منوعات

MEDIA

قناة حنبعل

تونس ـ **العربي الجديد**

دخل عدد من العاملين في قناة «حنبعل تي في» الخاصة مساء أمس الاثنين في اعتصام مفتوح داخل مقر الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري (الهايكا). اعتصام يأتي على خلفية قرارات «الهايكا» التي طالبت إدارة القناة بوقف البث حتى تسوي ملفها القانوني وهو ما استجابت له القناة طوعياً. إحدى المعتصمات، الإعلامية المعروفة في تونس هالة الذوادي، أكدت أن المعتصمين يطالبون بالتسريع في حل الإشكال القانوني للقناة حتى تعود للعمل سريعاً، خاصة أن حوالي 200 عامل من صحافيين ومنتجين وتقنيين وإداريين وجدوا أنفسهم في بطالة إجبارية وهو ما سيكون له انعكاس مادي على عائلاتهم. وطالبت «الهايكا» بضرورة الإسراع في الحسم في الملف القانوني للقناة بعد أن قدمت إداراتها كل الوثائق حتى تعود القناة للبث من جديد.

الاعتصام شهد توافد عدد من الإعلاميين والحقوقيين الذين أعلنوا تضامنهم مع العاملين في القناة، ومنهم الإعلامي زياد الهاني الذي أكد للمعتصمين أنهم لا يدافعون فقط عن قناة «حنبعل تي في» بل عن كرامة المهنة ككل ضد الهايكا التي اعتبرها «هيئة غير قانونية» وكل ما يصدر عنها غير قانوني متهمًا أعضاءها بالفساد وبأنهم أداة طيعة في يد الاستبداد.

يذكر أن السلطات التونسية قامت خلال شهر تشرين الأول / أكتوبر 2021 بقطع البث على قناتين تلفزيونيتين هما قناة «نسمة تي في» وقناة «الزيتونة» ومحطة إذاعية هي «إذاعة القرآن الكريم».

منحت منصات التواصل شركات التبغ والتدخين فضاءً جديداً لإعلاناتها التي تثير الجدل منذ ما قبل الإنترنت. يطفو كلّ ذلك على السطح ليظهر صرف مبالغ قياسية والاستعانة بالمؤثرين للترويج الجديد

المؤثرون والنيكوتين: الترويج وجدله

لندن ـ **كاتيا يوسف**

تقدّم مجموعة من الشباب من منسقي الأغاني والعارضين الاجتماعيين المؤثرين على «إنستغرام» لقطات للتشجيع على شراء منتجات النيكوتين، منها المعروفة باسم «فيلو» (velo)، وهي علامة تجارية من أكياس النيكوتين المنكهة التي تصنعها شركة التبغ البريطانية الأميركية.

وعلى الرغم من تأكيد منظمي شركة التبغ البريطانية الأميركية، في جميع أنحاء العالم، أن منتجاتها الجديدة بما في ذلك التبغ المسخن والنيكوتين الفموي، مخصصة للمدخنين البالغين الحاليين، نراها في المقابل تطلق حملة تسويقية قوية بقيمة مليار جنيه إسترليني (1,36 مليار دولار أميركي)، تعتمد بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي والحفلات الموسيقية والأحداث الرياضية التي يمكن أن يكون لها تأثير في تشجيع الشباب على اكتساب عادة التبغ القاتلة التي لا تزال تقتل 8 ملايين شخص سنويًا على الرغم من القواعد الراسخة التي تهدف إلى منع ذلك.

ويكشف مكتب الصحافة الاستقصائية أنّ الشركة تستخدم تكتيكات فعّالة تجذب جيلاً جديداً من غير المدخنين لاستخدام النيكوتين. تشمل هذه التكتيكات، تقديم منتجات النيكوتين على أنها رائعة في حملة إعلانية تركز على الشباب وتستخدم المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي للترويج للسجائر الإلكترونية وأكياس النيكوتين والتبغ على «إنستغرام»، على الرغم من حظر المنصة لهذه الممارسة. إلى جانب ذلك، تقوم برعاية الأحداث الموسيقية والرياضية، وأبرزها بطولة «الفورمولا وان» والرياضات الإلكترونية التي يتم بثها مباشرة على «يوتيوب» ويمكن للأطفال مشاهدتها. كذلك تقدم في بعض البلدان عينات مجانية دولية لأكياس النيكوتين والسجائر الإلكترونية التي يبدو أنها نجحت في جذب القاصرين وغير المدخنين.

وبحسب ما أوردت صحيفة «ذا غارديان»، يوم الإثنين الماضي، يتباهى حوالي 26 مؤثرًا على وسائل التواصل الاجتماعي بالتأثير على ما يقارب من 2,2 مليون متابع من الشباب الذين يصعب الوصول إليهم من خلال القنوات الإعلانية التقليدية.

