الدراما العراقية .. المواطنة الضائعة في النتاج الردئ

مناضل داود

من الذي يصدق أن كيش هي أولى المدن في العالم التي تحدثت عن مفهوم المواطنة والمواطن قبل الآف السنين ، ومن يصدق أننا في عام ٢٠٠٨ لانملك هذا الحق .. بسب مليشيات الاحزاب واللصوص وقطاع الطرق المتعددي الأساليب والنيات؟

الحديث عن الدراما يستحق كلاما كثيراً غير أنني أستميحكم عذراً في هذه الصفحة التي تتخصص في الفنون والاداب لأتحدث عن مفهوم المواطنة عبر اشتراكنا أو اشراكنا في الدراما العراقية السيئة الصيت والسمعة ..

منذ عام ٢٠٠٣ مالذي قدمناه ؟ ومالذي صنعناه باعتبار أن أن الدراما صناعة ، أعني على الصعيدين التقني و الانساني .لن أتحدث عن المستوى الجمالي الغائب. في الدراما العراقية؟

أولاً : القناة العراقية ، أتحدى أي مخرج أو منتج يقول لي أننا قدمنا نتاجاً ينحاز للجمال في هذه الفضائية التي يفترض أنها عراقية ، والتي مازالت تعمل بقوانين ليست عراقية! لقد ألغت حكومتنا الجديدة . والتي قاتلنا من أجل انتخاب برلمانها . وزارة الاعلام ولكنها في الوقت نفسه ألقت القبض على الفضائية العراقية ومنعتها إلا أن تكون شمولية ، لقد حاربت الدولة العراقية الجديدة في كل وسائل اعلامها نظام صدام ولكنها استعانت بنفس النهج الشمولي الذي كان يتمتع ببحبوبة البطش للرأي الآخر ، يمكن للمشاهد العراقي الذي يتتبع الفضائية العراقية ويرى ويسمع ، بعد أي حدث سياسي كيف يدس بأغنية (وطنية) وضعتها بين قوسين لأنني أعتبر ان الأغنية الوطنية هي التي تغنى بقصيدة الحب. أنا الذي يقرر ، مفهوم الأغنية وليس غيري من سياسيي الدرجة العاشرة ممن يجلسون في برلمان الدولة ويعتبرون الفن (نجاسة) (١)

ثانياً : العراقية قناة تختص بمدح الدولة فقط ، أي أنها قناة مسالمة لاتذهب نحو روح المشاكسة وتتصيد اخطاء الحكومة كما يفعل الاعلام الحر هذا الذي يسهم في بناء مواطن شجاع يمتلك حرية الرأي ويتخلص من ارث جمهورية الخوف!.

ثالثاً : لم تقدم سوى بضعة اعمال آخرها توقف تنفيذه لمدة ثلاثة أشهر بسبب سوء التعامل في كيفية دفع الأموال للمنتج وأخص بالذكر (مملكة الشر) والذي هو من بطولة كاتب السطور هذه.

رابعاً: لا أعرف من الذي يجلس ويقرأ النصوص التي تسمى (كوميديا) وهي الساذجة والرخيصة والتي تعتمد اعتماداً كلياً على كوميديا المعوقين والتي لم نقرأ عنها لا في تاريخ المسرح الذي درسناه ولم نر مثيلاتها في الدراما العربية والعالمية . ومن لايصدق فليشاهد الدراما الانكليزية سيجد أن بطلاتها من جميلات لندن وهن يتمتعن بروح فكهة وثرة .

خامساً : لاتدفع الفضائية العراقية للمنتج اجور (٣٠) حلقة إلا بعد أن ينجز (١٥) حلقة أي نصف المسلسل تماماً . استفسروا من أي هاو عن هذا القرار . سيموت من الضحك . لأن الذي وضعه مخلوق أمي لايجيد القراءة والكتابة ، وحين نسأل عن اتخاذ مثل هذا القرار يأتينا الرد : ان برايمر الذي كان حاكما مدنياً للعراق (العظيم) هو الذي وضع مثل هذا الاجراء .لن أموت من الضحك بل من الغيض..

