منوعات

MEDIA

أخبار كاذبة

يتداول مستخدمون صوراً ادعوا أنّها لحادثة وقعت في حارة سورية، قام خلالها رجل بإخافة مسحراتي في الشارع متنكراً بزيّ شبح. لكنّ الحادثة وقعت في مدينة كهرمان مرعش التركية، وقبضت الشرطة على الفاعل، ليتبين أنّ لديه اضطرابات عقلية.

انتشرت صورة زُعم أنّها لمسلحين محليين من بني شنقول حيث يقع سدّ النهضة، غربي إثيوبيا، في ما يوحي باضطرابات في منطقة السدّ الذي يشكل مصدر توتّر مع مصر والسودان. الادعاء خطأ، والصورة لمتمردين في جنوب السودان عام 2017.

ظهر على مواقع التواصل الاجتماعي في مصر منشور مرفق بصورة تحمل تصريحاً منسوباً لرئيس الوزراء مصطفى مدبولي يتوعّد بملاحقة من يسيء للرئيس عبد الفتاح السيسي على موقع «فيسبوك». لكنّ هذا الادعاء غير صحيح، والتصريح ملفّق.

كثيراً ما تروج منشورات على مواقع التواصل الاجتماعي لعشبة أو نبتة يُقال إنّها قادرة على القضاء على الخلايا السرطانيّة. آخر تلك المنشورات ادعى أنّ خلاصة الهندباء البريّة قادرة على القضاء على الخلايا السرطانيّة خلال 48 ساعة.

بعدما وجهت أندية كرة القدم الإنكليزية شكاوى لمنصات التواصل الاجتماعي من دون أن تلقى التجاوب المنشود، أطلقت حملة مقاطعة مدتها أربعة أيام، احتجاجاً على العنصرية والإساءات التي يواجهها اللاعبون

الرياضة الإنكليزية تقاطع منصات التواصل الاجتماعي

ماجدولين الشموري

انضم «الاتحاد الأوروبي لكرة القدم» (يويفا) و«الاتحاد الدولي لكرة القدم» (فيفا) و«الاتحاد الدولي للتنس» وأندية الكريكت والرغبي الإنكليزية واتحاد التنس البريطاني إلى لاعبين ورياضيين وهيئات رياضية بريطانية في حملة مقاطعة لوسائل التواصل الاجتماعي مدتها أربعة أيام، للاحتجاج على الإساءة عبر شبكة الإنترنت.

بدأ الصمت على وسائل التواصل الاجتماعي عصر الجمعة، ويستمر حتى مساء الإثنين المقبل، ويشمل مباريات ينظمها «يويفا» اليوم الأحد في نصف نهائيات دوري الأبطال النسائي. كما انضم دوق كامبريدج، الأمير ويليام، إلى حملة المقاطعة، علماً أنه رئيس «اتحاد كرة القدم».

وانضم القسم الرياضي في صحيفة «ذا غارديان البريطانية» ونظيره في شبكة «سكاي نيوز» إلى الحملة. أما «هيئة الإذاعة البريطانية» (بي بي سي) فأعلنت أنها لن تشارك، لكنها «ستواصل العمل بجد، وعلناً، للتصدي لإساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وكشف العنصرية ومواجهتها».

كما أكدت «فورمولا 1» أنها «ملتزمة بالكامل بمكافحة أي شكل من أشكال التمييز عبر الإنترنت أو غير ذلك»، و«تدعم» الهيئات الرياضية والرياضيين المشاركين في المقاطعة. وفهم من بيانها أنها لن تنضم إلى المقاطعة، لأنها لا تواجه نفس الإساءات عبر منصات التواصل الاجتماعي. لكن العديد من سائقي «فورمولا 1» يشاركون في هذه الحركة الاحتجاجية، وبينهم بطل العالم سبع مرات لويس هاميلتون.

كان رئيس «الاتحاد الأوروبي لكرة القدم»، ألكسندر تشيفرين، وجّه خطاباً أمام الاتحادات المكونة من 55 عضواً، الأسبوع الماضي، لحث المنخرطين في كرة القدم الأوروبية على تقديم شكاوى رسمية بشأن «الرسائل أو التغريدات غير المقبولة». وقال تشيفرين، في بلدة مونترو السويسرية، «اكتفينا من هؤلاء الجبناء الذين يختبئون خلف مجهوليتهم لبث أيديولوجياتهم المسمومة».

وأصدر «الدوري الإنكليزي الممتاز» بياناً قبل أيام، قال فيه إنه لن يتوقف عن مواجهة الشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي «إلى أن تزال الانتهاكات التمييزية عبر الإنترنت من لعبتنا ومن المجتمع». وأضاف البيان: «نعلم أن المقاطعة وحدها لن تحل المسألة، لذا سنواصل اتخاذ خطوات استباقية للدعوة إلى التغيير».