ومن بين هذه اللقطات نرى منسّق الموسيقى (دي جي) البريطاني الشهير جورج دبليو هاريسون يحمل علب «فيلو» أمام الكاميرا ويقول لمتابعيه الذين يبلغ عددهم 35 ألفاً: «لا بدّ أن تكون نكهة الياقوت الأحمر هي المفضلة عندي. ما هي نكهتكم المفضّلة؟».

من جهته، يشيد مغني الراب جوش بروس بـ«تقنية الوهج في الظلام» لجمهوره البالغ عدده 156 ألف شخص، بينما يخبر «دي جي» آخر، يدعى جيس بايز، متابعيه بأنّ «المنتج رائع جدًا خاصة في النوادي».

وأيضاً ينشر نجم تشيلسي السابق أليكس ميتون مقاطع فيديو على شكل «فيلو» لمتابعيه البالغ عددهم 391 ألفاً. كذلك، يظهر سائق السباق أرتشي هاميلتون، الذي يملك 207 آلاف متابع، في سلسلة على «يوتيوب» بعنوان الرياضات الإلكترونية بالاشتراك مع فريق السباق البريطاني ماكلارين.

تلفت الصحيفة إلى أنّ هذا الصنف الجديد من مؤثري النيكوتين على وسائل التواصل الإجتماعي، هم «جنود في الجبهة البريطانية» لحرب تسويقية لطالما تشنّها شركة التبغ البريطانية الأميركية، ومقرها لندن، على أرض أجنبية. في السياق، تقول كارولين رينزولي، من «حملة أطفال خالية من التبغ»: «الهدف الحقيقي لهذه الإعلانات واضح تمامًا: إبقاء العملاء مدمنين على النيكوتين وإغراء الشباب بتجربة منتجات النيكوتين». وتضيف «شركات التبغ لا تهتم بصحتك. في الواقع، إنهم لا يهتمون حتى بالمنتج الذي يسبب الإدمان، لأنه طالما يمكنهم الاستمرار في استخدامك لأحد المنتجات فسيكون لديهم عميل مدى الحياة».

وقد وجد تحليل أجراه مكتب الصحافة الاستقصائية في وقت سابق من هذا العام، أن شركة التبغ البريطانية الأميركية راهنت بنحو مليار جنيه إسترليني على تسخير شعبية المؤثرين على «تيك توك» و«إنستغرام» و«فيسبوك» للوصول إلى الشباب في دول مثل باكستان والسويد وإسبانيا. وتستخدم هذه الشركة اليوم التكتيك ذاته لكسب قلوب وعقول البريطانيين. ومنتج «فيلو» الذي يضج به إنستغرام، هو عبارة عن كيس صغير بنكهات مختلفة، يوضع بين الشفة واللثة ويطلق جرعة من النيكوتين لإشباع الحاجة أو الرغبة الشديدة للتبغ.

> أكثر من مليار دولار دُفعت لمؤثرين للترويج للتبغ

تسوّق شركة التبغ البريطانية الأميركية لمنتج «فيلو» كبديل للسجائر. مع ذلك لم يذكر أي من مؤثري النيكوتين في منشوراته أنّه أقلع عن التدخين جرّاء استخدام «فيلو». في الواقع، يشير النقّاد إلى أن المنتجات تدور حول تجنيد عملاء جدد، ويشيرون إلى تحليل شركة التبغ الأميركية البريطانية الذي يلفت إلى أن نصف مبيعات السوق تأتي من أشخاص لم يستخدموا النيكوتين من قبل.

وفي رسالة إلى الرؤساء التنفيذيين في «فيسبوك» و«إنستغرام» و«تيك توك» و«تويتر»، يطالب تحالف يضم أكثر من 100 مجموعة صحية ومناهضة للتدخين من جميع أنحاء العالم بوضع حد للترويج للمنتجات التي تسبب الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي. ويلفت هؤلاء إلى تقرير أصدره الجراح العام للولايات المتحدة (طبيب الأمة الذي يزود الأميركيين بأفضل المعلومات العلمية المتاحة حول كيفية تحسين صحتهم وتقليل مخاطر المرض)، الذي وجد أن استخدام النيكوتين يمكن أن يكون له تأثير سلبي على نمو دماغ المراهقين وما قبل الولادة. ووجد التقرير ذاته «دليلًا جوهريًا» على أن استخدام النيكوتين في مرحلة المراهقة يمكن أن يزيد من احتمال إدمان النيكوتين في مرحلة البلوغ.

