما يجعلها فاعلاً حيوياً في العلاقات الثقافية الدولية.

3.2 - نظرية التمثيل (Representation Theory)

تشكل نظريات ستيفن هول حول التمثيل إحدى الركائز في فهم كيفية بناء الصور النمطية والثقافية عبر وسائل الإعلام. فالسينما لا تعكس الواقع بقدر ما تُعيد إنتاجه وفق رموز وقيم معينة، وهو ما يجعلها أداة للتفاوض الرمزي مع الآخر، "التمثيل هو إنتاج المعنى من خلال اللغة، وهو جزء أساسي من العملية التي يُنتج ويُتبادل من خلالها المعنى بين أفراد الثقافة"⁷. وإذا كانت السينما المغربية تُظهر صورة "المغرب الآخر"، فإنها تسهم في صناعة إدراك دولي معين عن المجتمع المغربي، وهو ما يتقاطع مع الدبلوماسية الثقافية الرمزية.

4.2 - نظرية الاتصال الاستراتيجي (Strategic Communication Theory)

تؤطر هذه النظرية السينما كأداة تواصل جماهيري تُستخدم بشكل استراتيجي في السياسة العامة والدبلوماسية. وتعتبر السينما وسيلة اتصال فعالة لتوجيه الرسائل والتأثير في الرأي العام الدولي، "التواصل الاستراتيجي يدمج بين الدبلوماسية العامة، والشؤون العامة، والبث الدولي للتأثير على الجماهير الأجنبية"⁸. وبهذا، فإن دمج السينما ضمن استراتيجيات التواصل الخارجي للدولة يُعد شكلاً من أشكال الدبلوماسية السينمائية المخططة.

ثانياً: أشكال الدبلوماسية السينمائية

تشمل الدبلوماسية السينمائية عدة أشكال تختلف من حيث الفاعلين والأهداف والوسائط، ويمكن تصنيفها إلى أربعة أشكال رئيسية:

1-3- الدبلوماسية السينمائية الرسمية (Official Cinematic Diplomacy)

وهي حين توظف الدولة السينما ضمن سياساتها الخارجية، عبر مؤسسات حكومية أو شبه حكومية، بغرض الترويج لصورتها، أو تصحيح تمثيلات خاطئة عنها، أو بناء علاقات ثقافية مع دول أخرى⁹.

مثال: دعم وزارة الخارجية الأمريكية لأفلام ذات طابع ليبرالي لعرضها بالخارج خلال الحرب الباردة.

مثال آخر: تنظيم المعهد الفرنسي ¹⁰ Semaine du Cinéma Français بعدد من الدول ضمن استراتيجية "فرنسا في الخارج".



2. 3 - الدبلوماسية السينمائية غير الرسمية (Unofficial / Informal Diplomacy)

يمارسها فاعلون مستقلون من مخرجين، منتجين، أو منظمات غير حكومية دون تكليف رسمي، لكنها تساهم في تعزيز صورة البلد بالخارج عبر أفلام تحظى باعتراف دولي أو تتناول قضايا إنسانية وأخلاقية.

مثال: أفلام المخرجة الفلسطينية آن ماري جاسر¹¹، التي تمثل قضيتها أمام العالم دون دعم رسمي مباشر.

في المغرب، يمكن إدراج بعض أفلام نبيل عيوش مثل *يا خيل الله*، و*علي زاوا*، كجزء من هذا الشكل غير الرسمي، حيث تعرض في مهرجانات دولية وتناقش قضايا مجتمعية بلغة سينمائية كونية.

3. 3 - الدبلوماسية السينمائية التجارية (Commercial Cultural Diplomacy)

تحدث حين تصبح السينما الوطنية سلعة قابلة للتصدير تخدم الاقتصاد الرمزي للدولة. فنجاح فيلم ما في الخارج يُعد تعزيزًا لقوة الدولة الناعمة، ويعود بالنفع على صناعتها الثقافية.

مثال: انتشار السينما الكورية أسهم في ترسيخ مكانة كوريا ثقافيًا واقتصاديًا¹².

تلعب المنصات الرقمية دورًا مهمًا في هذا الشكل، حيث تشتري حقوق البث وتعزز التوزيع العالمي.