ونشر عدد من اللاعبين بياناً قبل وقت قصير من بدء الاحتجاج، في حين غيرت أندية كرة القدم أيقوناتها على منصة «تويتر» إلى نسخة داكنة من شعارها. في 8 إبريل/نيسان أعلن نادي «سوانزي سيتي» ولاعبوه مقاطعة منصات «فيسبوك» و«إنستغرام» و«تويتر» و«لينكد إن» و«تيك توك» و«يوتيوب» و«سناب شات»، لمدة 7 أيام، بسبب الإساءات العنصرية المرسلة عبرها. وكتب النادي إلى الرئيس التنفيذي لشركة «تويتر» جاك دورسي ونظيره في «فيسبوك» مارك زكربيرغ، للمطالبة بمزيد من الإجراءات الشرطية الصارمة والعقوبات لمن ينشرون رسائل عنصرية. وقال حينها كابتن «سوانزي سيتي» مات غرايمز: «ثلاثة من فريقنا تعرضوا لإساءات عنصرية في الأسابيع الأخيرة، وكفريق ونادٍ، أردنا اتخاذ هذا الموقف، لأننا ندعو مرة أخرى أولئك الذين هم في طليعة شركات التواصل الاجتماعي إلى تنفيذ التغيير المطلوب الآن وفي المستقبل». وأضاف غرايمز: «أجد أنه من المذهل أننا ما زلنا نتحدث عن العنصرية وانتهاكات من هذا النوع. نحن ندرك تماماً الضغوط في عالم كرة القدم على هذا المستوى، لكن لا ينبغي الاستهانة بالإساءات وبتأثيرها على شخص ما».

مانشستر يونايتد: ارتفاع نسبته 350% في الإساءات ضد لاعبينا

انضم حينها «رينجرز»، بطل «دوري اسكتلندا الممتاز»، و«برمنغهام سيتي» إلى «سوانزي سيتي» في مقاطعة منصات التواصل الاجتماعي لأسبوع، بعد تعرض لاعبين لإساءات عنصرية عبر الإنترنت. كما دعا مدرب «وست بروميتش ألبيون» المنافس في «الدوري الإنكليزي الممتاز» لكرة القدم، سام ألاردايس، أندية القمة في إنكلترا كلها إلى المقاطعة. وقال ألاردايس «بالنسبة لي هذا سيكون السبيل الوحيد لأي تغيير محتمل».

في مارس/آذار الماضي، أغلق مهاجم منتخب فرنسا وأرسنال السابق، تييري هنري، حساباته على وسائل التواصل الاجتماعي، احتجاجاً على تقاعس الشركات المسؤولة عن هذه المواقع في معاقبة المسؤولين عن رسائل العنصرية والتهديد والكراهية. وفي فبراير/شباط الماضي، تحدث حارس أرسنال، بيرند لينو، عن تجربته الشخصية مع الإساءات التي يتعرض لها لاعبون عبر الإنترنت، قائلاً إن متابعاً طلب منه الانتحار مثل مواطنه حارس ألمانيا السابق روبرت إنكه، مما جعله يبتعد عن وسائل التواصل الاجتماعي. انتحر إنكه حارس برشلونة وبنفيكا وهانوفر السابق في 2009، بالقفز أمام قطار سريع، جراء معاناته لسنوات طويلة من الاكتئاب.

وقال لينو (28 عاماً) لشبكة «سكاي سبورتس» حينها: «أديت مباراة شديدة السوء، وبعدها أرسل لي متابع على وسائل التواصل الاجتماعي رسالة تقول افعلها مثل إنكه». وأضاف: «منذ وصلتني هذه الرسالة تيقنت من وجود الكثير من الحمقى على وسائل التواصل الاجتماعي. لهذا السبب لا أطالع وسائل التواصل الاجتماعي حتى لو أديت مباراة جيدة. لا أحتاج لهذا الأمر. تهدر وقتي ولا تفيدني».

خلال الشهر نفسه، حددت بعض الهيئات الإدارية لكرة القدم التغييرات التي ترغب فيها، في رسالة إلى «فيسبوك» و«تويتر». وهددت حكومة المملكة المتحدة بفرض «غرامات باهظة» على منصات التواصل الاجتماعي، قد تصل قيمتها إلى مليارات الجنيهات الاسترليني، إذا فشلت في التصدي للانتهاكات.