في المقابل، يقول متحدث باسم شركة التبغ الأميركية البريطانية: «منتجاتنا مخصصة للبالغين فقط، ونعتقد أنه لا ينبغي أبدًا للشباب استخدام أي من منتجات التبغ أو النيكوتين. يتم التسويق لدينا بمسؤولية، بما يتفق بدقة مع مبادئ التسويق الدولية وإرشادات منع وصول الشباب فضلاً عن التشريعات وسياسات منصات التواصل الاجتماعي». ويضيف أنّ حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي مقيدة بالفئة العمرية بحيث تكون مرئية فقط للمستخدمين البالغين، على سبيل المثال في سوق المملكة المتحدة ينبغي أن يؤكّد المستخدمون أنهم أكبر من 18 عامًا، كذلك تعرض جميع منشوراتهم أنّها لمن تجاوزوا الثامنة عشرة من العمر ولمستهلكي النيكوتين البالغين فقط.

من جهتها، تحقق «ميتا»، وهي الشركة المالكة لـ«فيسبوك» و«إنستغرام»، في ما إذا كانت المنشورات تتوافق مع إرشاداتها التي تحظر الإعلان عن منتجات النيكوتين. وقد أزالت العديد منها بعدما تواصلت معها صحيفة «ذا غارديان» البريطانية.

وعلى الرغم من أنّ حملات الدعاية لمنتجات التبغ تستهدف البالغين الذين تجاوزت أعمارهم الـ18 عاماً لكن يبقى التحقّق من عمر مستخدمي «إنستغرام» مسألة صعبة. وبحسب تقرير صادر عن شركة تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي «كلير»، فإن 35 بالمئة من جمهور هذه المنشورات تقل أعمارهم عن 24 عامًا.

ولا تنفرد الشركة البريطانية الأميركية للتبغ في استغلال قوة وسائل التواصل الاجتماعي لترويج منتجاتها، بل يبدو أن شركة «سويدش ماتش»، وهي شركة لأكياس النيكوتين لا تبيع السجائر، تستهدف أيضًا المملكة المتحدة بعلامتها التجارية «زين». وتنشر صفحتها على «فيسبوك» أن المنتج مخصص فقط للمدخنين الحاليين في المملكة المتحدة، لكنّها توضح أن المنتج لا يساعد على الإقلاع عن التدخين. في بعض الحالات، يتم تسويق منتجات التبغ علنًا على وسائل التواصل. جنّدت شركة Ismod UK Ltd، التي تبيع أجهزة تسخين التبغ الإلكترونية، شخصيات مؤثرة في الموضة من الشباب على «إنستغرام» لتسويقها. ومن بين المتعاونين في المملكة المتحدة فوركان أوسينمز، وهو مؤثر في مجال الملابس الرجالية ولديه أكثر من 9800 متابع، وكلوي باين، وهي عارضة أزياء مع 140 ألف متابع، بالإضافة إلى عارضة الأزياء صوفيا سبوكس التي لديها 145 ألف متابع.

يتم تسويق منتجات التبغ علناً في بعض الحالات (Getty)

صناعة ضخمة

تغير فضاءات مواقع التواصل أشكال الإعلانات، لكنّها بالدرجة الأولى تعتمد على سياسة نشر الأفكار عبر الحديث عنها ضمن سياق حوار مع الجمهور. ويبدو أنّ هذا الأسلوب يحقق نجاحاً عالمياً، إذ بدأت الجهات التشريعية تلتفت لهذه السوق، فيما تركّز شركات التسويق عليها لزيادة الانتشار.

وفي السياق، كشف تقرير سابق لشركة التسويق «إيزيا» أنّ المال الذي يجنيه مؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي (إنفلوينسرز)، ازداد في السنوات القليلة الماضية، إذ ارتفع متوسط سعر الصورة الدعائية على «إنستغرام»، من 134 دولارًا عام 2014 إلى 1642 دولارا عام 2019. شركات العلامات التجارية مستعدة لدفع مبالغ طائلة لرعاية المنشورات ومقاطع الفيديو والمدونات على صفحات المؤثرين. لكن هل يعني هذا نهاية عصر الإعلانات التقليدية؟ يصر أحد الخبراء على أنّ هذا لا يعني نهاية عصر الإعلانات التقليدية، حيث قال يوفال بن إسحاق، الرئيس التنفيذي لمنصة تسويق وسائل التواصل الاجتماعي «سوشيال بيكرز»: «صار التسويق الرقمي منتشرًا بشكل كبير، ولكن سيكون دائمًا هنالك مزيج بينه وبين التسويق التقليدي».

وبحث التقرير في المحتوى الترويجي على «فيسبوك»، و«يوتيوب»، و«إنستغرام»، والمدونات، ما بين عام 2014 وحتى عام 2019، ووجد أنّ متوسط سعر الصورة الدعائية على «إنستغرام»، ارتفع بنسبة 44% من عام 2018 حتى عام 2019، وأنّ مقاطع الفيديو على «يوتيوب» تحصل على أعلى الفوائد، حيث ارتفع سعرها من 420 دولارًا عام 2014 إلى 6700 دولار عام 2019. كما ارتفع سعر منشور «فيسبوك» الترويجي من 8 دولارات عام 2014، إلى 395 دولارًا عام 2019، وارتفع سعر تغريدة «تويتر» من 29 دولارًا عام 2014 إلى 422 دولارا عام 2019.