3. 4 - الدبلوماسية السينمائية من خلال المهرجانات (Festival Diplomacy)

تعد المهرجانات السينمائية الدولية فضاءات دبلوماسية رمزية، حيث تتلاقى الثقافات وتُعرض الأعمال بحضور رسمي¹³. وغالبًا ما تكون المهرجانات مدعومة من دول تسعى لترويج سردياتها أو تعزيز حضورها الثقافي.

مثال: مهرجان كان، برلين، البندقية... ومشاركات المغرب الرسمية من خلال المركز السينمائي المغربي.

هذا الشكل يشكل أحد الأعمدة الأساسية للدبلوماسية السينمائية المغربية، وإن بشكل غير منتظم.

ثالثًا: السينما كأداة لبناء الصورة الدولية للدول

تُسهّم السينما في بناء "الهوية الدولية" للدول، وهي الصورة المتخيلة التي تحتفظ بها الشعوب الأخرى عن بلد ما. فكما أشار الباحثون في "دراسات الصورة الذهنية للدول"، فإن الأفلام تؤثر في تشكيل المواقف والتمثيلات، وتؤدي أحيانًا دورًا يتجاوز الخطاب الرسمي¹⁴. وقد أظهرت عدة دراسات كيف ساهمت أفلام أمريكية في تعزيز الصورة القوية والنموذجية للولايات المتحدة، أو كيف ساعدت المسلسلات الكورية في نشر ما يُعرف بـ"الهاليو" (الموجة الكورية)، وهو ما اعتُبر سياسة ثقافية ودبلوماسية غير مباشرة¹⁵.

4. 1 - من الترويج السياحي إلى الدبلوماسية الثقافية

لطالما استُخدمت السينما كأداة رمزية لصياغة تمثيلات عن الدول، سواء من طرفها أو من طرف آخرين. فالفيلم لا يعرض فقط قصة أو شخصيات، بل يقدم خلفية ثقافية وقيمية وجغرافية تعكس ملامح بلد الإنتاج¹⁶. وقد تطور هذا التوظيف تدريجيًا من مجرد وسيلة ترويج سياحي غير مباشر إلى أداة استراتيجية للدبلوماسية الثقافية. حيث يضع السينما ضمن أدوات القوة الناعمة التي تُعيد تشكيل صورة الدولة في أذهان الخارج.



4.2- السينما والهوية الوطنية في المجال الدولي

ترتبط الصورة الدولية للدولة بمدى قدرتها على تصدير سرديات ثقافية وهويات رمزية عبر وسائل بصرية، وتلعب السينما دورًا محوريًا في "صناعة الهوية"¹⁷ و"مسرحة الوطن"، حسب تعبير بنديكت أندرسون في نظريته حول الأمم المتخيلة.

وتؤكد ماريا كوستنتينو أن "الفيلم الوطني هو خطاب موجه للخارج بقدر ما هو موجه للداخل، يفاوض على تمثيلات الذات والآخر"¹⁸

4.3- التجارب الدولية الناجحة: السينما الأمريكية، الفرنسية، الكورية

- السينما الأمريكية أسهمت في ترسيخ صورة "الحلم الأمريكي"¹⁹ والقيم الليبرالية عالميًا، خصوصًا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث دعمت وزارة الخارجية أفلامًا بعينها لتعرض في الخارج.
- السينما الفرنسية تُعتبر نموذجًا قويًا في الاستثمار المؤسسي في بناء الصورة الثقافية لفرنسا. ف"المركز الوطني للسينما CNC" يشرف على دعم الأفلام وترويجها دوليًا، بالتعاون مع معاهد فرنسية في أكثر من 80 بلدًا²⁰.
- أما السينما الكورية الجنوبية، فقد شكلت ركيزة لما بات يُعرف بـ K-Cultur، حيث لعبت الأفلام والمسلسلات (K-dramas) دورًا كبيرًا في تلميع صورة كوريا وجعلها فاعلاً ثقافيًا عالميًا، ما دفع الحكومة لإدماج السينما رسميًا في استراتيجيتها للدبلوماسية الثقافية.

4.4- الوظيفة المضاعفة للفيلم: الترفيه + بناء المعنى

تلعب السينما دورًا مزدوجًا، فهي من جهة وسيلة ترفيه جماهيري، ومن جهة أخرى أداة رمزية لتشكيل المعاني وتوجيه التمثيلات. وبهذا المعنى، فهي تندرج ضمن "أدوات بناء العلامة الرمزية للدولة في السوق الثقافي الدولي"²¹.