سادساً : تحذف المشاهد التي لا تروق الرقيب الخائف من الدراما التي تنتجها الفضائية العراقية بحجج لاأفهما في حين يسمح نفس هذا الرقيب الخائف . طبعاً أنا لاأعرف مم يخاف هذا الرقيب . بعرض مشاهد مماثلة للمشاهد العراقية في مسلسل سوري أو مصري! وبهذه المناسبة راقبو عدد الأعمال التي اشترتها الفضائية العراقية وامتنعت عن الانتاج العراقي حتى في شهر رمضان الكريم!.

الفضائية السومرية ، أغلب ماتتمتع به أختها العراقية ينطبق عليها باستثناء أنها تشجع وتستقتل في انتاج ال (٣٠) حلقة لأنها ستدفع للممثل العراقي البائس اجور (٢٠) حلقة وما أدراك ما الاجر الذي تدفعه السومرية فهو يتراوح بين (٥٠) دولاراً و(٧٥) دولاراً للساعة الواحدة .

سألني الأستاذ جاسم اللامي عن سبب عدم ظهوري في السومرية لمدة سنتين متتاليتين أخبرته عن قصة الأجر مع المنتج المنفذ فاستغرب وعبر عن انزعاجه ..

الفضائية الشرقية : المشاكسة الحاذقة التي تبذخ اموالاً طائلة على الدراما ، لم تقدم سوى عمل درامي واحد اسمه (المواطن G) وكان من اخراج المبدع الراحل عدنان ابراهيم (٢) لقد اعتمدت الشرقية . وهي تتباهى أن تقدم اعمالها دفعة واحدة في شهر رمضان . على خطابين الأول يحاول أن يكون راقيا يخاطب النخبة مثل المواطن G كما اسلفنا والخطاب الثاني منحدراً يخاطب العامة ليصبح جماهيرياً ، غير أن هذا الخطاب المنحدر غاص تحت الأرض وماعاد المشاهد يتلمس نوراً فيه لأنه كان مغرقاً بالسذاجة والأمية والجهل وخاصة فيما يتعلق بالكوميديا (كوميديا المعوقين) والتي تشترك في تقديمها جميع الفضائيات العراقية

وبنفس الممثلين غير أن الشرقية كان لها الفرادة بتقديم هذا الخطاب المنحدر .

وعوداً على مفهوم المواطنة فأن الفضائيات العراقية تعطي أجراً للممثل العربي الذي تضيفه

مايعادل عشرة اضعاف المواطن العراقي أقصد الممثل العراقي المسكين .

في البغدادية : يصر الفنان قاسم الملاك على أن يتم انتاج الدراما العراقية (٣) في العراق وأنا معه

ولكن أين هو المخرج ؟ وأين هو مدير التصوير العراقي ؟ وأين هو مصمم الاضاءة العراقي ؟ لا فائدة يا صاحبي من الدراما العراقية التي أعلن للجميع عن يأسي التام والمطلق منها إذا لم تتم إعادة قراءة الاخطاء من جديد وهذا ليس عيباً . العمل الأخير للبغدادية . والذي شارك فيه ممثلون عرب تعاملت البغدادية مثل باقي الفضائيات بقضية أجر الممثل العراقي البائس .. أيها الراعي(٤) لهذه الدراما فكر ملياً وجيداً نحن نريد دراما عراقية متقدمة نفتخر بها ، نريد دراما تقدم لنا اسئلة مشاكسة ومقلقة ترتقي بنا فالدراما الآن تسهم في محو أمية العين ونريد كوميديا تشبه ضحك الاولاد .

الهوامش

(١) يقيناً أنا لا أقصد جميع اعضاء البرلمان العراقي

(٢) من الذي قتل عدنان ابراهيم؟ سؤال استباح حتى غرف نومنا وقض مضجعي حتى هذه اللحظة ، عدنان ابراهيم قبل أن يكون فناناً كبيراً فهو مواطن عراقي ، أين حقوق المواطنة لهذا الراحل الكبير ، هل سألت السفارة العراقية في دمشق عن سبب قتله؟ وهل استفسرت من الدولة السورية الشقيقة بمعرفة هذا الغموض الذي حل بقصة قتله طعناً بالسكاكين في وسط العاصمة دمشق؟ أليس عدنان ابراهيم مواطناً عراقياً له حقوق على دولته أخبروني بالله عليكم من الذي قتله.