مسلسل

أطلقت منصة HBO عملاً بعنوان Scenes From a Marriage. مسلسل قصير، يتناول حكاية زوجين يشهدان انهيار علاقتهما، ويحاولان عبور التجربة بأقل خسائر ممكنة

مشاهد من حياة زوجية

كأنّها حكاية قابلة للحدوث

لبنى صويلح

الـزواج، الانـفـصال، وانـهـيار الـعـلاقـات... كـلـهـا ثـيـمـات ومواضيع قابلة دائماً لإعادة التشكيل، والمعالجة من زوايا مختلفة، وصنع أعمال ناجحة، كان آخرها فيلم Marriage Story (قصة زواج) من إنتاج «نتفليكس»، وإخراج نواه بومباك. أخيراً، أطلقت منصة HBO عملاً بعنوان Scenes From a Marriage (مشاهد من حياة زوجية) في سبتمبر/أيلول الماضي، وهو مسلسل قصير، يتألف من خمس حلقات (مدة كل منها ساعة تقريباً)، عُرض على هامش مهرجان البندقية السينمائي. العمل مقتبس عن مسلسل المخرج السويدي، إنغمار برغمان، الذي يحمل الاسم نفسه، وخرج من عباءته كثير من الأعمال اللاحقة التي ناقشت هذه الثيمات.

يتناول المسلسل الذي كتبه وأخرجه هاغاي ليفي، قصة زوجين أميركيين، هما جوناثان (أوسكار إسحق)، الأستاذ في كلية الفلسفة، وميرا (جيسيكا تشاستين)، المديرة التنفيذية الطموحة في إحدى الشركات التقنية، والتي تكون حياتها السبب المباشر في انهيار الزواج، بعد تراكمات كثيرة، على مدى عشر سنوات، متوارية تحت السطح.

عن علاقة زواج تمر بمنعطفات كبيرة ومدمرة، تم عكس الأدوار بين الزوجين، نسبة إلى نص برغمان الأصلي؛ إذ نرى ميرا، هنا، هي الطرف المعيل في العلاقة، الأنجح عملياً، والتي تترك زواجها وطفلتها الوحيدة، سعياً وراء رغباتها، بينما جوناثان هو المهتم برعاية الطفلة، ويمثّل الجانب الأكثر تمسّكاً بالعلاقة.

«في بداية العلاقة، يبدو أنه لا شيء يمكن أن يؤذيك. وبعد ذلك تبدأ تدريجيًا في إدراك حقيقة أن أي شيء بإمكانه إيذاؤك». هذه إحدى إجابات ميرا على أسئلة طالبة الدراسات العليا، التي تلتقي بالزوجين في إطار أطروحتها حول دراسات النوع الاجتماعي. ولكن، رغم محاولة كل من جوناثان وميرا تنميق الأجوبة، بما يتناسب مع الصورة التي يصدرانها عن «الزواج السعيد»؛ فإن اضطراب ميرا يوحي بأن شيئاً على وشك الحدوث. بداية تُحاكي مسلسل برغمان؛ إذ نتعرف إلى الزوجين من خلال مقابلة تجريها صحافية لصالح إحدى المجلات.

> يتناول المسلسل الشعور بالوحدة كثمن للتحرر من العلاقة

مع تقدم الحلقات، تقول ميرا لجوناثان في حديث دار بينهما: «لا أعرف ما إذا كان بإمكاننا أن نكون في نفس الغرفة، من دون أن نؤذي بعضنا بعضاً». يمكننا القول، في هذا السياق، إن المسلسل عن الحب المؤذي، والام الانفصال، وانعكاساته الرهيبة، وتأثيره على الحياة بعدها. عمل عن الشعور بالوحدة، كثمن للتحرر من العلاقة، عن الحب والخسارات والمتاهات العاطفية والازدواجية، والغضب المكبوت.. كذلك، عن الغليان في الداخل القادر على التخفي أحياناً، والانفجار المدمر في أحيان أخرى.

الأسلوب الذي اتبعه المخرج في عرض الكواليس قبل بداية كل حلقة، جعل الأحداث التالية بعد دوران الكاميرا قابلة للتفكير بمعزل عن الممثلين، بل يمكن تخيلها كأحداث يمكن أن تتكرر بين أي زوجين، وكأننا نراقب عن بعد مشاهد حدثت، أو قابلة للحدوث، في حياة أيّ منّا.. ولكن، في نفس الوقت، بدا هذا الأسلوب كعامل مشتت للمشاهد.