رابعاً: الكتاب الأبيض كوثيقة مرجعية للسياسة السينمائية المغربية

لقد أصبحت السينما وسيلة للتعبير عن السيادة الثقافية، ومجالاً للتنافس الدولي على التمثيلات، لا سيما في ظل التحولات التكنولوجية والعولمة. وضمن هذا الإطار، فإن دراسة الحالة المغربية تستدعي مساءلة مدى وعي الدولة المغربية بالدور الاستراتيجي للسينما في خدمة السياسة الخارجية، من خلال آليات الإنتاج والدعم والتوزيع والترويج، وهي العناصر التي عالجها الكتاب الأبيض في محاوره.

جاء الكتاب الأبيض نتيجة للمناظرة الوطنية حول السينما (16-18 أكتوبر 2012) التي نظمتها وزارة الاتصال، وتميزت برسالة ملكية سامية أكدت على أهمية النهوض بالقطاع السينمائي ودوره في تثمين الهوية والانفتاح على الثقافات الإنسانية (الكتاب الأبيض، ص. 4-5). وقد تمخض عن هذه المناظرة تصور استراتيجي تمت بلورته ضمن وثيقة رسمية تُعد إطارًا مرجعيًا للسياسات العمومية في مجال السينما.

انطلق الكتاب من مرجعيات متعددة: دستورية (دستور 2011)، ملكية (الخطب والرسائل السامية)، دولية (اتفاقيات اليونسكو، المادة 27 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان...)، وحدد أدوارًا جديدة للسينما المغربية لا تقتصر على البعد الثقافي فقط، بل تشمل البعد التنموي والدبلوماسي أيضًا (الكتاب الأبيض، ص. 13-16).

ومن خلال تشخيص واقع القطاع، أبرز الكتاب تطورًا على مستوى الإنتاج وعدد المهرجانات ودينامية الفاعلين، مقابل إكراهات مرتبطة بالتوزيع، وضعف الحضور الخارجي، ونقص في التنسيق المؤسسي (الكتاب الأبيض، ص. 12-15).



1: مظاهر الدبلوماسية السينمائية في الكتاب الأبيض

1- دعم المهرجانات كأداة إشعاع :

خصص الكتاب محوراً كاملاً للإشعاع السينمائي، مؤكداً على أهمية المهرجانات كأدوات للدبلوماسية الثقافية، مشيراً إلى أنها أصبحت تشكل نقاط جذب ثقافي ذات إشعاع دولي (الكتاب الأبيض، ص. 44). ومن أبرز التوصيات: تنظيم مهرجانات تراعي البعد التمثيلي الدولي وتعمل على استقطاب سينمائيين ونقاد عالميين.

2- تشجيع الإنتاج المشترك :

نص الكتاب على ضرورة تعزيز الإنتاج المشترك مع الدول الأجنبية، لما له من دور في تبادل الخبرات وتوسيع دائرة الترويج للمنتوج السينمائي المغربي في الخارج (الكتاب الأبيض، ص. 24). ويُعد ذلك مدخلاً لتعزيز الدبلوماسية السينمائية خارج الحدود .

3- التربية على الصورة:

اهتمت الوثيقة بترسيخ الثقافة السينمائية عبر التربية على الصورة، خصوصاً في المؤسسات التعليمية، بهدف تكوين جيل قادر على التفاعل النقدي مع المتوجات البصرية، وهو ما يشكل امتداداً داخلياً للقوة الناعمة (الكتاب الأبيض، ص. 45) .

4- محور خاص بالدبلوماسية السينمائية :

أفرد الكتاب فقرة خاصة تحت عنوان "الدبلوماسية السينمائية"، أكد فيها على دور السينما في الترويج لصورة المغرب خارجياً، وعلى الحاجة إلى بلورة استراتيجية وطنية لتقوية الحضور السينمائي المغربي في التظاهرات الدولية (الكتاب الأبيض، ص. 50) .