قبل عامين، شارك عدد من لاعبي كرة القدم في حملة عبر وسم #Enough (كفى)، لمقاطعة منصات التواصل الاجتماعي مدة 24 ساعة، احتجاجاً على الإساءات. لكن اللاعبين، من مختلف الرياضات، لا يزالون يتعرضون للإساءات والعنصرية، إلى درجة دفعت بعض الأندية إلى اللجوء إلى الشرطة. ووجد تحقيق أجرته «رابطة اللاعبين المحترفين» 56 منشوراً مسيئاً عبر «تويتر» في نوفمبر/تشرين الثاني الماضي. نبّهت الرابطة إدارة «تويتر» إلى هذه التغريدات، لكن 31 منها لا تزال متاحة.

وأول من أمس الجمعة، كشف نادي «مانشستر يونايتد» أنه رصد ارتفاعاً بنسبة 350 في المائة في الإساءات الموجهة ضد لاعبيه، مبيناً أن 3300 منشور استهدفهم بين سبتمبر/أيلول عام 2019 وفبراير/شباط عام 2021. ووجد أن 86 في المائة من هذه المنشورات كانت عنصرية، و8 في المائة معادية للمثليين أو العابرين جنسياً.

من جهة ثانية، شددت «فيسبوك» التي تملك منصة «إنستغرام» على التزامها بمكافحة الإساءات عبر منصاتها. وأعلنت «إنستغرام» التي تضم أكثر من مليار مستخدم، الأسبوع الماضي، عن أداة جديدة تمكّن المستخدمين من تنقية الرسائل الواردة من العبارات المسيئة، وذلك في بريطانيا وفرنسا وأيرلندا وألمانيا وأستراليا ونيوزيلندا وكندا. وقالت المسؤولة عن السياسات العامة في «إنستغرام»، كلوتيلد بريند، لوكالة «فرانس برس» إن «بعض الشخصيات العامة، كلاعبي كرة القدم، تعرضت لعبارات مسيئة عبر الرسائل المباشرة في هذه الدول».

وأصدرت شركة «تويتر» بياناً مطولاً في فبراير/شباط الماضي، أكدت فيه «التزامها بضمان محادثة كروية آمنة للجماهير واللاعبين» عبر منصتها، مشيرة إلى أنها حذفت أكثر من 7 آلاف تغريدة متعلقة بكرة القدم في المملكة المتحدة، لانتهاكها قواعدها.

بدأت المقاطعة عصر الجمعة وتستمر حتى الإثنين (لورنس غريفيث/فرانس برس)

الشركات تدعم

قاطعت شركة «أديداس» التي تصنع أطقم أكثر من ثلث مجموعات «الدوري الإنكليزي الممتاز»، وبينها «مانشستر يونايتد» و«أرسنال» و«ليستر»، نشر الإعلانات عبر منصات التواصل الاجتماعي، خلال نهاية الأسبوع الحالي. وسيدعم «باركليز»، الراعي الرئيسي لـ«الدوري العالمي لركوب الأمواج» والمصرف الرسمي لـ«الدوري الإنكليزي الممتاز»، منصات «فيسبوك» و«تويتر» و«إنستغرام»، خلال الفترة نفسها. «بدوايزر» التي ترعى فريق إنكلترا انضمت أيضاً إلى حملة المقاطعة، إضافة إلى متجر «كازو» لبيع السيارات بالتجزئة عبر الإنترنت.

يُذكر أن هذه ليست المرة الأولى التي تواجه فيها منصات التواصل الاجتماعي، وتحديداً «فيسبوك»، حملة مقاطعة واسعة، فخلال الصيف الماضي نظمت جماعات داعمة للحقوق المدنية مقاطعة إعلانية واسعة، في محاولة للضغط على المجموعة العملاقة للتحرك إزاء خطاب الكراهية.

كانت شركات «نورث فيس» و«آر إي آي» و«باتاغونيا» تعهدت بعدم الدفع لنشر إعلانات على منصات «فيسبوك» في يوليو/تموز الماضي، للمشاركة في حملة «أوقفوا التربح من الكراهية» التي أطلقتها مجموعات حقوقية، بينها «رابطة مكافحة التشهير» و«لون التغيير» و«الرابطة الوطنية لتقدم الأشخاص الملونين». وانضم إلى التعهد موقع العمل المستقل «أبوورك» وشركة «موزيلا». وتوسعت الحملة لتشمل معلنين كباراً، بعدما أعلنت «شركة فيرايزون للاتصالات» أنها ستعلق إعلاناتها على موقع «فيسبوك» وتطبيق «إنستغرام» الذي تملكه الشركة نفسها.