الضوء، وحركة الكاميرا وهي تلاحق الزوجين بين الغرف، رسّخا الشعور بالضيق الملازم للشخصيات. كذلك، اعتماد السرد على الحوارات الطويلة، جعل انعطافات الحبكة معتمدة على اللحظات الكاشفة في الحوار، التي من شأنها أن تصعّد أو تخفف من وتيرة المشهد، ما وضع معظم الثقل على أوسكار إسحاق وجيسيكا تشاستين في استخدام أدواتهما لإيصال الحالات المختلفة التي يمران بها. وإضافة إلى أدائهما العالي؛ فالكيمياء واضحة بينهما. هما أصدقاء دراسة في جامعة جوليارد للدراما في نيويورك، عملا معاً في عدة أعمال، كما أديا سابقاً دور زوجين في فيلم «العام الأكثر عنفاً» (2014).

عند متابعة المسلسل، لا يمكننا تجاهل المقارنة مع «مشاهد من الحياة الزوجية» (1973)، بطولة إيرلاند جوزيفسون (يوهان) وليف أولمان (ماريان). كانت السلسلة أول عمل تلفزيوني من كتابة وإخراج إنغمار برغمان في حياته المهنية، التي أمضاها في صناعة الأفلام. استوحى المخرج السويدي المسلسل من سيرته الذاتية، وضمّنه التحولات الثقافية وأثرها على المجتمع والعلاقات.

في ذلك الوقت، كانت الموجة الثانية للحركة النسوية في أوجها، وهو الوقت الذي كانت فيه معدلات الطلاق ترتفع بشكل كبير، وكان كثيرون يدركون أنه لا بد من التمرد على الأدوار التقليدية للجنسين التي تم تحديدها لهم. سعى برغمان إلى الكتابة عن الأذى العاطفي، الذي غالبًا ما يلحقه الرجال بالنساء، وإسقاطه على تلك الفترة من خلال عرض أجزاء من علاقة الزوجين يوهان وماريان، من خلال مسلسل بث لاحقاً في الولايات المتحدة الأميركية، بعد النجاح الهائل، تم اختزاله إلى فيلم، كما اقتبست منه عدة مسرحيات، عُرضت في ميونيخ عام 1981.

يقف برغمان على مسافة واحدة من الزوجين، ويتوغل في خلفيات شخصياته ودوافعها، بينما يتبنّى «مشاهد من الحياة الزوجية» (2021) وجهة نظر ذكورية، فانفعالات جوناثان وعواطفه وصراعاته الداخلية مفهومة ومبررة، بينما هناك نقص في بناء شخصية ميرا، يمنعنا من فهم سلوكها والتعاطف معها، باستثناء مرور ضئيل على علاقتها بوالديها اللذين انفصلا منذ طفولتها. ورغم أن «للجميع أسبابه»، إلّا أن مقاربات خوفها من الالتزام، وعلاقتها المضطربة بجوناثان، مخاوفها من الأمومة، تركت لوحة «البازل» ناقصة.

المسلسل مأخوذ عن آخر يحمل نفس العنوان لـ إنغمار برغمان (HBO)

الإنجاب بأي ثمن

لطالما انشغلت المنصّات بالعمل على أفلام ومسلسلات تتناول الحياة الزوجية ومشاكلها ومنعطفاتها، أو حياة الأشخاص بعد انتهائهم من الزواج، وخلافاتهم أو توافقاتهم بعد هذه العلاقة، خصوصاً إن أفضت إلى وجود أبناء. من الأفلام اللافتة، في هذا السياق، نذكر Private Life (حياة خاصة)، من إنتاج نتفليكس، وإخراج تمارا جنكينز. لكننا، في هذه المرة، نجد أنفسنا أمام زوجين يريدان الإنجاب بأي ثمن.

تلاقي أغاني المهرجانات شعبية عالية (Getty)

موقف

حسن شاكوش، نحن مساميرك!

فوزي باكير

«سحبنا ترخيصه نهائي بدون رجعة، لأنه الحقيقة إحنا مش ناقصين في الوسط الفني هذه النوعية الغريبة والعجيبة من الفن.. بالنّاقص من حسن شاكوش». بهذه الكلمات، قرّر نقيب الموسيقيين المصريين، الأستاذ هاني شاكر، إيقاف مغنّي المهرجانات، المعروف بـ حسن شاكوش، عن الغناء نهائياً.

تولّى هاني شاكر منصبه هذا للمرة الثانية، في يوليو/تموز من عام 2019. بعد أسبوعين، أعلن الحرب على مغنّي المهرجانات في مصر. جلس صاحب «عيد ميلاد جرحي أنا» على كرسيه، أو كراسيه الكثيرة، بينما وقف الخلق ينظرون جميعاً إلى قواعد مجده الزائف، الذي يسعى إلى أن يستمدّه عبر الظهور على الشاشات للسخرية من هؤلاء المغنّين، بلغة وضحكات تحقيرية تعاملهم كما لو أنّهم آفة اجتماعية يجب التخلّص منها. يمضي هاني شاكر، إلى جانب كثيرين، أبرزهم الملحّن حلمي بكر، بمهاجمة هؤلاء، متّهمين إياهم بالمساهمة في انحطاط الذوق العام، والمساس بأخلاق الشعب المصري وعاداته وتقاليده... إلخ.. وكل ما يمكن إدراجه تحت هذه المظلّة الضخمة التي تُدعى قيماً عامّة.