(٣) أن فائدة انتاج الدراما العراقية في العراق هو مقترح وطني والذي يجهل سبب هذه الفائدة أقول له ببساطة إنها تعيل عشرات العوائل العراقية من خلال تشغيل الكادر ابتداءاً من الممثل وحتى عمال الانتاج الذين يكسبون الرزق الحلال

(٤) هل لك أن تسأل المنتج المنفذ كم يكسب من خلال المسلسل الواحد وكم يعطي للمواطن العراقي أقصد مرة أخرى الممثل العراقي . أقول لك وبصوت عال انك تتهم الساسة العراقيين بالفساد من خلال الفضائية التي تبث من دبي ومن مصر ومن بيروت وتتبجح أمامنا برقة المشاعر الجياشة أنظر إلى الفساد الذي ينتج في بيتك مع كامل مودتي.

رصد تلفزيوني

اطلاق MBC MAX

من دون اعلان مسبق وبشكل اقرب الى المفاجأة انطلقت قناة ام بي سي ماكس التي تتخصص بعرض احدث الافلام الاجنبية للمشاهد العربي.

ولتدخل حومة المنافسة مع عدد من القنوات ذات الموضوع نفسه مثل MBC2 ودبي وان وفوكس موفيز، وان كان دخولها بامتياز عرض احدث الافلام الذي ربما يجعلها تستقطب العدد الاكبر من المشاهدين الذين ما زال الكثير منهم الى الجانب الترفيهي الغربي في مواد البث اليومي للقنوات.

قنواتنا الفضائية

ما زالت قنواتنا الفضائية تراوح بين برامج مغرقة في محليتها واخرى تحاكي برامج جماهيرية في القنوات الاكثر خبرة وتجربة.. وربما يكون العقم الواضح في الافكار وعدم وجود ملاك تلفزيوني مؤهل للتصدي للجديد والمبتكر هو من اهم الاسباب التي تحول دون انطلاقة الكثير من فضائياتنا في فضاء المنافسة الرحب.

الساعة العاشرة

برنامج الساعة العاشرة الذي تقدمه الاعلامية منى الشاذلي على قناة دريم المصرية هو مثال التناغم الفاعل بين الصورة والذكاء الاعلامي وسخونة الحدث.

حضور منى الشاذلي شكلا واداء يكسب الحدث اليومي الذي يتناوله البرنامج جماهيرية فاعلة فنحن نشاهد محاورات ذكية متعددة الاوجه فضلا عن الحيادية والثراء المعلوماتي الامر الذي يجعل أي طرح يقدمه البرنامج يحوز جماهيرية ومتابعة عالية.

برنامج الحوارات التلفزيونية .. والعناصر المطلوبة

محمد عبد الله

برنامج اللقاءات التلفزيونية مع النجوم العرب غالبا ما تنحاز الى حياة الفنان الشخصية انحيازاً لا عقلانيا ومثيرا للملل والقرف حيث تدخل المشاهد في حياة الفنان ضمن حوارية ، بعضها سقيم، تتدخل في تفاصيل من المؤكد ان المشاهد سيكون بغير اهتمام بها.

هنا نتحدث عن الفنانين الذين ظهروا خلال عقد من الزمان او اقل منه ، وقد نالتهم الشهرة مبكرا لسبب او لاخر ، ونعتقد بأن هذه الفترة ليست كافية بمنحها اي فنان ، مهما كانت الميعته، ومستوى اقبال الشباك او دوائر الانتاج عليه ، بما يمكن افادة المشاهد وامتاعه اذا تم استعراض حياته الشخصية امام المشاهدين .