رغم أهمية التوصيات والمضامين التي تضمنها الكتاب الأبيض، فإن تفعيل ظل محدوداً بسبب غياب آليات تنفيذية واضحة، ومحدودية التنسيق بين المركز السينمائي المغربي ووزارة الخارجية. كما أن ضعف التمويل المخصص للدبلوماسية السينمائية وغياب آليات لتوزيع الأفلام في الخارج يشكلان عائقاً حقيقياً أمام إشعاع السينما المغربية دولياً .

ومن الإشكالات أيضاً عدم ربط الإنتاج السينمائي المغربي باستراتيجية ثقافية خارجية واضحة، وغياب مؤسسات متخصصة تُعنى بالعلاقات السينمائية الدولية، على غرار ما هو معمول به في فرنسا أو كوريا الجنوبية .

خامساً: الدبلوماسية السينمائية المغربية: الواقع والآفاق

1- واقع الدبلوماسية السينمائية المغربية

1.1- هشاشة التموقع الدولي رغم غنى الإنتاج

عرفت السينما المغربية في العقدين الأخيرين ارتفاعاً ملحوظاً في الإنتاج، حيث تجاوز عدد الأفلام الطويلة المنتجة سنوياً عتبة العشرين فيلماً. غير أن هذا الزخم لم يقابله حضور مواز في المهرجانات الكبرى، ولا في منصات الترويج الدولية. يشير الكتاب الأبيض للسينما المغربية إلى هذا القصور، معتبراً أن "التموقع الدولي للسينما المغربية لا يزال ضعيفاً وغير منظم" (الكتاب الأبيض، ص. 56)



2.1- غياب استراتيجية وطنية للترويج الخارجي

من أبرز ما يسجله الكتاب الأبيض هو غياب سياسة مهيكلة للدبلوماسية السينمائية، حيث ورد فيه: "من الضروري بلورة استراتيجية وطنية للترويج للصورة الثقافية للمغرب في الخارج، انطلاقاً من الإنتاج السينمائي المغربي" (الكتاب الأبيض، ص. 65)

3.1- ارتجال المبادرات الفردية والموسمية

تظل أغلب المبادرات المرتبطة بترويج السينما المغربية خارج الحدود ذات طابع فردي، سواء من طرف المخرجين أو بعض الجمعيات أو السفارات، ما يجعلها غير مستدامة. فغياب التنسيق المؤسسي جعل من الدبلوماسية السينمائية المغربية مجرد اجتهادات شخصية.

2 - آفاق تطوير الدبلوماسية السينمائية المغربية

2.1- نحو سياسة ثقافية تعتمد السينما كرافعة للدبلوماسية

يدعو عدد من الباحثين إلى إقرار سياسة عمومية تعتمد السينما كأداة للدبلوماسية الثقافية. لأن الرهان على الصورة السينمائية هو رهان على هوية المغرب وتنوعه الثقافي.

2.2- خلق صندوق لدعم الترويج الدولي

يقترح الكتاب الأبيض إنشاء صندوق خاص لدعم المشاركة المغربية في المهرجانات الدولية، وتمويل أسابيع للسينما المغربية بالخارج، بتنظيم مشترك مع السفارات والمعاهد. (الكتاب الأبيض، ص. 68) الثقافية.

2.3- تشجيع الإنتاج المشترك مع دول إفريقية وأوروبية

من بين الآفاق الواعدة التي يمكن الاشتغال عليها، بناء شراكات إنتاج مع دول تنتمي إلى المجال الجيوثقافي المغربي، سواء إفريقيا (نيجيريا، السنغال) أو أوروبا (فرنسا، بلجيكا، إسبانيا). فالإنتاج المشترك يمثل جسراً فعالاً نحو الترويج الدولي وتجاوز الحدود المحلية.

2.4- إحداث هيئة مستقلة للدبلوماسية الثقافية السينمائية

يقترح عدد من الخبراء استلهم النموذج الفرنسي المتمثل في CNC، أو النموذج البريطاني عبر **British Council**، لإحداث هيئة مغربية مستقلة تعنى بترويج الثقافة والسينما المغربية على الصعيد الدولي، بتنسيق مع وزارة الثقافة والخارجية.