يستند شاكر، أو الأستاذ هاني شاكر، إلى قانون يعود إلى عام 1978، يقضي بعدم السماح لأي فنان ليس منتسباً إلى النقابة بالغناء أو ممارسة أي نشاط فني. نص القانون: «يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن شهر ولا تزيد على 3 شهور وغرامة لا تقل عن ألفي جنيه ولا تزيد عن 20 ألف جنيه، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من زاول عملاً من الأعمال المهنية المنصوص عليها في المادّة 2 من هذا القانون، ولم يكن من المقيدين بجداول النقابة أو كان ممنوعاً من مزاولة المهنة ما لم يكن حاصلاً على تصريح طبقاً للمادة 5 فقرة رابعة من هذا القانون وتعديلاته بالقانون رقم 8 لسنة 2003، واللائحة الداخلية للنقابة هو المسؤول عن الموسيقى والغناء وغيرها ممن تنص عليهم اللائحة الداخلية للنقابة، وينبه على جميع المنشآت الحكومية وغير الحكومية والمحلات السياحية والفنادق والقرى بتنفيذ ذلك القرار من تاريخه، ومن يخالف هذا القرار يعرض نفسه للمساءلة القانونية».

وبما أنّ شاكر «مسؤول عن الموسيقى والغناء»، له أن يغنّي كما يشاء، وأن يمنع ممارسة هذا الفعل، وفقاً لمشيئته أيضاً. وعلى سيرة أنه يغنّي كما يشاء، ويدافع عن الأصالة والذوق العام الرفيع؛ فما الذي أورثنا إياه سوى النواح والاستيهامات العاطفية المبتذلة؟ ما الذي اقترحه طوال تجربته، سوى صعوده على أكتاف عبد الحليم حافظ؛ إذ راح يقلّده في «تسبيلة» عينيه، وادّعاء الحزن، والنحيب؟ هل هذه قيم تنطوي على أصالة تتناسب والذائقة العامة؟ أم أنّها مجرّد بكائيات مجانية لا يزال يجترّها منذ ظهوره حتى أيامنا هذه؟ هل عدم وجود ما يُسمّيه شاكر بـ ألفاظ نابية، كافٍ لاعتبار ما يقدّمه فناً رفيعاً؟

> ما الذي يقترحه هاني شاكر في أغانيه سوى البكاء والنحيب؟

لسنا هنا في معرض الدفاع عن حسن شاكوش، أو حمو بيكا، أو مجدي شطا، أو كزبرة وحنجرة، أو فرقة الصواريخ، أو العفاريت، أو العصابة، أو بصلة، أو الزعيم، أو وزة مطرية، أو عمرو حاحا، أو الديزل، أو علاء فيفتي، أو فريق الكعب العالي، أو شواحة، أو أبوليلة، أو أندرو الحناوي... لسنا هنا للدفاع عن كل هؤلاء، الذين بعددهم، وعدد جمهورهم، يستطيعون الوقوف من أجل أنفسهم. لكننا نتساءل حول هوس شاكر في سلطته، وطريقة تنفيذه لما يريد استناداً إليها، وكذبه حين يقول إن هذا فنّ هابط، بينما تمدّ الدولة المصرية ذراعها إلى محمد رمضان، لأن المخابرات والجيش يستفيدان منه، من خلال الأعمال الدرامية التي يلمّع صورة المؤسسة العسكرية فيها.

رحيل

أحمد خليل... 60 عاماً على تخوم الدراما

القاهرة ـ **مروة عبد الفضيل**

امتدت رحلة الممثل المصري أحمد خليل (1941 - 2021) الذي رحل أمس متأثراً بإصابته بفيروس كورونا إلى ما يزيد على 60 عاماً، قضاها متنقلاً بين التلفزيون والسينما والمسرح؛ إذ قدّم لها جميعاً قرابة 200 عمل ومشاركة. وُلد خليل في محافظة الدقهلية. ظهرت ميوله الفنية في أثناء طفولته، إذ كان يمثل بعض المشاهد أمام أصدقائه وأقاربه. لاحقاً، طلب من عائلته أن يلتحق بـ«المعهد العالي للفنون المسرحية» في قسم التمثيل. وبالفعل، التحق، لكن بعد معاناة مع الأب الذي كان يريد أن يكون ابنه مهندساً.