دراما

رغم الجهود المبذولة على مستوى الصورة والتقنية في مسلسل «كلنا مغاربة» للمخرجة صفاء بركة، إلا أنّ العمل فشل في مهمته الأولى: أن يكون كوميدياً

كلنا مغاربة

وجوه مألوفة تبتذل روح الكوميديا

الدار البيضاء ـ **اشرف الحساني**

في عملها الهزلي الجديد «كلنا مغاربة» (2021) الذي بدأ عرضه مع بداية شهر رمضان، تحرص المخرجة المغربيّة الواعدة صفاء بركة على الدخول في اللعبة التلفزيونية من خلال جعل الترفيه في مقدّمة برنامجها الفني. لجوء المخرجة إلى وجوه تلفزيونية مألوفة، جعل صورها مبتذلة وهشة ولا ترتكز على عملية الخلق والإبداع، رغم المجهود الذي يتبدّى داخل بعض الحلقات على مستوى التصوير واللعب بجماليّات الفضاء والألوان الطبيعية وانعكاسها على مفهوم الصورة.

لكن ذلك لا يكفي حتى يكون العمل متوفرًا على جميع الشروط الفنيّة والجماليّة، التي تجعل منه عملاً تلفزيونياً رصيناً وناجحاً بمقادير بصريّة صالحة للمشاهدة والاستمتاع. مع العلم أنّ لا جديد بصريًا تقدمه صفاء بركة في مثل هذه الأعمال الكوميدية التي أضحت غير مستساغة من فرط التكرار، لا سيما خلال شهر رمضان، حيث تتكاثر وتتقزز على سطح الشاشة الصغيرة.

وكانّ المغاربة حققوا كل شيء في ما يتصّل بحقوقهم المهدورة حتى يجدوا وقتاً كافياً للجلوس أمام الشاشة في بيوتهم، كي يشاهدوا هذه البرامج السخيفة والساخرة من حياتهم. ويجد المشاهد نفسه أمام نفس الوجوه الفنية، كان لا شيء يتغيّر فيها على المستوى الفني، باستثناء حياتهم الخاصة التي تزداد جمالاً وراحة من فرط عائدات هذه البرامج. وعجزت هذه التجارب «المخضرمة» التي تراهن عليها صفاء بركة عن نقل المُشاهد إلى عوالم فنية أخرى من خلال قوّة الأداء، حتى يستطيع المشاهد تحقيق متعة بصرية تنقله من واقعه العيني الرتيب المنكوب سياسياً واجتماعياً.

> السيناريو هو أساس الصورة في العمل الفني لأنه يصنع جمالياته

إشهار الرداءة

ولأن التلفزيون المغربي يعمل بشكلٍ يوميّ على إطار المشاهد بهذه الرداءة عن طريق الإشهار، فإنّ المغاربة يجدون أنفسهم مجبرين على تلقّي هذه الأعمال في صمت، لأن لا بديل لها فنّياً، رغم ما يدّعيه أعيان هذا الجهاز البصري من «قفزات» نوعية، خَرَجوا بتباهون بها قبل أيام على مواقع إلكترونية مرتبكة، أمام عائلات كثيرة من المجتمع تفضّل مشاهدة هذا الإنتاج المحلي، حتى وإنْ كان هزيلاً. فالمُثير للدهشة والغبن، هو أنّ أغلب المشاهدين في المغرب، لا يحبّون هذا التشويه البصري طيلة رمضان، لكنّه في الوقت نفسه يحصد أرقاماً قياسية وفي مدّة قصيرة.

حضور التقنية وغياب الدور

وفي الوقت الذي يلمس المشاهد أنّ ثمّة إبداعاً حاضراً بقوّة في ثنايا الشكل البصري، يتأكّد مع توالي الحلقات، فإنّ ذلك يعود بالأساس إلى جماليّات التقنيّة ومؤثراتها وما تلعبه من توليف للمشاهد واللعب بها بصرياً في غياب كلّي للدور الذي يمكن أنْ يلعبه المخرج للتحكم في مستوى أداء الممثل والدفع به إلى الدخول في مرحلة الإبداع الحقيقي، عوض الوقوف عند سياج التعبير المباشر والعادي. هذا لا يتوقف عند «كلنا مغاربة» وإنما حاصلٌ في أعمال كثيرة أنجزتها أسماء واعدة بدرجات مختلفة ومتباينة من المعالجة الفنية ومدى تواشجها مع الواقع، فقد برهنت هذه الوجوه الجديدة على قدرات عالية على مستوى الكتابة الثانية (الصورة) أما الأولى (السيناريو) فتظلّ في نظر الكثير من النقاد عبارة عن مادة معطوبة تسحر من ذاتها أولاً، قبل أنْ تُعرَف أو تُخوَل لنفسها تقديم مادة كوميدية داخل تلفزيون عمومي. إنّ السيناريو هو أساس الصورة وليس العكس، فهو عمودها الفقري الذي يصنع جماليّاتها ويُمتخيَلها ويمنحها نفساً عميقاً بالتحوّلات السياسية والاجتماعية، حتى تسارع في التقاط أجمل الصور المؤثّرة داخل تلك السياقات. أما أداء الممثّل، فيبقى قيمة مضافة إلى عنصر الصورة، من خلال ما يمارسه من سحر على مستوى مختلف الحركات الجسدية، بحيث يخرجها من جمودها التقني ويجعلها حيّة وقريبة من طبيعة الحياة اليومية. هذا ويبقى الوجه المألوف في المغرب لا يُضحك، لأنّه يحرّر نفسه عن طريق تعبيرات الجسد رغبةً منه في إضحاك الناس، لكنّه سرعان ما يُثير سخرية الناس منه، فيتحوّل هو نفسه إلى مادة للضحك وليس العمل الفني.