على خلاف ذلك نجد ان الاسماء المهمة التي امضت فترة لاباس بها من العمل في مشوار الفن ، وافترض ان تلك الفترة تمتد الى عقدين من الزمن ، او اكثر ، لانعدم ان يكون لديهم متسعا من الفائدة في استعراض الحياة الفنية والشخصية .

في مقابل ذلك سنجد المقابلات التلفزيونية على قنوات اجنبية وقد ترجمت الى قنواتنا العربية ثمة سيل من المعلومات تتدفق لتغني فضول المتلقي ، مثال ذلك ما تقوم به قناة « المستقبل « اللبنانية في لقاءاتها الاسبوعية المترجمة مع فنانين كبار يجريها احد مقدمي البرامج المتمرسين ، انك لا تتوقع ان يصيبك الشعور بالملل ، وستجد في تلك الحوارات ما يشغل ذهنك من الاسئلة الجوهرية ، عنوان البرنامج « صناعة الممثل « يتم فيه تضييف طلاب اخر دفعة في كلية او احد معاهد الفنون قسم التمثيل في امريكا ويؤتى بممثل نجم على شاكلة جاك نيكلسون او داستن هوفمان او ميريل ستريت او جنيفر لوبيز او نيكول كيدمان وغيرهم ليتم الحوار معهم على طريقة الاستجواب من خلال اسئلة يلقيها الطلبة انفسهم على الفنان النجم ، يقينيا ان تلك الطريقة ستكون ذات حرارة تبلغ في نفوس المشاهدين والمتحاورين اعلى درجاتها على العكس من اسلوب الحوار المتبع في قنواتنا المحلية او العربية .

لانريد القول الا فائدة من اجراء الحوارات مع الفنانين بمفردهم مثلما تقوم به بعض القنوات العربية المتخصصة بتلميع النجوم بمقابلات مدفوعة الثمن ، ولكننا نجد في تلك المقابلات ولنسميها الجماعية تنوعا مفيداً سيغني الفضول ويجيب على الشغف والاسئلة .

في قنواتنا المحلية هناك لقاءات تنحو الى اسلوب القنوات المصرية واللبنانية التي هدفها « تضييع « الوقت مع النجم ، هناك ساعات بث على مدار الاربع والعشرين ساعة ، ولابد من ان تحار اقسام التنسيق لدى القنوات من ايجاد المواد اللازمة لملء الفراغ، نعتقد، وهذا يسجل لمصلحة القنوات التي تسعى للجدية ، ان اجراء الحوارات قد يكون مناسبا ازاء عوامل البث المتواصل ووفق ما تم ذكره ، غير ان المطلوب هو القفز على اساليب المصريين في اجراء المقابلات لسد الفراغ .

قد تكون عبارة « لايمكنك ارضاء كل الناس « شماعة للاستسهال في العمل بالمجال التلفزيوني ، وبخاصة في موضوع المقابلات ، في حين ينبغي ان يضع القيمون ، وهم أيضا قيمون على ذائقة الناس ، في القنوات التي تعتمد الحوارية ان يتجهوا الى شحذ اذهانهم والبحث في العمق مما يمكن ان يستخرجونه من دروس تعليمية وتثقيفية وجمالية ستترك المشاهد منجذبا على الدوام الى الشاشات الجدية الرصينة ، ويمكننا القول ان العمق هو السبيل لاستخراج كنوز معرفة الناس.. للناس.

المرأة في الاعلام العربي.. صورة نمطية متجددة

د. جليل وادي
اكاديمي

تقول د.منال أبو الحسن أستاذة الإعلام بجامعتى الأزهر و٦ أكتوبر،ان أحدث الدراسات الإعلامية أظهرت أن الفيديو كليب يستغل جسد الأنثى فى نشر الرذيلة والفاحشة، إذ يركز تصوير الفيديو كليب على أماكن الإثارة والإغراء فى جسد الأنثى، كما يصورها غالبا فى دور العاشقة التى تتدلل على حبيبها.