وبعد إلحاح، وافق الأب، لكن على أن يلتحق بقسم الإخراج، لا التمثيل. إلا أن الشاب الطموح التحق بقسم التمثيل، فيما قال لوالده إنه يدرس في قسم الإخراج. بعد تخرّجه، أصبح خليل عميداً للمعهد. حينها، عمل في بعض المسرحيات بأدوار صغيرة، مثل «حب تحت الحراسة» و«ياسين وبهية» و«يا طالع الشجرة». وقدم هذه الأعمال على «مسرح الجيب»، وبعد فترة أغلق، ليتجه خليل إلى السينما ويقدم أفلاماً مثل «زهور البرية» و«التلاقي».

مرت سنوات، وحقق أحمد خليل نجاحاً كبيراً. ورغم ذلك، لم يتقلد البطولة المطلقة إلا بعد متأخراً، وذلك في مسلسلات «هوانم جاردن سيتي»، و«الفتوة»، و«ملك روحي». لكن العمل الذي كان علامة فارقة في مشواره، هو «حديث الصباح والمساء»، الذي قدم فيه شخصية «عطا المراكيبي». في السينما، شارك خليل في أفلام عدة، أبرزها «ضد الحكومة» مع أحمد زكي، و«كتيبة الإعدام» أمام نور الشريف. وقدم أيضاً «امرأة فوق القمة»، و«القتل اللذيذ»، وغيرها.

تمثّلت آخر أعمال الفنان المصري في مشاركته، أخيراً، في بطولة الجزء الثاني من مسلسل «إلا أنا» مع الفنانة ميرفت أمين. القصة من تأليف أمين خليل، وإخراج أحمد حسن.

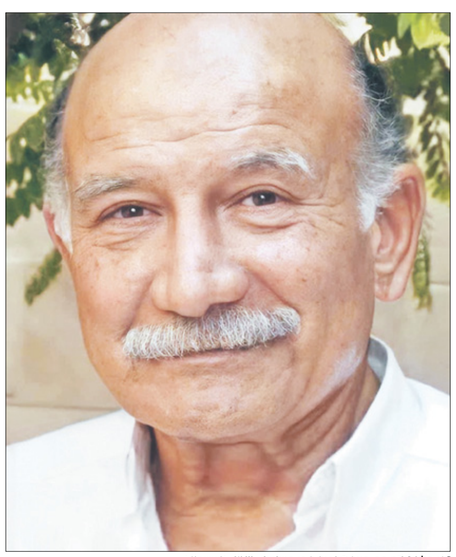
حول رحيل أحمد خليل، يقول الفنان أشرف زكي، نقيب المهن التمثيلية، في حديث إلى «العربي الجديد» إن خليل «كان شخصاً لا يريد شيء من الحياة سوى الهدوء والسلام، لا يريد سوى أن يمثل فقط، لم تهمه الأموال والشهرة والأضواء، كان يعمل بصمت».

من ناحيتها، تحدثت الفنانة سوسن بدر لـ «العربي الجديد»، عن الفنان الراحل الذي شاركته في مسلسل «حديث الصباح والمساء»، قائلة إنه «كان فناناً دقيقاً للغاية، ولم يكن مقتنعاً أبداً أنه وصل إلى مرحلة الكمال في التمثيل، بل كان يجلس ليشاهد الممثلين وهم أمام الكاميرا، كما لو كان يريد أن يتعلم منهم». وأوضحت بدر أن وجود خليل في أي عمل يضيف إليه بشكل كبير، وأشارت إلى أن شخصية «عطا المراكيبي» التي قدمها في «حديث الصباح والمساء» مثلها بسهولة وهدوء، رغم صعوبة تفاصيلها، وهنا يكمن الفارق بين الممثل الموهوب وغير الموهوب.

> «حديث الصباح والمساء» علامة فارقة في مسيرته الفنية

من جهتها، وصفت الفنانة ميرفت أمين في تصريحات خاصة لـ «العربي الجديد»، وفاته بأنها من ضمن كوارث 2021، وأوضحت أنها ما لبثت أن فقدت صديقة عزيزة، مثل دلال عبد العزيز، بسبب فيروس كورونا، قائلة إن أحزانها تتجدد ولم تخمد قط. تشير ميرفت أمين إلى أنه كان زميلاً عزيزاً، سعيدة بأنها عملت معه في آخر مشاركاته من خلال مسلسل «إلا أنا»، ووصفته بالشخص المهذب الخلوق خفيف الظل.

في سياق آخر، كتبت الممثلة يسرا، التي عملت معه في بعض الأعمال مثل، مسلسل «ملك روحي» (لعبت فيه دور ابنته): «فقدنا اليوم رمزاً كبيراً من أغلى وأنقى وأحب الناس لقلبي، حبيبي الفنان القدير أحمد خليل، تغمده الله بواسع رحمته وأسكنه فسيح جناته وألهم أهله وذويه الصبر والسلوان». كذلك، نعته وزيرة الثقافة المصرية، إيناس عبد الدايم، وقالت في بيان أصدرته الوزارة لوسائل الإعلام إن «الراحل إحدى أيقونات الفن المصري، ونجح في تجسيد العديد من القضايا الاجتماعية خلال رحلته الفنية الطويلة»، وقدمت العزاء لأسرته وأصدقائه ومحبيه.