افتقار إلى المادة الأصلية

في «كلنا مغاربة» لم تخرج صفاء بركة من الاستناد إلى وجوهها المألوفة، حتى ترفع ضمنياً منسوب المشاهدة وسقف «نضارة» عملها الكوميدي المعطوب كتابةً منذ حلقاته الأولى، بسبب افتقاره إلى المادة الأصلية. فهو عملٌ «كوميدي» بدون مادة، أيْ إنّ مفهوم السيناريو غير موجود، وكل حواراته تحتكم إلى «الشفاهة» وإلى المحكي المغربي العادي، وكانّ جميع أفراد طاقم العمل لم يفعلوا شيئاً سوى أنهم شغّلوا الكاميرا وجعلوا الممثلين يتحاورون فيما بينهم، على أساس أنّه عملٌ كوميدي. هذا الأمر، جعل الكثير من الناس يستغربون الطريقة التي من خلالها يتم تقييم مثل هذه السيناريوهات وكيف تستطيع الحصول على الدعم والموافقة والإنتاج. أليس الأفضل أنْ يتم التدقيق قبل منح الموافقة؟ أم أنّ الوجوه الترفيهية المألوفة، هي السرّ الخفيّ، خاصّة وأنّها باتت بمثابة جواز مرور من أجل استقطاب الجمهور والتأثير في التلفزيون الرسمي للحصول على موافقة المشروع، على اساس خبرات كاذبة ومصطنعة؟ هذا الأخير في هذه الحالة، مجرّد رأسمال مادي، يتمّ عبره الاستثمار في المخيّلة والذوق، وليس عنصراً بشرياً، يجب التفكير فيه بعناية وفي ذكائه المتجدد والنبيه، بحكم ما يعاينه سنوياً في مسلسلات عربية.

تشارك دنيا بوطازوت في بطولة العمل (فيسبوك)

تجاوز الماضي

المشهد الفني المغربي تغيّر كثيرا في السنوات الماضيّة، وتجاوز الطرائق السابقة في التعبيرات الكوميديّة، اي العيش على «امجاد» الاجداد في هذا السياق، لم تعد السخافات القديمة المتوارثة مضحكة بالنسبة الى المشاهد المغربي، خصوصا في ظل العديد من التجارب الفنية الشابة، والتي نجحت بفيديوهاتها القصيرة على «يوتيوب» بنحت مسارها بكل براعة وباسلوب كوميدي ساخر قريب من واقع الناس وسوريالية بلدهم. (الصورة من «كلنا مغاربة»)

إضاءة

سيارة FM: سائق على الأثير

عمّان ـ **محمود الخطيب**

يتخذ المذيع محمد أبوصفية من المايكروفون صديقاً، يرافقه في رحلته الإذاعية اليومية لإنصاف أبناء مهنته الأصلية ومتابعة مشاكلهم واحتياجاتهم، ووضعها أمام المسؤولين لحلها وتخفيف الضرر أمام زملائه العاملين في مهنة السياقة.

وأبوصفية رجل خمسيني، يمتلك من الثقافة والمعرفة الكثير على الرغم من أنه لم يكمل تعليمه، إلا أنّ ذهنه يتفتق عن ذاكرة قوية تحفظ قوانين وأنظمة وتشريعات وضعتها الحكومة الأردنية لتنظيم عمل سائقي النقل العام في مختلف أرجاء البلاد، فهو يحفظها صماً ويتابع تعديلاتها ويناقش مع المسؤولين صوابية قراراتهم ومدى ملاءمتها لأوضاع السائقين، والقدرة على تطبيقها.