صورة نمطية عالمية

وفى مؤتمر الدوحة العالمي للأسرة، الذى عُقد فى قطر فى المدة من ٢٥ – ٢٩ تشرين الثاني٢٠٠٤ ، قدم د. محمد العوضى – الكاتب والمفكر الإسلامى الكويتى ورقة بحثية ذكر فيها: أن نتائج الدراسات التى أجريت فى بلاد مختلفة، وعلى فترات زمنية متباينة أظهرت وجود نوع من التنميط للأدوار التى يقوم بها الفرد فى عالم الدراما بناء على جنسه، كما يوجد أيضًا تنميط للسمات الجسدية لكل من المرأة والرجل.ففى دراسة تم خلالها تحليل مجموعة من المسلسلات الأمريكية، وجد الباحثون أن ٦٩٪ من الشخصيات النسائية تتوافر لديهن صفة الرشاقة، فى حين أن هذه السمة لم تتوافر إلا لدى ١٧٪ من الرجال الذين كانوا من ذوى القوام الرياضي فى المسلسلات. كما يلاحظ فى الأعمال الدرامية أن الرجال يشيخون إذا كانت الأحداث ممتدة على مدى زمنى كبير، فى حين لا يمر الزمن على النساء، فتظل الأنثى محتفظة بشكلها الجذاب وإن تعارض ذلك مع المنطق الدرامى للأحداث .

وفى دراسة بريطانية اجريت عام ١٩٨٠تم تحليل صورة الأنثى التى احتلت صفحات الغلاف لبعض المجلات الإنكليزية، تبين أن الصورة الأكثر تقديمًا للمرأة هى الوجه الحالم للأنثى الذى يعطى إيحاءً بأنها متاحة وتحمل ملامحها دعوة صامتة للاقتراب. كما أشار العوضى إلى أن المرأة فى الفضائيات والإعلانات صارت هى المقياس الذي يحدد معايير الجمال فى الواقع الحقيقى للإناث، ومن ثم فمن اللافت للنظر أن تتحول غالبية النساء فى محطات الإعلام العربية إلى شقر ملونات العيون، سواء بالنسبة للمذيعات أو فتيات الإعلانات، وهو ما لا يتفق مع السمات الشكلية للفتيات العربيات.

اربعة نماذج لصورة المرأة في الاعلانات

وبخصوص صورة المرأة في الاعلانات فقد اكدت دراستان فى الجامعات المصرية نوقشت عام ٢٠٠٠ ،الاولى للباحث أحمد حامد بكلية التربية في جامعة عين شمس أن ٩٠ فى المئة من الاعلانات تستخدم فيها المرأة وتستغل كأنثى من أجل الترويج لسلع استهلاكية وسلع لا تكون لها أية علاقة بالمرأة وتقوم فيها بحركات وأفعال تحط من كرامتها كأنسان . أما رسالة الباحث عصام فرج بكلية الاعلام في جامعة القاهرة حول صورة المرأة فى أعلانات التلفزيون فتشير الى أن استخدام صورة المرأة وصوتها فى الاعلانات كان بنسبة ٨٤ فى المائة من أجمالى عينة البحث .

وقالت الدكتورة شعلة شكيب يمكن تصنيف صورة المرأة في الإعلانات إلى أربعة نماذج هي: المرأة التقليدية، والمرأة الجسد، والمرأة الشيء، والمرأة السطحية، هذه النماذج الأربعة تعمل على تشويه صورة المرأة وتنتقص من قيمتها كإنسان فاعل له دور في الحياة غير الدور الترويجي ، كما تساهم في تعزيز النزعة الاستهلاكية لديها على حساب الروح الإنتاجية الواجب أن تسود عقل ووجدان المرأة وتحكم سلوكياتها، وتقدم هذه النماذج قدوة سيئة للمراهقات في المجتمع وتكرس مفاهيم خاطئة عن الأعمال المميزة التي يمكن أن تمارسها المرأة وتكسب من ورائها المال الكثير ،خاصة أن العاملات في الإعلان يحققن ثروات طائلة من هذا العمل.