آخر مشاركاته مع ميرفت أمين في مسلسل «إلا أنا» (فيسبوك)

رصد

رمضان 2022: اختبار الدراما المُشتركة

> لم تكتمل خريطة طريق المسلسلات الخاصة بموسم رمضان 2022. شركات الإنتاج في حالة استنفار لكسب السباق والمعركة

إبراهيم علي

تحاول شركات الإنتاج العربية العمل على كسب «معركة» الدراما في رمضان 2022، في وقت بدأ فيه العد العكسي للعرض الذي يصادف في الأول من إبريل/ نيسان، وهذا يعني أن أمام شركات الإنتاج خمسة أشهر فقط. كيف تبدو استعدادات هذه الشركات للموسم المقبل؟

في السنوات الأخيرة، اتجهت شركات الإنتاج العربية إلى دراما منصّات البث التدفقي، وأوكلت المهام لفريق عمل متخصص يعمل على تسريع عملية الإنتاج والتصوير، لضرورات تنفيذ العقود التي تربط هذه الشركات مع المنصات، فيما يبقى الهم الأكبر، برأي الشركات، هو كسب معركة موسم الدراما الرمضاني، وكسب المزيد من الجمهور، والواضح أيضاً أن المحتوى الخاص بالمنصات الإلكترونية يختلف تماماً عن المحتوى الدرامي الخاص بموسم الدراما من كل عام.

للموت

يستكمل فريق عمل مسلسل «للموت» تصوير مشاهد الجزء الثاني، كمحاولة من المخرج فيليب أسمر لإتمام العمل بهدوء، ومنح فريقه المساعد متسعاً من الوقت لعمليات المونتاج وجمع الحلقات، تماماً كما فعل أسمر في مسلسل «عشرين عشرين»، ما ضمن له التفوق والتفرد بالنتائج. وكان المخرج تنافس هذا الموسم مع نفسه في مسلسلين حصدا إجماعاً ونجاحاً جماهيرياً جيداً.

مجموعة من الشخصيات الجديدة دخلت في الجزء الثاني من «للموت»، يرسمها فيليب أسمر بمعاونة الكاتبة كلوديا مرشليان، وبمشاركة كاتبة الجزء الأول نادين جابر، في إطار مشوق يكمل الوقائع والمواقف التي شغلت الجمهور في الجزء الأول.

2020

من جهتها، تسلمت شركة الصباح «التصور» الأول للجزء الثاني من «عشرين عشرين» (كتبه بلال شحادات)، لكن من المستبعد تنفيذ هذا الجزء، بسبب رفض الممثلة نادين نسيب نجيم المشاركة. ويحكى عن خلاف بين الشركة ونجيم بسبب «عشرين عشرين»، لتجد شركة الصباح نفسها في حيرة، بعد قرار نجيم بأخذ استراحة واعتذارها عن موسم رمضان 2022.

منه.. إلى

كذلك، أعلنت شركة الصبّاح عن تصوير مسلسل «من.. إلى» لموسم رمضان 2022، الذي يجمع بين ملكة جمال لبنان السابقة فاليري أبو شقرا وقصي خولي. العمل من قصة بلال شحادات وفرح شيّا، وإخراج التونسي مجدي سميّرة. وبحسب الكاتب بلال شحادات، فإن المسلسل قريب جداً من الواقع، ويطرح مشاكل وقضايا لا تغيب عنها قصة حب من المفترض أن تجمع بين خولي وأبو شقرا. وتؤكد معلومات خاصة أن شركة الصبّاح ستنفذ للمرة الأولى عملاً مشتركاً، يجمع بين ثلاثة ممثلين سوريين، هم سلاف معمار، وعابد فهد، ومعتصم النهار. وكلفت الشركة الكاتب سيف رضا حامد بالعمل والانتهاء بأقرب وقت من إنجاز النص للبدء بالتصوير. هذا ما سيضع الصبّاح أمام مسؤولية كبيرة في توظيف ثلاثة وجوه سورية من «الصف الأول»، في إطار درامي مشترك، إلى جانب مجموعة من الممثلين اللبنانيين. وتتقاطع أحداث القصة بين بيروت ودمشق، في إطار يبدو أن الكاتب سيف رضا حامد خبير به، ويقضي وقته متفرغاً لهذه التجربة الأشبه بامتحان. كما تجري الصبّاح مفاوضات مع أكثر من مخرج لبناني وعربي، لتنفيذ المشروع وعرضه كأول تجربة درامية مشتركة يتبارى أبطالها الثلاثة من سورية في الملعب اللبناني.

يعود عابد فهد للعمل مع شركة الصبّاح بعد أربع سنوات (MBC)