أصل الفكرة

يروي أبوصفية حكايته بالقول: «لم أتخيل يوماً بأنني سأتحول من مستمع إلى مقدم البرنامج الإذاعي الذي كنت أتابعه بشغف. كنت أعمل سائقاً على تكسي عمومي، ولأنني مغرم بعمل الإعلام كنت أتابع البرامج الإذاعية عبر محطات الراديو، فلفت انتباهي برنامج (سيارة FM) الذي يُعنى بالسيارات بشكل عام ويناقش مشاكل السائقين وكان يبث مرة أسبوعياً عبر (راديو البلد)، فصرت من أصدقاء البرنامج والمتصلين الدائمين مع مقدمه محمد شما، ونشأت فيما بعد علاقة طيبة مع أسرة الراديو الذين دعوني لزيارتهم، وبقيت العلاقة مستمرة حتى عرض عليّ عام 2017، الكاتب والباحث داوود كتّاب رئيس مجلس إدارة الراديو، فكرة تقديم البرنامج بعد تحويله من ساعة أسبوعية إلى برنامج يومي، وهو ما أقدمه حالياً إلى جانب فريق مهتم بقضايا السائقين وهم خالدة العطاري وسلمان أبو عذية ونبيل القيسي».

دعم الأفكار الطازجة

لم يتردد كتّاب في إسناد مهمة تقديم برنامج «سيارة FM» إلى أبوصفية، منطلقاً من قناعته بأنه داعم رئيسي للأفكار الجديدة والطازجة وغير المألوفة، ويضيف: «لن نجد دراية وخبرة في أوضاع السائقين ومشاكلهم إلا شخص يمارس مهنتهم، ولأن محمد أبوصفية كان سائقاً مختلفاً وعميق الثقافة ولديه الاطلاع على القوانين والاستعداد لمساعدة زملائه، جاءت فكرة إسناد تقديم البرنامج له، وقمنا في شبكة الإعلام المجتمعي بتدريبه فنياً وتقنياً، حتى ظهر مذيعاً على أثير الراديو مع فريق عمله، ولغاية اليوم حقق البرنامج العديد من الإنجازات التي تُحسب لقطاع كبير ومهم ومؤثر في الأردن، وهو قطاع النقل العام، حتى صارت بقية الإذاعات المنافسة تقلدنا في سنة حميدة، عبر تخصيص برامج مشابهة».

> الهدف من البرنامج هو خدمة قطاع النقل من سائقين ومواطنين

لا حد للخدمة

يقول أبوصفية إن البرنامج مستمر في التوسع بالمواضيع التي يناقشها، لتشمل شركات النقل التجاري والأهلي والجامعي والسياحي، شارحاً: «الهدف هو خدمة قطاع النقل، من سائقين ومواطنين، ولهذا السبب خصصنا حلقة أسبوعية نقدمها من الميدان، نسعى فيها لحل المشاكل العالقة مرورياً وخدمياً، حتى أننا في بعض الحلقات سلطنا الضوء على حالة الطرق، ومدى مواءمتها لسير السيارات عليها، كما ناقشنا مع هيئة تنظيم قطاع النقل، تأثير جائحة كورونا على السائقين، وأؤكد أن البرنامج ساهم في حل معظم القضايا العالقة التي يعاني منها قطاع النقل». ويخرج برنامج «سيارة FM» من رتابة الروتين، باعتماده على التواصل المباشر بين المواطن والمسؤول، يضيف أبوصفية: «هدفنا حل المشكلات لا استمراريتها، وتنبيه المواطنين لحقوقهم، وذلك نقدم خلال وقت البرنامج، فقرات توعوية وإرشادية تتعلق بالقوانين».

أبوصفية: لم أتخيل يوماً بأنني سأتحول من مستمع إلى مقدم البرنامج الإذاعي الذي كنت أتابعه بشغف (العربي الجديد)

رصد

«مارفل أفينجرز» اللعبة: الإرهاب بمواجهة الأبطال الخارقين

عمّار فراس

طال الانتظار قبل صدور لعبة «مارفل أفينجرز» avengers marvel's، التي يمكن اعتبارها استمراراً للمرحلة الرابعة من عالم «مارفل» السينمائي، اللعبة التي أصبحت متوافرة على منصة اللعب PS5، تلبي رغبتنا في اكتشاف مهارات شخصياتنا المفضلة كـ«هالك» و«آيرون مان» و«كابتن أميركا» و«ثور» و«الأرملة السوداء»، وغيرها من الشخصيات الجديدة، وذلك في عالم تهدد فيه منظمة تقنية - إرهابية الأبطال الخارقين وتحاول إبادتهم، باستخدام جيش من الرجال الآليين والبشر المعدلين جينياً.