هذا الاختلاف في صور المرأة لم يمنع من تشكيل ملامح وسمات عامة لصورة المرأة في الإعلاميين المرئي والمسموع في العالم العربي، فمن السمات الغالبة على صورة المرأة أن جميع وسائل الإعلام تركز على المرأة في الفئات الاجتماعية الميسورة أو المرأة في المدن وبعض المهن كالطبيبة أو حتى البائعة في المحال التجارية، وذلك من دون التطرق لبعض الشرائح النسائية المشاركة بفاعلية في مناقشة قضايا مجتمعها أو حتى المرأة التي تقطن الأحياء الشعبية داخل المدن الكبرى ومناقشة همومها وقضاياها الخاصة.

وأكدت دراسة أعدتها الدكتورة عزة الكحلي الأستاذة في جامعة المنصورة والمتخصصة بشؤون الإذاعة والتلفزيون ان (٧٦٪) من إعلانات التلفزيون تركز على المرأة، حيث أن (٨٤,٣٪) من هذه الإعلانات تصور المرأة من قبيل الإثارة سواء من خلال التركيز على أجزاء من جسدها أو الإيحاءات الحركية واللفظية بشكل يخاطب غرائز المشاهد، وأن (٥٤٪) من الإعلانات التلفزيونية انتهت إلى أن الشركات المعلنة ركزت على أسلوب الإثارة الجنسية كوسيلة لجذب المستهلك ،حيث أحتل هذا الأسلوب الصدارة بنسبة (٧,١٩٪)، وأحتل الرقص المرتبة الأولى بنسبة (٨,٢٠٪) ثم ارتداء الملابس المثيرة بنسبة (٧,١٦٪) والألفاظ المثيرة (٥,١٢٪) وكانت حركة العينين وحركة الشفاه واللسان (٣,٨٪) .

وكانت لهذه الصور تاثيرات كبيرة على صعيد الواقع العربي ، فقد أشارت د. عزة الكحلي ، الرئيسة السابقة للمركز القومي للبحوث الاجتماعية بالقاهرة، في دراستها إلى تزايد نسب الطلاق في السعودية والإمارات والكويت والأردن ،والسبب هو الهجمة الشرسة لفتيات الفيديو كليب ونجمات الإغراء الفني اللائي يظهرن شبه عاريات ،ما يهدد الزوجات ويدفع الأزواج إلى البحث عن أخريات.

وتناولت الدراسة إعلانات الفيديو كليب والعلاقات الزوجية حيث أفادت إن ٩٠٪ من الإعلانات يستخدم فيها جسد المرأة كمثير جنسي لترويج السلع، مقابل ٨٪ هي نسبة الاهتمام بشخصية المرأة، وأوضحت أن ٨٠٪ من الإعلانات يركز على القيم الاجتماعية السلبية، و٨٩٪ على القيم الاقتصادية السلبية، وهو ما جعل الباحثة تخلص إلى أن الإعلانات تسهم في بث قيم وسلوكيات سلبية لها إيحاءات ومعان جنسية وسيئة.

وبهذا الصدد اقترح خبراء في الاعلام وقضايا المرأة حلولا لتصحيح التناول الاعلامي العربي للمرأة وقضاياها الاساسية :

١- ضرورة وضوحً الهدف الذي تبتغيه السياسة الإعلامية من تناولها لموضوع المرأة في الأجهزة الإعلامية. ويتمثل الهدف في تحقيق المساواة التامة بوصفها اشمل من مجرد تحسين صورة المرأة في الإعلام، وان المساواة هي مساواة في النظم والقوانين التي يخضع لها الرجال والنساء داخل المجتمعات العربية.

٢- اهمية وجود رصد جاد وحقيقي لمضامين كل ما يقدم عن المرأة ولا يقتصر هذا على برامج المرأة فقط ،بل يجب مسح كل البرامج والدراما والمقالات وغيرها للوقوف على الصورة التي تنقلها عن المرأة في ثنايا ما تنقل وهل هى سلبية أو ايجابية؟ .

٣- أن يتم تضمين موضوع المرأة وقضاياها في كل البرامج والدراما من دون تخصيص ذلك في برامج المرأة تحديدا . ولابد من تناول قضية المرأة كقضية اجتماعية وليس كقضية نسوية .