إن الدبلوماسية السينمائية المغربية، رغم ما تحقّقه من اجتهادات فردية، تفتقر إلى رؤية استراتيجية ومؤسسية. ويتطلب النهوض بها توحيد الجهود بين المركز السينمائي، وزارة الثقافة، وزارة الخارجية، والسفارات، عبر آليات تمويل وتنظيم وترويج. فالسينما، اليوم، لم تعد فقط وسيلة فنية أو ترفيهية، بل أضحت أحد مداخل القوة الناعمة للدول.

خامساً: الدبلوماسية السينمائية المغربية في العصر الرقمي

3.1- السياق الرقمي وتحول الوسائط

شهدت السنوات الأخيرة تحولات جوهرية في مجال الاتصال الثقافي، نتيجة الانتقال إلى الوسائط الرقمية، ما أدى إلى إعادة تشكيل آليات الترويج الثقافي والدبلوماسي. فالسينما، باعتبارها أداة فنية وشكلاً تعبيرياً، لم تعد تعتمد فقط على القاعات والمهرجانات، بل أصبحت تُوزَّع



بشكل واسع عبر المنصات الرقمية العالمية Netflix، Amazon، Mubi،...، ما منحها فرصًا جديدة للتموقع ضمن ما يسمى بـ"الدبلوماسية الرقمية"²².

3.2- تحولات في أدوات الدبلوماسية السينمائية

أدى التحول الرقمي إلى ما يلي:

- ديمقراطية الوصول إلى المحتوى السينمائي الوطني، إذ يمكن للجمهور العالمي اكتشاف الأفلام المغربية بسهولة، ما يعزز من حضورها الرمزي في الفضاء الدولي.
- بروز خوارزميات الاقتراح كموجه ثقافي، ما يمنح أو يمنع بعض الأفلام من الانتشار حسب اختيارات المنصات.
- إمكانية التفاعل مع الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ما يسمح بقياس الأثر الدبلوماسي للفيلم وتوسيع نطاقه.

3.3- الوضع المغربي: غياب استراتيجية رقمية مهيكلية

رغم إدراك المركز السينمائي المغربي لأهمية الرقمنة، كما ورد في الكتاب الأبيض: "من الضروري تطوير آليات رقمية للترويج للسينما المغربية"²³ (ص. 70)، إلا أن تفعيل هذه الرؤية ظل محدودًا في غياب سياسة مؤسسية واضحة تدمج البعد الرقمي ضمن أهداف الدبلوماسية الثقافية.

3.4- التحديات والرهانات

من التحديات التي تواجه الدبلوماسية السينمائية المغربية في العصر الرقمي:

- هيمنة المنصات الأجنبية على خريطة التوزيع العالمي، مما يضع صعوبات أمام السينما المغربية في ضمان عرض محتواها بالشروط التي تضمن الهوية والخصوصية.
- ضعف تكوين الفاعلين الثقافيين في استثمار الوسائط الجديدة.
- غياب دعم خاص لإنتاج محتوى رقمي سينمائي قابل للتسويق الخارجي.

3.5 - نحو استراتيجية رقمية مغربية فاعلة

من بين التوصيات الممكنة لتعزيز الدبلوماسية السينمائية المغربية في العصر الرقمي:

- إحداث منصة مغربية أو مغربية رقمية لبث الأفلام المغربية داخل وخارج الوطن، على غرار تجربة منصة "afrikafilms.tv" الإفريقية.
- عقد اتفاقيات مع منصات دولية لعرض الإنتاج المغربي المتميز.
- تكوين متخصصين في إدارة الترويج السينمائي الرقمي داخل المعاهد العليا للسينما والتواصل.



خاتمة:

بعد هذا التحليل المتعمق، يُمكن الخلوصل إلى أن الدبلوماسية السينمائية تشكل ركيزة استراتيجية في بناء القوة الناعمة للمغرب، خاصة في ظل تحولات العصر الرقمي والتنافس الثقافي العالمي المتصاعد، وقد أظهرت الدراسة أن "الكتاب الأبيض للسياسة السينمائية" يمثل وثيقة رؤيوية تؤسس لإطار سياسي واضح يُدرك البعد الدبلوماسي للسينما، سواء عبر دعم المهرجانات الدولية، أو تشجيع الإنتاج المشترك، أو الترتيب على الصورة. غير أن الفجوة بين الطموح الرسمي والواقع الميداني تظل واسعة، حيث تُعاني الدبلوماسية السينمائية المغربية من ضعف التنسيق المؤسسي، وغياب الاستراتيجية الوطنية المندمجة، ونقص التمويل الموجه للترويج الخارجي، فضلاً عن التحديات الجديدة التي يفرضها الفضاء الرقمي وهيمنة المنصات العالمية.