تبدأ اللعبة باحتفال بالأبطال الخارقين، حدث يحتفي بما قدموه للعالم، برافقه إعلان عن اختراع جديد سيوفر الطاقة وينقذ الكوكب. وتبدأ اللعبة بشخصية كامالا خان، التي نكتشف معها الاحتفال، وما تجابهه من عنصرية كونها ابنة مهاجر ولا يمكن لها أن تكون معجبة بكابتن أميركا ناهيك عن أن تكون واحدة من الأفينجرز. يتعرض الحفل للهجوم، ويموت «كابتن أميركا» ويتعبثر الأبطال الخارقون في أنحاء أميركا، وتصبح مهمة «خان» جمعهم، لإطلاعهم على ما تعرفه وكشف حقيقة مفادها أن «كابتن أميركا» لم يمت، بل هو محتجز، وعليهم العمل معاً من أجل إنقاذه، ثم إنقاذ العالم من الشر الذي ينتظره، المتمثل بالهيمنة الكلية على أجساد الناس.

تتيح اللعبة خيارات تعدد اللاعبين، والمهمات المنفصلة إلى جانب المهمة الرئيسيّة، كل ذلك بينما يتطور الأبطال الخارقون أمامنا. فكلما لعبنا أكثر، ازدادت قدراتهم القتالية، وظهرت حركات وهجمات جديدة مستوحاة من عالم «الكوميكس»، ناهيك عن القدرة على تغيير أزيائهم، وجمع القصص المصوّرة التي يمكن الاطلاع عليها خارج زمن اللعب. ما يثير الإحباط في اللعبة، هو التشابه والتكرار، فبعد عدة ساعات من اللعب تصبح «المهام» متشابهة، بل ويتكرر «الأعداء» ذاتهم الذين نقاتلهم، حد الملل، وحتى لو اخترنا شخصية مختلفة للعب، لا تتغير فضاءات القتال، لنجد أنفسنا نكرر ما سبق، بالرغم من تدفق الحكاية. ولا يختلف الأمر، سواء كنا نلعب كفريق أو كشخص منفرد دون أي اتصال بالإنترنت. كل هذا السلبيات لا تعني أن اللعبة مملة، فمتعة اكتشاف المدن والفضاءات باستخدام أبطالنا المفضلين لا يمكن تجاهلها، خصوصاً أن كل واحد منهم يختلف كلياً عن الآخر، فتحليق «آيرون مان» ومتعة التسارع في الجو، «هالك»، والتي يمكن أن تمتد لساعات إن كان الواحد منّا من محبي البطل الأخضر.

> متعة اكتشاف المدن والفضاءات مع أبطالنا المفضلين لا يمكن تجاهلها

لكن غياب أي أفق للتغير في الأعداء وتكرارهم يشتتان قدرتنا على الانغماس في اللعبة، ناهيك عن أن العالم الجديد الذي تدور ضمنه الحكاية يفترض منّا أن نتابع كل المقاطع السينمائية في اللعبة. فهي ليست محاكاة للأفلام الشهيرة أو سلسلة الكتب المصورة، بل مغامرات جديدة، لم نألفها من قبل، ما يحول تجربة اللعب إلى مجرد «تقطيع» للوقت في سبيل اكتشاف ما سيحصل لاحقاً، أي تغلب الرغبة بالحكاية على الرغبة باللعب، وهو بالضبط ما يخلق الملل، كما علق الكثيرون ممن جربوا اللعبة.

أكثر ما يثير الاهتمام في اللعبة هو حكاية «خان» نفسها، فنحن مثلها محبون لـ«الأفينجرز» ومعجبون بهم، وفجأة نجد أنفسنا بينهم، وننعاون معهم لإنقاذ العالم، فاللعبة تخاطب الحالمين والمعجبين وفي الوقت ذاته توظف الصوابية السياسيّة، فلا أعداء سوى الروبوتات، وبطلة الحكاية من أقلية مهاجرة. أما من اتهموا بالإرهابيين فهم مغسولو الدماغ، إذ لا نقاتلهم، أي من النادر أن نقاتل «بشراً» في اللعبة، بل علينا إيجاد حل لمشكلاتهم والاستفادة من قواهم، ما يجعل اللعبة صالحة لـ«الجميع»، لا مبالغة في التحطيم ولا العنف، لا حكاية يرفع لها الحاجبان. كل ما نراه مصمم لكي يكون مصيباً وصالحاً لكل أفراد الأسرة وهو ما يهدد اللعب نفسه، القائم على المخيلة وبناء عوالم بديلة لا ننتظر منها أن تكون أخلاقية أو مصيبة، بل أن تكون مسلية إلى أقصى حدّ.