لذا، فإن تطوير هذا المجال يقتضي انتقلاً من الاجتهادات الفردية إلى المؤسسة الاستراتيجية، عبر تعزيز التعاون بين المركز السينمائي المغربي ووزاري الثقافة والخارجية، وخلق هيئة متخصصة في الدبلوماسية الثقافية السينمائية، على غرار النماذج الدولية الناجحة. كما يتطلب الأمر استثماراً أكبر في البعد الرقمي، من خلال تطوير منصات وطنية لبث الأفلام المغربية، وعقد شراكات مع المنصات الدولية، وتكوين كوادر متخصصة في التسويق السينمائي الرقمي.

ختاماً، لم تعد السينما مجرد فن أو وسيلة ترفيه، بل أصبحت خطاباً ثقافياً عابراً للحدود ووسيطاً رمزياً قادراً على تشكيل التمثيلات وصناعة الإدراك. وإن الرهان على سينما مغربية قوية وحاضرة دولياً هو في جوهره رهان على صورة مغرب متجذر في هويته، منفتح على عالمه، وفاعل في حوار الحضارات. ولا يتحقق ذلك إلا بتحويل السينما من مجرد سياسة ثقافية إلى دبلوماسية فاعلة، تجعل من الشاشة الكبيرة نافذة يعبر من خلالها المغرب إلى العالم، ومن العالم إلى المغرب.



- 1- Davis Cross, Mai'a K. *"The Public Diplomacy of the European Union"*, Palgrave Macmillan, 2013, p. 64.
- 2- Nye, Joseph. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, 2004, pp. 1-19
- 3- Gienow-Hecht, Jessica. *Culture and the Cold War in Europe*, Berg, 2003, p. 17
- 4 Nye, Joseph S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, 2004, p. 5.
- 5- الكتاب الأبيض، وزارة الثقافة المغربية، 2021، ص. 81
- 6 — Cummings, Milton C. *Cultural Diplomacy and the United States Government*, Center for Arts and Culture, 2003, p. 1.
- 7 — Hall, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage, 1997, p. 15.
- 8 — Snow, Nancy. *Public Diplomacy and Propaganda: Rethinking Diplomacy in the 21st Century*, in: *Handbook of Public Diplomacy*, Routledge, 2008, p. 246.
- 9 - Nye, Joseph S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, 2004, pp. 106-110.
- 10-Elsaesser, Thomas. *European Cinema and Continental Philosophy*, Bloomsbury, 2018, pp. 203-204.
- 11-مخرجة وكاتبة سينمائية، معروفة بأفلامها التي تتناول القضية الفلسطينية والشتات، بكثافة إنسانية وفنية عالية، أشهر أعمالها، اللجنة الآن 2005م.
- 12- Jin, Dal Yong. *New Korean Wave*, University of Illinois Press, 2016, pp. 81-83.
- 13 -de Valck, Marijke. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*, Amsterdam University Press, 2007, pp. 94-96.
- 14 - Szondi, György. *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*, Netherlands Institute of International Relations, 2008, pp. 16-18.
- 15 - Shim, Doobo. "Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia", *Media, Culture & Society*, Vol. 28, No. 1, 2006, pp. 25-44.
- 16 - Nye, Joseph S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, PublicAffairs, 2004, p. 106.
- 17 -Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, 2006 (Rev. Ed), pp. 145-148.
- 18 -(Cosentino, Maria. "National Cinema as International Image," *Screen*, Vol. 42, No. 4, 2001, p. 409).
- 19 -Miller, Toby. *Global Hollywood 2*, British Film Institute, 2005, pp. 51-59.
- 20 - Centre National du Cinéma, Rapport Annuel 2021, p. 34.
- 21 -Anholt, Simon. *Places: Identity, Image and Reputation*, Palgrave Macmillan, 2010, p. 94.
- 22 -Iordanova, Dina. *Digital Disruption and the Global Film Market*, Film Quarterly, 2020, p. 10.
- 23- الكتاب الأبيض للسينما المغربية، المركز السينمائي المغربي، 2012، ص. 70