تبدأ اللعبة باحتفال بالأبطال الخارقين، حدث يحتفي بما قدموه للعالم (Getty)

مسلسل

«الكندوش»... البيئة الشامية في قالب رخو

يضم مسلسل «الكندوش» مجموعة من الفنانين السوريين الذي عادوا للعمل بعد غياب طويل عن التمثيل، مثل سامية الجزائري وشقيقتها صباح الجزائري

عدنان حمدان

راهن الفنان السوري، حسام تحسين بيك، على نص مسلسله الأول «الكندوش»، وعانى عدة سنوات حتى عثر على فرصة جيدة لإنتاجه، ساعده في ذلك الفنان أيمن رضا وعبر شركة إنتاج جديدة تحمل اسم «MB» لرجل أعمال يدعى ماهر البرغلي.

وكعادة شركات الإنتاج الجديدة في سورية التي تفتتح بين يوم وآخر، أغدق البرغلي ميزانية عالية على العمل الذي تمكن من إقناع عدد من الفنانين الغائبين عن الدراما السورية بالعودة للعمل معاً ضمن توليفة تضم كلاً من أيمن زيدان وسامية الجزائري وشقيقتها صباح، وشكران مرتجى وسلاف فواخرجي وكندة حنا وفايز قزق.

في حين رجح متابعون أن يكون رضا المنتج المنفذ للشركة اعتمد على علاقاته الشخصية مع الفنانين لإقناعهم بالنص، والذي تولى المخرج سمير حسين تنفيذه على مدار جزأين بتكلفة قيل إنّها وصلت إلى مليارَي ليرة سورية. ومع بداية التسويق، أطلقت الشركة المنتجة حملة إعلامية ضخمة شملت لوحات طرقية في شوارع العاصمة دمشق، لتجد الحملة استهجان صحافيين سوريين استغربوا من شكل الوعاء الذي ملأ اللوحات حيث بدا مشابهاً لحاوية النفايات. ولكنّ رغم ذلك تمكنت الشركة من تسويق المسلسل في عدة قنوات فضائية منها غابت عنها الأعمال السورية لسنوات، وهذا ما دفع متابعي مواقع التواصل الاجتماعي إلى التفاؤل نسبياً بتقديم عمل شامي مختلف، خاصةً أنّ تحسين بيك دافع عن عمله واصفاً إياه بـ«الأصدق». وهذا ما لم يتحقق حين بدأ عرض المسلسل، إذ خابت آمال المشاهدين من حالة التشويق الغائبة بشكل كلّي عن العمل، وتحول الحلقات إلى سرد مكرر لحوارات لا تحمل خصوصية أو تمايزاً من ناحية الصفات الجسدية أو النفسية.

رافق ذلك توفر مشاهد طويلة للغاية وغياب الإيقاع المرافق للأحداث الدرامية، إذ بدأت الحلقة الأولى بسارق يمر على سطح منزل «عزمي بيك» وتتالت الحلقات العشر الأولى في البحث عن السارق دون أي تطور مشجّع قد يعمل على زيادة التشويق. كما تحول الفنانون المشاركون في المسلسل إلى البحث عن أداء فردي للإقناع في ظل الهفوات المتواجدة في النص، فجاءت ثنائية أيمن رضا وحسام تحسين بيك مكررة تتقاطع بشكل واضح مع شخصيات المسرح السوري الشهيرة «كراكوز» و«عواظ».

ورغم الانتظار الكبير لعودة الفنانة القديرة سامية الجزائري بدور كوميدي، إلا أنّ الثنائية مع ابنتها في المسلسل شكران مرتجى لم تحمل جديداً يقارن بما سبق وقدمتاه معاً في عدة أعمال تلفزيونية أثيرة لدى المشاهدين. الفنان أيمن زيدان بدوره لم يحظ بدور مختلف يصدّره في طليعة نجوم البيئة الشامية بحضور عدد كبير من زملائه في إنتاجات هذا الموسم، وهكذا حال صباح الجزائري والتي لم تتخط بعد الصورة الشهيرة لشخصية «سعاد خانوم» في مسلسل «باب الحارة» على مدى تسعة أجزاء. يحسب للمسلسل بالمقابل الابتعاد عن الحشو في طرح الشعارات، والاكتفاء بنماذج بسيطة من الحارة الشعبية عبر مجموعة من المهن التقليدية والحرف الغائبة عن مسلسلات البيئة الشامية. ليكون «الكندوش» عملاً آثار الكثير من الجدل قبل عرضه، ولم يفلح في كسر الصورة النمطية لمسلسلات البيئة الشامية في حالتها الاستهلاكية المنفّرة لشريحة واسعة من الجمهور.

تشارك المعلمة السورية كندة حنا في بطولة المسلسل (فيسبوك)